



ダッシュボード作成のアドバイス

データを集めインサイトも得られたら、次は発見した結果を共有する段階です。

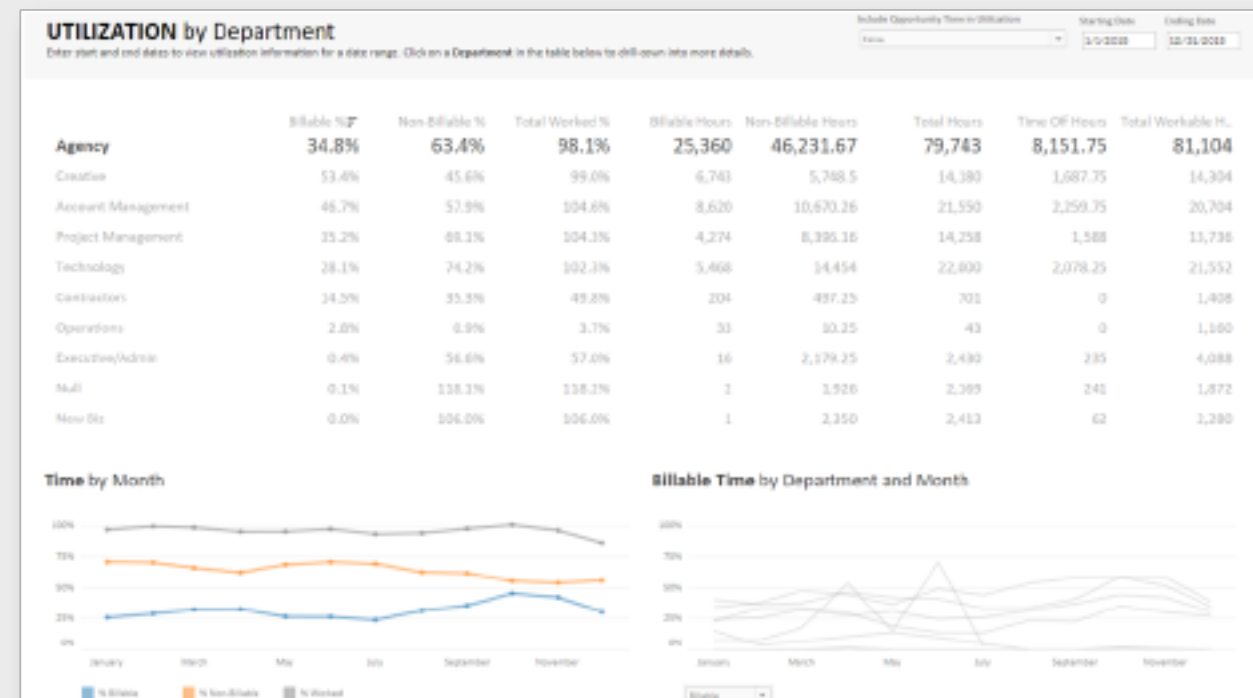
ダッシュボードを作成しましょう。

ダッシュボードは、特定のデータセットのインサイトを伝えるのに最適なツールです。しかし優れたダッシュボード、つまり本当に情報量が豊富で実用的なダッシュボードを作成するには、得られた「ひらめきの瞬間」をすべてキャンバスに詰め込むだけでは足りません。ダッシュボードを最大限に活用するために、慎重に考慮しなければならない設計とデザイン上のポイントがあるのです。

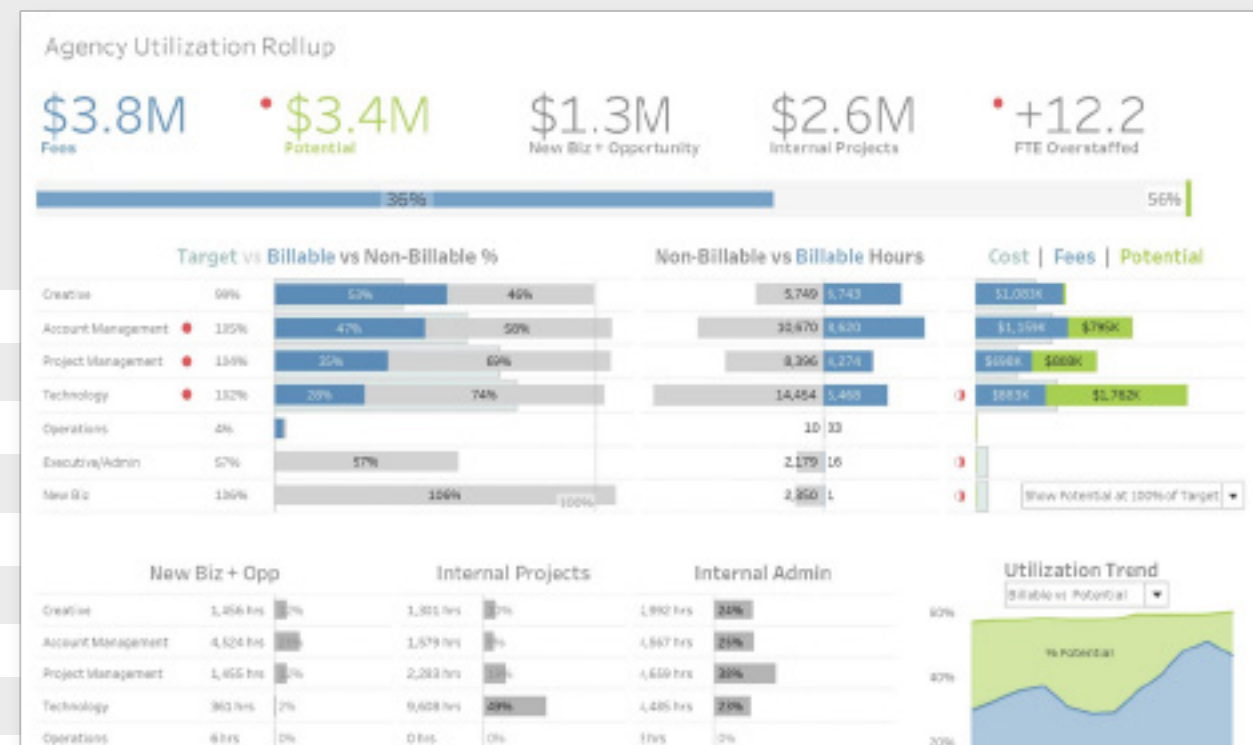


どこから始めるか、含めるべき情報、避けるべき点は次の通りです。

改善前:



改善後:



1. 実践しましょう

テストし、繰り返し、そして何よりもフィードバックを得る

ダッシュボードを一生懸命に作成しても、他のユーザーに見せると、データの意味がわからないと言われた、望んだ通りにダッシュボードを操作してくれなかったなどという経験はありませんか？

ダッシュボードを作成した側としては、ユーザーがダッシュボードをどのように使い、どのような情報を得るべきなのかは一目瞭然のように思えるでしょう。しかし、他のユーザーは作成者の視点を持っていません。

理想的なダッシュボードにするには時間がかかることもあり、たいていは「一度作ればそれで終わり」とはならないものです。作成者としてのニーズを満たすために強調の色を変えるなどの調整を重ねるほかにも、ダッシュボードを確実に他のユーザーの役に立つようにする必要があります。そのため、複数のユーザーからフィードバックを得ることがとても大切です。ユーザーはそれぞれ異なる視点を持っており、それが完璧なダッシュボードに仕上げるのに役立つ可能性があります。

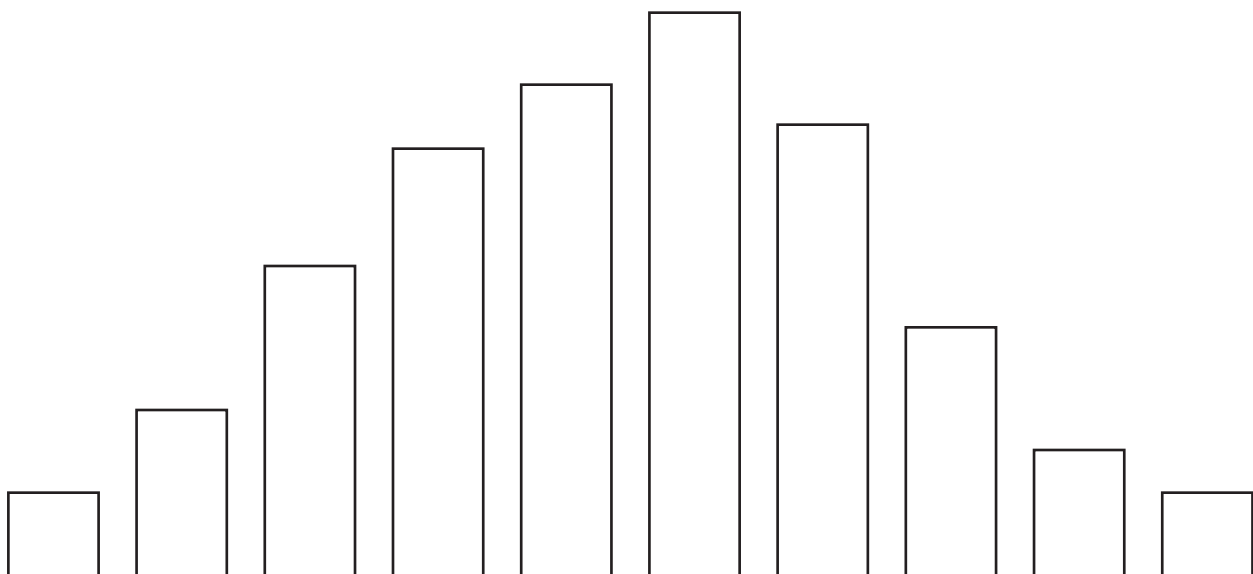
最初のダッシュボードから調整を数回繰り返すと、KPI を中心にした、表の代わりにビジュアルインターフェイスを使う形式に変わりました。

2 避けましょう

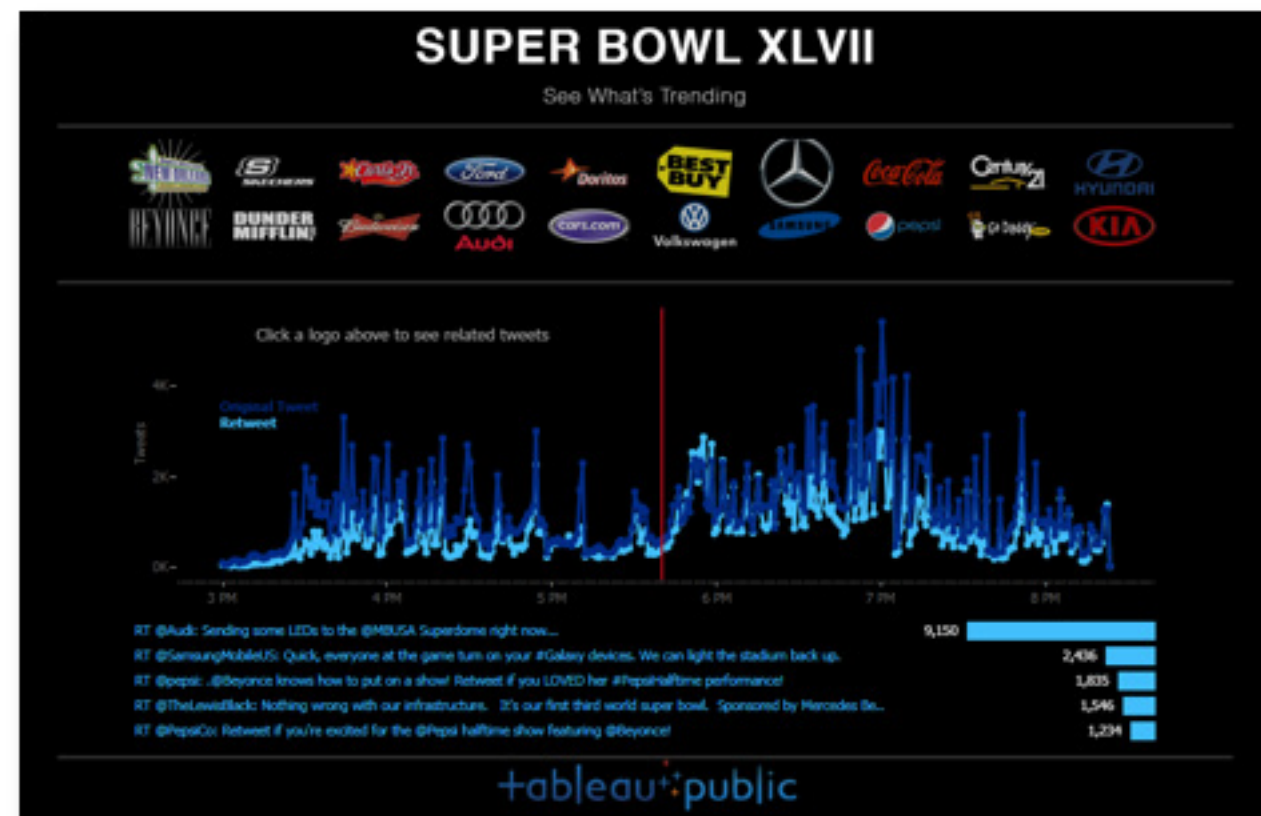
過度なデザインを避ける

雑誌や Web サイトで見かけるインフォグラフィックは、つい真似したくなるものです。しかし、ダッシュボードの最終的な目標を考えましょう。目指しているのは、多くの人の目を引くことでしょうか、それとも最新の分析結果を CEO やマネージャー、同僚に一目で伝えることでしょうか。

ビジネスの世界では、美しさよりも機能性を優先することが目標です。シンプルさを念頭に置きましょう。心に訴えるストーリーを伝えられるのは、単純明快なチャートとごく普通の配色です。わかりやすいダッシュボードならすぐにメッセージを伝え、作成者の専門知識を示すことができます。ユーザーがデータを確実に理解できるようにするために、ダッシュボードではビジュアルベストプラクティスに従いましょう。

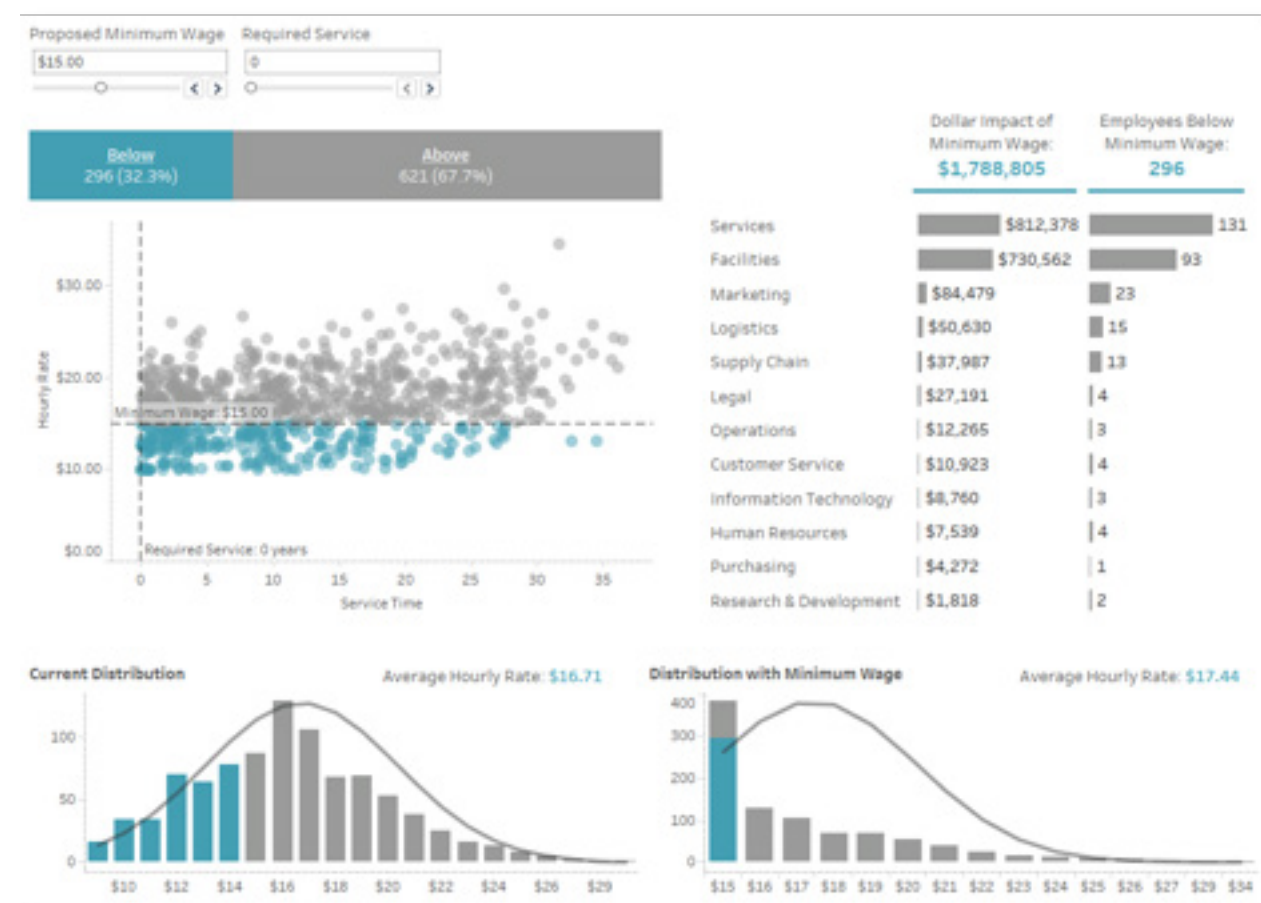


改善前:



このダッシュボードは、アメリカンフットボールのファンと共有するには向いていますが、ビジネスシナリオのテンプレートとして利用するには効果的ではありません。

改善後:



インフォグラフィックの影響を受けたダッシュボードは目を引きますが、すっきりしたカラーパレットとグリッドレイアウトの方がビジネスデータをうまく伝えられます。

3 ☒ 実践しましょう

改善前:



改善後:



昔懐かしいビデオゲームのような明るい色とフォントを使うことによって、このダッシュボードはユーザーの興味を引きやすくなり、もっとサポートケースの終了を目指そうという気にさせるのに役立ちました。

ユーザーのことを考えて、個別の内容にする

ユーザーにとって意味のあるダッシュボードを作成し、重要な情報を容易に吸収できるようにします。その方法にはさまざまなものがあります。

ダッシュボードをパーソナライズする最善の方法の1つは、ビジュアライゼーションにユーザーのデータを取り上げることです。ユーザーが、組織や業界の他者と自身(または自身の部署、製品、地域など)を比較しやすいダッシュボードを作成するよう心がけましょう。ダッシュボードでユーザー自身のデータを取り上げると、ユーザーは他のデータが自身とどのように関係しているかを理解し始め、次の質問を投げかけようという気になります。

この例では、Tableau のテクニカルサポートがダッシュボードの具体的な目的を持っていました。それは、スコアボードの順位を上げるように、結束の強いチームに働きかけて刺激することです。そこで、ダッシュボードに個人名を挙げるだけでなく、ビデオゲームの要素を取り入れて、ダッシュボードがユーザーに直接語りかけ意識を向かせるようにもしています。繰り返しになりますが、何より重要なのはユーザーを知り、何が適しているかを知ることです。

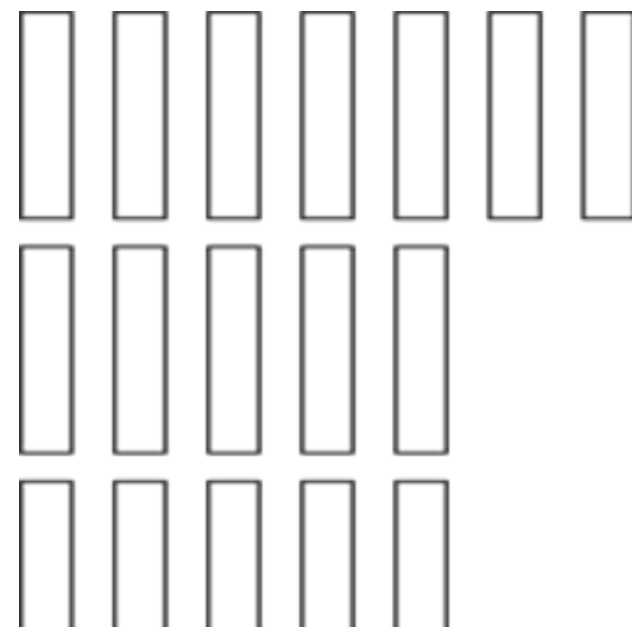
4 実践しましょう

他業界のダッシュボードを参考にする

どの業界にもそれぞれの指標があり、たいていは自身の業界のデータを取り上げたダッシュボードしか目にしないものです。しかし、他の業界にも目を向ければ素晴らしいアイデアが見つかるかもしれません。

たとえば、この例をご覧ください。プロのサッカー選手がさまざまな分野でのパフォーマンスを見るために使う、モバイル対応のダッシュボードです。どのメジャーでも色を使って、直近の試合を黄で、最近の5試合を赤で、そしてシーズンの他の試合を灰色で示しています。

この手法はスポーツのデータで非常に効果的なので、スポーツ以外のデータには使えないと思ってしまうかもしれません。しかしこれは結局のところ、ある出来事やカテゴリーを他のものと比べるための一手法に過ぎないので、スポーツ以外の状況にも応用することができます。ですから同じ手法が、たとえば自動車の燃費を比較する場合にも有効です。



改善前:

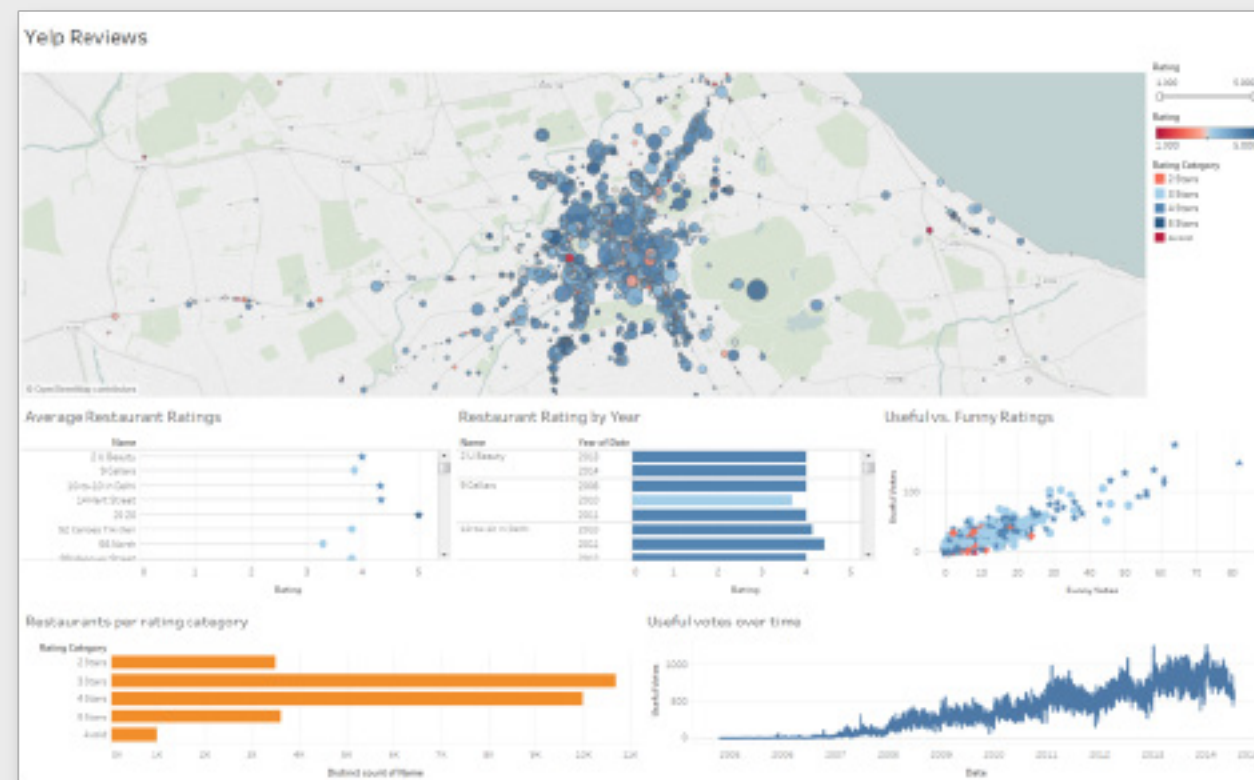


応用:



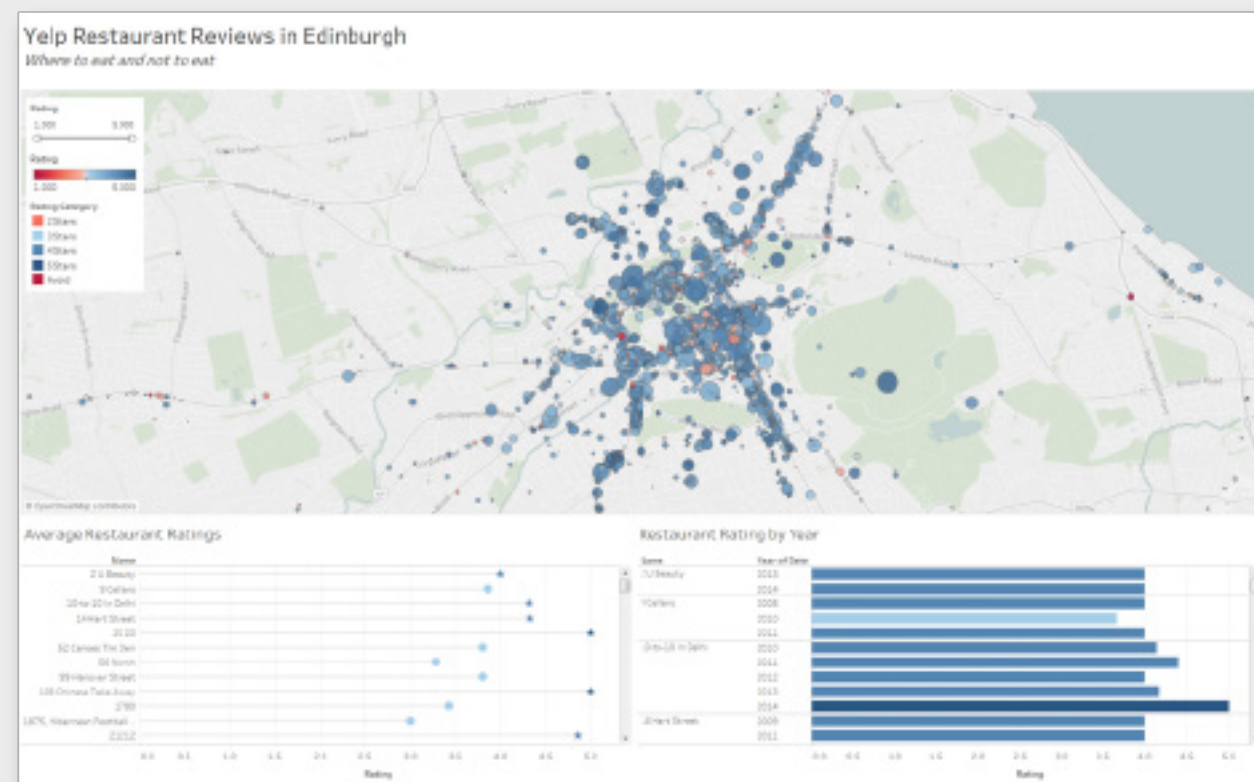
ここでは、値が平均値より上か下かを色で表す手法で燃費の平均を示しています。

改善前:



このダッシュボードは一度に答えようとする質問の数が多すぎるので、情報量も多くなってしまっています。

改善後:



ダッシュボード内のビューを3つに絞ったため、ユーザーは食事をする店を決めるための質問にのみ答えます。

5 ☒ 避けましょう

すべての質問の答えを一度に示そうとしない

ダッシュボードは重要なメッセージを数個伝えるためのものであり、見つかったインサイトを必ずしもすべて一度に示す必要はありません。1つのダッシュボードに入れるコンテンツの量が多すぎると、ユーザーにとっては情報過多になってしまう可能性があります。するとユーザーは、どのような結論を得るはずなのかがわからなくなったり、目の前のトピックとは無関係の質問をしたりするかもしれません。

代わりに提示する情報を絞り込んで、重要ないくつかの質問の答えを示し、それに関連してさらに質問できるようにしてください。こうすることにより、ユーザーはデータを探索し、新しいインサイトを見出し、繰り返され、カスタマイズされたダッシュボードを保存できるようになります。

そのユーザーのための情報の階層を考えてください。ユーザーが何より答えを必要としている質問 (1 ~ 2 個) は何でしょう。その答えは簡単に見つけられるものでしょうか、それともユーザーが深く掘り下げなければならないのでしょうか。目安として、ダッシュボードのチャート 1 つにつき、一度に 1 つの質問にのみ答えを示すようにするといいでしょう。

6 実践しましょう

モバイルデバイスを念頭に置いてデザインする

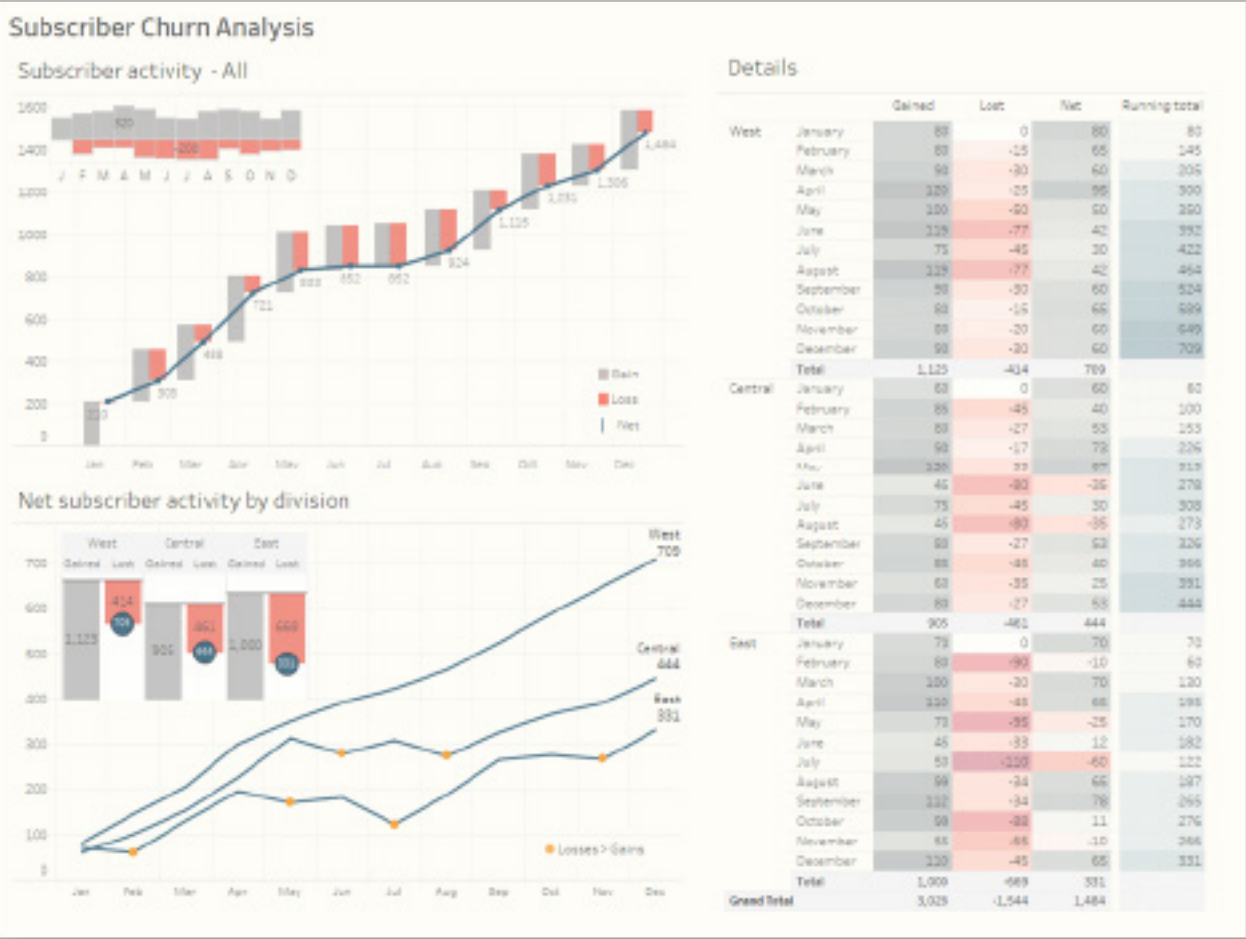
ユーザーが必要なときに必要な情報を、可能な限り簡単に分析できるようにしましょう。これはつまり、モバイルに対応したダッシュボードを作成することです。

一例として、外出中の重役を考えてみましょう。スマートフォンで利用する必要がある重要な情報(1〜2つ)は何でしょうか。取締役会で売上ダッシュボードにアクセスできなければ、準備ができていないように見られるでしょう。しかし、数字を示してドリルダウンができれば非常に頼りになる人物だと思われそうですし、そのダッシュボードの作成者の評価も上がります。

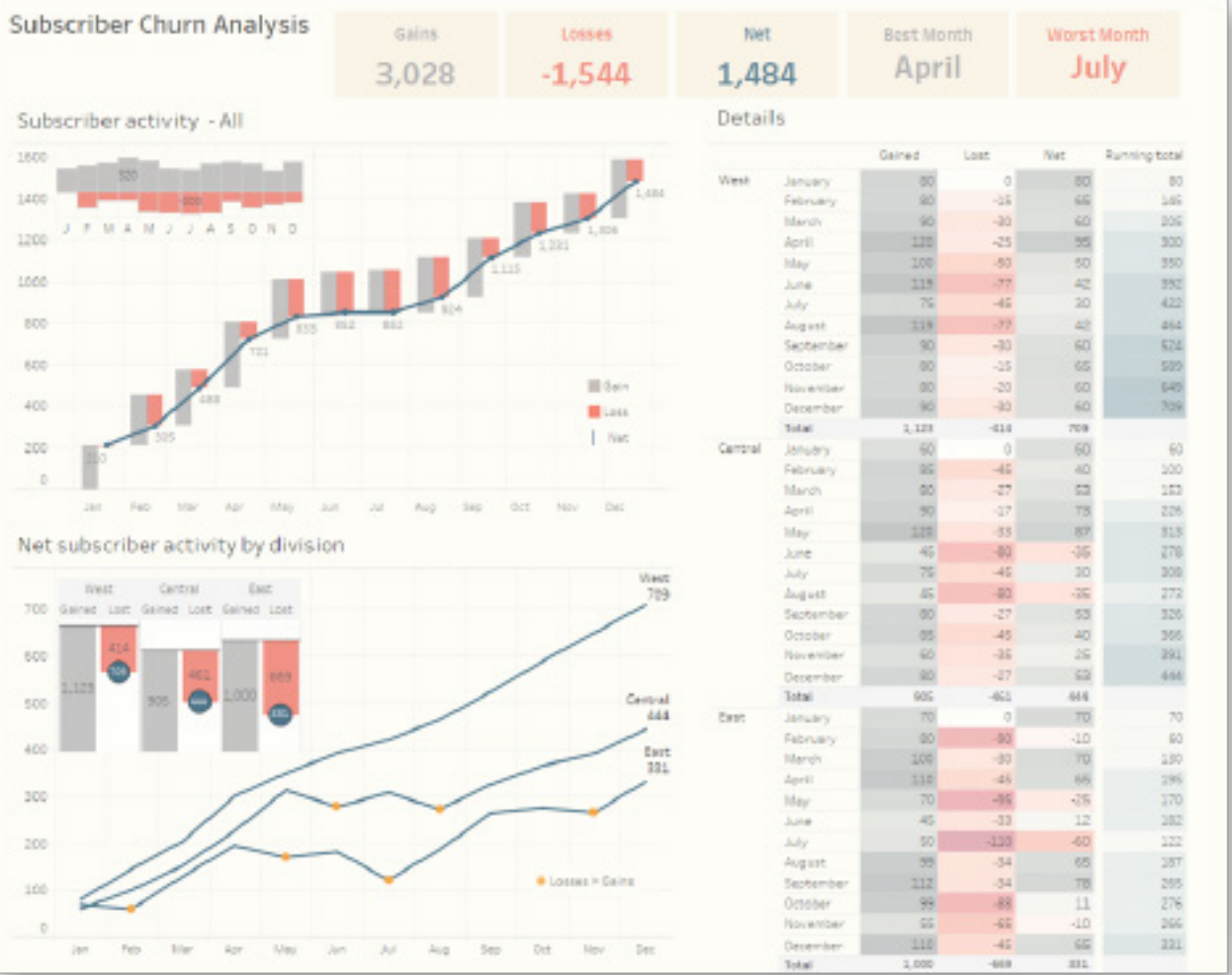
ユーザーが外出先でダッシュボードを最大限に活用できるように、横向きと縦向きの両方からモバイルデバイスを考慮してください。



改善前:



改善後:



7. 実践しましょう

大きく表示した数字を使う

下の例で大きく表示された KPI は、ユーザーがダッシュボードを操作する際の基準点となります。実際に、ここから始めてほしいとはっきり示しています。これらは、会話のきっかけとなるほか、隣のチャートに対するコンテキストを提供できます。また、全体に共通した色の凡例としても機能します。

実際に、人の目は大きく表示された数字に引きつけられるという証拠もあります。(なお、ユーザーの注意を引くことは情報が理解されるという意味ではありません。しかし少なくとも、ユーザーの目を正しい方向に向けさせることはできます。)

ユーザーは利益、損失、最低の月と最高の月にすぐ注目し、簡要なインサイトや重要なポイントを理解することができます。

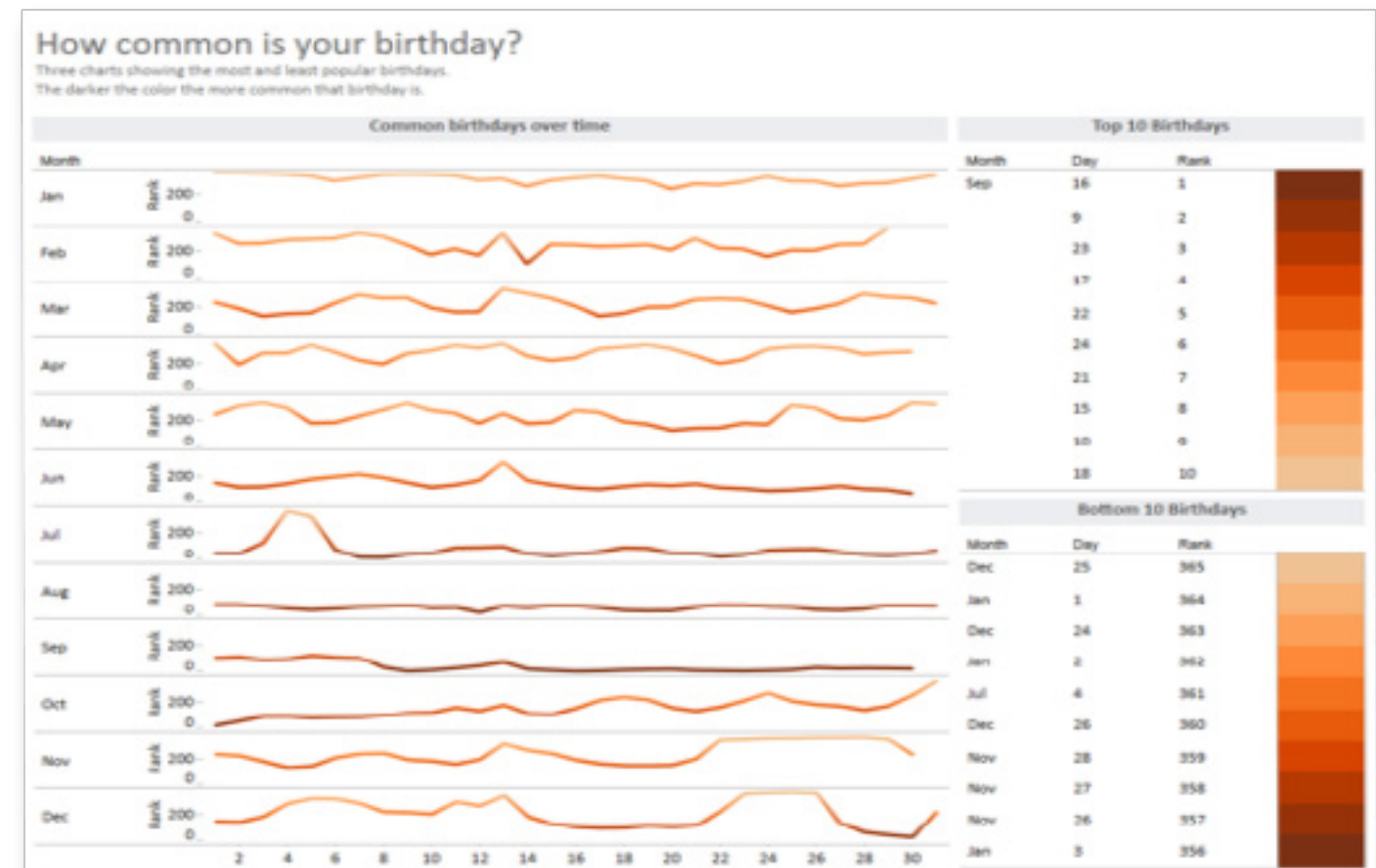
8 ☒ 避けましょう

このデータにはこのチャート、 という固定観念を避ける

ダッシュボードで適切にストーリーを伝えられるようにするために、最初に思いつくビジュアライゼーションで満足するのではなく、他のチャートタイプも試してみましょう。日付や時刻などの特定のデータ型の場合、ビジュアライゼーションに最も使用されるのは折れ線グラフです。しかし、折れ線グラフが常に最良の選択肢だと思い込まないようにしてください。

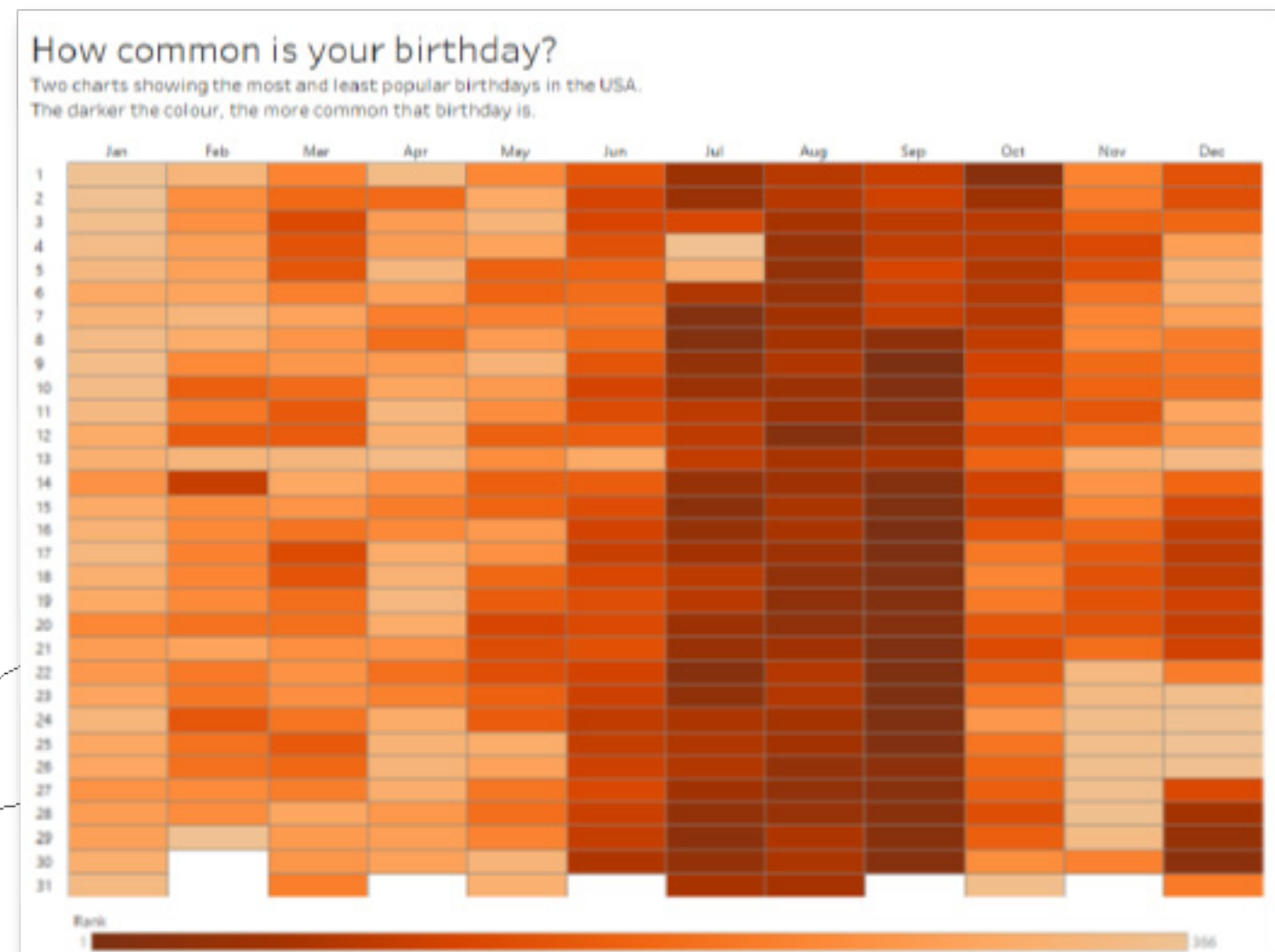
時間はさまざまな形で視覚化することができます。別のチャートで、一般的な時系列には現れないインサイトが明らかになるかもしれません。たとえば、季節性、ランクの変化、全体に対する部分の経時的な変化を調べる場合、時系列は選択肢として不適当なこともあります。データについてどのような質問をするのかを考えてから、さまざまなチャートやグラフを繰り返し試して、最も適切なデータビジュアライゼーションを見つけましょう。

改善前:



この例では、折れ線グラフのために最も多い誕生日がわかりにくくなっています。

改善後:



ヒートマップを使うと、最も誕生日が多いのは9月だと簡単にわかります。

On-Time Shipment Trends

27% Delayed Late **27% Delayed On-Time** **46% Delayed Early**

Number of Shipments

Days to Ship by Product For All of 2016

Order Year
2016
2015
2014
2013

Order Quarter
Q1
Q2
Q3
Q4

Region
East
South
West
North

Ship Mode
Standard
Express
Next Business Day
Second Day
Third Day

Product	Jan 1, 2016	Jan 15, 2016	Feb 1, 2016	Feb 15, 2016	Mar 1, 2016	Mar 15, 2016	Apr 1, 2016	Apr 15, 2016	May 1, 2016	May 15, 2016	Jun 1, 2016	Jun 15, 2016	Jul 1, 2016	Jul 15, 2016	Aug 1, 2016	Aug 15, 2016	Sep 1, 2016	Sep 15, 2016	Sep 30, 2016
Shampoo																			
Body Cream/Lotion																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			
Body Lotion																			
Body Cream																			

[illegible]

9 ☒ 避けましょう

ダッシュボード内のスペースは限られているので、どの要素も意図されたデータストーリーを語る一端を担わなければなりません。オブジェクトの数を少なくすると、ユーザーは意図されたメッセージを理解しやすくなります。

たとえば、ダッシュボード上の複数のチャートでディメンションが同じである場合は、色の凡例を1つにまとめます。ダッシュボードでフィルターが必要な場合は、データの操作方法が一目でユーザーにわかるような場所に置きます。フィルターをグループ分けするか、視覚的に目立つようにすることで、ダッシュボードの操作にフィルターが役立つことを示してください。

10 避けましょう

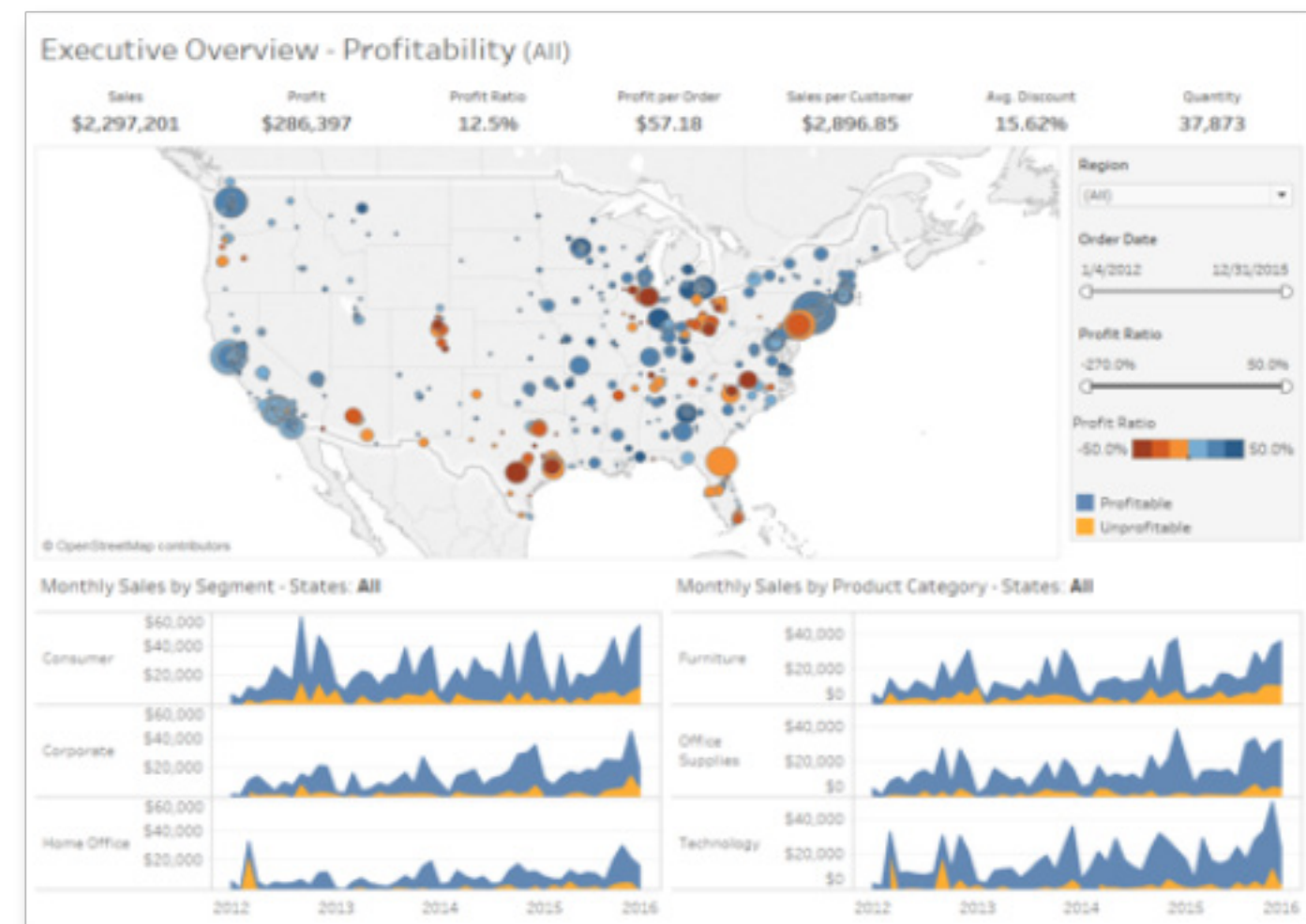
どこから始めるかをユーザーがわかっていると思いつまない

作成されたダッシュボードをユーザーが初めて見たときは、操作する方法がわからない可能性もあります。たとえばアクションが、特定の方法でデータをフィルタリングしたり、他の関連するダッシュボードを開いたりする場合です。

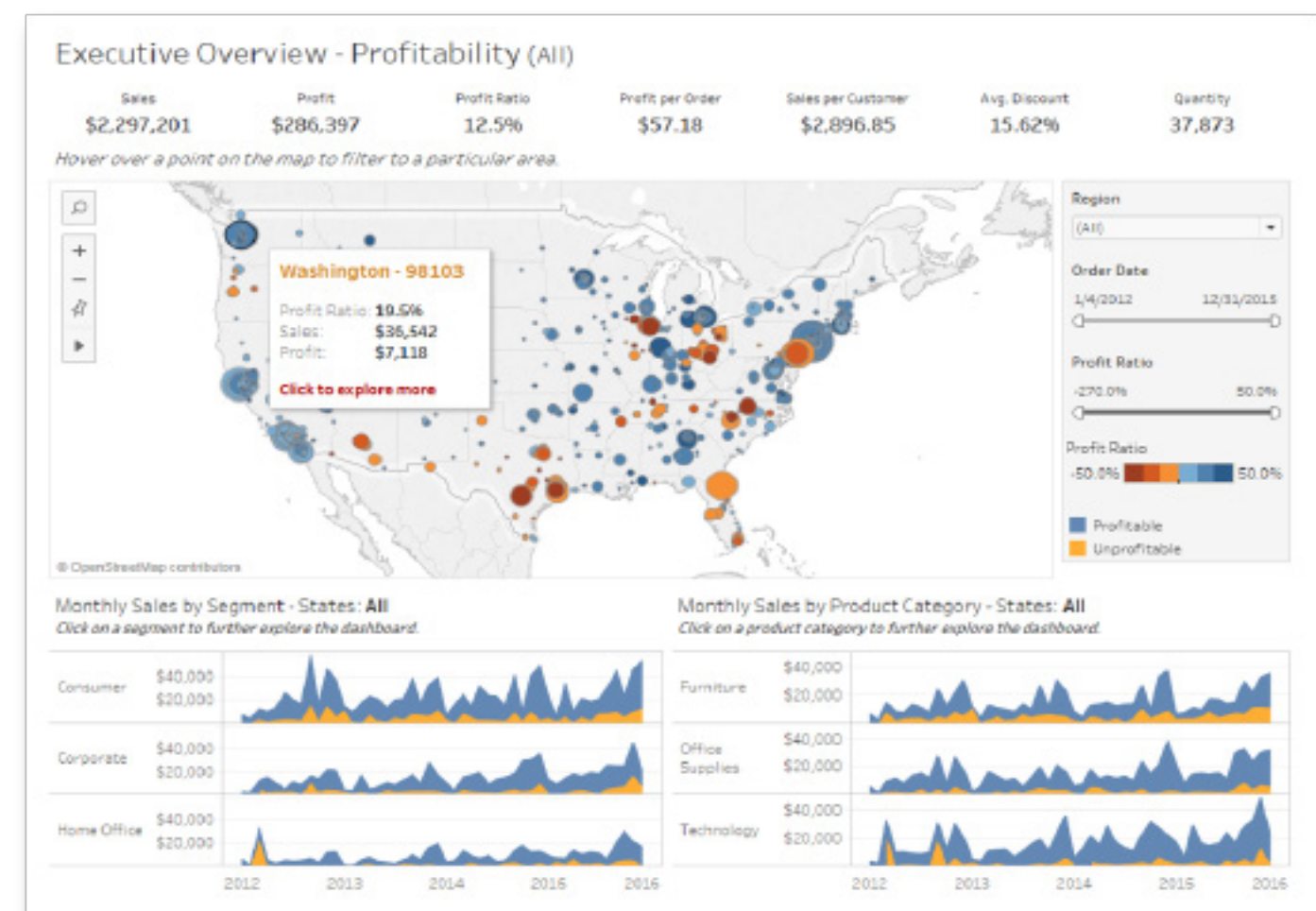
ワークシートやフィルターのタイトルに説明を示して、ユーザーがダッシュボードをうまく使えるようにしましょう。すると、ユーザーは作成者が示そうとしている情報の使い方を理解し、次の質問もできるようになります。

シンプルな説明を付け加えたことにより、ユーザーはダッシュボードの適切な操作方法を理解できるようになります。

改善前:



改善後:



本書のヒントを活用してください

ダッシュボードの作成は技術であり、科学やアート、コミュニケーション、ストーリーテリングなど非常に幅広い要素を含んでいます。

ダッシュボードは誰にでも作成できますが、本当に効果的なダッシュボードにするには時間、協力、繰り返しが必要です。

忘れてはならないのは、優れたダッシュボードでもさらに発展させ、より良いものにできる可能性があるということです。

Tableau について

本書のダッシュボードの大半は『The Big Book of Dashboards』から引用しました。

関連リソース

効果的なダッシュボードを作成する方法 |
デザイナーとしての直感を養うには: アイトラッキング (視線追跡) 調査 | Tableau Viz ギャラリー

