

タイムテーブル	番号	目的	担当者	シナリオ	ポイント	被験者	閲覧サイト(URL)	備考
15	①	女性サイトのトップページリニューアルのための課題抽出	飯田	競合となる女性サイトを5サイトを順不同で閲覧してもらい、それぞれのサイトで気になったコンテンツを一つだけ見てもらい、その理由をインタビューする。	1)一番最初に見られた場所はどこか、またはなにか。 2)どのように、ページをみているか。閲覧する順番やポイントに特徴があるか。 3)見られていない場所とその理由。 4)なぜそのコンテンツが選ばれたのか。 5)閲覧者の印象インタビューと視線の動きに関係性はあるか。	石田さん 小野寺さん 島田さん	女性サイトA 女性サイトB 女性サイトC 女性サイトD 女性サイトE	各人10分程度予定 タブブラウザであらかじめ5サイトを準備しておく
30	②	ショッピングサイトの競合比較調査	山内	競合3サイトにて、スキンケア用品を購入してもらおう。スキンケア用品の種類は指定しない。実際の購入前の申込確認画面までで調査完了とする。	1)どのように商品を探し出したか。 2)どのような視線の動きをしたか。 3)スムーズに購入に至ったケースの特徴。 4)戸惑ったポイントはどこか。 5)どのような情報素材(画像、テキスト、アイコンなど)が、アイキャッチとなっているのか。 6)購入手続きはスムーズか。	上原さん 戸川さん 三浦さん	オンラインショップA(メーカー系) オンラインショップB(メーカー系) オンラインショップC(総合系)	被験者の方は、ネットショッピングをよく利用する30代女性2名と男性1名。 各人10分程度予定 タブブラウザであらかじめ3サイトを準備しておく
45	③	ランディングページ構成およびデザインの効果テストと課題抽出	原田	3種類のランディングページを閲覧してもらい、それぞれの視線の動きを確認する。	1)最初にどこを見たか。 2)各オブジェクトが、どのように見られているか。 3)見られていないところは、どこか。 4)コンバージョンボタンは、認識されているか。 5)訴求ポイントは、見られているか。 6)本文、本文は読まれているか。	遠藤さん 白石さん 本村さん	ランディングページデザインA ランディングページデザインB ランディングページデザインC	未経験者 各人5分程度 タブブラウザであらかじめ3デザインを準備しておく
60	データ確認							
75	④	広告接触及び認知度調査	橋村	広告掲載手法の違うサイトをいくつか用意して、それぞれ無作為に閲覧してもらおう。被験者には、広告調査目的であることを伝えずに、自由に閲覧してもらおう。実施後、被験者にインタビューを行う。	1)広告がみられているか。 2)どのような広告が見られたか。 3)なぜ見られたか。 4)見られた広告は、認知、理解されているか。(記憶に残っているか)	藤田さん 吉田さん 荒井さん	検索ポータルトップ(ディスプレイ広告) ISPポータルトップ(エキスパンド) 検索エンジン結果(リスティング系) 雑誌系サイト(タイアップ系)	各人5分程度 タブブラウザであらかじめ4サイトを準備しておく
90	⑤							
105	⑥							
120		データ確認 レポート書き出し						

SAMPLE