

Press Release

報道用資料

2005年10月27日

軽自動車の商品性魅力度調査で、ホンダ・ライフが2年連続で第1位**2005年日本軽自動車商品性評価(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、2005年日本軽自動車商品性評価（Automotive Performance, Execution and Layout、略称 APEAL）調査の結果を発表した。

当調査は、軽自動車を新車で購入後、2～7ヶ月が経過した個人ユーザーを対象に、軽自動車の性能やデザインなどに関する商品性魅力度に対する評価を調べるものである。評価の内容は、「スタイリング/外装」、「エンジン/トランスミッション」、「快適性/利便性」、「内装/インパネ」、「オーディオ」、「乗り心地/ハンドリング」、「シート」、「空調関係」の8カテゴリー、110項目以上にわたる。

5回目となった今年の調査は2005年7月に郵送調査を実施し、2004年12月から2005年5月の間に軽自動車を新車で購入した2,906人から回答を得た。調査対象車は軽自動車市場における販売シェアの約99%を占める28モデルである（メーカー数は7社）。

魅力度ランキング2位はダイハツ・ムーヴラテ、3位はスズキ・ラパン

今回ランキングの対象となった11モデル中、ホンダ・ライフが686ポイント（1,000ポイント満点）で2年連続第1位となった。ライフは8カテゴリーすべてにおいて業界平均を上回った。また、昨年同様、「内装/インパネ」、「乗り心地/ハンドリング」と「オーディオ」では、対象モデル中で最も評価が高く、これらのカテゴリーで特に高い競争力を維持していることがわかった。

第2位はダイハツ・ムーヴラテが682ポイントで入った。昨年の夏に市場投入された新規モデルのムーヴラテは、8カテゴリーすべてにおいて業界平均を上回り、特に「空調関係」と「シート」で対象モデル中最も高い評価を得ている。

第3位にはスズキ・ラパン（664ポイント）、第4位にはスバル・R2（662ポイント）がランクインした。ラパンは「スタイリング/外装」で、R2は「エンジン/トランスミッション」でそれぞれ対象モデル中最も高い評価を得ており、各モデルの特徴がユーザーに高く評価されていることがわかった。

第5位のダイハツ・ムーヴ（658ポイント）も、1位と2位のモデルと同様に8カテゴリーすべてにおいて業界平均を上回っている。次いでダイハツ・タント、日産・モコが続き、以上7モデルが業界平均を上回った。

軽自動車の魅力度競争がますます激化

昨年までと同様、軽自動車の魅力度の総合的な評価には、8つのカテゴリーのうち「スタイリング/外装」が最も大きく影響することがわかった。続いて「エンジン/トランスミッション」、「内装/インパネ」、「快適性/利便性」の順で影響度が高い。ランキング上位のモデルは、いずれも「スタイリング/外装」で評価が高いという共通点を持っており、その上で各モデルは各々の異なる強みによって商品の特徴を演出しているといえる。

また、今年はランキング 1 位から 5 位までの点差がわずか 28 ポイントだった。これは昨年調査の 1 位と 2 位の差にほぼ相当する。こうした状況から、各モデル間の魅力度競争が一層激化していることが読み取れる。

登録車を含めた新車市場の大幅な拡大が期待できない中、軽自動車メーカーにとって、魅力度の点でコンパクトカーを含め他社より高いユーザー評価を得ることが重要となる。各メーカーはユーザーの軽自動車に対する期待の変化を的確に読み取り、商品の新たな魅力を継続的に創造し続ける必要があるだろう。

<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

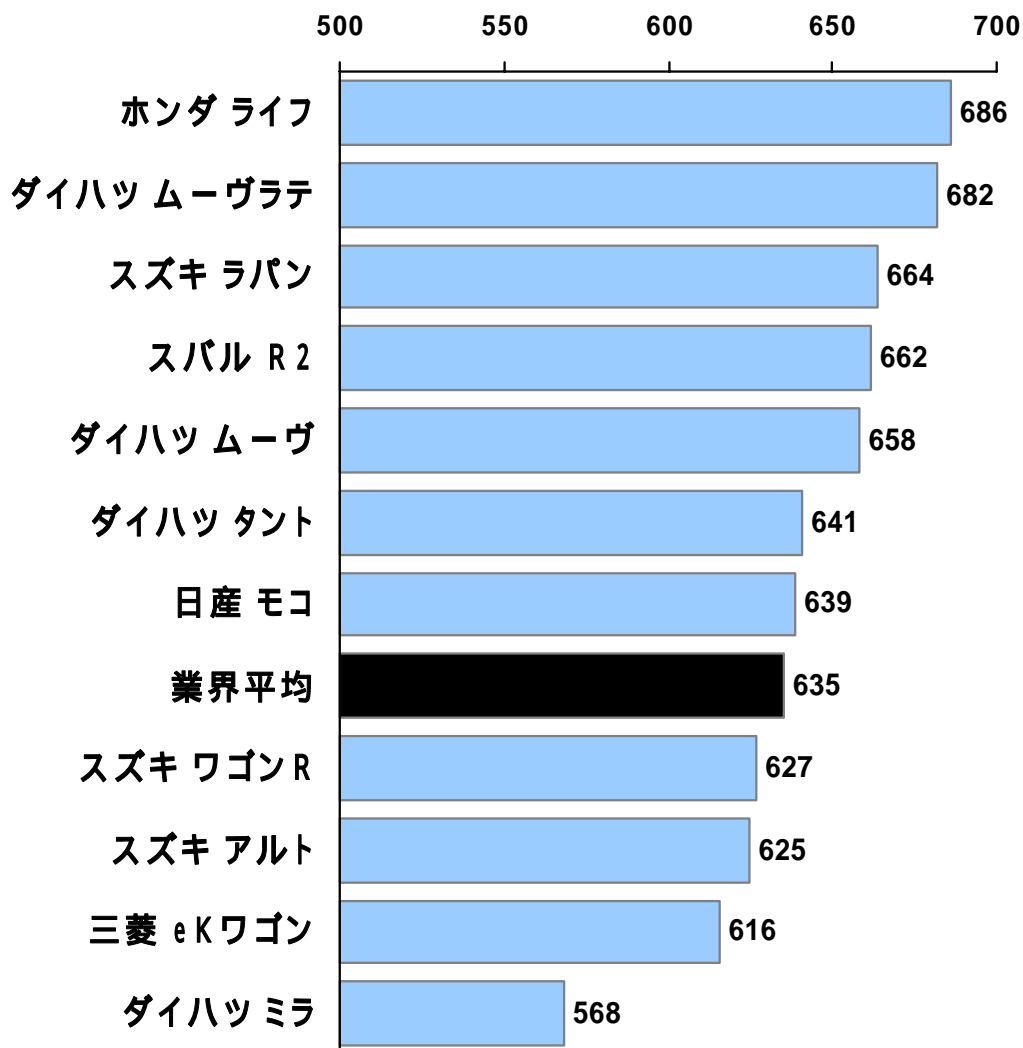
<ご注意>

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。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本軽自動車商品性評価(APEAL)調査SM

モデル別ランキング

(1,000ポイント満点)



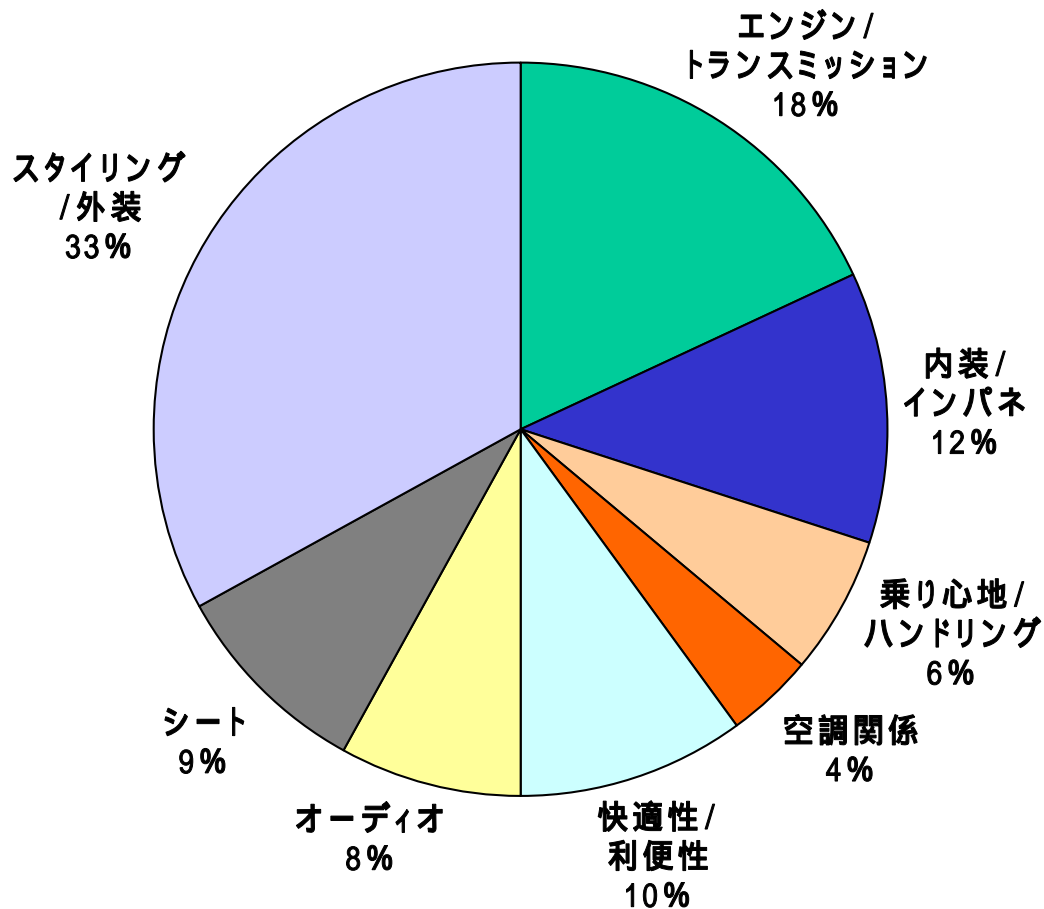
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本軽自動車商品性評価調査SM

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 アジア・パシフィック 2005年日本軽自動車商品性評価調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本軽自動車商品性評価(APEAL)調査SM

総合APEALスコアを構成するファクター



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本軽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 アジア・パシフィック 2005年日本軽自動車商品性評価調査SM)を明記して下さい。