

Press Release

報道用資料

2005年10月24日

レクサスが台湾のアフターサービス顧客満足度で7年連続第1位**2005年台湾自動車顧客満足度(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年台湾自動車顧客満足度（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12～18ヶ月経過した個人ユーザーを対象に、正規販売店のアフターサービス（整備・修理等）に対する顧客満足度を調べるものである。8回目となった今年は、2005年1月から6月にかけて面接調査を実施し、2003年7月から2004年6月までに新車を購入した消費者2,600人以上から回答を得た。

台湾のアフターサービスの総合的な満足度は7つのファクターにおける顧客の評価をもとに算出されている。それらは重要度順に「不具合経験」、「ユーザーに親切なサービス」、「サービスの質」、「サービス・デリバリー（サービスにかかる時間とサービス後の車両返却）」、「入庫時対応」、「サービス・アドバイザー」、「サービス実施中の経験」となっている。

アフターサービスにおける競争力強化には、サービスの差別化がカギ

今年の総合満足度の業界平均スコアは前年から25ポイント上昇し、1,000ポイント満点中824ポイントとなった。これは大衆車ブランドのセグメントが全てのファクターのスコアを伸ばし、平均で26ポイント増となったことが主な要因である。このセグメント全体としての改善は、市場の5分の3を占める日産、三菱、トヨタの改善によるところが大きい。日産は33ポイント、三菱は29ポイント、トヨタは27ポイント増となった。

顧客満足度ランキングでは、レクサスが856ポイントを獲得して7年連続で第1位となった。レクサスは7つのファクター中、「入庫時対応」、「サービス・アドバイザー」、「サービス・デリバリー」、「ユーザーに親切なサービス」の4つで、調査開始以来最も高いスコアをマークした。

第2位はメルセデス・ベンツで、「サービスの質」と「サービス実施中の経験」のファクターで大きく向上している。

第3位には838ポイントで日産が入った。日産は全てのファクターで満足度が向上したが、特に「サービス実施中の経験」と「ユーザーに親切なサービス」の伸びが大きかった。

当調査では、24項目のサービス・スタンダード（アフターサービスで行うサービスに関するチェックリスト）の実施率についても調べている。顧客満足度の全体的な向上に伴って、ほとんどのサービス・スタンダードで実施率が上昇している。このことからアフターサービスにおいてメーカー間の競争が激化していることがうかがわれる。一方で、サービス・スタンダードにある各サービスの提供が近年、有利に働くことは少なくなっており、顧客がこれらのサービスを基本的なもの、あるいはあって当然のものと考えていることがわかる。メーカーは、販売店によるアフターサービスにおいて目新しいサービスを提供できるようにし、差別化を図る必要がある。

さらに、今回の調査から顧客満足度とブランド・ロイヤルティや推奨意向との間に強い相関関係があることも明らかになった。満足度が非常に高い顧客（CSI スコアが 900 ポイントより上）は、満足度が比較的低い顧客（750 ポイントより下）と比較して、同じ販売店を他の人に推奨すると答えた割合は 7 倍、保証期間後も同じ販売店を利用すると答えた割合は 3 倍以上だった。顧客を満足させることは販売店だけの利益にとどまらない。メーカーにとってはアフターサービスによる収益が増えることに加え、同じブランドの車を再購入する意向が高くなるという効果もある。

<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・アソシエー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・アソシエーツについて>

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・アソシエーツ（本社：米国カリフォルニア州ウエストレイク・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&ブアーズ、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>

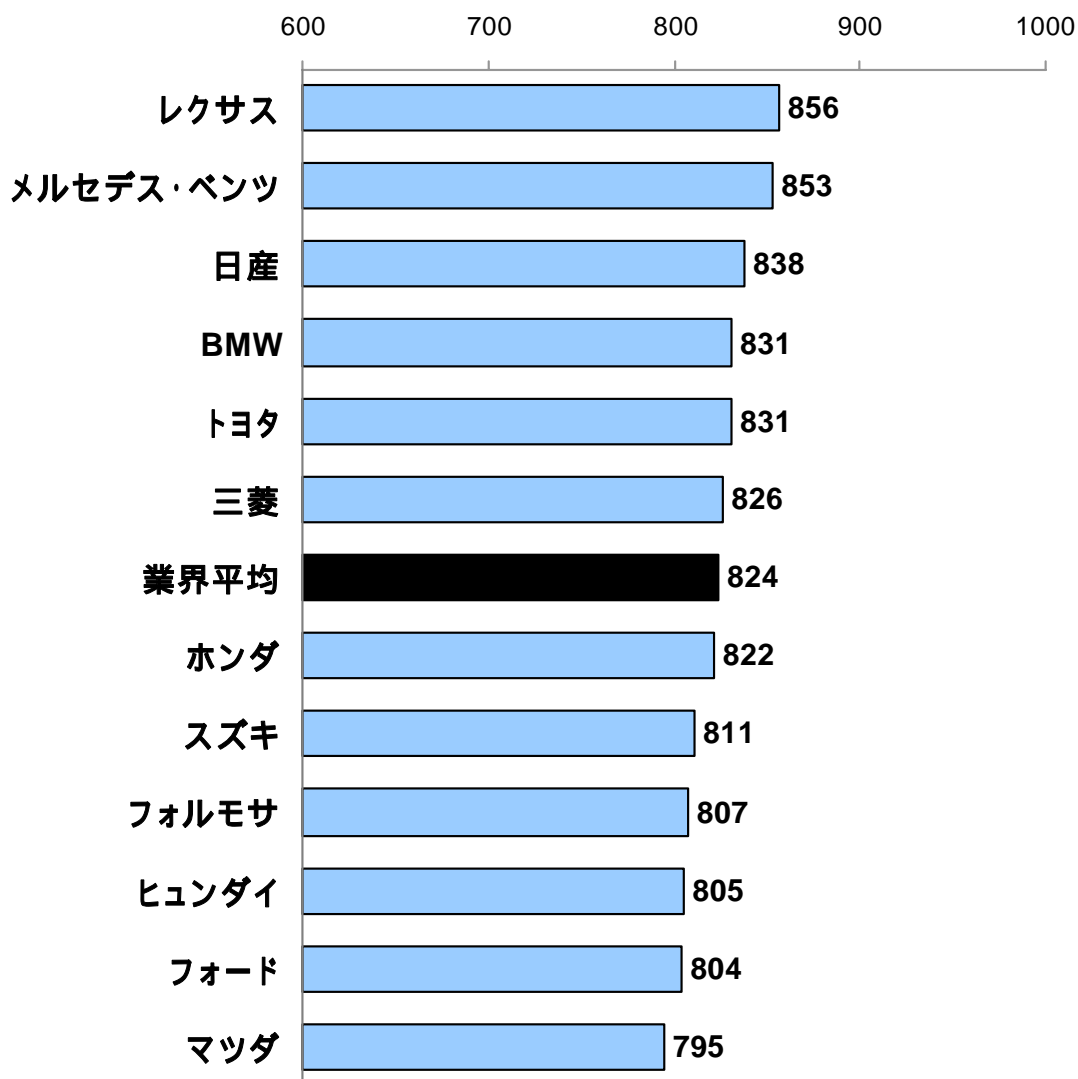
(株) J.D. パワー アジア・パシフィック
コーポレート・コミュニケーション・グループ 川野
住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル (〒105-0001)
電 話： 03-3459-1865
F A X： 03-3459-1810
e-mail： mkawano@jdpower.co.jp

<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年台湾自動車顧客満足度 (CSI) 調査SM

顧客満足度総合ランキング (1,000ポイント満点)



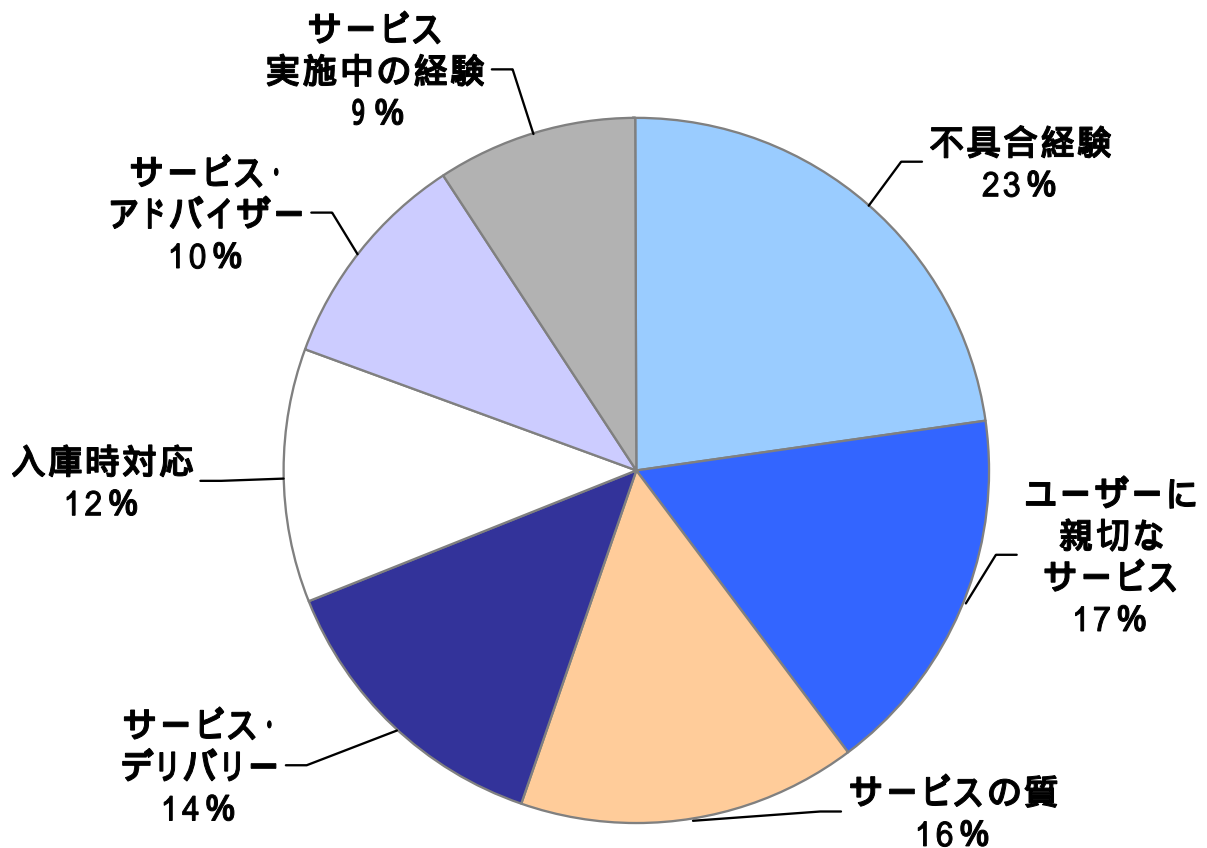
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年台湾自動車顧客満足度調査SM

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年台湾自動車顧客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年台湾自動車顧客満足度 (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年台湾自動車顧客満足度調査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年台湾自動車顧客満足度調査SM)を明記して下さい。