



ケーススタディとワークショップで学ぶ
「ペルソナ手法」

事前課題

株式会社サイバーガーデン

代表取締役 益子 貴寛

目次

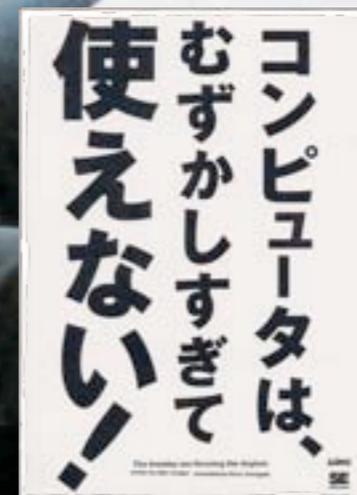
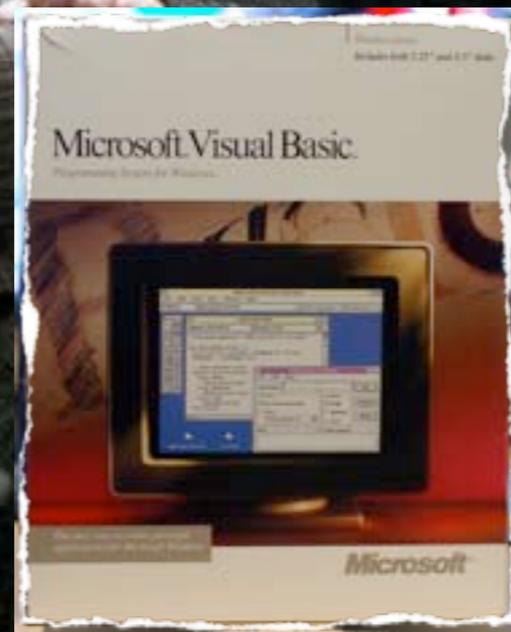
- ◆ ペルソナのキホン
- ◆ ペルソナのポイント
- ◆ ペルソナによくある疑問
- ◆ 事前課題
- ◆ ペルソナ作成のヒント
- ◆ 当日の流れ

A desk with a laptop, notebooks, and photos. The laptop is open in the center, with a dark screen. To the left, there are several Polaroid-style photos with green borders. To the right, there are notebooks and papers, some with blue and red pens. The desk is light-colored wood.

ペルソナのキホン

多くの人を満足させようとするより、
たったひとりのために
デザインするほうが成功する

— Alan Cooper



ペルソナとは
企業（Webサイト）にとって
もつとも象徴的で重要な
ユーザーモデルのこと

会社名	ペルソナの数	ペルソナについて	目的	コメント
アサヒビール※	4	ビールを飲んでいる30-50代の男性特定のブランドを志向する人と、しない人両方	製品戦略 ブランド戦略	目玉商品の製品開発とマーケティング戦略
カルビー	1	若い女性	製品デザイン	若い女性向けのミニサイズのポテトスナックを新商品として発売
横浜市※	3	学生 横浜市内で勤務している人 高齢者	Webデザイン	ナビゲーション、コンテンツ、文字の見やすさを改善 市民満足度を向上
CSKホールディングス※	1	社内ポータルを利用する社員	ポータルデザイン	社員のニーズに応えるために、ナレッジポータルを改善
大和ハウス工業	1	子供一人の家族	製品デザイン セールス・マーケティング	"Eddy's House"をデザイン 新しいチャネルを利用し、270棟を販売 JIPDOのグッドデザイン賞を獲得
ダイヤモンド社※	2	教師	Webデザイン コンテンツ作成	同社出版の本を利用している教師をサポートするためのWebサイトとコンテンツを作成
富士通※	3	子供 親 先生	コンテンツ作成 Webデザイン	富士通のCSRのサイトのための一貫性のある使いやすいコンテンツを開発

日本企業の取り組み例

最新のニュース

日本ユニシス、WCM「SDL T SaaS型で提供開始、タクトシポート

GMO-HSがガンブラー対策、「ピッドサイト」全サイトで緊急

CPI、共用レンタルサーバーでPremier Edition」との連携機

Yahoo!リサーチが情報メディアどつぶやき系ミニブログの認知

セブテーニHDが出資金額最大プランコンテスト「商人輩出2010」開催

セキュアブレイン、Gumblarにともない無償トライアルのサ

プロがアクセス解析の地力を2る「アクセス解析ゼミナール」に開催

博報堂DYとクウジット、新聞フォンに動画配信する「A-CL

ビジネスサーチテクノロジー、「る!ECサイト構築セミナー」2

シックス・アパート、「Movaント「MTDDC Tokyo」を東

A top-down view of a wooden desk cluttered with various items. In the upper left, there's a blue notebook with a pen resting on it. To its right, an open notebook shows handwritten text. Scattered across the desk are several photographs with white borders and green accents. In the lower right, a stack of white spiral-bound notebooks is visible, with a pen tucked under it. The overall scene suggests a workspace for creative or academic work.

ペルソナのポイント

まず「発想転換」が大切

- ◆ ユーザー「層」からユーザー「像」へ
- ◆ ユーザーへの「感情移入」の大切さ
- ◆ モノづくりからユーザー体験づくりへ
- ◆ ペルソナをユーザーシナリオに展開
- ◆ ユーザーの行動シナリオを生き生きと描く

関係者に「ユーザー」が加わる



プロジェクトメンバー
同士



対クライアント
担当者

ペルソナをもとに議論できる

ペルソナのための「事前調査」

- ◆ 顧客データベースの照会
- ◆ 顧客インタビューやアンケート
- ◆ アクセス解析データの照会
- ◆ フィールドワーク（実地調査） ..etc.

このワークショップでは、
事前課題で「フィールドワーク」のみ

ペルソナは通常 3つ

- ◆ プライマリユーザー
- ◆ セカンダリユーザー
- ◆ そのほか
 - 特殊ユーザー
 - 対象外ユーザー (負のペルソナ)

たくさんつくれば
よいわけではない

ひとつだけでもよい

ペルソナで明確にすること

- ◆ 顔写真
- ◆ 名前
- ◆ 性別
- ◆ 既婚・未婚
- ◆ 家族構成
- ◆ 居住地
- ◆ 出身地
- ◆ 職業・職場
- ◆ 年収
- ◆ 学歴
- ◆ 平日の過ごし方
- ◆ 休日の過ごし方
- ◆ 一番長い接触メディア
- ◆ インターネット利用歴
- ◆ インターネット利用目的
- ◆ よく利用するサイト ...etc.

◆ **続きは参加者特典となっております。**

**たくさんの方のご来場、
お待ちしております。**