

友達との思い出をつなげて、心に響く贈り物を

LINE GIFT

友達との楽しい思い出を
シェアしてください

思い出にぴったりのプレゼントを
お探すことを約束します

誰と・何を → おすすめ

どんな友だちとの
思い出ですか？



誰と・何を → **ON 勧め**

お待たせしました！
これはいかがですか？



¥700
スターバックスドリンクチケット

99%

誰と・何を → おすすめ

どんな出来事が
ありましたか？

の前、この友達と渋谷に行ったん
けど、そこで可愛い猫ちゃんを発
見！友達が『触りたい！』って近づ
いた瞬間、まさかの猫ちゃんが後ろ
からついて来て……まさかのウンコ（笑）！
みんな爆笑しちゃった！

誰と・何を → おすすめ

本当に
素敵な思い出です

ドキドキ

お友達の年齢と好みのデータ
分析した結果です



OVERVIEW

“ 友達に贈るのに、商品情報やレビューはあっても、 一番大事な友達に関する情報がないのはなぜ？ ”

友達への贈り物選びの悩み

私はLINEギフトをよく使いますが、eギフトに比べて配送ギフトはあまり使っていないことに気づきました。理由を考えてみると、配送ギフトは相手に合ったものを選ぶのが難しく、喜んでもらえないリスクや配送の不安が大きいです。

以前、配送ギフトを選ぶ際に、eギフトよりも相手が喜んでくれるかがわからず悩んだ末、結局スタバのギフトを贈った経験があります。そこから、配送ギフトは選ぶのが難しくリスクが高いと感じました。

この問題を解決するため、ユーザーリサーチとLINEが持つ豊富なデータを活用し、配送ギフトの不安を減らす提案を行いました。



ユーザー調査のためにデスクリサーチを実施しました！

実際のユーザーの意見を集め、改善点のインサイトを得るためにデスクリサーチを行いました。デスクリサーチの一番の目的は、ユーザーインタビューとユーザーテストを同時に進めるためです。

対象

LINE GIFTの経験がある
2030代の女性4名



電話で3人、対面で1人にテストとインタビューを実施しました。

状況

友達に特別なプレゼント
を選ぼうとしている



親しい友達の誕生日が近く、LINEギフトで食品の配送ギフトを探しています。

目標

友達が喜ぶ特別な配送ギ
フトを選ぶ



相手が喜び、気に入ってもらえるようなプレゼントを慎重に選び、贈ってください。



実際にユーザーインタビューとユーザーテストを実施しました。

User Interview.

対象	LINEギフトや配送ギフトを利用したことのある2030代の女性4名
応答人数	4人
期間	2024年8月20日（1日間）
方法	電話および対面インタビュー

User Test.

対象	LINEギフトや配送ギフトを利用したことのある2030代の女性4名
応答人数	4人
期間	2024年8月20日（1日間）
方法	電話（画面録画など）および対面インタビュー



Q 配送ギフトを選ぶ際に、相手について悩んだり、困った経験はありますか？

YES 75%

NO 25%

Q 配送ギフトよりもeギフトを送ることが多いですか？

YES 100%

NO 0%

Q プレゼントを選ぶ過程で、不便だと感じたり、物足りないと感じた点はありましたか？

気に入ってもらえるか不安

決定が難しい

配送が不安

感情が伝わらない

相手の好み分からない

時間がかかる

情報が足りない

レビューが参考にならない

反応がすぐに分からない





Profile

山田 美咲 (26歳)
会社員 (1年目)

一人暮らし

内向的

人間関係大事

“ 相手の好みが変わらなくて、
プレゼントを選ぶたびに
悩んでストレスを感じちゃう...”

User Scenario

美咲さんは内向的で、人間関係を大切にしています。彼女は親しい友達の誕生日を祝うためにLINEギフトを利用しようと考えていますが、eギフトよりも配送ギフトを贈りたいと感じています。しかし、相手が本当に喜んでくれるかどうか、配送が問題なく行われるかについて不安を感じています。特に相手に合ったプレゼント選びに時間がかかるため、選択に迷うことが多く、迅速に決めたいと思っています。

Behavior

時間をかけて選ぶ

低い 高い

eギフトを優先

低い 高い

レビューを確認

低い 高い

相手の好みで迷う

低い 高い

友達に相談する

低い 高い

価格を重視する

低い 高い

Painpoint

- 相手が喜ぶかどうか不安
- 相手の好みが変わらない
- 配送が不安
- レビューが参考にならない
- 決定が難しい

Needs

- 簡単に相手に合うギフトを提案してほしい
- 配送状況を確認できる安心感が欲しい
- 感情が伝わるギフトを贈りたい
- 時間をかけずにプレゼントを選びたい
- 確実に喜ばれるギフトが欲しい

Journey

友達の誕生日を知る

LINEギフトを探す

商品ページを探索

結局スタバを贈る

Emotion

Good

Bad



Painpoint

相手の好みや全体的な雰囲気
が分からず、選択に困る。

さまざまなカテゴリや商品
情報があるが、判断基
準が見つげにくい

商品の説明はあるが、相
手が気に入るかどうか判
断しにくい

重要な情報を一目で見るの
が難しく、比較しにくい

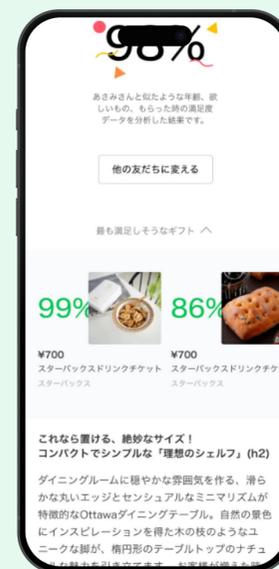
Solution

友達に共感しやすくする
ために、友達の感情を可
視化して表現する。

選択基準を明確に設定する
のに役立つ主要な情報をま
とめて簡単に提供する。

友達の好みやフィード
バックを反映した情報を
提供する。

価格、レビュー、人気など
の主要な判断基準を一画
面で直感的に提供する。



LINEヤフーの社員さんから

Feedback

今のAIに対する世間の見方を考えると、
全てをAIに任せるのはあまり良くない気がします。
もっと人間の選択や考えが反映される方法の方が
良かったと思います。

ラジオで話を聞いているような共感型ギフト提案

1. 話を読んで



2. プレゼントを悩みながら



3. 最適なプレゼントを提案する



HOME



as-is

ユーザーは特に情報を入力せず、すぐに友だちを選んでギフトを送る。

to-be

ユーザーが友だちとの思い出を振り返り、その体験を共有したいという気持ちにさせて、共感型のギフト推薦を受ける。

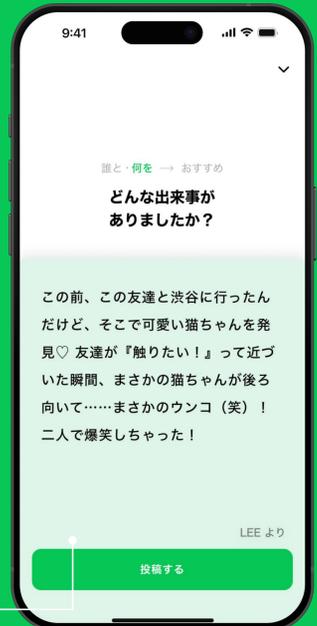


as-is

ユーザーが友達を選ぶ過程が単純で、流れが途切れ、面白くない。

to-be

新しいデザインは自然な流れとリズム感を加え、ユーザー体験を向上させる。



as-is

友達を選んだ後、すぐにギフトが提案されていました。

to-be

友達を選んだ後、思い出を入力する画面を追加し、パーソナライズされたギフト提案がより豊かで直感的になりました。



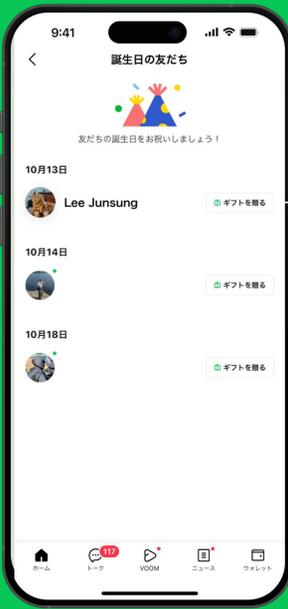
as-is

ひとつの商品だけ満足度を表示し、他の商品は確認しづらかった。

to-be

ラジオ番組のような雰囲気、友達が満足しそうな商品をリストでわかりやすく表示しました。

BIRTHDAY & PRODUCT



as-is

商品ページが画面の大部分を占め、情報が多く必要なくても全てを見なければならぬ。

to-be

商品ページを縮小して、必要なときだけ見れるようにしつつ、どこが推薦部分かが一目で分かる。



ドキドキ