

サービス業における顧客満足度調査の分析

～改善活動につながるテキストマイニングの活用方法～

株式会社MS&Consulting

TRI本部 TI2部

前原 直斗

私たちはサービスプロフィットチェーン(SPC) ソリューションを提供する唯一の会社です。

MS&C

Corporate Profile

会社概要

創業 | 2008年5月

資本金 | 570,154千円

拠点 | 東京・大阪・福岡(国内)
タイ・台湾(海外)

クライアント | 63,000店舗

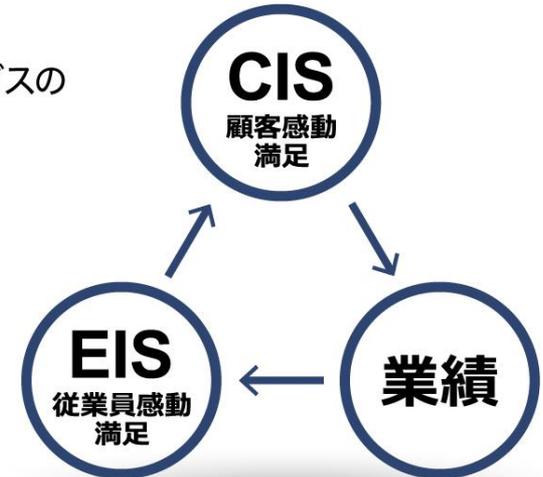
HP | <https://www.ms-r.com>



Mission

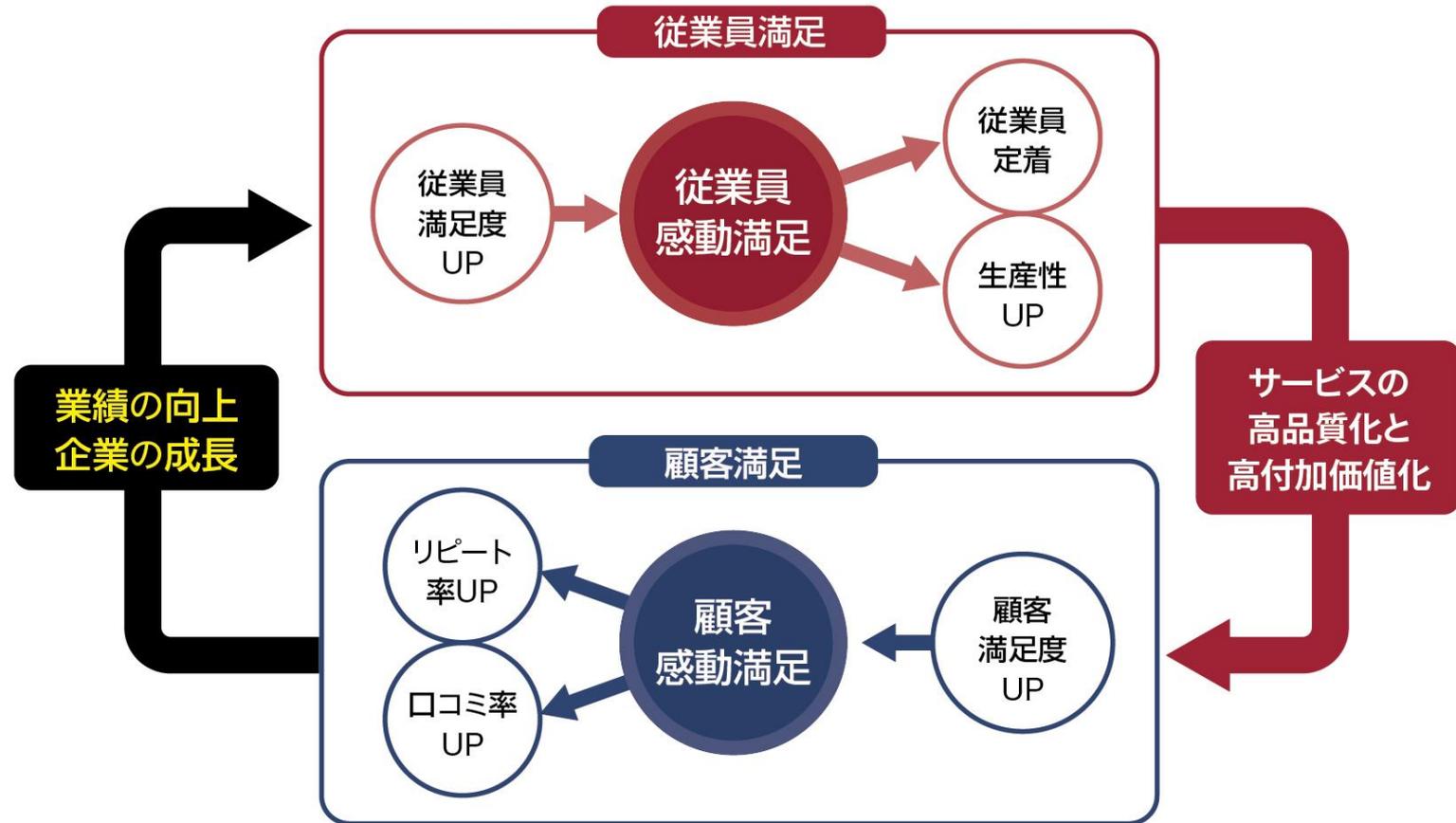
理念

株式会社MS&Consultingは消費者と店舗、現場と経営を結ぶ企業活動を通じ、「精神的に豊かな社会の創造」に貢献します。その実現に向け、さまざまなパートナーの方々が、さまざまな幸福を見出す。そのお手伝いができるサービスの提供を目指します。



サービスプロフィットチェーン(SPC)とは

サービスプロフィットチェーン(Service-Profit Chain)とは、1994年にヘスケット(J.S.Heskett)、サッサー(W.E.Sasser,Jr.)らによって示された、従業員満足・顧客満足・業績の因果関係を表したモデルです*。



* James L. Heskett, W. Earl Sasser, Leonard A. Schlesinger (1997). *The service profit chain* をもとに弊社が編集

当社の主要サービス

当社は、MSR、サービスチーム力診断及びコンサルティング・研修の提供により、顧客企業が提供しているサービスの高品質化・高付加価値化を支援しています。

サービス	<p>MSR ミステリーショッピングリサーチ (顧客満足度覆面調査)</p> 	<p>サービスチーム力診断 (従業員満足度調査)</p>  <p>サービスチーム力診断</p>	<p>コンサルティング・研修</p> 
内容	<ul style="list-style-type: none"> ■ マーケティングリサーチの一種で、当社グループのモニターが一般利用者として実際に顧客企業の運営する店舗等を訪れ、商品やサービスを評価 ■ 主に現場の課題把握調査、顧客満足度調査の手法として活用 	<ul style="list-style-type: none"> ■ リーダーシップ、チーム環境、業務モチベーション、組織ロイヤルティの4つの観点で従業員満足度を調査 ■ 必要最低限の設問数で負担なく回答できる仕様、短いスパンでタイムリーに自店舗の従業員満足度を把握 	<ul style="list-style-type: none"> ■ MSRやサービスチーム力診断の調査結果をもとにボトムアップ型でサービス改善を進めるノウハウ ■ 調査による現状把握に止まらず、各種調査結果を用いた改善活動の定着化を支援

CS向上

ES向上

CS向上・ES向上のための
改善活動の定着化

実績 | ミステリーショッピングリサーチ(MSR)

過去3年間の調査数



年間調査店舗数



登録モニター数



圧倒的な調査規模・調査実績・調査員数

MS&Consultingは、国内最多※⁹の登録モニター数と年間調査件数※¹⁰を誇る会社です。おもてなし規格認証の覆面調査では、これらの豊富な調査データと比較することによって、応募企業の皆様のサービス品質を統計的に解析し、業界内での位置づけについてフィードバックをすることが可能です。

■ 本日のテーマ

サービス業における顧客満足度調査の分析

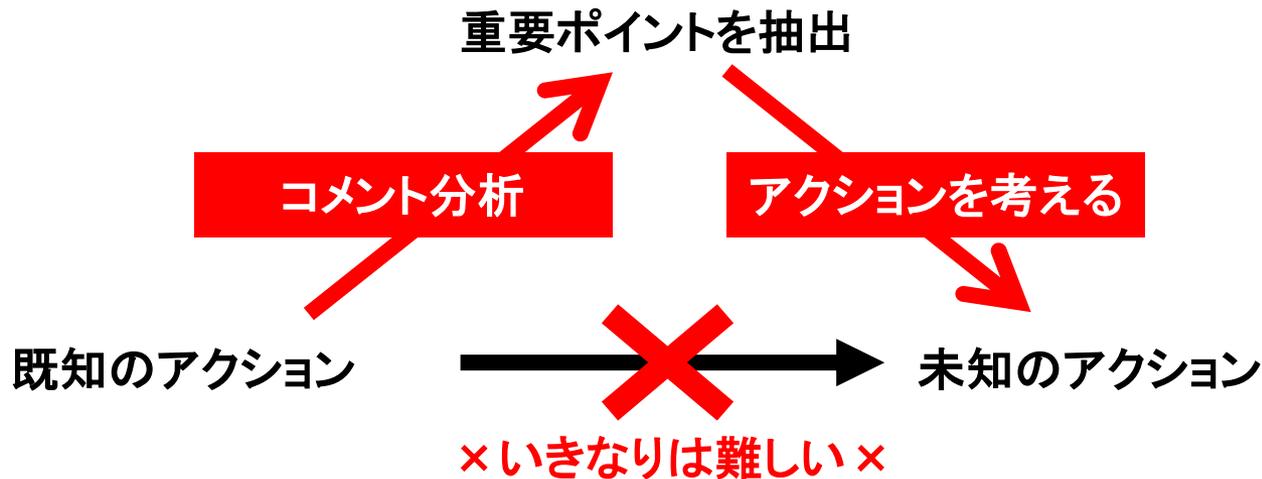
～改善活動につながるテキストマイニングの活用方法～

サービス業の4つの特徴

- ①無形性・・・サービスは無形で、在庫もない。
- ②同時性・・・サービスが生産されたと同時に消費される、サービスの需要と供給が同時に行われる。
- ③変動性・・・全ての顧客に同じサービスを提供することが困難で、顧客によってスタッフの対応などの条件が変動する。
- ④消滅性・・・形に残らず、サービス終了と同時に消滅する。

コメント分析の価値

顧客満足度向上のためにやるべきアクションに取り組む際、
実行イメージを持ってないでいると中々行動に結びつきません。
過去の好事例からエッセンスを抜き出すことで、
スタッフそれぞれが自分の持ち場で実行できるイメージを持って、
取り組みの幅を広げることが可能になります。



コメント分析のコンセプト

100の**知識**より、10の**気付き**

10の**気付き**より、1の**具体的行動**

コメント分析のコンセプト・・・「木を見て森を見ず」から「森を見てから木を植えよう」

木は一つひとつの事例、森は全体像を表しています。一人のお客様に感動していただけても、他のお客様も同様に感動していただけるとは限りません。ただ同じ行動を繰り返すのではなく、なぜ感動していただけたのかのエッセンスを学び、それを他の場面・お客様に対しても応用していくことが大切です。木（事例）を絶対視するのではなく、森（全体像）を見て重要なポイントを掴んでから木を植えて（新たな事例を作って）いきましょう。

コメント分析の王道パターン

単語（表現）頻度解析

or

共起ネットワーク



特徴語（表現）抽出

or

対応バブル分析

or

文章分類



＜全体像の把握＞
どんな話題があるのか

＜エッセンスの把握＞
注目すべき表現や話題は何か

原文を参照

投影資料のみ

まとめ

- ① 森（全体像）を認識した上で、木（アクション）を植える
- ② 内容を絞ることで、具体度の高いエッセンスを抽出できる
- ③ ゴールを明確にした分析設計が重要

