

Press Release

報道用資料

2007年12月17日

米国の大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度で、 ソニー・ブラビア・液晶、パイオニア・プラズマ、サムスン・DLP が各セグメントでトップ

2007年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査

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 年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は大型ハイビジョンテレビの米国における顧客満足度を次の 3 部門において調べるもので、今回が初の実施となった。

37 インチ～49 インチ部門（液晶画面あるいはプラズマ）

50 インチ～65 インチ部門（液晶画面あるいはプラズマ）

リアプロジェクション部門

2006 年 8 月から 2007 年 7 月の間に大画面ハイビジョンテレビを購入した米国の消費者を対象に、2007 年 7 月から 8 月にかけてインターネット調査を実施し、5,389 人から回答を得た。

当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詳細項目に対するユーザーの評価をもとに総合満足度スコアを算出している。それらのファクターは「画質・音質」、「操作性」、「機能」、「デザイン」である。

新ユーザーの4分の1が来年中に買い増しを予定

ハイビジョンテレビのユーザーは次回購入時も同じブランドを購入したいとする意向を持つ人が非常に多いことがわかった。次回も同じブランドを再購入すると回答した人の割合は、37 インチ～49 インチ部門では 91%、50 インチ～65 インチ部門とリアプロジェクション部門ではそれぞれ 92% だった。また、同じブランドを推奨する意向も非常に高く、3 セグメント共 90% 以上の方が同じブランドを友人や知人に勧めると回答している。

この結果について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）のシニア・ディレクター、ラリー・ウーは「大画面ハイビジョンテレビは高額な買い物であるにもかかわらず、同一ブランドの再購入意向や推奨意向が高いということは、ユーザーの大半が自分の購入したテレビに非常に満足していることを示している」と述べている。「メーカーにとってはシェアの維持のみならず、自社の他製品の購入につなげることができる絶好の機会だ」（ウー）

購入金額は 37 インチ～49 インチ部門では平均 1,700 ドル、50 インチ～65 インチ部門では平均 2,700 ドル、リアプロジェクション部門では平均 2,200 ドルだった。各部門共、高価格にも関わらず、現在のユーザーの 4 分の 1 近く（23%）が 1 年以内にハイビジョンテレビの買い増しを検討している。これらのユーザーのうち 41% が 37 インチ以上の液晶テレビを、27% がプラズマテレビを、25% が 37 インチ未満の液晶テレビを購入すると答えている。

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。

<37 インチ～49 インチ部門>

ランキング対象となった製品シリーズ中、ソニー・ブラビア・液晶が 1,000 ポイント満点中 815 ポイントで第 1 位となった。「画質・音質」、「機能」、「デザイン」で高い評価を得た。以下、LG・液晶が 799 ポイントで第

2位、LG・プラズマが794ポイントで第3位だった。＜参考：3ページのランキング表＞

＜50インチ～65インチ部門＞

ランキング対象となった製品シリーズ中、845ポイントでパイオニア・プラズマが第1位となった。「画質・音質」、「操作性」、「デザイン」で評価が高かった。第2位はソニー・ブラビア・液晶だった。総合満足度スコアは833ポイントで、「機能」で高い評価を得た。第3位は814ポイントでLG・プラズマが入った。＜参考：4ページのランキング表＞

＜リアプロジェクション部門＞

ランキング対象となった製品シリーズ中、第1位はサムスン・DLPで総合満足度スコアは785ポイントだった。「操作性」、「機能」、「デザイン」で高い評価を得た。以下、第2位に777ポイントでソニー・ベガ、第3位には776ポイントで東芝・DLPが入った。＜参考：5ページのランキング表＞

購入モデルを決める際にユーザーが重視したことが、そのテレビをどこで購入したかによって異なることが、今回の調査で明らかになった。大規模小売店や電化製品専門店、オンライン・アウトレットショップから購入した人は、購入の際、画質を最も重視している。一方で、ディスカウント店やウェアハウス・ストア（注）、事務用品店から購入した人が最も重視したのは価格だった。

（注）経費を抑えるために倉庫（ウェアハウス）を店舗とするディスカウント店

またユーザーの多くが購入モデルを決める前に下調べをよく行なっていることがわかった。購入者の68%が下調べのために複数のインターネットサイトを使用し、44%が消費者向け雑誌を参考にしている。販売スタッフからの情報やアドバイスを参考にした人は約39%だった。

顧客満足度評価の詳細は、J.D. パワー・コンシューマーセンターに掲載している（英語のみ）。www.jdpower.com

* 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＞

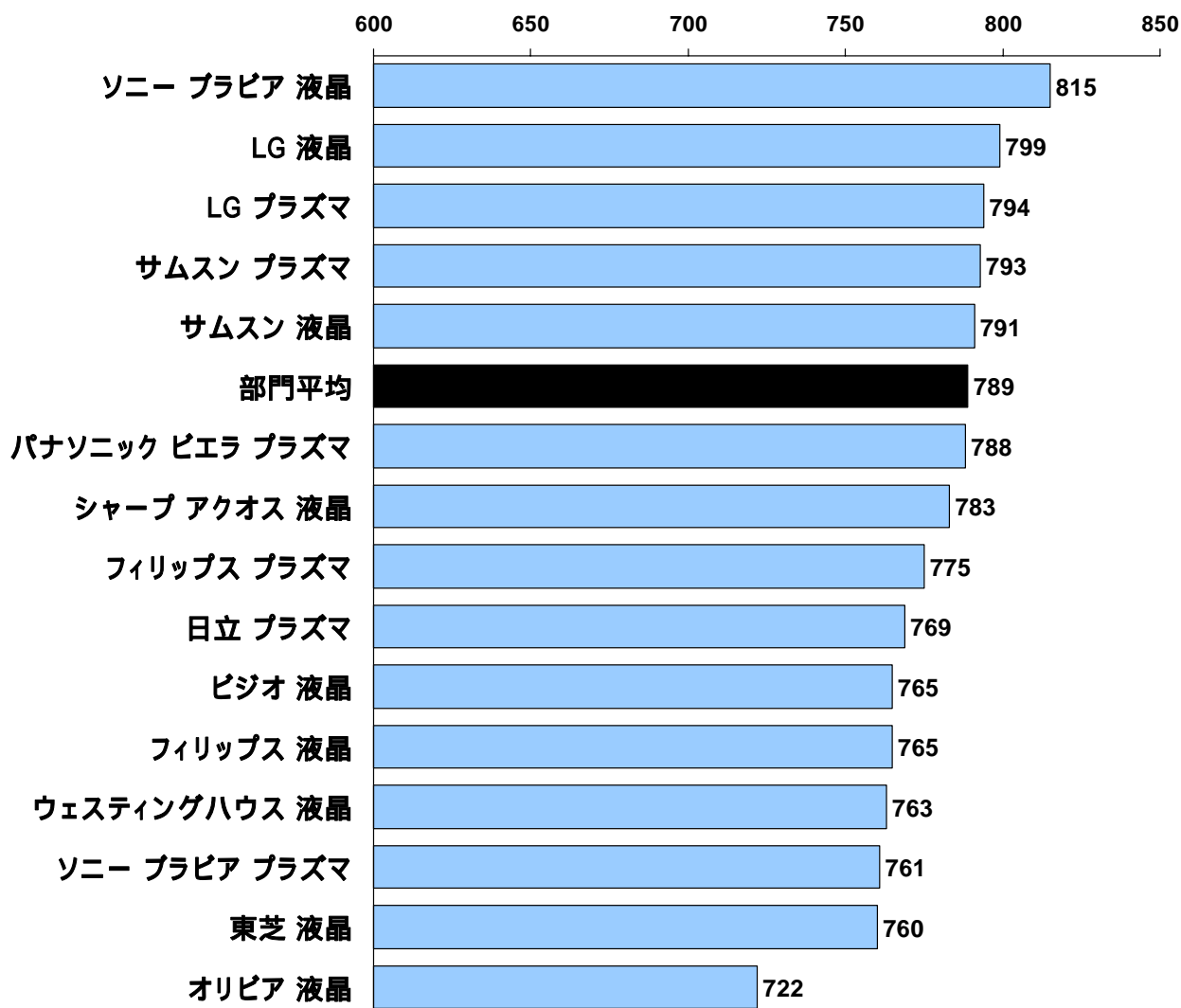
（株）J.D. パワー アジア・パシフィック
コーポレート・コミュニケーション・グループ 川野、杉崎
住 所： 東京都港区虎ノ門5-1-5 虎ノ門45MTビル（〒105-0001）
電 話： 03-4550-8090
F A X： 03-4550-8151
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

＜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年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング 37インチ～49インチ部門 (1,000ポイント満点)



注) デル プラズマ、ハイアール プラズマ、HP 液晶、HP プラズマ、JVC 液晶、マグナボックス 液晶、マグナボックス プラズマ、三菱 液晶、パイオニア プラズマ、シルバニア プラズマ、東芝 プラズマ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。

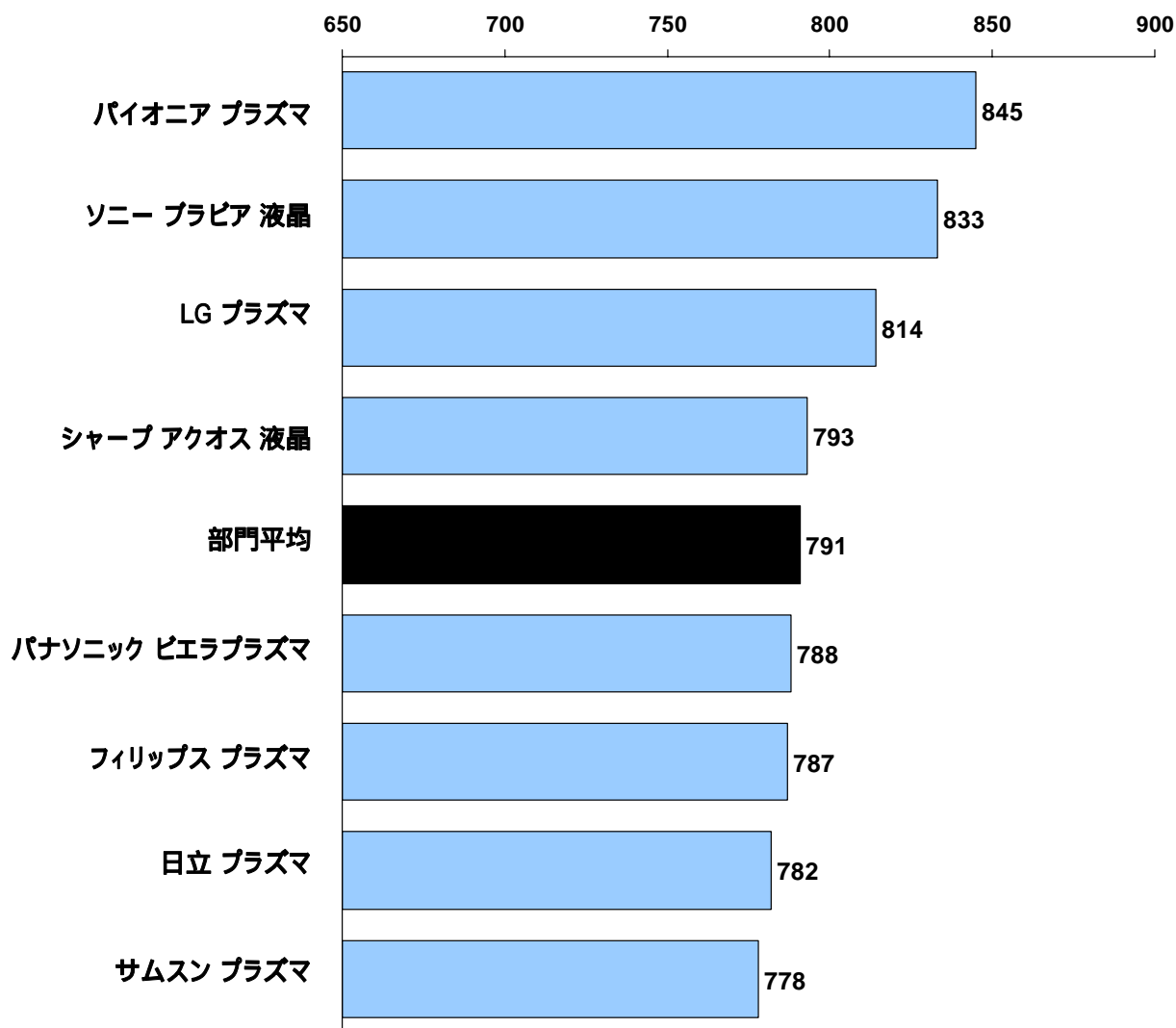
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査SM

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年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング 50インチ～65インチ部門 (1,000ポイント満点)



注) HP プラズマ、パイオニア エリート プラズマ、東芝 プラズマ、ゼニス プラズマ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。

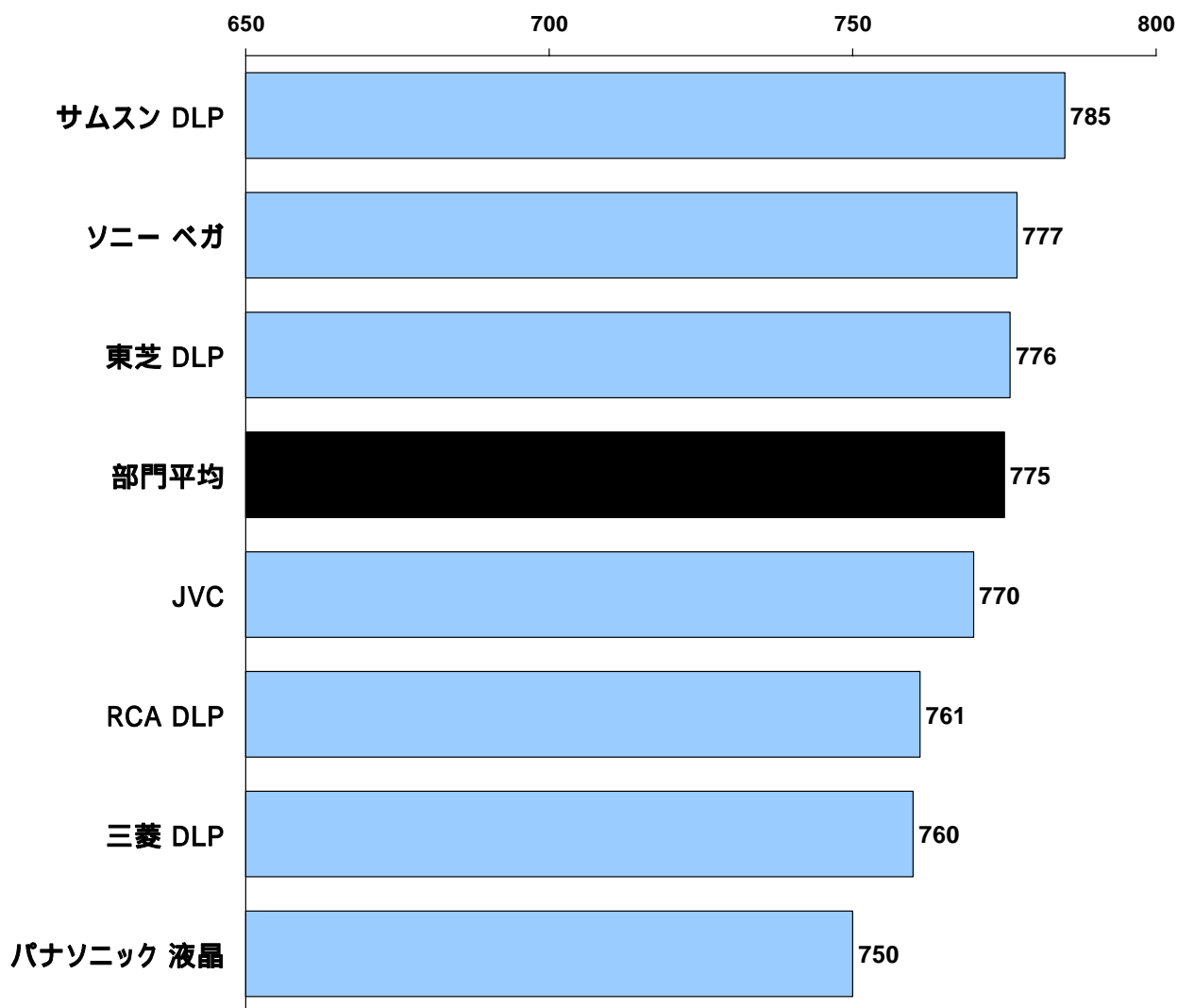
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査SM

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年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング リアプロジェクション部門 (1,000ポイント満点)



注) 日立 ブラウン管、日立 液晶、三菱 ブラウン管、三菱 液晶、パナソニック DLP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年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査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年米国大画面ハイビジョンテレビ顧客満足度調査SM)を明記して下さい。