

報道関係者各位
プレスリリース

2021年2月5日
ソフトブ레인・フィールド株式会社

携帯大手4社、新プラン出そろそろ「乗り換え意向」は2割 楽天モバイルユーザー8割「価格に満足」大手3社、格安SIMよりも高く 「携帯電話の料金、携帯通信会社乗り換えなどの意識調査」

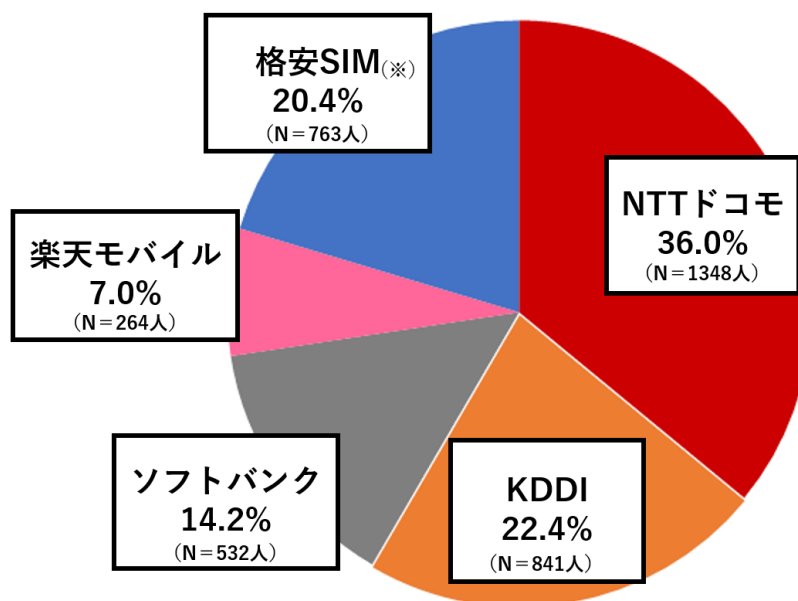
昨年末、ドコモが発表した新プラン「ahamo（アハモ）」を皮切りに、ソフトバンク、KDDIの携帯電話大手3社は携帯料金の値下げに動き、携帯料金の値下げ競争が活発化しています。

フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブ레인・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、全国のアンケートモニターを対象に「携帯電話の料金、携帯通信会社乗り換えなどの意識調査」を実施しました。（N＝3748人、2021年1月21日～25日実施）現在の利用状況や携帯料金に対する意識や、今後の乗り換えの意向など、携帯料金の値下げの動向が、利用者にどのような影響を与えているのか探ります。

現在、携帯キャリアサービス会社は、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクに続き、昨年4月に楽天モバイルが第4のキャリアとして新規参入し、4社体制となりました。4社以外にも、ソフトバンクの「Y! mobile（ワイモバイル）」やKDDIの「UQモバイル」のサブブランドを筆頭に格安SIMも人気を集めています。

図表1）現在契約中の携帯通信会社

N＝3748人、スマートフォン・携帯電話を現在契約していると回答。全国POB会員20代～60代以上男女
2021年1月21日～25日インターネットリサーチ ソフトブ레인・フィールド調べ



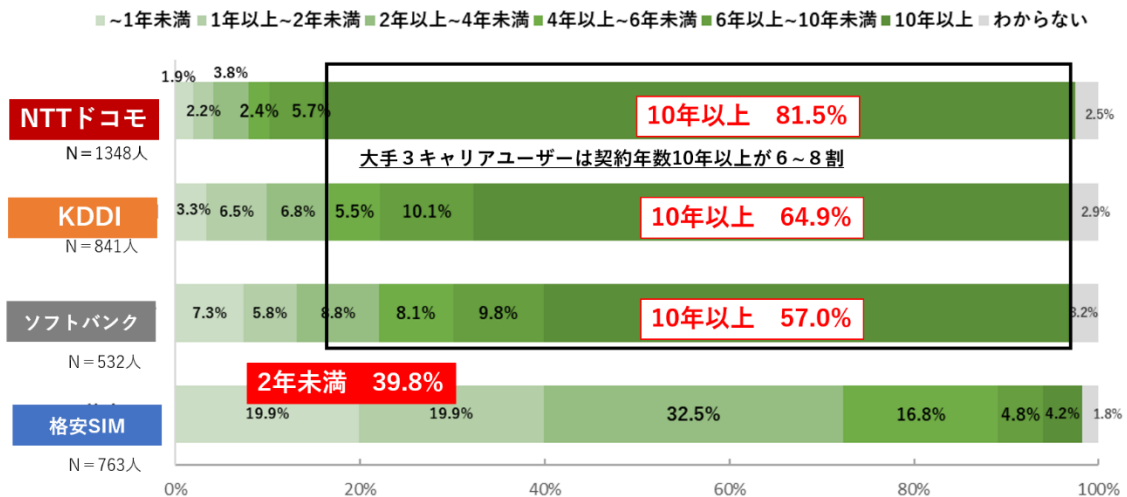
(※Yモバイル・UQなど大手キャリアサブブランド含む)

はじめに、現在プライベートでスマートフォン・携帯電話を契約していると回答した、3748人（平均年齢53歳）に対し、

「現在契約中の携帯通信会社」を尋ねると、最多回答は「NTTドコモ（36.0%）」がおよそ4割となり、「KDDI（22.4%）」が続きました。「ソフトバンク（14.2%）」や、大手3社よりも価格で優位性のあった「楽天モバイル（7.0%）」よりも、低価格帯の「格安SIM（20.4%）」利用者が上回りました。

図表2）現在契約中の携帯通信会社でみる契約年数

N=3484人、NTTドコモ・KDDI・ソフトバンク・格安SIM契約していると回答。全国POB会員20代～60代以上男女
2021年1月21日～25日インターネットリサーチ ソフトブレン・フィールド調べ



※「楽天モバイル（N=264人）」においては、昨年4月に本格的なサービスをスタートしているため、図表の調査対象から除外しています。

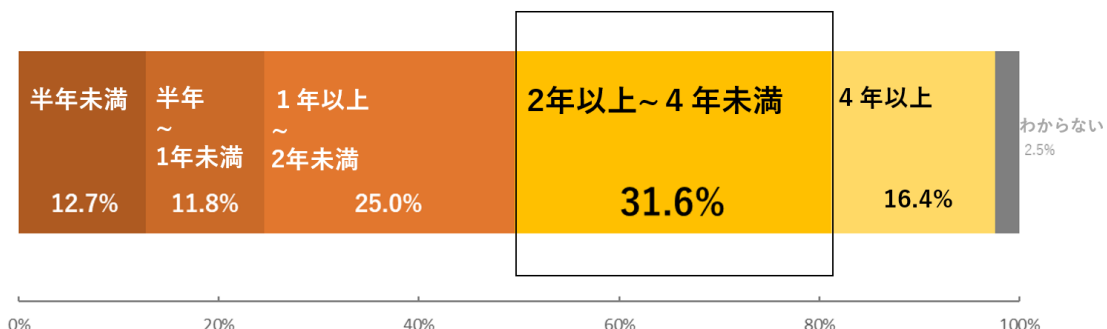
次に、「現在契約中の携帯通信会社別に契約年数」を尋ねると、「10年以上」と回答した人が、「NTTドコモ（81.5%、N=1348人）」、「KDDI（64.9%、N=841人）」、「ソフトバンク（57.0%、N=532人）」となり、長期優待割引などもあることから3大キャリア利用者は10年以上の継続率が6～8割にのぼることがわかりました。

その一方で、Y!モバイルやUQなどのサブブランドを含む「格安SIM（N=763人）」においては、近年では各社が広告や販売に力を入れて認知度が上がっていることや、多くのエリアで携帯ショップを展開していることから「～2年未満（39.8%）」が4割となり、新規ユーザーの獲得に成功していることがわかります。

大手3キャリアは、新規ユーザーの拡大、格安SIMにおいては、今後継続率をどう伸ばすかが課題と言えそうです。

図表3）現在利用している機種端末（スマートフォン・携帯電話）の利用年数

N=3748人、スマートフォン・携帯電話を現在契約していると回答。全国POB会員20代～60代以上男女
2021年1月21日～25日インターネットリサーチ ソフトブレン・フィールド調べ

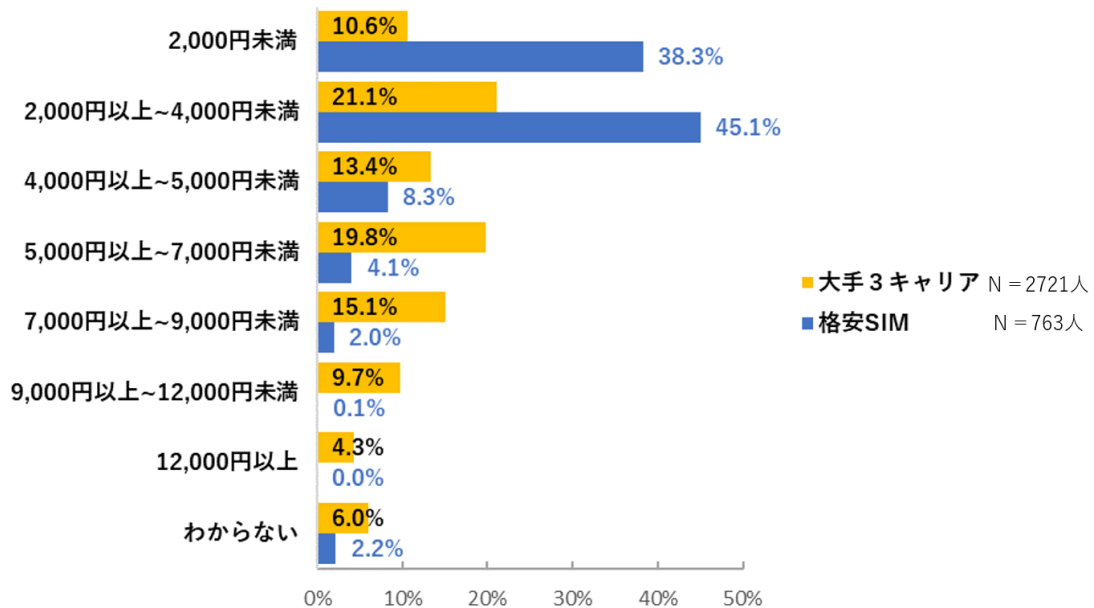


次に、「現在使っているスマートフォン・携帯機種の利用年数」を尋ねると、最多回答は、「2年以上～4年未満（31.6%）」が3割を越え、3人に1人が2年～4年の間に1回機種変更をすることがわかりましたが、機種変更後も同じキャ

リアを継続利用する人が多い傾向であるとも言えそうです。（図表 2）

図表 4）大手 3 キャリア（NTTドコモ・KDDI・ソフトバンク）ユーザーと格安SIMユーザーの月額料金 ※複数契約者は、1 台あたり平均で回答選択

N = 3484 人、内訳）NTTドコモ利用者1348 人、KDDI 利用者841 人、ソフトバンク532 人、格安SIM 利用者763 人
全国POB 会員20 代～60 代以上男女 2021 年1 月21 日～25 日インターネットリサーチ ソフトプレーン・フィールド調べ



※「楽天モバイル（N=264 人）」においては、昨年 4 月に本格的なサービスをスタートし、1 年目月額利用料金無料のため、調査対象から除外しています。

次に、「スマートフォン・携帯の月額利用料金」を、大手 3 キャリアユーザー（N = 2721 人）と格安 SIM（N = 763 人）で比較しました。※複数契約者は、1 台あたりの平均で回答選択。

大手 3 キャリア利用者最多回答は、「2,000 円以上～4,000 円未満（21.1%）」となり、「5000 円以上～7,000 円未満（19.8%）」、「7,000 円以上～9,000 円未満（15.1%）」と続きました。

今回の調査対象者の平均年齢が 53 歳であったため、家族割や光回線セット割りなどにより、およそ 3 割が「～4000 円未満（31.7%）」に月額料金が抑えられていたことが予想されます。

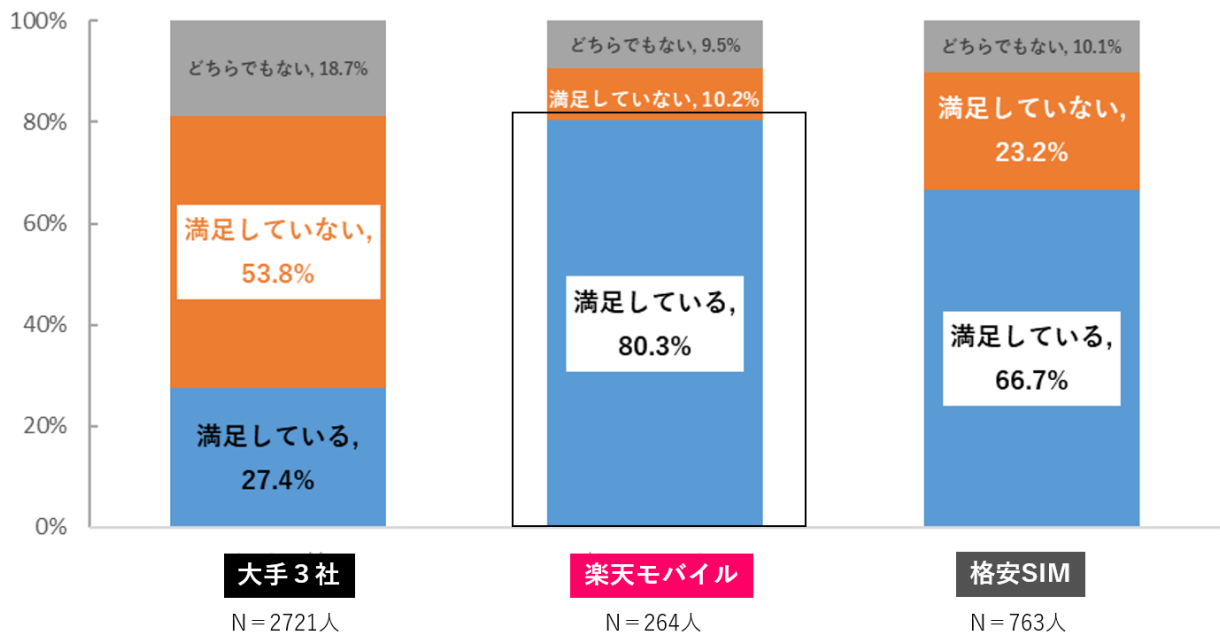
格安 SIM 利用者の最多回答をみると、「2000 円以上～4000 円未満（45.1%）」、それに次ぐ「2000 円未満（38.3%）」と合わせて、「～4000 円未満（83.4%）」は 8 割となり、大手 3 キャリアユーザーと 51.6pt の差がありました。

では、この月額料金について、利用者はどのように感じているのでしょうか。大手 3 キャリア、楽天モバイル、格安 SIM ユーザーにそれぞれ尋ねました。

図表 5) 現在の携帯電話月額料金に満足していますか？

大手3キャリア（NTTドコモ・KDDI・ソフトバンク）、楽天モバイル、格安SIMユーザーの比較

N=3748人、スマートフォン・携帯電話を現在契約していると回答。全国POB会員20代~60代以上男女
2021年1月21日~25日インターネットリサーチ ソフトブレーン・フィールド調べ



「現在の携帯電話月額利用料金に満足しているか」尋ねると、「楽天モバイル（N=264人）」および、「格安SIM（N=763人）」利用者は、「満足している（楽天モバイル80.3%、格安SIM66.7%）」が7~8割で、「納得していない（楽天モバイル10.2%、格安SIM23.2%）」を大きく上回りました。

一方で「大手3社（N=2721人）」は、およそ3割が「満足している（27.4%）」に対し、「満足していない（53.8%）」を26.4pt下回りました。

昨年12月にはdocomoが新料金プラン「ahamo（アハモ、月額2,980円）」を発表したことを受け、今年1月にはKDDIが「povo（月額2,480円）」、ソフトバンクは「SoftBank on LINE（仮称、月額2,980円）」を発表し、携帯大手3社の値下げプランが出そろい、いずれもデータ容量は20GBで、既存プランからは大幅に値下げしています。

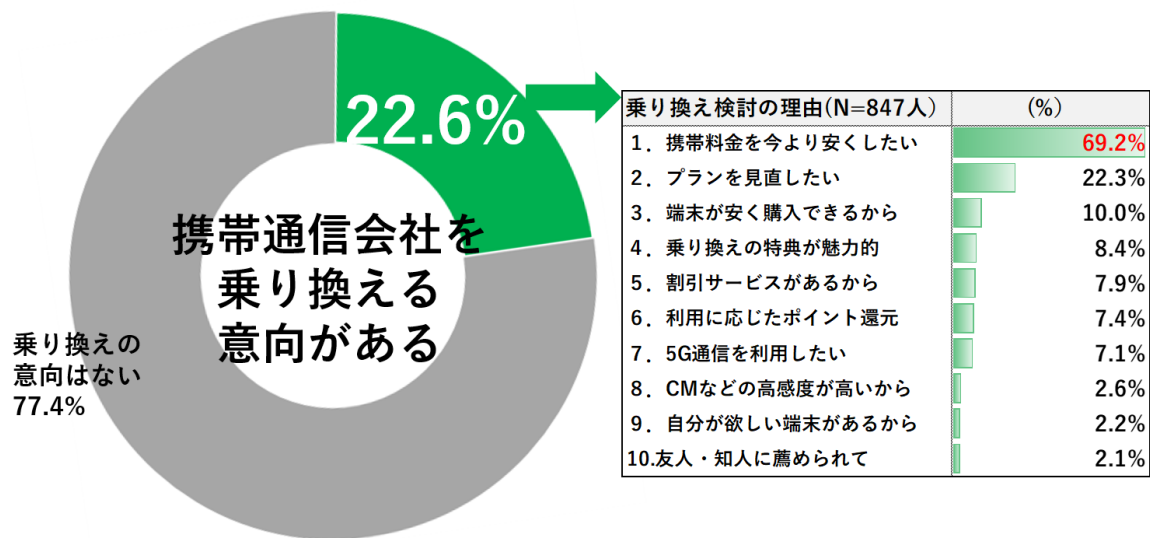
楽天モバイルにおいても、昨年4月の新規参入から、20GBで月2,980円の価格を打ち出し、大手3社の値下げを受けて、ワンプランから、小容量向けで値下げすることを発表しています。

現在利用者が感じている、価格への優位性は「楽天モバイル」や「格安SIM」にあることが言えますが、大手3社の値下げにより、利用者の意識も変化することが予想されます。

そういったことも踏まえて、次からは、携帯乗り換えの意識、実際に携帯通信会社を乗り換えた経験がある人（N=1865人）に、その効果について深堀していきます。

図表 6) 現在契約中の携帯通信会社を、乗り換える意向はありますか？

N=3748人、スマートフォン・携帯電話を現在契約していると回答。全国POB会員20代~60代以上男女
2021年1月21日~25日インターネットリサーチ ソフトブレーン・フィールド調べ



まず、「携帯電話サービス会社の乗り換え意向」を尋ねると、3748 人のうち、「乗り換え意向がある（22.6%）」と回答した人は2割にとどまりました。その理由を選択肢で尋ねると「携帯料金を今より安くしたい（69.2%）」が、それに次ぐ「プランを見直したい（22.3%）」を大きく上回り最多回答となりました。（N=847 人、乗り換え意向がある人）

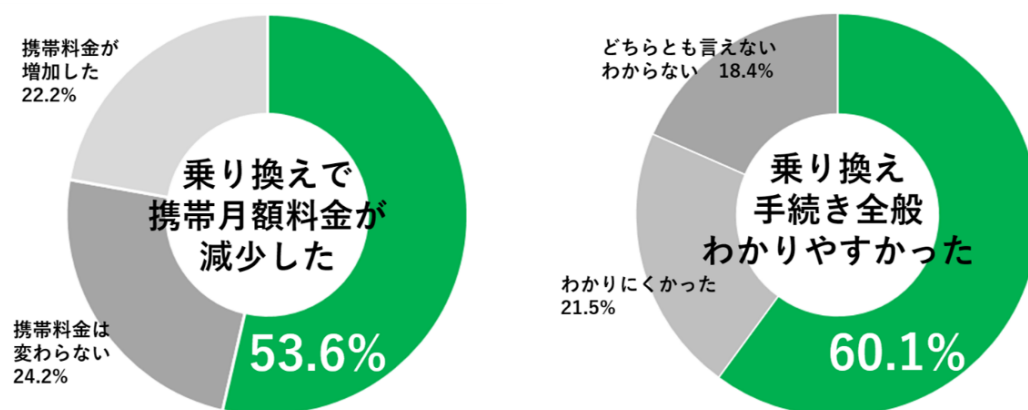
一方で、およそ8割は「乗り換えの意向はない（77.4%）」と回答し、その理由を選択肢で尋ねると、「手続きが面倒（37.5%）」「今の携帯電話会社で満足している（32.1%）」が上位回答となりました。（N=2901 人、乗り換え意向がない人）

アンケートでは、「携帯電話会社の乗り換え経験の有無」も尋ねており、3748 人のうち、約半数が「乗り換え経験がある（49.8%、N=1865 人）」と回答しました。

SIM ロック解除の義務化により、端末を変えることなく SIM カードを差し替えるだけで、他のキャリアから格安 SIM も含めて利用できるようになり、乗り換えのハードルが下がっていることが予想されましたが、「乗り換え回数」を尋ねると、意外にも最多回答は「1 回のみ（49.9%）」であったことがわかりました。

図表 7) 携帯通信会社の乗り換えによる「携帯電話料金の変化」と「乗り換え全般の手続き」について ※携帯通信会社乗り換えを複数回行っている人は、直近の乗り換えについて選択。

N=1865人、携帯通信会社の乗り換え経験があると回答。全国POB会員20代~60代以上男女
2021年1月21日~25日インターネットリサーチ ソフトブレーン・フィールド調べ



次に、「携帯電話会社の乗り換え経験がある」と回答した人（N＝1865 人）を対象に、「乗り換えで携帯月額料金が減少したか」尋ねると、半数以上が「減少した（53.6%）」と回答しました。その一方で、最近では、大容量・5G通信に対応するプランや、端末の分割料金の機種などもあり「増加した（22.2%）」という人も2割みられました。また、「乗り換え手続き全般はわかりやすかったか」尋ねると、6割が「わかりやすかった（60.1%）」と回答しました。複数回乗り換えを経験している人からは、「最近ではプランもわかりやすく、乗り換え自体が簡単になったように感じる」といった声がありました。

他にもアンケートでは、「乗り換え時の情報収集方法」を尋ねており、7割近くが「ネットで検索（65.4%）」と回答し「携帯ショップ・家電量販店の店頭（41.8%）」や「携帯通信会社のHP（37.5%）」を上回りました。

今回の携帯各社の値下げ競争は、自分や家族の通信利用状況を確認するきっかけとなる人も多く、今後大手キャリア、格安SIM問わず、通信会社の選択に敏感になる人が増えていくことが予想されるとともに、今後携帯通信会社がどのような付加価値を提供していくかが、価格競争に打ち勝つ一手となると言えそうです。

【調査概要】

N＝3748人、スマートフォン・携帯電話を現在契約している人

※内訳：NTTドコモ1348人、KDDI841人、ソフトバンク532人、楽天モバイル264人、格安SIM（Y!モバイル、UQなどの大手サブブランド含む）763人

	～30代	40代	50代	60代以上	計
女性	333	688	681	302	2004
男性	150	380	642	572	1744
男女計	483	1068	1323	874	3748
(%)	12.9%	28.5%	35.3%	23.3%	100.0%

調査対象：全国のPOB会員アンケートモニター
 調査日時：2021年1月21日～25日
 調査方法：インターネットリサーチ
 調査機関：ソフトブレーン・フィールド

過去分析レポート※）コロナ禍における生活意識・行動変化レポート一覧

<https://www.sbfield.co.jp/category/case-study/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレーン・フィールド株式会社 広報担当 石井（いしい） / 山室（やまむろ）

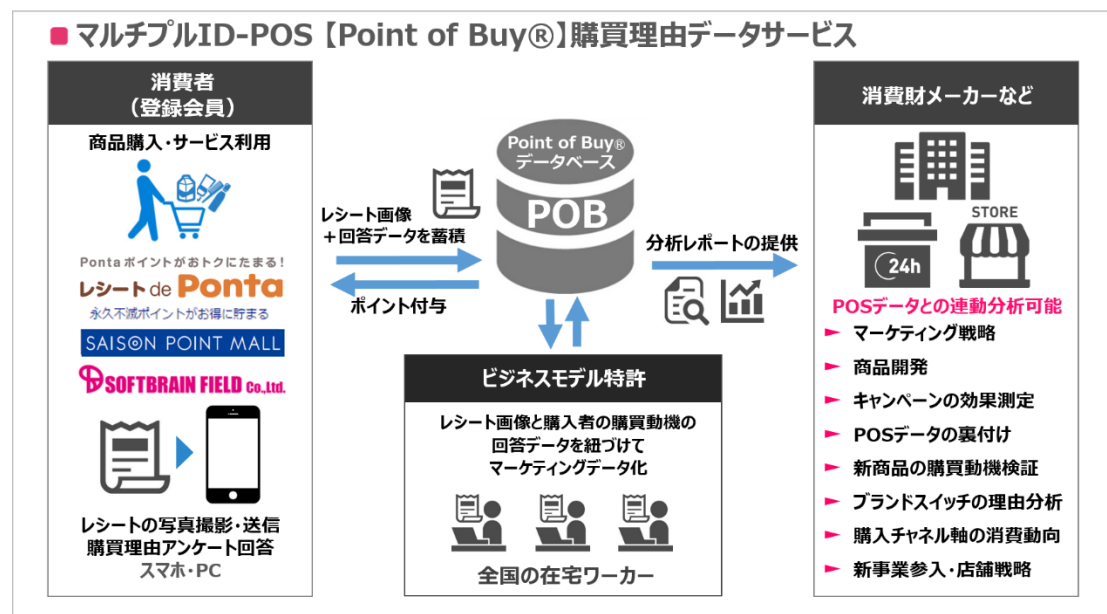
TEL：03-6328-3883 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@sbfield.co.jp

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレーン・フィールド株式会社 POB推進部 太田（おおた）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-5561-8599

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/contact/contact-corporation>



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データです。

同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く” 企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ68種類 約6,000ブランド、飲食利用カテゴリ10種類約200チェーン（2018年1月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

■ 当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された334,187人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター（※JICFS/IFDBベース）を生成
詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>
※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース （一財）流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ：

- ・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシート de Ponta <https://ponta-receipt.jp/>
- ・レシーボ <https://recepipo.com/>

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ966111名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など222,828店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」 URL：<https://www.sbfield.co.jp/toranomaki>

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博 URL：<https://www.sbfield.co.jp/>