

Press Release

報道用資料

2007年1月16日

日産、インドネシアのセールス満足度で第1位**2006年インドネシア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年インドネシア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、新車購入時における正規販売店対応に関するインドネシアの個人ユーザーの満足度を調べるものである。6回目となる今回は、2005年12月から2006年6月までに新車を購入した消費者を対象に2006年6月から2006年8月にかけて面接調査を実施し、1,834人から回答を得た。

インドネシアの自動車セールスの総合的な満足度は6つのファクターにおける顧客の評価をもとに算出されている。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」、「書類手続き」、「納車タイミング」、「販売店設備」、「取引」となっている。

◆納車にかかる日数が半減◆

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757ポイントだった。セールス満足度ランキングでは日産が769ポイントで第1位となった。6つのファクターのうち「納車プロセス」、「納車タイミング」、「販売店設備」、「セールス担当者」、「取引」の5つで特に高い評価を得た。第2位には1位と僅差の763ポイントでトヨタが入った。トヨタは「書類手続き」でトップとなった。業界平均より高いスコアを得たのは日産とトヨタだけだった。

新車購入時の満足度がブランドおよび販売店に対するロイヤルティと推奨意向に強く結びついていることがわかった。満足度が非常に高い顧客（794ポイント以上）では2人に1人（54%）が知人に販売店を「必ず推奨する」と答えたのに対し、満足度が比較的低い顧客（719ポイント以下）では5人に1人（20%）のみだった。

高金利や2005年第4四半期の燃料の急激な値上がりの影響で、当調査を実施した2006年8月までのインドネシアにおける新車販売は、前年同時期に比較して約50%落ち込んだ。顧客の購買意欲を高めるために、メーカーと販売店は値引きを含む様々な販売奨励施策を採っている。値引きを受けたと回答した顧客の割合は、2005年の27%から2006年は47%に増加していた。値引き率の中央値も2005年に比べてわずかながら上昇している。

また納車の平均日数が2005年の30日から15日に改善していた。メーカー別に見ると日産が最も短く、8日だった。最も改善したメーカーはトヨタで、2005年の44日から2006年は18日まで短縮した。

できるだけ短い日数で納車することは販売店にとって重要だが、同様に現実的な納車日を顧客に約束することも重要となる。約束した日時に納車された顧客のスコアが761ポイントだったのに対し、納車が遅れた顧客のスコアは722ポイントとなった。しかし当調査によると、納車の遅れに対する顧客の不満は、遅れを顧客に事前に知らせることによってある程度軽減できる。納車の遅れを通知された顧客のスコアは、通知されなかった顧客と比較して平均で50ポイント高かった。

<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 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

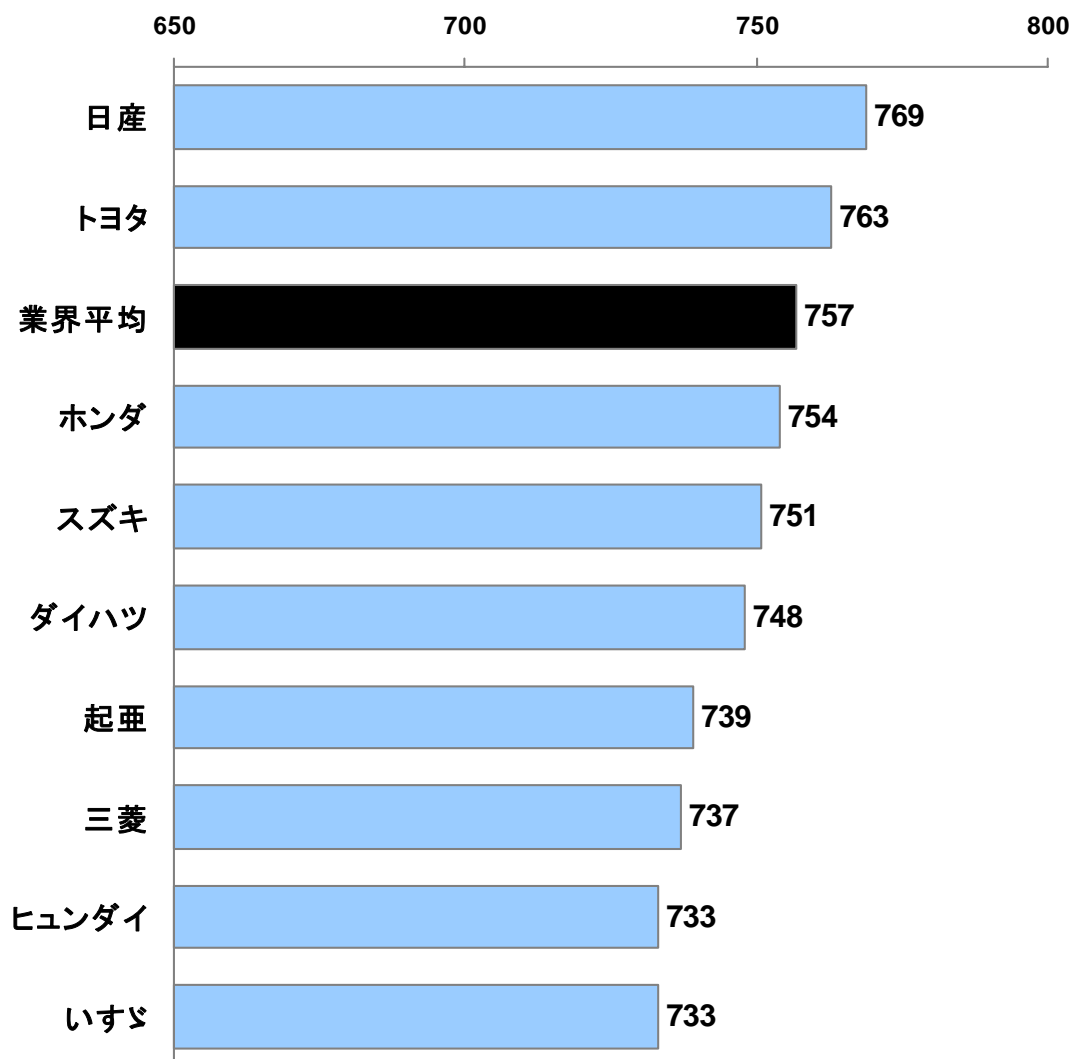
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年インドネシア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、シボレー、フォード、メルセデス・ベンツ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。

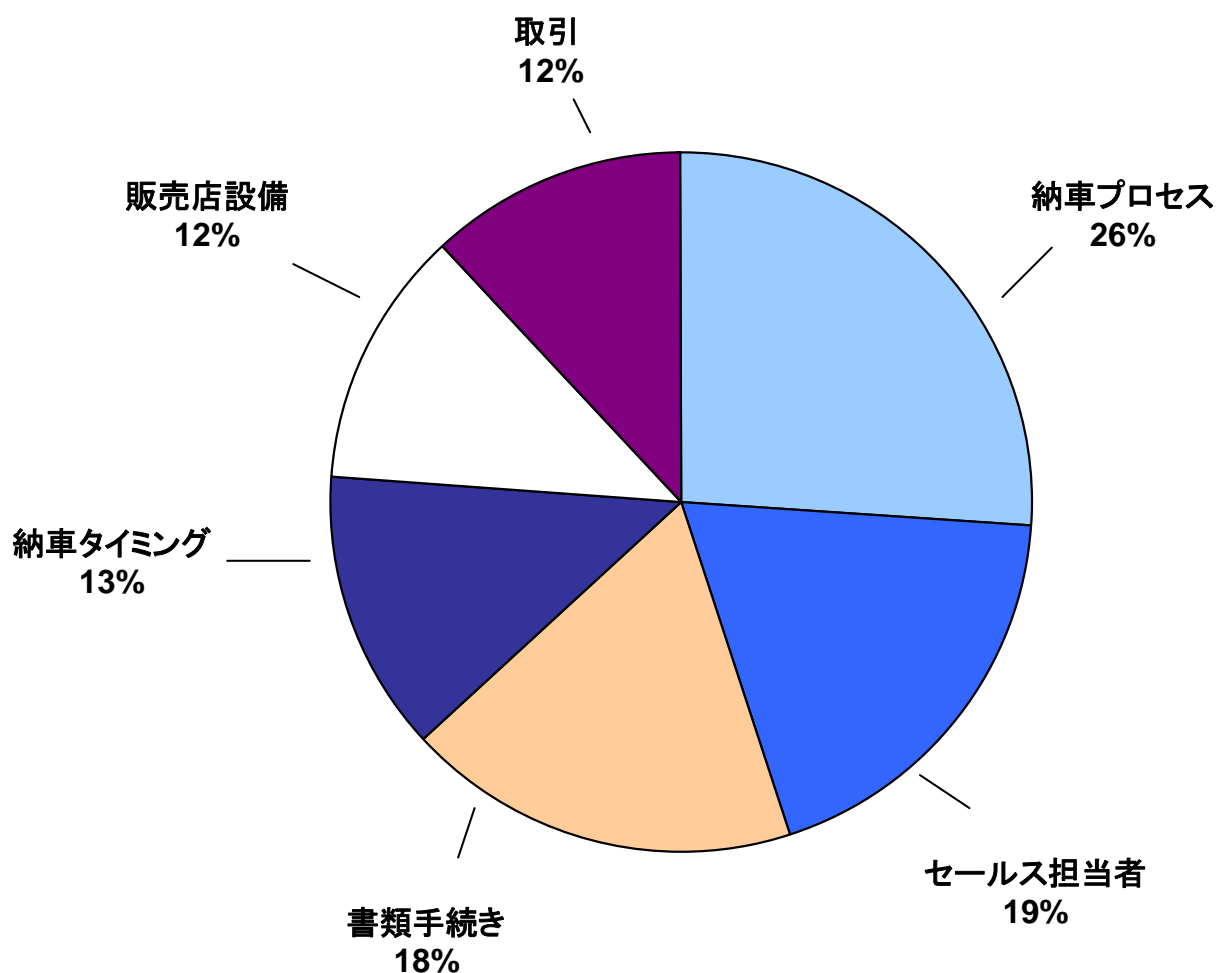
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年インドネシア自動車セールス満足度調査SM

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年インドネシア自動車セールス満足度調査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年インドネシア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



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年インドネシア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年インドネシア自動車セールス満足度調査SM) を明記してください。