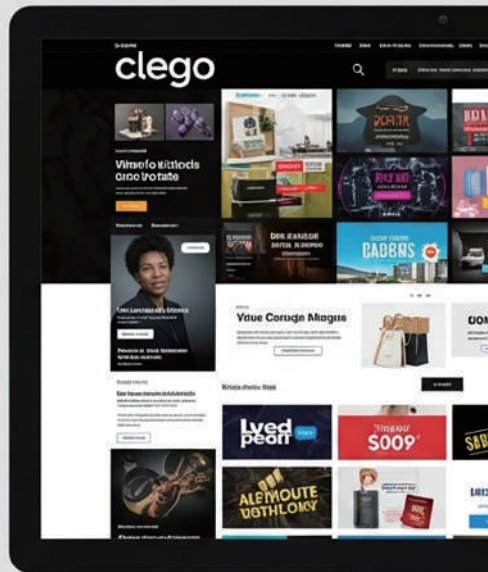


vol.  
74



## ABテスト【AB test】

異なるバージョンを同時に比較し、どちらがより効果的かを検証する手法

## どっちがいい？

ABテストとは、主にウェブサイトの改善などに用いられる手法で、A案とB案をユーザーに提示し、成果を比較する検証方法です。

例えば、ECサイトでは、見た目がシンプルで洗練されたページ【A案】と、商品情報やレビュー、ランキング、関連商品など、多くの情報を掲載したページ【B案】をテストした場合、B案のほうが購買率が高くなることがあります。これは、ユーザーが商品の比較や信頼性を確認しやすくなるためだと考えられています。

ABテストの利点は、実際のユーザーの行動データをもとに検証を行える点にあります。デザインや表現を感覚だけで判断するのではなく、クリック率や購入率などの数値を比較することで、より効果的なデザインを客観的に選択することができます。

一方で、正確な結果を得るためには、適切な検証設計が重要です。一度に複数の要素を変更したA案・B案だと、どの要素が結果に影響したのか判断しにくくなるため、仮説を立てて要素ごとに比較を行い、評価指標（クリック率や購入率など）を事前に明確に設定する必要があります。また、十分なテスト期間とサンプル数を確保し、利用環境やユーザー条件をできるだけ揃えることで、信頼性の高い結果を得ることができます。さらに、ABテストは効果を数値で確認できますが、数字だけを重視すると、ユーザー体験やブランド価値を損なう場合があるので注意が必要です。

ウェブに限らず、デザインの方向性に迷った際には、ABテストを活用して検証するのも有効です。デザインする側もユーザー側も、A案が良いと感じていても、実際に使用するとB案の方が高い成果につながる場合があります。先入観にとらわれず、検証と改善を繰り返しながら、より良いデザインへ発展させていくことが重要です。

※このカードは、新製品や新企画の着想を得ることを支援するものです。

DESIGN YAMANASHI「AB テスト」

発行日：2026年5月 編集・発行：山梨県産業技術センター 甲府市大津町2094

