

Press Release

報道用資料

2006年1月6日

米国でのハイブリッド車の販売台数、2012年までに268%増の見通し**2006年1月米国ハイブリッド車需要予測**

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、米国のハイブリッド車需要予測を発表した。当予測は、米国市場におけるハイブリッド車の販売台数と新車販売全体におけるシェア（市場占有率）を予測するもので、J.D. パワーの米国本社である J.D. パワー・アンド・アソシエイツの市場予測部門が実施している。

販売台数は大幅増でも、市場全体におけるシェアは伸びず

J.D. パワーは、米国のハイブリッド車の販売台数が 2005 年から 2012 年の間に 268%に増加すると予測する。

ハイブリッド車の米国市場における販売台数は 2005 年の約 212,000 台から 2012 年には 780,000 台まで増加する見通しである。しかしながら、市場全体で見ると依然としてその一角を占めるに過ぎず、2005 年に 1.3%だったシェアは 2012 年までに 4.2%に増加するに留まるものと見られる。

今後の成長の要因としては、より多くの自動車メーカーがハイブリッド市場に参入することと、ハイブリッド・モデルの数が増加することが挙げられる。現在、米国市場のハイブリッド・モデルは 11 車種のみだが、2012 年には 52 車種まで増加する可能性がある。

以上のように今後数年間で販売店の店頭に並ぶハイブリッド車の数は劇的に増加することが予想されるが、それらの多くは現在ハイブリッド・モデルが発売されていない車両セグメントのものとなることを見込まれる。

消費者は自分のライフスタイルに最も適したセグメントの中から車を購入することが多い。ハイブリッド車が米国で初めて発表された頃は、全ての消費者向けとはいえないサブ・コンパクトカー・セグメントでのみ入手可能だった。しかし 2004 年後半に SUV セグメントでフォード・エスケープのハイブリッド・モデルが発表されると共に傾向が変わった。今後もこの傾向は続くと思込まれる。消費者は 2012 年までに、フルサイズ・ピックアップ、ミニバン、ラグジュアリー・カーを含むほぼ全てのセグメントにおいてハイブリッド車を購入できるものと予測できる。

米国のハイブリッド市場は、2000 年には 2 車種、販売台数 10,000 台未満だったが、2005 年には 11 車種、推定販売台数 212,000 台に拡大した。

<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。