

平成17年12月19日
日本テレコム株式会社

電話サービス・ブロードバンドサービス等の選択行動に関するアンケート調査 報告書（要約版）

1. 調査の概要

(1) 目的

本調査は、「新規サービスの営業に利用する番号に関し、桁数の差があることが、営業面の容易さに影響を及ぼすものであるか」を、全国電話ユーザに対するアンケート調査で計量するために実施した。

(2) 調査方法

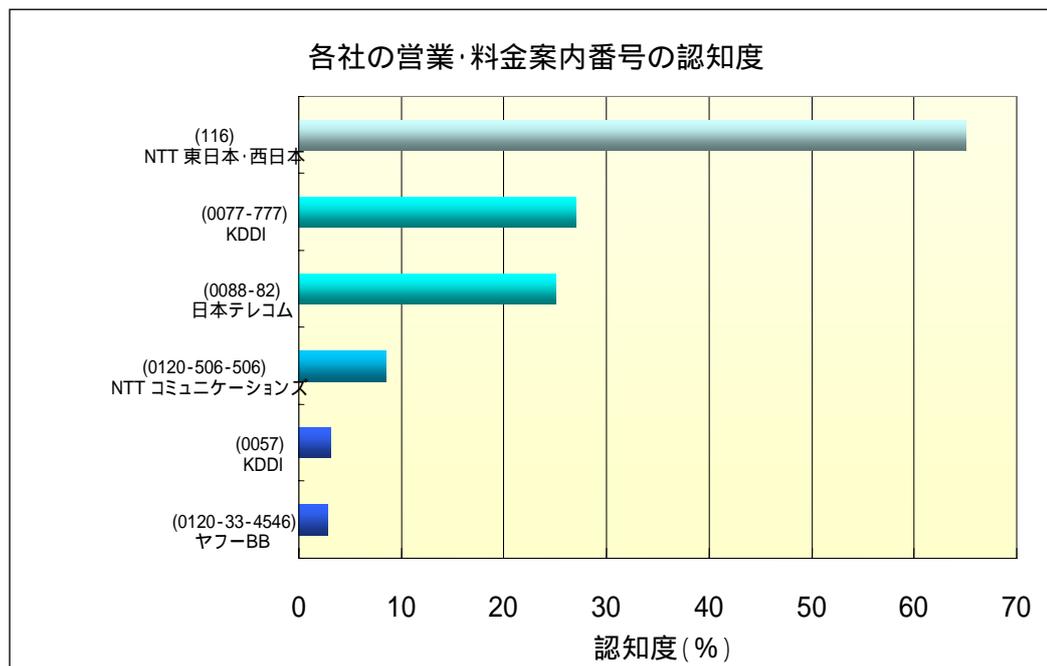
調査対象：全国の個人（20歳以上の男女 1,000人）

調査方法：ウェブアンケート方式、コンジョイント分析

実施時期：平成17年11月18日（金）～平成17年11月21日（月）

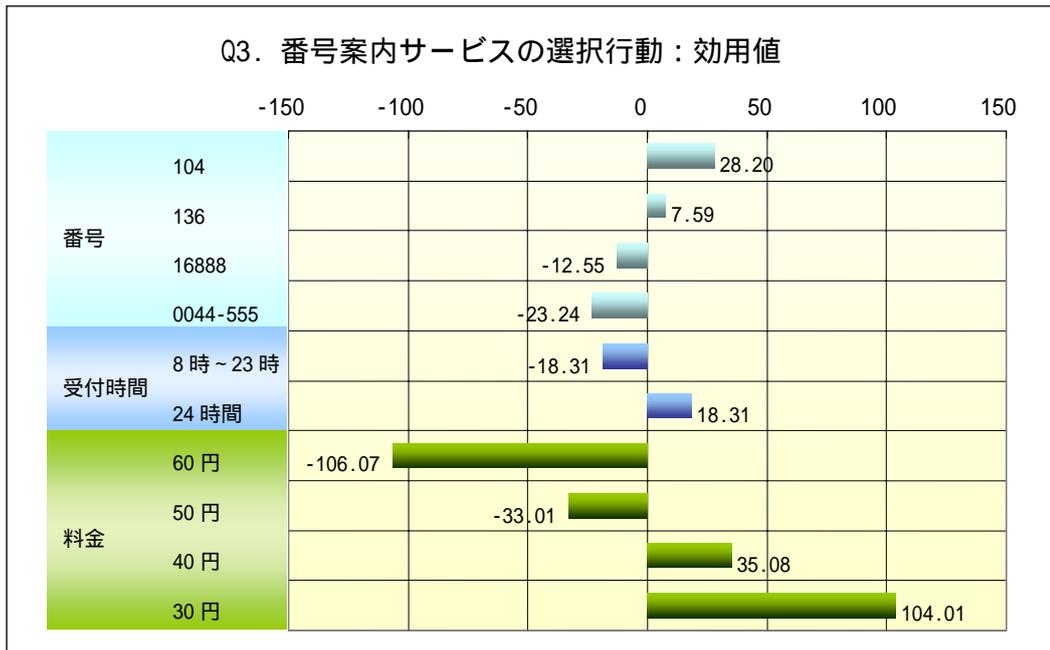
2. 調査結果

(1) 各社の営業・料金案内番号の認知度



- ・ プロモーションが行われていない番号は、桁数に関わらず、認知度は低い。
- ・ プロモーションが行われている番号は、桁数が短い（あるいはプロモーション量が多い）番号ほど、認知度が高いと考えられる。

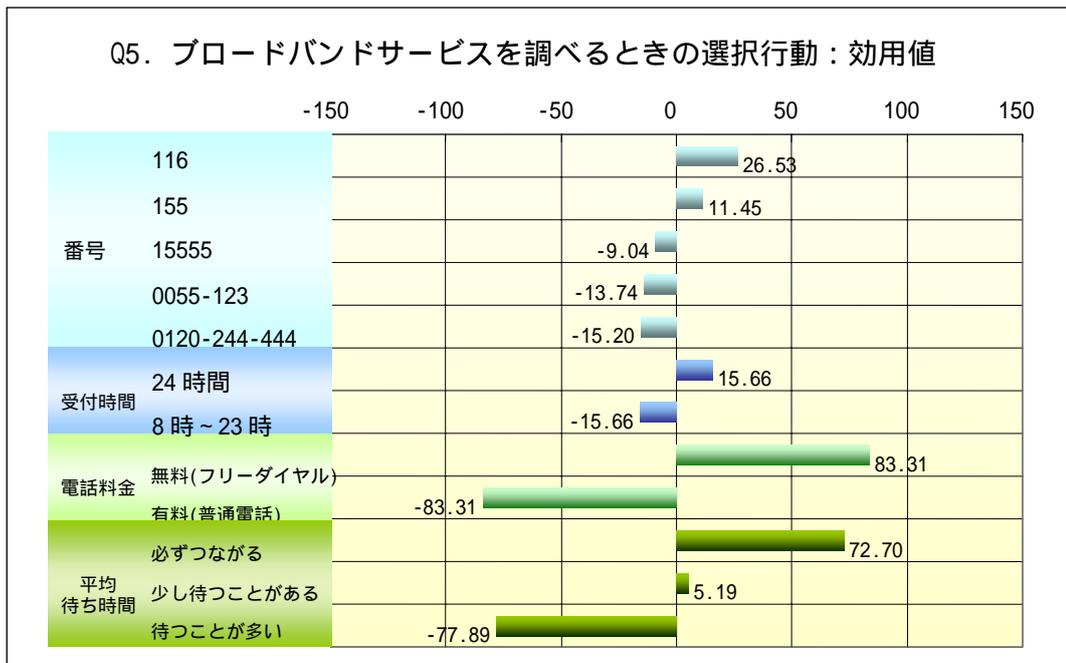
(2) 番号案内サービスの選択行動



- ・同じ3桁の136に比べて104の効用値が高いのは104の認知度・ブランドに起因するものと考えられる。
- ・104を除くと、桁数が少ないほど効用値が高い結果である。

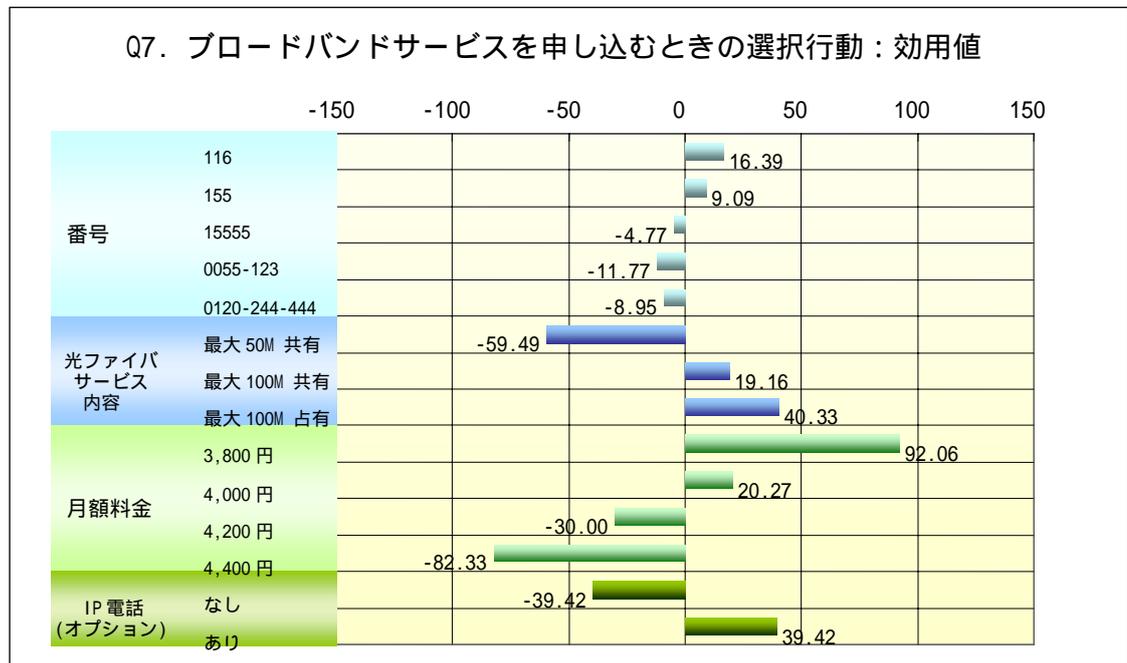
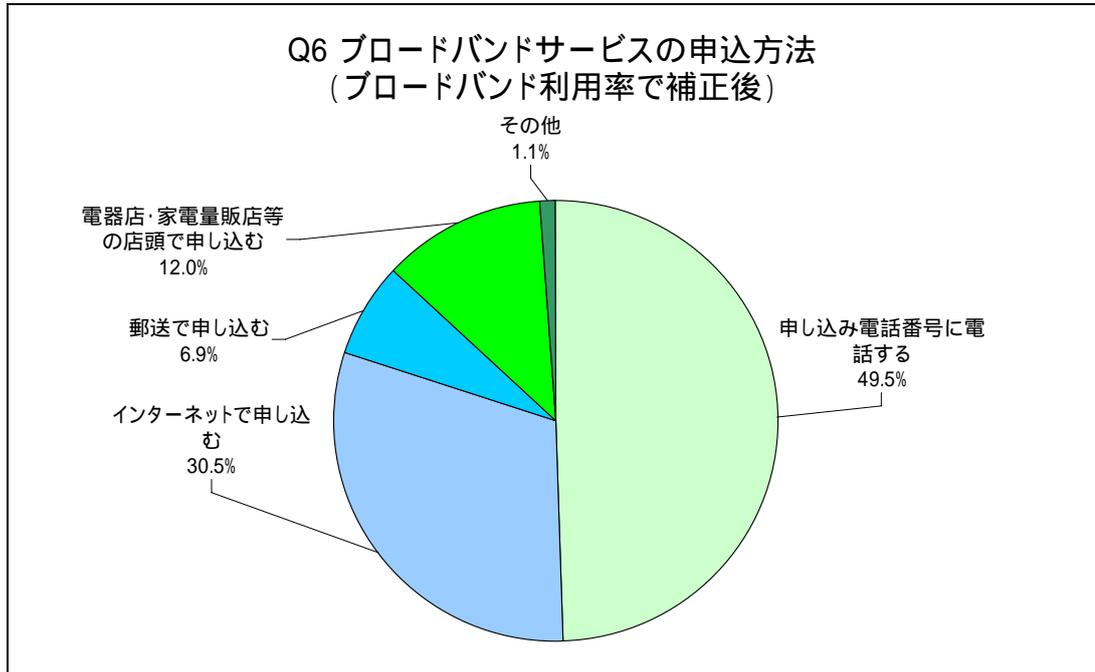
(3) ブロードバンドサービスの選択行動

(3) - ブロードバンドサービスを調べるときの選択行動



- ・電話料金の重要度が最も大きく、次いで平均待ち時間が拮抗している。

(3) - ブロードバンドサービスに申し込むときの選択行動



- ・これら属性のなかでは、月額料金が最も重要という結果である。
- ・「申し込み電話番号」の重要度は今回設定した属性のなかで最も低い。
- ・申し込み番号のなかでは、116 の効用値が最も高く、同じ 3 桁の 155 と有意な差がある。桁数が増えるほど効用値が下がる傾向にある。

以上