

概要

—平成 25 年度報告書— 顧客満足度調査の事例紹介

1. 本調査の趣旨

JISA では、ビジネス基盤強化委員会ビジネス基盤部会において、ユーザとの円滑なコミュニケーションの推進に資するため、ユーザから受託した業務における顧客満足度調査の項目(指標)や実施手法に焦点を当て、実際に行われている取組事例をもとに現状や効果等を検討し、JISA 会員各社に参考として紹介することとした。

顧客満足度調査に焦点を当てた本報告書の活用を通じて、ユーザとの取引におけるコミュニケーション能力を高め、情報サービスの質的向上と量的拡大につなげていくことを目指している。

2. 本報告書の構成

本報告書は、第 1 章から第 3 章までの 3 章構成をとっている。第 1 章では、「本調査の背景と目的」を、第 2 章では「本調査の活用手引き」を記している。第 3 章では、本部会メンバー企業のうち、5 社の事例を「顧客満足度調査の事例紹介」として取りまとめたものである。なお、各社の取組事例については、第 2 章第 1 節に記したとおり、以下の項目に沿って整理している。

1. 調査名
2. 調査目的と効果
3. 調査概要
4. 運用フロー
5. 調査方法及び利用方法
6. 個人情報を取り扱う上での配慮事項
7. 当事例をうまく展開するためのポイント
8. 調査票

3. 取組事例の考察

(1) 調査の目的と期待される効果

事例掲載企業各社が、顧客満足度調査を実施する目的と期待する効果は、概ね以下のとおりである。

顧客満足度調査の実施を通じて、顧客とのコミュニケーションの機会を得ることにより、自社の弱みや強みと向き合い(現状把握)、今後の事業展開(課題解決、顧客課題に則した顧客戦略の立案等)に生かすこと。

調査目的の詳細は以下のとおり大別され、各社とも複数の効果を期待して継続的に調査を実施している。

- ・品質向上・QMS(品質マネジメントシステム)活動の一環、継続的改善活動
- ・調査項目(指標)を活用した定期的な調査・分析
- ・営業活動やプロジェクトの推進に生かすため
- ・サービスの向上
- ・顧客のウォレットシェア拡大のための具体策検討

なお、詳細については第3章第2節「1. 調査の目的と効果」を参照されたい。

(2) 取組のポイント

第3章第2節「7. 当事例をうまく展開するためのポイント」では、JISA会員各社の取組の一助となるよう、事例掲載企業が顧客満足度調査を実施する上でポイントと捉えている点を記載した。概ね以下の点が挙げられている。

QMS 活動としての位置づけ

- ・QMSの品質目標に設定して、全社活動としている。

継続的な調査と分析による傾向把握

- ・継続的に実施することで経年データを把握し、時系列で傾向を把握する。

コミュニケーションの深化

- ・顧客とのコミュニケーションを密にすることにより、顧客の真の思いや潜在している課題等を把握する。

効果的な質問内容の設定

- ・具体的な品質改善に結びつけるためにはコメント(自由回答)の分析が効果的である。
- ・調査の実施時期や調査方法に自由度を持たせ、柔軟な運用ができるようにしている。
- ・調査対象の負担を軽減するため質問事項の絞り込みを実施。

回収率の向上策

- ・アンケートの回収率を上げるためには営業部門による事前の根回しと、回収のフォローが必須である。

調査結果の活用

- ・調査実施に顧客がメリットを感じるよう、アンケート結果のフィードバックや指摘事項の改善を実施する。
- ・低評価案件に対しては、担当部署が訪問しインタビューを実施している。
- ・満足度調査の結果を組織・個人・プロジェクトの評価とリンクさせない。

調査の客観性確保

- ・外部の第三者機関に調査を委託することで、調査の客観性を確保している。