

## Press Release

報道用資料

2006年8月7日

**販売店での経験に対する顧客満足度が収益に大きく影響****2006年米国自動車サービス満足度(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年米国自動車サービス満足度 (Customer Service Index、略称 CSI) 調査の結果を発表した。

当調査は、平均的な車の保証期間である新車購入後3年間に販売店から受けたアフターサービス (整備・修理等) に対する顧客満足度を調べるものである。26回目となる今年も2003年~2005年型車の新車購入者およびリース利用者を対象に2006年1月から4月にかけて郵送調査を実施、79,580人から回答を得た。

米国のアフターサービスの総合的な満足度は、「入庫時対応」、「サービス・アドバイザー」、「サービス実施中の経験」、「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)」、「サービスの質」、「ユーザーに親切なサービス」の6つのカテゴリーで構成されており、それらに関するユーザーの評価をもとに顧客満足度スコアを算出している。

**アフターサービスの顧客満足度、レクサスがトップ**

サービス満足度ランキングでは、レクサスが912ポイント (1,000ポイント満点) でトップとなった。レクサスは特に修理客から「入庫時対応」と「サービスの質」の2つのカテゴリーで高い評価を得ている。第2位はビュイック (911ポイント)、第3位はキャデラック (909ポイント) だった。

今回の調査では、アフターサービスに対する顧客満足度が、販売店の顧客1人当りの収益に大きく影響することがわかった。特に「サービス・アドバイザー」と「サービス実施中の経験」の満足度が高い顧客は、その後も整備や修理を同じ販売店に依頼する意向や同じブランドの車を再購入する意向が高い。また同じブランドを知人に推奨する意向も高く、新車販売に影響を与えている。「サービス・アドバイザー」や「サービス実施中の経験」に対する満足度が10ポイント向上すると、新車購入後1~3年が経過した顧客のディーラーへの支出は、1年で平均より40~300ドル以上多くなると推測される。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ (J.D. パワー アジア・パシフィックの米国本社) の自動車販売店調査担当ディレクター、ジェーン・クレーンは「販売店における顧客満足改善は、従来、販売部門を中心に実施されてきた。しかし、顧客の利用が多いのは販売部門よりむしろアフターサービス部門だ。粗利益率もアフターサービスの方が新車販売より大幅に高い。アフターサービスは将来の新車販売に大いに影響すると言える。販売店設備の維持管理、座り心地の良い椅子や見映えの良い照明、インターネット接続、飲み物の無料サービスに対する投資は、アフターサービスによる収益増加分で容易に相殺できる」と述べている。

サービス・アドバイザーは作業開始前に、見積金額と作業がいつ終了するかを顧客に提示する責任があるが、この基本的な2つの要素を顧客に的確に伝えていない場合、CSI スコアは70~160ポイント減少する。調査によるとサービス・アドバイザーの15%がこのことを実行できていない。

また、能力が非常に高いサービス・アドバイザーは顧客に対する「窓口」として働き、ディーラー全体のプロセスを顧客のニーズに合うよう動かすことが求められる。サービス・アドバイザーには、表面的な礼儀正しさだけでなく、顧客の話に熱心に耳を傾けることが求められる。知識を豊富に持ち、どのような作業が必要かを顧客に伝え、不必要なサービスを押し付けず、また顧客の時間とお金を節約できる解決策を考え提案することが重要である。

「サービス・アドバイザーを雇用する場合、技術的な能力よりも接客能力の方が重要になる場合がある。優秀なサービス・アドバイザーを雇用したら、彼らを引き止めておくことができる限りの努力をすべきである。しかし最も重要なことは、サービス・アドバイザーが貧弱なプロセスと手順のために十分に能力を発揮できないことが多いことだ。予約管理システムが貧弱だったり（あるいはシステム自体がない）、適切な能力の技術者をうまく割り当てられないなどの場合、当然ながら問題が起きる。逆に言えば、管理の行き届いたシステムに支えられているサービス・アドバイザーは顧客を満足させることができる」（ジェーン・クレーン）。

<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>

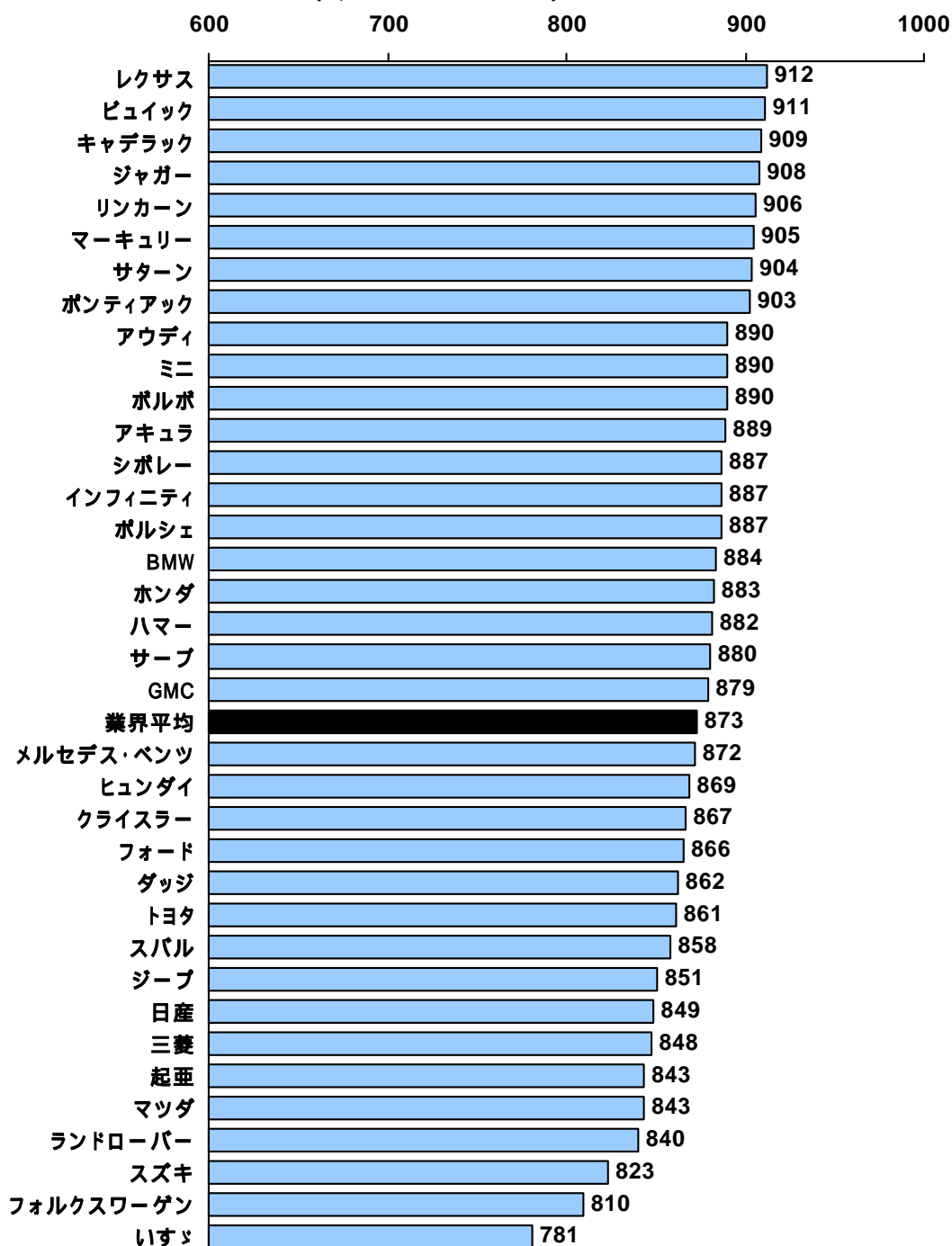
(株) J.D. パワー アジア・パシフィック  
コーポレート・コミュニケーション・グループ 川野、杉崎  
住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル (〒105-0001)  
電 話： 03-4550-8090  
F A X： 03-4550-8151  
e-mail： [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

<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・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車サービス満足度(CSI)調査<sup>SM</sup>

## サービス満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注) オールズモービル、サイオンはCSI調査対象の3年間全てのデータがそろっていないため、ランキングには含まれていません。

出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車サービス満足度調査<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には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国自動車サービス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。