

～2014年度JCSI（日本版顧客満足度指数）第1回調査結果発表～

## 初CS1位にスターバックスとウィルコム 帝国ホテル、ヤマト運輸、富士ゼロックスは全指標で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）相談役）では、この度2014年度第1回「JCSI（日本版顧客満足度指数：Japanese Customer Satisfaction Index）」調査として、8業種〔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〕における82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1位企業・ブランド（詳細は3頁以降をご覧ください）

・ <b>セイコーマート</b> （コンビニエンスストア）	～高い知覚価値により4年連続CS1位～	3頁
・ <b>帝国ホテル</b> （シティホテル）	～全ての指標1位で6年連続CS1位～	4頁
・ <b>スーパーホテル</b> （ビジネスホテル）	～僅差でCS1位に復帰～	5頁
・ <b>木曾路</b> （飲食）	～期待、品質の高評価で2年連続CS1位～	6頁
・ <b>スターバックス</b> （カフェ）	～期待、品質で他を圧倒し、初のCS1位～	9頁
・ <b>ウィルコム</b> （携帯電話）	～知覚価値で高い評価、初のCS1位～	10頁
・ <b>ヤマト運輸</b> （宅配便）	～全指標1位。調査開始から6年連続～	11頁
・ <b>富士ゼロックス</b> （事務機器）	～6指標全てで1位を獲得～	12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、13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、広告または販売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1回調査結果」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（（公財）日本生産性本部内）  
tel:03(3409)1189 fax:03(3409)1187 mail:service-js@jpc-net.jp

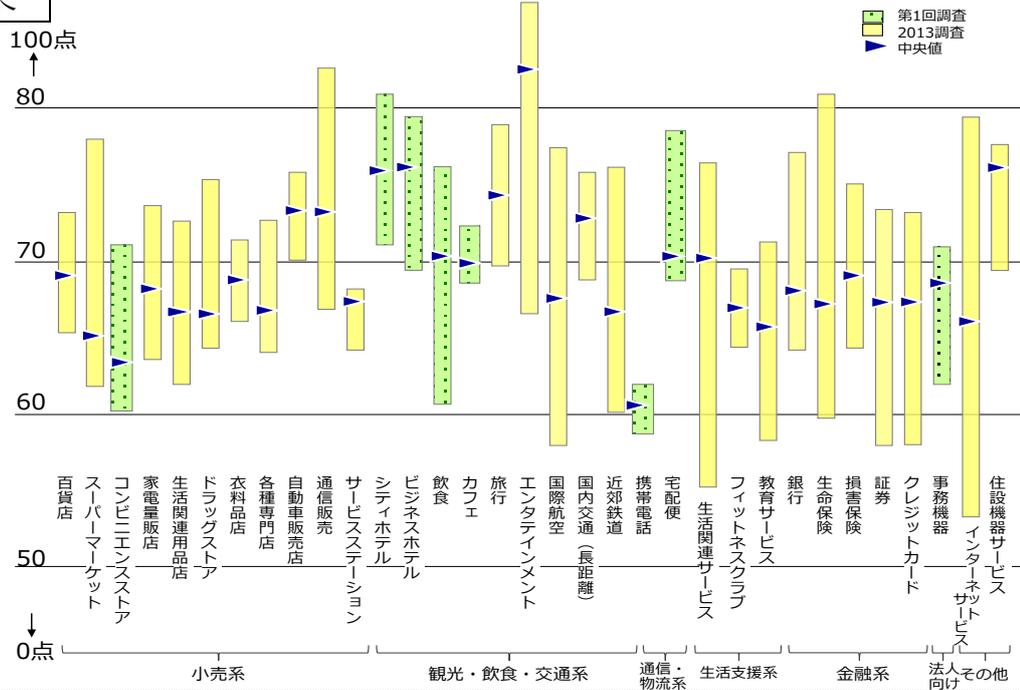
**SPRING**

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1回）の概要

### 1. 今回調査の対象業種／企業・ブランド（2014年度第1回、通算第25回調査）：

下記8業種の売上等上位企業・ブランド（1業種につき5～24、計82企業もしくはブランド）

回	調査時期	対象業種（予定）
第1回	2014年4月 (今回発表)	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月発表予定)	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～9月 (10月発表予定)	衣料品店、各種専門店、旅行、エンタテインメント、国際交通、国内交通、生活関連サービス
第4回	2014年10月 (12月発表予定)	スーパーマーケット、家電量販店、生活関連用品店、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4月2日～4月24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、約21万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450～750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：25,694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。

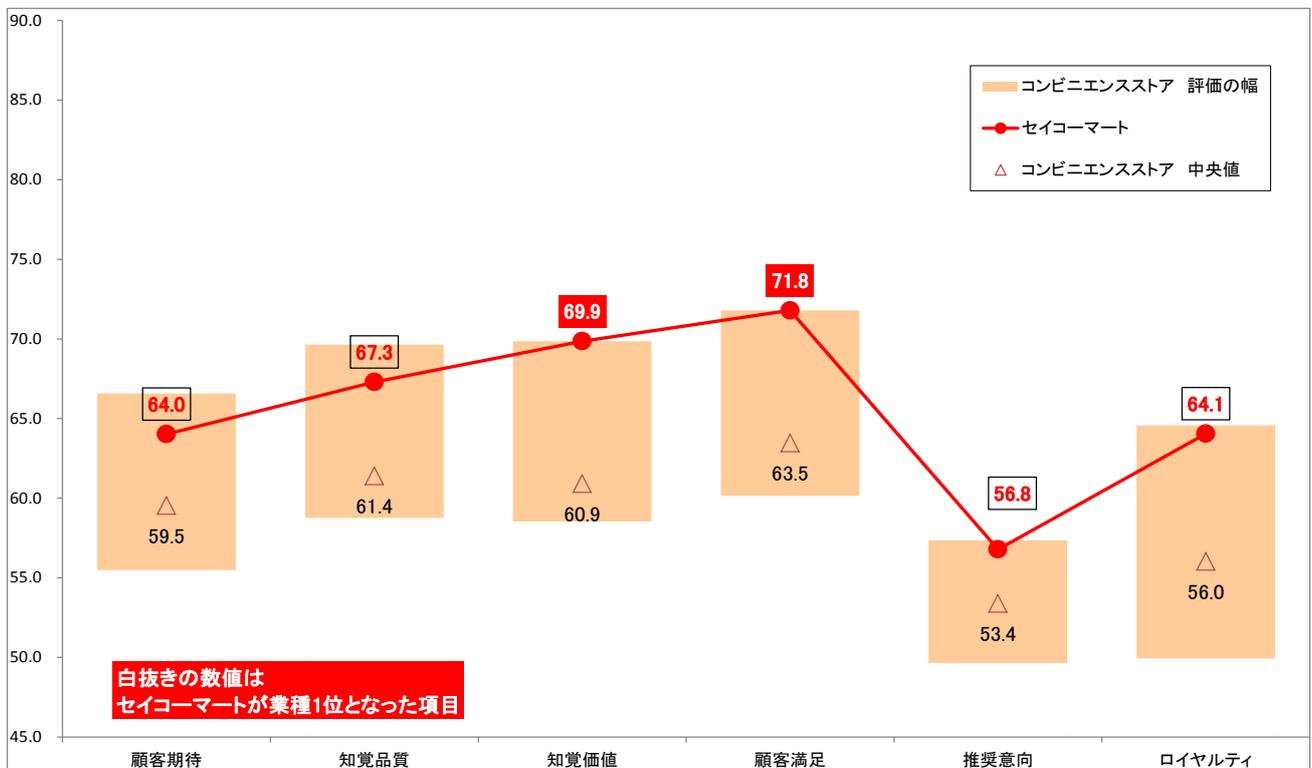


### ■ コンビニエンスストア

#### ～「セイコーマート」が高い知覚価値により4年連続 CS 1位～

コンビニエンスストアの顧客満足度1位は4年連続で「セイコーマート」となりました。「セイコーマート」は全ての指標で中央値を上回り、知覚価値、顧客満足度の2つで1位の評価を受けています。顧客満足度2位は「セブン-イレブン」です。顧客期待、知覚品質、推奨意向、ロイヤルティで1位と、バランスよく高い評価を得ています。

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	66.6 セブン-イレブン	69.7 セブン-イレブン	69.9 セイコーマート	71.8 セイコーマート	57.4 セブン-イレブン	64.6 セブン-イレブン
2	ローソン	セイコーマート	セブン-イレブン	69.7 セブン-イレブン	セイコーマート	セイコーマート
3	セイコーマート	ローソン	ローソン	67.0 ローソン	ファミリーマート	ローソン
4	ファミリーマート	ファミリーマート	ファミリーマート	65.3 ファミリーマート	ローソン	ファミリーマート
5	ミニストップ	ミニストップ	デイリーヤマザキ	63.5 ミニストップ	ミニストップ	ミニストップ



[調査対象（50音順）：計9企業・ブランド]

サークルK、サンクス、セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、NEWDAYS、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン

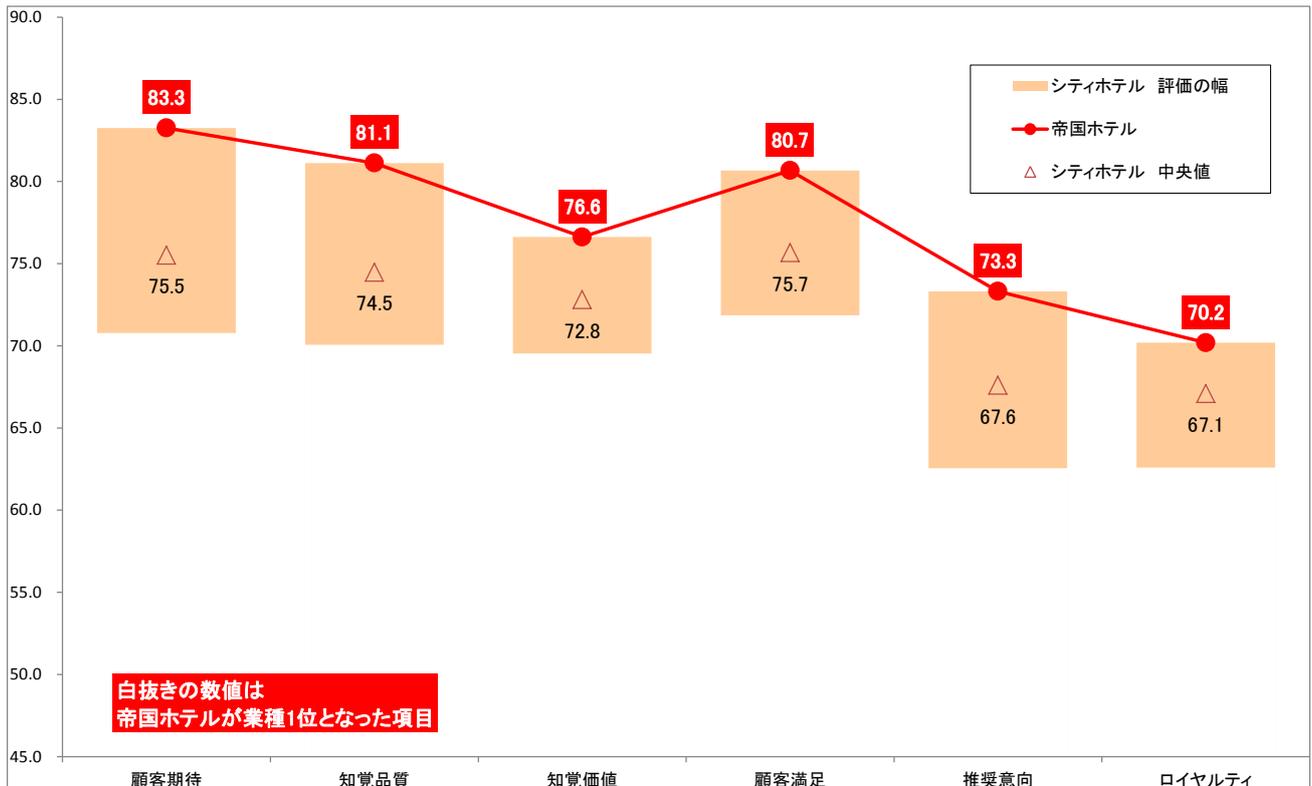


## ■ シティホテル

～「帝国ホテル」が全ての指標 1 位で 6 年連続 CS 1 位～

顧客満足度 1 位は「帝国ホテル」（6 年連続）となっています。その他全ての指標でも 1 位となりました。顧客満足度 2 位の「オークラ」は、知覚品質、知覚価値でも 2 位、顧客満足 3 位の「ヒルトン」は顧客期待も 2 位という結果です。推奨意向、ロイヤルティの 2 位には「ANA」がランクインしました。

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	83.3 帝国ホテル	81.1 帝国ホテル	76.6 帝国ホテル	80.7 帝国ホテル	73.3 帝国ホテル	70.2 帝国ホテル
2	ヒルトン	オークラ	オークラ	76.9 オークラ	ANA	ANA
3	オークラ	ヒルトン	ANA	76.1 ヒルトン	オークラ	ニッコー・ホテルズ・ インターナショナル
4	ニューオータニ	ニューオータニ	ニッコー・ホテルズ・ インターナショナル (同点 3 位)	76.0 ニューオータニ	ニューオータニ	ヒルトン
5	リーガロイヤル	リーガロイヤル	リーガロイヤル	75.7 ニッコー・ホテルズ・ インターナショナル	ニッコー・ホテルズ・ インターナショナル	オークラ



[調査対象 (50 音順) : 計 9 企業・ブランド]

ANA (クラウンプラザ含む)、オークラ、京王プラザ、帝国ホテル、ニッコー・ホテルズ・インターナショナル、ニューオータニ、ヒルトン、プリンス、リーガロイヤル

\*一部名称の「ホテル」を省略しています。

\*ザ・リッツ・カールトン、ハイアット、ロイヤルパークを参考として調査し、順位には含みません。

\*第一次抽出の料金に関する条件を、前年度の「総額がわかる」から「見聞きした事がある」に緩和しています。  
(ライトユーザーの回答者層を抽出する事を目的としています。)

## ■ビジネスホテル

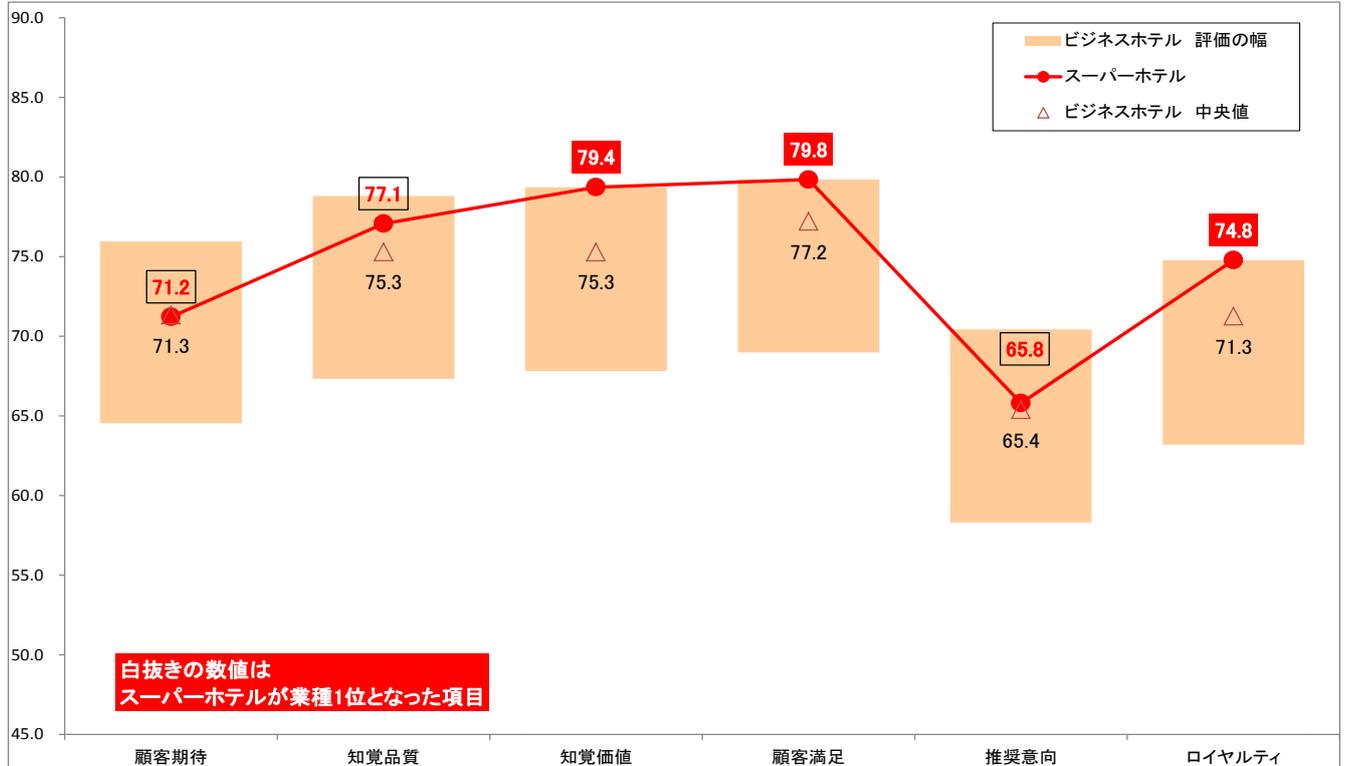
### ～「スーパーホテル」が僅差で CS 1 位に復帰～

顧客満足度 1 位は前年度の「リッチモンド」に代わり「スーパーホテル」が 4 年ぶりに返り咲きました。コストパフォーマンスを示す知覚価値とロイヤルティで 1 位を獲得し、高い評価を得ました。

「リッチモンド」は、顧客期待、知覚品質、推奨意向で 1 位、今年も高いスコアとなっていますが、顧客満足度は僅差の 2 位となりました。

顧客満足度 3 位は「ダイワロイネット」と「ドーマーイン」が同点でランクインしました。上位 4 社は僅差で競い合っています。

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	76.0 リッチモンド	78.8 リッチモンド	79.4 スーパーホテル	79.8 スーパーホテル	70.4 リッチモンド	74.8 スーパーホテル
2	ダイワロイネット	ダイワロイネット	コンフォート	79.1 リッチモンド	ダイワロイネット	ドーマーイン
3	ドーマーイン	スーパーホテル	リッチモンド	79.0 ダイワロイネット	コンフォート	ダイワロイネット
4	コンフォート	ドーマーイン	ドーマーイン	79.0 ドーマーイン (同点 3 位)	スーパーホテル	リッチモンド
5	ルートイン	コンフォート	ダイワロイネット	77.9 コンフォート	ドーマーイン ルートイン (同点 5 位)	東横イン



[調査対象 (50音順) : 計 10 企業・ブランド]

アパ、コンフォート、スーパー、ダイワロイネット、東急イン、東横イン、ドーマーイン、リッチモンド、ルートイン、ワシントン

\*一部名称の「ホテル」を省略しています。

\*サンルートホテル、チサンホテル (チサンイン含む)、三井ガーデンホテルを参考として調査し、順位には含みません。

\*第一次抽出の条件の 1 つとして、料金に関する条件で「見聞きしたことがある」を今年度から設定しています。

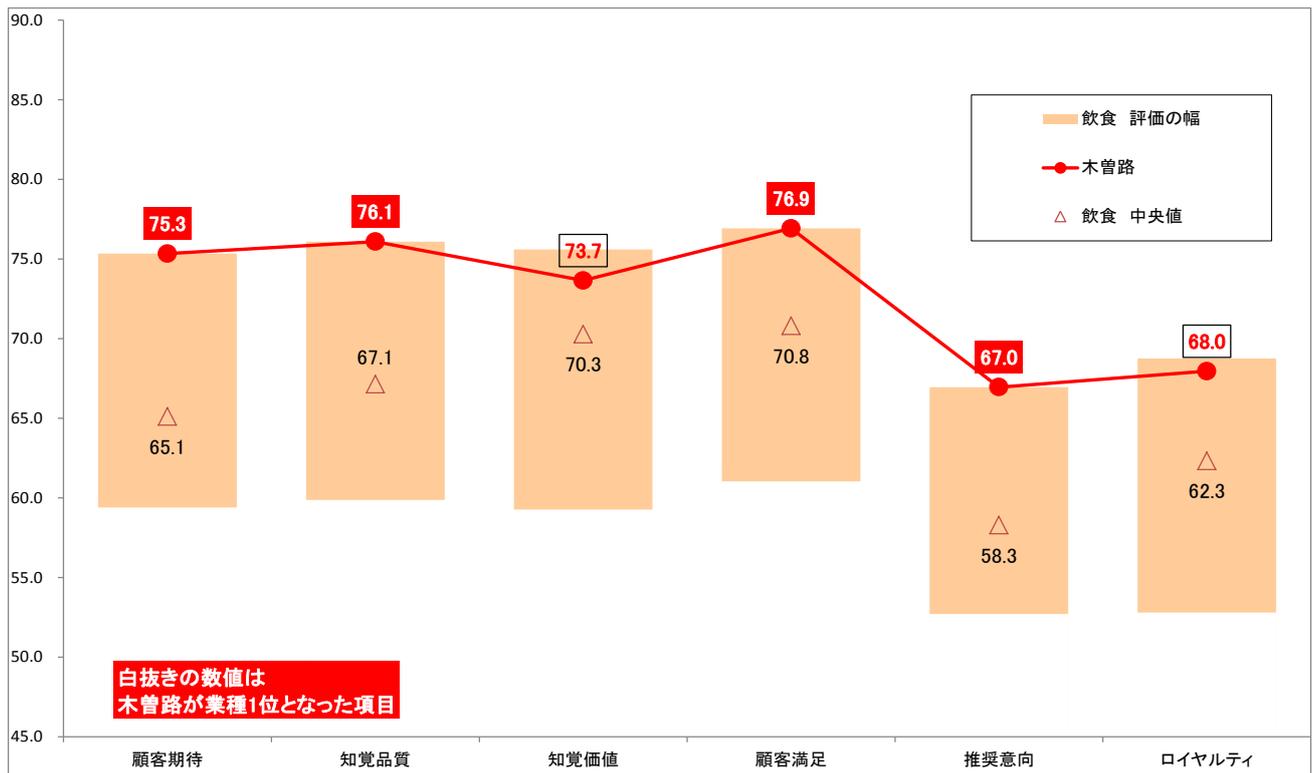


## ■ 飲食

### ～顧客期待、品質、推奨意向の高評価で「木曽路」が2年連続 CS 1位～

飲食全体の顧客満足度を比較すると「木曽路」が昨年に引き続き1位となり、次いで「スシロー」、「モスバーガー」となっています。「木曽路」は、顧客期待、知覚品質、推奨意向で1位とバランスの良い満足度構造となっています。顧客満足度2位の「スシロー」は知覚価値とロイヤルティで高い評価を得ています。またカテゴリーをレストランチェーンとファストフード店（丼・麺・カレーを含む）に分けた場合、ファストフード店では顧客期待、知覚品質、推奨意向で評価の高い「モスバーガー」が1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	75.3 木曽路	76.1 木曽路	75.6 スシロー	76.9 木曽路	67.0 木曽路	68.8 スシロー
2	モスバーガー	モスバーガー	サイゼリヤ	76.1 スシロー	ロイヤルホスト	木曽路
3	スシロー	カレーハウス CoCo 壱番屋	丸亀製麺	74.9 モスバーガー	モスバーガー	くら寿司
4	カレーハウス CoCo 壱番屋	スシロー	幸楽苑	74.4 くら寿司	デニーズ	カレーハウス CoCo 壱番屋
5	くら寿司	くら寿司	木曽路	74.4 サイゼリヤ (同点4位)	幸楽苑	幸楽苑
6	ケンタッキー フライドチキン	びっくりドンキー	はなまるうどん	74.2 丸亀製麺	びっくりドンキー (同点5位)	丸亀製麺 (同点5位)
7	ロイヤルホスト	ロイヤルホスト	くら寿司	73.5 はなまるうどん	ジョナサン	ロイヤルホスト
8	丸亀製麺	丸亀製麺	餃子の王将	73.0 幸楽苑	パーミヤン (同点7位)	サイゼリヤ
9	びっくりドンキー	ケンタッキー フライドチキン	かっぱ寿司	72.6 びっくりドンキー	カレーハウス CoCo 壱番屋	かっぱ寿司
10	餃子の王将	はなまるうどん	吉野家	72.3 餃子の王将	くら寿司 (同点9位)	モスバーガー (同点9位)
11	はなまるうどん	幸楽苑	すき家	71.8 カレーハウス CoCo 壱番屋	サイゼリヤ (同点9位)	餃子の王将
12	デニーズ	サイゼリヤ	びっくりドンキー	71.0 かっぱ寿司	ケンタッキー フライドチキン	ジョイフル



[調査対象 (50音順) : 計24企業・ブランド]

<レストランチェーン>

かっぱ寿司、ガスト、木曾路、くら寿司、ココス、サイゼリヤ、ジョイフル、ジョナサン、スシロー、デニーズ、バーミヤン、びっくりドンキー、ロイヤルホスト

<ファストフード店 (丼・麺・カレーを含む) >

カレーハウス CoCo 壱番屋、餃子の王将、ケンタッキーフライドチキン、幸楽苑、すき家、はなまるうどん、マクドナルド、松屋、丸亀製麺、モスバーガー、吉野家

参考:カテゴリーを「レストランチェーン」および「ファストフード店」に分けた場合の順位

<レストランチェーン>

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	75.3 木曽路	76.1 木曽路	75.6 スシロー	76.9 木曽路	67.0 木曽路	68.8 スシロー
2	スシロー	スシロー	サイゼリヤ	76.1 スシロー	ロイヤルホスト	木曽路
3	くら寿司	くら寿司	木曽路	74.4 くら寿司	デニーズ	くら寿司
4	ロイヤルホスト	びっくりドンキー	くら寿司	74.4 サイゼリヤ (同点3位)	びっくりドンキー	ロイヤルホスト
5	びっくりドンキー	ロイヤルホスト	かっぱ寿司	72.6 びっくりドンキー	ジョナサン	サイゼリヤ
6	デニーズ	サイゼリヤ	びっくりドンキー	71.0 かっぱ寿司	パーミヤン (同点5位)	かっぱ寿司
7	かっぱ寿司	かっぱ寿司	ジョイフル	70.6 ロイヤルホスト	くら寿司 サイゼリヤ (同点7位)	ジョイフル

<ファストフード店 (丼・麺・カレーを含む) >

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	74.5 モスバーガー	75.3 モスバーガー	74.4 丸亀製麺	74.9 モスバーガー	60.1 モスバーガー	64.0 カレーハウス CoCo 壱番屋
2	カレーハウス CoCo 壱番屋	カレーハウス CoCo 壱番屋	幸楽苑	74.2 丸亀製麺	幸楽苑	幸楽苑
3	ケンタッキー フライドチキン	丸亀製麺	はなまるうどん	73.5 はなまるうどん	カレーハウス CoCo 壱番屋	丸亀製麺 (同点2位)
4	丸亀製麺	ケンタッキー フライドチキン	餃子の王将	73.0 幸楽苑	ケンタッキー フライドチキン	モスバーガー
5	餃子の王将	はなまるうどん	吉野家	72.3 餃子の王将	丸亀製麺	餃子の王将
6	はなまるうどん	幸楽苑	すき家	71.8 カレーハウス CoCo 壱番屋	はなまるうどん	ケンタッキー フライドチキン



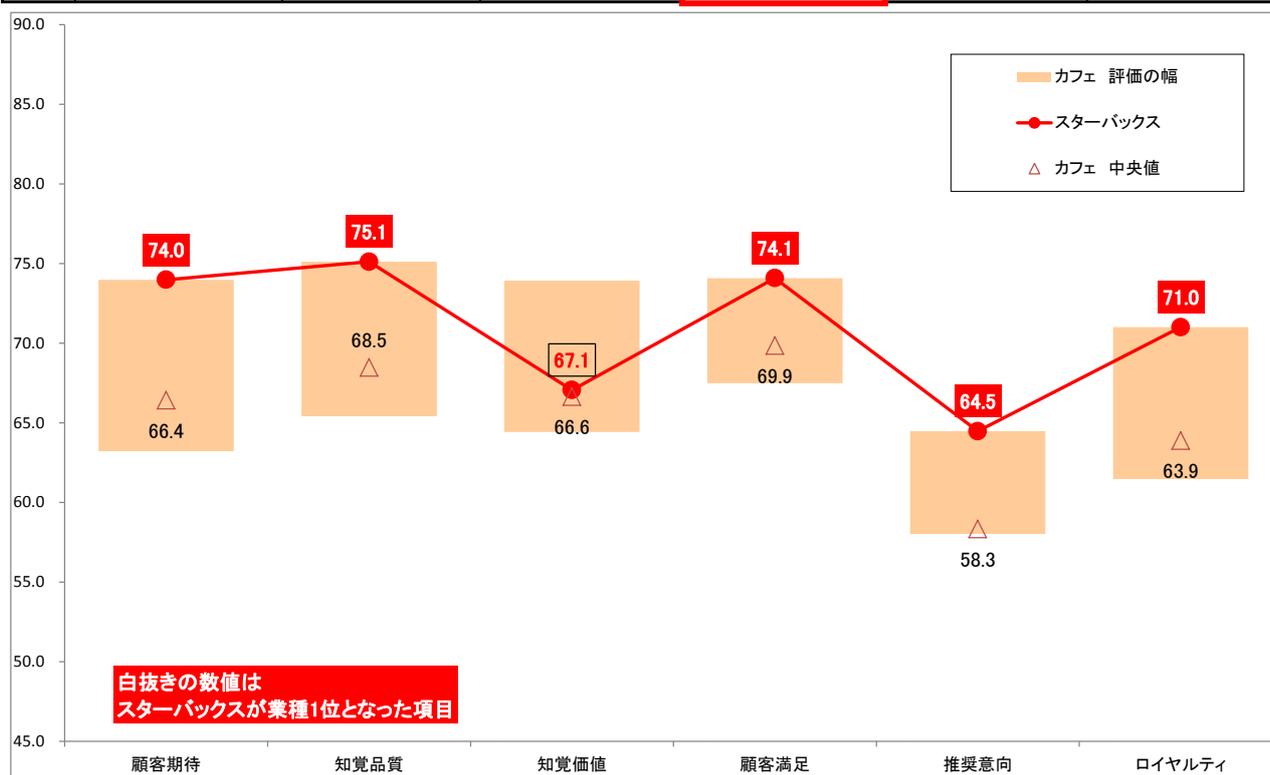
## ■カフェ

### ～高い顧客期待、知覚品質、ロイヤルティで「スターバックス」初のCS 1位～

前年度の「カフェ・ベローチェ」に代わり、「スターバックス」が初の顧客満足度1位になりました。特に顧客期待、知覚品質、ロイヤルティで2位との差をつけて高い評価を受けました。2位には昨年1位の「カフェ・ベローチェ」が高い知覚価値でランクインしており、品質やロイヤルティで高い評価の「ドトール」と、顧客期待や知覚品質で高い評価の「タリーズ」が続きます。

満足度構造は、顧客満足度で1位から7位の差が小さいながらも、知覚価値を除く全ての指標で「スターバックス」が中央値を大きく上回っており、他社を圧倒する姿での初のCS 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	74.0 スターバックス	75.1 スターバックス	73.9 カフェ・ベローチェ	74.1 スターバックス	64.5 スターバックス	71.0 スターバックス
2	タリーズ	タリーズ	ドトール	73.1 カフェ・ベローチェ	タリーズ	ドトール
3	コメダ珈琲店	ドトール	スターバックス	70.7 ドトール	ミスタードーナツ	カフェ・ベローチェ
4	ドトール	コメダ珈琲店	コメダ珈琲店	69.9 タリーズ	コメダ珈琲店	コメダ珈琲店



[調査対象 (50音順) : 計7企業・ブランド]

カフェ・ベローチェ、コメダ珈琲店、サンマルクカフェ、スターバックス、タリーズ、ドトール、ミスタードーナツ

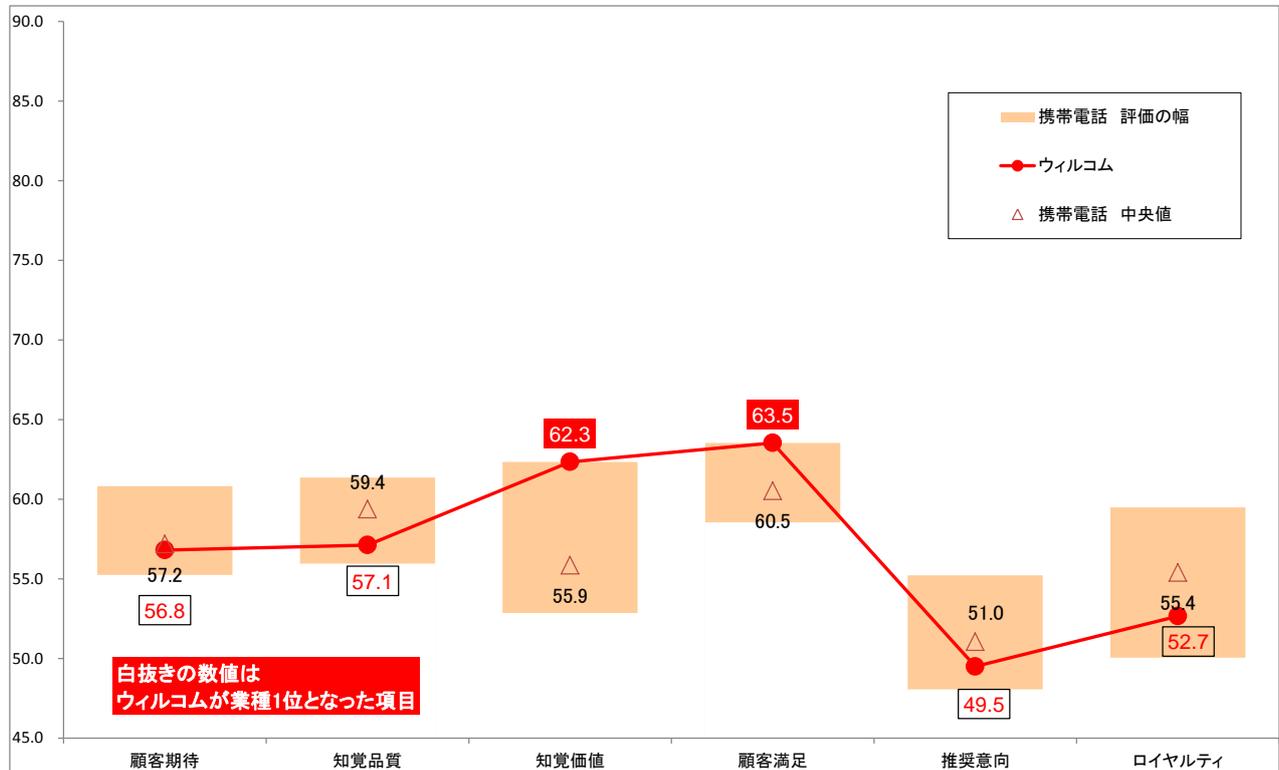


## ■ 携帯電話

### ～知覚価値の高い「ウィルコム」が初のCS 1位～

携帯電話の顧客満足度は「ウィルコム」が初の1位となりました。知覚価値に対する高い評価が、顧客満足度につながったものと考えられます。顧客満足度2位は、「ウィルコム」同様、知覚価値で高い評価を受けた「イー・モバイル」となりました。満足度の構造として、知覚価値の高さが満足度の高さに影響していますが、顧客満足度の結果系である推奨意向、ロイヤルティは「ドコモ」と「au」が例年に続き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	60.8 ドコモ	61.4 au	62.3 ウィルコム	63.5 ウィルコム	55.2 ドコモ	59.5 ドコモ
2	au	ドコモ	イー・モバイル	62.1 イー・モバイル	au	au
3	ソフトバンク	ソフトバンク	au	60.5 au	ソフトバンク	ソフトバンク



[調査対象 (50音順) : 計5企業・ブランド]

イー・モバイル、ウィルコム、au、ソフトバンク、ドコモ



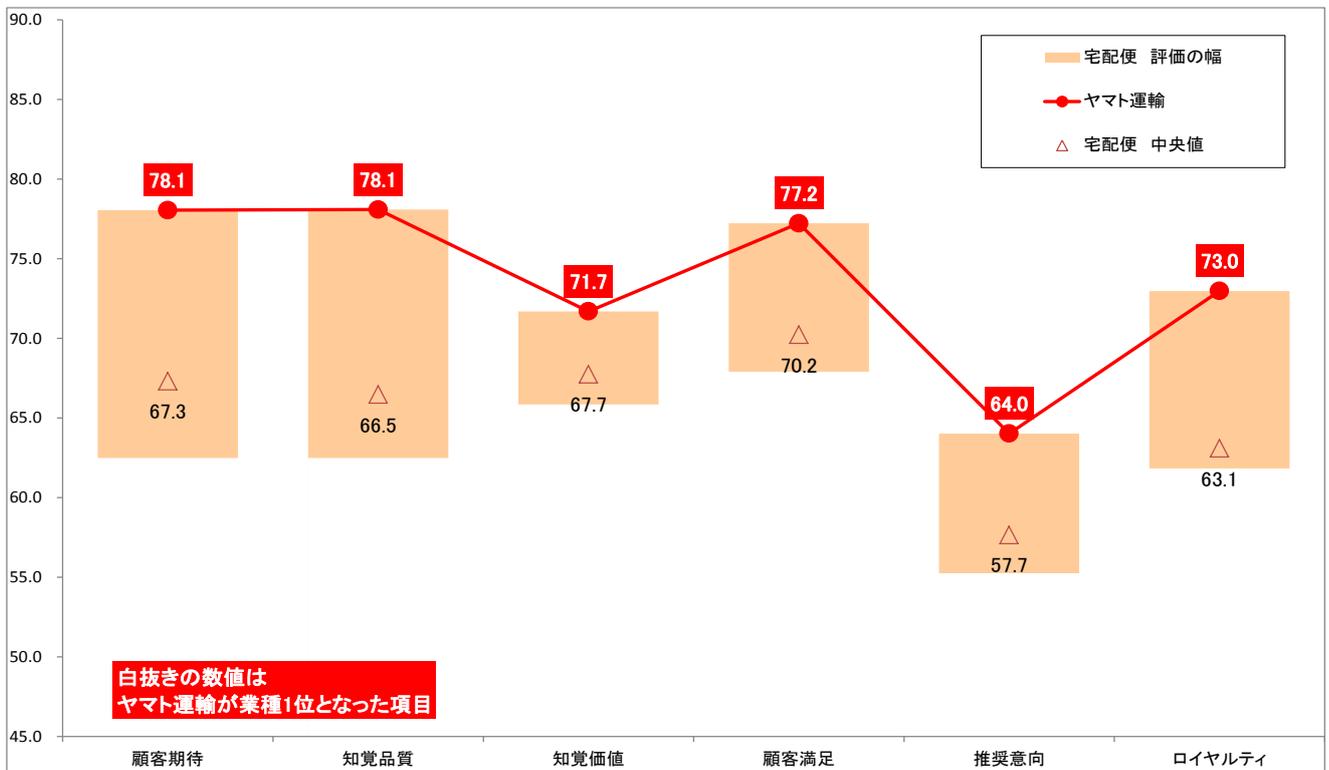
## ■ 宅配便

### ～「ヤマト運輸」が全指標 1 位。調査開始から 6 年連続～

6 指標全てで「ヤマト運輸」が 1 位となっており、特に顧客期待、知覚品質、顧客満足、ロイヤルティでは中央値を大きく引き離しての高評価となっています。「ヤマト運輸」の全指標 1 位は調査初年度である 2009 年度から 6 年連続です。

顧客満足度 2 位は、前年度に引き続き「日本郵便」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	78.1 ヤマト運輸	78.1 ヤマト運輸	71.7 ヤマト運輸	77.2 ヤマト運輸	64.0 ヤマト運輸	73.0 ヤマト運輸
2	日本郵便	日本郵便	福山通運	71.4 日本郵便	日本郵便	日本郵便
3	福山通運	佐川急便	日本郵便	70.2 福山通運	福山通運	西濃運輸



[調査対象 (50 音順) : 計 5 企業・ブランド]

佐川急便、西濃運輸、日本郵便、福山通運、ヤマト運輸

\*はこ BOON (伊藤忠商事) は参考として調査し、順位には含みません。

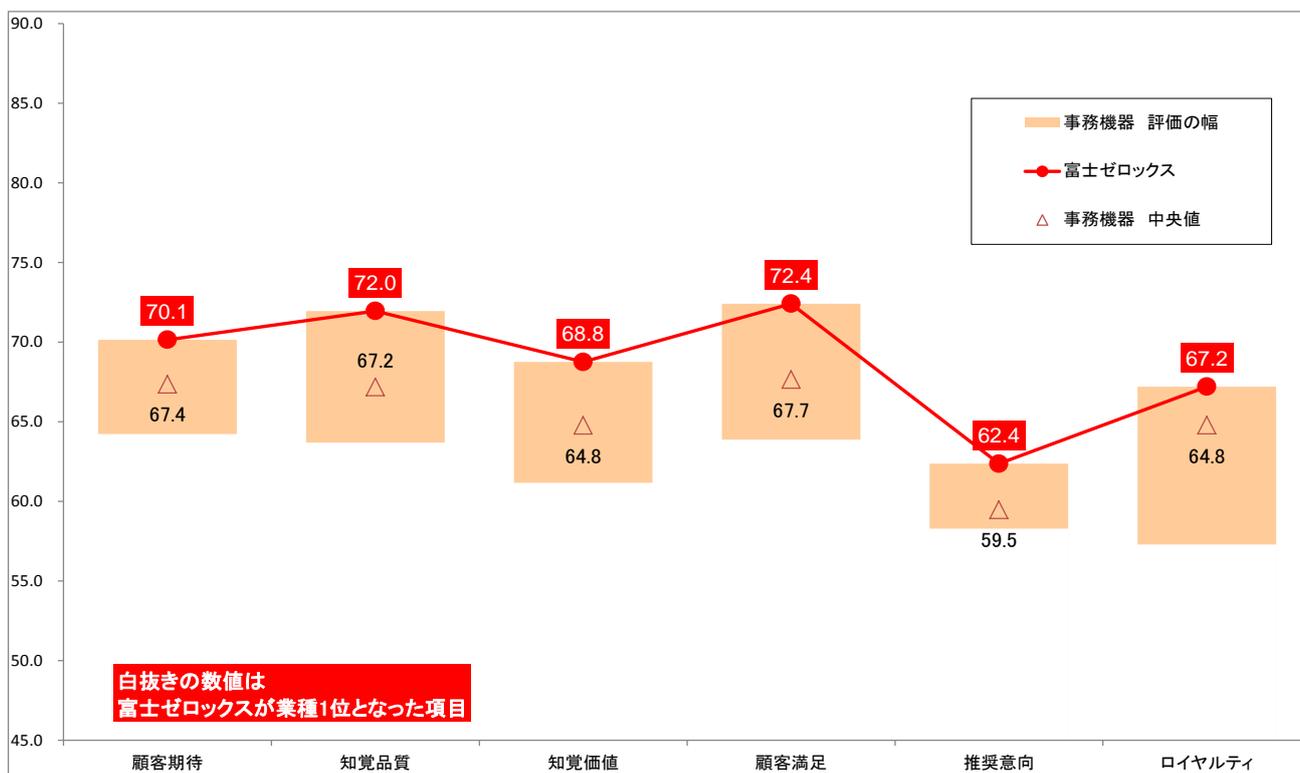


## ■ 事務機器

### ～6指標全てで「富士ゼロックス」が1位を獲得～

事務機器の顧客満足度1位は「富士ゼロックス」となりました。事務機器は顧客満足度の評価幅が小さく、調査対象各企業・ブランドの満足度レベルが近い位置にあるといえますが、その接戦の中において、「富士ゼロックス」は4年連続で顧客満足度を獲得しており、さらに6指標すべてで1位となっています。顧客満足度2位は「キヤノン」となりました。「キヤノン」は推奨意向を除く5指標で「富士ゼロックス」に続く高い評価となっています。

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	70.1 富士ゼロックス	72.0 富士ゼロックス	68.8 富士ゼロックス	72.4 富士ゼロックス	62.4 富士ゼロックス	67.2 富士ゼロックス
2	キヤノン	キヤノン	キヤノン	69.8 キヤノン	リコー	キヤノン
3	リコー	リコー	エプソン	67.7 リコー	キヤノン	エプソン



[調査対象 (50音順) : 計5企業・ブランド]

エプソン、キヤノン、シャープ、富士ゼロックス、リコー

\* コニカミノルタは参考として調査し、順位には含みません。

## ■ 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。

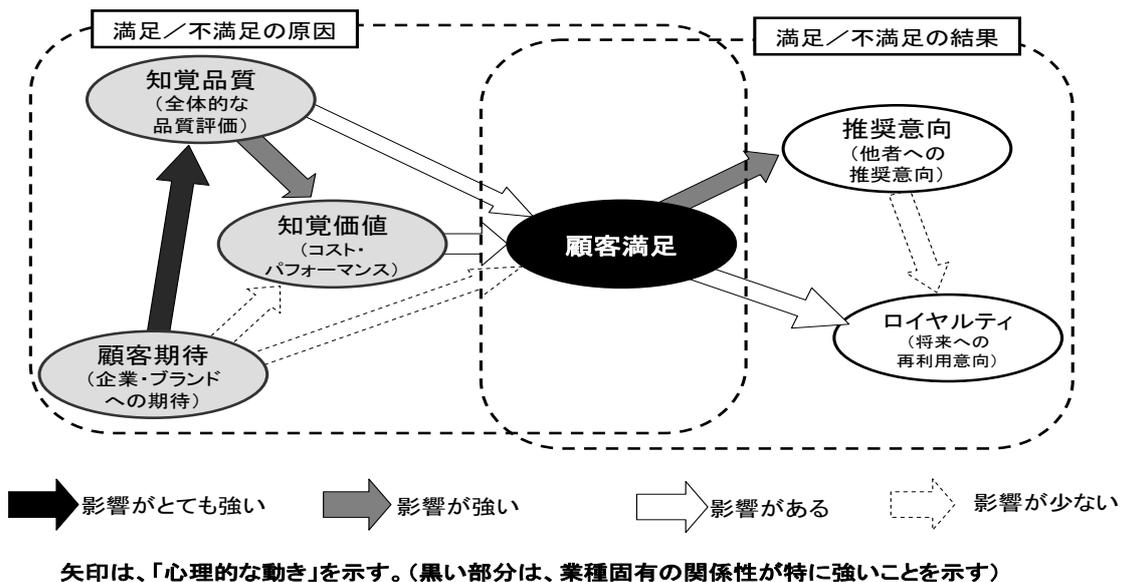
### 3. 経営改善に活用

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	選定条件
コンビニエンスストア(9)	サークルK、サンクス、セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、NEWDAYS、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン	最近1か月で、2回以上買い物
シティホテル(9) 参考(3)	ANA(クラウンプラザ含む)、オークラ、京王プラザ、帝国、ニッコー・ホテルズ・インターナショナル、ニューオータニ、ヒルトン、プリンス、リーガロイヤル *参考:ザ・リッツ・カールトン、ハイアット、ロイヤルパーク	最近1年間で、「2回以上利用」、かつ、「発生した料金を見聞きた」
ビジネスホテル(10) 参考(3)	アパ、コンフォート、スーパー、ダイワロイネット、東急イン、東横イン、ドミーイン、リッチモンド、ルートイン、ワシントン *参考:サンルートホテル、チサンホテル(チサンイン含む)、三井ガーデンホテル	最近1年間で、「宿泊室を2回以上利用」、かつ、「発生した料金を見聞きた」
飲食(24)	<レストランチェーン> かっぱ寿司、ガスト、木曾路、くら寿司、ココス、サイゼリヤ、ジョイフル、ジョナサン、スシロー、デニーズ、バーミヤン、びっくりドンキー、ロイヤルホスト <ファストフード店(丼・麺・カレーを含む)> カレーハウス CoCo 壱番屋、餃子の王将、ケンタッキーフライドチキン、幸楽苑、すき家、はなまるうどん、マクドナルド、松屋、丸亀製麺、モスバーガー、吉野家	最近3か月で、「2回以上飲食」
カフェ(7)	カフェ・ベローチェ、コメダ珈琲店、サンマルクカフェ、スターバックス、タリーズ、ドトール、ミスタードーナツ	最近3か月で、「2回以上飲食」
携帯電話(5)	イー・モバイル、ウィルコム、au、ソフトバンク、ドコモ	以下の条件を満たす事 ・3か月以上利用を継続 ・最近1年間で、「利用請求額を見聞きた」、もしくは、「見聞きしていないが、支払いが自己負担」
宅配便(5) 参考(1)	佐川急便、西濃運輸、日本郵便、福山通運、ヤマト運輸 *参考:はこ BOON(伊藤忠商事)	最近1年間で、「2回以上荷物を発送」
事務機器(5) 参考(1)	エプソン、キヤノン、シャープ、富士ゼロックス、リコー *参考:コニカミノルタ	以下の両方を満たす事 ・1年以上継続して、保守契約を結んでいる事務機器 ・「導入・契約の責任者・決定権者」または「機械の価格や保守費を把握」

\* 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。

## 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。  
\*2014年7月15日(火)15:00～17:00 JCSI1位企業に学ぶフォーラム開催予定
- **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。  
\*2014年7月15日(火)13:00～14:30 JCSI利用方法説明会開催予定



JCSI調査結果、ランキング情報、JCSIロゴ、1位マークの広告等へのご利用は、別途個別に契約等が必要です。

<ご入会・お問い合わせ等>

サービス産業生産性協議会 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

電話 03-3409-1189 Fax 03-3409-1187

<http://www.service-js.jp/>