

Press Release

報道用資料

2009年9月25日

法人向け携帯電話・PHS サービス顧客満足度 第1位はNTTドコモ

2009年 日本法人向け携帯電話・PHS 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：アルバート ラバーズ、略称：J.D. パワー）は、2009年日本法人向け携帯電話・PHS サービス顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、全国の従業員規模 100 名以上企業の各種電話サービスの管理・意思決定関与者を対象に、主に利用している法人契約の携帯電話・PHS の利用実態や顧客満足度を調べるものである。本年が第 1 回目となる調査は、今年 6 月に郵送調査を行い、2,632 社から 3,309 件の回答を得た結果によるものである（1 社につき最大 2 携帯電話・PHS 事業者の評価を取得）。※データ通信カードは調査対象外

顧客満足度の測定にあたっては、4 ファクターを設定し評価を得ている。それらの総合満足度に対する影響度が高い順にみると、「コスト」（41%）、「営業窓口の対応」（24%）、「サービス品質」（23%）、「サービス内容」（13%）となっている。各ファクターにおける複数の詳細項目に対する顧客の評価を基に、総合的な満足度スコア（1,000 点満点）を算出している。

◆NTTドコモは「営業窓口の対応」、「サービス品質」、「サービス内容」で高い評価◆

法人向け携帯電話・PHS サービスの総合満足度ランキングでは、NTT ドコモが 610 ポイントで第 1 位となった。NTT ドコモは、「営業窓口の対応」「サービス品質」「サービス内容」で他社を上回る評価を得た。

第 2 位は au（589 ポイント）で、「営業窓口の対応」「サービス品質」「サービス内容」で 2 番目に高い評価を得ている。

第 3 位はソフトバンクモバイル（559 ポイント）で、「コスト」ファクターでもっとも高い評価を得ている。

◆顧客満足獲得に向けた2つの方向性 – 「コスト」強化 or 「営業／サービス品質」強化◆

評価対象事業者（NTT ドコモ/au/ソフトバンクモバイル/ウィルコム）の総合満足度と各ファクターについてみると、「コスト」に対する満足度は 4 社間で大きな差はない。それよりも、担当者の知識、応対・態度、コンタクト頻度、障害・トラブル時のサポート/フォロー、などといった「営業窓口の対応」や、サービス提供エリアの広さ、電話機本体の故障の少なさ、などといった「サービス品質」で評価差が大きい。総合満足度の高い事業者ほど、この 2 ファクターの満足度が高いことから、「営業窓口の対応」「サービス品質」の評価差が総合満足度の高低に影響を及ぼしている様子がうかがえる。

さらに、顧客満足度と今後の契約継続意向の関係をみると、顧客を維持するためには顧客満足度を高めることが重要といえる。たとえば顧客満足度がもっとも高い NTT ドコモでは、「内容規模を拡大したい」+「現状どおり利用したい」の割合が 87% となっており、顧客満足度の低い事業者にくらべ、その割合は 10 ポイント弱高い。全体

でも、顧客満足度が高い企業ほど、契約継続意向が高い傾向にある。つまり、顧客を維持するために顧客満足度は重要な指標なのである。

当調査において、携帯電話・PHS 事業者の選定理由をたずねたところ、「国内でのサービス対応エリアの広さ」(29%)、「障害・トラブルが少なく、信頼性・安定性が高い」(22%)といった「サービス品質」に関わる事柄や、「全体的な通信コストが抑えられる」(27%)、「携帯電話・PHS 間での社員間通話を抑えられる」(24%)といった「コスト」に関わる事柄を重視して選定していることがわかった。つまり、事業者選定時のフックとなっているのは「サービス品質」と「コスト」といえる。しかしながら満足度の観点からいうと、前述のとおり、事業者間で「コスト」に対する評価に大きな違いはみられない。

以上のことから、法人向け携帯電話・PHS サービスにおいて、高い顧客満足を獲得するには2つの方向性があると考えられる。ひとつは、総合満足度に対する影響度がもっとも大きく、かつ、現状4社間で大差のない「コスト」を強化し、他社を凌駕するほどに顧客期待を充足することで高い満足を得ること。もうひとつは、現状4社間での評価差が大きく、かつ、総合満足度への影響度でそれぞれ2割強を占める「営業窓口の対応」、「サービス品質」を強化し、頭ひとつ、ふたつと他社より抜きん出ることである。いずれの方向性をとるにせよ、評価するのは『顧客』である。それゆえ、顧客視点での取り組み姿勢を忘れてはならない。

※J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

<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。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 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事業者である。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。

<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 (NYSE: MHP) 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事業者である。世界 40 カ国に 280 カ所以上の拠点を有し、2008 年の売上高は 64 億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト www.mcgraw-hill.com まで。

<当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
クライアント・サービス グループ

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

電 話： 03-4550-8060

F A X： 03-4550-8152

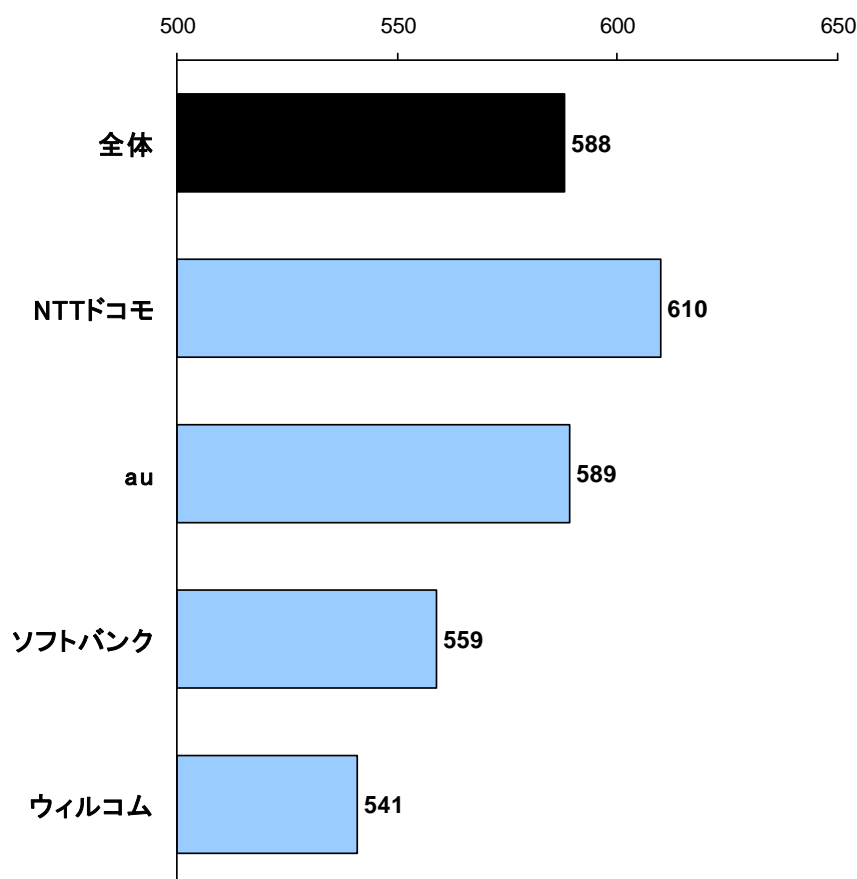
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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 2009年法人向け携帯電話・PHSサービス調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注1) データ通信カードは調査対象外

注2) イー・モバイルは少数サンプルのためランキングには含まれていません

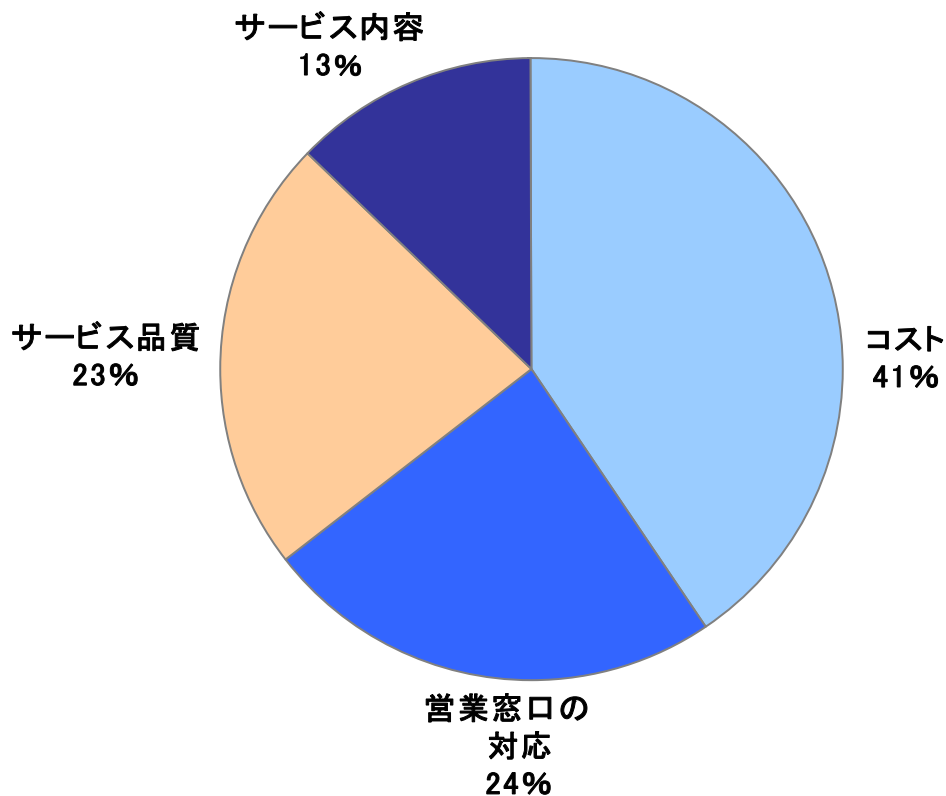
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年 日本法人向け携帯電話・PHSサービス調査SM

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 2009年 日本法人向け携帯電話・PHSサービス調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年法人向け携帯電話・PHSサービス調査SM

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 2009年 日本法人向け携帯電話・PHSサービス調査SM

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 2009年 日本法人向け携帯電話・PHSサービス調査SM)を明記してください。