

JaSST Niigata

デザインから考える アプリにおける品質とは？

フラー株式会社 取締役CDO 櫻井裕基

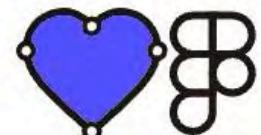
自己紹介



フラー株式会社取締役CDO

サクライヒロキ

- 新潟県上越出身
- 中学2年高専の体験入学で就職率の高さに惹かれ高専へ
- ずっとパソコンの前にいることが想像ができず千葉大へ
当時の工学部デザイン工学科意匠系・デザインマネジメント研究室所属
- 大学院の入学届と休学届を提出してフラー共同創業
窓口のおばちゃんにものすごい不安そうな顔をされたことが印象的でした
- フラー創業13年上場迎え、現在取締役CDOとして在籍
経営を学びながら今はデザイン領域に集中しています



Groups Upcoming Events Become a User Group Leader Login



Hiroki Sakurai

フラー株式会社, 取締役副社長CDO



About me

フラー株式会社取締役副社長CDO | 高専（エンジニアリング）→千葉大（プロダクトデザイン）→フラー共同創業（創業11年目突入）→デザイン統括 | 様々な企業のDX推進・デジタル領域のデザインをお手伝いをしています | アプリ分析プラットフォーム「App Ape」 | 猫とサウナとアプリを好みます | 柏の葉 |



フラー株式会社

PRO Enterprise

7件の制作実績

千葉県

新潟県

沖縄県

制作会社

無料でお問い合わせ ▾

Webサイトを見る ▾

対応予算

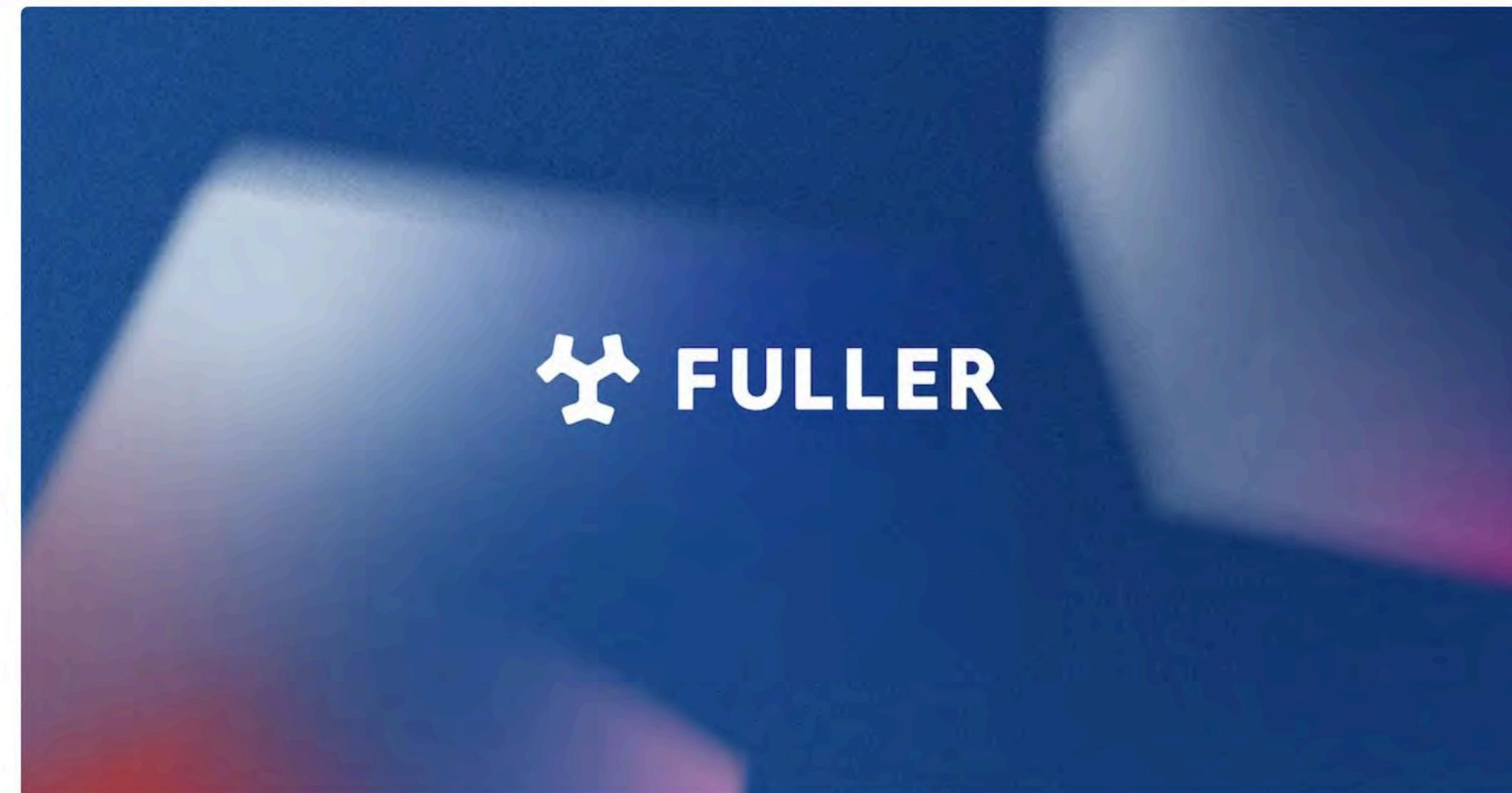
100~200万円

200~500万円

500万円~

Created in /S

紹介



フラー株式会社のご紹介

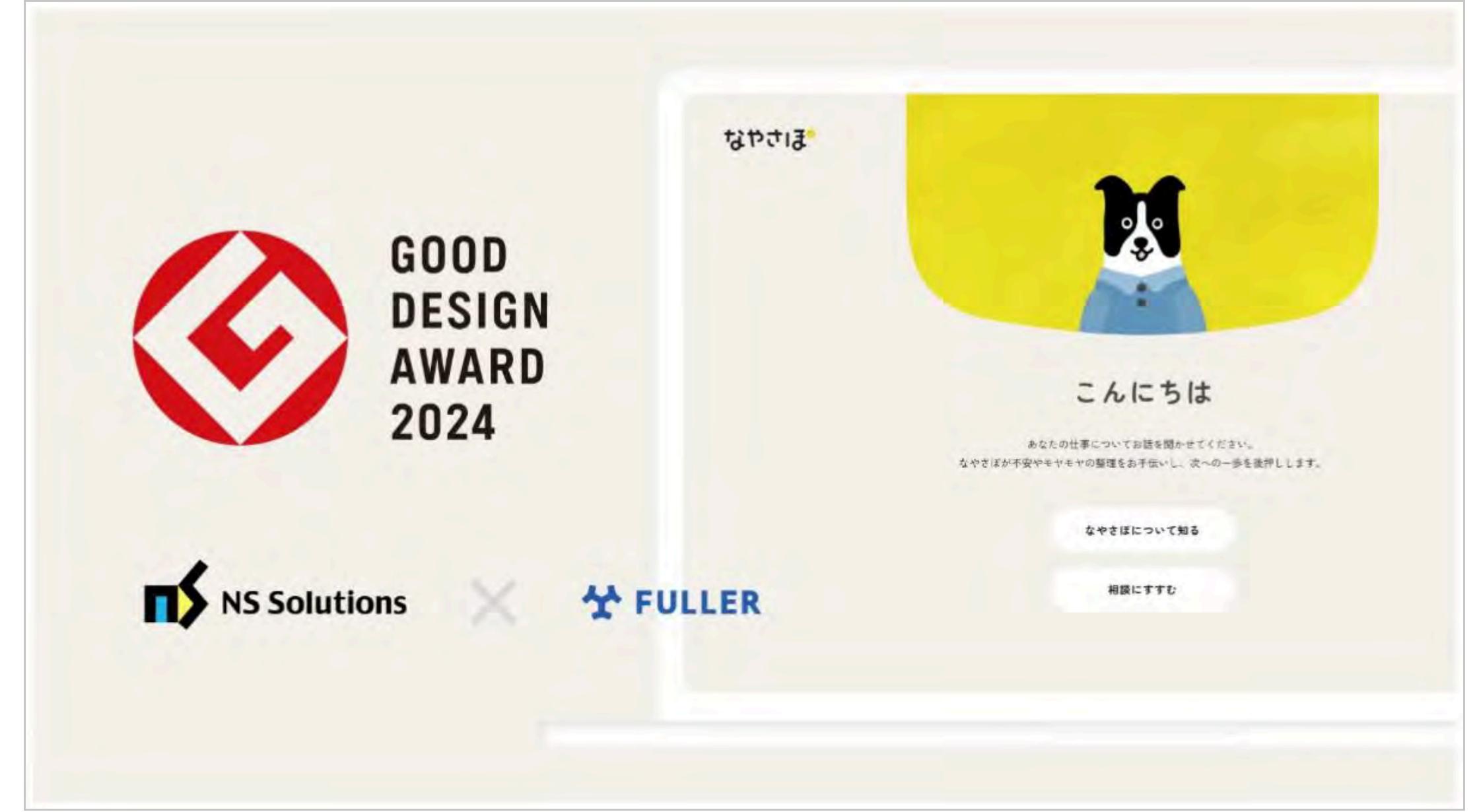
「ヒトに寄り添うデジタルを、みんなの手元に。」

なぜデザインをしているのか



GOOD DESIGN
AWARD 2023

長岡花火 × FULLER



GOOD
DESIGN
AWARD
2024

NS Solutions

FULLER

GOOD DESIGN AWARD



マイクロブルワリーのブランディング



2023 Kosenjin Brand Proposal



基本的に今でも手を動かしながらデザインを楽しんでます



フラー株式会社について

本日のアジェンダ

- ・ アプリとは何か
- ・ デザインから見るアプリにおける品質の 6 つの要素
- ・ Pickup : 見つけてもらえるか
- ・ Pickup : 使われる状況があるか
- ・ Pickup : 魅力的かどうか
- ・ Pickup : 進化し続いているか
- ・ 最後に～これからのAI時代～

アプリとは何か？

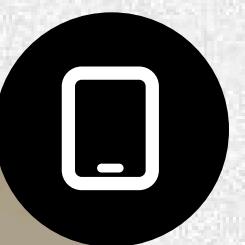
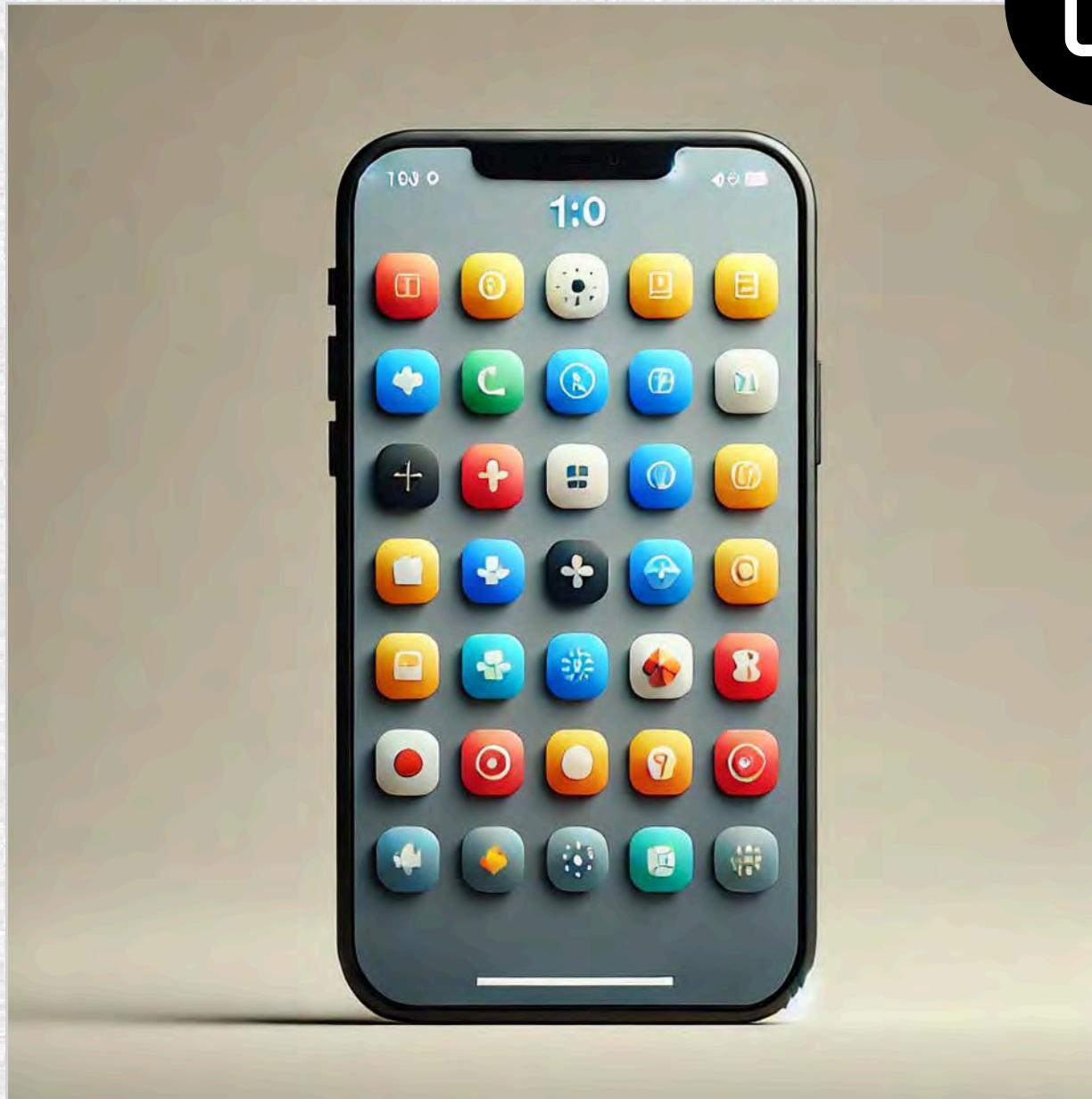
改めて今皆さんのが使ってくれているアプリについてお話しします。

当たり前に使っているけど以外と考えない

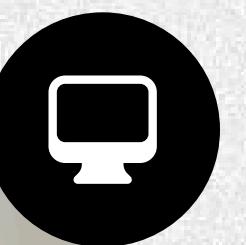
アプリとウェブの違い

デザイン面（キャンバスの違い）

アプリ



ウェブ



端末依存
プラットフォーム依存

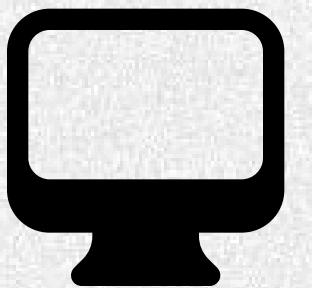
市場に出回っているモバイル端末を考慮
ナビゲーションバーなどOSのルール
に従ったデザイン等々

さまざまな媒体を考慮した
レスポンシブデザイン

モバイル以外の全ての端末に表示をする
ためのレスポンシブデザイン。

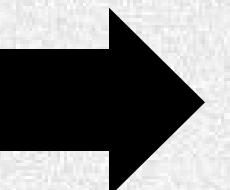
告知面・認知面

ウェブよりもアプリが良いということではなく、それぞれのメリットデメリットが存在します。

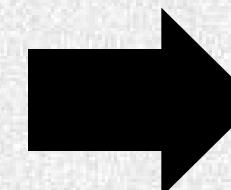


ウェブ

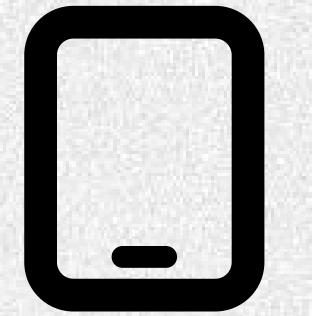
- URLでアクセスすることができる
- SNSで共有がしやすい
- 基本的に読み物系が多い



共有しやすい
拡散性が高い

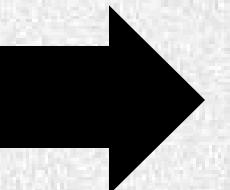


一見さん

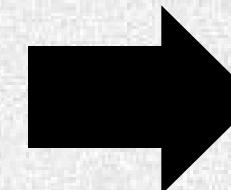


アプリ

- ストアでインストールが必要
- 興味ある物しか選ばれない
- 多機能なものが多い



敷居が高い
機能が充実



コアファン

スマホだからこそその機能を使えるアプリ

今や安いパソコンよりもスマホの方が高い理由も頷けるくらいのハイスペックな電子端末と言える

GPS

位置情報を利用した通知
地図アプリ
移動ログの検出

カメラ

カメラ撮影
メジャー計測
AR

Bluetooth

端末連携
情報通信

通知機能

ユーザーに合わせた通知
双方向交流

WiFi

ネットワーク利用
ネットワーク共有

加速度センサー

カメラ撮影
メジャー計測
AR

指紋・顔認証

セキュリティ強化
パスコード不要

タッチパネル

タップ・スワイプ
PCではできない直感的な入力

Blackbox

Apple Design Awardでも受賞したBlackboxではスマホの機能をフル活用した謎解きゲームアプリ



Blackbox – 既成の枠にとらわれないで 4+

受賞歴のある脳パズルゲーム
Shapes and Stories LLC

「トリビア」内76位
★★★★★ 4.7 * 1.2万件の評価

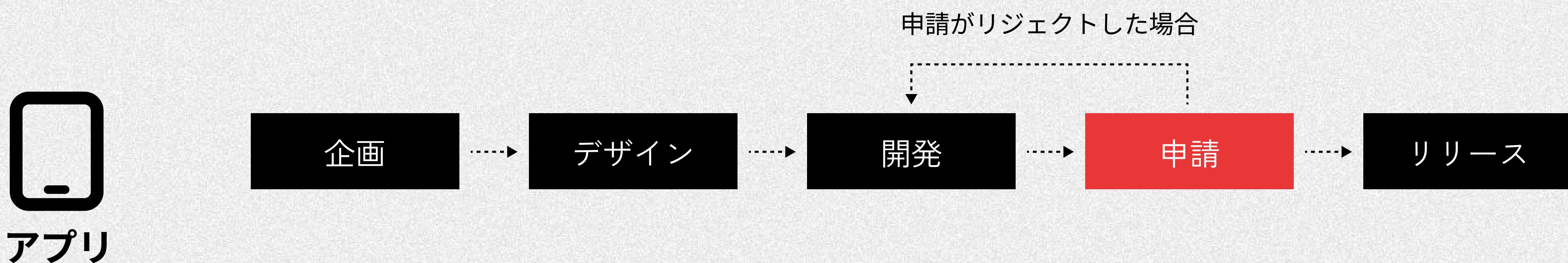
無料・アプリ内課金があります

スクリーンショット [iPhone](#) [iPad](#) [iMessage](#)



プラットフォームに依存するか否か

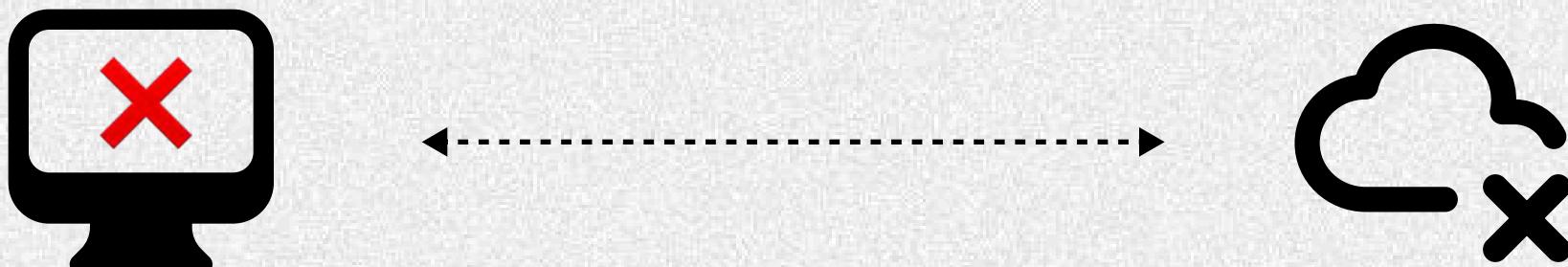
ウェブサイトは開発した後に、自社側の好きなタイミングでリリースすることができるが、アプリの場合プラットフォーマー（Apple,Google,Amazon等）への申請が必要となるため、開発フローが一段階多くなりリリース時期のコントロールが難しい。



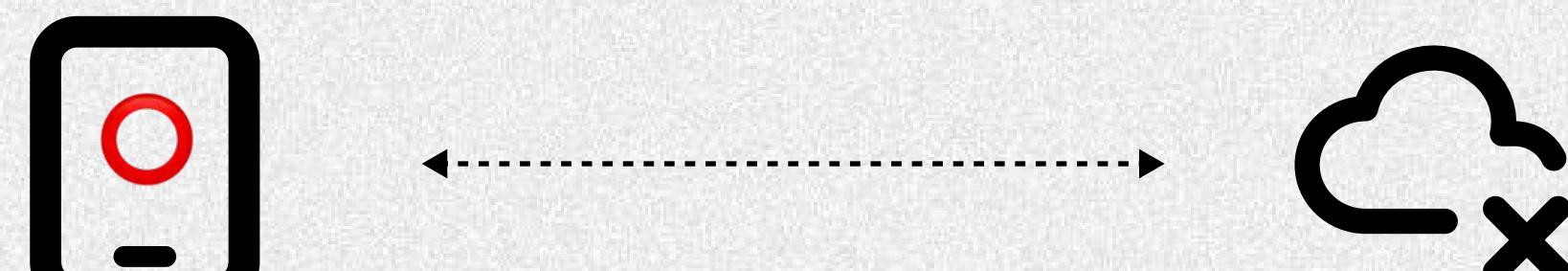
アプリは申請フローがあるため**開発予定のコントロールが難しい**

オンライン・オフライン

ウェブサイトはネットワークにつながらなければ利用することができないが、アプリに関しては最初のインストール時にスマートフォン内にデータを保持することができるため、オフラインになったとしてもある程度は利用することが可能。



ウェブ



アプリ

※アプリ内にもネットワークを使う機能もあるため、全ての機能が使えるとは言い切れません。

オフラインでもある程度利用可能なのはアプリだからこそ

想像ではなく、データから実態を知る

アプリの使われ方とは

アプリ分析プラットフォーム App Ape

モニターから収集した、国内最大規模のアプリ利用ログデータを基に
スマートフォンアプリ市場データを提供・分析するサービス。

App Ape ホーム

ANALYTICS

- ホーム
- トップチャート
- アプリ分析
- リテンション分析
- 売上分析
- App Ape Alpha

PERSONAL

- マイアプリ

TIPS

- レポート集
- オーダーメイド分析
- 取扱説明書
- お問い合わせ

検索ワードを入力 日本 検索する

人気の検索ワード: カスタムキャスト パズドラ slack スマートニュース

Android iOS 英語表記で見る

【出光公式】Drive ... LUUP／ループ：シ... X ファミマのアプリ「... MetLife Worldwide ... リュウジのバズレシ...

今日のアプリ

ユーザーが今日買い物していたアプリは?

Amazon ショッピング Amazon Mobile LLC	Rakuten Group, Inc.
dPOINT dポイントクラブ NTT DOCOMO	Mercari, Inc.
Yahoo!ショッピング Yahoo! JAPAN (LY Co...	Yahoo! JAPAN (LY Co...

閲覧したアプリの同時利用アプリ

Drive On のユーザーのうち 同時利用率 34.0%	LUUP／ループ：シ... のユーザーのうち 同時利用率 36.1%	X のユーザーのうち 同時利用率 70.8%	ファミマのアプリ「...」のユーザーのうち 同時利用率 57.7%
-------------------------------	------------------------------------	------------------------	-----------------------------------

アプリの所持数はどのくらい?
また月に使うアプリの数は?

App Usage

突撃クイズタイム

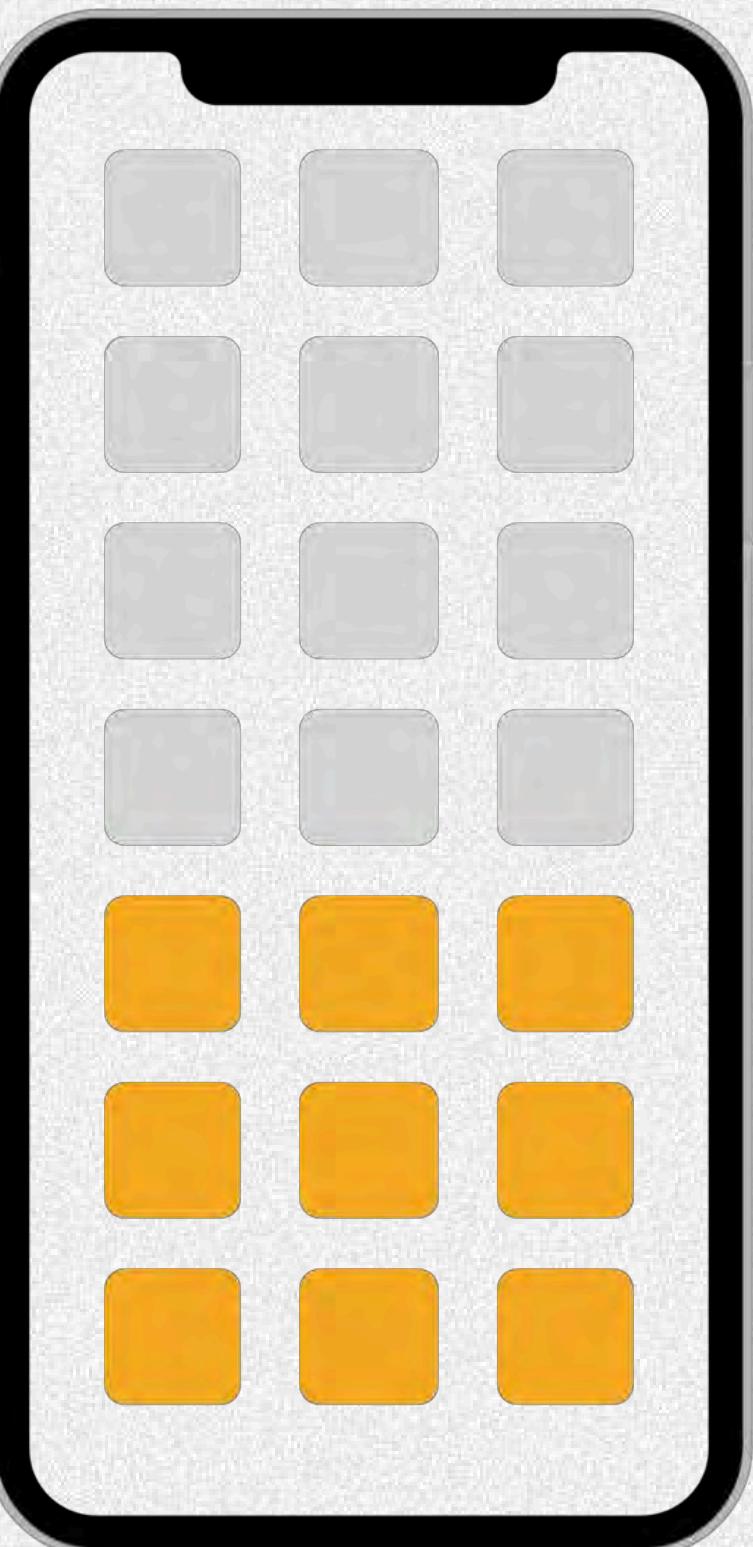
アプリの所持数と月間アプリ利用数

年々アプリの所持数は増えて現状は頭打ち、その中でも利用するアプリ数も増え、
より生活に必要とされるアプリが増えてきていることがデータでも読み解ける。

モバイルマーケット白書2020より

所持しているアプリ数

103.4



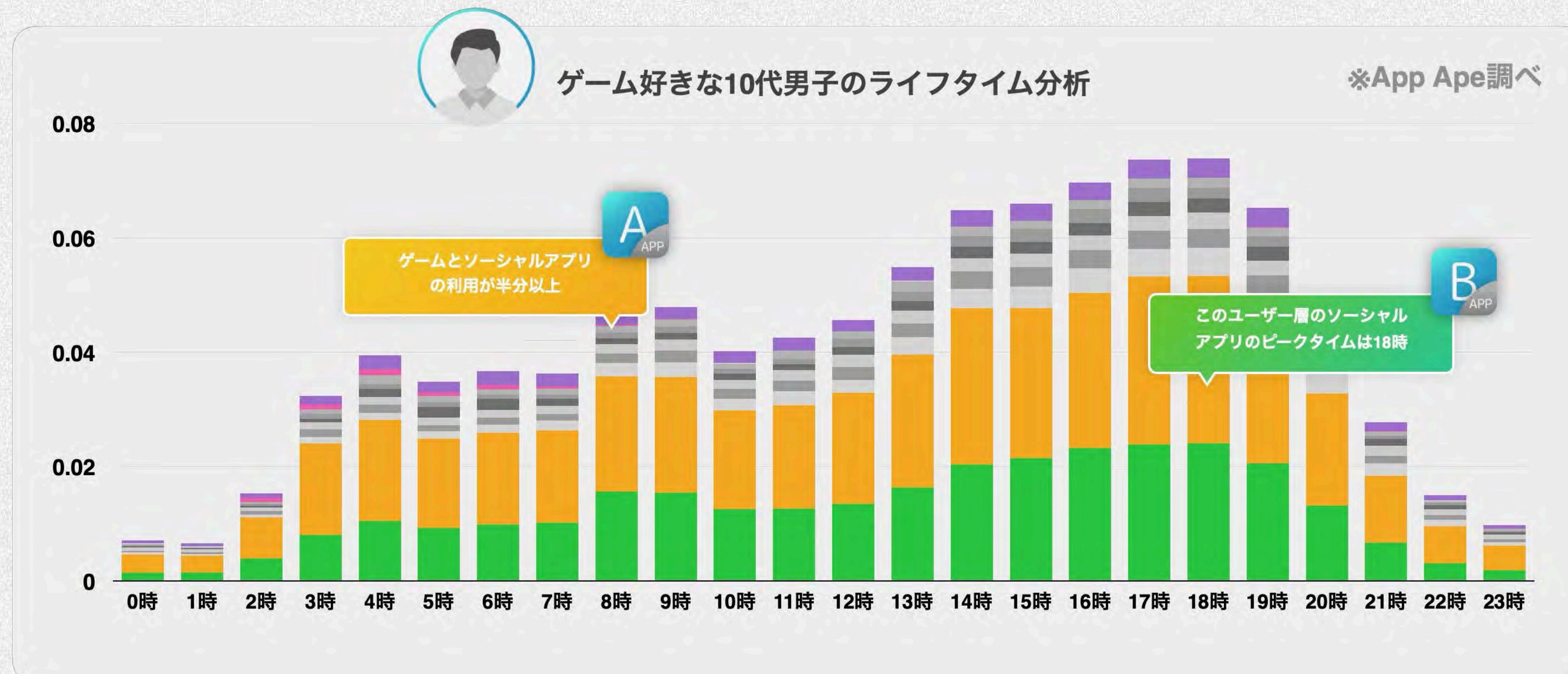
月間アプリ利用数

41.0

入れるものもあれば捨てるものもある家のような存在

アプリの利用サイクル

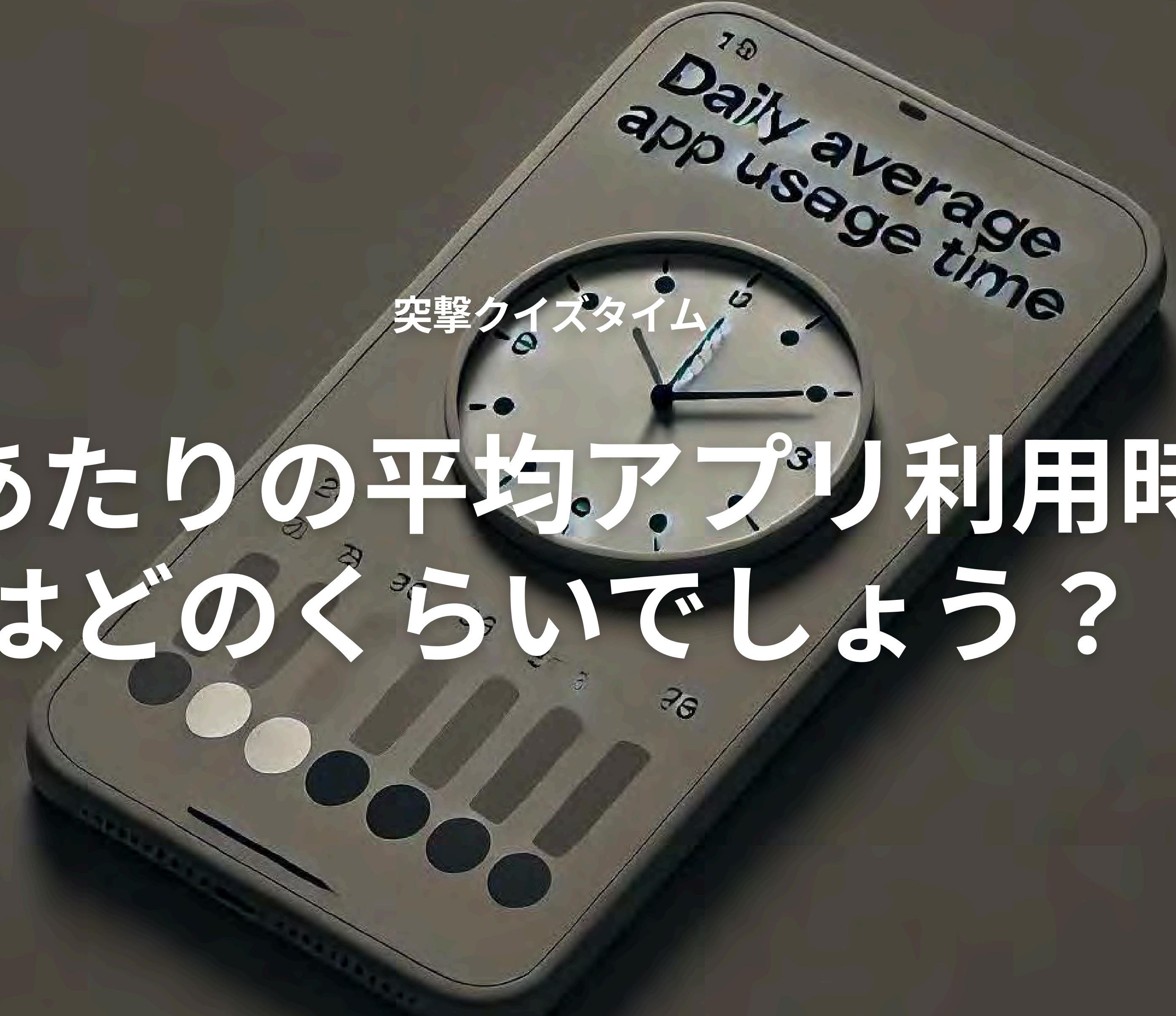
スマートフォンの使い方は人間の生活に大きく反映される。
電車の移動時間・休憩時間・昼間の業務連絡・土日のショッピング・・・様々な時間とスマホは連動している。



アプリの利用は人の生活そのもの

Daily
App Usage Time

1日あたりの平均アプリ利用時間
はどのくらいでしょう？



1日あたりの平均アプリ利用時間

スマホユーザーの1日あたりの平均アプリ利用時間は前年同期比26分増の5時間18分となりました。
動画をはじめとするリッチなコンテンツの広がりにより、ユーザーがアプリに費やす時間が増加している形です。

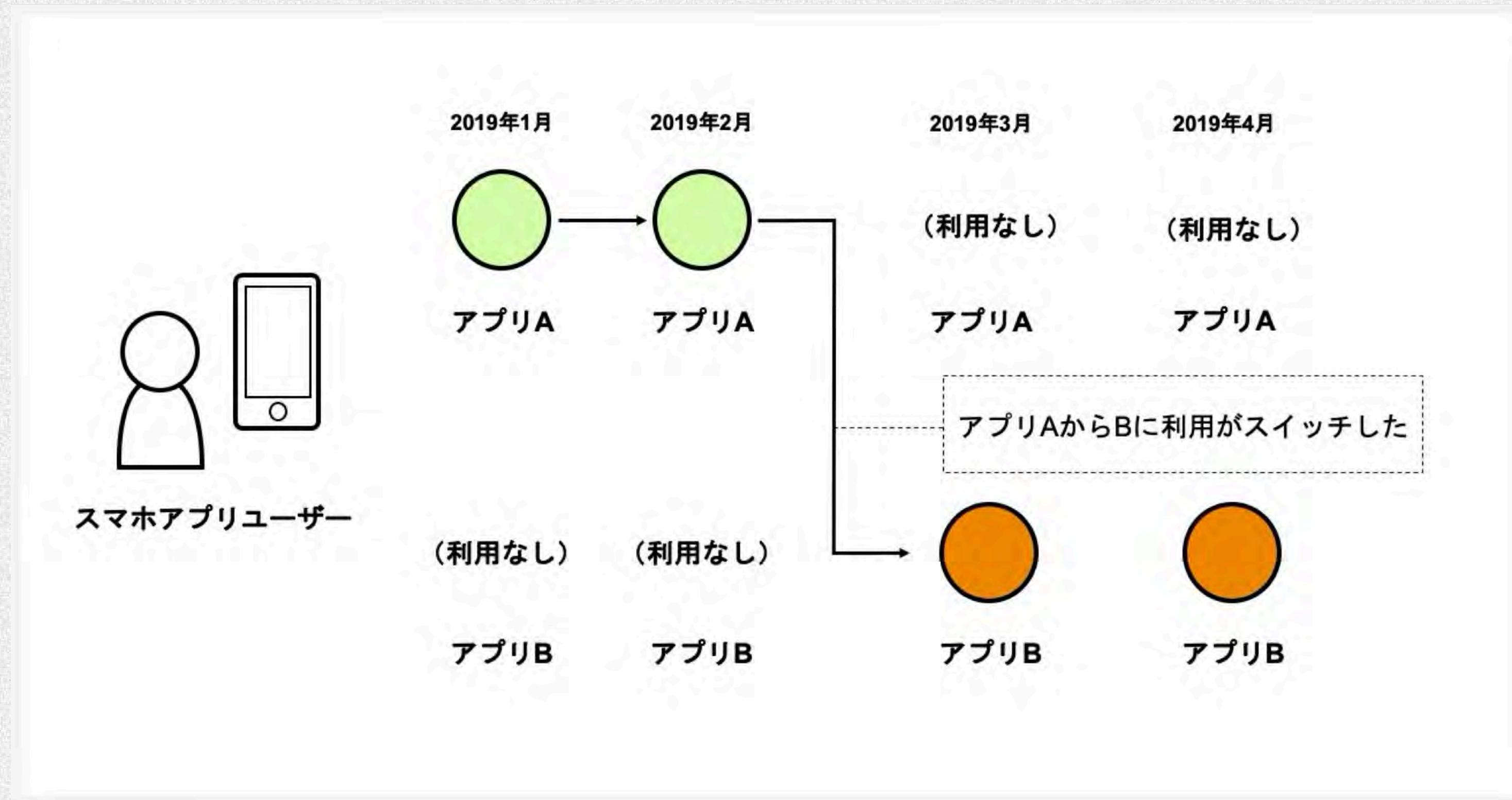
4.8h

フラー2022年「アプリ市場白書」調べ

この時間の中をデザインする行為がアプリのデザイン

アプリの脅威分析

主要SNS・コミュニケーションアプリの1人当たり月間平均滞在時間（2019年8月）を見ると、
LINEが14時間23分、Twitterが13時間59分、と毎日20分以上滞在している。



アプリは可処分時間の奪い合い

ペルソナの多様化

ミレニアム世代を一つとっても、様々なクラスターが存在する。同じテレビやラジオを見たり聞いたりしていた時代と比べ、現在は様々なコンテンツに触れることで多種多様なペルソナが存在している。

「動画習慣」
ミレニアルズ



「気分転換習慣」
ミレニアルズ



「マンガ習慣」
ミレニアルズ



「自己マネジメント習慣」
ミレニアルズ



「ゲーム習慣」
ミレニアルズ



ペルソナを正しく捉えることも困難な時代

実際にデータを見てみましょう

App Ape ホーム

ANALYTICS

- ホーム
- トップチャート
- アプリ分析
- リテンション分析
- 売上分析
- App Ape Alpha

PERSONAL

- マイアプリ

TIPS

- レポート集
- オーダーメイド分析
- 取扱説明書
- お問い合わせ

検索ワードを入力 日本 検索する

人気の検索ワード: カスタムキャスト パズドラ slack スマートニュース

Android iOS 英語表記で見る ?

【出光公式】Drive ... LUUP／ループ：シ... X ファミマのアプリ「... MetLife Worldwide ... リュウジのバズレシ...

今日のアプリ

ユーザーが今日買い物していたアプリは?

Amazon ショッピング Amazon Mobile LLC

Rakuten Group, Inc.

dPOINT NTT DOCOMO

Mercari, Inc.

Yahoo!ショッピング Yahoo! JAPAN (LY Co...

Yahoo!オークション Yahoo! JAPAN (LY Co...

閲覧したアプリの同時利用アプリ

Drive On のユーザーのうち	LUUP／ループ：シ... のユーザーのうち	X のユーザーのうち	ファミマ... のユーザーのうち
同時利用率 34.0%	同時利用率 36.1%	同時利用率 70.8%	同時利用率 57.7%

**こんな形でアプリならではの環境がある
だからこそ品質における考え方も
別枠で捉えていく必要があります**

**今回の講義では
14年アプリに向き合い続ける中で
大体6つの視点でまとめられそう**

そんなことを思い立って
まとめた内容を
お話しできればと思っています

デザインから見る アプリにおける品質の 6 つの視点

10年以上アプリを見ていく中で良いアプリとされる 6 つの視点

まずは結論
6つの視点について

良い（品質の高い）アプリを実現するための大切な6つの視点

● 6：持続性

進化し続けているか

● 5：情緒性

魅力的かどうか

● 4：ユーザビリティ

使いやすいかどうか

● 3：信頼性

正常に動作するか

● 2：利用状況性

使われる状況があるか

● 1：認知性

見つけてもらえるか

早速ですがまた質問タイムです

**今のGooglePlayにある
アプリの数はどのくらいでしょうか？**

GooglePlayのアプリの総数

1,567,576

*2025年8月時点 App Brain調べ

**2024年Google Playで
削除されたアプリは
どのくらいあるでしょう？？**

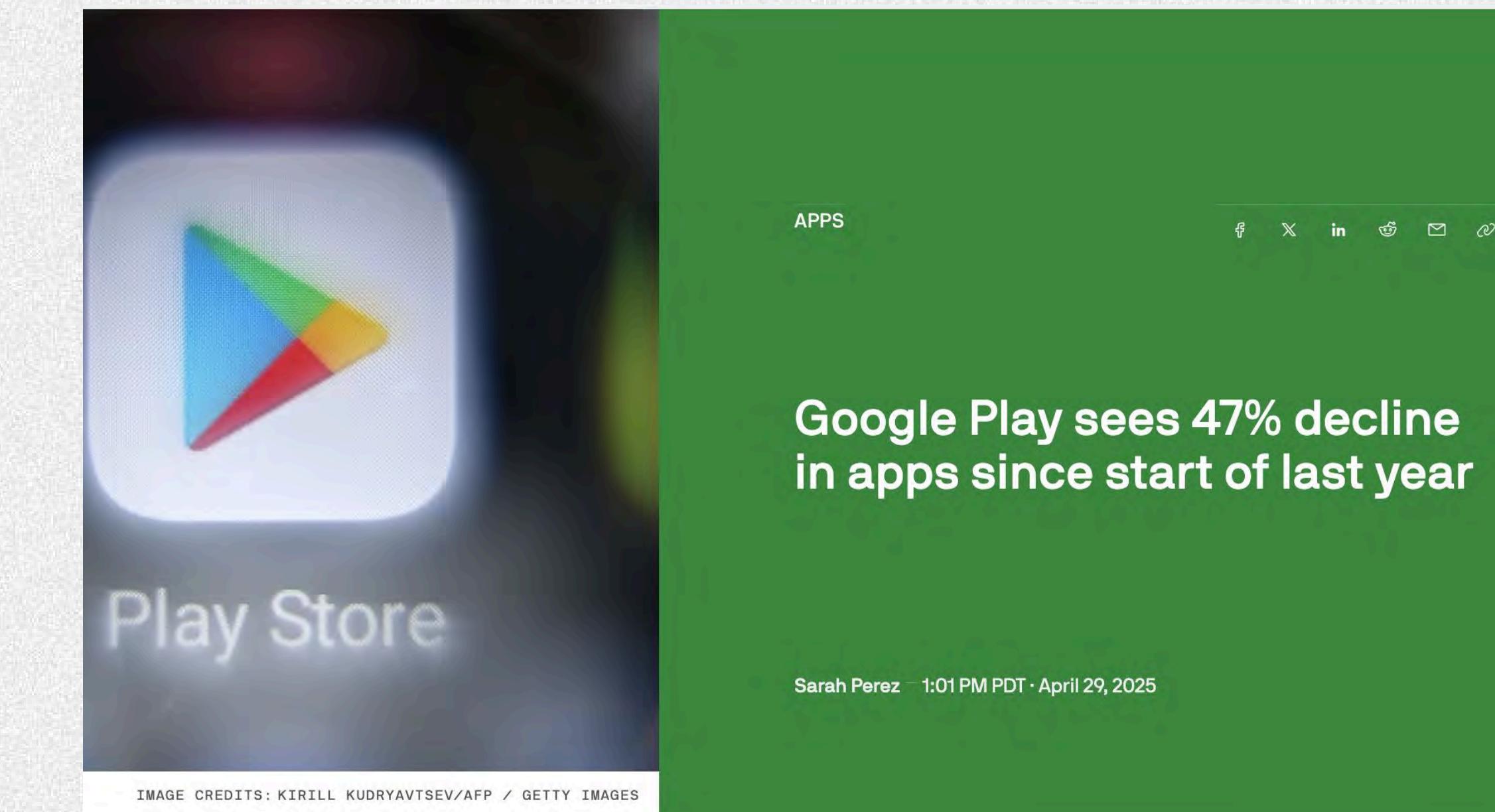
アプリは継続的にストアから削除されます

2024年は特に顕著でした

2024 App Store Transparency Report

Since it launched in 2008, the App Store has proven to be a safe and trusted place to discover and download apps. At Apple, we're committed to creating a great experience for customers and developers — and we review every app for compliance with our App Review Guidelines to uphold the highest privacy, security, and content standards.

Our App Store Transparency Report provides data about how we operate the App Store in all 175 countries and regions where it's available. Below you'll find information about our efforts to help keep the App Store a safe and trusted place for users to find apps they love. This report covers data from 2024. Previous reports are available [here](#). We will update this information annually.



Google Play sees 47% decline in apps since start of last year

Sarah Perez - 1:01 PM PDT · April 29, 2025

Google Play's app marketplace is losing apps.

From the start of 2024 to the present, the Android app marketplace went from hosting about 3.4 million apps worldwide to just around 1.8 million, according to a new analysis by app intelligence provider [Appfigures](#). That's a decline of about 47%, representing a significant purge of the apps that have been available to Android users globally.

*2024 App Store Transparency Report

削除の主な理由

App Store(2024年：8000以上のアプリ削除)

- ・ 削除の半数以上は「デザイン品質」に起因
- ・ もう一つの大きな理由は詐欺や不正行為

Google Play (2024年：200万以上のアプリ削除→半減)

- ・ 古いAPIレベル・更新停止などの「非準拠アプリ」
- ・ スパム・低品質アプリ
- ・ セキュリティやプライバシーポリシー違反
- ・ 2024年7月に「最低機能要件（Minimal Functionality Policy）」を導入

これもまたウェブではない環境
プラットフォームが精査をする
そして求めている品質もより高まっている

今回は6つの視点の中で4つに絞ってお話をできればと思っています

● 6：持続性

進化し続けているか

● 5：情緒性

魅力的かどうか

● 4：ユーザビリティ

使いやすいかどうか

● 3：信頼性

正常に動作するか

● 2：利用状況性

使われる状況があるか

● 1：認知性

見つけてもらえるか

認知性

見つけてもらえるか

まずは、1つ目「見つけてもらえるか」について



- 見つけてもらえるか
- 使われる状況があるか
- 正常に動作するか
- 使いやすいかどうか
- 魅力的かどうか
- 進化し続いているか

そもそも作ったからといって
触ってもらわなければ
土俵に立つこともできない

見つけてもらえるのか

GooglePlayのアプリの総数

1,567,576

*2025年8月地点 App Brain調べ

「見つけてもらうための質」
「入り口のデザイン」
を考えていく

**みなさん最近ダウンロードした
アプリは何をきっかけに入れましたか**

ダウンロードするきっかけ

- ・ お店の店員からDLしてくれたら500円引きされると聞いて入れる
- ・ 道端の広告を見て面白そうと感じて入れる
- ・ SNSでインフルエンサーが使ったいたいアプリを知って入れる
- ・ アプリストアで目的に沿ったアプリがないか探して入れる
- ・ 友達から勧められて入れる

etc.

さまざまなアプリの出会い方が ありますが、その出会い方の品質を 高める4つの観点

デジタルマーケティングの領域の領域でもありますがその観点は
今回お話しはせず、あくまでもデザインの目線でお話しします。

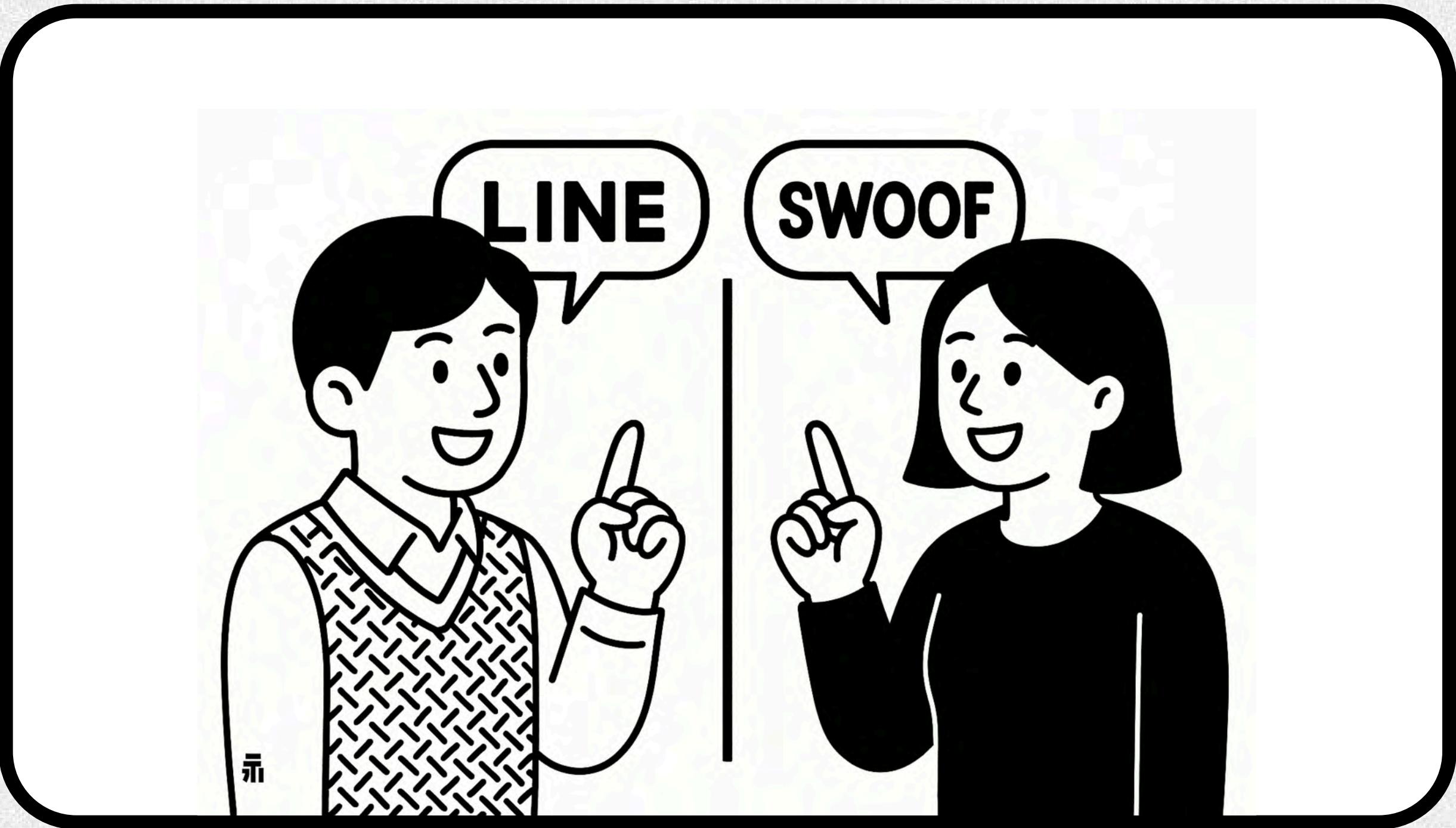
見つけてもらうための観点

アプリだからこそ見つけてもらうための工夫が必要

- ①短く・呼びやすい
- ②テキスト入力に強い
- ③記憶に残るロゴ・シンボル
- ④瞬間に魅力が伝わるストア画面・説明文
- ⑤様々な媒体を考慮したビジュアル設計・世界観

ポイント

短く、呼びやすい



数多くのアプリストアで覚えてもらわなければいけない
そして会話の中でも伝わりやすい設計がベスト。インストール後のアプリ名表記の際も綺麗に収まる。

「あのアイコンが丸くて黄色いやつなんだっけ」 「あのコミュニケーションふんとかなんとかのアプリが～」

ポイント

テキスト入力に強い



デジタル上で広まりやすく、打ちやすいと
より生活に浸透しやすくなる

ポイント

記憶に残るロゴ・シンボル



アプリアイコンのガイドラインに書いてあるとおり
ストアを見ていてなんとなく機能がわかったり、記憶に残りやすい形

アプリを入れた後も探しやすい、見つけやすい体験につながる。

ポイント

瞬間的に魅力が伝わるストア画面・説明文



なんとなく使いやすそう・便利・面白そうと感じる画面設計
端的にどんなアプリなのかを説明できる体験設計

アプリの説明文が読まれることはほとんどない、ストアのスクリーンショット説明文で端的に伝わる構成を考える。

ポイント

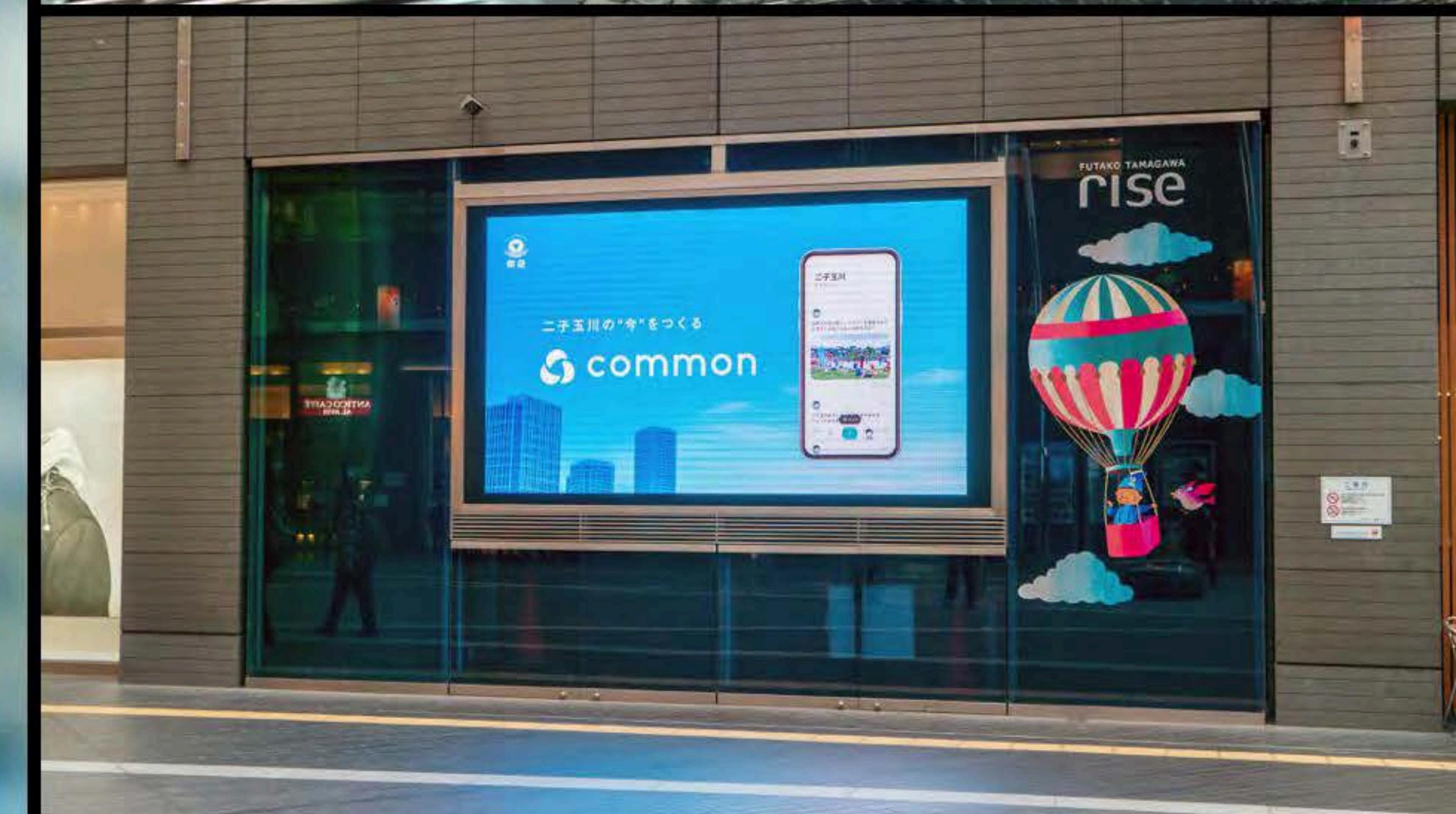
様々な媒体を考慮したビジュアル設計・世界観



見つけてから、ダウンロードして、使ってもらうまでの統一した世界観
あまりに違いすぎると違うところきた？なんかイメージと違うとなってしまう

ダウンロードする前から体験は始まっているということ

電車内広告





すし 銚子丸

銚子丸 縁アプリ 新規会員募集中!

App Store からダウンロード Google Play で手に入れよう

QRコード

いつでも、どこでも 銚子丸と、もっとつながる

銚子丸公式アプリが、便利でお得にリニューアルします。お食事するほどお得になる新機能「縁ランク」や、アプリ限定のクーポン・特典のご案内も。「良質な外食体験」を、店舗だけでなくお手元でもお楽しみください。

よくある質問
ダウンロード特典
機能紹介
コンセプト

いつでも、どこでも
銚子丸と、もっとつながる

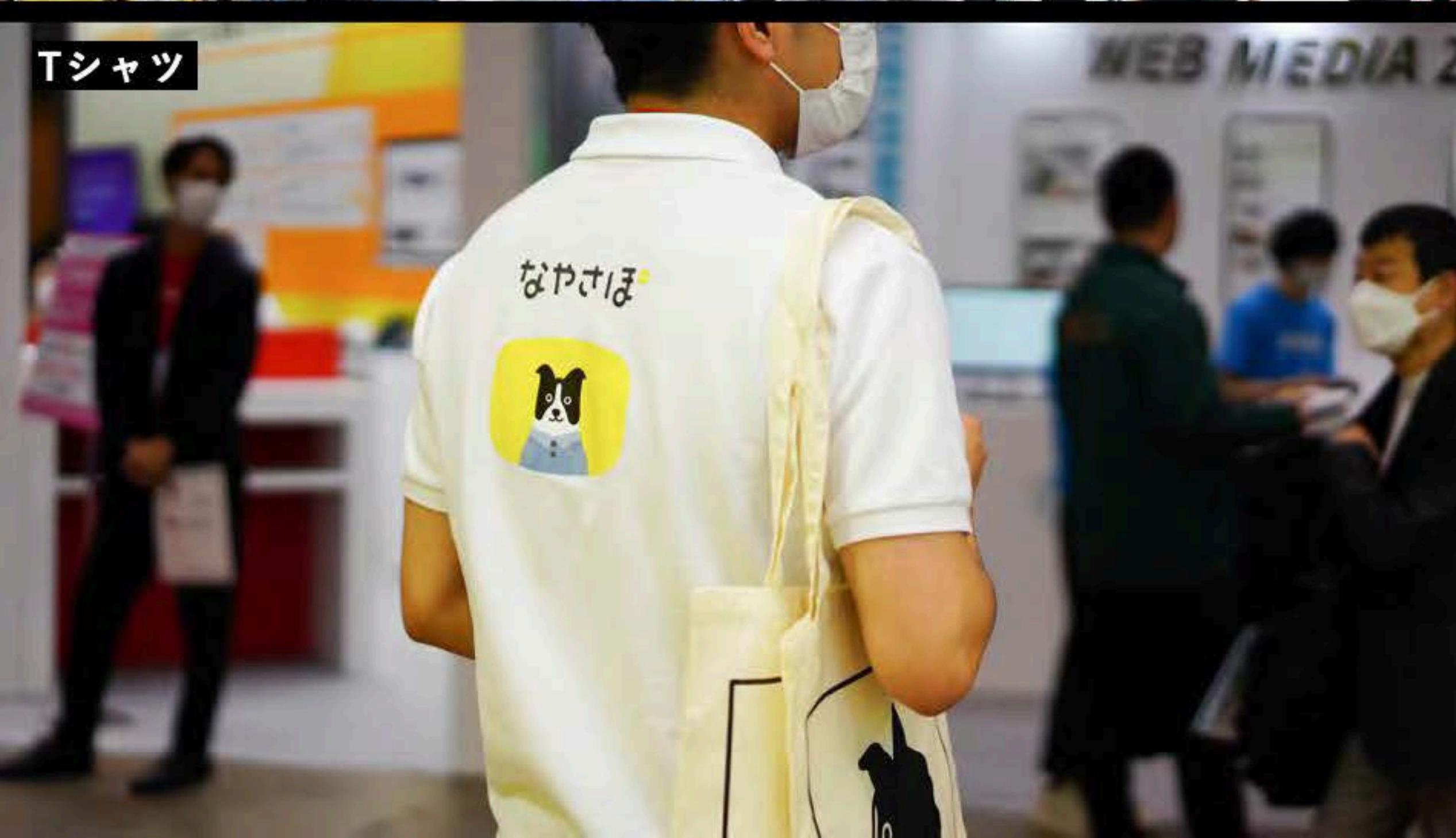
のぼり



ブースデザイン



Tシャツ



トートバック



入口の品質も担保することで
広まる力も入った後の安心感も
大きく変わってきます

利用適合性

使われる状況があるか

2つ目の要素、「使われる状況があるか」



進化し続けているか

魅力的かどうか

使いやすいかどうか

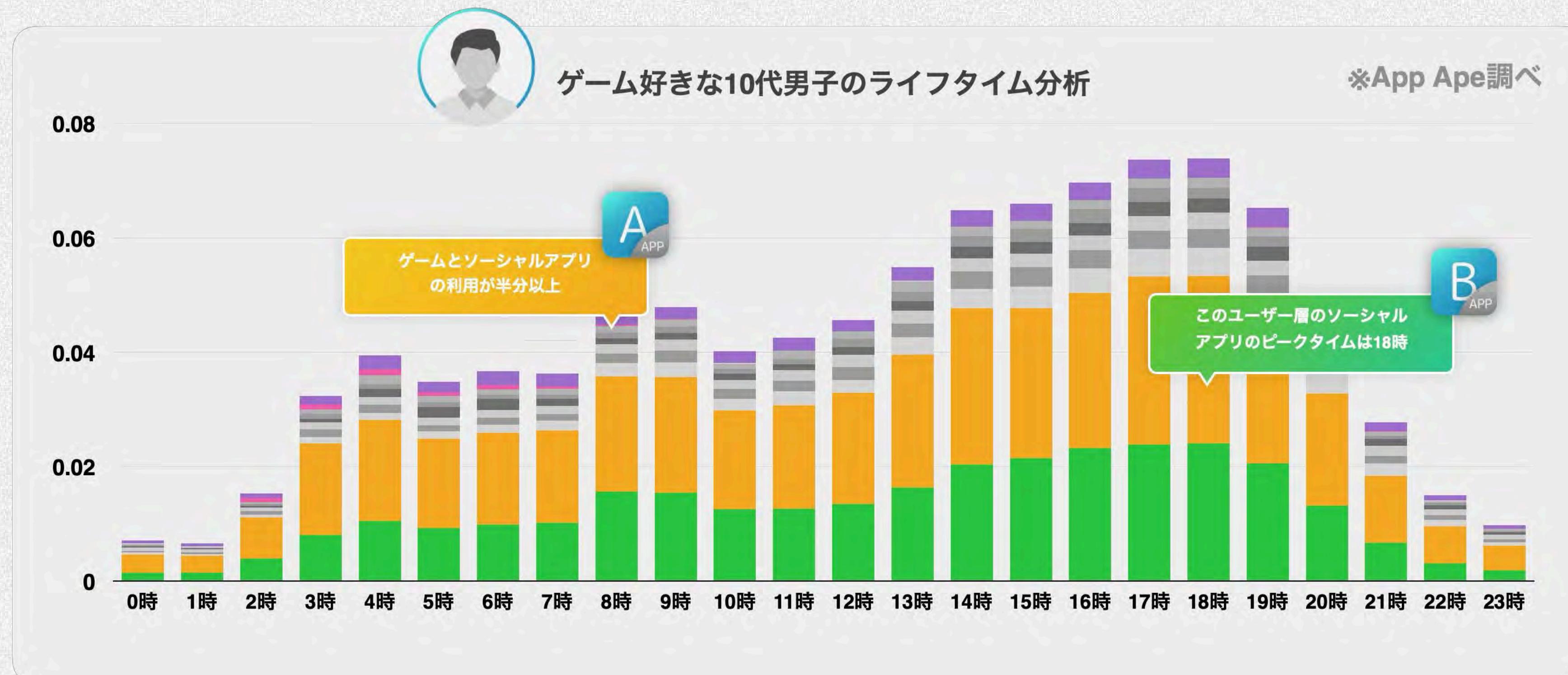
正常に動作するか

使われる状況があるか

見つけてもらえるか

アプリの利用サイクル

スマートフォンの使い方は人間の生活に大きく反映される。
電車の移動時間・休憩時間・昼間の業務連絡・土日のショッピング・・・様々な時間とスマホは連動している。



この時間軸のどこかで使われるのかをイメージする

機能が充実していても
明確に使われる状況をデザインしなければ
使ってもらえない

特にアプリにおいては
人間の生活に密接に関与しているため
使われる状況はより重要になります

よくこの辺りを整理していく上で
よくデザインプロセスでは
ペルソナ手法やCJMが使われます

ただ、ペルソナ手法では
さまざまなユーザーを抱えるアプリにおいて
なかなか捉えきれない現実があります

Persona



Bio Yusuke is an early-career engineer based in the city. He works on a variety of projects and takes pride in writing efficient code. In his free time, he reads books on new development trends.	Demographics Yusuke <ul style="list-style-type: none">Age: 25Occupation: EngineerStatus: Single Goals <ul style="list-style-type: none">Keep up with latest technologiesBecome a senior developer Frustrations <ul style="list-style-type: none">Difficult to find quality resourcesMany tools are counterintuitive Personality <p>Introvert → Extrovert</p> <p>Thinking ————— Feeling</p> <p>Introvert ————— Feeling</p> <p>Cautious ————— Bold</p>
--	--

そもそもペルソナ手法って？

サービスやプロダクトを設計するときに「典型的なユーザー像」を架空の人物として描き、その人を基準にデザインや意思決定を行う手法。

ペルソナ手法のメリット

- チーム内で「ユーザー像」を共有でき、議論がブレにくい
- そのユーザーに寄り添った設計をしやすい

ペルソナ手法の限界

- 架空の人物に引っ張られすぎて、実際の利用状況の多様性をカバーできない。
- 「20代男性」「30代主婦」など属性に偏ってしまうと、リアルな利用文脈を見落とす危険がある

ではどのような観点で
使われる状況をとらえていくのか
僕は3つの観点で考えるようになります

使われる状況を作り出すための観点

アプリだからこそ使われる状況は解像度が高くなければならない

①ユースケースでユーザーを捉える

アプリのユーザーを属性で捉えるのではなく、
状況や行動でユーザーをとらえていく。

②ユースケースのレベル分け

カスタマージャーニーマップではなく、主なケース/リアケース/クリティカルケース等
ケースベースのシナリオ設計が有効。

③ユーザーのレベル分け

ライトユーザー → ミドルユーザー → ヘビーユーザー
アプリは一様ではなく、利用レベルごとに求められる体験が違う



①ユースケースでユーザーを捉える

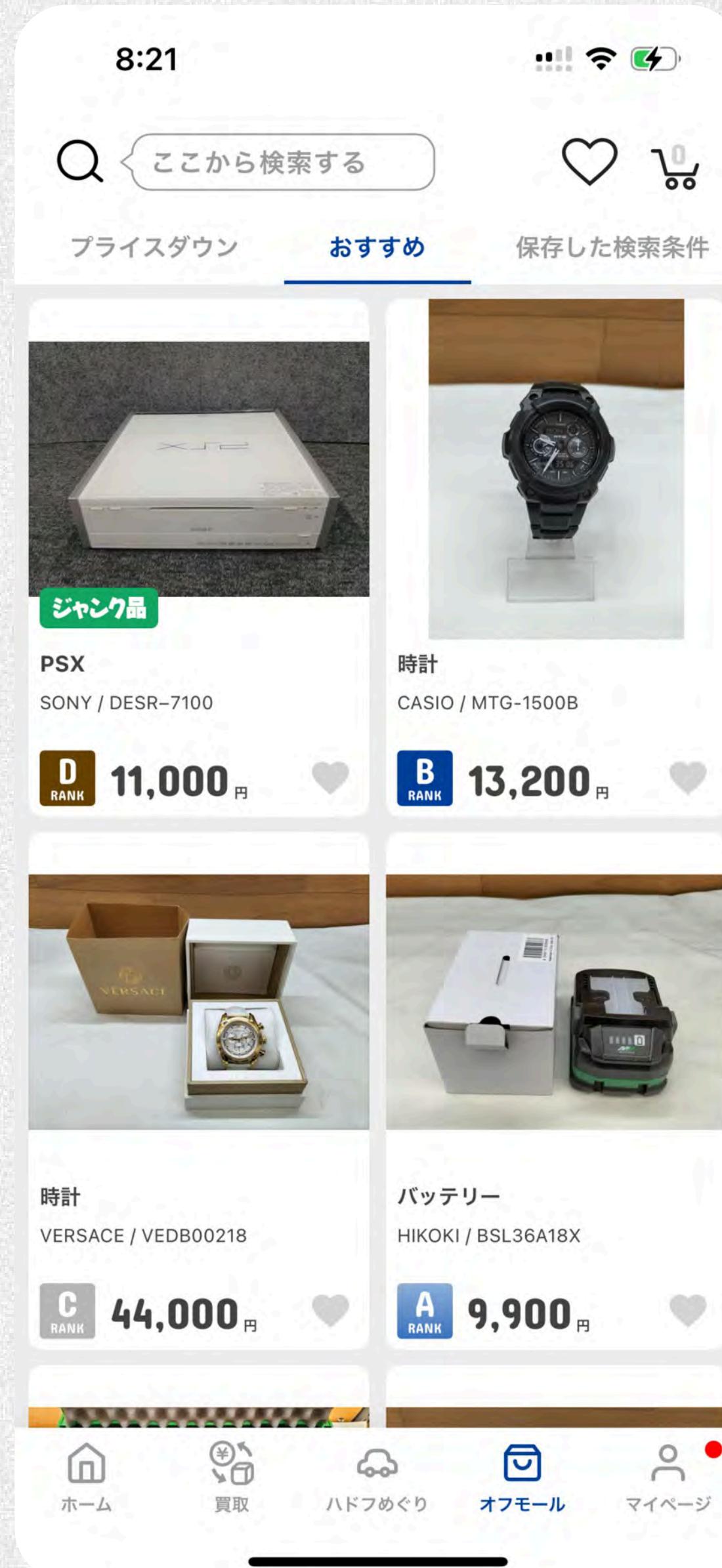
●従来の属性ベースの考え方

「ハードオフのペルソナは30代男性、家電好きのリユースユーザー」
→こう切ってしまうと「女性ユーザー」や「ライトに使いたい人」を排除してしまい、本来の潜在ユーザー層を見落とす。

●ユースケースでのユーザーの捉え方

- ・ 「近くの店舗で掘り出し物を探したい人」
- ・ 「引っ越し前で家具をまとめて売りたい人」
- ・ 「コレクション（楽器・古着・ホビー）を査定してほしい人」
- ・ 「暇つぶしに商品を眺めたい人」

→年齢や性別を問わず、“リユースや探索行動をしたい”という状況で多様な人が利用する。



②ユースケースのレベル分け

● 従来のカスタマージャーニーマップの考え方

「**不用品を売りたい流れのカスタマージャーニーマップ**」

特定のストーリーだけで設計すると、アプリは“不用品を売る”で終わってしまい、それ以外の重要な状況でユーザーをカバーできなくなる。

● レベルごとにユースケースを捉える考え方

- ・ 主なケース：近くの店舗情報を探す・中古品を購入
- ・ レアケース：様々なハードオフ店舗を巡る
- ・ クリティカルケース：査定依頼後のトラブル対応や返品確認

→こうした「主流利用+少数利用+トラブル利用」アプリにとって重要となるケースを想定に含めることで、ユーザーは“このアプリなら安心できる”と感じる。



③ユーザーのレベル分け

●ユーザーのレベル別で捉えない考え方

「ハードオフのアプリ利用者はみんな同じように店舗を使う」

この前提だと、ライトユーザーには機能が多すぎて複雑に見え、逆にヘビーユーザーには物足りない体験になる。

●ユーザーをレベルごとに捉える考え方

- ・ ライトユーザー：店舗の場所や営業時間だけ確認する
- ・ ミドルユーザー：アプリからクーポンや査定予約を利用する
- ・ ヘビーユーザー：アプリを通じて「お宝探し」「出品」などを日常的に楽しむ

→ レベルに応じて「求められるUIや機能」が異なるため、それぞれに合った導線や設計が必要。

実際に僕もレビューをする際は
こういった観点で見ることで
使われる状況の品質を見極めていきます

**QAという観点においても
テストケースを考えていく際にも
相性が良い考え方なのではと思します**

情緒性

魅力的かどうか

良い（品質の高い）アプリを実現するための大切な6つの視点



進化し続いているか

魅力的かどうか

使いやすいかどうか

正常に動作するか

使われる状況があるか

見つけてもらえるか

とても数値化が難しいところ
ではありますが昨今は同じような
アプリは有象無象とあります

似たようなアプリが2つあった場合
その時に差が出るのが
いかに魅力的なのかが決手になります

触っていて心地の良いもの
その世界に戻りたいもの
そういう魅力を出すことが重要です

魅力を感じてもらうための要素

ユーザービリティだけでは捉えきれない、楽しさや感動を生む要素

・見る・触る心地よさ

画面の視認性・余白・配色・アニメーション・レスポンスの滑らかさ。
気持ちよく思える要素が品質につながる。

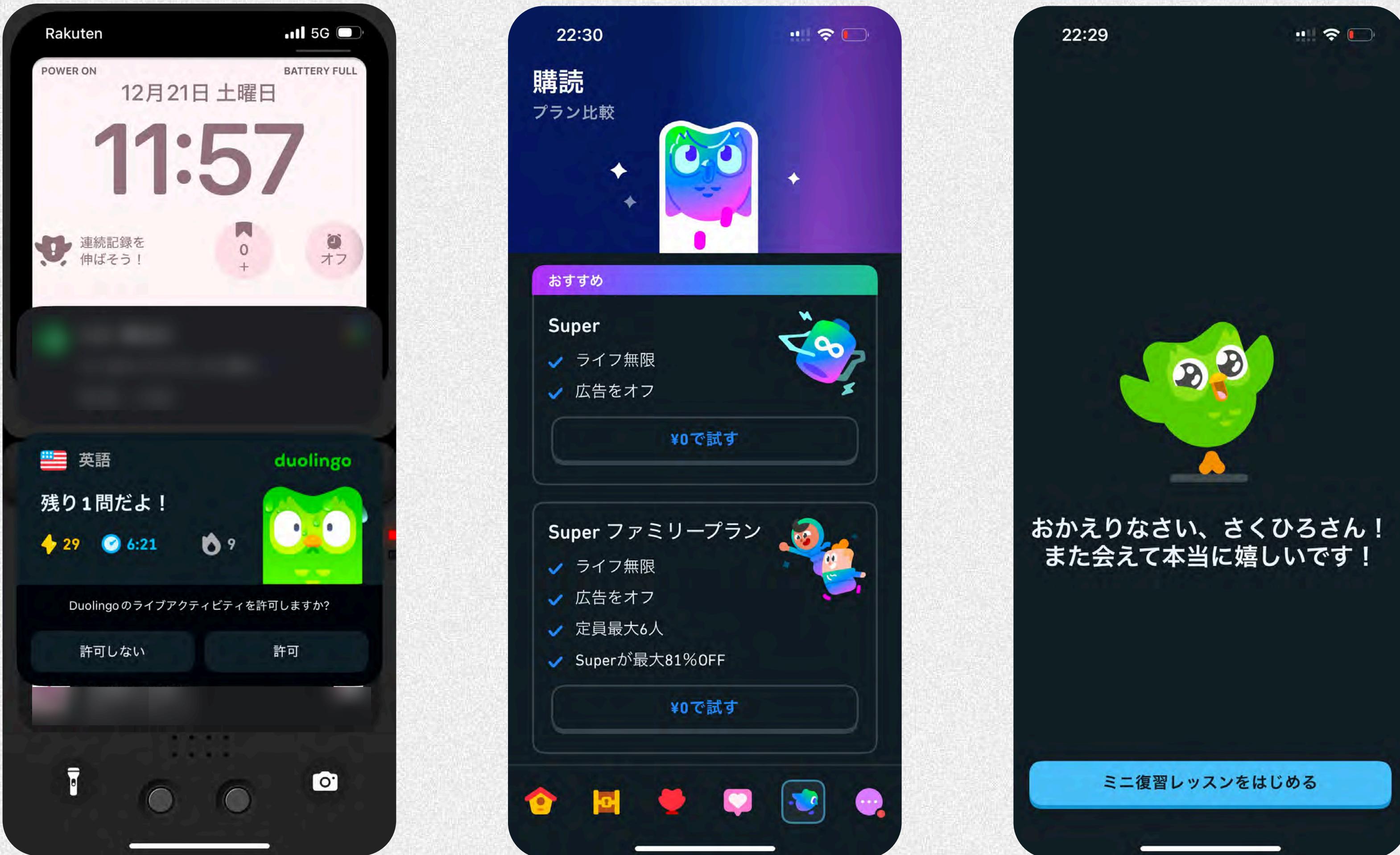
・そのアプリならではの世界観

UIトーンやデザインシステム、機能構造に一貫性をもたせること。
“そのアプリを使っている”とすぐ分かる特徴。

・遊び心を忘れない

一見機能としては必要のない部分でもちょっとした見せ方の工夫で
ユーザーがときめく瞬間をつくりだす。

Duolingoの世界観からくる魅力



Duoくんがいることによって「やらないとDuoくんが待っている」と言う感情は生まれない。
単純な言語学習に絶対必要なのか、と問われるとそうではないが確実に使われる要素と言える。



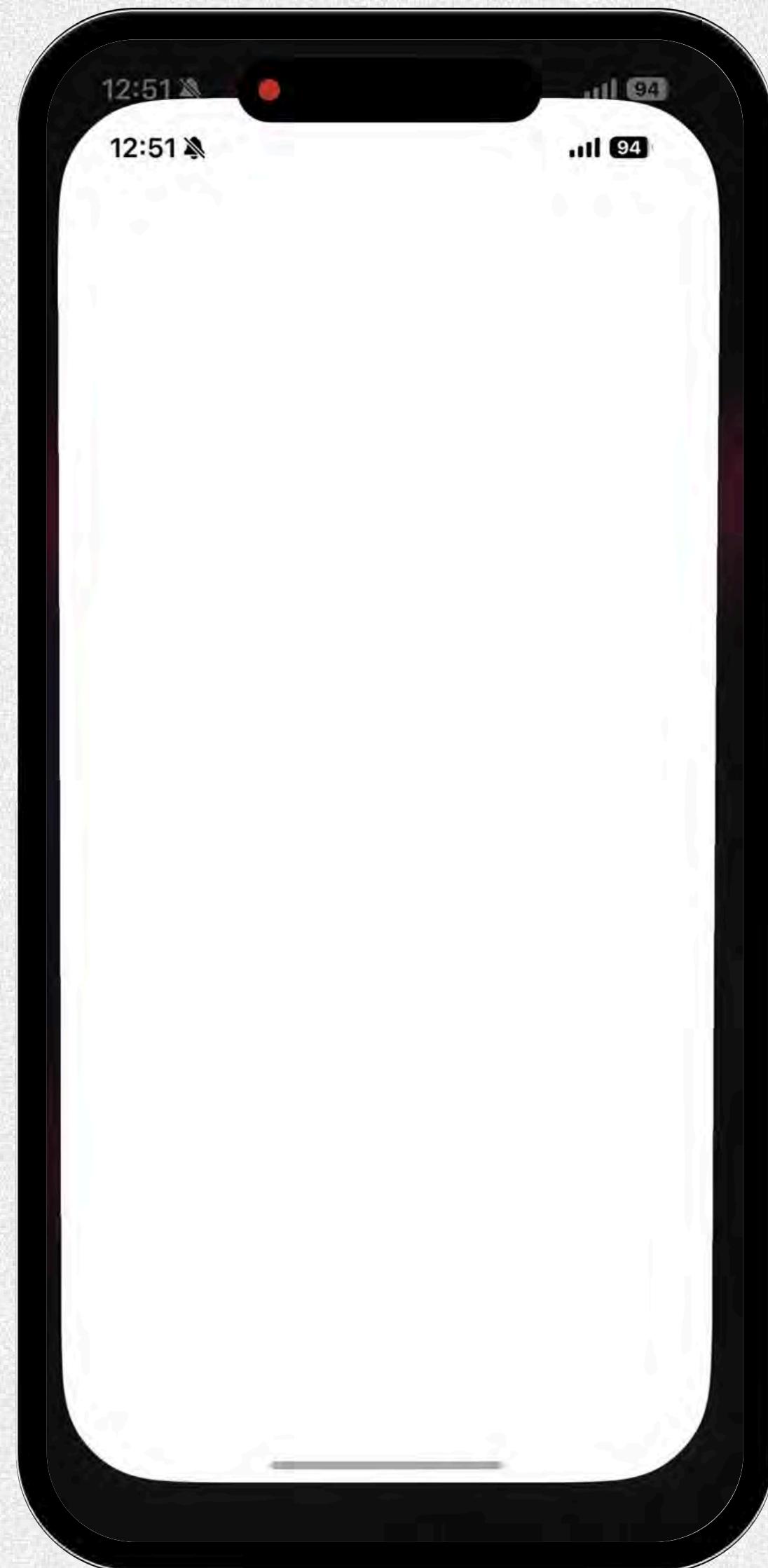
Duolingoの触り心地

回答をした時のハプティクス

正解をした時のサウンドの心地よさ

聴覚と触覚・視覚をうまく使った心地よさを体現

機能やユーザビリティという観点では捨えない、ビジュアルやアニメーション。
また触りたい・スクショしたい・ずっとみていたくなる遊び心を。



皆さんの使っているアプリの中でも
きっと開いていて・使っていて
心地よいアプリがきっとあるはず

その中でも記憶に残っているアプリの
画面はなんでしょうか？

それはなぜ記憶に残っているのか
便利だから？かっこいいから？
触り心地がいいから？

当たり前すぎて考えないかもしれないですが
そういう機会を少しでも作るだけでも
目は養われていきます。

持続性

進化し続いているか

早速ですが質問です

**iPhoneが生まれたのは
いつでしょうか？**

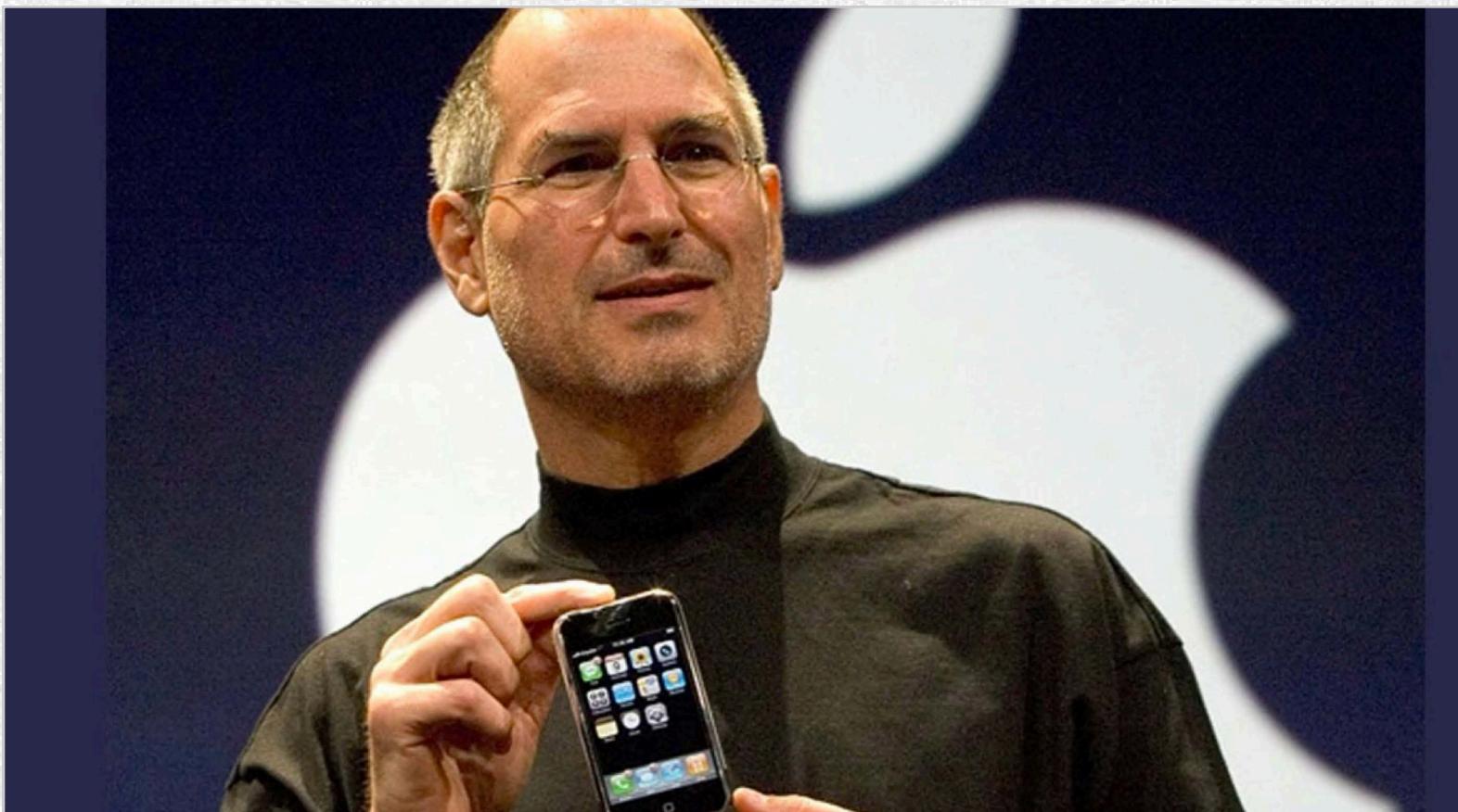
A photograph of Steve Jobs, co-founder of Apple, wearing glasses and a dark turtleneck. He is looking down at a black iPhone he is holding in his right hand. The screen of the phone displays various app icons. The background is dark and out of focus.

2007

2000年代

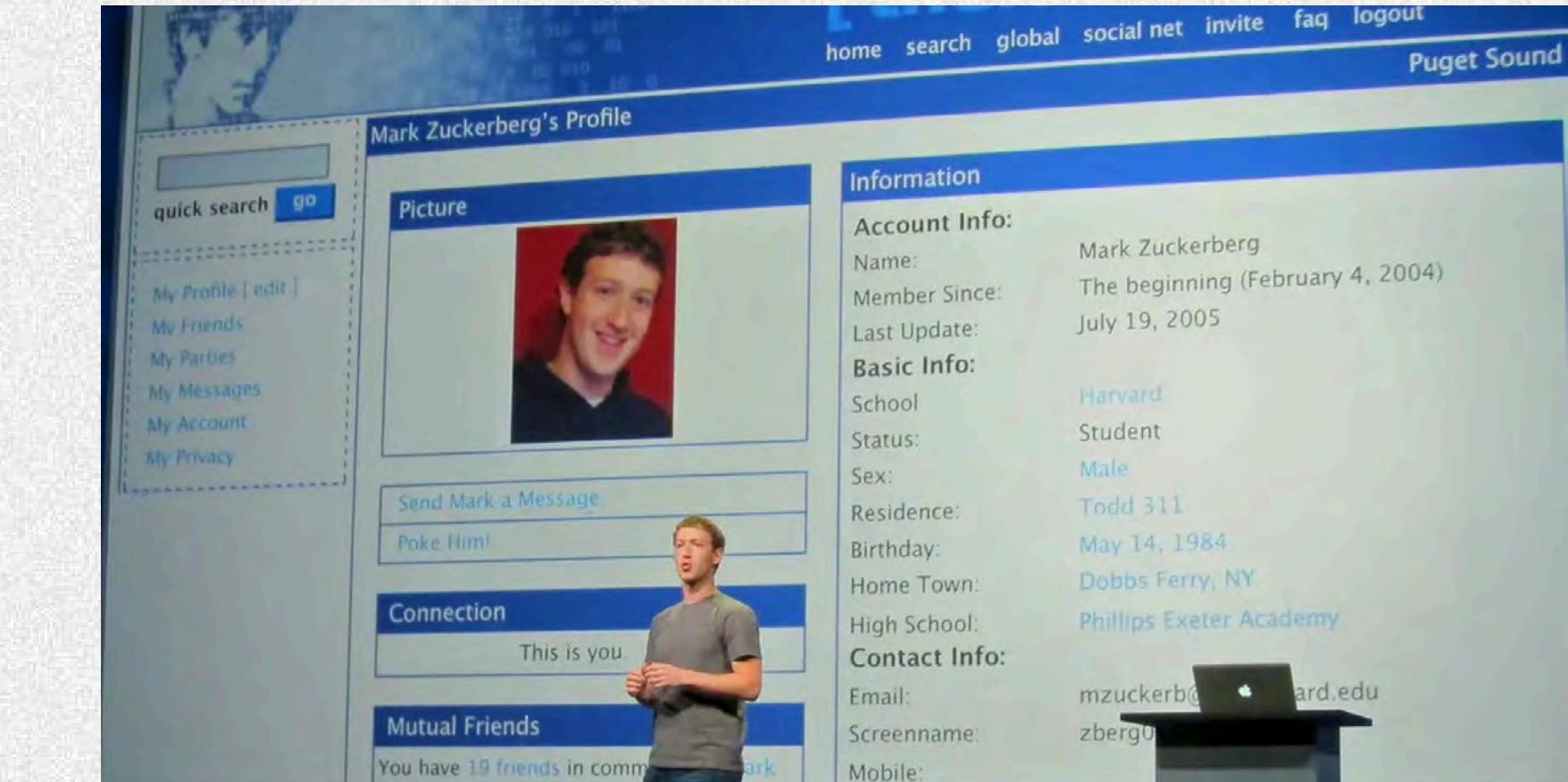
モバイルとクラウドの時代

iPhone(2007)



出典：Gigazine

Facebook(2004)



出展：BUSINESS INSIDER

iPhoneが生まれ、「アプリ」という言葉が世界に浸透していく。
またGoogle DriveやDropboxなどのクラウドの概念もこの頃。

2010年代

デジタルプロダクトの多様化・日常生活への浸透

IoT



出典：Amazon

Adobe Creative Cloud(2011)



Adobe® Creative Cloud™

出展：Adobe

スマートスピーカー・スマート家電などのIoT、SpotifyやAdobeのサブスクリプションモデルが生まれビジネスの幅も領域もさらに拡大していく。

2020年代

ユビキタスコンピューティングと次世代技術

AR/VR



出典：Apple Vision Pro

Chat GPT



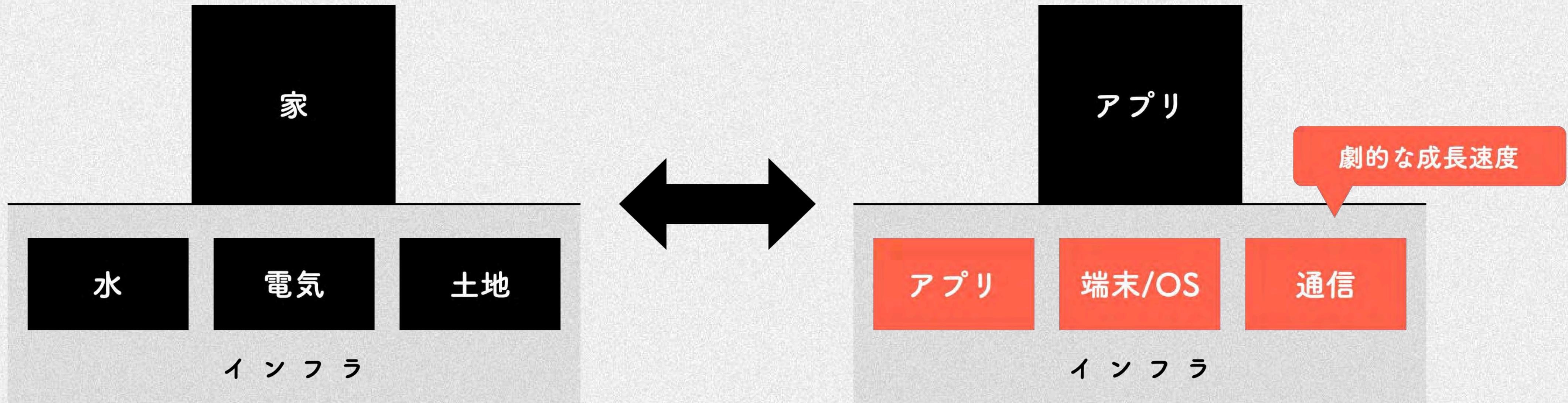
出展：ChatGPT

リモートワークツール（Zoom, Teams）の普及、スマートホームやテスラなどあらゆる場面でデジタルが身近なものになっていく。またAI生成技術の急成長により一般人でも使えるレベルに。

**iPhoneが生まれて20年も
経っていないのにこの成長速度**

インフラの環境の進化速度①

IT開発では、家で言うところのインフラ環境が劇的に変化していくため、従来の開発フローではユーザーに求められるものは創り出せません。ソフトウェア開発でアジャイル開発が勧められるのもこれが起因しています。



【具体的な失敗例】

2年前に設計したXアカウント連携機能が、有償サービスになってしまった。
iOSのデフォルト機能として実装されて、そもそもニーズがなくなった。

より早く・よりユーザーに適切なものを提供することを善

インフラの環境の進化速度②

IT開発では、家で言うところのインフラ環境が劇的に変化していくため、従来の開発フローではユーザーに求められるものは創り出せません。ソフトウェア開発でアジャイル開発が勧められるのもこれが起因しています。

インターネット回線
この30年間で

約20万倍

スマホの容量

クラウド化

OSの変化

年に1回

前提条件が1年でガラッと変わる・進化する世界

今のネット速度が遅くなれば
ほとんどの人は不満を感じる

音質や画質も悪かったら
それも不満に感じる

つまりは品質基準を作ったとしても
その基準すらすぐに変化しなければいけません

知ったら終わりではなく
常に学び続けなければ
良い品質は維持できないのがアプリの世界

時代にフィットした品質の目を養うために

常に環境が変わっていくこの環境にどのように対処していくのか

- **WWDC/Google IOなどのプラットフォーマーを追う**

プラットフォーマーの一言でなくなるアプリもある、基準も決めるのもここ。
押さえておかなければ必ずおいてかかる

- **親や友達、子どもが使っているアプリを聞いてみる**

アプリの使われ方・使っているアプリは本当に人によって様々。
自分の興味の範囲外のものを身近なところから聞いてみる

- **自分が使わないアプリを触る癖をつける**

アプリのいいところは誰でもダウンロードができるところ、その環境を使いこなして
自分では触らないアプリで人気のものを触る癖もつけていく。

最後に

昨今AIの誕生によって
より品質の考え方も変わってきます

**それ相応の品質が
簡単にできてしまう時代**

つまりはより似たようなものも
出てくるでしょうし

逆に似たようなもので
少しでも劣勢になれば淘汰される時代

A portrait of Dylan Field, CEO of Figma. He is a young man with dark hair, wearing a black t-shirt. He is looking slightly to his left with a thoughtful expression. The background is dark and out of focus.

Figma CEO - Dylan Field

**“If development gets easier—it’s faster to create software
—then what is your differentiator? It’s design, it’s craft,
it’s attention to detail.”**

もし開発がどんどん容易になり、ソフトウェアを作るのが速くなるのだとしたら、
そのときの差別化要因は何か？ それはデザインであり、クラフトであり、細部へのこだわりなのです。

*Business Insider

出典：CNBC

これからは品質の時代

少しでもアプリの品質に対して
違う目線が生まれてくれたら嬉しいです

ご清聴ありがとうございました！