

■ JCSI（日本版顧客満足度指数）の特徴

1. 6つの指標で満足度構造とポジショニングをチェック

サービスを多面的に評価するために、顧客満足度指数だけでなく、その原因・結果を含む6つの指標について調査し、指数化しています。6つの指標の評価とともに、指標間の因果関係を比較・分析することで、満足度を上下させている理由や、利用者のその後の行動について、分析が可能になります。

2. 業種を超えて比較

各企業・ブランドの提供するサービスを、利用者に「全業種共通の質問」で評価してもらい、指数化しているため、業種横断的な比較・分析を可能にしています。

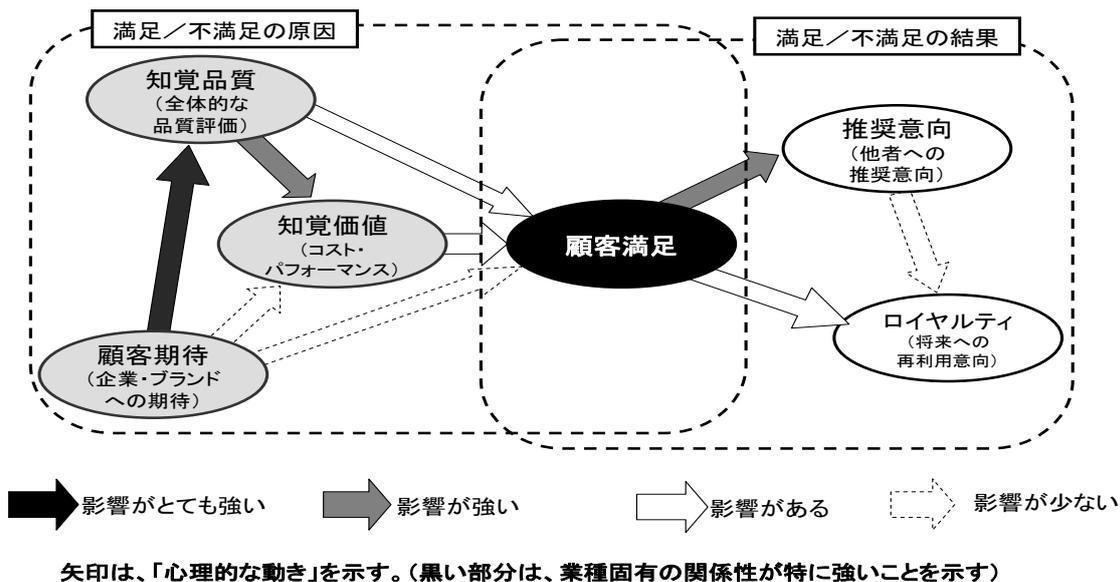
3. 経営改善に活用

これらの顧客満足に関する多面的な評価データを提供できるので、個別の業種や企業の具体的な経営改善への活用が期待できます。

4. 日本最大級の顧客満足度調査

統計的な収集方法による統計は12万人以上の利用者の回答をもとに、顧客満足度などの指標を算出しています。

【JCSIの因果モデル（因果関係のイメージ図）】



【JCSIで指数化する6つの指標】（設問詳細は次頁を参照）

顧客期待： サービスを利用する際に、利用者が事前に持っている企業・ブランドの印象や期待・予想を示します。

知覚品質： 実際にサービスを利用した際に感じる、品質への評価を示します。

知覚価値： 受けたサービスの品質と価格とを対比して、利用者が感じる納得感、コストパフォーマンスを示します。

顧客満足： 利用して感じた満足の度合いを示します。

推奨意向※： 利用したサービスの内容について、肯定的に人に伝えるかどうかを示します。

ロイヤルティ： 今後もそのサービスを使い続けたいか、もっと頻繁に使いたいかなどの再利用意向を示します。

※名称が2013年度より「クチコミ」から「推奨意向」へと変わりました。設問等に変更はありません。

参考資料 2

■基本設問（6つの指標の指数算出に用いている21設問）

[顧客期待]

1. 全体期待：×××などの様々な点から見て、●●●の総合的な質について、以前はどれくらい期待していましたか
2. ニーズへの期待：あなたの個人的な要望に対して、●●●はどの程度、応えてくれると思っていましたか
3. 信頼性：×××など様々な点から見て、▲▲として不可欠なものがなかったり、サービスが利用できなかったりすることが、●●●でどの程度起きると思っていましたか

[知覚品質]

1. 全体評価：過去1年間にあなたが利用した経験から判断して、●●●はどの程度優れていると思いますか
2. バラツキ：過去1年の利用経験を振り返って、●●●の商品、サービスは、いつも問題なく安心して利用できましたか
3. ニーズへの合致：●●●はあなたの個人的な要望にどの程度応えていますか
4. 信頼性：×××など様々な点から見て、▲▲として不可欠なものがなかったり、サービスが利用できなかったりしたことが●●●でどれくらいありましたか

[知覚価値]

1. 品質対価格：あなたが●●●で支払った金額を考えた場合、×××など様々な点から見た●●●の総合的な質をどのように評価しますか
2. 価格対品質：●●●の総合的な質を考えた場合、あなたがかけた金額や手間ひまに見合っていましたか
3. お得感：他の▲▲と比べて、●●●の方がお得感がありましたか

[顧客満足]

1. 全体満足：過去1年間の利用経験を踏まえて、●●●にどの程度満足していますか
2. 選択満足：過去1年を振り返って、●●●を利用したことは、あなたにとって良い選択だったと思いますか
3. 生活満足：●●●を利用することは、あなたの生活を豊かにすることに、どの程度役立っていると思いますか

[推奨意向]

あなたが●●●について友人や知人と話すことを仮定した場合、以下の点を好ましい話題としますか、それとも好ましくない話題として話そうと思いますか。

1. 商品の魅力／2. 会社としてのサービス／3. 適切な情報提供／4. 従業員・窓口対応

[ロイヤルティ]

1. 関連購買：今後1年間で、これまでよりも幅広い目的で●●●を利用したい
2. 第一候補：次回、▲▲を利用する場合、●●●を第一候補に思う
3. 頻度拡大：これから1年間に今までより頻繁に利用したい
4. 持続期間：これからも●●●を利用し続けたい

* 上記の設問で、「×××」は当該業種の質を示す代表的な内容を挿入。「▲▲」が該当する業種名を挿入。「●●●」は指標化対象の企業・ブランド名を挿入する。個々の調査対象業種により、若干の表現の変更は行っていく。

■その他設問（約90設問）

- ・回答者属性および利用実績に関わる項目 約15設問
- ・業種個別の調査項目 約70設問
- ・自由回答項目（悪い点・悪くなった点、良い点・良くなった点、利用理由等）

参考資料 3

■調査対象（指数化対象企業・ブランド）の選定条件

調査対象の選定手順は以下の通り：

- 1) 国内に一定数以上の利用者がいると思われる企業・ブランドを業種単位でピックアップ（主なベースは売上高）。
- 2) ピックアップした候補を一覧化し「選定条件（下表右側の条件）」に従って一次抽出時に利用経験を確認。
- 3) 業種単位で指標化対象を決定（原則として利用経験のある人が多い企業・ブランドから順に、前年調査実績などを考慮に含めた上で決定）
- 4) 当該企業・ブランドのサービス利用経験の具体的内容について本調査を実施。原則として1企業・ブランドあたり300人以上を確保
- 5) 上記1)～4)の条件に満たない企業・ブランドは順位に含まれない参考値として調査

■指数化対象企業・ブランド

*企業・ブランド名は、一般的な呼称、短縮名称等を使用しています。

業種名	指数化対象企業・ブランド名	回答者の選定条件
スーパーマーケット (26) (*参考(3))	<p><スーパーマーケット> アピタ、イオン、イズミヤ、イトーヨーカドー、オークワ、カスミ、 コープこうべ、コープさっぽろ、サミット、西友、ダイエー、 東急ストア、パロー、ベイシア、平和堂、マックスバリュ、マルエツ、 万代、ヤオコー、ゆめタウン、ヨークベニマル、ライフ、ラルズ (*参考：コープみらい、成城石井、ピアゴ)</p> <p><ディスカウントストア> オーケー、トライアル、ドン・キホーテ</p>	最近3か月で2回以上買い物
家電量販店 (9)	エディオン、ケーズデンキ、コジマ、上新電機（ジョーシン）、ノジマ、 ビックカメラ、ベスト電器、ヤマダ電機（LABI、テックランド等）、 ヨドバシカメラ	最近1年間で2回以上買い物
生活用品店 ／ホーム センター(12)	カインズ、キャンドゥ、ケーヨー、コーナン、コメリ、セリア、 ダイソー、東急ハンズ、ナフコ、ホームック、無印良品、ロフト	最近1年間で2回以上買い物
生命保険(13) (*参考(3))	アクサ生命、アフラック、かんぼ生命、コープ共済、JA共済、 住友生命、全労済、ソニー生命、第一生命、都道府県民共済、日本生命、 明治安田生命、メットライフ生命 (*参考：損保ジャパン日本興亜ひまわり生命、 東京海上日動あんしん生命、フコク生命)	最近3年間で保険金・給付金・見舞金等の受取・手続（支払請求）の経験がある事
損害保険(17) (*参考(3))	<p><自動車保険> あいおいニッセイ同和損保、SBI損保、JA共済、セゾン自動車火災、 全労済、ソニー損保、損保ジャパン日本興亜、チューリッヒ、 東京海上日動、三井住友海上、三井ダイレクト損保 (*参考：アクサダイレクト、イーデザイン損保)</p> <p><住宅火災保険> JA共済、全労済、損保ジャパン、東京海上日動、都道府県民共済、 三井住友海上 (*参考：あいおいニッセイ同和損保)</p>	最近3年間で以下のいずれかの経験がある事 <自動車保険> ・保険金等の受取、手続（支払請求） ・保険のロードサービス <住宅火災保険> ・保険金等の受取、手続（支払請求） ・手続（契約変更）
クレジットカード(12)	アメリカン・エクスプレス・カード、イオンカード、ANAカード、 OMCカード、JCBカード、JALカード、セゾンカード、DCカード、 NICOSカード、VIEWカード、三井住友VISAカード、楽天カード	最近1年間で2回以上利用、かつ、 以下の年会費のいずれかの条件に該当する事 ・無料となる条件を満たしている ・年会費を概ね把握している