Portfolio 2026

Mika KOBARU

SUMMARY

職務要約

調査からUI/UXデザインへ

ユーザーテスト / UI/UXデザイン

単なる見た目の作成に留まらず、課題仮説の構築からユーザーテスト、要件定義、プロトタイピングまでを一貫して行っています。その様々な知見を活かし複雑なな業務システムや医療系アプリなどのUI/UXデザインを行います。

課題解決のためのデザイン

新規事業立ち上げ / 起業

起業経験および複数社でのマネジメント経験を活かし、「課題解決としてのデザイン」を軸としたアプローチを行います。生成AI時代において、Figmaで実装をいかにきれいに整備するかが中心だったものがClaude code等にシフト、デザイナーの役割が今後、戦略側に大きく変化していく可能性が考えられます。

企画提案・運用

課題・価値発見 / 企画提案 / 運用設計

新規事業・プロダクト開発などにおいて、調査・企画提案・UI/UX設計・実装支援を一貫して行い、ハンズオンで事業に伴走します。

“ヘルスケア”ドメインの専門性

医薬系広告代理店にて、患者および医療従事者向けWebサイト運用経験があります。医師を対象としたアイトラッキング調査等を通じた、定量・行動データに基づくインサイト分析も経験。
ITリテラシーに配慮したUI設計と、エビデンスベースの施策立案・運用経験があります。

WORKS

実績

CONCEPT

・コンセプトビジュアライズ
・コンセプト設計（ブランディング･広報）
・コンセプト改善（顧客体験価値再設計）

RESEARCH

・競合調査
・ユーザーテスト（定性調査）

REDESIGN

・デザイン（実務作業）
・デザイン提案
・デザインシステム（デザインルール構築）

DEVELOPMENT

・事業創出（新規企画･提案）
・起業

DX/デジタル化（黎明期）

・動画制作・ディレクション
・ウェブ（制作･運用･管理）

ウェブサービス Service DESIGN/Direction

みらみる：ウェブサービス開発・運用ディレクション・デザイン

2026 Claude Code を活用したUI/UX設計 ウェブサービス開発・運用保守 SNS運用（X/instagram） Google Antigravity/ GEMINI/ NotebookLM/Manus/Grok

https://miramir.jp/

アウトプット

ウェブサービスの企画・開発から運用保守フェーズまで一貫して担当。
Claude Code・Gemini・NotebookLM・Antigravity などのAIツールを活用し、UI/UXデザインから実装まで実験的なアプローチで開発を行っています。ユーザー体験の最適化と継続的な改善を目的としたディレクションおよびデザイン業務を実施し、サービス全体の品質向上に生成AIを活用しながらさまざまな機能開発を継続的に行いブラッシュアップしています。
加えて、SNS運用にGrok（X）・Manus（Instagram）を主に活用し、生成AIをフル活用したコンテンツ企画から導線設計、LPへの送客設計までを一貫して実施。認知拡大およびユーザー獲得に向けた次世代的なアプローチで企画・制作・運用しています。

LP一一部

PC版ーマイページ

PC版ー相性鑑定ページ

PC版ー会員管理ページ

ウェブサービス Service DESIGN/Web DESIGN/Direction

Navitale：サービス開発･デザイン

2026 Claude Code を活用したUI/UX設計･実装 運用･保守 ウェブデザイン 動画制作 Google Antigravity/ GEMINI/ NotebookLM

https://navitale.biz/

アウトプット

Navitaleのコーポレートサイト制作において、情報設計からUI/UXデザイン、フロントエンド実装までを一貫して担当。
ユーザー導線およびコンテンツ構成を設計し、サービス理解の促進とコンバージョン導線の最適化を実現。
加えて、運用を見据えた設計と改善提案を行い、継続的に成果につながるサイト構築に寄与しました。

1. コーポレートサイト
- ･トップページおよび下層ページの設計･実装
- ･レスポンシブ対応（PC / タブレット / スマートフォン）
- ･各種ブラウザにおける表示最適化
- ･動画制作（シナリオ制作から動画制作まで）

2. 情報設計（IA）およびワイヤーフレーム
- ･サイト全体構造の設計（ナビゲーション･導線設計）
- ･ユーザー行動を考慮したコンテンツ配置
- ･ワイヤーフレームの作成によるUI設計の可視化

3. UI/UXデザイン
- ･ターゲットユーザーに最適化したビジュアルデザイン
- ･可読性･視認性を重視したレイアウト設計
- ･コンバージョン導線を意識したUI設計

4. コンテンツ設計･コピーライティング
- ･サービス理解を促進するための構成設計
- ･課題訴求〜解決提示までのストーリーデザイン
- ･各セクションのコピー開発

5. SEO内部対策
- ･基本的な検索エンジン最適化（メタ情報設計等）
- ･構造化を意識したマークアップ

動画部分

PC版

SP版

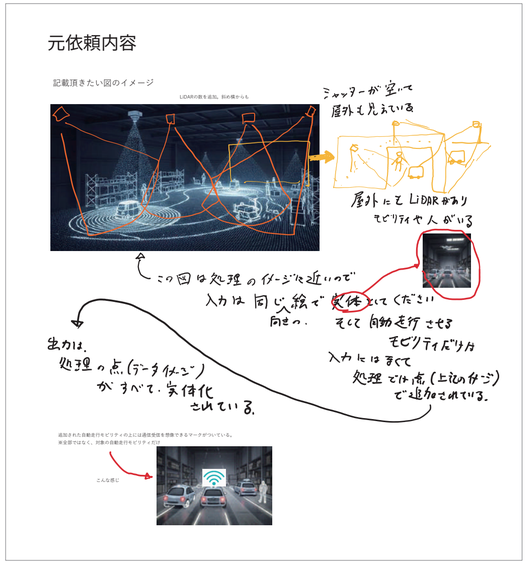
CONCEPT コンセプトビジュアライズ

スズキ株式会社 IR情報「10年先を見据えた技術戦略2025」主要イラスト

2025 IR情報 広報・PR 生成AI イラスト制作 社内コミュニケーション Genspark Adobe

課題

スズキ社は投資家向けIR資料において、10年先を見据えた独自の自動運転技術戦略を説明する必要があった。
スズキ社の顧客層はテスラ社などと比較して価格重視（低価格）の傾向が強いため、テスラ社のような高コストな自動運転システムの導入は現実的ではない。そのため、低価格帯でありながら競争力のある自動運転技術をいかに実現・提供するかが、技術戦略上の重要な課題となっており、それらの技術の詳細を視覚的に伝えるための資料が不足していた。
このような背景から、生成AIを活用し、視覚的な説明資料としての将来ビジョンを作成した。



アウトプット

- 実態が無く指示の把握が難しく、何度もやり直しが必要であった。
- 生成AIの質が当時はまだ稚拙で、NanoBanana（Google）が出る前だったため、再生成すると全く異なるイラストになってしまうため、Photoshopで大幅に修正する必要が発生した。
- ドローンや、奥にある外部分に関しては別生成を組み合わせている。
- 利用した生成AIツールは、主に「genspark」

Input（観測）

Processing（理解・処理）

SOLUTION（協調行動）

［参考］https://www.suzuki.co.jp/ir/library/forinvestor/pdf/tsb_2025.pdf

CONCEPT　コンセプトビジュアライズ

生成AIを利用した特許登録プロダクト(提案資料)

2025　提案資料　プロトタイプ作成　BtoB業務端末　生成AI　社内コミュニケーション　Figma

課題

従来の特許申請プロセスでは、研究者が発明内容を特許特有の形式や表現に落とし込む必要があり、高度な専門知識と多くの工数を要している。その結果、申請書作成の負担が研究活動そのものを圧迫し、発明の着想が適切な形で権利化されない、あるいは申請が遅延するケースが少なくない。特許申請のフォーマットは定型的である一方、発明内容の質や記載レベルには個人差が大きく、知財担当者や弁理士による後工程での修正・確認作業が増大し、業務が属人化しやすいという課題を抱えている。
こうした課題を解決するためには、研究者が自然な表現で入力した内容を起点に、特許申請に必要な構成・表現へと整理・補完できる仕組みが求められている

アウトプット

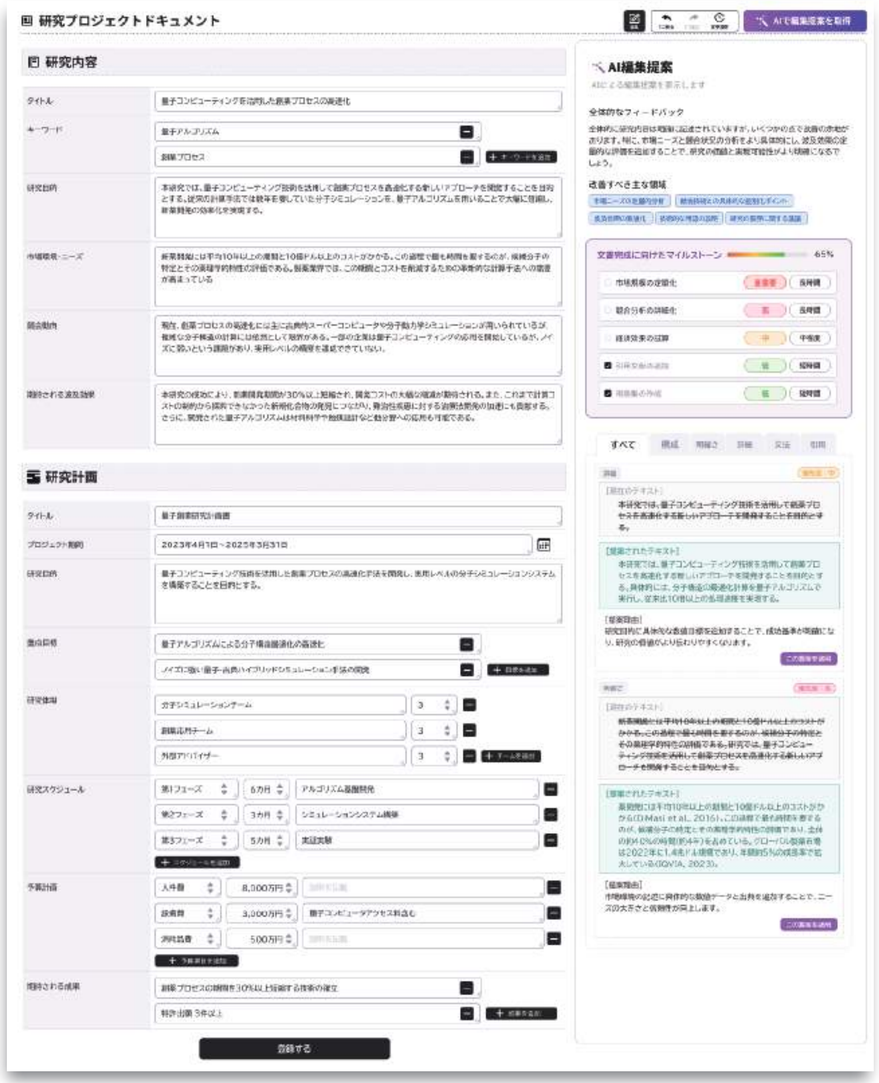
左側フォームエリアをある程度定型化し、右側にAI編集提案が入るようなしくみとなり、編集提案を提示する。

アイデア1

フィードバックとマイルストーンをわかりやすく表示する

アイデア2

どのエリアのどういうテキストがどういう問題なのかを抽出し、修正指示を出す。



CONCEPT コンセプトビジュアライズ

工業関連企業向け：研究・タレントマネジメント統合ダッシュボード（提案資料）

2025 提案資料 プロトタイプ作成 BtoB業務端末 生成AI 社内コミュニケーション Figma

課題

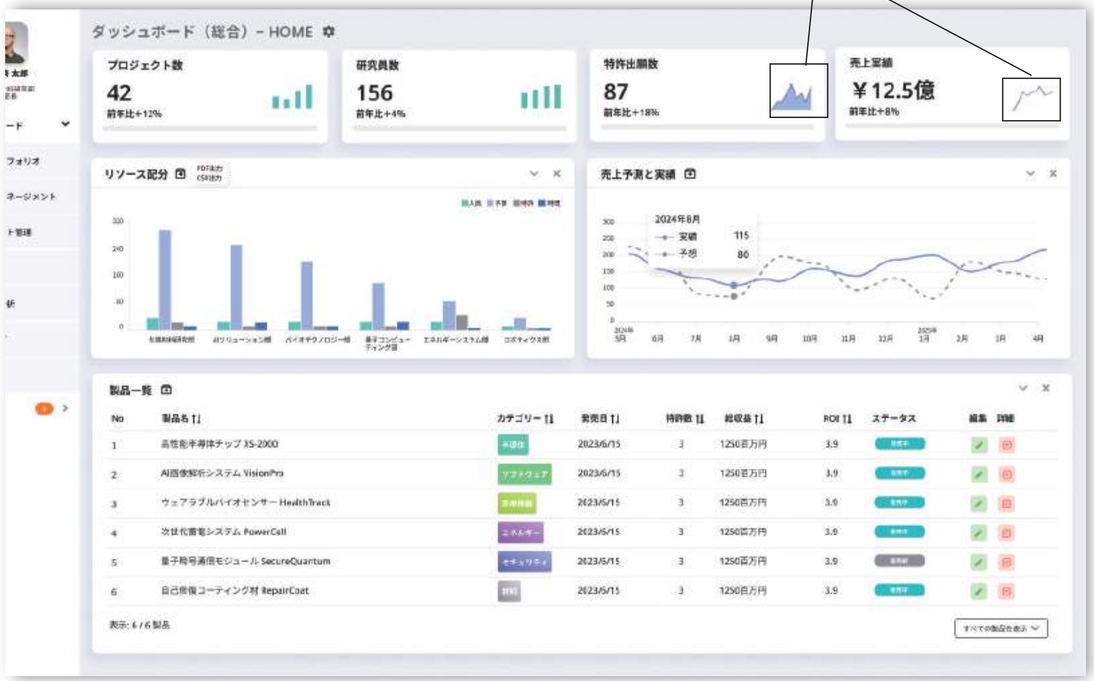
大企業における研究開発部門では、研究者個々の工数管理と、研究成果として創出される特許情報との間に十分な連携が図られていないケースが多く見受けられる。その結果、研究活動の投入工数と成果との関係性が可視化されず、研究投資の妥当性評価や戦略的な研究テーマ選定が困難となっている。
また、工数管理と特許管理がそれぞれ別個のシステムや運用ルールで管理されていることにより、情報の重複入力や管理負荷の増大を招くだけでなく、研究成果の把握や活用においてもタイムラグが生じている点が課題である。これにより、研究者・管理者双方にとって、研究活動全体を俯瞰的に把握し、適切な意思決定を行うための基盤が不足している状況にある。
こうした課題を踏まえ、研究者の工数データと特許情報を有機的に連携させ、研究活動と成果の関係性を横断的に把握できる仕組みの構築が必要と考え、提案プロダクトとした。

アウトプット

知的財産(IP)管理と人材マネジメントをAI技術により統合したプロダクトを開発。
本プロジェクトにおいて、UI/UX設計の提案およびAIを活用した機能実装の企画・設計を担当した。

アイデア3

売上予測等がAIで分析され、小さいグラフが右側にあると瞬時に判断しやすい。



アイデア1

人アイコンでポジショニング化すると
人材の評価がわかりやすい

アイデア2

”売上貢献度”が濃淡で
表示されると一目でわかりやすい

REDESIGN　UI/UX DESIGN

ヘルスケアベンチャー：医療従事者向け管理画面

2023　BtoB業務端末　情報設計　医療　デザインシステム作成　社内コミュニケーション　Adobe　Figma

課題

近年、業務システムの高度化・内製化が進む一方で、管理画面の設計および実装を担える人材が社内に不足しているベンチャーが増加しており、こちらの案件では、業務運用に不可欠な管理画面の新規構築が必要であったものの、UI/UX設計とフロントエンド実装の双方を理解し、実務に耐えうる管理画面を制作できる人材が不在であることが課題となっていた。

アウトプット

医師の業務特性を踏まえた情報設計と視認性の高さを優先した。
左側のグローバルナビゲーションにより機能構造が明確化されており、患者管理・ダッシュボード・分析といった主要業務への導線を直感的なデザインとしている。
ダッシュボードおよび患者詳細画面では、重要指標（来院予定数、緊急度、症状傾向など）がカードやグラフで整理され、視線の流れに沿って把握できる設計となっており、特に円グラフや棒グラフは配色により、数値比較や傾向把握を短時間で行えるようにした。
また、全体の色調は落ち着いたブルー基調で統一。文字量も適切に、詳細情報と概要情報のレイヤー分けを明確としたため、医師が状況に応じて「俯瞰」と「深掘り」を切り替えやすいUIでまとめた。
医師の意思決定を支援するための情報の優先順位付けと、可読性・操作性を重視している。

REDESIGN UI/UX DESIGN・GRAPHIC DESIGN

医療系ベンチャー:アプリUI/UXデザイン・リーフレットデザイン

2023 デザインシステム グラフィックデザイン SPアプリデザイン 医療 BtoBtoC

課題

DTx（デジタルセラピューティクス）を推進する医療系ベンチャーにおいて、プロダクト開発を担うUI/UXデザインの専門人材が不在であった。その結果、医療現場や患者視点を十分に反映したユーザー体験設計が課題となっており、この状況を補完・改善するために参画することとなった。

アウトプット

医療現場および患者双方の利用シーンを踏まえたUI/UX設計を行い、DTxプロダクトに求められる安全性・継続利用性を重視したデザインを構築した。情報設計から画面構成、ビジュアルデザインに至るまで一貫して整理し、専門知識を持たないユーザーでも直感的に操作可能なインターフェースを実現したことで、プロダクト全体のユーザビリティと品質向上に寄与した。

三つ折りリーフデザイン

アイデア1

ITリテラシーが低い人向けにボタン式の数字入力とした。

アプリデザイン

アイデア2

便の種類等を通常の問診であれば伝えるのが難しいがアプリだと便の状態を複数選んで伝えることができる

RESEARCH ユーザーテスト

医療系ベンチャー：抗がん剤治療患者向けアプリ（DTx）のユーザーテスト

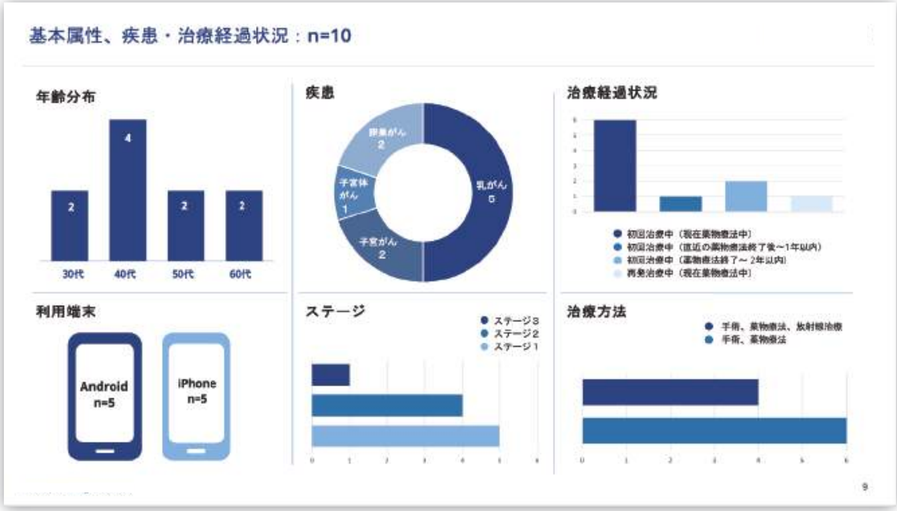
2023 社内コミュニケーション ユーザーテスト ユーザーインタビュー 調査設計・分析 報告資料作成 情報設計 新規事業サポート SPアプリデザイン 医療

課題

製薬会社より、「当該アプリが実際に患者に受け入れられるかどうか」を検証したいとの要望を受け、抗がん剤治療中の患者を対象としたアンケートを定量的に行い、最終的に10名に対してユーザーテストを実施。

アウトプット

・テスト結果が一目でわかるように結果をグラフィカルにまとめた。
・抗がん剤を投与されている患者さんへのインタビューなので質問内容や具合に気使いながらインタビューを行った。
・質問の仕方が変わると回答が変わってしまうため、なるべく同じ質問の仕方をするように心掛けた。



すべてのメンバーの発言が比較・見られるようにしている。

アイデア1

タスクの流れが一目でわかるようにしている。

RESEARCH REDESIGN ユーザー調査＋UI/UX設計

大手印刷会社：翻訳アプリ利用現地調査とアプリのUI/UX改善

2022 社内コミュニケーション ユーザー調査 提案資料作成 情報設計 報告・設計分析 BtoB業務用 PCサイト

課題

公共施設向け端末における翻訳アプリを開発しているものの、実際の公共現場では十分に活用されていないという課題が顕在化している。そこで、利用が進まない要因を明らかにすることを目的として、以下の観点から調査を実施した。

・なぜ公共施設において翻訳アプリの利用が定着していないのか
・外国人利用者は、公共施設の総合窓口等において、どのような情報や支援を求めているのか
・総合窓口の担当者は、外国人対応において「何があれば便利か」を十分に理解・認識しているか

※説明が足りないようで、どこも「手書き吹き出し」で使い方を貼ってサポートしている。

名古屋中区役所の外国人窓口

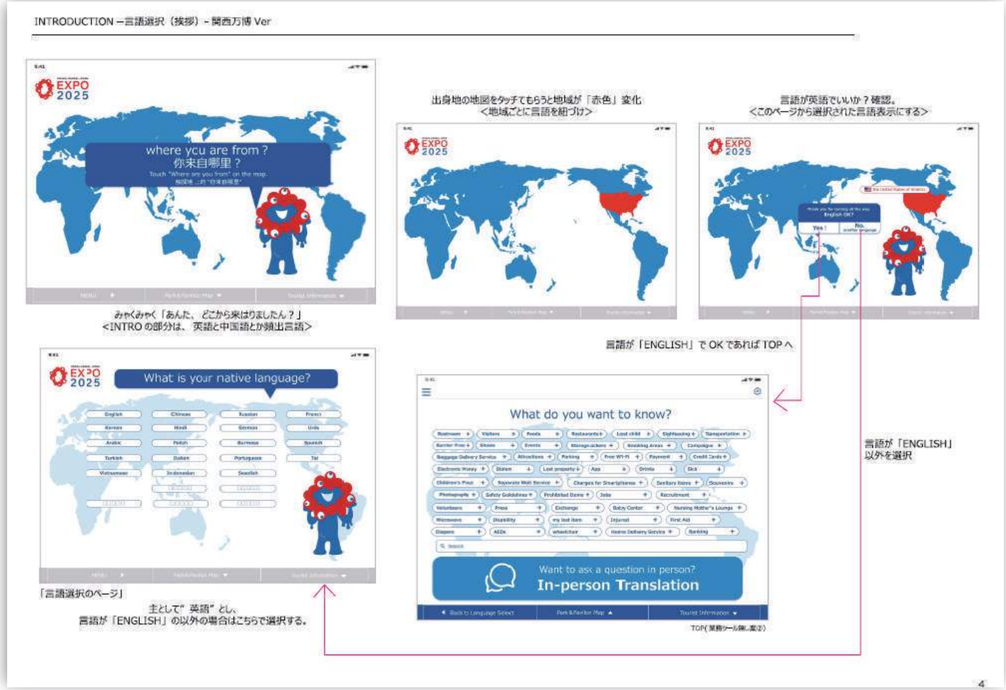
名古屋市中区役所・瀬戸市役所の総合窓口を調査

アウトプット

調査の結果、外国人利用者の多くはスマートフォンを日常的に活用しており、基本的な翻訳については自身の端末で対応している実態が確認された。
一方で、公共施設の総合窓口においては、「”何を知りたいのか”最初の一言が出てこない」ことが主な課題となっており、利用者は自身の要件を言語化するための手がかりを求めている傾向が強いことが明らかになった。
このことから、窓口で頻出する問い合わせ内容やキーワードをタグ一覧のように可視化し、総合窓口において利用者が直感的に選択できるUIとした。

アイデア1

よく聞かれるワードの一覧



RESEARCH 競合他社分析

外資系損害保険会社：ダイレクト申込見積りページ競合他社比較

2022 調査・分析 ウェブサイト制作・運用 運用マニュアル作成 新規事業サポート 社内コミュニケーション

課題

カスタマー視点に立ち、日本国内の主要損害保険会社におけるオウンドサイトを通じたダイレクト申し込みのしやすさについて、コロナ禍という状況下で検証が必要。

アウトプット

テスト結果が一目でわかるように結果を◎・〇・△で表示し、詳細を各セルに記載。
詳細は、別途各ページ分析を行っている。

カスタマー目線見積もりページ比較まとめ-PC版

	文字の大きさ・見やすさ	エラーになったときの対応のわかりやすさ	イラストを用いたアイコンによる指示	分からないときの対応（ヘルプ・よくある質問）	チャット対応	個人情報と見積保存機能	その他
チューリッヒ保険 https://www.zurich.co.jp/	文字の大きさ、記入の順序やUIがわかりやすくてよい。スッキリシンプルにまとまっている。	完全に記載しないと次項目に進めず、エラーが出ない仕組みになっていて良い。	・見積もり必要資料 ・免許書の色 ・運転者補償範囲	・用語解説リンク ・「よくある質問」はない	なし	個人情報を登録しなければ見積もりできないので整になる？	※よくある質問は入れたほうが良い
おとなの自動車保険 https://www.ins-saison.co.jp/otona/	文字の大きさ、記入の順序やUIがわかりやすいが、余白の解説文字が多く情報がごちゃごちゃな印象	カテゴリーページごとに完全に記載しないと次項目にすすめなくなっている。ときどきエラーがでないページがある。	・見積もり必要資料 ・免許書の色 ・運転者補償範囲	「よくある質問」が常に対応するページの右側に項目がある。	あり	個人情報を入力せず見積もりできる。 見積もりを保存して比較が可能。	
SBI損保 https://www.sbisonpo.co.jp/	文字の大きさは小さめだが、記入の順序やUIがわかりやすくてよい。	記載忘れ箇所を赤色になるようにしてわかりやすい。	・見積もり必要資料 ・免許書の色 ・運転者補償範囲	・用語解説リンク ・「よくある質問」というページ上部にリンクがある。	あり	個人情報を入力せず見積もりできる。 見積もりは保存できない	車のナンバー等、他より専門的なことを入力しなければならない部分がある。
ソニー損保 https://www.sonysonpo.co.jp/	文字の大きさ、記入の順序やUIがわかりやすい	記載忘れ箇所を赤色になるようにしてわかりやすくなっている。	・見積もり必要資料 ・ナンバーの種類 ・免許書の色	「よくある質問」というページ右側にリンクがある。対応する質問が小見出し項目の下にある。	あり	個人情報を入力せず見積もりできる。 見積もりを保存・PDF化して比較が可能。	見積もり金額高くないですか？
アクサダイレクト https://www.axa-direct.co.jp/	文字の大きさが小さい。記入の順序やUIがわかりやすい。	記載忘れ箇所を赤色になるようにしてわかりやすくなっている	・車の使用目的 ・免許書の色 ・見積もり必要資料	「よくある質問」はない。右アイコンで解説が表示される。	なし	個人情報を入力せず見積もりできる。 見積もりを保存できるがメニュー内におさめられていてわかりづらい	パソコンだと異常に文字が小さい
イーデザイン損保 https://www.edsp.co.jp/	文字の大きさ、記入の順序やUIがわかりやすい	エラーが「未入力項目があります」で詳細がかかれない。どこかわからない。	・免許書の色	「よくある質問」はない。	なし	個人情報を入力せず見積もりできる。個人情報を入力して保存可。	サーバーが不安定なのか？結果表示が遅かったり、エラー内容が表示されなかったりする。PC版だとディスプレイ一杯に画面が広がり使いにくい。

カスタマー目線見積もりページ比較まとめ-スマホ版

	文字の大きさ・見やすさ	その他
チューリッヒ保険 https://www.zurich.co.jp/	文字が大きくみやすいし、PCよりスマホのほうが、下部に表示される過程がわかりやすい。 スマホ版になると見積もり結果をスマホに保存できたり、メールにもおくることができてとても便利。	他は、PC版と同じです。
おとなの自動車保険 https://www.ins-saison.co.jp/otona/	数字を記入するときに、年月日などがセレクトメニューではなくすべてボタンになるのがわかりやすい。 スマホ版になると「ナンバーの種類」がグラフィックになるのがつかいやすい。 補償範囲のグラフィックとボタンが連動していて使いやすい（ソニー損保も）	他は、PC版と同じです。
SBI損保 https://www.sbisonpo.co.jp/	スマホだといろいろなサービスの見積もりがあり、間違えて医療保険の見積もりを押してしまっていた。 PC同様、ナンバーの種類とか専門知識的な入力が面倒な印象	他は、PC版と同じです。
ソニー損保 https://www.sonysonpo.co.jp/	ナンバーの種類のグラフィックが見やすいと思った。 補償範囲のグラフィックとボタンが連動していて使いやすい。	他は、PC版と同じです。
アクサダイレクト https://www.axa-direct.co.jp/	西暦しかないが令和（和暦）もあるほうがいいかも。 スマホからでも文字が小さくて使いづらい、見にくい。	他は、PC版と同じです。
イーデザイン損保 https://www.edsp.co.jp/	1画面1操作にしており、スマホのほうが使いやすい。	他は、PC版と同じです。

REDESIGN　UI/UX DESIGN

電力会社：「テラシテ」アプリUI/UXリデザイン1

2022　社内コミュニケーション　エンジニアコミュニケーション　デザインシステム作成　情報設計　SPアプリデザイン　Ionic Framework　Adobe　Figma

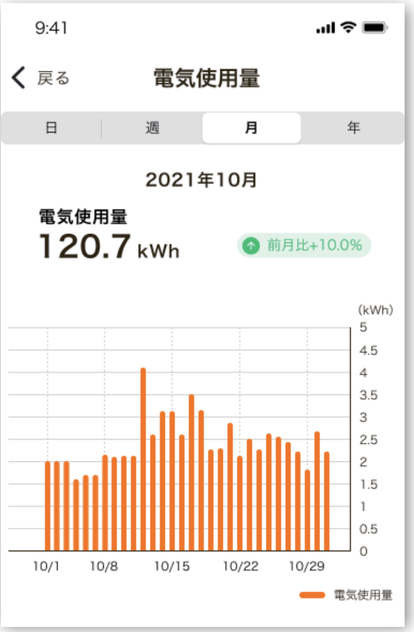
課題

デザイン会社により制作されたデザイン案は、グラフィック表現を重視した内容であったため、エンジニアリングの観点からはアプリケーション実装時の開発コストが高くなるという課題があった。そのため、実装効率および開発コストの最適化を目的として、Ionic Frameworkをベースとしたアプリ実装を前提に、デザインの再設計を行う必要が生じた。

アウトプット

通知画面では、緊急性を明確に伝えているため「起床が確認できませんでした」という事象を強調表示し、警告色やアイコンを用いている（※電気が使われていない＝身内になんらかのトラブルがあると想定される）。また、時刻や背景説明を簡潔に示すことで、状況理解を促し、次の行動（電話連絡）へ自然に導く導線設計とした。
グラフ表現においては、起床目安時間を基準線と色分けされた時間帯で可視化することで、「どの時間帯に異常が発生しているのか」を一目で把握できる構成とし、電気使用量の推移を点と線で表現することで、微細な変化も認識しやすく、数値を読み取らずとも傾向を直感的に理解ができるようにしている。

月次電気使用量の画面では、期間切替（週・月・年）や前月比の表示により、利用者が自身の利用状況を相対的に把握できる点であり、情報の比較・把握に集中できるUI設計となっており、日常的に使われる生活支援アプリとして高いユーザビリティを目指した。



アイデア1

グラフが多いが、ITリテラシーの低い人にもわかりやすく表示するのと様々な期間で見られるようにしている。

CONCEPT 顧客体験価値再設計

株式会社エムシーアイ：カスタマージャーニー分析

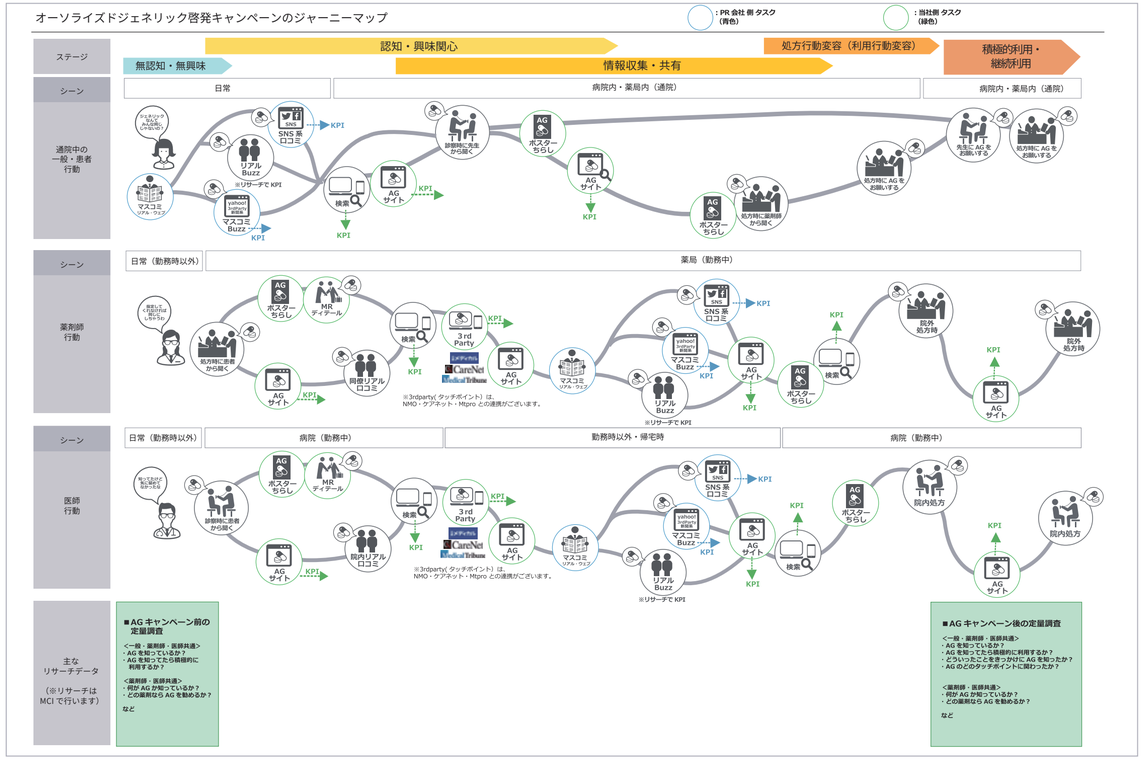
2018 カスタマージャーニー タッチポイント分析 カスタマーインサイト 顧客体験価値 情報設計 社内コミュニケーション 医療 PR会社

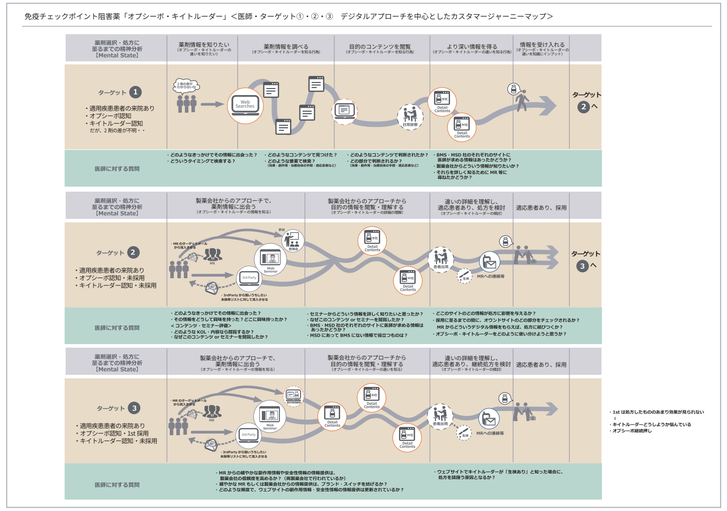
課題

PR会社とのキャンペーンを実施するにあたり、適切な媒体および施策を厳選する必要があるため、オーソライズド・ジェネリックと患者・薬剤師・医師とのタッチポイントを整理・分析し、カスタマージャーニーとして体系的に洗い出しを行った。

アウトプット

PR会社とのキャンペーン設計にあたり、適切な媒体および施策を選定するため、デジタル施策に加え、対面・オフラインを含むリアルコミュニケーションも視野に入れた検討を行った。
その前提として、オーソライズド・ジェネリックと患者との接点を網羅的に整理・分析し、オンライン・オフライン双方を包含したカスタマージャーニーとして体系的に洗い出した。





RESEARCH　ユーザーテスト

株式会社エムシーアイ:長崎五島列島におけるアイトラッキングを利用した利用調査

2018　調査設計・分析　アイトラッキング　ユーザーテスト　ユーザーインタビュー　定量・定性調査　報告資料作成　社外コミュニケーション　社内コミュニケーション

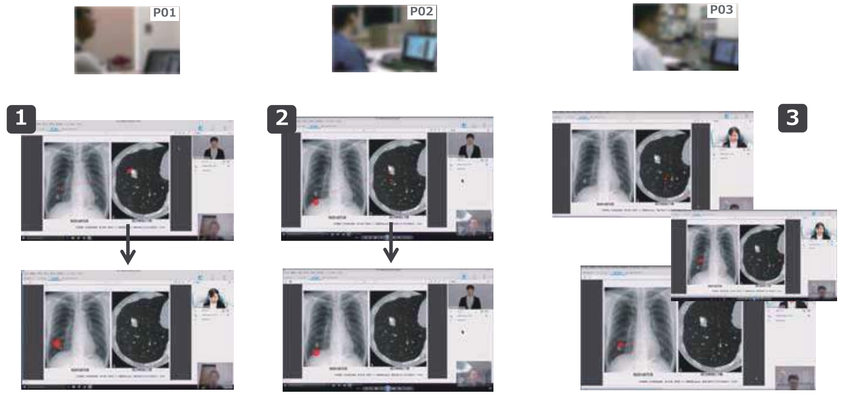
課題

製薬会社の営業活動においては、へき地や離島に所在する医療機関への訪問が困難であることから、移動を伴わずに実施可能な営業手法の確立が課題となっていた。
現在では当たり前に利用されているが、その対応策として、リモート会議システムを活用した営業の可能性が検討された。そこで、コロナ禍以前の段階だったため、同システムの有効性および課題を客観的に把握することを目的に、アイトラッキング等の手法を用いた長崎の五島列島・平戸・東京において、現地調査を実施することとなった。

アウトプット

現在では一般的な手法となっているリモート会議システムを活用した営業活動について、五島列島および平戸地域の医療機関を対象に調査を実施した。
具体的には、各病院の医師が使用するPCにアイトラッキングを導入し、リモート面談時の操作状況を可視化するとともに、ユーザーインタビューを通じて利用実態および課題の把握を行った。

※赤い点がアイトラッキングで見ている部分の映像である。



［1］ CTの写真とのX線写真を往復してから、X線写真の部分を凝視した。（赤丸参照）
［2］ X線写真とのCTの写真を往復してから、X線写真の部分を凝視した。（赤丸参照）
［3］ あちこちを見てまわってから、リモートMRが四角く囲ってから、X線写真の部分を凝視した。（赤丸参照）

▼利用行動・発言
3名ともX線写真の腫瘍箇所を凝視されたが、P01・P02の医師は素早く発見・凝視されたが、P03の医師は、用心深く肺全体を確認、くまなく見てからその腫瘍箇所を凝視された。

実施手順内容

3　ユーザーテストの実施手順内容

ここでは、ユーザーテストの進行を概説する。
タスクの詳細および進行方法については、［参考資料：6-1 インタビュー設計シート］を参照のこと。

環境設定

インタビュア・機械操作者（各1名）、Tobii社のアイトラッキング（Tobii Pro X3-120）を用い、機械操作者側はアイトラッキングソフトを操作し、インタビュアがインタビューを行う。
被検者側には、モニタ、キーボード、マウスを自由に使用して頂きながら、被
はモニタに表示される画面の操作とインタビュアの質問に答えて頂く。

3-1　事前準備（セッション開始前）
・案内状へのサインをお願いする
・マイナンバー用紙へのご記入をお願いする
・謝礼の受け渡し

3-2　テスト主旨説明
・テストの主旨説明
・ビデオ記録の了承を頂く

RESEARCH　ユーザーテスト

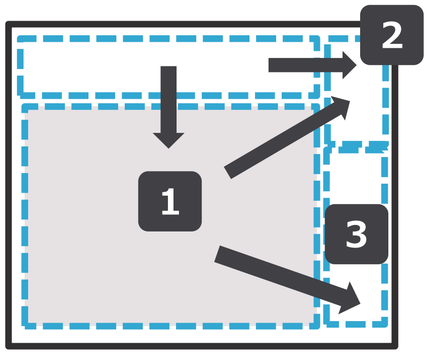
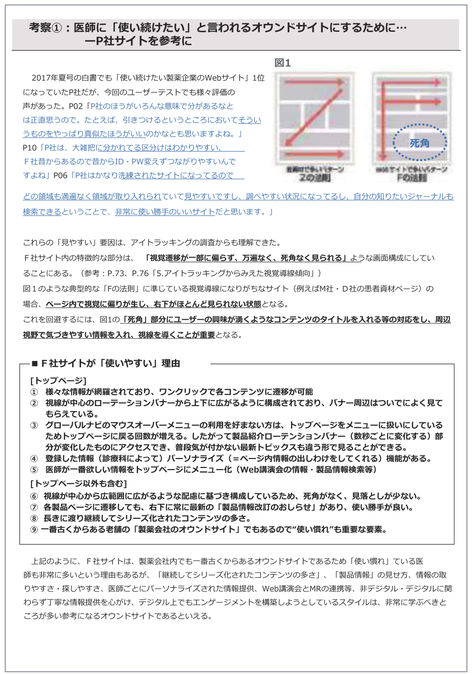
株式会社エムシーアイ：オウンドサイトに関連するコンテンツ評価と医師のニーズ調査（3社比較）

2017　調査設計・分析　アイトラッキング　ユーザーテスト　ユーザーインタビュー　定量・定性調査　報告資料作成　社外コミュニケーション　社内コミュニケーション　医療

課題

製薬企業各社が運営するオウンドサイトについては、情報発信チャネルとしての重要性が高まる一方で、掲載コンテンツが医師の実際の情報ニーズや行動特性に十分に即して設計されているかについて、客観的な検証がなされていないケースが多い。
特に、3社において、コンテンツ構成・情報量・導線設計・閲覧価値にどのような差異があり、それらが医師の評価や利用意向にどのような影響を与えているのかが明確に整理されていない点が課題であった。

アウトプット

3社のオウンドサイトを対象に、掲載コンテンツの内容、情報量、更新頻度、導線設計等を横断的に評価するとともに、医師へのヒアリング・調査を通じて各コンテンツに対する認知度・有用性・閲覧意向を可視化した。
その結果、各社のコンテンツ戦略には明確な差異が存在し、特に「臨床現場での即時活用性」や「専門性と簡潔さのバランス」が医師の評価を左右する重要な要素であることが明らかとなった。

本調査により、医師ニーズに即したオウンドサイト設計の方向性を整理し、今後のコンテンツ企画およびマルチチャネル施策に活用可能な具体的示唆を提供した。