

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1回調査結果発表～

セイコーマートが1位に返り咲き ビジネスホテル上位はシティホテルを上回る高評価

サービス産業生産性協議会（代表幹事：秋草直之 富士通（株）顧問）は、この度2016年度「JCSI（日本版顧客満足度指数：Japanese Customer Satisfaction Index）」第1回調査として、6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、事務機器）における、のべ74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）

・セイコーマート（コンビニエンスストア）	～2年ぶり顧客満足1位～	4頁
・帝国ホテル（シティホテル）	～8年連続顧客満足1位。全指標1位～	6頁
・リッチモンドホテル（ビジネスホテル）	～2年連続顧客満足1位～	8頁
・モスバーガー（飲食）	～2年連続顧客満足1位～	10頁
・ドトールコーヒー（カフェ）	～2年連続顧客満足1位～	13頁
・富士ゼロックス（事務機器）	～6年連続顧客満足1位。全指標1位～	15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、約30業種、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、17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1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

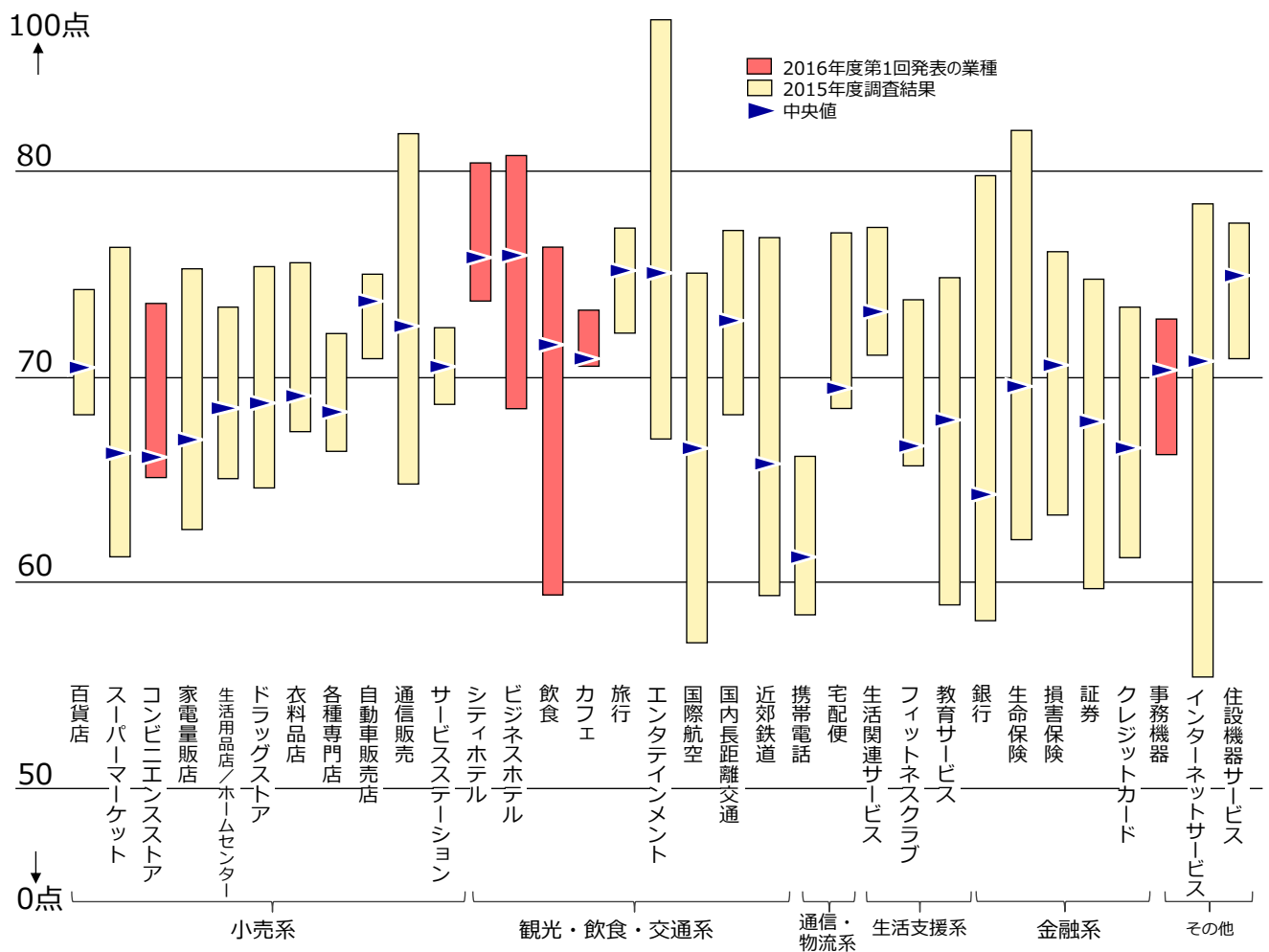
SPRING

JCSI

検索

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1回調査の6業種を比較すると、顧客満足の最高点、中央値ともにビジネスホテルが最も高い評価となり、次いでシティホテルとなりました。ビジネスホテル、シティホテルの中央値は、前年度に調査をおこなった他の27業種と比べても高くなっています。

■今回調査（2016年度 第1回）の概要

1. 今回調査の対象業種／企業・ブランド（2016年度第1回、通算第36回調査）：

今回調査の対象業種は下表「第1回」の6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月発表予定)	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19頁「参考資料3」参照）

2. 調査期間： 2016年4月1日～5月6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（19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500～600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。

※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： 20, 297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（18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（17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から構成され、質問への回答から、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。



■コンビニエンスストア

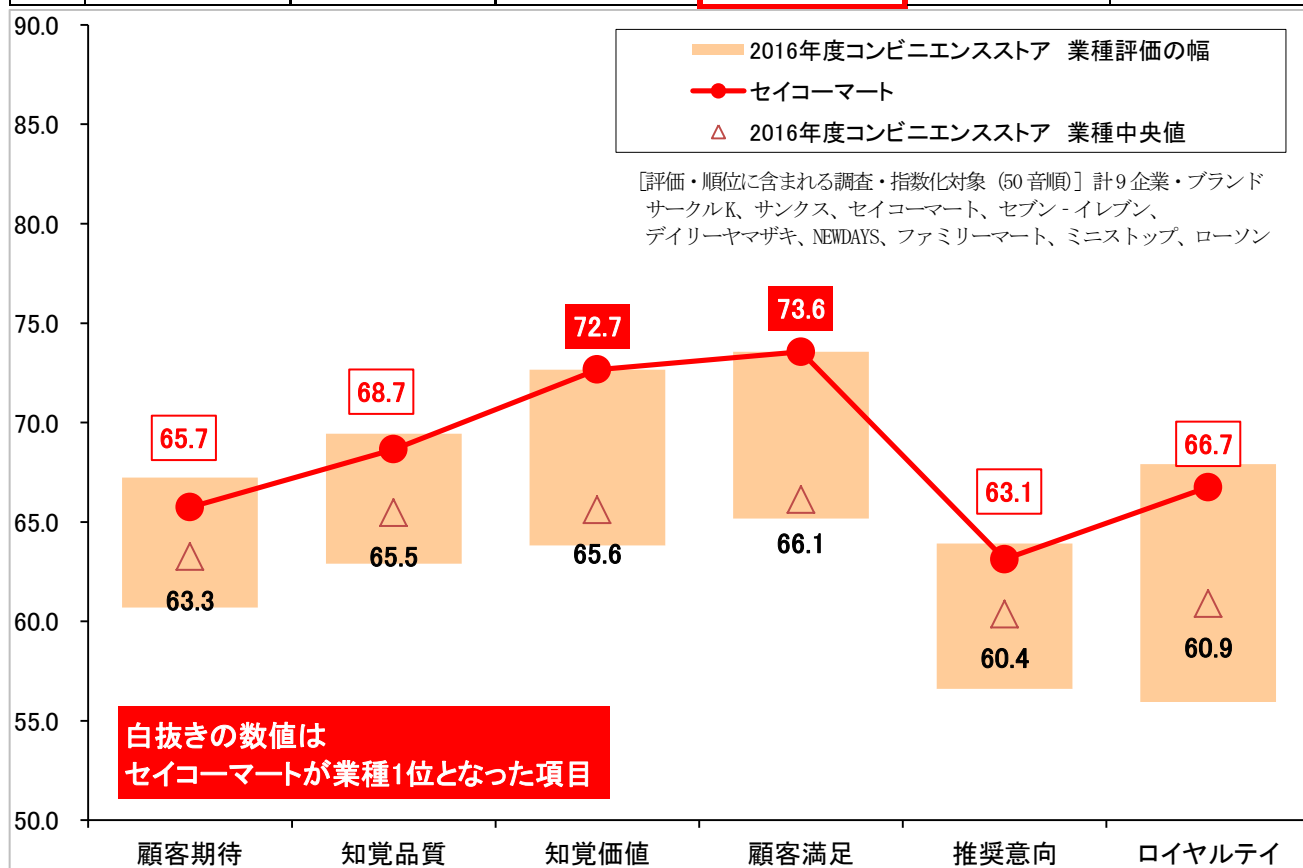
～「セイコーマート」が2年ぶり顧客満足1位～



コンビニエンスストアは「セイコーマート」が2年ぶりに顧客満足1位となりました。知覚価値も1位になり高い評価を得ています。顧客満足2位の「セブン-イレブン」は顧客期待・知覚品質・推奨意向・ロイヤルティで1位となり、高い評価となりました。

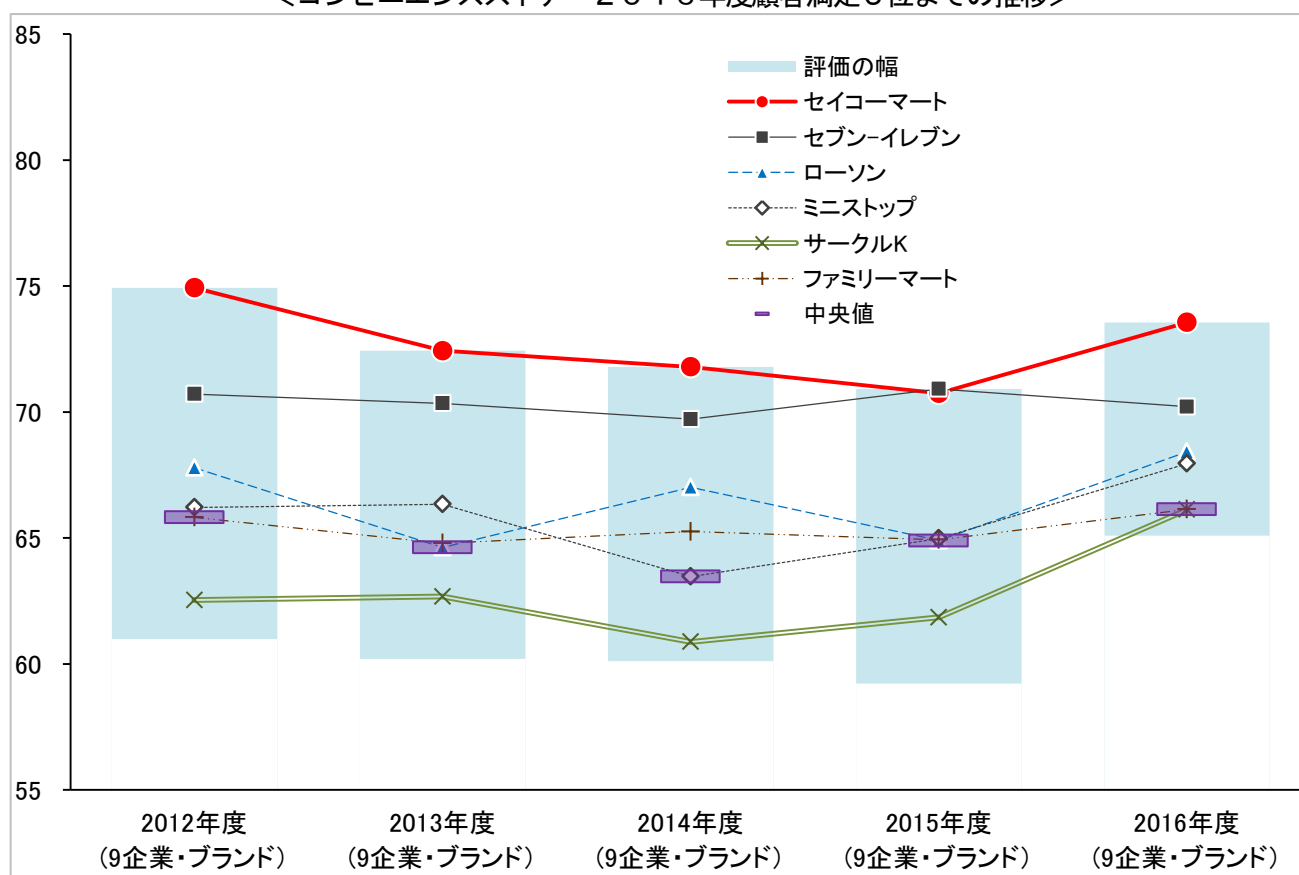
＜ 2016年度 コンビニエンスストア 6指標順位（中央値まで）＞

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	67.2 セブン-イレブン	69.4 セブン-イレブン	72.7 セイコーマート	73.6 セイコーマート	63.9 セブン-イレブン	67.9 セブン-イレブン
2	セイコーマート	セイコーマート	セブン-イレブン	70.2 セブン-イレブン	ローソン	セイコーマート
3	ローソン	ローソン	ローソン	68.4 ローソン	セイコーマート	ファミリーマート
4	ミニストップ	ファミリーマート	デイリーヤマザキ	68.0 ミニストップ	ファミリーマート	ローソン
5	ファミリーマート	ミニストップ	ミニストップ	66.1 サークルK/ ファミリーマート (同点5位)	ミニストップ	ミニストップ



コンビニエンスストアは昨年度と比較し、業種全体のスコアが上昇する傾向がでています。特に、下位企業の評価が上昇し、中央値と最下位間のスコア差が非常に小さくなりました。

＜コンビニエンスストア 2016年度顧客満足5位までの推移＞



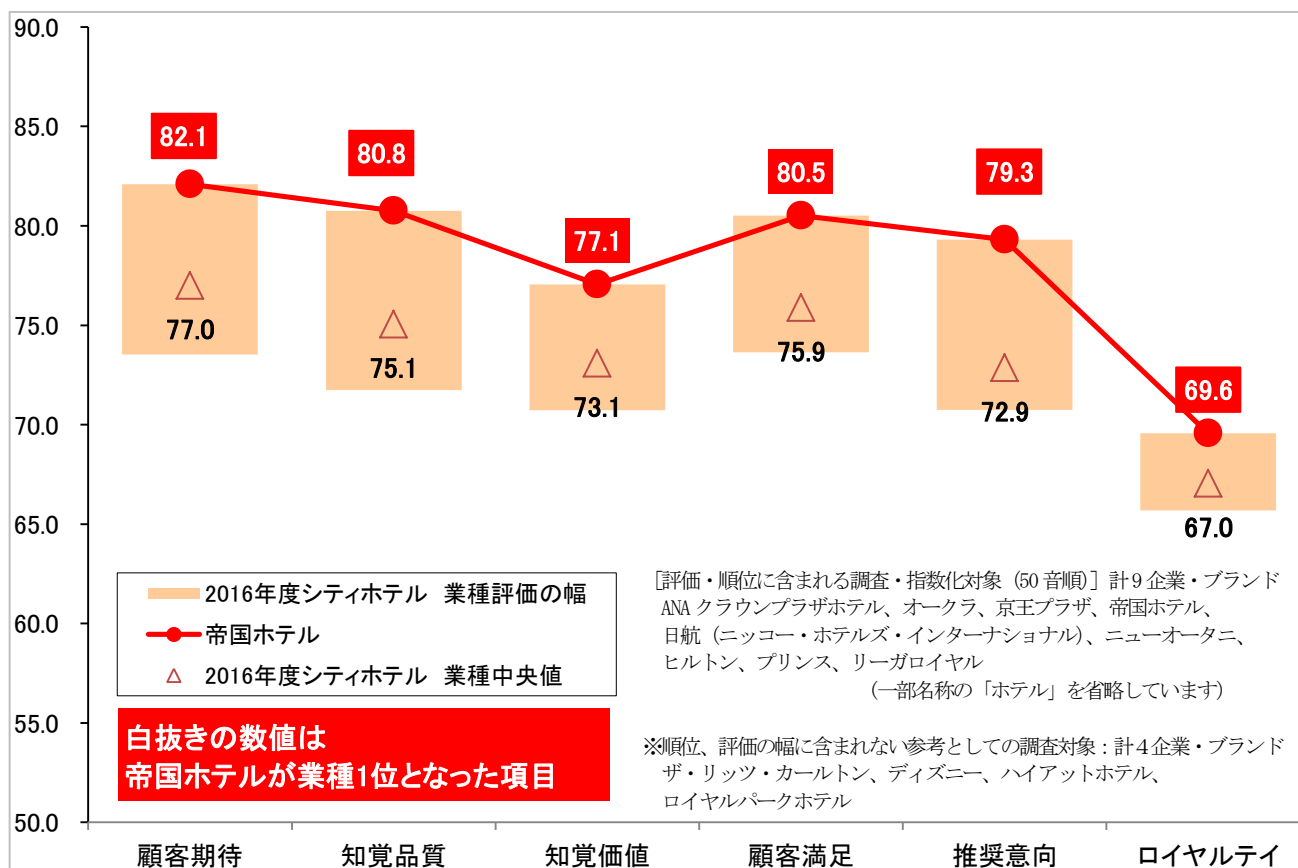
■ シティホテル

～「帝国ホテル」が8年連続1位の顧客満足を含む全指標で1位～

シティホテルは「帝国ホテル」が8年連続の顧客満足1位を含む全6指標で1位となりました。顧客満足2位の「日航」は知覚価値・推奨意向・ロイヤルティも2位となり、高い評価となりました。顧客満足3位の「オークラ」は顧客期待・知覚品質で2位となっています。

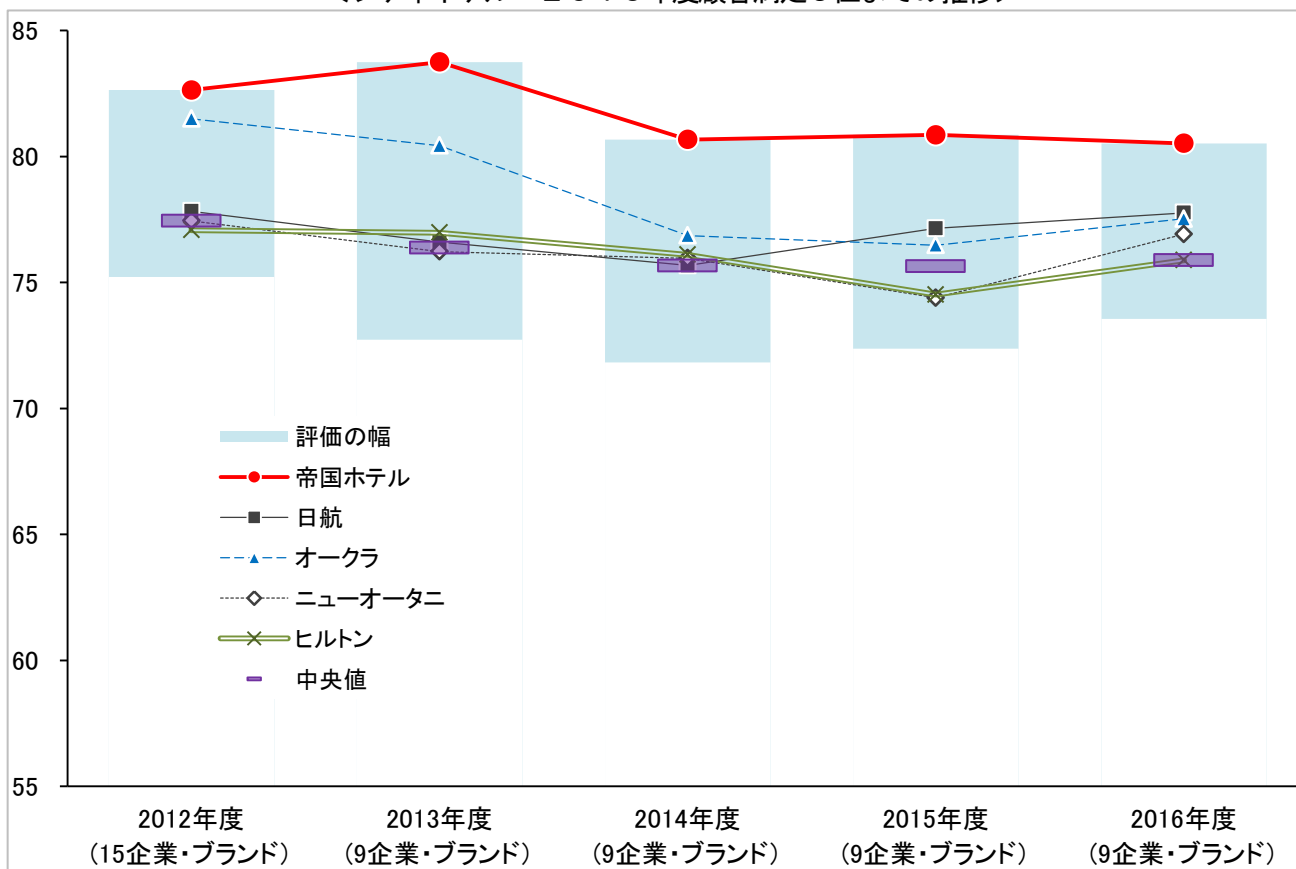
＜2016年度シティホテル 6指標順位（中央値まで）＞

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	82.1 帝国ホテル	80.8 帝国ホテル	77.1 帝国ホテル	80.5 帝国ホテル	79.3 帝国ホテル	69.6 帝国ホテル
2	オークラ	オークラ	日航	77.8 日航	日航	日航
3	日航	日航	オークラ	77.5 オークラ	ヒルトン	ヒルトン
4	ヒルトン	ニューオータニ	ニューオータニ	76.9 ニューオータニ	ニューオータニ	オークラ
5	ニューオータニ	ヒルトン	京王プラザ	75.9 ヒルトン	オークラ	プリンス



シティホテルは、業種全体の顧客満足スコアが毎年高く、中央値が75点を上回る程度で安定しています。帝国ホテルは2014年度からほぼ同じスコアを保ち、1位となっています。

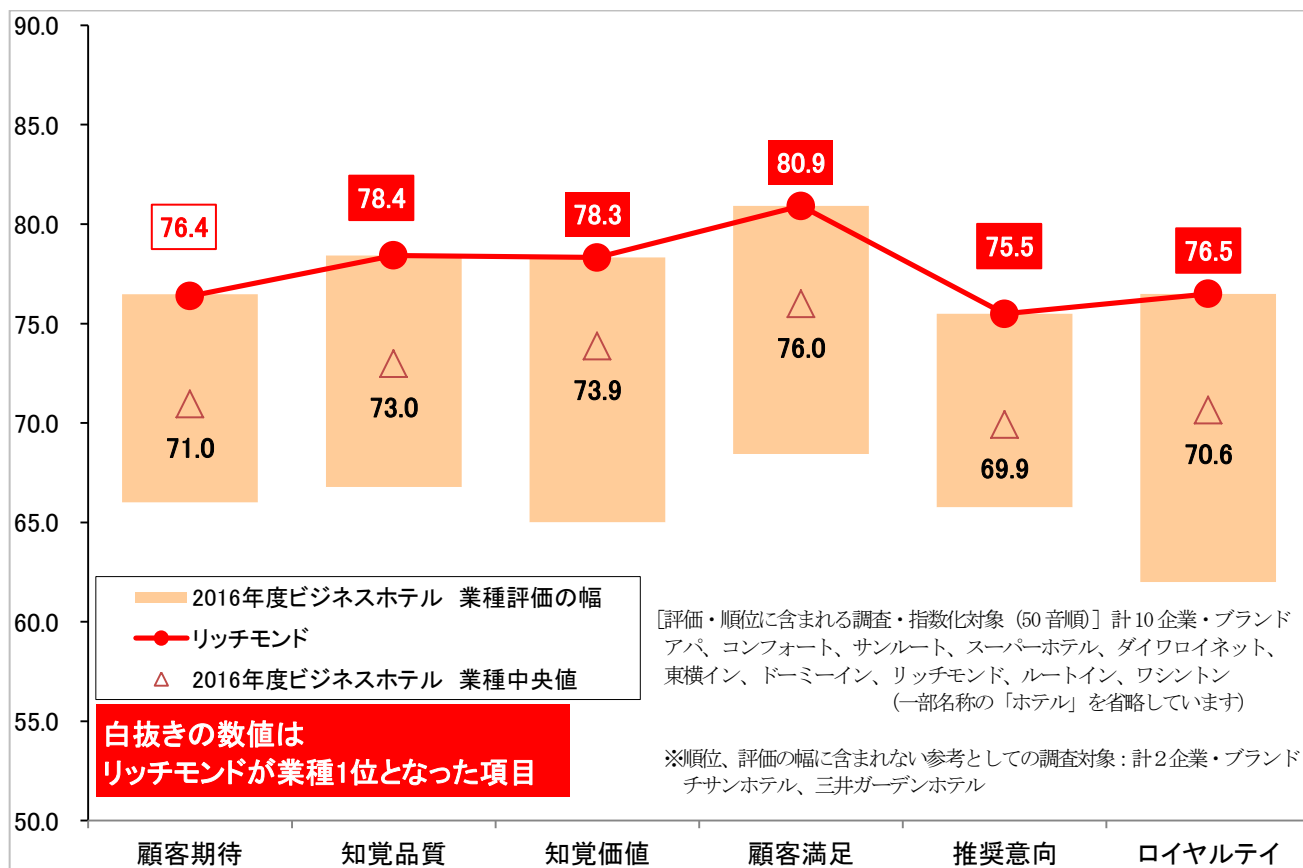
＜シティホテル 2016年度顧客満足5位までの推移＞



ビジネスホテルは「リッチモンド」が2年連続で顧客満足1位となりました。知覚品質・知覚価値・推奨意向・ロイヤルティも1位となり全体として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位の「ドーミーイン」は顧客期待で1位となり、知覚品質・知覚価値・推奨意向・ロイヤルティでも2位と高い評価となりました。顧客満足3位の「スーパーホテル」は知覚価値とロイヤルティでも3位となっています。

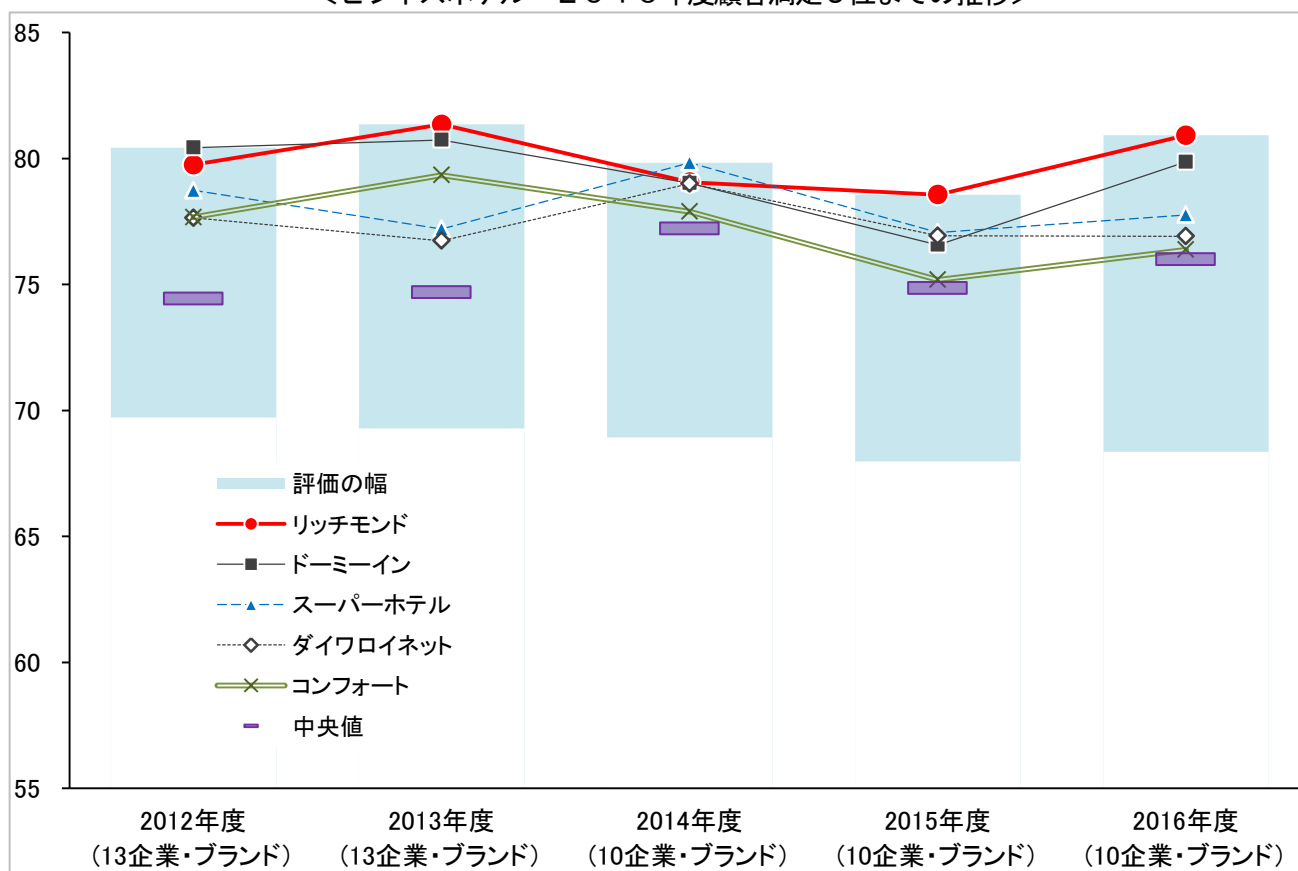
<2016年度ビジネスホテル 6指標順位（中央値まで）>

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	76.5 ドーミーイン	78.4 リッチモンド	78.3 リッチモンド	80.9 リッチモンド	75.5 リッチモンド	76.5 リッチモンド
2	リッチモンド	ドーミーイン	ドーミーイン	79.9 ドーミーイン	ドーミーイン	ドーミーイン
3	ダイワロイネット	ダイワロイネット	スーパーホテル	77.8 スーパーホテル	ダイワロイネット	スーパーホテル
4	スーパーホテル	スーパーホテル	コンフォート	76.9 ダイワロイネット	スーパーホテル	東横イン
5	コンフォート	コンフォート/ ルートイン (同点5位)	ダイワロイネット	76.4 コンフォート	コンフォート	ダイワロイネット



ビジネスホテルの顧客満足スコアは毎年およそ70点から80点の範囲で推移していますが、中央値や各企業・ブランドのスコアを見ると、常に変動していることがわかります。

＜ビジネスホテル 2016年度顧客満足5位までの推移＞

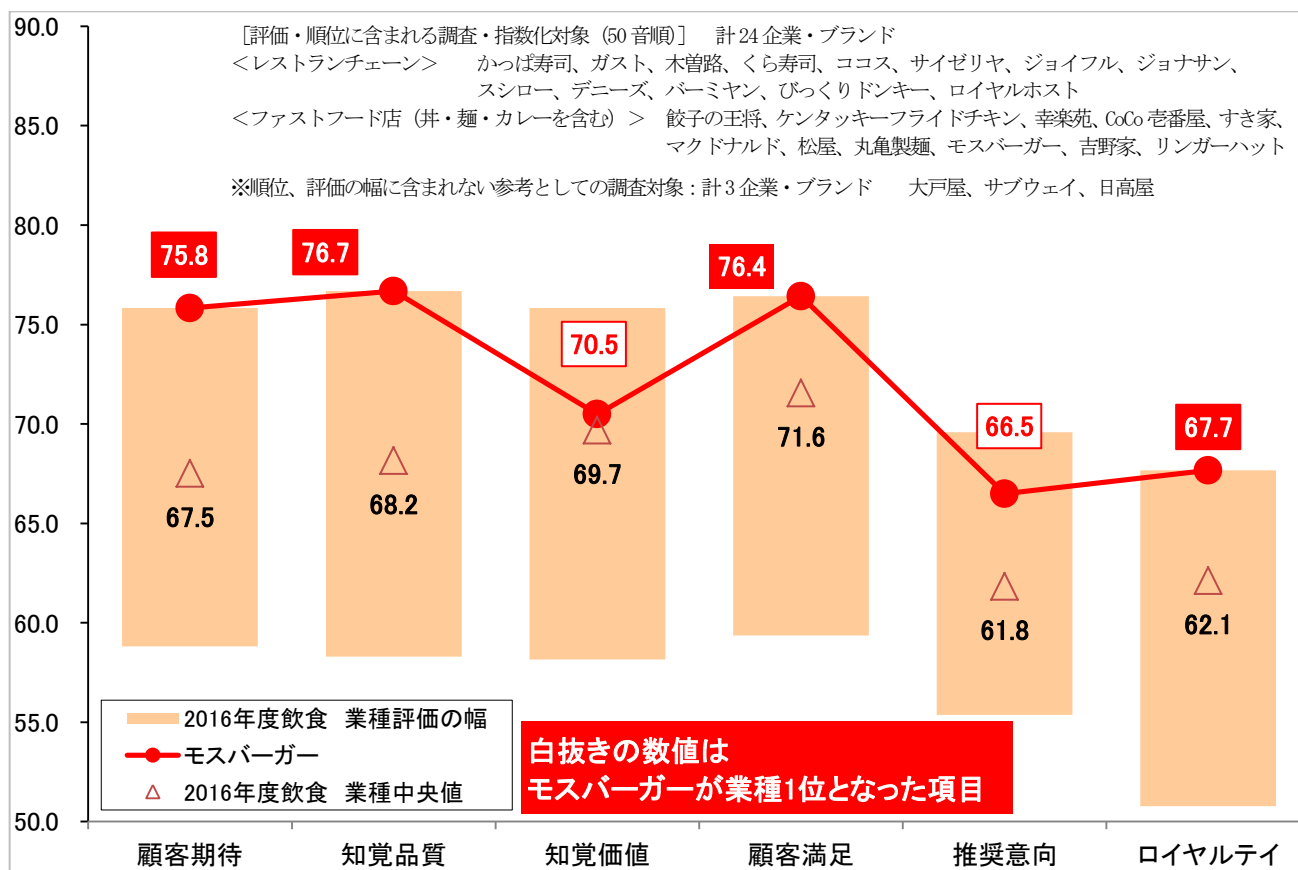


飲食全体では、「モスバーガー」が2年連続で顧客満足1位となりました。2位「丸亀製麺」、3位「くら寿司」は、昨年度からスコアを大きく上昇させて1位と僅差となりました。飲食の上位企業は毎年スコアが僅差となる傾向がありますが、今年度は特にその差が小さくなりました。

また、レストランチェーンのカテゴリーでは、「くら寿司」が初の1位となっています。

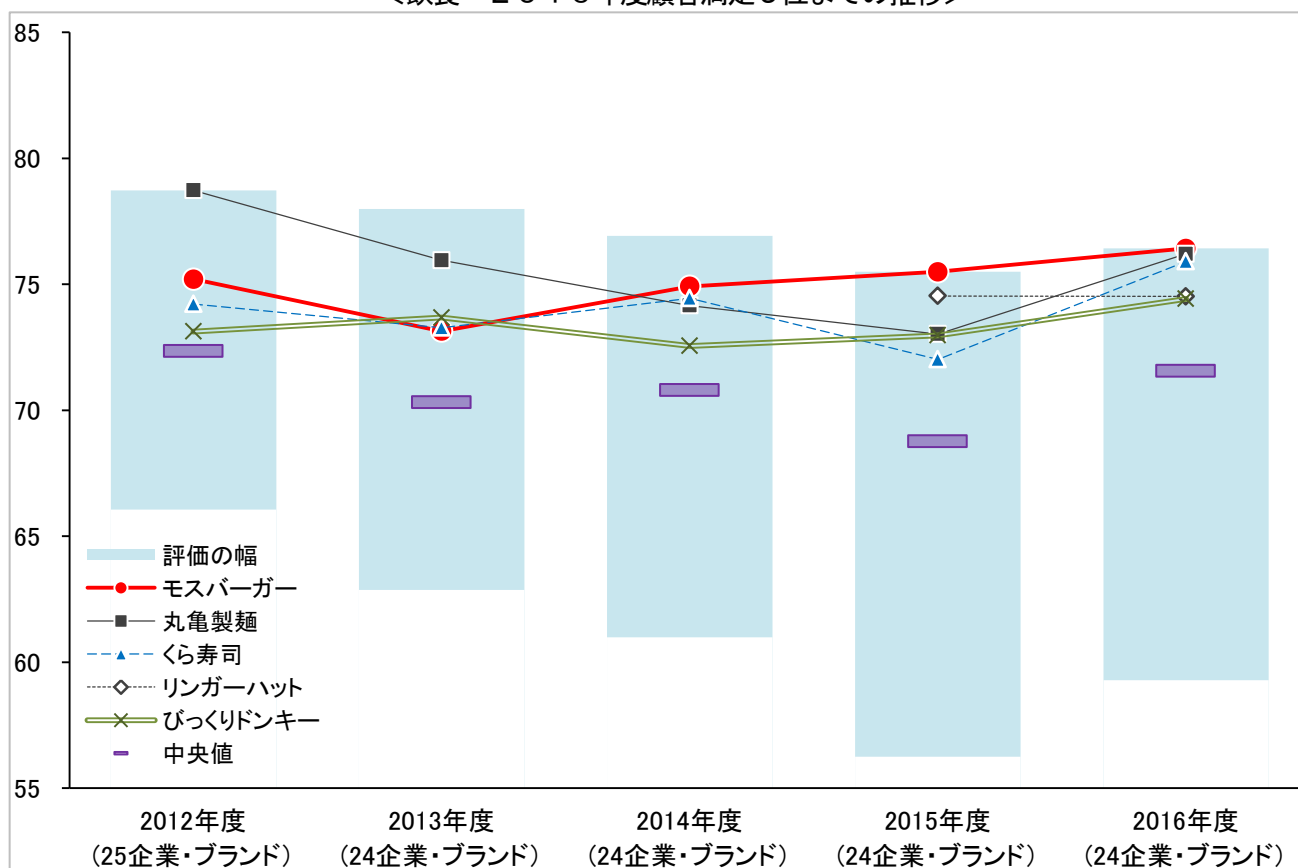
＜2016年度飲食 6指標順位（中央値まで）＞

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	75.8 モスバーガー	76.7 モスバーガー	75.8 サイゼリヤ	76.4 モスバーガー	69.6 木曽路	67.7 モスバーガー
2	木曽路	CoCo 壱番屋	くら寿司	76.2 丸亀製麺	くら寿司	丸亀製麺
3	くら寿司	くら寿司	丸亀製麺	75.9 くら寿司	モスバーガー	木曽路
4	ケンタッキー フライドチキン	びっくりドンキー	リンガーハット	74.5 リンガーハット	びっくりドンキー	くら寿司
5	CoCo 壱番屋	木曽路	スシロー	74.4 びっくりドンキー	丸亀製麺	びっくりドンキー
6	びっくりドンキー	丸亀製麺	ジョイフル	74.3 スシロー	ロイヤルホスト	スシロー
7	丸亀製麺	リンガーハット	木曽路	74.0 木曽路	CoCo 壱番屋	ジョイフル
8	ロイヤルホスト	ケンタッキー フライドチキン	吉野家	73.9 サイゼリヤ	デニース	サイゼリヤ
9	スシロー	スシロー	幸楽苑	73.2 ケンタッキー フライドチキン	スシロー	ケンタッキー フライドチキン
10	リンガーハット	吉野家	びっくりドンキー	73.1 CoCo 壱番屋	ケンタッキー フライドチキン	餃子の王将
11	餃子の王将	ロイヤルホスト	モスバーガー	72.7 ジョイフル	幸楽苑	リンガーハット
12	デニース	デニース	餃子の王将	71.7 幸楽苑	サイゼリヤ	CoCo 壱番屋



飲食の全体的な顧客満足スコアは昨年度までゆるやかな低下傾向が見られましたが、今年度はやや上昇しました。モスバーガーは業種全体の傾向より早く2013年度から上昇傾向が見られ、連続してスコアを上げています。

<飲食 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「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	推奨意向	ロイヤルティ
1	74.0 木曽路	72.6 くら寿司	75.8 サイゼリヤ	75.9 くら寿司	69.6 木曽路	66.7 木曽路
2	くら寿司	びっくりドンキー	くら寿司	74.4 びっくりドンキー	くら寿司	くら寿司
3	びっくりドンキー	木曽路	スシロー	74.3 スシロー	びっくりドンキー	びっくりドンキー
4	ロイヤルホスト	スシロー	ジョイフル	74.0 木曽路	ロイヤルホスト	スシロー
5	スシロー	ロイヤルホスト	木曽路	73.9 サイゼリヤ	デニーズ	ジョイフル
6	デニーズ	デニーズ	びっくりドンキー	72.7 ジョイフル	スシロー	サイゼリヤ
7	サイゼリヤ	サイゼリヤ	かっぱ寿司 / バーミヤン (同点7位)	69.5 バーミヤン	サイゼリヤ	ロイヤルホスト

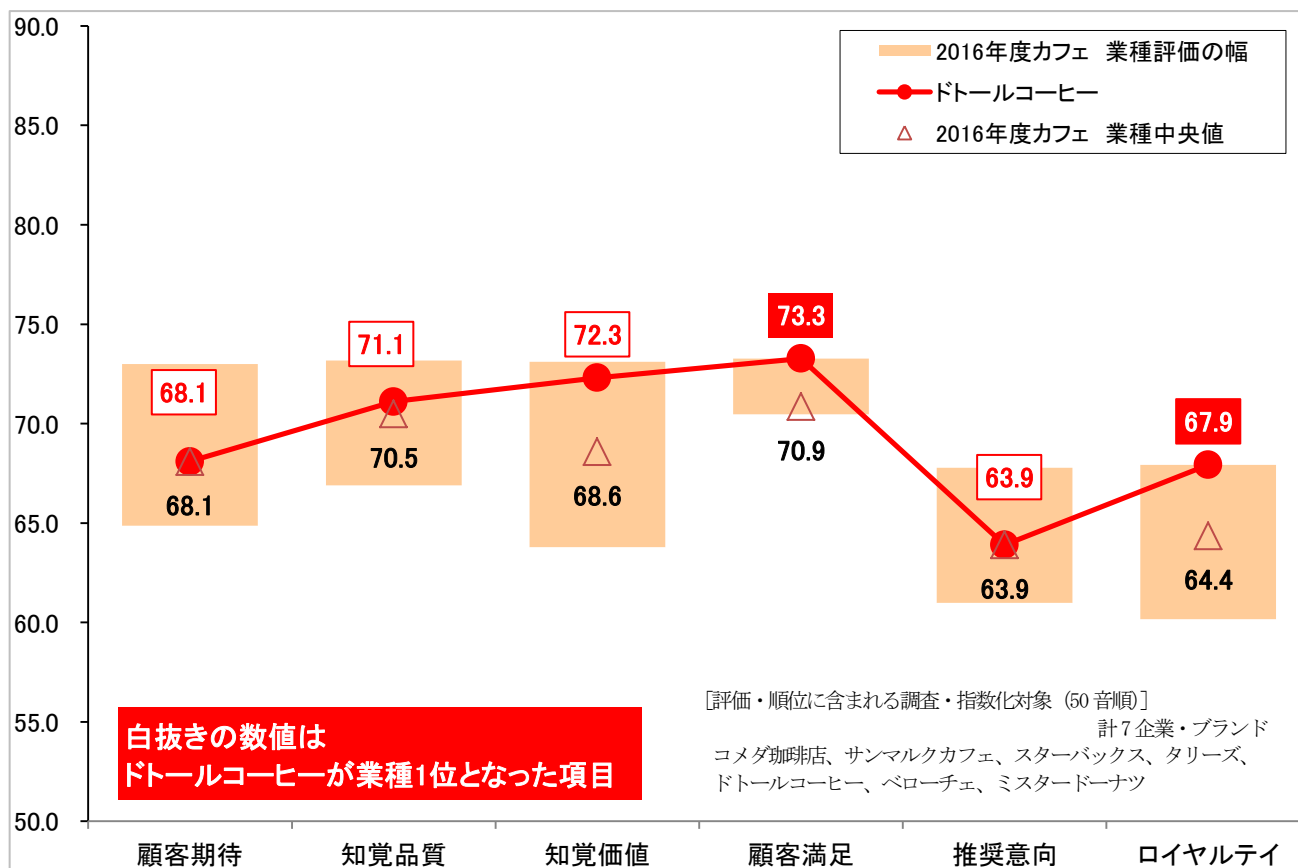
<ファストフード店(丼・麺・カレーを含む)>

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	75.8 モスバーガー	76.7 モスバーガー	75.2 丸亀製麺	76.4 モスバーガー	66.5 モスバーガー	67.7 モスバーガー
2	ケンタッキー フライドチキン	CoCo 壱番屋	リンガーハット	76.2 丸亀製麺	丸亀製麺	丸亀製麺
3	CoCo 壱番屋	丸亀製麺	吉野家	74.5 リンガーハット	CoCo 壱番屋	ケンタッキー フライドチキン
4	丸亀製麺	リンガーハット	幸楽苑	73.2 ケンタッキー フライドチキン	ケンタッキー フライドチキン	餃子の王将
5	リンガーハット	ケンタッキー フライドチキン	モスバーガー	73.1 CoCo 壱番屋	幸楽苑	リンガーハット
6	餃子の王将	吉野家	餃子の王将	71.7 幸楽苑	リンガーハット	CoCo 壱番屋

カフェは「ドトールコーヒー」が2年連続で顧客満足1位となりました。「ドトールコーヒー」はロイヤルティでも1位を獲得しているほか、他の4指標も中央値である4位以上となっています。顧客満足2位には知覚品質評価が高い「タリーズ」と知覚価値評価1位の「ベローチェ」が同点でランクインし、続く4位は顧客期待・知覚品質・推奨意向で1位を獲得した「スターバックス」となりました。

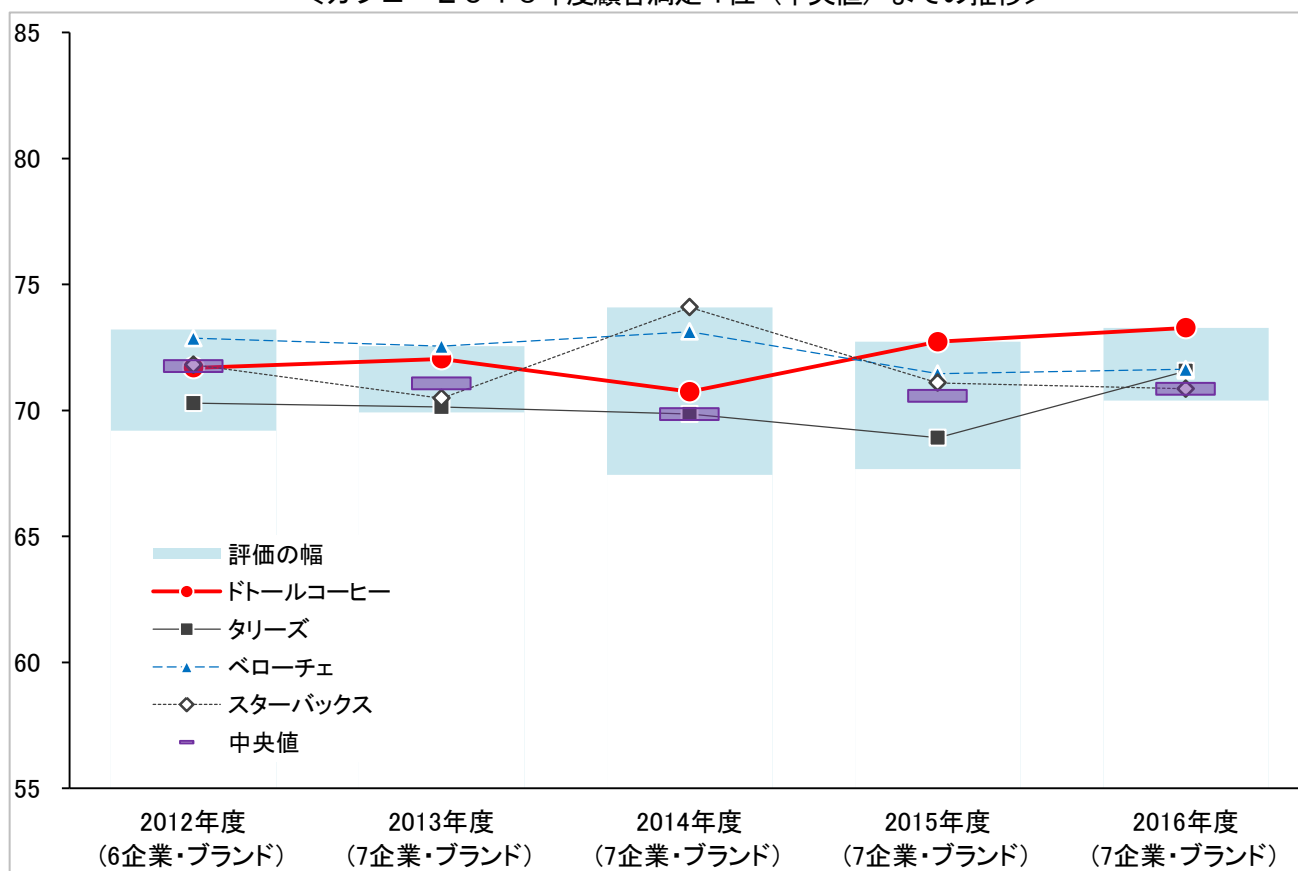
＜2016年度カフェ 6指標順位（中央値まで）＞

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	73.0 スターバックス	73.2 スターバックス	73.1 ベローチェ	73.3 ドトールコーヒー	67.8 スターバックス	67.9 ドトールコーヒー
2	コメダ珈琲店	タリーズ	ドトールコーヒー	71.6 タリーズ / ベローチェ (同点2位)	コメダ珈琲店	スターバックス
3	タリーズ	ドトールコーヒー	サンマルクカフェ / ミスタードーナツ (同点3位)	70.9 スターバックス	タリーズ	コメダ珈琲店
4	ドトールコーヒー	コメダ珈琲店			ドトールコーヒー	ベローチェ



カフェは毎年1位から最下位まで顧客満足の評価幅が小さい業種ですが、今年度は、昨年度よりさらに幅が小さくなっています。特に中央値以下であった企業の評価が向上し、今年度の中央値以下はスコアの差がほぼ見られなくなりました。

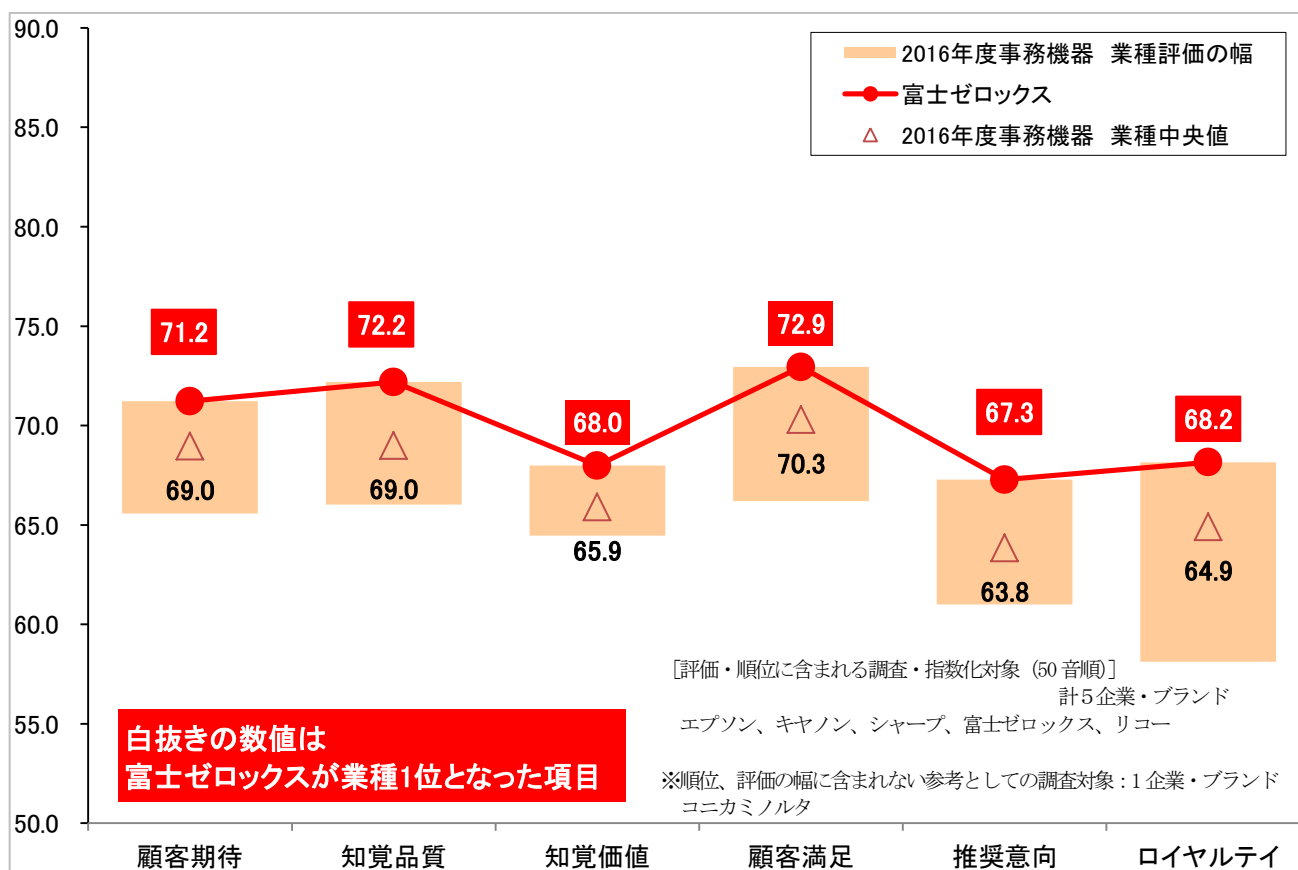
＜カフェ 2016年度顧客満足4位（中央値）までの推移＞



事務機器は「富士ゼロックス」が顧客満足をはじめ全6指標で1位となりました。「富士ゼロックス」は顧客満足が6年連続1位、他の指標のうちロイヤルティを除く4指標で4年以上連続の1位となっています。顧客満足2位は「キヤノン」となりました。「キヤノン」は知覚品質を除く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。顧客満足3位の「リコー」は知覚品質で2位となっています。

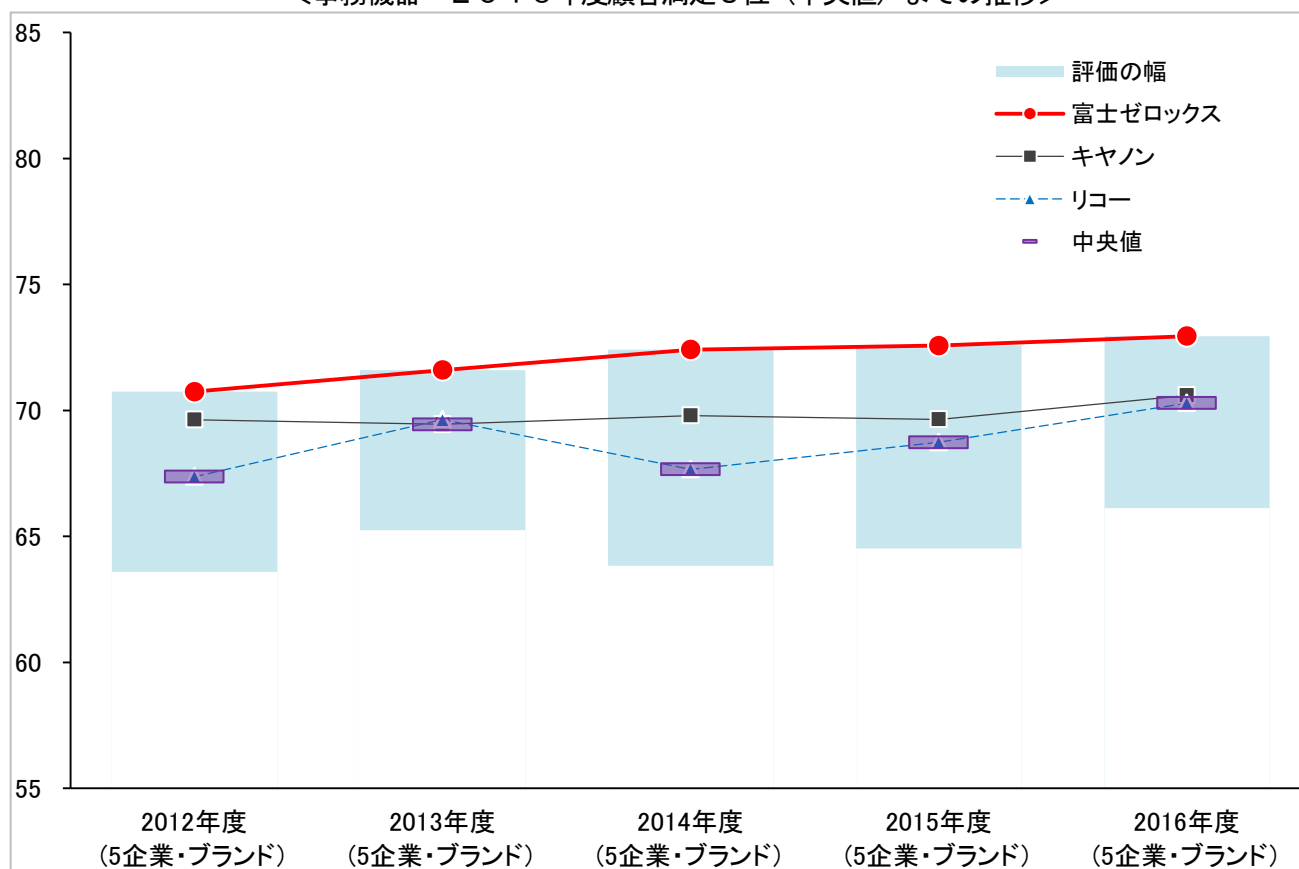
< 2016年度 事務機器 6指標順位（中央値まで） >

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	71.2 富士ゼロックス	72.2 富士ゼロックス	68.0 富士ゼロックス	72.9 富士ゼロックス	67.3 富士ゼロックス	68.2 富士ゼロックス
2	キヤノン	リコー	キヤノン	70.6 キヤノン	キヤノン	キヤノン
3	リコー	キヤノン	リコー	70.3 リコー	リコー	エプソン



事務機器は2014年度より連続して、全体の顧客満足スコアが向上しています。1位の富士ゼロックスもゆるやかにスコアを上げている一方、下位企業・ブランドの評価がそれ以上の勢いで上がっているため、上位と下位の評価幅が小さくなりつつあります。

＜事務機器 2016年度顧客満足3位（中央値）までの推移＞



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。

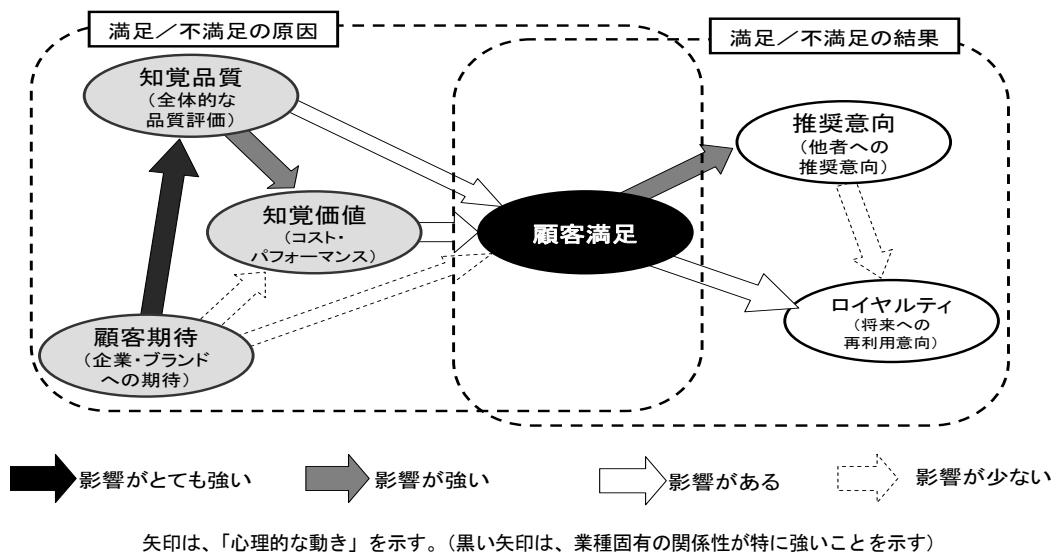
知覚価値：受けたサービスの品質と価格とを対比して、利用者が感じる納得感、コストパフォーマンスを示します。

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）
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、NEW DAYS、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン	1か月以内に2回以上(会計を伴う)利用
シティホテル(9) (*参考(4))	ANAクラウンプラザ、オークラ、京王プラザ、帝国ホテル、日航(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、ディズニー、ハイアット、ロイヤルパーク)	以下の両方を満たす事 ・2年以内に2回以上利用 ・1年以内に利用し、かつ発生した料金を見聞きたことがある
ビジネスホテル(10) (*参考(2))	アパ、コンフォート、サンルート、スーパーホテル、ダイワロイネット、東横イン、ドーミーイン、リッチモンド、ルートイン、ワシントン (*参考：チサン、三井ガーデン)	以下の両方を満たす事 ・2年以内に2回以上宿泊 ・1年以内に宿泊し、かつ発生した料金を見聞きたことがある
飲食(24) (*参考(3))	<レストランチェーン>(13) かっぱ寿司、ガスト、木曽路、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 (*参考：大戸屋) <ファストフード店(丼・麺・カレーを含む)>(11) 餃子の王将、ケンタッキーフライドチキン、幸楽苑、CoCo 壱番屋、すき家、マクドナルド、松屋、丸亀製麺、モスバーガー、吉野家、リンガーハット (*参考：サブウェイ、日高屋)	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用 ※「3か月以内に飲食」を今年度から撤廃
カフェ(7)	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、ドトールコーヒー、ペローチェ、ミスタードーナツ	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用 ※「3か月以内に飲食」を今年度から撤廃
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 ・保守契約を1年以上継続して結んで いる事務機器が職場にある ・「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」

*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：64企業・ブランド

参考調査：10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**

***2016年7月12日（火）「日本サービス大賞フォーラム」開催**

●大人の武者修行・地域コーディネーター養成研修

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。

（経済産業省補助事業）<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。

<これから開催するシンポジウム>

***2016年6月28日（火）「SPRINGシンポジウム2016 in 福岡」**

***2016年7月15日（金）「SPRINGシンポジウム2016 in 高松」**

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1回：7月8日（金） 15:00～17:00 / 第2回 8月26日（金） 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