



Japanese Customer Satisfaction Index 2021

JCSI 日本版顧客満足度指数
第4回調査 詳細資料

2022.2.22



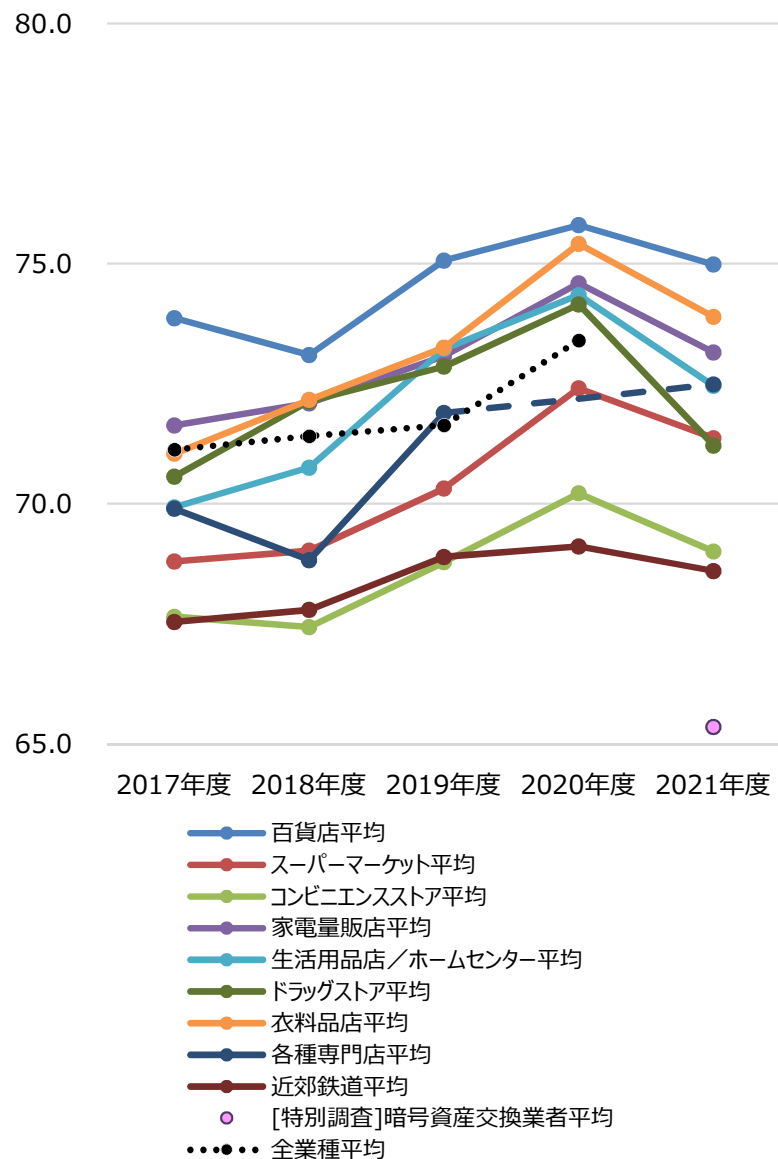
SPRING
サービス産業生産性協議会



INDEX

P.1	INDEX
P.2	2021年度 第4回調査 結果概要
P.3	百貨店
P.4	スーパーマーケット
P.5	コンビニエンスストア
P.6	家電量販店
P.7	生活用品店／ホームセンター
P.8	ドラッグストア
P.9	衣料品店
P.10	各種専門店
P.11	近郊鉄道
P.12	暗号資産交換業者【特別調査】
P.13	6指標 順位表
P.17	JCSIとは
P.18	調査対象業種・スケジュール
P.19	調査対象企業・ブランド
P.20	回答者の選定条件、企業の選定条件
P.21	JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能
P.22	JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能
P.23	JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい
P.24	JCSI調査の設問構成
P.25	調査設問：JCSI6指標算出に用いる21設問
P.26	お問合せ先

2021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年度は、各種専門店業種の調査は未実施

直近3か年の推移をみると、2021年度第4回調査対象の10業種のうち、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、近郊鉄道が2019年度から2020年度にかけてスコアが上昇したものの、2021年度はスコアが低下しました。各種専門店は2019年度と比較してスコアが上昇しました。

2021年度の業種間比較では、百貨店のスコアが最も高くなっています。続いて、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、スーパーマーケット、ドラッグストア、コンビニエンスストア、近郊鉄道、暗号資産交換業者の順となりました。

全業種平均(2020年度まで)は、2019年度から2020年度にかけてスコアが上昇しました。

なお、各種専門店は、コロナ禍の影響を考慮し、2020年度は調査を実施しませんでした。

2021年度 第4回調査 実施概要

調査期間 2021年12月8日～12月17日

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、近郊鉄道、[特別調査]暗号資産交換業者

回答者数 26,382人(順位に含む74企業・ブランドの回答者は、24,225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

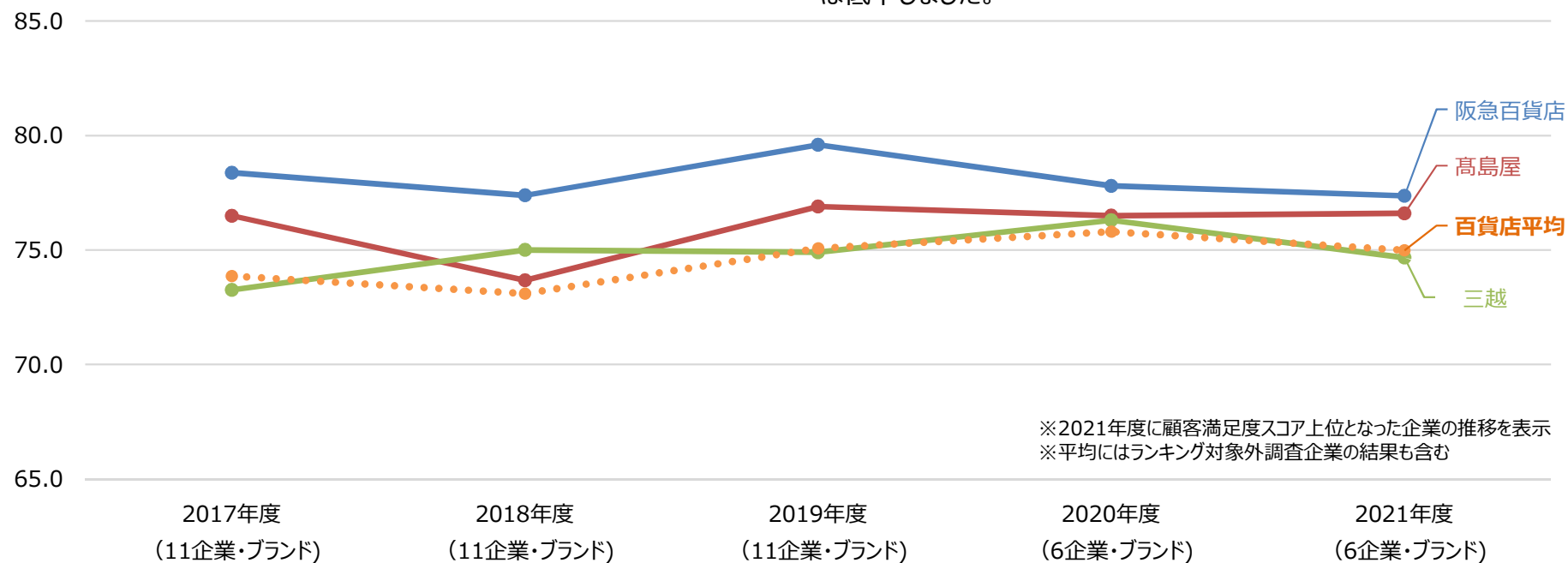
顧客満足スコア上位

1位	阪急百貨店	77.4
2位	高島屋	76.6
3位	三越	74.7

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ましたが、2021年度はスコアが低下しました。

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。阪急百貨店は5年連続1位となりました。

阪急百貨店は、2019年度以降スコアが低下しています。高島屋は、2019年度から2020年度にスコアが低下しましたが、2021年度は横ばいとなっています。三越は、2019年度から2020年度にスコアが上昇しましたが、2021年度は低下しました。



[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)

スーパーマーケット

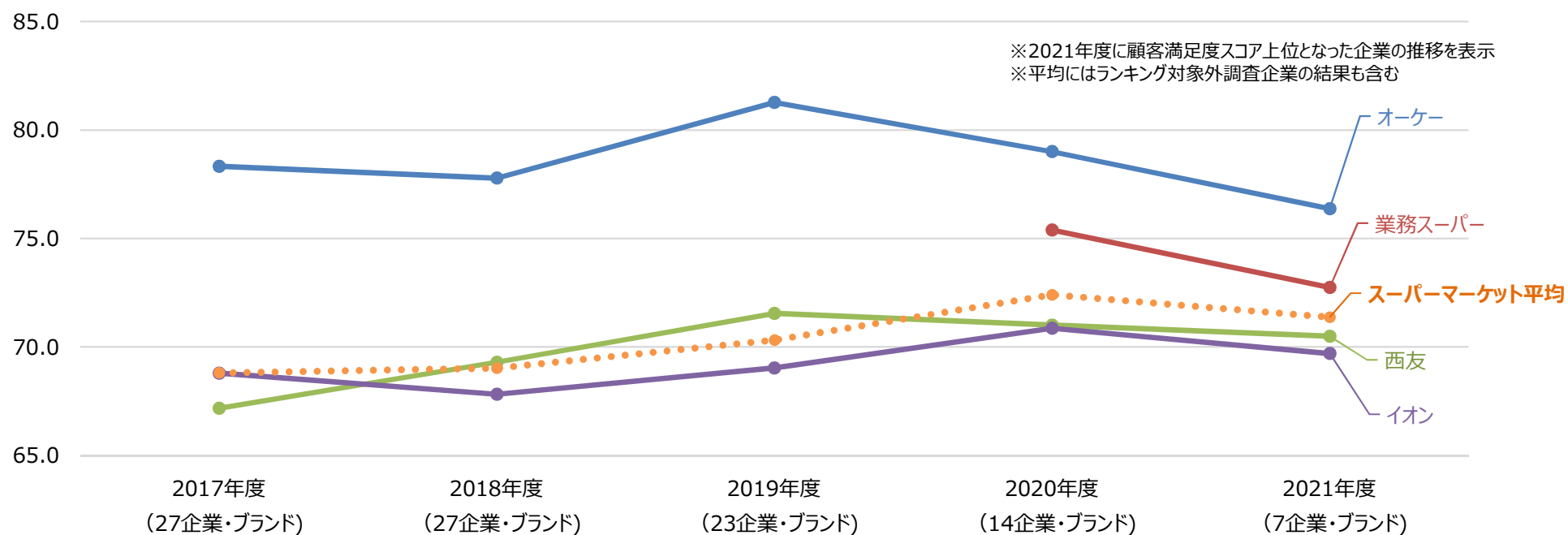
顧客満足スコア上位

1位	オーケー	76.4
2位	業務スーパー	72.7
3位	西友	70.5
4位	イオン	69.7

スーパーマーケット業種は、2018年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。

順位は1位オーケー、2位業務スーパー、3位西友となりました。オーケーは11年連続1位となりました。

オーケーと西友は、2019年度以降スコアが低下しています。業務スーパーは、2020年度から2021年度にかけてスコアが低下しました。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : イオン、イトーヨーカドー、オーケー、業務スーパー、西友、ドン・キホーテ、マックスバリュ (7企業・ブランド)

コンビニエンスストア

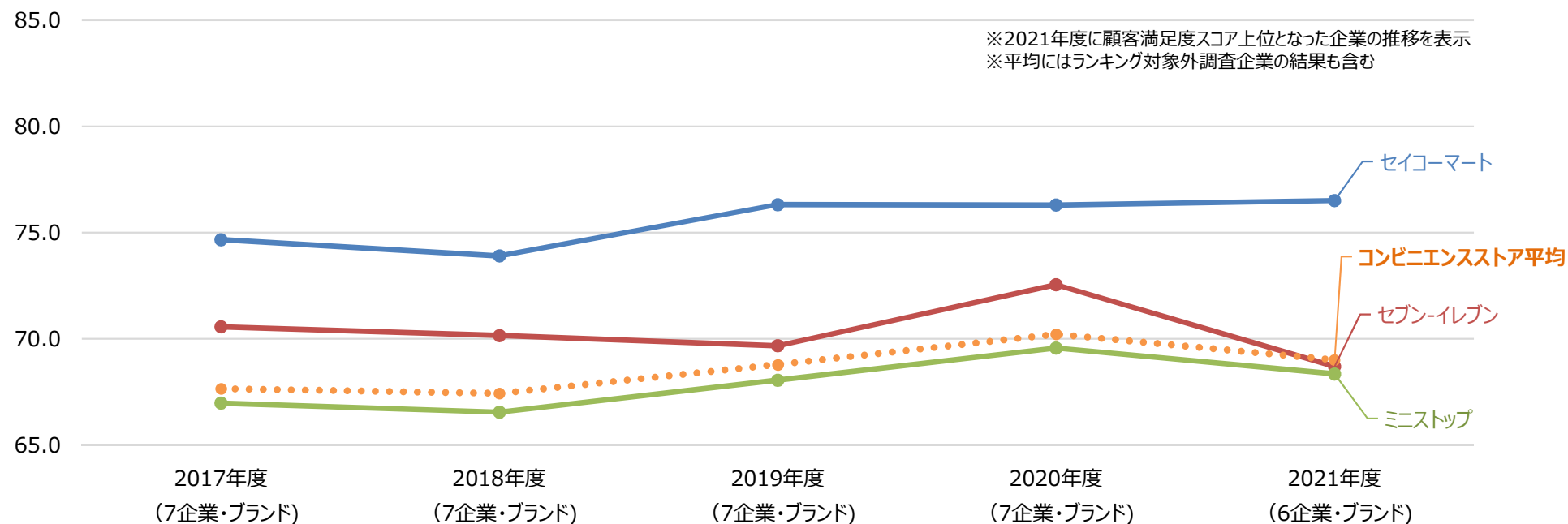
顧客満足スコア上位

1位	セイコーマート	76.5
2位	セブン-イレブン	68.7
3位	ミニストップ	68.4

コンビニエンスストア業種は、2018年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。

順位は、1位セイコーマート、2位セブン-イレブン、3位ミニストップとなりました。セイコーマートは6年連続1位となりました。

セイコーマートは、2019年度以降スコアが横ばいとなっています。セブン-イレブンとミニストップは、2019年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン (6企業・ブランド)

家電量販店

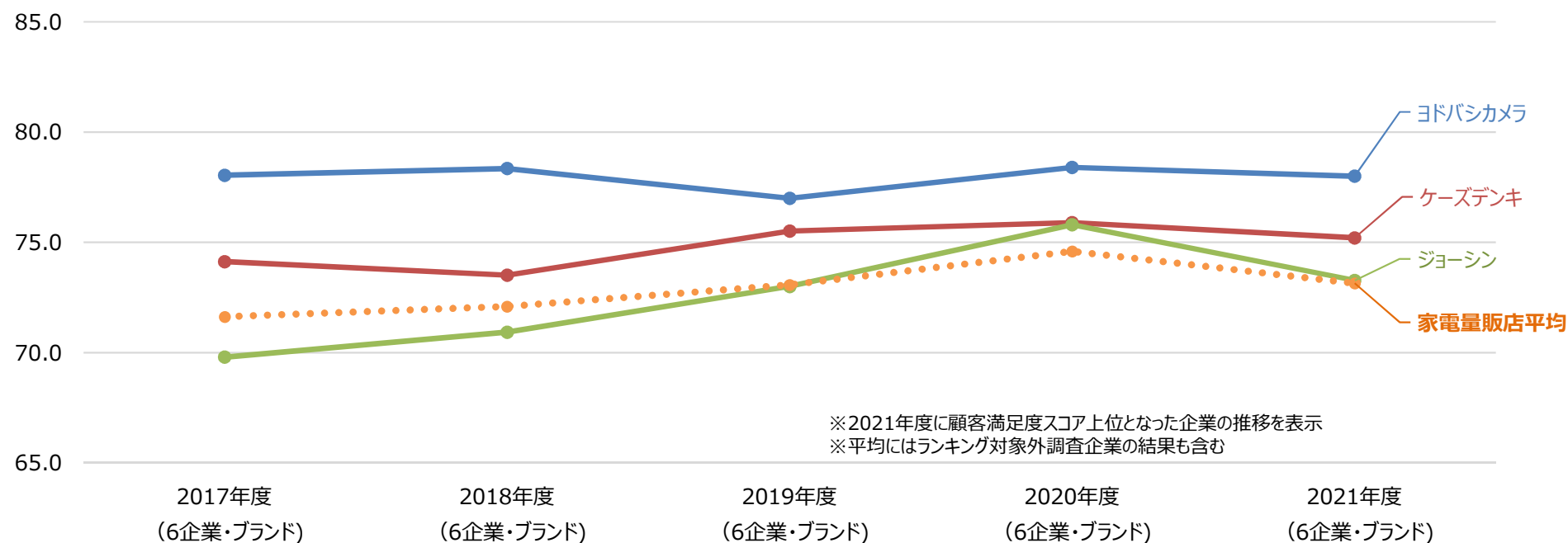
顧客満足スコア上位

1位	ヨドバシカメラ	78.0
2位	ケーズデンキ	75.2
3位	ジョーシン	73.3

家電量販店業種は、2017年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。

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12年連続1位となりました。

ヨドバシカメラとケーズデンキ、ジョーシンは、2019年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。



[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、ヤマダデンキ、ヨドバシカメラ(6企業・ブランド)

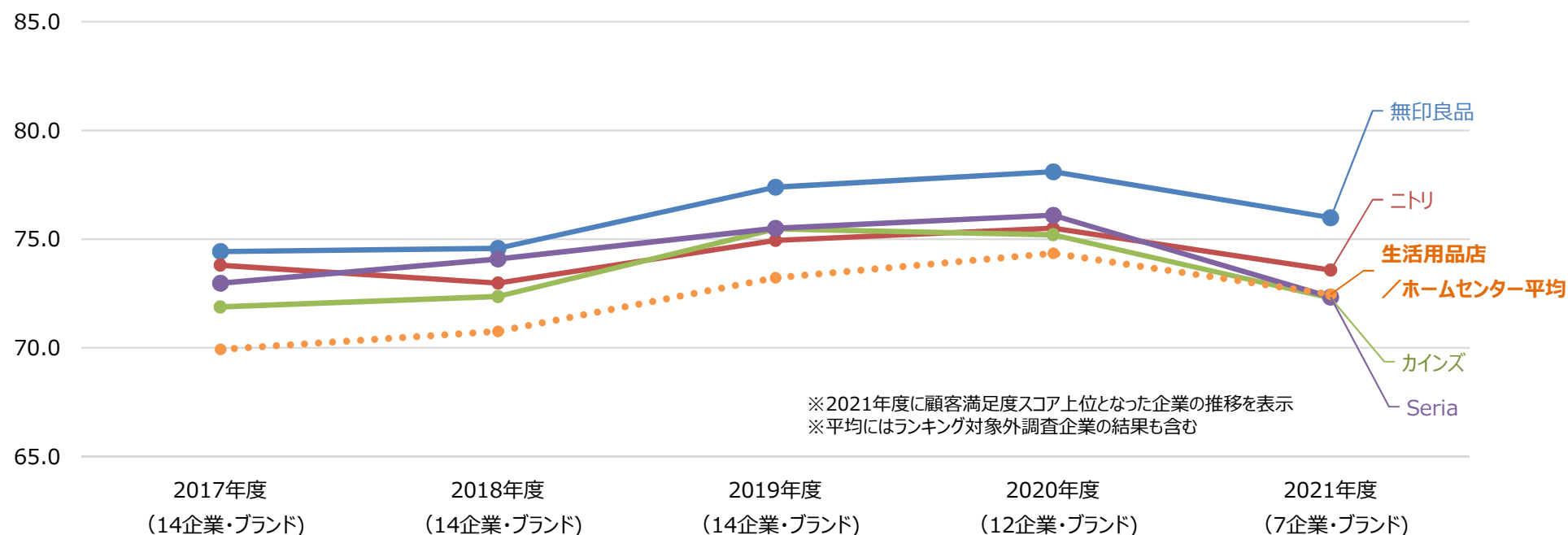
生活用品店／ホームセンター

顧客満足スコア上位		
1位	無印良品	76.0
2位	ニトリ	73.6
3位	カインズ/Seria	72.3

生活用品店／ホームセンター業種は、2017年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。

順位は1位無印良品、2位ニトリ、3位カインズとSeriaとなりました。無印良品は2年連続1位となりました。

無印良品とニトリ、Seriaは、2018年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。カインズは2019年度以降スコアが低下しています。



〔調査企業・ブランド〕

ランキング対象 : カインズ、Can☆Do、コーナン、Seria、DAISO、ニトリ、無印良品(MUJI)(7企業・ブランド)

ドラッグストア

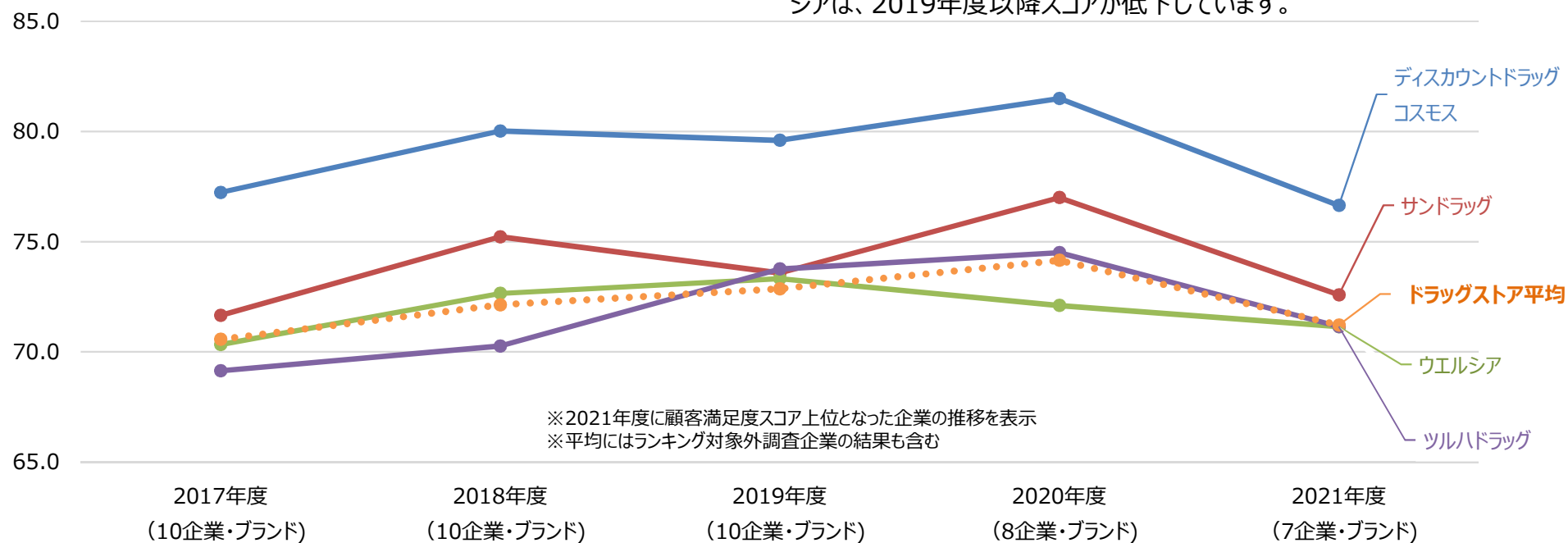
顧客満足スコア上位

1位	ディスカウントドラッグコスモス	76.6
2位	サンドラッグ	72.6
3位	ウエルシア/ツルハドラッグ	71.1

ドラッグストア業種は、2017年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。

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位ウエルシアとツルハドラッグとなりました。ディスカウントドラッグコスモスは11年連続1位となりました。

ディスカウントドラッグコスモスとサンドラッグ、ツルハドラッグは、2019年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度は低下しました。ウエルシアは、2019年度以降スコアが低下しています。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : ウエルシア、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(7企業・ブランド)

衣料品店

顧客満足スコア上位

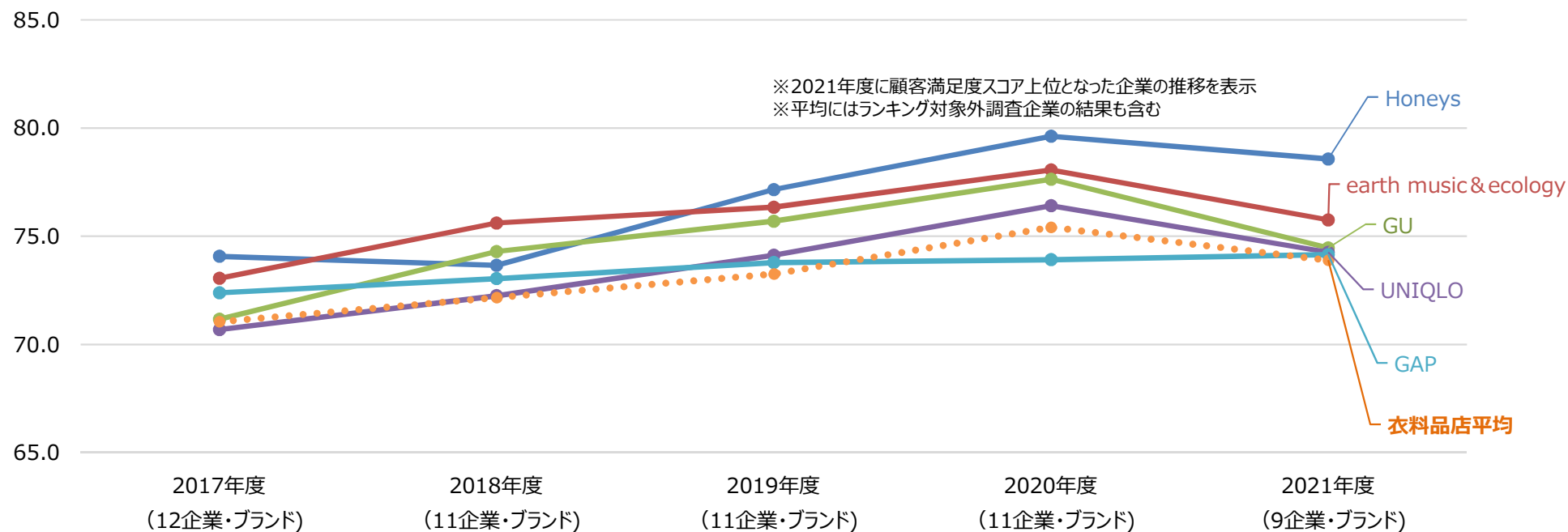
1位	Honeys	78.6
2位	earth music&ecology	75.8
3位	GU	74.5
4位	UNIQLO	74.3
5位	GAP	74.2

衣料品店業種は、2017年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。

順位は、1位Honeys、2位earth music&ecology、3位GUとなりました。

Honeysは、3年連続1位となりました。

Honeysとearth music&ecology、GUは、2018年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : <カジュアル> earth music&ecology、GAP、GU、しまむら、Honeys、UNIQLO (6企業・ブランド)
<ビジネス・フォーマル> AOKI、はるやま、洋服の青山 (3企業・ブランド)

各種専門店

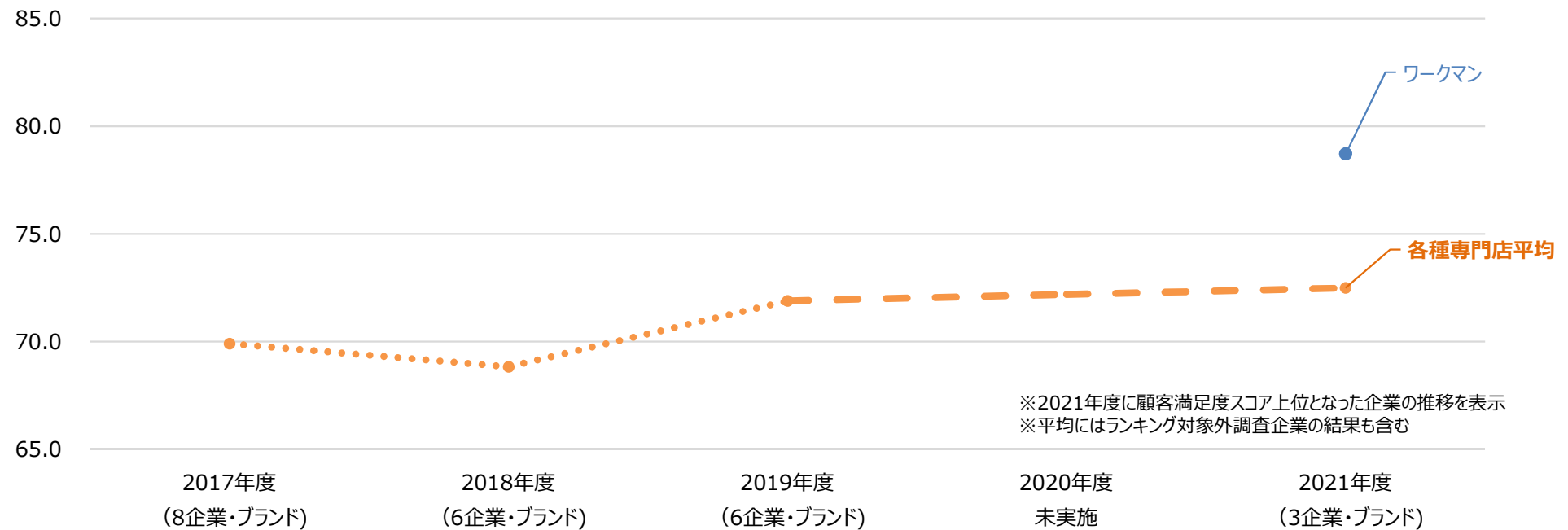
顧客満足スコア上位		
1位	ワークマン	78.7

各種専門店業種は、2018年度から2021年度にかけてスコアが上昇しました。

順位は、1位ワークマンとなりました。

ワークマンは、2021年度に初めてランキング対象としました。

2020年度は、コロナ禍の影響を考慮し、各種専門店業種の調査は実施ませんでした。



〔調査企業・ブランド〕

ランキング対象 : オートバックス、TSUTAYA、ワークマン(3企業・ブランド)

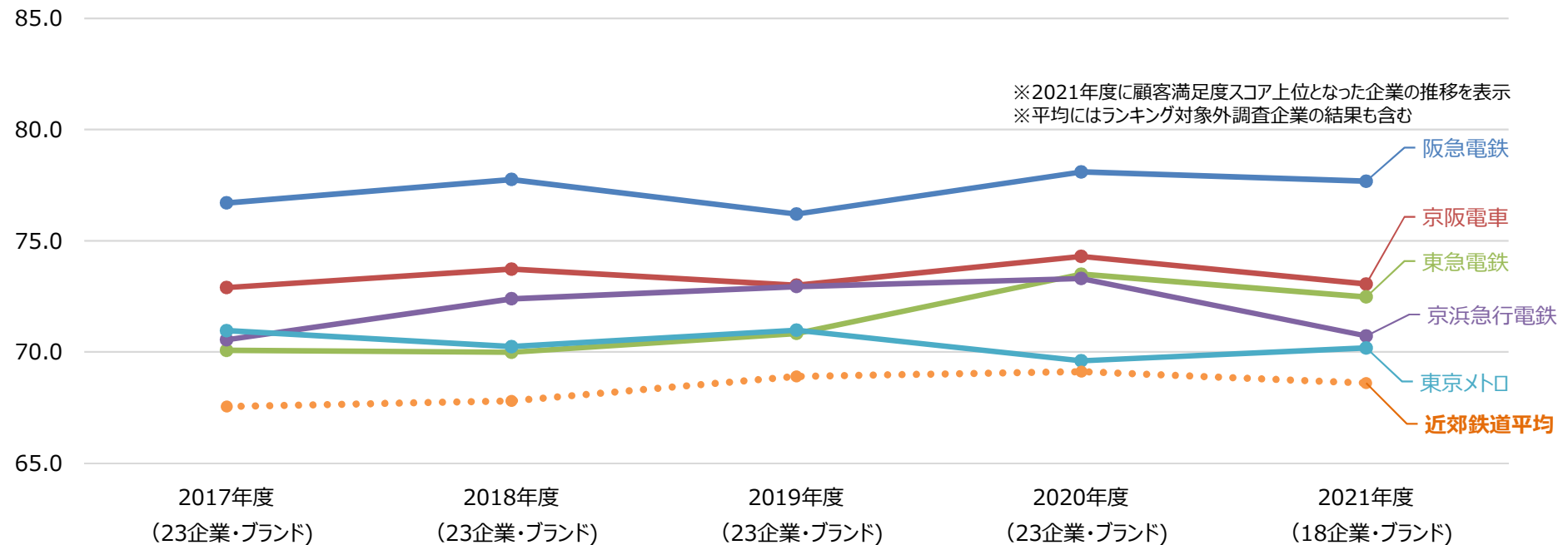
近郊鉄道

顧客満足スコア上位		
1位	阪急電鉄	77.7
2位	京阪電車	73.1
3位	東急電鉄	72.5
4位	京浜急行電鉄	70.7
5位	東京メトロ	70.2

近郊鉄道業種は、2019年度から2020年度にかけてスコアが横ばいでしたが、2021年度はスコアが低下しました。

順位は、1位阪急電鉄、2位京阪電車、3位東急電鉄となりました。阪急電鉄は、13年連続1位となりました。

阪急電鉄と京阪電車、東急電鉄は、2019年度から2020年度にかけてスコアが上昇しましたが、2021年度はスコアが低下しました。



[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、南海電鉄、阪急電鉄、阪神電車(18企業・ブランド)

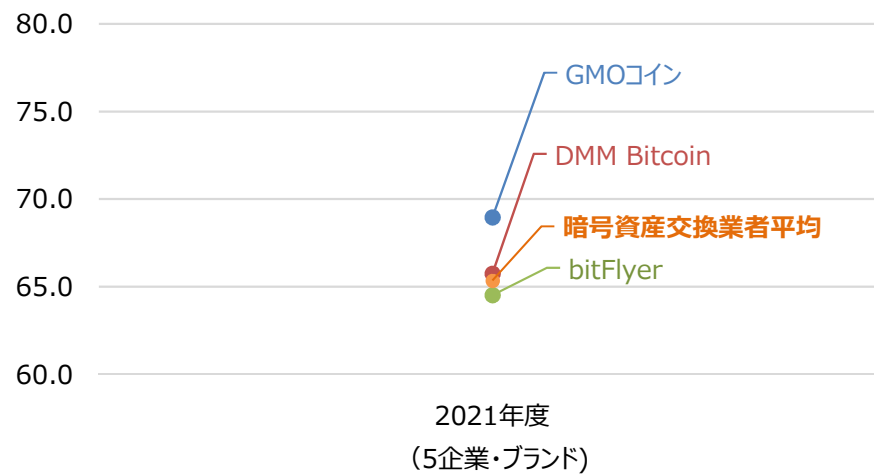
暗号資産交換業者【特別調査】

顧客満足スコア上位

1位	GMOコイン	69.0
2位	DMM Bitcoin	65.7
3位	bitFlyer	64.5

暗号資産交換業者業種は、今回初めての調査となります。

順位は、1位GMOコイン、2位DMM Bitcoin、3位bitFlyerとなりました。



〔調査企業・ブランド〕

ランキング対象 : Coincheck、GMOコイン、DMM Bitcoin、bitFlyer、
楽天ウォレット(5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	75.6 阪急百貨店	75.9 阪急百貨店	73.6 阪急百貨店	77.4 阪急百貨店	71.9 高島屋	72.0 阪急百貨店
2	高島屋	高島屋	高島屋	76.6 高島屋	阪急百貨店	高島屋
3	伊勢丹	伊勢丹	三越	74.7 三越	伊勢丹	伊勢丹

コンビニエンスストア 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	69.5 セイコーマート	72.3 セイコーマート	74.5 セイコーマート	76.5 セイコーマート	68.2 セイコーマート	70.9 セイコーマート
2	セブン-イレブン	セブン-イレブン	デイリーヤマザキ	68.7 セブン-イレブン	セブン-イレブン	セブン-イレブン
3	ローソン	ミニストップ	ミニストップ	68.4 ミニストップ	ローソン	ローソン

スーパーマーケット 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	70.5 オーケー	72.3 オーケー	75.2 オーケー	76.4 オーケー	67.5 オーケー	74.4 オーケー
2	イトーヨーカドー	イトーヨーカドー	業務スーパー	72.7 業務スーパー	イトーヨーカドー	業務スーパー
3	イオン	イオン	ドン・キホーテ	70.5 西友	イオン	ドン・キホーテ
4	業務スーパー	西友	西友	69.7 イオン	西友	イオン

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	74.9 ヨドバシカメラ	76.3 ヨドバシカメラ	75.7 ヨドバシカメラ	78.0 ヨドバシカメラ	72.1 ヨドバシカメラ	75.8 ヨドバシカメラ
2	ケーズデンキ	ケーズデンキ	ケーズデンキ	75.2 ケーズデンキ	ケーズデンキ	ケーズデンキ
3	ジョーシン	ビックカメラ	ジョーシン	73.3 ジョーシン	エディオン	エディオン

※原則として、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

生活用品店／ホームセンター						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	73.3 無印良品	74.1 無印良品	72.9 ニトリ	76.0 無印良品	70.4 無印良品 / ニトリ	68.9 無印良品
2	ニトリ	ニトリ	無印良品	73.6 ニトリ		カインズ
3	カインズ	カインズ	Seria	72.3 カインズ / Seria	カインズ	ニトリ
4	Seria	Seria	Can☆Do		Seria	Seria

ドラッグストア						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	70.4 ディスカウント ドラッグコスモス	73.0 ディスカウント ドラッグコスモス	75.7 ディスカウント ドラッグコスモス	76.6 ディスカウント ドラッグコスモス	71.3 ディスカウント ドラッグコスモス	73.1 ディスカウント ドラッグコスモス
2	サンドラッグ	ウエルシア	サンドラッグ	72.6 サンドラッグ	サンドラッグ	ウエルシア
3	ツルハドラッグ	サンドラッグ	ウエルシア	71.1 ウエルシア / ツルハドラッグ	ツルハドラッグ	サンドラッグ
4	ウエルシア	ツルハドラッグ	ツルハドラッグ		ウエルシア	ツルハドラッグ

各種専門店						3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	73.1 ワークマン	74.9 ワークマン	78.5 ワークマン	78.7 ワークマン	67.9 ワークマン	74.9 ワークマン

近郊鉄道						18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	72.4 阪急電鉄	75.0 阪急電鉄	75.7 阪急電鉄	77.7 阪急電鉄	72.1 阪急電鉄	72.7 阪急電鉄
2	京阪電車	京阪電車	東急電鉄	73.1 京阪電車	京阪電車	東急電鉄
3	東急電鉄	東急電鉄	京阪電車	72.5 東急電鉄	東急電鉄	京阪電車
4	京浜急行電鉄	東京メトロ	京浜急行電鉄	70.7 京浜急行電鉄	京浜急行電鉄	京浜急行電鉄 / 西武鉄道
5	近畿日本鉄道	相模鉄道	京王電鉄	70.2 東京メトロ	相模鉄道	
6	東京メトロ	京浜急行電鉄 / 都営地下鉄	東京メトロ	69.5 京王電鉄	東京メトロ	京王電鉄
7	相模鉄道		小田急電鉄 / 相模鉄道	68.8 相模鉄道	近畿日本鉄道	相模鉄道 / 東京メトロ
8	西武鉄道 / 都営地下鉄	近畿日本鉄道		68.1 都営地下鉄	Osaka Metro	
9		Osaka Metro / 西武鉄道	西武鉄道	68.0 小田急電鉄 / 西武鉄道	西武鉄道 / 都営地下鉄	小田急電鉄

※原則として、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

衣料品店 9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	70.2 GAP	72.3 Honeys	76.3 Honeys	78.6 Honeys	69.2 Honeys	68.8 Honeys
2	earth music &ecology / Honeys	earth music &ecology / UNIQLO	earth music &ecology / GU	75.8 earth music &ecology / GU	GAP	earth music &ecology
3	UNIQLO	GAP	UNIQLO	74.3 UNIQLO	AOKI	GU
4	はるやま	AOKI	GAP	74.2 GAP	はるやま	はるやま

衣料品店内サブカテゴリー

衣料品店 カジュアル 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	70.2 GAP	72.3 Honeys	76.3 Honeys	78.6 Honeys	69.2 Honeys	68.8 Honeys
2	earth music &ecology / Honeys	earth music &ecology / UNIQLO	earth music &ecology / GU	75.8 earth music &ecology / GU	GAP	earth music &ecology
3	UNIQLO	GAP	UNIQLO	74.3 UNIQLO	AOKI	GU

衣料品店 ビジネス・フォーマル 3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	69.6 はるやま	70.6 AOKI	71.3 AOKI	73.5 AOKI	67.9 AOKI	66.5 はるやま

※原則として、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

暗号資産交換業者				5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	67.1 GMOコイン	67.6 GMOコイン	67.5 GMOコイン	69.0 GMOコイン	66.7 GMOコイン	68.3 GMOコイン
2	DMM Bitcoin	DMM Bitcoin	DMM Bitcoin	65.7 DMM Bitcoin	DMM Bitcoin	DMM Bitcoin
3	bitFlyer	bitFlyer	楽天ウォレット	64.5 bitFlyer	bitFlyer	bitFlyer

※原則として、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(2021年度は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： 27業種（2020年度実績）

※各業種1年に1回調査を実施。ただし、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は、コロナ禍の影響を顧慮し、2020年度は調査を実施しませんでした。（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、自動車販売店、通信販売
観光・飲食・交通系	シティホテル、飲食、カフェ、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	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
特別調査	電力小売、ガス小売、MVNO、銀行(借入・貯蓄・投資)、キャッシュレス決済

年間発表スケジュール(2021年度)

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	2021年6月 (8月4日発表)	飲食、カフェ、携帯電話、銀行、証券 [特別調査] 電力小売、[特別調査] MVNO(仮想移動体通信事業者)
第2回	2021年8～9月 (11月2日発表)	通信販売、自動車販売店、旅行、エンタテインメント、国内長距離交通、宅配便、教育サービス [特別調査] ガス小売
第3回	2021年10月～11月 (12月22日発表)	シティホテル、ビジネスホテル、フィットネスクラブ、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、QRコード決済、電子マネー
第4回	2021年12月 (2022年2月22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、家電量販店、ドラッグストア、生活用品店/ホームセンター、衣料品店、各種専門店、近郊鉄道 [特別調査] 暗号資産交換業者

調査対象企業・ブランド

2021年度第4回調査(10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：74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)	伊勢丹、そごう、大丸、高島屋、阪急百貨店、三越
スーパーマーケット(7) (*ランキング対象外(3))	イオン、イトーヨーカドー、オーケー、業務スーパー、西友、ドン・キホーテ、マックスバリュ (*ランキング対象外：コストコ、成城石井、トライアル)
コンビニエンスストア(6) (*ランキング対象外(1))	セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン (*ランキング対象外：ナチュラルローソン)
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、ヤマダデンキ、ヨドバシカメラ
生活用品店/ ホームセンター(7) (*ランキング対象外(2))	カインズ、Can☆Do、コーナン、Seria、DAISO、ニトリ、無印良品 (*ランキング対象外：IKEA、東急ハンズ)
ドラッグストア(7) (*ランキング対象外(2))	ウエルシア、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：CREATE、ダイコクドラッグ)
衣料品店(9) (*ランキング対象外(1))	【カジュアル】(6) earth music&ecology、GAP、GU、しまむら、Honeys、UNIQLO 【ビジネス・フォーマル】(3) AOKI、はるやま、洋服の青山 (*ランキング対象外：コナカ)
各種専門店(3)	オートバックス、TSUTAYA、ワークマン
近郊鉄道(18)	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、南海電鉄、阪急電鉄、阪神電車
暗号資産交換業者(5) (*ランキング対象外(1))	Coincheck、GMOコイン、DMM Bitcoin、bitFlyer、楽天ウォレット (*ランキング対象外：bitbank)

回答者の選定条件、企業の選定条件

回答者の選定条件

J C S I 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（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
スーパーマーケット	3か月以内に2回以上(会計を伴う)利用
コンビニエンスストア	1か月以内に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
衣料品店	1年以内に2回以上 (会計を伴う)利用
各種専門店	1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
特別調査：暗号資産交換業者	今年(2021年)、2回以上利用

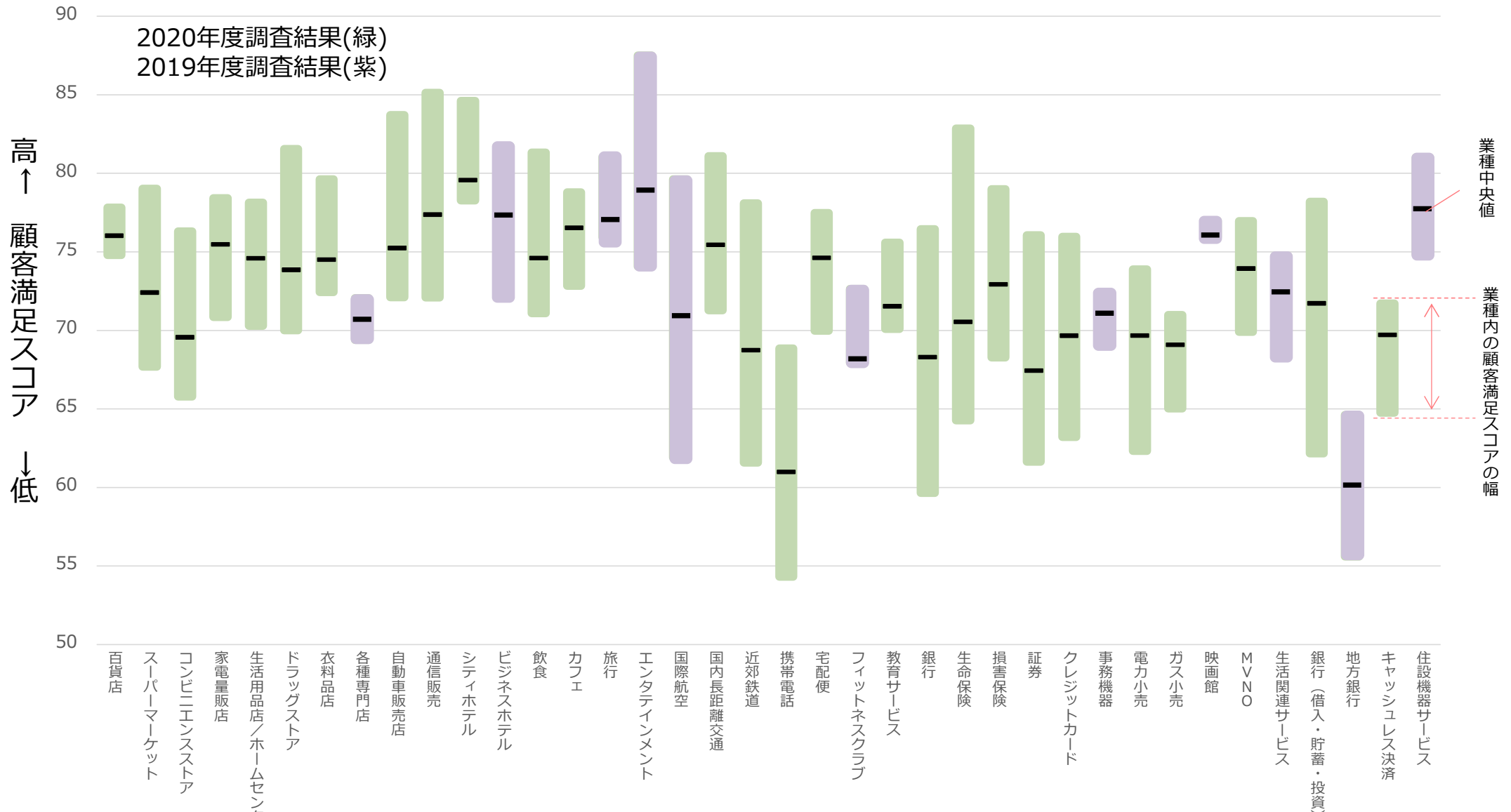
企業の選定条件

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、前回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

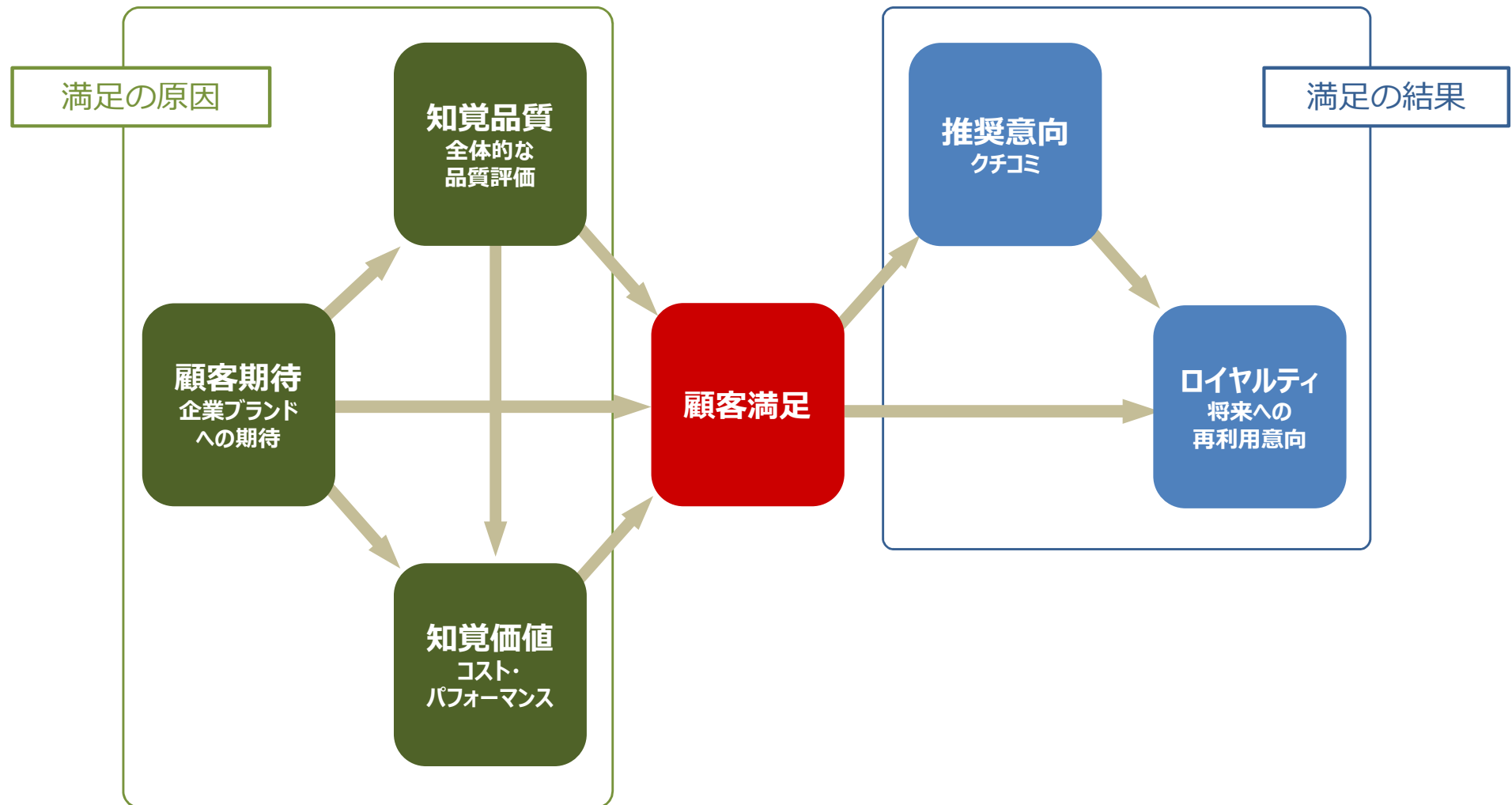
共通の設問を用いることで、業種・業態を超えた満足度比較が可能になります。業種を超えた競合企業評価、ベンチマーク先評価が可能です。



※次の業種は、2019年度の数値を使用：各種専門店、ビジネスホテル、旅行、エンタテインメント、国際航空、フィットネスクラブ、事務機器、映画館、生活関連サービス、地方銀行、住設機器サービス

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	☐ 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	☐ 「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

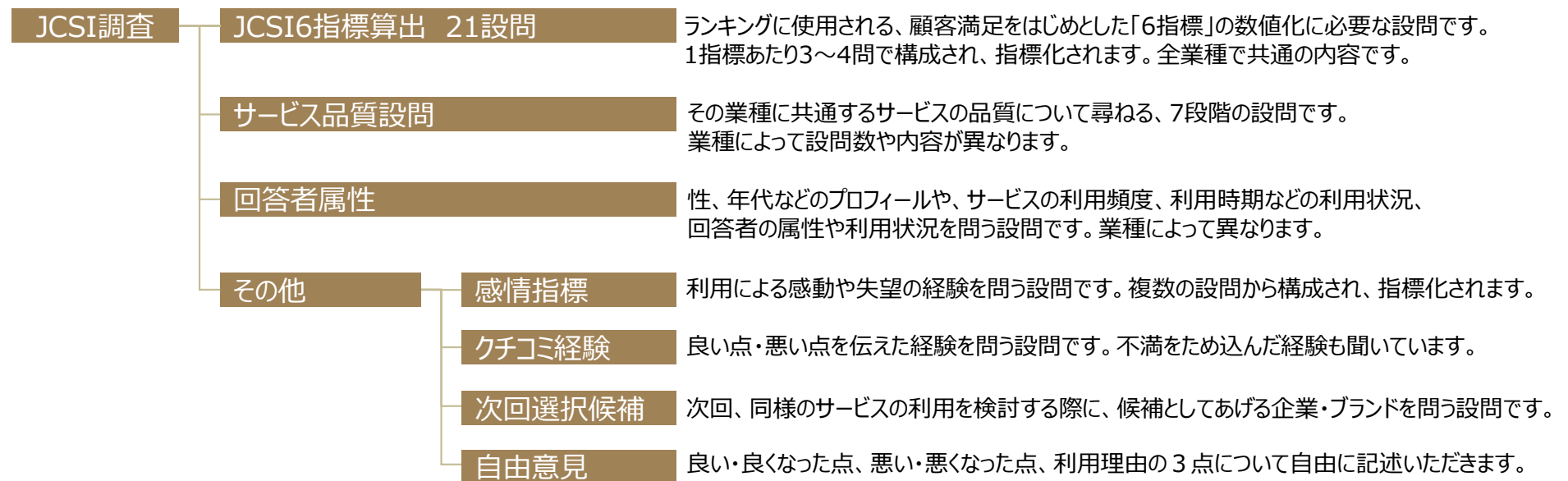
■ 社内施策の効果測定に

事業戦略の変更 の効果測定	レストラン	☐ 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、JCSI 6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	☐ 自社の強みや弱みの把握のため、JCSI 6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	☐ 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

満足・不満足の原因	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。
満足・不満足の結果	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。
	ロイヤルティ	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。

●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

SPRING

「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
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 2021年度 JCSI 第4回調査結果」もしくは「2021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。