



Japanese Customer Satisfaction Index 2025

JCSI 日本版顧客満足度指数
2025年度第5回調査 詳細資料

2025.12.16



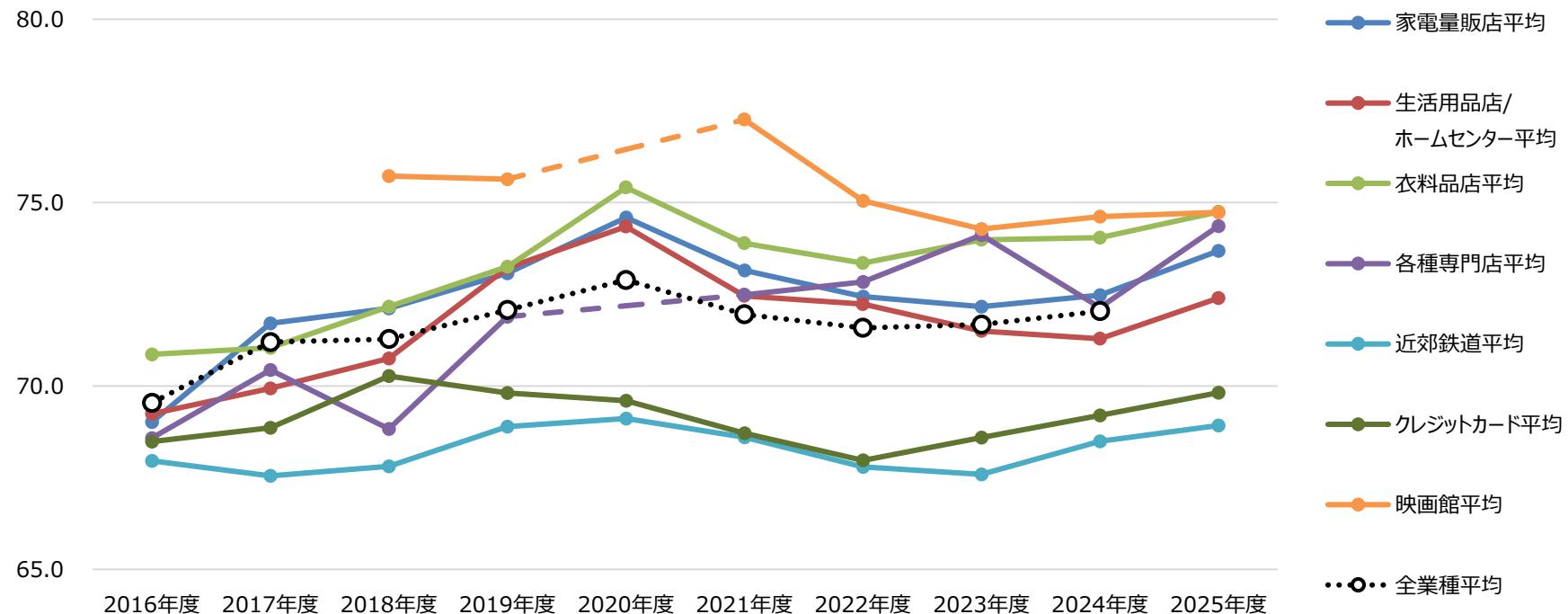
SPRING
サービス産業生産性協議会



INDEX

- | | | | |
|------|---------------------|------|----------------------------|
| P.1 | INDEX | P.19 | JCSIとは |
| P.2 | 2025年度 第5回調査 結果概要 | P.20 | 調査対象業種・スケジュール |
| P.3 | 家電量販店 | P.21 | 調査対象企業・ブランド |
| P.4 | 生活用品店/ホームセンター | P.22 | 回答者の選定条件、企業の選定条件 |
| P.5 | 衣料品店 | P.23 | JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能 |
| P.6 | 各種専門店 | P.24 | JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能 |
| P.7 | 近郊鉄道 | P.25 | JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい |
| P.8 | クレジットカード | P.26 | JCSI調査の設問構成 |
| P.9 | 映画館 | P.27 | 調査設問：JCSI 6指標算出に用いる21設問 |
| P.10 | 6指標 順位表 | P.28 | お問合せ先 |
| P.14 | 感動指標・失望指標・CSR指標 順位表 | | |

2025年度 第5回調査 結果概要



各業種の平均には、ランキング対象外調査企業の結果も含みます。
 全業種平均とは、当該年度全業種（約30業種）の全企業・ブランドのスコア平均のことです。
 全業種平均は2024年度まで記載しています。2025年度は年間発表時に記載予定。
 2020年度の各種専門店、映画館は調査未実施。

2025年度 第5回調査 実施概要

調査期間	2025年10月14日～10月27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、映画館
回答者数	21,395人 (順位に含む60企業・ブランドの回答者は、19,295人)

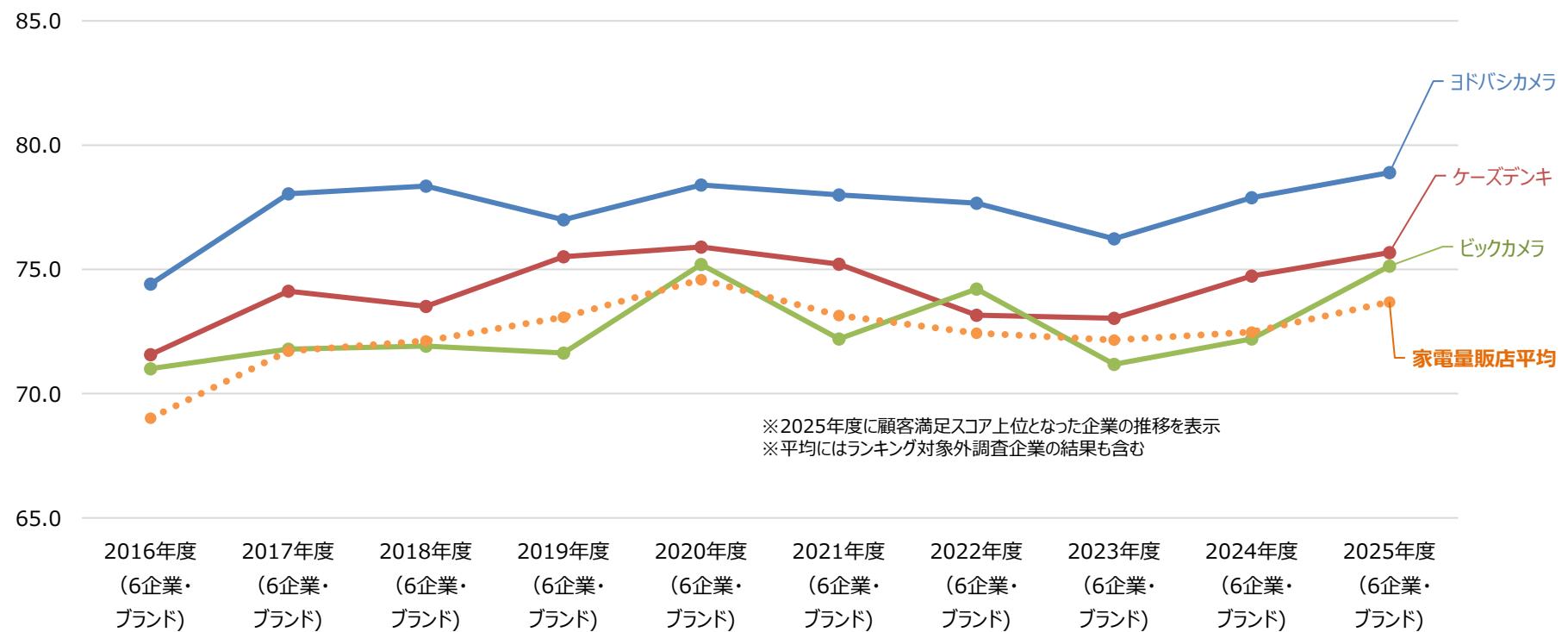
調査方法	インターネット調査（インターネットモニターを活用した2段階調査）
設問数	約110問（業種により異なる）

家電量販店

顧客満足スコア上位	
1位	ヨドバシカメラ
2位	ケーズデンキ
3位	ビックカメラ

【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、ヨシケン、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)

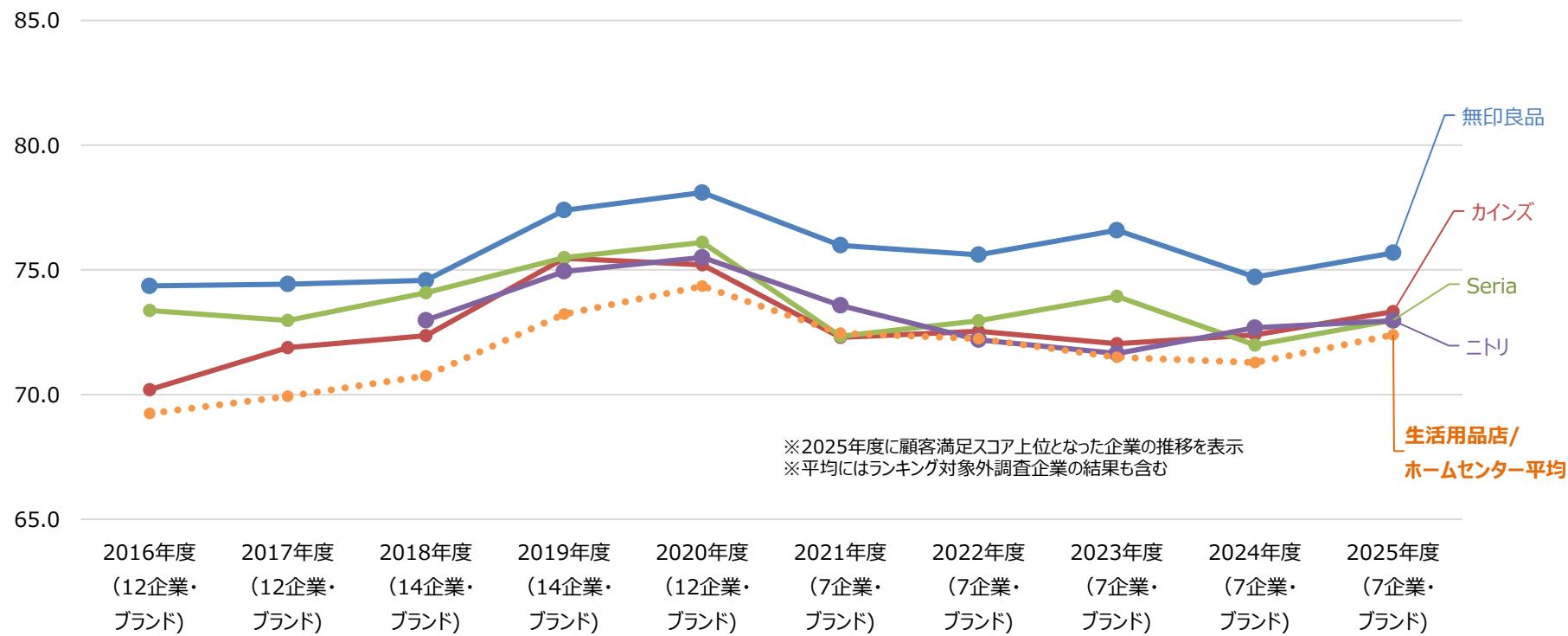


生活用品店/ホームセンター

顧客満足スコア上位	
1位	無印良品
2位	カインズ
3位	Seria/ニトリ

[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)

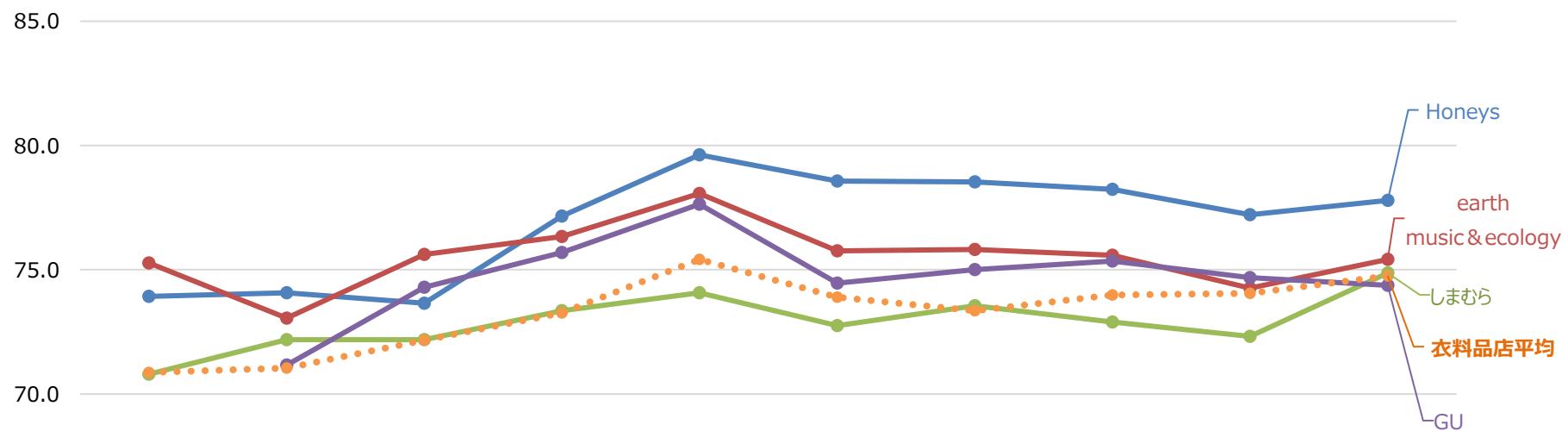


衣料品店

顧客満足スコア上位		
1位	Honeys	77.8
2位	earth music & ecology	75.4
3位	しまむら	74.9
4位	GU	74.4

[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）



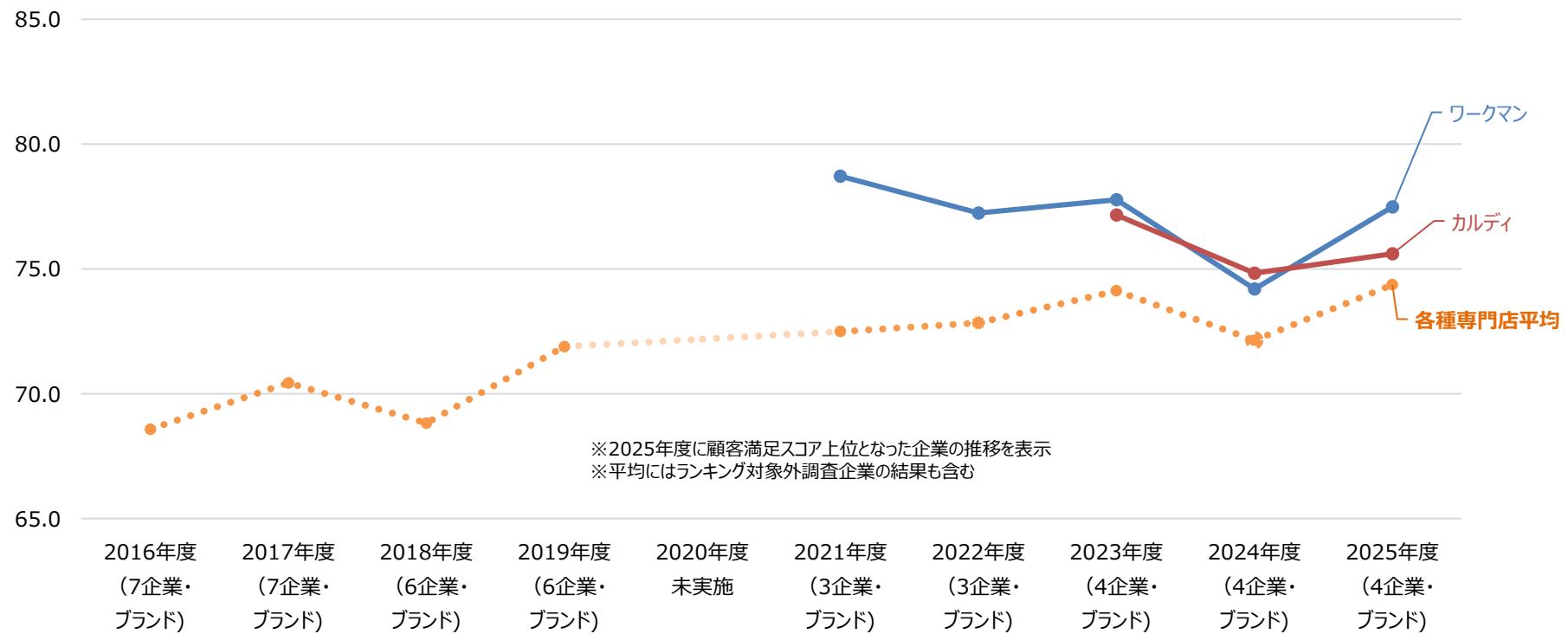
2016年度 (11企業・ ブランド)	2017年度 (12企業・ ブランド)	2018年度 (11企業・ ブランド)	2019年度 (11企業・ ブランド)	2020年度 (11企業・ ブランド)	2021年度 (9企業・ ブランド)	2022年度 (9企業・ ブランド)	2023年度 (9企業・ ブランド)	2024年度 (8企業・ ブランド)	2025年度 (8企業・ ブランド)
---------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

各種専門店

顧客満足スコア上位	
1位	ワークマン
2位	カルディ

[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

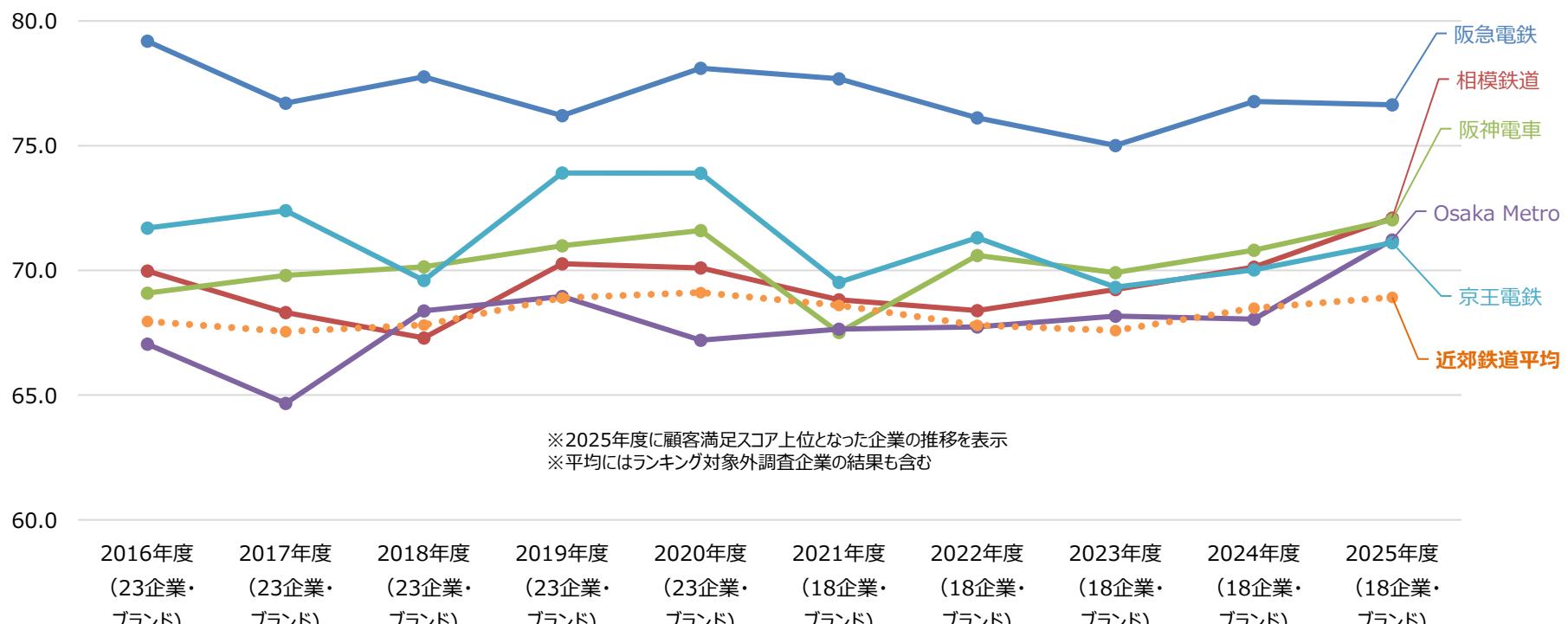
1位	阪急電鉄	76.6
2位	相模鉄道	72.1
3位	阪神電車	72.0
4位	Osaka Metro	71.2
5位	京王電鉄	71.1

「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	JALカード	71.7
2位	エポスカード	71.4
3位	楽天カード	71.3
4位	JCBカード	71.1
5位	View カード	70.7

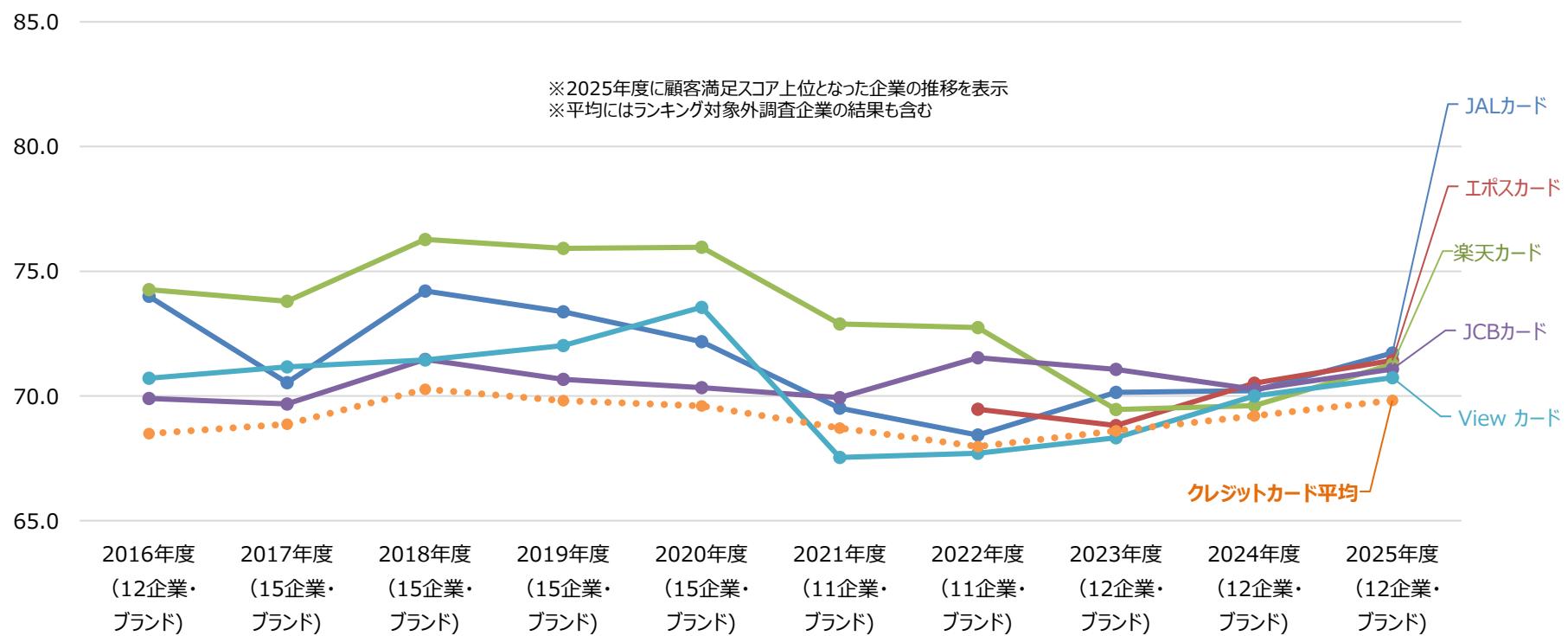
[調査企業・ブランド]

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）

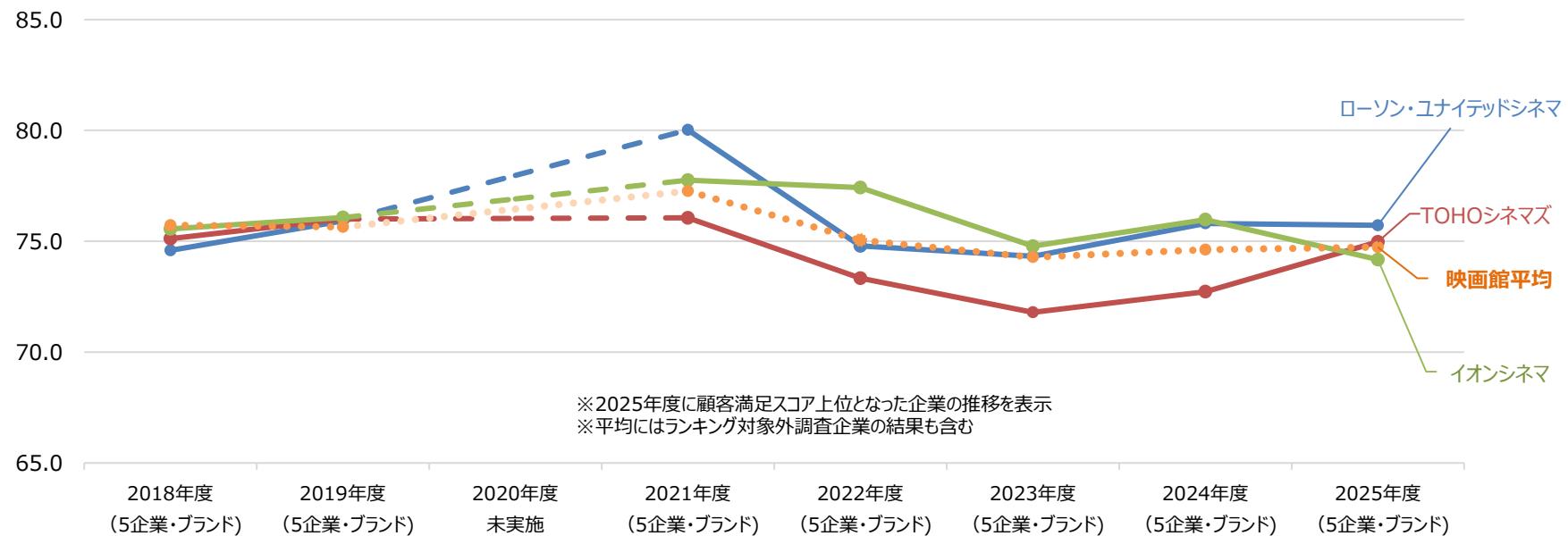


映画館【特別調査】

顧客満足スコア上位		
1位	ローソン・ユナイテッドシネマ	75.7
2位	TOHOシネマズ	75.0
3位	イオンシネマ	74.2
4位	MOVIX	73.8
5位	109シネマズ	73.5

〔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、
ローソン・ユナイテッドシネマ（5企業・ブランド）



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	75.5 ヨドバシカメラ	76.7 ヨドバシカメラ	76.3 ヨドバシカメラ	78.9 ヨドバシカメラ	73.1 ヨドバシカメラ	74.2 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	75.7 ケーズデンキ	ケーズデンキ	ケーズデンキ
3	ビックカメラ	ビックカメラ	ビックカメラ	75.1 ビックカメラ	ビックカメラ	ビックカメラ

※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

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	71.6 AOKI	72.9 Honeys	76.4 Honeys	77.8 Honeys	69.9 洋服の青山	69.2 しまむら	
2	GAP	earth music &ecology	earth music &ecology	75.4 earth music &ecology	earth music &ecology	AOKI	
3	earth music &ecology	AOKI	/ GU	74.9 しまむら	AOKI	Honeys /	UNIQLO
4	洋服の青山	GAP	/ しまむら	74.4 GU	GAP		

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	72.0 無印良品	73.9 無印良品	71.8 無印良品	75.7 無印良品	69.9 無印良品	70.4 カインズ
2	カインズ	カインズ	Seria	73.3 カインズ	カインズ	DAISO
3	ニトリ	ニトリ	ニトリ	73.0 Seria /	ニトリ	無印良品
4	Seria	Seria	カインズ	/ ニトリ	Seria	Seria

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	73.4 カルディ	74.1 カルディ	77.5 ワークマン	77.5 ワークマン	70.3 カルディ	73.2 ワークマン	
2	ワークマン	ワークマン	カルディ	75.6 カルディ	オートバックス	カルディ	

※各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

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	72.4 阪急電鉄	74.7 阪急電鉄	73.9 阪急電鉄	76.6 阪急電鉄	72.1 阪急電鉄	72.1 阪急電鉄
2	相模鉄道	相模鉄道	阪神電車	72.1 相模鉄道	相模鉄道	相模鉄道
3	阪神電車	Osaka Metro	京王電鉄	72.0 阪神電車	阪神電車	小田急電鉄 /
4	京阪電車	阪神電車	相模鉄道	71.2 Osaka Metro	京阪電車	京王電鉄
5	東急電鉄	京阪電車	東急電鉄	71.1 京王電鉄	京王電鉄	JR西日本
6	Osaka Metro	東急電鉄	Osaka Metro	70.9 東急電鉄	Osaka Metro	京浜急行電鉄
7	京王電鉄	京王電鉄	小田急電鉄 /	70.6 京浜急行電鉄	小田急電鉄	東急電鉄 /
8	小田急電鉄	京浜急行電鉄	京浜急行電鉄	69.6 京阪電車	東京メトロ	阪神電車
9	京浜急行電鉄	東京メトロ	東京メトロ	69.3 小田急電鉄	東急電鉄	近畿日本鉄道

※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

近郊鉄道内サブカテゴリー

近郊鉄道 首都圏						
	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 相模鉄道	70.0 相模鉄道	69.3 京王電鉄	72.1 相模鉄道	68.9 相模鉄道	67.3 相模鉄道
2	東急電鉄	東急電鉄	相模鉄道	71.1 京王電鉄	京王電鉄	小田急電鉄 /
3	京王電鉄	京王電鉄	東急電鉄	70.9 東急電鉄	小田急電鉄	京王電鉄
4	小田急電鉄	京浜急行電鉄	小田急電鉄 /	70.6 京浜急行電鉄	東京メトロ	京浜急行電鉄
5	京浜急行電鉄	東京メトロ	京浜急行電鉄	69.3 小田急電鉄	東急電鉄	東急電鉄
6	京成電鉄	都営地下鉄	東京メトロ	69.0 都営地下鉄	都営地下鉄	東京メトロ

近郊鉄道 関西圏						
	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	72.4 阪急電鉄	74.7 阪急電鉄	73.9 阪急電鉄	76.6 阪急電鉄	72.1 阪急電鉄	72.1 阪急電鉄
2	阪神電車	Osaka Metro	阪神電車	72.0 阪神電車	阪神電車	JR西日本
3	京阪電車	阪神電車	Osaka Metro	71.2 Osaka Metro	京阪電車	阪神電車
4	Osaka Metro	京阪電車	京阪電車	69.6 京阪電車	Osaka Metro	近畿日本鉄道

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

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	70.8 JALカード	72.2 JALカード	69.3 エポスカード	71.7 JALカード	66.5 JALカード	67.4 楽天カード
2	ANAカード	JCBカード	楽天カード	71.4 エポスカード	ANAカード	JALカード
3	JCBカード	ANAカード /	View カード	71.3 楽天カード	エポスカード	JCBカード
4	イオンカード	View カード	イオンカード	71.1 JCBカード	イオンカード	dカード
5	View カード	楽天カード	JCBカード /	70.7 View カード	JCBカード /	ANAカード
6	エポスカード	エポスカード	JALカード	70.0 ANAカード	楽天カード	三井住友 カード

※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

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	67.6 JCBカード	70.6 JCBカード	69.3 エポスカード	71.4 エポスカード	64.3 エポスカード	65.0 JCBカード	
2	イオンカード	エポスカード	イオンカード	71.1 JCBカード	イオンカード	三井住友カード	
3	エポスカード	セゾンカード	JCBカード	69.6 イオンカード	JCBカード	エポスカード	

クレジットカード 交通

	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	70.8 JALカード	72.2 JALカード	68.6 View カード	71.7 JALカード	66.5 JALカード	67.2 JALカード	

クレジットカード 通信

	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	65.8 楽天カード	69.0 楽天カード	68.7 楽天カード	71.3 楽天カード	63.3 楽天カード	67.4 楽天カード	
2	dカード	dカード	PayPayカード	68.2 PayPayカード	PayPayカード	dカード	

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	
1	72.7 TOHOシネマズ	73.4 TOHOシネマズ	72.5 TOHOシネマズ	75.7 ローソン・ ユナイテッド シネマ	71.2 TOHOシネマズ	71.9 TOHOシネマズ
2	ローソン・ ユナイテッド シネマ	ローソン・ ユナイテッド シネマ	ローソン・ ユナイテッド シネマ	75.0 TOHOシネマズ	109シネマズ /	イオンシネマ
3	MOVIX	109シネマズ	イオンシネマ	74.2 イオンシネマ	ローソン・ ユナイテッド シネマ	ローソン・ ユナイテッド シネマ

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

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	53.4 ヨドバシカメラ	12.6 ヨドバシカメラ	61.9 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
3	ケーズデンキ	ビックカメラ	ジョーシン

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	52.6 無印良品	12.3 無印良品	60.1 無印良品
2	Seria	カインズ	カインズ
3	ニトリ	Seria	ニトリ
4	DAISO	DCM	Seria

衣料品店 8企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	57.6 earth music & ecology / GAP	11.4 Honeys	62.0 AOKI
2		earth music & ecology	洋服の青山
3	Honeys	GU	UNIQLO
4	しまむら	UNIQLO	GAP

各種専門店 4企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	57.3 カルディ	10.2 カルディ	59.4 ワークマン
2	ワークマン	ワークマン	オートバックス

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	44.5 阪急電鉄	17.8 阪急電鉄	61.5 阪急電鉄
2	京阪電車 /	阪神電車	相模鉄道
3	相模鉄道	Osaka Metro	京阪電車
4	阪神電車	相模鉄道	東急電鉄
5	近畿日本鉄道	京王電鉄	京王電鉄 /
6	小田急電鉄	京成電鉄	阪神電車
7	京成電鉄	京阪電車	小田急電鉄
8	京浜急行電鉄	京浜急行電鉄	Osaka Metro /
9	JR西日本	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	20.3 相模鉄道	60.0 相模鉄道
2	小田急電鉄	京王電鉄	東急電鉄
3	京成電鉄	京成電鉄	京王電鉄
4	京浜急行電鉄	京浜急行電鉄	小田急電鉄
5	東急電鉄	東急電鉄	京浜急行電鉄
6	京王電鉄	都営地下鉄	京成電鉄 /

※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	44.5 阪急電鉄	17.8 阪急電鉄	61.5 阪急電鉄
2	京阪電車	阪神電車	京阪電車
3	阪神電車	Osaka Metro	阪神電車
4	近畿日本鉄道	京阪電車	Osaka Metro

※7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

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	42.1 JALカード	12.7 エポスカード	59.7 JALカード
2	ANAカード	セゾンカード	JCBカード / 楽天カード
3	楽天カード	JCBカード	
4	dカード	View カード	ANAカード
5	三井住友 カード	JALカード	dカード
6	View カード	イオンカード	View 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			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	38.3 三井住友カード	12.7 エポスカード	58.5 JCBカード
2	イオンカード	セゾンカード	三井住友カード
3	エポスカード	JCBカード	イオンカード

※5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	40.1 楽天カード	15.6 楽天カード	58.5 楽天カード
2	dカード	PayPayカード	dカード

※4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	42.1 JALカード	14.9 View カード	59.7 JALカード

※3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

映画館 5企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	56.2 ローソン・ ユナイテッド シネマ	15.4 TOHOシネマズ	61.2 TOHOシネマズ
2	MOVIX	109シネマズ	ローソン・ ユナイテッド シネマ
3	109シネマズ	ローソン・ ユナイテッド シネマ	イオンシネマ

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」「いらっしゃった」「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段階でお答えください。』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な「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数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： 35業種 (2024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、フリマアプリ、動画配信サービス、国際航空、有料特急

年間発表スケジュール(2025年度)

全業種を年間5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	2025年4月 (6月17日発表)	自動車販売店、飲食、カフェ、エンタテインメント、携帯電話、証券 [特別調査] MVNO(仮想移動体通信事業者)
第2回	2025年5月～6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、宅配便 [特別調査] QRコード決済、電子マネー、ショッピングセンター
第3回	2025年7月 (9月24日発表)	通信販売、旅行、フィットネスクラブ、銀行 [特別調査] 電力小売、ガス小売、動画配信サービス
第4回	2025年8月～9月 (10月28日発表)	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) [特別調査] 国際航空、有料特急
第5回	2025年10月 (12月16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] 映画館

調査対象企業・ブランド

2025年度第5回調査(7業種)での調査対象は以下の企業・ブランドです。

調査対象：7業種70企業・ブランド ランキング対象：60企業・ブランド

業種名(企業・ブランド数)	指標化対象企業・ブランド名(50音順)
家電量販店(6)	エディオン、ケースデンキ、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、ワーフマン (*ランキング対象外：ABC MART)
近郊鉄道(21) (*ランキング対象外(3)を含む)	【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 (*ランキング対象外：JR東海、名古屋鉄道、名古屋市営地下鉄)
クレジットカード(14) (*ランキング対象外(2)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・エキスプレス・カード、三菱UFJ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
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、ローソン・ユナイテッドシネマ (*ランキング対象外：ティ・ジョイ)

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
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 ・2年以内に2回以上利用

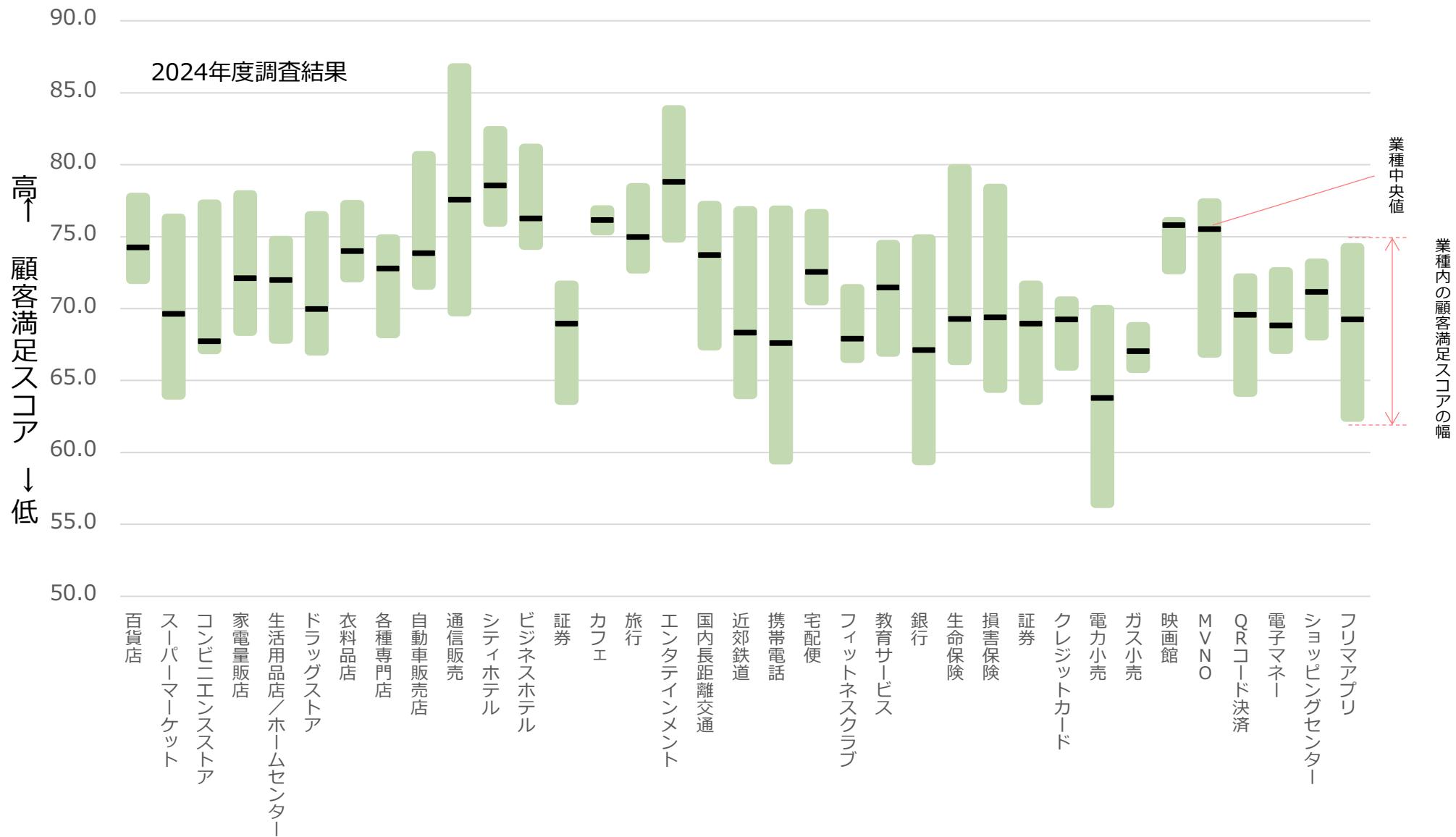
企業の選定条件

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な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

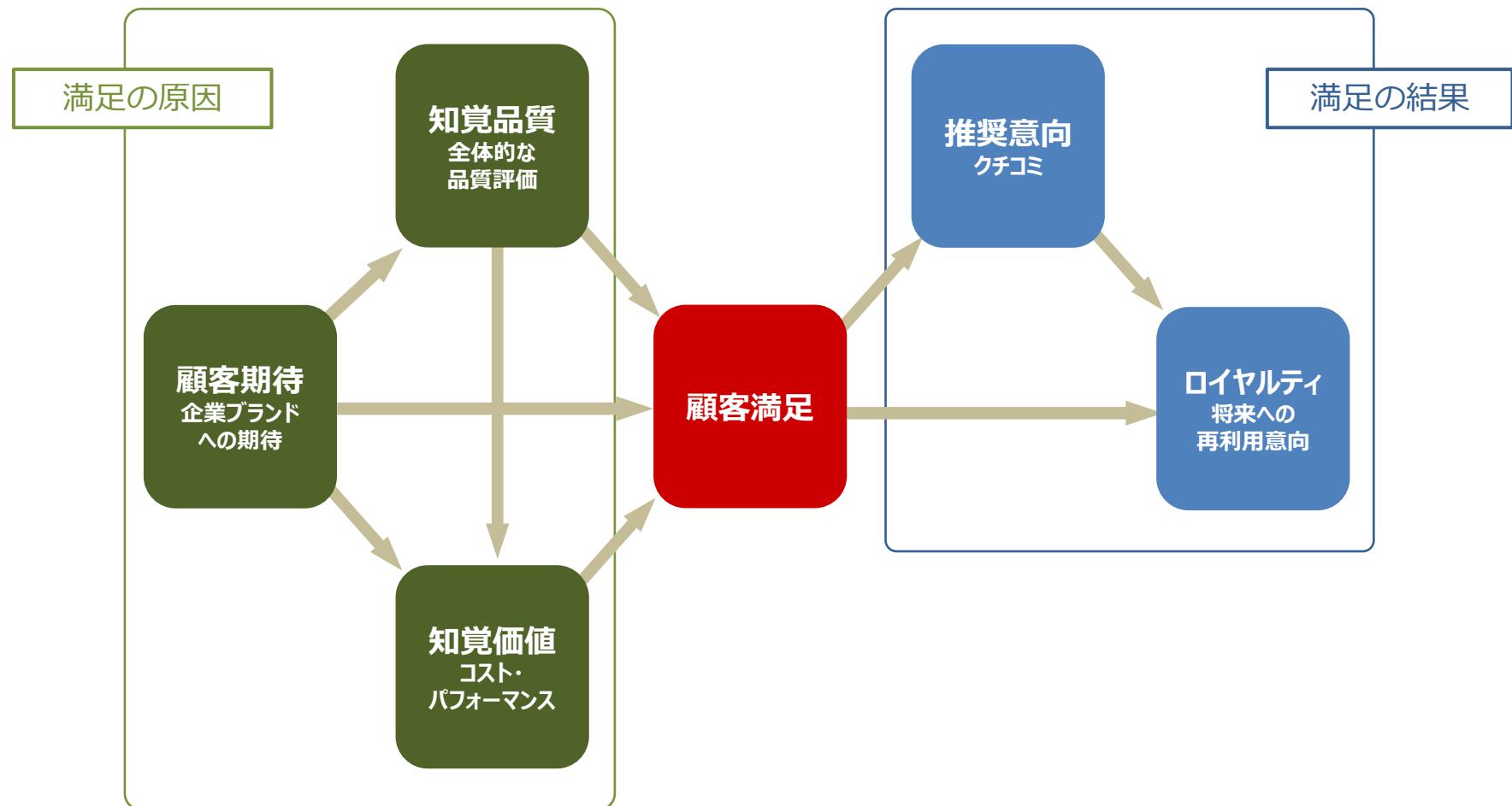
共通の設問を用いることで、業種・業態を超えた満足度比較が可能になります。業種を超えた競合企業評価やベンチマーク先評価が可能です。



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位を目指す	航空会社A	<ul style="list-style-type: none"> □ 「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	<ul style="list-style-type: none"> □ 「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	<ul style="list-style-type: none"> □ 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	<ul style="list-style-type: none"> □ 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	<ul style="list-style-type: none"> □ 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

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たと思っていましたか。
満足・不満足の原因 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。
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。
満足・不満足の結果 推薦意向 ロイヤルティ	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。
	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、当社を第一候補にすると思う。

●指標化の方法

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点満点で指標化。

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://x.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 2025年度 JCSI第5回調査結果」
もしくは「2025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。