

Press Release

報道用資料

2008年2月22日

2007年の中国自動車商品魅力度調査で 日本ブランド車が3セグメントでトップ

2007年中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：アルバート ラパーズ、略称：J.D. パワー）は、2007年中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。

*前回までは「中国自動車商品性評価調査」として実施。

当調査は、新車購入後2～6ヶ月が経過したユーザーを対象に、車の性能やデザインなどの商品魅力度に関する評価を調べるものである。5回目となる今回、調査の内容を大幅に変更し、「外装」、「内装」、「収納とスペース」、「オーディオ/エンターテインメント/ナビゲーション」、「シート」、「空調」、「運転性能」、「エンジン/トランスミッション」、「視認性と運転安全性」、「燃費」の10カテゴリー（ファクター）における約100の詳細項目についてユーザーの評価を得ている。

今回の調査は2006年10月から2007年6月の間に新車を購入した人を対象とし、中国の主要24都市において2007年4月から8月にかけて面接調査を実施し、9,720人から回答を得た。

中国市場では高価格のモデルほど商品魅力度が高い

今回のセグメント別ランキングでは、日本ブランド車が7セグメント中3セグメントでトップに立った。各セグメントのトップモデルは以下の通りとなっている（カッコ内はスコア、1,000ポイント満点）。＜参考：3ページのランキング表＞

コンパクトカー・セグメント： 天津・シャリ（721ポイント）
 プレミアム・コンパクトカー・セグメント： 天津・ヴェラ（780ポイント）*
 エントリー・ミッドサイズカー・セグメント： 日産・ティータ（829ポイント） 3年連続1位
 ミッドサイズカー・セグメント： 日産・シルフィ（836ポイント）*
 ローワー・プレミアム・ミッドサイズカー・セグメント： フォルクスワーゲン・サギター（831ポイント）
 アッパー・プレミアム・ミッドサイズカー・セグメント： トヨタ・カムリ（848ポイント）
 MPVセグメント： ビュイック・GL8（832ポイント） - 2年連続1位

*天津・ヴェラと日産・シルフィは新規市場投入モデルである。

業界全体を通じて車両価格と商品魅力度の間に強い相関性が見られ、販売価格が高いモデルほど魅力度評価が高いことがわかった。商品魅力度スコアは、価格が低いことを主な理由として購入した人では平均747ポイントだったが、価格以外の理由で購入した人は平均805ポイントだった。

また、小型車ユーザーの55%が購入の主な理由として燃費を挙げているが、中型車ユーザーでは29%、高級車ユーザーでは15%のみとなっている。一方、高級車ユーザーが最も重視しているのはシートで、小型車と中型車のユーザーはそれほど重視していない。

これについて当調査の責任者である J.D. パワー アジア・パシフィック（上海）のジェネラル・マネージャー、

メイ・ソンリンは「ユーザーのニーズは車のセグメントによって異なる。入門車のユーザーが購入価格や全体的な維持費を気にするのに対し、高級車のユーザーは快適性や性能を優先する。デザイン・性能を各セグメントの顧客のニーズに適切に合わせる事がメーカーにとって必須となっている」と述べている。

* 当報道用資料は中国で発表したオリジナル（英語）の抄訳です。

* J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

< 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。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。

< 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、2007 年の売上高は 68 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 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

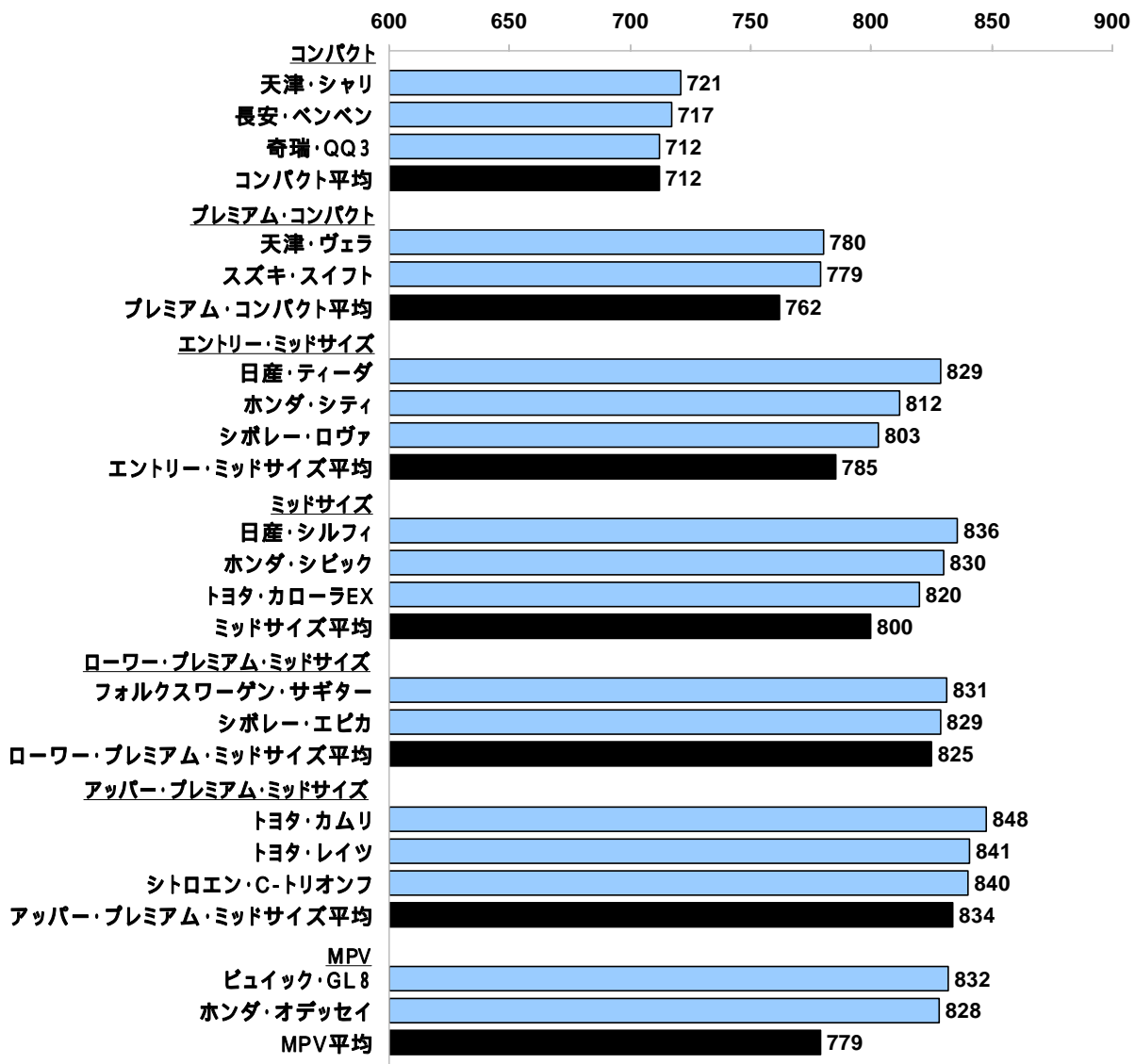
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

< 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 アジア・パシフィック 2007年中国自動車商品魅力度(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) エントリー・ラグジュアリーカー・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。また、ランキングを実施しているセグメントでも、セグメント平均以下のモデルの順位は発表していません。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年中国自動車商品魅力度調査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 2007年中国自動車商品魅力度調査SM)を明記してください。