

(参考) 日本版C S I について

(参考) 日本版CSIについて

※CSI (Customer Satisfaction Index)

- サービスを顧客視点から評価し、サービスの品質向上につなげるしくみとして、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、事務局 公益財団法人 日本生産性本部)が開発。
- 経済産業省の委託事業として、平成19年度から開発に取り組み、18業種、150社以上の実証調査を通して構築したもの。平成21年度から実用化。
- 介護サービス業界については21年度に下記企業を対象に調査を実施。
ニチイ学館(在宅)、ツクイ、そよ風、やさしい手、ニチイ学館(有料ホーム)
※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対象

■日本版CSIの特徴

1. 「全業界共通の質問」による評価・指標化により業界横断的な比較・分析が可能
2. 消費者の購買行動に共通する心の動きをモデル化し、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する。
3. 顧客満足に関する多面的な評価データの提供により、個別の業界や企業の具体的な経営改善への活用を期待。

■JCSIで指数化する6つの項目

- ①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
 - ②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
 - ③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
 - ④顧客満足... 利用して感じた満足の度合い
 - ⑤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
 - ⑥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
- これらを共通の質問項目(21項目)、業界個別の質問項目(約70問)等で調査、数値化。

