

日本人消費者を対象とする 顧客推奨度指標の最適化

— NPS から PSJ へ —

早稲田大学大学院 経営管理研究科 教授

木村 達也

キーワード

NPS (Net Promoter Score), PSJ (Promoter Score Japan), 推奨者の正味比率, ERS, MRS

I. 問題提起

本稿では、NPS (Net Promoter Score) の日本人消費者を対象とする際の適用性について検討した。究極の質問 (Ultimate Question) と呼ばれるただ一つの質問に対しては、問題を解明するには単純化しすぎているとの指摘や科学的な厳密性の面から疑問を差し挟む議論もあるが、その対象企業、製品、サービス、ブランドといったものの多様な特性や対象とする種々の顧客属性、そして個々の市場特性を考慮するならばそれは驚くものではなく、NPSの現実のビジネスにおける有用性を根本から否定するものではない。本稿では、その実務上の適用性に焦点をあて、日本市場でどのように使われるべきかという視点から検討をおこなった。

II. NPS 概念

I. 定義と算出法

NPSでは企業の顧客を3つの顧客グループに分類し、各グループは明確に異なる行動パターンと態度をとり、企業に求める行動もそれぞれ異なっている (Reichheld, 2011)。3つの顧客グループは次の通りである。①推奨者 (Promoters): 0から10の11段階尺度のなかから9点、または10点と答えた顧客。②中立者 (Passively Satisfied): 0から10の11段階尺度のなかから7点、または8点と答えた顧客。③批判者 (Detractors): 0から

10の11段階尺度のなかから0点から6点をつけた顧客。NPSはこれら3つに大別された顧客グループをもとに、(1)の推奨者の割合から(3)の批判者の割合を差し引いて算出されたものである。

2. 指摘される問題点

究極の質問と呼ばれる質問方法に対しては、その信頼性や妥当性の点から疑問も投げかけられてきた。まず、NPSの信頼性と有効性に関しては実証的な研究をもとにいくつかの疑問点があげられている。つぎに、NPSの採用と適用にあたっての地域性、あるいは対象となる顧客のベースとなる文化による違いが指摘されている。

III. 日本人のレスポンススタイル

調査参加者の回答における国別の傾向の違いの存在は、これまでに多くの先行研究により示されている。Chen et al. (1995), Johnson et al. (2005), 田崎・申 (2017), Harzing (2006) らの研究結果から、日本人 (および東アジア人) は他国の人々 (とりわけ個人主義的傾向の強い米国人) とは対照的なレスポンススタイル、すなわち与えられた選択肢の両端 (Extreme) でなく中間 (Midpoint) を選ぶという中間回答傾向を持っていることが示されている。

IV. 新指標の検討と提案

4つの企業をケースに、それらの顧客を対象に実施したNPS調査の結果をグラフィカルに示すことで、NPS測定の利用の新たな適合方法と新指標を検討した。今回、分析の対象として化粧品ブランド、日用品メーカー、ファッションEC、そしてクレジットカード会社のデータを用いた。それら結果から、本論ではスコア5と6のグループを中立者とする、NPSをベースにした日本版改良型であるPSJ（Promoter Score Japan）を新たな顧客推奨度測定の指標ガイドラインとして提案した。

図表 I NPSとPSJ

	批判者	中立者	推奨者
NPS	0～6	7, 8	9, 10
PSJ	0～4	5～7	8～10

謝辞

株式会社 EmotionTech から分析のもととなるデータの協力をいただいた。なお本研究は、JSPS 科研費（課題番号:18K01894）の助成を受けた研究成果の一部である。

主要引用文献

- Chen, C et al. (1995), "Response Style and Cross-Cultural Comparisons of rating Scales Among East Asian and North American Students," *Psychological Science*, Vol. 6 (3), pp. 170-175.
- Harzing, A. (2006), "Response Style in Cross-national Survey Research -A 26-country Study-," *International Journal of Cross Cultural Management*, Vol 6 (2), pp. 243-265.
- Johnson et al. (2005), "The Relation Between Culture and Response Styles: Evidence from 19 Countries," *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 36, pp. 264-277.
- Reichheld, F. (2011), *The Ultimate Question 2.0*, Harvard Business Review Press.
- 田崎勝也・申知元 (2017)「日本人の「回答バイアス」-レスポンス・スタイルの種別間・文化間比較-」『心理学研究』第88巻, 第1号, pp. 32-42