

Press Release

報道用資料

2005年11月17日

カシオが携帯電話機の顧客満足度第1位**2005年日本携帯電話端末顧客満足度調査**

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、2005年日本携帯電話端末顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、携帯電話機購入後1年以内の人を対象に、携帯電話機に対する満足度を調べるものである。2回目となる今年の調査は2005年8月に実施し、3,227人からの回答をもとにメーカー別に分析を行った。

当調査では、携帯電話機の総合的な顧客満足度を構成するファクター（要素）を算出している。それらは「品質・デザイン」（54%）、「バッテリー」（15%）、「メール機能」（10%）、「カメラ機能」（8%）、「ディスプレイ」（5%）、「インターネット機能」（2%）、「その他の機能」（5%）の7つである（カッコ内は総合的な満足度に対する影響度）。

（なお J.D. パワーでは、今回の調査に加え、携帯電話サービスに関する調査「2005年日本携帯電話サービス顧客満足度調査」を実施している。結果は近日中に発表する予定である。）

高いデザイン性が携帯電話機購入のカギ

総合顧客満足度ランキングでは、カシオが1,000ポイント満点中647ポイントで第1位となった。カシオは7つのファクターのうち「メール機能」、「カメラ機能」、「ディスプレイ」、「インターネット機能」、「その他の機能」の5つで、ランキング対象となった11メーカー中最も高い満足度評価を得ている。

第2位は東芝で、スコアは639ポイントだった。特に「バッテリー」では、11メーカー中最も評価が高かった。東芝は au、Vodafone、TU-KA 向けに電話機を供給しているが、このうち au 向けの電話機の満足度が特に高かった。第3位はソニーエリクソンと三洋電機が632ポイントで入った。ランキングの順位は2004年から大きく変化しており、競争の激しい携帯電話機市場の様相を反映する形となった。

今後利用したい新機能としては、「テレビ受信機能」を挙げるユーザーの割合が4割と最も高かった。また、20代以下の若年層では「音楽再生機能」、30代以上では「生活防水機能」への関心も強い。こうした新機能への期待がみられる一方で、実際に使用している電話機を購入した理由については「デザイン」が最も多く挙げられており（複数回答で回答率44%）、この傾向は昨年よりも強くなっている。機能・性能向上への取り組みは、メーカー各社にとって最大の関心事であるだけに、この点での差異化は困難になりつつある。自社の製品をユーザーにわかりやすく差異化し市場の支持を得るためには、機能や性能だけでなく、デザイン性を高めることが欠かせない要素となってきている。

故障経験者は全体の3割強で、その半数は修理をせず

今回の調査では、電話機の故障と修理に関する質問を設けた。その結果、ユーザーの3割強が何らかの故障を経

験していることがわかった。そのうち修理の経験があるのは約半数で、残りの半数は修理をせずに使用を継続している。さらに、故障しても修理に出さずに使用を継続しているユーザーの満足度は、全体平均や故障未経験者の満足度を大きく下回ることがわかった。また、「電源・バッテリー関連の故障」、「地面や水中に落としたなど自分に原因がある故障」、「液晶の故障」で未修理の割合が高かった。

メーカーや通信事業者は、修理に持込まれた電話機の品質問題は把握できるが、故障してもそのまま使われている電話機の問題を把握することは難しい。しかし、未修理のまま使用している電話機が顧客満足度にマイナスの影響を与える要因となっていることが明らかになっており、この点での各社の顧客対応力が問われている。

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワー・アンド・アソシエイツ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。ISO9001 およびプライバシーマーク取得。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト www.jdpower.co.jp まで。

<J.D. パワー・アンド・アソシエイツについて>

ザ・マグロウヒル・カンパニーズの一部門である 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ウェストレイク・ビレッジ）は、マーケティング・リサーチ、生産・販売予測、コンサルティング、教育・トレーニングおよび顧客満足度調査を実施している国際的な情報サービス企業である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行っている。ISO9001 取得。

<ザ・マグロウヒル・カンパニーズについて>

1888 年に設立されたザ・マグロウヒル・カンパニーズは、スタンダード&プアーズ、マグロウヒル・エデュケーション、ビジネスウィークなどを通じて金融サービス、教育、ビジネスに関する情報を提供している国際的な情報サービス企業である。世界 40 カ国に 300 カ所以上の拠点を有し、2004 年の売上高は 53 億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト www.mcgraw-hill.com まで。

<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

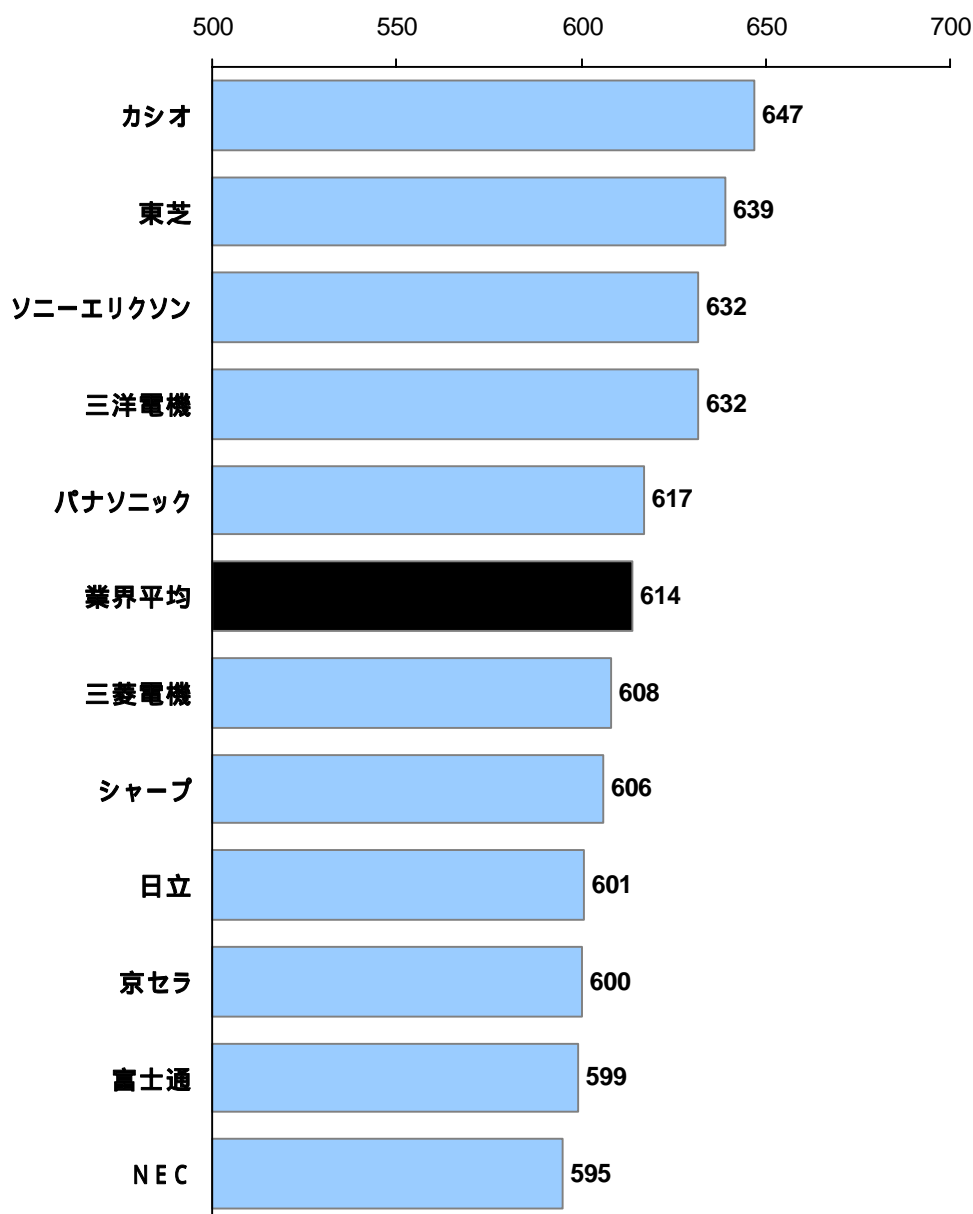
e-mail： maki_kawano@jdpower.co.jp

<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 アジア・パシフィック 2005年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

メーカー別ランキング (1,000ポイント満点)



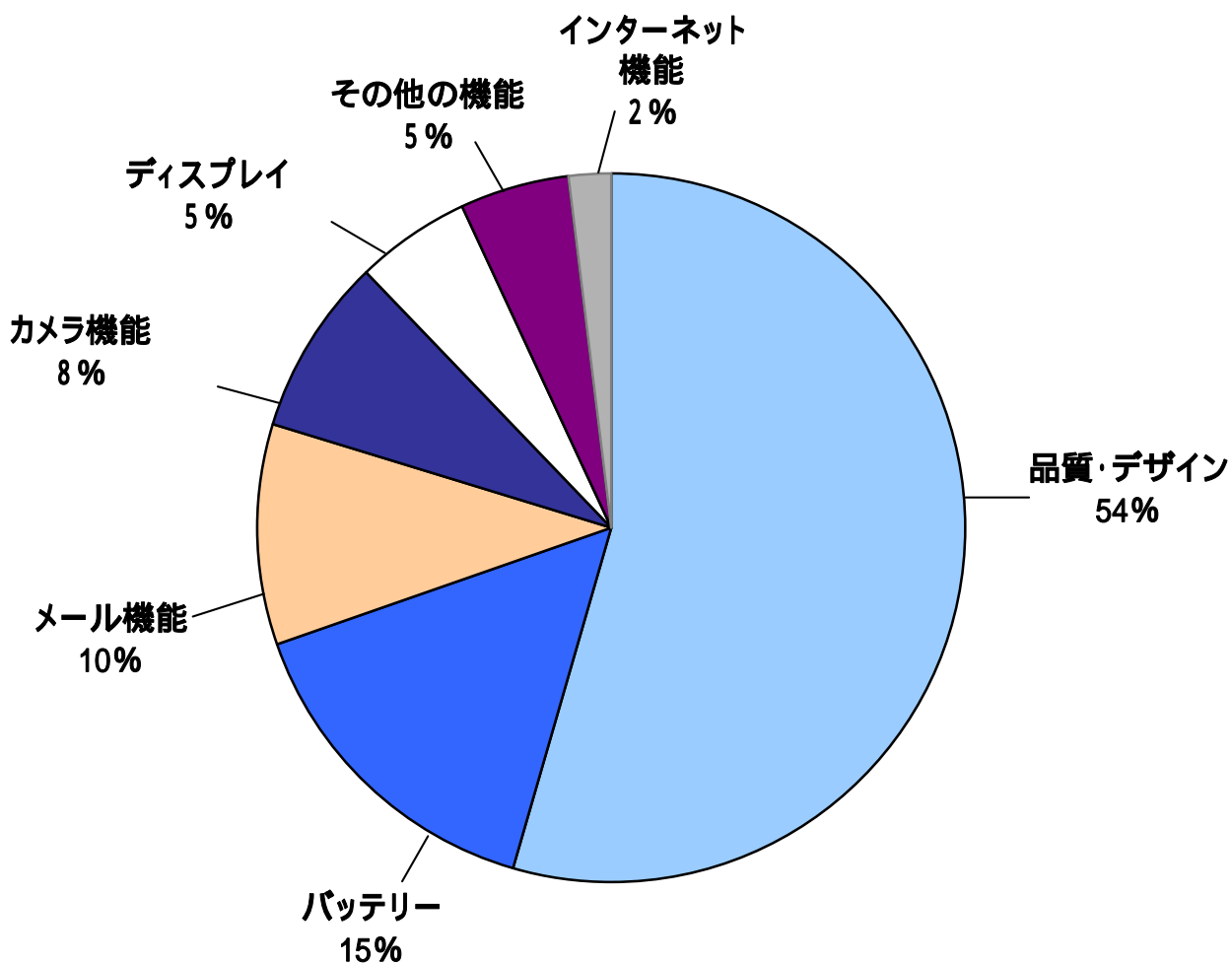
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

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 アジア・パシフィック 2005年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター



注) 各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本携帯電話端末顧客満足度調査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 アジア・パシフィック 2005年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM)を明記して下さい。