

Press Release

報道用資料

2006年3月17日

アウディとフォルクスワーゲン、南アフリカ自動車顧客満足度調査で高い評価

2005年南アフリカ自動車顧客満足度(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年南アフリカ自動車顧客満足度（Customer Satisfaction Index、略称 CSI）調査の結果を発表した。

当調査は、南アフリカにおける自動車に関する総合的な顧客満足度を調べるものである。2回目となる今回の調査は、2003年10月から2004年9月に新車を購入した人を対象に、2005年7月から8月に郵送調査を実施し、10,400人以上から回答を得た。当調査は南アフリカの自動車雑誌『カー（Car）』と合同で実施し、また、アンケートの郵送面では南アフリカ運輸省の協力を得ている。（『カー（Car）』 月間平均915,000部。自動車に関するサイトも運営している。www.cartoday.com）。

顧客満足度は、4つのファクターに分類された77の詳細項目に関するユーザー評価を基に算出し、1,000ポイント満点のCSIスコアで表す。4つのファクターは次の通りである（カッコ内は総合的な満足度に対する各ファクターの重要度）。

- * 車の品質と信頼性 （32%）
- * 車の魅力 （29%） 性能、デザイン、快適性、装備品など
- * アフターサービス （19%）
- * 維持費 （20%） 燃費、保険、点検整備 / 修理費用など

ブランド別ランキングではスバルがトップ

今回の調査では、顧客満足度の4つのファクターの中で「維持費」のスコアが業界全体で大きく改善していた。しかし、他のファクターに比べると依然として評価が低い。「維持費」の中でも、特に保険、点検整備 / 修理費用、燃費に対する評価が低く、これが当ファクター全体での低い評価の要因となっている。新車購入の際、消費者は購入価格以外の費用についても考慮する必要がある。その他の面で満足しても、高い維持費によって、車の所有経験全般の満足度が下がる可能性がある。

セグメント別ランキングでは、フォルクスワーゲングループのアウディとフォルクスワーゲンがそれぞれ2セグメントでトップに立った（アウディ A3およびA4、フォルクスワーゲン・シティ・ゴルフおよびトゥーラン）。その結果、フォルクスワーゲングループが、調査対象となったメーカーの中で最も多い4セグメントで第1位となっている。

ブランド別ランキングでは、スバルが第1位になった。第2位はBMWで、スバルとは16ポイントの差だった。以下、アウディ、ホンダ、ボルボが続く。

スバルは前年から50ポイントスコアを伸ばしており、全てのブランドの中で最もスコアを向上させている。他に前年から大きくスコアをアップさせたのは、日産（+32ポイント）、フィアット（+27ポイント）、ホンダ（+27ポイント）、起亜（+24ポイント）、マツダ（+24ポイント）だった。スバルは4つのファクターのうち、

「車の品質と信頼性」と「アフターサービス」の2つで業界全体で最も高い評価を得ている。「車の魅力」ではBMWが、「維持費」ではアウディがトップだった。

スバルやホンダが上位にランキングされたことは、南アフリカの消費者が最も高い価格帯の車を購入しなくても車の所有経験で高い満足感を得られることを示している。さらに、満足度の高いモデルにはコンパクトカーやラグジュアリーセダン、MPV、SUVといったさまざまなタイプが含まれおり、顧客が満足できる車は形やサイズ、価格にかかわらず存在していることがわかる。

『カー(Car)』誌では、「当調査は、消費者に、新車所有時に鍵となることについて有益な情報を与えるものだ。調査では顧客満足度を包括的に捉えており、特定のブランドやモデルを実際に所有し運転する感じがわかる。調査結果は各モデルに実際に乗っている人の回答に基づいており、この点でも非常に価値あるものとなっている」とコメントしている。

J.D. パワーは、自動車メーカーが消費者の好みや購買行動を理解できるように、第三者機関の立場から消費者の実際の所有経験に基づいた品質や顧客満足度に関する調査を実施し、世界的に認められている。また消費者に対しては調査結果を公表し、新車購入の際の参考情報として活用してもらっている。

<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&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、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、2005 年の売上高は 60 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

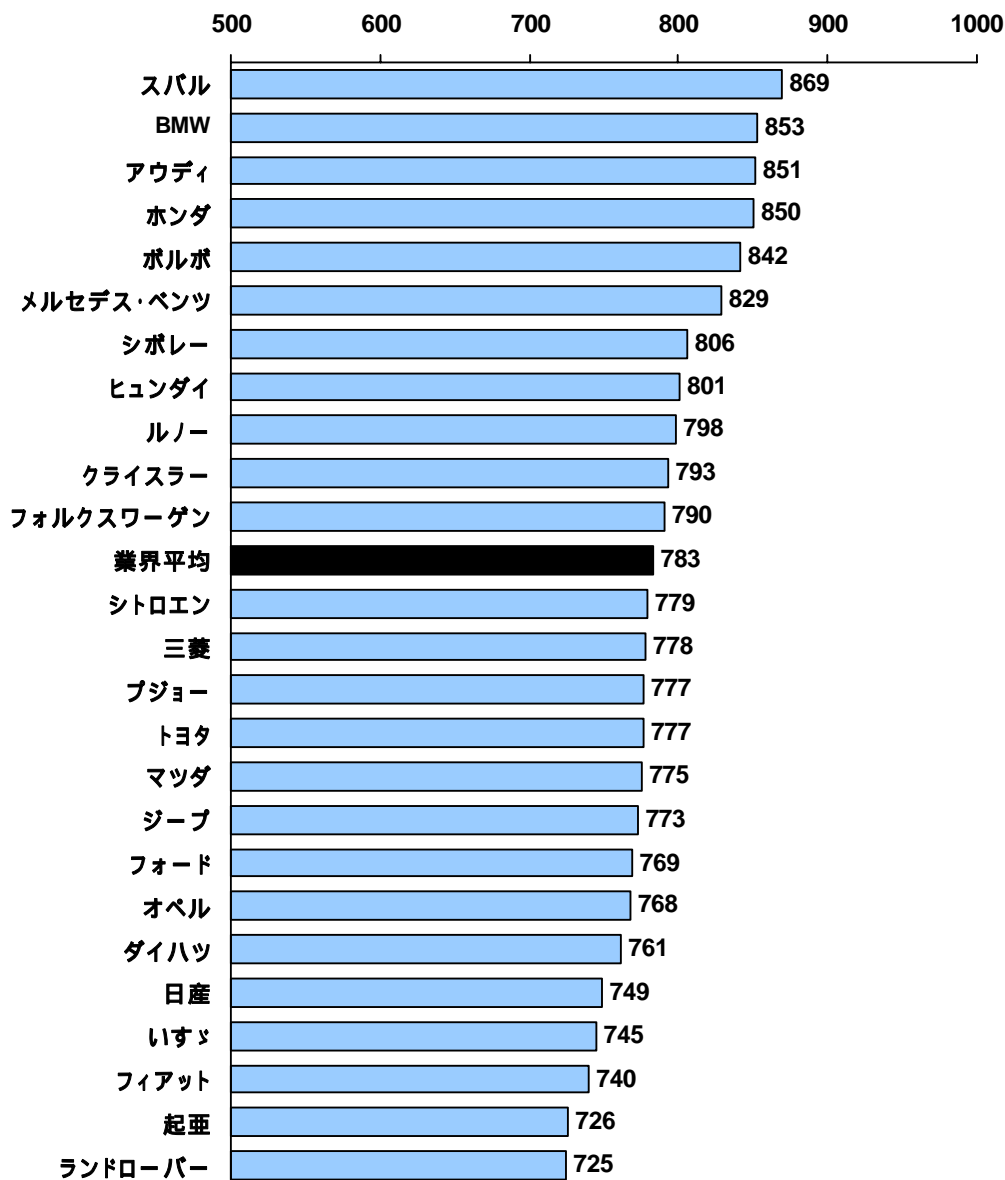
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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・アンド・アソシエイツ 2005年 南アフリカ自動車顧客満足度 (CSI) 調査SM

ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)



注) アルファロメオ、ジャガー、ミニはサンプル数不足のため、ランキングには含まれていません。

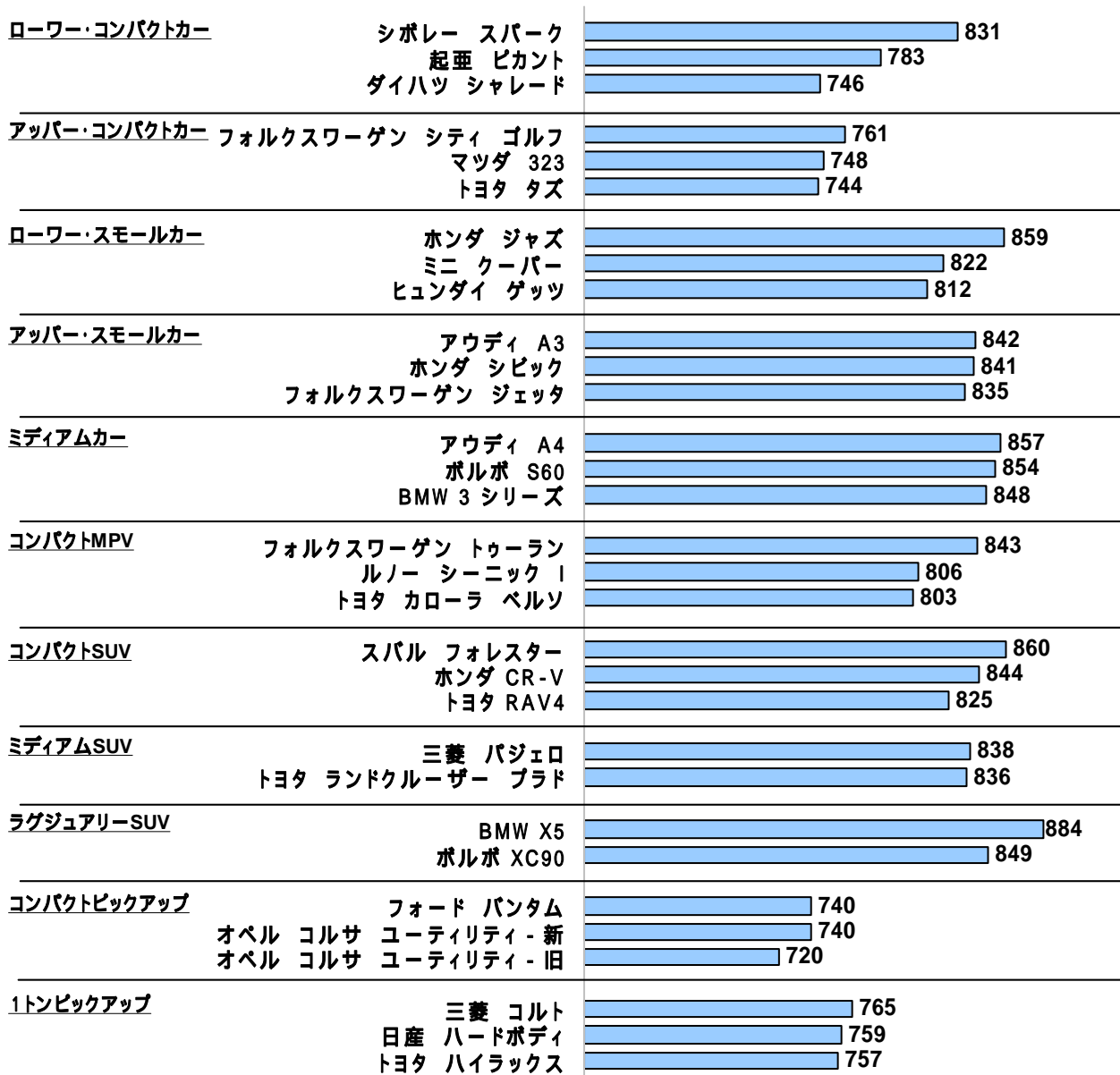
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2005年南アフリカ自動車顧客満足度調査SM

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・アンド・アソシエイツ 2005年南アフリカ自動車顧客満足度調査SM) を明記してください。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2005年 南アフリカ自動車顧客満足度 (CSI) 調査SM

セグメント別ランキング (1,000ポイント満点)



出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2005年南アフリカ自動車顧客満足度調査SM

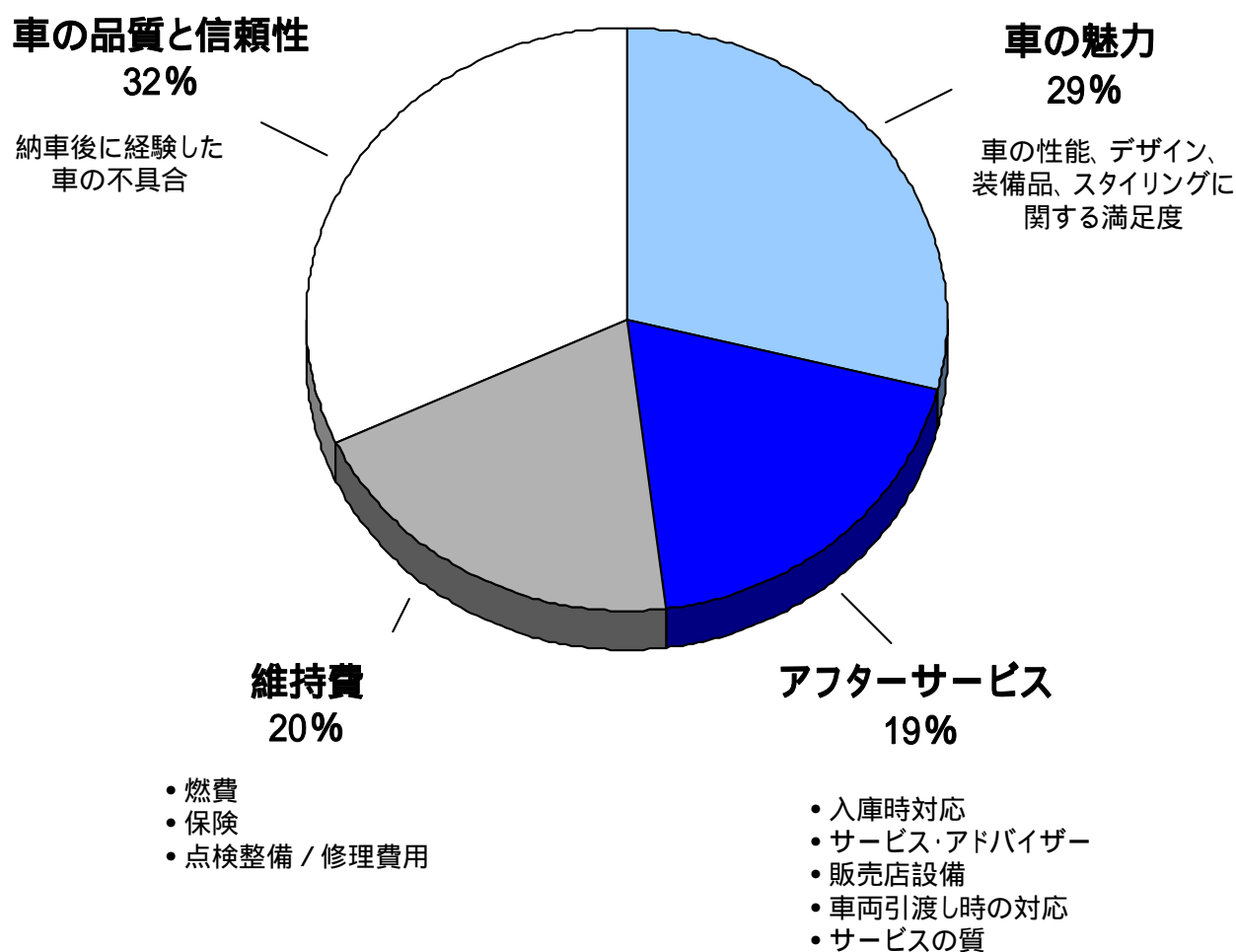
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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・アンド・アソシエイツ 2005年南アフリカ自動車顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー・アンド・アソシエツ

2005年 南アフリカ自動車顧客満足度 (CSI) 調査SM

総合満足度を構成するファクター



出典: J.D. パワー・アンド・アソシエツ 2005年南アフリカ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・アンド・アソシエツ 2005年南アフリカ自動車顧客満足度調査SM) を明記してください。