

電気通信事業分野における競争状況の評価についての調査研究 調査結果概要

2009年4月17日

株式会社三菱総合研究所

■ 目次

【アンケート調査の概要】

1. アンケート調査の実施概要	2
2. 調査全体の構成と流れ	3
3. バンドルサービスの属性水準	4

【効用値分析結果】 8

4. 平均効用値・寄与度分析	9
5. 効用値箱髭図分析	10
6. 平均効用値・寄与度分析からの示唆	11
7. 効用値回答者分類	13
8. 効用値回答者分類の基本属性	20
9. 効用値回答者分類からの示唆	22

【一般調査分析結果】 24

10. バンドルサービスの重視度と支払い意思額	25
11. バンドルサービスを利用する際の決め手となる要因	26
12. 現在利用している通信サービスの評価	27
13. 通信サービスを変更する際に決め手となる要因（変更意向を持つ回答者）	28
14. 通信サービスを変更したくない理由（変更意向を持たない回答者）	29

■ 1. アンケート調査の実施概要

- 調査手法 インターネットアンケート調査
- 調査期間 プレ調査 → 本調査 2009年3月
- 回答者選定条件 バンドルサービスについて利用意向を持つ回答者
- 回収制御目標数 性年齢10区分毎、地域9区分毎に以下の回答者比率に合わせて1000サンプル回収

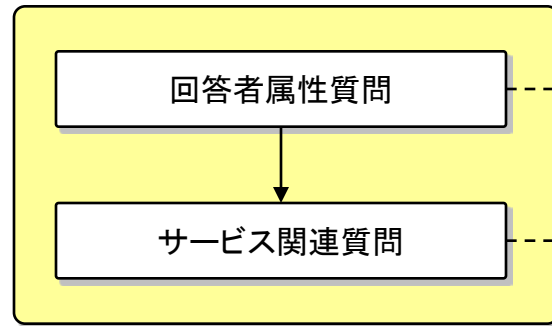
	20歳代以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上	合計
男性	100	100	100	100	100	500
女性	100	100	100	100	100	500
合計	200	200	200	200	200	1000

地域	都道府県	合計
北海道	北海道	44
東北	青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)	75
関東甲信越	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、長野、新潟	369
北陸	富山、石川、福井	24
東海	岐阜、静岡、愛知、三重	117
近畿	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山	163
中国	鳥取、島根、岡山、広島、山口	60
四国	徳島、香川、愛媛、高知	32
九州・沖縄	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄	116
合計	(47都道府県)	1000

■ 2. 調査全体の構成と流れ

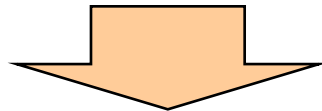
一般調査

調査全体の構成

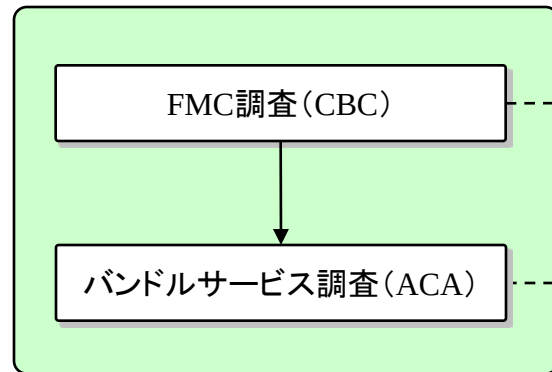


○「回答者属性」の情報収集を目的とした設問（回答者回収制御実施）

○「個別通信サービス」に関する情報収集を目的とした設問



コンジョイント調査



○FMCサービスに関する属性の効用の収集を目的とした設問

○バンドルサービスに関する属性の効用の収集を目的とした設問（前段で回答者スクリーニング実施）

水準の組合わせで仮想商品を作り、各水準のトレードオフを反映させた質問で価値を微調整する

各水準の価値を直接質問する

■ 3. バンドルサービスの属性水準(1)

要素	属性	属性数	水準	水準数
1) サービスのバンドリングに関する要素	固定電話サービス	1	固定電話サービス : 050-IP電話 固定電話サービス : 0AB~J-IP電話 固定電話サービス : 加入電話	3
	移動体通信サービス	1	移動体通信サービス : なし 移動体通信サービス : 音声通話のみ可 移動体通信サービス : 音声通話とウェブ閲覧可	3
	インターネット接続サービス	1	インターネット接続 1.5Mbps インターネット接続 10Mbps インターネット接続 30Mbps インターネット接続 100Mbps インターネット接続 1000Mbps(1Gbps)	5
	テレビサービス	1	テレビサービス なし テレビサービス 25CH テレビサービス 80CH	3
	テレビ番組見逃し視聴サービス	1	テレビ番組見逃し視聴サービス : なし テレビ番組見逃し視聴サービス : 1週間だけ視聴可 テレビ番組見逃し視聴サービス : 1ヶ月だけ視聴可	3
2) サービスの導入・利用の容易さに関する要素	サービス一括申込み	1	サービス一括申込み不可 サービス一括申込み可(サービス毎に申込み)	2
	料金一括支払い	1	料金一括支払い不可 料金一括支払い可(サービス毎に支払い)	2
	移行手続期間	1	移行手続期間 60日(約2ヶ月) 移行手続期間 30日(約1ヶ月) 移行手続期間 15日(約2週間) 移行手続期間 なし	4

■ 3. バンドルサービスの属性水準(2)

要素	属性	属性数	水準	水準数
	最低契約期間	1	最低契約期間 2年(24ヶ月) 最低契約期間 1年(12ヶ月) 最低契約期間 なし	3
	途中解約違約金	1	途中解約違約金 あり 途中解約違約金 なし	2
3) 料金水準に関する要素	初期費用	1	初期費用 30,000円 初期費用 20,000円 初期費用 10,000円 初期費用 なし	4
	月額料金	1	月額料金 20,000円/月 月額料金 16,000円/月 月額料金 12,000円/月 月額料金 8,000円/月 月額料金 4,000円/月	5
	月額料金割引率	1	月額料金割引 なし 月額料金割引 10% 月額料金割引 20%	3
合計		13		42

■参考 ACAの質問構成とフロー

水準の順位付け

もしあなたが「バンドルサービス」に加入するとしたら、**固定電話サービス**が次のようなバンドルサービスにどの程度加入したいと思いますか。

	全然加入したくない	ほとんど加入したくない	あまり加入したくない	どちらともいえない	やや加入したい	かなり加入したい	絶対加入したい
固定電話サービス：050-IP電話	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
固定電話サービス：049～JIP電話	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
固定電話サービス：加入電話	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

もしあなたが「バンドルサービス」に加入するとしたら、**移動通信サービス**が次のようなバンドルサービスにどの程度加入したいと思いますか。

	全然加入したくない	ほとんど加入したくない	あまり加入したくない	どちらともいえない	やや加入したい	かなり加入したい	絶対加入したい
移動通信サービス：なし	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
移動通信サービス：音声通話のみ	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
移動通信サービス：音声通話と電子メール/ウェブ閲覧	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

各水準の価値を
直接質問する

仮想商品の選好度

次にバンドルサービスに加入する場合、ほかの条件が同じだったら、あなたはどちらの組み合わせを好みますか。
（組み合わせに価値がない場合は、価値は同じと考えると下さい。）

固定電話サービス：050-IP電話 月間料金を割引10% 途中解約違約金あり	固定電話サービス：049～JIP電話 月間料金を割引20% 途中解約違約金なし
☐ 非常に左が 良い	☐ 非常に右が 良い

次にバンドルサービスに加入する場合、ほかの条件が同じだったら、あなたはどちらの組み合わせを好みますか。
（組み合わせに価値がない場合は、価値は同じと考えると下さい。）

インターネット接続100Mbps 料金一律割引可能 最低契約期間なし	インターネット接続30Mbps 料金一律割引不可（サービス面に割引あり） 最低契約期間1年（12ヶ月）
☐ 非常に左が 良い	☐ 非常に右が 良い

水準の組合わせで仮想商品を作り、
各水準のトレードオフを反映
させた質問で価値を微調整する

水準間の重要度

あなたは、「バンドルサービス」に加入する際、ほかの条件が同じだったら、以下の違いをどの程度意識しますか。

	全く意識しない	ほとんど意識しない	あまり意識しない	どちらともいえない	やや意識する	かなり意識する	非常に意識する
月額料金 20,000円/月 --- 対 --- 月額料金 4,000円/月	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
最低契約期間 2年(24ヶ月) --- 対 --- 最低契約期間 なし	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

あなたは、「バンドルサービス」に加入する際、ほかの条件が同じだったら、以下の違いをどの程度意識しますか。

	全く意識しない	ほとんど意識しない	あまり意識しない	どちらともいえない	やや意識する	かなり意識する	非常に意識する
最低契約期間 2年(24ヶ月) --- 対 --- 最低契約期間 なし	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

仮想商品の購入意向

あなたが「バンドルサービス」に加入するとしたら、以下の5つの組み合わせはそれぞれの満足度に合っていますか。
それぞれ0～100の点数を入力してください。
0は「全く好みでない」、100は「完全に好みである」を表します。

移動通信サービス：音声通話と電子メール/ウェブ閲覧	移動通信サービス：なし	移動通信サービス：音声通話と電子メール/ウェブ閲覧	移動通信サービス：なし	移動通信サービス：音声通話と電子メール/ウェブ閲覧
サービス一括申込み可	サービス一括申込み不可（サービス面に申込み）	サービス一括申込み可	サービス一括申込み不可（サービス面に申込み）	サービス一括申込み可
テレビサービス 800H	テレビサービス なし	テレビサービス 800H	テレビサービス 800H	テレビサービス なし
月額料金 4,000円/月 初回費用 なし	月額料金 20,000円/月 初回費用 80,000円	月額料金 4,000円/月 初回費用 80,000円	月額料金 4,000円/月 初回費用 なし	月額料金 20,000円/月 初回費用 80,000円
テレビ番組見出し・検索サービス 1ヶ月だけ無料	テレビ番組見出し・検索サービス：なし	テレビ番組見出し・検索サービス：なし	テレビ番組見出し・検索サービス 1ヶ月だけ無料	テレビ番組見出し・検索サービス：なし
移行手配期間なし	移行手配期間 60日（62ヶ月）	移行手配期間 60日（62ヶ月）	移行手配期間なし	移行手配期間 60日（62ヶ月）
固定電話サービス：加入電話	固定電話サービス：050-IP電話	固定電話サービス：050-IP電話	固定電話サービス：加入電話	固定電話サービス：050-IP電話

計算した価値の信頼度を
チェックする

①水準の順位付け

C:\Program Files\Sawtooth Software\SSI WebStudies\TempWeb2.htm - Microsoft Internet E...

ファイル(F) 編集(E) 表示(V) お気に入り(A) ツール(T) ヘルプ(H)

リンク P005760-001-YUUKI 検索

アドレス(C) C:\Program Files\Sawtooth Software\ 移動 新開張の王様 登録 翻訳 Google

あなたは以下のブランドについてそれぞれの程度欲しいと思いますか。

	全く欲しくない	あまり欲しくない	やや欲しい	絶対に欲しい
050-IP電話	☐	☐	☐	☒
0ABJ-IP電話	☐	☒	☐	☐
加入電話	☐	☒	☐	☐

あなたは以下の排気量についてそれぞれの程度欲しいと思いますか。

	全く欲しくない	あまり欲しくない	やや欲しい	絶対に欲しい
インターネット接続 1Gbps	☐	☐	☒	☐
インターネット接続 100Mbps	☐	☒	☐	☐
インターネット接続 10Mbps	☒	☐	☐	☐

次へ

ページが表示されました

マイコンピュータ

次に車を購入したら以下の違いはどの程度重要ですか。

全重 重ではない	あまり 重ではない	やや 重要	非常に 重要
加入電話 一対一 050-IP電話			●
インターネット接続 1Gbps 一対一 インターネット接続 10Mbps			●
全重	●		
あまり重	●		

次に車を購入したら以下の違いはどの程度重要ですか。

ページが表示されました

次に車を購入するとしたら、あなたはどちらの組み合わせをどのくらい好みますか。

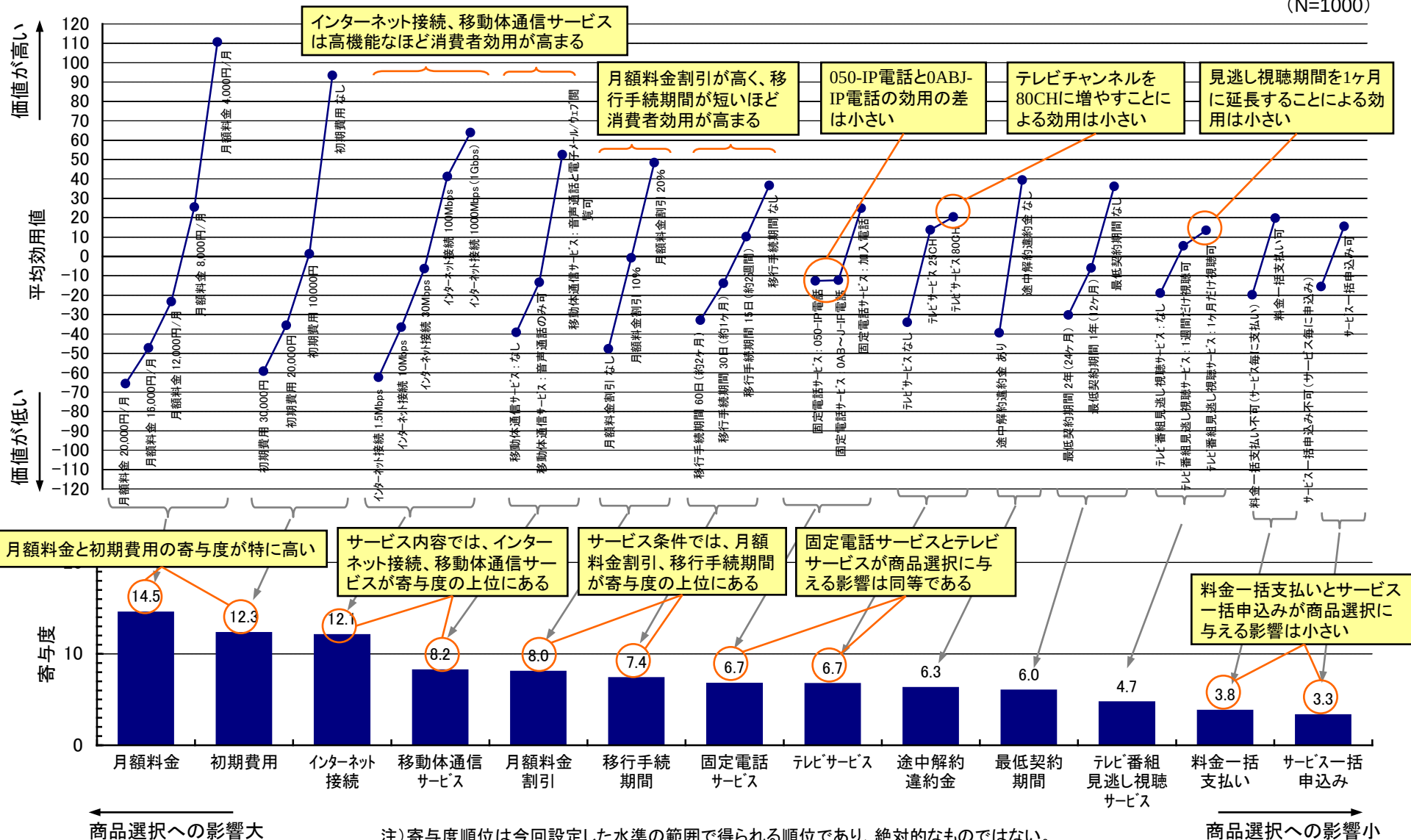
加入電話 インターネット接続 10Mbps	050-IP電話 インターネット接続 1Gbps
非常に左 がよい	非常に右 がよい
-4	4
-3	3
-2	2
-1	1
0	0

The number 2 is circled in orange, and an orange line connects it to the highlighted options above.

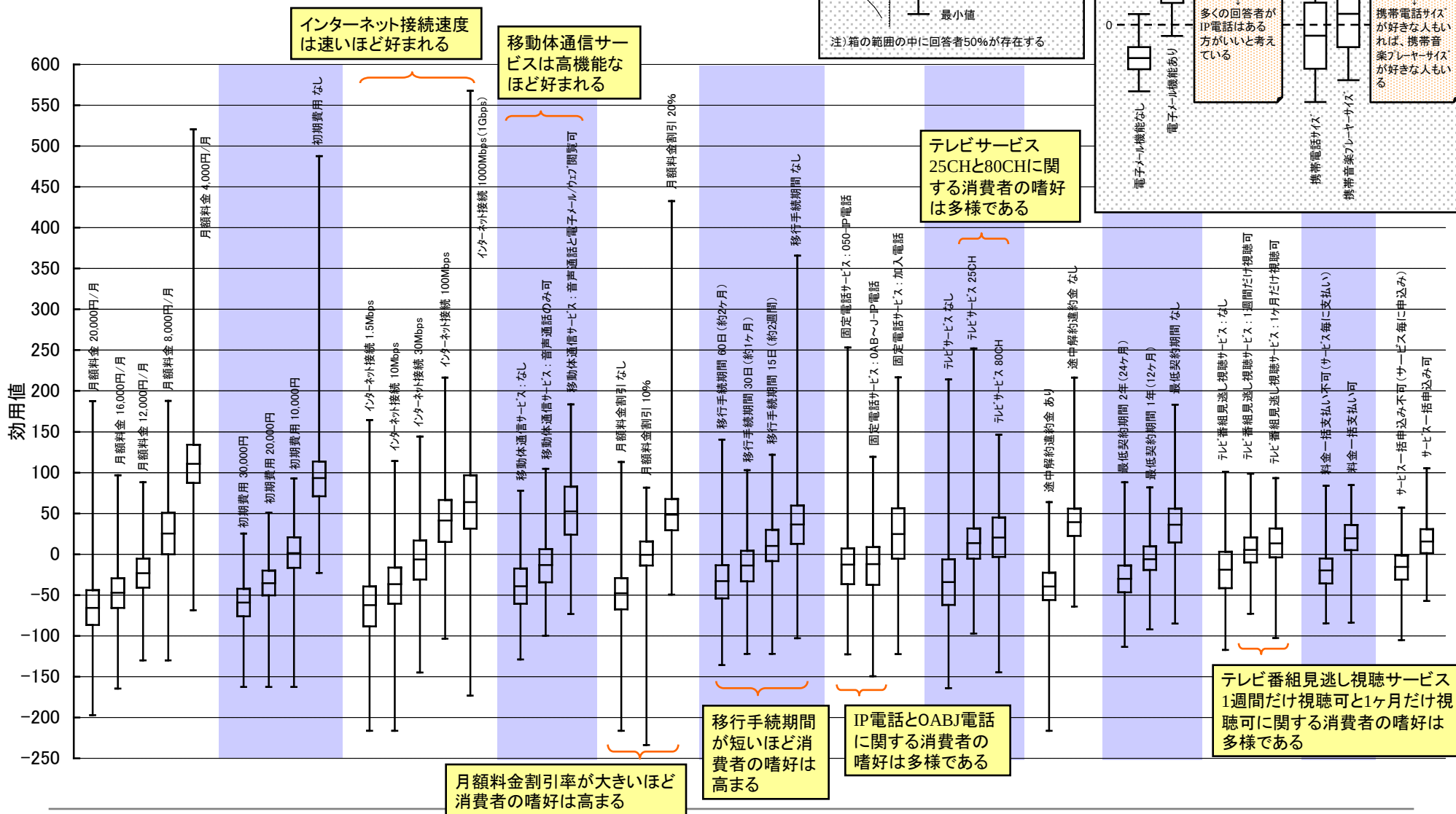
效用值分析結果

4. 平均効用値・寄与度分析

(N=1000)

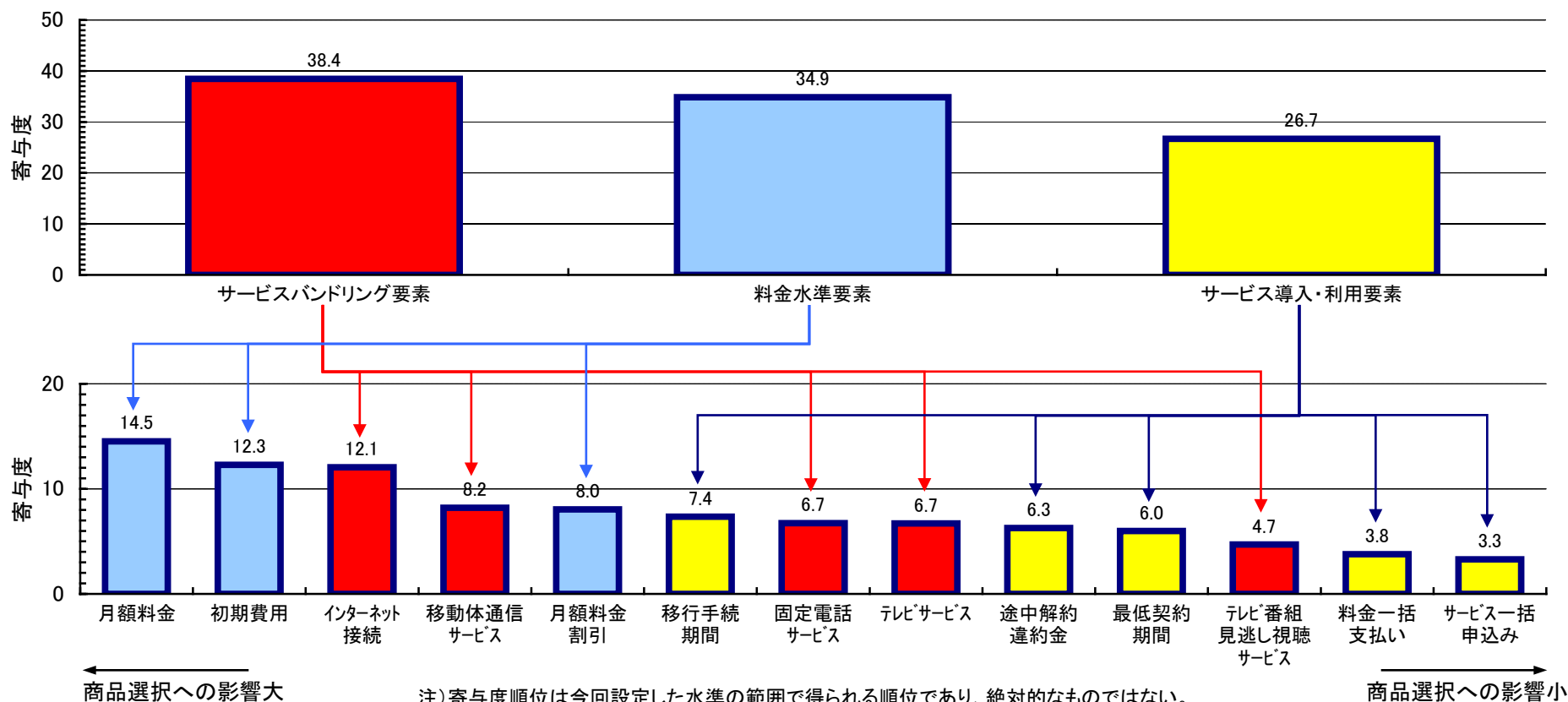


5. 効用値箱髭図分析



■6. 平均効用値・寄与度分析からの示唆(1)

- ①バンドルサービスの商品選択において、消費者は「サービスバンドリング要素」、「料金水準要素」、「サービス導入・利用要素」の順で重視している。
- ②サービスバンドリング要素の中では「インターネット接続」と「移動体電話サービス」が重視されている。
- 消費者にとって、インターネット接続と移動体電話サービスのバンドルサービスの商品選択の幅が広がることがポイントになっているのではないか。

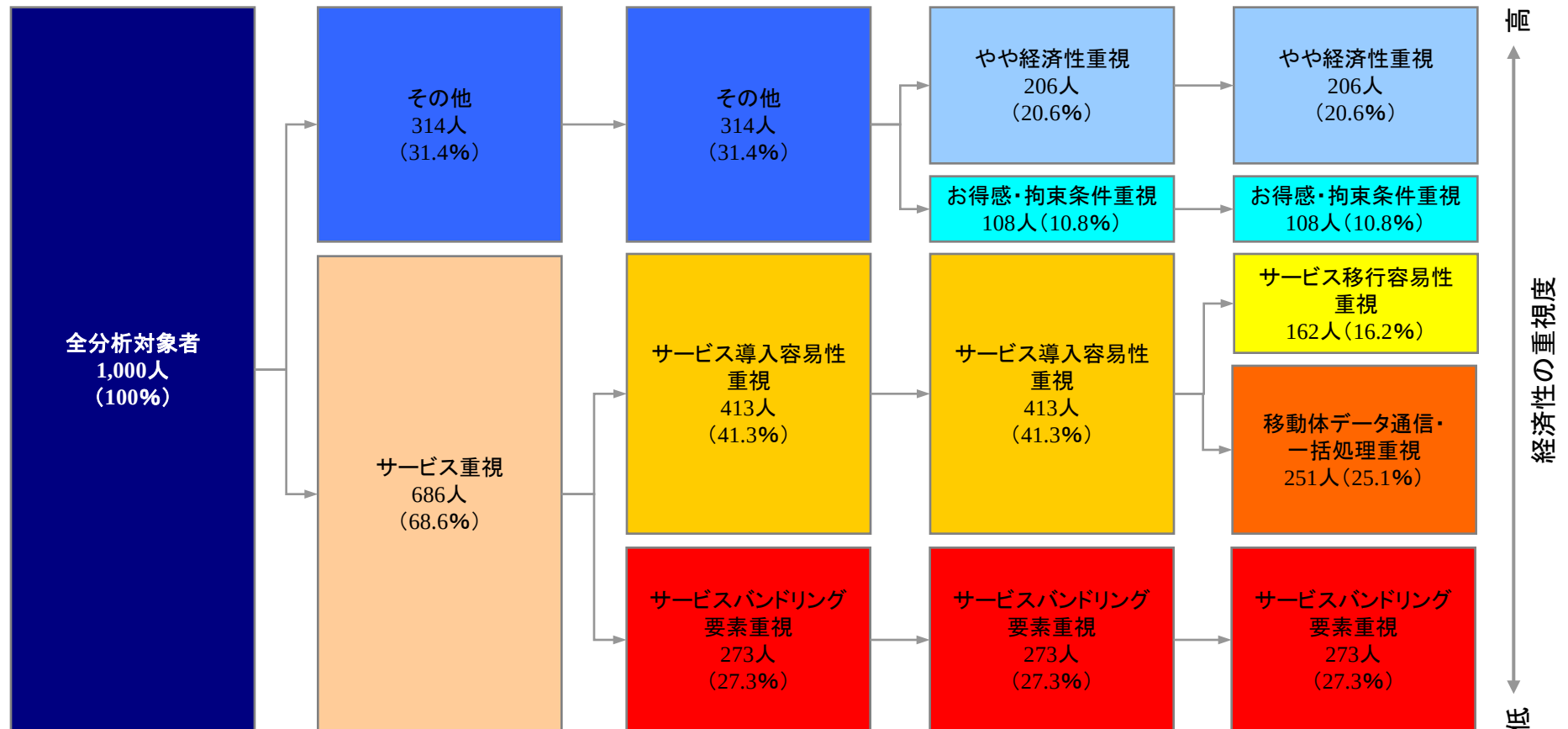


■ 6. 平均効用値・寄与度分析からの示唆(2)

- ③特にFTTHクラスのインターネット接続の重要性は高く、バンドルサービスの中心的な機能を担うものと推察される。FTTHとのバンドルサービスの提供が消費者の利便性の向上に大きく寄与する可能性が指摘される。
- ・ インターネット接続サービスとのバンドルサービスを提供できない事業者は競争上不利なのではないか。
 - ・ 特にFTTHクラス的高速サービスにおいて、その傾向は顕著になるのではないか。
- ④移動体電話サービスでは、電子メールやウェブ閲覧といったデータ通信サービスが必須のサービスとして認識されており、消費者の携帯電話の利活用が高度化していることが伺える。
- ⑤料金水準の中では、月額料金と初期費用が重視されている。
- ・ バンドルサービスによる料金水準の低下率を消費者に周知徹底することが重要なのではないか。
 - ・ 料金水準の低下(分かりやすい料金水準の提示等)をアピールできない事業者は、アピールできる事業者に比べて競争力が高まっているのではないか。
 - ・ 乗り換えを含む新たな加入者に対して、如何に追加費用の発生を抑えるかがポイントになるのではないか。
- ⑥料金一括払いやサービス一括申し込みが商品選択に与える影響は小さい。
- ・ 料金は引き落としが主であり、消費者は現状一括でなくてもあまり不便を感じていないのではないか。
 - ・ サービスの一括申し込みについても同様にあまり不便を感じていないのではないか。
 - ・ 仮に、料金支払いやサービス申し込みが一括化されたとしても、そのことが競争力を大きく増加させる要因にはならないのではないか。

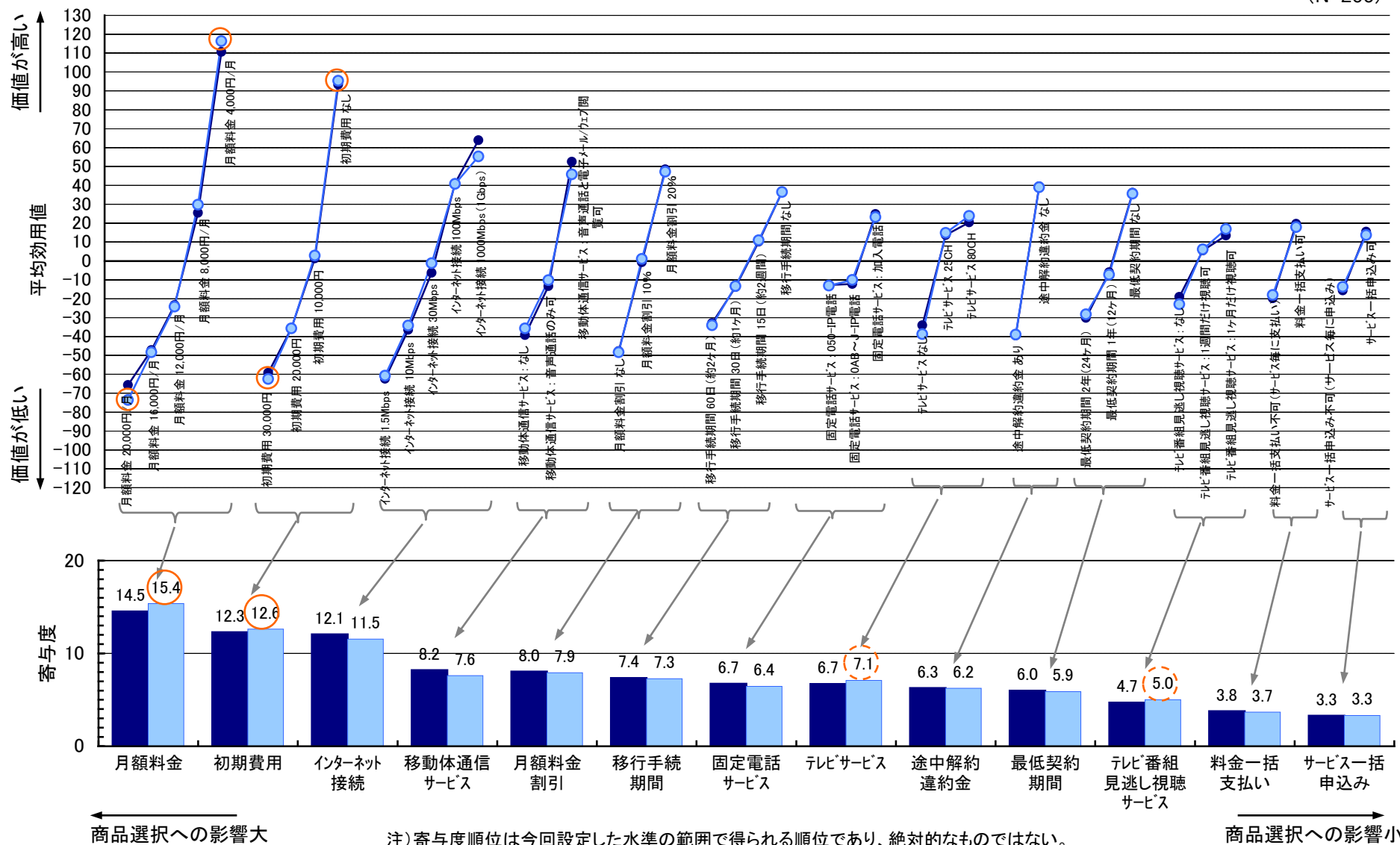
■ 7. 効用値回答者分類(1)

- 回答者効用値をクラスタ分析(ワード法、現データのユークリッド距離を採用)すると、概ね経済性の重視度の観点から消費者は以下の5つに分類される。



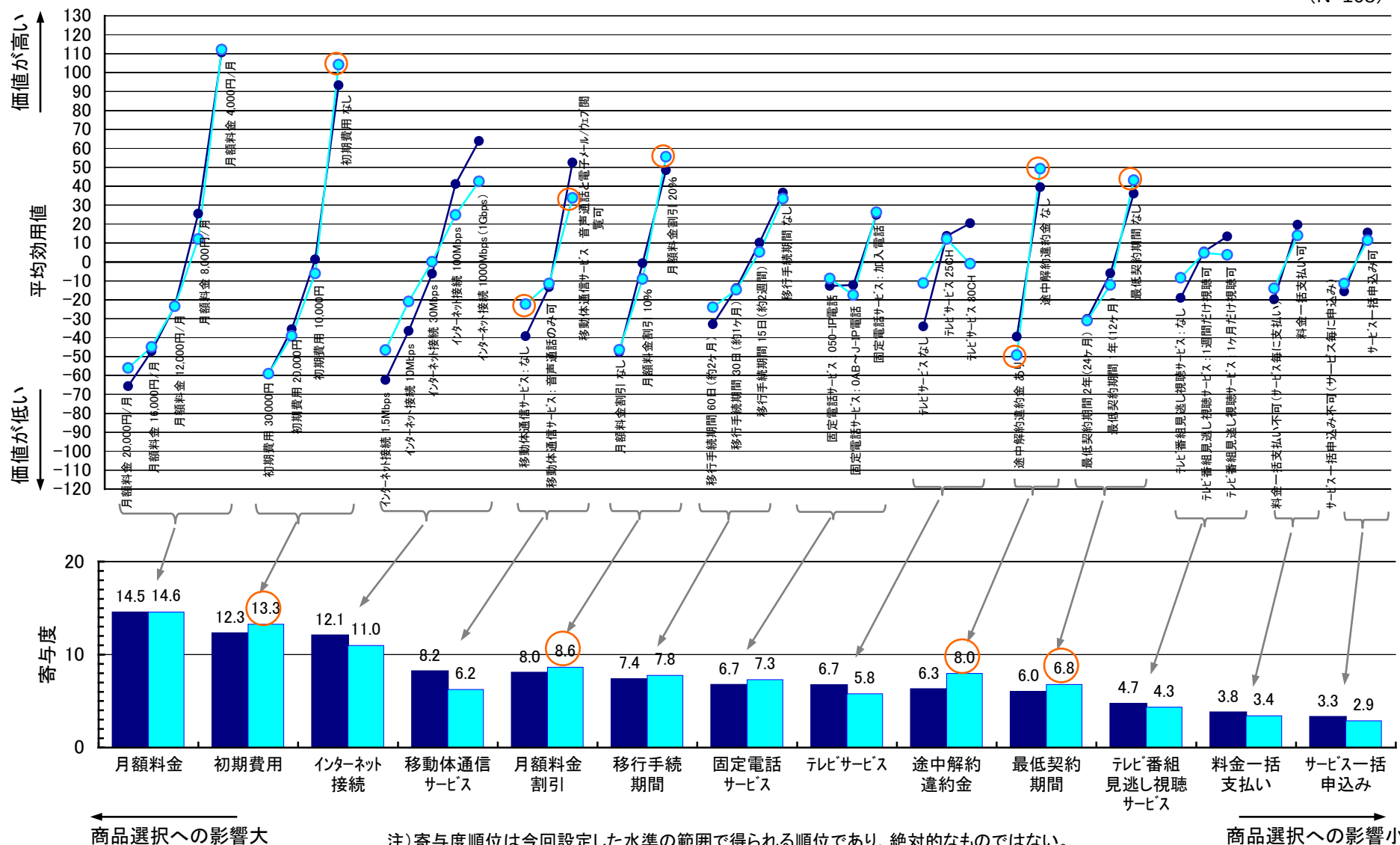
■ 7. 効用値回答者分類(2) やや経済性重視(平均的)

(N=206)



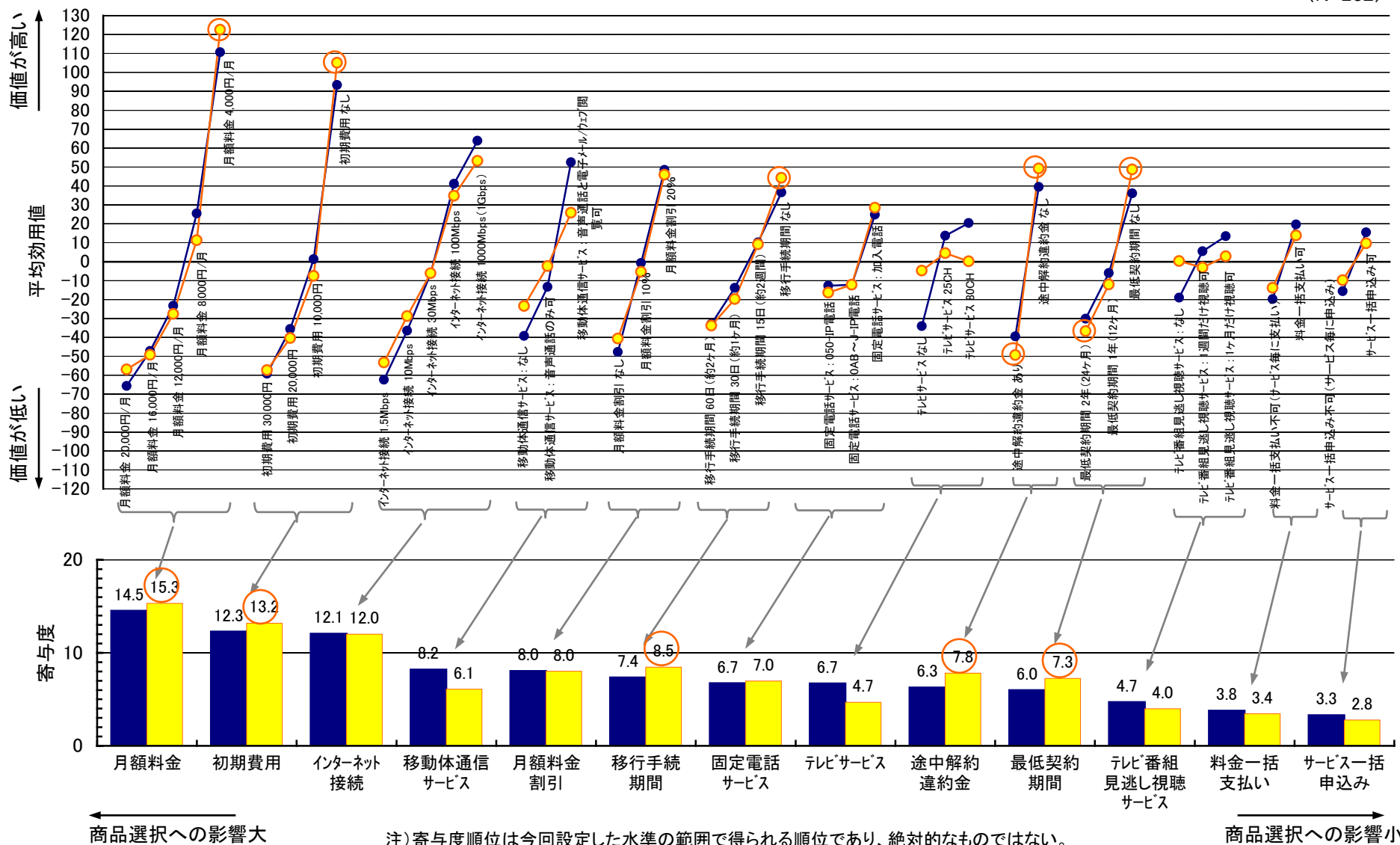
■ 7. 効用値回答者分類(2) お得感・拘束条件重視

(N=108)



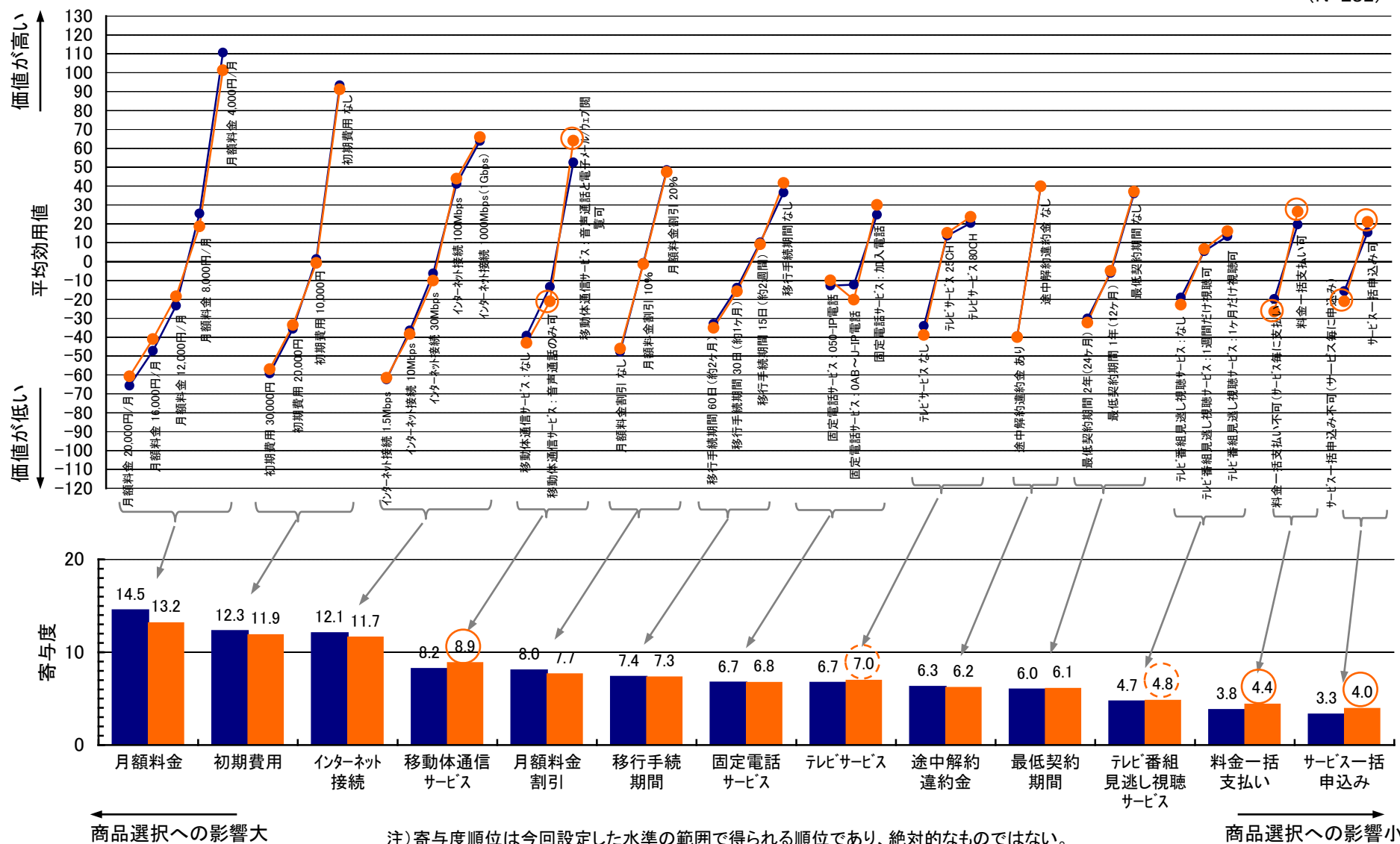
■ 7. 効用値回答者分類(3) サービス移行容易性重視

(N=162)



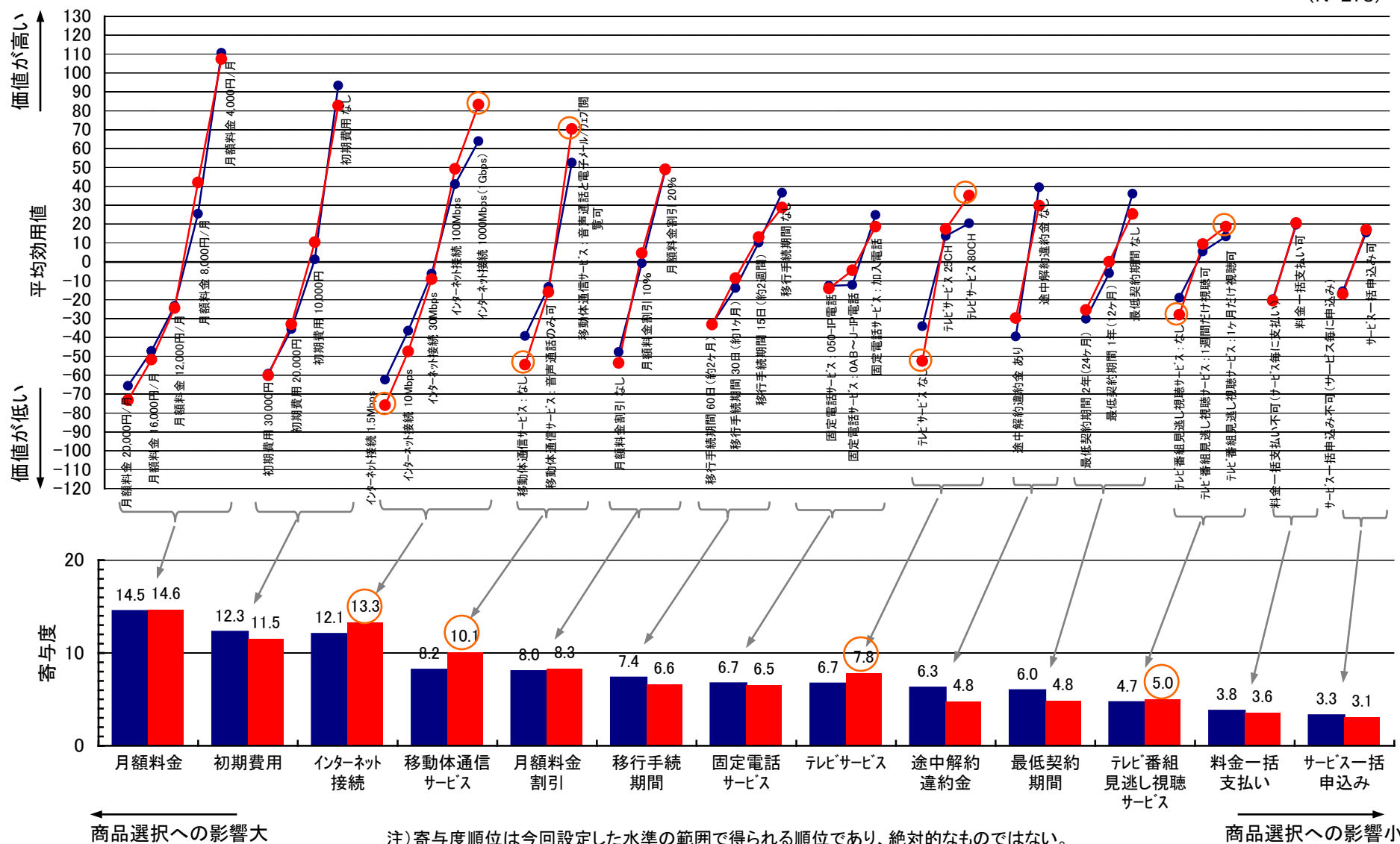
■ 7. 効用値回答者分類(4) 移動体データ通信・一括処理重視

(N=251)



■ 7. 効用値回答者分類(5) サービスバンドリング要素重視

(N=273)



■ 7. 効用値回答者分類(6) 効用値回答者分類のまとめ

- 効用値回答者分類の特徴を以下に整理する。

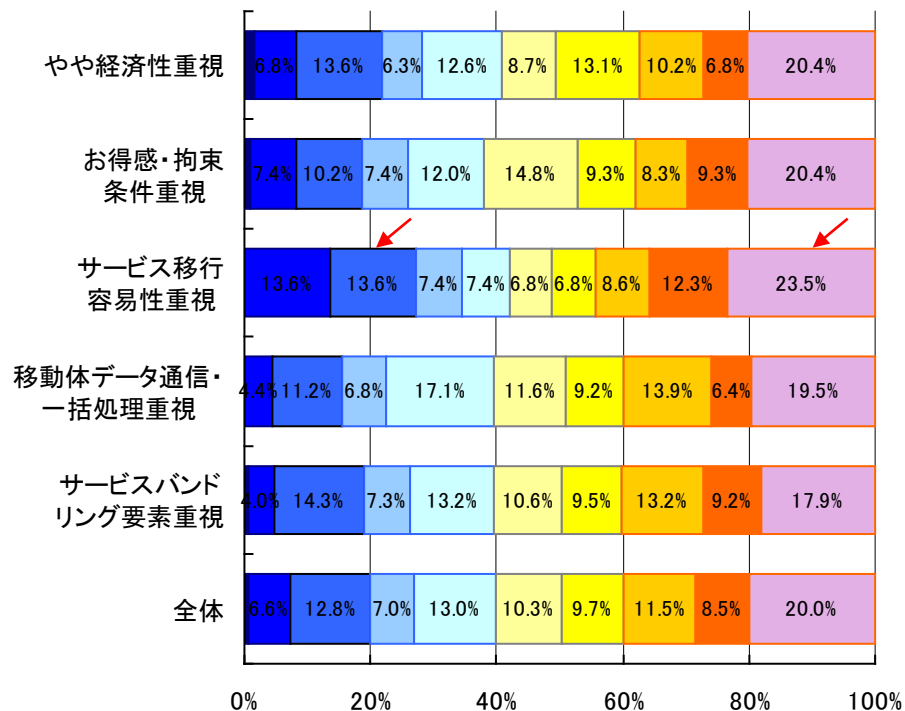
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	月額料金	初期費用	インターネット接続サービス	移動体通信サービス	月額料金割引率	移行手続期間	固定電話サービス	テレビサービス	途中解約違約金	最低契約期間	テレビ番組見逃し視聴サービス	料金一括支払い	サービス一括申込み
やや経済性重視 206人 (20.6%)	◎	○						○			○		
お得感・拘束条件重視 108人 (10.8%)		◎ (なし)		△ (音声通話と電子メール/WEB閲覧可)	◎ (月額料金割引20%)				☆	◎ (なし)			
サービス移行容易性重視 162人 (16.2%)	◎ (月額料金4000円)	◎ (なし)		△		◎ (なし)		△	☆	☆	△		
移動体データ通信一括処理重視 251人(25.1%)	△			○ (音声通話と電子メール/WEB閲覧可)				○			○	☆	☆
サービスバンドリング要素重視 273人 (27.3%)		△	☆	☆		△		☆	△	△	◎		

■ 8. 効用値回答者分類の基本属性(1)

● 5グループを年齢と世帯構成の観点で分析すると以下の特徴が指摘される。

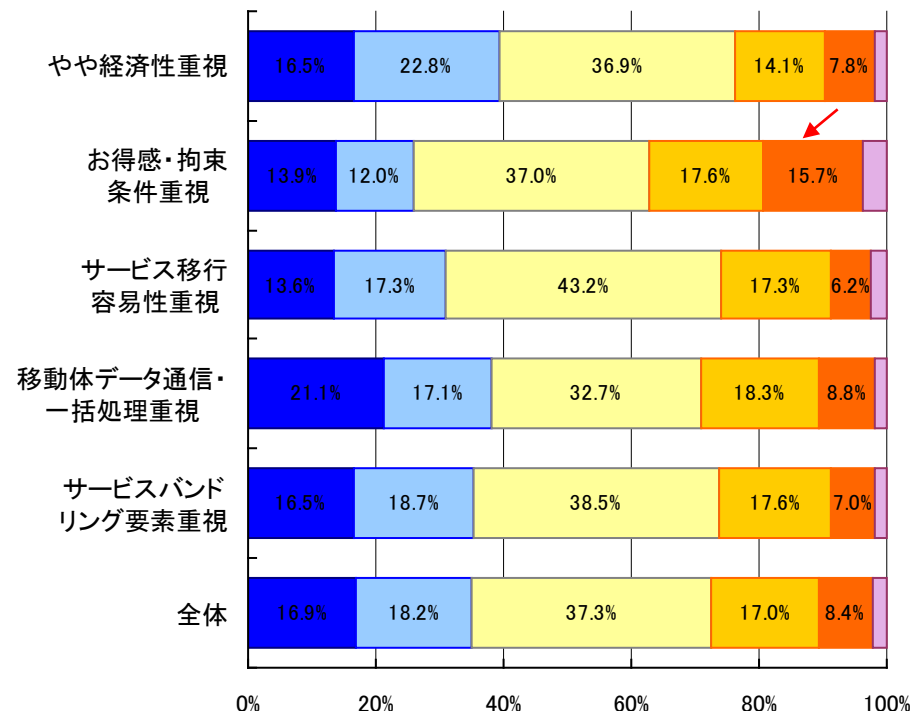
- ・ 「サービス移行容易性重視」は20代未満と50代以上の回答者比率が高い傾向にある。
- ・ 「お得感・拘束条件重視」は3世代同居世帯の回答者比率が高い傾向にある。

年齢別構成比率



■ 20歳未満 ■ 20歳～24歳 ■ 25歳～29歳 ■ 30歳～34歳 ■ 35歳～39歳
■ 40歳～44歳 ■ 45歳～49歳 ■ 50歳～54歳 ■ 55歳～59歳 ■ 60歳以上

世帯構成比率

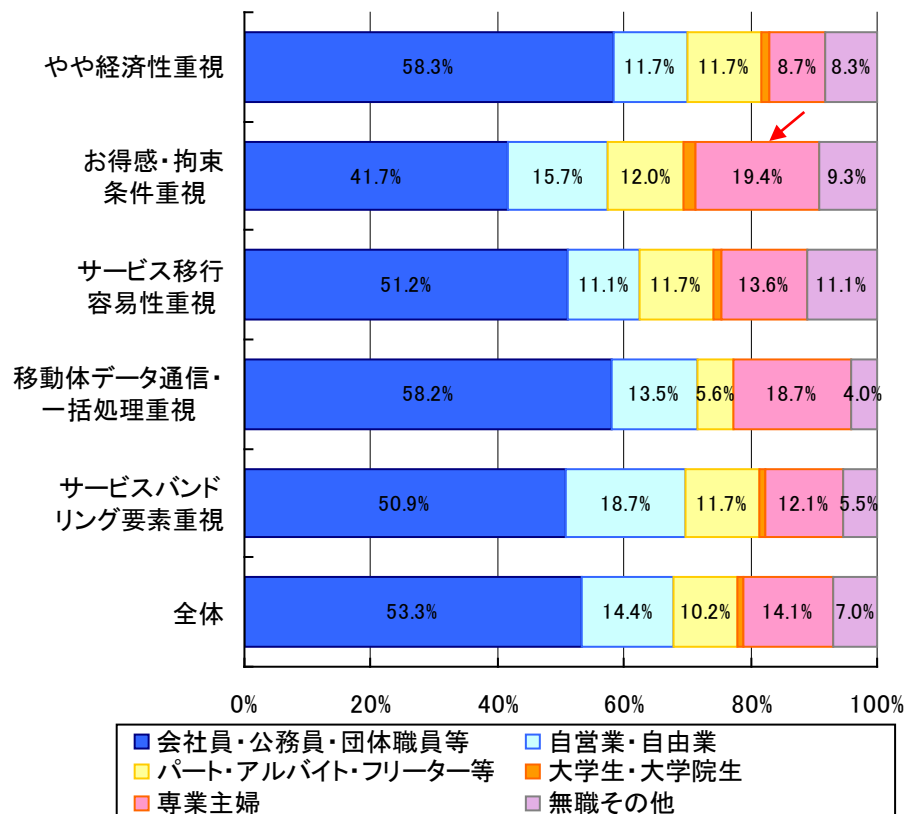


■ 独り暮らし ■ 夫婦のみ ■ 夫婦と未婚の子ども
■ 2世代同居 ■ 3世代同居 ■ その他

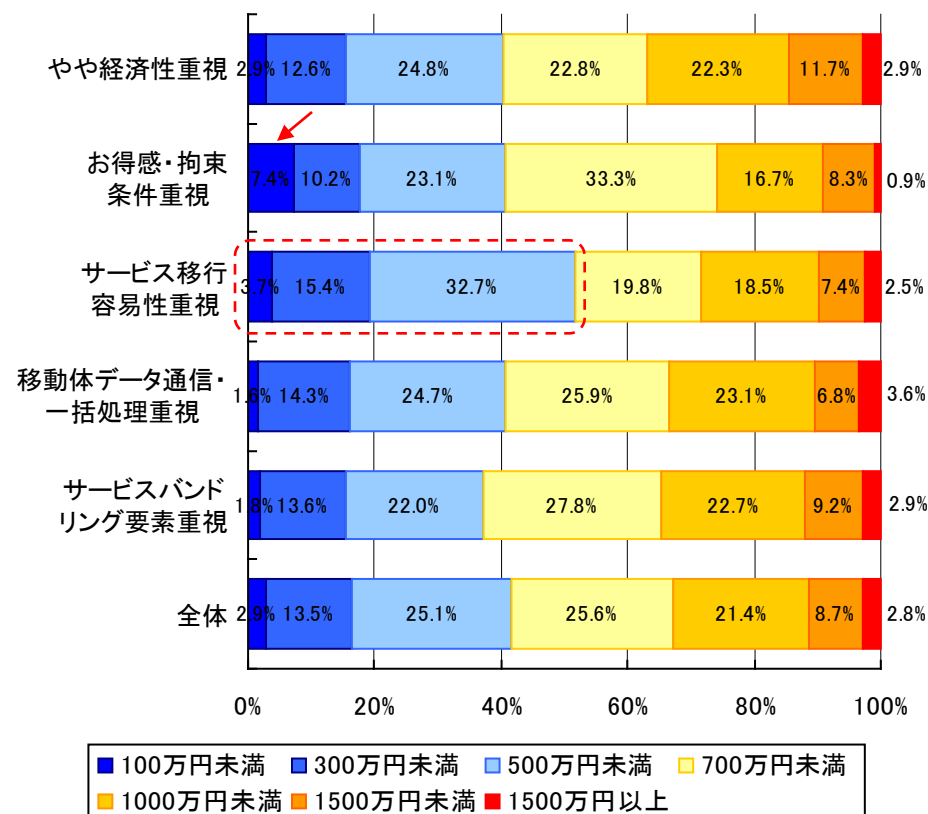
■ 8. 効用値回答者分類の基本属性(2)

- 5グループを職業と世帯年収の観点で分析すると以下の特徴が指摘される。
 - ・ 「お得感・拘束条件重視」は専業主婦と年収100万円未満の回答者比率が高い傾向にある。
 - ・ 「サービス移行容易性重視」は年収500万円未満の回答者比率が高い傾向にある。

職業別構成比率

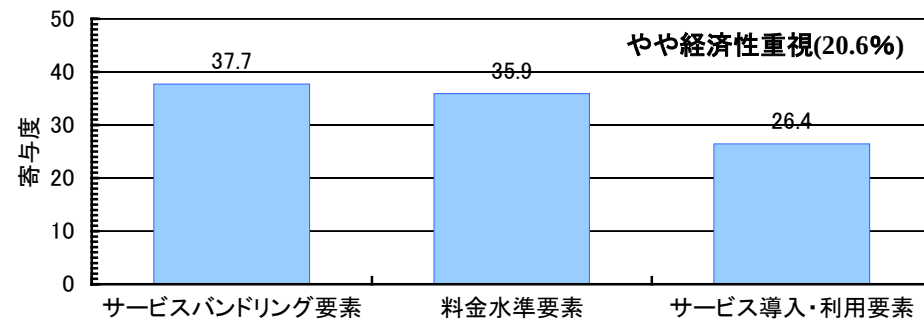
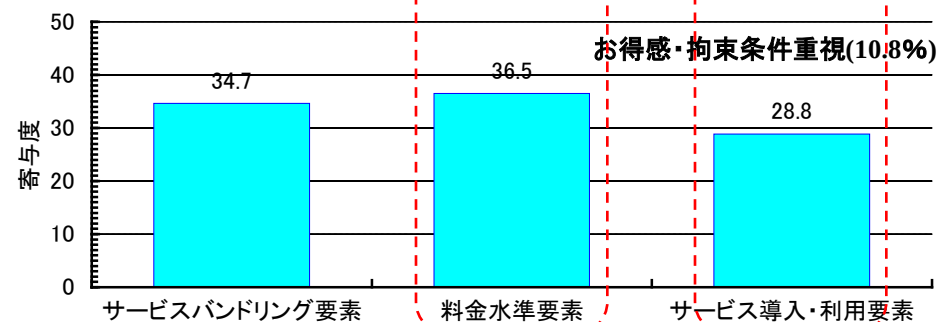
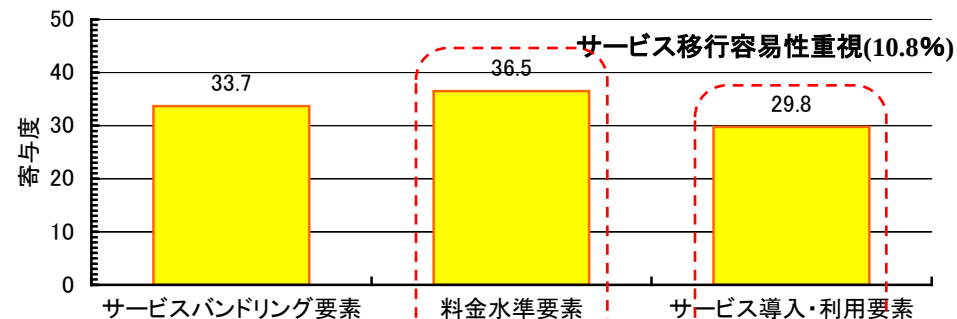
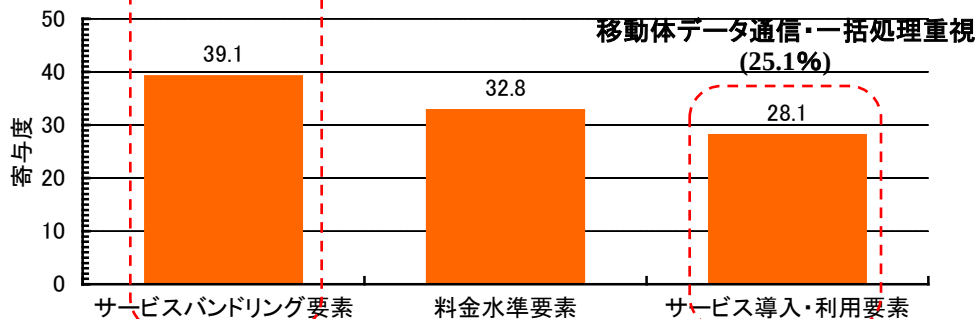
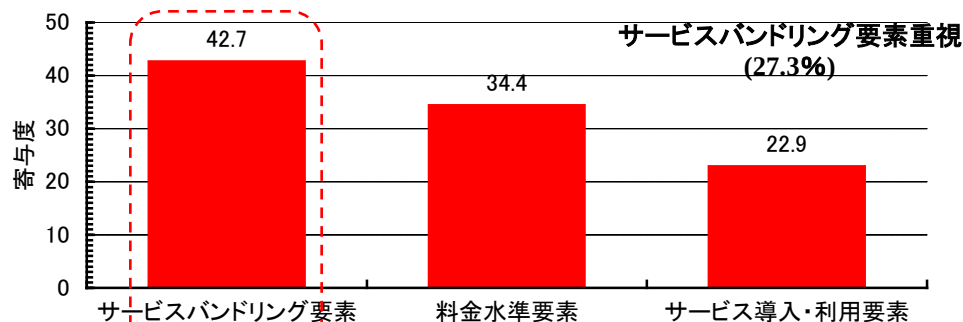
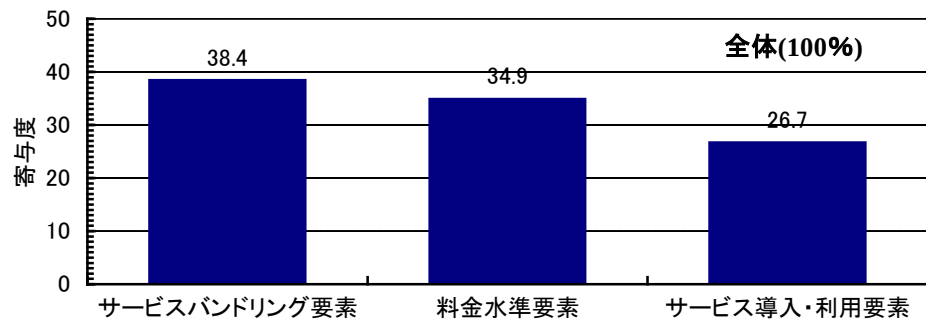


世帯年収別構成比率



■ 9. 効用値回答者分類からの示唆(1)

① 消費者の嗜好は多様であり、サービスバンドリング要素だけでなく、料金水準要素あるいはサービス導入・利用要素をより重視する回答者グループも少なからず存在する。



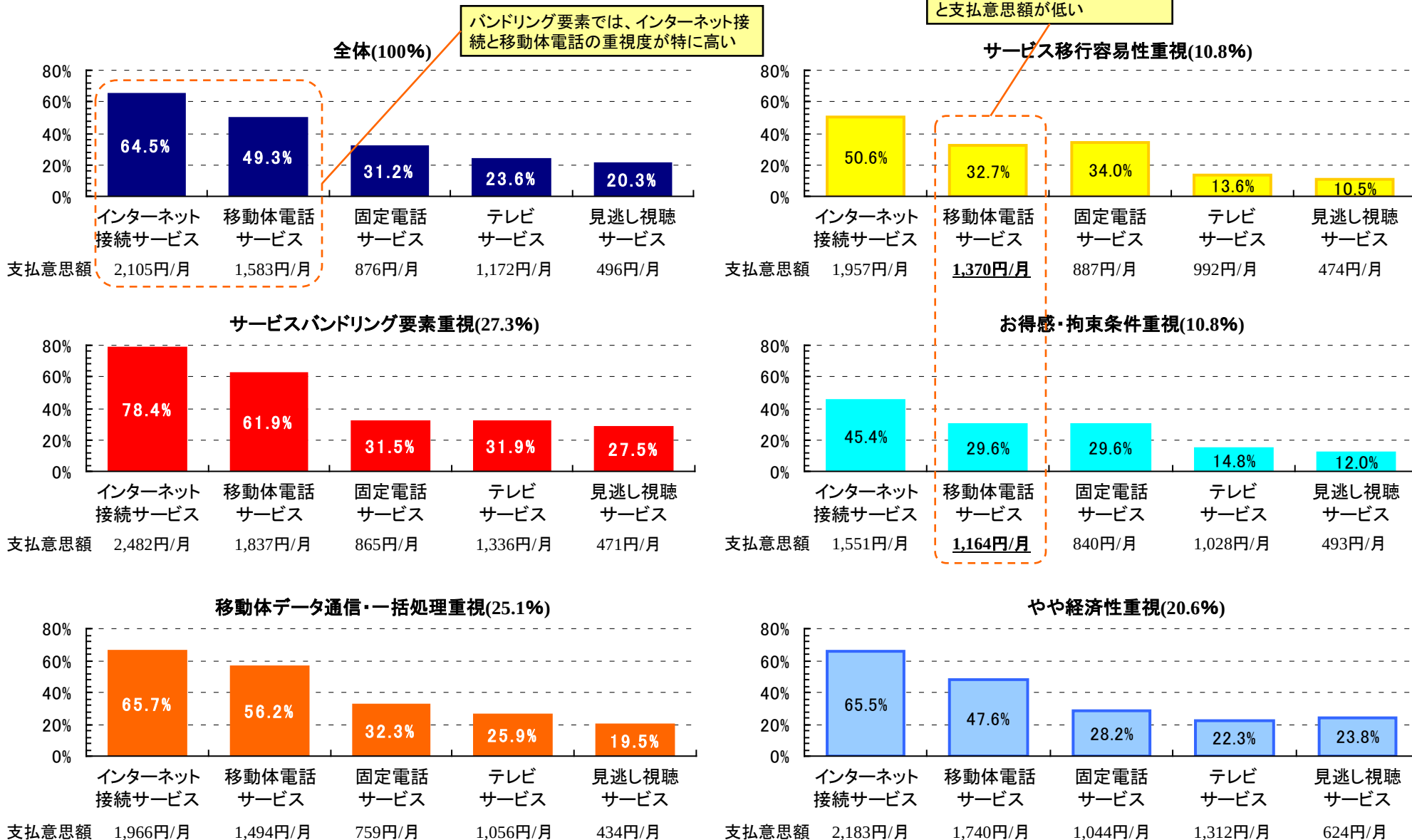
■ 9. 効用値回答者分類からの示唆(2)

- ・ 消費者がバンドルサービスのメリットを最大限享受するためには、商品選択の幅が広がり、多様なニーズに応じた商品が提供されるよう、できるだけサービスの自由な組み合わせが可能となる環境を整備することが望ましいのではないか。
 - ・ サービスバンドリング要素について、寄与度の高いインターネット接続サービス、移動体通信サービス、固定電話サービス、テレビサービスについては、自由な組み合わせを阻害する要因は最小限にすることが望ましいのではないか。
 - ・ 一方、バンドルサービスを積極的に導入する際の注意点として、これまで以上に消費者の囲い込みが激しくなる可能性が高いのではないか。
- サービス移行容易性重視は、回答者基本属性より20歳未満と60歳以上の比率が高い。
 - ・ 当該年齢層は、月額料金や初期費用に加えて、移行手続期間、途中解約違約金、最低契約期間を重視する傾向が強いため、サービス条件に関する情報提供がより重要になってくるのではないかと考えられる。

※本調査はWEBアンケートにより実施しているため、手法上の制約が存在することを念頭におく必要がある。

一般調査分析結果

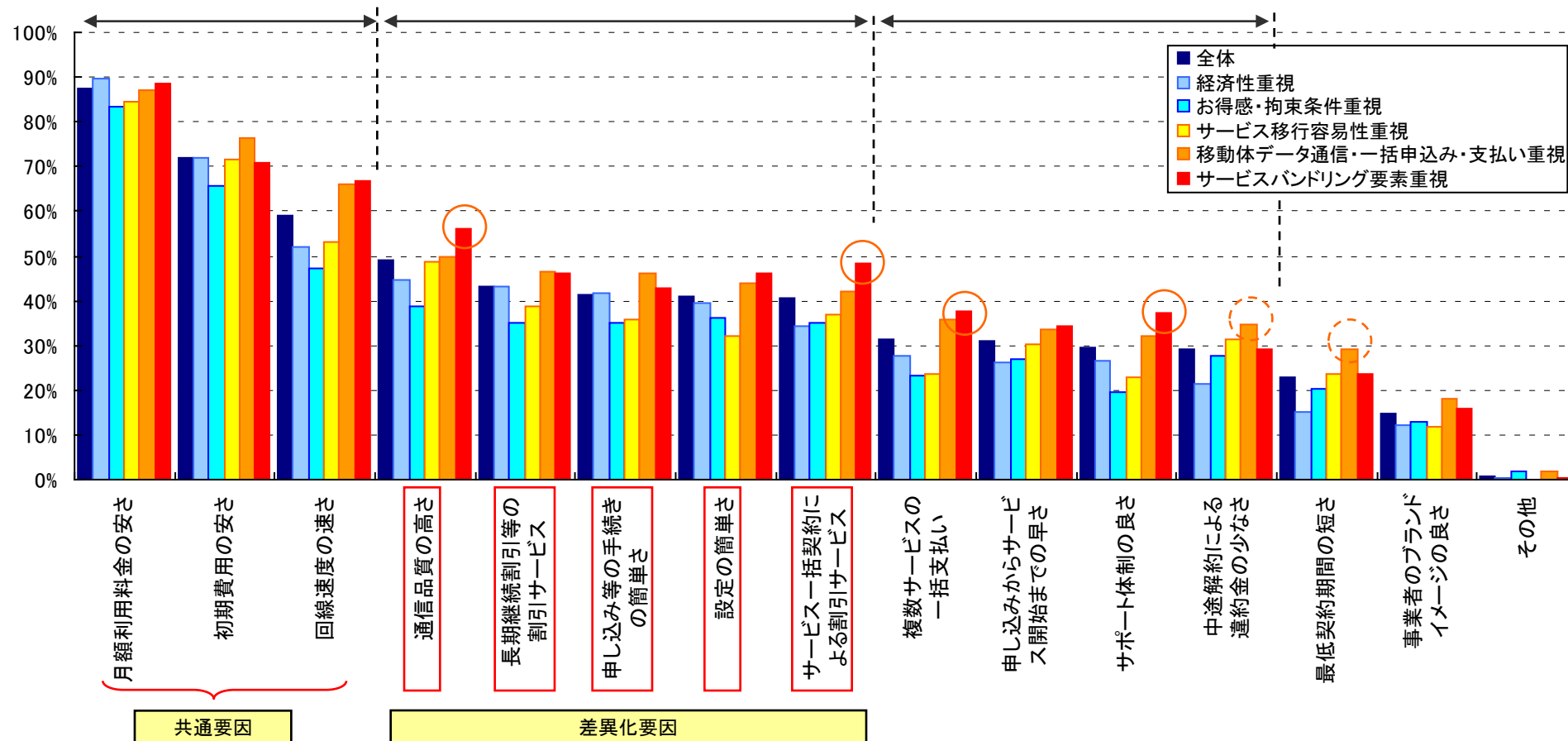
■ 10. バンドルサービスの重視度と支払い意思額



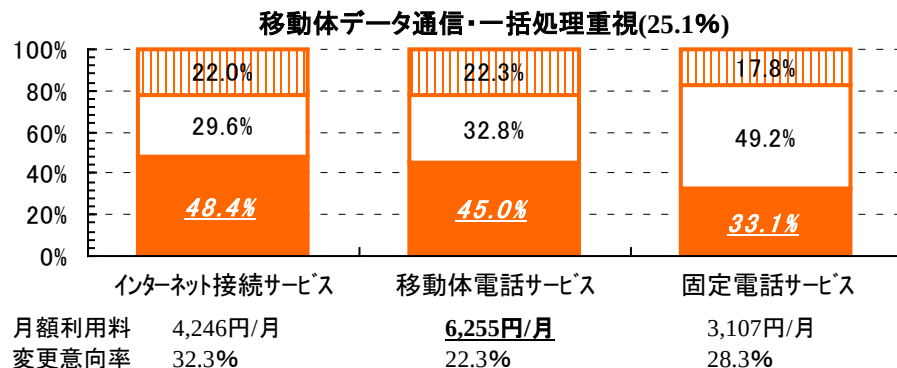
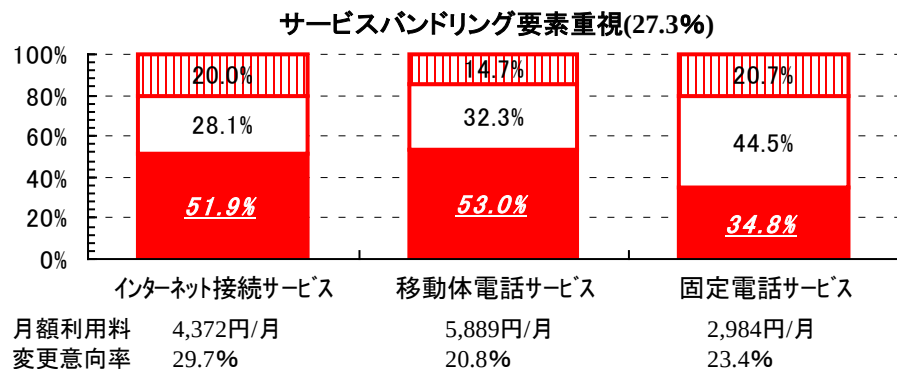
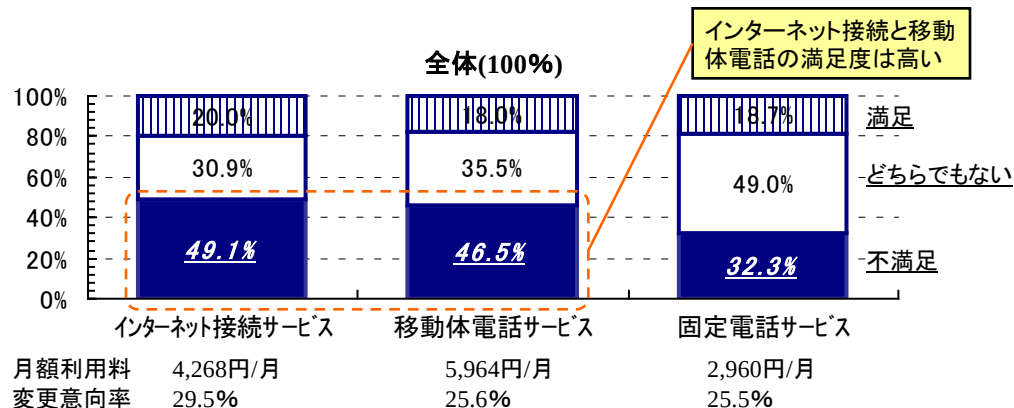
■ 11. バンドルサービスを利用する際の決め手となる要因

- サービス利用の決め手となる要因では、各グループとも月額料金、初期費用、回線速度が共通して上位にある。
 - ・ 「サービスバンドリング要素重視」では、上記に加えて通信品質、一括契約による割引サービス、複数サービスの一括支払い、サポート体制の良さの指摘率が高い。

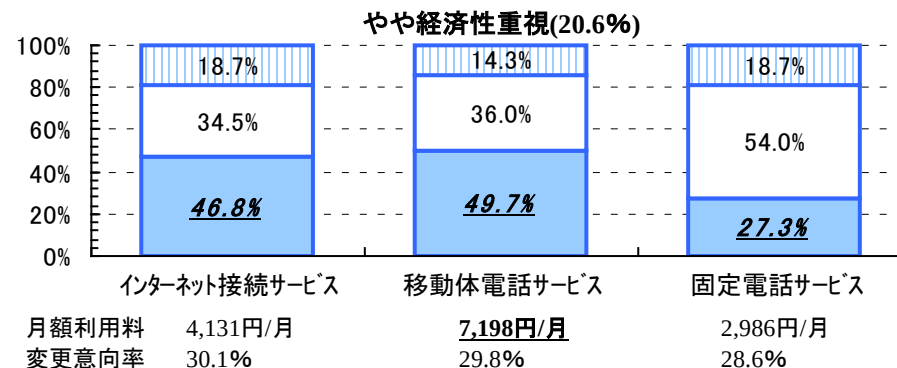
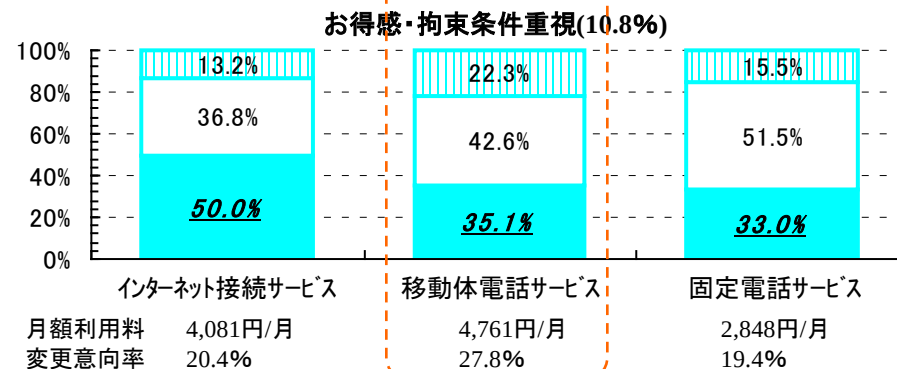
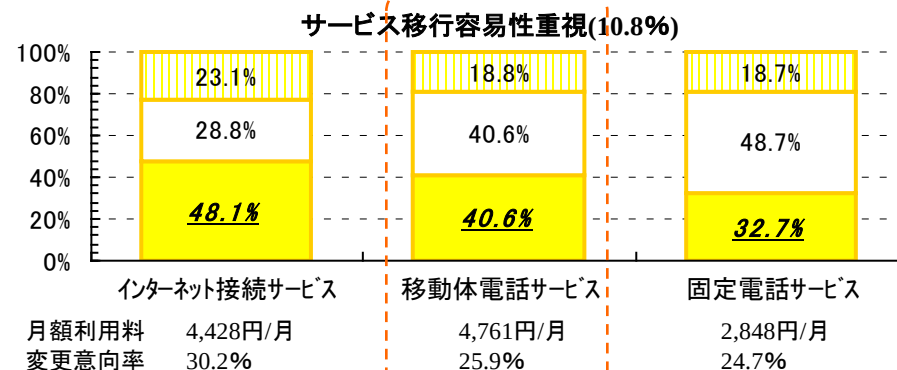
バンドルサービスを利用する際の決め手(%)



12. 現在利用している通信サービスの評価

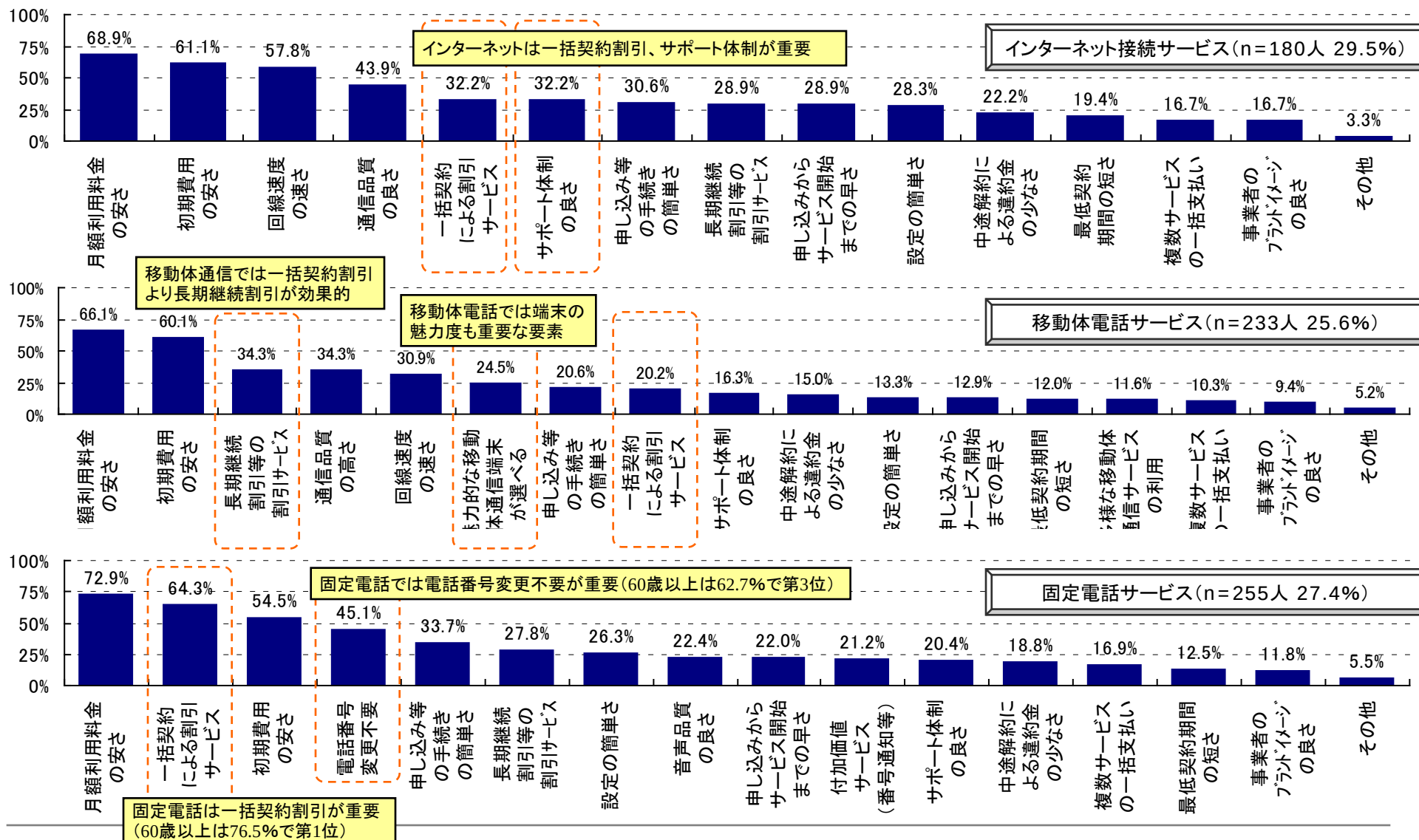


移動体電話サービスは回答者によって満足度の差が大きい
(但し、サービスの変更意向比率に顕著な違いは見られない)



■ 13. 通信サービスを変更する際に決め手となる要因（変更意向を持つ回答者）

- 料金・速度・品質を除くと、通信サービスの種類によってサービス変更の際に重視する上位要因に差異が見られる。



■ 14. 通信サービスを変更したくない理由（変更意向を持たない回答者）

- 申し込み手続きの容易化により、消費者のサービス選択・移行の自由が高まるのではないか。

