

Press Release

J.D. パワー アジア・パシフィック報道用資料：

ナビゲーションシステムの拡張性が商品の重要な差別化要因

市販ナビの据え置き型は、アルパイン ビッグ X シリーズが 2 年連続で第 1 位

東京：2013 年 10 月 25 日—2013 年 J.D. パワー アジア・パシフィック日本ナビゲーションシステム顧客満足度 (Navigation Systems Customer Satisfaction Index) 調査<市販ナビカテゴリー>は今年で 7 回目の実施となる。

◆商品への高評価は、継続購入意向および商品推奨意向に強いインパクト◆

市販ナビゲーションのロイヤリティ (継続購入意向および商品推奨意向) は「必ずする」と答えた人の割合が、満足度スコアが 800 ポイント以上になると急激に上昇する。継続購入意向では 700~799 ポイントの顧客が示す 12%から 40%に、推奨意向では、同じく 8%から 30%に向上する。800 ポイント以上の高い満足度を獲得する事が、次回継続購入や商品の推奨意向に対して非常に効果的であり、顧客のブランドへのロイヤリティを醸成するためには必要なことが明らかになった。

◆ナビゲーション本体への拡張機能が重要な差別化要因◆

「リアエンターテインメントシステム」や「運転支援機能」といったナビゲーション本体の拡張機能に対する満足度は高く、特にリアエンターテインメントシステム装備者の満足度は 558 ポイントと、市販据え置き型ナビセグメントの平均 532 ポイントと比較して 26 ポイント高くなる。これは、昨今の注目装備である地上デジタルTV 装備者の満足度 543 ポイントと比較しても高く、非常に満足度に影響のある拡張機能といえる。又、OEMナビ同様、「安心・安全」機能に関しての拡張意向が強く、各種カメラの装備率^(注)は、セグメント平均でリアビューカメラが 58%、フロントとサイドビューカメラではそれぞれ 7%、5%となっており、リアエンターテインメントシステム装備者且つ「安心・安全」機能装備装着者のスコアでは各装備それぞれで 537、551、540 ポイントとこちらも全てセグメント平均を上回る結果となった。J.D. パワー アジア・パシフィックのオートモーティブ部門エグゼクティブディレクターである木本卓は、『市販ナビ装着率の低下、PND 市場の縮小、低価格帯ナビの台頭といった状況の中、新たな顧客層の心をつかむには、OEMナビでは困難な領域、すなわち市販ブランドならではの独創性や特徴を持った商品の投入がカギとなる』と述べている。

注) リアビューカメラ、フロントサイドビューカメラ、サイドビューカメラ

2013 年ランキングのハイライト

本調査ではナビに関する総合的な評価を 4 つのファクターに基づいて算出している。「ナビゲーション機能* (42%)」、「モニター (17%)」、「操作性 (20%)」、「音楽/映像機能 (21%)」となっている (カッコ内は総合満足度に対する影響度)。これらのファクターにおける複数の詳細項目に対する評価を基に総合満足度 (1,000 点満点) を算出している。

ナビゲーション機能*：目的地検索/ルート検索、ルート案内、地図データの評価

据え置き型セグメントではアルパイン ビッグ X シリーズが 564 ポイントで、昨年に引き続き第 1 位となった。ビッグ X シリーズは、総合満足度に影響を与えるファクターのうち、「モニター」と「音楽/映像機能」ファクターにおいて同セグメントのトップ評価を得た。第 2 位はパナソニック ストラダ H シリーズ (550 ポイント) で、「ナビゲーション機能」ファクターにおいてトップ評価を得た。第 3 位にはパイオニア サイバーナビ (549 ポイ

ント)が続いた。『これまでの市販ナビゲーションでは、特定の機能を突き詰めた個性的なナビや、純正ナビが追従できないようなハイスペックナビが成功している背景がある。一方で、OEMナビ同様の機能や見た目を市販ナビでも実現し、拡張機能等の利用で、顧客が任意に機能をカスタマイズできるナビゲーションを提供することが他社との差別化を図る上でも重要』と木本は語る。

当調査は、市販ブランドのナビゲーションシステムに関する顧客満足度を総合的に分析するもので、検索・案内機能だけでなく、音楽・映像機能やテレマティクスサービスなど、車載情報機器としてのナビの評価を幅広く測定している。2011年4月から2013年3月に市販ナビを購入した利用者を対象に2013年7月にインターネット調査を実施し、2,623人から回答を得た。

日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査<市販ナビカテゴリー>は J.D. パワー アジア パシフィックの代表的な8つの AUTO ベンチマーク調査の一つであり、他の2013年自動車関連調査は下記の日程でリリース予定である。

- ・ 自家用の乗用車(軽自動車を含む)のスタッドレスタイヤに対する評価を測定した2013年日本冬用タイヤ顧客満足度(W-TSI)調査を本年5月に発表した。
- ・ 自動車を新車で購入したユーザーを対象に、購入後2~9ヶ月における車両の初期品質を調査した2013年日本自動車初期品質(Initial Quality Study、略称IQS)調査を本年8月下旬に発表した。
- ・ 自動車を新車で購入したユーザーを対象に、新車購入店の顧客満足度を測定した2013年日本自動車セールス満足度(Sales Satisfaction Index、略称SSI)調査を本年8月下旬に発表した。
- ・ 新車購入店でサービスを受けた際の顧客満足度を測定した2013年日本自動車サービス満足度(Customer Service Index、略称CSI)調査を本年9月下旬に発表した。
- ・ 自動車を新車で購入後2~9ヶ月が経過した個人ユーザーを対象に、自動車の性能やデザインなどの商品魅力に関する評価を測定した、2013年日本自動車商品魅力度(Automotive Performance, Execution and Layout、略称APEAL)調査を本年9月下旬に発表した。
- ・ 新車に装着されたタイヤの満足度を測定した、2013年日本OEタイヤ顧客満足度(Original Equipment Tire Customer Satisfaction Index、OE-TSI)調査を本年10月上旬に発表した。
- ・ 自動車メーカー純正ブランドのナビゲーションシステムの満足度を測定した、2013年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査を本年10月中旬に発表した。
- ・ リプレスタイヤを新品で購入した顧客の満足度を測定した、2013年日本リプレスタイヤ顧客満足度調査を本年10月下旬に発表する予定である。

* 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。自動車業界を始め通信、IT、金融、保険、トラベル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。尚、J.D. パワーではシンガポール、北京、上海、バンコクに拠点をもち、日本、オーストラリア、中国、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、台湾、タイ、ベトナムで調査を実施している。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 <http://japan.jdpower.com> まで。

<J.D. パワーについて>

マグロウヒル・フィナンシャルの一部門である J.D. パワー(本社:米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ)は、パフォーマンス改善、ソーシャル・メディア、顧客満足に関するインサイトとソリューションを提供している国際的なマーケティング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。

<マグローヒル・フィナンシャルについて>

マグローヒル・フィナンシャル (NYSE : MHP) は国際的な金融並びに商品市場に対する信用格付、ベンチマーク、情報・分析サービスを提供する事業を行う金融情報サービス企業である。主なブランドはスタンダード&プアーズ レーティングサービス、S&P Capital IQ、S&P ダウ・ジョーンズ・インデックス、プラッツ、クリシル、J.D. パワー、マグローヒル・コンストラクションである。世界 27 カ国に約 17,000 人の従業員を有する。詳細はウェブサイト www.mhfi.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

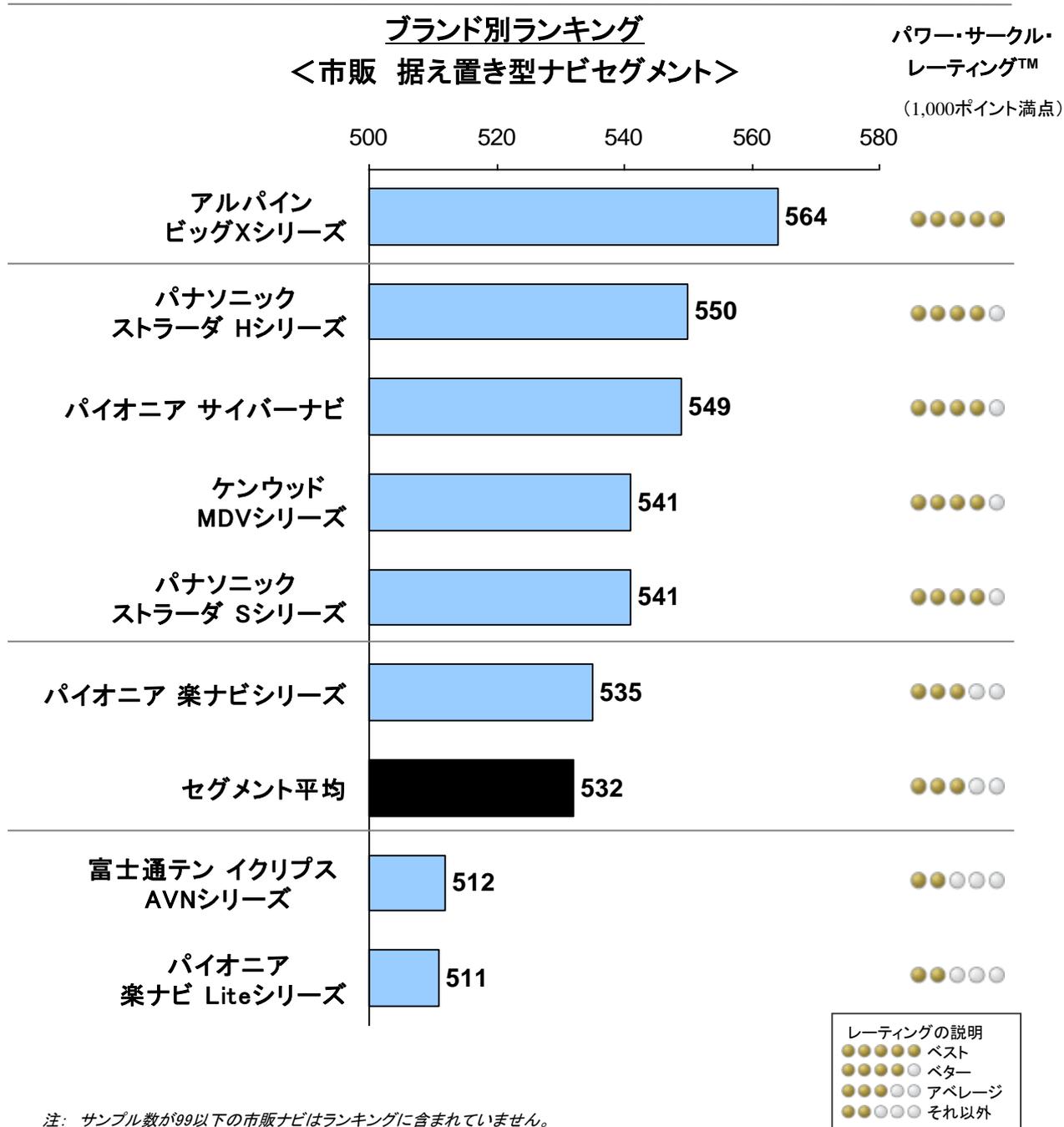
F A X： 03-4550-8152

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 2013年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM

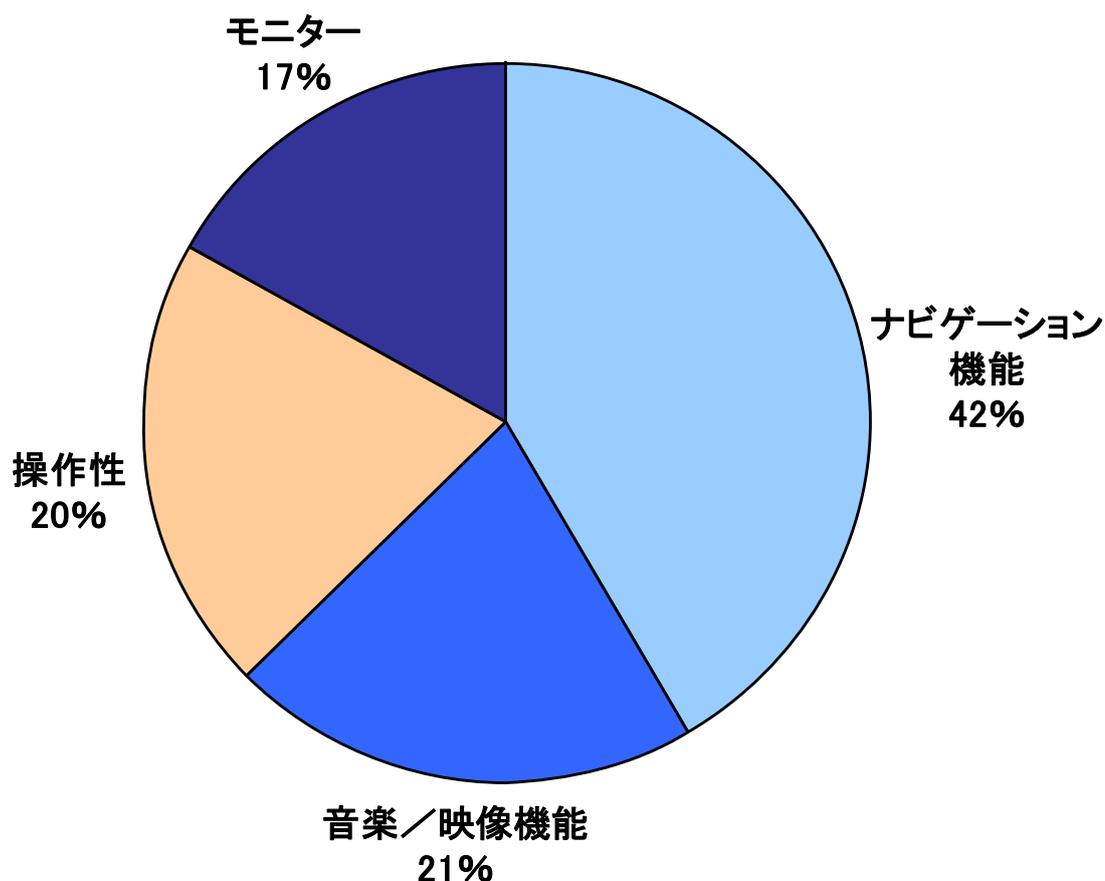


出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM

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 2013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。
 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 <http://japan.jdpower.com/ratings/>へ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査SM

総合満足度スコアを構成するファクター ＜市販 据え置き型ナビセグメント＞



※パーセンテージ表記の合計が四捨五入により100%にならない場合があります

出典： J.D. パワー アジア・パシフィック 2013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 2013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。