

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2回調査結果発表～

新生銀行が初の顧客満足1位を獲得 松井証券が2年ぶりに顧客満足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2回調査として、4業種（自動車販売店、通信販売、銀行、証券）における、のべ68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）

・メルセデス・ベンツの正規販売店（自動車販売店）	～初の顧客満足1位～	4頁
・ヨドバシ.com（通信販売）	～3年連続の顧客満足1位～	6頁
・新生銀行（銀行）	～初の顧客満足1位～	9頁
・松井証券（証券）	～2年ぶり顧客満足1位～	12頁

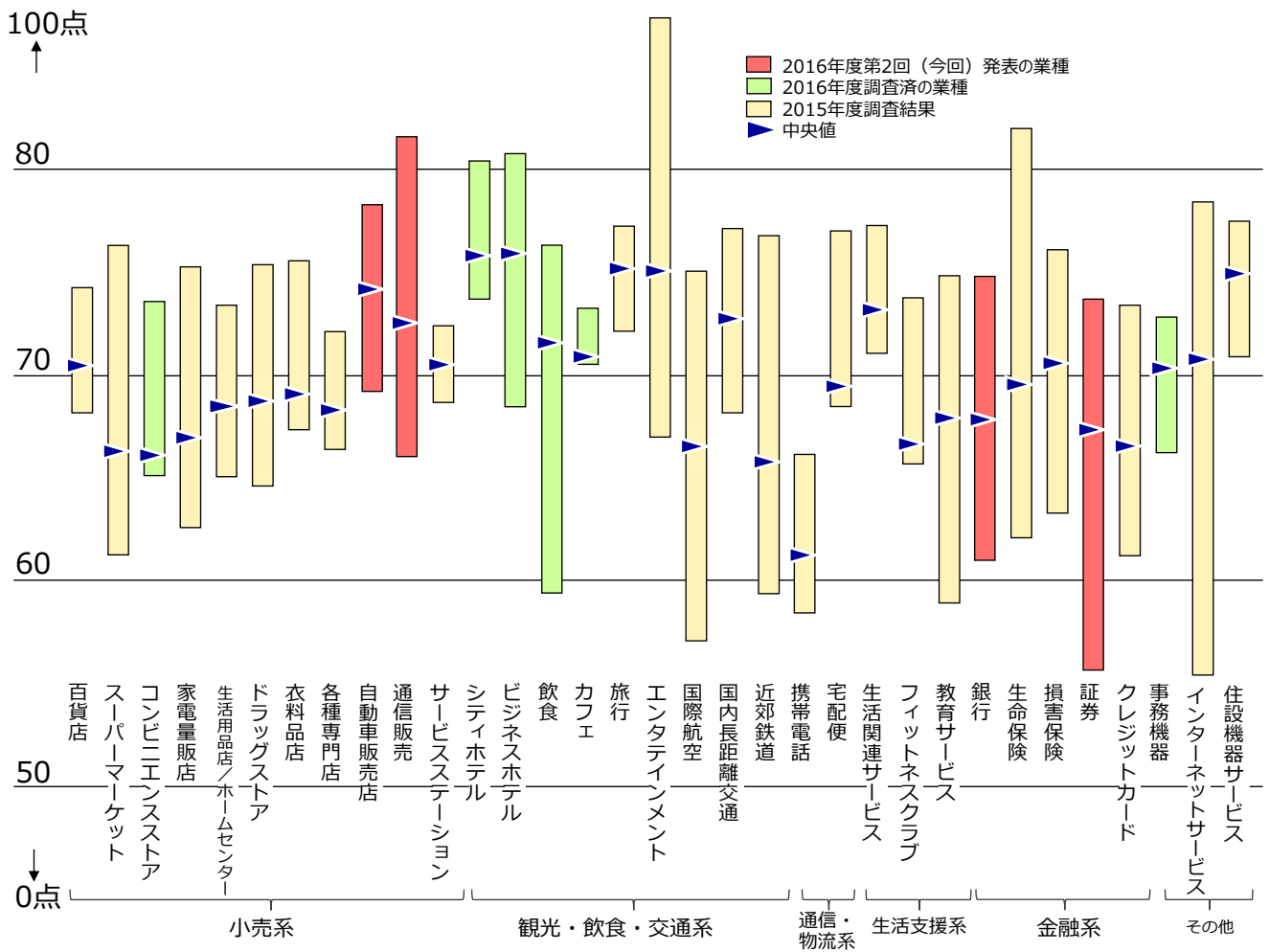
この調査は、統計的な手法による総計12万人以上の利用者からの回答をもとに実施する**日本最大級の顧客満足度調査**で、業種・業態（以下業種）横断での比較・分析ができ、かつ、6つの指標で顧客満足度構造とポジショニングをチェックすることが可能です。本年度は年6回に分け、30業種超、約400の企業・ブランドの調査を予定しています。「顧客の評価を起点とした業種を超えた競争」を促すことで、付加価値や顧客満足度を高める経営が日本全体に広がり、企業の成長と国際競争力の強化に役立てることを狙いとし、2009年度から発表を行っています。JCSI（日本版顧客満足度指数）の詳細・特徴については、14頁「参考資料1」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2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2回調査の4業種を比較すると、顧客満足の最高点は通信販売が最も高く、次いで自動車販売店となりました。中央値では自動車販売店、通信販売の順に高い評価となっています。

■今回調査（2016年度 第2回）の概要

1. 今回調査の対象業種／企業・ブランド（2016年度第2回、通算第37回調査）：

今回調査の対象業種は下表「第2回」の4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
第3回	2016年7～8月 (9月発表予定)	スーパーマーケット、生活用品店／ホームセンター、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
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16頁「参考資料3」参照）

2. 調査期間：2016年5月18日～6月12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14万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（16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500～700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。

※熊本地震の影響により、今回調査の回答者は、熊本県と大分県以外の45都道府県の在住者となっています。

4. 回答者数：21,562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（15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（14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。
- * 今年度の顧客満足上位5位、または中央値以上の企業・ブランドについて、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。



■ 自動車販売店

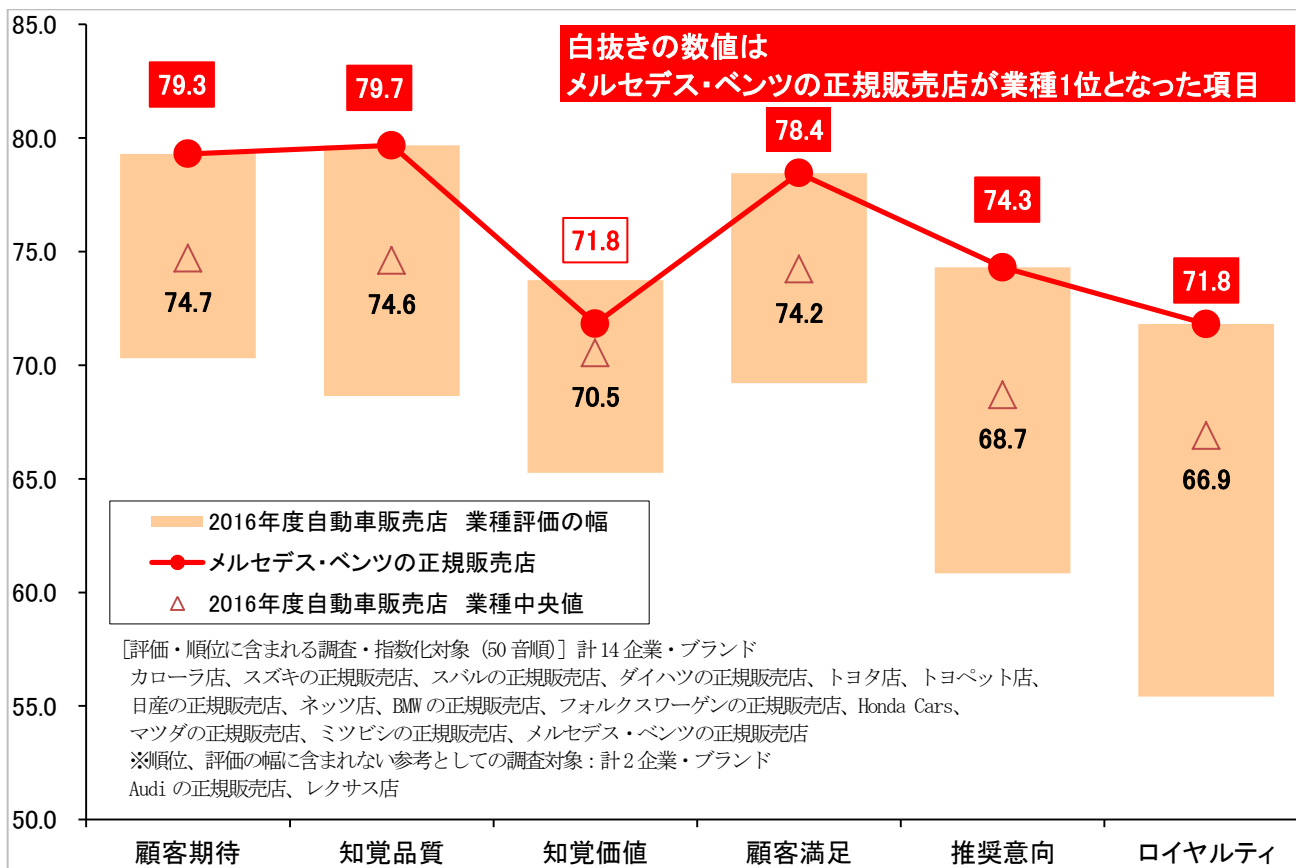
～「メルセデス・ベンツの正規販売店」が初の顧客満足1位～



自動車販売店は「メルセデス・ベンツの正規販売店」が初の顧客満足1位となりました。同販売店は顧客満足、知覚品質、推奨意向、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「ネッツ店」で、知覚価値で1位、知覚品質で2位でした。顧客満足3位は「トヨペット店」で顧客期待、ロイヤルティで2位と評価されました。

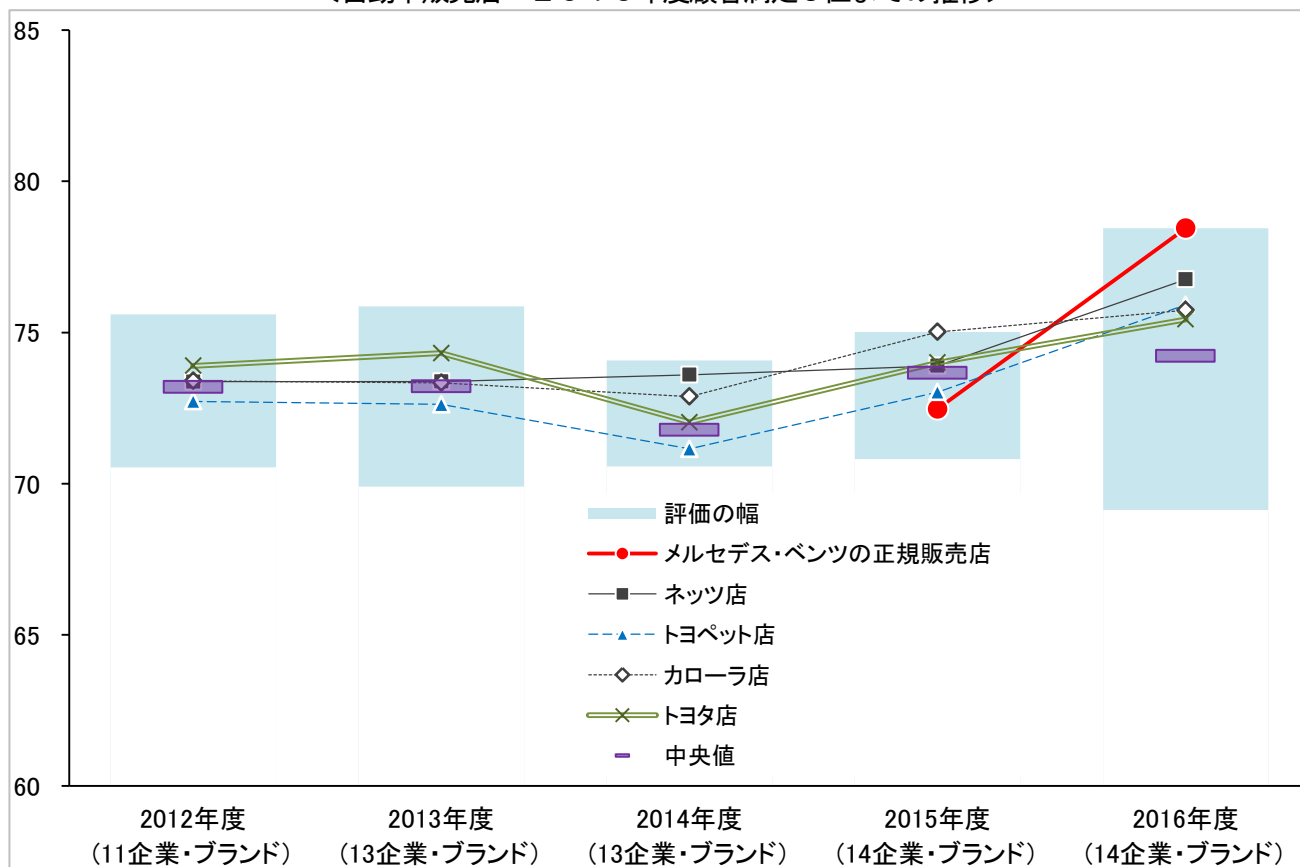
< 2016年度 自動車販売店 6指標順位（中央値まで） >

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	79.3 メルセデス・ベンツ の正規販売店	79.7 メルセデス・ベンツ の正規販売店	73.7 ネッツ店	78.4 メルセデス・ベンツ の正規販売店	74.3 メルセデス・ベンツ の正規販売店	71.8 メルセデス・ベンツ の正規販売店
2	トヨペット店	ネッツ店	カローラ店 /トヨタ店 (同点2位)	76.8 ネッツ店	BMWの正規販売店	トヨペット店
3	BMWの正規販売店	トヨペット店 /BMWの正規販売店 (同点3位)	トヨペット店	75.9 トヨペット店	ネッツ店	トヨタ店
4	トヨタ店	トヨペット店	メルセデス・ベンツ の正規販売店	75.7 カローラ店	トヨペット店	スバルの 正規販売店
5	ネッツ店	トヨタ店	メルセデス・ベンツ の正規販売店	75.4 トヨタ店	トヨタ店	ネッツ店
6	カローラ店	カローラ店	スバルの 正規販売店	74.9 スバルの 正規販売店	スバルの 正規販売店	カローラ店
7	スバルの 正規販売店	Honda Cars	Honda Cars	74.2 ダイハツの 正規販売店 /Honda Cars	カローラ店 /ダイハツの 正規販売店 (同点7位)	BMWの正規販売店



自動車販売店は業種内の顧客満足のスコアの幅が小さい傾向がありましたが、今年度は大きくなりました。上位企業のスコアが上昇すると同時に、下位企業のスコアが下降したことがわかります。

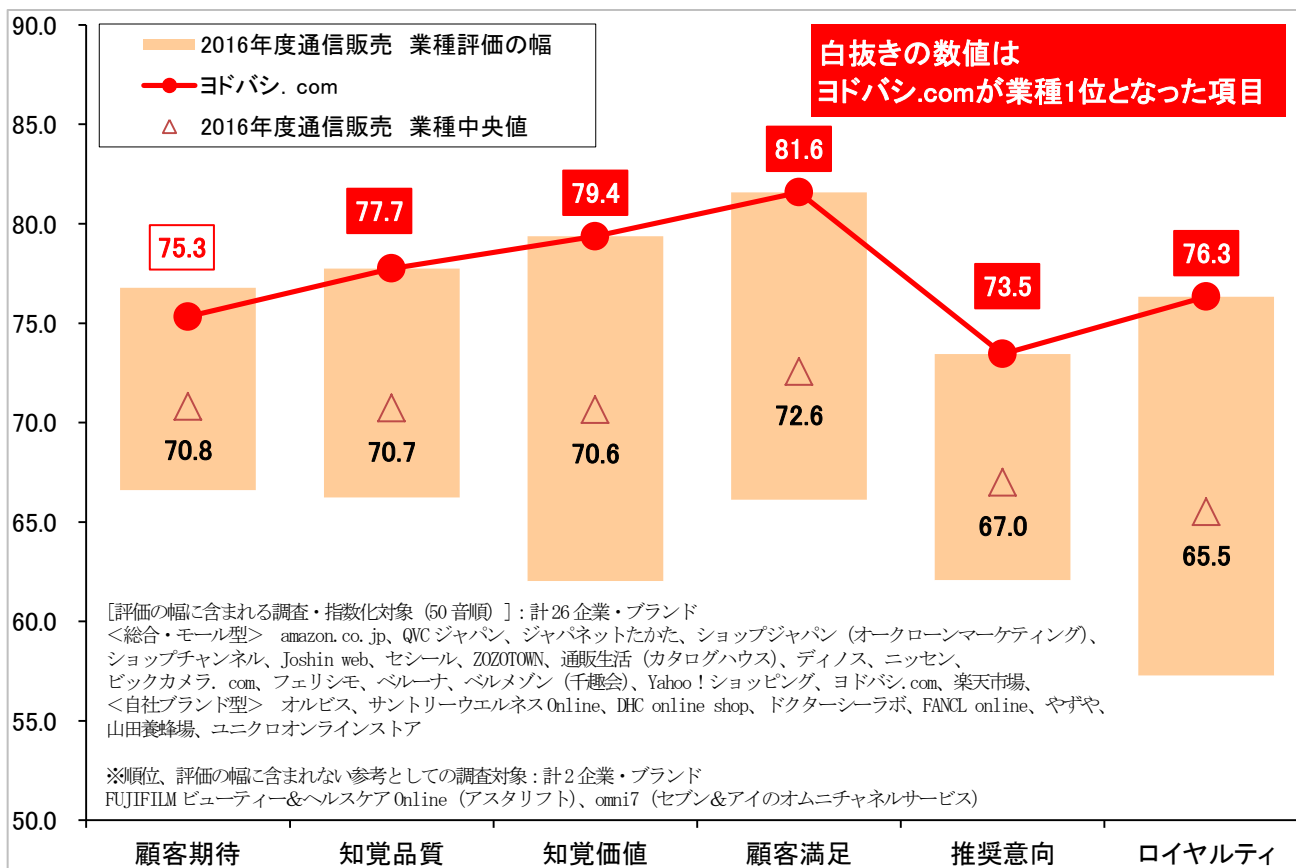
＜自動車販売店 2016年度顧客満足5位までの推移＞



通信販売は「ヨドバシ.com」が3年連続の顧客満足1位と他4指標でも1位となりました。顧客満足2位は「オルビス」で、知覚品質、推奨意向においても2位となりました。顧客満足3位の「Joshin web」は、知覚価値とロイヤルティで2位となっています。顧客期待は「通販生活」が1位となりました。

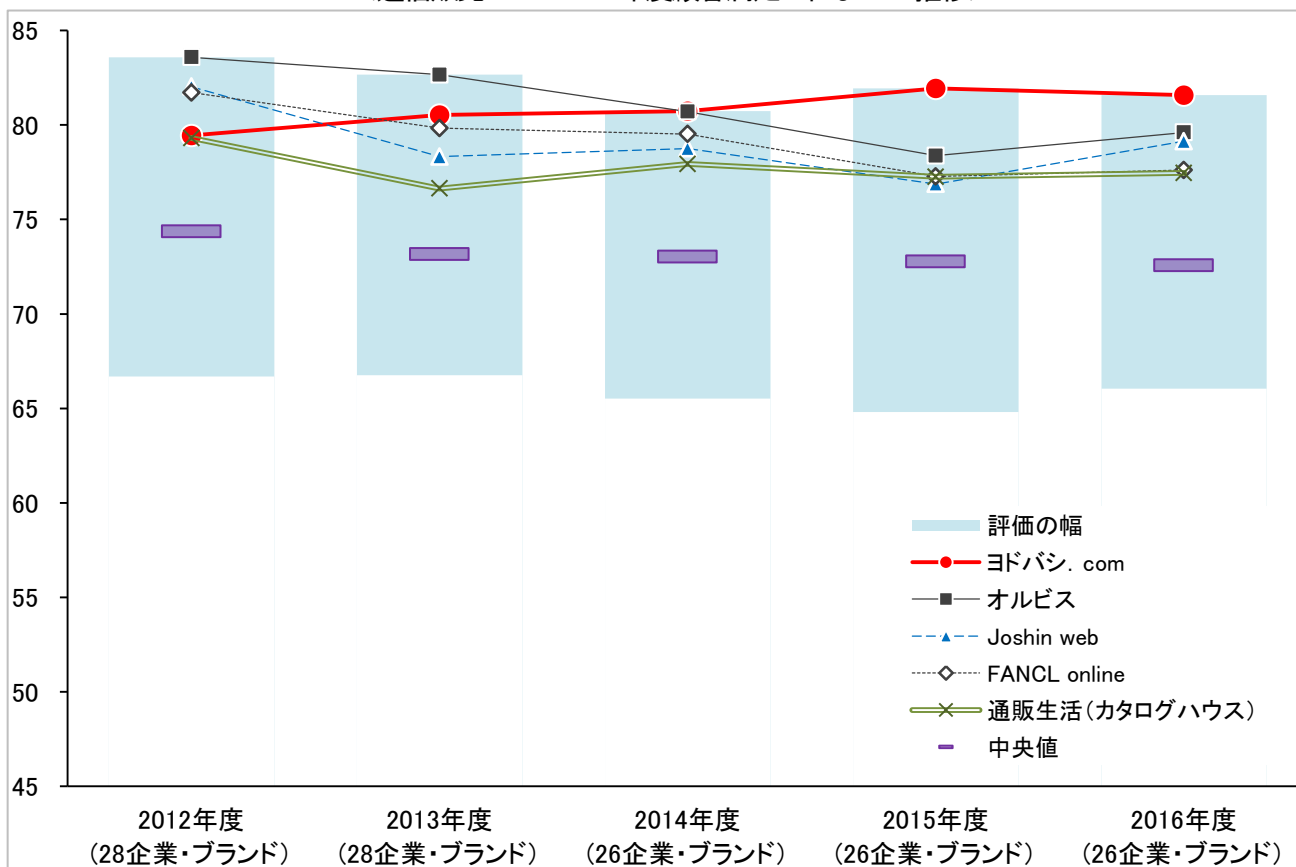
＜2016年度通信販売 6指標順位（中央値まで）＞

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	76.8 通販生活	77.7 ヨドバシ.com	79.4 ヨドバシ.com	81.6 ヨドバシ.com	73.5 ヨドバシ.com	76.3 ヨドバシ.com
2	FANCL online	オルビス	Joshin web	79.6 オルビス	オルビス	Joshin web
3	オルビス	通販生活	オルビス	79.1 Joshin web	FANCL online	amazon.co.jp
4	ヨドバシ.com	FANCL online	amazon.co.jp	77.6 FANCL online	ドクターシーラボ	オルビス
5	ドクターシーラボ	Joshin web	ジャパネット たかた	77.5 通販生活	Joshin web	通販生活
6	山田養蜂場	ドクターシーラボ	FANCL online	77.0 amazon.co.jp	通販生活	ZOZOTOWN
7	サントリーウエルネス Online	山田養蜂場	通販生活	76.4 ドクターシーラボ	山田養蜂場	山田養蜂場
8	ジャパネット たかた	amazon.co.jp		74.8 山田養蜂場	amazon.co.jp	/楽天市場 (同点7位)
9	Joshin web	サントリーウエルネス Online	ドクターシーラボ /ビックカメラ.com (同点8位)	74.5 ジャパネット たかた	ZOZOTOWN	ビックカメラ.com
10	amazon.co.jp	ジャパネット たかた	ZOZOTOWN	74.0 ZOZOTOWN	ビックカメラ.com	/FANCL online (同点9位)
11	ディノス	DHC online shop	DHC online shop	73.7 DHC	DHC online shop	ジャパネット たかた
12	DHC online shop	ZOZOTOWN	Yahoo!	online shop /ビックカメラ.com (同点11位)	ジャパネット たかた	ドクターシーラボ
13	ZOZOTOWN	ベルメゾン	ショッピング /山田養蜂場 (同点12位)	72.7 サントリーウエルネス Online	サントリーウエルネス Online	DHC online shop



「ヨドバシ.com」は2011年度から2015年度まで顧客満足スコアが上昇し続けていましたが、2016年度はやや低下しました。他の上位企業は2015年度から2016年度にかけてややスコアを上昇させており、1位に迫っています。

<通信販売 2016年度顧客満足5位までの推移>



参考:2016年度結果 カテゴリーを「自社ブランド型」および「総合モール型」に分けた場合の順位

<自社ブランド型>

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	75.6 FANCL online	77.3 オルビス	77.7 オルビス	79.6 オルビス	72.4 オルビス	69.1 オルビス
2	オルビス	FANCL online	FANCL online	77.6 FANCL online	FANCL online	山田養蜂場
3	ドクターシーラボ	ドクターシーラボ	ドクターシーラボ	76.4 ドクターシーラボ	ドクターシーラボ	FANCL online
4	山田養蜂場	山田養蜂場	DHC online shop	74.8 山田養蜂場	山田養蜂場	ドクターシーラボ

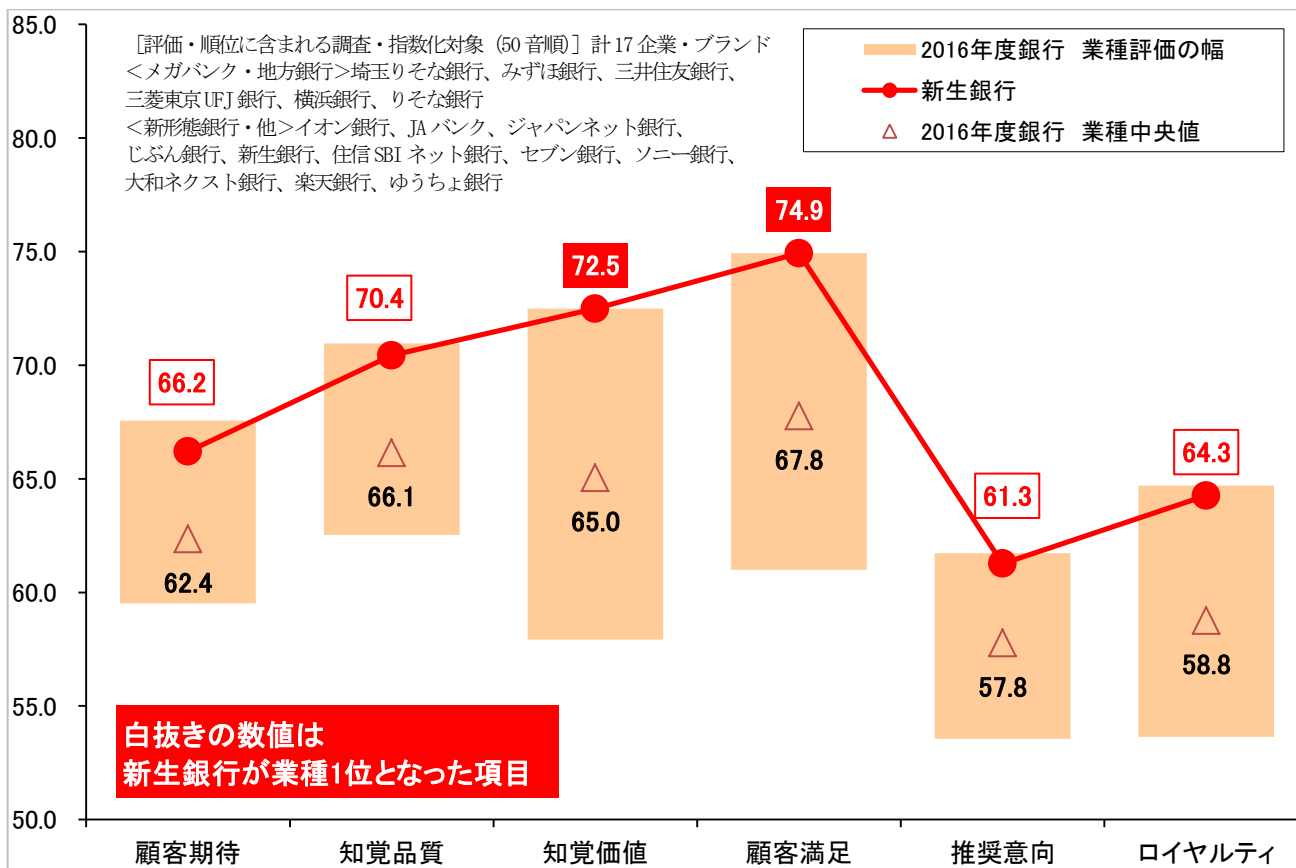
<総合モール型>

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	76.8 通販生活	77.7 ヨドバシ. com	79.4 ヨドバシ. com	81.6 ヨドバシ. com	73.5 ヨドバシ. com	76.3 ヨドバシ. com
2	ヨドバシ. com	通販生活	Joshin web	79.1 Joshin web	Joshin web	Joshin web
3	ジャパネット たかた	Joshin web	amazon. co. jp	77.5 通販生活	通販生活	amazon. co. jp
4	Joshin web	amazon. co. jp	ジャパネット たかた	77.0 amazon. co. jp	amazon. co. jp	通販生活
5	amazon. co. jp	ジャパネット たかた	通販生活	74.5 ジャパネット たかた	ZOZOTOWN	ZOZOTOWN
6	ディノス	ZOZOTOWN	ビックカメラ. com	74.0 ZOZOTOWN	ビックカメラ. com	楽天市場
7	ZOZOTOWN	ベルメゾン	ZOZOTOWN	73.7 ビックカメラ. com	ジャパネットた かた	ビックカメラ. com
8	ベルメゾン	ビックカメラ. com	Yahoo! ショッピング	72.4 ベルメゾン	ベルメゾン	ジャパネット たかた
9	ビックカメラ. com	ディノス	楽天市場	71.9 楽天市場	/ディノス (同点8位)	Yahoo! ショッピング

銀行は「新生銀行」が初の顧客満足1位となりました。知覚価値も1位となり、全体的に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「ソニー銀行」は顧客期待・知覚品質・推奨意向が1位となり高評価です。また<メガバンク・地方銀行>の категорияでは「三菱東京UFJ銀行」が顧客満足を含む5指標で1位となりました。

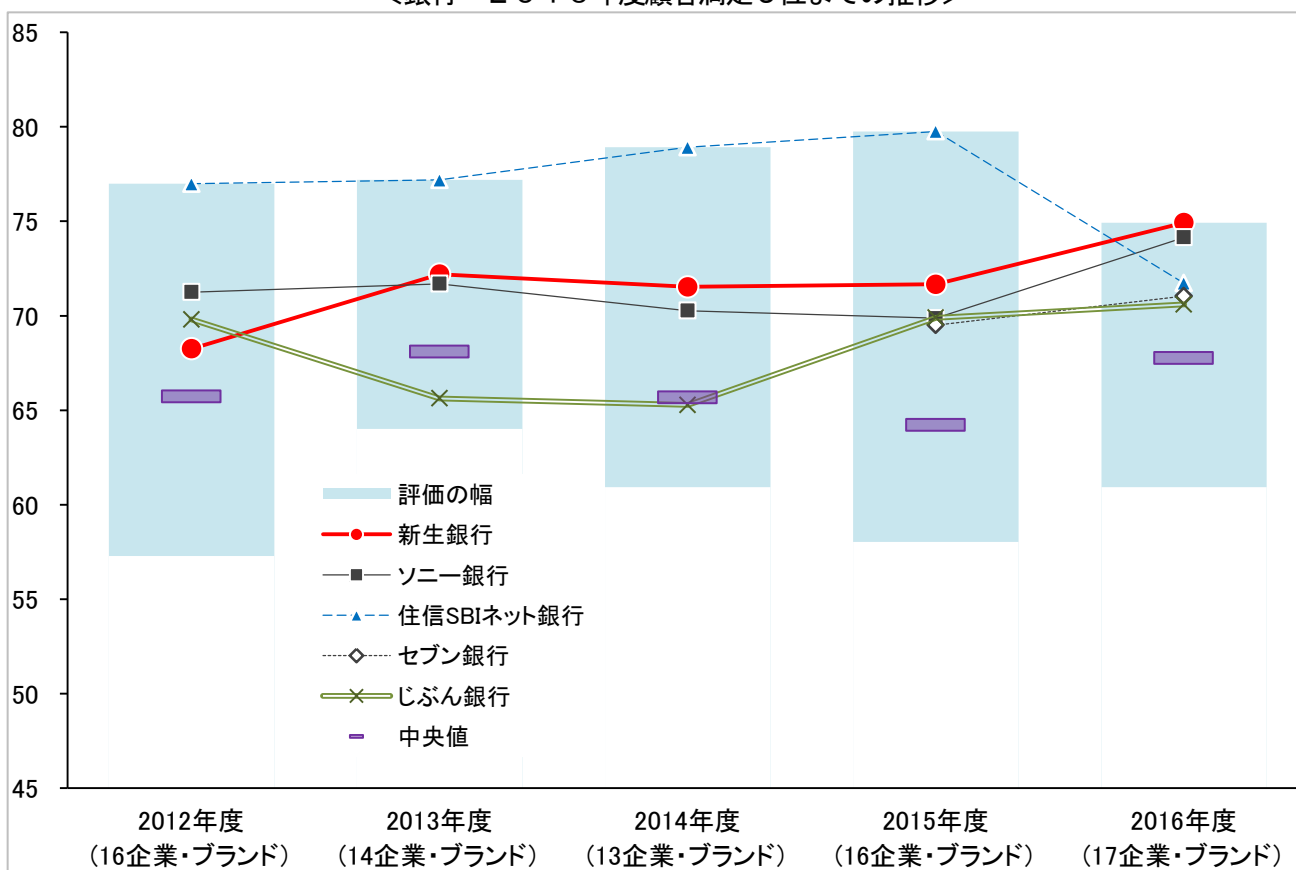
＜2016年度銀行 6指標順位（中央値まで）＞

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	67.6 ソニー銀行	71.0 ソニー銀行	72.5 新生銀行	74.9 新生銀行	61.7 ソニー銀行	64.7 住信 SBI ネット銀行 /セブン銀行 (同点1位)
2	新生銀行	新生銀行	ソニー銀行	74.1 ソニー銀行	新生銀行	
3	住信 SBI ネット銀行	住信 SBI ネット銀行	住信 SBI ネット銀行	71.7 住信 SBI ネット銀行	住信 SBI ネット銀行	ゆうちょ銀行
4	ジャパンネット銀行	ジャパンネット銀行	じぶん銀行	71.0 セブン銀行	セブン銀行	新生銀行
5	大和ネクスト銀行	セブン銀行	ジャパンネット銀行	70.6 じぶん銀行	イオン銀行	ソニー銀行
6	セブン銀行	大和ネクスト銀行	大和ネクスト銀行	70.3 ジャパンネット銀行	ジャパンネット銀行	イオン銀行
7	ゆうちょ銀行	じぶん銀行 /三菱東京 UFJ 銀行 (同点7位)	セブン銀行	69.4 ゆうちょ銀行	じぶん銀行	ジャパンネット銀行
8	イオン銀行		イオン銀行	68.9 イオン銀行	大和ネクスト銀行 /ゆうちょ銀行 (同点8位)	じぶん銀行
9	三菱東京 UFJ 銀行	ゆうちょ銀行	ゆうちょ銀行	67.8 大和ネクスト銀行		三菱東京 UFJ 銀行



銀行は昨年度と比較し、顧客満足スコアの幅が大きくなる傾向から一転して小さくなっています。最上位企業スコアが下降し、最下位企業のスコアが上がっているためです。今年度は特に上位5社間のスコアが僅差となっています。

<銀行 2016年度顧客満足5位までの推移>



参考:2016年度結果 カテゴリーを「メガバンク・地方銀行」および「新形態銀行・他」に分けた場合の順位

<メガバンク・地方銀行>

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	62.4 三菱東京UFJ 銀行	66.2 三菱東京UFJ 銀行	61.2 埼玉りそな銀行	64.5 三菱東京UFJ 銀行	57.7 埼玉りそな銀行	58.8 三菱東京UFJ 銀行
2	埼玉りそな銀行	りそな銀行	/三菱東京UFJ 銀行	64.4 埼玉りそな銀行	三井住友銀行	埼玉りそな銀行
3	三井住友銀行	埼玉りそな銀行	りそな銀行	64.1 三井住友銀行	三菱東京UFJ 銀行	三井住友銀行

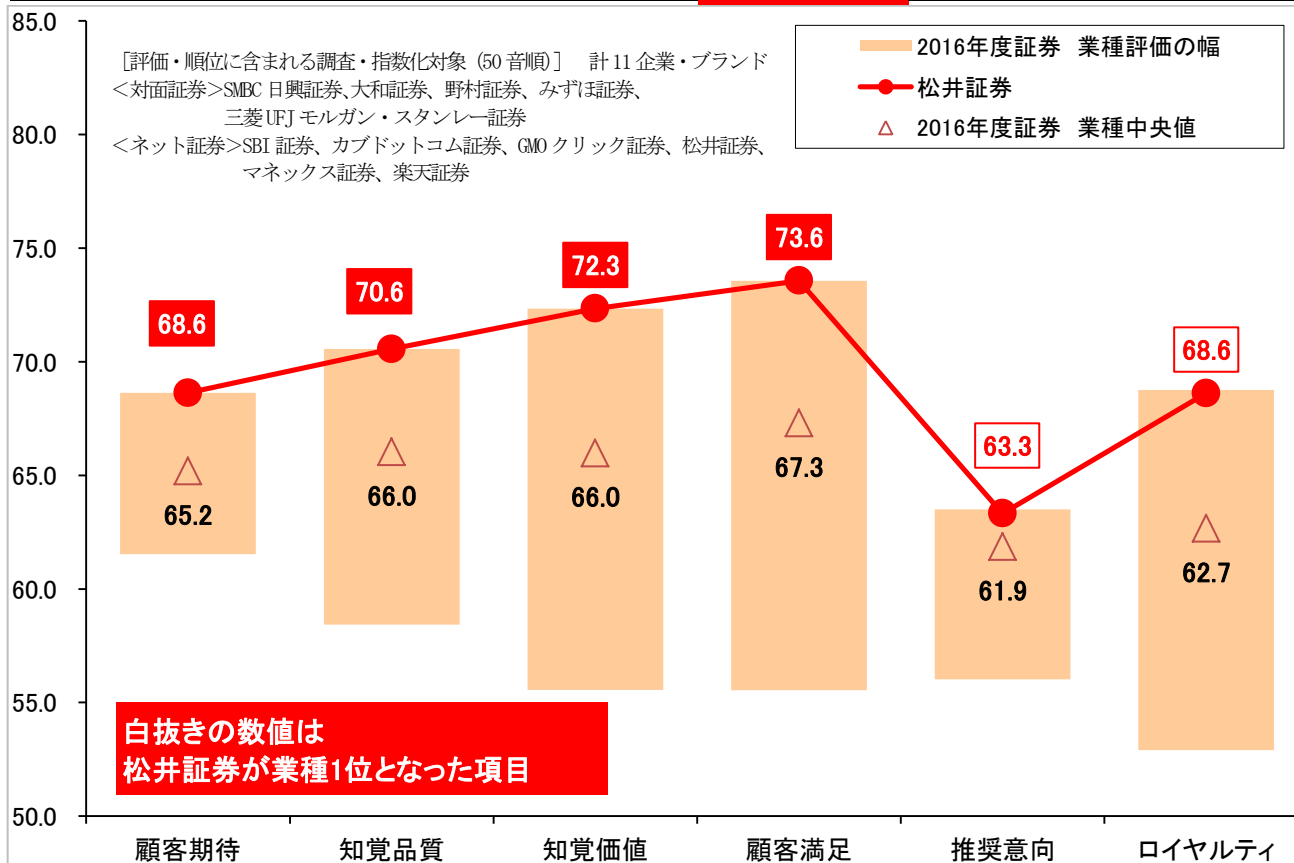
<新形態銀行・他>

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	67.6 ソニー銀行	71.0 ソニー銀行	72.5 新生銀行	74.9 新生銀行	61.7 ソニー銀行	64.7 住信SBIネット 銀行
2	新生銀行	新生銀行	ソニー銀行	74.1 ソニー銀行	新生銀行	/セブン銀行 (同点1位)
3	住信SBIネット 銀行	住信SBIネット 銀行	住信SBIネット 銀行	71.7 住信SBIネット 銀行	住信SBIネット 銀行	ゆうちょ銀行
4	ジャパネット 銀行	ジャパネット 銀行	じぶん銀行	71.0 セブン銀行	セブン銀行	新生銀行
5	大和ネクスト 銀行	セブン銀行	ジャパネット 銀行	70.6 じぶん銀行	イオン銀行	ソニー銀行

証券全体では、「松井証券」が2年ぶりに顧客満足1位となりました。顧客期待・知覚品質・知覚価値も1位となりました。顧客満足2位の「SBI証券」は推奨意向・ロイヤルティで1位となり高い評価となっています。また、＜対面証券＞の 카테고리では「野村証券」が顧客満足を含む全6指標で1位となりました。

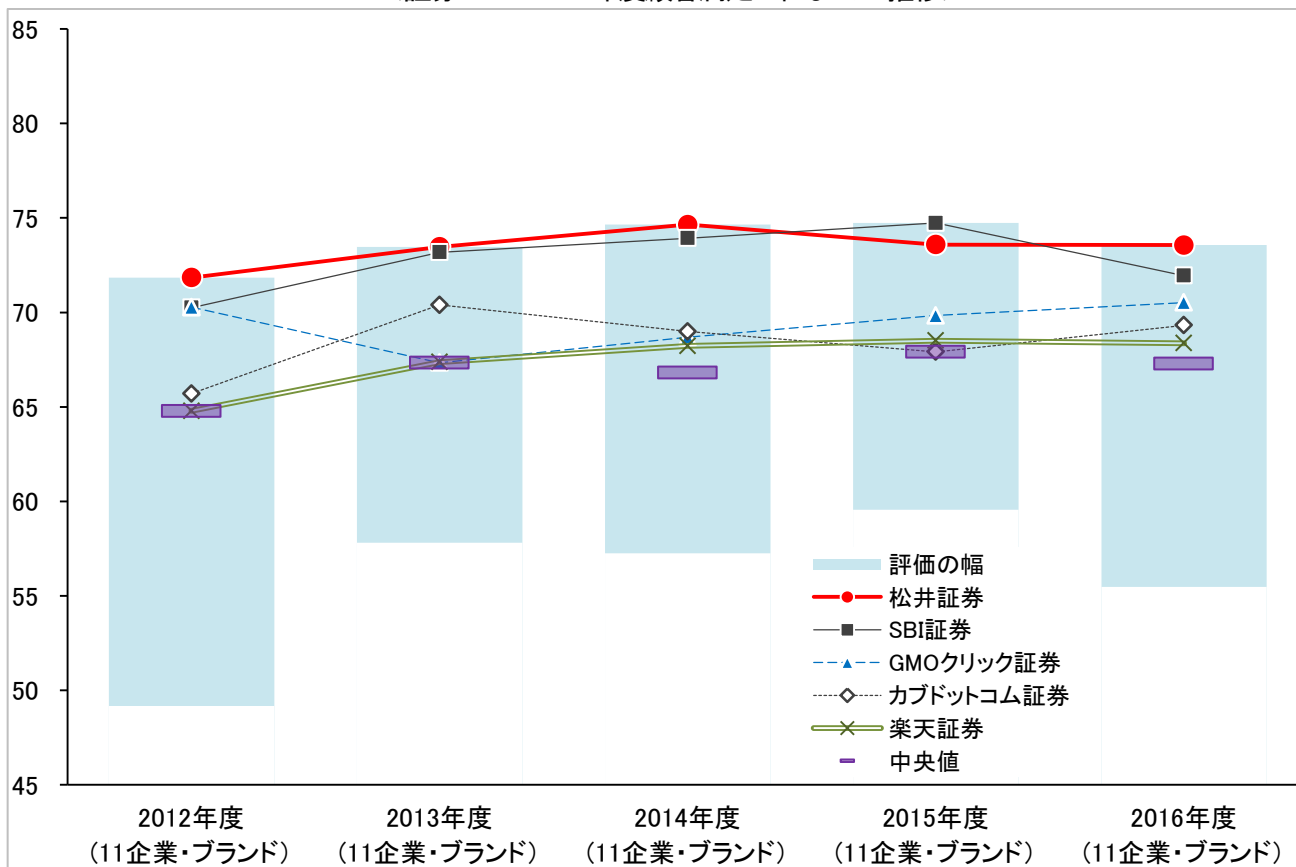
＜2016年度証券 6指標順位（中央値まで）＞

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	68.6 松井証券	70.6 松井証券	72.3 松井証券	73.6 松井証券	63.5 SBI証券 /カブドットコム 証券 (同点1位)	68.8 SBI証券
2	SBI証券	SBI証券	GMOクリック 証券	71.9 SBI証券	松井証券	松井証券
3	野村証券	カブドットコム 証券 /GMOクリック 証券 (同点3位)	SBI証券	70.5 GMOクリック 証券	松井証券	楽天証券
4	カブドットコム 証券		カブドットコム 証券	69.3 カブドットコム 証券	GMOクリック 証券	GMOクリック 証券
5	GMOクリック 証券	マネックス証券	マネックス証券	68.4 楽天証券	野村証券	カブドットコム 証券
6	楽天証券	野村証券	マネックス証券 (同点5位)	67.3 マネックス証券	楽天証券	マネックス証券



証券の過去5年の顧客満足スコアの最小値は大きく変動していますが、中央値と最大値に大きな変化はありません。今年度は中央値以上の上位企業が僅差となりました。

＜証券 2016年度顧客満足5位までの推移＞



参考: 2016年度結果 カテゴリーを「対面証券」および「ネット証券」に分けた場合の順位

＜対面証券＞

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	67.7 野村証券	66.0 野村証券	62.3 野村証券	63.9 野村証券	62.1 野村証券	59.8 野村証券
2	大和証券	大和証券	SMBC 日興証券	60.9 SMBC 日興証券	三菱 UFJ モルガン・スタンレー 証券	SMBC 日興証券
3	三菱 UFJ モルガン・スタンレー 証券	SMBC 日興証券	大和証券	59.6 三菱 UFJ モルガン・スタンレー 証券	大和証券	大和証券

＜ネット証券＞

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	68.6 松井証券	70.6 松井証券	72.3 松井証券	73.6 松井証券	63.5 SBI 証券	68.8 SBI 証券
2	SBI 証券	SBI 証券	GMO クリック 証券	71.9 SBI 証券	カブドットコム 証券 (同点 1 位)	松井証券
3	カブドットコム 証券	カブドットコム 証券	SBI 証券	70.5 GMO クリック 証券	松井証券	楽天証券

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。

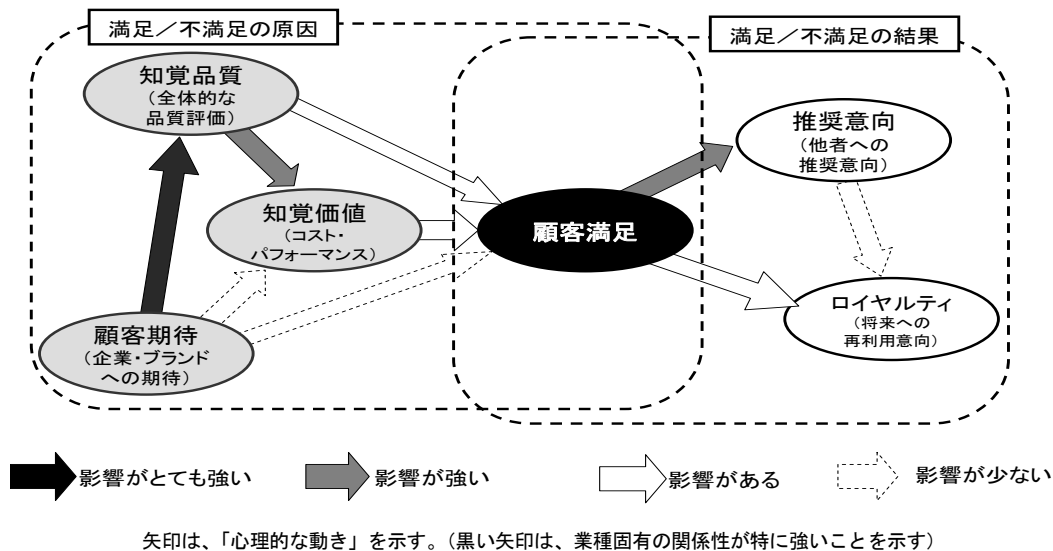
知覚価値：受けたサービスの品質と価格とを対比して、利用者が感じる納得感、コストパフォーマンスを示します。

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（主なベースは売上高）。
- 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）
自動車販売店(14) (*参考(2))	カローラ店、スズキの正規販売店、スバルの正規販売店、ダイハツの正規販売店、トヨタ店、トヨペット店、日産の正規販売店、ネット店、BMWの正規販売店、フォルクスワーゲンの正規販売店、Honda Cars、マツダの正規販売店、ミツビシの正規販売店、メルセデス・ベンツの正規販売店 (*参考：Audiの正規販売店、レクサス店)	最近1年間に運転することがある乗用自動車(※1)の修理(部品交換含む)・車検・点検(12ヶ月点検等)で利用 (※1)トラック類除く4輪の自家用車
通信販売(26) (*参考(2))	amazon.co.jp、イオンスクエア、オルビス、QVC ジャパン、サントリーウエルネス Online、ジャパネットたかた、Joshin web、ショップジャパン(オークローンマーケティング)、ショップチャンネル、セシール、Zozotown、通販生活(カタログハウス)、DHC online shop、ディノス、ドクターシーラボ、ニッセン、ビックカメラ.com、FANCL online、フェリシモ、ベルーナ、ベルメゾン(千趣会)、やずや、Yahoo!ショッピング、山田養蜂場、ユニクロオンラインストア、ヨドバシ.com、楽天市場 (*参考：FUJIFILMビューティー&ヘルスケア Online、ammi7)	1年以内に2回以上(会計を伴う)利用
銀行(17)	イオン銀行、埼玉りそな銀行、JAバンク、じぶん銀行、ジャパンネット銀行、新生銀行、住信SBIネット銀行、セブン銀行、ソニー銀行、大和ネクスト銀行、みずほ銀行、三井住友銀行、三菱東京UFJ銀行、ゆうちょ銀行、横浜銀行、楽天銀行、りそな銀行	最近1年間に、利用した事がある、もしくは、現在も利用中(口座がある等) かつ、以下のいずれかの経験がある事 ・「売買・取引(投資信託・国債等)」 ・「手続き(振込・定期・積立預金等)」 ・「手続き(ローン・融資・借入等)」 ・「活用(ポイントプログラム等)」 ・「資産に関する相談・アドバイス」
証券(11)	SMBC日興証券、SBI証券、カブドットコム証券、GMOクリック証券、大和証券、野村証券、松井証券、マネックス証券、みずほ証券、三菱UFJモルガン・スタンレー証券、楽天証券	最近1年間に利用した事がある(口座があるもの等) かつ、以下のいずれかの経験がある事 ・「売買・取引(株式・FX等)」 ・「資産に関する相談・アドバイス」

*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：68企業・ブランド
参考調査：4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8月30日(火) 札幌開催 / 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2回 8月26日(金) 15:00~17:00 / 第3回 10月13日(木) 15:00~17:00



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