

子どもの歯みがき嫌いの“あたりまえ”をかえるIoTハブラシの開発事例【#pmconf2020】

導入

- 自己紹介 ○ ライオン株式会社 ヘルス&ホームケア事業本部 オーラルケア事業部 副主任 遠藤知佳
- 製品概要 ○ 「はみがきのおけいこ」子どもが進んで歯みがきを続けたいくなる 子どもの成長をサポートするIoTハブラシ
- 会社紹介：創業して129年 老舗企業 ライオン ○ 予防歯科概念
- クリニックブランド：一人ひとりにあった予防歯科の習慣化を前向きに応援する存在へ

背景

- 3-6才のこどもは歯みがきを嫌がる。子どもの歯みがきに対する親の悩みは深いまま
- これまでのアプローチ：安全で楽しい歯みがきのきっかけを提供
- ユーザーのニーズ：歯みがきをはじめ我が子の成長は親の最大の喜び
- きっかけだけでは、親の本質的負担までは「解決できない」

プロダクトのミッション

- きっかけだけでなく、習慣化までサポート
- シズ研究は研究所、ビジネス検討は事業部
- 顧客が使い続けたいくなるプロダクト開発をスタート

新規事業開発に立ちはだかる3つの壁

プロダクト設計

- 習慣化させるプロダクト開発はどうやって設計すればよい？
- 体験ストーリーボードを作成したが、行き詰まった
- 想像を進めることをやめ、お客様の声を取り入れて検討するスタイルに変更。beBit社をパートナーに
- プロトタイピングで実際に親子につかってもらう検証。モックアプリと3DプリンターでつくったIoTデバイスを利用
- プロトタイピングによる検証によって、製品コア価値が決まってきた

開発初期

- どうやって開発進めればよいのか？
- ライオンのモノづくりは多くウォーターフォードだった。
- クラスメソッド社に開発進め方を相談し、顧客体験調査で見出した要件を柔軟に取り入れながら開発を進めるアジャイル開発を選択
- プロダクトマネジメント機能として、チームとして能力を最大化する方針、決定権を持つ、体制にした
- デバイス開発：体験調査結果をもとに、仕様面を細かく想定
- アプリ開発：体験調査会場に開発メンバー全員に参加し、課題を共有
- キャラクター開発：子ども向け絵本、アプリ、ゲームを収集し、定義

開発後期～ローンチ

- 得来のビジネス構想は？
- 経営層と議論を繰り返し、事業イメージを共有
- ビジネスシナリオの設計：キャラから手紙がきてコミュニケーションする機能の構想

できあがったプロダクト

- LOHACOにて販売中 ○ LOHACOLINK
- 親子で楽しみながら、歯みがき習慣を身につける「はみがきのおけいこ」って？ ○ Youtubeリンク
- 設計思想：やる気を引き出す・みがき方が学べる・明日もやりたくなる ○ フックモデルによる習慣化サイクル
- 親の継続負担を減らす、音だけモード機能
- こども一人ひとりの成長や実態によりそい適切なタイミングで情報やリコメントを提供
- 圧倒的な生活者評価：飽きずに続けられる・成長を実感できる ○ モニターの体験談

振り返り

プロダクトマネージャー担当としてのふりかえり

- 良かった点
 - 顧客中心のUX設計・アジャイル開発
 - 社会的貢献性の高い企画設計
 - 共同リーダー制にて開発PJを推進 ○ 共同リーダー制リンク
- もう一度取り組むなら改善したい点
 - 事業 이슈 の特定を企画初期に
 - スモールスタートの考え方の浸透

パートナー会社より

- beBit社より
- クラスメソッド社より
- ミルディア社より
- コパイロット社より