

Press Release

報道用資料

2007年2月9日

マレーシアのセールス満足度ランキングでトヨタが第1位**2006年マレー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年マレー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、新車購入時から2～6ヶ月経過した車の所有者を対象に、新車購入時における正規販売店の対応に関するマレーシアの顧客の満足度を調べるもので、年1回の割合で実施している。4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8月にかけて面接調査を実施し、2,700人以上から回答を得た。

マレーシアの総合的なセールス満足度は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。それらのファクターはセールス満足度に対する影響度順に「納車プロセス」、「納車タイミング」、「セールス担当者」、「販売店設備」、「書類手続き」、「取引」となっている。各ファクターにおける複数の詳細評価項目に対する顧客の評価をもとに、総合満足度スコアを算出している（1,000ポイント満点）。

◆マレーシア国産ブランドの満足度が大幅に低下◆

2006年のマレーシアにおけるセールス満足度の業界平均スコアは、前年比15ポイント減の752ポイントとなった。また、マレーシア国産ブランド（イノコム、ナザ、プロドゥア、プロトン）は、2005年には前年比22ポイント増だったが、今回は前年比26ポイント減の741ポイントだった。一方、海外ブランドの平均スコアは前年から10ポイント増加し、2005年調査時の前年比13ポイント減をほぼ取り戻している。

セールス満足度ランキングでは、トヨタが784ポイントで第1位となった。今回の調査で前年から向上したのは2メーカーのみだったが、トヨタはそのうちのひとつだった。6つのファクター全てで満足度が向上しており、そのうち5つでランキング対象メーカー中トップのスコアをマークした。

第2位は日産で、スコアは776ポイントだった。販売店の利便性、店内配置、在庫状況、営業体制などの詳細項目を含む「販売店設備」でランキング対象中、最も高いスコアを獲得した。第3位にはホンダと起亜が入った（758ポイント）。起亜はランキング対象メーカーの中で昨年から最も向上しており、スコアを39ポイント増やした。6つのファクター全てにおいて著しい向上が見られたが、特に「納車タイミング」と「納車プロセス」での向上が大きかった。

新車購入の際に問題をひとつでも経験するとセールス満足度が低下することがわかった。顧客が2つ以上の問題を経験すると、セールス満足度は業界平均スコアに比べて124ポイント低くなる。また顧客が最も多く経験している問題は「在庫モデルの選択肢が少ない」で、17%の顧客がこの問題を挙げた。さらに顧客が何らかのプレッシャーを感じるとセールス満足度は下がることもわかった。トヨタは顧客が経験する可能性のある問題やプレッシャーを最小限に食い止めることに成功しており、それが高い満足度につながっている。

ブランドや販売店に対する顧客のロイヤルティや推奨意向は新車購入時の経験と密接に関係していることがわかった。顧客のロイヤルティや推奨意向を高めるためには、メーカーは新車販売時に顧客を確実に満足させること

が重要となる。今回の調査では、スコアが 840 ポイントを超えるセールス満足度の高い顧客の半数以上が、アフターサービスで同じ販売店を「必ず利用する」と答えているが、満足度の低い顧客（702 ポイント未満）ではその割合は 5 人に 1 人まで減少する。知人に同じ販売店やメーカーを「必ず推奨する」、将来同じ販売店から車を「必ず購入する」、次回も同じメーカーの車を「必ず購入する」と回答した顧客の割合が最も多かったのはトヨタだった。

今回の調査では、平均納車時間が 2005 年に比べて 10.9 日延びていた。しかし約束どおりの日時に納車されたと回答した顧客の比率は前年比 2% 増と、わずかながら増えている。納車にかかる時間の長短に関わらず、メーカーは顧客に対して実現可能な納車日時を約束する必要がある。車が約束の日時に納車されなかった顧客のセールス満足度は業界平均より 45 ポイント低かった。

<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・アソシエー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・アソシエーツについて>

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・アソシエーツ（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（NYSE: MHP）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・アソシエー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、2006 年の売上高は 63 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

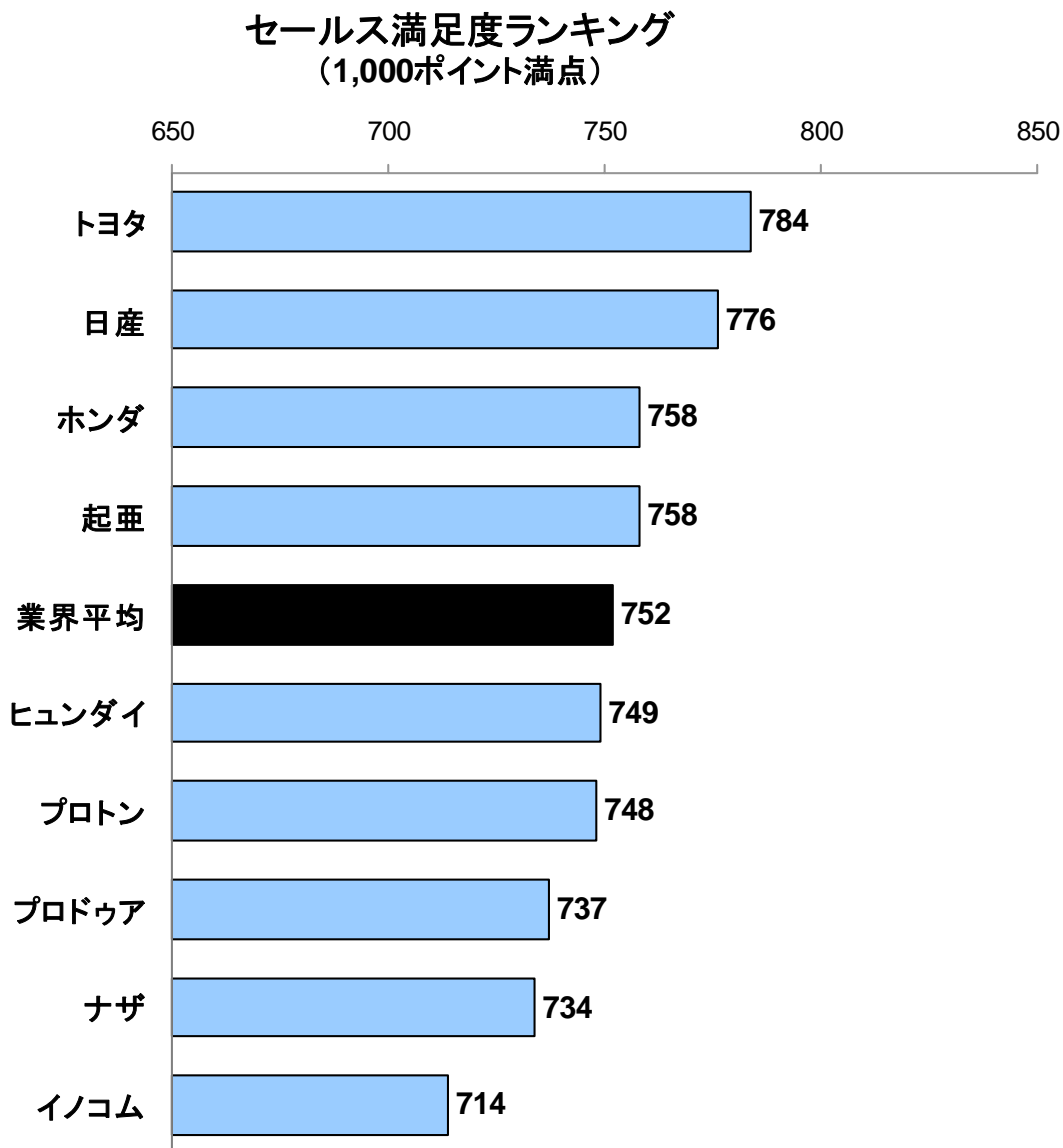
F A X： 03-4550-8151

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年マレーシア自動車セールス満足度(SSI)調査SM



注) フォード、メルセデス・ベンツ、三菱、スズキ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。

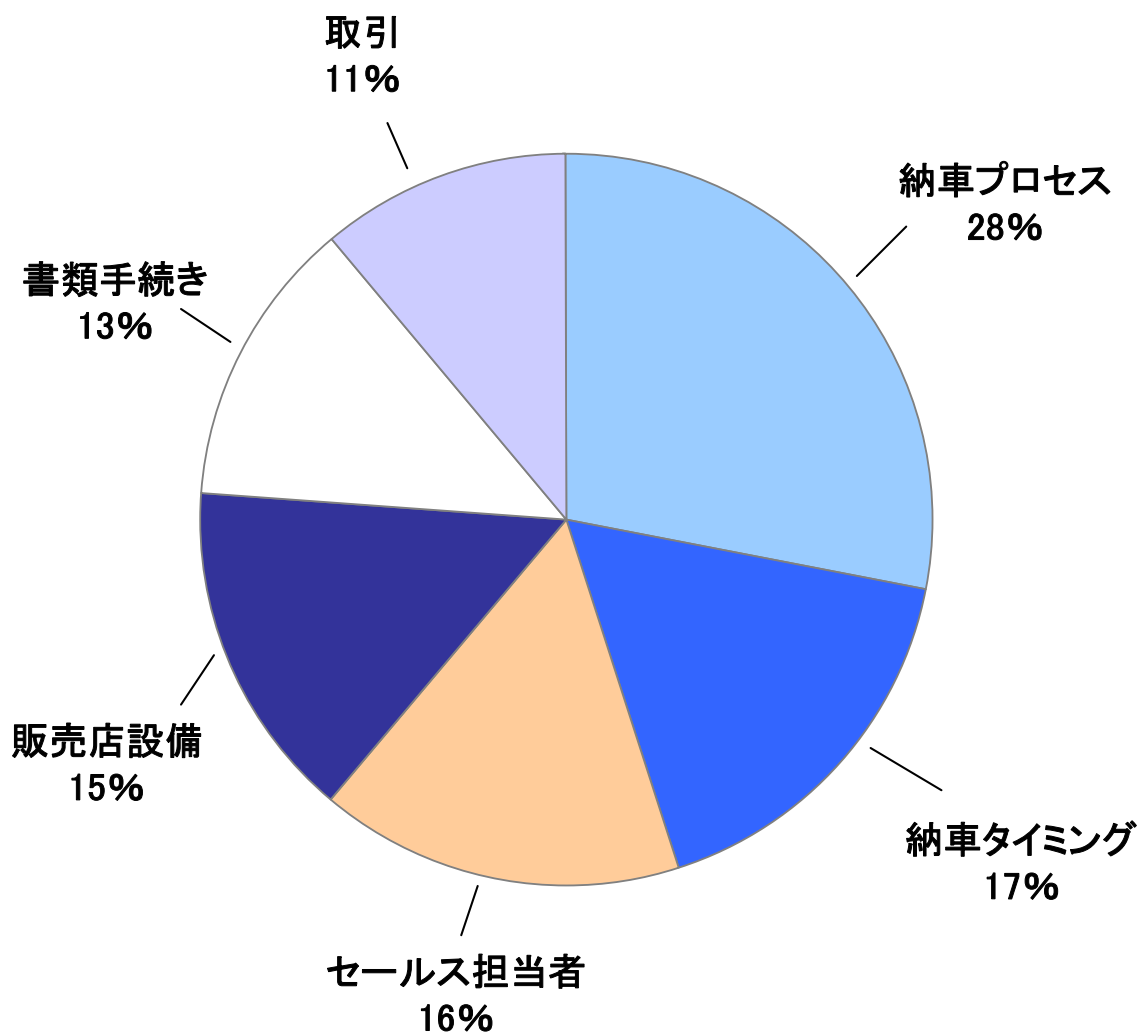
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年マレーシア自動車セールス満足度調査SM

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年マレー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年マレー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年マレー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年マレーシア自動車セールス満足度調査SM) を明記してください。