

株式会社アイ・エム・ジェイ

東京都目黒区青葉台 3-6-28

代表取締役社長 竹内 真二

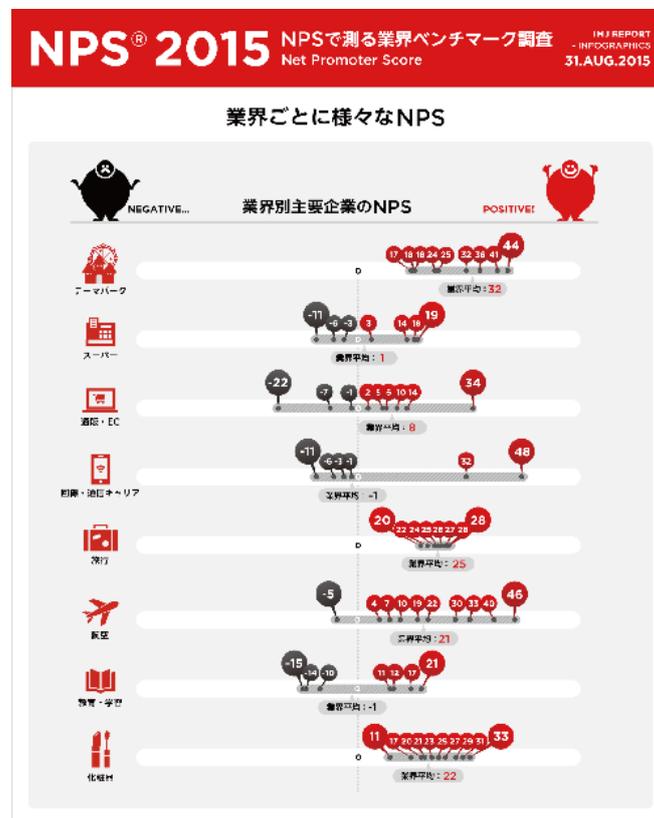
15 業界別 NPS®ベンチマーク調査 2015（後編）

— 業界別 NPS®の最新動向を調査 —

デジタルマーケティングを支援する、株式会社アイ・エム・ジェイ（本社：東京都目黒区 代表取締役社長：竹内 真二 以下、IMJ）は、15 業界のロイヤルティの測定指標である NPS®（Net Promoter Score）およびその要因を調査した「NPS®ベンチマーク調査 2015」を実施し、本日、後編として 8 業界の調査結果を発表いたします。

調査期間は2015年3月25日～4月2日、有効回答数は15業界合わせて43,824名と、国内最大規模（当社調べ）の調査を実施しました。

※「NPS®とは？」については、補足をご参照ください



お問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ 広報室 TEL:03-6415-4257

調査の狙い

2013年にIMJではNPSを身近に感じていただくことを目的として「業界ベンチマーク調査 2013」を実施し、多くの企業の皆様にご活用いただきました。

市場の移り変わりも激しい中、今回各業界の最新のベンチマークとなる調査を行うことでNPSをより身近に感じていただくとともに、NPSを導入する際の業種・業態別のベンチマーク指標として自社の目標設定時におけるヒントを提供する目的で、今回の調査を実施しました。

調査要約

- 「テーマパーク」「旅行」「化粧品」は調査対象すべてがプラスの業界となりました。
「テーマパーク」の推奨の判断要因としては、幅広い層の人達が安心して安全に利用できる体験型サービスであり、推奨行動を阻害する要因が少なく、非常にお薦めしやすい商材であるためと考えられます。また、「旅行」業界は旅行という商品特性として、比較的高額であり返品できないことから、その商品の提供主体である会社の信頼感を重視していると考えられます。「化粧品」は利用頻度が高く、また製品そのものの価値だけではなく、利用を通じた体験価値も含めた特性上、推奨しやすい商材であることが、調査対象すべてがプラスとなった要因として考えられます。
- 「スーパーマーケット・GMS」、および、「航空」業界は全体的にNPSがプラスの業界でした。
日用品を購入する機会の多い「スーパーマーケット・GMS」では、価格面と立地・アクセス面が推奨度に大きな影響を与えていることが見られます。「航空」業界において、NPSに好影響を与えた要因は「客室乗務員の対応・丁寧さ」(85.0%)が最も高く、スタッフの接客対応を通じた顧客体験が推奨度に大きな影響を与えています。
- 「通販・TV通販・EC」「回線・通信キャリア」の2業界はNPSの分布にバラつきがありました。
「通販・TV通販・EC」業界において、「商品購入までの分かりやすさ・容易さ」(86.2%)が最も高いことから、欲しいと思った際に障壁なくスムーズに購入できることが重視されており、推奨度に大きな影響を与えていると考えられます。また、「回線・通信キャリア」業界は、「つながりやすさ・高速通信回線の安定性」(83.4%)が最も高いことから、普段の利用時にストレスなく接続できることが、NPSに好影響を与えた要因と考えられます。
- 「教育・学習」はプラスとマイナスがほぼ半々の業界でした。
ロイヤルティの判断は、学ぶ仕組み等のプロセス要因の方が、効果や実績等の結果要因よりも、僅かに上回る結果となっています。

調査概要

- 調査方法 : インターネットリサーチ
- 調査地域 : 全国
- 調査対象 : 18～59歳の男女 ※調査会社が保有する調査パネル
- 有効回答数 : 43,824 サンプル (15 業界全体)
- 調査日時 : 2015年3月25日～4月2日
- 割付条件 : 年代別のインターネット利用率を「平成27年1月総務省全国男女推計人口」を元に算出し、割付を行った。
※インターネット利用率は総務省「平成25年通信利用動向調査」を参照
- 対象者条件 : (テーマパーク：9社) 3年以内に訪問
(スーパー・GMS：7社) 1年以内に購入
(通販・EC：9社) 1年以内に購入
(回線・通信キャリア：7社) 該当キャリアの契約者
(旅行企画・販売会社：9社) 1年以内に利用
(航空・空運：10社) 1年以内に利用
(教育・学習：7社) 大学受験時に利用 (模試のみは除外)
※現在大学生に対してのみ聴取
(化粧品：10社) 該当企業の化粧品を現在利用

調査資料

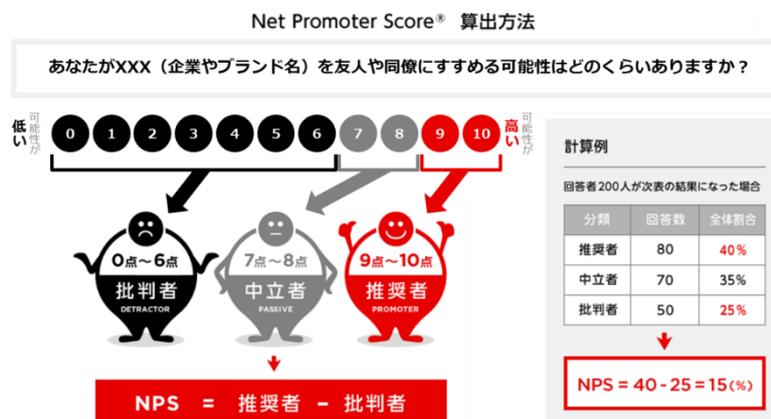
調査資料につきましては、下記 URL をご参照ください。

<http://www.imjp.co.jp/press/release/20150831.html>

NPS® (Net Promoter Score) とは

NPS®とは企業と顧客との関係性 (ロイヤルティ) を測定する指標です。

『あなたがXXX (企業やブランド名) を友人や同僚にすすめる可能性はどのくらいありますか?』



顧客に対して上記設問を投げかけ、その回答を 0点（おすすめしない）～10点（おすすめする）の11段階で答えてもらいます。10～9点と回答した集団を「推奨者（Promoter）」、8～7点の集団を「中立者（Passive）」、6～0点の集団を「批判者（Detractor）」と定義します。そして、全体に占める推奨者の割合から批判者の割合を引いた数値がNPS[®]です。

こちらも是非ご覧ください。

｜ NPS[®]で測る 企業と顧客とのコミュニケーション

<http://www.imjp.co.jp/report/column/20121001/000838.html>

｜ 顧客ロイヤルティ指標「NPS[®]」の調査方法について考える

<http://www.imjp.co.jp/report/column/20131119/001021.html>

株式会社アイ・エム・ジェイについて [\(http://www.imjp.co.jp/\)](http://www.imjp.co.jp/)

インターネット領域に軸足をおき、Web 及びモバイルインテグレーション事業における豊富な知見・実績を強みに、スマートフォンを含むマルチデバイス対応、更には戦略策定・集客・分析（Web データ解析・効果検証等）まで様々なソリューションをワンストップで提供することで、顧客のデジタルマーケティング活動における ROI（投資対効果）最適化を実現いたします。

- ※ Net Promoter Score、及びNPS[®]は、ペイン・アンド・カンパニー、フレデリック・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。
- ※ 掲載されている情報は発表日現在の情報です。検索日と異なる可能性がございますのであらかじめご了承ください。
- ※ 画面写真データ等ご用意いたしております。お気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ先

本件調査に関するお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ
R&D室 Research Unit 担当：川野
TEL：03-6415-4311

報道機関からのお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ
広報室
TEL：03-6415-4257 E-mail：irpr@imjp.co.jp