

報道用資料

2005年7月11日

**トヨタ、ドイツ自動車顧客満足度で4年連続第1位**

**2005年ドイツ自動車顧客満足度(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年ドイツ自動車顧客満足度 (Customer Satisfaction Index、略称 CSI) 調査の結果を発表した。

当調査は、ドイツにおける自動車の顧客満足度を調べるもので、結果はドイツの自動車雑誌『モット・ディー・アウトツァイトシュリフト (mot: Die Autozeitschrift)』と共同で発表する。新車購入後平均2年程度経過した消費者を対象とし、4回目となる今年は2月から3月にかけて調査を実施し、22,000人以上から回答を得た。27ブランド、119モデルについて顧客満足度を構成する4つのファクターに関する77項目を評価してもらった。4つのファクターは重要度順に「品質と信頼性」(30%)、「車の魅力」(25%)、「アフターサービス」(23%)、「維持費」(22%)である(カッコ内は総合満足度における構成比)。

**セグメント別ランキングでは、トヨタ、BMW、メルセデス・ベンツがトップ**

セグメント別ランキングではトヨタのモデルが7つのセグメントのうち5つで1位となり、残りの2つのセグメントでは、BMWとメルセデス・ベンツの車がトップになった。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	トヨタ アヴェンシス
エグゼクティブ/ラグジュアリーカー	BMW 5シリーズ
スポーツカー	メルセデス・ベンツ CLK
MPV	トヨタ カローラ・ヴァーソ (日本名：カローラ・スパシオ)
SUV	トヨタ RAV4

ブランド別ランキングでは、トヨタが1,000ポイント満点中856ポイントを獲得し4年連続で第1位となった。トヨタは「品質と信頼性」、「アフターサービス」および「維持費」で特に評価が高かった。第2位には839ポイントでマツダ、第3位には837ポイントでBMWが続いた。マツダは「品質と信頼性」や「アフターサービス」で、BMWは「車の魅力」で高い評価を受けている。以下、ボルボ、ホンダ、三菱、シュコダ、アウディ、フォード、オペル、メルセデス・ベンツが業界平均を上回った。

業界平均以上に入ったブランドの中で、前年に比べ最も向上したブランドはBMWだった。「アフターサービス」や「維持費」が大幅に向上した結果、スコアを29ポイント増やした。また、欧州ブランドであるミニ、ボルボ、アルファロメオやフォードも前年から著しくスコアを伸ばしている。業界全体の平均スコアは前年の786ポイントから今年は800ポイントとなった。ドイツCSI調査が初めて実施された2002年と比較すると33ポイント向上している。

トヨタの成績は相変わらず非常に良いが、ランキング上位の他のブランドの満足度向上も明るい話題といえる。マツダ、BMW、ボルボ、フォードにも高いスコアを獲得したモデルがあり、ドイツの自動車ユーザーはサイズや価格に関係なく、品質が高く満足度の得られる車をより多くの選択肢の中から選ぶことが可能となっている。

今年調査対象となったほぼ全てのブランドで「アフターサービス」に関する満足度が向上していた。「アフターサービス」の満足度がこれほど著しく向上したのは非常に印象的である。これは、欧州全域で多くのメーカーや販売店が「アフターサービス」に注力し、また、より厳しいディーラー・スタンダードを導入していることを反映しているためと思われる。

「維持費」や「車の品質と信頼性」のスコアが増加したことも、欧州メーカーの満足度が向上した一因として挙げられる。顧客の期待に添ったアフターサービスや車を提供するという点で、多くの欧州メーカーが成果をあげ続けていることを今回の結果は示唆する。しかし、こうした成功の一端には、2002年1月以降、ドイツでは法律によって新車の不具合に対する保証が1年から2年に延長されたことも関係していると思われる。

『モット・ディー・アウトツァイトシュリフト』誌では、「J.D. パワーの調査は、車を購入しようとする人たちにとって価値ある情報源となっている。調査の結果には実際に車を運転・所有した人のブランドやモデルに対する意見が細部に渡って反映されている」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については2005年6月29日号の『モット・ディー・アウトツァイトシュリフト』に掲載されている。

また、このたび J.D. パワーでは、ドイツの消費者向けにウェブサイト（コンシューマー・センター）を開設した。新車購入の際に参考にできる車の品質評価に関する情報を掲載している。[www.jdpower.com/cc/global/de](http://www.jdpower.com/cc/global/de)。

J.D. パワーでは現在、欧州、北米、アジア太平洋、南アフリカなど世界各国で CSI 調査を実施している。

#### <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。

#### <モット・ディー・アウトツァイトシュリフトについて>

50 年以上に渡り、車の技術開発や日常使用を中心とした誌面作りに取り組む。自動車ユーザー 1 人 1 人のニーズに従ったニュー・モデルのテストを実施。また読者の投票によって決定する『Autonis Car Design Award』（欧州で唯一、車のデザインについて消費者が選ぶ賞）を主催している。

#### <当調査に関するお問合わせ先>

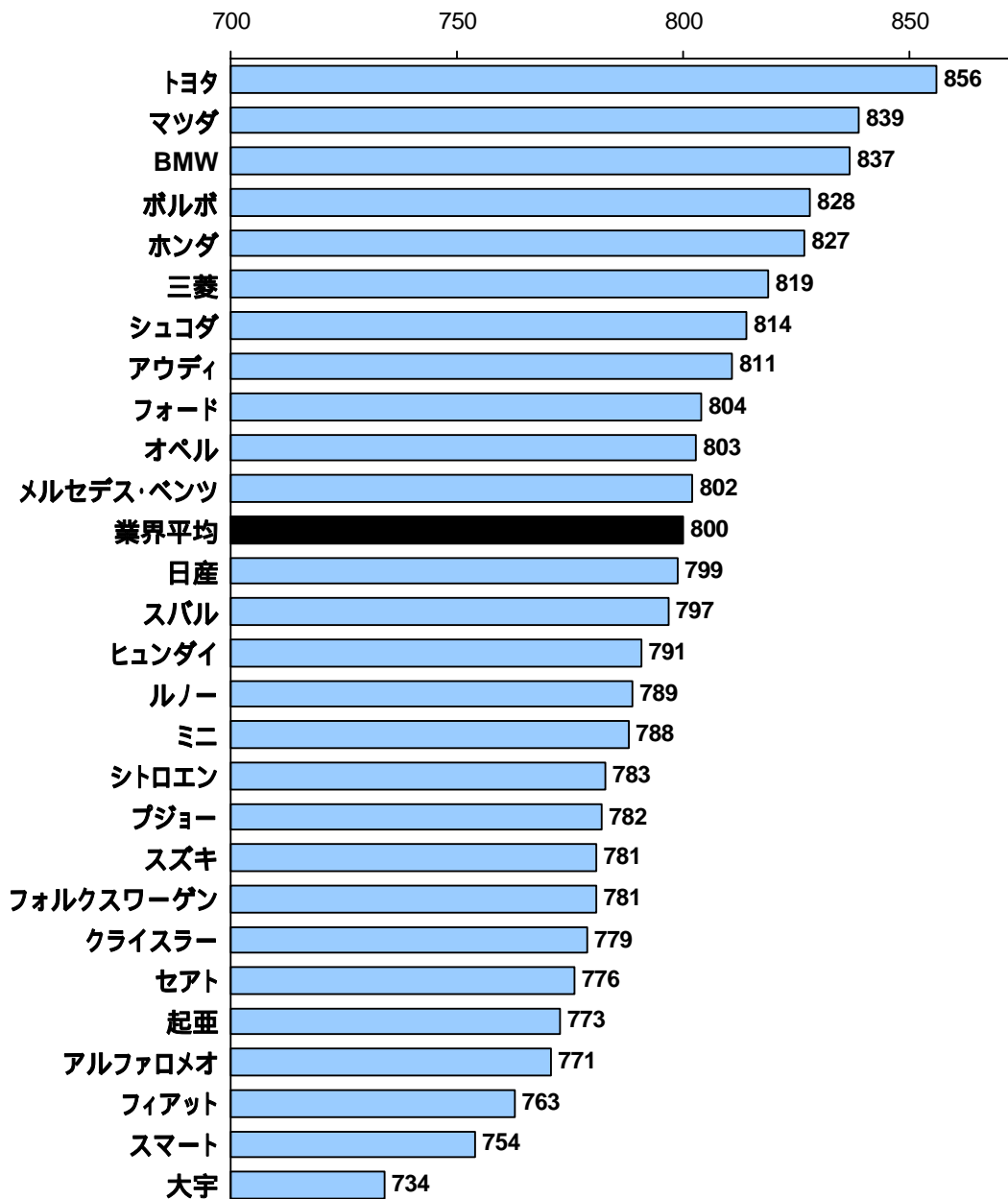
(株) J.D. パワー アジア・パシフィック  
コーポレート・コミュニケーション・グループ 川野  
住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル（〒105-0001）  
電 話： 03-3459-1865  
F A X： 03-3459-1810  
e-mail： [mkawano@jdpower.co.jp](mailto:mkawano@jdpower.co.jp)

#### <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年ドイツ自動車顧客満足度(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) ダイハツ、ジャガー、ジープ、ランチア、ランドローバー、MGローバー、ポルシェ、サーブ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。

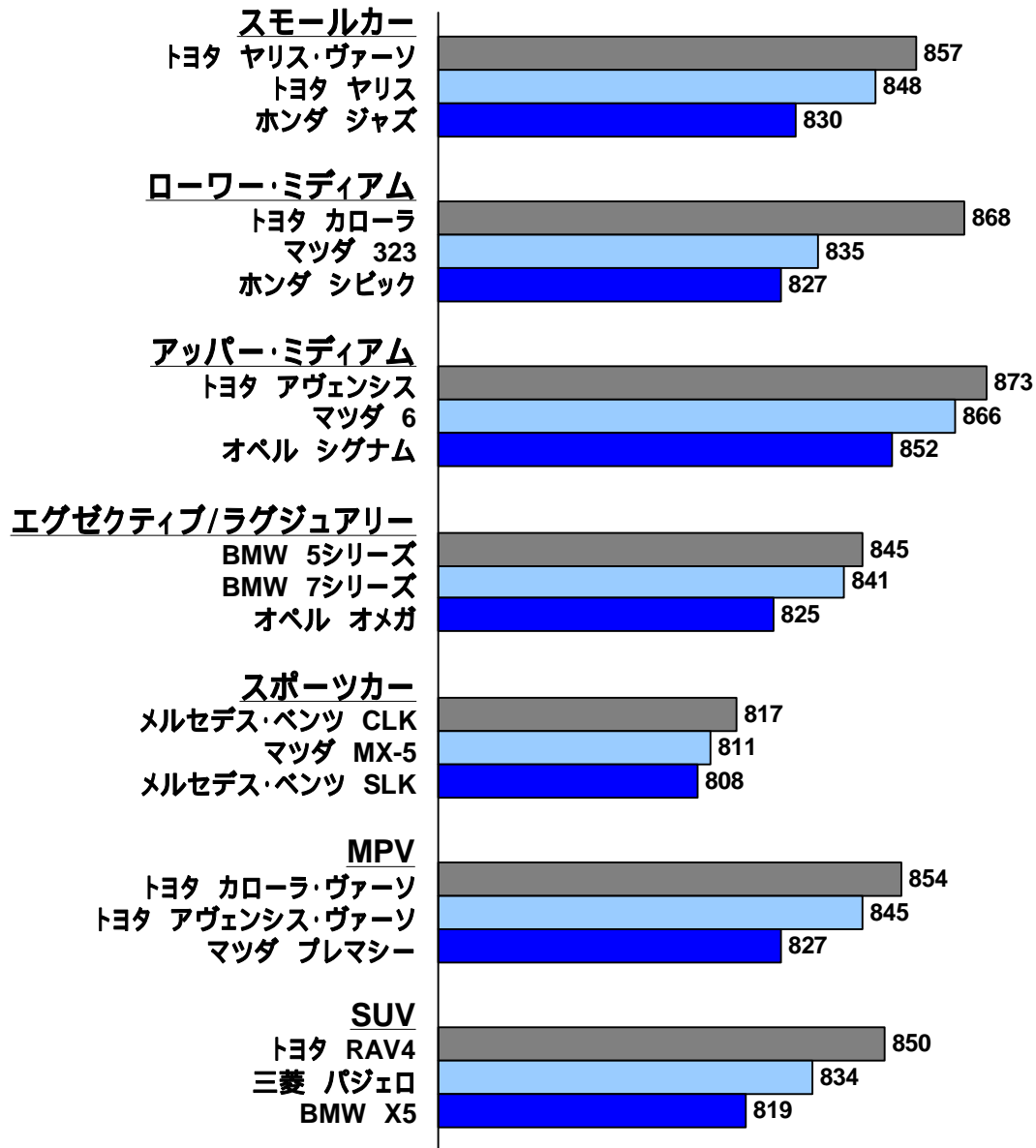
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2005年ドイツ自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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年ドイツ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年ドイツ自動車顧客満足度(CSI)調査<sup>SM</sup>

## セグメント別ランキング: トップ3モデル



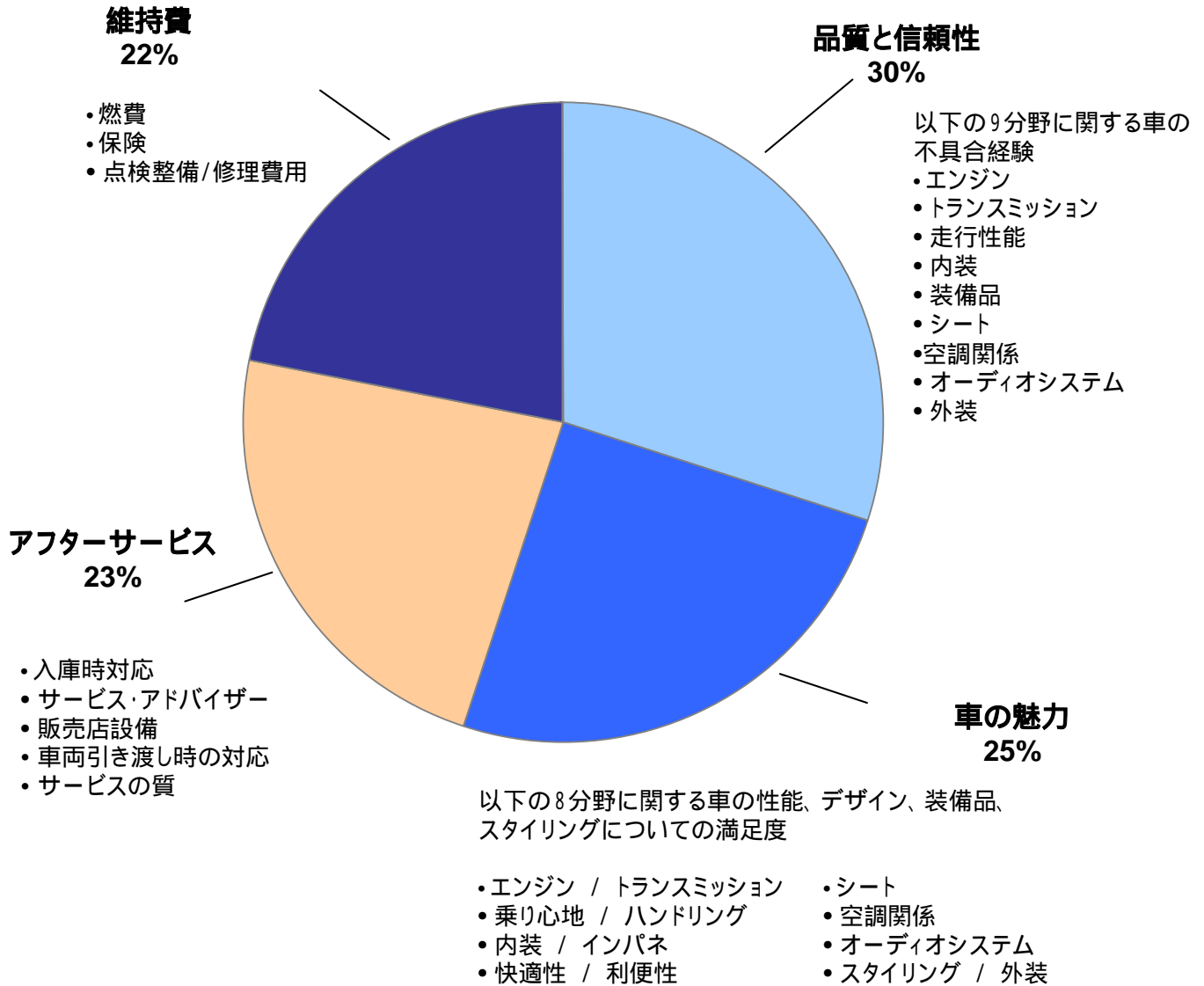
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2005年ドイツ自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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年ドイツ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・アソシエーツ 2005年ドイツ自動車顧客満足度(CSI)調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度を構成するファクター



出典: J.D. パワー・アンド・アソシエーツ 2005年ドイツ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・アソシエーツ 2005年ドイツ自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。