

## Press Release

報道用資料

2006年11月9日

**全国9地域すべてで au が顧客満足度第1位****2006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、2006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携帯電話サービスの満足度を調べるもので、年1回実施している。8回目となる今年も昨年と同様、沖縄県を除く全国を9地域\*に分けて2006年8月に実施、総計7,500人から回答を得た。

\*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」（34%）、「企業イメージ」（20%）、「通信品質・エリア」（14%）、「非音声機能・サービス」（13%）、「各種費用」（11%）、「顧客対応力」（9%）である（カッコ内は影響度）。総合満足度スコアは1,000ポイント満点で算出している。

なお、当調査の回答者のうち電話機購入後1年以内のユーザーに絞り、携帯電話機メーカーに対する満足度についても分析し、2006年日本携帯電話端末顧客満足度調査として本日別途発表する。

**顧客満足で先行する au に、ドコモ急追の兆し**

地域別の総合満足度ランキングでは、9地域すべてにおいて au が第1位となった。2004年以降 au は常に過半数の地域で首位に立っていたが、9地域すべてで他社を上回ったのは今回が初めてである。ファクター別の評価についても大半のファクターで、地域を問わず他社を上回る傾向が続いている。特に昨年同様「通信品質・エリア」に対する評価が高く、強みとなっている。同社はいち早く3Gインフラを整備したが、それが依然として顧客満足に有利に働いている。また音楽関連機能やワンセグなど消費者の興味や関心が高いサービスに注力し、機能やサービス普及率で他社を先行したことが「非音声機能・サービス」での高い評価に結びついている。

NTT DoCoMo は9地域すべてで第2位となった。ファクター別評価もほぼ同様の傾向だが、特に「顧客対応力」では au に次いで高い評価を得ている。また、これまで比較的低かった「各種費用」に対する満足度では、他社との差を着実に縮めている。特に1年以内の加入者からは、au と Vodafone(現ソフトバンクモバイル)に遜色ない評価を得た。実際、月額利用料金が昨年調査に比べ平均500円ほど低下しており（対象者回答に基づく）、同社の施策の成果が現れている。FOMA 利用者の通信品質に関する不具合経験も大幅に減少しており、ここ数年顧客満足で優位を保つ au を追撃する体制が整ったといえる。

Vodafone（現ソフトバンクモバイル）は全地域で第3位だった。「各種費用」については、TU-KA と au に次いで満足度が高かったが、「通信品質・エリア」と「企業イメージ」では上位2社との差が開く傾向が見られる。当調査はブランド変更直前の8月に実施したため最近の顧客の認識とは異なる可能性もあるが、3Gインフラの整備の遅れや買収に伴う各種の状況が調査の時点では顧客満足にマイナスの影響を及ぼしていたといえる。

## 番号ポータビリティ制度に消費者は冷静な態度

当調査では番号ポータビリティ制度（MNP）導入直前時点（8月）のMNPに対する消費者の関心・態度を測定している。その結果、昨年の調査に比べて制度の認知度は高まっていたが、MNPを利用した通信事業者変更の意向は弱まっていることがわかった。調査結果から、2006年12月末までにMNPによって通信事業者を変更したいと考えている人の割合は、最大でも携帯電話利用者の2%未満と推測できる。通信事業者変更にかかる費用、各種割引制度による囲い込み、メールアドレスの変更といった要因が、制度実施以前に報道された多くの予想に反し、消費者の心理に大きなブレーキをかけている。日本におけるMNPの利用は先行する欧米ほどには一般化しないものと推察される。

本質的な顧客獲得競争においては、むしろ通信事業者が消費者に対して自社に移りたくするような「魅力」を提示することが先決である。今回の調査では、パケット定額制の利用率が倍増していること、ならびにワンセグや音楽携帯など最新の端末を利用している人の顧客満足度が高いことが明らかになった。パケット定額制の利用率倍増は、通信事業者が今後コンテンツサービスを拡大させる必要があることを示している。またワンセグや音楽携帯などはメールやカメラに次いで今後普及が急速に進み利用者獲得のカギとなる可能性が高い。通信事業者にとって最も重要な課題は、料金競争のみならず、このような市場の動向や消費者の期待を把握し他社に先んじた優れたサービスを提供することである。

<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、J.D. パワー・アンド・アソシエイツ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38カ国に290カ所以上の拠点を有し、2005年の売上高は60億ドルにのぼる。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、杉崎

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

電 話： 03-4550-8090

F A X： 03-4550-8151

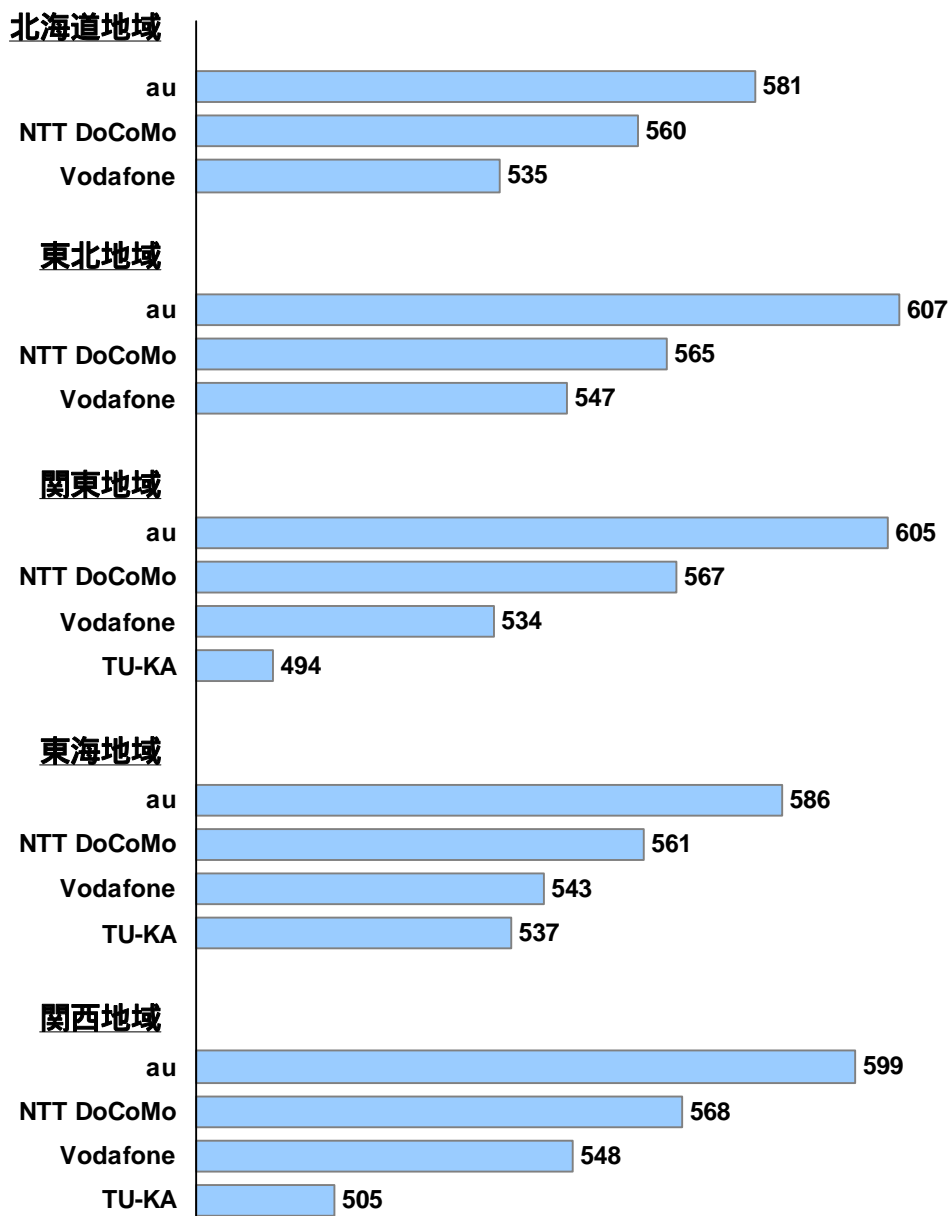
e-mail： [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

<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 2006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 (1,000ポイント満点)



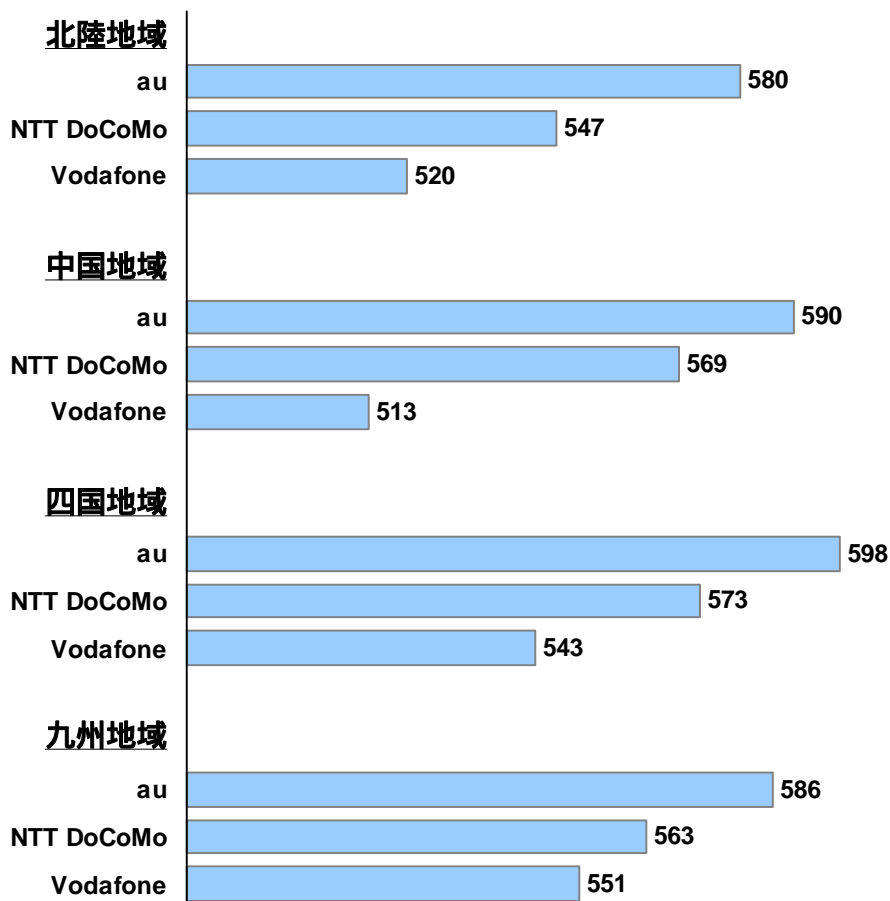
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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およ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 2006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 2006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 (1,000ポイント満点)



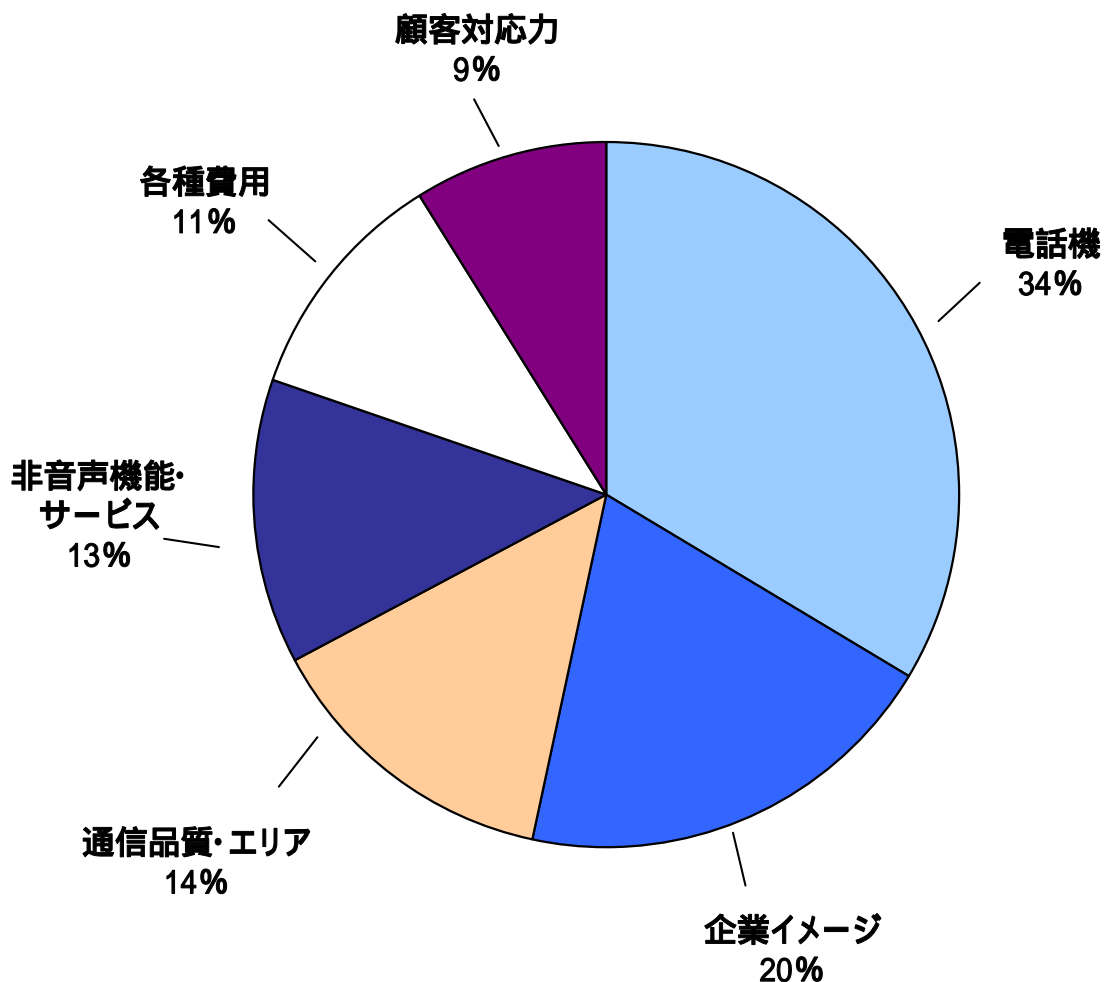
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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およ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 2006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 2006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 2006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およ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 2006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。