

レクサスが台湾のアフターサービス満足度で9年連続第1位

2007年台湾自動車顧客満足度(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 年台湾自動車顧客満足度（Customer Satisfaction Index、略称 CSI）調査の結果を発表した。

当調査は、新車購入時から 12～18 ヶ月が経過した個人ユーザーを対象に、メーカー正規販売店のアフターサービス（整備・修理等）についての顧客満足度を調べるものである。10 回目となる今年は、2005 年 9 月から 2006 年 6 月までに新車を購入した人を対象に 2007 年 3 月から 6 月にかけて面接調査を実施し、約 3,200 人から回答を得た。

台湾のアフターサービスの総合的な満足度は 7 つのファクターに分類される 35 の詳細項目における顧客の評価をもとに算出されている。7 つのファクターは総合満足度に対する重要度順に「不具合経験」、「ユーザーに親切なサービス」、「サービスの質」、「サービス・デリバリー（サービスにかかる時間とサービス後の車両返却）」、「入庫時対応」、「サービス・アドバイザー」、「サービス実施中の経験」となっている。

アフターマーケット施設へのサービス流出を避けるために、 正規販売店は顧客満足度を高める必要あり

顧客満足度ランキングでは、レクサスが 9 年連続第 1 位となった。スコアは 1,000 ポイント満点中 884 ポイントだった。ファクター別の満足度でも 7 つのファクター全てで高い評価を得ている。第 2 位は 873 ポイントのフォルクスワーゲンで、昨年から 24 ポイント増と調査対象のブランド中、最も大きくスコアを伸ばした。第 3 位は昨年 6 ポイント増の 866 ポイントでトヨタが入った。

台湾の業界全体において 3 年連続で満足度が改善しており、今年の業界平均スコアは昨年 11 ポイント増の 854 ポイントとなった。調査対象の 12 メーカー全てが改善していた。特に大きく改善したファクターは「入庫時対応」だった。

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・カントリー・マネージャー、サリーム・チェンは「40% 近くの顧客がアフターサービスで販売店を訪問する前に予約を入れているが、予約をしなかった顧客より、予約を入れた顧客の方があらゆる点で満足度が高くなっている。顧客に事前予約を勧める取り組みが成功し、販売店は順調に満足度の改善を進めている」と述べている。

販売店のアフターサービスに対する顧客満足度と非正規アフターマーケット施設への顧客の流出（正規販売店以外の施設で顧客がアフターサービスを受けること）に関連性があることがわかった。新車保有の初期にあたる購入後 18 ヶ月以内にアフターマーケット施設を利用したことがある顧客は 5 % だったが、これらの顧客は販売店のアフターサービスについて 7 つのファクターすべてで比較的低い評価を付けている。さらに、一発修理や効率的なサービスの実施、事前見積もりの提示、納得できる費用請求など、ディーラーにおけるアフターサービスで重要な基本的活動（サービススタンダード）を受けていないと回答する割合が高かった。

「保証期間後にアフターマーケット施設を利用したいとする顧客の割合は、アフターマーケット施設を利用したことがある顧客では、販売店のみを利用した顧客の 2 倍となることがわかった。このことから保証期間中の顧客の満足度を高めることが販売店にとって重要であることがわかる」（チェン）

また、販売店のアフターサービスに対する満足度と保証期間後もアフターサービスを必ず同じ販売店で受けたいとする顧客の意向の間に明確な関連性が見られた。保証期間後もアフターサービスを必ず同じ販売店で受けたいと回答した顧客の割合は、満足度が低かった顧客では19%のみだったが、満足度が非常に高かった顧客では51%だった。

* 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

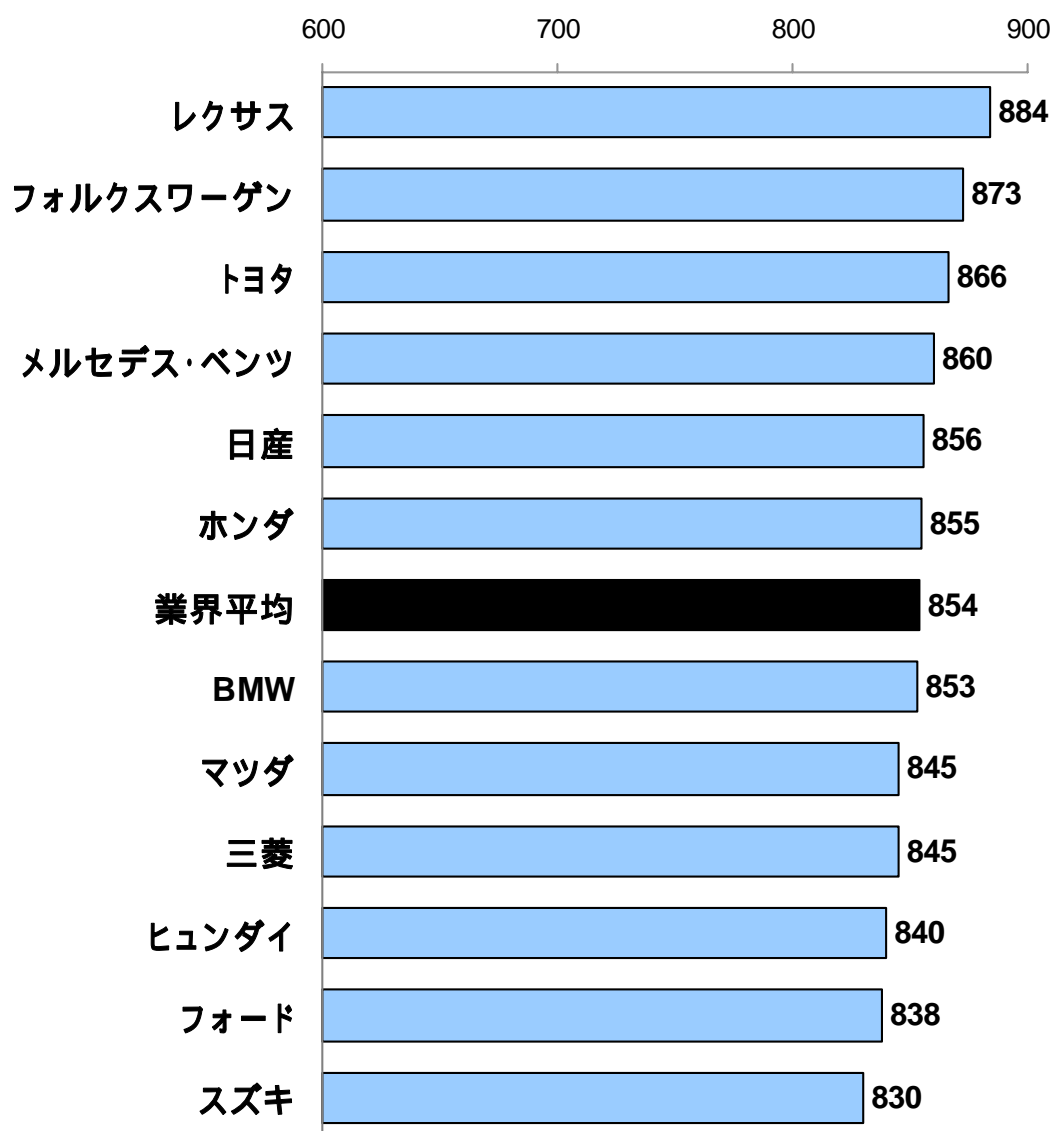
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年台湾自動車顧客満足度(CSI)調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



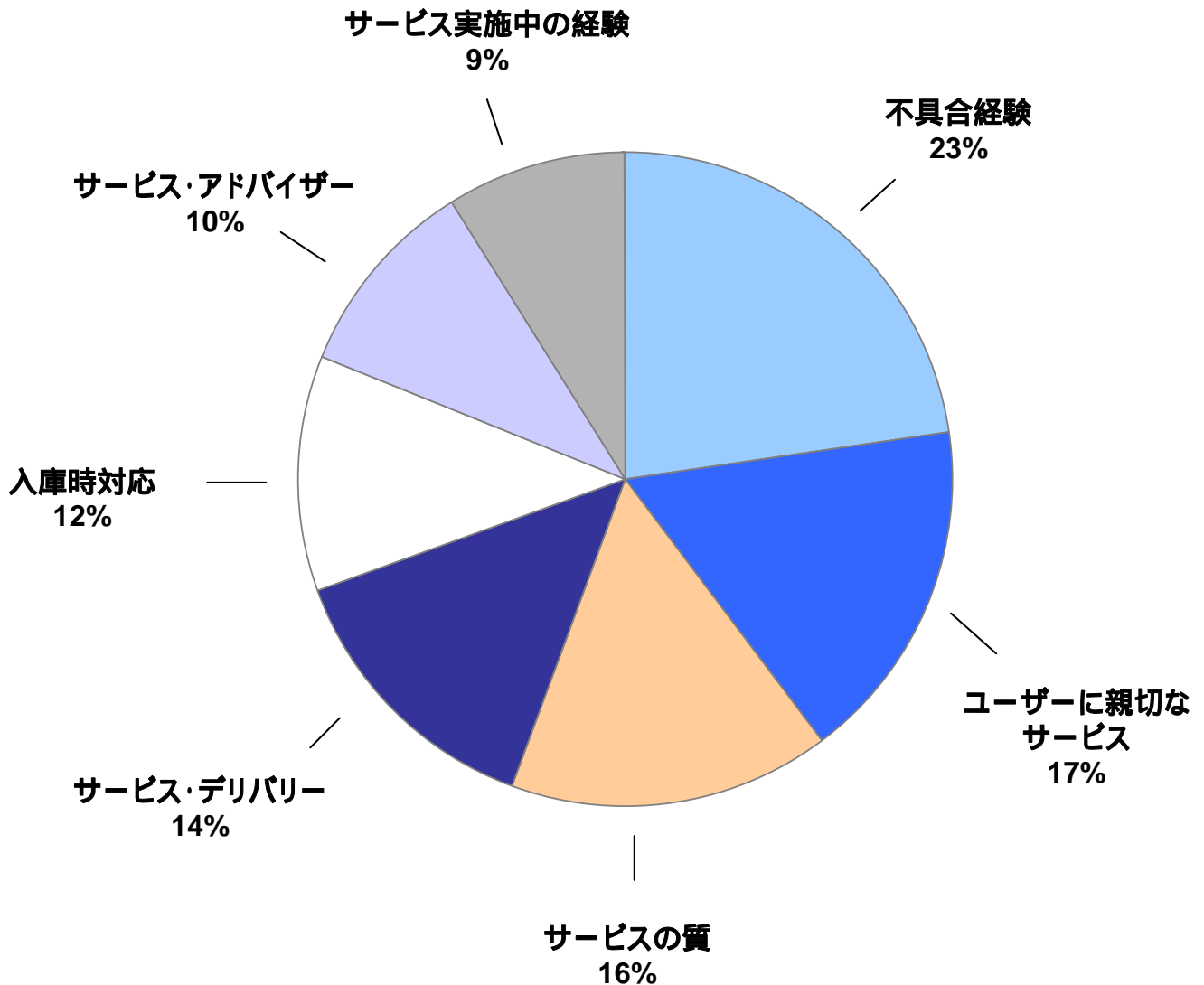
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年台湾自動車顧客満足度調査SM

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年台湾自動車顧客満足度調査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年台湾自動車顧客満足度(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年台湾自動車顧客満足度調査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年台湾自動車顧客満足度調査SM)を明記してください。