

Press Release

報道用資料

2007年10月26日

米国のデジタルカメラ顧客満足度調査で キヤノン、カシオ、富士フイルム、ニコンが各セグメントで首位

2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査

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 年米国デジタルカメラ顧客満足度調査の結果を発表した。

4 回目の今年、満足度評価や市場動向をより詳細に分析できるよう調査内容の改訂を行った。今回よりモデル本体のスタイルにより 4 つのセグメントを設定し、各セグメントにおいて顧客満足度を測定している。4 つのセグメントは「オートフォーカス」、「プレミアム・オートフォーカス」、「ウルTRASリム」、「デジタル一眼レフ（DSLR）」である。2006 年 6 月から 2007 年 5 月にかけてデジタルカメラを購入した米国の消費者を対象に、2007 年 6 月から 7 月にかけてインターネット調査を実施し 7,500 人以上から回答を得た。

調査では総合的な満足度を構成する 4 つのファクターにおける複数の詳細項目に対するユーザーの評価を基に、総合満足度スコアを算出している（1,000 ポイント満点）。4 つのファクターは「画質」、「性能」、「操作性」、「デザイン」である。

顧客満足度がブランド・ロイヤリティに影響

今年の各セグメントにおける顧客満足度ランキングは、以下の通りとなった。

< オートフォーカス・セグメント >

（本体が 1 インチ*より厚く、平均販売価格が \$230 未満のカメラが対象）

富士フイルム FinePix F シリーズが総合満足度スコア 749 ポイントで第 1 位となった。ファクター別の満足度でも全てのファクターで高い評価を得ている。第 2 位はコダック Z シリーズ（744 ポイント）、第 3 位はキヤノン PowerShot A シリーズ（739 ポイント）だった。*1 インチ = 2.54 センチメートル

< プレミアム・オートフォーカス・セグメント >

（本体が 1 インチより厚く、平均販売価格が \$230 以上のカメラが対象）

キヤノン PowerShot SD シリーズが 829 ポイントで第 1 位となった。全てのファクターで評価が高かった。第 2 位はパナソニック DMC-FZ シリーズ（785 ポイント）、第 3 位はコダック Z シリーズ（783 ポイント）だった。

< ウルTRASリム・セグメント >

（本体の厚みが 1 インチ以下のカメラが対象）

カシオ EXILIM ZOOM シリーズが 802 ポイントで第 1 位となった。特に評価が高かったのは「操作性」と「デザイン」だった。第 2 位はキヤノン PowerShot SD シリーズ（796 ポイント）、第 3 位はコダック V シリーズ（787 ポイント）だった。

< デジタル一眼レフ（DSLR）セグメント >

（レンズ交換可能なカメラが対象）

ニコン D シリーズが 822 ポイントで第 1 位となった。4 つのファクター全てで顧客から非常に高い評価を得ている。

すべてのセグメントに共通してブランド・ロイヤルティと総合満足度が正の相関関係があることがわかった。4セグメント中、自分のカメラのブランドに対してロイヤルティを感じている人の割合が最も低かったのはオートフォーカス・セグメント(48%)、最も高かったのはDSLRセグメント(67%)だった。同様に、総合満足度の平均スコアで最も低かったのはオートフォーカス・セグメント(727ポイント)で、最も高かったのはDSLRセグメント(801ポイント)だった。

当調査の責任者であるJ.D. パワー・アンド・アソシエイツ(J.D. パワー アジア・パシフィックの米国本社)のエグゼクティブ・ディレクター、スティーブ・カークビーは「競争の激しいデジタルカメラ市場では、顧客満足度とブランド・ロイヤルティの関係がメーカーにとって非常に重要となる。特にオートフォーカス、プレミアム・オートフォーカス、ウルトラスリムの各セグメントでは、総合満足度を10ポイント改善すればロイヤルティを1パーセント・ポイント向上させることが可能となっている」と述べている。

現在所有しているモデルを友人や家族に推奨すると回答した顧客の割合は、4セグメント中、最も低かったのはオートフォーカス・セグメントの88%、最も高かったのはDSLRセグメントの95%だった。過去12ヶ月に実際に推奨した回数でも、最も少なかったのはオートフォーカス・セグメントの5.3回、最も多かったのはDSLRセグメントの8.6回だった。また今回の調査の全回答者のうち36%が友人や家族からの推奨を真剣に考慮すると回答しており、好意的な口コミが新規顧客に対する販売を生み出す効果があることが明らかになっている。

またDSLRカメラの所有者が1ヶ月に撮る写真の枚数は他のセグメントのカメラ所有者の2倍以上であることがわかった。調査の全回答者の平均撮影枚数が月に約140枚であるのに対し、DSLRカメラの所有者では約400枚だった。

「DSLRセグメントは今、注目すべき市場となっている。これまでデジタル一眼レフカメラの所有者といえば、プロの写真家やアマチュアの上級が多かった。しかし技術の進歩によって操作が簡単になり、一般の写真愛好家の間でも人気が高まっている。撮った写真をより効率良く他人に渡したり見せたりすることができるようになったことも、人気の高まりのひとつの要因となっている。しかし競争の激化したこのセグメントでは、顧客層の拡大によってマーケティングが複雑化し、顧客のロイヤルティを得ることが今後難しくなるだろう」(カークビー)

顧客満足度評価の詳細については、J.D. パワー・アンド・アソシエイツの消費者向けウェブサイト(コンシューマー・センター www.jdpower.com)および企業ウェブサイト(www.jdpower.com/corporate/)で閲覧が可能となっている。

* 当報道用資料のオリジナル(英語)は米国で発表済みです。

* 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

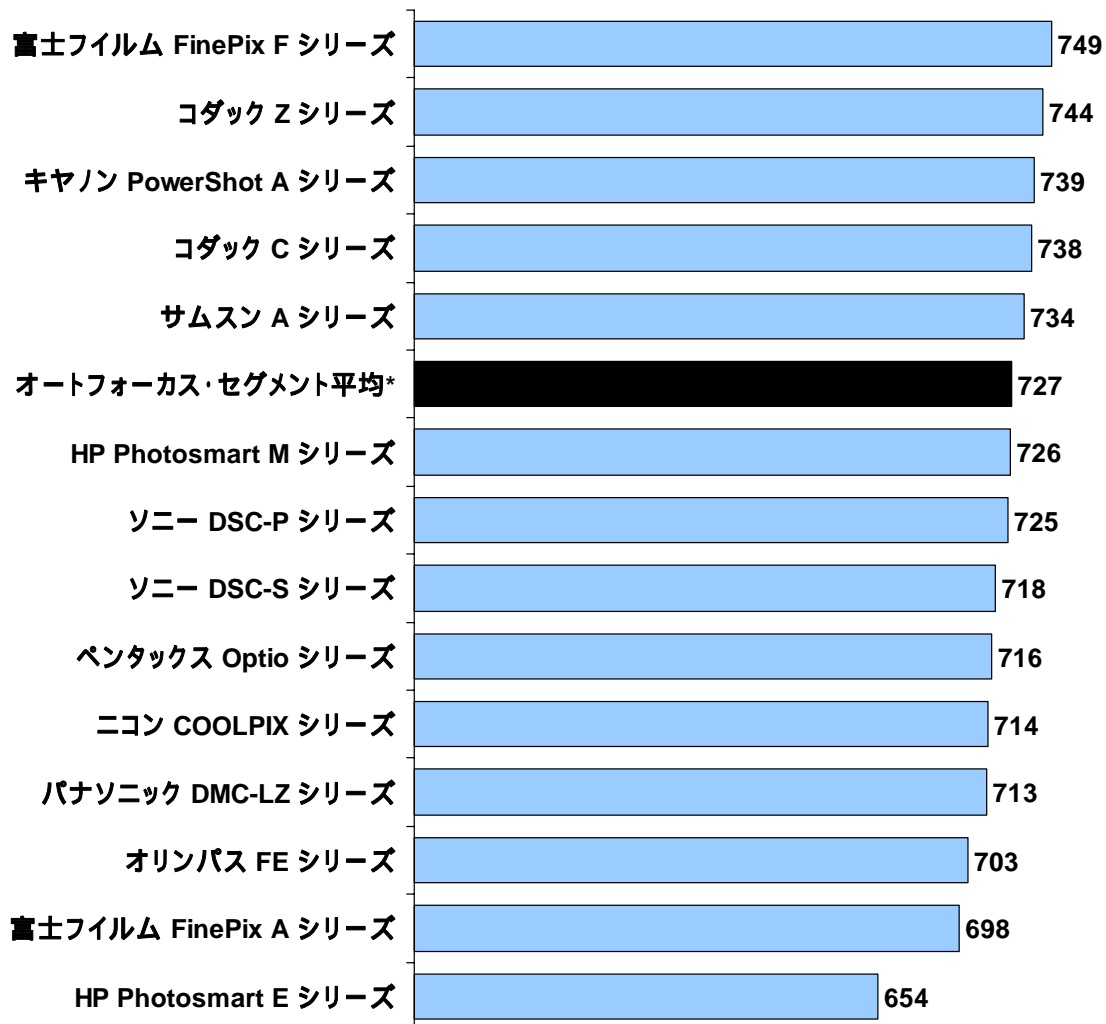
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

< 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・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング オートフォーカス・セグメント (1,000ポイント満点)



注) 本体が1インチより厚く、平均販売価格が\$230未満のカメラが対象

*ニコン COOLPIX L シリーズとP シリーズ、オリンパス SP シリーズ、パナソニック DMC-LS シリーズ、ポラロイド デジタル、ポラロイド I シリーズ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。

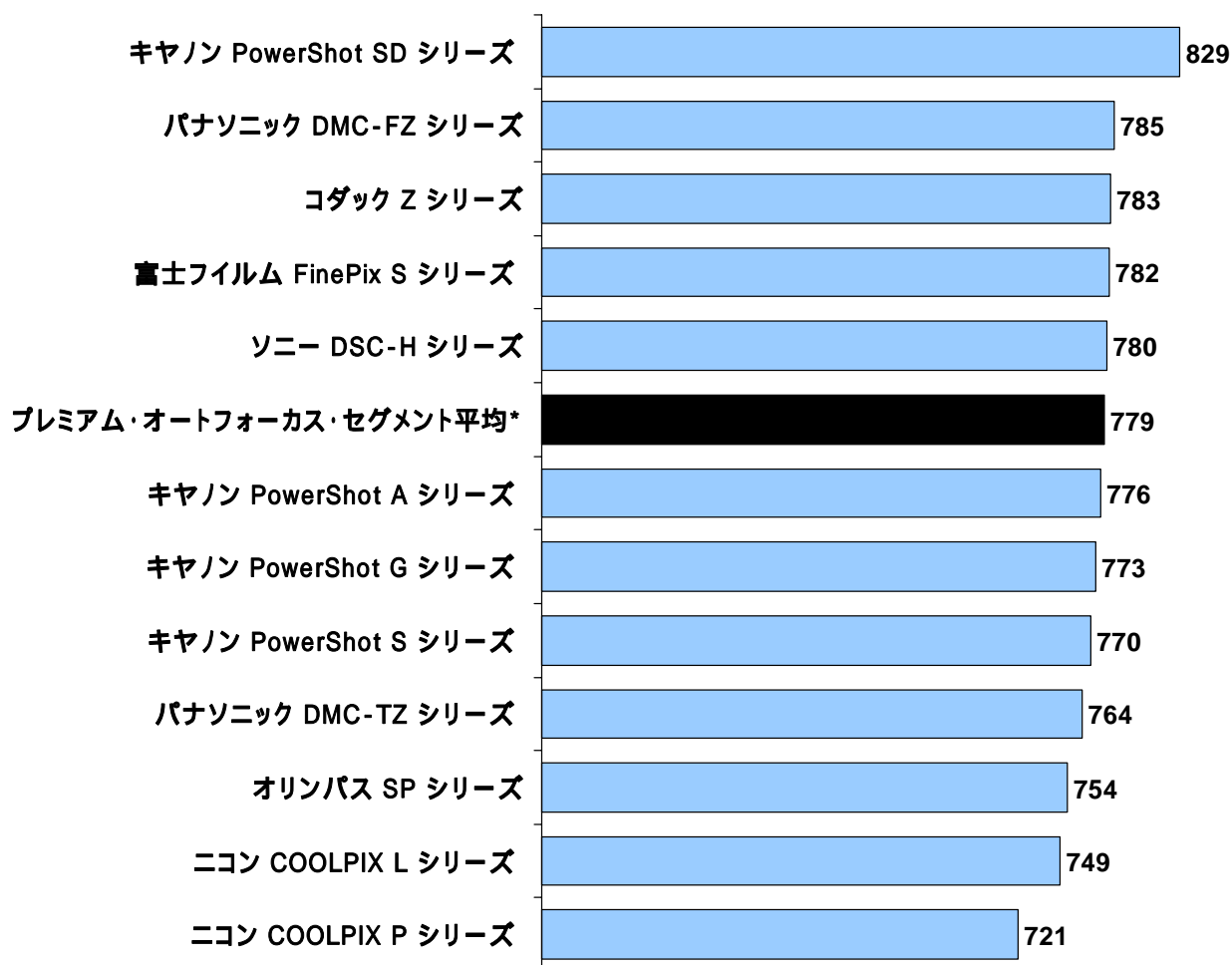
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM

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・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング プレミアム・オートフォーカス・セグメント (1,000ポイント満点)



注) 本体が1インチより厚く、平均販売価格が\$230以上のカメラが対象

*富士フイルム FinePix F シリーズ、ニコン COOLPIX S シリーズ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。

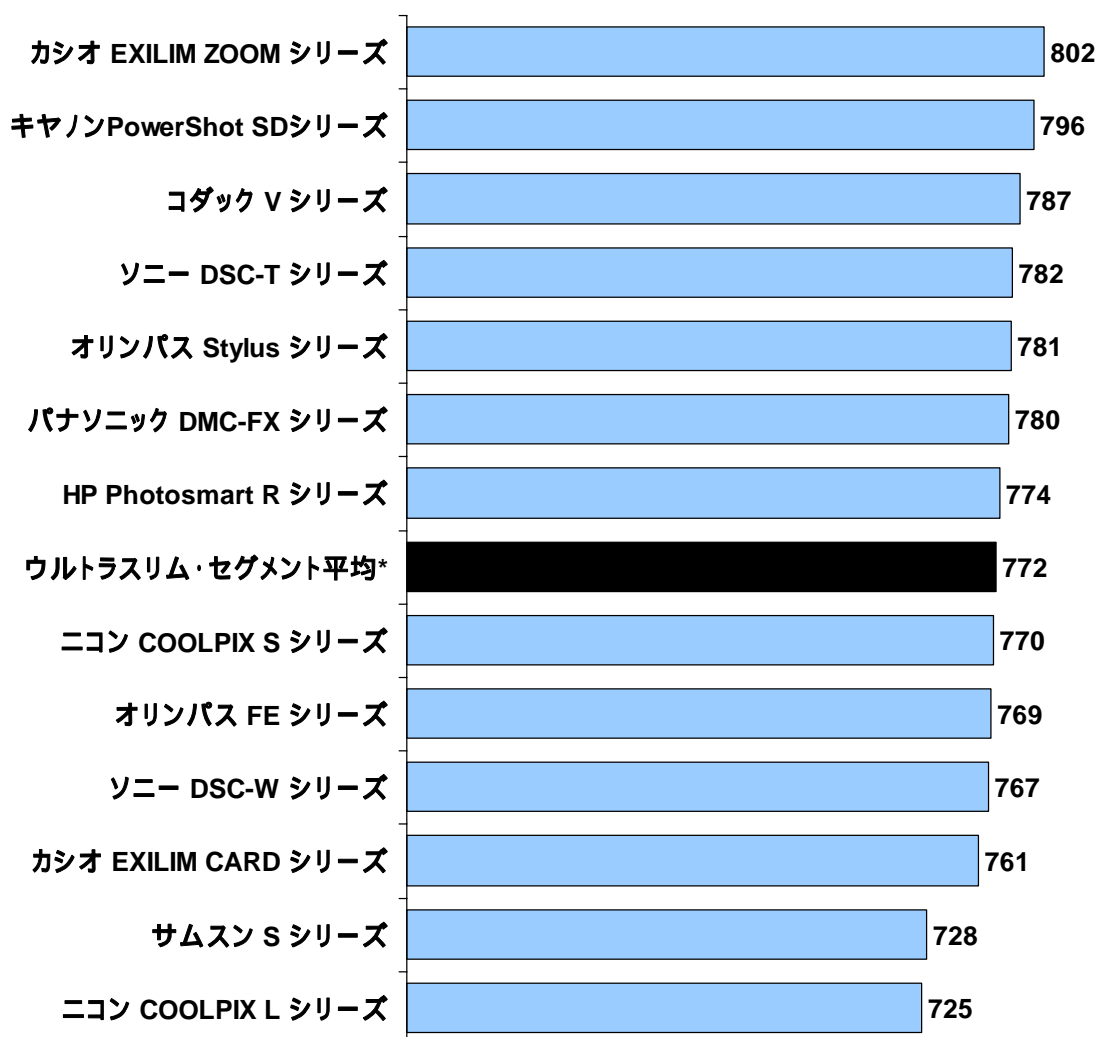
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM

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・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング ウルTRASリム・セグメント (1,000ポイント満点)



注) 本体の厚みが1インチ以下のカメラが対象

*富士フィルム FinePix Fシリーズ、Vシリーズ、Zシリーズ、HP Photosmart Eシリーズ、ペンタックス Optio SシリーズとWシリーズ、ボロロイド AシリーズとIシリーズ、サムスン LシリーズとNシリーズ、ソニー DSC-Nシリーズ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。

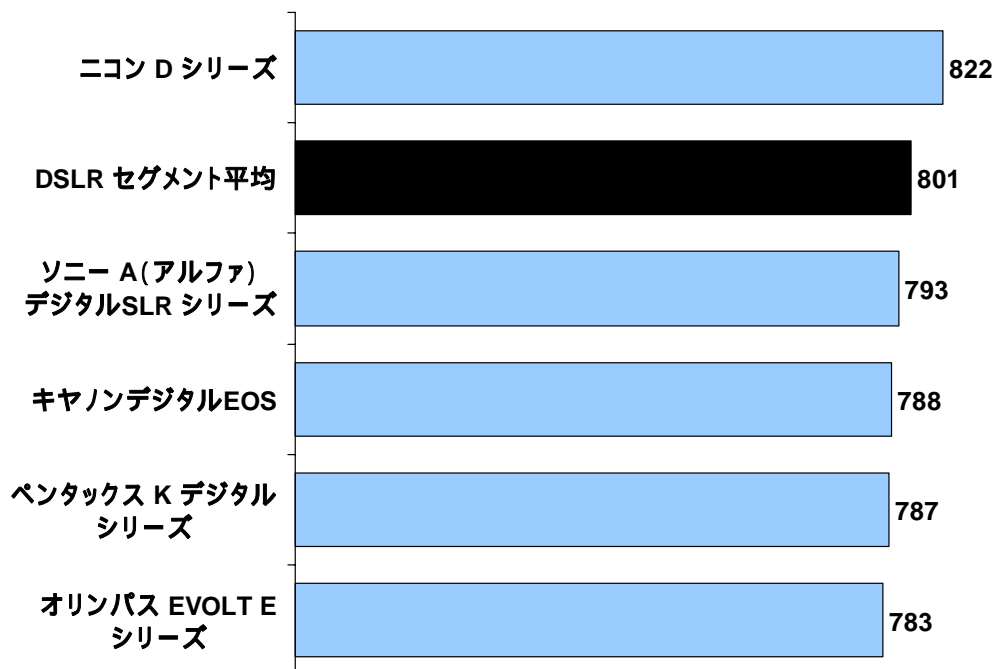
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM

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・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング デジタル一眼レフ (DSLR) セグメント (1,000ポイント満点)



注) レンズ交換可能なカメラが対象

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査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・アンド・アソシエイツ 2007年米国デジタルカメラ顧客満足度調査SM) を明記して下さい。