

Press Release

報道用資料

2007年11月15日

カーナビ/カーオーディオメーカーに対するカー用品店の満足度、 パイオニアが3年連続第1位

2007年日本カー用品店満足度調査 カーナビ/カーオーディオ編

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、略称：J.D. パワー、代表取締役会長兼社長：J.D. パワー 4 世）は、2007 年日本カー用品店満足度調査カーナビ/カーオーディオ編（Auto Parts and Service Store Satisfaction Index Study-Navi/Audio、略称 APSI-Navi/Audio）の結果を発表した。

当調査はカーナビ/カーオーディオのメーカーに対するカー用品店の満足度を測定するもので、今年で3回目の実施となる。全国大手カー用品店1,188店の店長もしくはカーナビ/カーオーディオ販売責任者に対して2007年9月に郵送調査を実施し、303店舗から回答を得た。当調査の実施については今年から自動車用品小売業協会（略称：APARA）の協力を得ている。

カーナビ/カーオーディオメーカーに対する総合的な満足度は6つのファクターで構成されており、それらは総合満足度に対する影響度の高い順に「セールスマン」（34%）、「販売促進サポート」（26%）、「アフターサービス・技術サービス」（20%）、「発注・納品」（8%）、「商品性」（7%）、「広告宣伝」（5%）となっている（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。これらのファクターにおける複数の詳細項目に対するカー用品店の評価を基に総合満足度スコアを算出している。＜参考：4ページの円グラフ＞

メーカーとカー用品店の関係に多様化の兆し

カー用品店のカーナビ/カーオーディオメーカーに対する総合満足度の業界平均スコアは、今年は676ポイントだった。メーカー別ランキングでは、パイオニアが3年連続第1位となった。総合満足度スコアは1,000ポイント満点中781ポイントだった。ファクター別の満足度でも、昨年同様、すべてのファクターでランキング対象メーカー中、最も高い評価を得ている。地域やカー用品チェーン別に満足度評価を見ても、地域・チェーンを問わず高かった。

第2位はパナソニック（715ポイント）だった。「商品性」と「広告宣伝」の評価が高かった。また昨年と比較すると、「発注・納品」、「セールスマン」、「販売促進サポート」で改善が見られた。第3位は富士通テン（696ポイント）で、「セールスマン」と「発注・納品」で評価が高く、「販売促進サポート」と「アフターサービス・技術サービス」が昨年より改善している。第4位以下はアルパイン（663ポイント）、クラリオン（648ポイント）、ケンウッド（645ポイント）、三洋（579ポイント）と続く。＜参考：3ページのランキング表＞

上位3メーカーに共通し、昨年より「商品性」と「広告宣伝」で満足度評価の低下が見られた。これには、まず市販カーナビ全般で基本性能や基本機能が拡充したことが要因として挙げられる。また、もうひとつの要因として新車に搭載される純正カーナビの普及と多機能化が進化したことにより満足度ランキング上位メーカーの商品の独自性や目新しさに対してカー用品店の期待が一層高まっていることが考えられる。

4位以下のメーカーでは三洋に対する評価が特筆できる。同社は今回初めて調査対象となった。総合満足度では7位だったが、ランキング対象メーカーの中で「広告宣伝」は3番目、「商品性」は4番目に高い評価を得た。三洋はポータブル型ナビに特化し特定ユーザーを捉え、またTV通販や家電量販店への展開によって商品の認知を高めており、これらの点がカー用品店から評価されている。カー用品でのポータブル型ナビの販売量は取り付け型ナビにはまだ及ばないが、総合満足度に対する影響度の高い「セールスマン」と「販売促進サポート」で三洋

の改善が進めば、同社が取付け型ナビ専門メーカーにとって脅威となる可能性は高い。

今後、新車向けの純正カーナビの搭載が一層拡大し、市販カーナビの販売が難しくなることが予想できる中、市販カーナビメーカーは、独自の性能や機能を付加した商品を市場投入することで自社商品の販売や市販カーナビ市場の活性化を試みている。一方、比較的安価なポータブル型ナビの市場投入によってユーザーの選択肢は増えており、ユーザーの商品選択をサポートするカー用品店の役割は、ユーザーおよびメーカー双方にとって引き続き重要となっている。従ってメーカーは、カー用品店に自社商品をより多くのユーザーに推奨してもらうためにも、市場の環境や構造が変化の中で自社の強みと弱みを把握しカー用品店のより高い満足度を得る努力を継続しなければならない。

* J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

<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なっている。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（NYSE: MHP）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、J.D. パワー・アンド・アソシエイツ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 280 カ所以上の拠点を有し、2006 年の売上高は 63 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、杉崎

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

電 話： 03-4550-8090

F A X： 03-4550-8151

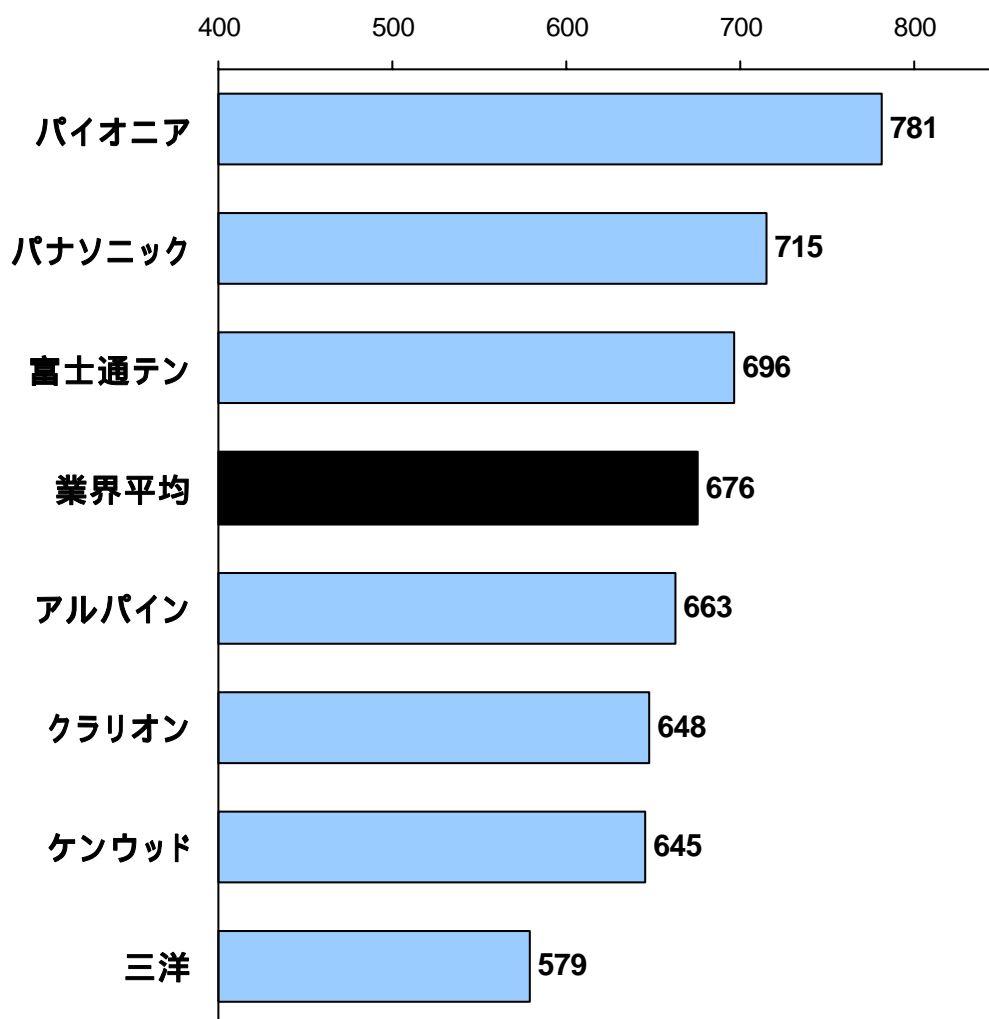
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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 2007年日本カー用品店満足度調査 カーナビ/カーオーディオ編 (APSI-Navi/Audio) SM

メーカー別ランキング (1,000ポイント満点)



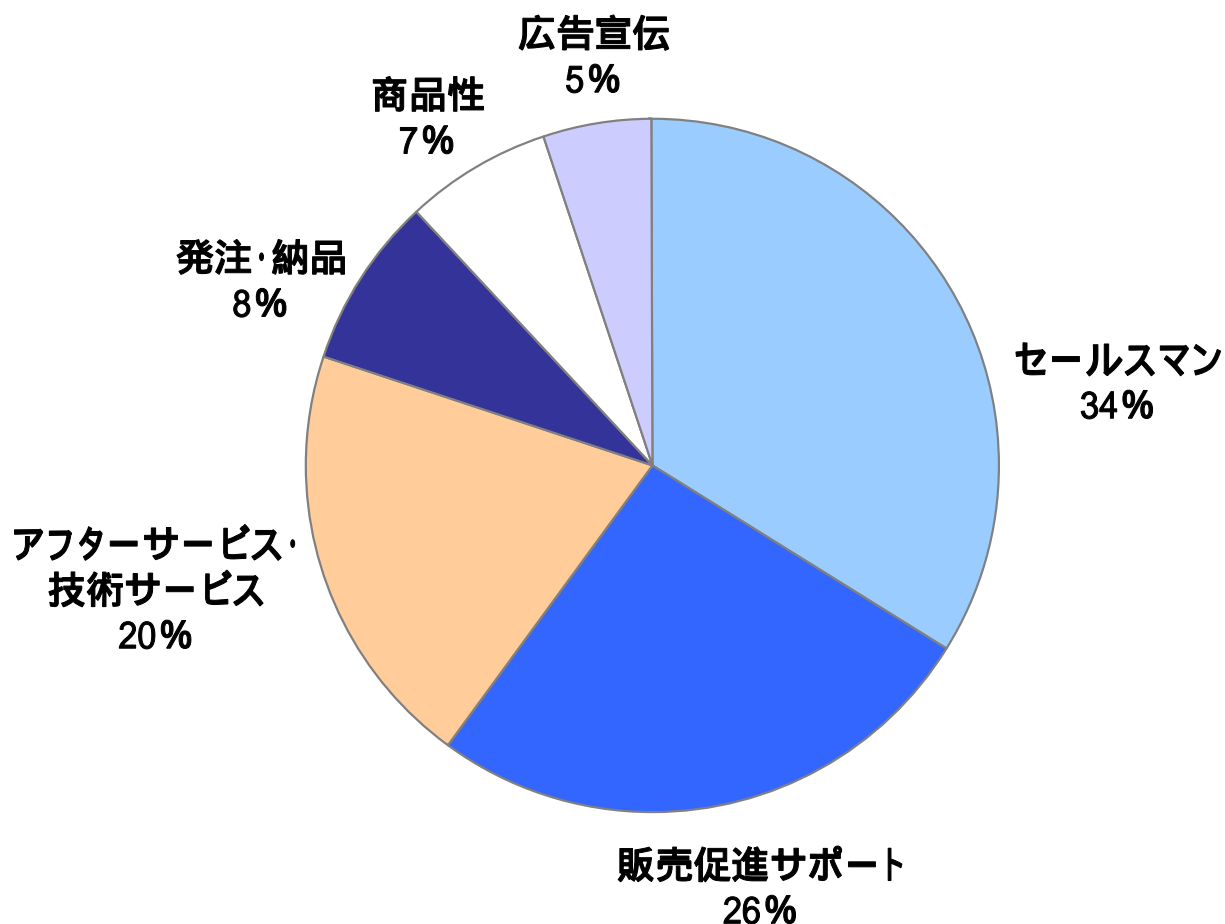
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本カー用品店満足度調査 カーナビ/カーオーディオ編SM

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およ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 2007年日本カー用品店満足度調査 カーナビ/カーオーディオ編SM) を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本カー用品店満足度調査 カーナビ/カーオーディオ編 (APSI-Navi/Audio) SM

総合満足度を構成するファクター



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本カー用品店満足度調査 カーナビ/カーオーディオ編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およ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 2007年日本カー用品店満足度調査 カーナビ/カーオーディオ編SM) を明記してください。