

Press Release

報道用資料

2006年1月24日

J.D. パワーによる国内初の大型トラック顧客満足度調査で、日野がランキング・トップ

2005年日本大型トラック顧客満足度調査

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年日本大型トラック顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は大型トラック市場（営業用・カーゴ系）の顧客満足度を調べるものである。J.D. パワーが日本において商用車の調査を実施するのは今回が初めてとなる。当調査によって、大型トラック市場の顧客満足度の構造、すなわちどのような要素が満足度に影響を与えるかが明らかになる。同時に主要メーカーに対する顧客満足度評価（メーカー系列販売店のセールス/アフターサービスを含む）が数値化され、相互比較が可能となる。

今回は2005年8月から9月にかけて、大型トラックを保有する全国の貨物輸送事業者（緑ナンバー）を対象に郵送調査を実施し、2,904の事業所の運行管理者、整備管理者ならびに経営者を含む車両購入決定権者から回答を得た。なお、1事業所につき最大2メーカーまで評価してもらったため、実際の回答は4,655件となっている。

顧客満足度に最も影響を与えるのは、アフターサービス

今回の調査では87の満足度項目について評価を実施したが、その結果、大型トラックメーカーに対する総合的な満足度に影響を与えるのは、次の4つのファクター（要素）であることが明らかになった（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。

- * アフターサービス（36%） - 施設、担当者、整備・修理内容、補修部品など
- * 商品（24%） - 車両性能、快適性、維持管理、環境・安全性など
- * コスト（22%） - 車両購入価格、燃料・油脂代、部品・修理代など
- * 営業対応（18%） - 担当者、営業活動内容など

総合満足度に対して最も影響度が高いファクターは「アフターサービス」で、特に販売店による補修部品の供給体制を充実させることが重要であるという結果が得られた。

また、4つのファクター中、業界全体で最も満足度が低かったのは「コスト」だった。「コスト」は車両の購入から処分までの総所有コスト（TCO：Total Cost of Ownership）を特定の車両でなくメーカー単位に評価したものである。

いずれのファクターにおいても大規模事業所（トラック保有台数=31台以上）の満足度が中小規模事業者のそれを上回る傾向が認められた。

満足度評価が高いメーカーは、ユーザーの再購入意向や推奨意向も高い

メーカー別ランキングでは、日野が顧客満足度スコア 637 ポイント（1,000 ポイント満点）を獲得し第1位になった。日野は「燃料・油脂代」や「部品・修理代」といった項目を中心に、「コスト」の満足度評価が4社中最

も高かった。

第2位はいすゞで、スコアは615ポイントだった。いすゞは販売店の「営業対応」と「アフターサービス」の2ファクターに対する評価は業界平均に近いレベルだったが、「ブレーキ性能」といった特定の項目において高い評価を得た。

第3位は三菱ふそうと日産ディーゼルが608ポイントで並んだ。三菱ふそうは「信頼性」や「部品・修理代」といった項目を中心に満足度が大きく低下しているものと考えられる。しかし、走行性能や快適性といった一部の項目においては業界平均を上回っており、今後の改善活動による成果が注目される。日産ディーゼルは多くの項目にわたり業界平均を下回ったものの、「コスト」における「車両購入時の費用」において際立って高い満足度評価を得た。

また、今回の調査によって日本国内の大型トラック市場においても、商品・サービスに対する顧客満足度と顧客のロイヤルティ（再購入意向や他者への推奨意向）の間に高い相関性があることが確認された。このことから顧客満足度が高まることで、メーカーならびに販売店の利益に貢献するものと考えられる。トラックメーカーは顧客のロイヤルティを獲得し自社ならびに自社系列販売店の収益性を高めるために、顧客満足度の向上に取り組む必要があるといえる。

<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 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、J.D. パワー・アンド・アソシエイツ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38カ国に290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

FAX： 03-3459-1810

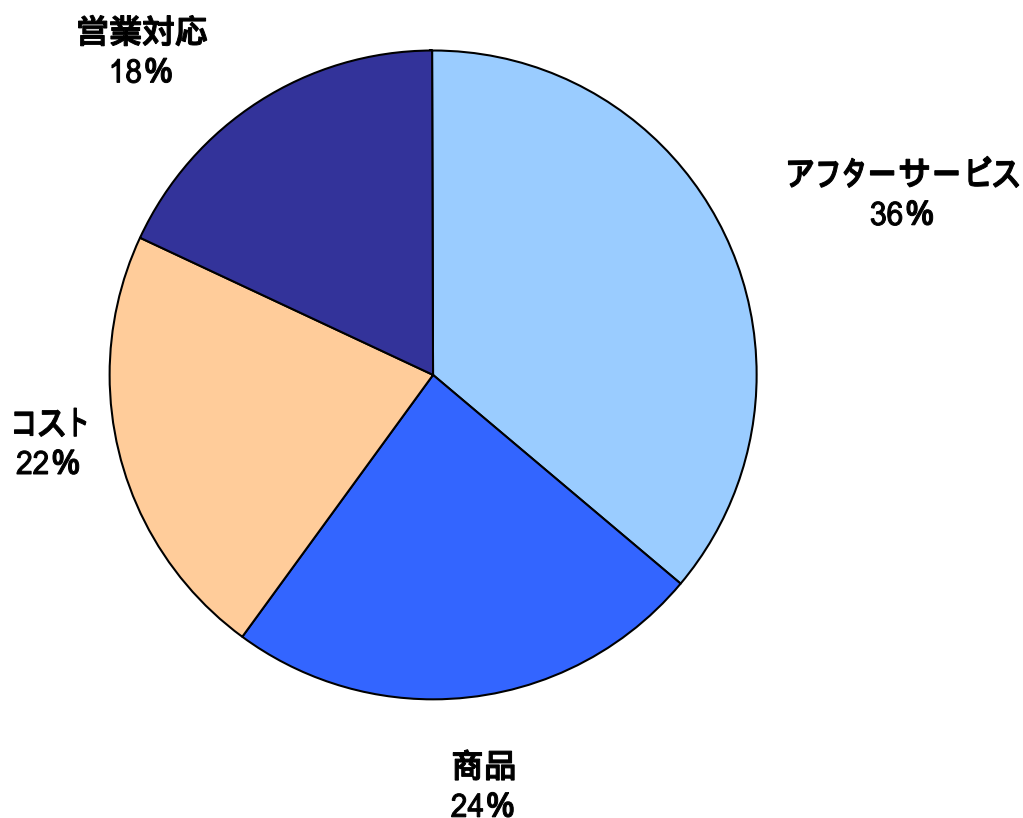
e-mail： maki_kawano@jdpower.co.jp

<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年日本大型トラック顧客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター



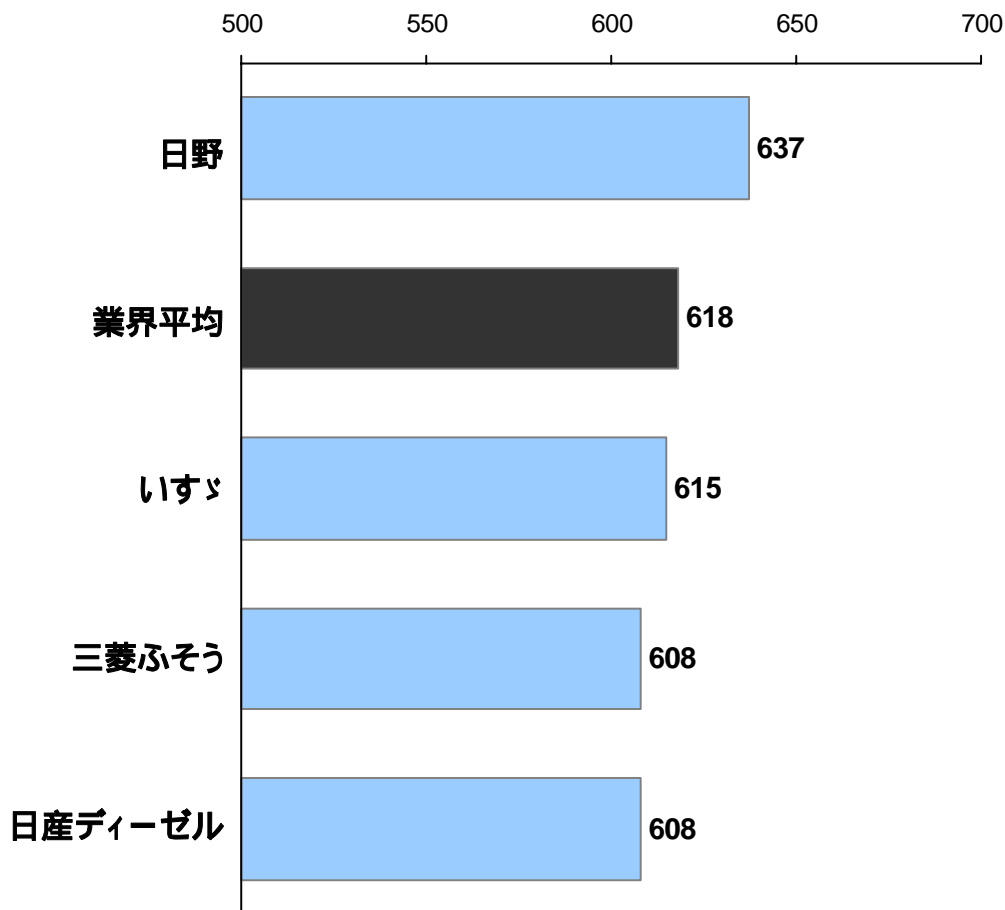
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本大型トラック顧客満足度調査SM

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年日本大型トラック顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本大型トラック顧客満足度調査SM

メーカー別ランキング



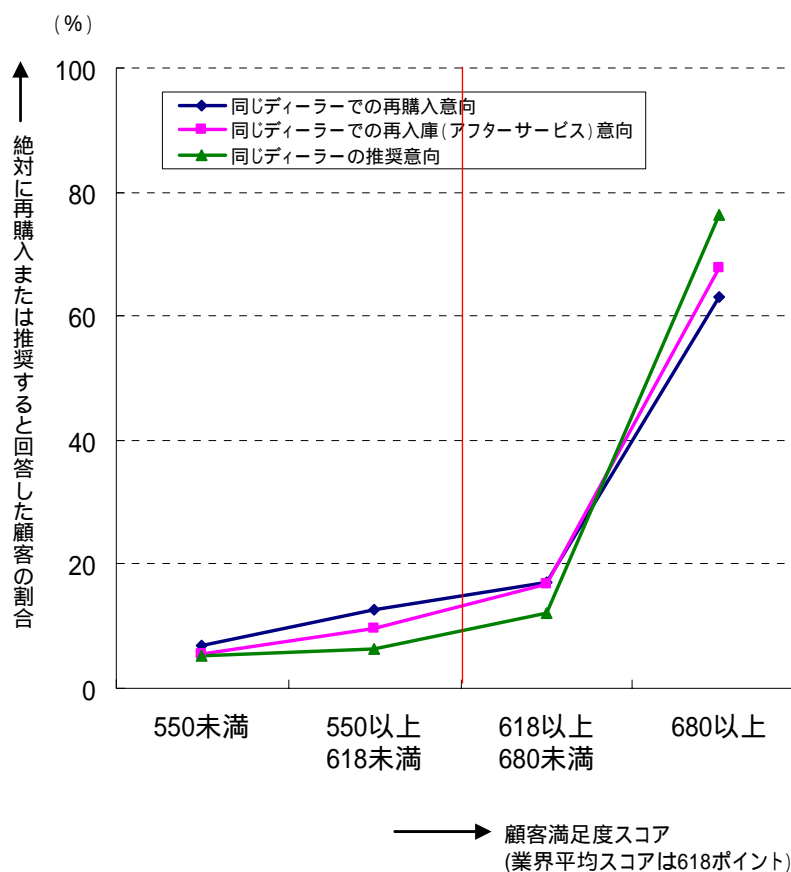
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本大型トラック顧客満足度調査SM

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年日本大型トラック顧客満足度調査SM) を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本大型トラック顧客満足度調査SM

顧客満足度スコアと顧客の再購入 / 推奨意向の相関関係



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本大型トラック顧客満足度調査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年日本大型トラック顧客満足度調査SM)を明記してください。