

Japanese Customer Satisfaction Index 2022

JCSI 日本版顧客満足度指数
2022年度年間調査結果

参考資料 業種間比較・年間総合順位

2023.3.7



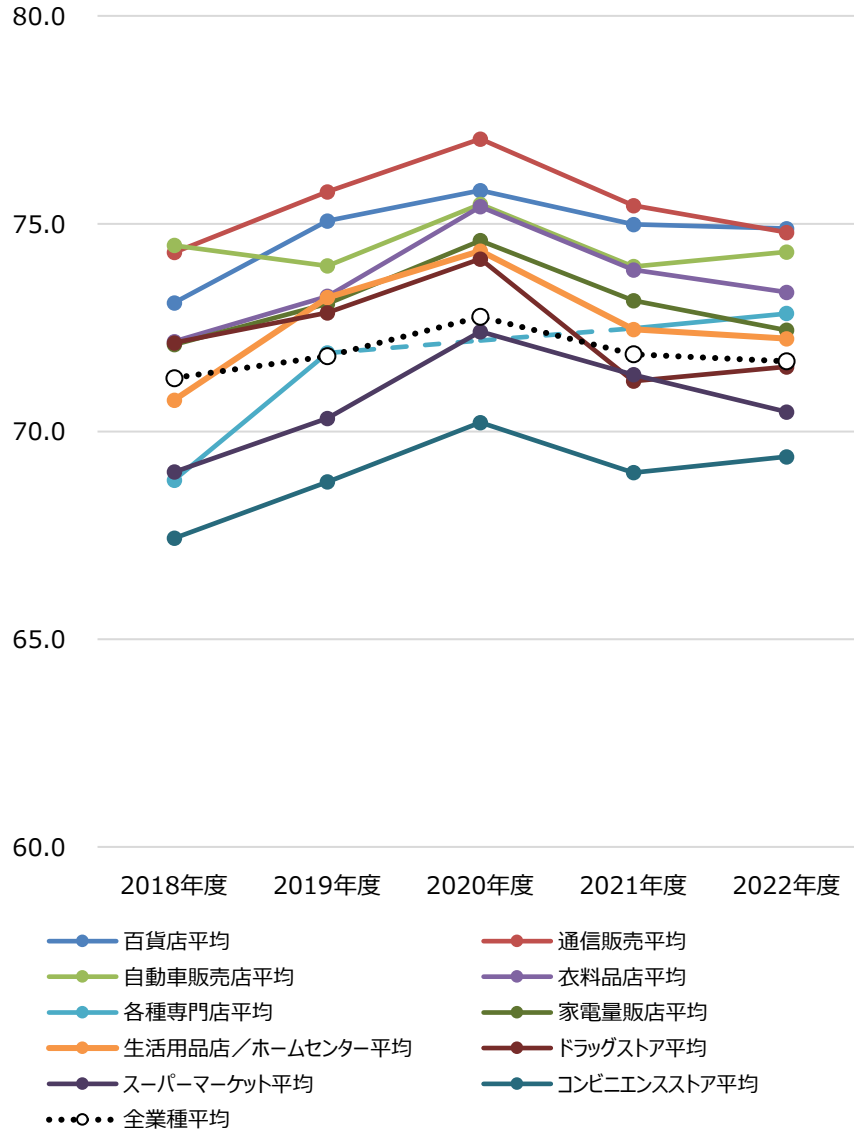
SPRING
サービス産業生産性協議会



INDEX

- P.1 INDEX
- P.2 2022年度 調査業種別顧客満足の推移 小売系
- P.3 2022年度 調査業種別顧客満足の推移 観光・飲食・交通系
- P.4 2022年度 調査業種別顧客満足の推移 通信・物流・生活支援系
- P.5 2022年度 調査業種別顧客満足の推移 金融系
- P.6 2022年度6指標 年間総合順位表
- P.8 2022年度感情（感動・失望）指標 年間総合順位表
- P.9 2022年度CSR指標 年間総合順位表
- P.10 JCSIとは
- P.11 調査スケジュール・対象業種
- P.12 JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能
- P.13 JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能
- P.14 JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい
- P.15 JCSI調査の設問構成
- P.16 調査設問：JCSI6指標算出に用いる21設問
- P.17 お問い合わせ先

2022年度 調査業種別顧客満足の推移



※ 各種専門店業種は2020年度未実施

小売系

2022年度調査対象の小売系業種は、業種間比較では、スコアの高い順で並べると、百貨店、通信販売、自動車販売店、衣料品店、各種専門店、家電量販店、生活用品店/ホームセンター、ドラッグストア、スーパーマーケット、コンビニエンスストアとなりました。

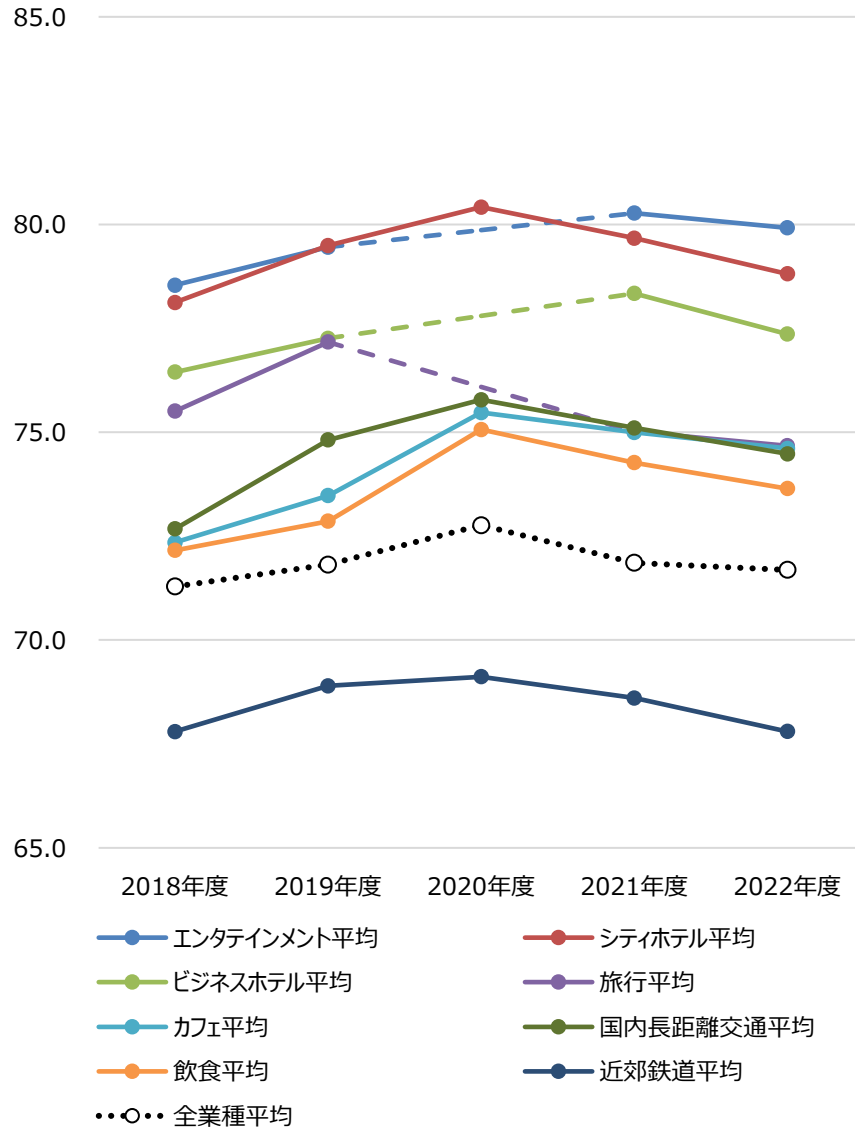
過年度の推移をみると、百貨店、生活用品店/ホームセンターは2020年度から2021年度にかけてスコアが低下しましたが、2022年度は横ばいでした。通信販売、衣料品店、家電量販店、スーパーマーケットは、2020年度以降スコアが低下しています。自動車販売店、ドラッグストア、コンビニエンスストアは、2020年度から2021年度にかけてスコアが低下しましたが、2022年度は上昇しました。各種専門店は2019年度と比較して、2021年度と2022年度はスコアが上昇しています。

対象業種 衣料品店、各種専門店、家電量販店、コンビニエンスストア、自動車販売店、スーパーマーケット、生活用品店/ホームセンター、通信販売、ドラッグストア、百貨店（50音順）

※ 特別調査業種は対象外

2022年度 調査業種別顧客満足度の推移

観光・飲食・交通系



※ エンタテインメント業種、ビジネスホテル業種、旅行業種は2020年度未実施。

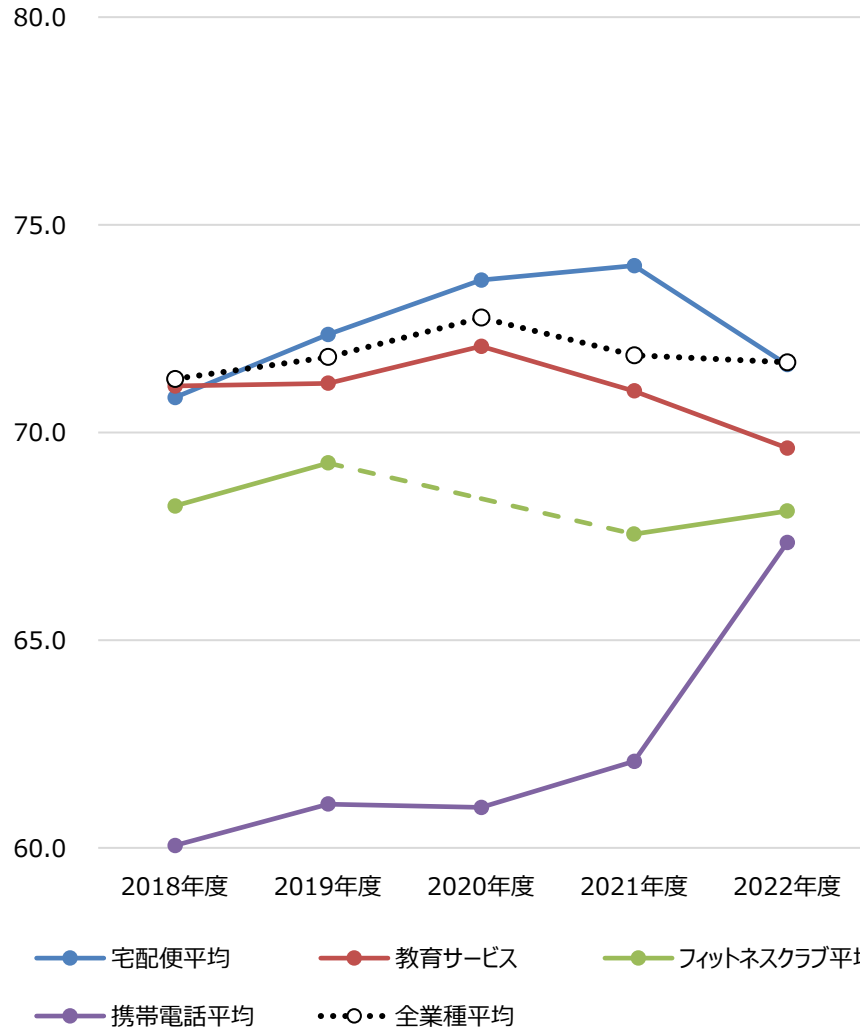
2022年度調査対象の観光・飲食・交通系業種は、業種間比較では、スコアの高い順で並べると、エンタテインメント、シティホテル、ビジネスホテル、旅行、カフェ、国内長距離交通、飲食、近郊鉄道となりました。

過年度の推移をみると、エンタテインメント、ビジネスホテルは2019年度調査と比べて2021年度はスコアが上昇したものの、2022年度は低下しました。シティホテル、カフェ、国内長距離交通、飲食、近郊鉄道は、2020年度以降スコアが低下しています。旅行は2019年度と比較して、2021年度はスコアが低下し、2022年度はさらに低下しました。

対象業種 飲食、エンタテインメント、カフェ、近郊鉄道、国内長距離交通、シティホテル、ビジネスホテル、旅行（50音順）

※ 特別調査業種は対象外

2022年度 調査業種別顧客満足度の推移 通信・物流・生活支援系



2022年度調査対象の通信・物流・生活支援系業種は、業種間比較では、スコアの高い順で並べると、宅配便、教育サービス、フィットネスクラブ、携帯電話となりました。

過年度の推移をみると、宅配便は、2018年度から2021年度にかけてスコアが上昇しましたが、2022年度は低下しています。教育サービスは、2020年度以降、スコアが低下しています。フィットネスクラブは、2019年度と比較して2021年度はスコアが低下しましたが、2022年度は上昇しました。携帯電話は2020年度以降、スコアが上昇しています。

対象業種 教育サービス、携帯電話、宅配便、フィットネスクラブ (50音順)

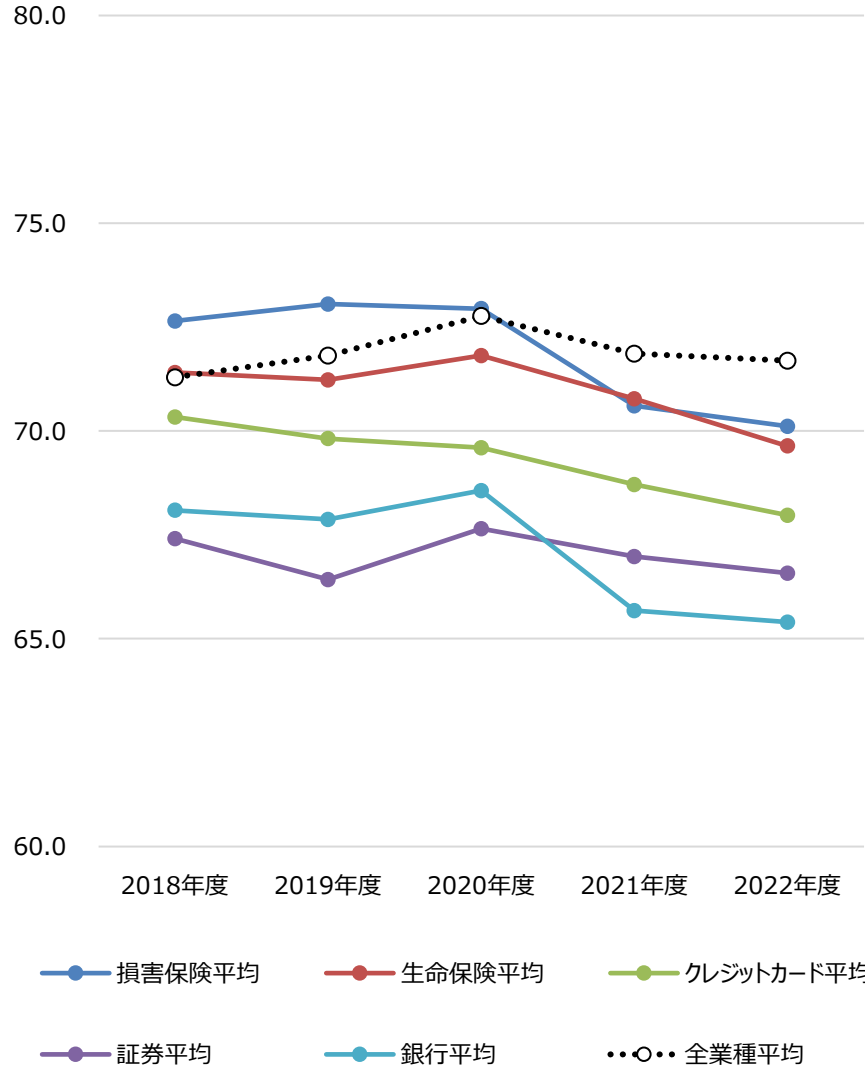
※ 特別調査業種は対象外

※ フィットネスクラブ業種は2020年度未実施

※携帯電話業種は、2022年度に調査対象企業を再編成(2021年にサービスを開始したオンライン専用ブランド (ahamo、povo、LINEMO) を調査対象に追加。また、従来型携帯電話 (ガラケー) のサービス縮小の動きに伴い、スマートフォンとケータイ・PHSを区分しての調査から、統合した調査に変更。当該再編成に伴い、携帯電話平均も変化した。)

2022年度 調査業種別顧客満足の推移

金融系



2022年度調査対象の金融系業種は、業種間比較では、スコアの高い順に並べると、損害保険、生命保険、クレジットカード、証券、銀行となりました。

過年度の推移をみると、損害保険、生命保険、クレジットカード、証券は、2020年度以降、スコアが低下しています。銀行は、2020年度から2021年度にかけてスコアが低下しましたが、2022年度は横ばいでした。

対象業種 銀行、クレジットカード、証券、生命保険、損害保険 (50音順)

※ 特別調査業種は対象外

2022年度 6 指標 年間総合順位表

顧客期待			
順位	スコア	企業・ブランド名	業種名
1位	86.1	劇団四季	エンタテインメント
2位	83.1	帝国ホテル	シティホテル
3位	82.7	レクサス店	自動車販売店
4位	81.8	宝塚歌劇団	エンタテインメント
5位	81.7	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント
6位	80.4	ヨドバシ・ドット・コム	通信販売
7位	79.0	ドーミーイン	ビジネスホテル
8位	78.9	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	エンタテインメント
		リッチモンドホテル	ビジネスホテル
10位	78.2	ホテル日航	シティホテル

知覚品質			
順位	スコア	企業・ブランド名	業種名
1位	85.5	劇団四季	エンタテインメント
2位	84.0	レクサス店	自動車販売店
3位	82.5	宝塚歌劇団	エンタテインメント
		ヨドバシ・ドット・コム	通信販売
5位	82.2	帝国ホテル	シティホテル
6位	80.9	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント
7位	79.8	ドーミーイン	ビジネスホテル
8位	79.4	リッチモンドホテル	ビジネスホテル
9位	79.0	コープ共済	生命保険
10位	78.6	ホテル日航	シティホテル

知覚価値			
順位	スコア	企業・ブランド名	業種名
1位	84.3	劇団四季	エンタテインメント
2位	83.5	ヨドバシ・ドット・コム	通信販売
3位	82.9	宝塚歌劇団	エンタテインメント
4位	80.5	コープ共済	生命保険
5位	80.0	リッチモンドホテル	ビジネスホテル
6位	79.9	サイゼリヤ	飲食
7位	79.8	帝国ホテル	シティホテル
8位	78.6	ドーミーイン	ビジネスホテル
9位	78.2	スカイマーク	国内長距離交通
		ホテル日航	シティホテル

※6指標の詳細は13ページ参照

2022年度6指標 年間総合順位表

顧客満足			
順位	スコア	企業・ブランド名	業種名
1位	87.7	劇団四季	エンタテインメント
2位	86.6	ヨドバシ・ドット・コム	通信販売
3位	85.3	宝塚歌劇団	エンタテインメント
4位	82.7	レクサス店	自動車販売店
5位	82.3	コープ共済	生命保険
		帝国ホテル	シティホテル
7位	81.9	ドーミーイン	ビジネスホテル
8位	81.4	リッチモンドホテル	ビジネスホテル
9位	80.6	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント
10位	80.2	ホテル日航	シティホテル

推奨意向			
順位	スコア	企業・ブランド名	業種名
1位	83.4	劇団四季	エンタテインメント
2位	81.0	宝塚歌劇団	エンタテインメント
3位	80.3	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント
4位	80.2	帝国ホテル	シティホテル
5位	79.5	レクサス店	自動車販売店
6位	77.2	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	エンタテインメント
7位	76.8	ホテル日航	シティホテル
		ヨドバシ・ドット・コム	通信販売
9位	76.6	リッチモンドホテル	ビジネスホテル
10位	75.7	ドーミーイン	ビジネスホテル

ロイヤルティ			
順位	スコア	企業・ブランド名	業種名
1位	81.6	宝塚歌劇団	エンタテインメント
2位	80.6	劇団四季	エンタテインメント
3位	80.5	ヨドバシ・ドット・コム	通信販売
4位	77.1	帝国ホテル	シティホテル
		ドーミーイン	ビジネスホテル
6位	76.5	ジャルパック	旅行
7位	76.3	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント
8位	74.7	一休.com	旅行
		リッチモンドホテル	ビジネスホテル
10位	74.6	阪急交通社	旅行
		レクサス店	自動車販売店

※6指標の詳細は13ページ参照

2022年度感情（感動・失望）指標 年間総合順位表

感動指標			
順位	スコア	企業・ブランド名	業種名
1位	83.1	劇団四季	エンタテインメント
2位	81.7	宝塚歌劇団	エンタテインメント
3位	76.0	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント
4位	74.0	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	エンタテインメント
5位	69.2	ナガシマリゾート	エンタテインメント
6位	67.4	帝国ホテル	シティホテル
7位	63.8	ドーミーイン	ビジネスホテル
8位	63.1	ホテル日航	シティホテル
9位	61.9	クラブツーリズム	旅行
10位	61.5	阪急交通社	旅行

失望指標			
順位	スコア	企業・ブランド名	業種名
1位	7.0	ファンケルオンライン	通信販売
2位	7.6	ヨドバシ・ドット・コム	通信販売
3位	9.3	オルビス	通信販売
4位	9.9	DHC公式onlineshop	通信販売
5位	10.7	ソニー銀行	銀行
6位	10.8	劇団四季	エンタテインメント
		レクサス店	自動車販売店
8位	11.4	コープ共済	生命保険
		ドーミーイン	ビジネスホテル
10位	11.8	Honeys	衣料品店

※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(良い意味で)」「うれしい」「楽しい」「興奮した(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

2022年度CSR指標 年間総合順位表

CSR指標			
順位	スコア	企業・ブランド名	業種名
1位	69.8	劇団四季	エンタテインメント
2位	69.7	宝塚歌劇団	エンタテインメント
		帝国ホテル	シティホテル
4位	68.5	コープ共済	生命保険
5位	67.5	東京ディズニーリゾート	エンタテインメント
6位	67.2	レクサス店	自動車販売店
7位	66.5	ホテル日航	シティホテル
8位	65.9	都道府県民共済	生命保険
9位	65.1	都道府県民共済	損害保険
10位	64.8	リッチモンドホテル	ビジネスホテル

※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）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点満点にて指数化したもの。

<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、サービス産業を対象とし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、計30以上の業種・業態、約300社の企業を対象に、年4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4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	2022年5月 (7月27日発表)	百貨店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア、飲食、カフェ、宅配便、証券 [特別調査] 電力小売
第2回	2022年7月～8月 (9月28日発表)	通信販売、携帯電話、フィットネスクラブ、銀行 [特別調査] MVNO(仮想移動体通信事業者)、ガス小売、QRコード決済、電子マネー
第3回	2022年8月～9月 (11月8日発表)	衣料品店、家電量販店、各種専門店、生活用品店/ホームセンター、自動車販売店、旅行、エンタテインメント、国内長距離交通、教育サービス [特別調査] インターネット回線
第4回	2022年10月～11月 (12月22日発表)	シティホテル、ビジネスホテル、近郊鉄道、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

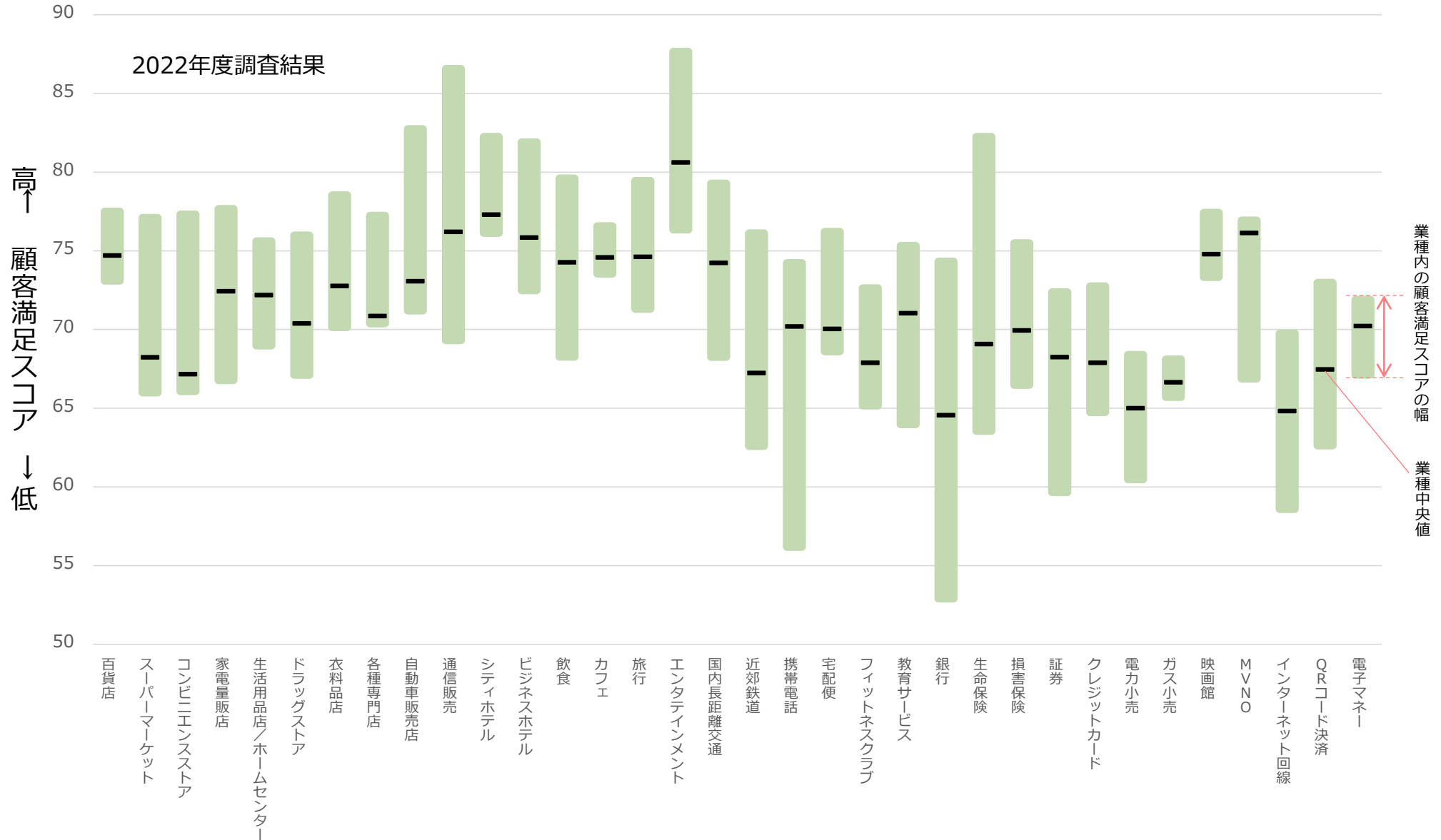
企業の選定条件

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。

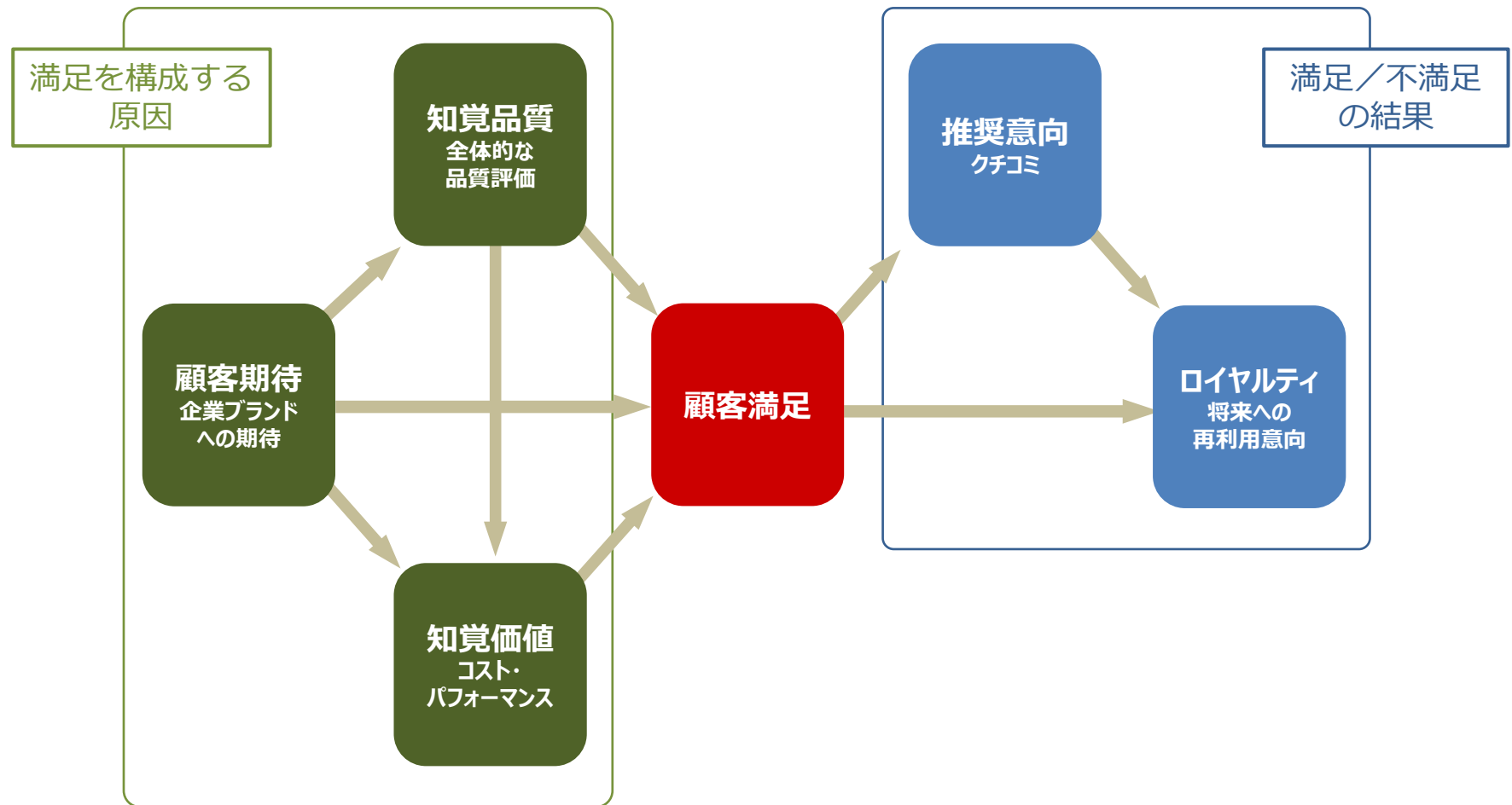
JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能

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	航空会社A	<ul style="list-style-type: none"> □ 中期経営戦略にて、業種No.1を維持すると発表 □ 10年連続顧客満足度No.1を獲得
推奨意向、 ロイヤルティ1位を 目標	航空会社B	<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 □ 中期経営計画にて、5年後に業種No.1になると発表

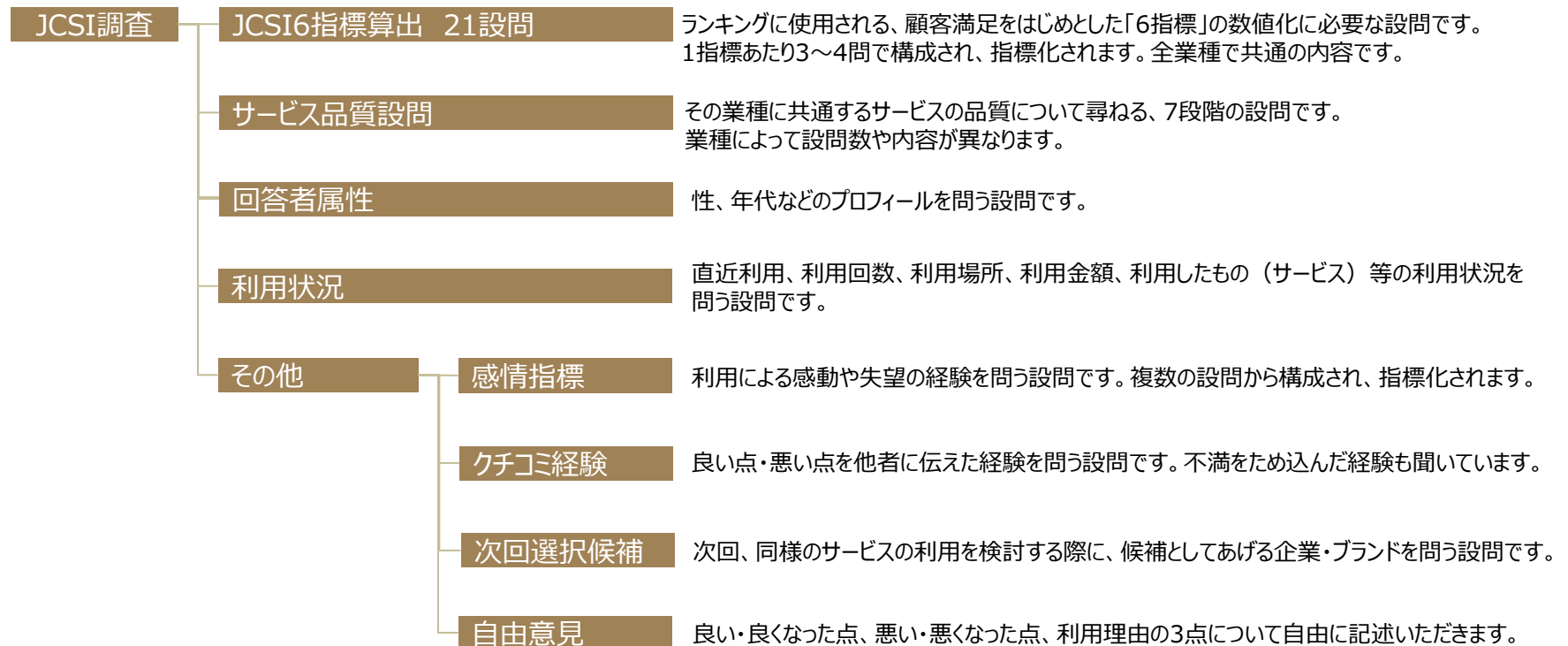
■ 社内施策の効果測定に

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	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。
ロイヤルティ	4	第一候補	次回、▲▲を利用する場合、当社を第一候補に思う。

● 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）

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、経営革新のツールの提供、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
Web : <https://www.service-js.jp>
Facebook : <https://www.facebook.com/SPRING.Service>
Twitter : 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 2022年度 JCSI 年間調査結果」もしくは「2022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・音声も含まれます)の情報をお知らせください。