

au、丸亀製麺、コメダ珈琲店、ドーミーインが初のCS第1位

～2012年度JCSI（日本版顧客満足度指数）第1回調査結果発表～

サービス産業生産性協議会（代表幹事：秋草直之 富士通（株）相談役）では、業種・業態横断での比較・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（JCSI（日本版顧客満足度指数）の詳細・特徴については、12頁「参考資料1」をご参照ください）。

■各業種・業態別の顧客満足度1位企業・ブランド（詳細は3頁以降をご覧ください）

<今年度新たに顧客満足度1位となった企業・ブランド>

・ドーミーイン（ビジネスホテル）	～調査2年目にして初の満足度1位～	6頁
・丸亀製麺（飲食）	～知覚価値はじめバランスよい評価～	7頁
・コメダ珈琲店（カフェ）	～全指数化項目で中央値以上の評価を獲得～	9頁
・au（携帯電話）	～高い知覚品質で満足度1位を獲得～	10頁

<前年度に引き続き顧客満足度1位となった企業・ブランド>

・セイコーマート（コンビニエンスストア）	～知覚価値の高さ受け満足度2年連続1位～	3頁
・西松屋（衣料品専門店）	～高い知覚価値で2年連続満足度1位～	4頁
・帝国ホテル（シティホテル）	～海外系ホテルをおさえ4年連続1位～	5頁
・ヤマト運輸（宅配便）	～全項目高評価で4年連続満足度1位～	11頁

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業種・業態、約400企業・ブランドの調査を年4回に分け実施しています。「顧客の評価を起点とした業種・業態を超えた競争」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全体に広がり、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2012年度第1回調査として、8業種・業態 [コンビニエンスストア/衣料品専門店/シティホテル/ビジネスホテル/飲食/カフェ/携帯電話/宅配便] における90企業・ブランドを調査し、満足度等を算出しました。

お願い：（1）本発表内容の引用について、

出典：サービス産業生産性協議会 2012年度 JCSI（日本版顧客満足度指数）〇〇〇〇業種と出典を明記ください。

（2）掲載資料の1部ご送付、または取扱いメディア媒体名の情報を、下記にお知らせください。

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

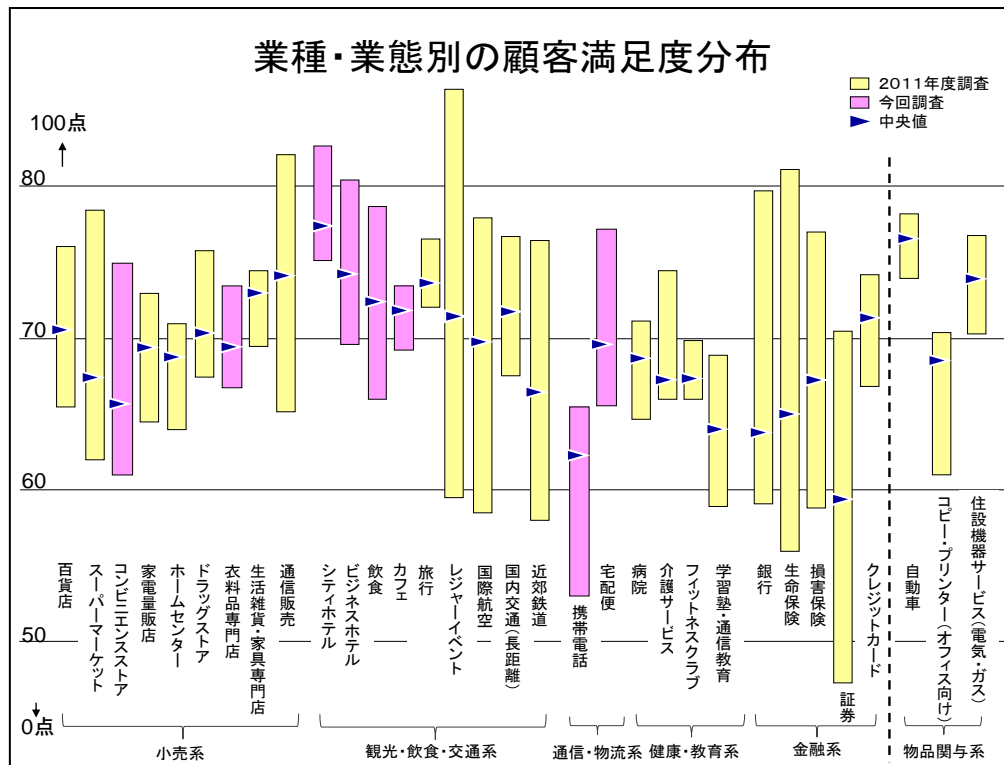
〒150-8307 東京都渋谷区渋谷 3-1-1（（財）日本生産性本部内）

tel:03(3409)1189 fax:03(3409)1187 mail:service-js@jpc-net.jp

JCSI

検索

I. 調査結果



◎棒グラフの上端にその業種・業態において最も顧客満足度が高い企業・ブランド、下端に最も低い企業・ブランドが位置します。
 ◎矢印▶は、各業種・業態の調査対象企業・ブランドを順番に並べた際、ちょうど中間に位置づけられる業種・業態中央値です。

■今回調査 (2012年度 第1回) の概要

1. 今回調査の対象業種・業態/企業・ブランド (2012年度第1回、通算第16回調査) :
 下記8業種・業態の売上等上位企業・ブランド (1業種・業態につき5~25、計90企業・ブランド)

回	調査時期	対象業種・業態 (予定)
第1回	2012年5月~6月 (今回発表)	コンビニエンスストア、衣料品専門店、シティホテル、ビジネスホテル、飲食、カフェ、携帯電話、宅配便【8業種・業態】
第2回	2012年8月~9月 (10月発表予定)	通信販売、旅行、レジャーイベント、国際航空、国内交通(長距離)、自動車、コピー・プリンター(オフィス向け)、住設機器サービス(電気・ガス)【8業種・業態】
第3回	2012年10月~11月 (12月発表予定)	家電量販店、ホームセンター、生活雑貨・家具専門店、介護サービス、銀行、生命保険、損害保険、証券【8業種・業態】
第4回	2013年1月~2月 (3月発表予定)	百貨店、スーパーマーケット、ドラッグストア、近郊鉄道、病院、フィットネスクラブ、学習塾・通信教育、クレジットカード【8業種・業態】

2. 調査期間: 2012年5月29日~6月20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)

- 第1次抽出: 約160万人のモニター全体から性別、年齢別、地域別の人口構成を配慮した上で約25万人を無作為抽出し、利用経験の有無を問う調査を実施。
- 第2次抽出: 上記回答者から「直近に利用経験がある」方を無作為に抽出。各対象400~600人程度にサービスに対する具体的な評価について回答を依頼。1人1企業・ブランドの回答とした。

4. 有効回答者数: 28,367人 1企業・ブランドあたり300人以上(シティホテルのみ250人以上)を確保。

5. 質問項目: 約110問 (13頁「参考資料2」参照)

6. 指数化の方法: 顧客満足度をはじめとした6つの指数(12頁「参考資料1」参照)は、質問回答から計算し、100点満点で指数化しています。各指数はそれぞれ7~10点満点の複数設問で構成され、「すべてを満点とした」場合に100点、「すべてを1点とした」場合に0点としています。

II. 調査結果（業種・業態別）

「業種・業態中央値」は、各項目において中央に位置した企業・ブランドの点数を示しています。各業種・業態とも、調査を行った企業・ブランドの3分の1（最低2企業・ブランド、最大5企業・ブランド）までの順位と点数を公開しています。

■コンビニエンスストア ～3企業がすべての指数で上位を占める～

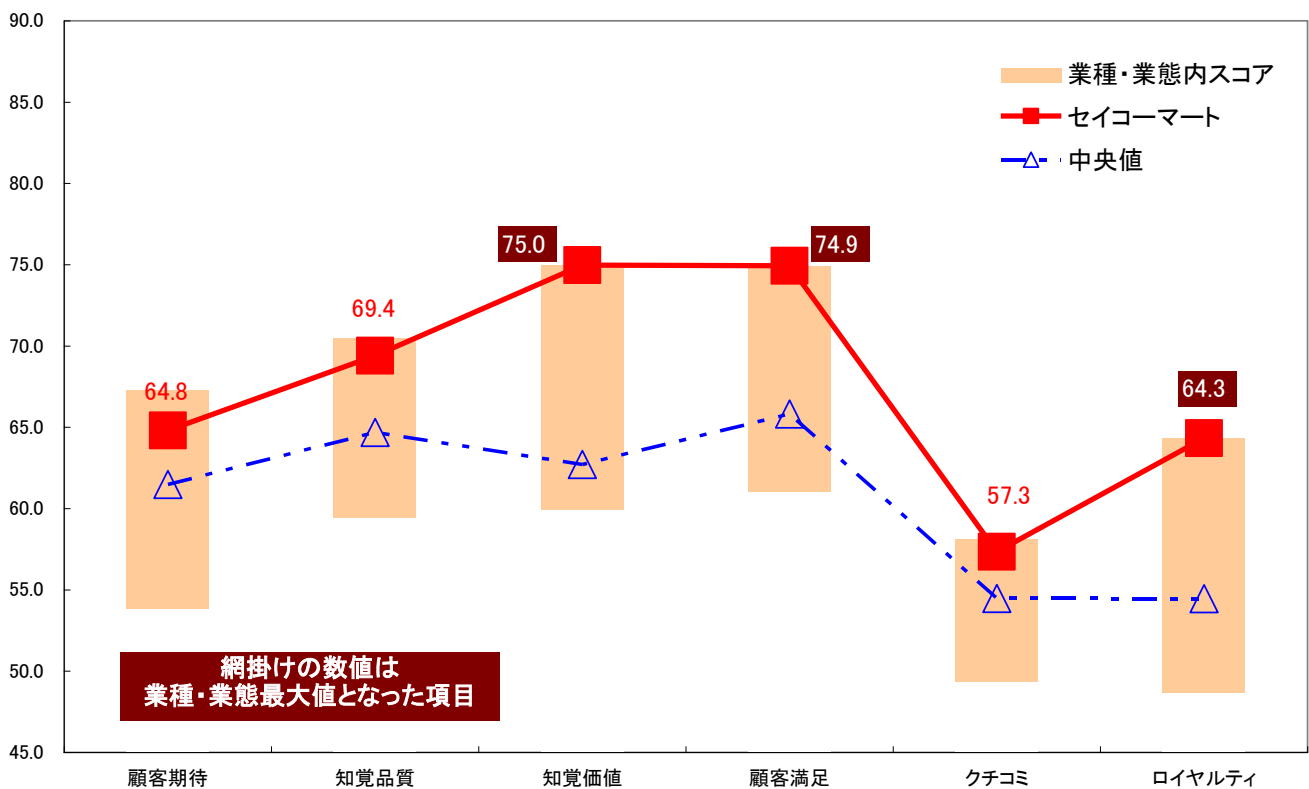
〔調査・指数化対象：計9企業・ブランド〕

サークルK、サンクス、セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、NEWDAYS、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン

※対象は前年度と同様。ただし、「サークルKサンクス」を「サークルK」と「サンクス」に分けて調査

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	クチコミ	ロイヤルティ
1	67.3 セブン-イレブン	70.5 セブン-イレブン	75.0 セイコーマート	74.9 セイコーマート	58.1 セブン-イレブン	64.3 セイコーマート
2	ローソン	セイコーマート	セブン-イレブン	70.7 セブン-イレブン	セイコーマート	セブン-イレブン
3	セイコーマート	ローソン	ローソン	67.8 ローソン	ローソン	ローソン

各指数化項目とも上位は、「セイコーマート」「セブン-イレブン」「ローソン」の3企業となっています。知覚価値が高く、中央値とも大きく差を開いた「セイコーマート」が、顧客満足度においても高い評価を受け、前年度に引き続き1位となっています。



■衣料品専門店 ～同点企業が多く並ぶなど接戦～

[調査・指数化対象：計12企業・ブランド]

AOKI、H&M、GAP、コナカ、ZARA、しまむら、西松屋、ハニーズ、はるやま、ユニクロ、洋服の青山、ローリーズファーム

※「コナカ」「ハニーズ」「はるやま」を追加

<衣料品専門店全体>

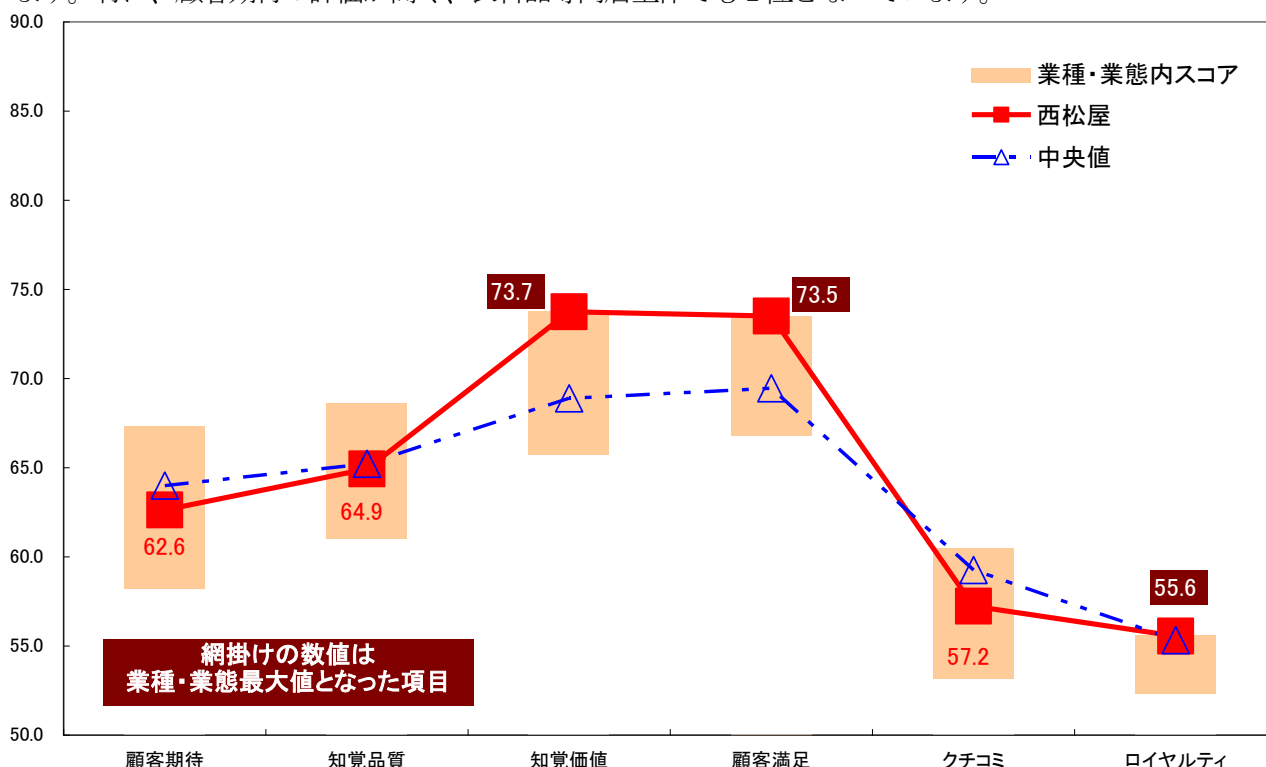
順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	クチコミ	ロイヤルティ
1	67.3 AOKI	68.6 ローリーズ ファーム	73.7 西松屋	73.5 西松屋	60.4 GAP	55.6 西松屋
2	GAP	GAP	ハニーズ	72.5 ハニーズ	AOKI	ユニクロ (同点1位)
3	コナカ (同点2位)	AOKI	ユニクロ	72.0 ローリーズ ファーム	ハニーズ (同点2位)	ハニーズ
4	ローリーズ ファーム	コナカ	しまむら	71.3 GAP	コナカ	ZARA ローリーズ ファーム (同点4位)

<スーツ量販店>

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	クチコミ	ロイヤルティ
1	67.3 AOKI	67.7 AOKI	68.1 AOKI	69.4 AOKI	59.7 AOKI	55.0 コナカ

衣料品専門店全体における顧客満足度1位は前年度に引き続き「西松屋」となっています。知覚価値の高い評価が顧客満足につながっています。その高い顧客満足度により、継続利用意向であるロイヤルティでも1位となっています。

スーツ量販店4企業・ブランドを見ると、「AOKI」が顧客満足度をはじめとした5項目で1位となっています。特に、顧客期待の評価が高く、衣料品専門店全体でも1位となっています。



■シティホテル ～「帝国ホテル」がバランスよく高い評価で顧客満足度1位～

[調査・指数化対象：計15企業・ブランド]

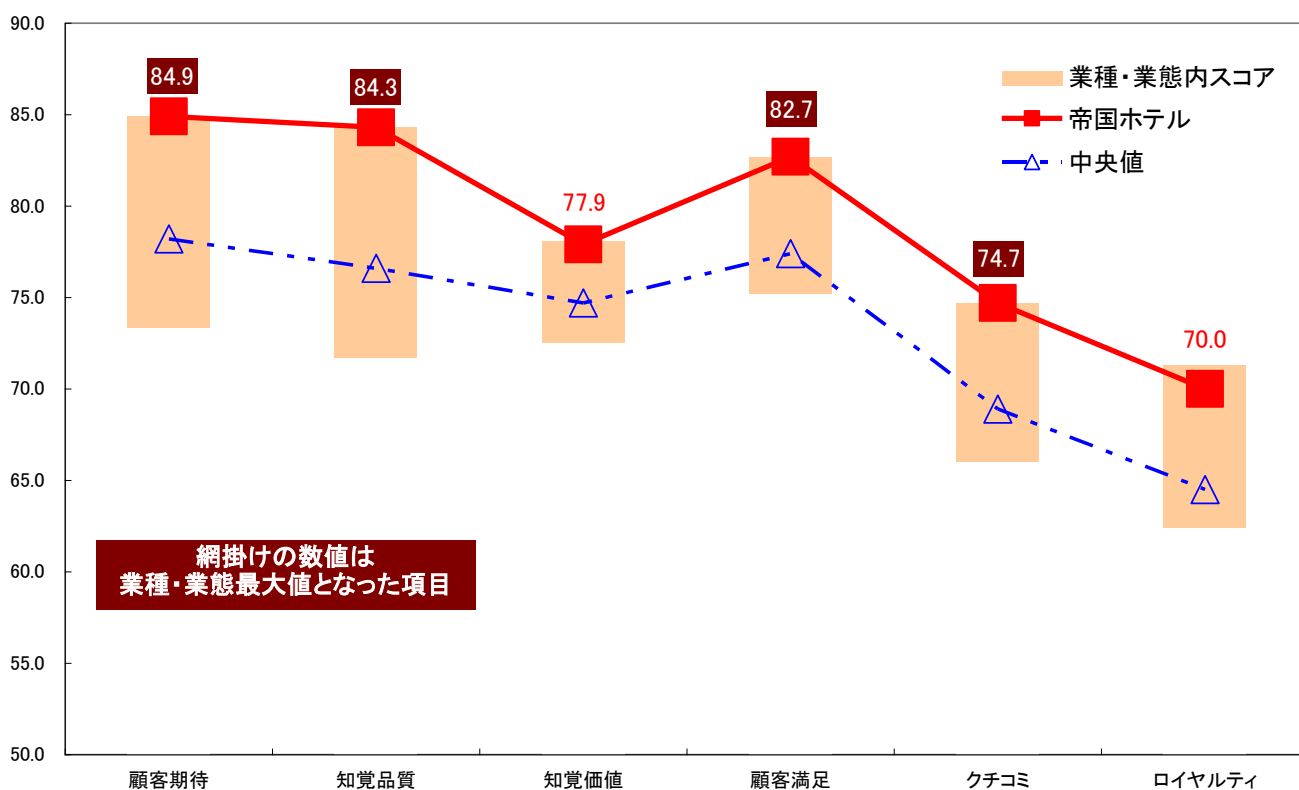
ANA、ウェスティン、オークラ、京王プラザ、ザ・リッツ・カールトン、帝国、東急、日航、
 ニューオータニ、ハイアット、ヒルトン、プリンス、メトロポリタン、リーガロイヤル、
 ロイヤルパーク

※「ウェスティン」「ザ・リッツ・カールトン」を追加

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	クチコミ	ロイヤルティ
1	84.9 帝国ホテル	84.3 帝国ホテル	78.1 オークラ	82.7 帝国ホテル	74.7 帝国ホテル	71.3 ザ・リッツ・カールトン
2	ザ・リッツ・カールトン	ザ・リッツ・カールトン	帝国ホテル	81.7 ザ・リッツ・カールトン	ザ・リッツ・カールトン	帝国ホテル
3	オークラ	オークラ	ロイヤルパーク	81.5 オークラ	ロイヤルパーク	オークラ
4	ハイアット	ハイアット	ザ・リッツ・カールトン	80.0 ロイヤルパーク	オークラ	ロイヤルパーク
5	ロイヤルパーク	ロイヤルパーク	ハイアット	79.9 ハイアット	ハイアット	ヒルトン

顧客満足度は「帝国ホテル」が4年連続1位となっています。顧客満足度の原因系である顧客期待、知覚品質で共に1位、知覚価値で2位とバランス良く高い得点を獲得しています。

顧客満足度2位の「ザ・リッツ・カールトン」は、知覚価値がシティホテルで4位となっている他は、ロイヤルティが1位、他の3項目は2位と高い評価を得ています。



■ビジネスホテル ～企業・ブランドごとに評価パターンに特徴～

[調査・指数化対象：計13企業・ブランド]

アパ、コンフォート、サンルート、スーパー、ダイワロイネット、チサン、東急イン、東横イン、ドゥーミーイン、三井ガーデン、リッチモンド、ルートイン、ワシントン

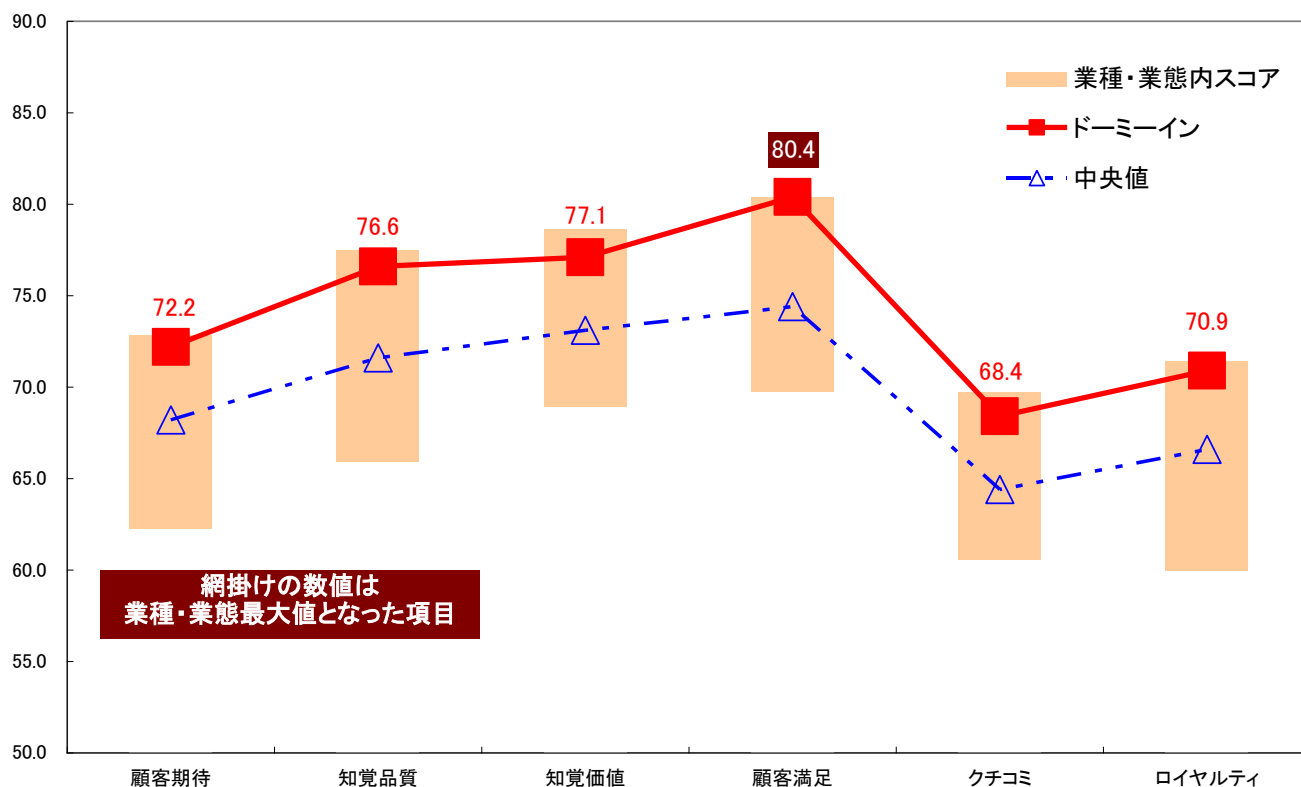
※「コンフォート」「ダイワロイネット」「三井ガーデン」を追加

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	クチコミ	ロイヤルティ
1	72.8 リッチモンド	77.5 リッチモンド	78.6 スーパーホテル	80.4 ドゥーミーイン	69.7 リッチモンド	71.4 スーパーホテル
2	三井ガーデン	ドゥーミーイン	リッチモンド	79.7 リッチモンド	ダイワロイネット	ドゥーミーイン
3	ドゥーミーイン	ダイワロイネット	コンフォート	78.7 スーパーホテル	三井ガーデン	リッチモンド
4	ダイワロイネット	三井ガーデン	ドゥーミーイン	77.7 コンフォート	ドゥーミーイン	ダイワロイネット

顧客満足度1位は前年度の「リッチモンド」に代わり「ドゥーミーイン」となっています。顧客満足度の原因系である3項目で1位にはなっていませんが、満足度自体は高い評価を得ています。

前年度顧客満足度1位の「リッチモンド」は、顧客期待、知覚価値で1位となっており、今年度も高いスコアとなっていますが、僅差の2位となりました。

顧客満足度3位は「スーパーホテル」です。知覚価値、ロイヤルティが1位となっていることが、このホテルの大きな特徴です。



■飲食 ～知覚価値が高い「丸亀製麺」と「スシロー」が顧客満足度でも高評価～

[調査・指数化対象：計25企業・ブランド]

<ファストフード店（丼・麺・カレーを含む）>

カレーハウス CoCo 壱番屋、餃子の王将、ケンタッキーフライドチキン、幸楽苑、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

<レストランチェーン>

かっぱ寿司、ガスト、木曽路、くら寿司、ココス、サイゼリヤ、ジョイフル、ジョナサン、スシロー、デニーズ、バーミヤン、びっくりドンキー、ロイヤルホスト

※「木曽路」「幸楽苑」「ジョナサン」「バーミヤン」を追加。

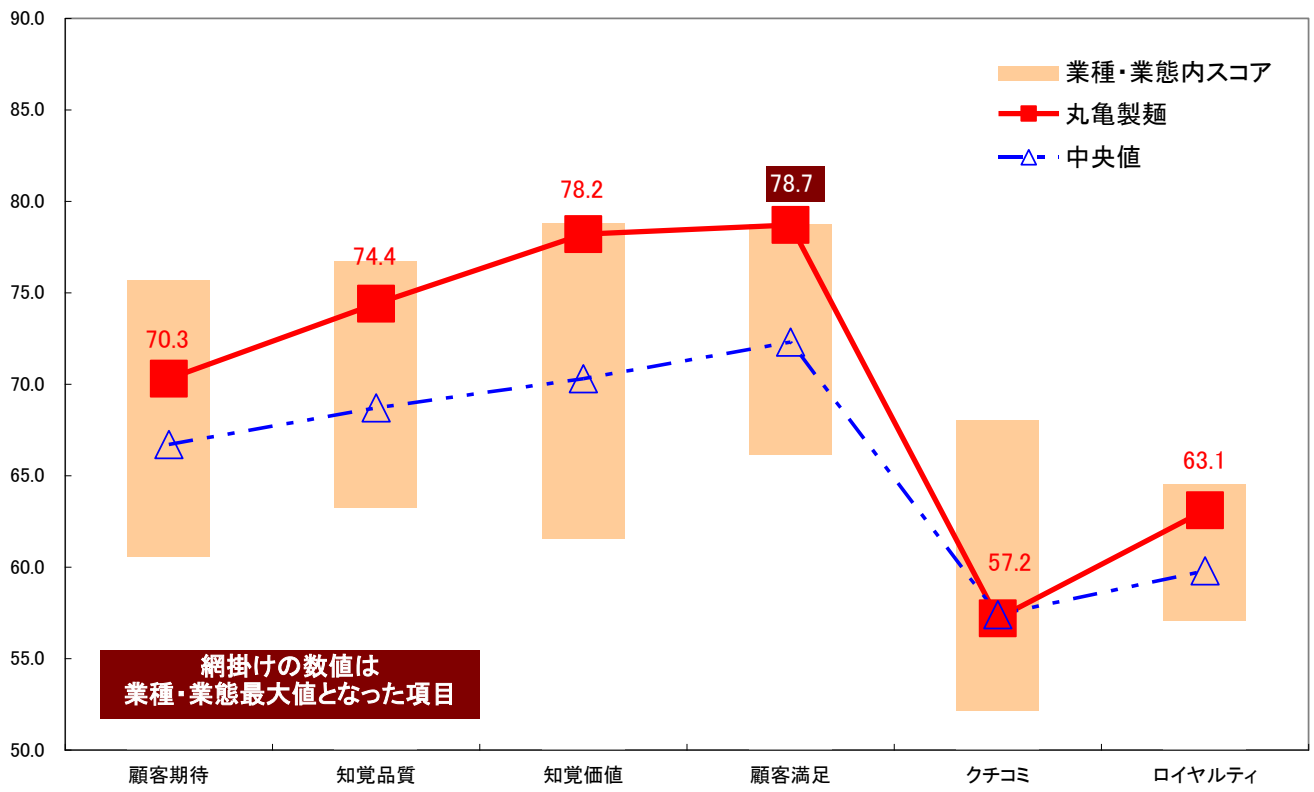
<ファストフード店（丼・麺・カレーを含む）>

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	クチコミ	ロイヤルティ
1	73.9 モスバーガー	76.7 モスバーガー	78.2 丸亀製麺	78.7 丸亀製麺	60.8 ミスタードーナツ	63.7 モスバーガー
2	ケンタッキー フライドチキン	丸亀製麺	幸楽苑	76.2 幸楽苑	モスバーガー	丸亀製麺
3	丸亀製麺	カレーハウス CoCo 壱番屋	はなまるうどん	75.2 モスバーガー	幸楽苑	カレーハウス CoCo 壱番屋
4	ミスタードーナツ	ケンタッキー フライドチキン	すき家	75.2 はなまるうどん (同点3位)	マクドナルド	幸楽苑

<レストランチェーン>

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	クチコミ	ロイヤルティ
1	75.7 木曽路	76.3 木曽路	78.8 スシロー	78.4 スシロー	68.0 木曽路	64.5 スシロー
2	スシロー	スシロー	サイゼリヤ	76.7 木曽路	ロイヤルホスト	木曽路
3	ロイヤルホスト	びっくりドンキー	くら寿司	74.2 くら寿司	くら寿司	くら寿司
4	かっぱ寿司	くら寿司	木曽路	73.6 サイゼリヤ	スシロー	かっぱ寿司

飲食全体の顧客満足度を比較すると前年度1位の「スシロー」に代わり「丸亀製麺」が1位となり、次いで「スシロー」「木曽路」となっています。「丸亀製麺」と「スシロー」は顧客期待、知覚品質、知覚価値がバランスよく高く、高い顧客満足度へとつながっています。



■カフェ ～顧客満足度、クチコミ、ロイヤルティで接戦～

[調査・指数化対象：計6企業・ブランド]

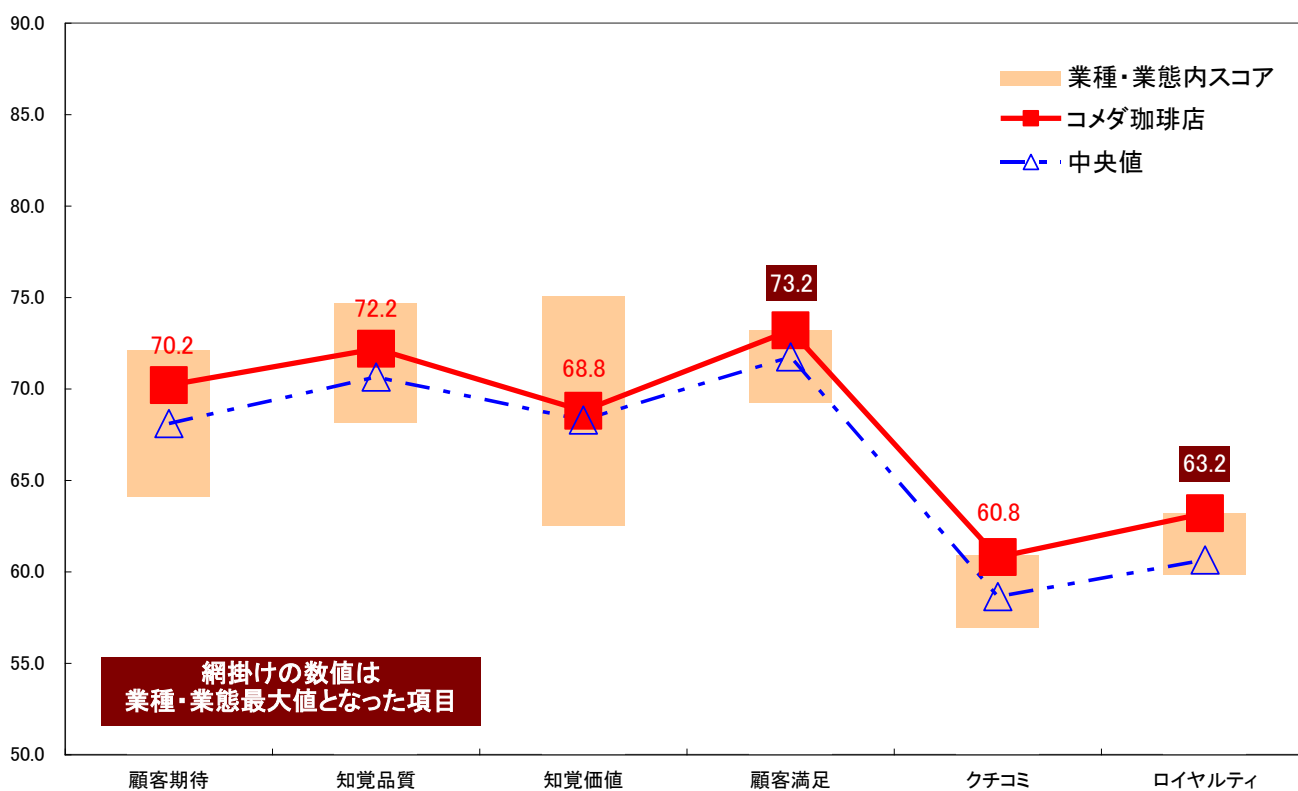
カフェ・ベローチェ、コメダ珈琲店、サンマルク・カフェ、スターバックス、タリーズコーヒー、ドトールコーヒー

※「コメダ珈琲店」を追加

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	クチコミ	ロイヤルティ
1	72.1 スターバックス	74.7 スターバックス	75.1 カフェ・ベローチェ	73.2 コメダ珈琲店	60.9 スターバックス	63.2 コメダ珈琲店
2	コメダ珈琲店	コメダ珈琲店	ドトールコーヒー	72.9 カフェ・ベローチェ	コメダ珈琲店	スターバックス

顧客満足度1位は前年度の「カフェ・ベローチェ」に代わり「コメダ珈琲店」となっています。6項目全てで業種・業態中央値以上の評価を獲得している企業・ブランドは対象の中で「コメダ珈琲店」のみであり、バランス良く高いことが特徴となっています。

満足度構造を見ると、知覚価値では1位と6位の差が大きいことが読み取れます。この知覚価値の1位は「カフェ・ベローチェ」であり、顧客満足度でも2位と評価されています。顧客満足度、クチコミ、ロイヤルティでは1位と6位の差が小さく、6企業・ブランドが競り合っていることがわかります。



■携帯電話 ～顧客満足度1位の「au」がクチコミ、ロイヤルティも高評価～

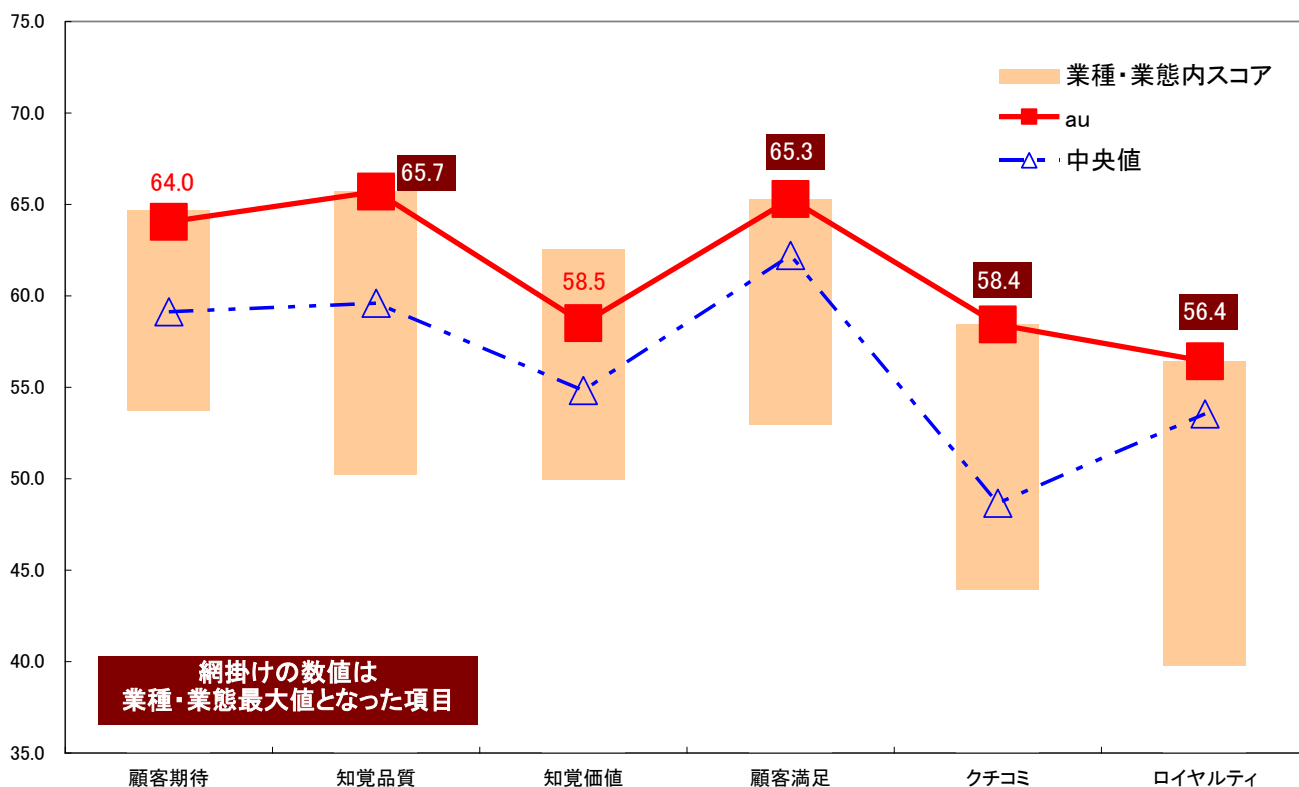
[調査・指数化対象：計5企業・ブランド]

イー・モバイル、ウィルコム、au、NTTドコモ、ソフトバンク

※前年度の調査対象から変化なし

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	クチコミ	ロイヤルティ
1	64.7 NTT ドコモ	65.7 au	62.5 ウィルコム	65.3 au	58.4 au	56.4 au
2	au	NTT ドコモ	au	64.3 ウィルコム	NTT ドコモ	NTT ドコモ

顧客満足度1位は前年度の「NTTドコモ」に代わり「au」となっています。他企業・ブランドと比べ知覚品質で高い評価を受けたことが、顧客満足度につながったものと考えられます。「au」は顧客満足度の結果系であるクチコミ、ロイヤルティも携帯電話で1位となっています。



■宅配便 ～「ヤマト運輸」がすべての指数で1位を獲得～

[調査・指数化対象：計5企業・ブランド]

佐川急便、西濃運輸、日本郵便、福山通運、ヤマト運輸

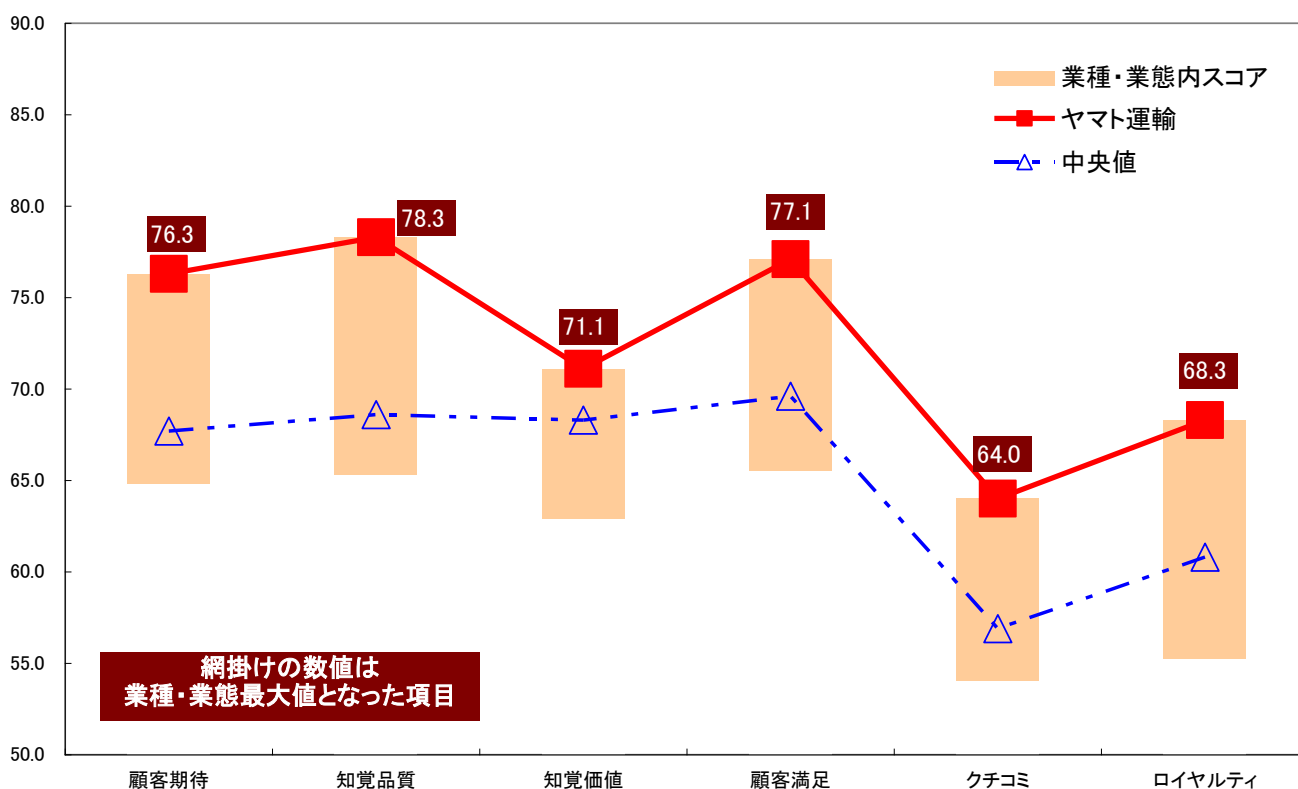
※前年度の調査対象から変化なし

順位	顧客期待	知覚品質	知覚価値	顧客満足度	クチコミ	ロイヤルティ
1	76.3 ヤマト運輸	78.3 ヤマト運輸	71.1 ヤマト運輸	77.1 ヤマト運輸	64.0 ヤマト運輸	68.3 ヤマト運輸
2	日本郵便	日本郵便	福山通運	72.6 福山通運	福山通運	福山通運

6項目全てで「ヤマト運輸」が1位となっています。「ヤマト運輸」は4年連続顧客満足度1位となっています。

「ヤマト運輸」は、知覚価値以外の5項目では、宅配便5企業・ブランドの中央値と大きく差をつける評価を獲得しています。

1位から5位の企業・ブランドで、最も僅差となっている指数化項目は知覚価値で、当該項目では「ヤマト運輸」から3位（業種・業態中央値）までの企業・ブランドに差がほぼない状態です。



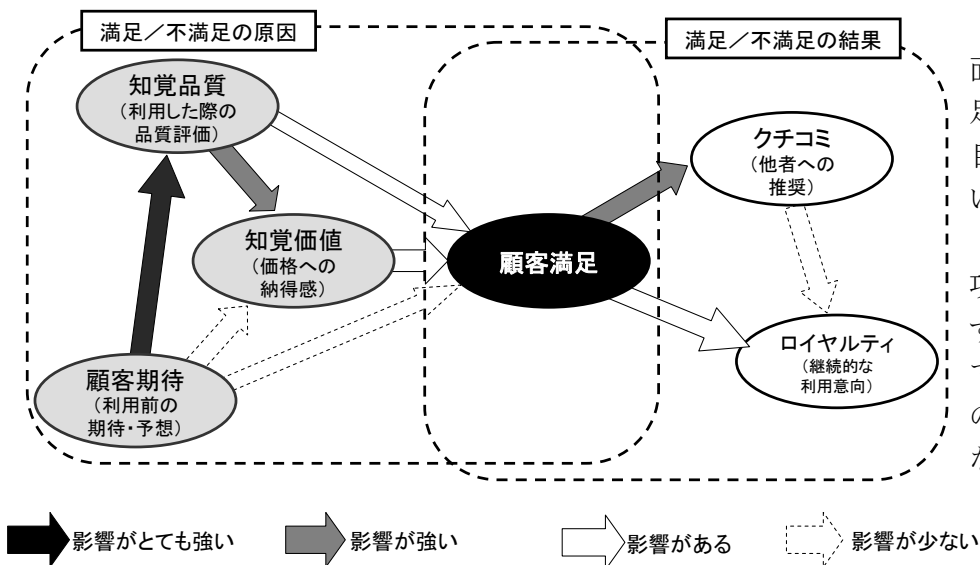
参考資料1

JCSIは日本最大級の顧客満足度調査で、①顧客期待（利用前の期待・予想）、②知覚品質（利用した際の品質評価）、③知覚価値（価格への納得感）、④顧客満足、⑤クチコミ（他者への推奨）、⑥ロイヤルティ（継続的な利用意向）の6つの指数により、各業種・業態、各企業・ブランドのサービスを多面的に評価できる診断システムです。

■ JCSI（日本版顧客満足度指数）の特徴

1. 各企業・ブランドの提供するサービスを、利用者に「全業種・業態共通の質問」で評価してもらい、指数化しているため、業種・業態横断的な比較・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、個別の業種・業態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。

矢印は、「心理的な動き」を示す。黒い部分は、業界共通での関係性が特に強いことを示す。

【JCSIで指数化する6つの項目】（設問詳細は13頁を参照）

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。

※各調査対象の指数は、速報値として、全4回に分けて算出・発表されます。4回の調査終了後、2012年度の全調査データをもとに再計算し、年度全体結果として2013年3月に発表を行う予定です。（再計算の結果、個々の点数で最大1点程度の増減が起きる可能性があります。）

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、●●●の総合的な質について、以前は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、●●●ほどの程度、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、▲▲として不可欠なものがなかったり、サービスが利用できなかったりすることが、●●●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、●●●ほどの程度優れていると思いますか
2. バラツキ：過去1年の利用経験を振り返って、●●●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：●●●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、▲▲として不可欠なものがなかったり、サービスが利用できなかったりしたことが●●●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●●●で支払った金額を考えた場合、×××など様々な点から見た●●●の総合的な質をどのように評価しますか
2. 価格対品質：●●●の総合的な質を考えた場合、価格設定は妥当だと思いますか
3. お得感：他の▲▲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、●●●を利用したことは、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：●●●を利用することは、あなたの生活を豊かにすることに、どの程度役立っていると思いますか

[クチコミ]

あなたが●●●について友人や知人と話すことを仮定した場合、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. 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
2. 第一候補：次回、▲▲を利用する場合、●●●を第一候補に思う
3. 頻度拡大：これから1年間に今までより頻繁に利用したい
4. 持続期間：これからも●●●を利用し続けたい

* 上記の設問で、「×××」は当該業種・業態の質を示す代表的な内容挿入。「▲▲」が該当する業種・業態名挿入。「●●●」は指数化対象の企業・ブランド名挿入する。個々の調査対象業種・業態により、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項目 約15設問
- ・業界個別の調査項目 約70設問
- ・自由回答項目（悪い点・悪くなった点、良い点・良くなった点、利用理由等）

参考資料3

■指数化対象企業・ブランドの選定条件

指数化対象の選定手順は以下の通り：

- 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・業態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「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) 業種・業態単位で指数化対象を決定（原則として利用経験のある人が多い企業・ブランドから順に決定）
- 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。

■2012年度第1回調査 指数化対象企業・ブランド

業種・業態名	指数化対象企業・ブランド名	選定条件
コンビニエンスストア(9)	サークルK、サンクス、セイコーマート、セブンイレブン、デイリーヤマザキ、NEWDAYS、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン	最近1か月で200円以上の買い物を2回以上
衣料品専門店(12)	AOKI、H&M、GAP、コナカ、ZARA、しまむら、西松屋、ハニーズ、はるやま、ユニクロ、洋服の青山、ローリーズファーム	最近1年で2千円以上の買い物を2回以上
シティホテル(15)	ANA、ウェスティン、オークラ、京王プラザ、ザ・リッツ・カールトン、帝国、東急、日航、ニューオータニ、ハイアット、ヒルトン、プリンス、メトロポリタン、リーガロイヤル、ロイヤルパーク	最近1年で2回以上宿泊、婚礼・宴会会場もしくはレストランを利用
ビジネスホテル(13)	アパ、コンフォート、サンルート、スーパー、ダイワロイネット、チサン、東急イン、東横イン、ドミーイン、三井ガーデン、リッチモンド、ルートイン、ワシントン	最近1年で2回以上宿泊
飲食(25)	<p><ファストフード店(丼・麺・カレーを含む)></p> <p>カレーハウス CoCo 壱番屋、餃子の王将、ケンタッキーフライドチキン、幸楽苑、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、</p> <p><レストランチェーン></p> <p>かつば寿司、ガスト、木曾路、くら寿司、ココス、サイゼリヤ、ジョイフル、ジョナサン、スシロー、デニーズ、バーミヤン、びつくりドンキー、ロイヤルホスト</p>	最近3か月で2回以上利用
カフェ(6)	カフェ・ベローチェ、コメダ珈琲店、サンマルク・カフェ、スターバックス、タリーズコーヒー、ドトールコーヒー	最近3か月で2回以上利用
携帯電話(5)	イーモバイル、ウィルコム、au、NTTドコモ、ソフトバンクモバイル	自身が現時点で「3か月以上」利用を継続しており、料金を自分で支払っている、もしくは、料金を知っている
宅配便(5)	佐川急便、西濃運輸、日本郵便、福山通運、ヤマト運輸	最近1年で2回以上荷物を発送

* 企業・ブランド名は、一般的な呼称、短縮名称等を使用しています。

* 同一企業・ブランドが複数の業種・業態に含まれる場合があります。