

2019年6月4日

J.D. パワー ジャパン

## J.D. パワー、消費者に向けた新車選びの新指標を公開

～ 日本最大級のクルマ専門メディア“MOTA”にて J.D. POWER スコアを提供開始～

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 ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）とオートックワン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：佐藤大輔）は、2社共同開発による新車選びの新指標となる新コンテンツを5月30日（木）より提供開始いたしました。

先進安全支援システムやEVなど、自動車の機能は日々進化し利便性が向上していますが、その一方で消費者の理解や知識は追いついておらず、特にクルマ初心者にとって、新車選びはより複雑化しています。

J.D. パワーが先月実施した調査<sup>\*1</sup>でも、新車選びを「とても難しいと感じる」

「やや難しいと感じる」と回答した人は全体の6割となり、特に女性においては、約7割が難しいと感じていることが明らかになりました。

また、車選びを難しいと感じるポイントとして、男性は「購入後の維持費用がイメージしにくい（41%）」が多い一方、女性は「メーカーによる車の違い（44%）」「車に関する専門用語（30%）」が多い結果となり、グレードやオプションの選び方については男女共に難しさを感じている（男性34%、女性41%）ことがわかりました。

このような状況を解決すべく、J.D. パワーはオートックワンと協業し、オートックワンが運営する日本最大級の自動車専門メディア“MOTA”（<https://autoc-one.jp/catalog/>）内にて「J.D. POWER スコア」を公開いたしました。このスコアは、実際に新車を購入し、所有している最大2万人の一般消費者を対象に毎年実施している業界ベンチマーク調査<sup>\*2</sup>データから算出しており、いわゆる口コミとは一線を画した信憑性のあるユーザー体験に基づいた指標であることが最大の特徴です。また、モデルごとの総合スコアだけでなく、デザイン、燃費、居住性、安全性、アフターサービスといったカテゴリー別でのスコアも算出しています。

J.D. パワーは、今回の協業を通じて、消費者のクルマ選びをサポートすると共に、先進技術の浸透や消費者のクルマ離れといった課題解決を目指してまいります。

<sup>\*1</sup> 2019年5月21日(火)～22日(水)に、新車購入経験のある全国の20～60代男女を対象にインターネットで実施。回答者数：414名

<sup>\*2</sup> J.D. パワーが毎年自主的に実施しているシンジケート調査のうち、「日本自動車初期品質調査」「日本自動車商品魅力度調査」「日本自動車サービス満足度調査」の3調査が対象



J.D. POWER スコア表示イメージ

《本件に関するお問い合わせ》

コーポレート コミュニケーション 北見

TEL: 03-4570-8410 E-mail: release@jdpa.com

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）は消費者のインサイト、アドバイザーサービス、データ分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。企業の顧客満足度改善やパフォーマンス向上のソリューション提供のため、現在、北米、南米、アジアパシフィック、ヨーロッパでビジネスを展開しています。