**第5章　Webサイト利用時における一時的UXの取得**

5.1. 実験概要

　４章ではインタフェース比較実験を行い，インタフェースの違いによってUXの取得にどんな影響があるかを検証した．出力インタフェース比較実験では，グラフありの場合のインタフェースにおいてUXの入力が多くされる傾向があり，UXカーブで簡略化・バイアスがかかったUXを詳細に取得する傾向があると考えた．入力インタフェース比較実験では，音声入力のインタフェースは短時間で多くの情報が入力される傾向があり，入力回数が減少傾向にあるので製品・サービスの体験を阻害しにくく，より詳細なUXを入力できると考えた．この結果を踏まえて，本実験では，出力インタフェースはグラフがある場合，入力インタフェースでは音声入力のインタフェースを用いて実験を行い，実際の製品・サービスを想定したWebサイト利用時のUXを取得する．得られたUXをUXカーブと傾向を比較し，合わせてWebサイトの評価をすることでアプリケーションの有効性について検討する．

5.2 実験目的

　実際の製品・サービスの利用時に近いUXを取得するために，Webの利用時のUXを取得してUXカーブと傾向を比較する．また，UXの取得と合わせてWebサイト利用時の一連の行動を撮影することで製品評価を行い， Webサイト利用時の行動とアプリケーションで得られるUXの関連性を明らかにする．

5.3 実験方法

　本実験は，アプリケーションを用いてWebサイト利用時のUXを取得した．WebサイトはSUNTRY[34] のサイトを利用してもらい，サイト内で扱えるポイントを貯めて景品に応募するというタスクを行ってもらった．SUNTRYのサイトはWebサイトとしての価値が高く[35]，誰でも利用出来るという理由から実験タスクに用いるサイトとして採用した．**実験環境を表5.1に示す**．被験者は健全な大学生および大学院生10名である．実験の流れは以下の通りである．

(1) 事前準備

　実験目的や概要を説明した後，被験者が慣れるまでアプリケーションの操作練習を行ってもらった．次にMacBookの操作練習を行い，被験者が十分に慣れたら実験を開始した．

(2) Webサイトの利用

　Webサイト利用中に，被験者が感情の変化が起こったと感じた瞬間にUX値を100[%]〜-100[%]，その際の感情と感情の変化要因を音声で入力してもらった．Webサイトは会員登録を行なってもらい，会員が利用出来るサービスを利用してポイントを貯めて最後に懸賞に応募するという一連のタスクを行ってもらった．具体的な流れを以下に示す．

・会員登録

　実験を開始したらメールアドレスを用いて会員登録をしてもらった．会員登録が終了し，ログイン状態になったら次のタスクを行ってもらった．

・コンテンツを利用してポイントを貯める

　主にゲームなどを遊んでもらってポイントを貯める方法と記事を読んでポイントを貯める方法がある．ゲームなどのコンテンツは数種類のミニゲームが遊べるようになっていて，ゲームをクリアするとポイントが貯まるようになっている．記事などを読んでポイントを貯める方法では，記事の最後にあるボタンを押すことでポイントが貯まるようになっている．本実験では，ゲーム系コンテンツで7つ，記事系のコンテンツから4件からポイントを取得するように指示し被験者にポイントを貯めてもらった．利用してもらうコンテンツの順番は被験者によってランダムとした．

・懸賞に応募

　最後にWebサイトでポイントを利用して懸賞に応募してもらった．応募する懸賞は自由とし，応募が完了したら実験を終了とした．

(3) Webサイト利用後

実験が終了したら４章の実験同様UXカーブを記入してもらい，WUSを用いて，Webサイトとアプリケーションに関するアンケートを行ってもらった．



図5.1 SUNTRYのTopページ



図5.2 ゲーム系のコンテンツ一覧



図5.3 記事系のコンテンツ

表5.1 実験環境

|  |  |
| --- | --- |
| 実験機器・ソフト |  |
| 入力デバイス | Apple iPhone5s（iOS 8.4） |
| PC | Apple MacBook Pro Retina 13-inch，Mid 2014  2.6GHz Intel Core i5，16GB 1600 DDR3  (OSX 10.11.6 Capitan) |
| 動画録画ソフト | Apple Inc. Quick Time Player(10.4) |
| Webサイト | SUNTORY HOLDINGS LIMITED,  SUNTRYホームページ |

5.4 結果

[] SUNTRY, **http://www.suntory.co.jp/?ke=hd,** 2016/12/16アクセス.

[] Tribeck Brand Strategies,Inc, Webサイト価値ランキング, **http://japanbrand.jp/ranking/we-ranking/we2014-2.html** 2016/12/16アクセス.