

自動二輪車の販売 WEB サイトのインターフェース改善

Improve the interface of a motorcycle sales website.

片桐 鼓太郎

指導教員 川崎紀弘

サレジオ工業高等専門学校 デザイン学科 伝わるデザイン研究室

二輪車販売 WEB サイトのユーザビリティを向上させ、インターフェースを改善することで、購入プロセスをよりスムーズにし、訪問者の購買意欲を喚起する方法について検討する。

キーワード：ユーザーインターフェイス オンスクリーン Web サイト 自動二輪車

1. 研究目的

中型免許を取得した人やバイクに挑戦してみたいという人、バイクを乗らなくなってしまった人に購入意欲を再び高めることが求められていると感じた。そのため、ユーザーが魅力的に感じるような WEB サイトの開発が必要不可欠だと考え、既存のサイトをより使いやすい UI にデザインし改善していこうと考えた。

2. 調査内容

1. 年齢層の変化

2021 年度の調査によると、バイク購入者の平均年齢は 54.2 歳で、若干の若返りが見られた。特に 30 代以下の購入者が増加しており、全体の 32% を占めている。〔1〕

2. 免許取得者の動向

2020 年度には原付免許取得者が 9.3 万人から 9.6 万人に増加し、普通二輪免許取得者は 17.2 万人から 18.7 万人に増加している。また、大型二輪免許取得者も 7.5 万人から 8.2 万人に増えた。〔2〕

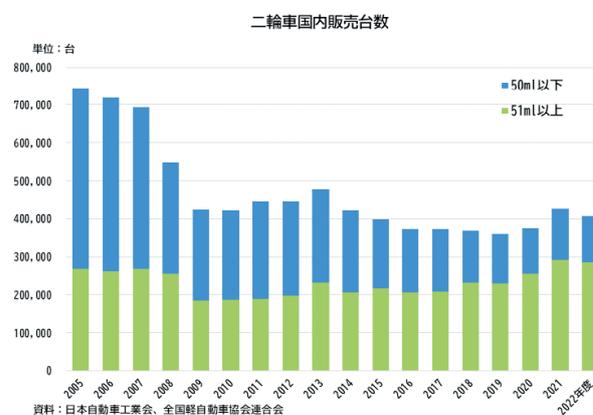
3. web サイトのナビゲーションの複雑さ

製品カテゴリやフィルタ機能が難しく、ユーザーが求めるバイクモデルやアクセサリにスムーズにたどり着けないことがある。

4. 購入プロセスの複雑さ

購入フローが複雑であったり、必要な情報入力が多すぎたりすると、ユーザーは途中で離脱する可能性がある。

表 1 二輪車国内販売台数 2005~2022 年度〔1〕



3. コンセプト

1. コンセプト・試作

若年層向けのインターフェース改善

調査によると、30 代以下の購入者が増加していることから、若年層は今後のバイク市場における重要なターゲットになると考える。この層を早期に取り込むことで、将来の購買活動を促進し、市場を活性化させる狙いがある。

そして、10～20代はデジタルネイティブ世代であり、直感的かつ視覚的に魅力的なインターフェースを好む傾向がある。彼らは複雑なナビゲーションや煩雑な手続きに対して敏感であるため、使いやすく魅力的な UI/UX が購買意欲を高める重要な要素となる。

よって、10～20代のバイクに少しでも興味がある・購入を考えている人を対象とした購入意欲を向上させる web サイトを提案する。

さらに、アンケートを取り既存の web サイトの問題点などを集めた結果、ユーザーが直感的に操作できるインターフェースにすることで、目的の情報に迅速にアクセスできるようにする必要があることが分かり、写真の枚数、画角などを統一することで見比べやすくする。

4.提案物

(図 1)最初の 1 枚目の写真は出品者の好きな画角の写真を載せるようにし、その後は(図 2)前、後、右、左、左斜め前、エンジンアップ、お気に入り角度、その他のように固定の画角の写真を載せてもらうようにすることで、同じ車種や 2 台で検討しているバイクなどを比べやすくすることができる。(図 1)にはメーカー、車種、年式、値段と購入者が最も知りたい情報を得られるようにしている。そのため色々なバイクの写真や情報が混濁しやすい状況を回避している。だが、走行距離や状態など購入する上で見ないといけないポイントは(図 2)のページを開くことで確認することができるようにした。



図 1 WEBサイトのバイク一覧



図 2 バイクの詳細欄

5.今後の展開

分かりやすいインターフェースを制作していくために、ワイヤーフレームなど試作案をブラッシュアップして完成系を探っていく。

参考文献

[1]

<https://www.8190.jp/bikelifelab/bikefuture/report/market-price/look-back/>

バイク未来総研調べ

[2]

https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikaisetsu/hitokoto_kako/20230623hitokoto.html

経済産業省 大臣官房 調査統計グループ 経済解析室