

報道関係機関各位

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

～2017年度JCSI（日本版顧客満足度指数）第3回調査結果発表～

オーケーが7年連続の顧客満足1位 IKEA、ニトリが顧客満足同点1位

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は20日、2017年度「JCSI（日本版顧客満足度指数：Japanese Customer Satisfaction Index）」第3回調査として、5業種（スーパーマーケット、生活用品店/ホームセンター、各種専門店、エンタテインメント、宅配便）における、のべ59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1位企業・ブランド（詳細は5頁以降をご覧ください）

・ オーケー 【スーパーマーケット】	～7年連続の顧客満足1位～	5 頁
・ 無印良品 【生活用品店/ホームセンター】	～2年連続の顧客満足1位～	7 頁
・ IKEA、ニトリ 【各種専門店】	～顧客満足同点1位～	9 頁
・ 宝塚歌劇団 【エンタテインメント】	～2年連続の顧客満足1位～	11 頁
・ ヤマト運輸 【宅配便】	～9年連続の全指標1位～	13 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6回に分け、30業種超、約400の企業・ブランドの調査を行う予定です。「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、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てることを狙いとし、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、巻末「参考資料1」をご参照下さい。

お願い：(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 2017年度 JCSI 第3回調査結果」もしくは「2017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、下記にお知らせ下さい。

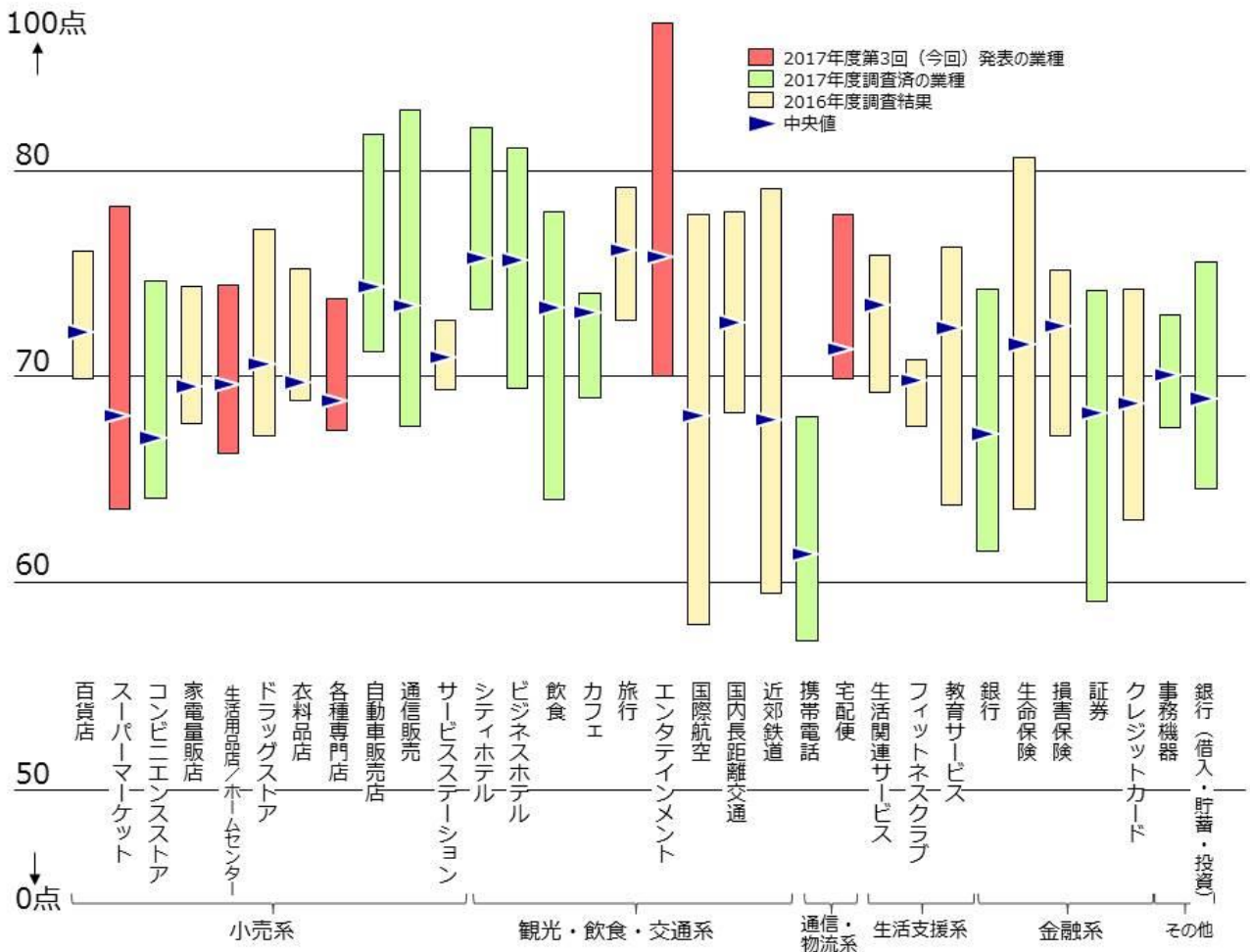
【お問合せ先】 公益財団法人日本生産性本部 サービス産業生産性協議会 (SPRING) 事務局

〒150-8307 東京都渋谷区渋谷 3-1-1 (担当：吉田・長田・浅野)

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

I. 調査結果

JCS I 業種・業態別の顧客満足分布（2017年度第3回調査結果まで）



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

第3回調査の5業種を比較すると、最高点は「エンタテインメント」が最も高く、次いで「スーパーマーケット」となりました。中央値は「エンタテインメント」「宅配便」の順に高くなっています。

■今回調査の概要

1. 今回調査の対象業種／企業・ブランド（2017年度第3回、通算第44回調査）：

●今回調査の対象業種は下表「第3回」の業種

回	調査期間・発表時期	対象業種
第1回	2017年4月 (6月20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、事務機器
第2回	2017年5～6月 (8月1日発表)	自動車販売店、通信販売、携帯電話、銀行、証券、銀行（特別調査）
第3回	2017年7～8月 (9月20日発表)	スーパーマーケット、生活用品店／ホームセンター、各種専門店、エンタテインメント、宅配便
第4回	2017年8～9月 (11月発表予定)	百貨店、衣料品店、旅行、国際航空、国内長距離交通、教育サービス
第5回	2017年9～10月 (12月発表予定)	生命保険、損害保険（自動車／住宅・火災）、クレジットカード生活関連サービス
第6回	2017年11～12月 (2018年2月発表予定)	家電量販店、ドラッグストア、サービスステーション、近郊鉄道、フィットネスクラブ、住設機器サービス、電力小売（特別調査）

●今回調査の対象企業・ブランドは下表の企業

* 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る場合もございます。

* 「選定条件」は、年度により異なる場合があります。（詳細は、ホームページ等で過年度発表資料をご確認下さい。）

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)	回答者の選定条件 (今年度)
スーパーマーケット(26) (参考(1))	アビタ、イオン、イズミヤ、イトーヨーカドー、オーケー、カスミ、コープこうべ、コープさっぽろ、コストコ、サミット、西友、ダイエー、東急ストア、トライアル、ドン・キホーテ、バロー、ピアゴ、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 (*参考：成城石井)	3か月以内に2回以上 (会計を伴う)利用
生活用品店/ ホームセンター(12)	カインズ、Can☆Do、ケーヨー、コーナン、コメリ、Seria、DAISO、DCMホームマック、東急ハンズ、ナフコ、無印良品(MUJI)、Loft	1年以内に2回以上 (会計を伴う)利用
各種専門店(8)	アルペン、イエローハット、IKEA、オートバックス、GEO、ゼビオ、TSUTAYA、ニトリ	
エンタテインメント(6) (参考(1))	劇団四季、宝塚歌劇団、東京ディズニーリゾート、東京ドームシティ(アトラクションズ、ラクーア)、ナガシマリゾート、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン (*参考：ハウステンボス)	以下の両方を満たす事 ・1年以内に利用し、かつ発生した料金を見聞きしたことがある ・2年以内に、2回以上利用
宅配便(5)	佐川急便、西濃運輸、日本郵便、福山通運、ヤマト運輸	1年以内に2回以上発送し、かつ利用料金を見聞きしたことがある

順位に含む対象：57企業・ブランド
参考調査：2企業・ブランド

2. 調査期間： 2017年7月5日～8月7日

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

(1) 1次回答：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利用経験の有無についての回答を依頼し、今回は約18万人より回答を得ています。

(2) 2次回答：上記の1次回答が、選定条件に当てはまる方から無作為に抽出し、サービスに対する具体的な評価について、各対象440～600人程度に回答を依頼しました（※一部例外有り）。回答依頼は、回答者1人につき1企業・ブランドのみです。順位に含めた企業・ブランドは、300人以上の回答を確保しています。

4. 回答者数：18,396人（順位に含む57企業・ブランドの回答者は17,875人）

5. 質問数：約110問（巻末「参考資料2」参照）

6. 指数化の方法：下記の顧客満足をはじめとした6つの指標の各指数（詳細は巻末「参考資料1」参照）は、それぞれ7または10点満点の複数の設問で構成され、その回答から100点満点になるように算出されます。複数の設問を「すべてを満点とした」場合は100点、「すべてを最低点とした」場合は0点となります。

<6つの指標>

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。

<参考調査対象に関して>

- ・参考調査対象の企業・ブランドは、順位に含めていません。
- ・参考調査対象の企業・ブランドは、「300人以上確保」や「前年度調査実績」などの条件を満たさない企業・ブランドです。

II. 調査結果（業種別）

業種中央値以上の企業・ブランドの順位を公開します。

- * 紙面の都合上、一部の企業・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。また、表・グラフにおいて名称を省略することがあります。
- * 今年度の顧客満足中央値以上の企業・ブランド（上位5位まで）について、過去5年の推移を掲載します。推移のグラフについては業種ごとに表示の範囲が異なります。



■スーパーマーケット

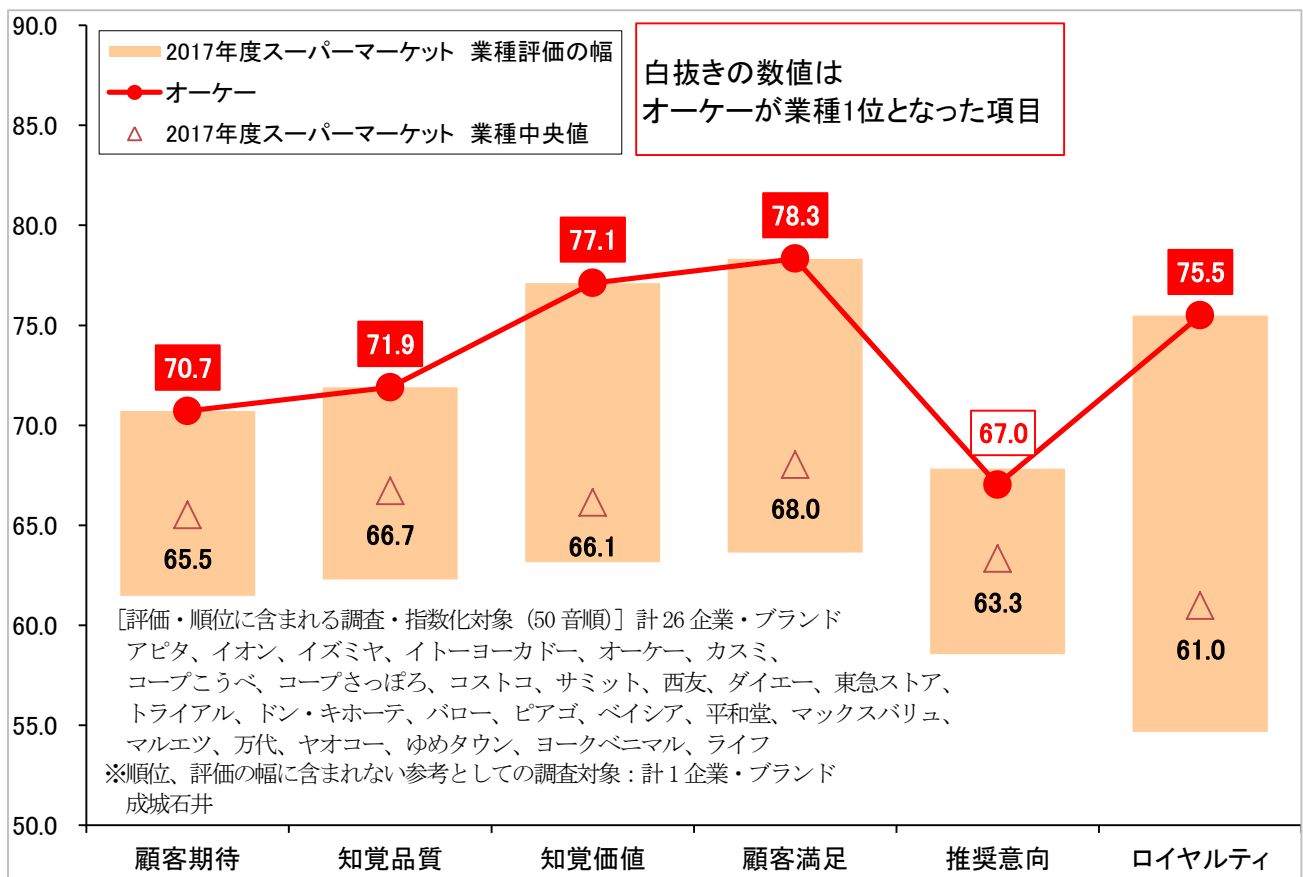
～「オーケー」が7年連続の顧客満足1位～



スーパーマーケットは「オーケー」が7年連続で顧客満足1位となりました。顧客満足のほか、顧客期待、知覚品質、知覚価値、ロイヤルティでも1位と高く評価されました。顧客満足2位の「コストコ」は今回より正規調査対象となりましたが顧客期待、知覚品質、推奨意向、ロイヤルティでも2位となっています。

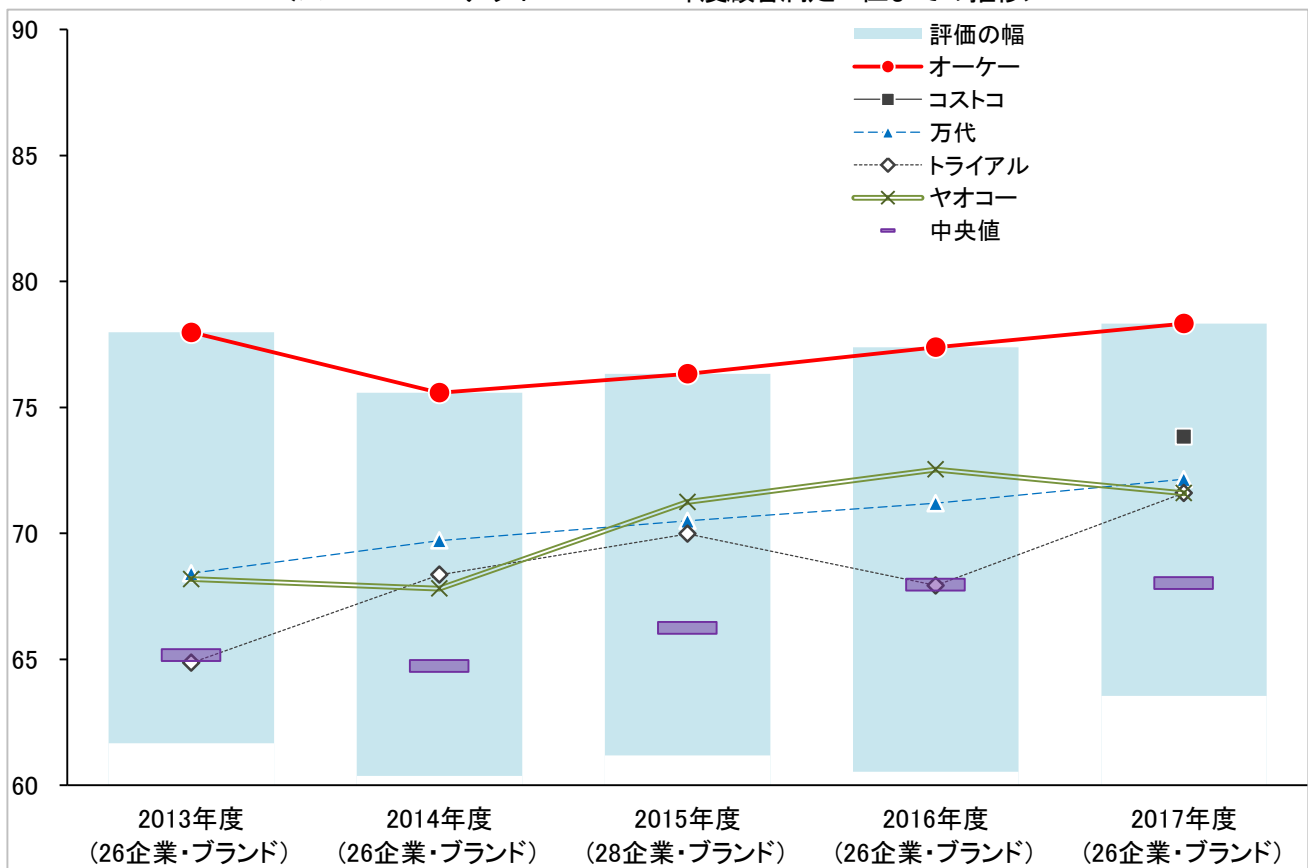
< 2017年度 スーパーマーケット 6指標順位（中央値まで） >

順位	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	70.7 オーケー	71.9 オーケー	77.1 オーケー	78.3 オーケー	67.8 ヤオコー	75.5 オーケー
2	コストコ	コストコ	万代	73.8 コストコ	コストコ	コストコ
3	ヤオコー	ヤオコー	トライアル	72.1 万代	オーケー	ドン・キホーテ
4	万代	ライフ	ベイシア	71.6 トライアル/ ヤオコー (同点4位)	ライフ	トライアル
5	コープこうべ/ ライフ (同点5位)	万代	ヤオコー	70.9 ベイシア	万代	万代
6	ヨークベニマル	東急ストア	コストコ	70.2 ドン・キホーテ	ベイシア/ ヨークベニマル (同点6位)	ヤオコー
7	ベイシア	ヨークベニマル	ライフ	69.9 ライフ	イオン	ヨークベニマル
8	コープさっぽろ/ 東急ストア (同点8位)	コープこうべ/ コープさっぽろ (同点8位)	ドン・キホーテ	69.1 ヨークベニマル	東急ストア	ベイシア
9	西友	ベイシア	西友	68.9 平和堂/ 東急ストア (同点10位)	コープこうべ	イオン
10	平和堂	イオン	東急ストア	68.8 イオン	イオン	平和堂
11	イトーヨーカドー	ヨークベニマル	ヨークベニマル	68.1 ゆめタウン	平和堂	ゆめタウン
12	サミット	サミット/ 平和堂 (同点12位)	サミット	68.8 イオン	ゆめタウン	コープさっぽろ
13	サミット	サミット	サミット	68.1 ゆめタウン	サミット	コープこうべ



スーパーマーケットは業種内のスコアの幅が前年度に比べ小さくなりました。1位企業のスコアも上昇していますが、最下位企業のスコアもより上昇しており、業種全体の顧客満足スコアが高まっていることがわかります。

＜スーパーマーケット 2017年度顧客満足5位までの推移＞



※ () 内は調査対象企業・ブランド数を表しています。

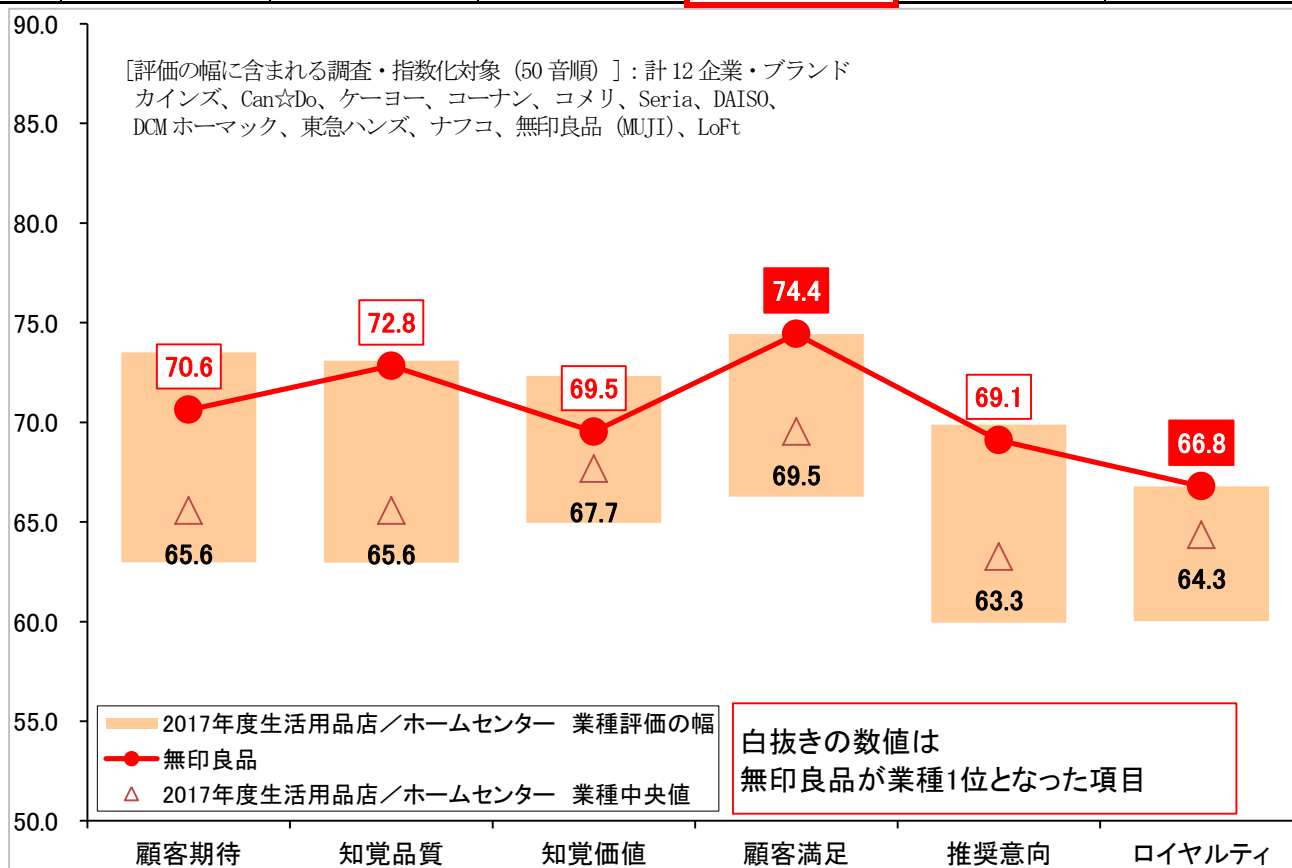
■ 生活用品店/ホームセンター

～「無印良品」が2年連続の顧客満足1位～

生活用品店/ホームセンターは「無印良品」が2年連続の顧客満足1位となりました。顧客満足のほかロイヤリティでも1位になり、顧客期待、知覚品質、推奨意向では2位と高い評価を得ています。顧客満足2位は「東急ハンズ」で、顧客期待、知覚品質、推奨意向では1位となっています。

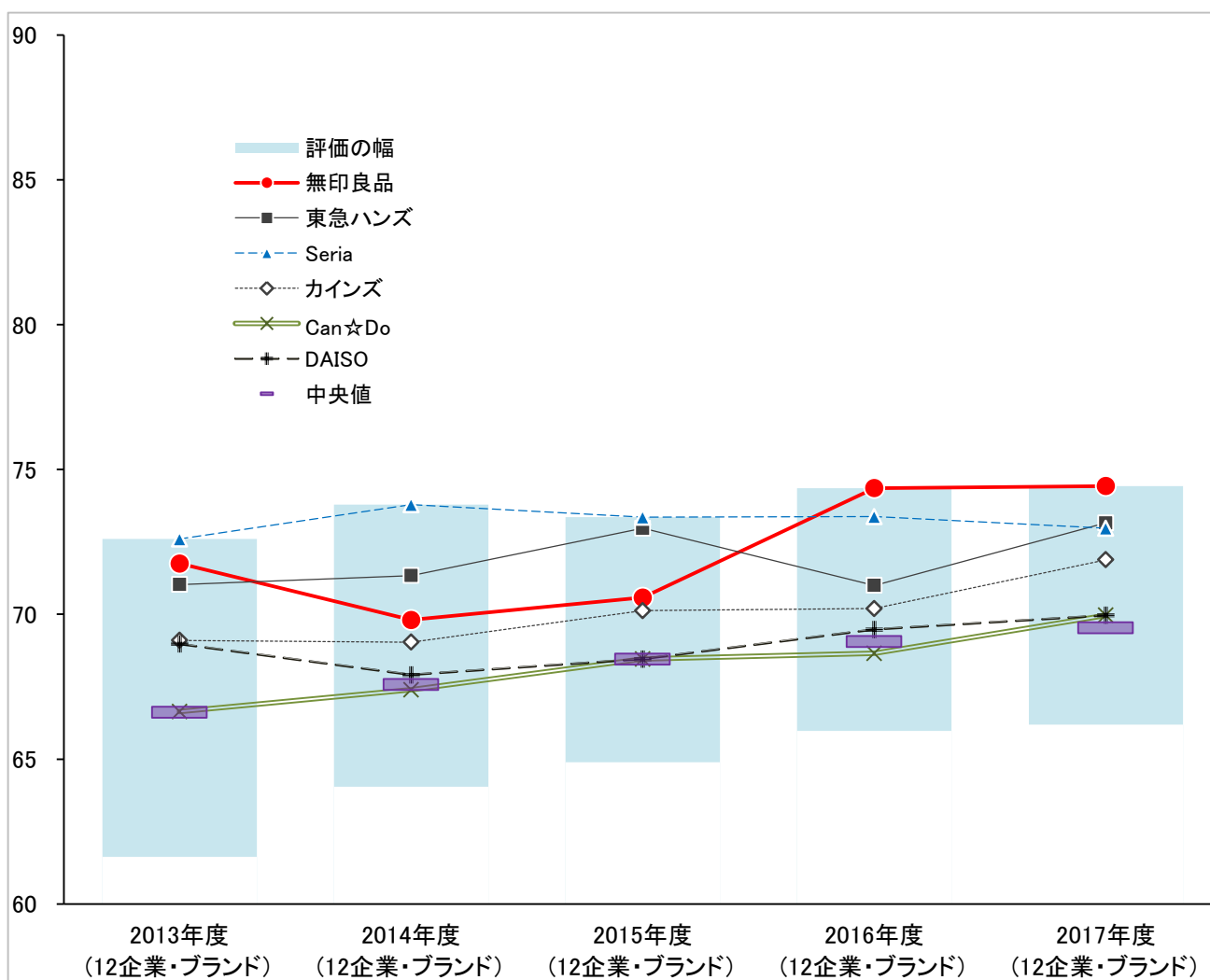
< 2017年度 生活用品店/ホームセンター 6指標順位（中央値まで） >

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤリティ
1	73.5 東急ハンズ	73.1 東急ハンズ	72.3 Seria	74.4 無印良品	69.9 東急ハンズ	66.8
2	無印良品	無印良品	Can☆Do	73.2 東急ハンズ	無印良品	カインズ/ 無印良品 (同点1位)
3	LoFt	LoFt	カインズ	73.0 Seria	LoFt	Seria
4	カインズ	Seria	無印良品	71.9 カインズ	Seria	DCM ホーマック
5	Seria	カインズ	DAISO	70.0 Can☆Do/ DAISO (同点5位)	カインズ	東急ハンズ
6	DCM ホーマック	ナフコ	東急ハンズ		DCM ホーマック	DAISO



生活用品店/ホームセンターは全体として緩やかにスコアが上昇傾向にあります。「Seria」のスコアはほぼ変動がないものの、上位では「東急ハンズ」「カインズ」「Can☆Do」「DAISO」のスコアが前年度に比べ上昇しています。

＜生活用品店/ホームセンター 2017年度顧客満足5位までの推移＞



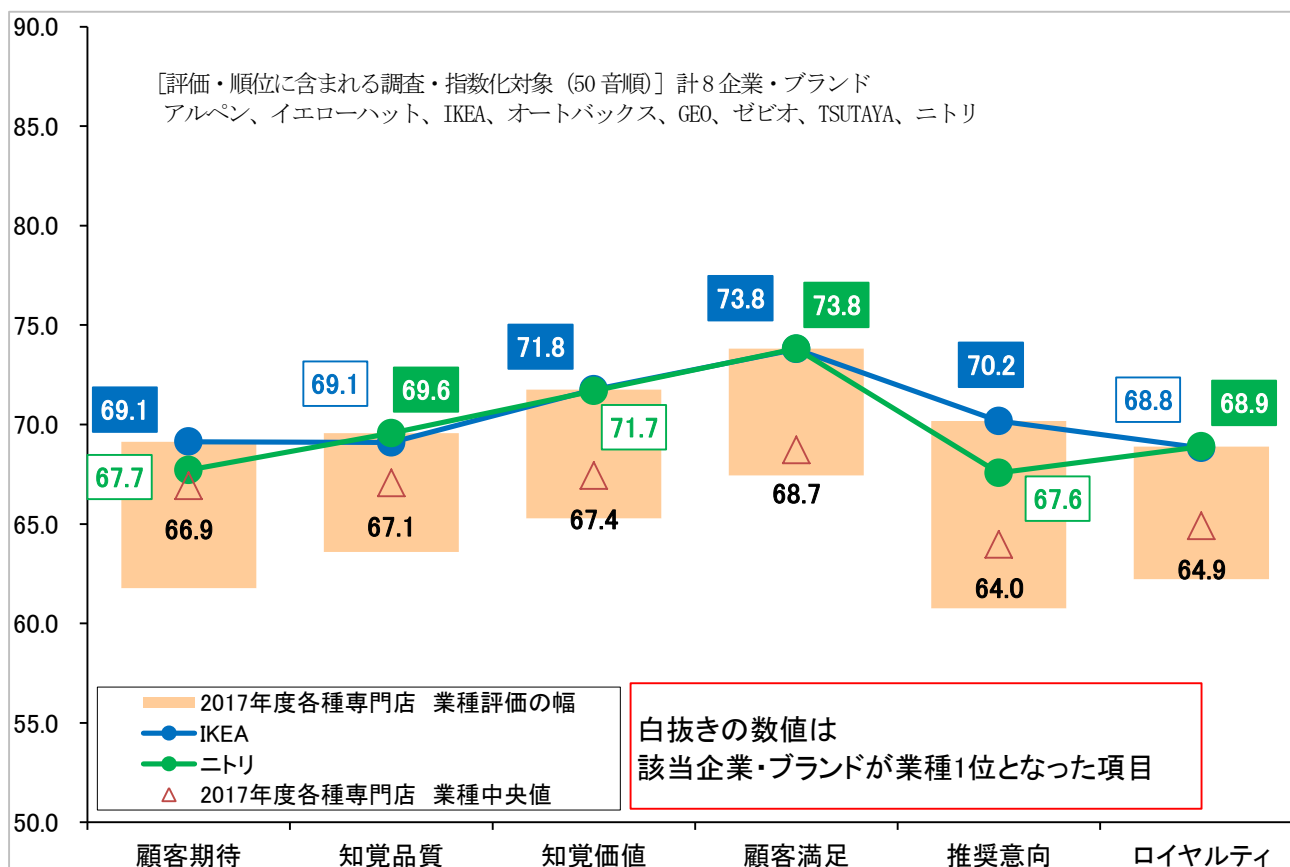
※ () 内は調査対象企業・ブランド数を表しています。

～「IKEA」「ニトリ」が顧客満足同点1位～

各種専門店は「IKEA」「ニトリ」が顧客満足1位となりました。「IKEA」は顧客満足のほか、顧客期待、知覚価値、推奨意向も1位となり高い評価を得ています。「ニトリ」は知覚品質、ロイヤルティも1位となり高評価となっています。

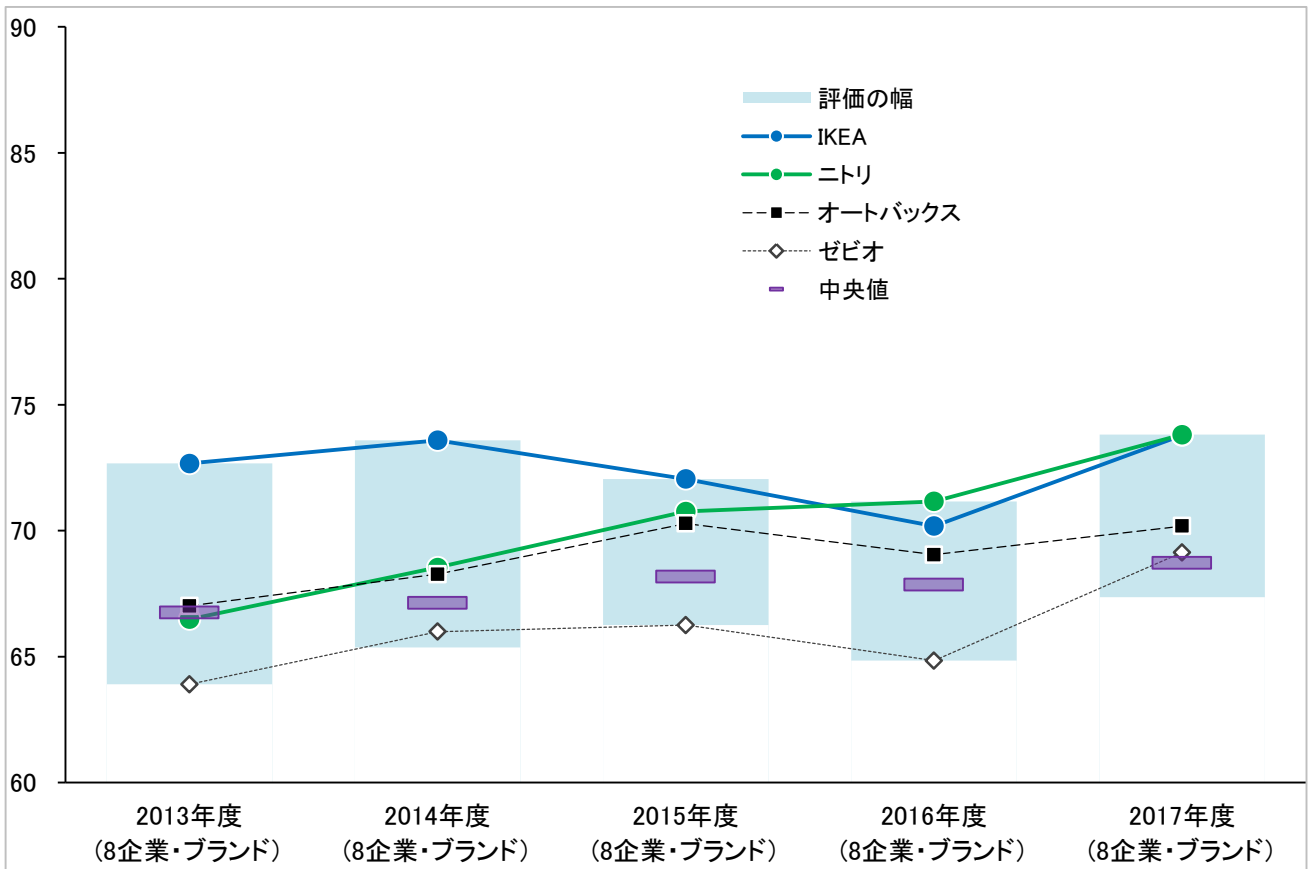
< 2017年度 各種専門店 6指標順位 (中央値まで) >

順位	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	69.1 IKEA	69.6 ニトリ	71.8 IKEA	73.8 IKEA	70.2 IKEA	68.9 ニトリ
2	オートバックス	IKEA	ニトリ	ニトリ (同点1位)	ニトリ	IKEA
3	ニトリ	オートバックス	イエローハット	70.2 オートバックス	ゼビオ	オートバックス
4	ゼビオ	ゼビオ	オートバックス	69.1 ゼビオ	オートバックス	ゼビオ



各種専門店は、前年度と比べ顧客満足のスコアが業種全体で上昇しています。また中央値の上昇率に対して下位企業のスコアがより高い上昇率となっていることから中央値付近に企業が集中していることがわかります。

＜各種専門店 2017年度顧客満足中央値までの推移＞



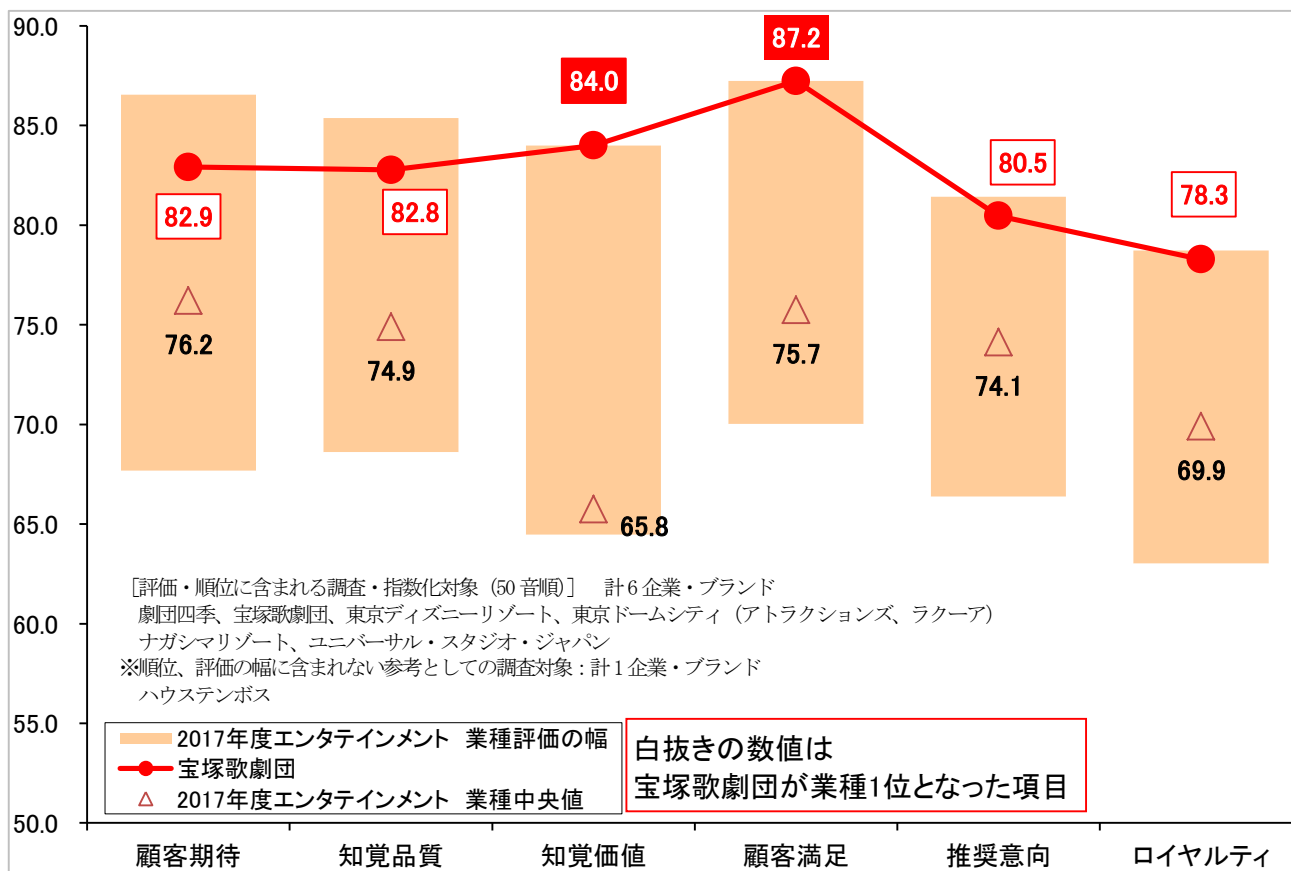
※ () 内は調査対象企業・ブランド数を表しています。

～「宝塚歌劇団」が2年連続顧客満足1位～

エンタテインメントは「宝塚歌劇団」が2年連続の顧客満足1位となりました。「宝塚歌劇団」は知覚価値でも2年連続の1位となっています。顧客満足2位の「劇団四季」は顧客期待、知覚品質、推奨意向、ロイヤルティの4指標で1位となっています。「宝塚歌劇団」と「劇団四季」がすべての指標で2位までを占める結果となりました。続く顧客満足3位の「東京ディズニーリゾート」は全6指標で3位となりました。

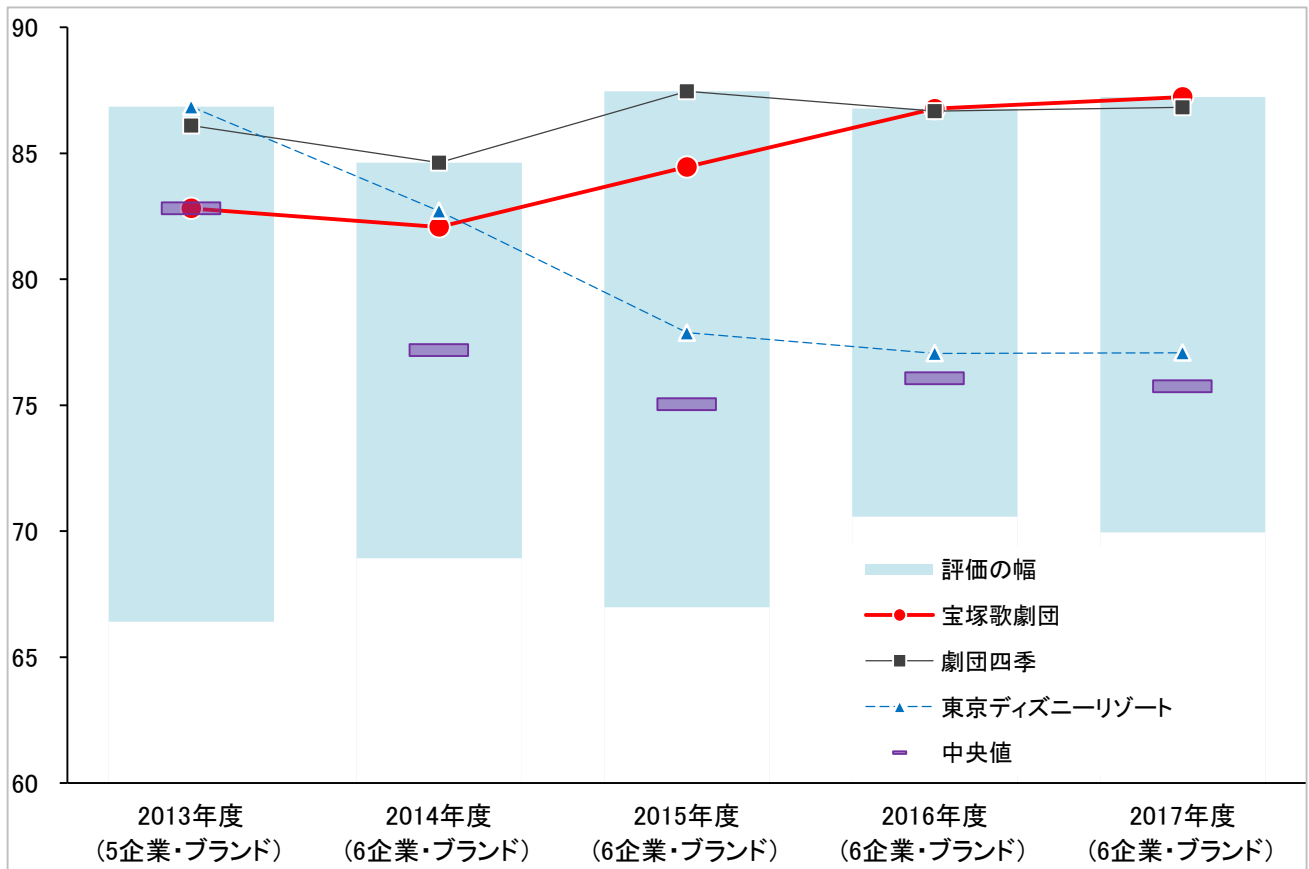
＜2017年度 エンタテインメント 6指標順位（中央値まで）＞

順位	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	86.6 劇団四季	85.4 劇団四季	84.0 宝塚歌劇団	87.2 宝塚歌劇団	81.4 劇団四季	78.7 劇団四季
2	宝塚歌劇団	宝塚歌劇団	劇団四季	86.8 劇団四季	宝塚歌劇団	宝塚歌劇団
3	東京ディズニーリゾート	東京ディズニーリゾート	東京ディズニーリゾート	77.1 東京ディズニーリゾート	東京ディズニーリゾート	東京ディズニーリゾート



今年度のエンタテインメントは前年度と似た傾向で、1位の「宝塚歌劇団」と2位の「劇団四季」が突出して高く、かつ僅差となっています。

＜エンタテインメント 2017年度顧客満足中央値までの推移＞

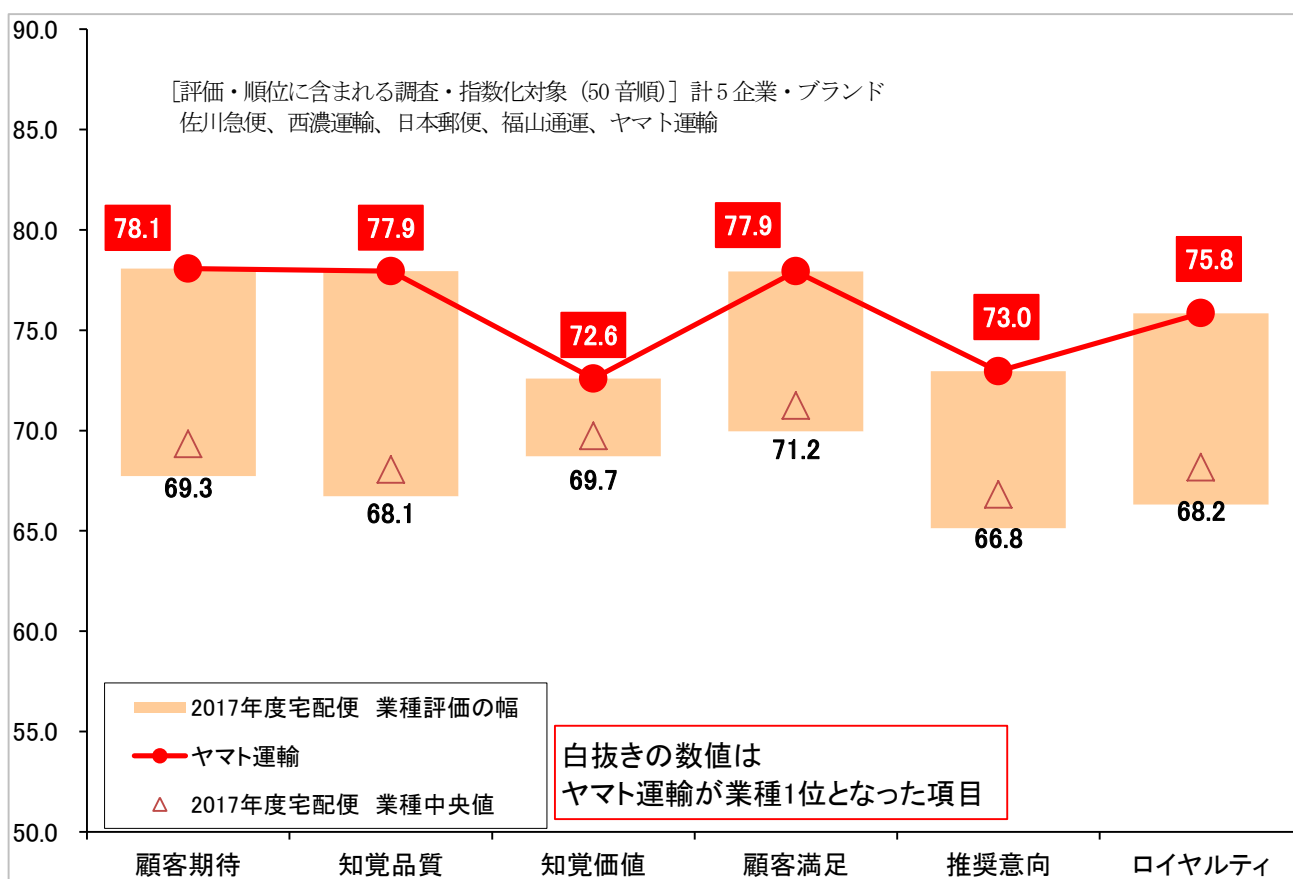


※ () 内は調査対象企業・ブランド数を表しています。

宅配便は「ヤマト運輸」が顧客満足含む全指標で1位となりました。9年連続で全指標が1位という結果となりました。顧客満足2位の「日本郵便」は顧客期待、知覚品質、推奨意向、ロイヤルティでも2位となり高い評価を得ています。

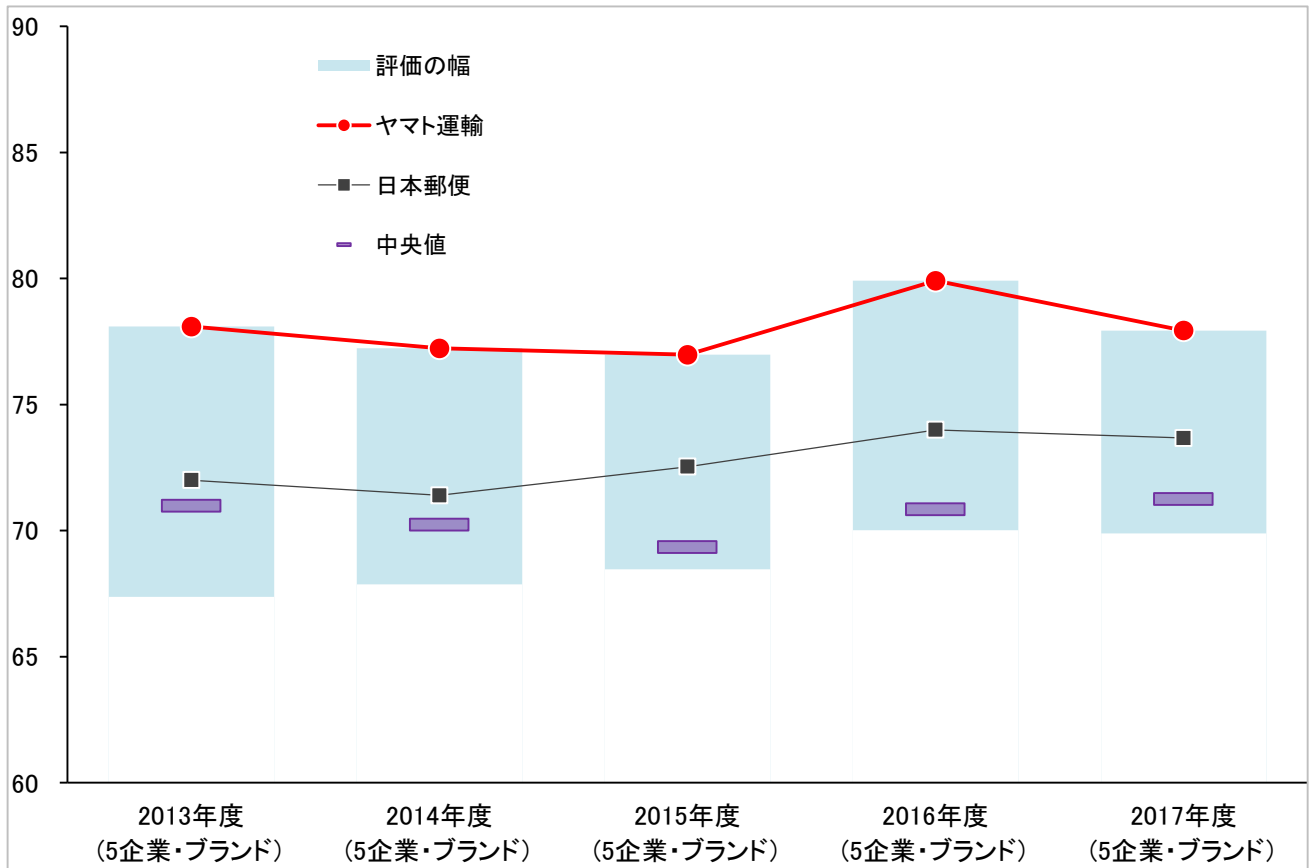
＜2017年度 宅配便 6指標順位（上位2位まで）＞

順位	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	78.1 ヤマト運輸	77.9 ヤマト運輸	72.6 ヤマト運輸	77.9 ヤマト運輸	73.0 ヤマト運輸	75.8 ヤマト運輸
2	日本郵便	日本郵便	西濃運輸	73.7 日本郵便	日本郵便	日本郵便



宅配便の顧客満足業種スコア幅は前年度と比べ小さくなっています。また中央値付近に下位企業が集中していることがわかります。

＜宅配便 2017年度顧客満足上位2位までの推移＞



※ () 内は調査対象企業・ブランド数を表しています。

参考資料 1

■ JCS I の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。

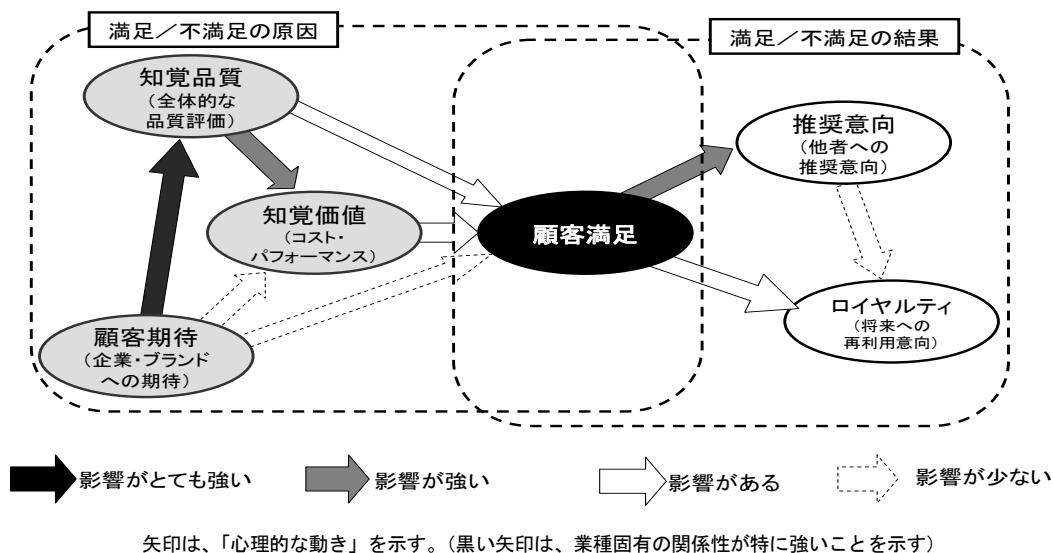
知覚価値：受けたサービスの品質と価格とを対比して、利用者が感じる納得感、コストパフォーマンスを示します。

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。

■ JCS I の因果モデル (6項目の因果関係のイメージ図)



■ JCS I の4つの特徴

1. 6つの指標と因果モデル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、顧客満足指数だけでなく、その原因・結果を含む6つの項目について調査し、指数化しています。6つの指標の評価とともに、項目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

統計的な手法により、12万人以上の利用者の回答から、顧客満足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、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（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

【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。「●●●」は指数化対象の企業・ブランド名を挿入。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）

※設問数は業種や年度により大きく異なる場合があります。

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プラットフォームとして、2007年に公益財団法人日本生産性本部に設立されました。2013年に政府より発表された「日本再興戦略」では“SPRINGを国民運動として再構築する”と明記され、活動を積極的に拡大しています。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、会員同士の交流などを通じて、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」

「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。
日本サービス大賞ホームページ：<http://service-award.jp/>

●大人の武者修行

中小企業の次世代経営人材が、優れた企業、組織の下で一定期間修行し、サービスイノベーションの極意・神髄を「体験」を通じてつかみ取る、人材育成の取り組みです。

大人の武者修行ホームページ：<http://shugyo.jp/>

●仕組み化による生産性向上

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、サービス業の業務「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。

サービス産業の「業務仕組み化」セミナー

運用編 10月13日（金） 14:00～17:00

●各種フォーラム・シンポジウム

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、ビジネスモデルなど、様々なテーマでセミナーや見学会を開催し、会員や参加者の交流をはかっています。また、全国で「SPRINGシンポジウム」を開催しています。

JCSI 利用のご案内・利用方法説明会／最新結果速報

SPRINGでは、JCSIとは何かを解説するとともに、JCSIを用いた企業分析や活用事例、および最新の調査結果を紹介する説明会を開催いたします。貴社の強み発見／課題解決に、JCSIをぜひご活用ください。詳細は下記SPRINGホームページにて

第3回 2017年 10月24日(火) 15:15～17:15



報道を除く企業活動（広告、販促、IR、採用活動等）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。詳しくは下記お問合わせ先まで、ご連絡ください。



<お問合わせ等>

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
〒150-8307 東京都渋谷区渋谷 3-1-1

TEL:03(3409)1189 / FAX:03(3409)1187 / Mail:service-js@jpc-net.jp

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

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

Twitter : https://twitter.com/SPRING_Service