



※本年度より JCSI のロゴマークを制定しました。

2013年12月11日

サービス産業生産性協議会

～2013年度 JCSI (日本版顧客満足度指数) 第4回調査結果発表～

ヨドバシカメラが4年連続CS1位、全指標で高い評価 コープ共済が初調査でCS1位

サービス産業生産性協議会(代表幹事:秋草直之 富士通(株)相談役)では、この度2013年度第4回「JCSI(日本版顧客満足度指数:Japanese Customer Satisfaction Index)」調査として、6業種[スーパーマーケット、家電量販店、生活関連用品店、生命保険、損害保険(自動車・火災)、生活関連サービス(旧エステ・サロン)]における88企業もしくはブランド(以下企業・ブランド)の顧客満足度(CS)等を発表しました。

■各業種の顧客満足度1位企業・ブランド(詳細は3頁以降をご覧ください)

| | | |
|------------------------------|------------------------|-----|
| ・ オーケー (スーパーマーケット) | ～3年連続5指標でCS1位～ | 3頁 |
| ・ ヨドバシカメラ (家電量販店) | ～4年連続CS1位、全指標でも1位～ | 5頁 |
| ・ セリア (生活関連用品店) | ～2年連続CS1位、知覚価値で高評価～ | 6頁 |
| ・ コープ共済 (生命保険) | ～初調査でCS1位、知覚品質で高評価～ | 7頁 |
| ・ ソニー損保 (損害保険) | ～知覚品質、推奨意向高く3年ぶりのCS1位～ | 9頁 |
| ・ ミュゼプラチナム (生活関連サービス) | ～CS1位、知覚品質、推奨意向で高評価～ | 11頁 |

この調査は、統計的な収集方法による総計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がチェック可能です。本年度は年5回(前年度は年4回)に分け、年間33業種、約400の企業・ブランドの調査を実施する計画です。「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、より高い付加価値や顧客満足度を高める経営が日本全体に広がり、日本企業の成長と国際競争力の強化に役立つことを狙いとし、2009年度から発表を行っています。JCSIの詳細・特徴については、12頁「参考資料1」をご参照ください。

- お願い:(1) 本紙は報道用資料です。許可なく、広告または販売促進活動に転用することを禁止します。
- (2) 本発表内容の引用について、「出典:2013年度 JCSI(日本版顧客満足度指数)第4回調査結果」と明記下さい。(必要に応じて業種も明記下さい)
- (3) 掲載資料の1部ご送付、または取扱いメディア(媒体名)の情報を、下記にお知らせください。

【お問合せ先】 サービス産業生産性協議会事務局(担当:長田・浅野・加茂)
〒150-8307 東京都渋谷区渋谷3-1-1((公財)日本生産性本部内)
tel:03(3409)1189 fax:03(3409)1187 mail:service-js@jpc-net.jp

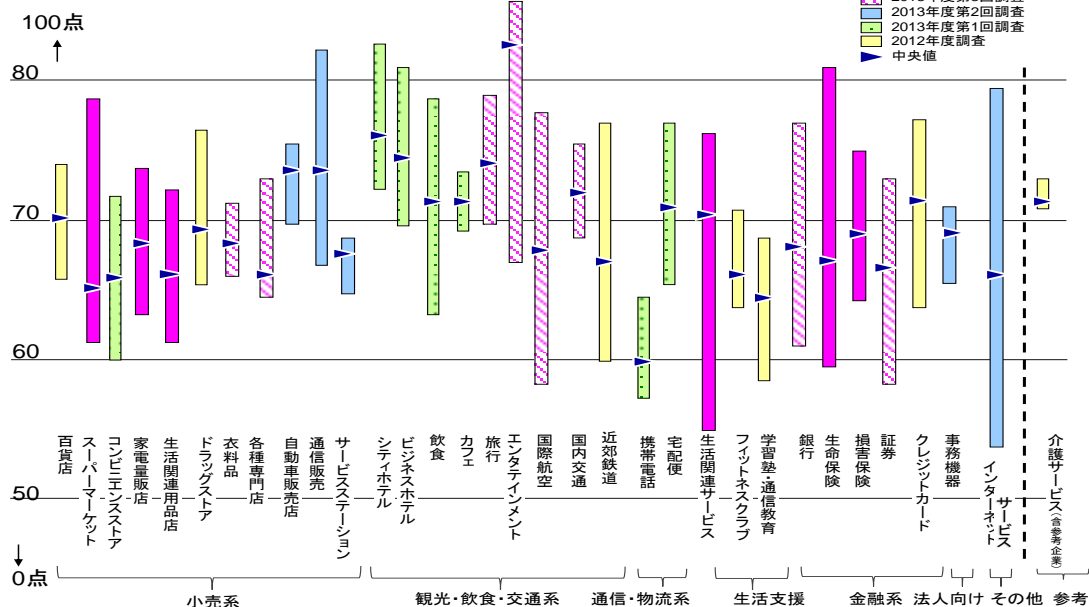
SPRING

JCSI

検索

I. 調査結果

業種別の顧客満足度分布



◎棒グラフの上端にその業種において最も顧客満足度が高い企業・ブランド、下端に最も低い企業・ブランドが位置します。
 ◎矢印▶は、各業種の調査対象企業・ブランドを順番に並べた際、ちょうど中間に位置づけられる業種中央値です（業種内の企業数が7社であれば4番目、8社であれば4番目と5番目の中間が中央値）。

■今回調査（2013年度 第4回）の概要

1. 今回調査の対象業種／企業・ブランド（2013年度第4回、通算第23回調査）：

下記6業種の選定条件該当企業・ブランド計88企業・ブランド（詳細は、「参考資料3」参照）

| 回 | 調査時期 | 対象業種（予定） |
|-----|--------------------------|--|
| 第1回 | 2013年4月 (6月26日発表) | コンビニエンスストア、シティホテル、ビジネスホテル、飲食、カフェ、携帯電話、宅配便 |
| 第2回 | 2013年6月～7月 (8月28日発表) | 自動車販売店、通信販売（総合・専門）、サービスステーション、事務機器、インターネットサービス |
| 第3回 | 2013年8月～9月 (10月30日発表) | 衣料品店、各種専門店、旅行、エンタテインメント（旧レジャーイベント）、国際航空、国内交通、銀行、証券 |
| 第4回 | 2013年10月 (今回発表) | スーパーマーケット、家電量販店、生活関連用品店、生命保険、損害保険（自動車・火災）、生活関連サービス |
| 第5回 | 2014年1月 (3月発表予定) | 百貨店、ドラッグストア、近郊鉄道、クレジットカード、フィットネスクラブ、学習塾・通信教育、住設機器（修理・取付） |

各業種の順位公開に関しては、参考調査を除く指数化対象企業・ブランドの上位3分の1の企業・ブランドとします。（但し、最大5～最小2とします。）

2. 調査期間：2013年10月1日～10月28日

3. 調査方法：インターネット・モニターを用いた調査（2段階にて回答者を抽出）

- (1) 第1次抽出：調査会社のモニターを用いて、性別、年齢別、地域別の人口構成に配慮した形で約25万人より利用経験の有無についての回答を得ます。
- (2) 第2次抽出：上記の第1次抽出の回答が選定条件（「参考資料3」参照）に当てはまる方から無作為に抽出した各対象450～800人程度に、サービスに対する具体的な評価について回答を依頼します。回答依頼は1人につき1企業・ブランドのみとしております。

4. 総回答者数：27,843人

5. 質問指標：約110問（「参考資料2」参照）

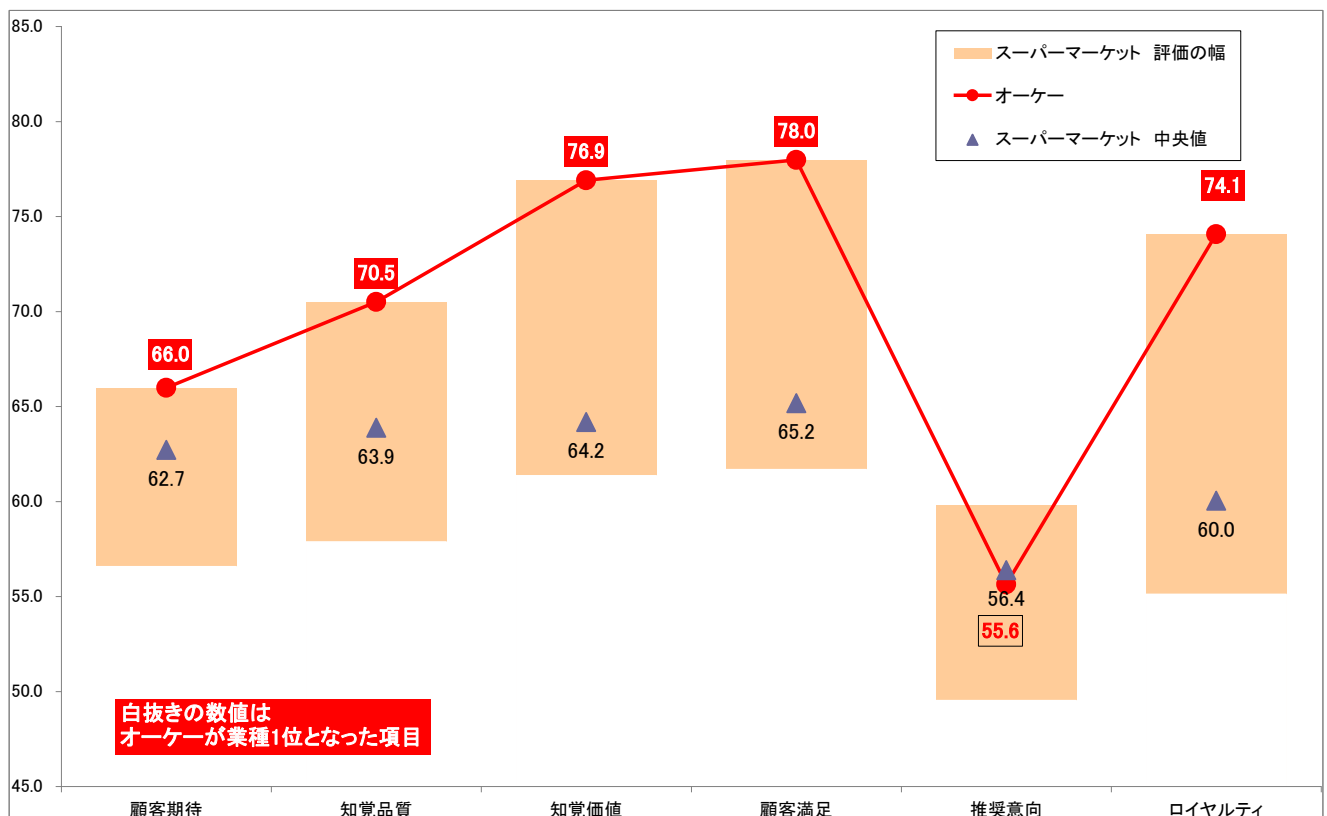
6. 指数化の方法：顧客満足度をはじめとした6つの指数（「参考資料1」参照）は、質問への回答から計算し、100点満点になるようにしています。各指数はそれぞれ7～10点満点の複数設問で構成され、「すべてを満点とした」場合に100点、「すべてを1点とした」場合に0点となります。

Ⅱ. 調査結果（業種別）

■スーパーマーケット ～「オーケー」が3年連続5指標で1位～

スーパーマーケットは「オーケー」が3年連続顧客満足度1位となりました。推奨意向を除く5指標のなかでも特に、知覚品質、知覚価値、顧客期待、ロイヤルティの評価が高く、顧客期待でも1位となっています。推奨意向は「ヤオコー」が最も高い評価を得ましたが2位以下とは僅差です。

| 順位 | 顧客期待 | 知覚品質 | 知覚価値 | 顧客満足度 | 推奨意向 | ロイヤルティ |
|----|--------------|--------------|--------------|---------------------|------------------------|--------------|
| 1 | 66.0 オーケー | 70.5 オーケー | 76.9 オーケー | 78.0 オーケー | 59.8 ヤオコー | 74.1 オーケー |
| 2 | イトー ヨーカドー | ヤオコー | ベイシア | 69.5 ベイシア | イトー ヨーカドー | 平和堂 |
| 3 | ヤオコー | イトー ヨーカドー | 万代 | 68.4 万代 | イオン | ヤオコー |
| 4 | コープこうべ | ヨーク ベニマル | 西友 | 68.2 ヤオコー | ライフ | イオン |
| 5 | ベイシア | ベイシア | ヨーク ベニマル | 67.4 ヨーク ベニマル | 平和堂 ゆめタウン (同点5位) | ヨーク ベニマル |



[調査・指数化対象（50音順）：計26企業・ブランド]

<ディスカウントストア> オーケー、トライアル、ドンキホーテ

<食品スーパー> オークワ、カスミ、コープこうべ、コープさっぽろ、サミット、東急ストア、バロー、ベイシア、マックスバリュ、マルエツ、万代、ヤオコー、ヨークベニマル、ライフ、ラルズ

<総合スーパー> アピタ、イオン、イズミヤ、イトーヨーカドー、西友、ダイエー、平和堂、ゆめタウン

参考:「食品スーパー」および「総合スーパー」内の順位

<食品スーパー>

| 順位 | 顧客期待 | 知覚品質 | 知覚価値 | 顧客満足度 | 推奨意向 | ロイヤルティ |
|----|--------------|--------------|--------------|---------------------|--------------|--------------|
| 1 | 65.6 ヤオコー | 66.9 ヤオコー | 68.2 ベイシア | 69.5 ベイシア | 59.8 ヤオコー | 62.7 ヤオコー |
| 2 | コープこうべ | ヨーク ベニマル | 万代 | 68.4 万代 | ライフ | ヨーク ベニマル |
| 3 | ベイシア | ベイシア | ヨーク ベニマル | 68.2 ヤオコー | オークワ | ベイシア |
| 4 | ヨーク ベニマル | 万代 | ヤオコー | 67.4 ヨーク ベニマル | コープこうべ | コープ さっぽろ |
| 5 | 万代 | コープこうべ | マックス バリュ | 65.9 ライフ | 東急ストア | オークワ |

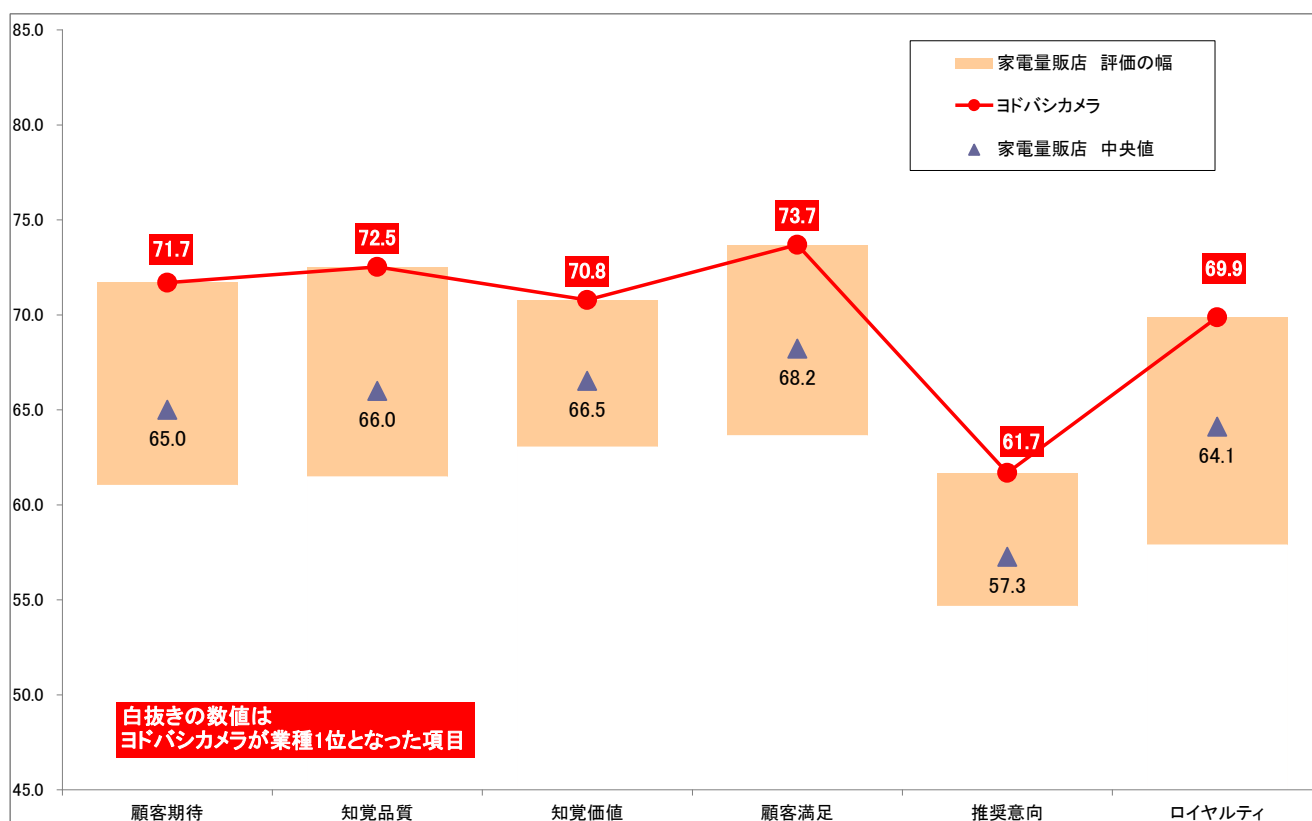
<総合スーパー>

| 順位 | 顧客期待 | 知覚品質 | 知覚価値 | 顧客満足度 | 推奨意向 | ロイヤルティ |
|----|----------------------|----------------------|--------------|----------------------|----------------------|-------------|
| 1 | 65.9 イトー ヨーカドー | 66.3 イトー ヨーカドー | 65.9 西友 | 67.2 イトー ヨーカドー | 58.7 イトー ヨーカドー | 63.2 平和堂 |
| 2 | アピタ | ゆめタウン | イトー ヨーカドー | 66.3 イオン | イオン | イオン |

■家電量販店 ～「ヨドバシカメラ」が4年連続CS 1位に加え、全指標で1位を獲得～

家電量販店の顧客満足度は、「ヨドバシカメラ」が2010年度から4年連続で1位となりました。本年度の「ヨドバシカメラ」は顧客満足度のみではなく、すべての指標で1位となっています。顧客満足度2位は「ケーズデンキ」で、知覚品質、知覚価値、推奨意向、ロイヤルティでも「ヨドバシカメラ」に次ぐ2位となっています。また、顧客満足度3位の「ビックカメラ」は顧客期待で2位となりました。

| 順位 | 顧客期待 | 知覚品質 | 知覚価値 | 顧客満足度 | 推奨意向 | ロイヤルティ |
|----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1 | 71.7 ヨドバシカメラ | 72.5 ヨドバシカメラ | 70.8 ヨドバシカメラ | 73.7 ヨドバシカメラ | 61.7 ヨドバシカメラ | 69.9 ヨドバシカメラ |
| 2 | ビックカメラ | ケーズデンキ | ケーズデンキ | 70.6 ケーズデンキ | ケーズデンキ | ケーズデンキ |
| 3 | エディオン | ビックカメラ | ビックカメラ | 68.6 ビックカメラ | エディオン | 上新電機 |



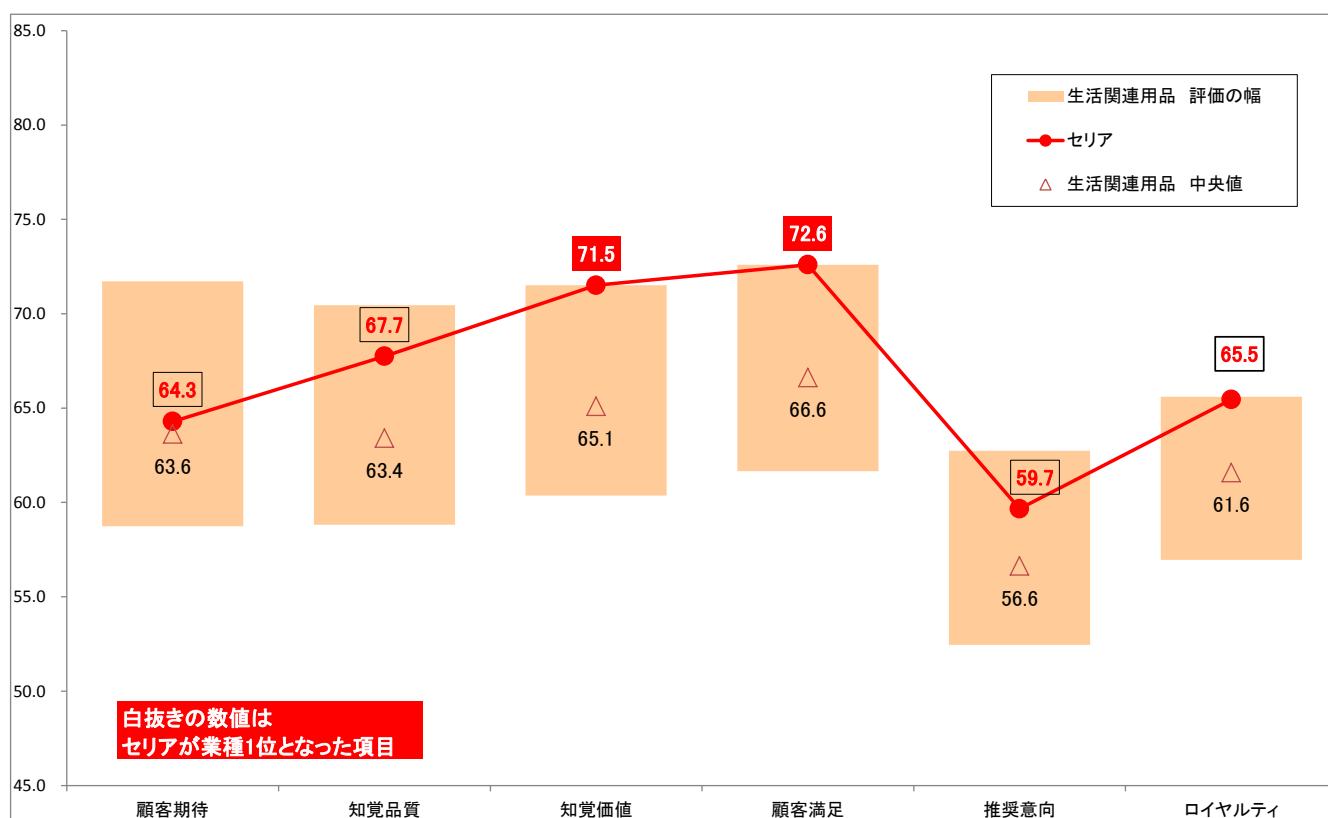
[調査・指数化対象 (50音順) : 計9企業・ブランド]

エディオン、ケーズデンキ、コジマ、上新電機 (ジョーシン)、ノジマ、ビックカメラ、ベスト電器、ヤマダ電機 (LAB I、テックランド等)、ヨドバシカメラ

■生活関連用品店 ～「セリア」が2年連続CS 1位を獲得～

生活関連用品店の顧客満足度は、前年度に引き続き「セリア」が1位となりました。「セリア」は知覚価値でも1位となっているほか、すべての指標で4位以内の評価を受けました。顧客満足度2位の「無印良品」はロイヤルティで1位、顧客満足度3位の「東急ハンズ」は顧客期待、知覚品質、推奨意向で1位となっています。

| 順位 | 顧客期待 | 知覚品質 | 知覚価値 | 顧客満足度 | 推奨意向 | ロイヤルティ |
|----|---------------|---------------|-------------|---------------|---------------|--------------|
| 1 | 71.7 東急ハンズ | 70.5 東急ハンズ | 71.5 セリア | 72.6 セリア | 62.7 東急ハンズ | 65.6 無印良品 |
| 2 | 無印良品 | 無印良品 | ダイソー | 71.8 無印良品 | 無印良品 | セリア |
| 3 | ロフト | セリア | 無印良品 | 71.0 東急ハンズ | セリア | カインズ |
| 4 | セリア | ロフト | カインズ | 69.1 カインズ | カインズ | 東急ハンズ |



[調査・指数化対象 (50音順) : 計12企業・ブランド]

カインズ、キャンドゥ、ケーヨー、コーナン、コメリ、セリア、ダイソー、東急ハンズ、ナフコ、ホームック、無印良品、ロフト

■生命保険 ～「コープ共済」が初調査でCS 1位～

生命保険全体では、「コープ共済」が初調査で顧客満足度1位となりました。次いで「都道府県民共済」「全労済」「ソニー生命」となっています。各指標の1位を見ると、顧客期待、知覚品質、推奨意向は「コープ共済」、知覚価値、ロイヤルティは、「都道府県民共済」が1位となりました。

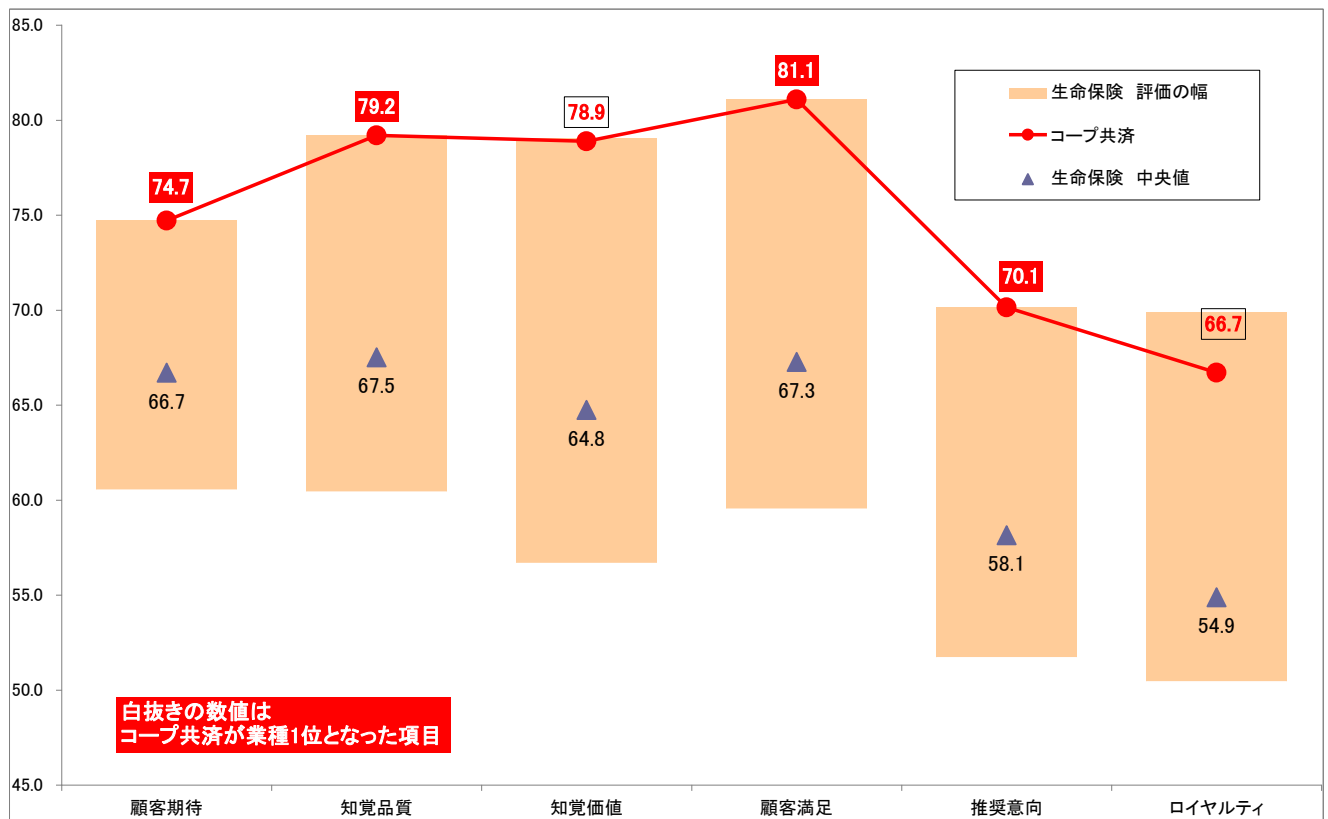
また、生命保険（共済を除く）では、「ソニー生命」が6つの指標すべてで1位となりました。

<生命保険全体>

| 順位 | 顧客期待 | 知覚品質 | 知覚価値 | 顧客満足度 | 推奨意向 | ロイヤルティ |
|----|---------------|---------------|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|
| 1 | 74.7 コープ共済 | 79.2 コープ共済 | 79.0 都道府県民共済 | 81.1 コープ共済 | 70.1 コープ共済 | 69.9 都道府県民共済 |
| 2 | 都道府県民共済 | 都道府県民共済 | コープ共済 | 80.4 都道府県民共済 | 都道府県民共済 | コープ共済 |
| 3 | ソニー生命 | ソニー生命 | 全労済 | 74.3 全労済 | ソニー生命 | ソニー生命 |
| 4 | アフラック | アフラック | ソニー生命 | 73.5 ソニー生命 | メットライフアリコ | 全労済 |

<生命保険（共済を除く）>

| 順位 | 顧客期待 | 知覚品質 | 知覚価値 | 顧客満足度 | 推奨意向 | ロイヤルティ |
|----|---------------|---------------|---------------|-------------------|---------------|---------------|
| 1 | 71.5 ソニー生命 | 73.1 ソニー生命 | 69.5 ソニー生命 | 73.5 ソニー生命 | 63.4 ソニー生命 | 63.9 ソニー生命 |
| 2 | アフラック | アフラック | アフラック | 71.9 メットライフアリコ | メットライフアリコ | アフラック |
| 3 | メットライフアリコ | メットライフアリコ | メットライフアリコ | 70.9 アフラック | アフラック | メットライフアリコ |



[調査・指数化対象（50音順）：計13企業・ブランド]

アクサ生命、アフラック（アメリカンファミリー生命）、かんぽ生命、
 コープ共済（日本コープ共済生活共同組合連合会）、J A共済（全国共済農業協同組合連合会）、
 住友生命、全労済（全国労働者共済生活協同組合連合会）、ソニー生命、第一生命、
 都道府県民共済（全国生活協同組合連合会）、日本生命、明治安田生命、メットライフアリコ

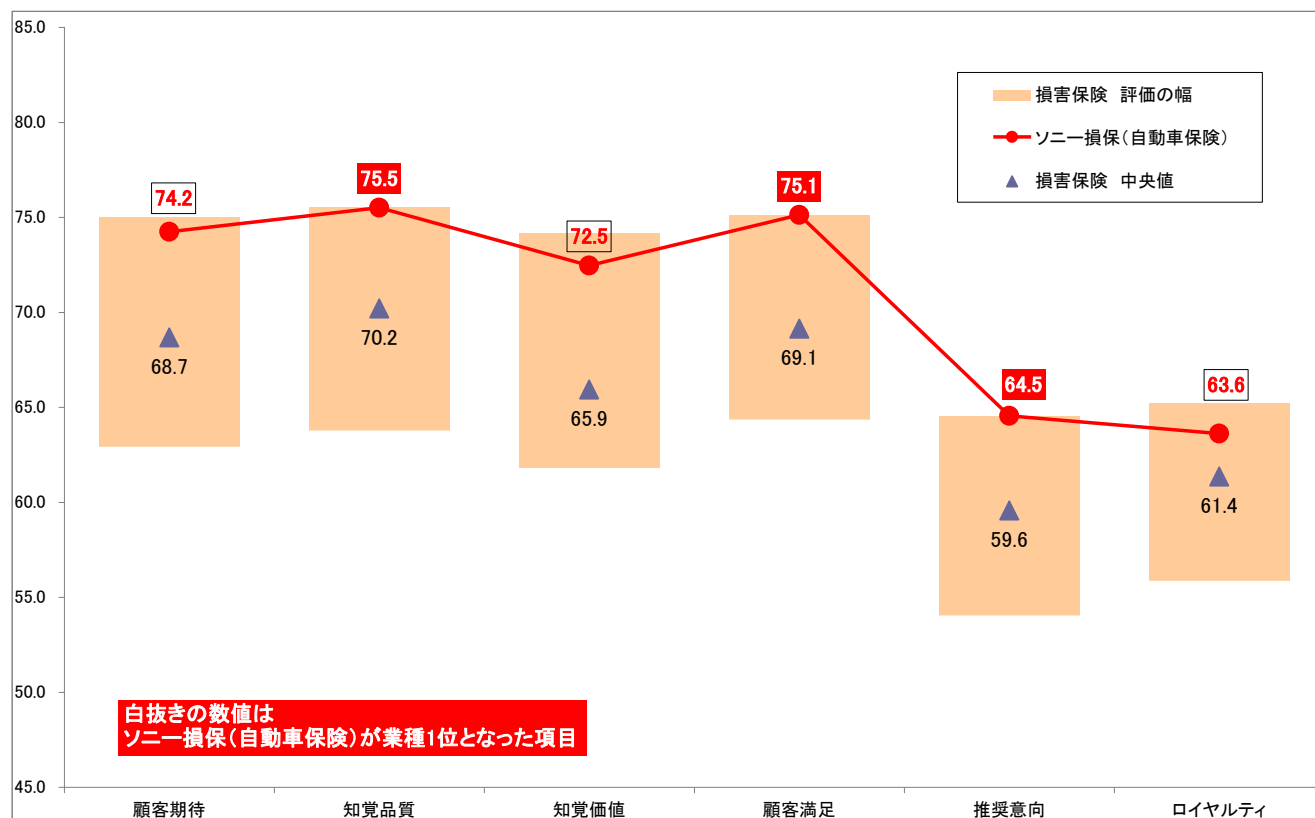
※「コープ共済」を追加しました。

※「東京海上日動あんしん生命」、「富国生命」は規定の条件に満たないため参考調査に留め、順位には含まれません。

■損害保険 ～「ソニー損保」が3年ぶりのCS1位～

損害保険では「ソニー損保」（自動車保険）が3年ぶりの顧客満足度1位となりました。次いで、「三井ダイレクト」（自動車保険）、「SBI損保」（自動車保険）、「チューリッヒ」（自動車保険）、「全労済」（自動車保険）の順となっています。その他の指標の1位をみると、顧客期待で「東京海上日動」（自動車保険）、知覚品質と推奨意向で「ソニー損保」（自動車保険）、知覚価値とロイヤルティで「SBI損保」（自動車保険）がそれぞれ1位となりました。

| 順位 | 顧客期待 | 知覚品質 | 知覚価値 | 顧客満足度 | 推奨意向 | ロイヤルティ |
|----|---------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | 75.0 東京海上日動 (自動車保険) | 75.5 ソニー損保 (自動車保険) | 74.2 SBI損保 (自動車保険) | 75.1 ソニー損保 (自動車保険) | 64.5 ソニー損保 (自動車保険) | 65.2 SBI損保 (自動車保険) |
| 2 | ソニー損保 (自動車保険) | 東京海上日動 (自動車保険) | 三井ダイレクト (自動車保険) | 74.8 三井ダイレクト (自動車保険) | 東京海上日動 (自動車保険) | 三井ダイレクト (自動車保険) |
| 3 | チューリッヒ (自動車保険) | 三井ダイレクト (自動車保険) | ソニー損保 (自動車保険) | 74.6 SBI損保 (自動車保険) | 三井ダイレクト (自動車保険) | 全労済 (住宅・火災 保険) |
| 4 | 三井住友海上 (自動車保険) | チューリッヒ (自動車保険) | 全労済 (自動車保険) | 72.5 チューリッヒ (自動車保険) | アクサ ダイレクト (自動車保険) | ソニー損保 (自動車保険) |
| 5 | 日本興亜損保 (自動車保険) | 三井住友海上 (自動車保険) | アクサ ダイレクト (自動車保険) | 72.4 全労済 (自動車保険) | 損保ジャパン (自動車保険) | 東京海上日動 (自動車保険) |



[調査・指数化対象（50音順）：のべ17企業・ブランド]

<自動車保険> あいおいニッセイ同和損保、アクサダイレクト、SBI損保、

J A 共済（全国共済農業協同組合連合会）、全労済（全国労働者共済生活協同組合連合会）、
ソニー損保、損保ジャパン、チューリッヒ、東京海上日動、日本興亜損保、三井住友海上、
三井ダイレクト

<住宅火災保険> J A 共済（全国共済農業協同組合連合会）、全労済（全国労働者共済生活協同組合連合会）、
損保ジャパン、東京海上日動、三井住友海上

※ 「あいおいニッセイ同和損保」（住宅火災保険）、「イーデザイン損保」（自動車保険）、「都道府県民共済」（住宅火災保険）
は規定の条件に満たないため参考調査に留め、順位には含まれません。

■生活関連サービス ～「ミュゼプラチナム」が昨年に続き高い評価～

前年度新設の業種・業態として調査を行ったエステ・サロンに、本年度は理美容、クリーニングを加え、生活関連サービスとして6企業・ブランドを対象に調査を行いました。「ミュゼプラチナム」は顧客満足度、知覚品質、推奨意向で高い評価を得ました。顧客満足度2位には「QBハウス」が入り、知覚価値が高く評価されました。顧客期待、ロイヤルティの1位には「白洋舎」が入りました。

<正規対象>

| 順位 | 顧客期待 | 知覚品質 | 知覚価値 | 顧客満足度 | 推奨意向 | ロイヤルティ |
|----|--------------|----------------------|---------------|----------------------|----------------------|-------------|
| 1 | 71.4 白洋舎 | 72.9 ミュゼ プラチナム | 76.8 QBハウス | 76.4 ミュゼ プラチナム | 65.8 ミュゼ プラチナム | 67.7 白洋舎 |
| 2 | ミュゼ プラチナム | 白洋舎 | ミュゼ プラチナム | 74.9 QBハウス | 白洋舎 | プラーージュ |



[調査・指数化対象 (50音順) : 計6企業・ブランド]

エステティックTBC、QBハウス、白洋舎、プラーージュ、ホワイト急便、ミュゼプラチナム

■ 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。

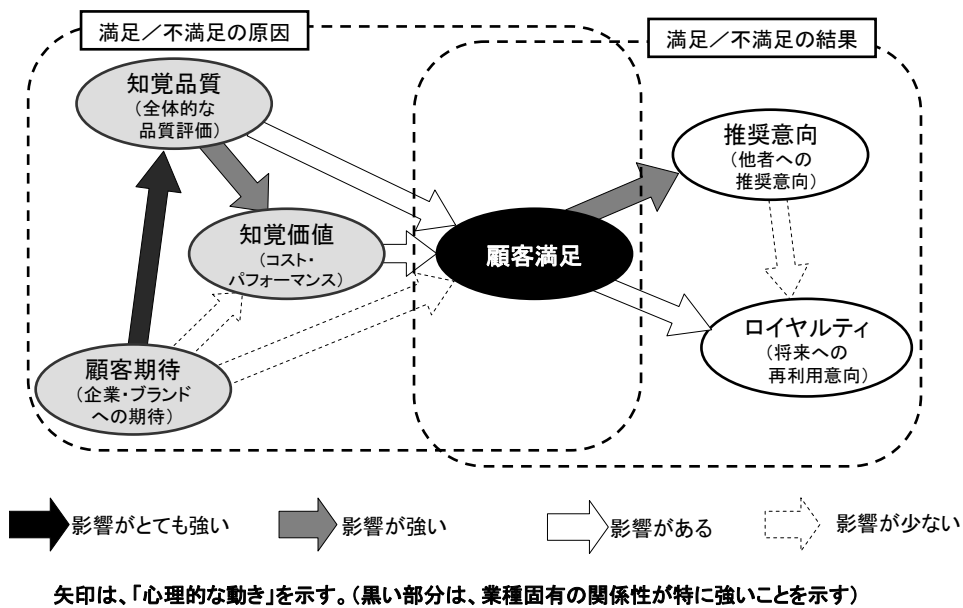
3. 経営改善に活用

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13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。
- ※名称が前年度までの「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、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、●●●ほどの程度、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、●●●ほ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を挿入。「▲▲」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指標 約15設問
- ・業種個別の調査指標 約70設問
- ・自由回答指標（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) 業種単位の基準で、企業・ブランドを5～45程度ピックアップ（売上高、店舗数等を主な基準とする）。
- 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) 業種単位で指数化対象を決定（利用経験のある人数順を原則とし、前年度の調査実績などを考慮に含めた基準で決定）
- 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。（1企業・ブランドあたり300人以上を基準に回答を回収）
- 5) 上記1・3・4の条件のいずれかもしくは複数の基準を満たさず、指数化対象とした企業・ブランドに関しては、原則、順位に含めない企業・ブランド（参考調査対象）とする。

■ 2013年度第4回調査 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 | 回答者の選定条件 |
|-------------------------|--|---|
| スーパー マーケット (26) | <ディスカウントストア> オーケー、トライアル、ドンキホーテ <食品スーパー> オークワ、カスミ、コープこうべ、コープさっぽろ、サミット、 東急ストア、パロー、ベイシア、マックスバリュ、マルエツ、万代、 ヤオコー、ヨークベニマル、ライフ、ラルズ <総合スーパー> アピタ、イオン、イズミヤ、イトーヨーカドー、西友、ダイエー、平和堂、 ゆめタウン、 | 最近3か月で2回以上買い物 |
| 家電 量販店(9) | エディオン、ケーズデンキ、コジマ、上新電機（ジョーシン）、ノジマ、 ビックカメラ、ベスト電器、ヤマダ電機（LABI、テックランド等）、 ヨドバシカメラ | 最近1年間で2回以上買い物 |
| 生活関連 用品店(12) | カインズ、キャンドゥ、ケーヨー、コーナン、コメリ、セリア、ダイソー、 東急ハンズ、ナフコ、ホームック、無印良品、ロフト | 最近1年間で2回以上買い物 |
| 生命保険 (13) (参考(2)) | アクサ生命、アフラック、かんぽ生命、コープ共済、JA共済、 住友生命、全労済、ソニー生命、第一生命、都道府県民共済、 日本生命、明治安田生命、メットライフアリコ （*参考：東京海上日動あんしん生命、富国生命） | 最近3年以内に保険金・給付金等の 支払請求手続・受取 |
| 損害保険 (17) (参考(3)) | <自動車保険> あいおいニッセイ同和損保、アクサダイレクト、SBI損保、 JA共済、全労済、ソニー損保、損保ジャパン、チューリッヒ、 東京海上日動、日本興亜損保、三井住友海上、三井ダイレクト （*参考：イーデザイン損保） <住宅・火災保険> JA共済、全労済、損保ジャパン、東京海上日動、三井住友海上 （*参考：あいおいニッセイ同和損保、都道府県民共済） | <自動車保険> 最近3年以内に以下のいずれかの経 験がある事 ・保険金等の手続、受取 ・保険のロードサービス <住宅火災保険> 最近3年以内に以下のいずれかの経 験がある事 ・保険金等の手続、受取 ・契約内容の見直し |
| 生活関連 サービス(6) | エステティックTBC、QBハウス、白洋舎、プラーージュ、ホワイト急便、 ミュゼプラチナム | 最近半年間で2回以上利用 |

* 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。

* 同一企業・ブランドが複数の業種に含まれる場合があります。

サービス産業生産性協議会とは

「サービス産業生産性協議会(Service Productivity & Innovation for Growth :SPRING)」は、サービス産業の生産性向上を実現する、産学官のプラットフォームです。サービス産業は多様であり、抱える課題も様々です。当協議会は、生産性向上に役立つ経営革新ツールなどの情報提供、知識共有のための「場づくり」や業界・企業の自主的な取組の支援などを通じて、サービス産業のイノベーションと生産性の向上を通じたダイナミックな成長を支援することを目指します。

特に、サービス産業の優れた取組「ベストプラクティス」の収集と普及を通じて、サービス産業の発展を支援することに力を入れています。

設立の経緯

2006年7月の「経済成長戦略」で「サービス産業生産性協議会の発足が決定されました。これを受けて経済産業省に設置された「サービス産業のイノベーションと生産性に関する研究会」が、協議会の基本構想を取りまとめ、2007年5月、サービス産業をはじめ製造業、大学関係者、関係省庁など幅広い関係者の参加のもと、社会経済生産性本部（現：日本生産性本部）に「サービス産業生産性協議会」が設立されました。

2010年度以降は、民間に完全移管され、自主財源による活動を続けています。

活動のご紹介

- **提言「サービスイノベーションへの取組みの新たな展開に向けて」**（2013年4月）
有識者による幹事会の議論を基に、これからのサービス産業の課題と取組みの方向を提言にまとめました。
- **「ハイ・サービス日本300選」**（2007～2009年度）
イノベーションや生産性向上に役立つ先進的な取組み（ベストプラクティス）を行っている企業・団体を表彰し、優良事例を広く普及・共有しています。
- **日本版顧客満足度指数：JCSI**（2009年度～）
年間約30業種・約400社の顧客満足度を調査し、上位企業の結果を公表しています。
- **各種フォーラム**（2007年度～）
CS、業務革新、グローバル展開、人材育成、ビジネスモデル、震災からの復興など、様々なテーマでセミナーを開催し、参加者の交流を薦めています。

<ご入会・お問い合わせ等>

サービス産業生産性協議会 事務局

〒150-8307 東京都渋谷区渋谷 3-1-1

公益財団法人 日本生産性本部

電話 03-3409-1189 Fax 03-3409-1187

<http://www.service-js.jp/>