

報道用資料

2005年11月11日

インドにおける新車購入で、消費者の5分の2が別モデルを検討

2005年インド自動車エスケープト・ショッパー調査

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、2005年インド自動車エスケープト・ショッパー（Escaped Shopper）調査の結果を発表した。

今回が初の実施となった当調査では、消費者が当初検討した車の購入を止めて別の車を買う理由を分析している。また、消費者の視点で、競合車と比較した場合の車の長所と短所を明らかにする。メーカーは当調査の結果を基に、自社の車が消費者に選ばれなかったことによる売上損失の影響を分析することができる。

今年の調査は、2005年3月から5月にかけて面接調査を実施し、新車市場における乗用車および多目的車の潜在顧客2,000人以上から回答を得た。

購入を止める理由で最も多いのは、価格と資金調達に関する問題

インドでは消費者のほぼ5分の2（38%）が新車購入の際に、実際に購入した車の他に少なくとも1つ以上の他モデルを検討していることがわかった。また、最も多く検討される自動車メーカーは、マルチ・スズキとヒュンダイだった。さらに、小型車の購入者に比べ、ミッドサイズやプレミアム・ミッドサイズの購入者の方が複数のメーカーを検討する傾向にあることがわかった。

新車購入者が検討した車両を購入しない理由としては、車両価格や資金調達に関する問題が最も多く挙げられた。次に多く挙げられた理由は燃費だった。初期費用と維持費の両方の点で、どの程度費用がかかるかがインドの新車購入者にとって車購入の際の主要な検討材料になっている。インド市場の既存メーカーおよび進出を予定しているメーカーは、以上のような消費者の意識を理解し、商品企画の過程において組み込む必要がある。

<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なっている。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&プアーズ、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： 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。