

Press Release

報道用資料

2009年9月29日

軽自動車の魅力度評価でホンダ・ゼストが第1位

2009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、2009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。

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。

9回目となる今年は、2008年10月から2009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2009年5月に郵送調査を実施し、4,298人から回答を得た。調査対象の車両は7メーカー、42モデルである。

◆新型モデルがいずれも魅力度ランキング上位に、激しさをます競争環境◆

今年のランキングの対象となった13モデル中、ホンダ・ゼストが693ポイント（1,000ポイント満点）で第1位となった。ゼストは2008年12月にマイナーチェンジを実施しており、従来のラインナップにゼストスパークが新たに追加された。カテゴリー別の評価をみると「外装」、「内装」、「空調」でランキング対象モデルの中で最も高いスコアを獲得した。特に、外観スタイルがユーザーから高い評価を得られており、ゼストの強みとなっている。

第2位は2008年8月に発売されたダイハツ・ムーヴコンテで、スコアは692ポイントだった。カテゴリー別では「オーディオ/エンターテインメント/ナビゲーション」と「燃費」を除く8つのカテゴリーのスコアがランキングモデル中で3番目までに入っており、商品として全方位的なバランスのよさがユーザーに評価されている。

第3位はスズキ・新型ワゴンR（690ポイント）で「エンジン/トランスミッション」、「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」、「運転性能」でユーザーから高い評価を獲得し、走行性能が強みを持っている。第4位はホンダ・新型ライフ（688ポイント）で「視認性と運転安全性」でトップの評価となっており、「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」でも高い評価を得た。

また、昨年のランキングトップのダイハツ・タント（677ポイント）が今年は第5位となり、室内空間の広さや収納の使い勝手のよさは、依然としてユーザーから高い支持を受けている。

昨年から今年にかけて新たに市場に投入されたモデルがランキング1位～4位までを占め、ユーザーから高い評価を得ている。しかし一方で既存モデルの評価は昨年からの低下傾向がみられ、モデル間の競争環境は厳しさを増している。

◆ワゴンRステイングレーとゼストスパークが女性から高い評価を獲得◆

調査対象モデルの中で、外内装や装備、走行性などに特徴を持たせたモデルを「カスタムデザインモデル」と称し、標準モデルと分けてみると、いずれも標準モデルよりカスタムデザインモデルの総合 APEAL スコアが高かった。特

に新型のワゴンR スティングレー/AZ - ワゴンカスタムスタイルは外観スタイルや走行性能、オーディオ/ナビゲーション、快適性や利便性の領域において高次元でバランスのよい商品としての評価を得ている。また、ゼストスパークは外観スタイル評価がワゴンR スティングレーを凌ぐ高い評価で、「視認性と運転安全性」や「運転性能」、室内の広さや快適性に対する評価も高い。

近年はメーカー各社からカスタムデザインモデルが市場に多く導入されているが、2009年の本調査では軽自動車市場の3台に1台を占めるまでになった。中でも20代～40代の女性ユーザーでカスタムデザインモデルを選ぶユーザーが増えており、かつ、商品魅力度に対しては男性よりも総じて女性ユーザーが高い評価を示している。多様になりつつある女性ユーザーの車に対する価値観や感性を的確に捉えている商品が市場で成功を収めている。

*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、2008年の売上高は 64 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

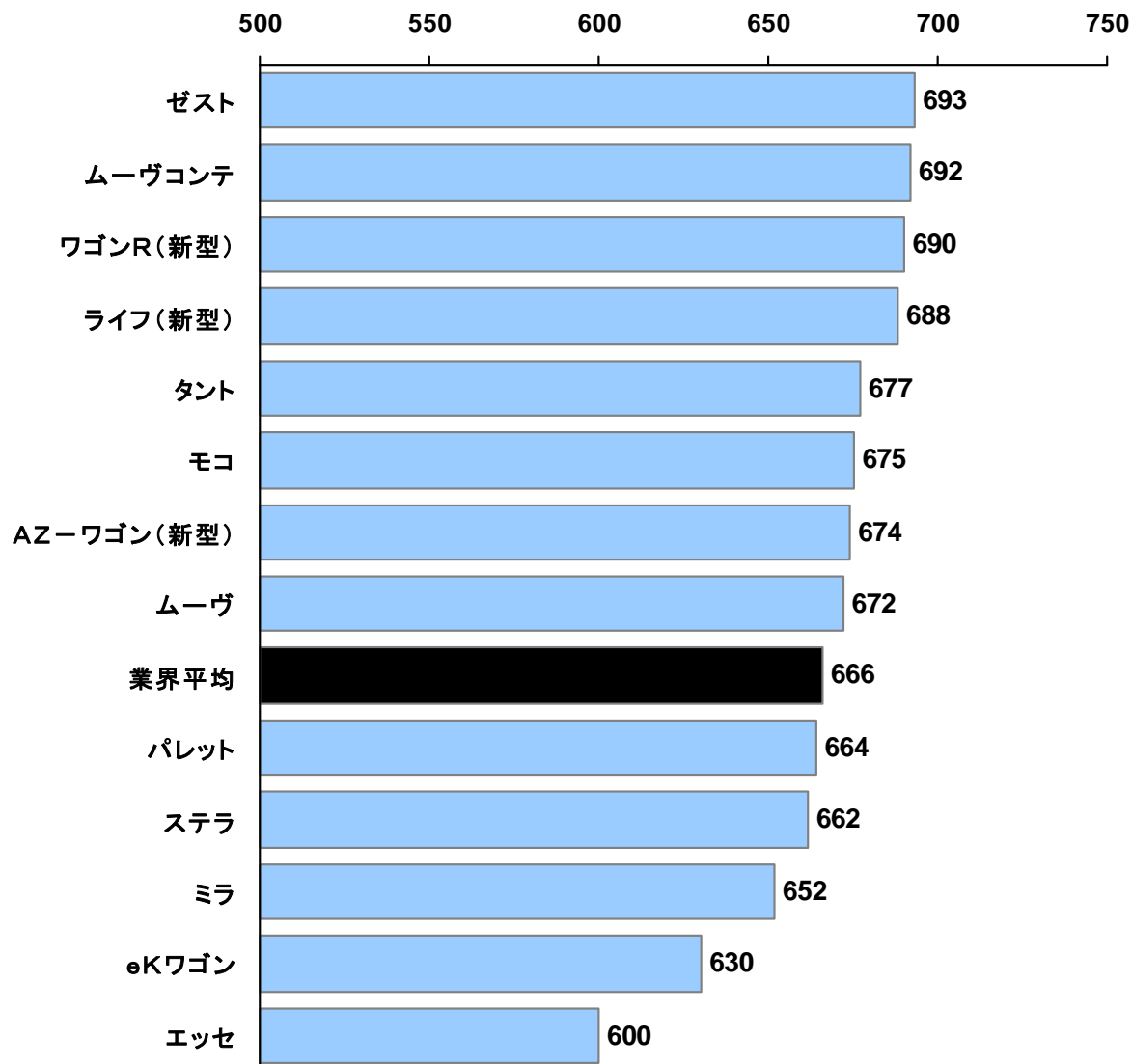
<ご注意>

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 2009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)



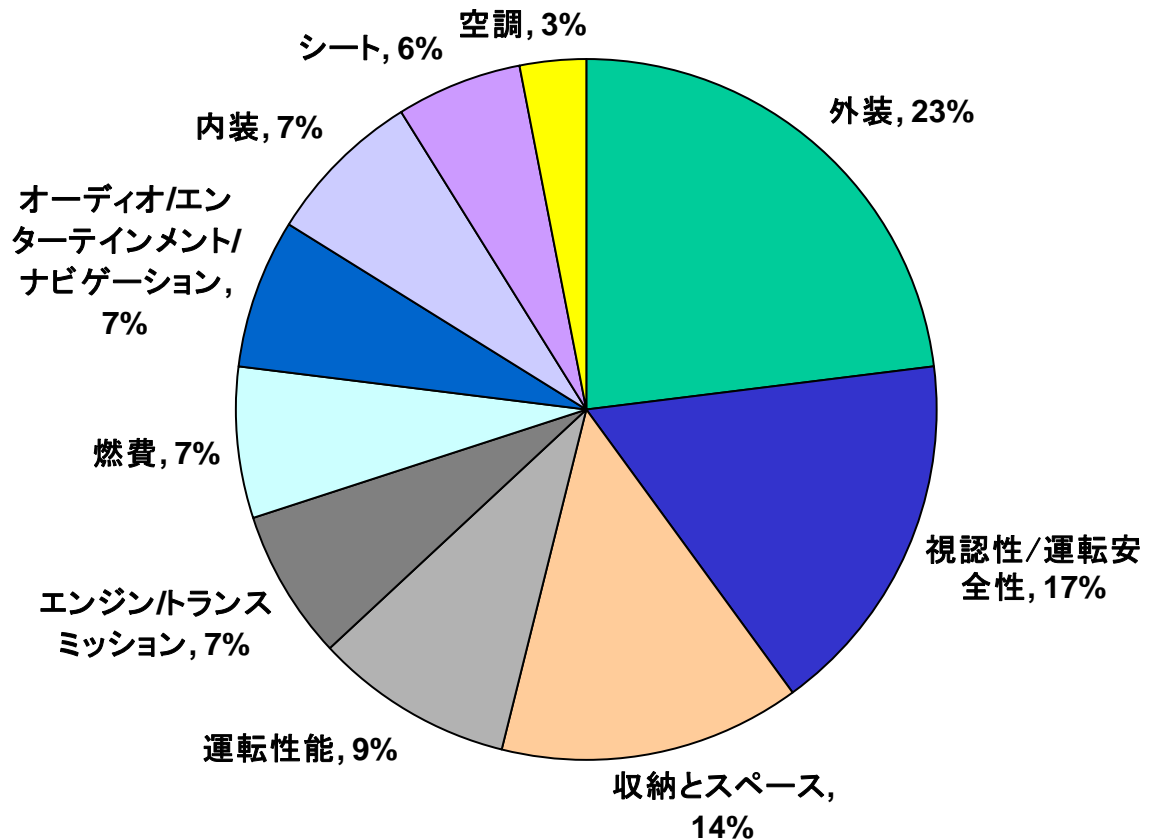
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本軽自動車商品魅力度調査SM

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 2009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 2009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 2009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 2009年日本軽自動車商品魅力度調査SM)を明記して下さい。