

## Press Release

報道用資料

2008年2月18日

### 2007年の中国自動車初期品質、日本ブランドが7セグメント中5つでトップ

#### 2007年中国自動車初期品質調査(IQS)

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年中国自動車初期品質調査(Initial Quality Study、略称 IQS)の結果を発表した。

当調査は、新車購入後2~6ヶ月が経過した車の所有者を対象に、中国における自動車の初期品質を調べるものである。当調査では、実際に経験した不具合をユーザーに指摘してもらい、100台当たりの不具合指摘件数として算出する。単位はPP100(Problems per 100 Vehicles)で、数値が小さいほど不具合指摘が少なく、品質が良いことを示す。

8回目となる今回、内容を大幅に変更した。不具合指摘項目が前回までの135項目から増えて、8つのカテゴリーの228項目となり、また「製造不具合」(注1)と「設計不具合」(注2)の両方について調査を行っている。

注1: 「壊れる」や「動かない」など、主に製造に起因するもの

注2: 設計仕様がユーザーの期待を満たさないため、「使い勝手が悪い」など、主に設計に起因するもの

8つのカテゴリーは「外装分野」、「走行性能分野」、「装備品/コントロール/ディスプレイ分野」、「オーディオ/エンターテイメント/ナビゲーション分野」、「シート分野」、「空調分野」、「内装分野」、「エンジン/トランスミッション分野」である。

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所有者が対象となっている。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。調査対象車は41メーカーの93モデル。

#### コンパクトカーにおける不具合指摘件数は業界平均の2倍近くにのぼる

セグメント別ランキングでは、7セグメントすべてでアジア・ブランドのモデルが第1位となった。うち5セグメントのトップを日本ブランドが占めた。中でもホンダは2セグメントでトップとなっている。各セグメントのトップ・モデルは以下のとおり(カッコ内はスコア)。

コンパクトカー・セグメント: 天津・シャリ(273PP100)

プレミアム・コンパクトカー・セグメント: スズキ・スイフト(157PP100) - 2年連続1位

エントリー・ミッドサイズカー・セグメント: ホンダ・シティ(118PP100)

ミッドサイズカー・セグメント: トヨタ・カローラEX(118PP100)

ローワー・プレミアム・ミッドサイズカー・セグメント: ヒュンダイ・ソナタ(94PP100)

アッパー・プレミアム・ミッドサイズカー・セグメント: 日産・ティアナ(89PP100)

MPVセグメント: ホンダ・オデッセイ(92PP100) - 4年連続1位

不具合指摘件数の業界平均は202PP100だった。カテゴリー別に見ると、最も不具合指摘件数が多かったのは「エンジン/トランスミッション分野」で、以下「走行性能分野」、「外装分野」の順に多かった。この3つのカテゴリー

リーで業界全体の不具合指摘件数の63%を占めている。ちなみに米国市場ではこの3カテゴリーにおける不具合指摘は全体の44%である。

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・ソリンは、今回の調査結果について次のように述べている。「ユーザーは新車の品質に関して、故障など製造に起因する不具合と同様に、新しい技術や装備品がどのように設計に取り入れられているかが重要と考えている。高級車には様々な最新技術が導入されていることが多いが、操作が複雑になり、平均的なユーザーにはかえって不満を感じさせる可能性がある。設計関連の不具合が不具合指摘件数全体に占める割合は、小型車の30%に対し、高級車では40%近くとなる。業界全体では34%であることも考慮すると、このことは特に重要と言える」

セグメント別に見ると、コンパクトカーの不具合指摘件数が業界平均より80%多いことがわかった。プレミアム・コンパクトカーと比べると58%多い。また予想以上の数の不具合を経験した顧客の割合は、業界全体では10%に留まったが、コンパクトカーでは20%近くにのぼる。不具合の中でも、製造不具合の指摘件数はコンパクトカー・セグメントでは243PP100で、業界平均(125PP100)のほぼ2倍だった。

「コンパクトカーは、燃費の良さと低価格で最もよく売れた2005年には、中国市場全体の16%を占めていた。しかし2007年は、新車市場全体は引き続き急成長したが、コンパクトカーのシェアは7%まで減少した。その要因として、消費者がより品質の高い車に買い換えていることが考えられる。また価格競争によって、より大きい車に手が届きやすくなったことも一因だ」(メイ)

また、顧客が経験した不具合の件数が知人に対する推奨意向に直接影響することがわかった。自分のモデルを家族や友人に「絶対に推奨しない」あるいは「おそらく推奨しない」と回答した人の割合は、経験した不具合が1件が全く無かった顧客ではわずか7%だが、5件以上の不具合を経験した顧客では21%にのぼる。

\* 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。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](http://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&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](http://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 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

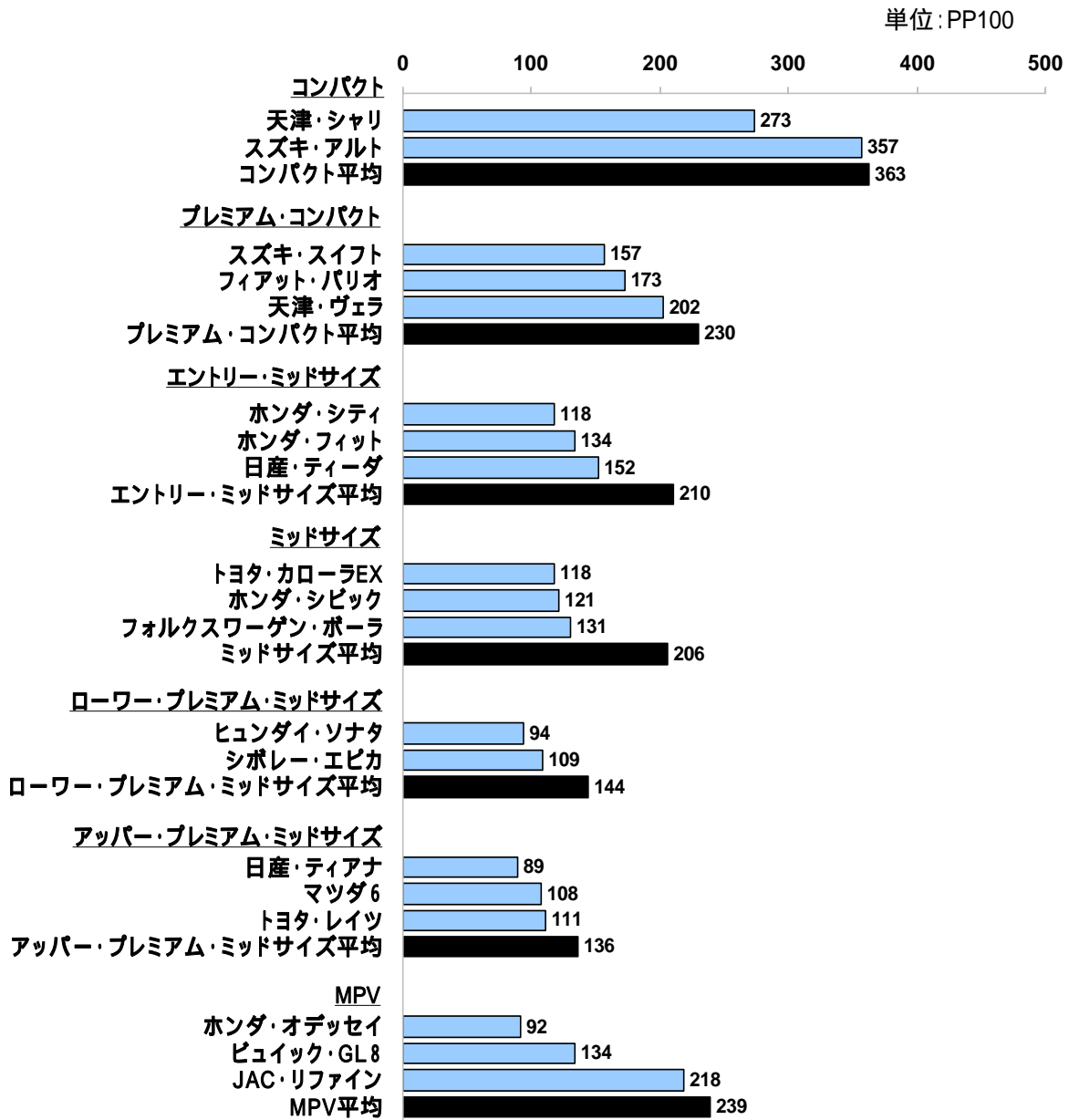
e-mail: [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

< 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年中国自動車初期品質調査(IQS)<sup>SM</sup>

## セグメント別ランキング トップ3モデル



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年中国自動車初期品質調査<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 アジア・パシフィック 2007年中国自動車初期品質調査<sup>SM</sup>)を明記してください。