

Press Release

報道用資料

2007年11月13日

三洋電機が携帯電話機メーカーの顧客満足度第1位

2007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、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J.D. パワーが今年8月に実施した2007年日本携帯電話サービス顧客満足度調査の結果から、電話機購入後1年以内のユーザーに絞って携帯電話機メーカーに対する満足度について分析するもので、今回が4回目の実施となる。2007年日本携帯電話サービス顧客満足度調査の回答者7,200人のうち、当調査の対象となったのは3,504人である。

調査の結果、携帯電話機の顧客満足度を構成するファクターは次の6つとなった。それらは「サイズ・デザイン」（33%）、「故障・バッテリー」*（32%）、「操作性・機能」（20%）、「メール」（7%）、「カメラ」（6%）、「インターネット」（2%）である（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。各ファクターにおける複数の詳細項目に対する顧客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＞

*故障・不具合の少なさやバッテリーなど基本的な品質に関する評価項目で構成

販売奨励金の廃止により、顧客のニーズを熟慮した商品・サービス開発が必須となる

総合顧客満足度ランキングでは、ランキングの対象となったメーカー11社の中で三洋電機が第1位となった。総合満足度スコアは1,000ポイント満点中630ポイントだった。三洋電機の1位は2004年の当調査開始以来初めてである。ファクター別の満足度を見ると「インターネット」で11社中最も高い評価を得ている。他のファクターもすべて業界平均を上回った。すべてのファクターで業界平均を上回ったのは三洋電機のみで、このことが今回の総合満足度ランキング1位につながった。

第2位には624ポイントで日立が入った。日立は2005年の8位、2006年の4位から徐々に順位を上げている。ファクター別の満足度では「故障・バッテリー」と「メール」で他社を上回った。特に品質や使いやすさの点で顧客の評価が堅調に改善している。ワンセグ機能にいち早く取り組みを行ったメーカーでもあり、基本品質の良さに高機能というバランスの良さも評価されていると言える。

第3位はソニー・エリクソンだった（621ポイント）。「サイズ・デザイン」において11社中最も高い評価を得ている。今年も前回に引き続き市場シェアの高いメーカーではなく、ワンセグ、デザイン、シニア向けなど特徴的な強みを持つメーカーがランキング上位を占める結果となった。＜参考：3ページのランキング表＞

今回の調査から、販売奨励金の廃止後には携帯電話機の買い替え頻度が現在より低下する可能性のあることが明らかになった。現在の買い替え頻度は平均2.85年に1回であるが、「通信事業者の月額料金が安くなるが電話機の価格が平均2万円高くなると仮定した場合、買い替え頻度はどの程度になるか」を聞いたところ、平均3.24年に1回まで低下することがわかった。買い替え頻度の低下傾向は10～40代の年齢層で多く見られ、特に20代で顕著となっている。

このことは電話機価格の上昇によって市場規模が縮小することだけでなく、携帯電話の進化・発展を支えてきた

若い世代を中心とした買い替え頻度の低下によって新しい機能やサービスの浸透が減速する可能性があるということも示している。電話機メーカーにおける顧客獲得競争、通信事業者における新サービス・新機能による他社との差異化競争はますます激化することが予想できる。

このような環境下でメーカーが市場で優位に立つには、市場および顧客を従来以上に把握し、入念な計画に基づく商品・サービス開発を行うことが必須となる。従来のような多機能を装備した電話機によるマス市場戦略ではなく、市場の特性やニーズに応じた機能の取捨選択、特定市場向けの機能特化といった取り組みが必要となるだろう。

* 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

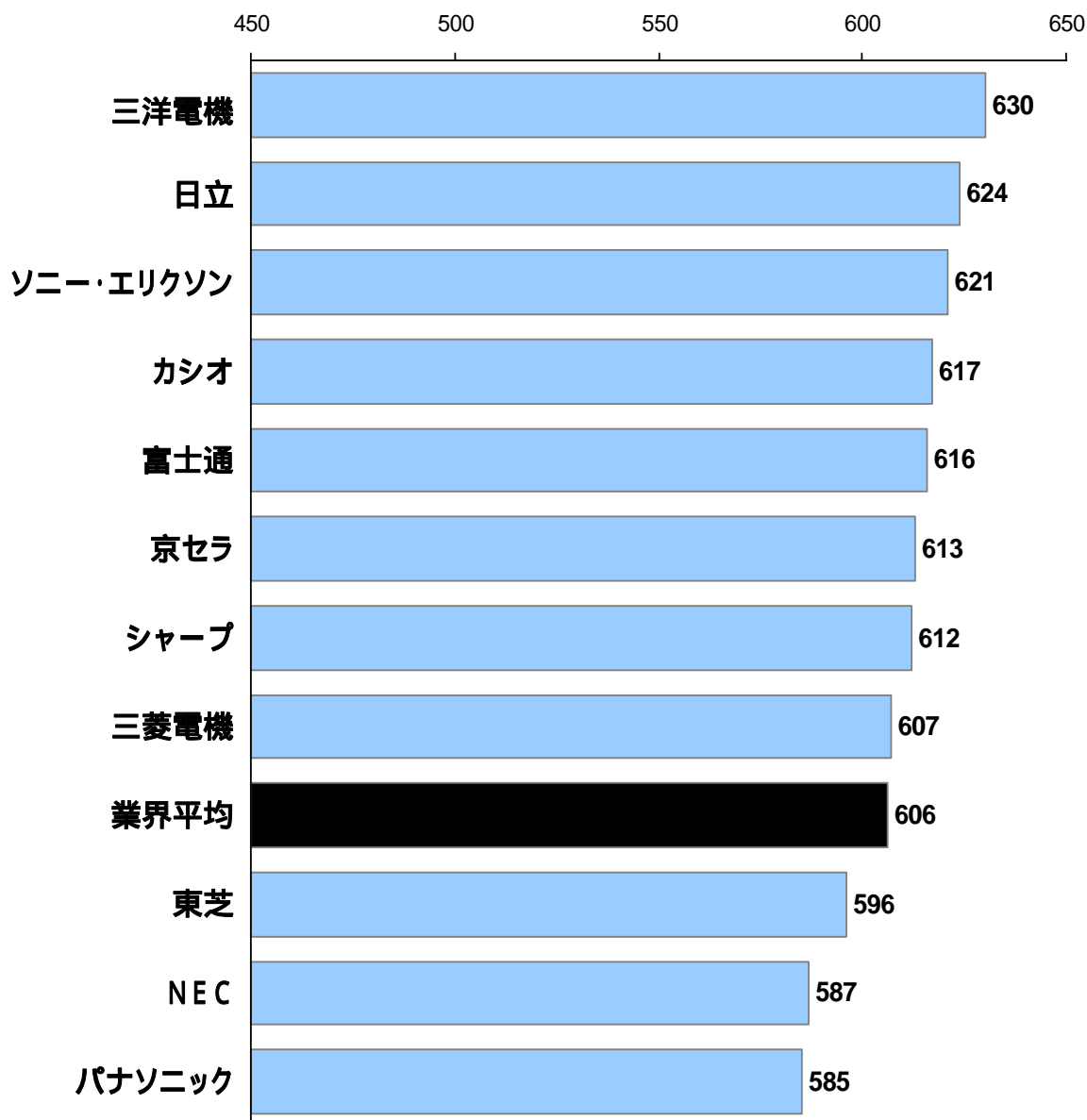
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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)



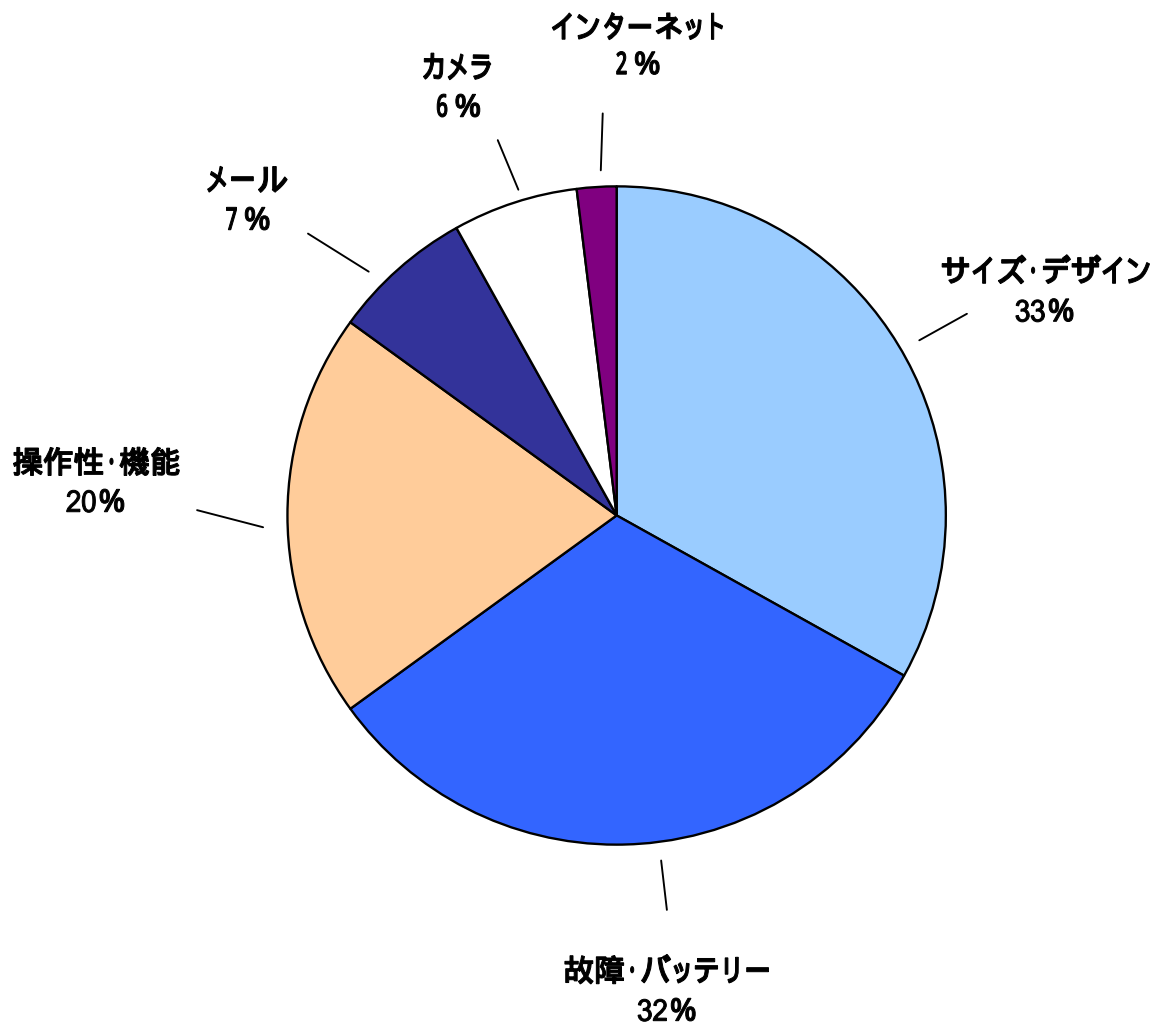
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

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 2007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



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007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年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM)を明記して下さい。