



Japanese Customer Satisfaction Index 2024

JCSI 日本版顧客満足度指数
2024年度第4回調査 詳細資料

2024.12.18



SPRING
サービス産業生産性協議会

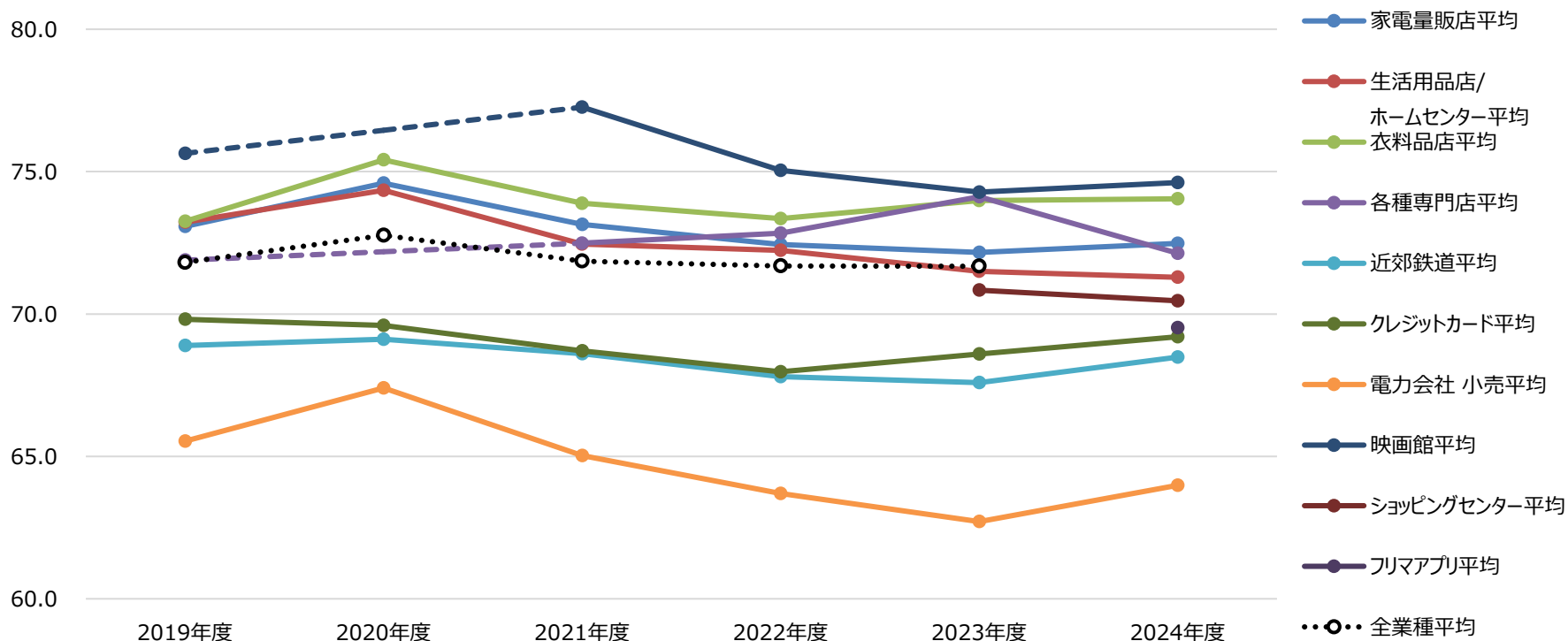


INDEX

P.1	INDEX
P.2	2024年度 第4回調査 結果概要
P.3	家電量販店
P.4	生活用品店/ホームセンター
P.5	衣料品店
P.6	各種専門店
P.7	近郊鉄道
P.8	クレジットカード
P.9	電力会社 小売
P.10	映画館
P.11	ショッピングセンター
P.11	フリマアプリ
P.12	6指標 順位表
P.18	感動指標・失望指標・CSR指標 順位表

P.24	JCSIとは
P.25	調査対象業種・スケジュール
P.26	調査対象企業・ブランド
P.27	回答者の選定条件、企業の選定条件
P.28	JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能
P.29	JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能
P.30	JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい
P.31	JCSI調査の設問構成
P.32	調査設問：JCSI 6指標算出に用いる21設問
P.33	お問合せ先

2024年度 第4回調査 結果概要



2024年度 第4回調査 実施概要

調査期間 2024年10月15日～11月5日

対象業種 家電量販店、生活用品店/ホームセンター、衣料品店、各種専門店、近郊鉄道、クレジットカード、電力会社 小売、映画館、ショッピングセンター、プリマアプリ

回答者数 27,240人
(順位に含む79企業・ブランドの回答者は、24,923人)

調査方法 インターネット調査（インターネットモニターを活用した2段階調査）

設問数 約110問（業種により異なる）

家電量販店

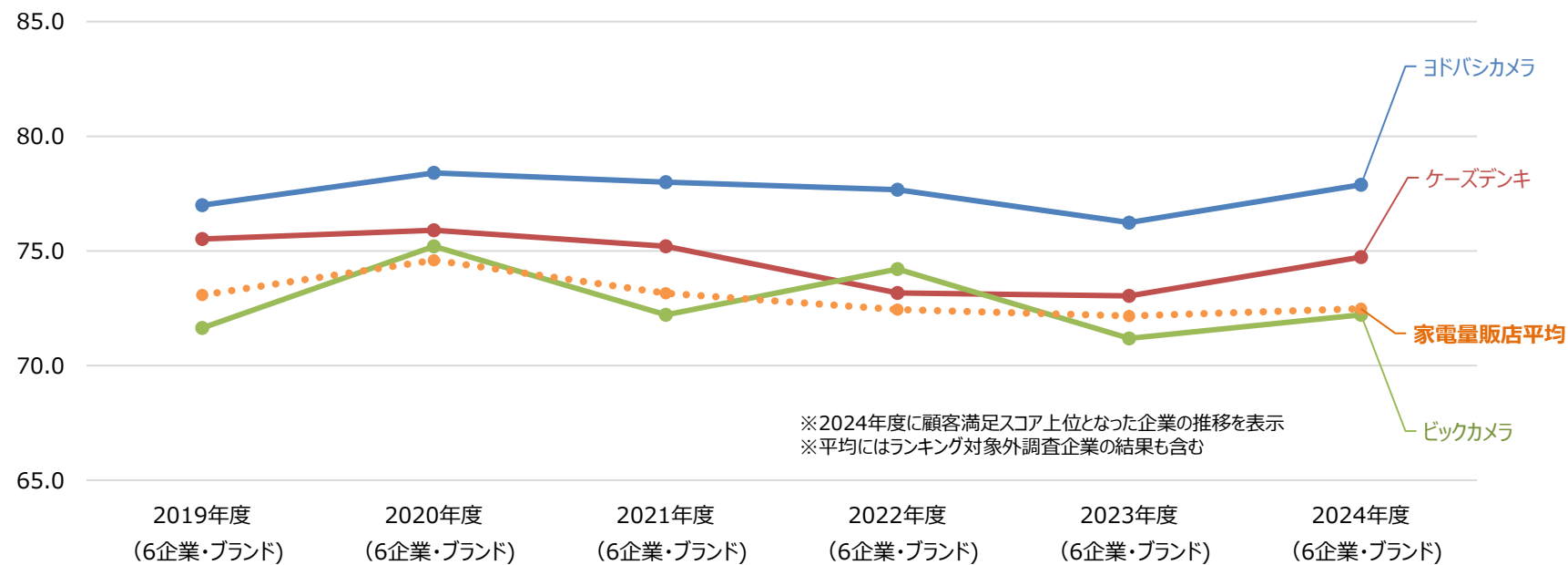
顧客満足スコア上位

1位	ヨドバシカメラ	77.9
2位	ケーズデンキ	74.7
3位	ビックカメラ	72.2

[調査企業・ブランド]

ランキング対象:

エディオン、ケーズデンキ、ジョーシン、ビックカメラ、ヤマダデンキ、ヨドバシカメラ
(6企業・ブランド)



生活用品店/ホームセンター

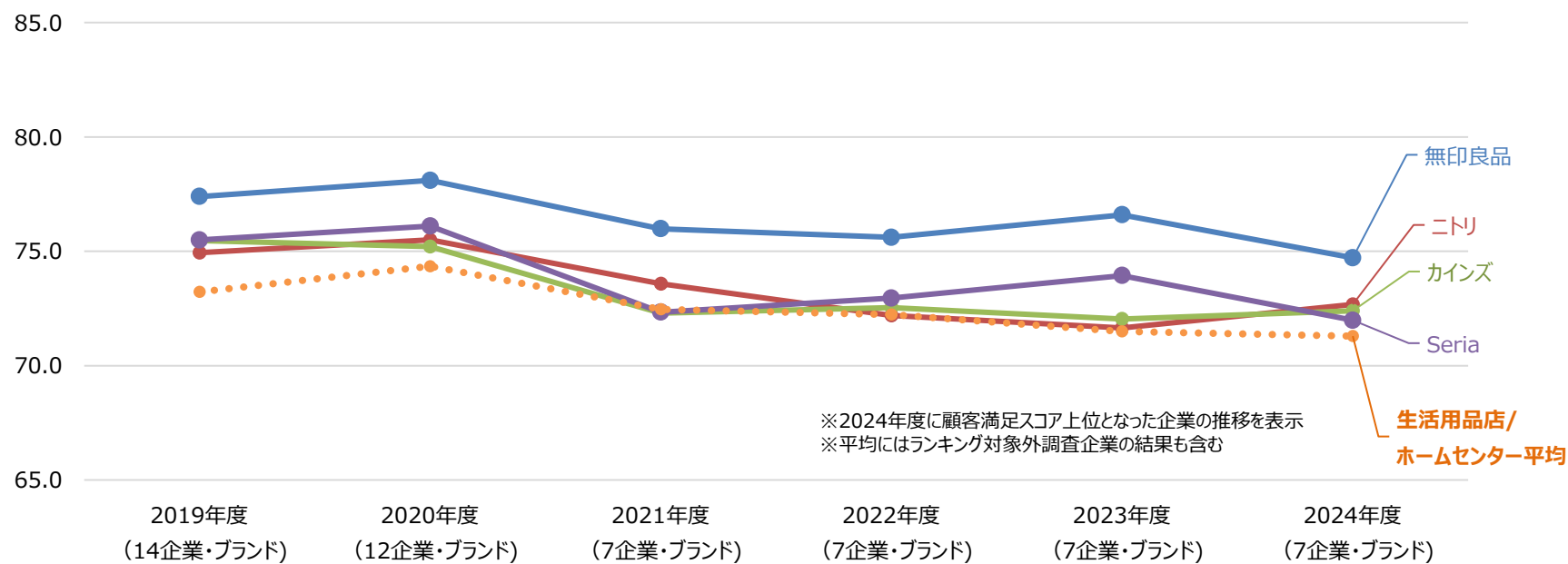
顧客満足スコア上位

1位	無印良品	74.7
2位	ニトリ	72.7
3位	カインズ	72.4
4位	Seria	72.0

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

カインズ、コーナン、Seria、DAISO、DCM、ニトリ、無印良品
(7企業・ブランド)



衣料品店

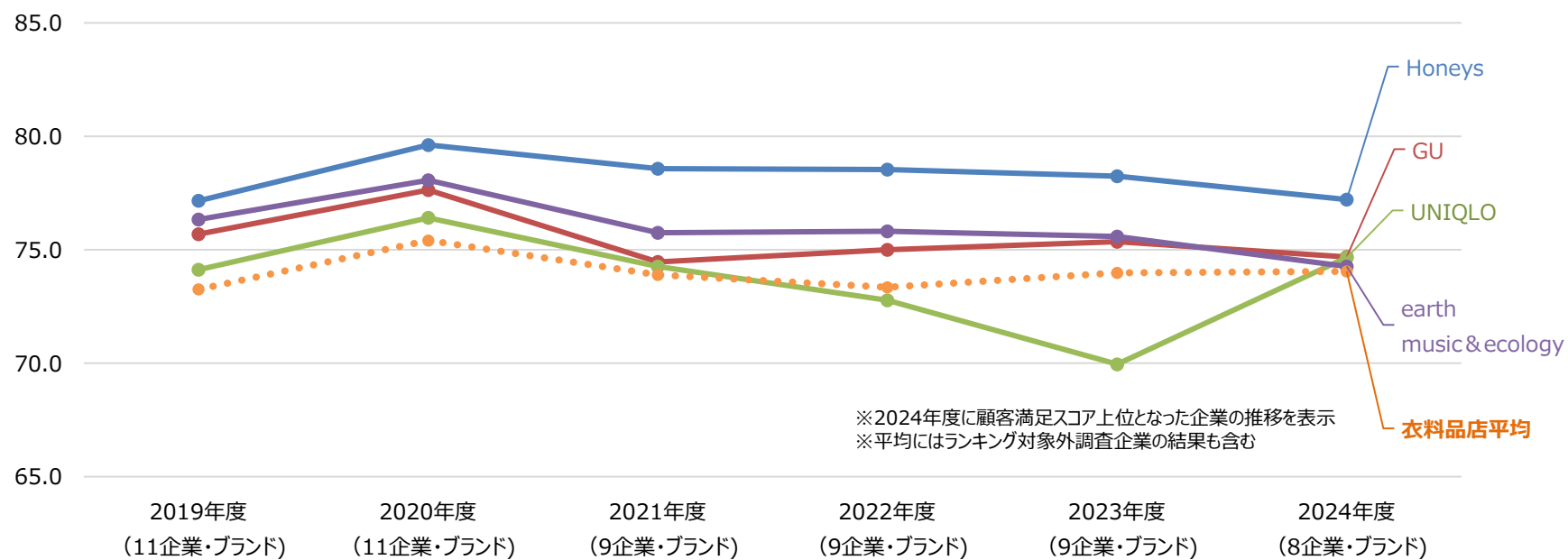
顧客満足スコア上位

1位	Honeys	77.2
2位	GU/UNIQLO	74.7
4位	earth music&ecology	74.3

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

earth music&ecology、AOKI、GAP、GU、しまむら、Honeys、UNIQLO、洋服の青山（8企業・ブランド）



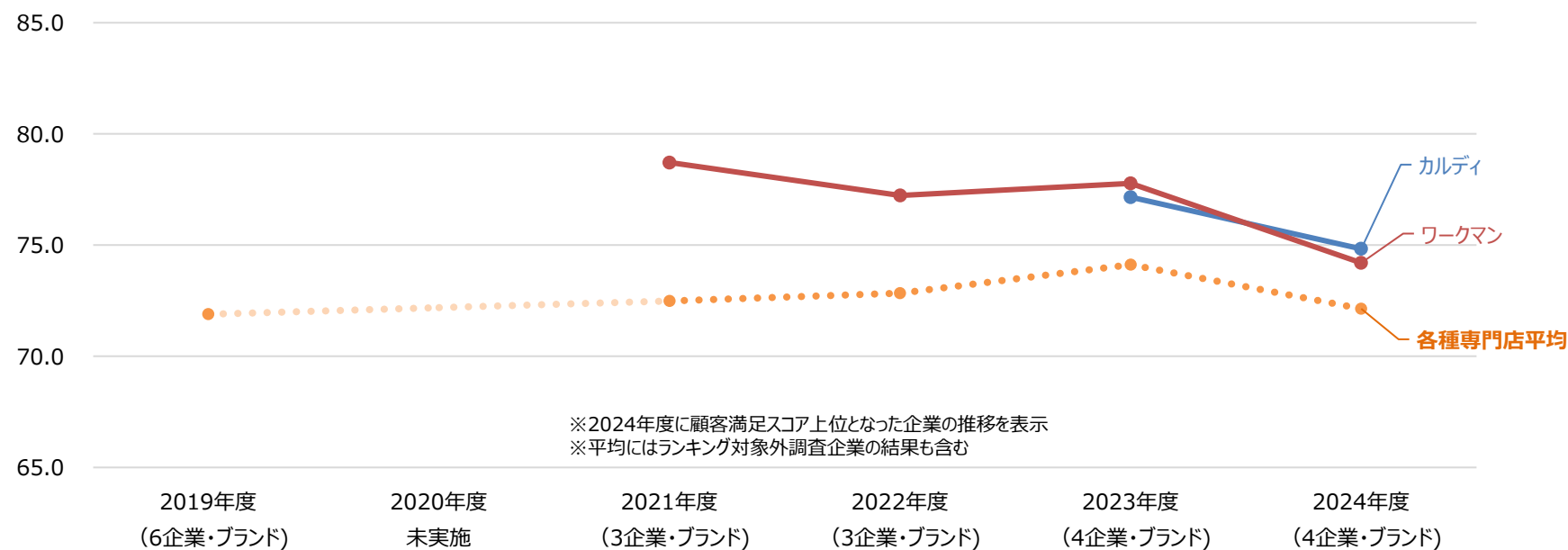
各種専門店

顧客満足スコア上位

1位	カルディ	74.8
2位	ワークマン	74.2

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：
オートバックス、カルディ、TSUTAYA、ワークマン（4企業・ブランド）



近郊鉄道

顧客満足スコア上位

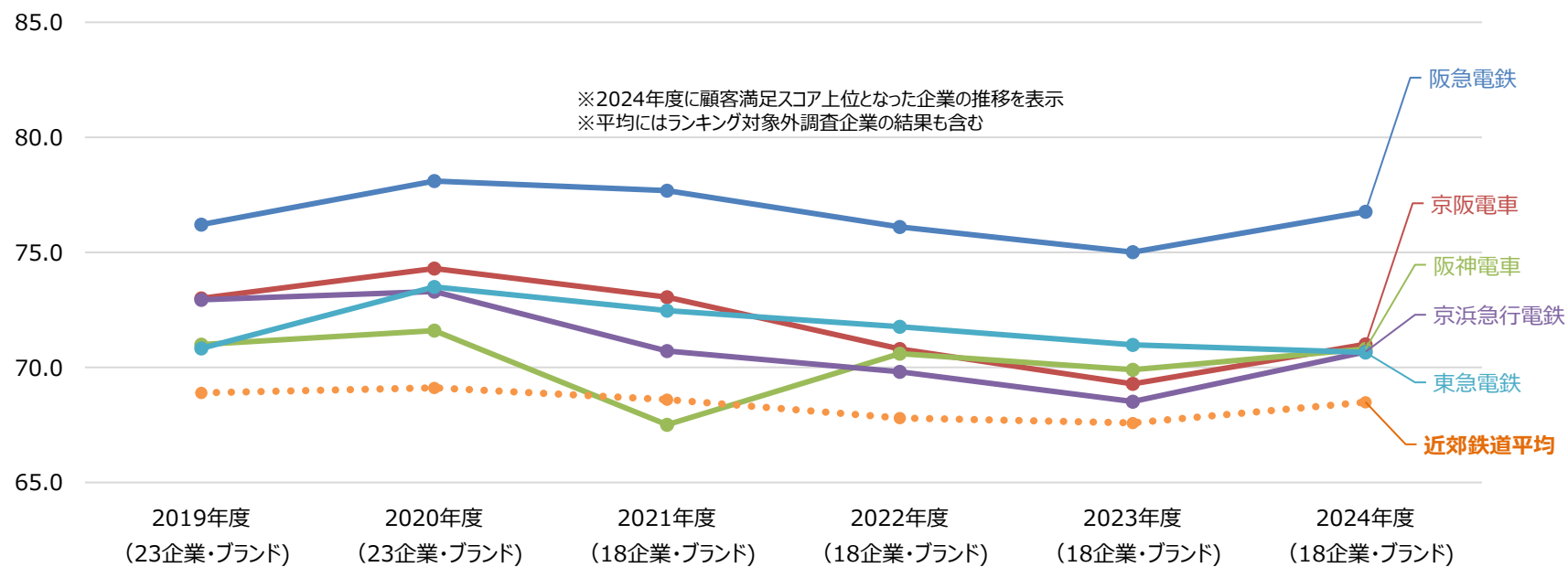
1位	阪急電鉄	76.8
2位	京阪電車	71.0
3位	阪神電車	70.8
4位	京浜急行電鉄/東急電鉄	70.7

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

<首都圏> 小田急電鉄、京王電鉄、京成電鉄、京浜急行電鉄、相模鉄道、JR東日本、西武鉄道、東急電鉄、東京メトロ、東武鉄道、都営地下鉄（11企業・ブランド）

<関西圏> Osaka Metro、近畿日本鉄道、京阪電車、JR西日本、南海電鉄、阪急電鉄、阪神電車（7企業・ブランド）



クレジットカード

顧客満足スコア上位

1位	エポスカード	70.5
2位	JCBカード	70.3
3位	JALカード	70.2
4位	View カード	70.0
5位	楽天カード	69.6

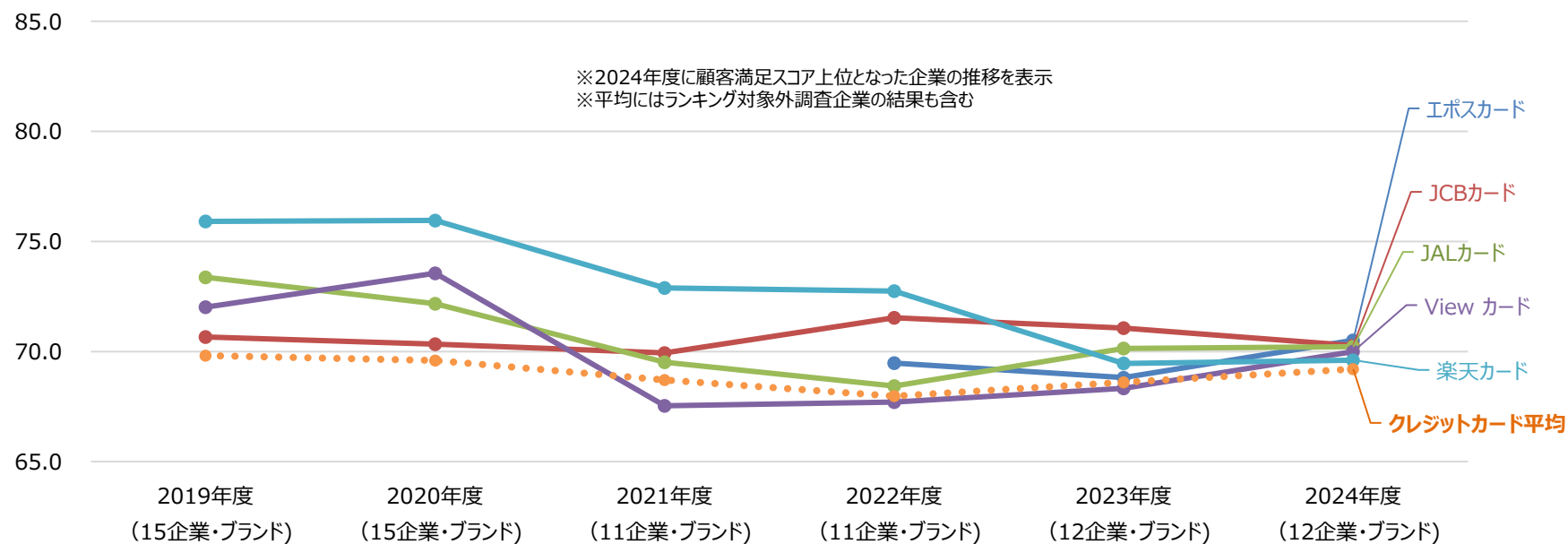
[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

<銀行・信販・流通> イオンカード、エポスカード、JCBカード、セゾンカード、三井住友カード（5企業・ブランド）

<交通> ANAカード、JALカード、Viewカード（3企業・ブランド）

<通信> au PAY カード、dカード、PayPayカード、楽天カード（4企業・ブランド）



電力会社 小売【特別調査】

顧客満足スコア上位

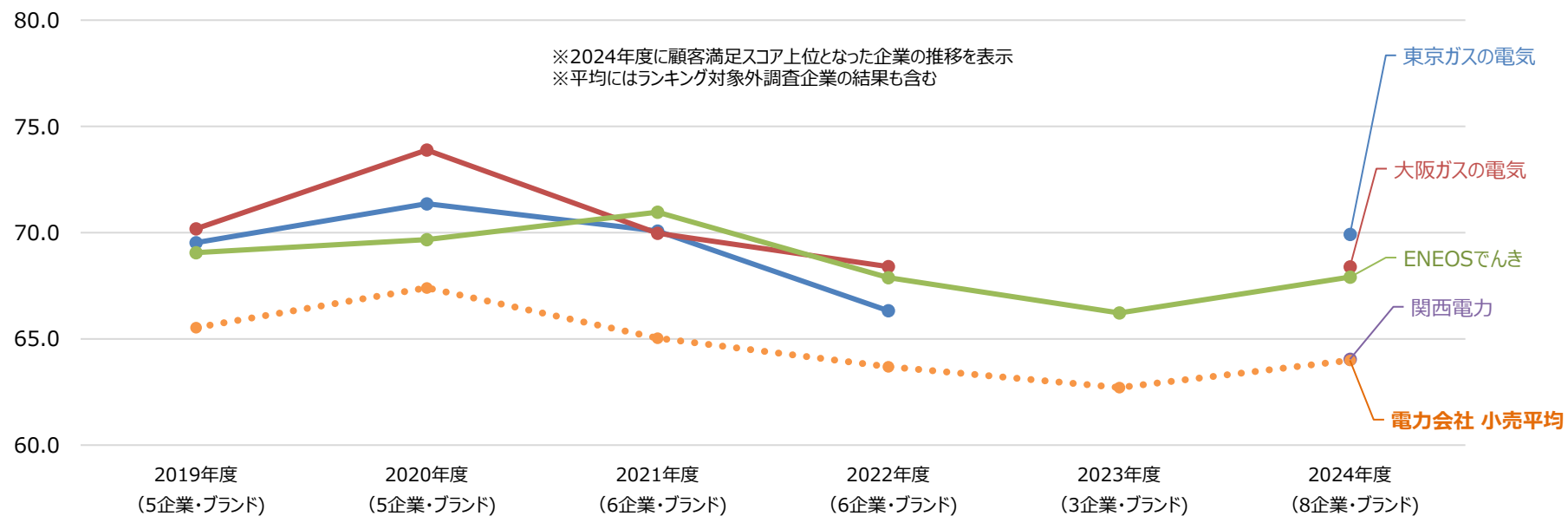
1位	東京ガスの電気	69.9
2位	大阪ガスの電気	68.4
3位	ENEOSでんき	67.9
4位	関西電力	64.0

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

＜首都圏＞ ENEOSでんき、auでんき（東京電力エリア）、ソフトバンクでんき、東京ガスの電気、東京電力（5企業・ブランド）

＜関西圏＞ auでんき（関西電力エリア）、大阪ガスの電気、関西電力（3企業・ブランド）



※2023年度までは、調査対象範囲は全国とし、既存の9つの民間電力会社以外をランキング対象として実施。

2024年度は、調査対象範囲を首都圏と関西圏のみとし、各エリアの既存の電力会社をランキング対象に加えた。また、各エリアでの調査対象・ブランドを評価とする形式とした。

東京ガスの電気、大阪ガスの電気は、2023年度調査対象外。

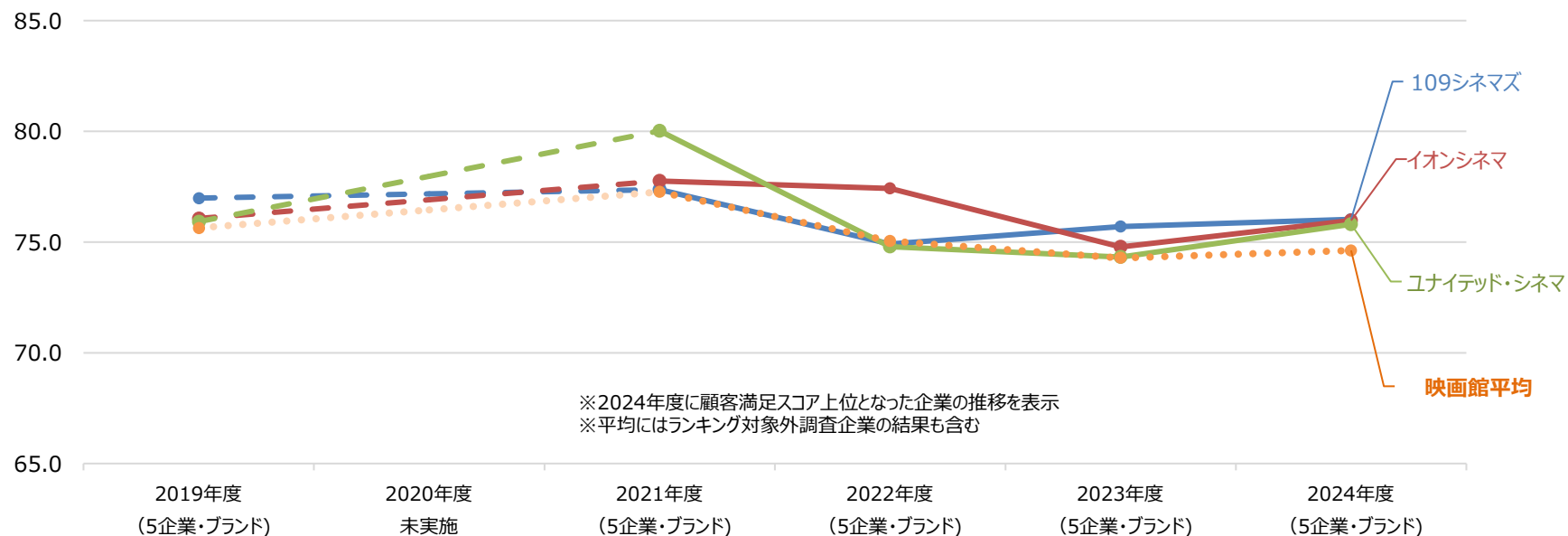
映画館【特別調査】

顧客満足スコア上位

1位	イオンシネマ/109シネマズ	76.0
3位	ユナイテッド・シネマ	75.8

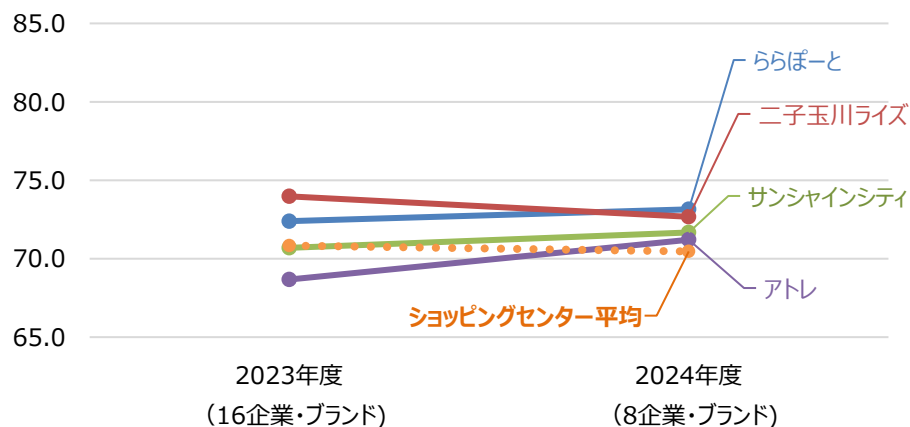
〔調査企業・ブランド〕

ランキング対象：
イオンシネマ、109シネマズ、TOHOシネマズ、MOVIX、
ユナイテッド・シネマ（5企業・ブランド）



ショッピングセンター【特別調査】

顧客満足スコア上位		
1位	ららぽーと	73.1
2位	二子玉川ライズ	72.7
3位	サンシャインシティ	71.7
4位	アトレ	71.2



※2024年度に顧客満足スコア上位となった企業・ブランドの推移を表示
 ※平均にはランキング対象外調査企業・ブランドの結果も含む

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

<多店舗展開> アトレ、アリオ、イオンモール、ららぽーと（4企業・ブランド）

<単館（都内）> サンシャインシティ、渋谷ヒカリエ、東京ソラマチ、
二子玉川ライズ（4企業・ブランド）

フリマアプリ【特別調査】

顧客満足スコア上位		
1位	Yahoo！フリマ	74.2



※2024年度に顧客満足スコア上位となった企業・ブランドの推移を表示
 ※平均にはランキング対象外調査企業・ブランドの結果も含む

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

メルカリ、Yahoo！フリマ、ラクマ（3企業・ブランド）

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

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	74.4 ヨドバシカメラ	76.0 ヨドバシカメラ	75.9 ヨドバシカメラ	77.9 ヨドバシカメラ	72.6 ヨドバシカメラ	74.8 ヨドバシカメラ
2	ケーズデンキ	ケーズデンキ	ケーズデンキ	74.7 ケーズデンキ	ケーズデンキ	ケーズデンキ
3	ジョーシン	ビックカメラ	ビックカメラ	72.2 ビックカメラ	ジョーシン	ジョーシン

衣料品店 8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	70.3 GAP	72.2 UNIQLO	74.6 Honeys	77.2 Honeys	70.5 GAP	67.6 GAP / UNIQLO
2	洋服の青山	Honeys	earth music & ecology	74.7 GU / UNIQLO	earth music & ecology	
3		AOKI	GU		GU	Honeys
4	AOKI / Honeys	earth music & ecology / GAP / 洋服の青山	UNIQLO	74.3 earth music & ecology	AOKI / Honeys / UNIQLO	しまむら

生活用品店/ホームセンター 7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	71.7 無印良品	73.8 無印良品	71.9 Seria	74.7 無印良品	70.7 無印良品	68.2 カインズ
2	カインズ / ニトリ	ニトリ	ニトリ	72.7 ニトリ	ニトリ	DAISO / 無印良品
3		カインズ	カインズ	72.4 カインズ	カインズ	
4	コーナン / Seria	Seria	無印良品	72.0 Seria	Seria	ニトリ

各種専門店 4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	72.6 カルディ	72.9 カルディ	74.6 ワークマン	74.8 カルディ	70.0 カルディ	71.2 カルディ
2	オートバックス	ワークマン	カルディ	74.2 ワークマン	オートバックス	ワークマン

※各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

6 指標 順位表

近郊鉄道 18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	72.0 阪急電鉄	73.8 阪急電鉄	73.5 阪急電鉄	76.8 阪急電鉄	71.5 阪急電鉄	71.4 阪急電鉄
2	京阪電車 / 京浜急行電鉄	東急電鉄	京王電鉄	71.0 京阪電車	阪神電車	東京メトロ
3	京阪電車	東急電鉄	70.8 阪神電車	京阪電車	京王電鉄	京王電鉄
4	東急電鉄	京浜急行電鉄	京浜急行電鉄 / 阪神電車	70.7 京浜急行電鉄 / 東急電鉄	京王電鉄	東急電鉄 / 阪神電車
5	阪神電車	阪神電車	阪神電車	東急電鉄	相模鉄道	阪神電車
6	東京メトロ	東京メトロ	京阪電車	70.2 東京メトロ	東急電鉄	京阪電車
7	相模鉄道	相模鉄道	東京メトロ	70.1 相模鉄道	京浜急行電鉄	相模鉄道
8	京王電鉄	京王電鉄	京成電鉄	70.0 京王電鉄	東京メトロ	Osaka Metro
9	Osaka Metro	Osaka Metro	相模鉄道	68.6 京成電鉄	西武鉄道	東武鉄道

近郊鉄道内サブカテゴリー

近郊鉄道 首都圏 11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	66.9 京浜急行電鉄	69.2 東急電鉄	68.6 京王電鉄	70.7 京浜急行電鉄	66.5 京王電鉄	65.8 東京メトロ
2	東急電鉄	京浜急行電鉄	東急電鉄	東急電鉄 / 東急電鉄	相模鉄道	京王電鉄
3	東京メトロ	東京メトロ	京浜急行電鉄	70.2 東京メトロ	東急電鉄	東急電鉄
4	相模鉄道	相模鉄道	東京メトロ	70.1 相模鉄道	京浜急行電鉄	相模鉄道
5	京王電鉄	京王電鉄	京成電鉄	70.0 京王電鉄	東京メトロ	東武鉄道
6	京成電鉄	小田急電鉄 / 都営地下鉄	相模鉄道	68.6 京成電鉄	西武鉄道	JR東日本

※京浜急行電鉄と東急電鉄は、顧客満足同点1位のため、京浜急行電鉄を赤字、東急電鉄を青字で表示

近郊鉄道 関西圏 7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	72.0 阪急電鉄	73.8 阪急電鉄	73.5 阪急電鉄	76.8 阪急電鉄	71.5 阪急電鉄	71.4 阪急電鉄
2	京阪電車	京阪電車	阪神電車	71.0 京阪電車	阪神電車	阪神電車
3	阪神電車	阪神電車	京阪電車	70.8 阪神電車	京阪電車	京阪電車
4	Osaka Metro	Osaka Metro	Osaka Metro	68.0 Osaka Metro	Osaka Metro	Osaka Metro

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

6 指標 順位表

クレジットカード 12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	69.6 JALカード	71.5 JCBカード	68.8 JCBカード	70.5 エポスカード	64.8 JALカード	67.5 楽天カード
2	ANAカード	JALカード	エポスカード	70.3 JCBカード	ANAカード	JALカード
3	JCBカード	ANAカード	三井住友カード	70.2 JALカード	楽天カード	ANAカード
4	View カード / 三井住友カード	三井住友カード	楽天カード	70.0 View カード	JCBカード	JCBカード
5		エポスカード	イオンカード	69.6 楽天カード	エポスカード	dカード
6	エポスカード	View カード	JALカード	69.3 ANAカード	イオンカード	三井住友カード

クレジットカード内サブカテゴリー

クレジットカード 銀行・信販・流通 5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	68.0 JCBカード	71.5 JCBカード	68.8 JCBカード	70.5 エポスカード	63.0 JCBカード	64.8 JCBカード
2	三井住友カード	三井住友カード	エポスカード	70.3 JCBカード	エポスカード	三井住友カード
3	エポスカード	エポスカード	三井住友カード	69.2 三井住友カード	イオンカード	イオンカード

クレジットカード 交通 3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	69.6 JALカード	70.7 JALカード	67.8 JALカード	70.2 JALカード	64.8 JALカード	66.5 JALカード

クレジットカード 通信 4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	64.8 dカード	67.9 dカード / 楽天カード	68.1 楽天カード	69.6 楽天カード	63.2 楽天カード	67.5 楽天カード
2	楽天カード			67.9 dカード	dカード	dカード

※クレジットカード業種（通信）知覚価値2位は、2社同点順位となり、下位企業・ブランドがわかるため非公表。

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

6 指標 順位表

電力会社 小売 8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	68.2 東京ガスの電気	69.1 東京ガスの電気	65.7 ENEOSでんき	69.9 東京ガスの電気	65.2 東京ガスの電気	64.9 大阪ガスの電気
2	大阪ガスの電気	大阪ガスの電気	東京ガスの電気	68.4 大阪ガスの電気	大阪ガスの電気	東京ガスの電気
3	ENEOSでんき	ENEOSでんき	大阪ガスの電気	67.9 ENEOSでんき	ENEOSでんき	関西電力
4	auでんき (東京電力エリア)	関西電力	auでんき (東京電力エリア)	64.0 関西電力	auでんき (東京電力エリア) / 関西電力	ENEOSでんき

電力会社 小売内サブカテゴリー

電力会社 小売 首都圏 5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	68.2 東京ガスの電気	69.1 東京ガスの電気	65.7 ENEOSでんき	69.9 東京ガスの電気	65.2 東京ガスの電気	64.6 東京ガスの電気
2	ENEOSでんき	ENEOSでんき	東京ガスの電気	67.9 ENEOSでんき	ENEOSでんき	ENEOSでんき
3	auでんき (東京電力エリア)	auでんき (東京電力エリア)	auでんき (東京電力エリア)	63.5 auでんき (東京電力エリア)	auでんき (東京電力エリア)	auでんき (東京電力エリア)

電力会社 小売 関西圏 3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	66.0 大阪ガスの電気	67.1 大阪ガスの電気	65.2 大阪ガスの電気	68.4 大阪ガスの電気	64.2 大阪ガスの電気	64.9 大阪ガスの電気

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

6 指標 順位表

ショッピングセンター 8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	71.2 ららぽーと	72.1 二子玉川 ライズ	69.9 ららぽーと	73.1 ららぽーと	69.0 二子玉川 ライズ	68.3 ららぽーと
2	渋谷ヒカリエ / 東京ソラマチ / 二子玉川 ライズ	ららぽーと	渋谷ヒカリエ / 二子玉川 ライズ	72.7 二子玉川 ライズ	渋谷ヒカリエ	二子玉川 ライズ
3		渋谷ヒカリエ		71.7 サンシャイン シティ	ららぽーと	イオンモール
4		東京ソラマチ	サンシャイン シティ	71.2 アトレ	東京ソラマチ	アトレ / サンシャイン シティ

ショッピングセンター内サブカテゴリー

ショッピングセンター 多店舗展開 4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	71.2 ららぽーと	72.0 ららぽーと	69.9 ららぽーと	73.1 ららぽーと	68.4 ららぽーと	68.3 ららぽーと
2	アトレ	アトレ	アトレ	71.2 アトレ	アトレ	イオンモール

ショッピングセンター 単館（都内） 4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		72.1 二子玉川ライズ	69.4 渋谷ヒカリエ / 二子玉川ライズ	72.7 二子玉川ライズ	69.0 二子玉川ライズ	66.1 二子玉川ライズ
2		渋谷ヒカリエ	71.7 サンシャイン シティ	渋谷ヒカリエ	サンシャイン シティ	

※顧客期待は3企業・ブランドが同スコア1位のため、一括して非表示

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

6 指標 順位表

映画館 5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	72.7 109シネマズ	74.1 109シネマズ	73.6 イオンシネマ	76.0 イオンシネマ	71.4 109シネマズ	72.3 イオンシネマ
2	ユナイテッド・シネマ	ユナイテッド・シネマ	ユナイテッド・シネマ	/ 109シネマズ	ユナイテッド・シネマ	ユナイテッド・シネマ
3	イオンシネマ	イオンシネマ	109シネマズ	75.8 ユナイテッド・シネマ	イオンシネマ	109シネマズ

※イオンシネマと109シネマズは、顧客満足同点1位のため、イオンシネマを赤字、109シネマズを青字で表示

フリマアプリ 3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	69.5 Yahoo ! フリマ	72.3 Yahoo ! フリマ	71.7 Yahoo ! フリマ	74.2 Yahoo ! フリマ	66.9 Yahoo ! フリマ	71.7 Yahoo ! フリマ

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

感動指標・失望指標・CSR指標 順位表

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※失望指標は、スコアが小さいほど上位にランキングされる
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

家電量販店 6企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	52.6 ヨドバシカメラ	14.2 ケーズデンキ	61.6 ヨドバシカメラ
2	ケーズデンキ	ヨドバシカメラ	ケーズデンキ
3	ジョーシン	ジョーシン	エディオン

生活用品店/ホームセンター 7企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	54.0 無印良品	13.3 無印良品	61.0 無印良品
2	ニトリ	カインズ	ニトリ
3	Seria	Seria	カインズ
4	DAISO	DCM	DCM

衣料品店 8企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	57.7 GAP	10.8 Honeys	59.2 GAP / 洋服の青山
2	Honeys	earth music & ecology	
3	earth music & ecology	UNIQLO	UNIQLO
4	GU	GU	AOKI

各種専門店 4企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	56.7 カルディ	12.2 カルディ	59.0 オートバックス
2	ワークマン	ワークマン	カルディ

感動指標・失望指標・CSR指標 順位表

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※失望指標は、スコアが小さいほど上位にランキングされる
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

近郊鉄道 18企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	41.9 阪急電鉄	16.1 阪急電鉄	60.9 阪急電鉄
2	相模鉄道	京阪電車	京阪電車 / 相模鉄道
3	阪神電車	阪神電車	
4	京阪電車	京浜急行電鉄	東急電鉄
5	京浜急行電鉄	京王電鉄	京王電鉄
6	JR西日本	相模鉄道	阪神電車
7	京王電鉄	京成電鉄	西武鉄道
8	近畿日本鉄道	Osaka Metro	小田急電鉄
9	小田急電鉄	東急電鉄	京浜急行電鉄

近郊鉄道内サブカテゴリー

近郊鉄道 首都圏			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	41.4 相模鉄道	20.2 京浜急行電鉄	57.7 相模鉄道
2	京浜急行電鉄	京王電鉄	東急電鉄
3	京王電鉄	相模鉄道	京王電鉄
4	小田急電鉄	京成電鉄	西武鉄道
5	西武鉄道	東急電鉄	小田急電鉄
6	京成電鉄	東武鉄道	京浜急行電鉄

※11企業ブランド

近郊鉄道 関西圏			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	41.9 阪急電鉄	16.1 阪急電鉄	60.9 阪急電鉄
2	阪神電車	京阪電車	京阪電車
3	京阪電車	阪神電車	阪神電車
4	JR西日本	Osaka Metro	近畿日本鉄道

※7企業ブランド

※京浜急行電鉄と東急電鉄は、顧客満足同点1位のため、京浜急行電鉄を赤字、東急電鉄を青字で表示

感動指標・失望指標・CSR指標 順位表

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※失望指標は、スコアが小さいほど上位にランキングされる
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

クレジットカード 12企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	41.8 ANAカード	13.7 エボスカード	59.3 JALカード
2	JALカード	View カード	ANAカード
3	dカード	JCBカード	イオンカード
4	エボスカード	JALカード / セゾンカード	JCBカード
5	楽天カード		dカード / 三井住友 カード
6	三井住友 カード	ANAカード	

クレジットカード内サブカテゴリー

クレジットカード 銀行・信販・流通			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	39.3 エボスカード	13.7 エボスカード	57.4 イオンカード
2	三井住友カード	JCBカード	JCBカード
3	イオンカード	セゾンカード	三井住友カード

※5企業ブランド

クレジットカード 交通			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	41.8 ANAカード	14.2 View カード	59.3 JALカード

※3企業ブランド

クレジットカード 通信			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	41.2 dカード	18.4 PayPayカード / 楽天カード	56.9 dカード
2	楽天カード		楽天カード

※4企業ブランド

感動指標・失望指標・CSR指標 順位表

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※失望指標は、スコアが小さいほど上位にランキングされる
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

電力会社 小売 8企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	36.5 東京ガスの電気	14.6 東京ガスの電気	62.7 東京ガスの電気
2	大阪ガスの電気	大阪ガスの電気	大阪ガスの電気
3	ENEOSでんき	ENEOSでんき	ENEOSでんき
4	auでんき (東京電力エリア)	auでんき (東京電力エリア)	関西電力

電力会社 小売内サブカテゴリー

電力会社 小売 首都圏			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	36.5 東京ガスの電気	14.6 東京ガスの電気	62.7 東京ガスの電気
2	ENEOSでんき	ENEOSでんき	ENEOSでんき
3	auでんき (東京電力エリア)	auでんき (東京電力エリア)	auでんき (東京電力エリア)

※5企業ブランド

電力会社 小売 関西圏			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	36.4 大阪ガスの電気	15.4 大阪ガスの電気	61.4 大阪ガスの電気

※3企業ブランド

映画館 5企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	58.5 109シネマズ	14.2 ユナイテッド・シネマ	60.3 ユナイテッド・シネマ
2	ユナイテッド・シネマ	TOHOシネマズ	イオンシネマ / TOHOシネマズ
3	MOVIX	109シネマズ	TOHOシネマズ

※イオンシネマと109シネマズは、顧客満足同点1位のため、イオンシネマを赤字、109シネマズを青字で表示

感動指標・失望指標・CSR指標 順位表

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示
 ※失望指標は、スコアが小さいほど上位にランキングされる
 ※顧客満足1位企業を赤字表記

ショッピングセンター 8企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	57.7 東京ソラマチ	15.1 ららぽーと	58.2 ららぽーと
2	ららぽーと	アトレ	イオンモール / 二子玉川 ライズ
3	渋谷ヒカリエ	渋谷ヒカリエ / 二子玉川 ライズ	渋谷ヒカリエ
4	サンシャイン シティ		

ショッピングセンター内サブカテゴリー

ショッピングセンター 多店舗展開			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	56.2 ららぽーと	15.1 ららぽーと	58.2 ららぽーと
2	イオンモール	アトレ	イオンモール

※4企業ブランド

ショッピングセンター 単館（都内）			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	57.7 東京ソラマチ	16.1 渋谷ヒカリエ / 二子玉川ライズ	58.1 二子玉川ライズ
2	渋谷ヒカリエ	渋谷ヒカリエ	渋谷ヒカリエ

※4企業ブランド

フリマアプリ 3企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	54.3 Yahoo!フリマ	21.1 Yahoo!フリマ	57.4 Yahoo!フリマ

感動指標・失望指標・CSR指標について

感動指標・失望指標とは

「(当企業・ブランドを)利用した際に次のようなこと(下記)をどの程度経験しましたか」という設問に対する「1 全くない」～「10 ほぼ毎回」の10段階の回答結果を、100点満点にて指数化したもの。

<感動指標・失望指標の設問表現>

- 感動指標「びっくりした(良い意味で)」「うれしい」「楽しい」「興奮した(良い意味で)」の4項目
- 失望指標「がっかりした」「いらいらした」「苦痛に感じた」「つまらない」「腹立たしい」の5項目

CSR指標とは

『あなたが利用した(当企業・ブランド)に関する以下の4項目(下記)について、「1 全く当てはまらない」から「7 非常に当てはまる」の7段階で教えてください。』という設問に対する7段階の回答結果を、100点満点にて指数化したもの。

<CSR指標の設問表現>

- ・エコロジー : エコロジー(自然環境保護など)への取り組みは高く評価できる
- ・情報公開 : 当企業・ブランドは、適切に情報公開を行っている
- ・消費者保護 : 当企業・ブランドは、消費者保護に十分な配慮をしていると思う
- ・地域社会貢献 : 当企業・ブランドを地域・社会に貢献する良き企業市民として認めることができる

JCSIとは

JCSI(Japanese Customer Satisfaction Index：日本版顧客満足度指数)調査は、サービス産業を対象とした日本最大級の顧客満足度調査です。

サービス産業の生産性を測るうえで重要である「顧客満足」を数値で可視化し、企業や業種の成長に資する情報として用いることを目的に調査を行っています。

調査は例年、計30以上の業種・業態から約400の企業・ブランドを対象に年間4回に分けて実施しています。優れた企業のベンチマークによるサービス産業全体の生産性の底上げを図るため、上位企業の調査結果を公表しています。



調査対象業種・スケジュール

調査対象業種： 34業種（2023年度実績）

※赤字は今回発表の業種

セグメント	業種名
小売系	百貨店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア、 家電量販店、生活用品店/ホームセンター、衣料品店、各種専門店、自動車販売店、通信販売
観光・飲食・交通系	シティホテル、ビジネスホテル、飲食、カフェ、旅行、エンタテインメント、国内長距離交通、 近郊鉄道
通信・物流系	携帯電話、宅配便
生活支援系	フィットネスクラブ、教育サービス
金融系	銀行、生命保険、損害保険(自動車／住宅・火災)、証券、 クレジットカード
特別調査	電力会社 小売 、ガス小売、MVNO(仮想移動体通信事業者)、 映画館 、QRコード決済、電子マネー、 ショッピングセンター

年間発表スケジュール(2024年度)

全業種を年間4回に分けて調査・発表

回	調査期間・発表時期	対象業種
第1回	2024年5月 (7月30日発表)	百貨店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア、飲食、カフェ、携帯電話、宅配便、証券 [特別調査] MVNO(仮想移動体通信事業者)
第2回	2024年6～7月 (9月18日発表)	通信販売、旅行、エンタテインメント、フィットネスクラブ、銀行 [特別調査] ガス小売、QRコード決済、電子マネー
第3回	2024年8～9月 (10月30日発表)	自動車販売店、シティホテル、ビジネスホテル、国内長距離交通、教育サービス、生命保険、損害保険(自動車/住宅・火災)
第4回	2024年10～11月 (12月18日発表)	家電量販店、生活用品店/ホームセンター、衣料品店、各種専門店、近郊鉄道、クレジットカード [特別調査] 電力会社 小売、映画館、ショッピングセンター、フリマアプリ

調査対象企業・ブランド

2024年度第4回調査(10業種)での調査対象は以下の企業・ブランドです。

調査対象：10業種90企業・ブランド ランキング対象：79企業・ブランド

業種名(企業・ブランド数)	指数化対象企業・ブランド名(50音順)
家電量販店(6)	エディオン、ケーズデンキ、ジョーシン、ビックカメラ、ヤマダデンキ、ヨドバシカメラ
生活用品店 / ホームセンター(10) (*ランキング対象外(3)を含む)	カインズ、コーナン、Seria、DAISO、DCM、ニトリ、無印良品 (*ランキング対象外：IKEA、Can☆Do、ハンズ)
衣料品店(8)	earth music&ecology、AOKI、GAP、GU、しまむら、Honeys、UNIQLO、洋服の青山
各種専門店(5) (*ランキング対象外(1)を含む)	オートバックス、カルディ、TSUTAYA、ワークマン (*ランキング対象外：ABC MART)
近郊鉄道(18)	【首都圏】(11) 小田急電鉄、京王電鉄、京成電鉄、京浜急行電鉄、相模鉄道、JR東日本、西武鉄道、東急電鉄、東京メトロ、東武鉄道、都営地下鉄 【関西圏】(7) Osaka Metro、近畿日本鉄道、京阪電車、JR西日本、南海電鉄、阪急電鉄、阪神電車
クレジットカード (13) (*ランキング対象外(1)を含む)	【銀行・信販・流通】(5) イオンカード、エポスカード、JCBカード、セゾンカード、三井住友カード (*ランキング対象外：アメリカン・エクスプレス・カード) 【交通】(3) ANAカード、JALカード、Viewカード 【通信】(4) au PAY カード、dカード、PayPayカード、楽天カード
電力会社 小売(8)	【首都圏】(5) ENEOSでんき、auでんき（東京電力エリア）、ソフトバンクでんき、東京ガスの電気、東京電力 【関西圏】(3) auでんき（関西電力エリア）、大阪ガスの電気、関西電力
映画館(6) (*ランキング対象外(1)を含む)	イオンシネマ、109シネマズ、TOHOシネマズ、MOVIX、ユナイテッド・シネマ (*ランキング対象外：ティ・ジョイ)
ショッピングセンター(12) (*ランキング対象外(4)を含む)	【多店舗展開】(4) アトレ、アリオ、イオンモール、ららぽーと (*ランキング対象外：パルコ（PARCO）、マルイ（OIOI）、ルミネ） 【単館（都内）】(4) サンシャインシティ、渋谷ヒカリエ、東京ソラマチ、二子玉川ライズ (*ランキング対象外：渋谷スクランブルスクエア)
フリマアプリ(4) (*ランキング対象外(1)を含む)	メルカリ、Yahoo！フリマ、ラクマ (*ランキング対象外：ジモティー)

回答者の選定条件、企業の選定条件

回答者の選定条件

JCSI調査では、下記条件に該当するサービス利用者に対象を限定して調査を行っています。

業種名	回答者の選定条件（調査時点からみて）
家電量販店	1年以内に2回以上(会計を伴う)利用
生活用品店/ ホームセンター	1年以内に2回以上(会計を伴う)利用
衣料品店	1年以内に2回以上(会計を伴う)利用
各種専門店	1年以内に2回以上(会計を伴う)利用
近郊鉄道	3か月以内に2回以上(鉄道車両を)利用
クレジットカード	半年以内に2回以上利用
電力会社 小売	以下の両方を満たす事 ・3か月以上利用を継続 ・今年、利用料金を見聞きた
映画館	以下の全てを満たす事 ・最近1年間、当該映画館を利用 ・最近2年間、当該映画館を2回以上利用した
ショッピングセンター	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用
フリマアプリ	1年以内に2回以上（売上金を受け取る）利用

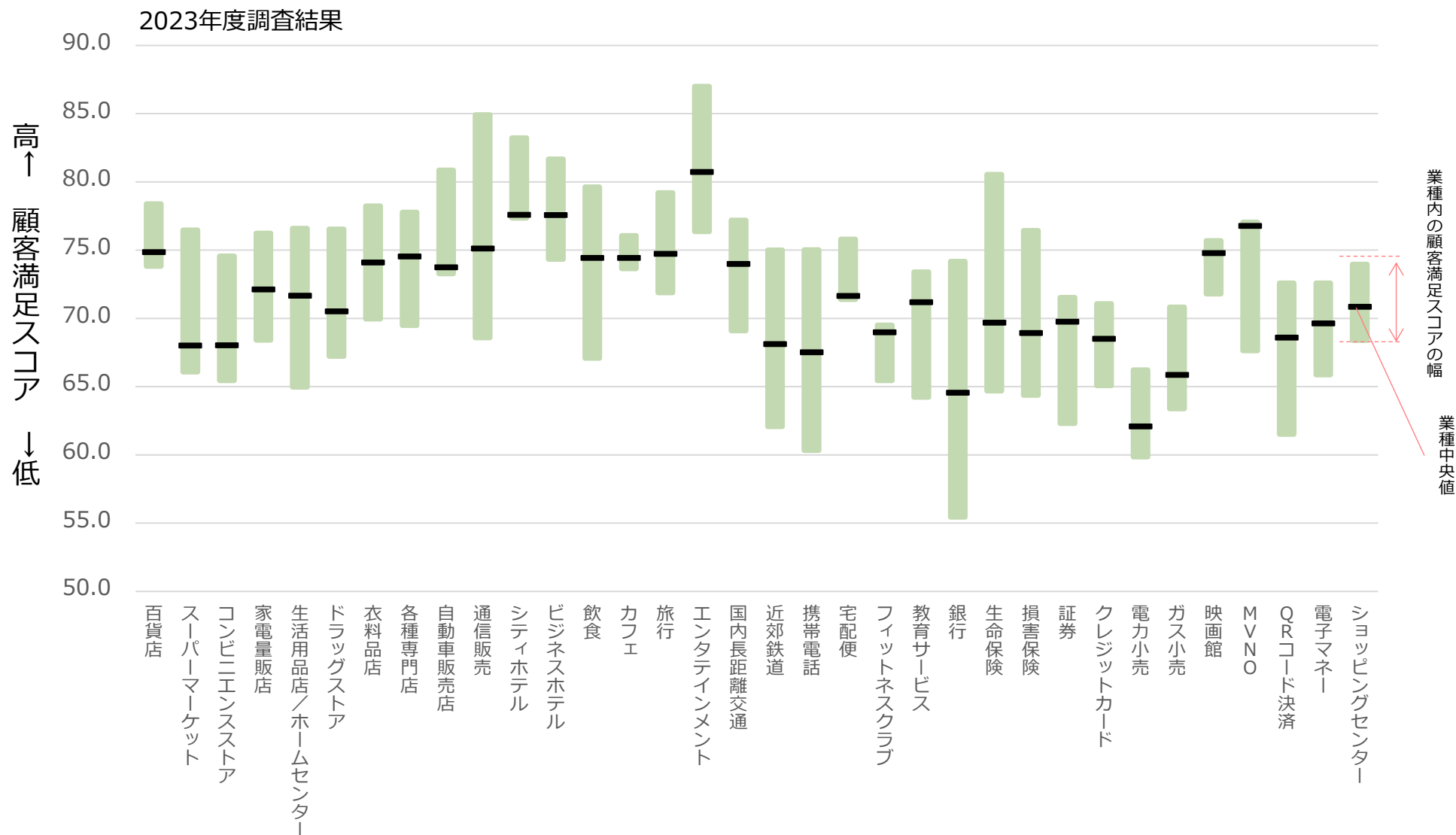
企業の選定条件

調査対象(指数化の対象となる企業・ブランド)の選定手順・要件は以下のとおりです。

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、上記の回答者の選定条件に従って回答者に利用経験を確認。
3. 業種単位で指標化対象を決定(原則として利用経験者が多い企業・ブランドから順に、前回調査実績などを考慮して決定)。
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. 上記の条件に満たない企業・ブランドはランキング対象外とする。

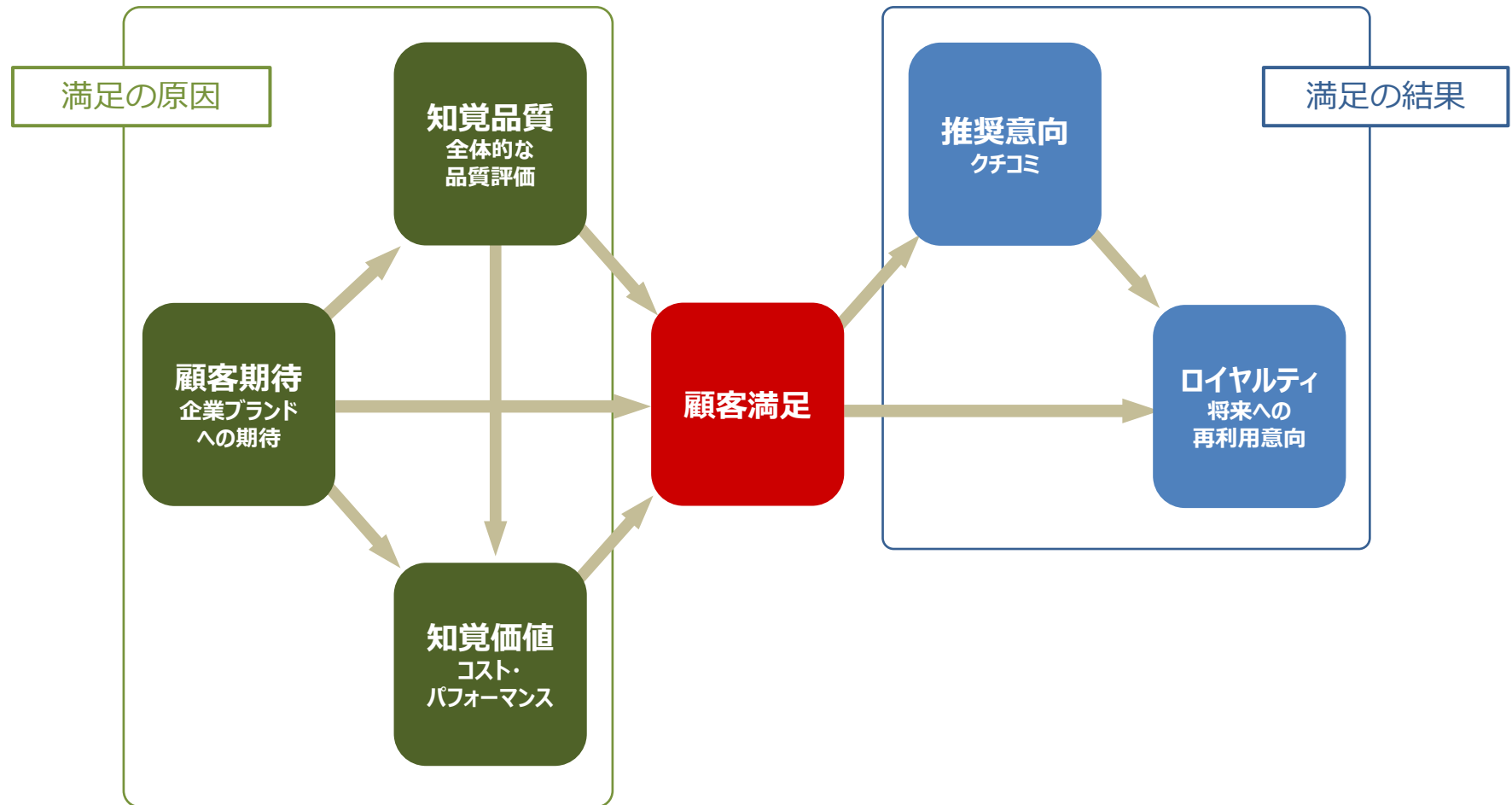
JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能

共通の設問を用いることで、業種・業態を超えた満足度比較が可能になります。業種を超えた競合企業評価やベンチマーク先評価が可能です。



JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能

顧客満足のプロセスについて心理モデルを構成し、6つの要素を指標化しています。
下記のCSIモデルは世界的に活用されています。



JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい

第三者機関としての調査結果を、各業種・年間1回発表しています。
毎年、一定の調査手法を用いて調査を行っているため、経年での比較が可能です。

<活用例>

■ 業界1位を経営目標に

顧客満足度 1位を目標	航空会社A	□ 「顧客満足の向上」による差別化を図ることを社内外に向けて明言 □ 「JCSI顧客満足度1位」を社内目標に掲げ、CSマネジメントを推進
推奨意向、 ロイヤルティ1位を 目標	航空会社B	□ 「顧客満足」ではなく、継続的な利用に繋がる「推奨意向」「ロイヤルティ」を重視 □ 中期経営計画にて、5年後に業種No.1になると発表

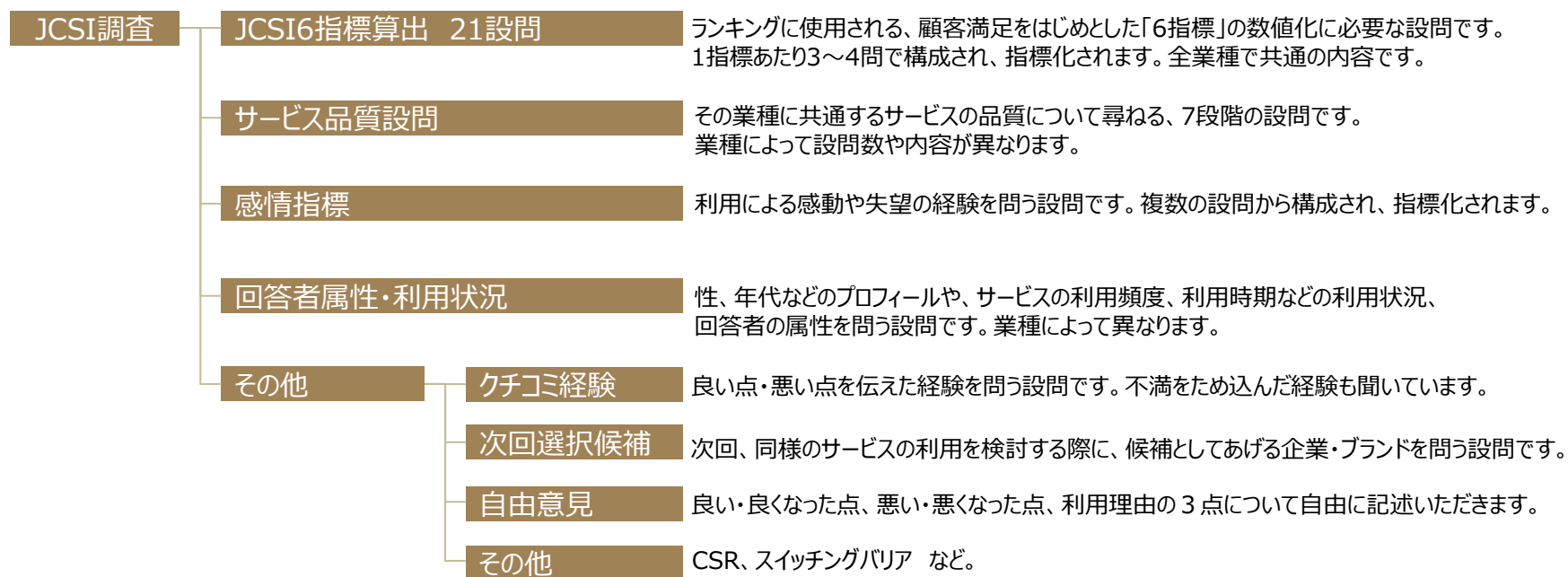
■ 社内施策の効果測定に

事業戦略の変更 の効果測定	レストラン	□ 長年の業績低迷を打破するために、事業戦略を変更 (顧客ターゲットの見直し、メニュー変更、施設のリニューアル、社内教育の徹底 等を実施) □ 各施策の効果測定を、JCSI6指標とサービス品質項目の時系列比較によって実施 □ 各施策の評価が高まるとともに、業績も回復基調に
業種内の 自社ポジション を把握	スーパーマーケット	□ 自社の強みや弱みの把握のため、JCSI6指標とサービス品質項目を時系列比較で分析 □ 自社と競合他社のデータを比較し、他社の強みも分析することで、事業戦略に活用 サービス品質設問も活用して、業務品質を時系列比較、他社比較によって評価・分析
サービス産業全体 の中での ポジション把握	エンタテインメント	□ サービス産業全体(調査対象400社以上)の中での横断的な自社の位置付けを把握 JCSIを継続して活用することで、経年での変化をチェック

JCSI調査の設問構成

JCSI調査では、中心となる「6指標」を問う21設問をはじめ、全体で約110問の調査を設定しています。それぞれの回答結果は集計した後、様々な指標、分析結果としてアウトプットされ、一部を公表しています。

JCSI調査の設問構成イメージ



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てい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	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。
	ロイヤルティ	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)

サービス産業生産性協議会とは



「サービス産業のイノベーションと生産性向上」を推進するための産学官のプラットフォームとして、公益財団法人日本生産性本部が2007年に設立しました。優秀事例の顕彰、知識共有の場づくり、経営革新のツールの提供、調査研究などサービス産業のダイナミックな成長につながる活動を推進しています。

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

Tel : 03(3511)4010
Email : jcsi@jpc-net.jp
Web : <https://www.service-js.jp>
Facebook : <https://www.facebook.com/SPRING.Service>
X(旧Twitter) : https://twitter.com/SPRING_Service

ご注意

- (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 2024年度 JCSI第4回調査結果」もしくは「2024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・引用の際は1部ご送付、または取扱いメディア(映像・音声も含みます)の情報をお知らせください。