

Press Release

報道用資料

2007年11月13日

自動車サービス満足度調査で、レクサスが初登場第1位

2007年日本自動車サービス満足度(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、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 年日本自動車サービス満足度（Customer Service Index、略称 CSI）調査の結果を発表した。

当調査は正規販売店のアフターサービス（整備・修理等）に対する乗用車*ユーザーの満足度を測定し指標化するものである。6 回目となる今年は、新車購入後 13～18 ヶ月が経過した国産および輸入車ブランドの乗用車保有ユーザーを対象に、2007 年 7 月から 8 月にかけて郵送調査を実施し、5,359 人から回答を得た。

*軽自動車を除く

販売店のアフターサービスに関する総合的な満足度に影響を与えるのは 5 つのファクターで、それらは「サービス担当者」（31%）、「サービス料金・時間」（19%）、「サービスクオリティ」（19%）、「入庫時対応」（18%）、「サービス受入体制」（14%）となっている（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。これらのファクターにおける複数の詳細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。＜参考：4 ページの円グラフ＞

第2位はメルセデス・ベンツ、第3位は BMW

今年の総合満足度の業界平均スコアは、昨年と変わらず 102 ポイントとなっている*。国産ブランド・輸入車ブランド別に見ると、国産車は昨年と変わらず 102 ポイントだが、輸入車は昨年から 2 ポイント上昇し 103 ポイントとなった。調査開始以来初めて輸入車が国産車を上回った。

*2002 年調査開始時の業界平均スコアを 100 とする。

ブランド別ランキングでは、ランキング対象の 11 ブランドの中でレクサスが第 1 位となった。レクサスがランキングの対象となるのは今回が初めてである。総合満足度スコアは業界平均スコアを 23 ポイント上回る 125 ポイントだった。ファクター別の満足度でも他ブランドを上回っている。特に評価が高かったのは「入庫時対応」で、中でも待合室に対する評価が非常に高かった。

第 2 位はメルセデス・ベンツで、スコアは昨年から 2 ポイント上昇し 108 ポイントとなった。ファクター別に見ると「サービス担当者」が最も改善しており、特にサービスに関する知識や顧客の要望の把握についての評価が改善した。

第 3 位には 107 ポイントで BMW が入った。昨年から 5 ポイント上昇している。ファクター別の評価では「サービスクオリティ」と「サービス担当者」が改善した。第 4 位はホンダ、スズキ、フォルクスワーゲン、第 7 位はスバル、トヨタが並び、以上が業界平均スコアを上回った。＜参考：3 ページのランキング表＞

待ち時間を快適に過ごしてもらうことが満足度向上には重要

近年はアフターサービスを利用する際に、自ら販売店に車を持ち込む顧客が増えている。今年の調査では車を販売店に持ち込んだ人の割合が全体の 81% だった。アフターサービスで来店した場合、顧客は店内で待つことが多

い。そのため、待ち時間をいかに長く感じさせず、快適に過ごしてもらえかがアフターサービスの満足度向上のためには重要となる。

販売店の待合室で提供あるいは改善して欲しい施設やサービスを聞いたところ、インターネット、各種雑誌、分煙対応が上位に挙がった。しかし、これは顧客の年代によっても異なる傾向が見られる。販売店では顧客が待ち時間を快適に過ごすことができる施設・サービスを導入することが望ましいが、そのために利用できる予算や人員、店舗スペースには限りがある。従って顧客があつて当たり前と感じているサービス、当たり前ではないがあると嬉しいサービスは何かということ把握し、その上で施設やサービスを改善していくことが、来店してもらう店作りのためには必要不可欠といえる。

* 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

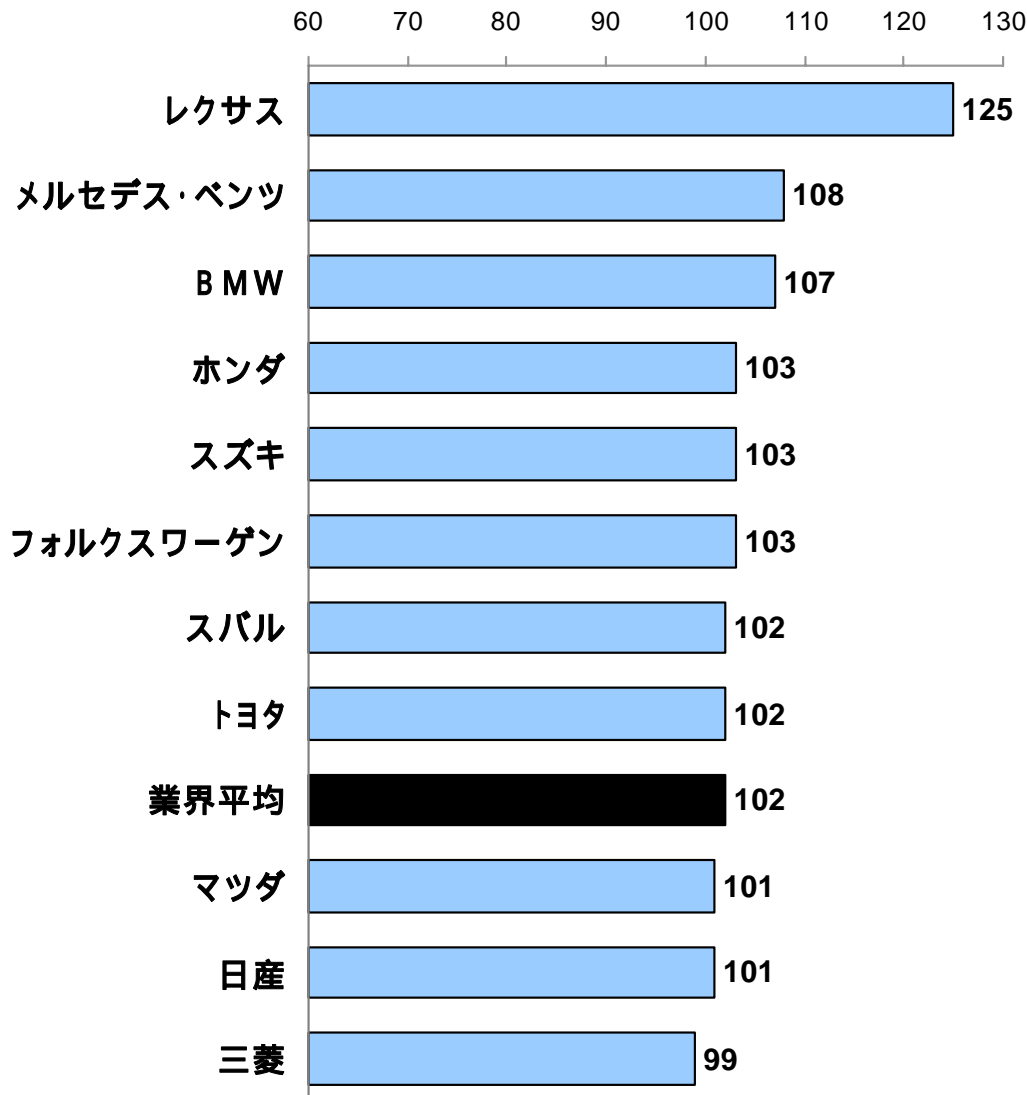
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM

ブランド別ランキング



注) アウディ、フォード、ミニ、プジョー、ボルボ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。

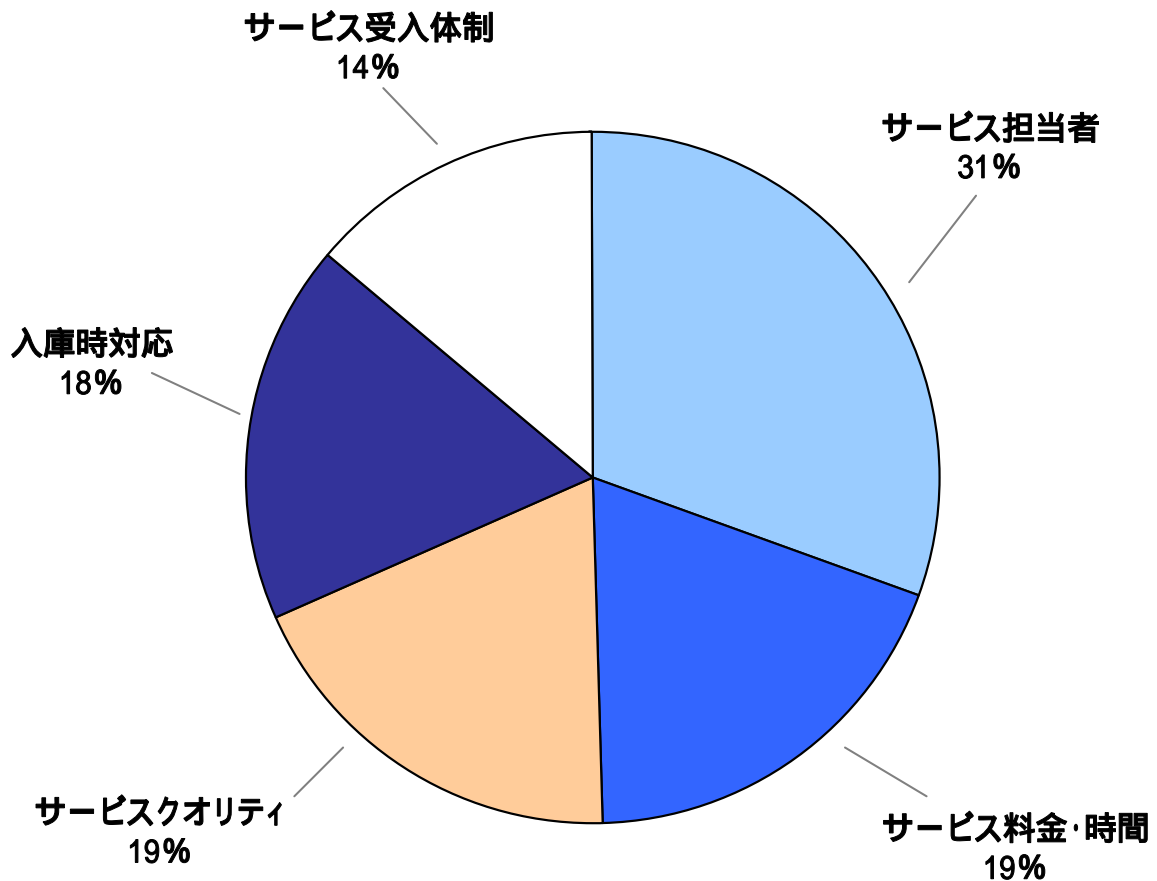
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本自動車サービス満足度調査SM

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年日本自動車サービス満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM

総合満足度を構成するファクター



注) 各パーセント値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年日本自動車サービス満足度調査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年日本自動車サービス満足度調査SM)を明記して下さい。