

Press Release

報道用資料

2007年10月29日

国内の大型トラックの顧客満足度調査で、いすゞが2年連続第1位

2007年日本大型トラック顧客満足度調査

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年日本大型トラック顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は全国のトラック貨物輸送事業者（緑ナンバー）の経営者を含む車両購入決定権者を対象に、各事業者が保有する大型トラックのメーカー（含販売店）に対する総合的な顧客満足度を測定するものである。3回目となる今年も2007年7月から8月にかけて郵送調査を実施し、1,825事業所から回答を得た。なお、1事業所につき最大2メーカーまで評価してもらったため、実際の回答は2,929件となっている。

大型トラックに関する総合的な顧客満足度に影響を与えるのは4つのファクターで、それらは「アフターサービス」、「営業対応」、「コスト」*、「商品」となっている。各ファクターにおける合計62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（1,000ポイント満点）。

*車両購入価格、燃料油脂代、部品修理代、車両処分費用など

販売店におけるCS改善のための基本活動の徹底が業界の課題

大型トラックの総合満足度に影響を与える4つのファクターの中で、最も影響度が高いのは今年も引き続き「アフターサービス」であることが明らかになった。各ファクターの影響度は「アフターサービス」が50%で、以下、「営業対応」が21%、「コスト」が15%、「商品」が14%となっている。＜3ページのグラフ参照＞

今年の顧客満足度ランキングは、ランキングの対象となった4ブランドのうち、いすゞが2年連続で第1位となった。総合満足度スコアは626ポイントだった。ファクター別の評価では総合満足度に影響度の高い「アフターサービス」、「営業対応」ならびに「コスト」で他ブランドを上回った。第2位には日野が入った（615ポイント）。「商品」で他ブランドを上回る評価を得た。第3位は日産ディーゼル（609ポイント）だった。「商品」の詳細項目である車両の環境性能や「営業対応」の詳細項目である営業担当者の訪問頻度で高い評価を得ている。第4位は三菱ふそう（600ポイント）で、「商品」の詳細項目である車両の走行性能やキャブ内外装のデザインなど一部の項目で比較的高い評価を得た。＜4ページのブランド別ランキング参照＞

販売店で最低限実施すべき下記のような活動の実施率が非常に低いことが明らかになった。これらの活動を実施しなかった場合、顧客満足度は大きく低下することが明らかになっている。顧客満足度向上、ひいてはメーカーや販売店の収益性向上のためにも、今後こうした基本的活動が徹底されることが期待される。

納車後のアフターフォロー実施・・・「営業対応」と「アフターサービス」のどちらの場合においても、担当者から購入/利用に対するお礼や挨拶等のアフターフォローを受けた顧客は約5割に留まった。

納車期日を守る・・・・・・・・・・納期が守られないケースが全体の約2割に達した。

納車時の車両の仕様に間違いがない・・車両の仕様が間違っているケースが全体の約2割に達した。

中小規模の顧客の満足度向上が求められている

前述の顧客満足度向上のために重要な基本的活動の実施率は、顧客の車両保有台数規模が小さくなるほど低下す

ることが明らかになった。また顧客の満足度も車両保有台数規模の小さい顧客ほど低くなる傾向が昨年と比べてより鮮明となった。

環境や安全意識が高まるなか、顧客であるトラック貨物輸送事業者の置かれた状況は刻々と変化しつつあり、それに伴ってメーカー/販売店に対する顧客の期待や要求も変化し続けている。新車販売台数が今後大きく伸びないと言われる国内大型トラック市場においては、メーカー/販売店にとって顧客の満足度とロイヤルティの向上は収益性の向上のために何にも増して大切であり、そのためには真摯に顧客の声に耳を傾ける姿勢が大切であると考えられる。

実際、当調査では、顧客満足度向上により顧客のロイヤルティも向上することが確認できている。顧客満足度が高くなるほど、「同一ブランドの車両を必ず再購入する」、「アフターサービスで同一の販売店を必ず利用する」と答える割合が高かった。< 5 ページのグラフ参照 >

* J.D. パワーが結果を発表する調査は全て 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&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、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

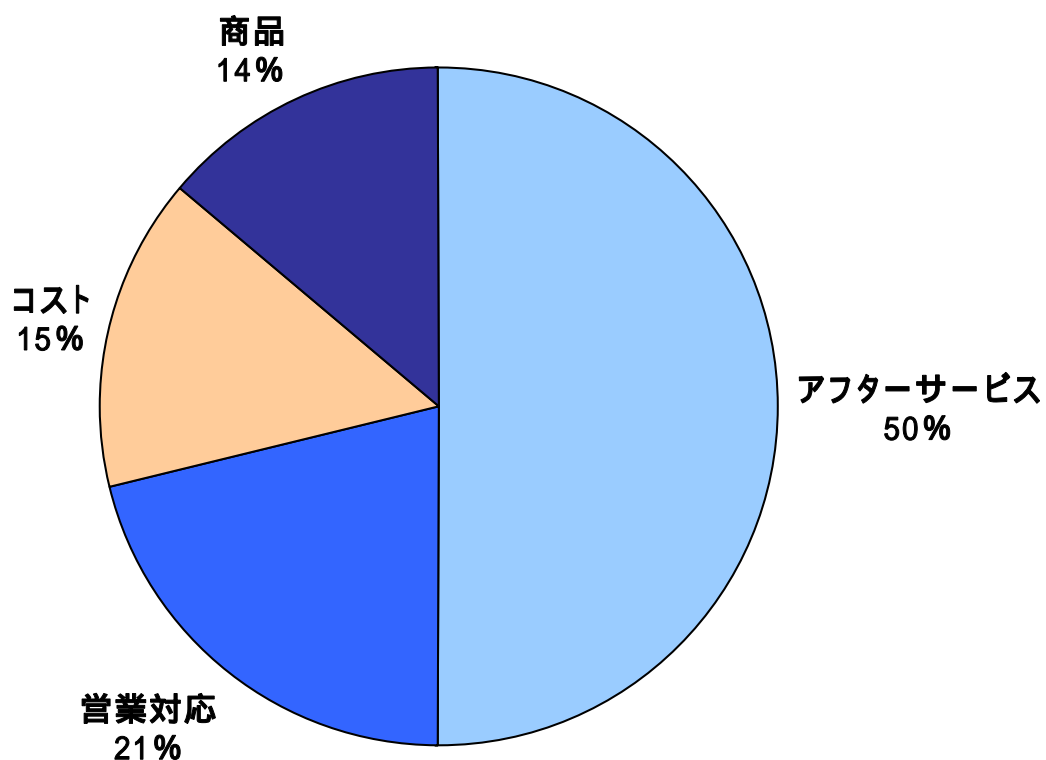
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

< 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年日本大型トラック顧客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター



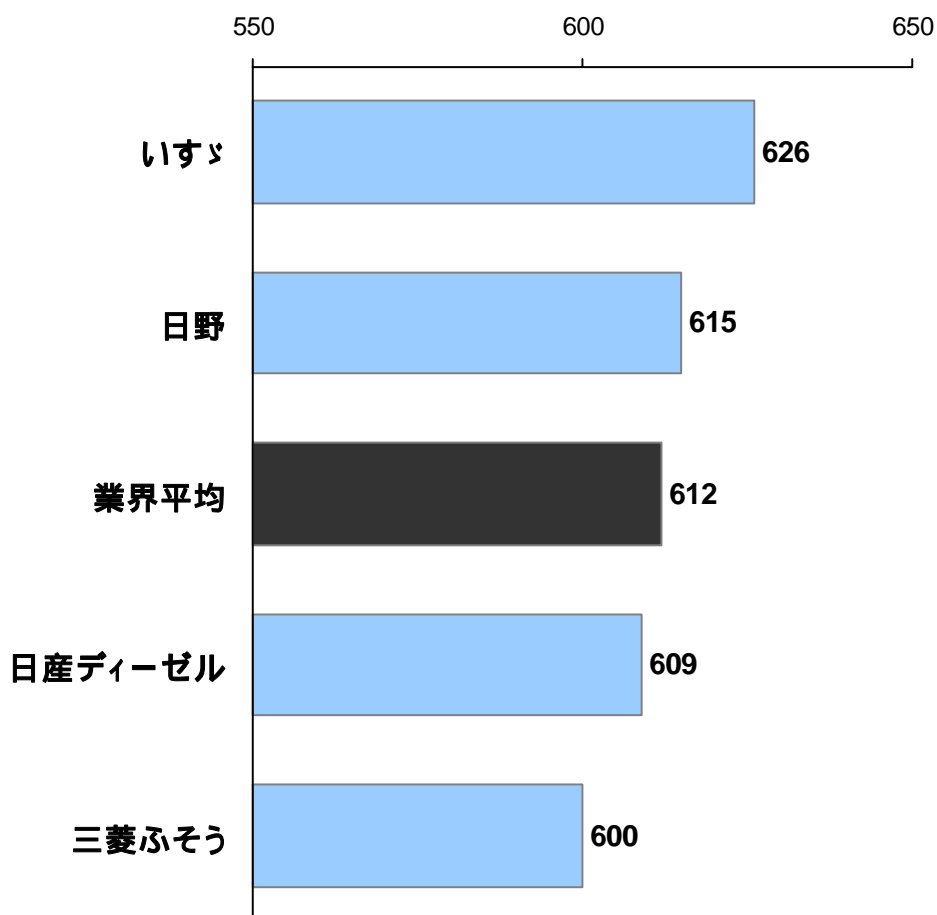
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本大型トラック顧客満足度調査SM

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 2007年日本大型トラック顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本大型トラック顧客満足度調査SM

ブランド別ランキング



注) ベンツ、スキャンIA、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。

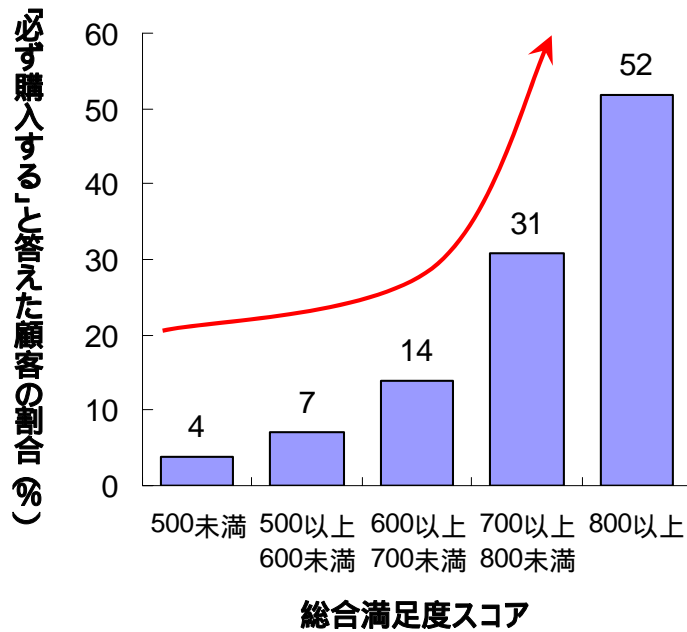
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本大型トラック顧客満足度調査SM

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。

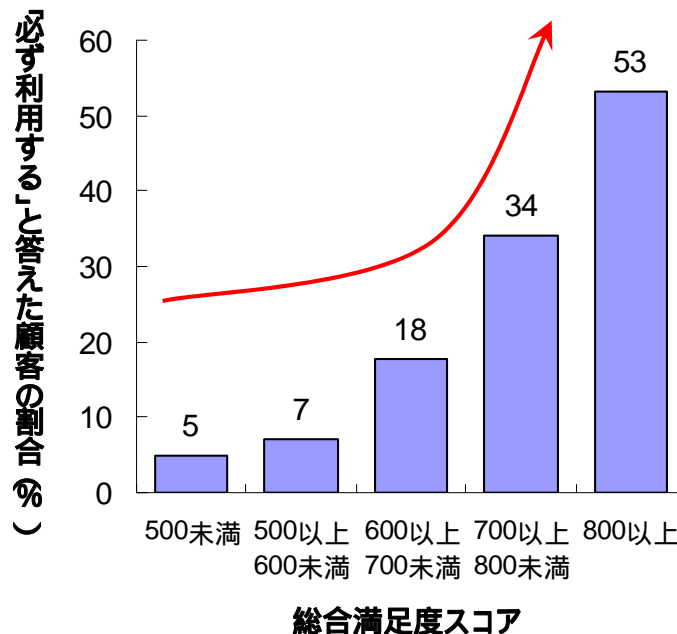
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本大型トラック顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本大型トラック顧客満足度調査SM

総合満足度スコアと同一ブランド車両の再購入意向の関係



総合満足度スコアとアフターサービスでの販売店再利用意向の関係



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本大型トラック顧客満足度調査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 2007年日本大型トラック顧客満足度調査SM)を明記してください。