

Press Release

報道用資料

2006年2月28日

タイの新車購入者は快適性と利便性を重視**2005年タイ自動車商品性評価(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年タイ自動車商品性評価（Automotive Performance, Execution and Layout、略称 APEAL）調査の結果を発表した。

当調査は、新車購入時から2～6ヶ月経過した車の所有者を対象に、タイにおける自動車の性能や装備品、デザインに関する商品性魅力度を調べるものである。3回目となる今回の調査では、2005年7月から2005年9月に面接調査を実施し、2005年1月から2005年7月の間に新車を購入した3,233人から回答を得た。調査対象者は10ブランド41モデル（乗用車、ピックアップ・トラック、ユーティリティ・ビークル）である。

評価の内容は、「エンジン/トランスミッション」、「内装/インパネ」、「乗り心地/ハンドリング」、「空調関係」、「快適性/利便性」、「オーディオ」、「シート」、「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。

ホンダとトヨタのモデルが各セグメントのランキングで第1位

新車の所有経験全般に関する満足度に対して、「快適性/利便性」の影響度が増していることが今回の調査からわかった。

新車購入者は依然として「スタイリング/外装」と「エンジン/トランスミッション」を車の魅力度を判断する上で最も重要な要素と考えているものの、「快適性/利便性」を重視する傾向も強まっている。タイのような競争の激しい市場でブランドやモデルの差異化を図るためには、高いレベルの「快適性/利便性」を提供することがますます必要となっている。このことは各セグメントでトップとなったモデルに対する顧客の評価に表れている。これらのモデルは、それぞれのセグメントにおいて総合的な評価で最も高いスコアを得ただけでなく、「快適性/利便性」カテゴリーにおいてもトップとなっている。

セグメント別ランキングでは、エントリー・ミッドサイズカー・セグメントでホンダ・シティが843ポイントを獲得し、2年連続で第1位になった。シティは8つのカテゴリーのうち「内装/インパネ」、「快適性/利便性」、「シート」でセグメント中最も高い評価を得ている。以下、第2位はホンダ・ジャズ(840)、第3位にはトヨタ・ヴィオス(836)が続く。

ミッドサイズカー・セグメントでは、トヨタ・カローラ・アルティスが868ポイントで第1位になった。カローラ・アルティスは5つのカテゴリーにおいてセグメント中で最も高い評価を得た。第2位はシボレー・オプトラ(862)で、「乗り心地/ハンドリング」、「シート」、「スタイリング/外装」でトップのスコアをマークした。第3位は日産・サニー・ネオ(854)だった。

ピックアップについてはシングルキャブ、エクステンドキャブ、ダブルキャブの3つのセグメントに分けてランキングを実施しているが、トヨタ・ハイラックス・ヴィーゴの各モデルがこれら全てのセグメントで第1位にな

った。さらにハイラックス・ヴィーゴは、3つのセグメントで共通して「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」でトップの評価を得ている。

シングルキャブ・セグメントでは、ハイラックス・ヴィーゴ(861)は4つのカテゴリで同セグメント中最高いスコアを獲得した。第2位は日産・フロンティア(855)、第3位はいすゞ・D-MAX スパーク(835)だった。

モデル数と販売台数が最も多いエクステンドキャブ・セグメントでは、ハイラックス・ヴィーゴ(882)は5つのカテゴリでセグメント・トップの評価を得た。以下、いすゞ・D-MAX ハイランダー(880)が第2位、フォード・レンジャー(868)が第3位だった。

ダブルキャブ・セグメントではハイラックス・ヴィーゴ(869)は7つのカテゴリでセグメント・トップとなった。第2位と第3位にはいすゞのモデルが入った。2位はD-MAX キャブ4(858)、3位はD-MAX ハイランダー(855)である。

また、車の商品性魅力度と顧客のロイヤルティが強い相関関係にあることがわかった。業界平均以上の魅力度評価を付けた顧客のほぼ半数が「次回も必ず同じメーカーの車を購入する」と答えたが、業界平均以下の評価を付けた顧客では10人中3人以下に減少している。

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワー・アンド・アソシエー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・アソシエーツについて>

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・アソシエーツ(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、J.D. パワー・アンド・アソシエーツ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 38 カ国に 290 カ所以上の拠点を有し、2005 年の売上高は 60 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

FAX: 03-3459-1810

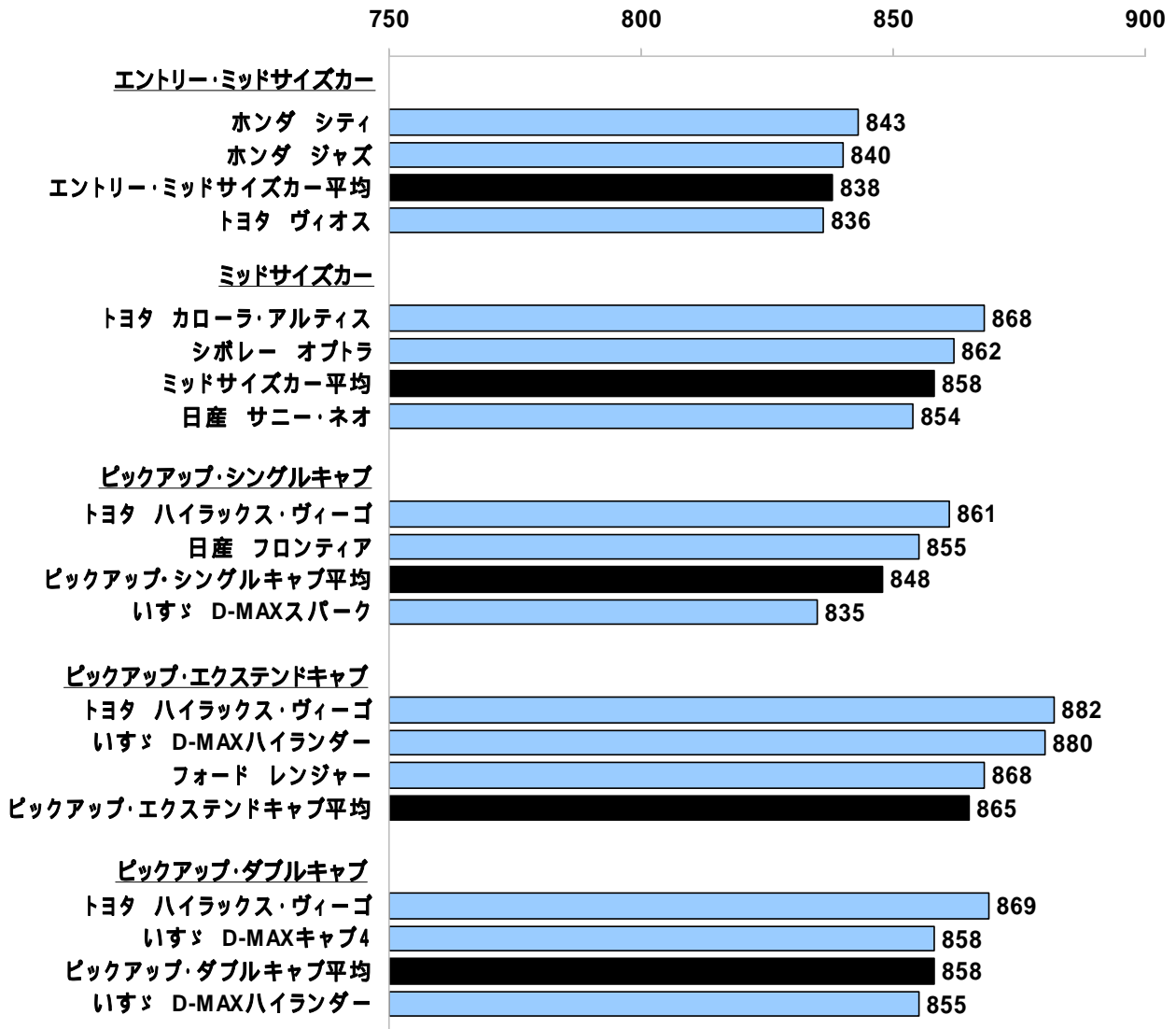
e-mail: cc-group@jdpower.co.jp

<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年タイ自動車商品性評価(APEAL)調査SM

セグメント別ランキング トップ3モデル (1,000ポイント満点)



注) プレミアム・ミッドサイズカー・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、MPV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年タイ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年タイ自動車商品性評価調査SM)を明記してください。