

株式会社アイ・エム・ジェイ

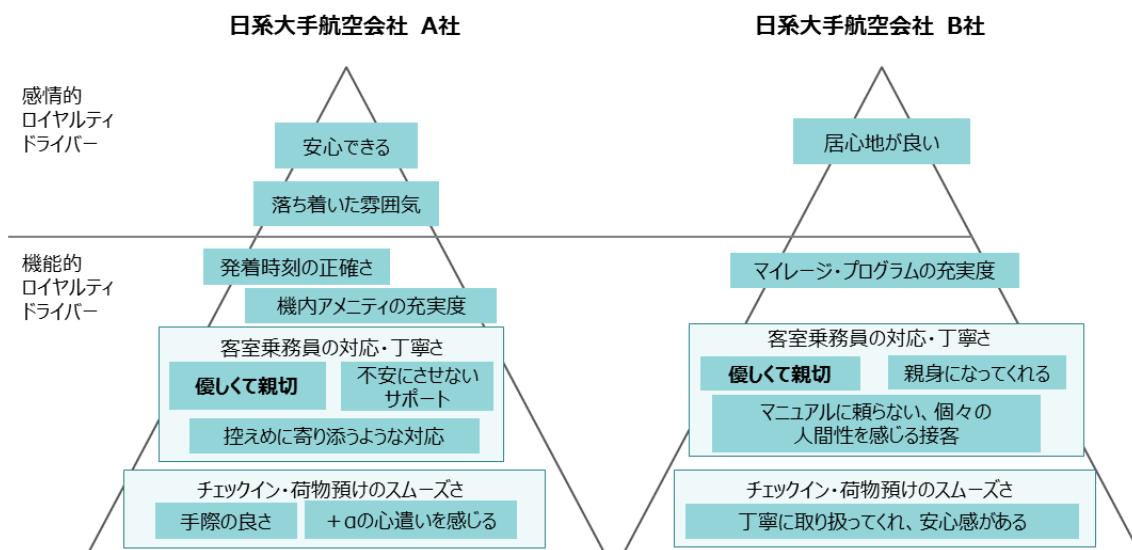
東京都港区三田 1-4-1  
取締役社長 兼 CEO 竹内 真二

## IMJ、NPS®を活用したロイヤルティドライバーの競合調査結果を発表（第2回 航空会社編）

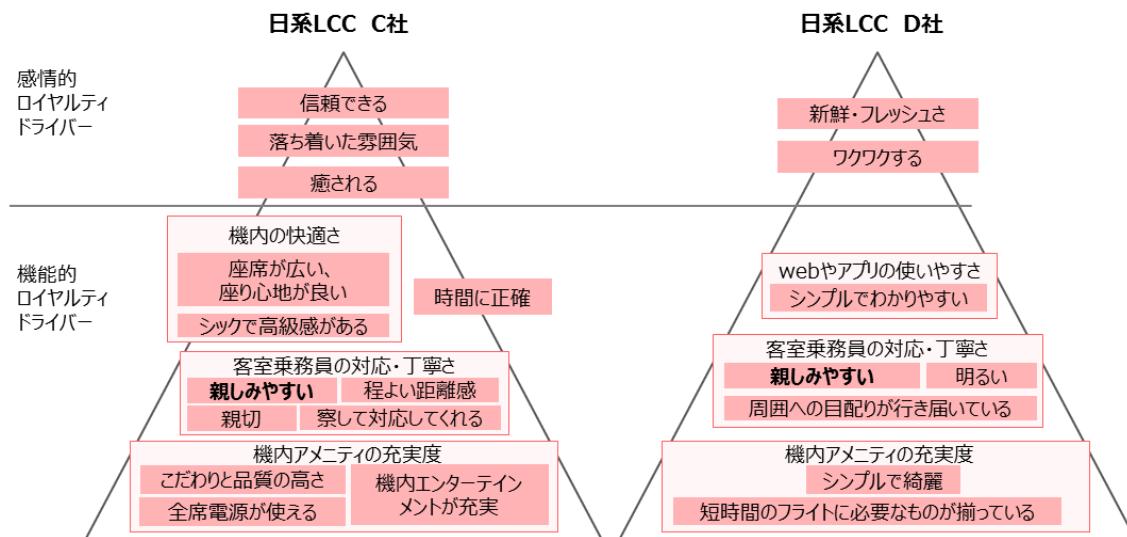
- IMJ 独自メソッドにより同業界でも異なるロイヤルティドライバーを発見 -

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：東京都港区取締役社長兼CEO：竹内 真二 以下、IMJ）は、「NPS®を活用したロイヤルティドライバー競合調査 第2回 航空会社編」を実施し、調査結果を発表いたしました。

第2回ロイヤルティドライバー競合調査は航空業界を対象に実施いたしました。第1回の百貨店業界（<https://www.imjp.co.jp/lab/report/2017/1129/>）に引き続き、IMJの独自メソッドを用いて「顧客の声」を深く分析することで、同じ業態でも企業にそれぞれが異なるロイヤルティドライバーを持っていることを発見いたしました。



日系大手航空会社 2 社のロイヤルティドライバー



日系 LCC2 社のロイヤルティドライバー

## ■調査の狙い

これまで、IMJ が多くの NPS プロジェクトを支援する中で、ユーザーアンケートの数値データの分析やフリーアンサーのテキストマイニング結果（マイニングツールを用いた分析）からは、大まかにカテゴライズされたロイヤルティドライバーは見えていましたが、そのロイヤルティドライバーをアクションにつなげられるレベルまで、明確にできていなかという課題を感じていました。

例えば、「客室乗務員の対応の良さ」がロイヤルティドライバーであることは明らかになったが、「どんな良さ」がロイヤルティ向上に寄与しているのかが分かりづらく、改善アクションに落としこみにくいといった課題がありました。

また、上記のような従来の分析で出したロイヤルティドライバーは業界で同じようなものになることが多い、そこから検討できるロイヤルティ向上のためのアクションは、どの企業でも似たようなものになってしまい、自社の顧客に対してぴったり合うアクションが作られてないという現状がありました。

そこで IMJ は、顧客の声（顧客の体験や感情を多く含む「インタビューデータ」や「アンケートのフリーアンサー」）を深く分析することで、アクションにつながる明確なロイヤルティドライバーを見つけることができるのではないかと考え、「IMJ の独自メソッド」を開発し、今回の調査を実施しました。

※ロイヤルティドライバーとは

顧客ロイヤルティに影響を与える要因、顧客が企業や企業が提供する商品・サービスに対してロイヤルティを持つきっかけとなっているものを指します。顧客ロイヤルティの向上やロイヤルティの低下を防ぐためのアクションを行う場合には、まずはこの「ロイヤルティドライバー」を明確にする必要があります。

※IMJの独自メソッドとは

アンケートのフリーアンサー・インタビュー内容をテキストマイニングツールで定量化することで把握するのではなく、テキスト分析手法を用いて、ワークショップ形式で分析を行うことで、顧客の言葉の背景や、発言のもとになっている体験や感情を理解しながら、顧客ロイヤルティと顧客行動を合わせた形で可視化していくメソッド。

## ■調査概要

調査方法 : インターネットアンケート調査とオンラインインタビューを併用

### 【インターネットアンケート調査】

調査地域 : 全国

インタビュー対象 : 18歳～69歳の男女 ※調査会社が保有する調査パネル

調査日時 : 2015年3月

対象者条件 : 対象航空会社を過去1年以内に利用したことがある人

### 【オンラインインタビュー】

調査地域 : 全国

インタビュー対象 : 20代～60代の男女 ※調査会社が保有する調査パネル

調査日時 : 2017年12月

対象者条件 : 対象航空会社の国内線を利用したことがある人

調査結果はこちら : <https://www.imjp.co.jp/lab/report/2018/0124/>

※NPSとは、ロイヤルティマーケティングの権威であるフレデリック・ライクヘルド氏が提唱している、顧客との関係性（カスタマーロイヤルティ）を測る指標です。

※Net Promotor Score®及びその略称であるNPSはベイン・アンド・カンパニー及びフレッド・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。

※「NPS®とは？」については、[https://www.imjp.co.jp/lab/column/2012/1001\\_2/](https://www.imjp.co.jp/lab/column/2012/1001_2/)をご参照ください。

## 株式会社アイ・エム・ジェイについて (<https://www.imjp.co.jp/>)

デジタルマーケティング領域において、戦略策定、集客・分析（データ解析・効果検証等）からウェブ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「ストラテジープランニング」「アナリティクス」「クリエイティブ」「エグゼキューション」という様々なソリューションをワンストップで提供し「デジタルの力で生活者の体験を豊かにする」という企業ミッションの実現に取り組んでいます。

2016年にはアクセセンチュア インタラクティブのグループに加わり、共同で掲げたスローガン「REINVENTING THE EXPERIENCE」のもと、生活者・企業・社会における体験価値を再定義・再創造・再発明し、それぞれの“体験”を次のステージへとアップグレードしていくことを目指します。

※ 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。

※ この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

#### サービスに関するお問い合わせ先

株式会社アイ・エム・ジェイ  
Marketing & Sales 室  
TEL : 03-6436-5538 E-mail : [sl-info@imjp.co.jp](mailto:sl-info@imjp.co.jp)

#### 報道機関からのお問い合わせ先

株式会社アイ・エム・ジェイ  
コーポレートサービス本部 広報 Unit  
TEL : 03-6436-5525 E-mail : [irpr@imjp.co.jp](mailto:irpr@imjp.co.jp)