

2003年3月25日

報道用資料**メルセデス・ベンツ、インドネシア自動車セールス満足度で第1位****2002年インドネシア自動車セールス満足度(SSI)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、蓮見南海男社長、略称 J.D. パワー）は、2002年インドネシア自動車セールス満足度（Sales Satisfaction Index、略称 SSI）調査の結果を発表した。

当調査は、新車購入時から3～5ヶ月経過した乗用車およびライト・トラックの所有者を対象に、インドネシアにおける新車の販売から納車までのプロセスに関する顧客満足度を調べるものである。2回目となった2002年の調査は、2,500人以上から回答を得た。

インドネシアの自動車セールスに関する総合満足度は6つのファクターで構成されており、重要度順に「セールス担当者」、「書類手続き」、「ディーラー設備」、「納車タイミング」、「納車プロセス」、「取引」となっている。

◆プレッシャーを感じるとセールス満足度は減少◆

今回（2002年）の調査では、メルセデス・ベンツが1000ポイント満点中799ポイントを獲得して第1位となった。メルセデス・ベンツは全てのファクターで業界平均を上回った。さらに「セールス担当者」、「納車プロセス」、「納車タイミング」、「書類手続き」の4ファクターでは業界トップのスコアを得た。

前回の調査で第1位だったBMWはスコアを20ポイント減らし、789ポイントで第2位となった。以下、第3位にはGM、第4位にはトヨタ、第5位には三菱が入り、それぞれ業界平均以上にランクされた。

2002年の業界全体の総合満足度は2001年に比べて6ポイント向上した。また、全てのファクターの中で「取引」のスコアが最も低く、新車購入者は予期していた以上の金額を支払い、契約条件について十分な交渉が行えなかったと感じていたことがわかった。この傾向は特にバンやSUV購入者の中で多くみられた。

購入の際、そのディーラーを選んだ主な理由としては、22パーセントが「欲しかった車とそのディ

ーラーにあったから」と回答している。また 16 パーセントが希望モデルの在庫の品揃えが少なかったことに不満を持っていた。品揃えの不足は、購入する見込みのある客を他のディーラーに奪われる原因となる。その上、この種の不満は車を購入したディーラーの販売プロセスについての満足度にマイナス影響を及ぼすことにもなる。

SSI 調査では、販売プロセスの中で新車購入者がどの程度プレッシャーを経験するかを調べている。その結果、回答者の 43 パーセントが多少なりともプレッシャーを感じていたことが明らかになった。プレッシャーを感じたと答えた人は、プレッシャーを受けなかった人よりも平均して 22 ポイント低いスコアをつけた。

<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 J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（略称 JDPA、本社米国カリフォルニア州）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。インターネット上でホームページを開設しており、会社概要や提供しているサービスなどの情報を次のアドレスで入手できる。

J.D. パワー アジア・パシフィック ホームページ <http://www.jdpower.co.jp>

<本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 川野

住 所： 東京都中央区日本橋富沢町 10-16 マイアーク日本橋ビル（〒103-0006）

電 話： 03-5695-4568

F A X： 03-5695-0617

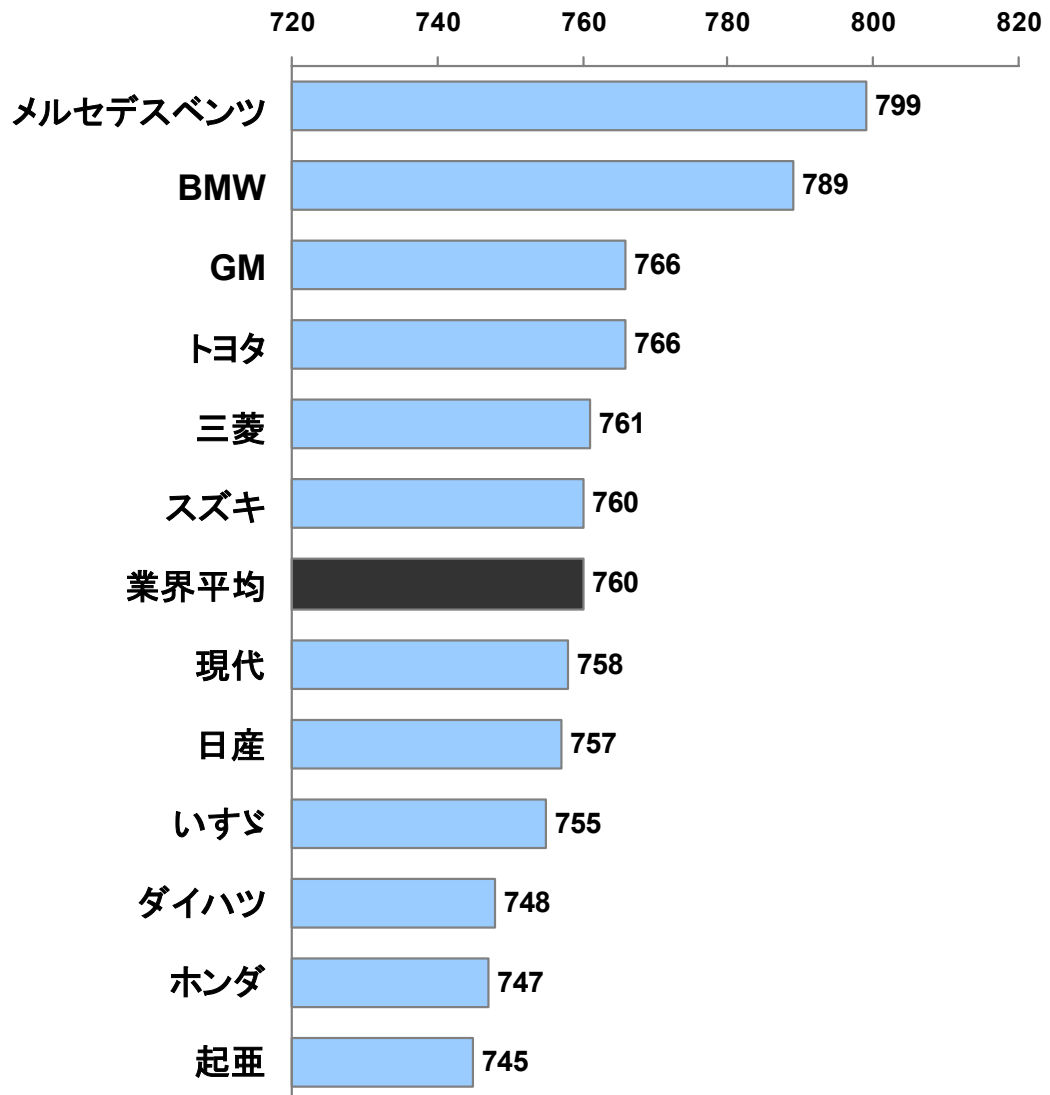
e-mail： mkawano@jdpower.co.jp

<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な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 アジア・パシフィック 2002年インドネシア自動車セールス満足度 (SSI) 調査SM

セールス満足度ランキング



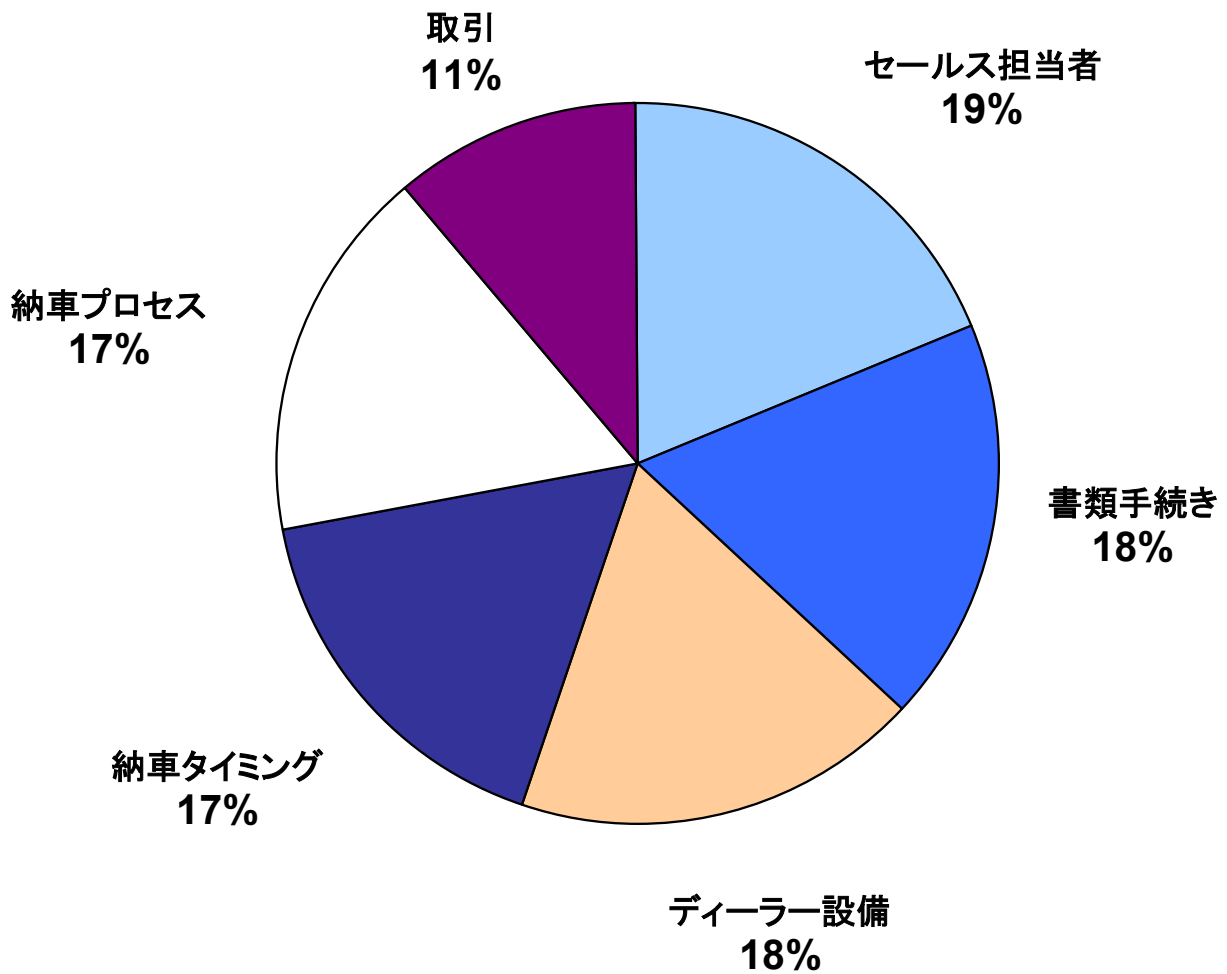
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2002年インドネシア自動車セールス満足度調査SM

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 アジア・パシフィック 2002年インドネシア自動車セールス満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2002年インドネシア自動車セールス満足度 (SSI) 調査SM

総合満足度を構成するファクター



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2002年インドネシア自動車セールス満足度調査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 アジア・パシフィック 2002年インドネシア自動車セールス満足度調査SM) を明記して下さい。