

報道関係機関各位

サービス産業生産性協議会



～2016年度JCSI（日本版顧客満足度指数）第3回調査結果発表～

## 無印良品・宝塚歌劇団・Y!mobile（PHS） 初の顧客満足1位

サービス産業生産性協議会は、この度2016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、7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、携帯電話、宅配便、生活関連サービス）における、のべ81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4頁以降をご覧ください）

・オーケー（スーパーマーケット）	～6年連続の顧客満足1位～	4頁
・無印良品（生活用品店/ホームセンター）	～初の顧客満足1位～	6頁
・ニトリ（各種専門店）	～顧客満足1位～	8頁
・宝塚歌劇団（エンタテインメント）	～初の顧客満足1位～	10頁
・Y!mobile（PHS）（携帯電話）	～同社PHS・スマホが顧客満足1位2位～	12頁
・ヤマト運輸（宅配便）	～8年連続全指標1位～	14頁
・ミュゼプラチナム（生活関連サービス）	～2年ぶり顧客満足1位～	16頁

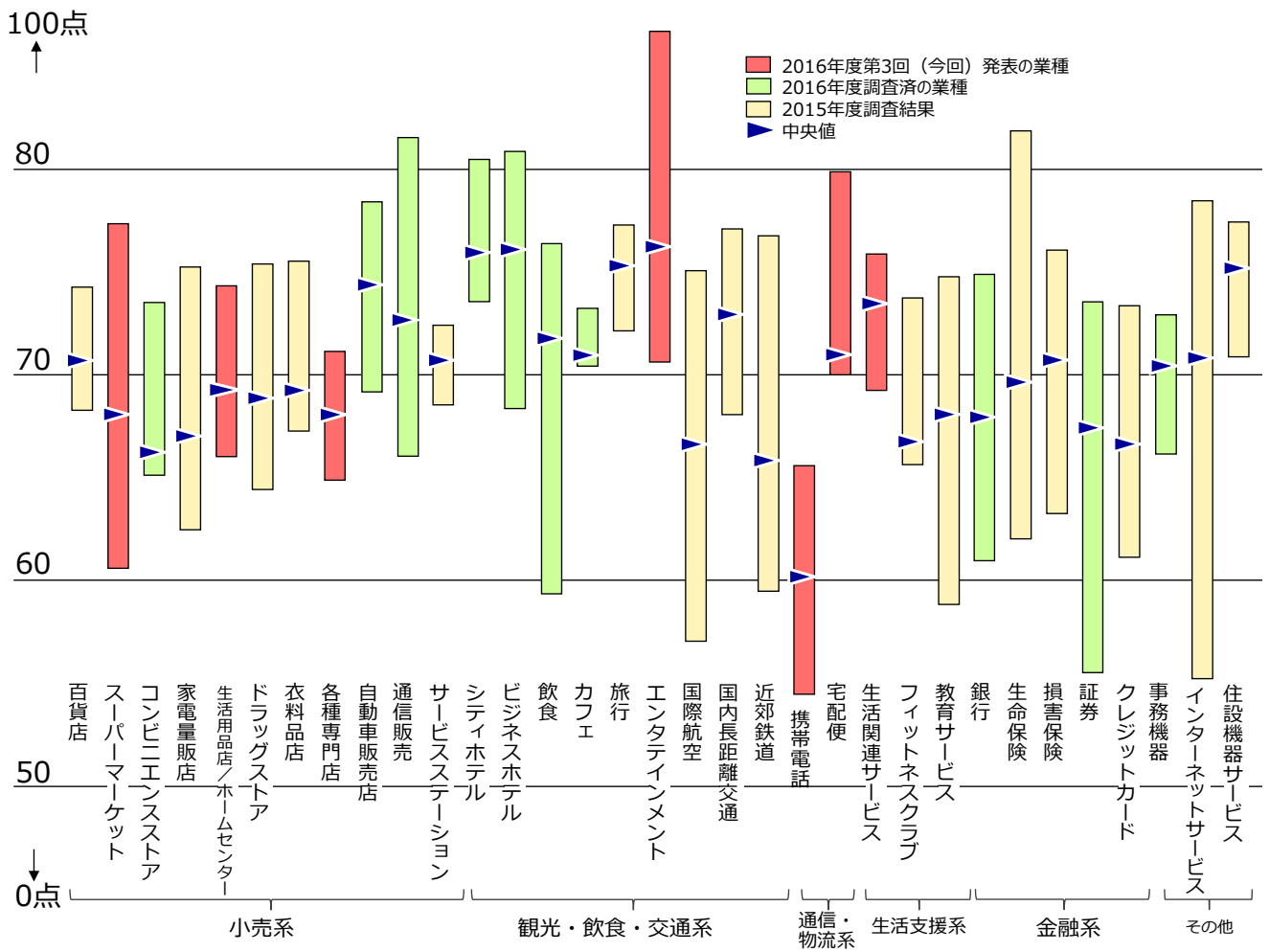
この調査は、統計的な手法による総計12万人以上の利用者からの回答をもとに実施する**日本最大級の顧客満足度調査**で、業種・業態（以下業種）横断での比較・分析ができ、かつ、6つの指標で顧客満足度構造とポジショニングをチェックすることが可能です。本年度は年6回に分け、30業種超、約400の企業・ブランドの調査を予定しています。「顧客の評価を起点とした業種を超えた競争」を促すことで、付加価値や顧客満足を高める経営が日本全体に広がり、企業の成長と国際競争力の強化に役立てることを狙いとし、2009年度から発表を行っています。JCSI（日本版顧客満足度指数）の詳細・特徴については、18頁「参考資料1」をご参照ください。

お願い：(1) 本紙は報道用資料です。許可なく、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 2016年度 JCSI 第3回調査結果」もしくは「2016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：吉田・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

# I. 調査結果

## JCSI業種・業態別の顧客満足分布（2016年度）



◎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。  
 ◎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）。

第3回調査の7業種を比較すると、顧客満足の最高点、中央値ともにエンタテインメントが最も高くなっています。エンタテインメントに次いで最高点が高い業種は宅配便、中央値が高い業種は生活関連サービスとなっています。

## ■今回調査（2016年度 第3回）の概要

### 1. 今回調査の対象業種／企業・ブランド（2016年度第3回、通算第38回調査）：

今回調査の対象業種は下表「第3回」の7業種

回	調査期間・発表時期	対象業種
第1回	2016年4～5月 (6月22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	2016年5～6月 (7月27日発表)	自動車販売店、通信販売、銀行、証券
<b>第3回</b>	<b>2016年7～8月 (9月21日発表)</b>	<b>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、携帯電話、宅配便、生活関連サービス</b>
第4回	2016年8～9月 (10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	2016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
第6回	2016年11～12月 (2017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

調査対象企業・ブランドは業種内売上等をもとに選定（詳細は20頁「参考資料3」参照）

### 2. 調査期間：2016年7月6日～8月3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回答を依頼し、今回は約18万人より利用経験の有無についての回答を得ています。
- (2) 2次回答：上記の1次回答が、選定条件（20頁「参考資料3」参照）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450～600人程度に回答を依頼しました（※一部例外有り）。回答依頼は1人につき1企業・ブランドのみとし、順位・評価に含まれる企業・ブランドは最終的に300人以上の回答を確保しています。

※本年度より、調査画面をスマートフォンからも回答しやすい形式に変更しています。

### 4. 回答者数：22,118人（順位・評価の幅に含まれる企業・ブランドのみ）

### 5. 質問数：約110問（19頁「参考資料2」参照）

### 6. 指数化の方法：顧客満足をはじめとした6つの指数（18頁「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。

## 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

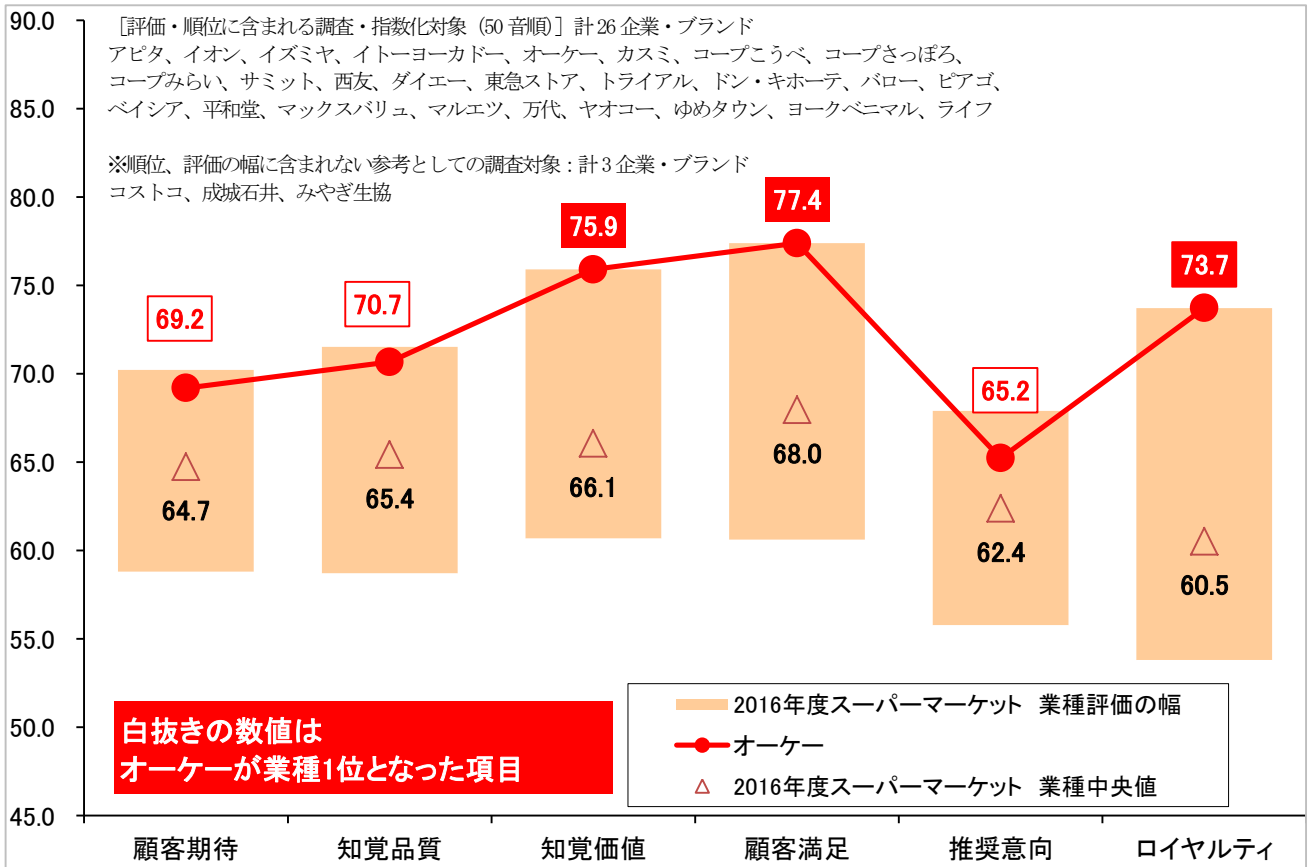
～「オーケー」が6年連続顧客満足1位～



スーパーマーケットは「オーケー」が6年連続で顧客満足1位となりました。顧客満足のほか、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位は「ヤオコー」で、顧客期待・知覚品質・推奨意向で1位でした。

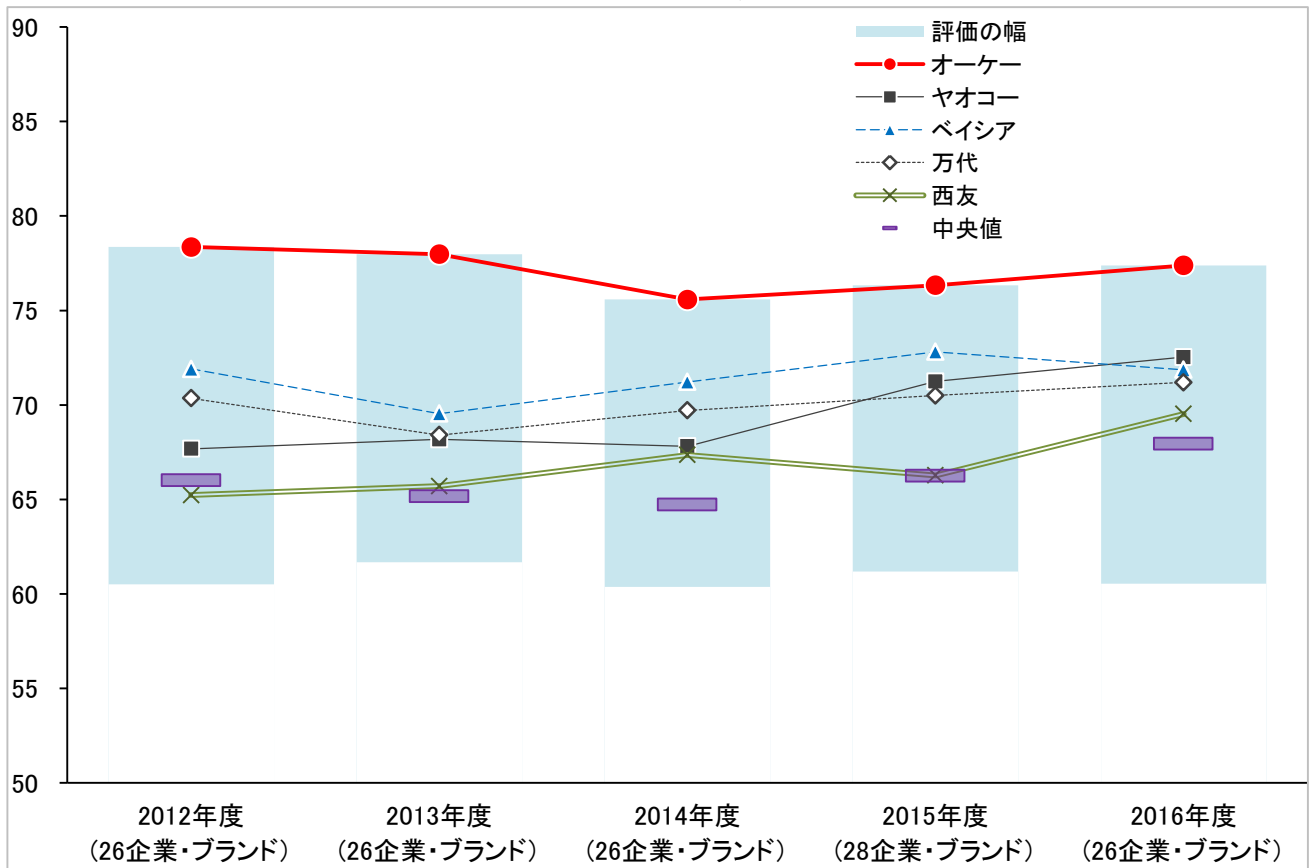
＜ 2016年度 スーパーマーケット 6指標順位（中央値まで） ＞

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	70.2 ヤオコー	71.5 ヤオコー	75.9 オーケー	77.4 オーケー	67.9 ヤオコー	73.7 オーケー
2	オーケー	オーケー	ベisia	72.5 ヤオコー	イオン	ドン・キホーテ
3	イオン	ゆめタウン	万代	71.9 ベisia		ベisia
4	ヨークベニマル	イオン/ 万代	ヤオコー	71.2 万代	オーケー/ ゆめタウン/	トライアル/ ヤオコー
5	ベisia	(同点4位)	西友	69.5 西友	ヨークベニマル (同点3位)	(同点4位)
6	ゆめタウン	ヨークベニマル	ドン・キホーテ	69.4 イオン	ベisia	万代
7	コープみらい	コープみらい/ ベisia	トライアル	69.3 ドン・キホーテ	サミット/ 万代	イオン
8		(同点7位)	コープみらい	69.2 ヨークベニマル	(同点7位)	ヨークベニマル
9	イトーヨーカドー/ コープこうべ/ コープさっぽろ	ライフ	イオン	68.7 コープみらい	イトーヨーカドー	コープさっぽろ
10	(同点8位)	イトーヨーカドー	ヨークベニマル	68.2 カスミ/ ゆめタウン	コープさっぽろ	ゆめタウン
11	ライフ	コープさっぽろ	パロー/ マルエツ	(同点10位)	コープみらい	コープみらい
12	万代	コープこうべ	(同点11位)	68.1 コープさっぽろ	カスミ	西友
13	サミット	マルエツ	イトーヨーカドー	68.0 マルエツ	マックスバリュ/ ライフ	イズミヤ/ カスミ
					(同点13位)	(同点13位)



スーパーマーケットは過去5年間で1位に変動はありませんが、2位以下に変動がありました。また業種の中央値も直近3年間では上昇傾向にあります。

＜スーパーマーケット 2016年度顧客満足5位までの推移＞

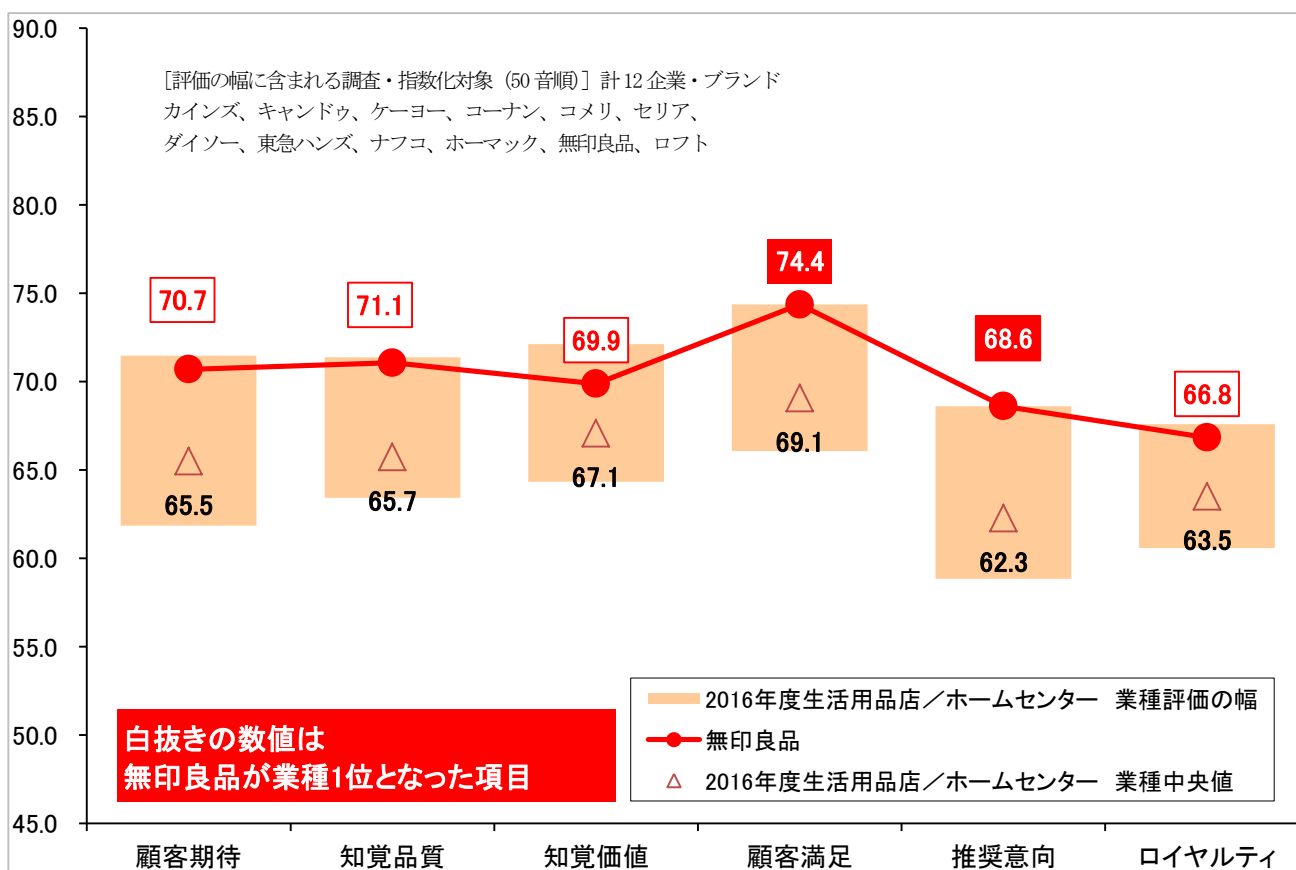


※（ ）内は調査対象企業・ブランド数を表しています。

生活用品店／ホームセンターは、「無印良品」が初めて顧客満足1位となり、推奨意向でも1位となりました。顧客満足2位の「セリア」は、知覚価値・ロイヤルティで1位となっています。顧客満足3位の「東急ハンズ」は顧客期待・知覚品質で1位となりました。

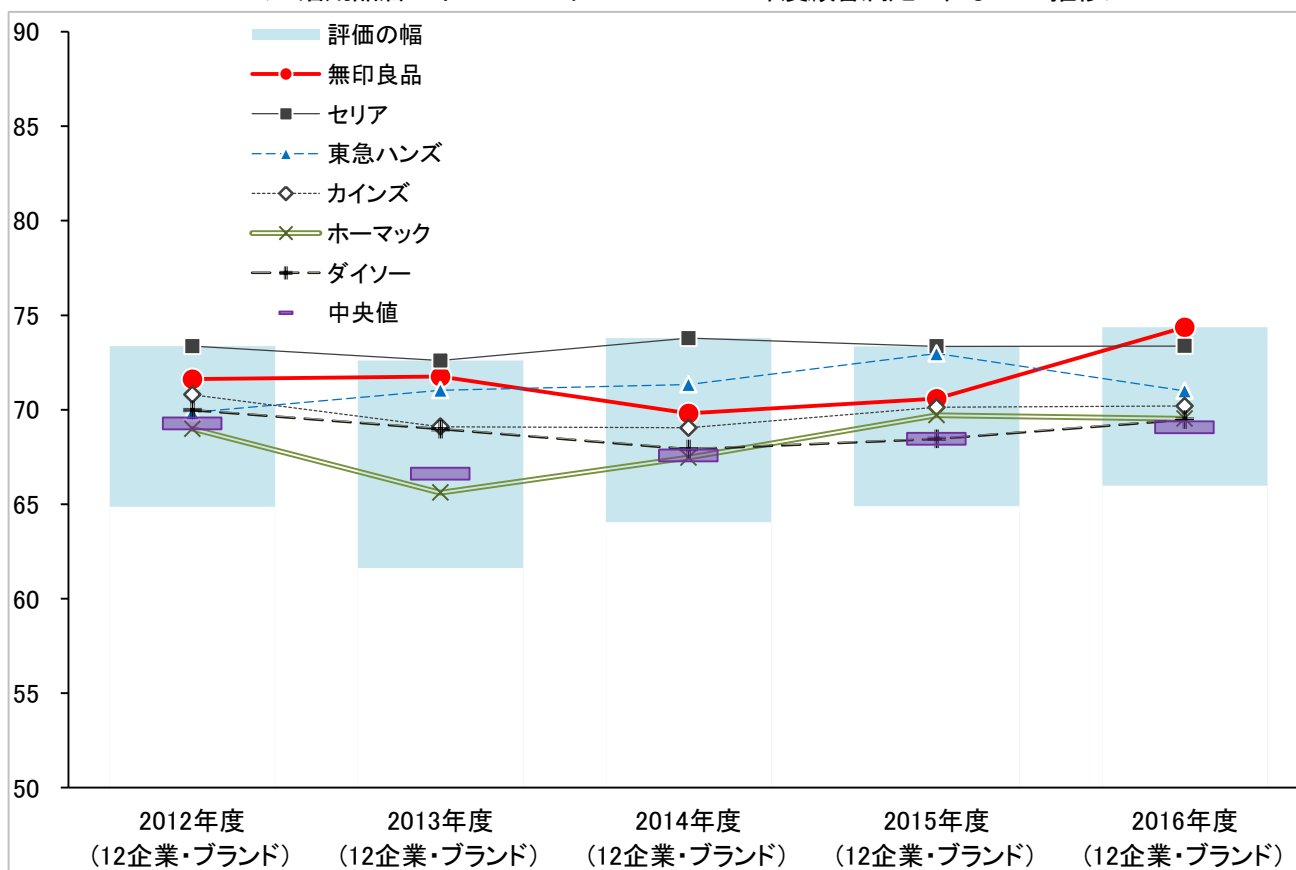
<2016年度 生活用品店／ホームセンター 6指標順位（中央値まで）>

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	71.5 東急ハンズ	71.4 東急ハンズ	72.1 セリア	74.4 無印良品	68.6 無印良品	67.6 セリア
2	無印良品	無印良品	無印良品	73.4 セリア	東急ハンズ	無印良品
3	ロフト	セリア	キャンドゥ	71.0 東急ハンズ	ロフト	カインズ
4	ホームック	ロフト	ダイソー	70.2 カインズ	セリア	ダイソー
5	カインズ	カインズ	カインズ	69.5 ダイソー/ ホームック	カインズ	ホームック
6	セリア	ホームック	ホームック	(同点5位)	ホームック	コーナン



生活用品店／ホームセンターの顧客満足スコアの2013年度から評価幅は年々小さくなっています。前年度まで4年連続1位だった「セリア」のスコアは変わらない中、「無印良品」が今年度スコアを上げました。

＜生活用品店／ホームセンター 2016年度顧客満足5位までの推移＞

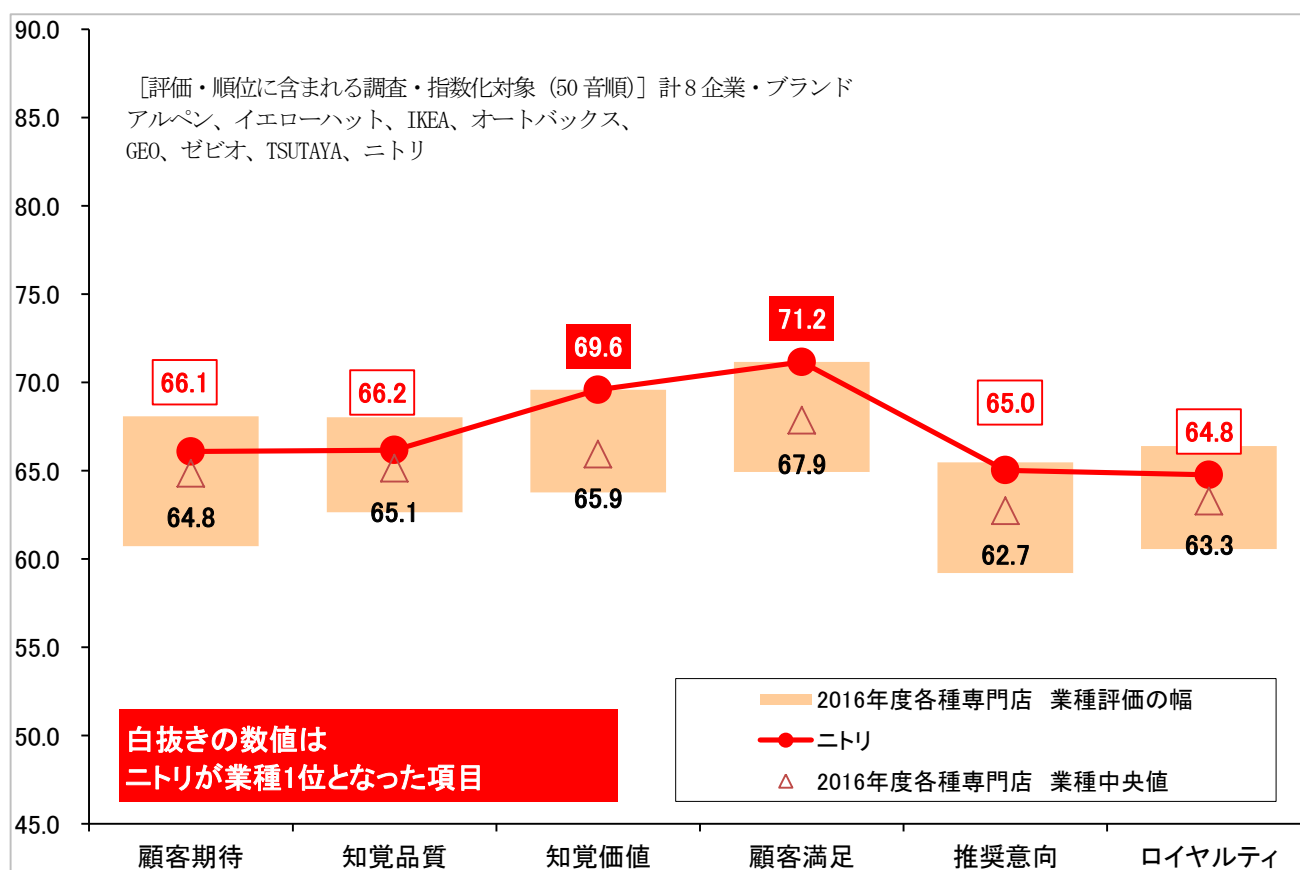


※ ( ) 内は調査対象企業・ブランド数を表しています。

各種専門店は「ニトリ」が顧客満足1位となりました。知覚価値も1位となり、昨年度よりスコアを伸ばして高い評価を得ています。顧客満足2位となった「IKEA」は推奨意向が1位となり高評価です。顧客満足3位の「オートバックス」は顧客期待・知覚品質・ロイヤルティが1位となりました。

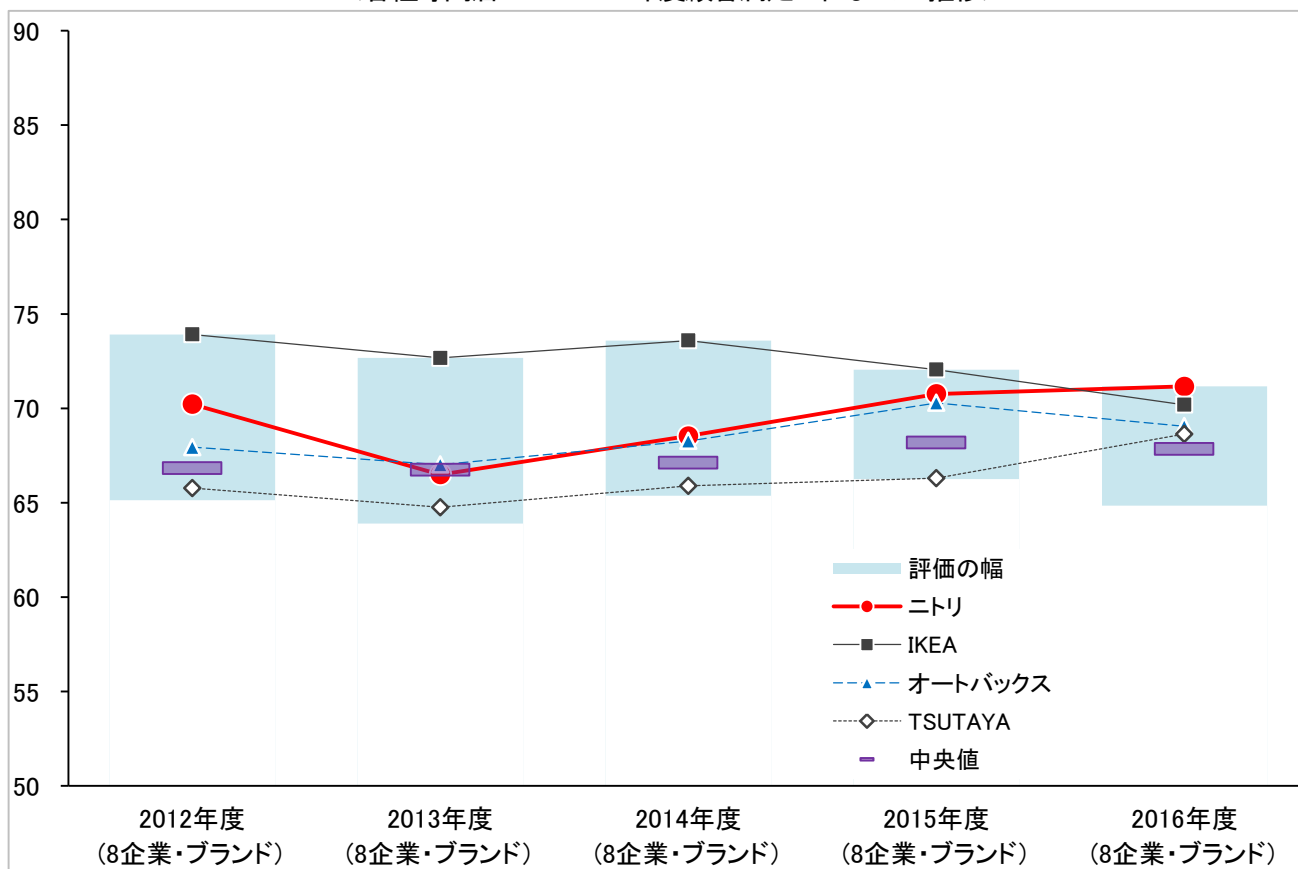
＜2016年度 各種専門店 6指標順位（中央値まで）＞

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	68.1 オートバックス	68.0 オートバックス	69.6 ニトリ	71.2 ニトリ	65.5 IKEA	66.4 オートバックス
2	IKEA	ニトリ	IKEA	70.2 IKEA	ニトリ	ニトリ
3	ニトリ	IKEA / TSUTAYA (同点3位)	オートバックス	69.0 オートバックス	オートバックス	IKEA
4	アルペン		GEO	68.6 TSUTAYA	アルペン	アルペン



各種専門店は、顧客満足スコアの評価幅が小さくなる傾向がでています。その中でも直近4年間で「ニトリ」が上昇傾向であることがわかります。

＜各種専門店 2016年度顧客満足4位までの推移＞



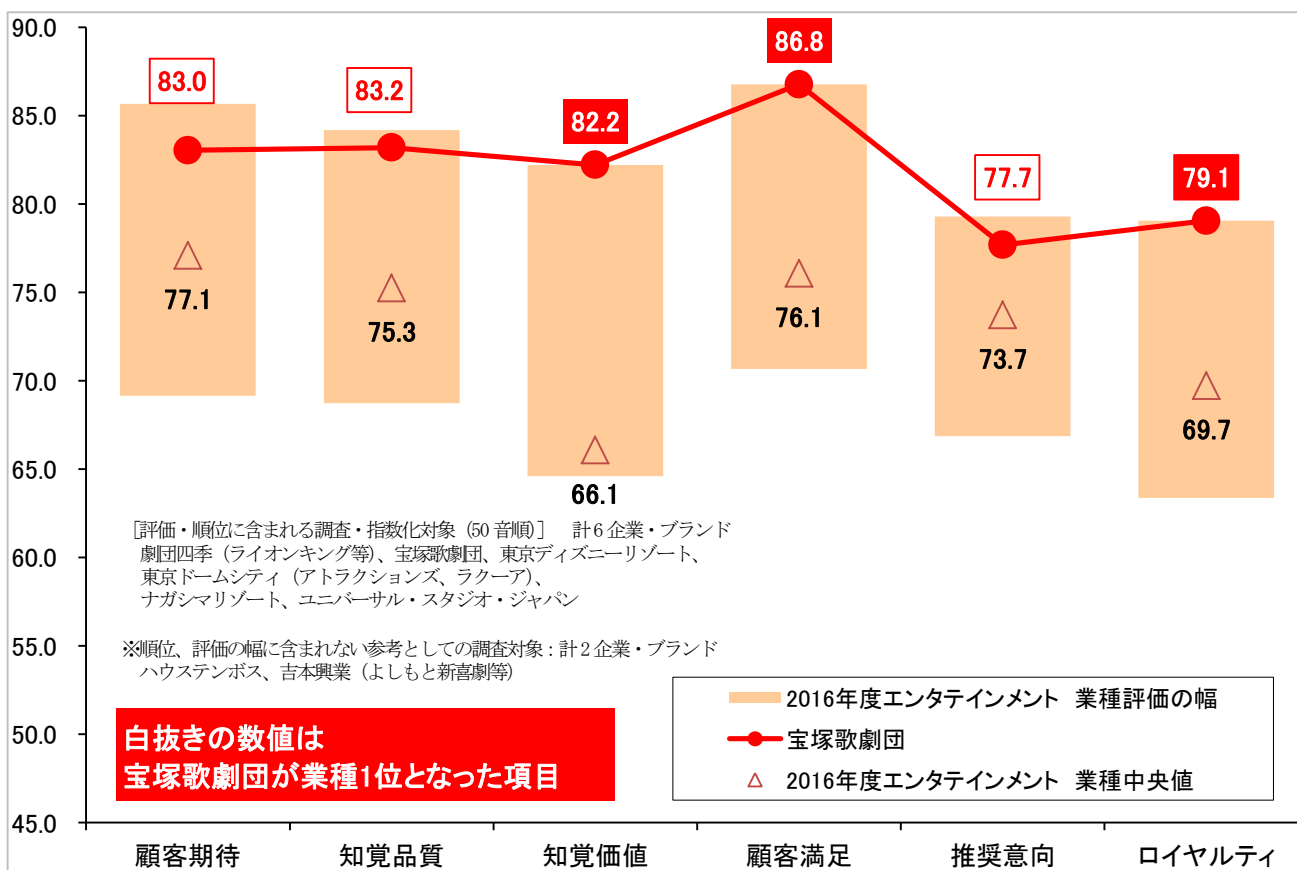
※ ( ) 内は調査対象企業・ブランド数を表しています。

※各種専門店は2012年度より調査しています。

エンタテインメントは、「宝塚歌劇団」が初の顧客満足1位となりました。「宝塚歌劇団」は知覚価値・ロイヤルティでも1位となっています。僅差の顧客満足2位となった「劇団四季」は顧客期待・知覚品質・推奨意向で1位となっています。エンタテインメントはすべての指標で、「宝塚歌劇団」と「劇団四季」が2位までを占めています。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。

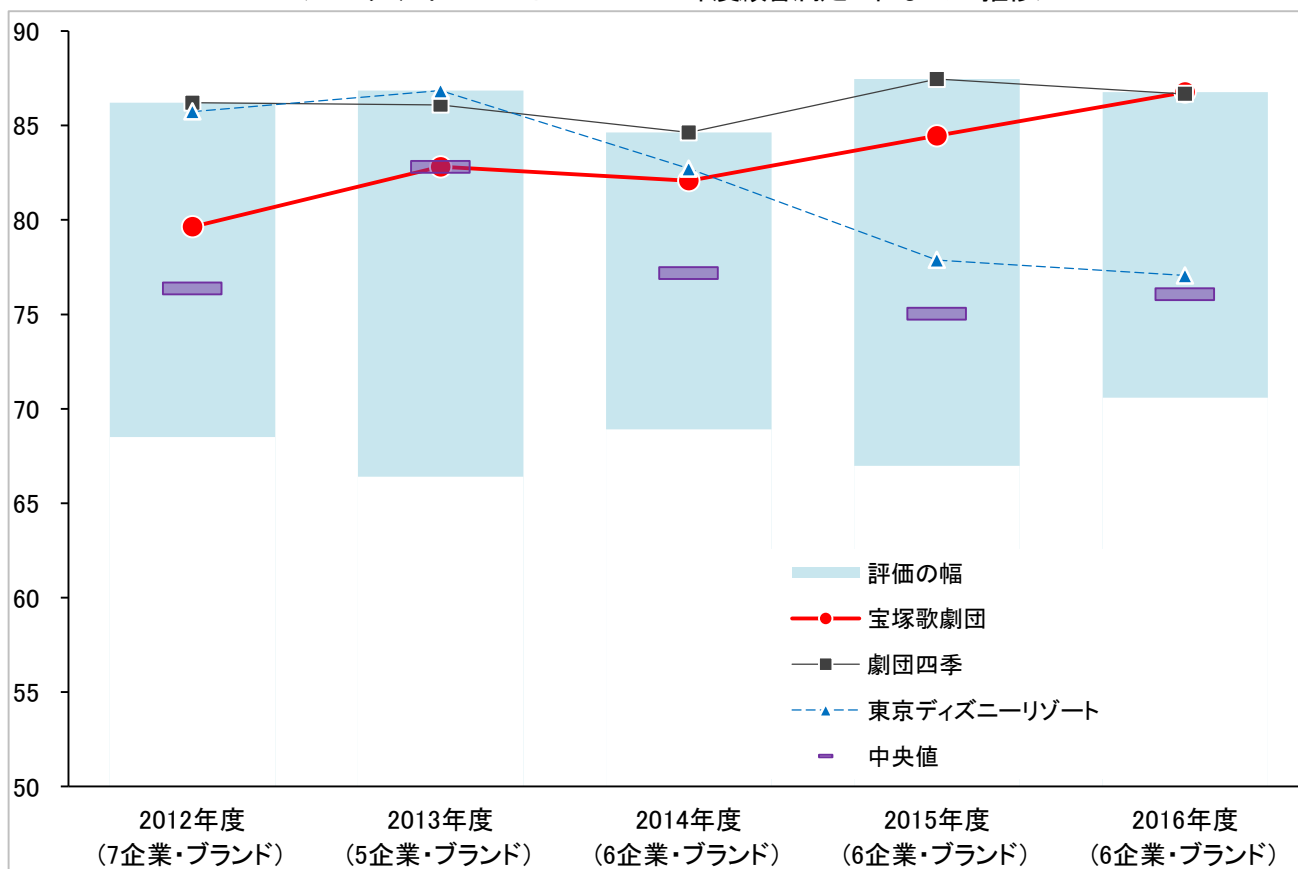
＜2016年度エンタテインメント 6指標順位（中央値まで）＞

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	85.7 劇団四季	84.2 劇団四季	82.2 宝塚歌劇団	86.8 宝塚歌劇団	79.3 劇団四季	79.1 宝塚歌劇団
2	宝塚歌劇団	宝塚歌劇団	劇団四季	86.7 劇団四季	宝塚歌劇団	劇団四季
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/ ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	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



エンタテインメント全体の過去5年における顧客満足スコアは最大値、最小値共に大きく変動していませんが、中央値や各社のスコアには動きが見られます。今年度1位の「宝塚歌劇団」は年々評価を高めており、常に高評価の「劇団四季」を僅差で追い抜きました。

＜エンタテインメント 2016年度顧客満足3位までの推移＞



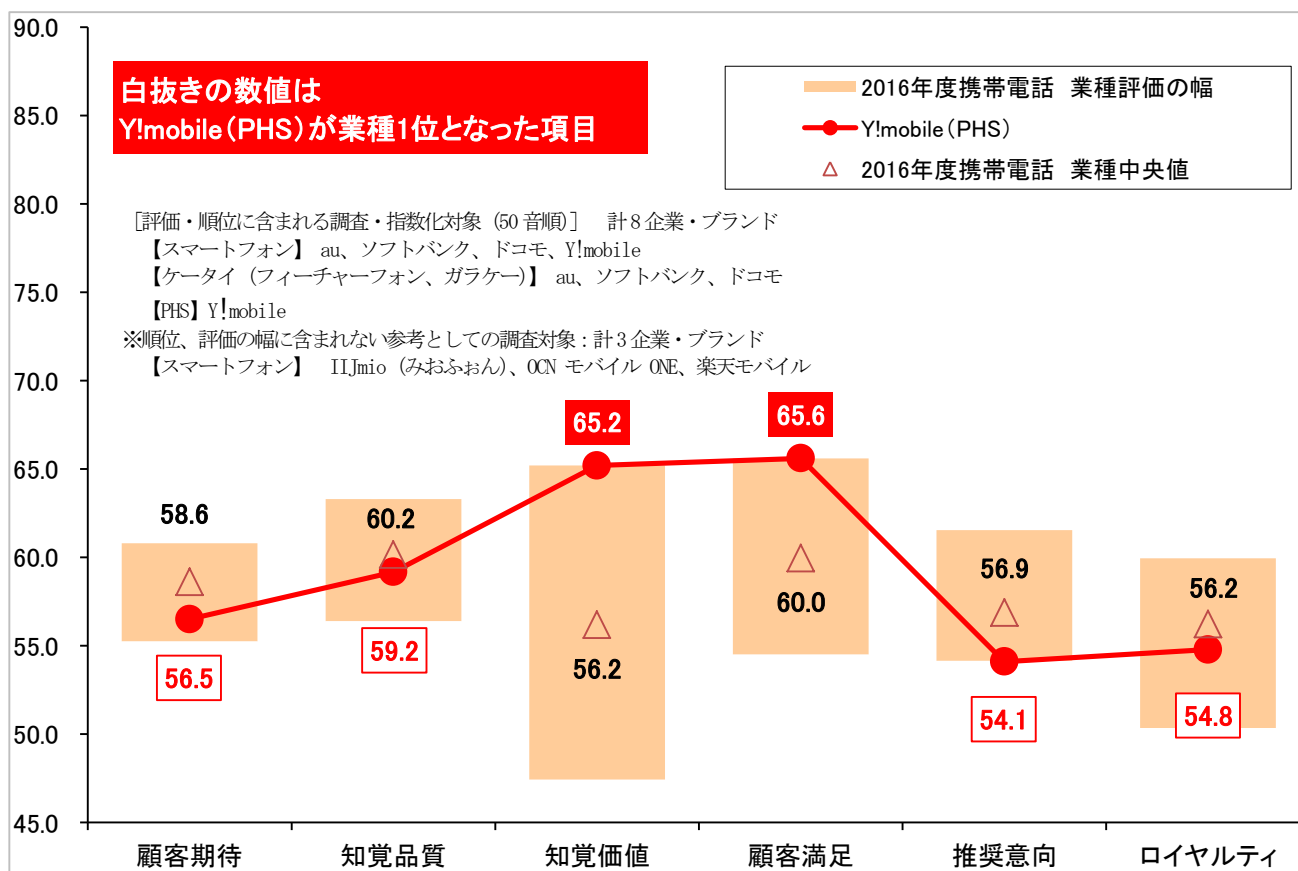
※ ( ) 内は調査対象企業・ブランド数を表しています。

## ～「Y!mobile」の PHS とスマートフォンが顧客満足上位～

携帯電話業種は、各企業を「スマートフォン」と「ケータイ（フィーチャーフォン、ガラケー）・PHS」に分けて調査しています。今年度の結果は「Y!mobile」の PHS が顧客満足 1 位となりました。「Y!mobile」の PHS は知覚価値の評価も高く 1 位となっています。顧客満足 2 位は同じく「Y!mobile」のスマートフォンで、知覚価値でも 2 位となっています。

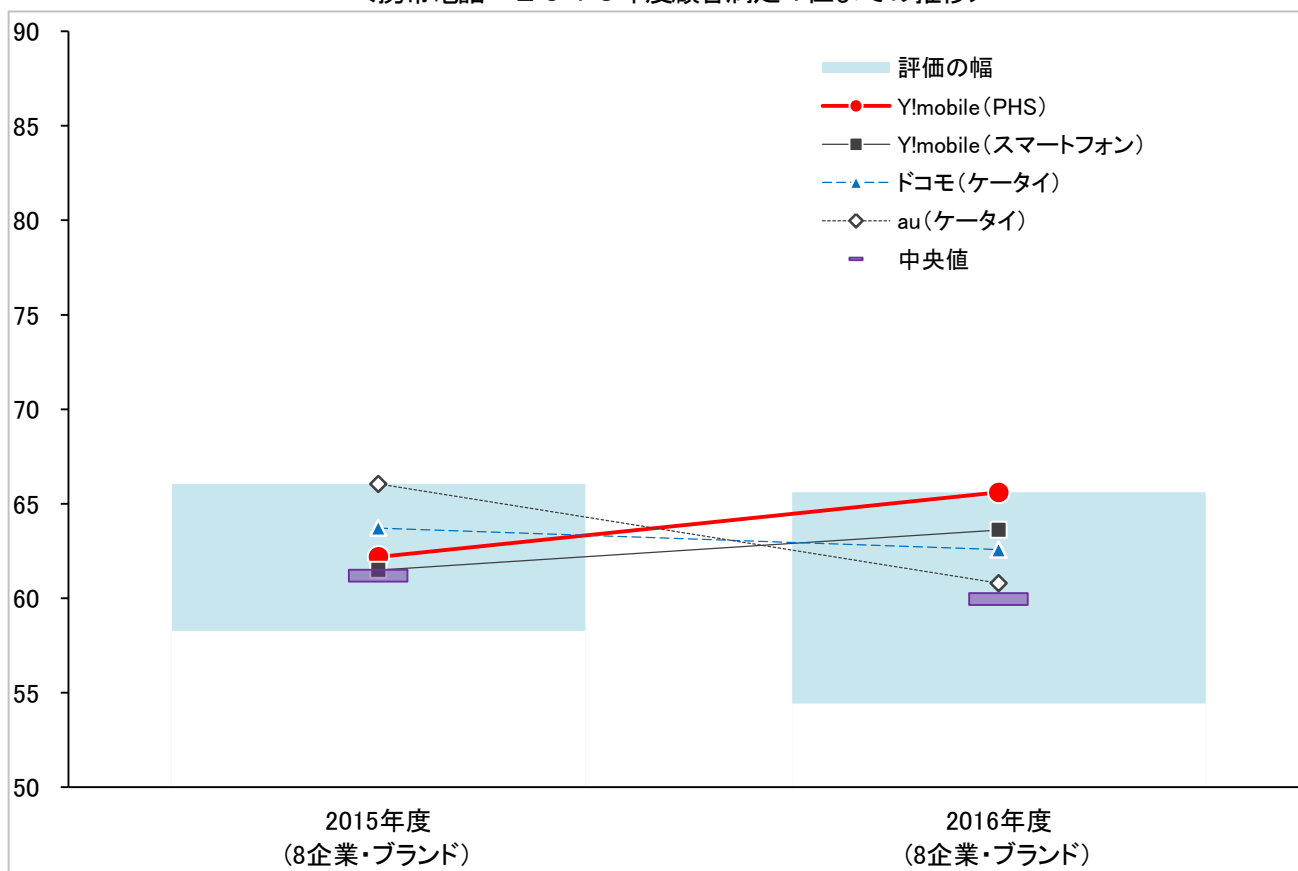
＜2016年度携帯電話 6指標順位（中央値まで）＞

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	60.8 ドコモ (スマートフォン)	63.3 ドコモ (ケータイ)	65.2 Y!mobile (PHS)	65.6 Y!mobile (PHS)	61.5 ドコモ (ケータイ)	60.0 ドコモ (スマートフォン)
2	ドコモ (ケータイ)	ドコモ (スマートフォン)	Y!mobile (スマートフォン)	63.6 Y!mobile (スマートフォン)	ドコモ (スマートフォン)	Y!mobile (スマートフォン)
3	au (スマートフォン)	au (ケータイ)	ドコモ (ケータイ)	62.6 ドコモ (ケータイ)	au (スマートフォン)	au (スマートフォン)
4	Y!mobile (スマートフォン)	au (スマートフォン)	au (ケータイ)	60.8 au (ケータイ)	au (ケータイ)	ドコモ (ケータイ)



携帯電話の顧客満足スコアは2015年度と比べ、最大値と中央値に大きな変化はありませんが、最小値は大きく低下しています。今年度は上位4社の中で順位に入れ替わりがありました。

＜携帯電話 2016年度顧客満足4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。

※携帯電話は2015年度より対象の区分を変更したので2年の推移を表示しています。

参考: カテゴリーを「スマートフォン」および「ケータイ (ガラケー・フィーチャーフォン)・PHS」に分けた場合の順位

＜スマートフォン＞

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	60.8 ドコモ	61.8 ドコモ	61.5 Y!mobile	63.6 Y!mobile	61.0 ドコモ	60.0 ドコモ
2	au	au	au	59.1 Au	au	Y!mobile

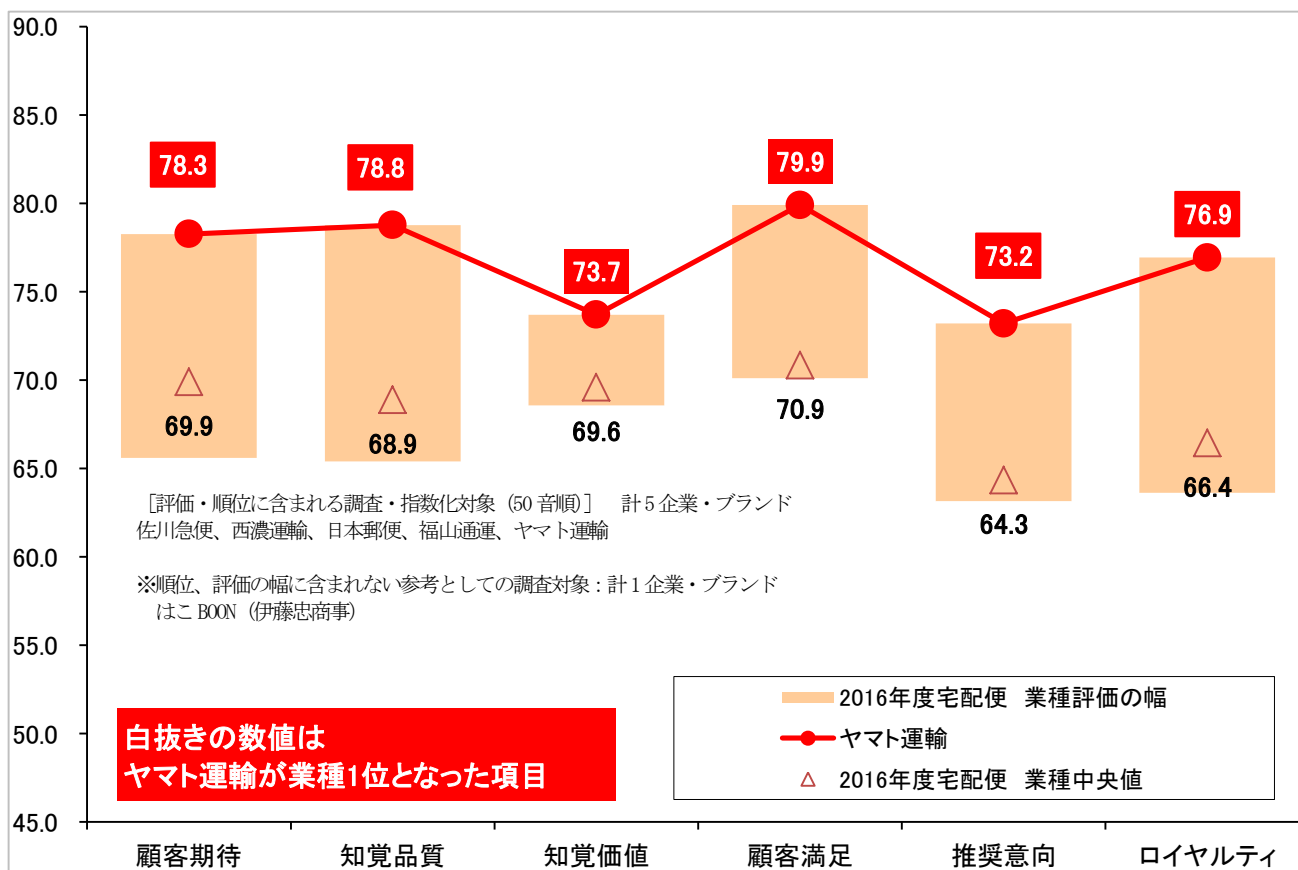
＜ケータイ (ガラケー・フィーチャーフォン)・PHS＞

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	60.3 ドコモ	63.3 ドコモ	65.2 Y!mobile	65.6 Y!mobile	61.5 ドコモ	57.7 ドコモ
2	au	au	ドコモ	62.6 ドコモ	au	Y!mobile

宅配便業種は、「ヤマト運輸」が顧客満足をはじめとする全指標で8年連続1位となりました。顧客満足2位の「日本郵便」も全指標で2位と、「ヤマト運輸」に次ぐ評価となっています。顧客満足3位の「福山通運」は知覚価値でも3位に入っています。

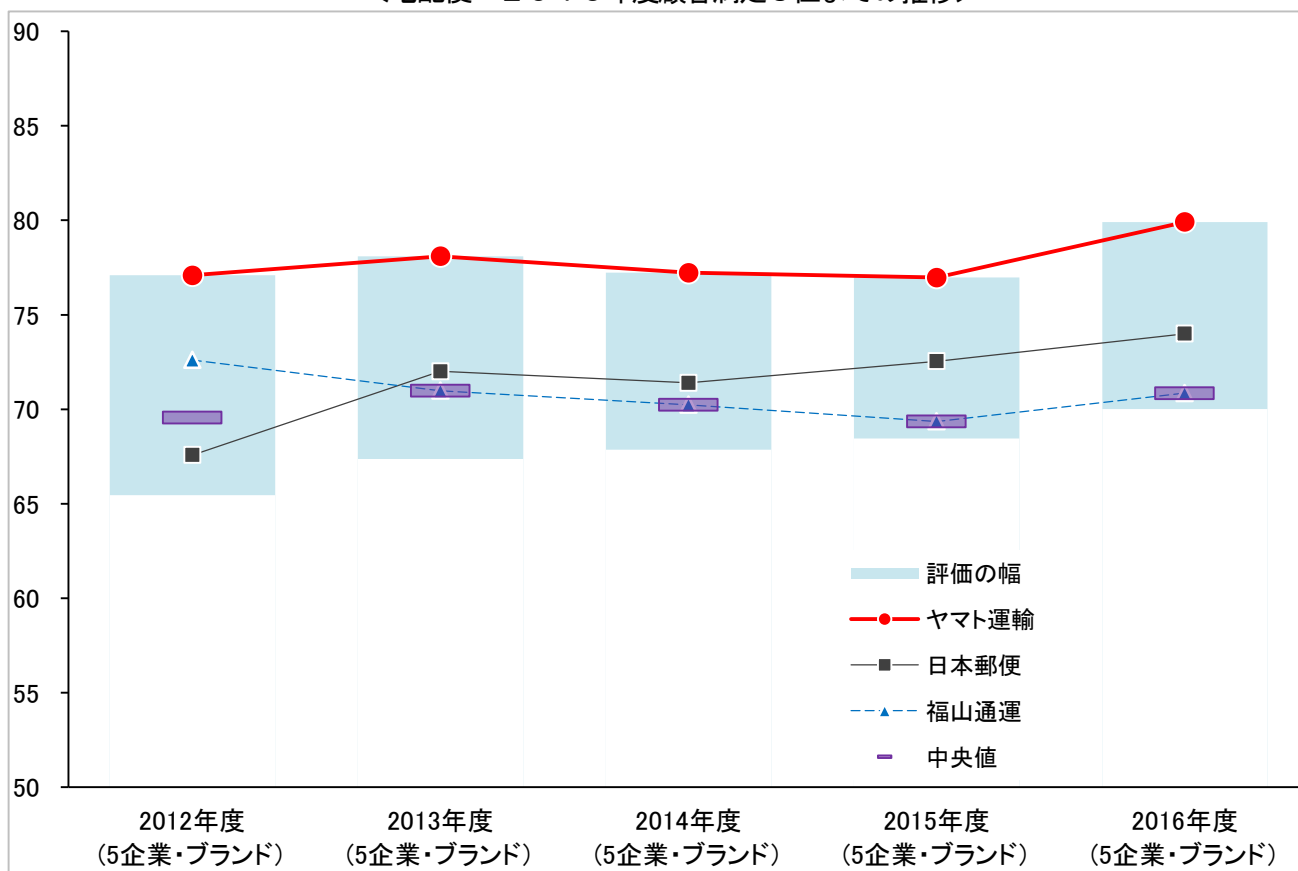
＜2016年度宅配便 6指標順位（中央値まで）＞

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	78.3 ヤマト運輸	78.8 ヤマト運輸	73.7 ヤマト運輸	79.9 ヤマト運輸	73.2 ヤマト運輸	76.9 ヤマト運輸
2	日本郵便	日本郵便	日本郵便	74.0 日本郵便	日本郵便	日本郵便
3	佐川急便	佐川急便	福山通運	70.9 福山通運	佐川急便	西濃運輸



今年度の宅配便の顧客満足スコアは、過去と比べ最大値、最小値、中央値が高くなっています。業種全体で上昇がみられる中で、1位の「ヤマト運輸」は突出した評価となっています。

＜宅配便 2016年度顧客満足3位までの推移＞

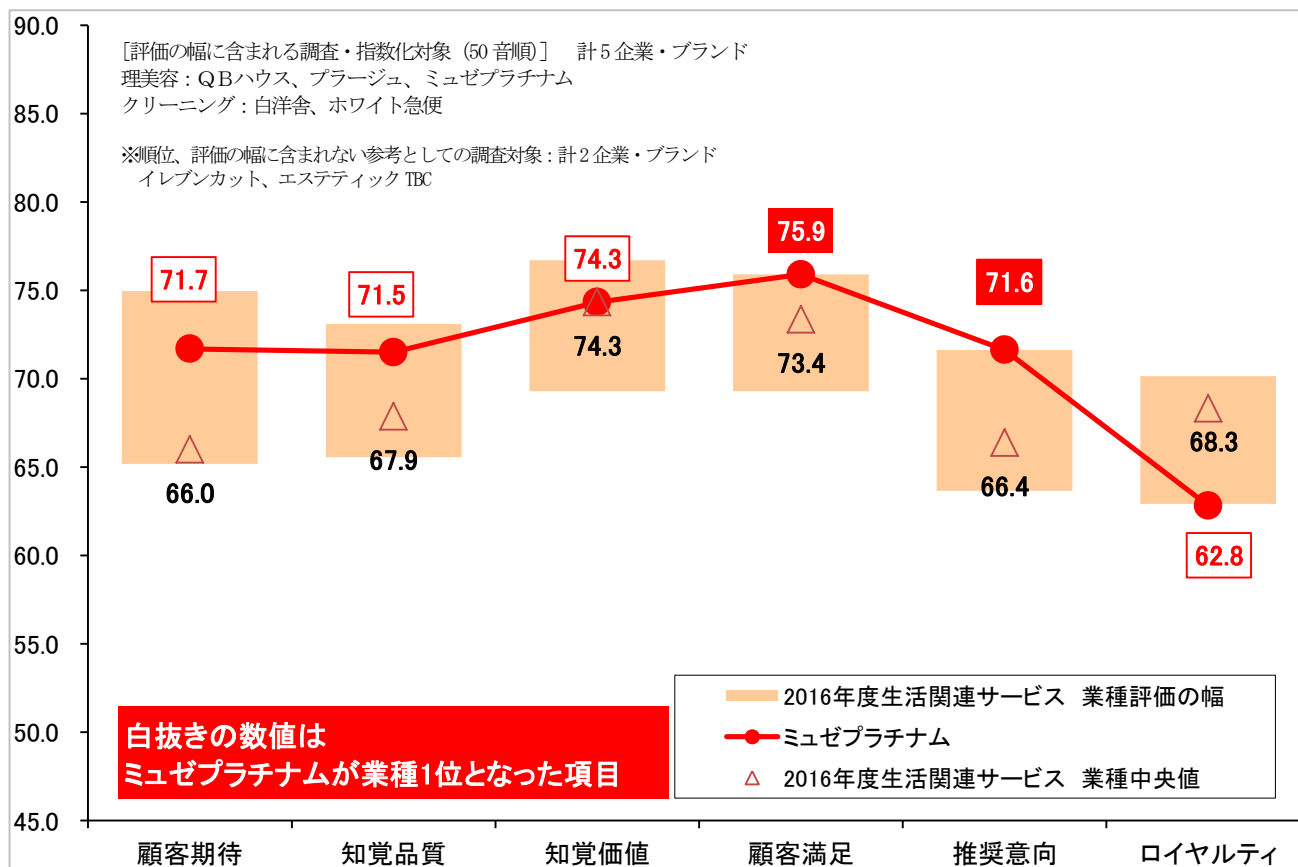


※ ( ) 内は調査対象企業・ブランド数を表しています。

生活関連サービスは、理美容サービスの「ミュゼプラチナム」が2年ぶりに顧客満足1位に返り咲きました。顧客満足2位の「QBハウス」は知覚価値とロイヤルティで1位となり、その他の各指標ではクリーニングの「白洋舎」が顧客期待・知覚品質で1位の評価となりました。

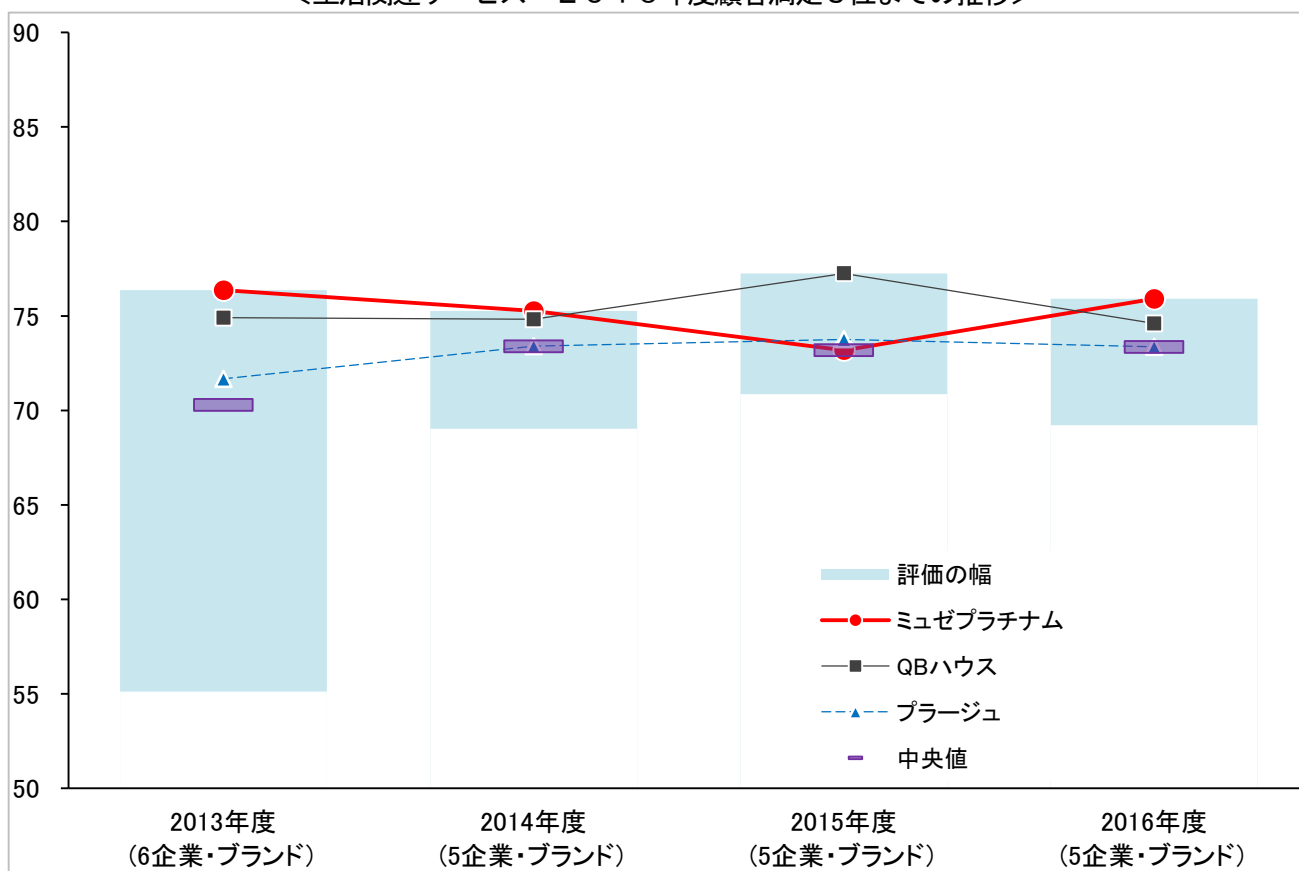
＜2016年度生活関連サービス 6指標順位（中央値まで）＞

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	75.0 白洋舎	73.1 白洋舎	76.7 QBハウス	75.9 ミュゼプラチナム	71.6 ミュゼプラチナム	70.1 QBハウス
2	ミュゼプラチナム	ミュゼプラチナム	プラージュ	74.6 QBハウス	白洋舎	プラージュ
3	ホワイト急便	QBハウス	ミュゼプラチナム	73.4 プラージュ	QBハウス	白洋舎



生活関連サービスは前年度と比較して全体的に顧客満足の評価幅がやや下がりました。前年度1位の「QBハウス」がスコアを下げると一方で「ミュゼプラチナム」のスコアが上昇しました。

＜生活関連サービス 2016年度顧客満足3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。

※生活関連サービスは2013年度より調査しています。

## 参考資料 1

### ■ JCSI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。

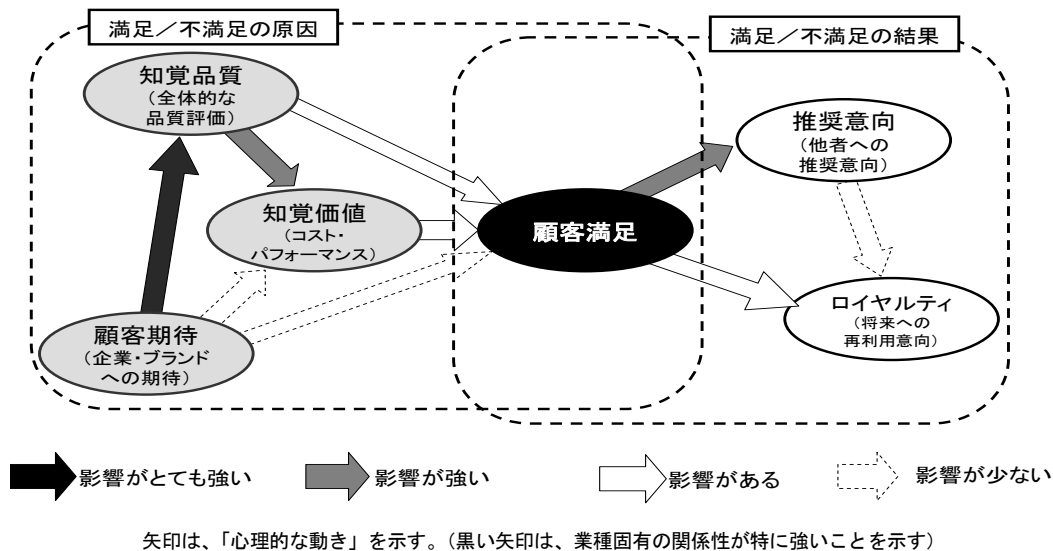
**知覚価値**：受けたサービスの品質と価格とを対比して、利用者が感じる納得感、コストパフォーマンスを示します。

**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。

### ■ JCSIの因果モデル（6項目の因果関係のイメージ図）



### ■ JCSI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

統計的な手法による統計は12万人以上の利用者の回答をもとに、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

#### 【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。

## 参考資料 3

### ■調査対象（指数化対象企業・ブランド）の選定手順・要件

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（主な基準は売上高）。
- 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）」に従って回答者に利用経験を確認。
- 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めず、参考とする。

### ■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る場合もございます。

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 (2016年度)
スーパー マーケット(26) (参考(3))	アピタ、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、 コープみらい、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、パロー、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: コストコ、成城石井、みやぎ生協)	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、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	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(2))	劇団四季(ライオンキング等)、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、吉本興業(よしもと新喜劇等))	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 ・最近2年で、2回以上利用
携帯電話(8) (参考(3))	【スマートフォン】 au、ソフトバンク、ドコモ、Y!mobile 【フィーチャーフォン】 au、ソフトバンク、ドコモ 【PHS】 Y!mobile (*参考: 【スマートフォン】 IIJmio(みおふおん)、 OCN モバイル ONE、楽天モバイル)	以下の両方を満たす事 ・3か月以上利用を継続 ・最近1年間で、「利用料金を見聞きした」、 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回以上発送し、 かつ利用料金を見聞きしたことがある
生活関連 サービス(5) (参考(2))	QBハウス、白洋舎、プラージュ、ホワイト急便、 ミュゼプラチナム (*参考: イレブンカット(11Out)、 エステティックTBC)	最近半年間で2回以上利用し、 かつ利用料金を見聞きしたことがある

\*指数化対象企業・ブランドおよび回答者の選定条件は過去5年間で一部変更がございます。詳細は過年度発表資料をご覧ください。

順位に含まれる対象：70企業・ブランド

参考調査：11企業・ブランド

## 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」

「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/>

**\*ホームページにて第1回受賞結果を公開中**

### ●大人の武者修行・地域コーディネーター養成研修（経済産業省補助事業）

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。

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。

### ●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」を開催しております。

**<これから開催するSPRINGシンポジウム2016>**

**\*2016年10月25日(火) 仙台開催**

## 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の紹介と、最新の発表結果のお知らせを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 10月13日(木) 15:00~17:00 / 第4回 11月22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>

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

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

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

Twitter : [https://twitter.com/SPRING\\_Service](https://twitter.com/SPRING_Service)