

## Press Release

報道用資料

2005年12月20日

### 軽自動車サービス満足度で、ホンダと日産が首位

#### 2005年日本軽自動車サービス満足度調査

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年日本軽自動車サービス満足度調査の結果を発表した。

当調査は、軽自動車市場のアフターサービスにおける顧客満足度を測定するものである。3回目となる今年は、新車購入後13～18ヶ月が経過した軽乗用車ユーザーを対象に2005年7月から8月に郵送調査を実施し、2,904人から回答を得た。

軽自動車市場のアフターサービスにおける総合的な顧客満足度は、「サービス担当者」（30%）、「サービス体制・施設」（29%）、「サービス料金・時間」（24%）、「サービスクオリティ」（17%）の4つのファクター（期待領域）から構成されている（カッコ内の数値は総合満足度に与える影響度）。

#### **予約せず気軽にサービスを受けられることが、高い満足感を生む**

今年の軽自動車のアフターサービスにおける総合満足度を示す業界平均スコアは、前年から1ポイント向上して103ポイントとなった。これは前年のメーカー別ランキングでトップだったスズキと同スコアであり、軽自動車業界でアフターサービスに関する顧客満足度が底上げされていることがわかる。

メーカー別の総合満足度ランキングでは、対象となった6社のうち、ホンダと日産が同点（106ポイント）でトップとなった。両社に対する高評価は、ホンダは接客対応・マナー、営業受付体制、サービス料金の説明に関する満足度が向上したこと、日産はサービス料金や時間に関する満足度が高かったことに起因している。

第3位にはダイハツが103ポイントで入った。第4位は101ポイントで三菱、スバル、スズキの3社が並び、業界平均を2ポイント下回る結果となった。トップと4位（最下位）のメーカー間の差は前年より1ポイント広がり5ポイントとなり、メーカー間の満足度格差が広がっていることが明らかになった。

顧客満足に対する取り組みにおいて、顧客を「非常に満足」させることが顧客のロイヤルティを作りあげていく上で重要となる。今年の調査結果では、販売店の活動項目のなかで「非常に満足」している顧客に対して実施されている割合が高かったものとして、顧客との定期的・継続的なコミュニケーション、入庫時に予約が不要、迅速な受付や各種説明など販売店での基本的な活動、が挙げられる。特に軽自動車の顧客は、登録車の顧客に比べて、予約せず気軽にサービスを受けられることが満足度向上には必要だと考えられる。

#### **30歳未満の女性への対応が販売店の課題**

軽自動車は登録車に比べて女性が保有している割合が高く、販売店にとって女性の満足度を向上させることが重要な課題といえる。しかし、男女および年代別に今年の総合満足度を見ると、男性に比べ女性の満足度が低いことがわかった。女性の中でも30歳未満の満足度が特に低く、サービス料金の明瞭さ、顧客に合わせた対応、平日の営業体制や迅速な受付、に対する評価が低かった。

さらに、満足度をメーカーの正規販売店と非正規販売店（一般の販売業者や整備業者）の間で比べた場合、回答者全体では非正規販売店への評価の方が高いが、30歳未満の女性では非正規販売店に対する評価が低く、特に待合室の快適さなどに対する満足度が低くなっている。

30歳未満の女性は、他の世代に比べてメンテナンスやアクセサリーなどの購入金額が高く、また、ライフステージの変化に伴い車を新たに購入または買い替える機会も多い。販売店の短期的・長期的な収益面から見ても、この世代の女性の満足度を向上させることが重要となるだろう。

<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](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。

<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](http://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

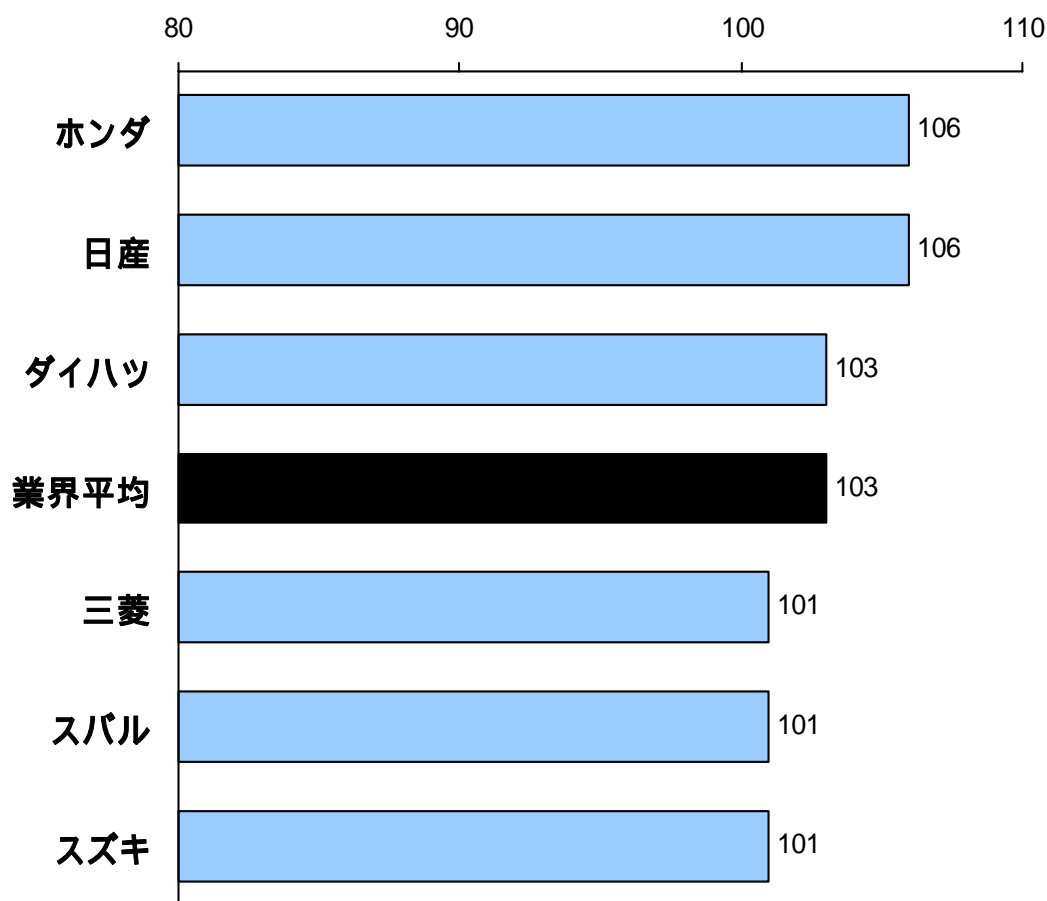
e-mail： [maki\\_kawano@jdpower.co.jp](mailto:maki_kawano@jdpower.co.jp)

<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年日本軽自動車サービス満足度調査<sup>SM</sup>

## メーカー別ランキング



注) マツダ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。

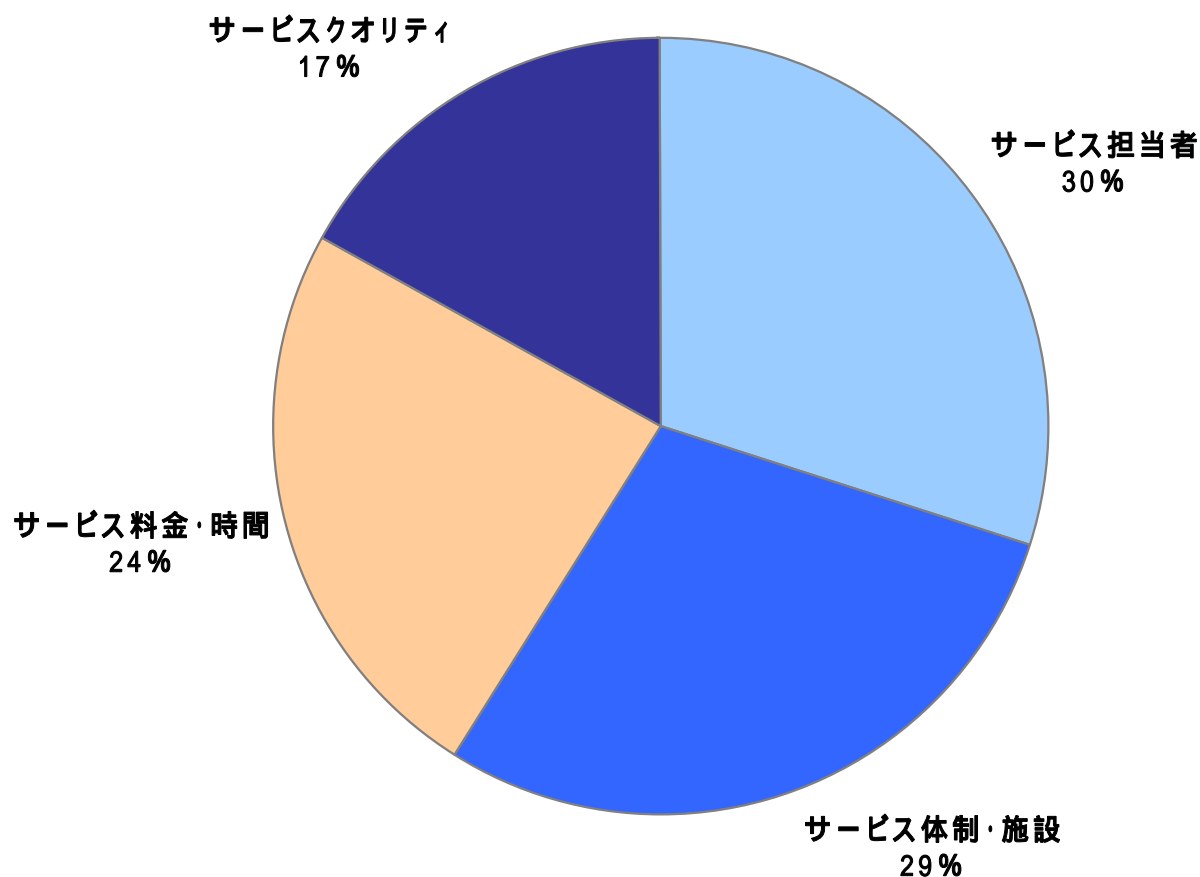
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本軽自動車サービス満足度調査<sup>SM</sup>

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 2005年日本軽自動車サービス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記してください。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本軽自動車サービス満足度調査<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 2005年日本軽自動車サービス満足度調査<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 2005年日本軽自動車サービス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記してください。