

## ■ JCSI（日本版顧客満足度指数）の特徴

### 1. 6つの指標で満足度構造とポジショニングをチェック

サービスを多面的に評価するために、顧客満足度指数だけでなく、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。

### 2. 業種を超えて比較

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。

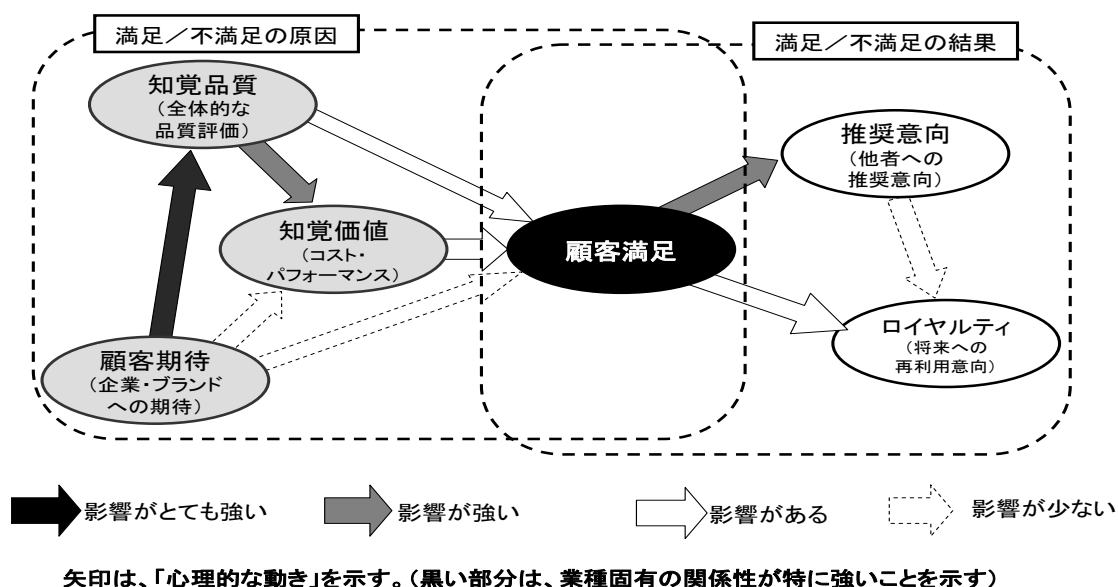
### 3. 経営改善に活用

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への活用が期待できます。

### 4. 日本最大級の顧客満足度調査

統計的な収集方法による統計は12万人以上の利用者の回答をもとに、顧客満足度などの指標を算出しています。

## 【JCSIの因果モデル（因果関係のイメージ図）】



## 【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。

※名称が2013年度より「クチコミ」から「推奨意向」へと変わりました。設問等に変更はありません。

## 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）

#### [顧客期待]

1. 全体期待：×××などの様々な点から見て、●●●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、●●●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、●●●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、●●●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、●●●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：●●●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●●●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●●●で支払った金額を考えた場合、×××など様々な点から見た●●●の総合的な質をどのように評価しますか
2. 価格対品質：●●●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、●●●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、●●●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]

あなたが●●●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／2. 会社としてのサービス／3. 適切な情報提供／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●●●を利用したい
2. 第一候補：次回、▲▲を利用する場合、●●●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●●●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挿入。「▲▲」が該当する業種名を挿入。「●●●」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）

- ・回答者属性および利用実績に関わる項目 約15設問
- ・業種個別の調査項目 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は以下の通り：

- 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「選定条件(下表右側の条件)」に従って一次抽出時に利用経験を確認。
- 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）
- 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1)～4)の条件に満たない企業・ブランドは順位に含まれない参考値として調査

### ■指数化対象企業・ブランド

業種名	指数化対象企業・ブランド名	選定条件
コンビニエンスストア(9)	サークルK、サンクス、セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、NEW DAYS、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン	最近1か月で、2回以上買い物
シティホテル(9) 参考(3)	ANA(クラウンプラザ含む)、オークラ、京王プラザ、帝国、ニッコー・ホテルズ・インターナショナル、ニューオータニ、ヒルトン、プリンス、リーガロイヤル *参考:ザ・リッツ・カールトン、ハイアット、ロイヤルパーク	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」
ビジネスホテル(10) 参考(3)	アパ、コンフォート、スーパー、ダイワロイネット、東急イン、東横イン、ドミーイン、リッチモンド、ルートイン、ワシントン *参考:サンルートホテル、チサンホテル(チサンイン含む)、三井ガーデンホテル	最近1年間で、「宿泊室を2回以上利用」、かつ、「発生した料金を見聞きた」
飲食(24)	<レストランチェーン> かっぱ寿司、ガスト、木曽路、くら寿司、ココス、サイゼリヤ、ジョイフル、ジョナサン、スシロー、デニーズ、バーミヤン、びっくりドンキー、ロイヤルホスト <ファストフード店(丼・麺・カレーを含む)> カレーハウス CoCo 壱番屋、餃子の王将、ケンタッキーフライドチキン、幸楽苑、すき家、はなまるうどん、マクドナルド、松屋、丸亀製麺、モスバーガー、吉野家	最近3か月で、「2回以上飲食」
カフェ(7)	カフェ・ベローチェ、コメダ珈琲店、サンマルクカフェ、スターバックス、タリーズ、ドトール、ミスタードーナツ	最近3か月で、「2回以上飲食」
携帯電話(5)	イー・モバイル、ウィルコム、au、ソフトバンク、ドコモ	以下の条件を満たす事 ・3か月以上利用を継続 ・最近1年間で、「利用請求額を見聞きた」、もしくは、「見聞きしていないが、支払いが自己負担」
宅配便(5) 参考(1)	佐川急便、西濃運輸、日本郵便、福山通運、ヤマト運輸 *参考:はこ BOON(伊藤忠商事)	最近1年間で、「2回以上荷物を発送」
事務機器(5) 参考(1)	エプソン、キヤノン、シャープ、富士ゼロックス、リコー *参考:コニカミノルタ	以下の両方を満たす事 ・1年以上継続して、保守契約を結んでいる事務機器 ・「導入・契約の責任者・決定権者」または「機械の価格や保守費を把握」

\* 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。

(C) サービス産業生産性協議会