

Press Release

報道用資料

2007年1月10日

マルチ・スズキ、インドのアフターサービス顧客満足度で7年連続第1位**2006年インド自動車顧客満足度(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年インド自動車顧客満足度（Customer Satisfaction Index、略称 CSI）調査の結果を発表した。

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、正規販売店のアフターサービス（整備・修理等）に対する顧客満足度を調べるものである。10回目となる今年は、2006年6月から8月にかけて面接調査を実施し、2004年12月から2005年8月までに新車を購入した4,500人以上から回答を得た。インド市場で販売されている約40モデルが調査対象となった。

インドのアフターサービスの総合的な満足度は、7つのファクターにおける顧客の評価をもとに算出されている。それらは重要度順に「不具合経験」、「サービスの質」、「ユーザーに親切なサービス」、「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）」、「サービス実施中の経験」となっている。

◆迅速なアフターサービスが顧客の満足度向上につながる◆

2006年の総合満足度の業界平均スコアは1,000ポイント満点中776ポイントで、前年からは15ポイント向上した。

顧客満足度ランキングでは、マルチ・スズキが7年連続で第1位となった。総合満足度スコアは848ポイントだった。ファクター別の評価では、今年も7つのファクター全てにおいて業界で最も高いスコアをマークしている。また全てのファクターで前年より改善が見られた。

マルチ・スズキの総合満足度スコアは調査開始以来最も高いものとなったが、それによりインド消費者の他のブランドに対する期待をも高める結果となっている。マルチ・スズキの顧客では50%近くの人が、アフターサービスにおける実際の経験が事前の期待を上回ったと答えている。アフターサービスにおける高い満足度は、メーカーに対する非常に高い顧客ロイヤリティと知人への推奨意向に結びつく。

第2位にはフォード、第3位には同点でマヒンドラとトヨタが入った。ランキング対象メーカー中、最も改善していたメーカーは前年から31ポイント増のタタで、7つのファクター中6つで大きくスコアを伸ばした。

オイル交換やメンテナンスなどの定期点検に正規販売店を利用する顧客が、この10年で着実に増えていることがわかった（修理を除く）。販売店における定期点検では、迅速さが高い顧客満足度につながっている。期待通りの早さで終了した場合、業界平均より100ポイント近くスコアが上昇している。マルチ・スズキはアフターサービスの迅速さでも業界をリードしており、ほぼ7人に1人が3時間以内に車を受け取ることができたと回答した。

迅速なアフターサービスという概念は他国では浸透しているが、インドではまだ比較的新しい考え方である。しかし、インドの新車所有者も、提供されるアフターサービスが費用に見合った質の高いものであれば、迅速性を

高く評価している。迅速なアフターサービスは修理工場の生産性を高め、アフターサービスによる収入を増やすことにつながるので、販売店にとっても有益である。

当調査では新車の維持費（燃料費、修理／整備費用、タイヤ費用の合計）についても、実際にかかる費用とそれらの費用に対する所有者の満足度を調べている。新車の維持費は、前年に比べてディーゼル車で12%、ガソリン車で17%高くなっている。維持費が特に低いのは、ディーゼル車ではタタのインディカ、インディゴおよびマリナー、ガソリン車では今回もマルチの複数のモデルだった。

<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&ブアーズ、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40カ国に280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

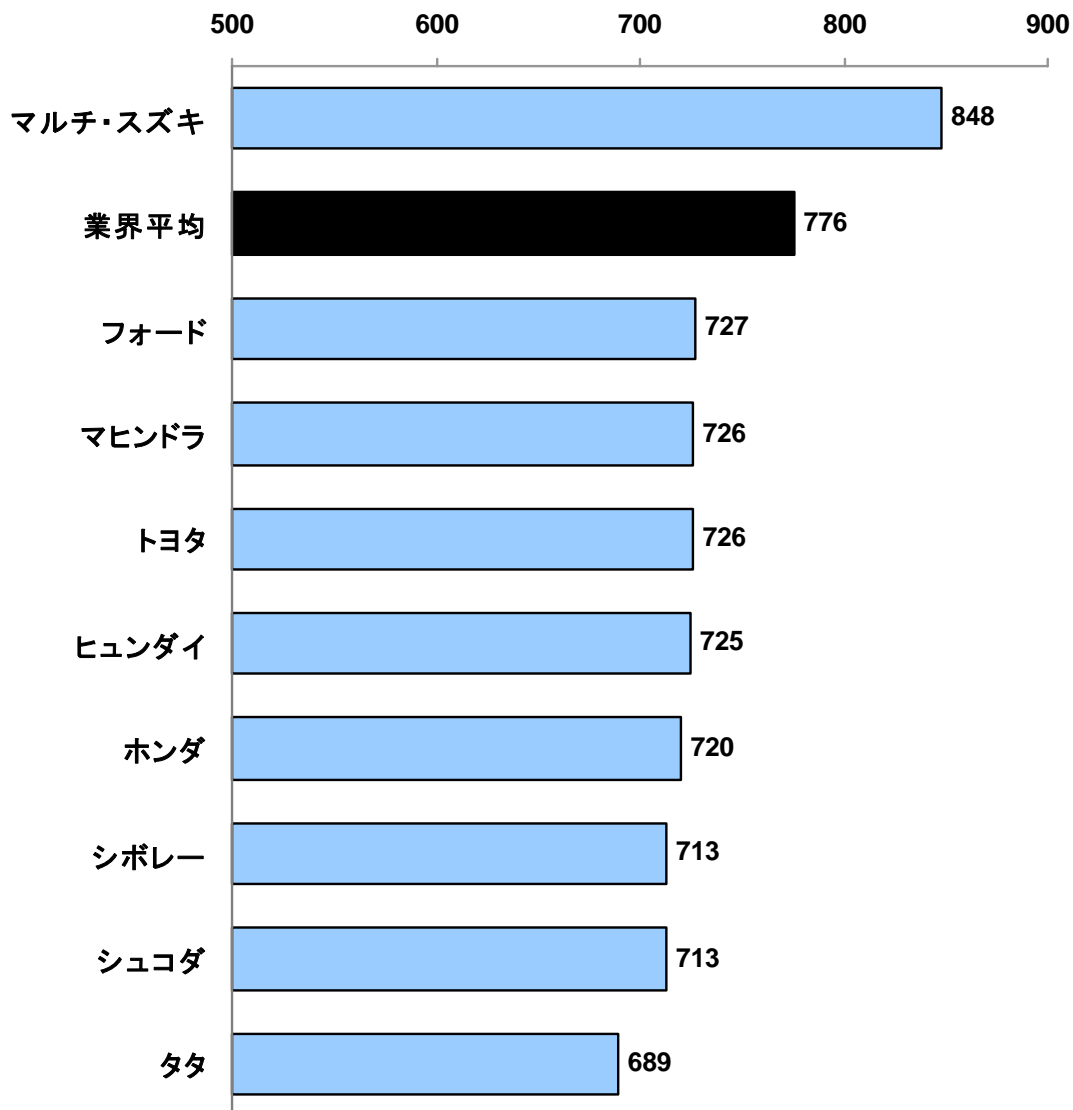
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年インド自動車顧客満足度(CSI)調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注) フィアット、三菱、オペル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。

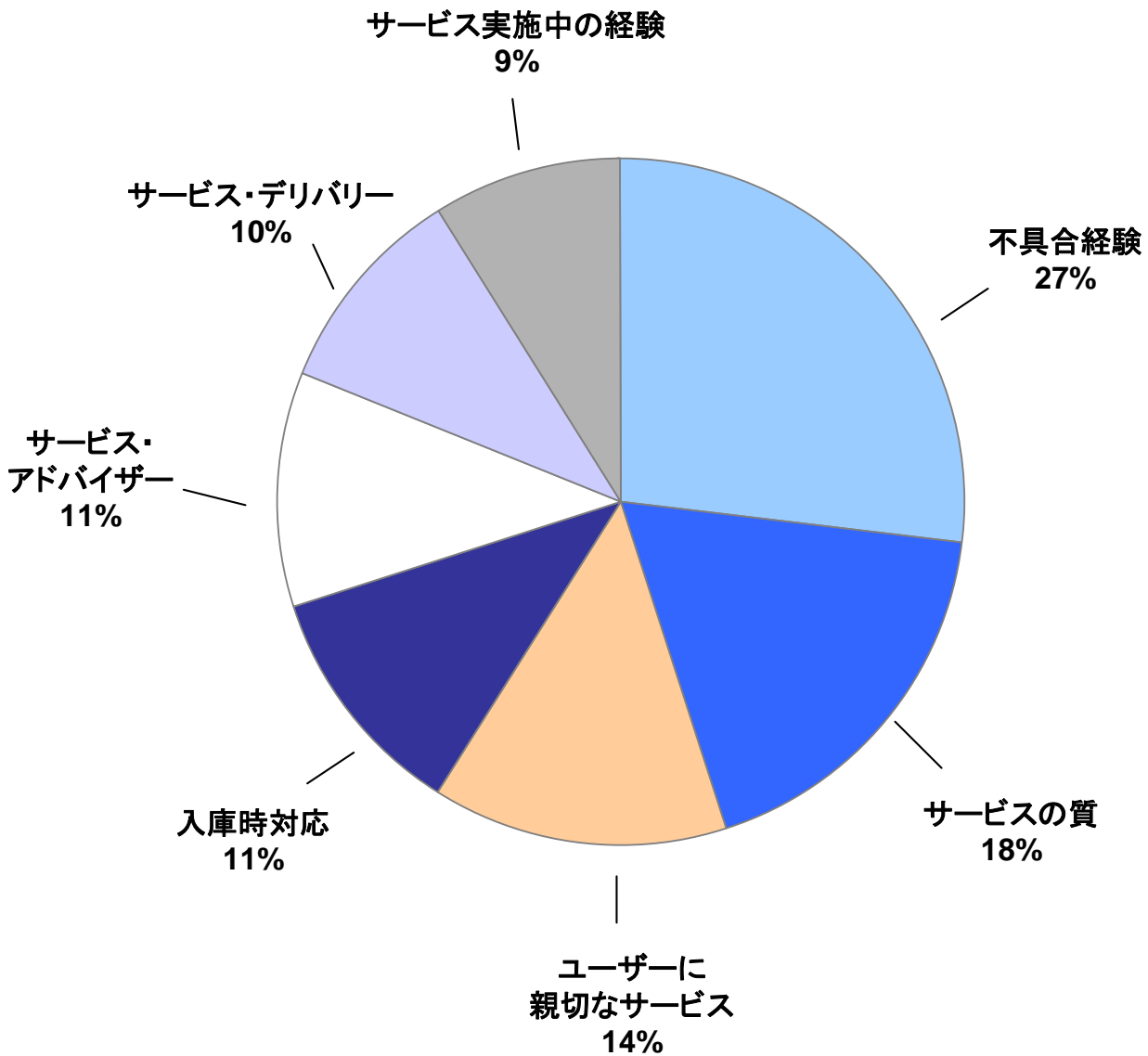
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年インド自動車顧客満足度調査SM

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年インド自動車顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年インド自動車顧客満足度(CSI)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年インド自動車顧客満足度調査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年インド自動車顧客満足度調査SM)を明記してください。