

報道関係機関各位

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

～2017年度JCSI（日本版顧客満足度指数）第6回調査結果発表～

阪急電鉄が9年連続顧客満足1位 ヨドバシカメラが8年連続、コスモス薬品が7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は14日、2017年度「JCSI（日本版顧客満足度指数:Japanese Customer Satisfaction Index）」第6回調査として5業種（家電量販店、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）および特別調査として3業種（電力小売、ガス小売、パ・リーグ野球観戦）、のべ79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6頁以降をご覧ください） ※は特別調査

・ヨドバシカメラ【家電量販店】	～8年連続の顧客満足1位～	6頁
・コスモス薬品【ドラッグストア】	～7年連続の顧客満足1位～	8頁
・阪急電鉄【近郊鉄道】	～9年連続の顧客満足1位～	10頁
・カーブス【フィットネスクラブ】	～4年連続の顧客満足1位～	12頁
・ケーズデンキ【住設機器サービス】	～2回連続の顧客満足1位～	14頁
・東京ガス【電力小売（※）】	～初の顧客満足1位～	16頁
・大阪ガス【ガス小売（※）】	～顧客満足1位～	17頁
・ソフトバンクホークス【パ・リーグ野球観戦（※）】	～顧客満足1位～	18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、30業種超、約400の企業・ブランドの調査を行いました。「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、巻末「参考資料1」をご参照下さい。

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 2017年度 JCSI 第6回調査結果」もしくは「2017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、下記にお知らせ下さい。

【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 (担当：吉田・長田・浅野)

tel: 03(3511)4010 mail:service-js@jpc-net.jp

SPRING

JCSI

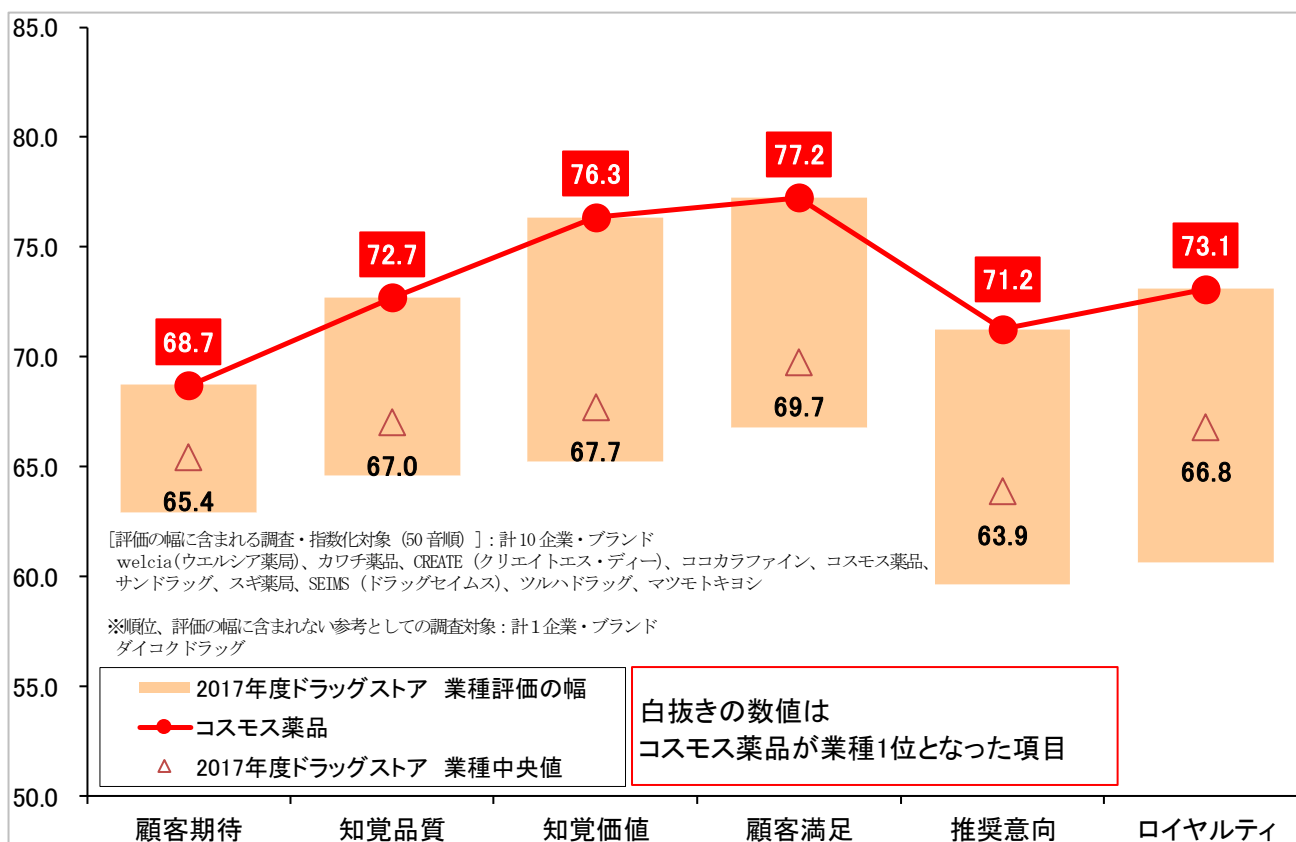
検索

～「コスモス薬品」が7年連続の顧客満足1位～

ドラッグストアは「コスモス薬品」が7年連続の顧客満足1位となりました。顧客満足を含めた全6指標で1位となっています。顧客満足2位は「CREATE」で、顧客期待で同点1位となっています。「カワチ薬品」は全6指標で3位となりました。

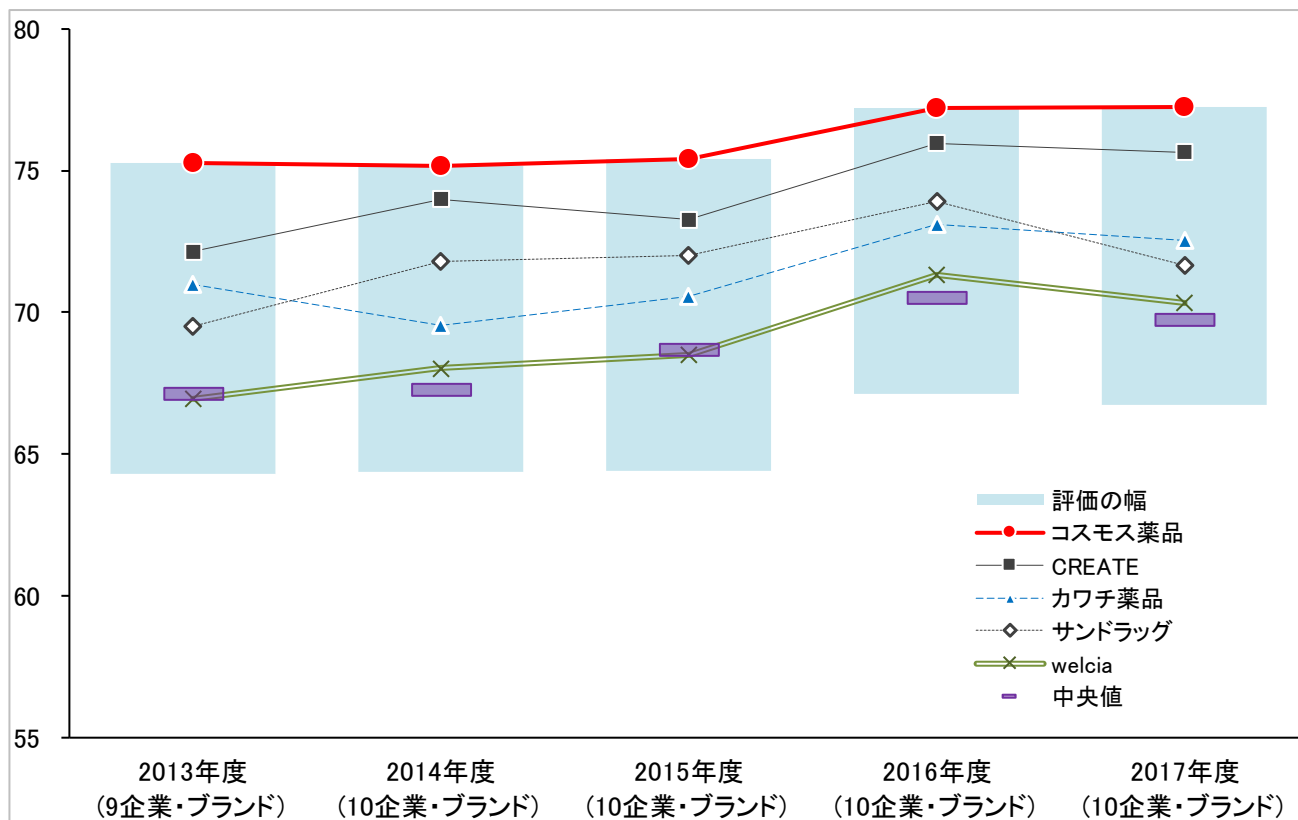
＜2017年度 ドラッグストア 6指標順位（中央値まで）＞

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	68.7 CREATE/ コスモス薬品	72.7 コスモス薬品	76.3 コスモス薬品	77.2 コスモス薬品	71.2 コスモス薬品	73.1 コスモス薬品
2	コスモス薬品 (同点1位)	CREATE	CREATE	75.7 CREATE	CREATE	CREATE
3	カワチ薬品	welcia/ カワチ薬品	カワチ薬品	72.5 カワチ薬品	カワチ薬品/ サンドラッグ	カワチ薬品/ サンドラッグ
4	サンドラッグ	(同点3位)	サンドラッグ	71.7 サンドラッグ	(同点3位)	(同点3位)
5	welcia	サンドラッグ	SEIMS	70.3 welcia	welcia	welcia



ドラッグストアのスコアの幅は前年度と比べ、ほぼ変わりありませんが中央値がやや下がっています。

＜ドラッグストア 2017年度顧客満足5位までの推移＞



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。

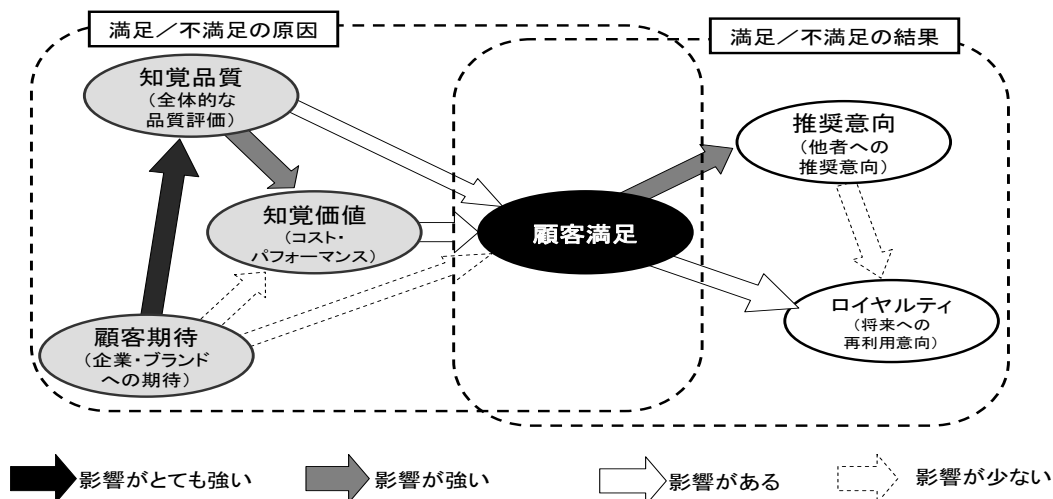
知覚価値：受けたサービスの品質と価格とを対比して、利用者が感じる納得感、コストパフォーマンスを示します。

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）



矢印は、「心理的な動き」を示す。（黒い矢印は、業種固有の関係性が特に強いことを示す）

■ 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、利用者には「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

統計的な手法により、12万人以上の利用者の回答から、顧客満足などの指標を算出しています。