

J.D. パワー 報道用資料：

**次回購入する自動車のエンジンタイプについて、エコカーを検討対象にしている割合が増加、また高齢者層の安全装備に対する関心度も向上**

東京：2016年9月14日—J.D. パワーは、今年で2回目となる日本新車購入意向者調査<sup>SM</sup>（NVIS：New Vehicle Intender Study）を実施した。

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。2016年6月下旬から7月中旬にかけてインターネット調査を実施し、総計10,000人から回答を得た。

J.D. パワーのオートモーティブ部門ディレクターである浦山浩一は、『車購入の際の重視点として挙げられる上位3項目は、燃費のよさ、購入価格、そして外装／外観のデザインである。また、エコカーが検討適上に上がっている割合は、昨年調査よりも増えており、エコカーの商品多様化と最近の燃費偽装問題という肯定的、否定的の両面から関心度は上がっているのではないかと推測される。こういった状況下で、各メーカーに求められるのは、エコカーということに留まらず、個々のモデルのプロダクトコンセプト、及びブランドとして訴求すべき点の両方の視点でのコミュニケーションを考えていくことではないか』と述べている。

### **主な調査結果**

- 新車購入の際に複数ブランドを検討している割合は、昨年と同様に半数を超える55%で、1人当たり平均で2.5ブランドを比較検討している。量販ブランドを一番に検討している場合でその平均は2.4ブランド、ラグジュアリーブランド検討者では2.9ブランドとなっている。
- 昨年と比較すると、エコカーを検討の適上に挙げている割合が増えている。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」と回答した対象者は昨年の48%より5%増加の53%、同様に「プラグインハイブリッド」も5%増の18%となっている。さらに、「電気（EV）」が昨年の9%から3%増の12%、「燃料電池（FCV）」は5%から2%増で7%となった。一方、「ガソリン」と「ディーゼル」は昨年と変わらず、それぞれ65%、19%となっている。
- 高齢者層のドライバーでは、安全性に対する関心が高い。60代の男性の15%、50～60代の女性の18%は、新車購入時において車の安全性能をもっとも重視する点とするとしており、これは20～30代の男性の7%、同年代女性の10%と比較して高い。最新の安全装備に対する興味においても同じ傾向がみられ、60代の男性の58%、女性の56%は「衝突回避及び被害緩和システム」に対する興味があると回答しているものの、20代の男女ではそれぞれ33%、37%に留まっている。同様に、「踏み間違いによる誤発進防止機能」においては、60代の男女で各々52%と54%に対し、20代では男性は32%、女性は37%しか興味を示していない。
- 現在、最も購入を検討している車種の認知経路をみると、男女間での相違がみられる。「メーカー／販売店のホームページ」と回答した割合は、男性の14%に対し女性は10%、「ニュース/情報サイト」は男性の14%に対し女性は6%となる。その一方で「雑誌／新聞／テレビ／ラジオなどの広告」は男性12%、女性16%、「路上を走っていた/駐車していた車を見かけて」は男性10%、女性14%、「家族／友人／知人の意見」は男性4%、女性12%となっている。

- メーカー／販売店のホームページで参考にした情報をみると、年代による相違点がみられる。40代以上の年齢層では、車両価格やスペック等に関する情報収集を行った割合が高い。その一方、20～30代の比較的若い層では、車両に関する情報のみならず、アフターサービスに関する情報や、キャンペーン・イベント、試乗予約や店舗の検索など幅広い情報収集に利用している傾向が見られる。

日本自動車セールス満足度調査は、J.D. パワー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 2016 年自動車関連調査は下記の日程でリリース予定である。

- ・ 自動車を買っ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 2016 年日本自動車セールス満足度 (Sales Satisfaction Index、略称 SSI) 調査を 8 月に発表した。
- ・ 自動車を買っ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 2016 年日本自動車初期品質 (Initial Quality Study、略称 IQS) 調査を 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 2016 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。
- ・ 自動車を買った後 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 2016 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 月に発表する予定である。
- ・ 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 2016 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 月に発表する予定である。
- ・ 自動車を買った後 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、2016 年日本自動車耐久品質調査 (Vehicle Dependability Study、略称 VDS) を本年 10 月に発表する予定である。

\*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。

#### <J.D. パワーについて>

J.D. パワー (本社：米国カリフォルニア州コストメサ) は、顧客満足に関するインサイト並びにパフォーマンス改善のための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。毎年、世界中で数百万人にのぼる消費者やビジネス・ユーザーを対象に、品質や顧客満足に関する調査を実施している。北米、南米、ヨーロッパとアジアに計 17 の拠点を有する。アジア・パシフィックではシンガポール、北京、上海、バンコク、マレーシアに拠点をもち、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、シンガポール、台湾、タイ、ベトナムで調査を行っている。詳しくは当社ウェブサイト <http://japan.jdpower.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。