

## Press Release

報道用資料

2006年7月6日

**マレーシアのアフターサービス満足度で、大幅改善のフォードが第1位に****2006年マレー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年マレーシア自動車顧客満足度調査（Customer Satisfaction Index、略称 CSI）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、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。4回目となる今年は2004年7月から2005年3月までに新車を購入した人を対象に、2006年1月から3月にかけて面接調査を実施し、2,400人以上から回答を得た。

マレーシアのアフターサービスの総合的な満足度は7つのファクターに分類される35の詳細項目の評価をもとに算出されている。7つのファクターは総合満足度に対する重要度順に「サービスの質」、「不具合経験」、「ユーザーに親切なサービス」、「サービス実施中の経験」、「サービス・アドバイザー」、「入庫時対応」、「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）」となっている。

**満足度の低い顧客は、非正規サービス施設に流れる傾向**

顧客満足度ランキングでは、フォードが第1位となった。スコアが前年比37ポイント増と調査対象メーカー中最も大きく改善し、1,000ポイント満点中781ポイントを得た。これは当調査始まって以来最も高いスコアである。さらに7つのファクター全てにおいても業界トップのスコアをマークした。特に「サービス実施中の経験」、「サービス・デリバリー」、「入庫時対応」での改善が大きく、今回のランキング・トップの要因となっている。フォードは過去2年にわたり大幅な改善を見せている。

第2位は昨年1位の日産で、スコアはフォードと36ポイント差の745ポイントだった。第3位には742ポイントでホンダが入った。業界平均は前年比4ポイント減の709ポイントだった。

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サービスに関する基本活動）のうち、フォードの平均実施数が16.8項目と最も多く、日産が16.3項目で続いた。フォードは特に「一発修理」、「整備・修理等の内容の事前説明」、「依頼のあった整備・修理等の実施」、「待合室の清潔さ」の実施率が高かった。

また、約束した期日までに整備・修理等を終えることが総合満足度に大きく影響することが明らかになった。期日どおりに車を受け取った顧客の満足度が業界平均をわずかに上回った（12ポイント）のに対し、期日が守られなかった顧客の満足度は業界平均より114ポイント落ち込んだ。

顧客を満足させることは顧客が何を求めているかを理解し、その期待に沿うこと、あるいはその期待を上回ることである。マレーシアの顧客は、期日が守られることを期待するようになってきているため、販売店のサービス部門は修理等を終え車を返却できる日時を正確に設定することが必要不可欠である。期日が守られないと満足度に大きな打撃を与えることになる。

アフターサービスに対する満足度は顧客のブランド・ロイヤルティや推奨意向に影響を与える。満足度が業界平均より高かった顧客は、「その販売店を推奨する」、「保障期間中ならびに保証期間後もその販売店でアフターサービスを受ける」、「同じ販売店で車を購入する」、「同じメーカーの車を他者に推奨し、将来自分も購入する」などの点で、ブランド・ロイヤルティや推奨意向が高い傾向が見られる。

アフターサービスの満足度と、正規販売店以外のサービス施設でアフターサービスを受けた顧客の比率は相関が高い。満足度の低い顧客は非正規サービス施設に流れる傾向が強い。一方、非正規サービス施設でアフターサービスを受けた顧客の満足度が業界平均より 31 ポイント低いという結果も出ている。

<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・マグローヒル・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・マグローヒル・カンパニーズについて>

1888 年に設立されたザ・マグローヒル・カンパニーズは、スタンダード&プアーズ、マグローヒル・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

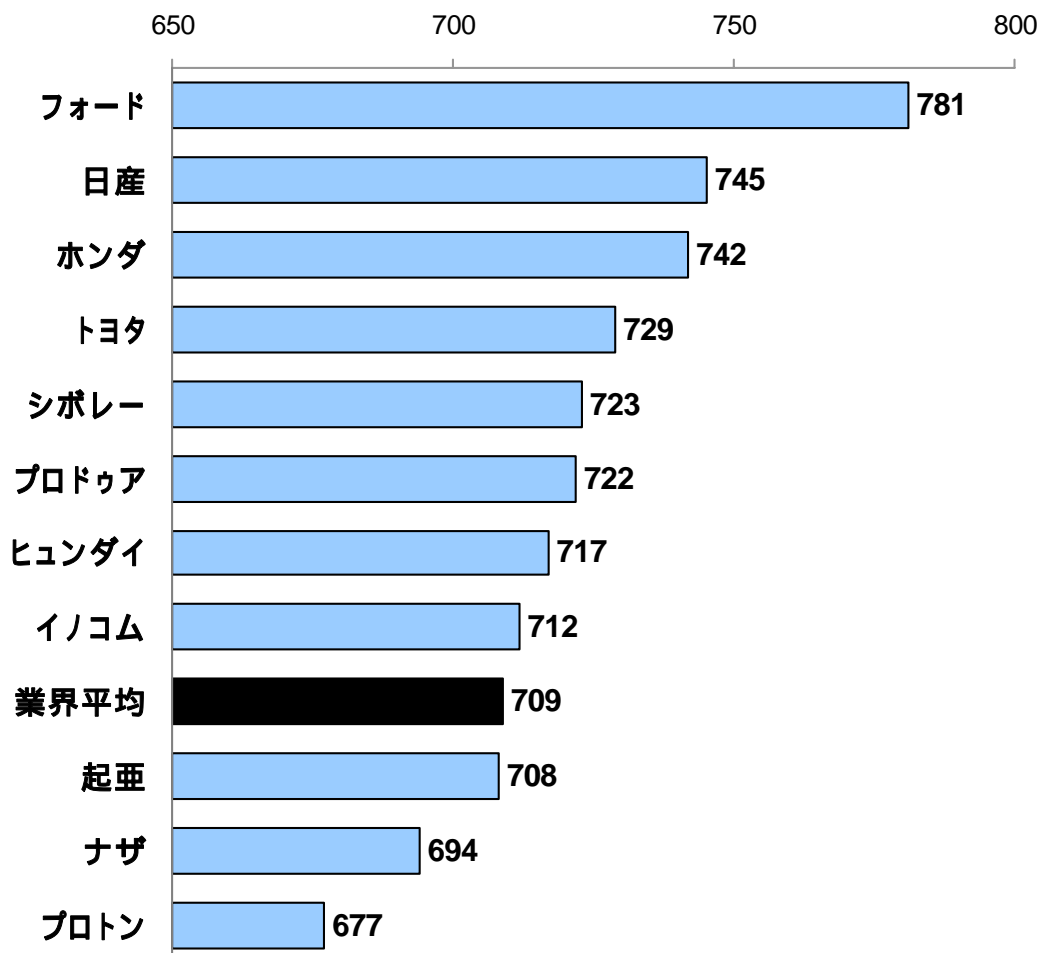
e-mail： [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

<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年マレーシア自動車顧客満足度(CSI) 調査<sup>SM</sup>

## 顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



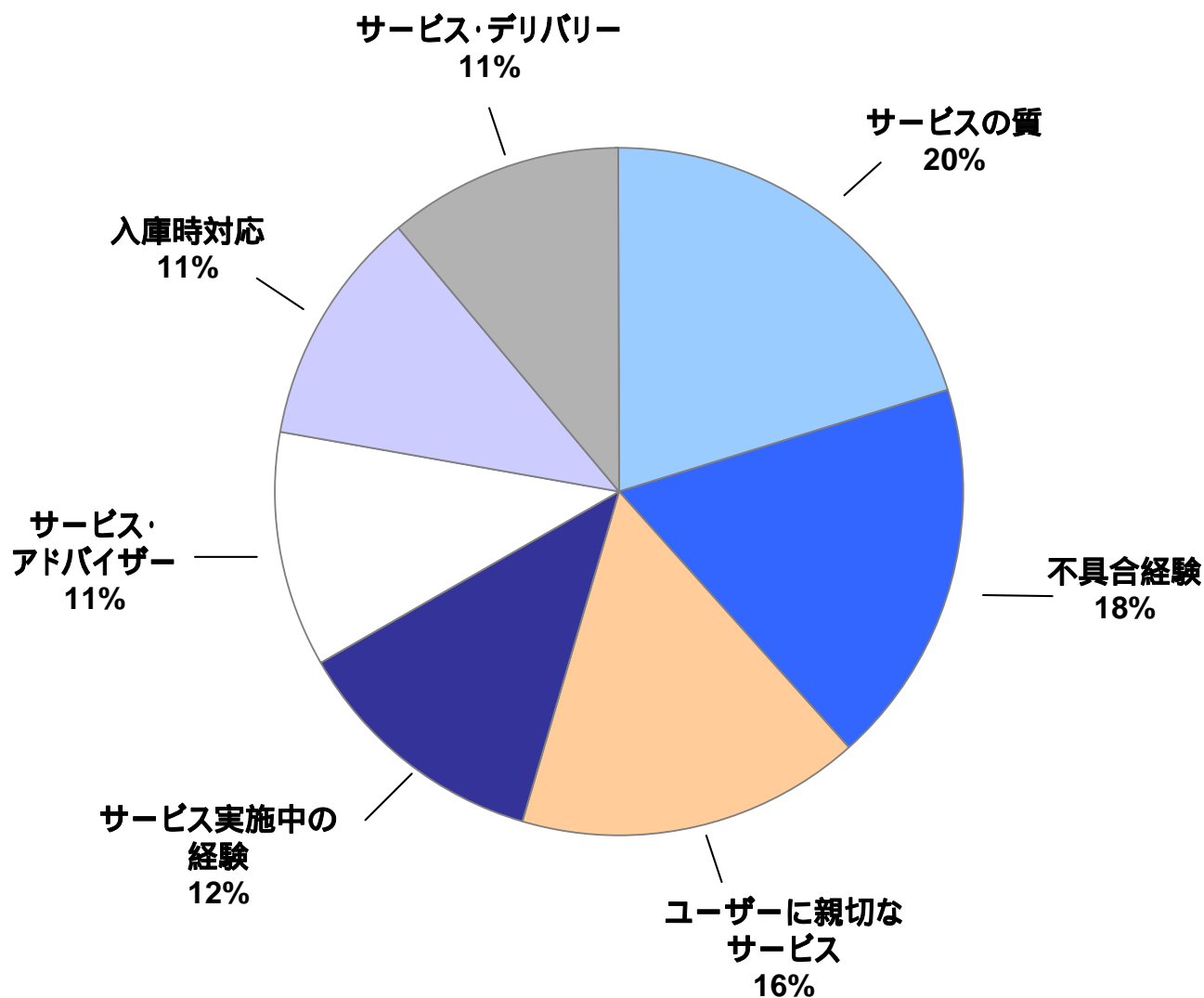
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年マレーシア自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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なく、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年マレーシア自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記して下さい。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年マレーシア自動車顧客満足度(CSI) 調査<sup>SM</sup>

## 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2006年マレーシア自動車顧客満足度調査<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なく、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年マレーシア自動車顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。