

ネットリサーチDIMSDRIVE
第205回公開調査
『MNP(番号ポータビリティ)』に関するアンケート

2009年6月17日
インターワイヤード株式会社

インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチのDIMSDRIVEでは、「MNP(番号ポータビリティ)」についてアンケートを行い、MNPのメールアドレス持ち運び意向などについてまとめました。

調査は2009年6月3日～6月5日にかけて実施し、ドコモ・au・ソフトバンク・イーモバイルの携帯電話を所有する、15-59歳のDIMSDRIVEモニター3,508人から回答を得ています。

調査結果の詳細

<http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2009/090617/>

CONTENTS

- 携帯電話でよく使うのは、「通話」よりも「メール」・・・ソフトバンクユーザは「ショートメール」も4割が利用
- 端末を選ぶ際は「本体価格」、キャリアを選ぶ時は「料金プラン」を重視
- キャリア変更・・・したい理由は「料金を安くしたい」、したくない理由は「メールアドレスが変わってしまう」
- MNP経験者の4割近くが「アドレス変更のお知らせが大変だった」
- MNPでのキャリア変更、「今までのキャリアのメールアドレスを継続させたい」人は7割
- メールアドレスでキャリア変更は気軽に？「MNPの可能性上がりそう」35.7%
- キャリア間でのメール転送サービス、48.2%に利用意向
- 電話番号を利用したメールサービスは43.0%に利用意向
- 「メールアドレスをそのまま引き継ぎたい」意向は強いものの、2つのサービスにも高い興味

調査概要

調査方法	インターネットを利用したアンケート調査				
調査期間	2009年6月3日～6月5日				
調査対象者	ドコモ・au・ソフトバンク・イーモバイルの携帯電話を所有する、15-59歳のDIMSDRIVE登録モニター 3,508人				
性別	N	%	携帯キャリア	N	%
男性	1746	49.8	NTTドコモ	1563	44.6
女性	1762	50.2	au	1071	30.5
			ソフトバンク	867	24.7
			イーモバイル	7	0.2
年代	N	%			
15-19歳	312	8.9			
20代	710	20.2			
30代	894	25.5			
40代	757	21.6			
50代	835	23.8			

調査項目

- ・所有キャリア
- ・機能について(メール送信・web閲覧頻度、よく利用する機能、アドレス帳に登録されている件数)
- ・料金プランについて(月額利用料、利用料金プラン、プランに対する不満)
- ・携帯電話会社について(契約年数、キャリア選択時の重視点、キャリアに対する不満点)
- ・携帯電話端末について(使用年数、端末選択時の重視点、好きな端末メーカー)
- ・キャリア変更について(変更意向とその理由、希望移転先、MNP利用経験とその理由、キャリア変更への抵抗感)
- ・メールアドレスの継続について(継続意向、MNPに対する意識変化、MNP利用の可能性)
- ・キャリア間メール転送について(継続意向、MNPに対する意識変化、MNP利用の可能性)
- ・電話番号同士でのメールについて(継続意向、MNPに対する意識変化、MNP利用の可能性)

携帯電話でよく使うのは、「通話」よりも「メール」・・・ソフトバンクユーザは「ショートメール」も4割が利用

■回答者の所有キャリア内訳

回答者の所有する携帯電話会社(キャリア)の内訳は、下記のとおりである。

■携帯電話でよく利用する機能

よく利用する機能は、「メール」88.8%が最多で、「通話」81.5%よりも高く、通話よりもメールの方がよく利用されている事が分かった。

「ショートメール・メッセージなど」は21.9%と、よく利用している人は2割ほどである。

<キャリア別:「メール」と「ショートメール」の値>

「メール」、「ショートメール」について、キャリアごとの値を見てみると、「メール」については、【ドコモ】がやや多かった。一方、「ショートメール」は【ドコモ】6.7%に対し、【au】30.2%、【ソフトバンク】39.1%となっており、【ドコモ】はかなり少なく、【ソフトバンク】は4割近くに上る。

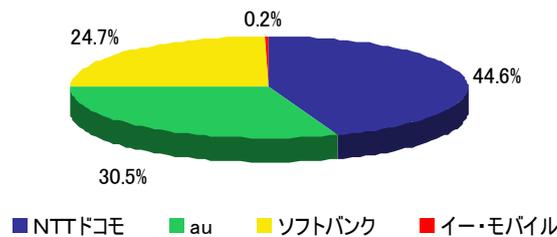
■アドレス帳の登録件数

アドレス帳の登録件数は、「51～100件」23.9%が最も多く、「31～50件」20.1%、「11～30件」19.8%と続いた。『101件以上』登録している人は26.5%である。

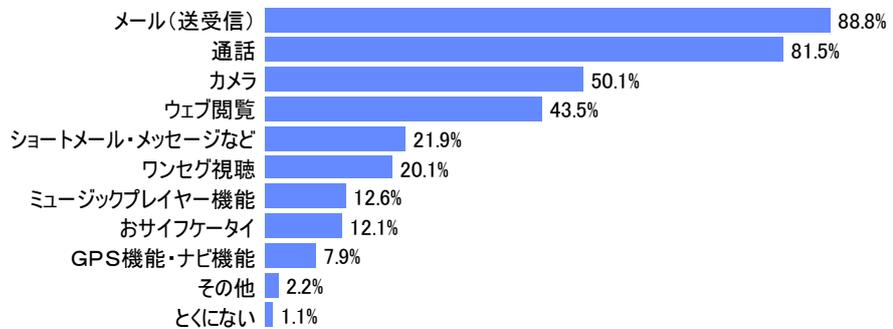
全員に伺います。

N=3,508

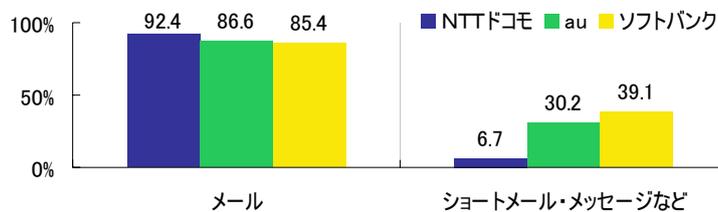
あなたがお持ちの個人用の携帯電話・PHSの会社を教えてください。(SA)



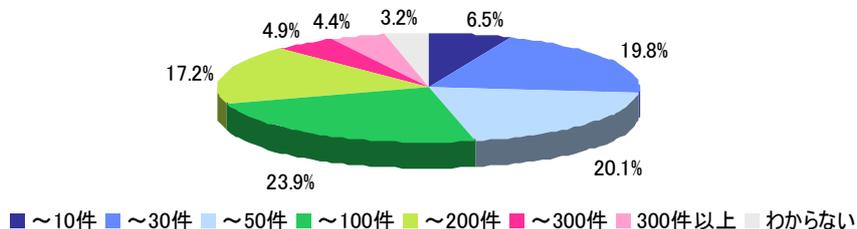
その携帯電話でよく利用している機能をお選びください。(MA)



◆キャリア別、「メール」・「ショートメール」の割合



その携帯電話のアドレス帳に登録している、件数は何件ぐらいですか。(SA)



端末を選ぶ際は「本体価格」、キャリアを選ぶ時は「料金プラン」を重視

■端末を選ぶ際に重視したいポイント

携帯電話の端末を選ぶ際に重視したい点は、「電話機本体の価格」62.1%が最も多く、「基本性能」59.7%、「電話機の色・質感・デザイン」58.1%と続き、半数を超えた。

「メーカー」を重視している人は30.2%と3割ほどである。

■携帯電話会社を選んだ際に重視した点

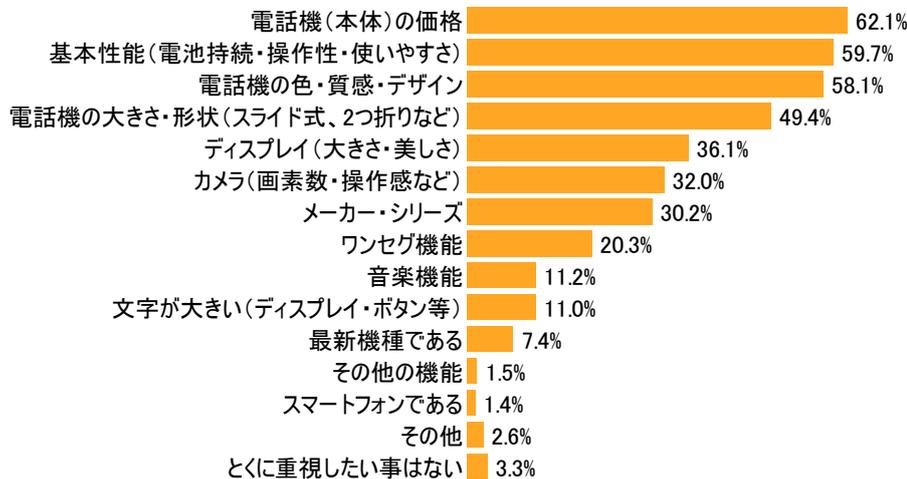
携帯電話会社を選んだ際に重視した点については、「家族・友人での割引サービス」32.1%、「料金プランの内容」30.1%、「基本使用料」25.1%と続き、「料金」に関する項目が上位を占めた。

「電話機価格の安さ」は12.5%となっており、端末を選ぶ際には最も重視されているが、携帯電話会社を選ぶ際には、「端末の価格」よりも「利用料」の方が重視されているという結果であった。

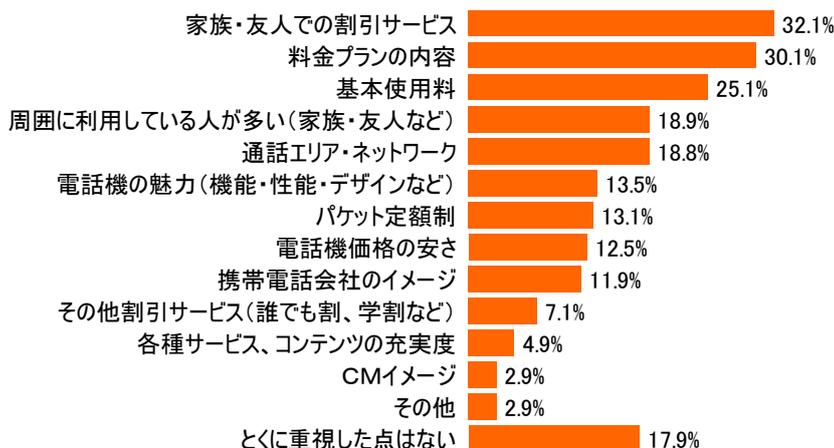
全員に伺います。

N=3,508

あなたが携帯電話機を選ぶ際に、重視したい点を教えてください。(MA)



現在利用している携帯電話会社を選んだ際に重視した点はなんですか。(MA)



キャリア変更・・・したい理由は「料金を安くしたい」、したくない理由は「メールアドレスが変わってしまう」

■キャリア変更意向

キャリアの変更意向を尋ねたところ、「変更する予定がある」2.7%、「検討中である」10.3%と、『意向がある』人は13.0%であった。

■どのキャリアにしたい？

キャリア変更意向者に、“どのキャリアに移りたいか”を尋ねたところ、【ドコモユーザ】は「au」よりも、【auユーザ】は「ドコモ」よりも、「ソフトバンク」を選んだ人が多かった。

【ソフトバンクユーザ】は「ドコモ」33.0%、「au」29.8%と、ややドコモの方が多。

■キャリア変更をしたい理由

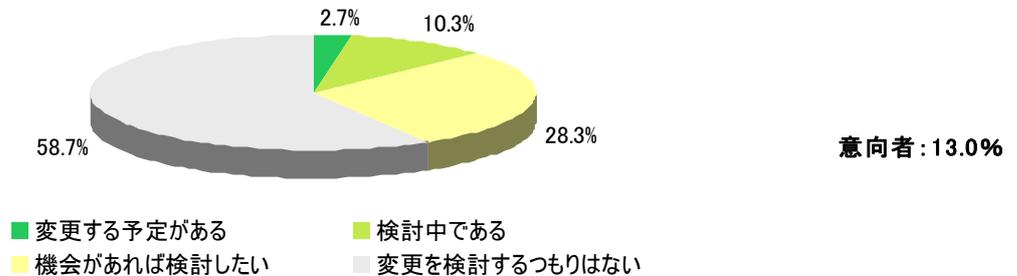
キャリア変更をしたい理由については、「料金を安くしたいから」が54.7%と圧倒的であった。

次いで「友人・家族などと同じ携帯電話会社にしたいから」23.1%と続いた。

全員に伺います。

N=3,508

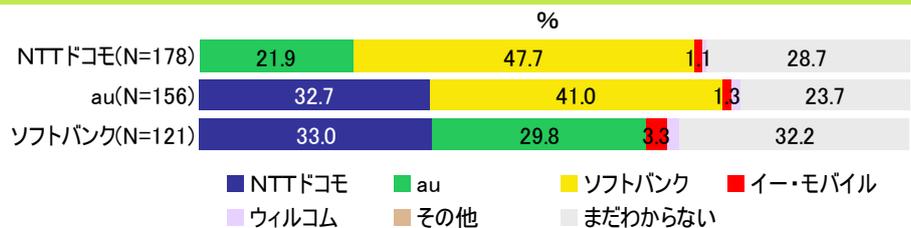
あなたは現在、「携帯電話会社を変更したい、今後変更したい」と考えていますか。



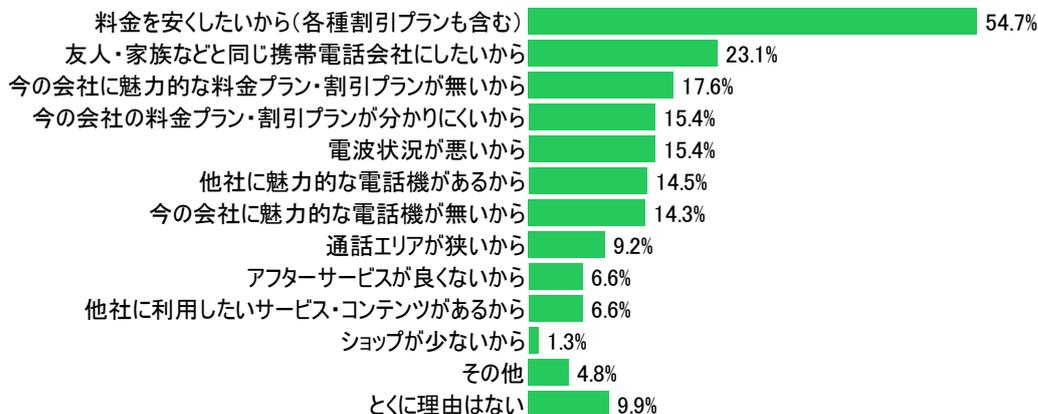
「予定がある」、「検討中」の方に伺います。

N=455

どの携帯電話会社に変更したいですか。(SA)



携帯電話会社を変更したい理由を教えてください。(MA)



■キャリア変更したくない理由

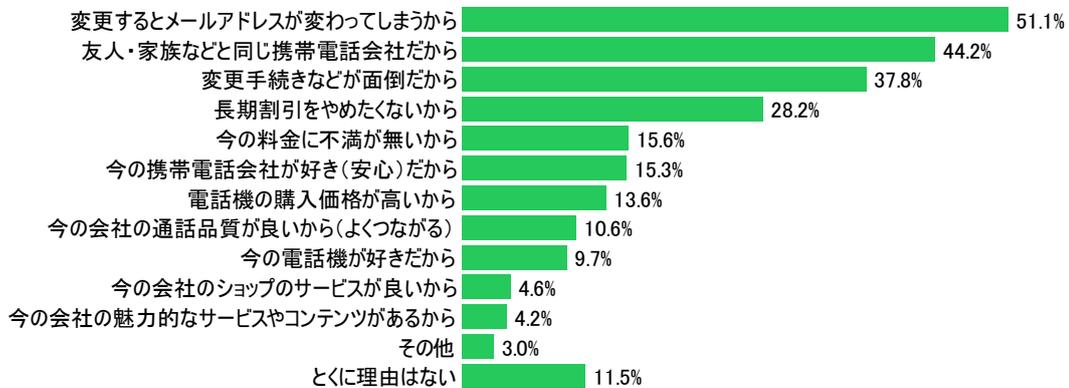
キャリア変更を検討するつもりが無い人に、その理由を尋ねたところ、「変更するとメールアドレスが変わってしまうから」51.1%が最も多く、半数以上が回答した。
次いで「友人・家族などと同じ携帯電話会社だから」44.2%が続き、「キャリア変更したい理由」、「したくない理由」どちらも上位に挙がっている。

「今の料金に不満が無いから」という人は15.6%で、料金に満足しているからキャリア変更しない...というわけでは無いようである。

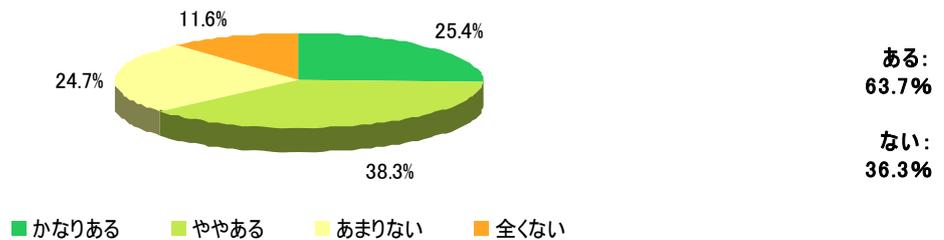
■キャリア変更の抵抗感

キャリア変更することについて“抵抗感”を尋ねたところ、「かなりある」25.4%、「ややある」38.3%で、『抵抗がある』人は63.7%であった。『抵抗が無い』人は36.3%となっている。

「変更を検討するつもりはない」方に伺います。 N=2059
携帯電話会社の変更をしたいと思わない理由を教えてください。(MA)



全員に伺います。 N=3,508
携帯電話会社を変えるということに、抵抗感がありますか。(SA)



MNP経験者の4割近くが「アドレス変更のお知らせが大変だった」

■MNP経験

MNPを利用してのキャリア変更経験は、「ある」人は8.8%、「ない」人は88.5%である。
【ドコモ】は4.0%と少なく、最も多い【au】13.7%よりも10ポイント近く少ない。【ソフトバンク】は11.1%であった。

■キャリア変更時に不便だったこと

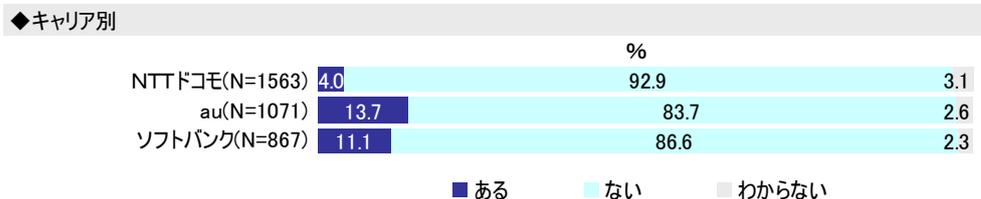
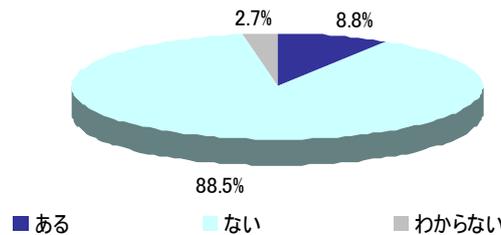
MNP経験者に、“MNPでのキャリア変更時に不便だったこと”を尋ねたところ、「アドレス変更のお知らせが大変だった」が37.5%と4割近くに上り、多かった。
次いで「ダウンロードしたデータを移動できなかった」25.1%、「アドレス変更を知らせていない人からのメールが届かなくなってしまった」18.6%と続き、『メールアドレス変更のお知らせ』に関する項目が多く回答された。

■MNPを利用した事が無い理由

MNPを経験した事が無い人のその理由については、「携帯電話会社を変更する気が無いから」が50.2%と半数以上であるが、その一方で“変更しても良いが、変更していない”という人がかなり多い事も伺える。

「変更する気が無い」以外の項目で最も多かったのは「メールアドレスは変えなければいけないから」で32.0%、「長年契約割引などが利用できなくなってしまうから」21.4%、「機種変更の方が安く済むから」と続いた。

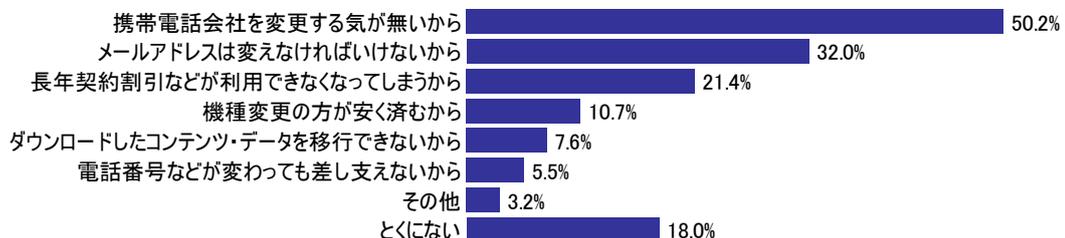
全員に伺います。 N=3,508
あなたはこれまでに、MNP(番号ポータビリティ制度)を利用して携帯電話会社を変更した事がありますか。(SA)



MNP経験者に伺います。 N=307
MNPを利用して携帯電話会社を変更した際、不便だったこと・困った事がありますか。(MA)



MNP未経験者に伺います。 N=3105
MNPを利用した事が無いのはなぜですか。(MA)



● MNPでのキャリア変更、「今までのキャリアのメールアドレスを継続させたい」人は7割

■ MNPでメールアドレスが変わるのは・・・

MNPでキャリア変更した際は電話番号はそのまま利用できるが、メールアドレスは変わってしまう。

このことについてどのように感じているかを尋ねたところ、「非常に不便である」人は43.9%と4割以上で、「やや不便である」28.4%と合わせると、72.3%が『不便』と感じているという結果であった。

<アドレス帳 登録件数別>

アドレス帳の登録件数が増えるほど、「非常に不便である」の割合が高く、【～10件】の人は20.7%だったのに対し、【300件以上】では66.6%と3倍以上になっている。

【300件以上】の人は「やや不便である」を合わせると85.6%が『不便』と感じている。

■ メールアドレスのポータビリティ意向

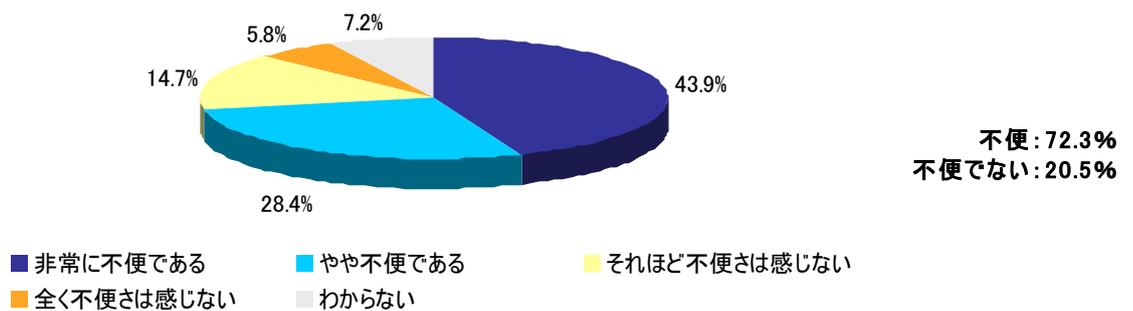
キャリア変更時の、「メールアドレスの継続(ポータビリティ)意向」を尋ねた。

「ぜひ継続したい」人が41.9%と4割を超え、「まあ継続したい」28.8%と合わせると70.7%が『継続したい』と回答し、これまでのキャリアのメールアドレスを継続したいという意向が高い事が分かった。

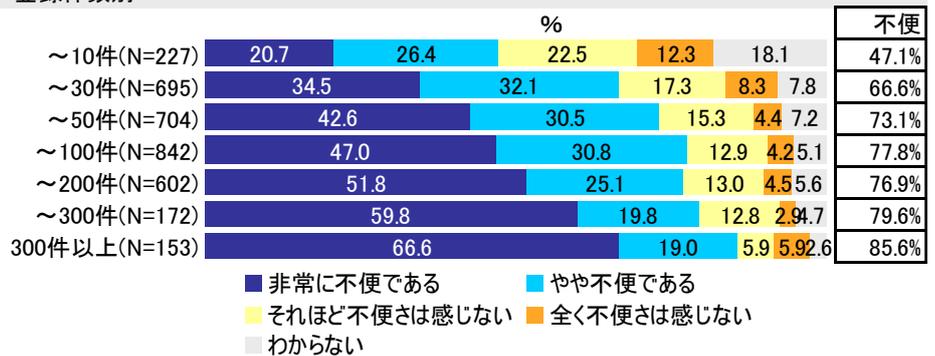
全員に伺います。

N=3,508

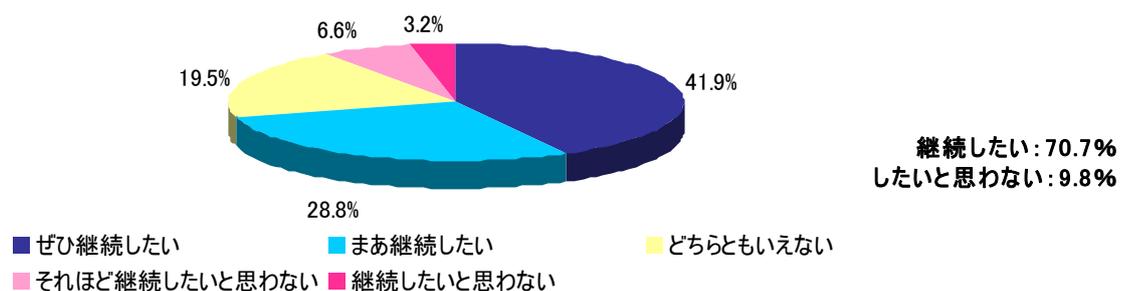
MNPを利用して携帯電話会社を変える際、メールアドレスが変わる事について、どのように感じていますか。(SA)



◆ アドレス帳 登録件数別



携帯電話会社を変える際は、電話番号だけでなくメールアドレスも、変更せずに継続したいと思いますか。(SA)



＜性年代別＞

最も意向が高いのは30代女性の77.8%であった。男性では20代42.2%が最も高い。
男女とも20代以上に比べて、10代の継続意向は低くなっている。
全ての年代で、男性よりも女性の方がアドレスの継続意向が高い。

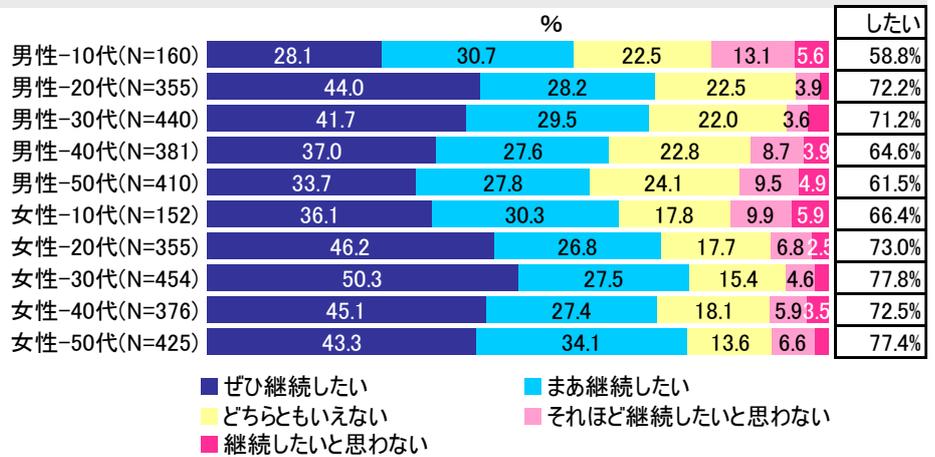
＜キャリア別＞

アドレスの継続意向者は【ドコモ】72.4%が最多、【au】68.3%が最少であったが、キャリア間での意向の差はそれほどみられなかった。

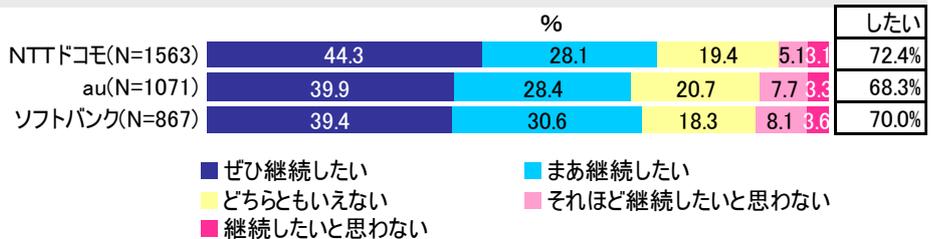
＜アドレス帳 登録件数別＞

アドレス帳の登録件数が増えるほど、継続意向者の割合は高く、【300件以上】では6割が「ぜひ継続したい」と回答している。
一方で【～10件】でも約半数の46.7%に継続意向があり、登録件数が少なくてもアドレス継続意向は高い。

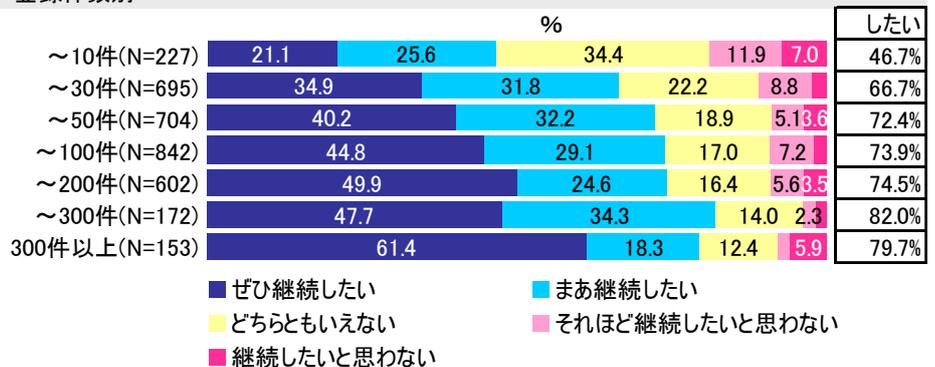
◆性年代別



◆キャリア別



◆アドレス帳 登録件数別



メルアド継続でキャリア変更は気軽に? 「MNPの可能性上がりそう」35.7%

■アドレス継続で、キャリア変更は気軽になる?

電話番号とともに、メールアドレスも継続できた場合、キャリア変更に対する意識に変化はあるのだろうか。

「かなり気軽になりそう」19.9%、「まあ気軽になりそう」28.3%で、約半数の48.2%が『気軽になりそう』と回答した。一方で、2割の23.4%はメールアドレスを継続できても、キャリア変更に対する意識は「変わらなさそう」と回答している。

<性年代別>

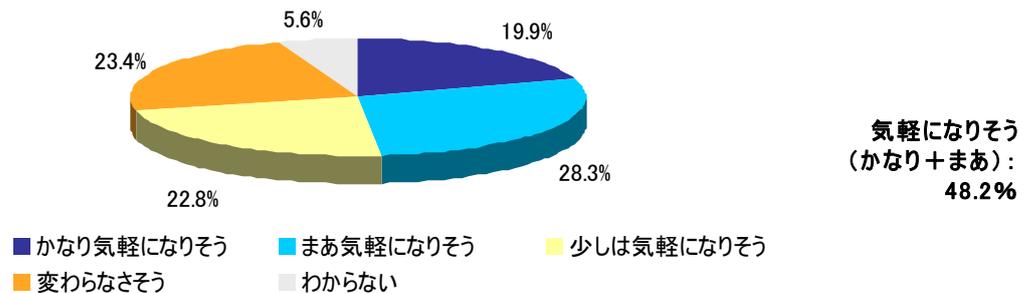
『気軽になりそう(かなり+まあ)』な人の割合が最も高かったのは20代男性で54.1%であった。男女とも、20代・30代は半数の50%を超えて高い。一方で40代・50代の男性は4割を切っており、同年代の女性と10ポイント前後の開きが出ている。

<キャリア別>

『気軽になりそう』な人の割合は、【ドコモ】44.7%、【au】51.0%、【ソフトバンク】50.9%で、【ドコモ】の値がやや低くなっている。「変わらなさそう」の値は、3キャリア間の差は見られなかった。

全員に伺います。 N=3,508

電話番号だけでなくメールアドレスも継続できるとしたら、携帯電話会社の変更は、あなたにとって今よりも気軽になりそうですか。(SA)



◆性年代別

性年代	かなり気軽になりそう	まあ気軽になりそう	少しは気軽になりそう	変わらなさそう	わからない	TOP2
男性-10代(N=160)	16.9	26.9	23.1	28.7	4.4	43.8%
男性-20代(N=355)	23.7	30.4	21.7	18.6	5.6	54.1%
男性-30代(N=440)	20.9	29.3	24.1	21.4	4.3	50.2%
男性-40代(N=381)	13.6	26.2	24.7	27.9	7.6	39.8%
男性-50代(N=410)	16.3	23.4	23.9	29.3	7.1	39.7%
女性-10代(N=152)	18.4	27.0	25.7	21.7	7.2	45.4%
女性-20代(N=355)	23.7	29.8	20.0	21.4	5.1	53.5%
女性-30代(N=454)	23.1	30.4	22.7	18.7	5.1	53.5%
女性-40代(N=376)	18.4	29.1	22.1	25.3	5.1	47.5%
女性-50代(N=425)	20.9	28.7	21.9	23.3	5.2	49.6%

◆キャリア別

キャリア	かなり気軽になりそう	まあ気軽になりそう	少しは気軽になりそう	変わらなさそう	わからない	TOP2
NTTドコモ(N=1563)	17.9	26.8	26.3	23.9	5.1	44.7%
au(N=1071)	21.1	29.9	19.6	23.5	5.9	51.0%
ソフトバンク(N=867)	22.0	28.9	20.5	22.4	6.2	50.9%

■アドレス継続で、MNP利用に変化は...?

メールアドレスが継続できた場合、MNPの利用に変化はあるのか。
次回、携帯電話を変える際の“MNP利用の可能性”について尋ねた。

「かなり上がると思う」は12.9%、「まあ上がると思う」は22.8%となっている。
“気軽になりそう”の値よりも“実際に自分が利用する可能性”についてはやや消極的ではあるが、
『上がると思う(かなり+まあ)』と回答した人は35.7%と3割を超えた。

キャリア変更の際にメールアドレスが継続できることで、キャリア変更に対するハードルが低くなる可能性がありそう...
という事が伺える結果となった。

<性年代別>

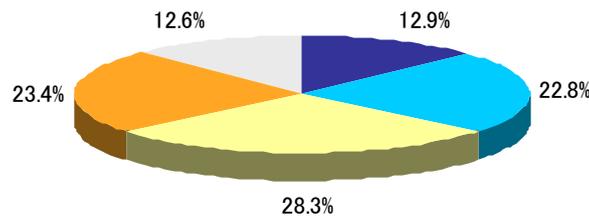
『上がると思う(かなり+まあ)』と回答した割合が最も高かったのは30代男性で41.4%、次いで20代男性40.3%と続いた。最も低かったのは10代女性で29.0%と3割を切っている。

<キャリア別>

『上がると思う』と回答した割合は、【ドコモ】が【au】【ソフトバンク】に比べてやや少なくなっているが、それほど差は見られなかった。

「上がらないと思う」の回答については【ドコモ】が最も多く25.1%となっている。

次回、携帯電話機を変える際に、電話番号だけでなくメールアドレスも継続できるとしたら、MNPを利用して携帯電話会社を変更する可能性は上がりそうですか。(SA)



上がると思う
(かなり+まあ):
35.7%

■ かなり上がると思う ■ まあ上がると思う ■ 少しは上がると思う ■ 上がらないと思う ■ わからない

◆性年代別

性年代	かなり上がると思う (%)	まあ上がると思う (%)	少しは上がると思う (%)	上がらないと思う (%)	わからない (%)	TOP2 (%)
男性-10代(N=160)	11.9	21.9	27.4	26.3	12.5	33.8%
男性-20代(N=355)	16.1	24.2	28.1	20.3	11.3	40.3%
男性-30代(N=440)	14.8	26.6	28.8	19.8	10.0	41.4%
男性-40代(N=381)	9.7	21.0	31.2	25.2	12.9	30.7%
男性-50代(N=410)	11.7	22.4	22.9	27.6	15.4	34.1%
女性-10代(N=152)	9.9	19.1	30.2	25.7	15.1	29.0%
女性-20代(N=355)	11.8	23.7	27.3	25.4	11.8	35.5%
女性-30代(N=454)	13.7	23.6	29.0	20.9	12.8	37.3%
女性-40代(N=376)	13.0	21.3	29.6	24.7	11.4	34.3%
女性-50代(N=425)	13.6	21.2	29.2	21.9	14.1	34.8%

■ かなり上がると思う ■ まあ上がると思う
■ 少しは上がると思う ■ 上がらないと思う
■ わからない

◆キャリア別

キャリア	かなり上がると思う (%)	まあ上がると思う (%)	少しは上がると思う (%)	上がらないと思う (%)	わからない (%)	TOP2 (%)
NTTドコモ(N=1563)	12.5	20.5	30.1	25.1	11.8	33.0%
au(N=1071)	13.1	24.1	26.8	23.5	12.5	37.2%
ソフトバンク(N=867)	13.4	25.1	27.2	20.2	14.1	38.5%

■ かなり上がると思う ■ まあ上がると思う ■ 少しは上がると思う
■ 上がらないと思う ■ わからない

キャリア間でのメール転送サービス、48.2%に利用意向

★サービスによる、MNP意識変化の可能性・・・ ①キャリア間でのメール転送サービスがあった場合

アドレスポータビリティの代替手段として、“メールの転送”という手段も考えられる。
キャリア間でメールが転送出来た場合、MNPに対する意識には変化はあるのだろうか。

■利用意向

MNPを利用して新しいキャリアに移動した際の、キャリア間でのメール転送サービスの“利用意向”は、「ぜひ利用したい」15.1%、「まあ利用したい」33.1%と、利用意向者は48.2%と、約半数に上る。

<キャリア別>

意向者の割合は【ドコモ】46.4%、【au】48.3%、【ソフトバンク】51.1%となっており、【ソフトバンクユーザ】は半数以上に利用意向があった。

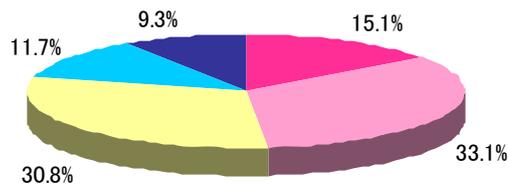
全員に伺います。

N=3,508

① 前のアドレスに届いたメールが、新しいアドレスに転送されるサービス・・・

- ・ Eメールアドレスを変更しても、一定期間、変更前のアドレス宛に届いたメールを新しいアドレス宛に転送。
- ・ MNPで携帯電話会社が変わった場合でも、新しいアドレス宛に転送される。

MNPを利用して携帯電話会社を変更した際、もし上記のようなサービスがあれば、利用してみたいと思いますか。(SA)



利用意向者：48.2%

- ぜひ利用したい
- まあ利用したい
- どちらともいえない
- あまり利用したいとは思わない
- 全く利用したいとは思わない

◆キャリア別

	%					意向者
NTTドコモ(N=1563)	12.7	33.7	31.5	12.6	9.5	46.4%
au(N=1071)	16.4	31.9	32.1	10.4	9.2	48.3%
ソフトバンク(N=867)	17.5	33.6	28.1	11.9	8.9	51.1%

- ぜひ利用したい
- まあ利用したい
- どちらともいえない
- あまり利用したいとは思わない
- 全く利用したいとは思わない

①キャリア間でのメール転送サービスがあった場合 続き

■MNPは気軽にになりそう??

メールの転送サービスがあった場合、MNPに対する意識に変化はあるのか。

「かなり気軽にになりそう」は8.9%、「まあ気軽にになりそう」は24.5%で、『気軽にになりそう(かなり+まあ)』という人は33.4%と3割であった。「変わらなさそう」も34.6%と3割である。

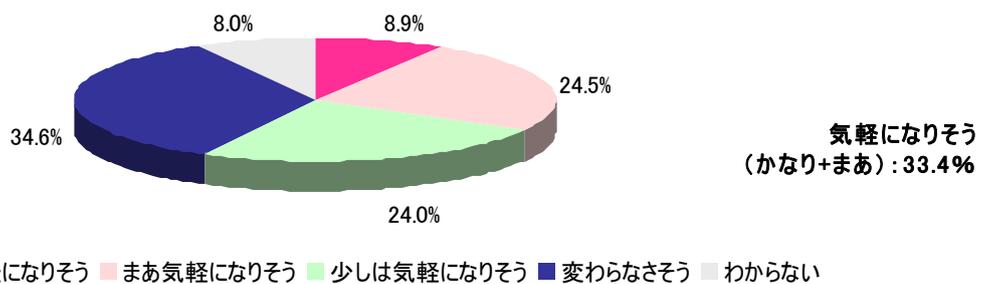
<キャリア別>

『気軽にになりそう』という人の割合は、【ソフトバンク】37.1%、【au】35.8%に比べると、【ドコモ】は29.5%とやや低く、3割を下回った。

■希望する転送期間

転送サービスの利用意向者に、“転送してもらいたい期間”を尋ねたところ、「～6ヶ月間」が最も多く38.5%、次いで「～1年間」36.8%と続き、75.3%が『1年以内』と回答した。『1年より長く』と回答した人は19.7%と2割ほどである。

上記のようなサービスがあった場合、携帯電話会社の変更はあなたにとって今よりも気軽にになりそうですか。(SA)



◆キャリア別

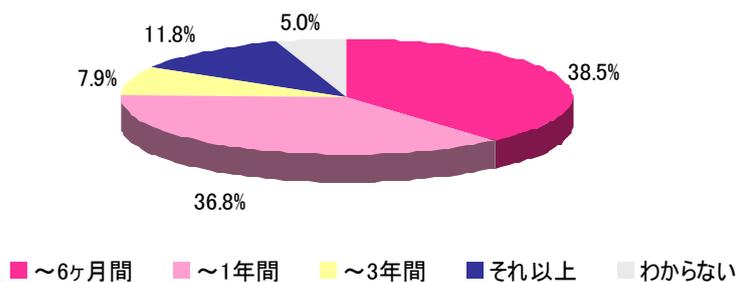
キャリア	かなり気軽にになりそう (%)	まあ気軽にになりそう (%)	少しは気軽にになりそう (%)	変わらなさそう (%)	わからない (%)	TOP2 (%)
NTTドコモ(N=1563)	7.3	22.2	25.8	36.9	7.8	29.5%
au(N=1071)	9.6	26.2	21.9	33.8	8.5	35.8%
ソフトバンク(N=867)	11.0	26.1	23.3	32.0	7.6	37.1%

■ かなり気軽にになりそう
 ■ まあ気軽にになりそう
■ 少しは気軽にになりそう
 ■ 変わらなさそう
■ わからない

メールの転送サービスを『利用したい』と回答した人に伺います。

N=1691

どのくらいの期間転送してもらいたいですか。(SA)



電話番号を利用したメールサービスは43.0%に利用意向

★サービスによる、MNP意識変化の可能性・・・

②キャリア間における、電話番号を宛先とするメールサービスがあった場合

ショートメールなどで利用されているように、メールアドレスを使用せずに“電話番号”でメールをやり取りするという手段も考えられる。

電話番号でメールの送受信が出来た場合、MNPに対する意識には変化はあるのだろうか。

■サービス利用意向

MNPを利用して新しいキャリアに移動した際の、電話番号を利用したメールサービスの“利用意向”は、「ぜひ利用したい」13.2%、「まあ利用したい」29.8%と、こちらも利用意向者は4割以上であった。

<キャリア別>

①の転送サービスに比べ、②電話番号を利用したメールサービスの方が、キャリア間での利用意向の差が大きくなっている。

最も意向が高かったのは【ソフトバンク】53.4%で、半数を超えた。次いで【au】43.9%、【ドコモ】36.6%と続き、【ソフトバンク】と【ドコモ】の差は16.8ポイントになる。

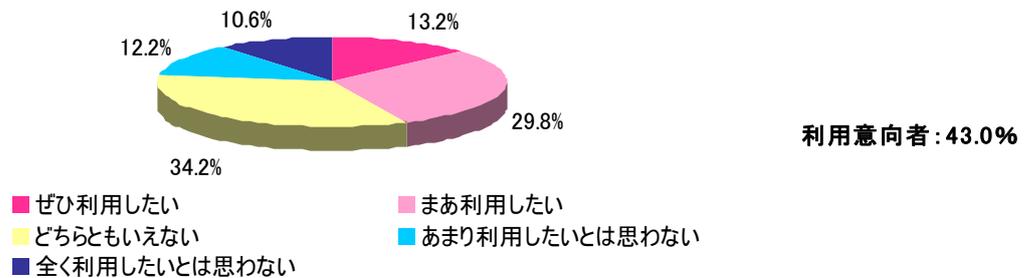
ふだんショートメッセージをよく使っている割合が高いキャリアほど、このサービスの利用意向は高い。

全員に伺います。 N=3,508

② 電話番号を宛先として、メールの送受信ができるサービス・・・

- ・ 同じ携帯電話会社だけでなく、他社の携帯電話とも電話番号を宛先としてメールの送受信が可能。
- ・ MNPで携帯電話会社を変更した場合、メールアドレスがわからなくても、電話番号を利用してメールのやり取りができる。
- ・ 普通のメール、ショートメール、どちらも利用可能。

MNPを利用して携帯電話会社を変更した際、もし上記のようなサービスがあれば、利用してみたいと思いますか。(SA)



キャリア別	ぜひ利用したい	まあ利用したい	どちらともいえない	あまり利用したいとは思わない	全く利用したいとは思わない	意向者
NTTドコモ(N=1563)	9.2	27.4	36.3	14.7	12.4	36.6%
au(N=1071)	15.0	28.9	35.5	10.9	9.7	43.9%
ソフトバンク(N=867)	18.2	35.2	28.6	9.5	8.5	53.4%

②キャリア間における、電話番号を宛先とするメールサービスがあった場合 続き

■MNPは気軽になりそう？

②のサービスがあった場合、MNPに対する意識に変化はあるのか。

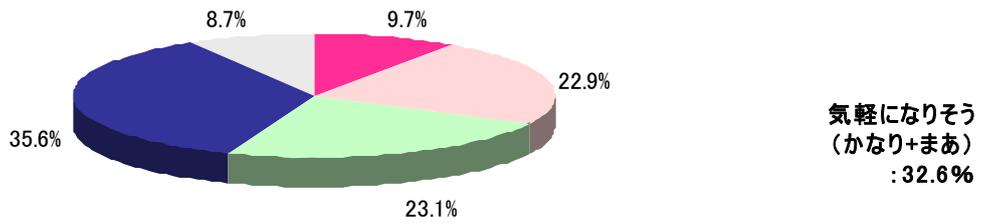
「かなり気軽になりそう」は9.7%、「まあ気軽になりそう」は22.9%で、『気軽になりそう(かなり+まあ)』という人は32.6%と3割であった。「変わらなさそう」も35.6%と3割である。

<キャリア別>

こちら、転送サービスに比べてキャリア間での差が大きくなっている。

『気軽になりそう』という人の割合は、【ソフトバンク】41.1%、【au】35.1%、【ドコモ】26.3%となっており、【ソフトバンク】と【ドコモ】の差は14.8ポイントとなっている。

上記のようなサービスがあった場合、携帯電話会社の変更はあなたにとって今よりも気軽になりそうですか。(SA)



■ かなり気軽になりそう ■ まあ気軽になりそう ■ 少しは気軽になりそう ■ 変わらなさそう ■ わからない

◆キャリア別

キャリア	かなり気軽になりそう (%)	まあ気軽になりそう (%)	少しは気軽になりそう (%)	変わらなさそう (%)	わからない (%)	TOP2 (%)
NTTドコモ(N=1563)	7.0	19.3	24.0	40.9	8.8	26.3%
au(N=1071)	9.6	25.5	22.9	33.3	8.7	35.1%
ソフトバンク(N=867)	14.9	26.2	21.6	28.6	8.7	41.1%

■ かなり気軽になりそう ■ まあ気軽になりそう
■ 少しは気軽になりそう ■ 変わらなさそう
■ わからない

「メールアドレスをそのまま引き継ぎたい」意向は強いものの、2つのサービスにも高い興味

★システム、サービスによるMNPに対する意識変化を比較

メールアドレスの継続、①メール転送サービス、②電話番号を利用したメールサービス の3つについて、これらのシステムやサービスがあった場合の、MNP利用に対する意識変化の可能性を比較してみると...

『気軽になりそう(かなり+まあ)』と回答された割合は、【メールアドレスの継続】が48.2%、【キャリア間でのメール転送サービス】が33.4%、【電話番号を利用したメールサービス】が32.6%となった。

“メールアドレスをそのまま引き継ぎたい”という意向は強いが、2つのサービスについても高い興味を示しているという結果となった。

◆システム、サービスによるMNPに対する意識変化を比較

...メールアドレスの継続、①メール転送サービス、②電話番号を利用したメールサービス

サービス	かなり気軽になりそう (%)	まあ気軽になりそう (%)	少しは気軽になりそう (%)	変わらなさそう (%)	わからない (%)	TOP2 (%)
メールアドレスの継続	19.9	28.3	22.8	23.4	5.6	48.2%
①キャリア間 メール転送サービス	8.9	24.5	24	34.6	8	33.4%
②電話番号を利用したメールサービス	9.7	22.9	23.1	35.6	8.7	32.6%

■ かなり気軽になりそう ■ まあ気軽になりそう
■ 少しは気軽になりそう ■ 変わらなさそう
■ わからない

■ ネットリサーチのDIMSDRIVEについて ■

インターワイヤード株式会社が運営する『DIMSDRIVE』は、全国に18万人のモニターを擁し、
インターネットリサーチを通じて調査企画・設計から分析・提案までを提供する、
マーケティングのトータルソリューションサービスです。

広告効果測定やライフスタイル分析など、
目的に応じた調査でお客様の戦略立案をサポートしています。

◆ DIMSDRIVEホームページ <http://www.dims.ne.jp/>

■ インターワイヤード株式会社について ■

<所在地> 東京都品川区東品川2-2-25 サンウッド品川天王洲タワー3F
<TEL> 03-5463-8255
<代表者> 斉藤 義弘
<事業内容> ネットマーケティングリサーチサービス「DIMSDRIVE」運営

● 調査結果に関するお問い合わせは ●

インターワイヤード株式会社
DIMSDRIVE事務局(ディムスドライブ事務局)

TEL:03-5463-8256 Email:timely@dims.ne.jp