

# Press Release

J.D. パワー アジア・パシフィック報道用資料：

ナビゲーションの利用頻度が全体的に高まる傾向にある中で、操作性の改善が重要に  
ラグジュリーブランドは、4年連続でレクサス、量販ブランドは、トヨタが第1位を受賞

東京：2015年10月8日—2015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<自動車メーカー純正ナビカテゴリー>は今年で8回目の実施となる。

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。それらは「ナビゲーション機能 (39%)」、「モニター (19%)」、「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。

2015年度の顧客の総合的な満足度を示すインデックス (総合CSI) の業界平均スコアは521ポイントとなり、昨年と同じ結果となった。ブランド別では、ラグジュリーブランド平均が549ポイントで5ポイント低下、量販ブランド平均は520ポイントで2ポイント改善した。

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 執行役員である木本卓は『全体として、ナビゲーションの利用頻度が「週1-2回」から「週3-4回以上」と回答した割合が増えた一方、外部機器との接続性や操作性の分かり難さを指摘した割合も増加している。システムの機能がより豊富で高度になる中で、長く利用してもらうための”使いやすさ”をどのように訴求していくのか、車両との一体感や親和性を向上させると共に、使い方の支援まで含めた総合的な対応が一層求められる』と述べている。

## 主な調査結果

- CSI インデックスをファクター単位で見ると、昨年比でナビゲーション機能で2ポイント改善し516ポイント、音楽/映像機能で1ポイント改善し、520ポイントとなったが、モニターと操作性で各々1ポイント低下し、各々552、504ポイントとなった。
- 地図の更新を経験した割合においては、昨年より4%増え27%となった。その一方で、更新方法を知っていると答えた割合は昨年より1%微減となり、実際の更新方法では、「ディーラーに車を預けて更新した」割合が8%増加し、33%となった。
- 音楽を再生するときに接続する外部機器として、「スマートフォン」と回答した割合が昨年比7%増で、全体の34%と、もっとも高い割合を占める結果となった。その一方で外部機器の接続性/操作性の不具合経験をみると「接続の設定が面倒」と答えた割合が41%で最も高く、昨年より3%増、同様に「対応外部機器の接続を認識しない/認識に時間がかかる」と答えた割合が35%で昨年比7%増の結果となった。外部機器との接続における不具合経験の有無による満足度の差を見ると、経験有の場合で486ポイント、無しの場合で540ポイントとなり、その差は54ポイントとった。
- 次回購入意向において、総合CSIが高い値ほど、次回購入意向のナビで「標準/メーカーオプション」を選択する意向が強い。特に総合CSIが800点以上においては「標準/メーカーオプション」を選択する意向が66%であるが、500点未満の場合は50%となる。

## 総合満足度ランキング

2015年度の顧客の総合的な満足度を示すインデックス（総合CSI）の業界平均スコアは521となり、昨年と同じ結果となった。

ラグジュリーブランドセグメントでの平均は549ポイントとなり、レクサスが651ポイントで前年から50ポイントの大幅な改善となり、4年連続1位の結果となった。

量販ブランドセグメントでの平均は520ポイントで、トヨタが534ポイントで1位となった。第2位は、516ポイントでスバルとホンダが、第3位には僅差で日産、スズキ、フォルクスワーゲン（515ポイント）が続く。

当調査は、自動車メーカー純正のナビゲーションシステム（標準装備・メーカーオプションナビ、及び純正仕様の販売店装着オプションナビ\*）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。2013年4月から2015年3月に新車を購入した純正ナビ利用者を対象に2015年7月下旬から8月上旬にかけてインターネット調査を実施し、7,236人から回答を得た。

日本自動車セールス満足度調査は、J.D. パワー アジア・パシフィックが日本で実施している AUTO ベンチマーク調査の一つであり、他の2015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の満足度を測定した、2015年日本冬用タイヤ顧客満足度（W-TSI）調査を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、新車購入店の顧客満足度を測定した2015年日本自動車セールス満足度（Sales Satisfaction Index、略称SSI）調査を8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2015年日本自動車初期品質（Initial Quality Study、略称IQS）調査を本年8月に発表した。
- ・ 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2015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、2015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月に発表した。
- ・ 自動車を新車で購入後37～54ヶ月が経過した個人ユーザーを対象に、直近1年間に経験した車両の耐久品質上の不具合を測定した、2015年日本自動車耐久品質調査（Vehicle Dependability Study、略称VDS）を本年10月に初めて発表する予定である。
- ・ リプレイスタイヤを新品で購入した顧客の満足度を測定した、2015年日本リプレイスタイヤ顧客満足度調査を本年10月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。

<マグロウヒル・フィナンシャルについて>

マグロウヒル・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、J.D. パワーである。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](http://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 メトロシティ神谷町 (〒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>

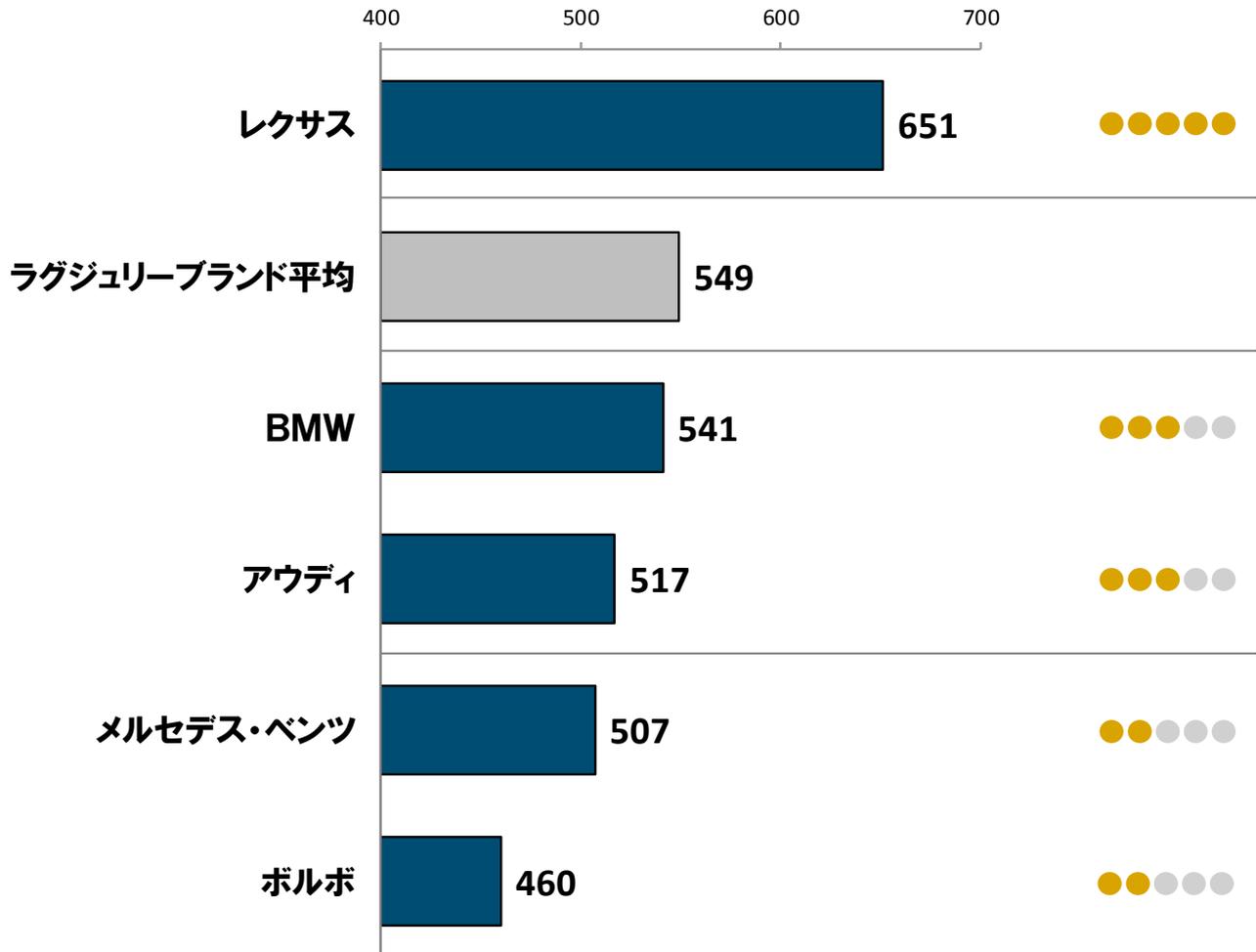
**本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。**

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## ブランド別ランキング

<自動車メーカー純正ナビ ラグジュリーブランドセグメント>  
(1,000ポイント満点)

パワー・サークル・  
レーティング<sup>TM</sup>



レーティングの説明

- ベスト
- ベター
- アベレージ
- それ以外

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査調査<sup>SM</sup>

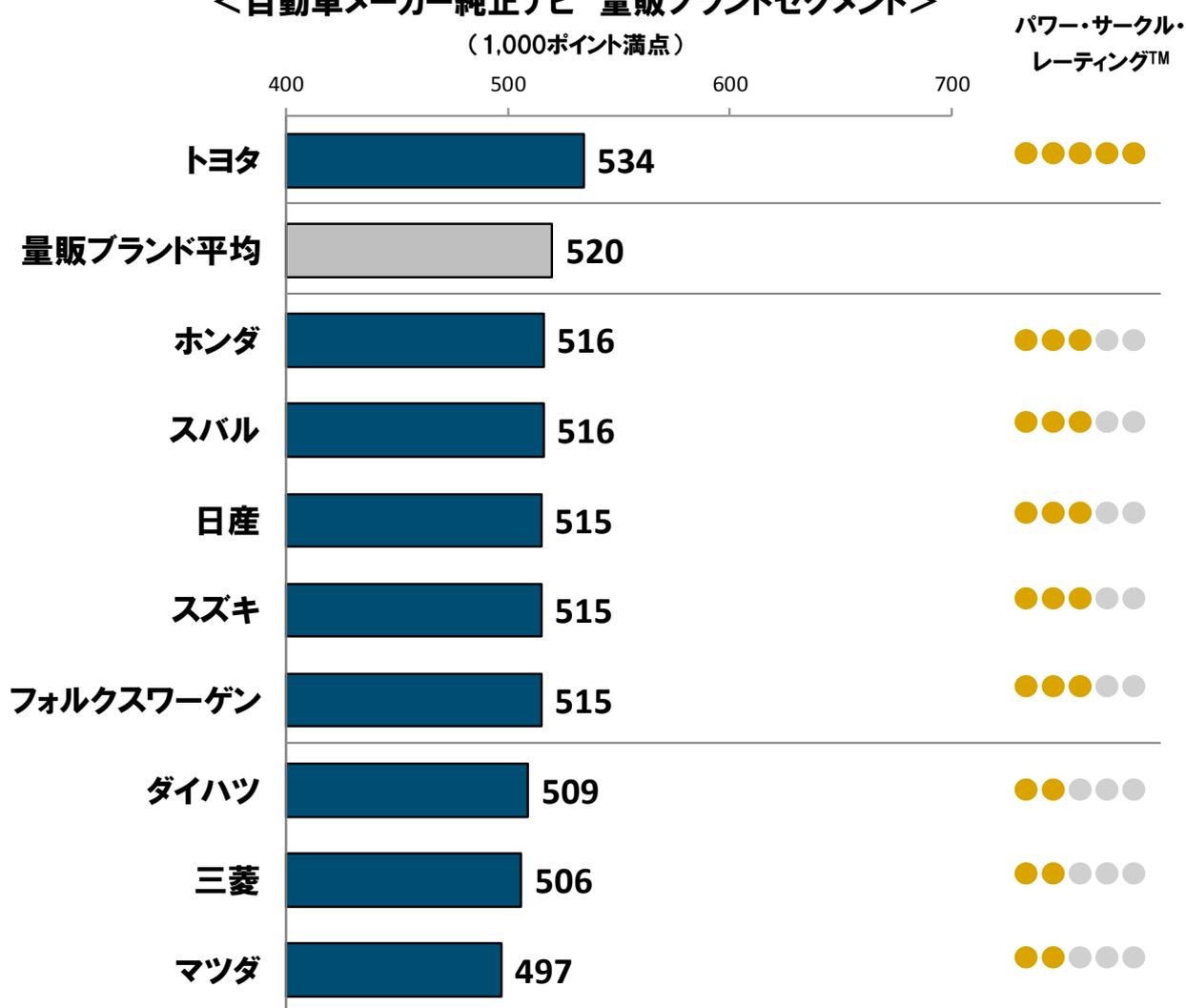
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。  
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>はJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。詳しくは<http://japan.jdpower.com/ratings/>へ。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## ブランド別ランキング

### <自動車メーカー純正ナビ 量販ブランドセグメント>

(1,000ポイント満点)



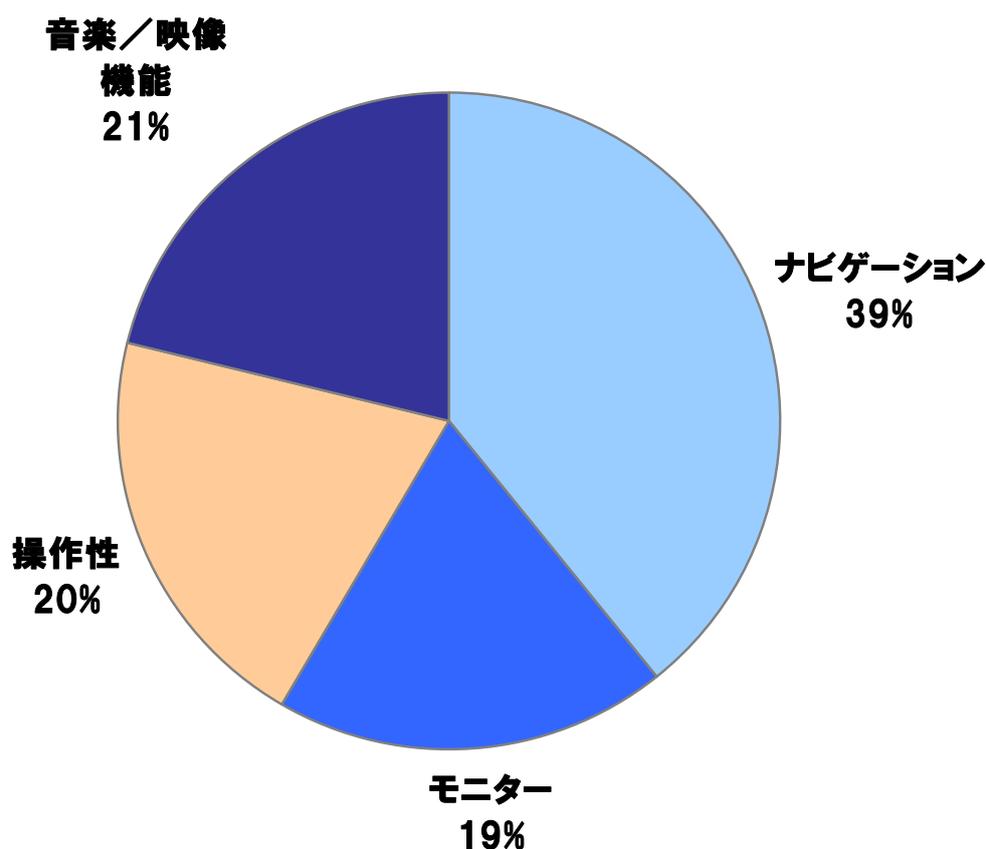
レーティングの説明  
 ●●●●● ベスト  
 ●●●●● ベター  
 ●●●●● アベレージ  
 ●●●●● それ以外

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査調査<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 2015年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査調査<sup>SM</sup>) を明記して下さい。パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>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 2015年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度を構成するファクター



※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 2015年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査<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 2015年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査<sup>SM</sup> )を明記して下さい。