

ECサービス「実店舗在庫連携」やデスクリサーチツール「DS.INSIGHT」など4案件で「2021年度グッドデザイン賞」を受賞

～ 4案件の同時受賞はYahoo! JAPAN史上初 ～

2021年度グッドデザイン賞

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）が企画開発したサービスや機能・コンテンツのうち、「新型コロナ予防啓発企画 #ようせいです」、「Xショッピング構想（実店舗在庫連携）」、「eコマースにおける高負荷時のユーザー体験設計」、「デスクリサーチツール DS.INSIGHT」の4案件が、公益財団法人日本デザイン振興会が主催する「2021年度グッドデザイン賞」を受賞しましたのでお知らせします。

各案件の概要や審査員からのコメントは以下の通りです。

■Xショッピング構想（PayPayモール 実店舗在庫連携）

・概要

オンラインショッピングモール「PayPayモール」において、実店舗にある商品の在庫と連携し、直接購入できるサービスで、ECと実店舗での小売業が共存共栄するためのデザインを採用しています。実際に店舗を訪れてほしい小売業者と、店舗に出向いてでもすぐに商品がほしい消費者とをつなぐとともに、日本の小売業全体が永続的に発展していくことを目的とした施策です。

[実店舗在庫サービス](#)

・審査員からのコメント

実店舗送客の導線をつくることで、顧客ニーズへの対応と実店舗の売り上げ増加を目指し、小売業全体の発展に寄与しようとする本取り組みは、プラットフォームだからこそできる、複数ステークホルダーとの価値共創の形として評価された。小規模店舗へのサービス拡大により、まちの文化においても小売業が生き延びる姿が実現されることを期待する。



■Yahoo! JAPANのeコマースにおける高負荷時のユーザー体験設計

・概要

「Yahoo!ショッピング」や「PayPayモール」などにおいて、キャンペーン期間中などのサーバー負荷が増加した場合でも、ユーザーの快適な購入体験を阻害しないための施策です。人的リソースが過重にならないための持続可能な仕組みの実現を目指し、システム改善のみに頼らないユーザーコミュニケーションも重視した解決方法を実現しました。

・審査員からのコメント

インターネットが広くあまねく普及したことで、予約サイトなど、一時的にサービスへのアクセスが極端に集中する高負荷状態でもシステムをダウンさせることなく、サービスを提供し続けることが求められるようになっていく。こうしたサービスの安定稼働を支える負荷分散やコミュニケーション上の工夫は、普段はトラブルがない限り目に見えない存在であり、縁の下を支えるUXデザインとして改めて評価に値するものと考えます。

Yahoo! JAPANのeコマースにおける高負荷時のユーザー体験設計

ユーザーコミュニケーションによる業績貢献



■デスクリサーチツール「DS.INSIGHT」

・概要

Yahoo! JAPANでは、サービスの利用を通じて得られるビッグデータの価値・力を社内に留めず、自治体や企業に活用いただくことで、社会をより便利に豊かにできると考え、データソリューションサービスを2019年に開始しました。昨今データの利活用は時流になっているものの、

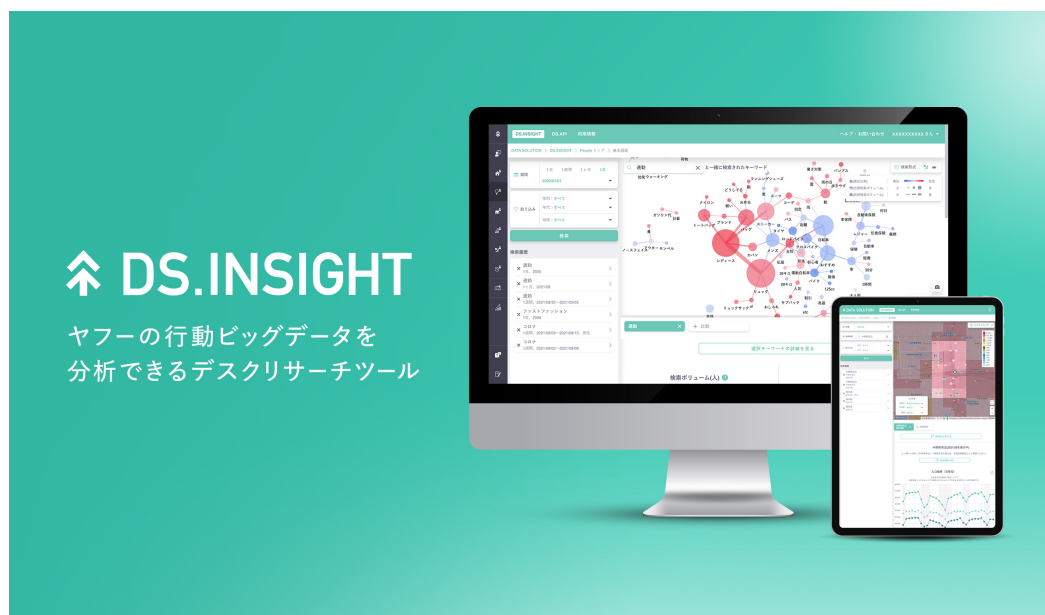
データ分析に精通している方は多くないため、データ分析の知見がない人でも分かりやすく、使い勝手の良いデスクリサーチツール「DS.INSIGHT」の企画・開発を行いました。

「DS.INSIGHT」の導入を拡大することで、データ分析や高度なデータを扱える人材、企業、自治体も増やし、データによる課題解決を推進していきます。

DS.INSIGHT

・審査員からのコメント

高度なデータ分析を、専門家でなくとも直感的に行えるUIデザインとなっている点を評価した。データの分析やデータからのインサイトの抽出をデータサイエンティストに委ねるのではなく、具体的な施策や意思決定に関わる担当者が直接行えることで、これまで気づかれなかった知見がデータから導き出されたり、さまざまな課題解決につながる事が期待される。



■【新型コロナ予防啓発企画】#ようせいです ～0.3%しか見られない広告～

・概要

日本の総人口に対する新型コロナウイルスの累計感染者数（2021年2月21日時点）の割合と同じ0.3%のユーザーにのみ、Yahoo! JAPANトップページで啓発バナー広告を配信した取り組みです。感染が発覚したときの疑似体験をしてもらうことにより、新型コロナウイルス感染症について改めてユーザーに正しい理解と対策を啓発することを目的に実施しました。

・審査員からのコメント

ネット広告のターゲティング精度は高いものの、多くの広告がユーザーにとって「鬱陶しい」ものになってしまっている。この事例はそのネット広告のターゲティング機能を逆手にとって、「コロナにかかる」疑似体験を提供し、ユーザーに上手に自分ごと化させているところを評価した。システム開発などのコストを掛けずにすぐ配信できるアイデアであり、めったに表示されない「広告」なのに、大きな話題になっているところが面白い。



【新型コロナ予防啓発企画】

ようせいです

0.3%

日本の新型コロナウイルスの累計感染者割合は総人口の0.3%
この広告も0.3%の人が見られるように配信されました
感染予防について考えるきっかけを
インターネット広告を通して伝えました

これは0.3%の人にしかでない広告です
この数字の意味とは▶

Yahoo! JAPAN

Q キーワードを入力

メール 5分以内 50% 手帳型 無料 ショッピング スターツ すべて

ドワンゴ PayPay ファイナンス ポイント

すべて ニュース クーポン 芸能 スポーツ

数金やツケ 民法どう変わる？
2035 10/15(木) 13:42

野良猫に餌やり禁止 賛否続々
172 10/15(木) 15:22

トルコ最大級の地下都市発見
1510 10/15(木) 18:31

150年ぶり サボテン新種発見
78 10/15(木) 20:42

奇麗に選手も驚き 日本代表
954 10/15(木) 25:22

なお、この他にも、Yahoo! JAPANと株式会社電通デジタル、株式会社PARTYが共同で実施した、AIにより「指名手配被疑者」の過去の写真から今の姿を予測し、特設サイトなどで公開した指名手配捜査の支援プロジェクト「TEHAI」も2021年度グッドデザイン賞を受賞しています。

Yahoo! JAPANでは、ユーザー体験の向上を目的としたデザインに注力しており、経済産業省と特許庁が表彰する令和3年度「知財功労賞」の「特許庁長官表彰」において、「デザイン経営企業」も受賞しています（※）。今後も、より多くのユーザーが快適に、便利にサービスをご利用いただけるよう、さまざまな取り組みを進めてまいります。

※ <https://www.meti.go.jp/press/2021/04/20210409004/20210409004.html>