

2011年度JCSI(日本版顧客満足度指数)第2回調査結果発表
 ~今回の調査対象業界全てで、顧客満足度が上昇~

サービス産業生産性協議会(代表幹事:牛尾治朗・ウシオ電機(株)代表取締役会長)では、業界横断での比較・分析が可能な「JCSI(日本版顧客満足度指数:Japanese Customer Satisfaction Index)」を開発し、2009年度から発表を行っています。

本調査は、統計的な収集方法による総計10万人以上の利用者からの回答をもとに、日本の幅広い産業をカバーした日本最大級の顧客満足度調査です。年間32業界・350社以上の調査を年4回に分け実施しています。「顧客の評価を起点とした業界を超えた競争」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ています。

この度2011年度の第2回調査として、7業界[通信販売、飲食、カフェ、レジャーイベント、国際航空、国内交通(長距離)、住設機器サービス(電気・ガス)]の112社を調査し、満足度等を算出しました。

昨年度から継続して調査を行った6業界全てで顧客満足度^(注1)が向上し、(業界中央値^(注2)と比較)継続調査対象97社中81社の満足度が向上しました。

調査結果概要(第2回調査7業種、詳細は5ページ以降をご覧ください)

1. 調査した業界全てで顧客満足度(業界中央値^(注2)と比較)が上昇
 継続調査対象97社中81社で満足度が向上し、そのうち26社は3点以上大幅向上。
2. 業界別の顧客満足度1位は以下の通り ()は1位が変わった業界

・通信販売 : オルビス()	・飲食 : あきんどスシロー()
・カフェ : カフェ・ベローチェ	・レジャーイベント : 劇団四季
・国内長距離交通 : スターフライヤー	・国際航空 : シンガポール航空
・住設機器サービス(電気・ガス)-新規調査業界-	・ケースデンキ ^(注3)

注1: JCSIは日本最大級の顧客満足度調査で、顧客満足(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)、クチコミ(他者への推奨)、ロイヤルティ(継続的な利用意向)の6つの指数により、各業界・各企業のサービスを多面的に評価できる診断システムです。

注2: 各業界で調査対象となった企業を順番に並べた際、ちょうど中央に位置づけられる企業の点数

注3: 給湯器やエアコンなど、白物家電やガス・電化製品などを購入し自宅に取り付けてもらったり修理してもらった際のサービス経験を対象としています。ケースデンキ含め、小売業としての家電量販店業界の顧客満足度は、第3回調査で別途調査します。

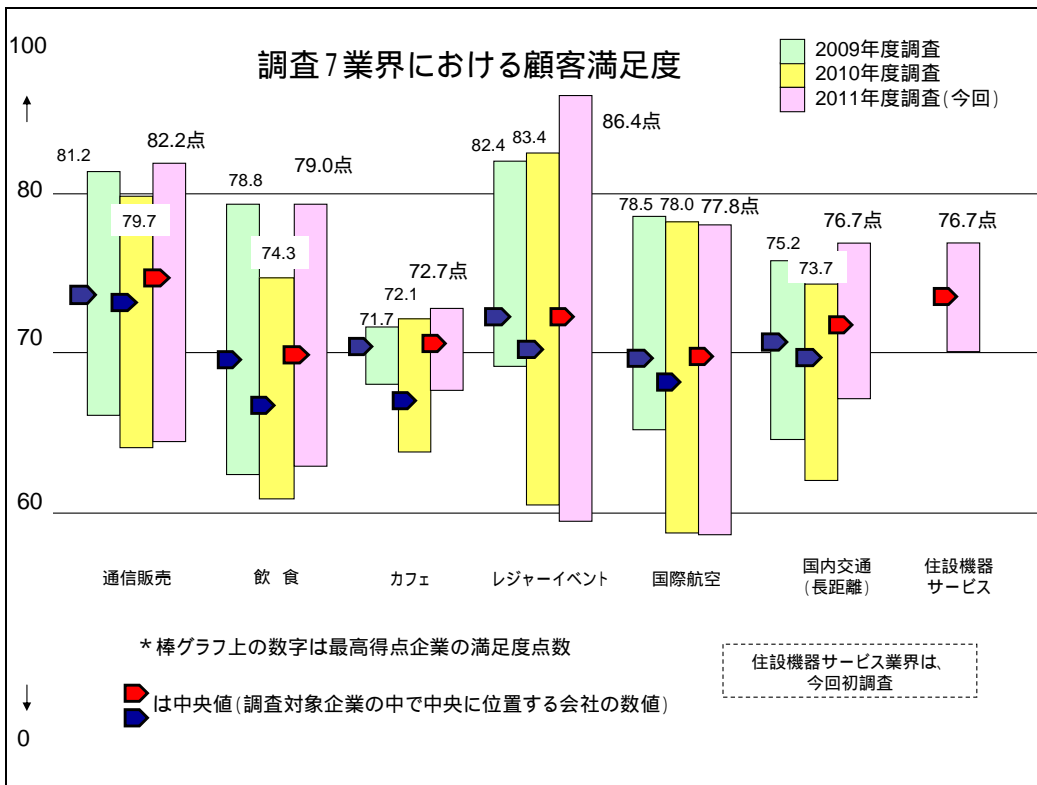
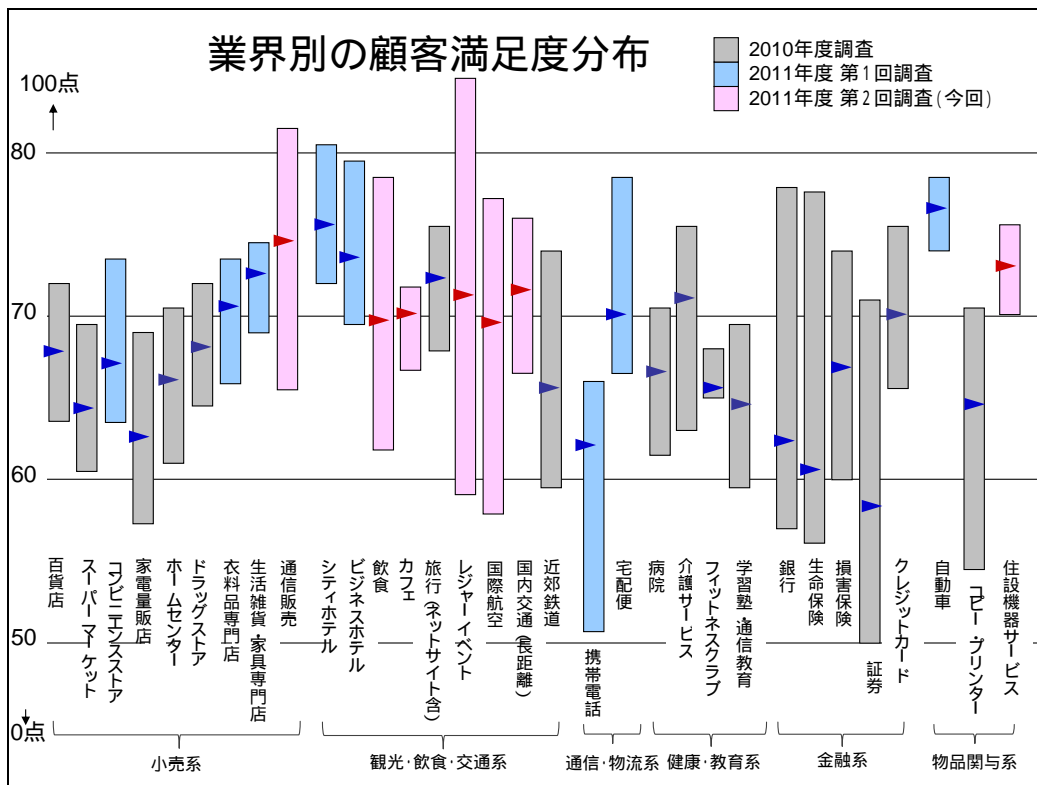
【お問合せ先】 サービス産業生産性協議会事務局(担当: 齋藤・湯浅・下村)

〒150-8307 東京都渋谷区渋谷3-1-1(財)日本生産性本部内)

tel:03(3409)1189 fax:03(3409)1187 <http://www.service-js.jp> Mail:service-js@jpc-net.jp

調査結果

* 図中の▶ は業界中央値を示す



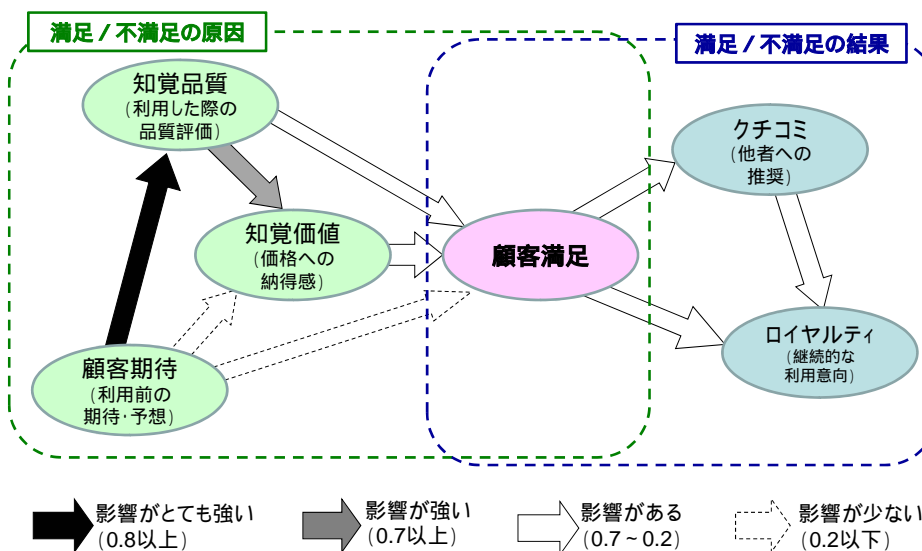
棒グラフの上端にその業界において最も顧客満足度が高い企業、下端に最も低い企業が位置します。棒の間に示された矢印 ▶ / ◀ は、各業界で調査対象となった企業を順番に並べた際、ちょうど中間に位置づけられる業界中央値の企業です。

レジャーイベントの最上位企業が最高評価点(86.4)であり、国際航空の最低位企業が最も低い評価点となっています。上位と下位の企業間でばらつきが大きい業界と小さい業界があることや、中央値が分布全体の中で偏ったところに位置する業界と、真ん中近くに位置する業界があることがわかります。

JCSI (日本版顧客満足度指数)の特徴

1. 各企業の提供するサービスを、利用者に「全業界共通の質問」で評価してもらい、それらを指数化しているため、業界横断的な比較・分析を可能にしています。
2. 単なる顧客満足度指数だけでなく、なぜ満足/不満足となったかの「原因」と、満足/不満足がどのような影響をもたらすかの「結果」についても指数化し、それらの因果関係を明らかにします。
3. 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、個別の業界や企業の具体的な経営改善への活用が期待できます。

【JCSIの因果モデル図】



JCSIでは、サービスを多面的に評価するために、顧客満足の原因・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つの項目の評価とともに、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。

【JCSIで指数化する6つの項目】(設問詳細は16ページを参照)

- 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。
- クチコミ： 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利用意向を示します。

今回調査（2011年度 第2回）の概要

1. 今回調査の対象業界／企業（2011年度第2回、通算第13回調査）：
 - ・ 下記7業界の売上等上位企業（1業界につき7社～30社、計112社）
通信販売／飲食／カフェ／レジャーイベント／国際航空／国内長距離交通／住設機器サービス
2. 調査期間：2011年8月5日～8月31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：約80万人
約150万人のモニター全体から年齢別・地域別の人口構成を配慮した上で無作為抽出し、利用経験の有無を確認・問い合わせ。
約32万人の回答を得ている。
 - （2）第2次抽出：約6万人
回答を得た方々から、個別企業において「直近に利用経験がある」方のみを対象に、無作為抽出によりサービスの具体的な評価について回答を依頼。
各社毎に500～700名程度の方に回答を依頼。
4. 回答数：有効回答者数36,204人
7業界112社、1社あたりの回答数300件以上を確保。
5. 質問項目：約110問
16ページ「参考資料2」参照
6. 指数化の方法：

JCSIは顧客満足度をはじめとした6つの指数（構成概念）について、質問項目のデータから得点を計算し、100点満点で指数化しています。10点満点の複数設問に対して、「全員が満点とした」場合に100点、「全員が1点とした」場合に0点としています。
7. 年間調査計画：

今回は、今年度第2回の速報となり、ここまで15業界・184社の調査が終了しています。年度末に全業界のデータが揃ったところで全4回の調査全体をベースに再計算を行い年間の結果を発表する予定です。年間結果は、個別の点数で最大で0.3点程度の増減が起きる可能性があります。

回	調査時期	対象業界
第1回	2011年5月～6月（実施済）	コンビニエンスストア、衣料品専門店、生活雑貨・家具専門店、シティホテル、ビジネスホテル、宅配便、携帯電話キャリア、自動車【8業界】
第2回	2011年8月（今回発表）	通信販売、飲食、カフェ、国際航空、国内長距離交通、レジャーイベント、住設機器サービス（電気・ガス）【7業界】
第3回	2011年11月	百貨店、家電量販店、フィットネスクラブ、銀行、生命保険、損害保険、証券、コピー・プリンター（オフィス向け）、旅行業【9業界】
第4回	2012年1月	スーパーマーケット、ホームセンター、ドラッグストア、近郊鉄道、介護サービス、病院、塾・通信教育、クレジットカード【8業界】

・調査結果（業界別）

「業界中央値」は、各項目において中央に位置した企業の点数を示しています
各業種、上位3社ないし調査を行った企業数の3分の1までの順位と点数を公開しています

通信販売業界

[ネット通販・通販全体]

順位	企業・サイト名	点数
1位	オルビス	82.2
2位	アマゾン	80.9
3位	ファンケルオンライン	80.4

[2011年度の調査・指数化対象企業は以下の通り]

ネット通販分野：16社

アマゾン、イオンショップ、ECカレント、オルビス、Joshin web、セブン-イレブンネット、DHCオンラインショップ、ニッセンオンラインショップ、ビックカメラ.com、ファンケルオンライン、ベルメゾンネット、楽天市場、ヤフーショッピング、やずや、ヤマダ電機WEB.com、ヨドバシ・ドット・コム

[カタログ通販・テレビショッピング]

順位	企業・ブランド名	点数
1位	カタログハウス	76.3
2位	ジャパネットたかた	75.3
3位	千趣会	74.0

カタログ通販・テレビショッピング分野：10社
カタログハウス、QVCジャパン、ショップチャンネル、ジャパネットたかた、セシール、千趣会、ディノス、ニッセン、フェリシモ、ベルーナ

[オフィス向け通販]

順位	企業・サイト名	点数
1位	アスクル	76.8

オフィス通販分野：4社
アスクル、カウネット、たのめーる、MonotaRO

通信販売業界では「ネット通販」の分野に、家電量販店系の「ヤマダ電機WEB.com」と、化粧品系専門通販の「オルビス」の2社を新たな対象として加えました。

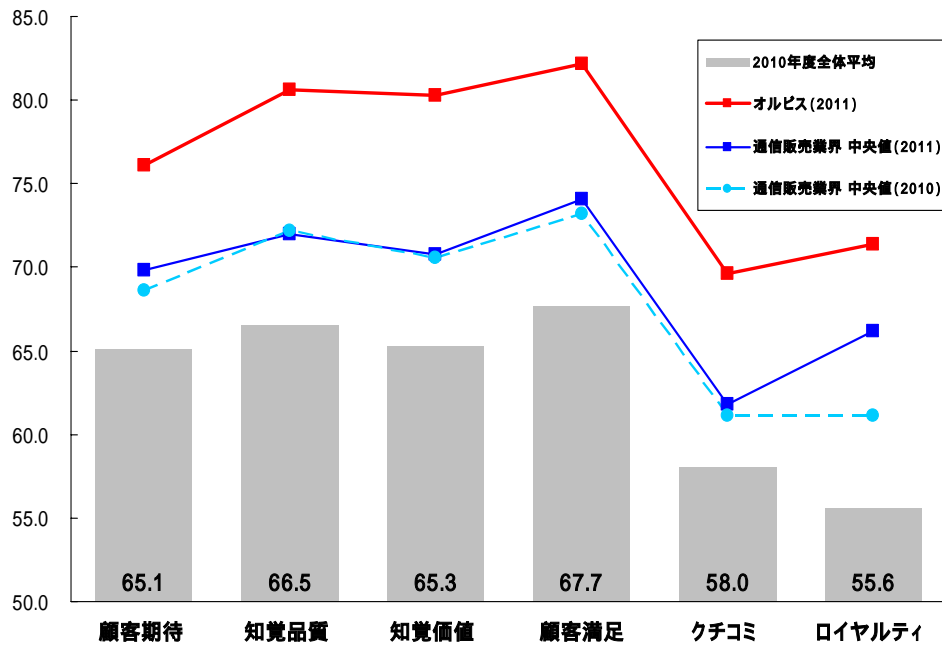
新たに加えた「オルビス」は、顧客満足の原因系である「知覚品質」と「知覚価値」の双方が非常に高く、高い顧客満足度に影響したことで、業界全体の1位となりました。2位のアマゾン、3位のファンケルオンラインなどの評価も向上しましたが及びませんでした。

通信販売業界全体（中央値）では、他の業界に比べても高い顧客満足の点数が更に向上したことで、今回5点以上向上したロイヤルティーにも好影響を与えていると思われます。通信販売業界を分野別で見ると、カタログ通販・テレビショッピングは評価が向上していますが、ネット通販分野やオフィス通販分野では評価が上がった企業と低下した企業が分かれています。この結果、業界全体での満足度の向上は0.9点とわずかなものになりました。

「顧客満足度」が3点以上急伸した企業は、ディノス1社でした。

	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)	顧客満足度	クチコミ (他者への 推奨)	ロイヤル (継続的な 利用意向)
オルビス	76.1	80.6	80.3	82.2	69.6	71.4
(昨年度点数)	-	-	-	-	-	-
業界中央値	69.8	72.0	70.8	74.1	61.8	66.2
(昨年度点数)	68.6	72.2	70.6	73.2	61.1	61.1

企業・業界毎の満足度構造の違い〔通信販売〕



飲食業界

[レストランチェーン]

順位	企業・ブランド名	点数
1位	あきんどスシロー	79.0
2位	サイゼリヤ	74.7
3位	びっくりドンキー	74.4

[2011年度の調査・指数化対象企業は以下の通り]

レストランチェーン：12社
あきんどスシロー、大阪王将、かっぱ寿司、ガスト、餃子の王将、くら寿司、ココス、サイゼリヤ、ジョイフル、デニーズ、びっくりドンキー、ロイヤルホスト

[ファーストフード]

順位	企業・ブランド名	点数
1位	モスバーガー	76.4
2位	丸亀製麺	74.7
3位	はなまるうどん	73.6

ファーストフード：11社
カレーハウス CoCo 壱番屋、ケンタッキーフライドチキン、すき家、はなまるうどん、マクドナルド、松屋、丸亀製麺、ミスタードーナツ、モスバーガー、吉野家、ロッテリア

[居酒屋]

順位	企業・ブランド名	点数
1位	つば八	68.1
2位	和民	67.5

居酒屋：6社
白木屋、庄や、つば八、土間土間、はなの舞、和民

飲食業界では、レストランチェーン、ファーストフード、居酒屋の3つの分野について調査をしています。今年度より、レストランチェーンにおいて「大阪王将」、ファーストフードにおいて「丸亀製麺」の2社を新たに調査対象に加えました。なおこの業界では、個別企業の下で複数の店舗ブランドを開発運営することが一般的になってきているため、JCSI調査においては代表ブランドを調査対象といたしました。

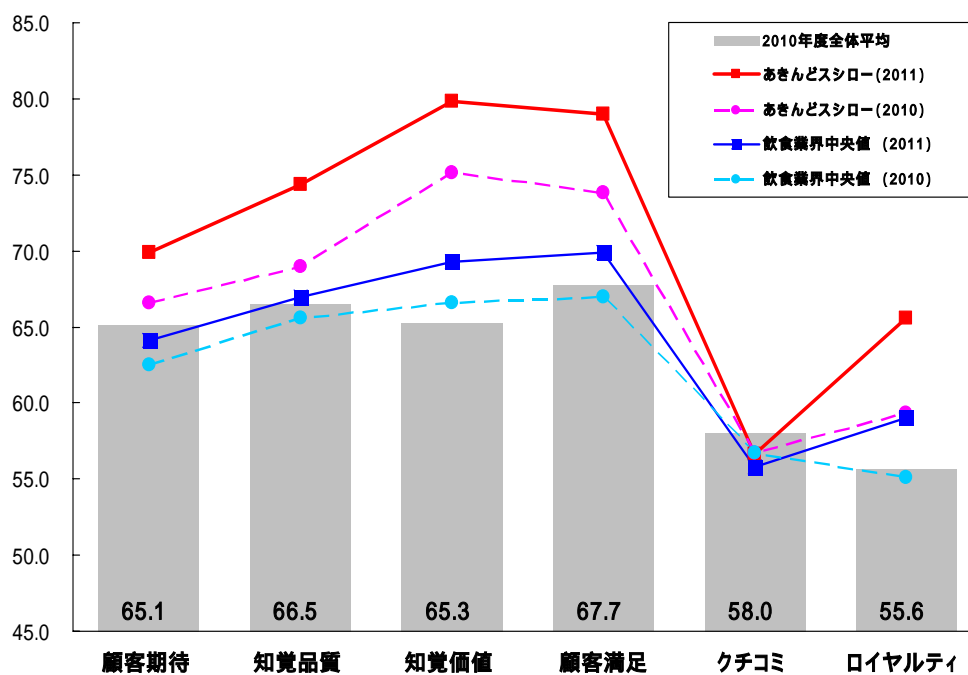
業界全体を見ると、「知覚価値」が高いことが満足度向上への筋道になっています（中央値参照）。今年度は、「満足度」に影響のある「知覚価値」が大きく向上したことで、今後の利用継続を示す「ロイヤルティ」が向上しました。なお、この状況に関わらず「クチコミ」が低下していることと、上位から下位の差が開く傾向が見られました。

分野別にみると、レストランチェーンでは「知覚品質」「知覚価値」の評価を5点近く向上し、顧客満足度も5点以上向上した「あきんどスシロー」が、昨年度に1位だった「サイゼリヤ」を抜いてレストランチェーン分野で1位になりました（飲食業界全体でも1位）。ファーストフード分野では、飲食業界全体で「知覚品質」の評価が業界でもっとも高い「モスバーガー」が昨年同様1位となり、顧客満足度も向上しています。また、「丸亀製麺」「はなまるうどん」などのうどんチェーンが、高い「知覚価値」によって2位と3位に入りました。居酒屋の分野では顧客満足度を4点以上大きく高めた「つば八」が、昨年度1位だった「庄や」にかわり今年度1位となりました。

顧客満足度が3点以上急伸した企業は、レストランであきんどスシロー、ジョイフル、デニーズ、ロイヤルホストの4社でした。ファーストフードでは、カレーハウス CoCo 壱番屋、モスバーガー、吉野家の3社、居酒屋でつば八、はなの舞、和民の3社、合計10社でした。

	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)	顧客満足度	クチコミ (他者への 推奨)	ロイヤリティ (継続的な 利用意向)
あきんどスシロー	69.9	74.4	79.8	79.0	56.6	65.6
(昨年度点数)	66.6	69.0	75.1	73.8	56.7	59.3
業界中央値	64.1	67.0	69.3	69.9	55.8	59.0
(昨年度点数)	62.5	65.6	66.6	67.0	56.7	55.1

企業・業界毎の満足度構造の違い【飲食】



カフェ業界

順位	企業・ブランド名	点数
1位	カフェ・ベローチェ	72.7
2位	ドトールコーヒー	72.1

[2011年度の調査・指数化対象企業は以下の通り]
 エクセルシオール・カフェ、カフェベローチェ、サンマルク・カフェ、スターバックス、タリーズ、ドトール、プロント：計7社

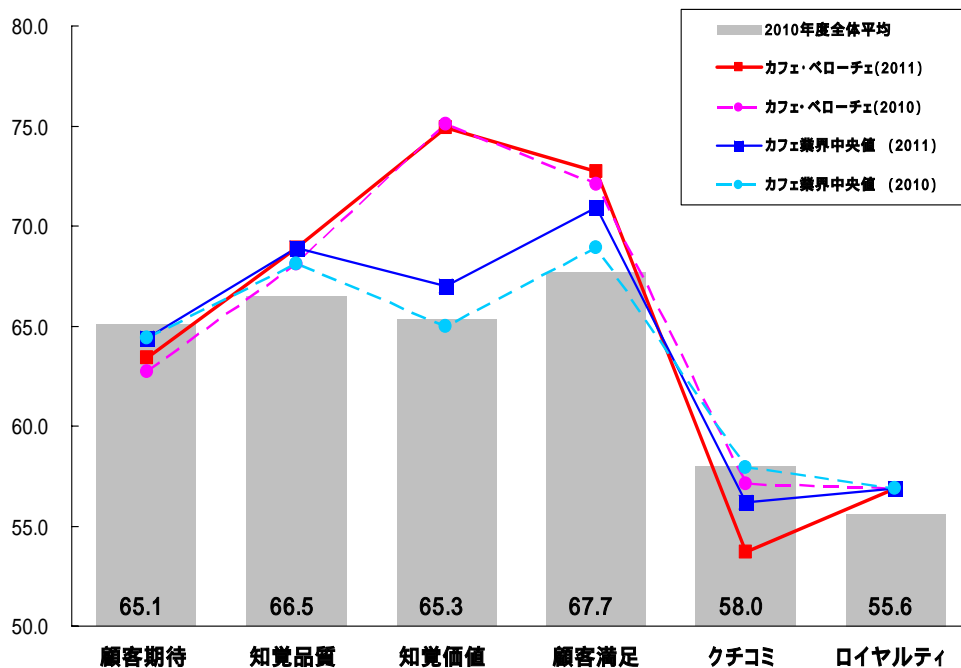
カフェ業界は、昨年度までと同じ調査対象であり、上位2社も同じでした。業界全体を見ると、比較的顧客満足度の向上が大きかった下位企業との差が縮まっています。昨年度の調査結果では、企業ごとに点差が開く傾向があり、「それぞれの会社の違い」が出ているように思われましたが、本年度は評価の差が小さくなっています（2ページのグラフの上下が短い）。

企業別では、「知覚価値」の高いことが強みである「カフェ・ベローチェ」が、今年度も「顧客満足度」1位と評価されました。また、「知覚品質」と「知覚価値」がバランス良く高いドトールコーヒーが、僅差で2位と評価されています。ただ両社とも、昨年度と比べると、各項目の評価が横ばいや低下しており、「顧客満足度」の伸びも大きくありません。

顧客満足度が3点以上急伸した企業は、プロントの1社でした。

	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)	顧客満足度	クチコミ (他者への推奨)	ロイヤリティ (継続的な利用意向)
カフェ・ベローチェ	63.4	68.9	74.9	72.7	53.7	56.9
(昨年度点数)	62.7	68.1	75.1	72.1	57.1	56.9
業界中央値	64.4	68.9	67.0	70.9	56.2	56.9
(昨年度点数)	64.4	68.1	65.0	68.9	57.9	56.9

企業・業界毎の満足度構造の違い【カフェ】



レジャーイベント業界

[テーマパーク・観劇、業界全体]

順位	企業・団体名	指数
1位	劇団四季	86.4
2位	東京ディズニーリゾート	85.6
3位	宝塚	80.6

[スポーツ観戦]

順位	企業・団体名	指数
1位	日本ハムファイターズ	80.0
2位	阪神タイガース	77.7
3位	ソフトバンクホークス	76.5

[2011年度の調査・指数化対象企業は以下の通り]

テーマパーク・観劇：8社

劇団四季、宝塚、東京ディズニーリゾート、東京ドームシティ・アトラクションズ、ナガシマリゾート、ハウステンボス、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、吉本興業（新喜劇・寄席・漫才等）

スポーツ観戦（プロ野球、Jリーグ）：9社

アルビレックス新潟、浦和レッドダイヤモンズ、埼玉西武ライオンズ、中日ドラゴンズ、北海道日本ハムファイターズ、阪神タイガース、福岡ソフトバンクホークス、横浜Fマリノス、読売ジャイアンツ

レジャーイベント業界では、今年度から新規調査対象としてスポーツ観戦の埼玉西武ライオンズを加えました。業界全体で見ると、元々大きかった評価の高い企業と評価の低い企業の差が、今年度は更に大きく開きました（2ページのグラフが上下に長い）。

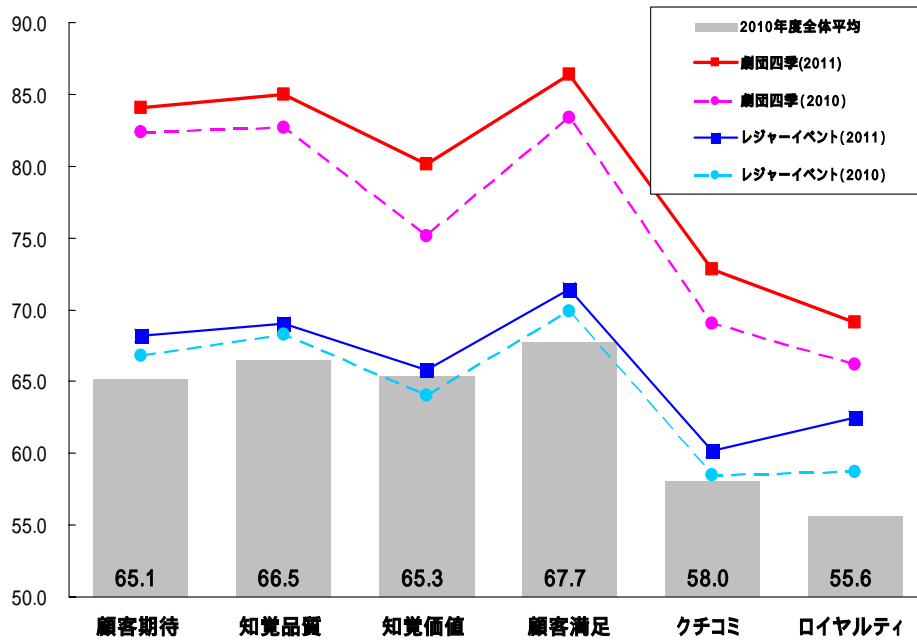
企業別では、全サービス業で昨年度の「顧客満足度」1位だった劇団四季が、本年度も全業界を通じてトップクラスの「知覚価値」により「顧客満足度」1位と評価されました。一方、「顧客満足度」2位と評価された東京ディズニーリゾートは、「知覚価値」の点数は劇団四季に及ばないものの「知覚品質」が全業界を通じて極めて高く、「クチコミ」や「ロイヤリティー」も極めて高い点数となっています。

顧客満足度が3点以上急伸したのは、テーマパーク・観劇分野で劇団四季、東京ディズニーリゾート、ハウステンボス、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの4社でした。スポーツ観戦部門では、アルビレックス新潟、北海道日本ハムファイターズ、阪神タイガース、福岡ソフトバンクホークス、横浜Fマリノスの5社でした。

レジャーイベント業界は、16社中14社の満足度が向上しており、その中の9社が3点以上の大幅向上ということになります。飲食と並び、昨年度と大きな違いが出た業界となります。

	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)	顧客満足度	クチコミ (他者への 推奨)	ロイヤリティ (継続的な 利用意向)
劇団四季	84.1	85.0	80.1	86.4	72.8	69.1
(昨年度指数)	82.4	82.7	75.1	83.4	69.0	66.2
業界中央値	68.2	69.0	65.8	71.4	60.2	62.5
(昨年度指数)	66.8	68.3	64.0	69.9	58.5	58.7

企業・業界毎の満足度構造の違い【レジャーイベント】



国際航空業界

順位	企業・ブランド名	点数
1位	シンガポール航空	77.8
2位	ANA（全日本空輸）	76.3
3位	ルフトハンザ航空	70.7

[2011年度の調査・指数化対象企業は以下の通り]
 アシアナ航空、ANA（全日本空輸）、キャセイパシフィック航空、JAL（日本航空）、シンガポール航空、大韓航空、デルタ航空（ノースウェスト含）、ユナイテッド航空、ルフトハンザ航空：計9社

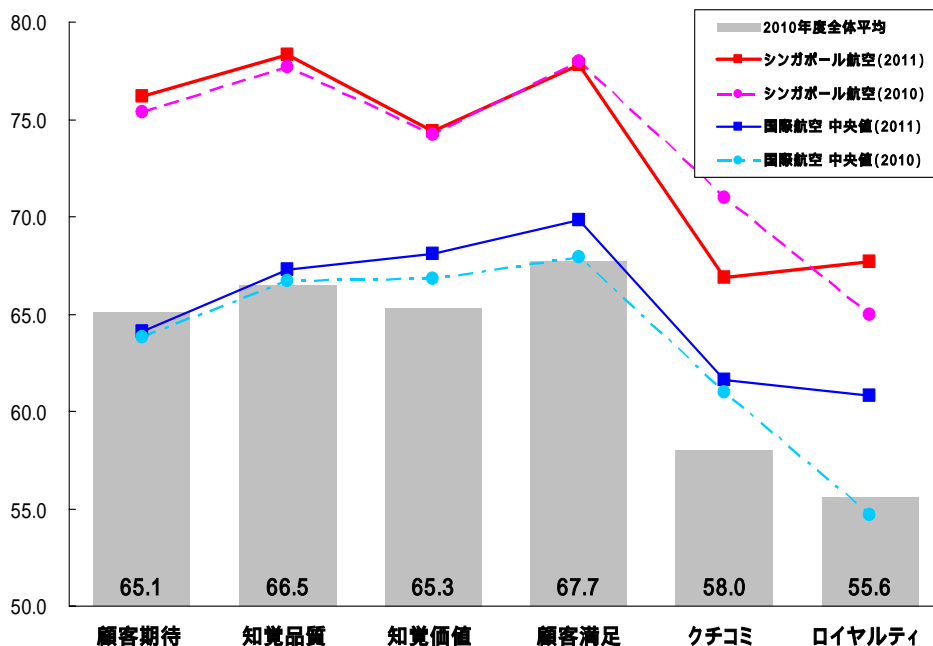
国際航空業界は、評価の高い企業と評価の低い企業の差が大きいことが特徴です。指数化対象企業は昨年度と同一ですが、他の業界に比べて業界中央値の向上度合いは小さくなっています。顧客満足度の向上した企業と低下した企業の割合は半々でした。

企業別では、昨年度の顧客満足度が業界1位で全体でも7位に評価されたシンガポール航空が、今年度も業界1位に評価されました。これまで同様、顧客満足の原因系である「知覚品質」と「知覚価値」の高さをバランス良く維持できているため、昨年度とほぼ同等の顧客満足度を確保できています。昨年度同様に2位の満足度を評価されたANAは「知覚品質」が向上したことにより、シンガポール航空と「顧客満足度」の点数の差が縮まりました。

この業界で顧客満足度が3点以上急伸したのは、JAL（日本航空）1社でした。

	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)	顧客満足度	クチコミ (他者への推奨)	ロイヤリティ (継続的な利用意向)
シンガポール航空	76.2	78.3	74.4	77.8	66.9	67.7
(昨年度点数)	75.4	77.7	74.2	78.0	71.0	65.0
業界中央値	64.1	67.3	68.1	69.8	61.6	60.8
(昨年度点数)	63.8	66.7	66.8	67.9	61.0	54.7

企業・業界毎の満足度構造の違い【国際航空】



国内交通（長距離）業界

順位	企業・ブランド名	点数
1位	スターフライヤー	76.7
2位	エア・ドゥ	76.0
3位	スカイマーク	73.4

[2011年度の調査・指数化対象企業は以下の通り]
 ANA(全日本空輸)、ウィラー・トラベル、エア・ドゥ、JR東日本、JR東海、JR西日本、JR九州、JRバス(長距離)、JAL(日本航空)、スカイマーク、スターフライヤー：計11社

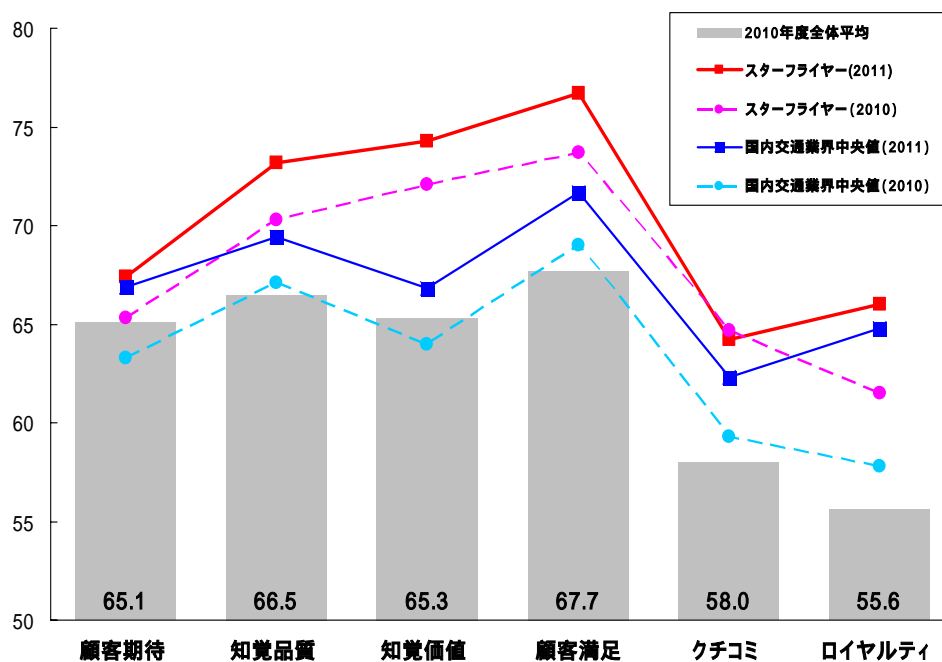
国内交通（長距離）業界は昨年度と同じ調査対象ですが、3位は昨年のANA（全日本空輸）とスカイマークが入れ替わりしました。業界中央値を見ると、「顧客期待」の点数が約4点上がり「知覚価値」も3点近く向上しており、満足度の向上に効果を示しています。この点が「ロイヤルティ」の大幅な向上につながっているようです。

企業別では、顧客満足の原因系である「知覚品質」「知覚価値」をバランス良く向上させ、昨年度より「顧客満足度」をさらに3点向上させた「スターフライヤー」が今年度も業界1位と評価されました。また、同様に「顧客満足度」を3点近く向上させたエア・ドゥと、4点以上大きく向上させたスカイマークが、2位と3位になっています。上位3社には、いずれも「知覚価値」が高いという特徴があります。

顧客満足度が3点以上急伸したのは、JR九州、JAL（日本航空）、スカイマーク、スターフライヤーの4社でした。

	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)	顧客満足度	クチコミ (他者への推奨)	ロイヤルティ (継続的な利用意向)
スターフライヤー	67.4	73.2	74.3	76.7	64.2	66.0
(昨年度点数)	65.3	70.3	72.1	73.7	64.7	61.5
業界中央値	66.9	69.4	66.8	71.7	62.3	64.8
(昨年度点数)	63.3	67.1	64.0	69.0	59.3	57.8

企業・業界毎の満足度構造の違い【国内交通】



住設機器サービス業界（電気・ガス）

順位	企業・ブランド名	点数
1位	ケースデンキ	76.7
2位	パナソニックショップ	76.0
3位	大阪ガスのお店	75.7

[2011年度の調査・指数化対象企業は以下の通り]
 エイデン(エディオンなど)、大阪ガスのお店(「くらしプラス」等)、ケースデンキ、上新電機、東京ガスのお店(「ライフバル・エネフィット」等)、東芝のお店(東芝ストア-)、東邦ガスのお店(「リベナス・エネドウ」等)、Panasonicのお店(パナソニックショップ)、ヤマダ電機：計9社

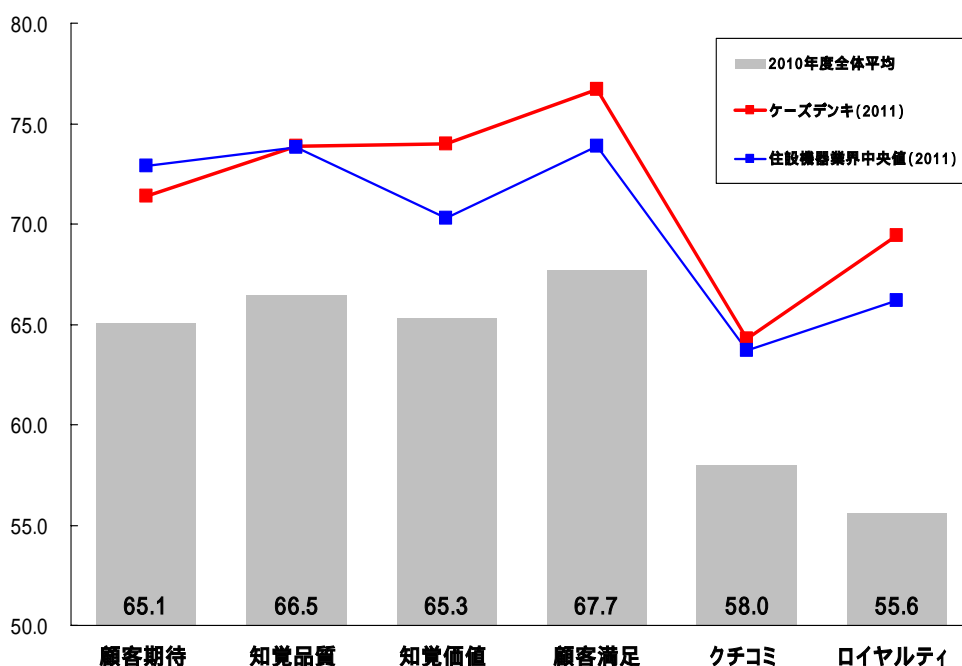
住設機器サービス業界は、今年度から調査対象とした業界です。給湯器やエアコンなどの白物家電やガス・電化製品などを購入して自宅に取り付けてもらったり、修理に来てもらった際のサービス経験について聞いています(地上デジタル放送化にともなうテレビの購入などは除外)

業界全体として、中央値は他業界より高い傾向があり、上位と下位企業での評価の差が小さい(2ページのグラフが短い)ことが特徴です。上位3社の顧客満足の数値をみても、その差は1点でした。

企業別では、顧客満足の原因系である「知覚品質」「知覚価値」の両項目がバランス良く高かったケースデンキが、「顧客満足度」1位と評価されました。

	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)	顧客満足度	クチコミ (他者への推奨)	ロイヤリティ (継続的な利用意向)
ケースデンキ	71.4	73.9	74.0	76.7	64.3	69.4
(昨年度点数)	-	-	-	-	-	-
業界中央値	72.9	73.8	70.3	73.9	63.7	66.2
(昨年度点数)	-	-	-	-	-	-

企業・業界毎の満足度構造の違い【住設機器サービス】



参考資料 1

指数化対象企業と選定条件

指数化対象の選定手順は以下の通り：

- 1) 売上高をベースに、日本国内に一定数以上の利用者がいると思われる企業を業界単位でピックアップ。業界別の指数化対象企業数（5社～20社程度）の2倍程度の候補を選定。
- 2) 選定した候補を一覧化し、「対象選定条件（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) 利用経験のある人が多い企業から順に指数化対象とし、当該企業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。

*企業名は、一般的な呼称、短縮名称等を使用しています。

業界名	指数化対象企業・ブランド名	対象選定条件
通信販売 (30)	<p>< ネット通販 > :アマゾン、ECカレント、イオンショップ、オルビス、ベルメゾンネット、ニッセン オンラインショップ、Joshin web、セブン-イレブンネット、DHCオンラインショップ、ビックカメラ.com、ファンケル オンライン、やずや、ヤフーショッピング、ヤマダ電機WEB.com、ヨドバシ・ドット・コム、楽天市場</p> <p>< カタログ通販・テレビショッピング > :カタログハウス(通販生活)、QVC、ショップチャンネル、ジャパネットたかた、セシール、千趣会、ディノス、ニッセン、フェリシモ、ベルーナ</p> <p>< オフィス通販 > :アスクル、カウネット、たのめーる、MonotaRO</p>	<p>< ネット通販 / カタログ通販・テレビショッピング > 6か月以内に2回以上利用したことがあり、1回3千円以上の買い物をした</p> <p>< オフィス通販 > 1年以内に2回以上利用したことがあり、1回3千円購入した / 自分で支払った or 会社の費用として支払った(金額は知っている)</p>
飲食 (29)	<p>< レストランチェーン > :あきんどスシロー、大阪王将、かっぱ寿司、ガスト、餃子の王将、くら寿司、ココス、サイゼリヤ、ジョイフル、デニーズ、びっくりドンキー、ロイヤルホスト</p> <p>< ファーストフード > :カレーハウス CoCo 壺番屋、ケンタッキーフライドチキン、すき家、はなまるうどん、マクドナルド、松屋、丸亀製麺、ミスタードーナツ、モスバーガー、吉野家、ロッテリア</p> <p>< 居酒屋 > :白木屋、庄や、つぼ八、土間土間、はなの舞、和民</p>	3か月以内に2回以上利用したことがある
カフェ(7)	エクセルシオール・カフェ、カフェペローチェ、サンマルク・カフェ、スターバックス、タリーズ、ドトール、プロント	3か月以内に2回以上利用したことがある
国際航空 (9)	アジアナ、ANA、キャセイ、JAL、シンガポール、大韓航空、デルタ(ノースウエスト含)、ユナイテッド、ルフトハンザ	1年以内に2回以上利用したことがある
国内長距離交通 (11)	ANA、ウィラー・トラベル、エア・ドゥ、JR九州、JR 東海、JR西日本、JRバス、JR東日本、JAL、スカイマーク、スターフライヤー	1年以内に2回以上利用したことがある
レジャーイベント (17)	<p>< テーマパーク・観劇 > :劇団四季、宝塚、TDR、東京ドームシティ・アトラクションズ、ナガシマリゾート、ハウステンボス、USJ、吉本興業</p> <p>< スポーツ観戦 > :アルビレックス新潟、浦和レッズ、埼玉西武ライオンズ、中日ドラゴンズ、阪神タイガース、北海道日本ハムファイターズ、福岡ソフトバンクホークス、横浜Fマリノス、読売ジャイアンツ</p>	1年以内に2回以上行った
住設機器サービス (電気・ガス) (9)	エイデン(エディオンなど)、大阪ガス・大阪ガスのお店(「くらしプラス」等)、ケーズデンキ、上新電機、東京ガス・東京ガスのお店(「ライフバル・エネフィット」等)、東芝・東芝のお店(東芝ストアー)、東邦ガス・東邦ガスのお店(「リベナス・エネドゥ」等)、Panasonic・Panasonic のお店(パナソニックショップ)、ヤマダ電機	この2年間で新規に取り付けをした / 修理に来てもらった(地デジ対応などは除く)

参考資料 2

基本設問（6つ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 はどの程度応えてくれると思っていましたか
3. 信頼性：×××など様々な面からみて、不可欠なことがなかったり不十分なことが 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. ニーズへの合致： は、あなた自身の要望にどの程度応えていると思いますか
3. 信頼性：×××などの点から見て、不可欠なことがなかったり不十分なことが でありましたか
4. バラツキ：過去1年の利用経験を振り返って は、いつも問題なく安心して利用できましたか

〔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、×××などの点からみた の総合的な質をどのように評価しますか
2. 価格対品質： の総合的な質は、あなたが利用するために使った金額や手間ひまに見合っていましたか
3. お得感：他社と比べて 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、 を選んだことは、あなたにとって良い選択でしたか
3. 生活満足： 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

〔クチコミ〕

あなたが 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 / 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. 頻度拡大：これから1年の間に、 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 を利用したい
3. 持続期間：これからも、 を利用し続けたい
4. 第一候補：次に××を使う時には、私は を第一候補にすると思う

* 上記の設問で、「×××」は該当業界の質を示す代表的な内容を挿入。「××」が該当の業界名を挿入。「 」は指数化対象の企業・サービス名を挿入する。個々の調査対象業界により、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 約15設問
- ・業界個別の調査項目 約70設問。
- ・自由回答項目（不満だった点、満足した点、利用理由等）