

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 黒川 順一郎

IMJ、日本企業における NPS®導入の 実態把握調査の結果を発表

– 約 8 割が NPS の効果を実感、分析内容と組織体制がカギ –

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：黒川 順一郎 以下、IMJ）は、「日本企業における NPS®導入の実態
把握調査」を実施し、調査結果を発表いたしました。

2016 年 11 月に続き、日本企業で NPS がどの程度導入されているのか、どのような活
用をされているのか実態を把握すべく調査を実施いたしました。



日本企業のNPS導入は
約10%
前回の調査からわずかに増加



NPS導入企業の約8割が
NPSの効果実感



NPS活動を
とりまとめる部署が必要



「NPSのスコア向上が
目的になってしまっている」
不安の声



NPS導入が進んでいる業
種は「エネルギー」「趣味・
娯楽」「医薬・医療」



NPS効果実感のポイントは
「推奨者・中立者・批判者
ごとの特性の把握」



NPS導入企業の約6割が
「改善施策につなげにくい」
など、活用に悩みあり



NPS活用に悩みがあるの
は、さらに上を目指している
から

前回の調査と比べて、日本企業における NPS の導入はわずかながら増え、約 10%となりました。依然として顧客満足度を指標としている企業の方が多いものの、顧客満足度の割合はやや減少しており、顧客満足度の代わりに NPS を導入するという企業が増えてきているのかもしれません。

NPS の効果を感じている回答者は約 8 割と多く、NPS 導入による変化として「顧客の声を聞く文化ができた」との回答が多く見られました。この文化の醸成は顧客ロイヤルティ向上の取り組みの基盤となるため、とても重要なことであると IMJ は考えます。

また、調査結果からは、NPS の効果実感には分析内容や組織体制にもポイントがある様子がうかがえました。一方、NPS 活用において課題を抱えている回答者も多く、調査設計や分析について、組織体制や社内の理解不足などさまざまな課題の声が上がりました。どのような NPS の活用方法が適しているのか模索しながらも、顧客ロイヤルティに対して高い意識を持ち取り組んでいる企業が多いようです。

■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 :
 - [事前調査] 20 歳以上の顧客戦略・自社のマーケティングに携わる有職者
 - [本調査] NPS を指標として導入している方

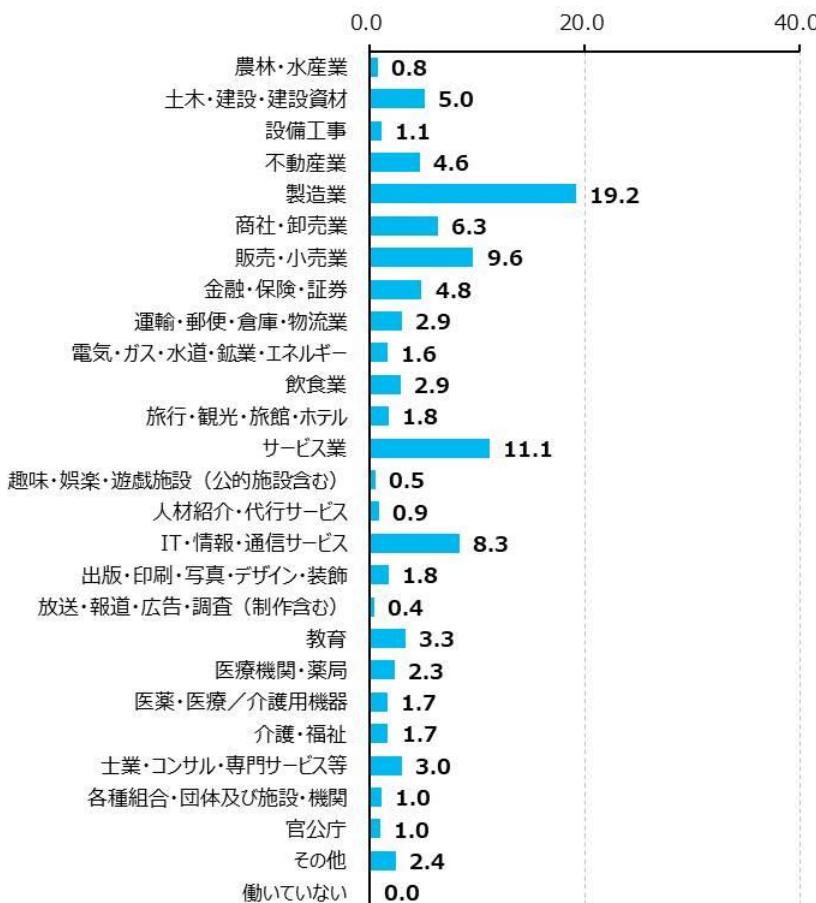
※調査会社が保有している調査パネル
- ・有効回答数 :
 - [事前調査] 6,420 サンプル
 - [本調査] 297 サンプル
- ・調査日時 :
 - [事前調査] 2018 年 4 月 16 日（月）～4 月 17 日（火）
 - [本調査] 2018 年 4 月 18 日（水）～4 月 19 日（木）

※ 「顧客との関係性を測る指標の導入状況調査」（2016 年 11 月調査）はこちら

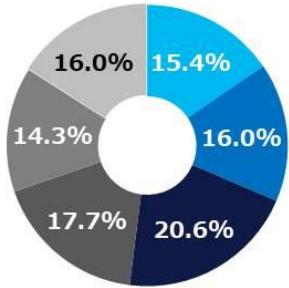
<https://www.imjp.co.jp/report-data/report/2016/1209/>

■回答者属性[事前調査]

・業種 (n=6,420)

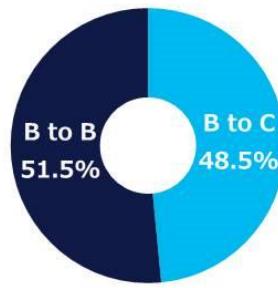


・売上規模 (n=6,420)



- 1,000万円未満
- 1億～10億円未満
- 100億～1,000億円未満

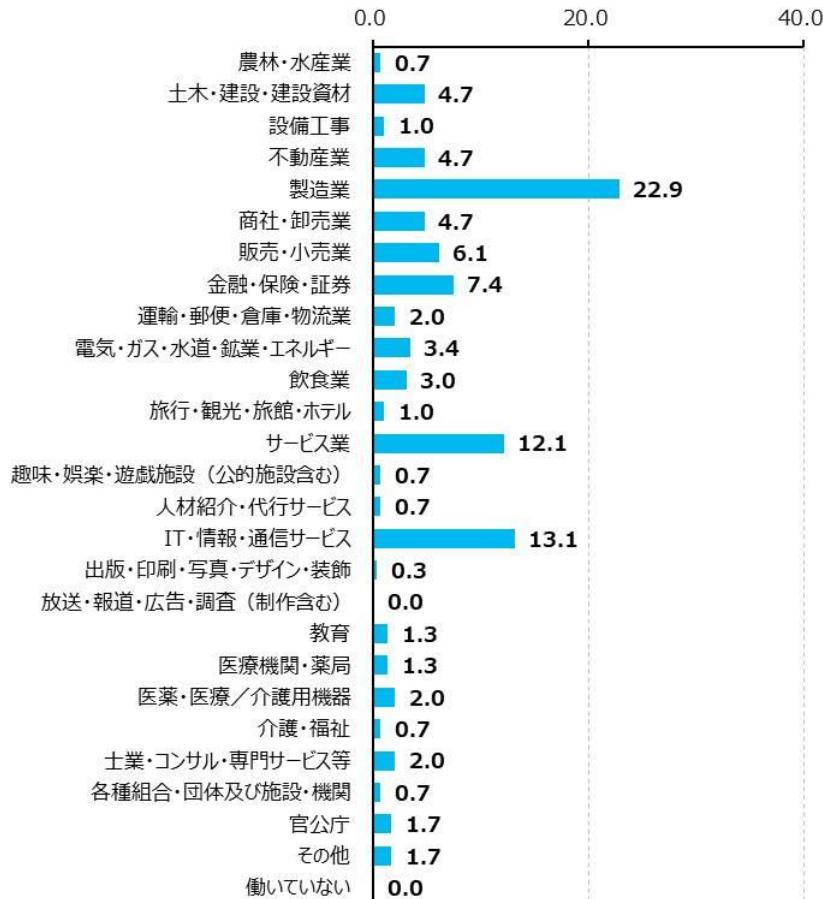
・事業対象 (n=6,420)



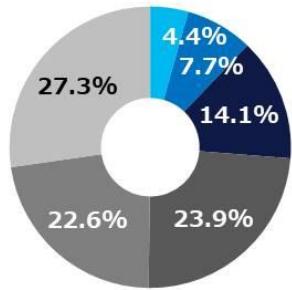
- 1,000万～1億円未満
- 10億～100億円未満
- 1,000億円以上

■回答者属性[本調査]

・業種 (n=297)

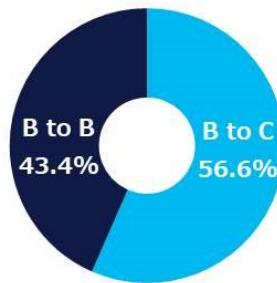


・売上規模 (n=297)



- 1,000万円未満
- 1億～10億円未満
- 10億～100億円未満
- 100億～1,000億円未満

・事業対象 (n=297)



- B to B
- B to C

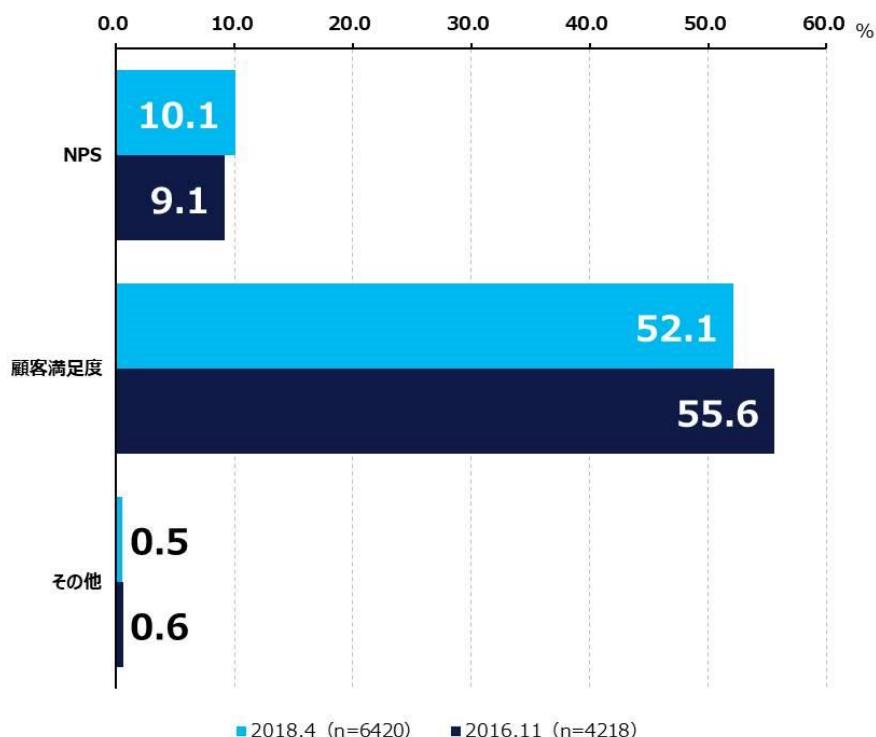
■調査結果

日本企業の NPS 導入は約 10%

複数の顧客接点（商品、サービス、店舗、WEB サイト、コールセンターなど）を通じて、顧客との関係性強化を図るために共通指標を設けているか尋ねたところ、2016 年 11 月時点に比べ「NPS」との回答がわずかではありますが、やや高まり 10.1%となり、「顧客満足度」との回答が下がっていることがわかりました。

図1 顧客エンゲージメント強化を図るために導入している指標（複数回答）

※事前調査より



NPS 導入が進んでいる業種は「エネルギー」「趣味・娯楽」「医薬・医療」

業種別に NPS を指標として導入している割合を見ると、「電気・ガス・水道・鉱業・エネルギー」が最も導入している割合が高く（19.6%）、次いで「趣味・娯楽・遊技施設」（17.6%）、「医薬・医療/介護用機器」（16.8%）が高いことがわかります。

図2 業種別NPS導入状況（複数回答）

※事前調査より



約8割がNPSの効果実感

NPS導入による効果を尋ねたところ、約8割が「効果があった」「やや効果があった」と回答しており、NPS導入によって「顧客の声を聴く文化ができた」(85.4%)、「複数部署をまたいだ共通指標ができた」(79.4%)、「PDCAを回す体制が整った」(78.5%)という変化を感じていることがわかります。

ただ、「顧客の声を聴く文化ができる」との回答は効果を感じていない層も多いことから、文化ができることを効果ととらえていないことが読み取れます。この「顧客の声を聴く文化」が定着することは、顧客ロイヤルティ向上のために非常に重要なことの一つですが、顧客の声を聴いた後に何をするのか、それが売上などの結果としてどうなったのかが数字として見えない場合には効果と受け止められないかもしれません。

図3 NPS導入による効果実感（単一回答）

[n=297]

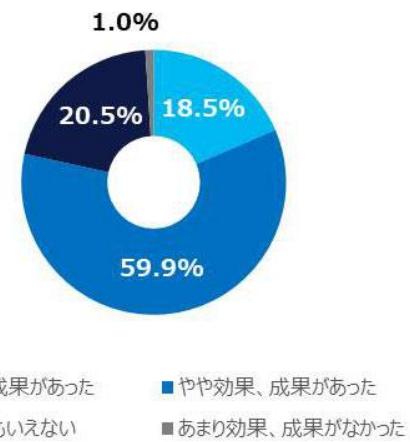
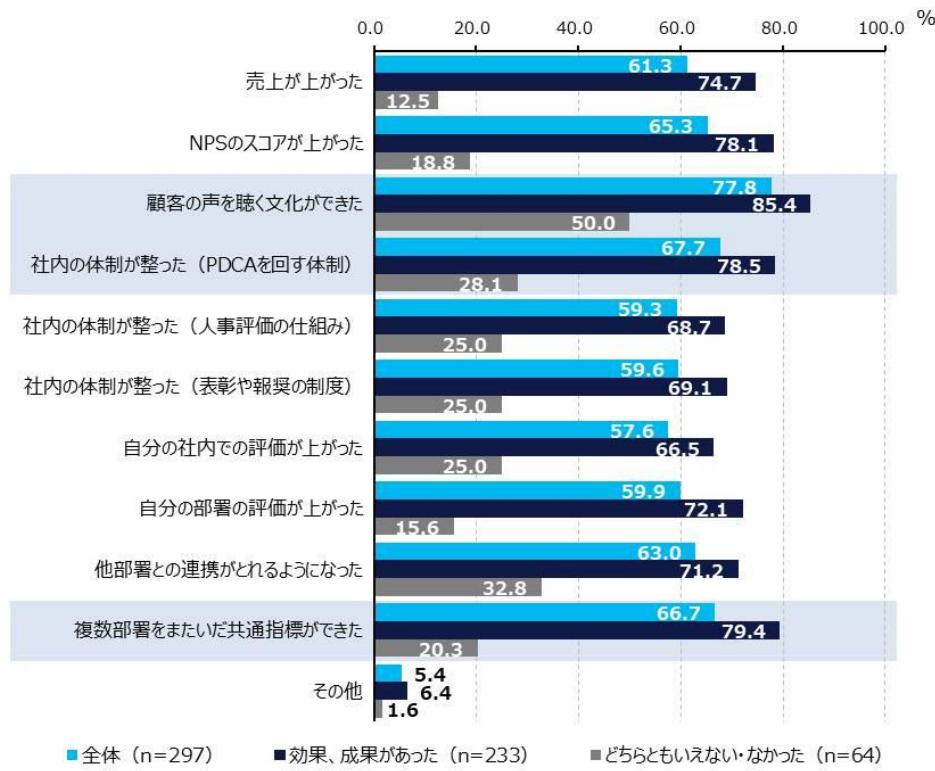


図4 NPS利用による変化（複数回答）



※その他の詳しい調査結果はこちら

<https://www.imjp.co.jp/report-data/report/2018/0608/>

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

世界最大の総合コンサルティング会社であるアクセンチュア グループのデジタルエージェンシーとして、「REINVENTING THE EXPERIENCE」をスローガンに、最良の”体験価値創出”に関する企業活動全体を、デジタル戦略コンサルティング、コミュニケーションプランニング、アナリティクス、テクノロジー、クリエイティブそれぞれの領域におけるトップタレントがワンチームとなり、戦略から実行まで「END TO END」で支援いたします。

※ 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。

※ 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
マーケティング&セールス室
TEL : 03-6436-5538 E-mail : 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