

報道用資料

2015年9月30日

価格競争となっている今こそ顧客満足度を高めることが重要

2015年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<顧客満足度編>

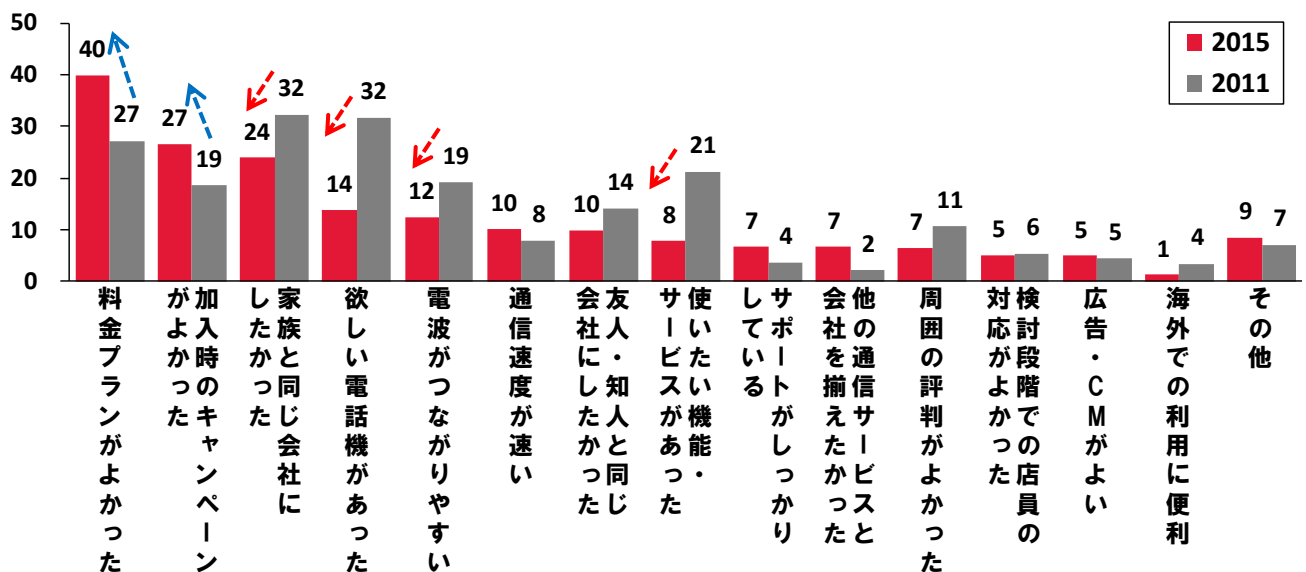
<当資料の要約>

- NTTドコモが2年連続で総合満足度 No.1。但し2位の au とは拮抗
- コストをフックに顧客獲得したとしても、実際に利用して満足して貰わないと顧客流出のリスクは高まる

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：鈴木郁、略称：J.D. パワー）は、2015年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<顧客満足度編>の結果を発表した。

この1年以内に NTT ドコモ、au、SoftBank の大手3社の携帯電話サービスに新規加入した人が、その事業者を選んだ理由をみると、今年一番多かったのは「料金プランがよかった」、次いで「加入時のキャンペーンがよかった」、「家族と同じ会社にしたかった」となっている。続いて2011年から2015年にかけて5ポイント以上の変化がみられた項目をみると、「料金プランがよかった」「加入時のキャンペーンがよかった」は増加している一方で、「家族と同じ会社にしたかった」「欲しい電話機があった」「電波がつながりやすい」「使いたい機能・サービスがあった」は減少している（下図）。

◆1年以内加入者の加入理由(複数回答/2015年と2011年の比較)(%)



このうち、「料金プランがよかった」「加入時のキャンペーンがよかった」といったコストメリットを理由に事業者を選ぶ人が増えている背景には、事業者間での電話機ラインナップや通信品質等で差別化がしにくくなっていく中、事業者が料金を中心に訴求し、顧客獲得を行ってきたことがあげられる。

しかしながら、顧客が料金やキャンペーンに惹かれ新規加入したとしても、実際に利用して満足していなければ継続的に利用しようという意向は低くなることは本調査で明らかとなっている。つまり、コストメリットをフックに顧客獲得したとしても、利用して満足して貰わなければスイッチされてしまう可能性は高まってしまう。それゆえ、料金が競争軸となった現在でも、顧客満足度を高めることは重要なのだ。

携帯電話サービスの顧客満足度はNTTドコモが2年連続で総合満足度トップ(561ポイント)となった。NTTドコモは、携帯電話サービスの満足度を捉える6ファクターのうち3ファクター(「通信品質・エリア」「電話機購入経験」「アフターサポート」)で最も高い評価となっている。顧客満足度第2位はau(560ポイント)であり、「電話機」「各種費用」「提供サービス」でトップ評価となっている。第3位はSoftBank(534ポイント)であった。

当調査は、全国10地域(北海道/東北/北陸/関東/東海/関西/中国/四国/九州/沖縄)における携帯電話の個人利用者(16~64歳)を対象に携帯電話サービスの満足度を明らかにするものである。17回目となる今回は2015年7月にインターネット調査を実施し、総計31,200人から回答を得た。

顧客満足度の測定にあたっては6ファクターを設定し、それぞれに関連する詳細項目に対する評価を基に総合満足度スコアの算出を行っている(1,000ポイント満点)。各ファクターの総合満足度への影響力は、「通信品質・エリア」(26%)、「提供サービス(*)」(22%)、「各種費用」(21%)、「電話機」(14%)、「アフターサポート」(12%)、「電話機購入経験」(6%)の順となっている。

* 提供サービス：電話機の機能の有無によらず利用できる、携帯電話会社が提供しているサービスのことを指します。(音声通話・メール・インターネット・カメラなどの機能はここに含みません)

* 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。自動車業界を始め通信、IT、金融、保険、トラベル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。尚、J.D. パワーではシンガポール、北京、上海、バンコクに拠点をもち、日本、オーストラリア、中国、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、台湾、タイ、ベトナムで調査を実施している。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 <http://japan.jdpower.com> まで。

<J.D. パワーについて>

マグロウヒル・フィナンシャルの一部門である J.D. パワー(本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ)は、パフォーマンス改善、ソーシャル・メディア、顧客満足に関するインサイトとソリューションを提供している国際的なマーケティング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。

<マグロウヒル・フィナンシャルについて>

マグロウヒル・フィナンシャル(NYSE:MHP)は国際的な金融並びに商品市場に対する信用格付、ベンチマーク、情報・分析サービスを提供する事業を行う金融情報サービス企業である。主なブランドはスタンダード&プアーズレーティングサービス、S&P Capital IQ、S&P ダウ・ジョーンズ・インデックス、プラッツ、J.D. パワーである。世界27カ国に約17,000人の従業員を有する。詳細はウェブサイト www.mhfi.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

コーポレート コミュニケーション

住 所： 東京都港区虎ノ門5-1-5 メトロシティ神谷町(〒105-0001)

電 話： 03-4550-8060

F A X： 03-4550-8152

e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

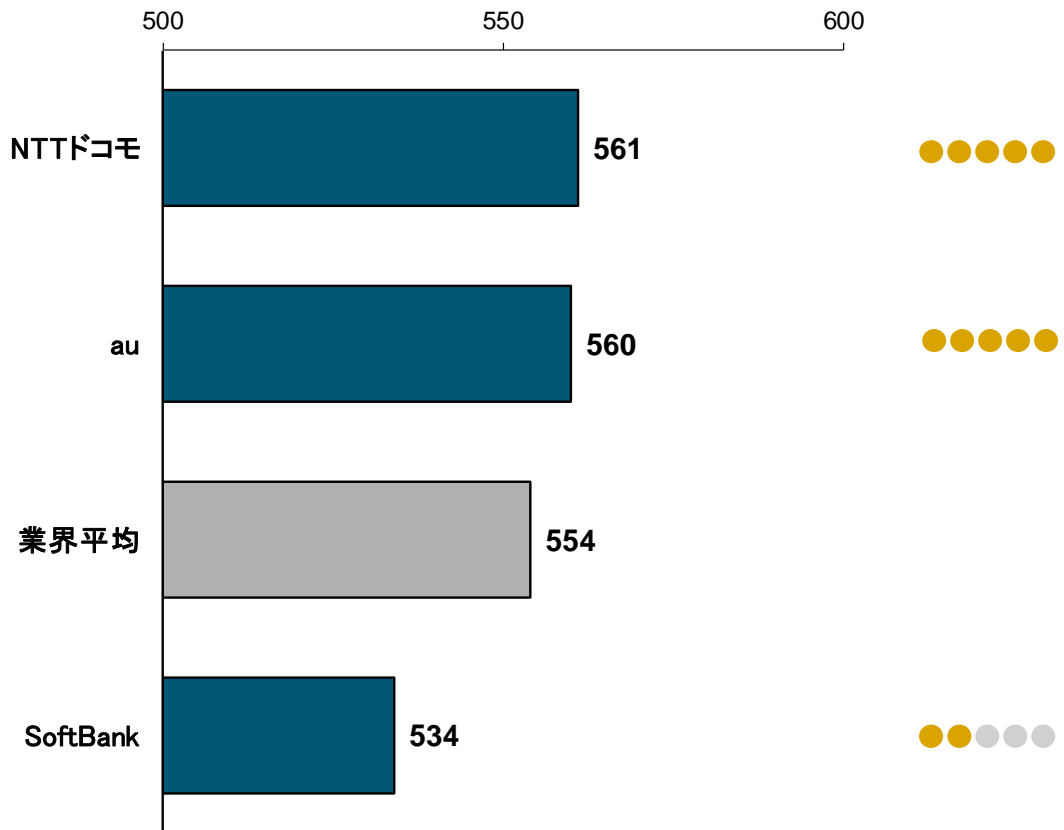
<ご注意>

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 2015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)

パワー・サークル・
レーティングTM



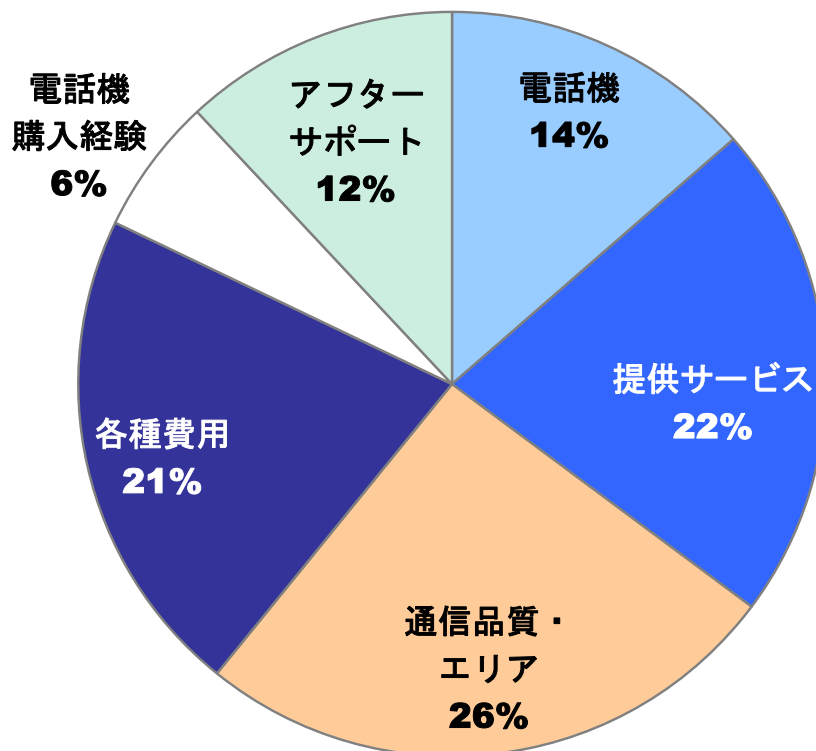
レーティングの説明
●●●●● ベスト
●●●●● ベター
●●●●● アベレージ
●●●●● それ以外

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015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 2015年日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2015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



※パーセンテージ表記の合計が四捨五入により100%にならない場合があります

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015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 2015年日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM) を明記して下さい。