

2004年4月14日

報道用資料ハイブリッドやクリーン・ディーゼルへの米国消費者の認知度高まる**2004年自動車代替エンジン米国消費者意識調査**

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、蓮見南海男社長、略称 J.D. パワー）は、2004年自動車代替エンジン米国消費者意識調査の結果を発表した。

米国では引き続きガソリン価格が急騰していることから、消費者の間でクリーン・ディーゼル・エンジンやハイブリッド・エンジン搭載車に対する関心が高まっていることが調査結果から明らかになった。

今回の調査では過去3年間に新車を購入した7,126人の米国の消費者から回答を得たが、その75%以上がハイブリッド・エンジン技術を知っていた。これに対し、クリーン・ディーゼル・エンジン技術を知っていた人の割合は40%だった。また従来からある内燃エンジンを搭載する車の所有者では、57%がハイブリッド・エンジン技術について「非常によく知っている」または「多少知っている」と回答しており、クリーン・ディーゼル・エンジン技術については39%が同様の回答を行った。

消費者はクリーン・ディーゼル・エンジンの出力、トルク、確かな技術に関心を示しているが、一方で維持費や点検修理施設の数に懸念を抱いている。またハイブリッド・エンジンについては燃料費節約に加え環境に良い点を支持している反面、信頼性やバッテリー・パックの寿命、性能（特に加速）を危惧している。

今後もガソリンの平均価格が右肩上がりに上昇すれば、クリーン・ディーゼル車やハイブリッド車は確実に販売台数を伸ばすものと予測される。調査結果では、1ガロン当たりのガソリン価格について消費者は毎年平均して2%ずつ上昇すると予測しているが、6%以上とする人も全体の約4分の1を占めた。

クリーン・ディーゼル車を新車で購入した場合の従来型エンジン搭載車との価格差は平均で2,500ドル前後、ハイブリッド車では4,000ドル前後となっている。大部分の消費者はハイブリッド車やクリーン・ディーゼル車購入の先行投資コストを燃料費節約によって相殺したいと考えているが、それには数年を要することになるだろう。

クリーン・ディーゼル・エンジンに対する消費者の需要はハイブリッド・エンジンを上回っていた。しかし初のクリーン・ディーゼル車が市場に出回るまでにはまだ最低2年待たなければならない。また販売が開始されても、自動車メーカーではクリーン・ディーゼル車の生産台数をハイブリッド車よりも少なく計画するとみられているため、クリーン・ディーゼル車販売は少なくとも数年間は、ハイブリッド車に後れを取ることになるだろう。

<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>

<本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 川野

住 所： 東京都中央区日本橋富沢町 10-16 マイアーク日本橋ビル (〒103-0006)

電 話： 03-5695-4568

F A X： 03-5695-0617

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。