

Anyca

Anycaにおける プロダクトマネジメント

2018年11月07日(水)

株式会社ディー・エヌ・エー Anyca事業責任者 兼 プロダクトマネージャー

馬場 光





氏名

馬場 光 / Baba Hikaru

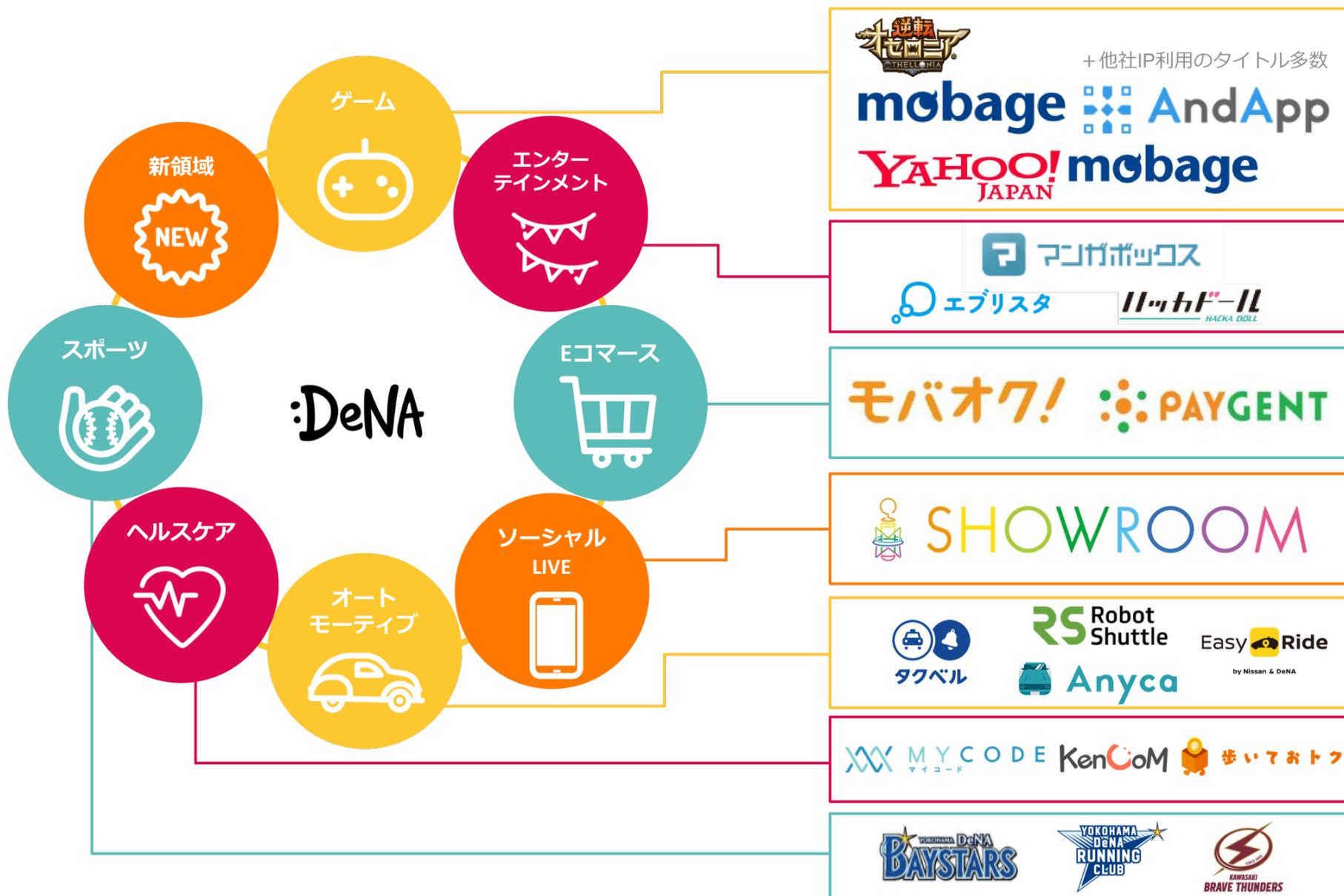
所属

株式会社ディー・エヌ・エー
オートモーティブ事業本部
カーシェアリンググループ

職歴

2012/4 DeNA エンジニアとして入社
2012/9 夕暮れのバルキリーズ
戦国ロワイヤル 運用/開発
2016/1 Anycaシステム責任者
2017/9 Anyca事業責任者 兼
プロダクトマネージャー

1. DeNAにおけるプロダクトマネジメント
2. Anyca(エニカ)をどう作ってきたか



領域を限定しない最先端インターネットサービスの開発・運営



インターネット+AI

人工知能(AI)技術研究を強化、各事業領域で適用開始



パートナーリング

様々な異業種企業や官公庁などとタッグを組み最適な体制を敷く渉外力



事業化能力

多種多様な事業を構築し、成長の源泉を変化させる柔軟性

DeNAにおけるプロダクトマネージャーの役割

プロダクトをマネジメントすることで 目標*を達成する

* 目標とは

- 事業計画が主な目標
- インキュベーションなど一定予算の中でのトライアルの際は当該目標

プロダクトをマネジメントするとは..

- プロダクトの価値を明確にする
.....
- 価値を伴ったプロダクトをつくる
.....
- プロダクトを狙った市場に届ける
.....

- プロダクトの価値を明確にする

プロダクトのマネジメントを行う人は、

- 価値を伴ったプロダクトをつくる

どんな能力が必要か???

- プロダクトを狙った市場に届ける

- プロダクトの価値を明確にする
ビジョナリー人材...?
- ガントチャートが作成ができる...?
- 分析やリサーチ手法を心得ている...?
- エンジニアリングを理解している...?

- プロダクトの価値を明確にする

手段によりすぎることなく、

- 価値を伴ったプロダクトをつくる

姿勢と責任を明確にすることに

- プロダクトを狙った市場に届ける

プロダクトマネージャーに求められる**姿勢**と**責任**

1. リーダーシップ・パッション
2. ユーザへの誠実さ
3. 目的思考
4. インサイト発見・目標設定
5. 長期目線・プライオリティ
6. 判断・説明
7. コミュニケーション

姿勢

責任

プロダクトマネジメント実例紹介



Anyca

2015/9/9 Service Start !

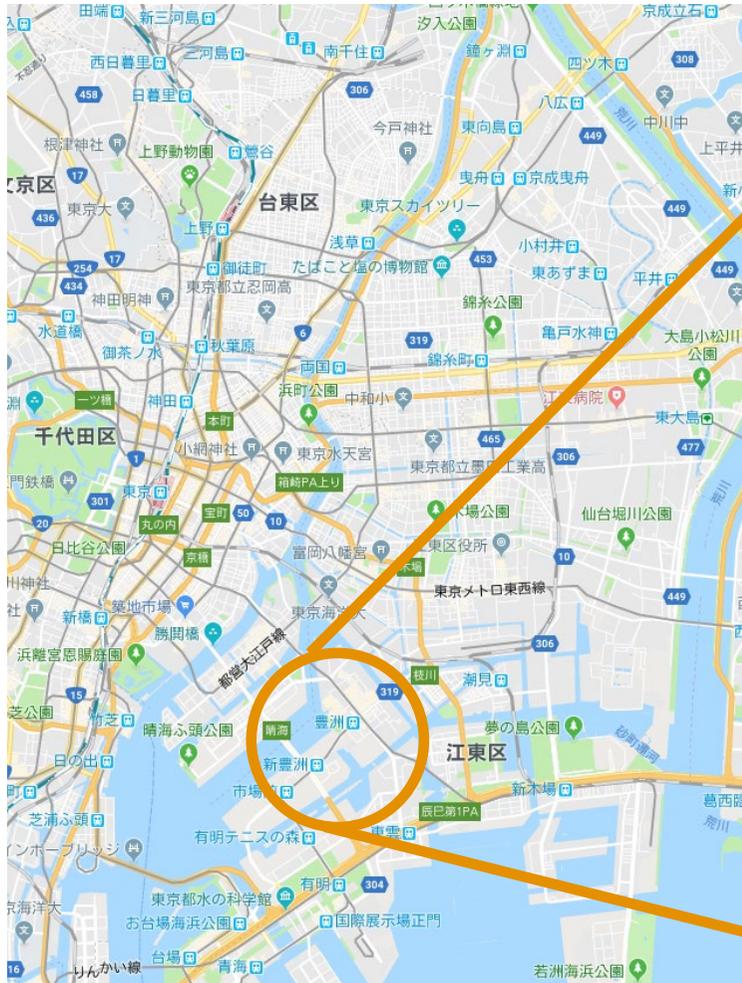
[SUMMARY]

Anycaのまとめ

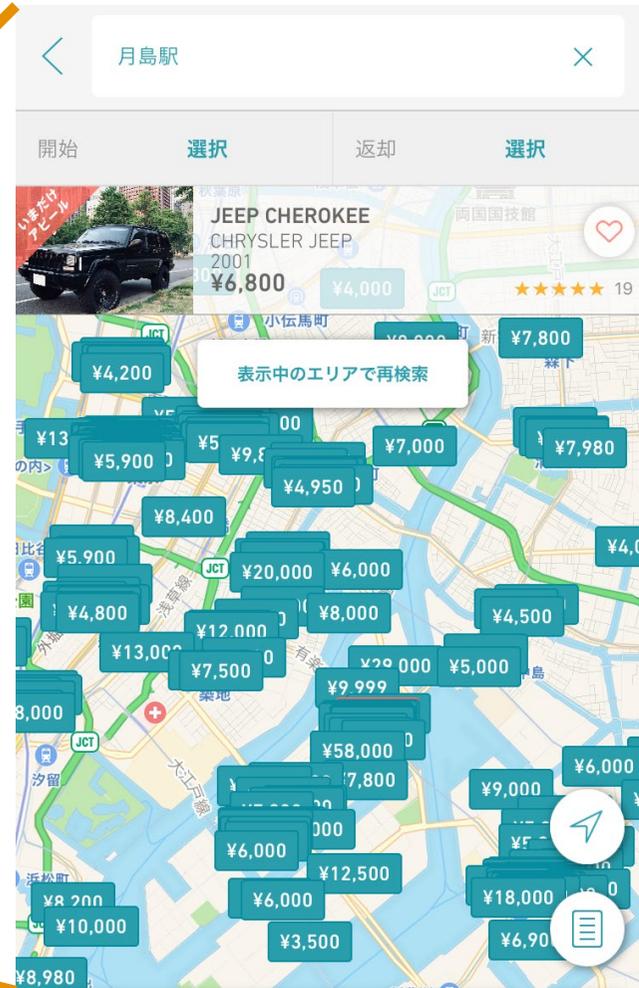


※ 2018年9月9日時点のデータを基に集計

オーナー/ドライバー共に高密度に登録され、シェアが活発に行われているエリアが増加



豊洲エリア

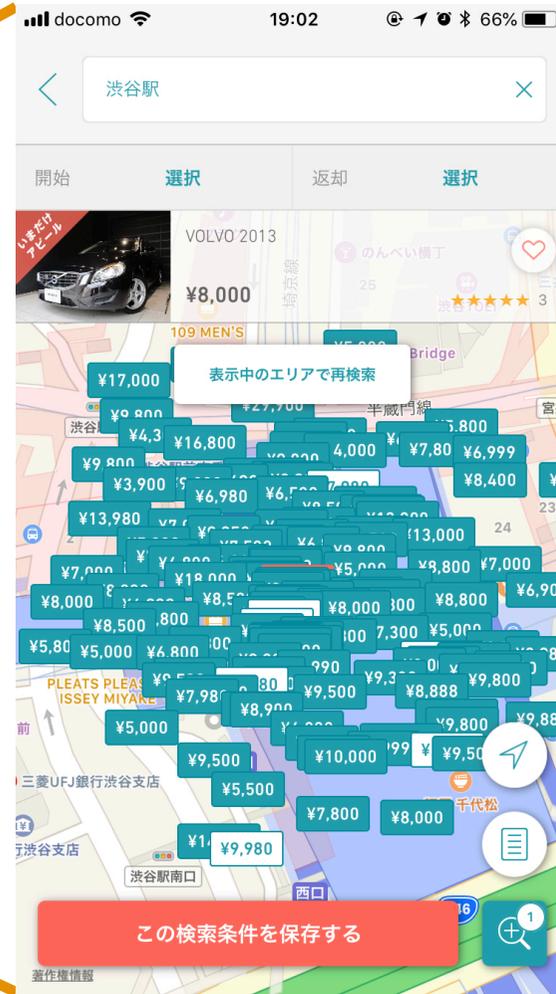


※ 2018年9月9日時点のデータを基に集計

オーナー/ドライバー共に高密度に登録され、シェアが活発に行われているエリアが増加



渋谷駅周辺



※ 2018年9月9日時点のデータを基に集計

2017年個人間カーシェア人気ランキング (東京23区内のみ)

Anyca

1位



BMW
3シリーズ

2位



ポルシェ
カイエン

3位



BMW
Z4

4位



トヨタ
アルファード

5位



メルセデス・ベンツ
Eクラス

6位



トヨタ
プリウス

7位



日産
エルグランド

8位



MINI
MINI

9位

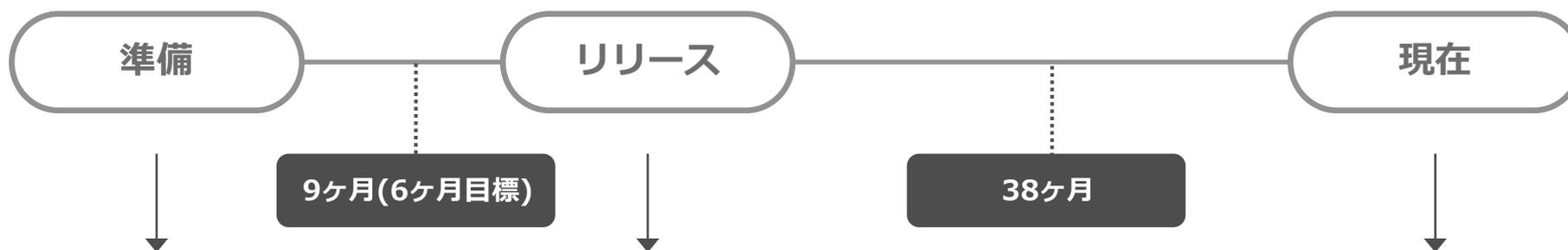


BMW
1シリーズ

10位



トヨタ
ノア



1-1. サービスのトンマナ
1-2. アプリ

- ・カスタマージャーニーマップ
- ・ユーザーインタビュー

1-3. 名称

1-4. ロゴ

1-5. Webサイト

- ・officialサイト
- ・事前登録(open & close)

1-6. プロモーション

- ・Movie / スチール
(サービスイメージPR)
- ・広告

2-1. サービス改修
2-2. Smart Device開発
2-3. リアルイベント

- ・説明会
- ・クルマ写真説明会
- ・ユーザー交流会
- ・キャンペーン

2-4. プロモーション

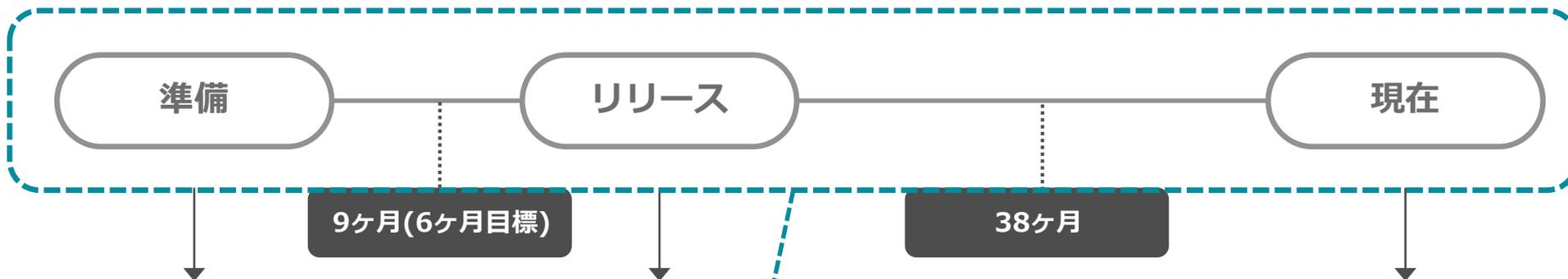
- ・Movie
(オーナーインタビュー / サービスPRアニメ)
- ・新聞広告
- ・雑誌広告
- ・バナー

3-1. サービス改修
3-2. 新規取り組み

- ・外部企業提携
- ・キャンペーン

3-3. プロモーション

3-4. システム改修



1-1. サービスのトンマナ

1-2. アプリ

- ・カスタマージャーニーマップ
- ・ユーザー

1-3. 名称

1-4. ロゴ

1-5. Web

- ・official site
- ・事前登録(open & close)

1-6. プロモーション

- ・Movie / スチール
(サービスイメージPR)
- ・広告

2-1. サービス改修

2-2. Smart Device開発

2-3. リアルイベント

- ・movie
(オーナーインタビュー / サービスPRアニメ)
- ・新聞広告
- ・雑誌広告
- ・バナー

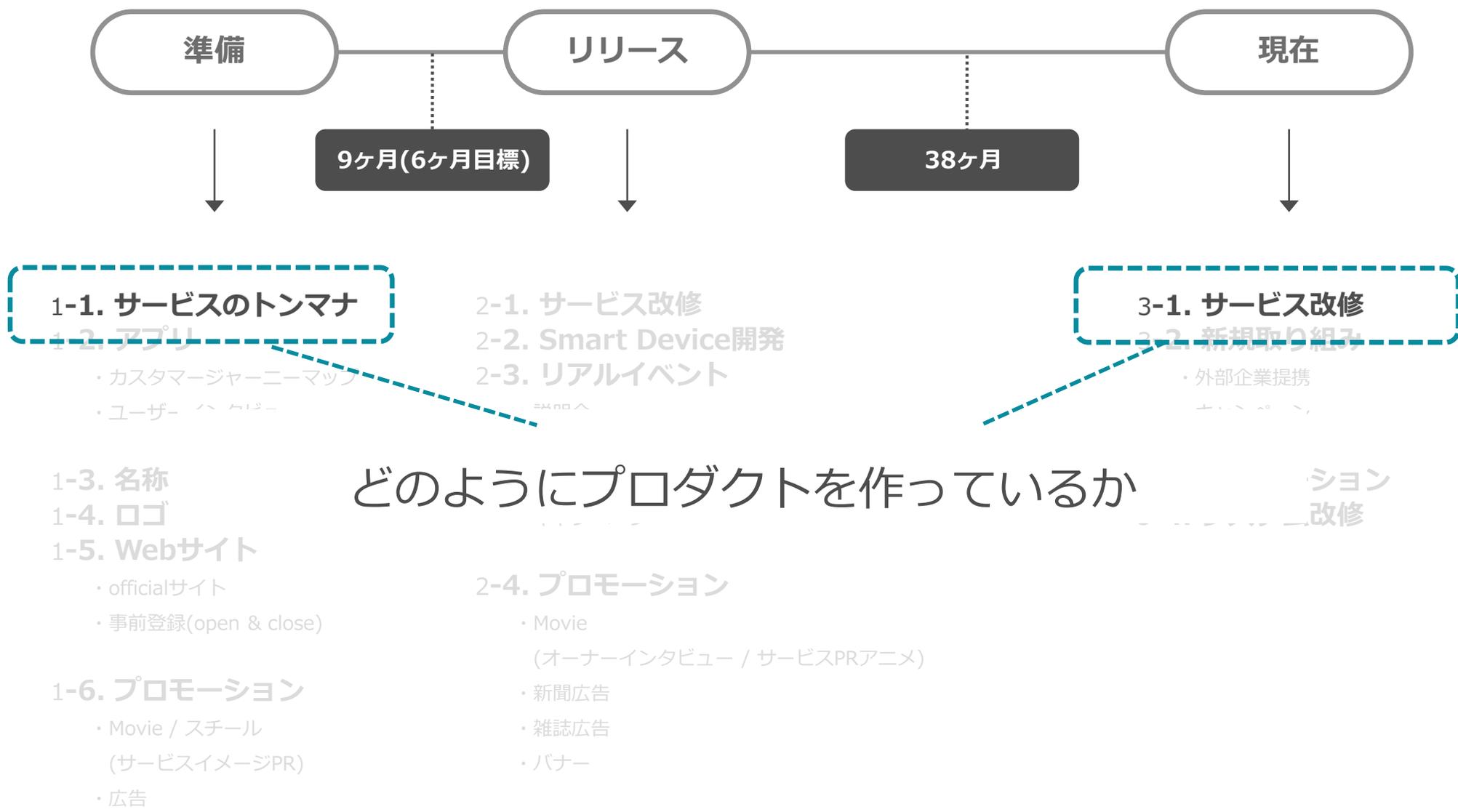
3-1. サービス改修

3-2. 新規取り組み

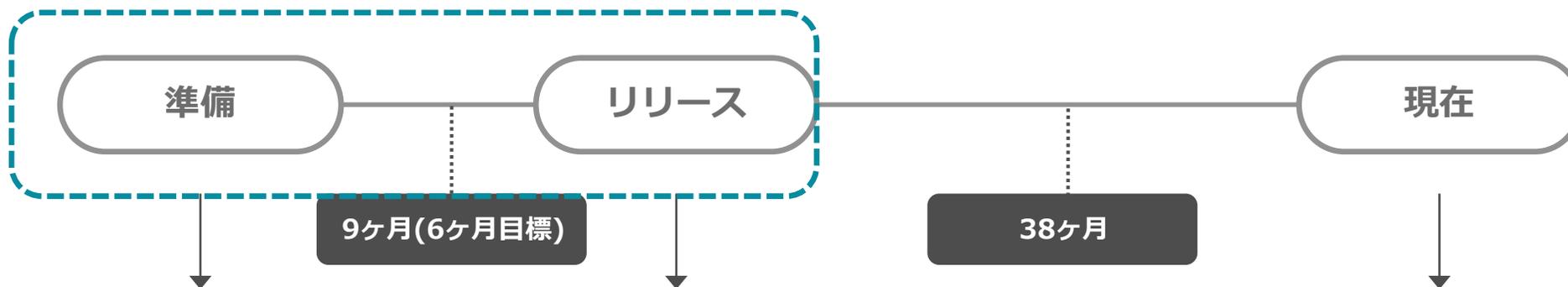
- ・外部企業提携

シヨ
改修

それぞれのフェーズで、プロダクトマネジメントを誰がどう担っていたのか



どのようにプロダクトを作っているか



1-1. サービスのトンマナ
1-2. アプリ

- ・カスタマージャーニーマップ
- ・ユーザーインタビュー

1-3. 名称
1-4. ロゴ
1-5. Webサイト

- ・officialサイト
- ・事前登録(open & close)

1-6. プロモーション

- ・Movie / スチール
(サービスイメージPR)
- ・広告

2-1. サービス改修
2-2. Smart Device開発
2-3. リアルイベント

- ・説明会
- ・クルマ写真説明会
- ・ユーザー交流会
- ・キャンペーン

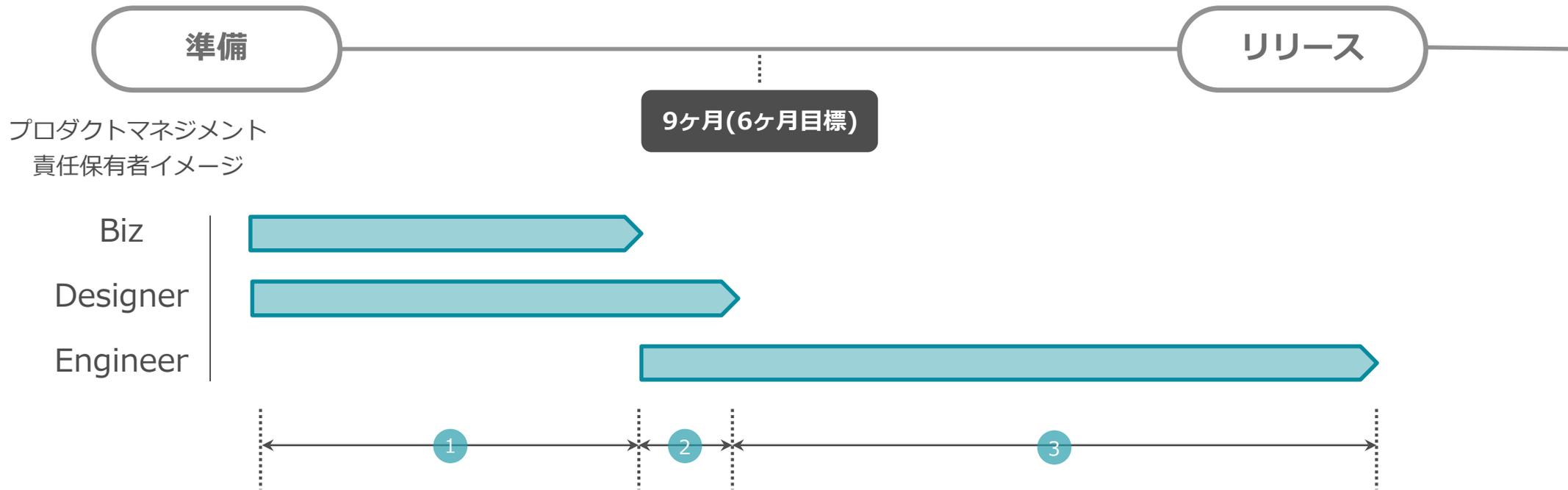
2-4. プロモーション

- ・Movie
(オーナーインタビュー / サービスPRアニメ)
- ・新聞広告
- ・雑誌広告
- ・バナー

3-1. サービス改修
3-2. 新規取り組み

- ・外部企業提携
- ・キャンペーン

3-3. プロモーション
3-4. システム改修

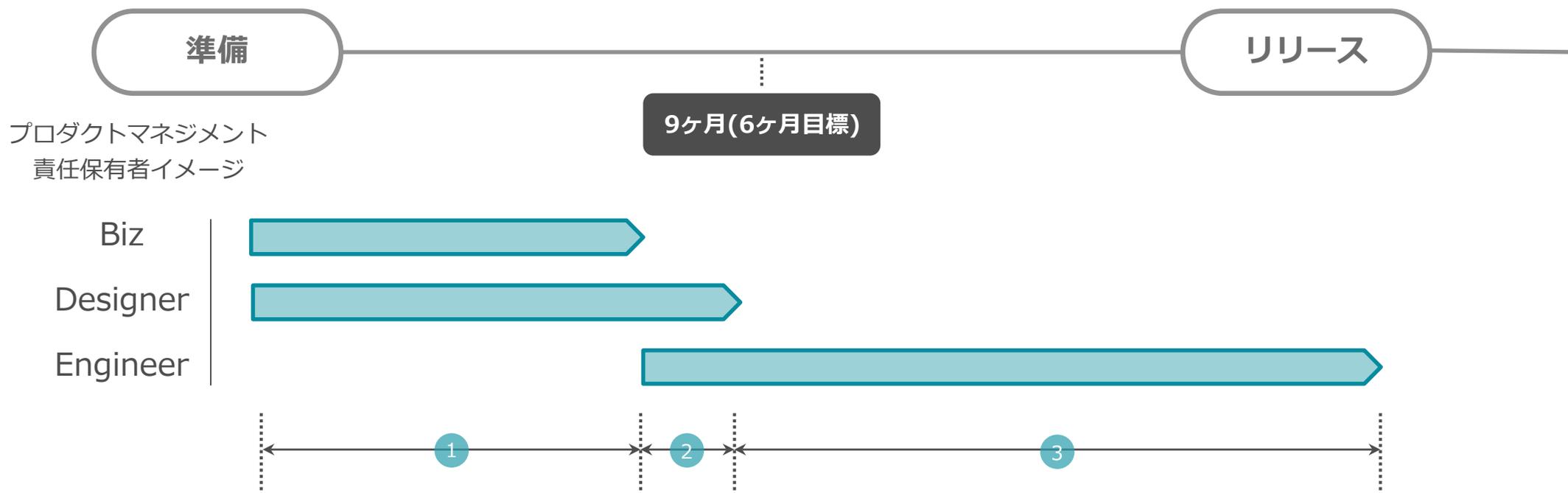


プロダクトの価値を明確にする

価値を伴ったプロダクトをつくる

- 1 事業に対する想いや計画をプロダクト分脈で翻訳する
ユーザーテスト等を実施し、想いや計画が適切に翻訳できているか確認する

- 2 デザイナーとエンジニアがお互いに担保すべき品質と優先度の認識を合わせる
- 3 エンジニアにプロダクトの権限を完全譲渡し、価値が伴ったプロダクトになっているか試行錯誤しながらブラッシュアップし続ける



プロダクトの価値を明確にする

価値を伴ったプロダクトをつくる

- ① 事業に対する想いや計画をプロダクト分脈で翻訳する
ユーザーテスト等を実施し、想いや計画が適切に翻訳できているか確認する

- ② デザイナーとエンジニアがお互いに担保すべき品質と優先度の認識を合わせる
- ③ エンジニアにプロダクトの権限を完全譲渡し、**価値が伴ったプロダクトになっているか**試行錯誤しながらブラッシュアップし続ける

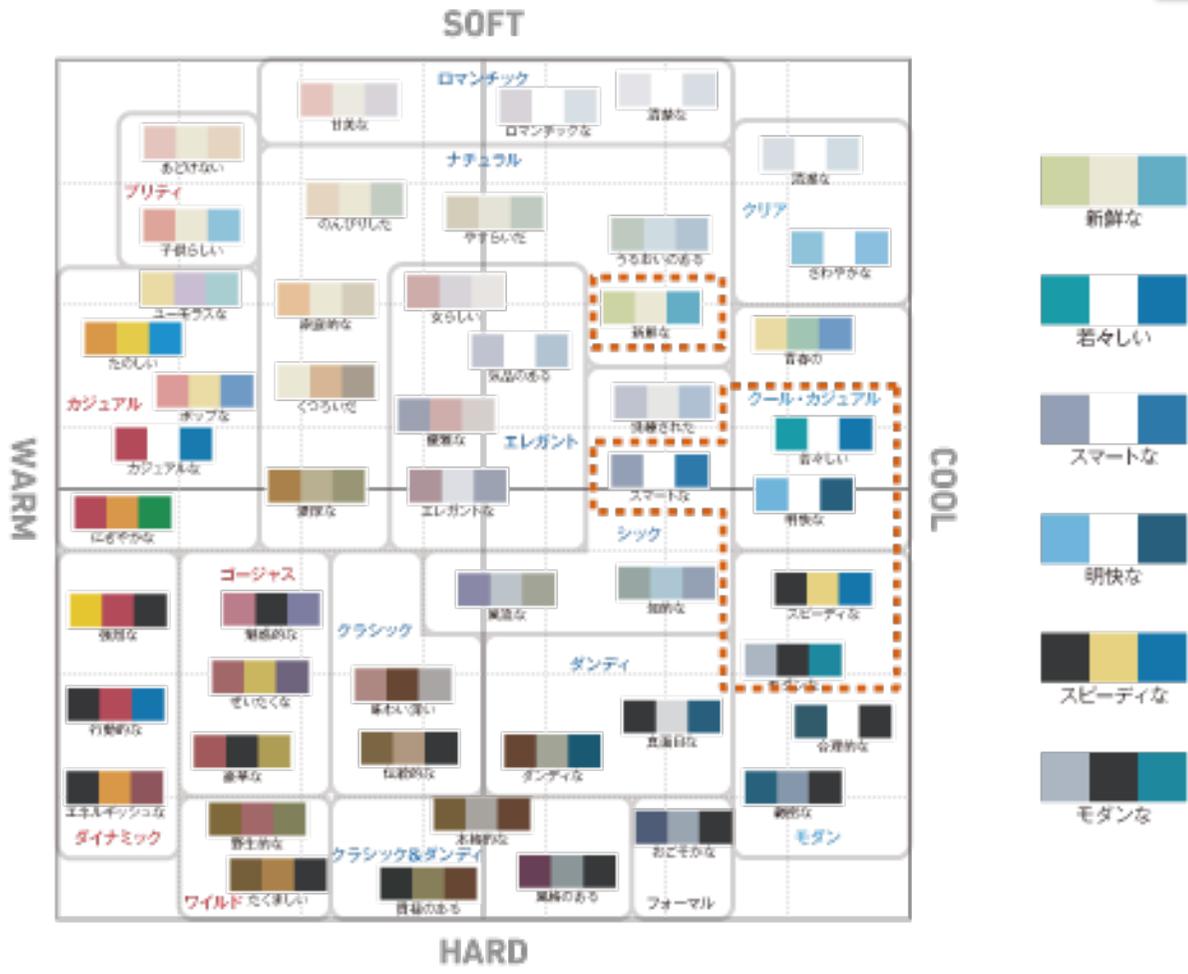
例) Anyca(エニカ)のトンマナを決めた時

ユーザーに直感的にとらえられたいイメージ

- クルマのサービス
- 品質の良いサービス
- 男性
- 今までより安く使える
(だけど安心感もある)
- 新しいサービス(体験)

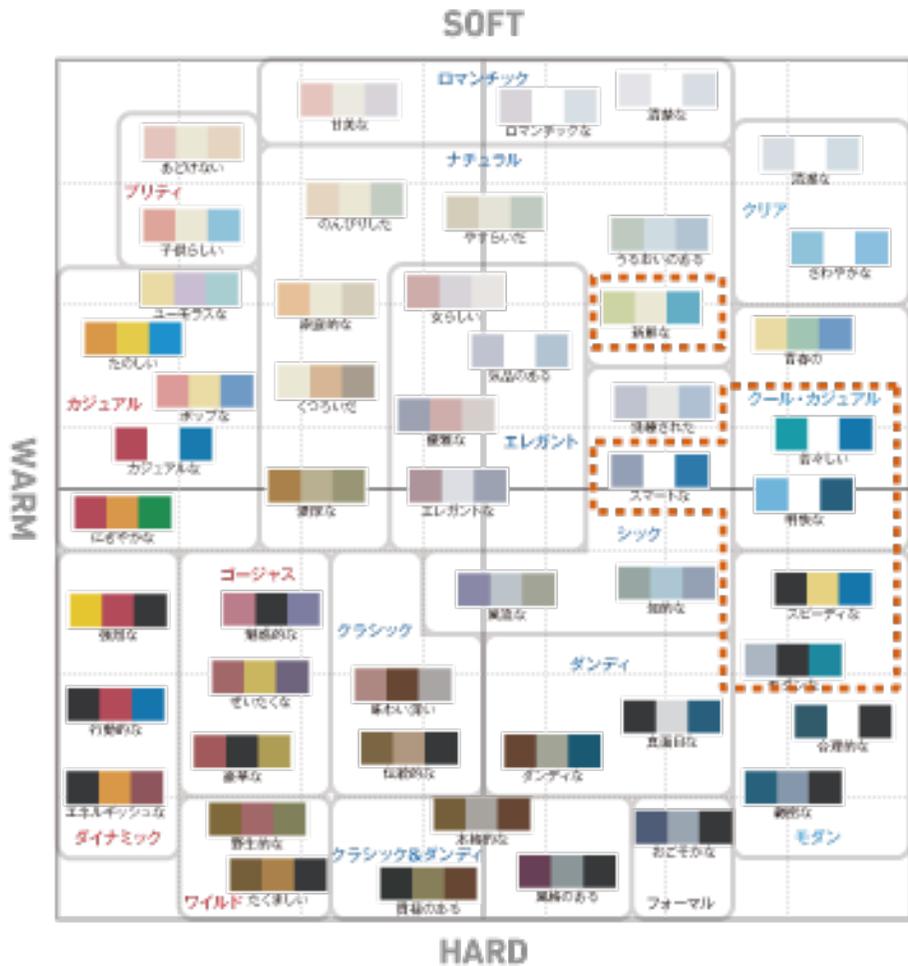
例) Anyca(エニカ)のトンマナを決めた時

- クルマのサービス
- 品質の良いサービス
- 男性
- 今までより安く使える (だけど安心感もある)
- 新しいサービス(体験)



例) Anyca(エニカ)のトンマナを決めた時

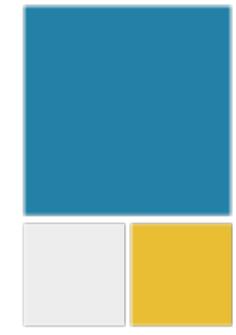
- クルマのサービス
- 品質の良いサービス
- 男性
- 今までより安く使える (だけど安心感もある)
- 新しいサービス(体験)



- 新鮮な
- 若々しい
- スマートな
- 明快な
- スピーディな
- モダンな



- ・男性
- ・落ち着き
- ・信頼
- ・上品
- ・きちんとした



- ・新しさ
- ・安さ

例) Anyca(エニカ)のトンマナを決めた時

- クルマのサービス
- 品質の良いサービス
- 男性
- 今までより安く使える(だけど安心感もある)
- 新しいサービス(体験)

第1校



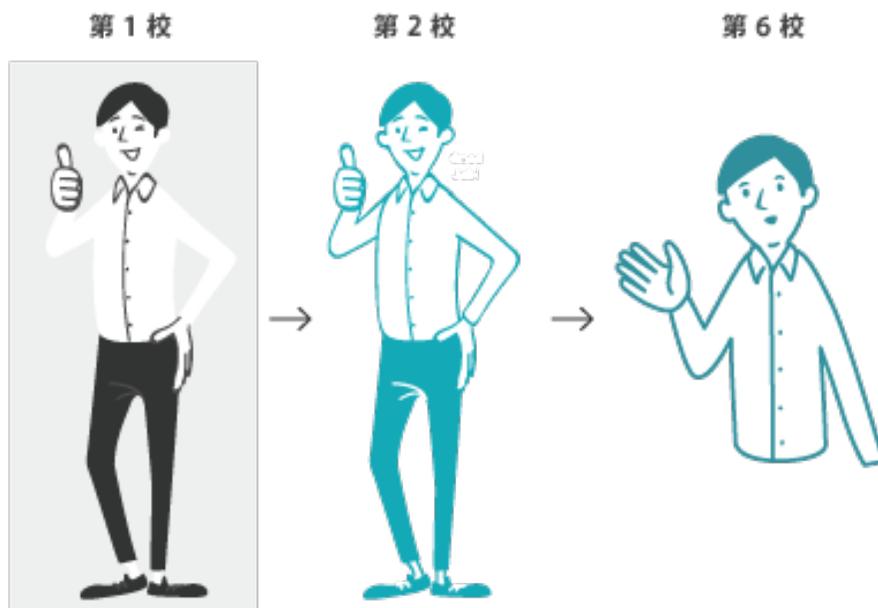
例) Anyca(エニカ)のトンマナを決めた時

- クルマのサービス
- 品質の良いサービス
- 男性
- 今までより安く使える(だけど安心感もある)
- 新しいサービス(体験)



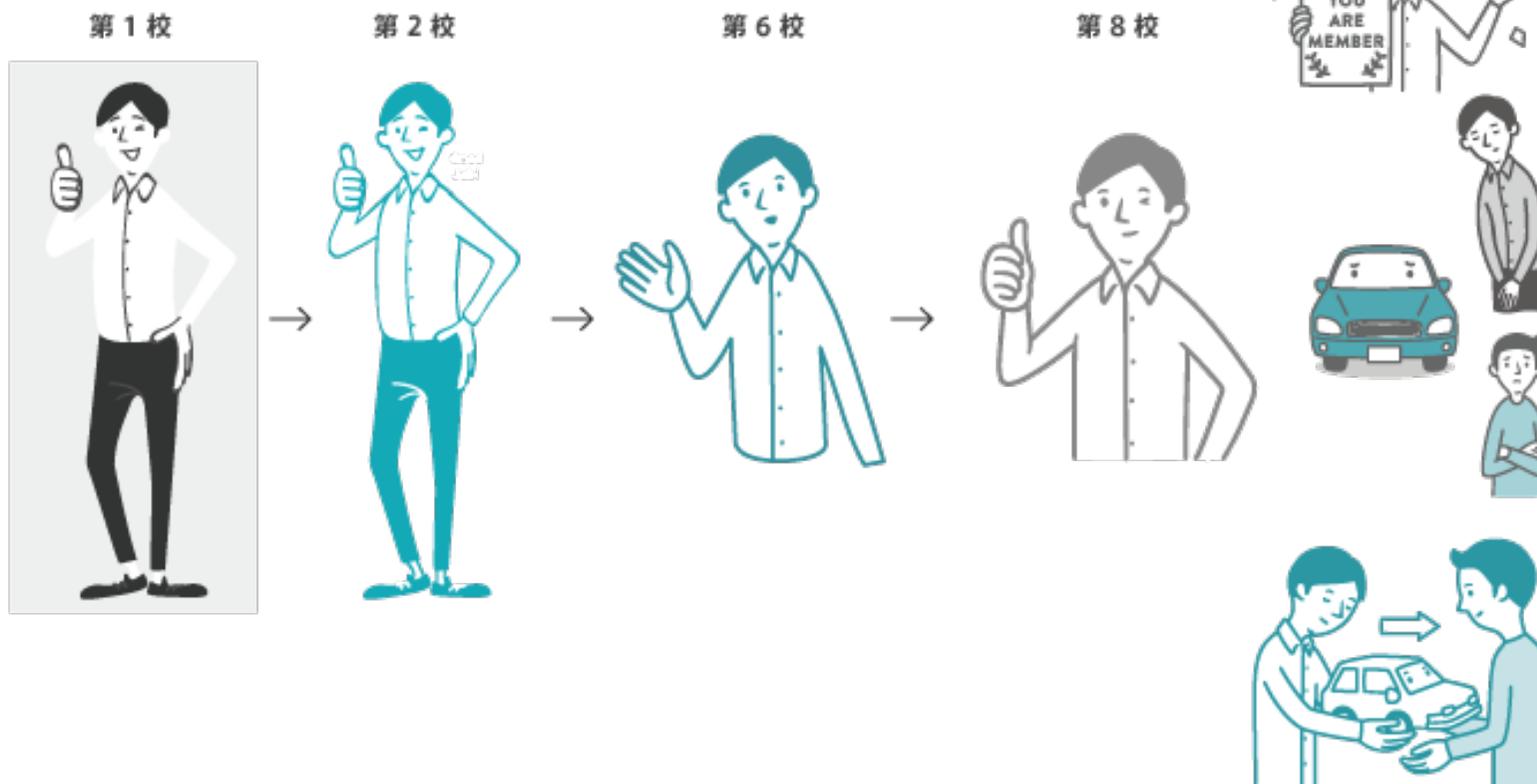
例) Anyca(エニカ)のトンマナを決めた時

- クルマのサービス
- 品質の良いサービス
- 男性
- 今までより安く使える(だけど安心感もある)
- 新しいサービス(体験)



例) Anyca(エニカ)のトンマナを決めた時

- クルマのサービス
- 品質の良いサービス
- 男性
- 今までより安く使える(だけど安心感もある)
- 新しいサービス(体験)



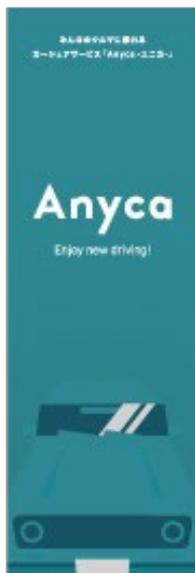
例) Anyca(エニカ)のトンマナを決めた時

- クルマのサービス
- 品質の良いサービス
- 男性
- 今までより安く使える (だけど安心感もある)
- 新しいサービス(体験)

- ・男性
- ・落ち着き
- ・信頼
- ・上品
- ・きちんとした



- ・新しさ
- ・安さ



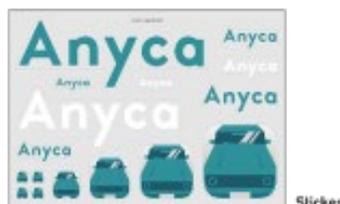
立て看板



SD Box



Movie

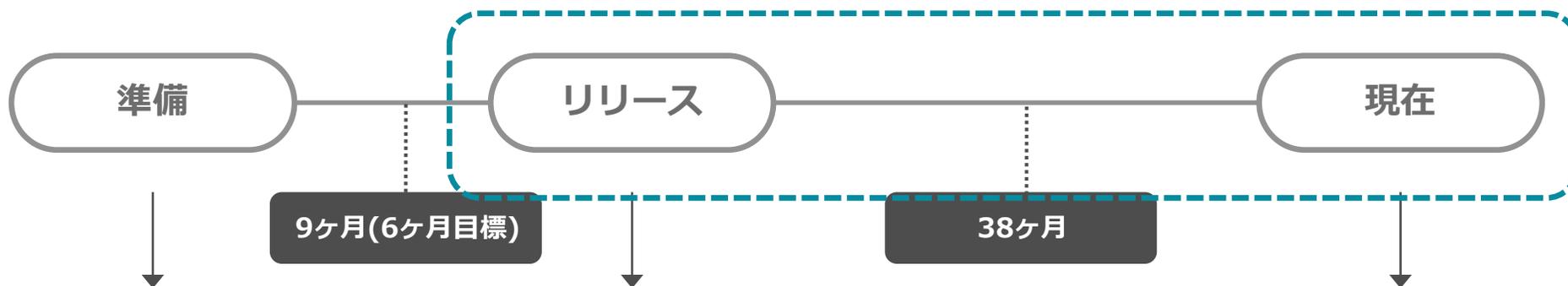


Sticker



Web





1-1. サービスのトンマナ
1-2. アプリ

- ・カスタマージャーニーマップ
- ・ユーザーインタビュー

1-3. 名称
1-4. ロゴ
1-5. Webサイト

- ・officialサイト
- ・事前登録(open & close)

1-6. プロモーション

- ・Movie / スチール
(サービスイメージPR)
- ・広告

2-1. サービス改修
2-2. Smart Device開発
2-3. リアルイベント

- ・説明会
- ・クルマ写真説明会
- ・ユーザー交流会
- ・キャンペーン

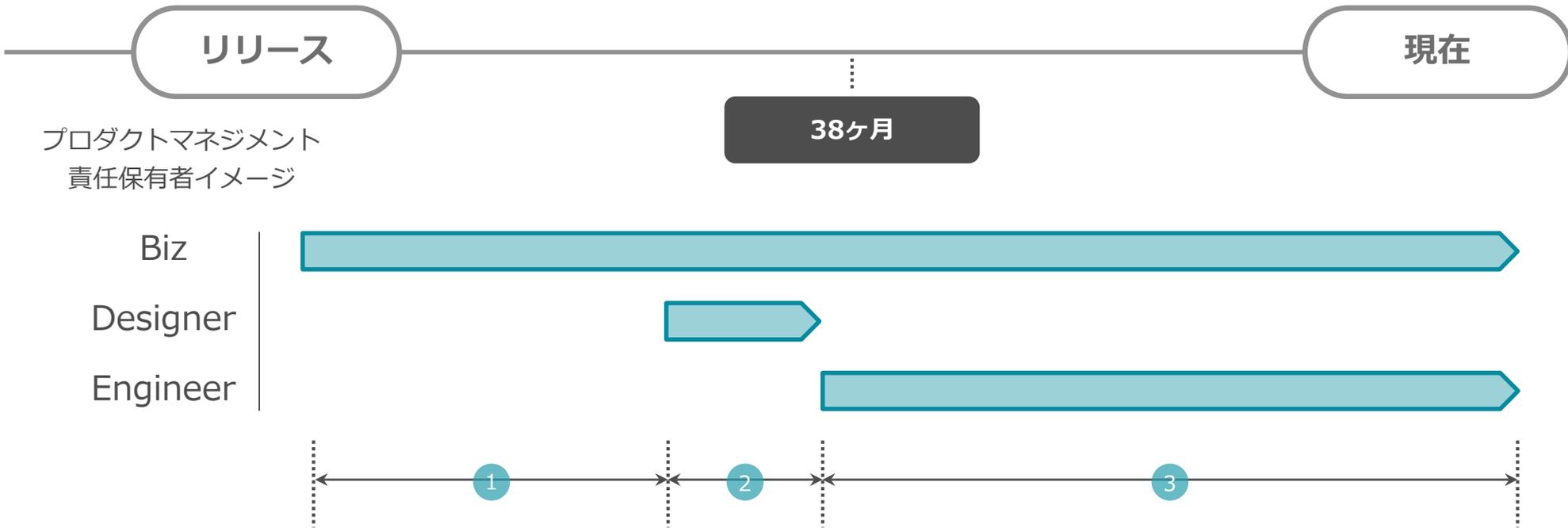
2-4. プロモーション

- ・Movie
(オーナーインタビュー / サービスPRアニメ)
- ・新聞広告
- ・雑誌広告
- ・バナー

3-1. サービス改修
3-2. 新規取り組み

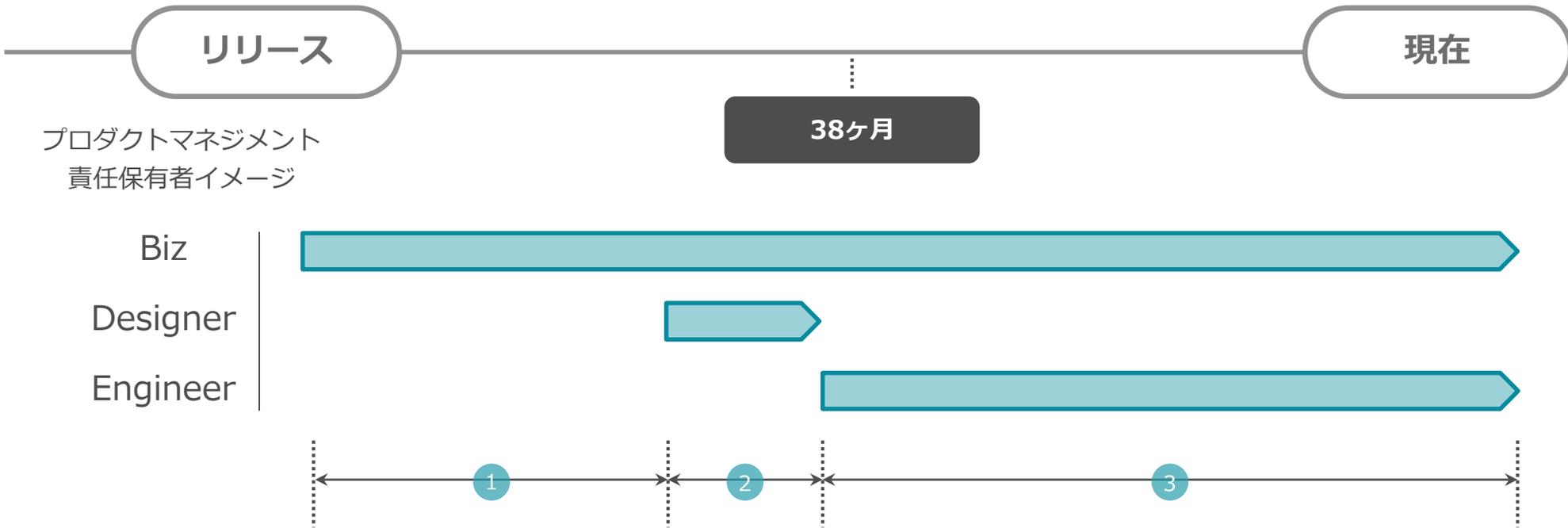
- ・外部企業提携
- ・キャンペーン

3-3. プロモーション
3-4. システム改修



価値を伴ったプロダクトをつくる / プロダクトを狙った市場に届ける

- ① ビジネス観点で必要な機能追加や改修を実施する
(足りない機能を最速で追加する)
- ② (アップデートが必要であれば)プロダクトの価値を明確にする
- ③ データが蓄積されてきて分析がより有効に
これまでに実施してきた施策/機能の整理やシステム
負債の解消もスコープに入ってくる

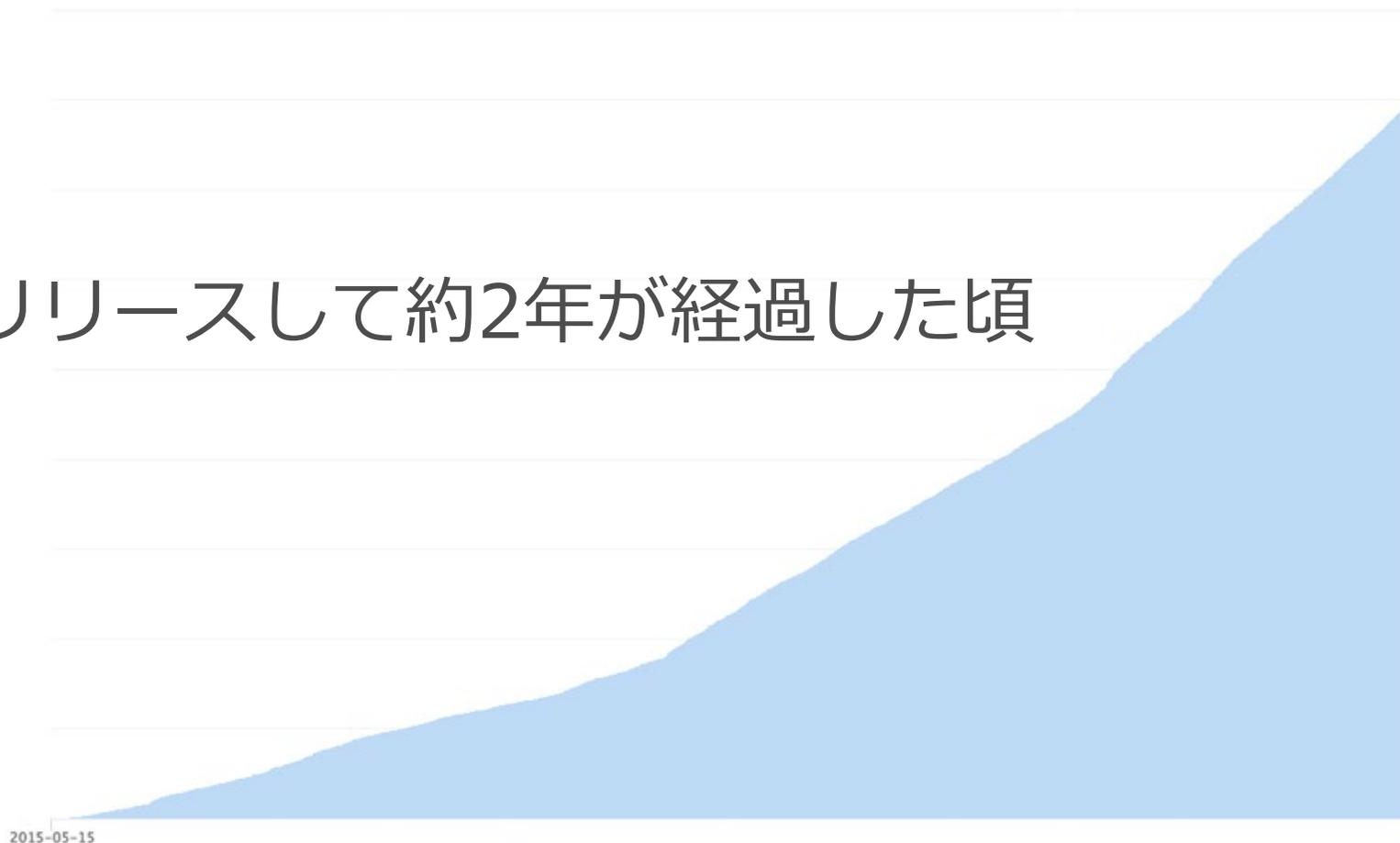


価値を伴ったプロダクトをつくる / プロダクトを狙った市場に届ける

- ① ビジネス観点で必要な機能追加や改修を実施する
(足りない機能を最速で追加する)
- ③ データが蓄積されてきて分析がより有効に
これまでに実施してきた施策/機能の整理やシステム
負債の解消もスコープに入ってくる

② (アップデートが必要であれば)プロダクトの価値を明確にする

リリースして約2年が経過した頃



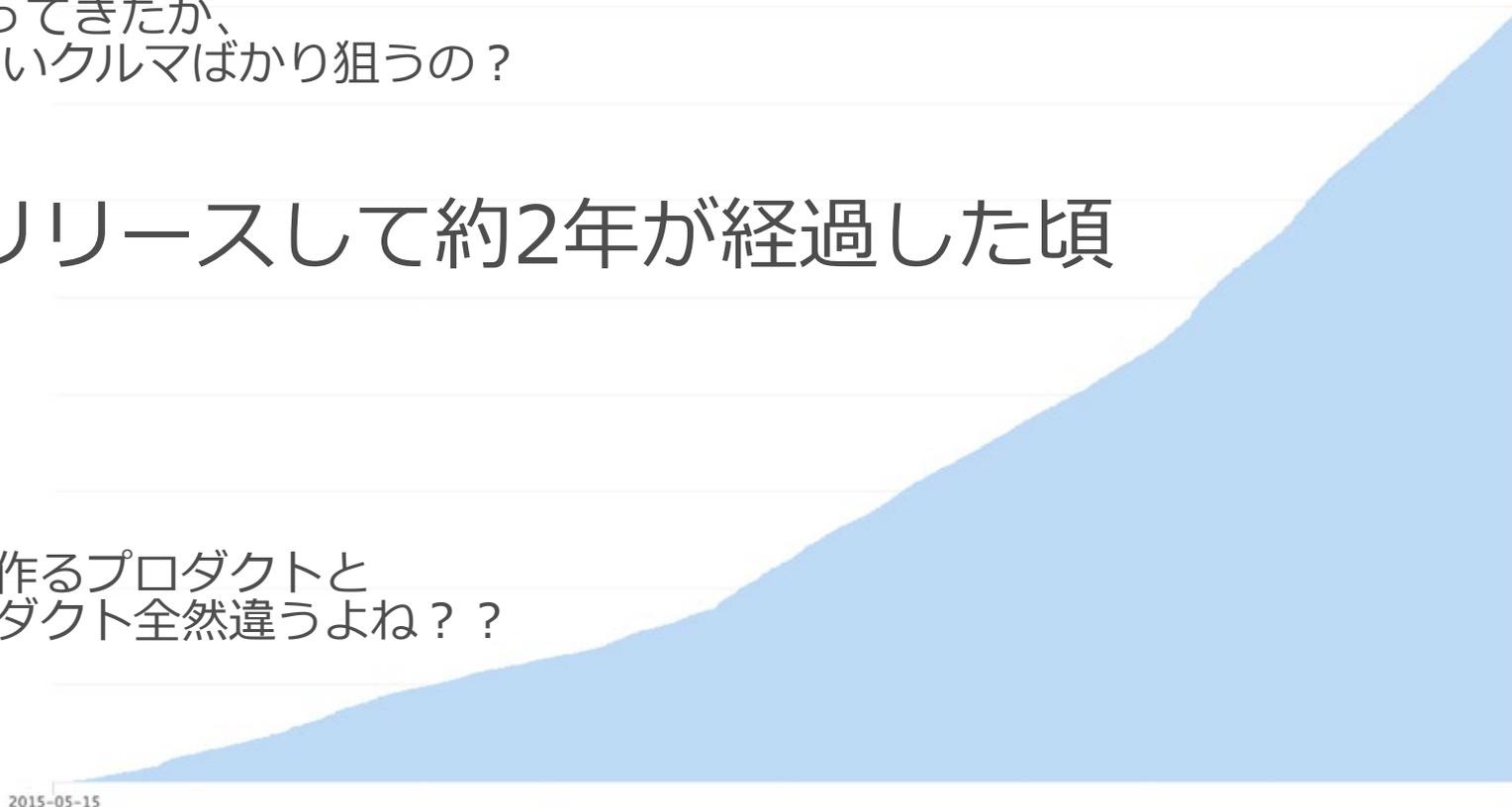
メンバーの声

オーナーとドライバーのどちらに向けてプロダクトを作るべき？

リリース時は200台だったクルマが数千台に。
「乗ってみたい」に出会えるカーシェアサービスとして
やってきたが、
これからも珍しいクルマばかり狙うの？

リリースして約2年が経過した頃

クルマ好きに作るプロダクトと
マス向けに作るプロダクト全然違うよね？？



2015-05-15

ユーザーさんの声、メンバーの意見、実データを元に改めてプロダクトの価値を明確化

明確化した価値を元に、各年度の定性/定量目標を改めて策定

Anyca FY2018 KickOff

だれもが数台のマイカーを持つ未来へ。

一家に一台、「これ」と決めたクルマに数年乗り続ける。多くの人が、そんなふうにしてクルマを乗り換えてきた。

しかし、クルマはもっと多種多様だ。そして、ひとつひとつに似合うシーンや気分がある。家族を連れてのお出かけには、SUV。買い物には、軽自動車。デートなら、オープンカーもいい。

暮らしに合わせてクルマを変える。そんなクルマとの関係が、カーライフをもっと豊かにしてくれる。

だから私たちは、Anycaというプラットフォームを通じて、クルマを持っている人と乗りたい人をつないでいく。眠っているクルマを減らし、ひとりひとりの愛車を生かすことで、社会全体にクルマの活躍の場を広げていく。

使うたび、好きなクルマが増える。そんなカーライフを、Anycaはすべての人に提供する。

DeNA ©DeNA co.,ltd. all rights reserved.

9

FY2018~FY2020 定性目標



だれもが数台のマイカーを持つ未来へ

FY2018

FY2019

FY2020

定性目標

定性目標

定性目標

定量目標

定量目標

定量目標

DeNA ©DeNA co.,ltd. all rights reserved.

12

だれもが数台のマイカーを持つ未来へ。

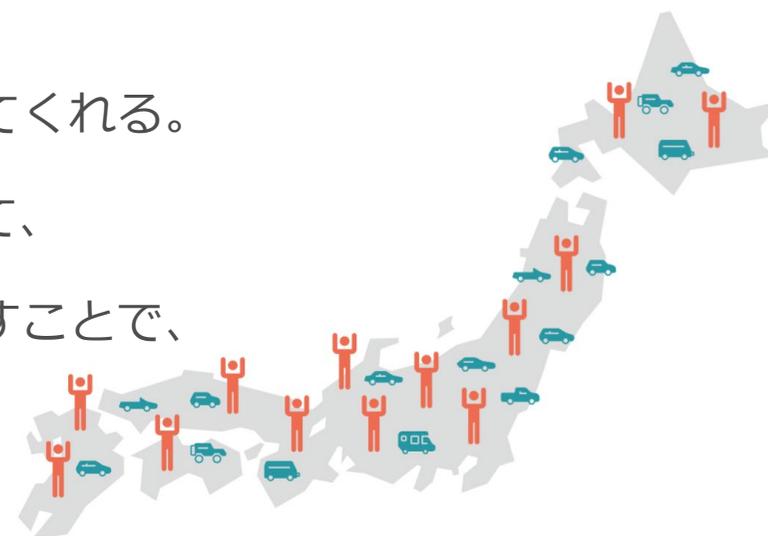
一家に一台、「これ」と決めたクルマに数年乗り続ける。
多くの人が、そんなふうにしてクルマを乗り換えてきた。

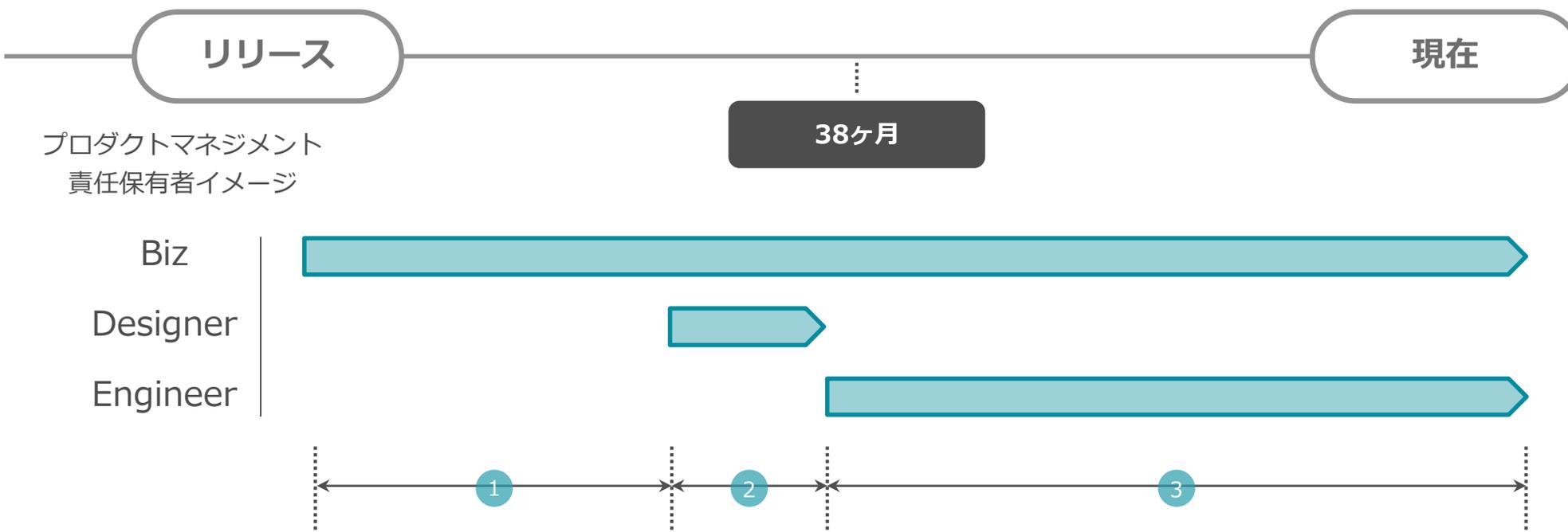
しかし、クルマはもっと多種多様だ。
そして、ひとつひとつに似合うシーンや気分がある。
家族を連れてのお出かけには、SUV。
買い物には、軽自動車。デートなら、オープンカーもいい。

暮らしに合わせてクルマを変える。
そんなクルマとの関係が、カーライフをもっと豊かにしてくれる。

だから私たちは、Anycaというプラットフォームを通じて、
クルマを持っている人と乗りたい人をつないでいく。
眠っているクルマを減らし、ひとりひとりの愛車を生かすことで、
社会全体にクルマの活躍の場を広げていく。

使うたび、好きなクルマが増える。
そんなカーライフを、Anycaはすべての人に提供する。





価値を伴ったプロダクトをつくる / プロダクトを狙った市場に届ける

① ビジネス観点で必要な機能追加や改修を実施する
(足りない機能を最速で追加する)

③ データが蓄積されてきて**分析がより有効に**
これまでに実施してきた施策/機能の整理やシステム
負債の解消もスコープに入ってくる

② (アップデートが必要であれば)プロダクトの価値を明確にする

どのように 価値を伴ったプロダクトをつくり、
狙った市場に届けているか

~ どのように機能の仕様を策定しているか ~

Biz

- Sprintで何をやるか/なぜやるか
- Sprint内の優先順位付

仕様書やデザイン案などは一切書かない

Engineer / Designer

- 目的最大化のためにどう作るか

エンジニアとデザイナーで仕様作成
作りながら仕様変更可能

Enterprise Search or jump to... Pull requests Issues Explore

ride / ride-issues Private

Code Issues 546 Pull requests 0 Projects 17

Labels Milestones

16 Open 5 Closed

共通Sprint#12
No due date Last updated 5 days ago

共通Sprint#10
No due date Last updated 8 days ago
9/11リリース予定

Enterprise Search or jump to... Pull requests Issues Explore

ride / ride-issues Private

Code Issues 546 Pull requests 0 Projects 17 Wiki Insights Settings More

【優先度001】 Topページ_リニューアル #701

Closed baba-hikaru opened this issue on 18 Apr · 11 comments

Assignees

仕様所有者:
仕様締切: 5/11(金)

何をやるのか (WHAT)

- ・ TOPページ_リニューアル

なぜやるのか (WHY)

- ・ 新規ユーザーが迷わない
- クルマ検索が迷わずできる
- クルマ登録が迷わずできる
- ドライバー登録が迷わずできる
- ・ Anycaの魅力が伝わる
- AnycaのVisionを体現

仕様詳細

大項目	小項目	仕様	影響ページ
TOPページ	チュートリアル	・ 最寄駅検索への誘導 ←削除	
TOPページ 既存項目	検索	・ 残す	検索サジェスト画面 検索画面
	オーナー通知	・ 削除	
	カルーセル (→キャンペーン)	・ 削除	

重要度:高

サービス説明会



ほぼ毎週開催

運営1 : 会員N

- ・サービスの概要説明
- ・質疑応答
- ・登録サポート
- ・問い合わせを増やすコツ/シェア事例なども紹介

クルマ撮影会



ほぼ毎週開催

運営1 : 会員1

- ・プロのカメラマンによる無償の撮影
- ・クルマ1台につき平均100枚
- ・累積100,000枚の写真を撮影

ユーザー交流イベント、他



毎月開催

運営N : 会員N

- ・月例エントリーイベント
- ・サーキット走行会
- ・乗りまくりイベント
- ・デロリアン試乗イベント
- ・新旧ポルシェ乗り比べ
- ・オフロード走行会… など

※ 2018年9月時点のデータを基に集計

プロダクト/PRに関わるメンバーが
ユーザーさんと直接話す機会を作る
レビュー/お問い合わせ/SNS等も確認しやすい環境を作る



#user_review
☆ | 8 | ✨ 0 | Add a topic
Today

[bot] anyca-ope APP 10:09 AM
オーナー(user_id:97184)からドライバー(user_id:114885)

Nicolasy

レビュー(share_id:170470)

この度はきれいに使っていただき、ありがとうございます。安心して貸すことができ、気持ちの良いシェアでした！福岡から横浜まで飛んで買い付けに行ったこだわりの愛車です笑そんな私のX3をたくさん褒めていただきとても嬉しかったです。内装はかなりシブですが、加速や安定性、そしてエンジン音など素晴らしいので、駆け抜ける歓びを今回堪能されたようで良かったです！車好きならではの会話も楽しくて、温かいお人柄でした。これまでいるんな車に乗られてるようで羨ましいです笑また楽しくお話できたらいいなと思うので、機会ありましたらご利用よろしくお願ひします！

やり取りの丁寧さ



時間の正確さ



クルマの使用マナー



Today at 10:09 AM

[bot] anyca-ope APP 10:28 AM
ドライバー(user_id:93018)からオーナー(user_id:139606)

ryo

レビュー(share_id:171317)

またまたリポートさせていただきました。いつもながら親切丁寧なご対応、こちらの要望を全て聞いていただき本当に素晴らしいお方で出

例) 同時問い合わせ機能の追加~クローズまで

乗りたいクルマを見つけて、問い合わせても返事がないのは辛い・・・

シェア直前に問い合わせるのは気がひけるな、

@毎月のユーザー交流会 等



ユーザーの声

ユーザー感覚として、
当然解決したい

同時並行問い合わせ

仕様コンセプトと背景仮説

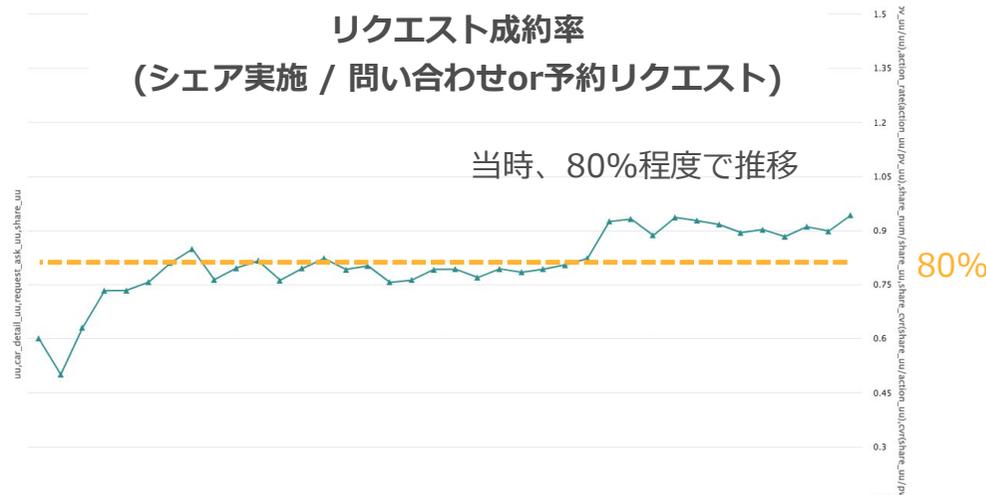
複数人に同時に問い合わせをして回答をもらいたいときがある。

- 特に直前の予約
- 使う日は決まって、クルマはどちらでもいい
- このクルマ乗ってみたいけど、返信時間が長めなのが気になる。

そんな時に、気軽に複数人に並行して問い合わせができれば、予約までの時間が短縮され、アクション => 成約のコンバージョンが上がるはず、という仮説。

ターゲットKPIと期待改善効果

リクエスト成約率
(シェア実施 / 問い合わせor予約リクエスト)



リクエスト~シェア開始までの日数分布



データ分析

リクエスト成約率、直前リクエストの割合からも改善すべき課題

例) 同時並行問い合わせ機能の追加~クローズまで

Okataro
★★★★☆ 100
返答率 100% | 返答時間 3時間以内 | 承認率 90%

オーナーに問い合わせ

予約リクエスト

検討リスト

C-450-Sport-AMG Mercedes-Benz ¥2,400 / day 池袋 削除

C-450-Sport-AMG Mercedes-Benz ¥2,400 / day 池袋 削除

検討リストのクルマへ同時に問い合わせ

! 検討リストについて

+ 検討リストに追加

問い合わせ

C-450-Sport-AMG Mercedes-Benz ¥2,400 / day 池袋 削除

C-450-Sport-AMG Mercedes-Benz ¥2,400 / day 池袋 削除

C-450-Sport-AMG Mercedes-Benz ¥2,400 / day 池袋 削除

! 同時問い合わせについて

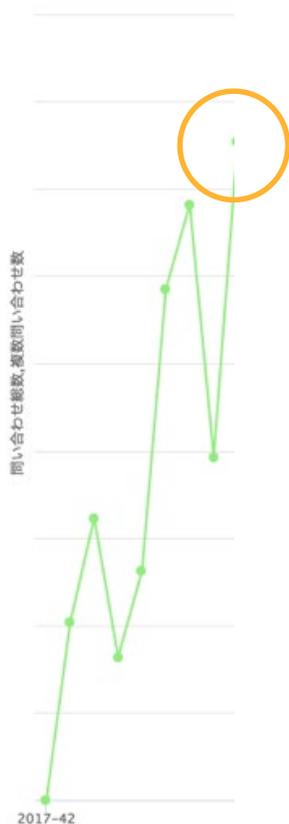
ご利用時間

車検証未登録のクルマが含まれるため、シェアできない可能性があることに同意する > 詳細を確認

送信

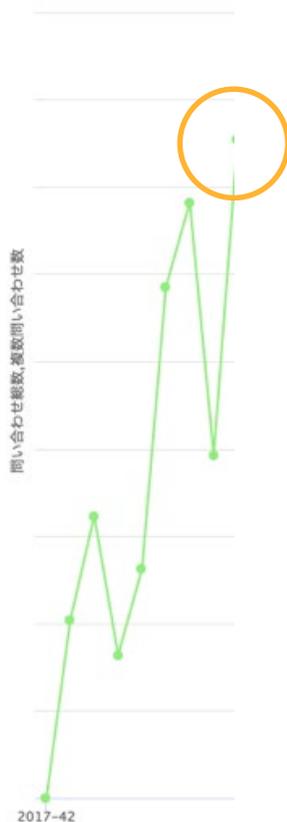
例) 同時並行問い合わせ機能の追加~クローズまで

同時並行問い合わせ利用割合 → $\frac{\text{同時並行問い合わせ数}}{\text{総問い合わせ数}} =$



例) 同時並行問い合わせ機能の追加~クローズまで

同時並行問い合わせ利用割合 → $\frac{\text{同時並行問い合わせ数}}{\text{総問い合わせ数}} = 3\% \dots$



価値がないから使われない?

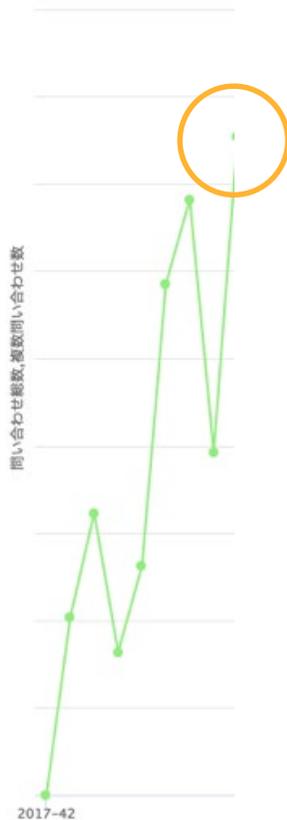
- ニーズがなかったのか?
- ニーズはあるが、障壁があるのか?
- ニーズはあるが、使い方がわからないのか?

or 認知されていないから使われない?

- そもそも気づかれていないのか?
- ログ調査

例) 同時並行問い合わせ機能の追加~クローズまで

同時並行問い合わせ利用割合 → $\frac{\text{同時並行問い合わせ数}}{\text{総問い合わせ数}} = 3\% \dots$



価値がないから使われない?

- ニーズがなかったのか?
- ニーズはあるが、障壁があるのか?
- ニーズはあるが、使い方がわからないのか?

or 認知されていないから使われない?

- そもそも気づかれていないのか?
- ログ調査

**今回のケースは、
認知されていない事が原因**

例) 同時並行問い合わせ機能の追加~クローズまで

認知獲得のためのテコ入れ



同時並行問い合わせテコ入れ #473

Closed

commented on 11 Jan • edited ▾

やってみて、シェア全体の利用率が10%に届かなかったら廃止。

何をやるのか (WHAT)

なぜやるのか (WHY)

現状、同時並行問い合わせの利用は3%程度にとどまる。
<https://argus.analytics.mbga.jp/app/project/113/report/64915>

ただ、潜在的なニーズはあるはずで、全シェアの内直前のリクエストなどは25%程度あることから、シェア全体の10%くらいは平行問い合わせ

commented on 24 Jan • edited ▾

KPI

同時問い合わせの利用率が上がったか

argus: 通常問い合わせと並行問い合わせの比率を時系列で見る
<https://argus.analytics.mbga.jp/app/project/113/report/64915>
 想定: 本施策リリース後は、以前よりも同時問い合わせの比率が増える

直前シェアが増えたか

argus: 本施策の前後で分けて、横軸がリクエスト時点からシェアまでの時間の長さ、縦軸がシェア数となるグラフを出す。
<https://argus.analytics.mbga.jp/app/project/113/report/74462>
 想定: 本施策リリース後は、以前よりも直前シェア数/月が増える

直前問い合わせが増えたか

argus: 本施策の前後で分けて、横軸が同時問い合わせ時点からシェア希望日時までの時間の長さ、縦軸が同時問い合わせ数の分布となるグラフを出す。
<https://argus.analytics.mbga.jp/app/project/113/report/74734>
 想定: 本施策リリース後は、以前よりも直前問い合わせ数/月が増える。

※直前問い合わせは増えてるのに直前シェアが増えてないような場合、そもそもオーナーが直前リクエストに対応できてないという別の問題がある。
 ※同時問い合わせで日付指定しない場合もあるので、十分なデータ量が集まるか？

例) 同時並行問い合わせ機能の追加~クローズまで

必ず使われる導線上に配置



お知らせ送信



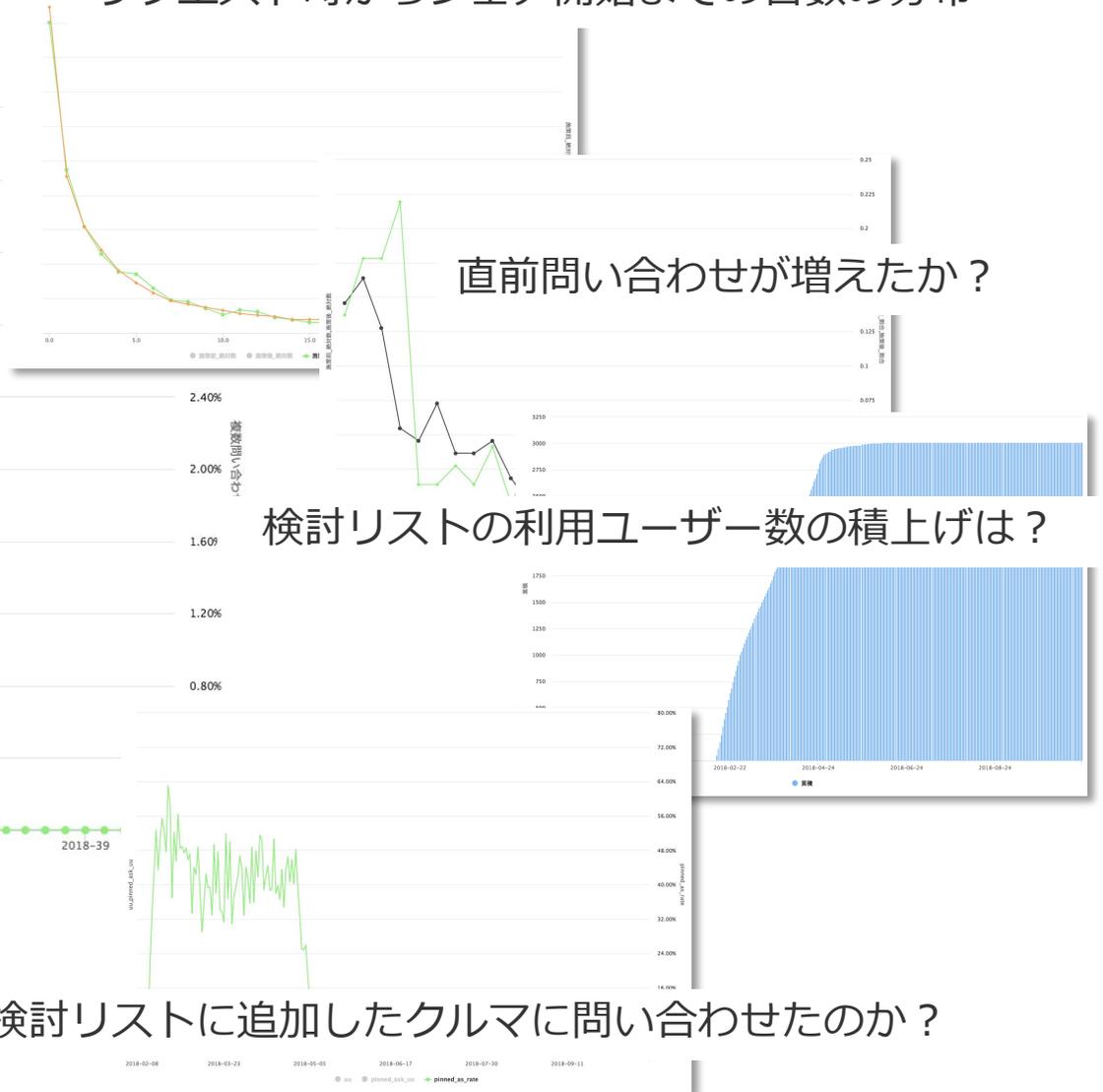
記事作成

例) 同時並行問い合わせ機能の追加~クローズまで

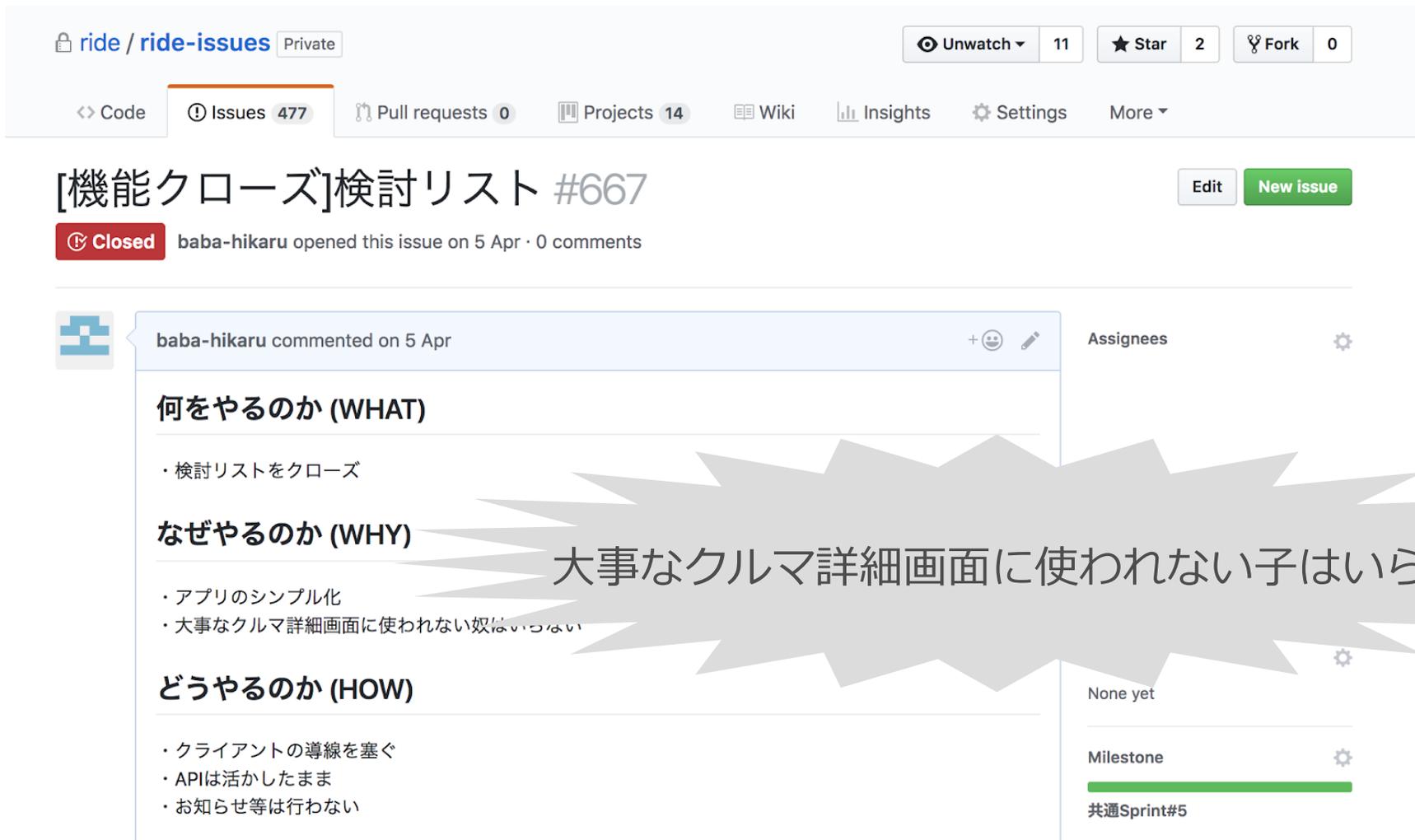
同時並行問い合わせ利用割合



リクエスト時からシェア開始までの日数の分布



例) 同時問い合わせ機能の追加~クローズまで



ride / ride-issues Private

Unwatch 11 Star 2 Fork 0

Code Issues 477 Pull requests 0 Projects 14 Wiki Insights Settings More

[機能クローズ]検討リスト #667

Closed baba-hikaru opened this issue on 5 Apr · 0 comments

baba-hikaru commented on 5 Apr

何をやるのか (WHAT)

- 検討リストをクローズ

なぜやるのか (WHY)

- アプリのシンプル化
- 大事なクルマ詳細画面に使われない奴はいるない

どうやるのか (HOW)

- クライアントの導線を塞ぐ
- APIは活かしたまま
- お知らせ等は行わない

Assignees: None yet

Milestone: 共通Sprint#5

大事なクルマ詳細画面に使われない子はいらない

- プロダクトの価値を明確にする
.....
- 価値を伴ったプロダクトをつくる
.....
- プロダクトを狙った市場に届ける
.....

- プロダクトの価値を明確にする

-  Anyca

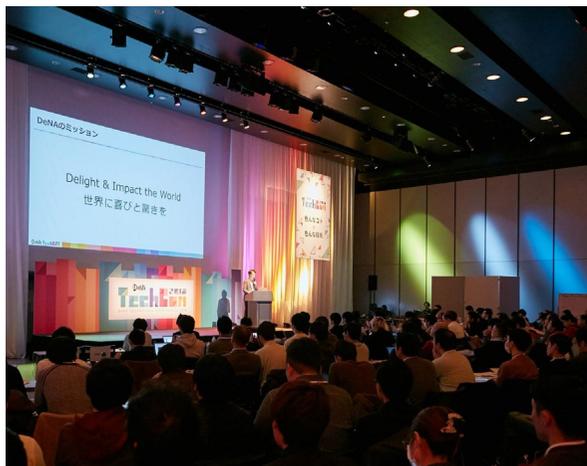
- プロダクトを狙った市場に届ける
招待コード **「babainvite」**

2500pt(2500円相当)プレゼント中!!

DeNAのものづくり全般に関するトピックを 発信するTwitterアカウントをつくりました！ ぜひフォローしてください。

@DeNAXTech をフォロー

カンファレンス情報や登壇レポート



ブログや記事のご紹介



Meetupイベントなどのお知らせ

