

【導入事例】マーケットやビジネスの観点だけではなく、ユーザー視点で解決策を考えるアクションにつながった

au コマース&ライフ

auコマース&ライフ株式会社
事業推進本部 マーケティング部
中川 卓様

業種・事業 インターネットサービス・通信 / BtoC
総合ショッピングサイト「au PAY マーケット」等の企画・運営
支援テーマ ユーザー視点で、新たな解決策を生み出す
利用サービス [UXリサーチャーオンデマンド \(UXRO\)](#)

背景・課題	・ユーザーと向き合い、事業の新たな解決策を生み出していきたい
支援内容	・UXリサーチャーをチームに配置し、UXリサーチを実施した
成果	・ユーザー視点で解決策を考えるアクションにつながった

ユーザーと向き合うことで、事業の新たな解決策を生み出していきたい

――まず、ご担当者さまの部署のミッションと役割を教えてください。

auコマース&ライフ株式会社は、総合ショッピングサイト「au PAY マーケット」等の企画・運営をしています。マーケティング部のミッションは、マーケットの観点やビジネスの観点において、事業の実行計画を進めることです。そして、ツーサイドプラットフォーム(※)内のユーザーと向き合う部署でもあります。

今回のプロジェクトを立ち上げた背景には、マーケティングリサーチのメンバーと連携し、マーケットの観点やビジネスの観点に、さらにユーザー視点を合わせて、ユーザーと向き合うことで、事業の新たな解決策を生み出していきたいという思いがありました。

※ツーサイドプラットフォーム：2つのグループを結び付けて（売り手・買い手など）、取引の場となる基盤や環境を構築し、提供するサービス

――UXリサーチャーオンデマンド (UXRO) を導入していただいた背景（導入前の課題等）を教えてください。

これまで、ビジネスという観点では、事業分析・戦略から企画推進などを進められていたのですが、消費者やユーザーを主語にした観点では、まだまだ知識や問題解決の起点となるような理解が足りなかったように感じます。そんな中、ユーザー視点で解決策を生み出せるUXリサーチに可能性を感じ、UXリサーチャーオンデマンド (UXRO) を導入しました。

「ビジネスの話」と「ユーザー視点の話」両方の視点から設計の提案ができる、ポップインサイトを選んで良かった

――数あるリサーチ会社の中からポップインサイトを選んでいただいた決め手を教えてください。

いくつか選定の決め手となる点はあったのですが、「auコマース&ライフのビジネスモデルに理解があること」、「ユーザー視点だけでなく、解決したいビジネスのゴールも意識できるプロ」という2つの点が大きいです。auコマース&ライフは、企業単体としてのゴール設計だけではなく、KDDIグループ全体としてのゴール設計も大事にしています。そのため、要件定義をする範囲がとてども広くなります。

ですから、その両方を同時に意識して見ることができ、KDDIグループでの経験者（CX/UXストラテジスト岡 昌樹）と共に仕事をすることができ、実務の中で「ビジネスの話」と「ユーザー視点の話」両方の視点から設計の提案ができる、ポップインサイトさんを選んで良かったなと感じました。

――UXリサーチャーオンデマンド (UXRO) を導入して変化した点はありますか。

経営層はこのプロジェクトの意義を感じていたので、それをどうやって実行するかということが重要でした。プロジェクトでは多くの専門知識が必要となるため、社内でのチームワークには苦戦しましたが、調査していただいた内容は、すぐに反映することは難しくても、その後、ユーザー視点で解決策を考えるアクションにつながったと感じています。

――UXリサーチャーオンデマンド (UXRO) は、担当UXリサーチャーがつき、毎月のご契約時間内であれば基本的には定額で調査が可能なサービスですが、実際にどのようなサイクルで担当UXリサーチャーと調査を進めていますか。

auコマース&ライフには、UXリサーチのプロといえる人材がいなかったため、CX/UXストラテジストの岡さんと、UXリサーチャーの2名体制でポップインサイトさんと契約をしました。最初は私たちも不慣れだったため、数ヶ月は丁寧な調査方法の説明込みで進めていただき、その後は、1ヶ月単位で目的の調査を進めていただきました。それ以上早いペースでの調査も対応いただけそうでしたが、私たちの実施工数の確保や、案件議題が出るペースを踏まえると、1ヶ月単位の調査が最適でした。

価値や課題に積極的に向き合うUXリサーチャーは、事業のサービスエンカウンターになれる存在

――担当UXリサーチャーはどのような存在ですか。率直な感想を教えてください。

歴史ある大企業の経営者は、現場百遍(※)を大事にされるとよく聞きます。実際に、現場で起きる「従業員の課題」や「お客様の悩み」を見聞きし経営に活かす、大事な手法だと思います。しかし、リアルな店舗を持つ事業とは異なり、私たちの扱うデジタルサービスでは、その観点が見えにくく、難しい面があります。

CSに問い合わせがくるペインポイント(※)の観点だけでなく、価値や課題に積極的に向き合うUXリサーチャーは、事業のサービスエンカウンター(※)になれる存在だと思います。ですので、UXリサーチャーは、私たちメンバーと同じ事業を共に見てくれる存在になると感じました。実際に、担当のUXリサーチャーさんは一緒に考えてくれる存在でした。

※現場百遍：現場にこそ解決への糸口があるため、現場を知ることが大変重要であるということ

※ペインポイント：ユーザーの悩みの種

※サービスエンカウンター：サービスを提供する企業と顧客の接点となる場

これからデジタルライゼーションを進める企業などを、サポートしていく企業だと思っ

――ありがとうございました。では最後に、ポップインサイトに期待することを教えてください。

auコマース&ライフは、社内事情で一度継続が途絶えたこともありましたが、もう一度、内部活動について考えて、協業したいと思えるサービスをポップインサイトさんに提供していただきました。

UXリサーチはUXデザインのおまけ（具現化前の調査部分）のように思われることもあり、まだまだUXリサーチについて社会全体が知れる機会は不足していると感じます。しかし、ポップインサイトさんはその部分をリードしており、これからデジタルライゼーションを進める企業様など、多くのデジタル業務において、ユーザーの声の拾いにくさをサポートしていく企業だと思っ。今後も、UXリサーチの認知や課題解決を広めていくことを期待しています。

株式会社メンバーズ ポップインサイトカンパニー

<https://popinsight.jp/>

