

2004年11月11日

報道用資料**BMWが新車セールス満足度で首位****2004年日本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 東京都港区、蓮見南海男社長、略称J.D. パワー) は、2004年日本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、新車購入時における販売店対応に関する乗用車ユーザーの満足度を総合的に分析するもので、自動車メーカーおよび販売業界の現状と、それに対するユーザーの満足度を把握するための指標となる。各メーカーがユーザーの満足度向上のための戦略を立てる上で、ユーザーの「満足・不満足感」や、販売店およびメーカーに対する「期待」を明確にすることが可能となる。

3年目となる今年の調査は、新車購入後1～6ヶ月が経過した国産および輸入車ブランドの乗用車保有ユーザーを対象に7月から8月にかけて実施し、5,316人から回答を得た。

販売店の総合的なセールス満足度に影響を与えるのは4つのファクターで、それらは「セールス担当者」(50%)、「販売体制・施設」(34%)、「支払・保険手続」(13%)、「デリバリー」(3%)となっている(カッコ内は構成比)。

**全体的にメーカー間の格差が拡大**

セールス満足度ランキングでは、ランキング対象となった9つの乗用車メーカーの中で、BMWが総合SSIスコア113ポイントを獲得し、第1位となった。BMWは昨年よりスコアを8ポイント上げており、大きく躍進している。なかでも、販売店が新規に獲得した顧客の満足度が大幅に向上している。BMWは4つのファクターのうち、「販売体制・施設」の評価が最も高く(116ポイント)、また、昨年からの改善度合いが最も大きいのは「セールス担当者」で10ポイント上昇している。

第2位はホンダと日産で、総合SSIスコアは105ポイント、第4位はメルセデス・ベンツとトヨタでスコアは102ポイントとなった。日産は昨年より5ポイント、ホンダは3ポイント、トヨタは2ポイントスコアを上げている。なかでも、日産は「セールス担当者」と「販売体制・施設」における顧客の満足度が大きく向上している。

今年の総合SSIの業界平均スコアは102ポイントとなり、昨年より2ポイント上昇した。業界全体

で見ると、「販売体制・施設」の評価が最も改善している（+3ポイント）。総合SSIスコアおよび「デリバリー」を除く全てのファクターでメーカー間の格差が広がり、販売店でのサービス水準に格差が生じていることがうかがえる。

### 顧客の検討状況にあわせた販売店対応力の強化が今後の課題

販売店が新しく獲得した顧客のうち、来店前に複数のモデルを検討していた顧客の満足度が低いことが調査結果から明らかになった。この顧客層の満足度がメーカー全体の総合的な満足感に大きな影響を与えている。今後は、この顧客層に対する販売店・営業担当者の対応力の向上が求められる。

販売店における今後の取り組み課題として、見込み客を含む新規顧客と早い段階で信頼関係を構築しながら、顧客の車に関する知識・嗜好と検討状況を迅速に把握すること、顧客の車選びをサポートする情報を適切なタイミングで提供すること、の2点が挙げられる。これら顧客本位のサービスを提供することが、顧客の満足度向上に必要不可欠となる。

<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>

<当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・グループ 川野

住 所： 東京都港区虎ノ門5-1-5 虎ノ門45MTビル（〒105-0001）

電 話： 03-3459-1865

F A X： 03-3459-1810

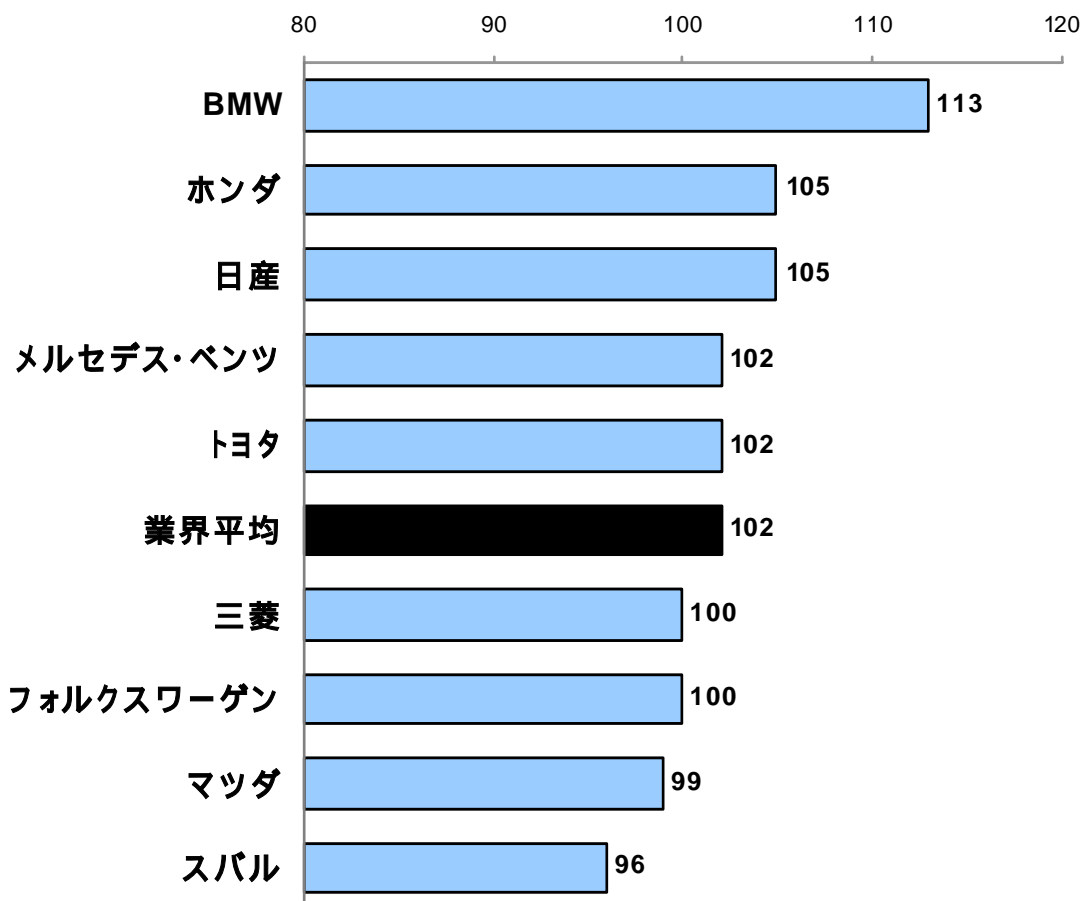
e-mail： [mkawano@jdpower.co.jp](mailto:mkawano@jdpower.co.jp)

<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 2004年日本自動車セールス満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>

## メーカー別ランキング



注) アウディ、ミニ、プジョー、スズキ、ボルボは少数サンプルのためランキングには含まれていません。

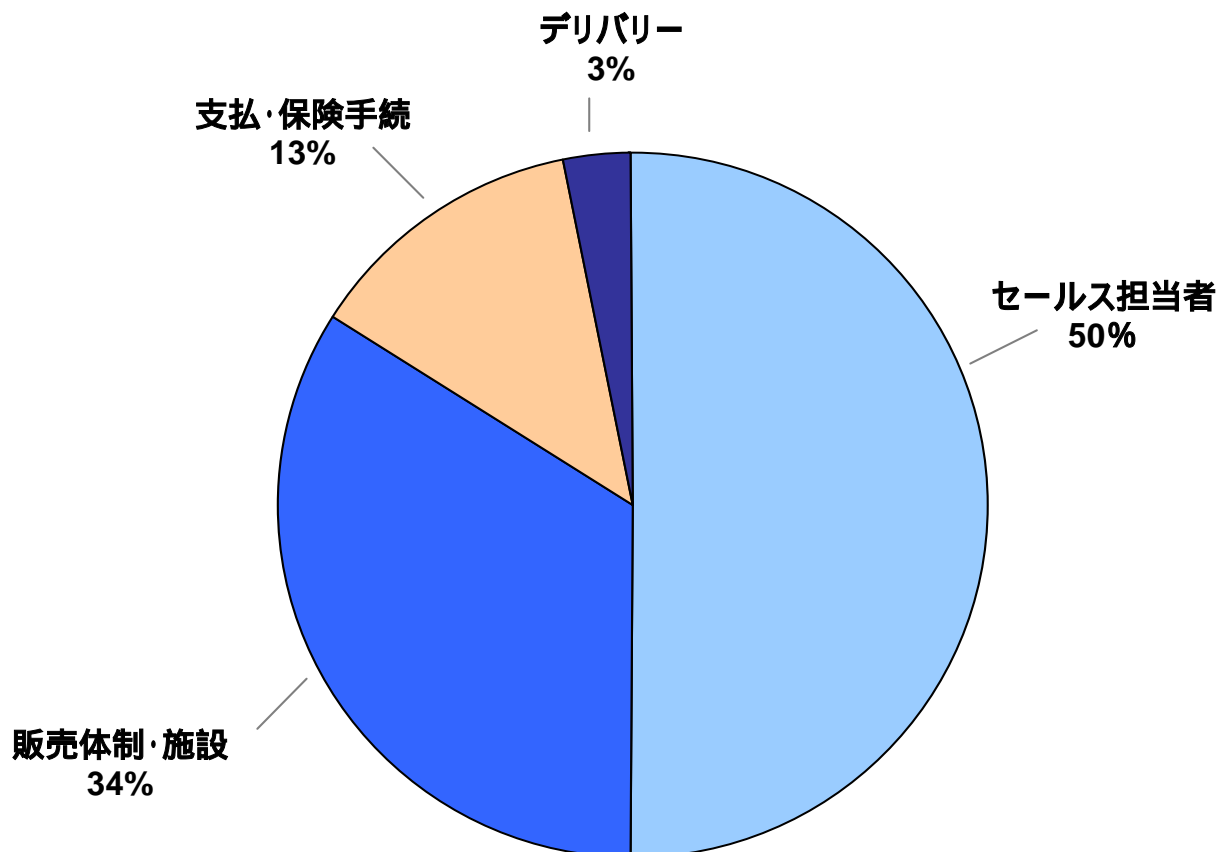
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年日本自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>

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 2004年日本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 2004年日本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



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年日本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 2004年日本自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。