

2021年度「顧客満足度調査」

－結果報告書－

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。
この度はお忙しい中にも関わらず、弊社第21回「顧客満足度調査」にご協力誠にありがとうございました。

過去20年間弊社独自の調査を実施して参りましたが、今回はその妥当性の確認及び弊社評価に対する客観的視点の取入れを目的として、日経リサーチ様のご協力のもとで調査を実施致しました。

頂きました回答を集計致しましたので、ご報告させていただきます。

2022年4月吉日



株式会社 荒木製作所

調査概要

調査方法	郵送調査（郵送発送→郵送回収）
調査対象	顧客ご担当者様（既存顧客、休眠顧客、新規顧客）
対象数	145サンプル 〔内訳〕既存顧客：116s、休眠顧客：6s、新規顧客：23s
回収数	103サンプル（回収率：71.0%） 〔内訳〕 既存顧客 86s（回収率：74.1%） 休眠顧客 3s（回収率：50.0%） 新規顧客 14s（回収率：60.9%）
調査期間	2022年1月5日（水）～2月7日（月）
調査主体	株式会社 荒木製作所
調査実施機関	株式会社 日経リサーチ

回答者属性

◆顧客分類		回答者数	企画・営業部門	購買部門	生産部門	研究・開発部門	その他	無回答
/所属部門								
	全体	103 (%)	7 6.8	30 29.1	9 8.7	51 49.5	5 4.9	1 1.0
分類別	既存顧客	86 (%)	5 5.8	29 33.7	9 10.5	38 44.2	4 4.7	1 1.2
	休眠顧客	3 (%)	1 33.3	1 33.3	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0
	新規顧客	14 (%)	1 7.1	0 0.0	0 0.0	12 85.7	1 7.1	0 0.0

サマリ① ～現状把握（利用状況・顧客ニーズ等）～

現利用および今後の必要性

現利用、また今後の需要としても増加傾向の成法は「射出成形」がトップ。

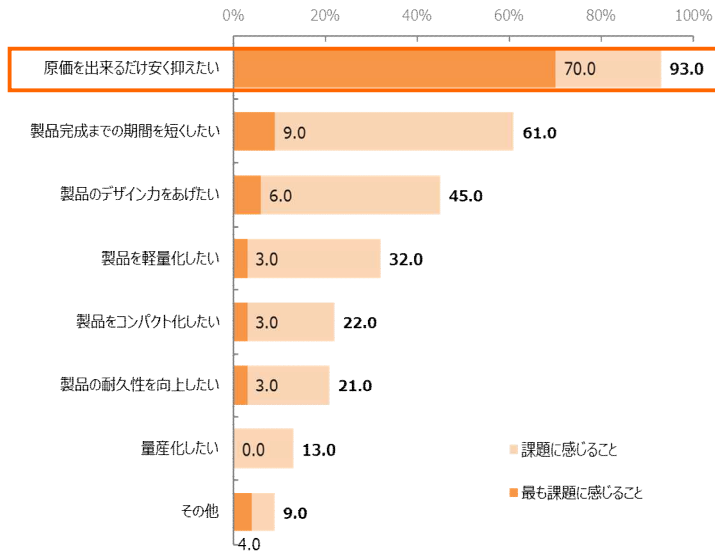
現在「真空成形」「圧空成形」利用者における、同成形方法の今後の必要性は、増加＞減少傾向であるが、5～6割は態度保留（どちらともいえないと回答）。

	現在の 利用成形法	今後の需要 増加TOP5
1位	射出成形	78%
2位	圧空成形	68%
3位	真空成形	52%
4位	ブロー成形	33%
5位	押し出し成形	20%

		今後の需要									
		回答者数	射出成形			真空成形			圧空成形		
			増加傾向	どちらとも いえない	減少傾向	増加傾向	どちらとも いえない	減少傾向	増加傾向	どちらとも いえない	減少傾向
全体		100	43.0	43.0	5.0	16.0	45.0	9.0	18.0	55.0	7.0
現在利用 の成形方法別	射出成形	80	48.8	45.0	6.3	16.3	45.0	8.8	18.8	51.3	6.3
	押し出し成形	21	57.1	42.9	0.0	14.3	57.1	14.3	14.3	61.9	9.5
	ブロー成形	34	47.1	47.1	5.9	11.8	52.9	17.6	17.6	61.8	8.8
	真空成形	53	47.2	43.4	5.7	28.3	58.5	11.3	22.6	56.6	9.4
	圧空成形	70	42.9	44.3	1.4	17.1	45.7	12.9	24.3	64.3	10.0
	圧縮成形	4	50.0	50.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	その他	4	0.0	100.0	0.0	0.0	25.0	75.0	0.0	50.0	50.0

プラスチック加工における課題感

顧客の課題としては、「原価を抑えること」が圧倒的に高い。



委託時の決め手

【営業・提案活動】「課題・要望に基づいた基本的な提案・解決力」、【製品・サービス・品質】「技術力やノウハウ」は決めてとして（最大の決め手としても）特に高い。【納期・トラブル対応】では突出したものはないが、「スケジュールのご要望への柔軟な対応力」「トラブルや障害発生時の完遂力、リカバリー力」が決め手として高い傾向。

	営業・提案活動	納期・トラブル対応	製品・サービス・品質
1位	課題・要望に基づいた基本的な提案・解決力 ①	スケジュール管理（期日の遵守） ④	技術力やノウハウ ①
2位	お問い合わせ等への対応の迅速さ ②	スケジュールのご要望への柔軟な対応力 ①	デザイン・設計の支援 ②
3位	お問い合わせ等への対応の的確さ ③	トラブルや障害発生時の完遂力、リカバリー力 ②	成形品の色味の誤差の少なさ ③
4位	貴社製品・サービスの知識・理解 ④	障害・トラブルの少なさ ③	成形品の肉厚の誤差の少なさ ⑤
5位	貴社ビジネスやニーズの理解 ⑤ 熱意や誠実さが感じられること	トラブルや障害発生時の各種報告の適切さ ⑤ 作業や対応の正確性	製品・サービスのカスタマイズの自由度 ④

※丸番号は、「最大の決め手」の順位

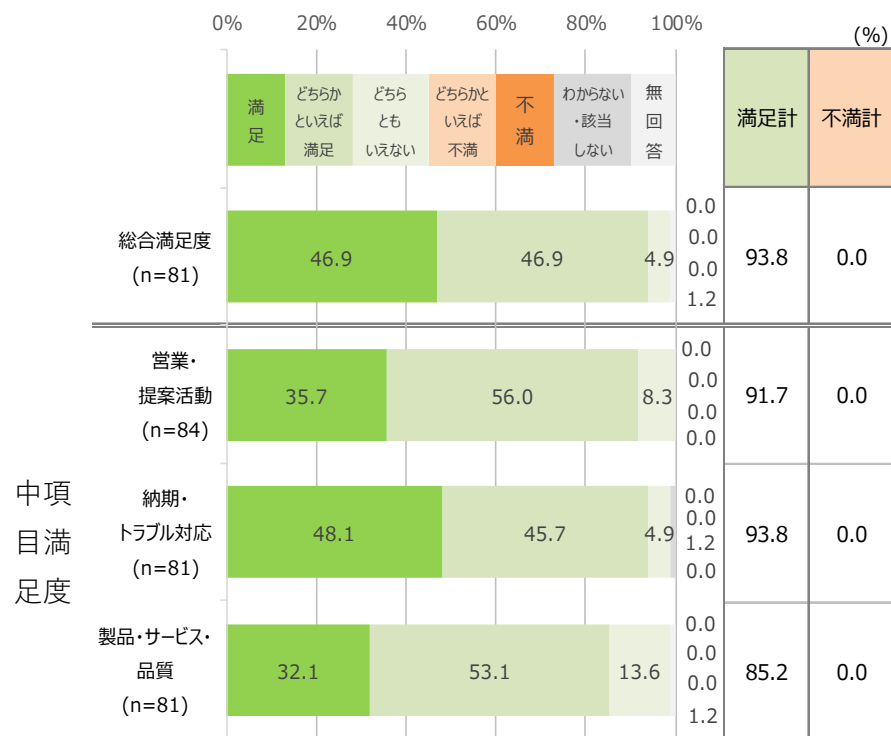
サマリ② ～現ユーザー評価（総合評価）～

- 総合満足度（「満足」+「どちらかといえば満足」=満足計）は9割強、TOPBOX「満足」の回答も半数弱と評価は高い。
- 取引継続意向も「積極的に取引したい」が半数弱と高評価。ただし、総合満足度別に「満足」と「どちらかといえば満足」の層別にみると、継続意向に大きなひらきがある。
今後より安定的な取引を継続するためには、「満足」と評価してもらうことが重要。

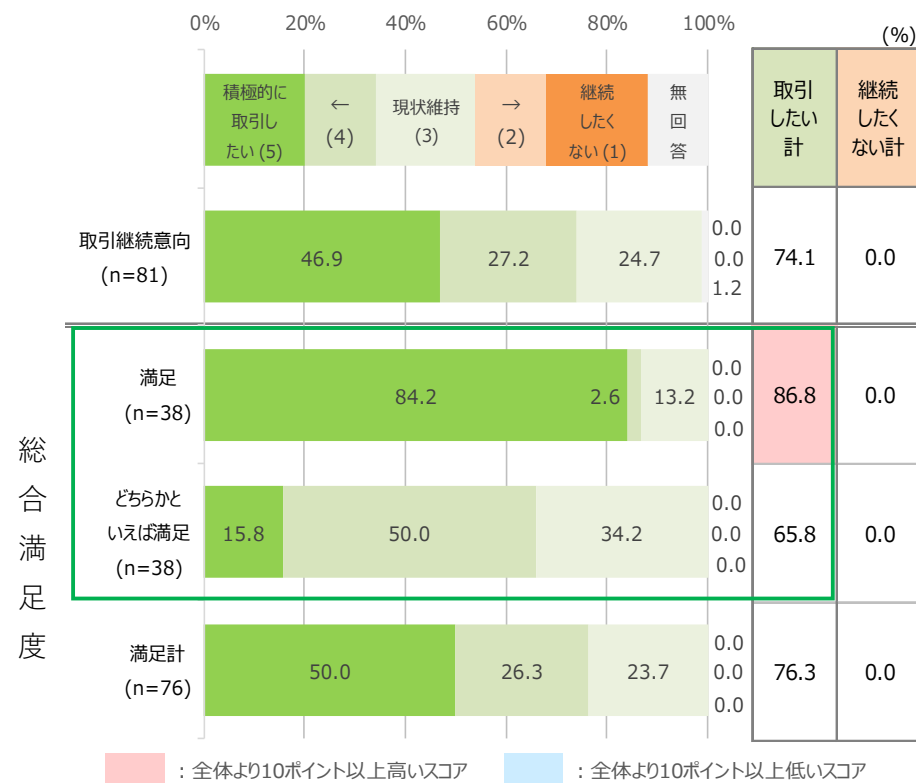
<参考>

分類ごとの満足度（中項目満足度）をみると、こちらも「満足計」は8～9割と評価は高い。ただし、明確に「満足」との評価では、「納期・トラブル対応」で半数近くが満足しているが、「営業・提案活動」「製品・サービス・品質」は3割台にとどまっている。

【総合満足度】



【取引継続意向】



サマリ③ ～既存顧客 課題・要望～

各分類ごとの小項目満足度と委託時の決め手〔重視ポイント〕を掛けあわせ分析した結果、優先して改善すべきポイントは以下のとおり。
 なお、自由記述であがったご要望では、コスト低減に関する声や、時流としてSDGsなどもあがっている。

項目		「満足」 スコア	満足計* スコア	ご意見・ご要望 (自由回答より一部抜粋)
総合満足度		47%	94%	<p><コスト></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 量産コストを抑えてもらえると機会は増えると思う／製品単価、型費は抑えたい／コスト的に有効な提案がほしい ● 小ロット生産商品での省投資、低コストを可能にする効率的な対処方法の新しい提案が欲しい ● より安価な簡易型でのトライ／3Dプリンタで型を作製して安価に導入する等の選択肢があると導入し易いと思う <p><ラインナップ></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 少量多品種でも有効な成形品、または成形方法を考案してほしい ● ラインナップ、カスタマイズの面で、加飾成形も手掛けてほしい <p><支援・設計></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 鉄部品の軽量化の為、樹脂化を検討中のためご協力頂きたい／商品開発時の技術支援／部品製作時の設計を行ってほしい <p><その他></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新素材、新しい加工方法の情報提供 ● 収納スペースを大きくとるので分納してほしい ● 標準スケジュール、コストの見える化によって全体スケジュールを把握したい ● グローバルな活動をしている弊社にとって、今後、SDGsの理解、対応が必須
営業・提案活動の評価（中項目満足度）		34%	88%	
小項目	強化・維持 お問い合わせ等への対応の迅速さ	51%	94%	
	強化・維持 お問い合わせ等への対応の的確さ	52%	91%	
	改善・優先 課題・要望に基づいた基本的な提案・解決力	30%	76%	
	改善・優先 製品・サービスの知識・理解	38%	83%	
納期・トラブル対応の評価（中項目満足度）		48%	94%	
小項目	強化・維持 スケジュール管理（期日の遵守）	51%	94%	
	強化・維持 障害・トラブルの少なさ	54%	89%	
	改善・優先 スケジュールのご要望への柔軟な対応力	38%	75%	
	改善・優先 トラブルや障害発生時の完遂力、リカバリー力	46%	82%	
製品・サービス・品質の評価（中項目満足度）		32%	85%	
小項目	強化・維持 技術力やノウハウ	53%	90%	
	強化・維持 デザイン・設計の支援	28%	63%	

* 満足計スコア・・・「満足」+「どちらかといえば満足」の合計

まとめ

結果1 『真空成形』『圧空成形』今後の需要および顧客ニーズ

- ・現在最も多く利用されており、増加傾向の主流は『射出成形』という結果でした。
- ・『真空成形』『圧空成形』は現状 5～6割が利用されており、今後の需要として2割弱は「増加傾向」と回答でしたが、態度保留の回答も多く見られました。
- ・顧客のプラスチック加工における課題で最も関心が高いのは、コスト意識（原価を出来るだけ抑えること）であることが分かりました。
- ・委託時の決め手としては、「課題・要望に基づいた基本的な提案・解決力」「技術力やノウハウ」は特に高く、納期・トラブル面では、「スケジュールの柔軟な対応力」や「トラブル発生時のリカバリー力」といったイレギュラーな対応力が決め手として重要視されていることが分かりました。

結果2 既存顧客の評価および課題

- ・総合満足度および中項目満足度*は 8～9割と高水準でしたが、4～5割は「どちらかといえば満足」と回答でした。
- ・各分類の小項目満足度を分析し、優先して改善すべき課題を抽出した結果は以下のとおりです。（【製品・サービス・品質】における優先課題はなし）。

営業・提案 活動

課題・要望に基づいた基本的な提案・解決力

製品・サービスの知識・理解

納期・トラブル 対応

スケジュールのご要望への柔軟な対応力

トラブルや障害発生時の完遂力、リカバリー力

結果3 今後に向けて

- 全般的に満足度*は高水準の評価を頂きました。さらなる満足度の向上のためには、明確に「満足」と感じてもらえる取り組みが重要であり、今回の調査で明らかになった改善ポイント【結果2】に対する施策検討を進めて参ります。
- なお、「お問い合わせに対する迅速さ、正確さ」、「スケジュール管理」「障害・トラブルの少なさ」、「技術力やノウハウ」「デザイン・設計の支援」につきましては、弊社の強みであることも分かりましたが、この点は維持及び強化を図れるよう引き続き取り組みを継続して参ります。
- 自由回答記述では、“小ロット” “簡易的” といったコストを抑える提案・解決案などを望むコメントや、技術支援、新しい情報の提供、SDGsの対応についてのコメントも頂き、これらはどの項目も取り残すことのできない課題であると認識しております。

まとめ 荒木製作所からのコミット

この度は年始のお忙しい中にも係わらず、多くのご回答を頂戴しましたこと心より感謝申し上げます。
皆様からの貴重なご意見は、内部及び外部の課題として4月21日より始まります第62期から順次取組む所存でございます。主に弊社ISO品質・環境マネジメントシステムとSDGs・BCPを紐づけ、各種課題の解決に結びつける方針で計画しています。
皆様方の益々のご発展を心より願い、未永くお取引をさせて頂けますよう持続的に努力してまいりますので、これからもどうぞ宜しくお願い致します。

代表取締役社長 三原 克敏

*満足度・・・「満足」+「どちらかといえば満足」の合計