

2003年11月25日

報道用資料**NTT DoCoMo、全国で顧客満足度第1位****2003年携帯電話顧客満足度調査**

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J. D. パワー アジア・パシフィック（本社東京、蓮見南海男社長、略称 J. D. パワー）は、2003年携帯電話顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は全国の携帯電話利用者（個人ユーザー）を対象に、使用している携帯電話の満足度を調べるもので、年1回の割合で実施している。5回目となった今年の調査は、全国9地域\*を調査対象地域とし、総計7,500名の携帯電話利用者から回答を得た。

\*全国9地域：北海道/東北/関東(含甲信越)/東海/関西/北陸/中国/四国/九州

顧客満足度の測定にあたっては、6つのファクター（領域）を設定し評価を得た。6つのファクターは、「電話機」、「企業イメージ」、「非音声機能・サービス」、「通話品質・エリア」、「各種費用」、「顧客対応力」である。

**◆NTT DoCoMo は、総合力の高さで他社を上回る◆**

携帯電話4キャリアの中で、NTT DoCoMoが全国9地域すべてにおいて総合顧客満足度で第1位となった。ファクター別には、「企業イメージ」、「非音声機能・サービス」、「顧客対応力」が全地域で1位の評価を得た。また、「電話機」については7地域で1位、「通話品質・エリア」については5地域で1位となった。NTT DoCoMoは、4キャリアの中でも地域による評価傾向にばらつきが少なく、全国的に優れた商品・サービスを消費者に提供する総合力の高さが特徴である。今後は、auに対し浸透が遅れ気味なFOMAの普及促進がカギとなりそうである。

**◆au は、サービス内容とコストのバランスで高評価◆**

auは、全地域でNTT DoCoMoに次いで第2位となった。地域により評価のポイントはやや異なっているが、「各種費用」（初期コスト、ランニングコスト）では5地域で1位、「通話品質・エリア」では4地域で1位となっており、このふたつのファクターが強み要素となっている。これは、次世代サービスにおける先行や積極的な料金施策の導入などに伴い、サービス内容とコストのバランスが評価された結果と言える。関東地域では、昨年の1位から順位を下げたものの、NTT DoCoMoとの差はごくわずかである。特に調査時点で利用者の6割に達するCDMA2000 1xの評価は高く、ここ1～2年の追い上げムードは顧客評価にも現れている。

## ◆J-PHONE と TU-KA は、コストに強み◆

J-PHONE は、au に次ぐ評価水準だった。ファクター毎の評価では、「各種費用」に関する評価が2地域で他社を上回り強みを見せた。しかし、他の点では中庸な評価で、従来強みであった「非音声機能・サービス」も平均水準にとどまった。過去の調査では関東地域や関西地域において総合満足度で1位となった年もあったが、今年は全国的に3位であった。Vodafone としての再スタートを機に、より一層の顧客満足強化に向けた取り組みが期待される。

TU-KA は、「各種費用」の評価が2地域で他社を上回った。TU-KA の「各種費用」に関する評価は、4社の中でも特に高い水準にあり、“シンプル”をキーワードにした大きな方向転換の施策は、一部の消費者層に高く支持されているようである。

## ◆「電話機」への評価が、顧客満足における支配要因◆

総合的な顧客満足度を構成する6ファクターの中で「電話機」が総合満足度に対して最大の影響力を持ち、6ファクターの総合満足度に与える影響力総和の35%を占める。この1年間における電話機の進化は目覚しく、デジカメ並みカメラ付き端末の登場、液晶の高画質化、デザインの多様化など、消費者の購買意欲を喚起すべく各社熾烈な競い合いが続いている。顧客満足の構造もそれに呼応した結果と言える。

「電話機」で圧倒的な優位性を生み出せば大きなアドバンテージとなるはずだが、このファクターのキャリア間の評価格差は他のファクターに比べ小さく、実力が伯仲している。新機種の登場と共に魅力的なキャリアが目移りする時代とも言え、今後の携帯電話市場の動向は混沌としている。

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（略称 JDPA、本社米国カリフォルニア州）の日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として 1990 年に設立された。自動車業界を始めコンピューター、通信関連、OA 機器、サービス産業、金融など様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。インターネット上でホームページを開設しており、会社概要や提供しているサービスなどの情報を次のアドレスで入手できる。

J.D. パワー アジア・パシフィック ホームページ <http://www.jdpower.co.jp>

<本調査に関するお問い合わせ先>

(株) J.D. パワー アジア・パシフィック

コーポレート・コミュニケーション 川野

住 所： 東京都中央区日本橋富沢町 10-16 マイアーク日本橋ビル（〒103-0006）

電 話： 03-5695-4568

F A X： 03-5695-0617

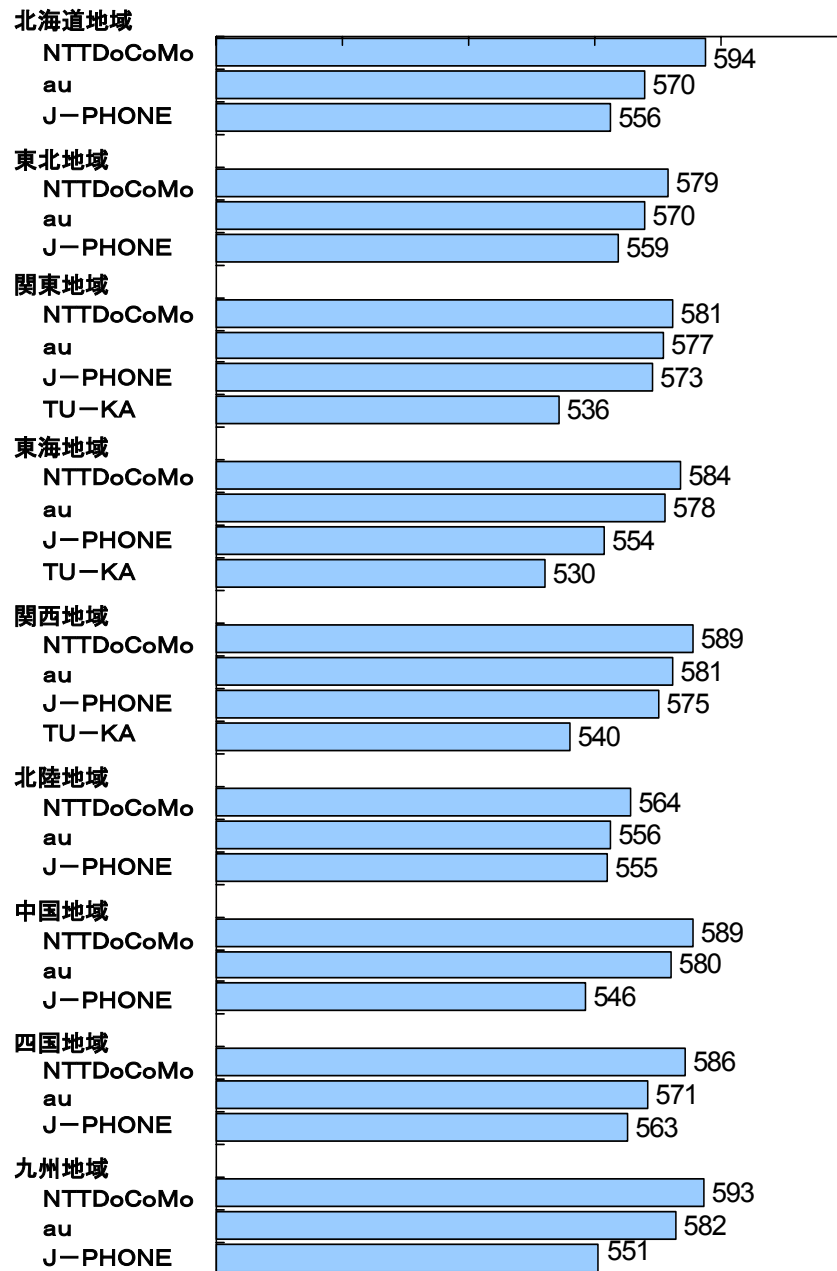
e-mail： [mkawano@jdpower.co.jp](mailto:mkawano@jdpower.co.jp)

<ご注意>

本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年携帯電話顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 地域別ランキング



J-PHONE: 現Vodafone。調査時点(8月)ではJ-PHONEとして調査

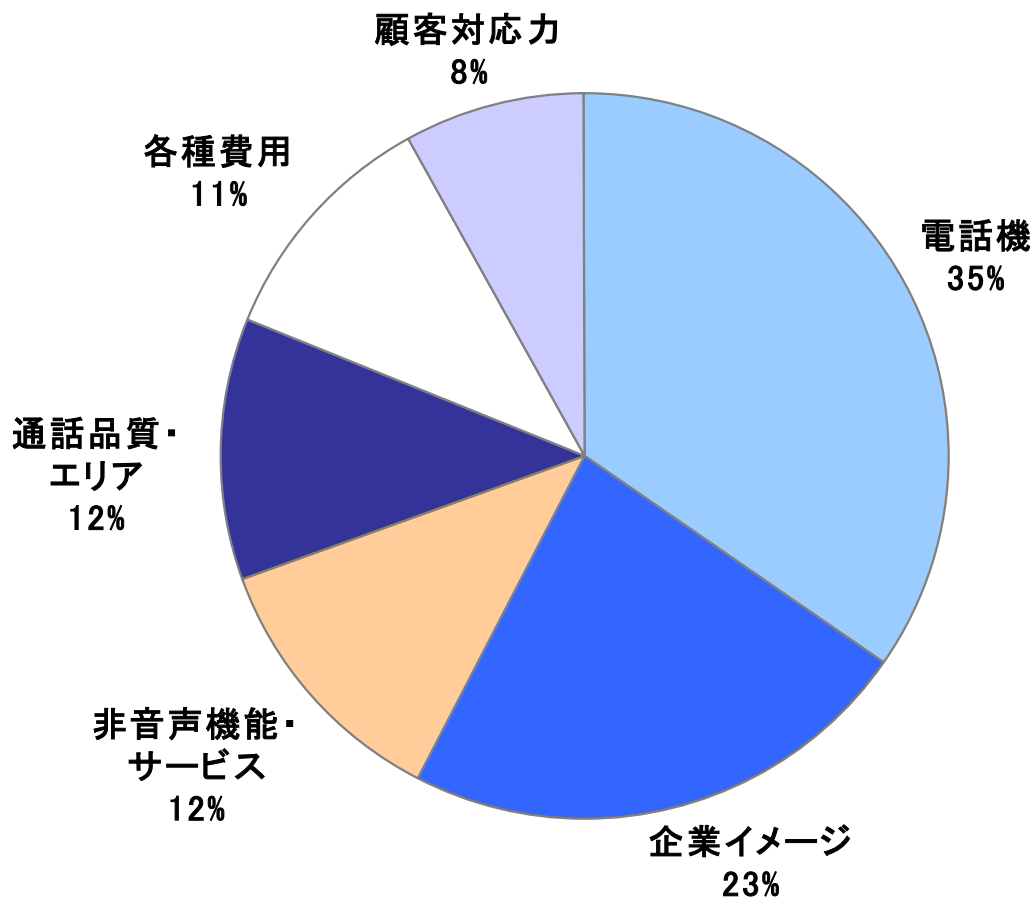
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年携帯電話顧客満足度調査<sup>SM</sup>

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表及びグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年携帯電話顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年携帯電話顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度を構成するファクター



注) 各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年携帯電話顧客満足度調査<sup>SM</sup>

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表及びグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年携帯電話顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。