

VOC可視化・共有化クラウドツール

M-ONEのご紹介

お客様アンケート

Q1. あなたの性別なんですか。(必須)

男

女

その他

Q2. 年代を選択してください。(必須)

30代

Q3. 施設（客室・研修会場）について、満足度を教えてください。(必須)

☐ 利用していない

1: 全く満足していない 7: きわめて満足

1 2 3 4 5 6 7

Q4. 価格（宿泊・食事）についての満足度を教えてください。(必須)

1: 全く満足していない 7: きわめて満足

1 2 3 4 5 6 7

2024年12月17日現在

MARKITONE

Copyright © 2024 MarkitOne Co.,Ltd. All Rights Reserved.

宿泊施設様の業績アップに貢献する「M-ONE」

クチコミの評価が下がってお悩みではありませんか

- おかげさまで宿泊客も戻ってきたけど、スタッフの数が不足して、サービスが追いつかない、、、

- サービスが追い付かなくて、クチコミ評価を大きく下げてしまった。売上に悪影響が出たらどうしよう、、、

何か良い方法ないだろうか



アンケートを滞在中に回答いただく、
それが「究極クチコミ対策」

不満をお持ちのお客様の感情は？

帰着翌日に
OTAから口
コミ投稿の
お願い

VS

滞在中に
Webアン
ケートの
お願いあり

不満を腹の中に持ったまま
チェックアウトして、
クチコミで不満をぶちまける

不満の内容について、
滞在中にアンケートに
思い切り吐き出す

まずは低評価のクチコミを減らすことが最優先

①お客様の不満を
滞在中に察知する

②チェックアウトまでに
不満を解決する

③低評価のクチコミ減少
→クチコミ評価UPへ

クチコミ対策の基本

- クチコミ対策の基本は、
①良いクチコミを増やす
②悪いクチコミを投稿させない
- 本来は①をやるべきですが、
まずは②に集中することが重要です。
- それにはお客様の不満を滞在中
に解決することが最善策です。

具体的な対応方法は

滞在中に
アンケート
にて不満の
回答

VS

チェック
アウト
までに解決

- ①支配人（マネージャー）、おかみが内線もしくは客室に訪問して対応
- ②その場で対応できない場合は、PMS入力して、チェックアウト時に対応

お客様から、不満の内容についてクチコミに書き込みされる前に吐き出させることが重要

システム導入すると…

お客様アンケート

Q6. 施設（客室・研修会場）について、満足度を教えてください。（必須）

1: 全く満足していない 7: きわめて満足

Q7. レストランについて、満足度を教えてください。（必須）

1: 全く満足していない 7: きわめて満足

Q8. 価格（宿泊・食事）についての満足度を教えてください。（必須）

1: 全く満足していない 7: きわめて満足

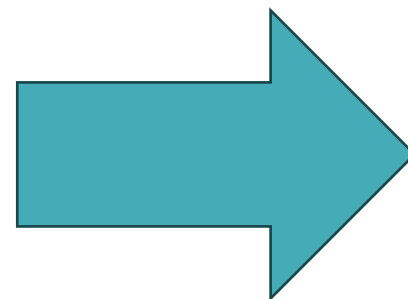
Q9. 当ホテルを親しい友人や知人にどのくらいお勧め頂けますか？
※勧めたい友人・知人がいると仮定してお答えください。（必須）

0: 全く勧めたくない 10: とても勧めたい

そのように思われた理由をお聞かせください。

/1000文字（超過分は自動的に削除されます）

送信



回答結果は
メールで
即時通知

チェックアウトまでに対応が可能となります！

アラートレベルを下回る回答がありました。
下記詳細をご確認下さい。

【アンケートID】 : 1135
【アンケート名】 : HOTEL宿泊アンケート

==== アラート対象情報 ====

----- 設問_8 -----

【質問文】 : 当ホテルを親しい友人・知人にどれくらい薦めたいと思いますか？（NPS）

【スコア】 : 2

【コメント】 : 掃除の徹底や食事メニューが改善されれば、友人に薦めたいと思うが、現状では薦められない。

==== すべての回答情報 ====

----- 設問_1 -----

【質問文】 : 年代を選択して下さい。（単一選択）

【スコア】 : (なし)

【コメント】 : 20代

----- 設問_2 -----

【質問文】 : 住所を選んでください。（単一プルダウン）

【スコア】 : (なし)

【コメント】 : 秋田県

----- 設問_3 -----

【質問文】 : 過去一年に旅行された場所を選択して下さい。（複数選択）MAX3

【スコア】 : (なし)

【コメント】 : 北海道|関西|沖縄

----- 設問_4 -----

【質問文】 : 部屋番号を入力して下さい。（テキスト1行）

【スコア】 : (なし)

【コメント】 : 12345

----- 設問_5 -----

【質問文】 : 滞在されたご感想をお聞かせください。（テキスト複数行）

【スコア】 : (なし)

【コメント】 : 観光地が近くて良かった。部屋からの眺めも素晴らしかったが、食事のメニューが少なかった。また、部屋の掃除も行き届いてない箇所がありとても残念だった。

----- 設問_6 -----

【質問文】 : お部屋の満足度はいかがでしょうか？（CS7）

【スコア】 : 2

【コメント】 : (なし)

----- 設問_7 -----

【質問文】 : 当ホテルをまたご利用されたいですか。（継続意向10）

【スコア】 : 3

【コメント】 : 部屋の掃除はしっかりと行ってほしい。

----- 設問_8 -----

【質問文】 : 当ホテルを親しい友人・知人にどれくらい薦めたいと思いますか？（NPS）

【スコア】 : 2

【コメント】 : 掃除の徹底や食事メニューが改善されれば、友人に薦めたいと思うが、現状では薦められない。

【回答日】 : 2023/05/30 10:21:37

【氏名】 :

【顧客備考1】 :

【顧客備考2】 :

【顧客備考3】 :

【顧客備考4】 :

※このメールは、M-ONEより配信しております。

現状(アナログ) VS システム導入後

現状(アナログ)

- ・ お客様アンケートを印刷して、客室内に置いている
- ・ 回答後のアンケートは回覧のみ
- ・ アンケート分析のためのデータ入力作業が大きな負担
- ・ クチコミ対策ができない



導入後

- ・ 紙がないので、**印刷コスト不要**
客室清掃担当の**メンテが不要**
- ・ Web上で**誰でも見られる**
- ・ データ入力**作業が不要**に
※月間33.3時間削減（200件/月として）
- ・ **チェックアウトまでに対策可能**

まとめ：口コミやレビューの対応策は？

オンラインレビュー管理の究極の戦略とは、ホテル滞在中に顧客フィードバックを収集し対応すること。滞在中の迅速な対応が、オンライン評価向上の鍵です。

①早期の問題発見

チェックアウト前に問題を把握

②迅速な苦情解決

宿泊客がまだ滞在中に対応可能

③ネガティブレビューの防止

満足した宿泊客はオンラインでの苦情投稿が少ない

M-ONE を選ぶべき 4 つの理由

時間の節約



手動データ入力と分析が不要
(月 200 件のアンケートで最大 33.3 時間 / 月の節約)

コスト効率



印刷コストや物理的なメンテナンスが不要

アクセス性



Web ベースのプラットフォームで全スタッフが簡単にアクセス可能

プロアクティブ



チェックアウト前に問題に対処し、ネガティブレビューを防止

宿泊施設様導入例

宿泊施設様導入例（山口県・旅館）

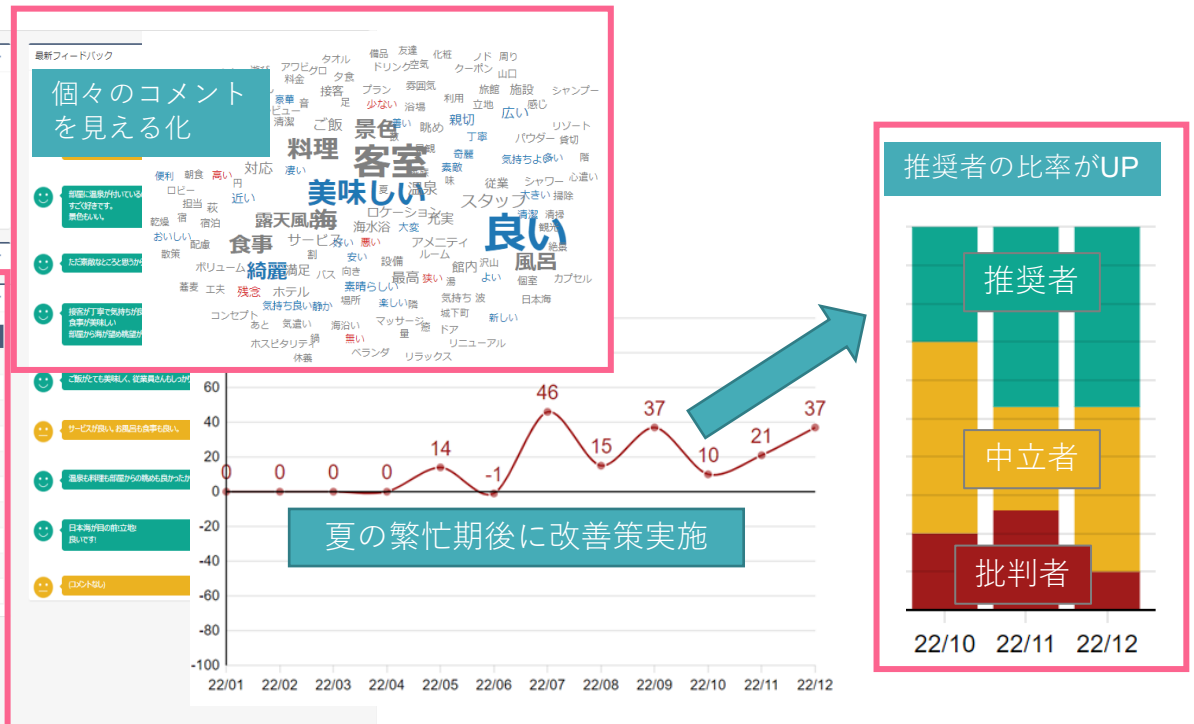
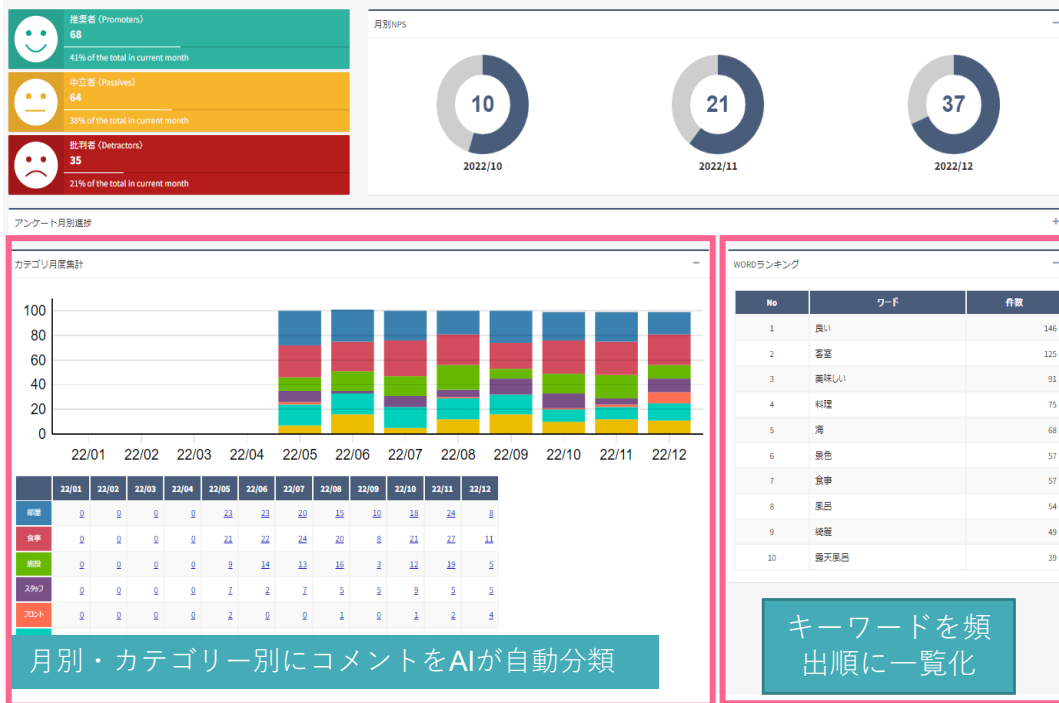
【M-ONE導入前】

- ・ 宿泊アンケートは実施しているものの、回覧する程度で分析するまでに至らなかった。

【M-ONE導入後】

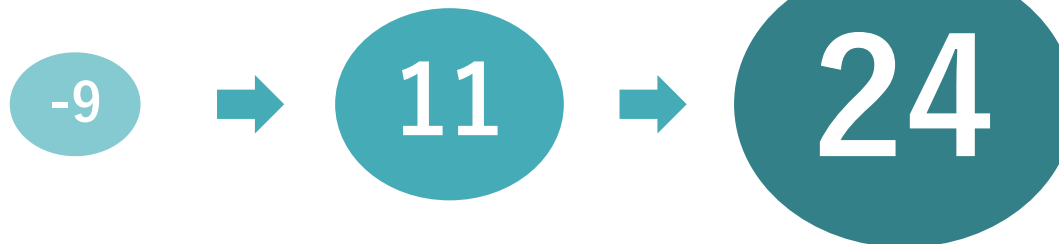
- ・ **DX化により課題が可視化**されたので改善策もスムーズに進んだ結果、お客様からの評価UP

ダッシュボード



宿泊施設様導入例（千葉県・ホテル）

NPS※
-9⇒24へUP



※NPS（ネットプロモータースコア）とは顧客ロイヤルティ（愛着や信頼）を数値化したもので、**JTB宿泊アンケート**をはじめ、数多くの企業で顧客満足度の指標として使われています。

OTA
クチコミ
評価が
大幅UP
3.5→4.2
3.69→4.3



JTB旅連事業様からのご紹介導入施設様 インタビュー

アンケート収集と顧客満足度向上の取り組み

顧客満足度向上のため、アンケート収集と改善活動に取り組んでいます。
また、デジタル化や地域連携も進め、持続可能な運営を目指しています。

ホテルグランメール山海荘様



アンケートの導入と効果



インタビュー詳細は
こちらから

1

導入

7月上旬からQRコード付き紙アンケートを開始しました。アンケート回答の御礼にリンゴジュースを提供して参加を促進しました。

2

初期成果

初月で130件回収できたのですが、お礼をやめると回答数が減少したので、リンゴジュースの効果を実感し、再度提供を始めました。

3

現状

アンケート実施から3か月で600件以上のアンケートを回収しています。プラットフォームの評価も活用して改善活動に取り組んでいます。

顧客の声を活かした改善

1 フィードバック活用

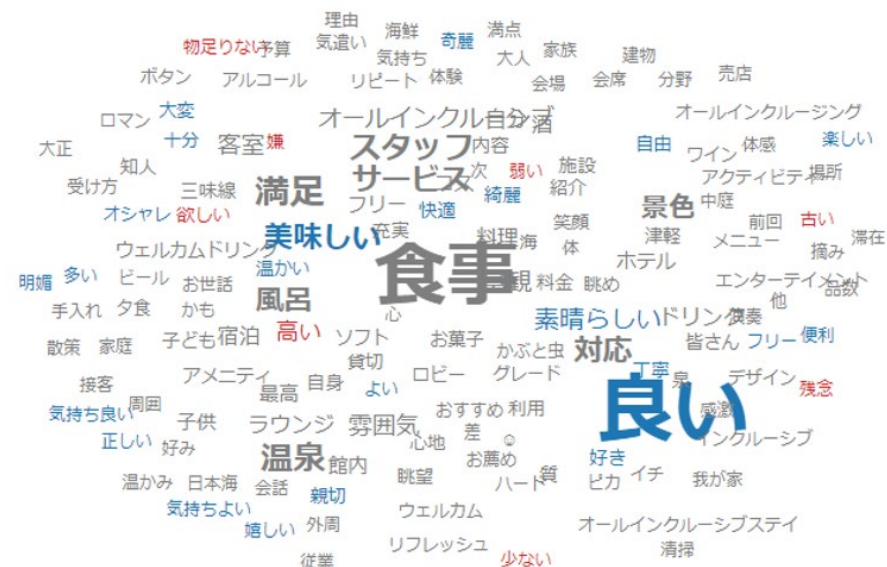
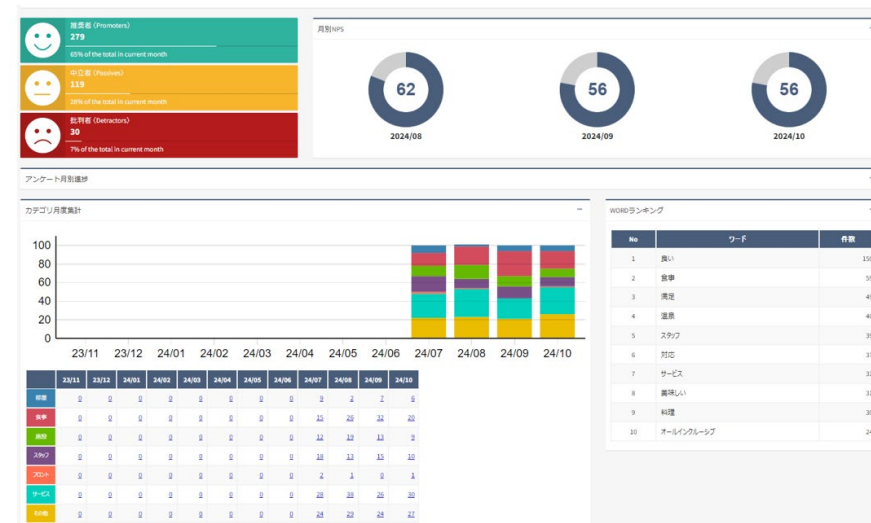
顧客の声を基に具体的な改善を実施しています。また、お褒めの言葉はスタッフのモチベーションアップにつながります。

2 分析手法

NPS（ネットプロモータースコア）を用いて評価し、定期的に結果を集計しています。

3 改善例

スタッフの対応をはじめとして、お食事やお風呂や部屋の改善点を特定し、顧客満足度の向上を確認しています。



アンケートのさらなる改善

ホテルグランメール山海荘 お客様アンケート

Q27. 当地に宿泊を検討しているご家族や親しい友人がいると仮定して、当館をオススメしたいとおもいますか？ 0～10の11段階でお答えください（必須）

0：全く勧めたくない

10：とても勧めたい



そのように思われた理由をお聞かせください。

/1000文字 (超過分は自動的に削除されます)

Q28. 当館におけるSDGsやサステナブルな取り組みを評価しますか？また今後取り組んだ方が良いことがありましたら、ご記入ください

1：全く評価できない

10：とても評価に値する取り組みを行っている



そのように思われた理由をお聞かせください。

/1000文字 (超過分は自動的に削除されます)

1

項目見直し

アンケート項目を見直し、新たな質問を追加します。

2

柔軟な対応

顧客のニーズに応じた柔軟な対応を検討します。

3

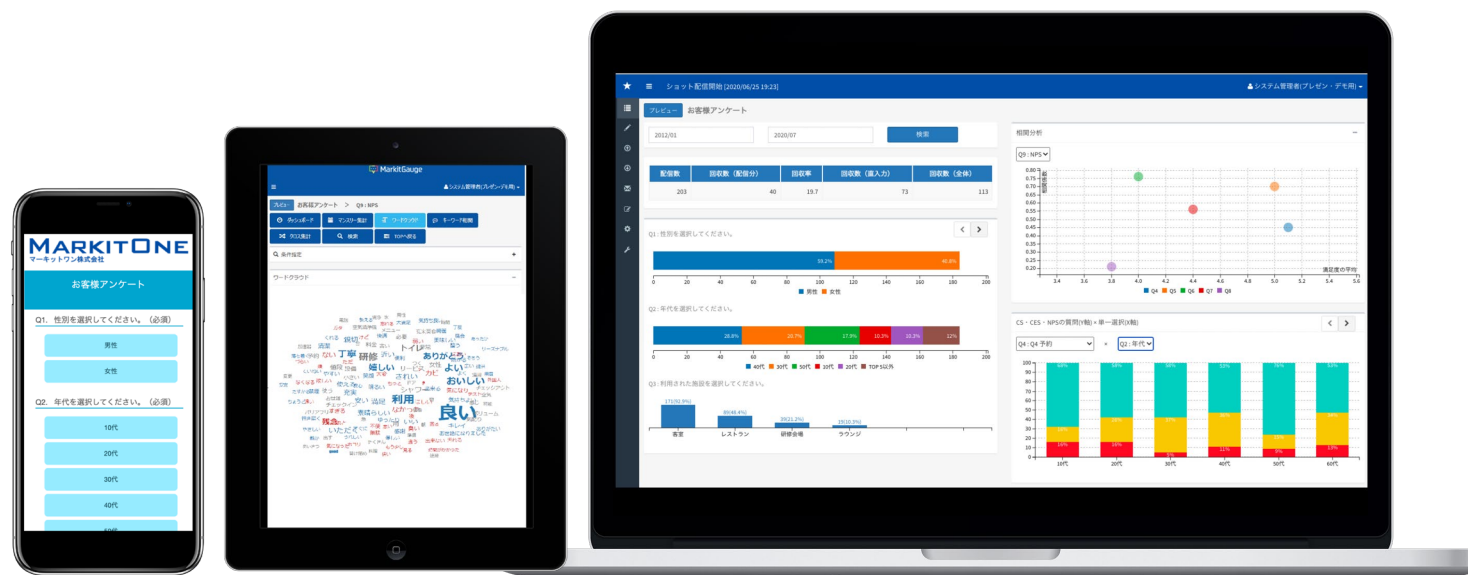
継続的改善

定期的なフィードバックを基に、改善サイクルを確立します。

M-ONE

M-ONE

顧客の声を見える化する顧客体験マネジメントツール
M-ONE (エムワン) で
収益やロイヤリティの向上をお手伝いいたします。



NPS・CSを中心としたアンケート作成・配信から集計・分析までを簡単に行えるクラウドツールです。特にコメント分析機能に自然言語処理のAIエンジンを搭載し、**効率的、効果的**なコメントの絞り込みが可能です。

M-ONE（エムワン）の特徴

- ① スマホ（PC）から回答
⇒スタッフが**回答結果を取りまとめる必要がない**
実際のアンケート（イメージ）はこちらから
https://qust.markitgauge.com/html/c80aa43732eb89ae9c146179283cd5f7/index.html?a=c80aa43732eb89ae9c146179283cd5f7&process_type=preview
- ② アンケートが回答されると**即時にメールで通知**
⇒チェックアウト前にお客様に対応が可能になるため、究極のクチコミ対策につながる（⇒業績UP）
- ③ お客様アンケート配信 & **AIによるアンケート分析**
（テキストマイニング）機能を持つ国産クラウド型
⇒**システム投資は不要**

【動画】[M-ONE機能紹介](#)



M-ONE回答画面イメージ (QRコードを実際に読み込んで回答をお試ください)

宿泊施設様向けアンケート（回答デモ用）

お泊りになった月をお選びください

お泊りになった日をお選びください

お部屋番号をご記入ください

お泊りの部屋タイプをお選びください

今回のご旅行の目的はなんですか？(最大3つまで)

自然・景観

歴史・文化

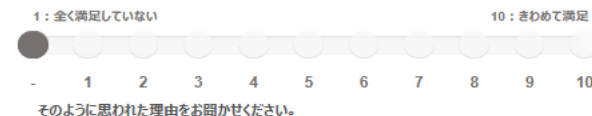
祭・イベント

スポーツ

温泉・露天風呂

宿泊施設様向けアンケート（回答デモ用）

当館にご滞在の全体的な印象を10段階でおきかせください
また、印象に残ったことがございましたら、ご記入ください

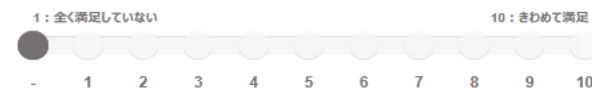


そのように思われた理由をお聞かせください。

/1000文字 (超過分は自動的に削除されます)

フロントの対応について10段階でお答えください

☐ 利用していない



フロントの対応について満足な項目を選択してください（最大3つまで）

お出迎え

手続きの迅速さ

館内施設説明

スタッフの心配り

お問い合わせの対応

お見送り

特になし



宿泊施設様向けアンケート（回答デモ用）

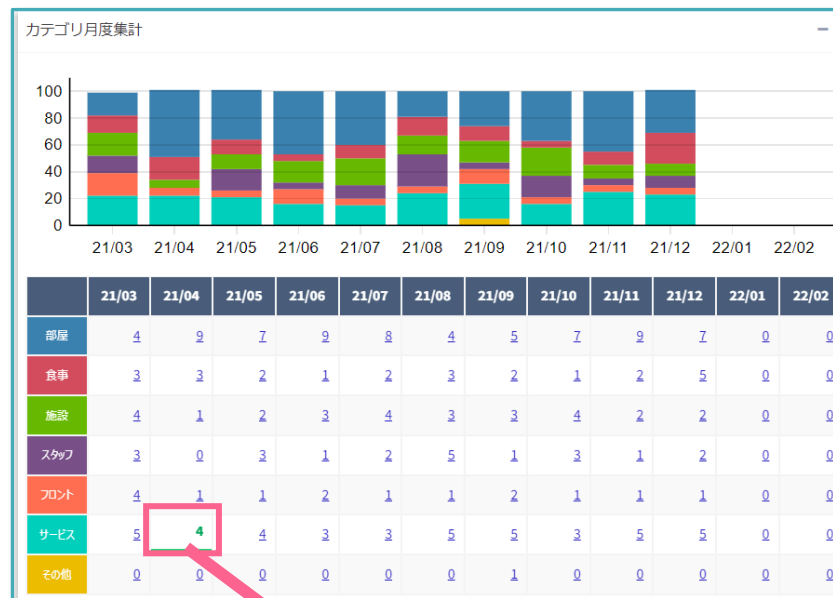
当地に宿泊を検討しているご家族や親しい友人がいると仮定して、当館をオススメしたいとおもいますか？ 0～10の11段階でお答えください



そのように思われた理由をお聞かせください。

/1000文字 (超過分は自動的に削除されます)

M-ONEダッシュボード画面例



直近12ヶ月のカテゴリ種別（部屋、食事、施設、スタッフ、フロント、サービス、その他）割合と件数を表示。下の表の数字をクリックすると、該当者のコメントが表示。

- ・お客様からのコメントを月別/カテゴリー別に分類。
- ・それぞれのセクションの担当者は自分の担当範囲のカテゴリーのコメントを見ることで、日々の業務に手間が削減。
- ・カテゴリー別のコメントには該当のカテゴリー、好意的（ポジティブ）、批判的（ネガティブ）などコメントを分けて掲載。

NPSスコア	NPS種別	カテゴリ	ネガポジ判定	ポジティブコメント	ネガティブコメント	コメント
10	推奨者	施設、サービス	ポジ	本社から少し遠いですが、出張の際はいつも利用しています。WIFIの接続などフロントや電話で従業員の方が丁寧に教えてくれるので本当に助かります。GOOD!		本社から少し遠いですが、出張の際はいつも利用しています。WIFIの接続などフロントや電話で従業員の方が丁寧に教えてくれるので本当に助かります。GOOD !
3	批判者	部屋、サービス	ネガ	記載は欲しい!	シャワールの温度調整が簡単に出来るノズルが付いている。wifiの繋がりが悪い。	駅に近く、飲食店も多い地域にある。シャワールの温度調整が簡単に出来るノズルが付いている。wifiの繋がりが悪い。会員カードは全国で使える施設で使えると記載があったが、使える施設の 記載は欲しい !
7	中立者	サービス	ポジ	コンパクトでなおかつきれい、寝心地がいから		コンパクトでなおかつきれい、寝心地がいから
7	中立者	部屋、サービス、フロント	ポジ	フロントの方、スタッフの方がやさしくあいさつしてくださり気持ちよかったです。湯舟が深く、久しぶりに湯をはって、ゆっくりつかりました。娘の看病で何度か利用させていただきました。25周年の割引が嬉しかったです。	チェックアウトが11:00だと嬉しいです。今後ともよろしくお願いします。	フロントの方、スタッフの方がやさしくあいさつしてくださり気持ちよかったです。湯舟が深く、久しぶりに湯をはって、ゆっくりつかりました。娘の看病で何度か利用させていただきました。25周年の割引が嬉しかったです。何回もなので チェックアウトが11 : 00だと嬉しいです。今後ともよろしくお願いします。

基本料金

M-ONE	LIGHT	STANDARD	PREMIUM
料金（月額）	10 万円	15 万円	30 万円
初期設定費用（初回のみ）	15 万円		
基本ID数	3	5	7
ID追加費用（月額）	7,500 円 / 1 ID		
設計サポート	○	○	○
コンサルティング	×	×	○
集計・分析レポート	×	1回/6か月	1回/3か月
回答数超過費用（1回限り）	月10,000件以上の場合は別途費用 要相談		

JTB旅連事業様経由 宿泊施設様向け料金

M-ONE	Super LIGHT	LIGHT	PREMIUM
料金（月額）	1 万円	5 万円	30 万円
初期設定費用（初回のみ）	15 万円（2025年6月までの申し込みは5万円）		
基本ID数	1	3	7
ID追加費用（月額）	7,500 円 / 1 ID		
設計サポート	○	○	○
コンサルティング	×	×	○
集計・分析レポート	×	×	1回/3か月
アンケート設定数	1（自施設）	5	無制限

お問い合わせ

□ E-mail : contact@markitone.com

マーキットワン株式会社 担当：北山

□ Web: <https://markitone.co.jp/solution/m-one/>



Web



E-mail

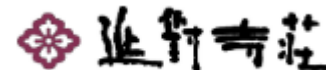
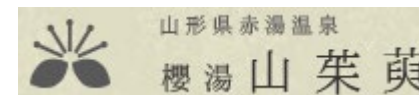
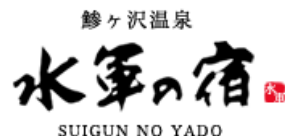
会社概要

商号	マーキットワン株式会社 MarkitOne Co.,Ltd
業務内容	クラウドサービス、マーケティングサービスの提供
所在地	〒102-0073 東京都千代田区九段北1-15-2 九段坂パークビル5F
代表者	代表取締役社長 望月俊成
設立日	2016年4月
資本金	2,000万円
サービス	◆ M-ONE (NPS/CS/CESアンケート配信/回収/集計・分析)クラウドサービス ◆ M-ONEからのアウトプットを基にした、詳細分析、改善事項のレポートサービス ◆ 属性情報、購買履歴、アンケート情報、その他付帯情報を一元管理したDBを基にしたダイレクトマーケティング支援サービス ◆ コンサルティングサービス

取引実績

今までにお取引いただいたお客様の一部です。

宿泊施設様をはじめとして、BtoB・BtoC問わず様々な業種のお客様に弊社サービスをご利用いただいております。



担当者紹介 シニアコンサルタント 北山幹夫

【経歴】

- 株式会社JTBにて30年勤務。
- 「エースJTB」担当やJTB旅館ホテル連盟支部事務局を経験後、JTBトラベルメンバー制度、**顧客アンケートシステム**、社内オペレーションシステムなど実務責任者を歴任。
- その後、沖縄県宮古島のシギラリゾートにて、CS/CRM担当役員として**口コミ評価を3点台→4.5点以上**への大幅アップを実現。PMSやレベニューマネジメントにも精通。
- 2020年7月よりマーキットワン株式会社に参画、シニアコンサルタントとして、宿泊施設様をはじめとして、BtoC、BtoB問わず、顧客体験（CX）価値向上に向けたコンサルティングに従事。
- 東京都立産業技術大学院大学（AIIT） 事業設計工学修士（専門職）
スタートアップ・アクセラレーター研究所 研究員
- 東京都檜原村を対象にアンケート結果をまとめ、2023年に東京大学にて開催された「第14回横幹連合コンファレンス」にて講演。
論文『NPS(ネット・プロモーター・スコア) を活用した新しい地域ロイヤルティ指標—東京都檜原村をサンプルとして— 』

著書：「選ばれる宿の法則」



画像にマウスを合わせると拡大されます



Kindle/ペーパーバック
<https://amzn.to/3Dhlogl>

選ばれる宿の法則～顧客アンケート(NPS)×デジタルで実現する 感動体験の作り方～: NPSで顧客体験を進化させ、持続可能な成長を実現する宿泊施設改革の具体策 顧客アンケートバイブル (顧客アンケート選書)

Kindle版

北山幹夫 (著) | 形式: Kindle版

予約注文

[すべての形式と版を表示](#)

【本書の特徴】

- デジタル時代の宿泊施設経営に特化した実践的ガイド
- NPSとデジタルツールを活用した具体的なCX改善手法を詳説
- 実在する施設の改革事例を徹底解説
- すぐに実践できる「実践ポイント」を各章末に掲載

【内容紹介】

宿泊施設の経営者・実務担当者必読の一冊。本書は、顧客満足度向上とデジタル活用の両立に悩む宿泊施設に、具体的な解決策を提示します。

第1部では、NPSを活用した顧客理解、効果的なデジタルツールの選定・導入、持続可能な経営との両立など、CX改善の理論と実践方法を解説。

▼ [続きを読む](#)

言語



日本語

発売日



2024/12/10

ファイルサイズ



1346 KB

Page Flip



有効 ▼

Word Wise



有効にされていま
せん ▼



参考資料 1 : NPSとは

NPS（ネットプロモータースコア）とは

NPS（Net Promoter Score）とは、顧客ロイヤルティやリピート意向を数値化する指標です。
NPSは、ある商品やサービスを「友人や同僚にどれくらいすすめたいと思いますか？」という質問を通じて、企業とお客様のロイヤルティの強さを測定します。



NPSの設問では0～10点の11段階で評価をしてもらい、
0～6点を「批判者」、7～8点を「中立者」9～10点を「推奨者」と分類します。

NPS（ネットプロモータースコア）とは

推奨者



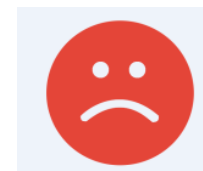
ロイヤリティの高い熱心な顧客で、自らが継続購入客であるのと同時に、友人に対しても顧客になるように薦める。

中立者



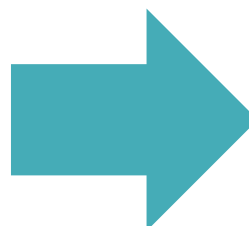
満足はしているが、そこまで熱狂的でない顧客で、競合他社からの働きかけになびきやすい。

批判者



劣悪な関係を強いられた不満客

分類	回答数	全体割合
推奨者	60	30%
中立者	100	50%
批判者	40	20%



$$\text{NPS計算式} \\ 30\% - 20\% = 10$$

NPSは-100～100までのスコアとなります。

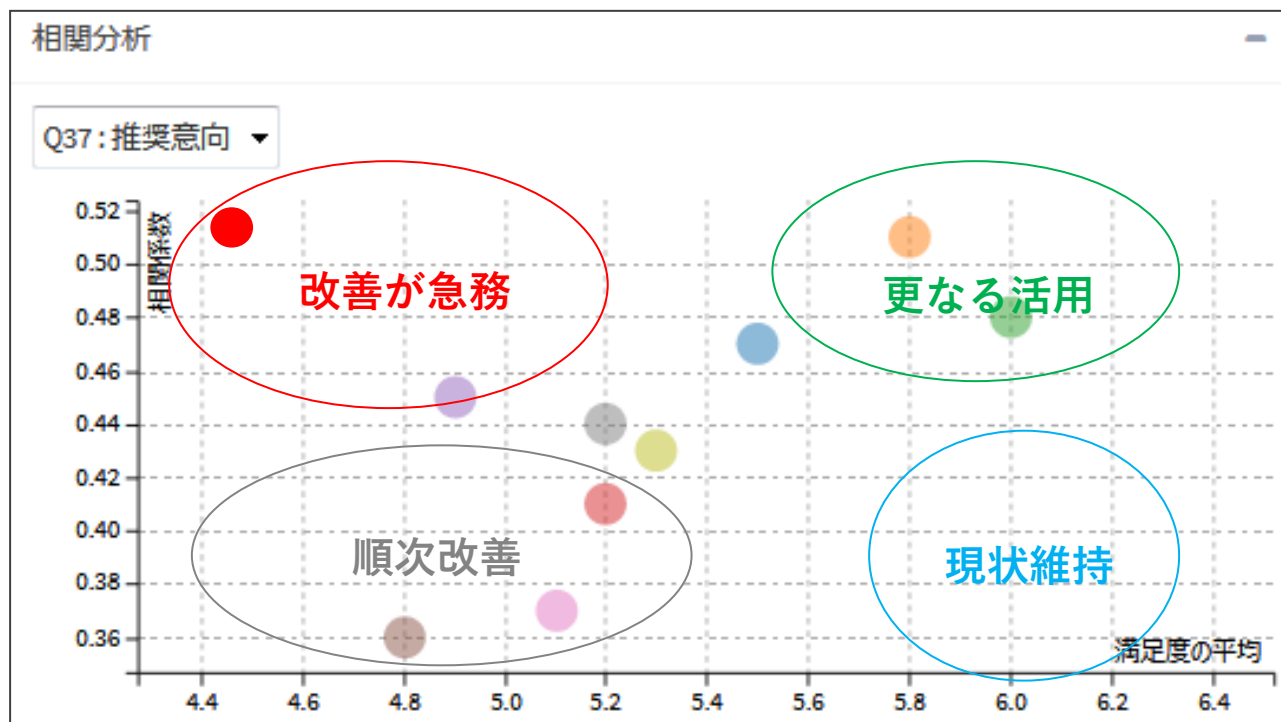
参考資料 2：

M-ONEを使ったアンケート分析・改善手順

①Key Driverの発見

推奨度（NPS）と各タッチポイントの満足度の相関分析を行う

推奨度との相関
（1に近い方が相関が高い）



各タッチポイントの顧客満足度

タッチポイント

相関順位

●部屋

●朝食

●チェックイン

●宿泊

●予約

●チェックアウト

●

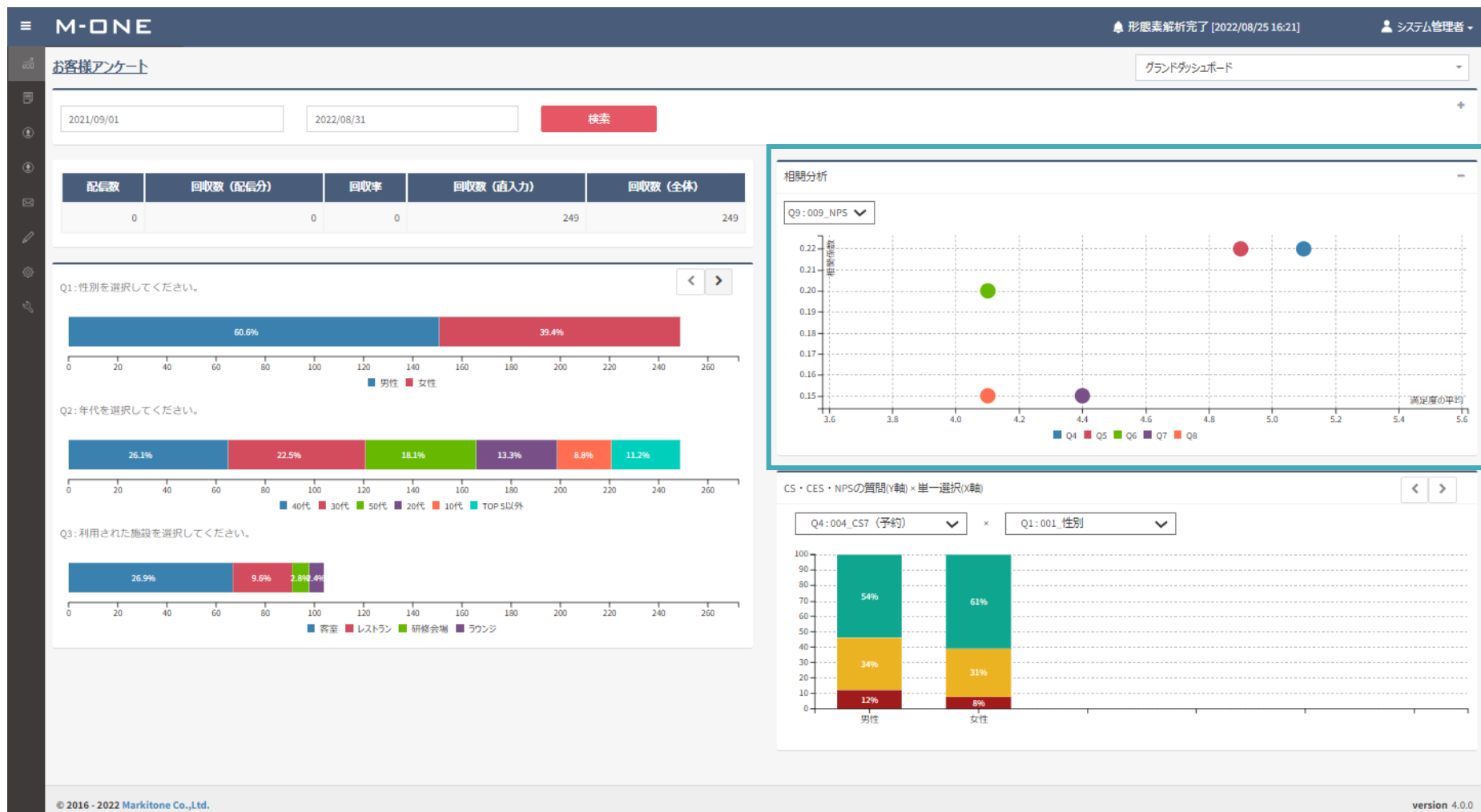
●

●

●

①Key Driverの発見

推奨度と各満足度の相関分析（M-ONE）

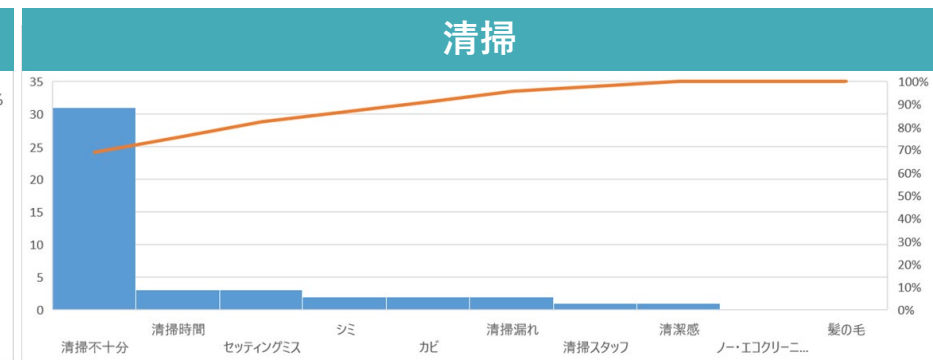
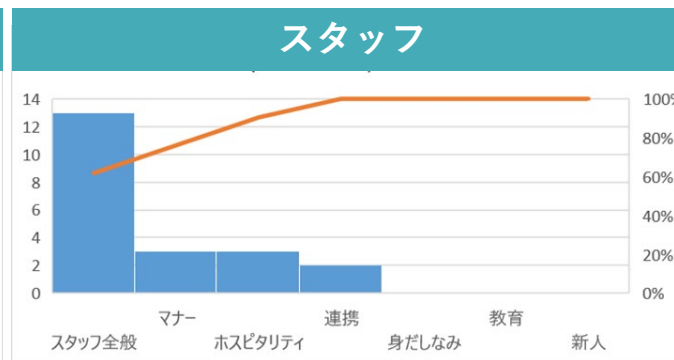
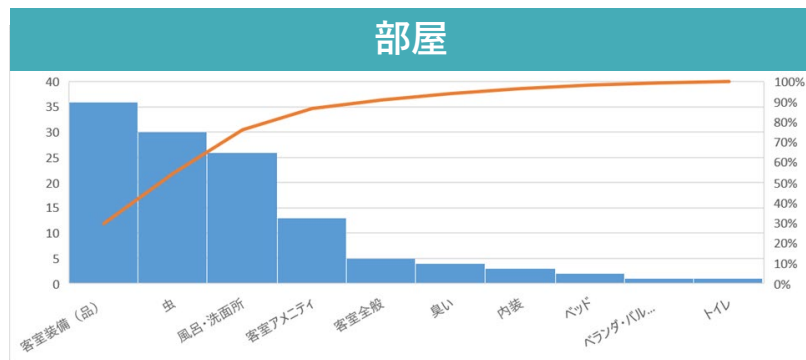
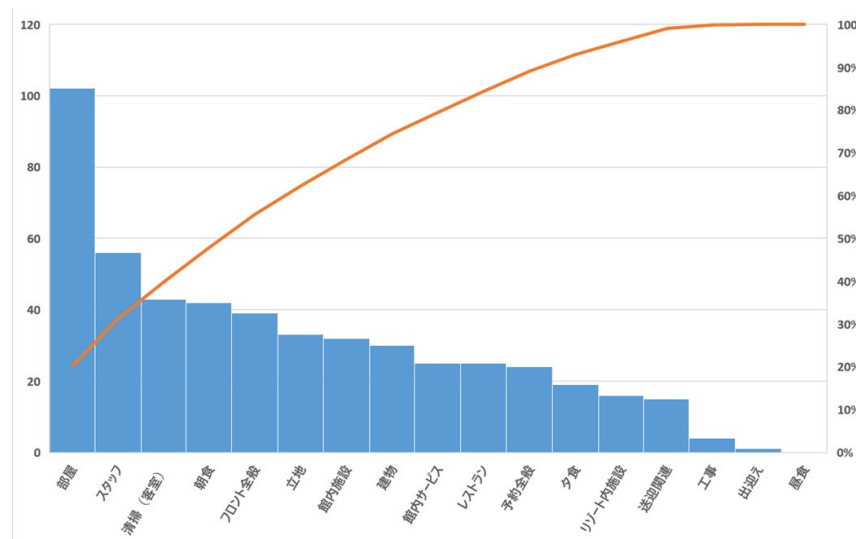


②顧客のコメントを分類する

[illegible]

②顧客のコメントを分類する

カテゴリー別に分類する（手作業）

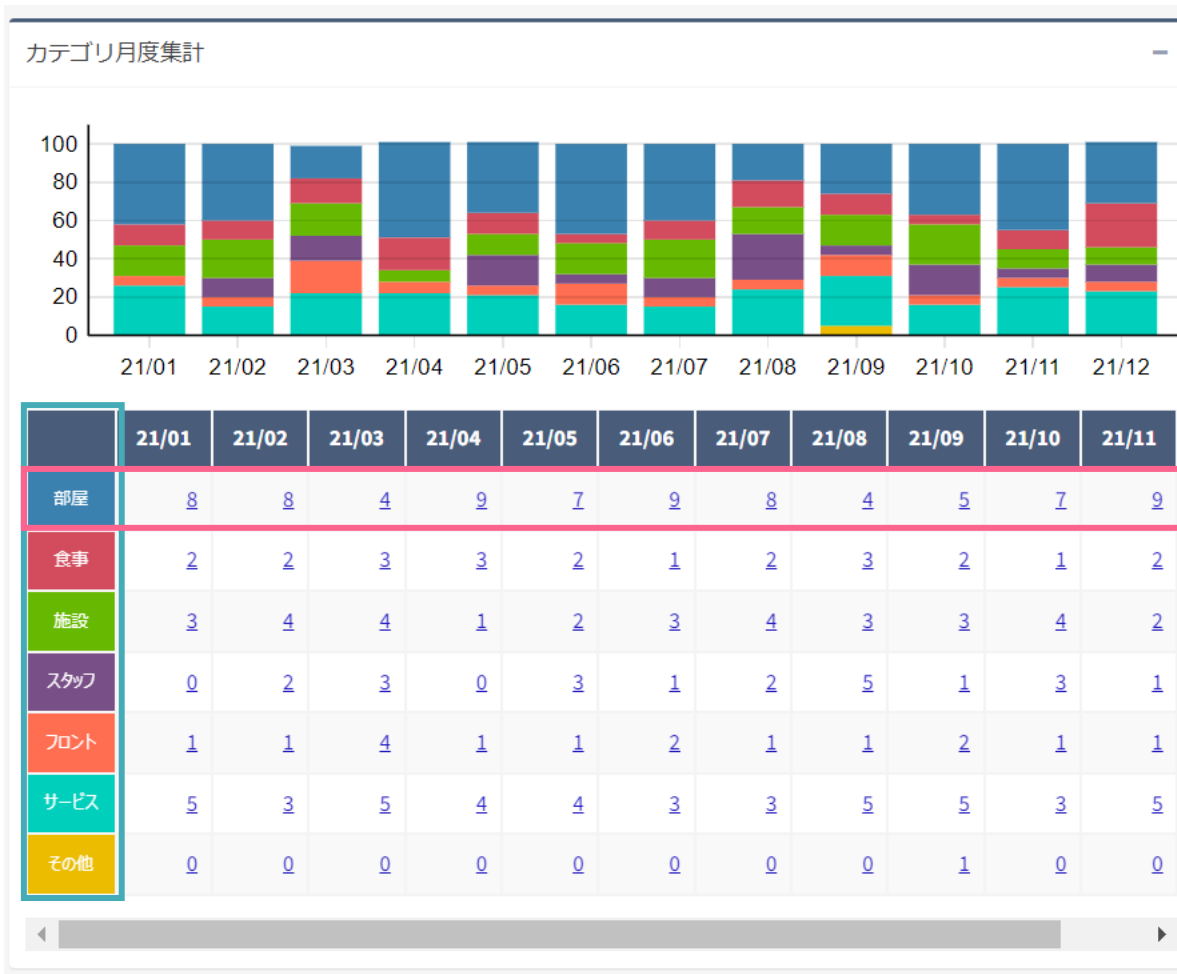


②顧客のコメントを分類する

カテゴリー別に自動分類する（M-ONE）

AIにて
カテゴリー
自動分類

部屋



WORDランキング

No	ワード	件数
1	良い	56
2	客室	52
3	対応	29
4	美味しい	22
5	利用	21
6	スタッフ	20
7	アメニティ	19
8	接客	18
9	綺麗	18
10	研修	17

②顧客のコメントを分類する

カテゴリー別に分類した結果をチェックする (M-ONE)

2021/01/01

2021/12/31

検索

設問指定（ネガポジ/カテゴリ/キーワード）

Q9：NPS

設問指定（ポイント・ポイント種別）

ネガポジ判定

ネガ

（検索方法）

カテゴリ

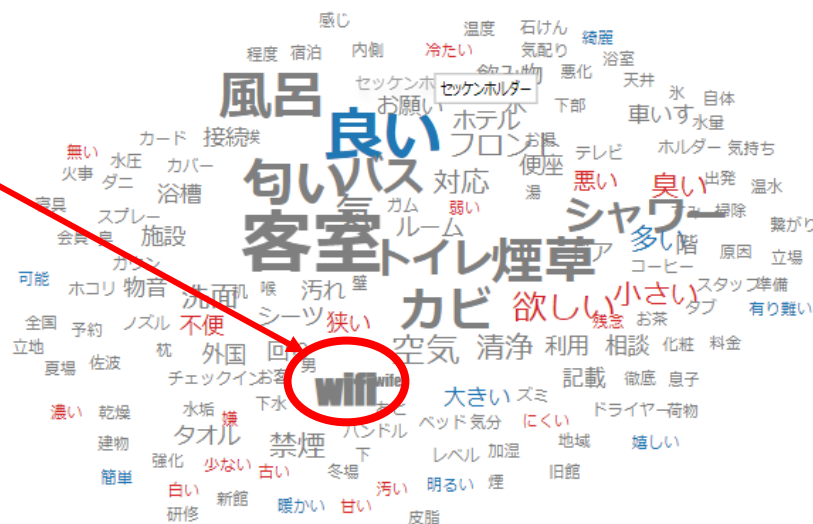
部屋

詳細条件

クリア

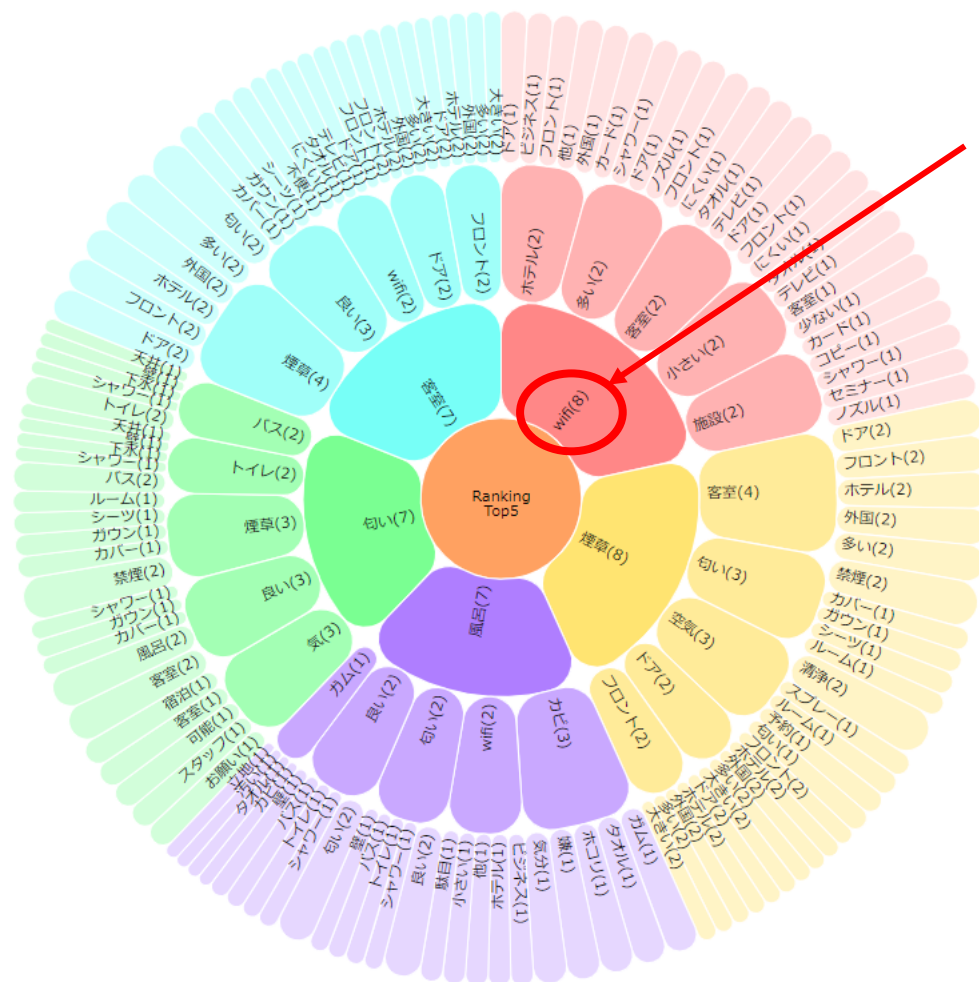
ダウンロード

ワードクラウド



②顧客のコメントを分類する

カテゴリー別に分類した結果をチェックする (M-ONE)



キーワード: 「Wifi」 に注目する

③顧客のコメントを分析する

カテゴリー別に分類した結果を詳しく分析する

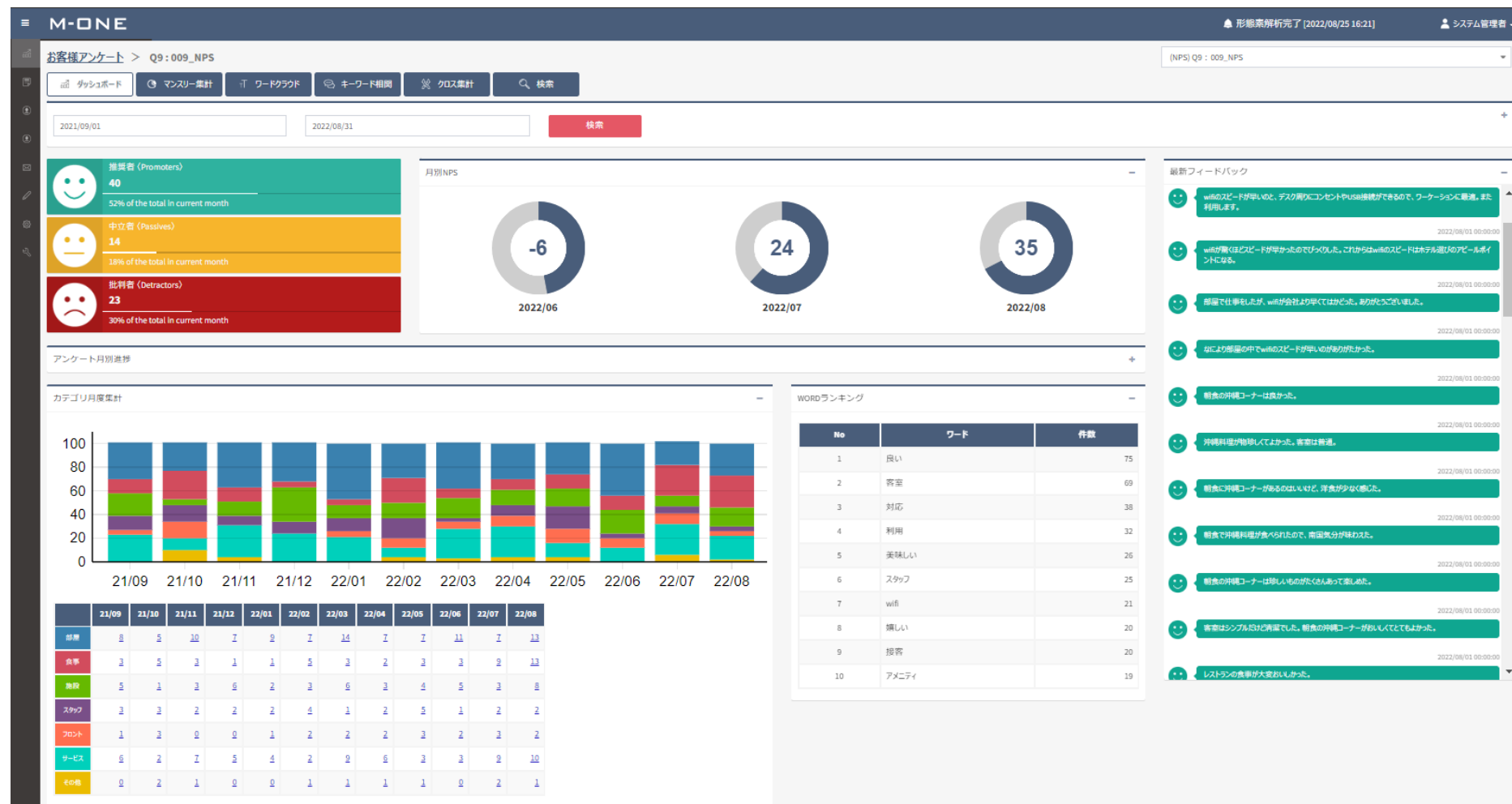
カテゴリー：部屋

NPSスコア	NPS種別	カテゴリ	ネガポジ判定	ポジティブコメント	ネガティブコメント	コメント
9	推奨者	部屋、施設	ネガ		部屋がタバコ臭く、フロントの方に相談したが対応してもらえなかった。外国人の方が同じ階に多く、ドアの開け閉めや部屋の中での物音がかなり大きかった。wifiはあったが、殆ど使えなかった。こんなに接続出来ないホテルは初めて。	部屋がタバコ臭く、フロントの方に相談したが対応してもらえなかった。外国人の方が同じ階に多く、ドアの開け閉めや部屋の中での物音がかなり大きかった。wifiはあったが、殆ど使えなかった。こんなに接続出来ないホテルは初めて。
5	批判者	部屋	ネガ		wifiの障害なのか、つながりにくかったことが残念です。デスクも仕事しにくいです。	wifiの障害なのか、つながりにくかったことが残念です。デスクも仕事しにくいです。
8	中立者	部屋	ネガ	お部屋は使いやすくレイアウトされていて、気持ちよく過ごせました。	ただし、コンセントの数はもっとほしい。Wifiも常時接続したいのでもう少し回線のスピードがあった方がよい。	お部屋は使いやすくレイアウトされていて、気持ちよく過ごせました。ただし、コンセントの数はもっとほしい。Wifiも常時接続したいのでもう少し回線のスピードがあった方がよい。
5	批判者	部屋、サービス	ネガ	よかったです。	さばが。Wifiの強化をしていただきたいです。	さばが。よかったです。Wifiの強化をしていただきたいです。
3	批判者	部屋、施設	ネガ		wifiがつながりにくい。部屋が狭い。氷が無い。机が小さい。タオルが少ない	wifiがつながりにくい。電気が明るすぎ 部屋が狭い。テレビが小さい氷が無い。洗面所が狭い机が小さい。タオルが少ない
5	批判者	部屋、サービス、施設	ネガ		wifiがとところろ切れてしまうことがあった。何とかしてほしい。デスクも狭くて仕事しにくいし、コンセントが一つで困った。	wifiがとところろ切れてしまうことがあった。何とかしてほしい。デスクも狭くて仕事しにくいし、コンセントが一つで困った。
5	批判者	部屋、施設	ネガ		デスクは仕事には不向きだし、wifiはつながるのが当たり前なのに、切れてしまうことがあるので改善を求めます。	デスクは仕事には不向きだし、wifiはつながるのが当たり前なのに、切れてしまうことがあるので改善を求めます。
6	批判者	部屋、サービス、施設	ネガ		風呂が小さいwifiがつながらない	風呂が小さいwifiがつながらない

ネガポジ判定：ネガ

④改善策を実施する

分析結果で出てきた課題を解決するための施策を実施すると、、、



④改善策を実施する

分析結果で出てきた課題を解決するための施策を実施すると、、、

