

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 櫻井 徹

業界別 NPS を徹底調査

16 業界別 NPS ベンチマーク調査 総集編

ー1 年間 16 業界の NPS まとめー

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：櫻井 徹 以下、IMJ）は、この 1 年間にわたり、様々な業界の NPS®（Net Promoter Score）およびその要因を調査してまいりました。この度、計 16 業界の調査結果を集約いたしました。

NPS とは

最初に、顧客に対して「あなたが×××（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？」という質問を投げかけ、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 点の集団を「推奨者（Promoter）」、8～7 点の集団を「中立者（Passive）」、6 点～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。

株式会社アイ・エム・ジェイについて (<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。

- ※ 文中に記載されている会社名、商品名は各社の商標または、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。

本件に関するお問合せ先

調査に関するお問い合わせ先

株式会社アイ・エム・ジェイ

R&D室 Research Unit 担当：清水 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

ブランド・コミュニケーション室 広報グループ

TEL：03-6415-4257 E-mail：irpr@imjp.co.jp

16業界別 NPSベンチマーク調査 総集編

2013.09.26

.....

IMJでは1年間に渡り、様々な業界のNPS®（Net Promoter Score）を調査してまいりました。そしてこの度、計16業界の調査結果を集約いたしました。

.....

NPSスコアは業界ごとに大きく異なり、その理由も様々です。これらの結果をもとに、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の参考にしていただければ幸いです。

.....



IMJ GROUP

業界ごとに様々なNPS

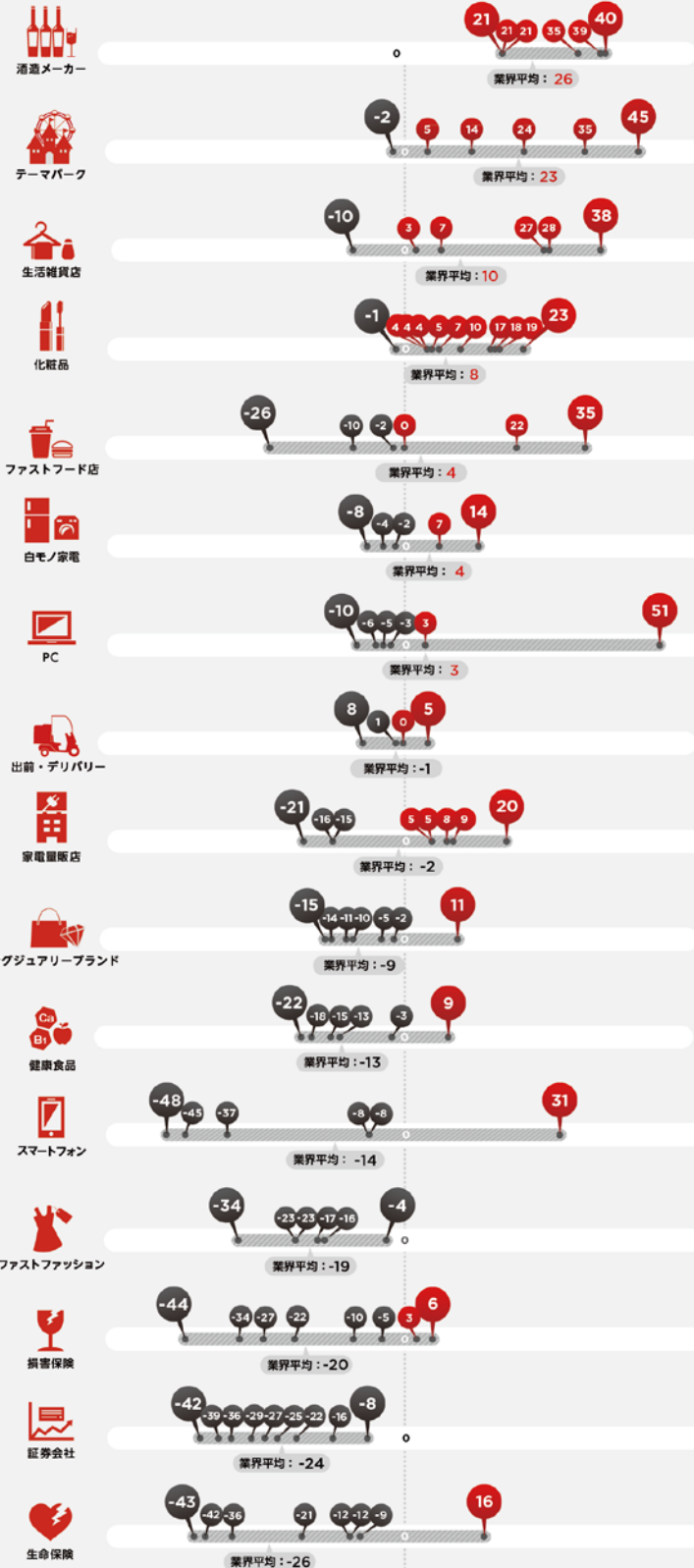


NEGATIVE...

業界別主要企業のNPS



POSITIVE!



サマリー

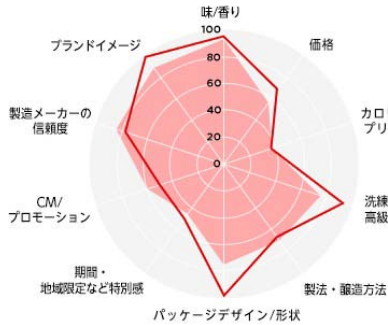
業界	NPS	NPSに好影響を与えた因子	Best社とWorst社でGAPがある因子	Page
 酒造 メーカー	26	「味/香り」 (94%) 「ブランドイメージ」 (88%)	「パッケージデザイン」 (22pt)	P5
 テマパーク	23	「アトラクション」 (93%) 「世界観」 (84%)	「ショー/パレード」 (56pt)	P6
 生活雑貨店	10	「商品数・品揃え」 (92%) 「商品の品質・センス」 (89%)	「店内の雰囲気」 (51pt)	P7
 化粧品	8	「使い心地」 (97%) 「成分・効能・機能性」 (91%)	「安心・安全性」 (7pt)	P8
 ファスト フード店	4	「味」 (95%) 「店内の雰囲気」 (76%)	「カロリー・健康志向」 (41pt)	P9
 白モノ家電	4	「ブランドイメージ」 (91%) 「エコ度」 (90%)	「アフターサポート」 (13pt)	P10
 パソコン	3	「デザイン」 (90%) 「ブランドイメージ」 (91%)	「ディスプレイ画質」 (20pt)	P11
 出前・ デリバリー	-1	「味」 (94%) 「メニューの豊富さ」 (89%)	—	P12
 家電量販店	-2	「品揃え・展示数」 (88%) 「店員の接客・対応」 (86%)	「家電製品以外の商品や店舗」 (29pt)	P13
 ラグジュアリー ブランド	-9	「デザイン」 (90%) 「品質」 (87%)	「商品数・品揃え」 (11pt)	P14
 健康食品	-13	「商品の信頼度」 (90%) 「飲みやすさ」 (87%)	「接客・コールセンターの対応」 (51pt)	P15
 スマートフォン	-14	「ディスプレイ画質」 (93%) 「デザイン」 (90%)	「ブランドイメージ」 (60pt)	P16
 ファスト ファッション店	-19	「価格」 (88%) 「デザイン」「商品数」 (85%)	「Webサイトの使いやすさ」 (17pt)	P17
 損害保険	-20	「保険会社の信頼度」 (83%) 「契約等の手続き」 (81%)	「Webサイトの使いやすさ」 (25pt)	P18
 証券会社	-24	「取引の簡単さ」 (90%) 「Webのわかりやすさ」 (86%)	「手数料」 (14pt)	P19
 生命保険	-26	「保険会社の信頼度」 (90%) 「保障の充実度」 (87%)	「Webサイトの使いやすさ」 (62pt)	P21

ベスト企業のポジティブファクター（1/2）

各業界においてNPSスコアが最も高いベスト企業の、「ポジティブファクター（推奨者に良い影響を与えた項目）」を以下に掲載します。全体平均とほとんど変わらない業界もあれば大きく上回る業界もあることが見て取れます。



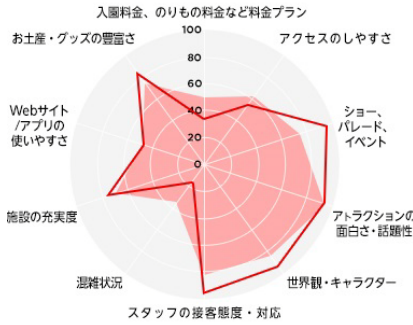
酒造メーカー



全体 (n=574) A社 (n=38)



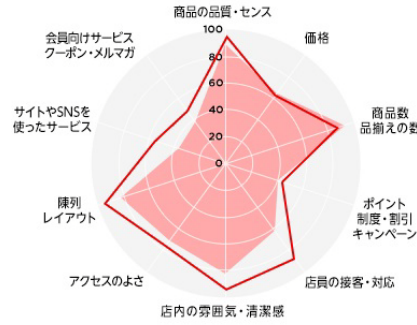
テーマパーク



全体 (n=393) A社 (n=157)



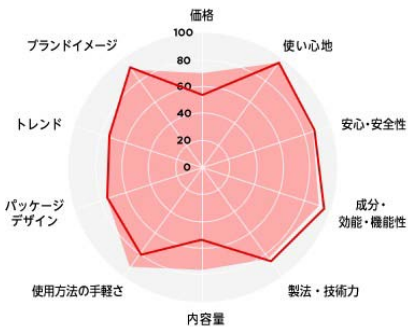
生活雑貨店



全体 (n=301) A社 (n=55)



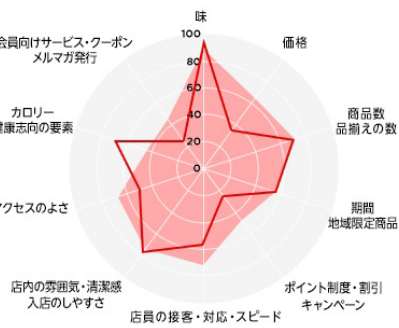
化粧品



全体 (n=631) A社 (n=41)



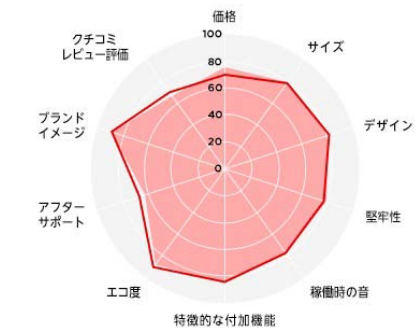
ファストフード店



全体 (n=428) A社 (n=122)



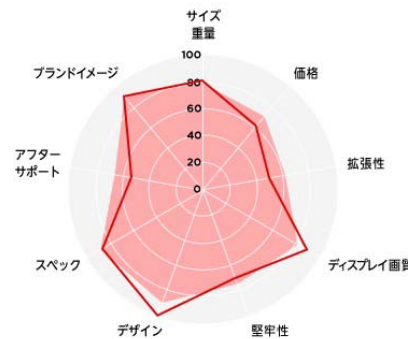
白モノ家電



全体 (n=241) A社 (n=88)



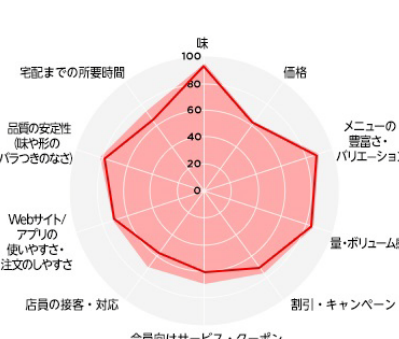
パソコン



全体平均 A社の数値 (n=137)



出前・デリバリー

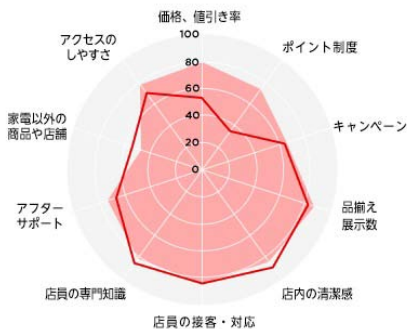


全体 (n=250) A社 (n=67)

ベスト企業のポジティブファクター (2/2)



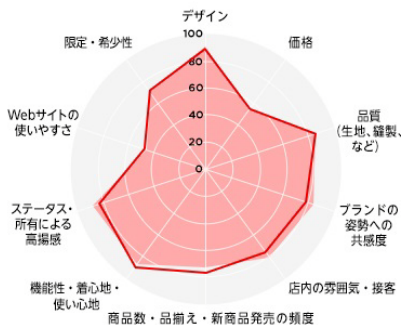
家電量販店



全体 (n=350) A社 (n=55)



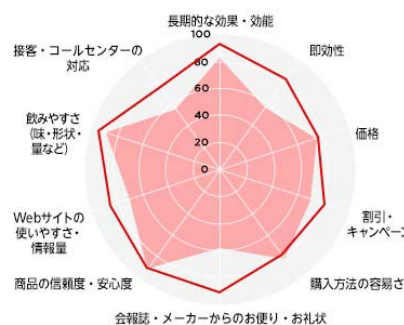
ラグジュアリーブランド



全体 (n=272) A社 (n=34)



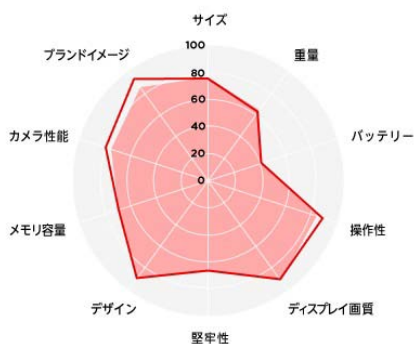
健康食品



全体 (n=209) A社 (n=34)



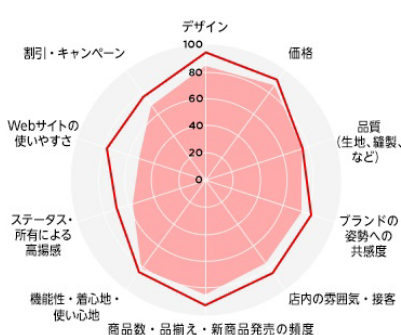
スマートフォン



全体平均 A社の数値 (n=119)



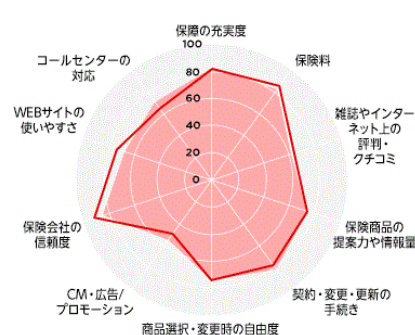
ファストファッション店



全体 (n=192) A社 (n=42)



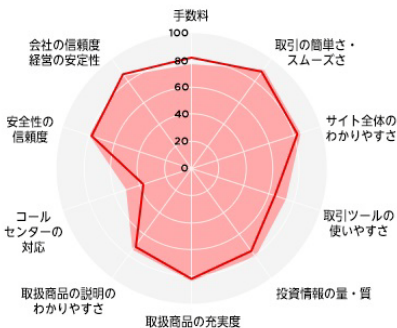
損害保険



全体 (n=276) A社 (n=48)



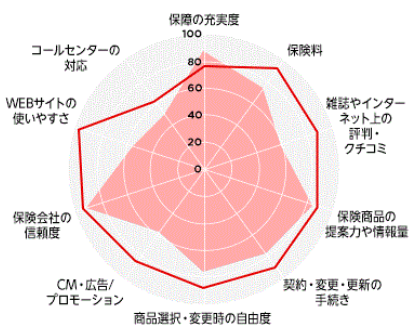
証券会社



全体 (n=215) A社 (n=76)

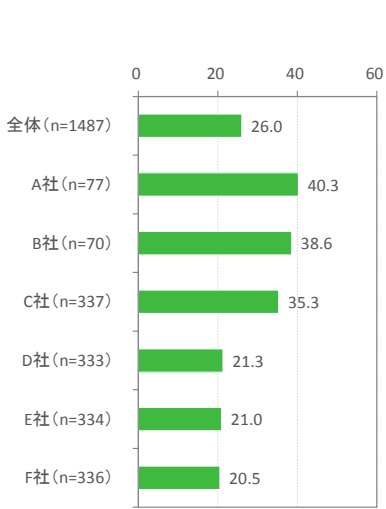


生命保険

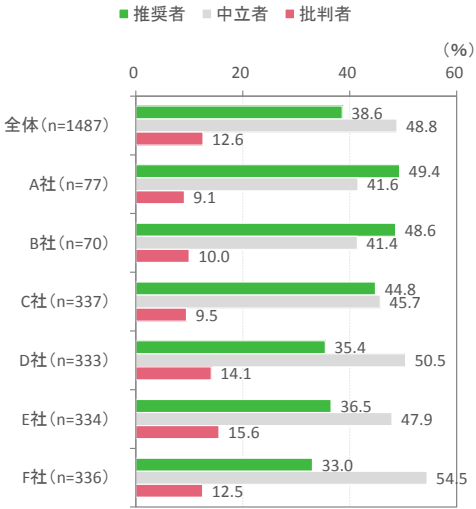


全体 (n=268) A社 (n=28)

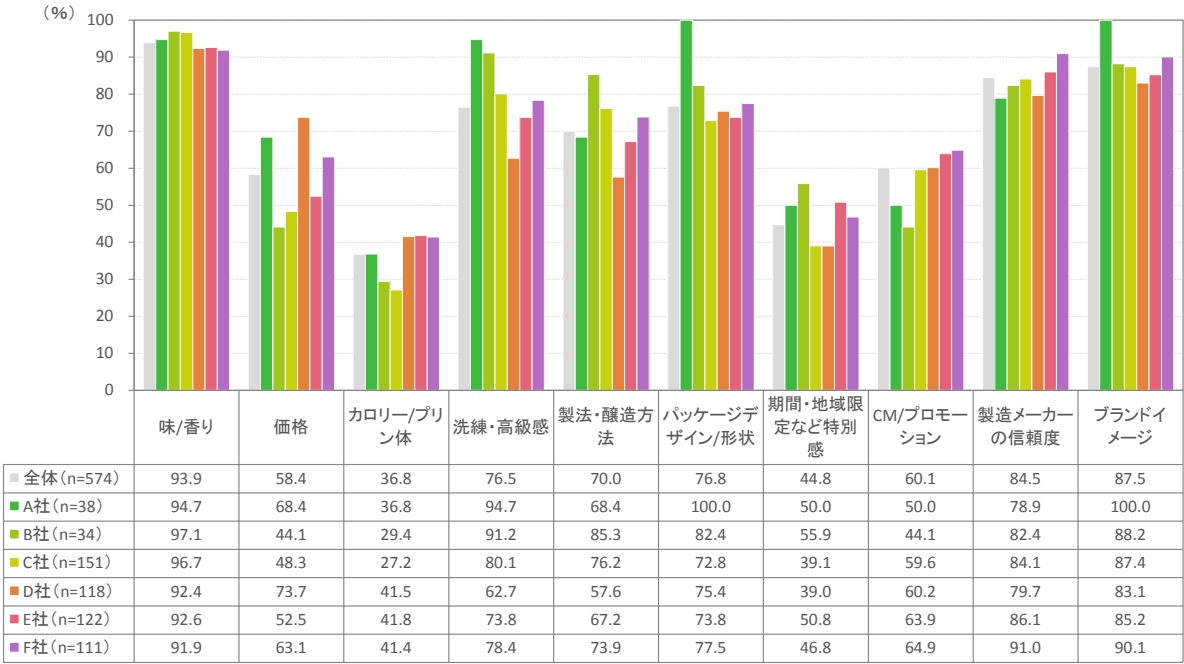
NPS分布



NPSの内訳



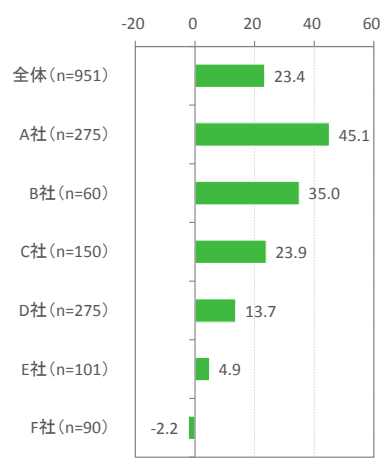
NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）



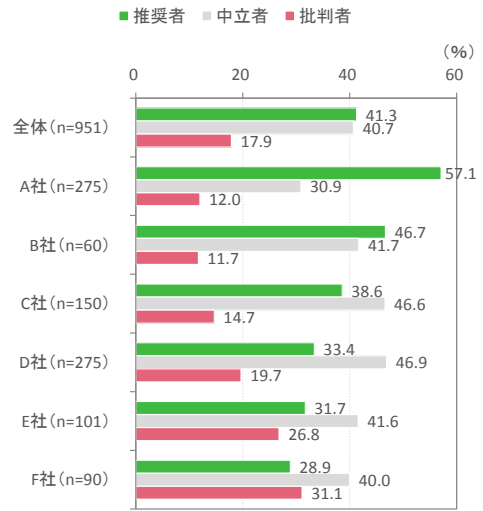
NPSスコアの理由（自由回答）

会社	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	好きなビールの一つなので、友人にお勧めしない手はない。ただそれだけ。	男性	39歳
	10	軽いビールで気軽に飲める。宣伝も比較的他社と異なり控えめで気に入っている。和食にも洋食にも合う癖のないビールである。	女性	44歳
	9	嫌いな人を聞いた事がないので勧めやすい	女性	23歳
	9	ボトルや缶のデザインがいいし、飲んでいるときもおしゃれな気分になる。味はあまりクセがなく、苦味が少ないので飲みやすい。ただ、価格が少し高めだと思う。	女性	37歳
B社	10	きめ細かでクリーミーな泡、当世のライトな味に流されないしっかりとした味わいで他を寄せ付けない魅力があるため、製造者や材料によって選好が左右されるような商品ではない。	男性	42歳
	9	酒類は好みがあるので自分的に好みであっても万人がそう思うか分からないので1段下の評価にしました。個人的には美味しいビールだと思います。	男性	48歳

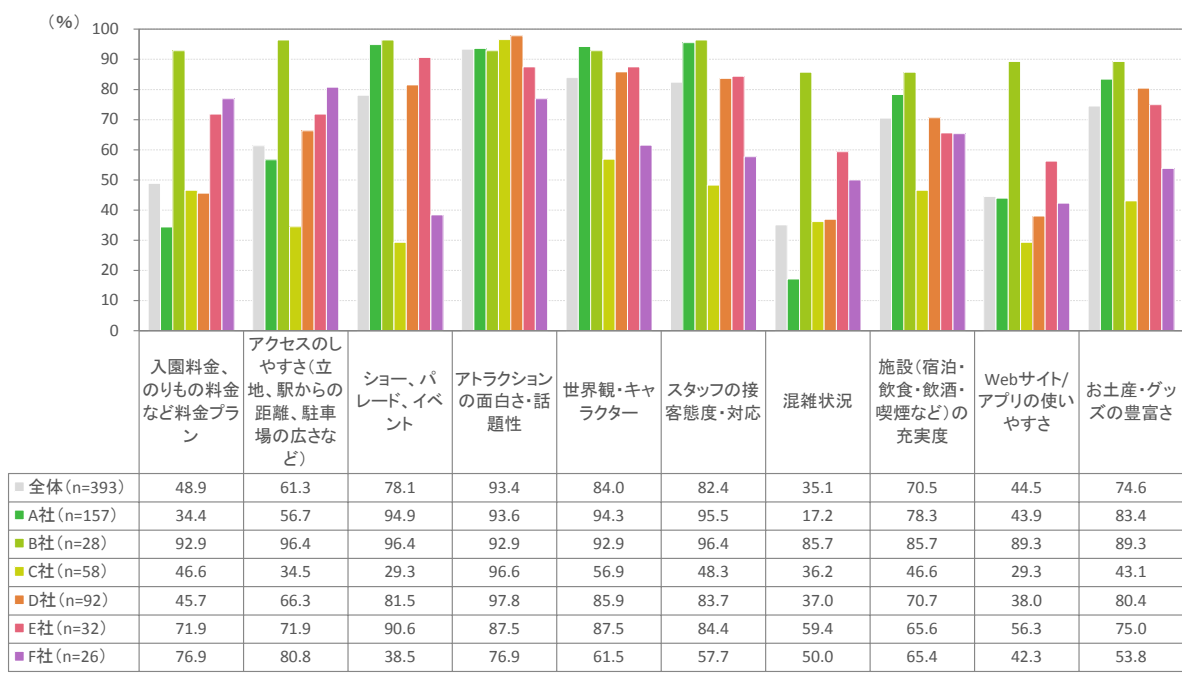
NPS分布



NPSの内訳



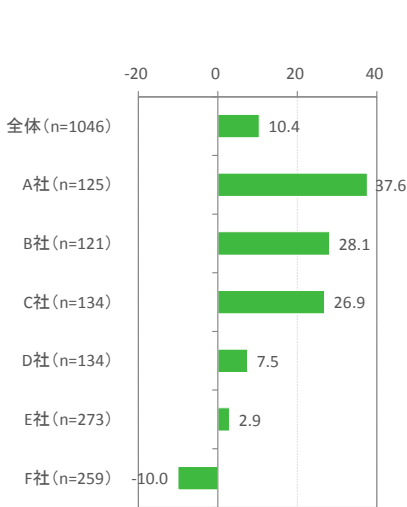
NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）



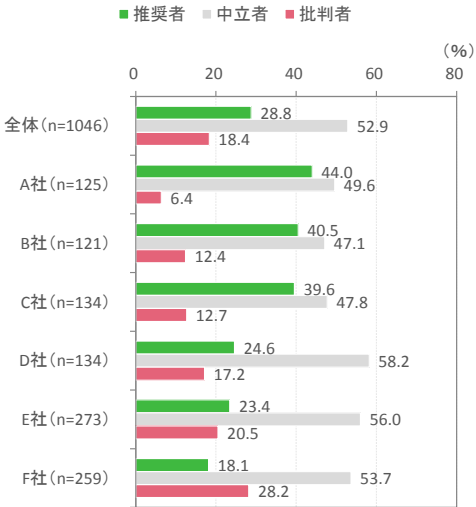
NPSスコアの理由（自由回答）

ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	昨年、パークを訪れた際にとても気持ち良く、楽しく過ごせたから	女性	36歳
	10	いつ行っても独特の世界観がありいつでも楽しませてくれるから	女性	38歳
	10	毎年何回か訪れているが飽きるということがない。開業年以来毎年行っているが楽しい思い出ばかりだから。	男性	50歳
	10	大人も子どもも楽しめる、まさに夢の国だと思う。従業員の質が最高レベルだと思う。数えきれないくらい来場しているが、不愉快な気分になったことは一度もないから。	男性	48歳
B社	10	目を引く要素がたくさんあるから興味が沸く	女性	29歳
	10	子供も大人も楽しめる	女性	29歳
	10	世界観がよい	女性	43歳
	9	いい思い出になったから	男性	24歳

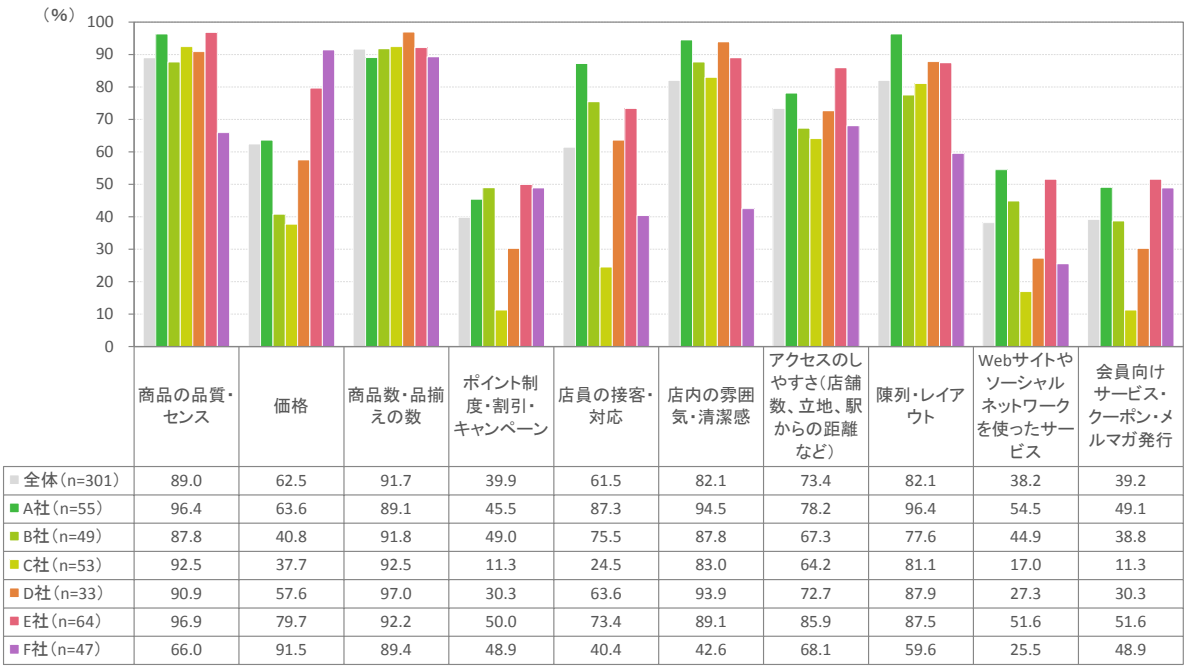
NPS分布



NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）

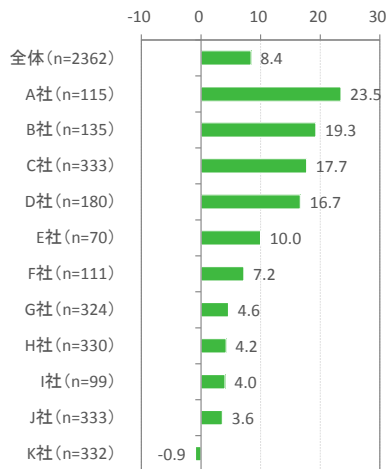


NPSスコアの理由（自由回答）

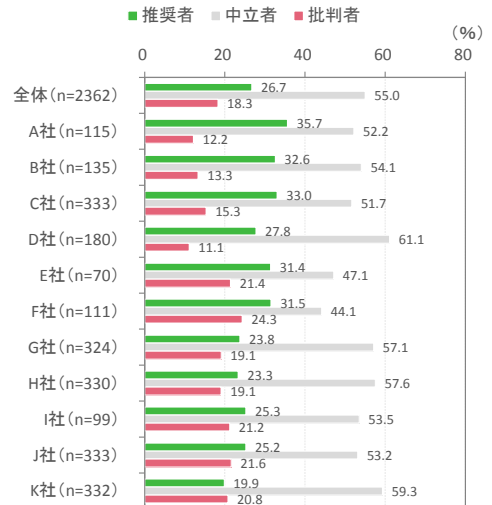
ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	商品のセンスが良く、自分がとても好きな雰囲気であるため。	女性	43歳
	10	清潔感のある店内の雰囲気からも品質の高い商材を扱っているように感じられる。また、商品をみても無駄のないセンスの良い商品を扱っている。	男性	31歳
	9	シンプルな商品がたくさんあるし、陳列も季節によって変えてあったり、見ていて楽しい気分になれることが多いから	女性	31歳
	9	プレゼントされたときに、自分自身が嬉しく感じたから。	女性	37歳
B社	10	各フロアに商品のことを熟知しているスタッフが必ずおり、細かい質問にも丁寧に答えてくれる。価格は安くはないが、DIYのセットや小物などホビー商品の品ぞろえが豊富。見に行くだけでも刺激になるし、いろいろアイデアのヒントをもらえる。	女性	49歳
	10	商品の種類が多彩で見ているだけでも楽しい。こんな便利な物もあるんだと驚きの商品もあって少し高くても購買意欲がわきます。	女性	45歳



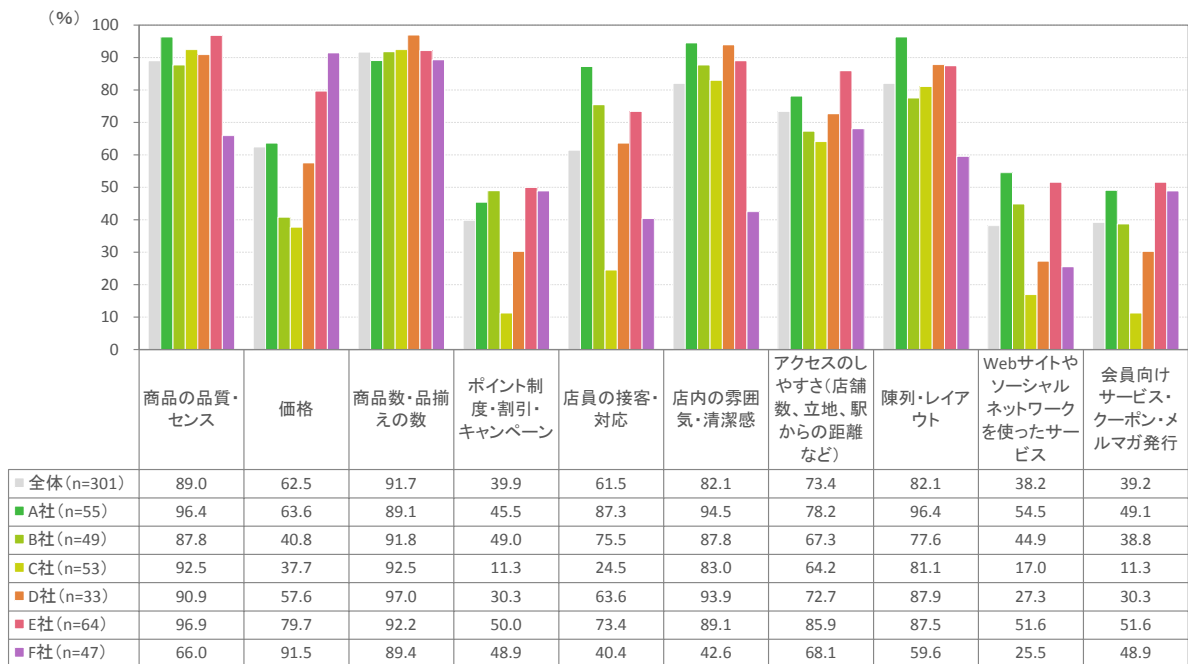
NPS分布



NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）

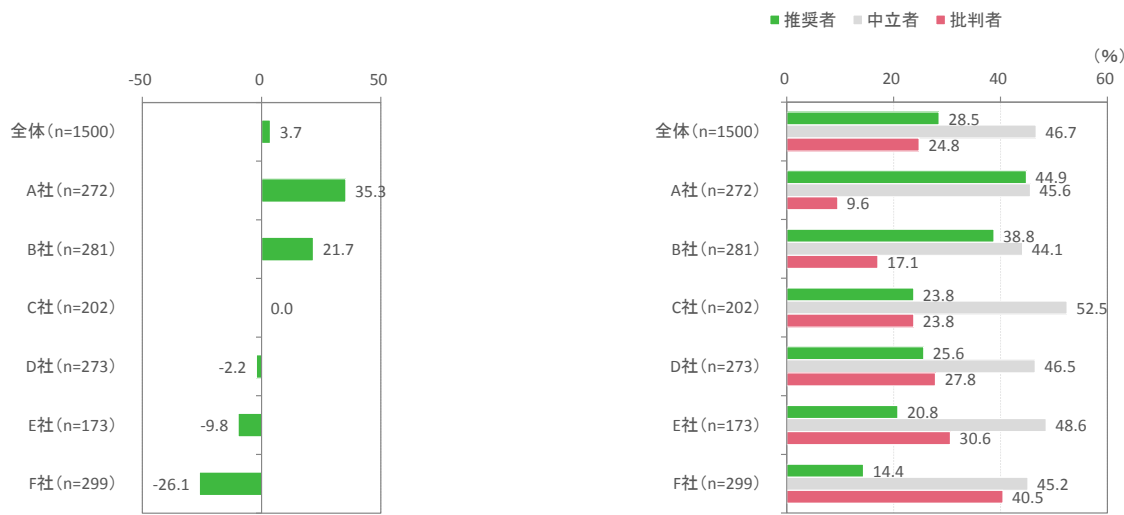


NPSスコアの理由（自由回答）

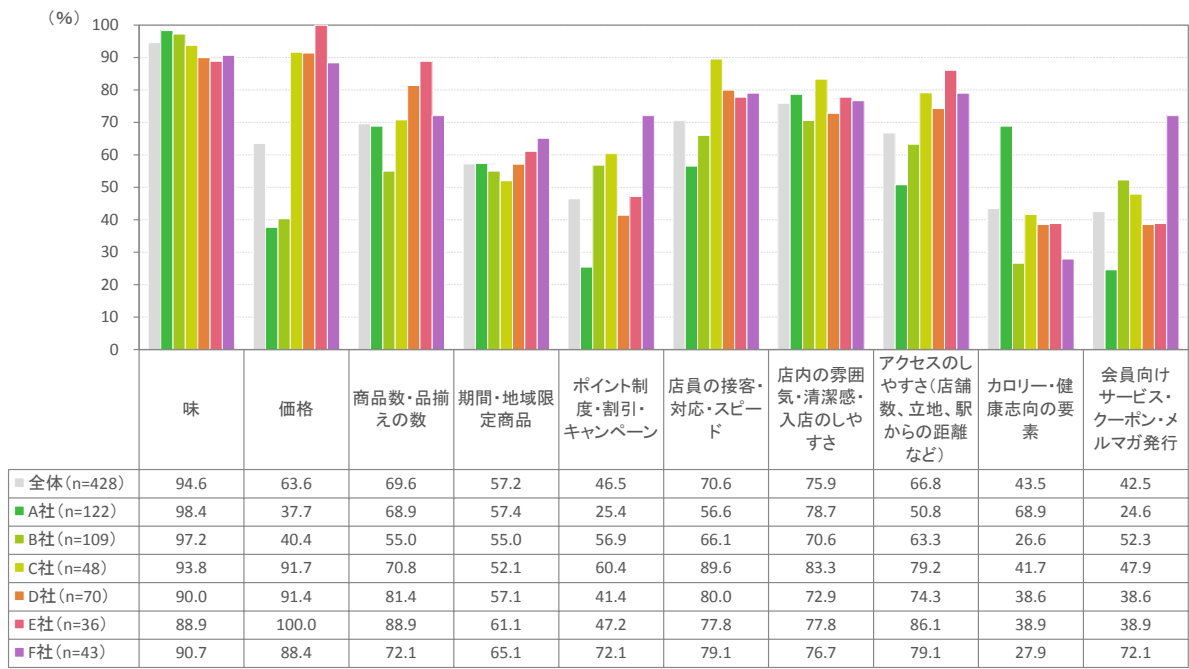
ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	実際に使用してみて、これ以外は使いたくないとまで思っているから	女性	52歳
	10	自分が使って良かったので、知人にも一度は使ってみる価値は、あるよ・・と、すすめています。	女性	53歳
	9	効能というか、効果が実感できるから。ただ、化粧品は相性があるし、自分がよくても相手によいとは限らないので、満点ではなかっただけ。	女性	46歳
	9	独自の研究所を持ち、有効成分が配合されている上、手ごろなお試しセットが用意されているので安心して使うことができる化粧品だと思います。	女性	55歳
B社	10	デパートでの販売状況などを見ていても、決して押し売りはしておらず、店員は非常に製品の良さを理解して貰う事に懸命。アレルギーテストもしっかりした内容で、どんな肌の人でも安心出来る。	女性	44歳
	9	使ったらすぐに効果が出て感激するから。	女性	29歳

NPS分布

NPSの内訳



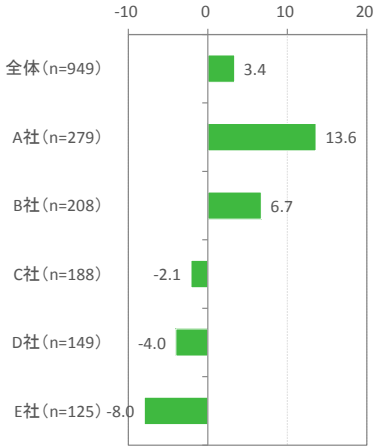
NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）



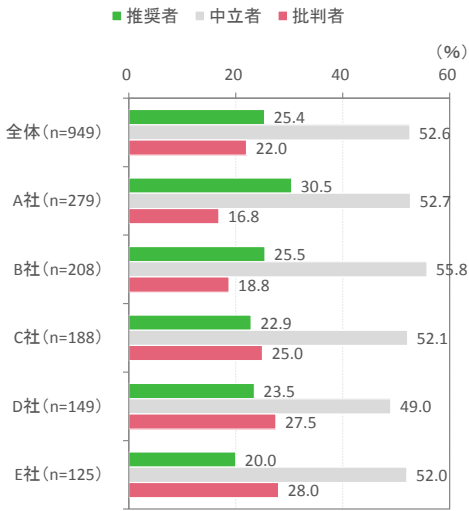
NPSスコアの理由（自由回答）

ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	原料の産地が示されているなど、安心できるものだから。	女性	20歳
	10	接客態度や、店の雰囲気を一番に重視する。他のすべてが揃っていても、接客態度や、雰囲気が悪かったら、気分が台無しになってしまうから。	女性	34歳
	10	商品提供の仕方に信頼が置ける。他のファストフード店は毎日のように価格やキャンペーンが変わるので不安になる。	男性	42歳
	10	国産のものを使い安心安全でしかもおいしくてお店も衛生的で居心地がいいから	女性	52歳
B社	10	味はもちろんのこと、家族でも行きやすく待ちが短く車の中でも食べやすく子どもが大好きです	女性	40歳
	10	値段は決して安くはないが、家庭ではできないおいしさがある	女性	42歳
	10	あの独特の味は他の食品では出せない。また、アルコールとよく合う。	男性	51歳

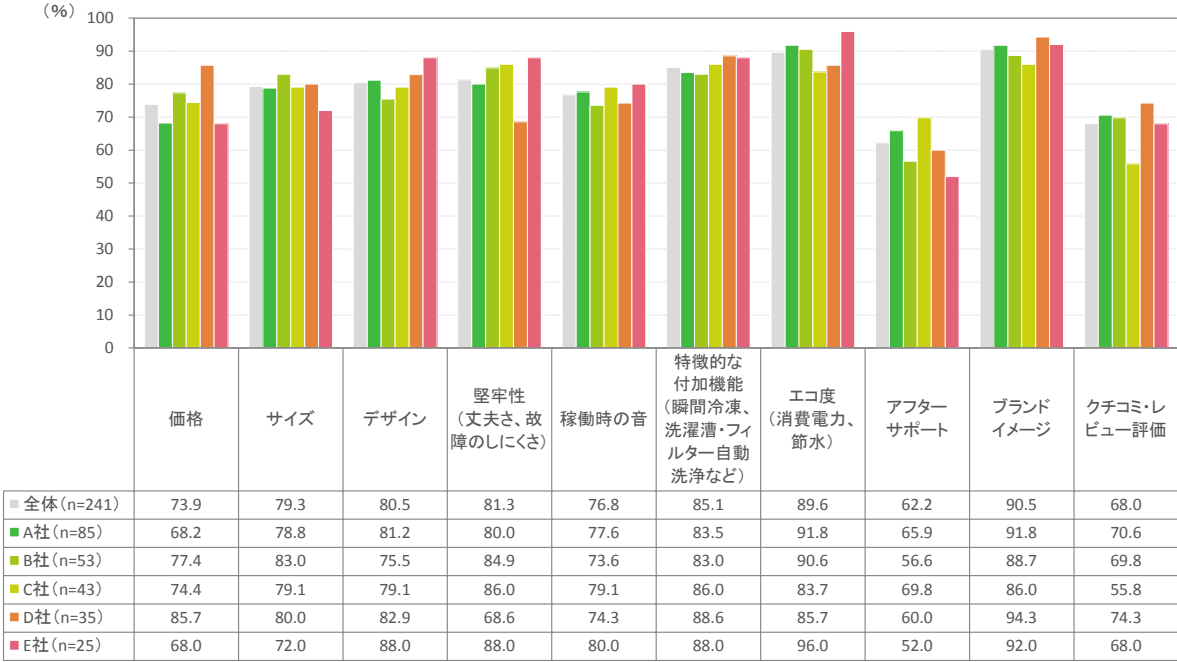
NPS分布



NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）

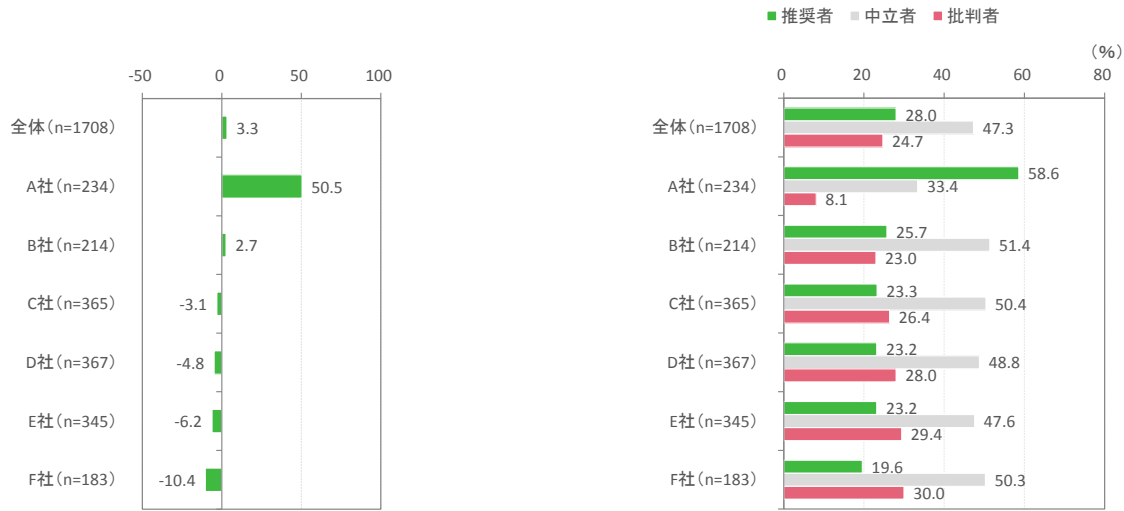


NPSスコアの理由（自由回答）

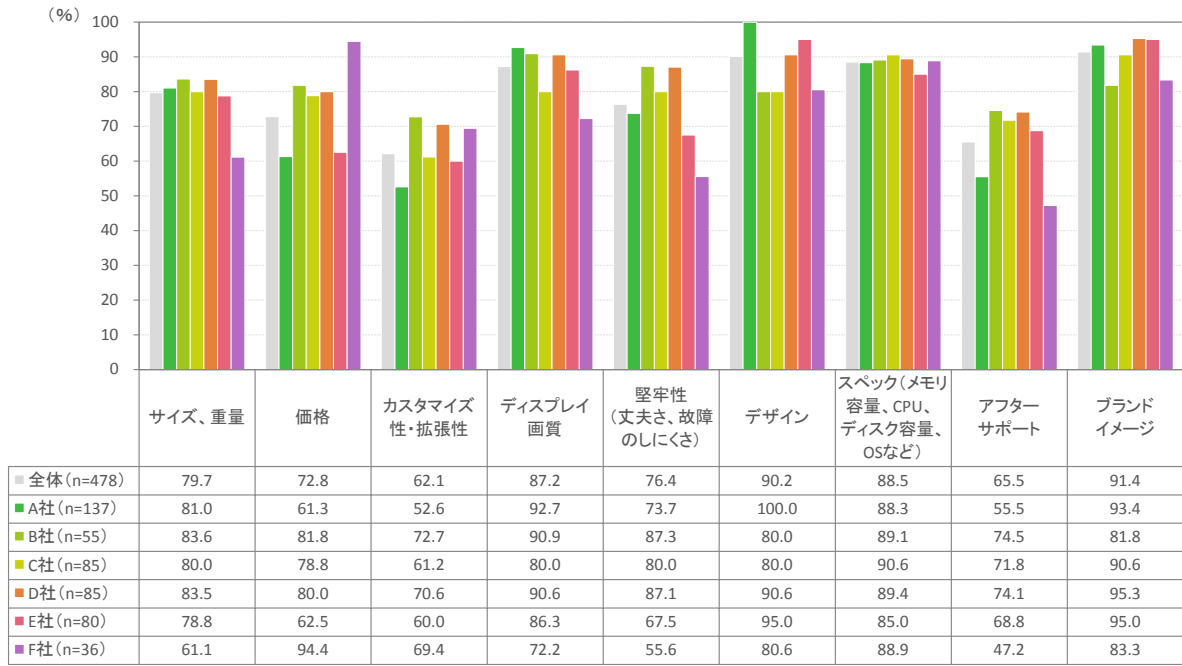
ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	老若男女を問わず、どの製品も使い方が簡単で、取扱説明書もとても理解しやすい。	女性	43歳
	10	信頼できるブランドで、安定したコストパフォーマンスが期待できる。これまでの実績が大きい。最近使いやすい大きさの物が出ているように思える。	男性	37歳
	10	他のメーカーの家電品よりも、大幅に優れているとはいえないが、劣っている点が少ない。あまり外れない製品が多いので、おすすめ。	男性	48歳
	10	アフターサービスが優れている。修理依頼した時に確実に1回で治ってくる。他のメーカーは2回、3回と修理依頼することもある。	男性	53歳
B社	10	高級感のあるデザイン・機能があり、安かろう(それなりに悪かろう)という製品でないこと。これからの日本製品はこうあるべきだと思います。	男性	56歳
	10	他社に比べて、丈夫でコストパフォーマンスがいい	女性	54歳
	9	使っていて気分が良くなるような製品が多いと感じたのが理由です。	女性	57歳

NPS分布

NPSの内訳



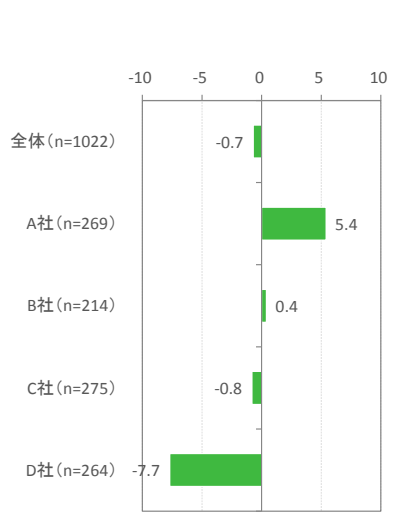
NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）



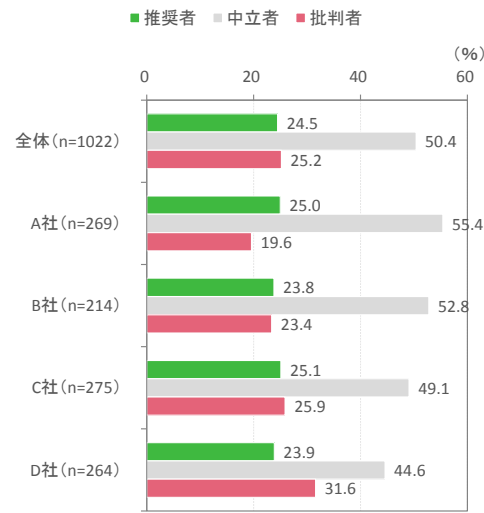
NPSスコアの理由（自由回答）

ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	OSが素晴らしい。ハードウェアのデザイン・堅牢性もいい。何より、思想が一貫しているので、ふつうのユーザーにはピッタリ。	男性	45歳
	10	他のPCと比較出来ないほど、プロダクト・デザインやユーザーインターフェース・デザインが細部まで緻密に設計されていて圧倒的に違うし、直感的に操作できる使いやすさが魅力。	男性	47歳
	10	起動が早いこと、実際に使っているアプリケーションも十分早く動く。ストレスが溜まらない、デザインが良いなど、挙げればきりがありません。	女性	24歳
	10	ブランド力と企業としての信念があるからです。	男性	49歳
B社	10	相談しつつ購入することに決めましたが丁寧にわかりやすく回答してくれて、初期設定も丁寧にサポート指示してくれました。購入して1年間のサポートも無料だったのにはとても魅力を感じました。	女性	50歳
	9	使い勝手が良くてスタイリッシュ。デザインも良いので持っていたい。	女性	32歳

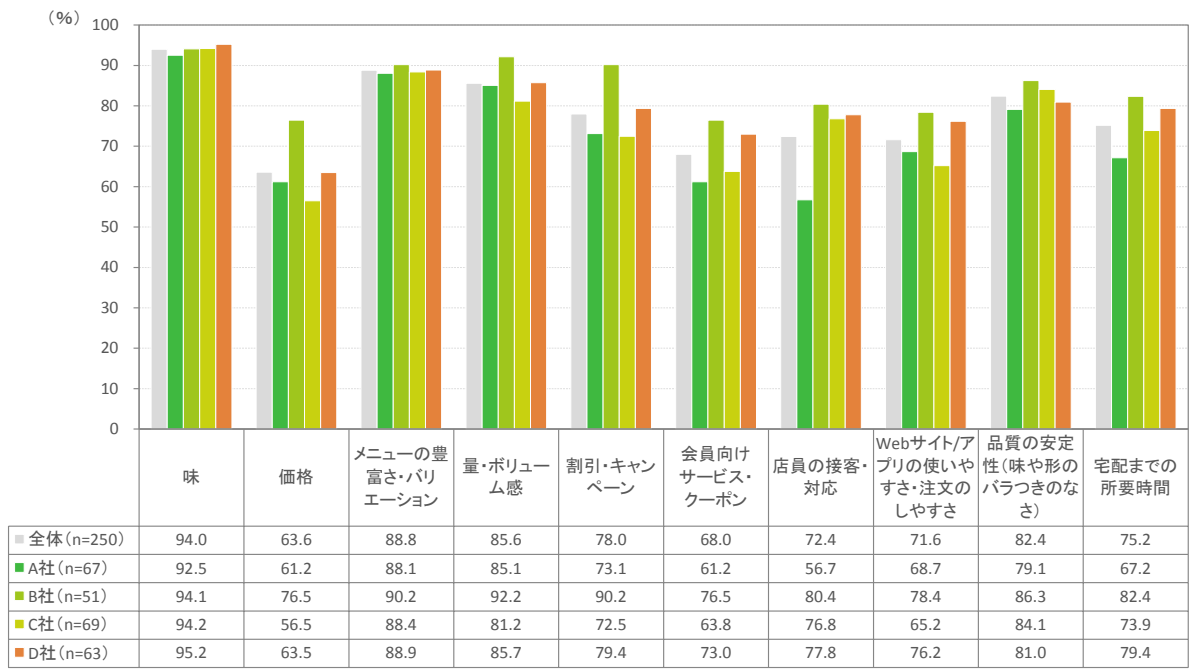
NPS分布



NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）

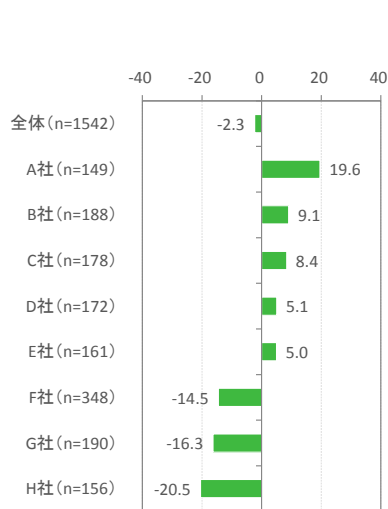


NPSスコアの理由（自由回答）

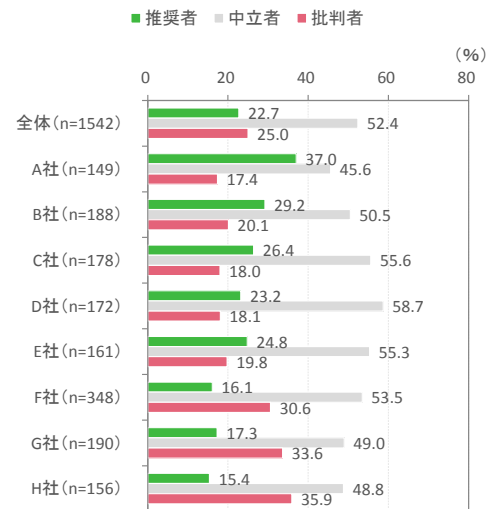
ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	ボリュームがあって、安いのにおいしい。メール会員になっていると、誕生日だけでなく、月に何度か割引やサイドメニュープレゼントのメールが来て、お得だし、おいしいし、あったかいし、大好き。	女性	28歳
	10	目を引くメニューが多く、また生地も選択肢がたくさんあり、大人から子どもまで楽しく注文する事ができるから。	女性	29歳
	10	自宅に配達してくれる宅配ピザの中では一番おいしいスタッフもとても好感が持てるから。	女性	44歳
	9	適度なメニュー数と選べる生地、マイナストッピング、プレーンに好きなトッピングを乗せられること。ホームページの操作性も良いし、クレジットカード払いも便利。	男性	55歳
B社	10	生地のヴォリューム、サクサク感が他社よりはるかに上、美味しくお腹一杯になれる！	男性	35歳
	9	色々な宅配ピザチェーンを利用していますが、B社が一番熱い状態で持ってきてくれている気がします。	男性	29歳



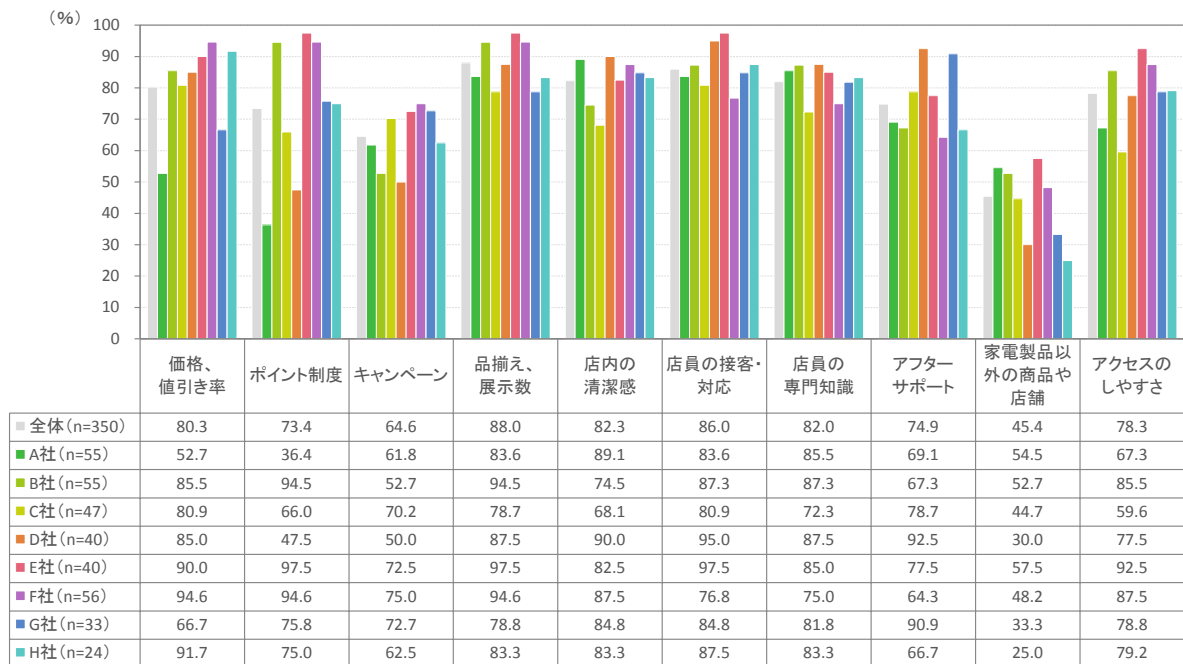
NPS分布



NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）

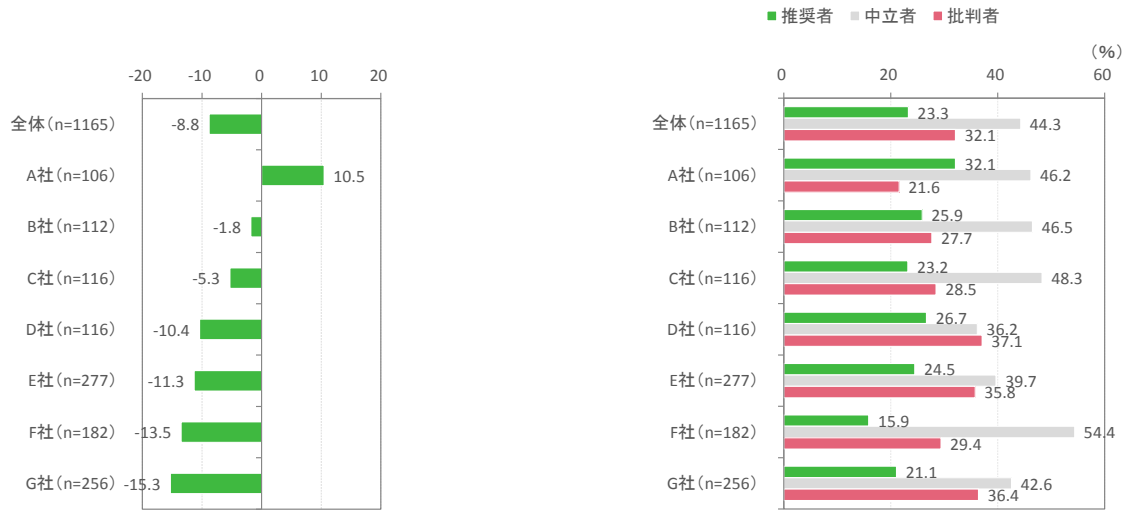


NPSスコアの理由（自由回答）

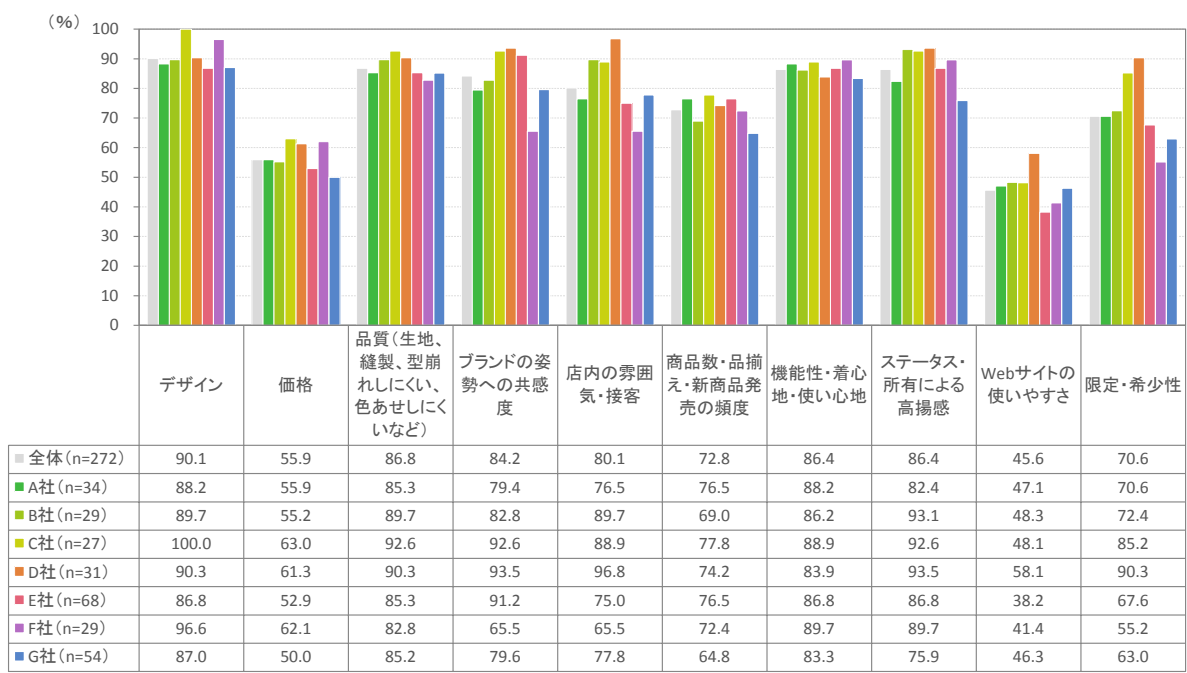
ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	店内の清潔さ、店員の知識の豊富さ、不具合品の相談の対応の素早さなど全体的に非常に好印象を持っている。買いたくなる店である。	男性	53歳
	10	他にないサービスを提供していると思うから。	男性	32歳
	9	この店の良さは、自分としては、店員さんのフランクさだと思います。親しげですが、決して無礼とかではなく、いい意味で話しかけやすい雰囲気を持っており、これがひとりふたりではなく、いるスタッフみんなにほぼ共通して言えることなのです。	男性	40歳
B社	10	店員に知識があり、むやみに高い商品をすすめず、用途を聞いてそれに合ったものをすすめてくれるから。売れ筋商品はポイント還元率が20%以上のものがあつたりと、ポイントがたまりやすい。品揃え、展示品が豊富。	男性	32歳
	10	他の量販店の店員よりも非常に知識があり、信頼性があります。またネットでの通販がどこの電気店サイトよりも整っていると思います。	女性	56歳
	10	いつ買いに行っても、親切に対応してくれて、買った後に失敗した！という経験が一度もない。	女性	42歳

NPS分布

NPSの内訳



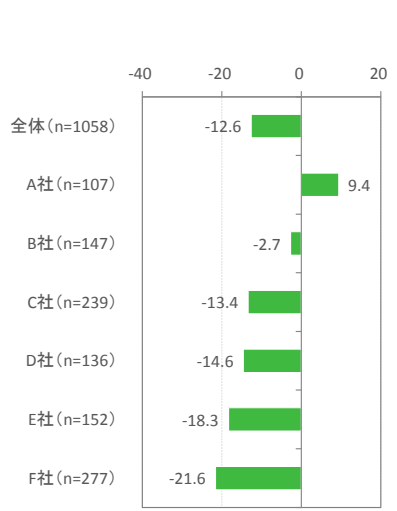
NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）



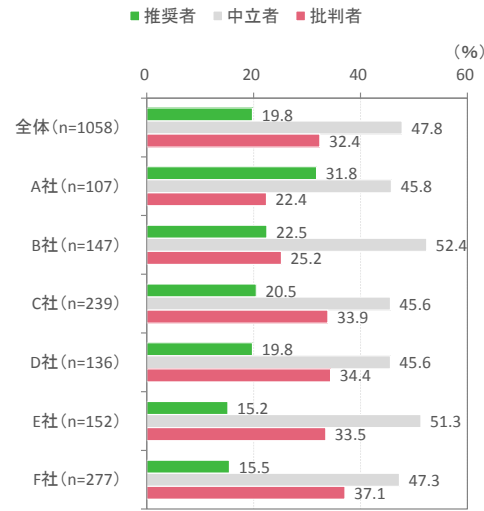
NPSスコアの理由（自由回答）

ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	高級感があり、使い勝手が良く、おしゃれをしたい気持ちになる。	女性	53歳
	10	質がよくてデザインもよい。長く着られる	女性	29歳
	9	他のブランドと違ってブランドをアピールする感じが全くないさりげなさが良いと思います。	女性	36歳
	9	ロゴが目立ちにくいのであからさまなブランド感がない	男性	30歳
B社	10	ブランドの信頼性と、カスタマーサービスの質の高さ	女性	42歳
	10	デザイン、品がよく、使いやすい。飽きがこない商品で、しっかりした作り。職人さんがきちんと作った感じがする。何より、年齢を選ばないし、性別も選ばない。優れた商品だと思う。	女性	49歳
	9	商品は高額であるが、やはり、デザインが洗練されており、長く愛用できる。また、購入するときに満足感が高い。	女性	44歳

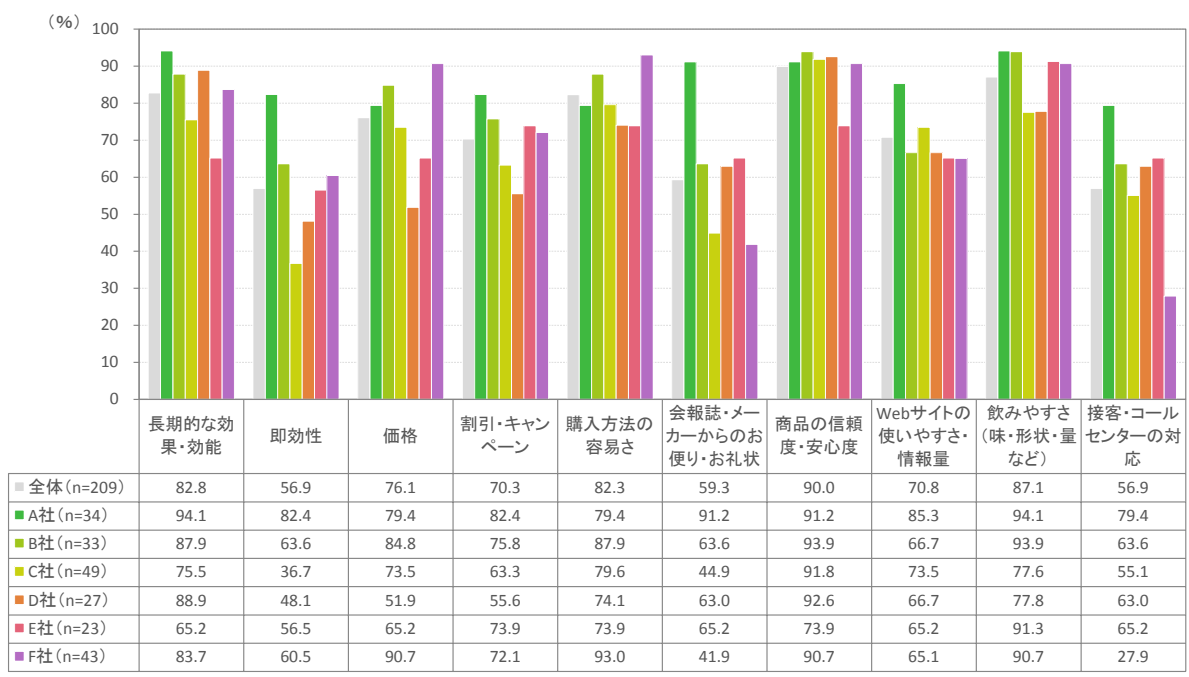
NPS分布



NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）

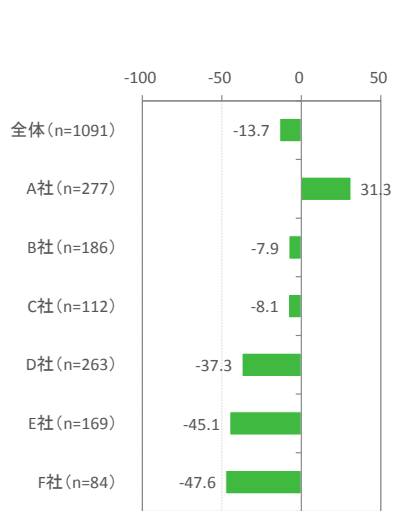


NPSスコアの理由（自由回答）

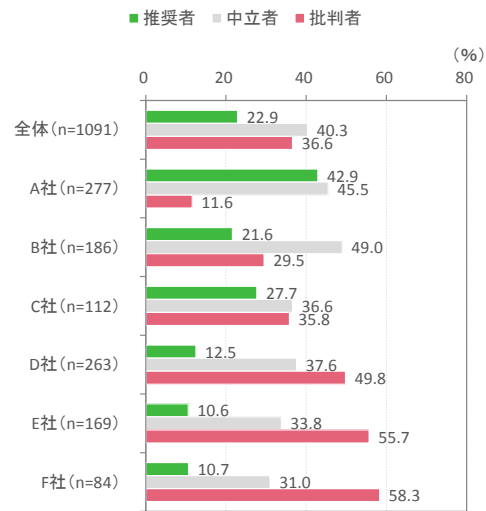
ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	やっぱり効果があるから、信頼している。	女性	33歳
	10	品質管理がよく効果が高いからです。	女性	45歳
	10	コールセンターの対応が素晴らしいため。	男性	27歳
	9	消費者に的確なアドバイスをして貰える等、客先目線である事。	男性	63歳
B社	10	手軽に利用できる簡単さが気に入っているの。	男性	20歳
	9	成分に信頼性もあり、効能もそれぞれシンプルでわかりやすく納得感があるから	女性	64歳
	9	サイトが見やすく効果の程が分かりやすく説明してあるから	男性	42歳



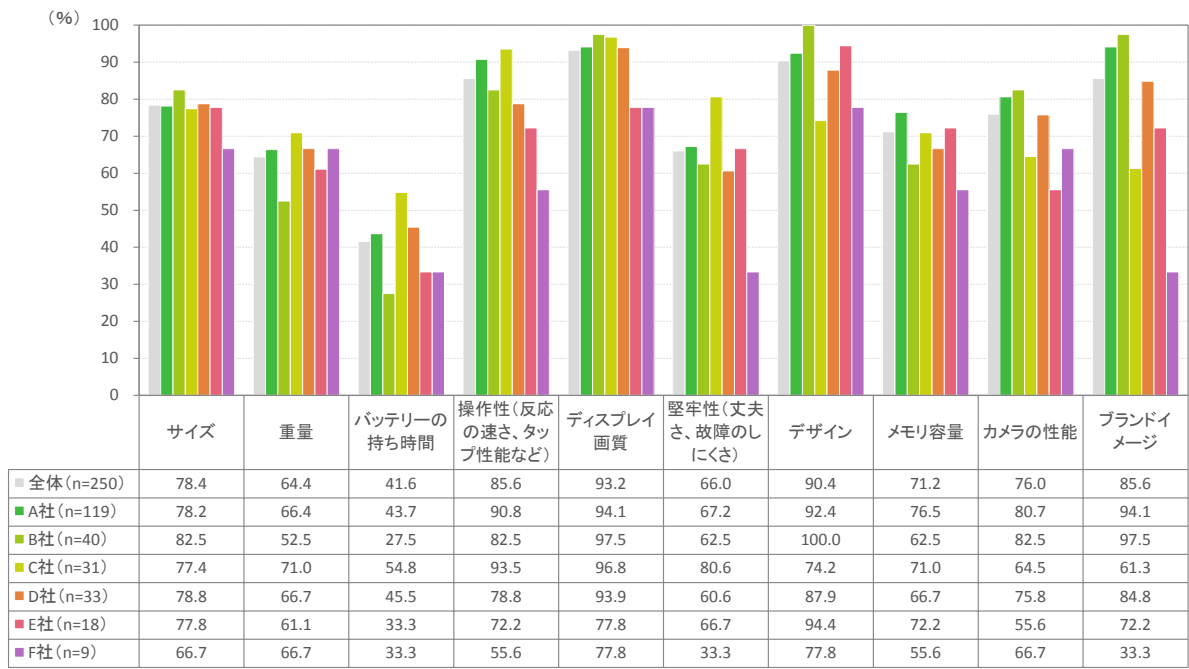
NPS分布



NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）

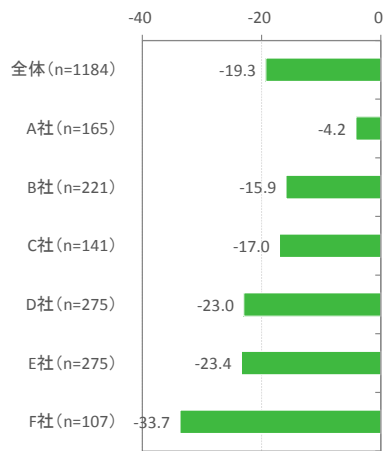


NPSスコアの理由（自由回答）

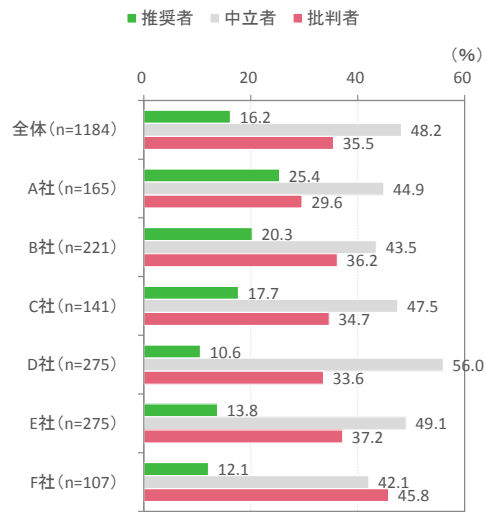
ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	固まることもなく、表示も早く、周りにユーザーも多いし、話題性もある。画面もきれいだし、写真もきれいに撮れる。特に不満がないです。	女性	36歳
	10	パソコンとの親和性、またパソコンを使わなくても操作できること。直感的な操作性。ウィルス心配が少ないなど。	男性	41歳
	10	触った感じ、ぱっとみた感じの印象がよいこと。さわっていて、楽しい。細かいところでの操作性が楽しいことが大きい。	女性	42歳
	10	使いやすいし、教えやすい	男性	35歳
B社	10	性能が良く、デザインも優れもの、カメラ（の性能）が良く、所有していて満足感が有る。	男性	54歳
	10	すでにもう友達に勧めて彼女も私と同じのを買った	女性	42歳
	10	他のメーカーよりも断然信頼できるため	女性	26歳



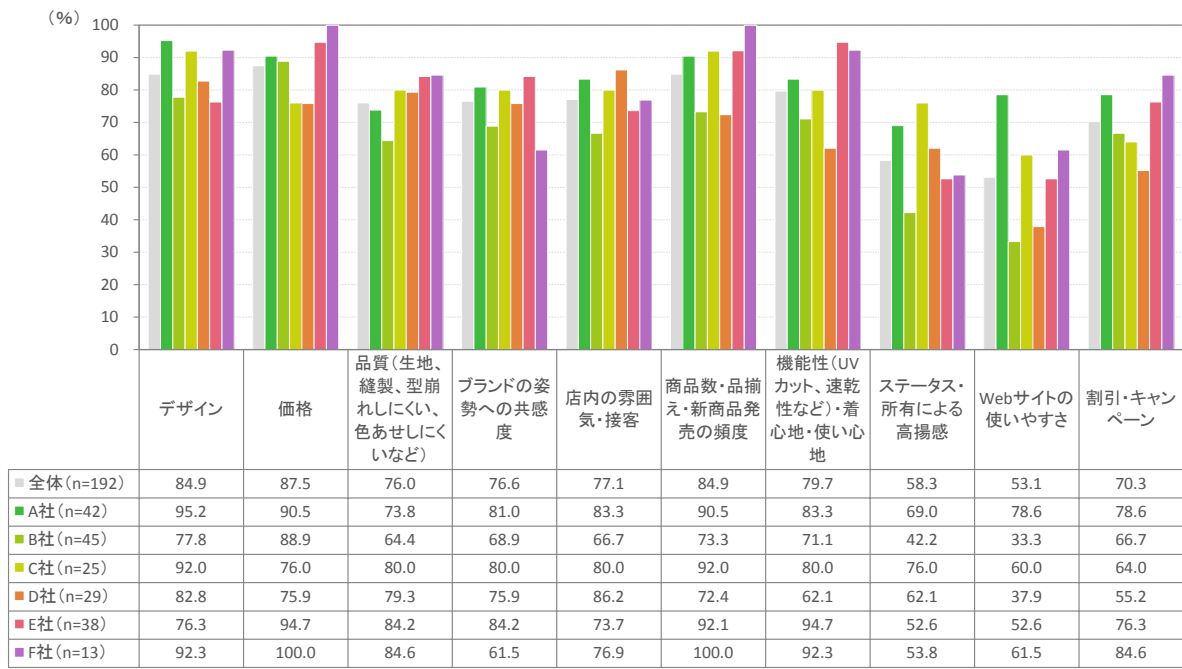
NPS分布



NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）

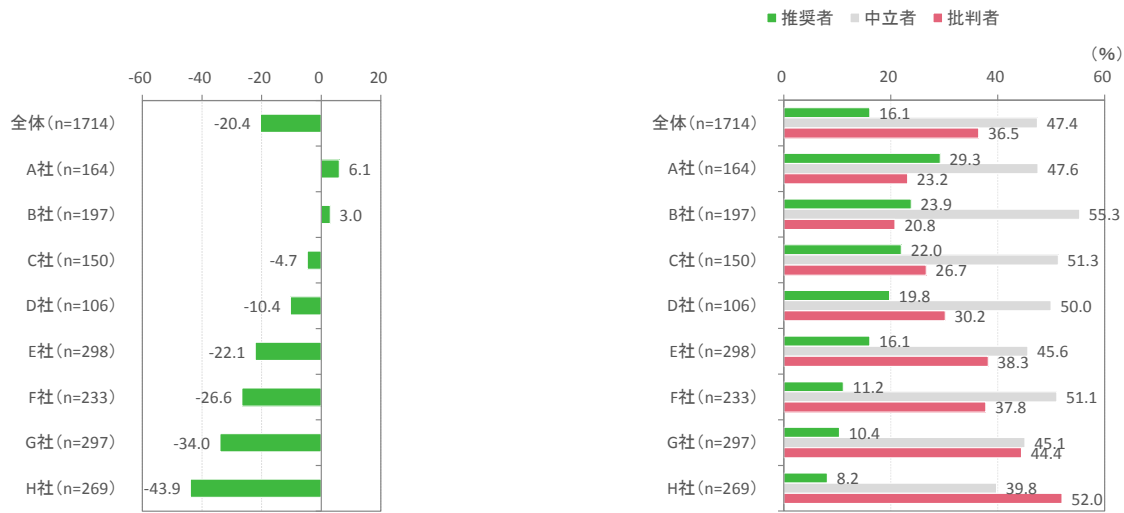


NPSスコアの理由（自由回答）

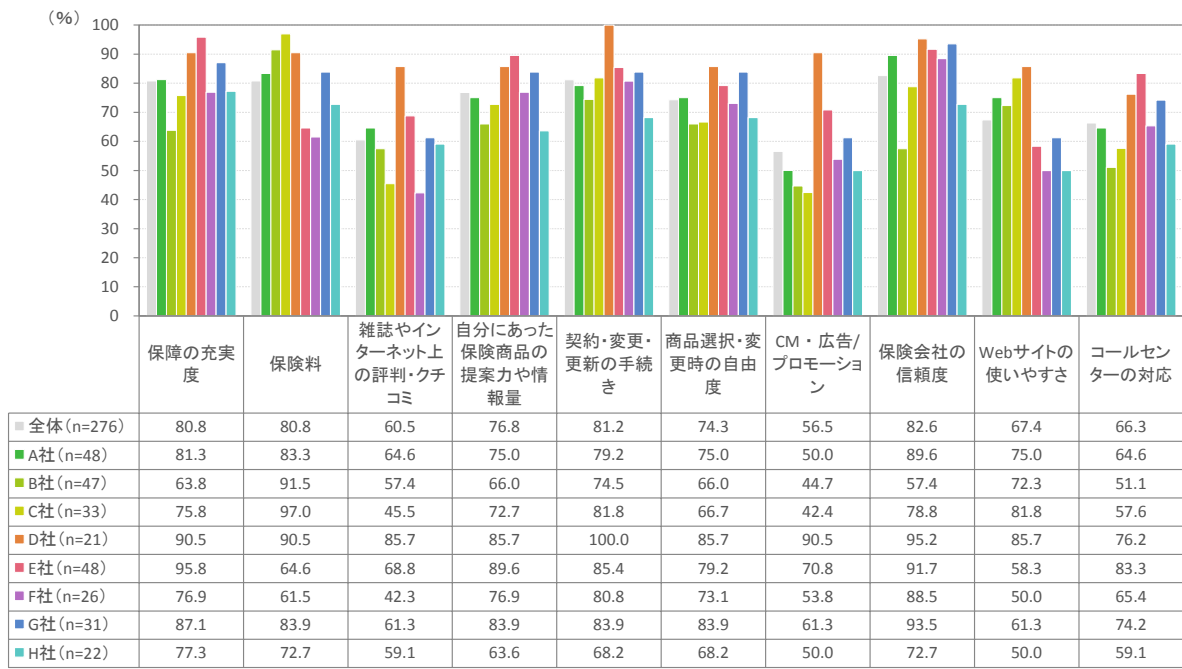
ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	すごくかわいくてその値段とは思えないデザインがいい	女性	28歳
	10	スポーツウエアや子ども服もあり、その上値段がお手頃価格だから	女性	40歳
	10	デザインや価格などトータル的に満足しているから。	女性	22歳
	9	最新のアイテムがリーズナブルな価格で手に入る。品数も豊富。	女性	53歳
	9	斬新なデザインや綺麗な色など、個性的なファッションを楽しめる。	女性	46歳
B社	10	流行のデザインの洋服や小物が安く手に入り、更に値引きになっている事があるから。	女性	46歳
	10	同じ商品が少なく、気に入ったデザインの1点ものとかが、掘り出し物で見つかるので、低価格なのに自分ブランドみたいに着れるので気に入っている。	女性	49歳

NPS分布

NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）

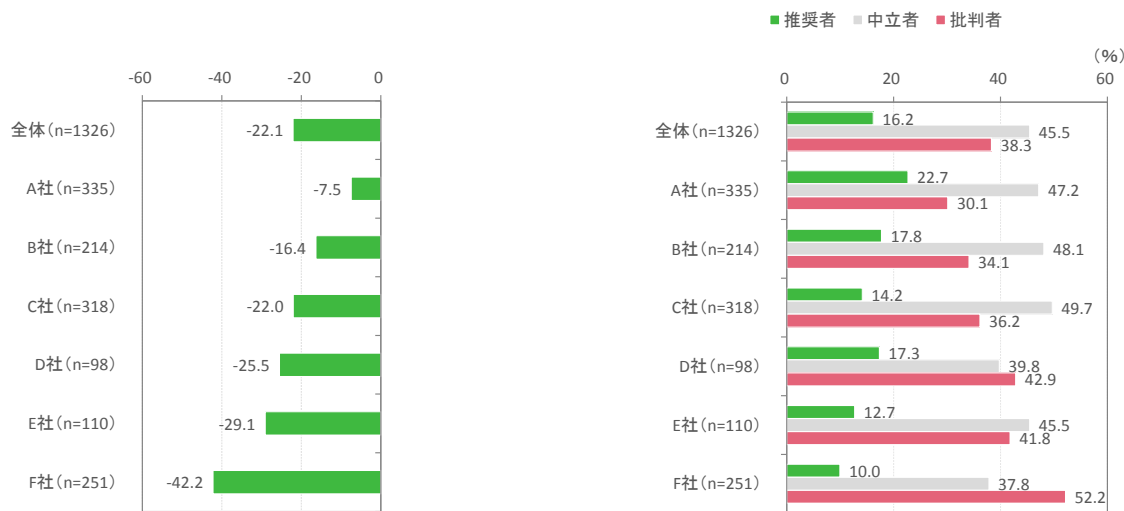


NPSスコアの理由（自由回答）

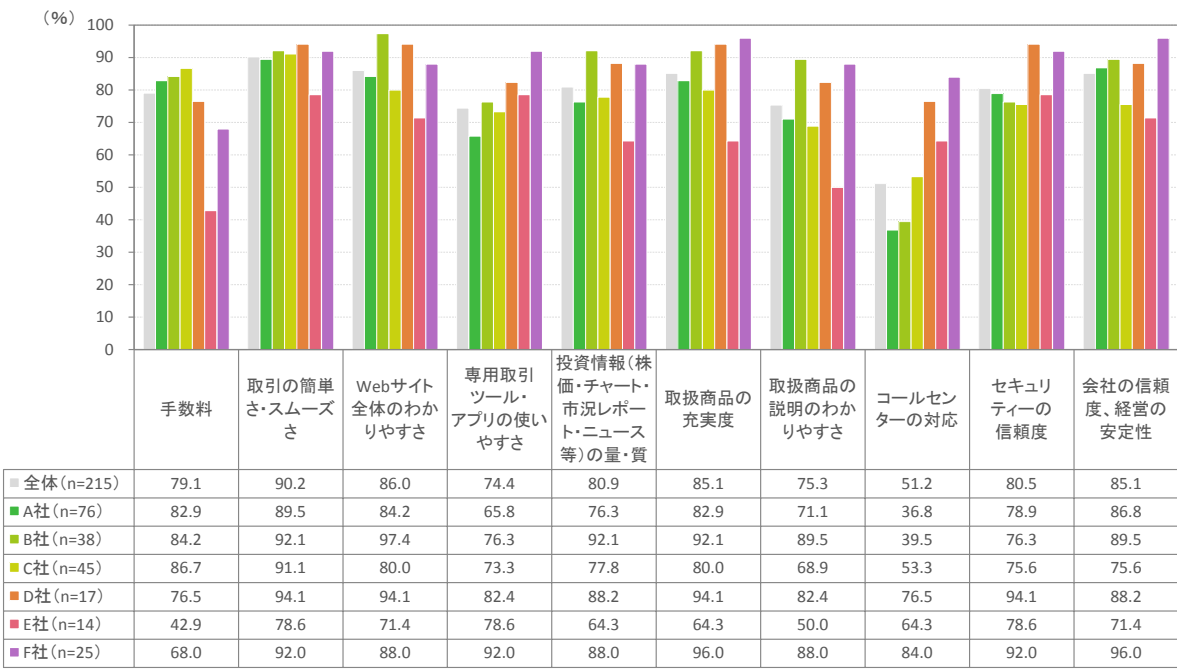
ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	信頼度の高い会社なので、安心できる。また、代理店のかたも知識が豊富で、丁寧あしんな対応をしてくれる。	女性	33歳
	10	魅力ある保険プランと保険料も手頃で家計にも優しく、保障内容も手厚く「備えあれば憂いなし」と実感できるからです。	男性	21歳
	10	契約時、わからないことがあり電話したら感じよかった。ロードサービスも利用しましたが丁寧でした。	女性	35歳
	10	コールセンターへの電話で待ち時間について、待ち人数単位でアナウンスしてくれるのがとても良かった	男性	39歳
B社	10	安くて保障も自由に組み合わせることができ、マイページでの登録内容変更など簡単に出来て助かるので。	女性	29歳
	10	保険料が同じ内容で一番安く、また手続きもインターネットで完了するので、セールスマンと会わなくてもいいので。	女性	45歳

NPS分布

NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）

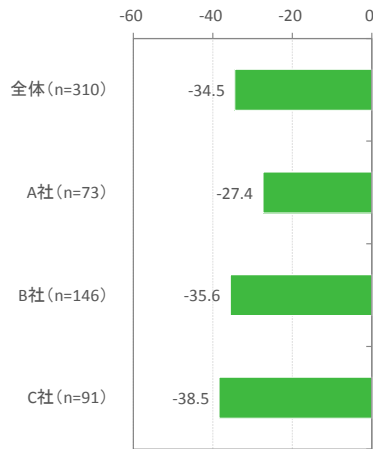


NPSスコアの理由（自由回答）

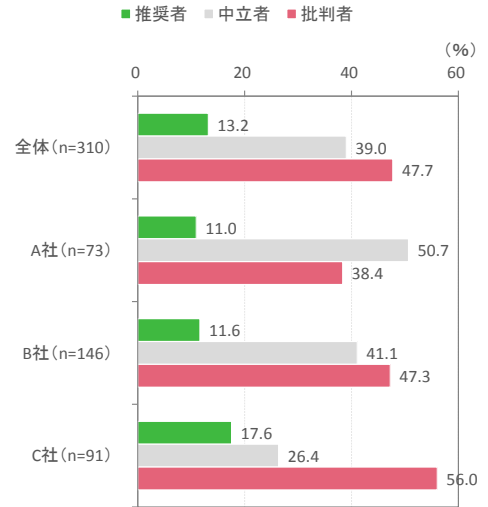
ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	カスタマーセンターの対応も丁寧でいいです。また無料の講習会などもあり勉強になります。	男性	33歳
	10	会社の信頼度が一番。手数料の値引きより、情報量や安心感が証券取引では重要です。	男性	58歳
	9	ネットの手軽さの反面がセキュリティの確保だが、バランスが取れていると思う。	女性	53歳
	9	長年使って数回トラブルに遭遇したこともありますが、バックアップシステムもあるため、それほど深刻な状況になったことがありません。平常時には安定して取引を行うことが出来、使いやすいシステムだと思っています。	男性	37歳
	10	今まで取引していて不都合がなかったから。毎日送ってもらえるメールが大変参考になるから。	女性	54歳
B社	9	初心者でしたがとても使い易いです。「簡単」ではないけど、難し過ぎず、イラストも多いので入りやすい印象です。	女性	31歳
	9	システムダウンがなく安心して取引できる。会社の信頼も高く投資情報も多い。ツールも使いやすいので初心者も安心できる。	女性	52歳



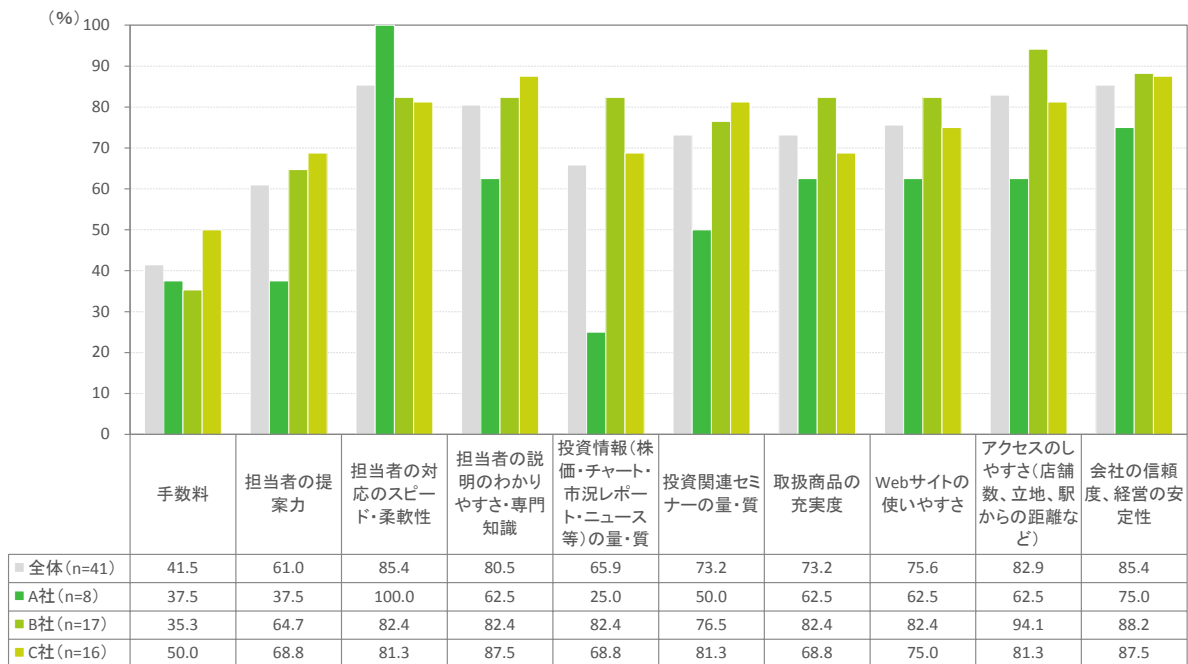
NPS分布



NPSの内訳



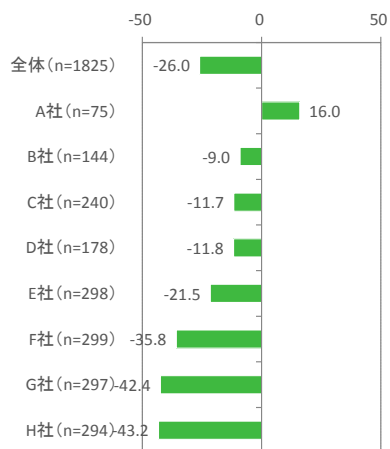
NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）



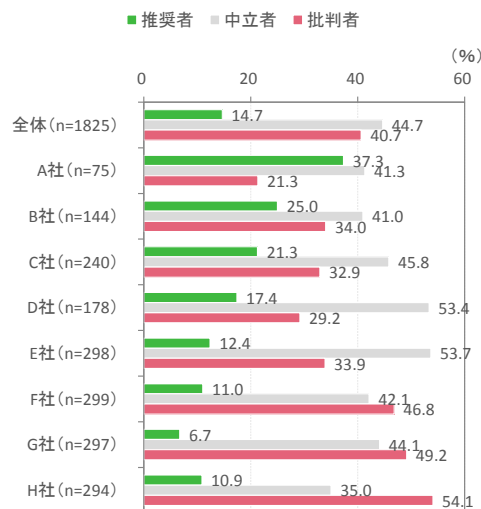
NPSスコアの理由（自由回答）

ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	現在使っているがまったく不満を感じていないから	男性	25歳
	9	対応が迅速だった	男性	58歳
	8	担当者が私のニーズ、置かれている状況をよく理解しているから。	男性	51歳
	8	強引な勧誘をする営業担当者が、他の証券会社に比べて少ないように思えたから。	女性	47歳
B社	9	アフターサービスが良いし、親切である	女性	50歳
	9	よい担当者に恵まれ、商品案内や説明も懇切丁寧なので	女性	47歳

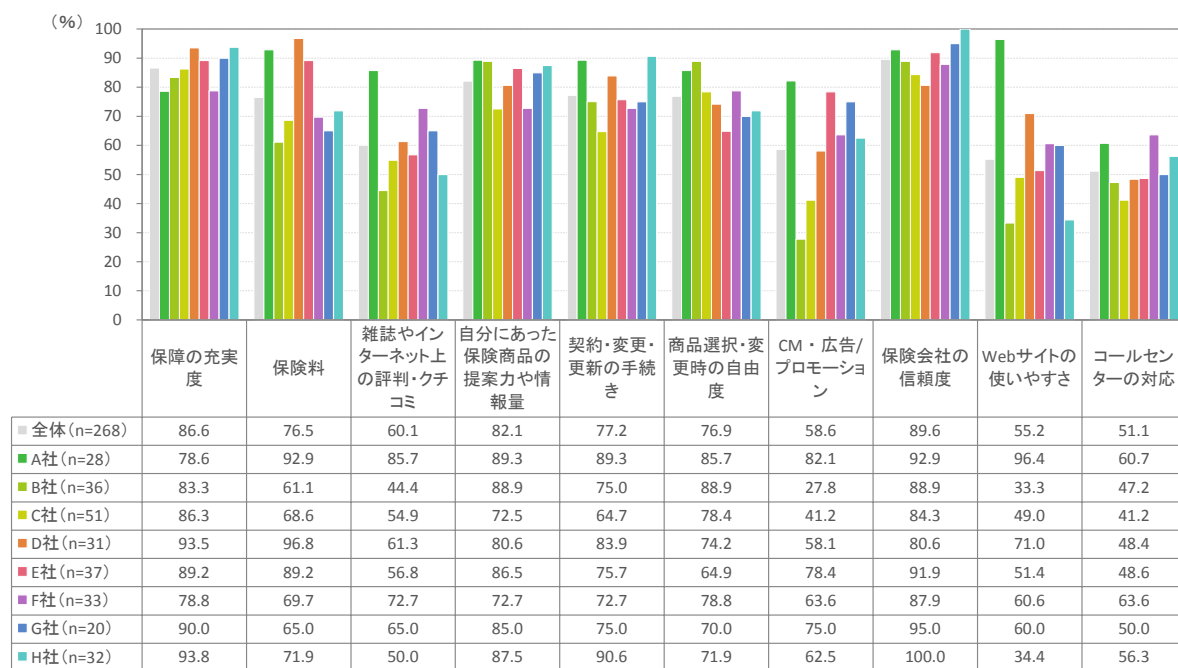
NPS分布



NPSの内訳



NPSに好影響を与えた要因（推奨者のみ）



NPSスコアの理由（自由回答）

ブランド	NPS	理由	性別	年齢
A社	10	他の保険会社のように理不尽に官僚的なところがなく、合理的に判断している	男性	45歳
	10	それまで生命保険業界になかったことを始めた革新性と、誠実な姿勢に好感が持てる。	女性	56歳
	10	サービスが分かりやすく、充実していると思ったから。	男性	26歳
	9	毎月支払う保険料の負担が従来の保険に比べて断然安く、またインターネットで即保険料の計算ができることから、保険の見直しを考えている方には、検討しやすいと言えます。	女性	43歳
	9	保険料が安いのに、保障がしっかりしているから。ホームページも見やすく、知りたいことが分かりやすい。	女性	41歳
B社	10	保証内容がわかりやすく、万が一の時の場合もどうなるのか、本人だけでなく家族の場合もわかりやすい。ライフプランに合わせて、何種類か教えてくれ、何が違うかわかりやすく説明してくれたので。	男性	39歳
	10	社会保障制度の説明から個人にあった人生設計を詳細なデータと共に理解できるよう説明してくれて加入後も生活に変化が生じる生じないに関わらず定期的に連絡をくれてライフプランナーを信頼しているから	男性	42歳

※ 関連資料は、IMJコーポレートサイトの「IMJ REPORT」ページ
(<http://www.imjp.co.jp/report/>) のコラムにて紹介しております。

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>

NPSで測る 「業界ベンチマーク調査 第1回 スマホ vs パソコン」

<http://www.imjp.co.jp/report/column/20121205/000888.html>

NPSで測る 「業界ベンチマーク調査 第2回 白モノ家電 vs 家電量販店」

<http://www.imjp.co.jp/report/column/20130212/000923.html>

NPSで測る 「業界ベンチマーク調査 第3回 証券会社、化粧品メーカー、酒造メーカー」

<http://www.imjp.co.jp/report/column/20130502/000953.html>

NPSで測る 「業界ベンチマーク調査 第4回 生命保険、損害保険、生活雑貨店、ファストフード店」

<http://www.imjp.co.jp/report/column/20130719/000985.html>

こちらも合わせてご覧ください。

以上

株式会社アイ・エム・ジェイについて (<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。