

Press Release

報道用資料

2006年9月4日

レクサス、台湾の新車セールス満足度で7年連続第1位**2006年台湾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、2006年台湾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ヶ月を経過した車の所有者を対象に、台湾における車の販売から納車までのプロセス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。8回目となる今年は2005年7月から2006年2月までに新車を購入した消費者を対象に2006年1月から4月にかけて面接調査を実施し、2,600人以上から回答を得た。

台湾の自動車セールスの総合的な満足度は6つのファクターで構成されており、総合満足度に対する重要度順に「納車プロセス」、「セールス担当者」、「納車タイミング」、「取引」、「販売店設備」、「書類手続き」となっている。これらに関する新車保有者の評価をもとに、顧客満足度スコアを算出している。

大衆車ブランドではトヨタがトップを維持

セールス満足度ランキングでは、レクサスが7年連続で第1位となった。レクサスは6つのファクターすべてで調査開始以来最も高いスコアをマークし、1,000ポイント満点中894ポイントを獲得、第2位のBMW（873ポイント）に21ポイントの差をつけて首位を保った。第3位はメルセデス・ベンツで862ポイントだった。

第4位はトヨタで857ポイントを獲得して大衆車ブランドのトップを維持した。大衆車ブランドの中では、特に「セールス担当者」、「納車プロセス」、「販売店設備」の3つのファクターで高い評価を受けた。第5位には起亜が4ポイント差で入った（853ポイント）。起亜は昨年の調査から82ポイント増と大幅な改善を遂げている。

一方、業界平均スコアは昨年の調査から30ポイント向上して849ポイントとなった。これは全ブランドで満足度評価が上がった結果である。特に高級車ブランドで著しく、平均43ポイント改善した。大衆車ブランドは平均28ポイント伸びていた。

調査では25項目のセールス・スタンダード（販売店が販売時に行う基本活動）の実施率を調べている。今年も非常に高く、25項目のうち22項目で、それぞれ90%以上の顧客に対し実施されていた。また、ほとんどのセールス・スタンダードで昨年より実施率が上がった。顧客は多くのセールス・スタンダードが実施されるものと期待するようになっている。そのため、どのブランドでも自社の差異を図るために新たな分野に重点的に取り組む必要が生じている。

調査によると、新車購入者の半数近くが購入前に他のモデルを少なくとも一つは検討している。これらの購入者は、他のモデルを全く検討しなかった購入者と比べて、顧客満足度を構成する6つのファクターすべてで満足度が低かった。この傾向は昨年の調査でも見られたが、今年は「取引」に関する満足度の差がさらに拡大した。また、モデルやブランドを比較検討した購入者は、価格や購入条件にもより敏感になっている。

今年の調査でも、引き続き、セールス満足度が他者への推奨意向やロイヤルティを予測する指標となっている。平均以上のセールス満足度スコアをつけた顧客は、セールス満足度が低い顧客と比べて同じブランドや販売店を推奨する意向をより強く示している。

<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 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

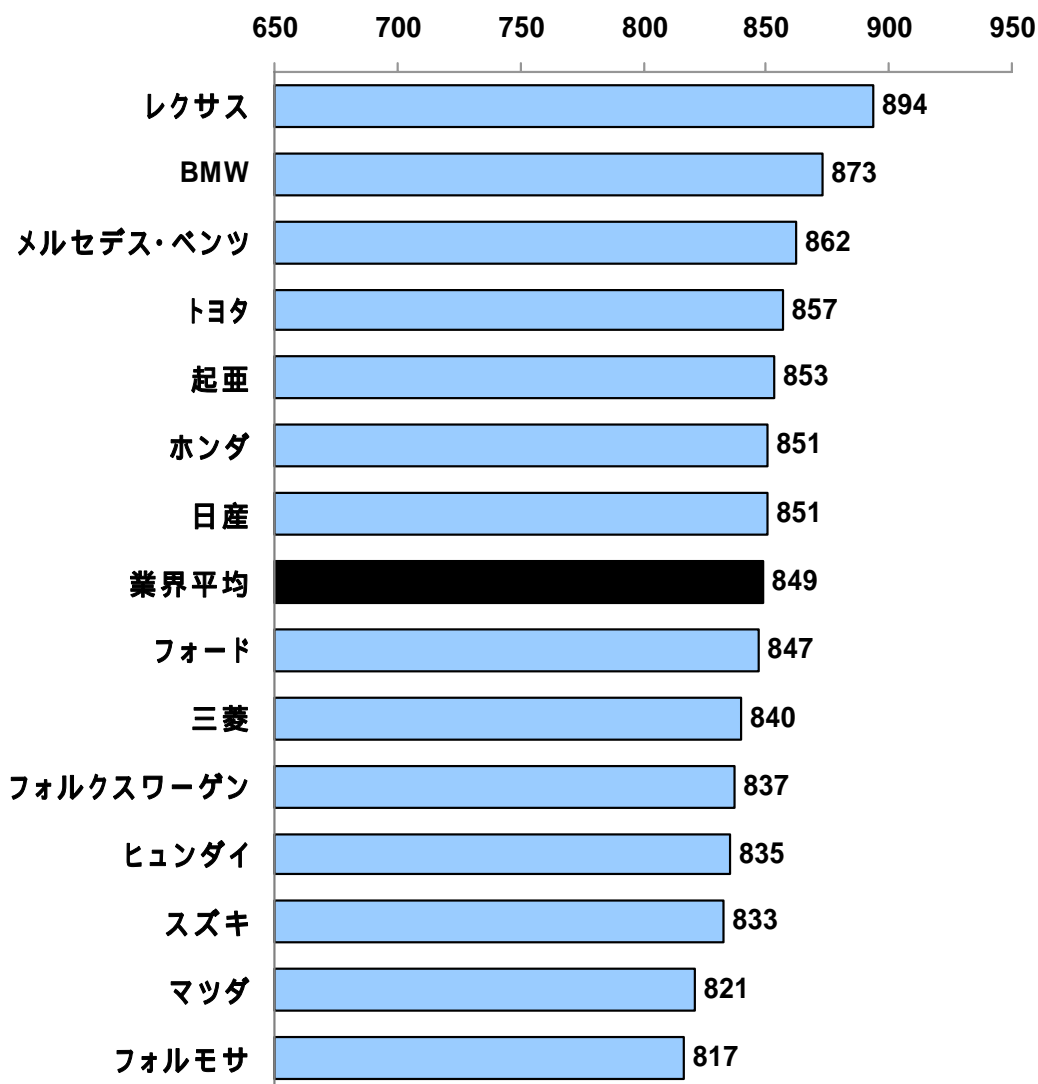
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年台湾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)



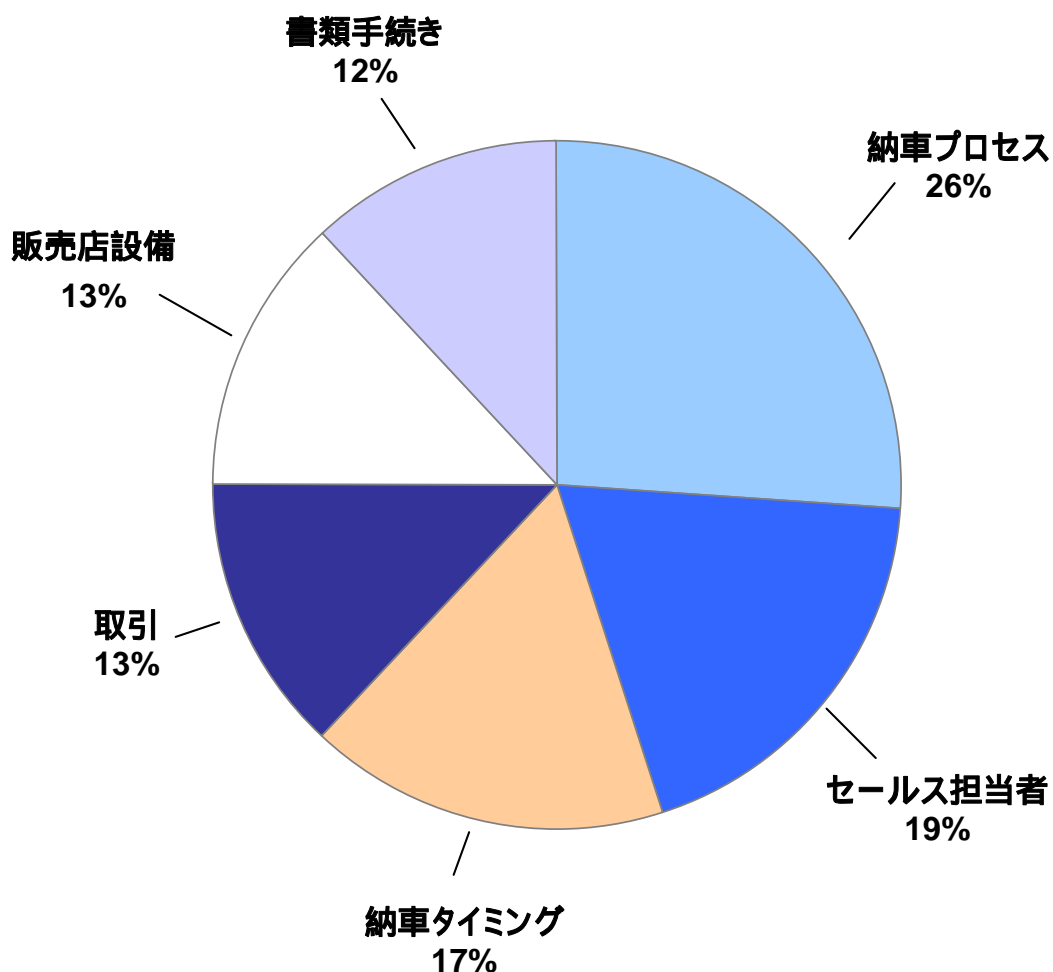
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年台湾自動車セールス満足度調査SM

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 2006年台湾自動車セールス満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年台湾自動車セールス満足度(SSSI)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 アジア・パシフィック 2006年台湾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 2006年台湾自動車セールス満足度調査SM)を明記して下さい。