



データドリブンデザインについて

freee株式会社 プロダクト戦略本部 プロダクトデザイン部

竹内 啓行

2022.05.18



Design Lead / Product Designer

竹内 啓行

Hiroyuki Takeuchi

TOTO株式会社デザインセンター、日本電気株式会社デザインセンターなどを経て、2021年より現職。

デザインを活用して中小企業経営の支援ができる環境に魅力を感じfreeeに入社。

工業製品の開発経験を活かし、freee会計
・freee会社設立・freee開業などのプロダクトデザイン業務に従事。

目次

- 01 freee株式会社のご紹介
- 02 デザインとデータ
- 03 事例 1：ABテスト
- 04 事例 2：OKRとデザイン
- 05 まとめ
- 06 デザイナー募集中！

目次

01 freee株式会社のご紹介



02 デザインとデータ

03 事例 1：ABテスト

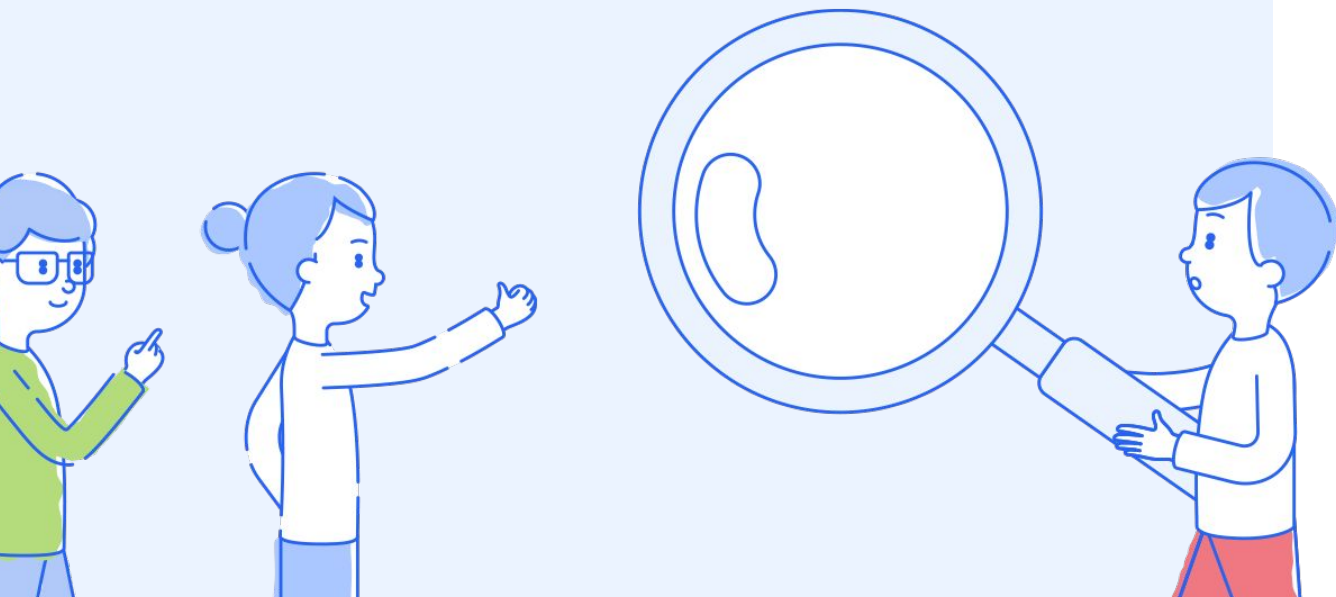
04 事例 2：OKRとデザイン

05 まとめ

06 デザイナー募集中！

会社情報

Company Profile



会社名

freee株式会社 (フリー株式会社)

設立年月

2012年7月

従業員数

656人 (※2022年2月末時点、正社員数)

本社住所

東京都品川区西五反田2-8-1 五反田ファーストビル 9F

支社・営業所

中部支社、関西支社、九州支社、京都営業所、広島営業所

子会社

freee finance lab 株式会社 (freee株式会社100%出資子会社)

freee biz 株式会社 (freee株式会社100%出資子会社)

株式会社サイトビジット (freee株式会社70%出資子会社)

Likha-iT Inc (freee株式会社100%出資子会社)

使命

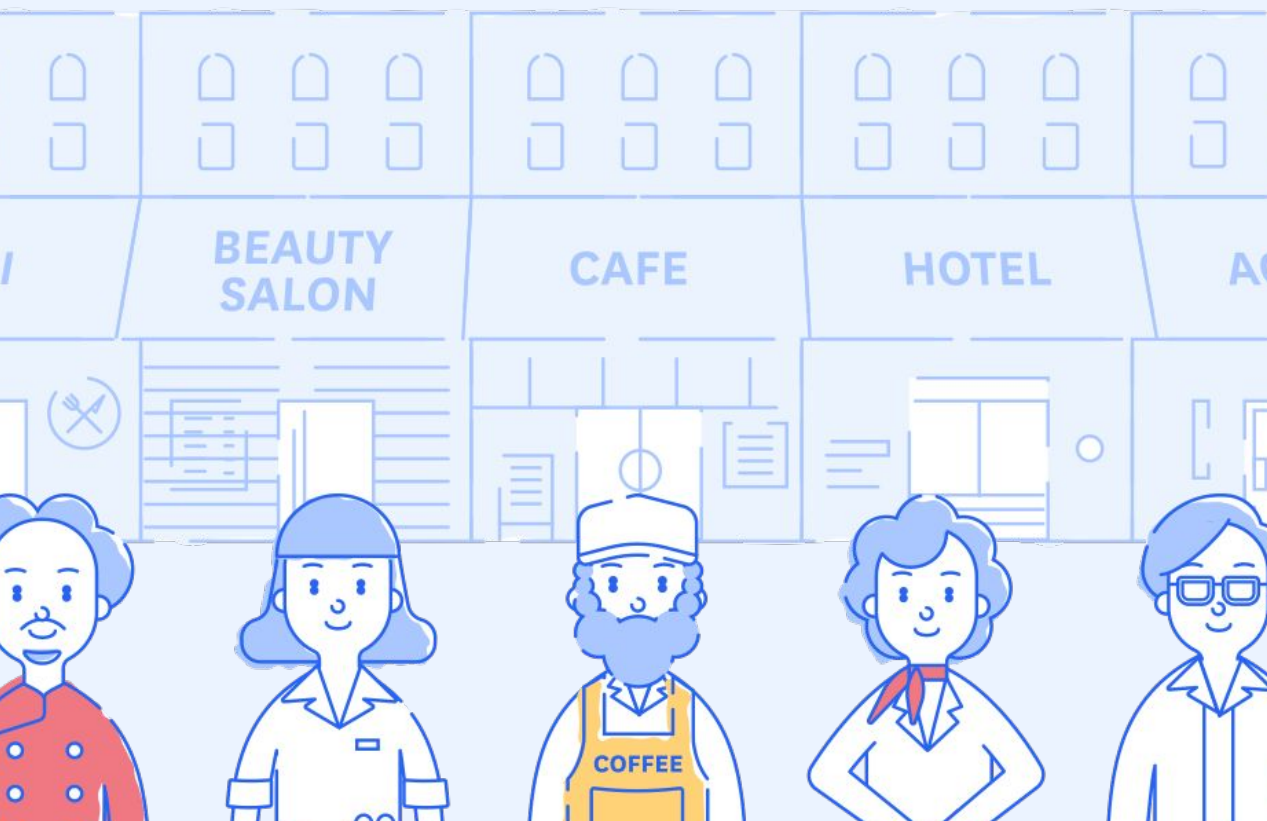
Mission

スモールビジネスを、 世界の主役に。

freeeは「スモールビジネスを、世界の主役に。」をミッションに掲げ、統合型経営プラットフォームを開発・提供し、だれもが自由に自然体で経営できる環境をつくっていきます。

起業やビジネスを育てていくことを、もっと魅力的で気軽な行為に。個人事業や中小企業などのスモールビジネスに携わるすべての人が、じぶんらしく自信をもって経営できるように。

大胆にスピード感をもってアイデアを具現化できるスモールビジネスは、今までにない多様な価値観や生き方、新しいイノベーションを生み出す起爆剤だと私たちは考えています。スモールビジネスが大企業を刺激し、社会をさらにオモシロク、世の中全体をより良くする流れを後押ししていきます。(freeeブランドムービー)



VISION



だれもが自由に経営できる 統合型経営プラットフォーム。

バックオフィス業務を統合することで、自動化と業務全体の効率化。
さらに経営全体を可視化することで、これまでにないスマートかつ
最適なアクションまで実行できるプラットフォームへと進化させていきます。
プラットフォームの提供のみならず、スモールビジネスに携わる人の
環境そのものをより良くしていく取り組みを行うことで、世の中の変化を促します。



目次

- 01 freee株式会社のご紹介
- 02 デザインとデータ 
- 03 事例 1：ABテスト
- 04 事例 2：OKRとデザイン
- 05 まとめ
- 06 デザイナー募集中！

今回のお題

データドリブンデザインって難しい！

・・・なにそれ？？？



データドリブンって？

アマゾンで調べてみた

- データドリブンマーケティング
- データドリブン経営
- データドリブン組織
- データドリブンエコノミー
- データドリブンセールス
- データドリブン人事戦略
- . . .

→どうやら流行っているようだ



データドリブンって？・・・というか、データって？

データドリブン：データ主導で意思決定すること

データドリブンデザイン：データ主導でデザインを考案・変更すること

データ：デザイン決定に活用されるべきデータの性質は、ソースが何であれ、人々が残した痕跡かどうか、ということなのです。

（出典：データドリブンデザインにおける6つの迷信 <https://uxmilk.jp/128>）

つまり、

人々が残した定性（インタビュー結果、等）・定量（ABテスト結果、等）の痕跡を使って、デザインを考案・変更すること



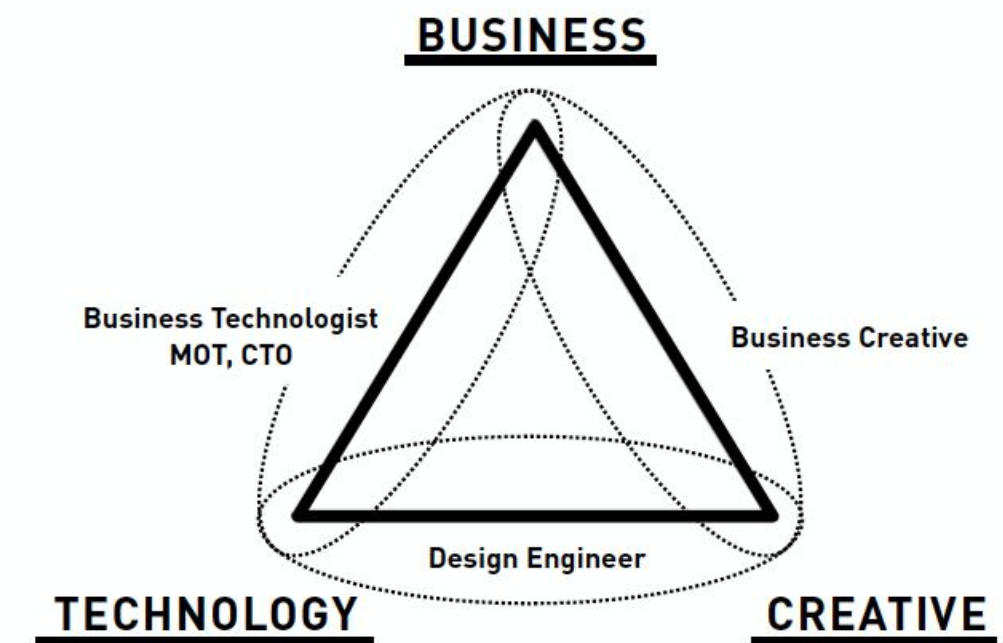
データドリブン「じゃない」デザイン

人間の痕跡としてのデータを無視・否定する
→「おれが考える最強」ドリブンデザイン

人間の痕跡としてのデータを利用しない
→プロダクトアウト（技術をそのまま形に）
→マーケットイン（市場があるから売る）
（実際は、全部のバランスを
取ることになりそう→BTC）

BTC 型人材モデル

ビジネス(B)・テクノロジー(T)・クリエイティブ(C)の三要素を有機的に連動させることで、イノベーションを生み出すアプローチ。BTC型の人材・チームは仮説立案・検証のプロセスを高速回転させ、ビジネスとテクノロジーをマーケットで受け入れられるものに昇華する。



データとモデルについて

モデル：データを理解し、解釈するための枠組み

「モデル」とは現実の世界を私達人間が理解できるように、または行動を起こせるように抽象化したもので、私達の意思決定のもととなるものです。

（出典：モデル思考できる人間がよりよい意思決定を行えるのはなぜか
<https://exploratory.io/note/kanaugust/hhq0AQB9zp>）



目次

- 01 freee株式会社のご紹介
- 02 デザインとデータ
- 03 事例 1：ABテスト 
- 04 事例 2：OKRとデザイン
- 05 まとめ
- 06 デザイナー募集中！

今回のお題

データドリブンデザインって難しい！

・・・なんで????



最近やったABテスト（freee会社設立）

1 定款の作成方法を選びましょう

freee会計年額キャンペーンは【0円で電子定款作成】を選択し、freee会計を年額契約をしていただくと適用になります。

作成方法

電子定款

紙定款

印紙代	0円	40,000円
代行手数料	5,000円	0円
提出費用	☐ 5,000円で電子定款作成 ☒ 0円で電子定款作成 オススメ freee会計の年額契約で手数料無料	☐ 40,000円で紙定款作成

書籍や印鑑など法人を作るために支払ったお金は、経費として処理が必要です。
ご利用者の約半数がこのタイミングでfreee会計を使い始めています。

ベーシックプラン

経理初心者の方・従業員雇用予定がある法人様におすすめ

- 初心者でも安心のサポート体制（電話＋チャット＋メール）
- グラフで収支をチェック！経費削減や収益UPをサポート
- 電子帳簿保存法に対応！領収書や請求書を紙で保存する必要無し

年額払い 3,980 円（税抜）/月

申し込む



ミニマムプラン

役員だけの小規模法人様におすすめ

- 日々の帳簿付けで決算書を自動生成
- 最低限のサポートつき（チャット＋メール）
- 電子帳簿保存法に対応！領収書や請求書を紙で保存する必要無し

年額払い 1,980 円（税抜）/月

申し込む



B

書籍や印鑑など法人を作るために支払ったお金は、経費として処理が必要です。
ご利用者の約半数がこのタイミングでfreee会計を使い始めています。

ベーシックプラン

経理初心者・従業員雇用予定の法人様向け [オススメ](#)

- 初心者でも安心のサポート体制（電話＋チャット＋メール）
- グラフで収支をチェック！経費削減や収益UPをサポート
- 電子帳簿保存法に対応！領収書や請求書を紙で保存する必要無し

年額払い 3,980 円（税抜）/月

申し込む



ミニマムプラン

役員だけの小規模法人様向け

- 日々の帳簿付けで決算書を自動生成
- 最低限のサポートつき（チャット＋メール）
- 電子帳簿保存法に対応！領収書や請求書を紙で保存する必要無し

年額払い 1,980 円（税抜）/月

申し込む



16

最近やったABテスト（freee会社設立）

- ・ 総申込人数が増加した
 - ・ ARRが減少した
- （ARR: Annual Recurring Revenue）

仮説：高い方を売ろうとしてくるのは、セールスマンに詰め寄られる感じ。メリットをフラットに説明する方がいい人っぽい？（飽くまで仮説）

いったんAに戻すが、多くの人に受け入れられる（貢献できる）ことの方が、本質的に良いことでは？



A

書籍や印鑑など法人を作るために支払ったお金は、経費として処理が必要です。
ご利用者の約半数がこのタイミングでfreee会計を使い始めています。

ベーシックプラン 経理初心者の方・従業員雇用予定がある法人様におすすめ

- ・ 初心者でも安心のサポート体制（電話＋チャット＋メール）
- ・ グラフで収支をチェック！経費削減や収益UPをサポート
- ・ 電子帳簿保存法に対応！領収書や請求書を紙で保存する必要無し

年額払い **3,980** 円（税抜）/月

申し込む



ミニмумプラン 役員のみ的小規模法人様におすすめ

- ・ 日々の帳簿付けで決算書を自動生成
- ・ 最低限のサポートつき（チャット＋メール）
- ・ 電子帳簿保存法に対応！領収書や請求書を紙で保存する必要無し

年額払い **1,980** 円（税抜）/月

申し込む



B

書籍や印鑑など法人を作るために支払ったお金は、経費として処理が必要です。
ご利用者の約半数がこのタイミングでfreee会計を使い始めています。

ベーシックプラン 経理初心者・従業員雇用予定の法人様向け **オススメ**

- ・ 初心者でも安心のサポート体制（電話＋チャット＋メール）
- ・ グラフで収支をチェック！経費削減や収益UPをサポート
- ・ 電子帳簿保存法に対応！領収書や請求書を紙で保存する必要無し

年額払い **3,980** 円（税抜）/月

申し込む



ミニмумプラン 役員のみ的小規模法人様向け

- ・ 日々の帳簿付けで決算書を自動生成
- ・ 最低限のサポートつき（チャット＋メール）
- ・ 電子帳簿保存法に対応！領収書や請求書を紙で保存する必要無し

年額払い **1,980** 円（税抜）/月

申し込む



データインフォームドデザイン

データは強力！（特に、定量データ）

Data Driven：データによる意思決定＝データが主体っぽい

Data Informed：データから情報を得て、考える＝人間が主体っぽい

- ・データ＝数値や実験結果、文章、音声、動画など人間の解釈の素材となるものすべて
- ・情報＝データを整理・分析し、解釈できるようにしたもの

（出典：DIKWモデルとは？データをDXや経営に生かすために必要な「昇華」って？

<https://data.wingarc.com/dikwmodel-37279>）

データを鵜呑みにするのではなく、データを基にモデルをアップデートし、
それを使って議論することが大事だと思う



マジ価値という文化

freeeのコミットメント

freeeは「マジ価値を届けきる集団」である

マジ価値（本質的(マジ)で価値ある：ユーザーにとって本質的な価値があると自信を持って言えることをする。）

<https://jobs.freee.co.jp/benefits/>



目次

01 freee株式会社のご紹介

02 デザインとデータ

03 事例 1：ABテスト

04 事例 2：OKRとデザイン



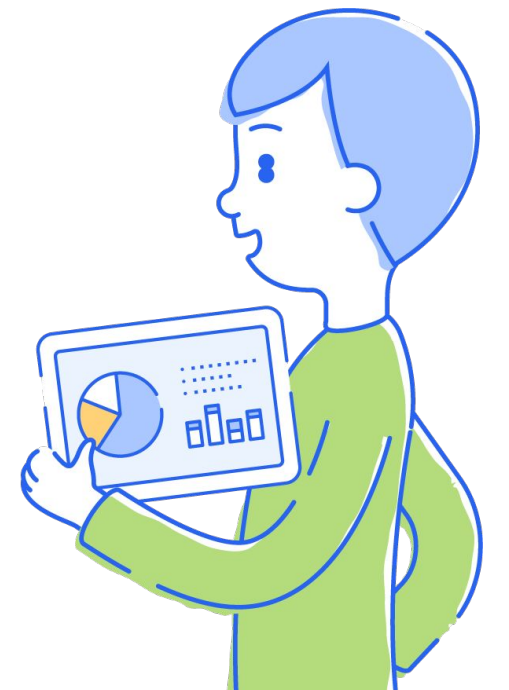
05 まとめ

06 デザイナー募集中！

今回のお題

データドリブンデザインって難しい！

サービス・プロダクトのKPIとデザインは紐付けられる？



OKR

freeeではOKRで目標設定・管理をしています

(例)

Objective : ○○ (ターゲット) がfreeeを使うときの利便性を向上する

Key Result :

- △△ (機能名) をリリースする
- □□ (測定指標) を向上する

利便性と関連する測定指標ってなに？

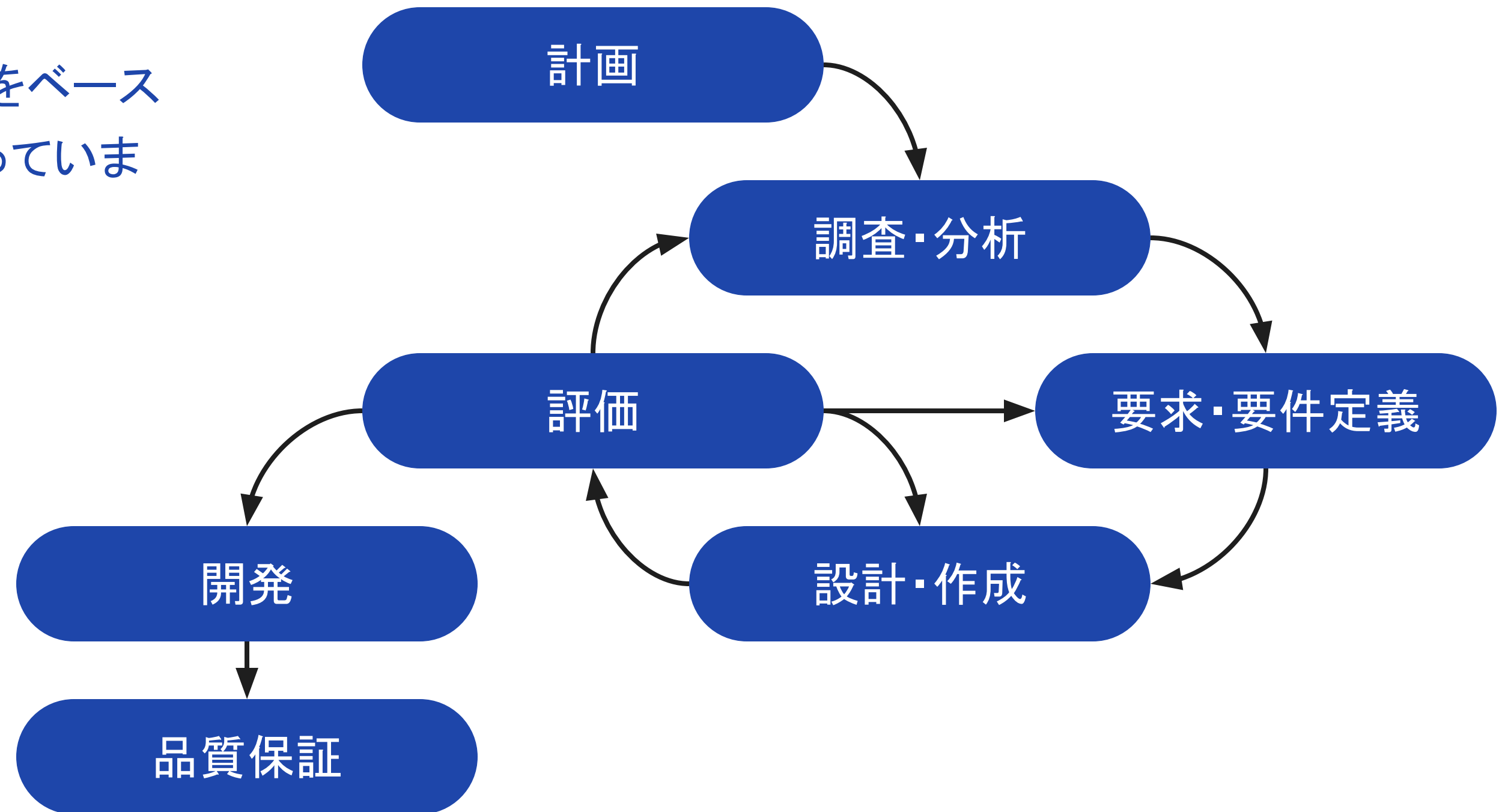
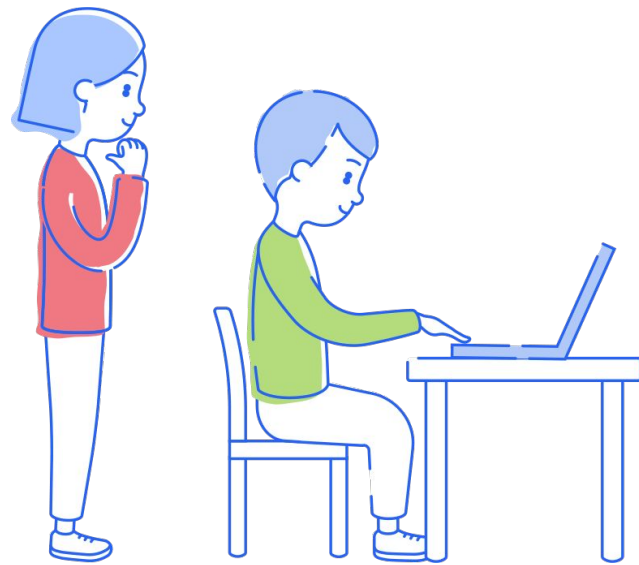


<https://www.amazon.co.jp/dp/4822255646/>

Product Designの仕事の流れ

Workflow of Product Design

HCD(人間中心設計)プロセスをベース
にProduct Designを行っています



△△を作る段階（freee会計）

どういう人が、どんなことで困っているのか？

どんな問題が解決されると、その人たちにとって「マジ価値」なのか？

定量でわかることもあるが、メインは定性調査（だと思う）

インタビューをして、ペルソナやCJMをつくる

インタビュー結果（＝定性データ）を、チームのみんなが使えるペルソナやCJMなどの「モデル」に変換して、チームでの共通認識をつくるのが大事

□□を向上する段階（freee会計）

プロダクトの利便性が向上したか測定するのは難しい

- ・ CVRやCTRが向上しても、利便性とは違う気がするし・・・
- ・ かと言って、ARRやChurn Rateを見るのも違うし・・・

→サクセスチームで
「サクセスステージ」
というのを定義している

※用語

CVR : Conversion Rate

CTR : Click Through Rate

ARR : Annual Recurring Revenue

Churn Rate : 解約率



新ステージの定義

※ユーザーが施策ステージ2と施策ステージ3Aの条件を満たすとステージ3と判定される

施策ステージ	施策ステージ2	施策ステージ3A	施策ステージ3B
施策ステージ2	施策ステージ2	施策ステージ3A	施策ステージ3B
施策ステージ3A	施策ステージ2	施策ステージ3A	施策ステージ3B
施策ステージ3B	施策ステージ2	施策ステージ3A	施策ステージ3B



□□を向上する段階（freee会計）

概念的には、

理解度レベル①：freee？なにそれ？おいしいの？

理解度レベル②：へー、こうなってるのね、なるほど・・・

理解度レベル③：めっちゃ便利！もうfreeeがないと困る！

①→②にレベルアップ

（＝②の人数が増える）

させられれば、利便性が

向上していると言えるのでは？

（これ自体も、まだ仮説）



新ステージの定義

※ユーザーが施策ステージ2と施策ステージ3Aの条件を満たすとステージ3と判定される

施策ステージ	施策ステージ2	施策ステージ3A	施策ステージ3B
施策ステージ2	施策ステージ2	施策ステージ3A	施策ステージ3B
施策ステージ3A	施策ステージ2	施策ステージ3A	施策ステージ3B
施策ステージ3B	施策ステージ2	施策ステージ3A	施策ステージ3B



□□を向上する段階（freee会計）

では、それを実現するためのデザインとは・・・？
という順番でデザインを考えるきっかけができる。

データに意味を持たせる
モデル（＝サクセスステージ）
を持っていることで、
データドリブンデザインを
実施可能になる



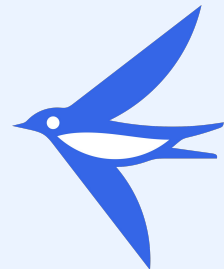
新ステージの定義

※ユーザーが施策ステージ2と施策ステージ3Aの条件を満たすとステージ3と判定される

施策ステージ	施策ステージ2	施策ステージ3A	施策ステージ3B	施策ステージ3C
施策ステージ2	施策ステージ2	施策ステージ2	施策ステージ2	施策ステージ2
施策ステージ3A	施策ステージ3A	施策ステージ3A	施策ステージ3A	施策ステージ3A
施策ステージ3B	施策ステージ3B	施策ステージ3B	施策ステージ3B	施策ステージ3B
施策ステージ3C	施策ステージ3C	施策ステージ3C	施策ステージ3C	施策ステージ3C



目次

- 01 freee株式会社のご紹介
- 02 デザインとデータ
- 03 事例 1：ABテスト
- 04 事例 2：OKRとデザイン
- 05 まとめ 
- 06 デザイナー募集中！

今回のお題

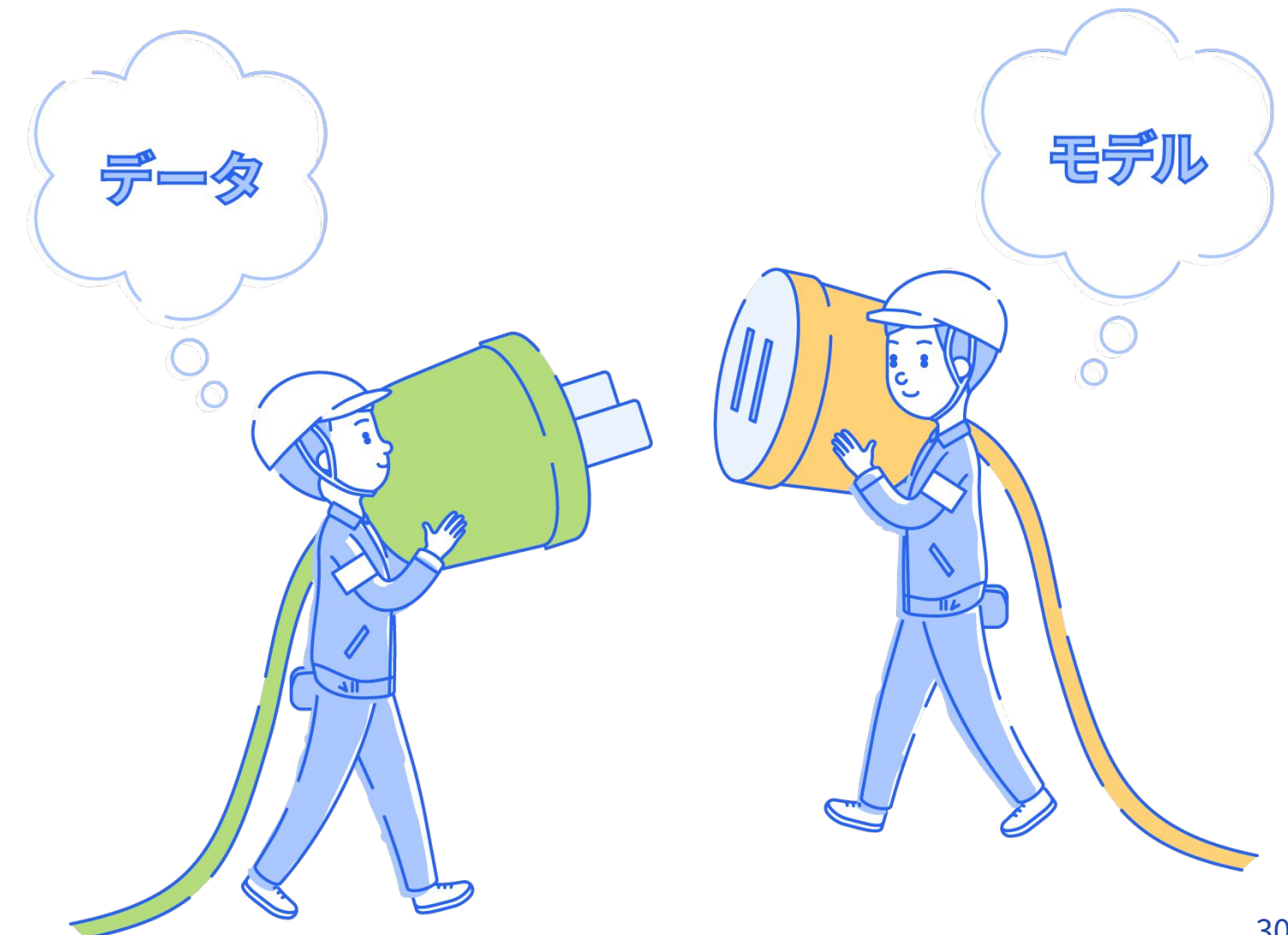
データドリブンデザインって難しい！

→デザインの内外にある
前提を整えるのが大変だから

まとめ

・ freeeは以下の理由で、データドリブンデザインがやりやすい会社・デザイン組織なんじゃないか、と思った。

- ①「マジ価値」を考える土壌と、それをやりたい人の集まりであること
- ②人間中心設計によるデザイン、人間理解のためのモデルを作ること



まとめ

- ・それは「実施可能な環境がある」という意味であって「簡単に、ラクにできる」ということではない
- ・データドリブンデザインは大変だけど、「ユーザー（人間）のためのデザイン」を実施するには、避けては通れない道だと思う



目次

- 01 freee株式会社のご紹介
- 02 デザインとデータ
- 03 事例 1：ABテスト
- 04 事例 2：OKRとデザイン
- 05 まとめ
- 06 デザイナー募集中！ 

Special Invitation from freeers

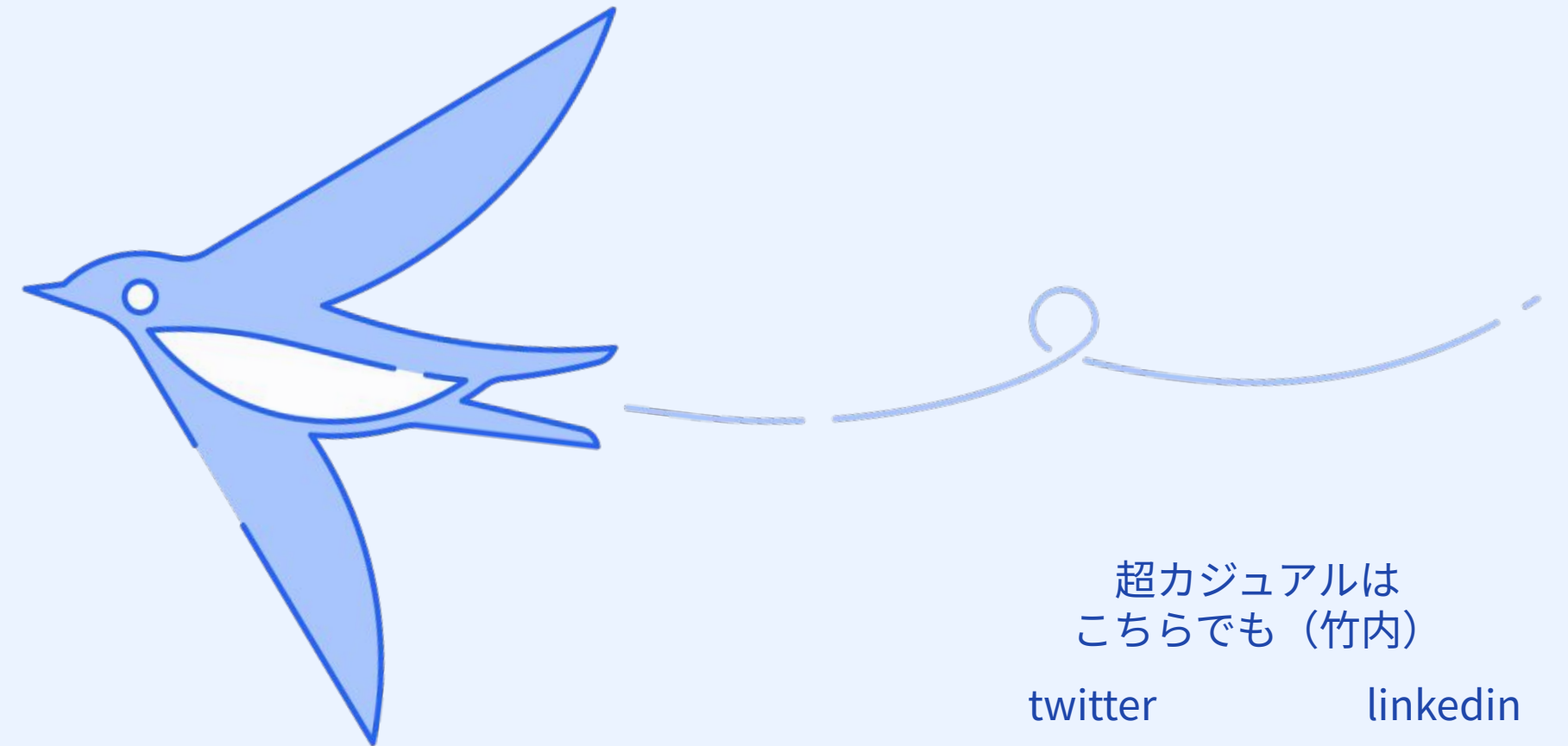
まずは「話を聞きたい！」など大歓迎です！
カジュアル面談から実施しています。



free 採用情報



vivivit



超カジュアルは
こちらでも（竹内）

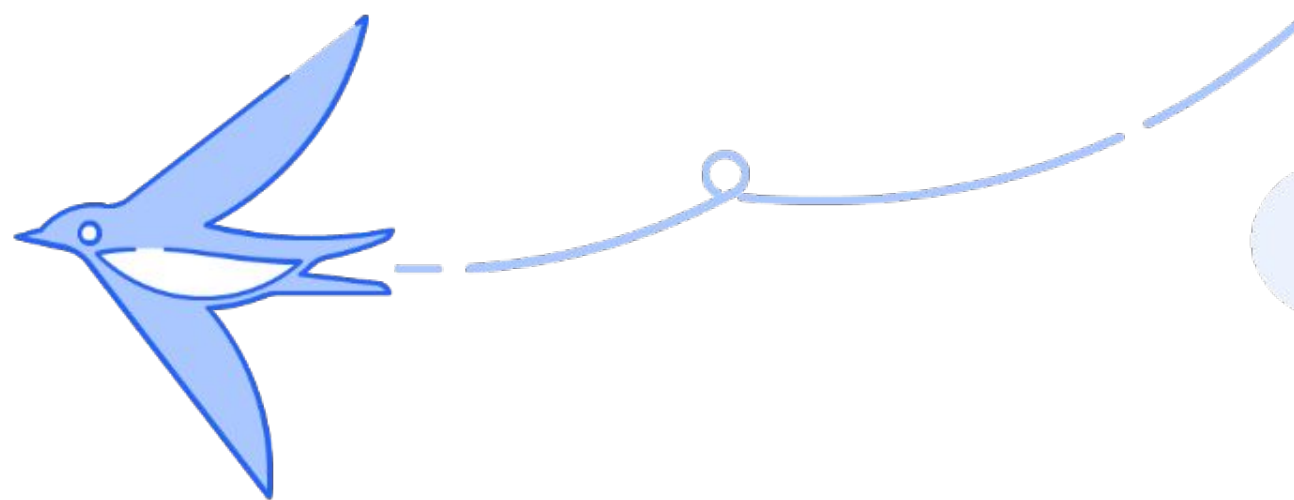
twitter

linkedin

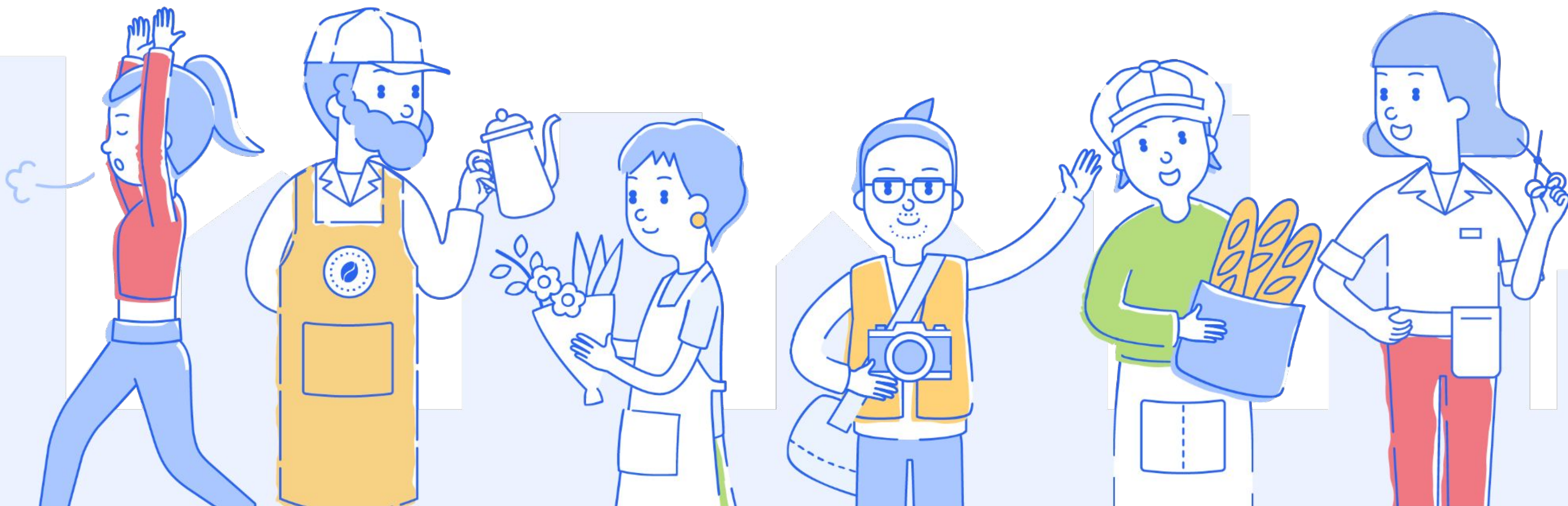


QRコードを読み取りご応募くださいませ。





スモールビジネスを、世界の主役に。





以降、素材

もうページを送らないぞ、という強い気持ち



▼大まかな当日の流れ（またメールでご案内します！）

①18:40ごろ 控室Zoom

②控室Zoomで最終確認 ⇒ 本番Zoomへ

- ・ Zoomの背景画像は各自ご準備ください
- ・ 本番は18:50には開場しています（開始まで動画放映）
- ・ 開始までビデオ/マイクはOFFにして待機してください

③19:00 スタート！

- ・ 動画放映を停止 ⇒ ビデオ/マイクをONに
- ・ 田中のオープニングトーク後、皆さまのパートへ
- ・ 発表順番は、松井さん～佐々木さん～竹内さん

☆プレゼンについて：<https://vivivit.notion.site/73369c29caa64fcc9c07594b2b48fb51>

④全プレゼン終了後、Q&Aコーナー

- ・ 終了時間までに質問を回答しきれなかった場合、一旦締めて動画放映
⇒ビデオ/マイクはOFFにしてテキストで回答 順次ご退室ください



データって？

デザイン決定に活用されるべきデータの性質は、ソースが何であれ、人々が残した痕跡かどうか、ということなのです。
(出典：データドリブンデザインにおける6つの迷信)

定性データ

- ・文字で表されている
- ・インタビューや観察の結果として生成される逐語録やフィールドノート
- ・気づきを得る、UIデザインの妥当性を事前に検証するのに使う

定量データ

- ・数字で表されている
- ・統計情報、アクセスログ、プロダクトの成果指標（課金率、解約率、等）
- ・チームメンバーと現状を共有したり、結果の測定に使う

freeeのプロダクトデザイナーは、UIデザインだけではなく、体験設計（UXデザイン、サービスデザイン）を含めたプロダクトをデザインすることを求められていて、定性定量の境無くデータを扱うことが求められていると思う



データ、情報、知識
data, information, wisdom

データをどうモデル化しているか
モデル化しないと、意思決定に使えないよね

データ⇄モデルという関係性
モデルを補強するリサーチ

データを情報や知識として扱うための作業、そして人間に帰結させること→モデル化

サクセスモデル
ユーザーペルソナ