

2005年1月12日

報道用資料**米国のテレビ顧客満足度、ソニー、日立、三菱、サムスンが各価格帯で第1位****2004年米国テレビ顧客満足度調査**

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィック（本社：東京都港区、代表取締役社長：蓮見南海男、略称：J.D. パワー）は、2004年米国テレビ顧客満足度調査の結果を発表した。

第1回目となる今回の調査では、2003年4月から2004年10月の間に、1,000ドル以上の価格でテレビを購入した5,343人の消費者からの回答をもとに、テレビに関する顧客満足度を3つの価格帯（1,000～2,499ドル、2,500～3,499ドル、3,500ドル以上）で測定した。また、テレビの顧客満足度は、5つのファクターで構成されており、これらは重要度順に、「画質」、「コスト」、「使いやすさ」、「室内装飾や家具との調和/デザイン」、「音質」となっている。

米国の消費者、ハイエンド・テレビ技術の違いは理解せずとも、品質の相違は認識

顧客満足度ランキングでは、1,000～2,499ドルの価格帯で、ソニーが第1位となった。ソニーは「画質」、「使いやすさ」、「音質」で同価格帯で最も高い評価を得た。以下、日立、フィリップス、東芝の順でランクされている。

2,500～3,499ドルの価格帯では、日立が首位に立った。特に「画質」、「コスト」、「使いやすさ」、「音質」に対する評価が高かった。第2位にはソニーが入った。ソニーは「画質」で高い評価を得た。当価格帯の総合満足度で業界平均を上回ったのは、日立とソニーだけである。

3,500ドル以上の価格帯では、三菱とサムスンが共に第1位にランクされた。三菱は「コスト」で、また、サムスンは「画質」で当価格帯のトップの評価を得ている。第3位にはソニーが入り、以上3メーカーがこの価格帯の業界平均を上回った。

消費者は背面投射（リアプロジェクション）型（LCD、DLP、LCoS）やプラズマといったハイエンド・テレビ・システムに用いられている技術の違いをあまり理解していないものの、同じ技術を採用したテレビでもメーカー間で品質の相違があることは十分認識していることが調査結果からわかった。消費者はまず、どの技術のテレビを購入するかを決定し、その後その技術ではどのメーカーが最も優れているかを調べる必要があるだろう。

また、ハイエンド・テレビの購入者は、画質、外観の良さ（材質、調和感、仕上がり）、スクリー

ンの大きさ、他の機器との接続のしやすさに対してなら、その分として価格が高くなっても構わないと考えていることがわかった。

さらに、ハイエンド・テレビの購入者のほとんどが、購入前に製品に関する下調べを行なっている。そのうち過半数（56%）が購入の決定に役立てるためにインターネットを利用した。また、3分の1以上（38%）の購入者が主な情報源として独立系の消費者サイトを、さらに、ほぼ同数（32%）がメーカーのサイトを訪れている。一方で消費者は販売店の店員によるアドバイスや情報にも大いに頼っている。最も高い価格帯のテレビの購入者は最も多く下調べを行なっており、最も低い価格帯の購入者は店頭での情報やマーケティングからより多く影響を受けている。

価格の高いテレビを購入した人の方が安いテレビの購入者よりテレビを見る時間が少ないことも当調査では明らかになっている。1,000～2,499ドルの価格帯のテレビの購入者の中では、週に40～150時間テレビを見ている人の割合が35%と最も多かったが、対照的に3,500ドル以上のテレビの購入者の中では、週に見る時間がわずか1～20時間という人が40%と最も多かった。

<株式会社J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社はJ.D. パワー・アンド・アソシエイツ（本社：米国カリフォルニア州）の日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として1990年に設立された。自動車業界を始めコンピューター、通信関連、OA機器、サービス産業、金融など様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。インターネット上でホームページを開設しており、会社概要や提供しているサービスなどの情報を次のアドレスで入手できる。

J.D. パワー アジア・パシフィック ホームページ <http://www.jdpower.co.jp>

<当調査に関するお問い合わせ先>

(株) J.D. パワー アジア・パシフィック

コーポレート・コミュニケーション・グループ 川野

住 所： 東京都港区虎ノ門5-1-5 虎ノ門45MTビル（〒105-0001）

電 話： 03-3459-1865

F A X： 03-3459-1810

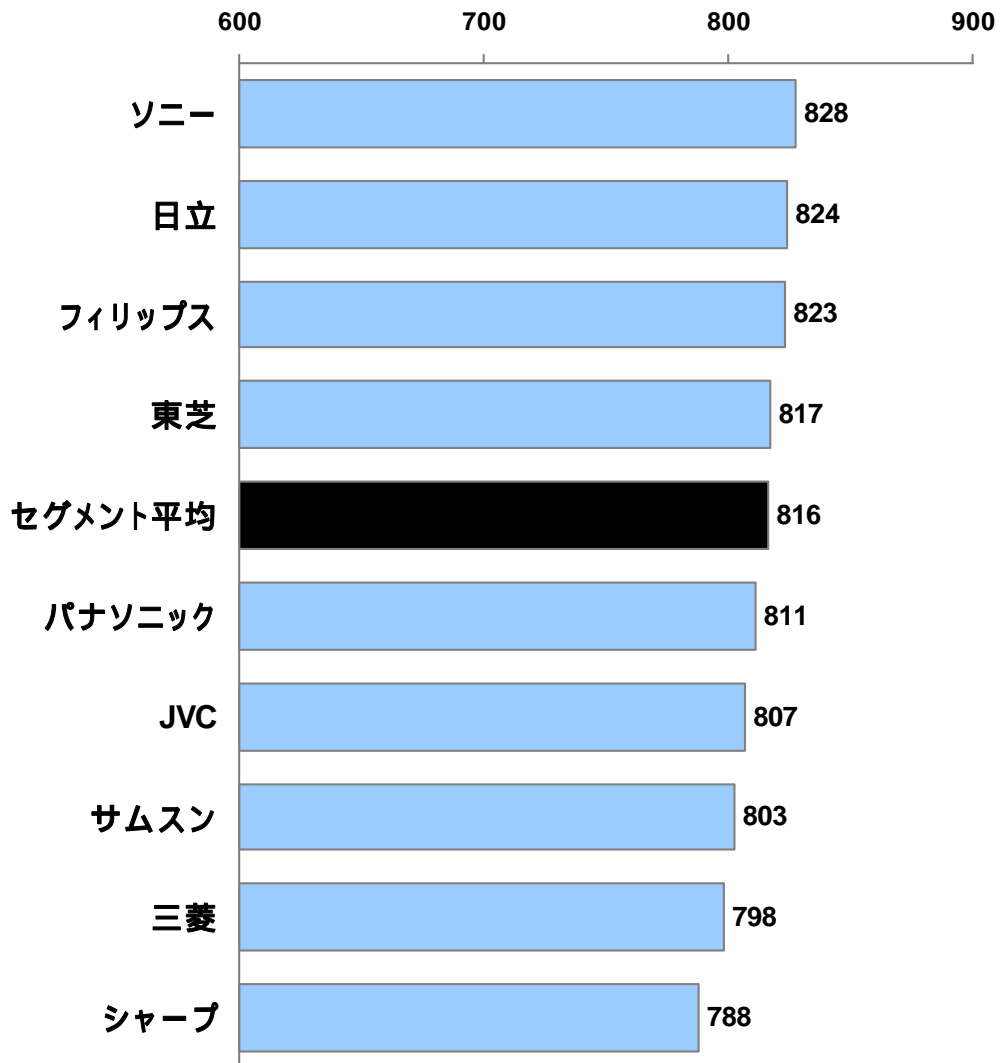
e-mail： mkawano@jdpower.co.jp

<ご注意>

本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国テレビ顧客満足度調査SM

メーカー別顧客満足度ランキング 1,000 ~ 2,499ドル (1,000ポイント満点)



注)パイオニアとゼニスは少数サンプルのためランキングには含まれていません。

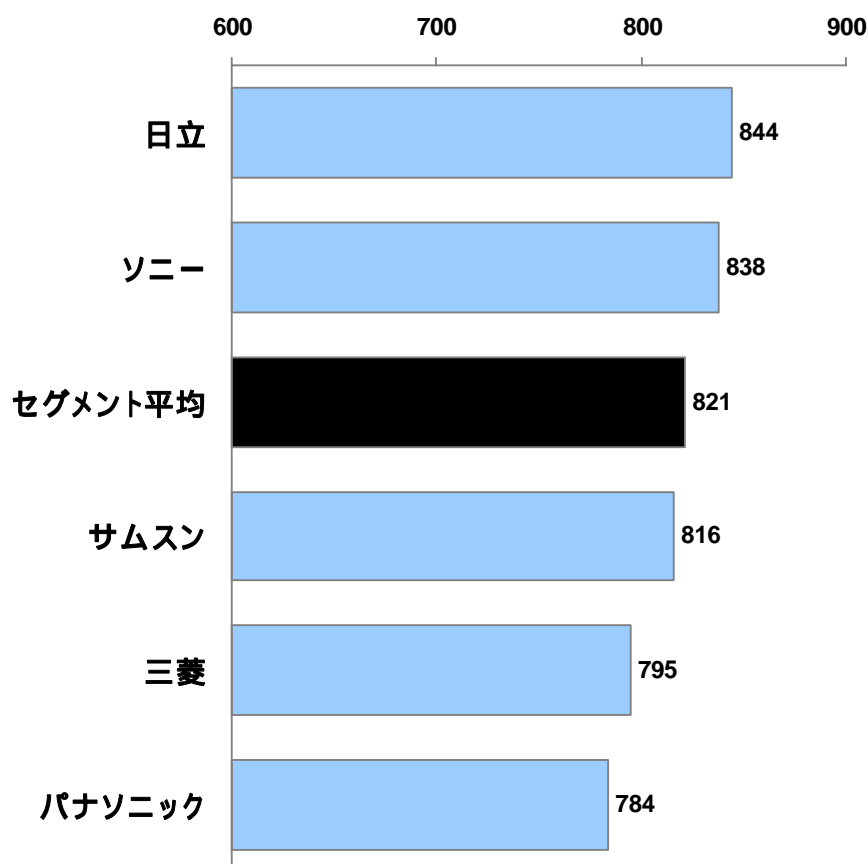
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国テレビ顧客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表及びグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国テレビ顧客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国テレビ顧客満足度調査SM

メーカー別顧客満足度ランキング 2,500 ~ 3,499 ドル (1,000ポイント満点)



注) フィリップスと東芝は少数サンプルのためランキングには含まれていません。

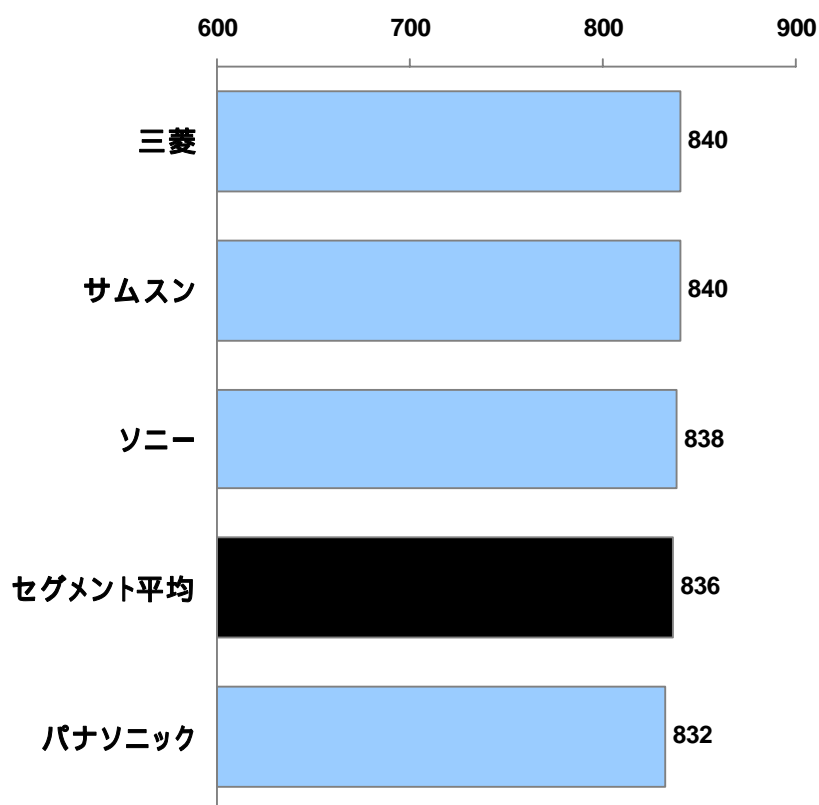
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国テレビ顧客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表及びグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国テレビ顧客満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国テレビ顧客満足度調査SM

メーカー別顧客満足度ランキング 3,500ドル以上 (1,000ポイント満点)



注) 日立、フィリップス、パイオニア、シャープ、東芝は少数サンプルのためランキングには含まれていません。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国テレビ顧客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表及びグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国テレビ顧客満足度調査SM)を明記して下さい。