



# Japanese Customer Satisfaction Index 2018

JCSI 日本版顧客満足度指数  
2018年度第6回調査 詳細資料

2019.2.19



日本生産性本部  
JAPAN PRODUCTIVITY CENTER

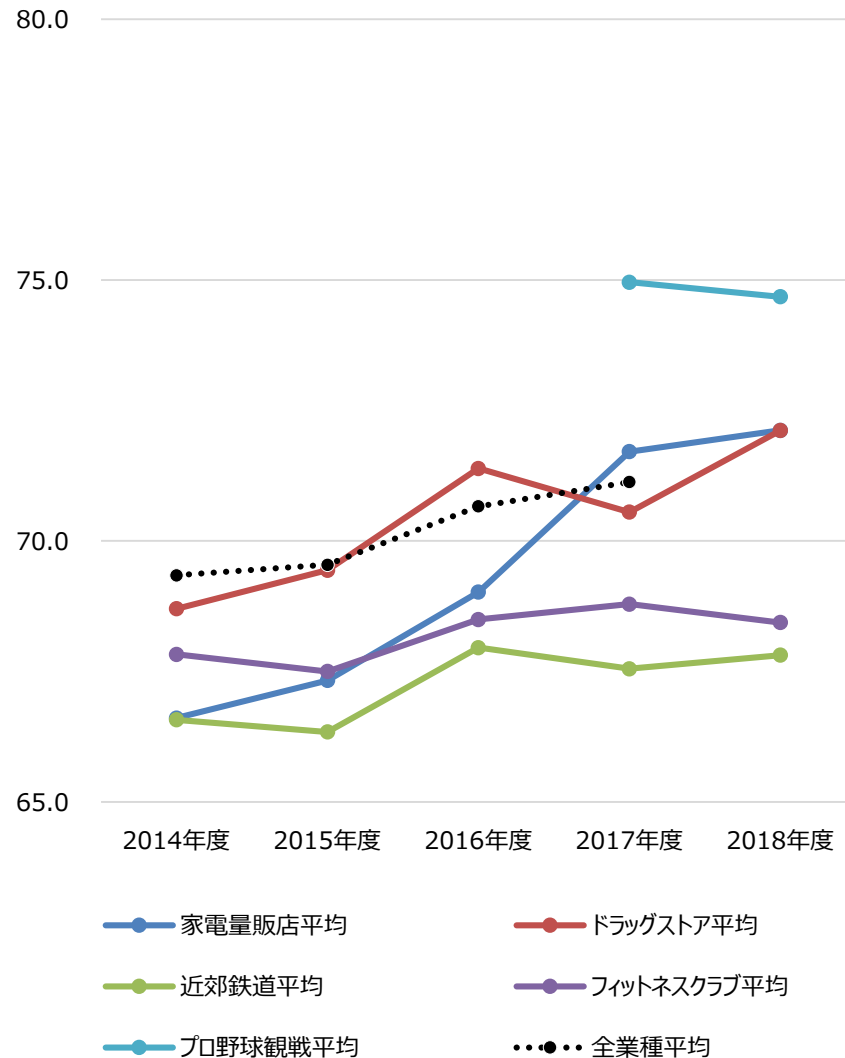
SPRING  
サービス産業生産性協議会



# INDEX

- P.1 INDEX
- P.2 2018年度 第6回調査結果
- P.3 家電量販店
- P.4 ドラッグストア
- P.5 近郊鉄道
- P.6 フィットネスクラブ
- P.7 プロ野球観戦【特別調査】
- P.8 6指標 順位表
- P.11 JCSIとは
- P.12 調査対象業種・スケジュール
- P.13 調査対象企業・ブランド
- P.14 回答者の選定条件、企業の選定条件
- P.15 JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能
- P.16 JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能
- P.17 JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい
- P.18 JCSI調査の設問構成
- P.19 調査設問：JCSI6指標算出に用いる21設問
- P.20 お問い合わせ先

## 2018年度 第6回調査結果



2018年度第6回調査対象の5業種のうち、2017年度と比較して、上昇傾向であったのが、家電量販店、ドラッグストア、近郊鉄道でした。特別調査のプロ野球観戦は2017年度はパ・リーグ野球観戦として調査しています。

特別調査を除いた4業種について、2014年度以降の経年変化をみると、家電量販店は2014年度から2017年度にかけて大幅に上昇し、2018年度も緩やかに上昇しています。ドラッグストアは年度によって上下動はあるものの、全体としては上昇傾向にあり、全業種平均（2017年度まで）と同程度です。近郊鉄道の2016年度以降、およびフィットネスクラブの2014年度以降は、年度ごとに多少のスコアの上下はあるものの、大幅な変動は見られません。

業種間比較では、プロ野球観戦、ドラッグストア、家電量販店のスコアが高くなっています。続いて、フィットネスクラブ、近郊鉄道となりました。

### 2018年度 第6回調査 実施概要

調査期間 2018年11月29日～12月27日

対象業種 家電量販店、ドラッグストア、近郊鉄道、フィットネスクラブ、プロ野球観戦

回答者数 20,187人（順位に含む44企業・ブランドの回答者は、13,825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）

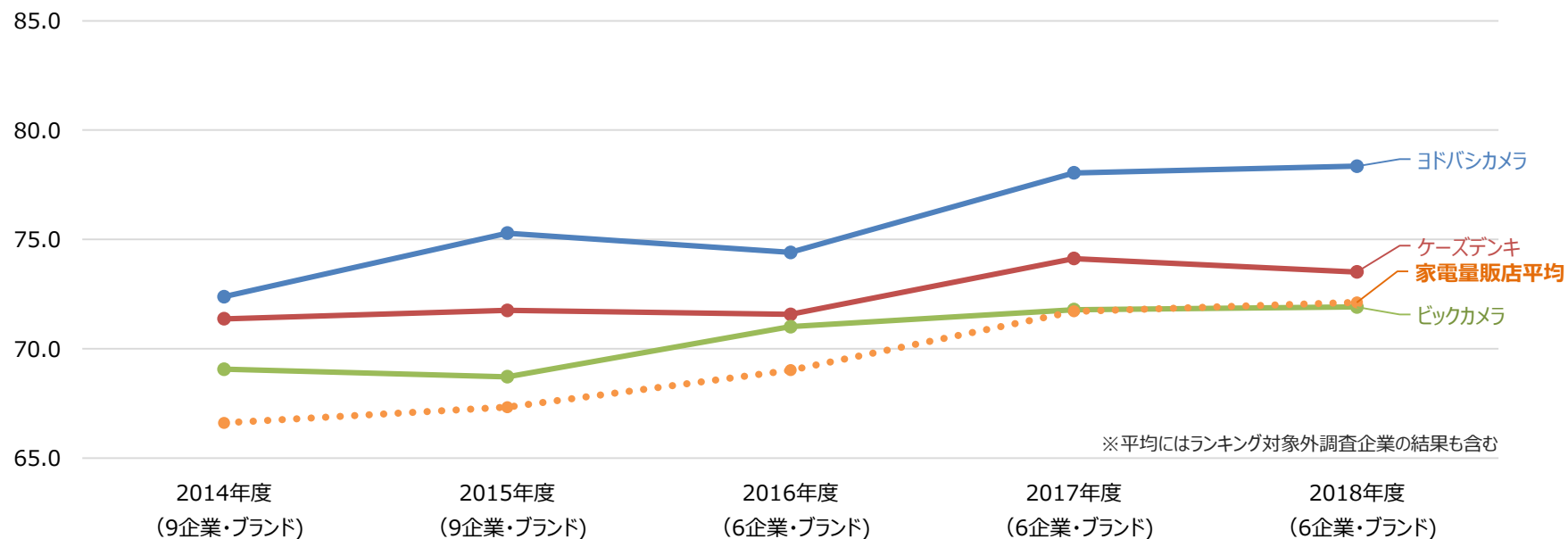
## 家電量販店

### 顧客満足スコア上位

1位	ヨドバシカメラ	78.3
2位	ケーズデンキ	73.5
3位	ビックカメラ	71.9

家電量販店業種は、2014年度以降スコアが上昇しています。順位は、1位ヨドバシカメラ、2位ケーズデンキ、3位ビックカメラとなりました。

ヨドバシカメラは2015年度から2016年度にかけ、スコアをやや下げたものの、その後は再び上昇に転じています。ケーズデンキは、71点台から74点台でスコアを上下動させています。ビックカメラは、緩やかながら上昇傾向となっています。



[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 (上新電機)、ビックカメラ、ヤマダ電機、ヨドバシカメラ (6企業・ブランド)

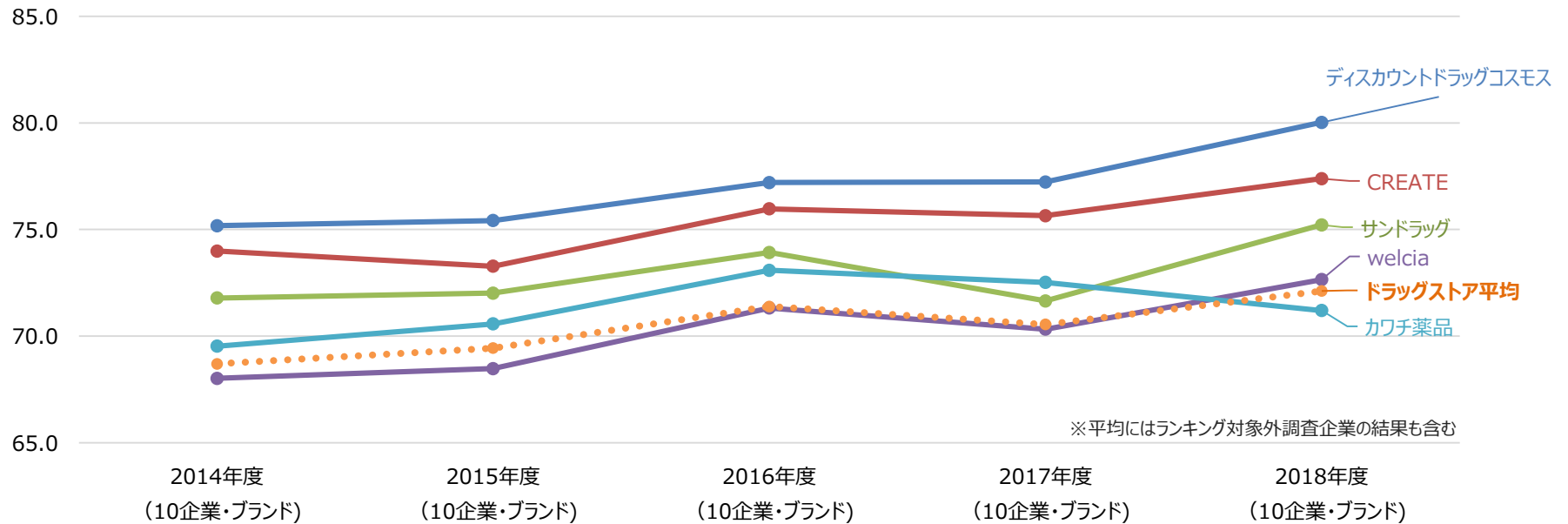
## ドラッグストア

### 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	80.0
2位	CREATE	77.4
3位	サンドラッグ	75.2
4位	welcia	72.7
5位	カワチ薬品	71.2

ドラッグストア業種は、2014年度以降スコアを上下動させています。順位は、1位ディスカウントドラッグコスモス、2位CREATE、3位サン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、2014年度以降スコアが上昇しています。CREATEは2016年度から2017年度にかけ横ばいとなりましたが、全体としては概ね上昇傾向となっています。サンドラッグは、2016年度から2017年度にかけてスコアが低下しましたが、2018年度は上昇となりました。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : welcia、カワチ薬品、CREATE、ココカラファイン、サンドラッグ、スギ薬局、SEIMS、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 (10企業・ブランド)

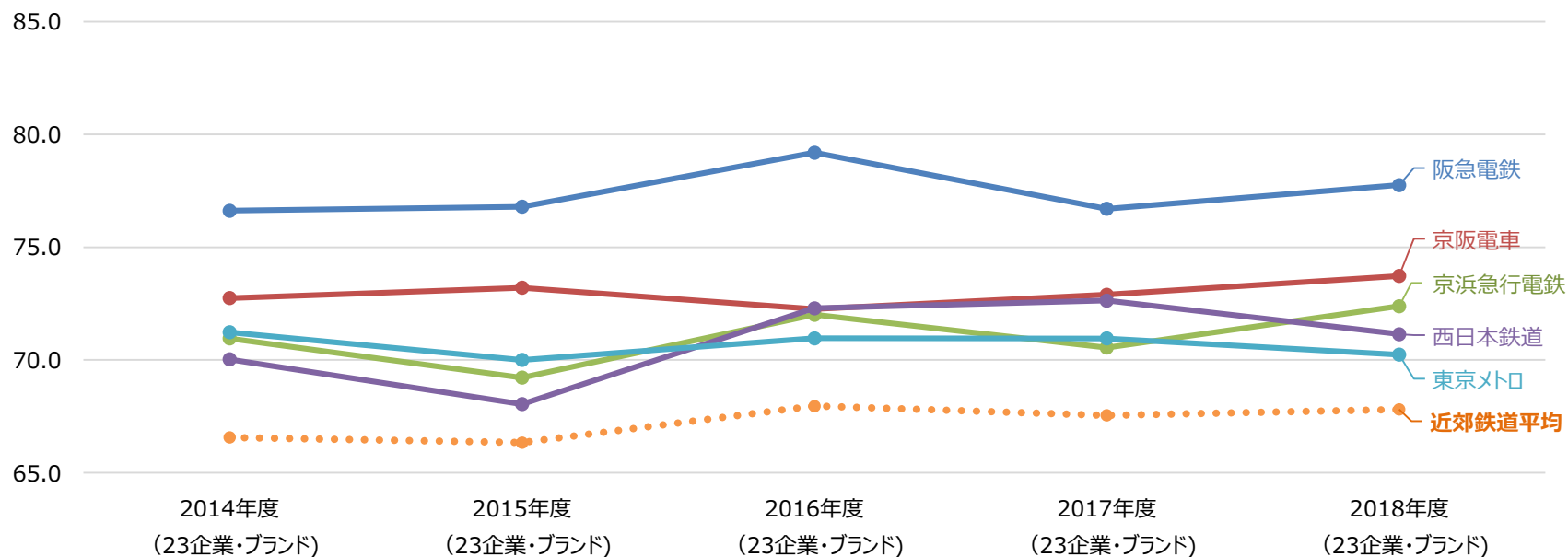
## 近郊鉄道

### 顧客満足スコア上位

1位	阪急電鉄	77.8
2位	京阪電車	73.7
3位	京浜急行電鉄	72.4
4位	西日本鉄道	71.1
5位	東京メトロ	70.2

近郊鉄道業種は2014年度以降スコアが緩やかに上昇しています。順位は、1位阪急電鉄、2位京阪電車、3位京浜急行電鉄となりました。

阪急電鉄は、76点台から79点台の高いスコアを維持しています。京阪電車は、72点台から73点台で安定しています。京浜急行電鉄は69点台から72点台でスコアを上下動させています。



#### [調査企業・ブランド]

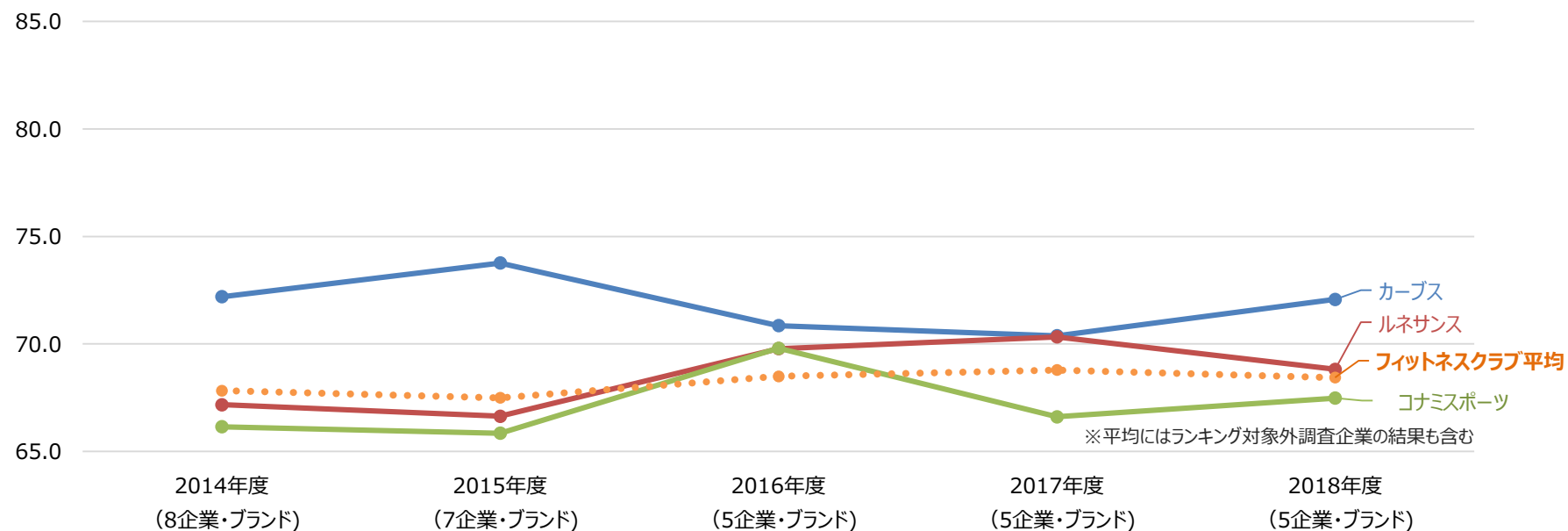
ランキング対象 : Osaka Metro、小田急電鉄、近畿日本鉄道、京王電鉄、京成電鉄、京阪電車、京浜急行電鉄、相模鉄道、JR九州、JR東海、JR西日本、JR東日本、西武鉄道、東急電鉄、東京メトロ、東武鉄道、都営地下鉄、名古屋市営地下鉄、名古屋鉄道、南海電鉄、西日本鉄道、阪急電鉄、阪神電車 (23企業・ブランド)

## フィットネスクラブ

顧客満足スコア上位		
1位	カーブス	72.1
2位	ルネサンス	68.8
3位	コナミスポーツ	67.5

フィットネスクラブ業種は2014年度以降スコアが緩やかに上昇しています。順位は、1位カーブス、2位ルネサンス、3位コナミスポーツとなりました。

カーブスは、2015年度をピークにスコアを下げていましたが、2018年度は上昇しています。ルネサンスは、2017年度まで上昇傾向でしたが、2018年度はスコアが低下しました。コナミスポーツは2016年度を除いて、65点台から67点台でスコアが推移しています。



[調査企業・ブランド]

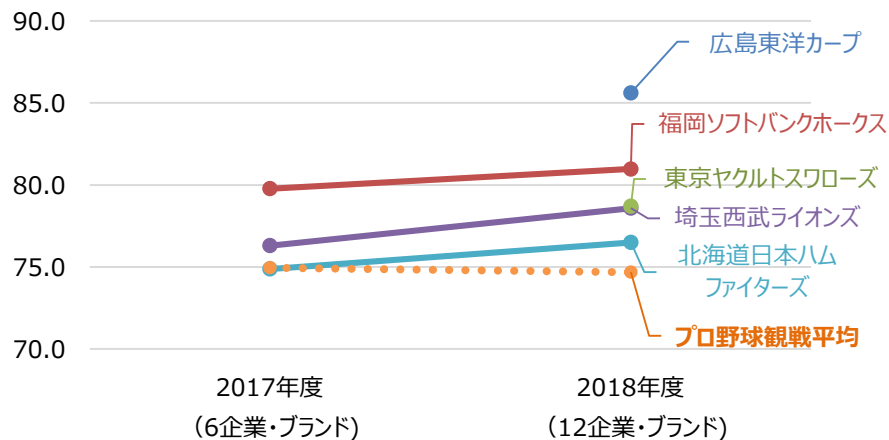
ランキング対象 : カーブス、コナミスポーツ、セントラルスポーツ、ティップネス、ルネサンス (5企業・ブランド)

## プロ野球観戦【特別調査】

### 顧客満足スコア上位

1位	広島東洋カープ	85.6
2位	福岡ソフトバンクホークス	81.0
3位	東京ヤクルトスワローズ	78.7

2017年度はパ・リーグ野球観戦業種として調査していましたが、2018年度はセ・リーグを含めた全12球団を調査しました。順位は、1位広島東洋カープ、2位福岡ソフトバンクホークス、3位東京ヤクルトスワローズとなりました。1位が2位以下に対して4点以上の差をつけました。



#### [調査球団]

ランキング対象 :

<セ・リーグ> 中日ドラゴンズ、東京ヤクルトスワローズ、阪神タイガース、広島東洋カープ  
横浜DeNAベイスターズ、読売ジャイアンツ (6球団)

<パ・リーグ> オリックスバファローズ、埼玉西武ライオンズ、千葉ロッテマリーンズ、  
東北楽天ゴールデンイーグルス、福岡ソフトバンクホークス、北海道日本ハムファイターズ (6球団)



## 6 指標 順位表

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	75.2 ヨドバシカメラ	75.5 ヨドバシカメラ	74.4 ヨドバシカメラ	78.3 ヨドバシカメラ	71.7 ヨドバシカメラ	74.9 ヨドバシカメラ
2	ケースデンキ	ケースデンキ	ケースデンキ	73.5 ケースデンキ	ケースデンキ	ケースデンキ
3	ビックカメラ	ビックカメラ	ビックカメラ	71.9 ビックカメラ	エディオン	ビックカメラ

ドラッグストア 10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 CREATE	75.3 ディスカウント ドラッグコスモス	78.6 ディスカウント ドラッグコスモス	80.0 ディスカウント ドラッグコスモス	72.9 ディスカウント ドラッグコスモス	76.8 ディスカウント ドラッグコスモス
2	ディスカウント ドラッグコスモス	CREATE	CREATE	77.4 CREATE	CREATE	CREATE
3	サンドラッグ	サンドラッグ	サンドラッグ	75.2 サンドラッグ	サンドラッグ	サンドラッグ
4	welcia	welcia	カワチ薬品	72.7 welcia	welcia	カワチ薬品
5	カワチ薬品	ツルハドラッグ	welcia	71.2 カワチ薬品	カワチ薬品 / スギ薬局	welcia

## 6 指標 順位表

近郊鉄道 23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	71.6 阪急電鉄	74.1 阪急電鉄	74.4 阪急電鉄	77.8 阪急電鉄	70.6 阪急電鉄	72.1 阪急電鉄
2	京阪電車	京阪電車	京浜急行電鉄	73.7 京阪電車	京阪電車	京阪電車
3	京浜急行電鉄	京浜急行電鉄	京阪電車	72.4 京浜急行電鉄	西日本鉄道	西日本鉄道
4	西日本鉄道	東京メトロ / 西日本鉄道	京王電鉄	71.1 西日本鉄道	京浜急行電鉄	京浜急行電鉄
5	東急電鉄	東急電鉄	東急電鉄	70.2 東京メトロ	阪神電車	近畿日本鉄道
6	東京メトロ	Osaka Metro	阪神電車	70.1 阪神電車	東急電鉄	東京メトロ
7	近畿日本鉄道	阪神電車	東京メトロ	70.0 東急電鉄	Osaka Metro	Osaka Metro
8	阪神電車	名古屋市営 地下鉄	小田急電鉄	69.6 京王電鉄	京王電鉄	名古屋市営 地下鉄
9	名古屋市営 地下鉄	東急電鉄	西日本鉄道	68.6 小田急電鉄	近畿日本鉄道	小田急電鉄 / 東急電鉄
10	Osaka Metro	小田急電鉄	京成電鉄	68.4 Osaka Metro	東京メトロ	
11	相模鉄道 / 西武鉄道	京王電鉄	西武鉄道	67.8 近畿日本鉄道	小田急電鉄 / 相模鉄道	京王電鉄
12		西武鉄道	相模鉄道	67.7 名古屋市営 地下鉄		西武鉄道

フィットネスクラブ 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	70.4 カーブス	72.2 カーブス	65.0 ルネサンス	72.1 カーブス	67.9 カーブス	68.2 カーブス
2	ルネサンス	ルネサンス	ティップネス	68.8 ルネサンス	ルネサンス	ルネサンス
3	コナミスポーツ / セトリススポーツ	コナミスポーツ	コナミスポーツ / セトリススポーツ	67.5 コナミスポーツ	コナミスポーツ	コナミスポーツ

## 6 指標 順位表

プロ野球観戦【特別調査】 12球団						
	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	80.5 広島東洋カープ	80.3 広島東洋カープ	77.6 広島東洋カープ	85.6 広島東洋カープ	81.8 広島東洋カープ	88.2 広島東洋カープ
2	福岡ソフトバンクホークス	福岡ソフトバンクホークス	福岡ソフトバンクホークス	81.0 福岡ソフトバンクホークス	福岡ソフトバンクホークス	福岡ソフトバンクホークス
3	横浜DeNAベイスターズ	横浜DeNAベイスターズ	埼玉西武ライオンズ	78.7 東京ヤクルトスワローズ	横浜DeNAベイスターズ	東京ヤクルトスワローズ
4	埼玉西武ライオンズ	埼玉西武ライオンズ	東京ヤクルトスワローズ	78.6 埼玉西武ライオンズ	東京ヤクルトスワローズ	横浜DeNAベイスターズ
5	北海道日本ハムファイターズ	北海道日本ハムファイターズ	北海道日本ハムファイターズ	76.5 北海道日本ハムファイターズ	埼玉西武ライオンズ	阪神タイガース
6	東京ヤクルトスワローズ	読売ジャイアンツ	横浜DeNAベイスターズ	76.4 横浜DeNAベイスターズ	北海道日本ハムファイターズ	埼玉西武ライオンズ

## プロ野球観戦内サブカテゴリー

プロ野球観戦 セ・リーグ 6球団						
	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	80.5 広島東洋カープ	80.3 広島東洋カープ	77.6 広島東洋カープ	85.6 広島東洋カープ	81.8 広島東洋カープ	88.2 広島東洋カープ
2	横浜DeNAベイスターズ	横浜DeNAベイスターズ	東京ヤクルトスワローズ	78.7 東京ヤクルトスワローズ	横浜DeNAベイスターズ	東京ヤクルトスワローズ
3	東京ヤクルトスワローズ	読売ジャイアンツ	横浜DeNAベイスターズ	76.4 横浜DeNAベイスターズ	東京ヤクルトスワローズ	横浜DeNAベイスターズ

プロ野球観戦 パ・リーグ 6球団						
	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	福岡ソフトバンクホークス	福岡ソフトバンクホークス	福岡ソフトバンクホークス	81.0 福岡ソフトバンクホークス	福岡ソフトバンクホークス	福岡ソフトバンクホークス
2	埼玉西武ライオンズ	埼玉西武ライオンズ	埼玉西武ライオンズ	78.6 埼玉西武ライオンズ	埼玉西武ライオンズ	埼玉西武ライオンズ
3	北海道日本ハムファイターズ	北海道日本ハムファイターズ	北海道日本ハムファイターズ	76.5 北海道日本ハムファイターズ	北海道日本ハムファイターズ	北海道日本ハムファイターズ

## 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はか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400社の企業を対象に、年6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6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	2018年4月 (6月27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、証券
第2回	2018年5～6月 (8月8日発表)	自動車販売店、通信販売、銀行 [特別調査]銀行（借入・貯蓄・投資）、電力小売
第3回	2018年6～7月 (9月18日発表)	スーパーマーケット、エンタテインメント、携帯電話、宅配便、事務機器 [特別調査]ガス小売、MVNO（仮想移動体通信事業者）
第4回	2018年8～9月 (11月7日発表)	百貨店、生活用品店/ホームセンター、衣料品店、各種専門店、旅行、国際航空、国内長距離交通、教育サービス
第5回	2018年9～10月 (12月12日発表)	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、レンタカー/カーシェア
第6回	2018年11～12月 (2019年2月19日発表)	家電量販店、ドラッグストア、近郊鉄道、フィットネスクラブ [特別調査]プロ野球観戦

### 参考：2017年度調査業種 34業種

※各業種1年に1回調査を実施

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、各種専門店、自動車販売店、通信販売
観光・飲食・交通系	シティホテル、ビジネスホテル、飲食、カフェ、旅行、エンタテインメント、国際航空、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	フィットネスクラブ、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
その他	事務機器、住設機器サービス
特別調査	電力小売、ガス小売、パ・リーグ野球観戦、銀行（借入・貯蓄・投資）

## 調査対象企業・ブランド

2018年度第6回調査（5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(特別調査のぞく)：44企業・ブランド 特別調査・ランキング対象外：21企業・ブランド

業種名	調査企業・ブランド数	指数化対象企業・ブランド名（50音順）
家電量販店	ランキング : 6	エディオン、ケーズデンキ、ジョーシン（上新電機）、ビックカメラ、ヤマダ電機、ヨドバシカメラ
ドラッグストア	ランキング : 10 ランキング対象外 : 7	welcia、カワチ薬品、CREATE、ココカラファイン、サンドラッグ、スギ薬局、SEIMS、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 : Kirindo、クスリのアオキ、サツドラ、ダイコクドラッグ、Tomod's、DRUGSTORE MORI、V・drug
近郊鉄道	ランキング : 23	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
フィットネスクラブ	ランキング : 5 ランキング対象外 : 2	カーブス、コナミスポーツ、セントラルスポーツ、ティップネス、ルネサンス * ランキング対象外 : ジョイフィット、スポーツクラブNAS
プロ野球観戦	ランキング : 12	<p>■セ・リーグ(6) 中日ドラゴンズ、東京ヤクルトスワローズ、阪神タイガース、 広島東洋カープ、横浜DeNAベイスターズ、読売ジャイアンツ</p> <p>■パ・リーグ(6) オリックスバファローズ、埼玉西武ライオンズ、千葉ロッテマリーンズ、 東北楽天ゴールデンイーグルス、福岡ソフトバンクホークス、北海道日本ハムファイターズ</p>

## 回答者の選定条件、企業の選定条件

### 回答者の選定条件

JCSI調査では、サービス利用者を対象として調査を行っています。そのサービスの利用状況について、下記条件に該当する方のみを対象として調査を行います。

業種名	回答者の選定条件 (2018年度)
家電量販店	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
近郊鉄道	3か月以内に2回以上(鉄道車両を)利用
フィットネスクラブ	半年以内に2回以上利用
プロ野球観戦	以下の全てを満たす事 ・2018年に本拠地で現地観戦したことがある ・2017～2018年に本拠地で現地観戦を2回以上したことがある ・観戦チケットの金額感がわかる ・応援している

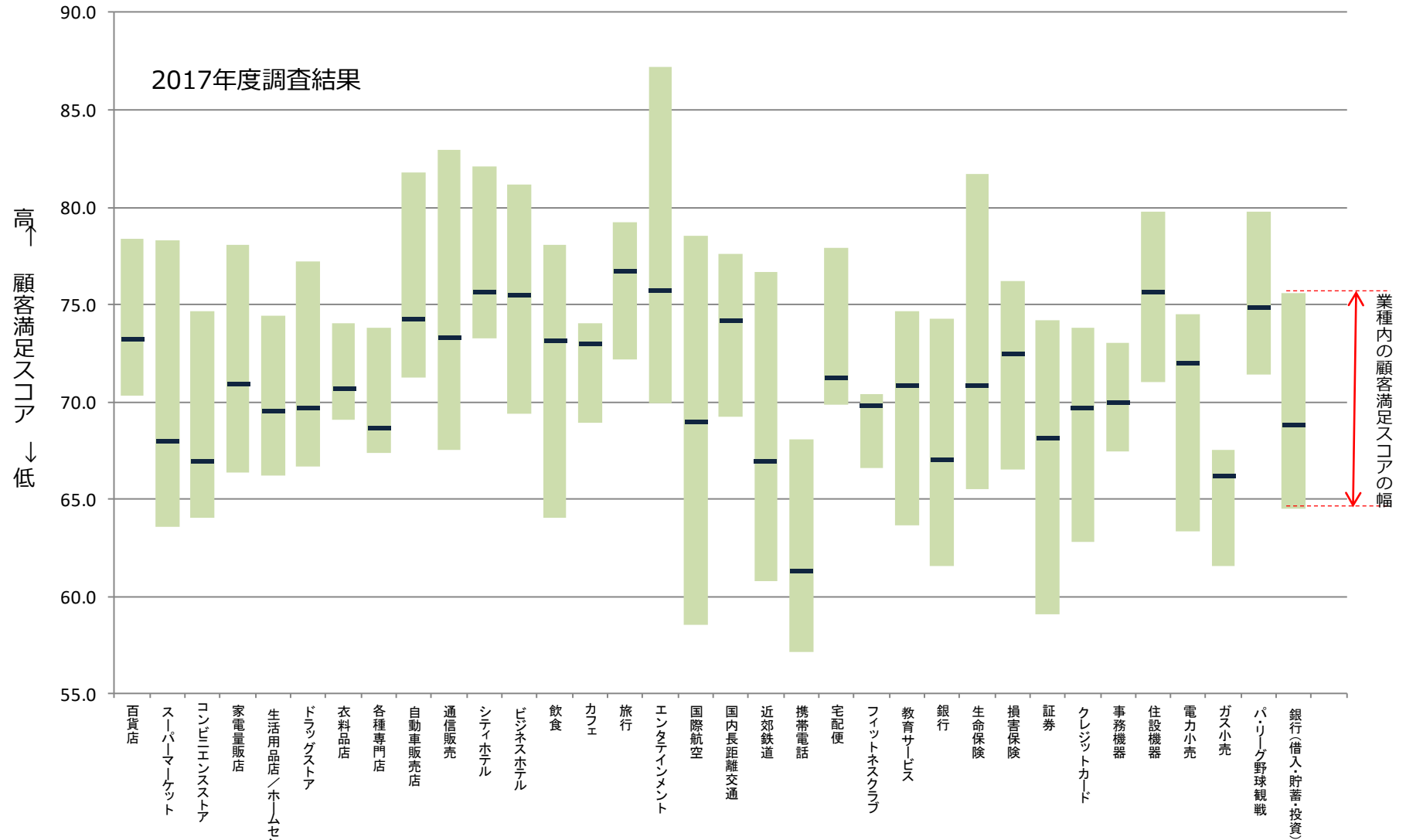
### 企業の選定条件

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

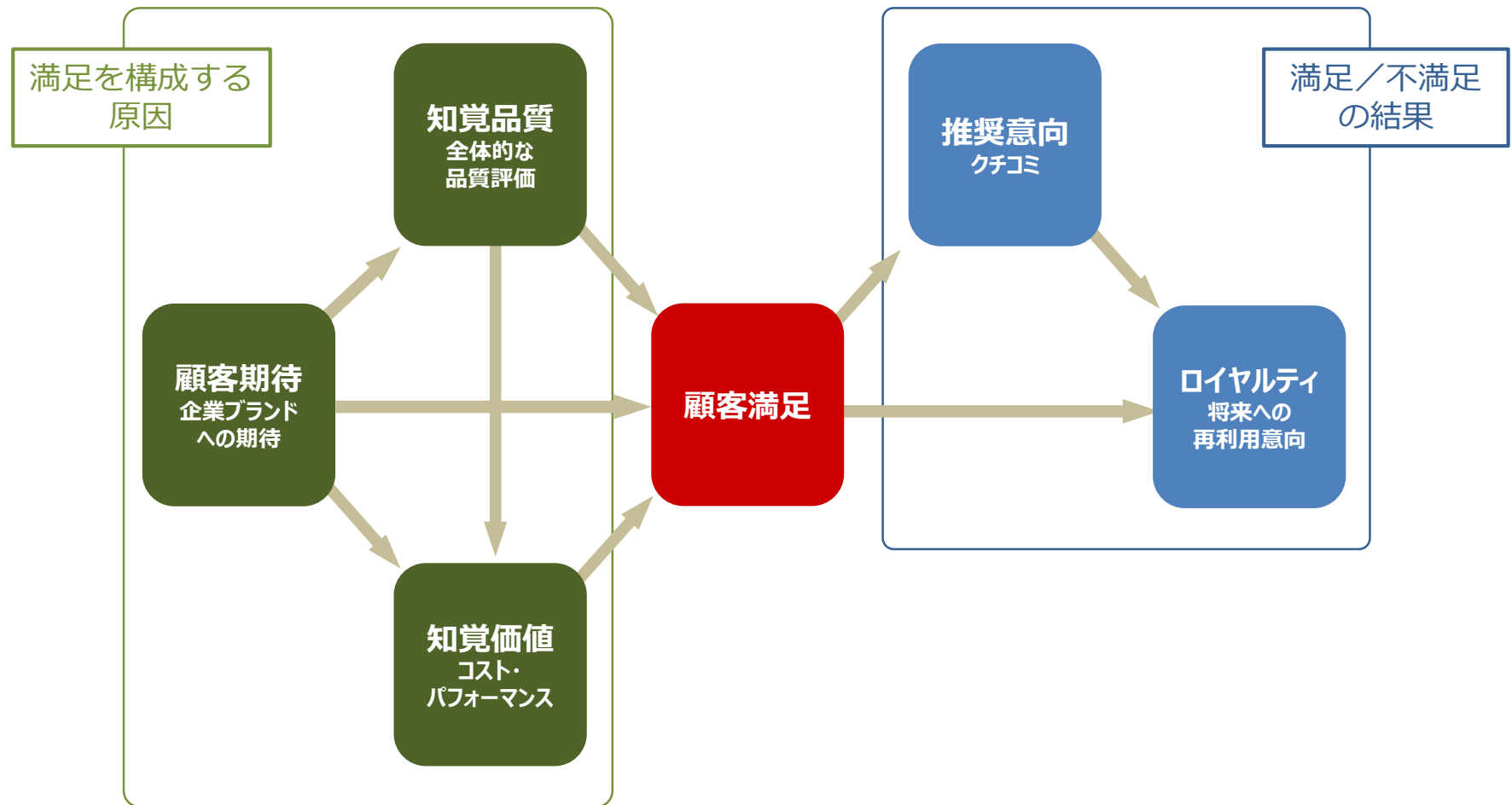
共通の設問を用いることで、業種・業態を超えた満足度比較が可能になります。業種を越えた競合企業評価、ベンチマーク先評価が可能です。





## 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	スターフライヤー (国内交通)	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 2010年度より2年連続の顧客満足度No.1 (2009年度も国内航空ではNo.1)</li> <li>□ 2012年5月発表の中期経営戦略にて、今後も業種No.1を維持すると発表</li> <li>□ 発表後も顧客満足度No.1を継続 (現在9年連続)</li> </ul>
推奨意向、ロイヤルティ1位を目標	日本航空 (国際航空・国内交通)	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 「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</li> <li>□ 2012年2月発表の中期経営計画にて、2016年度の業種No.1になると発表</li> <li>□ 2016年度国際航空業種で「推奨意向」「ロイヤルティ」No.1獲得</li> </ul>

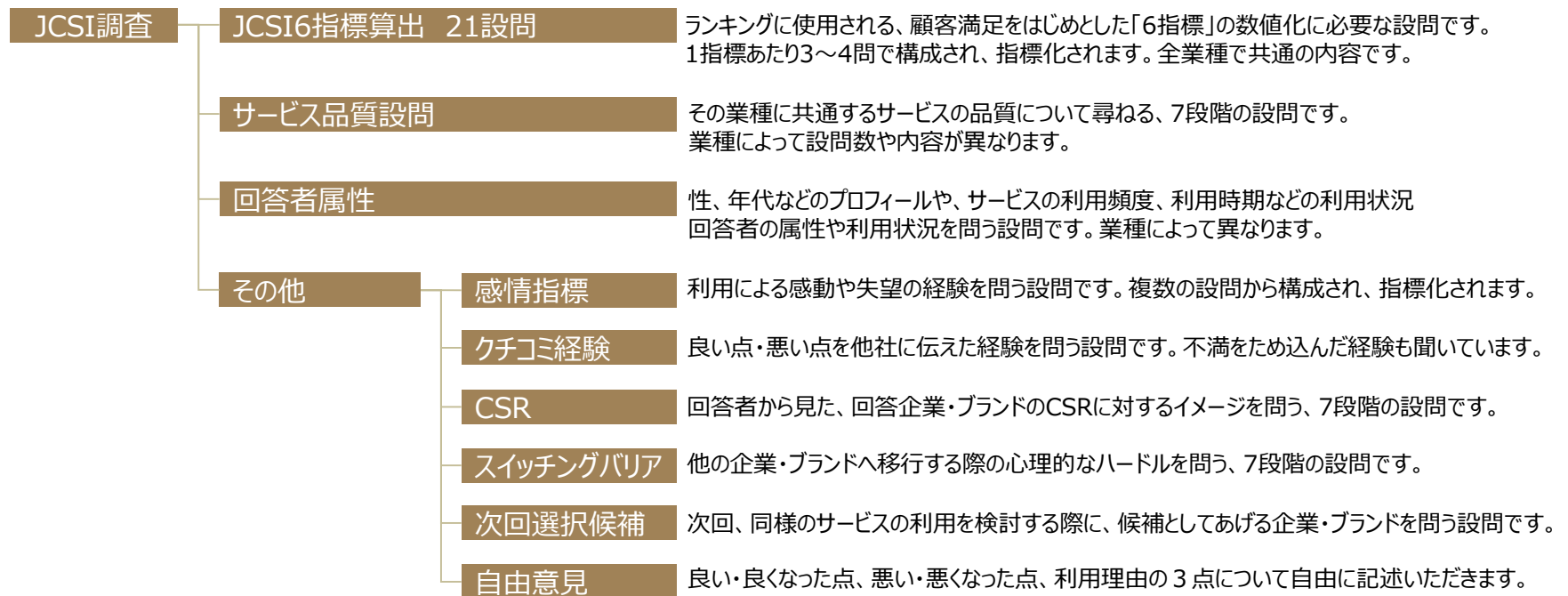
#### ■ 社内施策の効果測定に

事業戦略の変更 の効果測定	レストラン	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 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)</li> <li>□ 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。</li> <li>□ 各施策の評価が高まるとともに、業績も回復基調に。</li> </ul>
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"> <li>□ 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。</li> <li>□ 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。</li> </ul>
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"> <li>□ 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。</li> </ul>

## 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。
4	第一候補	次回、▲▲を利用する場合、当社を第一候補にすると思う。	
満足・不満足の結果	ロイヤルティ		

### ● 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）

## 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 : [service-js@jpc-net.jp](mailto:service-js@jpc-net.jp)  
Web : <http://www.service-js.jp>  
Facebook : <https://www.facebook.com/SPRING.Service>  
Twitter : [https://twitter.com/SPRING\\_Service](https://twitter.com/SPRING_Service)

### ご注意

報道を除く企業活動（広告、販促、I R、採用活動等）に、J C S I 調査結果・ランキング情報・J C S I 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。詳しくは上記お問合わせ先まで、ご連絡ください。