

オリコン顧客満足度調査 調査ガイドライン委員会報告書

2020年6月19日

顧客満足度調査は、サービスや商品を提供する企業と、それらを利用する消費者との認識のギャップを分析し、適切な顧客に最適なサービスを提供することで、企業の持続的な成長を実現するために活用されています。

株式会社 oricon ME（以下、当社）では、2006年から顧客満足度調査を実施し、ランキングとして発表をしてきました。ランキングの集計においては、第三者の監修を経たうえで実施していますが、産業ごとに異なる特性などを考慮した調査方法やルール決定など、その意思決定およびプロセスについても第三者を交えた「調査ガイドライン委員会」を設置し、定期的に議論を交わしていくことを取り決めました。そして、第1回目の「調査ガイドライン委員会」を2019年12月24日に開催致しました。

「調査ガイドライン委員会」による議論を経て、そこでの決定事項を公にすることによって、調査および事業の透明性が図られ、当社内では自律的に公正な立場で行動をとる環境を作ることを意図しています。

本報告書は、第2回目の「調査ガイドライン委員会」の開催結果をまとめたものです。

【概要】

会議名 第2回 調査ガイドライン委員会

日時 2020年6月19日(金) 15時00分～17時30分

場所 WEB会議

【出席者】(五十音順)

■委員会メンバー

奥 律哉 大正大学 非常勤講師

加藤 雄一郎 名古屋工業大学 産学官連携センター プロジェクト教授

玉巻 弘光 東海大学名誉教授

■オブザーバー

笹浪 雅義 東京グリーン法律事務所 弁護士

■事務局

・庄司 知

・星 誠一

【議題】

- 1. 前回の決定事項に対する取り組みの進捗報告と意見交換
- 2. 「緊急事態宣言によるランキングへの影響」について
- 3. 「今後の委員会について」

【調査ガイドライン委員会内容】

- 1. 前回の決定事項に対する取り組みの進捗報告と意見交換

前回の調査ガイドライン委員会では、「ランキング対象企業の選定・削除などの基準」「回答者数の基準」「ランキング化をしないサービスの明文化」「発信する情報の内容と表現方法」について議論致しました。

「ランキング対象企業の選定・削除などの基準」については、サービス内容によっては、厳格に法を守っている範囲内でサービスを展開している企業がある一方、事実上脱法または違法な業態でサービスを行っている企業が紛れ込んでくる可能性もあるかもしれないことを想定した上で、ひとつの基準として、根拠法とその根拠法の運用を示すことを検討することを確認致しました。

次に、同基準として「株式上場が困難な産業」についても議論致しました。該当産業に携わるすべてのサービスをランキング対象外とするのではなく、消費者との直接接点の有無などを判断軸とすることも検討することを確認致しました。また、株式上場が認められていない理由を確認した上で対象外とするかどうかを判断することも検討することを確認致しました。

その他の 3 項目についての基準、内容の方向性等も報告し、決定したプロセスやポリシーをオウンドメディア『ミチタリ by オリコン顧客満足度』で開示することを確認致しました。

議論の中で、緊急事態宣言発出にともない、リアルサービスからオンラインサービスに切

り替えた業態もある中、今後の調査のあり方も議論致しました。議題 2 ではより深く議論致しましたが、ここでは、評価項目を含め、調査方法を検討することを確認致しました。

オリコン顧客満足度ランキングの KGI (Key Goal Indicator／重要目標達成指標) の設定について、議題 3 でも議論する内容ですが、ここでは KGI がまだ明確に設定されていないことの確認と、KGI の設定はトップダウンではなく、自分ごと化するために、次世代を担うメンバーでディスカッションを実施しながら設定することが望ましいことを確認致しました。

■ 2. 「緊急事態宣言によるランキングへの影響」についての議論

「テーマパーク」「映画館」といった新規に調査した顧客満足度ランキングに関し、当初は 4 月や 5 月での発表を予定しておりました。しかし、緊急事態宣言発出にともない、テーマパーク、映画館ともに、臨時休園・休館が余儀なくされました。このような諸事情を勘案し、ランキング発表も 6 月に延期致しました。6 月発表の判断軸は、緊急事態宣言の解除、テーマパーク、映画館の順次営業再開でしたが、それ以外で判断する情報があるかを議論致しました。そのひとつとして、非常時の TVCM 放送は、放送局の編成上の事情で CM 枠がなくなる場合と、広告主の事情で CM を OA しない場合があります。非常時の際のランキングの発表タイミングは、TVCM 放送の有無が参考になることを確認致しました。

議題 1 で、リアルサービスからオンラインサービスに切り替えた業態もある中、今後の調査のあり方を議論したことを報告致しましたが、議題 2 では、調査を実施しました「塾・予備校」の調査を参考に、非常時の調査について議論致しました。非常時のサービスは通常時のサービスと異なるものもあります。「塾・予備校」では、通常時は教室での授業ですが、非常時にはオンライン授業となったケースもありました。このように、通常時とは異なるサービスが展開されるランキングにおいて、非常時の調査の際は、ランキングの継続的な視点と、非常時だからこそそのサービス選択の指標として、また、長期的な経年比較データとしての視点で議論、検討することを確認致しました。

■ 3. 「今後の委員会について」の議論

これまでの委員会で議論された内容は、オリコン顧客満足度調査の存在意義を中心にな

されるべきとの認識を新たにしました。現在の「生活満足度の向上」ではまだ抽象度が高く、オリコン顧客満足度ランキングはランキング利用者のどのような課題に対して何を実現させるために存在するランキングなのかという KGI をより一層具体化し、経営層から現場までが完全に合意できる状態を速やかに目指すことを確認しました。KGI 設定後、KPI (Key Performance Indicator/重要業績評価指標)、アクションに落とし込み、調査ガイドライン委員会等でフィードバックすることも確認致しました。

以上