



Japanese Customer Satisfaction Index 2025

JCSI 日本版顧客満足度指数
2025年度第4回調査 詳細資料

2025.10.28



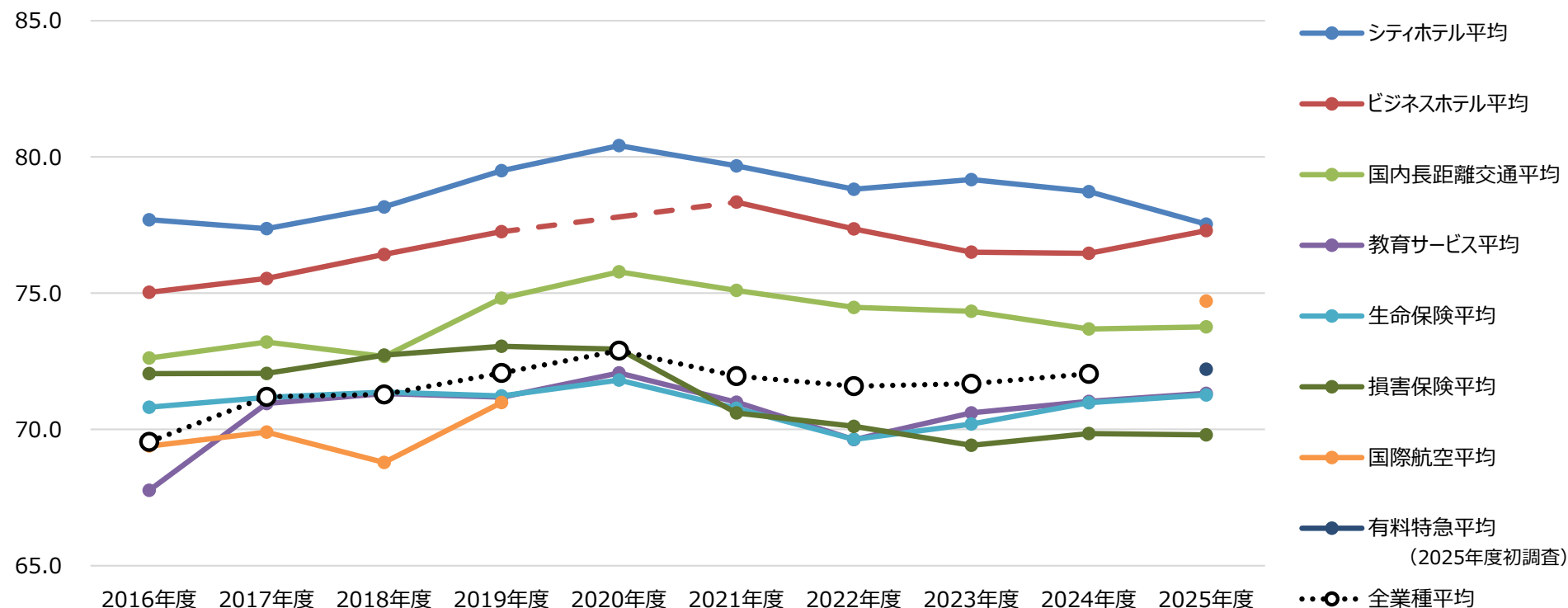
SPRING
サービス産業生産性協議会



INDEX

- | | | | |
|------|---------------------|------|----------------------------|
| P.1 | INDEX | P.22 | JCSIとは |
| P.2 | 2025年度 第4回調査 結果概要 | P.23 | 調査対象業種・スケジュール |
| P.3 | シティホテル | P.24 | 調査対象企業・ブランド |
| P.4 | ビジネスホテル | P.25 | 回答者の選定条件、企業の選定条件 |
| P.5 | 国内長距離交通 | P.26 | JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能 |
| P.6 | 教育サービス | P.27 | JCSIの特長② 満足度を多面的に評価することが可能 |
| P.7 | 生命保険 | P.28 | JCSIの特長③ 経営目標として活用しやすい |
| P.8 | 損害保険 | P.29 | JCSI調査の設問構成 |
| P.9 | 国際航空 | P.30 | 調査設問：JCSI 6指標算出に用いる21設問 |
| P.10 | 有料特急 | P.31 | お問合せ先 |
| P.11 | 6指標 順位表 | | |
| P.16 | 感動指標・失望指標・CSR指標 順位表 | | |

2025年度 第4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まれます。
 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年度のビジネスホテル、2020年度～2024年度の国際航空は調査未実施。

2025年度 第4回調査 実施概要

調査期間 2025年8月20日～9月3日

対象業種 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、国際航空、有料特急

回答者数 25,180人
 (順位に含む70企業・ブランドの回答者は、22,501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）

シティホテル

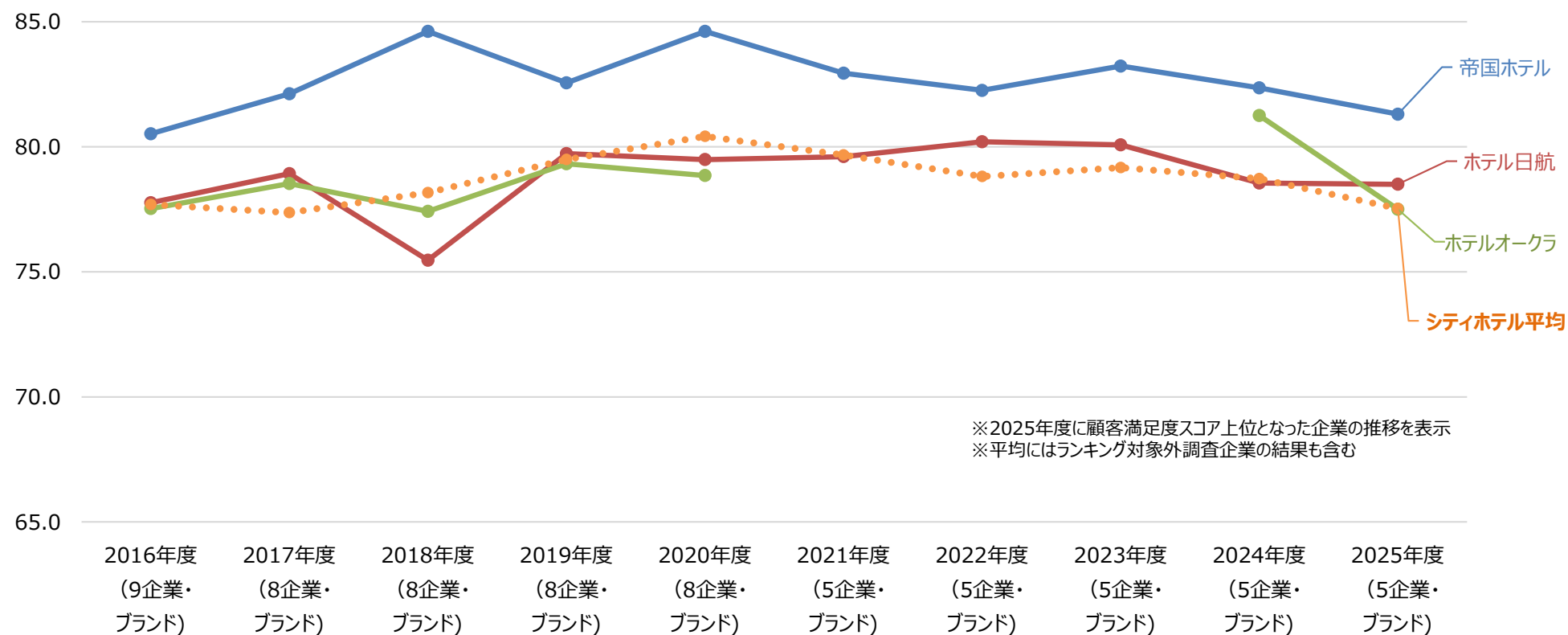
顧客満足スコア上位

1位	帝国ホテル	81.3
2位	ホテル日航	78.5
3位	ホテルオークラ	77.5

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

ANAクラウンプラザホテル、帝国ホテル、プリンスホテル、ホテルオークラ、ホテル日航（5企業・ブランド）



※2025年度に顧客満足度スコア上位となった企業の推移を表示
 ※平均にはランキング対象外調査企業の結果も含む

※ホテルオークラは、2021～2023年度は、ランキング対象外。

ビジネスホテル

顧客満足スコア上位

1位	ドーミーイン	81.6
2位	リッチモンドホテル	80.1
3位	スーパーホテル	78.7
4位	ダイワロイネットホテル	77.5

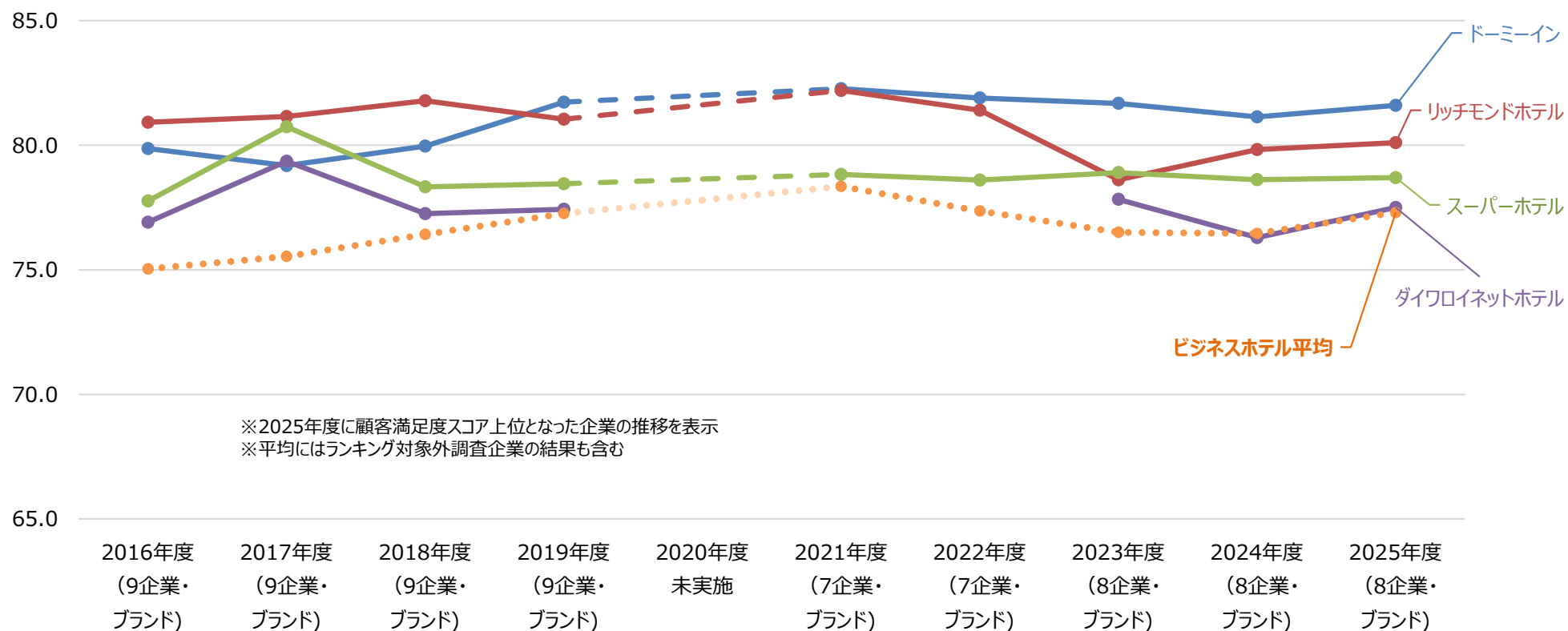
[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

<Superiorクラス> ダイワロイネットホテル、ドーミーイン、リッチモンドホテル
(3企業・ブランド)

<Standardクラス> アパホテル、コンフォートホテル、スーパーホテル、東横イン、
ホテルルートイン (5企業・ブランド)

※SuperiorクラスとStandardクラスは、提供している主な客室の面積等により区分



※2025年度に顧客満足度スコア上位となった企業の推移を表示
※平均にはランキング対象外調査企業の結果も含む

※ダイワロイネットホテルは、2021~2022年度は、ランキング対象外。

国内長距離交通

顧客満足スコア上位

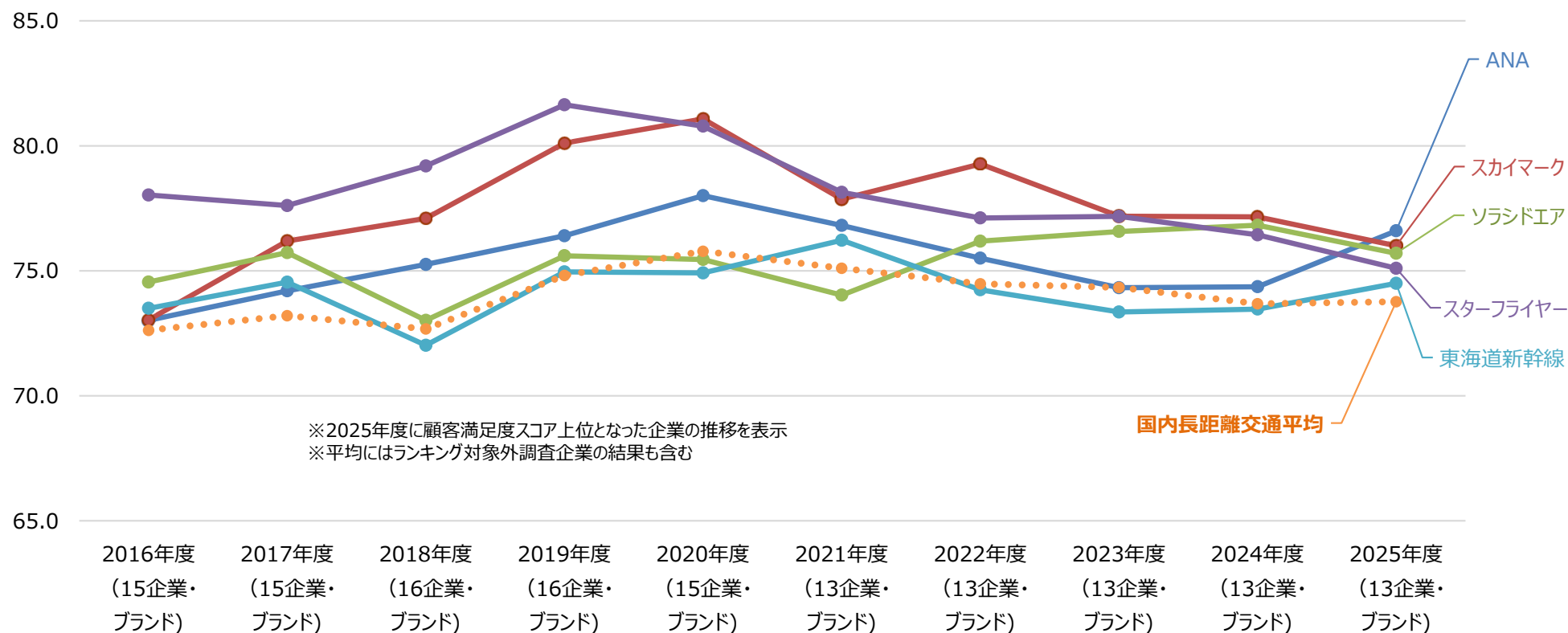
1位	ANA	76.6
2位	スカイマーク	76.0
3位	ソラシドエア	75.7
4位	スターフライヤー	75.1
5位	東海道新幹線	74.5

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

＜国内航空＞ AIR DO、ANA、ジェットスター・ジャパン、JAL、スカイマーク、スターフライヤー、ソラシドエア、Peach Aviation （8企業・ブランド）

＜新幹線＞ 九州新幹線、山陽新幹線、東海道新幹線、東北新幹線、北陸新幹線 （5企業・ブランド）



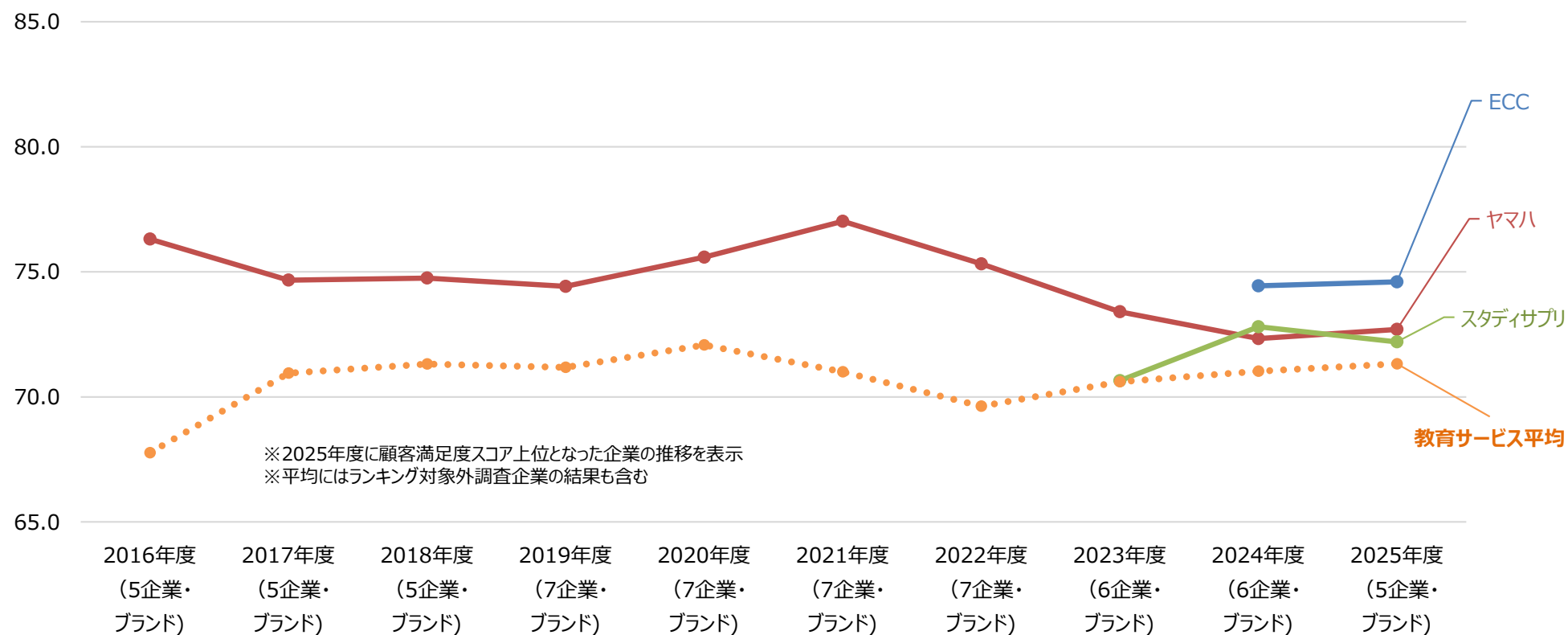
教育サービス

顧客満足スコア上位

1位	ECC	74.6
2位	ヤマハ	72.7
3位	スタディサプリ	72.2

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：
ECC、公文式、進研ゼミ、スタディサプリ、ヤマハ
(5企業・ブランド)



※ECCは、2019~2023年度は、ランキング対象外。

生命保険

顧客満足スコア上位

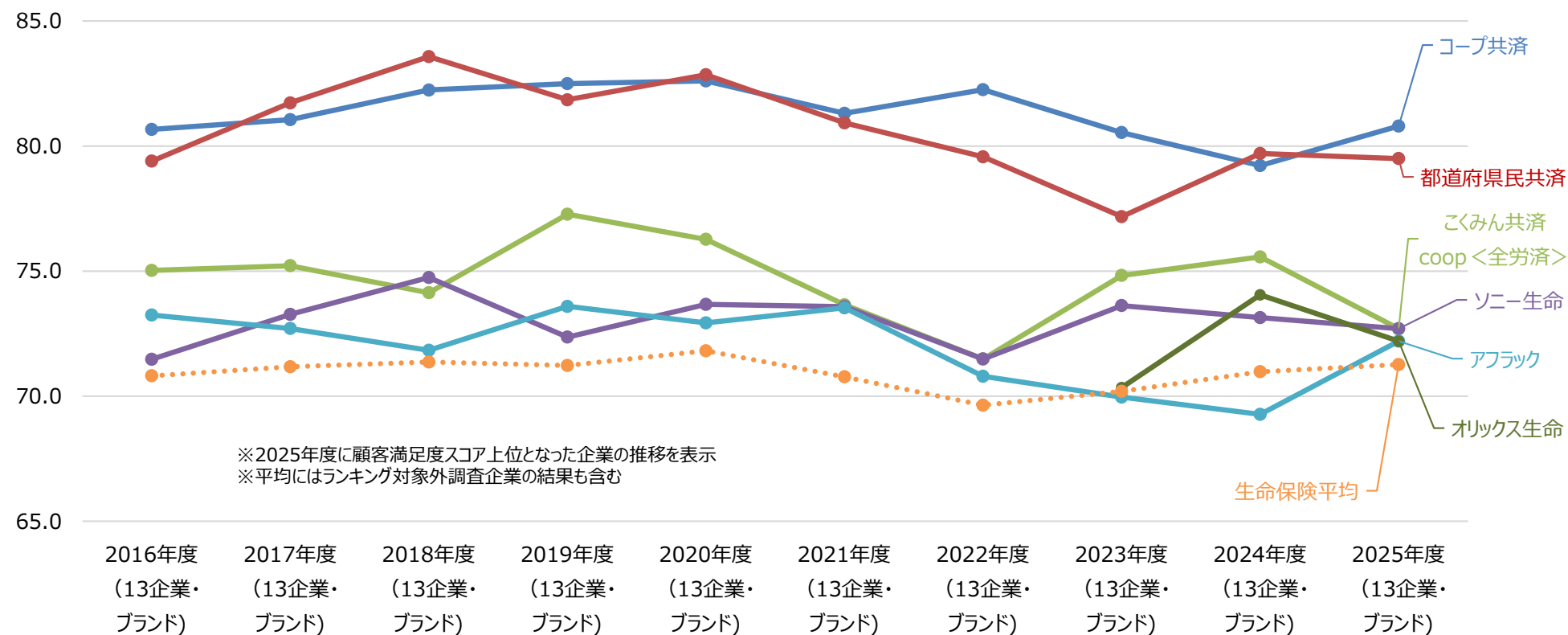
1位	コープ共済	80.8
2位	都道府県民共済	79.5
3位	こくみん共済coop<全労済> / ソニー生命	72.7
5位	アフラック/オリックス生命	72.2

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

<共済組合> コープ共済、こくみん共済 coop <全労済>、JA共済、
都道府県民共済（4企業・ブランド）

<保険会社> アフラック、オリックス生命、かんぽ生命、住友生命、ソニー生命、
第一生命、日本生命、明治安田生命、メットライフ生命（9企業・ブランド）



損害保険

顧客満足スコア上位

1位	【自】ソニー損保	76.3
2位	【住】都道府県民共済	73.2
3位	【自】東京海上日動	72.9
4位	【自】JA共済/【自】三井住友海上	72.0

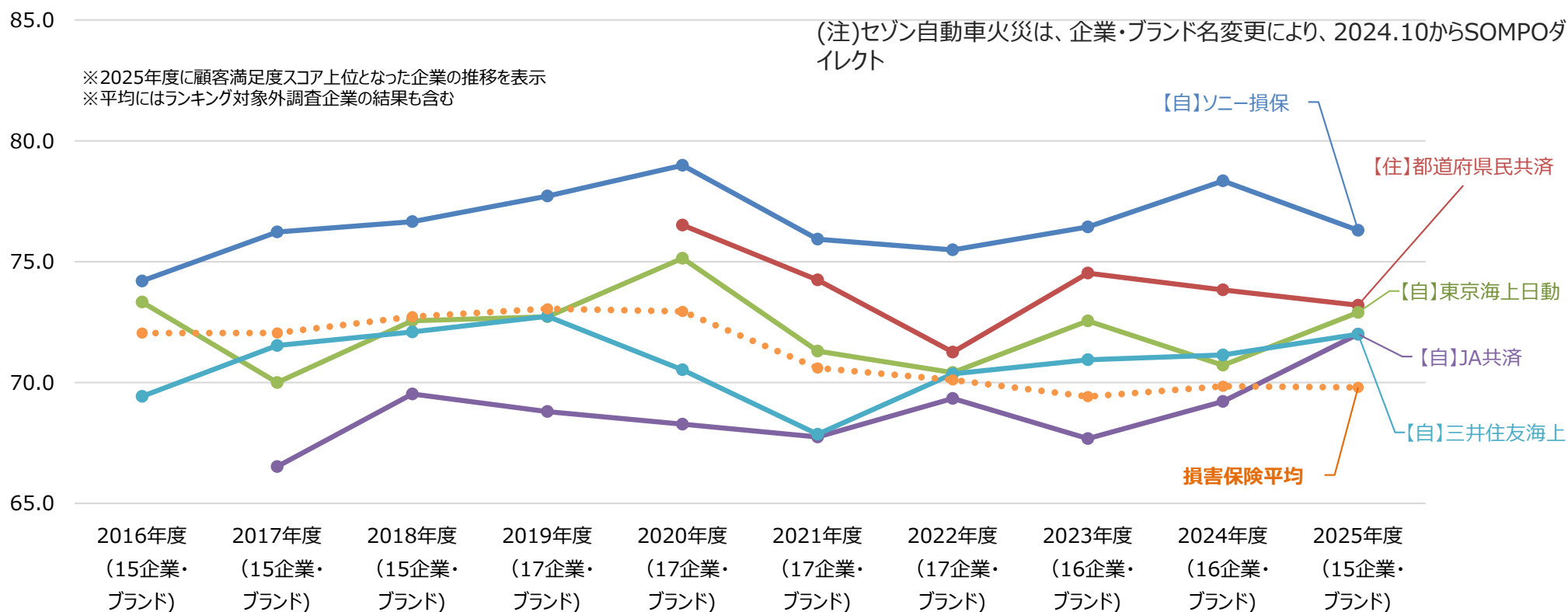
[調査企業・ブランド]

ランキング対象：

＜自動車保険＞ あいおいニッセイ同和損保、SBI損保、JA共済、ソニー損保、損保ジャパン、SOMPOダイレクト、東京海上日動、三井住友海上（8企業・ブランド）

＜住宅・火災保険＞ あいおいニッセイ同和損保、こくみん共済 coop <全労済>、JA共済、損保ジャパン、東京海上日動、都道府県民共済、三井住友海上（7企業・ブランド）

(注)セゾン自動車火災は、企業・ブランド名変更により、2024.10からSOMPOダイレクト



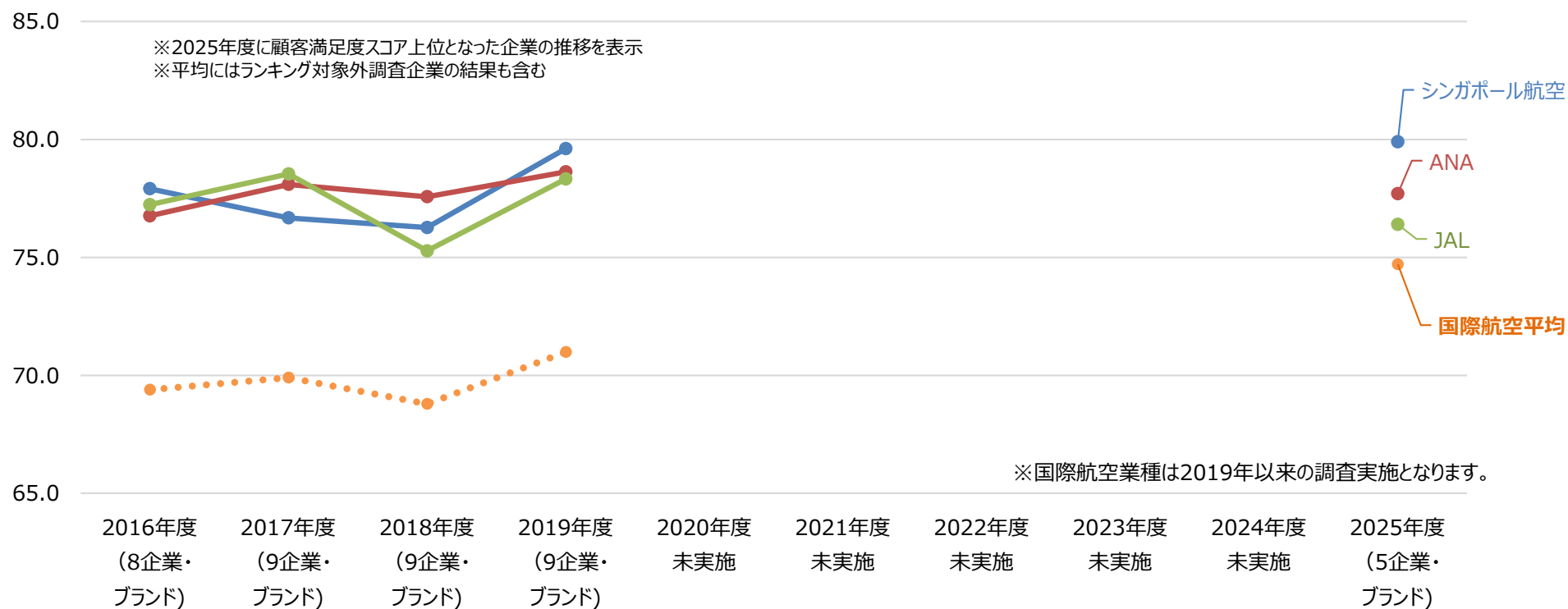
国際航空【特別調査】

顧客満足スコア上位

1位	シンガポール航空	79.9
2位	ANA	77.7
3位	JAL	76.4

〔調査企業・ブランド〕

ランキング対象：
アジアナ航空、ANA、JAL、シンガポール航空、大韓航空
(5企業・ブランド)



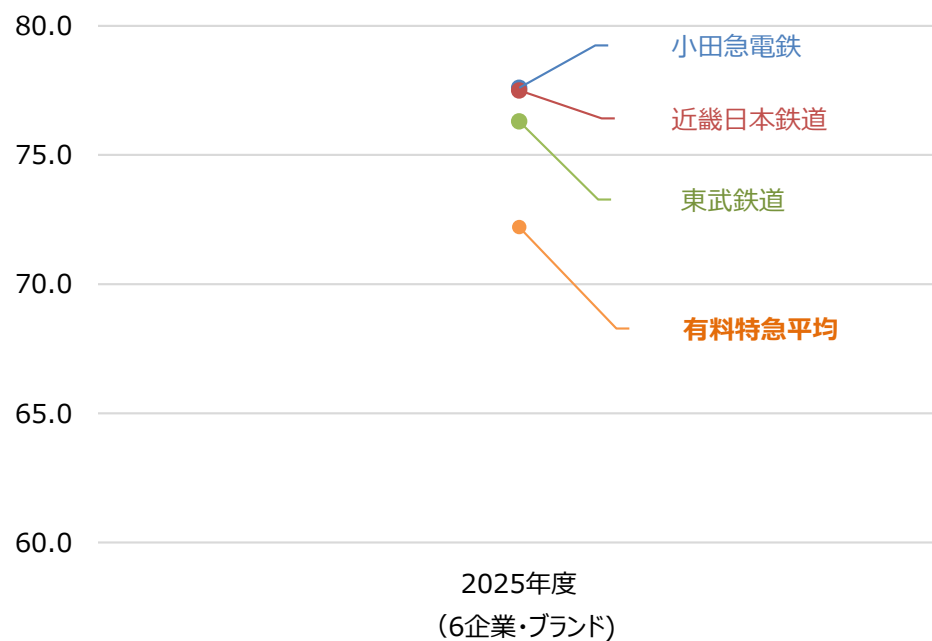
有料特急【特別調査】

顧客満足スコア上位		
1位	小田急電鉄	77.6
2位	近畿日本鉄道	77.5
3位	東武鉄道	76.3

[調査企業・ブランド]

ランキング対象：小田急電鉄、近畿日本鉄道、JR東海（在来線）、JR西日本（在来線）、JR東日本（在来線）、東武鉄道（6企業・ブランド）

※2025年度に顧客満足度スコア上位となった企業の推移を表示
 ※平均にはランキング対象外調査企業の結果も含む



6 指標 順位表

シティホテル 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	81.1 帝国ホテル	80.7 帝国ホテル	77.5 帝国ホテル	81.3 帝国ホテル	78.3 帝国ホテル	75.0 帝国ホテル
2	ホテル日航	ホテルオークラ	ホテル日航	78.5 ホテル日航	ホテルオークラ	ホテル日航
3	ホテルオークラ	ホテル日航	ホテルオークラ	77.5 ホテルオークラ	ホテル日航	ホテルオークラ

ビジネスホテル 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	78.4 ドーミーイン	79.7 ドーミーイン	77.7 ドーミーイン	81.6 ドーミーイン	77.0 リッチモンド	76.9 ドーミーイン
2	リッチモンド	リッチモンド	リッチモンド	80.1 リッチモンド	ドーミーイン	リッチモンド
3	ダイワロイネット	ダイワロイネット	スーパーホテル	78.7 スーパーホテル	ダイワロイネット	東横イン
4	スーパーホテル	スーパーホテル	東横イン	77.5 ダイワロイネット	スーパーホテル	スーパーホテル

※一部「ホテル」を省略

※原則として、各業種の中央値以上の企業・ブランドを表示

ビジネスホテル内サブカテゴリー

ビジネスホテル Superiorクラス 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	78.4 ドーミーイン	79.7 ドーミーイン	77.7 ドーミーイン	81.6 ドーミーイン	77.0 リッチモンド	76.9 ドーミーイン

ビジネスホテル Standardクラス 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	74.0 スーパーホテル	75.7 スーパーホテル	76.4 スーパーホテル	78.7 スーパーホテル	72.7 スーパーホテル	74.3 東横イン
2	ルートイン	ルートイン	東横イン	76.7 東横イン	東横イン	スーパーホテル
3	東横イン	東横イン	ルートイン	76.3 ルートイン	アパホテル	ルートイン

※一部「ホテル」を省略

6 指標 順位表

国内長距離交通 13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 ANA	75.1 ANA	74.9 ソラシドエア	76.6 ANA	70.8 ANA	71.7 ANA
2	JAL / 北陸新幹線	東海道新幹線	スカイマーク	76.0 スカイマーク	スターフライヤー	スカイマーク
3		JAL	スターフライヤー	75.7 ソラシドエア	JAL / ソラシドエア	スターフライヤー
4	東海道新幹線	スターフライヤー	ANA	75.1 スターフライヤー	スカイマーク	東海道新幹線
5	スターフライヤー	北陸新幹線	AIR DO	74.5 東海道新幹線		ソラシドエア
6	九州新幹線	東北新幹線	JAL	74.3 北陸新幹線	北陸新幹線	AIR DO
7	東北新幹線	スカイマーク	ジェットスター・ ジャパン	74.2 JAL	九州新幹線	九州新幹線 / JAL

国内長距離交通内サブカテゴリー

国内長距離交通 国内航空 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	73.4 ANA	75.1 ANA	74.9 ソラシドエア	76.6 ANA	70.8 ANA	71.7 ANA
2	JAL	JAL	スカイマーク	76.0 スカイマーク	スターフライヤー	スカイマーク
3	スターフライヤー	スターフライヤー	スターフライヤー	75.7 ソラシドエア	JAL / ソラシドエア	スターフライヤー
4	ソラシドエア	スカイマーク	ANA	75.1 スターフライヤー		ソラシドエア

国内長距離交通 新幹線 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	72.2 北陸新幹線	74.1 東海道新幹線	69.5 北陸新幹線	74.5 東海道新幹線	68.3 北陸新幹線	70.3 東海道新幹線
2	東海道新幹線	北陸新幹線	東海道新幹線	74.3 北陸新幹線	九州新幹線	九州新幹線
3	九州新幹線	東北新幹線	九州新幹線		東海道新幹線	東北新幹線

※顧客満足3位は同点順位で下位がわかるため非表示

6 指標 順位表

生命保険 13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	74.8 コープ共済	77.6 コープ共済	79.0 コープ共済	80.8 コープ共済	73.5 コープ共済	72.2 都道府県民共済
2	都道府県民共済	都道府県民共済	都道府県民共済	79.5 都道府県民共済	都道府県民共済	コープ共済
3	アフラック	ソニー生命	ソニー生命	72.7 こくみん共済coop <全労済>	ソニー生命	こくみん共済coop <全労済>
4	ソニー生命	アフラック	こくみん共済coop <全労済>	ソニー生命	メットライフ生命	ソニー生命
5	メットライフ生命	メットライフ生命	メットライフ生命	72.2 アフラック / オリックス生命	アフラック	オリックス生命
6	こくみん共済coop <全労済>	こくみん共済coop <全労済>	オリックス生命	オリックス生命	こくみん共済coop <全労済>	アフラック
7	明治安田生命	オリックス生命	アフラック	72.1 メットライフ生命	オリックス生命	メットライフ生命

生命保険内サブカテゴリー

生命保険 共済組合 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	74.8 コープ共済	77.6 コープ共済	79.0 コープ共済	80.8 コープ共済	73.5 コープ共済	72.2 都道府県民共済
2	都道府県民共済	都道府県民共済	都道府県民共済	79.5 都道府県民共済	都道府県民共済	コープ共済

生命保険 保険会社 9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 アフラック	72.9 ソニー生命	70.4 ソニー生命	72.7 ソニー生命	69.5 ソニー生命	65.1 ソニー生命
2	ソニー生命	アフラック	メットライフ生命	72.2 アフラック / オリックス生命	メットライフ生命	オリックス生命
3	メットライフ生命	メットライフ生命	オリックス生命	オリックス生命	アフラック	アフラック
4	明治安田生命	オリックス生命	アフラック	72.1 メットライフ生命	オリックス生命	メットライフ生命
5	第一生命	第一生命	明治安田生命	69.6 明治安田生命	明治安田生命	明治安田生命

※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

損害保険 15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	74.2 【自】ソニー 損保	75.6 【自】ソニー 損保	73.9 【自】ソニー 損保	76.3 【自】ソニー 損保	72.3 【自】ソニー 損保	72.1 【自】ソニー 損保
2	【自】三井 住友海上	【自】東京 海上日動	【住】 都道府県民 共済	73.2 【住】 都道府県民 共済	【住】 都道府県民 共済	【住】 都道府県民 共済
3	【自】東京 海上日動	【自】三井 住友海上	【自】SBI損保	72.9 【自】東京 海上日動	【自】三井 住友海上	【自】東京 海上日動
4	【自】SBI損保	【自】JA共済	【自】JA共済	72.0 【自】JA共済 /	【自】東京 海上日動	【自】JA共済
5	【自】あいおい ニッセイ 同和損保 /	【自】SBI損保 / 【自】SOMPO ダイレクト	【自】SOMPO ダイレクト	【自】三井 住友海上	【自】SOMPO ダイレクト	【自】三井 住友海上
6	【自】JA共済 /	【自】SOMPO ダイレクト	【自】東京 海上日動 /	71.6 【自】SBI損保 /	【自】JA共済	【自】SBI損保
7	【自】損保 ジャパン	【自】損保 ジャパン	【自】三井 住友海上	【自】SOMPO ダイレクト	【自】SBI損保	【住】 こくみん共済 coop <全労済>
8	【自】SOMPO ダイレクト	【自】あいおい ニッセイ 同和損保 / 【住】 都道府県民 共済	【自】損保 ジャパン	69.5 【自】損保 ジャパン	【自】あいおい ニッセイ 同和損保	【自】SOMPO ダイレクト

損害保険内サブカテゴリー

損害保険 自動車保険 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	74.2 ソニー損保	75.6 ソニー損保	73.9 ソニー損保	76.3 ソニー損保	72.3 ソニー損保	72.1 ソニー損保
2	三井住友海上	東京海上日動	SBI損保	72.9 東京海上日動	三井住友海上	東京海上日動
3	東京海上日動	三井住友海上	JA共済	72.0 JA共済 /	東京海上日動	JA共済
4	SBI損保	JA共済	SOMPO ダイレクト	三井住友海上	SOMPO ダイレクト	三井住友海上

損害保険 住宅・火災保険 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	68.9 都道府県民 共済	70.2 都道府県民 共済	72.3 都道府県民 共済	73.2 都道府県民 共済	67.6 都道府県民 共済	70.0 都道府県民 共済
2	JA共済	こくみん共済 coop <全労済>	こくみん共済 coop <全労済>	68.8 こくみん共済 coop <全労済>	こくみん共済 coop <全労済>	こくみん共済 coop <全労済>
3	こくみん共済 coop <全労済>	JA共済	JA共済	66.9 JA共済	JA共済	JA共済
4	三井住友海上	三井住友海上	あいおいニッセイ 同和損保	65.4 三井住友海上	三井住友海上	三井住友海上

※セゾン自動車火災は、企業ブランド変更により、2024.10からSOMPOダイレクト

※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

教育サービス 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	73.8 ECC	74.3 ECC	72.8 スタディサプリ	74.6 ECC	72.0 ECC	66.6 スタディサプリ
2	ヤマハ	スタディサプリ	ECC	72.7 ヤマハ	スタディサプリ	ECC
3	スタディサプリ		公文式	72.2 スタディサプリ	ヤマハ	公文式

※知覚品質3位は同点順位で下位がわかるため非表示

有料特急 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 近畿日本鉄道	76.1 近畿日本鉄道	74.3 小田急電鉄	77.6 小田急電鉄	71.6 近畿日本鉄道	71.3 近畿日本鉄道
2	東武鉄道	小田急電鉄	東武鉄道	77.5 近畿日本鉄道	東武鉄道	小田急電鉄
3	小田急電鉄	東武鉄道	近畿日本鉄道	76.3 東武鉄道	小田急電鉄	東武鉄道

国際航空 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	78.0 シンガポール 航空	79.0 シンガポール 航空	77.7 シンガポール 航空	79.9 シンガポール 航空	76.9 シンガポール 航空	75.7 シンガポール 航空
2	ANA	ANA	ANA	77.7 ANA	ANA	ANA
3	JAL	JAL	JAL	76.4 JAL	JAL	JAL

※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

シティホテル 5企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	64.9 帝国ホテル	12.0 ホテル日航	68.4 帝国ホテル
2	ホテルオークラ	帝国ホテル	ホテル日航
3	ホテル日航	ホテルオークラ	ANA クラウンプラザ

ビジネスホテル 8企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	62.8 ドーミーイン	10.6 ドーミーイン	65.0 リッチモンド
2	リッチモンド	ダイワロイネット	スーパーホテル
3	スーパーホテル	ルートイン / リッチモンド	スーパーホテル / 東横イン / ドーミーイン
4	ダイワロイネット		

※一部「ホテル」を省略

ビジネスホテル内サブカテゴリー

ビジネスホテル Superiorクラス			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	62.8 ドーミーイン	10.6 ドーミーイン	65.0 リッチモンド

※3企業・ブランド

ビジネスホテル Standardクラス			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	57.6 スーパーホテル	11.8 ルートイン	62.7 スーパーホテル
2	アパホテル	スーパーホテル	スーパーホテル / 東横イン
3	ルートイン	コンフォート	アパホテル

※5企業・ブランド

※一部「ホテル」を省略

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

国内長距離交通 13企業・ブランド

	感動指標	失望指標	CSR指標
1	52.3 スターフライヤー	13.2 スカイマーク / ソラシドエア	61.0 ANA
2	ソラシドエア	ソラシドエア	スターフライヤー
3	ANA / 九州新幹線	スターフライヤー	九州新幹線
4		ANA	ソラシドエア
5	JAL	東北新幹線	JAL
6	AIR DO	北陸新幹線	東海道新幹線
7	北陸新幹線	九州新幹線	AIR DO / スカイマーク

国内長距離交通内サブカテゴリー

国内長距離交通 国内航空			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	52.3 スターフライヤー	13.2 スカイマーク / ソラシドエア	61.0 ANA
2	ソラシドエア	ソラシドエア	スターフライヤー
3	ANA	スターフライヤー	ソラシドエア
4	JAL	ANA	JAL

※8企業・ブランド

国内長距離交通 新幹線			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	49.8 九州新幹線	15.0 東北新幹線	59.3 九州新幹線
2	北陸新幹線	北陸新幹線	東海道新幹線
3	東北新幹線	九州新幹線	東北新幹線

※5企業・ブランド

教育サービス 5企業・ブランド

	感動指標	失望指標	CSR指標
1	59.0 ECC	17.7 スタディサプリ	64.1 ECC
2	ヤマハ	公文式	ヤマハ
3	スタディサプリ	ECC	公文式

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

生命保険 13企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	49.7 コープ共済	9.9 コープ共済	67.9 コープ共済
2	ソニー生命	都道府県民共済	都道府県民共済
3	都道府県民共済	メットライフ生命	ソニー生命
4	こくみん共済coop ＜全労済＞	オリックス生命	こくみん共済coop ＜全労済＞
5	明治安田生命	アフラック	明治安田生命
6	オリックス生命	ソニー生命	アフラック
7	メットライフ生命	こくみん共済coop ＜全労済＞	住友生命

生命保険内サブカテゴリー

生命保険 共済組合			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	49.7 コープ共済	9.9 コープ共済	67.9 コープ共済
2	都道府県民共済	都道府県民共済	都道府県民共済

※4企業・ブランド

生命保険 保険会社			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	48.5 ソニー生命	13.4 メットライフ生命	64.1 ソニー生命
2	明治安田生命	オリックス生命	明治安田生命
3	オリックス生命	アフラック	アフラック
4	メットライフ生命	ソニー生命	住友生命
5	アフラック / 住友生命	住友生命 / 明治安田生命	第一生命

※9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

損害保険 15企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	51.3 【自】ソニー 損保	12.5 【住】 都道府県民 共済	65.2 【住】 都道府県民 共済
2	【自】三井 住友海上	【自】ソニー 損保	【自】ソニー 損保
3	【自】JA共済	【自】三井 住友海上	【自】JA共済
4	【住】JA共済	【住】三井 住友海上	【住】 こくみん共済 coop <全労済>
5	【自】SBI損保 / 【住】 都道府県民 共済	【自】東京 海上日動	【住】JA共済
6		【住】東京 海上日動	【自】東京 海上日動
7	【自】東京 海上日動	【住】 こくみん共済 coop <全労済>	【自】三井 住友海上
8	【自】損保 ジャパン / 【自】SOMPO ダイレクト	【住】あいおい ニッセイ 同和損保	【自】SBI損保

損害保険内サブカテゴリー

損害保険 自動車保険			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	51.3 ソニー損保	15.6 ソニー損保	64.7 ソニー損保
2	三井住友海上	三井住友海上	JA共済
3	JA共済	東京海上日動	東京海上日動
4	SBI損保	SOMPO ダイレクト	三井住友海上

※9企業・ブランド

損害保険 住宅・火災保険			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	43.8 JA共済	12.5 都道府県民 共済	65.2 都道府県民 共済
2	都道府県民 共済	三井住友海上	こくみん共済 coop <全労済>
3	こくみん共済 coop <全労済>	東京海上日動	JA共済
4	三井住友海上	こくみん共済 coop <全労済>	三井住友海上

※7企業・ブランド

※セゾン自動車火災は、企業・ブランド名変更により、2024.10からSOMPOダイレクト

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

国際航空 5企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	63.2 シンガポール航空	14.3 ANA	63.3 シンガポール航空
2	ANA	シンガポール航空	ANA
3	JAL	JAL	JAL

有料特急 6企業・ブランド			
	感動指標	失望指標	CSR指標
1	58.4 東武鉄道	12.1 近畿日本鉄道	60.5 近畿日本鉄道
2	近畿日本鉄道	小田急電鉄 / 東武鉄道	東武鉄道
3	小田急電鉄		小田急電鉄

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月発表予定)	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4回調査(8業種)での調査対象は以下の企業・ブランドです。

調査対象：8業種82企業・ブランド ランキング対象：70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)
シティホテル(7) (*ランキング対象外(2)を含む)	ANAクラウンプラザホテル、帝国ホテル、プリンスホテル、ホテルオークラ、ホテル日航 (*ランキング対象外：マリオット・インターナショナル、リーガロイヤルホテル)
ビジネスホテル(9) (*ランキング対象外(1)を含む)	【Superiorクラス】(3) ダイワロイネットホテル、ドーミーイン、リッチモンドホテル (*ランキング対象外：東急REIホテル) 【Standardクラス】(5) アパホテル、コンフォートホテル、スーパーホテル、東横イン、ホテルルートイン
国内長距離交通(14) (*ランキング対象外(1)を含む)	【国内航空】(8) AIR DO、ANA、ジェットスター・ジャパン、JAL、スカイマーク、スターフライヤー、ソラシドエア、Peach Aviation (*ランキング対象外：フジドリームエアラインズ) 【新幹線】(5) 九州新幹線、山陽新幹線、東海道新幹線、東北新幹線、北陸新幹線
教育サービス(7) (*ランキング対象外(2)を含む)	ECC、公文式、進研ゼミ、スタディサプリ、ヤマハ (*ランキング対象外：学研教室、Z会)
生命保険(15) (*ランキング対象外(2)を含む)	【共済組合】(4) コープ共済、こくみん共済 coop <全労済>、JA共済、都道府県民共済 【保険会社】(9) アフラック、オリックス生命、かんぽ生命、住友生命、ソニー生命、第一生命、日本生命、明治安田生命、メットライフ生命 (*ランキング対象外：アクサ生命、フコク生命)
損害保険(18) (*ランキング対象外(3)を含む)	【自動車保険】(8) あいおいニッセイ同和損保、SBI損保、JA共済、ソニー損保、損保ジャパン、SOMPOダイレクト、東京海上日動、三井住友海上 (*ランキング対象外：こくみん共済 coop <全労済>、チューリッヒ、三井ダイレクト) 【住宅・火災保険】(7) あいおいニッセイ同和損保、こくみん共済 coop <全労済>、JA共済、損保ジャパン、東京海上日動、都道府県民共済、三井住友海上 (注)セゾン自動車火災は、企業・ブランド名変更により、2024.10からSOMPOダイレクト
国際航空(6) (*ランキング対象外(1)を含む)	アジアナ航空、ANA、JAL、シンガポール航空、大韓航空 (*ランキング対象外：キャセイパシフィック航空)
有料特急(6)	小田急電鉄、近畿日本鉄道、JR東海（在来線）、JR西日本（在来線）、JR東日本（在来線）、東武鉄道

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）
シティホテル	以下の両方を満たす事 ・2年以内に2回以上利用 ・1年以内に利用し、かつ発生した料金を見聞きた
ビジネスホテル	以下の両方を満たす事 ・2年以内に2回以上宿泊 ・1年以内に宿泊し、かつ発生した料金を見聞きたことがある
国内長距離交通	以下の両方を満たす事 ・最近1年間に2回以上利用 ・利用料金を見聞きた
教育サービス	以下の両方を満たす事 ・最近1年間に家庭で受講料を支払った ・受講料及び受講内容を回答者自身が見聞きた
生命保険	最近3年間で保険金・給付金・見舞金等の受取・支払請求の経験がある事
損害保険	最近3年間で以下のいずれかの経験がある事 ＜自動車保険＞ ・保険金等の受取・支払請求 ・保険のロードサービス ＜住宅・火災保険＞ ・保険金等の受取・支払請求 ・契約変更手続き
国際航空	以下の両方を満たす事 ・最近1年間に2回以上利用 ・利用料金を見聞きた
有料特急	以下の両方を満たす事 ・最近1年間に2回以上利用 ・利用料金を見聞きた

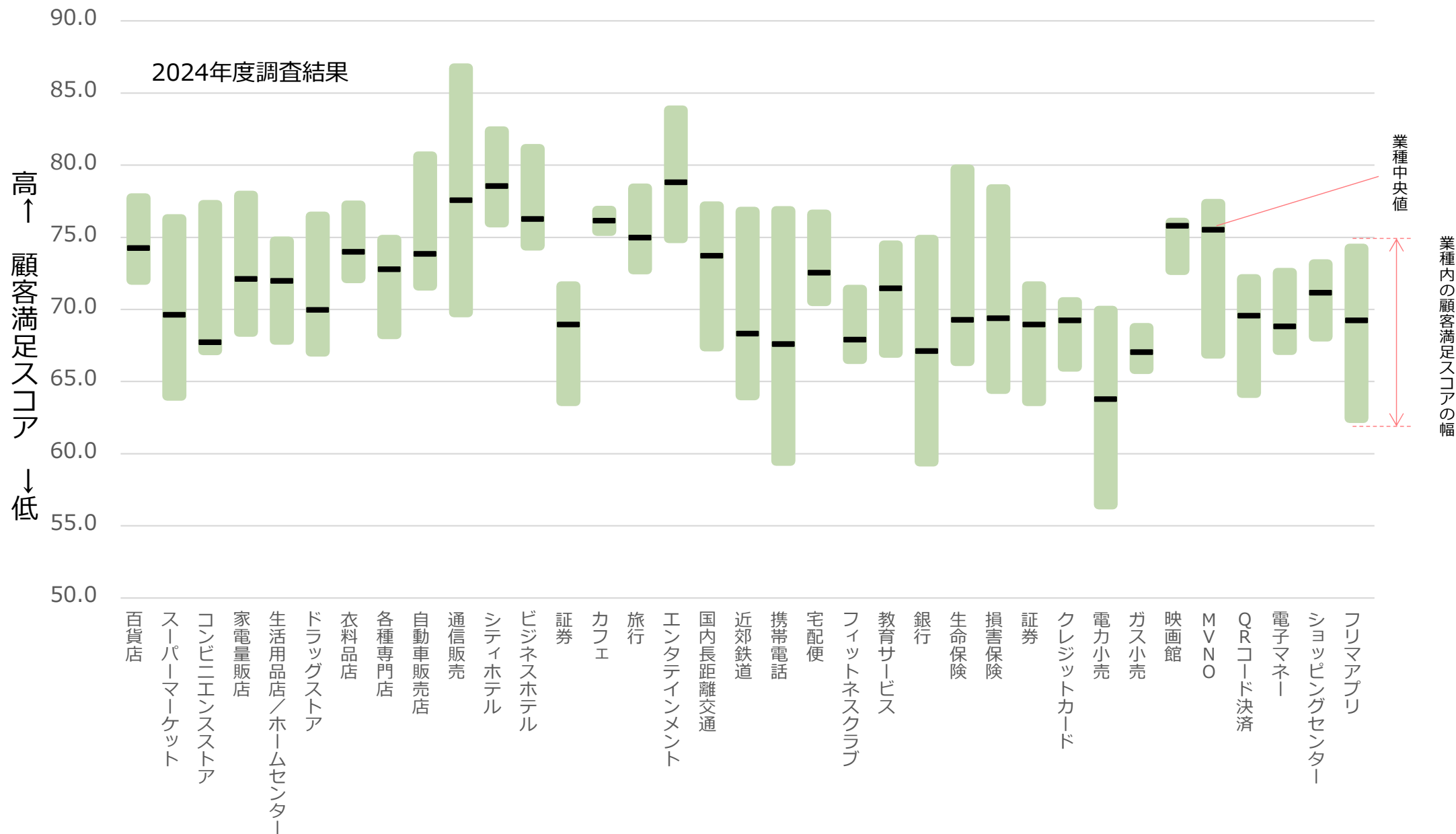
企業の選定条件

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。

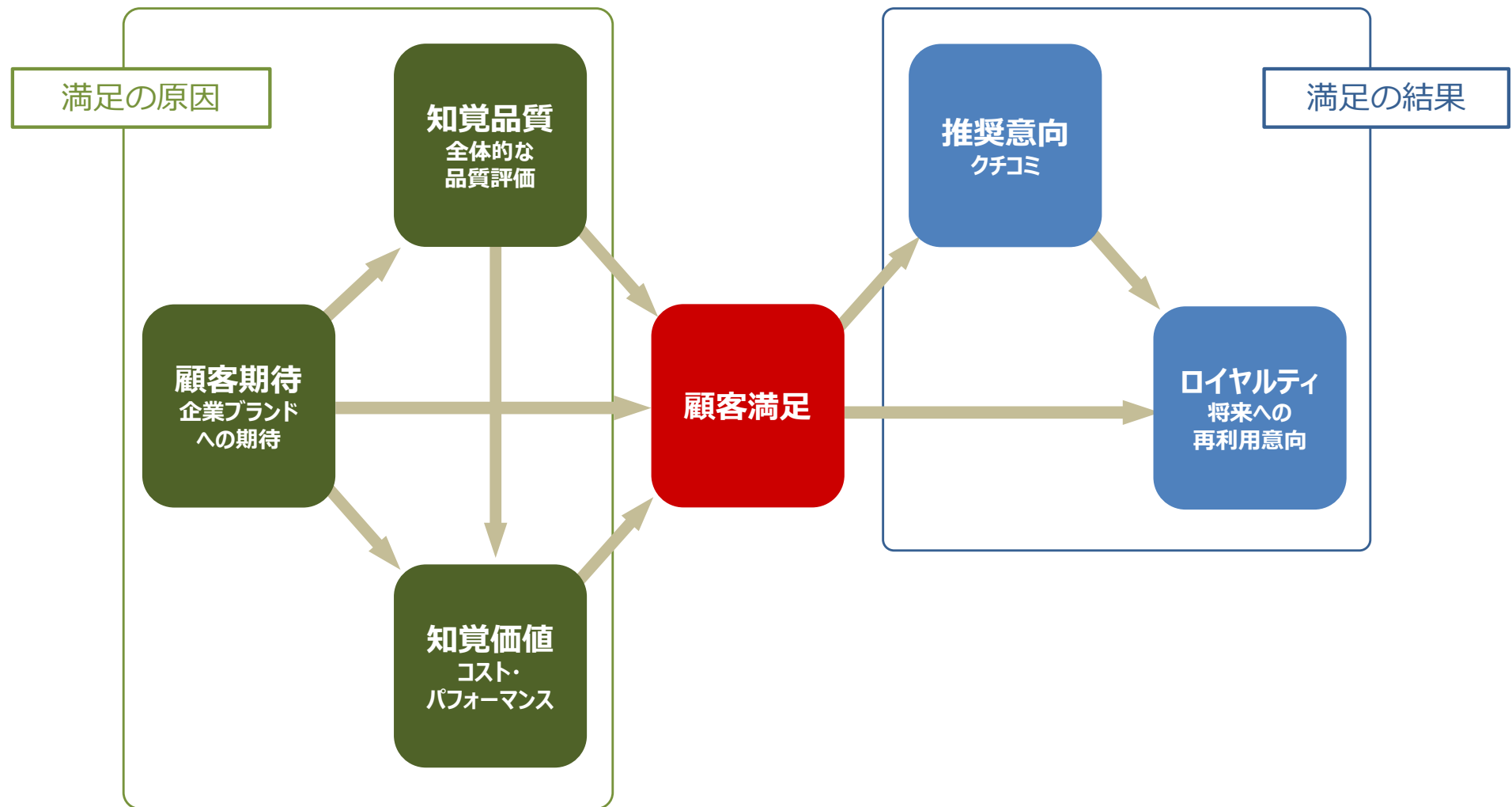
JCSIの特長① 業種・業態を超えた満足度比較が可能

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

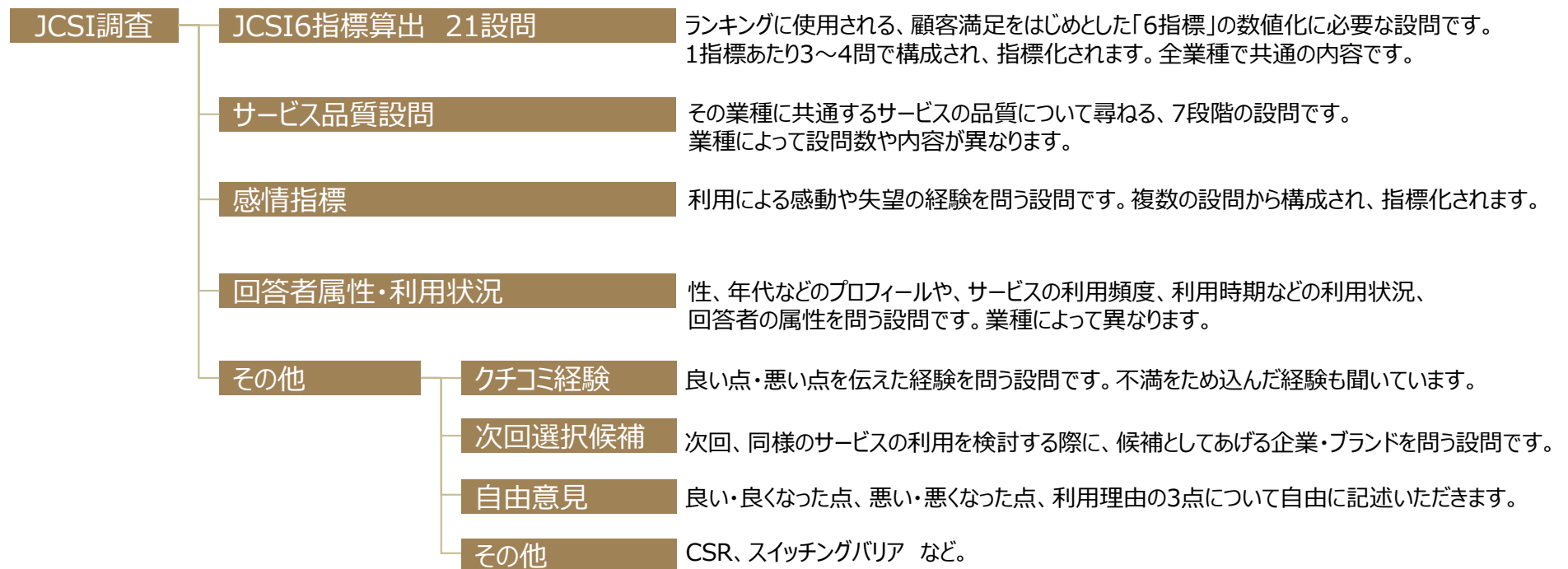
■ 社内施策の効果測定に

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

SPRING

「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4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。