

新建新聞社と共同研究「住宅会社 CX 経営実現度調査」中間とりまとめから
CX (Customer Experience) 調査を通じ住宅会社に競争優位実現の要件を個別に提示

ハイアス・アンド・カンパニー株式会社(本社:東京都品川区 代表取締役社長:濱村聖一 以下、ハイアス)は、CX (Customer Experience) 調査(※)による「住宅会社 CX 経営実現度調査」の中間とりまとめから、住宅会社における競争優位の実現に有用な情報の集取が可能であることが分かりました。

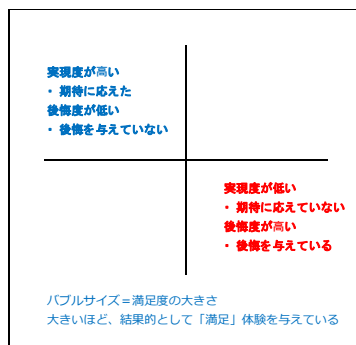
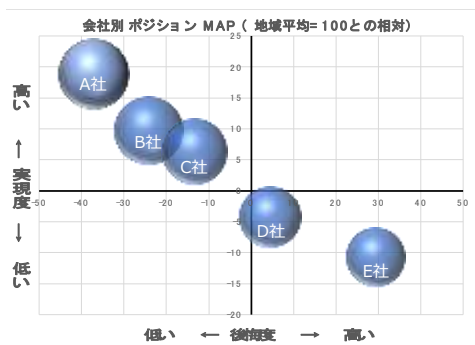
ハイアスでは、市場縮小による競争激化時代のあるべき住宅工務店経営の指針として感動満足経営の実現をテーマに、かねてより株式会社新建新聞社と共同研究を続けてまいりました。感動満足経営の実現度を測るものさしとして「CX(Customer Experience)」に注目し、住宅既購入者の体験、経験をもとに住宅会社の評価・分析を行う「CX 調査」のトライアル調査を実施しました。今回、その調査結果を分析することで、明確に今の競合を把握し、顧客接点業務における自社と競合との相対的な優位性判断の視点、また自社の個別の営業や設計、工務の発揮能力と業務遂行実態を捉え、相対的に何を变えればいいのか認識できる情報を得られることが分かりました。これにより「競争激化時代のあるべき住宅会社としての感動満足経営の実現」の要件を個別に提示することが可能になります。

■CX 調査の主な結果と中間とりまとめの要点

【主な調査結果1】地域内における自社ポジションマップ

「同一地域内の顧客の体験から見た」自社の地域における競合企業を明らかに出来ることが分かりました。

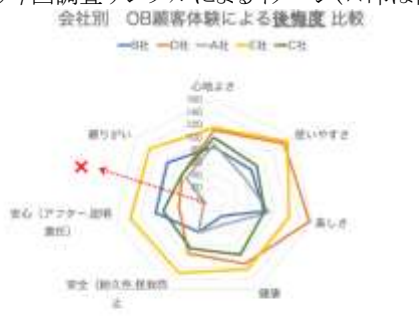
○今回調査サンプルによるイメージ



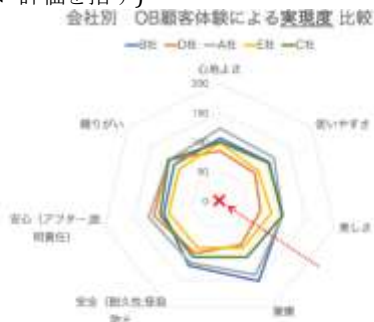
【主な調査結果2】会社別提供価値別にみた OB 顧客の後悔度と実現度

住宅会社・工務店が住まいの提供を通じて顧客に提供すべき価値を「心地よさ」「使いやすさ」「美しさ」「健康」「安全」「安心」「頼りがい」の7つの価値にまとめ、それぞれについて後悔を与える体験をさせた程度、顧客の要望や期待を実現させた程度を、地域の競合と比較することができることが分かりました。この分析を通じ、自社の強みと思っていたことでも競合がそれを上回る価値提供をした場合には相対的に強みにならなくなっている場合があることなどを把握することができます。

○今回調査サンプルによるイメージ(×印は低い評価を指す)



○ 枠の中心に近いほど「後悔するような体験をさせていない」
× 中心から離れるほど「後悔するような体験を与えている」

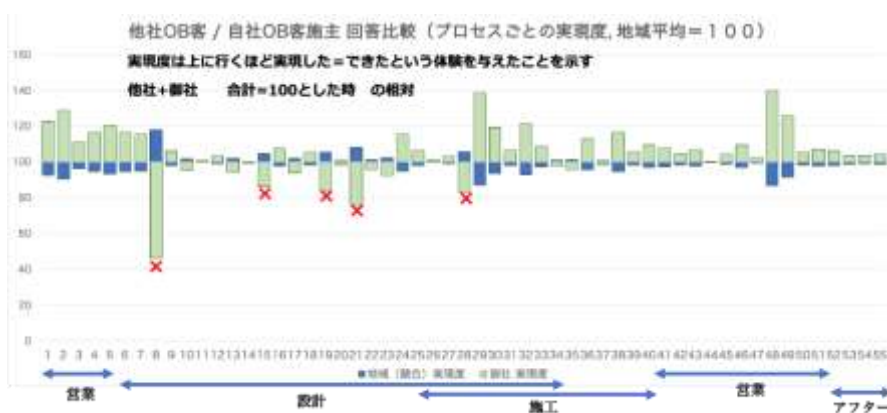
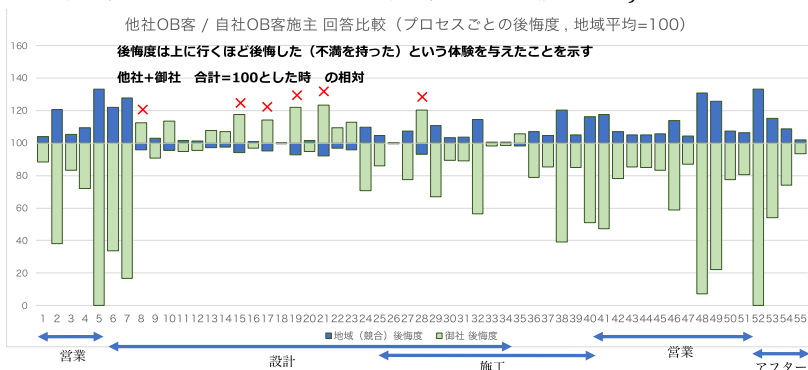


○ 中心から離れるほど「実現できたと実感させている」
× 枠の中心に近いほど「実現できたと実感させていない」

【主な調査結果3】自社の業務(タスク)プロセスごとにみた後悔度と実現度

自社の業務の提供過程のうち、どこで後悔(する体験)を与えているか、どこで(要望や期待を)実現できた(と感じさせた)かを把握できることが分かりました。さらに、この分析を顧客個人別に確認することで、営業担当者ごとの顧客関係作りの課題の抽出も可能になります。

○今回調査サンプルによるイメージ(×印は低い評価を指す)



他にも、今回 CX 調査で得られた結果を分析することで、OB 顧客からの紹介可能性を高めるのにつながる要素を分析することも可能であることが分かりました。今後、市場縮小すると考えられるなかで、顧客発掘の生産性を高める「紹介」を科学的、意図的に高めることができることに貢献できると考えます。

ハイアスでは、顧客との関係作りは CS から CX の時代へとと言われる昨今、顧客に感動レベルの満足を与える業務(タスク)を主体的かつ計画的に準備・実践することが必要になると考えています。今後も「住宅・不動産の取得が個人の資産形成に直結する社会の実現」の理念に基づき、地域密着の住宅・不動産に関連する産業のビジネスプロセスにおいて、イノベティブなナレッジを提供し続け、新規事業の開発や既存事業の発展に寄与する活動を続けてまいります。

【共同研究チームである株式会社新建新聞社 代表取締役社長 三浦祐成氏のコメント】

住宅業界、特に工務店で初めて「PDCA を回すことができるツール」ができた、と感じている。

この調査手法による自社の状況把握は、顧客の声をベースに自社の強み弱みを把握し、強みを伸ばし弱みを改善するだけでなく、それを競合対策や紹介受注の向上にも活用できる画期的なツールになる。今後の課題はこれを営業ブランディングツールとして活用できるようブラッシュアップしてゆくことだ。

【共同研究におけるトライアル調査概要】

対象：ハイアスが運営する R+house ネットワーク加盟店 OB 顧客および当該加盟店の所在エリア内の他社 OB 顧客

今回のトライアル調査では都市部、大都市近郊、郊外それぞれの加盟店で実施。

回答数：120 件

調査方法：インターネット調査

実施時期：2020 年 3 月

※CX(Customer Experience) 調査

ハイアスが特許を持つ、住宅既購入者の体験、経験をもとにした住宅会社の評価・分析指標 HOS(Home Owner's Satisfaction)- Index(特許:第 6555565 号,登録日:2019 年 7 月 19 日)を用いた住宅会社満足度調査。自分の住まいを建築した住宅会社の総合評価やその会社への見込み客の紹介意向、さらに HOS-Index の手法を元にした住宅既購入者の体験、経験をアンケート調査により取得、後悔度、住宅実現度、満足度、紹介可能性など住宅会社の業務上の競争優位点や課題の抽出を行う。

ハイアス・アンド・カンパニー(株) 会社概要 (証券コード: 6192 東証マザーズ)

- 設立: 2005 年 3 月
- 所在地: 東京都品川区上大崎
- 事業内容: 経営コンサルティング事業 (住宅・建設・不動産事業のナレッジ開発、
財産コンサルティング事業、販売促進支援事業など)
- 会社 URL: <http://www.hyas.co.jp>
- 資本金: 4 億 3,332 万円 (2020 年 4 月 30 日時点)
- 役職員数: 253 名 (2020 年 4 月 30 日時点)
- 各種ソリューション紹介: <http://view.hyas.co.jp>