

**フランスで初めての自動車顧客満足度調査のセグメント別ランキングで、トヨタ、BMW、マツダがトップ**

**2005年フランス自動車顧客満足度(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：東京都港区、代表取締役社長：蓮見南海男、略称：J.D. パワー) は、2005年フランス自動車顧客満足度 (Customer Satisfaction Index、略称 CSI) 調査の結果を発表した。

当調査は、新車購入時から平均2年半程度経過した車の所有者を対象に顧客満足度を調べるもので、今年初めて実施した。結果はフランス自動車雑誌『オートモービル・マガジン (L'Automobile Magazine)』(モータープレス・フランス・グループ (Motor Presse France group) 発行) と共同で発表する。今回の調査は2月から3月にかけて実施し、16,000人以上の消費者から回答を得た。調査対象車は25ブランド、95モデルで、次の4つのファクターについて評価してもらった (カッコ内は満足度における構成比)。

- \* 品質と信頼性 (38%)
- \* 車の魅力 (22%)
- \* 維持費 (20%)
- \* アフターサービス (19%)

J.D. パワーの CSI 調査は、顧客満足度評価の測定・向上のためのベンチマークを自動車業界に対して提供できるよう設計されており、毎年、独自企画により実施している。また消費者に対しても、さまざまなモデルについて、調査結果に基づいた信頼性の高い正確な情報を提供している。CSI 調査は現在、欧州 (フランス、ドイツ、英国)、北米・中米 (カナダ、メキシコ、米国)、アジア太平洋 (オーストラリア、中国、インド、インドネシア、日本、マレーシア、ニュージーランド、フィリピン、台湾、タイ)、アフリカ (南アフリカ) で実施している。

**ブランド別ランキングではホンダが第1位**

セグメント別ランキングでは、トヨタが3つのセグメントで第1位となった。その他、BMW が2セグメント、マツダが1セグメントでそれぞれトップに入った。各セグメントのトップモデルは以下の通り。

セグメント	トップモデル
スモールカー	トヨタ ヤリス・ヴァーソ (日本名：ファンカーゴ)
ローワー・ミディアムカー	トヨタ カローラ
アッパー・ミディアムカー	BMW 3シリーズ
エグゼクティブ/ラグジュアリーカー	BMW 5シリーズ
SUV	トヨタ ランドクルーザー
MPV	マツダ プレマシー

ブランド別ランキングでは、ホンダが1,000ポイント満点中819ポイントを獲得し第1位になった。ホンダは品質と信頼性およびアフターサービスの面で特に評価が高かった。第2位には816ポイントの僅差でBMWが入った。BMW は車の魅力で高い評価を受けた。以下、トヨタ、マツダ、ボルボ、シュコダ、フォード、アウディ、メルセ

デス・ベンツ、プジョー、ルノーが業界平均（777 ポイント）を上回った。ルノーとプジョーは維持費の評価が高かった。

顧客の満足度の高い車とそうでない車の間には大きな格差があることが、調査の結果、明らかになった。このことから、フランスの自動車業界には、ユーザーの要望に応えるために取り組むべき課題がまだ残されていることがわかる。車を実際に保有した上での満足度は、消費者の再購入意向や口コミによる宣伝効果につながるため、自動車メーカーにとって重要である。CSI スコアは顧客の期待が実際にどの程度満たされているかを示している。メーカーは、消費者の期待を理解し、それを上回る必要がある。

他の市場と同様にフランスでもホンダ、BMW、トヨタの満足度が高いが、フランスメーカーも遜色のない満足度を示している。J.D. パワーでは、フランスメーカーが維持費の面で優れていることを予測していたが、調査の結果、ルノー、プジョー、シトロエンが維持費では上位3位にランクされ、この面で顧客の期待に十分応えていることがわかった。

『オートモービル・マガジン』誌では「今回の調査によって非常に興味深い、またいくつかの点で意外な結果が得られた。フランス自動車ユーザーの満足度に関して、これほど詳細な情報が公表されたのは初めてである。CSI 調査の結果には実際に車を運転した人の意見が反映されている。調査を通じて読者は自分が検討している複数のブランドや車について比較ができる。当誌が以前から実施しているロードテストや信頼性の高い消費者アンケートなどと総合すると、ほぼ完璧な情報を得ることが可能となる」とコメントしている。なお、当調査の対象となった全モデルのリストや各モデルの詳細な評価については、2005年6月21日号の『オートモービル・マガジン』に掲載されている。

#### <株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワー・アンド・アソシエイツ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。ISO9001 およびプライバシーマーク取得。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト [www.jdpower.co.jp](http://www.jdpower.co.jp) まで。

#### <J.D. パワー・アンド・アソシエイツについて>

ザ・マグロウヒル・カンパニーズの一部門である J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、マーケティング・リサーチ、生産・販売予測、コンサルティング、教育・トレーニングおよび顧客満足度調査を実施している国際的な情報サービス企業である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行なっている。ISO9001 取得。

#### <オートモービル・マガジンについて>

1946 年創刊のフランスで最初の自動車月刊誌。月間発行部数 180,000 部。テストドライブ（ISO9001 取得）、新車のプレビュー、年 1 回発行の公式ガイドブック『ガイド・トゥ・クオリティー・アンド・リライアビリティ（Guide to Quality and Reliability）』、クラシックカーからモータースポーツまでカバーする豊富な記事で熱心な自動車ファンや自動車購入者の間で人気が高い。

#### <当調査に関するお問合わせ先>

(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

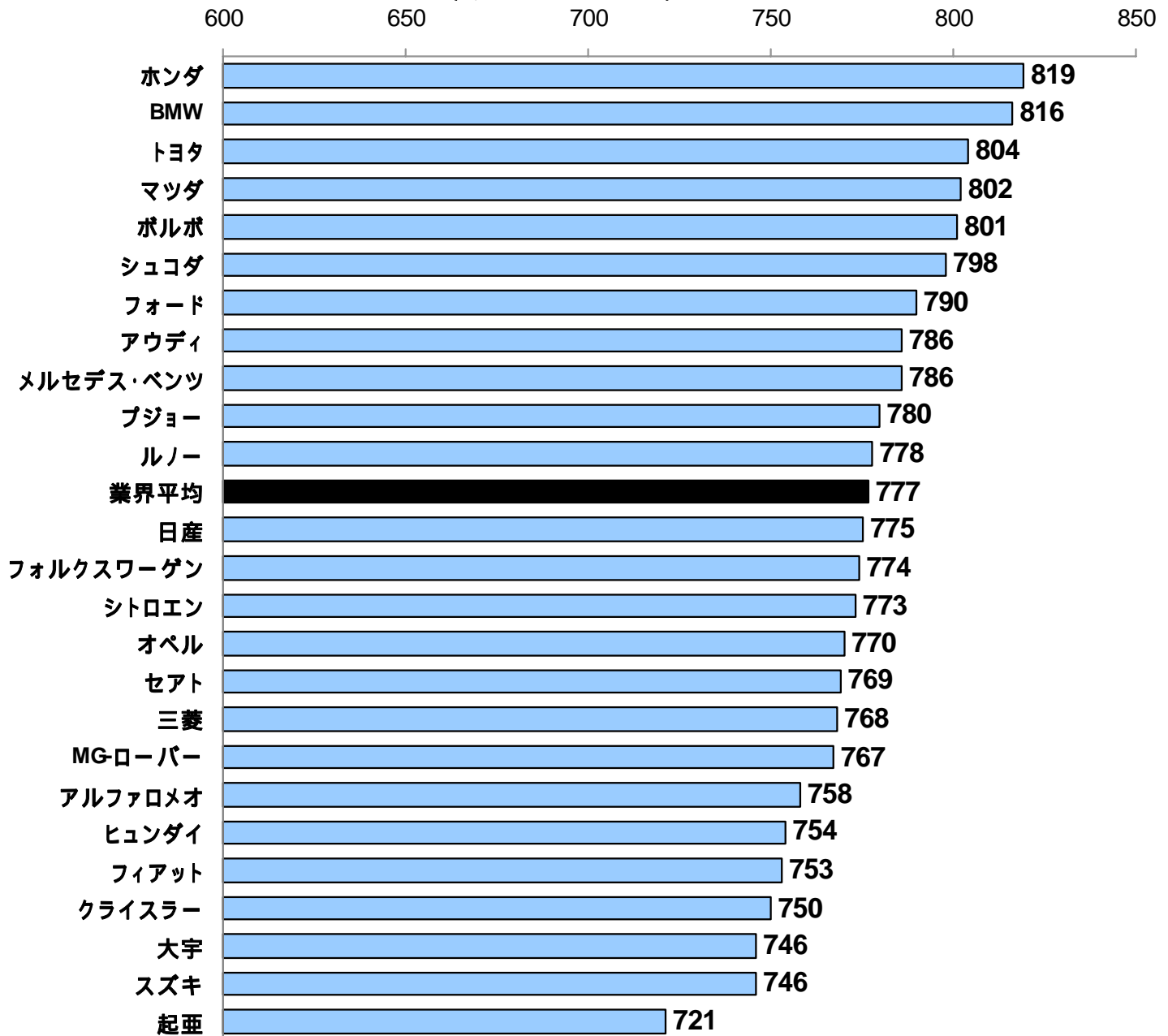
e-mail： [mkawano@jdpower.co.jp](mailto:mkawano@jdpower.co.jp)

#### <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・アンド・アソシエイツ 2005年フランス自動車顧客満足度(CSI)調査<sup>SM</sup>

## ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)



注) ジャガー、ジープ、ランドローバー、ミニ、サーブ、スマート、スバル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。

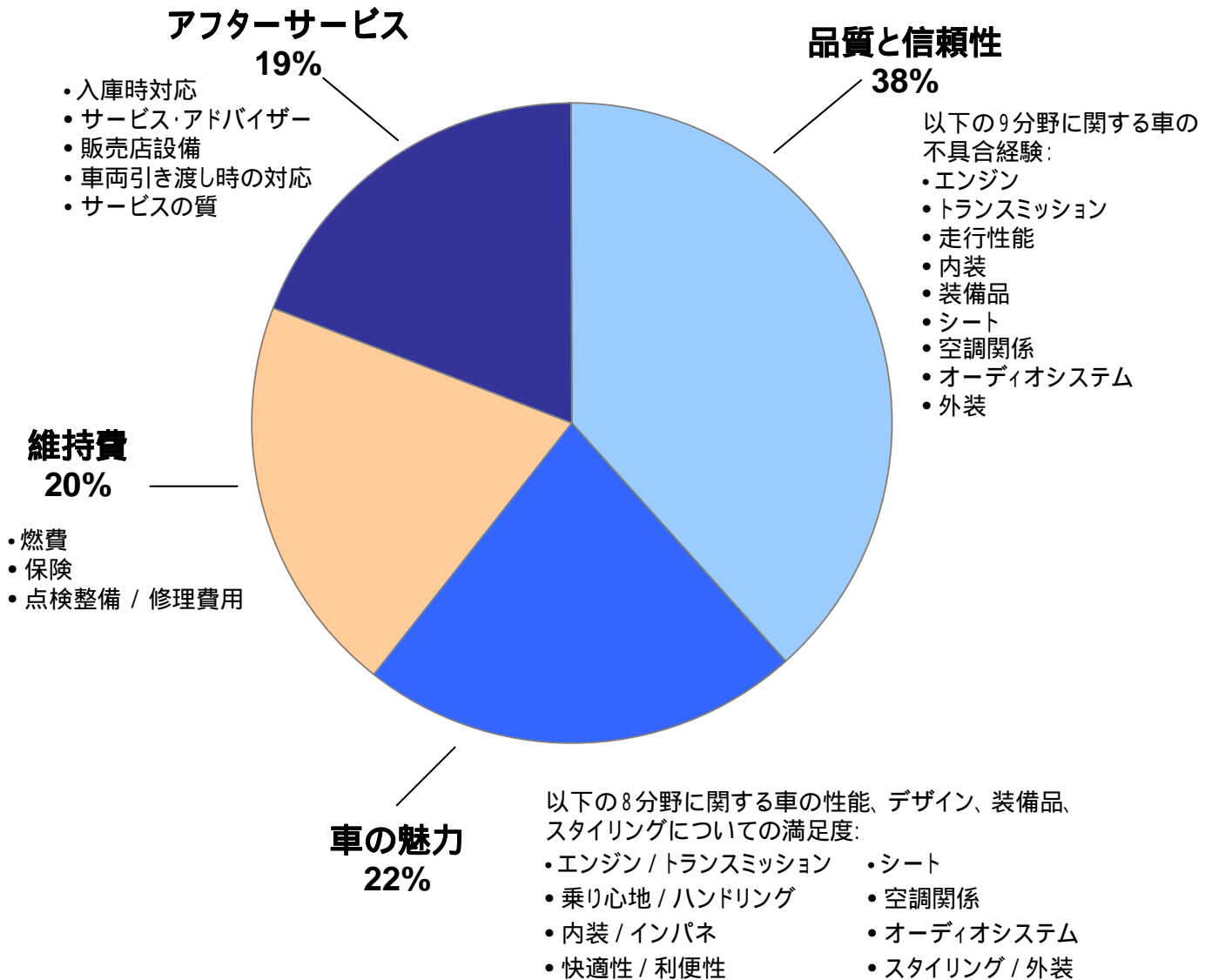
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2005年フランス自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 アンド・アソシエイツ 2005年フランス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・アンド・アソシエイツ 2005年フランス自動車顧客満足度(CSI)調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度を構成するファクター



注) 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。

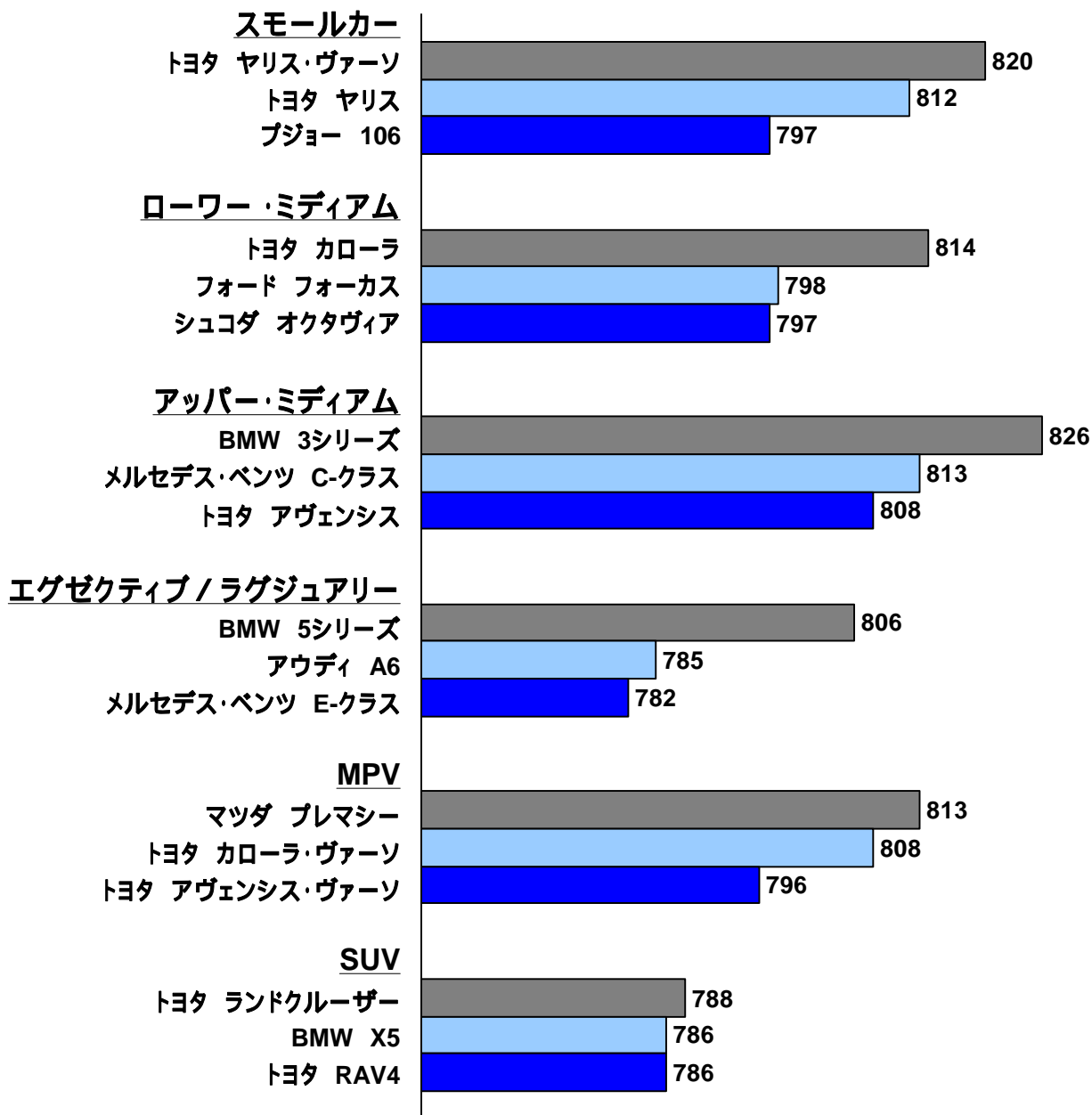
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2005年フランス自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 アンド・アソシエイツ 2005年フランス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・アンド・アソシエイツ 2005年フランス自動車顧客満足度(CSI)調査<sup>SM</sup>

## セグメント別ランキング トップ3モデル



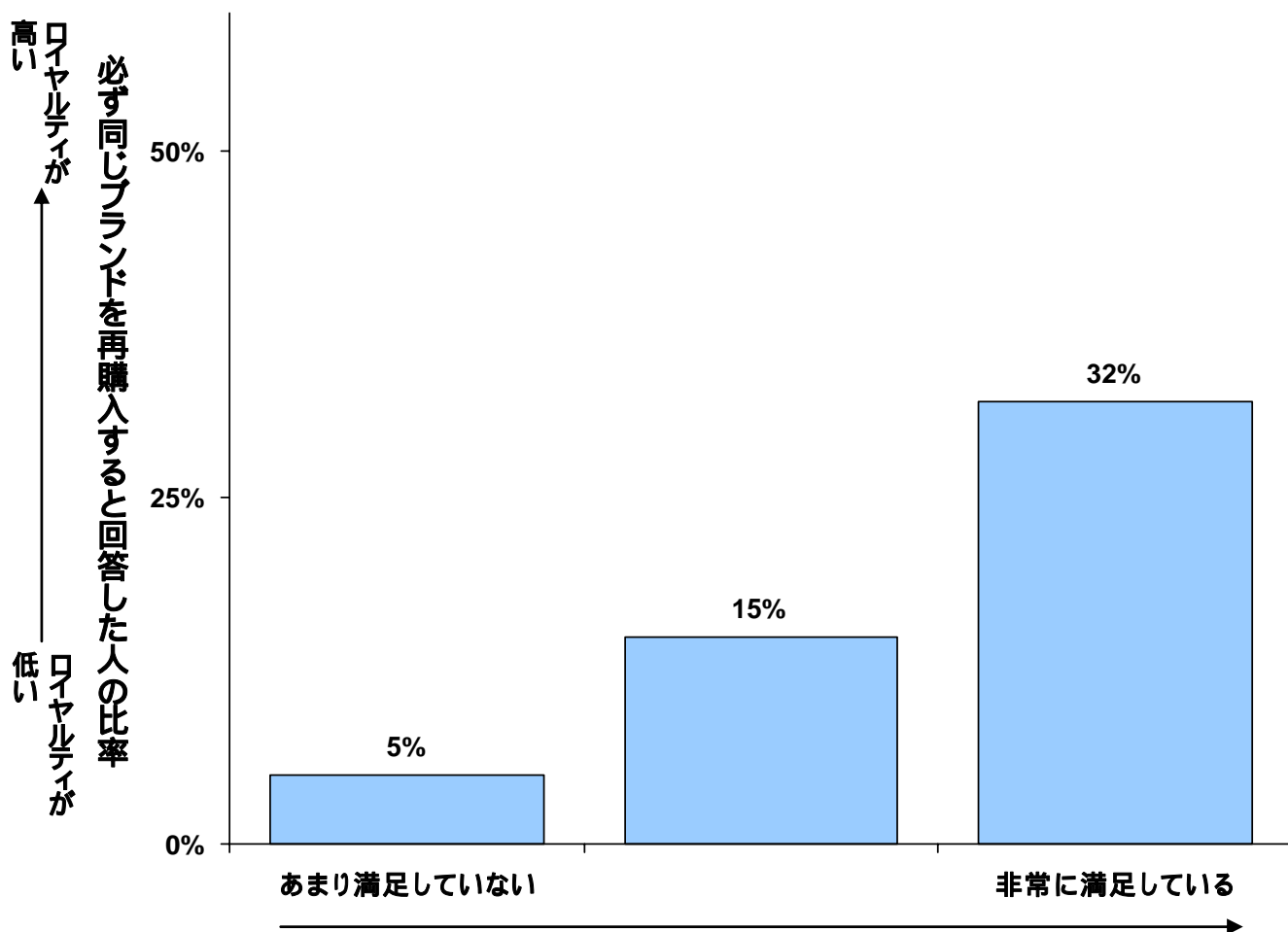
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2005年フランス自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 アンド・アソシエイツ 2005年フランス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・アンド・アソシエイツ 2005年フランス自動車顧客満足度(CSI)調査<sup>SM</sup>

## 満足度が再購入意向に与える影響



出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2005年フランス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 アンド・アソシエイツ 2005年フランス自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。