

## Press Release

報道用資料

2008年3月10日

### 2007年タイ自動車商品魅力度ランキング、 日産とホンダのモデルがトップを占める

#### 2007年タイ自動車商品魅力度(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年タイ自動車商品魅力度（Automotive Performance, Execution and Layout、略称 APEAL）調査\*の結果を発表した。

\*前回までは「タイ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。

5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。

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に、2007年4月から8月にかけて面接調査を実施し、3,991人から回答を得た。調査対象となった車両は10ブランドの55モデルである。

#### 日本車が高い評価

2007年の業界平均スコアは、1,000ポイント満点中876ポイントだった。

当調査では「外装」、「内装」、「収納とスペース」などの10カテゴリーが、それぞれどの程度、新車の魅力に関する満足度に対して影響しているかを調べている。その結果、パセッジャーカー、ユーティリティー・ビークル、ピックアップでは、「視認性と運転安全性」と「燃費」の影響度が高いことがわかった。また「運転性能」がユーティリティー・ビークルとピックアップで、「内装」がパセッジャーカーで影響度が高かった。

今回のセグメント別ランキングでは、5セグメント中、3セグメントで日産が、2セグメントでホンダがトップに立った。エントリー・ミッドサイズカー・セグメントの第1位は日産・ティエダで、スコアは864ポイントだった。「外装」、「内装」、「収納とスペース」、「シート」、「エンジン/トランスミッション」、「視認性と運転安全性」で高い評価を得た。次いでフルモデルチェンジしたトヨタ・ヴィオスが1位と僅差の863ポイントで第2位となった。第3位はホンダ・ジャズ（855ポイント）だった。

ミッドサイズカー・セグメントでは、ホンダ・シビックが879ポイントで2年連続第1位となった。「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」、「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8つで特に評価が高かった。第2位はマツダ3（873ポイント）で「収納とスペース」、「空調」、「運転性能」で高い評価を得た。第3位にはトヨタ・カローラ・アルティス（848ポイント）が入った。

SUVセグメントでは、フルモデルチェンジしたホンダ・CR-Vが887ポイントで第1位に入った。「外装」、「内

装」、「収納とスペース」、「オーディオ/エンターテイメント/ナビゲーションシステム」、「シート」、「視認性と運転安全性」で特に評価が高かった。第2位はいすゞ・MU-7(876ポイント)で「空調」と「燃費」で高い評価を得ている。第3位はトヨタ・フォーチュナー(867ポイント)で、「エンジン/トランスミッション」で評価が高かった。

ピックアップ・エクステンドキャブ・セグメントでは、日産・フロンティア・ナバラ(900ポイント)が第1位だった。「外装」、「内装」、「収納とスペース」、「オーディオ/エンターテイメント/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」の9カテゴリで特に高い評価を得ている。第2位はシボレー・コロラド(899ポイント)で、「視認性と運転安全性」の評価が高かった。第3位はトヨタ・ハイラックス・ヴィーゴ・プリランナー(895ポイント)で「外装」、「内装」、「収納とスペース」のカテゴリで評価が高かった。

ピックアップ・ダブルキャブ・セグメントでも、日産・フロンティア・ナバラ(891ポイント)がトップだった。カテゴリ別の評価でもピックアップ・エクステンドキャブ・セグメントと同じ9つのカテゴリで特に高い評価を得ている。いすゞ・D-Max・ハイランダー(886ポイント)が第2位で、「内装」と「燃費」で高い評価を得ている。トヨタ・ハイラックス・ヴィーゴ・プリランナーが882ポイントで第3位に入った。

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)のカントリー・マネージャー、ロイック・ピーンは、「商品魅力度は新型車やフルモデルチェンジ車で高い傾向にある。これはメーカーがデザイン・性能の改善や刷新を重点的に行っていることを反映している。商品魅力度で顧客の評価が高いモデルは、競合車に比べ好意的な口コミ評判を期待できる」と述べている。

\* 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](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&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](http://www.mcgraw-hill.com) まで。

<当調査に関するお問合わせ先>

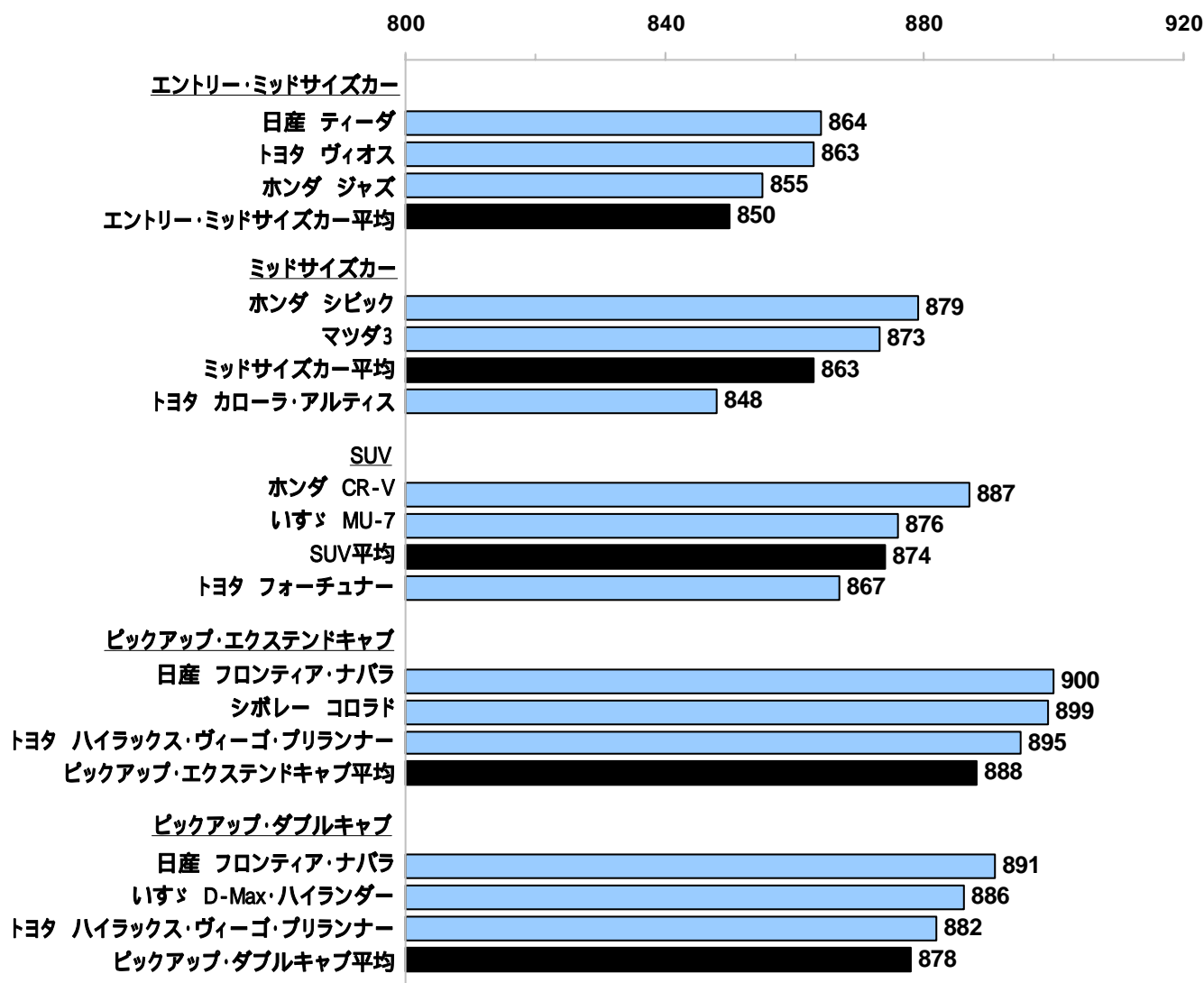
(株) J.D. パワー アジア・パシフィック  
コーポレート・コミュニケーション 川野、杉崎  
住 所: 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル(〒105-0001)  
電 話: 03-4550-8090  
F A X: 03-4550-8151  
e-mail: [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

<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年タイ自動車商品魅力度(APEAL)調査<sup>SM</sup>

## セグメント別ランキング トップ3モデル (1,000ポイント満点)



注) プレミアム・ミッドサイズカー・セグメント、ラグジュアリーカー・セグメント、MPVセグメント、ピックアップ・スタンダードキャブ・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。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年タイ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 アジア・パシフィック 2007年タイ自動車商品魅力度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。