

19 アンケート結果の分析

場面：職場のミーティングでの会話

状況：ファシリテーターの町田が会議を進行する。石井がホームページに関するアンケートの結果を報告し、メンバーで内容を分析する。

登場人物：

A（男性、会社員／ファシリテーター（町田））

B（女性、会社員（石井））

C（男性、会社員（高野））

A：今日のファシリテーターは私、町田です。よろしく願います。まずは、先月リニューアルしたホームページについて。石井さんが、ホームページから申し込みをしたお客様にアンケートを取って、集計してくれました。石井さん、説明をお願いします。

B：はい。えー、全体の満足度はリニューアル前よりかなり上がりました。ただ、項目ごとに見ると差があって、「デザイン」や「情報のわかりやすさ」は改善しましたが、「使いやすさ」はほとんど変わっていません。

A：そうですか…。高野さん、どう思いますか。

C：うーん、ちょっと意外な結果ですね。デザインが良ければ、使いやすさも上がりそうですけど。

B：ちなみに、離脱率でいうと、お客様情報の入力フォームと、採用情報のページが特に離脱率が高いです。

C：離脱率が高い…つまり、途中で見るのをやめちゃう人が多いってことですか。

B：あ、はい、そうです。特に20代・30代の若い世代で、その割合が高いです。

C：ああ、若い世代ということは、スマホで見たときに使いにくいのかなあ。この、デバイス別のデータでも、スマホのほうが満足度がかかなり低いですね。

B：あーたしかに。入力項目が多いページは、スマホだと操作しにくいのかも。

C：じゃあ、もっとスマホで使いやすいレイアウトに変えますか。

B：レイアウトもそうですが…操作自体を減らすことも考えませんか？たとえば、入力項目の数をもっと減らすとか…。

C：ああー、ただ、項目は営業部と人事部が作ってるからなあ。すぐには変えられないんじゃないか…。

B：ああ、でも、アンケートの結果を見れば変えてくれそうですけど。営業だって、お客様が離れるのは困るはずですから。

A：そうですね。じゃあ、まずは離脱率の原因をもっと詳しく調べましょう。年代別、デバイス別の利用状況をさらに調査する。で、必要ならそのデータを他部署への提案にも使うと。石井さん、どうですか。

B：わかりました、調査方法を検討してみます。