



～2025 年度 JCSI (日本版顧客満足度指数) 第 5 回調査結果発表～

阪急電鉄 17 年連続 顧客満足 1 位

JAL カード クレジットカード業種 初の 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

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 12 月 16 日、2025 年度 JCSI (Japanese Customer Satisfaction Index : 日本版顧客満足度指数) 第 5 回調査として、7 業種 (家電量販店、生活用品店/ホームセンター、衣料品店、各種専門店、近郊鉄道、クレジットカード、映画館) の顧客満足度を発表しました。

本調査は、サービス産業の生産性を測るうえで重要な「顧客満足」等を数値化・可視化して、企業や業種の成長に資する情報として用いることを目的とした日本最大級の顧客満足度調査です。顧客満足度並びに関連指標の計 9 指標を調査しています。9 指標のうち、特に経営目標に活用しやすい「顧客満足」「推奨意向 (おすすめ度)」「感動指標」の 3 指標の結果は以下の通りです。

※ 9 指標については、p. 5 指数化の方法を参照。各指標の結果については別添・詳細資料参照。

【各業種の 1 位企業・ブランド】

業種	顧客満足	推奨意向 (おすすめ度)	感動指標
家電量販店	ヨドバシカメラ	ヨドバシカメラ	ヨドバシカメラ
生活用品店/ホームセンター	無印良品	無印良品	無印良品
衣料品店	Honeys	洋服の青山	earth music& ecology/GAP
各種専門店	ワークマン	カルディ	カルディ
近郊鉄道	阪急電鉄	阪急電鉄	阪急電鉄
クレジットカード	JALカード	JALカード	JALカード
【特別調査】映画館	ローソン・ユナイテッドシネマ	TOHOシネマズ	ローソン・ユナイテッドシネマ

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(おすすめ度)：利用したサービスの内容について、うれしい経験・楽しい経験をどの程度、人に伝えるかどうかを示します。感動指標：該当企業・ブランドを利用した際に感動や驚くような経験をどの程度したかを示します。

<JCSI 調査の仕様> ※詳細は別添資料をご参照ください

調査期間：2025 年 10 月 14 日～10 月 27 日 調査方法：インターネット調査
 回答者数：21,395 人(順位に含む 60 企業・ブランドの回答者は、19,295 人)
 調査対象：7 業種 70 企業・ブランド

【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 事務局 (担当：船先・田中)

〒102-8643 東京都千代田区平河町 2-13-12 TEL : 03(3511)4010 E-Mail : jcsi@jpc-net.jp

URL : <https://www.service-js.jp>

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 2025 年度 JCSI 第 5 回調査結果」もしくは「2025 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・引用の際は 1 部ご送付、または取り扱いメディア(映像・音声も含みます)の情報をお知らせください。

SPRING

■ 2025 年度 JCSI（日本版顧客満足度指数）第 5 回調査結果

顧客満足・推奨意向・感動指標スコア

※各業種のランキング対象企業・ブランドのうち、原則として、顧客満足・推奨意向（おすすめ度）・感動指標の各3位以上の企業・ブランドを表示。その他の指標の結果については、別添資料参照。近郊鉄道、クレジットカードについては、サブカテゴリーも表示。

家電量販店

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 ヨドバシカメラ	78.9	1位 ヨドバシカメラ	73.1	1位 ヨドバシカメラ	53.4
2位 ケーズデンキ	75.7	2位 ケーズデンキ	70.8	2位 ビックカメラ	50.8
3位 ビックカメラ	75.1	3位 ビックカメラ	69.2	3位 ケーズデンキ	50.4

生活用品店/ホームセンター

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 無印良品	75.7	1位 無印良品	69.9	1位 無印良品	52.6
2位 カインズ	73.3	2位 カインズ	68.9	2位 Seria	51.0
3位 Seria/ニトリ	73.0	3位 ニトリ	67.5	3位 ニトリ	49.1

衣料品店

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 Honeys	77.8	1位 洋服の青山	69.9	1位 earth music & ecology	57.6
2位 earth music & ecology	75.4	2位 earth music & ecology	69.8	GAP	
3位 しまむら	74.9	3位 AOKI	69.5	3位 Honeys	56.6

各種専門店

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 ワークマン	77.5	1位 カルディ	70.3	1位 カルディ	57.3
2位 カルディ	75.6	2位 オートバックス	67.9	2位 ワークマン	55.4

近郊鉄道

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 阪急電鉄	76.6	1位 阪急電鉄	72.1	1位 阪急電鉄	44.5
2位 相模鉄道	72.1	2位 相模鉄道	68.9	2位 京阪電車	41.4
3位 阪神電車	72.0	3位 阪神電車	67.5	2位 相模鉄道	41.4

〔サブカテゴリーの結果〕 近郊鉄道 首都圏

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 相模鉄道	72.1	1位 相模鉄道	68.9	1位 相模鉄道	41.4
2位 京王電鉄	71.1	2位 京王電鉄	66.3	2位 小田急電鉄	38.2
3位 東急電鉄	70.9	3位 小田急電鉄	65.3	3位 京成電鉄	38.1

〔サブカテゴリーの結果〕 近郊鉄道 関西圏

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 阪急電鉄	76.6	1位 阪急電鉄	72.1	1位 阪急電鉄	44.5
2位 阪神電車	72.0	2位 阪神電車	67.5	2位 京阪電車	41.4
3位 Osaka Metro	71.2	3位 京阪電車	67.0	3位 阪神電車	39.9

クレジットカード

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 JALカード	71.7	1位 JALカード	66.5	1位 JALカード	42.1
2位 エポスカード	71.4	2位 ANAカード	64.9	2位 ANAカード	41.7
3位 楽天カード	71.3	3位 エポスカード	64.3	3位 楽天カード	40.1

〔サブカテゴリーの結果〕 クレジットカード 銀行・信販・流通

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 エポスカード	71.4	1位 エポスカード	64.3	1位 三井住友カード	38.3
2位 JCBカード	71.1	2位 イオンカード	63.8	2位 イオンカード	37.3
3位 イオンカード	69.6	3位 JCBカード	63.3	3位 エポスカード	37.0

〔サブカテゴリーの結果〕 クレジットカード 交通

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 JALカード	71.7	1位 JALカード	66.5	1位 JALカード	42.1

〔サブカテゴリーの結果〕 クレジットカード 通信

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 楽天カード	71.3	1位 楽天カード	63.3	1位 楽天カード	40.1
2位 PayPayカード	68.2	2位 PayPayカード	61.1	2位 dカード	38.5

【特別調査】 映画館

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 ローソン・ユナイテッドシネマ	75.7	1位 TOHOシネマズ	71.2	1位 ローソン・ユナイテッドシネマ	56.2
2位 TOHOシネマズ	75.0	2位 109シネマズ	70.8	2位 MOVIX	55.1
3位 イオンシネマ	74.2	2位 ローソン・ユナイテッドシネマ	70.8	3位 109シネマズ	54.9

■ 2025 年度 JCSI 第 5 回調査 顧客満足 1 位企業・ブランド一覧

業種名	企業・ブランド	1位 年数	業種名	企業・ブランド	1位 年数
家電量販店	ヨドバシカメラ	16年連続	近郊鉄道	阪急電鉄	17年連続
生活用品店/ ホームセンター	無印良品	6年連続	クレジットカード	JALカード	初の1位
衣料品店	Honeys	7年連続	映画館	ローソン・ ユナイテッドシネマ	4年ぶり2回目
各種専門店	ワークマン	2年ぶり4回目			

■ JCSI 調査の概要

1. 今回調査の対象業種／企業・ブランド(2025 年度第 5 回、通算第 85 回調査)：

●今回調査の対象業種は下表「第 5 回」の業種

回	調査期間・発表時期	対象業種
第 1 回	2025 年 4 月 (6 月 17 日発表)	自動車販売店、飲食、カフェ、エンタテインメント、携帯電話、証券 [特別調査] MVNO(仮想移動体通信事業者)
第 2 回	2025 年 5 月～6 月 (7 月 30 日発表)	百貨店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア、宅配便 [特別調査] QR コード決済、電子マネー、ショッピングセンター
第 3 回	2025 年 7 月 (9 月 24 日発表)	通信販売、旅行、フィットネスクラブ、銀行 [特別調査] 電力小売、ガス小売、動画配信サービス
第 4 回	2025 年 8 月～9 月 (10 月 28 日発表)	シティホテル、ビジネスホテル、国内長距離交通、教育サービス、生命保険、損害保険(自動車/住宅・火災) [特別調査] 国際航空、有料特急
第 5 回	2025 年 10 月 (12 月 16 日発表)	家電量販店、生活用品店/ホームセンター、衣料品店、各種専門店、近郊鉄道、クレジットカード [特別調査] 映画館

●今回調査の対象企業・ブランドは下表のとおり

*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があります。

*「選定条件」は、年度により異なる場合があります。(詳細は、HP 等で過年度発表資料をご確認ください。)

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)
家電量販店(6)	エディオン、ケーズデンキ、ジョーシン、ビックカメラ、ヤマダデンキ、ヨドバシカメラ	1 年以内に 2 回以上 (会計を伴う)利用
生活用品店/ ホームセンター(10) (*ランキング対象外(3)を 含む)	カインズ、コーナン、Seria、DAISO、DCM、ニトリ、 無印良品 (*ランキング対象外：IKEA、Can☆Do、ハンス)	1 年以内に 2 回以上 (会計を伴う)利用
衣料品店(8)	earth music&ecology、AOKI、GAP、GU、しまむら、 Honeys、UNIQLO、洋服の青山	1 年以内に 2 回以上 (会計を伴う)利用
各種専門店(5) (*ランキング対象外(1)を 含む)	オートバックス、カルディ、TSUTAYA、ワークマン (*ランキング対象外：ABC MART)	1 年以内に 2 回以上 (会計を伴う)利用
近郊鉄道(21) (*ランキング対象外(3)を 含む)	【首都圏】(11) 小田急電鉄、京王電鉄、京成電鉄、京浜急行電鉄、 相模鉄道、JR 東日本、西武鉄道、東急電鉄、 東京メトロ、東武鉄道、都営地下鉄 【関西圏】(7) Osaka Metro、近畿日本鉄道、京阪電車、JR 西日本、 南海電鉄、阪急電鉄、阪神電車 (*ランキング対象外：JR 東海、名古屋鉄道、 名古屋市営地下鉄)	3 か月以内に 2 回以上 (鉄道車両を)利用
クレジットカード(14) (*ランキング対象外(2)を 含む)	【銀行・信販・流通】(5) イオンカード、エポスカード、JCB カード、セゾンカード、 三井住友カード (*ランキング対象外： アメリカン・エクスプレス・カード、三菱 UFJ カード) 【交通】(3) ANA カード、JAL カード、View カード 【通信】(4) au PAY カード、d カード、PayPay カード、楽天カード	半年以内に 2 回以上利用
特別調査： 映画館(6) (*ランキング対象外(1)を 含む)	イオンシネマ、109 シネマズ、TOHO シネマズ、MOVIX、 ローソン・ユナイテッドシネマ (*ランキング対象外：ティ・ジョイ)	以下の全てを満たす事 ・最近 1 年間、当該映画館を利用 ・2 年以内に 2 回以上利用

調査企業・ブランド数：70 企業・ブランド

※ランキング対象外とは、回答者数が 300 人に満たなかった等の理由のため、順位の対象から外しているものです。

2. 調査期間：2025 年 10 月 14 日～10 月 27 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。今回は約 10.2 万人より回答を得ています。
- (2) 2 次回答：1 次回答が各対象の選定条件に当てはまる回答者約 400 人に、サービスに関する具体的な評価
についての回答を依頼しました。
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：21,395 人(順位に含む 60 企業・ブランドの回答者は、19,295 人)

5. 質問数：約 110 問

6. 指数化の方法：

本調査では、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、感動指標、失望指標、CSR 指標の計 9 指標を算出しています。

各指標を構成する設問は以下の 3 問から 5 問で構成されています。各設問が 10 段階で、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。

※各企業・ブランドの回答者の点数の平均値をランキングにしています。平均値は小数第 2 位を四捨五入しており、同値の場合、ランキングで同順位としています。

※「●●●」は指数化対象の企業・ブランド名を挿入。

〔顧客満足の設問〕

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(おすすめ度)の設問〕

あなたが●●●について人と話をする際、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

※1.～4. の具体的な設問は各業種によって異なる。

〔感動指標の設問〕

●●●を利用した際、あなたは次のようなことをどの程度経験しましたか。

1. びっくりした
2. うれしい
3. 楽しい
4. 興奮した

7. ランキング対象外企業・ブランドに関して：

- ・ ランキング対象外の企業・ブランドは、順位に含めていません。
- ・ ランキング対象外の企業・ブランドは、「300 人以上確保」や「前回調査実績」等の条件を満たさない企業・ブランドです。

以 上