

# 2014年度（9期）お客様満足度調査結果報告書

2015年4月8日  
リアルワン株式会社

リアルワン株式会社（以下、当社）は、本年初めて当社のお客様に対し、お客様満足度（CS）調査を実施させていただきました。お客様満足度（CS）調査は、2014年度の一年間に、当社の従業員満足度（ES）調査や360度評価、リーダーシップアセスメントなどのサービスをご利用いただいた全てのお客様を対象とさせていただきました。当社への評価やご意見、アドバイスなどをお寄せいただき、サービス品質の向上や当社社員の成長に役立てることを目的にしています。

調査回答率は93.7%と非常に高く、ほとんどのお客様にご回答いただくことができました。この場をお借りして深く御礼申し上げます。また、簡単ではございますが、本レポートにて主要ポイントを報告させていただきます。お客様はもちろん、当社サービスのご利用をご検討されている方々にもご参照いただければ幸いです。なお、報告にあたり詳細結果やコメントの掲載は、本年差し控えさせていただきますのでご了承ください。

## ■ 調査概要

期間：2015年2月23日（月）～3月31日（火）

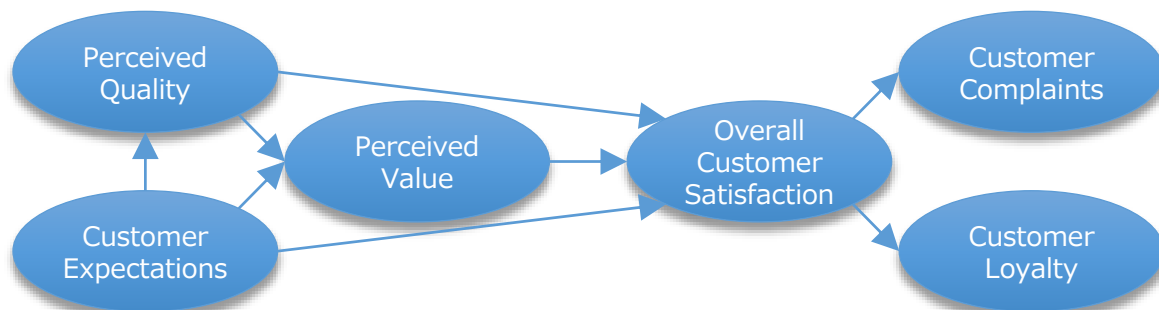
方法：インターネットを利用した回答

対象：今期一年間に当社の従業員満足度（ES）調査や360度評価、リーダーシップアセスメントなどの各種サービスをご利用いただいた全てのお客様

調査項目：選択式項目14問、自由記述項目9問

選択式項目は、お客様満足度調査の項目の中で、世界中で最も研究され信頼性のある American Customer Satisfaction Indexを参考に作成。

お客様の回答負担と調査目的の観点から、「Overall Customer Satisfaction（お客様満足度総合評価）」「Perceived Quality（知覚品質）」「Perceived Value（知覚価値）」「Customer Loyalty（お客様ロイヤルティ）」の4コンセプトに絞り調査を実施。  
The American Customer Satisfaction Index (ACSI) Model



※参考：Fornell, Claes and Michael D. Johnson (1996), "The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings," Journal of Marketing, 60 (October), 7-19.

## ■ 調査結果の総括

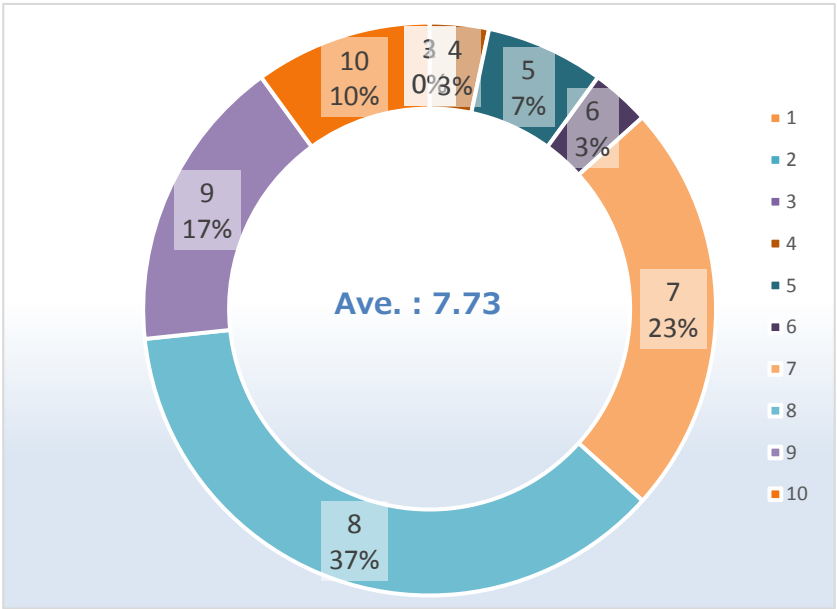
本年初めてお客様満足度（CS）調査を実施させていただきましたが、多様なご意見をいただくことができました。初実施ということもあり、調査結果の解釈は難しいですが、概ね高い評価をいただけたのではないかと考えています。一方で、お客様への報告方法やサービスバラエティの乏しさなどへのご指摘もいただきました。お客様のご期待に応えることはもちろん、ご期待以上のサービスを提供するという思いを持ち業務にあたっていますが、言うは易く行うは難しであり、まだまだ道半ばであると改めて気づくことができました。

なお、今後の当社対応ですが、次週には全社員ミーティングの機会を持ち、調査結果の共有と分析を行い、4月中にはアクションプランを立て実行して参ります。今回いただいた貴重なご意見を一層の励みに、今後も従業員満足度（ES）調査や360度評価、リーダーシップアセスメントを充実し、お客様のより良いパートナーとなれるよう精進して参る所存です。今後とも何卒よろしくお願い申し上げます。

本レポートに関するお問い合わせは、青山、滝本までお気軽にご連絡ください。

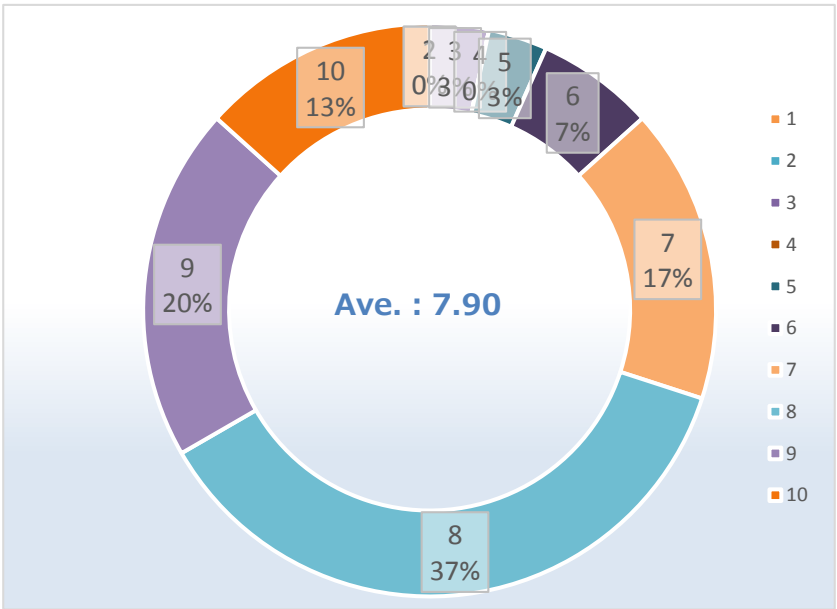
Overall Customer Satisfaction

Q1 全体的に考えて、ご利用いただいたサービスの満足度はどの程度ですか？  
(1点：非常に不満⇔10点：非常に満足)



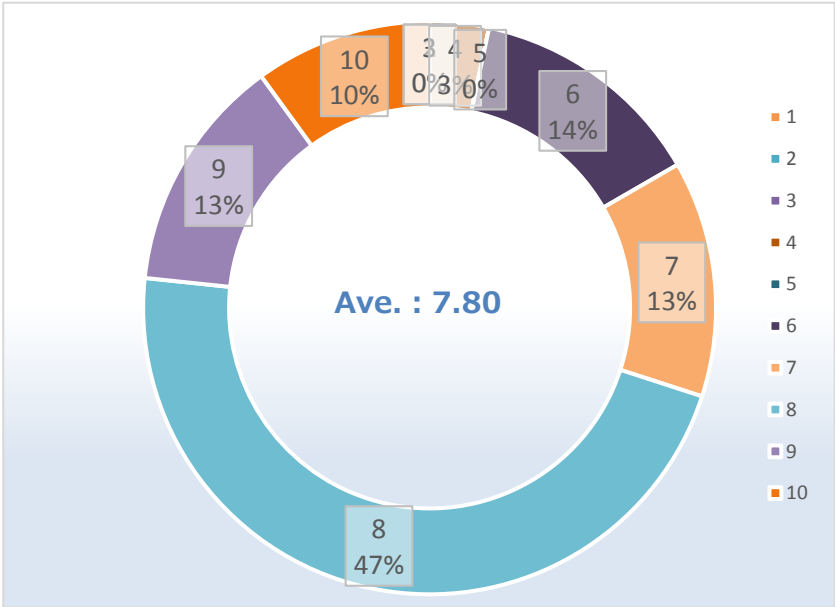
Overall Customer Satisfaction

Q2 ご利用期間を振り返っていただき、当社や当社のサービスを選んだことは良い選択でしたか？ (1点：非常にそう思わない⇔10点：非常にそう思う)



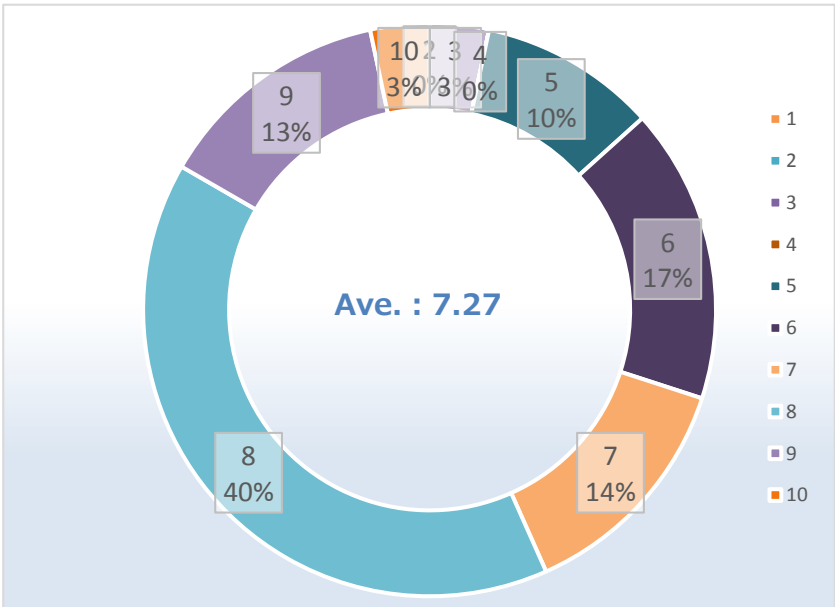
Overall Customer Satisfaction

Q3 当社のサービスのご利用は、貴社の活動にどの程度役立ちましたか？  
( 1点：全く役立たなかった⇔10点：非常に役立った)



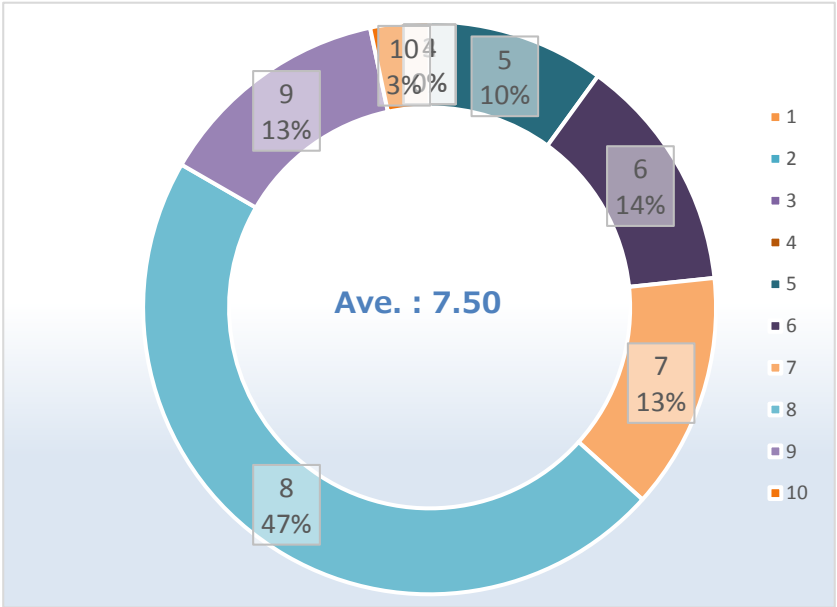
Perceived Quality

Q4 ご利用いただいたサービスは、事前のご期待やご要望と比べていかがでしたか？ ( 1点：期待を大きく裏切る内容⇔10点：期待を大きく上回る内容)



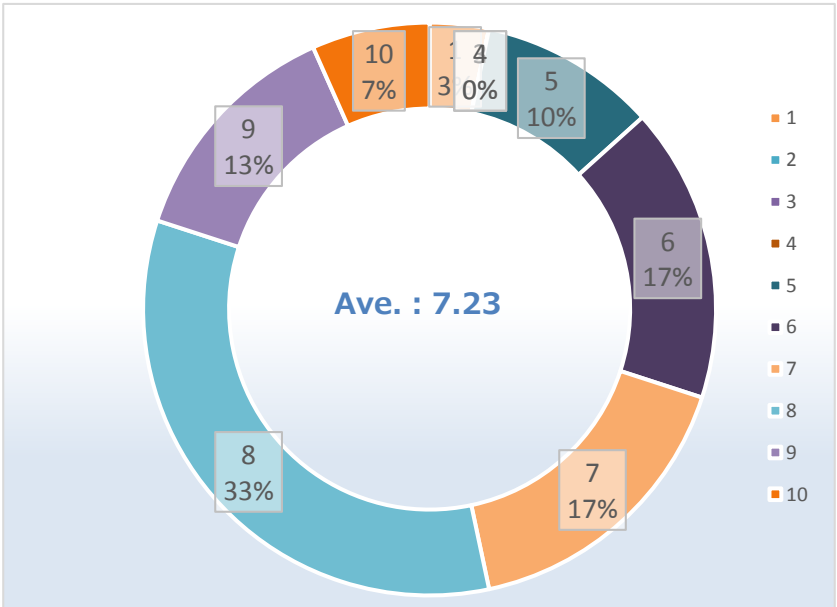
Perceived Quality

Q5 ご利用いただいたサービスは、お客様の信頼にお応えできていましたか？  
( 1点：信頼を大きく裏切る内容⇔10点：信頼を大きく上回る内容)

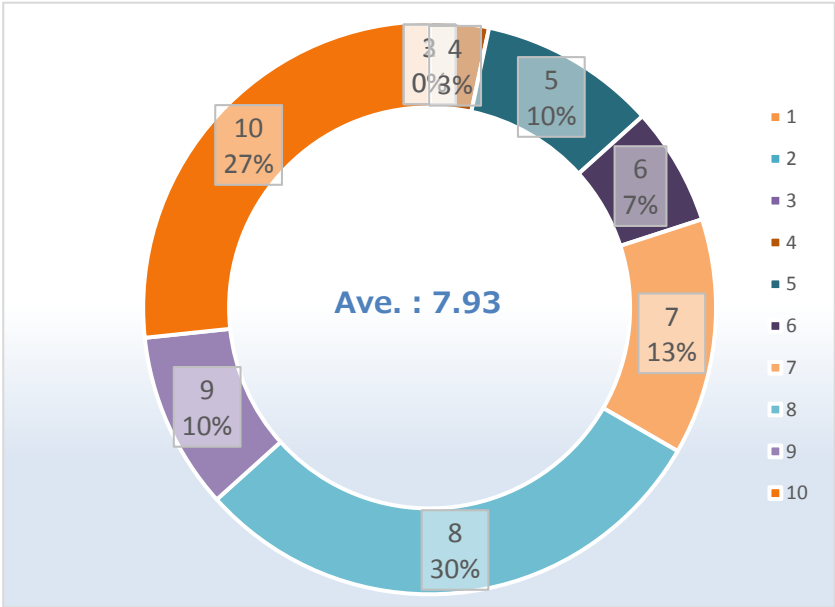


Customer Loyalty

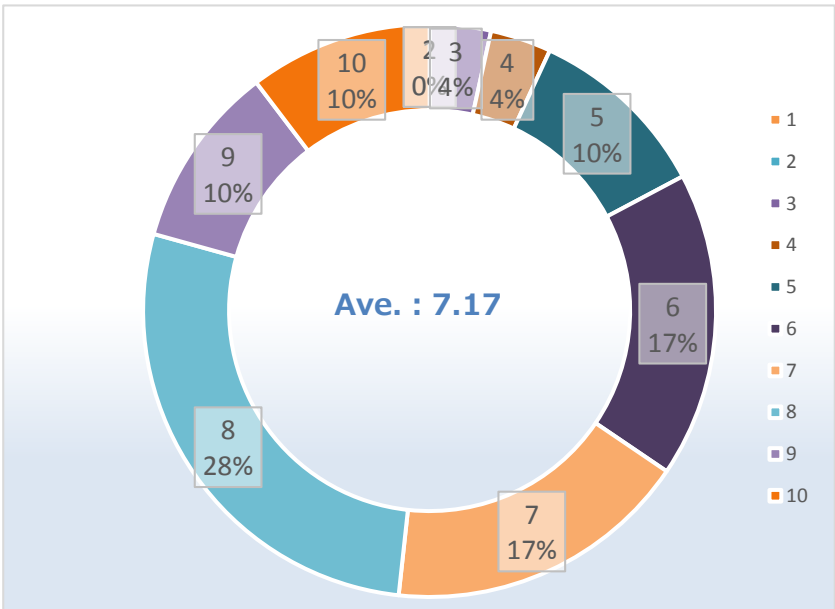
Q6 当社や当社のサービスを、同僚や知人に勧める可能性はどの程度ですか？  
( 1点：可能性は全くない⇔10点：可能性は非常に高い)



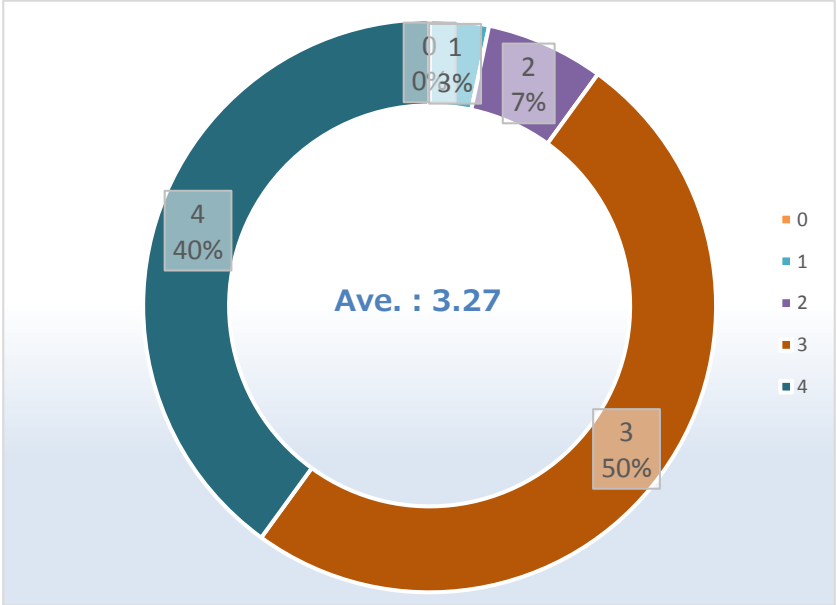
Q7 次回、同様のサービスを利用される際、当社をパートナーの第一候補に選ぶと思いますか？（1点：非常にそう思わない⇔10点：非常にそう思う）



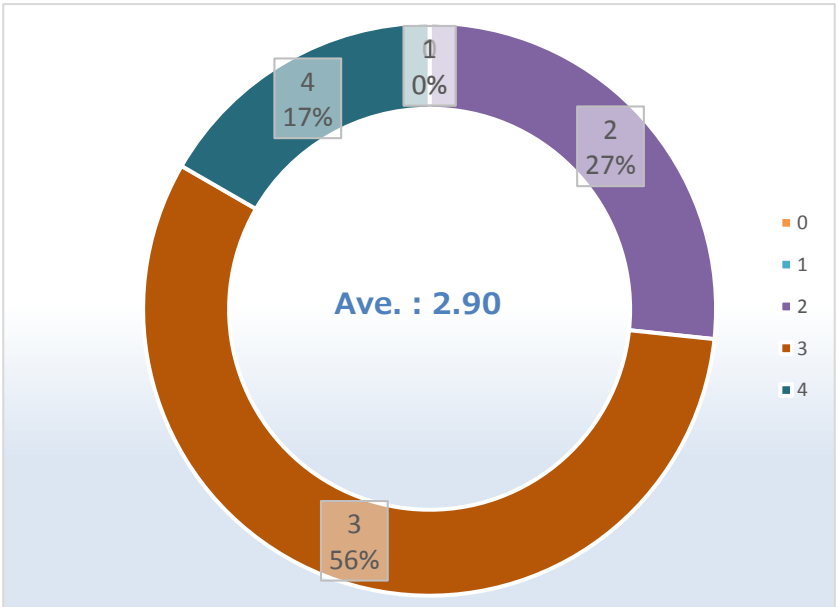
Q8 今後、ご利用のサービスだけでなく、その他についても幅広く相談したいと思いますか？（1点：非常にそう思わない⇔10点：非常にそう思う）



Q9 当社スタッフの対応について評価をお願いします。  
( 0 : 非常に不満足、1 : 不満足、2 : 普通、3 : 満足、4 : 非常に満足)

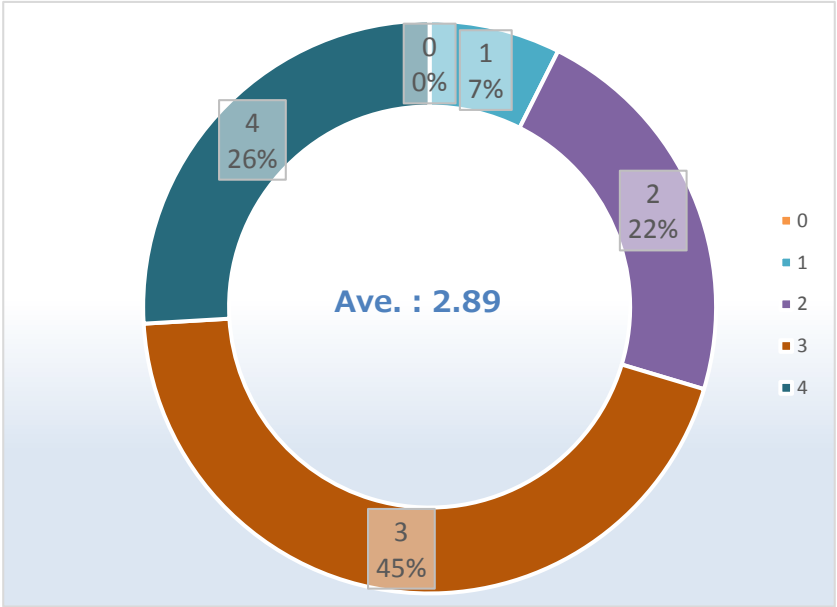


Q11 当社の営業提案の質について評価をお願いします。  
( 0 : 非常に不満足、1 : 不満足、2 : 普通、3 : 満足、4 : 非常に満足)



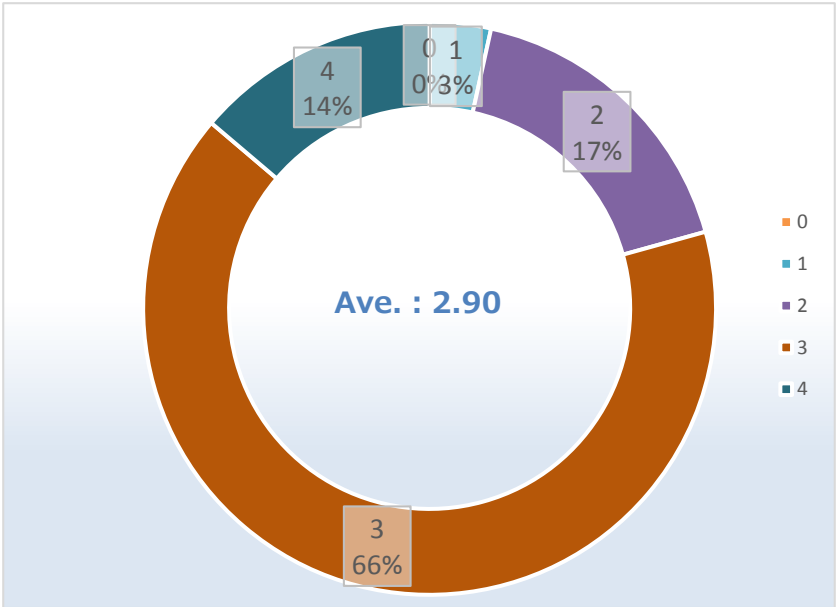
Perceived Quality

Q13 同業他社と比べて、当社の成果物や提供サービスの魅力について評価をお願いします。（0：非常に不満足、1：不満足、2：普通、3：満足、4：非常に満足）



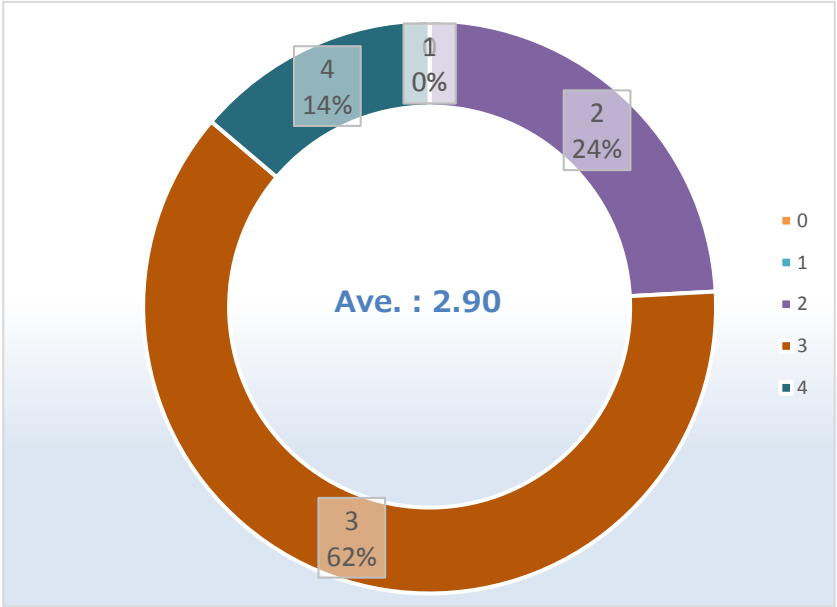
Perceived Quality

Q15 ご利用期間中の当社のサービス運営について評価をお願いします。（0：非常に不満足、1：不満足、2：普通、3：満足、4：非常に満足）



Perceived Quality

Q17 当社のシステム（調査システム、集計システムなど）について評価をお願いします。（0：非常に不満足、1：不満足、2：普通、3：満足、4：非常に満足）



Perceived Value

Q19 お支払金額を考えた場合、ご利用いただいた当社サービスの総合的な質について評価をお願いします。（0：非常に不満足、1：不満足、2：普通、3：満足、4：非常に満足）

