

【公開用】



# 第13期 顧客満足度調査結果

2023年3月31日

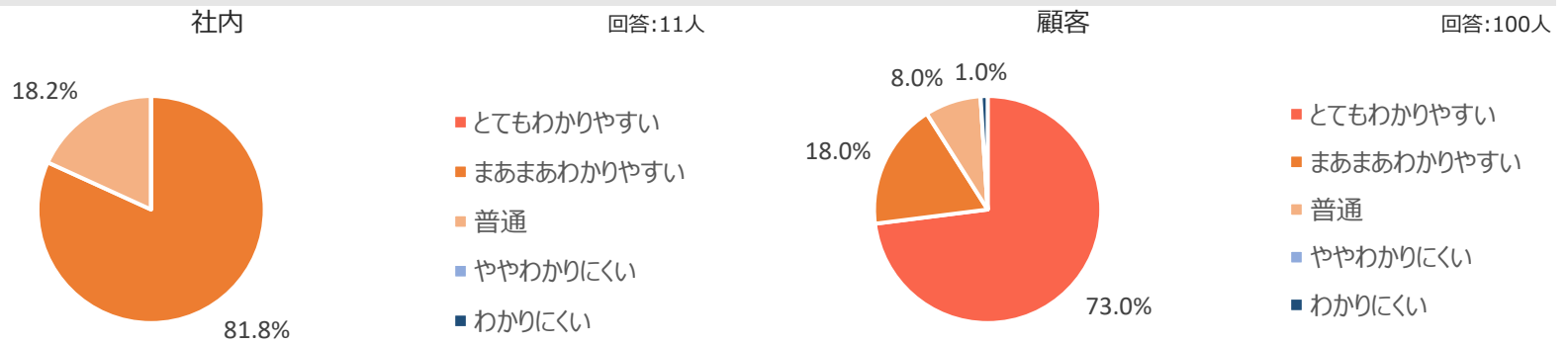


## 目次

1 回答者一覧	…	2
2 質問項目一覧	…	4
3 アンケート集計結果《顧客》		
・ サービスプランについて	…	5
・ 営業・対応について	…	7
・ 弊社の取組について	…	9
4 【Q3】 保守プラン別	…	16
5 【Q6】 制作・保守プラン別	…	17
6 【Q8】 制作プラン別	…	18
7 満足度指数	…	19
8 アンケート回収率	…	21
9 作業工程	…	22
10 総評	…	23

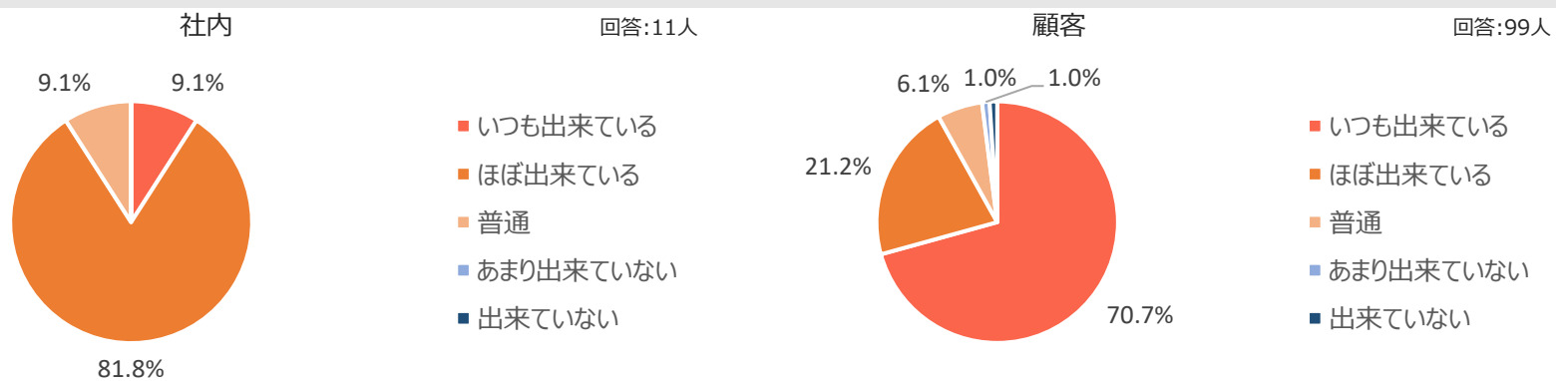
### 1/3 サービスプランについて

Q1.打合せの際などの説明は分かりやすいですか？



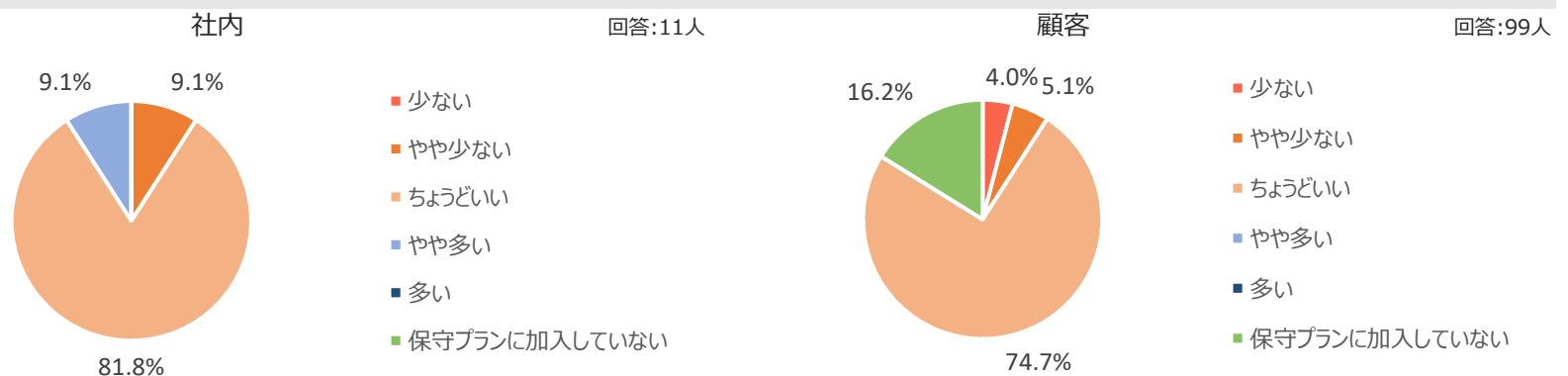
社員の認識以上に顧客は説明をわかりやすいと感じている。1.0%ではあるが「わかりにくい」を真摯に受け止め磨いていく必要がある。質問項目の「まあまあわかりやすい」より「わかりやすい」のほうがニュアンスが近いと思うため、次回質問項目の再検討したい。

Q2.納期やお約束などは守られていますか？



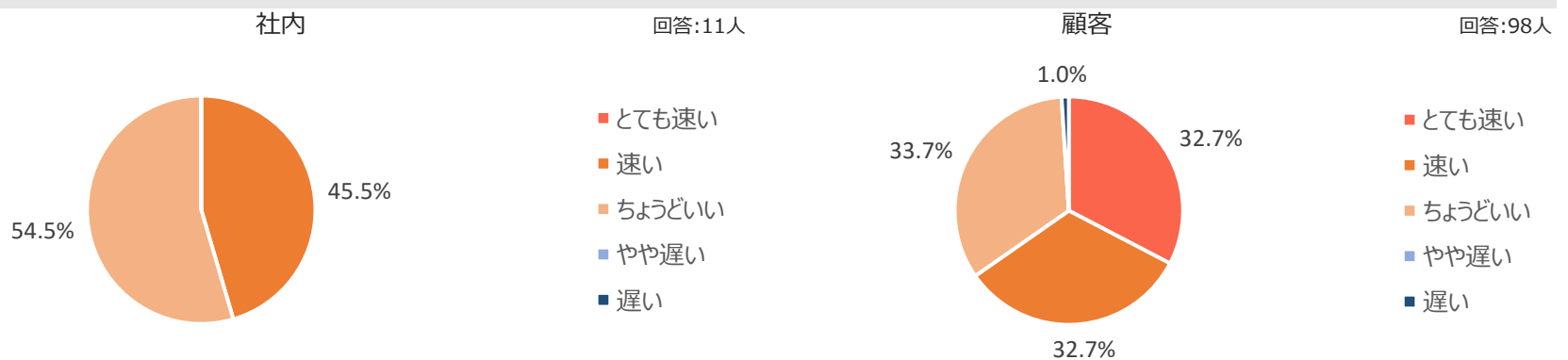
「いつも出来ている」「ほぼ出来ている」が91.9%と高評価。ほとんど守れていると感じてはいたが、自信を持っていい。一方、社内では感じていない「あまり出来ていない」「出来ていない」が少数だが感じている。自分の視点だけでは気づかないところがあることを再認識したい。経営方針の「営業力向上」の基礎基本は人間力であり、約束を守ることは最重要である。注意すべきは多くの人は約束を守っているつもりになることだ。つもりでいると問題を見つけられない。顧客、取引先、同僚など周りから気軽に指摘される関係性が必要だ。

Q3.定期打ち合わせの頻度はちょうどいいですか？



打合せの頻度は「ちょうどいい」が多い。「少ない」と感じている方に対して、今後訪問にて提案が必要だ。社内では、頻度が「やや多い」と思っている人がいるのに対し、顧客の方は「やや少ない」「少ない」と思っていて、認識にズレがある。

Q4.ご要望・ご連絡に対する対応スピードはいかがですか？

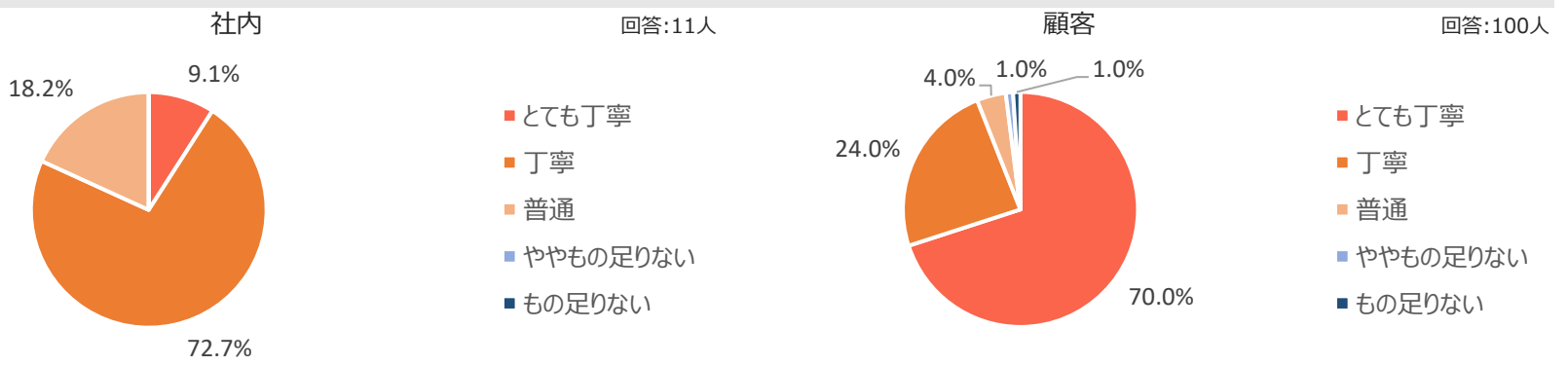


社員のとらえ方以上に顧客の評価はスピーディーな対応が出来ていると評価された。顧客目線の最適な対応スピードとして次が上げられる。

- ①小さなことでも納期を示す
- ②示した納期を守る
- ③適切な納期対応を実現できるチームづくりを行う。

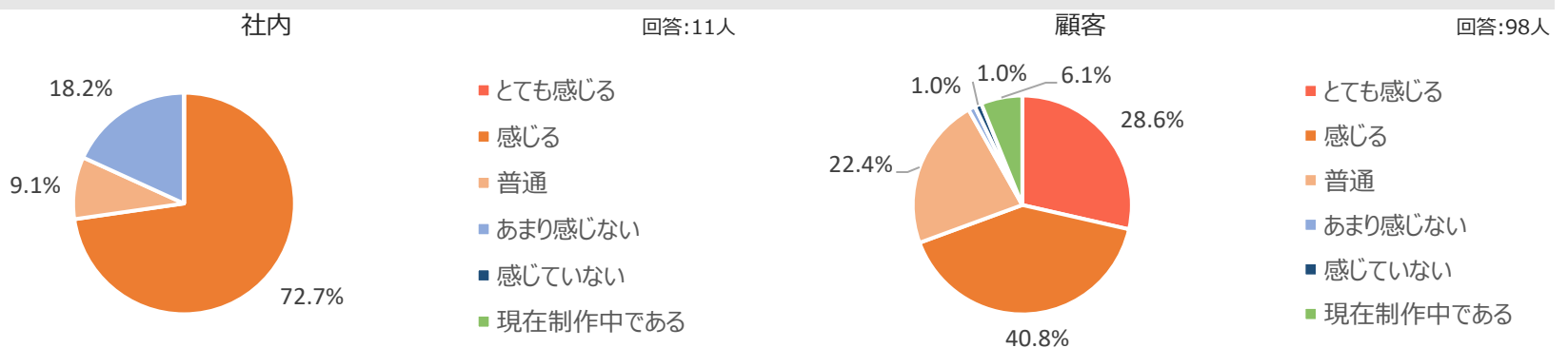
### 1/3 サービスプランについて

#### Q5.丁寧な対応ができていますか？



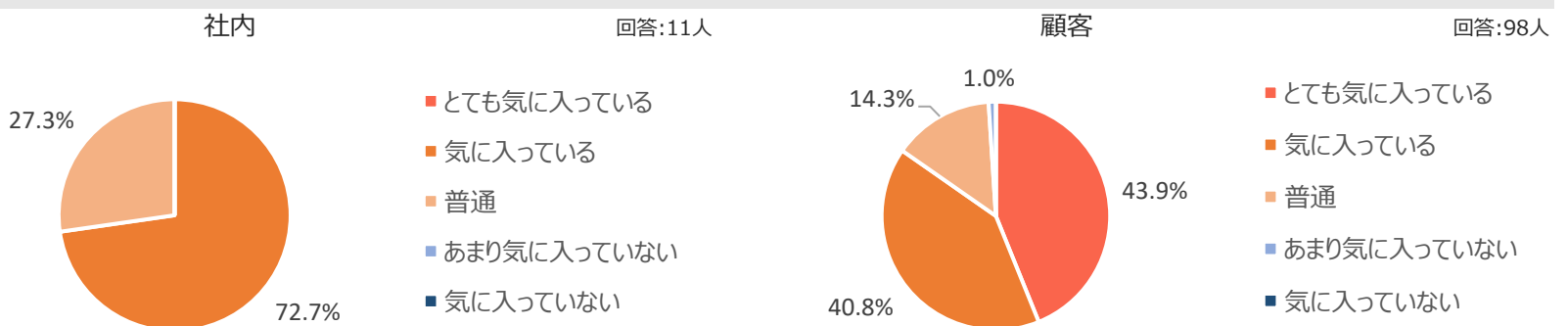
概ね丁寧な対応だと思われる。私自身いつもの社員の対応を見て、丁寧にしていると感じていたため、嬉しく感じる。丁寧とは「細かいところまで気を配ること」「言動が礼儀正しく、配慮が行き届いていること」だ。イケルの品質の一つとして考えたい。

#### Q6.制作物の効果は感じていますか？



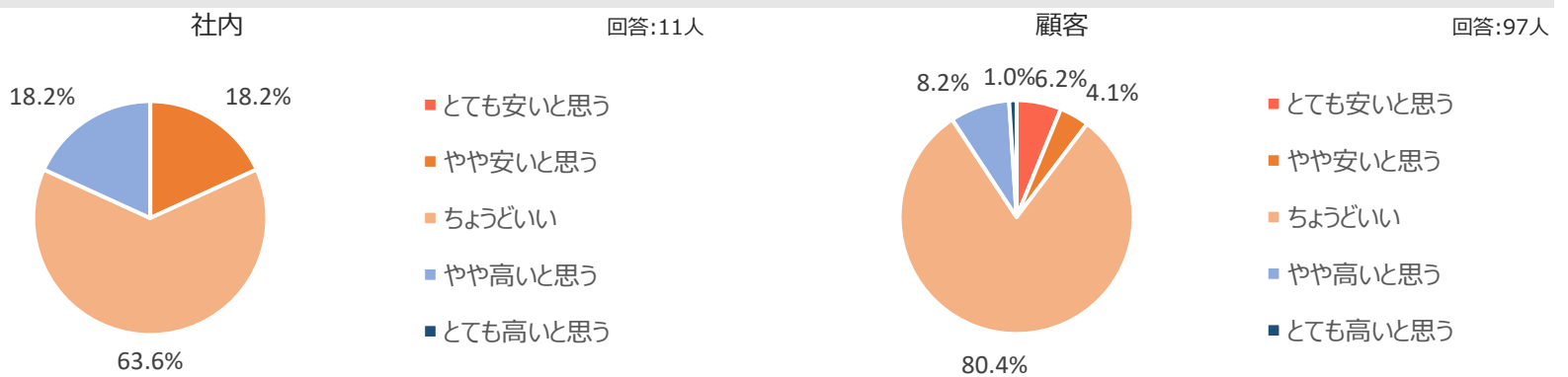
多くの顧客が「効果を感じている」と評価された。さらに、どのような効果を感じたか具体的に聞き出す必要がある。制作者としては、一番不安になるところで安心できる評価だが、アンケート時の表面的なところだけでなく、普段から対話の際に深く聞き出す必要性を感じた。

#### Q7.デザインは気に入っていますか？



顧客の「とても気に入っている」「気に入っている」が84.7%と大半だ。「Q6.制作に効果を感じているか？」よりもこのデザイン評価が高い。デザイナーは自信を持っていい。顧客の満足度にデザインが大きく影響していると推測できる。

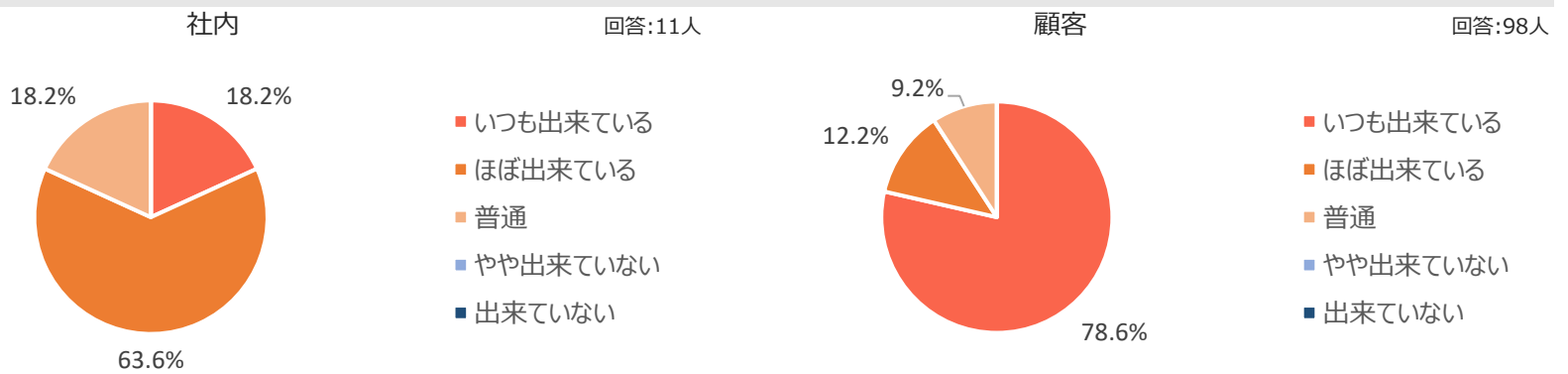
#### Q8.サービスの金額は適正でしょうか？



価格に満足している「とても安いと思う」「やや安いと思う」「ちょうどいい」の合計で90.7%だ。安いと感じる顧客は、10.3%だ。質の高いサービス内容をより磨きながらも、適切な価格設定を検討し、そしてより付加価値の高いサービスに進化させていく必要がある。

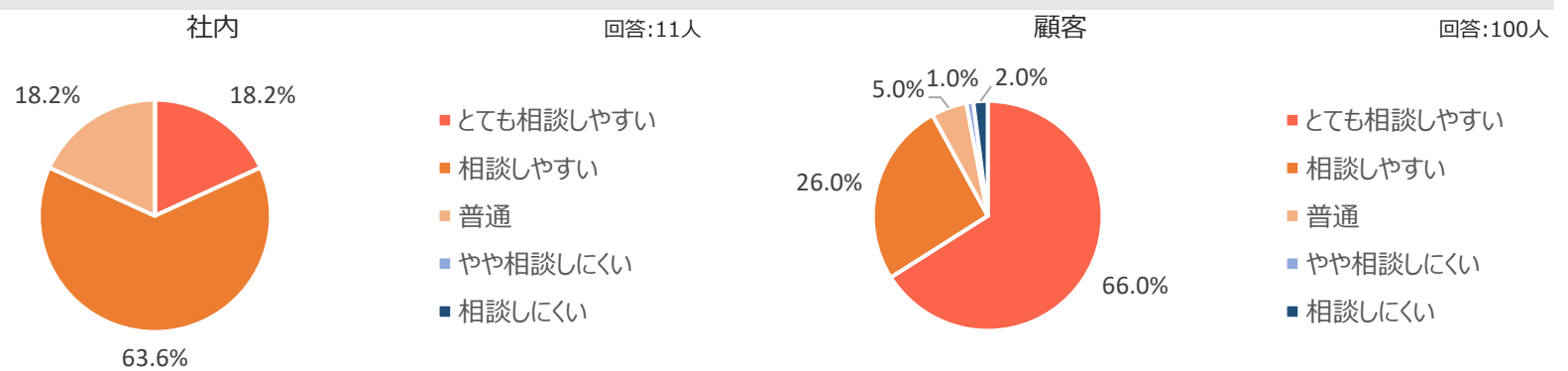
## 2/3 営業・対応について

Q9.あいさつや身だしなみなどのマナーはできていますか？



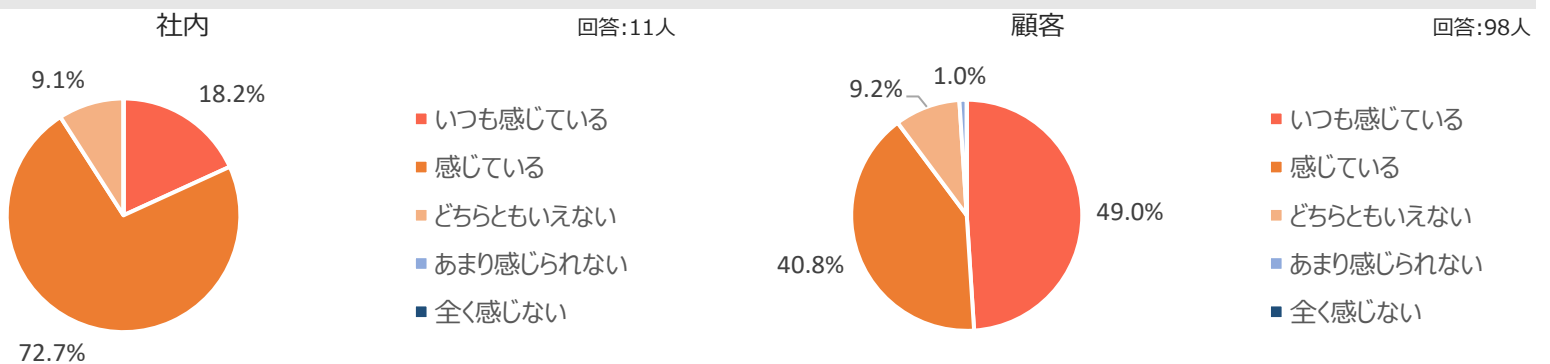
全体的に見て「いつも出来ている」「ほぼ出来ている」「普通」が100%だ。見方を変えれば、「普通」「ほぼ出来ている」と出来ていない時があることを注目すべきだ。心通い合うコミュニケーションには、「あいさつ、身だしなみ」を基礎にマナー向上を目指す必要がある。

Q10.困っていること等を、気軽に相談しやすいですか？



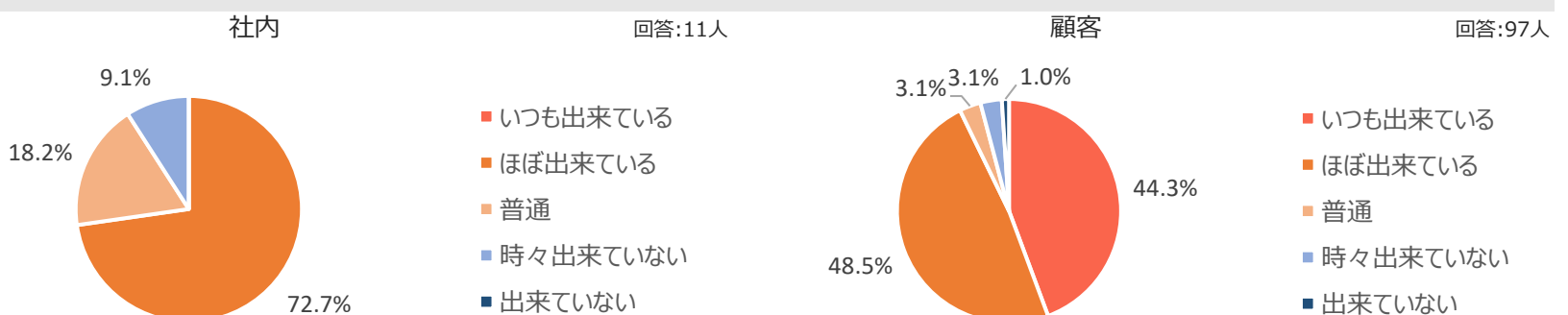
92%が「とても相談しやすい」「相談しやすい」で高評価。一部、「相談しにくい」「やや相談しにくい」があることに注目したい。なぜ、相談しにくくなるのか深く考えてみたい。「伝える」ことを楽しみにし、育てることを根底に深掘りしたい。

Q11.社員みんなが協力して仕事をしているように感じられますか？



顧客対応は、1人で対応することが多いためチーム力が見えにくい。しかし、89.8%が「皆で協力している」と感じている。チームとして評価されているのは、普段の会話や対応に個人だけでなくチームとして一体感を感じていただいていると考える。1%の「あまり感じられない」はどのようなことから感じられるのか考えたい。一体感の感じないチームはどのような対応か話し合っ欲しい。

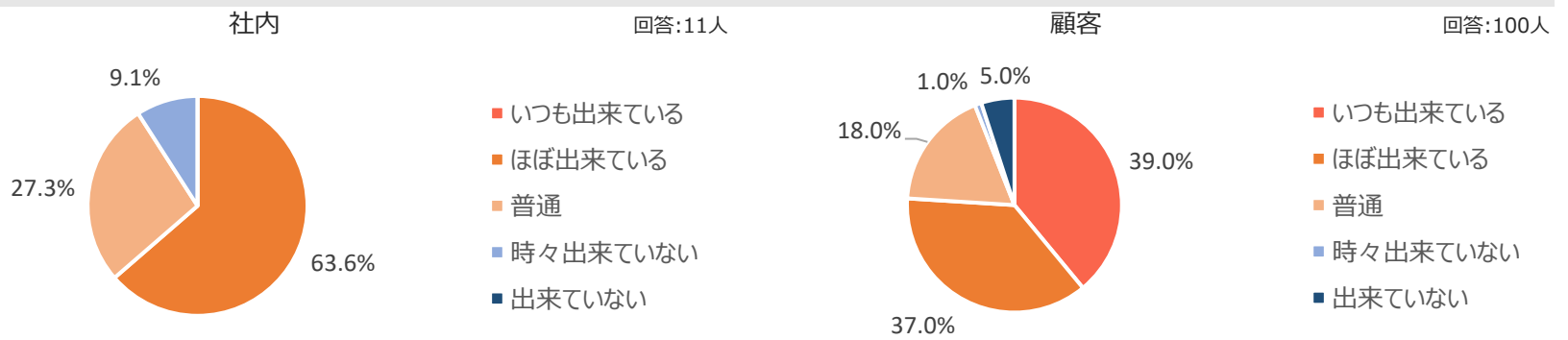
Q12.お客様の伝えたいことを、私たちは正しく理解できていますか？



「いつも出来ている」「ほぼ出てきいる」は92.8%で多くが理解していると感じている。少数だが「出来ていない」「時々出来ていない」の評価があった。どのようにすれば、理解度が増すか深めて欲しい。理解度が高いと思う人はどう対応しているか考えてみたい。

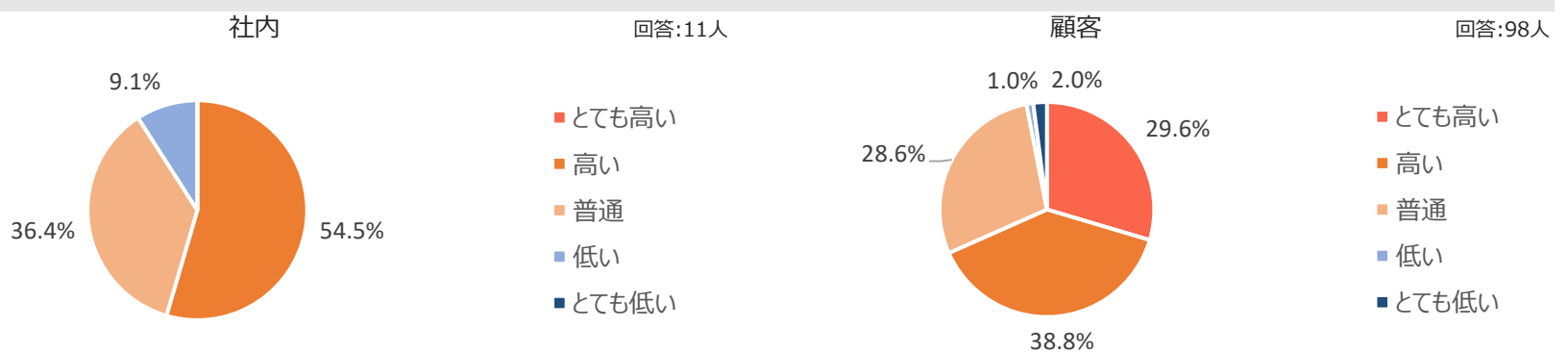
## 2/3 営業・対応について

Q13.貴社にとって役立つご提案が来ていますか？



「出来ていない」「時々出来ていない」が6%で、他の質問に比べると低い評価が目立ちます。役立つ提案には、まずは私たちのお客様への理解が出発点です。みんなのOKITEの「多様なケースに対応」では、相手の目線を意識し寄り添う、そして状況に考慮し最適な対応と唱っています。積極的に関心を寄せ、よりよい質問を多用することが求められます。

Q14.提案の質は高いですか？

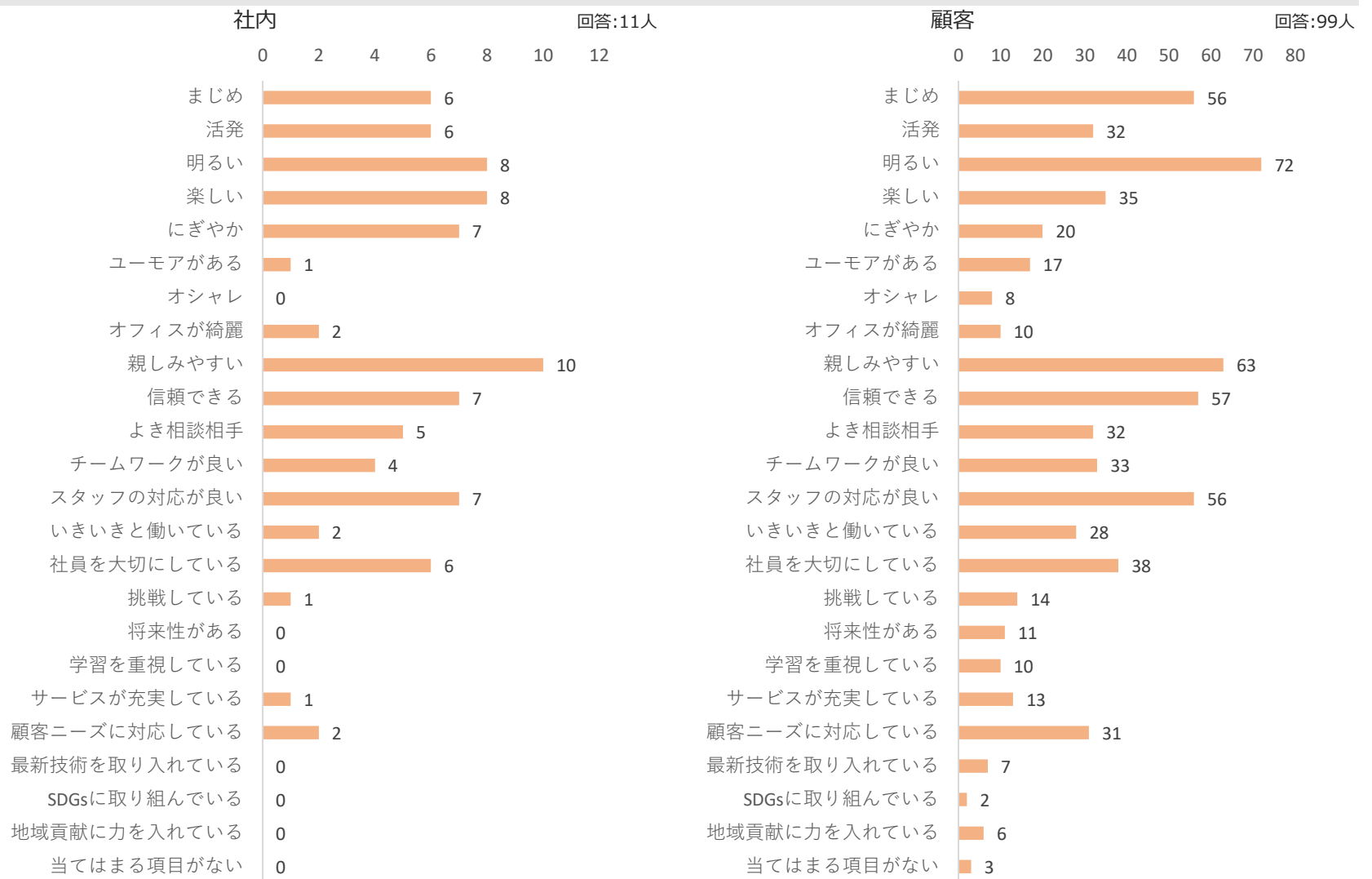


「Q6.制作物の効果は感じていますか？」と類似した評価になり、顧客の求める質はどういったことか推測することが求められます。顧客の求める物を理解が高まれば、提案の質を上げる余地があると思います。「Q13.」と比較すると「とても高い」「高い」が下がります。もっと顧客の求める質と、提供すべき質を深掘することが求められます。基本方針の「心通い合うコミュニケーション力を磨く」を受け止める必要があります。



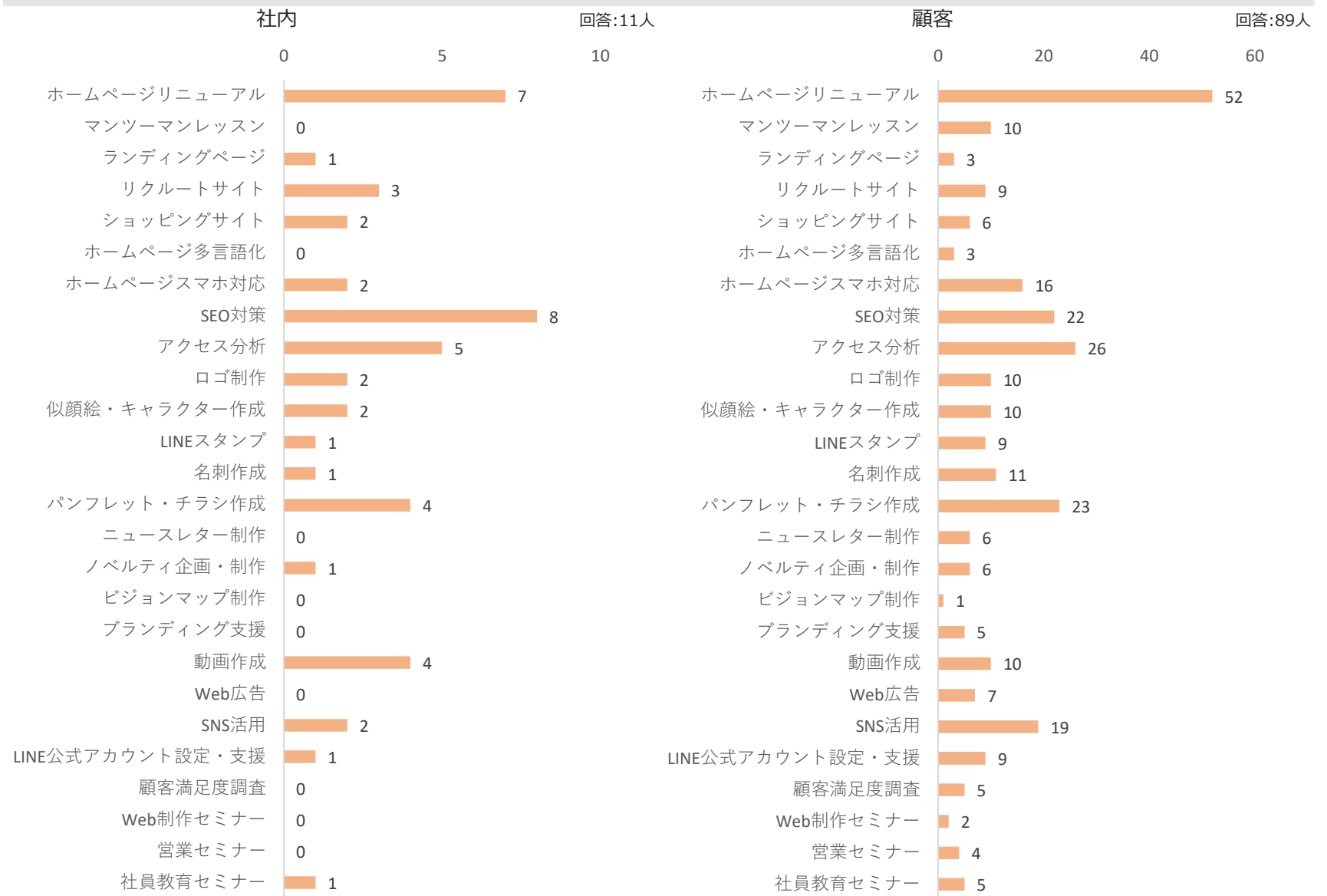
### 3/3 弊社の取組について

Q15.イケルについてどのようなイメージを持っていますか？（複数回答可）



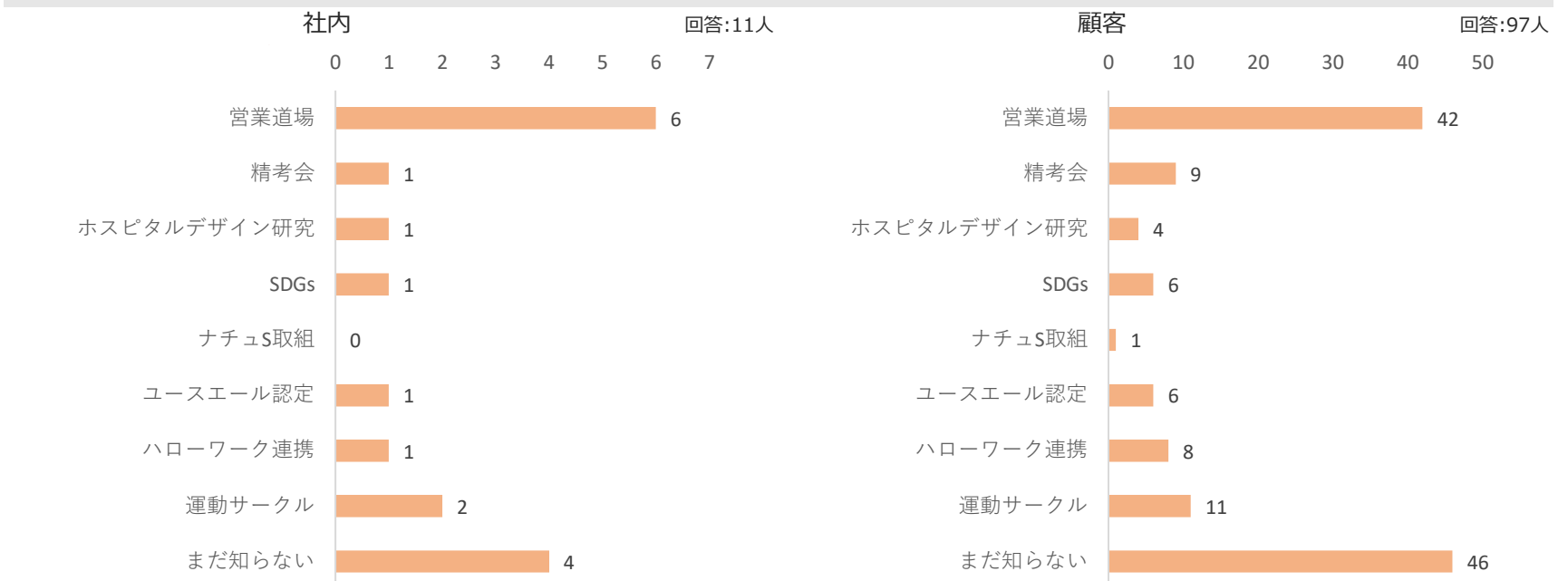
「明るい」「親しみやすい」「スタッフの対応がいい」が多く、イケルらしさだと思います。社内では「オシャレ」が0件でしたが、顧客では8件あります。おしゃれの意味するところは幅広いものですが、服装や身なり、マナーなど評価されていると思います。「にぎやか」が社内では7件あったことに対し、顧客では20件と少ない。普段の顧客に見えない職場環境が見えます。「顧客ニーズに対応している」が30%の評価があり、自信をもっていいと思います。

Q16.弊社のサービスで興味のあるものを選択してください。（複数回答可）



「ホームページリニューアル」の選択が50%あります。まだ効果を得たい、もっとこうしたいと顧客にニーズが生まれています。寄り添ったコミュニケーションにより、さらなる提案を期待されていると考えましょう。「アクセス分析」「SEO対策」「パンフレット・チラシ」「SNS活用」も関心を寄せています。

Q17.イケルの取組についてはご存じですか？（複数回答可）

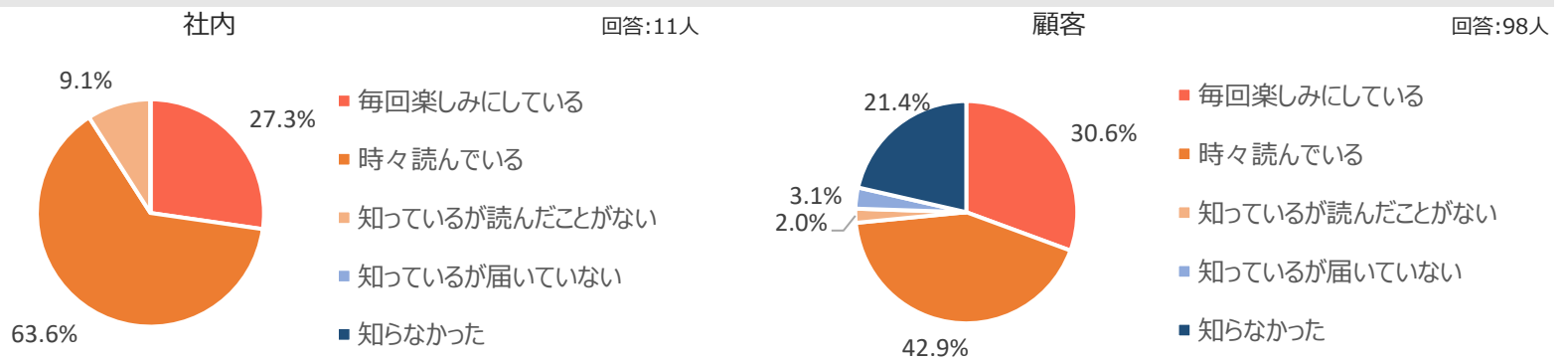


イケルの取り組みは社風を表現できる重要な要素ですが、知らないが半数ほどありました。イケルらしさを表現するチャンスになり、計画的に発信したいものです。意外なのは運動サークルに11人評価したことだ。SNSでの取り組みが効果を上げていると思います。取り組みの広報活動を計画的に実施したいものです。



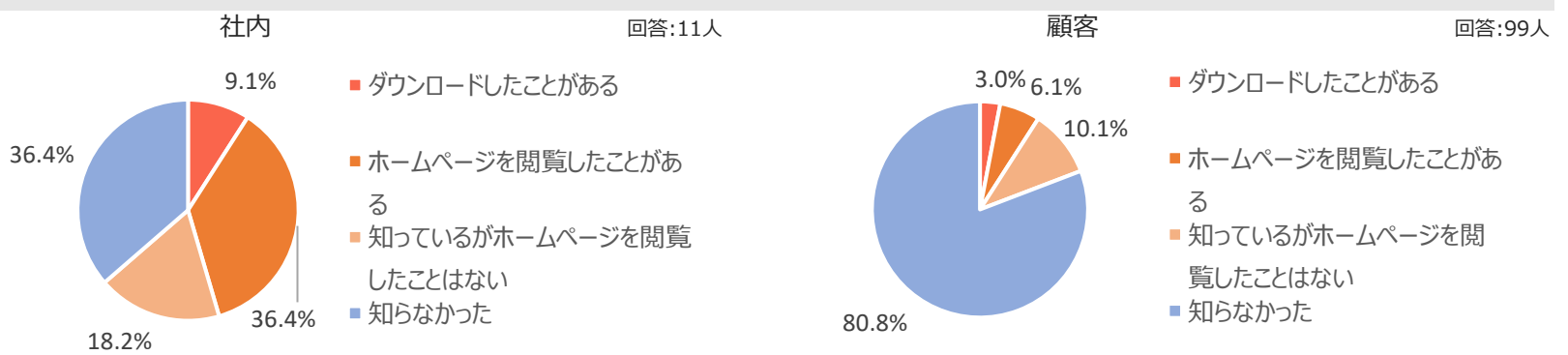
### 3/3 弊社の取組について

Q18.ニュースレター「イケにゅ〜」をご存じですか？



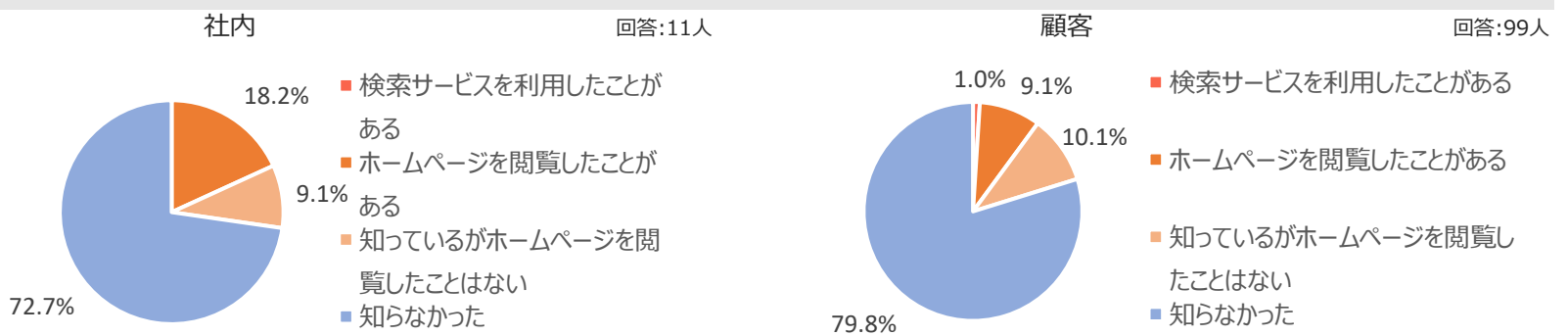
約7割と多くの顧客に読んでいただいています。「毎回楽しみにしている」方が30%もあり、大変励みになります。期待を裏切らない内容づくりも忘れてはいけません。広報活動をなんのために実施しているか、再度目的を振り返り、役立てましょう。顧客満足度を通して、提供する情報を再検討してみるといいでしょう。

Q19.イラスト素材集「ぴくらく」をご存じですか？



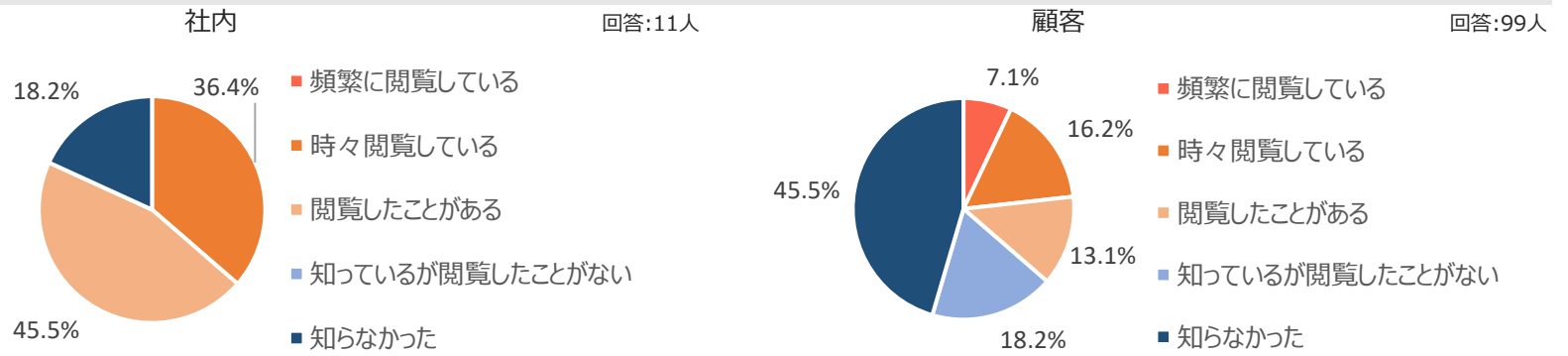
社内でも認知度は低い感じていましたが、想像以上に認知されていません。認知度が9.1%であり、顧客の多くの方に届いていません。ターゲットが違うため、理解出来る回答ではありますが、まずは大切な顧客に役立てられるコンテンツにすることも検討してはいかがでしょうか？どのように活用、PRするか再検討が必要です。

Q20. 配送業者比較サイト「運び方.com」をご存じですか？



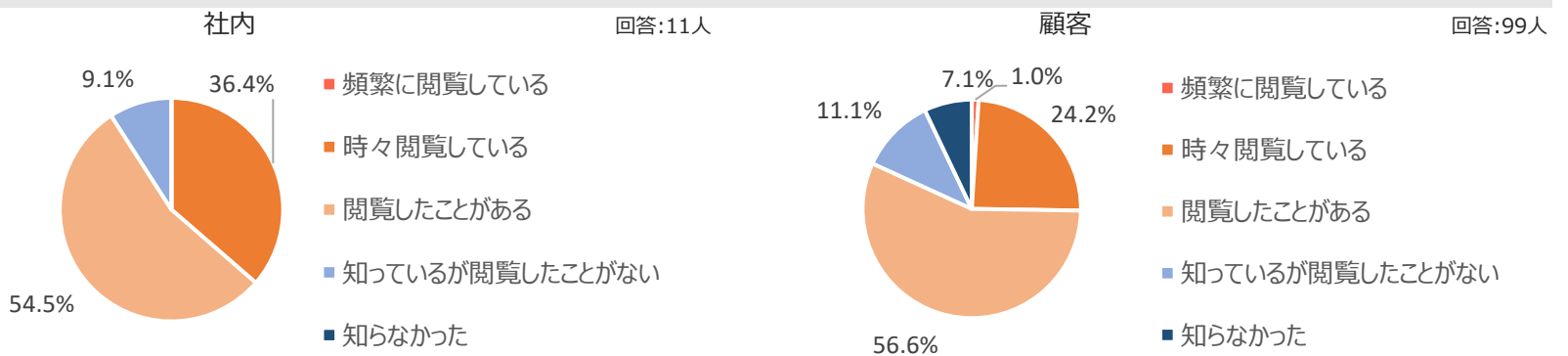
社内と顧客とで同じような認識になりました。運送会社の紹介という点からは、すぐに顧客に役立つ物ではありませんが、しかし企業連携による、情報創造と考えると新しい連携も考えていける。運び方.comは運送業とウェブ制作会社の2社が協力し、適切な配送業者を選ぶことに役立つ情報を作り続けている。運送業にこだわることなく、様々な業種で新たに役立つ情報を発信できるのではないかと？

Q21. 弊社のインスタグラムをご存じですか？



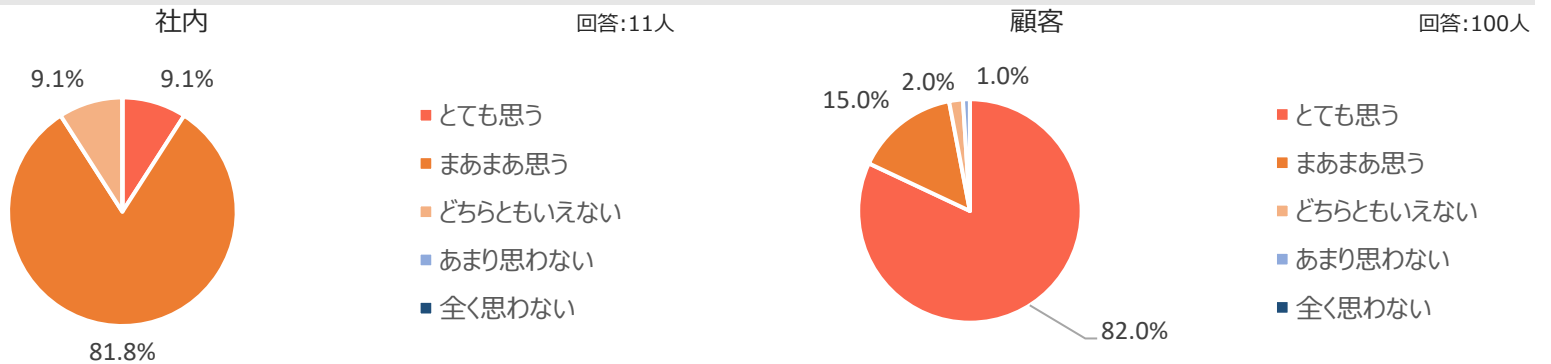
Q16で一定数、SNSに関心がある顧客があります。SNSがどのように役に立てられるか、全社的に検討し、方向性を示すといいいでしょう。

Q22. 弊社のホームページをご存じですか？



ホームページが優先的、あるいは中心の情報源でなく、補足的な情報になっているものと思われます。定期的に活用いただけるようなコンテンツを検討してもいいでしょう。イケルのホームページを知らない顧客は、他の入り口で弊社との関係性が出来ています。広報活動として、ホームページ運用は一つの道具である事を再認識しましょう。

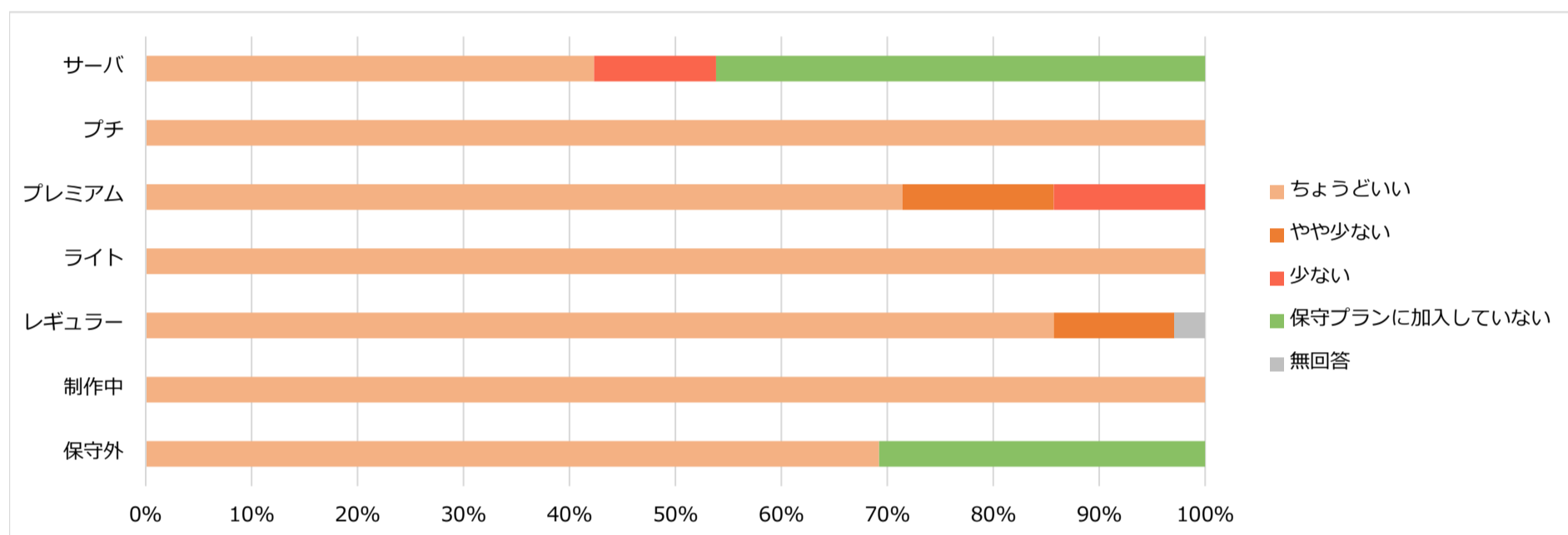
Q23. 弊社に依頼して良かったと思いますか？



「とても思う」に82%であることは、ほとんどの顧客の満足度が高いといえます。どこが良かったと感じているのか具体的に深掘りしていくといいいでしょう。営業から制作、運用や取り組みなど全社的な活動が生きてきていると思います。

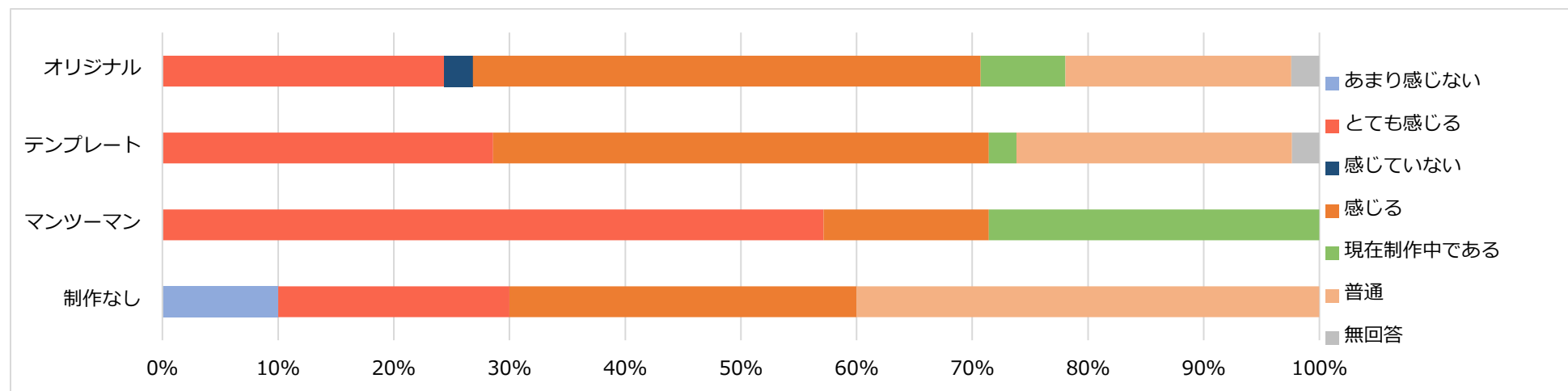
【Q3】保守プラン別

Q3.定期打ち合わせの頻度はちょうどいいですか？（保守プラン別）						
行ラベル	ちょうどいい	やや少ない	少ない	保守プランに加入していない	無回答	総計
保守外	9			4		13
制作中	4					4
レギュラー	30	4			1	35
ライト	2					2
プレミアム	5	1	1			7
プチ	13					13
サーバ	11		3	12		26
<b>総計</b>	<b>74</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

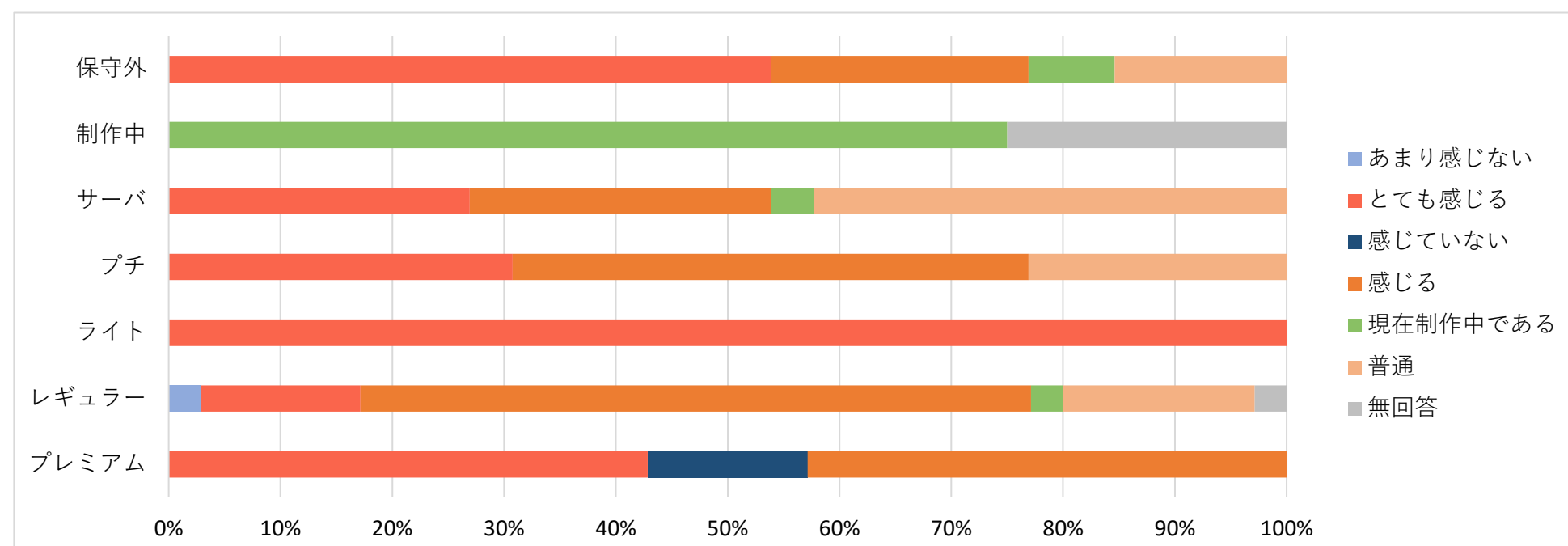


【Q6】制作・保守プラン別

Q6.制作物の効果は感じていますか？ (制作プラン別)								
行ラベル	あまり感じない	とても感じる	感じていない	感じる	現在制作中である	普通	無回答	総計
制作なし	1	2		3		4		10
マンツーマン		4		1	2			7
テンプレート		12		18	1	10	1	42
オリジナル		10	1	18	3	8	1	41
<b>総計</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>1</b>	<b>40</b>	<b>6</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

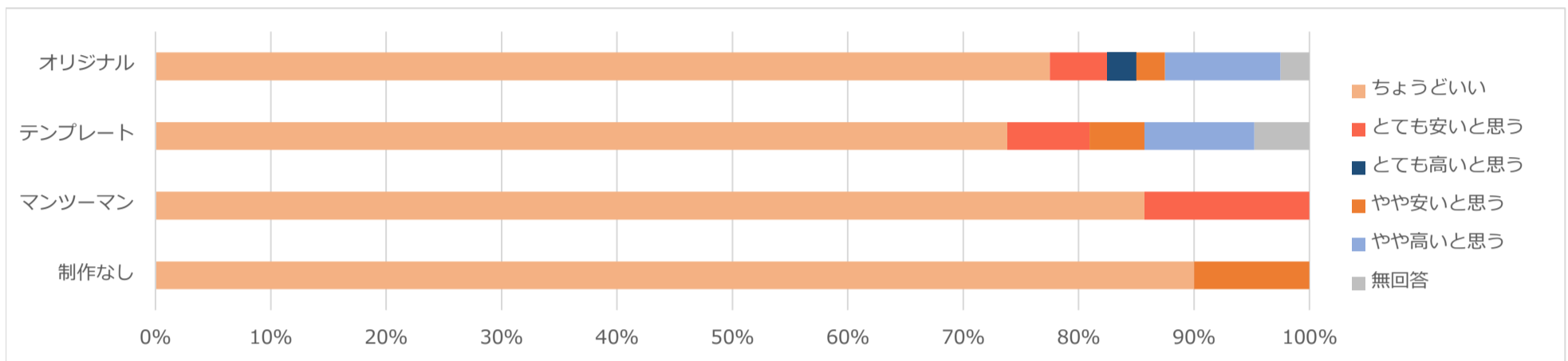


Q6.制作物の効果は感じていますか？ (保守プラン別)								
行ラベル	あまり感じない	とても感じる	感じていない	感じる	現在制作中である	普通	無回答	総計
プレミアム		3	1	3				7
レギュラー	1	5		21	1	6	1	35
ライト		2						2
プチ		4		6		3		13
サーバ		7		7	1	11		26
制作中					3		1	4
保守外		7		3	1	2		13
<b>総計</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>1</b>	<b>40</b>	<b>6</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

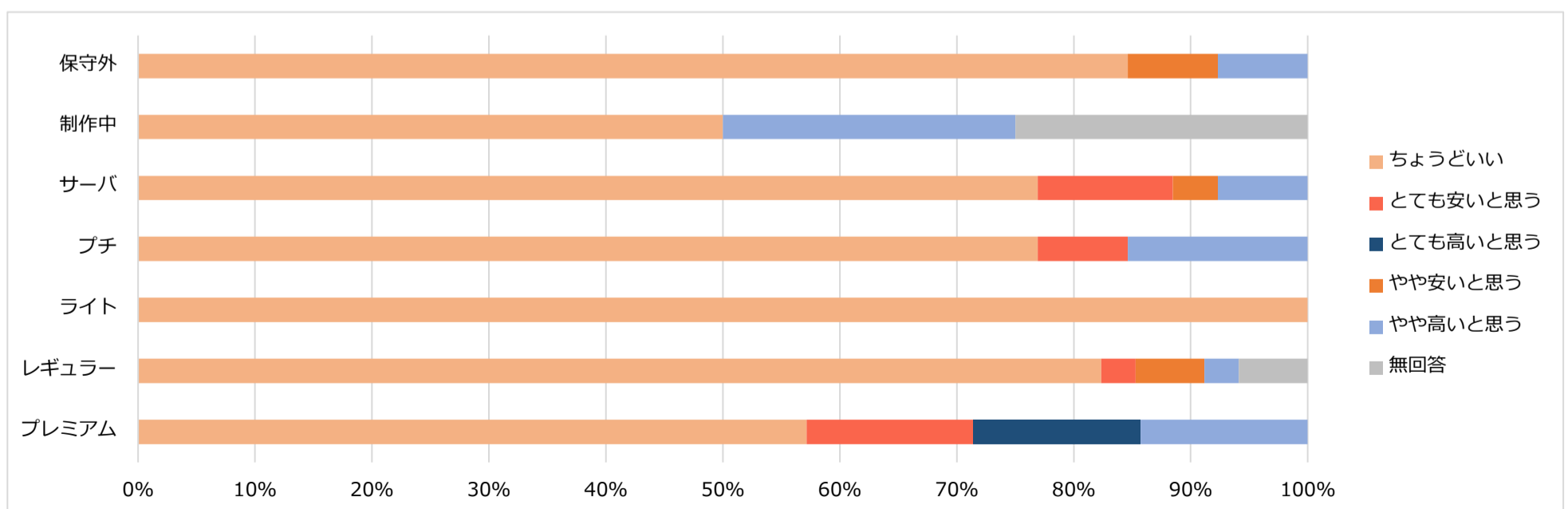


【Q8】制作プラン別

Q8.サービスの金額は適正でしょうか？ (制作プラン別)							
行ラベル	ちょうどいい	とても安いと思う	とても高いと思う	やや安いと思う	やや高いと思う	無回答	総計
制作なし	9			1			10
マンツーマン	6	1					7
テンプレート	31	3		2	4	2	42
オリジナル	31	2	1	1	4	1	40
<b>総計</b>	<b>77</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>99</b>



Q8.サービスの金額は適正でしょうか？ (制作プラン別)							
行ラベル	ちょうどいい	とても安いと思う	とても高いと思う	やや安いと思う	やや高いと思う	無回答	総計
プレミアム	4	1	1		1		7
レギュラー	28	1		2	1	2	34
ライト	2						2
プチ	10	1			2		13
サーバ	20	3		1	2		26
制作中	2				1	1	4
保守外	11			1	1		13
<b>総計</b>	<b>77</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>99</b>



満足度指数

■今年度

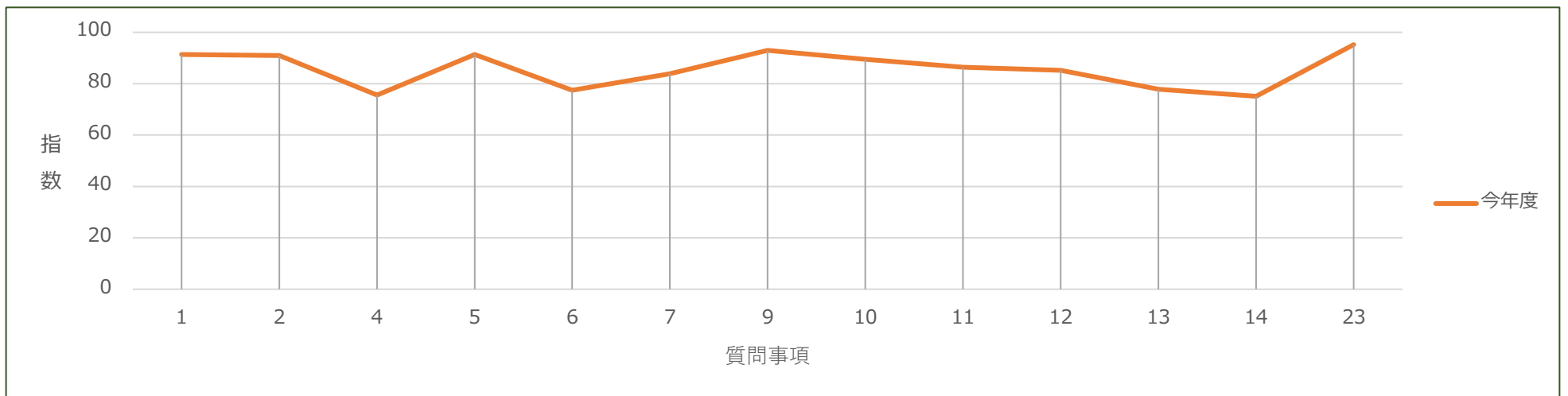
※指数=合計点÷最大満足数

質問事項	回答数					合計	指数		
	良い		普通		悪い		合計	満点	満足度指数
	10	8	5	2	0				
1 打合せの際などの説明は分かりやすいですか？	73	18	8	0	1	100	914	100	91
2 納期やお約束などは守れていますか？	70	21	6	1	1	99	900	100	91
3 定期打ち合わせの頻度はちょうどいいですか？	4	5	74	0	0	83	450	100	54
4 ご要望・ご連絡に対するの対応スピードはいかがですか？	32	32	33	0	1	98	741	100	76
5 丁寧な対応ができていますか？	70	24	4	1	1	100	914	100	91
6 制作物の効果は感じていますか？	28	40	22	1	1	92	712	100	77
7 デザインは気に入っていますか？	43	40	14	1	0	98	822	100	84
8 サービスの金額は適正でしょうか？	6	4	78	8	1	97	498	100	51
9 あいさつや身だしなみなどのマナーはできていますか？	77	12	9	0	0	98	911	100	93
10 困っていること等を、気軽に相談しやすいですか？	66	26	5	1	2	100	895	100	90
11 社員みんなが協力して仕事をしているように感じられますか？	48	40	9	1	0	98	847	100	86
12 お客様の伝えたいことを、私たちは正しく理解出来ていますか？	43	47	3	3	1	97	827	100	85
13 貴社にとって役立つご提案が出来ていますか？	39	37	18	1	5	100	778	100	78
14 提案の質は高いですか？	29	38	28	1	2	98	736	100	75
23 弊社に依頼して良かったと思いますか？	82	15	2	1	0	100	952	100	95
								総合評価	85.6

※合計は、「良い10点」「普通5点」などを点数化し積算しています。

※メールフォームでの回答の中で未回答の部分があったため、全体の回答数に違いがあります。

※3,8番に関しましては、指数にズレが生じるため『総合評価』『グラフ』からは除外しています。



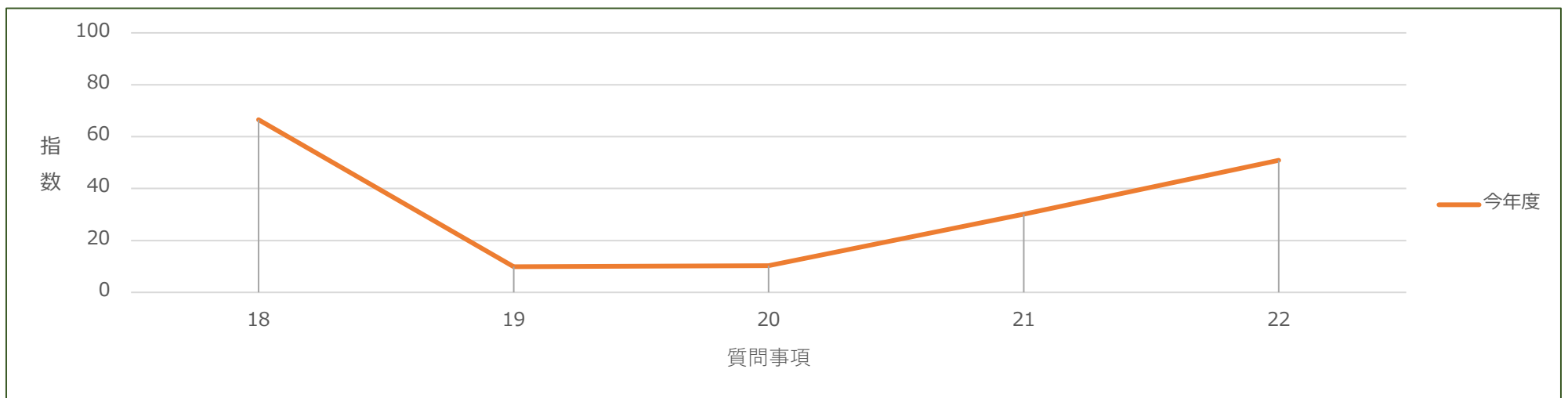


イケルの取り組みに関する指数

■今年度

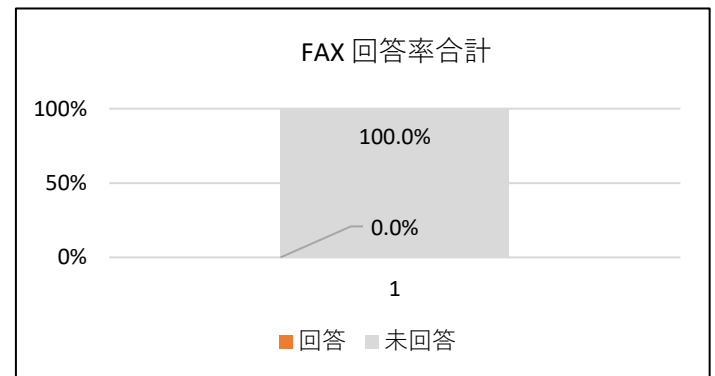
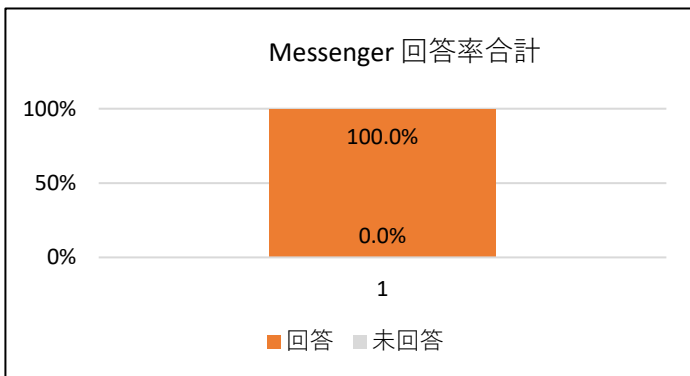
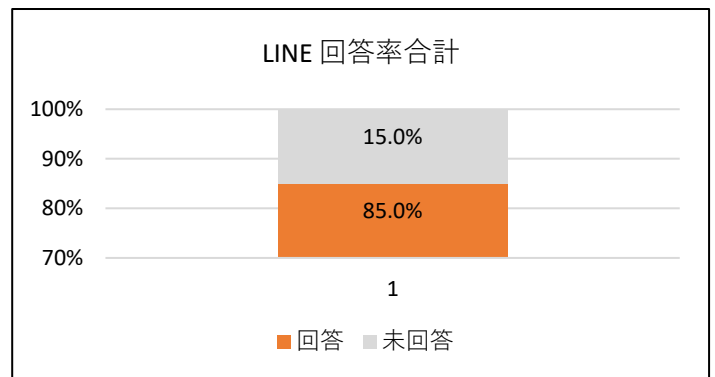
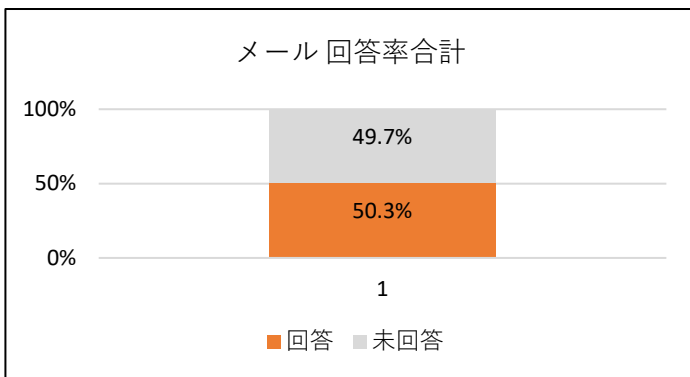
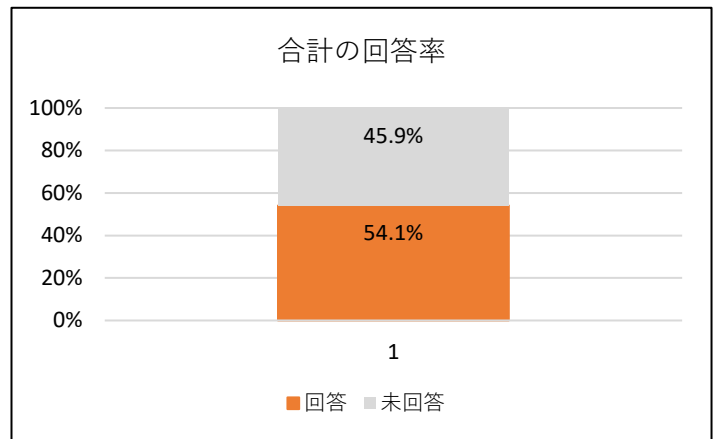
※指数=合計点÷最大満足数

質問事項	回答数					合計	指数		
	良い		普通		悪い		合計	満点	満足度 指数
	10	8	5	2	0				
18 ニュースレター「イケにゅ～」をご存じですか？	30	42	2	3	21	98	652	100	67
19 イラスト素材集「ぴくらく」をご存じですか？	3	6	0	10	80	99	98	100	10
20 配送業者比較サイト「運び方.com」をご存じですか？	1	9	0	10	79	99	102	100	10
21 弊社のInstagramをご存じですか？	7	16	13	18	45	99	299	100	30
22 弊社のホームページをご存じですか？	1	24	56	11	7	99	504	100	51
							総合評価		33.6



アンケート回答率

	第13期顧客満足度調査		
	依頼	回答数	回答率
メール	163	82	50.3%
LINE	20	17	85.0%
Messenger	1	1	100.0%
FAX	1	0	0.0%
合計	185	100	54.1%



## 総評

### 1 顧客の高い評価に誇りを持とう！

Q23の「弊社に依頼して良かったと思いますか？」は満足度指数95点とかなりの高評価である。これは、今まで積み重ねてきたイケル社員の対応が高く評価された結果だ。イケルらしさと自信を持ちたい。高評価は顧客の期待の表れであり、維持したいと考えると停滞する。期待に応え続けるためには、さらに進化していくことが必要になります。何を進化したいかあらためて考えて欲しい。当然だが、マイナス意見、ネガティブな意見もあった。全体の評価をしっかりと受け止め、率直な意見をいただけることを誇りに思うことが重要です。

次は、高評価だった回答のお客さんを詳しく分析して、「どういった対応が丁寧」で、「どういった提案が評価が高かった」のか深掘りしていくことで、顧客の正しいニーズを正確に把握したいと思います。回答をくださった方々は、“進化するイケルに期待している顧客です。

### 2 イケルらしさの追求

Q15は「明るい 72人」「親しみやすい 63人」とイケルらしさの一つが現れています。今社会では、組織の価値は、機能的価値だけでなく、情緒的価値が注目されています。イケルのインナーブランディング、アウターブランディングを力強く推し進め、地域をリードしていきましょう。

### 3 まとめ

イケルへのコミュニケーションカへの評価は高く、そして顧客を満足に繋げている大きな要素です。基本方針の「心の通い合うコミュニケーションカを磨く」をさらに追及する取り組みを進めましょう。それには、顧客だけでなく社内のコミュニケーションについても同じく重要です。

- ①基本マナーの確立(自社のマナーを共有する)
- ②気づく力の向上（気づきを生み出すトレーニング、意識改革）
- ③企画提案力向上（創造力、企画力、伝達力の向上）