

Press Release

報道用資料

2007年9月26日

J.D. パワー初の市販ブランドナビゲーション満足度調査で パナソニックのストラダ/HDD が第1位

2007年日本市販ブランドナビゲーションシステム満足度調査

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 年日本市販ブランドナビゲーションシステム満足度調査の結果を発表した。

当調査は、新車購入時あるいは購入後に市販ブランドのナビゲーションシステム（以下、市販ナビ）を購入した個人ユーザーを対象に顧客満足度を調べるもので、今回初めて実施した。単なるルート案内地図としての基本機能に対する評価だけでなく、各社の競合が激しくなりつつある発展途上領域まで幅広い範囲で実際のユーザーの評価を得ている。今年は 2005 年 4 月から 2007 年 3 月の間に新車を購入した人を対象に 2007 年 6 月にインターネット調査を実施し 2,692 人から回答を得た。調査対象となったのは 8 メーカー、62 モデルである。

市販ナビに対する総合的な満足度は「メーカーや店舗からのサービスサポート」、「ドライビングサポート」（注 1）、「カーライフサポート」（注 2）、「通信環境」、「コスト」の 5 つのカテゴリにおける合計 110 以上の詳細項目に対する顧客の評価を基に算出されている。なお「通信環境」に関する評価は携帯電話接続による車外通信が可能なモデルのみに適用されている。

注 1： 目的地検索やルート案内などナビゲーションシステムの基本機能

注 2： 音楽や映像などのアミューズメント、安心・安全のための備え、PC や携帯電話との連携利用など

「ドライビングサポート」と「カーライフサポート」が総合的な満足度に大きく影響

総合満足度ランキングでは、ランキングの対象となった 8 モデル中、パナソニック・ストラダ/HDD が第 1 位となった。スコアは 1,000 ポイント満点中 613 ポイントで、2 位以下に 25 ポイント以上の差をつけた。カテゴリ別の評価でも、非適用の「通信環境」を除く 4 つのカテゴリ全てで、ランキング対象モデル中、最も高かった。第 2 位はパナソニック・ストラダ・F クラス/HDD だった（588 ポイント）。1 位のパナソニック・ストラダ/HDD の上位機種で、「通信環境」は不適用になっている。「コスト」以外の 3 つのカテゴリで業界平均を上回ったが、「ドライビングサポート」と「カーライフサポート」では特に高い評価を得ている。

第 3 位はパイオニア・カロツェリア・楽ナビ/HDD（579 ポイント）、第 4 位はパイオニア・カロツェリア・サイバーナビ/HDD（576 ポイント）だった。両モデルは「通信環境」が評価の対象となっている。カロツェリア・楽ナビ/HDD はすべてのカテゴリで業界平均を上回った。一方、カロツェリア・サイバーナビ/HDD は、「通信環境」でランキング対象モデルの中でトップの評価を得た上、「ドライビングサポート」、「カーライフサポート」、「メーカーや店舗からのサービスサポート」で業界平均を上回っている。

総合的な満足度に対する 5 つのカテゴリの影響度を調べたところ、「通信環境」の有無に関わらず、「ドライビングサポート」の影響度が最も高いことがわかった。総合満足度全体を 100% とすると、その影響度は約 40% となっている。次いで影響度が高かったのは「カーライフサポート」（約 30%）で、このふたつで 70% 以上の影響度を持つことがわかった。

「ドライビングサポート」は、「目的地検索/ルート探索・設定」、「ルート案内/走路案内」、「ルート逸脱/渋滞などの交通状況など、変化への対応」、「地図情報/自車位置把握」、「インターフェース」の 5 つのサ

ブカテゴリーで構成されている。「ドライビングサポート」の満足度評価に対するこれら5つの影響度はそれぞれ20%前後と同程度ではあるが、最も影響度が高いのは「インターフェース」だった(23%)。

「カーライフサポート」は、「ドライブ計画サポート/ドライブガイド」、「コミュニケーション/ネットワークサポート」、「安心・安全に対する備え」、「車内で楽しむ音楽・映像・その他アミューズメントサポート」の4つのサブカテゴリーで構成されている。その中で「車内で楽しむ音楽・映像・その他アミューズメントサポート」の影響度が60%と最も高く、「カーライフサポート」の満足度に対して圧倒的に大きな影響力を持つことが明らかになった。

渋滞への対応と駐車場検索が満足度向上における課題

ユーザーにナビの使い方について尋ねたところ、比較的多く行っているのは渋滞情報の地図画面上での確認や渋滞を避けるルートの再探索であることがわかった。しかし、それに対応する項目における実際の満足度評価は相対的に低く、渋滞への対応での満足度向上に課題が残されていることがわかった。またユーザーは駐車場検索も比較的多く利用しているが、これも実際の満足度は低く課題となっている。

5つのカテゴリーごとの満足度を見ると、「コスト」に対する評価が最も低かった。当調査では絶対的な価格ではなく機能・性能に見合った価格設定であるかについて満足度評価を尋ねているが、そのような評価視点の下、「コスト」に対する評価が他の4つのカテゴリーに比べて低かったことになる。

前述のような満足度向上の課題を解決しさらに高度な付加価値を付与することによって「コスト」の改善も図ることが可能となるだろうが、同時にナビメーカーは機能を絞り込み価格設定が大幅に低いPND(Personal Navigation Device、ポータブル型簡易カーナビ)に対する消費者の今後の評価をも注視する必要がある。さらに通信機能付きナビの活用による渋滞対応や安全支援などのテレマティクスサービスを自動車メーカーが積極的に導入しつつある。このような市場環境の下、市販ナビのメーカーは顧客の実際の使用経験に基づく今回の満足度評価を十分に分析した上で、慎重な舵取りをしていくことが肝要となるだろう。

* 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&ブアーズ、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

FAX: 03-4550-8151

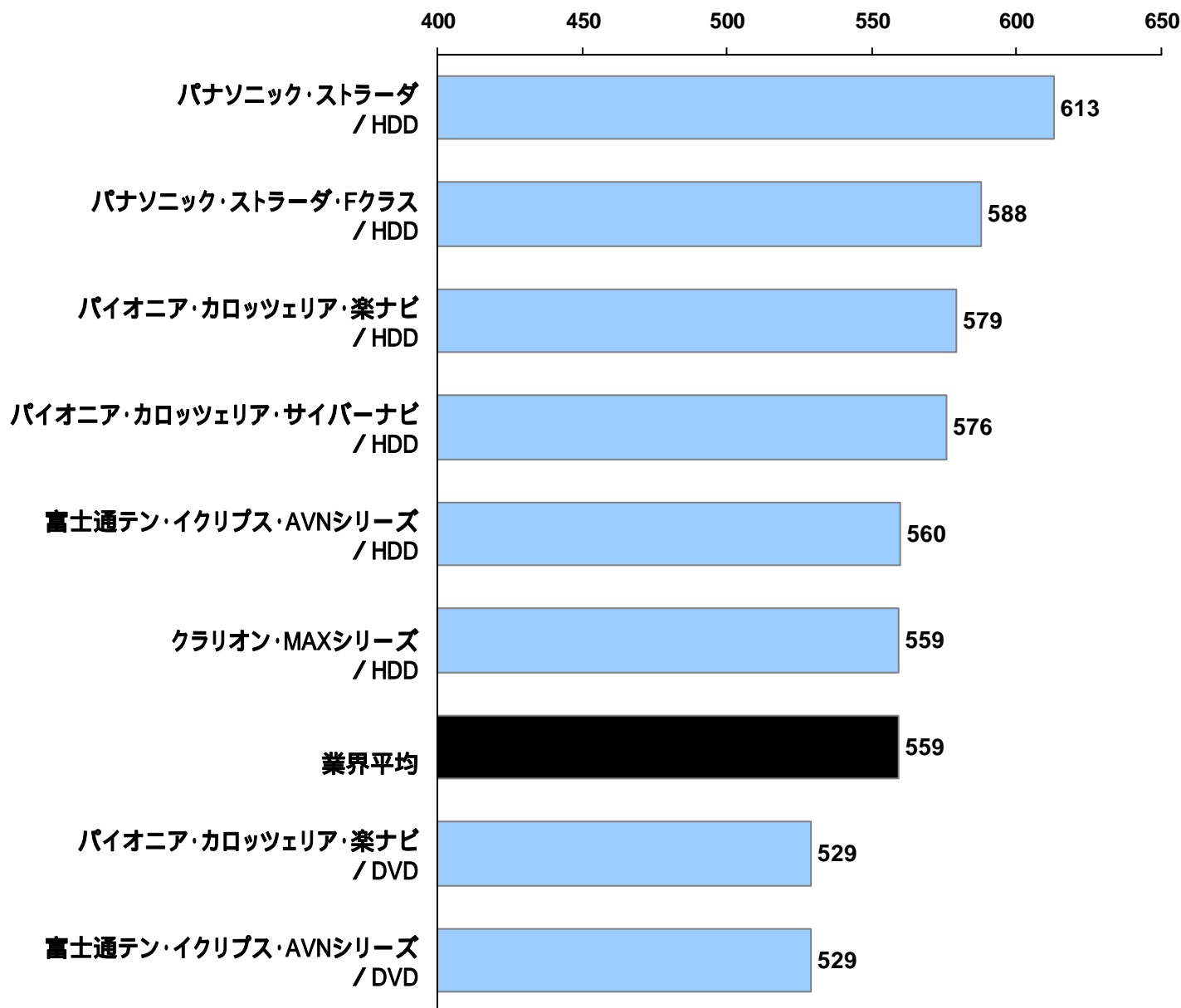
e-mail: cc-group@jdpower.co.jp

<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年日本市販ブランドナビゲーションシステム満足度調査SM

モデル別ランキング (1,000ポイント満点)



注: サンプル数が99以下のモデルおよびディーラー・オプションの市販ブランド付きモデルはランキングに含まれていません。

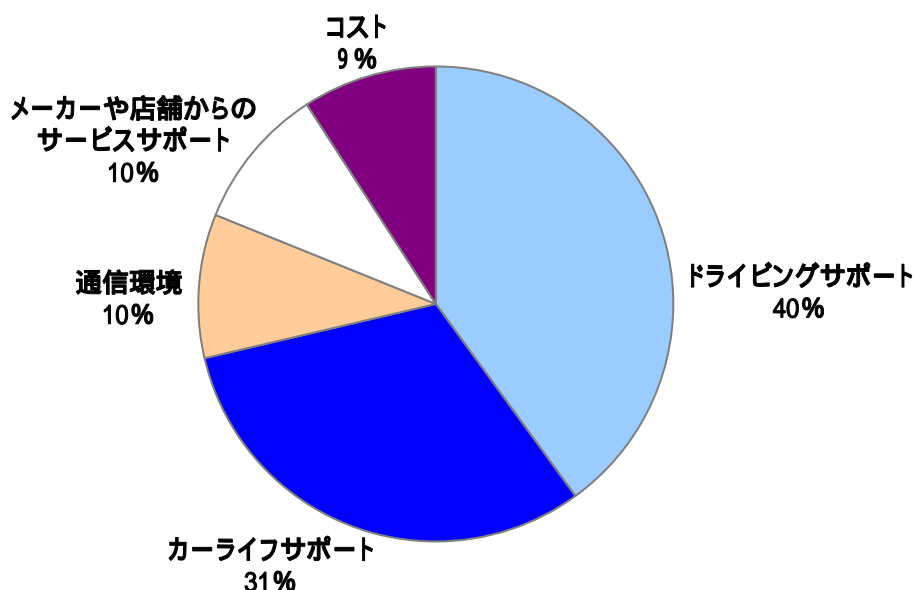
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本市販ブランドナビゲーションシステム満足度調査SM

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。

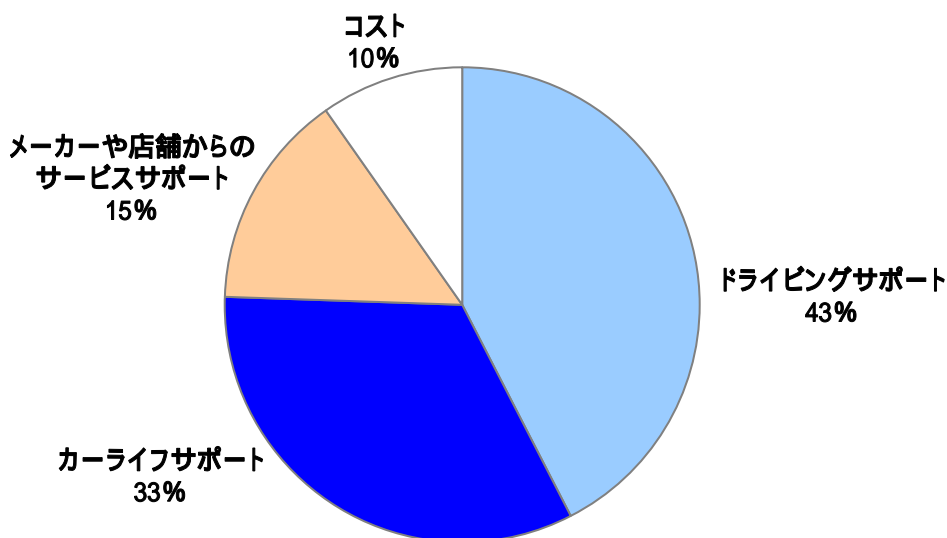
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本市販ブランドナビゲーションシステム満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本市販ブランドナビゲーションシステム満足度調査SM

総合満足度スコアを構成するファクター 通信あり



通信なし



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 2007年日本市販ブランドナビゲーションシステム満足度調査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年日本市販ブランドナビゲーションシステム満足度調査SM)を明記して下さい。