

Press Release

報道用資料

2006年7月3日

新型車は魅力度が高く、売れ行きと収益性に大いに貢献

2006年米国自動車商品性評価(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、2006年米国自動車商品性評価（Automotive Performance, Execution and Layout、略称 APEAL）調査の結果を発表した。

当調査は、米国の新車所有者を対象に、乗用車およびライト・トラックを購入もしくはリース契約してから 90 日後の車の性能、デザイン、装備、仕様などに関する商品性魅力度についてユーザー評価を調べるものである。11 回目となる今年は調査内容を大幅に変更し、新技術に関する項目が追加されている。2006 年型車について 63,000 人以上から回答を得た。

魅力度の向上に対するマイナーチェンジの効果は少ない

今年の調査でも消費者は新型車やフルモデルチェンジ車の商品性を高く評価しており、新デザインをいち早く供給できるメーカーが市場において優位性を得ていることが明らかになった。全般的に新型車/フルモデルチェンジ車の商品性魅力度は平均より高い。魅力度が高ければ、ユーザーの満足度も高くなるうえに、商品の回転が速く収益性も高まる傾向にあるため、高い商品魅力度の実現はメーカーにとって重要といえる。

一方、継続モデル（2005年からモデルチェンジのない車）の商品性魅力度は平均をわずかに下回った。また、マイナーチェンジのみのモデルの商品性魅力度は、概して継続モデルと同等だった。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（J.D. パワー アジア・パシフィックの米国本社）のエグゼクティブ・ディレクター、チャンス・パーカーは「メーカー各社は商品開発に重点的に取り組む必要がある。競争が激化している市場では、新デザインがより多くの注目を集める。新デザインは、売れ行きが早く収益性も高い傾向にある。その一方でマイナーチェンジは、注目されることが少ない。メーカーは中期サイクルでのマイナーチェンジより、むしろ新型車開発やフルモデルチェンジに投資を向ける必要があるだろう」と述べている。

セグメント別ランキングでは、多くのセグメントで新型車やフルモデルチェンジ車がトップに立った。トヨタ・RAV4、ヒュンダイ・アゼラ、レクサス・IS250/IS350、ポルシェ・ケイマン、フォード・フュージョン、インフィニティ・M シリーズである。

トップになったセグメント数が最も多かったのは日産で、3セグメントで第1位になった（ムラーノ、タイタン、アルマーダ）。またインフィニティも2セグメントで第1位になった（QX56 および M シリーズ）。他に複数のモデルが第1位になったブランドは、ホンダ、フォード、ポルシェである。

J.D. パワーの APEAL 調査は、初期品質調査（IQS）と対をなすものである。IQS 調査は新車購入後 90 日間に顧客が経験した不具合といったマイナス面に焦点を当てるが、APEAL 調査では魅力度という新車のプラスの面を調査する。今年の IQS 調査では内容を大幅に変更し設計不具合に関する調査項目を追加したが、今回の APEAL 調査によって、商品性魅力度スコアと設計関連の不具合指摘件数の間にはほとんど関連性がないことがわかった。

「消費者の間には新車の選択・決定について2つの考え方がある。IQS 調査で明らかになっているように、多くの消費者は故障の心配がなく手のかからない車を望んでいる。一方、快適性やスタイリング、性能により多くの関心を示す消費者も多数存在する。このタイプの消費者は、多少の品質の悪さには目をつぶり本当に欲しい車を購入する。彼らにとっては、不具合指摘の少なさ、さらに設計に関わる不具合の少なさよりも、車が魅力的かどうかの方がより重要である」(チャンス・パーカー)。

今回のセグメント別ランキングで第1位となったモデルのうち、3つのモデルがIQS 調査でも1位になっている。それらは、ボルシェ・ケイマン、レクサス・IS250/IS350、スズキ・エリオである。スズキのモデルがIQS 調査とAPEAL 調査の両方で第1位となったのは今回が初めてである。

ブランド別ランキングの第1位は、IQS 調査でトップに入ったボルシェだった。また、昨年と比べて商品性魅力度が最も向上したブランドはフォルクスワーゲンだった。

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、J.D. パワー・アンド・アソシエイ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、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

FAX: 03-4550-8151

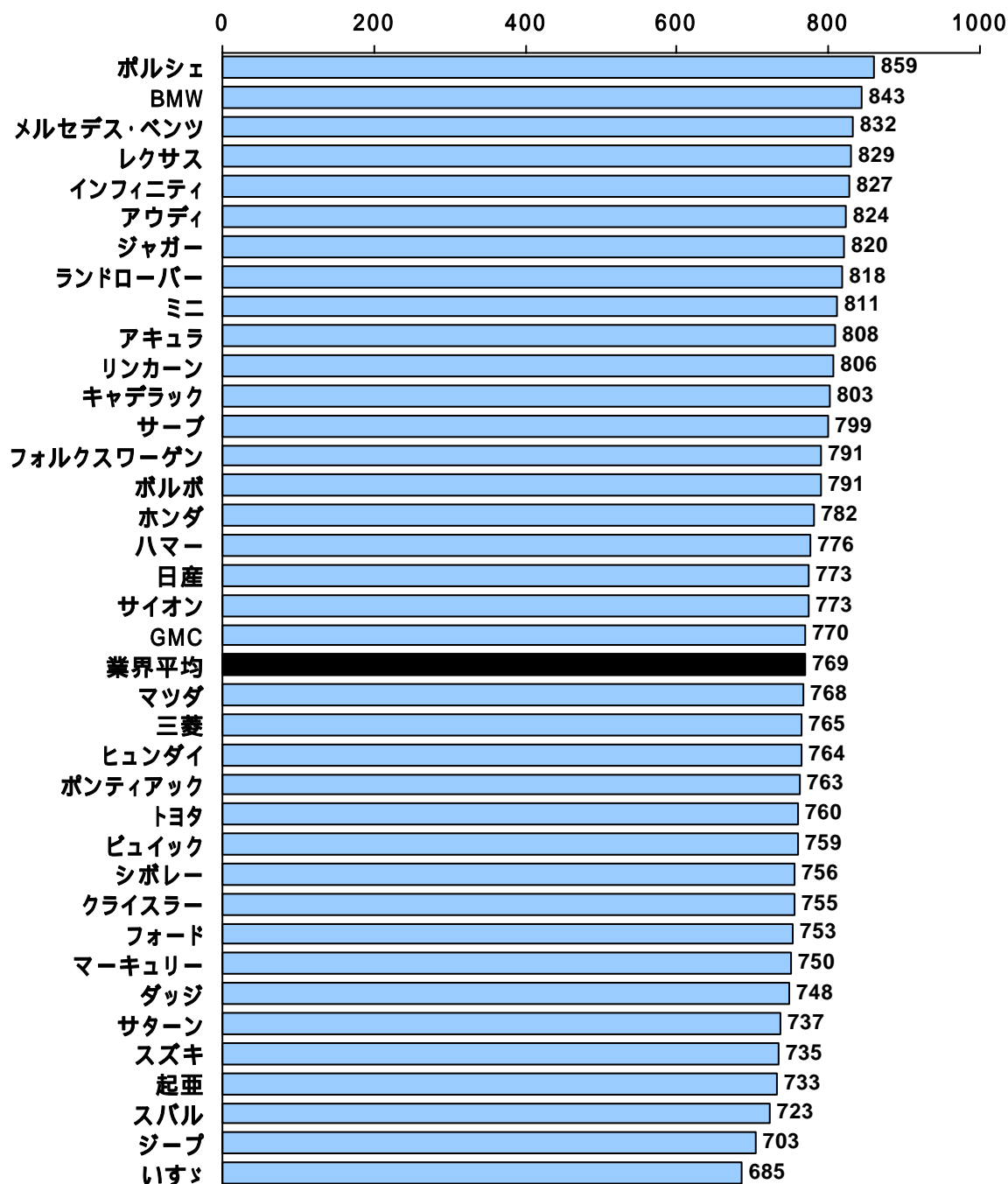
e-mail: cc-group@jdpower.co.jp

<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年米国自動車商品性評価(APEAL)調査SM

ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)



注) 調査内容の変更により、2006年APEALスコアは昨年までの結果とは比較できません。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国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・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車商品性評価調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車商品性評価(APEAL)調査SM

セグメント別ランキング トップ3モデル 乗用車セグメント

サブ・コンパクト	ラージ・プレミアム
第1位: スズキ エリオ サイオン xA シボレー アヴェオ	第1位: BMW 7シリーズ レクサス LS 430 メルセデス・ベンツ Sクラス
コンパクト	プレミアム・スポーティー
第1位: ミニ クーパー フォルクスワーゲン ジェッタ ホンダ シビック	第1位: メルセデス・ベンツ SLクラス ポルシェ 911 シボレー コルベット
コンパクト・スポーティー	ミッドサイズ・スポーティー
第1位: サイオン tC ヒュンダイ ティブロン ポンティアック ソルスティス	第1位: フォード マスタング シボレー モンテカルロ ポンティアック GTO
コンパクト・プレミアム・スポーティー	ミッドサイズ
第1位: ポルシェ ケイマン ポルシェ ボクスター メルセデス・ベンツ SLKクラス	第1位: フォード フェージョン フォルクスワーゲン パサート マツダ6
エントリー・プレミアム	ラージ
第1位: レクサス IS 250/IS 350 BMW 3シリーズ メルセデス・ベンツ Cクラス	第1位: ヒュンダイ アゼラ クライスラー 300シリーズ (同率) ダッジ チャージャー (同率)
ミッドサイズ・プレミアム	
第1位: インフィニティ Mシリーズ アウディ A6 (同率) BMW 5シリーズ (同率) レクサス GS 300/GS 430 (同率)	

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・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車商品性評価調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車商品性評価(APEAL)調査SM

セグメント別ランキング トップ3モデル トラック/マルチ・アクティビティ車(MAV)セグメント

コンパクト・MAV	ラージ・プレミアム・MAV
第1位: トヨタ RAV4 日産 エクステラ (同率) スズキ グランド ビターラ (同率)	第1位: インフィニティ QX56 ランドローバー レンジローバー スポーツ レクサス LX 470
ミッドサイズ・MAV	ラージ・ピックアップ
第1位: 日産 ムラーノ ビュイック レインナー トヨタ 4ランナー	第1位: 日産 タイタン シボレー アバランチ GMC シエラ HD
ラージ・MAV	ミッドサイズ・ピックアップ
第1位: 日産 アルマーダ GMC ユーコン フォード エクスペディション	第1位: ホンダ リッジライン トヨタ タコマ 三菱 レイダー
ミッドサイズ・プレミアム・MAV	バン
第1位: レクサス GX 470 (同率) ボルシェ カイエン (同率) BMW X5	第1位: ホンダ オデッセイ トヨタ シエナ 日産 クエスト

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・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車商品性評価調査SM)を明記して下さい。