

# Press Release

報道用資料

2010年11月18日

## 個人向け携帯電話サービスの満足度 第1位はNTTドコモ

### 2010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、2010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明らかにするものである。12回目となる本年は2010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。それらは総合満足度に対する影響度が高い順に「顧客対応力」（34%）、「電話機」（20%）、「各種費用」（19%）、「通信品質・エリア」（18%）、「非音声機能・サービス」（10%）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）。

#### ◆ すべてのファクターでNTTドコモの満足度は向上◆

個人向け携帯電話サービスの総合満足度は、昨年より14ポイント顧客満足度を向上させたNTTドコモ（586ポイント）が第1位となった。満足度を構成する5つのファクターのうち、「顧客対応力」、「電話機」、「通信品質・エリア」「非音声機能・サービス」で他社を上回る評価を得ている。中でも「通信品質・エリア」は、前年からの評価が著しく上昇し、さらに、他社との評価差がもっとも大きいファクターとなっている。

第2位はau（575ポイント）で、「各種費用」の満足度は3社中もっとも高い。前年と比較すると「各種費用」、「顧客対応力」の満足度が上昇した。

第3位はソフトバンク（540ポイント）で、「各種費用」は3社中2番目に高い満足度水準である。前年と比べ、「電話機」、「非音声機能・サービス」、「顧客対応力」の満足度が上昇している。

#### ◆ 業界長期トレンドでは「通話品質・エリア」、「非音声機能・サービス」での向上が顕著◆

本調査結果では、今後1年以内にキャリアを変更したいというスイッチ意向の割合は、顧客満足度の高い携帯電話会社（キャリア）ほど低い結果となっており、顧客満足度を高めることは、ロイヤルティを向上させる上で有効である。

2004年から2010年までの携帯電話サービス市場全体の総合的な満足度の推移は11ポイントの上昇にとどまって

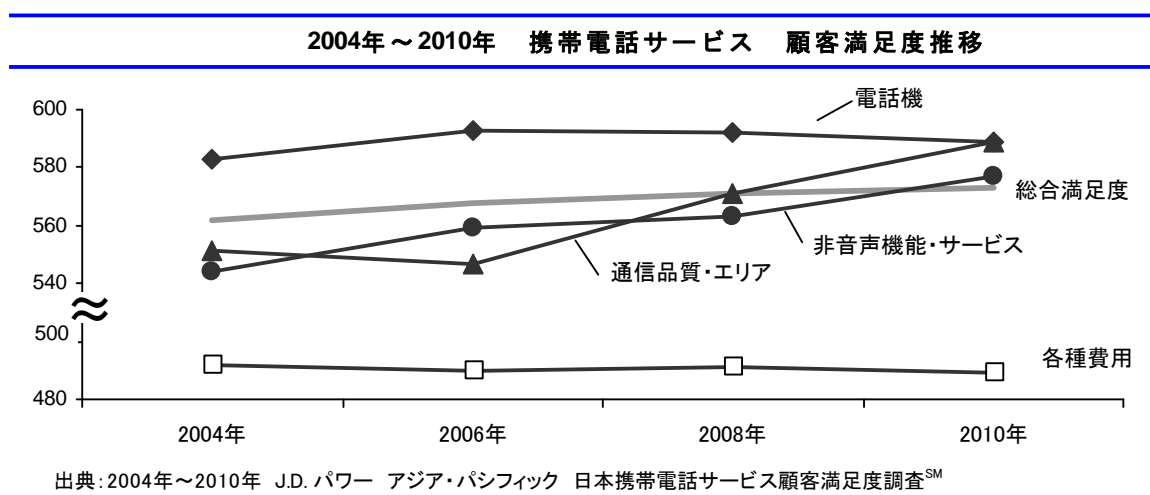
いる。携帯電話サービスの満足度を構成するファクターにおけるトレンドは、「通信品質・エリア」「非音声サービス・機能」の満足度は著しく向上したが、それに比べ「各種費用」、「電話機」の満足度には、ほとんど変化が見られない。

「各種費用」については、割引プランの導入など、各社さまざまな改善努力を行っているにも関わらず、請求内容が複雑化したことや、2007年秋以降の新販売方式の導入により電話機価格が高騰したことから、顧客満足の視点から見ると現状維持に留まっている。

「電話機」についていえば、新たな機能が次々追加され電話機としてのスペックは向上した一方で、顧客にとって使わない機能が増えたことや、電話機価格が高騰したことによる電話機保有期間が長期化したことが影響し、満足度の向上は小幅にとどまっている。

一方「通信品質・エリア」については、各キャリアともエリアを広げるという「面の拡大」に加え、つながりにくい場所という「点の改善」を継続的に行ったことが、大幅な満足度向上という結果につながった。「通信品質・エリア」は携帯電話サービスの根幹をなす基本機能であり、そこでの満足を得ないと、携帯電話サービス全体としての満足向上は得られにくい。

「非音声機能・サービス」は、メール、インターネット情報サービスや各種機能・サービスにおける各キャリアの取り組みが評価され、「通信品質・エリア」同様に満足度が改善している。



今後、スマートフォンの普及拡大や動画などデータ情報量の多いサービスの利用率拡大、LTE に代表される次世代ネットワークサービスの導入など、「通信品質・エリア」や「非音声機能・サービス」に対し、インパクトを与えうる動きが待ち構えている。携帯電話サービスにおいて顧客満足を維持・向上するには、引き続き「通信品質・エリア」への取り組みに注力することと共に、「非音声機能・サービス」の充実、および、ユーザビリティを向上させることがキャリア各社に求められる。

※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](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。

<ザ・マグローヒル・カンパニーズについて>

1888年に設立されたザ・マグローヒル・カンパニーズ (NYSE: MHP) は、スタンダード&プアーズ、マグローヒル・エデュケーション、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、2009年の売上高は59.5億ドルにのぼる。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

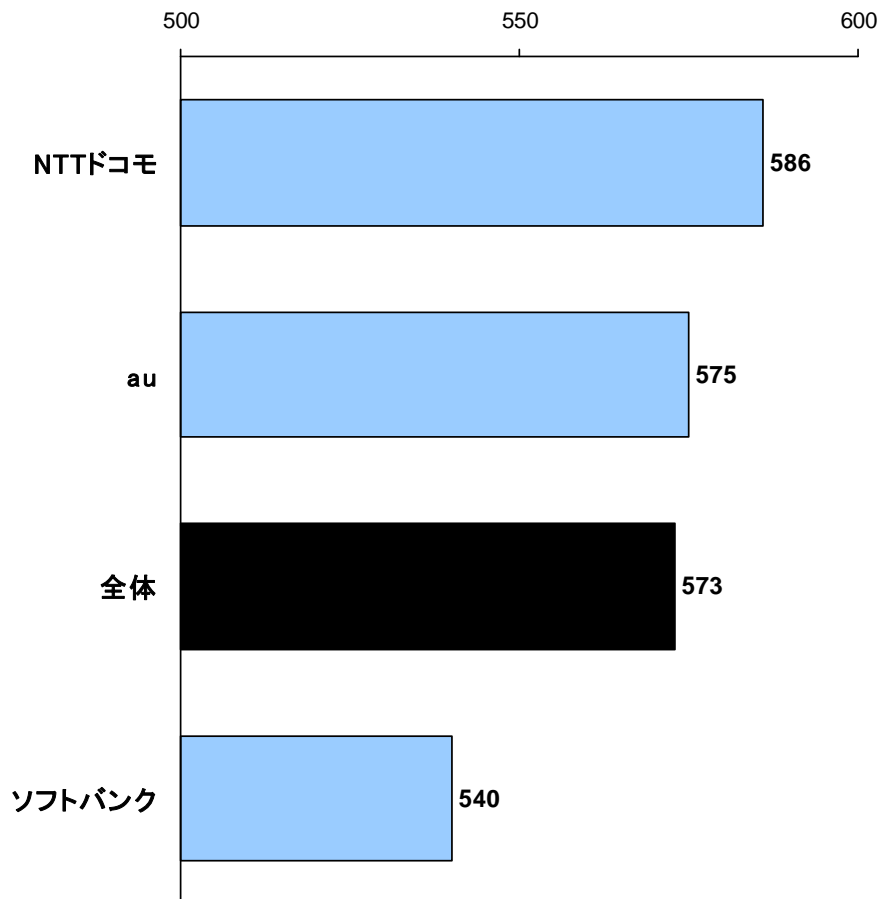
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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 2010年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



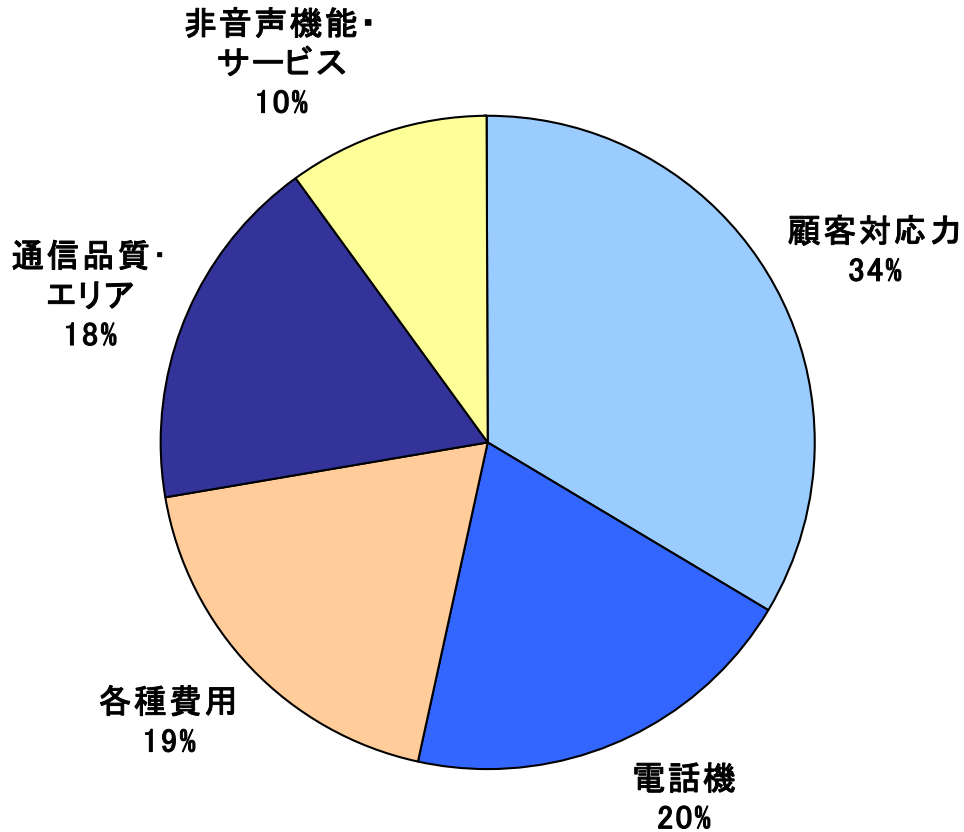
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2010年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2010年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記してください。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2010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 2010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 2010年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記してください。