

付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト

カテゴリー	評価観点	評価方法		評価項目	評価
		方法	点		
3. 顧客・市場の理解と対応					
3.1 顧客・市場の理解					
(1)「顧客・市場の理解」の基本的考え方と運営方法	「顧客・市場の理解」に関する基本的考え方、及び顧客・市場分野の選定方法及び、競合企業の対象や顧客・市場の将来性の検討方法	複数選択		経営者、又は組織長が事業企画を立てる際、収集された情報から顧客・市場分野の選定を行っ	
				経営者などの管理者の会議で、収集された情報から顧客・市場分野の選定を行っている	
				事業企画の組織が独立して存在し、収集された情報から顧客・市場分野の選定を行っている	
				他社との比較やベンチマーク評価などを行い、対象とする競合企業を選定している	
				上記以外の方法で、顧客や市場の選定や将来性の検討を実施している	
	現在取引のある顧客や対象としている市場分野の、現在及び将来に向けた要求・期待の明確化	複数選択		個人の情報として、B２Cマーケティングにより要求・期待の明確化を行っている	
				市場の情報として、展示会等に出展し来場者からのアンケートや意見により要求・期待の明確化を行っている	
				特定の市場の情報として、雑誌や調査会社などの情報を収集している	
				顧客にたいし、タイムリーな調査や日々の顧客情報などから、期待・要望の変化を察知してい	
				様々な情報を一元管理し、要求・期待の明確化にその情報を用いている	
				顧客との協同研究や協同開発により、将来に向けた要求・期待の明確化を行っている	
				上記以外のその他の方法で、現在及び将来に向けた要求・期待を明らかにしている	

付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト

カテゴリー	評価観点	評価方法		評価項目	評価
		方法	点		
3. 顧客・市場の理解と対応					
3.1 顧客・市場の理解					
(1)「顧客・市場の理解」の基本的考え方と運営方法	将来主要な取引先として考えている顧客を見定める方法、及びその顧客・市場の要求・期待の明確化の方法			展示会等に出展し、潜在顧客の要求・期待の明確化を行っている	
				製品発表やセミナーを開催し、潜在顧客の要求・期待の明確化を行っている	
				インターネットで製品やサービスを公開し、潜在顧客に情報提供を行っている	
				業界における企業の占有度や主要取引先を調査し、潜在顧客の見定めを行っている	
				上記以外の方法で、潜在顧客の見定め、及び要求・期待を明らかにしている	
	新たに事業機会や製品・サービスを創造するための情報源としての顧客と市場を探索する方法	複数選択		先進的な顧客グループの意見聴取により、新たな事業機会等の創造するための情報源としてい	
				展示会、ユーザーリサーチ、アンテナショップ、ショールーム等により、新事業展開の情報源として、顧客や市場を探索して	
				DM、インターネット、関連企業からのアンケート等の情報を用いて新事業探索を行っている	
				事業企画の組織が独立して存在し、新事業展開の情報源として得られた情報から、顧客と市場を探索している	
				上記以外のその他の方法で、顧客や市場の探索を行っている	
(2)「顧客・市場の理解」の評価・改善	「顧客・市場の理解」の仕組みを評価・改善する方法、及び評価に用いる情報やデータ 「顧客・市場の理解」の仕組みの改善の実施	択一	5	長期的に情報を収集分析し、継続的に改善を行っている	
			4	長期的に情報を収集分析しているが、改善の仕組みは確立されていない	
			3	長期的に情報を収集しているが、分析・改善の仕組みは確立されていない	
			2	長期的な情報の収集を行っておらず、改善の仕組みも確立されていない	

付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト

カテゴリー	評価観点	評価方法		評価項目	評価
		方法	点		
3. 顧客・市場の理解と対応					
3.2 顧客との信頼関係					
(1)「顧客との信頼関係」に関する基本的考え方と運営方法	顧客との長期的な信頼関係を維持・確立するための、基本的考え方と運営方法	複数選択		事業として、ヘルプデスクサービス等によりアフターフォローを実施している	
				体制として、お客さまからの問い合わせ窓口を明確にして対応している	
				管理システムとして、ＣＴＩのシステムを導入し案内の自動化を行っている	
				管理システムとして、問い合わせ・苦情をデータベースなどで管理している	
				経営的な情報なども公開して、企業情報をオープンにしている	
				上記以外のその他の方法で、顧客との信頼関係を維持・確立している	
	顧客に期待や要望を積極的に述べてもらうための方法や、顧客への積極的な情報発信の方法	複数選択		対個人に対して、インターネットやアンケート等で期待や要望を収集／発信をしている	
				対顧客に対して、定期的な打ち合わせ等により、期待や要望の収集／提供をしている	
				複数の企業に対して、ＣＳ調査や調査結果報告で期待や要望を収集／提供をしている	
				不特定多数の企業に対して、展示会やセミナー等を開催し期待や要望を収集／提供している	
				グループインタビュー等、期待や要望を積極的に得る方法を実施している	
				アンテナショップやショールーム等で、期待や要望を得て、情報発信している	
				上記以外のその他の方法で、顧客からの情報収集／発信を行っている	
	顧客からの期待や要望への対応、問題の根本原因の追求、再発・未然防止策の策定方法	複数選択		顧客からの期待や要望について対応方法が定められている。	
				顧客からの期待や要望について問題の根本原因の追求を行っている。	
				顧客からの期待や要望について再発防止に取り組んでいる	
				顧客からの期待や要望について未然防止策を検討し実施されて	

付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト

カテゴリー	評価観点	評価方法		評価項目	評価
		方法	点		
3. 顧客・市場の理解と対応					
3.2 顧客との信頼関係					
(1) 「顧客との信頼関係」に関する基本的考え方と運営方法	顧客への対応のクオリティを把握するための主要なサービス基準を明示し、その基準の設定方法、関連する部門への基準の展開方法、サービス基準の遵守を徹底する方法	複数選択		顧客対応のクオリティ把握の為、主要なサービス基準が定められている	
				顧客対応のクオリティ把握の為、サービス基準の設定方法が定められている	
				顧客対応のクオリティ把握の為、サービス基準の関連部門への基準の展開方法が定められている	
				顧客対応のクオリティ把握の為のサービス基準の遵守が徹底されている	
(2) 目標値の設定と成果の把握	(1) の仕組みによって達成すべき目的値の設定方法、その成果を把握する方法、成果の把握に用いる評価尺度・指標	複数選択		顧客との信頼関係に関して目標値の設定方法が定められている	
				顧客との信頼関係に関して目標に対する成果の把握方法が定められている	
				顧客との信頼関係に関して成果の把握に用いる評価尺度（評価方法）が定められている	
				顧客との信頼関係に関して成果の把握に用いる指標（指針、目印）が定められている	
(3) 「顧客との信頼関係」の評価・改善	「顧客との信頼関係」の仕組みを評価・改善する方法、及び評価に用いている情報・データ 「顧客との信頼関係」の仕組みの改善の実施	複数選択		「顧客との信頼関係」の仕組みを評価・改善する方法として長期的に情報を収集している	
				「顧客との信頼関係」の仕組みを評価・改善する方法として収集した情報を分析している	
				「顧客との信頼関係」の仕組みを評価・改善する方法として収集した情報の分析結果から、部分的に改善を行っている	
				「顧客との信頼関係」の仕組みの評価・改善が継続的に実施されている	
3.3 顧客満足の明確化					
(1) 「顧客満足の明確化」に関する基本的考え方と運営方法	「顧客満足の明確化」について、その基準的考え方と運営方法	複数選択		対個人に対して、アンケートや個人情報のデータ収集などを行っている	
				不特定の顧客に対して、インターネットや展示会等で顧客満足のアンケート等を行っている	
				特定の顧客に対して、顧客満足調査等を行っている	
				複数の企業に対して実施した顧客満足の調査結果から、強み弱みを検討している	
				上記以外の方法で、「顧客満足の明確化」を実施している	

付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト

カテゴリー	評価観点	評価方法		評価項目	評価
		方法	点		
3. 顧客・市場の理解と対応					
3.3 顧客満足の明確化					
	顧客満足・不満足を把握する方法。	複数選択		直接的な指標（顧客満足度調査、アンケート、ヒアリング等）を収集している	
	あわせて再購入、継続的取引、紹介推薦に影響を与える主要な満足・不満足要因を明らかにする方法			間接的な指標（苦情、クレーム、返品、欠陥商品の回収、返金、交換、修理、サービスのやり直し、保証期間内無償修理、誤発注、契約解除等）を収集し	
				意見、苦情の収集方法や受付処理組織が定められている	
				顧客満足・不満足の指標と、再購入・継続率等の関連の分析を行っている	
				上記以外のその他の方法で、顧客満足・不満足を把握している	
	顧客満足・不満足における競合他社との比較や業界内での位置づけを明らかにする方法	複数選択		直接得られた指標（顧客満足度調査等）について、他社との比較や業界内での位置付けを調査している	
				間接的に得られた指標（苦情、クレーム等）について、他社との比較や業界内での位置付けを調査している	
				意見、苦情の収集方法や受付処理組織について、他社との比較を行っている	
				顧客満足・不満足の指標と、再購入・継続率等の関連について、他社との比較や業界内での位置付けを調査している	
				上記以外のその他の方法で、他社との比較や業界内での位置付けを明らかにしている	
(2) 目標値の設定と成果の把握	(1)の仕組みによって達成すべき目標値の設定方法、その成果を把握する方法、成果の把握に用いる評価尺度・指標	複数選択		顧客満足の明確化に関して目標値の設定方法が定められている	
				顧客満足の明確化に関して目標に対する成果の把握方法が定められている	
				顧客満足の明確化に関して成果の把握に用いる評価尺度（評価方法）が定められている	
				顧客満足の明確化に関して成果の把握に用いる指標（指針、目印）が定められている	



付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト

カテゴリー		評価観点	評価方法		評価項目	評価	
			方法	点			
3. 顧客・市場の理解と対応							
3.3顧客満足の明確化							
	(3)顧客満足の明確化」の評価・改善	「顧客満足の明確化」の仕組みを評価・改善する方法、及び評価に用いる情報・データ 「顧客満足の明確化」の仕組みの改善の実施	択一	5	長期的に情報を収集分析し、継続的に改善を行っている		
				4	長期的に情報を収集分析しているが、改善の仕組みは確立されていない		
				3	長期的に情報を収集しているが、分析・改善の仕組みは確立されていない		
				2	長期的な情報の収集を行っておらず、改善の仕組みも確立されていない		
4. 戦略の策定と展開							
4.1戦略の策定と形成							
	(1)「戦略の策定と形成」に関する基本的考え方と運営方法	戦略の策定とその形成の仕組みについて、基本的考え方、主要なステップ、策定に参画するメンバー、対象とする期間	複数選択		戦略策定と形成の仕組みについて基本的考え方が明確にされている		
					戦略策定と形成の仕組みについて主要なステップが明確にされている		
					戦略策定と形成の仕組みについて参画メンバーが定められている		
					戦略策定と形成の仕組みについて対象期間が定められている		
	戦略を策定するプロセスにおいて、様々な要因に関する情報の収集方法、分析方法、及び情報の分析結果から戦略課題を定め	複数選択			製品やサービスに関する顧客・市場の要求・期待、市場機会の情報を収集分析し戦略課題を定めている		
					競争環境、社会環境変化、その他外部要因の情報を収集分析し戦略課題を定めている		
					組織が保有する独自の能力の情報を収集分析し戦略課題を定めている		
					求められる人材の要件や社員のニーズの情報を収集分析し戦略課題を定めている		
					ビジネスパートナーの能力やニーズの情報を収集分析し戦略課題を定めている		
					財務要因、その他組織の内部要因の情報を収集分析し戦略課題を定めている		

付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト

カテゴリー	評価観点	評価方法		評価項目	評価
		方法	点		
4. 戦略の策定と展開					
4.1 戦略の策定と形成					
	現場の着想や、判断で実施し成功したことを戦略に反映する方法	複数選択		現場の着想として、社内起業制度や提案制度等により、戦略に反映している	
				現場の判断で成功したことを、企業内に公表し、戦略に反映している	
				社内に先進技術の研究組織などを作り、その成果を戦略に反映している	
				上記以外の方法で、現場の着想や判断で実施し成功したことを戦略に反映している	
	戦略課題とその目標を達成するために、人材を含む経営資源を最大限に効果的活用する方法	複数選択		戦略課題とその目標を達成するために経営資源の計画を行っている	
				戦略課題とその目標を達成するために経営資源の計画に従って提供されている	
				戦略課題とその目標を達成するための経営資源の効率を評価している	
				戦略課題とその目標を達成するために経営資源の評価結果から、随時見直しを行っている	
	(2) 戦略課題と達成目標	複数選択		戦略課題に対して実行スケジュール(短期)がある	
				戦略課題に対して実行スケジュール(中長期)が有る	
				戦略課題に対して達成目標(達成度が判断可能)が定められている	
				戦略課題に対して必要な経営資源の計画・準備が明確にされて	
(3) 「戦略の策定と形成」の評価・改善	択一	5	長期的に情報を収集分析し、継続的に改善を行っている		
		4	長期的に情報を収集分析しているが、改善の仕組みは確立されていない		
		3	長期的に情報を収集しているが、分析・改善の仕組みは確立されていない		
		2	長期的な情報の収集を行っておらず、改善の仕組みも確立されていない		

**付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト**

採点	



**付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト**

採点			

## 付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト

採点			

**付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト**

[illegible]

**付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト**

採点			

## 付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト

[illegible]

## 付表１．組織の顧客指向成熟度 評価リスト

[illegible]