

‘学びあう’授業のために

UXキャンプ2014 in Fukuoka

日本電子専門学校 井上順子

情報デザイン教育の取り組み

授業スタイル

アクティブラーニング型（学生たちの能動的な学び）

ワークショップ形式

先生は船の先導役

答えは教えるのではなく、共に見つける旅にでる。

授業のゴール

アイデアの見つけ方を学ぶ

→答えの解き方、見つけ方を知れば課題が楽しくなる。

アイデアの良し悪しがわかる

→自分で評価するのでなく、利用者に評価してもらう。



授業実践の公開、発表

「創造的思考を用いたUIデザインの教材」2014年,日本デザイン学会

「インフォグラフィックデザインの教育実践2」2013年,日本デザイン学会

「インフォグラフィックデザインの教育実践」2012年,日本デザイン学会

「電子書籍のインタラクションデザイン」2011年,日本デザイン学会

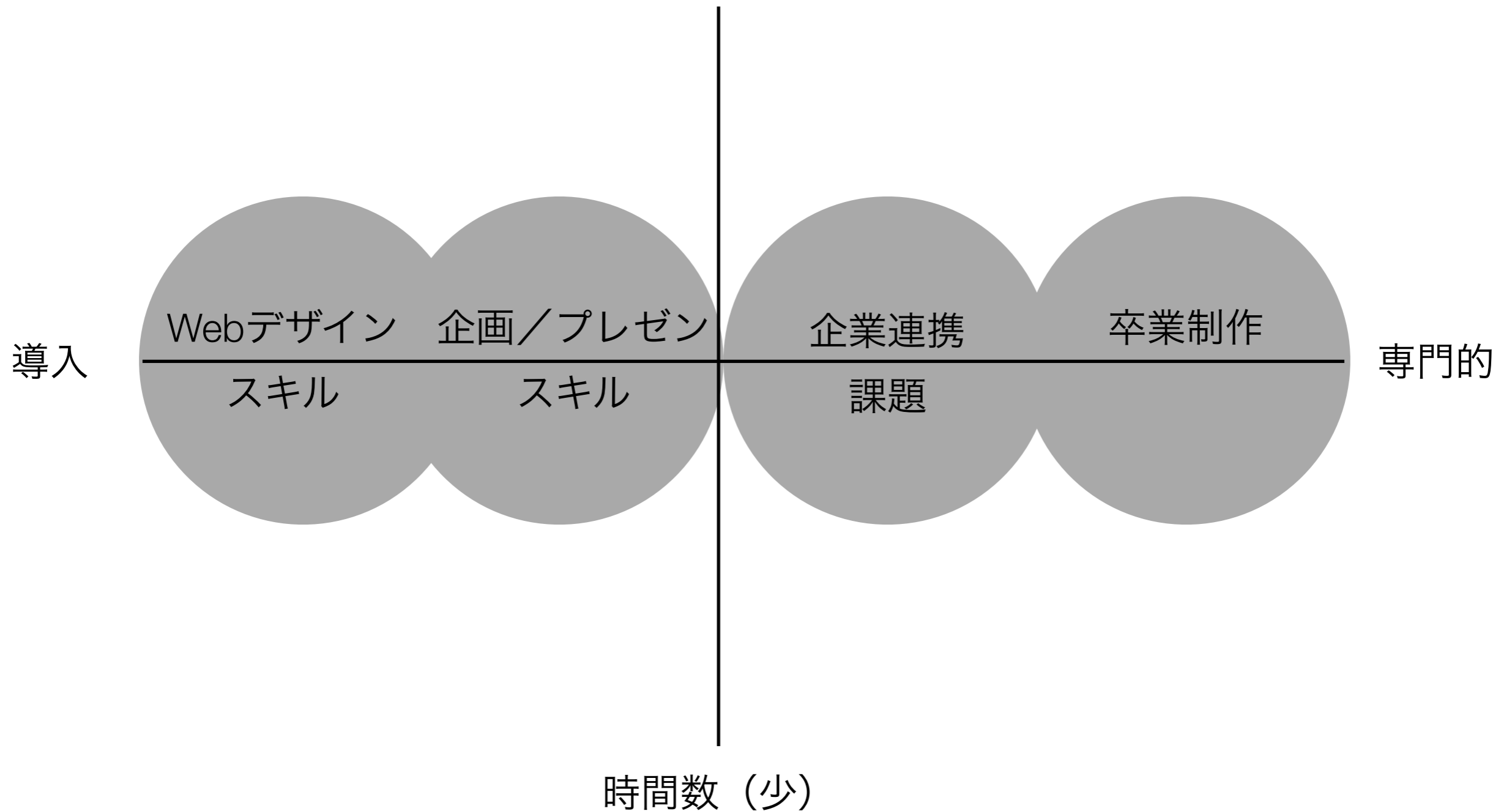
「体験型学習による情報デザイン教育の実践」2010年,日本デザイン学会

など



スキルトレーニングと問題解決アプローチ

時間数 (多)



スキルトレーニングと問題解決アプローチ

時間数 (多)

1年生後期

人間設計プロセス

発想手法 / ユーザ視点

2年生前期

UI / UXデザイン

コンテンツ / 提案力

Webデザイン

企画 / プレゼン

企業連携

卒業制作

スキル

スキル

課題

専門的

導入

フィールドサーベイ

ロジカルシンキング

入学時

チームビルディング

コミュニケーション

時間数 (少)

授業テーマ

- 贈ることのデザインー新しい贈り物体験をデザインする
(2014年)
- 東京都庁展望台の利用者に向けたアプリ提案 (2013年)
- 書店で本を探す体験のデザイン (2012年)
- 旅のデザイン (2011年)

事例紹介 「贈ることのデザイン」

贈る体験のデザイン



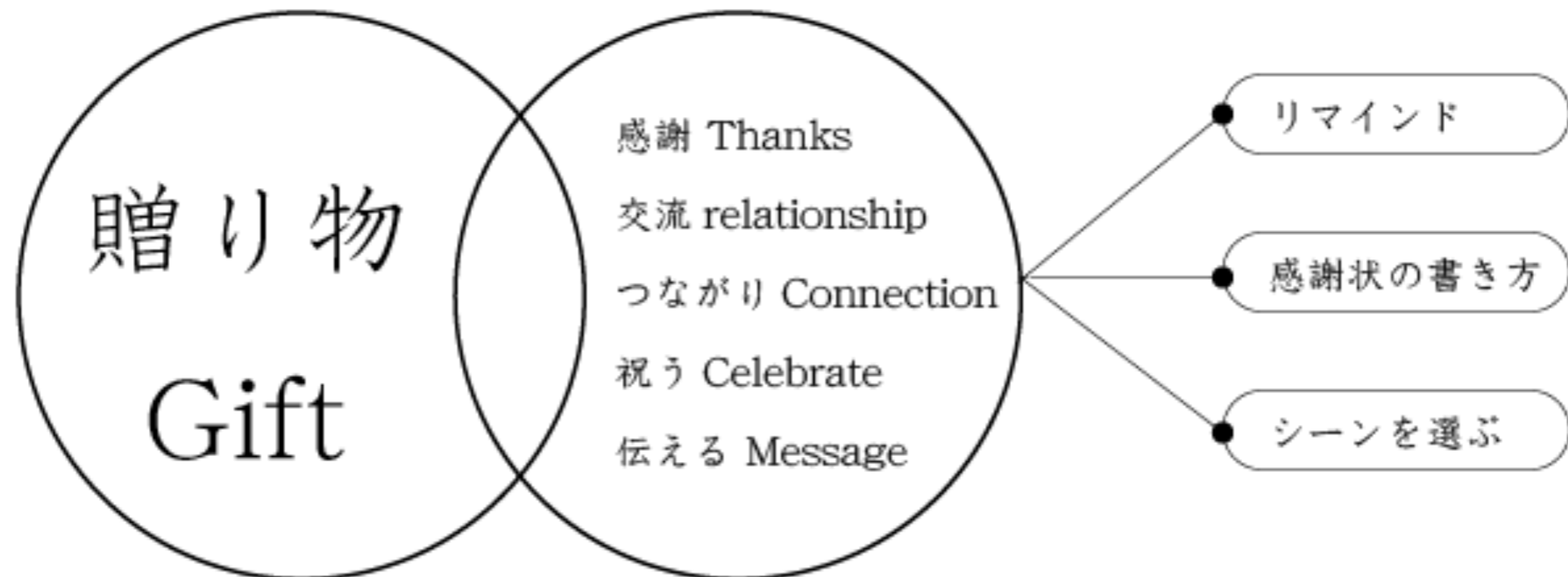
14AW 情報デザイン I

【テーマ】

魅力的な贈り物体験（モバイル体験）のためのデザイン。

お誕生日や結婚祝いなど心のこもった贈り物をする体験が、「感謝」「交流」「つながり」「祝う」「伝える」などをさらに魅力的な体験になるようなアイデアを提案してください。

贈り物をする体験を通して、より深い人間関係を築いたり、相手の人生のイベントを共感するなど、「ギフトを贈る」ためのサービスアプリを提案してください。



商品化されている先行事例



もやピタ

楽天市場から
新感覚iPadアプリが誕生

もやピタ



AppStore からダウンロード

ボタンをクリックするとソフトウェア「iTunes」が起動します



授業スケジュール

気づきを発見

発案する

造って試す

実現性の確認

探求

設計

再構成

実施

2014年10月8日

プレ課題

2014年10月22日

サービスサファリ

2014年10月28日

フィールドワーク

2014年11月12日

ブレインストーミング

2014年11月19日

フィールドワーク

2014年11月26日

フィールドワークのまとめ

2014年12月3日

コンセプト

2014年12月10日

ペルソナ&シナリオ

2014年12月17日

プレゼン、ラフスケッチ

2015年1月7日

ワイヤーフレーム

2015年1月14日

UIデザイン

2015年1月28日

ユーザテスト

ブラッシュアップ

2015年2月4日

最終プレゼン

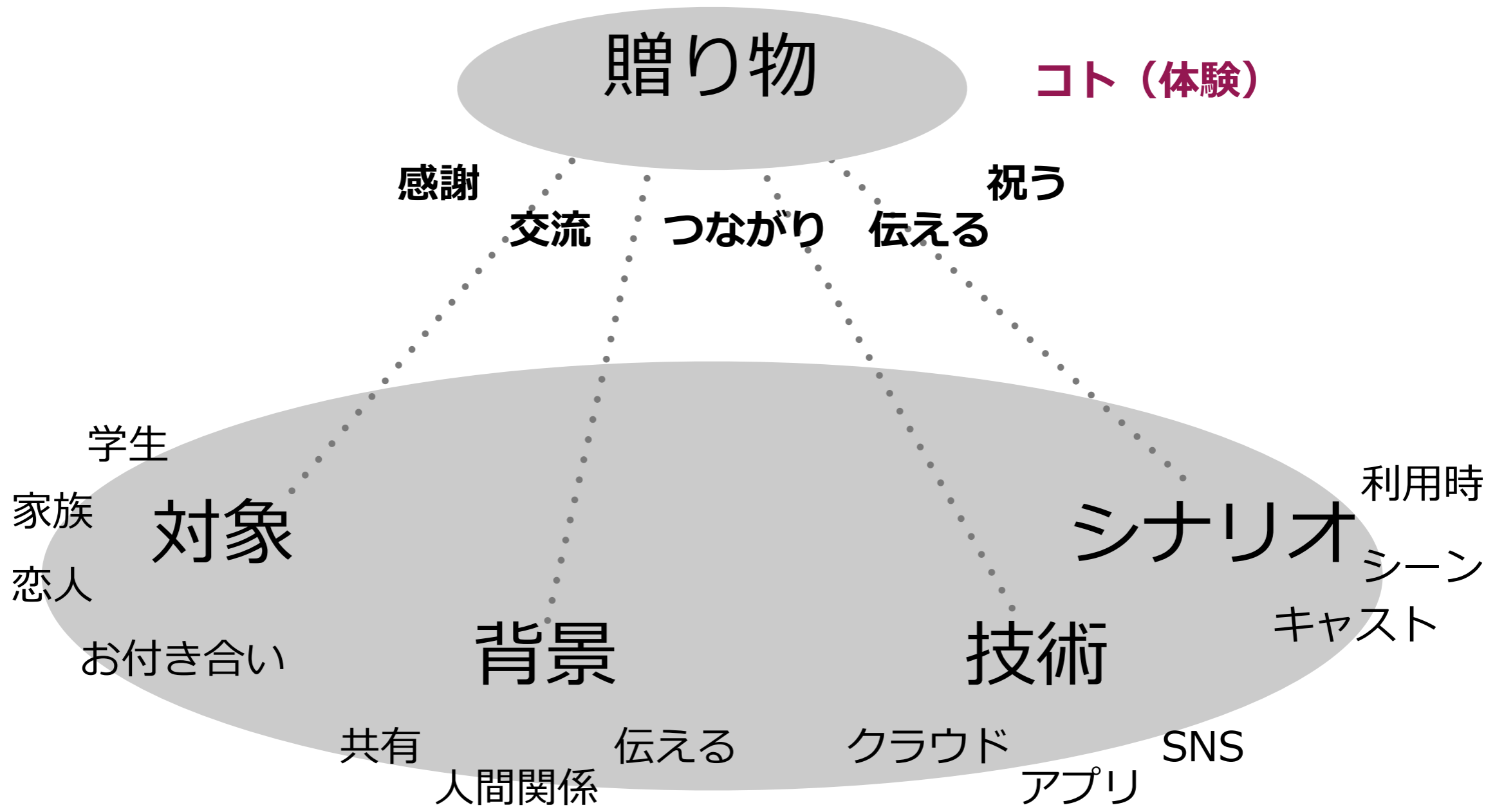
6

3

2

2

お題検討の切り口



お題が決まれば授業の骨子が描ける。

お題検討の切り口

ユーザにとっての価値に気づく
インサイト発見から提案できる

ユーザ体験 / ユーザ観察 / インサイト発見...

学習目標

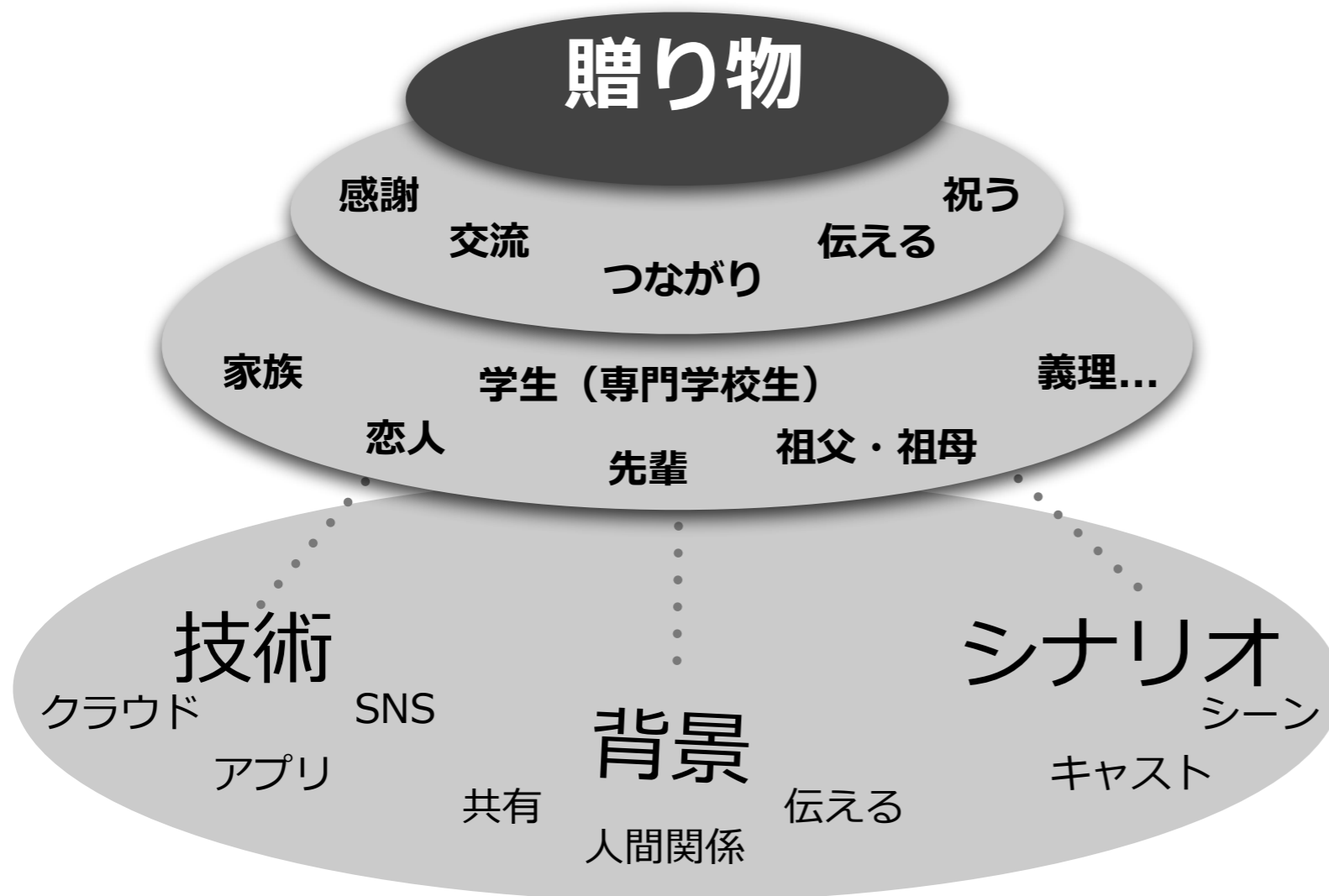
学習項目

お題

テーマ / カテゴリ / インサイト

ユーザ / 関係者

その他（社会的な観点）、話題性



お題検討で大切にしていること

教員がアイデアを出せるか。

自分ごとしやすいか？

学生にとってテーマに伴う体験があるか。

楽しめるか？

事例が示せるか。

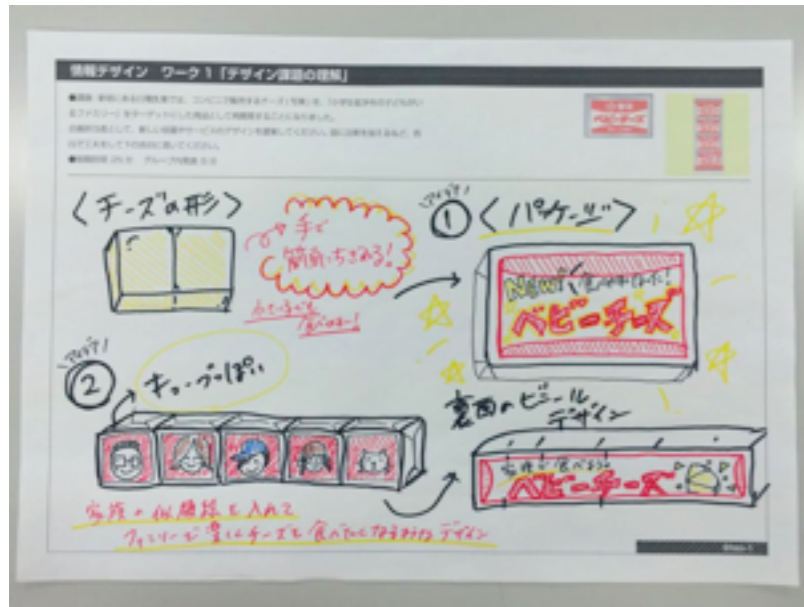
お題からサブテーマの広がりが望めるか。

行動、行為につながるサブテーマか。

工夫点

課題スタートの前のプレ課題。

ワークの流れや大事なポイントを俯瞰する。



ユーザ視点
観察方法
ペルソナ・シナリオ
モックアップ作成
プレゼンテーション

答えを共に見つける

アイデアをアウトプットする機会を増やす



アナログか、デジタルか？

発想の引き出しを複数用意する。

アイデアを掘り下げる、多角的に捉える。三角測量。

気づきを発見するための手法アラカルト

カスタマージャーニーマップ

シャドーイング

ステークホルダーマップ

文脈的インタビュー

エスノグラフィ

期待マップ

サービスサファリ

ペルソナ・シナリオ

ワークシートを用意する（気づき、ポイントを明示）

エスノグラフィ「贈るサービスのアイデア（気づき）を発見する」

気づき

個人の好みにカスタマイズできる商品。

場所・シチュエーション

LUSHのお店の中で、香りや素材感の好みにカスタマイズできる石けんを発見。

写真やイラスト



「天然素材がスクラブ機能になるんですよ。」
自然派志向のお友だちには
ぴったりかもしれませんね。

など、お友だちの好みに応じてカスタマイズでき、
「あなたのために特別にブレンドした」
という満足感。



ユーザー行動・心理

プレゼントあげる時に「オリジナル」「特別ブレンド」と一言添えたい！

考察

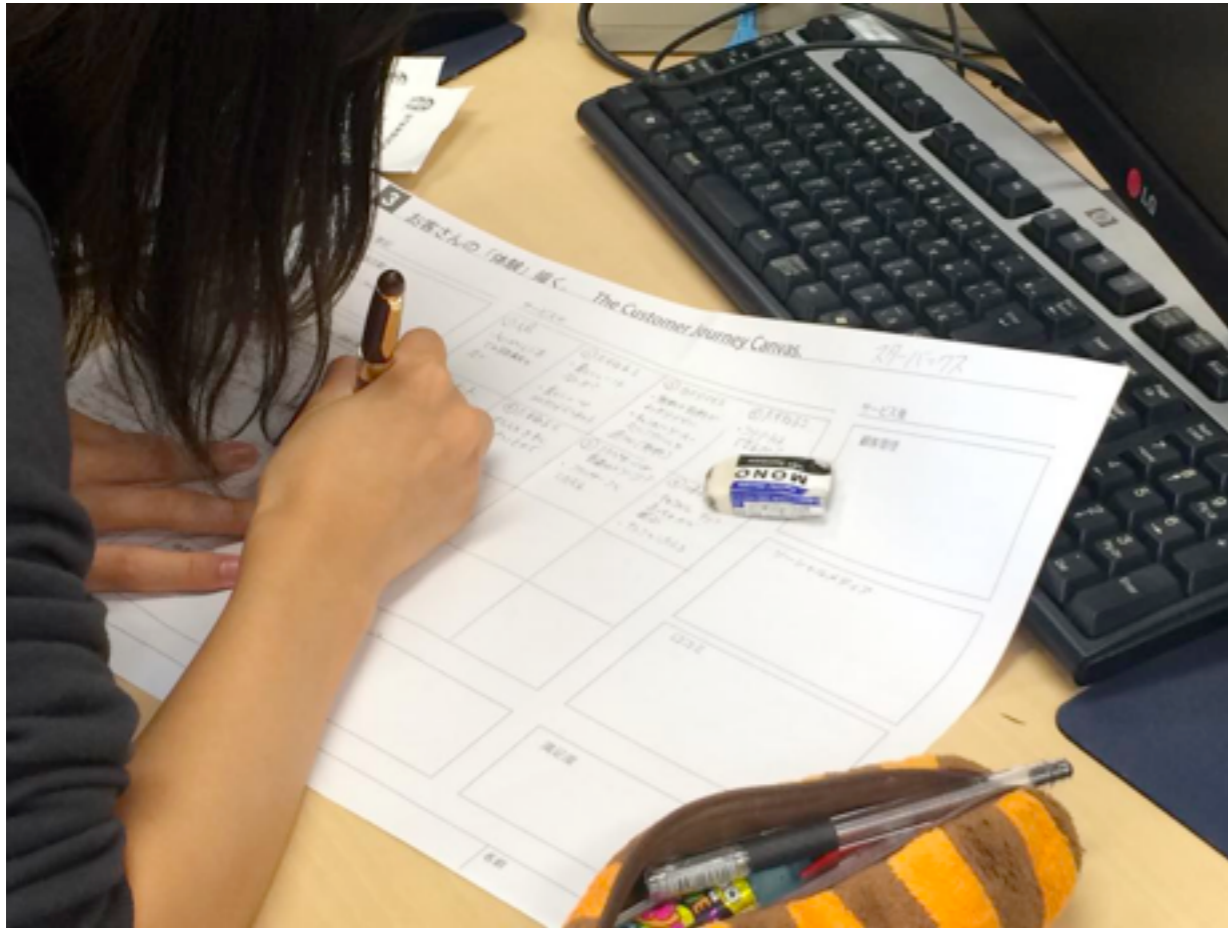
どこにでも手に入るのではなく、世界でたった一つの贈り物という価値がある。

学籍番号

名前

共有しやすくする工夫。アイデアの可視化。

チームでアイデアを共有する



ファシリテーション+教材

学生自らが'発見'する余白をデザインする。

ひとりだちのための足場づくり



ファシリテーション+教材

教員が学生の活動をつなぎ、支援する。

小さな学びのステップを連結する。

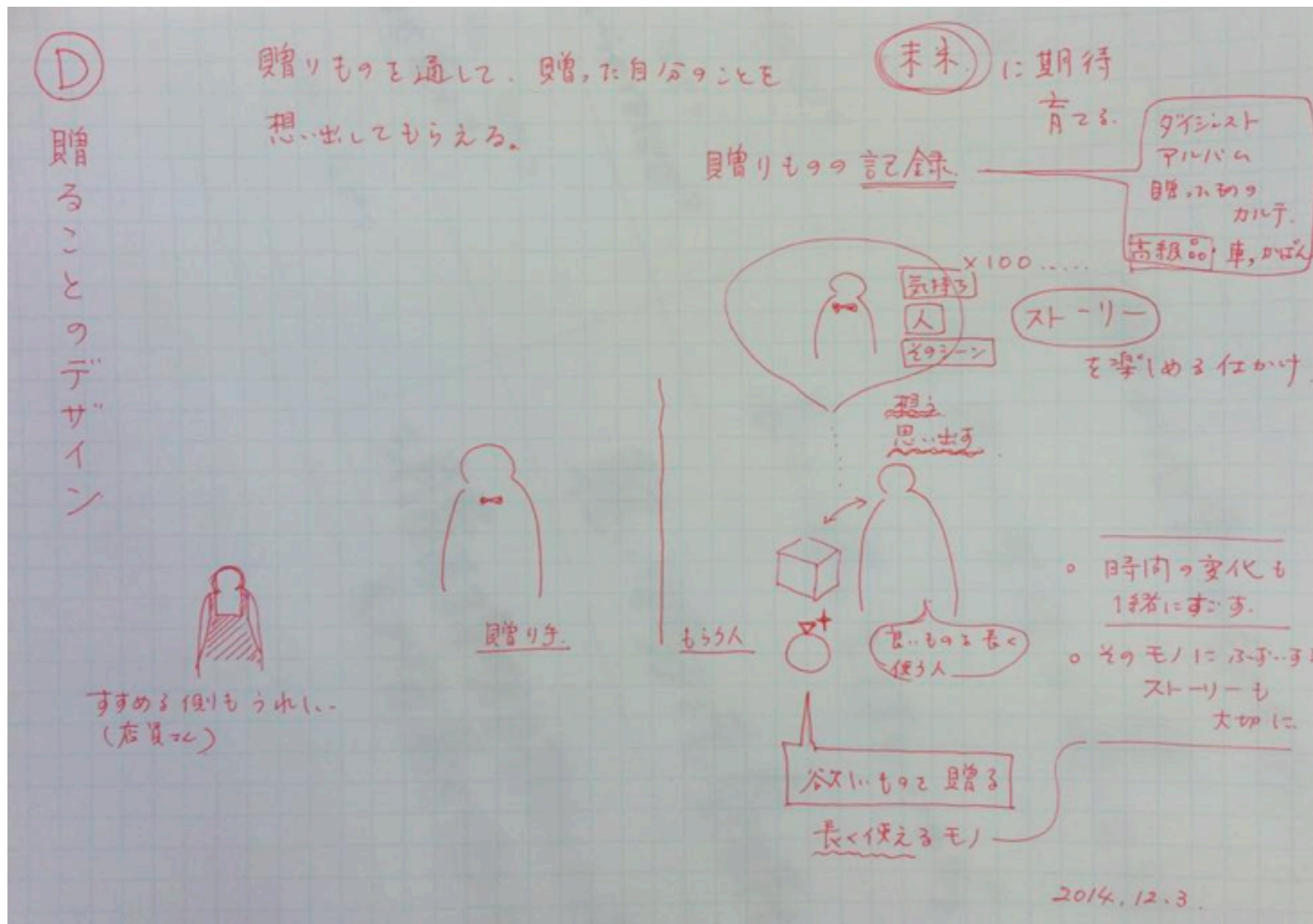
調査から最終提案までアイデアをつなぐ。



ファシリテーション+見える化

	角度	実際にかけながら	PTバズ	何が無料か わからなかった。
JINS	<ul style="list-style-type: none"> CM 長持ち! 口コミ FB, Twitter JINS PC @ 無料でお直し 	調整してくれた。 - あまにもいなくて 高いサービスだから?	符	親切 → また行きたい
MUJI	<ul style="list-style-type: none"> 目当ての商品 店員さん親切? 	<ul style="list-style-type: none"> 買った カテゴリに分かれてた 笑顔の接客, 合わせてくれる 	期待	想像したとおり 満足
ユニクロ	<ul style="list-style-type: none"> 専用アプリの商品 ラインナップが多い 安い, 豊富な商品 	<ul style="list-style-type: none"> 鏡が多くフィッティングしやすい 色バリエーション多岐 フロアがわかりにくい 	体験	接客 @ 品揃え @
サイゼイ	<ul style="list-style-type: none"> SNS 活発 FB, Twitter @ グルメ人気メニュー 過去体験 → 野菜をえらべる 店員の対応 	<ul style="list-style-type: none"> お店前看板が迷わぬ カロリー表示 システムの説明なし 野菜をえらべる 野菜をえらべてOK 選べる 	期待とあり	初めての人には入りやすい。
スタバ	<ul style="list-style-type: none"> Twitter, FB 口コミ 種類豊富 おいしい, 店員の接客 	<ul style="list-style-type: none"> おすすめ商品の 笑顔 カスタマイズ → 豆乳 接客がいい, 片づけ 	和	接客でいい 片づけられた。

アイデアを共有 / ファシリテーショングラフィックス (テキストP140)



アイデアを共有／ファシリテーショングラフィックス (テキストP140)

評価／リフレクション（振り返り）

‘体験’を‘学び’として定着させる

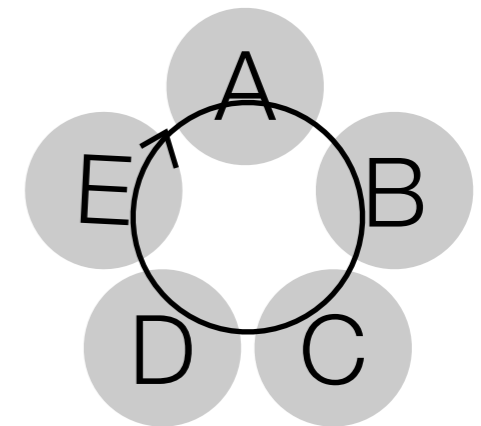
情報デザイン「観察のワークショップ」についてのリフレクション

テーマ:

観察のワークショップについて

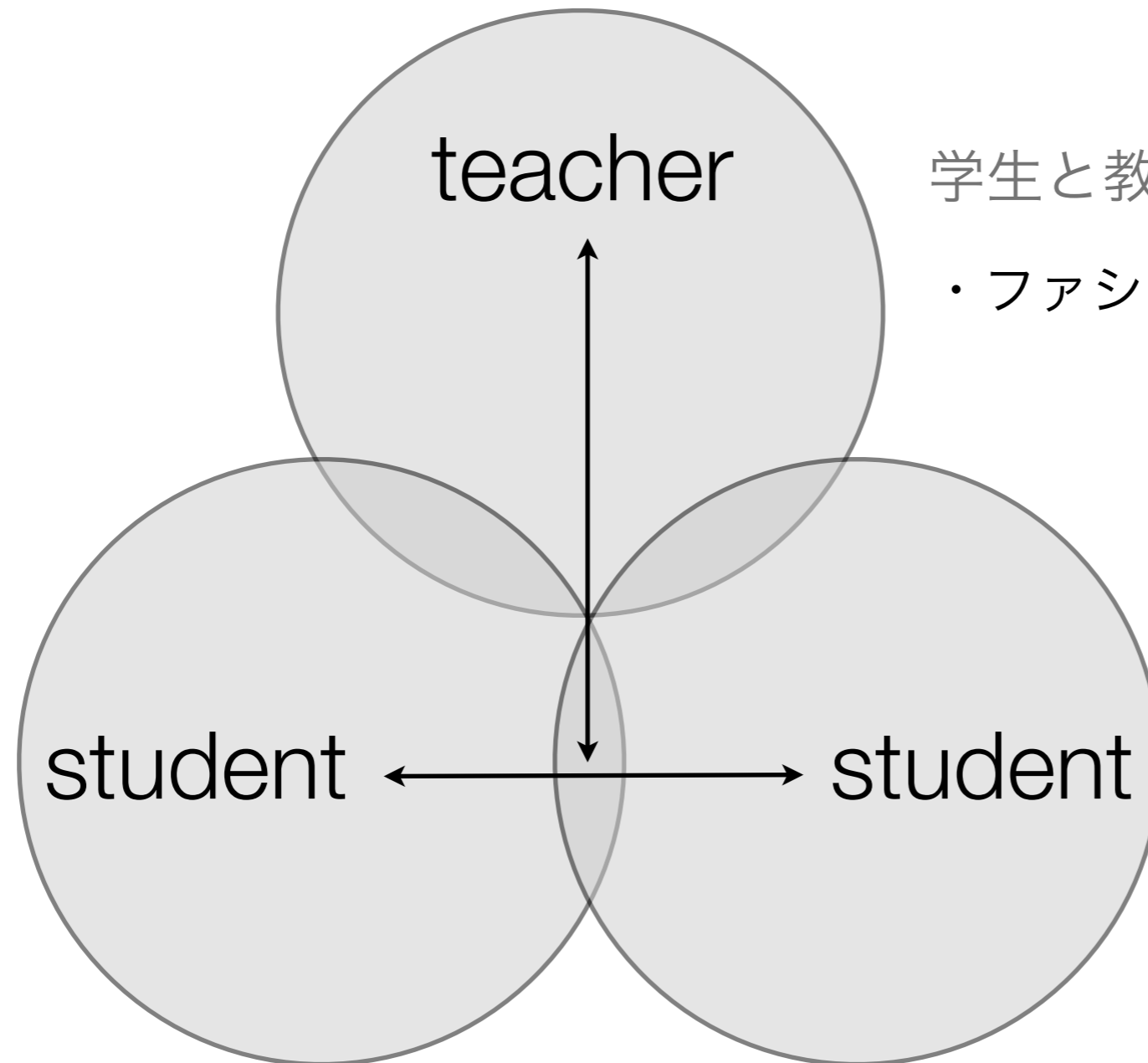
チームメンバー:

Aさんの学び	Bさんの学び	Cさんの学び
Dさんの学び	Eさんの学び	Aさんの学び
Bさんの学び	Cさんの学び	Dさんの学び



情報デザイン「観察のワークショップ」についてのリフレクション		
テーマ	観察のワークショップについて	

学び合う授業のために



学生と教員が学び合うために

- ・ファシリテーショングラフィックス

学生同士が学び合うために

- ・ワークシート