

藤沢市御中



2023年12月22日

調査結果報告書【概要版】 ：藤沢市ホームページ現状評価調査

株式会社ブレイド STUDIOZERO事業本部
株式会社エモーションテック

目的、調査業務概要：『藤沢市ホームページ（HP）現状評価調査』

市HPリニューアルに向け、WebアンケートでHPの現状評価に関するユーザー（市民等）の直接的な声を収集・分析

目的（藤沢市・課題感）

- 次期・市HPリニューアルに向け、**より見やすく利用しやすいホームページ運営**が求められる
- HPリニューアル事業の判断材料の一つとするため、市HPの現状評価に関するユーザーの直接的な声を収集・分析する

調査業務概要

『藤沢市HP現状評価調査』
*期間：2023年9/8-12/22

- 直接的な市民のHP体験評価**の収集・分析：従来は把握困難であった**市民体験軸のHP改善要素**をデータ・ドリブンで導出
- 個別最適なアンケート配信**：対象を調査対象ユーザーに絞り、HP体験の快適性に配慮
- 全工程デジタル活用**：職員リソースの省人化、収集・分析の精度・深度の向上

デジタル活用（プレイド・エモーションテック）

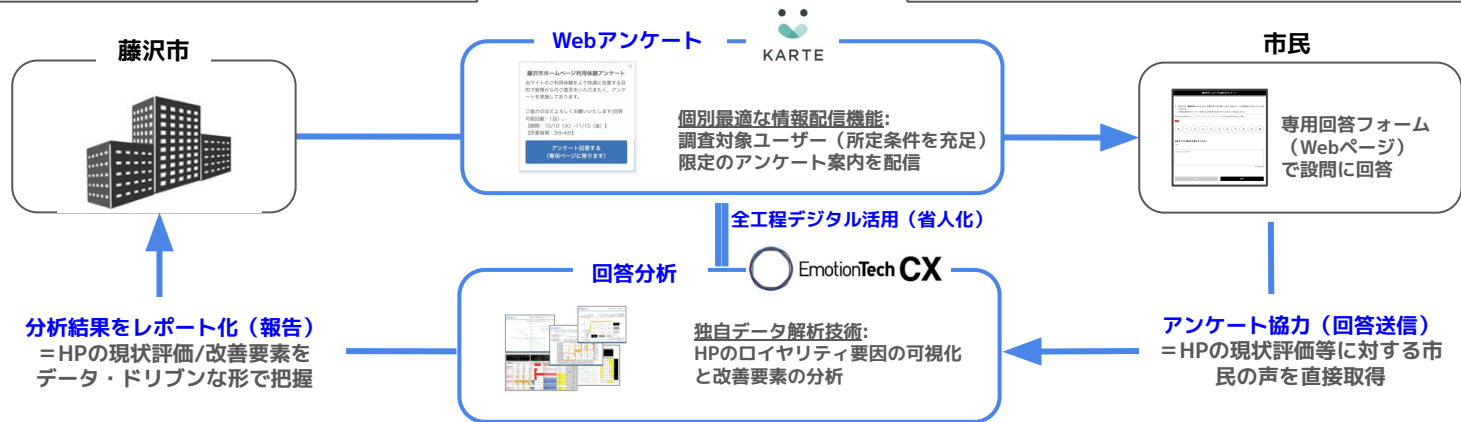
KARTE（プレイド）

- HP内のユーザー行動データを用いてユーザー属性・状況を解析した上で、対象ユーザーに絞った情報配信等（個別最適化）を行うデジタル技術

EmotionTech CX（エモーションテック）

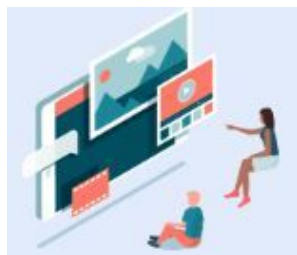
- ユーザーのHP体験指標（NPS®*注）を用いたWebアンケート設問設計及び回答分析等を行うデジタル技術

(注) Net Promoter Score（ネットプロモータースコア）の略称。ユーザーのHP等へのロイヤリティ（愛着・信頼度）を数値化した指標



全工程デジタル活用：省人化されたプロセス進行にて、データ・ドリブン（客観的根拠）によるHP改善要素を導出

①設問・調査対象層設定等



②調査対象・HPユーザーのみ に対しアンケート協力依頼を表示

・新型コロナウイルス感染症の感染の拡大、感染が収束した後も、異変となった場合の対応
 ・新型コロナウイルス感染症のワクチン接種について
 ・施設等において発生者が発生した際の対応
 ・新型コロナウイルス感染症に関する相談窓口
 ・感染を発生した日以降に発生または濃厚接触者となった場合の対応
 ・新型コロナウイルス感染症の感染動向
 ・最新発生状況2023年（令和5年）
 ・新型コロナウイルス感染症に関する本市の対応

より良いウェブサイトにするためにみなさまのご意見を
お聞かせください

質問：このページの情報は立ちましたか？
はい どちらでもない いいえ

自治体ホームページ利用体験アンケート
当サイトのご利用体験をより快適に改善する目的で皆様からのご意見をいただきたく、アンケートを実施しております。

ご協力ほどよろしくお願いたします(目安
可能回数：1回)
【期間：10/10（火）-11/10（金）】
【所要時間：3分-4分】

アンケート回答する
(専用ページに移ります)

自治体ホームページに関するアンケート

1. あなたは「自治体ホームページ」を閲覧中にわからない人や質問に、どの程度おすめしたいと思いますか。
※実際に自治体ホームページを閲覧される可能性がある方にと仮定してお答えください。

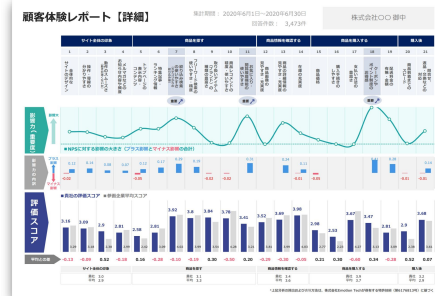
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

点数をつけた理由をお聞かせください
お名前
入力してください

01/1000文字

前へ 次へ

④独自分析によりHP内・各体験（ページ） に対する市民体験評価をレポート化（報告書）

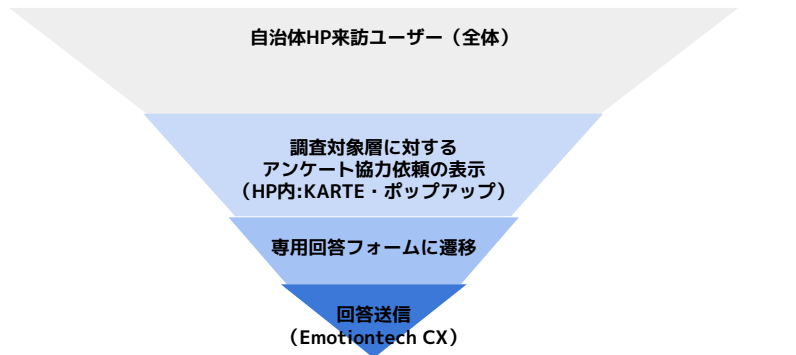


【主要・設問項目】*計12問前後 直接的な体験評価指標とその理由を取得

- ・NPS推奨度
-身近な人への推奨意向（11段階）
- ・HPのユーザー体験状況
-読みやすさ・探しやすさ、来訪目的、欲しい情報に辿り着けたか、など
- ・HPへのイメージ・期待要素
- ・回答者属性
-自治体との居住/在勤関係、HP閲覧端末、年代、性別など
- ・HPへの個別要望・意見
(自由記載)

市民向けWebアンケート実施期間：1ヶ月*注

(注) アンケート期間：2023年10/10-11/10



【調査報告書・主要項目】

客観的根拠（市民の声）に基づきHP現状評価や改善要素を直感的・視覚的に解読できるように可視化

- ・NPS値分析（推奨者率-批判者率=NPS値（%））
-全体
- ・属性別（性別、年代、閲覧端末、来訪目的等）
- ・ユーザーの不満を解消すべき体験
-ユーザーが不満に感じている個別ページ体験（来訪目的、ページカテゴリーなど）
- ・目的達成度
-迷いなく目的達成できた⇔辿り着けなかったユーザー割合（来訪目的別、ページカテゴリー別など）
- ・HPへの個別要望・意見
-どの属性のユーザーがHPにどのようなニーズを具体的に持っているのか

ユーザー（市民）が藤沢市HPに来訪



【調査対象ユーザー】

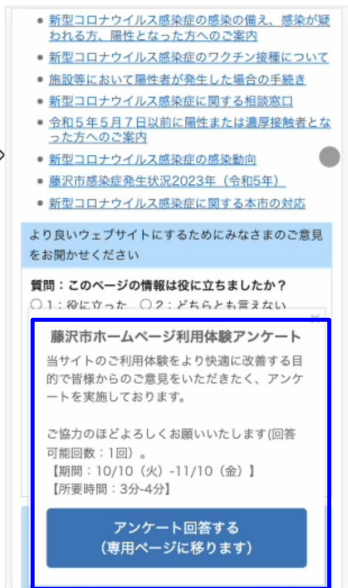
発動条件1_
藤沢市HP内で
所定の行動
(3回以上のページ遷移)
を実行



発動条件2_
遷移先最終ページの
スクロール率70%以上



ポップアップウィンドウ表示 (アンケート専用ページへの遷移誘導)



アンケート回答（専用回答フォーム）

→最終設問のページで「送信」→回答終了
(結果はEmotionTech CXのシステムで集計・分析)



調査結果サマリ (まとめ)

NPS	全体	藤沢市公式HPのNPSは -52.3% (推奨者：10.4%–批判者：62.7%=-52.3%)
	属性別	<ul style="list-style-type: none"> 性別：「女性」のNPS値が-58.1%と平均を下回っている (相対的にロイヤルティが低い) 年代：「30代」が-73.8%、「40代」が-62.3%と平均を下回っている。 —他方、年代が高くなるほどNPSが高くなる傾向 閲覧端末：全体の約57%が閲覧している「スマホユーザー」のNPSスコアは-54.6%と「PC」より低い HP来訪目的：全体の約67%を占めている「情報を調べる」目的でのNPS値は-54.7%と最も低い 目的カテゴリ：「暮らし」「健康・福祉・子育て」はNPSスコアの平均を上回るも、「まちづくり・環境」は相対的にロイヤルティが特に低いカテゴリ 藤沢市居住有無：「現在藤沢市には住んでいないが、藤沢市内で仕事がある・勤務している」が最もNPS値が低く-73.5%
重要な体験	不満を改善すべき体験	<p>下記3つの体験は「現状不満と感じられていることで、NPSが下げられている体験」 →不満を解消することでNPSの改善が見込まれる</p> <ol style="list-style-type: none"> ①求めている情報の探しやすさ ②サイトデザインの見やすさ ③情報のわかりやすさ
	不満を改善すべき体験の要素	<p>最もNPSを引き下げている体験「求めている情報の探しやすさ」において、特に不満と感ぜさせている要素は下記の2つ</p> <ol style="list-style-type: none"> ①関連ページへの導線 ②サイト内検索機能

NPSスコア分析の説明

- 【NPSとは】顧客の「ロイヤルティ (サービスへの信頼度・愛着度)」を測る指標
 - 回答者全体に占める9~10点: 「推奨者」の割合 (%) から、同・0点~6点: 「批判者」の割合を控除して算出

$$\text{NPS}^{\text{®}} = \text{Net Promoter Score} \text{ (推奨者の正味比率)}$$

『他者への推奨度』を問う質問で顧客ロイヤルティを測定

「あなたは〇〇を親しい友人や知人にどの程度おすすめしますか？」



*ネット、プロモーター、ネット、プロモーター、システム、ネット、プロモーター、スコア及び、NPSは、ペイン、アンド、カンパニー、フレッド、ライオナルド、サートメトリクス、システムの登録商標です。

回答者の傾向

- 推奨者 (9~10点)**
合理的かつ感情的に満足している層
再購入率・再利用率が極めて高い、様々な商品/サービスを購入・利用する、良い口コミを広める、価格に過敏に反応しない、という傾向がある
- 中立者 (7~8点)**
概ね満足している層
満足しているものの、より条件の良い競合商品・サービスがあれば、そちらに移りやすい傾向がある
- 批判者 (0~6点)**
合理的かつ感情的に満足していない層
再購入率・再利用率が低い、否定的な口コミを広めるなど、批判的・否定的な態度を取る傾向

NPSスコア分析結果 (NPS値、推奨度分布)

レポート内容・一部紹介_スコア分析-NPS値、推奨度分布

- 現行・藤沢市HPのNPS(ネットプロモータースコア)と推奨度分布
 - NPSは-52.3%
 - 公共性を有する事業のHPに対しては、「5点」の評価が集中する傾向がある (民間HPの場合: 交通・通信・エネルギー等)
 - 5点より低い評価をしたユーザー (全体の約30%) : 「藤沢市HPへのロイヤルティが相対的に低め」と解される

NPS: -52.3%
(平均推奨度: 5.46)

Score	n	%
0	22	4.8%
1	18	3.9%
2	27	5.9%
3	37	8.0%
4	32	6.9%
5	111	24.1%
6	42	9.1%
7	62	13.4%
8	62	13.4%
9	9	2.0%
10	39	8.5%
total	461	100.0%

*n=回答数
*割合の0.1の差は丸め誤差によるもの



© PLAID, Inc (注) NPS: Net Promoter Score (ネットプロモータースコア) の略称。ユーザーのHP等への愛着・信頼度を数値化した指標

【参考】影響度分析とは (簡易版)

各体験が持つ「おすすめしたいという気持ちを左右させる力 (影響度)」を可視化したもの

- 期待値 - NPS実態値の乖離幅により算出 (乖離幅が大きいほど影響度が高いと解される)
 - 期待値が高い: 対象項目への回答結果 (ポジ/ネガ) のユーザーのNPS評価 (推奨度) 導出結果への寄与度 (高/低) が高い
 - NPS実態値が低い: 対象項目に回答したユーザーが実際に付けたNPS評価値のマイナス幅が大きい

▶ 期待値 ⇔ NPS実態値・両者の乖離幅が大きい = 波形同士のGAPの大きい体験は、

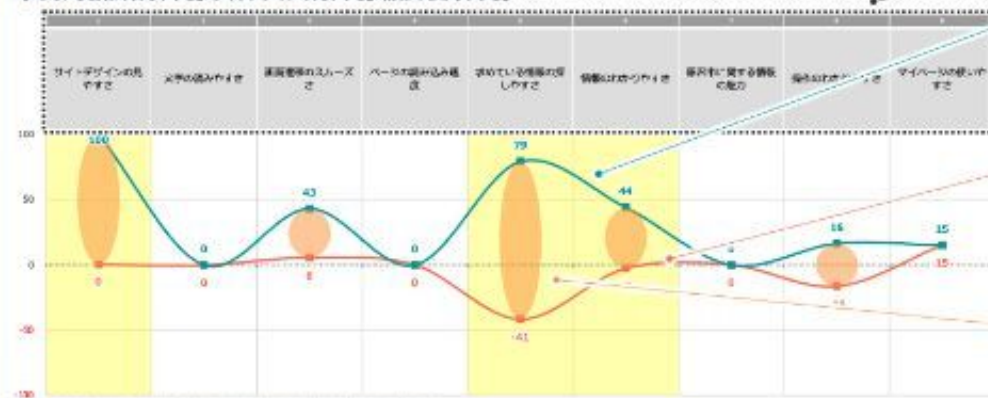
「市民からの期待が高いが、現状藤沢市HPをおすすめしたいという気持ちを損なってしまっている体験」 → 改善優先度が高い

NPSに影響を与える体験

推奨度への影響の大きさと推奨度の上げ/下げの差が大きい体験は、不満により推奨度を下げている体験

優先して改善すべき体験は

「求めている情報の探しやすさ」「サイトデザインの見やすさ」「情報のわかりやすさ」



顧客評価項目

〈緑色の波形〉

市民からの藤沢市HPに対する**期待**を表す

〈オレンジ色の波形〉

市民が藤沢市HPのNPSを評価するうえで及ぼしている影響の**実態**を表す

〈波形同士のGAP〉

市民からの期待と、影響の実態との**乖離**を表す



PLAID

データによって
人の価値を
最大化する



EmotionTech