

報道用資料

<b>米国での発表は、日本時間 6月28日 20時</b>
-------------------------------

2007年6月29日

**米国の新車魅力度調査、  
セグメント別ランキングでホンダが最多の1位受賞**

**2007年米国自動車商品魅力度(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、2007年米国自動車商品魅力度（Automotive Performance, Execution and Layout、略称 APEAL）調査の結果を発表した（注）。

注：昨年までは「米国自動車商品性評価調査」

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魅力度についてユーザー評価を調べるものである。12回目となる今年も2007年2月から5月にかけて郵送調査を実施し、2007年型車を購入・リース契約した91,000人以上から回答を得た。

当調査は6月7日に今年の結果を発表した米国自動車初期品質調査と対をなすものである。初期品質調査では新車の購入/リース契約後の90日間における不具合をユーザーに指摘してもらうが、魅力度調査は同一期間内にその車にどの程度満足しているかを調べている。

**魅力度の高いモデルでは、メーカーは値引きを低く抑えることが可能**

魅力度の高いモデルではメーカーや販売店は値引きを低く抑えることが可能になることが、今回の調査によって明らかになった。スコアが1,000ポイント満点中800ポイント未満のモデルを購入した人は販売店から平均で約2,000ドルの値引きを受けているが、800ポイント以上のモデルを購入した人に対する値引きはそれより10%程度低い。

当調査の責任者である 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）のディレクター、ニール・オッデスは「顧客に強くアピールする魅力度の高いモデルは通常需要が高いため、メーカーや販売店は販売促進のための大幅な値引きをする必要がなくなる。大幅な値引きはモデルの収益性を下げる。そのため必要不可欠な装備や魅力的なデザインにより新車購入者を引き付けることがメーカーにとって重要となる。それによって顧客に対する大幅な値引きの必要性を減らすことが可能となる」と述べている。

今年のセグメント別ランキング（モデル別評価を車両セグメントごとにまとめたもの）では、ホンダが4セグメントで第1位となった。1位のモデルは、フィット（同率1位）、CR-V、リッジライン、オデッセイで、4セグメントでのトップは調査対象ブランドの中で最多である。

次いで、BMW とメルセデス・ベンツが3セグメントで、フォード、日産、フォルクスワーゲンが2セグメントで第1位にランクされた。1位となったモデルは、BMW が3シリーズ、6シリーズ、X5、メルセデス・ベンツがEクラス、Sクラス、GLクラス、フォードがマスタング、エッジ、フォルクスワーゲンがジェッタ、GTI、日産がアルティマ・セダン、アルマーダである。

また今回のセグメント別ランキングでは、多数の新型車およびフルモデルチェンジ車がトップにランクされている。新型車・フルモデルチェンジ車でトップに立ったのは10モデルで、それらは、BMW・X5、キャデラック・エ

スカレード EXT (同率 1 位)、フォード・エッジ、GMC・シエラ LD、ホンダ・フィット、ホンダ・CR-V、メルセデス・ベンツ・GL クラス(同率 1 位)、メルセデス・ベンツ・S クラス、日産・アルティマ・セダン、トヨタ・ヤリス (同率 1 位) だった。

以上の他にヒュンダイ・アゼラとボルシェ・ケイマンがセグメント別ランキング第 1 位となっている。

オデスは「通常、新車の魅力スコアはデザインの新鮮さや革新的な技術によって市場投入時に最も高くなる。そのため新型モデル投入時に高い魅力を実現させることは、メーカーにとって不可欠といえる。魅力が高いモデルはより多くの粗利益を見込め、より速いペースで販売できる」と述べている。「今回セグメント別ランキングで 1 位になったフルモデルチェンジ車のメルセデス・ベンツ・S クラス (注) とホンダ・CR-V は、今年の初期品質調査でも各セグメントでトップに立っている。旧型モデルの経験から学んだことを新型モデルの初期品質と魅力の両方で活かすことができた良い例といえる」(オデス)。

注： 初期品質調査のセグメント別ランキングでは同率 1 位

また、セグメント別ランキングで複数年にわたりトップにランクされているモデルは、日産・アルマーダ (今年で 4 年連続)、フォード・マスタング、ホンダ・リッジライン、ホンダ・オデッセイ (以上 3 年連続)、ボルシェ・ケイマン、ヒュンダイ・アゼラ (以上 2 年連続) だった。この中で、フォード・マスタングとメルセデス・ベンツ・E クラスは初期品質調査でも 1 位になっている。

ブランド別ランキングでは 3 年連続でボルシェが第 1 位となった。昨年から最も向上したブランドはサイオンだった。

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 (NYSE: MHP) 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 40 カ国に 280 カ所以上の拠点を有し、2006 年の売上高は 63 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

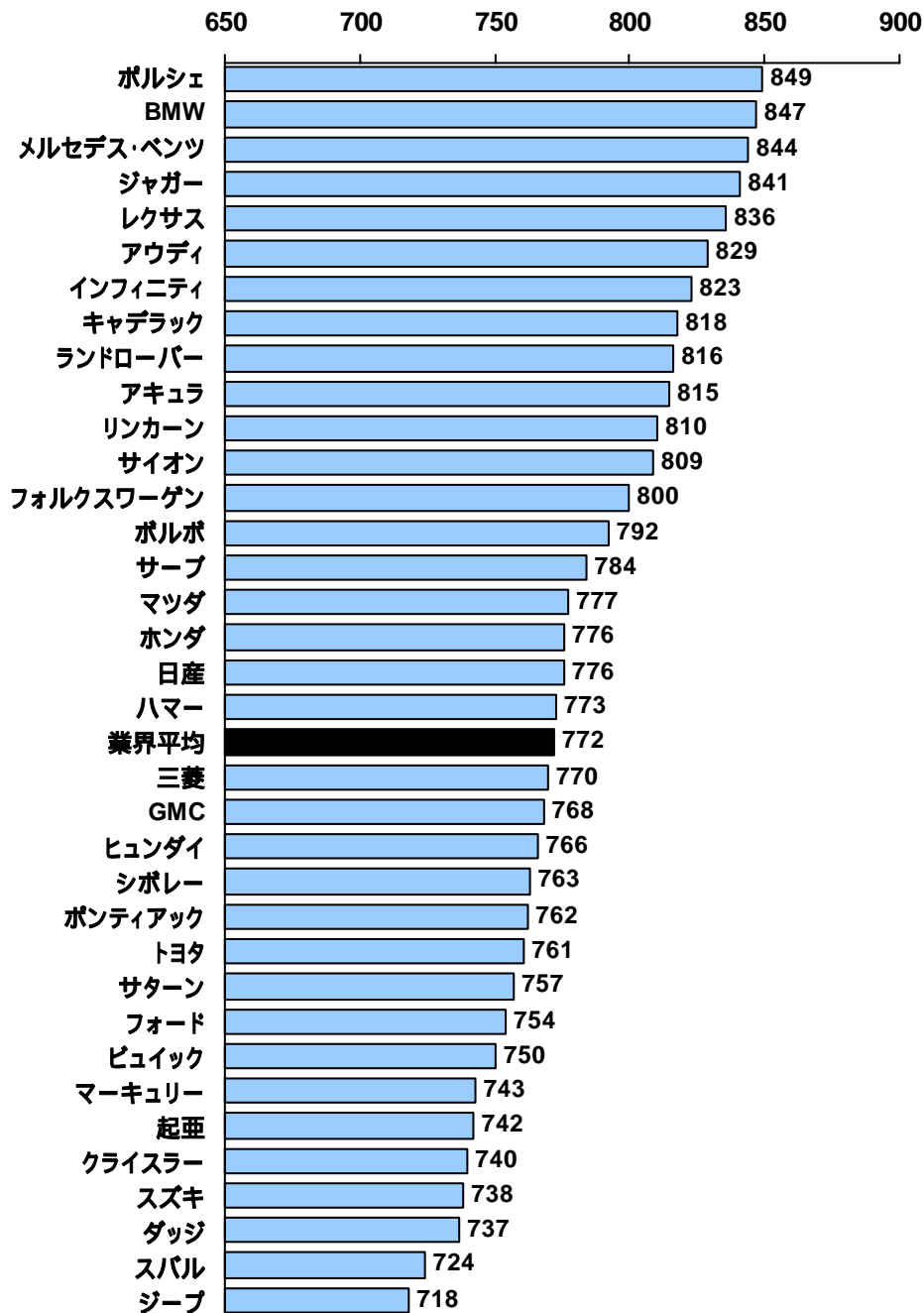
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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 2007年米国自動車商品魅力度(APEAL)調査<sup>SM</sup>

## ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)



注) いすゞ、ミニは少数サンプルのためランキングには含まれていません。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国自動車商品魅力度調査<sup>SM</sup>

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 2007年米国自動車商品魅力度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

# J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国自動車商品魅力度(APEAL)調査<sup>SM</sup>

## 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	ミッドサイズ・プレミアム
第1位: ホンダ フィット(同率) トヨタ ヤリス(同率) 日産 ヴァーサ	第1位: メルセデス・ベンツ Eクラス レクサス GS 350/GS 430/GS 450h BMW 5シリーズ
コンパクト	ラージ・プレミアム
第1位: フォルクスワーゲン ジェッタ フォルクスワーゲン ラビット ホンダ シビック	第1位: メルセデス・ベンツ Sクラス BMW 7シリーズ レクサス LS 460
コンパクト・スポーティー	プレミアム・スポーティー
第1位: フォルクスワーゲン GTI サイオン tC フォルクスワーゲン イオス	第1位: BMW 6シリーズ メルセデス・ベンツ SLクラス シボレー コルベット
コンパクト・プレミアム・スポーティー	ミッドサイズ・スポーティー
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 CLKクラス	第1位: フォード マスタング 三菱 エクリプス シボレー モンテカルロ
エントリー・プレミアム	ミッドサイズ
第1位: BMW 3シリーズ レクサス IS 250/IS 350 アキュラ TL(同率) アウディ A4(同率)	第1位: 日産 アルティマ セダン フォルクスワーゲン パサート サターン オーラ
	ラージ
	第1位: ヒュンダイ アゼラ トヨタ アパロン ダッジ チャージャー

注) 複数のタイプのあるモデルは、全てのタイプを合わせて評価を実施しています。

調査結果の詳細は、  
[www.jdpower.com](http://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 2007年米国自動車商品魅力度調査<sup>SM</sup>

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 2007年米国自動車商品魅力度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

# J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2007年米国自動車商品魅力度(APEAL)調査<sup>SM</sup>

## セグメント別ランキング トップ3モデル ライト・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: ホンダ CR-V マツダ CX-7 トヨタ FJクルーザー	第1位: キャデラック エスカレード EXT (同率) メルセデス・ベンツ GLクラス (同率) リンカーン ナビゲーター
ミッドサイズ・MAV	ラージ・ピックアップ
第1位: フォード エッジ サターン アウトルック GMC アカディア	第1位: GMC シエラ LD シボレー アバランチ シボレー シルバラード LD
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 シボレー タホ シボレー サバーバン	第1位: ホンダ リッジライン フォード エクスプローラー スポーツトラック トヨタ タコマ
ミッドサイズ・プレミアム・MAV	バン
第1位: BMW X5 アウディ Q7 (同率) メルセデス・ベンツ Mクラス (同率)	第1位: ホンダ オデッセイ 起亜 セドナ ヒュンダイ アントラージュ

注) 複数のタイプのあるモデルは、全てのタイプを合わせて評価を実施しています。

調査結果の詳細は  
[www.jdpower.com](http://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 2007年米国自動車商品魅力度調査<sup>SM</sup>

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 2007年米国自動車商品魅力度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。