

Press Release

報道用資料

2005年12月26日

中国自動車初期品質、5つのセグメントのうち3つでトヨタがトップ

2005年中国自動車初期品質調査 (IQS)

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、2005年中国自動車初期品質調査（Initial Quality Study、略称 IQS）の結果を発表した。

当調査は、新車購入時から2～6ヶ月経過した車の所有者を対象に、中国における自動車の初期品質を調べるものである。車両性能別に9つのカテゴリーに分類された135項目に関するユーザー不満を、100台当たりの不具合指摘件数（単位はPP100：Problems per 100 Vehicles、数値が小さいほど不具合指摘が少なく、品質が良いことを示す）として算出する。9つのカテゴリーは「走行性能分野」、「装備品分野」、「シート分野」、「空調関係分野」、「オーディオシステム分野」、「外装分野」、「内装分野」、「トランスミッション分野」、「エンジン分野」である。

新車を購入した個人ユーザーを対象として、中国の主要20都市で2005年7月から9月にかけて面接調査を実施し、6,514人から回答を得た。なお、中国では2000年から当調査を実施してきたが、結果を公表するのは今回が2回目である。

中国の自動車初期品質が引き続き大幅に改善

<セグメント別ランキング>

プレミアム・ミッドサイズカー・セグメントでは、トヨタ・カムリが第1位だった。不具合指摘件数は70PP100で全セグメントを通して最も少なく、特に走行性能、装備品、空調関係、内装、トランスミッションにおいて少なかった。以下、第2位にはマツダ・6（109PP100）、第3位にはホンダ・アコード（110PP100）が続いた。

競争の激しいエントリー・ミッドサイズカー・セグメントでは、147PP100でトヨタ・ヴィオスが第1位にランクされた。ヴィオスは走行性能と装備品における不具合指摘が少なかった。続いて第2位にホンダ・フィット（153PP100）、第3位にフォルクスワーゲン・ポロ（159PP100）が入った。フィットは外装、内装、トランスミッション、エンジンにおいて同セグメントで不具合指摘件数が最も少なかった（外装では日産・ティーダと同点）。

ミッドサイズカー・セグメントではトヨタ・カローラが130PP100で第1位、日産・サニー（134PP100）が第2位、フォルクスワーゲン・ポラ（145PP100）が第3位だった。カローラはエンジンと装備品における不具合指摘が少なかった。

コンパクトカー・セグメントではシボレー・スパークが296PP100で第1位になった。第2位には奇瑞・QQ（391PP100）、第3位には天津・シャリ（424PP100）が入った。スパークは9つの分野のうち走行性能、シート、空調関係、オーディオシステム、外装、エンジンの6つで他のコンパクトカー・モデルより不具合指摘が少なかった（空調関係では奇瑞・QQと同点）。

販売台数が増えているMPVセグメントではホンダ・オデッセイが106PP100で第1位だった。第2位にはビュイック・GL8（151PP100）、第3位には東風・フューチャー（183PP100）が入った。

< 中国自動車業界全体に関する調査結果 >

中国における不具合指摘件数の業界平均は 236PP100 で、2004 年から 11% (29PP100) 改善した。2000 年の第 1 回目の調査以来、不具合指摘件数はほぼ 50% 減少している。

初期品質の優れた新モデルが相次いで投入され、中国市場は競争がより激化している。現行モデルの不具合指摘件数が平均 242PP100 であったのに対し、新規投入モデルでは 177PP100 となっており、市場において品質の高いモデルの数が増加していることがわかる。

中国の初期品質は 9 つ全ての不具合指摘分野で改善しているが、なかでもオーディオシステム、シート、装備品の 3 つの分野において著しく向上している。オーディオシステムは昨年に比べ 32%、シートは 21%、装備品は 18% 改善した。エンジン、トランスミッション、走行性能は 5 % 以下の改善に留まった。

不具合指摘の 4 分の 1 は走行性能だったが、米国では同じ分野の不具合指摘は全体の 15% である。また、ガソリン価格の高騰が続く影響で中国の新車所有者は、燃費の悪さに不満を表している。10 人に 1 人 (12%) 以上の顧客が、燃費効率の良さを新車購入の最も重要な理由として挙げている。

中国新車市場の約 4 分の 1 を占める中国国産メーカーが海外のメーカーとほぼ同じペースで品質改善を示している。しかし大幅な改善にも関わらず、国産と海外メーカーの間には依然として大きな差が存在している。国産メーカーは海外への輸出に関心を示しているが、他の競争の激しい市場において消費者に受け入れられるためには品質レベルの向上が必須といえる。成熟市場においては製品品質に対する消費者の期待を満たすことが重要となるのである。世界の各市場で中国国産車が成功するか否かは、品質や信頼性、耐久性の面で海外メーカーにどれだけ早く追いつけるかにかかっている。

初期品質は顧客を維持することと顧客の推奨意向において重要な役割を担っている。実際に経験した不具合件数が当初予想したより少なかった顧客では、39% が「必ず友人・知人に車を推奨する」と答え、19% が「次も必ず同じブランドの車を購入する」と答えている。経験した不具合件数が予想より多かった顧客では「必ず推奨する」と答えたのは 15%、「次も同じブランドを購入する」と答えたのはわずか 7% だった。

< 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・アンド・アソシエイツ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。ISO9001 およびプライバシーマーク取得。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 www.jdpower.co.jp まで。

< J.D. パワー・アンド・アソシエイツについて >

ザ・マグロウヒル・カンパニーズの一部門である J.D. パワー・アンド・アソシエイツ (本社: 米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ) は、マーケティング・リサーチ、生産・販売予測、コンサルティング、教育・トレーニングおよび顧客満足度調査を実施している国際的な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っている。ISO9001 取得。

< ザ・マグロウヒル・カンパニーズについて >

1888 年に設立されたザ・マグロウヒル・カンパニーズは、スタンダード&ブアーズ、マグロウヒル・エデュケーション、ビジネスウィークなどを通じて金融サービス、教育、ビジネスに関する情報を提供している国際的な情報サービス企業である。世界 40 カ国に 300 カ所以上の拠点を有し、2004 年の売上高は 53 億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト www.mcgraw-hill.com まで。

< 当調査に関するお問い合わせ先 >

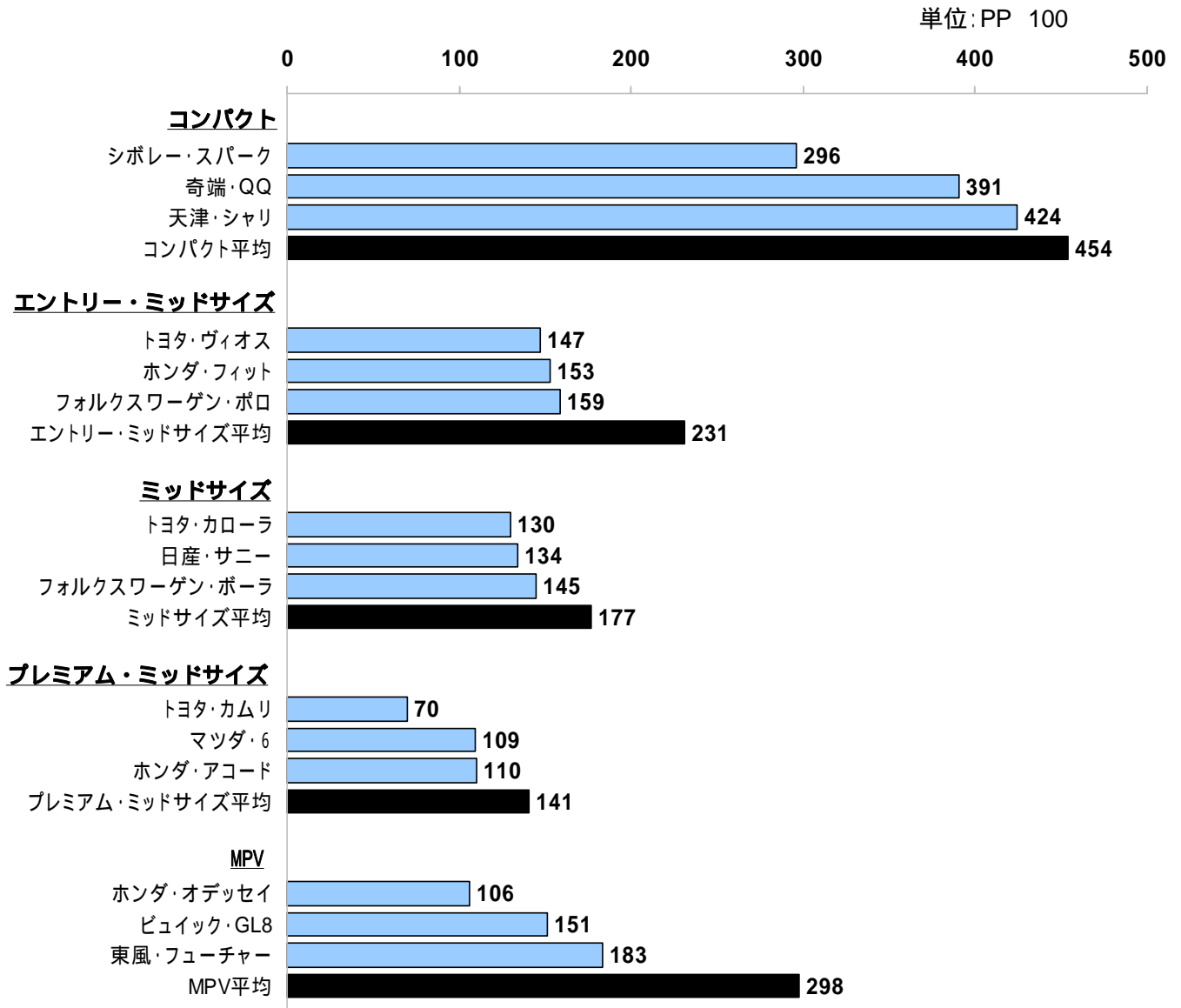
(株) J.D. パワー アジア・パシフィック
コーポレート・コミュニケーション・グループ 川野
住 所: 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル (〒105-0001)
電 話: 03-3459-1865
F A X: 03-3459-1810
e-mail: maki_kawano@jdpower.co.jp

< 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 2005年中国自動車初期品質調査SM (IQS)

セグメント別ランキング トップ3モデル (スコアが低いほど、不具合指摘が少ないことを示す)



注) プレミアム・コンパクトカー・セグメント、エントリー・ラグジュアリーカー・セグメント、ラグジュアリーカー・セグメント、SUVセグメントはサンプル数不足のため、ランキングは実施していません。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年中国自動車初期品質調査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 2005年中国自動車初期品質調査SM)を明記してください。