２０１５年３月１０日

報道関係機関各位

サービス産業生産性協議会

～２０１４年度ＪＣＳＩ（日本版顧客満足度指数）第５回調査結果発表～

カーブスが初の顧客満足度１位(フィットネスクラブ業種)
阪急は百貨店、電鉄ともに全指標連続で１位

サービス産業生産性協議会（代表幹事：秋草直之 富士通（株）顧問）では、この度２０１４年度「ＪＣＳＩ（日本版顧客満足度指数：Japanese Customer Satisfaction Index）」第５回調査として、５業種（百貨店、ドラッグストア、近郊鉄道、フィットネスクラブ、教育サービス）における、のべ６３企業もしくはブランド（以下企業・ブランド）の満足度等を発表しました。

■各業種の顧客満足度（ＣＳ）１位企業・ブランド（詳細は３頁以降をご覧下さい）

・**阪急百貨店**（百貨店）	～２年連続全指標で１位～	３ 頁
・**コスモス薬品**（ドラッグストア）	～４年連続でＣＳ１位～	４ 頁
・**阪急電鉄**（近郊鉄道）	～６年連続ＣＳ１位、２年連続全指標で１位～	５ 頁
・**カーブス**（フィットネスクラブ）	～初のＣＳ含む５指標で１位～	７ 頁
・**学研教室**（教育サービス）	～２年ぶり３回目のＣＳ１位～	８ 頁

この調査は、統計的な手法による総計１２万人以上の利用者からの回答をもとに実施する**日本最大級の顧客満足度調査**で、業種・業態（以下業種）横断での比較・分析ができ、かつ、６つの指標で顧客満足度構造とポジショニングをチェックすることが可能です。本年度は年５回に分け、年間３２の業種、４０８の企業・ブランドの調査を実施しています。「顧客の評価を起点とした業種を超えた競争」を促すことで、付加価値や顧客満足を高める経営が日本全体に広がり、企業の成長と国際競争力の強化に役立つことを狙いとし、２００９年度から発表を行っています。ＪＣＳＩ（日本版顧客満足度指数）の詳細・特徴については、９頁「参考資料１」をご参照ください。

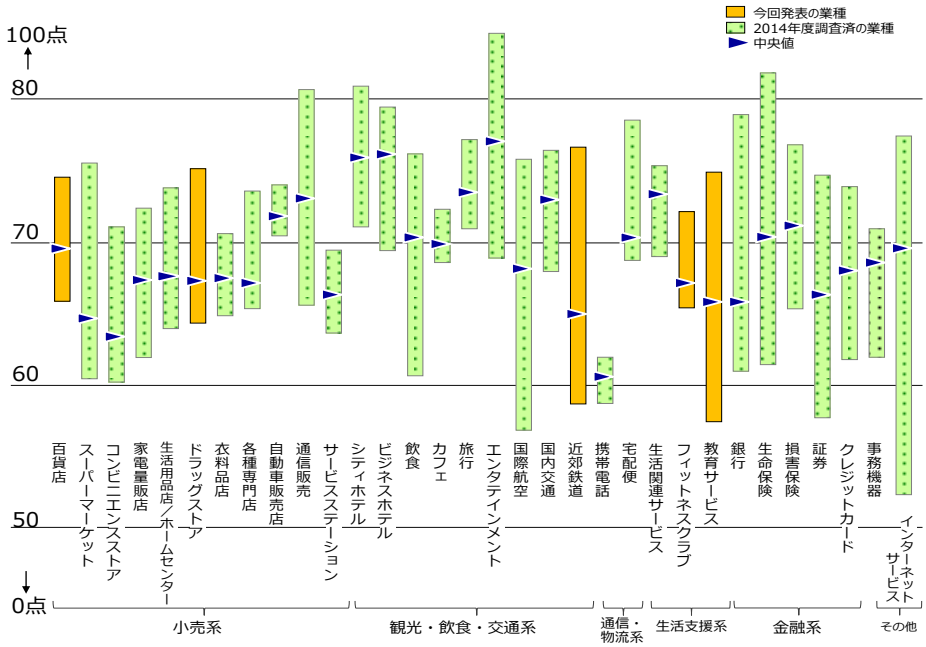
お願い：（１）本紙は報道用資料です。許可なく、広告または販促活動に転用することを禁止します。
（２）本発表内容の引用に際しては、「出典：サービス産業生産性協議会 ２０１４年度 ＪＣＳＩ(日本版顧客満足度指数) 第５回調査結果 」もしくは「２０１４年度サービス産業生産性協議会調べ」と明記下さい（必要に応じて業種も明記下さい）。
（３）掲載の際は１部ご送付、または取扱いメディア(媒体)の情報を、下記にお知らせください。

【お問合せ先】 サービス産業生産性協議会（SPRING）事務局（担当：長田・浅野・加茂）
〒150-8307 東京都渋谷区渋谷 3-1-1（公益財団法人 日本生産性本部 内）
tel:03(3409)1189 fax:03(3409)1187 mail:service-js@jpc-net.jp

ＪＣＳＩ 検索

Ⅰ．調査結果

JCSI 業種・業態別の顧客満足度分布（2014年度）



◎棒グラフの上端にその業種において最も顧客満足度が高い企業・ブランド、下端に最も低い企業・ブランドが位置します。

◎矢印►は、各業種の調査対象企業・ブランドを順番に並べた際、ちょうど中間に位置づけられる業種中央値です（業種内の企業数が７社であれば４番目、８社であれば４番目と５番目の中間が中央値）。

■今回調査（２０１４年度 第５回）の概要

１．今回調査の対象業種／企業・ブランド（２０１４年度第５回、通算第２９回調査）：
下記５業種の売上等上位企業・ブランド（計６３企業・ブランド、詳細は１１頁「参考資料３」参照）

回	調査・発表時期	対象業種（予定）
第１回	2014 年４月 （6 月 11 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、 携帯電話、宅配便、事務機器
第２回	2014 年６月 （8 月 20 日発表）	自動車販売店、通信販売、サービスステーション、銀行、証券、 インターネットサービス
第３回	2014 年８月～10 月 （10 月 21 日発表）	衣料品店、各種専門店、旅行、エンタテインメント、国際航空、国内長距離交通、 生活関連サービス
第４回	2014 年９月～11 月 （12 月 11 日発表）	スーパーマーケット、家電量販店、生活用品店／ホームセンター、 生命保険、損害保険（自動車・火災）、クレジットカード
第５回	**2015 年１月（今回発表）**	**百貨店、ドラッグストア、近郊鉄道、フィットネスクラブ、教育サービス**

＊2014 年度総合比較結果（顧客満足度で高い評価を得た上位の企業、業種等）を 2015 年 4 月 21 日に発表予定

２．調査期間： ２０１５年１月６日～２月２日

３．調査方法：インターネット・モニターを用いた調査 （２段階にて回答者を抽出）

（１）第１次抽出： 調査会社のモニターを用いて、性別、年代別、地域別の人口構成に配慮した形で、今回は約２３万人より利用経験の有無についての回答を得ています。

（２）第２次抽出：上記の第１次抽出の回答が、選定条件（１１頁「資料３」参照）に当てはまる方から無作為に抽出した各対象４００～５５０人程度に、サービスに対する具体的な評価について回答を依頼しました。回答依頼は１人につき１企業・ブランドのみとしています。

４．総回答者数（計６３企業・ブランド）： １９，４４９人

５．質問項目：約１１０問（１０頁「参考資料２」参照）

６．指数化の方法： 顧客満足度をはじめとした６つの指数（「参考資料１」参照）は、質問への回答から計算し、１００点満点で指数化しています。各指数はそれぞれ７～１０点満点の複数の項目で構成され、「すべてを満点とした」場合に１００点、「すべてを最低点とした」場合に０点としています。

Ⅱ．調査結果（業種別）

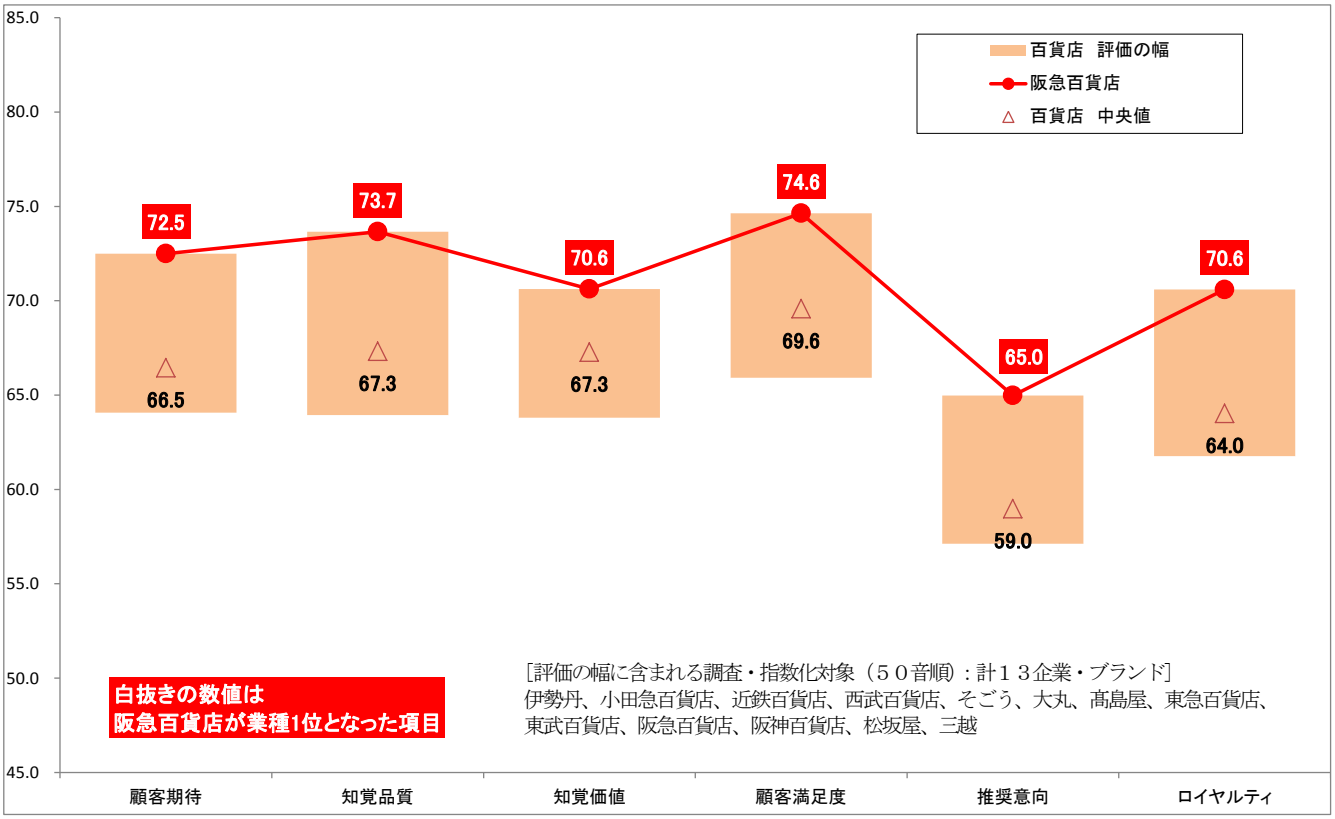
今年度より各業種とも、業種中央値以上となった企業もしくはブランドまでの順位を公開しています。

■百貨店

～「阪急百貨店」が２年連続　全指標で１位～

百貨店は「阪急百貨店」が２年連続、全指標で１位となりました。顧客満足度は、２位「高島屋」、３位「大丸」、４位「伊勢丹」が僅差で続いており、上記４社が６指標において上位を占めました。昨年度と比較すると、「顧客期待」「知覚品質」の満足・不満足の原因となる指標で業種全体の評価幅が広がりました。

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	推奨意向	ロイヤルティ
1	72.5 阪急百貨店	73.7 阪急百貨店	70.6 阪急百貨店	74.6 阪急百貨店	65.0 阪急百貨店	70.6 阪急百貨店
2	大丸	伊勢丹	伊勢丹	73.2 高島屋	大丸	高島屋
3	高島屋	高島屋	大丸	72.5 大丸	伊勢丹	伊勢丹
4	伊勢丹	大丸	高島屋	72.1 伊勢丹	高島屋	大丸
5	三越	三越	阪神百貨店	70.1 三越	三越	近鉄百貨店
6	阪神百貨店	東武百貨店	三越	69.6 東武百貨店／阪神百貨店 （同点６位）	小田急百貨店	三越
7	松坂屋	阪神百貨店	小田急百貨店		そごう	松坂屋

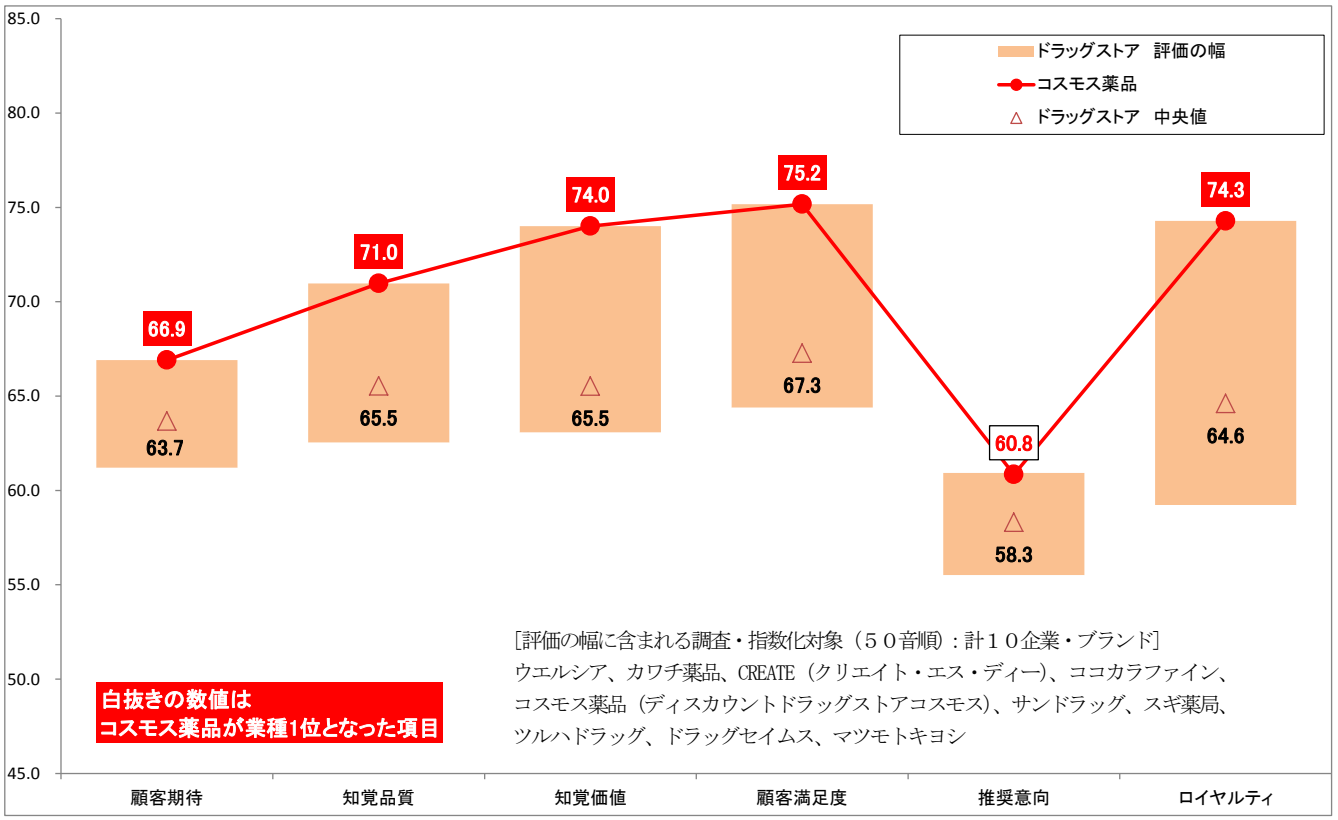


■ドラッグストア

～「コスモス薬品」が４年連続で顧客満足度１位～

ドラッグストアは「コスモス薬品」が４年連続顧客満足度１位、また推奨意向を除く５指標で３年連続１位となりました。推奨意向は「CREATE」が４年連続で１位という結果となり、「コスモス薬品」「CREATE」「サンドラッグ」の３社が６指標で上位を占めています。

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	推奨意向	ロイヤルティ
1	66.9 コスモス薬品	71.0 コスモス薬品	74.0 コスモス薬品	75.2 コスモス薬品	60.9 CREATE	74.3 コスモス薬品
2	CREATE	CREATE	CREATE	74.0 CREATE	コスモス薬品	CREATE／ サンドラッグ （同点２位）
3	サンドラッグ	サンドラッグ	サンドラッグ	71.8 サンドラッグ	サンドラッグ	
4	カワチ薬品	カワチ薬品	カワチ薬品	69.5 カワチ薬品	カワチ薬品	ツルハドラッグ
5	ウエルシア	ウエルシア	ウエルシア	68.0 ウエルシア	ツルハドラッグ	カワチ薬品



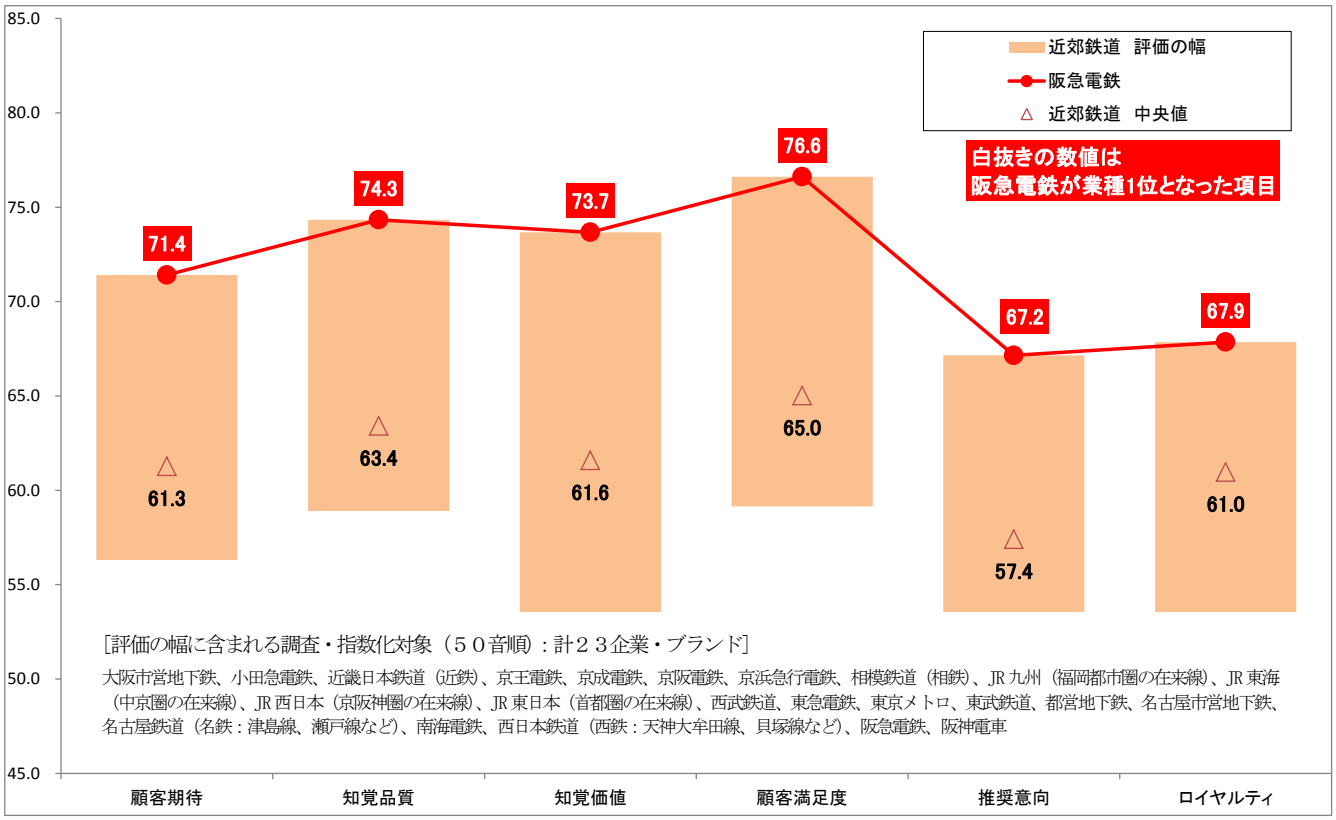
［評価の幅に含まれる調査・指数化対象（５０音順）：計１０企業・ブランド］
ウエルシア、カワチ薬品、CREATE（クリエイト・エス・ディー）、ココカラファイン、コスモス薬品（ディスカウントドラッグストアコスモス）、サンドラッグ、スギ薬局、ツルハドラッグ、ドラッグセイムス、マツモトキヨシ

■近郊鉄道

～「阪急電鉄」が６年連続満足度１位、２年連続全指標１位～

近郊鉄道は「阪急電鉄」が２年連続で６指標で１位となりました。中でも顧客期待、知覚品質、顧客満足度、推奨意向の４指標では６年連続１位となっています。顧客満足度２位は４年連続で「東急電鉄」となりました。３位「京阪電鉄」、４位「京王電鉄」は昨年度と順位が入れ替わりました。

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	推奨意向	ロイヤルティ
1	71.4 阪急電鉄	74.3 阪急電鉄	73.7 阪急電鉄	76.6 阪急電鉄	67.2 阪急電鉄	67.9 阪急電鉄
2	京阪電鉄	京阪電鉄	京王電鉄	72.9 東急電鉄	京阪電鉄	京阪電鉄
3	東急電鉄	東急電鉄	東急電鉄	72.7 京阪電鉄	東急電鉄	東急電鉄
4	東京メトロ	東京メトロ	京阪電鉄	71.3 京王電鉄	京王電鉄	西日本鉄道
5	京浜急行電鉄	京浜急行電鉄	東京メトロ	71.2 東京メトロ	相模鉄道/ 西日本鉄道 （同点５位）	京王電鉄
6	京王電鉄	西日本鉄道	京浜急行電鉄	71.0 京浜急行電鉄		名古屋市営 地下鉄
7	西日本鉄道	名古屋市営 地下鉄	相模鉄道	70.0 西日本鉄道	京浜急行電鉄	近畿日本鉄道 /京浜急行電鉄 （同点７位）
8	相模鉄道	京王電鉄	小田急電鉄	68.7 相模鉄道	東京メトロ	
9	名古屋市営 地下鉄	JR 東日本	西日本鉄道	67.7 名古屋市営 地下鉄	名古屋市営 地下鉄	相模鉄道
10	近畿日本鉄道	相模鉄道	阪神電車	67.3 小田急電鉄	JR 九州	小田急電鉄/ JR 九州 （同点 10 位）
11	小田急電鉄	小田急電鉄	西武鉄道	65.1 JR 東日本	JR 東日本	
12	JR 東日本	近畿日本鉄道	JR 東日本	65.0 西武鉄道	都営地下鉄	西武鉄道



［評価の幅に含まれる調査・指数化対象（５０音順）：計２３企業・ブランド］

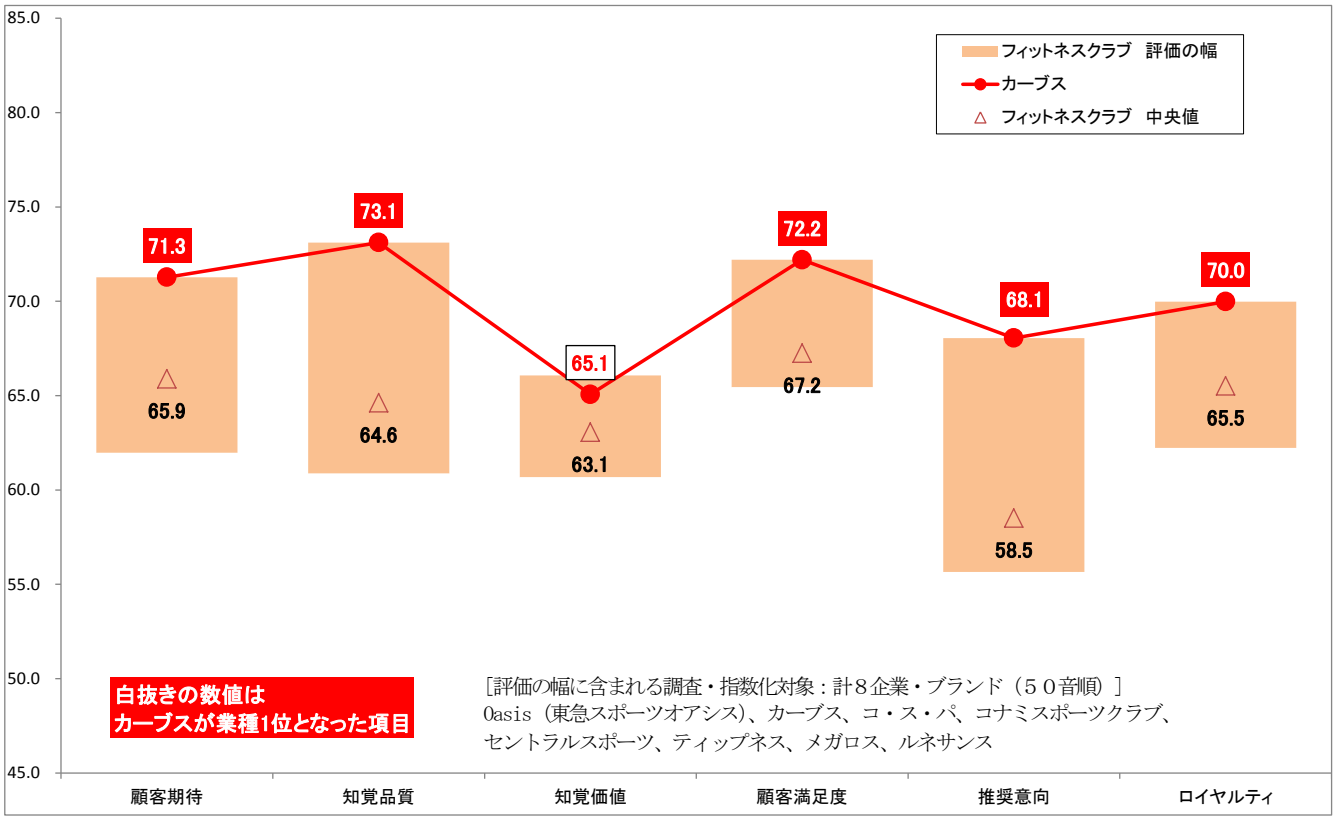
大阪市営地下鉄、小田急電鉄、近畿日本鉄道（近鉄）、京王電鉄、京成電鉄、京阪電鉄、京浜急行電鉄、相模鉄道（相鉄）、JR 九州（福岡都市圏の在来線）、JR 東海（中京圏の在来線）、JR 西日本（京阪神圏の在来線）、JR 東日本（首都圏の在来線）、西武鉄道、東急電鉄、東京メトロ、東武鉄道、都営地下鉄、名古屋市営地下鉄、名古屋鉄道（名鉄：津島線、瀬戸線など）、南海電鉄、西日本鉄道（西鉄：天神大牟田線、貝塚線など）、阪急電鉄、阪神電車

■フィットネスクラブ

～「カーブス」が初のCS１位～

今年度初めて正規調査対象となった「カーブス」が顧客満足度１位となりました。その他、顧客期待、知覚品質、推奨意向、ロイヤルティの４指標でも１位となっています。知覚価値は昨年度顧客満足度１位だった「ティップネス」が１位となっています。顧客満足度の２位は「ティップネス」、３位は「メガロス」、４位は「セントラルスポーツ」となりました。

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	推奨意向	ロイヤルティ
1	71.3 カーブス	73.1 カーブス	66.1 ティップネス	72.2 カーブス	68.1 カーブス	70.0 カーブス
2	ティップネス	ティップネス	カーブス	69.9 ティップネス	ティップネス	ティップネス
3	Oasis	メガロス	メガロス	67.4 メガロス	ルネサンス	セントラルスポーツ
4	ルネサンス	Oasis	Oasis/ セントラルスポーツ （同点４位）	67.3 セントラルスポーツ	メガロス	Oasis

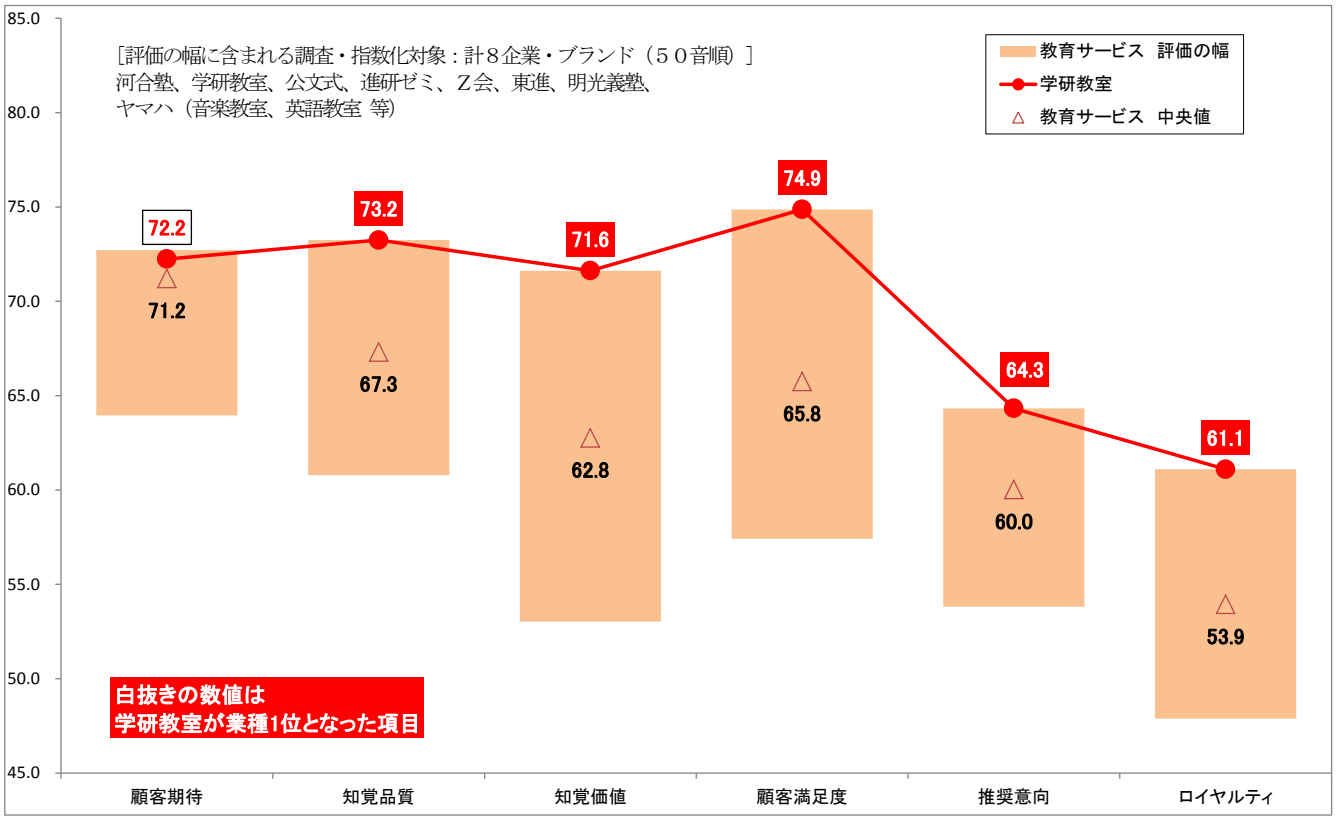


■教育サービス

～「学研教室」が２年ぶり３回目のＣＳ１位～

「学研教室」が２年ぶり３回目の顧客満足度１位となりました。僅差で顧客期待の１位は届かなかったものの、知覚品質、知覚価値、推奨意向、ロイヤルティの合計５指標で１位を獲得し、総合的に高い評価を得ました。顧客満足度２位の「公文式」も顧客期待で１位、知覚品質、知覚価値、推奨意向で２位となりました。昨年顧客満足度１位の「ヤマハ」は顧客期待で１位、顧客満足度、知覚品質、推奨意向の３指標で３位となりました。

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	推奨意向	ロイヤルティ
1	72.7 公文式/ ヤマハ （同点１位）	73.2 学研教室	71.6 学研教室	74.9 学研教室	64.3 学研教室	61.1 学研教室
2		公文式	公文式	72.1 公文式	公文式	Ｚ会
3	学研教室	ヤマハ	Ｚ会	71.9 ヤマハ	ヤマハ	公文式
4	Ｚ会	Ｚ会	ヤマハ	67.5 Ｚ会	Ｚ会	ヤマハ



参考資料１

■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。

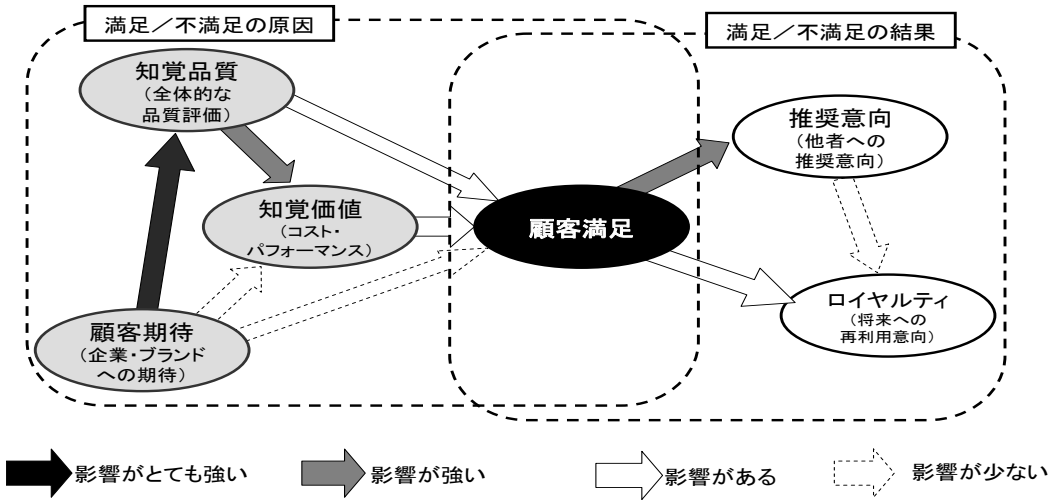
顧客満足：利用して感じた満足の度合いを示します。

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。

■ＪＣＳＩの因果モデル（６指標の因果関係のイメージ図）



矢印は、「心理的な動き」を示す。（黒い部分は、業種固有の関係性が特に強いことを示す）

■ＪＣＳＩの４つの特徴

１．６つの指標で満足度構造とポジショニングのチェックが可能

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．業種を超えての比較が可能

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．経営改善や経営目標としての活用が可能

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や経営目標としての活用が期待できます。

４．公的機関による日本最大級の顧客満足度調査

統計的な手法による統計は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。

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）＊結果が公表されている指標

［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、○○○を第一候補にすると思う

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）＊非公表の設問（個別に顧客の満足・不満足の原因分析等で活用）

●回答者属性および利用実績に関わる項目　約１５設問

●業種別のサービス品質設問や、感動、失望などの感情評価項目　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、要件は以下の通り：

- ●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）。
- ●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。
- ●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）
- ●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
- ●上記の条件に満たない企業・ブランドは順位に含まれず、参考として調査

■指数化対象企業・ブランド

＊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。

業種名	指数化対象企業･ブランド名（50 音順）	回答者の選定条件
百貨店 (13)	伊勢丹、小田急百貨店、近鉄百貨店、西武百貨店、そごう、大丸、高島屋、東急百貨店、東武百貨店、阪急百貨店、阪神百貨店、松坂屋、三越	最近半年間で２回以上買い物
ドラッグ ストア(10) （＊参考(1)）	ウエルシア、カワチ薬品、CREATE（クリエイト・エス・ディー）、 ココカラファイン、コスモス薬品（ディスカウントドラッグコスモス）、 サンドラッグ、スギ薬局、ツルハドラッグ、ドラッグセイムス、 マツモトキヨシ （＊参考：ダイコクドラッグ）	最近半年間で２回以上買い物
近郊鉄道 (23)	大阪市営地下鉄、小田急電鉄、近畿日本鉄道、京王電鉄、京成電鉄、 京阪電鉄、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	最近３か月間に２回以上利用
フィットネ スクラブ(8)	Oasis（東急スポーツオアシス）、カーブス、コ・ス・パ、 コナミスポーツクラブ、セントラルスポーツ、ティップネス、 メガロス、ルネサンス	最近半年間で２回以上利用
教育 サービス(8)	河合塾、学研教室、公文式、進研ゼミ、Ｚ会、東進、明光義塾、 ヤマハ（音楽教室、英語教室 等）	最近１年間で、回答者自身が教育サービスの「サービス内容」に関して、何らかの確認をした事がある、かつ、支払った月謝等を概ね把握している

サービス産業生産性協議会（ＳＰＲＩＮＧ）とは

「サービス産業生産性協議会(Service Productivity & Innovation for Growth:SPRING)」は、サービス産業の生産性向上を実現する、産学官のプラットフォームです。 サービス産業は多様であり、抱える課題も様々です。当協議会は、生産性向上に役立つ経営革新ツールなどの情報提供、知識共有のための「場づくり」や業界・企業の自主的な取組の支援などを通じて、サービス産業のイノベーションと生産性の向上を通じたダイナミックな成長を支援することを目指します。

ＳＰＲＩＮＧ・活動のご紹介

●**日本初、優れたサービスを表彰する「日本サービス大賞」の創設**（２０１５年度～）

「優れたサービスをつくりとどけるしくみ」を表彰する制度で、国内のあらゆるサービス提供事業者を対象に、内閣総理大臣賞（最優秀賞）や関係省の大臣賞などによる表彰によりサービス産業のイノベーションを促します。

●**大人の武者修行・地域コーディネーター養成研修**（２０１４年度～）

中小企業の次世代人材や地域づくりを担う人材を対象に、優れた企業や地域づくりの達人、組織の下で一定期間修行し、サービスイノベーションや地域づくりの極意・神髄を「体験」を通じてつかみ取る、新しい取り組みです。（経済産業省補助事業）

●**仕組みによる生産性向上**（２０１４年度～）

生産性向上～インプットの効率化やアウトプットの差別化・ブランド化～に寄与する、サービス業のための業務の「仕組み化」ツールを開発し、現場での業務改善や全社的な人材育成を支援します。

●**各種フォーラム・シンポジウム**（２００７年度～）

ＣＳ、業務革新、グローバル展開、人材育成、製造業のサービス化、ビジネスモデル、震災からの復興など、様々なテーマでセミナーを開催し、参加者の交流をはかっています。また、２０１３年より全国で「ＳＰＲＩＮＧシンポジウム」を開催しております。

＜これから開催のフォーラム・シンポジウム＞

＊2015 年 3 月 13 日(金) 13:30～16:30「SPRING シンポジウム 2014 in 名古屋」

＊2015 年 4 月 21 日(火) 10:00～11:40「フォーラムJCSI 2015」

同日 13:00～17:00「SPRING シンポジウム 2015」(東京)

ＪＣＳＩ・メディア掲載実績（前回実績のみ、引用等含む）

●ネット・オンライン系メディア

・excite.ニュース、ダイヤモンド・オンライン、JBPRESS、YOMIURI ONLINE、BIGLOBE ニュース、SankeiBiz、日本人材ニュース Carrera、日経リサーチ、時事ドットコム、@nifty ビジネス、INTERNATIONAL BUSINESS TIMES 他、多数

●新聞

・日本経済新聞、保険毎日新聞 、新日本保険新聞

広告、販促活動等に、ＪＣＳＩ調査結果・ランキング情報・ＪＣＳＩ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。詳しくは下記のお問い合わせ先まで、ご連絡ください。

＜ご入会・お問合わせ等＞

サービス産業生産性協議会（SPRING）事務局

〒150-8307 東京都渋谷区渋谷 3-1-1

（公益財団法人 日本生産性本部 内）

ＪＣＳＩ 検索

tel:03(3409)1189 fax：03(3409)1187 mail:service-js@jpc-net.jp

ＳＰＲＩＮＧホームページ：http://www.service-js.jp

Facebook：https://www.facebook.com/SPRING.Service

Twitter：https://twitter.com/SPRING_Service