

平成27年度

## 転送電話サービスにおける電話番号の在り方 に関する利用者アンケートの実施結果

- 本資料の内容は、H27年度に実施された「転送電話サービスにおける電話番号の在り方に関する調査研究」における利用者アンケートの実施結果からの抜粋である。
- 本アンケートは、転送電話サービスにおける電話番号の利用に対する意識調査を行うため、次の項目について実施された。
  - (1) 利用者アンケートユーザ選定
  - (2) 電話番号の識別性の認知度
  - (3) 電話番号の識別性の重要度
  - (4) 転送電話サービスの利便性意識【省略】
  - (5) 転送電話サービスの識別性に関する意識
  - (6) ガイダンスによる転送通知に関する意識
  - (7) 知人との通話と転送電話サービスの関係確認

平成30年4月13日

エヌ・ティ・ティ・アドバンステクノロジー株式会社

## 1. 利用者アンケート調査概要

### (1) 調査の目的

転送電話サービスにおける電話番号の在り方を検討するにあたり、一般ユーザの転送電話サービスにおける電話番号についての意識を把握するために、利用者アンケートを実施した。

### (2) 調査方法

Web アンケートを実施した。

### (3) 調査時期

調査は2015年11月13日（金）～19日（木）の期間で実施した。

### (4) 調査対象

全国の電話番号を使った音声通話を利用している個人・法人のユーザに対し実施し、1071名から、有効な回答を得た。

## 2. 利用者アンケート結果<sup>1</sup>

### (1) 利用者アンケートユーザ選定

アンケート調査の結果を有効なものとする観点から、ユーザ選定において以下を前提とした。

- ・30代未満、30歳以上～50歳未満、50歳以上の3つの年代の割合がほぼ同一（図1）。
- ・勤務先もしくは私用で転送電話もしくはアプリ電話を利用したことがあるという回答者が全体の25%を超える（図2、図3）。

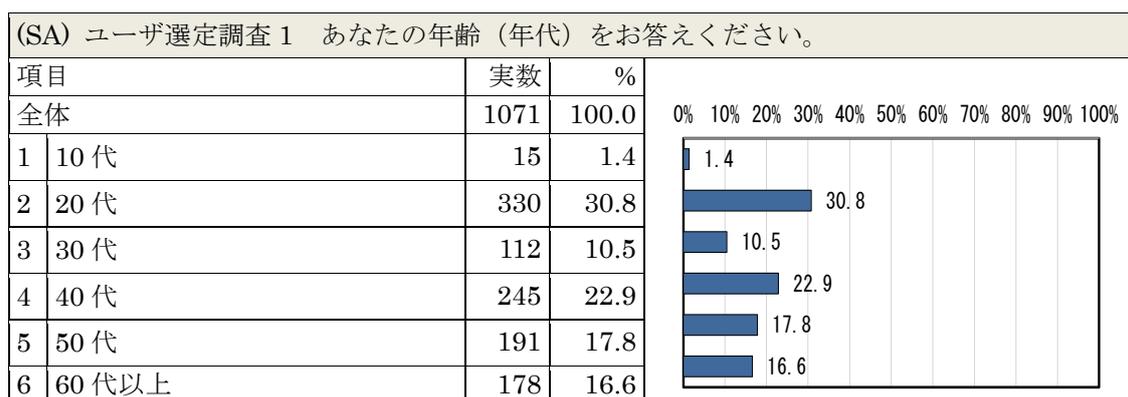


図1 ユーザ年齢（年代）

<sup>1</sup> アンケート設問中の SA (Single Answer) は「単一回答」、MA (Multi Answer) は「複数回答可」を意味する。

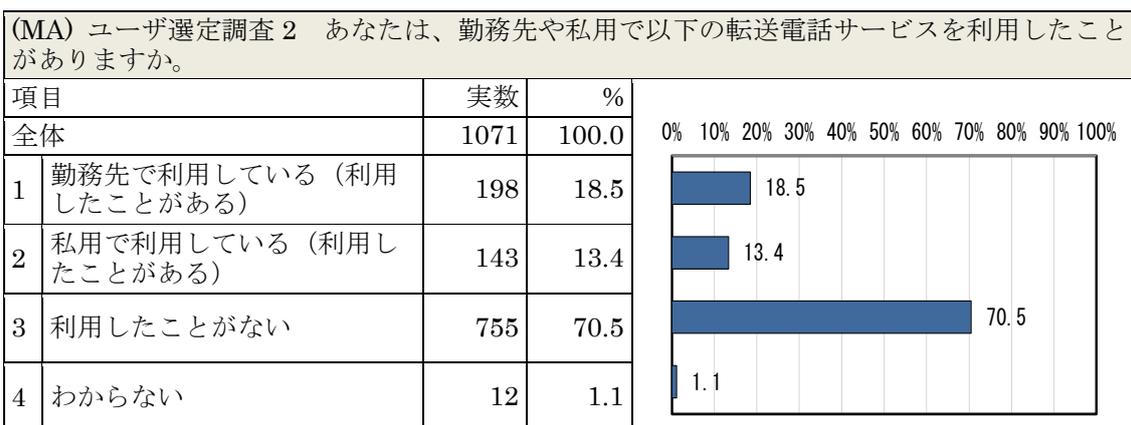


図 2 転送電話サービス経験の有無

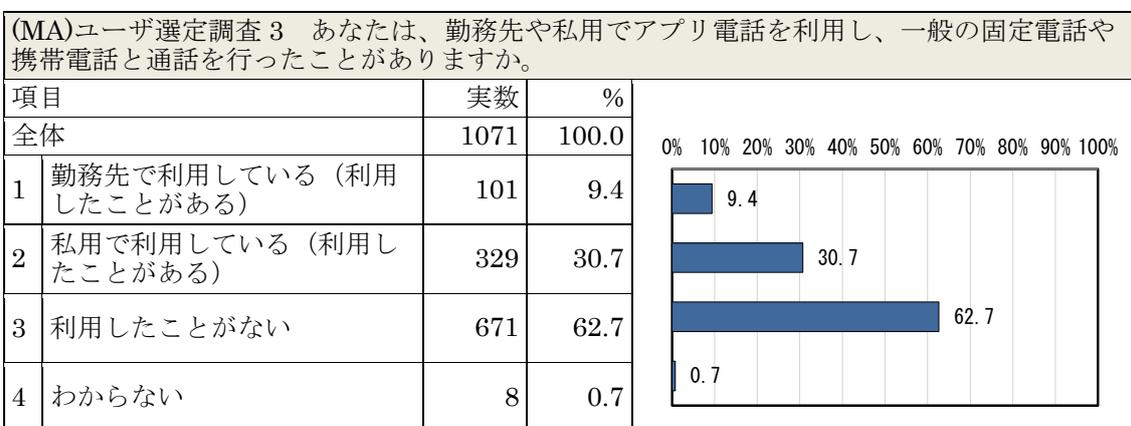


図 3 アプリ電話経験の有無

## (2) 電話番号の識別性の認知度

図4より、サービス識別ができると回答したユーザは83%に上り、サービス識別の認知度が高いことがわかる。

また、図5より、地理的識別の認知度は89%と高いことがわかる。

さらに品質については、図7より、品質基準があることを知っているユーザは40.2%、感覚的に品質の違いがわかるユーザは57.9%と、半数が品質の違いが感覚的にはわかると回答している。

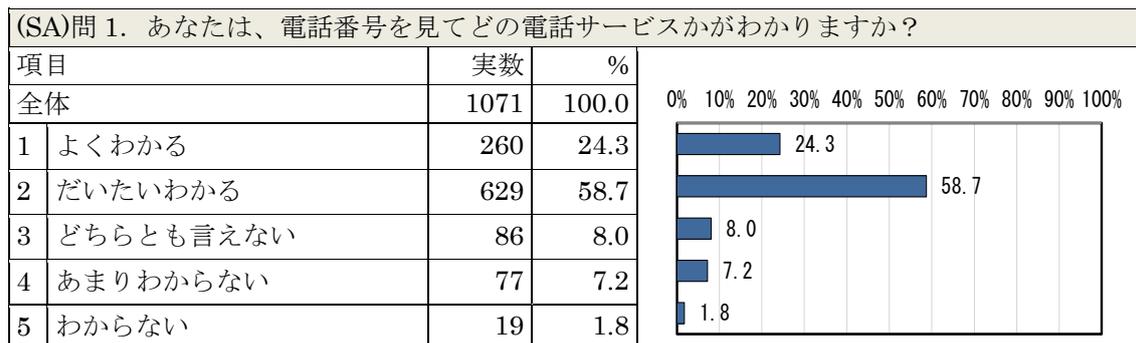


図 4 電話番号からサービスが識別できるか



図 5 電話番号から地域を把握できることを知っているか

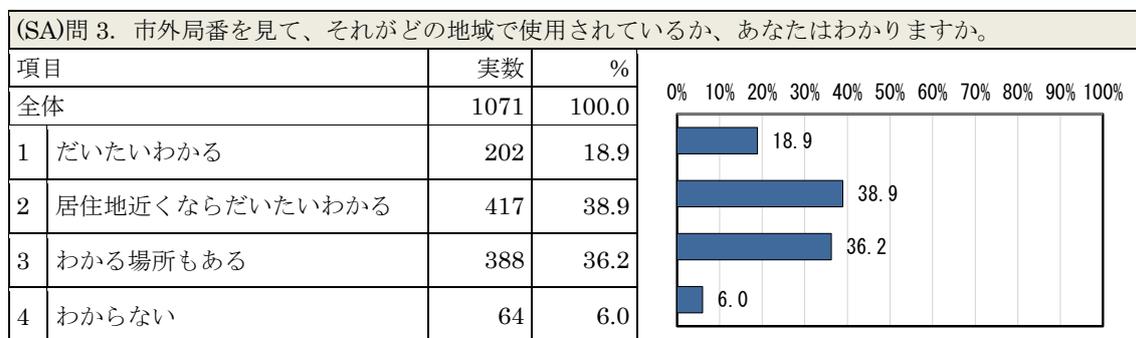


図 6 市外局番から地域を把握できるか

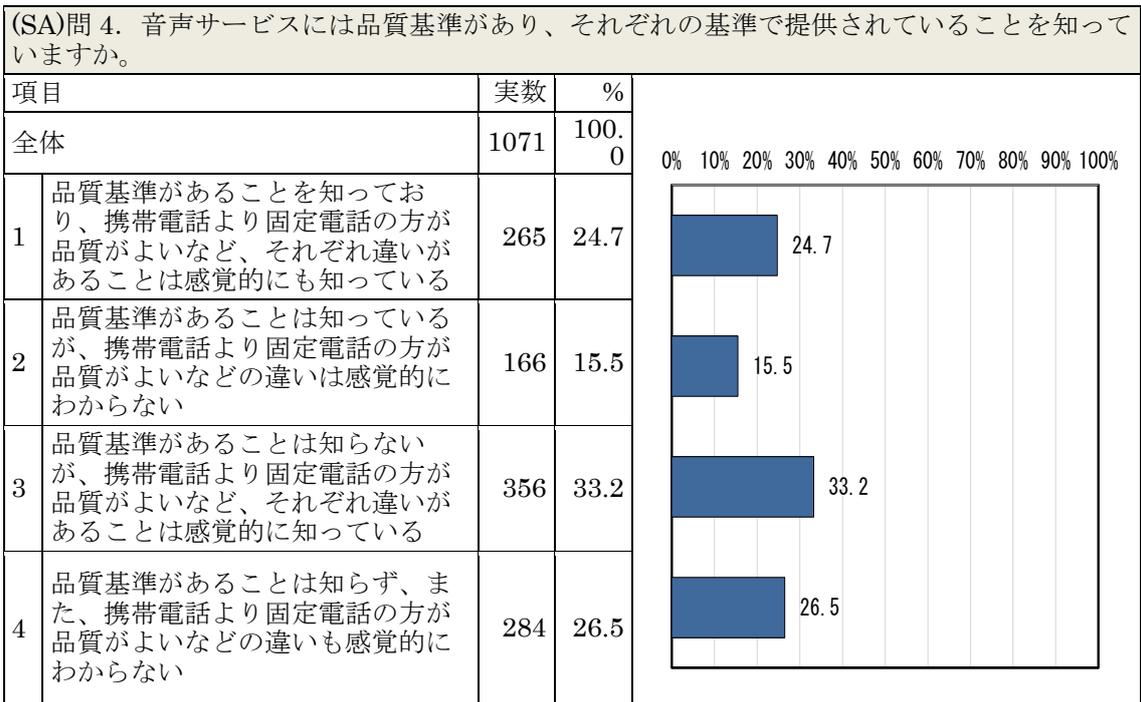


図 7 音声サービスには品質基準があることを知っているか

### (3) 電話番号の識別性の重要度

サービス識別を重要と考えるユーザは 67.2% (図 8)、地理的識別が重要と考えるユーザは 71.9% (図 9、図 10) であり、特に地理的識別を重要と考えるユーザが多いことがわかる。

また、図 11 より、品質識別が重要と考えるユーザは 35.9% であり、前述の地理的識別、サービス識別の重要度より低い回答となっている。

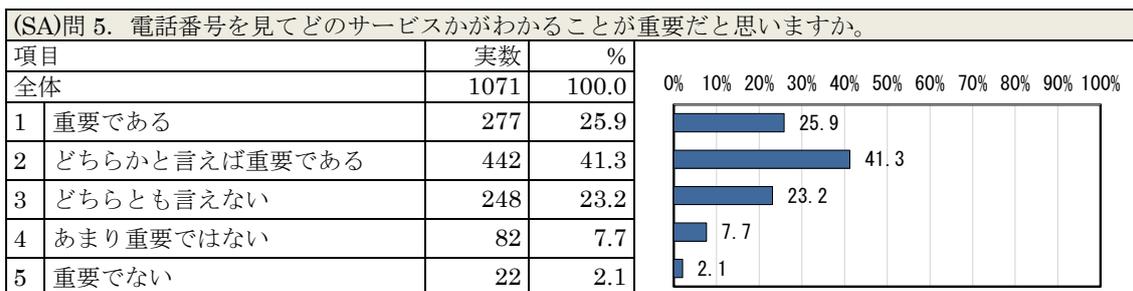


図 8 電話番号でサービスがわかることが重要か

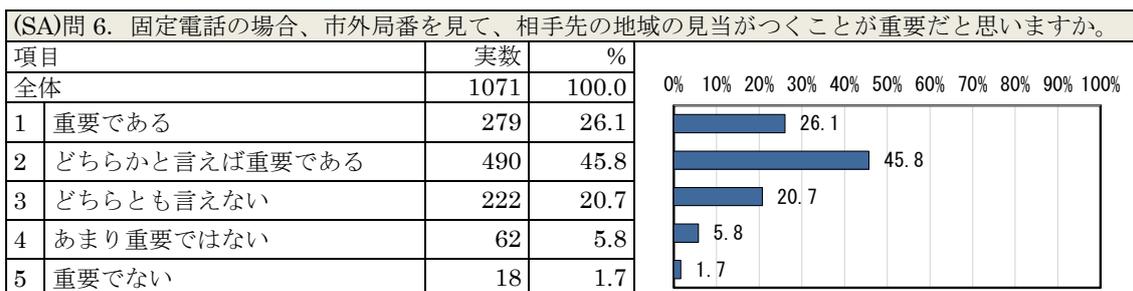


図 9 市外局番で相手の地域の見当がつくことが重要か

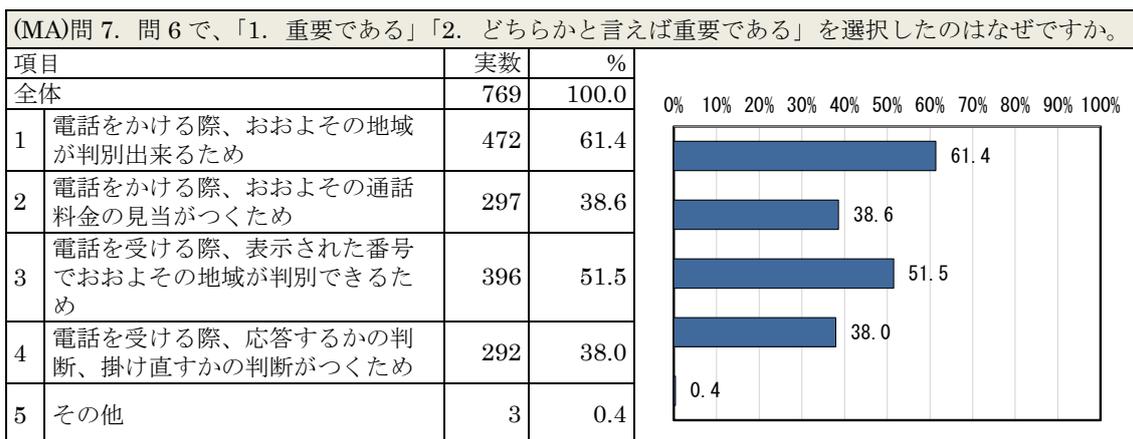


図 10 問 5 の地理的識別を重要と考える理由

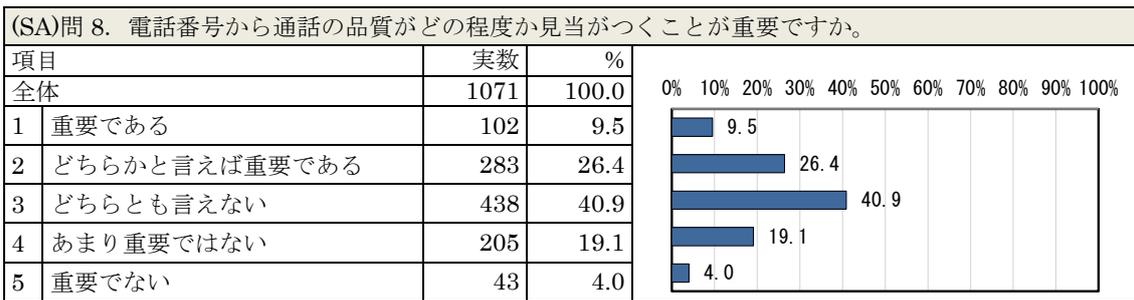


図 11 電話番号から通話の品質の程度の見当がつくことは重要か

#### (4) 転送電話サービスの利便性意識

省略

## (5) 転送電話サービスの識別性に関する意識

### (a) 転送電話サービスのサービス識別性に関する意識

図 12 より、固定電話番号を利用した転送電話サービスについては、「同一サービス（固定電話）であれば問題ない」（38.9%）や「携帯電話への転送であれば問題ない」（44.1%）という回答が、050 番号やアプリ電話の転送が問題ないとする回答に比べ、やや高い回答となった。また、図 13 より、ガイダンスを挿入することにより、その許容度は若干増加することがわかる。

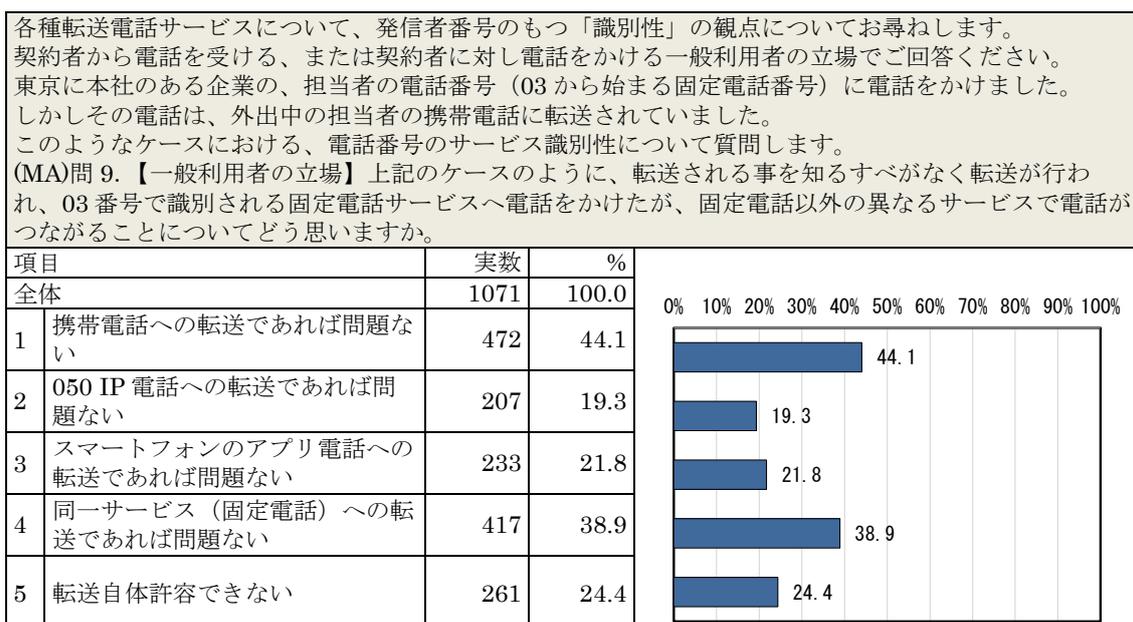


図 12 固定電話番号を利用した転送電話のサービス識別性の意識

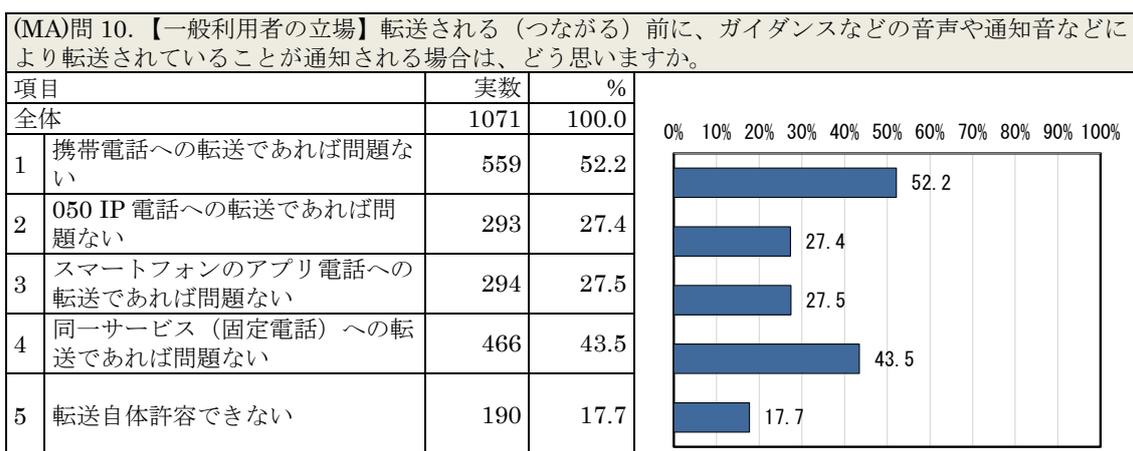


図 13 固定電話番号を利用した転送電話のガイダンス通知による効果（サービス識別）

**(b) 転送電話サービスの通話品質の識別性に関する意識**

図 14 より、通話品質の識別性に関しては、固定電話または携帯電話相当であれば転送を許容できると答えたユーザが 3~4 割となった。また図 15 より、ガイドンスにより許容度は若干増加が見られた。

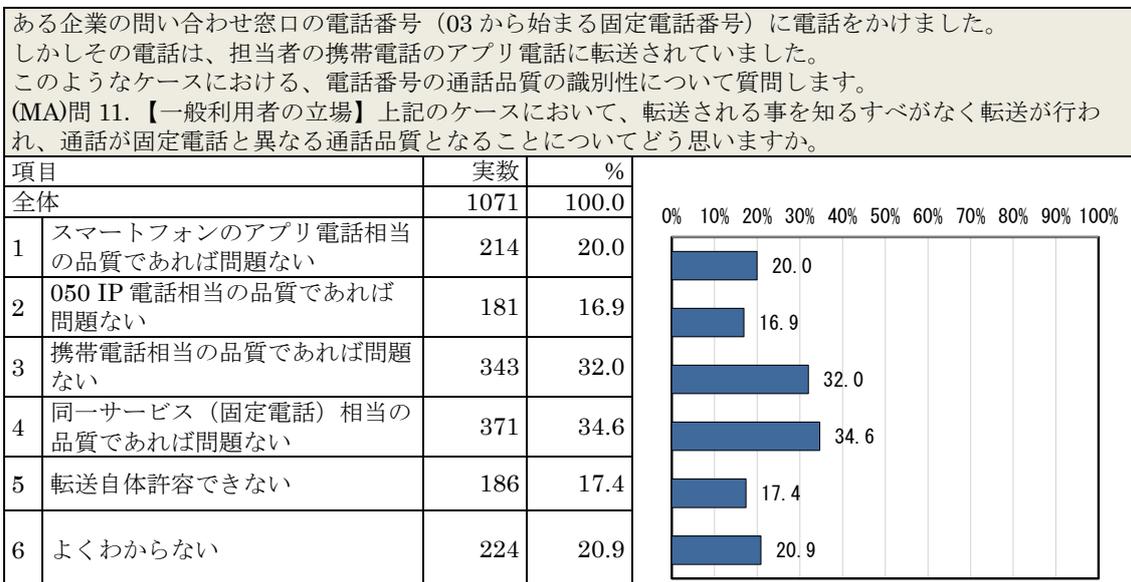


図 14 固定電話番号を利用した転送電話の通話品質識別性の意識

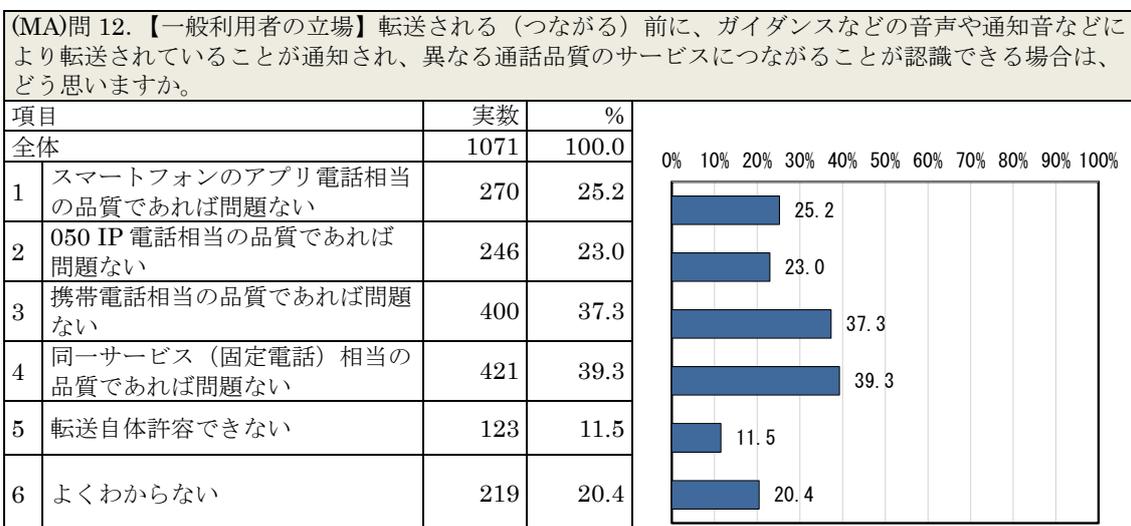


図 15 固定電話番号を利用した転送電話のガイドンス通知による効果（通話品質識別）

**(c) 転送電話サービスの地理的識別性に関する意識**

図 16 より、固定電話番号を利用したアプリ電話によって異なる地域で通話できることを問題であると回答したユーザは、問題ないと回答したユーザより 10% 多かった。また図 17 より、ガイダンスにより許容度は若干増加が見られた。

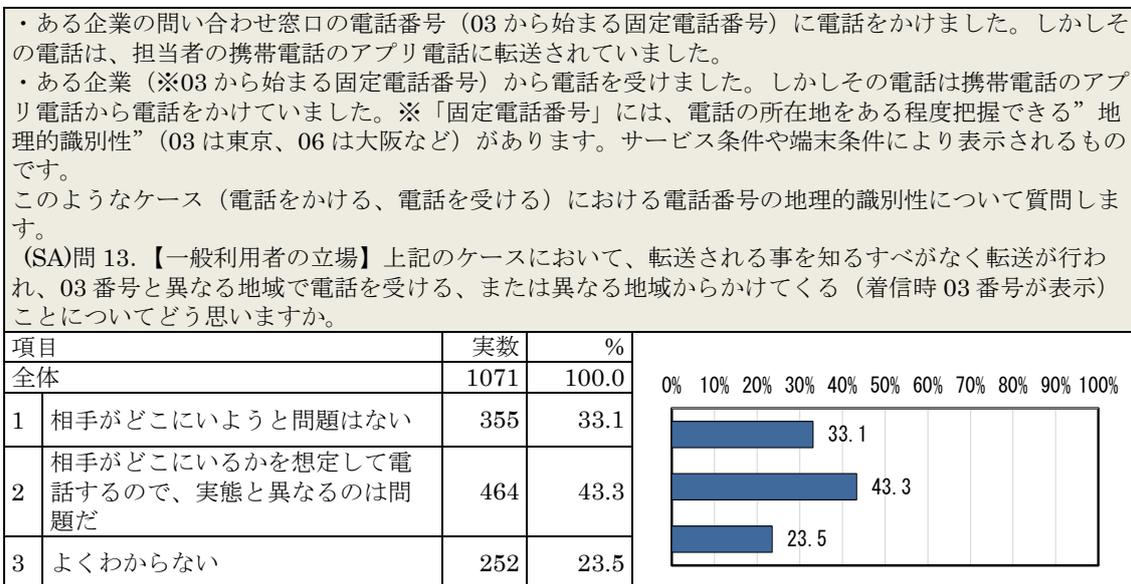


図 16 固定電話番号を利用した転送電話の地理的識別性の意識

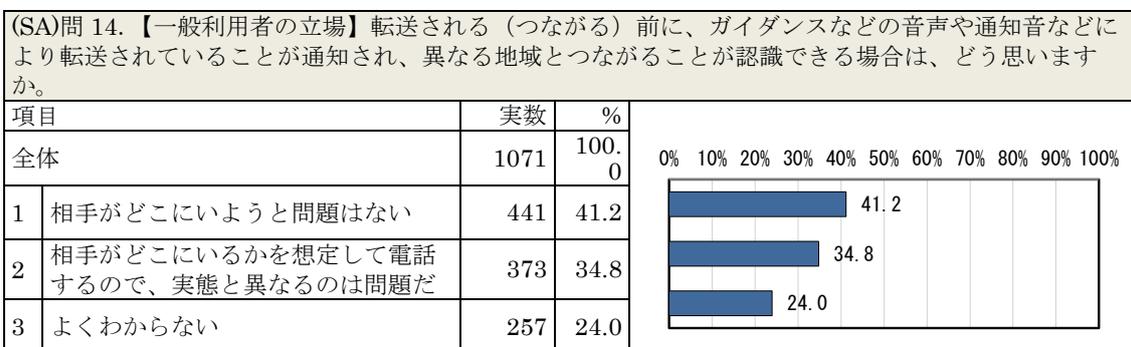


図 17 固定電話番号を利用した転送電話のガイダンス通知による効果（地理的識別）

**(d) 転送電話サービスの社会的信頼性に関する意識**

図 18～図 19 より、固定電話番号が示す地域と契約者の所在地（事業拠点や住所）に結びつきがないケースに対し、問題と思うユーザは 46.6%、問題と思わないユーザが 25%と問題視するユーザの方が多いことがわかる。

また、図 20 から問題と思わないユーザでも、本人が特定できることを条件とするユーザが 56.2%に達している。

・ある企業の問い合わせ窓口の固定電話番号（03 から始まる固定電話番号）に電話をかけました。しかしその企業は 03 番号の示す地域に拠点や住所がなく、電話は 03 番号の示す地域とは別の場所にいる、担当者の携帯電話のアプリ電話に転送されていました。

・ある企業（※03 から始まる固定電話番号）から電話を受けました。しかしその企業は 03 番号の示す地域に拠点や住所がなく、電話は 03 番号の示す地域とは別の場所にいる、担当者の携帯電話のアプリ電話から電話をかけていました。

※「固定電話番号」には、電話の所在地をある程度把握できる”地理的識別性”（03 は東京、06 は大阪など）があります。

※契約者（企業）は、拠点や住所がなくても固定電話番号を使用できるサービスを利用しています。

※かかってきた電話の番号は、サービス条件や端末条件により表示されます。

このようなケースにおける、電話番号の社会的信頼性について質問します。

(SA)問 15. 【一般利用者の立場】上記の例のように、固定番号が示す地域と契約者の所在地（住所）に結び付きがないケースが存在することについてどう思いますか。

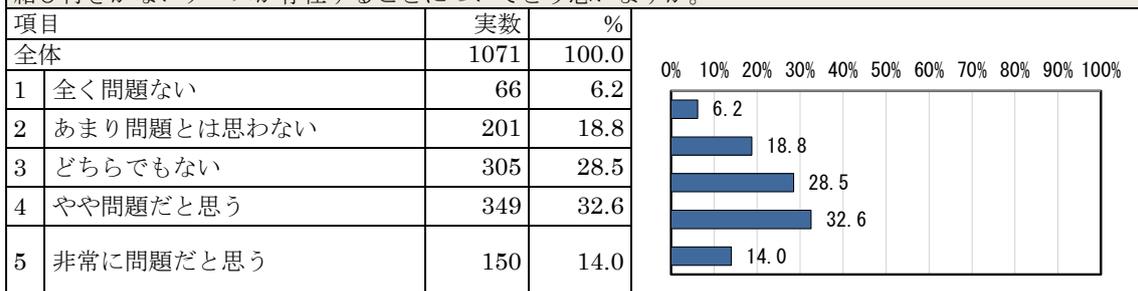


図 18 固定電話番号が示す地域と契約者の所在地に結び付きがないケースに関する意識

(MA)問 16. 【一般利用者の立場】問 15 で、「4. やや問題だと思う」「5. 非常に問題だと思う」を選択したのは、なぜですか。

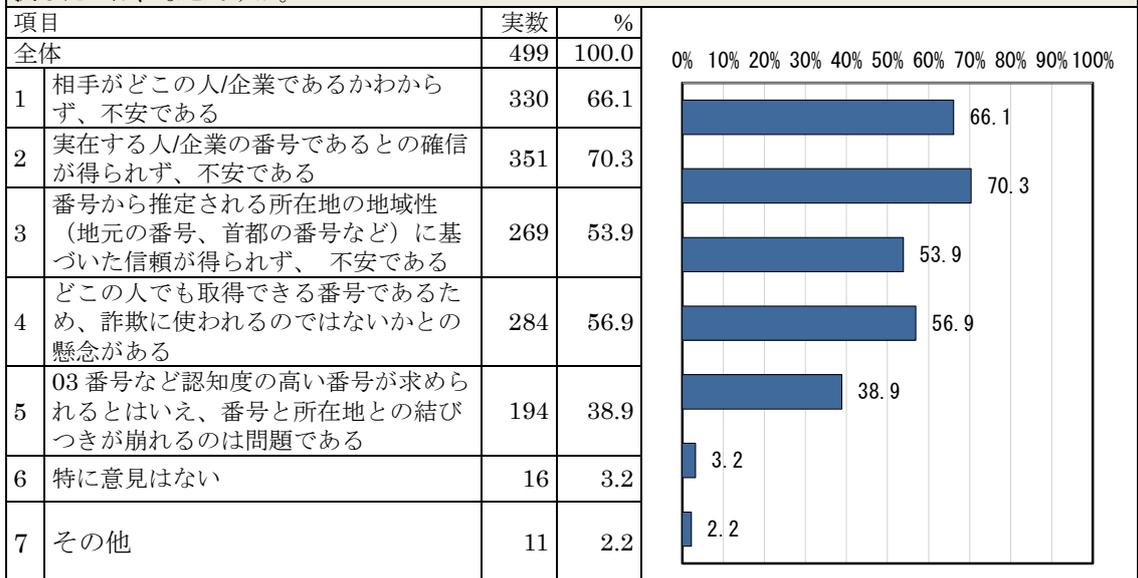


図 19 問 18 にて問題であると選択した理由

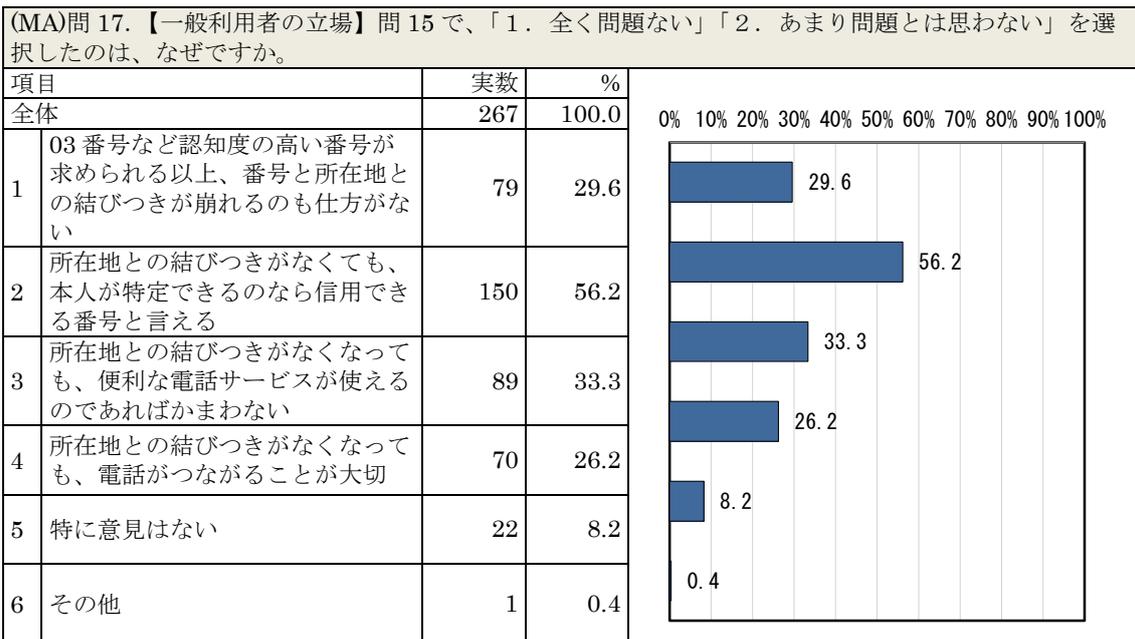


図 20 問 18 にて問題ないと選択した理由

## (6) ガイダンスによる転送通知に関する意識

図 21 より、ガイダンス挿入により転送電話サービスを許容すると回答したユーザは 68.6% であり、ガイダンスはある程度は効果があると考えられる。また、図 22 より、有料ガイダンスは望んでいないことがわかる。

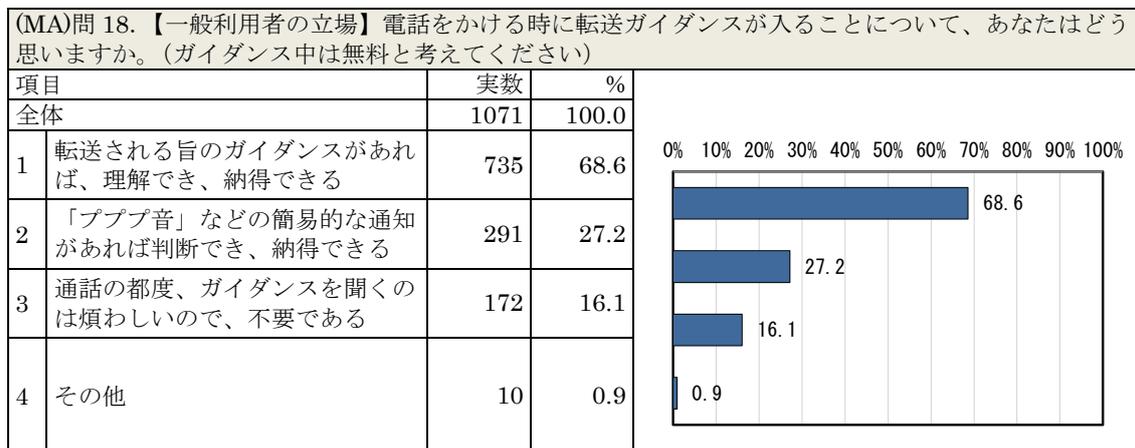


図 21 電話をかける時に無料ガイダンスが入ることについての意識

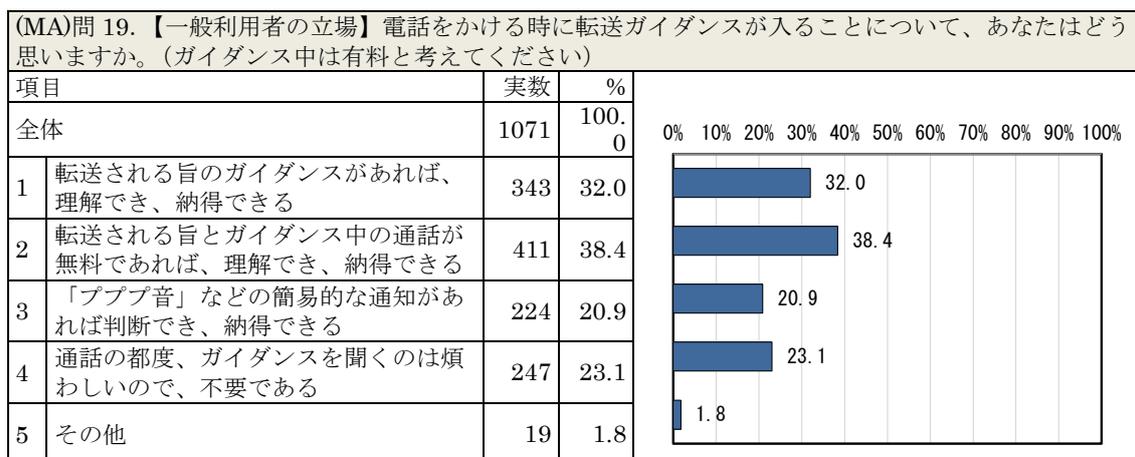


図 22 電話をかける時に有料ガイダンスが入ることについての意識

### (7) 知人との通話と転送電話サービスの関係確認

図 23 より、相手が知っている人の場合であれば、転送電話サービスについては許容できると回答したユーザが 59.8%となった。

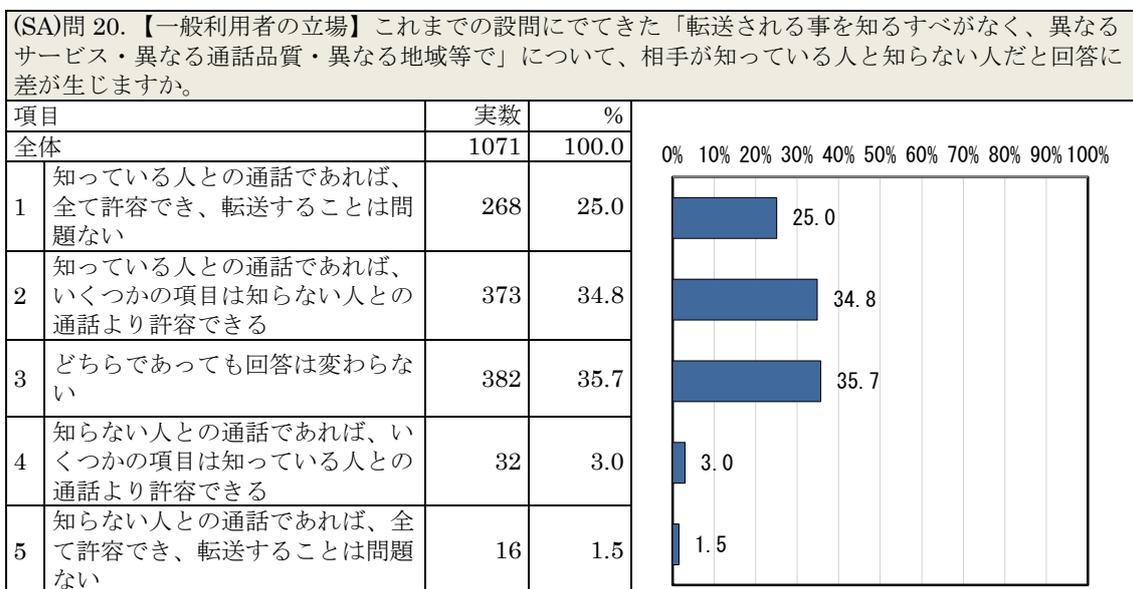


図 23 相手先が知人である場合の転送電話の許容