

2003年8月25日

報道用資料**タイのアフターサービスに対する顧客満足度で、トヨタが2年連続トップ****2003年タイ自動車顧客満足度(CSI)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、2003年タイ自動車顧客満足度（Customer Satisfaction Index、略称 CSI）調査の結果を発表した。

当調査は、新車購入時から12～18ヶ月経過した車の個人ユーザーを対象に、販売店のアフターサービス（整備・修理等）に対する顧客満足度を調べるもので、年1回の割合で実施している。4回目となった今年は、2001年8月から2002年5月までに新車を購入した2,472人から回答を得た。

総合的な顧客満足度は7つのファクターで構成されており、重要度順に「サービス・デリバリー（サービスにかかる時間とサービス後の車両返却）」、「入庫時対応」、「ユーザーに親切なサービス」、「不具合経験」、「サービス・アドバイザー」、「サービスの質」、「サービス実施中の経験」となっている。

**◆製品品質とサービス・スタンダードの実行が、アフターサービスの満足度に影響◆**

顧客満足度ランキングでは、トヨタが2年連続で第1位となった。トヨタは全ての主要ファクターで高いスコアを獲得した。トヨタの満足度が高かった要因としては、プロセスが顧客中心で適切であること、ディーラー・サービス・スタンダードを一貫して実行していること、また、車を所有している期間を通じて消費者とのやりとりにおける重要なポイント全てを重点的に管理していることが挙げられる。その結果、トヨタの顧客はロイヤルティが高く、アフターサービスを正規販売店以外のサービス施設に依頼する人は少なかった。

今年、調査対象となった10ブランドの中で前年に比べ最も満足度が向上していたのは、シボレーといすゞだった。

今回の調査では回答者の68%が保証期間中に車の不具合を経験しており、全回答者の半分に満たなかった前回の48%から著しく増加した。新車購入後12～18ヶ月での不具合発生率が上昇したことは、技術と製造の両方での評価が反映されているためと思われる。J.D. パワーが実施した「2002年タイ

自動車初期品質調査」でも同様の傾向がみられ、購入後3～5ヶ月経過した車の初期品質についてもタイの消費者の評価は厳しくなっていた。

アフターサービス業務に占める修理と定期点検/日常整備の比率は、各社のCSIスコアに大きな影響を及ぼしている。その一例として、トヨタでは販売店にアフターサービスで訪れた人の90%以上が定期点検/日常整備を目的としている。

車両品質が高いことはアフターサービスを行う販売店にとって明らかに有利に働く。車の品質が良ければ修理回数が少なくなるからだ。逆に、繰り返し車を修理に出さなければならない顧客は、大抵の場合既に不満を持って来店しているので、販売店にとってそのような顧客を満足させるのは通常より難しいこととなっている。

またメルセデス・ベンツやBMWのような高級車ブランドでは、顧客の期待が高めであるにもかかわらず修理回数が多かったことが、CSIスコアに対して大きなマイナス要因となっている。

品質以外にはディーラー・サービス・スタンダードの実行も、顧客満足度を向上させる上で重要な役割を果たしている。今回の調査では、全体的に販売店は顧客に対するサービスを増やし、それをより確実に行っていることがわかった。サービス・スタンダードの実行が改善したことにより、顧客の高い期待に応えることができ、また、顧客の厳しい品質評価を緩和することができた。その結果、販売店によるアフターサービスに対する顧客満足度は、業界全体で昨年と同水準に留まった。

### ◆正規販売店より他のアフターサービス施設を選ぶ人が増加◆

調査によれば、回答者の50%が過去6ヶ月で少なくとも1回は正規販売店以外のアフターサービス施設を利用しており、正規販売店以外の施設への顧客離れが進んだことが明らかになった。顧客流出率の上昇は、修理のためにアフターマーケット施設を選ぶ消費者が増えたことによる。正規販売店以外の施設を利用した人の72%は修理目的だった。

アフターサービス面での顧客離れは、車の不具合が多いためだけとは限らない。保証期間中のアフターサービス経験が、保証期間終了後も引き続き販売店を利用するかどうか顧客を大きく左右するため、販売店の接客態度や対応の方がむしろ重要となってくる。

<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

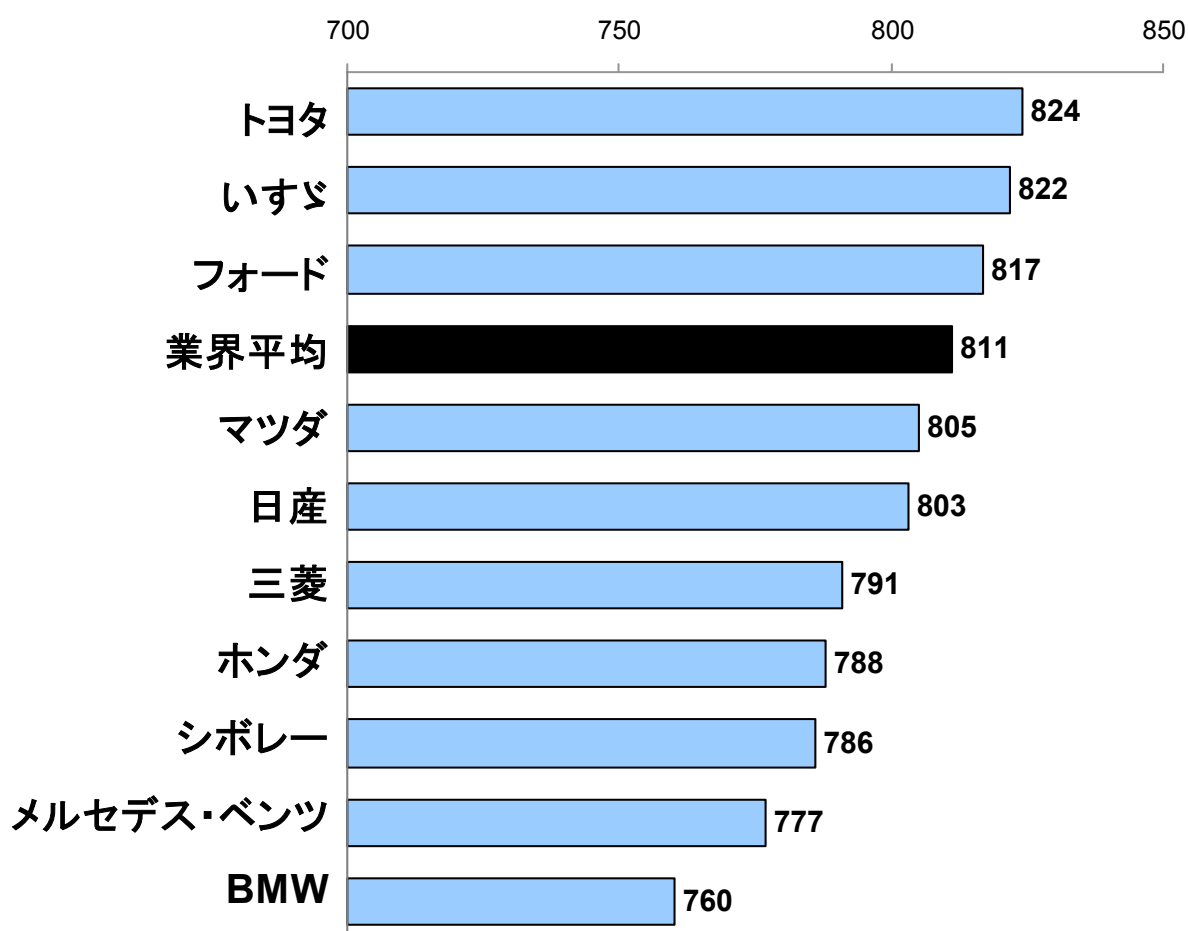
e-mail： mkawano@jdpower.co.jp

**<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。**

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年タイ自動車顧客満足度 (CSI) 調査<sup>SM</sup>

## 顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



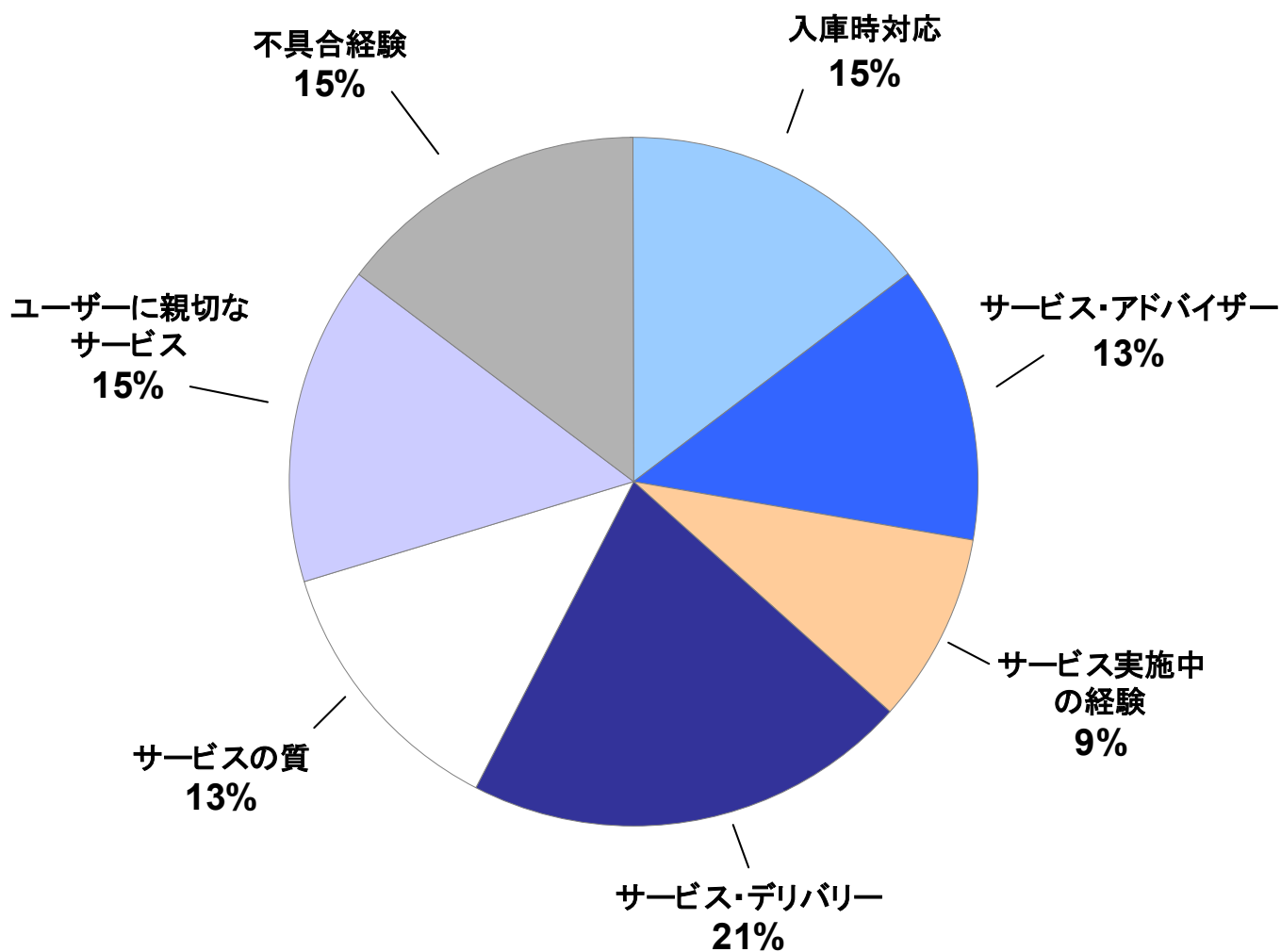
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2003年タイ自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2003年タイ自動車顧客満足度調査<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 2003年タイ自動車顧客満足度 (CSI) 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 2003年タイ自動車顧客満足度調査<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 2003年タイ自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。