



Japanese Customer Satisfaction Index 2018

JCSI 日本版顧客満足度指数
2018年度年間調査結果 詳細資料

2019.3.28



日本生産性本部
JAPAN PRODUCTIVITY CENTER

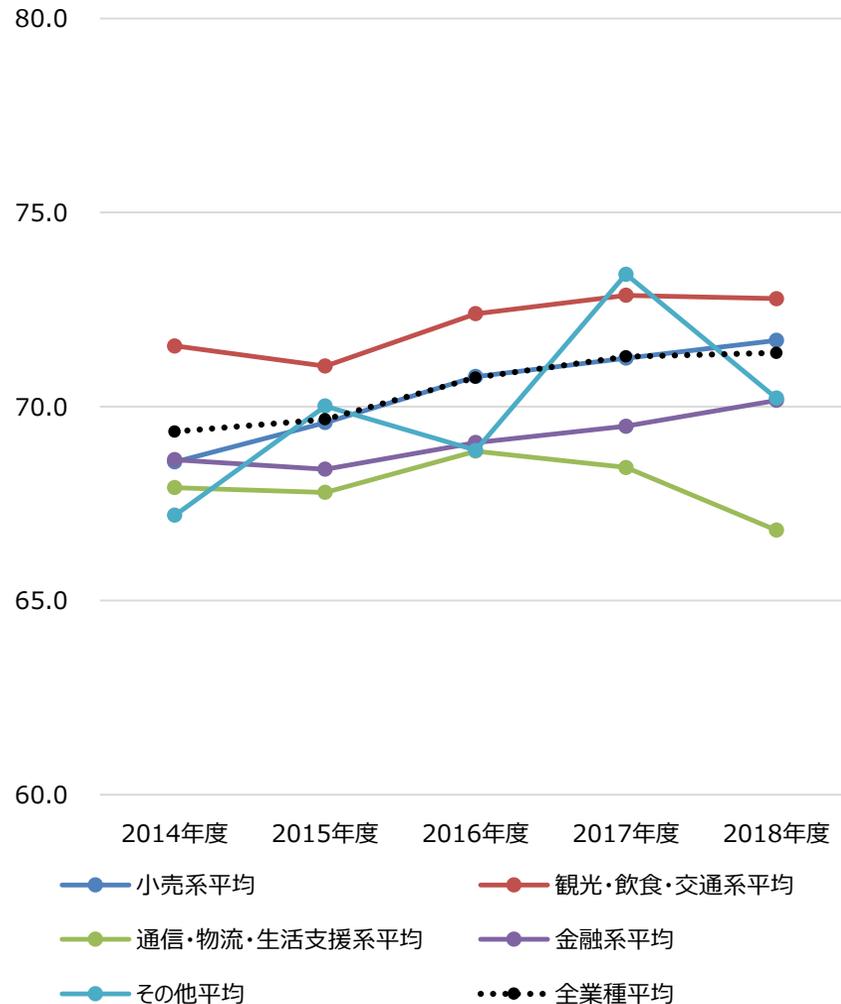
SPRING
サービス産業生産性協議会



INDEX

- P.1 INDEX
- P.2 2018年度 年間調査結果 分類間比較
- P.3 2018年度 年間調査結果 小売系
- P.4 2018年度 年間調査結果 観光・飲食・交通系
- P.5 2018年度 年間調査結果 通信・物流・生活支援系
- P.6 2018年度 年間調査結果 金融系
- P.7 2018年度6指標 年間総合順位表
- P.9 2018年度感情指標（感動・失望） 年間総合順位表
- P.10 2018年度C S R 指標 年間総合順位表
- P.11 JCSIとは
- P.12 調査対象業種・スケジュール/回答者の選定条件、企業の選定条件
- P.13 JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能
- P.14 JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能
- P.15 JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい
- P.16 JCSI調査の設問構成
- P.17 調査設問：JCSI6指標算出に用いる21設問
- P.18 お問い合わせ先

2018年度 年間結果 分類間比較



※その他には事務機器、住設機器サービス（2015・2017年度）、インターネットサービス（2016年度まで）が含まれます。

※各平均はランキング対象外も含めて算出しています。

2018年度調査対象を、小売系、観光・飲食・交通系、通信・物流・生活支援系、金融系、その他に分類して各平均をグラフにしています。2017年度と比較して、上昇傾向であったのが、小売系、金融系でした。

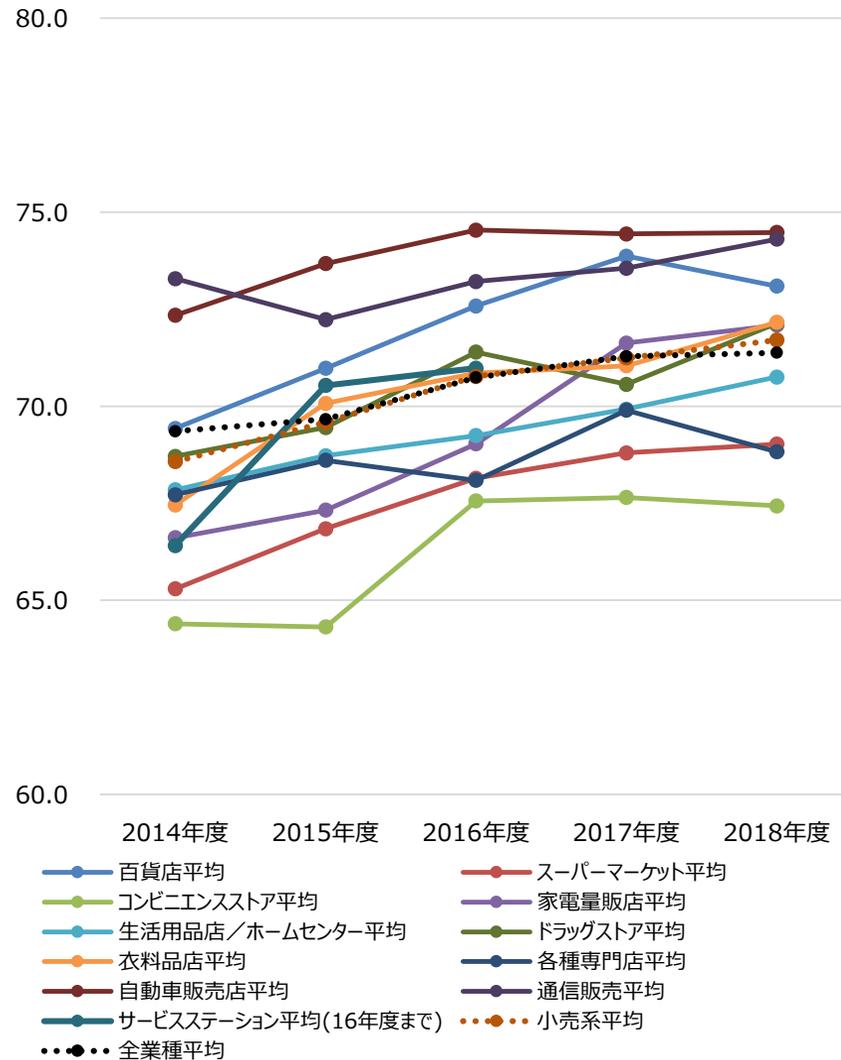
2014年度以降の経年変化をみると、小売系は全業種とほぼ同程度のスコアで上昇し続けています。観光・飲食・交通系と金融系は2015年度を底に上昇傾向です。通信・物流・生活支援系は2016年度をピークに下降傾向となっています。

分類間比較では、観光・飲食・交通系、小売系の順でスコアが高くなっています。続いて、金融系、通信・物流・生活支援系となりました。

2018年度 調査実施概要

調査期間	2018年4月4日～12月27日（全6回に分けて調査）
回答者数	131,129人（順位に含む343企業・ブランドの回答者は、107,918人）
調査方法	インターネット調査（インターネットモニターを活用した2段階調査）
設問数	約110問（業種により異なる）

2018年度 年間結果 小売系



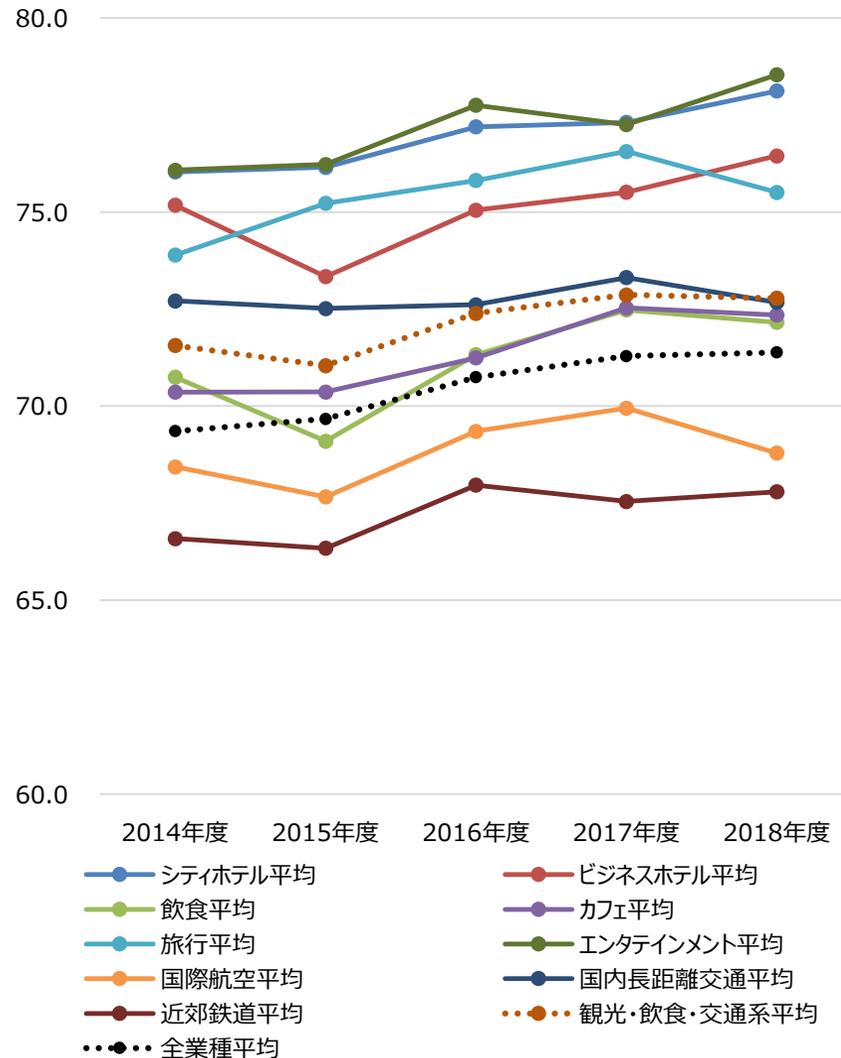
2018年度調査対象の小売系業種のうち、2017年度と比較して、上昇したのが、通信販売、衣料品店、家電量販店、ドラッグストア、生活用品店/ホームセンターでした。

小売系平均の2014年度以降の経年変化をみると、緩やかに上昇を続けています。上昇を続けている業種としては衣料品店、家電量販店、生活用品店/ホームセンター、スーパーマーケットが挙げられます。最も高い自動車販売店は2016年度に頭打ちし、その後は横ばいとなっています。また、通信販売は2015年度を底に上昇を続けています。

業種間比較では、スコアの高い順で自動車販売店、通信販売、百貨店、衣料品店、家電量販店、ドラッグストアで小売系平均より高くなっています。続いて、生活用品店/ホームセンター、スーパーマーケット、各種専門店、コンビニエンスストアとなりました。

対象業種 百貨店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、家電量販店、生活用品店/ホームセンター、ドラッグストア、衣料品店、各種専門店、自動車販売店、通信販売

2018年度 年間結果 観光・飲食・交通系



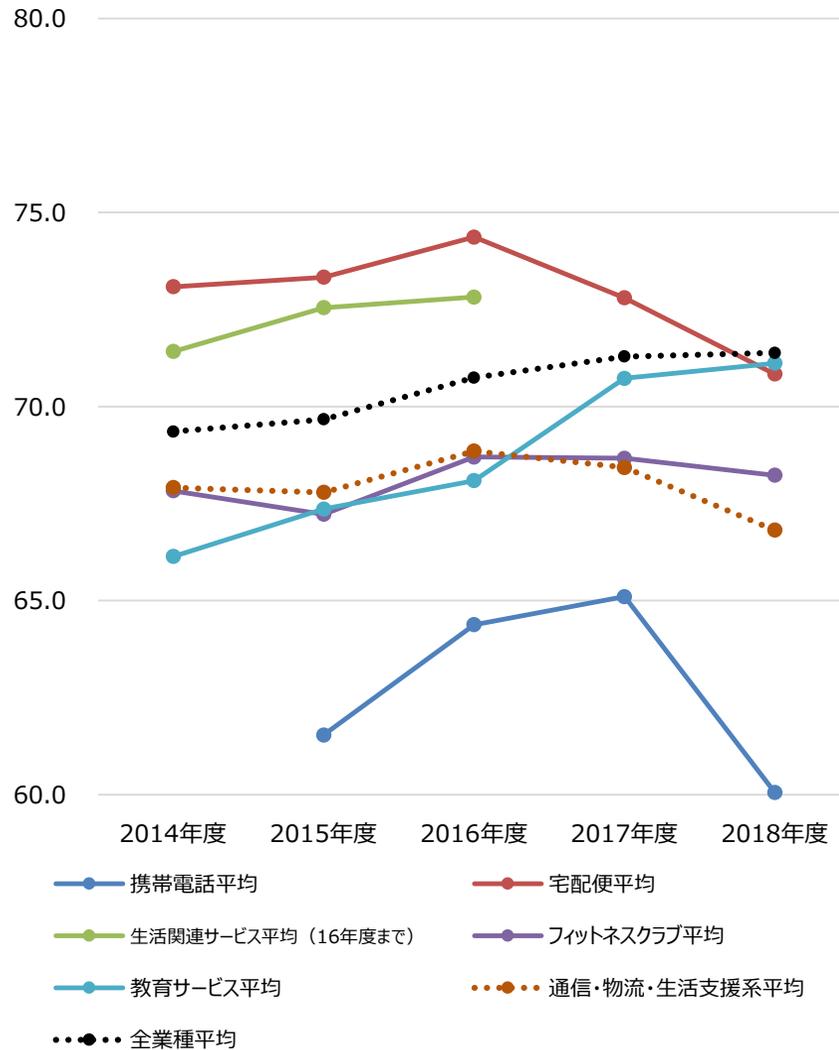
2018年度調査対象の観光・飲食・交通系業種のうち、2017年度と比較して、上昇したのが、エンタテインメント、シティホテル、ビジネスホテルでした。

観光・飲食・交通系平均の2015年度はスコアが下がったものの、その後は全業種平均と同様に上昇しています。各業種平均の変化をみると、エンタテインメントは上下動しながらも上昇傾向にあります。シティホテルは上昇が続いています。ビジネスホテルは2015年度を底に上昇に転じています。国内長距離交通は大きな変化は少なく73点前後で推移しています。

業種間比較では、スコアの高い順でエンタテインメント、シティホテル、ビジネスホテル、旅行となっています。国内長距離交通、カフェ、飲食が観光・飲食・交通平均と同程度となっています。続いて、国際航空、近郊鉄道となりました。

対象業種 シティホテル、ビジネスホテル、飲食、カフェ、旅行、エンタテインメント、国際航空、国内長距離交通、近郊鉄道

2018年度 年間結果 通信・物流・生活支援系



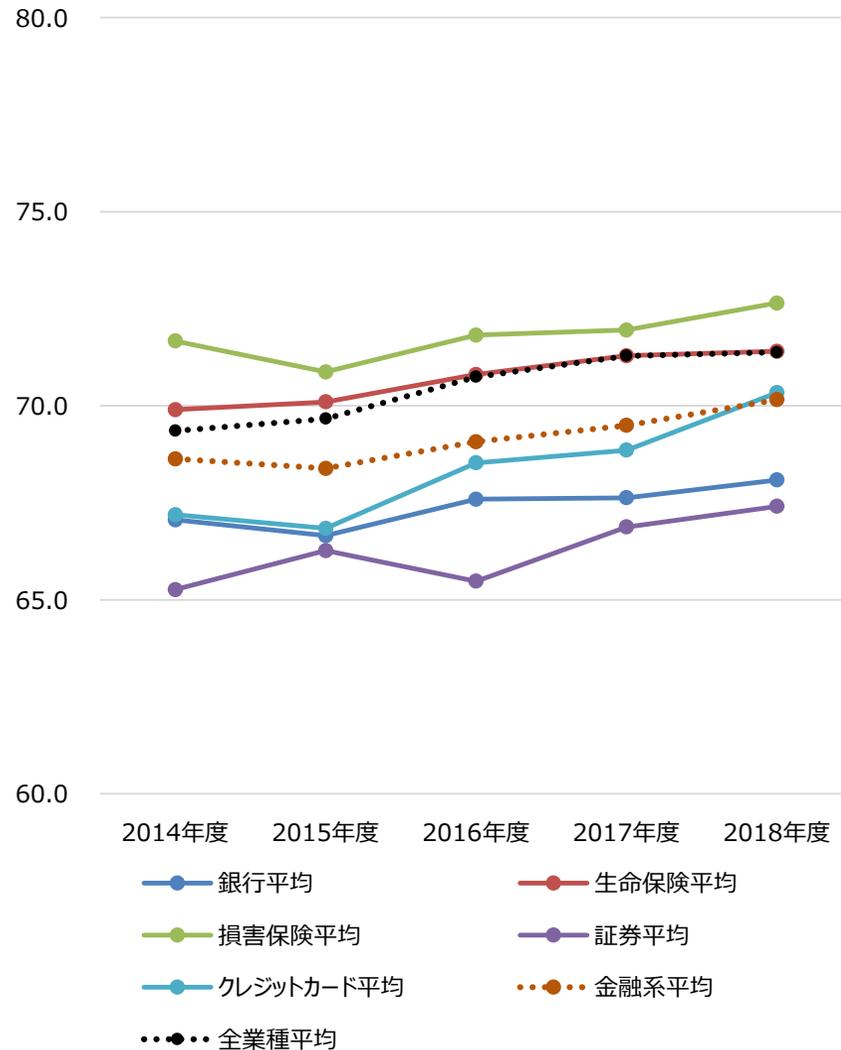
2018年度調査対象の通信・物流・生活支援系業種のうち、2017年度と比較して、上昇したのが、教育サービスでした。宅配便、フィットネスクラブ、携帯電話は下降しました。携帯電話は調査対象の扱いの変化が影響しています。

通信・物流・生活支援系平均は2016年度をピークに緩やかに下降しています。宅配便とフィットネスクラブも同様の傾向となっています。これに対し、教育サービスは上昇を続けています。

業種間比較では、教育サービス、宅配便、フィットネスクラブ、携帯電話の順にスコアが高くなっています。

対象業種 携帯電話、宅配便、フィットネスクラブ、教育サービス

2018年度 年間結果 金融系



2018年度調査対象の金融系業種は、2017年度と比較して、生命保険はよこばいでしたが、損害保険、クレジットカード、銀行、証券の4業種で上昇しました。

金融系平均は2015年度にやや下がったものの、その後は全業種平均と同様に上昇傾向です。損害保険は金融系平均と同様の傾向となっています。生命保険は上昇傾向が続いています。クレジットカードは2015年度を底にスコアを大きく上昇させています。銀行は2015年度から緩やかに上昇しています。証券は65点から67点程の間でスコアを上下動させながらも上昇傾向がみられます。

業種間比較では、損害保険、生命保険の順でスコアが高くなっています。次にクレジットカードと金融系平均が同程度となっています。続いて、銀行、証券となりました。

対象業種 銀行、生命保険、損害保険、証券、クレジットカード

2018年度6指標 年間総合 順位表

	顧客期待			知覚品質			知覚価値		
	スコア (降順)	企業ブランド名	業種名	スコア (降順)	企業ブランド名	業種名	スコア (降順)	企業ブランド名	業種名
1	85.4	劇団四季	エンタテインメント	85.4	劇団四季	エンタテインメント	83.8	宝塚歌劇団	エンタテインメント
2	84.6	帝国ホテル	シティホテル	84.5	帝国ホテル	シティホテル	82.9	劇団四季	エンタテインメント
3	84.0	宝塚歌劇団	エンタテインメント	83.8	宝塚歌劇団	エンタテインメント	82.0	ヨドバシ.com	通信販売
4	81.4	レクサス店	自動車販売店	81.8	レクサス店	自動車販売店	80.7	帝国ホテル	シティホテル
5	80.7	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント	80.6	ヨドバシ.com	通信販売	80.6	都道府県民共済	生命保険
6	79.3	リッチモンドホテル	ビジネスホテル	80.4	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント	79.7	コープ共済	生命保険
7	78.5	ホテルニューオータニ	シティホテル	79.9	都道府県民共済	生命保険	78.6	ディスカウントドラッグコスモス	ドラッグストア
8	78.1	リーガロイヤルホテル	シティホテル	79.7	リッチモンドホテル	ビジネスホテル	78.5	リッチモンドホテル	ビジネスホテル
9	77.7	メルセデス・ベンツ 正規ディーラー	自動車販売店	79.5	コープ共済	生命保険	77.9	コンフォートホテル	ビジネスホテル
10	77.3	ヨドバシ.com	通信販売	77.4	オルビス/ 通販生活	通信販売	77.7	オルビス	通信販売

2018年度6指標 年間総合 順位表

	顧客満足			推奨意向			ロイヤルティ		
	スコア (降順)	企業ブランド名	業種名	スコア (降順)	企業ブランド名	業種名	スコア (降順)	企業ブランド名	業種名
1	87.8	宝塚歌劇団	エンタテインメント	82.1	劇団四季	エンタテインメント	80.1	宝塚歌劇団	エンタテインメント
2	87.3	劇団四季	エンタテインメント	81.4	帝国ホテル	シティホテル	77.9	劇団四季	エンタテインメント
3	84.6	帝国ホテル	シティホテル	79.3	宝塚歌劇団	エンタテインメント	77.4	ヨドバシ.com	通信販売
4	84.1	ヨドバシ.com	通信販売	79.2	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント	77.3	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント
5	83.6	都道府県民共済	生命保険	78.8	レクサス店	自動車販売店	76.8	ディスカウントドラッグコスモス	ドラッグストア
6	82.2	コープ共済	生命保険	76.8	リッチモンドホテル	ビジネスホテル	76.5	帝国ホテル	シティホテル
7	81.8	リッチモンドホテル	ビジネスホテル	76.1	ヨドバシ.com	通信販売		リッチモンドホテル	ビジネスホテル
8	81.1	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント	75.6	都道府県民共済	生命保険	75.6	オーケー	スーパーマーケット
9	80.5	レクサス店	自動車販売店	75.3	ホテルオークラ	シティホテル	75.0	ドーミーイン	ビジネスホテル
10	80.2	オルビス	通信販売	74.3	リーガロイヤルホテル	シティホテル	74.9	ヨドバシカメラ	家電量販店

2018年度 感情（感動・失望）指標 年間総合 順位表

感動指標			
	スコア (降順)	企業ブランド名	業種名
1	83.2	劇団四季	エンタテインメント
2	83.0	宝塚歌劇団	エンタテインメント
3	77.8	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント
4	72.9	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	エンタテインメント
5	66.8	帝国ホテル	シティホテル
6	64.6	ナガシマリゾート	エンタテインメント
7	64.3	東京ドームシティ	エンタテインメント
8	63.9	IKEA	生活用品店/ホームセンター
9	62.1	ホテルオークラ	シティホテル
10	61.8	阪急交通社	旅行

失望指標			
	スコア (昇順)	企業ブランド名	業種名
1	8.8	FANCL online	通信販売
2	9.0	オルビス	通信販売
3	9.4	都道府県民共済	生命保険
4	11.0	山田養蜂場	通信販売
5	11.1	帝国ホテル	シティホテル
6	11.2	劇団四季	エンタテインメント
		コープ共済	生命保険
8	11.4	ヨドバシ.com	通信販売
9	11.6	スターフライヤー	国内交通
10	11.9	リッチモンドホテル	ビジネスホテル

※感動指標・失望指標とは

「（当企業・ブランドを）利用した際に次のようなこと（下記）をどの程度経験しましたか」という設問に対する「1 全くない」～「10 ほぼ毎回」の10段階の回答結果を、100点満点に指数化したもの。

<感動・失望指標の設問表現>

- 感動指標 「びっくりした」「うれしい」「楽しい」「興奮した」（いずれも良い意味で）の4項目
- 失望指標 「がっかりした」「いらいらした」「苦痛に感じた」「つまらない」「腹立たしい」の5項目

2018年度CSR指標 年間総合順位表

CSR指標			
	スコア (降順)	企業ブランド名	業種名
1	68.0	通販生活	通信販売
2	67.0	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント
3	66.9	帝国ホテル	シティホテル
4	66.8	劇団四季	エンタテインメント
		山田養蜂場	通信販売
6	66.3	レクサス店	自動車販売店
7	66.2	宝塚歌劇団	エンタテインメント
8	65.7	コープ共済	生命保険
9	65.2	ジャパネットたかた	通信販売
		FANCL online	通信販売

※CSR指標とは

「あなたが利用した（当企業・ブランド）に関する以下の4項目（下記参照）について、「1（全く当てはまらない）」から「7（非常に当てはまる）」の7段階でお答えください。」という設問に対する7段階の回答結果を、100点満点（最低は0点）に指数化したもの。

<CSR指標の設問表現>

- ・エコロジー：エコロジー（自然環境保護など）への取り組みは高く評価できる
- ・情報公開：当企業・ブランドは、適切に情報公開を行っている
- ・消費者保護：当企業・ブランドは、消費者保護に十分な配慮をしていると思う
- ・地域社会貢献：当企業・ブランドを地域・社会に貢献する良き企業市民として認めることができる

JCSIとは

JCSI（Japanese Customer Satisfaction Index：日本版顧客満足度指数）調査は、サービス産業に開かれた日本最大級の顧客満足度調査です。

サービス産業の生産性をはかるうえで重要である「顧客満足」を数値化・可視化し、企業や業種の成長に資する情報として用いることを目的に調査を行っています。

調査は、計30以上の業種・業態、約400社の企業を対象に、年6回に分けて実施し、優れた企業のベンチマークによるサービス産業全体の生産性の底上げをはかるため、上位企業の調査結果を公表しています。



調査スケジュール・対象業種

年間発表スケジュール 全業種を年間6回に分けて調査・発表

回	調査期間・発表時期	対象業種
第1回	2018年4月 (6月27日発表)	コンビニエンスストア、シティホテル、ビジネスホテル、飲食、カフェ、証券
第2回	2018年5～6月 (8月8日発表)	自動車販売店、通信販売、銀行 [特別調査]銀行（借入・貯蓄・投資）、電力小売
第3回	2018年6～7月 (9月18日発表)	スーパーマーケット、エンタテインメント、携帯電話、宅配便、事務機器 [特別調査]ガス小売、MVNO（仮想移動体通信事業者）
第4回	2018年8～9月 (11月7日発表)	百貨店、生活用品店／ホームセンター、衣料品店、各種専門店、旅行、国際航空、国内長距離交通、教育サービス
第5回	2018年9～10月 (12月12日発表)	生命保険、損害保険（自動車／住宅・火災）、クレジットカード [特別調査]映画館、レンタカー／カーシェア
第6回	2018年11～12月 (2019年2月19日発表)	家電量販店、ドラッグストア、近郊鉄道、フィットネスクラブ [特別調査]エンタテインメント（プロ野球観戦）

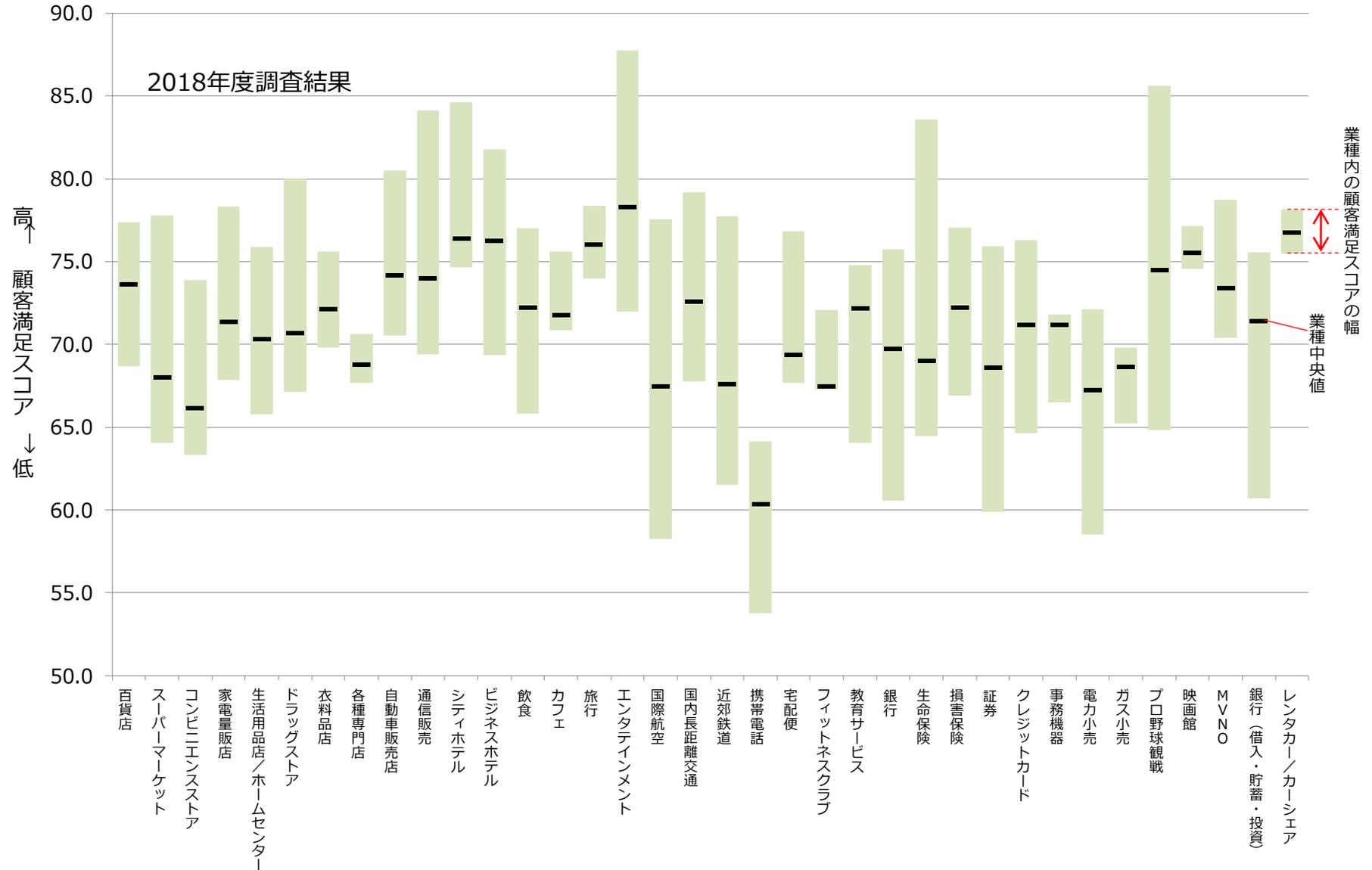
企業の選定条件

調査対象（指数化の対象となる企業・ブランド）の選定手順・要件は以下のとおりです。

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、上記の回答者の選定条件に従って回答者に利用経験を確認。
3. 業種単位で指標化対象を決定（原則として利用経験者が多い企業・ブランドから順に、前年調査実績などを考慮して決定）。
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. 上記の条件に満たない企業・ブランドは順位に含めず、参考とする。

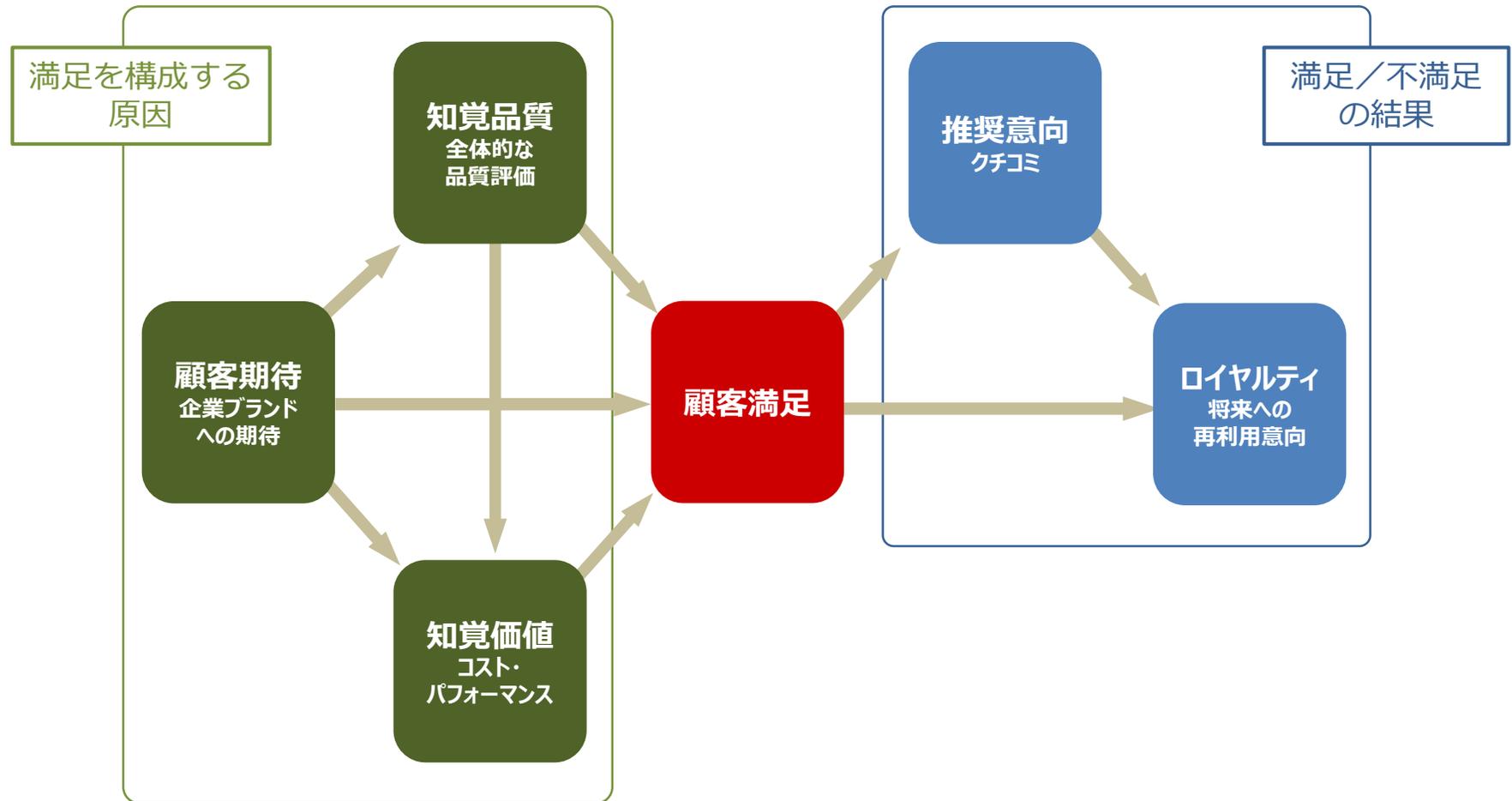
JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能

共通の設問を用いることで、業種・業態を超えた満足度比較が可能になります。業種を越えた競合企業評価、ベンチマーク先評価が可能です。



JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能

顧客満足のプロセスについて心理モデルを構成し、6つの要素を指標化しています。
下記のCSIモデルは世界的に活用されています。



JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい

第三者機関としての調査結果を、各業種・年間1回発表しています。
毎年、一定の調査手法を用いて調査を行っているため、経年での比較が可能です。

<活用例>

■ 業界1位を経営目標に

顧客満足度 1位を保持	スターフライヤー (国内交通)	<ul style="list-style-type: none"> □ 2010年度より2年連続の顧客満足度No.1 (2009年度も国内航空ではNo.1) □ 2012年5月発表の中期経営戦略にて、今後も業種No.1を維持すると発表 □ 発表後も顧客満足度No.1を継続 (現在9年連続)
推奨意向、ロイヤルティ1位を目標	日本航空 (国際航空・国内交通)	<ul style="list-style-type: none"> □ 「顧客満足」ではなく、継続的な利用に繋がる「推奨意向」「ロイヤルティ」を重視 □ 2012年2月発表の中期経営計画にて、2016年度の業種No.1になると発表 □ 2016年度国際航空業種で「推奨意向」「ロイヤルティ」No.1獲得

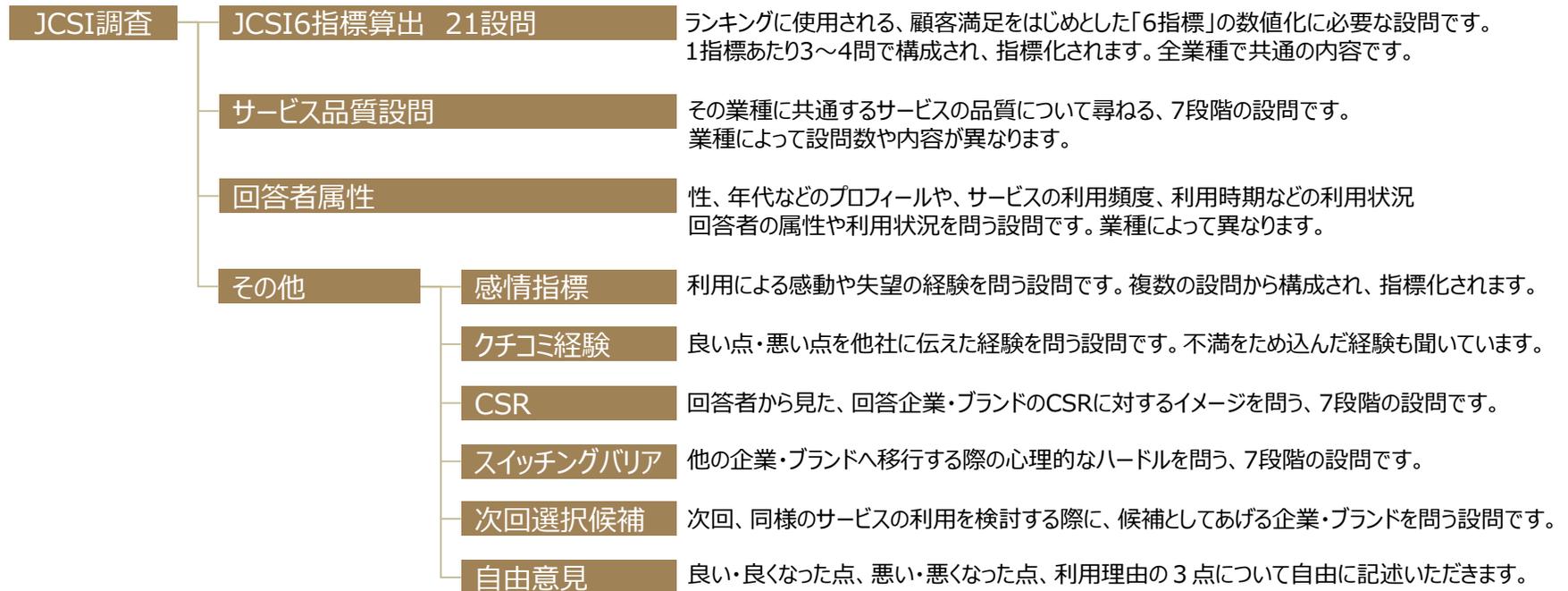
■ 社内施策の効果測定に

事業戦略の変更 の効果測定	レストラン	<ul style="list-style-type: none"> □ 長年の業績低迷を打破するために、事業戦略を変更。 (顧客ターゲットの見直し、メニュー変更、施設のリニューアル、社内教育の徹底、等を実施) □ 各施策の効果測定を、JCSI6指標とサービス品質項目の時系列比較によって実施。 □ 各施策の評価が高まるとともに、業績も回復基調に。
業種内の 自社ポジション を把握	スーパーマーケット	<ul style="list-style-type: none"> □ 自社の強みや弱みの把握のため、JCSI6指標とサービス品質項目を時系列比較で分析。 □ 自社と競合他社のデータを比較し、他社の強みも分析することで、事業戦略に活用。 サービス品質設問も活用して、業務品質を時系列比較、他社比較によって評価・分析。
サービス産業全体 の中での ポジション把握	エンタテインメント	<ul style="list-style-type: none"> □ サービス産業全体 (調査対象400社以上) の中での横断的な自社位置付けを把握。 JCSIを継続して活用することで、経年での変化をチェック。

JCSI調査の設問構成

JCSI調査では、中心となる「6指標」を問う21設問をはじめ、全体で約110問の調査を設定しています。それぞれの回答結果は集計した後、様々な指標、分析結果としてアウトプットされ、一部を公表しています。

JCSI調査の設問構成イメージ



調査設問：JCSI 6 指標算出に用いる21設問

顧客期待	1	全体期待	「商品・サービス等」、「店舗・設備・システム等」、「従業員の対応等」、「情報提供等」（以下、◆◆◆）など様々な点から見て、当社の総合的な質について、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、当社はどの程度、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、▲▲（業種等）として不可欠な商品がなかったり、サービスが利用できなかったりすることが、当社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、当社はどの程度優れていると思いますか。
	2	バラツキ	過去1年間の経験を振り返って、当社の商品・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	当社は、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、▲▲として不可欠な商品がなかったり、サービスが利用できなかったりしたことが当社でどれくらいありましたか。
知覚価値	1	品質対価格	あなたが当社で支払った金額を考えた場合、◆◆◆など様々な点から見た当社の総合的な質をどのように評価しますか。
	2	価格対品質	当社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、当社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、当社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、当社を選んだことは、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	当社の利用は、あなたの生活を豊かにすることに、どの程度役立っていますか。
推奨意向 ロイヤルティ	あなたが当社について人と話をする際、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（基本サービス） / 2. 会社としてのサービス（サービス環境） / 3. 従業員・窓口対応 / 4. 情報提供・説明案内		
	1	頻度拡大	これから1年間に、当社を今までより頻繁に利用したい。
	2	関連購買	今後1年間で、これまでよりも幅広い目的で当社を利用したい。
	3	持続期間	これからも、当社を利用し続けたい。
4	第一候補	次回、▲▲を利用する場合、当社を第一候補にすると思う。	

● 指数化の方法

上記 6 指標について、それぞれ 3～4 つの質問で得点を計算し、100点満点で指数化。

10点（もしくは7点）満点の複数設問に対し、「全ての項目に満点」の場合に100点、「全ての項目に1点」の場合に0点となります。

評価は10段階（「ロイヤルティ」のみ7段階）

お問合せ先

公益財団法人日本生産性本部
サービス産業生産性協議会（SPRING）事務局
〒102-8643 東京都千代田区平河町2-13-12

Tel : 03(3511)4010
Email : service-js@jpc-net.jp
Web : <http://www.service-js.jp>
Facebook : <https://www.facebook.com/SPRING.Service>
Twitter : https://twitter.com/SPRING_Service

ご注意

報道を除く企業活動（広告、販促、I R、採用活動等）に、J C S I 調査結果・ランキング情報・J C S I ロゴ・1位マークをご利用頂く場合、日本生産性本部との利用契約が必要です。詳しくは上記お問合わせ先まで、ご連絡ください。