

付表２．顧客指向の組織の評価結果例

カテゴリー		評価項目	採 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 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・期待の明確化の方法 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		3	4	2	3
			2	3	4	4
			4	3	4	2
			3	4	2	3
(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		2	2	2	4
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 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 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 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		4	3	3	4
			5	3	3	3
			2	2	2	3
			3	4	2	3
(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		2	2	2	3
(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		2	2	2	4
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 顧客満足・不満足を把握する方法。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 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		3	2	2	3
			3	4	2	4
			2	2	1	3
			2	2	2	3
(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		2	2	2	3
(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		3	3	2	4
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 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る方法 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 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		3	3	2	3
			3	5	2	4
			4	2	2	2
			2	2	2	2
(2) 戦略課題と達成目標	(1)の仕組みによってつくられた主要な戦略課題、その実行スケジュール、達成目標、目標達成のために準備した経営資源、変革目標との関連性		3	2	3	3
(3) 「戦略の策定と形成」の評価・改善	「戦略の策定と形成」の仕組みを評価・改訂する方法について、評価に用いている情報・データ。「戦略の策定と形成」の仕組みの改善の実施		3	3	3	3