

カーナビの使いやすさの印象と嗜好性に関する調査研究

畠山諭, 長田和之
株式会社 U'eyes Design

An Investigation of the Usability Image and the Preference of a Car Navigation System Satoshi Hatakeyama, Kazuyuki Osada U'eyes Design Inc.

Abstract: We conducted a questionnaire survey for 1,100 general users on the display design preference and the usability image of a car navigation system to explore the relationship between the design preference and the usability image. We also analyzed the design element which makes the user feel usable and the design element which affects the preference respectively.

Keywords: Kansei, Usability, Preference, Graphical User Interface, Design

キーワード: 感性, ユーザビリティ, 嗜好, GUI, デザイン

1. はじめに

私達の身の回りには携帯電話やカーナビゲーションシステムに代表されるように、各種情報を伝達する表示デバイスが付属した製品が存在している。現在、そこには一方的な情報としての文字だけではなく、ガイダンスとしてユーザが操作を円滑に行なえるよう、グラフィックを使用したインタフェース(GUI)を用いる事が一般的である。これらの製品のGUIデザイナーは、複雑かつ多機能な機器のユーザビリティを向上させる事の重要性和、プロダクトとしての画面デザインの完成度、双方のバランスをとりながら製品化する事に苦心している。そこで本稿では、カーナビゲーションシステムのGUIにおける、ユーザの使いやすさの印象と嗜好性の関係について分析、考察する。

2. 調査方法

全国から無作為に選出した2,100名(有効回答1,125名)の男女に対し、市場に流通する代表的なカーナビ15機種種のメニュー画面(図1)について、WEB上でアンケート調査を実施した。アンケートではユーザの基本情報と、それぞれの機種種について、画面デザインの「好き-嫌い」、使いやすさの印象「良い-悪い」の程度(6段階尺度)、購買意欲「欲しい-欲しくない」の程度(5段階尺度)を回答してもらった。

3. 分析の方法

アンケート結果から、男女差とナビの使用頻度によって、使いやすさの印象と嗜好性に、どのような傾向がみられるかを明らかにする為、それぞれを2

軸にした散布図を作成した。これをもとに、GUIデザイナーによるディスカッションを経てデザインの要素を分析した。



図1 アンケートで使用した画像(抜粋)

4. 結果及び考察

4.1 全体の傾向

散布図(図2)に見られる全体の傾向として、男女、カーナビの使用頻度のいずれにおいてもデザインの嗜好と使いやすさの印象は強い正の相関関係にあることがわかった。更に、女性に比べて男性はそれらの評価が高くなる傾向にあった。この事は既存のカーナビのGUIが、男性が好む要素を多く含んだデザインになっている為と考えられる。又、未所有の人に比べて、使用頻度が高いユーザは、総じて評価が高くなった。この事は使用頻度の高いユーザは、カーナビの習熟度も高くなり、実際に使用した事が無い機種であっても、無意識下で画面デザインの構成・使い方の予測を行なって、評価が高くなるのではないかと考えられる。

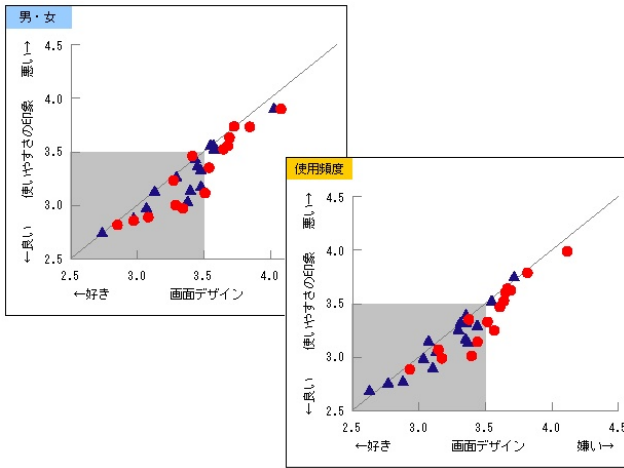


図2 使いやすさの印象とデザインの嗜好性の関係

機種ごとの評価を性別でみた場合には、男女間では大きな差は現れず、使用頻度でみた場合に、カーナビの未所有者と使用頻度が高いユーザ間で大きな差が現れた。この事から、開発プロセスにおいて想定ターゲットを立てる場合には、男女で切り分ける事よりも、使用頻度によって切り分ける事が有効である事が分かった。

4.2 特徴的な傾向

今回、それぞれの機種、集合ごとの評価を分析した事で、様々な傾向がみられた。ここではその中から、評価に影響を与えたと思われる特徴的な要素を持った機種を、簡単に紹介する。

4.2.1 Panasonic CN-HDS960TD



最も高評価だった機種。メニュー項目を大きく2グループに分け、それに合わせた形で画面を2分割した。使用頻度の高いボタンをリスト型に配置する。

4.2.2 TOYOTA G-BOOK



最も評価が低かった機種。同等の大きさのボタンが多く、いずれも統一された表現で多数並ぶ。機能ごとの差別化は控えめな印象。

4.2.3 edia MAPLUS / Pioneer 楽ナビ



男女で比較した場合に、男性の評価が高くなる傾向にある事は既に述べたが、これらはその中でも女性の評価が男性を上回った機種である。他機種の落ち着いた色使いに対して、カラフルで優しい印象を持つ。

5. まとめ

GUI デザイナーにとって、プロダクトを生み出す為に、製品の想定ターゲットを明らかにし、そこでの要件を満たしたデザインを行なう事は非常に重要である。今回の調査では、熟練したGUI デザイナーが感覚的に理解しているポイントを明らかにする事が出来た。この分析からは、ユーザに伝達する情報や操作のガイダンスについて、重要度や操作の系統を踏まえた的確なチャンキングを行ない、ターゲットユーザやその使用環境に適した情報量と、デザインを提示する事によって、より理想に近いインタフェースが成立する事が分かった。これはある程度以上の実務経験を持つGUI デザイナーの思考を整理する点で非常に有効であり、かつ応用次第でGUI デザイナーの育成にも効果的に利用できると考えられる。

一方、近年では表示デバイス側の高性能化が著しく、高解像度、かつ多色表示が可能な環境が生まれている。この為に情報量、レイアウト、質感、色使い、表示文字のフォント形状など、様々な要素がこれまで以上に複雑に影響しあっていく事は想像に難くない。今後はこの潮流に対応する形で、より深く効果的な分析、考察を行なう必要がある。