

## ■ 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。

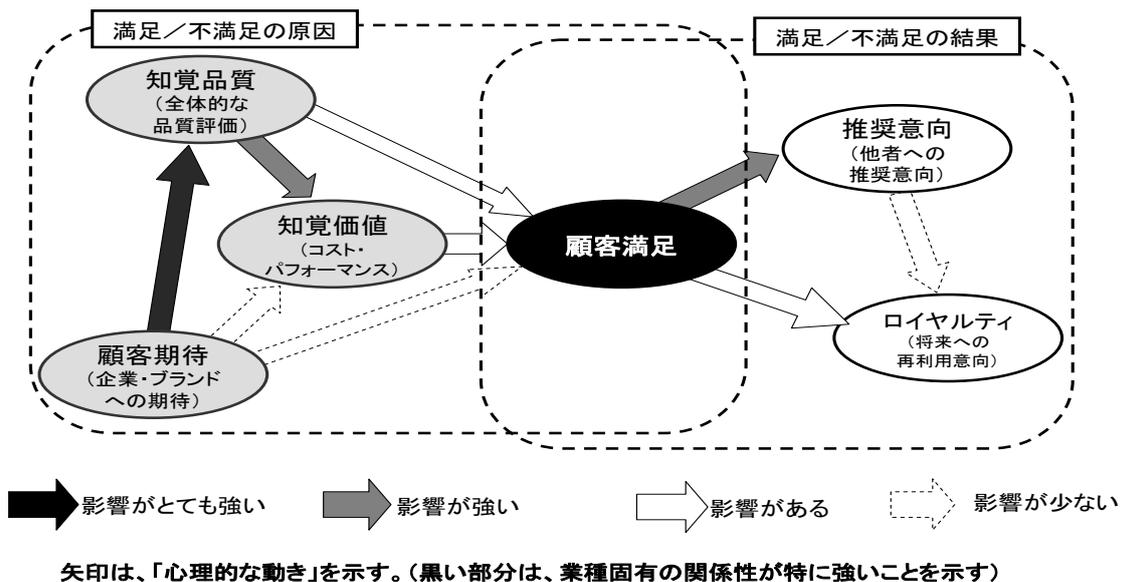
### 3. 経営改善に活用

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

業種名	指数化対象企業・ブランド名	回答者の選定条件
自動車販売店(13) 参考(2)	カローラ店、スズキの正規販売店、スバルの正規販売店、ダイハツの正規販売店、トヨタ店、トヨタ店、日産の正規販売店、ネット店、BMWの正規販売店、フォルクスワーゲンの正規販売店、Honda Cars、マツダの正規販売店、ミツビシの正規販売店 （*参考：メルセデス・ベンツの正規販売店、レクサス店）	最近1年間に運転することがある乗用自動車 <sup>(※1)</sup> の修理(部品交換含む)・車検・点検(12ヶ月点検等)で利用 (※1)トラック類除く4輪の自家用車
通信販売(26) 参考(2)	Amazon.co.jp、イオンスクエア、オルビス、QVC ジャパン、サントリーウエルネス Online、ショップチャンネル、Joshin web、セシール、7netshopping、ZOZOTOWN、通販生活(カタログハウス)、DHC online shop、ディノス、ドクターシーラボ、ニッセン、ビックカメラ.com、FANCL online、フェリシモ、ベルーナ、ベルメゾン(千趣会)、やずや、Yahoo! ショッピング、山田養蜂場、ユニクロオンラインストア、ヨドバシ.com、楽天市場 （*参考：ジャパネットたかた、FUJIFILM ビューティー&ヘルスケア Online(アスタリフト)）	最近半年間で2回以上買い物
サービスステーション(8)	IDEMITSU(出光興産)、ESSO、ENEOS(JX 日鉱日石エネルギー)、KYGNUS(キグナス石油)、COSMO(コスモ石油)、Shell(昭和シェル石油)、JA-SS(全国農業協同組合連合会)、Mobil	最近半年間で2回以上利用
銀行(13) 参考(2)	イオン銀行、じぶん銀行、ジャパンネット銀行、新生銀行、JAバンク、住信SBIネット銀行、ソニー銀行、みずほ銀行、三井住友銀行、三菱東京UFJ銀行、ゆうちょ銀行、楽天銀行、りそな銀行  （*参考：セブン銀行、大和ネクスト銀行）	最近1年間で口座を持っていて、かつ、以下のいずれかの経験がある事 ・手続き経験 <sup>(※2)</sup> ・活用経験 <sup>(※3)</sup> ・アドバイスを受けた経験 <sup>(※4)</sup> (※2)定期・積立預金、融資・借入、国債・投資信託・外貨預金等の取引、振込 (※3)ポイントプログラム、マイレージ (※4)不動産、相続等の資産形成
証券(11)	SMBC日興証券、SBI証券、カブドットコム証券、GMOクリック証券、大和証券、野村証券、松井証券、マネックス証券、みずほ証券、三菱UFJモルガン・スタンレー証券、楽天証券	最近1年間で口座を持っていて、かつ、以下のいずれかの経験がある事 ・取引経験 <sup>(※5)</sup> ・資産運用等の相談経験 (※5)売買・購入含む(株式、FX、債権、投資信託、保険商品、先物・オプション等)
インターネットサービス(14) 参考(3)	クックパッド、Google、Skype、Twitter、ニコニコ動画、Facebook、ブックオフオンライン、mixi、モバオク、ヤフオク!、Yahoo! JAPAN、YouTube、LINE、楽天オークション （*参考：ぐるなび、食べログ、ホットペッパー）	最近半年間で2回以上利用

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。