

Press Release

報道用資料

2009年7月24日

2009年の魅力度、市場に新規投入されたモデルが大幅に向上

2009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、2009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、乗用車及びライト・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。14回目となる今年は2009年2月から5月にかけて郵送調査を実施し、2009年型を購入・リース契約した80,900人以上から回答を得た。

当調査は6月23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。

◆セグメント別ランキング、フォルクスワーゲンが4セグメントでトップ、フォード、ホンダ、メルセデス・ベンツ、日産もそれぞれ2つのセグメントでトップ◆

米国の新型モデルとモデルチェンジ車は3年連続で高い魅力度となった。これらのうち7つのモデルはセグメント別ランキングで第1位を受賞した。

新型モデルとモデルチェンジ車の平均 APEAL スコアは1,000ポイント満点中790ポイントで、昨年から11ポイントの上昇、従来モデルの今年のコアよりも15ポイント高かった。また、7つすべての新型車とモデルチェンジ車が各該当セグメントで第1位となった。それらはダッジ・チャレンジャー、フォード・F-150（同率）、フォード・フレックス、ヒュンダイ・ジェネシス、日産・マキシマ、フォルクスワーゲン・CC、フォルクワーゲン・ティグアンである。

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、デーヴィッド・サージェントは「ほとんどの自動車メーカーは新型モデルの設計において適切であり、それらは非常に魅力的である。強力な魅力と高品質を併せ持つモデルを開発することにおけるメーカーの挑戦が大きいほど、顧客のロイヤルティと推奨意向を高め、引いては販売数の増加につながる」と述べている。

長年に渡る調査から、魅力度の高いモデルは在庫の回転が速く、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。

業界全体の平均 APEAL スコアは779ポイントで、昨年の770ポイントから大幅に向上した。これは主に燃費に対する所有者の満足度が増加したことによる。この満足度の増加は3つの主要な要因からのものである。一つ目はここ1年の間に燃料価格が大幅に低下し、所有者が燃費を気にすることが少なくなったためである。二つ目は所有

者が燃費効率のよい車に買い替えたことによる。今年、調査対象となったすべての車両の半数以上が四気筒エンジンを搭載しているものであり、昨年はこの割合が 39% だった。三つ目は自動車メーカーがこれまでよりも燃費効率のよいモデルを設計していることである。

「燃料価格の低下と小型車への買い替えが間違いなく一役買っているとはいえ、燃費において大幅な改善を行っている車も多い。例えば、フォード・F-150、キャデラック・エスカレード、フォルクスワーゲン・ジェッタ、モデルチェンジをしたダッジ・ラムはすべて、高効率のパワートレインを搭載することにより、燃費に対する所有者の満足度を大きく向上している」（サージェント）

今年、最も向上した 4 ブランドは米国ブランドだった。中でも最も向上したのはダッジで、以下、ポンティアック、ビュイック、キャデラックと続いた。また、最も向上した 3 つのモデルは米国自動車メーカーのモデルだった。それらはダッジ・ラム、ビュイック・ルサーン、フォード・F-150 である。

「消費者は米国ブランドおよび海外ブランドによる多くの選択肢から、魅力的な車を選ぶことができる」（サージェント）

過去数年間で、米国モデルと海外モデルの APEAL スコアの差は大幅に縮小し、2007 年の 27 ポイント、2008 年の 15 ポイントと比較して、今年は僅か 5 ポイント差だった。プレミアムモデルにおいては、海外ブランドが僅かに優位性を保っているが、ノンプレミアムモデルにおいてはそれほど差がなかった。

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、調査対象ブランドの中でフォルクスワーゲンが最多となる 4 セグメントで第 1 位を獲得した。第 1 位となったモデルは、CC、GTI、パサート、ティグアンである。フォード、ホンダ、メルセデス・ベンツ、日産はそれぞれ 2 セグメントでトップだった。フォードのモデルでトップだったのは F-150（同率）とフレックス、ホンダはオデッセイ（5 年連続）とリッジライン（5 年連続）、メルセデス・ベンツは S クラス（3 年連続）と SLK クラスだった。メルセデス・ベンツ・S クラスは調査対象となったモデルの中で最も高い APEAL スコアを獲得した。日産はアルマーダとマキシマがトップだった。

以上の他に、シボレー・アバランチ（同率 1 位、2 年連続）、ダッジ・チャレンジャー、ヒュンダイ・ジェネシス、ミニ・クーパー（2 年連続）、ポルシェ・カイエン（2 年連続）、スマート・フォーツーがセグメント別ランキングで第 1 位となった。フォード・F-150 とホンダ・リッジラインの 2 モデルのみが、2009 年米国自動車商品魅力度（APEAL）調査と 6 月に発表した 2009 年米国初期品質調査（IQS）の両調査の該当セグメントで第 1 位を獲得している。

ブランド別ランキングでは、5 年連続でポルシェが第 1 位となった。

<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

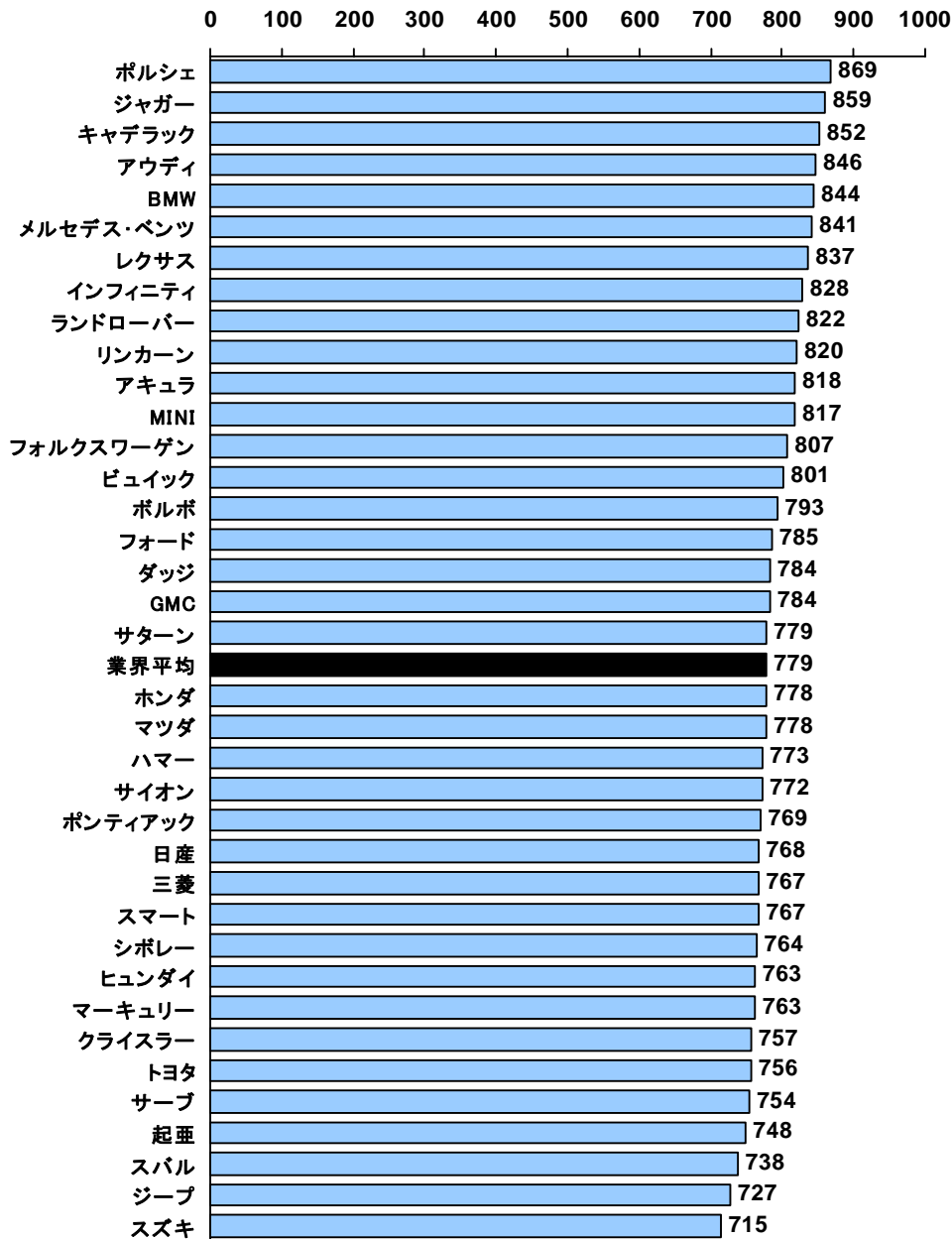
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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・アンド・アソシエイツ 2009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)



出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2009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 2009年米国自動車商品魅力度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ

2009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・スポーティー*
第1位: スマート フォーツ サイオン xD ホンダ フィット	第1位: ダッジ チャレンジャー
コンパクト	ミッドサイズ・プレミアム
第1位: ミニ クーパー フォルクスワーゲン ジェッタ 三菱 ランサー	第1位: ヒュンダイ ジェネシス ジャガー XF BMW 5シリーズ
コンパクト・スポーティー*	ラージ・プレミアム*
第1位: フォルクスワーゲン GTI	第1位: メルセデス・ベンツ Sクラス レクサス LS
コンパクト・プレミアム・スポーティー*	ミッドサイズ
第1位: メルセデス・ベンツ SLKクラス 日産 Z	第1位: フォルクスワーゲン パサート マツダ 6 ホンダ アコード
エントリー・プレミアム	ラージ
第1位: フォルクスワーゲン CC キャデラック CTS アウディ A4/5	第1位: 日産 マキシマ ポンティアック G8 トヨタ アバロン

注) 受賞対象カテゴリーとしたのは、必須サンプル数を満たしたモデルが3モデル以上あり、受賞対象カテゴリー内における市場での販売が80%を構成するカテゴリーのみ。「プレミアム・スポーティー」は必須サンプル数を満たしたモデルが2モデルのみであったため、受賞対象カテゴリーとしなかった。

* セグメント平均を上回るモデルが受賞モデル以外になかったカテゴリー。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2009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 2009年米国自動車商品魅力度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2009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

<p>コンパクト・MAV</p> <p>第1位: フォルクスワーゲン ティグアン サターン VUE マツダ CX-7</p>	<p>ラージ・ピックアップ</p> <p>第1位: シボレー アバランチ(同率1位) フォード F-150(同率1位) ダッジ ラムピックアップ</p>
<p>ミッドサイズ・MAV</p> <p>第1位: フォード フレックス ビュイック エンクレイブ トヨタ ヴェンザ</p>	<p>ミッドサイズ・ピックアップ</p> <p>第1位: ホンダ リッジライン ハマー H3T トヨタ タコマ</p>
<p>ラージ・MAV</p> <p>第1位: 日産 アルマーダ シボレー サバーバン GMC ユーコン</p>	<p>ミニバン</p> <p>第1位: ホンダ オデッセイ フォルクスワーゲン ルータン トヨタ シエナ</p>
<p>ミッドサイズ・プレミアム・MAV</p> <p>第1位: ポルシェ カイエン BMW X5 メルセデス・ベンツ Mクラス</p>	

注) 受賞対象カテゴリーとしたのは、必須サンプル数を満たしたモデルが3モデル以上あり、受賞対象カテゴリー内における市場での販売が80%を構成するカテゴリーのみ。「ラージ・プレミアム・MAV」は必須サンプル数を満たしたモデルが3モデル以上あったが、同カテゴリー内の市場販売が80%を満たしていなかった。また、「ラージ・バン」、「ラージ・プレミアム・MAV」は必須サンプル数を満たしたモデルがなかったため、これらは受賞対象カテゴリーとしなかった。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2009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 2009年米国自動車商品魅力度調査SM)を明記して下さい。