

報道用資料

2006年9月28日

初の米国自動車環境度ランキングで、 ホンダ、トヨタ、フォード、フォルクスワーゲンの車が上位を獲得

2006年米国自動車代替エンジン調査

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、2006年米国自動車代替エンジン調査（Alternative Powertrain Study、略称 APS）の結果を発表した。

今回が初の実施となった当調査では、2006年型車の「燃費」、「大気汚染」、「温室効果ガス」の3つの環境関連ファクターについての米国環境保護庁の公開情報と J.D. パワーが独自に調べた自動車ユーザーからのデータを組み合わせて、自動車環境度（Automotive Environmental Index、略称 AEI）を算出している。また自動車ユーザーからのデータを使用して3つの環境関連ファクターの重要度を導き出している。その結果、ユーザーが最も重視しているのは「燃費」で、重要度は約50%であることがわかった。残りの50%を「大気汚染」と「温室効果ガス」の2つで占めている。

当調査は2年以内に新車を購入する予定の消費者を対象に2006年7月に実施し、4,000人以上から回答を得た。AEI 算出のための自動車ユーザーからのデータとしては当調査のデータに加えて、2006年米国自動車商品性評価（APEAL）調査の結果も用いている。APEAL 調査は2006年2月から5月に実施し、63,000人以上から回答を得ている。

米国消費者の半数以上がハイブリッド車購入を検討しているが、 多くのエンジン車が同様の環境度を実現

調査結果に基づきモデル別およびブランド別に自動車環境度ランキングをまとめた。モデル別ランキングのトップ30には、調査対象となった37ブランドのうち15ブランドの車がランクインした。

トップ30のうち8モデルは次のハイブリッド車だった（アルファベット順）。

フォード エスケープ・ハイブリッド	レクサス RX 400h
ホンダ アコード・ハイブリッド	マーキュリー マリナー・ハイブリッド
ホンダ シビック・ハイブリッド	トヨタ ハイランダー・ハイブリッド
ホンダ インサイト	トヨタ プリウス

トップ30の残りは次のガソリン車が占めた（同上）。

アキュラ RSX	ヒュンダイ アクセント	サイオン xA
シボレー アヴェオ	ヒュンダイ エラントラ	スズキ リーノ
シボレー コバルト	起亜 リオ	トヨタ カムリ
フォード フォーカス	起亜 スペクトラ	トヨタ カローラ
フォード フォーカス・ ステーション・ワゴン	マツダ3	フォルクスワーゲン ゴルフ
ホンダ アコード	マツダ MX-5	フォルクスワーゲン ジェッタ
ホンダ シビック	日産 セントラ	フォルクスワーゲン ニュービートル
	サターン アイオン	

ライト・トラックでトップ 30 に入ったのはハイブリッド SUV のみだった。また高級車モデルではレクサス・RX400h とアキュラ・RSX の 2 つのみがランクインした。

自動車環境度ブランド別ランキングでは、フォルクスワーゲンが第 1 位となった。第 2 位にはホンダ、第 3 位にはマツダが入った。フォルクスワーゲンは、モデル別ランキングトップ 30 にも 3 モデルが入っている。モデル別トップ 30 にディーゼル・モデルはランクインしていないが、フォルクスワーゲンのディーゼル・モデルは評価が高く、このことがブランドとしての高評価につながった。

米国の消費者は代替エンジン技術に対する理解を深めているが、さらにガソリン価格の高騰によりハイブリッドやフレックス燃料に対する関心が高まっている。一方、ハイブリッド車はハイブリッド以外の車より 3,000 ドルから 10,000 ドル高く、ハイブリッド車の購入を検討している消費者にとって車両価格が最も大きな懸念となっている。しかし、今回の調査により、ハイブリッド車でなくとも燃料の使用量や排気ガスを減らすことができることが明らかになった。

消費者の関心はハイブリッドとフレックス燃料

当調査ではハイブリッド車、ディーゼル車、フレックス燃料車に対する消費者の意識を調べている。それによると、次に新車を購入するときにはガソリン車のみを検討していると答えた人は回答者の 4 分の 1 に満たなかった (23%)。一方、ハイブリッド車を検討していると答えた人は 57% で、フレックス燃料車 (E85 エタノール混合燃料使用) は 49%、ディーゼル車は 12% だった (複数回答)。

ハイブリッド車を検討している消費者は、ハイブリッド車の車両価格がガソリン車より平均約 5,250 ドル高くなると見込んでいるが、その上でガソリン車と比べ 28mpg (1 ガロン当たり 28 マイル、約 12km/L) 燃費が向上することを期待している。しかし、ハイブリッド車ユーザーによると、実際には平均 9mpg (約 4 km/L) しか向上が見られない。一方、ディーゼル車を検討している消費者は車両価格がガソリン車より約 2,800 ドル高くなることを見込んでおり、平均 21mpg (約 9 km/L) の燃費向上を期待している。しかしディーゼル車ユーザーによると実際の向上は平均で 12mpg (約 5 km/L) にとどまる。フレックス燃料車を検討している消費者は、車両価格や燃費の改善がどの程度期待できるかよくわからないとしているが、エタノール混合燃料の使用によって燃料の海外依存を減らすことができることを期待している。フレックス燃料車やディーゼル車を検討している消費者が最も懸念していることは、燃料の入手のしやすさや燃料供給スタンドの数である。

代替エンジンの最も大きな課題の一つは、消費者が燃費向上に非現実的な期待をすることだ。特にハイブリッド車による実際の燃費は、多くの場合米国環境保護庁の推定を下回っている。今求められていることは各代替エンジン技術とそのメリットについて消費者を教育することだ。代替エンジン車の普及のためには、消費者の期待を管理し、かつ車両価格を抑えることが必要だろう。

調査結果を消費者の年代別に見ると、若い年代ほど次に購入する車として代替エンジン車を検討する傾向が強い。新車購入者の 10% 未満を構成する 16 歳から 25 歳の約 4 分の 3 がハイブリッド車、52% がフレックス燃料車、15% がディーゼル車を検討している。一方、新車購入者の 4 分の 1 を占める 57 歳以上の消費者では、ハイブリッドかフレックス燃料車を検討している人はそれぞれ半数未満、ディーゼルを検討しているのは 8% にとどまった。

地域別に見ると、西部と北東部の消費者はハイブリッド車に最も関心を示しており (西部 63%、北東部 61%)、中西部に在住の消費者はフレックス燃料車に最も関心を示している (59%)。ディーゼル車に関心を持っているのは全米で 11% から 13% だった。

実際にハイブリッド車を所有している人は、平均年齢が新車購入者の平均より高く (55 歳)、平均世帯年収は 113,400 ドルで比較的裕福である。一方ハイブリッド車を検討している消費者は、年齢がより若く (平均 43 歳)、平均年間世帯収入は 88,000 ドルだった。

ハイブリッドとディーゼルは、実際の燃費効率が期待を下回るにもかかわらず、市場占有率は増加し続けている。2005 年の米国新車市場の 1.2% を占めたハイブリッド車は 2006 年には 1.6%、2013 年までには 5% に増加することが予測できる。ディーゼル車は 2005 年は新車市場の 3.2% を占めていたが、2006 年には 3.6%、2013 年には 9% まで増加することが予測されている。

調査結果の詳細は、J.D. パワー・コンシューマー・センターに掲載している (英語のみ)。www.jdpower.com

<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&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、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、杉崎

住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル (〒105-0001)

電 話： 03-4550-8090

F A X： 03-4550-8151

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・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車代替エンジン調査SM

自動車環境度モデル別ランキング トップ30モデル

アキュラ

- RSX

シボレー

- アヴェオ
- コバルト

フォード

- エスケープ・ハイブリッド
- フォーカス
- フォーカス・ステーション・ワゴン

ホンダ

- アコード
- アコード・ハイブリッド
- シビック
- シビック・ハイブリッド
- インサイト

ヒュンダイ

- アクセント
- エラントラ

起亜

- リオ
- スペクトラ

レクサス

- RX 400h

マツダ

- マツダ3
- MX-5

マーキュリー

- マリナー・ハイブリッド

日産

- セントラ

サターン

- アイオン

サイオン

- xA

スズキ

- リーノ

トヨタ

- カムリ
- カローラ
- ハイランダー・ハイブリッド
- プリウス

フォルクスワーゲン

- ゴルフ
- ジェッタ
- ニュービートル



調査結果の詳細は、
J.D. パワー・コンシューマー・センター (www.jdpower.com) をご参照下さい。

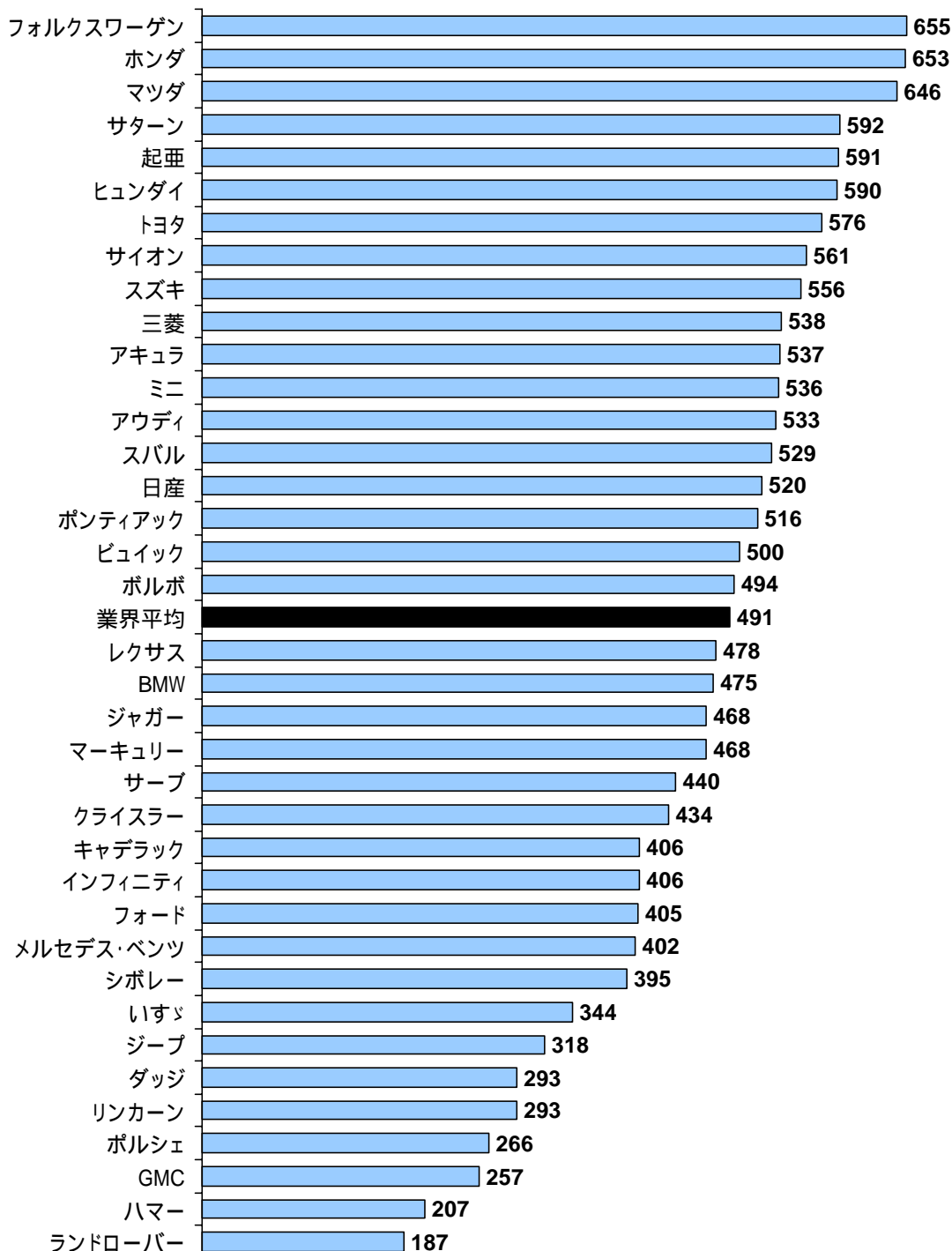
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車代替エンジン調査SM

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・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車代替エンジン調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車代替エンジン調査SM

自動車環境度ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)



出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車代替エンジン調査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・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車代替エンジン調査SM) を明記して下さい。