

CUJ候補（ビジネスレビュー用）

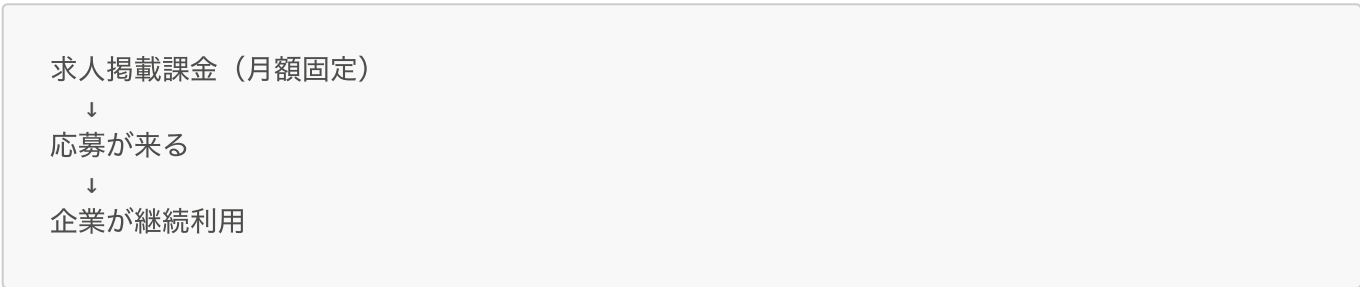
目的

ビジネス担当者に「これはCUJ（クリティカルユーザージャーニー）か？」を判断してもらうための候補リストです。

CUJの定義: 障害や問題が発生すると、**直接的に売上損失やユーザー離脱**につながるフロー

前提: AAの収益構造の変化

従来（フロー型）



課題: 景気変動の影響を受けやすい、収益の質が低い

2025年～（ストック型へ移行）



狙い: 顧客LTV最大化、収益の安定性向上

収益構造とCUJの関係

収益源	収益タイプ	CUJへの影響
掲載課金	フロー（月額）	企業の初回掲載、継続判断が重要
成功報酬	ストック（高単価）	入社決定までのフローが最重要
スカウト	プレミアム	スカウト→応募転換で価値証明
タレントプールDB	資産	ユーザー登録、プロフィール充実

CUJ候補（5つ）

CUJ-1: 求職者の応募完了

フロー: トップページ → 求人検索 → 求人詳細 → ログイン/会員登録 → 応募フォーム → 応募完了

項目	内容
対象ユーザー	求職者（新規・既存）
開始	トップページ訪問
ゴール	応募が企業に届く
売上への影響	× 応募が来ない → 企業が継続掲載しない → 解約
2025年戦略との関係	タレントプールDBの形成
測定指標	検索→応募CVR、日次応募数、離脱ポイント

なぜ最重要？

- 企業が求めるのは「**応募数**」
- 掲載課金・成功報酬の**両方の前提**
- ここが止まると**全ビジネスモデルが崩壊**
- ドラピタの**存在価値**そのもの

関連UJ: UJ-01（求人検索→応募）

CUJ-2: 選考→入社決定（成功報酬の源泉）

フロー: 応募受付 → 面接日程調整 → 面接実施 → 内定通知 → 承諾 → 入社日設定

項目	内容
対象ユーザー	企業 + 求職者（両者の協調）
開始	応募受付
ゴール	入社日確定
売上への影響	× 入社に至らない → 成功報酬が発生しない
2025年戦略との関係	フロー型→ストック型への移行の鍵
測定指標	応募→入社転換率、選考離脱率、平均入社日数

なぜクリティカル？

- **2025年本格稼働**の「ドラピタエージェント」の収益源
- 成功報酬は掲載課金の**数倍～10倍**の単価（推定）
- じげんの戦略「ストック型収益の強化」の中核
- 選考途中の離脱は企業の不満につながる

関連UJ: UJ-03（選考プロセス）、UJ-04（応募管理）

CUJ-3: 企業の効果測定確認→継続/アップセル

フロー: ログイン → 効果測定画面 → PV・応募数確認 → 継続掲載判断 → (アップセル: Agent移行)

項目	内容
対象ユーザー	既存掲載企業
開始	掲載期間中
ゴール	継続掲載を決定（または解約）、Agent移行
売上への影響	✖ 効果が見えない → 継続しない → 解約
2025年戦略との関係	効果が出ている企業をAgent（高単価）へアップセル
測定指標	効果測定閲覧率、継続率、Agent移行率

なぜクリティカル？

- **リテンション（継続率）**がビジネスの鍵
- 効果測定で「応募が来ている」と見せられないと解約
- 掲載課金のLTV（生涯価値）を決定する
- 効果が良い企業を**Agent（成功報酬）**へ誘導するチャネル

検討ポイント:

- 効果測定画面に「Agent移行」のCTA（Call To Action）があるか？
- 効果が低い企業にスカウト機能を提案する導線は？

関連UJ: なし（効果測定は独立）、ただしAgent利用開始へ誘導

CUJ-4: スカウト→応募転換

フロー: 企業がスカウト送信 → 求職者が受信 → スカウト詳細確認 → 応募

項目	内容
対象ユーザー	企業 + 求職者
開始	スカウト候補検索
ゴール	スカウト経由の応募完了
売上への影響	✖ スカウトが機能しない → プレミアム機能の価値がない
2025年戦略との関係	リニューアルの目玉機能、タレントプールの活用
測定指標	スカウト開封率、応募転換率、スカウト経由入社率

なぜクリティカル？

- 2025年リニューアルの目玉
- 「フロー型→ストック型」の象徴（タレントプールDB活用）
- スカウトは追加課金または上位プランの特典
- 転換率が低いと企業の不満につながる
- スカウトが機能しないとWeb履歴書の価値がない

関連UJ: UJ-02（スカウト対応）、UJ-05（スカウト送信）

CUJ-5: 企業の初回求人掲載

フロー: 企業登録 → 求人情報入力 → 画像アップロード → 承認申請 → AA承認 → 求人公開

項目	内容
対象ユーザー	新規掲載企業
開始	企業アカウント作成
ゴール	求人がdorapita.comで公開される
売上への影響	✖ 求人が掲載できない → 掲載課金が発生しない
2025年戦略との関係	初期体験の質が継続率・LTVを左右
測定指標	登録→公開完了率、公開までの日数、初期離脱率

なぜクリティカル？

- 企業の初期体験（ここで離脱すると二度と戻らない）
- 営業が獲得した顧客をシステムで失うリスク
- 掲載課金の収益源泉
- 承認待ちで長期間止まると機会損失

関連UJ: UJ-06（求人掲載）、UJ-07（管理者承認）

CUJ候補の優先順位

ビジネス戦略ベースの優先順位

優先度	CUJ	根拠	備考
1	求職者の応募完了	全収益の前提	最重要
2	選考→入社決定	成功報酬（高単価）	2025年戦略の中核
3	効果測定→継続/アップセル	リテンション、Agent誘導	LTV最大化の鍵
4	スカウト→応募転換	プレミアム価値証明	2025年新機能
5	初回求人掲載	顧客獲得	エントリーポイント

じげんの戦略から見た重要性

CUJ	フロー型収益	ストック型収益	戦略的重要性
CUJ-1: 応募完了	✔️ 掲載継続の根拠	✔️ タレントプールDB形成	★★★★★
CUJ-2: 入社決定	-	✔️ 成功報酬（高単価）	★★★★★
CUJ-3: 効果測定→継続	✔️ 継続率	✔️ Agent移行	★★★★★
CUJ-4: スカウト転換	-	✔️ プレミアム価値	★★★★☆
CUJ-5: 初回掲載	✔️ 新規獲得	-	★★★★☆☆

CUJ候補の評価軸

各CUJを以下の観点で評価してください：

評価軸	質問
収益直結度	このフローが止まると、即座に売上が減る？
離脱リスク	フロー途中での離脱が多い？
頻度	毎日多くのユーザーが通る？
代替手段	このフローが使えないとき、別の方法がある？
戦略的重要性	2025年の成長戦略に関わる？

追加検討すべきCUJ候補

business_contextを読んで浮上した追加候補：

候補A: タレントプール登録→プロフィール充実

フロー: 会員登録 → プロフィール入力 → Web履歴書作成 → スキル・経験登録

ビジネス価値:

- タレントプールDBの「資産価値」を高める
- プロフィールが充実しているほどスカウトの精度が上がる
- スtock型ビジネスの基盤

検討ポイント: これはCUJか、それとも補助的なUJか？

候補B: 企業のAgent利用開始→初回成功報酬発生

フロー: 掲載企業 → Agent提案 → 利用開始 → 候補者紹介 → 入社決定 → 成功報酬支払い

ビジネス価値:

- 「フロー→ストック」移行の最重要パス
- 高単価収益の初回発生
- 掲載課金からのアップセル成功

検討ポイント: 2025年本格化の新ビジネス、CUJ化すべき？

ビジネス担当者への質問

質問1: 収益構造の確認

項目	確認したいこと
掲載課金	月額？掲載期間？金額は？
成功報酬	入社時の報酬額は？（年収の何%？）
スカウト課金	上位プランの追加料金？使い放題？
Agent契約形態	専任契約？併用可能？

質問2: CUJ候補の評価

以下の5つは「クリティカル」だと思いますか？

#	CUJ	クリティカル？	優先順位（1-5）
1	求職者の応募完了	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	___
2	選考→入社決定（成功報酬）	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	___
3	効果測定→継続/Agent移行	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	___
4	スカウト→応募転換	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	___
5	企業の初回求人掲載	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	___

質問3: 追加CUJ候補

以下は「クリティカル」にすべきですか？

- ☐ A: タレントプール登録→プロフィール充実
- ☐ B: 企業のAgent利用開始→初回成功報酬
- ☐ その他: _____

質問4: 2025年戦略での重点

現在、最も力を入れているのはどれですか？（複数選択可）

- ☐ 応募数の増加（CUJ-1）
- ☐ 入社率の向上（CUJ-2）
- ☐ **Agent事業の拡大（CUJ-2, 候補B）**
- ☐ スカウト機能の普及（CUJ-4）
- ☐ 顧客継続率の向上（CUJ-3）

収益構造の整理（仮説）

掲載課金（フロー収益）

収益ポイント	関連CUJ
新規企業の求人掲載開始	CUJ-5
既存企業の掲載継続	CUJ-3

KPI: 新規掲載企業数、継続率、掲載単価

成功報酬（ストック収益）

収益ポイント	関連CUJ
応募発生	CUJ-1
入社決定	CUJ-2

KPI: 応募数、入社決定数、成功報酬単価

プレミアム機能

収益ポイント	関連CUJ
スカウト利用	CUJ-4
上位掲載プラン	（確認必要）

KPI: スカウト送信数、応募転換率

E2Eテストへの影響

優先実装すべきテストスイート

優先度	Test Suite	理由
1	CUJ-2: 選考→入社	成功報酬収益の検証、最重要
2	CUJ-1: 応募完了	全ての前提、既存テストあり（補強）
3	CUJ-3: 効果測定→Agent移行	アップセル導線の検証
4	CUJ-4: スカウト 転換	2025年機能
5	CUJ-5: 初回掲載	エントリー体験

次のステップ

1. ビジネス担当者にレビュー依頼
- 5つのCUJ候補を提示
 - OK/NG判定と優先順位を確認

- 追加CUJ候補のヒアリング

2. 収益構造の確認

- 掲載課金の有無・金額
- 成功報酬の条件・金額
- スカウトの課金形態

3. 確定後のアクション

- CUJ候補を正式ドキュメント化
- E2Eテストの優先順位を再調整
- 監視・アラート設計

備考

- この候補リストは、コード分析とbusiness_contextドキュメントから作成
- 実際の収益構造・KPIは要確認
- CUJの最終決定はビジネス担当者の判断を優先