



# Japanese Customer Satisfaction Index 2020

JCSI 日本版顧客満足度指数  
第4回調査 詳細資料

2021.2.24



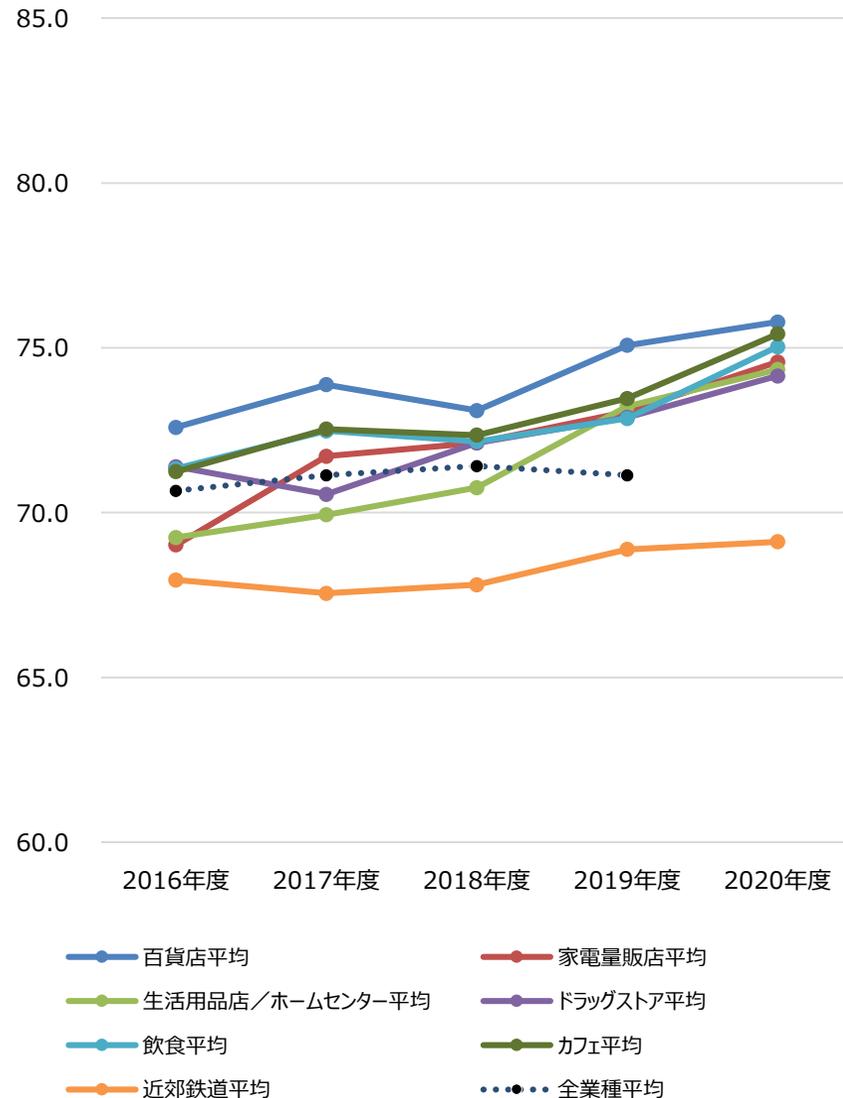
**SPRING**  
サービス産業生産性協議会



# INDEX

- P.1 INDEX
- P.2 2020年度 第4回調査 結果概要
- P.3 百貨店
- P.4 家電量販店
- P.5 生活用品店/ホームセンター
- P.6 ドラッグストア
- P.7 飲食
- P.8 カフェ
- P.9 近郊鉄道
- P.10 6指標 順位表
- P.13 JCSIとは
- P.14 調査対象業種・スケジュール
- P.15 調査対象企業・ブランド
- P.16 回答者の選定条件、企業の選定条件
- P.17 JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能
- P.18 JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能
- P.19 JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい
- P.20 JCSI調査の設問構成
- P.21 調査設問：JCSI6指標算出に用いる21設問
- P.22 お問い合わせ先

## 2020年度 第4回調査 結果概要



各業種の平均には、ランキング対象外調査企業の結果も含まれます

2020年度第4回調査対象の7業種のうち、百貨店、家電量販店、生活用品店/ホームセンター、ドラッグストア、飲食、カフェの6業種のスコアは、2019年度よりも上昇しました。近郊鉄道は2019年度から2020年度にかけて横ばいでした。

全業種平均（2019年度まで）は、2018年度から2019年度にかけてスコアが低下しました。

業種間比較では、百貨店のスコアが最も高いですが、例年と比べると他業種との差が小さくなっています。続いて、カフェ、飲食、家電量販店、生活用品店/ホームセンター、ドラッグストア、近郊鉄道の順となりました。

### 2020年度 第4回調査 実施概要

調査期間 2020年11月25日～12月22日

対象業種 百貨店、家電量販店、生活用品店/ホームセンター、ドラッグストア、飲食、カフェ、近郊鉄道

回答者数 29,440人（順位に含む86企業・ブランドの回答者は、27,149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）

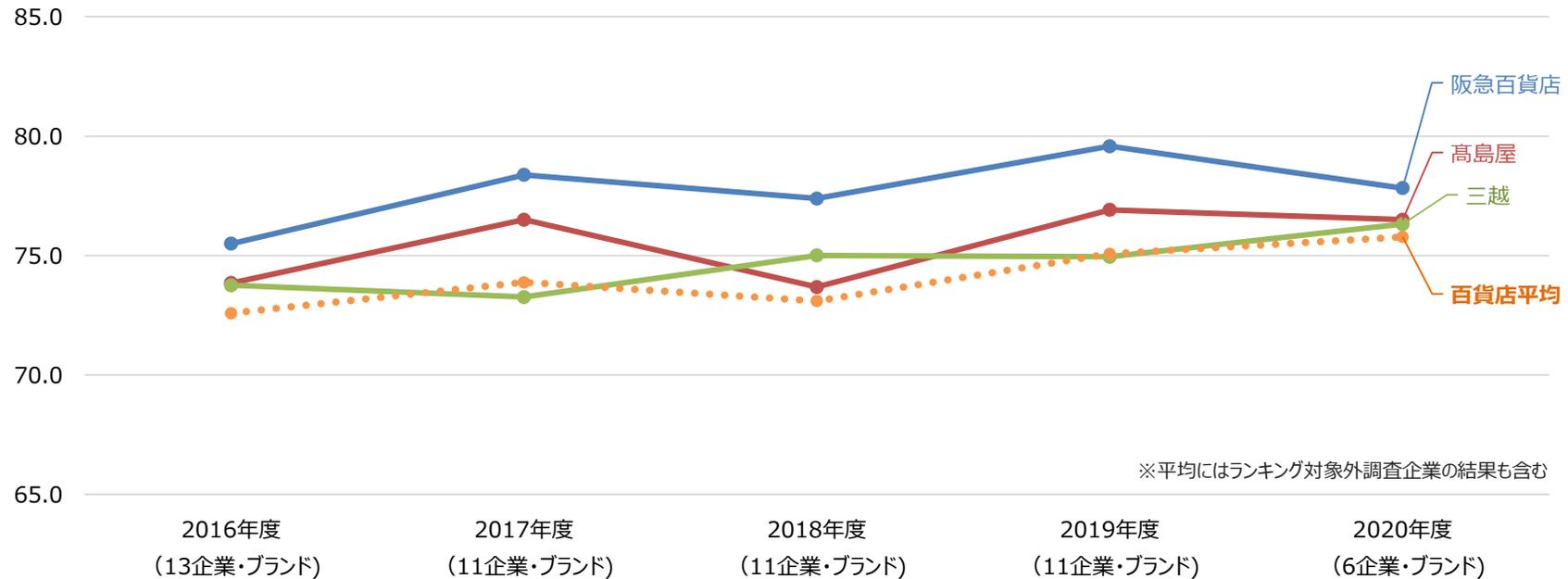
## 百貨店

### 顧客満足スコア上位

1位	阪急百貨店	77.8
2位	高島屋	76.5
3位	三越	76.3

百貨店業種は、2018年度から2020年度にかけてスコアが上昇しています。順位は、1位阪急百貨店、2位高島屋、3位三越となりました。

阪急百貨店と高島屋は、2018年度から2019年度にかけてスコアが上昇しましたが、2020年度は低下しました。三越は、2018年度から2019年度にかけてスコアが横ばいでしたが、2020年度は上昇しました。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : 伊勢丹、そごう、大丸、高島屋、阪急百貨店、三越 (6企業・ブランド)

※2020年度は、企業の選定条件 (p.16) に満たない企業・ブランドを除きランキング対象企業を6企業・ブランドとして調査

## 家電量販店

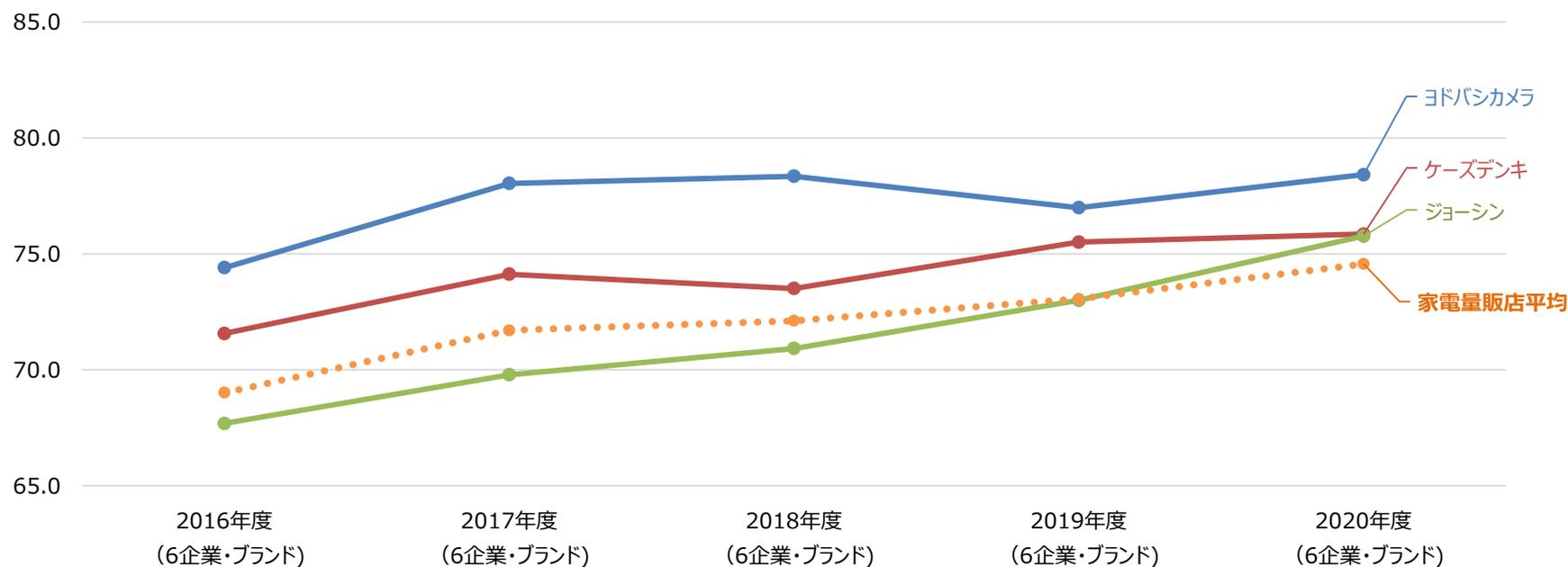
### 顧客満足スコア上位

1位	ヨドバシカメラ	78.4
2位	ケーズデンキ	75.9
3位	ジョーシン	75.8

家電量販店業種は、2016年度以降、スコアが上昇しています。

順位は、1位ヨドバシカメラ、2位ケーズデンキ、3位ジョーシンとなりました。

ヨドバシカメラは、2018年度から2019年度にかけてスコアが低下しましたが、2020年度は上昇しました。ケーズデンキは、2018年度以降、スコアが上昇しています。ジョーシンは、2016年度以降、スコアを上昇させています。



【調査企業・ブランド】

ランキング対象 : エディオン、ケーズデンキ、ジョーシン、ビックカメラ、ヤマダ電機、ヨドバシカメラ (6企業・ブランド)

## 生活用品店／ホームセンター

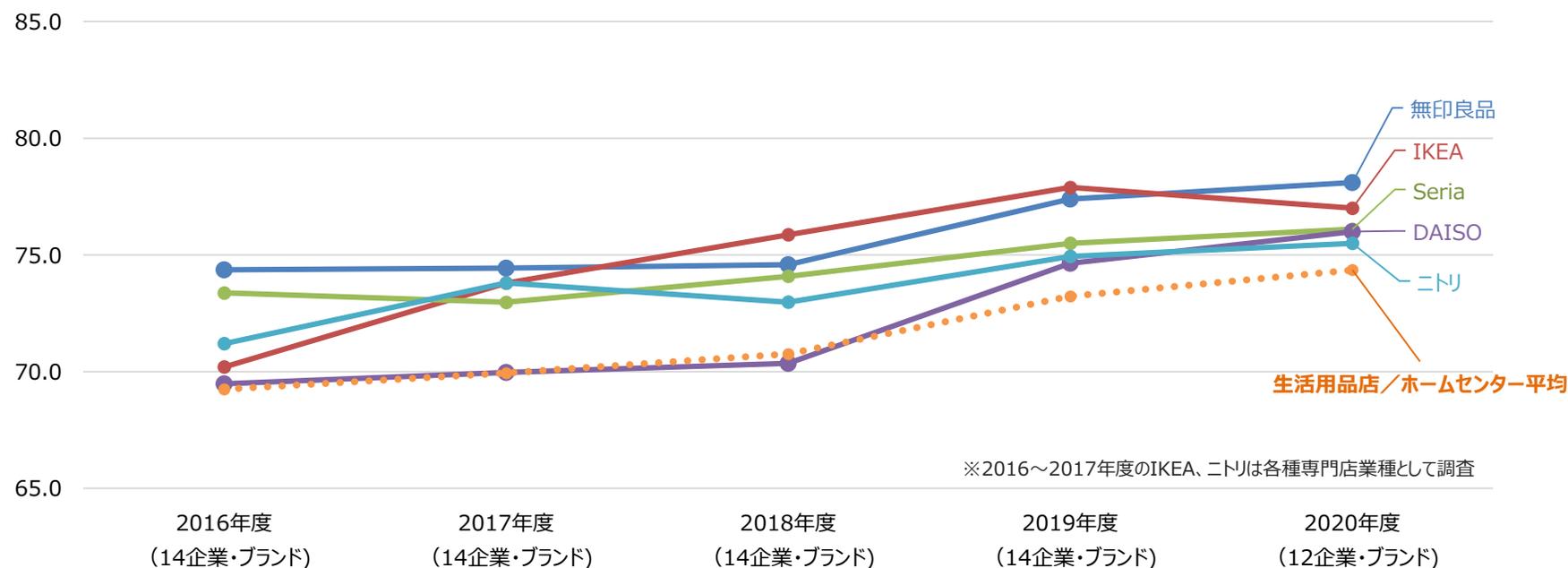
### 顧客満足スコア上位

1位	無印良品	78.1
2位	IKEA	77.0
3位	Seria	76.1
4位	DAISO	76.0
5位	ニトリ	75.5

生活用品店／ホームセンター業種は、2016年度以降、スコアが上昇しています。

順位は、1位無印良品、2位IKEA、3位Seriaとなりました。

無印良品とSeriaは、2018年度以降スコアを上昇させています。IKEAは、2018年度から2019年度にかけてスコアが上昇しましたが、2020年度は低下しました。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : IKEA、カインズ、Can☆Do、コーナン、コメリ、Seria、DAISO、DCMホームマック、東急ハンズ、ニトリ、無印良品 (MUJI)、LoFt (12企業・ブランド)

## ドラッグストア

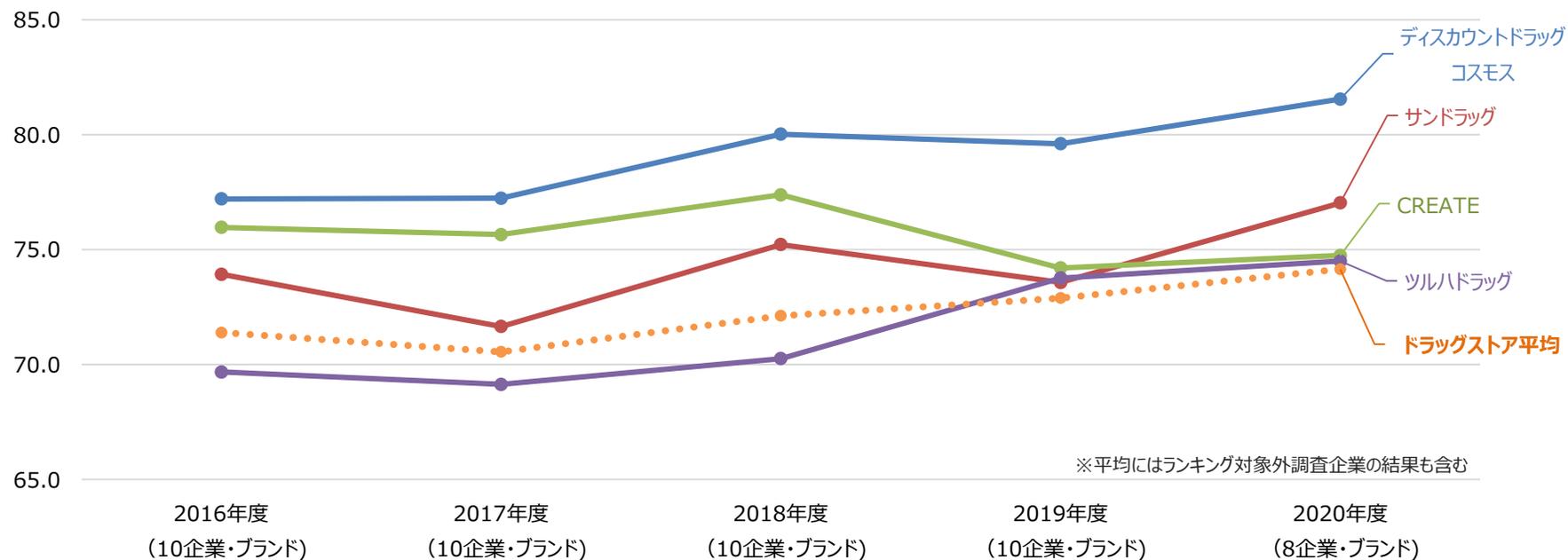
### 顧客満足スコア上位

1位	ディスカウントドラッグコスモス	81.5
2位	サンドラッグ	77.0
3位	CREATE	74.7
4位	ツルハドラッグ	74.5

ドラッグストア業種は、2017年度以降、スコアが上昇しています。

順位は、1位ディスカウントドラッグコスモス、2位サンドラッグ、3位CREATEとなりました。

ディスカウントドラッグコスモス、サンドラッグ、CREATEは3社とも、2018年度から2019年度にかけてスコアが低下しましたが、2020年度は上昇しています。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : welcia、CREATE、ココカラファイン、サンドラッグ、スギ薬局、ツルハドラッグ、ディスカウントドラッグコスモス、マツモトキヨシ (8企業・ブランド)

## 飲食

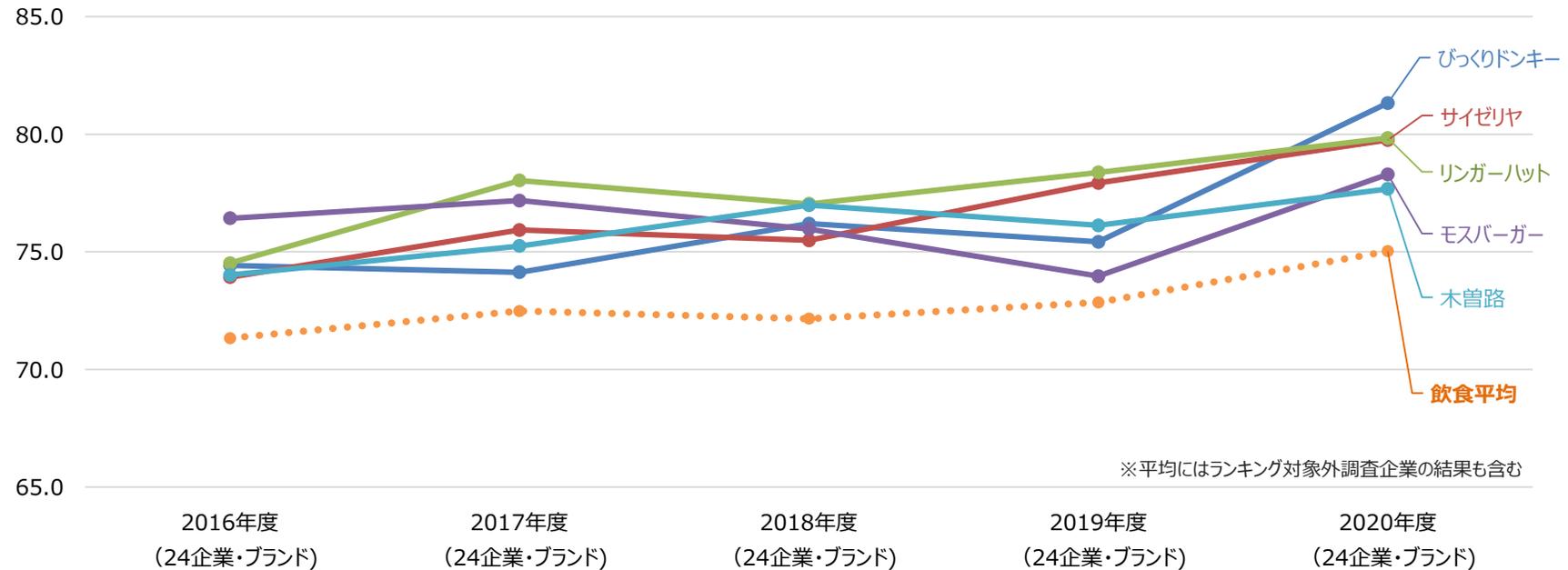
### 顧客満足スコア上位

1位	びっくりドンキー	81.3
2位	サイゼリヤ/リンガーハット	79.8
4位	モスバーガー	78.3
5位	木曽路	77.7

飲食業種は、2018年度以降、スコアが上昇しています。

順位は1位びっくりドンキー、2位サイゼリヤとリンガーハットとなりました。

びっくりドンキーは、2018年度から2019年度にかけてスコアが低下しましたが、2020年度は大きく上昇しました。サイゼリヤとリンガーハットは、2018年度から2020年度にかけてスコアを上昇させています。



#### [調査企業・ブランド]

ランキング対象 : <レストランチェーン> かっぱ寿司、ガスト、木曽路、くら寿司、ココス、サイゼリヤ、ジョイフル、スシロー、デニーズ、はま寿司、バーミヤン、びっくりドンキー、ロイヤルホスト (13企業・ブランド)  
 <ファストフード店 (丼・麺・カレーを含む)> 餃子の王将、ケンタッキーフライドチキン、幸楽苑、CoCo壱番屋、すき家、マクドナルド、松屋、丸亀製麺、モスバーガー、吉野家、リンガーハット (11企業・ブランド)

## カフェ

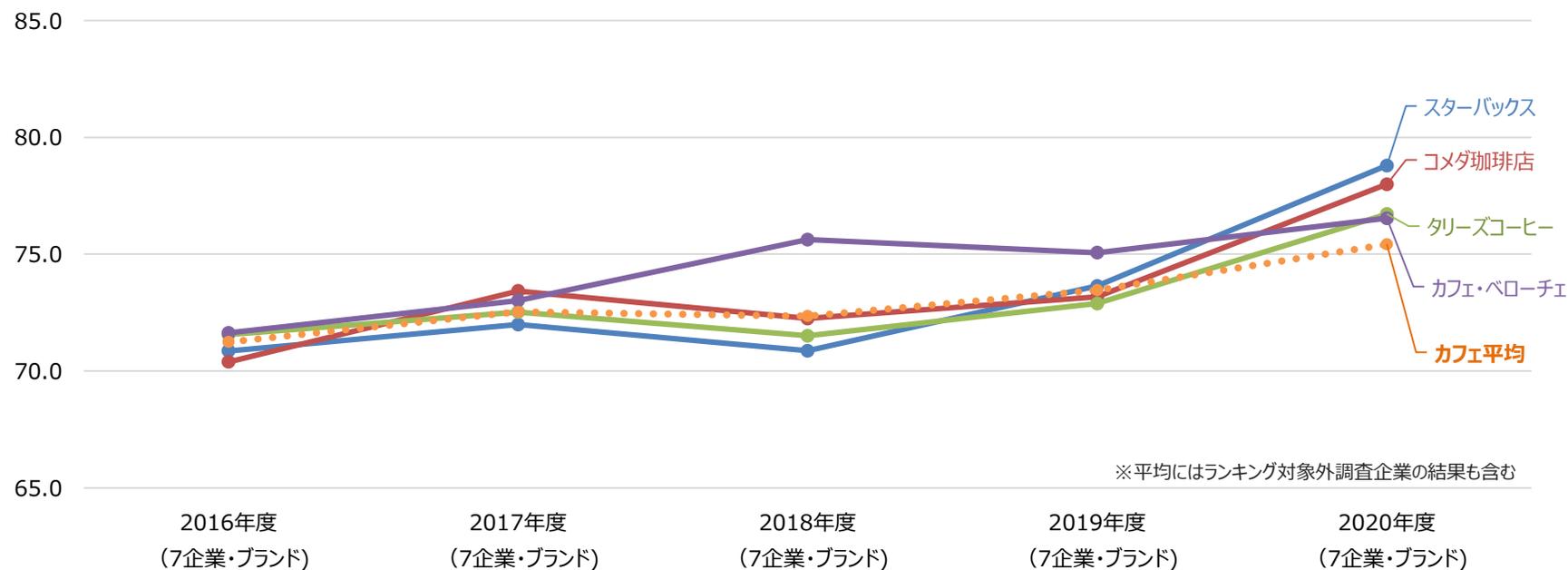
### 顧客満足スコア上位

1位	スターバックス	78.8
2位	コメダ珈琲店	78.0
3位	タリーズコーヒー	76.7
4位	カフェ・ベローチェ	76.5

カフェ業種は、2018年度以降、スコアが上昇しています。

順位は1位スターバックス、2位コメダ珈琲店、3位タリーズコーヒーとなりました。

スターバックス、コメダ珈琲店、タリーズコーヒーは3社とも、2018年度から2020年度にかけて、スコアを上昇させています。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : カフェ・ベローチェ、コメダ珈琲店、サンマルクカフェ、スターバックス、タリーズコーヒー、ドトールコーヒー、ミスタードーナツ (7企業・ブランド)

## 近郊鉄道

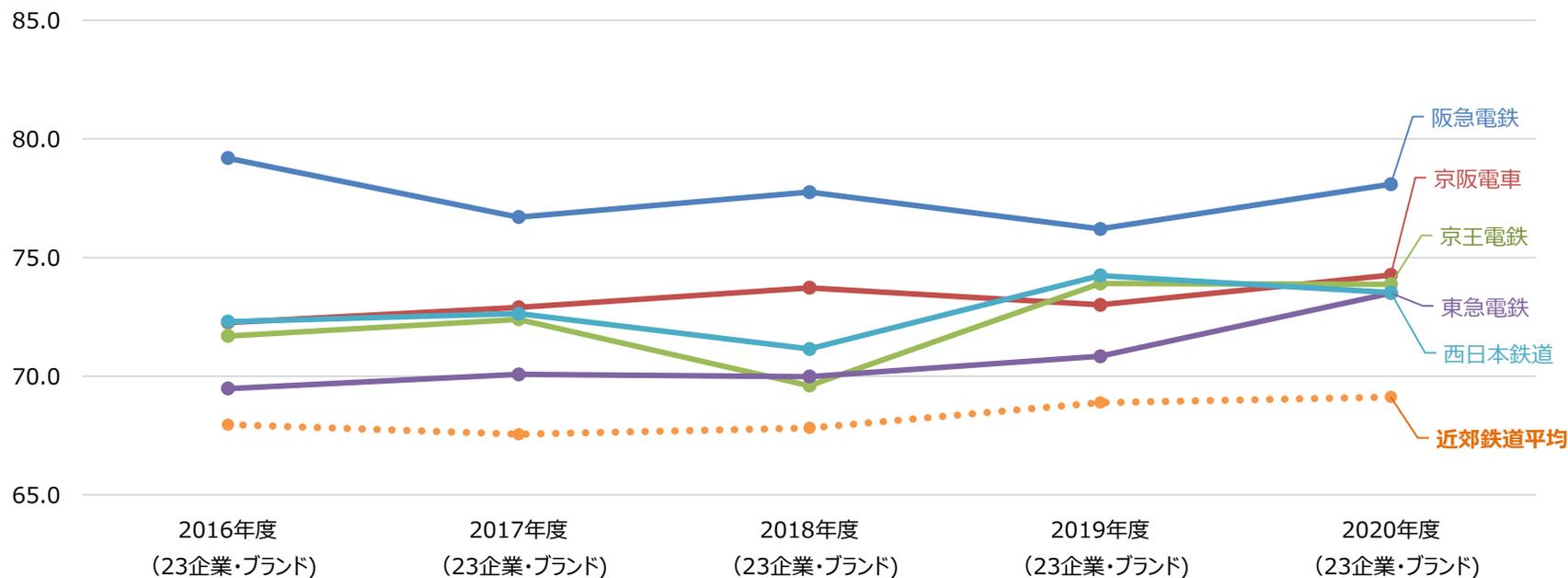
### 顧客満足スコア上位

1位	阪急電鉄	78.1
2位	京阪電車	74.3
3位	京王電鉄	73.9
4位	東急電鉄／西日本鉄道	73.5

近郊鉄道業種は、2018年度から2019年度にかけてスコアが上昇しましたが、2020年度は横ばいでした。

順位は、1位阪急電鉄、2位京阪電車、3位京王電鉄となりました。

阪急電鉄と京阪電車は、2018年度から2019年度にかけてスコアが低下しましたが、2020年度は上昇しました。京王電鉄は、2018年度から2019年度にかけてスコアが上昇しましたが、2020年度は横ばいでした。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : Osaka Metro、小田急電鉄、近畿日本鉄道、京王電鉄、京成電鉄、京阪電車、京浜急行電鉄、相模鉄道、JR九州、JR東海、JR西日本、JR東日本、西武鉄道、東急電鉄、東京メトロ、東武鉄道、都営地下鉄、名古屋市営地下鉄、名古屋鉄道、南海電鉄、西日本鉄道、阪急電鉄、阪神電車 (23企業・ブランド)

## 6 指標 順位表

百貨店 6企業・ブランド						
	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	75.5 伊勢丹 / 三越	75.3 阪急百貨店	74.3 阪急百貨店	77.8 阪急百貨店	72.8 阪急百貨店	74.8 阪急百貨店
2		高島屋	高島屋	76.5 高島屋	高島屋	高島屋
3	阪急百貨店	伊勢丹	三越	76.3 三越	伊勢丹	伊勢丹

家電量販店 6企業・ブランド						
	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	74.7 ヨドバシカメラ	76.3 ヨドバシカメラ	75.5 ヨドバシカメラ	78.4 ヨドバシカメラ	71.3 ヨドバシカメラ	75.0 ヨドバシカメラ
2	ビックカメラ	ビックカメラ	ケーズデンキ	75.9 ケーズデンキ	ケーズデンキ	ジョーシン
3	ジョーシン	ケーズデンキ	ジョーシン	75.8 ジョーシン	ジョーシン	ケーズデンキ

生活用品店/ホームセンター 12企業・ブランド						
	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	74.0 無印良品	76.1 無印良品	76.0 Seria	78.1 無印良品	72.9 無印良品	71.7 カインズ
2	東急ハンズ	東急ハンズ	IKEA	77.0 IKEA	IKEA	DAISO / 無印良品
3	IKEA	IKEA	DAISO	76.1 Seria	東急ハンズ	
4	LoFt	LoFt	ニトリ	76.0 DAISO	ニトリ	IKEA
5	カインズ	カインズ	カインズ	75.5 ニトリ	カインズ	ニトリ
6	Seria / ニトリ	ニトリ	Can☆Do / 無印良品	75.2 カインズ	Seria	Seria

ドラッグストア 8企業・ブランド						
	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	73.4 ディスカウント ドラッグコスモス	76.8 ディスカウント ドラッグコスモス	79.8 ディスカウント ドラッグコスモス	81.5 ディスカウント ドラッグコスモス	72.6 ディスカウント ドラッグコスモス	76.8 ディスカウント ドラッグコスモス
2	サンドラッグ	サンドラッグ	サンドラッグ	77.0 サンドラッグ	サンドラッグ	サンドラッグ
3	ツルハドラッグ	CREATE	CREATE	74.7 CREATE	CREATE	CREATE
4	CREATE	ツルハドラッグ	スギ薬局	74.5 ツルハドラッグ	ツルハドラッグ	ツルハドラッグ

※各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

## 6 指標 順位表

飲食 24企業・ブランド						
	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	77.3 びっくりドンキー	78.3 びっくりドンキー	80.5 サイゼリヤ	81.3 びっくりドンキー	73.9 木曽路	71.7 サイゼリヤ
2	木曽路	モスバーガー	リンガーハット	79.8 サイゼリヤ / リンガーハット	びっくりドンキー	びっくりドンキー
3	モスバーガー	木曽路	びっくりドンキー	リンガーハット	ロイヤルホスト	リンガーハット
4	ケンタッキー フライドチキン	ケンタッキー フライドチキン	丸亀製麺	78.3 モスバーガー	モスバーガー	木曽路 / スシロー
5	リンガーハット	リンガーハット	餃子の王将	77.7 木曽路	リンガーハット	
6	ロイヤルホスト	CoCo壱番屋	スシロー	77.3 ケンタッキー フライドチキン	サイゼリヤ	餃子の王将 / ケンタッキー フライドチキン
7	CoCo壱番屋	サイゼリヤ	幸楽苑	77.2 丸亀製麺	スシロー	
8	スシロー	ロイヤルホスト	木曽路	76.7 餃子の王将 / スシロー	ココス	丸亀製麺 / モスバーガー
9	サイゼリヤ	丸亀製麺	はま寿司 / 吉野家	スシロー	ケンタッキー フライドチキン	
10	餃子の王将	餃子の王将	吉野家	75.7 幸楽苑	くら寿司 / 丸亀製麺	はま寿司
11	丸亀製麺	スシロー	くら寿司	74.7 CoCo壱番屋 / 吉野家	くら寿司	くら寿司
12	デニーズ	デニーズ	すき家		はま寿司	ジョイフル

### 飲食内サブカテゴリー

飲食 レストランチェーン 13企業・ブランド						
	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	77.3 びっくりドンキー	78.3 びっくりドンキー	80.5 サイゼリヤ	81.3 びっくりドンキー	73.9 木曽路	71.7 サイゼリヤ
2	木曽路	木曽路	びっくりドンキー	79.8 サイゼリヤ	びっくりドンキー	びっくりドンキー
3	ロイヤルホスト	サイゼリヤ	スシロー	77.7 木曽路	ロイヤルホスト	木曽路 / スシロー
4	スシロー	ロイヤルホスト	木曽路	76.7 スシロー	サイゼリヤ	
5	サイゼリヤ	スシロー	はま寿司	74.6 くら寿司	スシロー	はま寿司
6	デニーズ	デニーズ	くら寿司	74.5 はま寿司	ココス	くら寿司
7	ココス	ココス	ジョイフル	74.4 ロイヤルホスト	くら寿司	ジョイフル

飲食 ファストフード店（丼・麺・カレーを含む） 11企業・ブランド						
	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	76.3 モスバーガー	77.8 モスバーガー	78.0 リンガーハット	79.8 リンガーハット	69.5 モスバーガー	69.9 リンガーハット
2	ケンタッキー フライドチキン	ケンタッキー フライドチキン	丸亀製麺	78.3 モスバーガー	リンガーハット	餃子の王将 / ケンタッキー フライドチキン
3	リンガーハット	リンガーハット	餃子の王将	77.3 ケンタッキー フライドチキン	ケンタッキー フライドチキン	ケンタッキー フライドチキン
4	CoCo壱番屋	CoCo壱番屋	幸楽苑	77.2 丸亀製麺	丸亀製麺	丸亀製麺 / モスバーガー
5	餃子の王将	丸亀製麺	吉野家	76.7 餃子の王将	CoCo壱番屋	
6	丸亀製麺	餃子の王将	すき家	75.7 幸楽苑	マクドナルド	吉野家

※各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

## 6 指標 順位表

カフェ		7企業・ブランド				
	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	78.3 スターバックス	78.8 スターバックス	76.4 カフェ・ペローチエ	78.8 スターバックス	75.2 スターバックス	73.2 コマダ珈琲店
2	コマダ珈琲店	コマダ珈琲店	コマダ珈琲店	78.0 コマダ珈琲店	コマダ珈琲店	スターバックス
3	タリーズコーヒー	タリーズコーヒー	ドトールコーヒー	76.7 タリーズコーヒー	タリーズコーヒー	カフェ・ペローチエ
4	ミスタードーナツ	ミスタードーナツ	タリーズコーヒー	76.5 カフェ・ペローチエ	カフェ・ペローチエ	ドトールコーヒー

近郊鉄道		23企業・ブランド				
	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	72.3 阪急電鉄	73.8 阪急電鉄	74.0 阪急電鉄	78.1 阪急電鉄	70.9 阪急電鉄	72.3 阪急電鉄
2	京阪電車	京阪電車	京王電鉄	74.3 京阪電車	京阪電車	西日本鉄道
3	西日本鉄道	西日本鉄道	東急電鉄	73.9 京王電鉄	京王電鉄	東急電鉄
4	東急電鉄	東急電鉄	京阪電車	73.5 東急電鉄	西日本鉄道	京王電鉄
5	京浜急行電鉄	京浜急行電鉄	京浜急行電鉄	西日本鉄道	東急電鉄	京浜急行電鉄
6	相模鉄道	京王電鉄	阪神電車	73.3 京浜急行電鉄	京浜急行電鉄	京阪電車
7	京王電鉄	相模鉄道	西日本鉄道	71.6 阪神電車	阪神電車	名古屋市営地下鉄
8	阪神電車	小田急電鉄	小田急電鉄	70.1 相模鉄道	相模鉄道	西武鉄道
9	小田急電鉄	阪神電車	相模鉄道	69.6 東京メトロ	小田急電鉄	近畿日本鉄道
10	近畿日本鉄道	名古屋市営地下鉄	東京メトロ	69.5 小田急電鉄	名古屋市営地下鉄	相模鉄道
11	西武鉄道	東京メトロ	JR九州	68.9 名古屋市営地下鉄	Osaka Metro	JR東日本
12	都営地下鉄	都営地下鉄	西武鉄道	68.7 西武鉄道	近畿日本鉄道	小田急電鉄

※各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

## 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測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。

調査は例年、計30以上の業種・業態、約400社の企業を対象に年度6回（本年度は5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図るため、上位企業の調査結果を公表しています。



## 調査対象業種・スケジュール

**調査対象業種：** 38業種（2019年度実績）  
 ※各業種1年に1回調査を実施（赤字は今回発表の業種）

セグメント	業種名
小売系	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
観光・飲食・交通系	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
通信・物流系	携帯電話、宅配便
生活支援系	フィットネスクラブ、教育サービス
金融系	銀行、生命保険、損害保険、証券、クレジットカード
その他	事務機器
特別調査	電力小売、ガス小売、映画館、MVNO、生活関連サービス、銀行（借入・貯蓄・投資）、地方銀行（北海道・東北・関東・甲信越）、キャッシュレス決済、住設機器サービス

### 年間発表スケジュール（2020年度） 全業種を年間5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	2020年7～8月 (9月16日発表)	スーパーマーケット、コンビニエンスストア、シティホテル、携帯電話、銀行 [特別調査]電力小売、ガス小売、MVNO、銀行（借入・貯蓄・投資）
第2回	2020年8～9月 (11月5日発表)	衣料品店、自動車販売店、通信販売、国内長距離交通、教育サービス、証券
第3回	2020年9～10月 (12月21日発表)	宅配便、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]キャッシュレス決済
第4回	2020年11～12月 (2021年2月24日発表)	百貨店、家電量販店、生活用品店/ホームセンター、ドラッグストア、飲食、カフェ、近郊鉄道
第5回	時期未定	各種専門店、ビジネスホテル、旅行、エンタテインメント、フィットネスクラブ [特別調査]映画館

\* 政府による新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づく緊急事態宣言の発出に伴い、本年度のJCSI調査を一時見合わせたため、各回の調査期間・発表時期・対象業種や年間調査回数は例年と異なります。なお、第5回の調査内容については、新型コロナウイルス感染症の感染状況等により変更する場合がございます。

## 調査対象企業・ブランド

2020年度第4回調査（7業種）での調査対象企業・ブランドは以下の企業です。  
 ランキング対象（特別調査除く）：86企業・ブランド

業種名（企業・ブランド数）	指数化対象企業・ブランド名（50音順）
百貨店(6) (*ランキング対象外(3))	伊勢丹、そごう、大丸、高島屋、阪急百貨店、三越 (*ランキング対象外：西武百貨店（SEIBU）、阪神百貨店、松坂屋）
家電量販店(6)	エディオン、ケーズデンキ、ジョーシン、ビックカメラ、ヤマダ電機、ヨドバシカメラ
生活用品店/ ホームセンター(12)	IKEA、カインズ、Can☆Do、コーナン、コメリ、Seria、DAISO、DCMホームマック、東急ハンズ、ニトリ、無印良品、LoFt
ドラッグストア(8) (*ランキング対象外(1))	welcia、CREATE、ココカラファイン、サンドラッグ、スギ薬局、ツルハドラッグ、ディスカウントドラッグコスモス、マツモトキヨシ (*ランキング対象外：ダイコクドラッグ)
飲食(24) (*ランキング対象外(2))	【レストランチェーン】(13) かつば寿司、ガスト、木曽路、くら寿司、ココス、サイゼリヤ、ジョイフル、スシロー、デニーズ、はま寿司、バーミヤン、びっくりドンキー、ロイヤルホスト (*ランキング対象外：いきなり！ステーキ) 【ファストフード店（丼・麺・カレーを含む）】(11) 餃子の王将、ケンタッキーフライドチキン、幸楽苑、CoCo壱番屋、すき家、マクドナルド、松屋、丸亀製麺、モスバーガー、吉野家、リンガーハット (*ランキング対象外：日高屋)
カフェ(7) (*ランキング対象外(2))	カフェ・ベローチェ、コメダ珈琲店、サンマルクカフェ、スターバックス、タリーズコーヒー、ドトールコーヒー、ミスタードーナツ (*ランキング対象外：カフェ・ド・クリエ、星乃珈琲店)
近郊鉄道(23)	Osaka Metro、小田急電鉄、近畿日本鉄道、京王電鉄、京成電鉄、京阪電車、京浜急行電鉄、相模鉄道、JR九州、JR東海、JR西日本、JR東日本、西武鉄道、東急電鉄、東京メトロ、東武鉄道、都営地下鉄、名古屋市営地下鉄、名古屋鉄道、南海電鉄、西日本鉄道、阪急電鉄、阪神電車

\*は、ランキング対象外の企業・ブランド

## 回答者の選定条件、企業の選定条件

### 回答者の選定条件

JCSI調査では、下記条件に該当するサービス利用者のみを対象として調査を行っています。

業種名	回答者の選定条件（2020年11月～1月の調査時点からみて）
百貨店	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用
家電量販店	1年以内に2回以上(会計を伴う)利用
生活用品店/ホームセンター	1年以内に2回以上(会計を伴う)利用
ドラッグストア	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用
飲食	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用
カフェ	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用
近郊鉄道	3か月以内に2回以上(鉄道車両を)利用

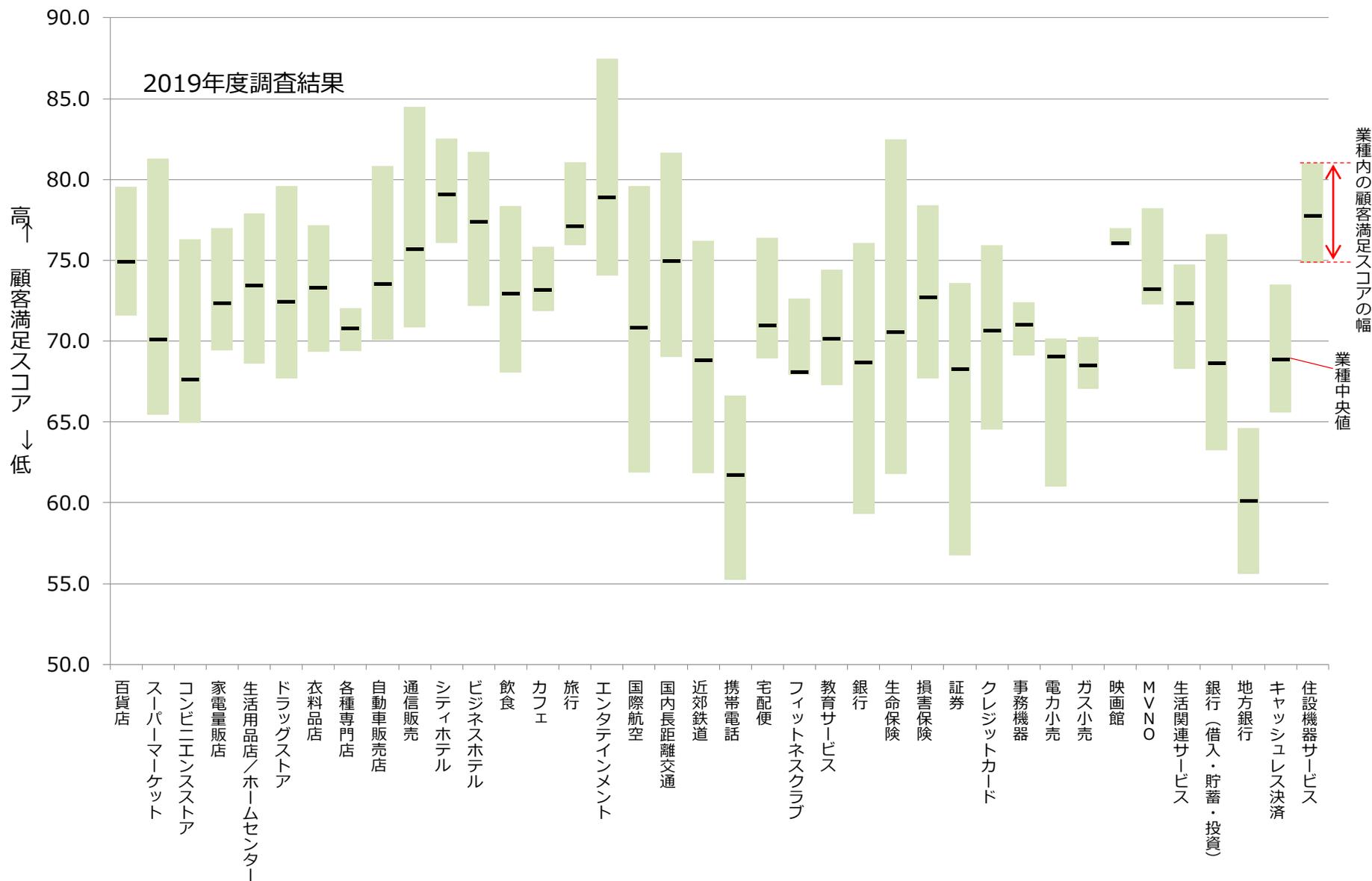
### 企業の選定条件

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あると思われる企業・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、前年度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・ブランドはランキング対象外とする。

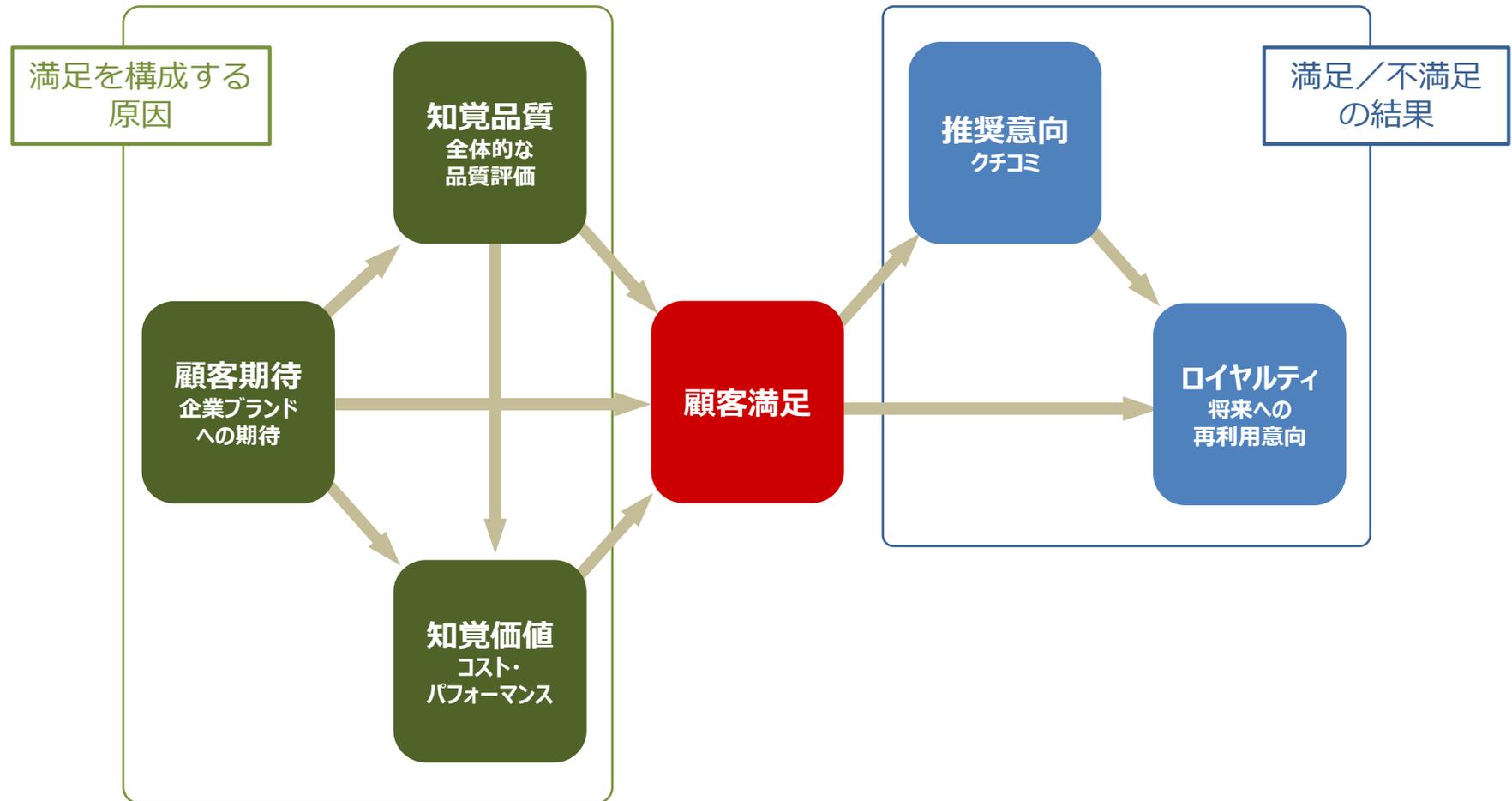
## JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能

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。業種を超えた競合企業評価、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"> <li>□ 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)</li> <li>□ 2012年5月発表の中期経営戦略にて、業種No.1を維持すると発表</li> <li>□ 10年連続顧客満足度No.1を獲得</li> </ul>
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"> <li>□ 「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</li> <li>□ 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</li> <li>□ 2016年度国際航空業種で「推奨意向」「ロイヤルティ」No.1獲得</li> </ul>

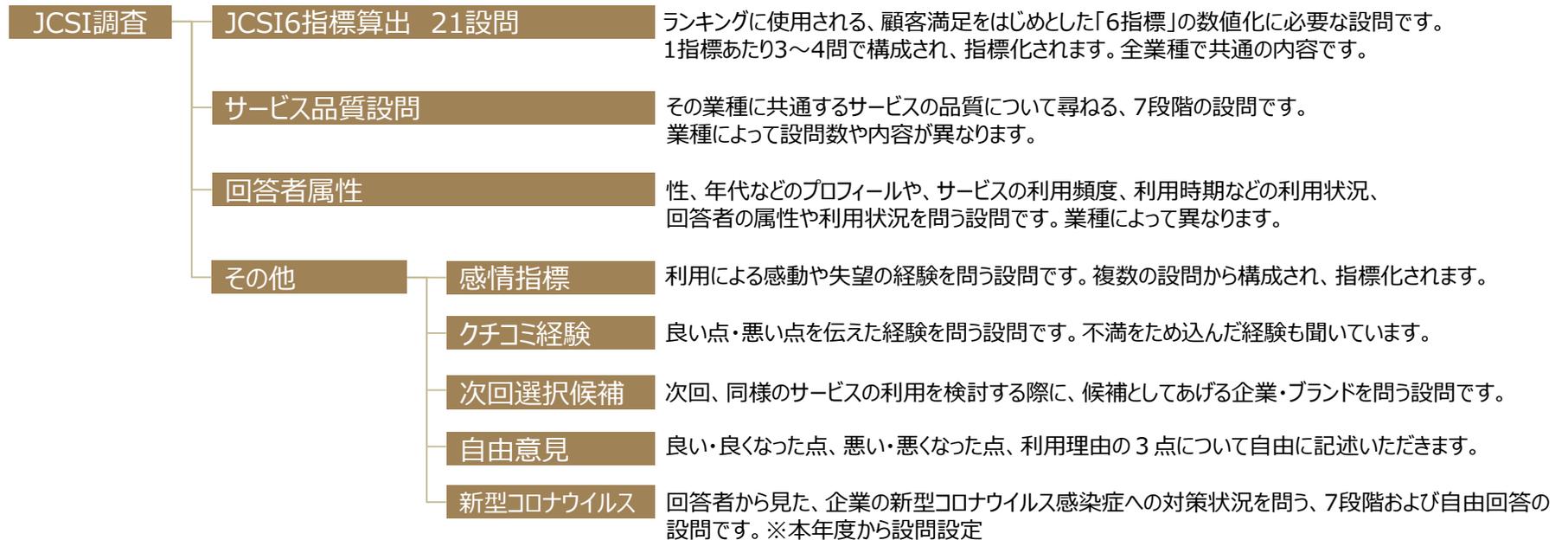
#### ■ 社内施策の効果測定に

事業戦略の変更 の効果測定	レストラン	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 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)</li> <li>□ 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</li> <li>□ 各施策の評価が高まるとともに、業績も回復基調に</li> </ul>
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"> <li>□ 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</li> <li>□ 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</li> </ul>
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"> <li>□ 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</li> </ul>

## 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	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、当社を第一候補に思う。	
満足・不満足の原因			
満足・不満足の結果			

### ● 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）

## サービス産業生産性協議会とは



「サービス産業のイノベーションと生産性向上」を推進するための産学官のプラットフォームとして、公益財団法人日本生産性本部が2007年に設立しました。優秀事例の顕彰、知識共有の場づくり、経営確認のツールの提供、調査研究などサービス産業のダイナミックな成長につながる活動を推進しています。

## 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 : [jcsi@jpc-net.jp](mailto:jcsi@jpc-net.jp)  
Web : <https://www.service-js.jp>  
Facebook : <https://www.facebook.com/SPRING.Service>  
Twitter : [https://twitter.com/SPRING\\_Service](https://twitter.com/SPRING_Service)

## ご注意

- (1) 本紙は報道用資料です。許可なく、報道を除く企業活動（広告・販促等）に転用することを禁止します。
- (2) 本発表内容の引用に際しては、「出典：サービス産業生産性協議会 2020年度 JCSI 第4回調査結果」もしくは「2020年度サービス産業生産性協議会調べ」と明記下さい。（必要に応じて業種も明記下さい。）
- (3) 掲載・引用の際は1部ご送付、または取扱いメディア（映像・音声も含みます）の情報をお知らせください。