

～2014年度JCSI（日本版顧客満足度指数）第4回調査結果発表～

楽天カード、6年連続顧客満足度1位 SBI損保、調査4年目で初の顧客満足度1位を獲得

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4回調査として、6業種〔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、クレジットカード〕における、のべ98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頁以降をご覧ください）

・ オーケー （スーパーマーケット）	～4年連続5指標で1位～	3 頁
・ ヨドバシカメラ （家電量販店）	～5年連続でCS 1位、他3指標は6年連続1位～	5 頁
・ セリア （生活用品店／ホームセンター）	～CS、知覚価値で3年連続1位～	6 頁
・ コープ共済 （生命保険）	～2年連続のCS 1位～	7 頁
・ SBI損保 （損害保険）	～調査4年目で初のCS 1位～	8 頁
・ 楽天カード （クレジットカード）	～CS、知覚価値で6年連続1位～	10 頁

この調査は、統計的な収集方法による総計12万人以上の利用者からの回答をもとに調査する**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がチェック可能です。本年度は年5回に分け、年間約30の業種、約400の企業・ブランドの調査を実施する計画です。「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、より高い付加価値や顧客満足度を高める経営が日本全体に広がり、日本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、11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ついて、「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4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）掲載資料の1部ご送付、または取扱いメディア媒体名の情報を、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

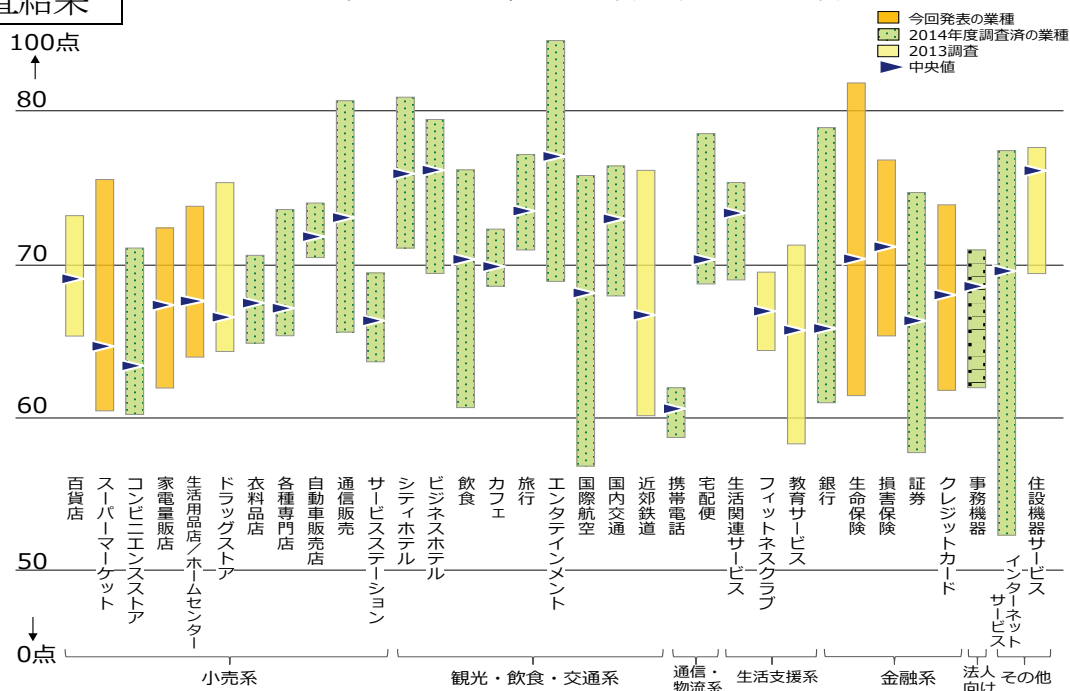
SPRING

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4回）の概要

1. 今回調査の対象業種／企業・ブランド（2014年度第4回、通算第28回調査）：

下記6業種の売上等上位企業・ブランド（計98企業・ブランド、詳細は「参考資料3（P13）」参照）

回	調査時期	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、飲食業、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 (今回発表)	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 (3月発表予定)	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

2. 調査期間：2014年9月30日～11月5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）

- 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27万人より利用経験の有無についての回答を得ています。
- 第2次抽出：上記の第1次抽出の回答が、選定条件（「参考資料3」参照）に当てはまる方から無作為に抽出した各対象400～700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98企業・ブランド）：32,737人

5. 質問項目：約110問（「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点満点の複数設問で構成され、「すべてを満点とした」場合に100点、「すべてを1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。



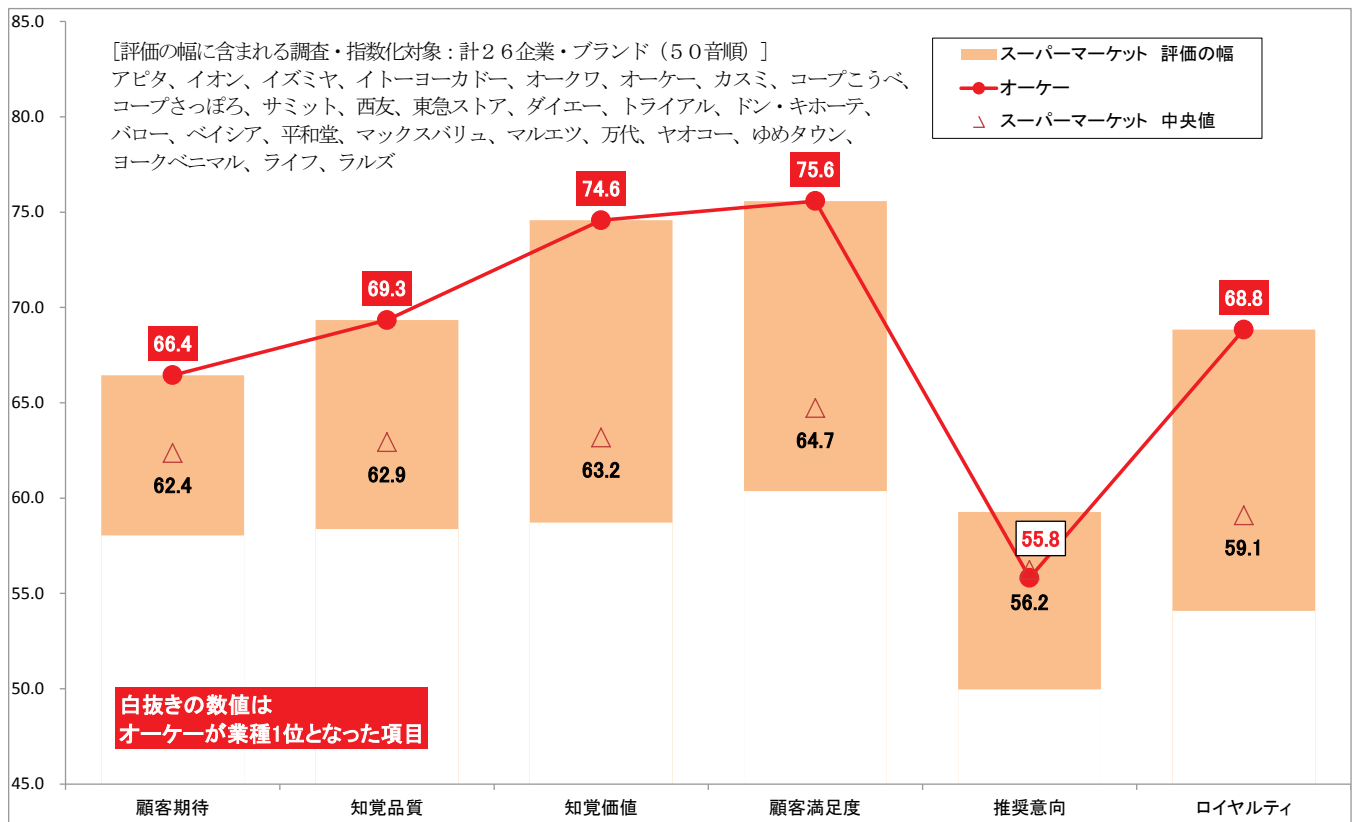
■スーパーマーケット



～「オーケー」が4年連続5指標で1位～

スーパーマーケットは「オーケー」が推奨意向を除く5指標で1位となりました。顧客満足度は昨年度と変わらず、1位から「オーケー」、「ベイシア」、「万代」の順となりました。今年度は、4位「トライアル」、5位「ヤオコー」と続いています。「オーケー」、「ベイシア」、「万代」は顧客期待（事前の期待感）、知覚品質（全体的な品質評価）、知覚価値（コストパフォーマンス）の3指標でも評価が高い一方、「ヤオコー」は顧客期待と知覚品質、推奨意向で、「トライアル」は知覚価値で相対的に高く評価されています。

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	66.4 オーケー	69.3 オーケー	74.6 オーケー	75.6 オーケー	59.3 ヤオコー	68.8 オーケー
2	ヤオコー	ヤオコー	ベイシア	71.2 ベイシア	ゆめタウン	トライアル
3	万代	ベイシア	トライアル	69.7 万代	ヨークベニマル	ベイシア
4	ベイシア	万代	万代	68.4 トライアル	ライフ	ドン・キホーテ
5	ヨークベニマル	ヨークベニマル	西友	67.8 ヤオコー	イトー ヨーカドー	イオン / ヤオコー (同点5位)
6	コープこうべ	コープさっぽろ	ヤオコー / ラルズ (同点6位)	67.4 西友	カスミ	
7	アピタ	サミット		67.2 ヨークベニマル	アピタ / 万代 (同点7位)	コープさっぽろ
8	ライフ	ラルズ	ヨークベニマル	66.7 コープさっぽろ		万代
9	サミット	コープこうべ / ライフ (同点9位)	ドン・キホーテ	66.6 ラルズ	サミット / ベイシア (同点9位)	ライフ
10	イオン / コープさっぽろ (同点10位)		コープさっぽろ	66.0 ドン・キホーテ		ヨークベニマル
11		イオン	カスミ	65.1 ライフ	平和堂	／ ラルス (同点10位)
12	ゆめタウン/ ラルズ (同点12位)	アピタ/ カスミ (同点12位)	バロー	64.8 カスミ / サミット (同点12位)	ラルズ	ゆめタウン
13			サミット		コープさっぽろ	イトー ヨーカドー

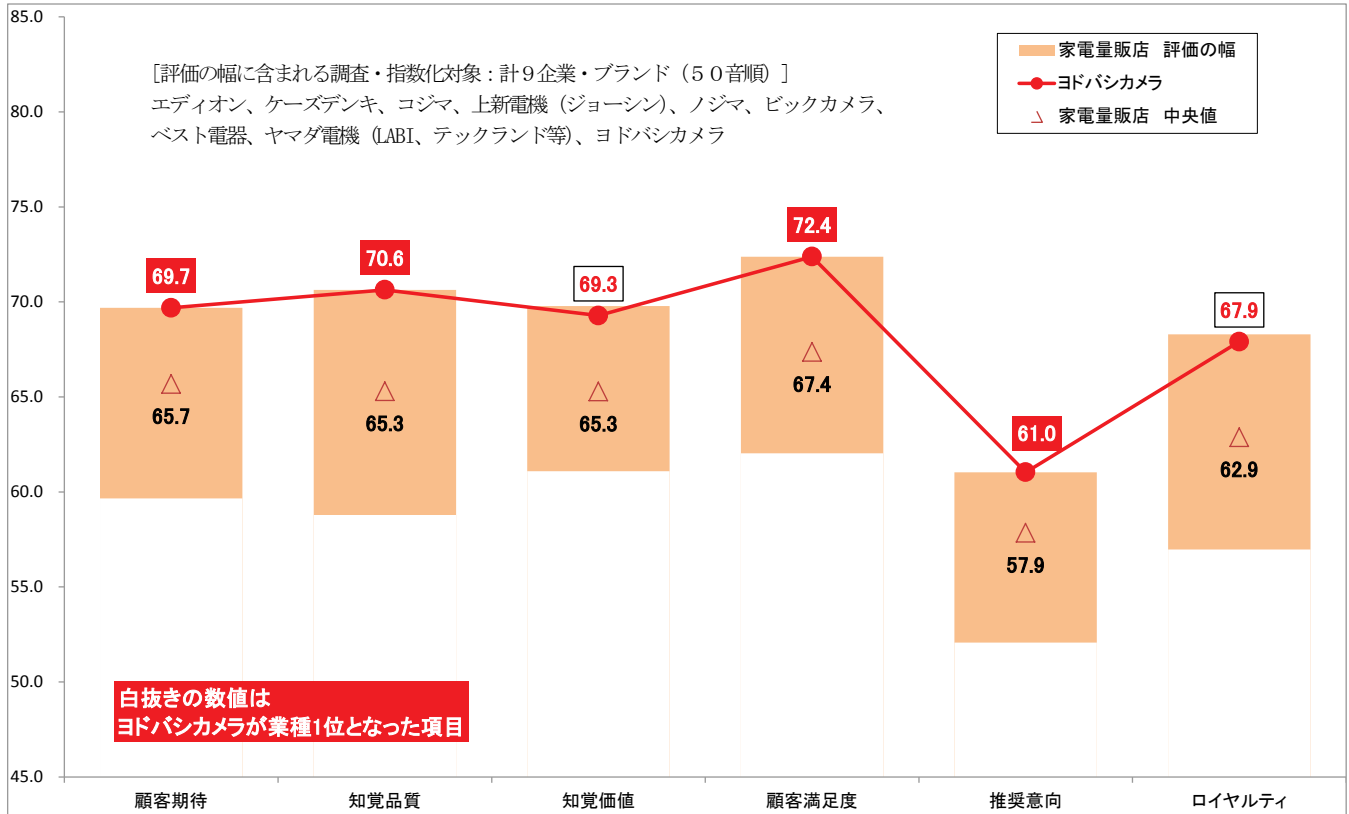


※順位 (P3)、評価の幅 (P4) に含まれない調査対象：計3企業・ブランド

参考値として、選定条件 (p. 13) を満たしていない「コープみらい」「成城石井」「ピアゴ」も調査しています。

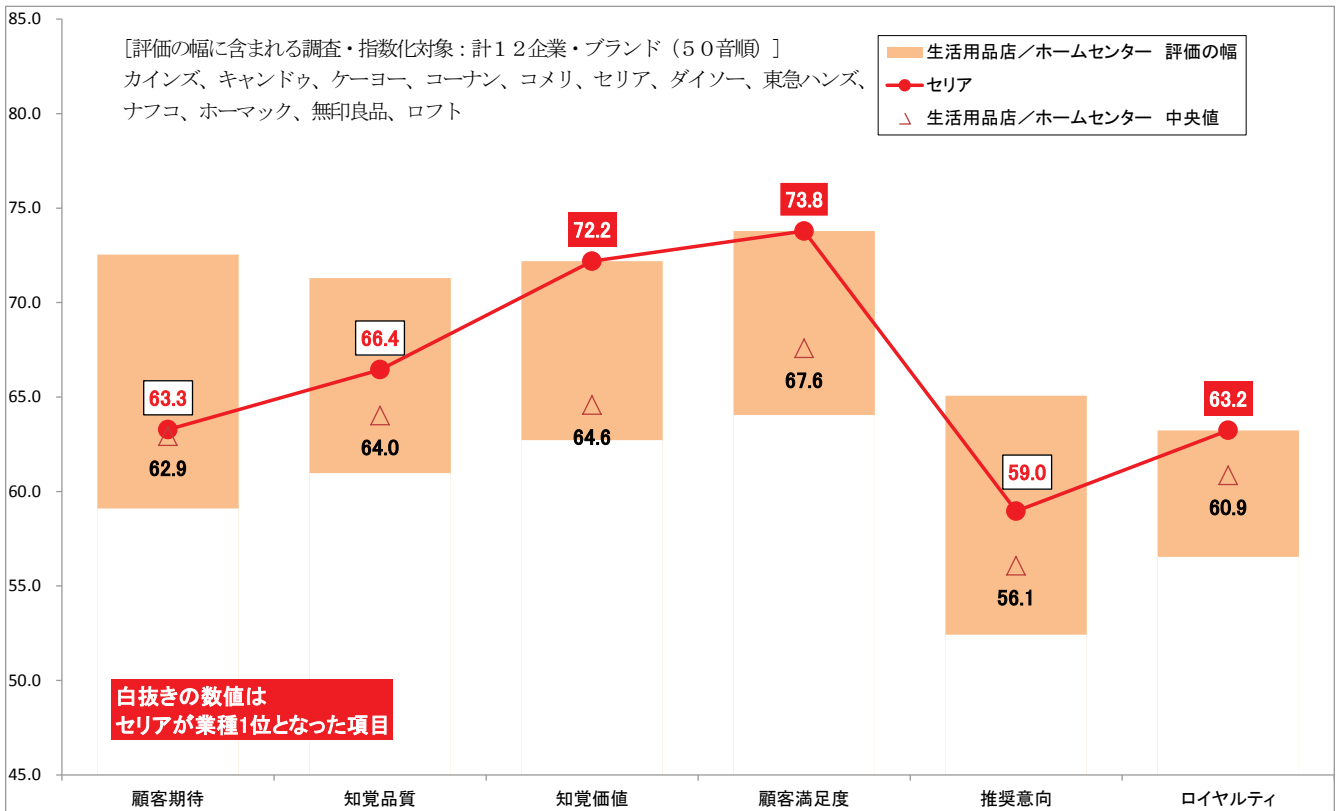
家電量販店は「ヨドバシカメラ」が5年連続で顧客満足度1位となりました。「ヨドバシカメラ」は顧客期待、知覚品質、推奨意向でも1位で、この3指標は調査開始の2009年から6年連続の1位となっています。顧客満足度2位は「ケーズデンキ」、3位は「ビックカメラ」となっています。「ケーズデンキ」は知覚価値、ロイヤルティで1位となったほか、他の4指標で「ヨドバシカメラ」に次ぐ2位となりました。

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	69.7 ヨドバシカメラ	70.6 ヨドバシカメラ	69.8 ケーズデンキ	72.4 ヨドバシカメラ	61.0 ヨドバシカメラ	68.3 ケーズデンキ
2	ケーズデンキ	ケーズデンキ	ヨドバシカメラ	71.4 ケーズデンキ	ケーズデンキ	ヨドバシカメラ
3	ビックカメラ	ビックカメラ	上新電機	69.1 ビックカメラ	エディオン / ビックカメラ (同点3位)	上新電機
4	上新電機	上新電機	ビックカメラ	68.5 上新電機		エディオン
5	エディオン	エディオン	エディオン	67.4 エディオン	上新電機	ビックカメラ



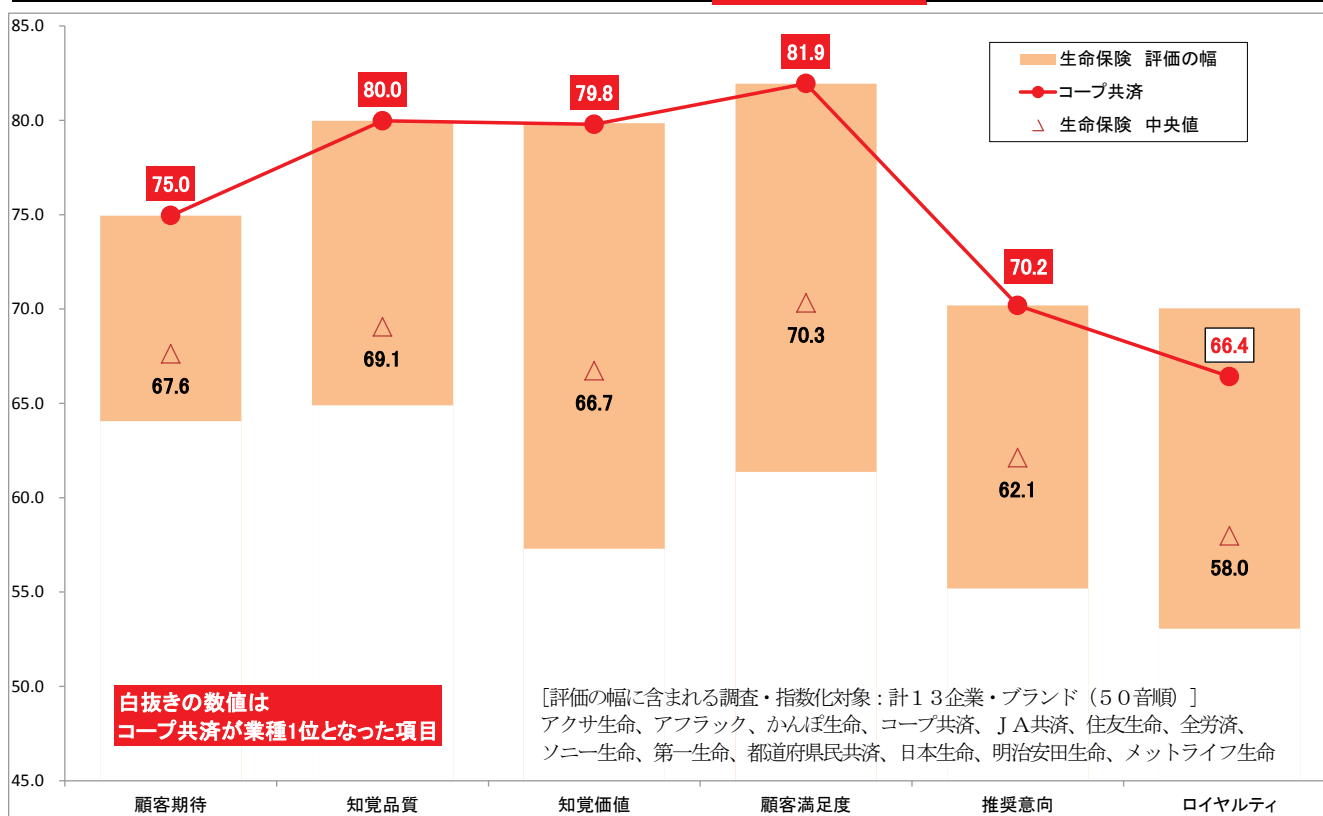
生活用品店／ホームセンターは、昨年度までの生活関連用品店から業種名を変更して調査を行いました。顧客満足度は3年連続で「セリア」が1位となりました。「セリア」は知覚価値でも3年連続1位となっているほか、今年度は「ロイヤルティ」でも1位となっています。顧客満足度2位の「東急ハンズ」は、顧客期待、知覚品質、推奨意向で3年連続1位となっています。

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	72.5 東急ハンズ	71.3 東急ハンズ	72.2 セリア	73.8 セリア	65.1 東急ハンズ	63.2 セリア
2	ロフト	無印良品	カインズ / キャンドゥ (同点2位)	71.3 東急ハンズ	無印良品	カインズ
3	カインズ / 無印良品 (同点3位)	ロフト		69.8 無印良品	ロフト	ホームック
4		カインズ	ダイソー	69.0 カインズ	カインズ	ナフコ
5	ホームック	セリア	東急ハンズ	67.9 ダイソー	セリア	東急ハンズ
6	セリア	ホームック	無印良品	67.7 ロフト	ナフコ	無印良品



「コープ共済」が顧客期待、知覚品質、知覚価値、顧客満足度、推奨意向の5指標で1位となりました。知覚価値（同点1位）とロイヤルティは「都道府県民共済」が昨年度に引き続いて1位となっています。顧客満足度は、2位以下が「都道府県民共済」、「ソニー生命」、「アフラック」、「メットライフ生命」と続いています。

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	75.0 コープ共済	80.0 コープ共済	79.8 コープ共済 /	81.9 コープ共済	70.2 コープ共済	70.0 都道府県民共済
2	アフラック	都道府県民共済	都道府県民共済 (同点1位)	81.0 都道府県民共済	都道府県民共済	コープ共済
3	ソニー生命	アフラック	ソニー生命	73.8 ソニー生命	メットライフ 生命	ソニー生命
4	都道府県民共済	ソニー生命	メットライフ 生命	73.6 アフラック	アフラック	アフラック
5	メットライフ 生命	メットライフ 生命	アフラック	73.4 メットライフ 生命	ソニー生命	メットライフ 生命
6	アクサ生命	アクサ生命	全労済	70.4 全労済	全労済	全労済
7	日本生命	日本生命	アクサ生命	70.3 アクサ生命	アクサ生命	アクサ生命

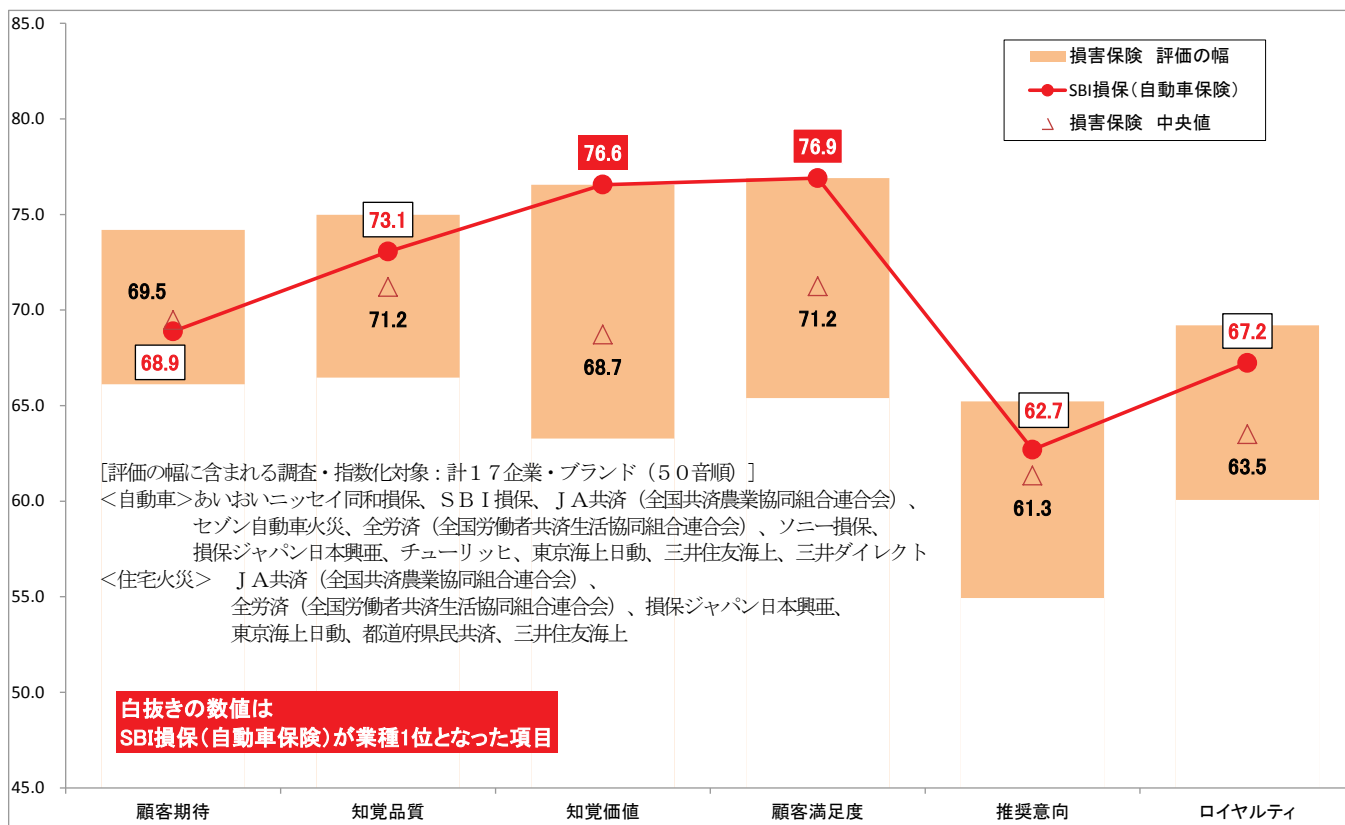


※「損保ジャパン日本興亜ひまわり生命」、「東京海上日動あんしん生命」、「フコク生命（富国生命）」は選定条件（p. 13）を満たさず、順位・評価の幅に含まない参考値として調査しています。

顧客満足度1位は、高い知覚価値（コストパフォーマンス）が評価された「SBI 損保」（自動車保険）となりました。2位は初調査となる「セゾン自動車火災」（自動車保険）、続いて「ソニー損保」（自動車保険）、「都道府県民共済」（住宅火災保険）、「チューリッヒ」（自動車保険）の順となりました。

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	74.2 三井住友海上 [自]	75.0 ソニー損保 [自]	76.6 SBI 損保 [自]	76.9 SBI 損保 [自]	65.2 チューリッヒ [自]	69.2 都道府県民共済 [住]
2	チューリッヒ [自] /	東京海上日動 [自] /	セゾン 自動車火災 [自] /	76.1 セゾン 自動車火災 [自]	ソニー損保 [自]	SBI 損保 [自]
3	東京海上日動 [自] (同点2位)	三井住友海上 [自] (同点2位)	都道府県民共済 [住] (同点2位)	75.7 ソニー損保 [自] /	東京海上日動 [自]	セゾン 自動車火災 [自]
4	ソニー損保 [自]	チューリッヒ [自]	チューリッヒ [自] /	都道府県民共済 [住] (同点3位)	三井住友海上 [自]	全労済 [住]
5	セゾン 自動車火災 [自]	SBI 損保 [自]	ソニー損保 [自] (同点4位)	73.6 チューリッヒ [自]	セゾン 自動車火災 [自]	三井住友海上 [自]
6	損保ジャパン 日本興亜 [自]	セゾン 自動車火災 [自]	全労済 [自]	73.1 三井 ダイレクト損保 [自]	SBI 損保 [自]	ソニー損保 [自]
7	三井 ダイレクト損保 [自]	三井 ダイレクト損保 [自]	三井 ダイレクト損保 [自]	72.9 全労済 [自]	三井 ダイレクト損保 [自]	全労済 [自]
8	あいおいニッ セイ同和損保 [自]	損保ジャパン 日本興亜 [住]	全労済 [住]	72.1 三井住友海上 [自]		損保ジャパン 日本興亜 [住]
9	東京海上日動 [住]	損保ジャパン 日本興亜 [自]	三井住友海上 [自]	71.2 全労済 [住] /	都道府県民共済 [住] /	東京海上日動 [自]
				東京海上日動 [自] (同点9位)	三井住友海上 [住] (同点8位)	

※[自]：自動車保険、[住]：住宅火災保険。



※「損保ジャパン」と「日本興亜損保」が合併し、「損保ジャパン日本興亜」となりました。当該企業・ブランドの回答者には、合併前の企業・ブランドで選定条件（p. 13）を満たされた方も回答者として含んでいます。

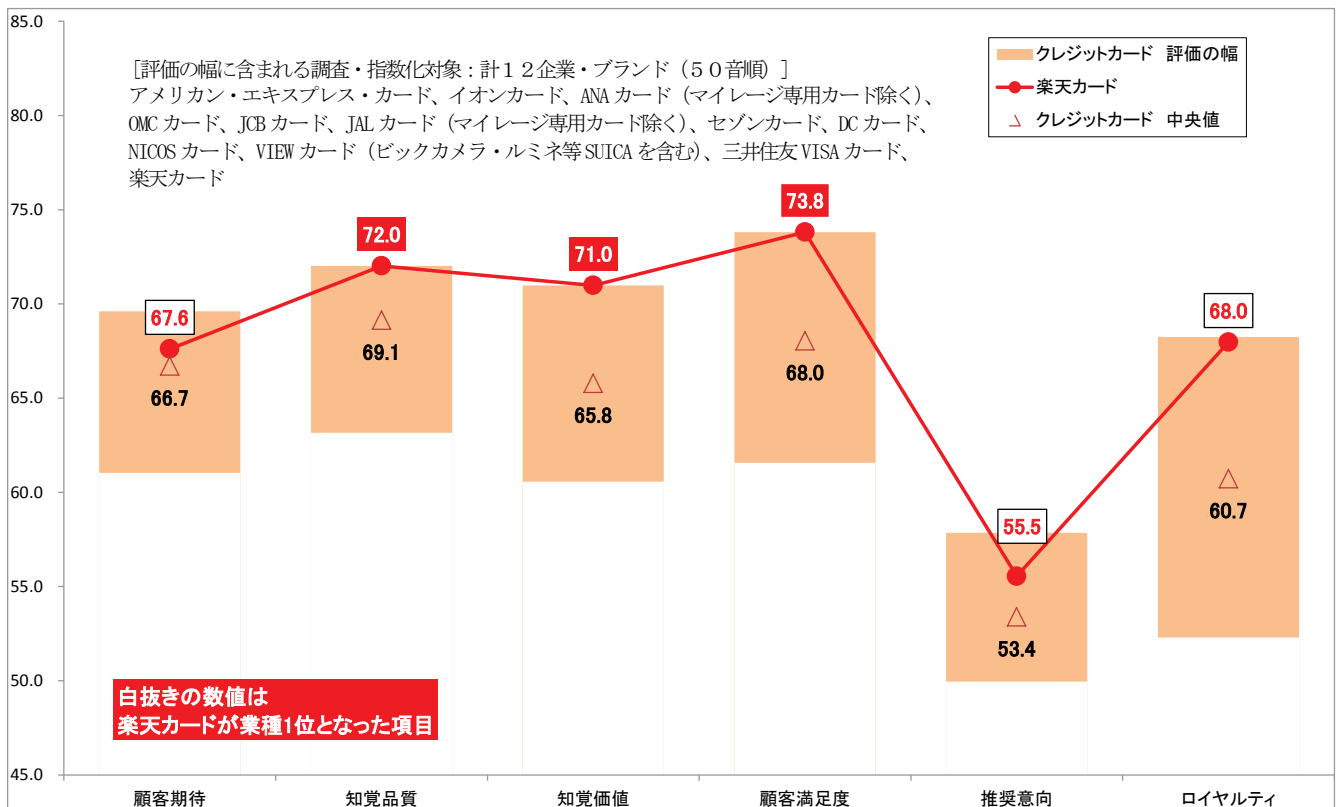
※本年度の調査では、順位、評価の幅に、「セゾン自動車火災」と「都道府県民共済」が追加されています。

※順位（P8）、評価の幅（P9）に含まれない調査対象：計3企業・ブランド

参考値として、選定条件（p. 13）を満たしていない「あいおいニッセイ同和損保」（住宅火災保険）、「アクサダイレクト」（自動車保険）、「イーデザイン損保」（自動車保険）を調査しています。

クレジットカードは、「楽天カード」が調査開始以来6年連続で顧客満足度1位となりました。「楽天カード」は知覚価値でも6年連続1位となったほか、今年度は知覚品質でも1位となっています。顧客満足度2位の「JCBカード」は知覚品質、知覚価値でも2位、顧客期待と推奨意向で3位と、全体的に高い評価を受けています。

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	69.6 アメリカン・エクスプレス・カード / ANAカード (同点1位)	72.0 楽天カード	71.0 楽天カード	73.8 楽天カード	57.9 アメリカン・エクスプレス・カード	68.2 JALカード
2		JCBカード	JCBカード	70.6 JCBカード	楽天カード	楽天カード
3	JCBカード	ANAカード	VIEWカード	70.0 VIEWカード	JCBカード	ANAカード
4	JALカード	JALカード	イオンカード	68.9 ANAカード	JALカード	JCBカード
5	三井住友 VISAカード	三井住友 VISAカード	三井住友 VISAカード	68.7 三井住友 VISAカード	イオンカード	アメリカン・エクスプレス・カード
6	楽天カード	VIEWカード	ANAカード	68.6 JALカード	セゾンカード / 三井住友 VISAカード (同点6位)	三井住友 VISAカード



※昨年度参考値として調査した「アメリカン・エクスプレス・カード」を、順位等に追加しています。

■ 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。

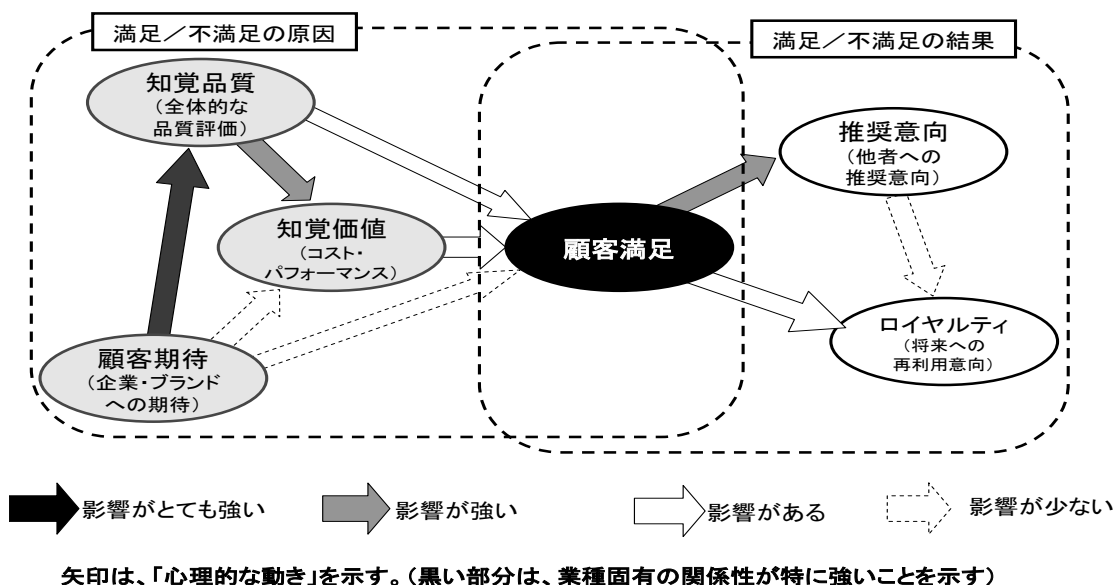
3. 経営改善に活用

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）

■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

*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	回答者の選定条件
スーパーマーケット (26) (*参考(3))	＜スーパーマーケット＞ アピタ、イオン、イズミヤ、イトーヨーカドー、オークワ、カスミ、 コープこうべ、コープさっぽろ、サミット、西友、ダイエー、 東急ストア、パロー、ベイシア、平和堂、マックスバリュ、マルエツ、 万代、ヤオコー、ゆめタウン、ヨークベニマル、ライフ、ラルズ （*参考：コープみらい、成城石井、ピアゴ） ＜ディスカウントストア＞ オーケー、トライアル、ドン・キホーテ	最近3か月で2回以上買い物
家電量販店 (9)	エディオン、ケーズデンキ、コジマ、上新電機（ジョーシン）、ノジマ、 ビックカメラ、ベスト電器、ヤマダ電機（LABI、テックランド等）、 ヨドバシカメラ	最近1年間で2回以上買い物
生活用品店 ／ホーム センター(12)	カインズ、キャンドゥ、ケーヨー、コーナン、コメリ、セリア、 ダイソー、東急ハンズ、ナフコ、ホームック、無印良品、ロフト	最近1年間で2回以上買い物
生命保険(13) (*参考(3))	アクサ生命、アフラック、かんぽ生命、コープ共済、JA共済、 住友生命、全労済、ソニー生命、第一生命、都道府県民共済、日本生命、 明治安田生命、メットライフ生命 （*参考：損保ジャパン日本興亜ひまわり生命、 東京海上日動あんしん生命、フコク生命）	最近3年間で保険金・給付金・見舞金等の受取・手続（支払請求）の経験がある事
損害保険(17) (*参考(3))	＜自動車保険＞ あいおいニッセイ同和損保、SBI損保、JA共済、セゾン自動車火災、 全労済、ソニー損保、損保ジャパン日本興亜、チューリッヒ、 東京海上日動、三井住友海上、三井ダイレクト損保 （*参考：アクサダイレクト、イーデザイン損保） ＜住宅火災保険＞ JA共済、全労済、損保ジャパン日本興亜、東京海上日動、 都道府県民共済、三井住友海上（*参考：あいおいニッセイ同和損保）	最近3年間で以下のいずれかの経験がある事 ＜自動車保険＞ ・保険金等の受取、手続（支払請求） ・保険のロードサービス ＜住宅火災保険＞ ・保険金等の受取、手続（支払請求） ・手続（契約変更）
クレジット カード(12)	アメリカン・エクスプレス・カード、イオンカード、ANAカード、 OMCカード、JCBカード、JALカード、セゾンカード、DCカード、 NICOSカード、VIEWカード、三井住友VISAカード、楽天カード	最近1年間で2回以上利用、かつ、 以下の年会費のいずれかの条件に該当する事 ・無料となる条件を満たしている ・年会費を概ね把握している

サービス産業生産性協議会とは

「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。

特に、サービス産業の優れた取組「ベストプラクティス」の収集と普及を通じて、サービス産業の発展を支援することに力を入れています。

設立の経緯

2006年7月の「経済成長戦略」で「サービス産業生産性協議会の発足が決定されました。これを受けて経済産業省に設置された「サービス産業のイノベーションと生産性に関する研究会」が、協議会の基本構想を取りまとめ、同年5月、サービス産業をはじめ製造業、大学関係者、関係省庁など幅広い関係者の参加のもと、社会経済生産性本部(現:日本生産性本部)に「サービス産業生産性協議会」が設立されました。

2010年度以降は、民間に完全移管され、自主財源による活動を続けています。

活動のご紹介

- 提言「サービスイノベーションへの取組みの新たな展開に向けて」**(2013年4月)
有識者による幹事会の議論を基に、これからのサービス産業の課題と取組みの方向を提言にまとめました。
- 「ハイ・サービス日本300選」**(2007～2009年度)
イノベーションや生産性向上に役立つ先進的な取組み(ベストプラクティス)を行っている企業・団体を表彰し、優良事例を広く普及・共有しています。
- 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、全国でのSPRINGシンポジウムの開催を予定しております。
*2015年3月13日(金)13:30～16:30「SPRINGシンポジウム2014 in 名古屋」
- 日本版顧客満足度指数: JCSI**(2009年度～)
年間約30業種・約400社の顧客満足度を調査し、上位企業の結果を公表しています。また、調査対象となっていない企業についても、JCSIの手法を用いた個別の顧客満足度の調査や分析を受け付けています。



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・お問い合わせ等>

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)

tel:03-3409-1189 fax: 03-3409-1187

mail:service-js@jpc-net.jp

JCSI

検索