

スクエアfreeセミナー

第115回：マーケティングと情報技術

チームでつくる カスタマージャーニー

ユーザーに共感するための視覚化と共創の取り組み

COLOGUE

das. Business Design Section COLOGUE

デザインマネージャー

明間隆

das. Business Design Section

COLOGUE

UX TEAM

デザインマネージャー

明 間 隆

A k e m a T a k a s h i



Career

キャリア

NIIGATA

TOKYO

NIIGATA

かんがえる

つくる

つたえる

わかる

まきこむ



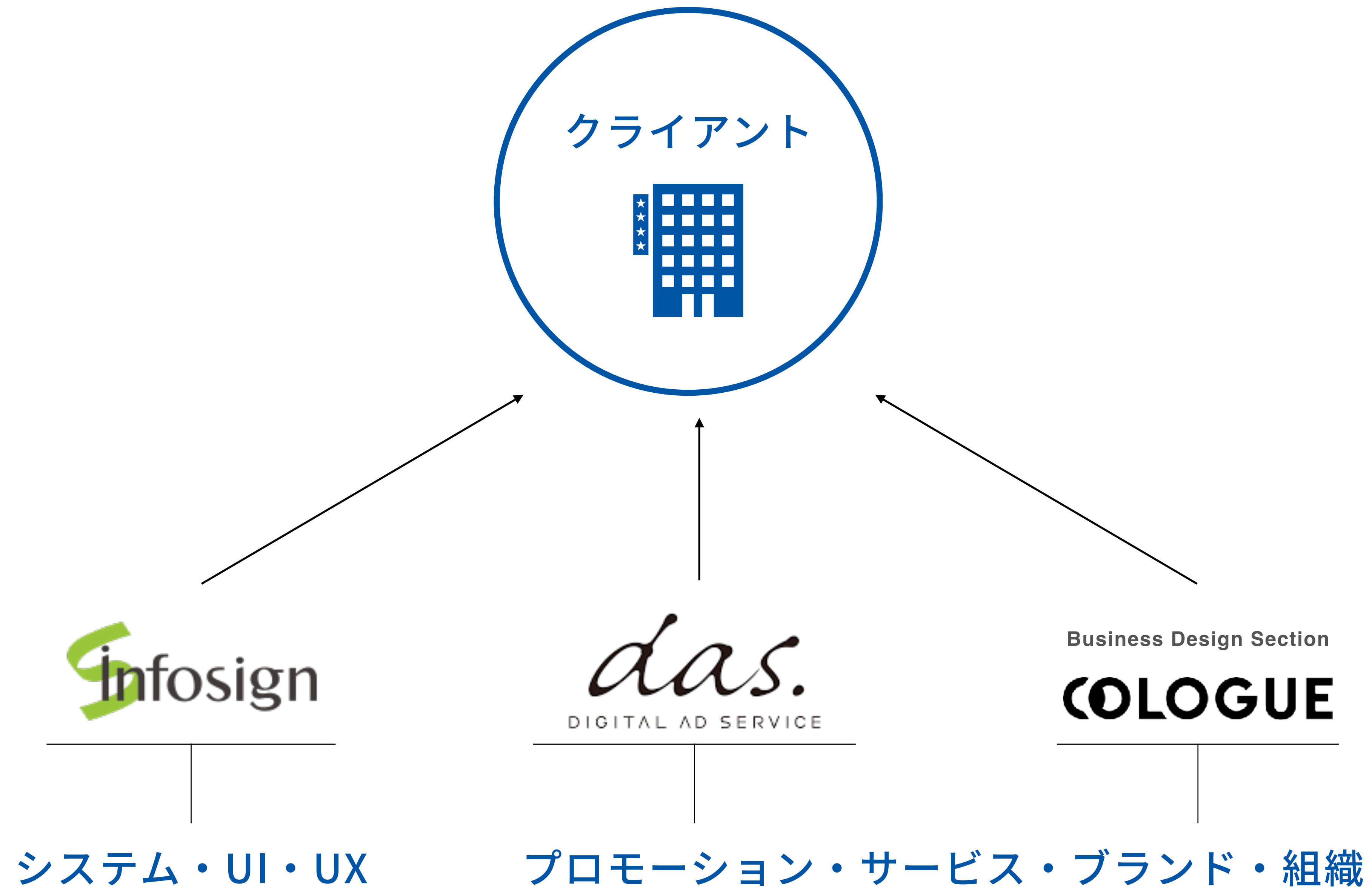
グラフィックデザイン
写真・映像
Webデザイン

広告デザイン
グラフィックデザイン

Webデザイン
フロントエンド

Webディレクション
ブランディング

UXデザイン
サービスデザイン



共同・相互
対等の立場・役割

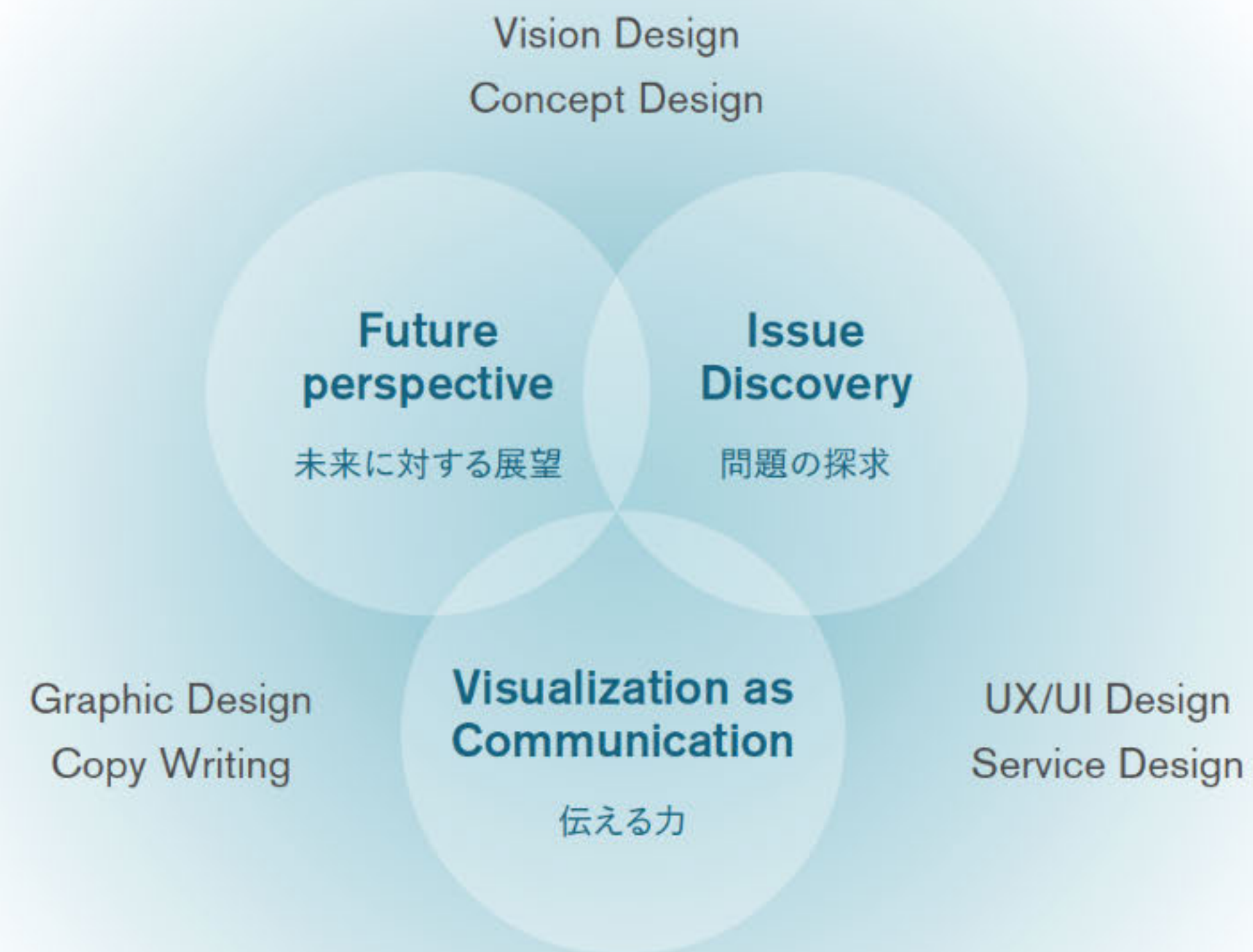
談話・言葉
伝え合うこと

COLOGUE

COLOGUE

Design perspective

お客様と共創で戦略策定・要件定義します。
クリエイティブの上位プロセス(計画)から具体的な施策実施(実行)まで、対応します。



Mindset

人を観る

ひとに聞く

ヒトを想う



Mindset

対話から
創造的な
場を生み出す

Mindset

実践から学び
好奇心で進む

Team

COLOGUE



ビジョンデザイナー

ブランディングデザイナー

UXリサーチャー

サービスデザイナー

WEBディレクター

UXデザイナー

ビジネスデザイナー

UXエンジニア

チームでつくる カスタマージャーニー

ユーザーに共感するための視覚化と共創の取り組み



1. カスタマージャーニー

2. 活用

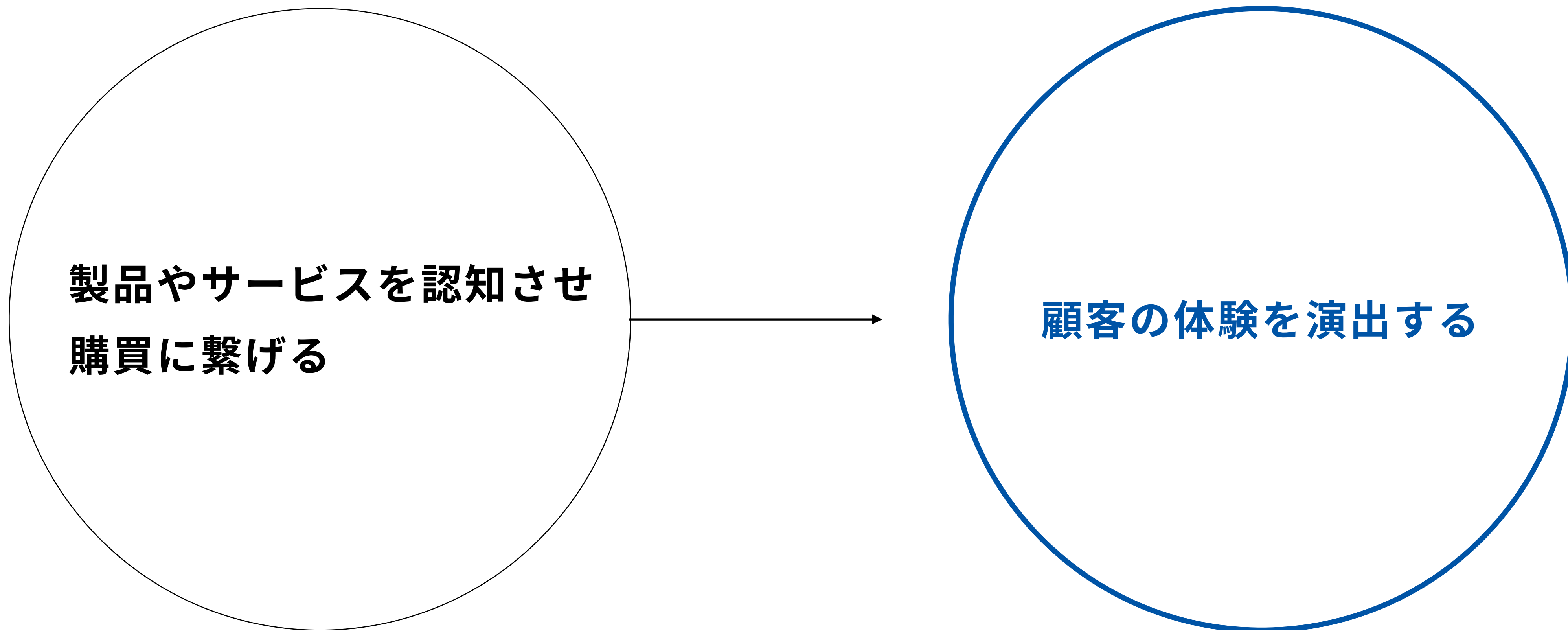
3. カスタマージャーニーの外側

4. チームでの共感の取り組み

1.カスタマージャーニー

1.カスタマージャーニー 前提

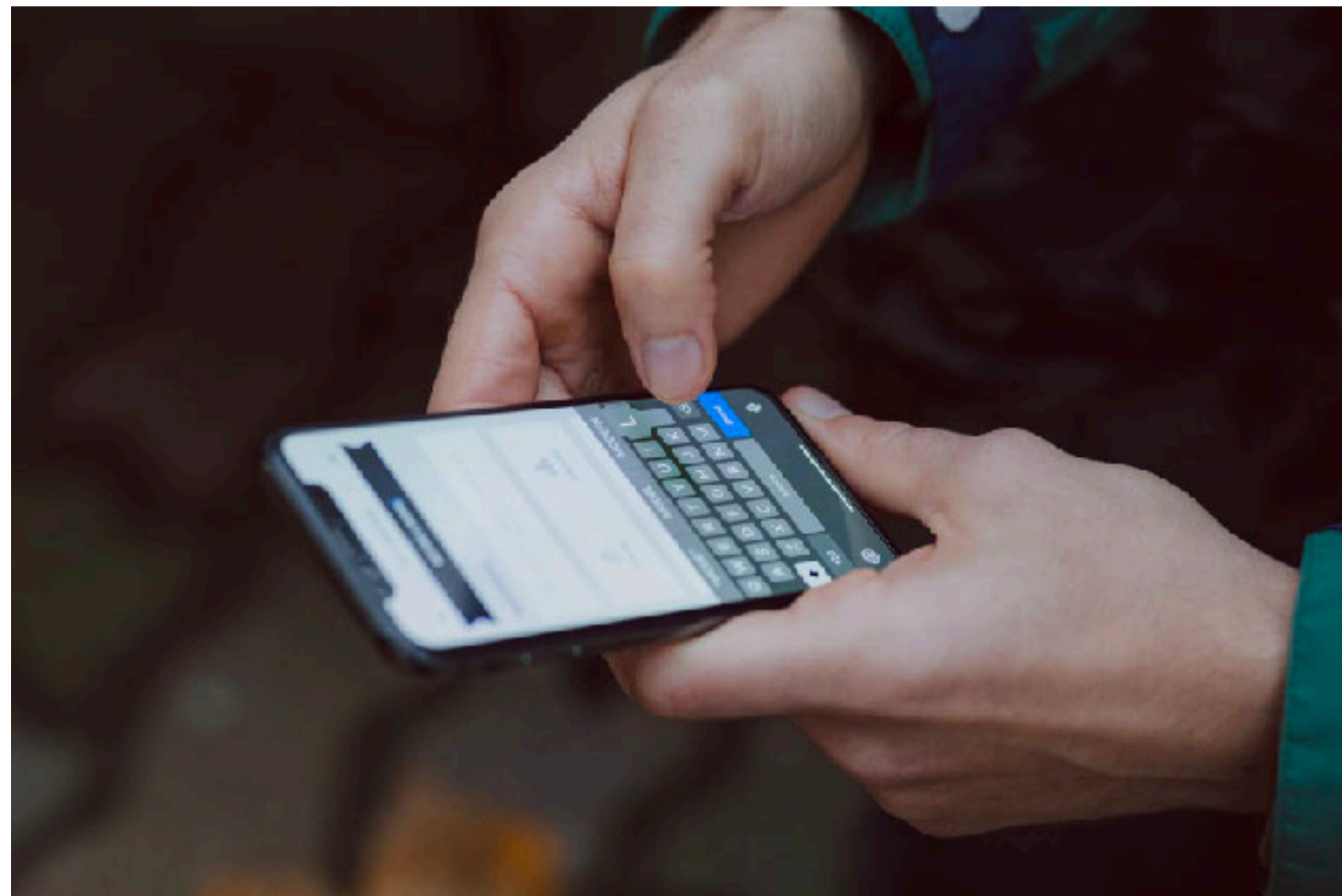
マーケティングの目的の変化



1.カスタマージャーニー 背景

顧客中心主義の背景

情報メディアの多様化
タッチポイントの増大

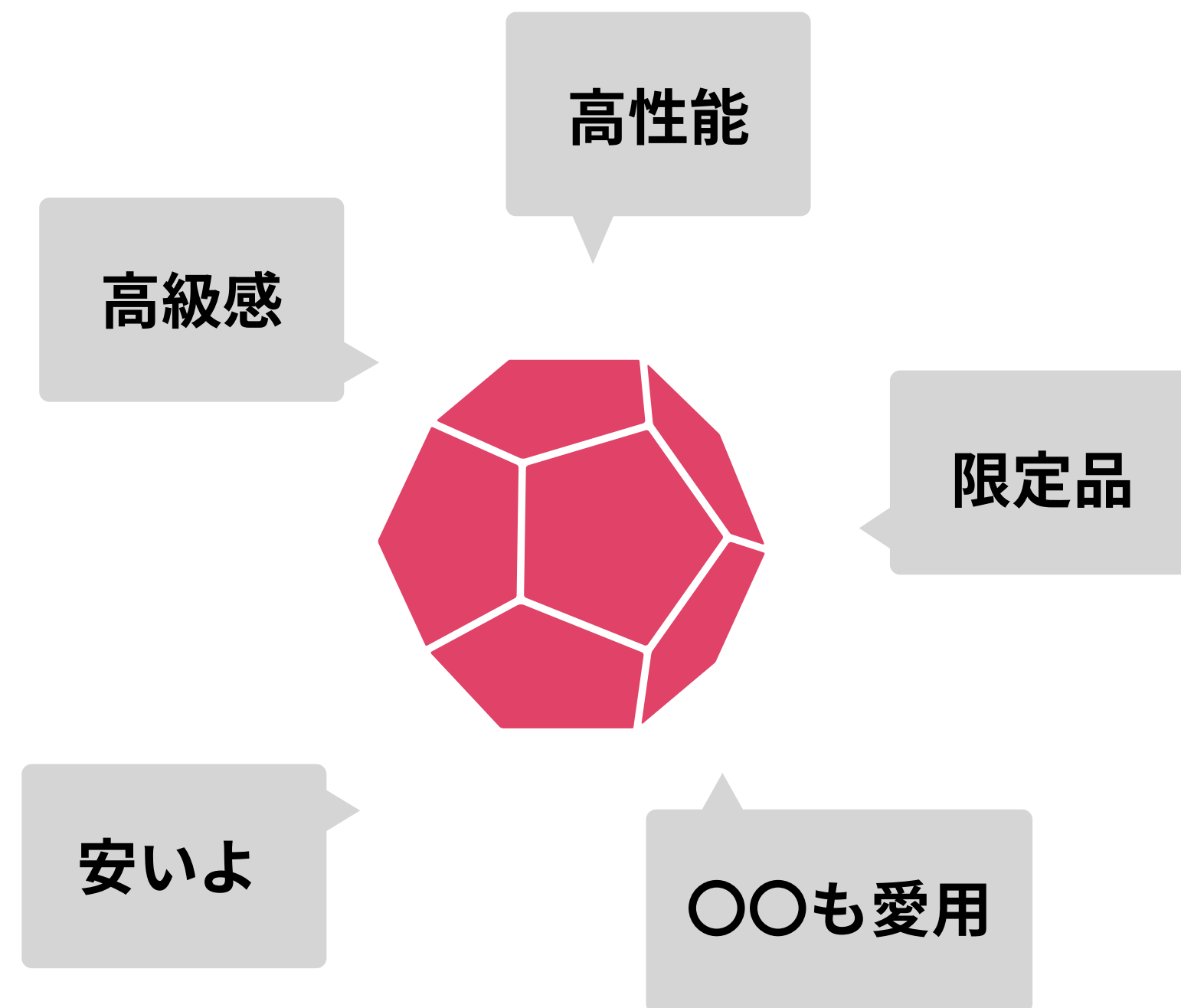


顧客の経験を主語にする
発想への転換

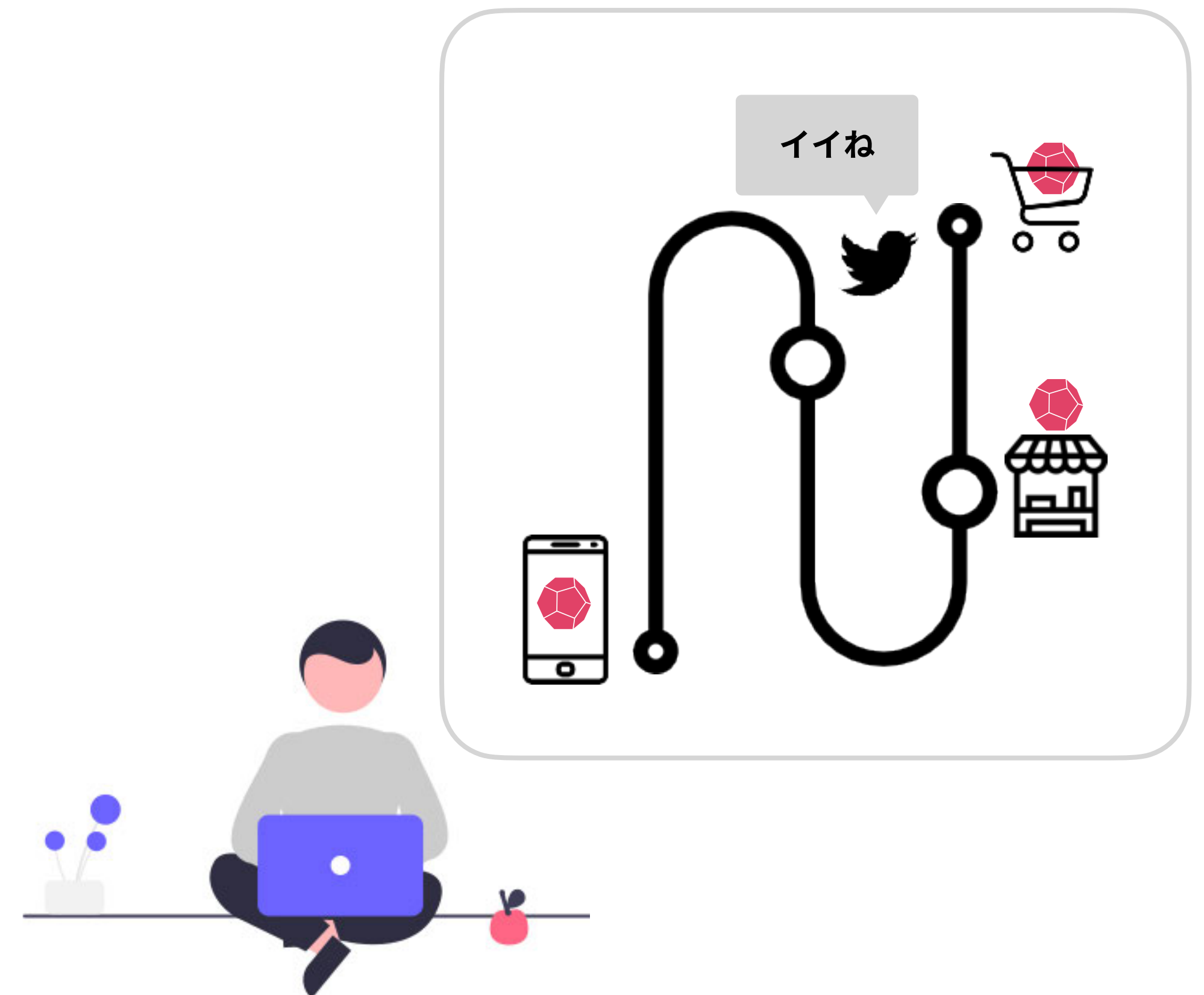


1.カスタマージャーニー 視点

モノ中心



顧客体験中心

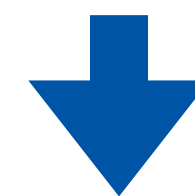
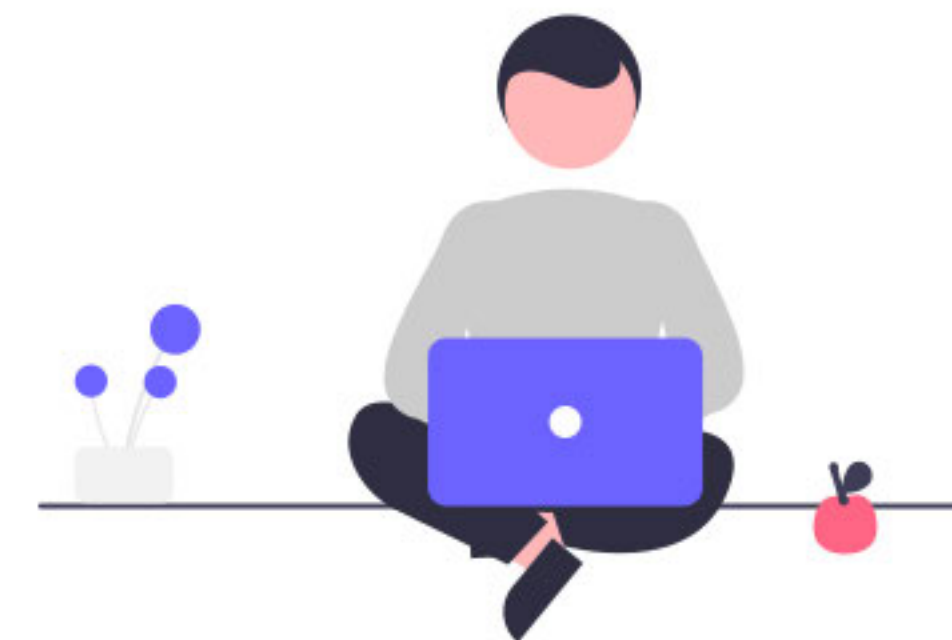


顧客体験中心への視点の切り替え

モノ中心

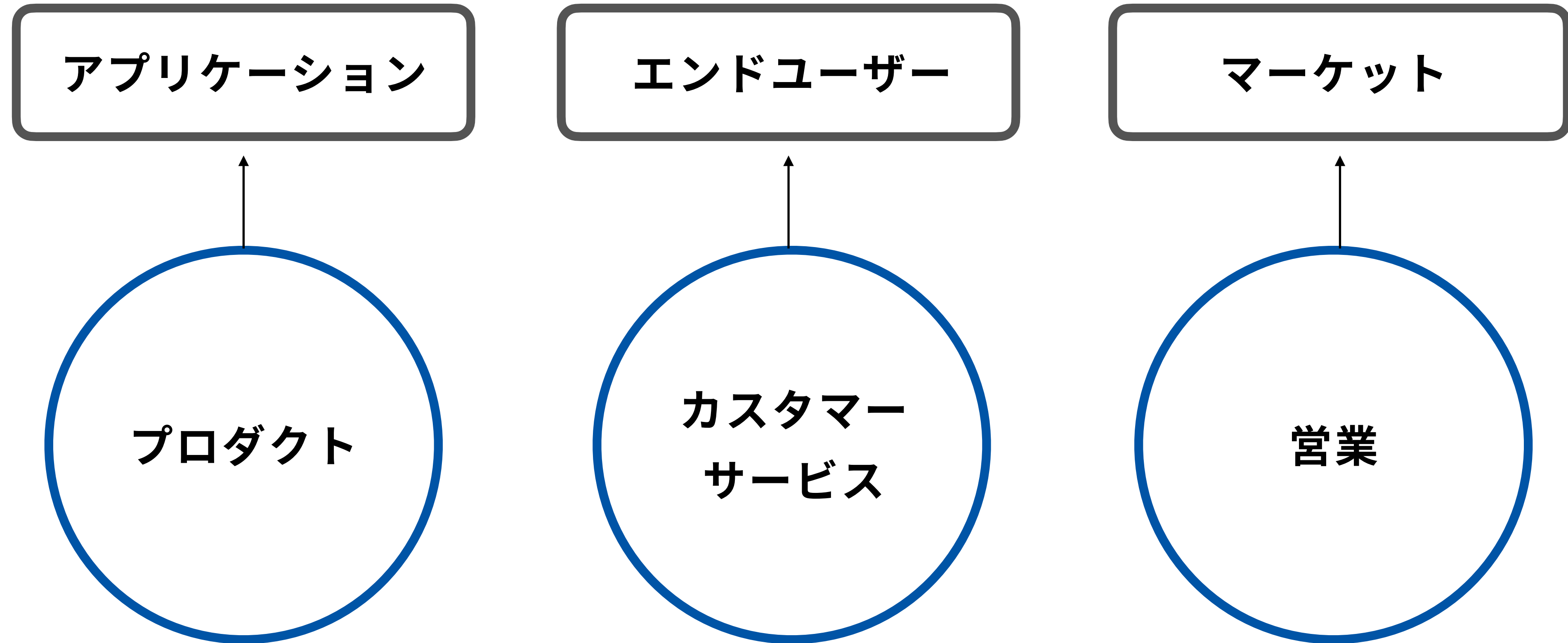


顧客体験中心



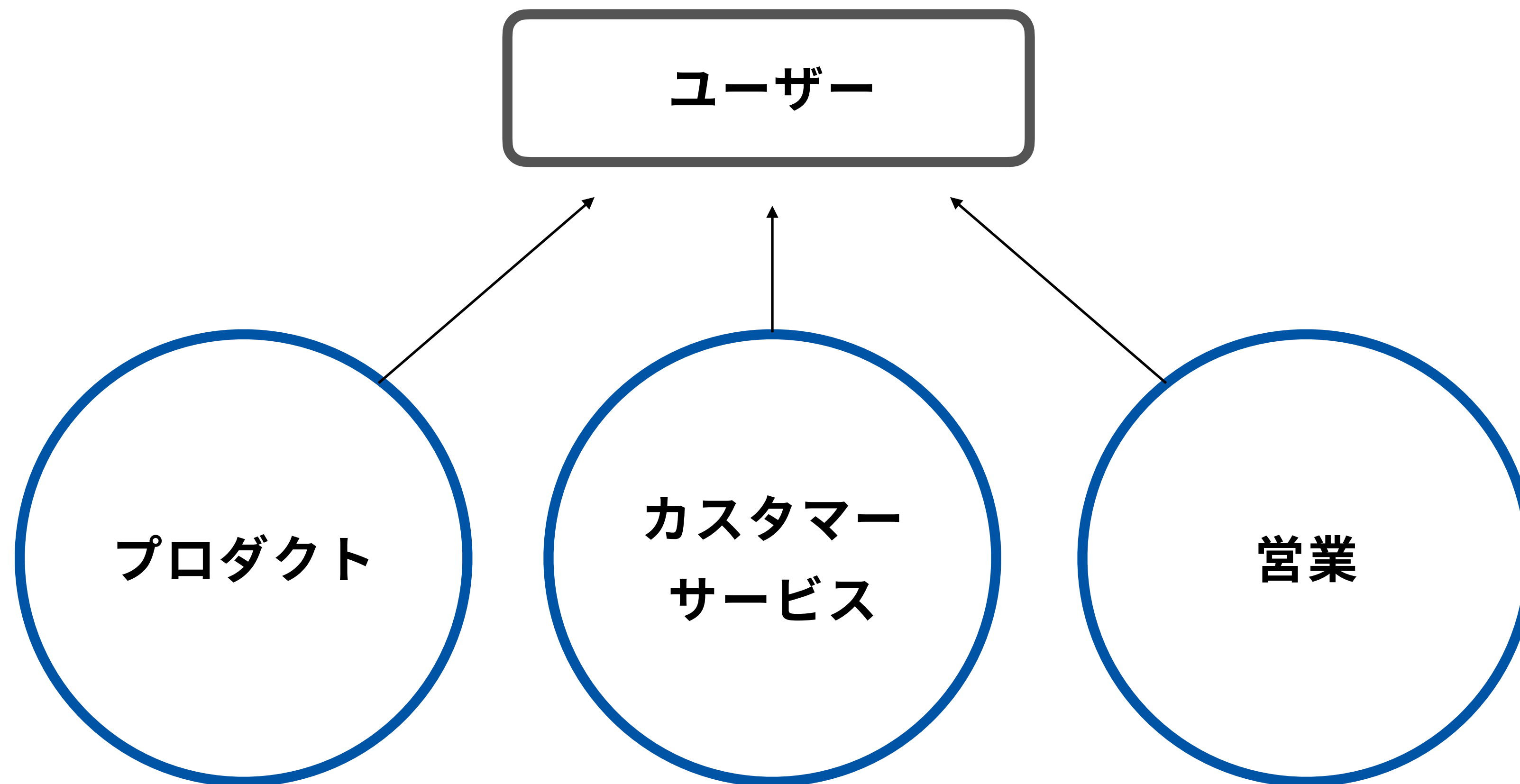
開発へのメリット

サイロ化するサービス



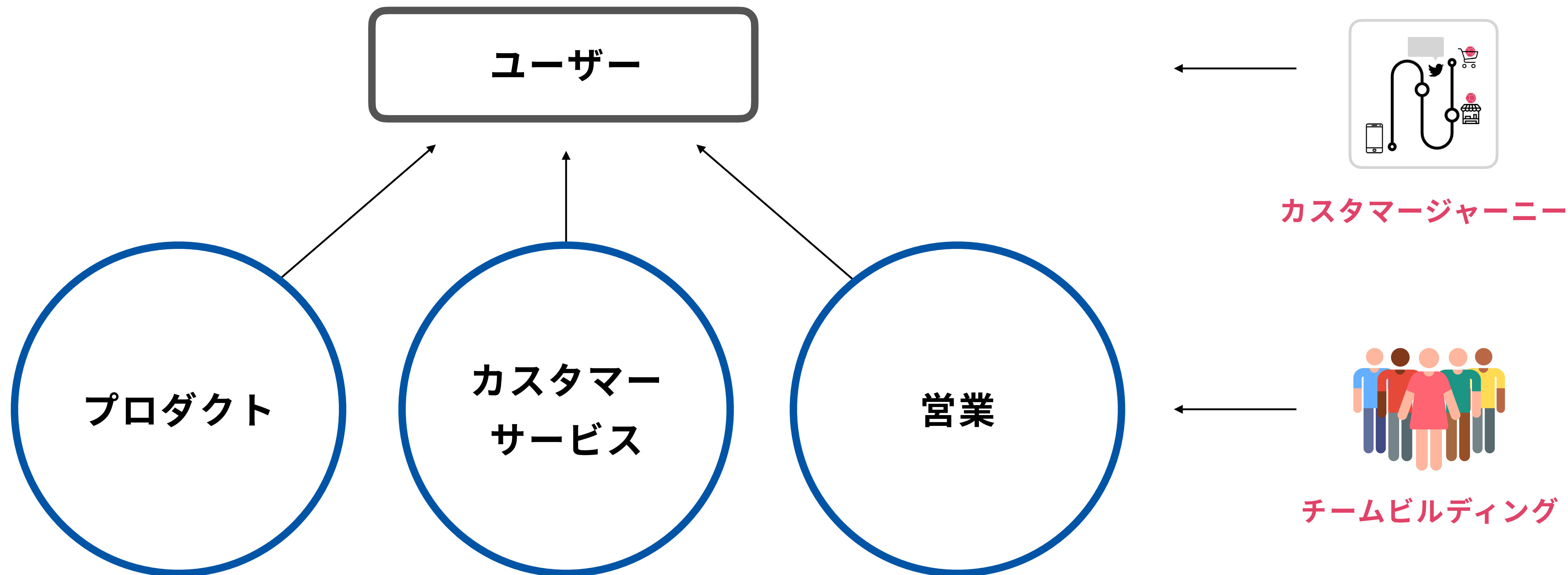
KPIの違い、見ている対象の違い

サイロ化を防ぐ手段としての顧客中心



共通の価値提供対象としてのユーザー

サイロ化を防ぐ手段としての顧客中心



カスタマージャーニーをチームでとらえる試みで共通の視点を持つ

COLOGUE

```
graph TD; A[COLOGUE] --> B[Seek and Feel]; B --> C[サービス開発・要件定義を  
チームでのユーザー視点の取り組みとしてビルドアップ];
```

Seek and Feel

視点と思考の提供



サービス開発・要件定義を
チームでのユーザー視点の取り組みとしてビルドアップ

2.活用



とあるスキー場の 新規サービスプロジェクトの ための予備調査

前提となる戦略

若いユーザーにファンになってもらう



簡易的なペルソナ

小林 美咲 (24)

20・女性・大塚5年
東京 (東洋大学)

11月・ホテル予約 (予約)

7月で旅行

家族 父・母・姉・妹

実家 サイタマ 実家暮らし

趣味 fes. (まつり好き)、bbq

休日の過ごし方 ハイム (カフェ・個室)

悩み 新卒就職活動 (来年から)

消費傾向 堅実・普段は使わない・3ヶ月に1回

情報収集 インスタ・twitter (見聞)、スマホで調べ

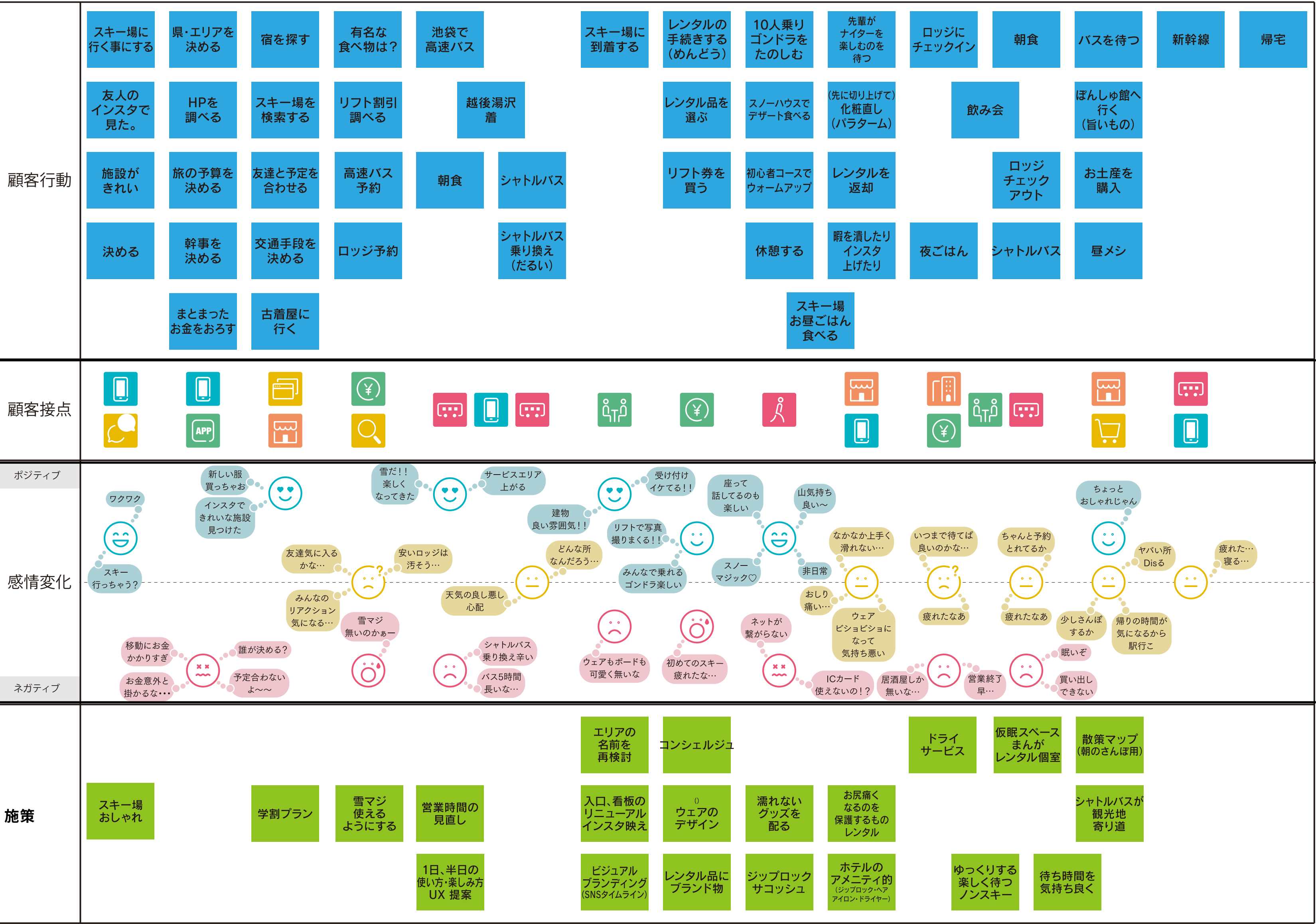
11月・ホテル予約 (予約)

7月で旅行

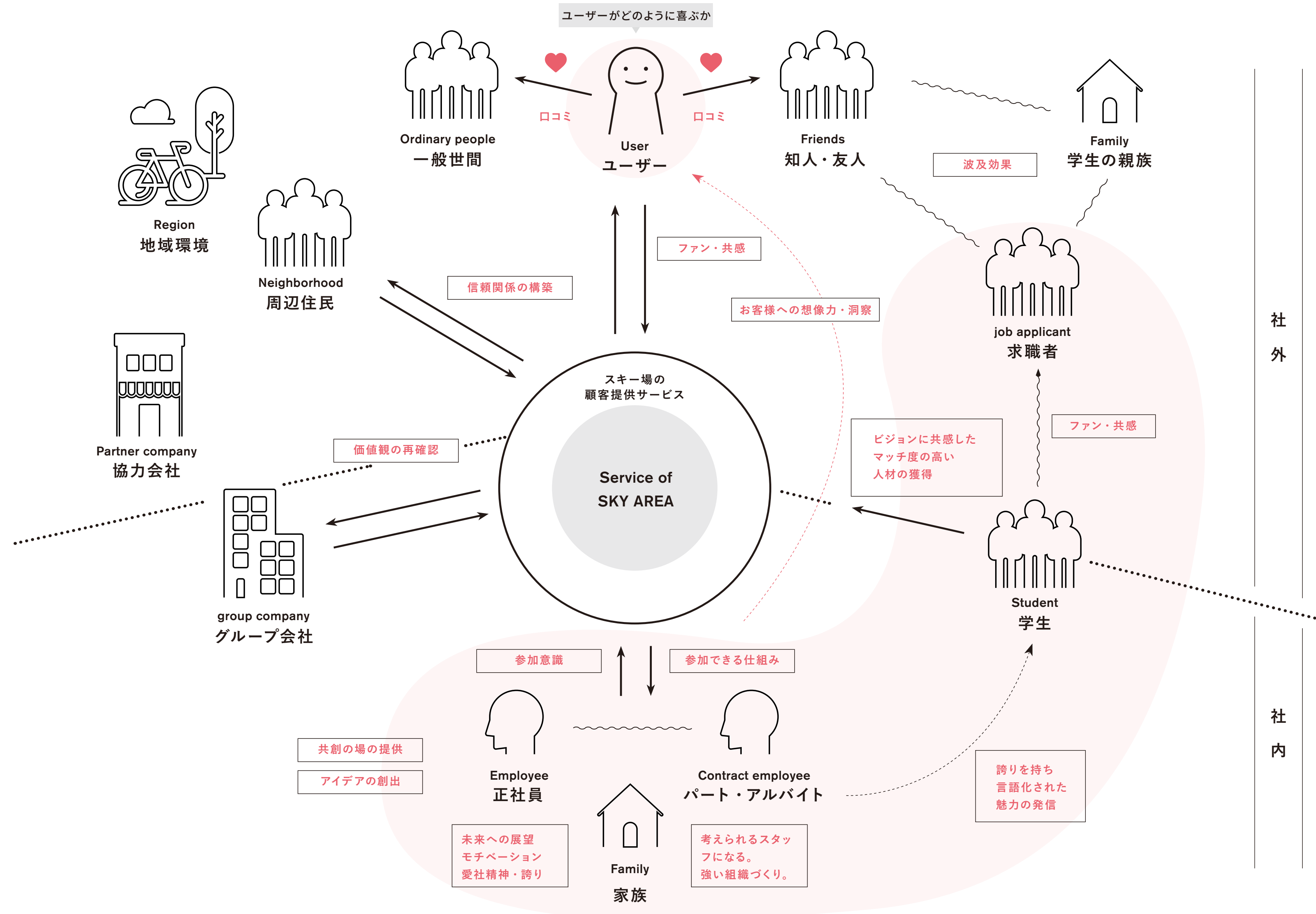
00.00...miii--o000

入ノホコト
マナー

カスタマージャーニーマップ



サービス生態系の可視化



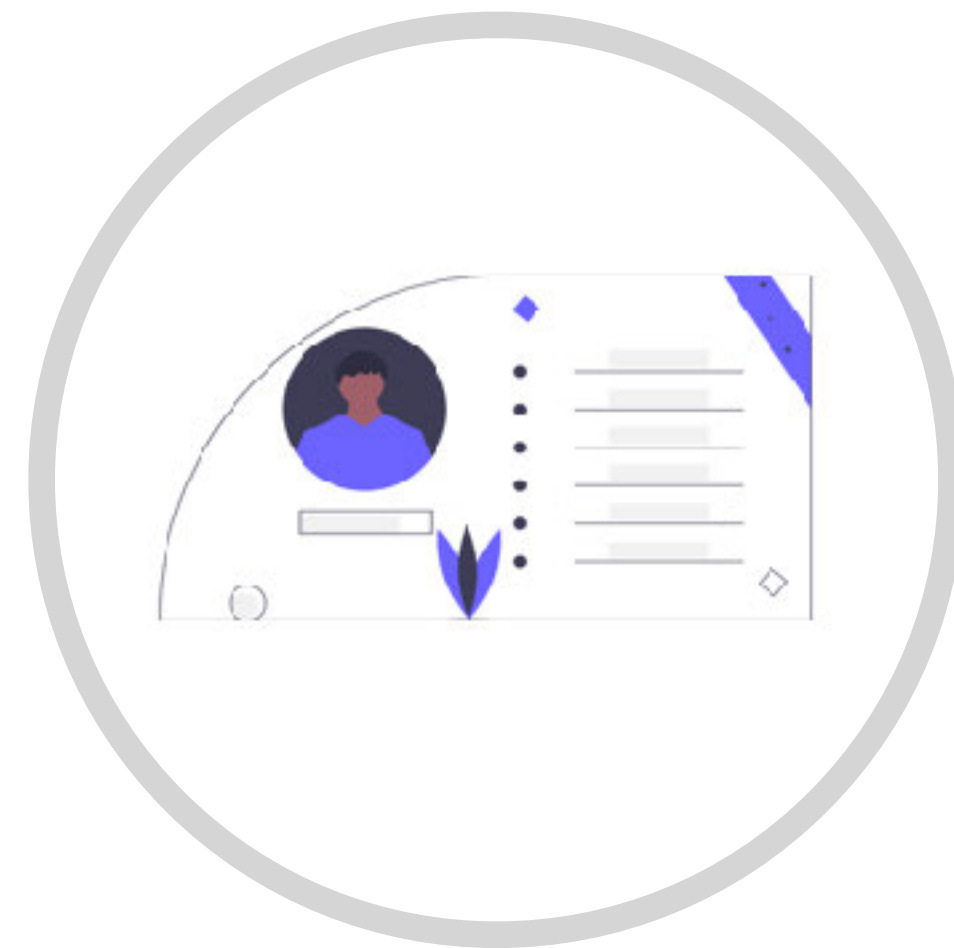
1.カスタマージャーニー 戦略

提供できることと
求められる事を探る



リサーチ

人物像を設定する



ペルソナ

カスタマージャーニーを
可視化する



マッピング

顧客体験への
アプローチ



プランニング

理想を追わずに仮説ベースでも良いので「できるところから回す！！」





3.カスタマー ジャーニー の外側



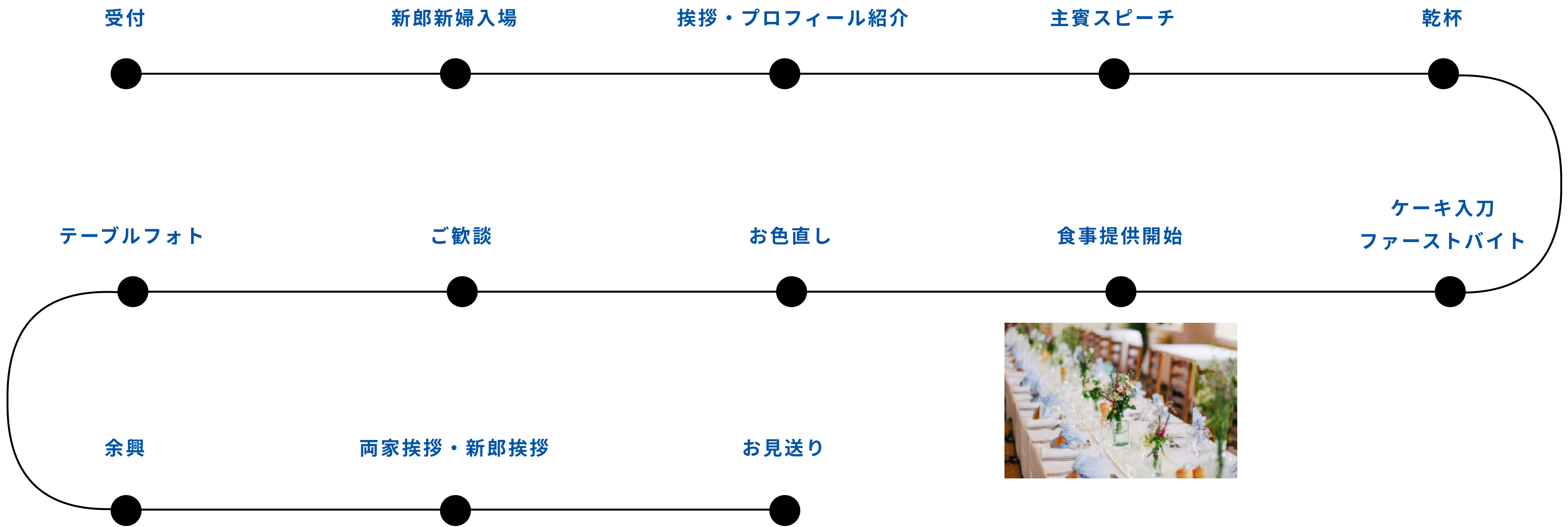
たとえば、、 結婚式でのプランニング

前提となるコンセプト

参加者全員が楽しめる結婚式



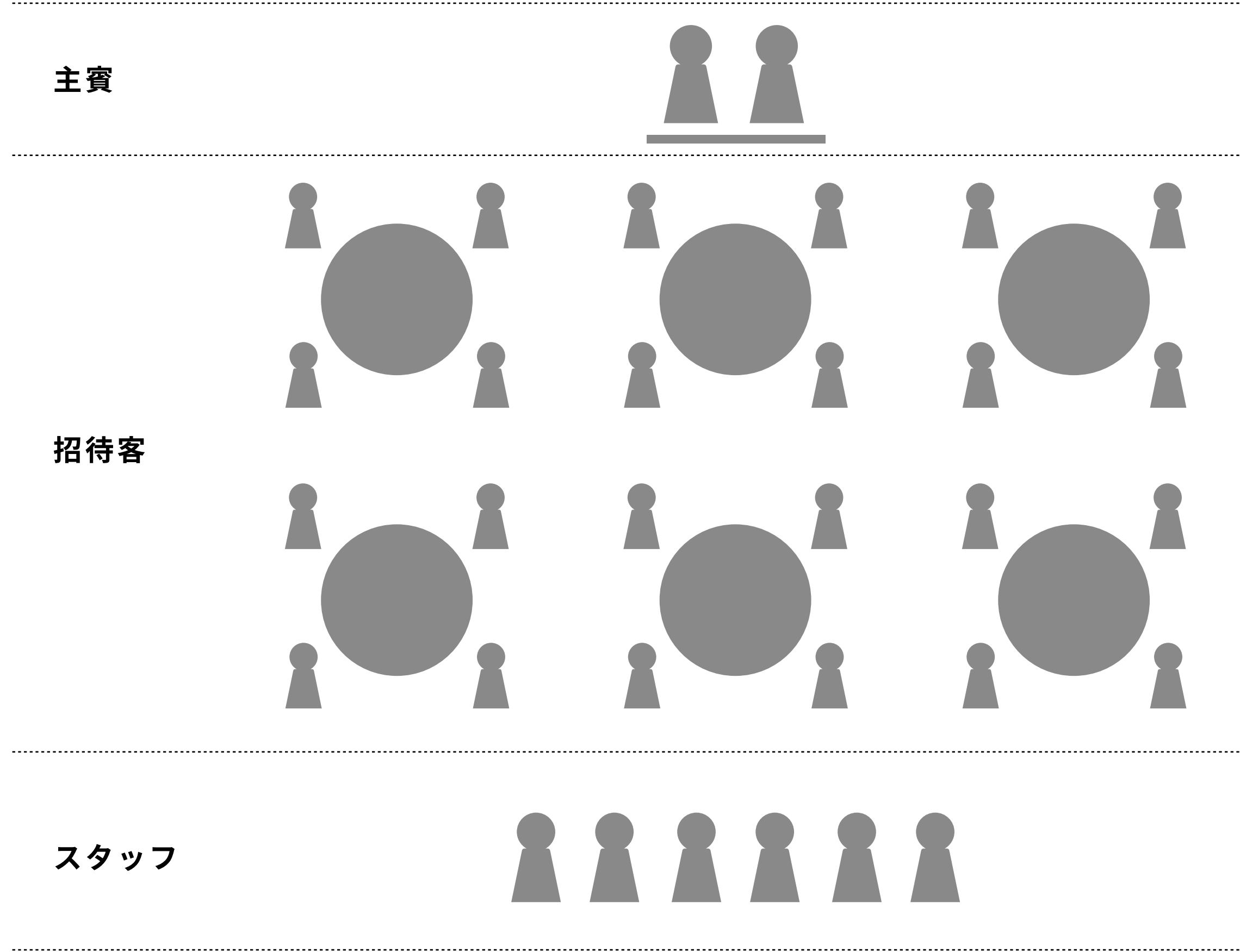
当日のプラン



主語が提供側

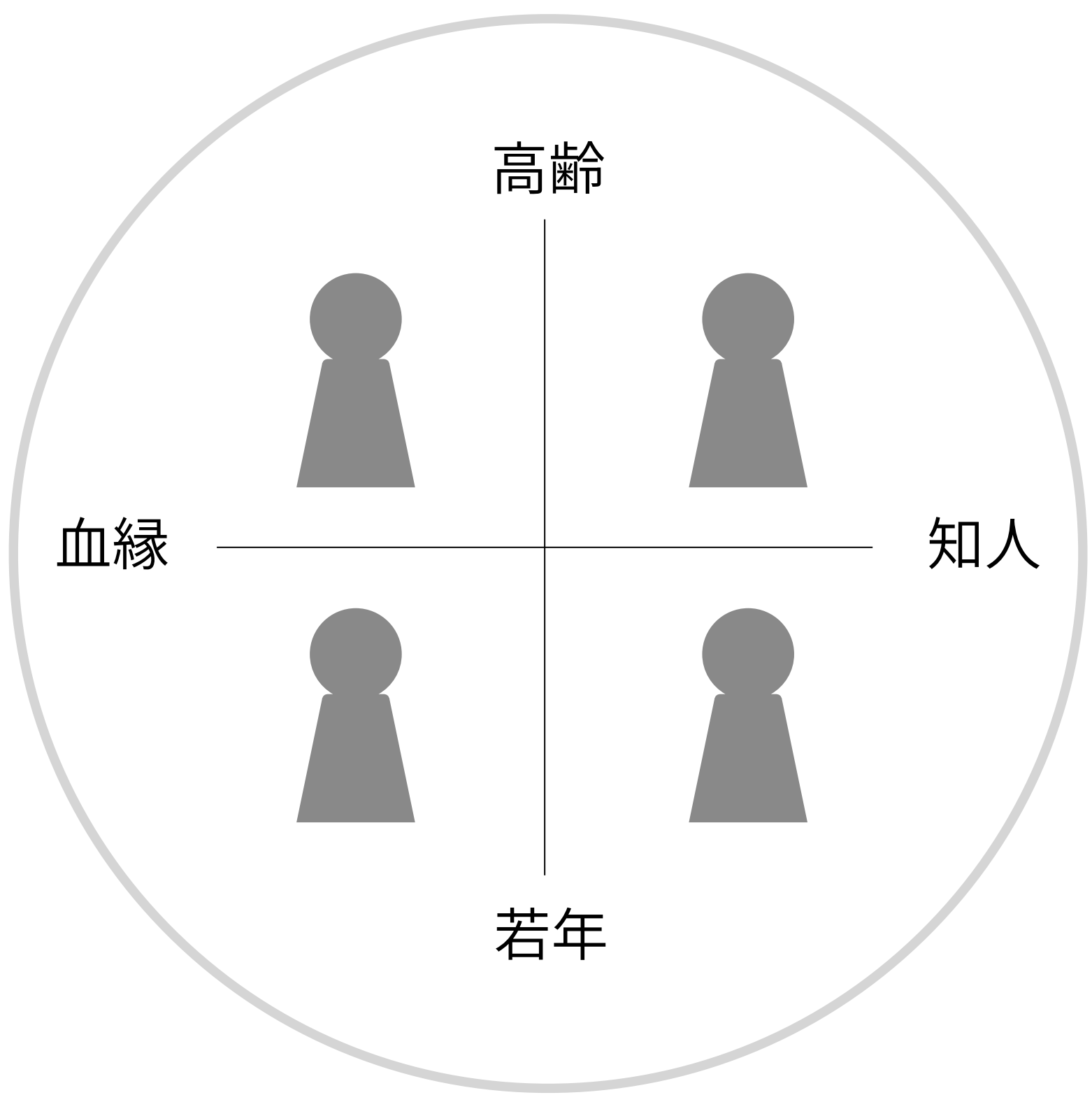
状況の理解

会場



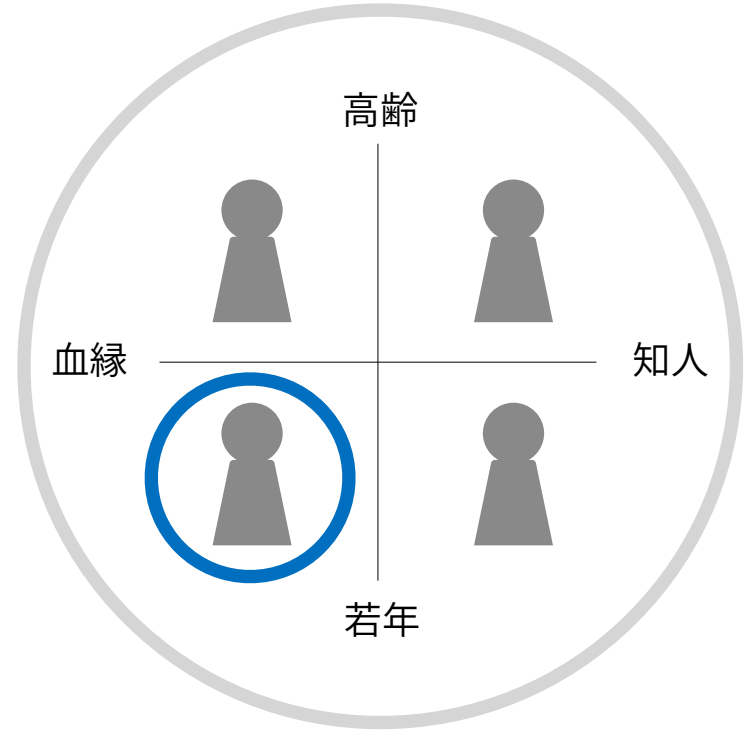
ユーザーの性質をセグメント

例えば、



ペルソナを作成

対象ペルソナ



氏名：鈴木 たけし君 年齢：12歳

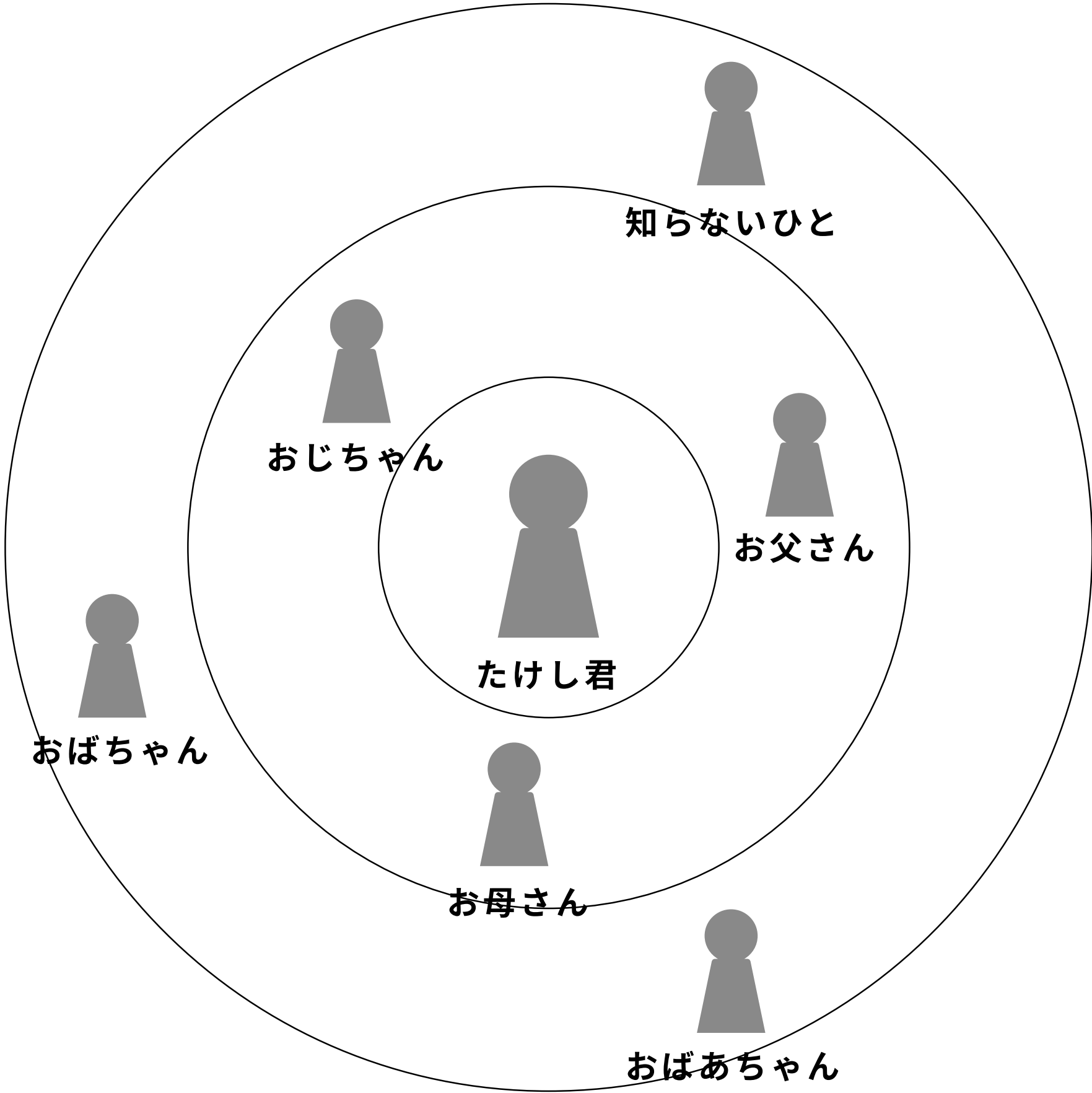
主賓との関係：甥 家族構成：父・母・祖母

口癖：めんどくせえ～www

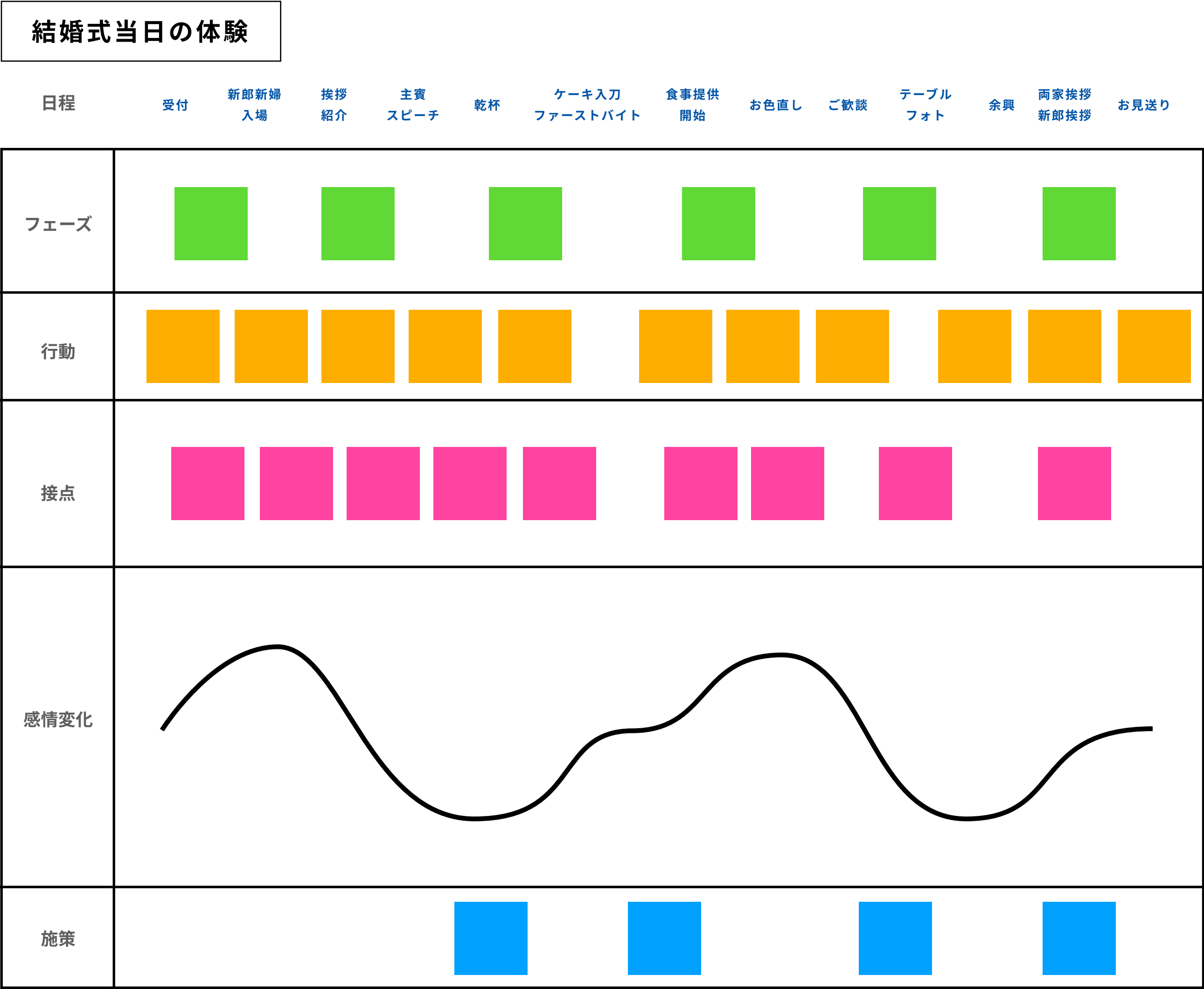
好きなモノ：お菓子・ラーメン

最近ヒーロー戦隊にハマっている
携帯ゲーム機を買ってもらったばかりで、
休日は友達とオンラインゲーム
主賓のことは昔からよく遊んでもらっていて好き。
お祝いしたい気持ちはあるが、
親と一緒に1日いる事にげんがりしている。

ステークホルダー



ジャーニーを可視化

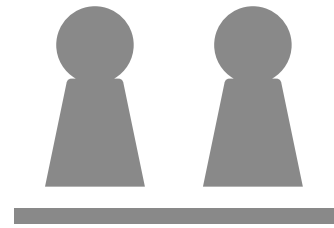


ここでの 이슈

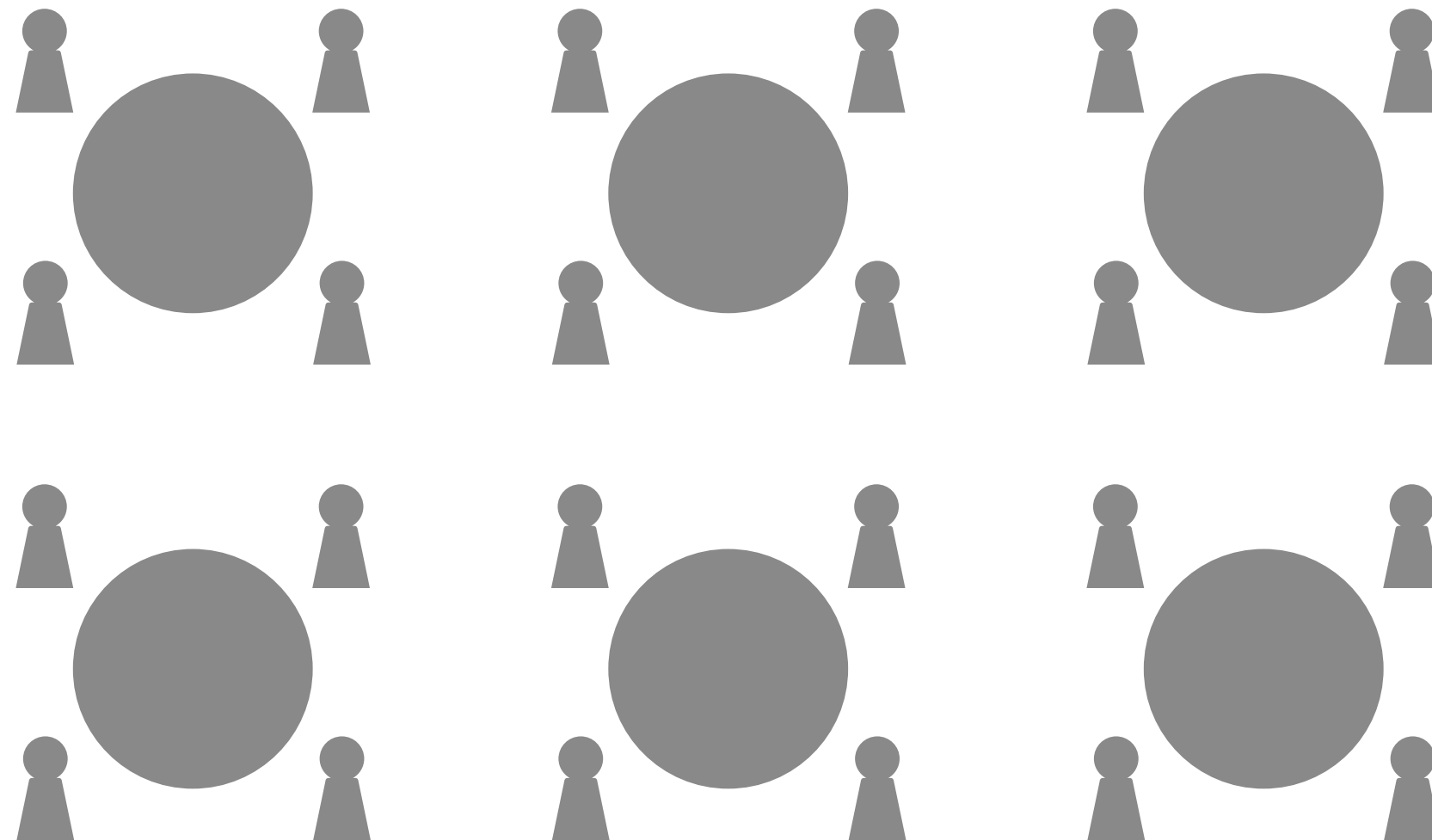
結婚式に連れてこられた「たけし君」が、
お父さんと一緒に楽しめるように
なるにはどうすれば良いか？

問題のスコープ

主賓



招待客



スタッフ



氏名：鈴木 たけし君 年齢：12歳

主賓との関係：甥 家族構成：父・母・祖母

口癖：めんどくせえ～www

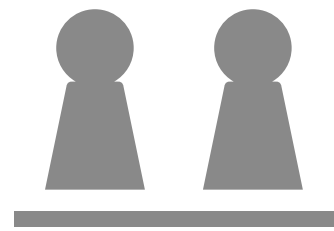
好きなモノ：お菓子・ラーメン

最近ヒーロー戦隊にハマっている
携帯ゲーム機を買ってもらったばかりで、
休日は友達とオンラインゲーム
主賓のことは昔からよく遊んでもらっていて好き。
お祝いしたい気持ちはあるが、
親と一緒に1日いる事にげんがりしている。

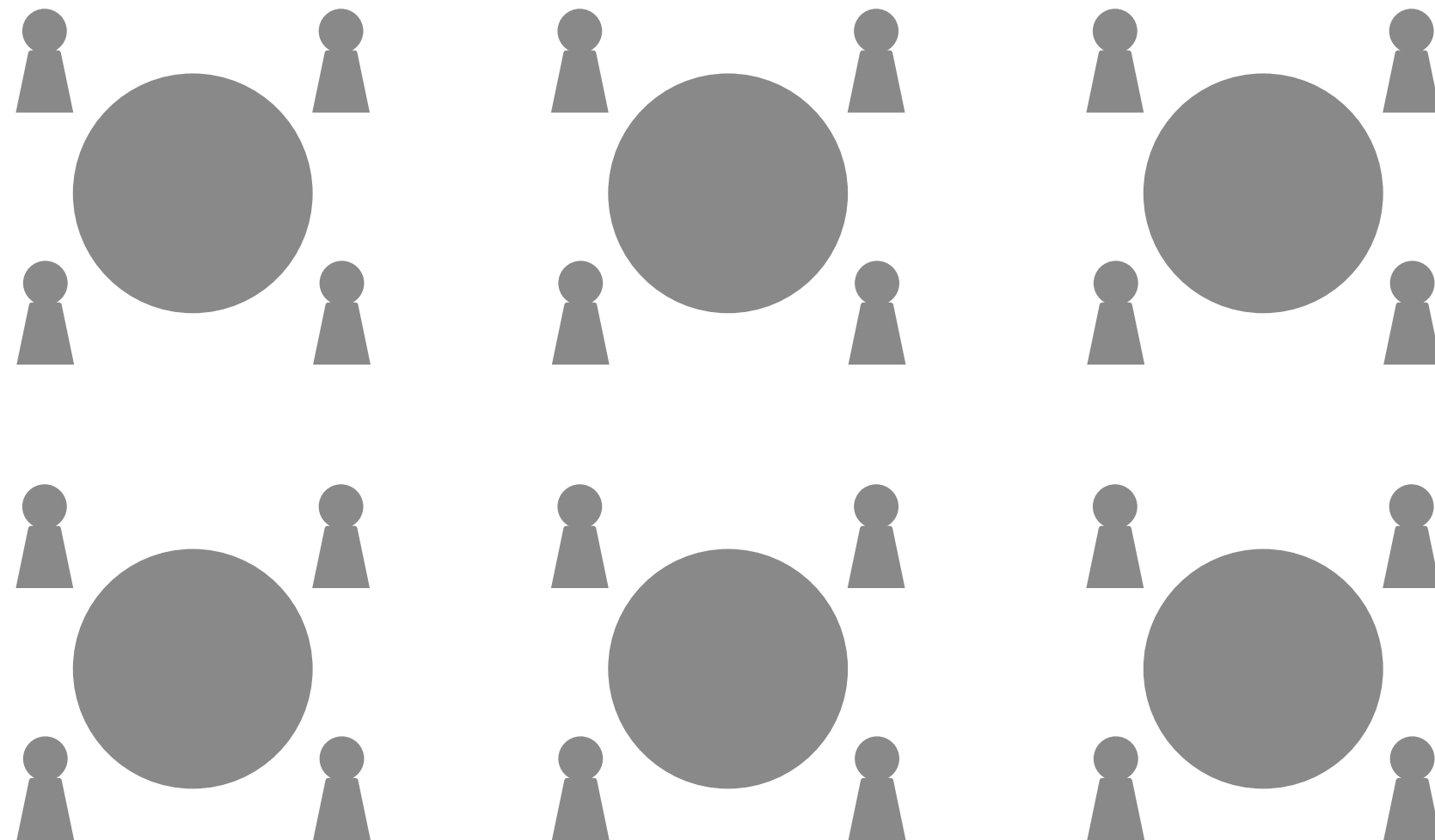
この場合はたけし君というペルソナを元に、
問いを立て、問題のスコープを一つ得た。

問題のスコープ

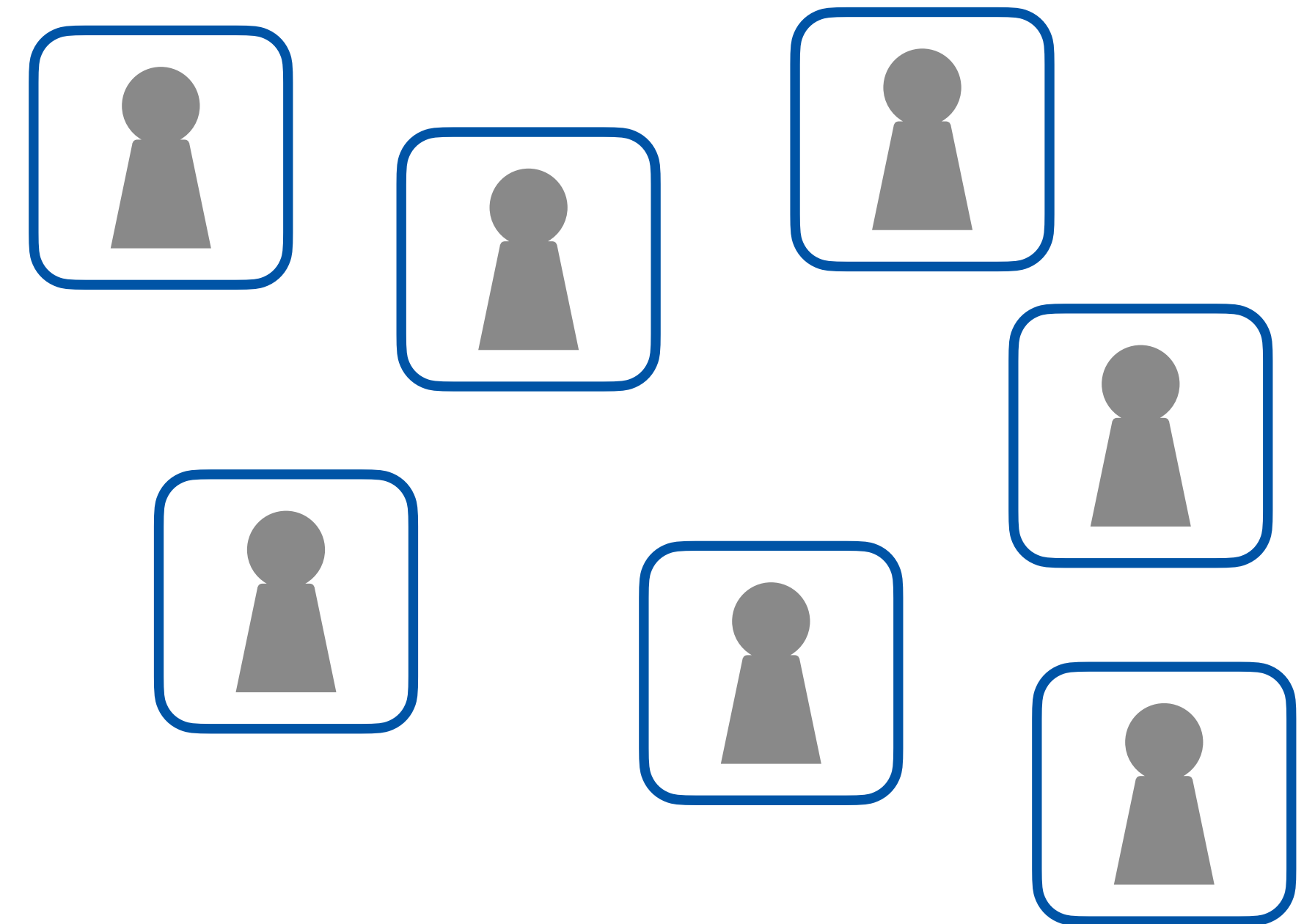
主賓



招待客



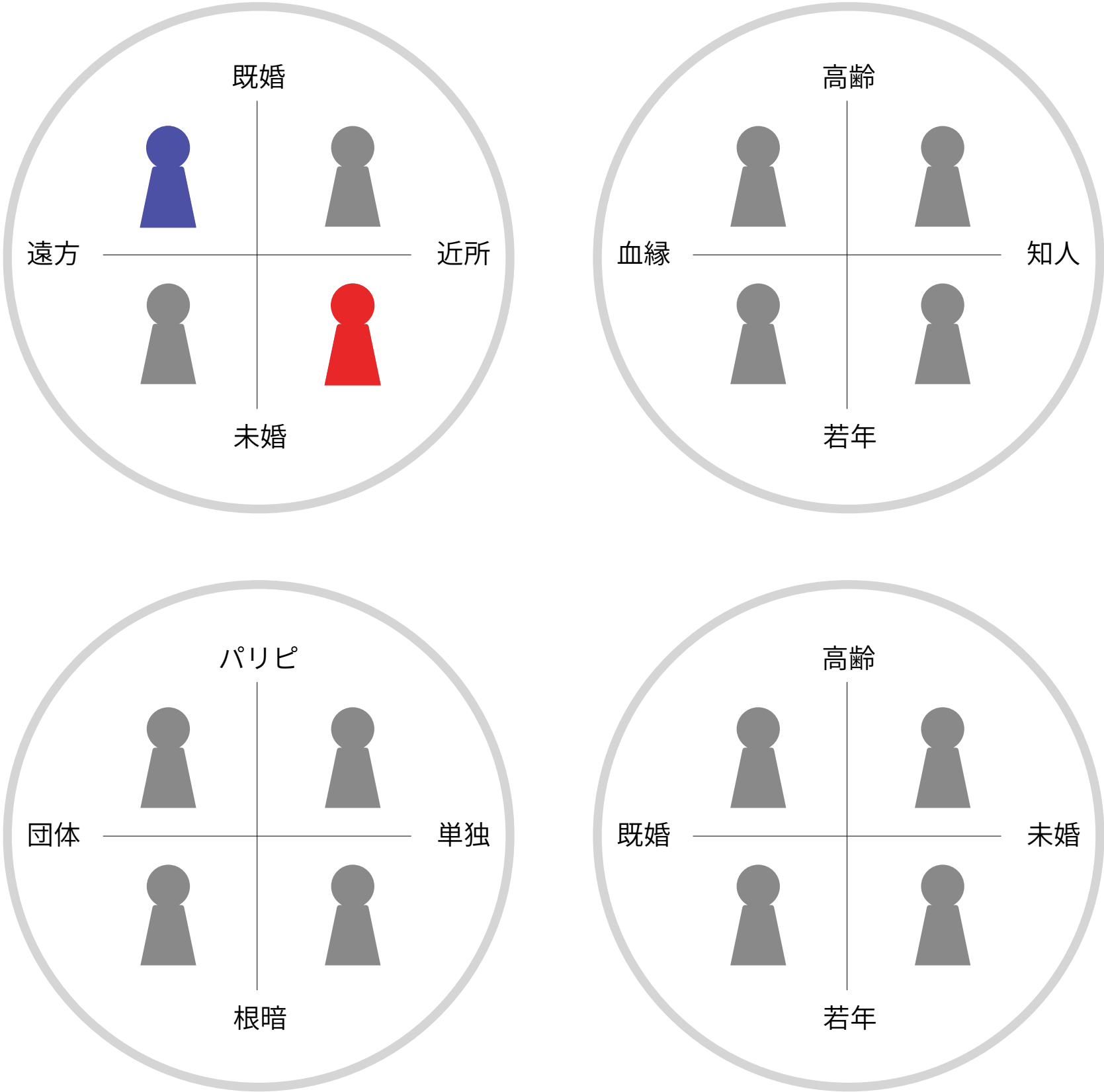
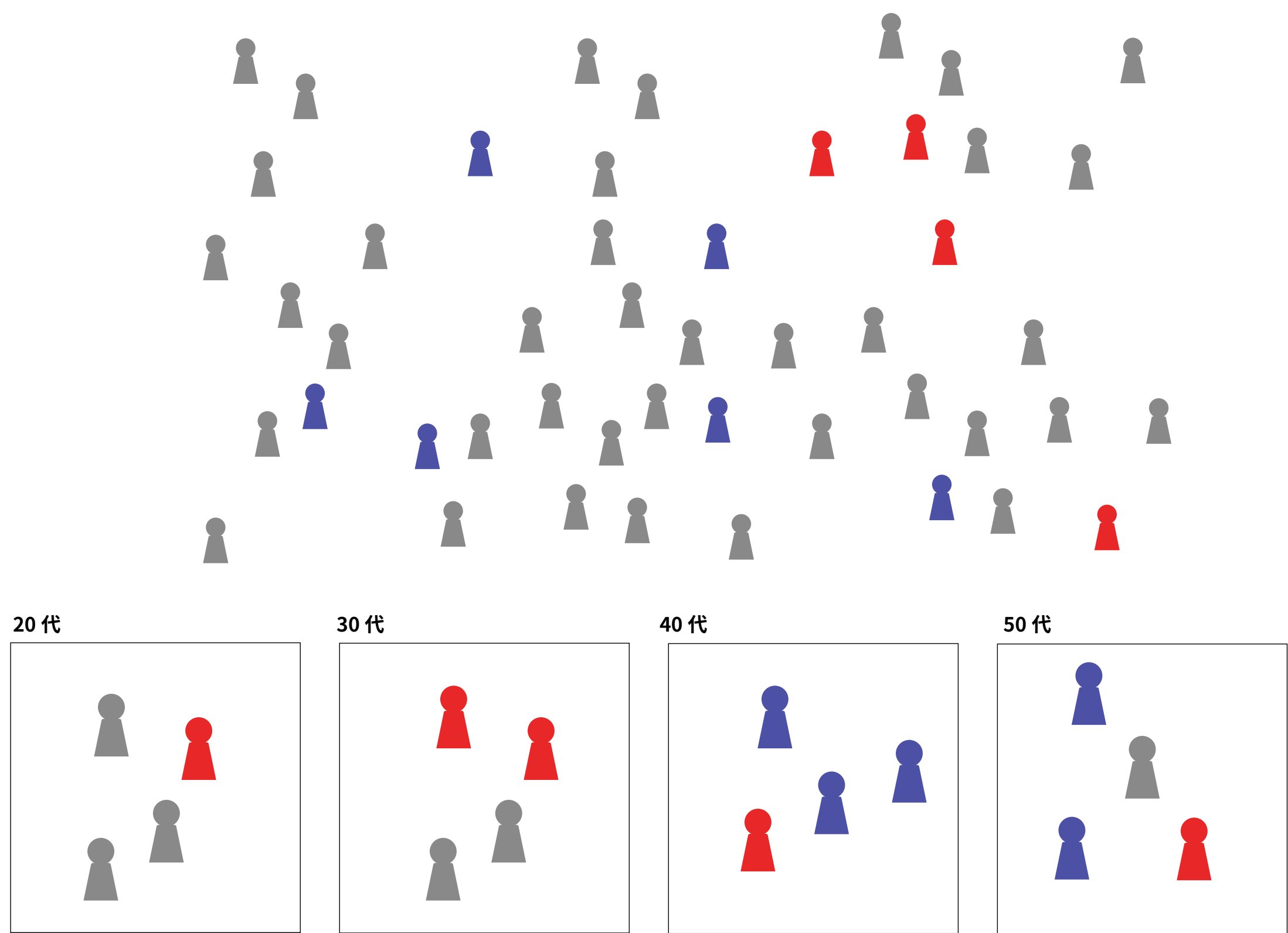
スタッフ



リサーチとプロトタイピングの中で、
スコープを決める精度を上げる。

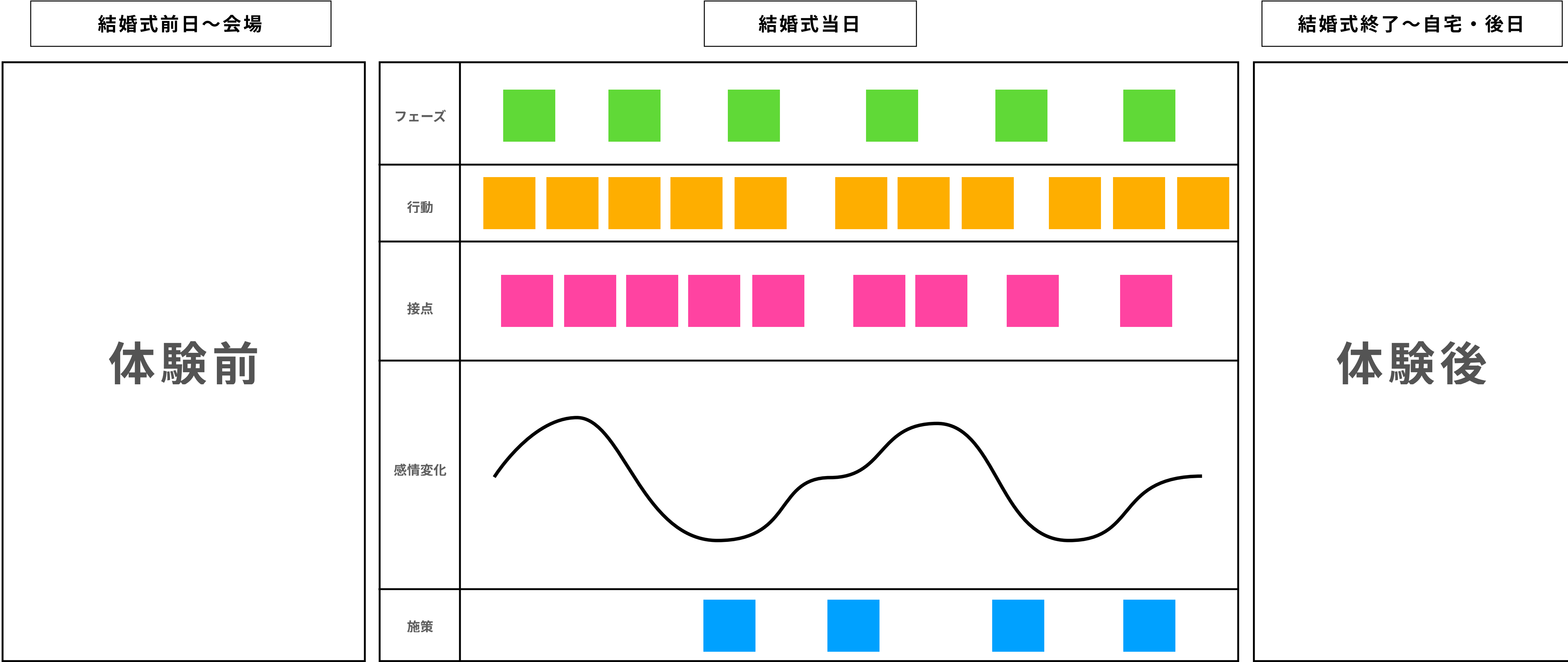
スコープの外側

セグメンテーションの可能性



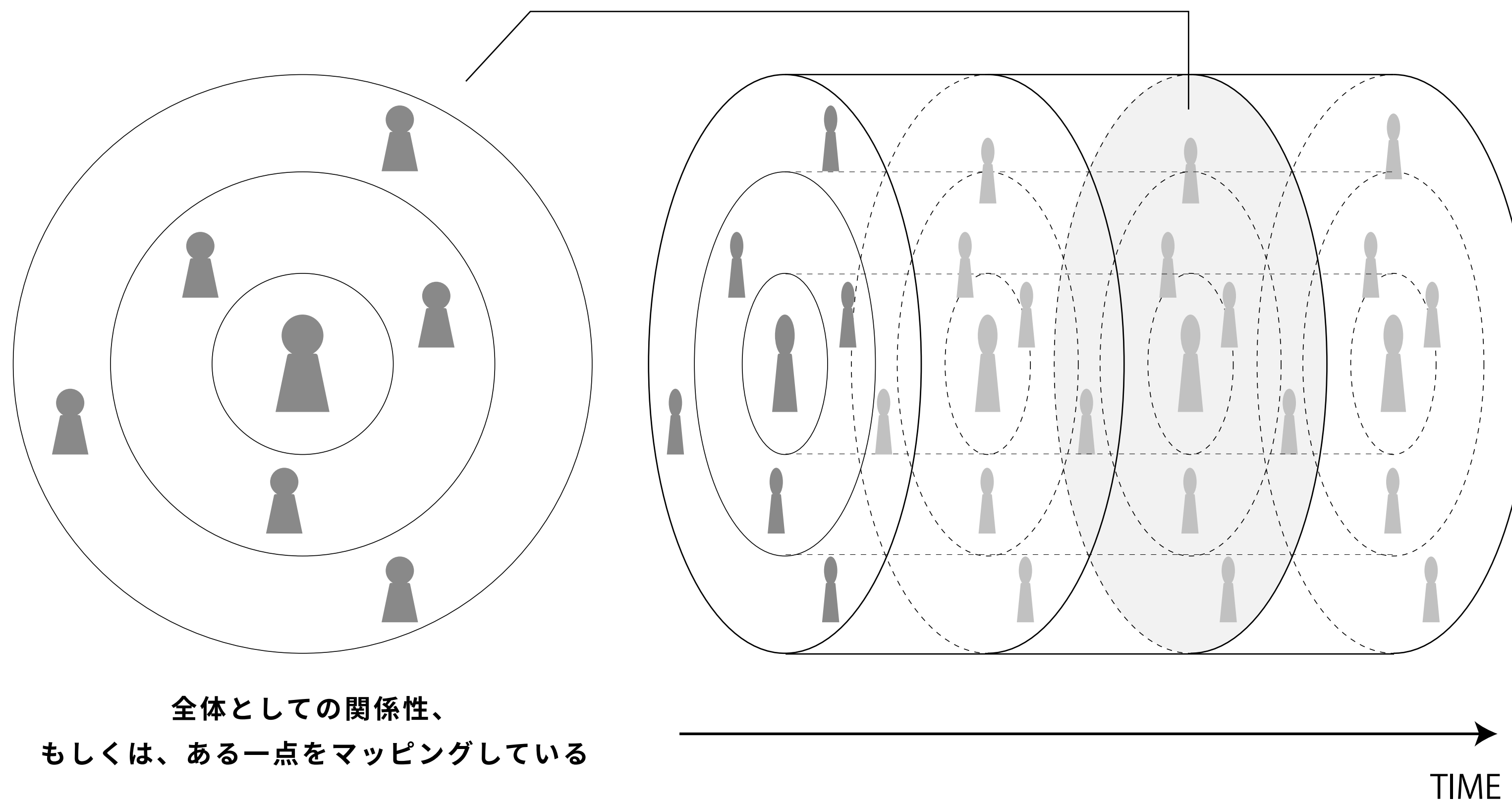
統計学的属性と心理学的属性を考慮すると、様々な切り口が検討できる

スコープの外側



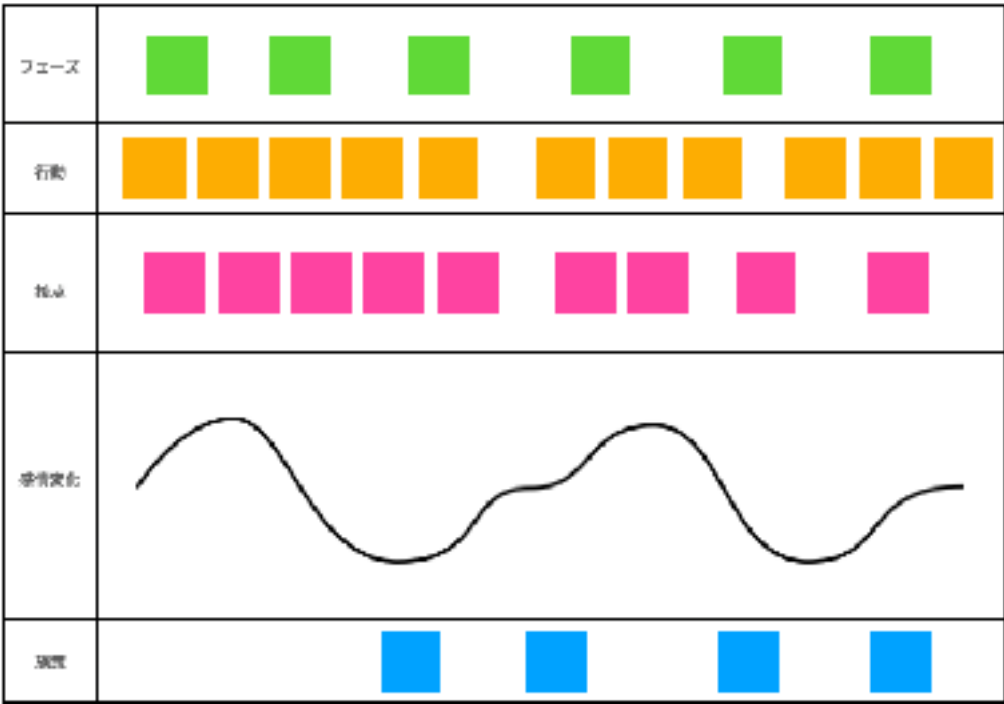
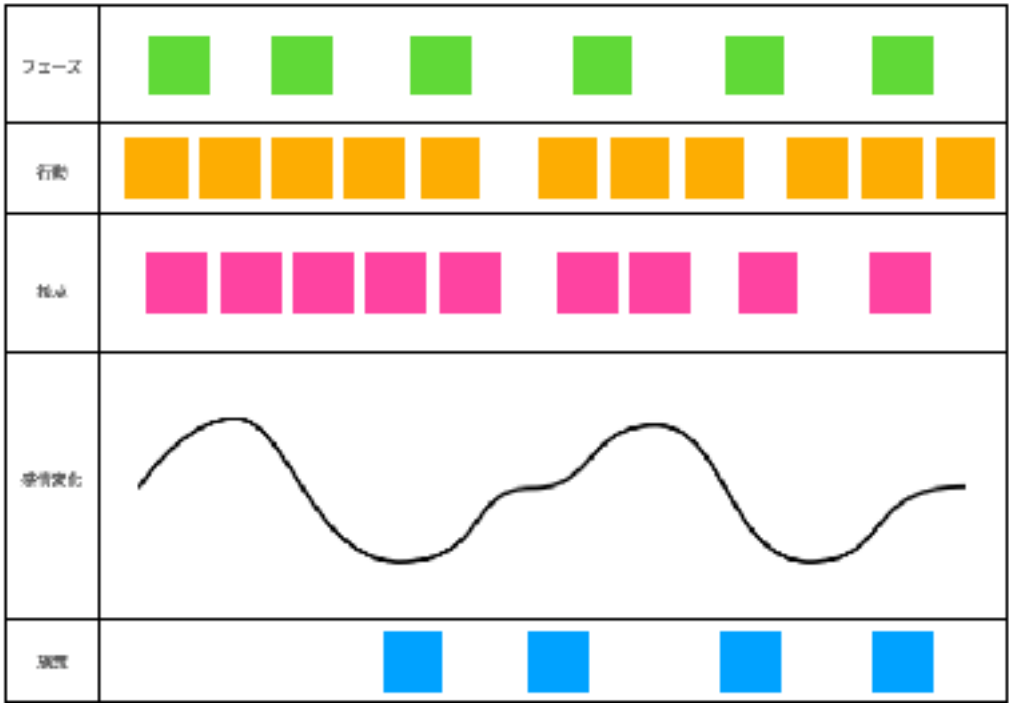
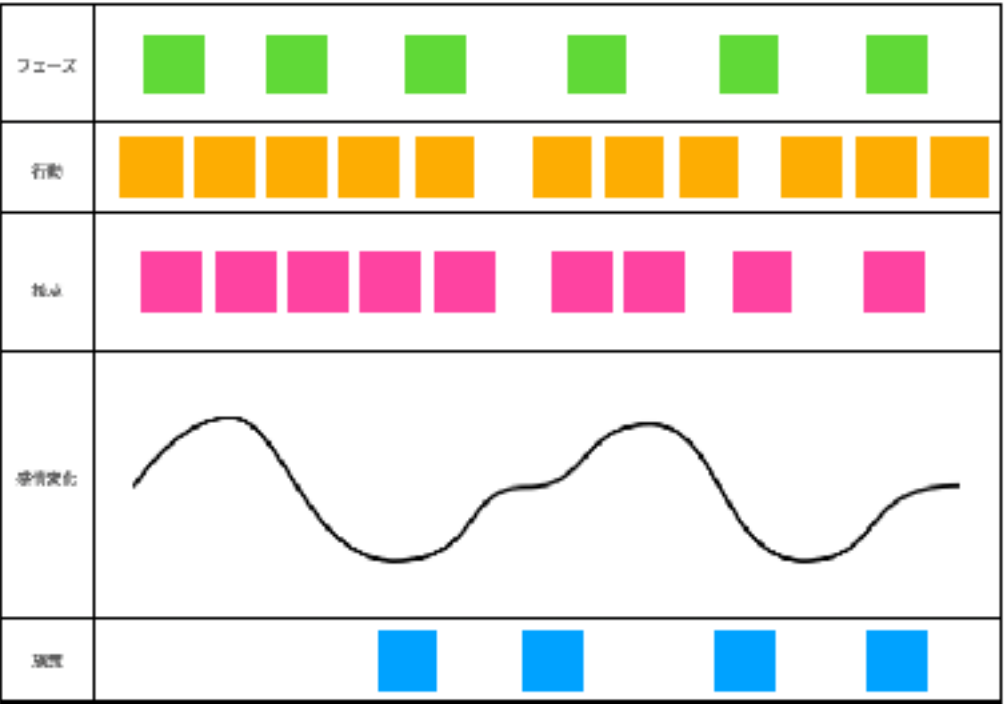
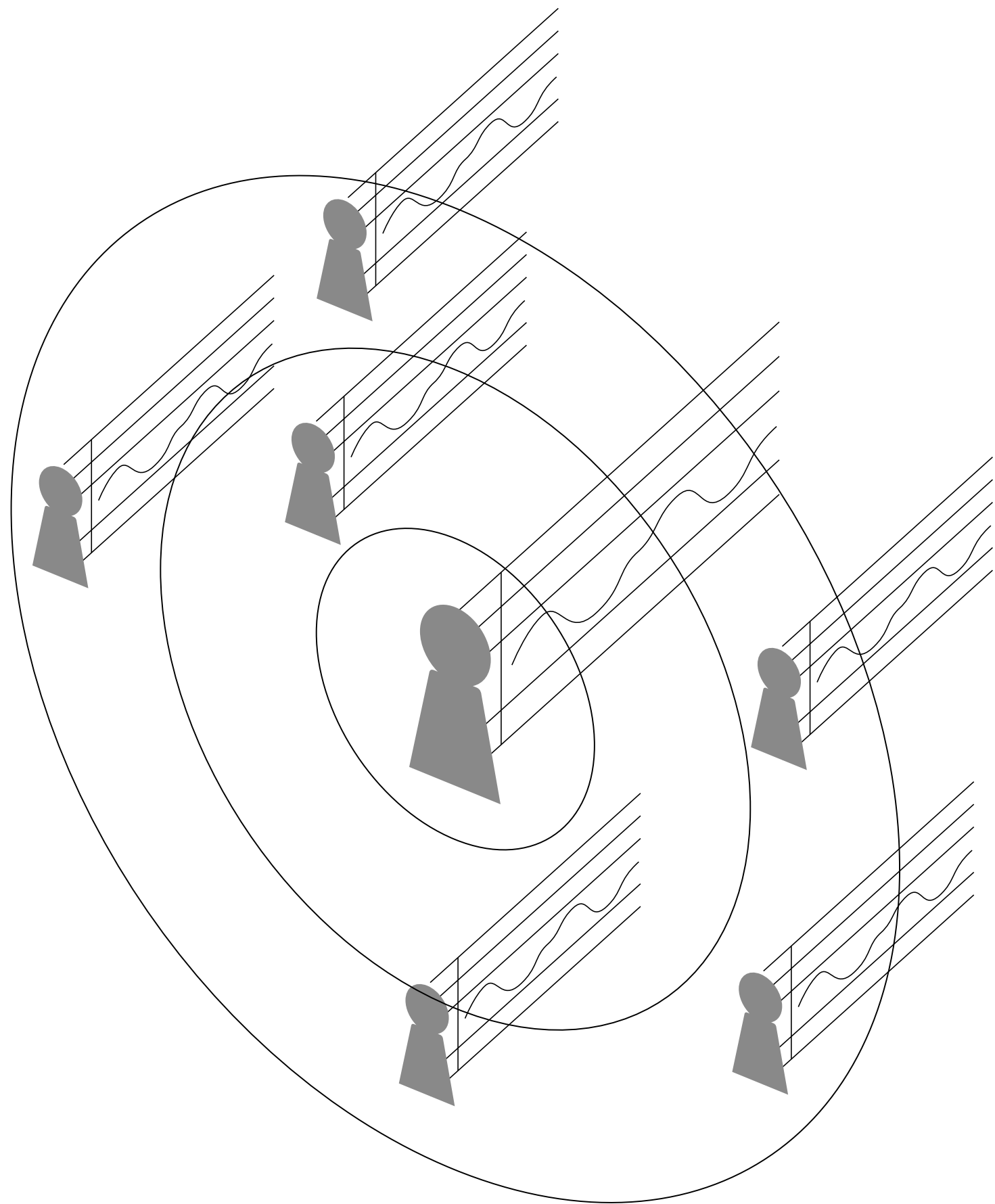
カスタマージャーニーマップが切り出す範囲にも注意が必要

スコープの外側



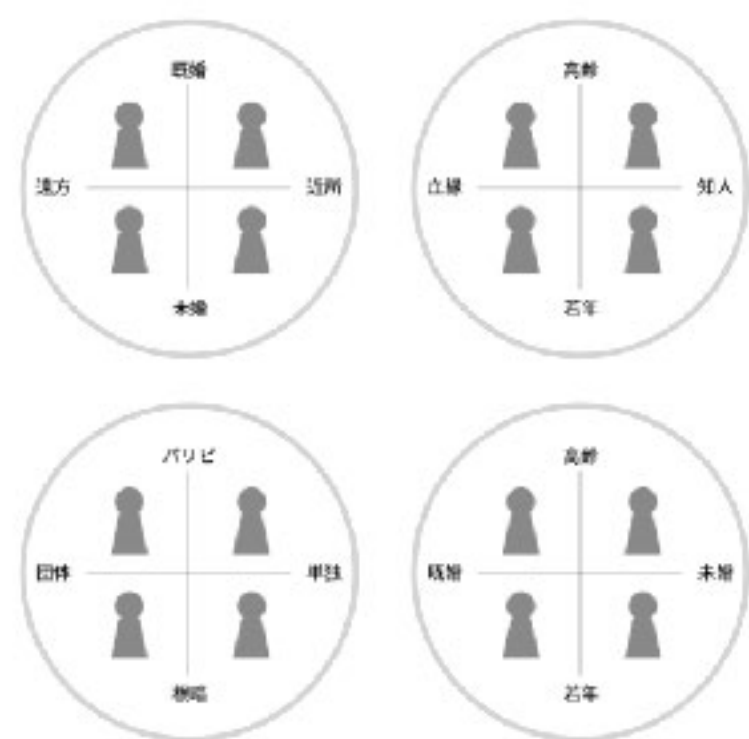
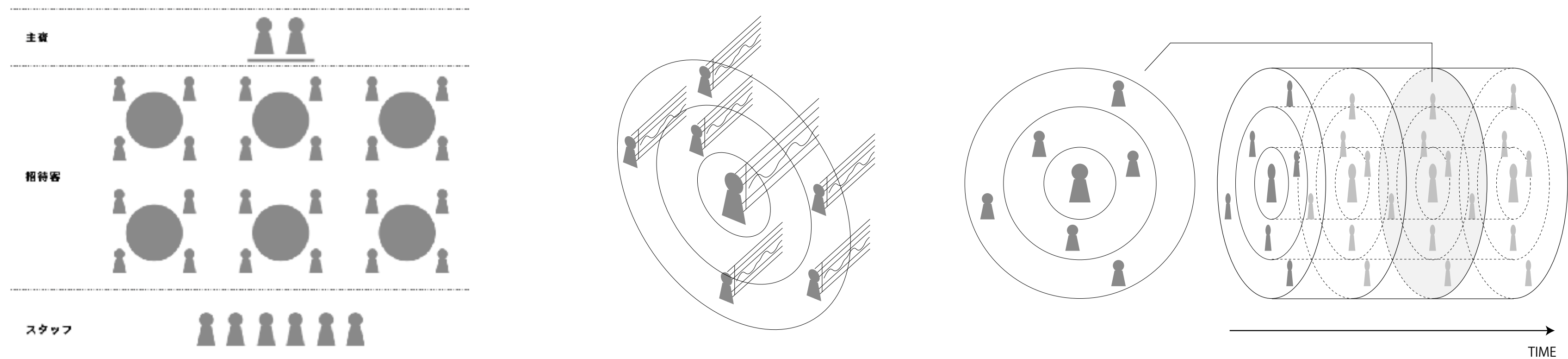
ステークホルダーの関係性は時間と共に変化する

スコープの外側



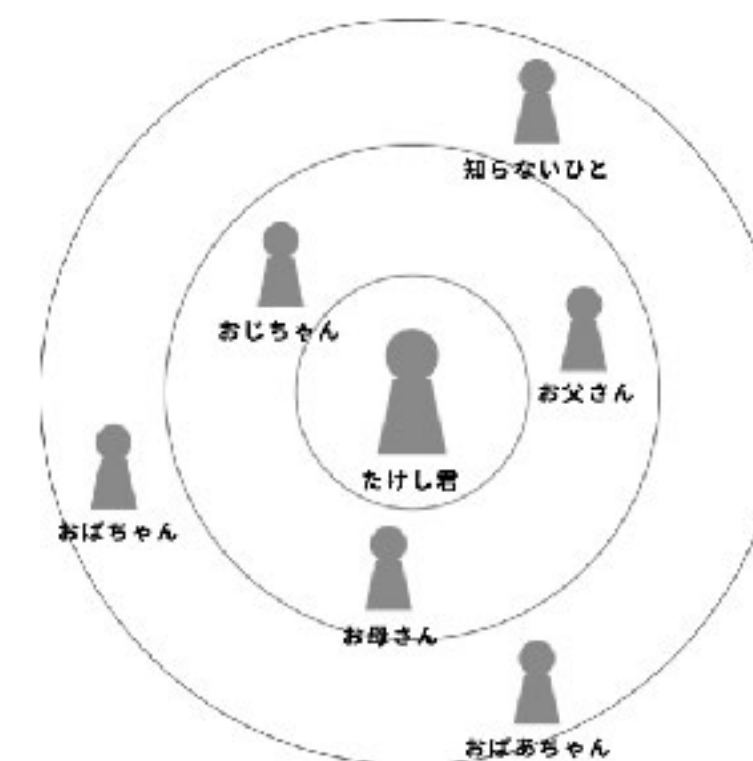
ステークホルダーそれぞれにジャーニーが存在し、影響し合っている

カスタマージャーニーを取り巻くユニバース



氏名：鈴木 たけし君 年齢：12歳
主賓との関係：甥 家族構成：父・母・祖母
口癖：めんどくせえ〜WWW
好きなモノ：お菓子・ラーメン
最近ヒーロー戦隊にハマっている
携帯ゲーム機を買ってもらったばかりで、
休日は友達とオンラインゲーム
主賓のことは昔からよく遊んでもらっていて好き。
お祝いたい気持ちはあるが、
親と一緒に1日いる事にげんがりしている。

フェーズ	■ ■ ■ ■ ■ ■
行動	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
感情	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
感情変化	
気持	■ ■ ■ ■

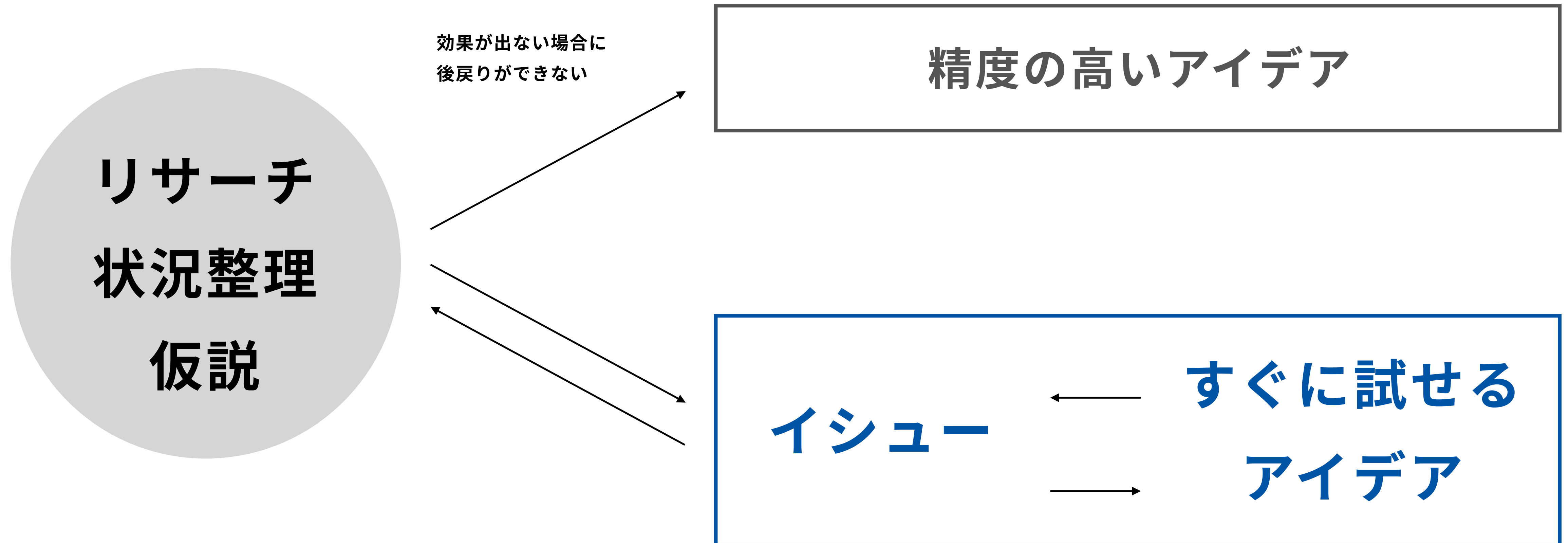


やりすぎると世界そのものを記述するハメになる

A hand holds a white, slightly worn picture frame in the foreground. The frame is positioned to capture a specific view of a coastal landscape. The background shows a steep, grassy cliff on the left, a sandy beach, and the ocean with waves under a cloudy sky. The frame's interior shows a closer view of the cliff face and the ocean.

スコープを決める。
見ている範囲と、
全体を視野に入れる

目的はチームでイシューを見つける事



アイデアが上手くいかなくても、アプローチを変える事で対応できる。

独自の 이슈を生み出す事が、良いサービスのスタート



知り合いのいない結婚式に一人で来た
「ひろみさん」が、
会場で友達を作ってもらうためには
どうすれば良いか？

椅子に座りっぱなしは大変な「一郎さん」が
疲れないように1日過ごすには
どうすれば良いか？



結婚式に連れてこられた「たけし君」が、
お父さんと一緒に楽しめるように
するにはどうすれば良いか？

この日のために禁酒してきた「なおとさん」が、
周りから浮かないように
思いっきり楽しめるようにするには
どうすれば良いか？



妊娠しており、お酒も飲めない
「かおりさん」が、
まわりに気を使わずにゆっくり楽しめる
ようにするにはどうすれば良いか？

写真を沢山撮ることを目的にしている
「まことさん」が
思う存分最前列に陣取れるように
するにはどうすれば良いか？



様々な人への共感と、多角的な視点が必要

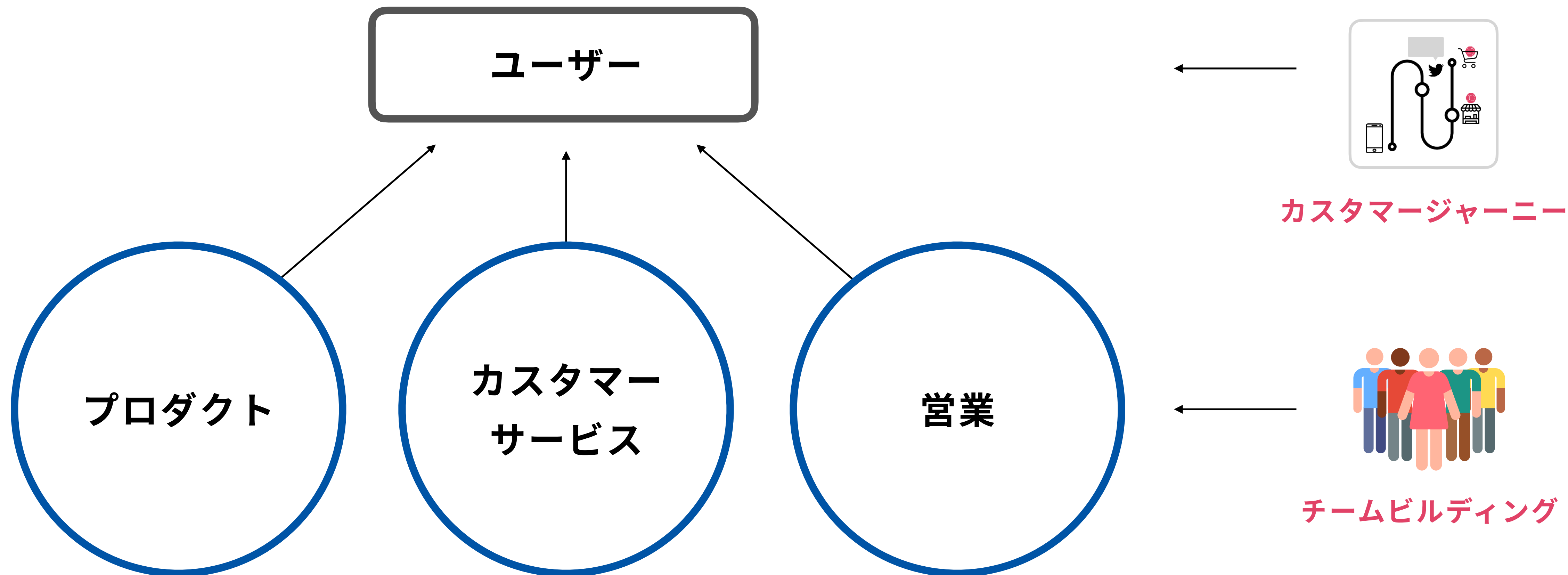
「こんな」人が、
「こんな」事で困っている。
「こんな」状態になってもらいたい。



良いイシューには対象への共感が必要

4. チームでの共感の取り組み

サイロ化を防ぐ手段としての顧客中心



カスタマージャーニーをチームでとらえる試みで共通の視点を持つ

考えるシート

誰に何を求めているか

どうせ食べるのだから
美味しいものを
食べたい...

高品質な食材
新鮮な野菜
お肉も
魚も

新鮮な野菜
お肉も
魚も

100%の肉
と野菜に
お肉も
魚も

70年...

ゆりさん 34歳 女性

ゆりさん
34歳 女性

ゆりさん
34歳 女性





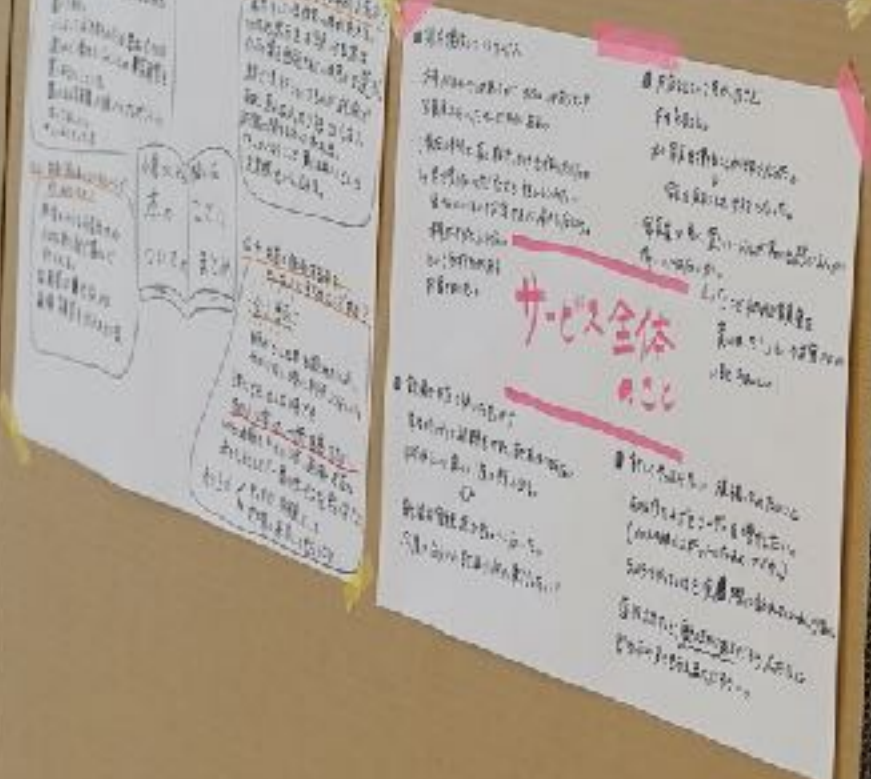
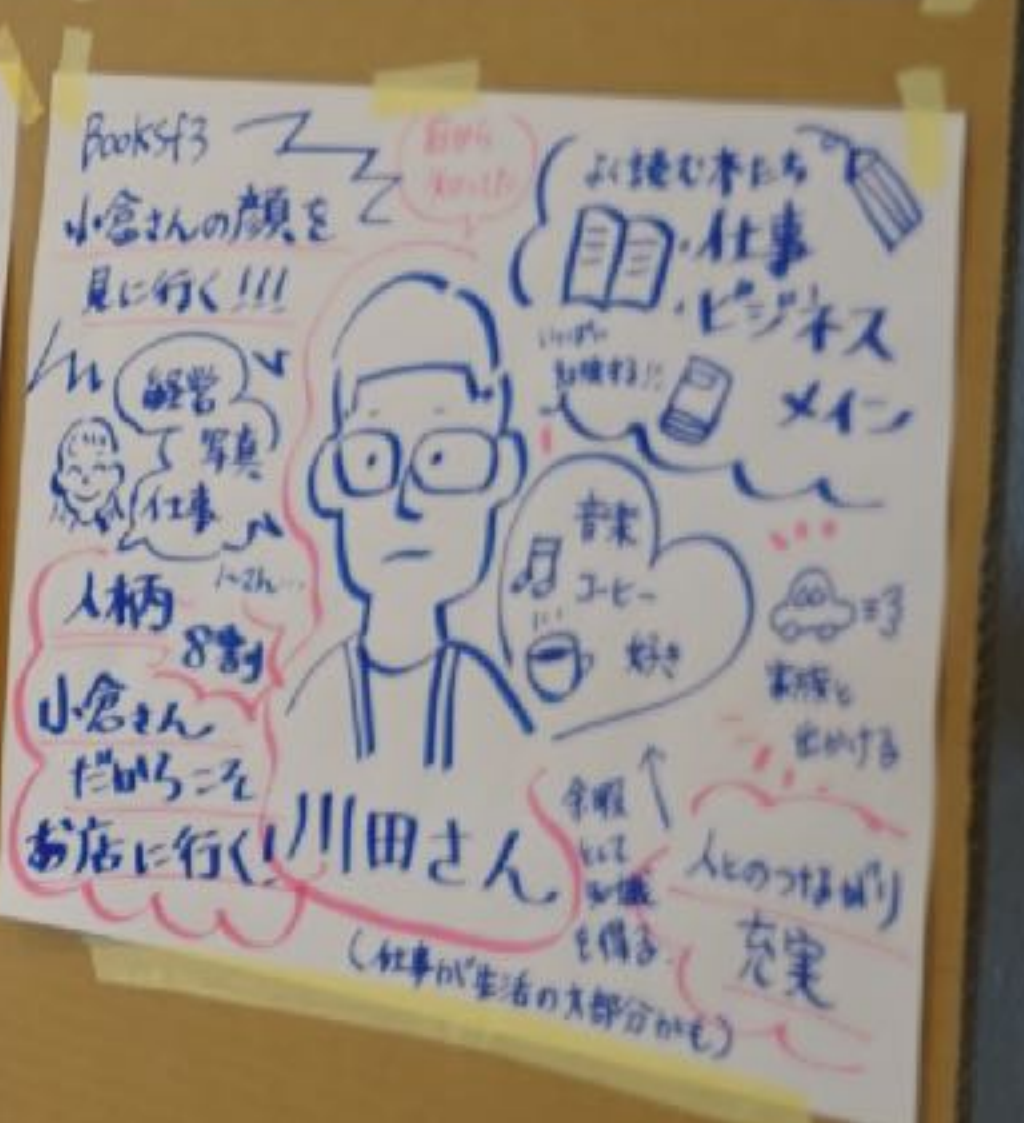


ハードユーザー



川田さん
40代 男性

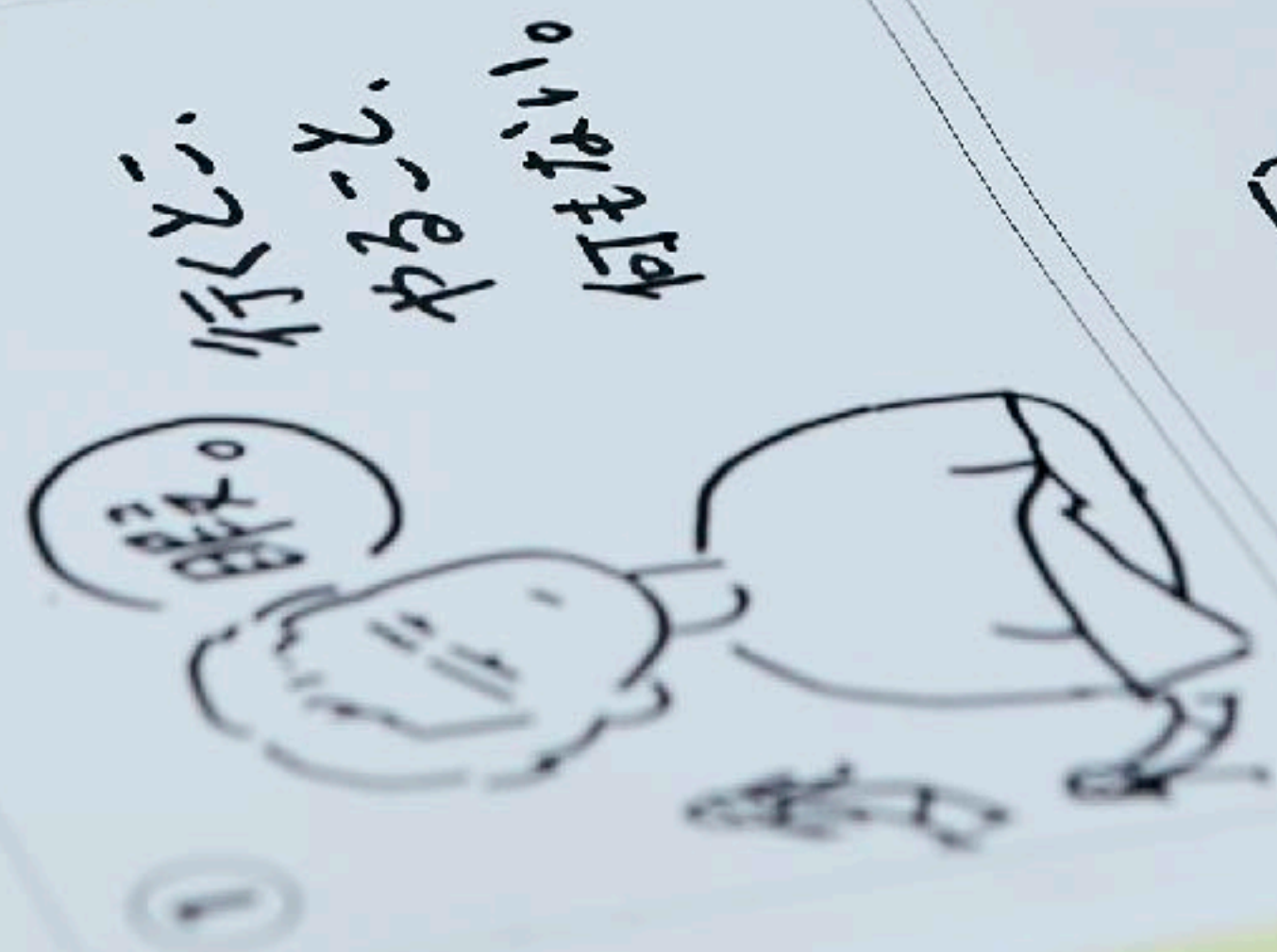
・趣味は読書と音楽
・仕事はWebデザイン
・好きな食べ物はカレーライス
・特技はギター



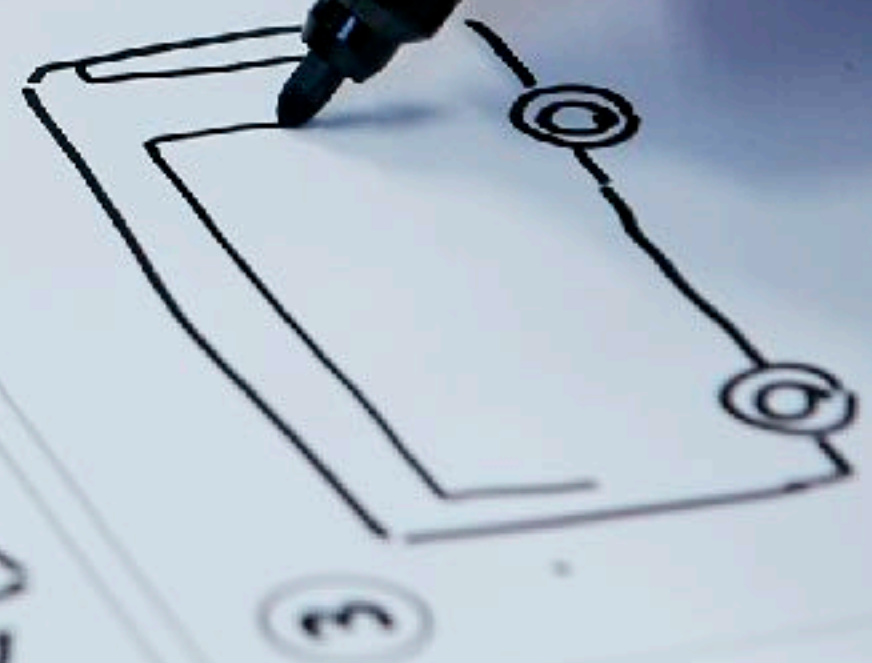
Story Board

サービス名

サービス名



4





おんなとこに
行きたいから

「日本に行き
たい」
と思う

「温泉に
入りたい」
と思う

おんなとこに
行きたいから

日本の中で
まだ行ったこと
ないところに行き

日本 温泉
検索

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

お金を
おろす

飛行機
の

タクシー
の

宿に到着

おんなとこに
行きたいから

TV
を見る

隠れた名所
さがす

日本 温泉
検索

旅行会社に
相談する

おんなとこに
行きたいから

レジャー
見る

おんなとこに
行きたいから

景色を見る

温泉街
歩く

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

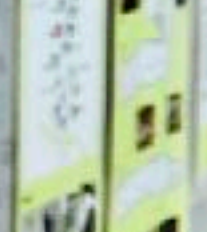
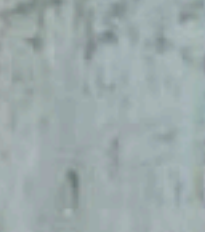
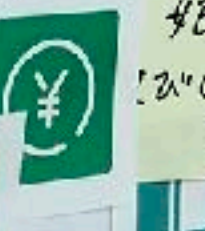
おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから



ポジティブ

旅行に行こう

温泉
いきたい!!

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

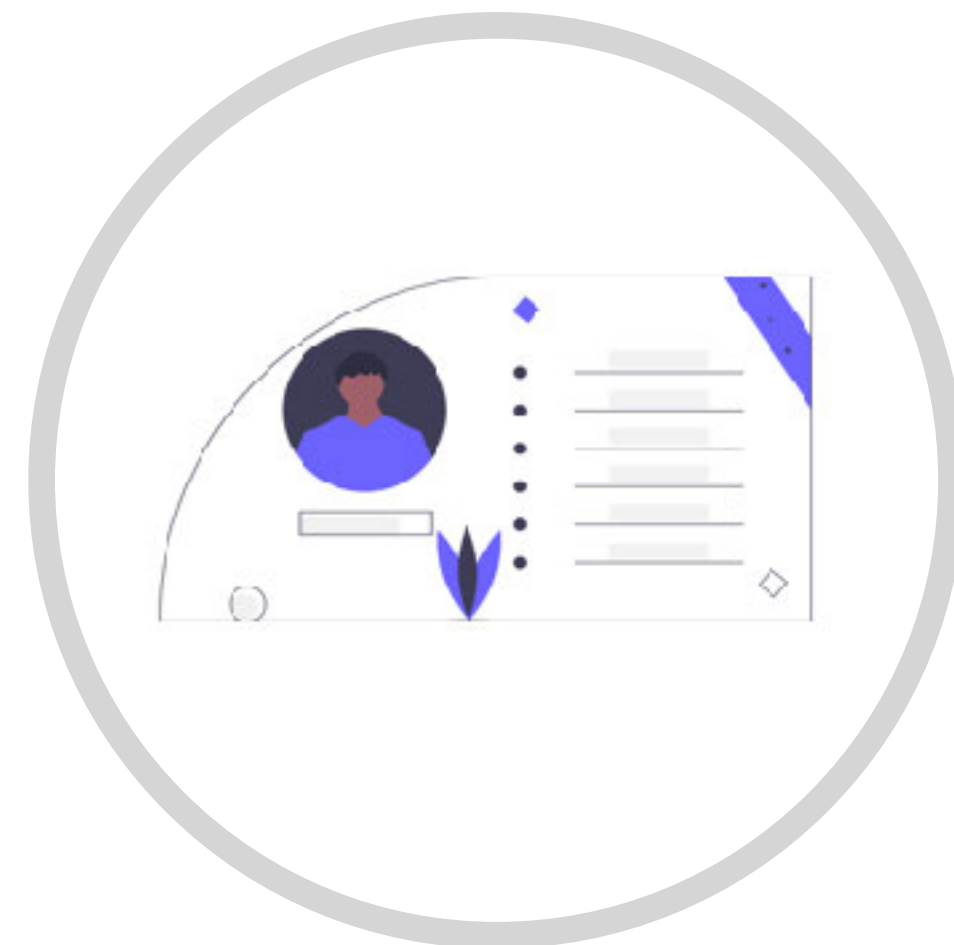
おんなとこに
行きたいから

おんなとこに
行きたいから

できる限り多くの主体者を巻き込む



リサーチ



ペルソナ



マッピング



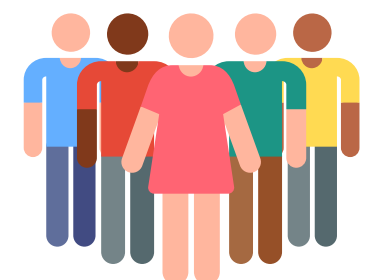
プランニング

要件定義プロセスへの参加で、メンバーの課題への納得感が醸成される



Seek and Feel

探索し、感じる



Empathy

共感し、考える



Idea

行動する

ユーザーもチームも、サービスに巻き込んでいくために

組織からのバックアップも必要

プロジェクト
ビルディング

メンバー
アサイン

権限委譲

失敗できる
組織風土

社内でのデザインセンター設立
タスクフォースの設置

外部組織との協業



システム・UI・UX
プロモーション・サービス・ブランド・組織

ユーザーに共感する姿勢から、開発し伝える取り組みまでサポート

Thank you for listening.