

# Press Release

報道用資料

2009年3月18日

## デジタルカメラの顧客満足度ランキング 一眼レフではニコンが3年連続第1位 コンパクトではリコー、キヤノン、ソニー、パナソニックが各セグメント第1位

### 2009年日本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、代表取締役社長：アルバート ラパーズ、略称：J.D. パワー）は、2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、デジタルカメラ利用者の商品に対する満足度を調査するもので、今年で3回目となる。2008年1月～2009年1月の間にデジタルカメラを購入した利用者に対して、2009年1月にインターネット調査を実施し、11,964人から回答を得た。9メーカーの244モデルが対象となっている。

今回の調査ではデジタルカメラの発売時価格や機能・スペックを基に、デジタル一眼レフカメラ、及びコンパクトデジタルカメラで4つのセグメントの計5つのセグメントに分けてメーカー別の顧客満足度を測定している。セグメント分類は次の通り。

- ・一眼レフ・セグメント : デジタル一眼レフカメラ
- ・コンパクト：ハイエンド・セグメント : 発売時価格\*5万円以上、かつ光学ズーム倍率10倍未満のコンパクトデジタルカメラ
- ・コンパクト：ズーム・セグメント : 光学ズーム倍率10倍以上のコンパクトデジタルカメラ
- ・コンパクト：スタイリッシュ・セグメント : 発売時価格\*5万円未満、かつ光学ズーム倍率10倍未満、かつ乾電池非対応のコンパクトデジタルカメラ
- ・コンパクト：スタンダード・セグメント : 発売時価格\*5万円未満、かつ光学ズーム倍率10倍未満、かつ乾電池対応のコンパクトデジタルカメラ

\*発売時価格：対象モデルの発売年月時の店頭小売価格

顧客満足度の測定にあたっては、総合的な満足度に影響を与える「機能・性能」、「画質」、「デザイン」、「操作性」の4つのファクターに対する利用者の評価を基に、顧客満足度スコアを算出している（1,000ポイント満点）。＜参考：9～11ページの円グラフ＞

各セグメントにおける総合満足度ランキングは以下の通りとなった。＜参考：4～8ページのランキング表＞

#### <デジタル一眼レフ・セグメント>

ランキング対象となった6メーカー中、ニコンが総合満足度スコア711ポイントで第1位となった。ニコンは本調査を開始した2007年以来3年連続顧客満足度第1位となった。ファクター別の満足度評価では、「機能・性能」ではニコンとキヤノン、「画質」ではニコン、「デザイン」ではパナソニック、「操作性」ではペンタックスが最も高い評価となった。

#### <コンパクト：ハイエンド・セグメント>

ランキング対象となった3メーカー中、リコーが総合満足度スコア713ポイントで第1位となった。第2位はキヤノン（704ポイント）、第3位はパナソニック（660ポイント）であった。リコーは「デザイン」と「操作性」

ファクターで最も高い評価となった。特に、「デザイン」では771ポイントでセグメント平均を61ポイント上回り、他社との差をつける形となった。ファクター別の満足度評価では「機能・性能」でキヤノン、「画質」ではパナソニックの評価が最も高かった。

#### <コンパクト:ズーム・セグメント>

ランキング対象となった7メーカー中、キヤノンが総合満足度スコア660ポイントで第1位となった。第2位はソニー(659ポイント)、第3位はニコン(657ポイント)であった。キヤノンは、全てのファクターでセグメント平均を上回り、また「操作性」で最も高い評価となった。第2位のソニーは「デザイン」、「画質」で最も高い評価を得た。「機能・性能」ではカシオの評価が最も高かった。

#### <コンパクト:スタイリッシュ・セグメント>

ランキング対象となった9メーカー中、ソニーが総合満足度スコア657ポイントで第1位となった。第2位はキヤノン(656ポイント)、第3位はニコン(654ポイント)であった。ソニーは「デザイン」と「画質」で最も高い評価を得た。特に「デザイン」は707ポイントとセグメント平均を32ポイント上回る高い評価であった。「操作性」ではキヤノン、「機能・性能」ではリコーが最も高い評価となっている。

#### <コンパクト:スタンダード・セグメント>

ランキング対象となった6メーカー中、パナソニックが総合満足度スコア625ポイントで第1位となった。パナソニックは、全てのファクターでセグメント平均を上回り、その内、「機能・性能」、「デザイン」、「画質」で最も高い評価を得た。第2位のキヤノンは「画質」(パナソニックと同点)、「操作性」、第3位のニコンは「デザイン」(パナソニックと同点)で最も高い評価となっている。

### ◆顧客の維持にはコンパクト高価格帯から一眼レフまでプロダクトラインの充実もポイント◆

今回の調査結果では、セグメントを問わず、購入したデジタルカメラの満足度が高ければ次回も同じメーカーから購入する意向が高いという傾向が見られた。その中で、コンパクトのハイエンド・ズームといった高価格帯のセグメントでは、次回は同じメーカーのデジタル一眼レフを購入したいというユーザーが多い特徴が見られた。こうした特徴は、一眼レフ・ラインナップを展開するメーカーにおいてのみならず、一眼レフを持たないメーカーであっても見られることが、今回の調査結果から明らかとなった。このことは、たとえ高価格帯のコンパクトカメラに満足したユーザーであっても、そのメーカーに一眼レフがなければ他社へ移行する可能性があることを示唆している。

コンパクト高価格帯のユーザーは、次は一眼レフを購入する意向が強い傾向が見られ、自社ユーザーとして顧客を維持していくためには、コンパクト高価格帯から一眼レフまでプロダクトラインを充実させることも重要な要素だと考えられる。

\*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。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](http://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。

#### <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、2008年の売上高は64億ドルに

のぼる。詳細はウェブサイト [www.mcgraw-hill.com](http://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

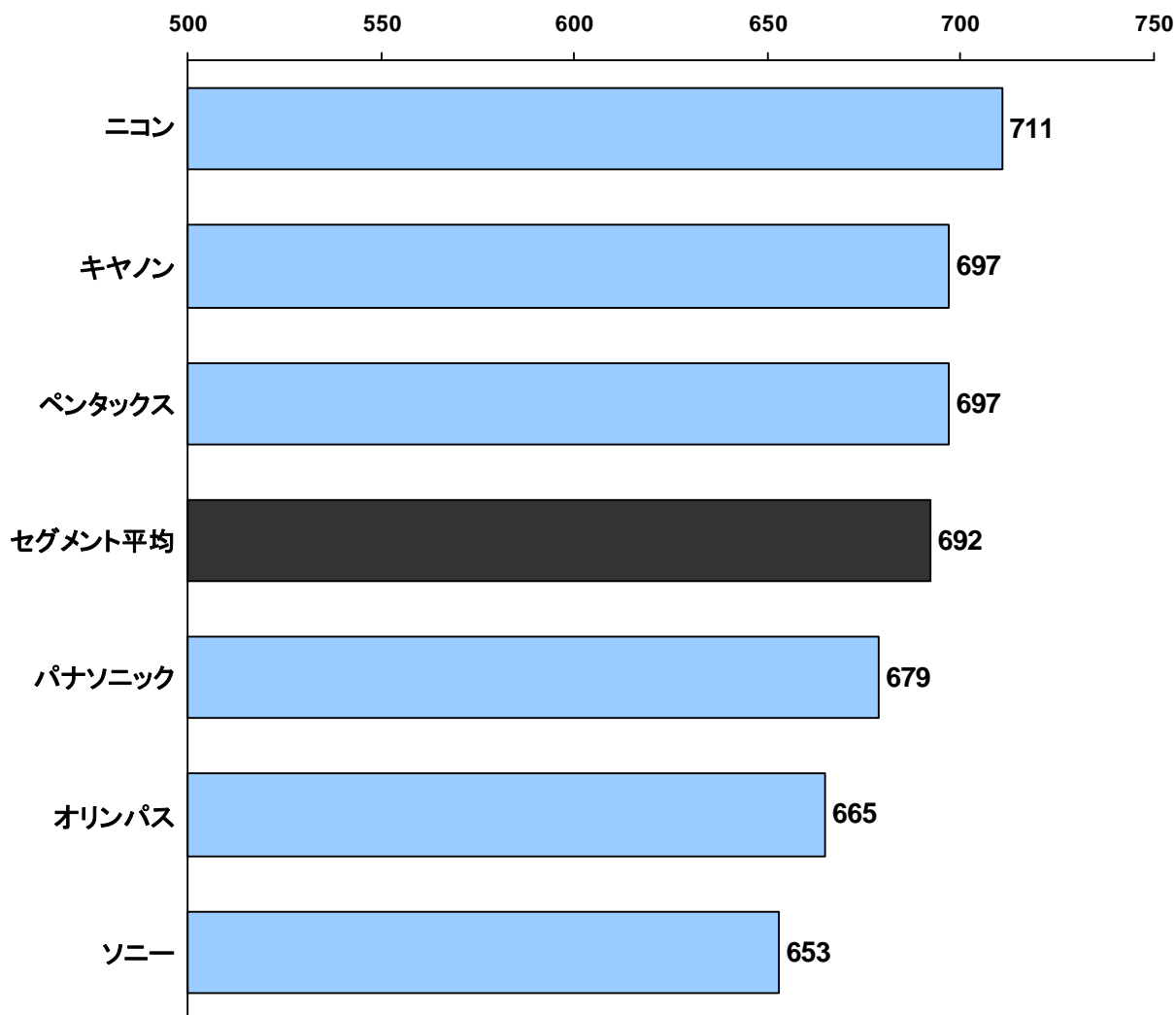
e-mail： [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

<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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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



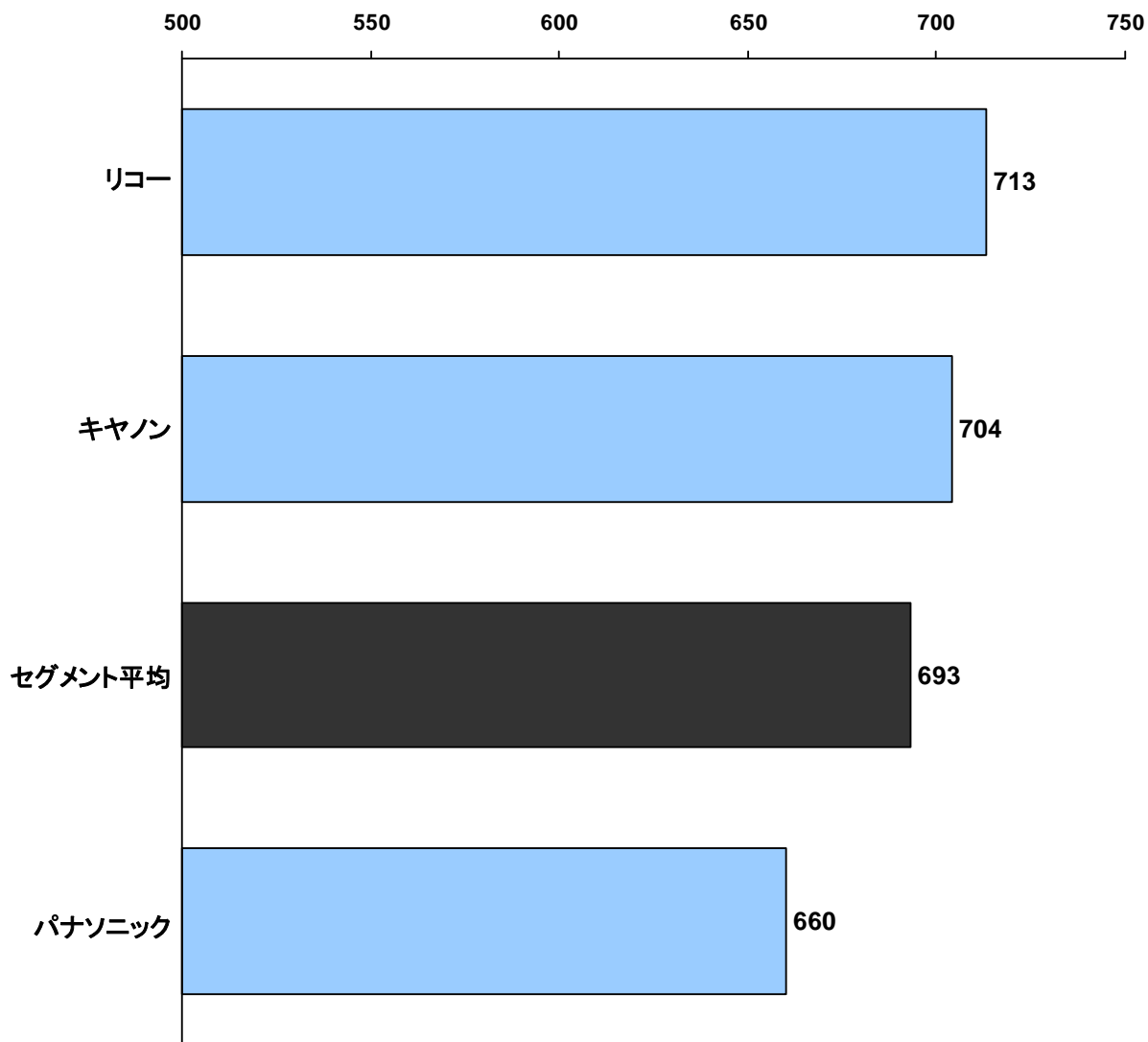
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 顧客満足度ランキング コンパクト: ハイエンド・セグメント (1,000ポイント満点)



注) ニコン、ソニー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。

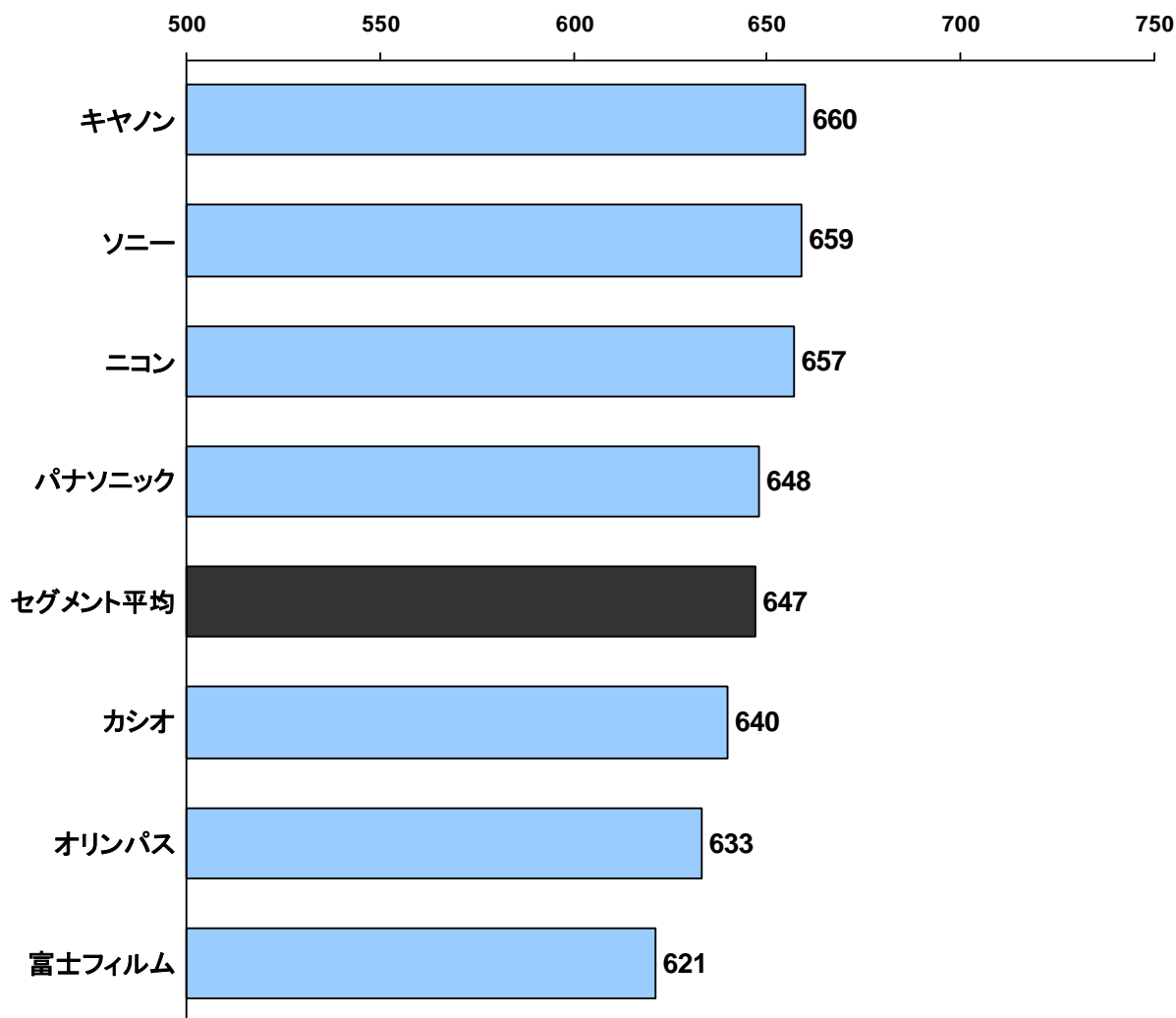
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 顧客満足度ランキング コンパクト:ズーム・セグメント (1,000ポイント満点)



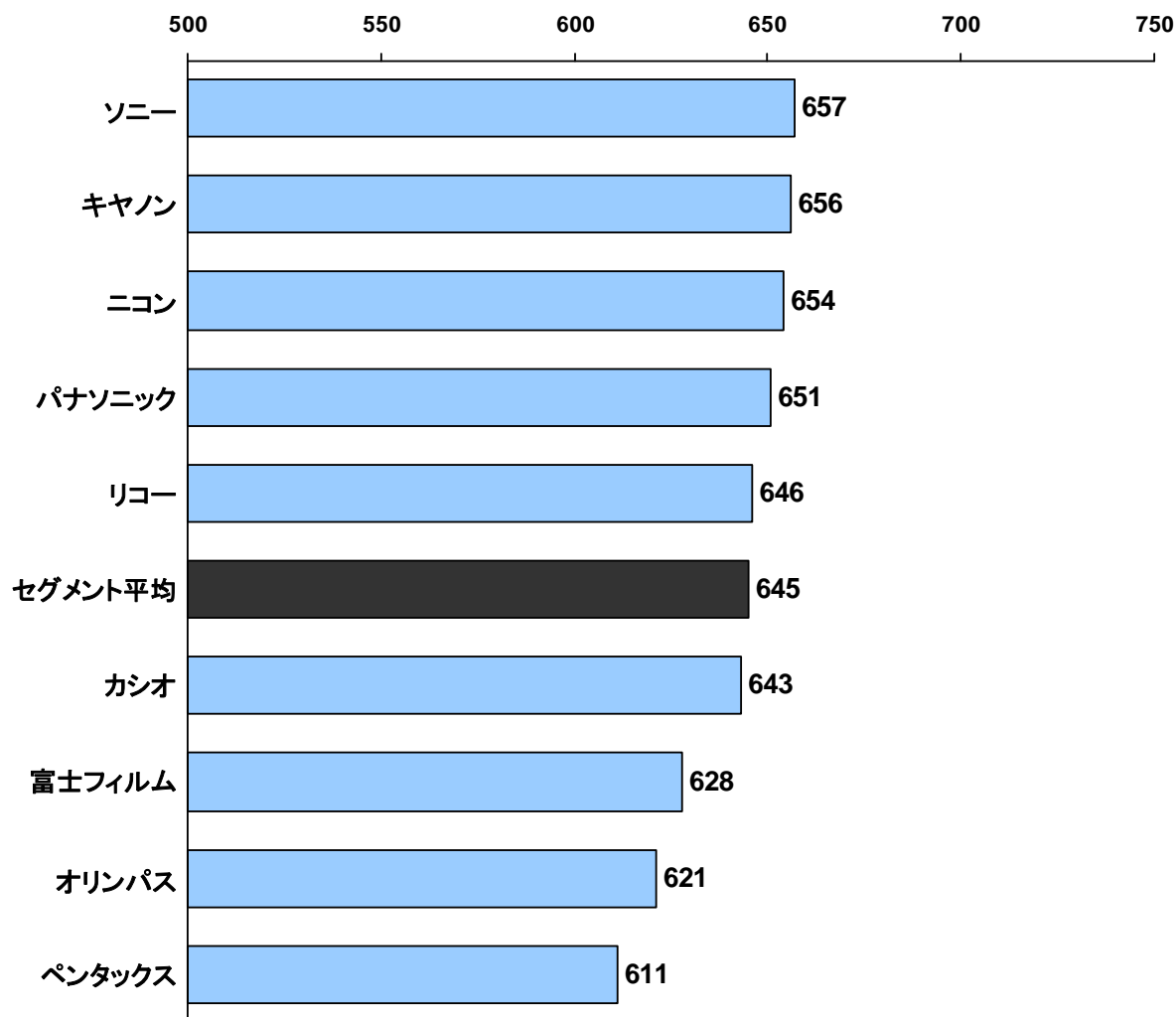
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記して下さい。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 顧客満足度ランキング コンパクト: スタイリッシュ・セグメント (1,000ポイント満点)



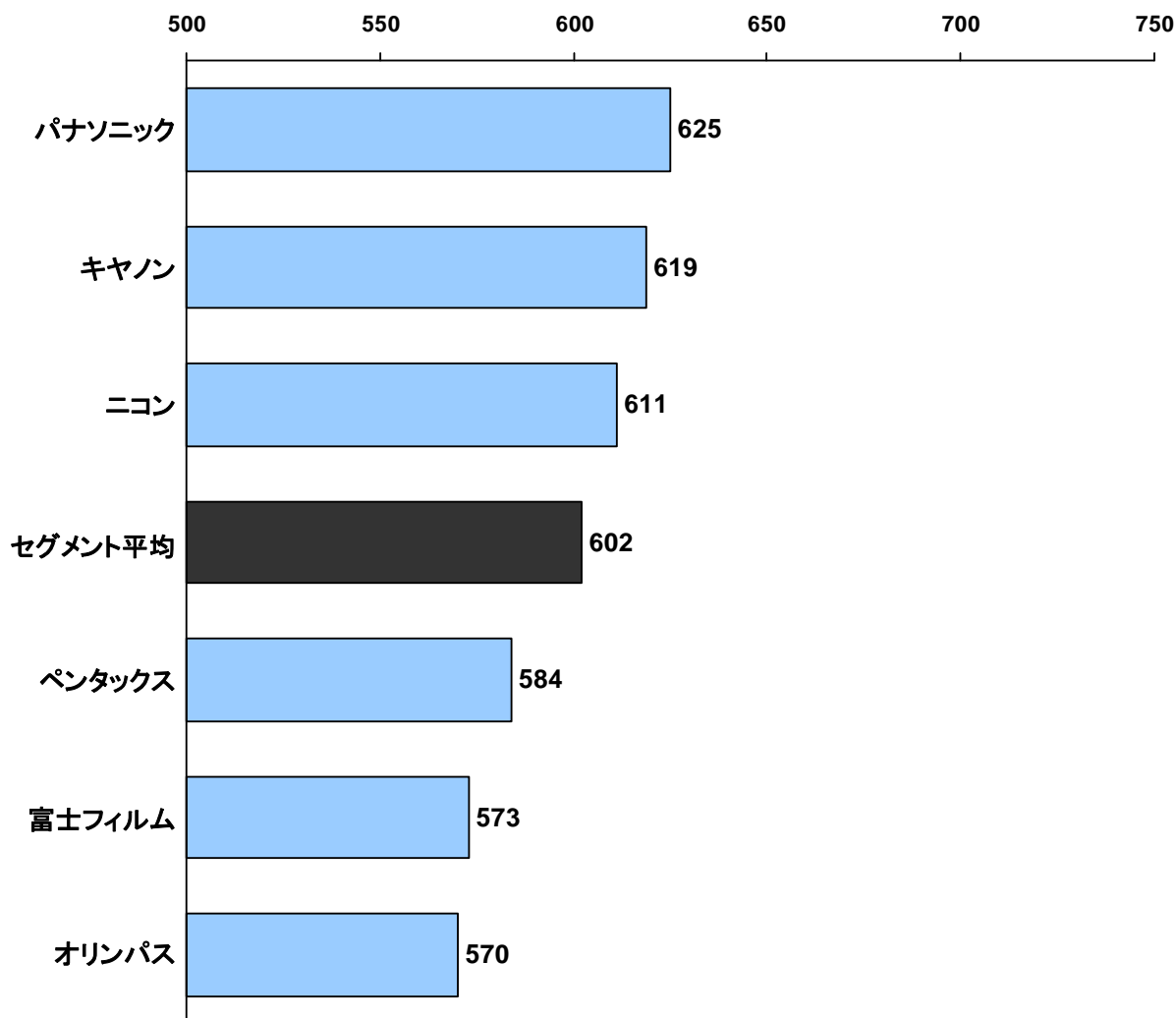
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 顧客満足度ランキング コンパクト: スタンダード・セグメント (1,000ポイント満点)



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

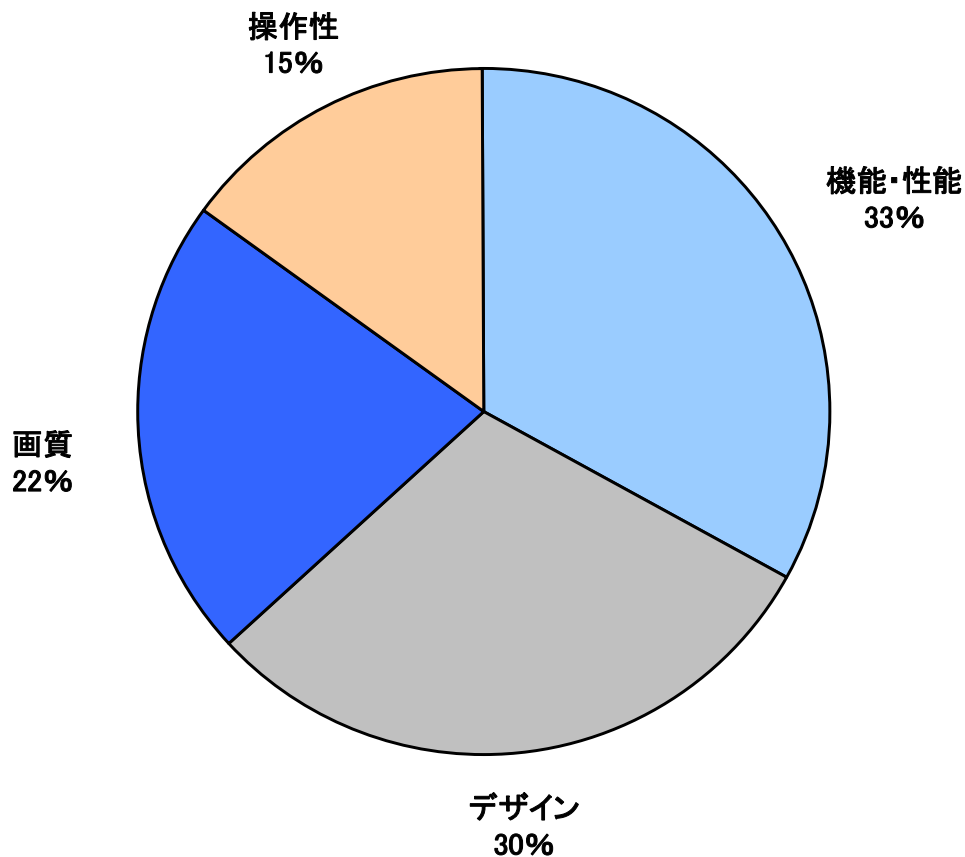
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記して下さい。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度を構成するファクター

### デジタル一眼レフ・セグメント



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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

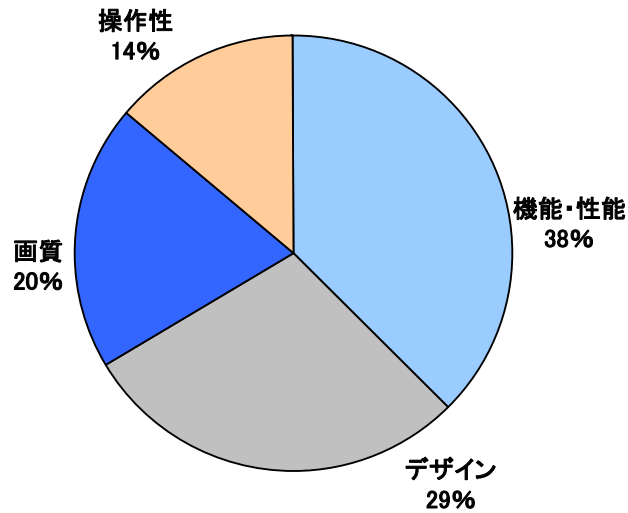
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記して下さい。

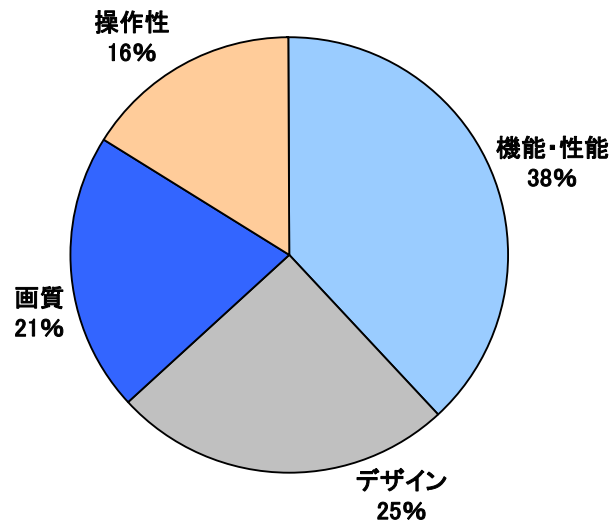
# J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度を構成するファクター

### コンパクト：ハイエンド・セグメント



### コンパクト：ズーム・セグメント



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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

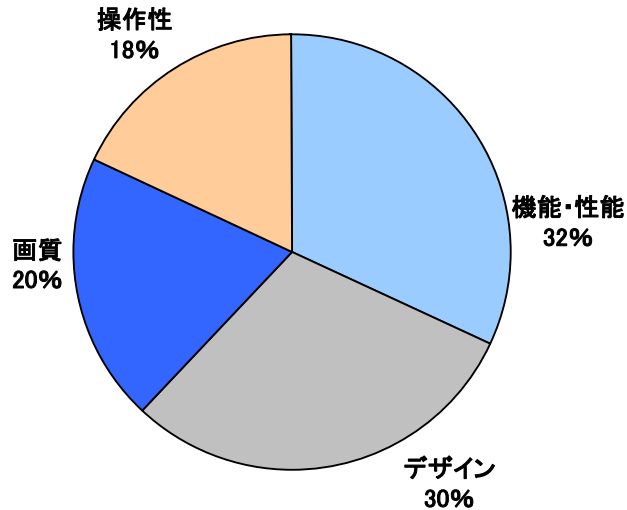
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを  
広告および販促活動に転用することを禁止します。

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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

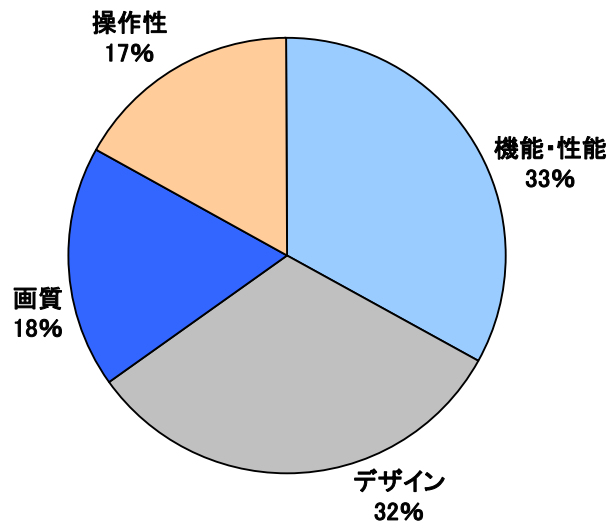
# J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度を構成するファクター

### コンパクト：スタイリッシュ・セグメント



### コンパクト：スタンダード・セグメント



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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2009年日本デジタルカメラ顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記して下さい。