

WG6 - 5

日本テレコム

 SoftBank

[www.japan-telecom.co.jp](http://www.japan-telecom.co.jp)

## 116 営業案内用番号に関する弊社の考え

---

2005年12月19日

日本テレコム株式会社

*For Your Networking Universe*

今回のユーザアンケート調査結果からは、営業案内用番号「116」が桁数の効果により競争上の圧倒的な優位さを持っていることは結論づけられなかったが、以下のことは判明した。

NTT東西殿の「116」の認知度は他社の営業案内番号より圧倒的に高い。  
(NTT東西殿65%に対して他社は30%未満)

その差分には桁数の違い、電電公社時代のプロモーションの結果が影響していると想定される。

同じプロモーションを行った場合、桁数が短いほど認知度は高いと想定される。

ブロードバンドサービスを選択する際に、月額料金等サービス内容が大きな選択要因であるとは言え、申込み用番号の桁数による選択も0ではない。

- ✓ ユーザの獲得においては「お客様によりよいサービスを提供する。」という経営努力・営業努力が最も重要なことであり、各企業の責任であるが、そのような企業努力以外の競争条件は公平とすべきである。（同じプロモーション費用をかけた場合ではユーザへの訴求力に差が発生する。）
- ✓ 桁数のみでの選択行動を取るユーザは少なかったが0ではないという調査結果に加え、固定電話市場において99%がNTT東西殿がシェアを保有しているという現実を勘案する必要がある。
- ✓ 「平成10年度電気通信番号研究会報告書」において、「「116」営業・料金案内については、従来より利用者利便確保のため短桁で使用されており、当面使用可とする。」と整理されている。



**「116」を新規サービス加入促進等の営業活動には利用しないことを検討する必要があると考える。（営業活動については「0120・・・」や「00XY・・・」等の着信課金番号等を利用）**