

## Press Release

報道用資料

2007年11月12日

### 国内の営業用小型トラックの顧客満足度調査で、いすゞが第1位

#### 2007年日本小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年日本小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小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。2回目となる今年（2007年）は2007年7月から8月にかけて郵送調査を実施し、1,757の事業者から回答を得た。なお、1事業者につき最大2メーカーまで評価してもらったため、実際の回答は2,700件となっている。

小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、それらは総合満足度に対する影響度順に「アフターサービス」（54%）、「営業対応」（21%）、「コスト」\*（13%）、「商品」（12%）となっている（カッコ内は影響度）。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。＜参考：3ページのグラフ＞

\*車両購入価格、燃料油脂代、部品修理代、車両処分費用など

#### 部品の在庫状況や購入後のアフターフォローに対する満足度向上が業界全体の課題

今年の顧客満足度ランキングでは、ランキングの対象となった6ブランドのうち、いすゞが第1位となった。総合満足度スコアは1,000ポイント満点中628ポイントだった。ファクター別の評価では、総合満足度に対する影響度の高い「アフターサービス」と「営業対応」でランキング対象ブランド中、最も高い評価を得ている。第2位には620ポイントで日野が入った。「商品」で他のブランドを上回る評価を得た。第3位以下は順に、日産（618ポイント）、トヨタ（616ポイント）、三菱ふそう（612ポイント）、日産ディーゼル（609ポイント）だった。日産とトヨタは今年初めてランキング対象となった。なお「コスト」で他ブランドを上回ったのはトヨタだった。＜参考：4ページのランキング表＞

販売店における部品の在庫状況と購入後のアフターフォローの改善が2006年に引き続き業界全体の課題であることが明らかになった。販売店で部品の在庫が不足していた影響でトラックの休車期間が予定を超過した経験のある顧客の満足度は大きく低下している。このような経験のある顧客は全体の約2割で、「アフターサービス」に対する満足度が業界平均より45ポイント以上低かった。また車両の購入に対するお礼や挨拶を受けなかった場合も、「営業対応」の満足度が業界平均より40ポイント以上低くなっている。車両の購入に対するお礼や挨拶を受けた顧客は全体の約5割だった。

調査結果から販売店における部品の在庫状況と納入後のアフターフォローは顧客満足度に与える影響度が高いことが明らかになっている。顧客満足度向上に向けてこれらの点における業界全体のさらなる努力が求められる。

#### 積極的な提案活動を通じた顧客との信頼関係強化が重要

過去1年間に、あるメーカーの車両の保有比率が上昇した顧客は、同じメーカーの車両の保有比率が低下した顧客と比較して、そのメーカーから省燃費・安全運転のための講習会、日常点検や予防整備についてのアドバイスといった積極的な提案活動を受けている割合が高いことが明らかになった。また、このような提案を受けた顧客

の満足度は受けなかった顧客に比べて大幅に高く、たとえば講習会を受けた顧客の場合、「営業対応」についてのスコアは業界平均に比べて 80 ポイント近く高かった。このため、各社にはより一層積極的な活動の実施が期待される。

また、あるメーカーの車両の保有比率が上昇した顧客がそのメーカーの車両を選んだ理由を見ると、ディーラーが信頼できることを挙げた顧客が約 5 割に上っている。一方、特定のメーカーの車両の保有比率が低下した顧客の場合、その割合は約 3 割に留まっている。

今後トラック市場の大幅な拡大が望めない中で、メーカー各社には、顧客ロイヤルティの強化を図るためにも、顧客満足向上に貢献する効果的な提案活動を通じて、顧客との間により強い信頼関係を構築していく必要がある。

\* 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](http://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](http://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

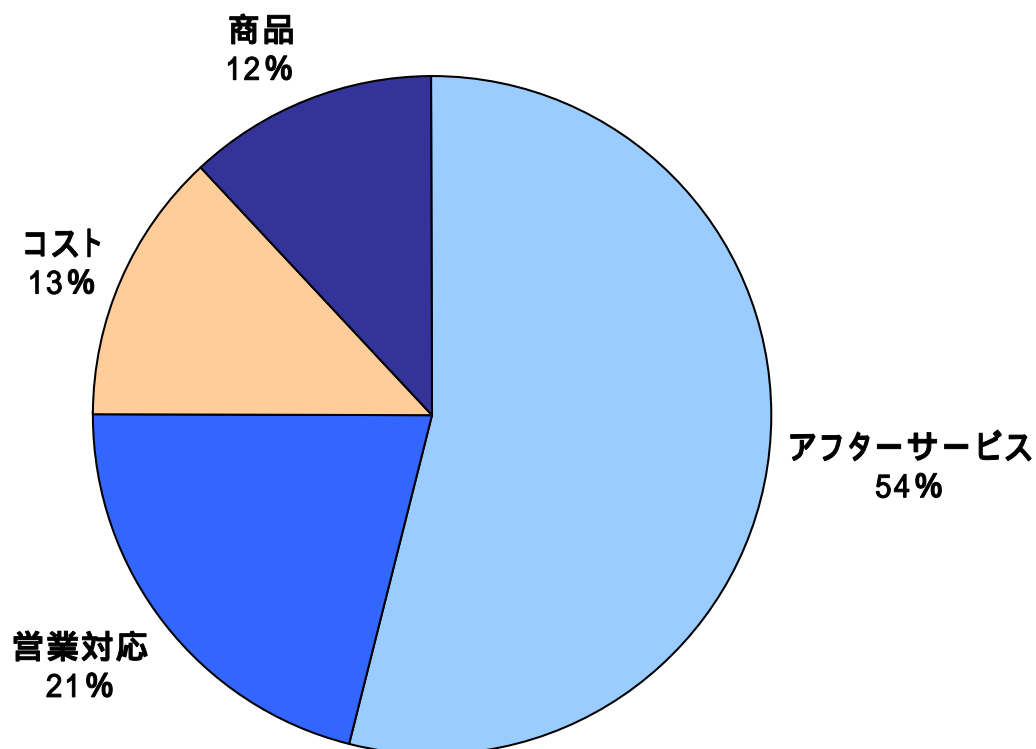
e-mail： [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

#### <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年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## 総合満足度を構成するファクター



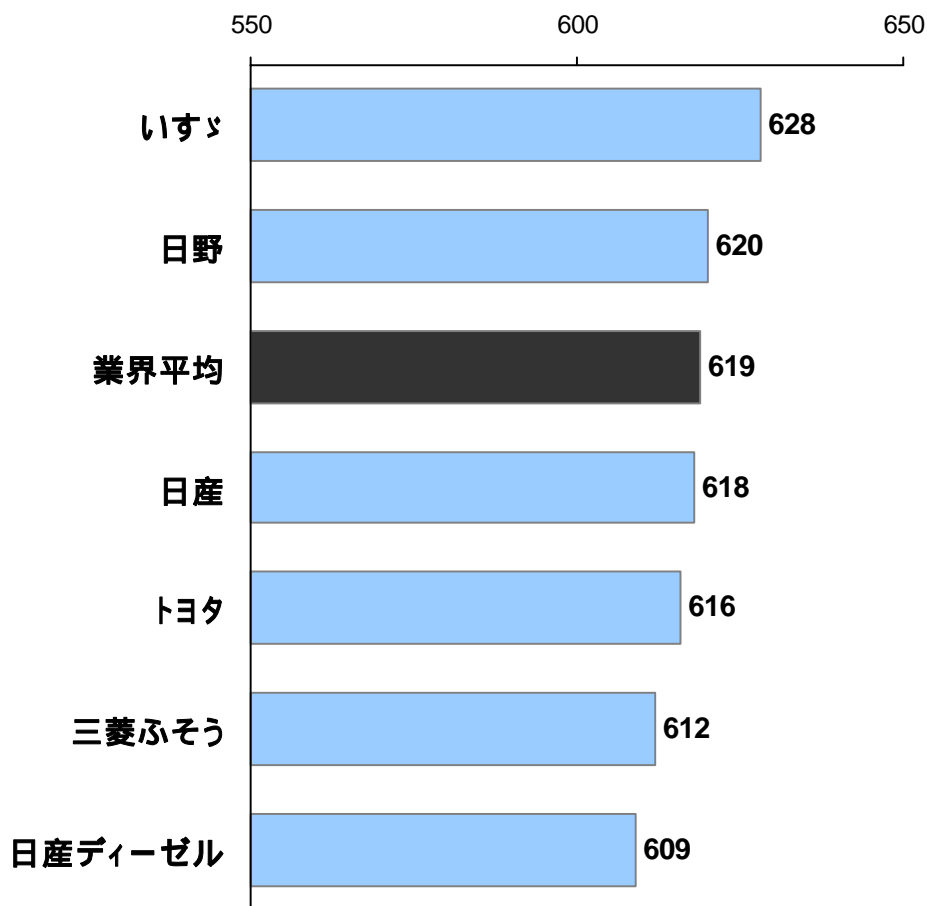
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記してください。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## ブランド別ランキング



注) マツダ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年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記してください。