



2019 年 2 月 19 日

各 位

株式会社コスモス薬品

**顧客満足度指数調査「ドラッグストア」で  
お客様から 8 年連続で第 1 位の評価をいただきました**

株式会社コスモス薬品は、サービス産業生産性協議会が 2019 年 2 月 19 日に発表した 2018 年度 JCSI（日本版顧客満足度指数）の「ドラッグストア」において**8 年連続で第 1 位**の評価をいただきました。

サービス産業生産性協議会は、独自に開発した指数「JCSI」を用いて日本の幅広い産業をカバーする日本最大級の顧客満足度調査を行っており、内閣府に認められた公益財団法人 日本生産性本部に事務局を置く協議会です。また、**この調査は総計 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**です。

「JCSI」は、日本の様々な業界を横断的に比較・検討することが可能な数値であることから、顧客満足度構造を把握する指標として多くの業界から注目されています。「JCSI」調査は「顧客満足度」の他、「顧客期待（利用前の期待・予想）」、「知覚品質（利用した際の品質評価）」、「知覚価値（価格への納得感）」、「推奨意向（他者への推奨）」、「ロイヤルティ（継続的な利用意向）」の合計 6 種類の指数により、サービスの質を多面的に評価しています。

当社といたしましては、このような調査において高い評価をいただいたことを誇りに思い、今後も引き続き地域のお客様に「この品質・このサービスでこの価格」と、驚きと感動を与えるられるドラッグストアを目指してまいります。

● 関連リンク先

サービス産業生産性協議会

> 日本版顧客満足度指数 > 2. 調査結果発表

> 2018 年度 JCSI（日本版顧客満足度指数）第 6 回調査結果発表

[https://www.service-js.jp/modules/contents/?ACTION=content&content\\_id=1346](https://www.service-js.jp/modules/contents/?ACTION=content&content_id=1346)

以 上

※ 次ページ以降に、サービス産業生産性協議会が発表したニュースリリースを抜粋しております。



～2018 年度 JCSI（日本版顧客満足度指数）第6回調査結果発表～

## 阪急電鉄 10 年連続顧客満足 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19日、2018年度JCSI第6回調査として、5業種の顧客満足度を発表しました。主な調査結果は以下の通りです。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、本年度は年6回に分け、30業種超、約400の企業・ブランドの調査を行いました。

### 【各業種の顧客満足上位3位企業・ブランド】

| 家電量販店 |         | スコア  |
|-------|---------|------|
| 1 位   | ヨドバシカメラ | 78.3 |
| 2 位   | ケーズデンキ  | 73.5 |
| 3 位   | ビックカメラ  | 71.9 |

全6社中

| ドラッグストア |                     | スコア  |
|---------|---------------------|------|
| 1 位     | ディスカウント<br>ドラッグコスモス | 80.0 |
| 2 位     | CREATE              | 77.4 |
| 3 位     | サンドラッグ              | 75.2 |

全10社中

【特別調査】

| 近郊鉄道 |        | スコア  |
|------|--------|------|
| 1 位  | 阪急電鉄   | 77.8 |
| 2 位  | 京阪電車   | 73.7 |
| 3 位  | 京浜急行電鉄 | 72.4 |

全23社中

| フィットネスクラブ |         | スコア  |
|-----------|---------|------|
| 1 位       | カーブス    | 72.1 |
| 2 位       | ルネサンス   | 68.8 |
| 3 位       | コナミスポーツ | 67.5 |

全5社中

| プロ野球観戦 |              | スコア  |
|--------|--------------|------|
| 1 位    | 広島東洋カープ      | 85.6 |
| 2 位    | 福岡ソフトバンクホークス | 81.0 |
| 3 位    | 東京ヤクルトスワローズ  | 78.7 |

全12球団中

### <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：2018年11月29日～12月27日

回答者数：20,187人

調査方法：インターネット調査

調査対象：5業種65企業・ブランド（各企業・ブランド、300人以上から回答を確保）

### 【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：吉田・長田・浅野・田嶋）

〒102-8643 東京都千代田区平河町 2-13-12 TEL: 03(3511)4010 E-Mail: service-js@jpc-net.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 2018 年度 JCSI 第6回調査結果」もしくは「2018 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、上記にお知らせください。

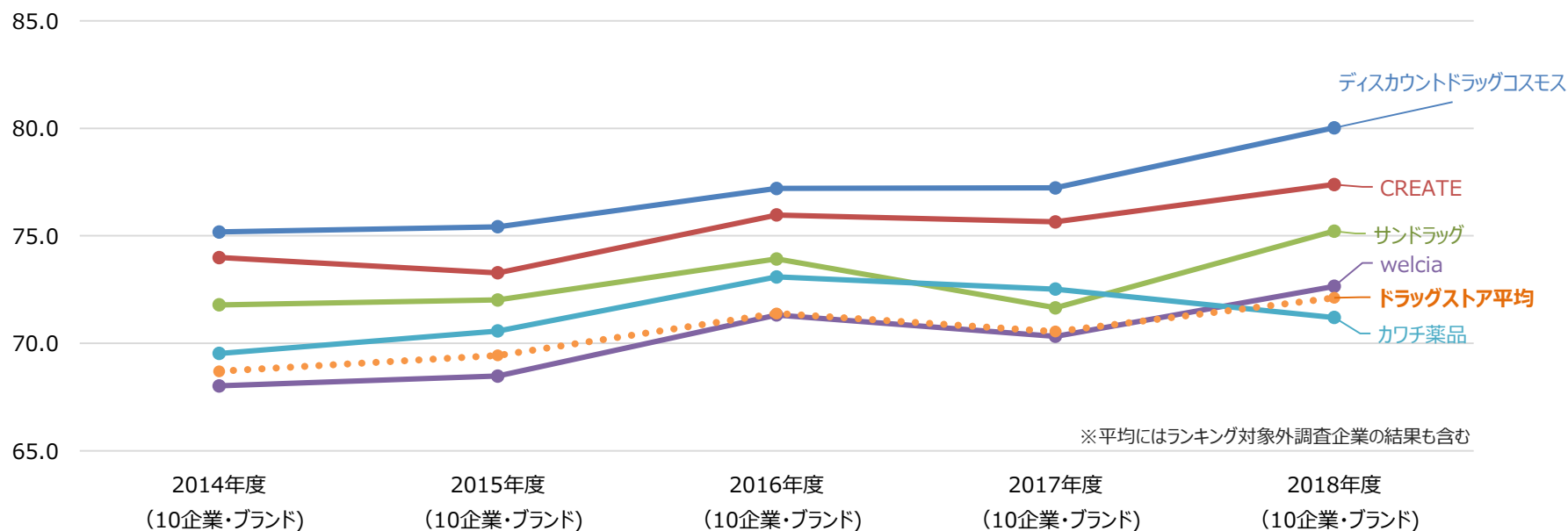
## ドラッグストア

### 顧客満足スコア上位

|    |                 |      |
|----|-----------------|------|
| 1位 | ディスカウントドラッグコスモス | 80.0 |
| 2位 | CREATE          | 77.4 |
| 3位 | サンドラッグ          | 75.2 |
| 4位 | welcia          | 72.7 |
| 5位 | カワチ薬品           | 71.2 |

ドラッグストア業種は、2014年度以降スコアを上下動させています。順位は、1位ディスカウントドラッグコスモス、2位CREATE、3位サンドラッグとなりました。

ディスカウントドラッグコスモスは、2014年度以降スコアが上昇しています。CREATEは2016年度から2017年度にかけ横ばいとなりましたが、全体としては概ね上昇傾向となっています。サンドラッグは、2016年度から2017年度にかけてスコアが低下しましたが、2018年度は上昇となりました。



[調査企業・ブランド]

ランキング対象 : welcia、カワチ薬品、CREATE、ココカラファイン、サンドラッグ、スギ薬局、SEIMS、ツルハドラッグ、ディスカウントドラッグコスモス、マツモトキヨシ (10企業・ブランド)

## 6 指標 順位表

| 家電量販店 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              | 75.2<br>ヨドバシカメラ | 75.5<br>ヨドバシカメラ | 74.4<br>ヨドバシカメラ | 78.3<br>ヨドバシカメラ | 71.7<br>ヨドバシカメラ | 74.9<br>ヨドバシカメラ |
| 2              | ケースデンキ          | ケースデンキ          | ケースデンキ          | 73.5<br>ケースデンキ  | ケースデンキ          | ケースデンキ          |
| 3              | ビックカメラ          | ビックカメラ          | ビックカメラ          | 71.9<br>ビックカメラ  | エディオン           | ビックカメラ          |

| ドラッグストア 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                 | 70.5<br>CREATE      | 75.3<br>ディスカウント<br>ドラッグコスモス | 78.6<br>ディスカウント<br>ドラッグコスモス | 80.0<br>ディスカウント<br>ドラッグコスモス | 72.9<br>ディスカウント<br>ドラッグコスモス | 76.8<br>ディスカウント<br>ドラッグコスモス |
| 2                 | ディスカウント<br>ドラッグコスモス | CREATE                      | CREATE                      | 77.4<br>CREATE              | CREATE                      | CREATE                      |
| 3                 | サンドラッグ              | サンドラッグ                      | サンドラッグ                      | 75.2<br>サンドラッグ              | サンドラッグ                      | サンドラッグ                      |
| 4                 | welcia              | welcia                      | カワチ薬品                       | 72.7<br>welcia              | welcia                      | カワチ薬品                       |
| 5                 | カワチ薬品               | ツルハドラッグ                     | welcia                      | 71.2<br>カワチ薬品               | カワチ薬品<br>/<br>スギ薬局          | welcia                      |

## 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<br>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）