

#### 目次

#### はじめに

#### 調査結果サマリ

- I. UXの取り組み状況
  - 01. ソフトウェア開発におけるUXの取り組みの状況
  - 02. UXにいつから取り組んでいるか
  - 03. UXに取り組んでいない企業の理由
  - 04. UXに取り組んでいる企業は成果が出ているか
  - 05. UXに取り組んだことによる効果
- II. UXの取り組みに至る経緯と課題
  - 06. UXに取り組む「きっかけ」
  - 07. UXに取り組む「目的」
  - 08. UXの取り組みにおける課題
  - 09. どのようなUXの品質判断基準を持っているか
- Ⅲ. 開発プロセスへの取り組み状況
  - 10. UXの取り組みにおいて主体となっている部署及び取り組み体制
  - 11. 開発プロセスへの取り組みの状況
- IV. 成果が出ている企業と成果の出ていない企業の比較
  - 12. 効果の比較
  - 13. 品質判断基準の比較
  - 14. 開発プロセスの比較

#### 調査概要

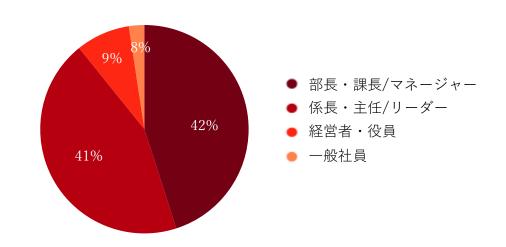
UX向上の取り組み状況に関する調査

調査期間:2021年11月下旬

調査方法:インターネット調査

調査対象:ソフトウェア・システム開発に携わる会社員

調査人数:586名



#### はじめに

UX (ユーザーエクスペリエンス)が市場から大きな注目を集めています。DX (デジタルトランスフォーメーション)の波は衰えを知らず、事業継続を左右する存在となり、UXはDX成功の重要要因となっています。

例えば、経済産業省の「DXレポート」や「デザイン経営宣言」などで国家が民間に対してUXの必要性を語り、IPAもDX文脈でUX人材を必須であると述べています。

実際に既に多くの企業が開発においてUXに取り組んでおり、SHIFTでもDX文脈で数多くのUXの支援を行っています。とはいえ、まだまだ日本ではUXの意識が低いと言わざるを得ません。欧米の企業はいち早くUXを競争優位の源泉であると理解しており、既にサービスの「品質」としてUXに取り組んでいます。事実、システムやソフトウェア品質の国際規格である SQuaRE(※)は、「製品品質」に加え、ユーザーが利用する際の「利用時の品質」を規定しています。

そもそも利用者との対話はUI(ユーザーインターフェース)を通して行われており、UXが形成されていきます。そして、そのUXの起点となるUIは開発プロセスで生産されています。つまり、UI/UXは開発プロセスのなかで注力して取り組まなければならないのです。

DX時代には、あらゆる企業がデジタルでの 顧客接点を求め、さまざまなサービスが大量 生産されていきます。このような時代にはど のような企業が競争に勝てるのでしょうか。

本調査では、UX品質の向上に取り組む開発の実態を明らかにし、DX時代において開発に関わるみなさまが、今後UX品質向上に取り組むための示唆を提供することを目的としています。

 $\ensuremath{\mathbb{X}}$  SQuaRE : System and software product Quality Requirements and Evaluation





#### 調査結果サマリ

本調査報告は、ソフトウェア開発におけるUXへの取り組みについて、2020年に続き 2021年版として調査した結果のレポートです。

その結果、UXの取り組みは昨年に引き続き半数以上の企業で取り組まれていることが 確認されました。そして、UXに取り組んだ企業の多くが「成果が出てきている」と答 えています。本レポートでは、企業は何をきっかけで取り組み、どのような効果が出て いるのか、どのような課題があるのかを報告していきます。

- 半数以上の企業がUXに取り組み、実際に成果が出ている
  - ソフトウェア開発において 52% の企業がUXに取り組んでいるまたは予定があるとしており、 取り組んでいる企業の実に 66% は成果が出ているとしている。一方で「全く成果が出てい ない」はわずか 2% であった。UXの取り組みは成果に結びついていると言える。
- 「使いやすさ」はもはや必須であり、UXの効果は多岐に渡る UXの取り組みのきっかけ、目的、効果において「使いやすさ」は最も多い回答となってお り、もはや「使いやすさ」は必須条件になっているとも言える。一方で「使いやすさ」だけ でなく、顧客満足度や競合差別化、売上拡大などUXの取り組みの効果は多岐に渡っている。
- 開発部門が主体となりUXに取り組むも下流工程が疎かになっている 開発部門が主体となってUXに取り組んでいるのが半数以上を占めているが、一方で開発プ ロセスの下流工程が疎かになっている。下流工程でUX品質が保たれていない可能性があり、 まだまだ改善の余地はある。

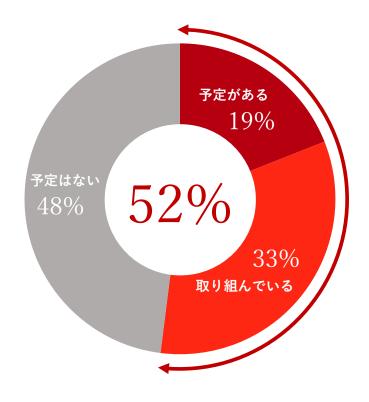
## I. UXの取り組み状況

- 01. ソフトウェア開発におけるUXの取り組みの状況
- 02. UXにいつから取り組んでいるか
- 03. UXに取り組んでいない企業の理由
- 04. UXに取り組んでいる企業は成果が出ているか
- 05. UXに取り組んだことによる効果



## 01. ソフトウェア開発におけるUXの取り組みの状況

#### 図表1 UXの取り組み状況



設問:ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか (単一回答) 回答者:586名

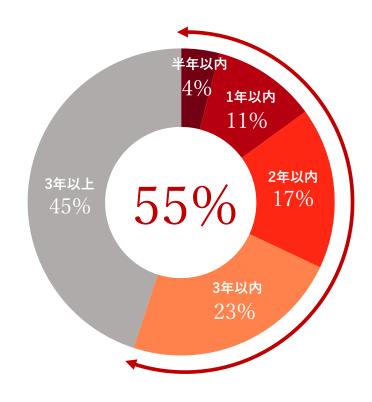
# **52%** が、開発においてUXに取り組んでいる・予定があると回答

ソフトウェア開発においてUX向上に「取り組んでいる・予定がある」とした回答は約半数となった。

昨年の調査では50%であり、微増でほぼ変わらない状況ではあるものの、ソフトウェア開発においてUXが重視されている状況が根付きつつあると言える。

## 02. UXにいつから取り組んでいるか

#### 図表2 UXの取り組み開始時期



設問:いつからUX向上に取り組んでいるか ※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して 「取り組んでいる」と回答した方への設問 (単一回答) 回答者:194名

## **55%** は、直近3年以内にUXに取り組んでいる

図表1で「取り組んでいる」とした回答のうち、55%が3年以内に取り組んでいると回答しており、ここ数年でUXに取り組んでいる企業が多いことがわかる。

一方で3年以上の企業に目を向けると、2020年の調査では3年以上が41%であり、今回の調査では3年以上が45%と増加している。開発現場において、継続してUXに取り組んでいる様子が伺える。

## 03. UXに取り組んでいない企業の理由

#### 図表3 UXに取り組まない理由

要求事項に上がっていない	46%
取り組み方がわからない	27%
推進できる人材がいない	17%
効果や目的がわからない	17%
UXに取り組むべき課題がない	15%
予算がとれない	13%
業務多忙のため手が回らない	12%
経営層・管理者の理解が得られない	4%

設問:UXに取り組まない理由は何か ※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して 「予定はない」と回答した方への設問 (複数回答)

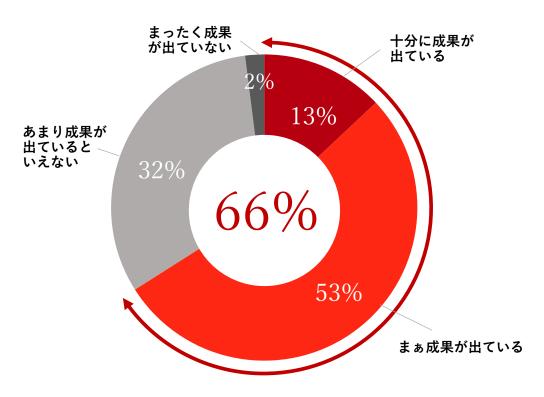
## そもそもUXが「要求事項に上がっていない」 から取り組んでいない

図表1の「UXに取り組む予定はない」としたその理由を聞いたところ、「要求事項に上がっていない」との回答が46%を占めた。 そもそも上流工程から取り組みがなされていないことから開発従事者としては手の打ちようがないようだ。

一方で「取り組み方がわからない」や「推進できる人材がいない」といった回答も上位に上がっている。UX人材は企業間でも 争奪戦が繰り広げられており、人材確保が課題となっている。

### 04. UXに取り組んでいる企業は成果が出ているか

#### 図表4 UXの取り組みの成果



設問: UXの取り組みで成果は出ているか ※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して 「取り組んでいる」と回答した方への設問 (単一回答) 回答者: 194名

## 66% がUXの取り組みの成果が出ている

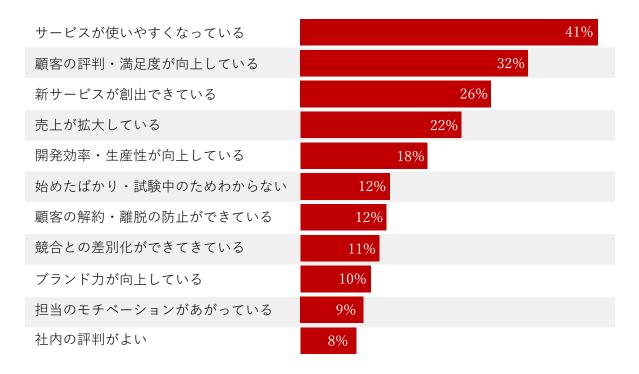
図表1で「UXに取り組んでいる」と回答した企業のうち、UX向上の取り組みに対して「十分に成果が出ている」「まぁ成果が出ている」とした回答は実に66%であった。UXの取り組みにおいて、成果が出てきているようだ。

一方で「まったく成果が出ていない」とした回答はわずか2%であった。



### 05. UXに取り組んだことによる効果

#### 図表5 UXの取り組みの効果



設問:UXの取り組みに対する効果は何か ※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して 「取り組んでいる」と回答した方への設問 (複数回答)

回答者:193名(特になし1名を除外)

## 効果は「使いやすさ」だけでなく、顧客満 足度や売上拡大など多岐に渡っている

UXの取り組みの効果として、「サービスが使いやすくなっている」が最も多い回答となった。一般的にUXの取り組みに求めるものとしてユーザビリティが挙げられ、実際に効果として表れている。次いで「顧客満足度の向上」となっている。

また、「新サービスの創出」や「売上拡大」、「生産性の向上」など、顧客視点であるUXの効果が多方面で表れてきている。

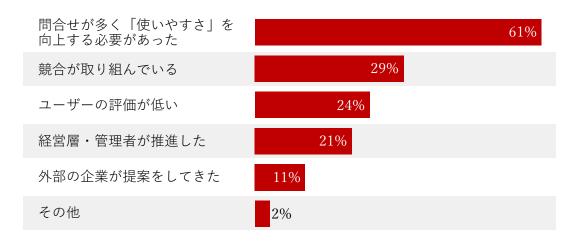
## II. UXの取り組みに至る経緯と課題

- 06. UXに取り組む「きっかけ」
- 07. UXに取り組む「目的」
- 08. UXの取り組みにおける課題
- 09. どのようなUXの品質判断基準を持っているか



## 06. UXに取り組む「きっかけ」

#### 図表6 UXに取り組むきっかけ



設問:UXに取り組むきっかけは何か ※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して 「取り組んでいる」「予定がある」と回答した方への設問 (複数回答) 回答者:303名

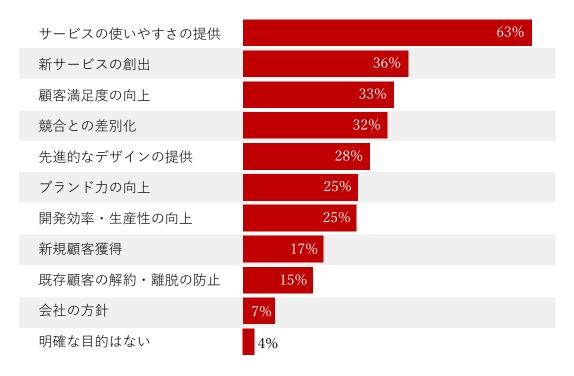
## きっかけは問合せやユーザーの評価、競合 の動きなど外部要因が多い

「使いやすさ向上の必要性」の回答が61%で圧倒的であった。ユーザー起因による問合せや評価、更には競合の取り組みなど外部要因がきっかけとなりUXに取り組んでいる様子が伺える。

現代のユーザーはインターネットで簡単に評判を閲覧でき、自身も容易に評価を下してSNSやレビューサイトなどで共有できる。 競合に勝つためにもUXに取り組み、サービスの悪い評判を回避し、顧客満足度を高める必要性がある。

### 07. UXに取り組む「目的」

#### 図表7 UXの取り組みの目的



設問:UXに取り組む目的は何か ※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して 「取り組んでいる」「予定がある」と回答した方への設問 (複数回答) 回答者:303名

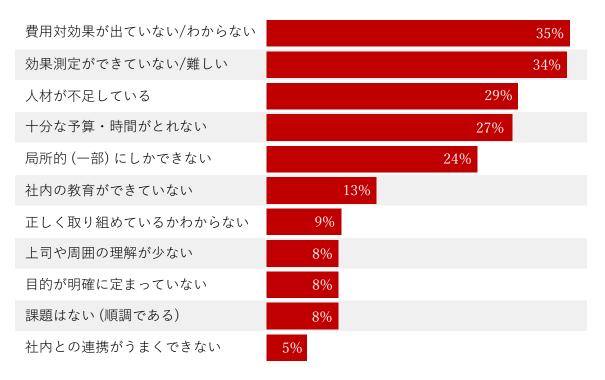
## 「使いやすさ」が圧倒的であるが、その目 的も多岐に渡る

「使いやすさ」は製品品質として必須条件であることが認識されているためか、圧倒的に多くなっている。

一方で、図表5の「UXの取り組みの効果」でも挙がっている通り、UXの取り組みの目的も多岐に渡っており、「新サービスの創出」「顧客満足度の向上」「競合との差別化」が上位に挙がっている。いずれも事業継続のために必要不可欠である。

### 08. UXの取り組みにおける課題

#### 図表8 UX取り組みの課題



設問:UXの取り組みに対して課題はあるか ※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して 「取り組んでいる」「予定がある」と回答した方への設問 (複数回答) 回答者:303名

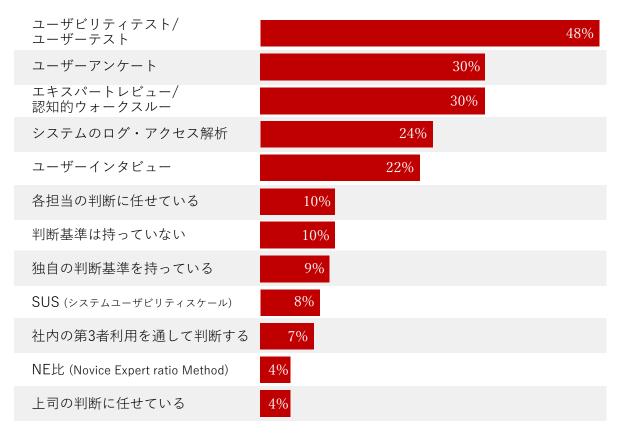
## 課題は効果の判断の難しさとUXへ取り組むための人材・時間などの資源不足

効果の課題が上位を占める結果となった。UXは人間と向き合い、 その体験を通した感情の産物であるため、データだけで測るの は危険であり、定性的な評価も行う必要がある。

効果を出していくには、しっかりと計画を立て、仮説・検証を繰り返すことが重要である。しかし、人材や時間などの資源不足の問題もあり、内部で完結するにはやはり難しい部分があることは否めない。

## 09. どのようなUXの品質判断基準を持っているか

#### 図表9 UXの品質判断基準



設問: UXにおける品質判断は何か ※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して 「取り組んでいる」「予定がある」と回答した方への設問 (複数回答) 回答者: 303名

### ユーザーやUX専門家などの第3者を通した 品質判断を重視

サービスを実際にユーザーに利用してもらい、サービスの評価を行う「ユーザビリティテスト/ユーザーテスト」が最も多い回答となった。UXを磨いている企業は常時実施して、その品質判断の拠り所としている。

UXはその名の通りユーザー体験であり、サービス提供者が品質判断を行っても正しい品質判断は難しい。調査結果を見ても、ユーザーに聞くかUX専門家にユーザーに成り代わって品質判断を行うことが重要であることが認識されているようだ。

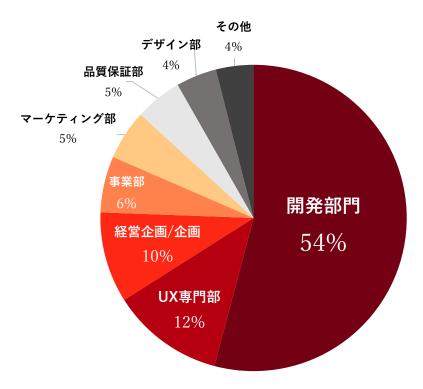
## III. 開発プロセスへの取り組み状況

- 10. UXの取り組みにおいて主体となっている部署及び取り組み体制
- 11. 開発プロセスへの取り組みの状況



## 10. UXの取り組みにおいて主体となっている部署及び取り組み体制

#### 図表10 UXの主な担当部署

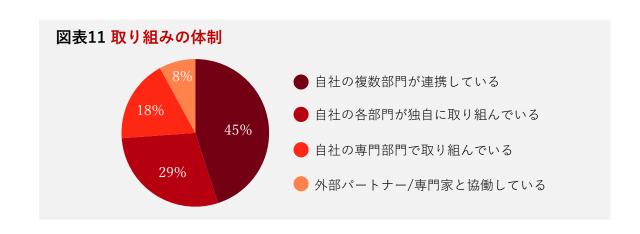


設問:主な担当となる部署はどこか ※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して 「取り組んでいる」「予定がある」と回答した方への設問 (単一回答) 回答者:303名

## 54% が、開発部門が主体となりUXに取り組んでいる

UXの取り組みは開発部門が主体となっている割合が54%と半数以上を占めた(図表10)。次いでUX専門部となっている。しかし、UX専門部を持つことは規模の大きい企業でないと難しく、実際にUX専門部を持つ企業規模は1,000人以上の企業で9割を占めていた。

また、UXの取り組み体制(図表11)では、複数部門との連携が多い回答となっている。





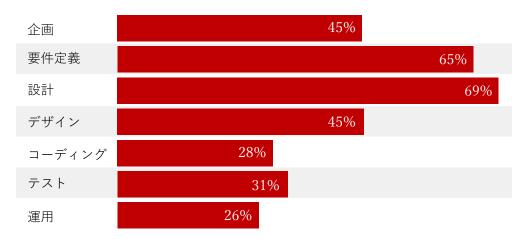
## 11. 開発プロセスへの取り組みの状況

### 開発プロセスの上流工程に偏りがあり、プロセス全体での導入に至っていない

「開発プロセスの取り組み状況」(図表12)を見てみると、 UXは上流工程で取り組むケースが多く、下流工程や運用段階においては疎かになっている。特に品質判断を行うべきテスト段階の低さ、そして実際にリリースした後の運用においては、ユーザーからフィードバックが得られるはずであるにも関わらず、取り組んでいる割合が低いことは課題として挙げるべきであろう。

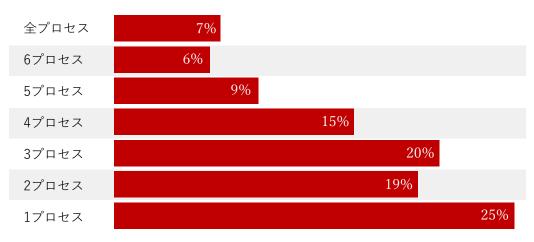
また、開発プロセス全工程での取り組みは非常に稀であり、まだまだ全工程での取り組みに至っていないのが現状である(図表13)。

#### 図表12 開発プロセスへの取り組み状況



設問:開発プロセスのどの工程でUXに取り組んでいるか ※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して 「取り組んでいる」「予定がある」と回答した方への設問 (複数回答) 回答者:303名

#### 図表13 開発プロセスへの導入状況



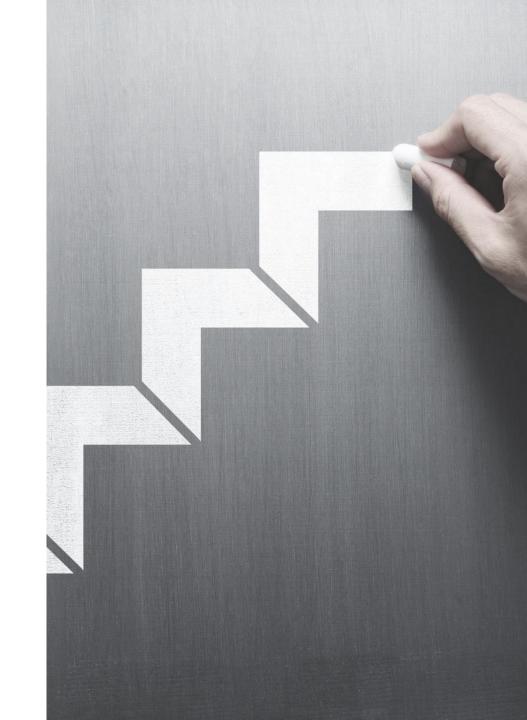
※ 図表12の設問の回答に対してSHIFTで集計をした結果

## IV. 成果が出ている企業と 成果が出ていない企業の比較

- 12. 効果の比較
- 13. 品質判断基準の比較
- 14. 開発プロセスの比較

※「ソフトウェア開発においてUXに取り組んでいるか」に対して「取り組んでいる」と回答した方(回答者:194名)の内、「まだサービスがリリースされてない」と回答した方6名を除き、以下の通りに分類を行いSHIFTで集計した結果

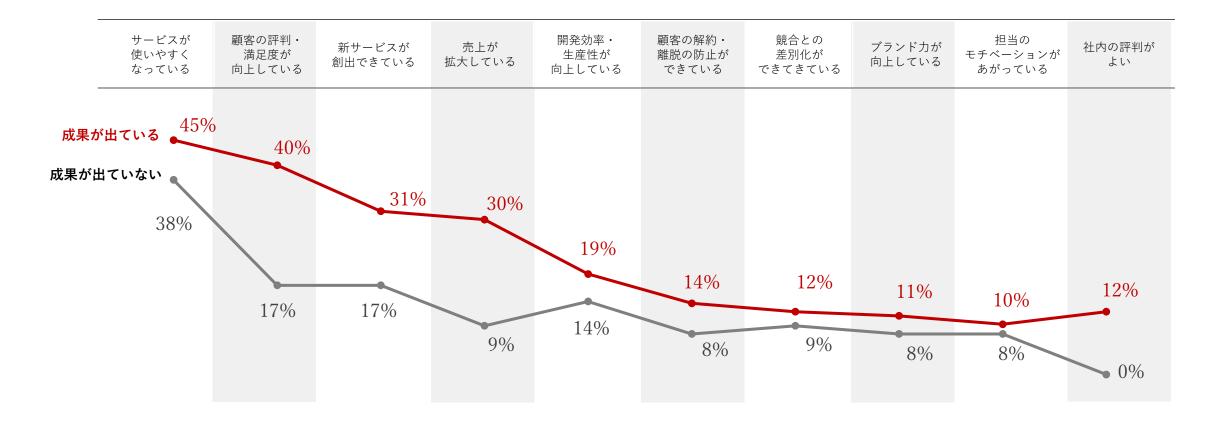
成果が出ている企業 (「十分に成果が出ている」「まぁ成果が出ている」と回答した企業) 成果が出ていない企業 (「あまり成果が出ているといえない」「成果が出ていない」と回答した企業)



## 12. 効果の比較

#### 図表14 成果が出ている企業と出ていない企業の効果の比較

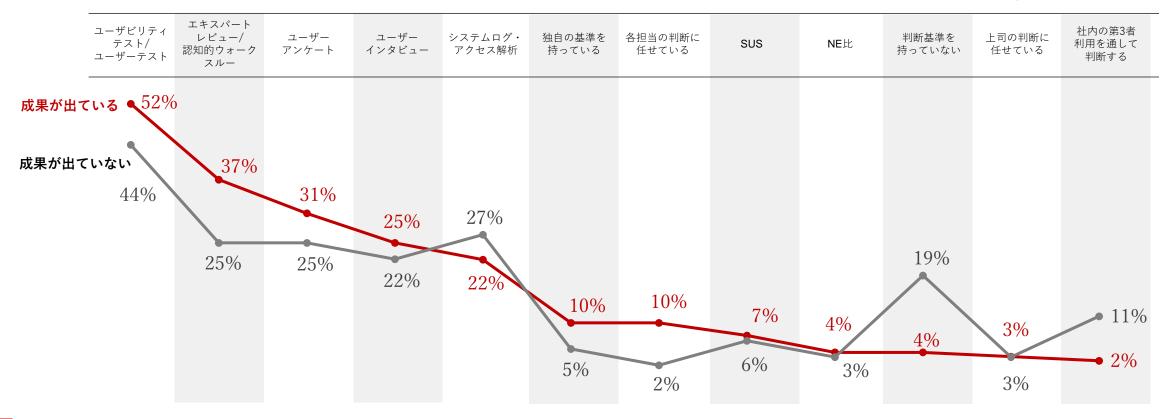
成果が出ている企業はあらゆる項目において、成果が出ていない企業を上回っており、 文字通り成果が出ていると言える。特筆すべきは、「顧客の評判・満足度の向上」 「売上拡大」において大きな差が出ていることである。



## 13. 品質判断基準の比較

#### 図表15 成果が出ている企業と出ていない企業の品質判断基準の比較

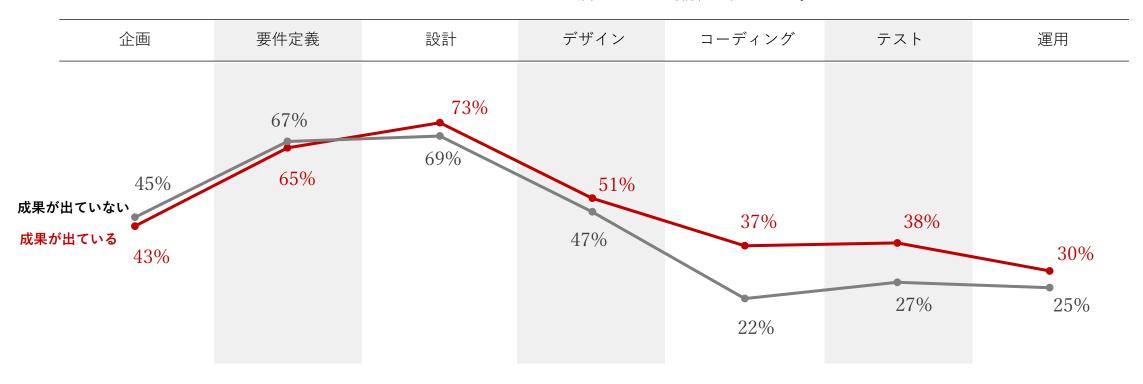
共に「ユーザビリティテスト/ユーザーテスト」を主として品質判断を行っている。しかし、成果が出ている企業は「エキスパートレビュー/認知的ウォークスルー」を次いで重視している一方で、成果が出ていない企業は「システムログ・アクセス解析」を次いで重視している。また、成果が出ていない企業は「判断基準を持っていない」が19%を占めており、成果が出ている企業と大きな差となっている。



## 14. 開発プロセスの比較

#### 図表16 成果が出ている企業と出ていない企業の開発プロセスの比較

成果が出ている企業は下流工程であるコーディングやテストでもしっかりと取り組んでおり、折れ線の傾斜が緩やかなのがわかる。一方で成果が出ていない企業は上流工程で取り組んでいる割合が高く、下流工程での取り組みの割合が相対的に低くなっていることがわかる。実際に生産される段階である下流工程での取り組みの有無が影響を及ぼしている可能性を示している。





## まとめ

ソフトウェア開発は変化をしています。開発手法もアジャイル開発が主となってきて いますが、アジャイル開発の本来の目的も「顧客満足」のためです。同様にソフト ウェア開発の品質基準も「顧客満足」であるべきです。

今回の調査で、多くの企業が既に開発においてUXに取り組んでおり、もはや「使いや すさ」は顧客満足のための重要な要素であり、競合差別化、売上向上を実現するため に取り組んでいる姿が見えてきています。

UXへの取り組みは「顧客体験価値を提供して顧客満足を得る」ということに他なりま せん。そして、開発プロセスは顧客体験価値を具現化するプロセスであると言えます。 なぜなら顧客接点であるUIは開発プロセスで生産されるからです。

優れた企画、優れたテクノロジー活用も、UIが「わかりにくい」「使いにくい」状態 であれば、ユーザーは利用継続がままなりません。これではバグを0にしたとしても、 無意味なのではないでしょうか。

DX時代においては、開発に関わるみなさまがUXマインドを持ち、顧客視点で開発を 行うことこそが、競争に勝ち、DXを成功に導くことであると考えています。



SHIFTグループは、ソフトウェアの「品質保証」を手がけており、従業員数は連結で7,420人(2021年11月末時点)を超えています。

当社は、様々な業種・業態のクライアント企業に品質の支援をさせて頂いており、 グループ会社全体で連携し、サービス開始から運用まですべてをサポートできる 「ONE-SHIFT」体制をとり、現在では「DX」「売れるサービス作り」の支援も 行っています。

そのなかで、UXを「品質」として位置づけており、SQuaREで定義されているように、「製品品質」だけではなく「利用時の品質」を実現し、クライアント企業のDXや新規事業の成功に導くために、開発の知識を有したUX専門家を育成して多くの専門家を擁しています。

現状のソフトウェアのUXの評価から、企画やマーケティングの支援、開発プロセスの一貫したUX品質支援、テスト段階でのUIテストまであらゆる場面で、顧客体験価値の実現に向けて支援を行っています。



問合せ先

株式会社SHIFT マーケティンググループ marketing@shiftinc.jp その常識、変えてみせる。



www.shiftinc.jp