

Press Release

報道用資料

2005年10月25日

自動車サービス満足度調査で、BMW が第1位

2005年日本自動車サービス満足度(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年日本自動車サービス満足度（Customer Service Index、略称 CSI）調査の結果を発表した。

当調査では、販売店におけるアフターサービス（整備・修理等）に対する乗用車ユーザーの満足度を測定し、指標化するものである。4回目となる今年は、新車購入後13～18ヶ月経過した国産および輸入車メーカーの乗用車保有ユーザーを対象に2005年7月から8月にかけて郵送調査を実施し、5,767人から回答を得た。

販売店のアフターサービスに関する総合的な満足度に影響を与えるのは5つのファクターで、それらは「サービス担当者」（31%）、「サービス料金・時間」（19%）、「サービスクオリティ」（19%）、「在庫時対応」（18%）および「サービス受入体制」（14%）となっている（カッコ内は構成比）。

BMW、全てのファクターで昨年より改善

サービス満足度のメーカー別ランキングでは、ランキング対象となった9つの乗用車メーカーの中で、総合満足度スコアで110ポイントを獲得したBMWが第1位となった。BMWは総合満足度を構成する5つのファクターすべてにおいて業界全体で最も高い評価を得ており、業界平均を5～11ポイント上回っている。また、昨年との比較でも、すべてのファクターで改善がみられた。なかでも最も改善されたファクターは「サービス料金・時間」で昨年より9ポイント増加している。

第2位には日産が103ポイントで入り、国産メーカーの中ではトップに立った。日産はすべてのファクターで昨年以上を回っており、特に、昨年最もスコアの低かった「サービスクオリティ」が4ポイント改善している。しかし、総合的な満足度への影響度の高い「サービス担当者」、「サービス料金・時間」、「サービスクオリティ」では第1位のBMWとは依然として8ポイント以上の差がある。

今年の業界平均スコアは101ポイントで、昨年から変化は見られなかった。業界平均以上にランキングされたメーカーは9社中5社だった。

国産車のサービス満足度水準は、輸入車に対して依然優位

国産車メーカー／輸入車メーカー別に2003年からの満足度スコアの推移を見ると、輸入車の平均スコアが国産車のそれを1～2ポイント下回る水準で推移している。ファクター別の満足度で両者の差が最も大きかったのは「サービス受入体制」（7ポイント差）で、次は「サービス料金・時間」（4ポイント差）だった。

「サービス受入体制」における輸入車の弱みは、平日に不具合修理のために在庫した顧客の満足度が国産車よりも低いことである。これは輸入車販売店のキャパシティ不足が要因のひとつであると考えられる。さらに、他の輸入車メーカーから新規に獲得した顧客の満足度が昨年よりも低下している。販売店スタッフの対応が輸入車保有経験のある顧客の期待値に達していないことが考えられ、サービス入庫におけるスタッフの対応力の向上が課題といえよう。

輸入車のもう一つの課題として、サービス料金に関する満足度の低さが挙げられる。輸入車はサービスプログラムの付帯率が高く、実際に有償となる割合は27%と国産(44%)よりも低い。しかしながら、顧客が料金を支払った時の「料金の妥当性」に対する満足割合(「非常に満足」、「満足」と回答した割合)は国産車が54%であるのに対し、輸入車では40%となっている。これは、アフターサービスが有償となった場合の費用説明などスタッフの接客スキルが弱いためとみられる。今後、輸入車ではこの点を改善する必要があるだろう。

<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 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。

<ザ・マグロウヒル・カンパニーズについて>

1888 年に設立されたザ・マグロウヒル・カンパニーズは、スタンダード&プアーズ、マグロウヒル・エデュケーション、ビジネスウィークなどを通じて金融サービス、教育、ビジネスに関する情報を提供している国際的な情報サービス企業である。世界 40 カ国に 300 カ所以上の拠点を有し、2004 年の売上高は 53 億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト www.mcgraw-hill.com まで。

<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

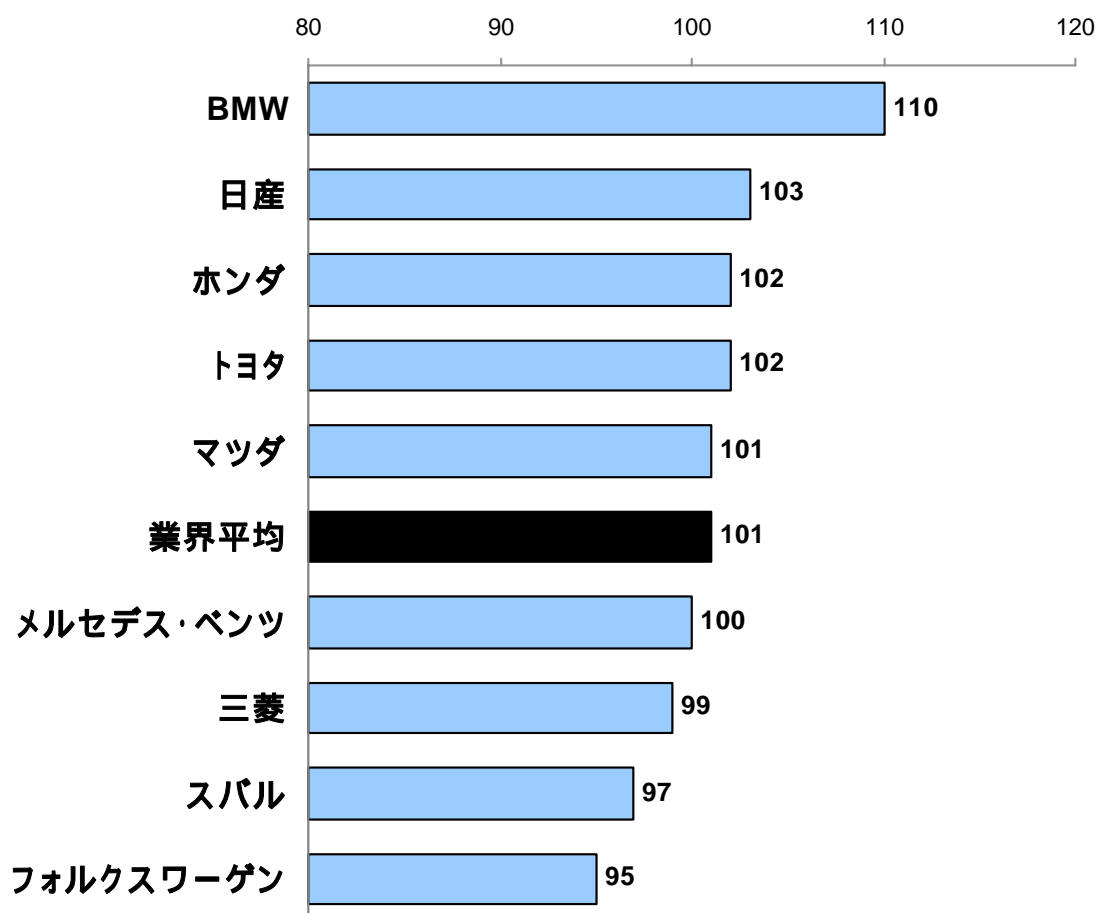
e-mail: mkawano@jdpower.co.jp

<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 2005年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM

メーカー別ランキング



注) アルファロメオ、アウディ、シボレー、フォード、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。

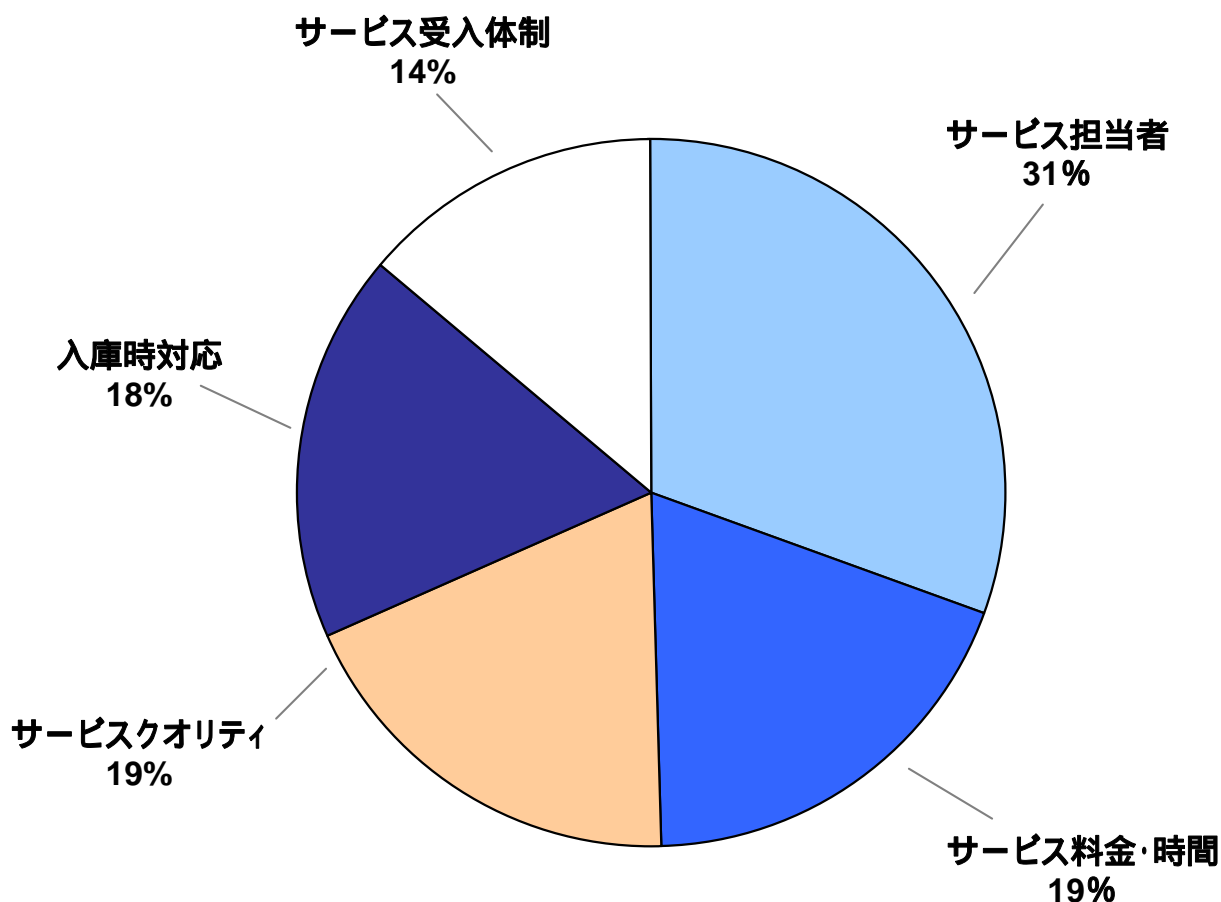
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本自動車サービス満足度調査SM

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 2005年日本自動車サービス満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM

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 アジア・パシフィック 2005年日本自動車サービス満足度調査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 2005年日本自動車サービス満足度調査SM)を明記して下さい。