

## Press Release

報道用資料

2006年11月15日

### 中国主要三都市におけるコピー専用機/複合機の顧客満足度、京セラミタが第1位

#### 2006年中国コピー専用機/複合機顧客満足度調査

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、2006年中国コピー専用機/複合機顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、事業所で利用するコピー専用機/複合機（白黒/カラー）についてユーザーの満足度を調べるもので、2001年より年1回の割合で実施している。中国主要3都市（北京、上海、広州）の従業員30名以上の事業所におけるコピー専用機/複合機の導入決定関与者または管理責任者を対象としている。6回目となる今年も、2006年7月から9月にかけて面接調査を実施し、2,120人から回答を得た。なお中国における最新の市場状況を反映させるため満足度についての調査対象機器は、各事業所で2001年以降に導入され、かつその事業所で最も新しく導入されたものに限定している。

当調査では、コピー専用機/複合機の総合的な顧客満足度に影響を与えるファクターを算出している。それらは「保守サービス」（64%）、「販売対応」（20%）、「商品」（16%）の3つである（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。これらのファクターにおける顧客の評価をもとに、総合満足度を算出する（1,000ポイント満点）。

#### ◆保守サービス体制の構築が顧客満足度向上のための課題◆

メーカー別総合満足度ランキングの第1位は京セラミタで、スコアは763ポイントだった。ファクター別の評価でも「保守サービス」、「販売対応」、「商品」の3つ全てでランキング対象8社中最も高い評価を得ている。各ファクターの詳細評価項目毎の評価では、「保守サービス」では“修理依頼時の対応のよさ”、「販売対応」では“営業担当者のコンタクト頻度”で他社を大きく上回っている。「商品」については、京セラミタは調査対象機器のうち3年以内に導入されたものが9割と多く、このことが「商品」の高評価に寄与していると言える。

第2位は富士ゼロックスだった（731ポイント）。昨年1位の同社は昨年より10ポイント向上していたが、京セラミタがそれを上回る満足度評価を得たため今年も2位となった。第3位は僅差でリコーが入った（728ポイント）。

「保守サービス」の総合満足度に対する影響度が年々増加している。2004年の49%から2005年は56%、さらに今年も64%となっており、中国市場では「保守サービス」に対する評価が顧客満足度をより一層と左右する要因となっていることがわかった。また、今回の調査では「保守サービス」に対する評価の差がメーカー間で目立つ結果となっている。特に、修理依頼時の対応のよさや速さにおける差が大きく見られた。今後、修理受付時の対応を含めた保守サービス体制の整備がメーカーにとって重要な課題となる。

#### ◆導入後のコンタクトによって、同じ販売店を将来再利用したいとする意向が高まる◆

また今年も調査では、コピー専用機/複合機を事業所が導入した後、販売店が事業所へコンタクトすることによって、事業所が将来同じ販売店からコピー専用機/複合機を導入したいとする意向が高まることがわかった。従来中国市場においては、機器導入後、販売店から全くコンタクトの無い場合が多く、2004年の調査ではこの割合が6

割近くに上った。しかし、昨年の調査から改善が見られ今年は3割弱まで減っている。競争が激化する中、既存顧客を維持するために、機器の導入後に事業所にコンタクトする販売店が増えているものと思われる。今後さらに業界全体で導入後のコンタクトの実施が浸透した場合、コンタクトの有無にとどまらず顧客のニーズに合わせた情報や提案の提供などが求められるようになるだろう。

当調査では、中国市場における白黒コピー専用機、白黒複合機、カラーコピー専用機、カラー複合機の事業所における保有率を調べている\*。その結果、依然として白黒コピー専用機の保有率が最も高く、回答のあった事業所の6割が保有していることが明らかになった。しかし、この割合は年々確実に低下している。一方、白黒複合機の保有率は増加傾向にあり5割に達した。

カラー複合機については、その保有率は1割に達していないが、わずかながら増加傾向にある。今後の導入意向を聞いたところ、カラー複合機を導入したいと回答した事業所が昨年の2割から3割近くまで上昇している。この結果から中国市場におけるカラー複合機の更なる普及が予想される。

\*各事業所が保有する全ての機器を調査対象としている。

<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](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、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](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、杉崎

住 所： 東京都港区虎ノ門5-1-5 虎ノ門45MTビル（〒105-0001）

電 話： 03-4550-8090

F A X： 03-4550-8151

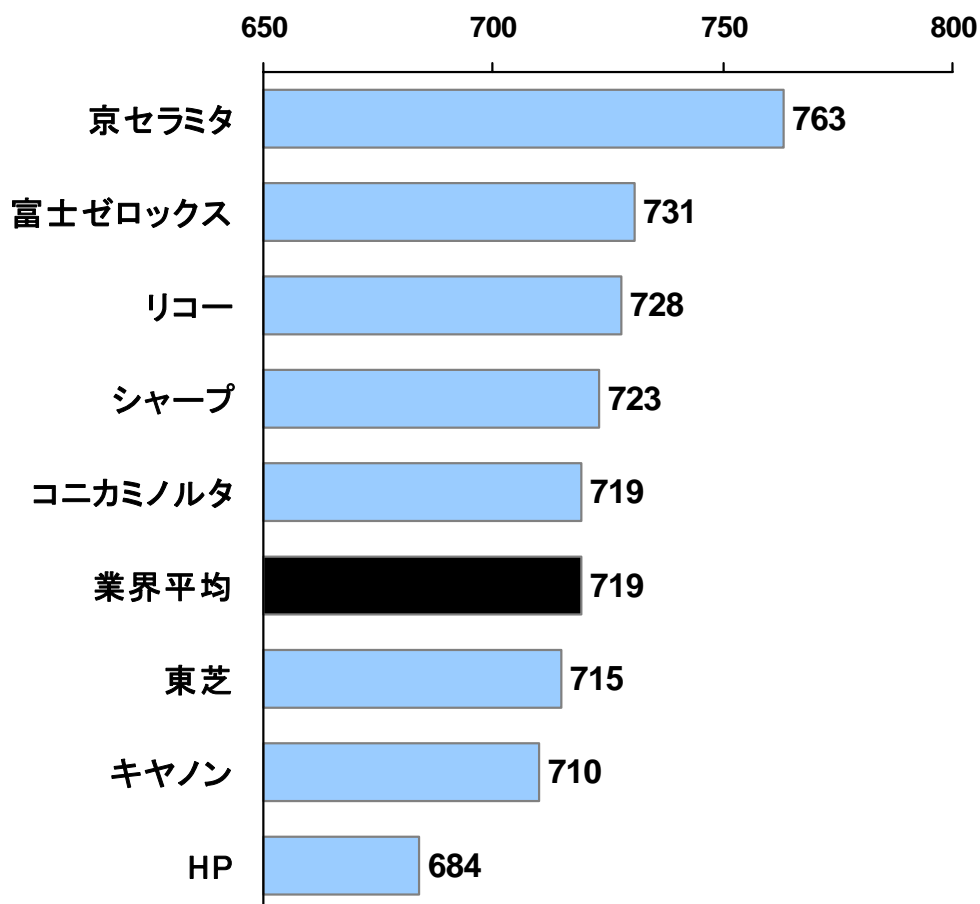
e-mail： [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

<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 アジア・パシフィック 2006年中国コピー専用機／複合機顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## メーカー別顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注) ゲステナー、レニエ、レノボ、パナソニック、サムスン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。

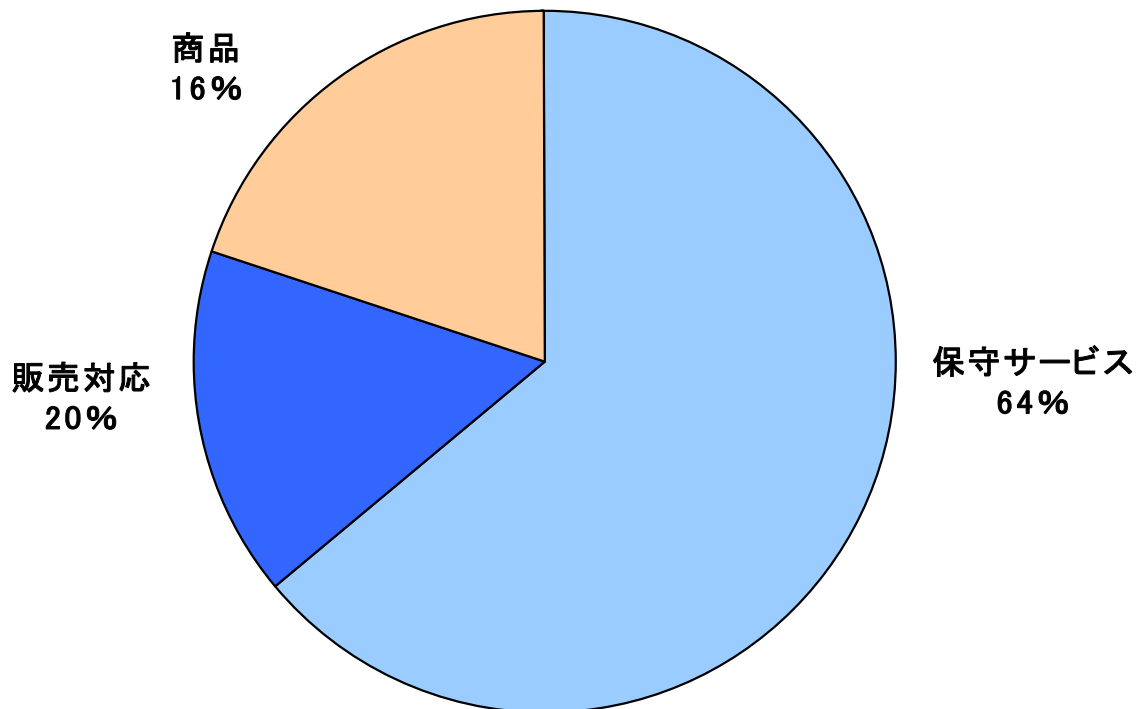
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年中国コピー専用機／複合機顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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 2006年中国コピー専用機／複合機顧客満足度調査<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 2006年中国コピー専用機／複合機顧客満足度調査<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 2006年中国コピー専用機／複合機顧客満足度調査<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 2006年中国コピー専用機／複合機顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記してください。