

## Press Release

報道用資料

2005年11月24日

### auが全国9地域中7地域で、顧客満足度トップ

#### 2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査

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：東京都港区、代表取締役社長：蓮見南海男、略称：J.D. パワー）は、2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、全国の携帯電話の個人利用者を対象に、通信事業者（キャリア）の携帯電話サービスに関する満足度を調べるもので、年1回実施している。7回目となる今年も昨年と同様、全国9地域\*を調査対象とし、2005年8月に実施、総計7,500人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、評価を得ている。それらは総合満足度に対する影響度が高い順に「電話機」（37%）、「企業イメージ」（21%）、「非音声機能・サービス」（13%）、「通信品質・エリア」（10%）、「各種費用」（10%）、「顧客対応力」（8%）である（カッコ内は影響度）。

#### 他の2地域のトップはドコモ

総合満足度ランキングでは、全国9地域のうち、関西と四国を除いた7地域でauが第1位となった。auは昨年は9地域中8地域でトップだったが、今年もほぼ同様に多くの地域で高い満足度評価を得ている。特に関東と東海では他社を大きく上回った。第2位となった地域でも、第1位のキャリアとの差はわずかだった。auは「通信品質・エリア」に対する評価が高く、全地域でトップだった。また「非音声機能・サービス」や「企業イメージ」でも高い評価を得ている。このことは、いち早く第三世代サービスを浸透させてサービス面で優位に立ったauが、ブランドという観点でも市場で確かな地位を築きつつあることを示している。

NTT DoCoMoは、今年は関西と四国の2地域で第1位で、残る7地域のうち6地域では第2位だった。トップに立った2地域では共に「電話機」、「非音声機能・サービス」、「企業イメージ」に関する評価が高く、加えて関西では「顧客対応力」の評価も高い。また「各種費用」では、同社の第二世代携帯電話サービスであるmovaの顧客の満足度に向上が見られ、この1年間の料金面に関する各種施策が一定の効果をもたらしていることが明らかになった。

Vodafoneは九州と関東で第2位だった（関東はNTT DoCoMoと同点）。Vodafoneは昨年も9地域中2地域で2位だったが、今年も同様の評価だった。全般に中庸な満足度評価にとどまるものの、「各種費用」については北海道、東北、九州の3地域でトップとなり、「各種費用」で比較的強みを持っていることがわかった。

関東、東海、関西でサービスを提供するTU-KAは、「各種費用」の満足度が関西で4社中1位、関東と東海で4社中2位と高く、他のファクターに比べてTU-KAの強みとなっている。通話専用携帯の“ツーカーS”を利用しているシニア層に代表されるように、基本的な機能を安く使いたい人達から一定の評価を得ているようである。

#### 番号ポータビリティ導入を控え、キャリアはさらに顧客満足度を高めることが必須

今回の調査では、キャリアを変更しても同じ電話番号が継続利用できる「番号ポータビリティ」に関する質問を

設けた。その結果、現在のキャリアに対する満足度によって、消費者が番号ポータビリティを利用するかどうかの意識に大きな差があることがわかった。調査結果によると、番号ポータビリティを利用してキャリアを乗り換えたいと考えている人は、現在のキャリアに満足している人ほど少なく、不満な人ほど多くなっている。新規参入予定の事業者の動向なども含めて携帯電話業界は今後さらに競争が激しくなることが予想され、既存キャリアにとっては顧客満足度をいかに高めていくかが今後ますます重要となるだろう。

また、顧客満足度を高めるためには、「電話機」、「インターネット経由のコンテンツ強化」、「料金面プラス・アルファの顧客優遇」における更なる取り組みがカギとなることがわかった。総合的な顧客満足度に最も影響が高い電話機では、デザイン重視で商品を選ぶ傾向が強まる一方、生活防水やテレビ受信といった機能への関心も高い。こうした機能を搭載しつつ、デザイン面でも優れている電話機の開発が必要だろう。

インターネットサービスについては、利用頻度が高まり、アプリケーションをダウンロードして利用する人の割合が多くなっている。第三代サービスの浸透とパケット定額制を背景に、リッチコンテンツを利用できる環境が整いつつあるなか、インターネット経由のコンテンツ強化は必須である。

料金面では「家族割引」をキャリア選定の理由とする割合が前年よりも多くなっている。家族割引の利点は基本使用料が安くなることだが、さらに費用管理や支払いが簡単になる、家族内のコミュニケーションが活性化されるなどの副次的な利点も発生する。顧客離れを少なくできる“プラス・アルファの利点”の訴求が可能な料金施策を強化することは、顧客維持の観点において今後極めて重要となるだろう

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワー・アンド・アソシエイツ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。ISO9001 およびプライバシーマーク取得。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト [www.jdpower.co.jp](http://www.jdpower.co.jp) まで。

<J.D. パワー・アンド・アソシエイツについて>

ザ・マグロウヒル・カンパニーズの一部門である J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、マーケティング・リサーチ、生産・販売予測、コンサルティング、教育・トレーニングおよび顧客満足度調査を実施している国際的な情報サービス企業である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行なっている。ISO9001 取得。

<ザ・マグロウヒル・カンパニーズについて>

1888 年に設立されたザ・マグロウヒル・カンパニーズは、スタンダード&プアーズ、マグロウヒル・エデュケーション、ビジネスウィークなどを通じて金融サービス、教育、ビジネスに関する情報を提供している国際的な情報サービス企業である。世界 40 カ国に 300 カ所以上の拠点を有し、2004 年の売上高は 53 億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト [www.mcgraw-hill.com](http://www.mcgraw-hill.com) まで。

<当調査に関するお問合わせ先>

(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・グループ 川野

住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル (〒105-0001)

電 話： 03-3459-1865

F A X： 03-3459-1810

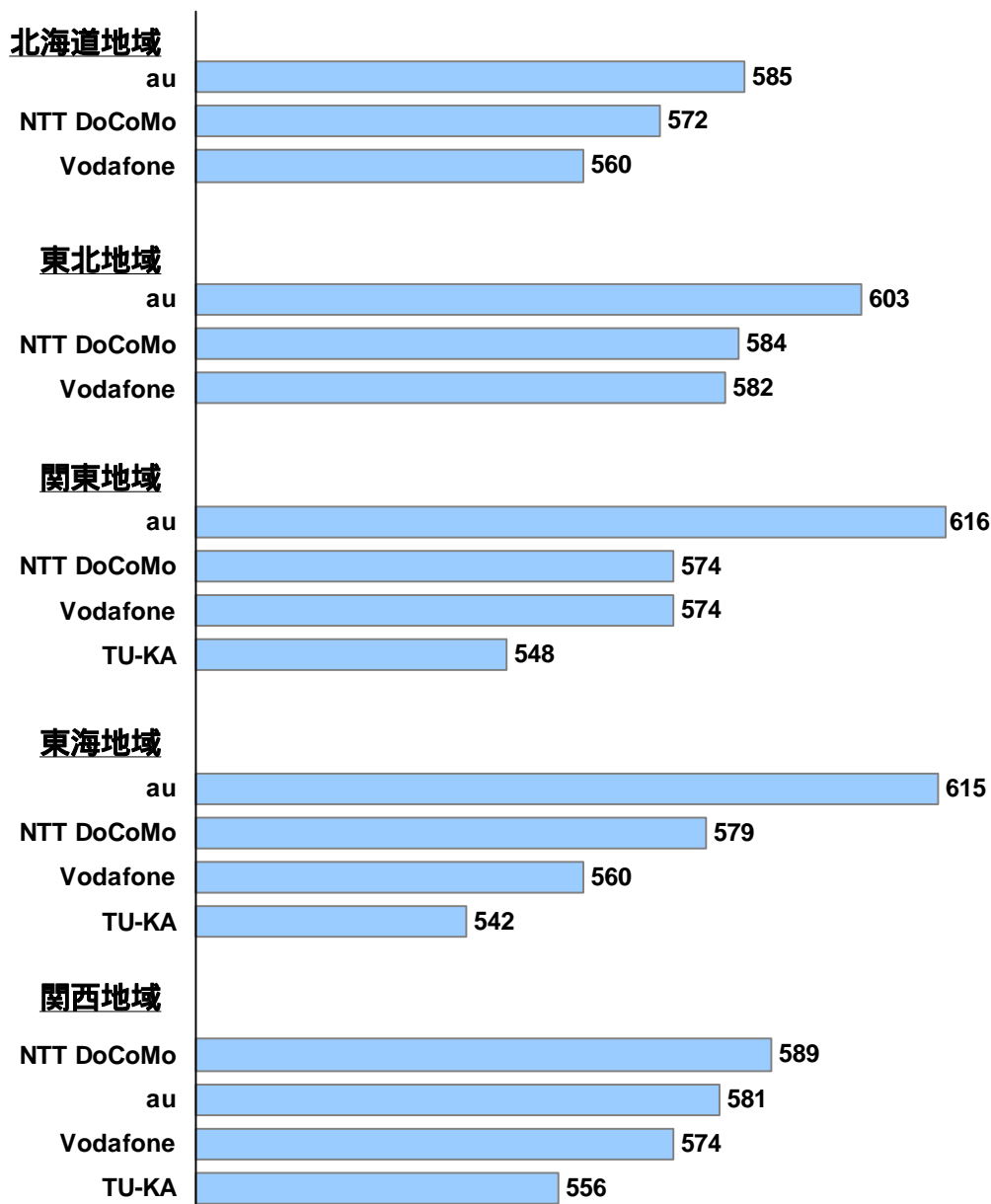
e-mail： [maki\\_kawano@jdpower.co.jp](mailto:maki_kawano@jdpower.co.jp)

<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 2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 地域別ランキング



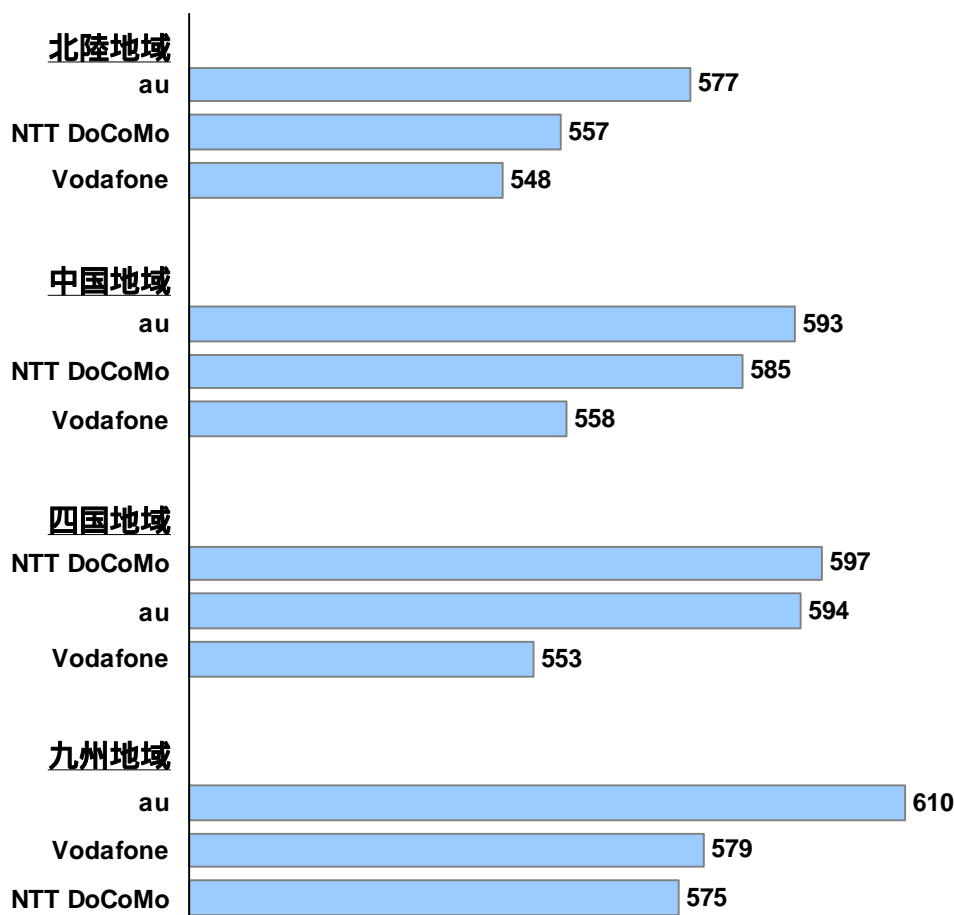
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<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 2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 地域別ランキング



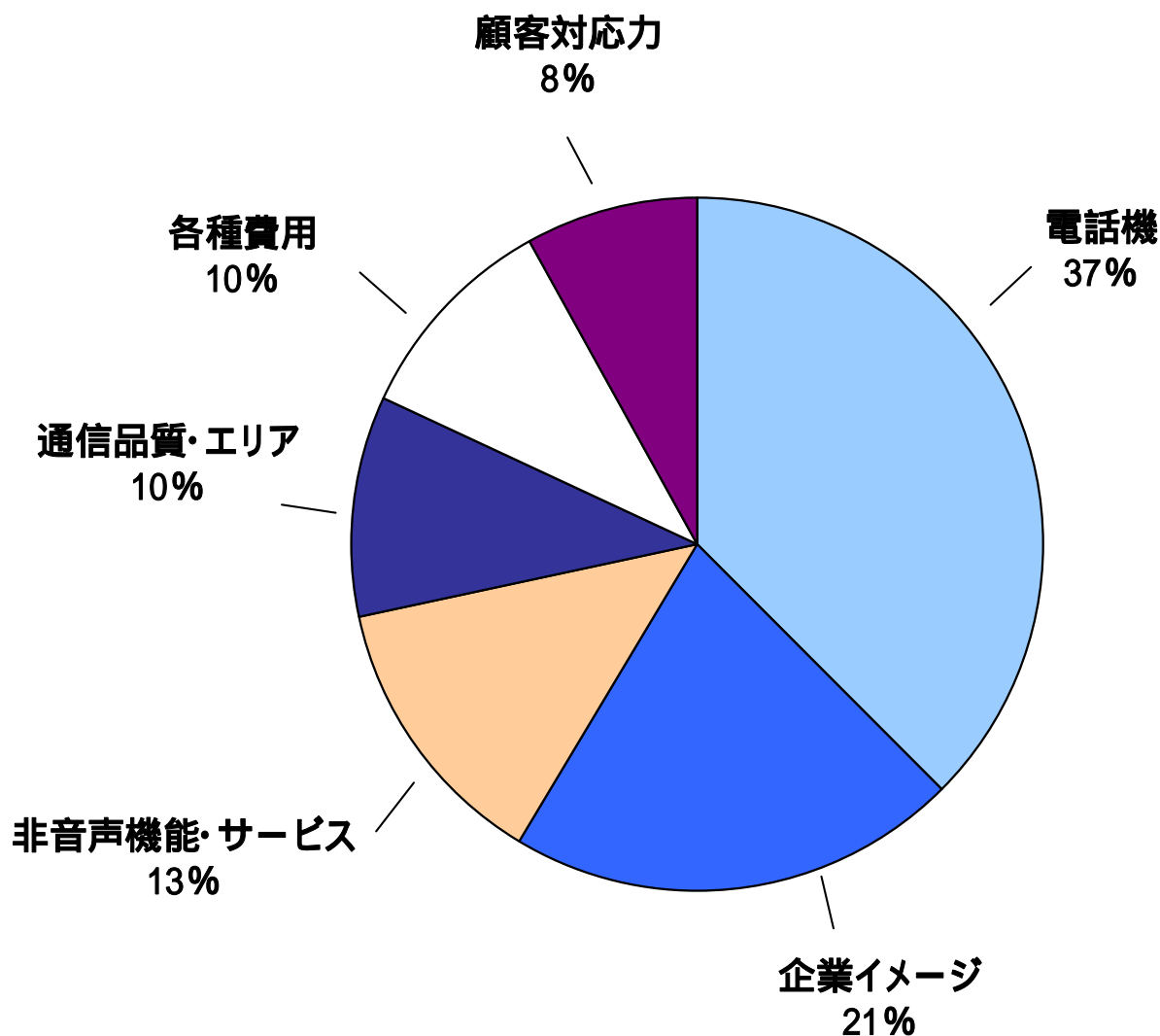
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<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 2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<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 2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<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 2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。