

Press Release

報道用資料

2008年9月5日

軽自動車の魅力度評価でダイハツ・タントが第1位

2008年日本軽自動車商品魅力度(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、略称：J. D. パワー、代表取締役会長兼社長：アルバート・ラパーズ）は、2008年日本軽自動車商品魅力度（Automotive Performance, Execution and Layout、略称 APEAL）調査*の結果を発表した。*昨年までは日本軽自動車商品性評価調査として実施。

当調査は、軽自動車を新車で購入後2～7ヶ月が経過した個人ユーザーを対象に、軽自動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。軽自動車の特性を「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」、「燃費」、「視認性と運転安全性」の10カテゴリー（ファクター）に分類し、合計89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。

8回目となる今年は、2007年10月から2008年3月の間に軽自動車を新車で購入したユーザーを対象に2008年5月に郵送調査を実施し、4,255人から回答を得た。調査対象の車両は7メーカー、38モデルである。

◆ダイハツ・タントは、室内が広いだけでなく、その使い勝手の良さにおいても評価が高い◆

今年のモデル別ランキングでは、ランキングの対象となった15モデル中、ダイハツ・タントが711ポイント（1,000ポイント満点）で第1位となった。ダイハツは、昨年のダイハツ・ムーヴにつづいて、2年連続の第1位獲得である。カテゴリー別のスコアを見ても、全10カテゴリー中、8カテゴリーにおいて、ランキング対象モデル中トップまたは2番目の評価である。

ダイハツ・タントは、多くのカテゴリーで高いスコアを得ているが、中でも「収納とスペース」のスコアが高い。ダイハツ・タントの同カテゴリーのスコアは775ポイントであり、同カテゴリー第2位であるスズキ・パレットより46ポイント高い。ダイハツ・タントは、フルモデルチェンジ前からの特徴であった室内空間の広さに対する項目のスコアが高いだけでなく、収納の配置や使い勝手の良さに対する項目のスコアも高い。フルモデルチェンジ後の新型でも、広い室内空間や収納の使い勝手はユーザーから高い評価を得ている。

第2位は、三菱・i（アイ）で、スコアは701ポイントだった。三菱・i（アイ）は、一昨年の調査では第1位、昨年の調査では第2位であり、安定して高い評価を得ている。2006年1月の市場導入後、3年目を迎えているが、外装のスコアが777ポイントと高く、色褪せぬ外装の評価の高さが、継続した高い評価の一因となっている。

第3位はスズキ・パレットとホンダ・ゼストが690ポイントで並び、第5位はダイハツ・ムーヴとスズキ・MRワゴンが676ポイントで並ぶ。第7位のスバル・ステラ（674ポイント）、第8位の日産・モコ（665ポイント）までが業界平均（660ポイント）を上回っている。

◆登録車から乗り換えたユーザーは増えているが、評価は厳しい◆

今年の調査では、登録車から軽自動車に乗り換えるユーザーの割合が増えた。昨年の調査では、乗り換えユーザーのうち、39%が登録車からの乗り換えであったが、今年の調査では、43%のユーザーが登録車からの乗り換えである。

軽自動車から乗り換えたユーザーと登録車から乗り換えたユーザーのスコアを比較すると、前者は 672 ポイントであるのに対して、後者は 646 ポイントである。また、いずれの 카테고리においても、登録車から乗り換えたユーザーのスコアは、軽自動車から乗り換えたユーザーのスコアより低い。

さらに、軽自動車から乗り換えたユーザーの 88%が、軽自動車に対する再購入意向がある一方、登録車から乗り換えたユーザーでは 74%に留まる。登録車から乗り換えたユーザーからも高い評価を獲得することができれば、登録車ユーザーの獲得を加速させるだけでなく、獲得したユーザーの定着にもつながると考えられ、登録車から乗り換えたユーザーの視点を加味した商品が、軽自動車メーカーの次なる課題といえよう。

*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

クライアント・サービス グループ

住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル（〒105-0001）

電 話： 03-4550-8060

F A X： 03-4550-8152

e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

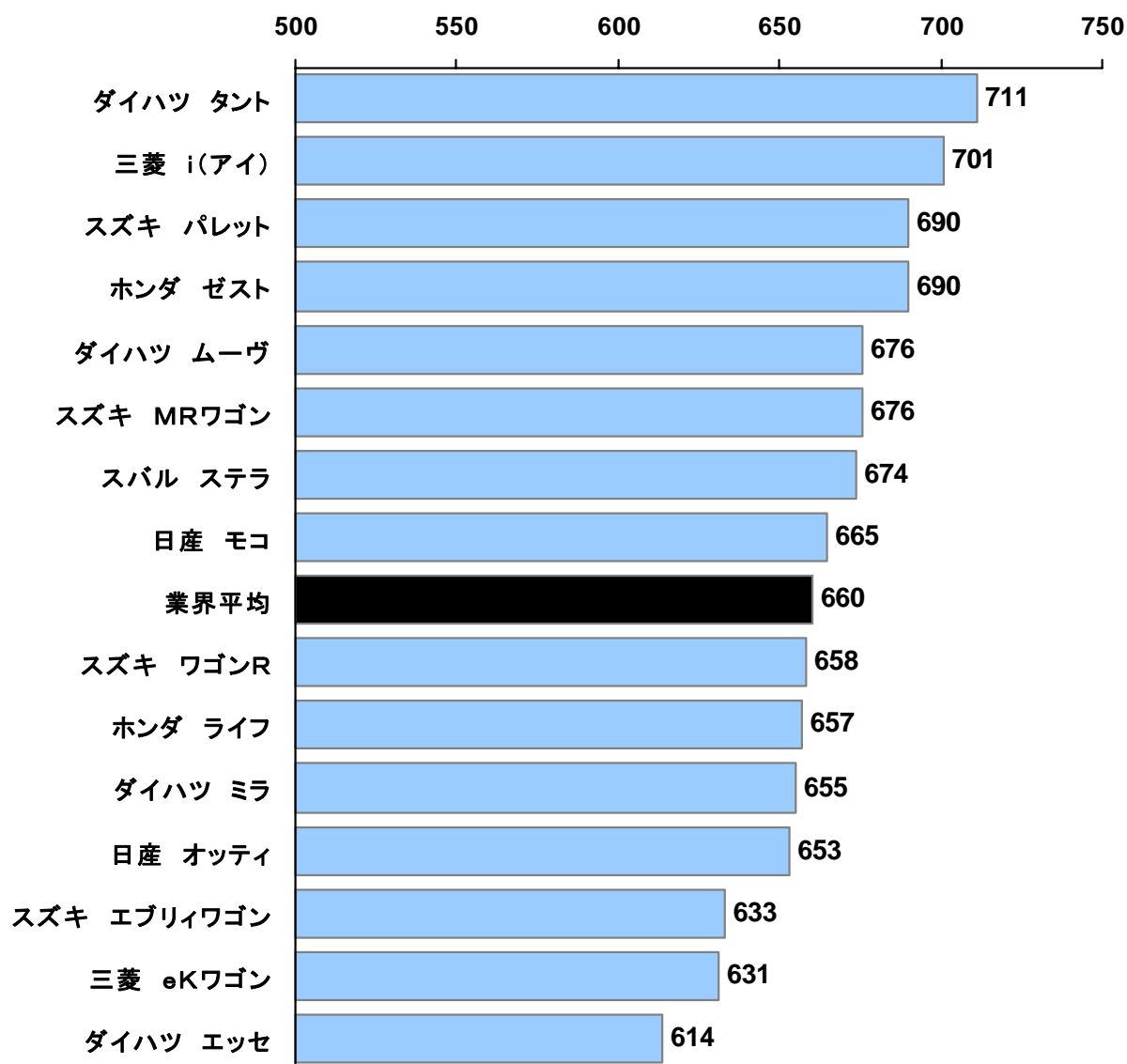
<ご注意>

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 2008年日本軽自動車商品魅力度(APEAL)調査SM

モデル別ランキング

(1,000ポイント満点)



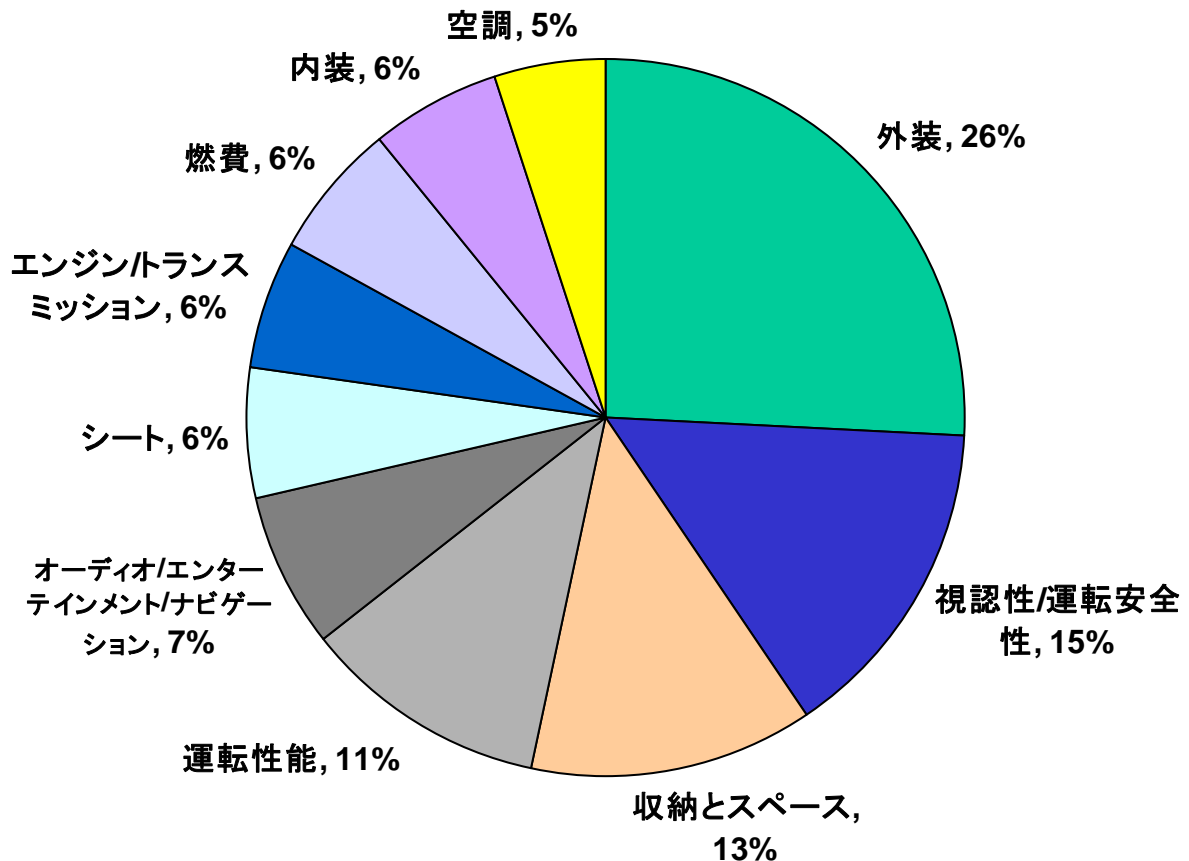
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2008年日本軽自動車商品魅力度調査SM

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 2008年日本軽自動車商品魅力度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2008年日本軽自動車商品魅力度(APEAL)調査SM

総合APEALスコアを構成するファクター



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2008年日本軽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 2008年日本軽自動車商品魅力度調査SM)を明記して下さい。