

2004年12月16日

報道用資料**南アフリカで初めての自動車商品性評価調査で、BMWが第1位****2004年南アフリカ自動車商品性評価(APEAL)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：蓮見南海男、略称：J.D. パワー）は、2004年南アフリカ自動車商品性評価（Automotive Performance, Execution and Layout、略称APEAL）調査の結果を発表した。

当調査は、新車の性能や装備品、デザインに関する商品性魅力度を調べるもので、8つのカテゴリーの100項目以上の詳細項目に関するユーザー評価を1,000点満点のAPEALスコアで表す。スコアが高いほど車の商品性魅力度は高い。

8つのカテゴリーは「エンジン/トランスミッション」、「内装/インパネ」、「乗り心地/ハンドリング」、「空調関係」、「快適性/利便性」、「オーディオ」、「シート」、「スタイリング/外装」である。各カテゴリーのAPEALスコアにおける重要度は総合満足度との相関関係によって決まる。重要度は消費者の回答に基づいて車のセグメントごとに設定するため、各セグメントの車に対して南アフリカの自動車ユーザーが何を最も重視しているかを知ることができる。

今回の調査は、新車購入時から3～7ヶ月経過した車を対象とし、2003年12月から2004年4月までに新車を購入した6,700人以上から回答を得た。なお、南アフリカでは商品性評価調査を実施するのは今回が初めてである。

**欧州ブランドが魅力度で優位に立つ**

J.D. パワーが各国で実施しているAPEAL調査では、商品性魅力度の高い車は低い車に比べて売れ行きが良く販売店の利幅が高い傾向にあることが確認されている。さらに車の需要との関連性をみると、商品性魅力度の高い車ほど長期間に渡って高い残存価値を維持している。

南アフリカ新車市場では、特に乗用車で欧州ブランド車の商品性魅力度が非常に高い傾向にあることが調査の結果結果から明らかになった。ブランド別ランキングではBMWが第1位になり、以下、メルセデス・ベンツ、アウディ、ホンダ、ボルボが続いた。また、ルノー、シトロエン、フォルクスワーゲン、プジョー、ヒュンダイの10社までが業界平均を上回っている。

セグメント別ランキングでは、コンパクトカー・セグメントでフォルクスワーゲン・シティ・ゴルフが第1位になった。ランキングトップモデルの多くを新型車やフルモデルチェンジ車が占める中、シティ・ゴルフの1位は、定期的にマイナーチェンジをすることで古いデザインでも長期間に渡って商品性魅力度を維持できることを示唆している。

ローワー・スモールカー・セグメントの第1位はホンダ・ジャズだった。ジャズは、J.D. パワーが先に実施した「2004年南アフリカ自動車初期品質調査(IQS)」(新車購入後3~7ヶ月間に発生した車の不具合に関するユーザー評価)でも同セグメントのトップになっている。

アッパー・スモールカー・セグメントでは、アウディ・A3とルノー・メガーヌが同スコアで第1位になった。どちらも最近フルモデルチェンジした車である。A3は特に「エンジン/トランスミッション」、「内装/インパネ」、「空調関係」、「オーディオ」で、メガーヌは「乗り心地/ハンドリング」、「快適性/利便性」、「シート」、「スタイリング/外装」でそれぞれ高い評価を受けた。

ミディアムカー・セグメントでは、BMW・3シリーズとメルセデス・ベンツ・Cクラスが共に同スコアでトップに立った。BMW・3シリーズは8つのカテゴリーのうち5つでメルセデス・ベンツ・Cクラスを上回ったが、それ以外の「快適性/利便性」、「オーディオ」、「スタイリング/外装」ではCクラスがリードしている。3シリーズは初期品質でも同セグメントで第1位になった。

バックシー・セグメント\*のトップモデルは、0.5トンのクラスではオペル・コルサ・ユーティリティ、1トンのクラスはフォード・レンジャーだった。

\*南アフリカにおける小型バン

J.D. パワーは、南アフリカ以外にも現在、米国をはじめ、欧州、アジアの各国で APEAL 調査を実施している。BMW、メルセデス・ベンツ、アウディ、ボルボは2004年米国 APEAL 調査でも非常に高い商品性魅力度を示している。マツダ、三菱、日産、トヨタについては、南アフリカではスコアが業界平均を下回っているものの、米国では業界平均以上を獲得していた。この違いは主に米国と南アフリカで販売されている車種構成が大きく異なっているためと考えられる。

南アフリカ自動車商品性評価調査は、同国の自動車商品魅力度のベンチマークを設定することを目的に J.D. パワーが独自に実施するものである。アンケートの郵送面で南アフリカ運輸省の協力を得ている。当調査は南アフリカで販売されているほとんど全てのブランドが対象となっている。調査を通じて今回初めて、南アフリカ市場における車の魅力度に関する総合的な評価がメーカーと消費者双方に対して明らかになった。

当調査では8ページにわたる広範な内容のアンケートを郵送で送付・回収している。電話によるインタビューなど他の調査手法より、詳細かつ正確なデータの収集が可能となっている。データにはユーザーによる不具合の指摘、問題の深刻な不具合、100以上にわたるさまざまな角度からの評価が含まれる。

J.D. パワーは、自動車メーカーが消費者の好みや購買行動を理解できるように第三者機関の立場から消費者の実際の所有体験に基づいた品質や顧客満足度の評価を実施し、世界的に認められている。

また消費者に対しては調査結果を公表し、新車購入の際の参考情報として活用してもらっている。

当調査に加えて、今後、継続的に実施していく南アフリカ自動車市場に関する調査には、新車購入後 10～21 ヶ月経過した車を対象に、「車の品質と信頼性」、「車の魅力」、「アフターサービス」、「維持費」の4つのファクターに関して顧客の総合的な満足度を調べる「南アフリカ自動車顧客満足度（CSI）調査」がある。この調査結果は南アフリカの自動車雑誌『カー（CAR）』と共同で別途発表する予定である。

<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 J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（略称 JDPA、本社米国カリフォルニア州）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。インターネット上でホームページを開設しており、会社概要や提供しているサービスなどの情報を次のアドレスで入手できる。

J.D. パワー アジア・パシフィック ホームページ <http://www.jdpower.co.jp>

<当調査に関するお問合わせ先>

(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・グループ 川野

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

電 話： 03-3459-1865

F A X： 03-3459-1810

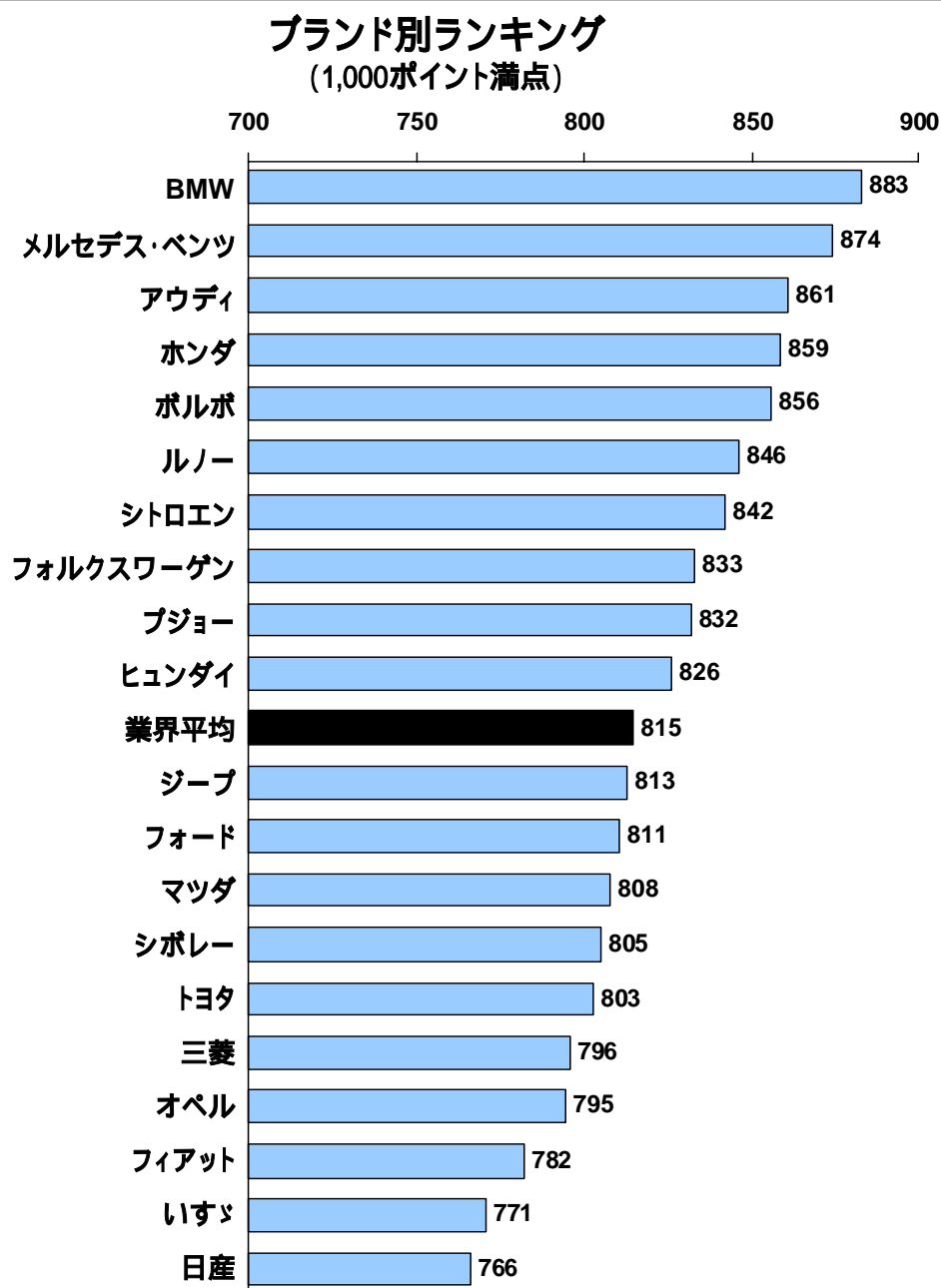
e-mail： [mkawano@jdpower.co.jp](mailto:mkawano@jdpower.co.jp)

<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・アンド・アソシエイツ

## 2004年南アフリカ自動車商品性評価 (APEAL) 調査<sup>SM</sup>



注) アルファロメオ、クライスラー、ダイハツ、ジャガー、起亜、ランドローバー、MG、ミニ、ローバー、スマート、スバルはサンプル数不足のため、ランキングには含まれていません。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年南アフリカ自動車商品性評価調査<sup>SM</sup>

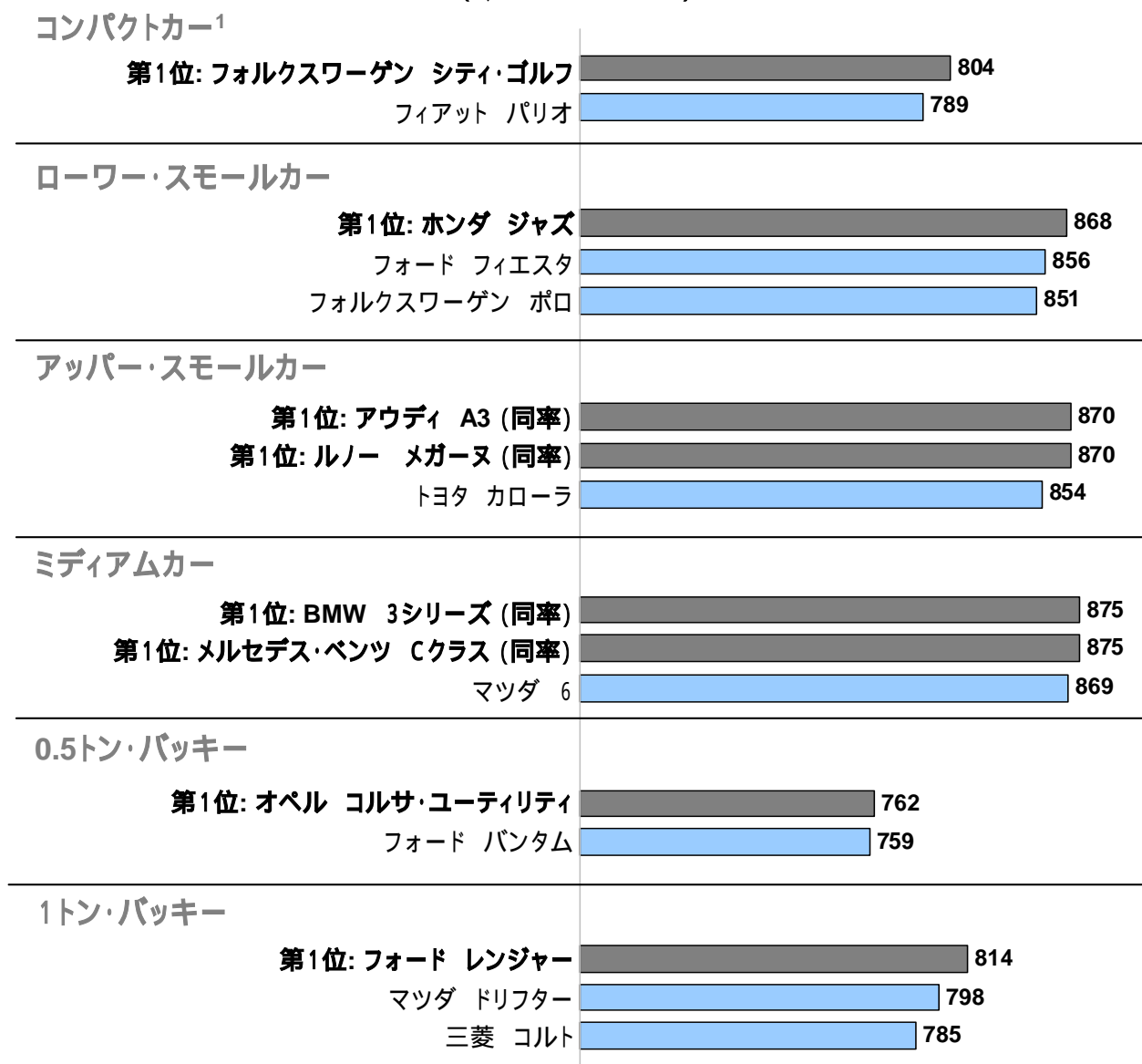
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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・アンド・アソシエイツ 2004年南アフリカ自動車商品性評価調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

# J.D. パワー・アンド・アソシエイツ

## 2004年南アフリカ自動車商品性評価 (APEAL) 調査<sup>SM</sup>

### セグメント別ランキング (1,000ポイント満点)



<sup>1</sup>「コンパクトカー」セグメントは「ローワー・コンパクトカー」と「アッパー・コンパクトカー」の両セグメントから成る。

注) 受賞対象セグメントとしたのは、必要サンプル数を満たしたモデルが3モデル以上あり、さらにランキング対象モデルがセグメント販売台数の67%以上を占めるセグメントのみ。そのため、「ラグジュアリーカー」、「スポーツカー」、「MPV」、「SUV」については、今回、受賞対象セグメントとしなかった。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年南アフリカ自動車商品性評価調査<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・アンド・アソシエイツ 2004年南アフリカ自動車商品性評価調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。