

Press Release

報道用資料

2006年12月13日

米国自動車業界全体で、セールス満足度が過去最高レベルに**2006年米国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年米国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、新車購入時の販売店対応に関する顧客の満足度を総合的に分析するものである。20回目となる今年は2006年8月から9月にかけて郵送調査を実施し、2006年5月に新車を購入した42,218人から回答を得た。

米国の自動車セールスの総合的な満足度は、5つのファクターに関する詳細評価項目に対する顧客の評価をもとに算出されている (1,000ポイント満点)。5つのファクターは「販売店設備」、「セールス担当者」、「書類・ローン手続き」、「納車プロセス」、「車両価格」である。

米国セールス満足度ランキングはジャガーが3年連続第1位

今年の業界平均の総合満足度スコアは847ポイントで、過去最高を記録した。昨年からは5ポイント向上している。しかし同時に、販売店が顧客対応の悪さで新車販売の機会を失っていることがわかった。車を購入せずに販売店を出た顧客の約半数は、その理由として顧客対応の悪さを挙げている。

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「最近の顧客は販売店に出向く前に情報を十分に集めている。事前にモデルや装備、在庫、価格に関する情報を入手しているので、新車購入者の半数以上が実際に車を購入した販売店しか訪れていない。変化している顧客の要望に応えることが販売店にとって今まで以上に重要となっている。特に、販売プロセスにおける時間の長さ、セールス担当者、商談については注意が必要だ」と述べている。

顧客は新車購入の際、時間に対して敏感であることがわかった。車を購入するまでのプロセス全体には平均して約3時間かかる。最も時間がかかるのは車の選択 (平均47分) で、商談 (平均38分)、書類・ローン手続き (平均32分) の順に続く。商談をまとめてから書類・ローン手続きを開始するまでの待ち時間 (平均31分) はセールス満足度に影響を与える要因のひとつである。

「書類手続きを始める前に、顧客をただ座らせて待たせると満足度は低下する。販売店は顧客の時間を効率的に利用する必要がある。例えばローン部門がすぐに対応できない場合には、顧客がぼんやりと座っていることがないように、その時間を利用して顧客にアフターサービス部門を紹介したり、新車の装備を説明したりすることは、待つことに対するマイナスイメージを緩和する効果がある」 (ジェーン・クレーン)。

また、新車販売の3分の1近くが週末 (土日) に行われているが、主に時間がかかるという理由で、週末のセールス満足度は全てのファクターにおいて平日より低い。週末の車の購入には週日に比べて平均22分長くかかっている。

セールス満足度ランキングでは、ジャガーが3年連続で第1位になった。スコアは912ポイントで、5年前に行った当調査の内容変更以来の最高スコアをマークした。第2位のキャデラックには21ポイント差をつけている。

車の所有期間全体における顧客と販売店の関係は、新車購入時の経験によって方向付けられることがわかった。5人に4人の新車購入者がアフターサービスで同じ販売店を再び利用する意向を示しているが、「必ず利用する」と答えたのは2分の1以下(45%)だった。セールス満足度が低下すると、再利用意向も低下している。

<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

FAX: 03-4550-8151

e-mail: cc-group@jdpower.co.jp

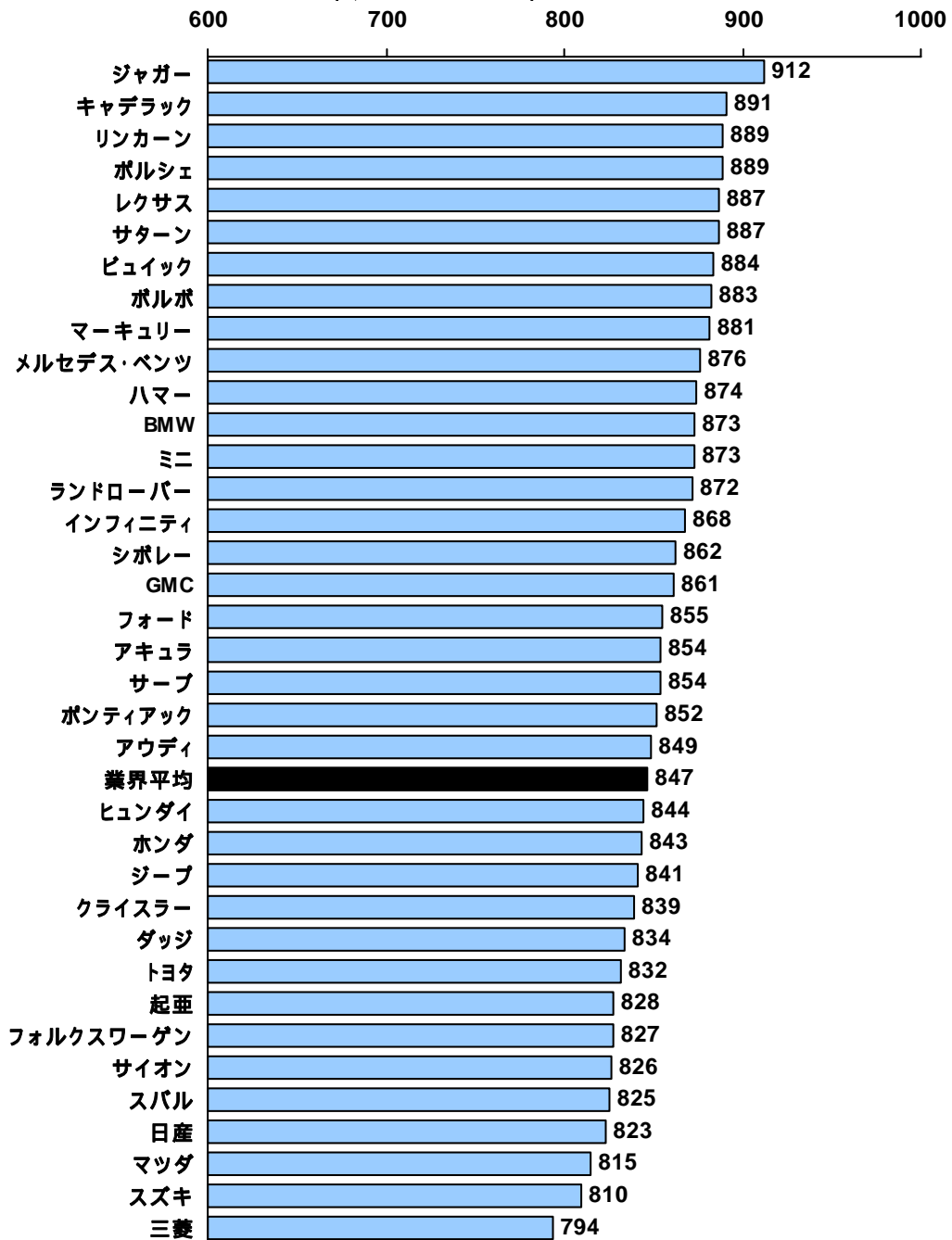
<ご注意>

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・アンド・アソシエイツ 2006年米国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) いすゞ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・アンド・アソシエイツ 2006年米国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年米国自動車セールス満足度調査SM) を明記してください。