

独自調査レポート

楽天モバイルの ヴィッセル神戸キャンペーン 利用者アンケート分析レポート

利用者 51 人の関心度・選定理由・特典利用・対象外リスク・満足度を分析

51

有効回答

項目	内容
回答期間	2026 年 8 月 30 日～2026 年 9 月 6 日
募集場所	クラウドワークス
回答方法	Google フォーム
調査元	光回線の教科書（aun-softbank-hikari.com）
設問数	15 問（単一選択 11 問・複数選択 2 問・自由記述 2 問）

本レポートでは割合を小数第 1 位まで表示。自由記述は全 102 件を巻末に原文掲載している。

1. 記事で独立して扱うべき 5 つの調査結果

記事の独自調査パートでは、読者の判断と申し込み時の失敗防止につながる次の 5 項目を中心に扱う。割合はすべて本調査の回答者 51 人を母数とする。

62.7% MNP で申し込んだ

32 人。新規契約は 6 人（11.8%）、再契約は 5 人（9.8%）だった。

51.0% ポイント額を最大の選定理由にした

MNP14,000 ポイントが 19 人、新規 11,000 ポイントが 7 人。2 項目の合計 26 人。

66.7% 何らかの申し込み条件が分かりにくかった

34 人。具体項目では「専用ページから推し選手を選んで申し込む」が 13 人（25.5%）で最多。

62.7% 対象外になりそうな経験があった、または適用状況が不明

32 人。具体的なヒヤリ体験は 29 人（56.9%）、現在も適用状況が不明は 3 人（5.9%）。

78.4% キャンペーンに満足

「とても満足」16 人と「やや満足」24 人の合計 40 人。不満回答は 0 人だった。

コピー用の見出し案

- 他社から楽天モバイルへ乗り換えた人が 62.7% で最も多かった
- ヴィッセル神戸キャンペーンを選んだ理由はポイント額が 51.0% を占めた
- 申し込み条件で何か分かりにくかった人は 66.7% だった
- 特典対象外になりそうな経験があった・適用状況が不明な人は 62.7% だった
- キャンペーンに満足した人は 78.4% で不満と答えた人はいなかった

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

2. 調査概要と回答者属性

項目	内容
対象	楽天モバイルのヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者
有効回答	51 件（取得回答 51 件、全 15 問で未回答なし）
回答期間	2026 年 8 月 30 日～2026 年 9 月 6 日
募集場所	クラウドワークス
回答方法	Google フォーム
調査元・実施者	「光回線の教科書」運営者

項目	内容
調査元 URL	https://aun-softbank-hikari.com/media-hikari/
設問構成	単一選択 11 問、複数選択 2 問、自由記述 2 問

解釈上の注意：クラウドワークスで募集した自己申告回答であり、無作為抽出ではない。楽天モバイル契約者全体の傾向として一般化せず、「本調査の回答者 51 人では」と母数を示して使う。公式の対象条件・ポイント数・進呈時期は変更される可能性があるため、公開時点の公式情報を別途確認する。

2-1. 性別

回答	人数	割合
男性	27	52.9%
女性	21	41.2%
回答しない	2	3.9%
その他	1	2.0%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

2-2. 年齢

回答	人数	割合
30 代	23	45.1%
40 代	16	31.4%
20 代	9	17.6%
50 代	2	3.9%
60 代以上	1	2.0%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

2-3. 職業

回答	人数	割合
会社員	40	78.4%
パート・アルバイト	7	13.7%
自営業・フリーランス	1	2.0%
無職	1	2.0%

回答	人数	割合
専業主婦・専業主夫	1	2.0%
その他	1	2.0%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）
30代と40代が計39人（76.5%）、会社員が40人（78.4%）を占める。50代以上は3人のみのため、年代別の優劣は断定しない。

3. ヴィッセル神戸への関心度と契約方法

3-1. キャンペーン利用前のヴィッセル神戸への関心

回答	人数	割合
ファンとまではいえないが、以前から関心があった	15	29.4%
以前からファンで、スタジアムでもよく観戦していた	12	23.5%
以前からファンだが、観戦はテレビ・配信が中心だった	11	21.6%
ヴィッセル神戸への関心よりポイント還元を重視して利用した	7	13.7%
キャンペーンをきっかけに関心を持った	3	5.9%
特にヴィッセル神戸への関心はなかった	3	5.9%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）
以前からファンだった人は23人（45.1%）。ファンではないが以前から関心があった15人を加えると、利用前から一定の関心があった人は38人（74.5%）だった。一方、ポイント重視または関心なしは10人（19.6%）で、ファン以外にも利用が広がっている。

3-2. 契約方法

回答	人数	割合
他社から楽天モバイルへの乗り換え（MNP）	32	62.7%
新しい電話番号での新規契約	6	11.8%
楽天モバイルを解約した後の再契約	5	9.8%
楽天モバイルのドコモ回線・au回線からのプラン変更	3	5.9%
その他	3	5.9%
すでに楽天モバイルを利用している状態での追加契約・2回線目以降	2	3.9%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

MNP が 32 人（62.7%）で中心。ただし、再契約 5 人、追加契約・2 回線目 2 人、旧楽天モバイル回線からの変更 3 人も含まれるため、記事では「初回 MNP だけの施策」と誤解されない整理が必要である。各区分の公式対象可否は公開時点で確認する。

4. 知ったきっかけと選んだ理由

4-1. キャンペーンを知ったきっかけ

回答	人数	割合
楽天モバイルの公式サイト・アプリ	20	39.2%
ヴィッセル神戸の公式サイト・公式 SNS	14	27.5%
YouTube・X・Instagram などの SNS	5	9.8%
ノエビアスタジアム神戸での案内・イベント	3	5.9%
インターネットの検索結果	3	5.9%
家族・友人・知人からの紹介	3	5.9%
きっかけは覚えていない	2	3.9%
比較サイト・ブログ記事	1	2.0%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

楽天モバイル公式サイト・アプリ 20 人とヴィッセル神戸公式サイト・SNS14 人を合わせ、公式 Web 接点が 34 人（66.7%）を占めた。比較サイト・ブログ記事は 1 人（2.0%）にとどまり、検索記事ではキャンペーン名を初めて知る層より、公式で知った後に条件を確認する層を強く想定するとよい。

4-2. キャンペーンを選んだ最大の理由

回答	人数	割合
他社からの乗り換えで 14,000 ポイントもらえるから	19	37.3%
新規契約などでも 11,000 ポイントもらえるから	7	13.7%
ヴィッセル神戸や推し選手を応援したかったから	7	13.7%
楽天モバイルの料金プランやサービスに魅力を感じたから	6	11.8%
推し選手の限定デジタルカードが欲しかったから	5	9.8%
家族・友人・店員などに勧められたから	3	5.9%
観戦チケット招待など契約後の特典に魅力を感じたから	2	3.9%

回答	人数	割合
三木谷キャンペーンなど別の高額キャンペーンをすでに利用していたから	1	2.0%
その他	1	2.0%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

MNP14,000 ポイントと新規 11,000 ポイントを合算すると、ポイント額を最大理由にした人は 26 人（51.0%）。一方、応援・限定カード・観戦特典を最大理由にした人も 14 人（27.5%）おり、金銭メリットだけでなくファン特典を並べることが差別化につながる。

5. 受け取った・応募した・今後利用予定の特典

5-1. 利用した・利用予定の申し込み特典／契約者向け特典

回答	人数	割合
乗り換え・新規契約などでもらえる楽天ポイント	31	60.8%
選択した推し選手の限定デジタルカード	17	33.3%
ホームゲームの観戦チケット招待	10	19.6%
対象ユニフォーム購入によるポイント特典	5	9.8%
まだ受け取ったり応募したりした特典はない	5	9.8%
スタジアムでの対象グッズ購入によるポイント還元	4	7.8%
公開練習・選手イベントなどの抽選招待	1	2.0%
MVP 投票・試合日の限定企画・専用入場レーンなど	1	2.0%

複数回答。割合は回答者 51 人を母数としているため、合計は 100 %を超える。

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

楽天ポイントが 31 人（60.8%）で最多。限定デジタルカード 17 人（33.3%）、観戦チケット招待 10 人（19.6%）が続く。記事の結論ではポイントを主訴求に置きつつ、ファン向けの違いとしてデジタルカードと観戦関連特典を短く明示するのが自然である。

6. 分かりにくかった条件と対象外になりそうな経験

6-1. 申し込み条件で分かりにくかったこと

回答	人数	割合
特に分かりにくいことはなかった	17	33.3%

回答	人数	割合
専用ページから推し選手を選んで申し込む必要があること	13	25.5%
ポイントが 3 回に分けて進呈されること	9	17.6%
選手選択と楽天モバイル申し込みで同じ楽天 ID を使う必要があること	9	17.6%
クーポンコード「RMBVKO00000001」の適用確認が必要なこと	9	17.6%
推し選手を選んだ月の末日までに申し込む必要があること	8	15.7%
Rakuten Link で 10 秒以上の発信通話が必要なこと	6	11.8%
申し込みの翌月末までにプランを利用開始する必要があること	2	3.9%

複数回答。割合は回答者 51 人を母数としているため、合計は 100 %を超える。

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

「特に分かりにくいことはなかった」は 17 人（33.3%）で、残る 34 人（66.7%）は少なくとも 1 項目を選んだ。専用ページ、同一楽天 ID、クーポン表示、選手選択期限という申込前の確認事項を、別々の注意書きではなく 1 つのチェックリストにまとめると使いやすい。

6-2. 特典の対象外になりそうになった経験

回答	人数	割合
対象外になりそうな場面はなかった	19	37.3%
専用ページを経由できておらず、申し込みをやり直した	8	15.7%
Rakuten Link の発信条件を忘れていたが、期限内に達成した	7	13.7%
選手選択時と異なる楽天 ID を使いそうになった	5	9.8%
クーポンコードが表示されておらず、申し込みをやり直した	4	7.8%
併用できないキャンペーンを選びそうになった	4	7.8%
現在もキャンペーンが適用されているか分からない	3	5.9%
利用開始期限を忘れていたが、期限内に開通できた	1	2.0%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

具体的なヒヤリ体験があった人は 29 人（56.9%）。さらに適用状況が分からない 3 人を加えると、対象外リスクまたは確認不安を抱えた人は 32 人（62.7%）に達する。特に専用ページ未経由 8 人、Rakuten Link 条件の失念 7 人が多い。

7. ポイント進呈時期の認知と他キャンペーン比較

7-1. 翌々月末ごろから 3 回に分けて進呈されることの事前認知

回答	人数	割合
3 回に分かれることは知っていたが、進呈開始時期は知らなかった	17	33.3%
進呈開始時期と 3 回に分かれることの両方を知っていた	13	25.5%
申し込んだ後に初めて知った	13	25.5%
このアンケートで初めて知った	8	15.7%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

進呈開始時期と 3 回分割の両方を知っていたのは 13 人（25.5%）のみ。残る 38 人（74.5%）はどちらか一方を知らない、申込後に知った、またはアンケートで初めて知った。ポイント数だけでなく、開始時期・分割回数・各回の予定数を同じ表で示す必要がある。

7-2. 申し込み前に比較した楽天モバイルのキャンペーン

回答	人数	割合
三木谷キャンペーンと比較してヴィッセル神戸を選んだ	11	21.6%
ヴィッセル神戸キャンペーンだけを見て決めた	10	19.6%
ほかのキャンペーンがあることを知らなかった	10	19.6%
通常の紹介キャンペーンや端末購入キャンペーンと比較した	7	13.7%
三木谷・楽天イーグルスの両方と比較してヴィッセル神戸を選んだ	6	11.8%
楽天イーグルスキャンペーンと比較してヴィッセル神戸を選んだ	3	5.9%
ほかの高額キャンペーンを利用済みだったためヴィッセル神戸を選んだ	3	5.9%
その他	1	2.0%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）

明確に他キャンペーンと比較・検討した人は 30 人（58.8%）。三木谷キャンペーンとの比較が 11 人、三木谷・楽天イーグルス両方との比較が 6 人で、三木谷キャンペーンとの違いを結論直後に示す需要が大きい。一方、ヴィッセル神戸だけを見た人と他キャンペーンを知らなかった人は計 20 人（39.2%）だった。

8. 満足度と自由記述から分かる評価

8-1. ヴィッセル神戸キャンペーンの満足度

回答	人数	割合
やや満足している	24	47.1%
とても満足している	16	31.4%
どちらともいえない	11	21.6%

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 対象：ヴィッセル神戸キャンペーン利用経験者（n=51）
満足は 40 人（78.4%）で、不満回答は 0 人。ただし「どちらともいえない」が 11 人（21.6%）いるため、「全員が満足」とは表現しない。

8-2. 良かった点の自由記述テーマ

自由記述テーマ	該当数	割合	主な内容
ポイント・金銭的なお得感	38	74.5%	高額還元、買い物負担の軽減、乗り換え費用の相殺など
ヴィッセル神戸・選手を応援する楽しさ	26	51.0%	応援との一体感、関心が深まった、特別感など
限定カード・チケット・グッズ等の特典	20	39.2%	デジタルカード、観戦招待、グッズ・スタジアム特典など
申し込み・手続きの分かりやすさ	14	27.5%	簡単、スムーズ、短時間で完了など
楽天サービス・料金プランとの相性	5	9.8%	料金、楽天経済圏、楽天ペイ・楽天市場との連携など

自由記述 Q14 を複数テーマで分類。1 つの回答を複数テーマに数えているため合計は 51 人を超える。

「三木谷キャンペーンなど他の大型施策と遜色ないポイント数を獲得しつつ、推し選手の限定デジタルカードも手に入れることができて大変満足しています。」

「ポイント還元が大きく、乗り換えの初期費用をほぼ相殺できた点が良かったです。推し選手のデジタルカードも記念として嬉しく、観戦チケット招待でスタジアムの雰囲気を久しぶりに楽しめました。」

8-3. 困った点・注意点の自由記述テーマ

自由記述テーマ	該当数	割合	主な内容
条件・期限の事前確認が必要	28	54.9%	対象条件、期限、受取方法を申込前に確認する助言
専用ページ・楽天 ID・コード・経由	15	29.4%	同一 ID、専用ページ、エントリー、クーポンコード

自由記述テーマ	該当数	割合	主な内容
大きな困りごととはなかった	13	25.5%	問題なし、スムーズだったという回答（助言との併記を含む）
ポイントの進呈時期・分割	10	19.6%	すぐ一括ではない、受取まで時間がかかる
適用・受取状況の確認しにくさ	9	17.6%	適用確認、受取手順、マイページでの確認
Rakuten Link・利用開始条件	7	13.7%	発信通話、利用開始期限を忘れない
他キャンペーンとの比較・併用	3	5.9%	申込窓口と併用可否を比較する

自由記述 Q15 を複数テーマで分類。回答本文に明示された内容のみを計上し、合計は 51 人を超える。

「申し込み前に条件を確認しておいて良かったと思います。特に推し選手の選択と楽天モバイルの申し込みで同じ楽天 ID を使うことや、Rakuten Link で 10 秒以上の発信が必要な点は忘れやすいと感じました。」

「クーポンコードの適用確認が分かりづらく、何度も画面を見返しました。Rakuten Link の発信条件も忘れがちなので、申し込み後は条件をしっかりとチェックしておく心安心だと思います。」

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 自由記述 Q14・Q15（各 51 件）

9. 主要クロス分析

以下は設問間の関連を確認する探索的な集計である。サンプル数が小さい区分では割合が大きく動くため、因果関係や母集団全体の傾向として断定しない。

9-1. ファン層はクラブ・選手特典、関心層はポイント額を選びやすい

関心区分	n	ポイント額	クラブ・選手特典	料金・サービス	その他
以前からのファン	23	9 人 (39.1%)	13 人 (56.5%)	1 人 (4.3%)	0 人 (0.0%)
ファン未満だが関心あり	15	11 人 (73.3%)	1 人 (6.7%)	1 人 (6.7%)	2 人 (13.3%)
キャンペーンで関心	3	2 人 (66.7%)	0 人 (0.0%)	0 人 (0.0%)	1 人 (33.3%)
ポイント重視・関心なし	10	4 人 (40.0%)	0 人 (0.0%)	4 人 (40.0%)	2 人 (20.0%)

以前からのファン 23 人では、応援・限定カード・観戦特典などを最大理由にした人が 13 人 (56.5%)。一方、ファン未満だが関心があった 15 人では、ポイント額を選んだ人が 11 人 (73.3%) だった。記事では、ファンには限定性、比較検討層にはポイント額を先に見せる構成が合う。

9-2. 分かりにくさがなかった人の満足率は 94.1%

条件の理解	n	満足	中立
分かりにくさあり	34	24 人 (70.6%)	10 人 (29.4%)
特に分かりにくさなし	17	16 人 (94.1%)	1 人 (5.9%)

分かりにくさの有無と満足度には差がみられたが、本調査から因果関係は断定できない。それでも、申込前チェックリストを設けて理解負担を減らす価値は高い。

9-3. 分かりにくさを感じた人の 73.5%に具体的なヒヤリ体験

条件の理解	n	具体的なヒヤリ	適用状況不明	場面なし
分かりにくさあり	34	25 人 (73.5%)	0 人 (0.0%)	9 人 (26.5%)
特に分かりにくさなし	17	4 人 (23.5%)	3 人 (17.6%)	10 人 (58.8%)

条件を分かりにくいと感じた 34 人のうち 25 人 (73.5%) が、専用ページ未経由、Rakuten Link 条件の失念、ID 違いなどの具体的なヒヤリ体験を回答した。説明章と申込手順章を分離しすぎず、注意点を行動順に置く根拠になる。

9-4. 進呈時期と 3 回分割の両方を知っていた人は満足率 92.3%

ポイント進呈の認知	n	満足	中立
両方を事前認知	13	12 人 (92.3%)	1 人 (7.7%)
一部のみ・申込後・未認知	38	28 人 (73.7%)	10 人 (26.3%)

両方を知っていた群は 13 人と少ないため優劣は断定しないが、進呈時期の説明を目立たせることは、申込後の期待値のずれを抑える施策として妥当である。

9-5. 契約方法別では MNP 利用者の満足率が 84.4%

契約方法	n	満足	中立
MNP	32	27 人 (84.4%)	5 人 (15.6%)
MNP 以外	19	13 人 (68.4%)	6 人 (31.6%)

MNP ではポイント額を最大理由にした人が多く、高額還元への期待と満足が結び付いた可能性がある。ただし MNP 以外は契約方法が複数混在する 19 人のため、制度上の優劣や因果関係には使わない。

10. 記事全体への反映設計

10-1. 独自調査の専用章には重要な 5 結果を置く

推奨 H2：楽天モバイルのヴィッセル神戸キャンペーン利用者 51 人に独自調査

- 他社から楽天モバイルへ乗り換えた人が 62.7%で最も多かった
- キャンペーンを選んだ理由はポイント額が 51.0%を占めた
- 申し込み条件で何か分かりにくかった人は 66.7%だった
- 特典対象外になりそうな経験があった・適用状況が不明な人は 62.7%だった
- キャンペーンに満足した人は 78.4%で不満と答えた人はいなかった

専用章は読者が結果を一読できるよう、この 5 項目に絞る。認知経路、利用特典、比較先、進呈時期は、読者が必要とする対応章へ差し込む。記事末のまとめ章は不要。

10-2. 残りの結果は関連章へ差し込む

差し込み先	使う調査結果	本文での役割
結論・おすすめ	MNP62.7%／ポイント額が理由 51.0%	MNP の高額ポイントを主訴求にする
キャンペーンの特徴	利用前から関心あり 74.5%／ファン 45.1%	ファン施策でありながらポイント重視層も利用していると示す
特典一覧	ポイント 60.8%／限定カード 33.3%／観戦招待 19.6%	利用実績の多い順に説明する
申し込み方法	専用ページ 25.5%／同一 ID17.6%／コード 17.6%	申込前チェックリストにする
注意点	具体的なヒヤリ 56.9%／Rakuten Link 失念 13.7%	専用ページ→ID→コード→開通→Link の順に確認させる
ポイント進呈時期	両方を事前認知 25.5%	開始月・分割回数・各回の予定数を同じ表にする
他施策との比較	明確に比較した人 58.8%	三木谷・楽天イーグルス・通常紹介との違いを早見表化
口コミ・評判	満足 78.4%／中立 21.6%／不満 0%	満足だけでなく手順負担・確認不安も併記する

10-3. CTA と比較導線への示唆

ヴィッセル神戸キャンペーンの主 CTA は、ポイント数だけで三木谷キャンペーンと競わせるより、「高額ポイントに加えて、推し選手・観戦関連の独自特典を選べる」ことを軸にする。本調査では以前からのファン 23 人の 56.5%がクラブ・選手特典を最大理由にしており、ファン層に対する差別化が明確である。

一方、ファン未満だが関心があった 15 人の 73.3%はポイント額を最大理由にした。比較表の最初に還元額と対象者を置き、その次に限定カード・観戦特典を置くと、検索流入の比較検討層にも伝わりやすい。

11. 執筆時の数値表現と注意事項

- 割合は小数第 1 位まで表示し、人数と母数 n=51 を併記する。
- 複数回答の Q8・Q9 は合計が 100%を超える。『回答者に占める選択率』として扱う。
- 『満足 78.4%』は「とても満足+やや満足」の合算。不満回答は 0 人だが、中立は 11 人（21.6%）いる。
- 『分かりにくさ 66.7%』は、Q9 で「特に分かりにくいことはなかった」を選ばなかった 34 人。
- 『対象外リスク・不明 62.7%』は、具体的なヒヤリ 29 人と適用状況不明 3 人の合計。具体的なヒヤリだけなら 56.9%。
- クロス分析は小標本の探索的集計。特に『キャンペーンきっかけ』n=3、追加回線 n=2 などは割合で優劣を断定しない。
- 自由記述テーマは複数計上であり、回答者の言葉を補う定性的な材料として使う。原文に含まれる制度説明は公式事実の裏付けにはしない。
- ポイント数、対象条件、併用可否、進呈時期は変更され得る。公開時点の公式条件を確認し、アンケート結果と制度説明を混同しない。
- 調査はクラウドワークスで募集した自己申告回答であり、楽天モバイル利用者全体への一般化は避ける。

付録：ロコミ・自由記述の原文（全 102 件）

Q14「利用して良かったこと・満足していること」とQ15「申し込みや特典利用で困ったこと・注意点」の各 51 件、合計 102 件を収録する。回答本文は誤字脱字・表記ゆれ・句読点を含めて原文のまま掲載し、回答番号はアンケートデータの並び順とした。

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス 自由記述 Q14・Q15（各 51 件・合計 102 件）

付録 A：利用して良かったこと・満足していることの原文 51 件

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス Q14. ヴィッセル神戸キャンペーンを利用して良かったこと・満足していることを具体的に教えてください。（原文 51 件）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
1	MNP	サッカーが大好きで、いい選手がたくさんいる神戸も大好きなので嬉しかったです
2	MNP	三木谷キャンペーンなど他の大型施策と遜色ないポイント数を獲得しつつ、推し選手の限定デジタルカードも手に入れることができ大変満足しています。専用ページからのエントリーや申し込みの流れもスムーズで、特典の受け取り見込みが明確だった点も良かったです。
3	MNP	普段から応援しているヴィッセル神戸の推し選手の限定デジタルカードがもらえたことと、乗り換えでお得なポイント還元を同時に受けることができ非常に満足しています。
4	新規	お手軽に登録できました。
5	新規	大変お得だと思いました、
6	MNP	申し込みで特に迷うことなく総じて簡単かつ安心して事が済んで良かった。付与されるポイントも充実した内容で良かった
7	MNP	ヴィッセル神戸の限定グッズなどがもらえるので、満足しています。
8	MNP	高額なポイント還元だけでなく推し選手の限定デジタルカードまで貰えてファンとして特別感があり満足です。

付録 A : 利用して良かったこと・満足していることの原文 51 件（続き : No.9~16）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
9	追加回線	申し込み方法が分かりやすく、楽天ポイントがもらえる点が特に良かったです。ヴィッセル神戸の推し選手がデザインされたデジタルカードも特別感があり、楽天モバイルへの乗り換えとあわせて楽しめました。
10	新規	ヴィッセル神戸キャンペーンで通常よりポイントが多く還元され、買い物の負担が減って満足しています。特典も充実していて参加して良かったです。
11	MNP	申し込み方法が分かりやすく、スマホからスムーズに手続きできたのが良かったです。ポイントが貯まるだけでなく、デジタルカードやヴィッセル神戸に関連した特典もあり、普段から応援している人には楽しみながら利用できるキャンペーンだと感じました。
12	再契約	ヴィッセル神戸を応援しながら、お得に楽天モバイルを利用できる点が良かったです。キャンペーンによるポイント還元などで通信費の負担を抑えられ、普段の応援と合わせてメリットを感じられました。ファンとして楽しみながらお得になる点に満足しています。
13	MNP	ポイント還元に魅力を感じて利用しました。ポイントをもらうことができて良かったです。
14	MNP	ポイントがたくさんもらえるので、もともと楽天モバイルに切り替え検討をしていたので、タイミングとして良かった。
15	MNP	キャンペーンをきっかけにクラブや選手への興味もさらに深まり、応援する楽しみが増えました。また、特典やお得なサービスを利用できることで、試合観戦や神戸で過ごす時間をより楽しめた点にも満足しています。
16	旧回線から変更	たまたまキャンペーンをしていたので得できて、ラッキーだったと思う。

付録 A : 利用して良かったこと・満足していることの原文 51 件（続き : No.17~24）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
17	MNP	特典は大きいし、申し込みは簡単で非常に満足しています。楽天モバイルのプラン自体も安くて良いと思います。
18	MNP	楽天モバイルへの乗り換えを考えていたタイミングだったので、ヴィッセル神戸を応援しながらポイントももらえる点が良かったです。推し選手を自分で選べたことも楽しく、デジタルカードが届くのを待つ楽しみもあります。普段から試合を見ることがあるので、自分の好きなチームに関係した特典を選べたことに満足しています。
19	MNP	ポイント還元が大きく、乗り換えの初期費用をほぼ相殺できた点が良かったです。推し選手のデジタルカードも記念として嬉しく、観戦チケット招待でスタジアムの雰囲気を楽しめました。
20	MNP	ポイントが貯まるだけでなくデジタルカードも楽しめて、ヴィッセル神戸を身近に感じながらキャンペーンを利用できたことが良かったです。
21	MNP	特に困ったことはありませんでしたが、事前に特典の適用条件や申し込みの締切日をしっかりと確認しておく、より安心してスムーズに利用できるのをおすすめです。
22	MNP	申し込み方法が難しいのかと少し躊躇してた部分はあるが実際そういうこともなく簡単に手続きできた。
23	追加回線	ヴィッセル神戸というかサッカー自体に全く興味はありませんが、ポイントがもらえるのは有り難いです
24	新規	ポイントを貰えて、ヴィッセル神戸を推せるのでとてもお得なキャンペーンで良かったと思う。

付録 A : 利用して良かったこと・満足していることの原文 51 件（続き : No.25～32）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
25	再契約	ポイント還元が思った以上に早く反映されて、日々の買い物にも使えて助かりました。推し選手のデジタルカードも記念として嬉しく、再契約でも特典が受けられた点に満足しています。
26	新規	スタジアムによく行くのでその周辺での高還元率なポイントバックがある事
27	MNP	楽天経済圏でまとめたかったので一本化できることはとても満足している。
28	MNP	比較的ストレスなく手続きを済ませることができ、ポイントおよびカードがもらえて満足です。
29	再契約	とてもわかりやすく説明してくださり、とても丁寧に教えてもらったので満足してます
30	MNP	事前に楽天カードを使っていて、ヴィッセル神戸が勝ったらポイント 2 倍とかあって神戸を応援して、今回のキャンペーンでポイントが付与される事でファンとまでは行かないがかなり応援するようになった
31	旧回線から変更	ヴィッセル神戸キャンペーンでポイントが貯まり、デジタルカードもすぐ受け取れて便利でした。特典内容が分かりやすく、申し込みも短時間で完了できた点に満足しています。
32	MNP	ホームゲーム観戦チケットの抽選招待に応募できるチケット抽選や最大 20%のポイント還元など

付録 A : 利用して良かったこと・満足していることの原文 51 件（続き : No.33~40）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
33	再契約	14,000 円相当の楽天ポイントが還元されるので、お得感があります。また選手のデジタルカードが手に入りました。
34	MNP	元々楽天に変えるつもりだったから追加でポイントがもらえてよかった
35	その他	専用のキャンペーンページから応援したい選手を選び、そのままの流れでスムーズに Web から契約・開通手続きが完了しました。
36	新規	地域の応援につながっているとかんじだし、キャンペーンを利用することで特別感があるとおもった。また、おとくじょうほうもたくさんあったのでベンキョうになりました。
37	その他	ポイントがこまめに付与されることは非常に魅力的だしあまり負担にならないのがいい
38	MNP	他社からの乗り換えで多くの楽天ポイントを受け取れる点が魅力的でした。推し選手のデジタルカードももらえるため、通常の乗り換えキャンペーンより楽しみながら申し込めた点に満足しています。
39	MNP	ポイントがもらえるっていうのでただ応募しただけと、ヴィッセル神戸がタイトル獲ったら何かもらえるからラッキーと感じる
40	MNP	ポイントが思っていた以上にもらえ、お得感があるなと感じたから。

付録 A : 利用して良かったこと・満足していることの原文 51 件（続き : No.41~48）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
41	MNP	楽天ポイントがもらえるだけでなく、ヴィッセル神戸に関連した特典も楽しめる点が良かったです。申し込み方法も分かりやすく、手続きがスムーズだったので、キャンペーンを利用するハードルが低く感じました。
42	MNP	14000 ポイントが貰えた事で欲しいと思っていた物を購入出来たのでお得感があり良かったです。
43	MNP	最大 14,000 円相当の楽天ポイント還元やシーズンシートの 20%ポイントバックなど、豊富な特典を受けられることです。
44	MNP	ポイントがもらえてすごくお得感があり、ヴィッセル神戸を応援しながら楽天のサービスを利用できる点が良かったです。
45	MNP	キャンペーンを利用して本当に良かったと思っています。申し込み方もスムーズで非常に快適でした。
46	旧回線から変更	楽天チケットでチケット購入してから、推しのグッズを購入しました。支払いは楽天 Pay で手軽さがあり、ポイントも還元されましたよ。
47	再契約	楽天モバイルを契約していたら、マイ楽天とかいつも見ている画面に広告とか流れてキャンペーンの様々な特典が知れたので分かりやすかったです。
48	その他	ヴィッセル神戸キャンペーンで、スタジアムに訪れた時特典で服をもらえたり、さまざまなグッズが貰えサッカー観戦をより楽しめるようになっていることがいいと思う。

付録 A : 利用して良かったこと・満足していることの原文 51 件（続き : No.49～51）

No.	契約方法	口コミ・自由記述の原文
49	MNP	ポイント還元が高く、そこが何より満足しています。その他の特典は魅力的ではありましたが利用するには至りませんでした。
50	MNP	楽天市場のポイント倍率もアップ、さらには楽天ペイとも連携されていて普段の買い物でもポイントが増えたという実感を出来たことです。
51	MNP	申し込み方法がとても簡単だった点が良かったです。こういうのが苦手な私でも手こずることなく取り組みました。

付録 B : 申し込みや特典利用で困ったこと・注意点の原文 51 件

調査元：aun-softbank-hikari.com 調査方法：クラウドワークス Q15. ヴィッセル神戸キャンペーンの申し込みや特典の利用で困ったこと・注意しておきたい点を具体的に教えてください。（原文 51 件）

No.	契約方法	口コミ・自由記述の原文
1	MNP	かなり手順が煩雑で、ミスしていないか逐一調べるからとても疲れました
2	MNP	特にお手続きで困ったことはありませんでしたが、専用ページから正しくエントリーし、選手選択を行った上で同一の楽天 ID を使って申し込む必要があるため、事前の手順確認をしっかりと行ってから申し込むのがおすすめです。
3	MNP	専用ページから進むことや同じ楽天 ID を使用する点など、順番を間違えないように事前にしっかり確認しておけば問題なくスムーズに申し込むことができました。
4	新規	特にありません。
5	新規	問題ありませんおすすめできると思います。
6	MNP	困ったことはとくにない。これから利用するなら他キャンペーンもあるのでしっかり比較した方が良いと思う。それによって最も自分にマッチするものを決定すべきです。
7	MNP	楽天 ID との連携がうまくいかなかったので、とても困りました。
8	MNP	エントリーと申し込みで同じ楽天 ID を使い Rakuten Link の通話条件を期限内に確実に達成することが大切だと思います。

付録 B：申し込みや特典利用で困ったこと・注意点の原文 51 件（続き：No.9～16）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
9	追加回線	キャンペーンページから申し込む必要があるため、対象条件やポイント付与の条件を事前に確認しておくことが大切だと思いました。申し込み自体はスムーズで、特に困ることなく利用できました。
10	新規	特典の受け取り条件が細かく、どこを確認すればいいか少し迷いました。これから利用する人は事前に特典ページをしっかりと確認しておくとう安心です。
11	MNP	特に大きく困ったことはありませんでしたが、申し込み前にポイントの付与条件や特典の受け取り方法を確認しておいて良かったです。これから利用する場合は、キャンペーン期間や対象条件、特典を受け取るまでの流れを事前に確認しておくとう安心だと思います。
12	再契約	申し込み時にキャンペーンの適用条件や特典の受け取り時期が少し分かりにくく、事前に内容をよく確認する必要がありました。特典を受け取るために必要な手続きや条件を忘れないよう注意が必要だと感じました。
13	MNP	キャンペーンへの申し込み方法が複雑だと思いました。ネットで調べながらやる必要がありました。
14	MNP	事前に注意事項はよく確認したうえで手続きを進めれば、特段注意するようなことはないと思う。
15	MNP	特典の利用条件について、もう少し分かりやすく案内してもらえると、より利用しやすいと感じました。特典によって利用期間や対象条件が異なる場合があるため、申し込み前に確認する項目が多く、少し分かりにくい部分がありました。特典の利用期限や利用方法、対象となる条件などを一目で確認できるようにしてもらえると、より安心して利用できると思います。
16	旧回線から変更	情報持っていないとどうしようもないので、こまめに楽天のサイトを開いたりメールをチェックしたりすること

付録 B：申し込みや特典利用で困ったこと・注意点の原文 51 件（続き：No.17～24）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
17	MNP	そこまで困ったことはなかったですが、強いて言うなら特典を貰い切るまで期間がかかるということです。
18	MNP	申し込み前に条件を確認しておいて良かったと思います。特に推し選手の選択と楽天モバイルの申し込みで同じ楽天 ID を使うことや、Rakuten Link で 10 秒以上の発信が必要な点は忘れやすいと感じました。ポイントもすぐ全部もらえるわけではないので、進呈時期を確認してから申し込むと安心だと思います。
19	MNP	選手選択と申し込みで同じ楽天 ID を使う必要がある点は少し分かりづらく、念のため申し込み画面を何度も確認しました。Rakuten Link の発信条件も忘れやすいので、利用開始後すぐに達成しておくのが安心だと思います。
20	MNP	申し込み前にポイントの獲得条件やデジタルカードの受け取り方法を確認しておくで安心です。特典には利用条件や期限がある場合もあるので、事前に確認してから利用するのがおすすめです。
21	MNP	特に困ったことはありませんでしたが、事前に特典の適用条件や申し込みの締切日をしっかりと確認しておくで、より安心してスムーズに利用できるのがおすすめです。
22	MNP	事前に流れは把握しておくよう公式サイトから確認はするようにした。そうしたら全然難しくなかった。
23	追加回線	ポイントが三回に分割されて支払われることと、申し込んですぐに支払われるわけではないことを認識しておきましょう
24	新規	クーポンコードや ID など、使い慣れない言葉も出てくるので、少し理解するまでに戸惑った。

付録 B：申し込みや特典利用で困ったこと・注意点の原文 51 件（続き：No.25～32）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
25	再契約	クーポンコードの適用確認が分かりづらく、何度も画面を見返しました。Rakuten Link の発信条件も忘れがちなので、申し込み後は条件をしっかりとチェックしておくと思えます。
26	新規	観戦チケット購入やファンクラブなどで異なる楽天 ID をリンク付けしてしまうと、特典対象外になる事。
27	MNP	大きくポイント還元を謳ってるが注意事項を把握しないと取りつぱぐれたり対象外になったりするので注意が必要だと感じた
28	MNP	クーポンコードの入力が必須になるので、あらかじめ適用されるコードをおさえておく点に注意が必要です。
29	再契約	とくに困ったこと注意しておきたいことがとくにありませんとても満足してます
30	MNP	楽天リンクを使う事や、申し込みコードがやたら長いこと、3回にポイントが分けられる事、なぜ一回でまとめて入れてくれないのだろうかとは思ってた
31	旧回線から変更	申し込みページの案内が少し分かりづらく、特典の受け取り手順を確認するのに時間がかかりました。これから利用する人は、事前に特典の受取方法を確認しておくと思えます。
32	MNP	キャンペーンの条件（エントリーや通話など）を達成したあと、正しく適用されているかマイページなどで確認しづらい

付録 B：申し込みや特典利用で困ったこと・注意点の原文 51 件（続き：No.33～40）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
33	再契約	自分の条件で適用されるのか分かりにくいので、困りました。また説明が少ないです。
34	MNP	他のキャンペーン難尾の比較をもう少しした方が得だったかもしれない
35	その他	楽天従業員紹介キャンペーンや通常の紹介キャンペーンとは併用できません。どの窓口から申し込むのが自分にとって一番お得か、事前に特典内容を比較しておく必要があります。
36	新規	また、おとくじょうほうもたくさんあったのでベンキョウになりましたが、もし調べ不足であれば流す情報だったのでこわい。
37	その他	特にはないが、周りに楽天モバイル利用者があまりいないように思うので利用者が増えるように広められるといい
38	MNP	申し込み前に Rakuten Link での発信条件や利用開始期限を確認しておいて良かったです。ポイントは一度に付与されるわけではないため、進呈時期や条件達成状況を楽天 Point クラブなどで確認しておくと思安だと思います。
39	MNP	タイトルを獲ってキャンペーンをだいたいのやって便乗して応募したのはいいけど、大事なことを確認してなかったことがあったので、これからは必要事項を確認してから応募するようにします
40	MNP	特典には申し込み期限や利用条件があるので、事前に内容をよく確認しておくことが大切だと思います。特に、特典がいつどのような形でもらえるのかを確認しておくと思安です。

付録 B：申し込みや特典利用で困ったこと・注意点の原文 51 件（続き：No.41～48）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
41	MNP	特に困ったことはありませんでしたが、キャンペーンの適用条件や特典の受け取り時期は事前に確認しておくことをおすすめします。申し込み後に必要な手続きやポイント付与の条件なども確認しておくと、安心して利用できると思います。
42	MNP	ヴィッセル神戸キャンペーンの申し込みや特典の利用で困った事や注意しておきたい事は特にありませんでした、これから利用する人は安心して利用して大丈夫です。
43	MNP	エントリー時に選択した推し選手は、一度決定的になると後から変更できないことです。
44	MNP	特に困ったことはありませんでしたが、申し込み前にポイントの付与条件やキャンペーン期間、特典の利用条件を確認しておくと思心だと思ひます。これから利用する方にも、事前確認をおすすめします。
45	MNP	注意しておきたい点は特にございませんでした。非常に利用しやすいので皆様におすすめしたいと思ひます。
46	旧回線から変更	グッズを現金払いしたらだめだとか、対象になる条件がちょっとわかりにくいですね。どこ経由で申し込みすべきか、確認したほうがいいです。
47	再契約	ヴィッセル神戸キャンペーンの申し込みや特典の利用で困ったこと・注意しておきたい点については、ご利用条件応募条件があるので達成しないといけないので注意してください。
48	その他	現場で携帯の準備しようとする人が大変混み合っているの電波を拾わない可能性が高くなるため家であらかじめ準備して出てきたらいい

付録 B：申し込みや特典利用で困ったこと・注意点の原文 51 件（続き：No.49～51）

No.	契約方法	ロコミ・自由記述の原文
49	MNP	ヴィッセル神戸ファンにとってみれば本当におすすめなキャンペーンだと思います。普段はあまりサッカーの試合結果なんて気にしていませんでしたが、キャンペーンを利用し、特典こそ利用しませんでした。キャンペーン利用以降は、ヴィッセル神戸のニュースや試合結果を気にする様になりました。
50	MNP	専用ページ経由や同じ楽天 ID で申込を行なわなければいけないのですが、その辺の説明がイマイチ分かりづらかったので...事前に確認しておくことと同時に統一したシステムがあれば良いなあと思いました。
51	MNP	困ったことは特にありませんでした。事前に友人から手続き方法をきいていたが、スムーズにいくために非常に重要だと感じました。