

【社外秘】



# 第15期 顧客満足度調査結果

2025年1月22日



# 目次

2 質問項目一覧	…	2
3 アンケート集計結果《顧客》		
・ サービスについて	…	3
・ 保守サービスについて	…	6
・ 営業・対応について	…	7
・ イケルについて	…	9
4 【Q3】 保守プラン別	…	14
5 【Q7】 保守プラン別	…	15
6 【Q9】 保守プラン別	…	16
7 満足度指数	…	17
8 イケルの取り組みに関する指数	…	18
11 総評	…	19

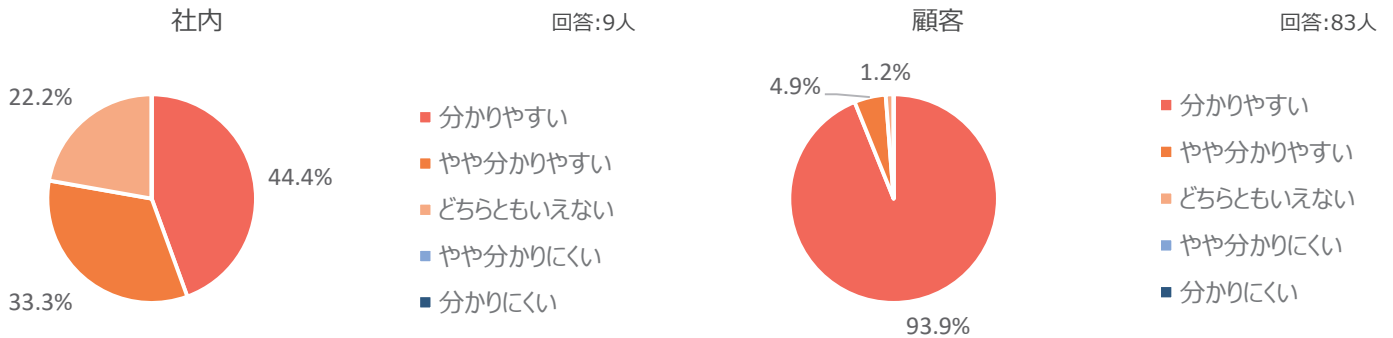
## 質問項目一覧

サービス・プランについて							
1	打ち合せ時の説明は分かりやすいですか？	分かりやすい	やや分かりやすい	どちらともいえない	やや分かりにくい	分かりにくい	
2	納期やお約束などは守られていますか？	守られている	やや守られている	どちらともいえない	やや守られていない	守られていない	
3	ご連絡・ご要望への対応スピードは適切ですか？	早い	やや早い	どちらともいえない	やや遅い	遅い	
4	弊社の対応は丁寧だと感じますか？	丁寧	やや丁寧	どちらともいえない	やや物足りない	物足りない	
5	制作物の効果は感じますか？	感じる	やや感じる	どちらともいえない	やや感じない	感じない	
6	制作物のデザインには満足していますか？	満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや満足していない	満足していない	
7	弊社のサービス料金は適切ですか？	安い	やや安い	ちょうどいい	やや高い	高い	
8	保守サービスには加入していますか？	加入している	加入していない				
保守サービスについて							
9	定期打ち合わせの頻度は適切ですか？	多い	やや多い	ちょうどいい	やや少ない	少ない	
10	保守サービスの改定によって、業務に支障が出ていると感じますか？	支障は出ていない	やや支障が出ている	支障が出ている			
11	上記の質問で「やや支障が出ている」「支障が出ている」とお答えの方は、どのような点でそう感じますか？	(記述式)					
12	新規ページ制作やコラム記事代行サービスの頻度や品質には満足していますか？(該当プランの方のみ)	満足している	やや満足している	どちらともいえない	やや満足していない	満足していない	
13	上記の質問で「やや満足していない」「満足していない」とお答えの方は、どのような点でそう感じますか？	(記述式)					
14	今後、保守サービスに追加してほしいサポートやサービスがあれば教えてください。	(記述式)					
15	保守サービスに関して、他にご意見・ご要望がありましたらお聞かせください。	(記述式)					
営業・対応について							
16	あいさつや身だしなみなどのマナーはできていますか？	できている	ややできている	どちらともいえない	ややできていない	できていない	
17	困っていること等を相談しやすいと感じますか？	相談しやすい	やや相談しやすい	どちらともいえない	やや相談しづらい	相談しづらい	
18	社員全員が協力してサービスを提供していると感じますか？	感じる	やや感じる	どちらともいえない	やや感じない	感じない	
19	お客様のご要望などを、弊社社員は正しく理解できていると感じますか？	できている	ややできている	どちらともいえない	ややできていない	できていない	
20	貴社にとって有益な提案ができていますと感じますか？	できている	ややできている	どちらともいえない	ややできていない	できていない	
21	提案の質は高いと感じますか？	高い	やや高い	どちらともいえない	やや低い	低い	
イケルについて							
22	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)	まじめ	活発	明るい	楽しい	にぎやか	ユーモアがある
		おしゃれ	オフィスがきれい	親しみやすい	信頼できる	良き相談相手	対応が柔軟
		チームワークが良い	スタッフの対応が良い	いきいきしている	社員を大切にしている	挑戦している	将来性がある
		学習を重視している	サービスが充実している	顧客ニーズに対応している	最新技術を取り入れている	SDGsに取り組んでいる	地域貢献に力を入れている
		当てはまる項目がない	(その他)				
23	イケルのサービスで興味のあるものはありますか？(複数回答可)	ホームページリニューアル	マンツーマンレッスン	ランディングページ	リクルートサイト	ショッピングサイト	eラーニングシステム構築
		ホームページ多言語化	ホームページスマホ対応	SEO対策	アクセス分析	ロゴ制作	似顔絵・キャラクター制作
		LINEスタンプ	名刺作成	パンフレット・チラシ作成	ニュースレター制作	ノベルティ企画・制作	ビジョンマップ制作
		ブランディング支援	動画制作	Web広告	SNS運用	LINE公式アカウント設定・支援	顧客満足度調査
		Web制作セミナー	営業セミナー	社員教育セミナー	当てはまる項目がない	(その他)	
24	イケルの取り組みでご存知のものはありますか？(複数回答可)	営業道場	精考会(精神保健医療の在宅促進を考える会)	ホスピタルデザイン研究	SDGs	SS取組	ユースエール認定
		ハローワーク連携	運動サークル	当てはまる項目がない	(その他)		
25	イケルのニュースレター「イケにゅ～」をご存知ですか？	毎号読んでいる	時々読んでいる	知っているが読んだことはない	知っているが届いていない	知らない	
26	イケルの運営する無料イラスト素材集「びくらく」(https://piclike.net/)で画像をダウンロードしたことはありますか？	ダウンロードしたことがある	ホームページを見たことがある	知っているがホームページを見たことはない	知らない		
27	イケルの日常を発信するInstagram(ikel.yamakel)はご存知ですか？	頻繁に見ている	時々見ている	見たことがある	知っているが見たことはない	知らない	
28	イケルの仕事実績を発信するInstagram(ikel.okayama)はご存知ですか？	頻繁に見ている	時々見ている	見たことがある	知っているが見たことはない	知らない	
29	イケルのホームページ(https://ikel.co.jp/)はご存知ですか？	頻繁に見ている	時々見ている	見たことがある	知っているが見たことはない	知らない	
30	イケルに依頼して良かったと感じますか？	良かった	やや良かった	どちらともいえない	やや良くなかった	良くなかった	
31	相談したいことや弊社へのご不満・ご期待いただいている点などございましたら、お聞かせください。	(記述式)					

## アンケート集計結果

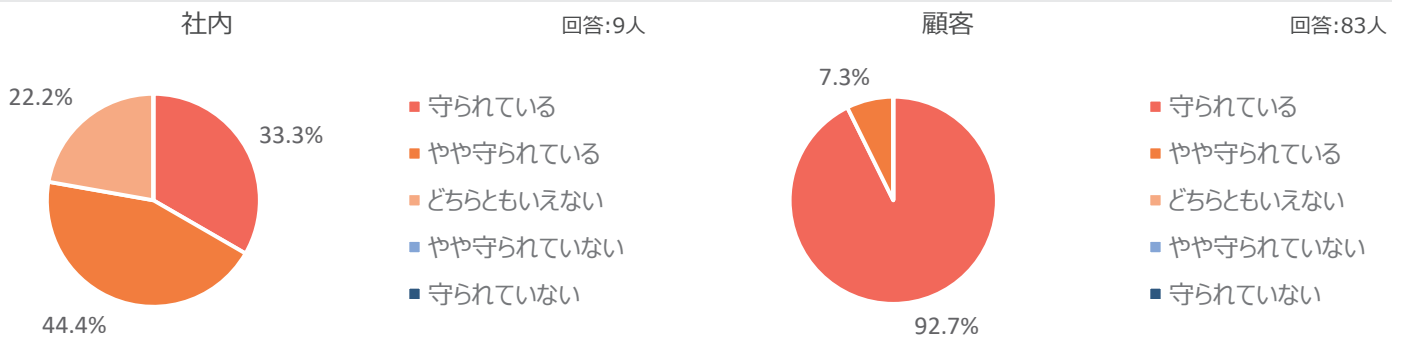
### サービスについて

#### Q1.打ち合わせ時の説明は分かりやすいですか？



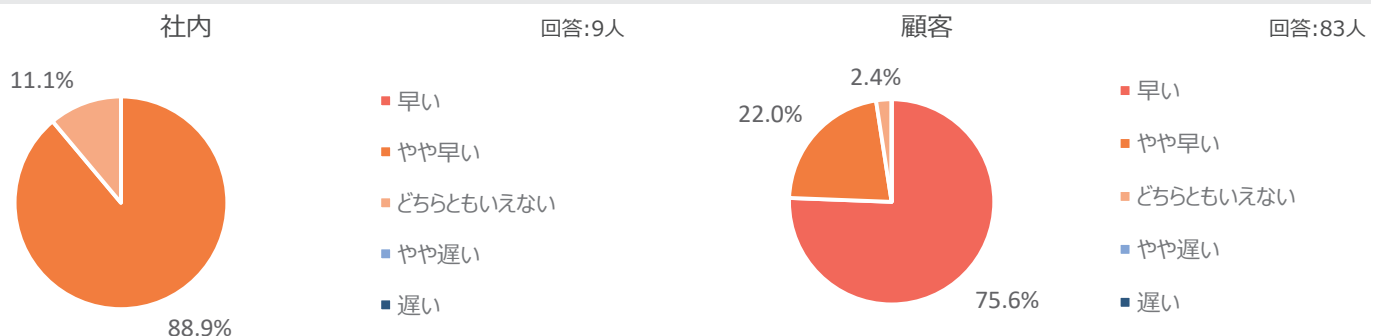
約94%の顧客が「分かりやすい」と回答している。これは前回の結果（約73%）のおよそ1.3倍で、良い結果といえる。一方社内の評価はまずまず。改善点を見つけさらに磨いていくことで、さらなる高評価が期待できる。

#### Q2.納期やお約束は守られていますか？



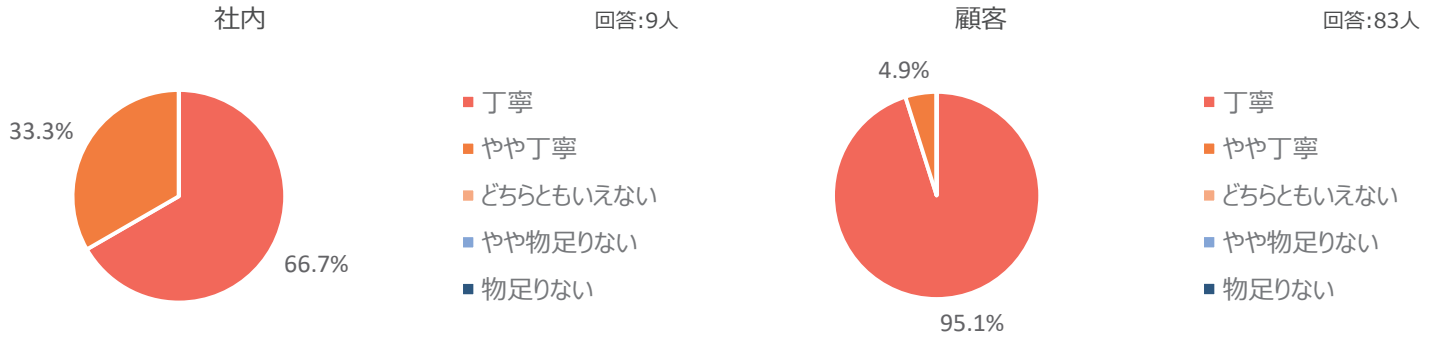
Q1と同じく、前回（約70%）よりも良い結果ではあるものの、社内の評価ははやや自信が無いものとなった。予定通りの進行・納品は利益率や作業効率にも繋がるので、意識的に取り組みたい。

#### Q3.ご連絡・ご要望への対応スピードは適切ですか？



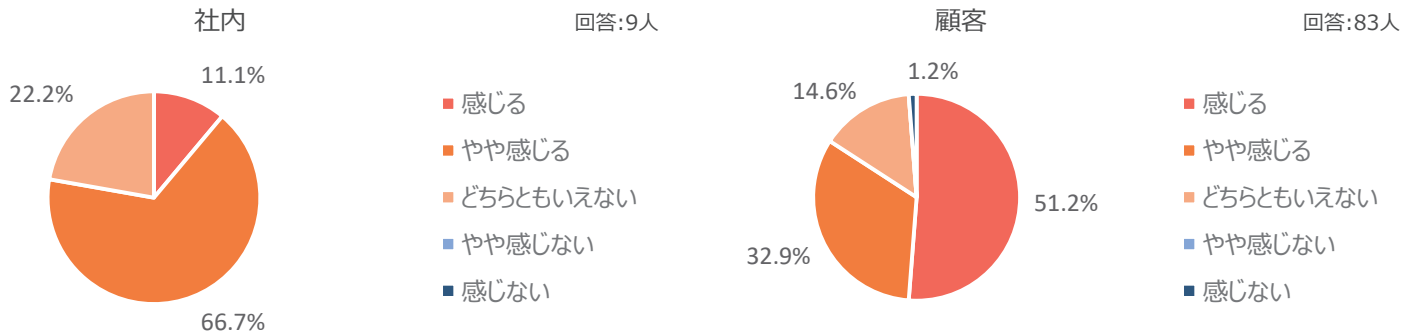
前回とは若干選択肢が異なるので単純な比較はできない。（今回：「どちらともいえない」→前回：「ちょうどいい」）ただ、前回は約1%いた「遅い」と感じている顧客が今回は0%となっていることから、改善傾向にあると推測できる。

Q4.弊社の対応は丁寧だと感じますか？



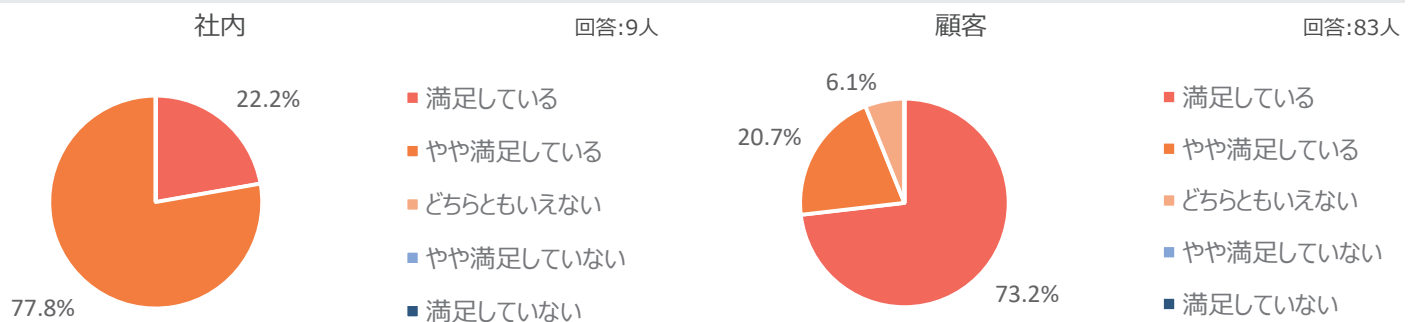
他の質問と比べても高評価かつ、社内からも高い自己評価が得られた。  
丁寧な対応は、社内から見ても周りから見てもイケルの長所だと考えられる。

Q5.制作物の効果は感じますか？



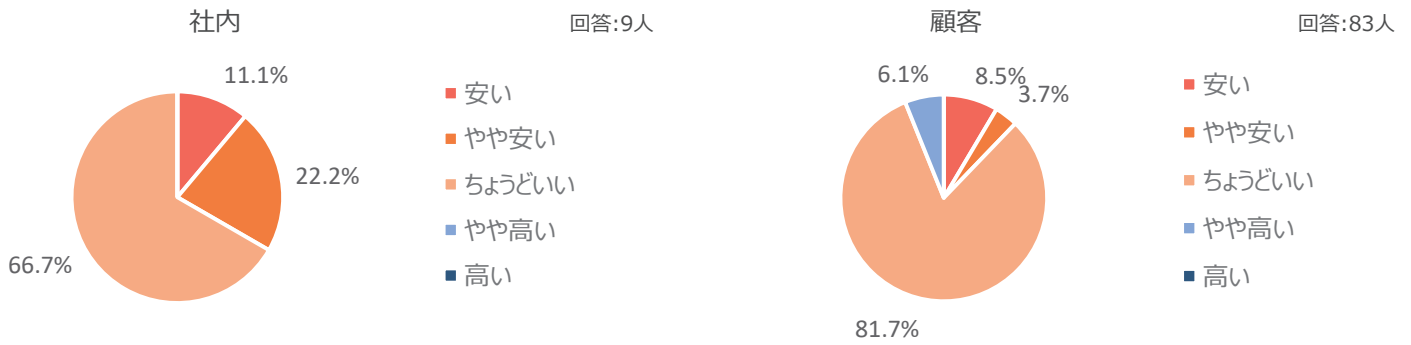
評価にややばらつきがあった。"効果を感じる"という質問文が曖昧で、回答時にピンと来なかった可能性がある。  
制作時に計測可能な目標を設定・共有すれば、後から客観的に振り返ることもできるのでは。

Q6.制作物のデザインには満足していますか？



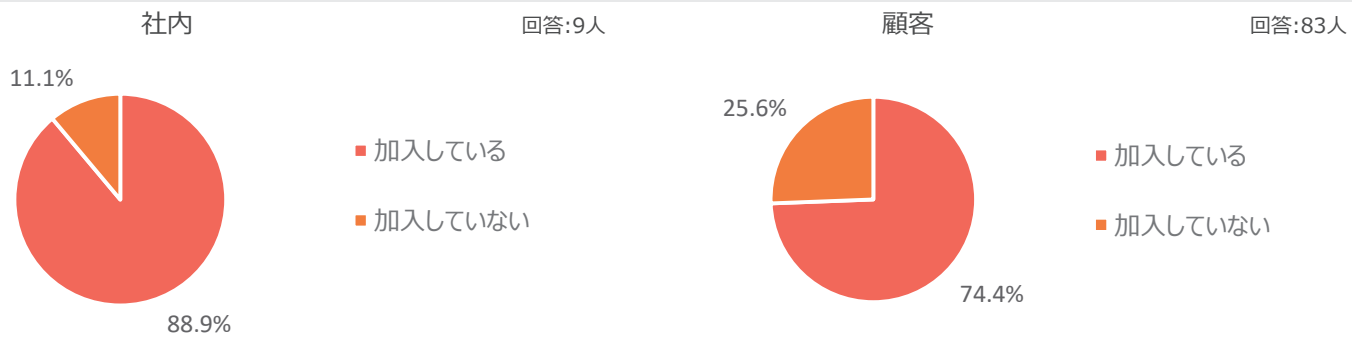
おおむね満足してもらえている印象だが、デザインに求める効果は顧客ごとに違うのではないか。("らしさ"、トレンド感、インパクト、情報の探しやすさなど) 顧客が求める成果を理解し制作することで、高評価に繋がると考えられる。

Q7.弊社のサービス料金は適切ですか？



価格改定があったにも関わらず、「安い」「やや安い」合わせて10%以上となっている。前回は「安い」「やや安い」合計約10%、「高い」「やや高い」合計約9%だったので、むしろ今の方が安価なサービスだと思われる。すなわち金額以上の価値が提供できていると考えられるが、実際に利益率が芳しくない案件もしばしば見られるので、過剰なサービスには留意したい。

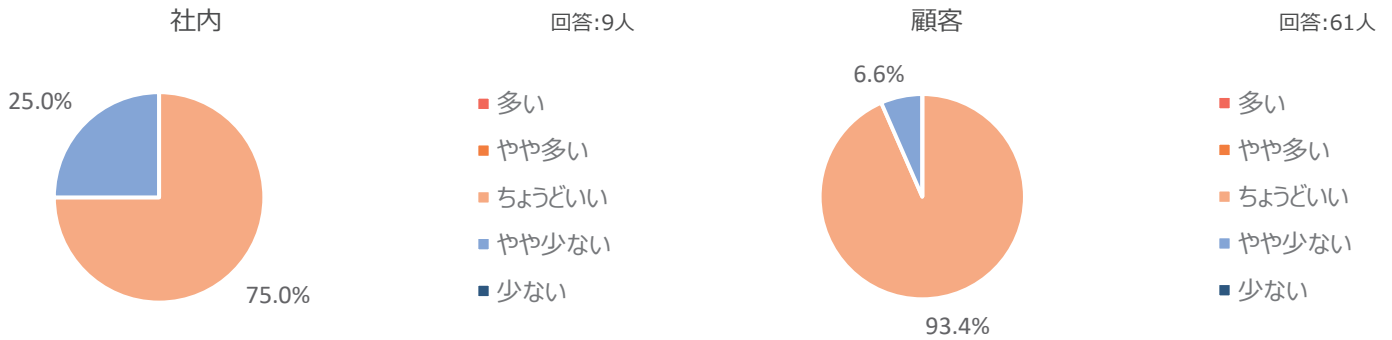
Q8.保守サービスには加入していますか？



回答者の約75%が保守に加入していた。（≠全顧客）今回のアンケートは保守で定期的にやり取りしている顧客の方が回答率が高かったが、保守に未加入にも関わらず回答している顧客も一定数いるなど、案件後も関係が残っているのが印象的。

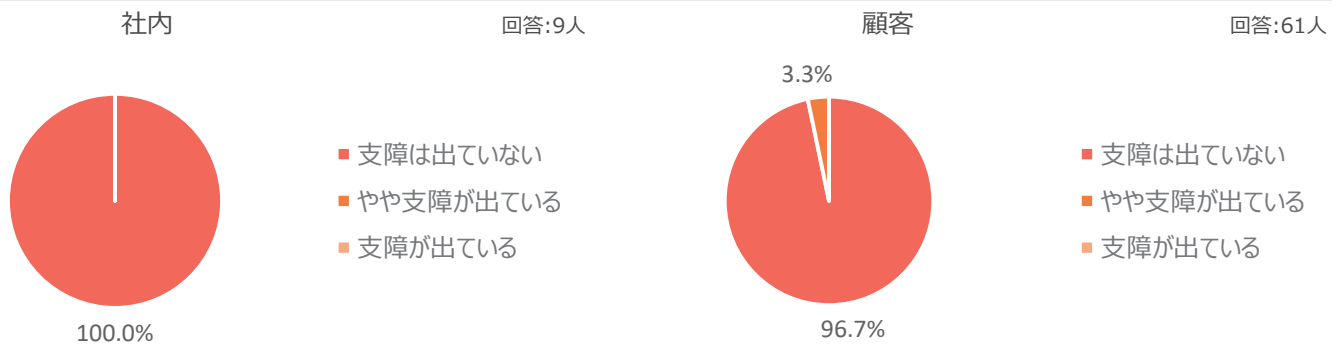
## 保守サービスについて

### Q9.定期打ち合わせの頻度は適切ですか？



おおむね「ちょうどいい」と感じているが、中には「やや少ない」と感じる顧客もいた。また社内でも少なめという認識。要因としては、コミュニケーションの取りづらさが考えられる。日頃のやり取りで改善できる点があるかもしれない。

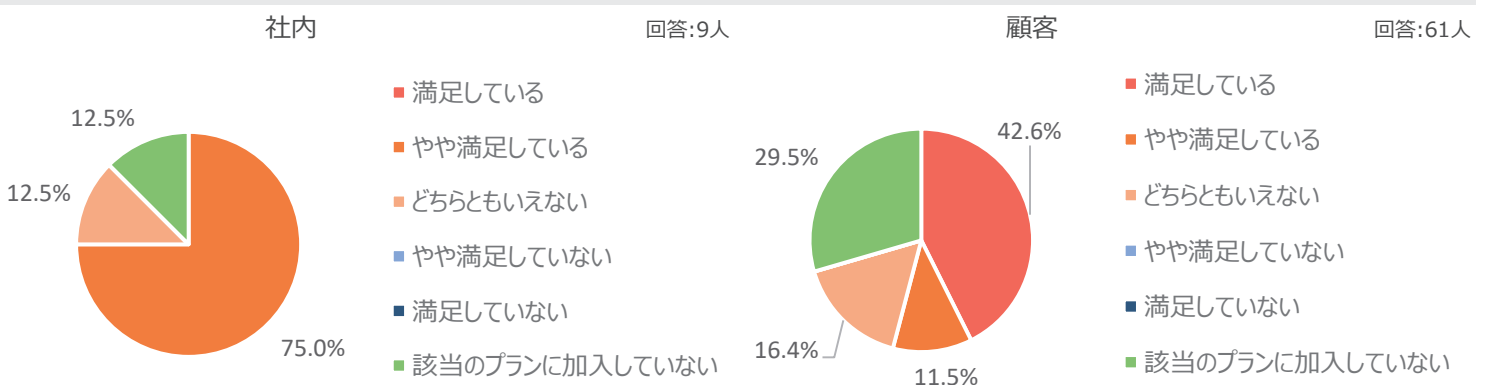
### Q10.保守サービスの改定によって、業務に支障が出ていると感じますか？



Q9と同じくほとんどの顧客は問題ないと感じているが、一部では支障が出ている。Q11を見ると、サービス内容の複雑さや連絡の取りづらさが原因と思われる。

### Q12.新規ページ制作やコラム記事代行サービスの頻度や品質には満足していますか？

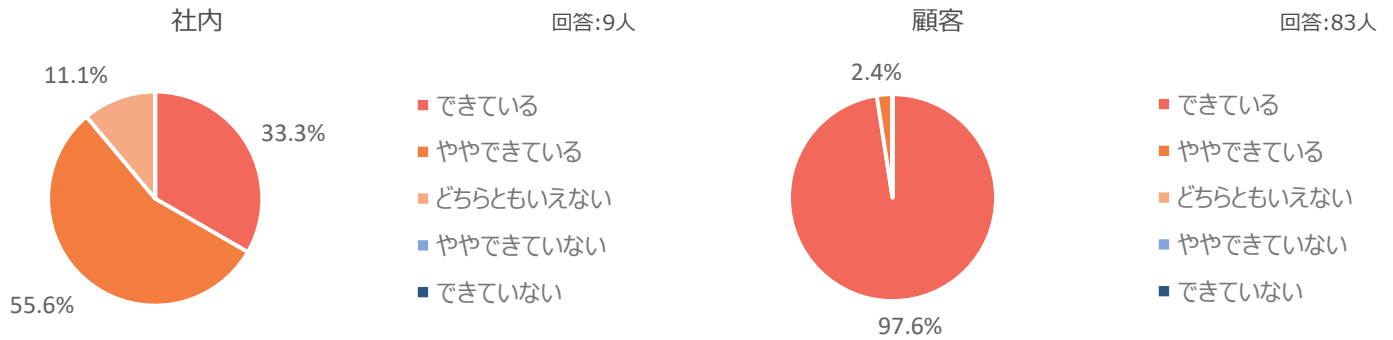
(該当プランの方のみ)



回答にばらつきがある印象。また、「どちらともいえない」回答が多く得られた。Q11やQ13を踏まえると、そもそも当該サービスの利用率や認知度が低い可能性がある。

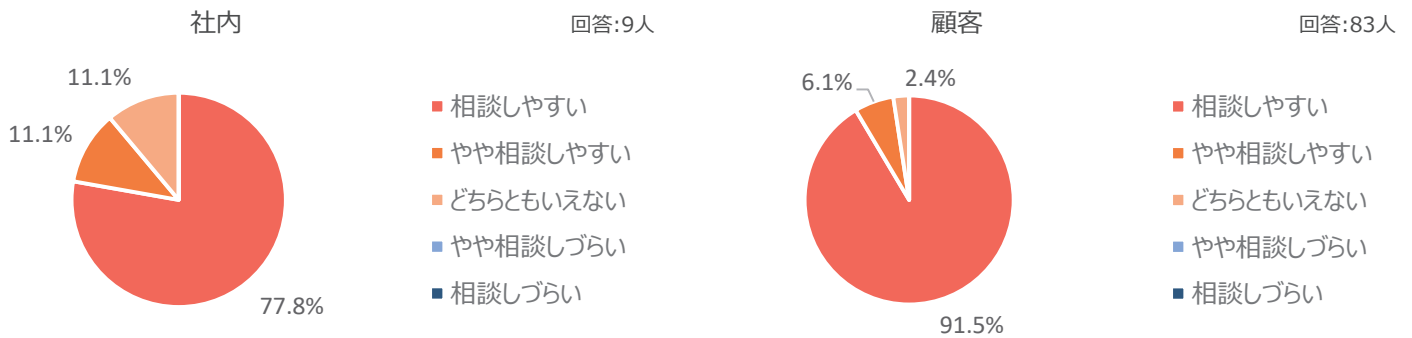
## 営業・対応について

Q16.あいさつや身だしなみなどのマナーはできていますか？



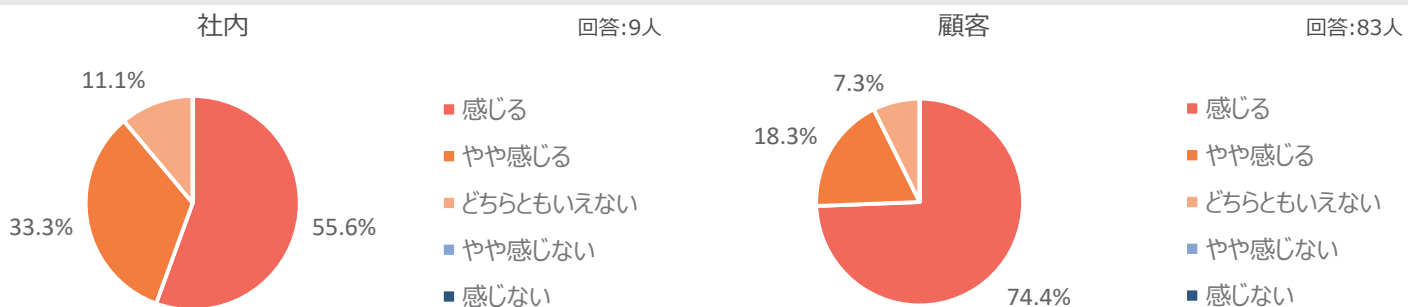
他の質問と比べても社内－顧客間でギャップがある結果となった。顧客の求めるマナーと、社内で求められるマナーに齟齬が生じている可能性がある。高評価を得るために必要十分なクオリティを見定め保つことで、自己評価アップに繋げたい。

Q17.困っていること等を相談しやすいと感じますか？



相談しやすいという状況は、総合的な信頼が積み重なった結果と言える。現状良い数値を得られているが、さらに向上するには顧客への対応や進捗等の透明性を高めるなど、さらに信頼を積み重ねる工夫が必要と考えられる。

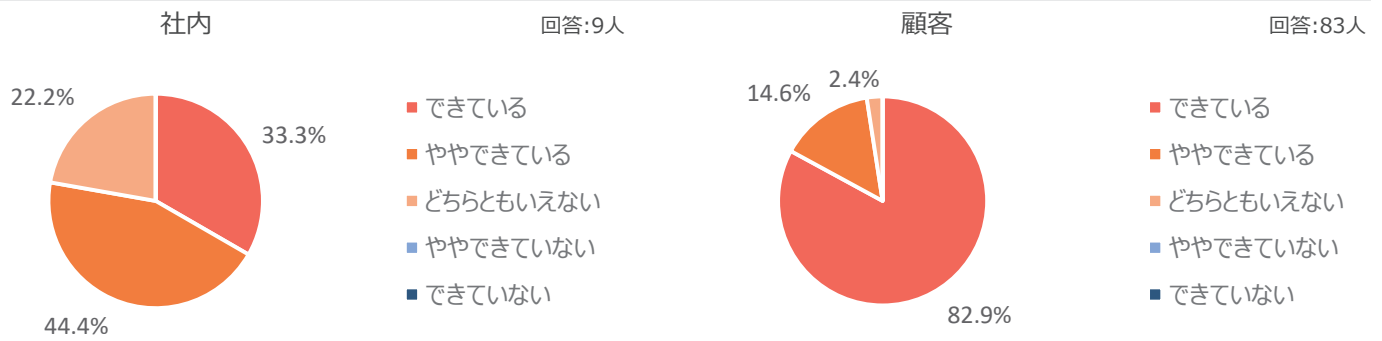
Q18.社員全員が協力してサービスを提供していると感じますか？



他の質問より「感じる」の割合が少ないが、これは顧客が担当以外と関わる機会が少ないことが影響していると考えられる。担当不在の場合でも滞りなく対応できるよう、社員同士で互いの状況を理解しておくのが理想である。

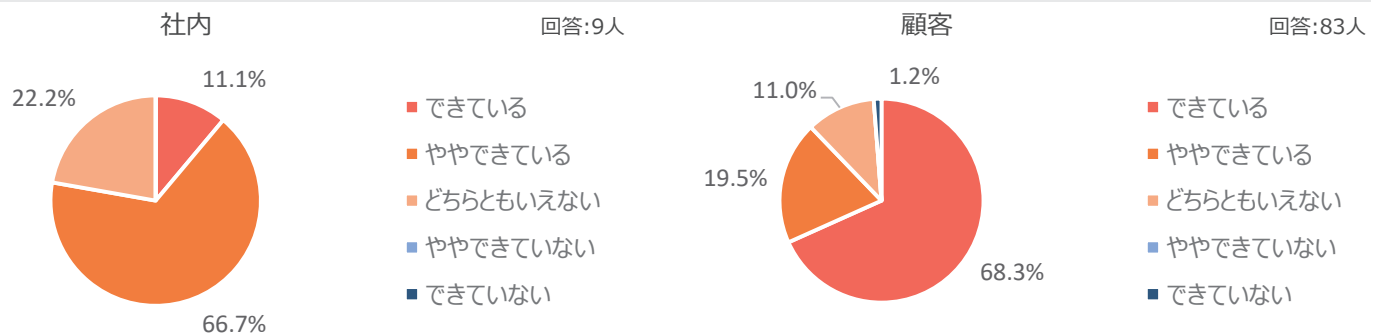


Q19.お客様のご要望などを、弊社社員は正しく理解できていると感じますか？



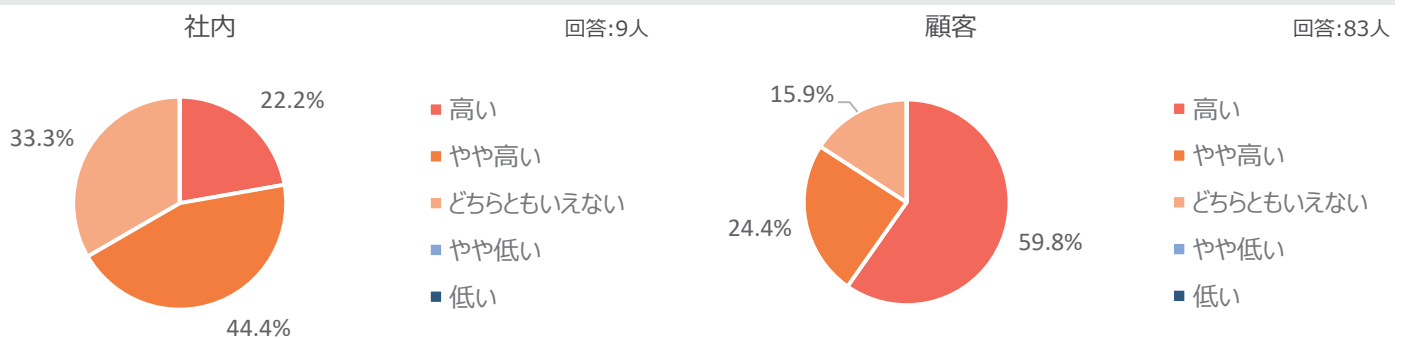
おおむね理解できていると言える。傾聴の徹底や会話内容の記録などを通して、顧客の要望の裏にある意図や背景まで汲み取り、より良い評価を目指したい。

Q20.貴社にとって有益な提案ができていると感じますか？



Q19がヒアリング能力、Q20がプレゼンテーション能力に関する質問だと考えると、イケルはヒアリングより提案が苦手なことが分かる。また、そもそも既存の顧客に対してこちらから積極的に提案する機会が乏しい可能性もある。

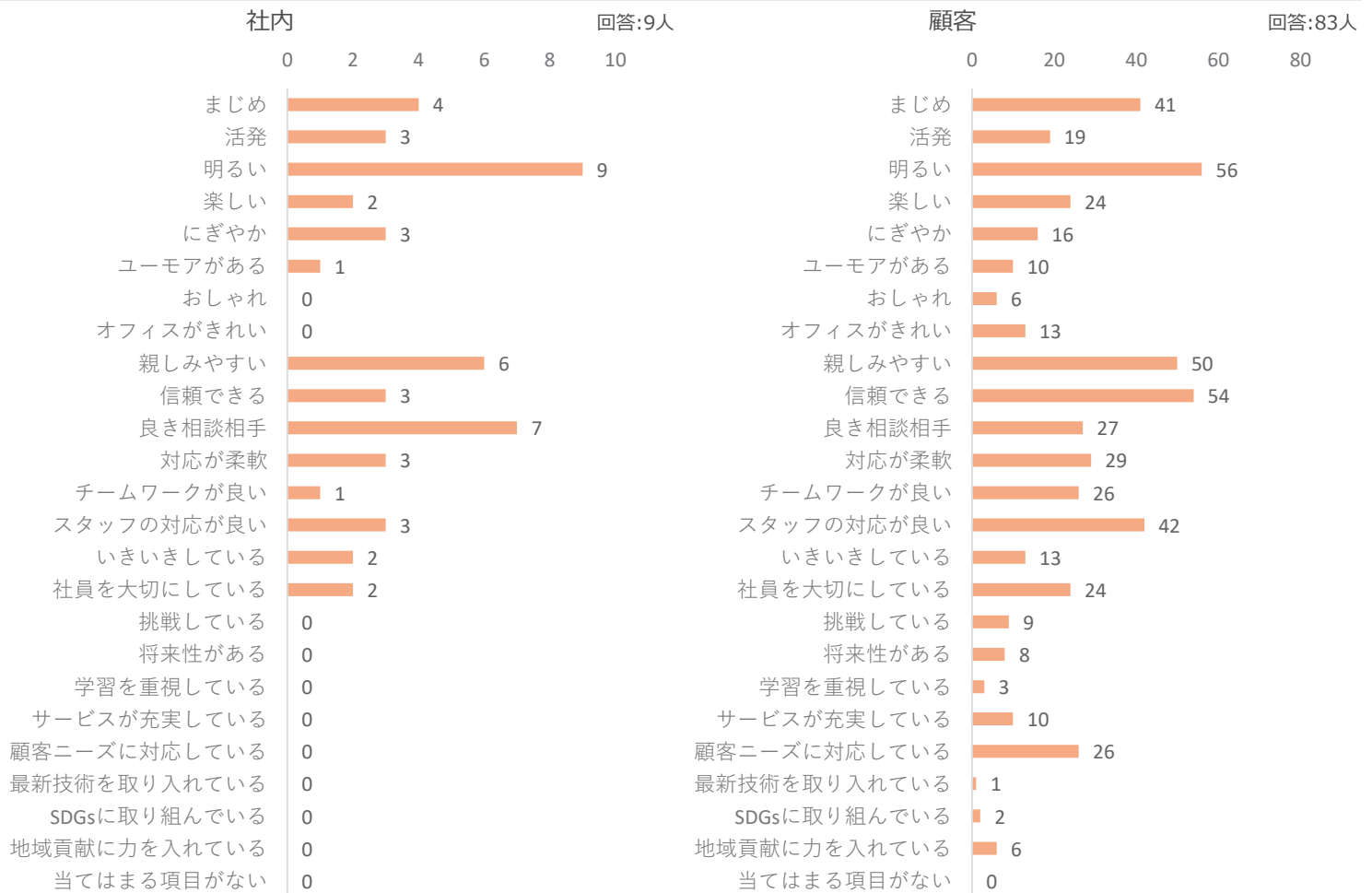
Q21.提案の質は高いと感じますか？



質が高いと感じる提案は、顧客にとって「使える」提案とも言える。相手が利益を感じるためには、提案の根拠や具体的な解決策を伝えるのはもちろん、イケルとしての経験や、顧客の意見を踏まえ内容を改善していく柔軟さなどが必要である。

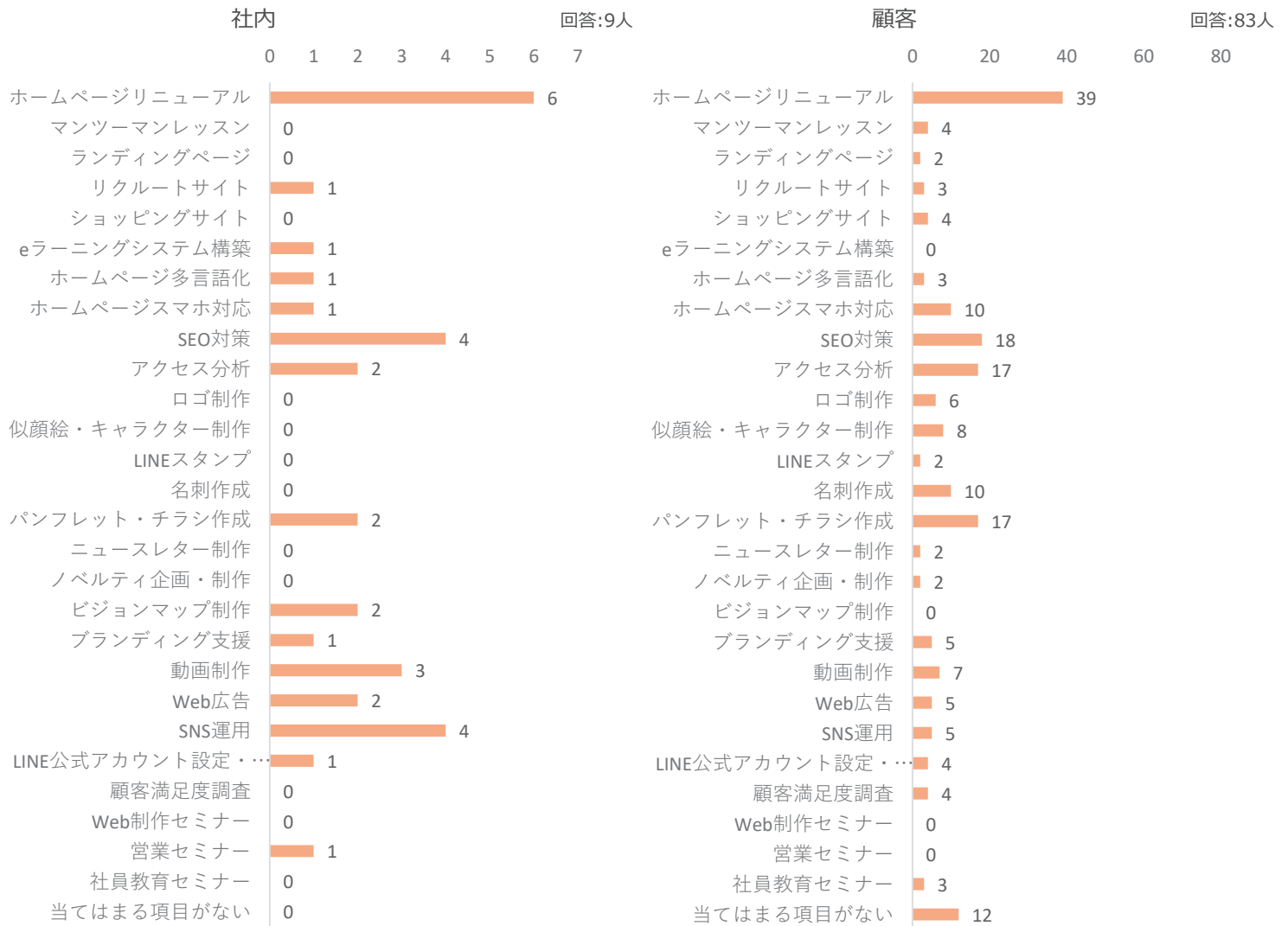
## イケルについて

Q22.イケルに対してどのようなイメージを持っていますか？（複数回答可）



社内外ともに「明るい」「親しみやすい」「楽しい」「活発」など、元気が良くにぎやかなイメージが多く選ばれた。一方、社外からは「信頼できる」「顧客ニーズに対応している」といった、対応力を評価するイメージも挙がっている。

Q23.イケルのサービスで興味のあるものはありますか？（複数回答可）



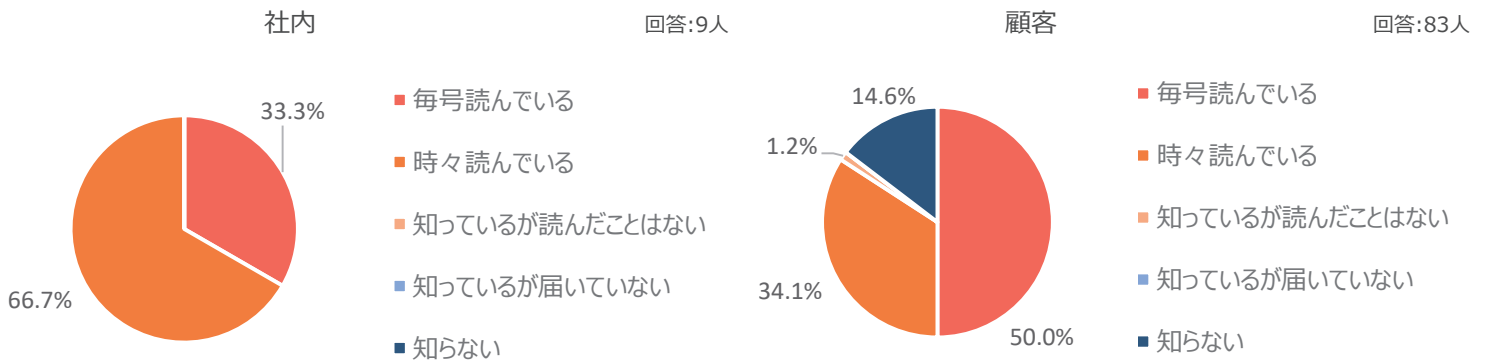
「ホームページリニューアル」や「SEO対策」「アクセス分析」「パンフレット・チラシ制作」など、普段から需要の高いサービスが多く選ばれた。様々なサービスがあるが、幅広く興味を持たれている印象を受ける。また「ホームページリニューアル」に関しては、83人中39人と半数弱の顧客が興味を持っている。こうした需要に対し適切にアピールできれば、さらなる売上向上に繋がる可能性もある。

Q24.イケルの取り組みでご存知のものはありますか？（複数回答可）



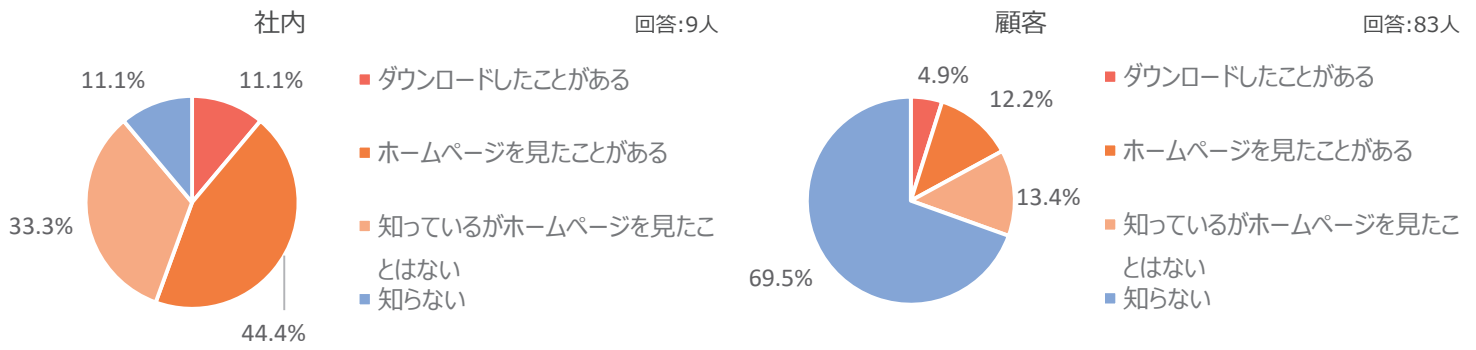
約半数が営業道場などの取り組みを認知していた。一方、「当てはまる項目がない」と回答した顧客も多くいた。サービスに直接関係のないこれらの取り組みまで知っているのは、顧客の中でもかなりの"イケルファン"といえる。今後様々なサービスを通してファンが増えることで、結果的に「当てはまる項目がない」顧客も減ることが期待できる。

Q25.イケルのニュースレター「イケにゅ〜」をご存知ですか？



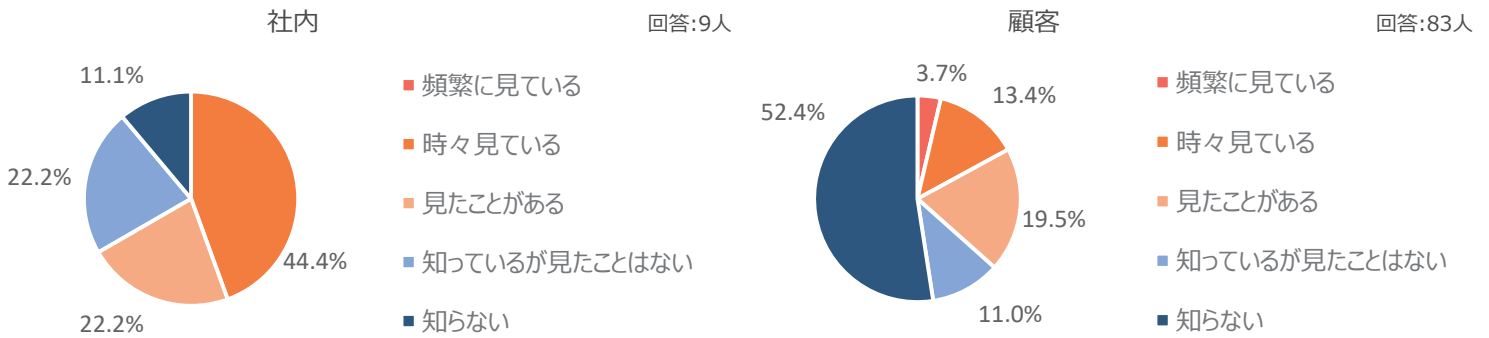
「毎号読んでいる」「時々読んでいる」あわせて約84%の顧客がイケにゅ〜を読んでいることがわかった。にも関わらず、これまでイケにゅ〜に掲載した施策（年賀状や似顔絵の制作、営業道場のクーポンなど）の反応は乏しかった。今後はどのようにイケにゅ〜を活用するか、工夫を凝らすことが必要と考えられる。

Q26. イケルの運営する無料イラスト素材集「ぴくらいく」 (<https://piclike.net/>) で画像をダウンロードしたことはありますか？



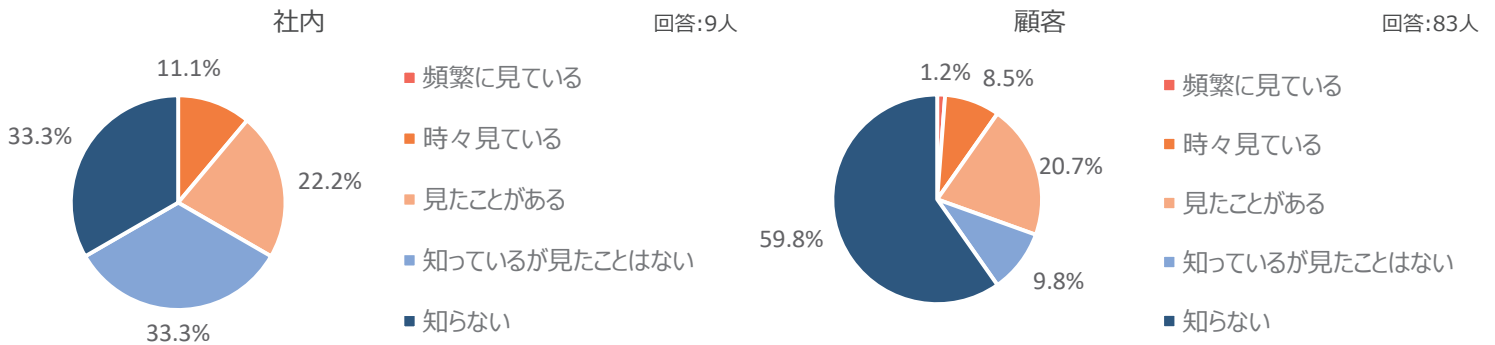
約70%の顧客が知らない上に、知っているがダウンロードしたことがあるのは4.9%に留まっている。イラストを使用する機会が少ない・既に使用している素材との兼ね合い・使える素材の少なさなど、使用率が振るわない原因は多々考えられるが、まずは認知度を向上させることを目指したい。

Q27. イケルの日常を発信するInstagram (ikel.yamakel) はご存知ですか？



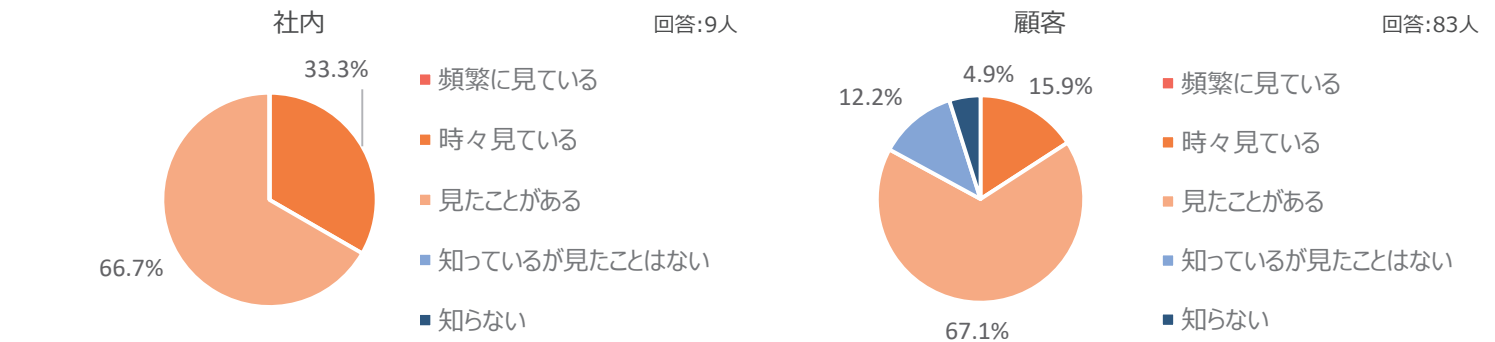
フォロワー数を増やすには認知度を上げる他に「見たことがある」と答えている顧客の閲覧頻度を増やすことも有効。また、認知度やフォロワー数の向上も大切だが、なぜアカウントを運用しているのか明確な目的を定めることも重要である。

Q28. イケルの仕事実績を発信するInstagram (ikel.okayama) はご存知ですか？



社内の予想に反して認知度は合計およそ30%と、ikel.yamakel（合計約37%）と大差はない結果となった。今後はアカウントの認知度を高め、顧客にとってイケルを有益な存在とするために効果的な運用方法を模索し続けたい。

Q29. イケルのホームページ (http://ikel.co.jp/) はご存知ですか？



定期的にイケルのホームページへアクセスしている顧客は約16%だった。前回は「頻繁に見ている」「時々見ている」合わせて約25%であり、イケルのホームページが以前よりも見られなくなっていることが分かる。今後はホームページリニューアルの計画もある。自分たちも顧客も使いやすいサイトにすることで、閲覧してもらえる機会を増やしたい。

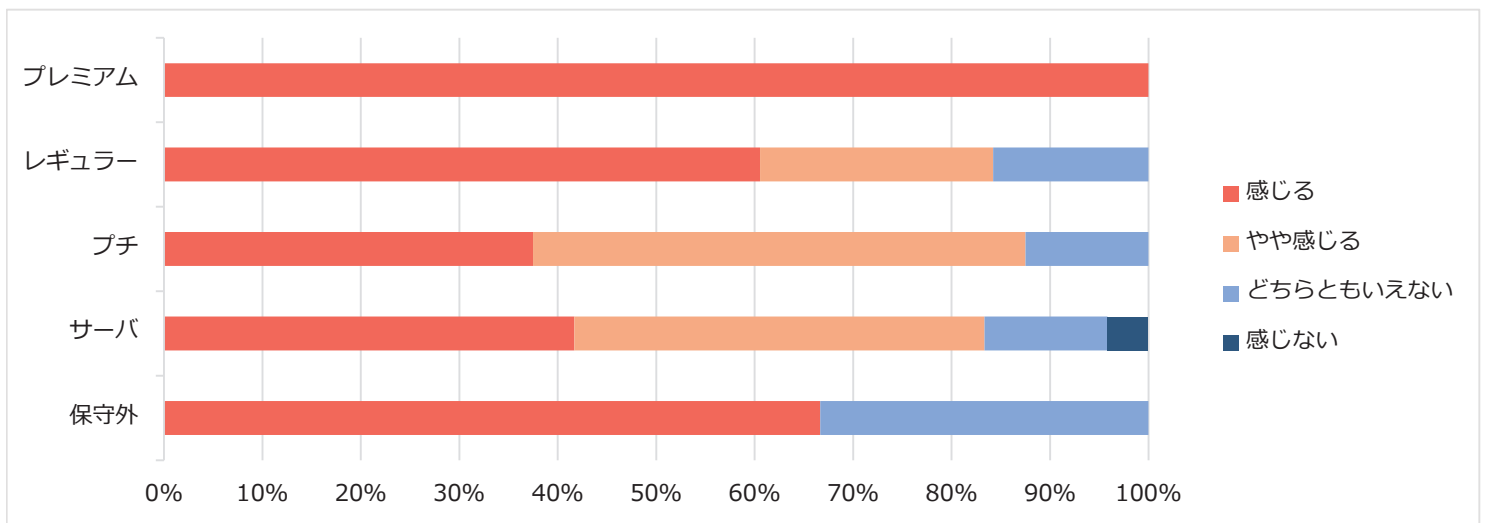
Q30. イケルに依頼して良かったと感じますか？



全ての顧客が「良かった」「やや良かった」と回答している。顧客の期待に応え、適切なサービスを提供できていると考えられる。今回の結果から、対応に自信を持ちつつ、多くの顧客に満足してもらえるよう努力を続けたい。

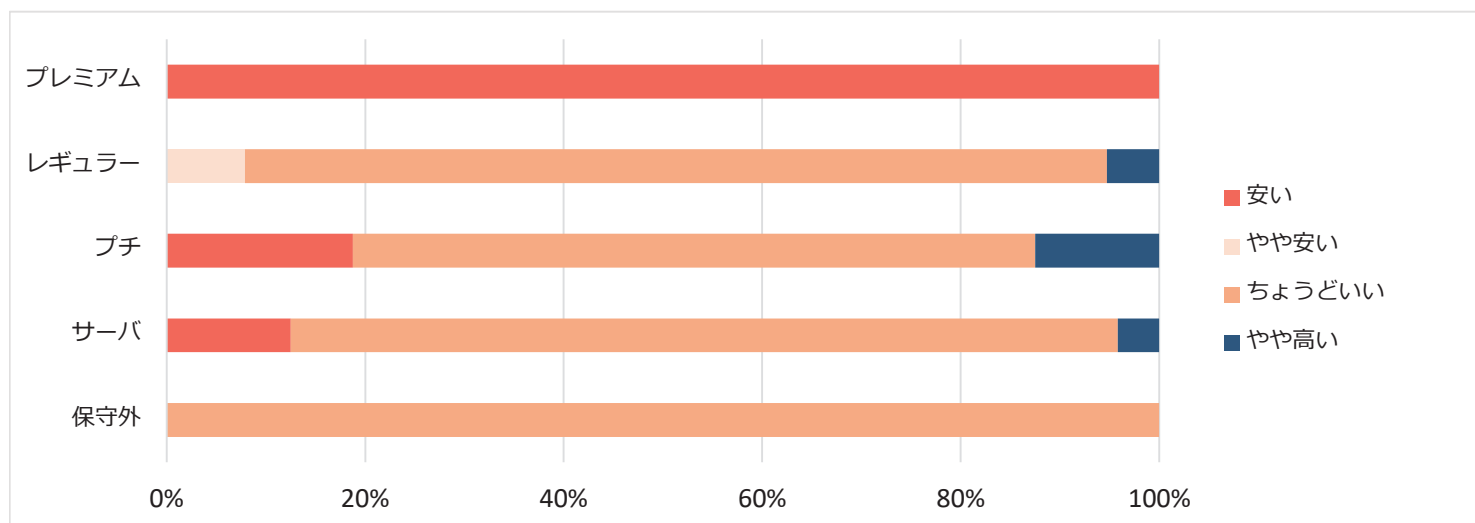
## 【Q5】保守プラン別

Q5.制作物の効果は感じますか？					
	感じる	やや感じる	どちらともいえない	感じない	総計
プレミアム	1				1
レギュラー	23	9	6		38
プチ	6	8	2		16
サーバ	10	10	3	1	24
保守外	2		1		3
<b>総計</b>	<b>42</b>	<b>27</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>82</b>



## 【Q7】 保守プラン別

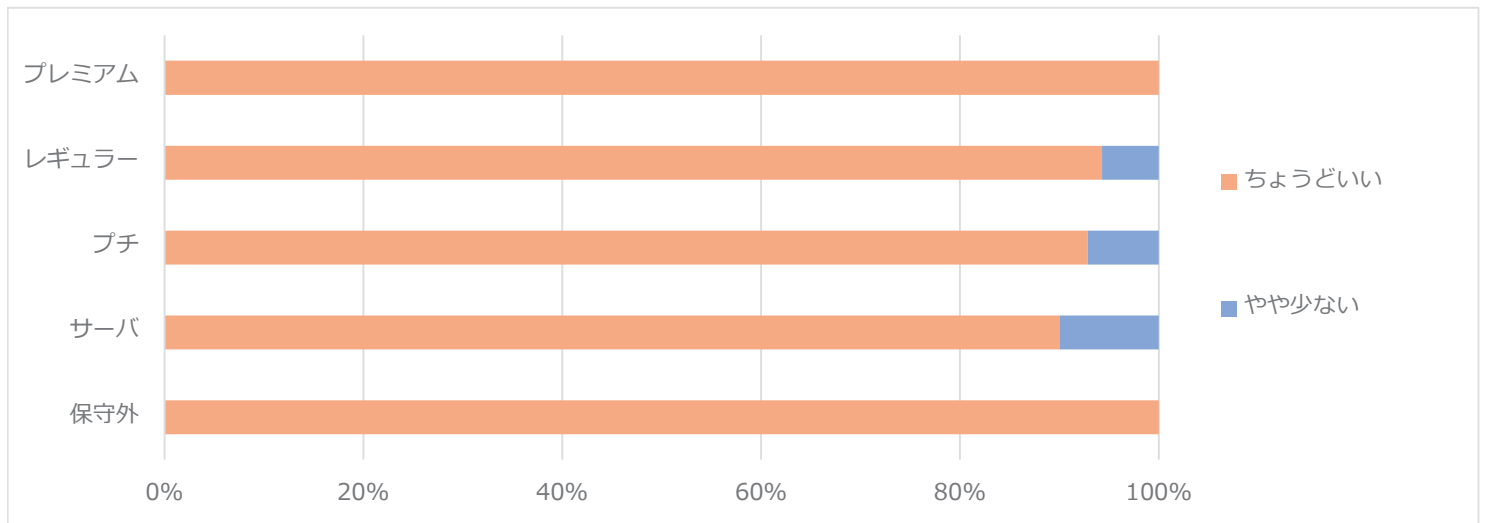
Q7.弊社のサービス料金は適切ですか？					
	安い	やや安い	ちょうどいい	やや高い	総計
プレミアム	1				1
レギュラー		3	33	2	38
プチ	3		11	2	16
サーバ	3		20	1	24
保守外			3		3
<b>総計</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>67</b>	<b>5</b>	<b>82</b>





## 【Q9】 保守プラン別

Q9.定期打ち合わせの頻度は適切ですか？			
	ちょうどいい	やや少ない	総計
プレミアム	1		1
レギュラー	33	2	35
プチ	13	1	14
サーバ	9	1	10
保守外	1		1
<b>総計</b>	<b>57</b>	<b>4</b>	<b>61</b>



## 満足度指数

■2024年度

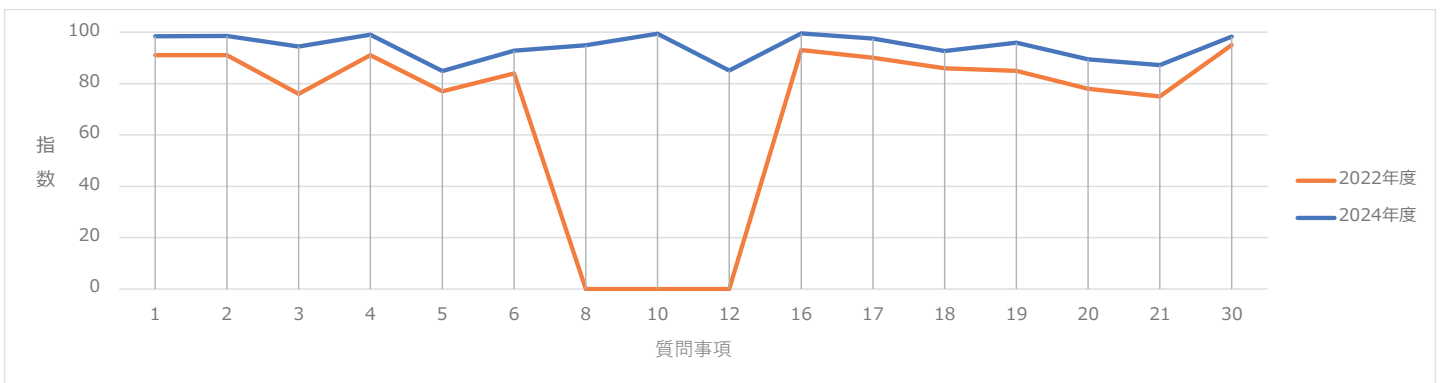
※指数=合計点÷最大満足数

	質問事項	回答数						合計	指数		2022年度
		良い		普通		悪い	合計		合計	満足度指数	
		10	8	5	2	0					
1	打ち合わせ時の説明は分かりやすいですか？	77	4	1	0	0	82	807	100	98	91
2	納期やお約束は守られていますか？	76	6	0	0	0	82	808	100	99	91
3	ご連絡・ご要望への対応スピードは適切ですか？	62	18	2	0	0	82	774	100	94	76
4	弊社の対応は丁寧だと感じますか？	78	4	0	0	0	82	812	100	99	91
5	制作物の効果は感じますか？	42	27	12	0	1	82	696	100	85	77
6	制作物のデザインには満足していますか？	60	17	5	0	0	82	761	100	93	84
8	保守サービスには加入していますか？	61	21	0	0	0	82	778	100	95	0
10	保守サービスの改定によって、業務に支障が出ていると感じますか？	59	2	0	0	0	61	606	100	99	0
12	新規ページ制作やコラム記事代行サービスの頻度や品質には満足していますか？（該当プランの方のみ）	26	7	10	0	0	43	366	100	85	0
16	あいさつや身だしなみなどのマナーはできていますか？	80	2	0	0	0	82	816	100	100	93
17	困っていること等を相談しやすいと感じますか？	75	5	2	0	0	82	800	100	98	90
18	社員全員が協力してサービスを提供していると感じますか？	61	15	6	0	0	82	760	100	93	86
19	お客様のご要望などを、弊社社員は正しく理解できていると感じますか？	68	12	2	0	0	82	786	100	96	85
20	貴社にとって有益な提案ができていますと感じますか？	56	16	9	0	1	82	733	100	89	78
21	提案の質は高いと感じますか？	49	20	13	0	0	82	715	100	87	75
30	イケルに依頼して良かったと感じますか？	75	7	0	0	0	82	806	100	98	95
									総合評価	94.2	81.2

※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。

※8,10,11,12は2024年度に追加された質問のため、2022年度のデータはありません。

※7,9は採点方法が異なるため、今回は計算に含んでいません。



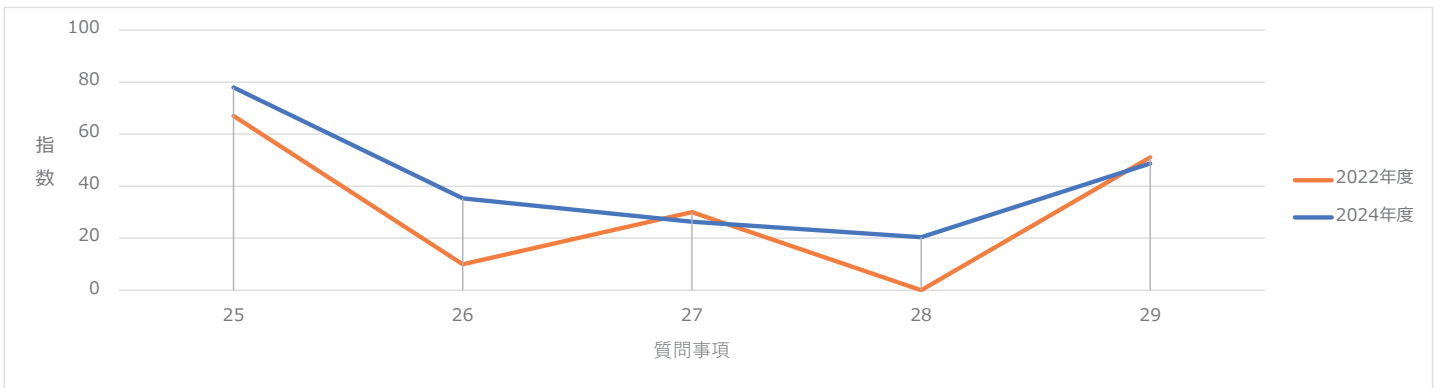
## イケルの取り組みに関する指数

■2024年度

※指数=合計点÷最大満足数

	質問事項	回答数					合計	指数			2022年度
		良い		普通		悪い		合計	満点	満足度指数	
		10	8	5	2	0					
25	イケルのニュースレター「イケにゅ～」をご存知ですか？	41	28	1	0	12	82	639	100	78	67
26	イケルの運営する無料イラスト素材集「びくらく」(https://piclike.net/)で画像をダウンロードしたことはありますか？	4	10	11	57	0	82	289	100	35	10
27	イケルの日常を発信するInstagram (ikel.yamakel) はご存知ですか？	3	11	16	9	43	82	216	100	26	30
28	イケルの仕事実績を発信するInstagram (ikel.okayama) はご存知ですか？	1	7	17	8	49	82	167	100	20	0
29	イケルのホームページ (https://ikel.co.jp/) はご存知ですか？	0	13	55	10	4	82	399	100	49	51
								総合評価		41.7	33.6

※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。



## 総評

### 1 イケルプライドの確立「誇りを成長の原動力に」

前回13期に行った満足度調査よりも格段に満足度が高いという評価をいただいています。

特に、「Q3ご連絡・ご要望への対応スピードは適切ですか?」という問いに対して、満足度指数が76から94とあがっています。質問項目が「ちょうどいい」から「どちらともいえない」へ変わった影響もあるかもしれませんが、注目すべき点です。また、Q19（お客様のご要望理解）、Q20（有益な提案の提供）、Q21（提案の質）は前回よりも軒並み高評価を得ています。前回から評価が変化した理由は何ですか? 顧客一人一人の回答に注目して比較をすることが重要です。イケルは顧客満足度によって成り立っています。高評価をいただいた結果を素直に受け入れ、経営方針である「イケルプライドの確立」にもつながる結果であることを認識し、今後も自信と誇りを持って進んでいきましょう。

ただし、高評価が目立つ今回ですが、少数のお客様からやや不満の声があり、回答されていないお客様もいます。いただいた評価に対して、一度受け止めつつ、「どうしてそう思われたのか」、「なぜ回答がなかったのか」、「イケルの対応に間違いはなかったか」など、デザイナー・コーダーで、今一度振り返って考えてみましょう。

### 2 あいさつと身だしなみ、相談しやすいか、顧客と社内のギャップについて

Q16（あいさつ身だしなみ）、Q17（相談しやすい）は顧客から高評価をいただいています。社内結果は「ややできている」「どちらともいえない」が少し多く、ギャップがあるようです。これは、顧客と社内では評価基準に違いがあるといえます。例えば、顧客対応が素晴らしくても、社内での協力や情報共有、積極性が足りないと感じられている場合などが当てはまるのではないのでしょうか。社内でも互いに気持ちの良いコミュニケーションをとることが、よりよいチームワークを生み、会社全体のパフォーマンスにもつながってきます。経営方針の「営業力向上、深い理解で築く信頼関係」を継続していくためにも、今一度社内での立ち振る舞いを見直しましょう。

### 3 顧客満足度調査と人事評価との関連性

1月10日に社内で行った問題提起の場では、人事評価の傾向について報告がありました。顧客調査の結果と社内での評価には高い関連性があると考えられます。来期の取り組みにおいて、これらの要素を優先課題として意識し、改善に向けた行動を促していきましょう。

【優先課題】（イケル全社員の本人評価と上長評価を合計し、項目の中で低い評価）

学習欲：自ら進んで自己研鑽し、必要な知識・技術の習得に取り組む。

挑戦：新しい課題や困難と思われる仕事にも意欲的に取り組む。

全体観：独断で行動したり、仕事を一人で抱え込まず、適切にチームと連携する。

社会性：言葉遣いや挨拶などの基本的なルールを守り、健康維持と自己管理に努める。

時間感覚：出勤時間や約束時間などに余裕を持ち、定刻前に到着する習慣を身につける。

## 4 まとめ

「イケルプライドの確立」という経営方針のもと、顧客満足度の向上は誇るべき成果です。しかし一方で、社内評価とのギャップや、一部のお客様からの不満の声、未回答の存在は、組織内部の連携やチームワークの課題を示唆しています。

顧客満足度の向上を支えるのは、社員一人ひとりの姿勢とチーム全体の連携です。社内の協力・情報共有・主体的な行動の促進が、より強固な営業力や信頼関係の構築につながります。また、回答率の低下は、顧客との接点や発信のあり方を見直す重要な機会でもあります。

現状の体調不良の増加や、新規顧客獲得の停滞といった課題を、チームの在り方と結びつけて捉えることで、イケルの強みである「チームづくり」をさらに強化できます。社員間のコミュニケーションを活性化し、一人ひとりが主体的に関わる組織へと進化させることが、持続的な成長の基盤となると認識し、取り組んでいきましょう。

## 5 次にむけて

今回の15期では回答率がやや低下しているため、回答率の向上を図るために、未回答の顧客も含めて、本調査の意義や重要性をより広く伝える必要があります。さらに、顧客ごとの反応を冷静に分析し、顧客対応やヒアリング、提案に活かすことで、顧客満足度の長期的な向上に繋げていきましょう。

より多くの顧客に認知してもらうためには、実効性のある戦略的な顧客対応が不可欠です。ホームページ、ニュースレター、Instagramなどを活用し、異なる視点からのアプローチを検討しながら、効果的に進めていきましょう。

そして、調査結果を来期の経営戦略へ的確に反映できるよう、準備を進めていくことが重要です。次回の実施は、2026年年末を予定しています。