

- ・半数以上が週に3～5回ウェブを利用します。
- ・65%が検索エンジンを使います。

このプロフィールは特殊なものではありません。割合や統計情報はとても正確に見えます。しかし、これらの統計情報にいきいきとしたものは全くもたらされません。いくつか具体的なディテールを追加してみましょう。年齢の幅ではなく、具体的な年齢を加えます。さらに、集めてきたストーリーの断片をいくつか追加しましょう。以下は、ユーザビリティテストの事前インタビューで、最近ウェブを使ったときの例について調査参加者が話してくれた内容です。

- ・エリザベスは35歳。
- ・ジョーと結婚して、5歳の息子マイクがいます。
- ・州立大学の授業に通っていて、自分のクラスの同窓会サイトのニュースを管理しています。
- ・グーグルをホーム画面にして、CNN online^{*3}を読んでいます。
- ・地方公務員の名前と、どうやってその人にコンタクトを取ればよいか知るためにウェブを使います。

さて、実際に活動する人の情報を手にしました。これらの活動から、ストーリーを作ることができます(図7.2)。詳細なデモグラフィック情報やその他の情報も含まれたままなので、体験をより豊かに記述してくれます。

もし既にペルソナを作っているなら、皆さんのストーリーをそのペルソナにつなげることができます。これには多くの利点があります。

- ・ストーリーはペルソナを表現力豊かな役立つものにし、ペルソナの鮮度を新鮮に保ちます。
- ・ペルソナをキャラクターとして登場させれば、ペルソナの内面的な葛藤や態度、またはプレッシャーの下で行う選択などを模索できます。
- ・分類名に毛がはえた程度のペルソナを使っているなら、ストーリーはその分類の背後にある考えを理解するのに役立ちます。
- ・ストーリーはさらなるストーリーを想像させます。ストーリーをペルソナと組み合わせることで、協力者やステークホルダー、他のチームメンバーの想像力を喚起し、デザインプロジェクトにより活力が与えられます。
- ・ストーリーは、ペルソナの暗黙的な文化的背景の理解を深めてくれます。「35歳で既婚、大学卒のオフィスワーカー」といった記述で、オーディエンスはキャラクターを想像しやすくなります。

ストーリーはユーザ分析の抜け漏れも浮き彫りにしてくれます。もしストー



エリザベス

ウェブのない時代、私たちはどうしていたのでしょうか？

エリザベスにとって、ウェブは図書館や郵便局、あるいは市役所のようなものです。パートタイムとして働いている間や、5歳になる息子のマイクと一緒に過ごしている間、彼女はいつも忙しくしているのですが、家に帰って一段落する夜中には、熱心な地域の活動家に戻ります。

彼女の最近の活動は、彼女の住む街全体を野生動物の保護地域に指定する活動です。彼女はすべてのリサーチをウェブで行い、活動の準備を整えました。彼女は地域の新聞で取り上げられ、市民フォーラムで発表し、Facebookのページが作られました。

彼女はウェブ上で町のすべての企業を調べ、サポートしてくれるのかどうか、Eメールで問い合わせようとなりました。彼女はその週末にメールを書き、月曜日、ジャスティンを連れて、改めてそれらの企業をまわり、契約書にサインしてくれるかどうかを確認しました。

結局、彼女は自治区議会のすべての人のところを挨拶に回りました。彼女は既に彼らのEメールを調べていたので、準備は済んでいました。

エリザベスについて

- ・35歳
- ・大学卒業
- ・既婚
- ・オフィスワーカー

彼女のゴール

- ・私が見える情報
- ・スケジュールに関するコミュニケーション

ユーザビリティのニーズ

- ・効率：検索ボックスがあれば自分が求めていることを正確に伝えることができます。

ブックマーク

- ・自治体の行政サイト
- ・野生動物の世界
- ・息子の学校

図 7.2 ペルソナの例

リーがどのペルソナにもうまく合えば、ストーリーが重要な分析箇所を示してくれたことを認識し、一度立ち止まって何が起きているのかを確認する必要があります。ペルソナにミスがあるのかもしれませんが、ペルソナについて知らないことがあったと気づくかもしれません。どちらにせよ、ストーリーはそうしたことを考慮せずにデザインする前にギャップを見つけることを助けてくれます。

ストーリーの中にユーザーリサーチの結果を含めれば、皆さんの作業結果を伝える強力な道具となります。ペルソナは、同じ視点を持つ人たちのストーリーをまとめあげてくれます。異なるユーザエクスペリエンスのテクニックを連携させることは非常に有効です。それぞれを連携する際に結論が検証され、ユーザエク

ペリエンスのニーズを確認するスキルを与えてくれます。

7章の訳注

- *1 メリーポピンズ：オーストラリアの作家パメラ・トラバースの児童文学作品。主人公のメアリーポピンズは魔法が使えるベビーシッターで、何でも出てくる不思議な鞆を持っている。
- *2 ストーリーボード：元々は映画やテレビ番組などの撮影用に使う絵コンテのことを指していたが、UX デザインの分野ではユースケースの妥当性を検討するために使われている。
- *3 CNN Online：米国のニュース専門ケーブルテレビ局 CNN が提供するインターネット上の新聞。1995 年に開設された。

7章のまとめ

分析におけるゴールは、関心をひくストーリーの断片を見つけてストーリーに展開することにあります。

引用やエピソード、またはイメージから始めた際は、それらをつなげて徐々に話をまとめていくことで、はっきりと「ここで何が起きているのか」を説明できるストーリーを手に入れることができます。ストーリーを選択することとは、皆さんに「ストーリー思考」を働かせ、他の分析をサポートするストーリーを見極めることです。役立つストーリーは、以下の作業により、ちらかった情報を集めて意味あるものを生み出します。

- ・ユーザ分析結果から強調したいポイントを具体的に示す。
- ・他の方法では伝えにくいディテールを浮き彫りにする。
- ・他の情報ソースと統合する。
- ・真実のように聞こえるだけでなく、共鳴し響きわたる。ストーリーは自然に受け入れられ説得力があるので、議論やデザイン変更といったアクションに火を付けます。



アイデアを生む ストーリーの使い方

ストーリーはデザインの過程で進化します	109
新しいストーリーを生み出すブレインストーミング： 生成的なストーリー	109
ブレインストーミングヘルパー：ストーリーテリングゲーム	111
ユーザリサーチのためのストーリーを作成します： 生成的なストーリー（再び）	117
ユーザリサーチをブレインストーミングに統合します	118
ブレインストーミングからコンセプトへ：表出的ストーリー	119
デザインを文書化するストーリー：規範的ストーリー	122
ブランドのためのストーリー	125
8章の関連文献	127
8章のまとめ	128

皆さんの集めるストーリーがそのままデザインの青写真になるとは言いませんが、デザインする過程において、これ以上ないインスピレーションの源として活躍します。デザインの対象となるユーザーのゴールや態度、ニーズはもちろん、デザインが伝えるべき物語までも、ストーリーが教えてくれます。

デザインが「ストーリーを語る」といったとき、ゲームや対話型の物語のようなものを話してるのではなく、ましてや業務アプリケーションを冒険めいたものにする（たとえば「利益配分の迷宮を探索する」）ことを言っているわけではありません。新しいデザインの創造に役立つタイプのストーリーを指しています。そのようなストーリーは、新しい可能性に考えを巡らせたり、内省的な思考（デザイン思考）を促してくれたりするので、人々の生活の質を向上するデザインを想像することができるようになります。ストーリーは、ユーザーリサーチの中からアイデアを探してきてくれます。

トム・エリクソンから見ると、デザインは最終成果物と同じくらいコミュニケーションが重要な代物です。共同作業するチーム内でのコミュニケーションはもちろん、最終的なユーザーとのコミュニケーションも含んでいます。「何とも言いようのないあいまいで厄介な問題」に取り組むデザイナーにとって、ストーリーは役立つツールになります。短いシナリオを作るだけでなく、感情的なニュアンス、またノンフィクション小説に負けないぐらい社会的・組織的な力学について語ることもできます。このような使い方により、ストーリーは議論のきっかけになるイメージを与え、頭の動きを活性化してくれます。

たとえば、新しい環境技術に対する人々の考えを調査しているところを想像してみましょう。皆さんは、資源をもっと有効利用するための製品・サービス開発に取り組んでいます。自分が実際どのくらいの電気や水を使っているかを誰かに伝えることがいかに難しいかご存知ですか。「私たちは地球のために資源の消費を控えなければならない」という利他的な考えや、「どうして私までけちけち節約しないとイケないの？」という利己的な考えを耳にしたことはあるでしょう。既にいくつかストーリーの断片を手にはしているはずですが、これらの情報をデザインに変えていく過程では、映画のアイデアスケッチのようなことが行われるでしょう。ちょうど、ジェレミー・ジャンとアロン・マーカスが「グリーン・マシーン：お家で環境に優しく」¹でしたことが参考になります。それは、彼らが人のエネルギー消費量の可視化に役立つスマートフォンアプリを考え出したときのことです。そのアプリは、自分の日標量と他人の平均的な消費量を比較しながらグラフを見せてくれるものでした。皆さんも自分のデザインアイデアがどのように機能するかを教えてくれるストーリーを作ってみてもいいでしょう。



紫色のヒル

トム・エリクソンのストーリーでは、どのように資源を監視すれば、人の消費を抑制できるかという問題解決のためのデザインが説明されています。このストーリーは、トイレの水を流したことがすべて計測されて水道会社に報告されるような、ビッグ・ブラザーのシナリオ^{*2}にならないように考案されました。

シアン・ウェイは、駅に着いてから不安な面持ちで通りに出ました。通りに出て見下ろしたところ、彼女の不安は確かなものになりました。シアンのアパートの壁は普段は発色のいい緑なのですが、今は紫の線が入って変色していました。なんと恥ずかしいことに、アパート全体で使える水の分配量をオーバーしていたのです。

それはシアンのせいではなさそうでした。その日の朝、アパートには警告のサインが出ていたので、夫婦ともにシャワーを浴びず、子供たちも10リットルの分配量を越えて水を使わないように見張っていました。

とはいえ、アパートの他の住人に非難の矛先を向けるべきとも思えません。ここ2年以上もの間、24世帯の他の家族とこの共同アパートに住み、誰もが信頼できる人たちとわかっていました。夫は建物のどこかで漏電があったのではと考えていましたが、シアンにしてみればそれはあり得ないことでした。なぜなら、ほとんどの機器には資源消費をモニターする機器が備わっていて、制限を超えると、資源補給の支援を求めるメッセージが外部に飛ばされるようになっていたからです。それでも彼女の夫は、たとえばパイプとか、モニター機器が必ずしもすべてに備わっているわけではないから、漏電することは十分あり得る、先週地震もあったわけだしと言います。老年のリー医師は、廊下の突き当たりに住んでいるのですが、陰気臭くハッカーのことを話していません。ハッカーが私たちをはずかしめようと、資源監視システムを攻撃したんだと。ただリー医師は少し変わり者で知られていましたし、資源を管理するシステムへのハッキングも重罪です。

シアンはアパートまでたどり着き、前の庭を駆け抜けながら、頬が赤くなっていたのがわかりました。幸い、早い時刻に帰宅したので通りにはあまり人がいませんでしたが、やるべきことに変わりはありませんでした。共同アパートで採決を行って、モニタリングのレベルを上げるよう資源局に依頼することです。そうすればどんな漏電も見つかり、資源を無駄遣いする不届き者を明らかにすることができるのです。

新しいデザインのためのストーリーは、必ずしもアパートの建物のように壮大

なものである必要はありません。ストーリーは小さな問題の解決に向けたデザインも説明できます。アイデアの大小に関わらず、ある種のデザインストーリーは問題を取り上げ、それをハッピーエンドに変えることができます。たとえば次に示すのは、ある給与計算プログラムの利用者から聞いた短いストーリーです。

私の同僚は給与計算の仕事をしています。その同僚の休暇中は、私たちがいつもあわてながらすべてを正しく行って、スタッフの給料日に間に合うようにしなければなりませんでした。

給与計算ソフトの使用説明はよかったのですが、どの支払いの組合せを給与計算に使わなくてはいけないかというような、細かいものは書いてありませんでした。領収書の控えを探して財布の中をひっくり返し、どの番号を見ればいいのかわかるという状況でした。

問題はルーティン作業ではなく、ボーナスや立て替えのような特別な場合でした。

皆さんも問題を説明するのに、次のような断片的なストーリーを使ったことがあるかもしれません。

オフィスマネージャーのキャシーがいない間、メアリーが給与計算の入力をしていました。ある木曜日、メアリーは給与支払いを実行しようとしたとき、その週末までのボーナス支払いがあるとキャシーが言っていたことをふと思い出しました。メアリーはうめきました。特殊な支払い…。特殊なケースがあるといつも事態が悪くなる予感がします。キャシーが言っていたことを思い出せたら…。メアリーは会計用パソコンの後ろの壁に雑然とピン留めされたメモを見つめていました。ボーナスに関するものは何もありませんでした。メアリーはまたうめきました。以前メアリーが間違いを犯したときは、解決に1週間かかったことが思い出されました。

さて、このストーリーを給与計算ソフト向けの機能により、どうやって違う結末に導き、痛いところ（問題）を喜びに変える新しいストーリーとして書き直せるか考えてみましょう。

オフィスマネージャーのキャシーがいない間、メアリーが給与計算の入力をしていました。メアリーは、解決に1週間もかかったミスをして以来、この仕事が好きではありませんでした。しかしキャシーからは、今頃は心配しないで大丈夫だからと聞いていました。「今週の給与計算」をクリックしたとき、その理由がわかりました。必要な情報は、まさにそのスクリーンに出ていたのです。以前、問題の原因となっていた複雑な数字の編み目の代わりに、ステップごとのインストラクションが人力フォームに

組み込まれていました。中でもよかったのは、いくつかのインストラクションがキャシー本人により書かれていた点でした。たとえばプリンタでどちら向きに小切手を置くかといったような、自分たちの会社向けの手続きについて書かれていました。最もよかったのは、今週締切りの特別ボーナスに関するリマインダでした。すべてがセット済みであり、クリックだけですべてが済みました。

このような短いストーリーは、新しい機能を示唆してくれるだけでなく、その機能とユーザーサーチ、または直接利益を得るユーザーとをつなげてくれます。

ストーリーはデザインの過程で進歩します

デザインのステージがブレインストーミング（生成）からコンセプト（表現）、そして仕様（記述）に移るにつれて、ストーリーの使い方も変化していきます。デザインの進歩にあわせて、ストーリーもフォーマットを変えたり、ディテールを加えながら進化していきます。

分析から設計へと進むにつれて、ストーリーに関わる人の数も増えていきます。ユーザーサーチの初期段階では、ユーザエクスペリエンスチームは直接ストーリーを使って仕事を進めていました。設計フェーズに移行すると、より多くの人に関わってきます。ユーザーサーチに参加していない（あるいはそのリサーチの一部にしか参加していない）人たちが、皆さんが学んだことや収集・選択したストーリーを使って仕事を始めます。

会社の組織やプロジェクトメンバーがどう構成されているかによっても、違いが生まれます。非常に有能なUXチームがいる場合と、従来の開発チームに一人だけUXデザイナーがいる場合とでは、ストーリーを用いる体験は異なってくるでしょう。

新しいストーリーを生み出すブレインストーミング： 生成的なストーリー

優れたUXデザインの過程では、収集したストーリーを携えてデザインフェーズへと移ります。必ずしもいつもそうとは限りません。気づけばユーザーサーチも完了せず、リサーチの中で見つけたストーリーも持たずに、デザインの過程のまっただ中にいるかもしれません。

とはいえ、ストーリーのアイデアが全く見つからないわけではありません。その場合、製品やサービスとそのユーザーに関する自分自身の過去の体験や仮説から、ストーリーを生み出します。しかし、自分自身の経験だけでなくデザインの

思考に使う言葉さえも、気をつけるべきものです。身のまわりの豊かな創造の源泉から、自らを遠ざけてしまうことになりかねません。

ブレインストーミングは長い間広く使われているテクニックである一方、必ずしも期待するほど生産的ではありません。チームメンバーのあらゆるクレイジーなアイデアを集めるのによい方法である一方、さらに役に立ちそうものとして、「ブレインストーミングヘルパー」のような創造的なアイデア、もしくはチームにとって異質で新しいアイデアのトリガーになるものがあります。

もしデザインで初めてストーリーを使うなら、ブレインストーミングゲームを使って新しいストーリーを作り出すことができます。



工学博士でもゲームはできる

私はまだ駆けだしのころ、ある特定の技術分野におけるアイデア出しのセッションのため、リサーチャーとリサーチマネージャーによる会議のために出張に出かけました。そのアイデアセッションは一般的なスタイルで、その日のトピックについて、参加者全員の頭からたくさんアイデアを絞り出すものでした。多くの会話があるセッションで（聞くことはあまりないのですが）、私がわかった範囲では、1番の目的は特許になりそうなアイデアを出すことで、2番目は製品にできそうなアイデアを生み出すことでした。

その会議を離れる1日か2日前、マネージャーから、私自身がこの会議の一部を進行、ディレクターも参加することを伝えられました。私はパニックに襲われながら、「もちろん、OKです」と静かに返事しました。いったい私が、工学系の博士たちであふれた部屋で何をすればいいのでしょうか？ 確かなことは、上司は私がよく話しているストーリーテリングというものを試したがっているということでした。しかしその当時、私は脚本とパフォーマンスの経験があっただけで、ワークショップで指導したことはほとんどありませんでした。

私は、ダグ・リップマンの著書『Storytelling Games』から知人が見つけたゲームをすることにしました。博士号を持ったリサーチャー向けに小学6年生のゲームをやらせようとしたのです。クビにならないことを祈っていました。

私はエンジニアたちをペアにして、Mad LibTMと似たゲームをしました。ゲームの目的は、虫食い文をリストから選択して、空白部分を単語で埋めることです。単語は、最新のあらゆるデザインやテクノロジーに関する組から選択します。適切な単語で文章を埋めることができれば、

その文を説明するストーリーが彼らの目に飛び込んでくるはずですが、やることは、その文章を書き留めることだけです。

リサーチャーの各ペアは、所要時間 15 分でストーリーの断片を書いたから、グループへ共有しに戻ってきます。

「単語をピックアップしてストーリーを書かせるって本気で言ってるんだろうか？」部屋には懐疑的な空気が流れていました。彼らがストーリーを書いている 15 分もの間、私は次の仕事の候補について考えを巡らしていました。きっと私は、部屋いっぱい工学博士に小学 6 年生のゲームをやらせたことでクビになるでしょう。

時間になったので各ペアを確認していくと、どのペアも、もう 5 分欲しいと言ってきました。もう一度確認した後、まだ少し時間が欲しいと言ってきました。…そしてもう一度。その頃には、私の首がつながるようなあたたかい風が感じられました。

グループがようやくストーリーを組みあげたときには、ストーリーを共有し合うのに予定のミーティング時間が残り 45 分しかありませんでした。ストーリーを共有してその刺激で思いついたインターフェースや技術をすべて明らかにした頃には 2 時間もそこに座っており、私たちは何かすごいことを成し遂げたと気づきました。

ただストーリーを思いつこうとするのは難しいですが、よび起こすのは簡単です。思い出してください、私たちは物語る存在です。ストーリーをよび起こすのに手間はかかりません。簡単なストーリーの断片があればいいのです。

ブレインストーミングヘルパー： ストーリーテリングゲーム

UX デザインのブレインストーミング向けに作られた、ダグ・リップマンのゲームをご紹介します。

1. ストーリー文をひとつ選ぶ。
2. ストーリーの文中の空白を埋めるために、人、場所、活動、動機の列から項目を選ぶ。言い回しを修正し、文章を文法的に正しいものにする。
3. 文章が完成したら、その文にコンテキストを与える短いストーリーを書く。

優れたストーリーの文章には、少なくとも 1 人の登場人物にひとつの場所、ひとつの動機に、ひとつの活動が含まれています。つまり、最もシンプルなストーリー文は以下のようになります。

- ・[場所]にいる[人]は[動機]をしたくて[活動]するのに助けを必要とする。皆さんの会社に適したディテールを用いて、より複雑なストーリー文を作ることができます。たとえば以下の文章は、モバイルコミュニケーションやコンピュータリングに関するストーリーを作るためのものです。
- ・[人]が[場所]にいる間、[動機]するために[人]を探して会う必要がありました。
- ・[場所]で[動機]しようとしている[人]は、[活動]のために準備しなければいけません。その[活動]は1時間以内にする必要があるものです。
- ・[場所]の[人]は、[活動]している間に鍵と財布をなくしたことに気付いて、再調整する必要がありました…すべてを!

上記の区分におけるストーリーの選択肢は、少し大きなものも含めて、すべての可能性を網羅しているべきです。プロジェクト用に自分のリストを作るときは、大胆な例もいくつか入れることを忘れないでください。もしユーザーから得た知見があるなら、あまり頻出しないタイプのユーザーも忘れず含めるようにしましょう。もし今の範疇にこだわろうとするなら、お決まりの結果で終わってしまいます。また、記述内容は短く簡単に理解できるようにしてください。皆さんは幅の広いストーリーが必要であり、細かく見てやっと思いのわかるようなストーリーは必要ありません。ここで出たアイデアは、皆さんを解放して自由に新しい方法で考えることが目的です。

以下は、表8.1にある言葉を使ったストーリー文です。

- ・海外にあるスモールビジネスのオーナーは、良識さを保つために貨料を払おうとしている。
- ・ある空港のスパイは、自宅に不在のときは、子どもの無事を知るために助けを求めている。
- ・ある学生は自らの社交生活を充実させたいと思い、ビーチにいる間、スーパーモデルと出会わなければならないと思っている。
- ・野球場にいた修道女は、子どもを車で送り迎えしていた間に鍵と財布をなくしたことに気づき、すべてを調整し直す必要がありました!

空想のような、またはより納得感のありそうな組み合わせを選ぶのもよいでしょう。ストーリーの中ではどんなことでも説明がつくため、とっぴな組み合わせになることも恐れてはいけません。ただ、既に知っていて同じようなストーリーを語る文を選んではいけません。思い出してください、このエクササイズのポイントは、デザイン上の課題に対する思考をクリエイティブに切り替えることです。

表 8.1 人・場所・活動・動機

人			
聖職者	レポーター／ジャーナリスト	トラック運転手	農場主
漁師	親	国家の首脳	プロのスポーツ選手
不動産業者	修道女	祖母	スーパーモデル
学生	中小企業経営者	スポーツ指導者	車椅子使用者
ウェ이터／ウェイトレス	医師／看護婦	フライトアテンダント	弁護士
警察官	読み書きを覚える前の子ども	パイロット	建築請負業者
場所			
ホームオフィス	教室	エレベーター	飛行機
オフィスビル	キッチン	ホテルルーム	外国
車の運転	公園	レストラン	ショッピングモール
街角	野球場	タクシー	電器店
法廷	ビーチ	公共バス	空港
活動			
ミーティングを計画する	プレゼンテーションを準備する	なくした電話を探す	休暇／旅行を計画する
交流する	買い物する	思考する	電話会議をする
ノートをとる	メールを書く	世界を救う	求職活動
コミュニケーションをとる	移動する	勉強する	デートレーディング
犯罪を防ぐ	複数のスケジュールを調整する	家賃を支払う	子供のためのお抱え運転手になる
動機			
節約する	お金を支払う	健康を維持する	人に影響を与える
友達との連絡を絶やさない	選んで会議を欠席する	もっと自由時間を増やす	社会生活を向上する
もっとお金を稼ぐ	自分に関連したニュースを追う	会話で気の利いたことを言う	ポーチに座りながらたくさん仕事をする
可能な限りスーパーマーケットにける時間がない	留守中、子供に安心感をいさぐ	ファッションセンスを磨く	個人的な病気を調べる
迷わない、二度と	正気を保つ		

ストーリーは穴埋めされた文から生まれ、人がどのように活動を成し遂げたかという物語を生み出します。以下では、思考方法の異なるチームメンバーのニーズに応える2つのエクササイズをご紹介します。

- ・**ラフなブレインストーミング**：ディテールは気にせず、各ストーリー文ごとに素早く多くのストーリーを作ってください。何も判断せずに、ただ素早くやりましょう。新しいアイデアの芽となりそうなストーリーを数多く生み出したいのです。

互いに打ち解けあって、頭から無造作にアイデアを引き出すことができるメンバーだと、この方法はとりわけうまく機能します。初めから決める必要はひとつもありません。

- ・**ひとつのストーリー文を選んで集中する**：ひとつの文に向けたベストなストーリーを作ります。この方法は、アイデアに深く入り込むのが好きなメンバーがいるときに有効です。このようなメンバーは、前述のような、幅広いアイデアからメリットを得ることはしにくいでしょうが、デザインでアイデアが豊かになることに心地のよさを感じるかもしれません。

上記の両方を用いることもできます。1つ目の方法から始めて数多くのアイデアを生み出し、次に2番目の方法で、より詳細な説明を与えるためにいくつかの文を選びます。



異なるワークスタイルは異なるストーリースタイルを必要とする

ある技術に関連したブレインストーミングのワークショップで、私は若いエンジニアとペアになりました。私たちは異なる単語のリストから2つを選んで組み合わせ、新しいアイデアをひらめこうとしました。約30分の時間を与えられ、長い単語リストを読み上げてできるだけ数多くのアイデアを考えました。私にはとてもおもしろい体験でした！「30分の過ごし方として何ていい方法なんだ！」と私は言いました。

しかし私のパートナーは、アイデアを自分のなじみのある技術に着地させながら、じっくり考えを進めていこうとしました。答えのないものはあり得ませんでした。不可解であることは許されなかったのです。私たちはスピードやイノベーションとはほど遠い状態でした。私は邁進しようとし、パートナーは時間をかけて思考しようとしています。30分が経過し、私たちには数個しかアイデアを出すことができませんでした。他のグループは10～15、あるいは20個もアイデアを出していました。いら

だちましたよ。

その時の体験を思い返すと、お互いの別々のアプローチのせいで、最悪の結果をもたらしていたことに気づきました。もしパートナーがもっと私に近い思考であったなら、もっと多くのアイデアを思いついたでしょうし、そのうちのいくつかは本当によかったかもしれません。しかし、もし私よりも彼の思考に近かったら、いくつかのよく練られた、情報科学、機械工学、製造、または恐らくプロダクトマーケティングに深く根ざしたアイデアを得ることができたかもしれません。私たちは何かを十分解決できたかもしれません。そうではなく、お互いが違うアプローチを取っていたため、小さく荒くすりつぶされたようなアイデアの塊を手に入れただけでした。

最良のアプローチはひとつではありません。共同作業で数多くのアイデアを得ることをよしと思える人がいる一方で、普段通りの思考をどうしても手放すことができない人もいます。したがって、誰と一緒に作業するのかを考えて、適度に調整する必要があります。いつも望んだように他人を変えることができるとは限りませんから。

時間を惜しまないでください。ブレインストーミングの本来の趣旨は、数多くのアイデアを生み出し、作業の出発点となる豊かなストーリーの混合物を手にすることです。即興のコメディグループであるプレイブ・ニュー・ワークショップ^{*4}は、600個のアイデアを出して、25のスケッチと共にひとつのショーを創り出しました。実際、彼らは600個の1行ストーリーを考えてから、アイデアの洗練に着手していました。このように、たくさんのスケッチを書いて頭を楽にしながら、ストーリー文によって素早く作品を生み出せます。そのうちの多くは捨ててしまうでしょうが、見込みのあるひらめきにつながるものもあるでしょう。

以下の例では、ブレインストーミングから生まれたストーリー文がどのように大きなストーリーに成長し、コンテキストを探索し、見込みあるデザインコンセプトを掘り起こすかをご覧ください。



生成的なストーリー

1章のストーリーの例に出てきた、シスターサラを思い出してください。サラは、野球の試合で自分の車を見つけれませんでしたよね？

以下では、同じ問題を解決するストーリーをお見せします。

ストーリー文：野球場にいる修道女は、土曜に子どもを車で送り迎えしていた間に鍵と財布をなくしたことに気づき、すべてを調整し直す必要

があります。

ストーリー：シスターサラにとって、それは慌ただしい朝でした。3人の子どもをそれぞれの家で車で拾い上げ、10代の子ども向けの自立支援ミーティングのためにダウンタウンへ連れて行き、さらにフィリップスの午後の試合に案内してあげました。財布と鍵をなくしたことに気づいたとき、どこでなくしたのかわかりませんでした。駐車場でしょうか？

スタジアムでしょうか？ 車の中でしょうか？ グラウンドでしょうか？ 誰が知り得ましょうか？

幸いにも、サラは自分の4Gの携帯電話を修道衣の内側のポケットに入れており、そのポケットにも穴は開いてませんでした。サラは銀行のアプリケーションを使って、今後起こりうる事態から預金口座をロックして守ることができ、ロックを解除するには自分で銀行に行く必要があることもわかりました。

サラは車の鍵が心配になりました。もし誰かが落ちているところを見つけ、どの車の鍵かまでわかったら、トランクの子もたちの絵を全部失ってしまいます。

過去に困ったことがあったので、サラは携帯電話のGPS機能を使って、巨大な野球場のどこに車を駐車したかを保存しておく方法を知っていました。サラは野球場のセキュリティオフィスに行き、警備員に車の場所を正確に伝えることができました。サラの鍵は車から数列離れたところにあったと、すぐに連絡がありました。

このストーリーでは、新しい製品に向けた見込みあるコンセプトが示唆されており、詳しい検討の準備が整いました。

- ・ 駐車した車の位置を記録できるモバイルアプリケーション。
- ・ ユーザーが緊急時にアカウントをロックできるモバイル銀行アプリケーション。
- ・ 携帯電話の信号に応答して自分の居場所を通知できるキーホルダーの付属装置。

このストーリーを聞いて、エンジニアやビジネスディベロップメント担当者は次のような考えを返してくれるかもしれません。

- ・ 駐車した車を見つけやすくするために、携帯から車のアラームを鳴らせてもいい。
- ・ 携帯で解錠とエンジンをかけることができたなら、鍵を持ち歩く必要がなくなるかも。

- ・携帯に付いたRFID^{*5}タグはATMで使えそうなので、財布をなくしてもいつでもお金をおろせる。

ユーザーサーチのためのストーリーを作成します： 生成的なストーリー（再び）

よいUXデザインのプロセスに従っているなら、すでに取り組むべきストーリーを手に行っていることでしょう。

- ・もし、まだストーリーが手先がないのであれば、観察結果やこれまでに集めたストーリーの断片からストーリーを作るところから始めましょう（7章「ストーリーを選択する」を参考にしてください）。
- ・新しい機能の検討を進めるにつれて、ユーザーがその機能をいつ、どのように使うかを探索したり、また自らがさらに開発を進めたいと思うことに、ストーリーが役立つことを思い出すことができるでしょう。

生成的なストーリーを用いて完全なデザインのソリューションを描く必要はないということを覚えておいてください。この段階の目的は、ストーリーを用いてブレインストーミングしながら、新しいアイデアをもたらすことです。いくつかのストーリーを用いて、よりよいソリューションを創造してみてください。皆さんのアイデアは問題を乗り越え、より速く、より簡単で、より便利なものや、何かをするのに全く違う方法を示してくれることでしょう。

目的は、あらゆるブレインストーミングと同じように、ストーリーを使って溢れ出さんばかりの創造力を得ることです。両期的な製品デザインで有名なデザインコンサルティング企業のIDEO^{*6}は「ブレインストーミングの7つのルール」について教えてくれています。そのうち3つは、ストーリーにまつわるブレインストーミングにとりわけ適しています。

1. **判断を保留する**：どんなアイデアも却下しないでください。どんなアイデアもひとつのよいアイデアであり、どんなに馬鹿げているか問題ありません。アイデアに羽ばたくチャンスを与える前にそのよしあしを判断することほど、ブレインストーミングの精神をそぐものはありません。
2. **野心的なアイデアを歓迎する**：最も独創的な考えはソリューションのキーになり得ますので、積極的に受け入れましょう。ブレインストーミングの主眼は、新しくて創造的なアイデアを生み出すことですから。
3. **他人のアイデアを足がかりにする**：人は時々「火星に行こう」などといったクレイジーで突飛なことを言い出しますが、そこには真の要素が含まれています。他人のアイデアを足がかりにすれば、そういったクレ

イジーなアイデアを地上におろし、真のイノベーションに変えられるでしょう。

ブレイブ・ニュー・ワークショップと同じように、IDEO もまた量を追求し新しいアイデアを次から次へと素早くことを提唱しています。「できるだけ多くの新しいアイデアを求めてみましょう。よいセッションでは、60 分間で 100 個のアイデアを出すことができます」。

ユーザリサーチをブレインストーミングに統合します

ユーザリサーチからアイデアを生み出すことにもブレインストーミングは使えます。プロセスは同じで、集めたものからくる文のリストやきっかけとする文がないだけです。以下の 2 つのやり方があります。

1. 聴取したり観察したストーリーや、またはそのコンテキストにおいてあらかじめ知っている人、場所、活動そして動機についてのリストを作り、ストーリー文を作るのに使用します。
2. 観察した状況や把握した問題点を元に文を作る。

以下は、あるヘルスケアに関するプロジェクトからの例です（表 8.2）。

- ・ある看護婦が患者の病室にいたときのことです。その患者が起き上がるのを辛そうにしていたので、理学療法士を見つけて相談する必要がありました。
- ・ケアコーディネーターは、過去の臨床結果をウェブから検索し、難しい

表 8.2 ヘルスケアのストーリーに関する人・場所・活動・動機

人			
看護婦	医療スタッフ	先生	受付係
腫瘍内科医	家庭医	理学療法士	プロのスポーツ選手
研究看護師	スペシャリスト	祖母	ケアコーディネーター
場所			
地域診療所	病院	待合室	家庭
緊急救命室	診察室	山湖	外国
活動			
患者を診察する	医師を待つ	治療選択肢を選ぶ	患者への請求
相談の準備	実行中のテスト	最新の研修を読む	ホームケアの計画
動機			
症状を心配する	家にこもる	健康を維持する	ベストな治療法を選ぶ
生活の質を向上する	快方に向かう	正しい診断をする	節約する

症例のための処置のオプションを見つけ出す人です。診療チームとのミーティングに向けて処置方法を用意しておく必要があり、1時間以内にやる必要があります。

- ・地方の病院のホームケアワーカーは、患者の自宅を訪問する間に鍵と財布をなくしてしまったことに気づき、すべてを調整し直さなければなりません。

上記の例はあまり奇抜なものではありませんが、現災の人の現災の問題を探っています。思い出してください、目的は溢れ出る創造力を手に入れることです。

ブレインストーミングからコンセプトへ： 表出的ストーリー

これまでは新しいアイデアを生み出すためのストーリーの使い方を話してきましたが、ストーリーは初期のスケッチに隠れた論拠を示してデザインを生み出す役割も担っているのです。



フロー・インタラクティブ社のシナリオは デザインを作り出す

ここでは、フロー・インタラクティブ社のフィル・バレットによるブログエントリー、「Telling Stories」（図 8.1）にて述べられたプロセスのお話を紹介します。

私たちは、未来のことや自分が置かれたのとは違う状況を想像するのが本来苦手なため、意識的にかつ明確にストーリーを作成し、自分たちが正しいことを行っているかどうか確認しなければなりません。インタラクティブデザイナーは、ペルソナ（ストーリー中のキャラクター）を作り、利用の文脈を記述し、ペルソナのゴールを特定します。

その後、シナリオを作成します。ペルソナが製品を使ってどのようにハッピーエンドを迎えるのか、説得力のある現実的なストーリーを話します。皆ストーリーを聞くことは得意ですから、チームは、いいもの、もっともらしくないもの、過激で画期的なものを素早く見極めることができます。

よいストーリーを生み出すベストな方法はひとつだけではありません。ストーリーの種別を分類したり、長さ、構造、フォーマットにおける違いを定義する方法を持っている人もいます。

ジーニー・レディッシュは、コンセプト開発のためのストーリーは、「現実の状況における現実のユーザーに関する非常に短いストーリー」であるべきだと提唱

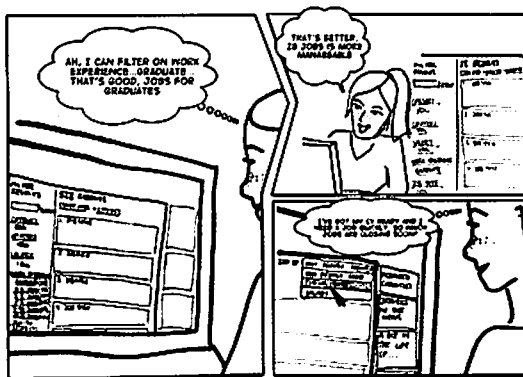


図 8.1 ユーザーの主要目的のコンテキストにおけるタスクを示したビジュアルシナリオ

しています。

サラ・スミスは、シカゴ郊外にある店頭にある、25年間続く3人の小さな旅行代理店につとめています。ある日、友人のジェニーからの電話を受け取りました。

ジェニーは来月のどこかで、知人に会いにフェニックスに行きたいと思っています。どの週末でも行けそうですし、金曜か月曜に休暇をとることも可能です。しかし、そもそも払える範囲の旅費であることが必要です。ジェニーがサラに依頼したいのは、来月の金曜から月曜のフライトで、最も安いものを見つけてもらうことです。

サラの例には、ユーザーに関する情報、ユーザーのゴールやタスクに関する情報、そしてユーザーのコンテキスト（身体的、社会的、また技術的な環境）に関する情報が含まれています。このシナリオは、最もベストなフライト料金を簡単に探したいニーズがあることを教えてくれています。この手の機能は今やほとんどの旅行サイトにあり、旅行代理店と一緒にリサーチしたら真っ先に見つかるでしょう。ジェニーはユーザーリサーチ中の実際の観察にもとづいてこのストーリーを作成しました（守秘義務のため仮名にしていますが）。

ジェニーの方法の中で、IBMのリサーチサイエンティストであるダン・グルーエンがストーリーとシナリオの違いを述べており、それは具体性や動機に関連したものとしています。彼のモデルでは、ストーリーは具体性が高く、キャラクターに動機づけを与えているのに対し、シナリオは具体性が低く、キャラクターの動機づけがほとんど、あるいは全く行っていません。新しいアイデアを生み出すとき、キャラクターの動機づけを含めることは、人間の性質や文化の中にス