

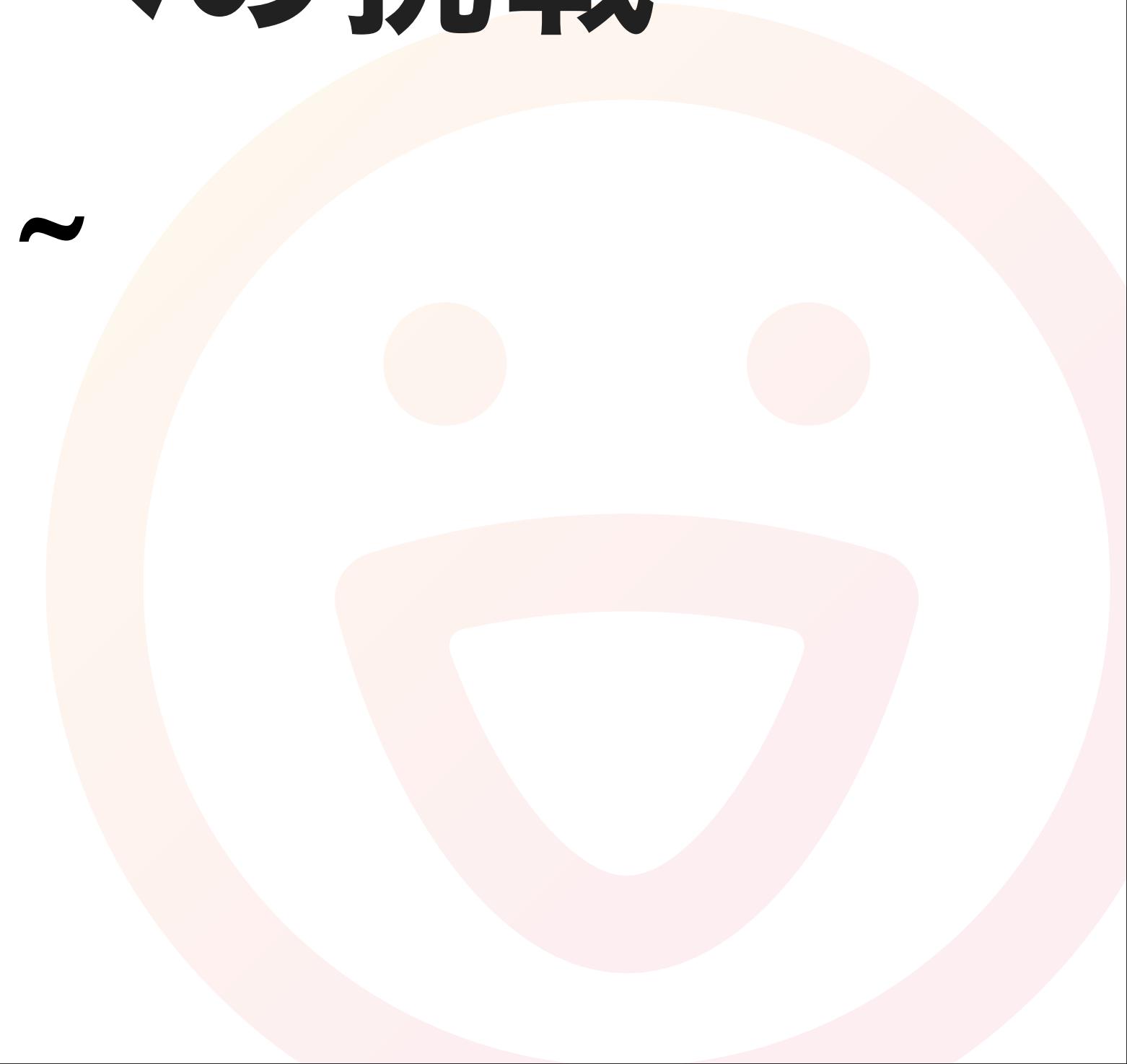


未来を作るプロダクトづくりへの挑戦

~ FiNCの今までとこれから ~

- 2018/11/05 -

Presenter : Toshitaka Inukai





FiNC
Technologies

犬飼 敏貴

Toshitaka Inukai



YAHOO!
JAPAN

GREE

FiNC
Technologies

広告

LIVE動画

ゲーム

ヘルスケア

FiNC
Technologies



のことをご存知ですか？





100億円調達



AI 人工知能



ヘルステック



ぼくのことともみてよー

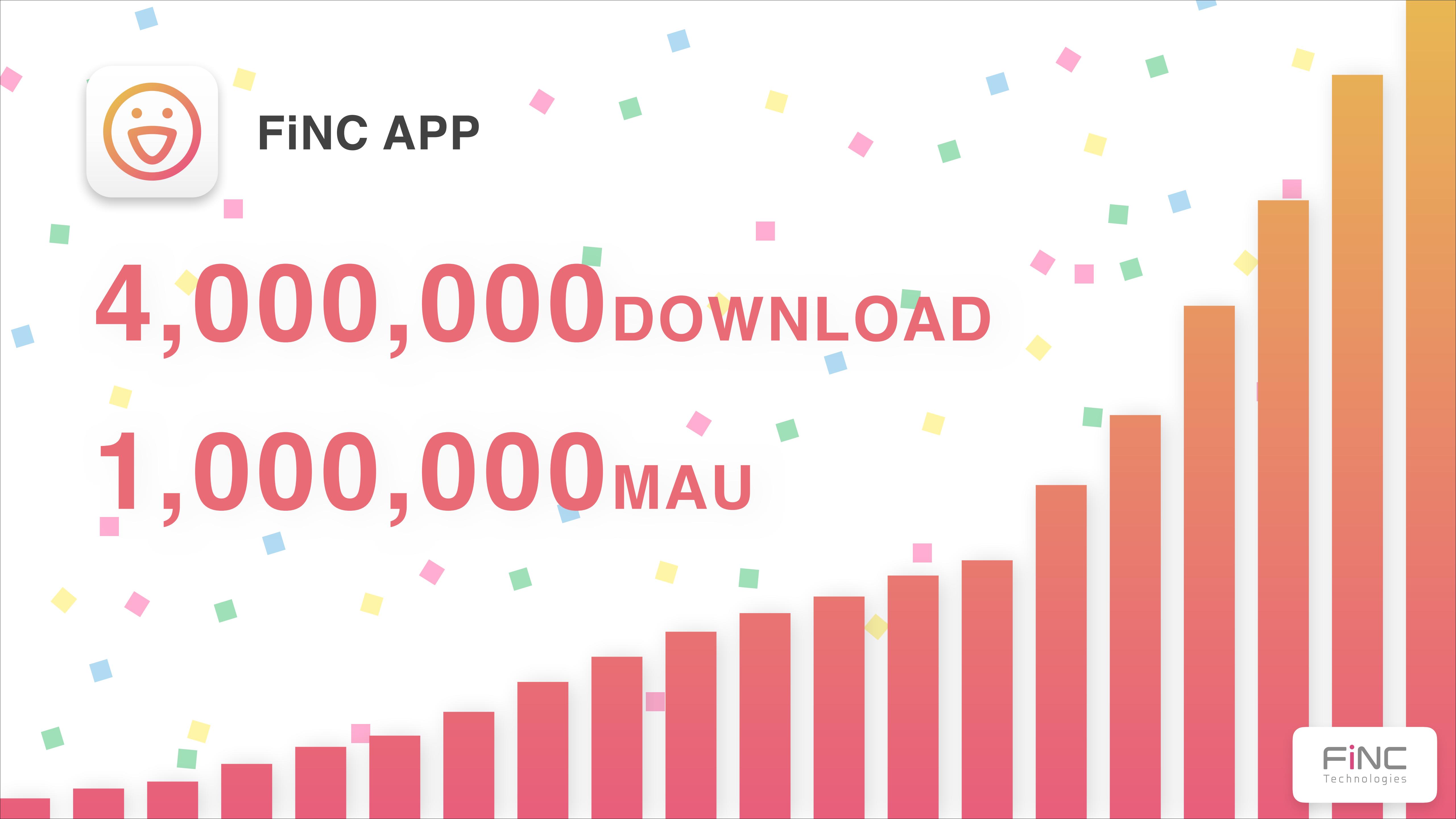




FiNC APP

4,000,000 DOWNLOAD

1,000,000 MAU



FiNC = ヘルスケア



目をつむってください

三日坊主 続けられない

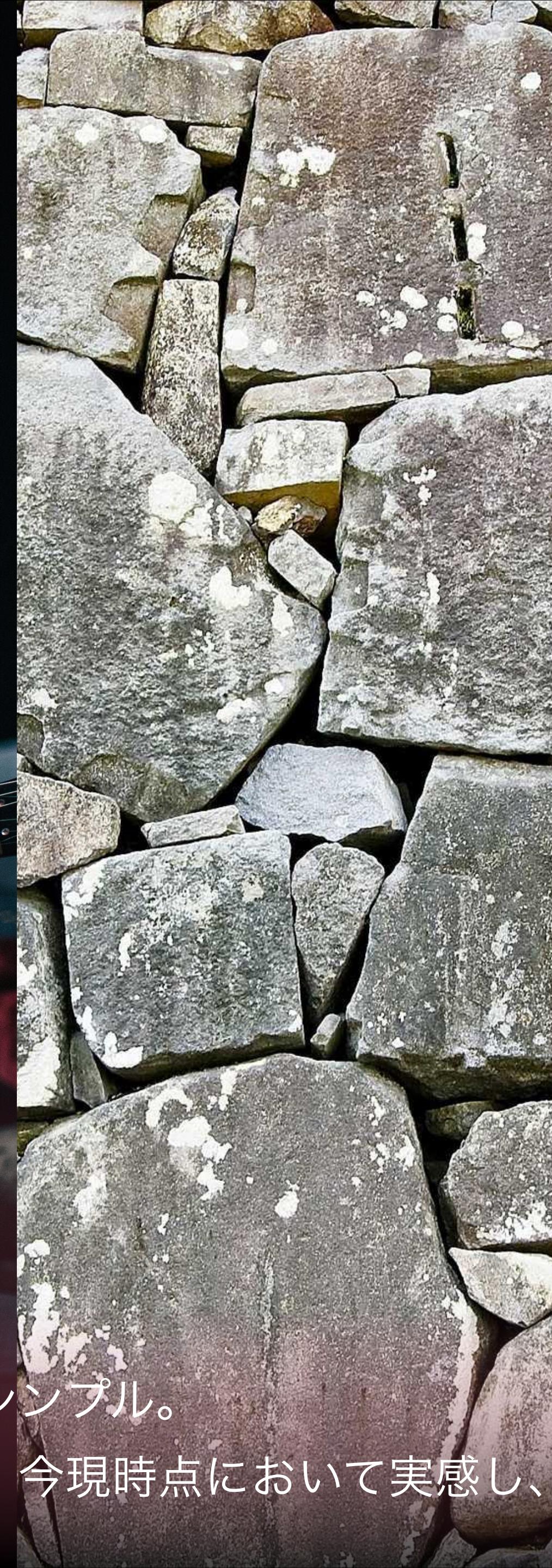
続けたいけど続けられない、健康になりたいけど行動できない、これがヘルスケアにおけるペインポイント



今



三日坊主の発生理由はとてもシンプル。
未来に獲得できるメリットを、今現時点において実感し、信じ続けることができないから



未来



FiNC
Technologies

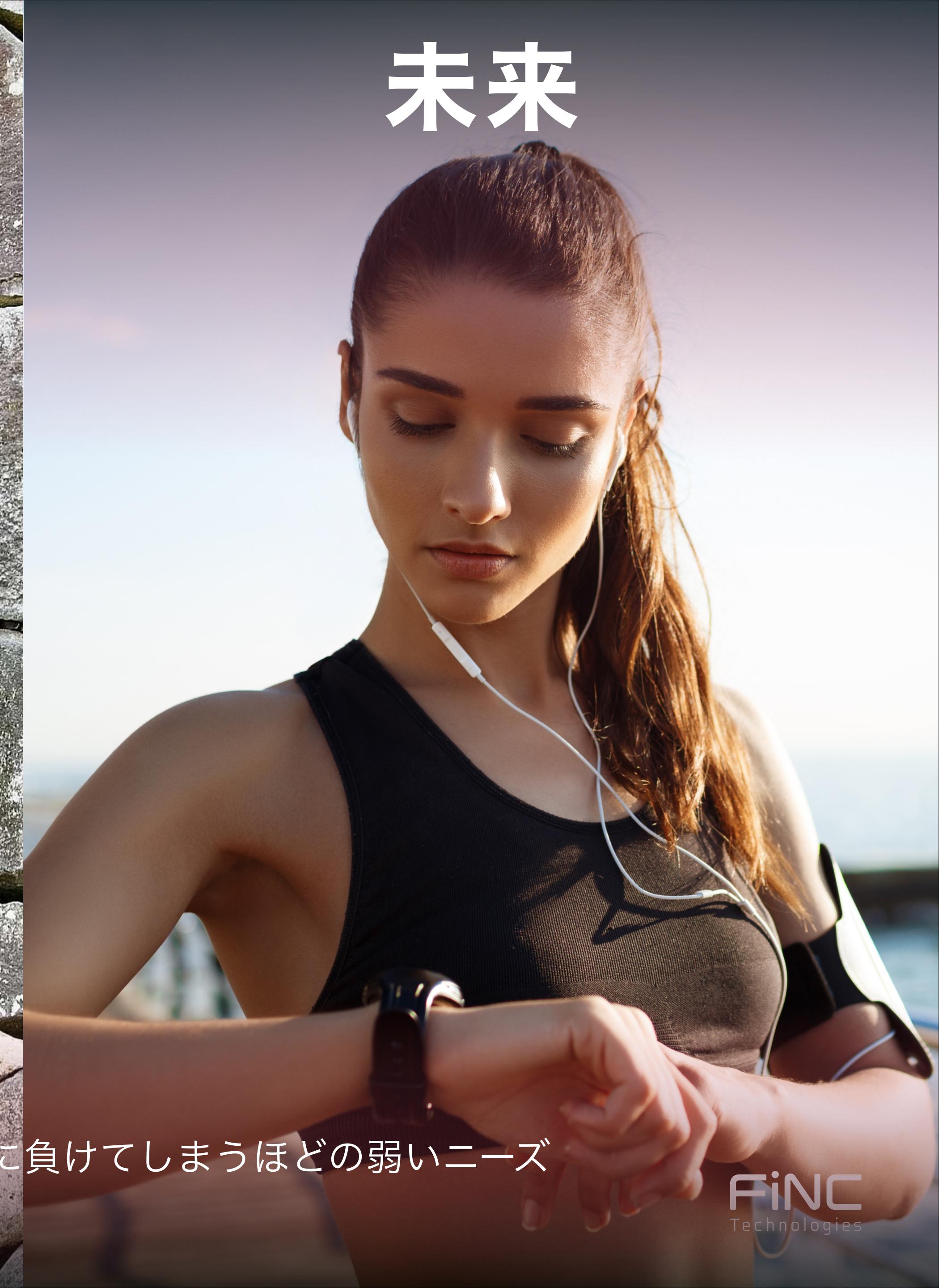
今



ヘルスケアも同じです。

言い換えると、今日の前には何かのトレードオフに簡単に負けてしまうほどの弱いニーズ
しか存在していない。

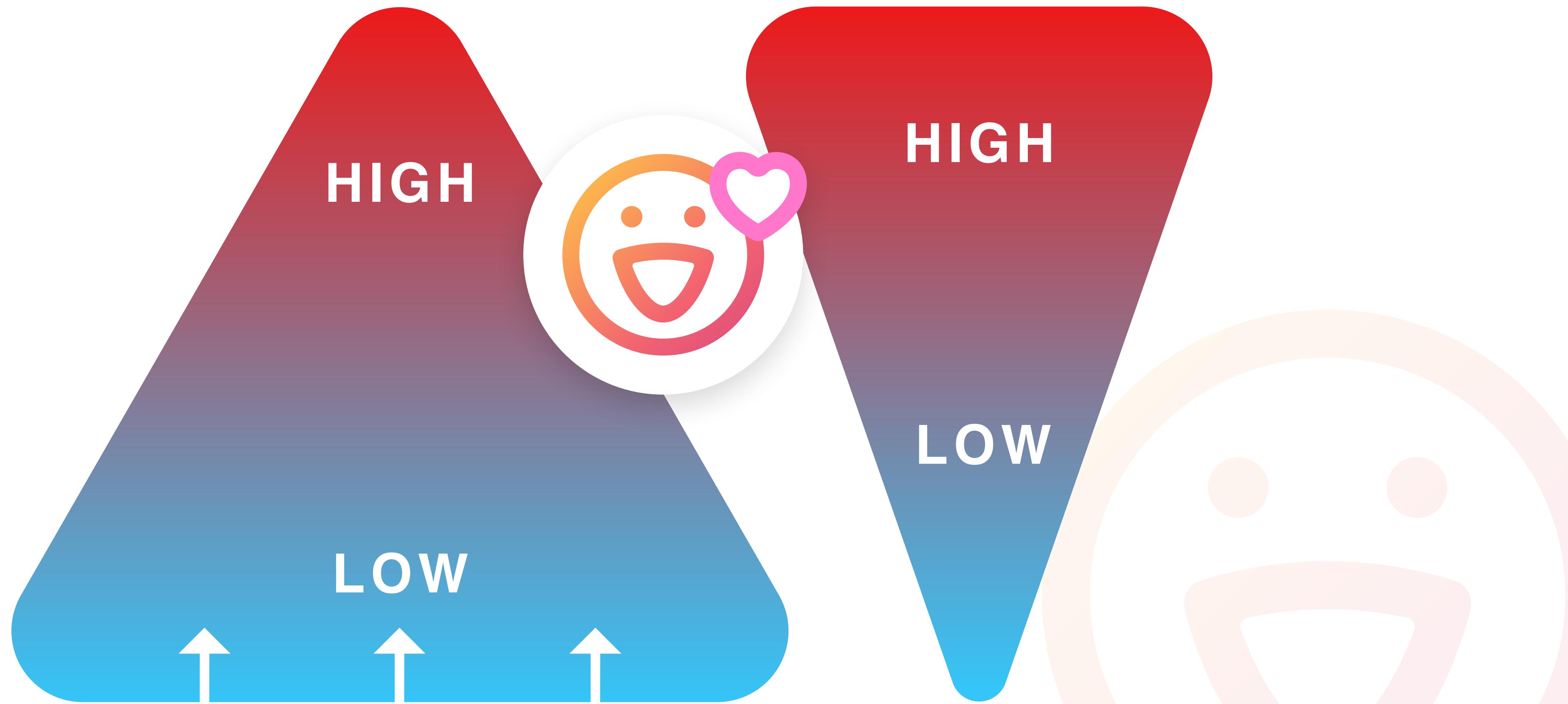
未来



FiNC
Technologies

ユーザーピラミッド

行動ニーズ



リテラシーが高いほど、行動ニーズが高く、リテラシーが低いほど、行動ニーズが低い
弱いニーズを大事に大事に育て、「意図的に行動ニーズを喚起する」ということをやらないといけない

プロダクトアウトでニーズを育成

FiNC's CHALLENGE



継続の 10のファクター

ニーズ育成のための
0ベース思考

高効率PDCA



「すぐに痩せたい！」と思っているAさんがあるアプリをダウンロードしました。



そのアプリは要望を叶えるために短期間で効果の出やすいトレーニング、食事制限をソリューションとして提供します。もちろんちょっときつめなものになります。



記録することも大切なので、体重や食事の記録もがんばって行います。



最初のころはAさんのモチベーションは高いので、毎日がんばって取り組みます



しかし、ひとつひとつ促されることが大変で、だんだんモチベーションは下がっていき、ある時
パタリとその行動を辞めてしまいました。
モチベーションが途切れているので、再度行動を催促されてもAさんはやる気が起きません。



そして気づくと当初抱いていた「痩せたい」という未来への願望もいつの日か諦めてしまします。
これが日常的にヘルスケアのサービスで起こっていることです。

長期のバリュー

短期の希望



サービスの提供者としては、今ユーザーが抱えている短期的な結果ニーズを正面から受け止め、真摯にソリューションを提供しています。しかし、悲しいことに、短期的な結果ニーズに応えた結果、長期的なユーザーバリューを毀損してしまいました。



継続性のある成果が最大の価値

FiNCは継続を科学

FiNC's PRODUCT VALUE



継続の10のファクターを定義

- FiNC 10 Principle -

UNDER STANDING

- 理解 -

COMPETITION

- 競争 -

VISUALIZATION

- 視覚化 -

TRUST

- 信用 -

INCENTIVIZATION

- 報酬 -

CONVENIENCE

- 便利 -

ACHIEVEMENT

- 成果 -

ENCOURAGEMENT

- 励まし -

PERSONALIZATION

- 個別最適化 -

SERENDIPITY

- 思わぬ偶然の発見 -

10 FiNC PRINCIPLES MAKING CONTINUATION A SCIENCE

UNDERSTANDING
PERSONALIZATION
CONVENIENCE
VISUALIZATION
COMPETITION
ENCOURAGEMENT
INCENTIVIZATION
TRUST
SERENDIPITY
ACHIEVEMENT

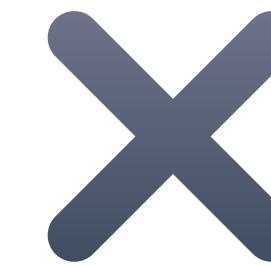


強烈に意識すぎて壁に書いちゃいました

- FiNC 10 Principle -

UNDER STANDING

- 理解 -



COMPETITION

- 競争 -

VISUALIZATION

- 視覚化 -

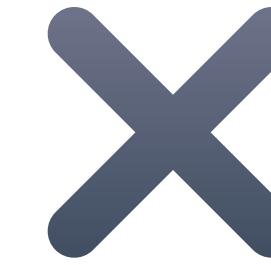


TRUST

- 信用 -

INCENTIVIZATION

- 報酬 -



CONVENIENCE

- 便利 -

ACHIEVEMENT

- 成果 -

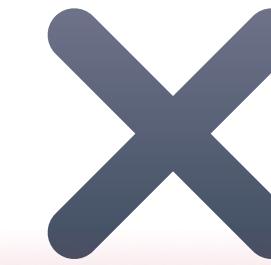


ENCOURAGEMENT

- 励まし -

PERSONALIZATION

- 個別最適化 -

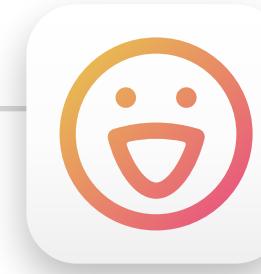
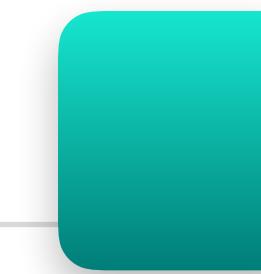
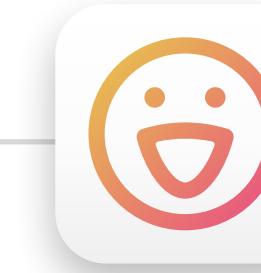


SERENDIPITY

- 思わぬ偶然の発見 -

Aさんの状況にあてはめて評価してみると、継続性がどんなものだったかよくわかります。

- Healthcare App Average -



DAY1

DAY7

DAY30



継続の
10のファクター

ニーズ育成のための
0ベース思考

高効率PDCA

- 0ベースから出発 -

行動ニーズの育成

プラットフォームの
構築

成功例がない

今の食記録画面



検討段階の画面



一般的なニーズとリテラシーから
カロリーが気になる
食事写真を記録する
をベースに構築

FNC
Technologies



よく考えてUIを読み解くと、問題な点があります。



良い写真を記録したくなる
ヘルスケアは悪い写真も記録して
もらわないといけない

FiNC
Technologies

食事のバランスも大事🌟



食事のバランスも気にしてほしい
という意図も入れ込みたい

Technologies



たくさんのパターンをつくって検討。データが空っぽでも行動喚起できるか等



説明は
×

一瞬で理解できるUI

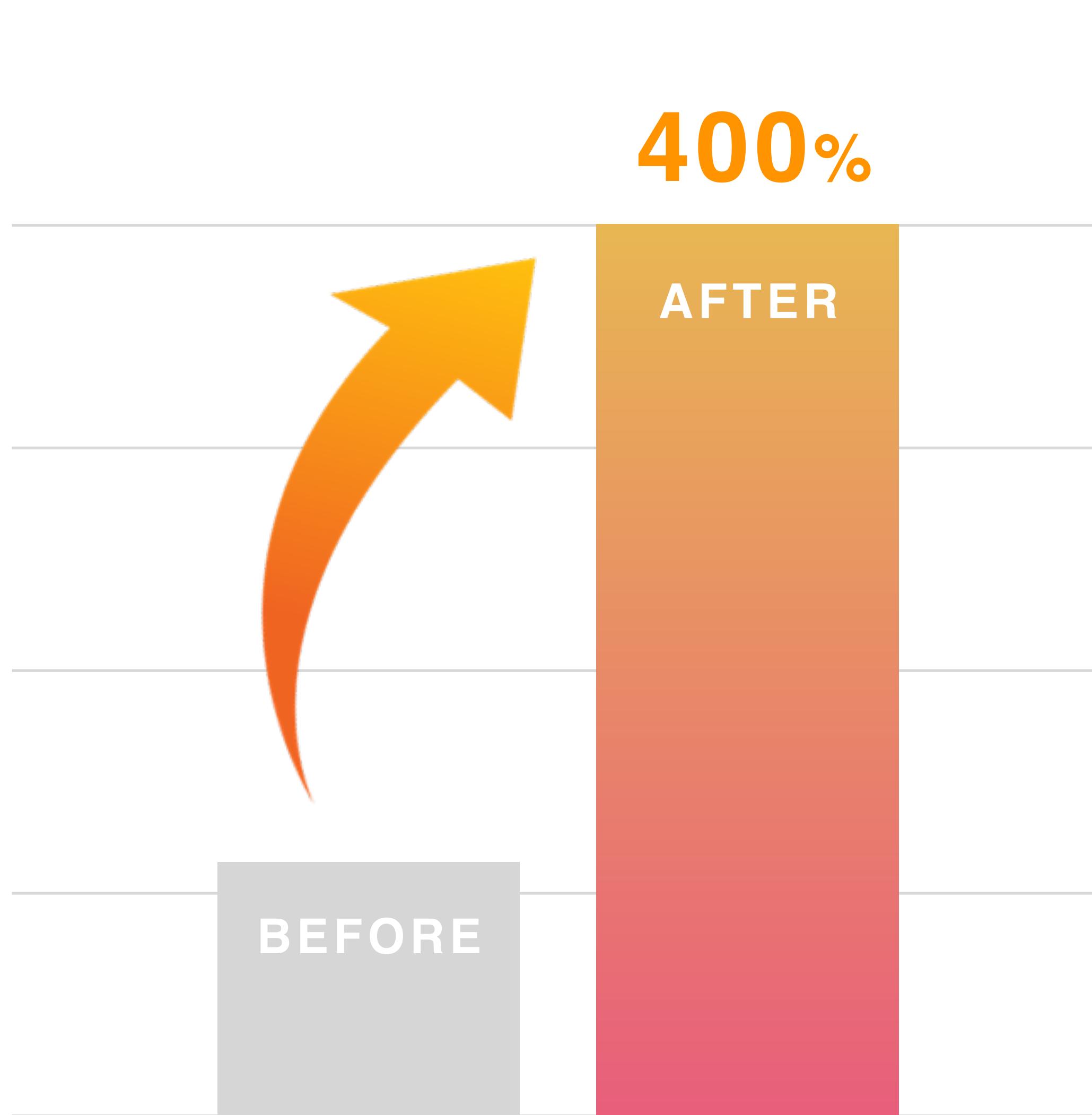
SELECTION CRITERIA

0ベースのニーズ育成において最も障害となるのは、「わからない」。可能な限り文字の説明を使わず、情報の優先度とデザイン構成で、弱いニーズを捉えつつ、こちらの意図も理解してもらう。

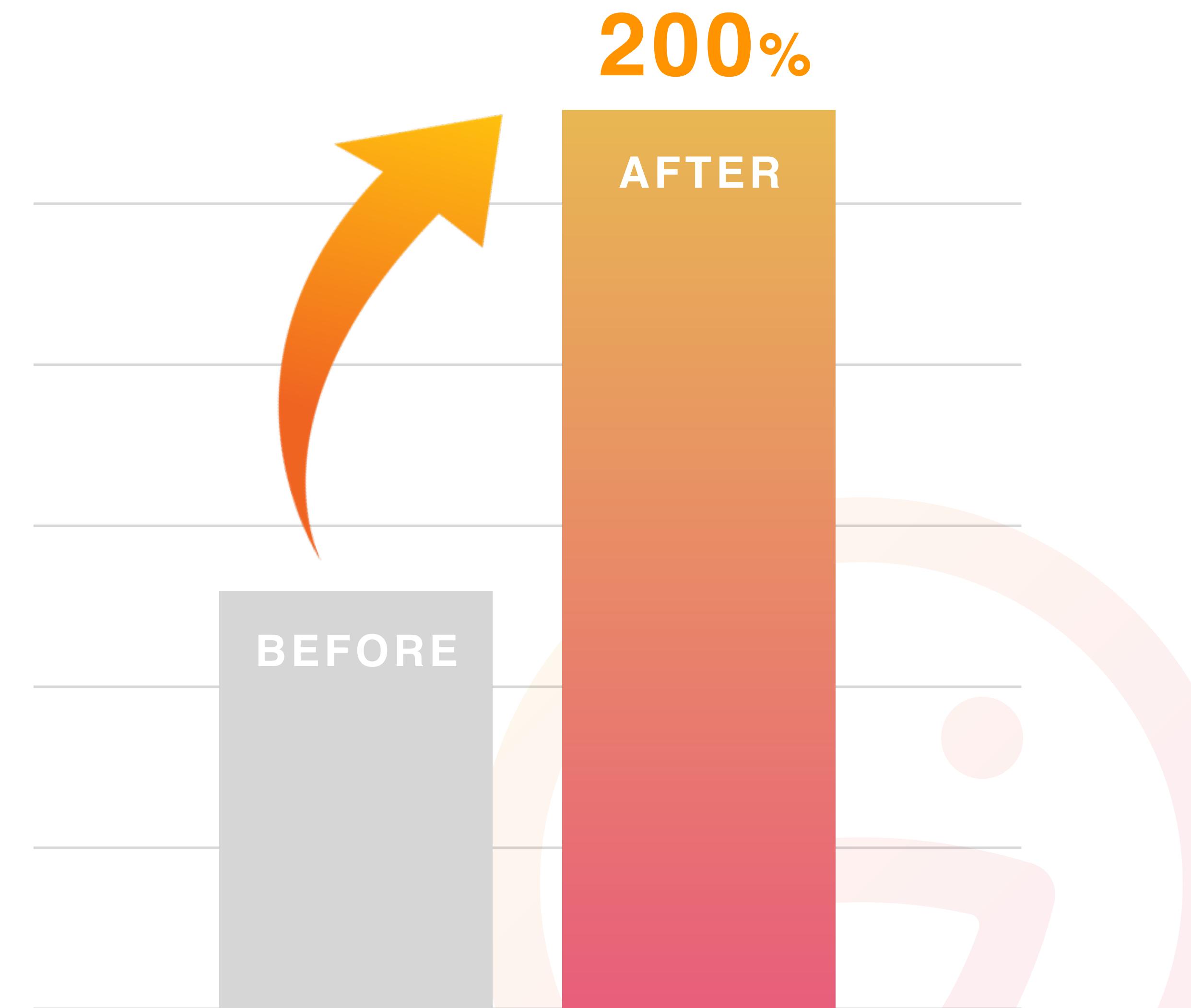


すでにあるカロリー、写真記録というニーズを殺さずに、我々の意図である食事バランスを入れ込んだ。入れていくと、不思議と食事バランスがきになってしまいうような情報の専有比率で画面レイアウトを組んだ

- 食事機能 -



1人あたりのPV



投稿率

0から理解までを一瞬で

**0ベースを怖がらず
ユーザーバリューの本質を提供する**

FiNC's UX

我々プロダクトに関わる人間のスタンスとしては、根本的に0ベースからスタートしてニーズを育成することを怖がらない。本質的に届けるべきユーザーバリューに真摯に向き合う。見えているわかりやすいニーズを捕まえるだけでも本当にユーザーは幸せになれるのか。これを考えることがとても大切。



継続の
10のファクター



ニーズ育成のための
0ベース思考



高効率PDCA

高速？否！高効率

FiNCは先程からお話をしているとおり、弱く不安定なニーズに向き合っている。

また、轍のない道を進んでいることもあり、ベクトルも定かではありません。

その状態で、やみくもにPDCAを回すとまったく違った方向に進んでしまうという恐ろしい事態が発生する

高効率 = 精度の高い仮説立案

明確な目的

現状把握

変数理解

複数手段

FiNC会議フォーマット 2018

- サマリ
 - 「誰でも読んで認識がすれない明確な結論」をまず書く
- 大目的：議論することに対しての目的を整理する
 - 目的1
 - 目的2
 - 目的3
- 論点：目的に対しての論点を書く
 - 論点1
 - 目的
 - 考察
 - (text or 表 or 図で全体感もって)
 - 選択肢1
 - メリット・デメリット
 - 選択肢2
 - メリット・デメリット
 - 結論
 - 理由
 - 論点2
 - 目的
 - 考察
 - (text or 表 or 図で全体感もって)
 - 選択肢1
 - メリット・デメリット
 - 選択肢2
 - メリット・デメリット
 - 結論
 - 理由
 - 理由

hashtag

#FiNC会議フォーマット

(ここまで)

フォーマット例

- FiNCSで相手の投稿に対してリアクションできる機能の検討 2018/10/25
- FiNCS仕様fix CEO MTG 2018/9/06

説明会資料

- FiNC会議フォーマット研修

#テンプレート #フォーマット

高効率PDCAでどこよりも早い成長を

FiNC's PDCA

継続の 10のファクター

ニーズ育成のための
0ベース思考

高効率PDCA

BEFORE

FiNC

AFTER

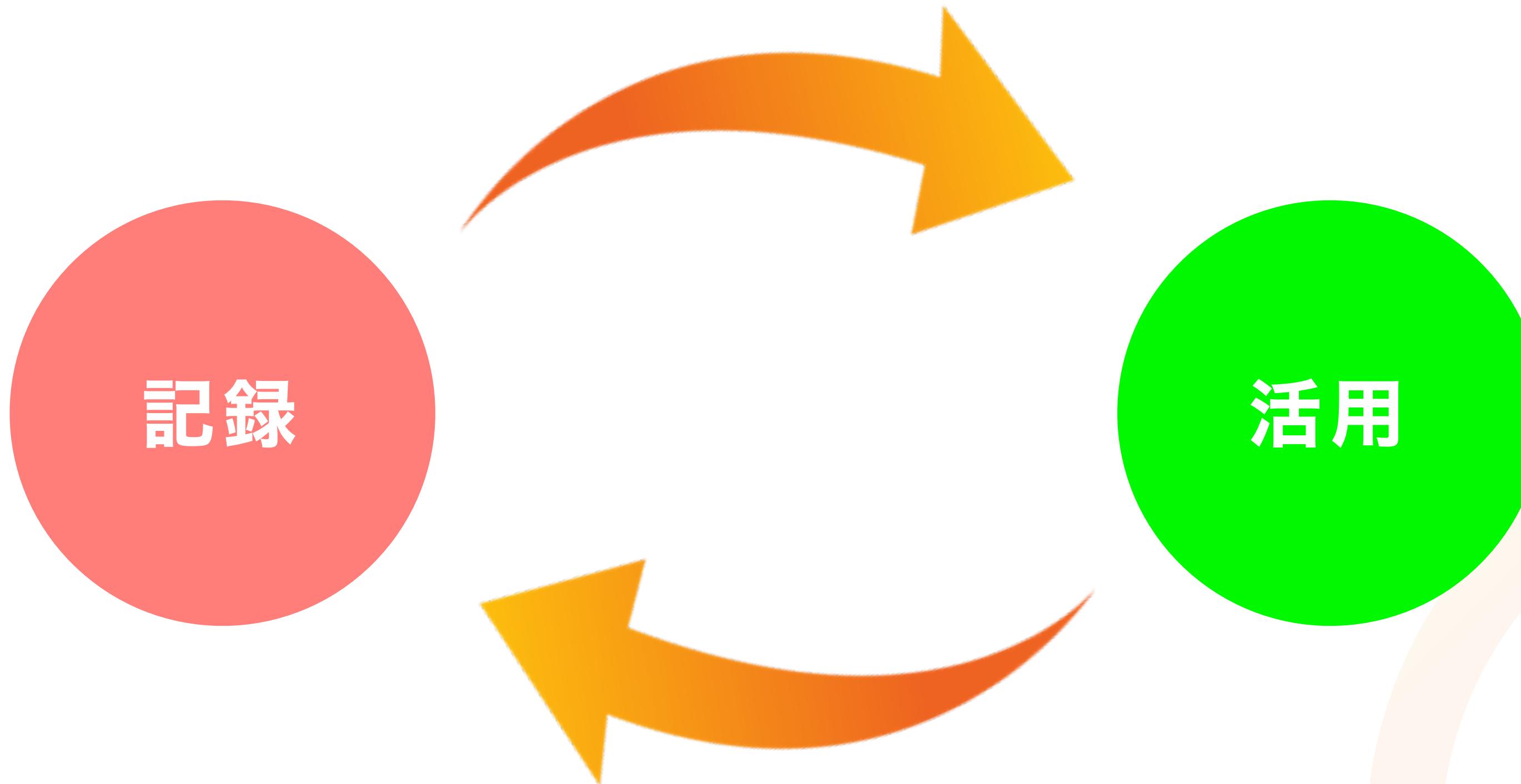
FiNC
Technologies

データエコノミクス

ヘルスケアデバイス



- データエコノミクス -



- ヘルスケアデバイス -

ウェアラブル



ホーム



すべては愛されるサービスを創るために



すべては愛されるサービスを創るために



ご静聴ありがとうございました!!