

Press Release

報道用資料

2012年2月21日

スマートフォンの顧客満足度、フィーチャーフォンと同水準にとどまる**2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査**

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、2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、全国の1年以内に携帯電話端末を新しく入手した人（16-64歳）を対象に、携帯電話端末の満足度を明らかにするものである。調査は12月上旬に実施したもので、スマートフォンの利用者3,000人、フィーチャーフォンの利用者3,000人、総計6,000人から回答を得た。

顧客満足度の測定にあたっては4ファクターを設定し、それぞれに関連する詳細項目に対する評価を基に総合満足度スコアの算出を行っている（1,000ポイント満点）。各ファクターの総合満足度への影響力は以下のとおりである。

スマートフォン

「性能」（32%）、「操作性」（29%）、「スタイル・外観」（20%）、「機能」（19%）

フィーチャーフォン

「スタイル・外観」（29%）、「性能」（28%）、「操作性」（26%）、「機能」（17%）

今回の調査におけるスマートフォン全体の総合満足度は587ポイント、フィーチャーフォン全体は590ポイントであり、ほぼ同水準であった。

スマートフォンは「スタイル・外観」と「機能」でフィーチャーフォンの満足度を上回ったが、「操作性」では同水準、「性能」ではフィーチャーフォンを下回った。スマートフォンは、基本的な通話機能の使いやすさ、ボタン・タッチパネルの押しやすさといった点でフィーチャーフォンの「操作性」に及ばなかった。また、特にバッテリー性能の評価が低かったことが、スマートフォンの「性能」評価が伸び悩む要因となった。フィーチャーフォンはバッテリー性能の評価でスマートフォンを大きく上回った。

◆ 機能の活用度合いがスマートフォンの満足度を左右する ◆

スマートフォンの特長は、多機能・高機能で様々な用途に活用できる点にある。しかし、今回の調査ではスマートフォン利用者で利用機能が5個未満の人の割合は30%、5～10個で38%、10個以上で32%となっており、多くのスマートフォン利用者が必ずしも多機能・高機能を十分活用しているわけではないことが明らかとなった。

利用しているスマートフォンの機能が10個以上の人は、メールやインターネット、カメラ等の基本機能に加え、

GPS 機能、動画/音楽/書籍の再生/閲覧、添付ファイルの閲覧/編集、QR コードといった付加機能においても 5 個未満の人と比べ相対的に高い利用率であった。特にアプリストアの利用率は、5 個未満の利用者では 3%にとどまるのに対して、10 個以上のユーザーでは 86%と大きな違いが出ていた。アプリストアにアクセスして、様々なアプリケーションを追加しているかどうかで、機能の活用度合いが大きく変わることが窺える。

スマートフォンでは、こうした機能の活用度合いが顧客満足度の差に現れることが明らかとなった。このことは、より多くの機能を活用して、その楽しさや便利さを実感しているかどうか、スマートフォンの満足度を大きく左右することを示唆している。

機能の活用度合いによる満足度の違いは、ディスプレイの鮮明さ、デザイン/形状、メニュー画面のわかりやすさ、メール・インターネット利用時の操作、ボタン・タッチパネルといった点で大きく差が見られた。大画面ディスプレイからタッチパネル操作で各種機能に遷移するというスマートフォンの基本操作が、多く機能を活用する人からは一定の評価を得ているものの、そうでない人にとっては使い勝手の悪さの原因となってしまう可能性があるが推察される。

今回の調査結果では、スマートフォン利用者の 7 割、フィーチャーフォン利用者の 5 割超が次にスマートフォンを購入する意向を示しており、スマートフォンの利用者は今後も拡大基調が続くことは容易に予想される。

このようにスマートフォンが急速に浸透していく中で、現状ではフィーチャーフォンと比べて見劣りする操作性や性能、特にバッテリー性能の改善は課題である。また、機能の活用度合いを問わずスマートフォンを誰でもストレスなく使いこなせるようなデザインやインターフェイスの使い勝手を改善していくことも重要である。

◆ スマートフォンの顧客満足度トップはアップル、フィーチャーフォンではカシオ ◆

スマートフォンの総合満足度トップはアップルで、スマートフォン全体を 65 ポイント上回る 652 点であった。アップルは「性能」、「操作性」、「スタイル・外観」、「機能」いずれのファクターでもトップの評価を獲得しており、中でも「性能」と「操作性」で他社を大きく上回る。「性能」では OS の処理速度や信頼性、「操作性」ではタッチパネルの評価で優位性が高い。

フィーチャーフォンの総合満足度トップはカシオで、フィーチャーフォン全体を 27 ポイント上回る 617 点であった。カシオは「スタイル・外観」、「性能」ファクターでトップの評価を獲得しており、「スタイル・外観」では強度と耐久性、「性能」ではバッテリー性能とカメラ・ビデオ画質のよさで優位性が高い。

当調査ランキング対象ブランドについては、J.D. パワー社のコンシューマーサイトでパワー・サークル・レイティングSM (PCR) として掲載されており、ファクター別スコア評価を見ることが出来る。

(<http://www.jdpower.com/jp/>)

※ 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 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・マグローヒル・カンパニーズについて>

1888年に設立されたザ・マグローヒル・カンパニーズ (NYSE: MHP) は、スタンダード&プアーズ、マグローヒル・エデュケーション、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、2010 年の売上高は 62 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
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

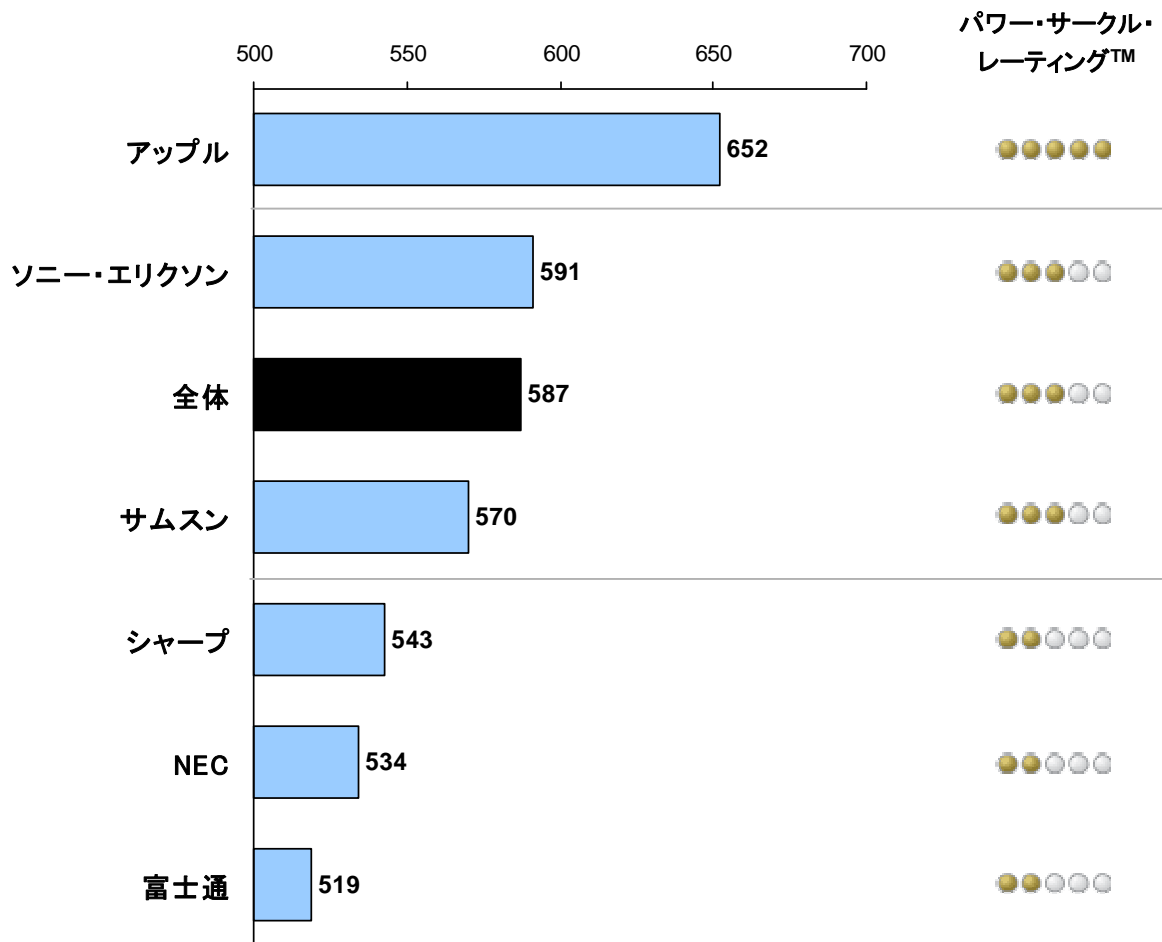
<ご注意>

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 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

<スマートフォン編>

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



※富士通には、T005以降に発売された富士通東芝モバイルコミュニケーションズの製品を含む

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

レーティングの説明	
★★★★★	ベスト
★★★★☆	ベター
★★★☆☆	アベレージ
★★☆☆☆	それ以外

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。

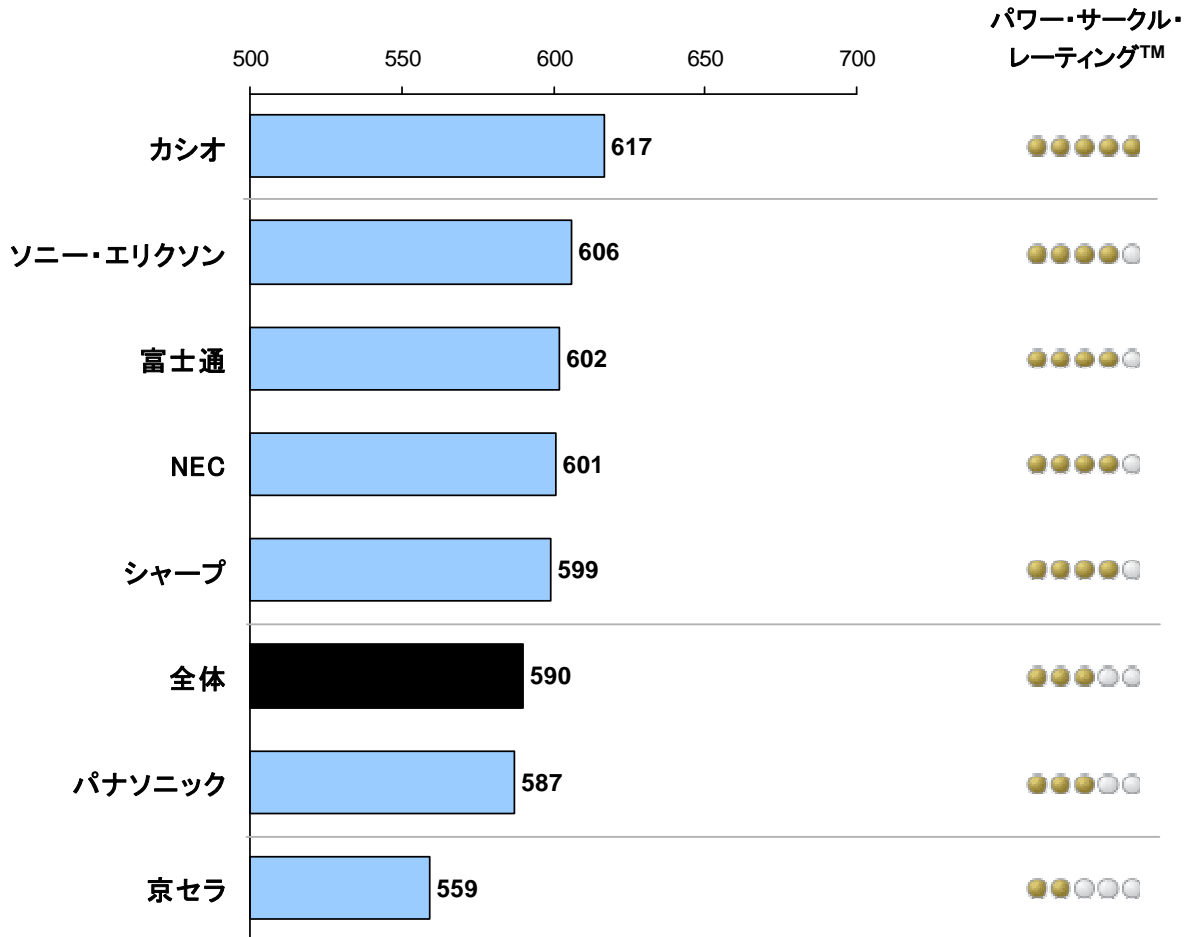
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM)を明記してください。

パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。詳しくは www.jdpower.com/jpへ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

<フィーチャーフォン編>

顧客満足度ランキング
(1,000ポイント満点)



※富士通には、T005以降に発売された富士通東芝モバイルコミュニケーションズの製品を含む

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

レーティングの説明

- ★★★★★ ベスト
- ★★★★☆ ベター
- ★★★★☆ アベレージ
- ★★★★☆ それ以外

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。

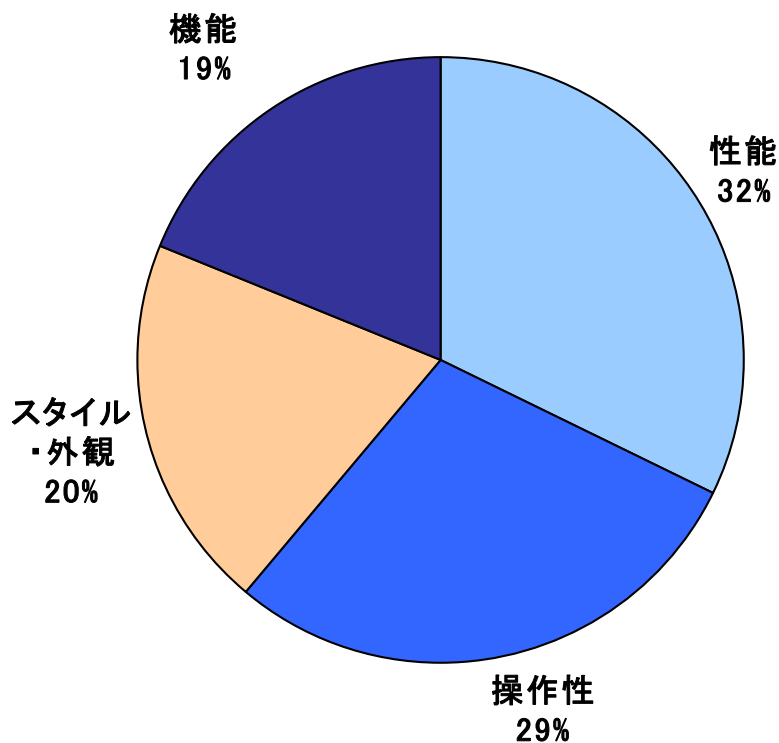
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM)を明記してください。

パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。詳しくは www.jdpower.com/jpへ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

<スマートフォン>

総合満足度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 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

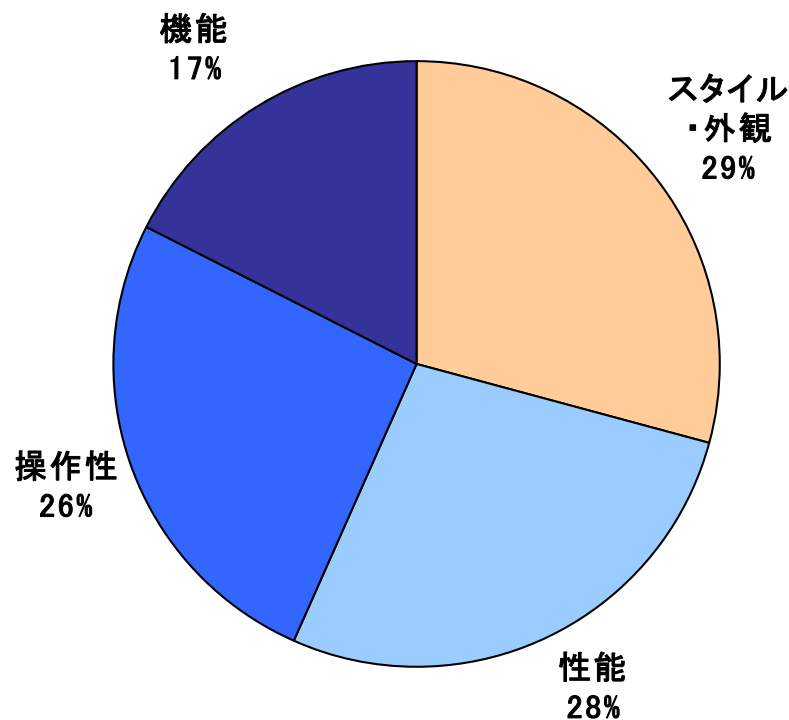
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM

＜フィーチャーフォン＞

総合満足度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 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査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 2012年日本携帯電話端末顧客満足度調査SM)を明記してください。