

そもそも顧客の「満足」とは？

顧客満足度調査実施前に  
押さえてたい設計方法を  
プロが解説



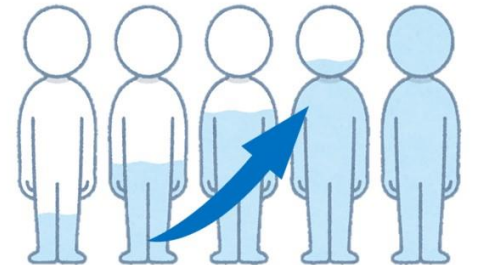
株式会社エスアールエー

## 角 泰範 (すみ やすのり)

代表リサーチャー&モデレーター

### ■ 簡単なプロフィール

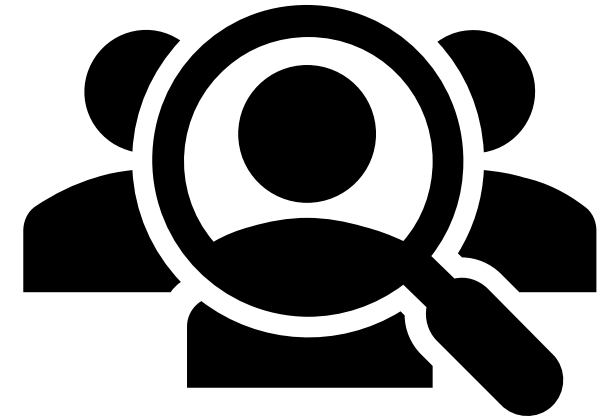
- ✓ 株式会社エスアールエー代表取締役社長。
- ✓ リサーチャーとして10年以上の経験。
- ✓ 定量・定性調査の企画設計から実査、分析・報告まで一貫して対応。
- ✓ 多変量解析などの統計的分析やモデレーターとして定性分析も対応。
- ✓ 年間およそ200セッションのモデレーション実績。
- ✓ 化粧品、自動車、食品、飲料、サプリメント、人材、IT、B2Bなど多くの業界のあらゆる分野の調査を定量・定性問わず行ってきました。



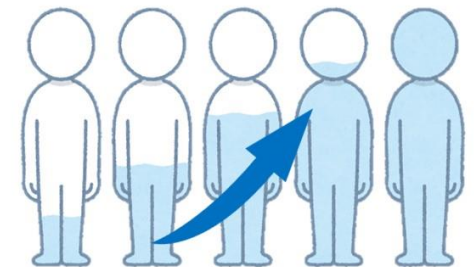
こんなことに困っている方いませんか？

顧客満足度調査って何がわかるのかわかりません。満足度って何かわからない。  
実施した後の顧客満足度調査の使い方がわかりません。  
分析しても示唆が出てきません。

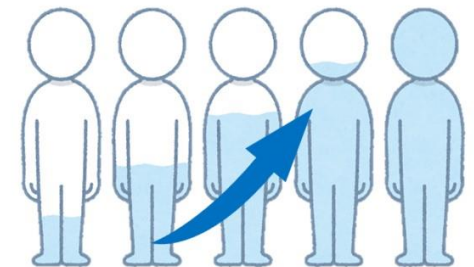
顧客満足度調査についての理解



1. 顧客満足度とは～顧客満足度の解釈の仕方～
2. 顧客満足度調査で何が明らかになるのか
3. 定量調査による設計と分析
4. 定性調査による設計と分析



1. 顧客満足度とは～顧客満足度の解釈の仕方～
2. 顧客満足度調査で何が明らかになるのか
3. 定量調査による設計と分析
4. 定性調査による設計と分析



## 顧客満足度とは、期待したことがどれだけ満たされているか

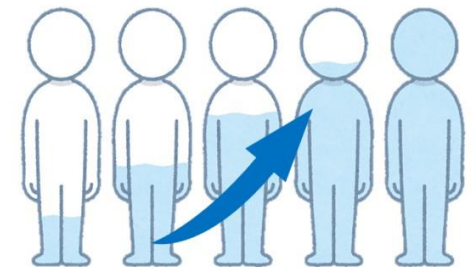


## 満足度調査を設計する前に知るべき「期待値」



**期待値が低ければ満足度は高く出やすく、  
期待値が高ければ満足度は低く出やすい**

1. 顧客満足度とは～顧客満足度の解釈の仕方～
- 2. 顧客満足度調査で何が明らかになるのか**
3. 定量調査による設計と分析
4. 定性調査による設計と分析





商品・サービスに期待されていることと、  
それがどれくらい満たされているかがわかる



## 定量調査は目の前にある課題の把握 定性調査は顧客が期待するものの把握

### 定量調査



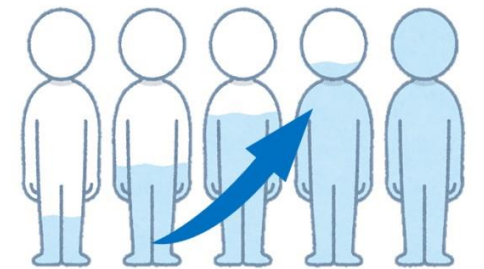
1. 満足度の状態がわかる
2. 設定した項目の寄与度がわかる
3. 設定した項目以外のことはわからない

### 定性調査



1. 顧客が期待していることがわかる
2. 期待したことがどれほど満たされたかがわかる
3. 量的にはわからない

1. 顧客満足度とは～顧客満足度の解釈の仕方～
2. 顧客満足度調査で何が明らかになるのか
- 3. 定量調査による設計と分析**
4. 定性調査による設計と分析



## 顧客が何に期待しているのかを想定する

聴取項目としては以下のような内容が多いが、  
項目別満足度の項目は顧客が何に期待しているかの仮説が必要

1. 総合満足度
2. 満足度の理由
3. **項目**別満足度（使いやすさ／価格／重さ／容量など）
4. 再利用意向
5. 利用回数
6. 利用金額
7. 改善点

## 対象者は利用者・購入者であるが検討事項も多い

1. 調査手法（郵送・WEB・商品PKGからのアンケート等）
2. 調査時期や場所




### 課題

**調査手法で回答してもらえる顧客層が異なる可能性がある**

- 郵送調査は実査管理が複雑で実施側の負荷が高い
- WEBアンケートは本当に利用したかの確認が難しい
- 商品PKGからアンケートへの誘導は回答率が低い

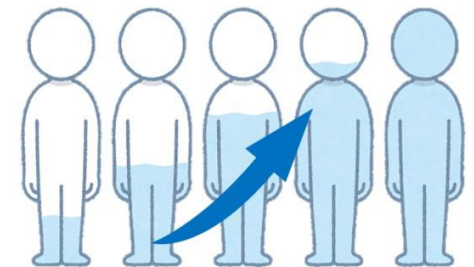
## 定量的な分析と自由回答の読み込みで課題の把握

1. 各項目の満足度の把握
2. 項目別満足度のスコアと総合満足度との相関係数によるポートフォリオ分析
3. 総合満足度の満足TOP2で再利用意向の低い人の分析
4. 自由回答の読み込みで課題の把握
5. 自由回答のアフターコーディングで定量的に課題の把握



解決していく課題は何かを明らかにし、改善点をつかむこと  
継続的な調査で課題は変化しなくても組織として取り組む目線を持つ

1. 顧客満足度とは～顧客満足度の解釈の仕方～
2. 顧客満足度調査で何が明らかになるのか
3. 定量調査による設計と分析
4. **定性調査による設計と分析**



## 顧客との接点を探りつつ、使い方を把握し、 何に期待して購入し、その期待が満たされているかを把握

### 認知

1. いつごろ知ったか？
2. 何きっかけで？
3. どうやって知った？
4. 知った時の印象は？

### 調査検討

1. 検討したか？
2. 何を検討したか？
3. 何と検討したか？
4. 何で検討したか？
5. 検討しなかったのはなぜか？

### 期待

1. 第一印象は？
2. 何が魅力的に見えたか？
3. 懸念点はあったか？

### 購入

1. どこで買ったか？
2. いくつ買ったか？
3. キャンペーンを使ったか？
4. なぜ買ったか？

### 利用

1. 使った印象は？
2. いつ使ったか？
3. どう使ったか？
4. 良かった点は？
5. 悪いと感じた点は？
6. 次も使いたいと思ったか？
7. その理由は？
8. 購入前に期待したことは満足したか？
9. 使ってみて初めてわかったことは？

### リピート

1. リピートしたか？
2. リピート理由は？
3. リピートしなかった理由は？
4. 他の商品は検討しなかったのか？



## 生活シーンの中でどのように機能しているかを把握

### 主な分析観点

1. 商品・サービスとの接点
2. 購入前の期待値と使用してみたの差異
3. 購入理由
4. 利用満足度とその理由
5. 再利用意向とその理由
6. 他の商品の代替可能性

**顧客が何に期待しているのかを把握し、  
その期待を満たすため、何を提供していけばよいのかという視点を持つ**

**顧客満足度調査とは、  
商品・サービスの満足度を把握し改善の材料を探し、  
売上拡大・利用者拡大につなげていくための調査である。**

**調査前後で以下の事項を整理していくとよいです**

- 1. 原価構造上、すぐには改善できないこと**
- 2. 予算の都合上、すぐには改善できないこと**
- 3. 組織構造上、すぐには改善できないこと**
- 4. 本来はどんな風にご利用していただけるとよいか**

ご清聴ありがとうございました

定性調査・自主調査

# i-PORTチャンネル

インタビュー調査が見放題！

アスマークオリジナル開発のオンラインインタビューシステム

【ダイジェスト】海外市場を調査！中国人データアナリストの自社モニターへ調査

中国人データアナリスト  
の自社モニターへ調査

海外から見る日本の  
家電製品とは

見る YouTube

【ダイジェスト】運転空間に関するエスノグラフィ

運転空間に関する  
エスノグラフィ

見る YouTube

【ダイジェスト】専門医と患者会代表にインタビュー

医師・患者の  
ベアインタビュー  
無料公開

専門医と患者会代表にインタビュー調査

共同意思決定(SDM)

難病・希少疾患における  
メリットと浸透実態から医療の未来を探る

坪井病院  
院長 難病慢性肺炎・  
肺線維症センター長  
杉野 圭史 先生

間質性肺炎  
患者会「一期一会」  
会長  
宮村 和之 様

見る YouTube

ASMARQ

無料視聴はこちら



ASMARQ

## ネットリサーチ業界で トップクラスの案件実績数

アスマークは全国に約100万人（提携パネル含め約1,700万人超）のインターネットパネルを構築する調査会社です。

インタビュー調査などの定性調査から、ネットリサーチ事業を始めとした定量調査を主とし、その他独自のサービスも提供しています。

モニター  
リクルート  
事業

約3,000件超

ネット  
リサーチ  
事業

約2,000件超

ホーム  
ユーステスト  
事業

約300件超

会場調査  
事業

約200件超

## 品質

### 徹底された 仕組み化

各セクションへ明確な業務権限を付与し、  
業務プロセスを徹底的に体系化。  
高品質な業務を安定提供いたします。

### 集約された ノウハウ

調査実績は4万件超。  
専門知識を持つ社員による事業推進を基盤に  
ナレッジを社内共有する仕組みを整備。  
更に改善と知識の刷新を重ね、恒常的な  
クオリティ向上に努めています。

### 同業界との 連携

アンケートパネルのリクルートを始めとした  
長年にわたる同業他社との連携も。  
また、他社との事業提携も継続的に推進し  
リサーチ業界全体の発展へ寄与しています。

### 外部認証機関 の証明

品質担保の証としたプライバシーマーク取得を  
始めとし、製品認証の国家/国際規格「JIS  
Y20252 (ISO20252) : 2019」も取得。  
定期的に全社員を対象とした正しい情報の  
取り扱いも啓蒙し、質の担保へ努めています。

## アスマーク・定性調査の強み

### 圧倒的なリクルート力

対象者の発言力や条件合致度などの確認作業を、リクルート案件数No.1のノウハウを生かして行い、質の高い対象者をリクルーティングします。

### 幅広い課題に対応するモデレーターネットワーク

「法人個人含め、50名以上のモデレーター」とつながりがあり案件ごとに最適なモデレーターのアサインが、スムーズに可能です。

### 自社独自開発システム

定性調査に特化した、インタビュー・チャットシステムを独自開発し展開。調査会社の目線で質を追求した、上質なリサーチ環境をお届けします。

### 納得感を追求。知見を基とした提案力

小回りの利く「迅速・柔軟な対応」を社員全員が志しております。スケジュールや費用調整、無料出現率調査の実施など、お客様にご満足頂けるレスポンスの早さで対応いたします。



## アスマーク・定量調査の強み

### アンケート専用自社モニターと提携パネル6社による回収パワー

カードやEC会員の寄せ集めではなく『アンケートやインタビューを目的』として構成される自社モニター。そのため協力率や遅刻・欠席率が他社様と異なり、市場発展に対する高い調査貢献力が強みです。更にトップクラスのパネル提携数を誇るため、1700万人を対象にリサーチが可能。出現率の低いテーマや回収量の必要なリサーチ現場で、多くの皆様にご活用頂いております。

### 企画設計からレポートニング・報告会までフルサポート

専門統計調査士やマーケティング実務士等、リサーチやマーケティング知見を有した者が複数在籍しており、リサーチ会社のなかでは珍しくリサーチャーが企画設計～分析レポートニングまで一貫して対応。機械的ではなくよりお客様の意図を汲み取った対応を最大限心掛けております。

### 幅広いジャンルへの対応力

分け隔てない業種業態へ対応しており、様々な領域におけるリサーチ経験を保有。業種業界ごとに、専門チームが知見を活かして責任対応いたします。





# i-PORT voice

## リサーチ特化型 | オンラインインタビューシステム

長きにわたり定性調査に強みを持つ、アスマークが独自開発した、調査専用のオンラインシステム。インタビュー会場特有の空間構造をオンライン上で再現しているため、デブスインタビューはもちろん、最大6名までのグループインタビューの実施や、パッケージ評価・試飲試食調査など、幅広い検証が可能です。従来システムでは難しい「同時通訳機能」や「言語選択機能」など多彩な機能も完備。海外調査におけるオンラインインタビューも可能です。

### 5つのポイント

インタビュールーム  
ミラールーム  
バックルーム  
を実現

バックルーム同士の  
コミュニケーション  
が可能

好みの大きさで  
画面拡大が可能  
オンラインでも  
表情を捉えやすく

インカメラ/  
アウトカメラの  
マルチな切り替え  
が可能

モデレーター  
2名体制で  
インタビュー  
できる





# i-PORT chat

## リサーチ特化型 | チャットインタビューシステム

全国100万人超の調査パネルを保有するアスマークだから開発できた

「希望のモニターへ気軽にチャット調査ができる」独自のチャットインタビューツールです。

モニターリクルート・定性調査に圧倒的業界シェアを持つ当社目線を活かし、チャットインタビューに適した対象者の設定～インタビューまでを、一気通貫してスピーディに実施させていただきます。

多くのお客様に、インタビューやホームユーステストの予備調査としても、マルチにご活用頂いています。

### 5つのポイント

調査会社視点で開発  
インタビュアー・  
モニターそれぞれに  
フィットしたUI

スマホやタブレット  
など  
マルチデバイス  
対応が可能

便利な  
「チャット  
テンプレート」で  
質問の入力も楽々

動画や画像の  
添付も簡単

調査目的・概要と  
インタビュー履歴を  
1つのファイルで  
まとめてDL可能

# 会社概要

所在地	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 本社 〒150-0011 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティータワー4階 TEL：03-5468-5101</li><li>・ 八戸事業所：実査部 〒031-0032 青森県八戸市大字三日町2 明治安田生命八戸ビル8階 TEL：0178-20-8638</li><li>・ 大阪事業所：営業部 〒541-0047 大阪府大阪市中央区淡路町4-3-5 FPG links MIDOSUJI 9F TEL：06-6809-3457</li><li>・ 福岡事業所：営業部・実査部 〒810-0041 福岡県福岡市中央区大名1-8-10 福岡安藤ハザマビル6階 TEL：050-5306-7274</li><li>・ 横浜事業所：営業部・実査部 〒231-0023 神奈川県横浜市中区山下町207-2 関内JSビル2階 TEL：045-225-9063</li><li>・ 長岡事業所：実査部 〒940-0033 新潟県長岡市今朝白1-8-18長岡DNビル9階 TEL：0258-86-4381</li><li>・ 中目黒事業所：実査部 〒153-0043 東京都目黒区東山1-6-2 TPR中目黒ビル3階 TEL：03-6451-2903</li></ul>
創 立	1998年12月
設 立	2001年12月
資本金	139百万円 (2023年12月31日現在)
売上高	4,282百万円 (2023年11月期)

役 員	代表取締役	町田 正一
	取締役	水城 良祐
	取締役	飯田 恭介
	社外取締役	木原 康博
	社外取締役 (監査等委員)	鈴木 親
	社外取締役 (監査等委員)	大内 智
	社外取締役 (監査等委員)	塩月 潤道

社員数 295名 (2023年11月末時点)

事業内容

- ・ 市場調査
- ・ HR Techサービス
- ・ RPA導入・運用支援
- ・ 労働者派遣事業 (許可番号：派13-311841)

運営サイト

- ・ アンケートモニター募集サイト「D STYLE WEB」の運営・管理
- ・ 買った人・使った人の評価サイト「シェアビュー」の運営・管理
- ・ 外国人市場調査業務「e-gaikokujin.Recruiting」の運営・管理

取得認証



加盟団体

- ・ 東京スタンダード市場 上場
- ・ 社団法人 日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA)
- ・ 社団法人 日本マーケティング協会 (JMA)
- ・ アジア経営者連合会

調査のご相談はこちら



ASMARK