

その他

① 顧客参加

サービス分類：CB（タイプ10分類）と変異性原因：その他：顧客参加促進のクロス表

			変異性原因：その他：顧客参加促進			合計
			非該当	該当	特に重要	
サービス分類：CB（タイプ10分類）	1.法人向け販売	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	7 100.0%	0 .0%	0 .0%	7 100.0%
	2.消費者向け販売	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	23 79.3%	6 20.7%	0 .0%	29 100.0%
	3.製造業	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	11 84.6%	2 15.4%	0 .0%	13 100.0%
	4.メンテナンス・ロジスティクス・レンタル	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	23 95.8%	0 .0%	1 4.2%	24 100.0%
	5.コンサル・システム開発	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	11 84.6%	2 15.4%	0 .0%	13 100.0%
	6.ヒト（身体）に対するサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	11 73.3%	4 26.7%	0 .0%	15 100.0%
	7.専門的システムを使用させるサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	10 71.4%	4 28.6%	0 .0%	14 100.0%
	8.専門情報提供サービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	12 85.7%	2 14.3%	0 .0%	14 100.0%
	9.モノに対するサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	4 80.0%	1 20.0%	0 .0%	5 100.0%
	10.ヒト（精神）に対するサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	7 70.0%	2 20.0%	1 10.0%	10 100.0%
合計	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	119 82.6%	23 16.0%	2 1.4%	144 100.0%	

(注) この要因を指摘する割合のCBの違いによる差は統計的には有意ではない。

② 顧客の期待と実態との乖離

サービス分類：CB（タイプ10分類）と同：同：顧客の期待と実態との乖離のクロス表

			同：同：顧客の期待と実態との乖離			合計
			非該当	該当	特に重要	
サービス分類：CB（タイプ10分類）	1.法人向け販売	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	3 42.9%	3 42.9%	1 14.3%	7 100.0%
	2.消費者向け販売	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	11 37.9%	13 44.8%	5 17.2%	29 100.0%
	3.製造業	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	8 61.5%	4 30.8%	1 7.7%	13 100.0%
	4.メンテナンス・ロジスティクス・レンタル	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	17 70.8%	5 20.8%	2 8.3%	24 100.0%
	5.コンサル・システム開発	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	9 69.2%	3 23.1%	1 7.7%	13 100.0%
	6.ヒト（身体）に対するサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	9 60.0%	5 33.3%	1 6.7%	15 100.0%
	7.専門的システムを使用させるサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	6 42.9%	7 50.0%	1 7.1%	14 100.0%
	8.専門情報提供サービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	7 50.0%	6 42.9%	1 7.1%	14 100.0%
	9.モノに対するサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	2 40.0%	2 40.0%	1 20.0%	5 100.0%
	10.ヒト（精神）に対するサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	2 20.0%	6 60.0%	2 20.0%	10 100.0%
合計	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	74 51.4%	54 37.5%	16 11.1%	144 100.0%	

(注) この要因を指摘する割合のCBの違いによる差は統計的には有意ではない。

### ③ 真の顧客への対応

サービス分類：CB（タイプ10分類）と 同：同：真の顧客への対応のクロス表

			同：同：真の顧客への対応			合計
			非該当	該当	特に重要	
サービス分類：CB（タイプ10分類）	1.法人向け販売	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	4 57.1%	2 28.6%	1 14.3%	7 100.0%
	2.消費者向け販売	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	22 75.9%	7 24.1%	0 .0%	29 100.0%
	3.製造業	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	8 61.5%	4 30.8%	1 7.7%	13 100.0%
	4.メンテナンス・ロジスティクス・レンタル	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	15 62.5%	8 33.3%	1 4.2%	24 100.0%
	5.コンサル・システム開発	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	8 61.5%	4 30.8%	1 7.7%	13 100.0%
	6.ヒト（身体）に対するサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	9 60.0%	5 33.3%	1 6.7%	15 100.0%
	7.専門的システムを使用させるサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	8 57.1%	6 42.9%	0 .0%	14 100.0%
	8.専門情報提供サービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	11 78.6%	2 14.3%	1 7.1%	14 100.0%
	9.モノに対するサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	3 60.0%	2 40.0%	0 .0%	5 100.0%
	10.ヒト（精神）に対するサービス	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	6 60.0%	2 20.0%	2 20.0%	10 100.0%
合計	度数 サービス分類：CB（タイプ10分類）の%	94 65.3%	42 29.2%	8 5.6%	144 100.0%	

(注) この要因を指摘する割合のCBの違いによる差は統計的には有意ではない。

#### <Q15 観察：変異性各要因CB別の違い>

- ・ コンサル・システム開発で、顧客のニーズが無自覚を変異性の原因と考える傾向が強いように見える（統計的に有意ではない）。
- ・ ニーズ変化を変異性の原因と考える割合が、コンサル・システム開発で高く、身体に対するサービスで低いように見える（統計的に有意ではない）。
- ・ 顧客の評価基準が不定であることを変異性の原因と指摘する割合が、身体に対するサービスで高く、精神に対するサービスでやや高く、専門情報提供サービス、法人向け販売で低い（統計的に有意である）。
- ・ 期待が高過ぎることを変異性の原因と指摘する割合は、専門情報提供サービスで高く、法人向け販売、製造業で低く見える（統計的に有意ではない）。
- ・ 従業員の知識不足を変異性の原因と指摘する割合は、法人向け販売とコンサル・システム開発で低く見える（統計的に有意ではない）。
- ・ 従業員のスキル不足を変異性の原因と指摘する割合は、法人向け販売で低く見える（統計的に有意ではない）。

- ・ 従業員のモチベーション不足を変異性の原因と指摘する割合は、製造業、メンテナンス等、専門情報提供サービスで低く、法人向け販売、モノに対するサービスで高く見える（統計的に有意ではない）。
- ・ 従業員の提案力不足を変異性の原因と指摘する割合は、製造業、コンサル・システム開発、精神に対するサービス、専門情報提供サービスで高く、法人向け販売で低い（統計的に有意である）。
- ・ 従業員の共感性の低さを変異性の原因と指摘する割合は、精神に対するサービスで高く、法人向け販売、製造業、コンサル・システム開発、モノに対するサービスで低く見える（統計的に有意ではない）。
- ・ 従業員同士の関係の悪さを変異性の原因と指摘する割合は、モノに対するサービスで高く見える（統計的に有意ではない）。
- ・ 仕組み・システムが不明確であることを変異性の原因と指摘する割合は、製造業、コンサル・システム開発で高く、法人向け販売で低く見える（統計的に有意ではない）。
- ・ 仕組み・システムの使い勝手が悪いことを変異性の原因と指摘する割合は、専門的システムを使用させるサービス、精神に対するサービスで高く、法人向け販売で低い（統計的に有意である）。
- ・ 仕組み・システムの待ち時間が長いことを変異性の原因と指摘する割合は、専門的システムを使用させるサービスで高く、製造業、システム開発で低く見える（統計的に有意ではない）。
- ・ 顧客の期待と実態との乖離を変異性の原因と指摘する割合は精神に対するサービスで高く、メンテナンス等、コンサル・システム開発で低く見える（統計的に有意ではない）。

##### （５）各項目の CC 別の違い

このセクションでは違いが統計的に有意であったもののみ、表を提示する。

（\*\*\*）：1%水準で差が有意。

（\*\*）：5%水準で差が有意。

（\*）：10%水準で差が有意。

## モノによるか否か

### 顧客

#### ① ニーズ無自覚（\*\*）

			変異性原因：顧客：ニーズ無自覚			合計
			非該当	該当	特に重要	
サービス分類：CC2（モノによるか）	非該当	度数	29	24	2	55
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	52.7%	43.6%	3.6%	100.0%
	該当	度数	61	25	10	96
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	63.5%	26.0%	10.4%	100.0%
合計		度数	90	49	12	151
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	59.6%	32.5%	7.9%	100.0%

(注) モノによる方が「顧客のニーズが無自覚である」と指摘する割合が低い（5%水準で統計的に有意）。

### 従業員

#### ④ 提案力が低い（\*\*）

			同：同：対顧客提案力が低い			合計
			非該当	該当	特に重要	
サービス分類：CC2（モノによるか）	非該当	度数	16	34	7	57
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	28.1%	59.6%	12.3%	100.0%
	該当	度数	46	35	17	98
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	46.9%	35.7%	17.3%	100.0%
合計		度数	62	69	24	155
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	40.0%	44.5%	15.5%	100.0%

(注) モノによる方が「従業員の対顧客提案力が低い」と指摘する割合が低い（5%水準で統計的に有意）。

### その他

#### ② 顧客の期待と実態との乖離（\*）

##### クロス表

			同：同：顧客の期待と実態との乖離			合計
			非該当	該当	特に重要	
サービス分類：CC2（モノによるか）	非該当	度数	18	24	7	49
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	36.7%	49.0%	14.3%	100.0%
	該当	度数	49	29	9	87
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	56.3%	33.3%	10.3%	100.0%
合計		度数	67	53	16	136
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	49.3%	39.0%	11.8%	100.0%

(注) モノによる方が「顧客の期待と実態との乖離」を指摘する割合が低い（10%水準で統計的に有意）。

⑤ 該当なし（\*\*）

クロス表

			同：同：該当なし		合計
			非該当	該当	
サービス分類：CC2（モノによるか）	非該当	度数	44	5	49
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	89.8%	10.2%	100.0%
	該当	度数	65	22	87
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	74.7%	25.3%	100.0%
合計		度数	109	27	136
		サービス分類：CC2（モノによるか）の%	80.1%	19.9%	100.0%

（注）モノによる方が「該当なし」と指摘する割合が高い（5%水準で統計的に有意）。

ITか否か

顧客

④ 期待が高すぎる（\*\*）

クロス表

			同：同：期待が高すぎる			合計
			非該当	該当	特に重要	
サービス分類：CC3（ITによるか）	非該当	度数	68	20	1	89
		サービス分類：CC3（ITによるか）の%	76.4%	22.5%	1.1%	100.0%
	該当	度数	35	24	3	62
		サービス分類：CC3（ITによるか）の%	56.5%	38.7%	4.8%	100.0%
合計		度数	103	44	4	151
		サービス分類：CC3（ITによるか）の%	68.2%	29.1%	2.6%	100.0%

（注）ITによる方が「顧客の期待が高すぎる」と指摘する割合が高い（5%水準で統計的に有意）。

従業員

④ 提案力が低い（\*\*）

クロス表

			同：同：対顧客提案力が低い			合計
			非該当	該当	特に重要	
サービス分類：CC3（ITによるか）	非該当	度数	45	34	13	92
		サービス分類：CC3（ITによるか）の%	48.9%	37.0%	14.1%	100.0%
	該当	度数	17	35	11	63
		サービス分類：CC3（ITによるか）の%	27.0%	55.6%	17.5%	100.0%
合計		度数	62	69	24	155
		サービス分類：CC3（ITによるか）の%	40.0%	44.5%	15.5%	100.0%

（注）ITによる方が「従業員の対顧客提案力が低い」と指摘する割合が高い（5%水準で統計的に有意）。