

# SDGs（持続可能な開発目標）を推進する企業のための 顧客満足度+SDGs浸透度調査

CS : Customer Satisfaction + SDGs : Sustainable Development Goals

**SDGs**  
持続可能な  
開発目標  
とは

2015年9月の国連サミットで採択されたもので、国連加盟193か国が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた目標です。日本政府もアクションプランを作成し、政官民一体となって取り組みを実施しています。学校教育でも積極的にカリキュラムが実施されており、企業のSDGsへの取り組みが、今後の顧客の企業選択・商品選択に大きな影響を与えることが予想されます。

## 顧客満足度 + SDGs浸透度調査 とは

通常のCS調査にプラスして、SDGsや社会的な課題に対する取り組みへの理解や浸透を聴取することにより、SDGsへの取り組みが顧客満足度に与える影響を把握した上で、**顧客満足向上の施策を「商品・サービス」「SDGsへの取り組み」の両面から考えます。**

### 通常のCS調査

- 総合満足度
- 推奨意向 (NPS)
- 商品・サービスの個別満足度
- 要望・改善点

### SDGs浸透度

- SDGsや社会的課題に対するユーザーの考え
- SDGs取り組み認知
- SDGs取り組み評価
- SDGs取り組み認知後の満足度

### 今後の施策

- SDGs広報施策
- リピーター獲得施策
- 新たなSDGs取り組み
- SDGs視点をういた商品・サービスの開発・改善
- ★ロイヤルティ向上と評判形成

### POINT1

顧客が企業を応援したくなる  
社会的課題への対応を把握します

### POINT2

顧客をファン化させるための広報や  
周知施策を考えます

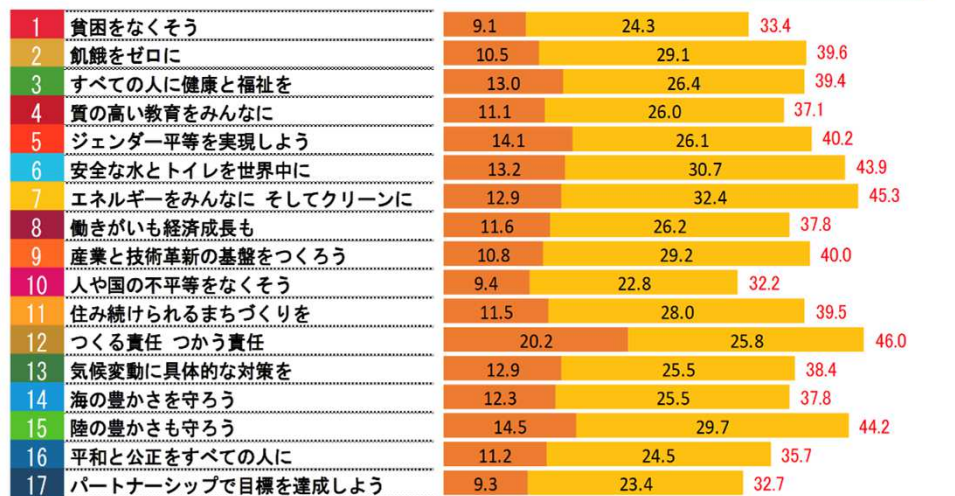
### POINT3

SDGs視点をういた商品・サービスの  
開発・改善を考えます

# POINT1

## 顧客が企業を応援したくなる 社会的課題への対応を把握します

### 一般市民のSDGs目標に対する考え



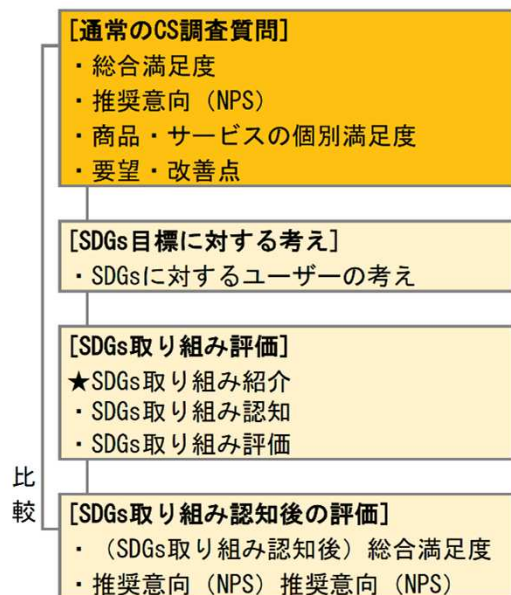
- [STEP1] 顧客のSDGs目標に対する考えを聴取。
- [STEP2] 一般市民と比較(顧客特性を把握)。
- [STEP3] 企業(自社)が取り組むべき課題を聴取。

※(株)日本リサーチセンター調べ  
WEB調査で全国の15~69才  
男女1000名に実施  
調査期間は2020年5月28日~6月3日

# POINT2

## 顧客をファン化させるための 広報や周知施策を考えます

### 調査項目の流れ



[STEP1] (通常の)顧客満足度と(SDGs取り組み認知後の)顧客満足度を比較することにより、SDGs取り組みの効果把握。

[STEP2] 企業(自社)のSDGsへの取り組みに対する顧客の認知と評価を聴取。

[STEP3] SDGs取り組み認知後の顧客満足度の変化を確認し、満足度が上昇した顧客が評価しているSDGs取り組みを把握します。その取り組みを顧客に周知させるための広報を考えます。

# POINT3

## SDGs視点を用いた商品・サービスの開発・改善を考えます

### [STEP1] 自由回答質問

- <顧客の体験>
- Q. A社の商品・サービスを利用して良かった体験は?  
→現状で提供している価値
- Q. A社が取り組むべき社会課題、どのような事に取り組むべき?  
→今後提供すべき価値

### [STEP2] ワークショップ

- <価値マップの作成>
- 下記の価値をマップ化することによって、顧客理解と自社が顧客に提供すべき価値を発見します。
- ①現時点で顧客が得ている価値
- ②今後の顧客が求める価値 (SDGs視点)

### [STEP3] アイデア発想

<商品・サービスの開発・改善>  
顧客に提供すべき価値をどのように商品・サービスに反映させるべきかをアイデア発想法によって考えます。

アイデア No. 体験価値・ベネフィット

---

訴求アイデア : キャッチフレーズ・媒体

---

ターゲット層
講座ジャンル

ワークショップの詳細に関しては、お問い合わせください。