

事例研究 No.13

テーマ：松下電器産業㈱「ユーザビリティ評価環境の整備と社外モニター制度の運用と活用」

発表者：松下電器産業㈱ R & D 企画室 R & D D 推進グループ 丸田章子氏

概要

・課題

モニター

社外モニターで評価結果の客観性を高め、開発段階での評価と機密を確保したい
商品ターゲットに適合したモニターで評価したい

評価環境

社内共有で利用し整備されている。

・モニター制度の経緯

‘76 社員の奥様

‘83 関西圏での一般公募

‘88 首都圏での一般公募

‘91 御家族、高齢者、障害者、NPO、協会等の利用

‘93 パナモニター制度

・パナモニター制度について

高齢者、障害者、奥様モニター、OL、ビジネスマン、大学生、学生子供

奥様モニター：2001年11月現在

357名（京阪神：112名、首都圏：105名、キャリア：140名）

募集（20才以上、地域情報誌等で公募ガイド、1回/2年集まる：1月）

・パナモニターはどんな人

約3割は商品やサービスを早い時期に採用したい人

情報収集力や影響力が強い人

・モニタープロフィール

個人情報の提供（身長、体重……住居状況、電気製品の所持使用実態調査、購入意欲、主力電気製品の型番まで把握）

・個人情報の保護

重要な資産でプライバシー保護が重要：安全性の確保

・個人情報の利用と管理の告知

機密保持。契約書による締結：パナモニター調査内容、個人管理の管理内容、捺印、変更等

・評価環境

従来は会議室等の一室を利用していたが、ユーザビリティラボを2001年2月に設立し完全に被験者と分離した。

・パナモニターの活用状況

2001年上期で38テーマ、約1800名が利用した。

・ラボの効果

ビデオ記録から確認分析、すぐに検討、レポート利用率が高い

・今後の取組み

社内へのPR、ラボ設備の不具合の改良

質疑応答

Q：モニター募集でモニターなれの人が多いがどうしている？

A：テーマにより変わり、テーマより属性で分ける。ほぼ満足している。

松下はいろいろな商品があるのでうまくいっている。作文を書かせ素人を集める。

Q：アンケート費用？

A : 100円/A4、500円ぐらい

Q : 募集媒体？

A : Webはよく集まるが素人は無理なので情報誌を利用
モニター条件

同業他社の家族は入れない(主人の会社名を記入してもらう。無記名はボツ)

Q : モニターで何人がかわり、外部への支払いは？

A : モニター管理に9名。外部へはデータの入力と構築のみ。募集時の媒体への支払いが一番多い。モニターと2回/年結果の報告資料作成。年賀状を送る。安心感を与える。気は遣っている。

Q : 奥様モニターは何時？

A : 昼間が多い。午前、午後

Q : 社内モニター制は運用してない？

A : 部門によりその都度やっている。制度化はされていない。

Q : 活動の状況？白物家電での活用？

A : 白物は元々している。情報関連を今後大切にしたい。

Q : モニターへ訪問しているか？

A : 訪問も有るが頻度は少ない。事業部からの依頼による。

Q : 機密保持契約は社内法務と連携しているか？

A : 社内で相談しながら契約を構築中。

個人として違反してもお金は取れない。契約は無理で御願ひになる。(IBM)

以上