

# マネゴ総研定期レポート

2017年1月

格安SIM(MVNO)業界調査

2017年2月1日

**マネゴ総研**

produced by 株式会社Aoi. Pro

# 調査概要

調査目的	格安SIM(MVNO)の印象、ブランド認知、広告認知、および推奨意向とそのポジティブ要因の解明
調査方法	スマートフォンリサーチ
調査地域	全国(47都道府県)
調査対象	13～69歳
有効回答数	1,796人
調査日時	2016年12月13日～2017年1月25日
対象ブランド	1. Y!mobile(ワイモバイル) 2. OCN モバイル ONE 3. 楽天モバイル 4. IIJmio(アイアイジェイミオ) 5. BIGLOBE SIM 6. mineo(マイネオ) 7. DMM mobile 8. FREETEL SIM(フリーテル)
調査内容	8つの格安SIM(MVNO)に関して、以下の構成によるアンケート調査を実施した。  Q1 現在契約している格安SIM会社(MVNO業者) Q2 メディア別の広告閲覧経験 Q3 ブランドイメージ Q4～19 個別格安SIMの推奨意向 個別格安SIMのポジティブ要因  Q1～3は、格安SIMの利用実態と認知に関する設問、Q4～19は格安SIM会社のARS(Active Recommender Score)を測るための設問である。
ARSの計算方法	スマートフォンリサーチであることを考慮し、本調査では5段階スケールによって推奨意向を調査している。  推奨の度合いを「(強)1～5(弱)」と設定し、1～2の回答者を「推奨者」、3の回答者を「中立者」、4～5の回答者を「批判者」と定義して、以下の計算式でARS(Active Recommender Score)を算出した。  $ARS = \text{推奨者の割合}(\%) - \text{中立者の割合}(\%) - \text{批判者の割合}(\%)$  日本人の調査モニターは、中立的な回答を行う傾向があるため、中立者と批判者を合わせて「非推奨者」と捉え、『推奨者と非推奨者の差が推奨意向である』という定義のもとに、ARSを算出している。

---

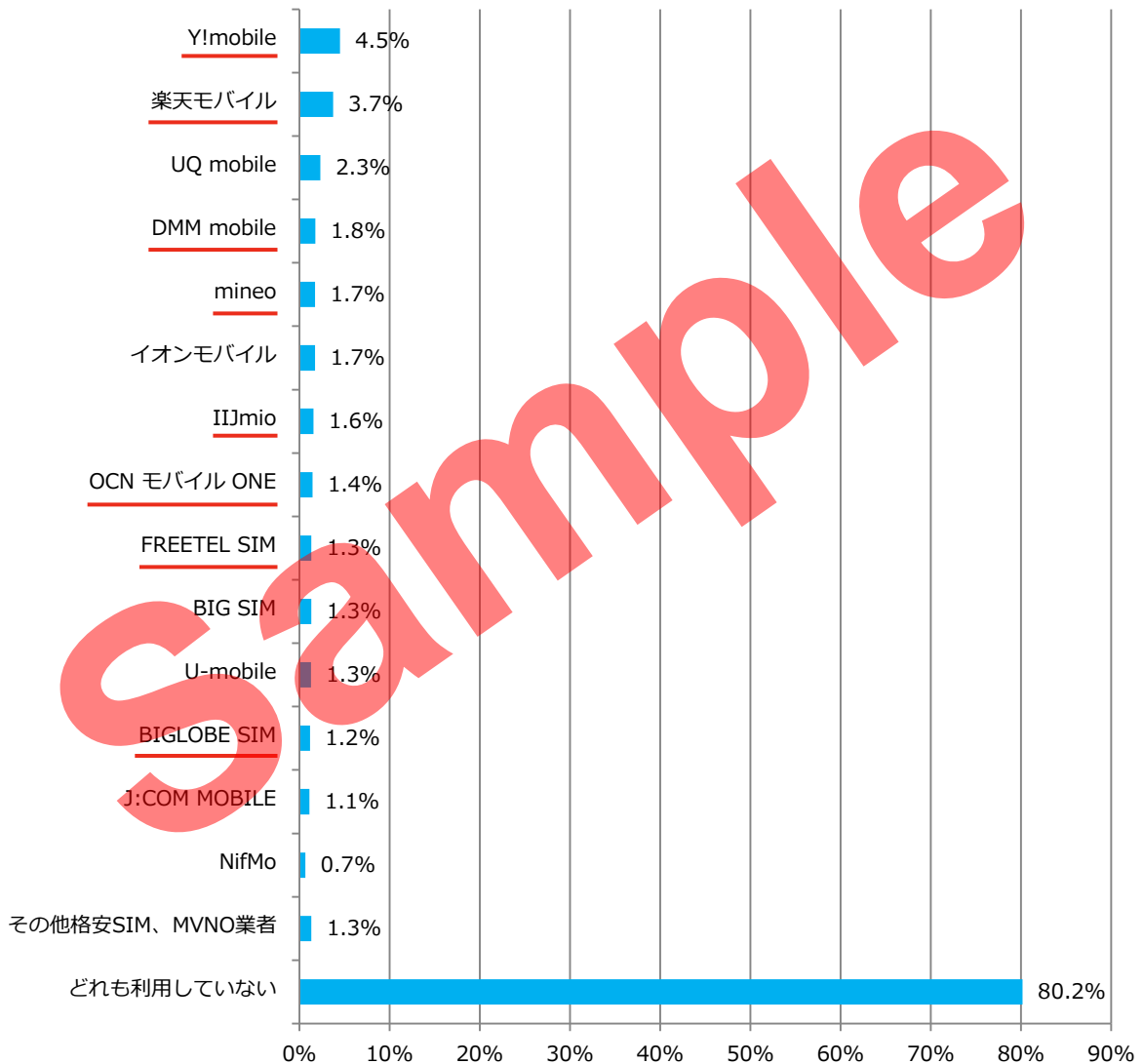
**ARS(推奨意向)**

Sample

# 格安SIMの利用実態

サーチーズの調査モニターに対して「現在のどの会社の格安SIMサービスと契約しているか」について質問したところ、次のような結果となった。

格安SIMの利用実態(n=1,796)



有効回答数1,796人中、80.2%の回答者が格安SIMそのものを利用していなかった。この結果から推測すると、「携帯電話市場では、格安SIMの利用価値が十分に普及していない」という可能性が考えられる。

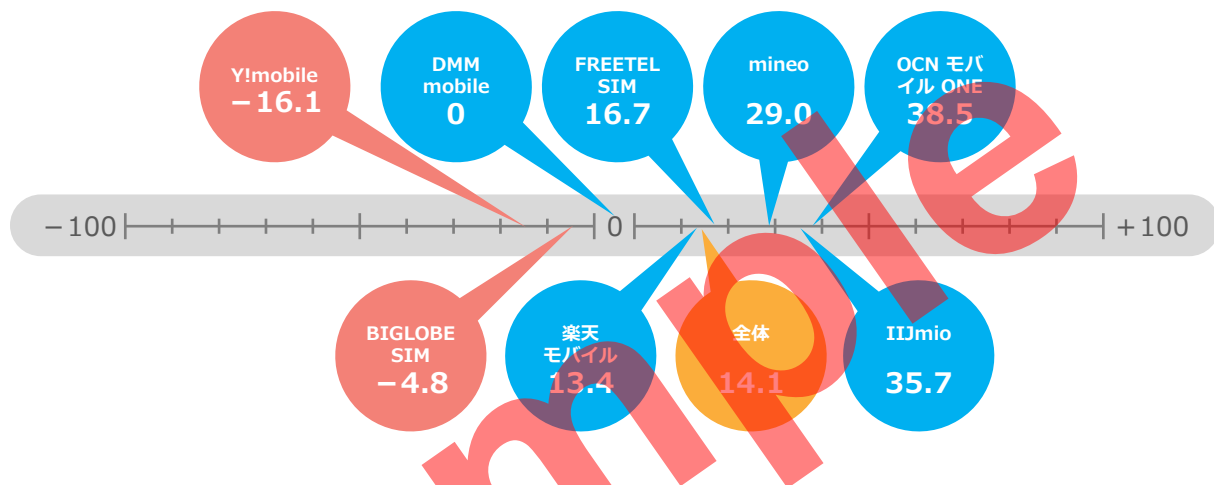
格安SIMの利用者数が多い順に挙げていくと、第1位「Y!mobile(4.5%)」、第2位「楽天モバイル(3.7%)」、第3位「UQ mobile(2.3%)」であった。また4位以下の会社には、利用者数に大きな差は見られなかった。

本レポートでは、(1)Y!mobile、(2)OCN モバイル ONE、(3)楽天モバイル、(4)IIJmio、(5)BIGLOBE SIM、(6)mineo、(7)DMM mobile、(8)FREETEL SIM の8社に絞って、ARSに関するアンケート調査を行った。

# 格安SIM 8社のARS

回答者1,796人のうち、調査対象となる**格安SIM 8社を利用する人**に対して、**推奨度(友人や知人に利用を薦める度合い)**を調査した。ARS(Active Recommender Score)を集計したところ、以下のよう  
な結果となった。

## 格安SIM 8社のARS



順位	会社名	回答数	推奨者比率	非推奨者比率		ARS
				中立者	批判者	
-	全体	310	57.0%	30.5%	12.5%	14.1
1	OCN モバイル ONE	26	69.2%	11.5%	19.2%	38.5
2	IIJmio	28	67.9%	21.4%	10.7%	35.7
3	mineo	31	64.5%	25.8%	9.7%	29.0
4	FREETEL SIM	24	58.3%	29.2%	12.5%	16.7
5	楽天モバイル	67	56.7%	31.3%	12.0%	13.4
6	DMM mobile	32	50.0%	37.5%	12.5%	0
7	BIGLOBE SIM	21	47.6%	47.6%	4.8%	-4.8
8	Y!mobile	81	42.0%	39.5%	18.5%	-16.1

※ 推奨者・中立者・批判者の割合は、小数点第1位で四捨五入をして計算しているため、集計において若干の誤差がであることをご了承ください。

# 推奨者・中立者・批判者の割合

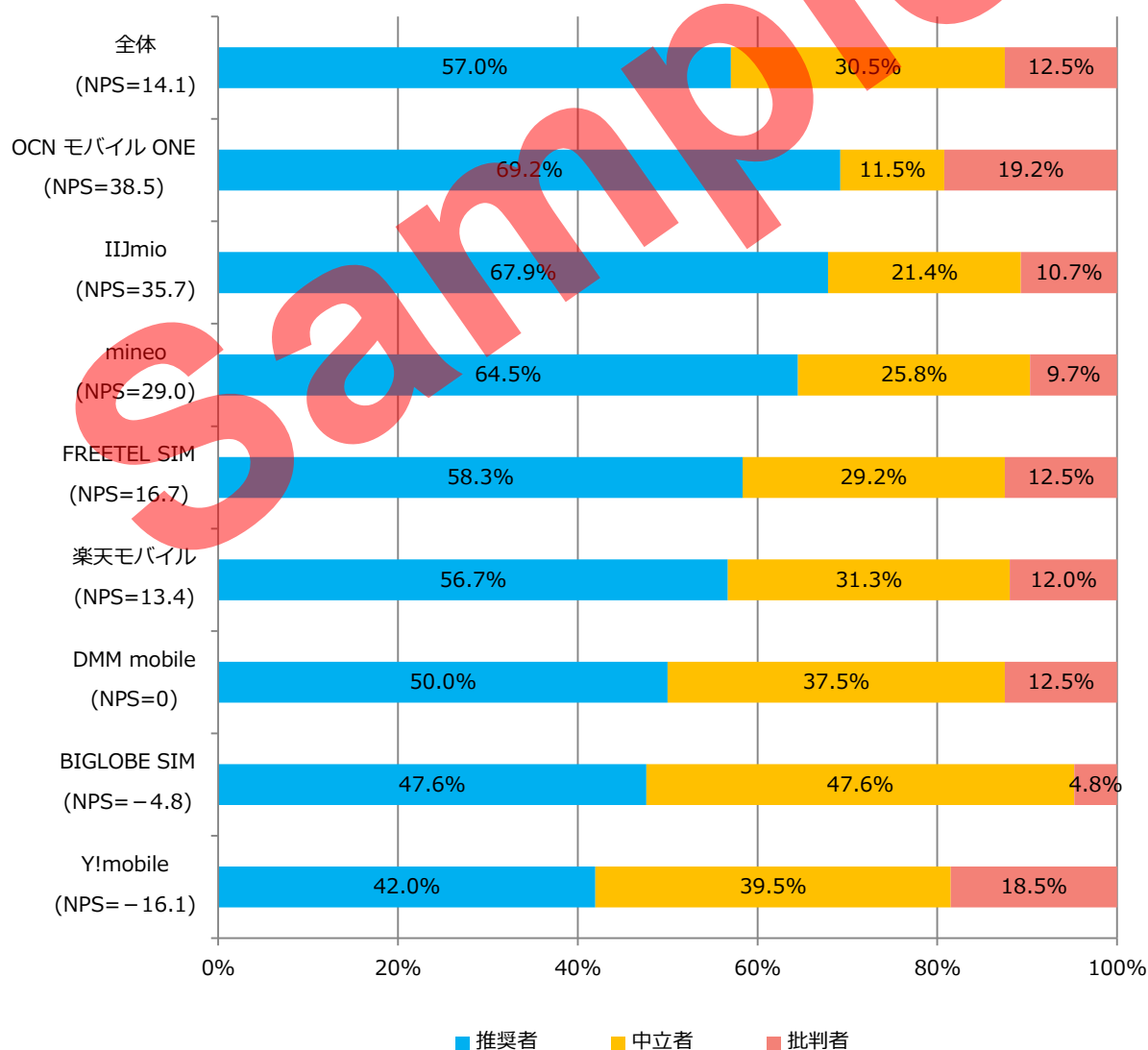
格安SIMの「推奨者」「中立者」「批判者」の割合をグラフにすると下図のようになる。

ARS第1位の **OCN モバイル ONE** は、批判者が一番多い反面、中立者は一番少ない。サービスに対して利用者の好き嫌いがはっきりしていると推測される。

“**IJmio** と **mineo**”、“**FREETEL SIM** と **楽天モバイル**”には、回答者の割合にそれぞれ同様な傾向が見られる。サービスに対する利用者の印象が類似している可能性が考えられる。

**DMM mobile**、**BIGLOBE SIM**、**Y!mobile** の3社は、中立者の割合が他社に比べて大きい。ARSが獲得できなかった理由として、「中立者が多く、それがサービスの推奨につながっていない」ということが考えられる。

格安SIM 推奨者・中立者・批判者の割合(n=310)



---

# ポジティブ要因

Sample

# ARSのポジティブ要因

格安SIMのARSに好影響を与える「ポジティブ要因」を下表の通り設定し、**格安SIM 8社を利用する人**に対して調査を行った。自分が利用する格安SIMに対してどのような印象を持っているのか、下表の中から選択させた。

設問例：「●●という格安SIM」を利用して、どのような印象を持ちましたか。あてはまるものをすべて選んでください。

1. 月額料金が安い
2. 通話・音声の品質が良い
3. データ通信が速い
4. データ通信が安定している
5. 通話・通信がつながりやすい
6. 取扱い商品(スマートフォンなど)が充実している
7. オプションサービスが充実している
8. 保障サービスが充実している
9. 問い合わせやサポートが充実している
10. ブランドイメージに好感が持てる
11. テレビCMや広告に好感が持てる
12. ウェブサイトの情報が充実している
13. 上記以外の印象を持った
14. あてはまるものがない

No.	ポジティブ要因	略称
1	月額料金が安い	月額料金の安さ
2	通話・音声の品質が良い	通話・音声の品質
3	データ通信が速い	データ通信の速さ
4	データ通信が安定している	データ通信の安定さ
5	通話・通信がつながりやすい	つながりやすさ
6	取扱い商品(スマートフォンなど)が充実している	商品の充実
7	オプションサービスが充実している	オプションサービスの充実
8	保障サービスが充実している	保障サービスの充実
9	問い合わせやサポートが充実している	サポートの充実
10	ブランドイメージに好感が持てる	ブランドイメージ
11	テレビCMや広告に好感が持てる	広告イメージ
12	ウェブサイトの情報が充実している	ウェブサイトの情報
13	上記以外の印象を持った	その他



# ポジティブ要因の回答率(1)

下表は、ARSに好影響を与えると思われる「ポジティブ要因」に関する調査結果である。それぞれの格安SIM会社において、**ポジティブ要因の回答最大数に対して実際の回答数が占める割合(回答率)**を示している。なお、「推奨者」「中立者」「批判者」のすべての回答を集計の対象としている。

## ポジティブ要因の回答率

	全体	OCN モバイル ONE	IIJmio	mineo	FREETEL SIM	楽天モバイル	DMM mobile	BIGLOBE SIM	Y!mobile
<b>ARS</b>	<b>14.1</b>	<b>38.5</b>	<b>35.7</b>	<b>29.0</b>	<b>16.7</b>	<b>13.4</b>	<b>0</b>	<b>-4.8</b>	<b>-16.1</b>
回答者数(人)	310	26	28	31	24	67	32	21	81
月額料金の安さ	39.9%	42.3%	53.6%	48.4%	29.2%	35.8%	34.4%	38.1%	37.0%
通話・音声の品質	8.7%	7.7%	10.7%	16.1%	4.2%	10.4%	6.3%	9.5%	4.9%
データ通信の速さ	14.3%	26.9%	14.3%	3.2%	4.2%	13.4%	34.4%	9.5%	8.6%
データ通信の安定さ	19.9%	38.5%	35.7%	19.4%	12.5%	11.9%	21.9%	4.8%	14.8%
つながりやすさ	15.5%	19.2%	10.7%	12.9%	16.7%	14.9%	21.9%	14.3%	13.6%
商品の充実	12.9%	3.8%	14.3%	12.9%	29.2%	7.5%	6.3%	19.0%	9.9%
オプションサービスの充実	8.5%	11.5%	7.1%	16.1%	4.2%	13.4%	9.4%	0%	6.2%
保障サービスの充実	8.0%	19.2%	7.1%	12.9%	0%	4.5%	15.6%	0%	4.9%
サポートの充実	9.6%	7.7%	10.7%	9.7%	29.2%	6.0%	6.3%	4.8%	2.5%
ブランドイメージ	11.5%	7.7%	10.7%	12.9%	20.8%	13.4%	9.4%	4.8%	12.3%
広告イメージ	7.5%	3.8%	3.6%	0%	12.5%	4.5%	6.3%	4.8%	24.7%
ウェブサイトの情報	11.4%	7.7%	10.7%	12.9%	12.5%	9.0%	15.6%	19.0%	3.7%
その他	0.8%	3.8%	0%	0%	0%	1.5%	0%	0%	1.2%
あてはまるものがない	12.1%	7.7%	7.1%	6.5%	4.2%	19.4%	15.6%	19.0%	17.3%

※ ポジティブ要因の回答率は、小数点第1位で四捨五入をして計算しているため、集計において若干の誤差がでることをご了承ください。

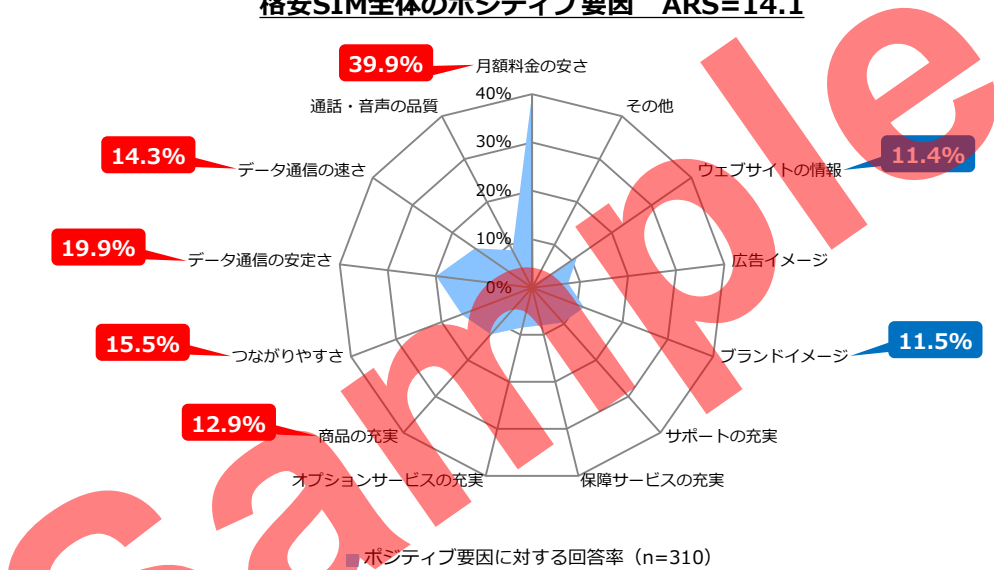
# ポジティブ要因の回答率(2)

格安SIM全体のポジティブ要因をレーダーチャートで表すと、下図のようになる。

ポジティブ要因を回答率の高い順に並べると、**格安SIMのお得感やサービス品質などサービス本体に関わる要因**が第1～5位を占めた。その中でも「月額料金が安い(39.9%)」は、群を抜いて高い回答率を獲得している。

第6位の「ブランドイメージ(11.5%)」と第7位の「ウェブサイトの情報(11.4%)」は、**サービス本体ではない要因**であり、マーケティング施策によって改善を行うことができる。

格安SIM全体のポジティブ要因 ARS=14.1



ポジティブ要因の順位

順位	ポジティブ要因	略称	回答率
1	月額料金が安い	月額料金の安さ	39.9%
2	データ通信が安定している	データ通信の安定さ	19.9%
3	通話・通信がつながりやすい	つながりやすさ	15.5%
4	データ通信が速い	データ通信の速さ	14.3%
5	取扱い商品(スマートフォンなど)が充実している	商品の充実	12.9%
6	ブランドイメージに好感が持てる	ブランドイメージ	11.5%
7	ウェブサイトの情報が充実している	ウェブサイトの情報	11.4%
8	問い合わせやサポートが充実している	サポートの充実	9.6%
9	通話・音声の品質が良い	通話・音声の品質	8.7%
10	オプションサービスが充実している	オプションサービスの充実	8.5%
11	保障サービスが充実している	保障サービスの充実	8.0%
12	テレビCMや広告に好感が持てる	広告イメージ	7.5%
13	その他	その他	0.8%
-	あてはまるものがない	-	12.1%

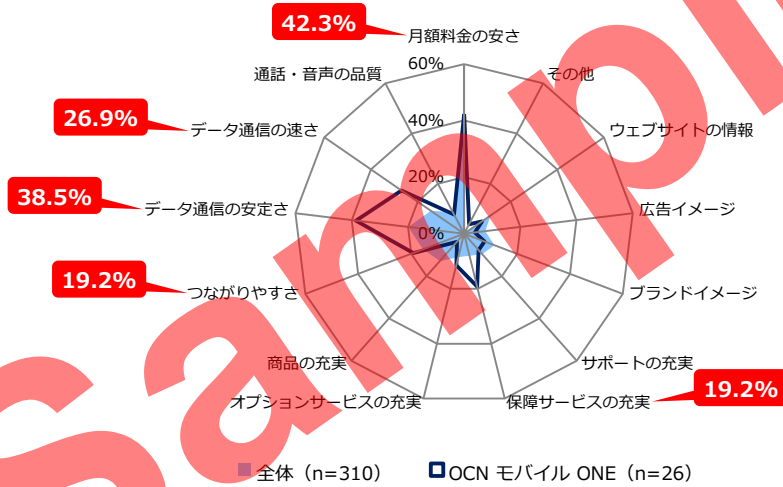
# ポジティブ要因 ARS 1~2位

ARSの高い順に格安SIMのポジティブ要因(推奨者・中立者・批判者の回答含む)をレーダーチャートで表すと、次のようになる。

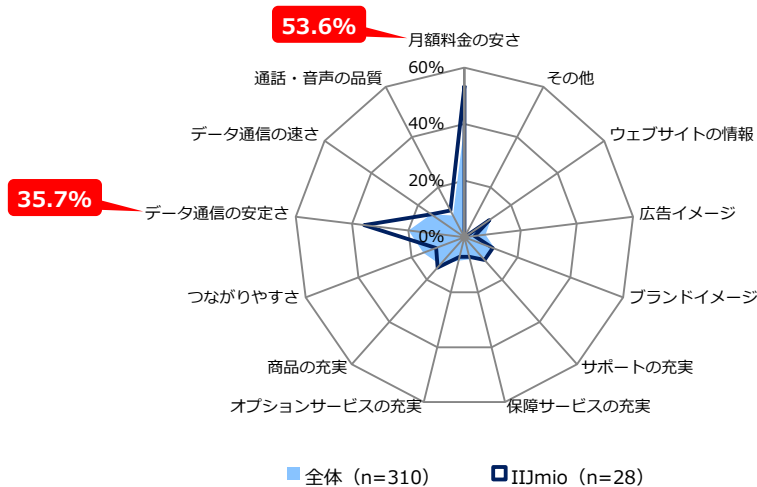
ARS第1位の **OCN モバイル ONE** は、「月額料金の安さ(42.3%)」「データ通信の安定さ(38.5%)」「データ通信の速さ(26.9%)」「つながりやすさ(19.2%)」「保障サービスの充実(19.2%)」というように全体的に評価が高かった。総合的な評価は8社の中で最も高い。

ARS第2位の **IIJmio** は、「月額料金の安さ(53.6%)」が8社の中で最も高い。また「データ通信の安定さ(35.7%)」も8社の中で2番目に高い。これら2つの要因に優位性があることが、ARSの獲得につながっていると推測される。

## 1位 OCN モバイル ONE ARS=38.5



## 2位 IIJmio ARS=35.7

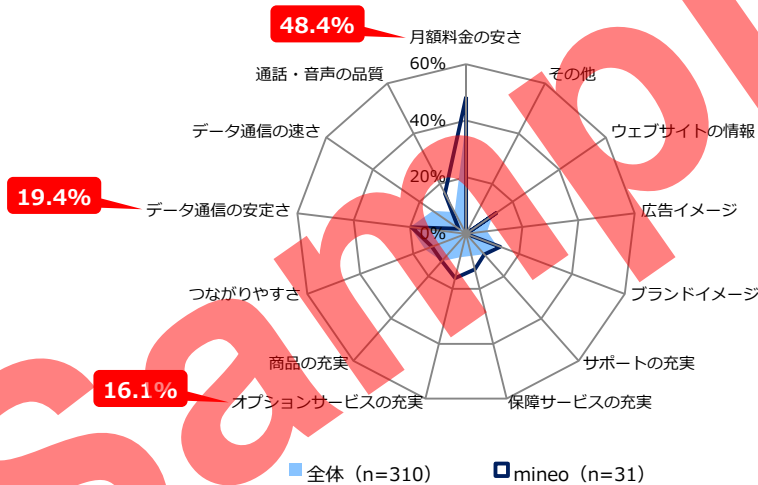


# ポジティブ要因 ARS 3~4位

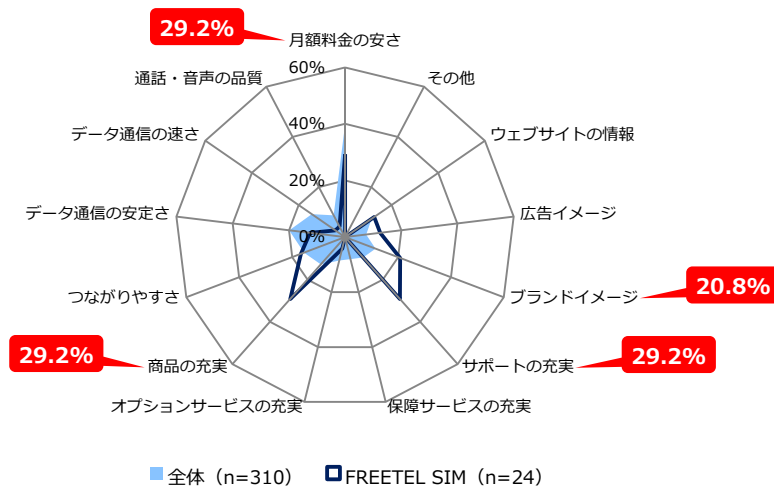
ARS第3位の **mineo** は、「月額料金の安さ(48.4%)」が8社の中で2番目に高い。また「オプションサービスの充実(16.1%)」は最も高かった。IIJmio と同じく**特定のポジティブ要因に評価が偏っている**が、「データ通信の速さ」と「データ通信の安定さ」において IIJmio よりも評価が低く、ARSに差がついたものと考えられる。

ARS第4位の **FREETEL SIM** は、「商品の充実(29.2%)」「サポートの充実(29.2%)」「ブランドイメージ(20.8%)」の3つの要因が8社の中で最も高い。**他社とは異なるポジションでサービスを展開している**と思われる。しかし「月額料金の安さ(29.2%)」が、上位3社に比べて評価が低いため、ARSの獲得につながらなかった可能性が考えられる。

## 3位 mineo ARS=29.0



## 4位 FREETEL SIM ARS=16.7

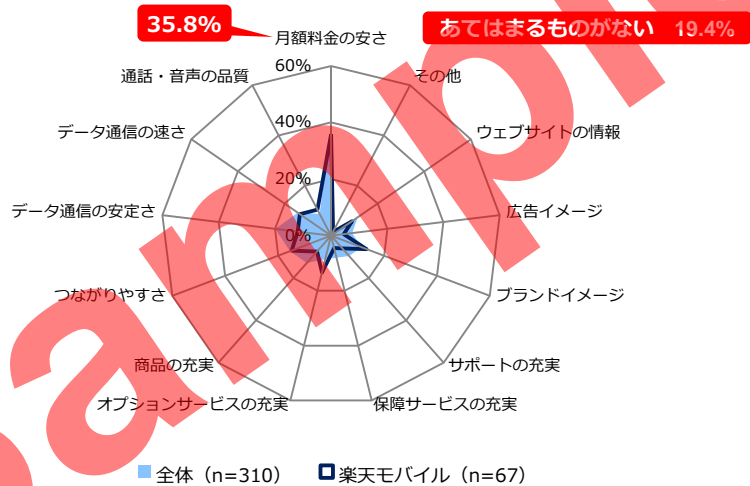


# ポジティブ要因 ARS 5～6位

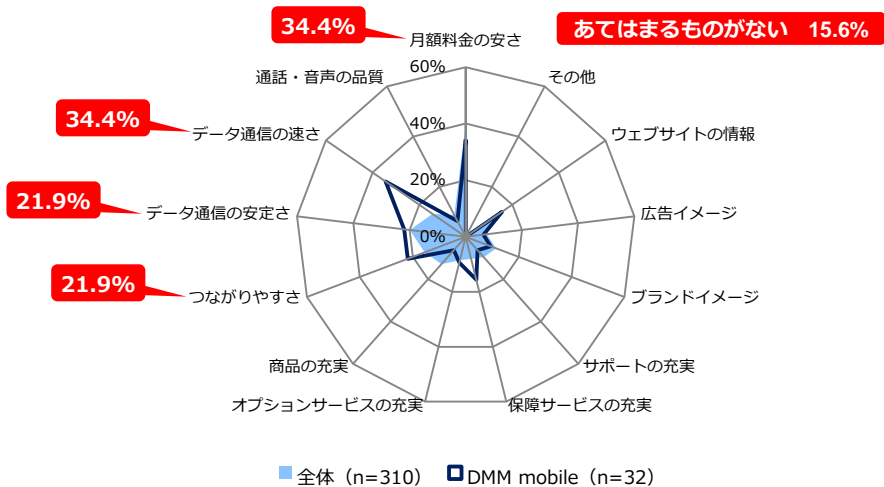
ARS第5位 **楽天モバイル** は、「月額料金の安さ(35.8%)」以外は、それほど評価されていない。一方で「あてはまるものがない(19.4%)」の回答率は高かった。**本調査で示したポジティブ要因以外の要因が、ARSの獲得に貢献している**可能性が考えられる。

ARS第6位の **DMM mobile** は、全体的には評価されているが、OCN モバイル ONE に比べると評価がやや低い。また「あてはまるものがない(15.6%)」の回答率が高く、ARSは低いことから、**15.6%の回答者はポジティブ要因を全く評価せず**「あてはまるものがない」を回答した可能性が考えられる。

## 5位 楽天モバイル ARS=13.4



## 6位 DMM mobile ARS=0

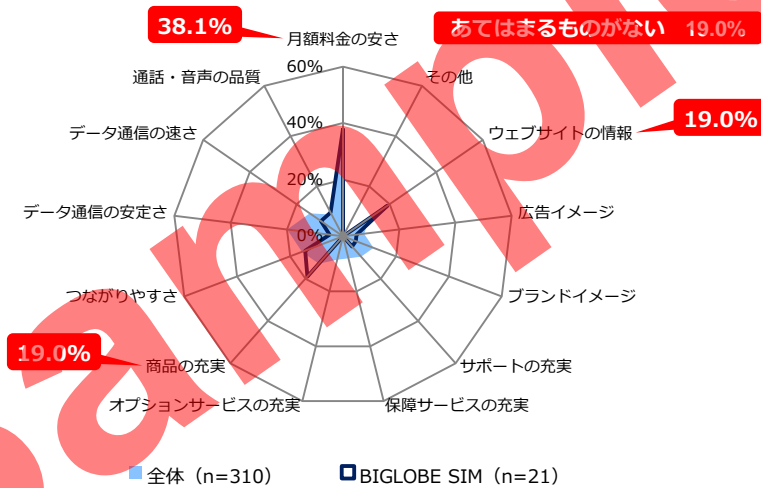


# ポジティブ要因 ARS 7~8位

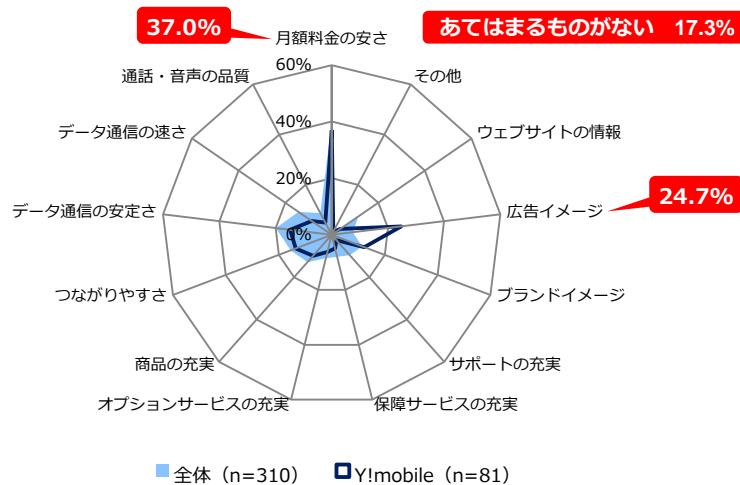
ARS第7位 **BIGLOBE SIM** は、「月額料金の安さ(38.1%)」「商品の充実(19.0%)」「ウェブサイトの情報(19.0%)」が比較的评价されていた。その一方で、**19.0%の回答者がポジティブ要因を全く評価せず**「あてはまるものがない」を回答した可能性が考えられる。

ARS第8位 **Y!mobile** は、「月額料金の安さ(37.0%)」「広告イメージ(24.7%)」が評価されており、「広告イメージ」は8社の中で最も高かった。その一方で、**17.3%の回答者がポジティブ要因を全く評価せず**「あてはまるものがない」を回答した可能性が考えられる。

## 7位 **BIGLOBE SIM** ARS=-4.8



## 8位 **Y!mobile** ARS=-16.1



---

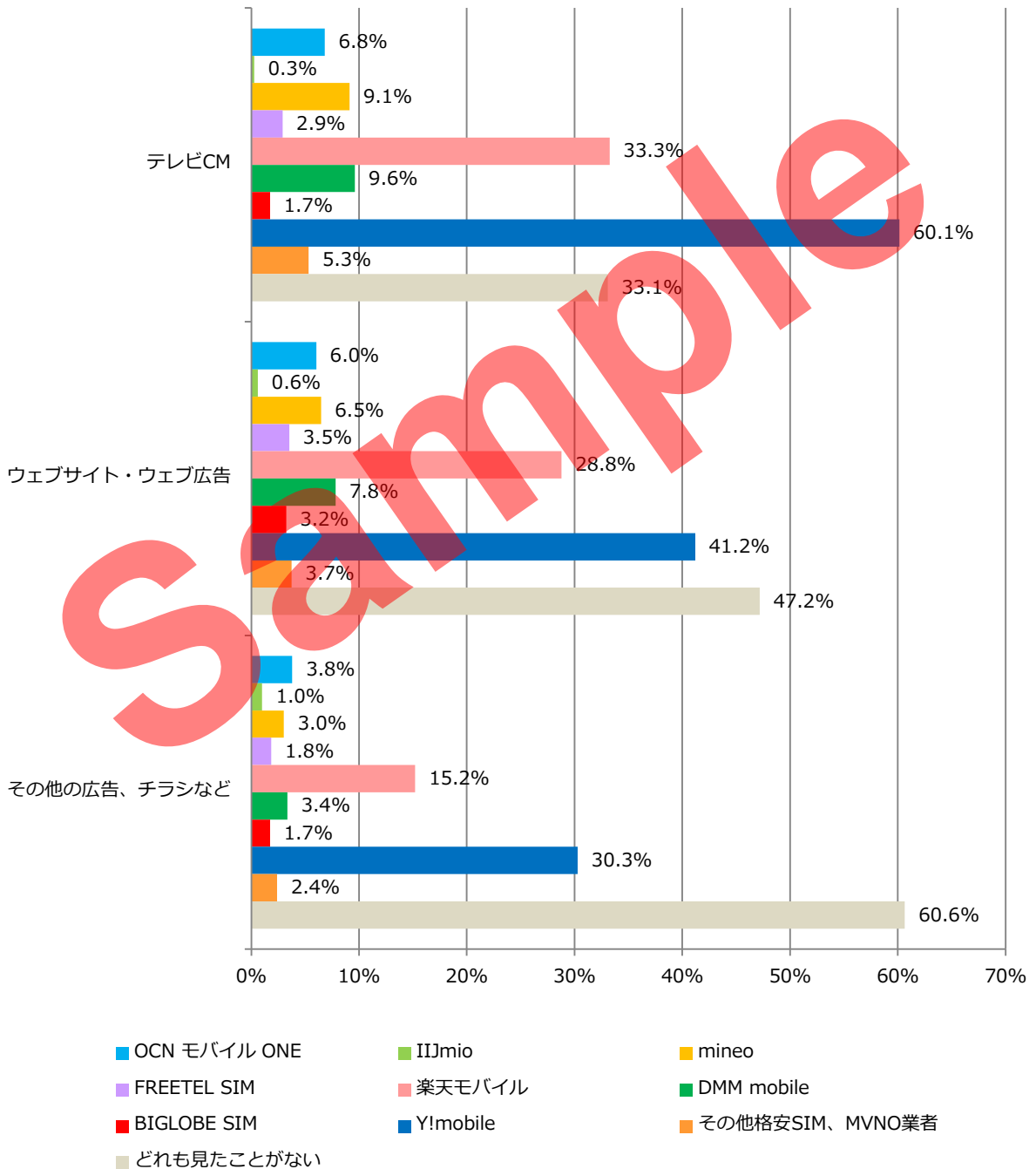
# 広告の閲覧経験

Sample

# 広告の閲覧経験(1)

回答者1,796人に対して、「格安SIMの広告やウェブサイトを見たことがあるか」について調査を行ったところ、次のような結果となった。

広告の閲覧経験(n=1,796)

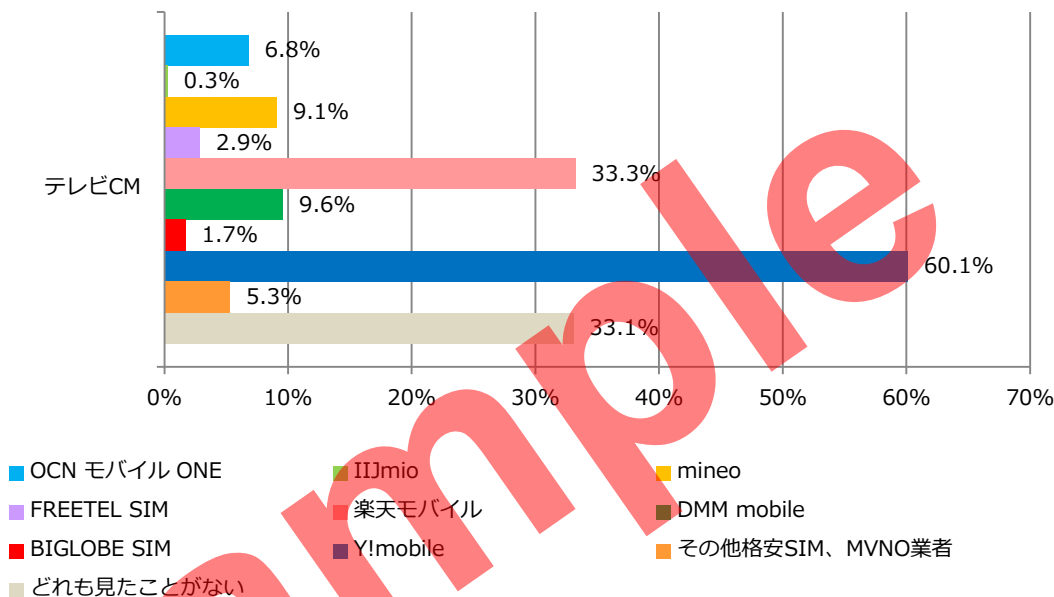




## 広告の閲覧経験(2)

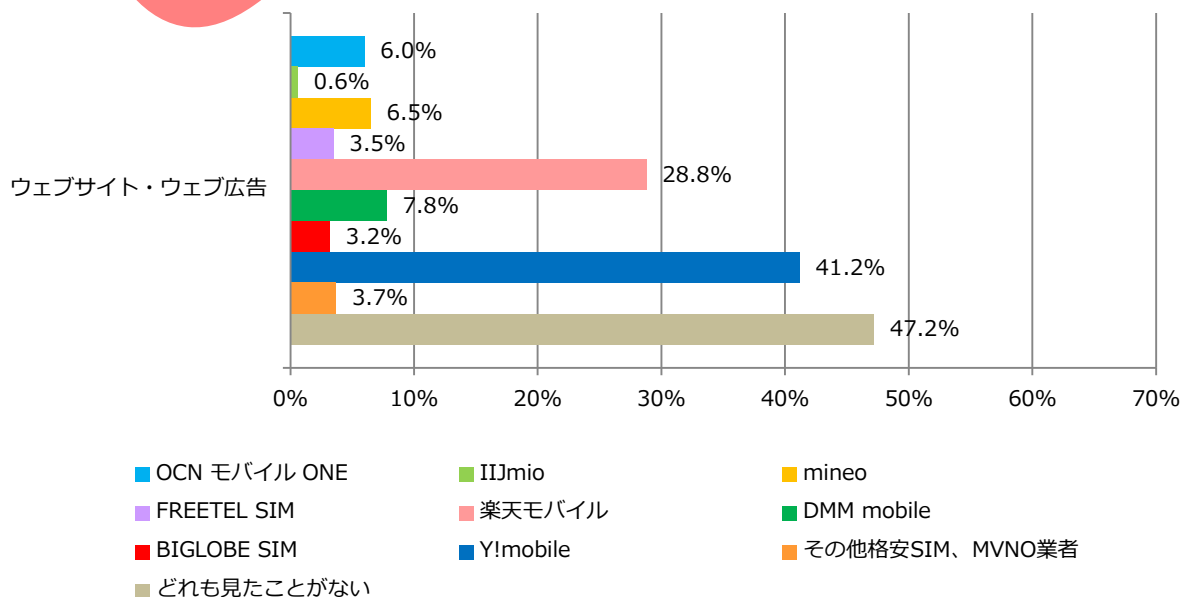
テレビCMの閲覧経験では、**Y!mobile(60.1%)**、**楽天モバイル(33.3%)**の2社の回答率が高かった。次に**DMM mobile(9.6%)**、**mineo(9.1%)**が続く。その他の格安SIM会社は、テレビCMがあまり閲覧されていなかった。

テレビCMの閲覧経験(n=1,796)



ウェブサイト・ウェブ広告の閲覧経験では、テレビCMと同様に**Y!mobile(41.2%)**、**楽天モバイル(28.8%)**の2社の回答率が高かった。その一方で、47.2%の回答者が閲覧したことがなかった。

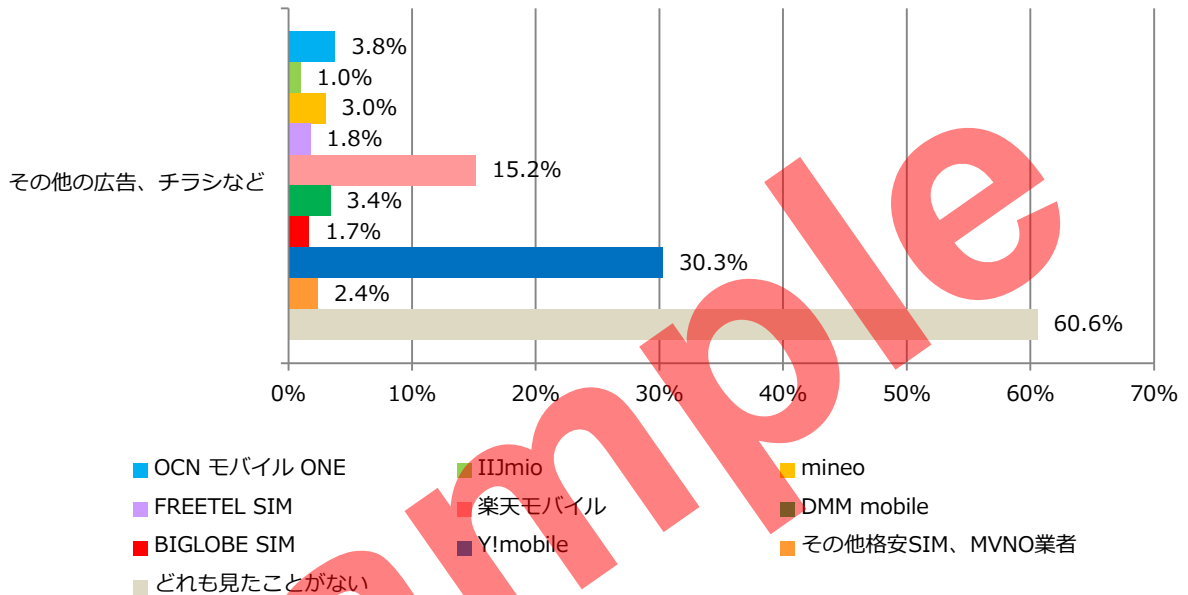
ウェブサイト・ウェブ広告の閲覧経験(n=1,796)



## 広告の閲覧経験(3)

その他広告、チラシなどの閲覧経験では、**Y!mobile(30.3%)**の回答率が最も高く、次に**楽天モバイル(15.2%)**が続く。また、60.6%の回答者が閲覧したことがなかった。本結果では、格安SIM会社の販売店舗や販売窓口の数が、回答率に影響を与えている可能性が考えられる。

その他広告、チラシなどの閲覧経験(n=1,796)



---

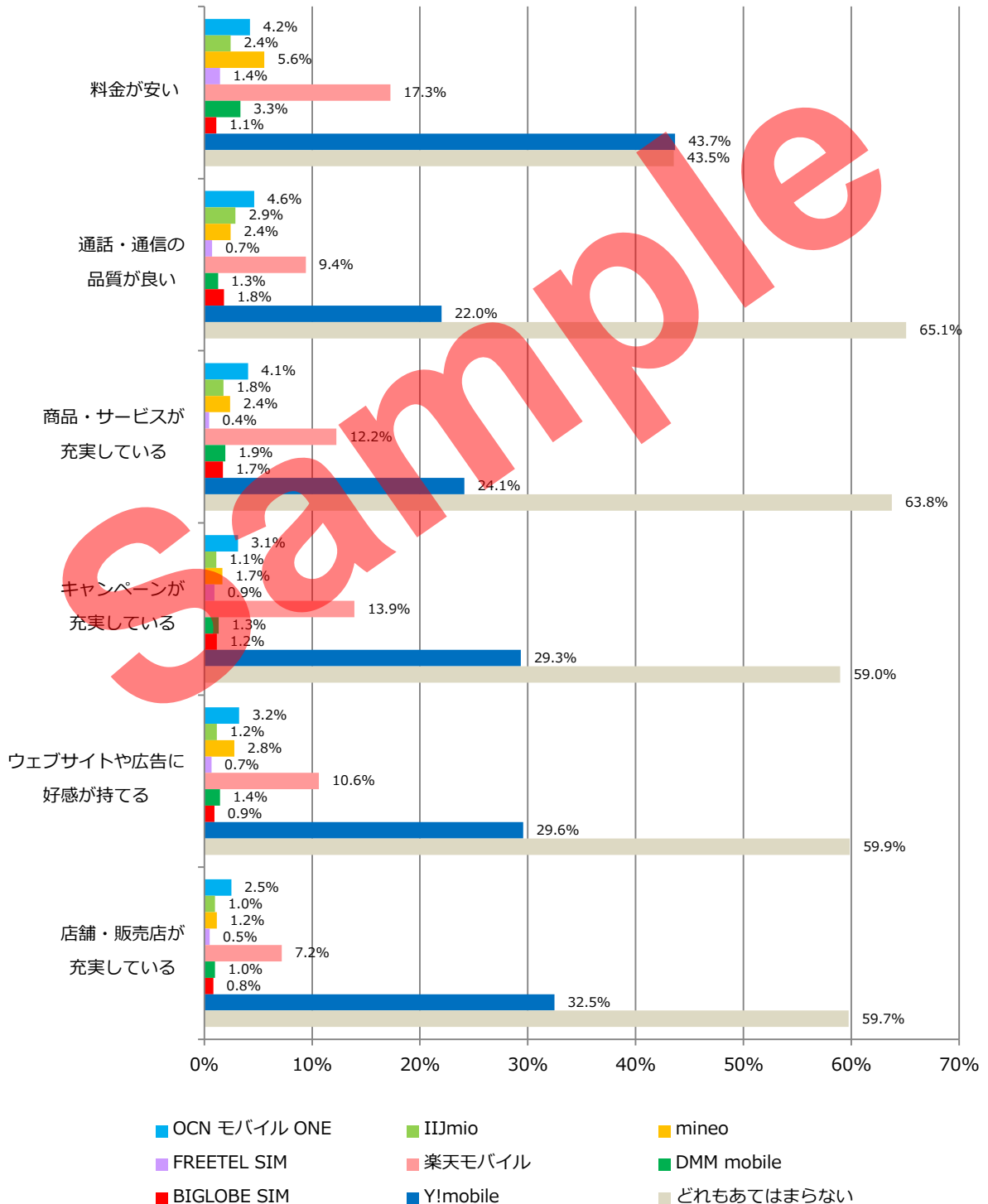
# ブランドイメージの認知

Sample

# ブランドイメージの認知(1)

回答者1,796人に対して、「それぞれのブランドイメージにあてはまるのはどの格安SIM会社か」について調査を行ったところ、次のような結果となった。回答者数(格安SIMの利用者数)が多かった **Y!mobile** と **楽天モバイル** は、全体的に高い回答率を獲得した。

ブランドイメージの認知(n=1,796)

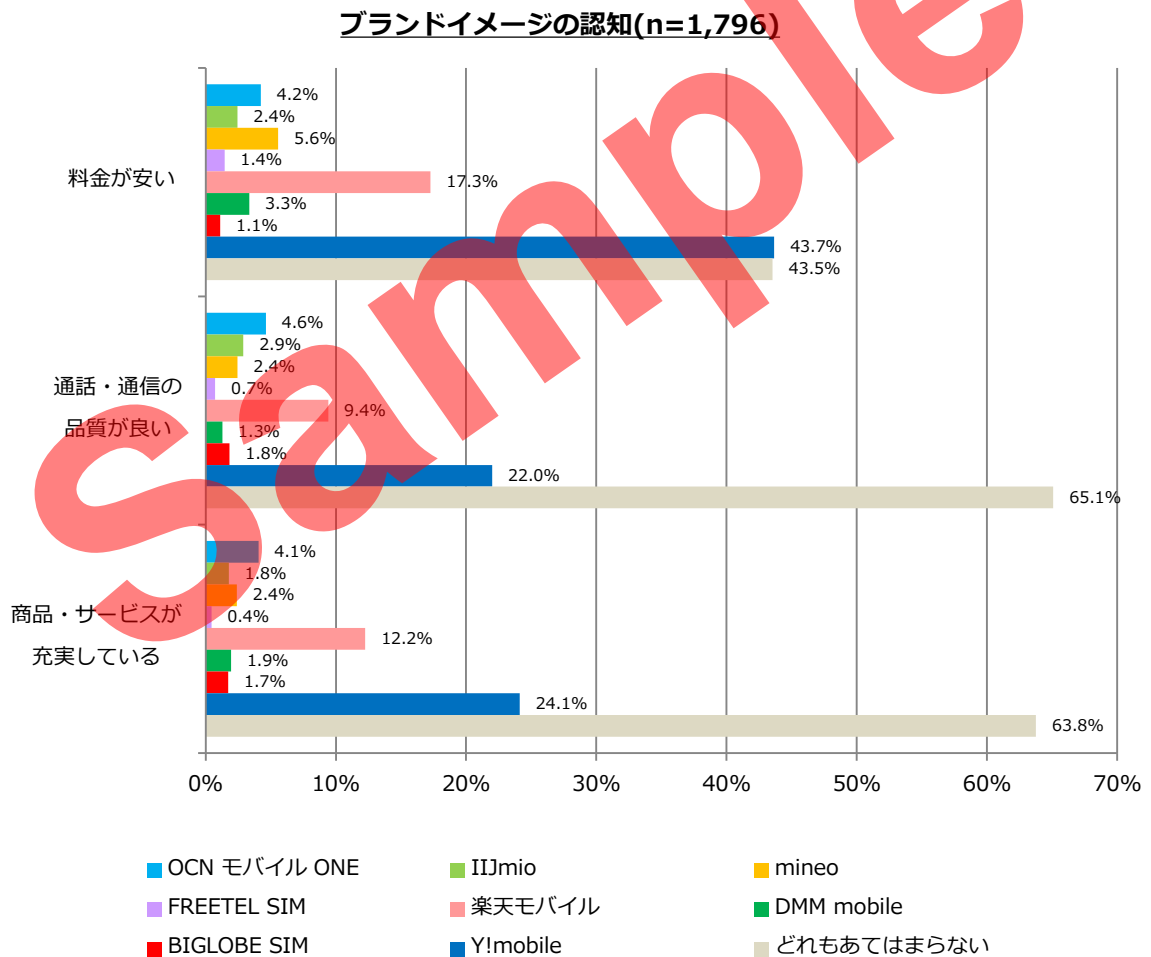


## ブランドイメージの認知(2)

「料金が安い」というイメージに該当する格安SIM会社は、**第1位 Y!mobile(43.7%)**、**第2位 楽天モバイル(17.3%)**であった。この2社以外は回答率が低く、また「どれもあてはまらない」の回答率は43.5%であった。

「通話・通信の品質が良い」というイメージに該当する格安SIM会社は、**第1位 Y!mobile(22.0%)**、**第2位 楽天モバイル(9.4%)**であった。この2社以外は回答率が低く、また「どれもあてはまらない」の回答率は65.1%と非常に高かった。

「商品・サービスが充実している」というイメージに該当する格安SIM会社は、**第1位 Y!mobile(24.1%)**、**第2位 楽天モバイル(12.2%)**であった。この2社以外は回答率が低く、また「どれもあてはまらない」の回答率は63.8%と非常に高かった。



# ブランドイメージの認知(3)

「キャンペーンが充実している」というイメージに該当する格安SIM会社は、**第1位 Y!mobile(29.3%)**、**第2位 楽天モバイル(13.9%)**であった。この2社以外は回答率が低く、また「どれもあてはまらない」の回答率は 59.0% と非常に高かった。

「ウェブサイトや広告に好感が持てる」というイメージに該当する格安SIM会社は、**第1位 Y!mobile(29.6%)**、**第2位 楽天モバイル(10.6%)**であった。この2社以外は回答率が低く、また「どれもあてはまらない」の回答率は 59.9% と非常に高かった。

「店舗・販売店が充実している」というイメージに該当する格安SIM会社は、**第1位 Y!mobile(32.5%)**、**第2位 楽天モバイル(7.2%)**であった。この2社以外は回答率が低く、また「どれもあてはまらない」の回答率は 59.7% と非常に高かった。

ブランドイメージの認知(n=1,796)

