

J.D. パワー アジア・パシフィック報道用資料：

最も検討している車の好意点は、ブランドにより「外装／外観のデザイン」「燃費のよさ」「走行性能」に分かれる

次回購入する自動車のエンジンタイプについて、ディーゼルを上げた顧客は2割未満と限定的

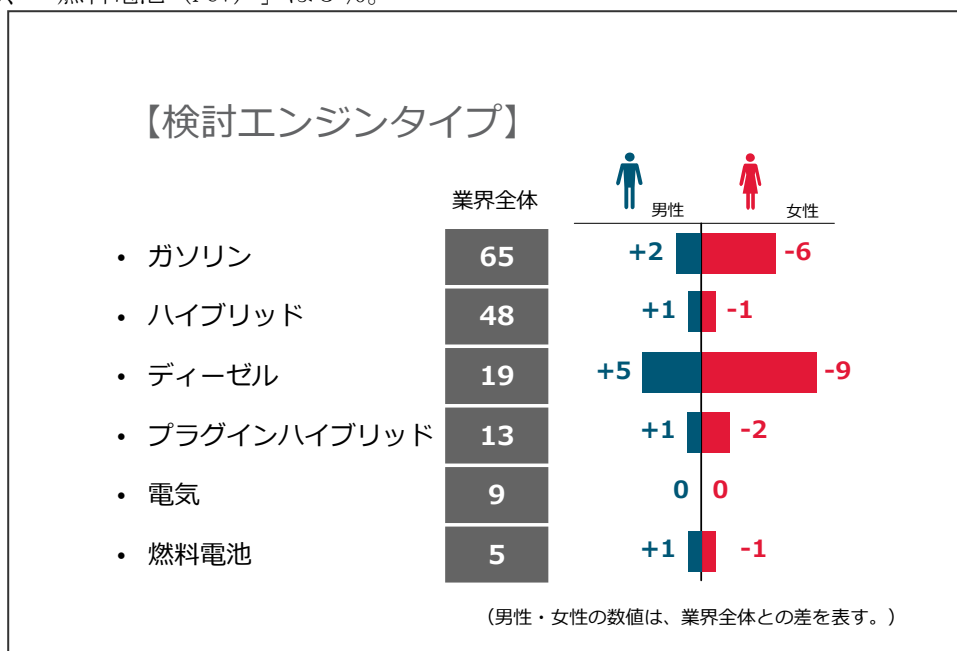
東京：2015年10月30日—2015年J.D. パワー アジア・パシフィックは、日本自動車購入意向者調査 (NVIS : New Vehicle Intender Study) を日本で初めて実施した。

本調査では、今後1年以内に新車乗用車の購入を検討している消費者（現保有車の有無、新車・中古車の別は問わない）を対象として、次回購入を検討している車のタイプ詳細（車の種類や仕様）や重視点、ブランド認知度や好意度、検討ブランド/モデル、ブランドイメージ、更には新技術に対する興味や関心など、消費者の意識や購買行動に関する情報を広範囲に収集している。2015年7月上旬から中旬にかけてインターネット調査を実施し、総計6,000人から回答を得た。

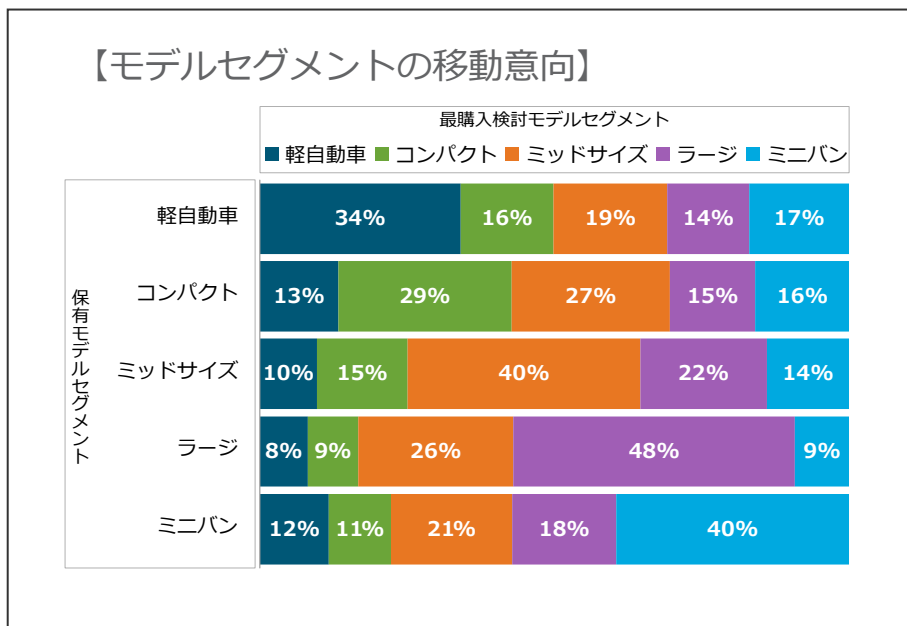
J.D. パワー アジア・パシフィックのオートモーティブ部門 執行役員である木本卓は『新車選びのシーンにおいて、ユーザーは多様な価値観を持っており、幅広い選択肢の中から自分に最適な一台を検討している。自動車メーカーは、自社ブランドのおかれている立ち位置をしっかりと把握し、より魅力的な車作りやブランド構築への取り組みを益々強化していただきたい』と強調する。さらに、木本は『本調査データは、自動車メーカー各社がブランディング／マーケティング戦略を構築する上で必要となる基礎データとして有効活用いただくことを主眼としている。今後の市場環境の変化が、消費者の意識や志向にどのような影響を与えるのかについても注視してゆく必要があるため、これからも年1回の定点観測を続けてゆく』と述べている。

主な調査結果

- 新車購入に際し、複数メーカーを検討しているユーザーが半数以上（55%）で、1人当たりの平均では2.5メーカーを比較検討している。
- 次に購入を検討している車のエンジンタイプについて、「ハイブリッド」と回答したユーザーは約半数の48%。「ディーゼル」は19%、「プラグインハイブリッド」は13%となっている。さらに、「電気（EV）」が9%、「燃料電池（FCV）」は5%。



- 好きなブランドとして最も多く挙げられたブランドのトップ10は、トヨタ（50%）、ホンダ（34%）、BMW（30%）、日産（28%）、マツダ（24%）、レクサス（24%）、スバル（23%）、アウディ（22%）、メルセデス・ベンツ（22%）、ポルシェ（17%）である。
- 現在保有している車と同じセグメント\*1の車を次回も検討しているという割合は、最も高いラージセグメントで48%、最も低いコンパクトセグメントでは29%であり、約50~70%のユーザーは、現在の車とは異なるセグメントの車へも関心を示している。



- どのメーカーでもリピート層（過去にそのメーカーの車を所有した経験があり、現在もそのメーカーの車を所有しているユーザー）で、次回も同じメーカーの車を検討しているという割合が際立って高いが、その割合はメーカーによって異なる。トヨタ、レクサス、BMWなどは、リピート層で次回も同じメーカーの車を検討している割合が70%以上であるのに対し、一部のメーカーでは30%台と低水準に留まっており、メーカーによって顧客のロイヤリティにはばらつきがある。
- 最も検討している車の好意点は、多くの日本車メーカーでは「燃費のよさ」、外国車メーカーでは「外装／外観のデザイン」が最も多く挙げられている。但し、レクサスとマツダは「外装／外観のデザイン」、スバルは「走行性能」を挙げるユーザーが最も多く、異なる特徴がみられる。
- これまでに販売店を訪問したことがある顧客は、そのメーカーの検討意向が高くなり、それはどのブランドにも共通である。ただし、訪問経験がある顧客からの検討意向自体をメーカー間で比較すると、そこには格差がある。

\*1「軽自動車」「コンパクト」「ミッドサイズ」「ラージ」「ミニバン」の5セグメントを定義して分類

日本自動車購入意向者調査は、J.D. パワー アジア・パシフィックが日本で実施している AUTO ベンチマーク調査の一つであり、他の2015年自動車関連調査は下記の日程でリリースしている。

- ・ 自家用の乗用車（軽自動車を含む）のスタッドレスタイヤの満足度を測定した、2015年日本冬用タイヤ顧客満足度（W-TSI）調査を本年5月に発表した。
- ・ 自動車を新車で購入したユーザーを対象に、新車購入店の顧客満足度を測定した2015年日本自動車セールス満足度（Sales Satisfaction Index、略称SSI）調査を本年8月に発表した。
- ・ 自動車を新車で購入したユーザーを対象に、購入後2~9ヶ月における車両の初期品質を調査した2015年日本自動車初期品質（Initial Quality Study、略称IQS）調査を本年8月に発表した。
- ・ 新車購入店でサービスを受けた際の顧客満足度を測定した2015年日本自動車サービス満足度（Customer Service Index、略称CSI）調査を本年9月に発表した。

- ・ 自動車を新車で購入後 2～9 ヶ月が経過した個人ユーザーを対象に、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測定した 2015 年日本自動車商品魅力度（Automotive Performance, Execution and Layout、略称 APEAL）調査を本年 9 月に発表した。
- ・ リプレスタイヤを新品で購入した顧客の満足度を測定した、2015 年日本リプレスタイヤ顧客満足度調査を本年 10 月に発表した。
- ・ 自動車を新車で購入後 37～54 ヶ月が経過した個人ユーザーを対象に、直近 1 年間に経験した車両の耐久品質上の不具合を測定した、2015 年日本自動車耐久品質調査（Vehicle Dependability Study、略称 VDS）を本年 10 月に初めて発表した。
- ・ 自動車メーカー純正ならびに市販ブランドのナビゲーションシステムの満足度を測定した 2015 年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査を本年 10 月に発表した。

\*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。自動車業界を始め通信、IT、金融、保険、トラベル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。尚、J.D. パワーではシンガポール、北京、上海、バンコクに拠点をもち、日本、オーストラリア、中国、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、台湾、タイ、ベトナムで調査を実施している。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 <http://japan.jdpower.com> まで。

#### <J.D. パワーについて>

マグロウヒル・フィナンシャルの一部門である J.D. パワー（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、パフォーマンス改善、ソーシャル・メディア、顧客満足に関するインサイトとソリューションを提供している国際的なマーケティング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。

#### <マグロウヒル・フィナンシャルについて>

マグロウヒル・フィナンシャル（NYSE：MHP）は国際的な金融並びに商品市場に対する信用格付、ベンチマーク、情報・分析サービスを提供する事業を行う金融情報サービス企業である。主なブランドはスタンダード&プアーズ レーティングサービス、S&P Capital IQ、S&P ダウ・ジョーンズ・インデックス、プラッツ、J.D. パワーである。世界 27 カ国に約 17,000 人の従業員を有する。詳細はウェブサイト [www.mhfi.com](http://www.mhfi.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  
コーポレート コミュニケーション

住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 メトロシティ神谷町（〒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。