

報道用資料

2008年3月26日

インドの2007年自動車商品魅力度、 7セグメント中3セグメントでマルチのモデルがトップ

2007年インド自動車商品魅力度(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年インド自動車商品魅力度（Automotive Performance, Execution and Layout、略称 APEAL）調査*の結果を発表した。

*前回までは「インド自動車商品性評価調査」として実施。

当調査は新車所有者を対象に車両購入後2～6ヶ月間における車の性能、デザイン、装備、仕様などに関する商品魅力度についてのユーザー評価を調べるものである。

9回目となる今回、調査内容を変更した。自動車の特性を「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/ナビゲーションシステム」、「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）に分類し、約100項目について実際に所有しているモデルを評価してもらう（1,000ポイント満点）。

今回は2006年11月から2007年7月の間に新車を購入した人を対象に、インドの主要15都市において2007年5月から9月にかけて面接調査を実施し、約6,000人の個人ユーザーから回答を得た。

トヨタがMUV/MPV、ホンダがSUVでトップに

セグメント別ランキングでは、7セグメント中3セグメントでマルチがトップに立った。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）。＜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： マルチ・ゼン・エスティロ（814ポイント）*
 プレミアム・コンパクトカー・セグメント： マルチ・スイフト（787ポイント）
 エントリー・ミッドサイズカー・セグメント： マヒンドラ・ルノー・ロガン（816ポイント）*
 ミッドサイズカー・セグメント： マルチ・SX4（835ポイント）
 プレミアム・ミッドサイズカー・セグメント： シボレー・オプトラ（833ポイント）
 MUV/MPVセグメント： トヨタ・イノーバ（814ポイント）
 SUVセグメント： ホンダ・CR-V（832ポイント）*

* マルチ・ゼン・エスティロ、マヒンドラ・ルノー・ロガンは新型車、ホンダ・CR-Vはフルモデルチェンジ

当調査を担当した J.D. パワー アジア・パシフィック（シンガポール）のシニア・ディレクター、モヒット・アローラは、「最近のマルチの新型車は商品魅力の点で顧客に高く評価されている。コンパクトカーで今回トップのゼン・エスティロは10ファクターのうち、『外装』、『内装』、『シート』、『空調』、『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7つで高い評価を得た」と述べている。

今回の調査の業界平均スコアは784ポイントとなった。また、すべてのファクターの中で「外装」と「運転性能」に対する評価が最も高く、「燃費」に対する評価が最も低かった。一方、車種によって、商品魅力の総合的な満

足度に対する各ファクターの重要度が異なることが明らかになっている。たとえば、小型車のユーザーが最も重視しているのは「空調」だが、中型車のユーザーでは「燃費」である。

「顧客の期待と車両性能は車種によって異なるため、このような相違が生じる。メーカーは顧客の期待を理解し商品魅力度を高めることによって、顧客満足の上昇のみならず自社モデルの差異化を実現することができる」（アローラ）

* 当報道用資料はシンガポール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・アソシエー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・アソシエーツについて>

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・アソシエーツ（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・アソシエー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

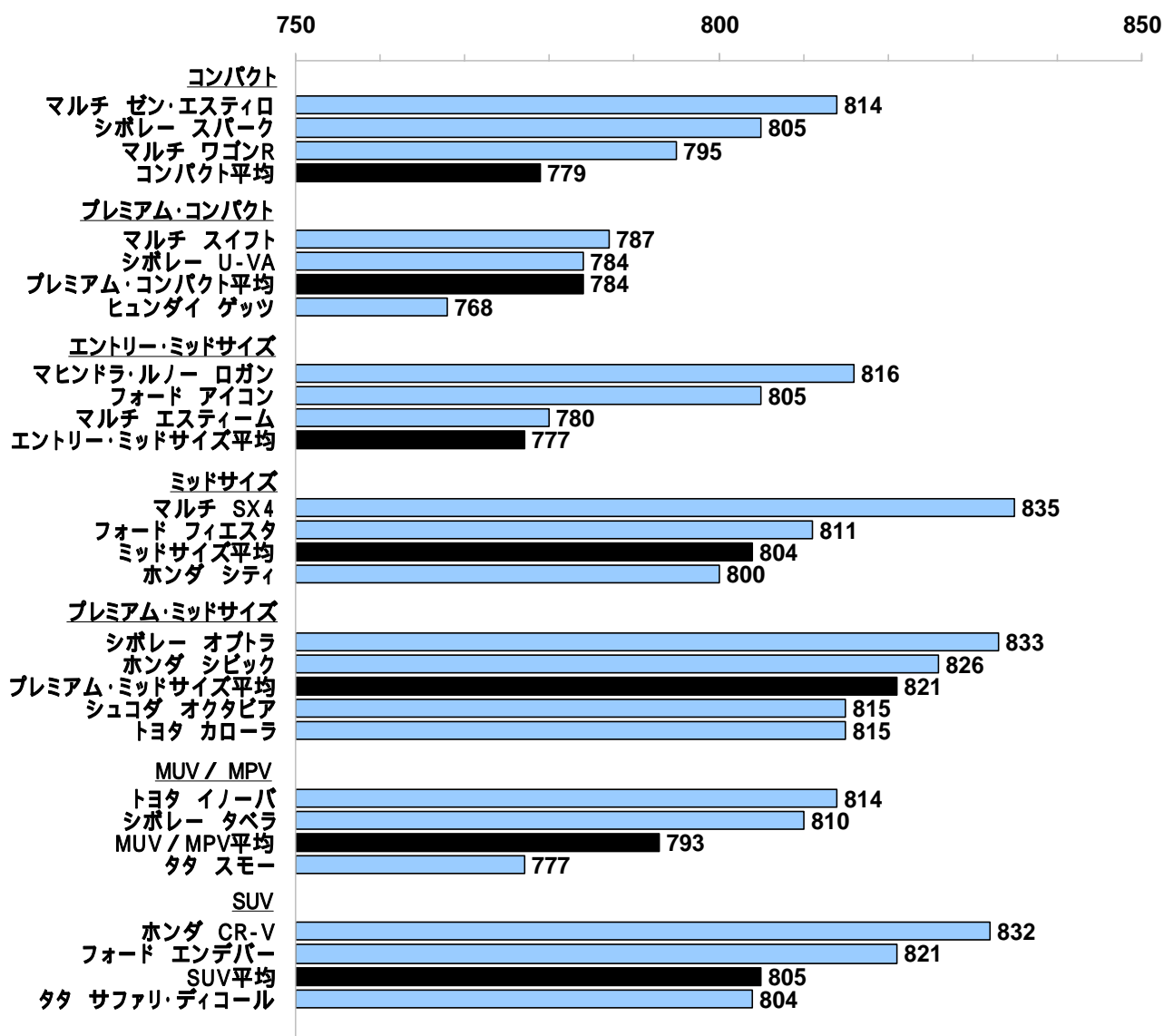
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年インド自動車商品魅力度(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・コンパクトカー・セグメント、エントリー・ラグジュアリーカー・セグメント、バン・セグメントはサンプル数不足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 アジア・パシフィック 2007年インド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年インド自動車商品魅力度調査SM)を明記して下さい。