

2003年12月19日

報道用資料

先行きに不安感が広まる、自動車ディーラーのビジネス環境

2003年日本自動車ディーラー満足度調査(DAS)

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、2003年 日本自動車ディーラー満足度調査（Dealer Attitude Study、略称 DAS）の結果を発表した。

当調査は、自動車メーカーやインポーターに対するディーラー経営者の満足度を測定・指標化するもので、1995年より年1回の割合で実施している。9回目となる今年の調査は7～10月にかけて実施、全国のディーラー経営者427人から得た568のフランチャイズ評価について分析を行っている。

◆収益性に対する満足度は2年連続して低下、メーカー間では明暗がくっきり◆

自動車販売店業界の現状について、ディーラーの間には悲観的な見方が広がっている。当調査ではディーラーに自社の収益性について尋ねているが、現在の収益性に対して「満足」もしくは「やや満足」と回答したディーラーの割合は33%となっており、また、5年後の収益性についての同割合は41%となっている。2001年調査時点では、いったん1996年水準まで回復した自社ビジネスの収益性に対する評価であるが、その後は2年連続して低下を示している。新車需要に回復基調が見出せず、ディーラーの自助努力によるコスト削減についても一通り出尽くした感のある現在の状況において、自社ビジネスの将来を危惧するディーラーが増えてきているということなのであろう。

収益性に対する満足度はメーカー間で評価格差が大きく、年次変動も様々である。例えば、トヨタでは昨年より満足度が向上しており、特に、現在の収益性に関する評価の上昇が顕著である。日産とホンダについては、いずれも昨年より満足度が低下し、ホンダについては、現在の収益性に関する評価の低下が大きくなっている。一時急回復した日産の収益性に対する評価が今年より低下に転じた点については、今後注意を持って見守る必要がある。三菱とマツダの2社は、他の3社と比べ、現在および将来の収益性の双方について低水準で推移している。

ちなみに、新車販売に大幅な伸びが期待できない現在の環境下において、サービス部門はディーラー経営の中でも収益の柱として考えられているが、自社のサービス部門を取り巻くビジネス環境についても、ディーラーは厳しい見方をしている。今後のサービス部門のビジネス環境について、今より「更に厳しくなる」と回答したディーラーが84%を占め、今後は厳しい競争に晒されるものと予想していることがわかった。また、最も競合する業態としては整備専門業者を挙げるディーラーが54%と最も多く、ガソリンスタンド（17%）、自社と同じメーカーの正規販売店（16%）、カー用品店（11%）がそれに続いている。

◆トヨタ、9年連続で首位を維持◆

業界全体のメーカー/インポーターに対するディーラー満足度（DSI=Dealer Satisfaction Index）スコアは昨年より1ポイント低下し、100となった。今年の総合DSIによるメーカー別ランキングのトップはトヨタ（120ポイント）だった。同社は当調査が開始された1995年より9年間に渡り首位を維持している。第2位は日産（106ポイント）、第3位はボルボ（104ポイント）、第4位はホンダ（102ポイント）で、これら4メーカー/インポーターが業界平均以上の満足度だった。第5位はマツダ（92ポイント）、第6位には三菱（88ポイント）がランキングされている。

なお、回収サンプル数が少ないためランキング対象外となったが、スバル（110ポイント）とフォルクスワーゲン（105ポイント）の2社は高い満足度の評価を得ている。

◆レクサスチャネルへの高い関心、国産・輸入では温度差も◆

当調査では、約40の販売店チャネルについてその将来性を尋ねているが、全体の72%のディーラーが、レクサスに将来性があると評価した。この内、将来性が「大変ある」と回答したのは全体の32%を占め、トヨタ店やネット店に次ぐ高い評価となっている。

国産車系列の中で新規の販売店契約意向を持つディーラーは39%であるが、その22%が新規契約先として最も関心のあるチャネルとして、レクサスを挙げており、高価格帯に商品ラインナップを揃えるレクサスに対する国産車系列ディーラーの注目の高さがうかがえる。

一方、輸入車系列ディーラーでは、72%が新規に販売店契約を結んでもよいと考えているが、レクサスを「最も関心のあるチャネル」として回答したディーラーは10%に留まっている。日本市場におけるレクサスの姿が見えず、その詳細が判明していないため、輸入車系列ディーラーは状況を静観しているといったところであろう。

<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

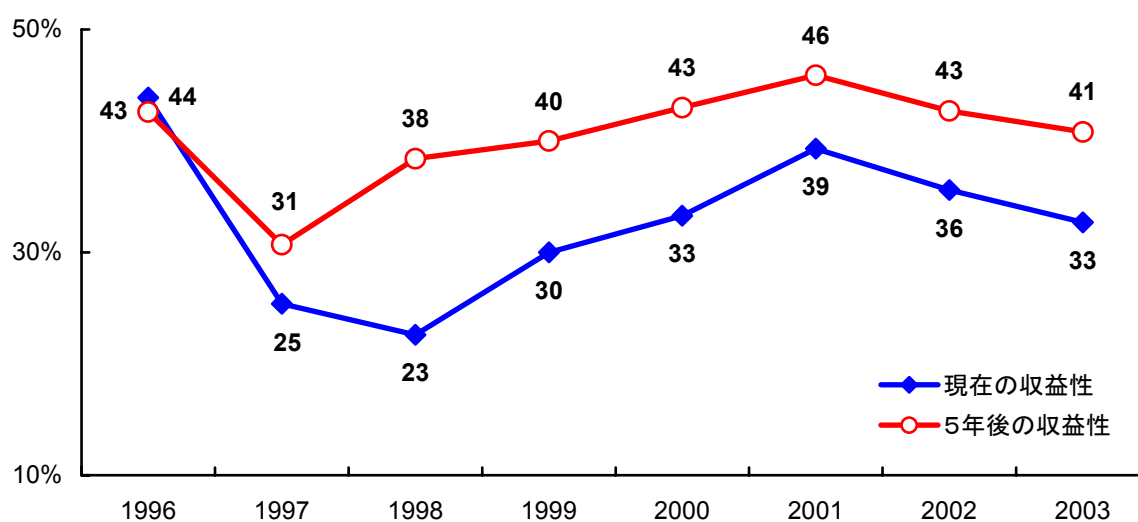
<ご注意>

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 2003年日本自動車ディーラー満足度調査(DAS)SM

現在および5年後の収益性に対する満足度の時系列推移
(「満足」および「やや満足」と回答した割合：%)

— 業界平均 —



出典： J.D. パワー・アジア・パシフィック 2003年日本自動車ディーラー満足度調査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。

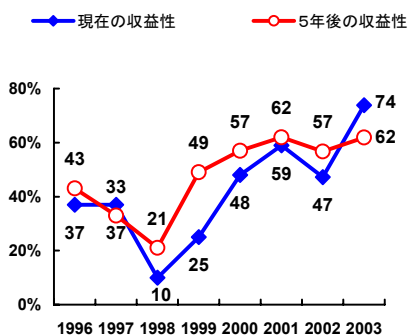
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および
出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年日本自動車ディーラー満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年日本自動車ディーラー満足度調査(DAS) SM

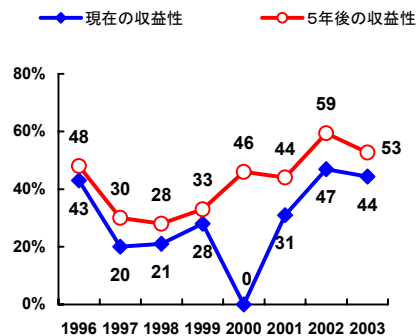
現在および5年後の収益性に対する満足度の時系列推移 (「満足」および「やや満足」と回答した割合：%)

— メーカー別 —

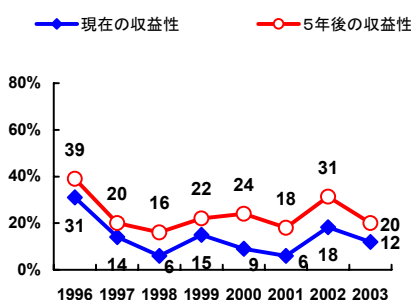
<トヨタ>



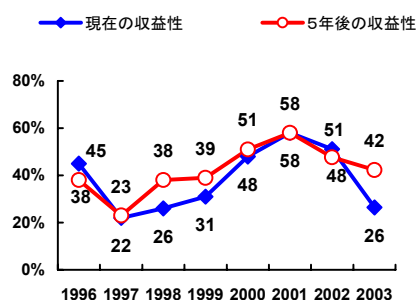
<日産>



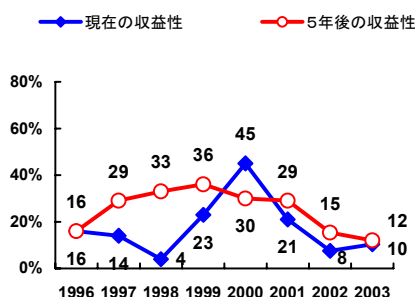
<三菱>



<ホンダ>



<マツダ>



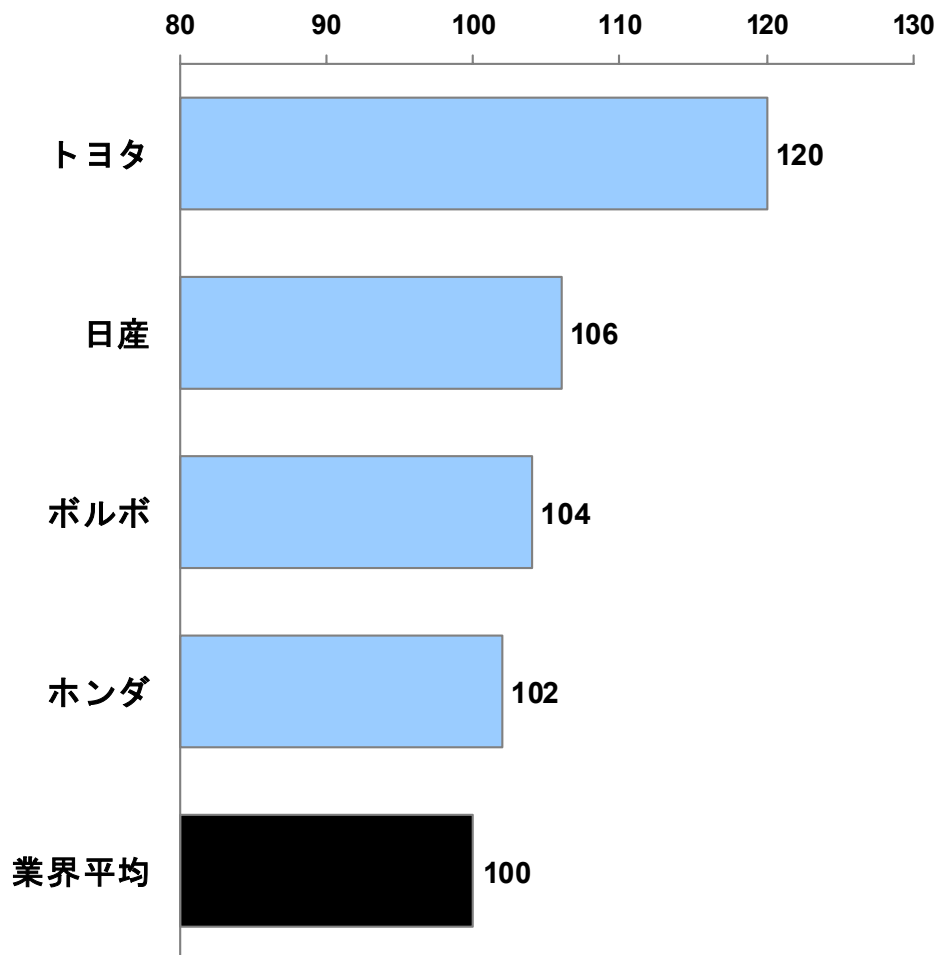
出典: J.D. パワー・アジア・パシフィック 2003年日本自動車ディーラー満足度調査SM

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 2003年日本自動車ディーラー満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年日本自動車ディーラー満足度調査(DAS) SM

メーカー別ランキング



業界平均以下のメーカー(アルファベット順): マツダ、三菱

注) BMW、メルセデス・ベンツ、スバル、フォルクスワーゲンは、サンプル数が少ないためランキングには含まれていません。

出典: J.D. パワー・アジア・パシフィック 2003年日本自動車ディーラー満足度調査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 2003年日本自動車ディーラー満足度調査SM)を明記して下さい。