

Press Release

報道用資料

2008年7月3日

米国の新車魅力度調査、ガソリン価格に対する懸念で商品魅力度が低下**2008年米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、2008年米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。

当調査は、米国の新車所有者を対象に、乗用車およびライト・トラックを購入もしくはリース契約してから90日後の車の性能、デザイン、装備、仕様などに関する商品魅力度について、10カテゴリーに分類される90以上の項目に対するユーザー評価を調べるものである。13回目となる今年は2008年2月から5月にかけて郵送調査を実施し、2008年型車を購入・リース契約した81,500人以上から回答を得た。

当調査は6月9日に今年の結果を発表した米国自動車初期品質調査と対をなすものである。初期品質調査では新車の購入・リース契約後の90日間における不具合をユーザーに指摘してもらうが、魅力度調査は同一期間内にその車にどの程度満足しているかを調べている。長年にわたる調査から、魅力度の高いモデルは商品の回転が速く、値引きを低く抑えられ、収益性も高まることが明らかになっている。

◆セグメント別ランキングでは、米国ホンダが3セグメントで1位受賞◆

業界全体の平均 APEAL スコアは1,000ポイント満点中770ポイントで、昨年から2ポイント減少した。全体的な減少の半分以上は燃費に対する所有者の満足度が大きく低下したことが原因である。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（J.D. パワー・アジア・パシフィックの米国本社）のオートモーティブ・リサーチのバイス・プレジデント、デヴィッド・サージェントは「昨年の調査以来ガソリンの平均価格は27%上昇しており、新車所有者は燃費に対して敏感になっている。前年までと比較すると期待通りの燃費を得ている消費者が増えてはいるが、ガソリンにかかる費用がかさむことは、やはり燃料の経済性に対する満足度を今までより大きく低下させる。より燃費のいい車を提供し、代替燃料技術を取り入れたメーカーが顧客を満足させ、変化の激しいこの市場で成功する可能性が高い」と述べている。

今年の調査では、調査項目のほとんどでスコアが昨年と同じか低下している。スコアが若干向上したのは「オーディオ/エンターテインメント/ナビゲーション」のカテゴリーのみだった。

サージェントは「メーカーは所有者が非常に魅力的と感じるエンターテインメントとナビゲーションの技術を取り入れることで顧客の満足度を高める努力をしている」と述べている。「これをうまく成し遂げるには、ユーザーのニーズを意識した技術を開発することが重要で、特に、顧客の立場を考え、直感的に使えるように装備を作り上げることが大切だ。操作が複雑すぎる技術では顧客が不満に感じかねない」（サージェント）。

過去の調査結果とは異なり、全くの新型モデルやモデルチェンジをした車より、小幅なマイナーチェンジしたモデルの方が魅力度スコアが平均して高かったことも当調査から明らかになった。

「歴史的に見て、マイナーチェンジをしたモデルより新型モデルの方が顧客の満足度は高いが、今年は魅力のある新型モデルを市場に投入することがメーカーにとって難しくなっている。長期にわたってモデルの人気を保た

れるかどうかは市場投入がどの程度成功したかにかかるところもあり、強力に売り出すことの重要性が強調される。自社のモデルで高い魅力度と初期品質を実現できたメーカーは、顧客からの高い評価を得るだけでなく、増収も見込める」（サージェント）。

セグメント別ランキングおよびブランド別ランキング

今年のセグメント別ランキングでは、ホンダが調査対象ブランドの中で最多となる3セグメントで第1位となった。1位のモデルは、フィット（2年連続）、オデッセイ（4年連続）、リッジライン（4年連続）である。ポルシェ、トヨタ、フォルクスワーゲンがそれぞれ2セグメントで1位を獲得した。ポルシェのモデルで1位となったのはカイエンとケイマン（3年連続）、トヨタはFJクルーザーとセコイア、フォルクスワーゲンはGTI/R32（2年連続）とパサートである。商品魅力度調査と初期品質調査の両方で第1位となったモデルはホンダ・フィットとトヨタ・セコイアのみだった。

以上の他に BMW 5シリーズ、ビュイック・エンクレイブ、シボレー・アバランチ、ダッジ・マグナム、ランドローバー・レンジローバー、レクサス・IS、メルセデス・ベンツ・Sクラス、ミニ・クーパーがセグメント別ランキング第1位となっている。

ブランド別ランキングでは4年連続でポルシェが第1位となった。ランキング入りした36のブランド中、20ブランドで昨年の調査から魅力度スコアが減少し、15ブランドで向上した。最もスコアを向上させた8つのブランドは米国ブランドだった。向上が最も大きかったのはビュイックで、次いでクライスラー、フォード、マーキュリー、ダッジの順だった。スコアの伸びが最も大きかったモデルもほとんどが米国メーカー車で、モデルチェンジしたフォード・フォーカスやダッジ・グランドキャラバン、シボレー・マリブなどである。

調査結果の詳細は、J.D. パワー・コンシューマーセンターに掲載している（英語のみ）。www.jdpower.com

*当報道用資料のオリジナル（英語）は米国で発表済みです。

*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&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： 03-4550-8090

F A X： 03-4550-8151、

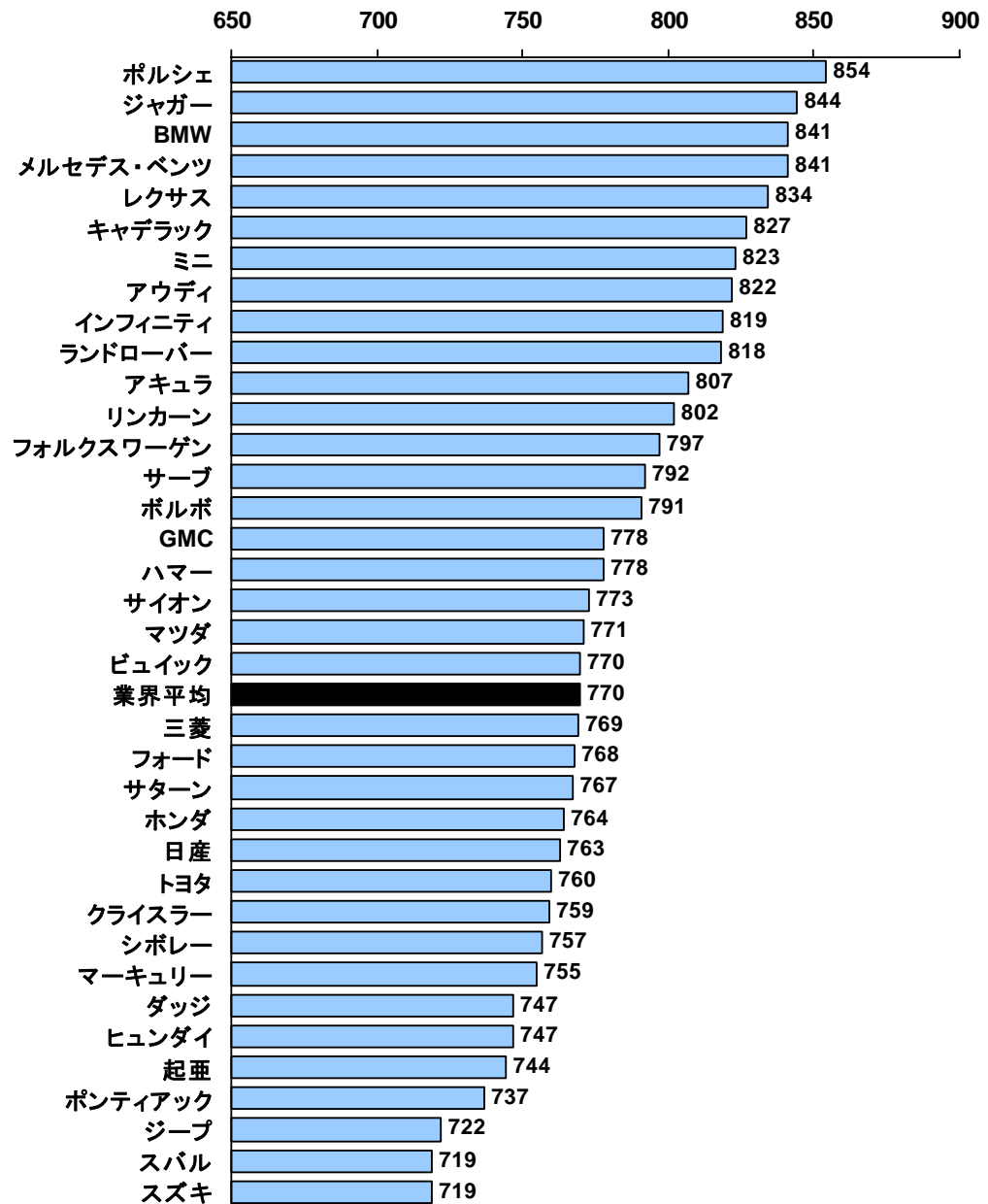
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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・アンド・アソシエイツ 2008年米国自動車商品魅力度(APEAL)調査SM

ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)



注) スマートは少数サンプル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・アンド・アソシエイツ 2008年米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・アンド・アソシエイツ 2008年米国自動車商品魅力度調査SM) を明記してください。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2008年米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 乗用車セグメント

サブ・コンパクト	ミッドサイズ・プレミアム
第1位: ホンダ フィット トヨタ ヤリス サイオン xD	第1位: BMW 5シリーズ メルセデス・ベンツ Eクラス アウディ A6
コンパクト	ラージ・プレミアム
第1位: ミニ クーパー フォルクスワーゲン ラビット フォード フォーカス	第1位: メルセデス・ベンツ Sクラス レクサス LS ジャガー XJ
コンパクト・スポーティー	ミッドサイズ
第1位: フォルクスワーゲンGTI/R32 サターン スカイ サイオン tC	第1位: フォルクスワーゲン パサート シボレー マリブ ホンダ アコード
コンパクト・プレミアム・スポーティー	ラージ
第1位: ポルシェ ケイマン メルセデス・ベンツ CLKクラス アウディ TT	第1位: ダッジ マグナム ダッジ チャージャー トヨタ アバロン
エントリー・プレミアム	
第1位: レクサス IS 250/IS 350/IS-F BMW 3 シリーズ メルセデス・ベンツ Cクラス	

注) 受賞対象セグメントとしたのは、必須サンプル数を満たしたモデルが4モデル以上あるカテゴリのみ。「プレミアム・スポーティー」、
「ミッドサイズ・スポーティー」については、必要サンプル数を満たしたモデルがそれぞれ2モデル、3モデルのみであったため受賞対象カ
テゴリとしなかった。

調査結果の詳細は、
www.jdpower.comをご参照ください。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2008年米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・アンド・アソシエイツ 2008年米国自動車商品魅力度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2008年米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 ライト・トラック / マルチ・アクティビティ車 (MAV)セグメント

コンパクト・MAV	ラージ・プレミアム・MAV
第1位: トヨタ FJ クルーザー マツダ CX-7 日産 ローグ	第1位: ランドローバー レンジ ローバー メルセデス・ベンツ GLクラス リンカーン ナビゲーター
ミッドサイズ・MAV	ラージ・ピックアップ
第1位: ビュイック エンクレイブ マツダ CX-9 ヒュンダイ ベラクルーズ	第1位: シボレー アバランチ トヨタ タンドラ GMC シエラ LD
ラージ・MAV	ミッドサイズ・ピックアップ
第1位: トヨタ セコイア 日産 アルマーダ シボレー タホ	第1位: ホンダ リッジライン フォード エクスプローラー スポーツトラック トヨタ タコマ
ミッドサイズ・プレミアム・MAV	バン
第1位: ポルシェ カイエン BMW X5 アウディ Q7	第1位: ホンダ オデッセイ 日産 クエスト トヨタ シエナ

調査結果の詳細は、
www.jdpower.comをご参照下さい。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2008年米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・アンド・アソシエイツ 2008年米国自動車商品魅力度調査SM)を明記してください。