

Press Release

報道用資料

2007年9月20日

インドの自動車セールス満足度はシュコダが第1位

2007年インド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、略称: J.D. パワー、代表取締役会長兼社長: J.D. パワー 4 世) は、2007 年インド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 ヶ月が経過した車の所有者を対象に、インドの正規販売店における車の販売から納車までのプロセスに関する顧客満足度を調べるものである。8 回目となる今年は 2006 年 9 月から 2007 年 4 月の間に新車を購入した消費者を対象に 2007 年 3 月から 6 月にかけて面接調査を実施し、5,083 人から回答を得た。調査対象車は 40 モデルである。

インドの自動車セールスの総合的な満足度は 6 つのファクターで構成されており、それらは総合満足度に対する重要度順に「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。これらのファクターにおける複数の詳細項目に対する新車所有者の評価をもとに、総合満足度スコアを算出している (1,000 ポイント満点)。

インドの新車購入者は値引きより無料のアクセサリーや保証期間延長を好む

セールス満足度ランキングでは、シュコダが第 1 位になった。6 つのファクター中「納車プロセス」、「納車タイミング」、「書類手続き」の 3 つで特に高い評価を得た。マルチ・スズキが第 2 位、マヒンドラが第 3 位に入った。

業界平均スコアは昨年とほぼ変わらず、1 ポイントの伸びにとどまった。しかしランキング対象の 9 ブランドのうち 6 ブランドで昨年より満足度が向上している。最も向上していたのはフォードとトヨタだった。

昨年に比べて支払い形態に変化が見られた。新車購入に際し値引きを受けた顧客が増加し、またローン組んだ顧客は減少している。今年は値引きを受けたと答えた人の割合は 60% だった。値引きを 2 種類の無料サービス (アクセサリーの無料提供と保証期間の無料延長) と比較すると、顧客満足度は保証期間の無料延長を値引きあるいはアクセサリーの無料提供と組み合わせて受けた場合に高くなる。保証期間の無料延長と値引きの組み合わせで最も高くなり、保証期間の無料延長とアクセサリーの無料提供の組み合わせでは若干下がる。

当調査を担当した J.D. パワー アジア・パシフィック (シンガポール) のシニア・ディレクター、モヒット・アローラは「保証期間の延長は顧客の利益になるだけでなく、自動車メーカーにとっても保証期間後のアフターサービスで顧客を正規販売店にとどめておけるという利点がある」と述べている。「インドの顧客は平均で約 5 年ごとに車を買替える。保証期間の延長を提供することで、正規販売店はアフターサービスによる収益を得られるだけでなく顧客が次に新車を購入する時に影響力を持つことが可能となる」(アローラ)

新車購入に際しローンを利用した顧客の割合は、昨年の 90% 近くから今年は約 80% に減少していた。「金利の上昇とメーカーの販売施策がローン利用の減少の一因となっている可能性がある。地域差はあるが、インドの顧客は現金で購入する傾向が強く、これはスモールカー・セグメントで特に顕著となっている」(アローラ)

国有銀行から融資を受けた顧客は、多国籍銀行や他の民間金融機関から融資を受けた顧客と比較して、ローン利用に関する経験全体に対して高い満足感を得ていることも今回の調査からわかった。

* 当報道用資料のオリジナル（英語）はシンガポールで発表済みです。

* J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

< 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（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、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

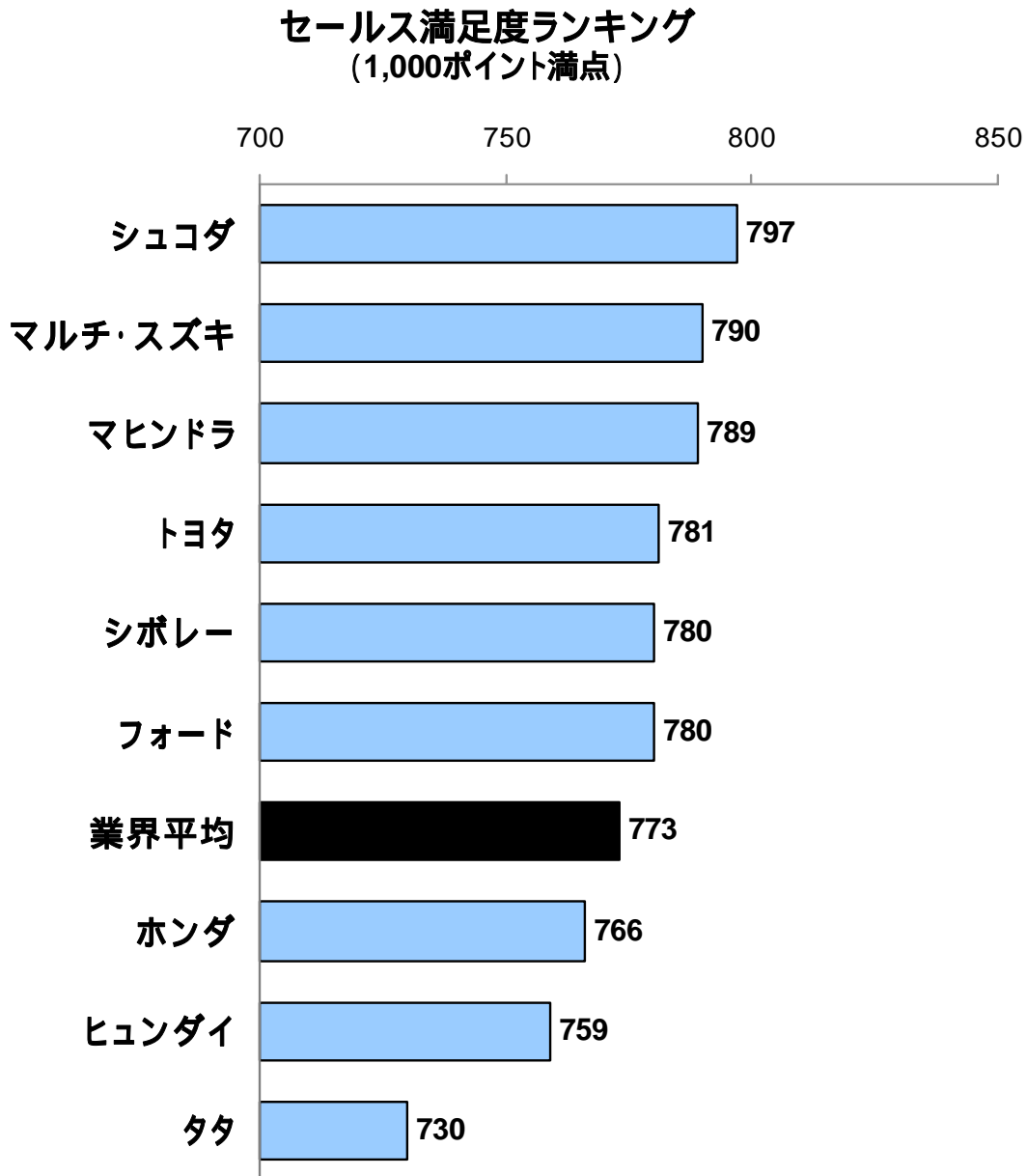
F A X： 03-4550-8151

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 2007年インド自動車セールス満足度(SSI)調査SM



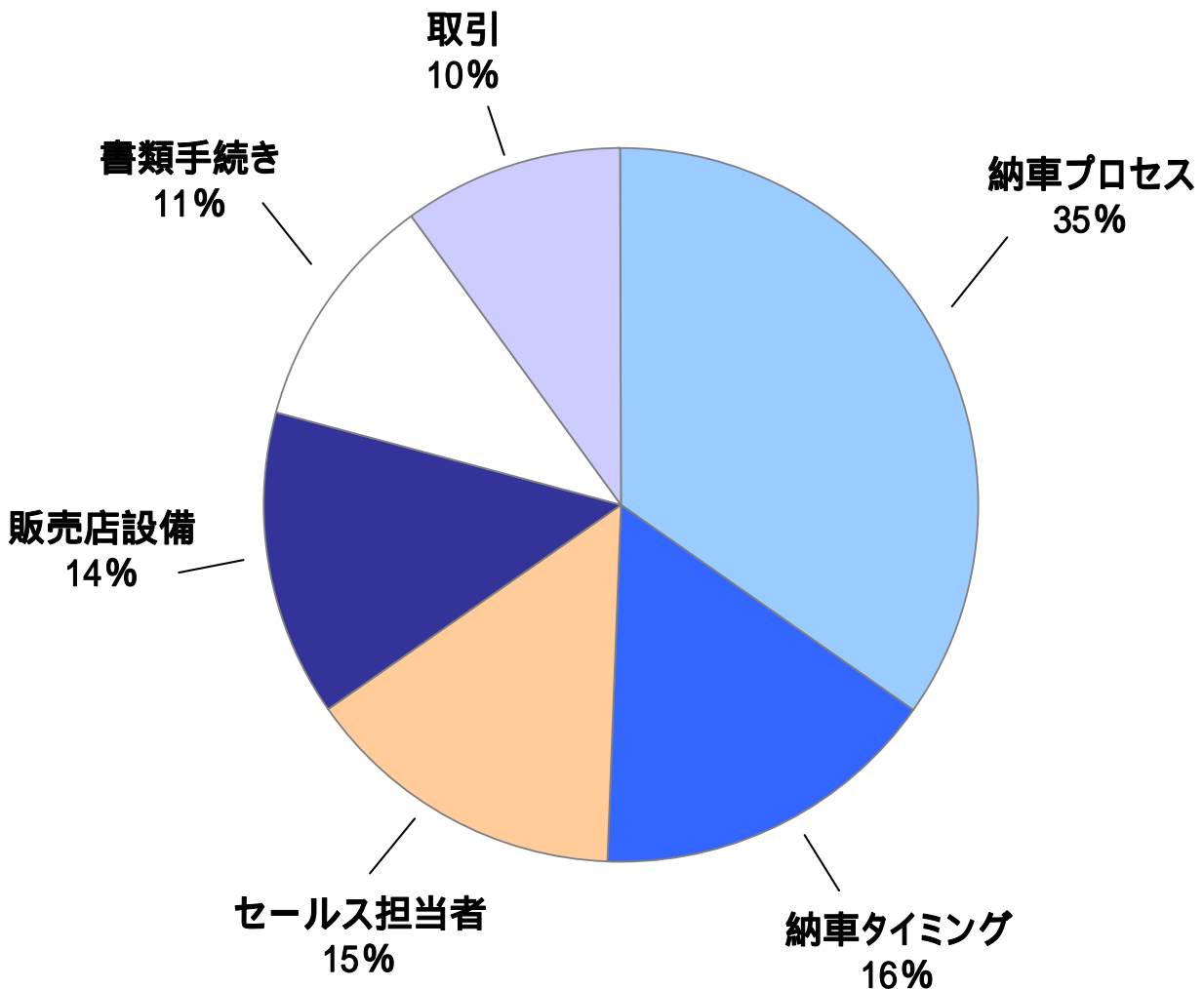
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年インド自動車セールス満足度調査SM

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 2007年インド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 2007年インド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



注) 各パーセントは端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年インド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 2007年インド自動車セールス満足度調査SM)を明記してください。