

Shorts

Shorts

Shorts



作業時間 2024.08.07 ~ 2024.08.10
貢献度 1人 100%
TOOL Figma
COLOR ● ● ○

Give!

Give!

Give!

Overview

使うだけで、大学生が自然と寄付に参加できるアプリ

コンセプトシート

ターゲット
寄付することに慣れていない大学生

ニーズ・課題
災害や他の理由で困っている人を助けたい

サービス・機能
今まで寄付した記録が可視化されること

体験価値
達成感を感じ、次の寄付によりモチベーション高く取り組みたい

の

というニーズを満たすために

を提供することで

という体験を実現します。

design process

このようなプロセスで問題を発見し、
戦略を導き出しました。



ショット動画の問題は多い

ショット動画の問題は集中力、不正確な情報、中毒性（依存性）などの問題が発生しています。まだ、ショット動画について研究が始まったばかりなので、まだまだですが、次々と新しい問題が確認されています。

集中力の低下

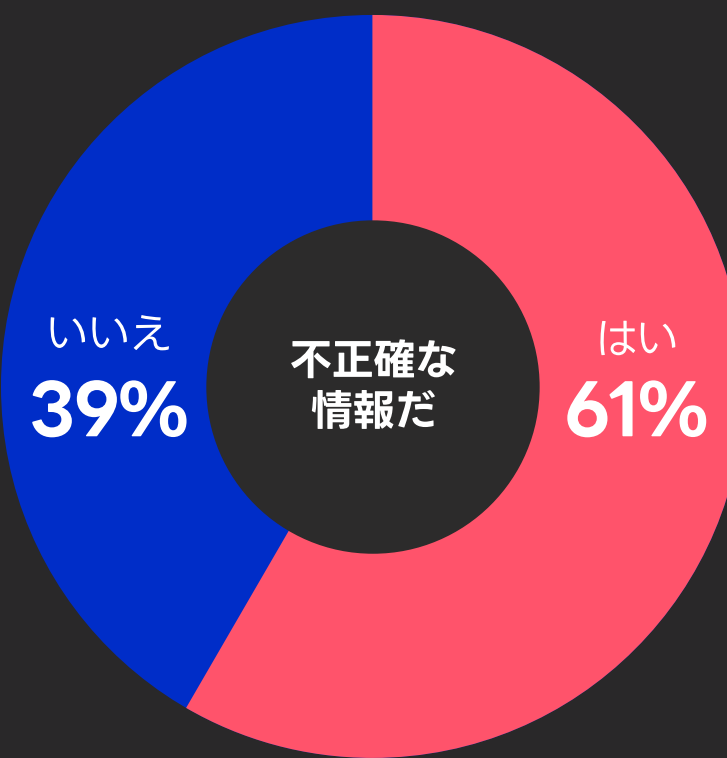
ショート動画の
視聴増加

ポップコーン
ブレイン

短時間で強い刺激を与えるため、ユーザーの集中力が低下しやすいです。特に、短い動画を繰り返し視聴することで注意力が散漫になり、深い思考が妨げられる傾向があります。研究によると、特に若年層において、学業成績にも悪影響を及ぼすことが報告されています

資料 : Seoultech Times 혹시 나도 도파민 중독?

不正確な情報の拡散



短い時間で情報を伝える必要があるため、全体の文脈を理解しづらく、不正確な情報や誤った内容が簡単に拡散される危険性があります。若者層にとって、こうした誤解が社会的な対立を引き起こす可能性が指摘されています。

資料 : 한국리서치 여론 속의 여론 숏폼 콘텐츠의 시대, 이대로 괜찮은가?

依存性の問題



短時間で満足感を与える設計となっており、ユーザーは次々と動画を見続けてしまう傾向があります。これにより、中毒的な使用が促進され、特に若年層において精神的・心理的な健康に悪影響を与えることが確認されています。ストレスや不安、さらには社会的孤立感が増幅されるリスクも指摘されています。

資料 : Science On 뉴미디어 숏폼(Short-form) 동영상 의존도 요인 연구

Desk Research

実際に友達にショット動画の問題を聞いてみました

実際の大学生の意見を知りたくて友人4人に聞いてみました

Q1. よく使うアプリはなんですか？

Instagram · Youtube · TikTok · BeReal

Q2. ショット動画を視聴していて、不便だと感じたことはありますか？

見続けてしまいます

時間があっという間に過ぎます

無限にスクロールしてしまいます

すぐに終わると思っていました

見ても何も残りません

止められません

時間を無駄にしている気がします

役に立たない動画が多いです

同じ動画ばかり出てきます

やるべきことを後回しにしてしまいます

学生が簡単に寄付を実行し、 達成感を感じられる環境を提供します。

学生の寄付意欲の不足を解消するため、大学生向けのUIで寄付を促し、寄付金の使用内容を動画や領収書で透明化して満足度を高めます。

問題定義

大学生たちが

大学生は寄付の習慣や動機が不足していて

寄付金の使い道が不明確で、達成感を得られず

寄付環境や機会が不足していて、関心を持ちにくく

寄付履歴が可視化されておらず、達成感を得にくく

寄付後に達成感が得られず、継続しにくい

寄付体験をよくすることが難しいです。

解決策

大学生が気軽に

大学生の行動パターンに合わせたUIで寄付を促し

寄付金の使い道を動画と領収書で見せ

寄付への関心を高める短い動画を提供し

寄付履歴を整理して簡単に管理できるようにし

達成感を与えて寄付意欲を維持して

寄付ができるサービス

Project Goal

大学生が簡単に寄付でき、
成果を実感しながら継続的に寄付したくなる環境を提供

Usage Check

寄付金の使い道を動画や
領収書で確認できます

Fun Payment

楽しい決済で寄付体験を
魅力的にします

Easy Matching

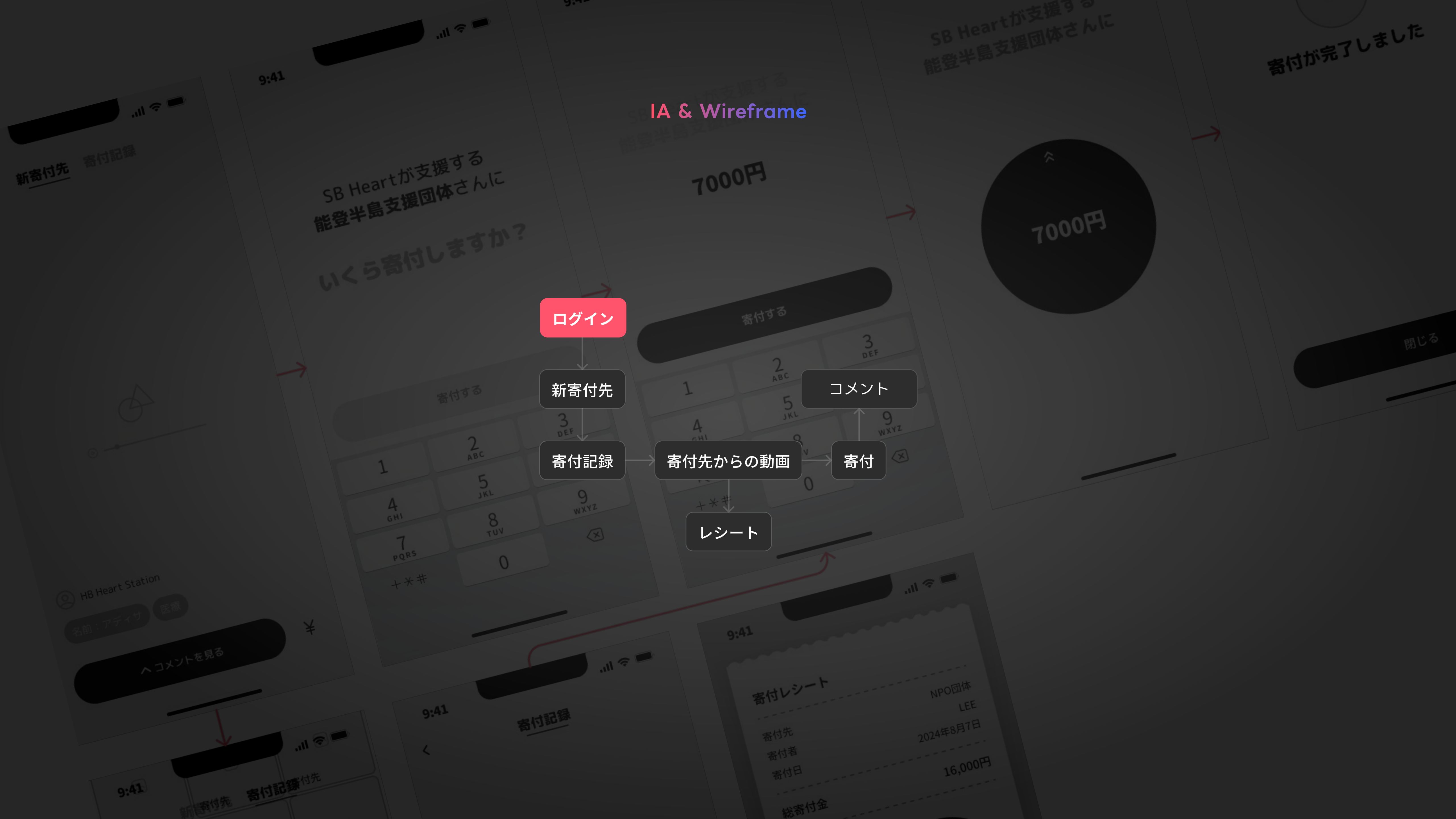
簡単にすぐ寄付先と
つながれます

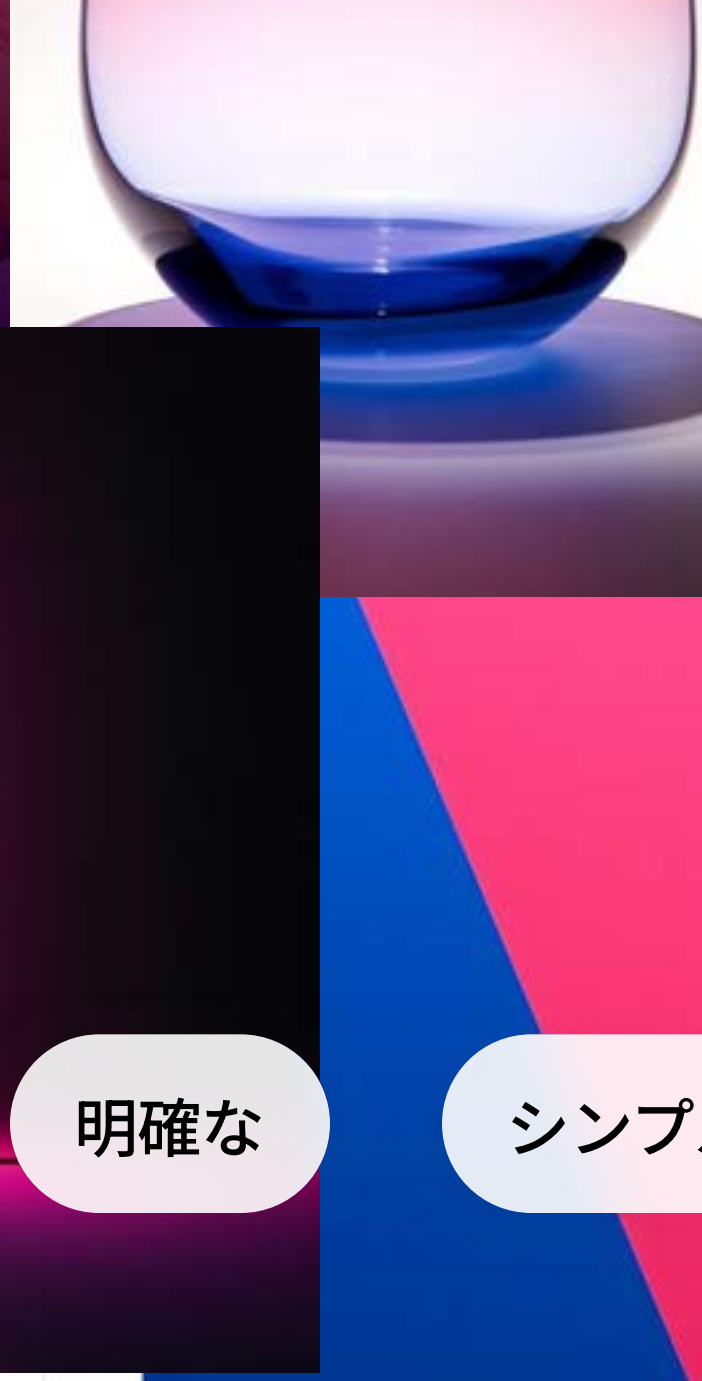
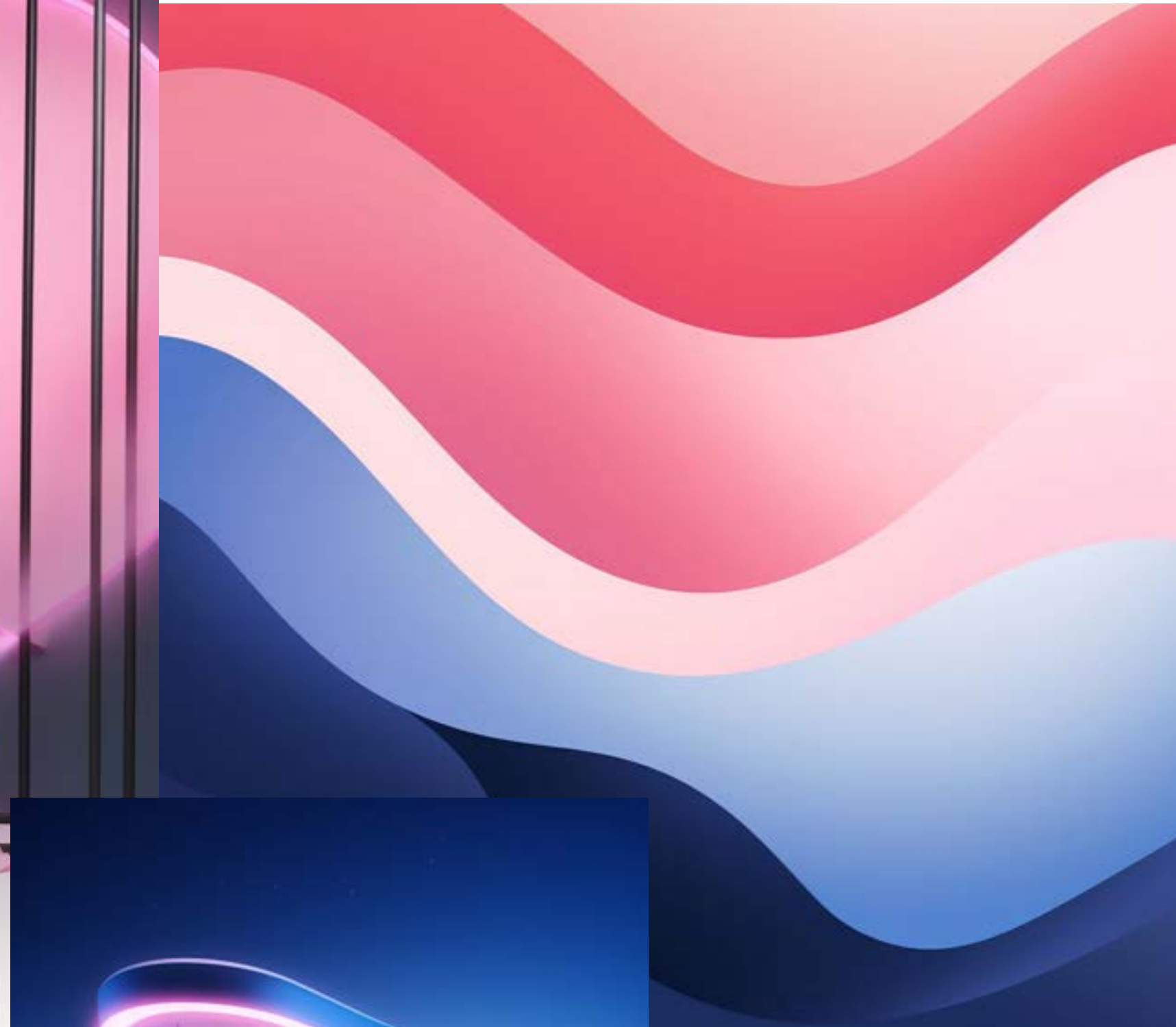
Donation Records

寄付記録で達成感と
やりがいを感じられます



IA & Wireframe





Moodboard

インパクトのある

強烈な

直感的な

明確な

シンプルな

夢幻的な

UT Insights (User Test Insights)

UTの結果、情報不足と混雑でユーザーが不便を感じていたため、必要な情報を整理し画面を分かりやすくシンプルにしました。

寄付関連のウェブサイトを利用した経験がある大学生5名（韓国人、日本人、中国人）

Gymkhanaテストでユーザーのタスク実行を観察し、問題点を発見しました。その後、分析を通じて改善案を具体的にまとめました。

User Test & Interview / Survey

진행 기간	2024.09.01 ~ 09.10
대상자	大学生5名（韓国人、日本人、中国人）
진행 방식	タスク実行中の行動観察とタスク後の質問を基に分析を実施しました

Main

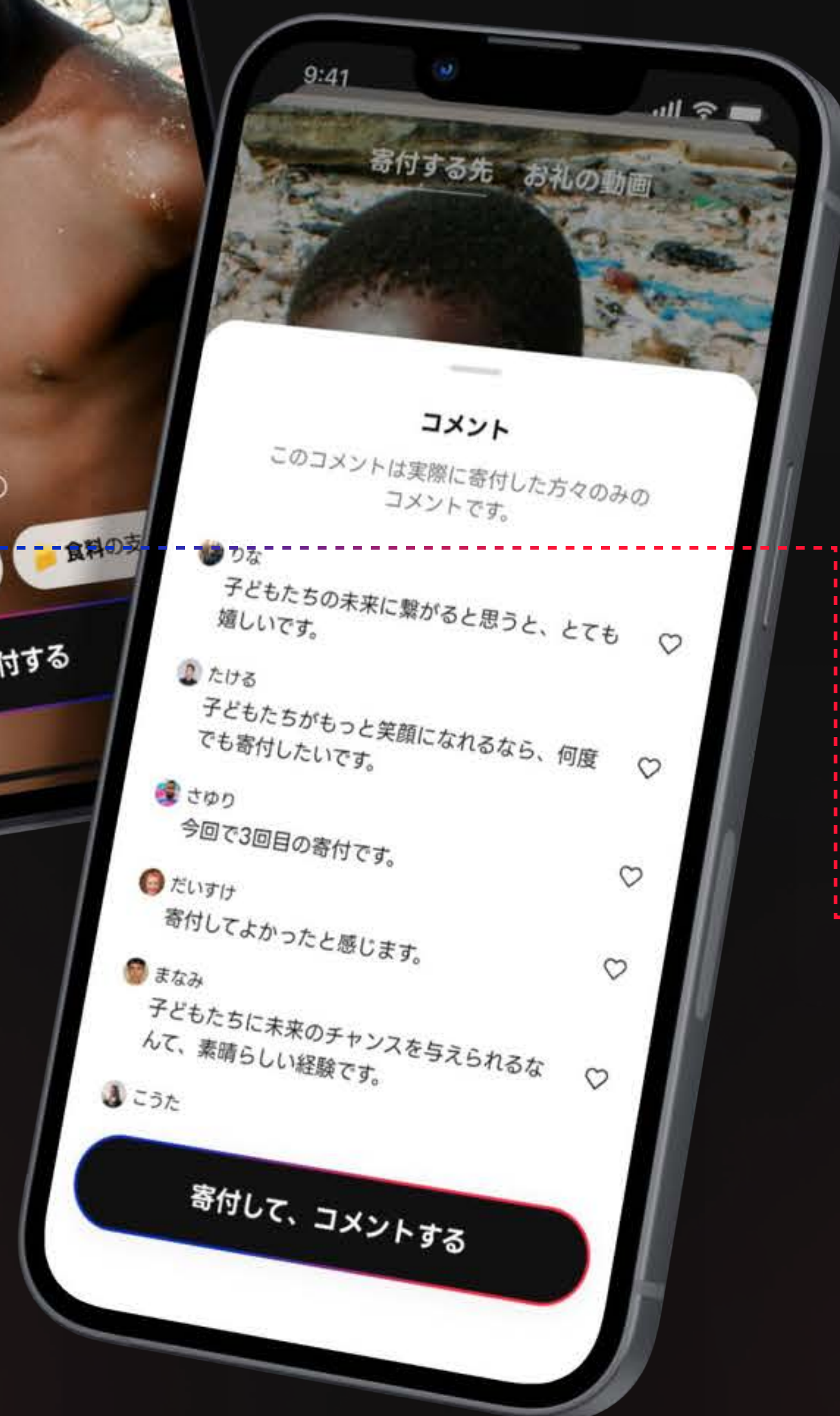
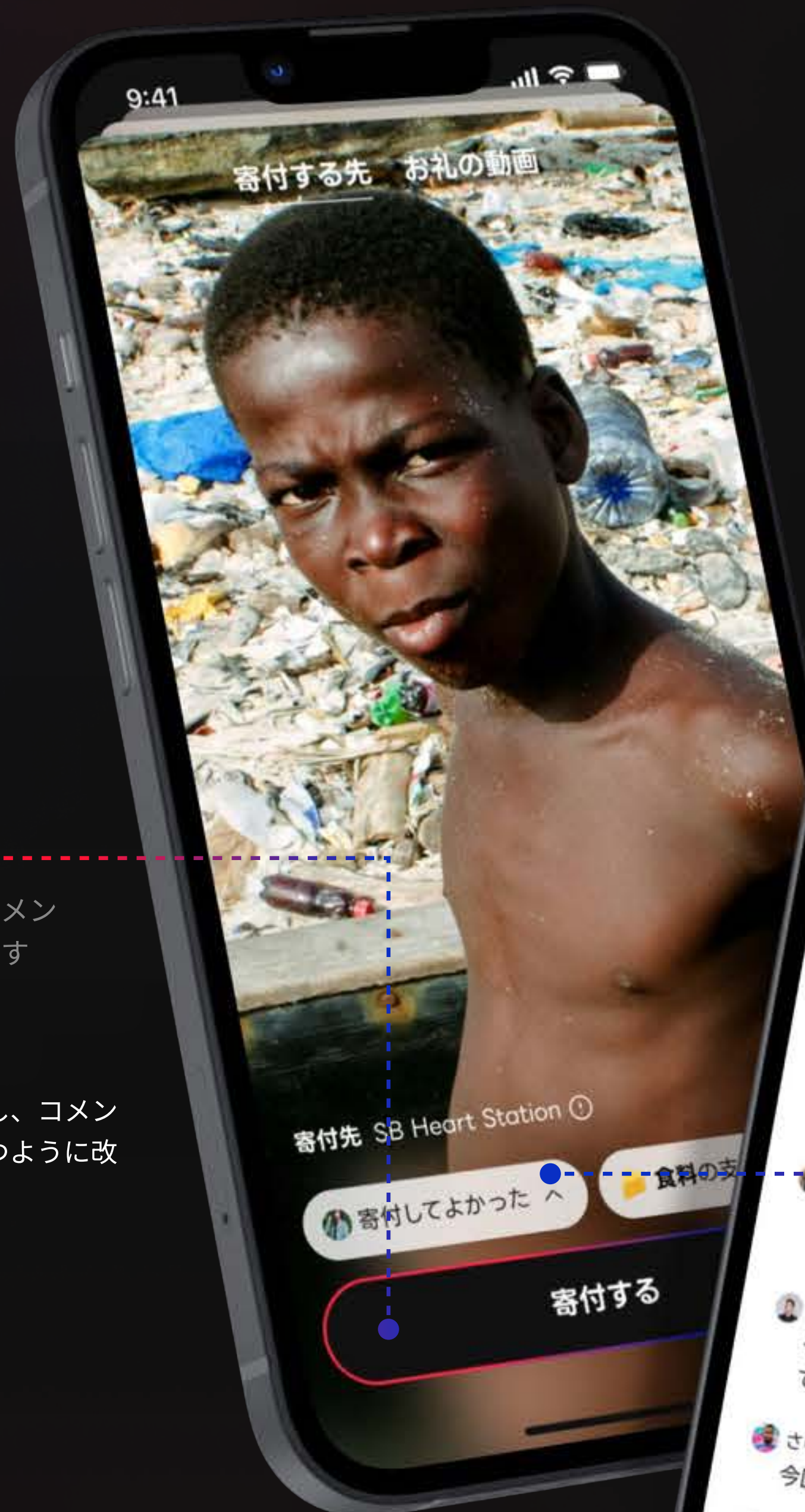
寄付ボタンと寄付に関する情報が不足していたため、信頼感が低下する問題を解消しました

as-is ←

寄付ボタンが目立たず、コメント欄よりも注目度が低いです

to-be

寄付ボタンを視覚的に強調し、コメントよりも寄付ボタンが目立つように改善しました。



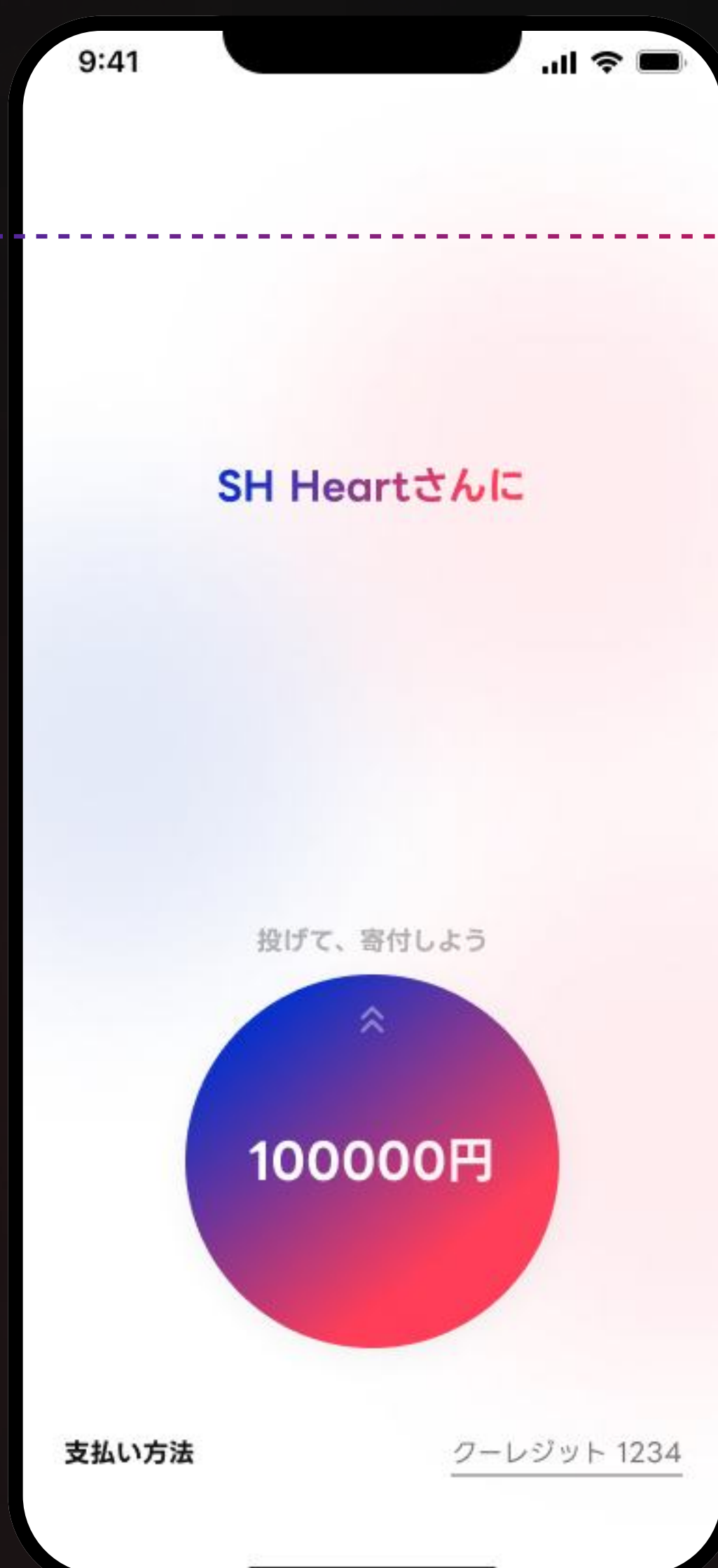
→ as-is

寄付に関する情報が不足しており、詳細を確認しづらいです。

to-be

より多くの情報を提供し、必要な時に詳しい寄付情報を簡単に確認できるようにしました。

支払い過程で寄付金の使い道と目的が不明確で混乱を招いた問題を解消しました。



as-is

支払い時に寄付金の使い道が不明確で、混乱と信頼低下が生じています。

to-be

支払い過程で寄付の目的を明確に示し、ユーザーが寄付の意義を理解しやすいよう改善しました。



as-is

ユーザーが寄付金の支払い先を明確に把握できず、支払い過程で不安を感じています。

to-be

支払い時に寄付金の支払い先を明確に案内し、ユーザーの混乱を減らし信頼度を向上させました。

最近受け取った感謝動画をすぐ確認でき、寄付目的別に整理して探しやすく改善しました。

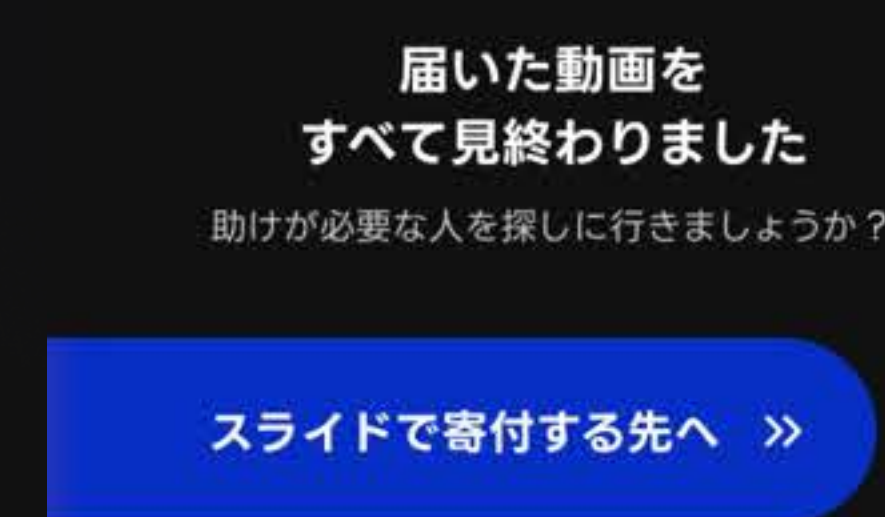


as-is

動画が寄付目的別に分類されておらず、探しにくく最新動画も確認しづらいです。

to-be

最新の感謝動画を優先表示し、寄付目的別に整理してユーザーが探しやすいように改善しました。



as-is

領収書から動画への移動経路が不明確で、どこに行ったか分かりづらく戻るのも難しかったです。

to-be

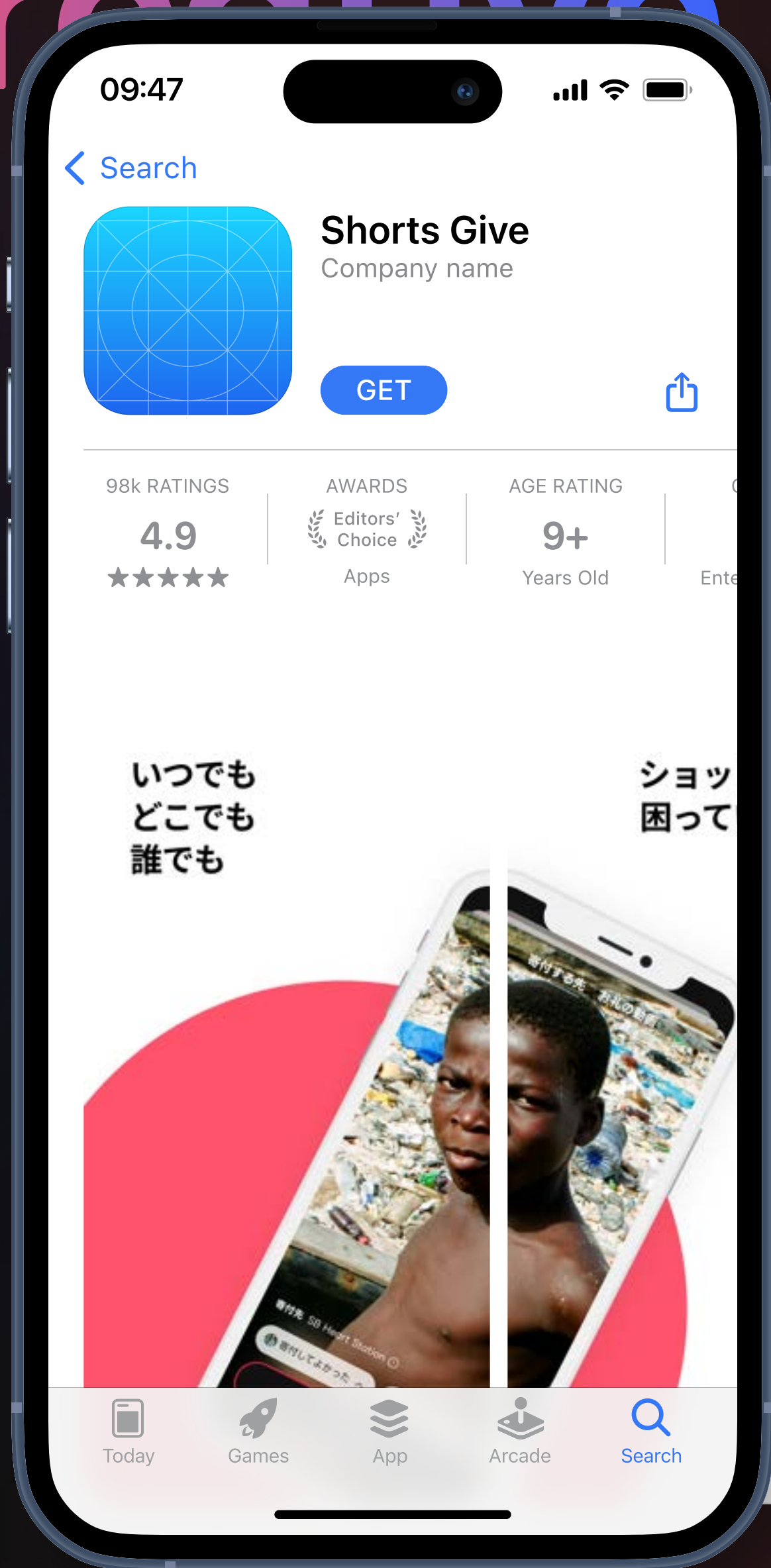
領収書から動画への移動経路を明確にし、ユーザーが位置を把握しやすく戻りやすいように改善しました。

Widget

お礼の動画が届いた時に早く見て



Creative



ト動画で
いる人に
触れる



寄付した人たちから
届いてくる

