

J.D. パワー 報道用資料：

## SUVの検討者層が増加、また高齢者層における安全性能を重視する割合の上昇が続く

東京：2017年9月13日—J.D. パワーは、今年で3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。2017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、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、次のように述べている。

『車購入の際の最重視点として挙げられる上位3項目は、昨年は「外装／外観のデザイン」「購入価格」「燃費のよさ」だったが、今年は「燃費のよさ」に変わり「安全性能」が入り、「外装／外観のデザイン」「購入価格」「安全機能」となった。特に60代以上の年代層で見ると、「安全機能」は昨年の16%から21%と最重視点項目の中でもっとも大きな上昇幅となっている。これらの先進装備は、新しい機能であるが故に当然期待も大きくなるが、その反面、機能と使い方を正しく理解してもらうことが非常に重要となる。検討前のブランド・モデルの訴求から購入後のサポートに至るまで、保有ライフサイクル全体における一貫したコミュニケーションが重要になるのではないかと。』

### 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2.4ブランドを比較検討している。男女別で見ると、男性が検討しているブランド数の平均は、2.5ブランド、女性の場合で2.2ブランドとなっている。
- 昨年と比較すると、SUVを検討対象に挙げている割合が増えている。検討している車のボディタイプについて「SUV」と回答した対象者は昨年の27%より4%増加の31%となっている。家族構成で見ると、34%の「独身」に次いで、「親と子供の二世帯同居の家族」が昨年の25%から6%増の31%になっており、ファミリー層への浸透が一層進んでいる。
- ブランドのポテンシャルを探る目的で、「最も購入の可能性があると思うモデルと見た目や性能が似かよった車が、他のメーカー／ブランドで販売していたと仮定した場合、価格次第で購入を検討するかどうかが」の意向を聴取したところ、調査対象の28ブランドの中の10ブランドにおいて、「購入を検討する」と答えた割合が50%を超える結果となった。
- モデル検討にあたり、メーカー／販売店のホームページをどのような機器で閲覧したかをみると、パソコンの利用が85%と最も高いが、スマートフォンを利用した割合が昨年より4%上昇し35%となった。60代以外のすべての年代において、スマートフォンの利用が増えている傾向がうかがえる。

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2017年自動車関連調査内容及びリリースは下記の通り。

- 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2017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2017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2017年日本自動車サービス満足度（Customer Service Index、略称CSI）調査を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2017年日本自動車商品魅力度（Automotive Performance, Execution and Layout、略称APEAL）調査を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2017年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査を10月に発表する予定である。
- ・ 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、2017年日本自動車耐久品質調査（Vehicle Dependability Study、略称VDS）を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。また、J.D. パワーは Athene Li, Joseph Pacini, Murphy Qiao and Carsten Geyer の4人の創業者によって率いられる、ロンドンに本社を置く国際的なオルタナティブ投資会社並びにプライベート・エクイティ企業である XI0 グループの投資先企業のひとつである。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](mailto: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。**