

報道関係機関各位

サービス産業生産性協議会



～2015年度JCSI（日本版顧客満足度指数）第4回調査結果発表～

JAL（国際線）、JTB、ジャルパックが初の顧客満足1位 学研教室は全6指標で1位を獲得

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）では、この度2015年度「JCSI（日本版顧客満足度指数：Japanese Customer Satisfaction Index）」第4回調査として、7業種（スーパーマーケット、衣料品店、サービスステーション、旅行、国際航空、国内長距離交通、教育サービス）における、のべ89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）	～5年連続1位の顧客満足を含む4つの指標で1位～	4頁
・ earth music&ecology （衣料品店）	～2年ぶり顧客満足1位～	6頁
・ KYGNUS （サービスステーション）	～2年連続で顧客満足1位～	8頁
・ JTB、ジャルパック （旅行）	～両社、初の顧客満足1位～	9頁
・ JAL （国際航空）	～初の顧客満足1位に加えロイヤルティ1位～	10頁
・ スターフライヤー （国内長距離交通）	～6年連続顧客満足1位～	11頁
・ 学研教室 （教育サービス）	～2年連続顧客満足1位、すべての指標で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、年間約30業種、約400の企業・ブランドの調査を実施する予定です。「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つことを狙いとし、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 2015年度 JCSI（日本版顧客満足度指数）第4回調査結果」もしくは「2015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。

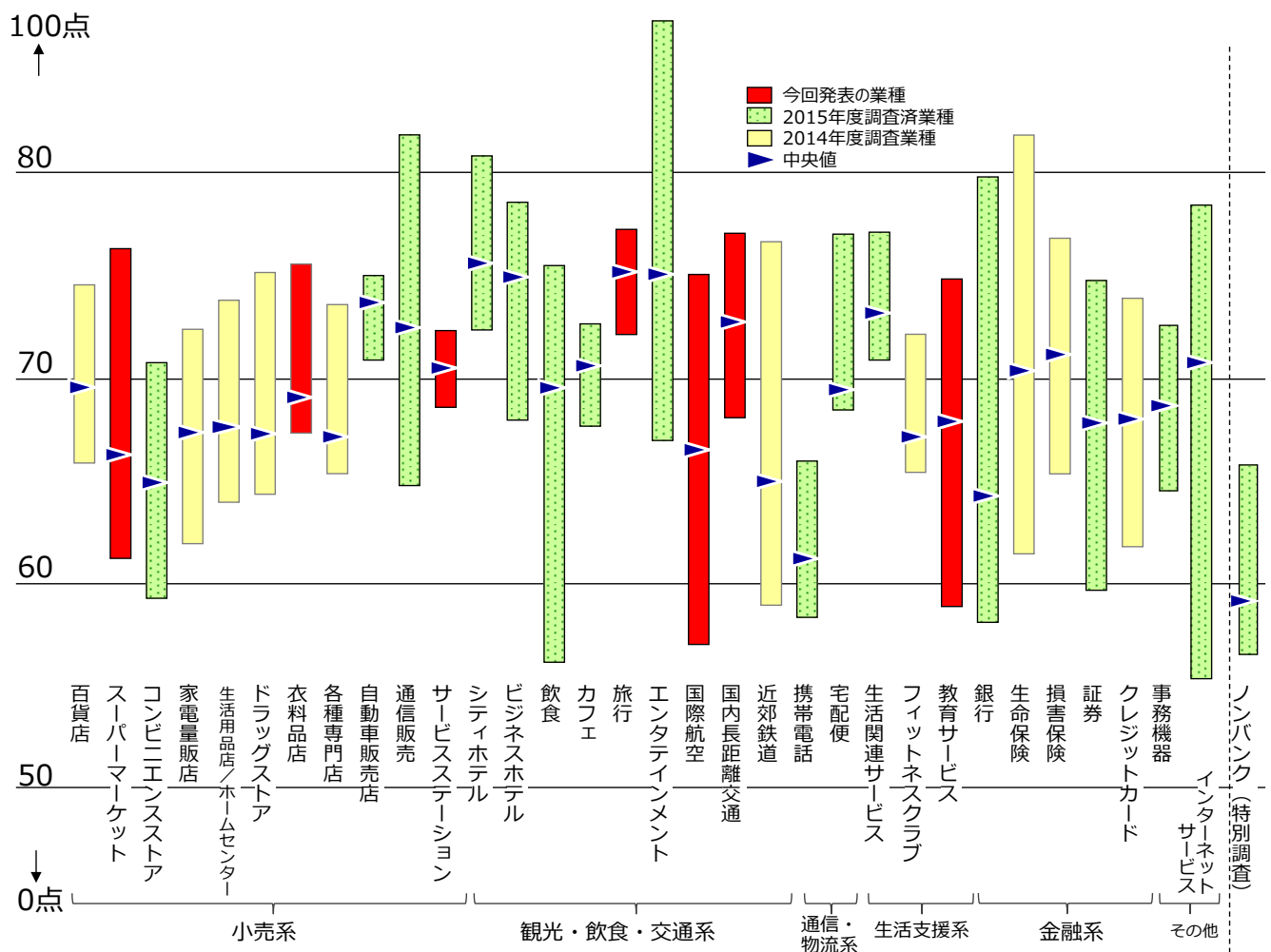
【お問合せ先】 サービス産業生産性協議会（SPRING）事務局（担当：吉田・長田・浅野・加茂）
〒150-8307 東京都渋谷区渋谷3-1-1（公益財団法人 日本生産性本部 内）
tel:03(3409)1189 fax:03(3409)1187 mail:service-js@jpc-net.jp

JCSI

検索

I. 調査結果

JCSI業種・業態別の顧客満足分布（2015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）。

■今回調査（２０１５年度 第４回）の概要

1. 今回調査の対象業種／企業・ブランド（２０１５年度第４回、通算第３３回調査）：

下記７業種の売上等上位企業・ブランド（詳細は１６頁「参考資料３」参照）

回	調査・発表時期	対象業種（予定）
第１回	2015年４月 (6月10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	2015年６月 (7月29日発表)	自動車販売店、通信販売、銀行、証券、(特別調査：ノンバンク)
第３回	2015年７月～８月 (9月30日発表)	エンタテインメント、携帯電話、宅配便、生活関連サービス、インターネットサービス
第４回	2015年８月～９月 今回発表	スーパーマーケット、衣料品店、サービスステーション、旅行、国際航空、国内長距離交通、教育サービス
第５回	2015年１０月 (12月発表予定)	家電量販店、生活用品店／ホームセンター、各種専門店、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	2015年１１月～１２月 (1月発表予定)	百貨店、ドラッグストア、近郊鉄道、フィットネスクラブ、住設機器サービス

2. 調査期間： ２０１５年８月２１日～９月１５日

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

- (1) 第１次抽出：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、今回は約２１万人より利用経験の有無についての回答を得ています。
- (2) 第２次抽出：上記の第１次抽出の回答が、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た各対象４５０～７００人程度（例外、一部有り）に、サービスに対する具体的な評価について回答を依頼しました。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。

4. 順位・評価の幅に含まれる企業・ブランドの回答者数：２７，６１６人

5. 質問項目：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、質問への回答から計算し、１００点満点で指数化しています。各指数はそれぞれ７～１０点満点の複数の項目で構成され、「すべてを満点とした」場合に１００点、「すべてを最低点とした」場合に０点としています。

※本年度より調査票の見直しを行い設問の順序が変更となりました。影響があると考えられる指標はロイヤルティ（点数の低下）です。変更以前（２０１４年度以前）と比較の際はご注意ください。

Ⅱ. 調査結果（業種別）

業種中央値となった企業・ブランドまで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。

*ランキング表内では各企業・ブランドの括弧内の名称は省略して表示しています。



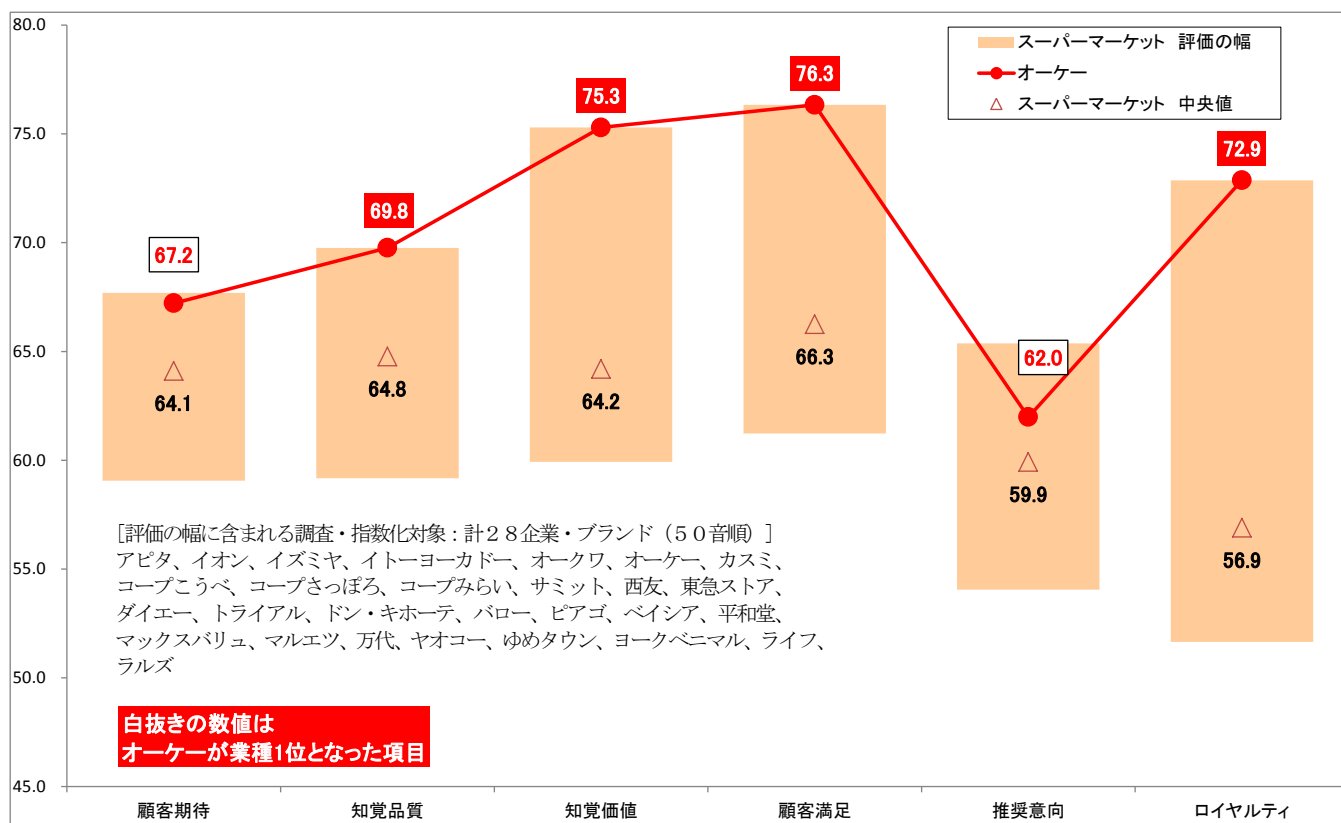
■スーパーマーケット

～「オーケー」が5年連続1位の顧客満足を含む4つの指標で1位～



「オーケー」が知覚品質・知覚価値・顧客満足・ロイヤルティで1位となりました。「オーケー」は5回目の顧客満足1位となります。顧客満足2位は前年度同様「ベイシア」で、各指標で高い評価を得ています。顧客満足3位となった「ヤオコー」は顧客期待・推奨意向で1位となり、知覚品質も高く評価されています。

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 ヤオコー	69.8 オーケー	75.3 オーケー	76.3 オーケー	65.4 ヤオコー	72.9 オーケー
2	オーケー	ヤオコー	ベイシア	72.8 ベイシア	ベイシア／ ヨークベニマル	トライアル
3	ヨークベニマル	ベイシア	万代	71.2 ヤオコー	(同点2位)	ドン・キホーテ
4	ベイシア	万代	トライアル	70.5 万代	ゆめタウン	ベイシア
5	コープみらい	ヨークベニマル	ヤオコー	70.0 トライアル	サミット	ヤオコー
6	イトー ヨーカドー	ゆめタウン	ドン・キホーテ	69.3 ドン・キホーテ	オーケー	万代
7	コープこうべ	イトー ヨーカドー	西友	68.4 コープみらい	万代	イオン
8	コープさっぽろ	コープみらい	コープみらい	68.3 ヨークベニマル		ヨークベニマル
9	アピタ／ ゆめタウン	コープこうべ	ヨークベニマル	67.2 イオン／ ゆめタウン	イオン／ イトーヨーカドー／ ライフ	カスミ
10	(同点9位)	ライフ	カスミ／ ラルズ	(同点9位)	(同点8位)	ゆめタウン
11	万代	アピタ	(同点10位)	66.8 ラルズ	オークワ	コープみらい
12	イオン	サミット	バロー	66.5 カスミ	カスミ	コープさっぽろ
13	ライフ	カスミ	イオン	66.3	コープみらい	ラルズ
14	カスミ／ サミット	イオン	ライフ	西友／ ライフ (同点13位)	東急ストア	イトー ヨーカドー
	(同点14位)					



※順位、評価の幅に含まれない調査対象：計1企業・ブランド

参考として、選定条件を満たしていない「成城石井」を調査しています。

衣料品店は「カジュアル」と「ビジネス・フォーマル」を合わせた全体では「earth music&ecology」が顧客満足1位となりました。「earth music&ecology」は知覚品質・知覚価値・顧客満足・推奨意向で1位、顧客期待で2位と全体的に高い評価を得ました。顧客満足2位は「ハニーズ」、顧客満足3位は「GAP」という結果となりました。

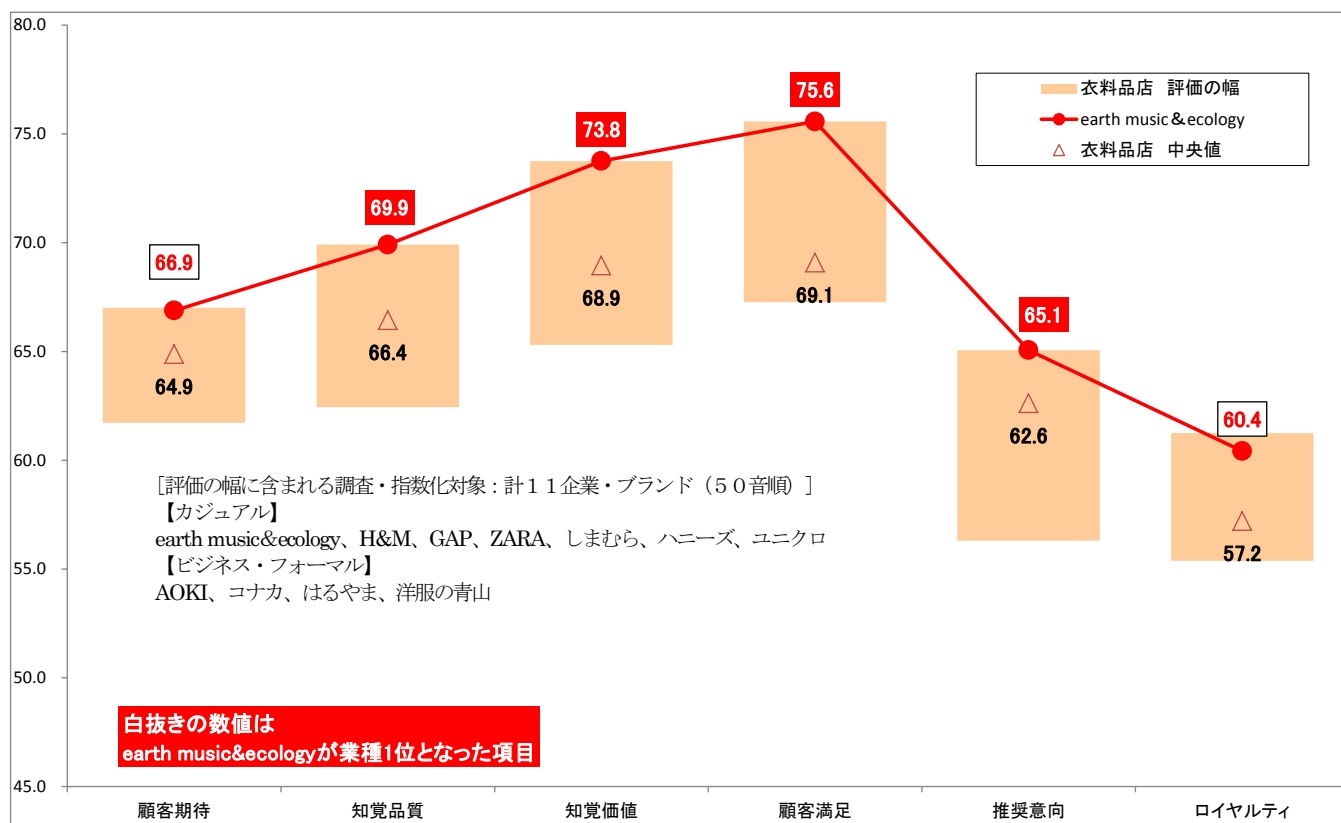
なおランキングは「カジュアル」および「ビジネス・フォーマル」のカテゴリー別で表示しています。

<カジュアル>

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	66.9 earth music &ecology	69.9 earth music &ecology	73.8 earth music &ecology	75.6 earth music &ecology	65.1 earth music &ecology	60.5 H&M
2	GAP	ユニクロ	ハニーズ	71.5 ハニーズ	ハニーズ	earth music &ecology
3	ユニクロ	GAP／ ハニーズ (同点3位)	GAP	71.2 GAP	GAP	ZARA
4	ハニーズ		ユニクロ	70.5 H&M	ユニクロ	ハニーズ

<ビジネス・フォーマル>

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	67.0 AOKI	67.3 AOKI	69.4 はるやま	69.3 はるやま	63.2 はるやま	61.2 はるやま
2	コナカ／ はるやま (同点2位)	はるやま	AOKI	68.9 AOKI	コナカ	洋服の青山



※順位、評価の幅に含まれない調査対象：計3企業・ブランド

参考として、選定条件を満たしていない「アカチャンホンポ」「西松屋」「ローリーズファーム」を調査しています。

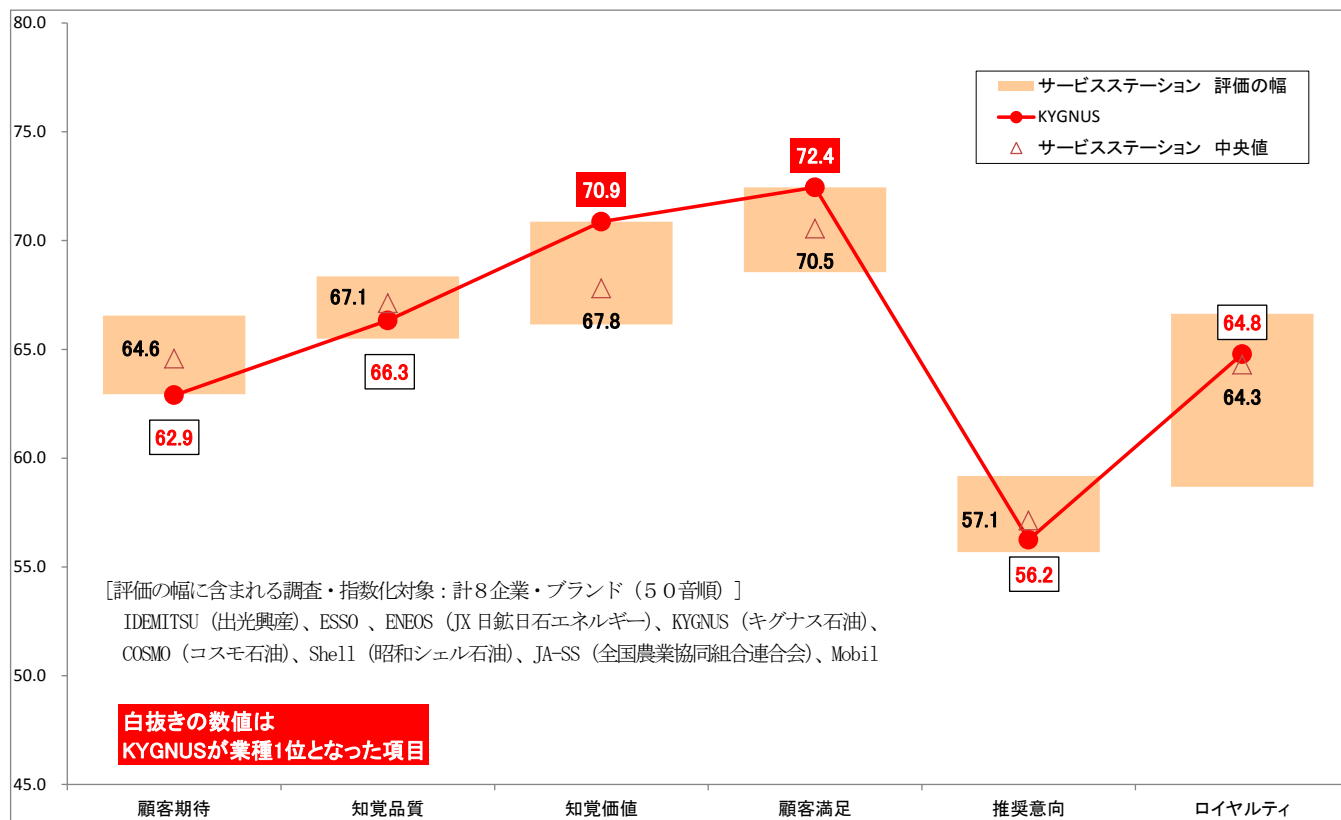
※上記のグラフは衣料品店として「カジュアル」および「ビジネス・フォーマル」を合せたものとして表示しております。

■ サービスステーション

～「KYGNUS」が2年連続で顧客満足1位～

サービスステーションでは、「KYGNUS（キグナス石油）」が2年連続で顧客満足1位、知覚価値は3年連続1位となりました。サービスステーション業種は、今年度も各指標の評価の幅が狭く、企業ごとの差別化が難しい状況となっていますが、顧客期待は「IDEMITSU」が2年連続1位、推奨意向は「Shell」が3年連続1位となるなど、僅差ながらも特定の企業が1位を獲得し続けています。

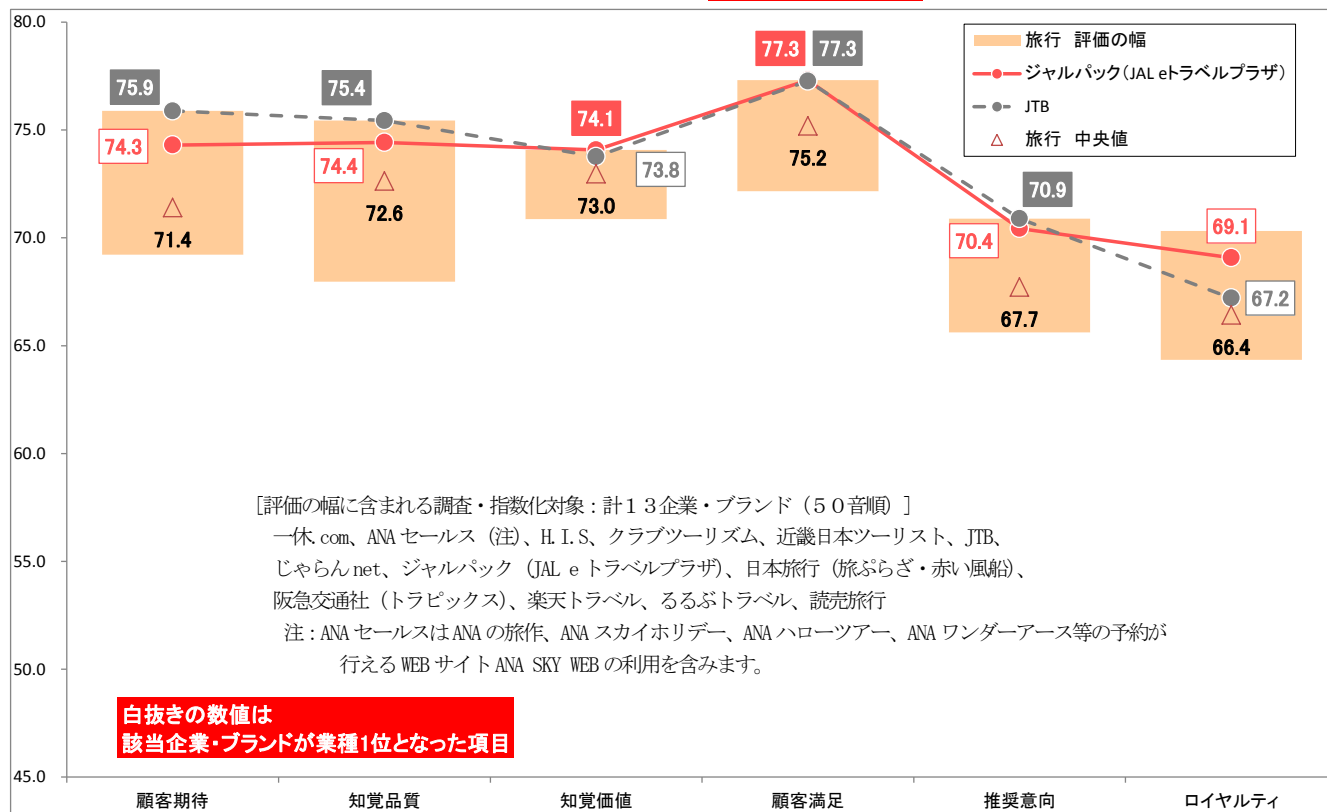
順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
1	66.6 IDEMITSU	68.4 IDEMITSU	70.9 KYGNUS	72.4 KYGNUS	59.2 Shell	66.6 IDEMITSU
2	Shell	ESSO	ESSO	72.3 IDEMITSU/ ESSO	ESSO/ ENEOS	Shell
3	ESSO	Shell	IDEMITSU	(同点2位)	(同点2位)	KYGNUS
4	COSMO	ENEOS/ JA-SS (同点4位)	Shell	70.9 Shell	COSMO	ENEOS



～「JTB」と「ジャルパック」が初の顧客満足1位～

旅行業種では、「JTB」と「ジャルパック」が同点で顧客満足1位となりました。JTBは、顧客期待・知覚品質・推奨意向でも1位でした。前年度1位の「ANA セールス」は僅差ですが顧客満足3位となり、ロイヤルティは1位でした。旅行業種は評価スコアの差が僅差となりました。

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	75.9 JTB	75.4 JTB	74.1 近畿日本 ツーリスト／ ジャルパック (同点1位)	77.3 JTB／ ジャルパック (同点1位)	70.9 JTB	70.3 ANA セールス
2	ANA セールス	ANA セールス			ジャルパック	楽天トラベル
3	ジャルパック	ジャルパック	JTB	77.1 ANA セールス	ANA セールス	ジャルパック
4	近畿日本 ツーリスト	じゃらん net	じゃらん net	76.1 じゃらん net	クラブ ツーリズム	じゃらん net
5	クラブ ツーリズム	一休.com		75.9 近畿日本 ツーリスト	じゃらん net	一休.com／ JTB (同点5位)
6	一休.com	近畿日本 ツーリスト		75.5 るるぶトラベル	るるぶトラベル	
7	じゃらん net	日本旅行／ 楽天トラベル (同点7位)	一休.com／ 日本旅行／ るるぶトラベル (同点5位)	75.2 楽天トラベル	一休.com	日本旅行

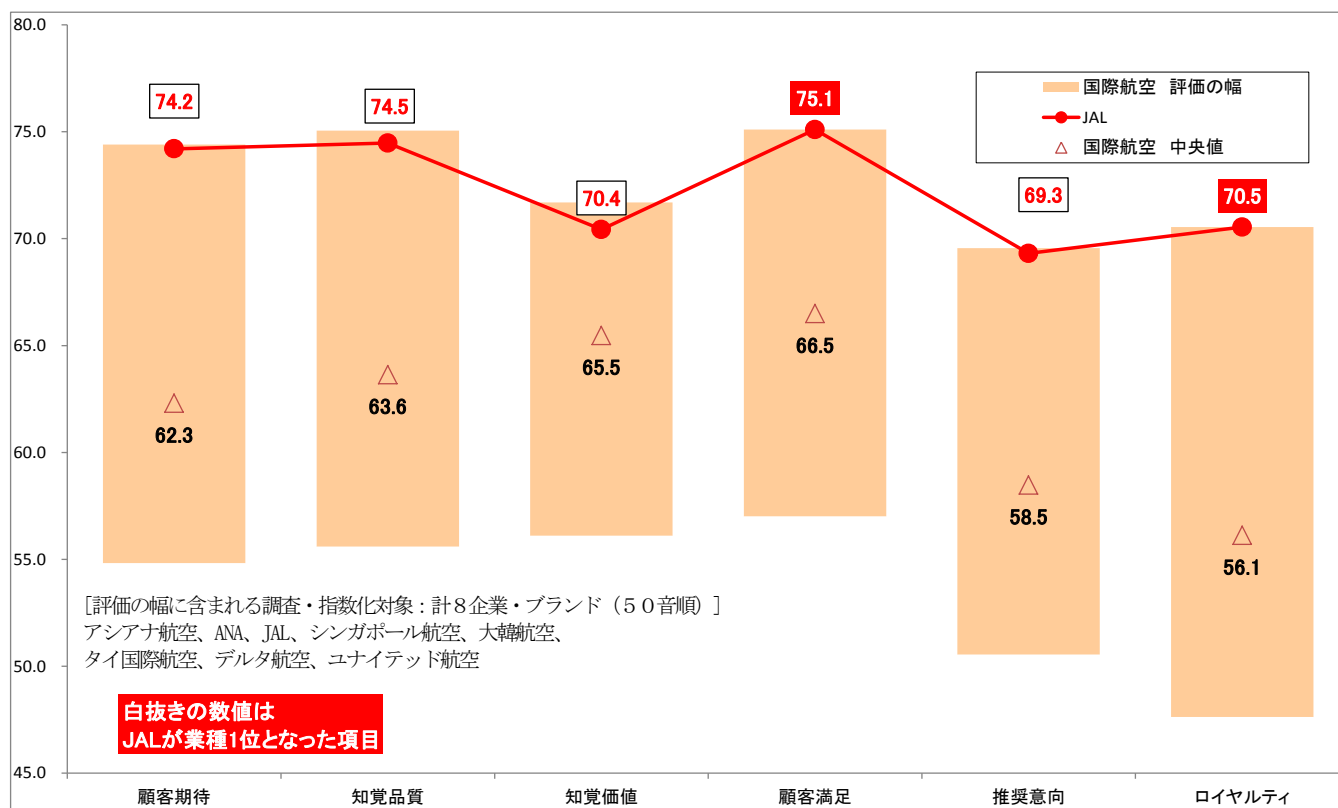


※2015年度より回答者条件を変更しました（詳細は16頁「参考資料3」参照）。

～「JAL」が初の顧客満足 1 位に加えロイヤルティ 1 位～

「JAL (国際線)」が初の顧客満足 1 位となりました。「JAL」はロイヤルティで 3 年連続 1 位となりました。顧客満足 2 位は「シンガポール航空」で、知覚価値 1 位をはじめ、全体的に高い評価となりました。顧客満足 3 位は「ANA (国際線)」となりました。上位 3 社の評価スコアは僅差でした。

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	74.4 ANA	75.1 ANA	71.7 シンガポール航空	75.1 JAL	69.6 ANA	70.5 JAL
2	JAL	JAL	ANA	74.9 シンガポール航空	JAL	ANA
3	シンガポール航空 (同点 2 位)	シンガポール航空	JAL (同点 2 位)	74.8 ANA	シンガポール航空 (同点 2 位)	シンガポール航空
4	タイ国際航空	タイ国際航空	タイ国際航空	68.4 タイ国際航空	タイ国際航空	タイ国際航空



※順位、評価の幅に含まれない調査対象：計 2 企業・ブランド

参考として、選定条件を満たしていない「キャセイパシフィック航空」「ルフトハンザドイツ航空」を調査しています。

国内長距離交通は「国内航空」と「新幹線」を合わせた全体では「スターフライヤー」が6年連続顧客満足1位となりました。「スターフライヤー」は知覚価値・推奨意向の指標でも1位でした。顧客満足2位は「九州新幹線」でした。顧客満足3位は「ANA（国内線）」と「東海道新幹線」が同点となりました。

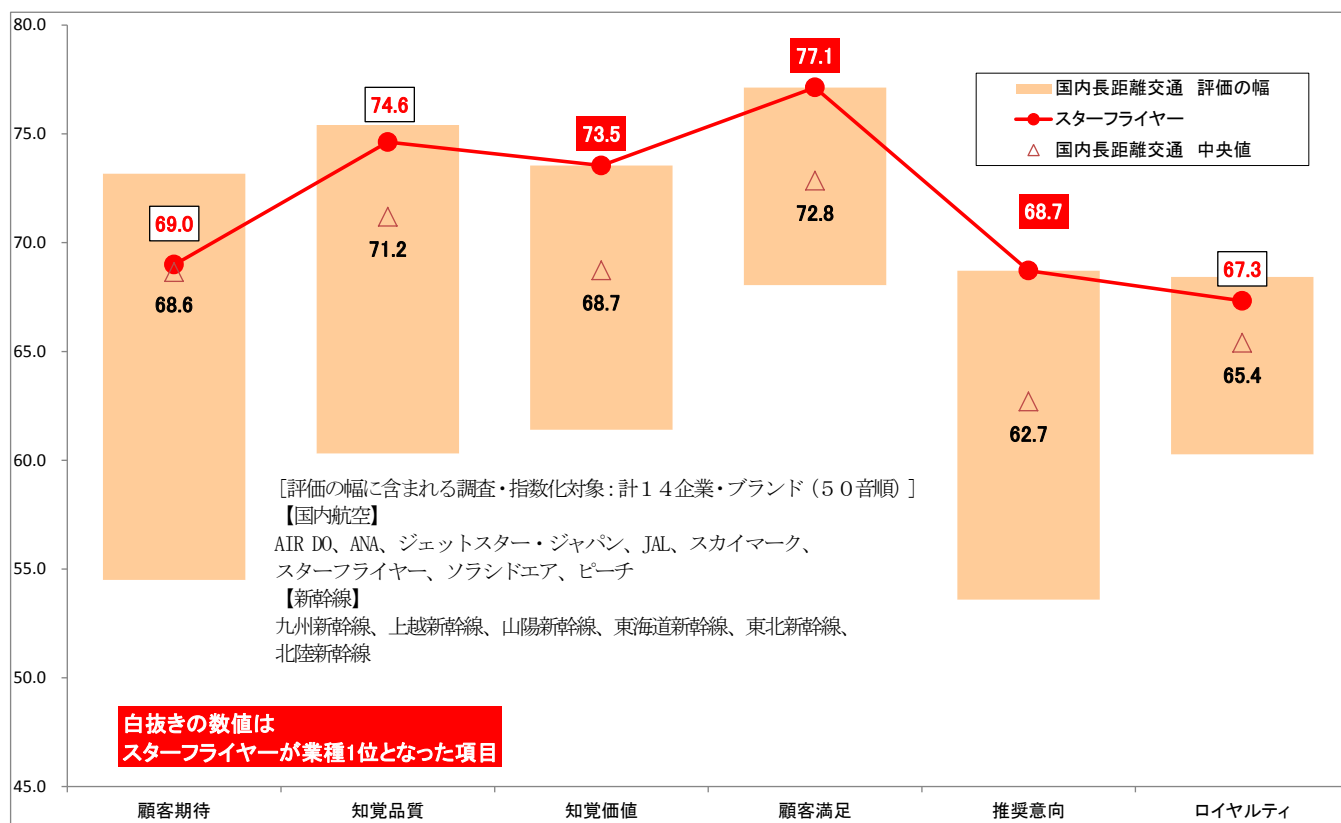
なおランキングは「国内航空」および「新幹線」のカテゴリー別で表示しています。

<国内航空>

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	72.3 ANA	74.6 スターフライヤー	73.5 スターフライヤー	77.1 スターフライヤー	68.7 スターフライヤー	68.4 ANA
2	JAL	ANA	ソラシドエア	74.2 ANA	ANA	スターフライヤー
3	スターフライヤー	JAL	スカイマーク	73.3 スカイマーク	JAL	ソラシドエア
4	ソラシドエア	ソラシドエア	ピーチ	72.4 ソラシドエア	ソラシドエア	ピーチ

<新幹線>

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	73.2 北陸新幹線	75.4 九州新幹線／	69.4 九州新幹線	75.8 九州新幹線	68.0 九州新幹線	66.3 九州新幹線
2	九州新幹線	東海道新幹線 (同点2位)	北陸新幹線	74.2 東海道新幹線	北陸新幹線	東北新幹線
3	東海道新幹線	北陸新幹線	東海道新幹線	73.5 東北新幹線	東北新幹線	東海道新幹線



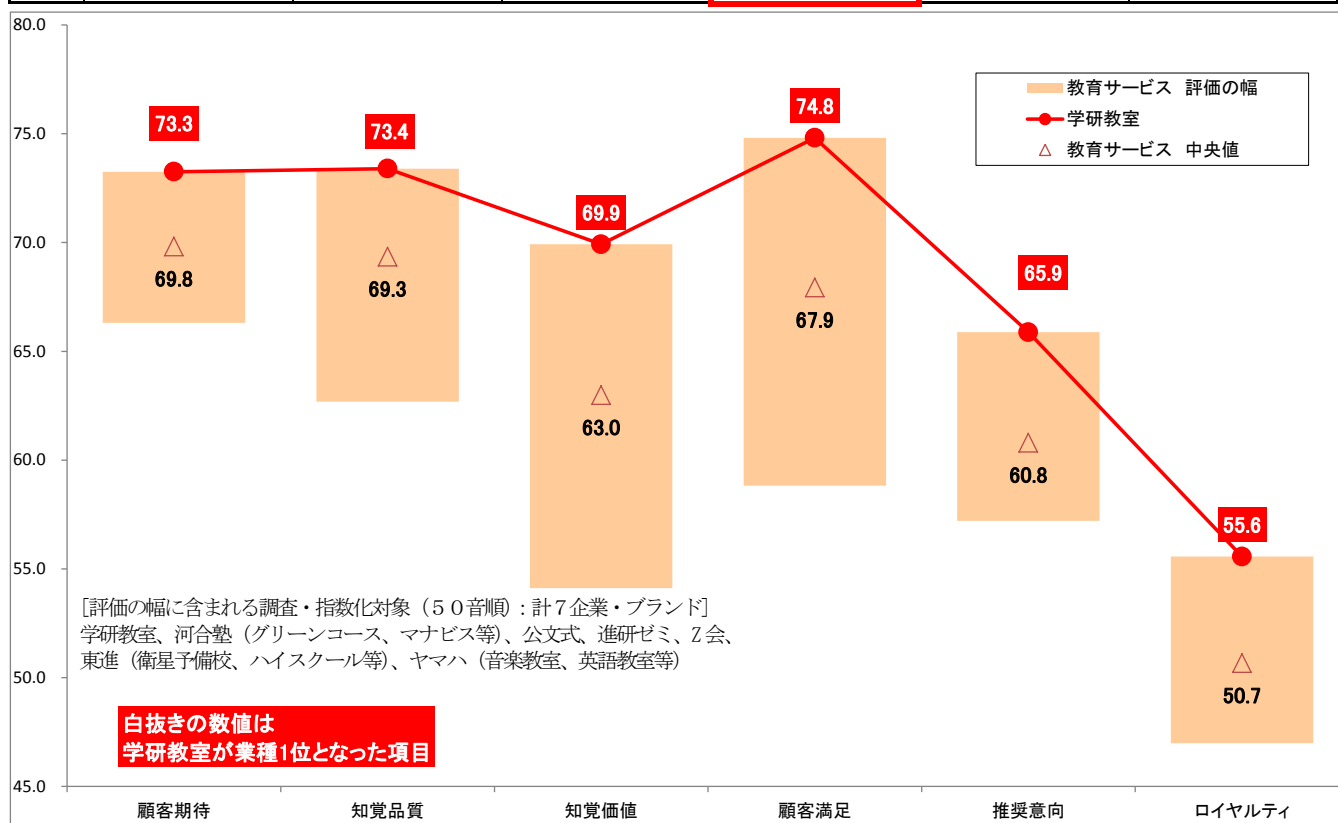
※上記のグラフは国内長距離交通として「国内航空」と「新幹線」を合せたものとして表示しております。

■ 教育サービス

～「学研教室」が2年連続顧客満足1位。すべての指標で1位～

「学研教室」が2年連続顧客満足1位となり、すべての指標でも1位となりました。前年度は顧客期待を除く5指標で1位でしたが、今年度はすべての指標で1位となり、高い評価を得ています。顧客満足2位は「ヤマハ」となりました。顧客期待・知覚品質・推奨意向でも2位となり、各指標でも上位の評価となりました。顧客満足3位は「公文式」となっています。

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	73.3 学研教室	73.4 学研教室	69.9 学研教室	74.8 学研教室	65.9 学研教室	55.6 学研教室
2	ヤマハ	ヤマハ	Z会	72.5 ヤマハ	ヤマハ	Z会
3	Z会	公文式	ヤマハ	70.1 公文式	公文式	河合塾／ 公文式 (同点3位)
4	公文式	Z会	進研ゼミ	67.9 Z会	Z会／ 東進 (同点4位)	



※順位、評価の幅に含まれない調査対象：計2企業・ブランド

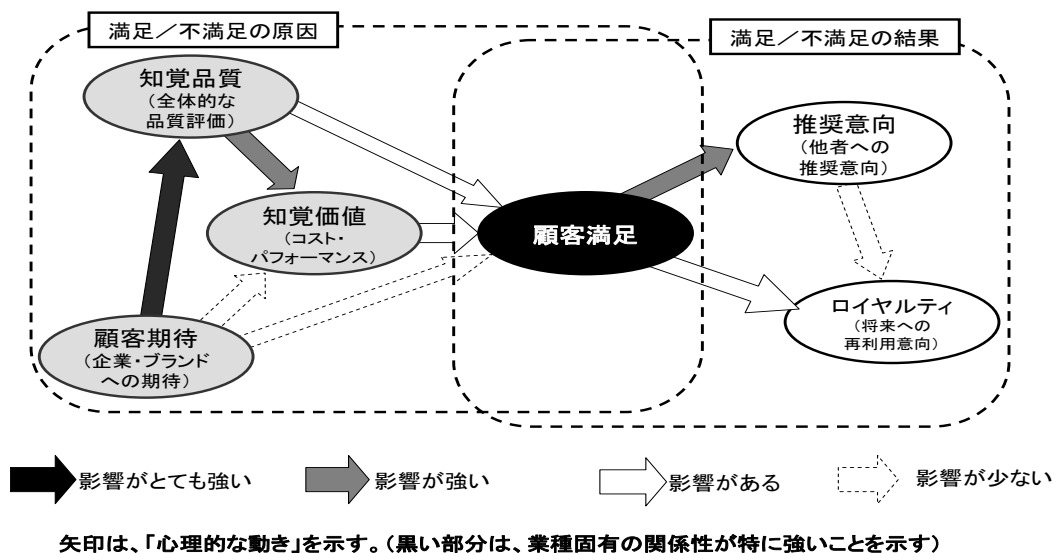
参考として、選定条件を満たしていない「ECC（外語学院、ジュニア、予備校 等）」「明光義塾」を調査しています。

参考資料1

■ JCSIで指数化する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指標の因果関係のイメージ図）



■ JCSIの4つの特徴

- 6つの指標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つの指標について調査し、指数化しています。6つの指標の評価とともに、指標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。
- 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。
- 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。
- 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つの指標の指数算出に用いている21設問）＊結果が公表されている指標

〔顧客期待〕

1. 全体期待：×××などの様々な点から見て、〇〇〇の総合的な質について、以前は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、〇〇〇はどの程度、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、〇〇〇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、〇〇〇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、〇〇〇の商品、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：〇〇〇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〇〇〇でどれくらいありましたか

〔知覚価値〕

1. 品質対価格：あなたが〇〇〇で支払った金額を考えた場合、×××など様々な点から見た〇〇〇の総合的な質をどのように評価しますか
2. 価格対品質：〇〇〇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、〇〇〇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、〇〇〇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、〇〇〇を利用したことは、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：〇〇〇を利用することは、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〕

あなたが〇〇〇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. 情報提供／4. 従業員・窓口対応

〔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〇〇〇を利用したい
2. 第一候補：次回、△△を利用する場合、〇〇〇を第一候補に思う
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：これからも〇〇〇を利用し続けたい

＊ 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。「〇〇〇」は指標化対象の企業・ブランド名を挿入する。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）

参考資料 3

■調査対象（指数化対象企業・ブランド）の選定条件

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、参考として調査。

■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ます。

業種名	指数化対象企業・ブランド名	回答者の選定条件
スーパーマーケット(28) (*参考(1))	アピタ、イオン、イズミヤ、イトーヨーカドー、オークワ、 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、ベシシア、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、ラルズ (*参考:成城石井)	3か月以内に2回以上利用
衣料品店(11) (*参考(3))	【カジュアル】 earth music & ecology、H&M、GAP、ZARA、しまむら、 ハニーズ、ユニクロ 【ビジネス・フォーマル】 AOKI、コナカ、はるやま、洋服の青山 (*参考:アカチャンホンポ、西松屋、ローリーズファーム)	1年以内に2回以上利用
サービスステーション(8)	IDEMITSU(出光興産)、ESSO、ENEOS、KYGNUS(キグナス石油)、 COSMO(コスモ石油)、Shell(昭和シェル石油)、JA-SS、Mobil	半年以内に2回以上利用
旅行(13)	一休.com、ANA セールス(ANA SKY WEB)、HIS、 クラブツーリズム、近畿日本ツーリスト、JTB、 じゃらん net、ジャルパック(JAL eトラベルプラザ)、 日本旅行、阪急交通社(トラピックス)、読売旅行、 楽天トラベル、るるぶトラベル	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 利用料金を見聞きた ※「最近1年間で2回以上利用、 かつ、発生した料金を見聞きた」 (2014年度まで)から変更
国際航空(8) (*参考(2))	アジアナ航空、ANA、JAL、シンガポール航空、大韓航空、 タイ国際航空、デルタ航空、ユナイテッド航空 (*参考:キャセイパシフィック航空、ルフトハンザドイツ航空)	最近1年間で2回以上利用、 かつ、利用料金を見聞きた
国内長距離交通(14)	【国内航空】 AIR DO、ANA、ジェットスター・ジャパン、JAL、スカイマーク、 スターフライヤー、ソラシドエア、ピーチ 【新幹線】 九州新幹線、山陽新幹線、上越新幹線、東海道新幹線、 東北新幹線、北陸新幹線	最近1年間で2回以上利用、 かつ、利用料金を見聞きた
教育サービス(7) (*参考(2))	学研教室、河合塾、公文式、進研ゼミ、Z会、東進、ヤマハ (*参考: ECC、明光義塾)	1年以内に利用し、かつ、 利用料金を見聞きた

ランキング対象：89企業・ブランド

参考調査：8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」の創設（2015年度～）

「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・地域コーディネーター養成研修（2014年度～）

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（2014年度～）

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、サービス業のための業務の「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。

***2015年11月6日(金)「サービス産業の「業務仕組み化」セミナー」(東京都内)**

●各種フォーラム・シンポジウム（2007年度～）

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、震災からの復興など、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。

＜これから開催のシンポジウム＞

***2015年11月13日(金)「SPRINGシンポジウム2015 in 金沢」**

***2016年2月15日(月)「SPRINGシンポジウム2015 in 松江」**

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を紹介する説明会を開催いたします。また、最新の発表結果をお知らせいたします。貴社の強み発見／課題解決に、JCSIをぜひご活用ください。

***2015年11月26日(木)**

***2016年1月14日(木)**

***2016年2月18日(木)**

詳細はSPRINGホームページ(下記)にて。



企業活動（報道を除く広告、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。詳しくは下記お問い合わせ先まで、ご連絡ください。



＜ご入会・お問い合わせ等＞

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

SPRINGホームページ：<http://www.service-js.jp>

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

Twitter：https://twitter.com/SPRING_Service