



Japanese Customer Satisfaction Index 2025

JCSI 日本版顧客満足度指数
2025年度第2回調査 詳細資料

2025.7.30



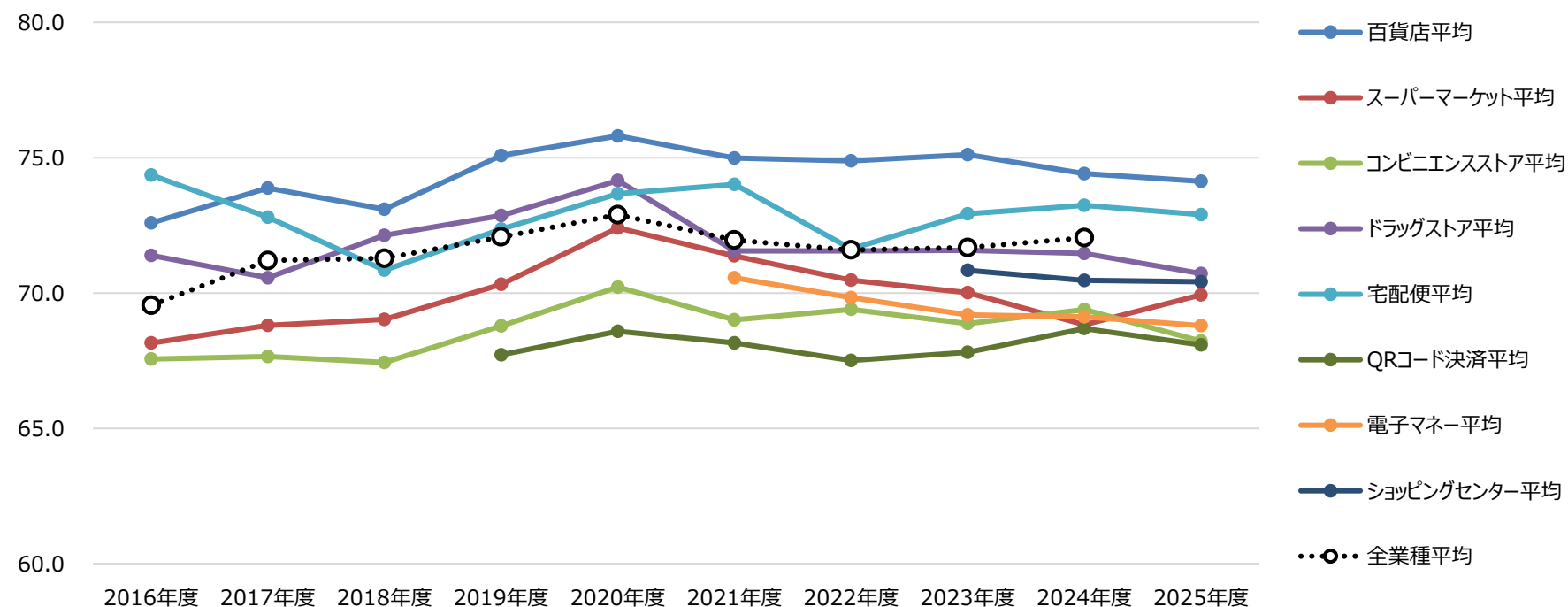
SPRING
サービス産業生産性協議会



INDEX

- | | | | |
|------|---------------------|------|----------------------------|
| P.1 | INDEX | P.19 | JCSIとは |
| P.2 | 2025年度 第2回調査 結果概要 | P.20 | 調査対象業種・スケジュール |
| P.3 | 百貨店 | P.21 | 調査対象企業・ブランド |
| P.4 | スーパーマーケット | P.22 | 回答者の選定条件、企業の選定条件 |
| P.5 | コンビニエンスストア | P.23 | JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能 |
| P.6 | ドラッグストア | P.24 | JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能 |
| P.7 | 宅配便 | P.25 | JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい |
| P.8 | QRコード決済 | P.26 | JCSI調査の設問構成 |
| P.9 | 電子マネー | P.27 | 調査設問：JCSI 6指標算出に用いる21設問 |
| P.9 | ショッピングセンター | P.28 | お問合せ先 |
| P.10 | 6指標 順位表 | | |
| P.14 | 感動指標・失望指標・CSR指標 順位表 | | |

2025年度 第2回調査 結果概要



各業種の平均には、ランキング対象外調査企業の結果も含まれます。
 全業種平均とは、当該年度全業種（約30業種）の全企業・ブランドのスコア平均のことです。
 全業種平均は2024年度まで記載しています。2025年度は年間発表時に記載予定。

2025年度 第2回調査 実施概要

調査期間 2025年5月21日～6月2日

対象業種 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、QRコード決済、電子マネー、ショッピングセンター

回答者数 19,796人
 (順位に含む54企業・ブランドの回答者は、17,366人)

調査方法 インターネット調査（インターネットモニターを活用した2段階調査）

設問数 約110問（業種により異なる）

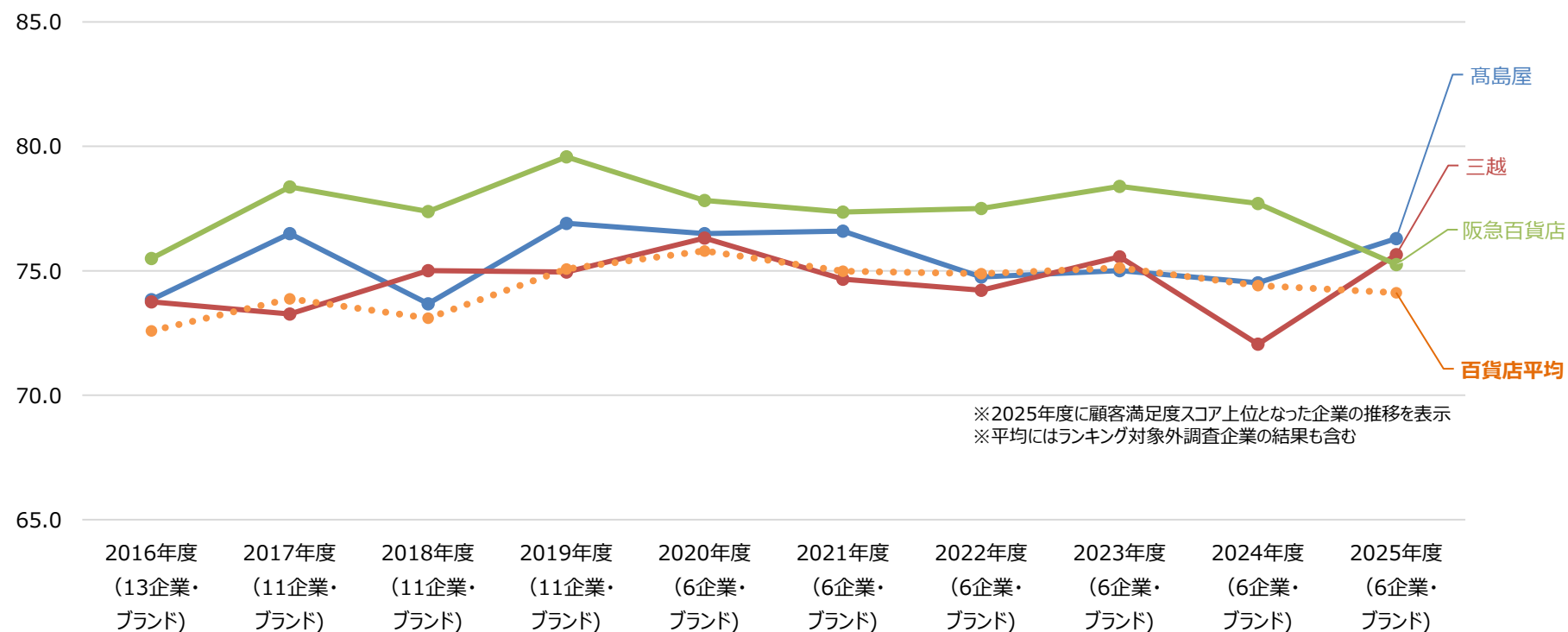
百貨店

顧客満足スコア上位

1位	高島屋	76.3
2位	三越	75.7
3位	阪急百貨店	75.3

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：伊勢丹、そごう、大丸、高島屋、阪急百貨店、三越
(6企業・ブランド)



スーパーマーケット

顧客満足スコア上位

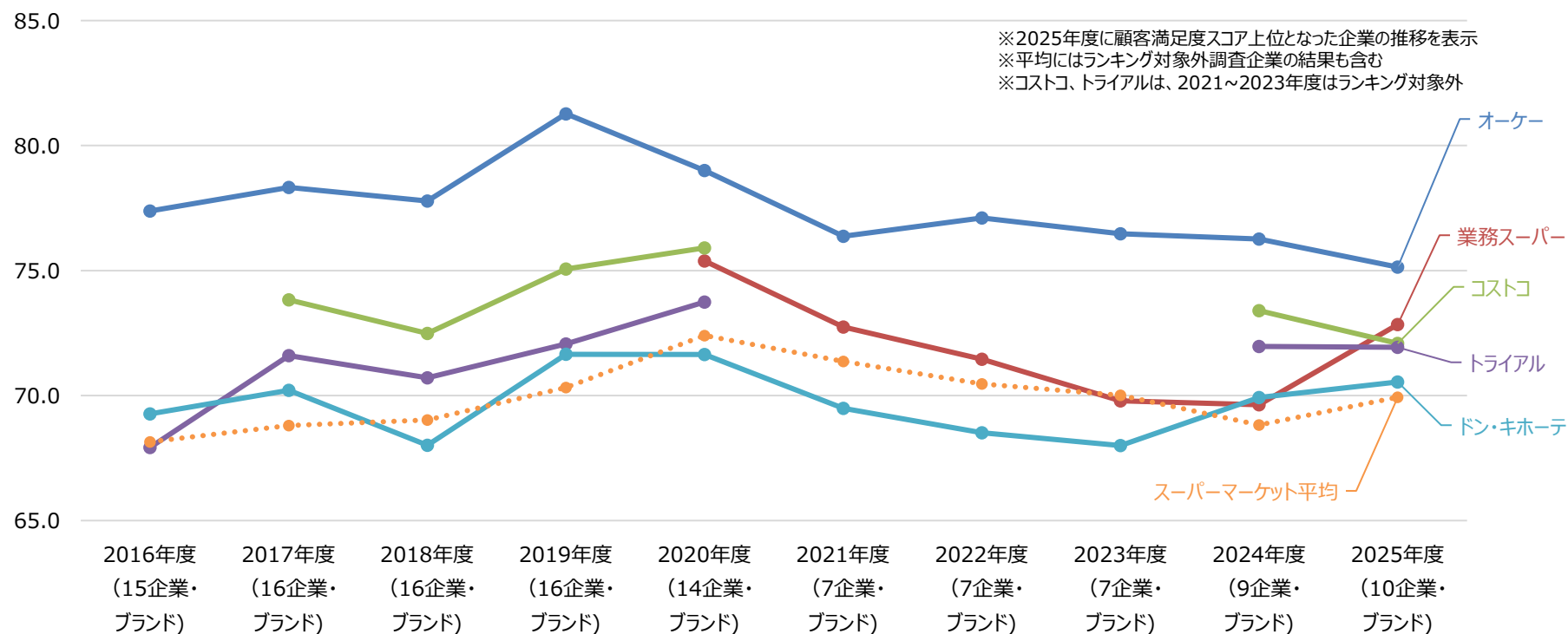
1位	オーケー	75.1
2位	業務スーパー	72.8
3位	コストコ	72.1
4位	トライアル	71.9
5位	ドン・キホーテ	70.5

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

<ディスカウントストア> オーケー、業務スーパー、コストコ、トライアル、ドン・キホーテ
(5企業・ブランド)

<総合スーパー等> イオン、イトーヨーカドー、西友、マックスバリュ、ライフ
(5企業・ブランド)



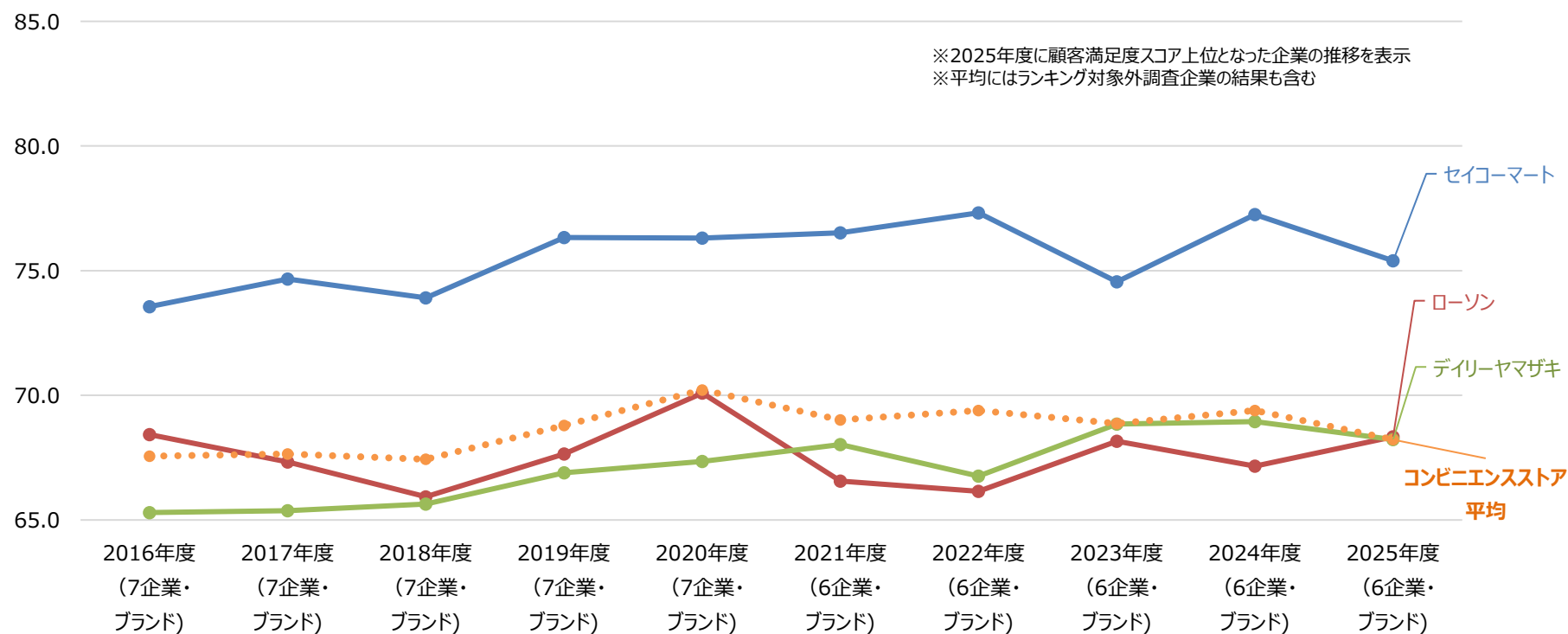
コンビニエンスストア

顧客満足スコア上位

1位	セイコーマート	75.4
2位	ローソン	68.3
3位	デイリーヤマザキ	68.2

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、
ファミリーマート、ミニストップ、ローソン
(6企業・ブランド)



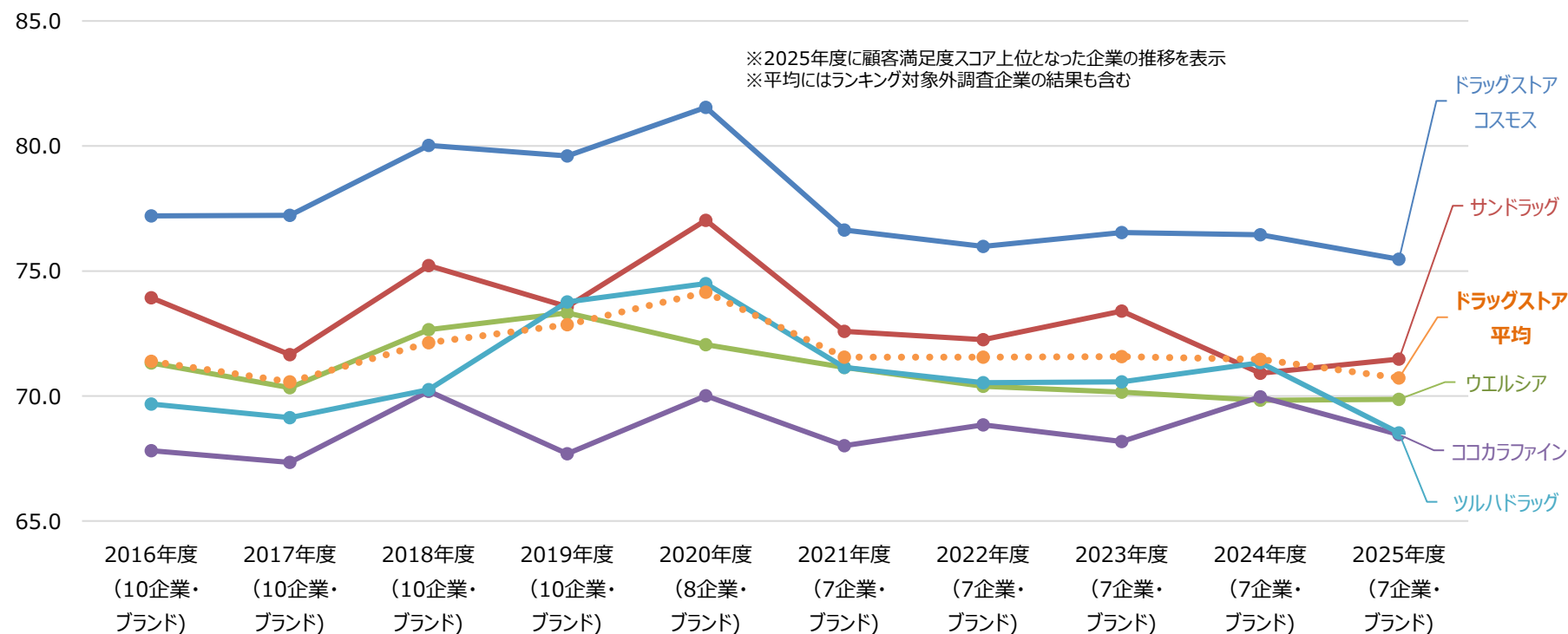
ドラッグストア

顧客満足スコア上位

1位	ドラッグストアコスモス	75.5
2位	サンドラッグ	71.5
3位	ウエルシア	69.9
4位	ココカラファイン/ツルハドラッグ	68.5

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：ウエルシア、ココカラファイン、サンドラッグ、スギ薬局、
ツルハドラッグ、ドラッグストアコスモス、マツモトキヨシ
(7企業・ブランド)



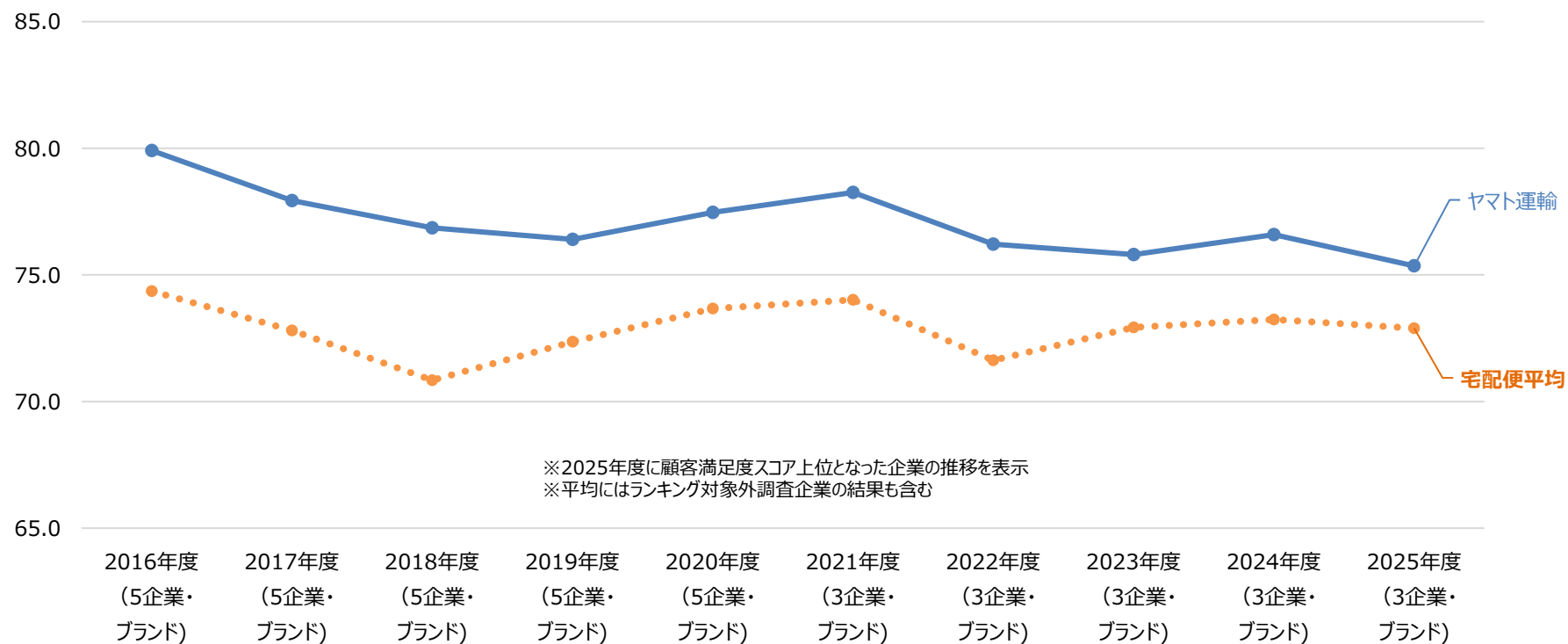
宅配便

顧客満足スコア上位

1位 ヤマト運輸 75.4

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：佐川急便、日本郵便、ヤマト運輸
(3企業・ブランド)



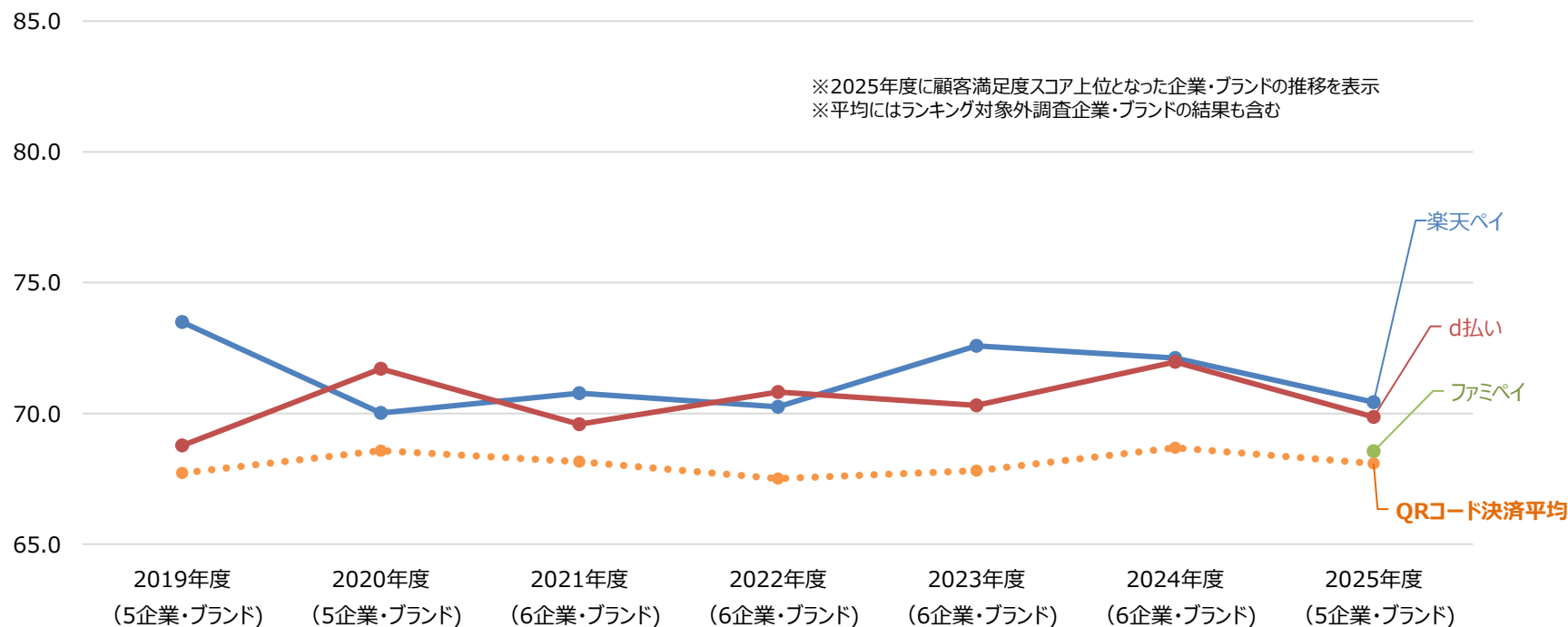
QRコード決済【特別調査】

顧客満足スコア上位

1位	楽天ペイ	70.4
2位	d払い	69.9
3位	ファミペイ	68.5

[調査企業・ブランド]

ランキング対象： au PAY、d払い、ファミペイ、PayPay、楽天ペイ
(5企業・ブランド)

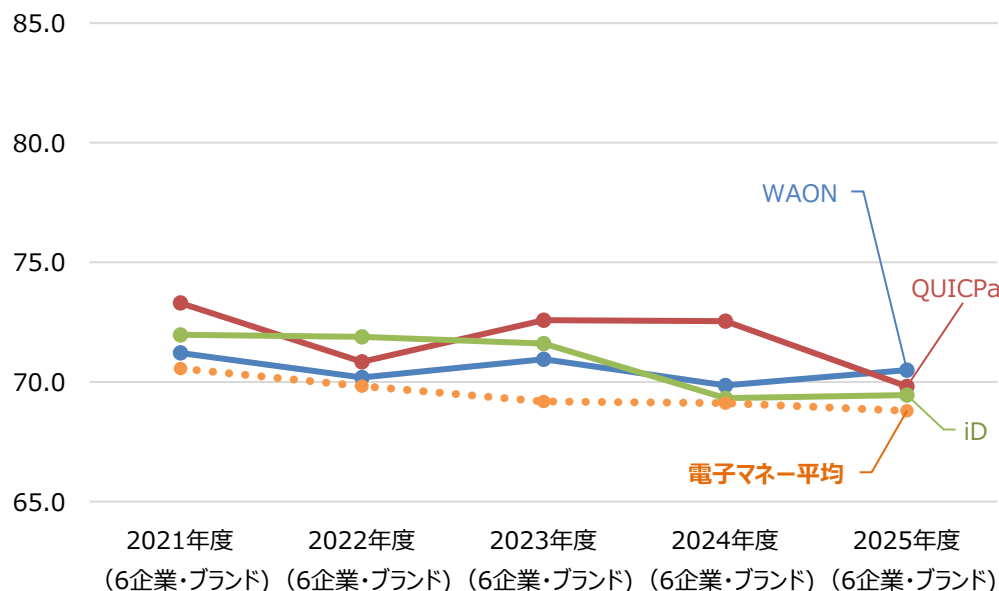


※QRコード決済業種は、支払い手段として、物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用しなくても活動できる状態（＝キャッシュレス）のうち、QRコード・バーコード決済を行っている企業・ブランドのみを選定対象とした。

電子マネー【特別調査】

顧客満足スコア上位		
1位	WAON	70.5
2位	QUICPay	69.8
3位	iD	69.5

※2025年度に顧客満足度スコア上位となった企業・ブランドの推移を表示
 ※平均にはランキング対象外調査企業・ブランドの結果も含む



〔調査企業・ブランド〕

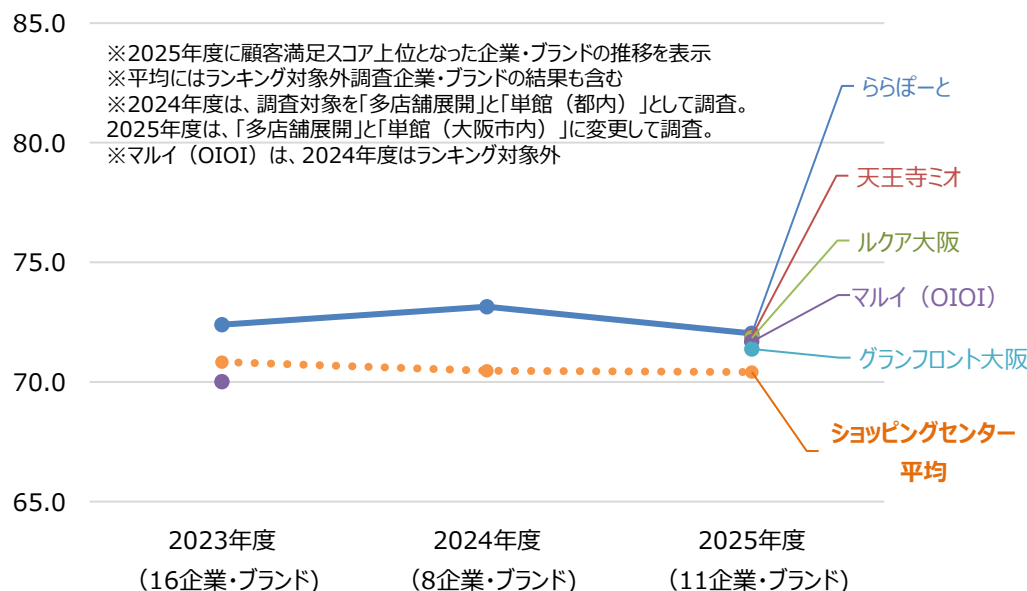
ランキング対象：iD、QUICPay、Suica、nanaco、楽天Edy、WAON
 (6企業・ブランド)

※電子マネー業種は、支払い手段として、物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用しなくても活動できる状態（＝キャッシュレス）のうち、専用の読み取り装置を用いて決済を行っている企業・ブランドのみを選定対象とした。

ショッピングセンター【特別調査】

顧客満足スコア上位		
1位	ららぽーと	72.0
2位	天王寺ミオ	71.9
3位	ルクア大阪	71.8
4位	マルイ (OIOI)	71.7
5位	グランフロント大阪	71.4

※2025年度に顧客満足度スコア上位となった企業・ブランドの推移を表示
 ※平均にはランキング対象外調査企業・ブランドの結果も含む
 ※2024年度は、調査対象を「多店舗展開」と「単館（都内）」として調査。
 2025年度は、「多店舗展開」と「単館（大阪市内）」に変更して調査。
 ※マルイ (OIOI) は、2024年度はランキング対象外



〔調査企業・ブランド〕

ランキング対象：
 <多店舗展開> アトレ、アリオ、イオンモール、パルコ (PARCO)、
 マルイ (OIOI)、ららぽーと (6企業・ブランド)

<単館（大阪市内）> グランフロント大阪、天王寺ミオ、なんばCITY、
 なんばパークス、ルクア大阪 (5企業・ブランド)

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

6 指標 順位表

百貨店 6企業・ブランド						
	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	74.6 三越	74.9 高島屋	73.3 高島屋	76.3 高島屋	72.2 阪急百貨店	72.1 高島屋
2	高島屋	阪急百貨店	三越	75.7 三越	高島屋	阪急百貨店
3	阪急百貨店	三越	阪急百貨店	75.3 阪急百貨店	三越	伊勢丹

スーパーマーケット 10企業・ブランド						
	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	71.1 コストコ	71.0 オーケー	73.4 オーケー	75.1 オーケー	68.1 コストコ	72.0 オーケー
2	オーケー	コストコ	業務スーパー	72.8 業務スーパー	オーケー	業務スーパー
3	トライアル	トライアル	トライアル	72.1 コストコ	イオン / トライアル	トライアル
4	ライフ	業務スーパー	コストコ	71.9 トライアル		ドン・キホーテ
5	イオン	ライフ	ドン・キホーテ	70.5 ドン・キホーテ	ライフ	コストコ

スーパーマーケット内サブカテゴリー

スーパーマーケット ディスカウントストア 5企業・ブランド						
	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	71.1 コストコ	71.0 オーケー	73.4 オーケー	75.1 オーケー	68.1 コストコ	72.0 オーケー
2	オーケー	コストコ	業務スーパー	72.8 業務スーパー	オーケー	業務スーパー
3	トライアル	トライアル	トライアル	72.1 コストコ	トライアル	トライアル

スーパーマーケット 総合スーパー等 5企業・ブランド						
	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	66.7 ライフ	67.8 ライフ	66.3 ライフ	68.6 イオン	65.5 イオン	62.7 ライフ
2	イオン	イオン	イオン	68.2 ライフ	ライフ	イオン
3	イトーヨーカドー / マックスバリュ	イトーヨーカドー	マックスバリュ	66.8 マックスバリュ	イトーヨーカドー	マックスバリュ

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

6 指標 順位表

コンビニエンスストア 6企業・ブランド						
	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	70.8 セイコーマート	72.7 セイコーマート	73.8 セイコーマート	75.4 セイコーマート	67.4 セイコーマート	70.5 セイコーマート
2	ローソン	ローソン	デイリーヤマザキ	68.3 ローソン	ローソン	ローソン
3	デイリーヤマザキ	デイリーヤマザキ	ミニストップ / ローソン	68.2 デイリーヤマザキ	デイリーヤマザキ	ファミリーマート

宅配便 3企業・ブランド						
	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	74.1 ヤマト運輸	74.2 ヤマト運輸	71.6 ヤマト運輸	75.4 ヤマト運輸	70.7 ヤマト運輸	72.7 ヤマト運輸

ドラッグストア 7企業・ブランド						
	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	69.8 ドラッグストア コスモス	72.2 ドラッグストア コスモス	75.0 ドラッグストア コスモス	75.5 ドラッグストア コスモス	70.4 ドラッグストア コスモス	72.0 ドラッグストア コスモス
2	ウエルシア	ウエルシア	サンドラッグ	71.5 サンドラッグ	ウエルシア	サンドラッグ
3	ツルハドラッグ	ツルハドラッグ	ツルハドラッグ	69.9 ウエルシア	サンドラッグ	ウエルシア
4	サンドラッグ	サンドラッグ	ココカラファイン	68.5 ココカラファイン/ ツルハドラッグ	ツルハドラッグ	ツルハドラッグ

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

6 指標 順位表

QRコード決済						
5企業・ブランド						
	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 d払い	70.1 楽天ペイ	68.2 楽天ペイ	70.4 楽天ペイ	63.5 楽天ペイ	69.3 楽天ペイ
2	楽天ペイ	d払い	d払い / ファミペイ	69.9 d払い	d払い	d払い
3	ファミペイ	PayPay		68.5 ファミペイ	PayPay	PayPay

電子マネー						
6企業・ブランド						
	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 WAON	70.9 iD	67.6 WAON	70.5 WAON	63.3 WAON	61.9 WAON
2	iD / QUICPay	QUICPay	QUICPay	69.8 QUICPay	iD / 楽天Edy	QUICPay
3		WAON	iD	69.5 iD		楽天Edy

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

6 指標 順位表

ショッピングセンター				11企業・ブランド		
	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	71.1 グランフロント 大阪	72.1 グランフロント 大阪	69.4 マルイ (OIOI)	72.0 ららぽーと	69.1 ルクア大阪	66.1 ららぽーと
2	ららぽーと	ららぽーと	天王寺ミオ	71.9 天王寺ミオ	天王寺ミオ	ルクア大阪
3	ルクア大阪	ルクア大阪	ららぽーと / ルクア大阪	71.8 ルクア大阪	グランフロント 大阪	天王寺ミオ
4	天王寺ミオ	天王寺ミオ / マルイ (OIOI)		71.7 マルイ (OIOI)	ららぽーと	グランフロント 大阪 / マルイ (OIOI)
5	パルコ (PARCO)		71.4 グランフロント 大阪	マルイ (OIOI)		
6	なんばパークス	なんばパークス	なんばパークス	70.9 なんばパークス	なんばパークス	イオンモール

ショッピングセンター内サブカテゴリー

ショッピングセンター 多店舗展開 6企業・ブランド						
	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 ららぽーと	71.5 ららぽーと	69.4 マルイ (OIOI)	72.0 ららぽーと	67.4 ららぽーと	66.1 ららぽーと
2	パルコ (PARCO)	マルイ (OIOI)	ららぽーと	71.7 マルイ (OIOI)	マルイ (OIOI)	マルイ (OIOI)
3	マルイ (OIOI)	パルコ (PARCO)	パルコ (PARCO)	70.0 パルコ (PARCO)	パルコ (PARCO)	イオンモール

ショッピングセンター 単館（大阪市内） 5企業・ブランド						
	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	71.1 グランフロント 大阪	72.1 グランフロント 大阪	69.3 天王寺ミオ	71.9 天王寺ミオ	69.1 ルクア大阪	65.5 ルクア大阪
2	ルクア大阪	ルクア大阪	ルクア大阪	71.8 ルクア大阪	天王寺ミオ	天王寺ミオ
3	天王寺ミオ	天王寺ミオ	グランフロント 大阪	71.4 グランフロント 大阪	グランフロント 大阪	グランフロント 大阪

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

感動指標・失望指標・CSR指標 順位表

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※失望指標は、スコアが小さいほど上位にランキングされる
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

百貨店 6企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	58.9 高島屋	14.3 三越	62.2 高島屋
2	阪急百貨店	高島屋	阪急百貨店
3	大丸	大丸 / 阪急百貨店	伊勢丹

スーパーマーケット 10企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	60.7 コストコ	18.1 ライフ	58.3 イオン
2	ドン・キホーテ	業務スーパー	イトーヨーカドー
3	オーケー	オーケー	オーケー
4	トライアル	イオン	ライフ
5	業務スーパー	西友	トライアル

スーパーマーケット内サブカテゴリー

スーパーマーケット ディスカウントストア			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	60.7 コストコ	18.5 業務スーパー	57.6 オーケー
2	ドン・キホーテ	オーケー	トライアル
3	オーケー	トライアル	コストコ

※5企業ブランド

スーパーマーケット 総合スーパー等			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	46.2 イオン	18.1 ライフ	58.3 イオン
2	ライフ	イオン	イトーヨーカドー
3	イトーヨーカドー	西友	ライフ

※5企業ブランド

感動指標・失望指標・CSR指標 順位表

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※失望指標は、スコアが小さいほど上位にランキングされる
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

コンビニエンスストア 6企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	49.7 セイコーマート	14.5 セイコーマート	63.4 セイコーマート
2	デイリーヤマザキ	デイリーヤマザキ	ローソン
3	ローソン	ファミリーマート	ファミリーマート

ドラッグストア 7企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	49.8 ドラッグストア コスモス	13.3 ドラッグストア コスモス	58.8 ウエルシア
2	ウエルシア	サンドラッグ	サンドラッグ
3	ツルハドラッグ	マツモトキョシ	ドラッグストア コスモス
4	スギ薬局	ウエルシア	ツルハドラッグ

宅配便 3企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	48.7 佐川急便	14.9 ヤマト運輸	60.6 ヤマト運輸

感動指標・失望指標・CSR指標 順位表

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

※失望指標は、スコアが小さいほど上位にランキングされる

※顧客満足1位企業を赤字表記

QRコード決済 5企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	42.2 楽天ペイ	16.6 ファミペイ	55.3 PayPay
2	d払い	au PAY	au PAY / 楽天ペイ
3	ファミペイ	楽天ペイ	

電子マネー 6企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	39.6 WAON	15.0 QUICPay	55.4 WAON
2	楽天Edy	nanaco	楽天Edy
3	QUICPay	Suica	nanaco

感動指標・失望指標・CSR指標 順位表

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※失望指標は、スコアが小さいほど上位にランキングされる
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

ショッピングセンター 11企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	57.2 ルクア大阪	16.3 アトレ	58.5 マルイ (OIOI)
2	グランフロント 大阪	天王寺ミオ	天王寺ミオ
3	なんばパークス	ららぽーと	グランフロント 大阪
4	ららぽーと	ルクア大阪	ららぽーと / ルクア大阪
5	天王寺ミオ	マルイ (OIOI)	
6	パルコ (PARCO)	なんばCITY	イオンモール

ショッピングセンター内サブカテゴリー

ショッピングセンター 多店舗展開			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	55.0 ららぽーと	16.3 アトレ	58.5 マルイ (OIOI)
2	パルコ (PARCO)	ららぽーと	ららぽーと
3	マルイ (OIOI)	マルイ (OIOI)	イオンモール

※6企業ブランド

ショッピングセンター 単館（大阪市内）			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	57.2 ルクア大阪	16.7 天王寺ミオ	57.9 天王寺ミオ
2	グランフロント 大阪	ルクア大阪	グランフロント 大阪
3	なんばパークス	なんばCITY	ルクア大阪

※5企業ブランド

感動指標・失望指標・CSR指標について

感動指標・失望指標とは

「(当企業・ブランドを)利用した際に次のようなこと(下記)をどの程度経験しましたか」という設問に対する「1 全くない」～「10 ほぼ毎回」の10段階の回答結果を、100点満点にて指数化したもの。

＜感動指標・失望指標の設問表現＞

- 感動指標「びっくりした(良い意味で)」「うれしい」「楽しい」「興奮した(良い意味で)」の4項目
- 失望指標「がっかりした」「いらいらした」「苦痛に感じた」「つまらない」「腹立たしい」の5項目

CSR指標とは

『あなたが利用した(当企業・ブランド)に関する以下の4項目(下記)について、「1 全く当てはまらない」から「7 非常に当てはまる」の7段階で教えてください。』という設問に対する7段階の回答結果を、100点満点にて指数化したもの。

＜CSR指標の設問表現＞

- ・エコロジー : エコロジー(自然環境保護など)への取り組みは高く評価できる
- ・情報公開 : 当企業・ブランドは、適切に情報公開を行っている
- ・消費者保護 : 当企業・ブランドは、消費者保護に十分な配慮をしていると思う
- ・地域社会貢献 : 当企業・ブランドを地域・社会に貢献する良き企業市民として認めることができる

JCSIとは

JCSI(Japanese Customer Satisfaction Index：日本版顧客満足度指数)調査は、サービス産業を対象とした日本最大級の顧客満足度調査です。

サービス産業の生産性を測るうえで重要である「顧客満足」を数値で可視化し、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に調査を行っています。

調査は例年、計30以上の業種・業態から約400の企業・ブランドを対象に年間数回に分けて実施しています。優れた企業のベンチマークによるサービス産業全体の生産性の底上げを図るため、上位企業の調査結果を公表しています。



調査対象業種・スケジュール

調査対象業種： 35業種（2024年度実績）
※赤字は今回発表の業種

セグメント	業種名
小売系	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、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、自動車販売店、通信販売
観光・飲食・交通系	シティホテル、ビジネスホテル、飲食、カフェ、旅行、エンタテインメント、国内長距離交通、近郊鉄道
通信・物流系	携帯電話、宅配便
生活支援系	フィットネスクラブ、教育サービス
金融系	銀行、生命保険、損害保険(自動車／住宅・火災)、証券、クレジットカード
特別調査	電力会社 小売、ガス小売、MVNO(仮想移動体通信事業者)、映画館、QRコード決済、電子マネー、ショッピングセンター、フリマアプリ

年間発表スケジュール(2025年度)

全業種を年間5回に分けて調査・発表

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月発表予定)	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
第4回	2025年8月 (10月発表予定)	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)
第5回	2025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、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

調査対象企業・ブランド

2025年度第2回調査(8業種)での調査対象は以下の企業・ブランドです。

調査対象：8業種65企業・ブランド ランキング対象：54企業・ブランド

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)
百貨店(9) (* ランキング対象外(3)を含む)	伊勢丹、そごう、大丸、高島屋、阪急百貨店、三越 (* ランキング対象外：西武百貨店、阪神百貨店、松坂屋)
スーパーマーケット(12) (* ランキング対象外(2)を含む)	【ディスカウントストア】(5) オーケー、業務スーパー、コストコ、トライアル、ドン・キホーテ (* ランキング対象外：ロピア) 【総合スーパー等】(5) イオン、イトーヨーカドー、西友、マックスバリュ、ライフ (* ランキング対象外：成城石井)
コンビニエンスストア(7) (* ランキング対象外(1)を含む)	セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン (* ランキング対象外：ナチュラルローソン)
ドラッグストア(9) (* ランキング対象外(2)を含む)	ウエルシア、ココカラファイン、サンドラッグ、スギ薬局、ツルハドラッグ、ドラッグストアコスモス、マツモトキヨシ (* ランキング対象外：CREATE、ダイコクドラッグ)
宅配便 (3)	佐川急便、日本郵便、ヤマト運輸
QRコード決済(7) (* ランキング対象外(2)を含む)	au PAY、d払い、ファミペイ、PayPay、楽天ペイ (* ランキング対象外：AEON Pay、メルペイ)
電子マネー(6)	iD、QUICPay、Suica、nanaco、楽天Edy、WAON
ショッピングセンター(12) (* ランキング対象外(1)を含む)	【多店舗展開】(6) アトレ、アリオ、イオンモール、パルコ (PARCO) 、マルイ (OIOI) 、ららぽーと (* ランキング対象外：ルミネ) 【単館 (大阪市内) 】(5) グランフロント大阪、天王寺ミオ、なんばCITY、なんばパークス、ルクア大阪

回答者の選定条件、企業の選定条件

回答者の選定条件

JCSI調査では、下記条件に該当するサービス利用者に対象を限定して調査を行っています。

業種名	回答者の選定条件（調査時点からみて）
百貨店	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用
スーパーマーケット	3か月以内に2回以上(会計を伴う)利用
コンビニエンスストア	1か月以内に2回以上(会計を伴う)利用
ドラッグストア	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用
宅配便	1年以内に2回以上発送し、かつ利用料金を見聞きたことがある
QRコード決済	半年以内に2回以上利用
電子マネー	半年以内に2回以上利用
ショッピングセンター	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用

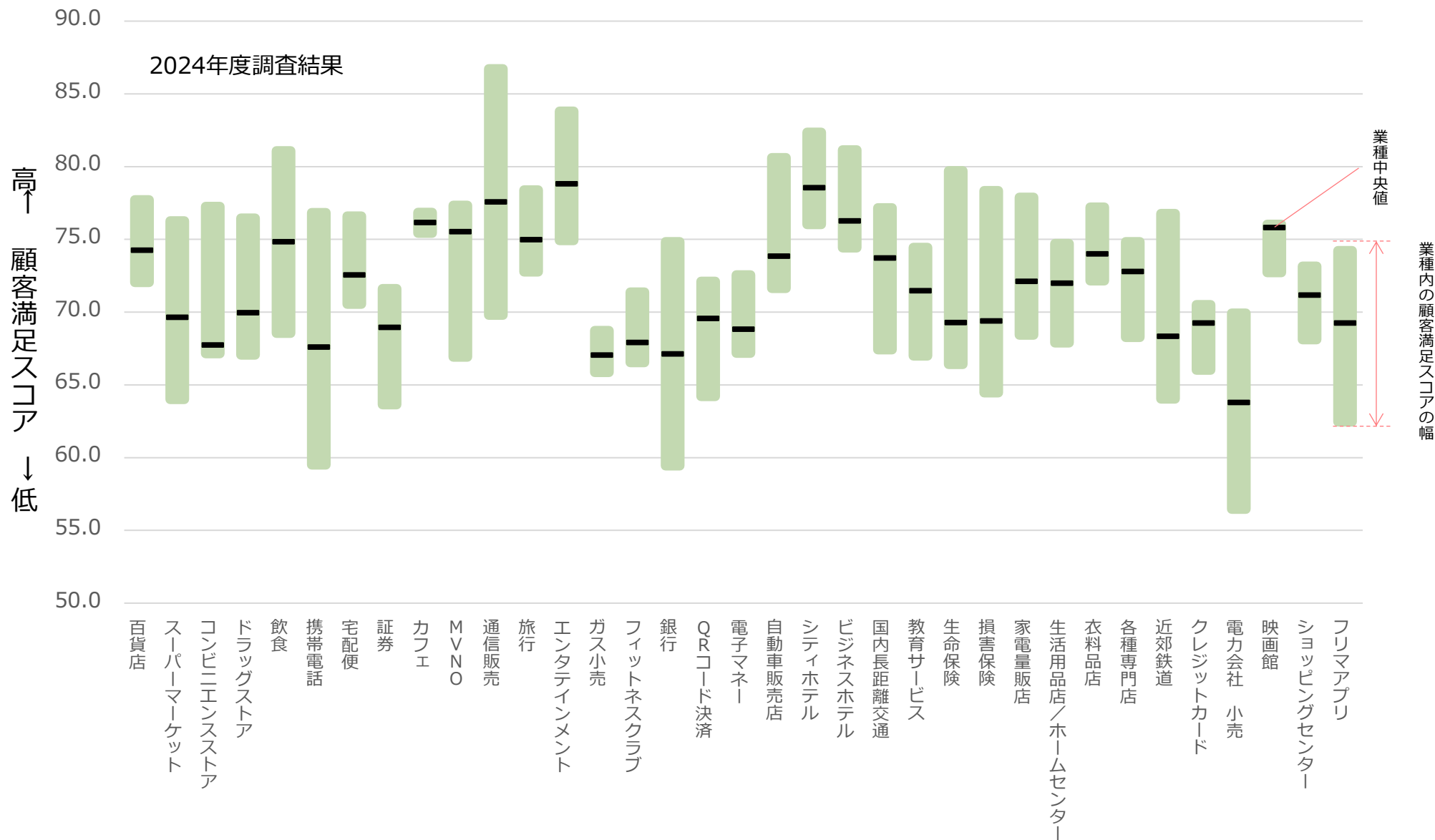
企業の選定条件

調査対象(指数化の対象となる企業・ブランド)の選定手順・要件は以下のとおりです。

1. 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)。
2. ピックアップした候補を一覧化し、上記の回答者の選定条件に従って回答者に利用経験を確認。
3. 業種単位で指標化対象を決定(原則として利用経験者が多い企業・ブランドから順に、前回調査実績などを考慮して決定)。
4. 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。
5. 上記の条件に満たない企業・ブランドはランキング対象外とする。

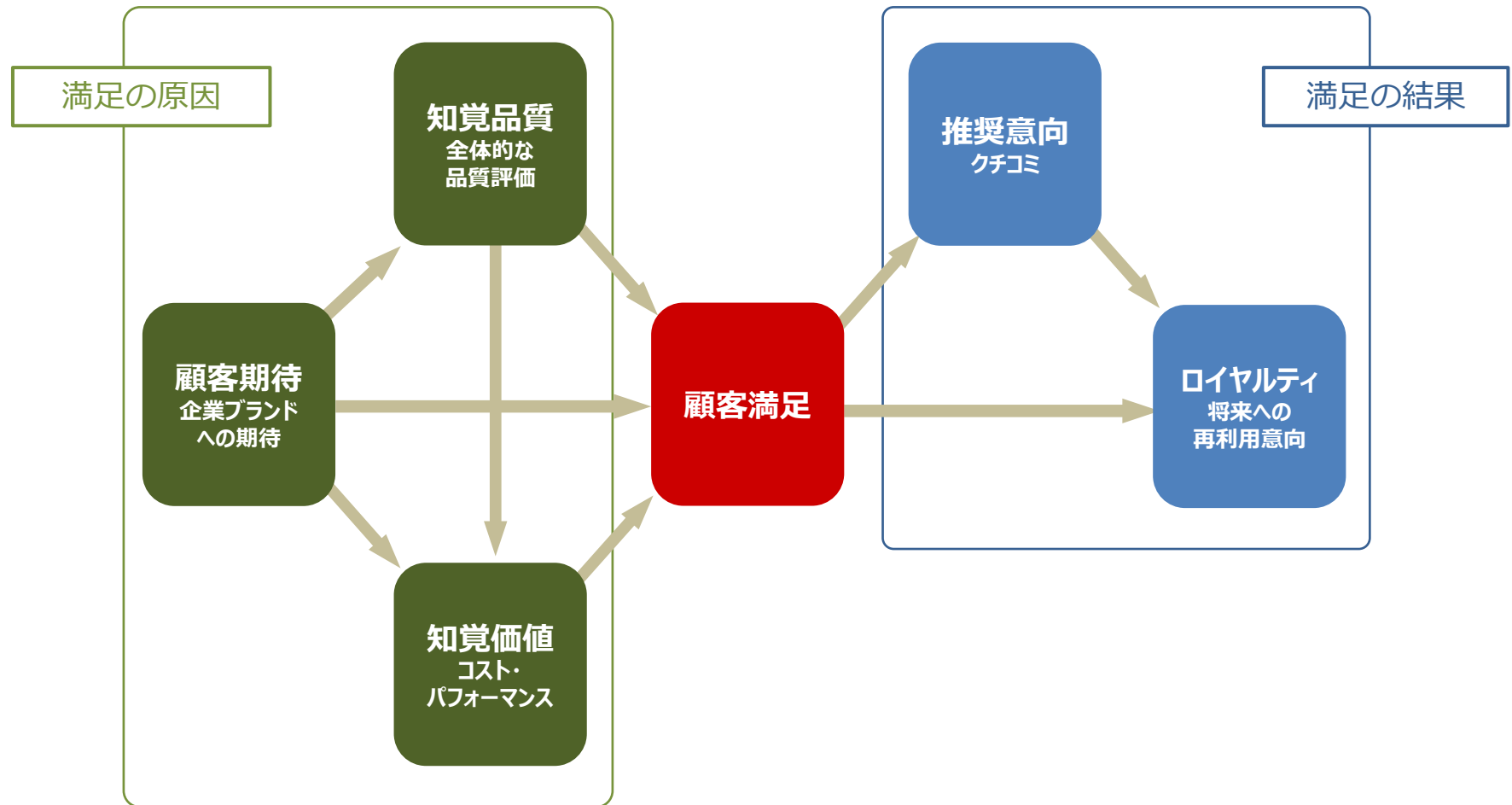
JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能

共通の設問を用いることで、業種・業態を超えた満足度比較が可能になります。業種を超えた競合企業評価やベンチマーク先評価が可能です。



JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能

顧客満足のプロセスについて心理モデルを構成し、6つの要素を指標化しています。
下記のCSIモデルは世界的に活用されています。



JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい

第三者機関としての調査結果を、各業種・年間1回発表しています。
毎年、一定の調査手法を用いて調査を行っているため、経年での比較が可能です。

<活用例>

■ 業界1位を経営目標に

顧客満足度 1位を目標	航空会社A	□ 「顧客満足の向上」による差別化を図ることを社内外に向けて明言 □ 「JCSI顧客満足度1位」を社内目標に掲げ、CSマネジメントを推進
推奨意向、 ロイヤルティ1位を 目標	航空会社B	□ 「顧客満足」ではなく、継続的な利用に繋がる「推奨意向」「ロイヤルティ」を重視 □ 中期経営計画にて、5年後に業種No.1になると発表

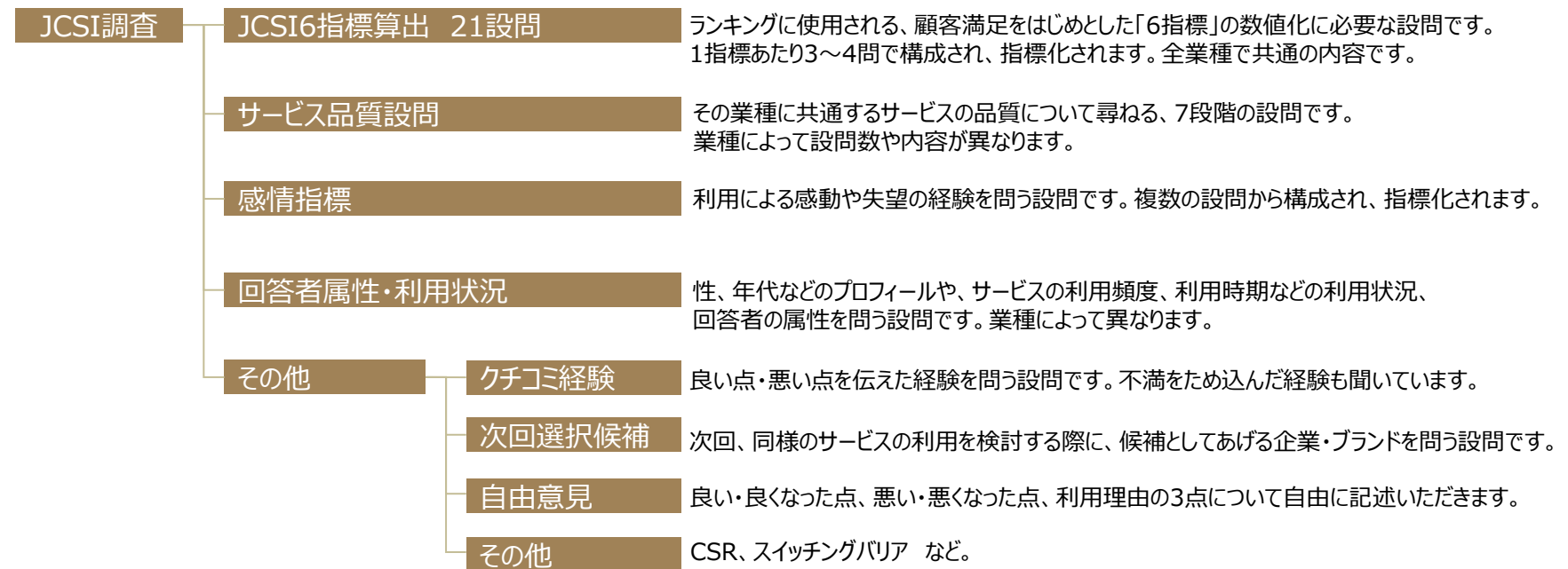
■ 社内施策の効果測定に

事業戦略の変更 の効果測定	レストラン	□ 長年の業績低迷を打破するために、事業戦略を変更 (顧客ターゲットの見直し、メニュー変更、施設のリニューアル、社内教育の徹底 等を実施) □ 各施策の効果測定を、JCSI6指標とサービス品質項目の時系列比較によって実施 □ 各施策の評価が高まるとともに、業績も回復基調に
業種内の 自社ポジション を把握	スーパーマーケット	□ 自社の強みや弱みの把握のため、JCSI6指標とサービス品質項目を時系列比較で分析 □ 自社と競合他社のデータを比較し、他社の強みも分析することで、事業戦略に活用 サービス品質設問も活用して、業務品質を時系列比較、他社比較によって評価・分析
サービス産業全体 の中での ポジション把握	エンタテインメント	□ サービス産業全体(調査対象400社以上)の中での横断的な自社の位置付けを把握 JCSIを継続して活用することで、経年での変化をチェック

JCSI調査の設問構成

JCSI調査では、中心となる「6指標」を問う21設問をはじめ、全体で約110問の調査を設定しています。それぞれの回答結果は集計した後、様々な指標、分析結果としてアウトプットされ、一部を公表しています。

JCSI調査の設問構成イメージ



調査設問：JCSI 6 指標算出に用いる21設問

満足・不満足の原因	顧客期待	1	全体期待	「商品・サービス等」、「店舗・設備・システム等」、「従業員の対応等」、「情報提供等」(以下、◆◆◆)など様々な点から見て、当社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、当社はどの程度、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、▲▲(業種等)として不可欠な商品がなかったり、サービスが利用できなかったりすることが、当社でどの程度起きてい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、当社はどの程度優れていると思いますか。
		2	バラツキ	過去1年間の経験を振り返って、当社の商品・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	当社は、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、▲▲として不可欠な商品がなかったり、サービスが利用できなかったりしたことが当社でどれくらいありましたか。
	知覚価値	1	品質対価格	あなたが当社で支払った金額を考えた場合、◆◆◆など様々な点から見た当社の総合的な質をどのように評価しますか。
		2	価格対品質	当社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、当社の方がお得感がありましたか。
満足・不満足の結果	顧客満足	1	全体満足	過去1年間の利用経験を踏まえて、当社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、当社を選んだことは、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	当社の利用は、あなたの生活を豊かにすることに、どの程度役立っていますか。
	推奨意向 ロイヤルティ	あなたが当社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	頻度拡大	これから1年間に、当社を今までより頻繁に利用したい。
		2	関連購買	今後1年間で、これまでよりも幅広い目的で当社を利用したい。
		3	持続期間	これからも、当社を利用し続けたい。
		4	第一候補	次回、▲▲を利用する場合、当社を第一候補に思う。

● 指数化の方法

上記 6 指標について、それぞれ 3 ～ 4 つの質問で得点を計算し、100点満点で指数化。

10点(もしくは7点)満点の複数設問に対し、「全ての項目に満点」の場合に100点、「全ての項目に1点」の場合に0点となります。

評価は10段階(「ロイヤルティ」のみ7段階)

サービス産業生産性協議会とは



「サービス産業のイノベーションと生産性向上」を推進するための産学官のプラットフォームとして、公益財団法人日本生産性本部が2007年に設立しました。優秀事例の顕彰、知識共有の場づくり、経営革新のツールの提供、調査研究などサービス産業のダイナミックな成長につながる活動を推進しています。

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(SPRING)事務局
〒102-8643 東京都千代田区平河町2-13-12

Tel : 03(3511)4010
Email : jcsi@jpc-net.jp
Web : <https://www.service-js.jp>
Facebook : <https://www.facebook.com/SPRING.Service>
X(旧Twitter) : https://x.com/SPRING_Service

ご注意

- (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2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。