

# 画像提供サービスに関する定期アンケート ＜ 結果報告 ＞

株式会社LIXIL

マーケティング部門 商品コンテンツマネジメント統括部 UX Strategy & Design マスターデータ管理 G DAMT

2024年9月

LIXIL

# › CONTENTS

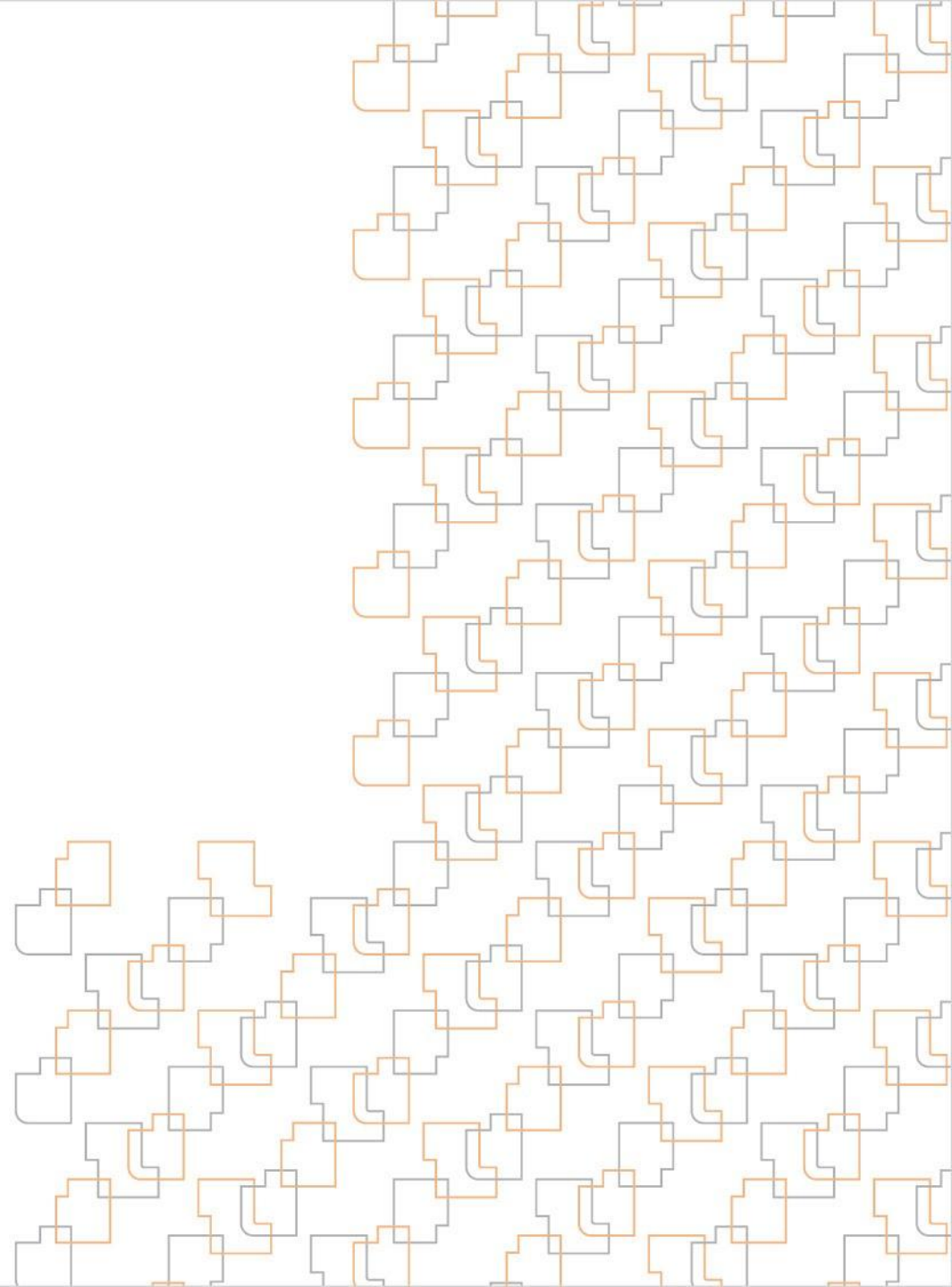
## 1. アンケート概要

## 2. アンケート結果

- 2.1. Q1 - あなたのご職業をお選びください。
- 2.2. Q2 - あなたは画像提供サービスをどれくらいの頻度で利用していますか？
- 2.3. Q3 - あなたは、主にどの分類の画像をダウンロードされますか？
- 2.4. 番外編 - あなたは、画像提供サービスでどの検索軸を利用していますか？
- 2.5. Q4 - あなたは、画像提供サービスでどのようにして画像を取得していますか？
- 2.6. Q5 - あなたは、画像提供サービスで画像を取得する時にどのようなことが重要だと感じますか？
- 2.7. Q6 - あなたの画像提供サービスに対する満足度を以下の項目ごとにお選びください。
- 2.8. Q7 - あなたは、会社の同僚や同じ仕事をしている人に画像提供サービスをどの程度おすすめしますか？
- 2.9. Q8 - あなたは、知人や友人にLIXILの商品やサービスをどの程度おすすめしますか？
- 2.10. Q9 - 画像提供サービスへのご意見やご要望、業務で活用するときのお困りごとなどがあれば教えてください。

## 3. まとめ

## ➤ 1. アンケート概要



# 1. アンケート概要

## ■概要

- ・目的 : 画像提供サービス利用に関する生の声を収集し、より使いやすいサービスへと改善する。
- ・期間 : 2024年8月1日～31日
- ・対象者 : 画像提供サービスをご利用いただいている皆さま(社内および社外)
- ・ツール : Qualtrics(クアルトリクス)

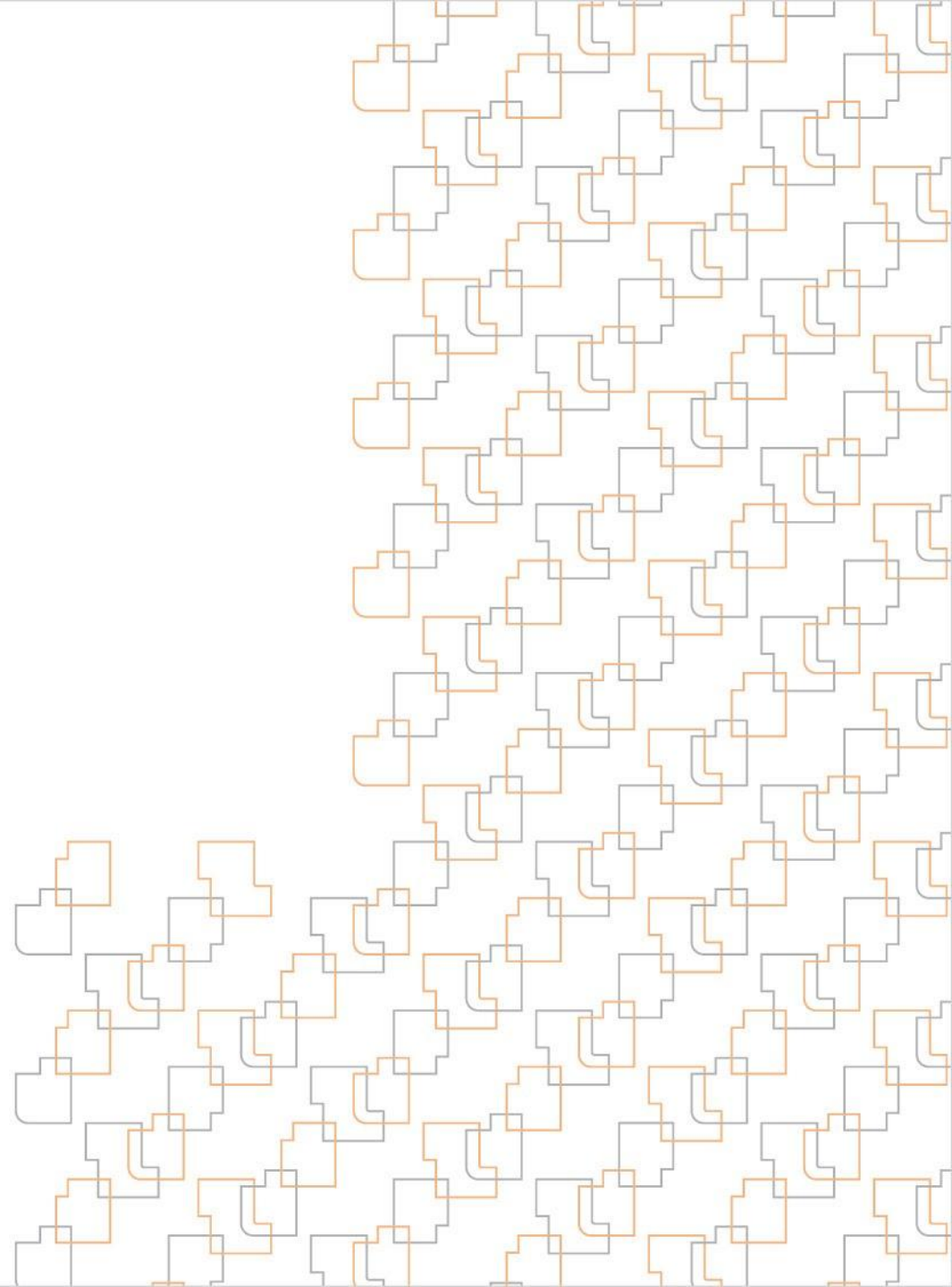
## ■結果

- ・回答数 : 434件

アンケートにご協力いただいた皆さま、誠にありがとうございました。



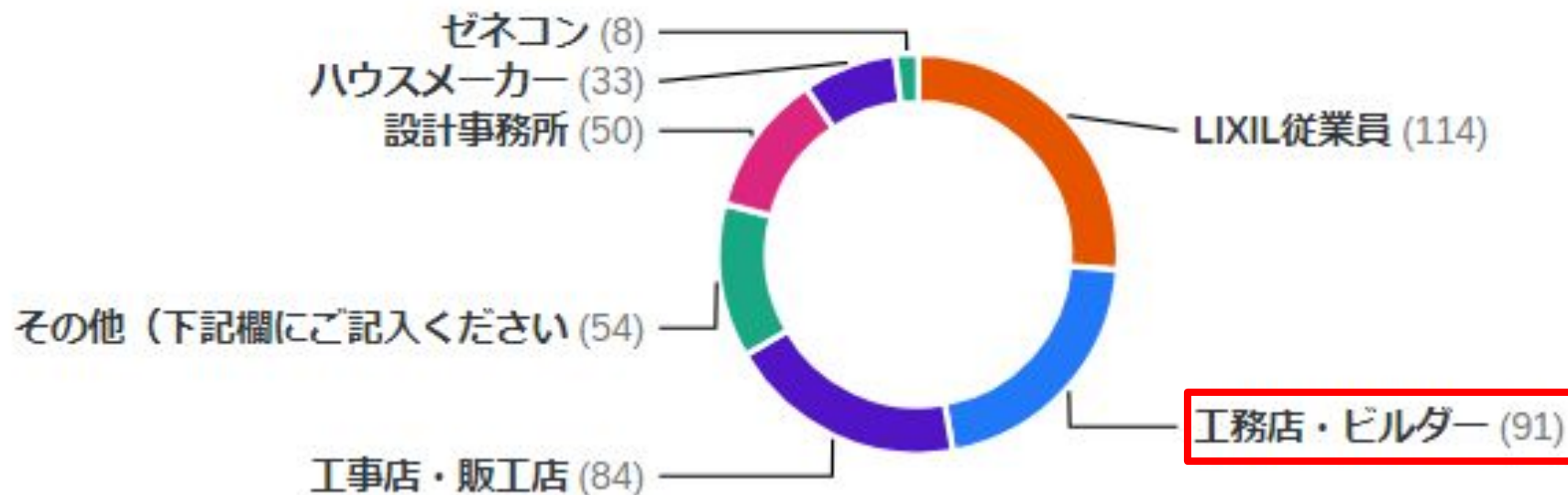
## 2. アンケート結果



## 2.1. Q1 - あなたのご職業をお選びください。

回答者の比率は、社外73.7%、社内26.3%と多くのパートナー様からのご意見を頂戴することができました。

※数字は回答数



- 多くのパートナー様からご利用いただけていることが再確認できた。
- 特に、工務店・ビルダーの皆さまから最も多くご回答をいただくことができた。

## 2.2. Q2 - あなたは画像提供サービスをどれくらいの頻度で利用していますか？

半数以上が月に2～3回以上の頻度で、ご利用いただけていることが分かりました。

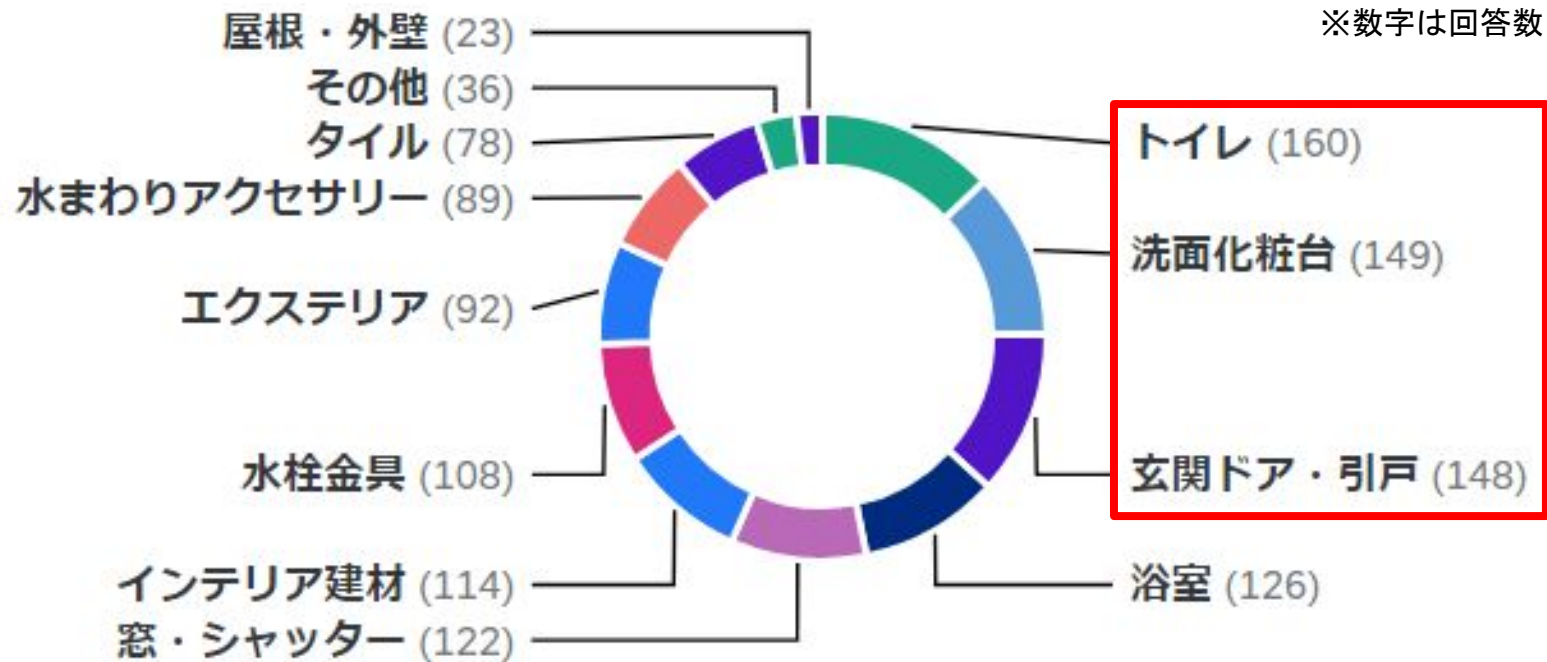
※数字は回答数



- 回答者のうち半数以上が月に2～3回以上利用しており、1割弱の利用者にほぼ毎日ご利用いただけていることが分かった。
- 逆に月1回程度以下の利用者も全体の3分の1以上を占めていることが分かった。



## 2.3. Q3 - あなたは、主にどの分類の画像をダウンロードされますか？



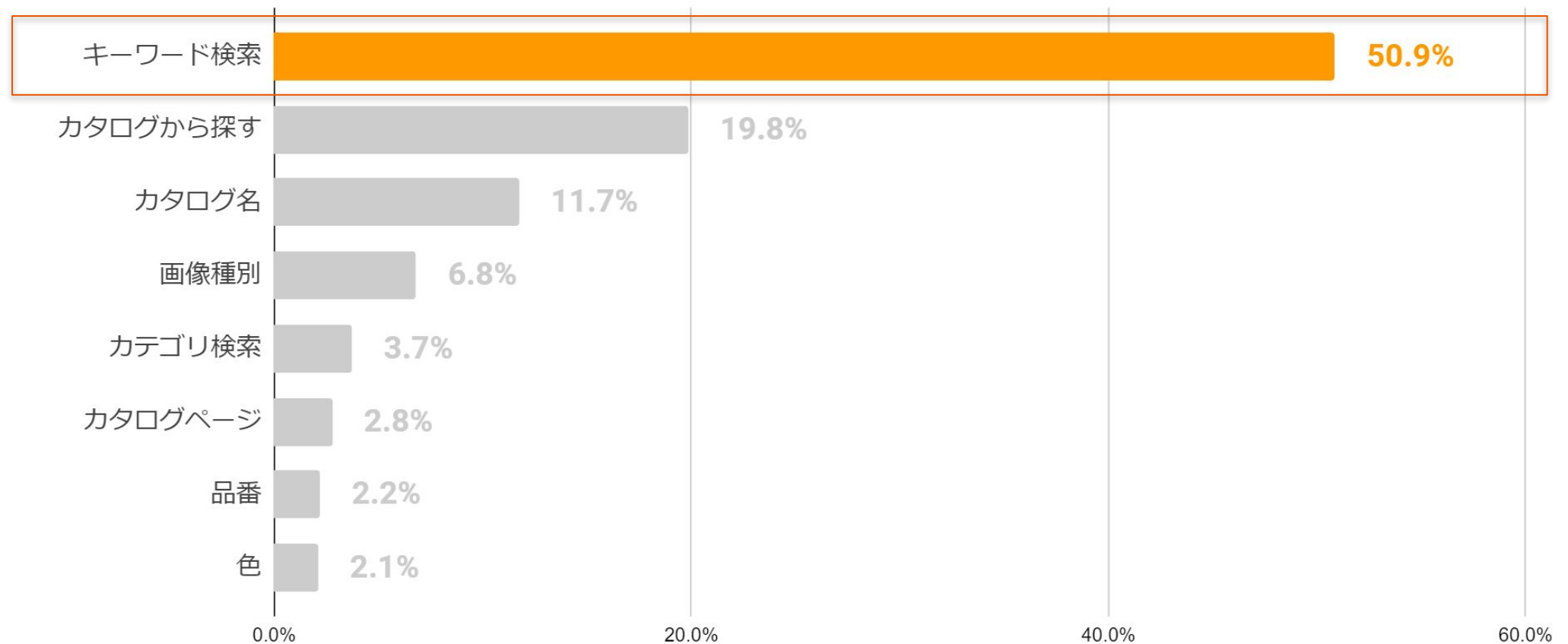
- ダウンロード利用している商品カテゴリで一番多かったのは「トイレ」次いで「洗面化粧台」「玄関ドア・引戸」であった。
- 一番少なかったのは「屋根・外壁」であった。
- 全商品カテゴリがほとんど満遍なくご利用いただけている ことが分かった。



## 2.4. 番外編 - あなたは、画像提供サービスでどの検索軸を利用していますか？

※こちらは、ご利用いただいている検索行動から調査しました

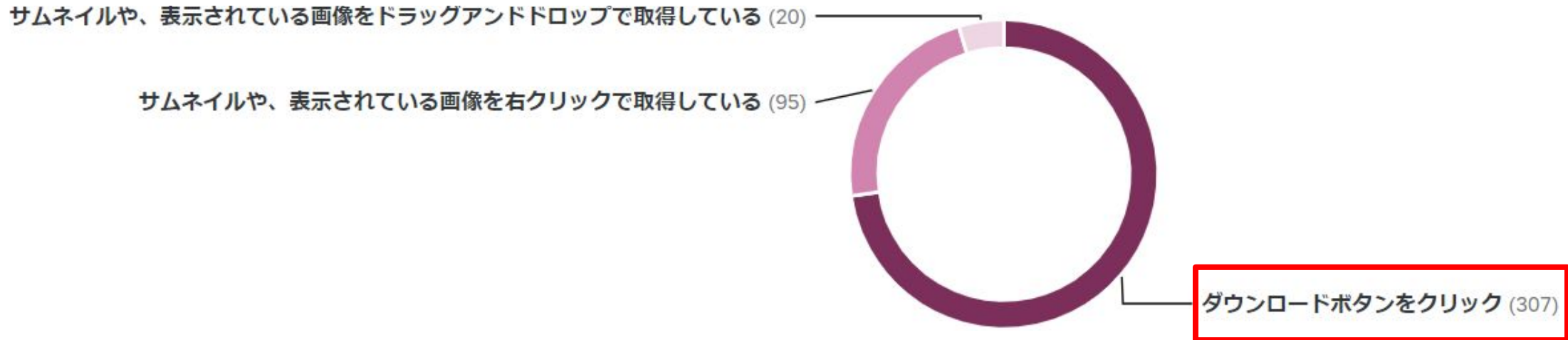
(複数利用)



- サイト全体の検索利用のうち、「**キーワード検索**」が50.9%と約半数をしめていた。
- 次いで、「**カタログから探す**」19.8%「**カタログ名**」11.7% となり、カタログと紐づけた画像検索が多く行われていることが分かった。

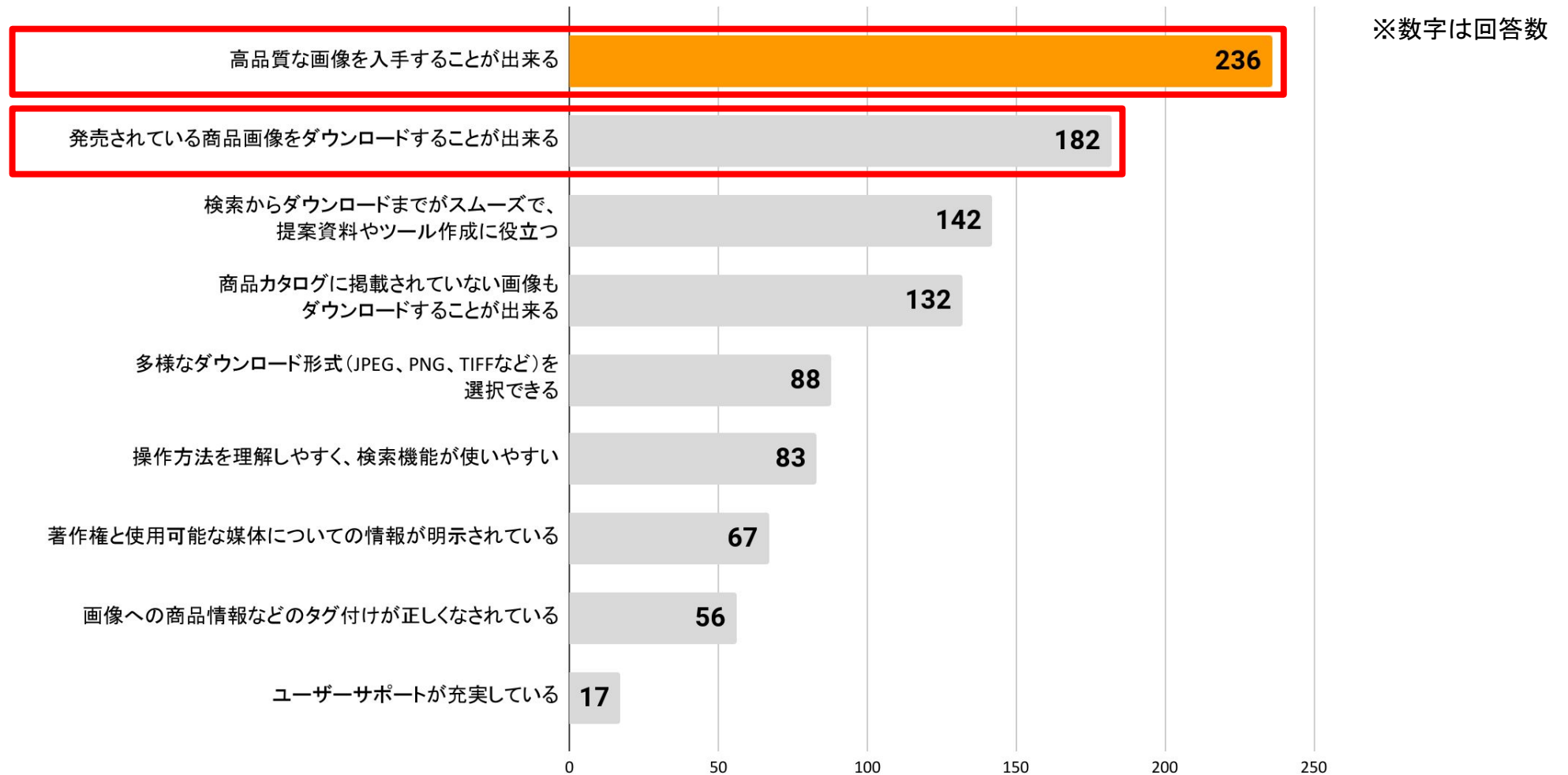
## 2.5. Q4 - あなたは、画像提供サービスでどのようにして画像を取得していますか？

※数字は回答数



- 回答者のうち8割以上がダウンロードボタンをクリックで画像を取得していることが分かった。
- 逆に、表示されている画像を「ドラッグアンドドロップ」で取得する人がまだ少数いることが分かった。

## 2.6. Q5 - あなたは、画像提供サービスで画像を取得する時にどのようなことが重要だと感じますか？

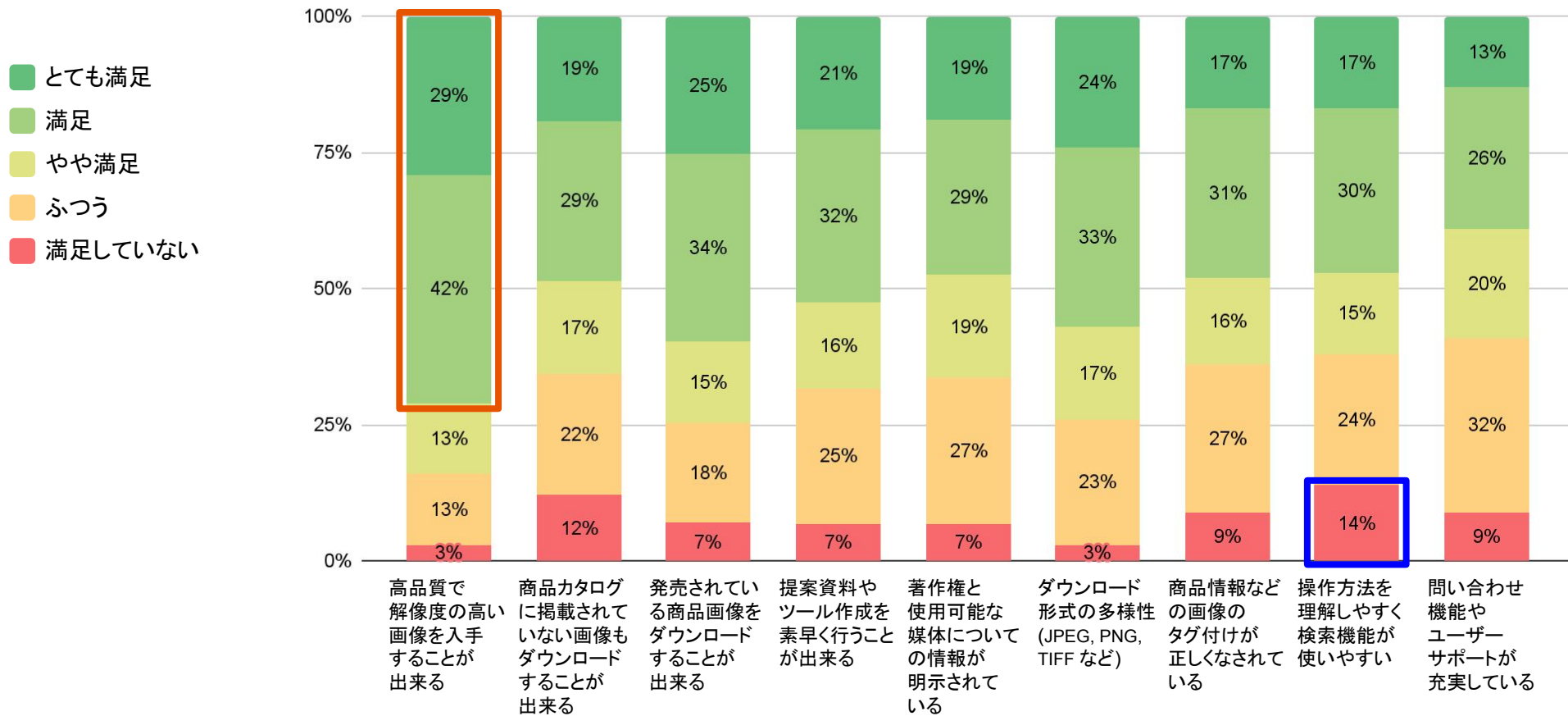


- 画像を取得する時に重要だとされたことは、「高品質な画像を入手することができる」次いで「発売されている商品画像をダウンロードすることができる」など、登録されている画像品質や、その充実に関することであることが分かった。

## 2.7. Q6 - あなたの画像提供サービスに対する満足度を以下の項目ごとにお選びください。

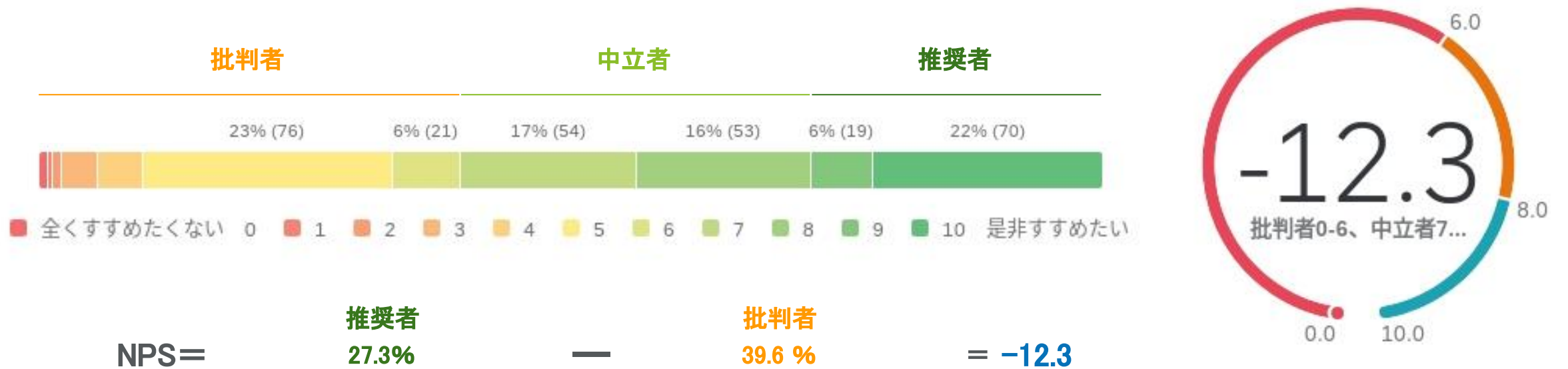
NEW

高品質で解像度の高い画像を入手することが出来るが最も高く評価されていることが分かりました。



- とても満足と満足の回答比率が最も高い項目が、「高品質で解像度の高い画像を入手することが出来る」となった。
- 「操作方法を理解しやすく、検索機能が使いやすい」が、最も満足していないの回答比率が高く、操作や検索機能に課題があることが分かった。

## 2.8. Q7 - あなたは、会社の同僚や同じ仕事をしている人に画像提供サービスをどの程度おすすめしますか？

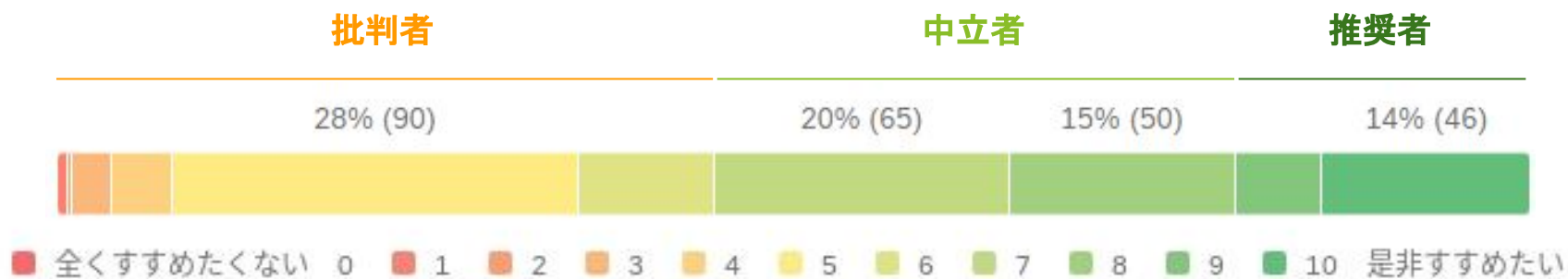


### NPS(ネットプロモータースコア)とは …

お客様がどれだけ私たちの商品やサービスを他の人に推薦するかを測るための指標で、0から10までのスケールで図ります。0～6を「批判者」、7～8を「中立者」、9～10を「推奨者」と分類し、「推奨者」の割合から「批判者」の割合を引いた数値で表されます。この数値が高いほど、お客様が私たちの商品やサービスに対して肯定的であり、ビジネスの成長に寄与しているという良い兆候となります。

- NPSスコアに関する調査は**批判者が推奨者を上回る結果(NPSスコア=-12.3)となり**、「画像提供サービス」に対するお客様満足度を改善するための改善施策の検討と実施の必要性を改めて確認出来た。

## 2.9. Q8 - あなたは、知人や友人に LIXILの商品やサービスをどの程度おすすめしますか？



$$\text{NPS} = \text{推奨者 } 20.0\% - \text{批判者 } 44.6\% = -24.6$$



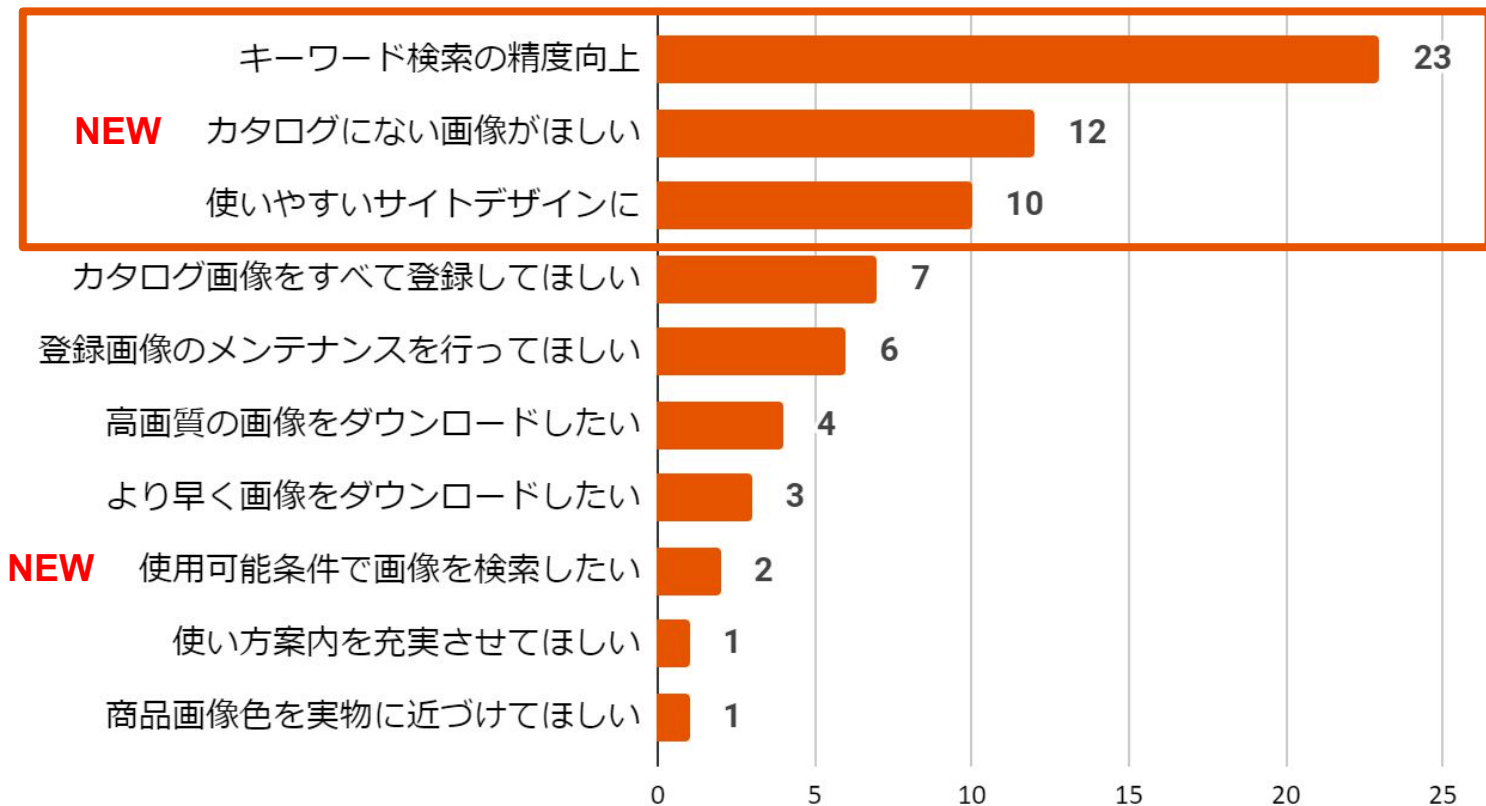
### NPS(ネットプロモータースコア)とは …

お客様がどれだけ私たちの商品やサービスを他の人に推薦するかを測るための指標で、0から10までのスケールで図ります。0～6を「批判者」、7～8を「中立者」、9～10を「推奨者」と分類し、「推奨者」の割合から「批判者」の割合を引いた数値で表されます。この数値が高いほど、お客様が私たちの商品やサービスに対して肯定的であり、ビジネスの成長に寄与しているという良い兆候となります。

## 2.10. Q9 - 画像提供サービスへのご意見やご要望、業務で活用するときのお困りごとなどがあれば教えてください。

■ 要望数

単位：件



### 「キーワード検索の精度向上」に関するご意見

- ✓ 検索するワードによっては **膨大な画像が出てくる** ので探すのが大変。
- ✓ 商品名・色名など正確な Word が求められると思います。  
**正式名を特定してから検索しないと出ないためどかしい。**
- ✓ 完璧な品番入力でなくても画像が出た方が早いと思います。
- ✓ 検索入力してもほしい画像が出てこないの、**何度も別の名称で検索をしなければならない** こと。

### 「カタログにない画像がほしい」に関するご意見

- ✓ ユーザ説明用に **商品操作に関する画像をもっと UP してほしい**
- ✓ HPI に掲載できるような画像をもっと載せてほしい。
- ✓ **違う角度からの画像が見たい時がある。**  
商品により背景が違うので、貼り付けた時に見た目が異なる

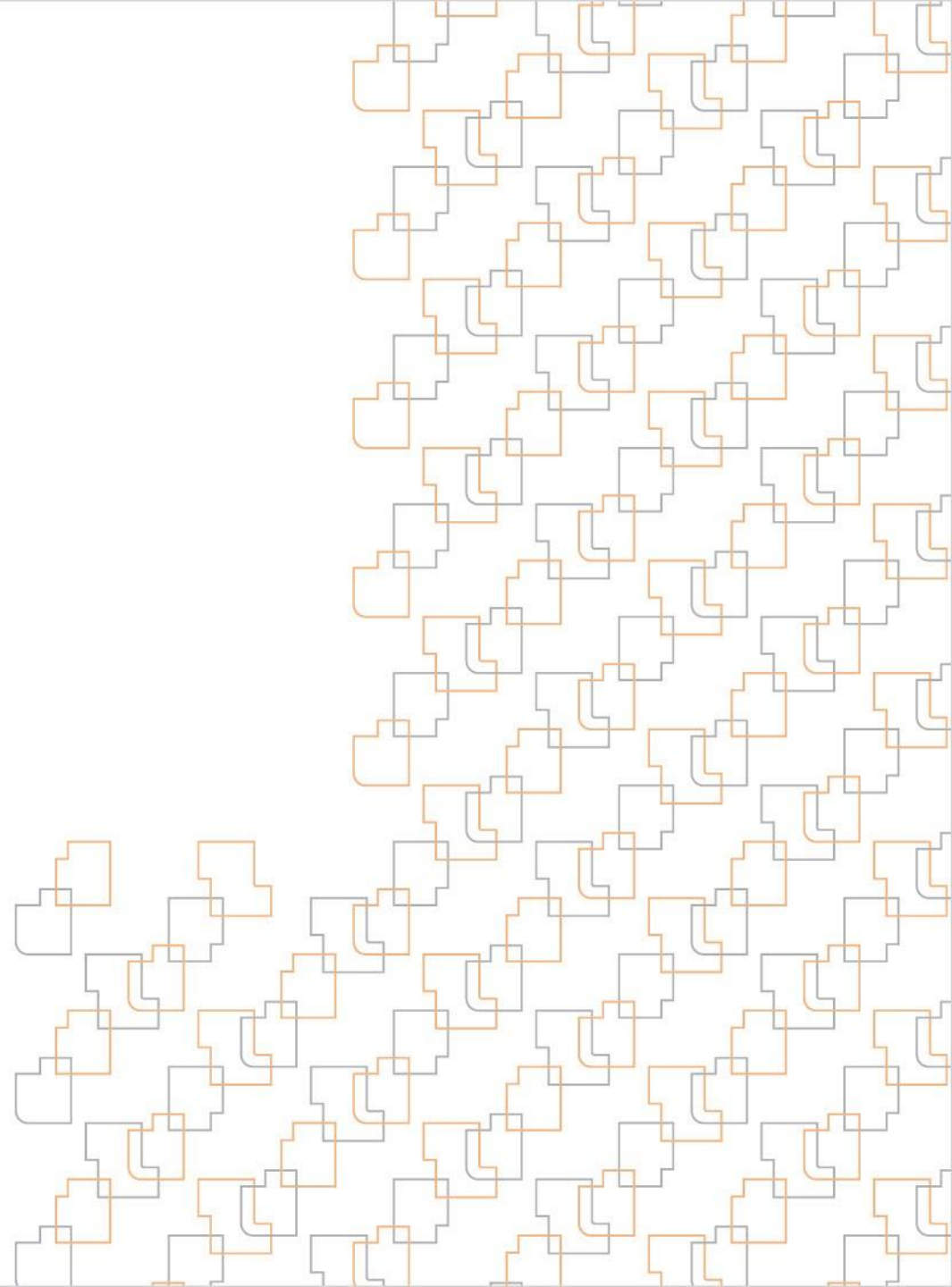
### 「使いやすいサイトデザインに」に関するご意見

- ✓ **入手までの工程を簡易化してほしい。**
- ✓ 承諾画面を最初から出してほしい。商品等検索入力している途中で承諾画面が変わる為、入力し直さないといけない。
- ✓ **ページ選択枠が上の方にあると効率良く作業出来そう。**
- ✓ カタログ検索が毎回だと大変なので、よく使うモノが上にくるなど **my 設定があればよい** と思います。

- **上位3つが要望全体の約6割を占める** 結果となり、キーワード検索の精度向上に関するご意見が最も多かった。
- **使いやすいサイトデザイン**になど**使いやすさ**を求める声も多い。
- 今回新しく「**カタログにない画像がほしい**」や「**使用可能条件で画像を検索したい**」といった声も多くみられた。



### 3. まとめ



## 3. まとめ

アンケート調査結果から、利用者の属性や利用頻度、そしてユーザーが抱える要望についていくつかの主要な考察が得られました。検索機能や、操作性の改善、サービスに登録されている画像の充実を計ってまいります。

- 利用者属性に関しては、社外ユーザーが大多数を占め、とりわけ工務店やビルダーからの利用が多いことがわかりました。
- 商品カテゴリ別の利用状況では、「トイレ」カテゴリが最も多く利用される一方で、「屋根・外壁」カテゴリの利用が少ないことが明らかになりました。
- 検索利用においては、「キーワード検索」が最も多く利用されており、次いで「カタログから探す」や「カタログ名検索」が用いられていることがわかりました。
- ユーザーの満足度については、高品質な画像の取得に対する満足度が高い一方で、NPSスコアは全体的に低く、特に社内ユーザーからの評価が低いことが判明しました。
- ユーザーの主要な要望として、キーワード検索の精度向上、より使いやすいサイトデザイン、カタログにない画像や高解像度画像の提供が挙げられていました。



### LIXIL Next action !!

#### 検索機能の改善

- キーワード検索の精度向上
- 検索結果の表示速度向上

#### 登録画像の充実

- 高解像度画像の追加
- カatalogにない商品画像の充実

#### 操作性の向上

- ユーザーインターフェースの改善
- 操作方法の明確化とガイドの提供

画像提供サービスについてのアンケートにご協力いただき誠にありがとうございました。

今後とも改善を続けてまいりますので、引き続き画像提供サービスをどうぞ宜しくお願いいたします。

The LIXIL logo is displayed in a bold, orange, sans-serif font. The letters are spaced out, with the 'X' being a double-stroke character.

MAKE BETTER HOMES A REALITY FOR EVERYONE, EVERYWHERE

世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現