

Press Release

報道用資料

2006年10月11日

メルセデス・ベンツ、タイのセールス満足度で第1位**2006年タイ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年タイ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ヶ月経過した車の所有者を対象に、タイにおける新車の販売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。7回目となる今年は2005年9月から2006年3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月にかけて面接調査を実施し、2,868人から回答を得た。

タイ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、それらは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」、「販売店設備」、「書類手続き」、「納車タイミング」、「取引」となっている。それらに対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 (1,000点満点)。

セールス満足度が顧客との取引関係を方向付ける

今年のセールス満足度の業界平均スコアは昨年から4ポイント向上して837ポイントとなった。これは、乗用車と多目的車の購入者の満足度が改善したことによる。反対にピックアップ車の購入者の満足度は昨年から変化がなかった。

セールス満足度がブランド・ロイヤルティと販売店やブランドを知人に推奨する意向と密接に関係していることが調査結果から明らかになった。満足度が高いと販売店やブランドに関する好意的な口コミが増える。高い満足度を示している顧客 (スコアが900ポイント以上) の50%以上が「必ず知人に販売店を推奨する」と答えたが、あまり満足していない顧客 (750ポイント未満) では20%未満に留まる。このことから販売店のセールス対応が顧客との将来の取引関係を方向付けていることがわかる。

セールス満足度ランキングでは、メルセデス・ベンツが855ポイントを獲得し第1位になった。メルセデス・ベンツは6つのファクターのうち「納車プロセス」、「セールス担当者」、「販売店設備」、「書類手続き」、「取引」の5つで高い評価を得ている。また「必ずまた同じブランドを購入する」(35%)、「次回も必ずその販売店で車を購入する」(41%)、「アフターサービスも必ずその販売店を利用する」(70%)と答えた顧客の割合が当調査で最も高かった。

第2位には846ポイントを獲得したいすゞが入った。いすゞは「納車プロセス」と「納車タイミング」で調査対象ブランド中最も高いスコアを得た。第3位には845ポイントでフォードが入った。フォードはピックアップ車の購入者から特に高い評価を得ている。

セールス時のプレッシャーをはじめとするいくつかの要因がセールス満足度にプラスあるいはマイナスの影響を与えることがわかった。たとえばセールス担当者が約束した価格を変更しようとした場合、あるいは質問に答えるのに苦労した場合、顧客満足度は大幅に影響を受ける。販売プロセスにおいて3つ以上の問題に遭遇した顧客

の満足度スコアは740ポイントだが、反対に問題に遭遇しなかった顧客の満足度はそれより122ポイント高い862ポイントだった。メルセデス・ベンツの顧客では70%以上が「何も問題がなかった」としているが、これは当調査で最も高い。またメルセデス・ベンツは車両価格、オプション、納車時間に対する顧客の評価も非常に高かった。

<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

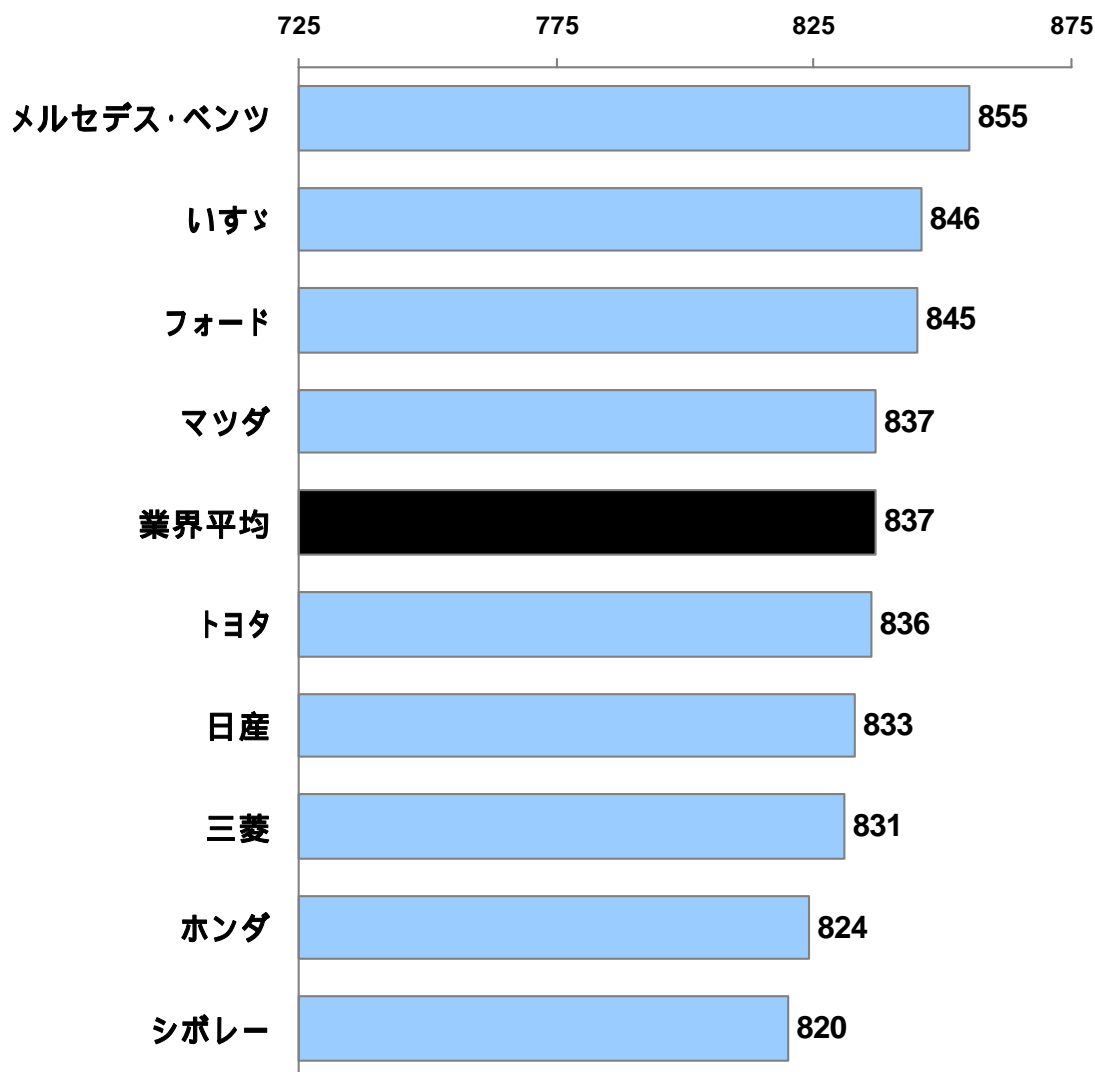
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年タイ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)



注) BMW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。

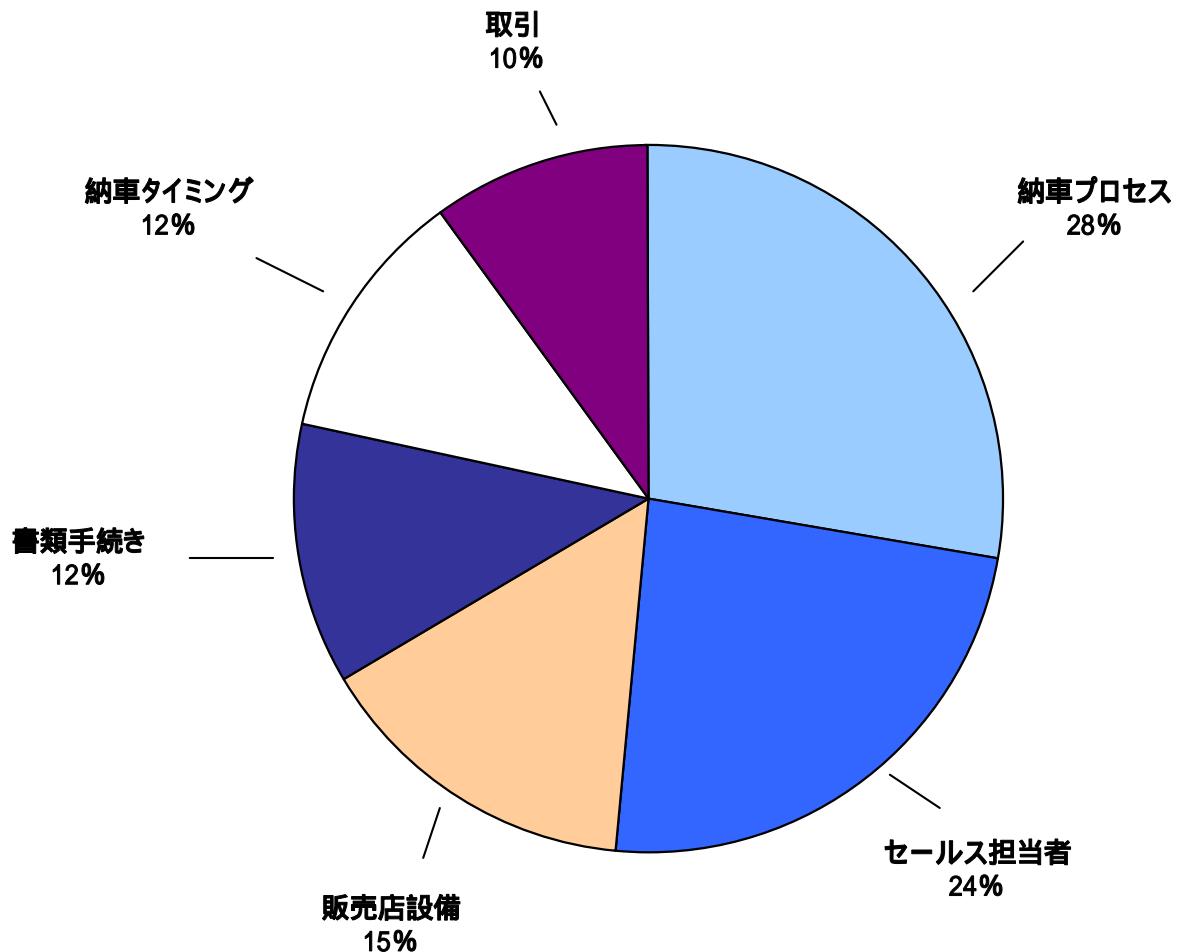
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年タイ自動車セールス満足度調査SM

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年タイ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年タイ自動車セールス満足度(SSI)調査SM

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年タイ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年タイ自動車セールス満足度調査SM)を明記して下さい。