

2003年1月7日

報道用資料**タイ自動車セールス満足度で、トヨタといすゞが第1位****2002年タイ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年タイ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、タイ自動車市場におけるディーラーの販売から納車までのプロセスについて顧客の満足度を調べるもので、年1回の割合で実施している。3回目となった今回の調査では、2,100人以上の消費者からの回答を得た。

**◆満足度上位と下位の格差拡大◆**

総合的なセールス満足度に影響を与えるファクターは6つで、重要度順に「セールス担当者」、「納車プロセス」、「ディーラー設備」、「書類手続き」、「納車タイミング」、「取引」となっている。

メーカー別ランキングでは、トヨタといすゞが同スコア（1000ポイント満点中822ポイント）で、ともに第1位となった。スコアが業界平均を上回ったのはこの2社だけであった。また6つのファクター全てで業界平均以上のスコアを挙げたのはトヨタだけで、「セールス担当者」、「ディーラー設備」、「書類手続き」の3つのファクターでの評価が特に高かった。いすゞは、「納車プロセス」、「納車タイミング」、「書類手続き」で強さを見せた。

業界全体のセールス満足度は6ポイント増加したが、一方では最高スコアと最低スコアの差が広がり、差は前回調査（2001年）の15ポイントから38ポイントへと2倍以上になった。販売から納車までのプロセスをうまく完了する点で大幅な向上を遂げたメーカーがあるものの、業界全体では依然として向上の余地が残されていると、J.D. パワーは分析している。

セールス担当者の能力はセールス満足度に影響を与えるファクターの中で重要度が最も高かったが、J.D. パワーが調査を実施しているアジア市場の中では、タイにおいてその傾向が最も強いということが調査結果からわかった。回答者の 40%が、メーカーやモデルを決定する際、ディーラーの責任者やセールス担当者を重要な情報源としていた。しかしながら車を売ろうがために、販売スタッフが顧客にプレッシャーを感じさせる事態が生じていることが往々にあり、42 パーセントの回答者が何らかの形でプレッシャーを経験したと答えている。プレッシャーはセールス満足度に対してマイナスに働くため、顧客にプレッシャーを感じさせずに商談過程を気持ち良く受け入れてもらえる努力が必要になる。販売スタッフは、顧客の要望や期待を十分に理解すると同時に、顧客がセールス時の経験に好ましい印象を持てるような販売技術を磨いていく必要がある、と J.D. パワーは見ている。

#### <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

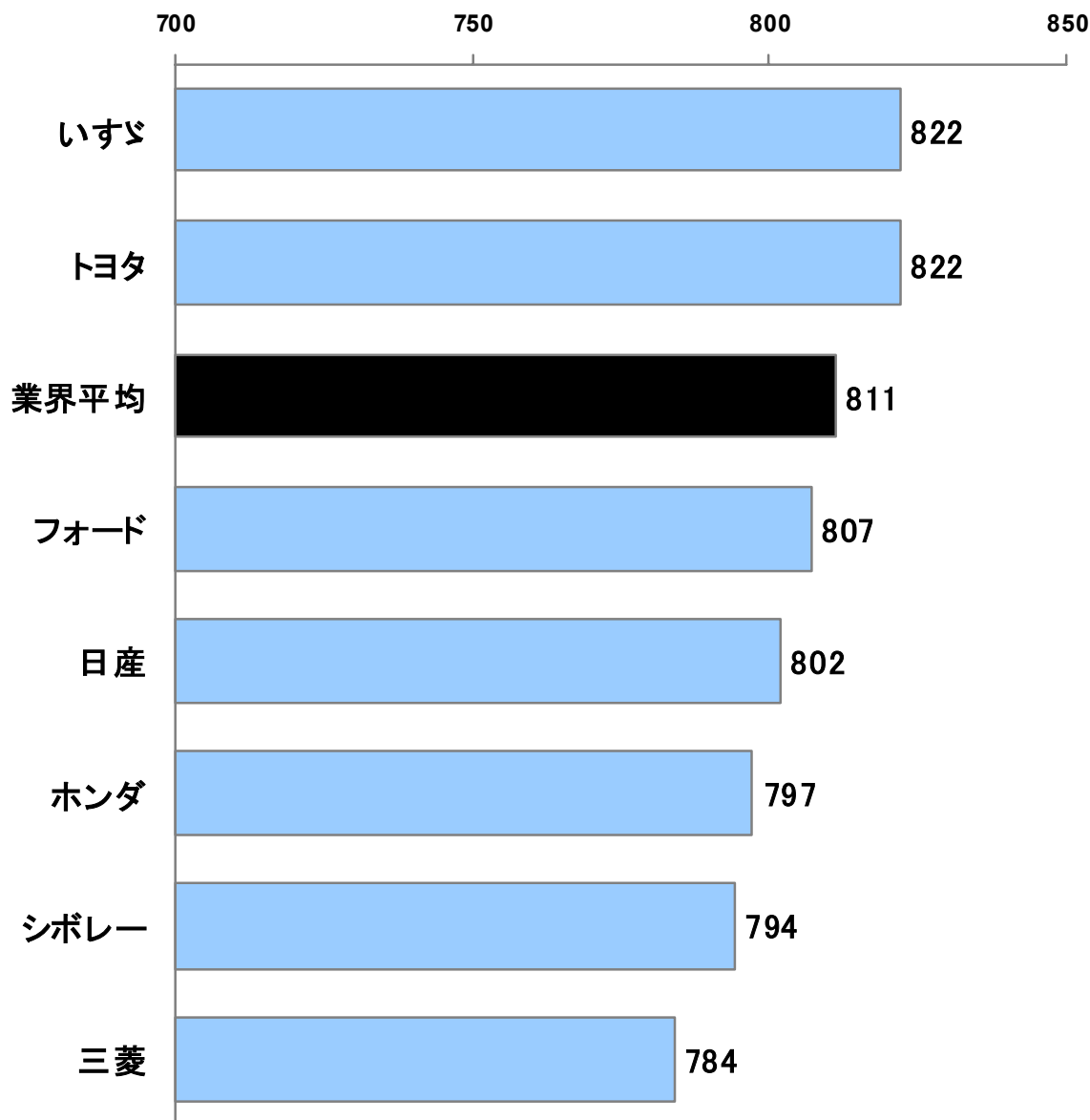
e-mail： [mkawano@jdpower.co.jp](mailto:mkawano@jdpower.co.jp)

#### <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年タイ自動車セールス満足度 (SSI) 調査<sup>SM</sup>

## セールス満足度ランキング



注意: マツダは小数サンプルのため、ランキング対象外。

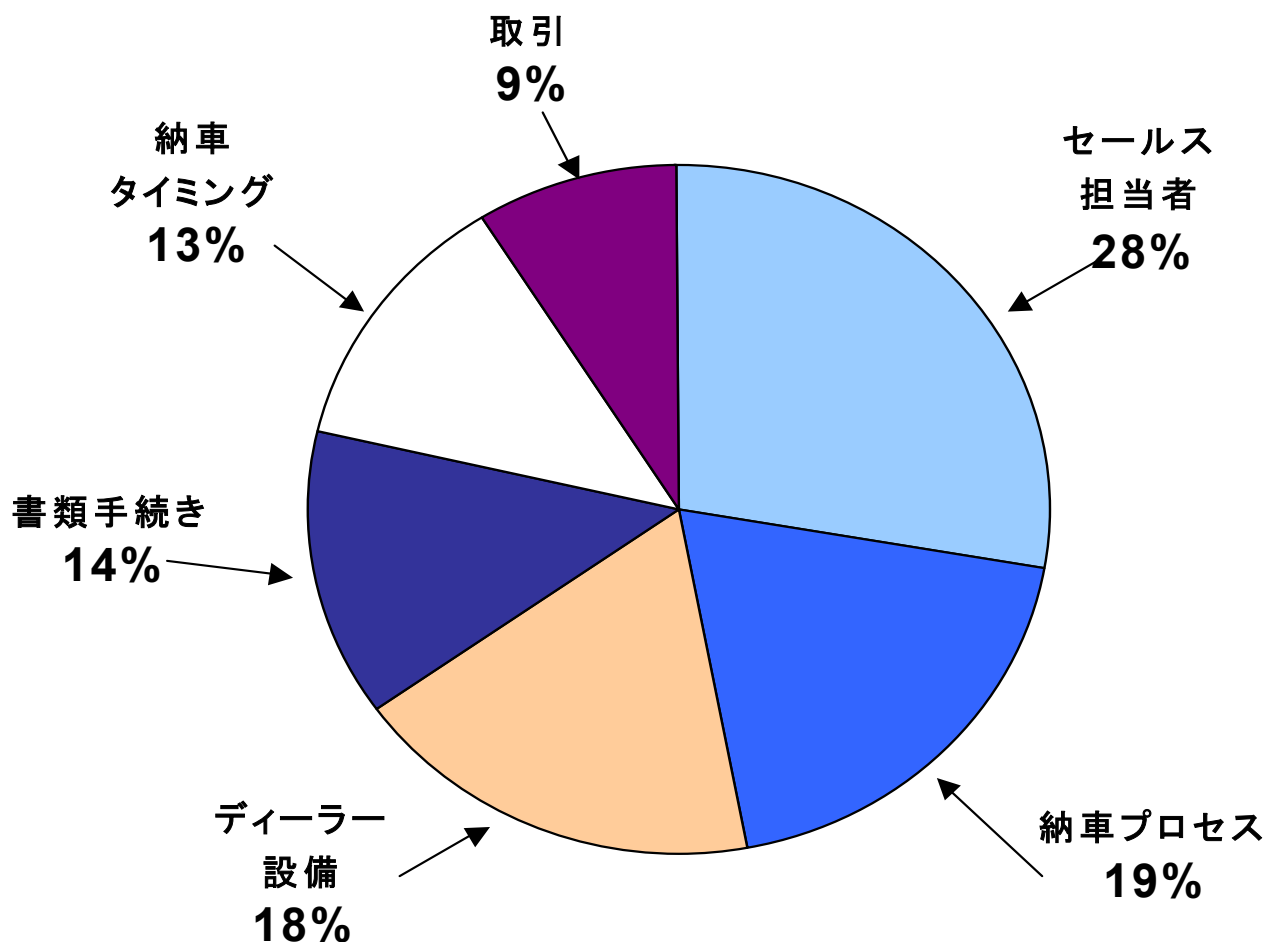
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2002年タイ自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>

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年タイ自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2002年タイ自動車セールス満足度 (SSI) 調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度を構成するファクター



注意: 各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2002年タイ自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>

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年タイ自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。