

Press Release

報道用資料

2008年10月9日

市販ブランドナビの満足度調査は、パイオニアの楽ナビ/HDDとサイバーナビが同率首位

2008年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査 ＜市販ブランドナビセグメント＞

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、代表取締役社長：アルバート ラパーズ、略称：J.D. パワー）は、2008年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査＜市販ブランドナビセグメント＞の結果を発表した。

当調査は、市販ブランドのナビゲーションシステム（以下、市販ブランドナビ）に関する顧客満足度を測定するものである。ルート案内地図としてのナビ機能だけではなく、音楽・映像などのAV機能、通信を利用したサービスに関する評価など、車載情報機器としての市販ブランドナビの評価を幅広く測定している。今年2回目となる当調査の市販ブランドナビセグメントは、2006年4月から2008年3月の間に市販ブランドナビを購入したナビ利用者を対象に2008年7月にインターネット調査を実施し3,477人から回答を得た。調査対象となったのは13メーカー、42モデルである。

市販ブランドナビ（ポータブル型メモリー方式のパーソナルナビゲーションデバイス（以下、PND）は除く）において満足度に影響を与えているのは、「メーカーや店舗からのサービスサポート（11%）」、「ドライビングサポート*（39%）」、「カーライフサポート**（36%）」、「コスト（14%）」の4つのファクターであった（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。総合満足度スコアは、これらの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算出されている。なお、PNDは既存の据え置き型ナビとは区別して別途満足度を算出した。

ドライビングサポート*：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

カーライフサポート**：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

◆ 満足度上位はパイオニアとパナソニック ◆

市販ブランドナビ（PND除く）の総合満足度業界平均スコアは1,000ポイント満点中548ポイントであった。総合満足度ランキングでは、対象となった12モデル中、パイオニア カロツェリア 楽ナビ/HDDとパイオニア カロツェリア サイバーナビ/HDDが、575ポイントで共に第1位となった。ファクター別の評価では、楽ナビ/HDDは総合満足度に与える影響度が最も高い「ドライビングサポート」において、対象モデル中、最も高いスコアであった。サイバーナビは、影響度の高い「カーライフサポート」、および「サービスサポート」で対象モデル中、最も高いスコアであった。

第3位は、パナソニック ストラダ/HDDとパナソニック ストラダFクラス/HDDが567ポイントの同スコアであった。ストラダ/HDDはすべてのファクターで業界平均を上回っていた。ストラダFクラスは「カーライフサポート」で特に高い評価を得る結果となった。

以降、第5位がクラリオン MAXシリーズ/HDD（550ポイント）、第6位が富士通テン イクリプス AVNシリーズ/HDD（548ポイント）と続き、以上が業界平均スコアを上回った。

◆ 据え置き型ナビの選定理由は「基本スペック」、対してPNDは「コスト」、ただし地図や検索機能もカギ ◆

据え置き型の市販ブランドナビの選定理由として最も多かったものは、「HDD、DVDなどの基本スペック」であった。一方、近年相次いで新モデルが投入されているPNDでは「本体価格、取り付け価格などのコスト」が選定理由として最も多かった。「地図や目的地検索などナビの基本機能」や「操作インターフェース」といった「ドライビングサポート」に関する理由は、両者で差がなかった。

満足度の比較では、PNDの総合満足度は据え置き型ナビより低いスコアであった。PNDの満足度は「ドライビングサポート」や「カーライフサポート」といった領域で据え置き型ナビより低い一方、「コスト」ではPNDの満足度が高かった。PND購入者は、ナビの基本機能である「ドライビングサポート」に関して据え置き型ナビ購入者と同程度の期待値を持っているが、現状では充足されていないと推察される。今後のPNDの市場定着には、コストパフォーマンスを維持するとともに、据え置き型ナビと同様に「ドライビングサポート」の機能・性能の向上が求められるであろう。

*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・アソシエー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。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・アソシエーツについて>

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・アソシエーツ（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。

<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・アソシエー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、2007年の売上高は68億ドルにのぼる。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

クライアント・サービス・グループ

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

電 話： 03-4550-8060

F A X： 03-4550-8152

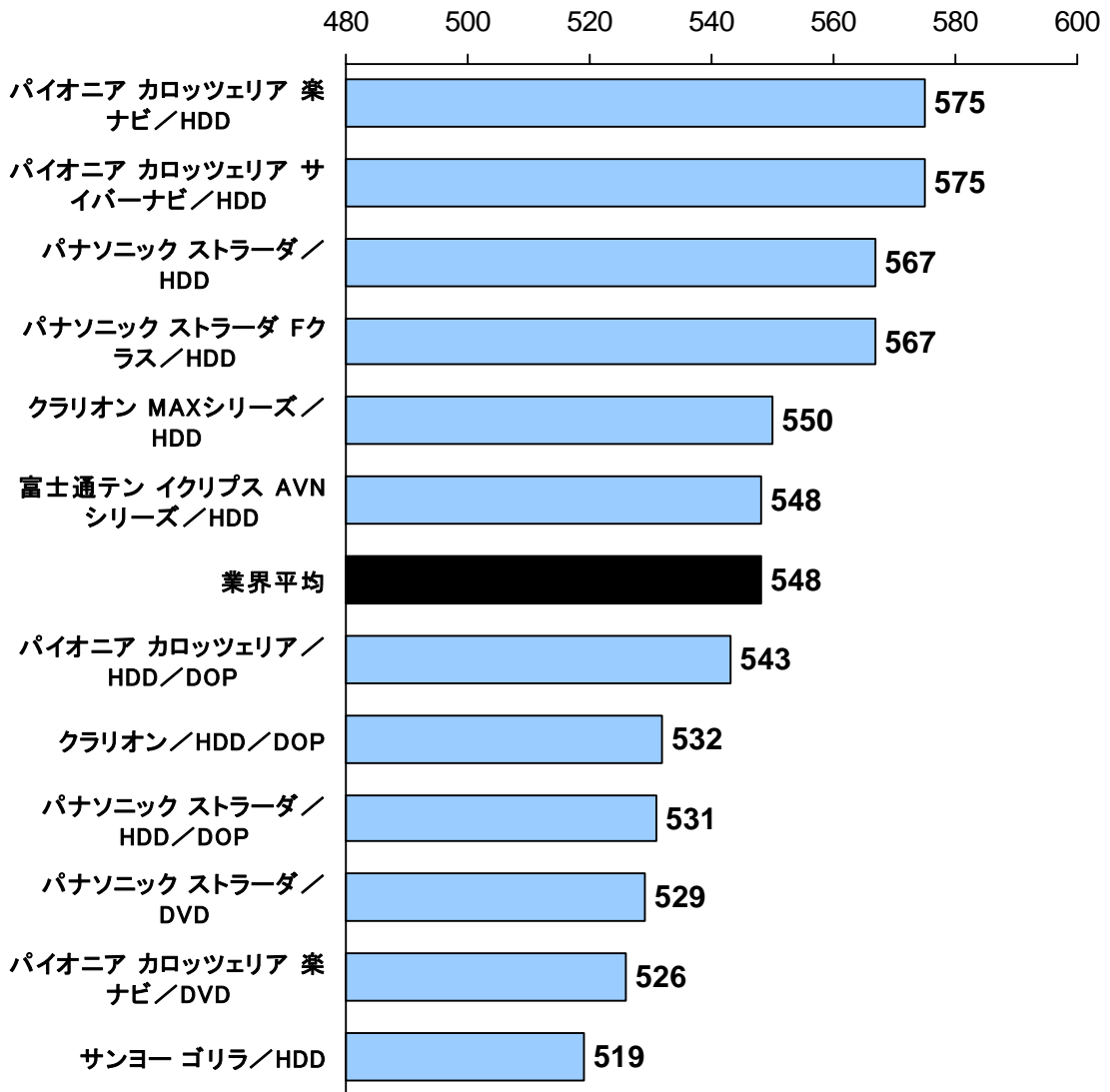
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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
2008年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM
 <市販ブランドナビセグメント>

モデル別ランキング
 (1,000ポイント満点)



* グラフ中の「DOP」はディーラーオプションの市販ブランドナビを表す。

注: サンプル数が99以下の市販ブランドナビはランキングに含まれていません。

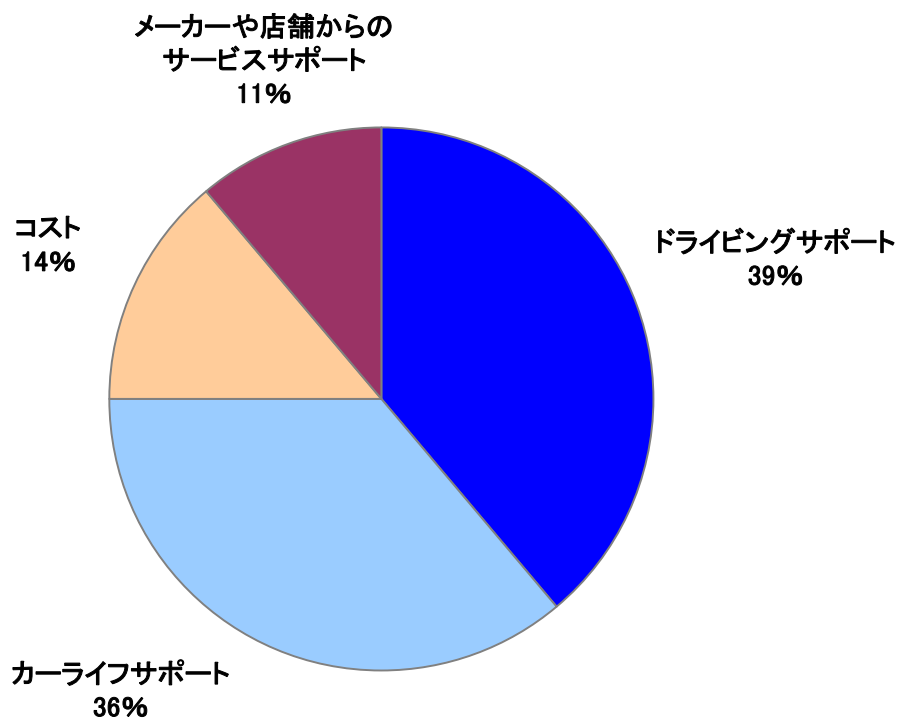
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2008年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM

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 2008年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック
2008年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM
<市販ブランドナビセグメント>

総合満足度スコアを構成するファクター



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 2008年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査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 2008年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM) を明記して下さい。