

Press Release

報道用資料

2009年11月11日

個人向け携帯電話サービスの満足度 第1位は au

2009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：アルバート ラパーズ、略称：J.D. パワー）は、2009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10地域（北海道/東北/北陸/関東/東海/関西/中国/四国/九州/沖縄）において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および利用実態を調べるものである。11回目となる本年は2009年7月末から8月末に訪問留置調査を実施し、総計7,500人から回答を得た。

顧客満足度の測定にあたっては、5ファクターを設定し評価を得ている。それら総合満足度に対する影響度が高い順に「顧客対応力」（36%）、「電話機」（21%）、「各種費用」（17%）、「通信品質・エリア」（16%）、「非音声機能・サービス」（9%）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満足度スコアを算出している（1,000ポイント満点）。

◆ au は「電話機」、「通信品質・エリア」、「各種費用」で高い評価 ◆

個人向け携帯電話サービスの総合満足度ランキングでは、au が576ポイントで全国第1位となり、満足度を構成する5ファクターのうち、「電話機」、「通信品質・エリア」「各種費用」で他社を上回る評価を得た。

全国第2位はNTTドコモ（572ポイント）で、「非音声機能・サービス」「顧客対応力」でもっとも高い評価を得ており、いずれも昨年からの満足度が上昇している。さらに、「通信品質・エリア」に対する満足度も3年連続で上昇しており、「通信品質・エリア」における評価はauと僅差となっている。

全国第3位はソフトバンク（538ポイント）で、NTTドコモと同様「非音声機能・サービス」の満足度が高まっている。

◆ 購入後の制度・サービスが顧客満足度・関係性強化の鍵 ◆

現在、景気低迷や新販売方式導入による電話機価格高騰の影響を受け、1年以内電話機購入者の割合は3年連続で減少しており（2007年：48%→2008年：39%→2009年：26%）、電話機の買い替えサイクルが長期化している様子が見え始める。

従来、携帯電話キャリア各社は、新機能・サービスを体感できる新しい電話機を投入することで、顧客に新機能・サービスのよさを体感してもらおう、というグッドサイクルを描いてきたが、電話機の保有期間が長期化したことで、そのサイクルを描きにくくなっている。

携帯電話を取り巻く市場環境が変化しつつある現在、キャリア各社はいかに今までとは異なる方法で顧客と良好な関係を築いていくかが重要となる。

当調査において、「各種サービスが受けられる優待会員制度」、「故障、破損・盗難などに対する保証サービス」、「パソコンや携帯電話からの申込/変更などの各種手続き」、「請求書に同封するチラシやメールでの利用者向けの情報」といった、キャリア提供の各種サービスを利用している人と、利用していない人の満足度、および、ロイヤリティを比較すると、このようなサービスを利用している人ほど満足度が高く、利用キャリアに対するロイヤリティも高い、ということがわかった。つまり、このようなサービスを提供していくことは、顧客満足度を高め、顧客との関係性を強化していく上で有効なのである。

依然、電話機価格が高止まりしている現在、顧客に満足してもらうためには、各キャリアともこのようなサービスを強化していくことが重要といえよう。ただしそのとき、「顧客視点」でのサービス提供を行うということ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。

<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企業である。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

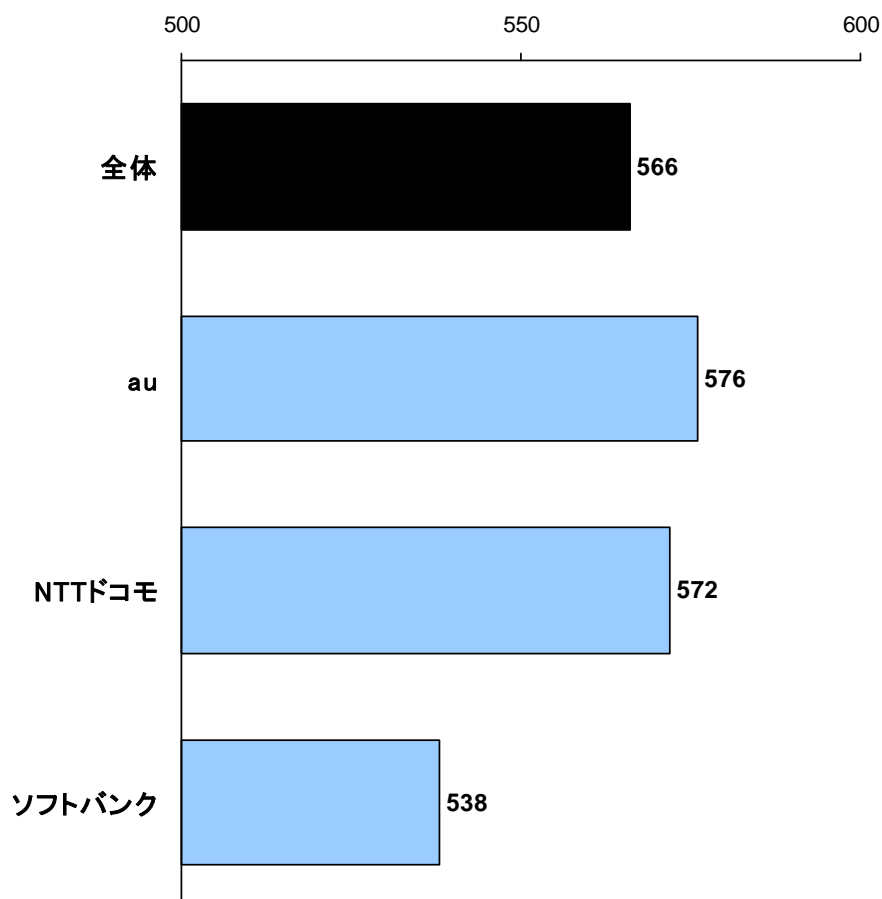
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



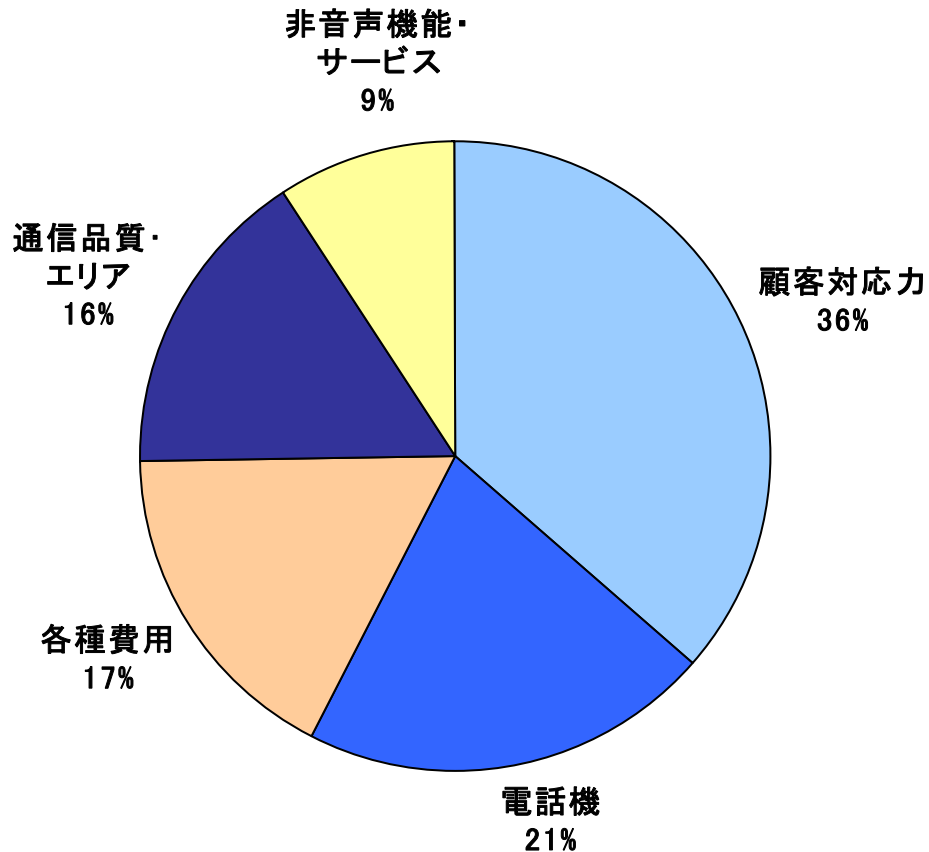
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM

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年日本携帯電話サービス顧客満足度調査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年日本携帯電話サービス顧客満足度調査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年日本携帯電話サービス顧客満足度調査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年日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM) を明記してください。