保険毎日新聞

ジンテック

「Dr.ユーザビリティ」スタート

保険会社向けウェブサイト診断サービス

スマートフォンにも対応

課題を抽出し、改善提案

独自の通信技術を軸に事業展開しているマーケティングソリューション会社のジンテックでは、保険会社向けウェブユーザビリティ診断サービス「Dr.ユーザビリティ」を3月からスタートする。ウェブサイト効果測定事業を行うインターメントの技術を応用して、保険会社のウェブサイトの利用のしやすさを診断し、改善提案を行う。

「インターネットチャネルは、ウェブサイト自体が説明からクロージングまでを行うセールスパーソン。人材と同様にウェブサイトを育てるという発想が必要だ」。ジンテックソリューション営業本部の西澤佳男氏はこう強調する。

現在、多くの保険会社がネット通販型商品を展開しているが、ウェブサイト上で商品説明から申し込みまで円滑に進めるためには、ほかのチャネルとは別の課題がある。その課題を見つけ出す方法の一つがユーザビリティ評価だ。

インターメントでは2002年からウェブサイトのユーザビリティ診断を行ってきたが、主な顧客はネット通販を行っている企業だった。同社の黒崎武昭代表取締役は「サイト上だけで商取引を行う企業にとって、サイトのユーザビリティは何よりも大きなテーマ。サイトを改善することで申し込み数は目に見えて増加する」とその重要性を指摘する。

同社のユーザビリティ評価には、①有効性②効率性③満足度―の三つの定義があり、アンケート調査、リモート型ユーザーテスト、ラボ型ユーザーテストの3種類のユーザーテストを用意。目的別に最適な方式を選択できる。

アンケート型のテストでは、100人程度のモニターが自分のパソコンや携帯電話などを使用して該当するサイトを探し、調べて考えるクイズに参加して、アンケートを提出する。リモート型のテストでは、モニターが自宅や職場からデスクトップに表示されたバーチャル端末（パソコン、携帯電話、スマートフォンなど）をリモートコントロールしながらサイトを利用することで回答時間や閲覧画面、リモートアイトラッキングやマウストラッキングの詳細なデータを取得する。ラボ型のテストは、スマートフォンの利用状況分析を強化したフルデジタルの「ユーザビリティテストラボ」と名付けられた施設でテストを行う。ここでは、オリジナルの非接触型アイトラッキングによる視線解析システムや、スマートフォン利用時の指の動きを3次元キャプチャー解析するシステムなど、最先端のシステムを活用して、より定性的な調査を行うことができる。3次元キャプチャー解析システムを使うと、爪の長い女性や手の大きい人がスムーズに画面をクリックできるかを調べることも可能だ。

黒崎氏は「従来、作り手の経験値をもとに制作されてきたウェブサイトをモニターを使って分析することで、ユーザーの想定外の行動様式や考え方が見えてくることも多い」とし、「保険業界のウェブサイトは、保険の知識を持たない一般の人に活用してもらうためにはまだ改善すべき点が多い」と指摘する。また、各社のスマートフォン対応については、「パソコン用のウェブサイトをアレンジしてスマートフォン用のウェブサイトを作成するケースも多く見られるが、パソコンとスマートフォンでは利用のシチュエーションが違うため、ウェブサイトの内容も変える必要がある」と分析する。パソコンの場合はゆっくり座って閲覧することが多いが、スマートフォンの場合は移動中や昼休みなど、限られた時間で利用するケースが多いため、文章の組み立てをよりコンパクトにしたり、短時間で資料請求できるようにするなどのポイントがある。

一方、保険会社のウェブサイトの場合、文言や表現に規制があり、自由に変更できない部分も多い。そこで、ジンテックが蓄積した保険業界に対するノウハウを活用して、より使いやすく分かりやすいウェブサイトの実現に向け支援を行う。特に、シミュレーションと申し込みの部分は契約に当たっての重要なパートとして重点的に支援する方針だ。調査期間は約1カ月、料金は資料請求関連で60万円、スマートフォン対応で120万円程度を予定している。

西澤氏は「ジンテックはこれまで、保険業界で電話番号を軸にした顧客データの保全業務を展開してきたが、今後はマーケティング領域について幅広く相談してもらえるようになりたい」と展望している。

■■■ Copyright©2012 JINTEC CORPORATION.All right reserved.