

顧客満足度の最適化によるリピーター獲得戦略

東京理科大学 磯部 快, 朝日 弓未

研究背景

サブスクリプションサービス市場は今後も成長が見込まれている一方で、顧客の長期的な興味を引きつける戦略が不足しているという調査結果がある。

また、本研究では顧客満足度の測定にSERVQUALモデルを活用するが、このモデルは発表から年月が経過しており、これまで多くの議論や追加研究が行われてきたものの現代のサービスにそのまま適用できるかは明らかではない。顧客が実際に求める要素が従来のサービスとは異なる可能性がある。

研究目的

満足度と期待値の分析結果を基に、長期的な利用を促進するための効果的なサービス設計の指針提案

SERVQUALモデルが現代のサブスクリプションサービスに適用可能かを検証し、その有効性や改良の可能性について議論する

使用データ

- ・提供：株式会社oricon ME
- ・期間：2017年, 2018年, 2020年, 2021年
- ・件数：24, 136件
- 「オリコン顧客満足度」の調査データ

SERVQUALモデルとは

- ・サービスの品質を測定するための評価尺度の1つ
- ・サービスを**5つの要素**に分類し、サービス全体の品質を総合的に評価する

有形性, 確実性, 応答性, 信頼性, 共感性

分析結果・考察

◆質問項目への回答を性質ごとに分けたものとサービス全体に対する満足度の関連性を重回帰分析により評価

【重決定R²値】

電子書籍サービス			定額制動画配信					
共感性	確実性	有形性	信頼性	応答性	確実性	信頼性	共感性	有形性
0.42	0.59	0.71	0.57	0.47	0.51	0.56	0.33	0.48

他の性質に比べて大きな影響を持つ

➡ 利用者は「デジタル環境で快適に読むためのツール」として利用している

💡 提供される作品自体は外部のコンテンツである場合が多く、品質は確保されている

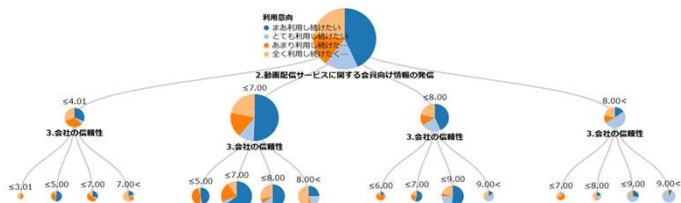
➡ 顧客は操作性や使いやすさ、閲覧環境といった**有形性を重視**する傾向が強い

◆今後も利用し続けたいかを目的変数とした決定木での特徴把握

60歳以上の利用者は会員情報の発信への満足度が低い場合、「利用し続けたくない」と言う人が**劇的に増加**

➡ サービスを利用するための端末操作に不慣れである

➡ 操作性だけでなく丁寧な説明や状況に応じたサポートなどの**応答性**の重要性



【定額制動画配信60歳以上決定木(一部抜粋)】

◆各性質の満足度と期待値のギャップの影響の変化量を見るためピアソン相関で類似度を調べた

【継続利用意向の回答割合の性質別ピアソン相関】

動画配信	信頼性	共感性	応答性	有形性	確実性
信頼性	1	0.995142	0.996356	0.999483	0.99847
共感性	0.995142	1	0.99652	0.997081	0.998251
応答性	0.996356	0.99652	1	0.996785	0.998179
有形性	0.999483	0.997081	0.996785	1	0.998683
確実性	0.99847	0.998251	0.998179	0.998683	1
電子書籍	信頼性	共感性	有形性	確実性	
信頼性	1	0.997482	0.999651	0.996808	
共感性	0.997482	1	0.997621	0.992131	
有形性	0.999651	0.997621	1	0.994923	
確実性	0.996808	0.992131	0.994923	1	

各性質で満足度と期待値の差が与える継続利用意向への影響に違いは無いと言える

💡 インターネットの発達によりサービスを受ける前から実際に受けている人の感想や画面を容易に見ることができるようになっている

➡ 既存顧客の満足度向上で良い評価が拡散され、新規顧客の期待値を引き上げる効果が期待できる

➡ 期待値の最適化に注力するのではなく、**満足度を向上させる取り組みがより重要**

今後の方針

定額制動画配信の特徴がまだあまり掴めていないため、要素を変えて改めて分析する必要がある

謝辞：本研究では、国立情報学研究所のIDRデータセット提供サービスにより株式会社oricon MEから提供を受けた「オリコンデータセット」を利用させていただきました。厚く御礼申し上げます。