

nadia Design
for everyone

SENIOR UI/UX METHOD

BACKGROUND

A photograph of two elderly people, a man and a woman, riding bicycles away from the camera on a path covered with fallen autumn leaves. The background shows trees with yellow and orange foliage, suggesting a park or a scenic area in autumn. The lighting is soft and warm, typical of a sunny day in the fall.

人生100年時代。

もはや遠い未来の話ではなく、目の前の現実となりつつあります。
医学の進歩や生活環境の改善により、80歳から100歳へと大きく伸びています。

もし人生が20年伸びたら、これまでの人生設計のまま送り続けるのは、難しいでしょう。

定年後の人生が伸びると、仕事との付き合い方、
家族や友人との向き合い方、今後やりたいこと、様々な変化が生まれます。
では、どうすればよいのか？

片や寿命は伸びているのに、かつてないスピードでデジタル化も進行しています。

人工知能（AI）、モノのインターネット（IoT）、ビッグデータなど、
次々と登場する新技術が、私たちの生活や仕事のあり方を急速に変革しています。

身近なところでは、コロナの影響もあり、
直接人と触れることの少ない、キャッシュレス化が進んだり、
スーパーやコンビニのセルフレジは珍しくなくなりました。

たった数年で変わっていきます。

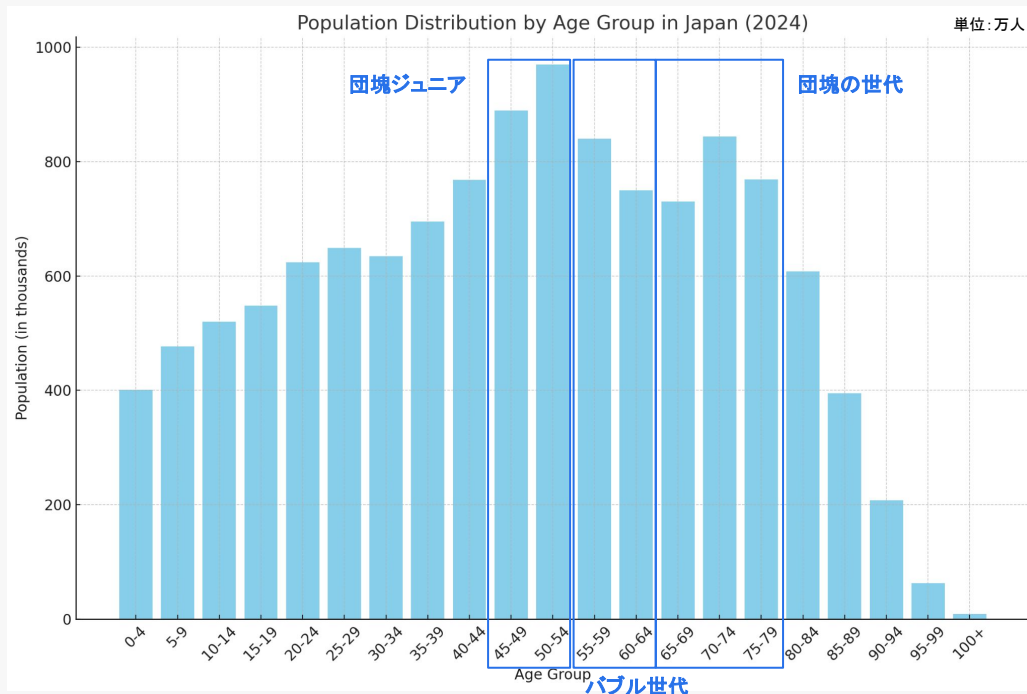
このような変化の多い時代で、無理なく人生を楽しむためには、
時代に合わせて生き方も変化させることが必要となってきます。

**これからの時代（IT）の変化と、さらには自分の身体の変化とも向き合いながら、
無理なくこれまで以上に、これからの20年を楽しく生きるために、
IT側から人々に寄り添うソリューションを開発して提案したい。**

それが、**nadia シニアUI/UX（SIXM）プロジェクトに込めた想いです。**

現在の人口構成

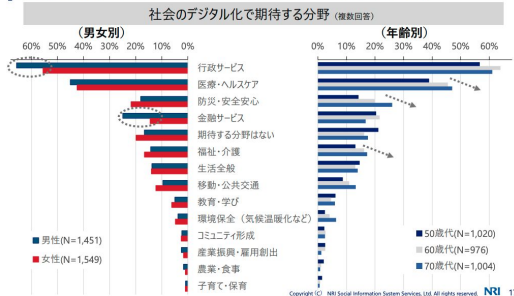
日本の人口ボリュームゾーンは、現在66～79歳(団塊の世代)、現在54～65歳(バブル世代)と、45～59歳(団塊ジュニア)となっており、今後、この世代がこの先の20年、自身の身体機能の低下とともに、ITの変化と向き合う第一世代であると言える。また、実際にその世代がデジタルに期待する分野として**日常生活に密着した分野への期待が高い**ことがわかっている。



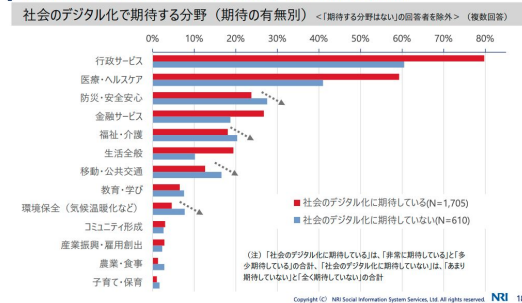
総人口: 123,930,000人
 男性: 60,290,000人
 女性: 63,640,000人

人口推計(総務省統計局)
 令和6年5月20日 発表資料より

1. 社会のデジタル化に対する期待と不安
 デジタル化で期待する分野は、「行政サービス」「医療・ヘルスケア」が圧倒的に多い。「医療・ヘルスケア」「防災・安全安心」「福祉・介護」は、年齢が高いほど期待が増える。



1. 社会のデジタル化に対する期待と不安
 「デジタル化に期待していない人」であっても、「防災・安全安心」「福祉・介護」「移動・公共交通」「環境保全」など、日常生活に密着した分野への期待はむしろ高い。



NRIメディアフォーラム: シニア世代のデジタル化に関する意識・行動と課題

シニア世代 × デジタルの現在

デジタルの必要性として日常生活での活用はもちろん、シニア世代の中でもアクティブシニアにおいては、生活の利便性だけでなく、デジタルによって、より行動的に生き生きと仕事や趣味を謳歌するという傾向があり、その割合が2020年時点で、シニア世代の全体の1/4程、**2030年にはシニア世代の約8割になる**という予測データもある。

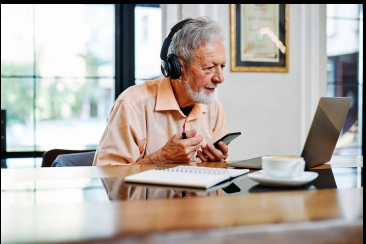
オンラインゲーム



バーチャル体験



インターネットサーチ



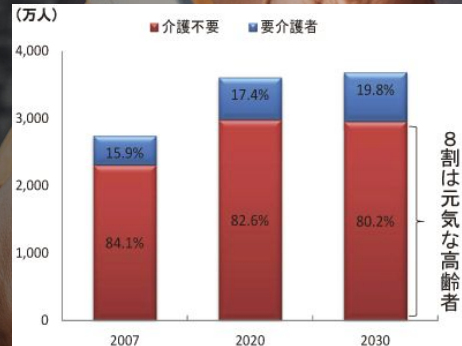
オンラインショッピング



テレビ電話



オンライン診療



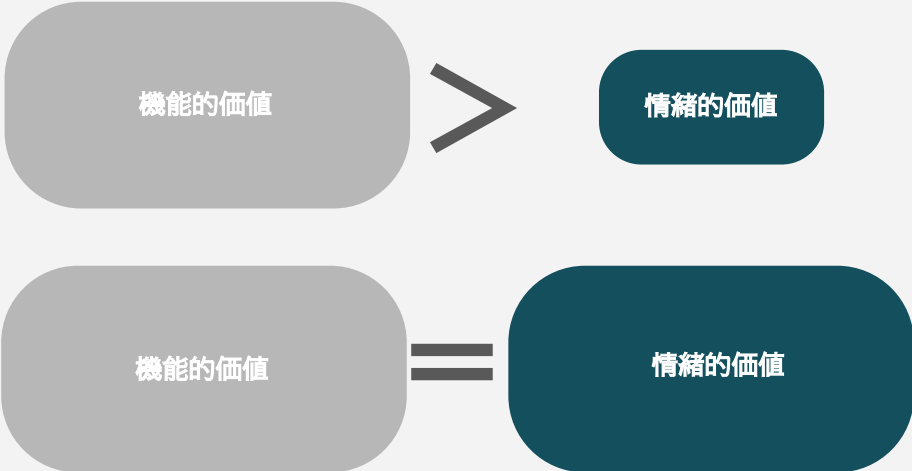
2030年には
アクティブシニアの割合
シニア世代 全体の
80%
になるという予測データも

(出典) 総務省「ICT超高齢社会構想会議報告書」(みずほコーポレート銀行産業調査部「みずほ産業調査vol.39 日本産業の中期展望」(平成24年5月)より)

シニア用デバイス・UI/UXの現実

一方で、シニアが利用するためのデバイスや機器は、わかりやすさを追求するがあまり、いくつかの機能を排除したり、UIのデザインを大味（おおあじ）な表現でまとめてしまい、**実際に使用したいと思えるデザイン** でなかったり、**使用したい機能** までもアテンションさせづらくなってしまっている。

しかし、アクティブシニアが増加傾向にある今後は、**機能的価値だけではなく、情緒的価値も同じように追求すべき** であると言える。



- 機能性能**
- シニア向けデバイス-
 - ・日常使用として必要最低限のデザイン
 - ・ツールとして最低限の機能

- 感覚的な価値
精神的な価値**
- シニア向けデバイス-
 - ・かっこいい/素敵/スタイリッシュ
 - ・使うことで選択肢や拡張性が広がる



シニアが使うスマートフォン（イメージ）



レジのタッチパネル（イメージ）



病院の予約画面（イメージ）



公共のタッチパネル（イメージ）



機能的価値

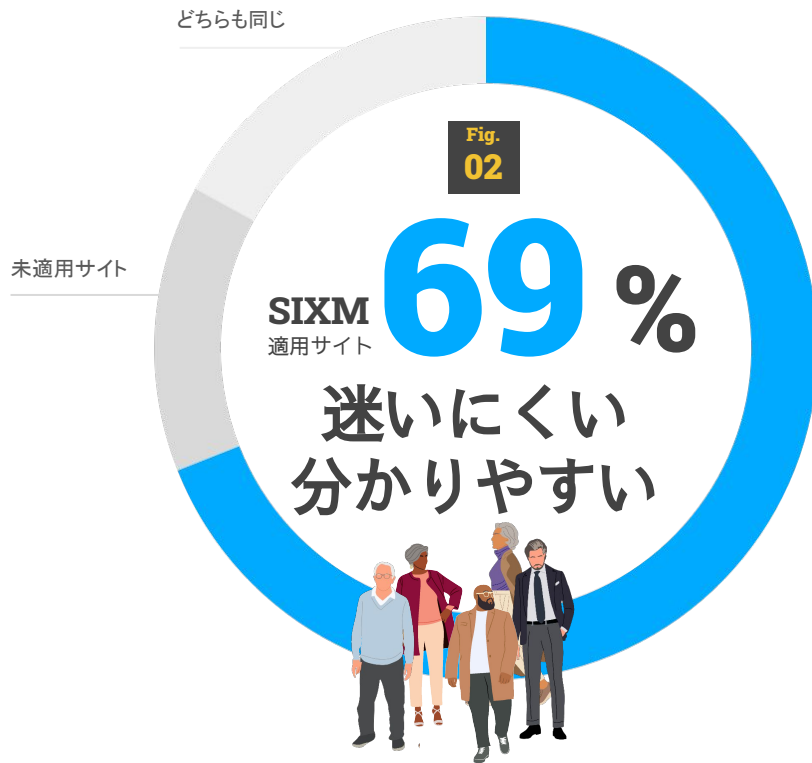
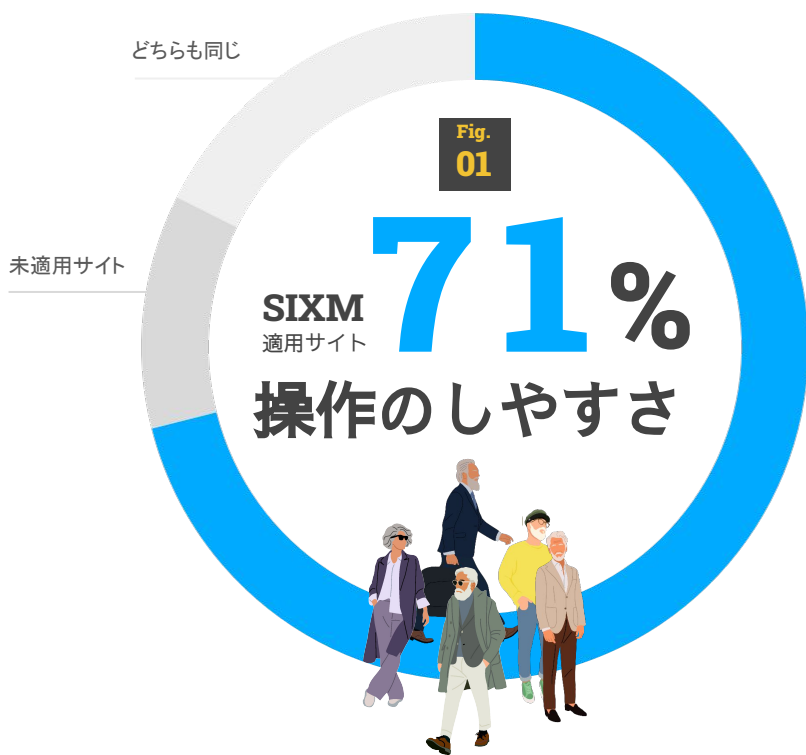
年齢に関係なく、いつまでも新しいことに
チャレンジできる世界を作り出す。

加齢による変化に左右されず、やりたいことが叶えられるUI/UX。
使いこなせず諦めるなんて、もったいない。

シニアUI/UX (SIXM) を利用すれば迷わず進める、簡単に操作できる。
脳や身体にやさしい色や形だから、長時間の使用も苦にならない。
使いながら理解を深めていける、すべての人にもやさしいUI/UX。

情緒的価値

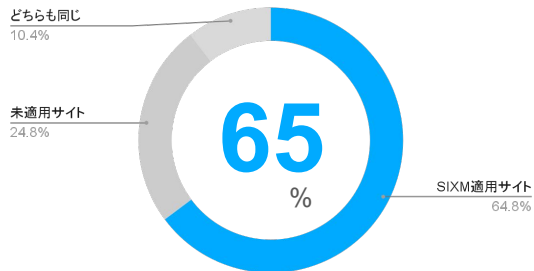
シニアUI/UX (SIXM) が適用されたサイト/未適用サイトについて、アンケートを実施



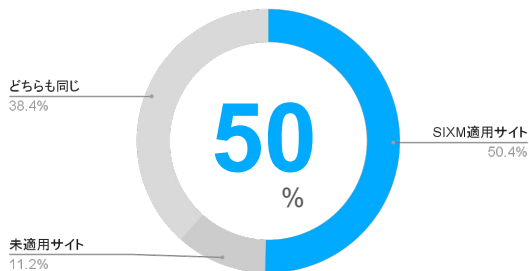
※ブラインドテストとして実施。 ※WEBアンケート N=119名、デブスインタビュー N=6名の有効回答の複数問合計値から算出。 ※合計前の内訳は次ページ以降に掲載。

Fig.01 「操作のしやすさ」に関するアンケート結果 詳細

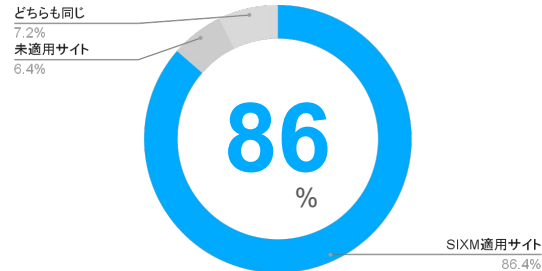
【商品を探す場面】画面を操作しやすいのは、どちらのサイトですか？



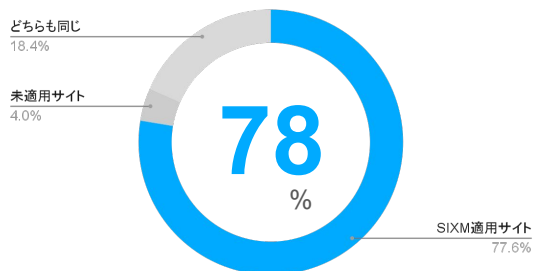
【商品を探す場面】メニューを開いたあと、閉じやすいのは、どちらのサイトですか？



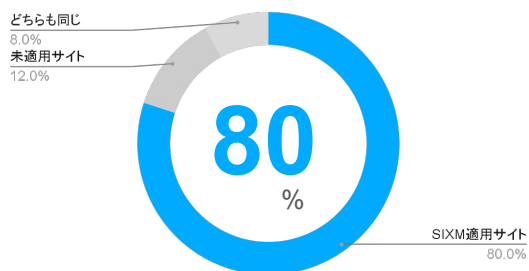
【カート内で色を変更する】画面を操作しやすいのは、どちらのサイトですか？



【カート内で色を変更する】カラーを変更しやすかったのは、どちらのサイトですか？



【お支払い方法と配送先を指定する】画面を操作しやすいのは、どちらのサイトですか？



【会員登録する】画面を操作しやすいのは、どちらのサイトですか？

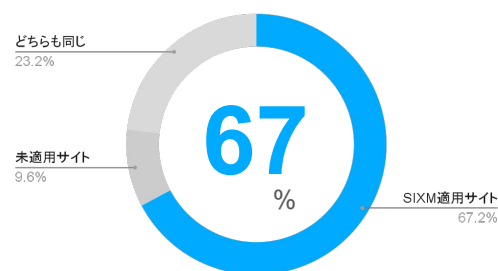
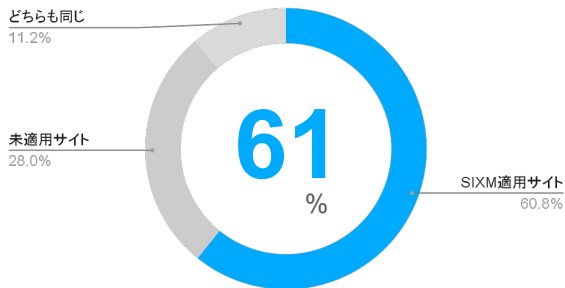
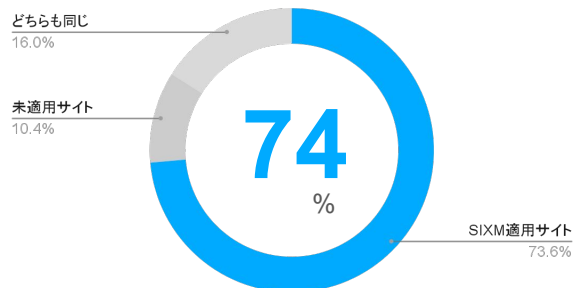


Fig.02 「迷いにくい、分かりやすい」に関するアンケート結果 詳細

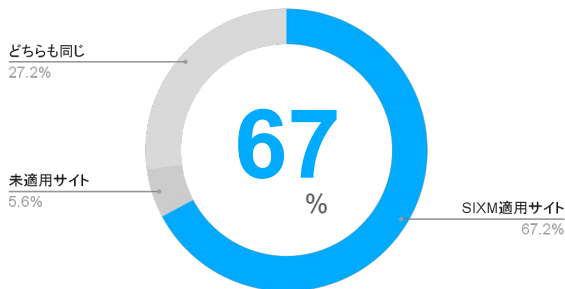
【商品を探す場面】画面を操作する上で、ボタンや、サイト内にあるマークがわかりやすいのは、どちらのサイトですか？



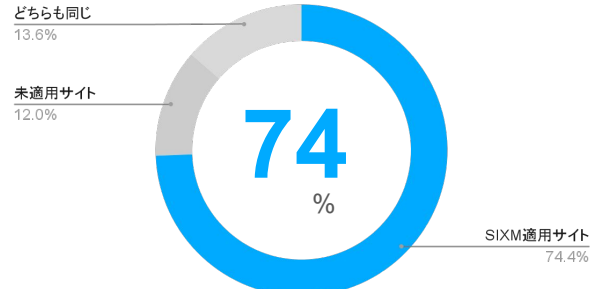
【カート内で色を変更する】カート内に商品が入ったことがわかりやすいのは、どちらのサイトですか？



【カート内で色を変更する】商品のカラーを選択する際、迷いがなかったのは、どちらのサイトですか？



【お支払い方法と配送先を指定する】配送先、配送方法、支払い方法などの入力工程を理解しやすかったのは、どちらのサイトですか？



1. 既存画面の改修



すでに運用されている既存の Web サイト、サービス画面、端末画面に対して、シニア向けの UI/UXソリューションを組み込んで、改修することができます。

2. 新規顧客層獲得のための新サービス開発



新しくシニア向けのサービスを始める時などに、顧客、ターゲット分析等も交えながら、Web サイト、サービス画面、端末画面の新規制作を行うことができます。

3. 調査



シニア対応を強化したいが、「どのように UI 改善に取り組みれば良いかわからない」といった悩みに対して、現在の Web サイト、サービス画面、端末画面の UI/UX を詳細に分析して改善点を抽出します。

USE CASE | ユースケース



CLIENT

大手ファッションECサイト

制作内容

1. 既存サイトの改修

制作期間

4~12ヶ月

課題

シニア層の購入を増やし、
カート離脱を防止する施策を
行いたい

CLIENT

外食チェーン店舗運営

制作内容

2. 新サービス開発

制作期間

6~18ヶ月

課題

オンライン予約/デリバリーサー
ビスのUI/UXを最適化。
実店舗では、シニアが迷わずに
オーダーできる注文端末のUI/UX
を提供したい

CLIENT

医療オンライン診断

制作内容

3. 調査

制作期間

2~6ヶ月

課題

シニアからの操作や利用の電話
問い合わせが多いので、UIを改
善してフォームからの連絡に切
り替えたい



Thank you

nadia Design
for everyone