

Customer Satisfaction

顧客満足度調査 の正しい活用術

—ユーザーの声をデータからひも解く—

ONLINE・FREE

※終了時間は多少前後する可能性があります



プログラム

1. ”よくある“CS調査の実態
2. CS調査は”健康診断”？
3. CS調査の概要
4. 調査結果の活用と注意点
5. 調査会社を活用するメリット



株式会社アスマーク
営業部 マネージャー
沼上 雅門 (ぬまがみ まさと)

大学卒業後、大手小売業へ入社。その後、業界問わず幅広くビジネスに関与できるリサーチ業界に魅力を感じ、アスマークに入社。営業として新規開拓営業に注力し、食品・飲料・家電・玩具・金融・小売・流通など、多岐にわたる業界のクライアントを担当。現在は営業マネージャーとして組織運営に携わる傍ら、自らも営業の最前線に立ち、継続して顧客対応を行っている。

”よくある“CS調査の実態



一人の自由記述回答に引っ張られてしまい、
全体的な結果が把握できていない・・・

CS調査の目的設定がされておらず
結果を活かしきれない・・・



こんな状況になっていませんか？



アンケートが自由記述回答だらけ

CS調査には以下の2点が必要です

正しいデータ回収

- ・ 総合満足度
- ・ サービスやブランドのカテゴリ別の評価や推奨度（NPS）
- ・ 対応面での評価や推奨度・継続意向
など

正しいデータ把握

- ・ 顧客層の満足要因／不満要因
- ・ 重要度と掛け合わせたマッピング（ポートフォリオ分析）
- ・ 経年比較による効果測定
など

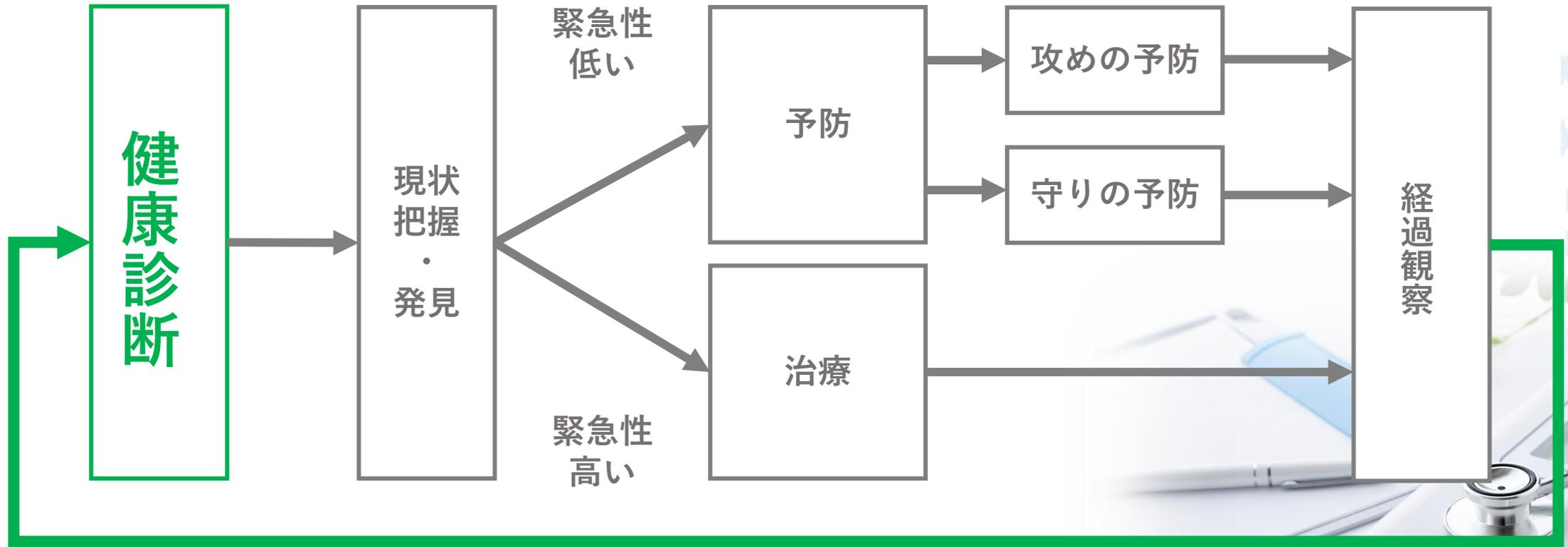
CS調査とは

自社の商品やサービスを利用しているユーザー（既存顧客）に対して

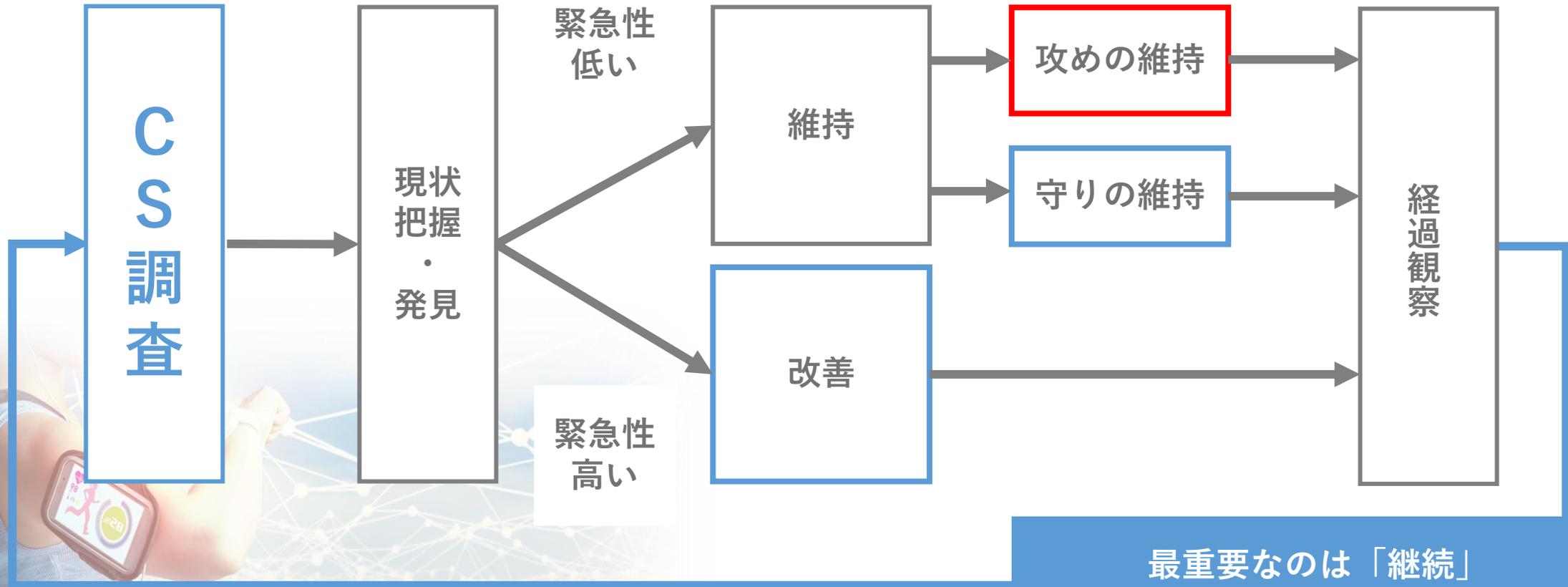


を把握するために行う調査

CS調査は”健康診断”？



CS調査は”健康診断”？



最重要なのは「継続」
比較することで効果が測定できます

CS調査の概要 – 調査の代表的な方法

アンケート調査（郵送・インターネット）

- ・ B to B 顧客リストの活用
- ・ B to C 調査モニターに対するアンケート
／来店客に対するアンケート

インタビュー調査

（来場調査・オンライン）



覆面調査



CS調査の概要 – 調査項目

●CS調査の一般的な調査項目 (B to C)

・認知経路

- ・来店回数
- ・来店頻度
- ・店舗重視点
- ・来店理由
- ・再来店意向
- ・推奨意向
- ・総合満足度
- ・総合満足度理由
- ・項目別満足度

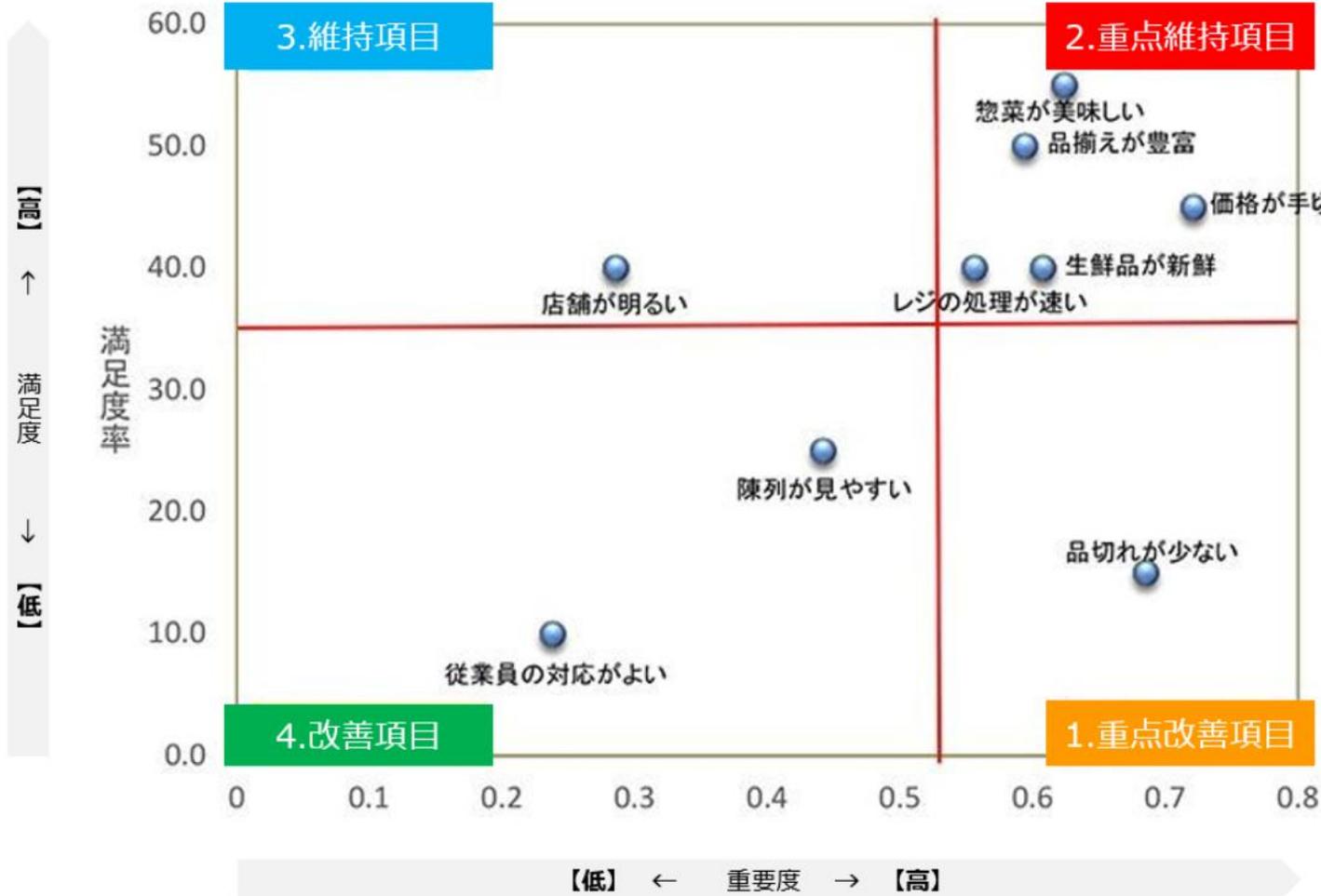
Q.あなたは●●をどこで知りましたか。

1. テレビ
2. ラジオ
3. 雑誌
4. 新聞・チラシ
5. インターネット広告
6. インターネット検索
7. SNS
8. 広告・看板
9. 家族・友人・知人からの口コミ
10. 通りがかった
11. その他



調査結果の活用と注意点～ポートフォリオ分析～

守りの維持



攻めの維持

改善

調査結果の活用と注意点～アフターコーディング～

定性的な情報

No	大分類	中分類
1	ポジティブ	容量
2	ネガティブ	デザイン
3		価格
4		パッケージ



No	性別	年齢	回答	大分類	中分類
1	男性	31	量が多くて嬉しいです	1	1
2	男性	25	容器が使いやすい	1	2
3	女性	22	こぼしにくい容器で安心できる	1	2
4	男性	30	価格が高い	2	3
5	女性	45	パッケージがおしゃれ	1	4

調査結果の活用と注意点～アフターコーディング～

定量的な情報

掲載軸	n	ポジティブ	ネガティブ
全体	100	70.0%	30.0%
男性	50	60.0%	40.0%
女性	50	80.0%	20.0%



調査結果の活用と注意点～CS調査を失敗しないために～

1. 調査目的が明確でない
2. アンケートの対象者条件が明確でない (B to C)
3. 質問数や選択肢数のボリュームが多い
4. 実態評価の設問がない
5. 質問内容や順番、調査時期を変更してしまう

調査結果の活用と注意点～回答率を上げるために～

- 回答離脱を防ぐ調査設計

- 全体の設問数／設問文章／選択肢／

- 自由記述回答の設問数／回答デバイス・環境の配慮 など

- 調査の実施時期

- 配信の曜日や時間帯



調査会社を活用するメリット

CS調査の多くはアンケート調査で実施されます。

アンケート調査は調査設計が”命”です。

調査票の精度が低ければ誤った回答を生み、正しいデータになり得ません。

調査会社や専門機関を頼り、

課題に沿った調査設計～分析をしていきましょう。

i-PORTチャンネル

インタビュー調査が見放題！

アスマークオリジナル開発のオンラインインタビューシステム



無料視聴はこちら



ネットリサーチ業界で トップクラスの案件実績数

アスマークは全国に約100万人（提携パネル含め約1,800万人超）のインターネットパネルを構築する調査会社です。

インタビュー調査などの定性調査から、ネットリサーチ事業を始めとした定量調査を主とし、その他独自のサービスも提供しています。

モニター
リクルート
事業

約3,000件超

ネット
リサーチ
事業

約3,000件超

ホーム
ユーステスト
事業

約300件超

会場調査
事業

約250件超

※21期実績

品質

徹底された 仕組み化

各セクションへ明確な業務権限を付与し、
業務プロセスを徹底的に体系化。
高品質な業務を安定提供いたします。

集約された ノウハウ

調査実績は4万件超。
専門知識を持つ社員による事業推進を基盤に
ナレッジを社内共有する仕組みを整備。
更に改善と知識の刷新を重ね、恒常的な
クオリティ向上に努めています。

同業界との 連携

アンケートパネルのリクルートを始めとした
長年にわたる同業他社との連携も。
また、他社との事業提携も継続的に推進し
リサーチ業界全体の発展へ寄与しています。

外部認証機関 の証明

品質担保の証としたプライバシーマーク取得を
始めとし、製品認証の国家/国際規格「JIS
Y20252 (ISO20252) : 2019」も取得。
定期的に全社員を対象とした正しい情報の
取り扱いも啓蒙し、質の担保へ努めています。

アスマーク・定性調査の強み

圧倒的なリクルート力

対象者の発言力や条件合致度などの確認作業を、リクルート案件数No,1のノウハウを生かして行い、質の高い対象者をリクルーティングします。

幅広い課題に対応するモデレーターネットワーク

「法人個人含め、50名以上のモデレーター」とつながりがあり案件ごとに最適なモデレーターのアサインが、スムーズに可能です。

自社独自開発システム

定性調査に特化した、インタビュー・チャットシステムを独自開発し展開。調査会社の目線で質を追求した、上質なりサーチ環境をお届けします。

納得感を追求。知見を基とした提案力

小回りの利く「迅速・柔軟な対応」を社員全員が志しております。スケジュールや費用調整、無料出現率調査の実施など、お客様にご満足頂けるレスポンスの早さで対応いたします。



アスマーク・定量調査の強み



アンケート専用自社モニターと提携パネル6社による回収パワー

カードやEC会員の寄せ集めではなく『アンケートやインタビューを目的』として構成される自社モニター。そのため協力率や遅刻・欠席率が他社様と異なり、市場発展に対する高い調査貢献力が強みです。

更にトップクラスのパネル提携数を誇るため、1700万人を対象にリサーチが可能。出現率の低いテーマや回収量の必要なリサーチ現場で、多くの皆様にご活用頂いております。

企画設計からレポートニング・報告会までフルサポート

専門統計調査士やマーケティング実務士等、リサーチやマーケティング知見を有した者が複数在籍しており、リサーチ会社のなかでは珍しくリサーチャーが企画設計～分析レポートニングまで一貫して対応。機械的ではなくよりお客様の意図を汲み取った対応を最大限心掛けております。

幅広いジャンルへの対応力

分け隔てない業種業態へ対応しており、様々な領域におけるリサーチ経験を保有。業種業界ごとに、専門チームが知見を活かして責任対応いたします。

i-PORT voice

リサーチ特化型 | オンラインインタビューシステム

長きにわたり定性調査に強みを持つ、アスマークが独自開発した、調査専用のオンラインシステム。インタビュー会場特有の空間構造をオンライン上で再現しているため、デプスインタビューはもちろん、最大6名までのグループインタビューの実施や、パッケージ評価・試飲試食調査など、幅広い検証が可能です。従来システムでは難しい「同時通訳機能」や「言語選択機能」など多彩な機能も完備。海外調査におけるオンラインインタビューも可能です。

5つのポイント

インタビュールーム
ミラールーム
バックルーム
を実現

バックルーム同士の
コミュニケーション
が可能

好みの大きさで
画面拡大が可能
オンラインでも
表情を捉えやすく

インカメラ/
アウトカメラの
マルチな切り替え
が可能

モデレーター
2名体制で
インタビュー
できる



i-PORT chat

リサーチ特化型 | チャットインタビューシステム

全国100万人超の調査パネルを保有するアスマークだから開発できた

「希望のモニターへ気軽にチャット調査ができる」独自のチャットインタビューツールです。

モニターリクルート・定性調査に圧倒的業界シェアを持つ当社目線を活かし、チャットインタビューに適した対象者の設定～インタビューまでを、一気通貫してスピーディに実施させていただきます。

多くのお客様に、インタビューやホームユーステストの予備調査としても、マルチにご活用頂いています。

5つのポイント

調査会社視点で開発
インタビュアー・
モニターそれぞれに
フィットしたUI

スマホやタブレット
など
マルチデバイス
対応が可能

便利な
「チャット
テンプレート」で
質問の入力も楽々

動画や画像の
添付も簡単

調査目的・概要と
インタビュー履歴を
1つのファイルで
まとめてDL可能

会社概要

[調査のご相談はこちら](#)

会社名 株式会社アスマーク

代表取締役 町田 正一

所在地 本社
〒150-0011 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティータワー4階
TEL：03-5468-5101

社員数 316名（2025年11月末時点）

事業内容

- ・市場調査
- ・HR Techサービス
- ・RPA導入・運用支援
- ・労働者派遣事業（許可番号：派13-311841）



創 立 1998年12月

運営サイト

- ・アンケートモニター募集サイト「D STYLE WEB」の運営・管理
- ・買った人・使った人の評価サイト「シェアビュー」の運営・管理
- ・外国人市場調査業務「e-gaikokujin.Recruiting」の運営・管理

設 立 2001年12月

取得認証



資本金 166百万円（2025年11月末時点）

売上高 4,416百万円（2025年11月期）

加盟団体

- ・社団法人 日本マーケティングリサーチ協会（JMRA）