

Press Release

報道用資料

2006年1月26日

三菱、フィリピンのセールス満足度で第1位**2005年フィリピン自動車セールス満足度 (SSI) 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年フィリピン自動車セールス満足度 (Sales Satisfaction Index、略称 SSI) 調査の結果を発表した。

当調査は、新車購入時から2~6ヶ月経過した車の所有者を対象に、フィリピンにおける新車の販売プロセスに関する顧客満足度を調べるものである。5回目となる今回の調査は2004年12月から2005年6月までに新車を購入した消費者を対象に、1,100人以上から回答を得た。

フィリピンの自動車セールスの総合的な満足度は6つのファクターにおける顧客の経験をもとに算出されており、それらのファクターは総合満足度に対する重要度順に「セールス担当者」、「書類手続き」、「納車プロセス」、「納車タイミング」、「取引」、「販売店設備」となっている。

セールス・スタンダードの実施が顧客のロイヤルティを高める

2005年の業界平均の総合満足度スコアは、前年から4ポイント改善して844ポイント(1,000ポイント満点)となった。

セールス満足度ランキングでは、三菱が前年から13ポイント改善し、857ポイントを獲得し第1位になった。三菱は6つのファクターのうち「セールス担当者」、「納車プロセス」、「納車タイミング」の3つでトップとなったが、特に「納車タイミング」における評価が高い。「納車タイミング」には、納車に必要な時間に関する評価項目と約束した日時の納車に関する評価項目が含まれている。三菱は平均納車時間が引き続き短縮しており、当調査の今までの結果で最も早い3.2日を達成している。

第2位はいすゞで、スコアは前年比10ポイント増の849ポイントだった。「書類手続き」と「取引」の2つのファクターで最も高いスコアをマークした。最も改善されたのは「取引」で、前年に比べて19ポイント高くなっている。またいすゞは平均納車時間も前年から2.3日改善し、4.2日となっている。

第3位にはフォードが入った。スコアは846ポイントで、前年から16ポイントアップの大幅な改善を見せた。第4位はトヨタ(845ポイント)で、以上4社が業界平均以上にランクされた。

新車購入者の20%が販売プロセスにおいて問題を感じていることが、調査結果から明らかになった。顧客が最も多く経験した問題は車の選択肢が少ないことで回答者のうち12%が指摘している。問題を経験した顧客が最も少なかったのは三菱(14%)で、次はホンダ(16%)だった。

三菱は「セールス時にプレッシャーを感じた」と答えた顧客の比率も最も低かった(29%)。業界全体で見ると回答者の36%が販売店から何らかのプレッシャーを経験したと答えている。最も多く報告されたプレッシャーは「欲しいオプションがない車の購入」だった(21%)。

顧客の満足度はセールス時に何らかのプレッシャーを感じた場合低くなる傾向にあるが、なかでも都合の悪い日

時の納車を受け入るようにプレッシャーをかけられた時には不満感が最も高まる。「納車プロセス」における満足度を高めるためには、販売店は顧客に都合の良い納車日時を設定し、その約束を守ることによって顧客の期待に応える必要がある。

またセールス・スタンダード（販売と納車プロセス時に提供されるサービス）の実施数が、顧客の満足度やロイヤルティ、推奨意向に影響を与えていることがわかった。セールス・スタンダードには「セールス担当者による試乗の推奨」、「約束した日時の納車」、「車の操作の説明」などが含まれている。25項目全てのセールス・スタンダードが実施されたと答えた顧客の満足度のスコアは、業界平均よりも20ポイント以上高かった。また、ほぼ4分の3（74%）の顧客が、必ずその販売店を他の人に推奨すると述べており、2分の1以上（53%）の顧客が必ず同じ販売店で再購入すると答えている。

<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 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

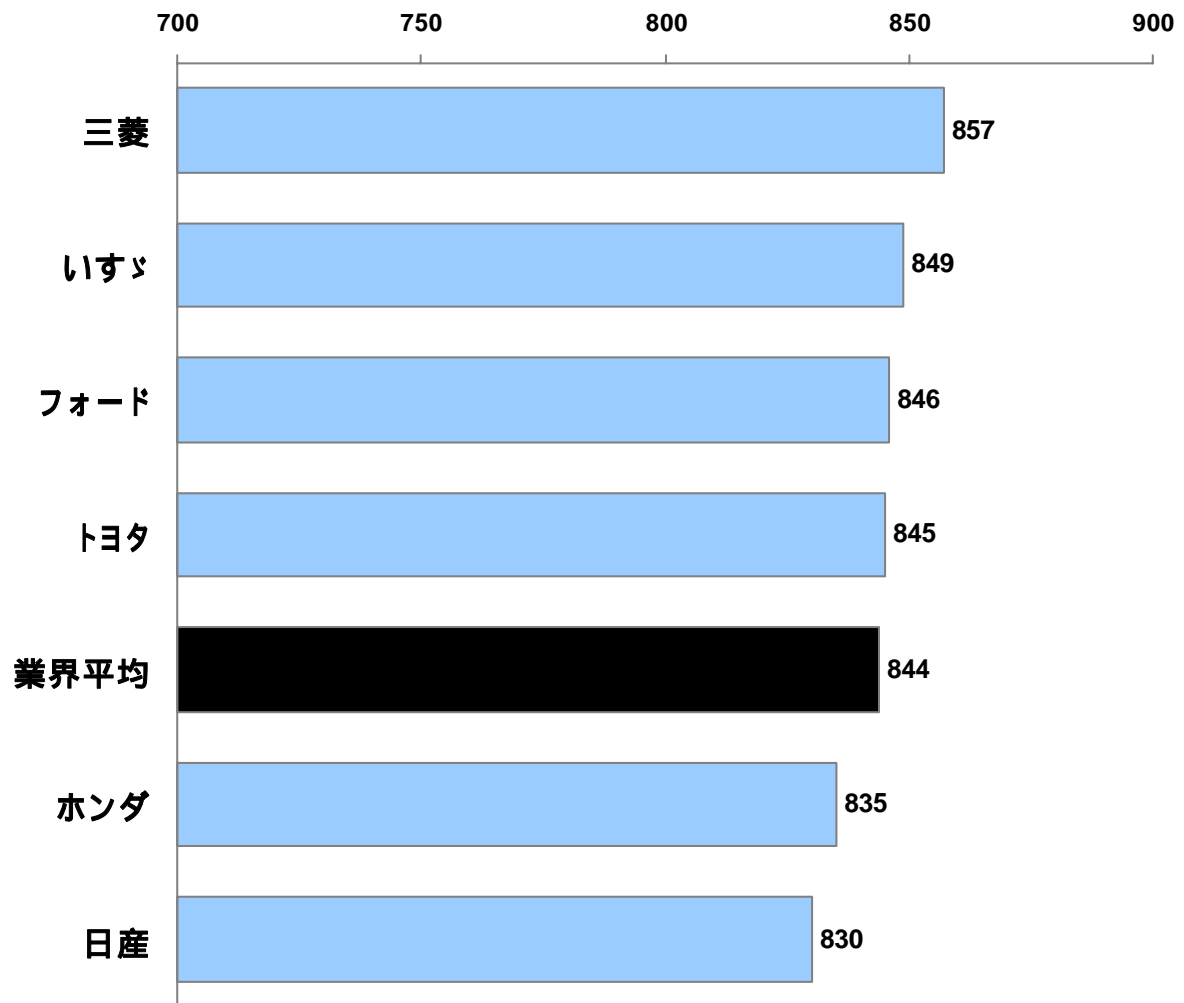
e-mail： maki_kawano@jdpower.co.jp

<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年フィリピン自動車セールス満足度 (SSI) 調査SM

セールス満足度ランキング (1,000ポイント満点)



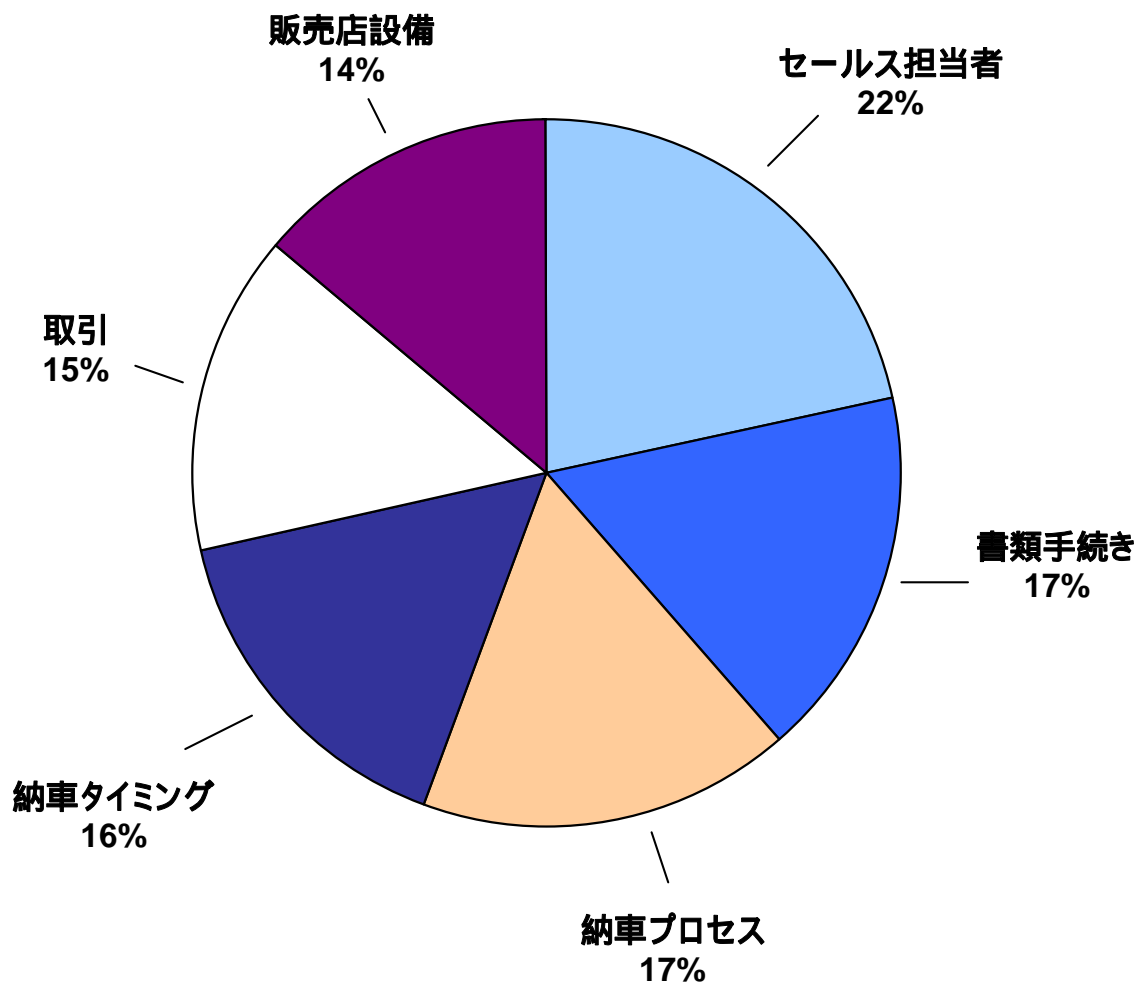
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年フィリピン自動車セールス満足度調査SM

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年フィリピン自動車セールス満足度調査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年フィリピン自動車セールス満足度 (SSI) 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年フィリピン自動車セールス満足度調査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年フィリピン自動車セールス満足度調査SM) を明記してください。