

2004年10月26日

報道用資料**クライスラー・300/300C、シボレー・マリブなど新モデルの商品性魅力度が大幅に向上****2004年米国自動車商品性評価(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、蓮見南海男社長、略称J.D. パワー）は、2004年米国自動車商品性評価（Automotive Performance, Execution and Layout、略称APEAL）調査の結果を発表した。

当調査は、米国の新車所有者を対象に、新車購入90日後の車の性能やデザインに関する商品性魅力度についてユーザー評価を調べるものである。9回目となった今年の調査では102,951人から回答を得た。評価の内容は、「エンジン/トランスミッション」、「乗り心地/ハンドリング」、「快適性/利便性」、「シート」、「内装/インパネ」、「空調関係」、「オーディオ」、「スタイリング/外装」の8つのカテゴリーで構成されている。

商品性魅力度は再販価格に直接影響

今年の調査対象には43車種の新型車とフルモデルチェンジ車が含まれており、この数年では最も多い。新型車やフルモデルチェンジ車が相次いで投入される中、いくつかのフルモデルチェンジ車が大胆なスタイリングや目新しい装備品でユーザーの心をとらえ、旧モデルよりも商品性魅力度を高めることに成功していることが調査結果から明らかになった。

中でもシボレー・マリブとクライスラー・300/300Cは、旧モデルに比べてスコアが大幅に向上している。マリブは「内装/インパネ」で、300/300Cは「外装/スタイリング」でそれぞれトップのスコアを獲得した。さらに、どちらも旧モデルよりエンジンの馬力が強化され「エンジン/トランスミッション」の評価が著しく高まっている。

「顧客の関心を一目で引く車については、顧客は『どのような車なのか、もっと知りたい』と思う傾向にある。メーカーにとって新モデルの投入やモデルチェンジは、そのモデルのライフ・サイクルの中でこうした傾向をうまく利用するための良いチャンスと成り得る」とJ.D. パワー・アンド・アソシエイツの品質調査責任者でパートナーのジョー・アイヴァーズはコメントしている。

新型車では、日産・アルマーダ、シボレー・エクイノックス、ポンティアック・GTOがそれぞれ該当

セグメントのトップに立った。

ブランド別ランキングでは、今年もレクサスが第1位になった。レクサスは「エントリー・ラグジュアリー-SUV」セグメントと「プレミアム・ラグジュアリー-SUV」セグメントでRX330とLX470がそれぞれトップモデルになっている。高級車ブランドの中で前年に比べ商品性魅力度が最も向上したのはキャデラックとジャガーだった。キャデラックではほとんど全てのモデルが向上したが、中でも新型SRXが特に高い評価を得た。ジャガーの向上の主な要因は、アルミニウム・ボディ構造を採用した新型XJが旧モデルの商品性魅力度を大きく上回ったことにある。また大衆車ブランドの中で最も商品性魅力度が向上していたのはマツダと三菱である。マツダは新マツダ・3とRX8、三菱は新型ギャランとエンデバーの高評価がブランドの魅力向上につながった。日産はアルマーダ、タイタン、クエストなど、今回も新規投入車が高いスコアを獲得した。

高い商品性魅力度は消費者とメーカーの双方にメリット

車の残存価値を維持する要因としても、商品性魅力度が重要な要因として挙げられる。パワー・インフォメーション・ネットワーク*の分析によると、商品性魅力度が高い車は、中古になっても価値が下がりにくい傾向がみられる。また、魅力度に加えて、J.D. パワーの耐久品質調査で調べているユーザーが実際に感じている車の耐久品質も、長期保有後の実際の品質と同様、価格維持の要因となっている。

「商品性魅力度が高い車は新車市場だけでなく中古になっても人気が高く、従って中古車市場でも価格が高い傾向にある。消費者にとっては買い替え時の下取り価格が高くなることになり、また自動車メーカーにとってはリースが終了した車を再販する場合、同じ車から高い利益を2度得ることが可能となる」（ジョー・アイヴァーズ）。

*パワー・インフォメーション・ネットワーク（Power Information Network）

北米の自動車ディーラーの車両販売に関する全てのデータを毎日収集する仕組みで、自動車産業に関わる多くの人々の意思決定を行う際の情報として活用されている。

<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・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

<ご注意>

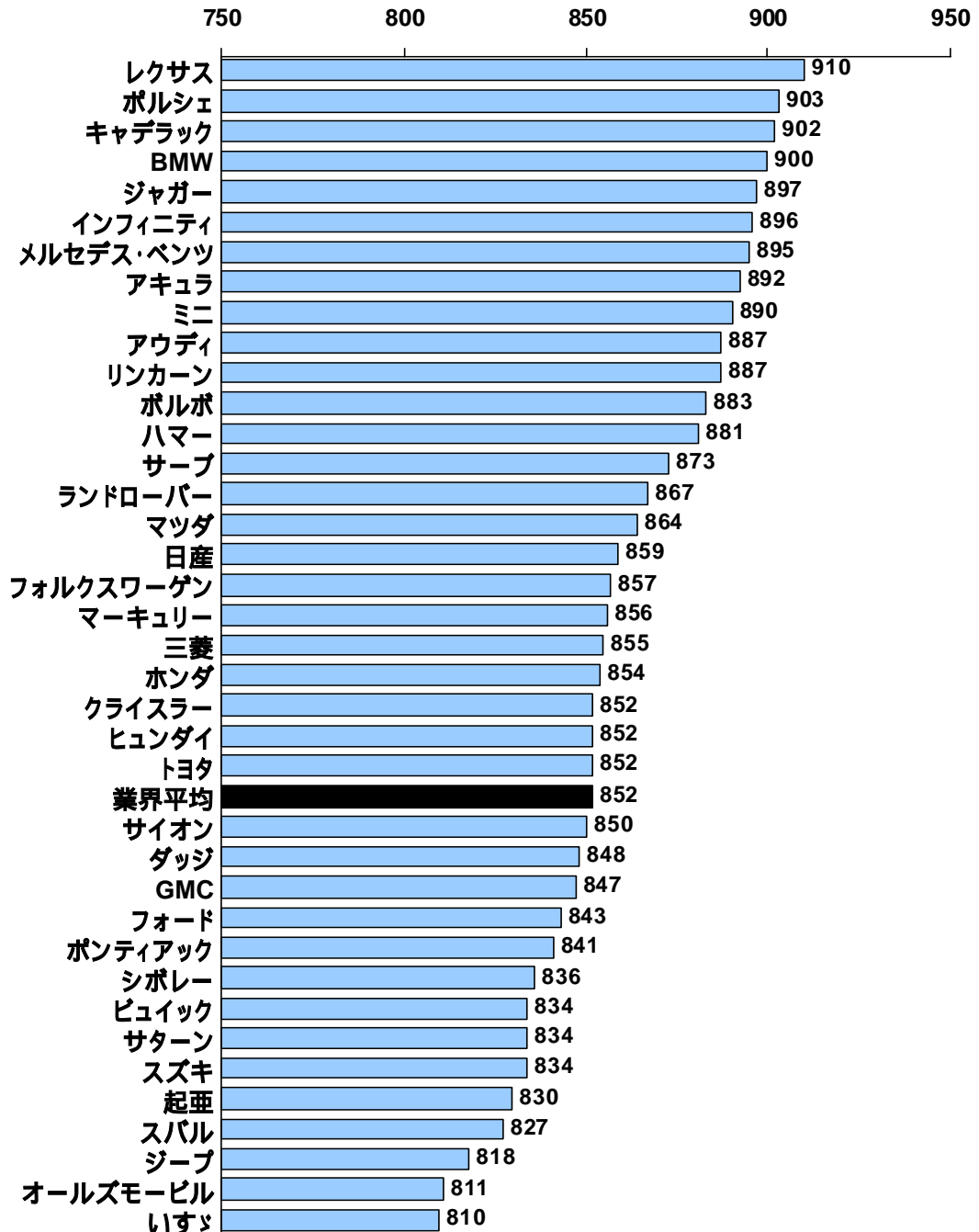
本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ

2004年米国自動車商品性評価 (APEAL) 調査SM

ブランド別ランキング

(1,000ポイント満点)



出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国自動車商品性評価調査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・アンド・アソシエイツ 2004年米国自動車商品性評価調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ

2004年米国自動車商品性評価 (APEAL) 調査SM

セグメント別ランキング トップ3モデル

乗用車セグメント

コンパクト ¹
第1位: ミニ クーパー マツダ 3 トヨタ プリウス
エントリー・ミッドサイズ
第1位: シボレー マリブ ヒュンダイ ソナタ 起亜 オプティマ
プレミアム・ミッドサイズ
第1位: ボルボ S40 (2004.5) 日産 マキシマ 起亜 アマンティ
フルサイズ
第1位: マーキュリー マローダー マーキュリー グランドマーキー フォード クラウンビクトリア
エントリー・ラグジュアリー
第1位: シボレー 300シリーズ (2005) アキュラ TL キャデラック CTS (同率) レクサス IS 300/IS 300 スポーツクロス (同率)
ミッド・ラグジュアリー
第1位: BMW 5シリーズ・セダン キャデラック ドゥビル リンカーン タウンカー
プレミアム・ラグジュアリー ²
第1位: BMW 7シリーズ レクサス LS 430 ジャガー XJ
スポーティー
第1位: ポンティアック GTO フォルクスワーゲン GTI ヒュンダイ ティブロン (同率) ダッジ SRT-4 (同率)
プレミアム・スポーツ
第1位: ボルシェ ボクスター ボルシェ 911 BMW Z4

トラックセグメント

コンパクト・ピックアップ
第1位: スバル バハ GMC キャニオン フォード エクスプローラースポーツトラック
ライト・デューティー・フルサイズ・ピックアップ
第1位: キャデラック エスカレードEXT 日産 タイタン フォード F-150 LD
ヘビー・デューティー・フルサイズ・ピックアップ
第1位: ダッジ ラムピックアップHD GMC シエラ HD フォード F-250/F-350 スーパーデューティ
エントリーSUV
第1位: シボレー エクイノックス (2005) ホンダ エlement フォード エスケープ (2005)
ミッドサイズSUV
第1位: 日産 ムラーノ 起亜 ソレント ダッジ デュランゴ
フルサイズSUV
第1位: 日産 アルマーダ トヨタ セコイア GMC ユーコン (合計)
エントリー・ラグジュアリーSUV
第1位: レクサス RX 330 インフィニティ FXシリーズ BMW X5
プレミアム・ラグジュアリー SUV
第1位: レクサス LX 470 レクサス GX 470 キャデラック エスカレード/エスカレードESV
コンパクト・バン
第1位: トヨタ シエナ 日産 クエスト マーキュリー モントレー

¹「エントリー・コンパクト・カー」と「プレミアム・コンパクト・カー」の2セグメントから成る。

²「プレミアム・ラグジュアリー・カー」と「ラグジュアリー・スポーツ・カー」の2セグメントから成る。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2004年米国自動車商品性評価調査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・アンド・アソシエイツ 2004年米国自動車商品性評価調査SM) を明記して下さい。