

Press Release

報道用資料

2006年10月3日

BMW、インドネシアのアフターサービス満足度で第1位**2006年インドネシア自動車顧客満足度(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、2006年インドネシア自動車顧客満足度（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ヶ月経過した車の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）に関する顧客満足度を調べるもので、年1回の割合で実施している。今年は2004年9月から2005年5月までに新車を購入した消費者を対象に2006年3月から5月に面接調査を実施し、2,677人から回答を得た。

インドネシアのアフターサービスの総合的な満足度は、35の詳細項目をグループ分けした7つのファクターに対する顧客の評価をもとに算出される。7つのファクターは重要度順に「サービスの質」、「不具合経験」、「ユーザーに親切なサービス」、「サービス・アドバイザー」、「在庫時対応」、「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）」、「サービス実施中の経験」となっている。スコアが高いほど満足度が高いことを示す。

顧客の非正規サービス施設への流出を避けるため、顧客満足度を高める必要有り

今年の業界平均スコアは1,000ポイント満点中754ポイントで、2004年の結果と比較するとわずかに2ポイント低下しているが、この2年間比較的安定している。販売店が顧客との関係を強めるためには、顧客の期待に沿う、あるいはそれを超えるアフターサービスを提供することが必要不可欠である。販売店を繰り返し利用してもらうためだけでなく、満足した顧客の口コミ効果によって新規顧客の増加も見込める。

アフターサービスが期待以上だったと評価した顧客のうち、5人に3人が「必ず知人に販売店を推奨する」、4人に3人が「保証期間後も必ず同じ販売店でアフターサービスを受ける」と回答している。一方、サービス経験が期待以下だった顧客では「必ず知人に販売店を推奨する」、「保証期間後も必ず同じ販売店でアフターサービスを受ける」と答えたのは20人に1人のみだった。

顧客満足度ランキングでは、ランキング対象となった12メーカー中、BMWが当調査始まって以来全メーカーを通じて最も高い778ポイントを獲得し第1位となった。ファクター別の評価でも7つのファクター全てでトップとなっている。また、調査した24のサービス・スタンダード（アフターサービスで行う基本活動）の平均実施数は18.1項目で、この数でも業界トップだった。「依頼のあった整備・修理を全て完了」、「約束した日時に車両を返却」、「一発修理」、「サービスにかかる時間が適正」、「サービスセンターでの待ち時間が適正」、「待合室が清潔」の実施率は100%だった。

第2位はダイハツ（762ポイント）、第3位にはトヨタ（758ポイント）が入った。ダイハツは「不具合経験」、「サービスの質」、「サービス・アドバイザー」、「ユーザーに親切なサービス」で特に高い評価を得た。第4位はフォードと日産で、スコアは業界平均と同じ754ポイントだった。

非正規サービス施設で一度でもアフターサービスを受けたことのある顧客は、正規販売店でのみアフターサービスを受けた顧客と比較して満足度が低いことがわかった。非正規サービス施設を選ぶ理由としては、費用が安いこととサービスが早いことが最も多く挙げられている。

アフターサービス経験の満足度を高めることは、特に保証期間が終了した後に顧客を非正規サービス施設に流出させないために重要である。「保証期間後は非正規サービス施設で車の点検を受けると思う」と回答した割合は、業界平均以上の満足度スコアをつけた顧客ではわずか4%だったが、スコアが業界平均より低かった顧客では13%と約3倍だった。このことから正規販売店が顧客の満足度を高めることの重要性がわかる。

<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、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、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

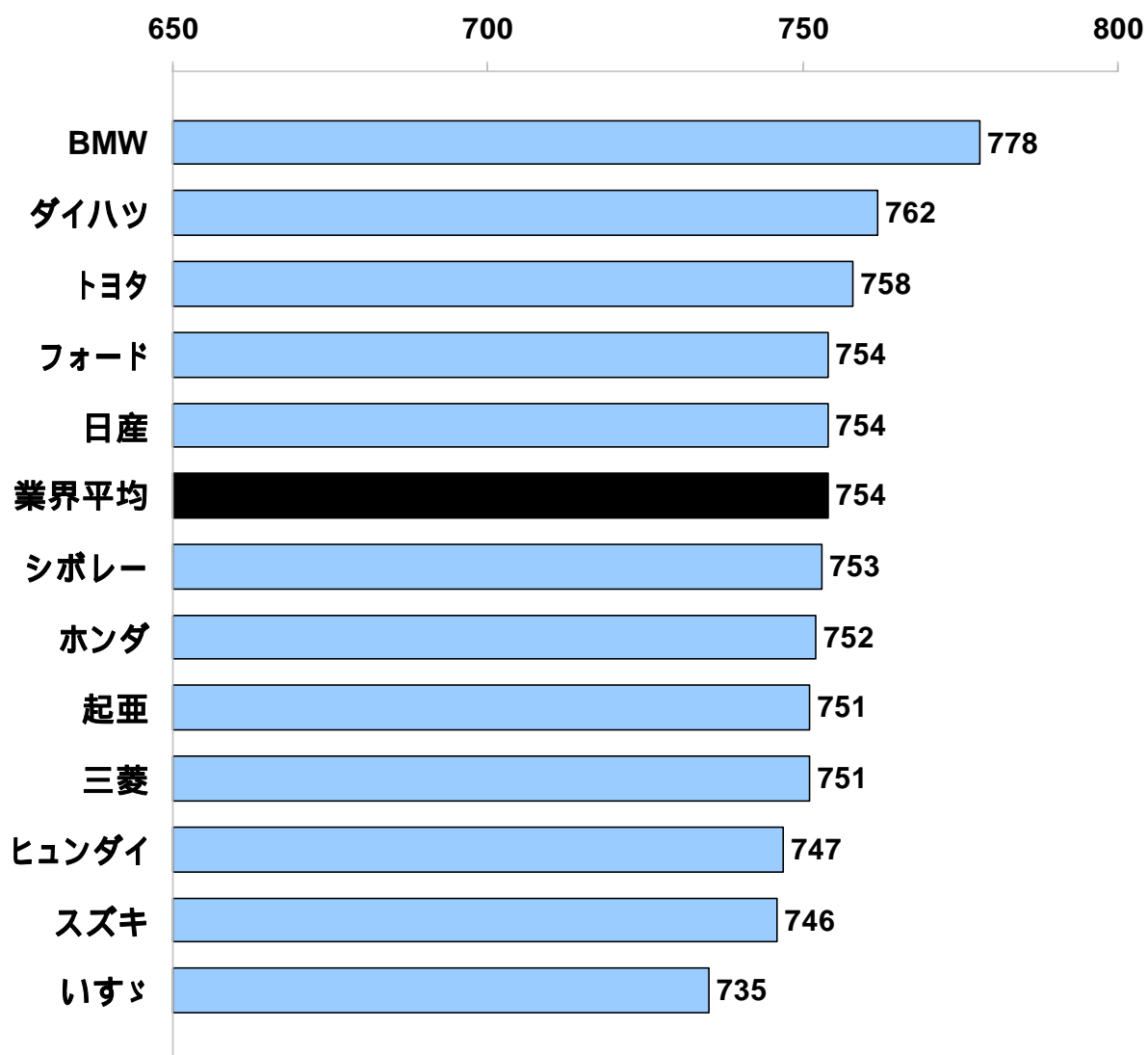
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年インドネシア自動車顧客満足度(CSI)調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注) メルセデス・ベンツ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。

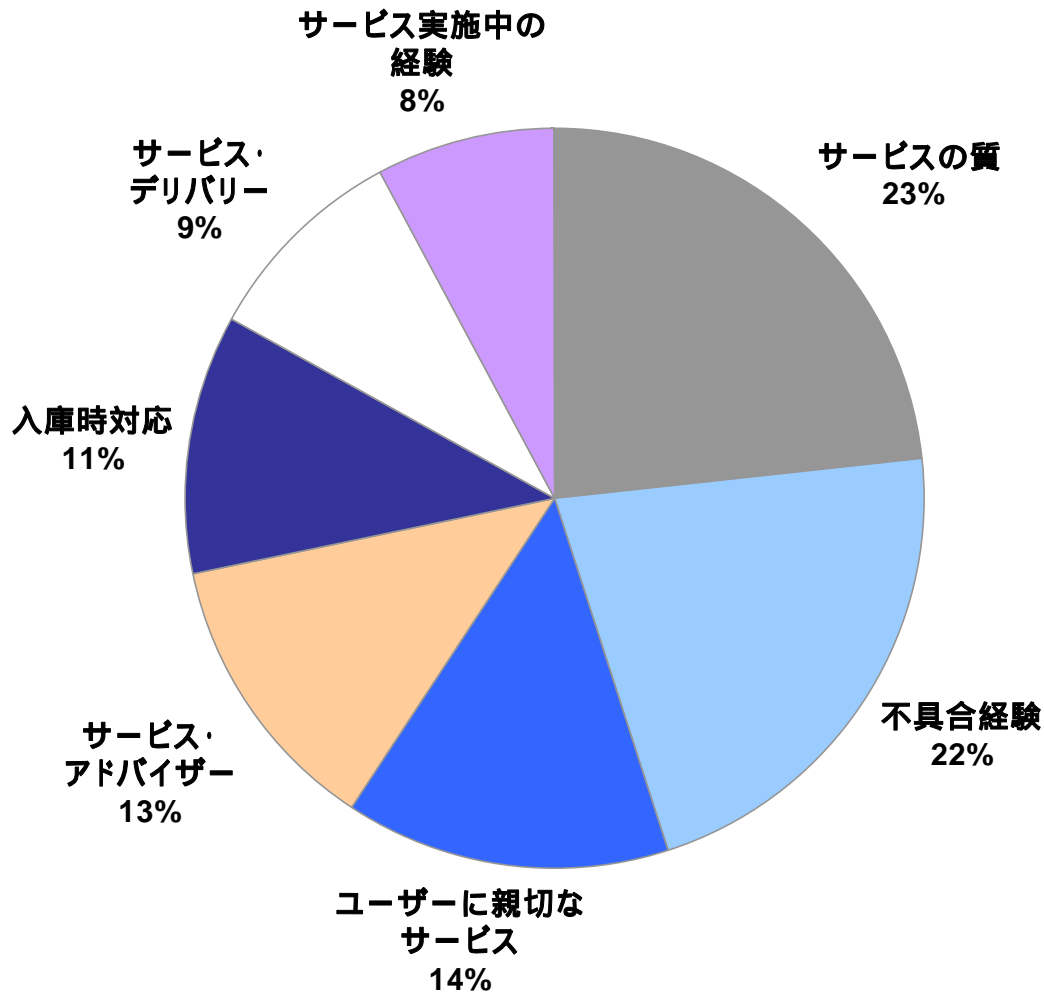
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年インドネシア自動車顧客満足度調査SM

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 2006年インドネシア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 アジア・パシフィック 2006年インドネシア自動車顧客満足度(CSI)調査SM

顧客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年インドネシア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 2006年インドネシア自動車顧客満足度調査SM)を明記してください。