

Press Release

報道用資料

2007年9月4日

フォード、タイのアフターサービス顧客満足度で2年連続第1位**2007年タイ自動車顧客満足度(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 年タイ自動車顧客満足度 (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 ヶ月が経過した車の所有者を対象に、正規販売店のアフターサービス (整備・修理) に対する顧客満足度を調べるもので、年 1 回の割合で実施している。8 回目となる今年は、2005 年 8 月から 2006 年 5 月の間に新車を購入した人を対象に 2007 年 2 月から 5 月に面接調査を実施し、3,246 人から回答を得た。

タイのアフターサービスの総合的な満足度は、7 つのファクターにおける複数の詳細項目に対する顧客の評価をもとに算出される。7 つのファクターは総合満足度に対する重要度順に「サービスの質」、「不具合経験」、「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)」、「ユーザーに親切なサービス」、「サービス・アドバイザー」、「入庫時対応」、「サービス実施中の経験」となっている。総合満足度は 1,000 ポイント満点で算出され、スコアが高いほど満足度が高いことを示す。

三菱が昨年から大幅に改善

今年の総合満足度ランキングでは、ランキング対象 9 ブランドのうちフォードが 2 年連続で第 1 位となった。フォードは直近 4 年間のうち今回を含め 3 回トップになっている。総合満足度スコアは当調査開始以来最も高い 856 ポイントだった。ファクター別に見ると、「サービス・アドバイザー」、「サービス実施中の経験」、「サービス・デリバリー」の 3 つのファクターで特に高い評価を得ている。第 2 位には 854 ポイントで三菱が入った。7 つのファクター全てで昨年から向上しており、特に「入庫時対応」と「ユーザーに親切なサービス」で高い評価を得ている。第 3 位はトヨタだった (849 ポイント)。

今年の業界平均スコアは昨年から 6 ポイント向上の 843 ポイントだった。またアフターサービスが終了するまでにかかった日数について聞いたところ、92% の顧客が車を持ち込んだ当日終了したと答えている。かかった時間は平均 2 時間 14 分で、昨年から大きな変化はなかった。また「サービス・アドバイザー」と「サービスの質」で顧客満足度が向上していることがわかった。

J.D. パワー アジア・パシフィック (シンガポール) のタイ担当マネージャー、ロイック・ピーンは「今年の調査結果ではアフターサービスに対する顧客満足度と顧客維持の関係が一層明らかになってきた。非正規アフターマーケット施設への流出は、正規販売店のアフターサービスに満足していない顧客の間でより多い。さらに保証期間終了後もアフターサービスを同じ販売店で受けたいとする顧客の比率は、非常に満足している顧客ではそれ以外の顧客の 2 倍となっている。顧客満足度を高めることはアフターサービス客の増加や顧客ロイヤルティの向上の鍵となっている」と述べている。

また正規販売店のアフターサービスに対する満足度が車両セグメントによって異なることがわかった。ピックアップ・セグメントの顧客はパセッジャーカー・セグメントやユーティリティ・ビークル・セグメントの顧客

に比べ満足度が高くなっている。総合満足度ランキング上位のフォード、三菱、トヨタではピックアップ・セグメントの顧客の満足度が特に高い。

「しかし車両セグメント間の顧客満足度の差は確実に縮小している。今年はパセッジャーカーとユーティリティー・ビークルの両セグメントにおける満足度が特に大きく向上した。パセッジャーカーの顧客は概してピックアップの顧客より期待値が高く、メーカーはその期待に見合うようアフターサービスの改善を進めている。パセッジャーカー・セグメントで高い評価を得たのはトヨタとホンダで、昨年から大幅に向上したのはシボレーだった」（ピーン）

サービス・スタンダード（販売店がアフターサービスで実施する基本活動）の実施項目数が業界全体で増加していることがわかった。販売店はサービス・スタンダードの中でも見た目や時間、納車に関連する項目に重点的に取り組んでいるが、これらの項目は顧客満足度に対し影響が大きい。今年の調査では顧客の90%以上がこれらの項目が実施されたと答えている。

「昨年同様、サービス・スタンダードの実施と顧客満足度の間には強い関係が見られた。実施されたサービス・スタンダードの項目数が多い人は顧客満足度も高くなっている。しかしサービスの時期ではなくても顧客に積極的に連絡を入れるなど、販売店には改善の余地がまだ残されている。顧客の期待が高まる中、アフターサービスにおけるさらなる改善は販売店の今後のビジネスに大きな影響を与える可能性がある」（ピーン）

* 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&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

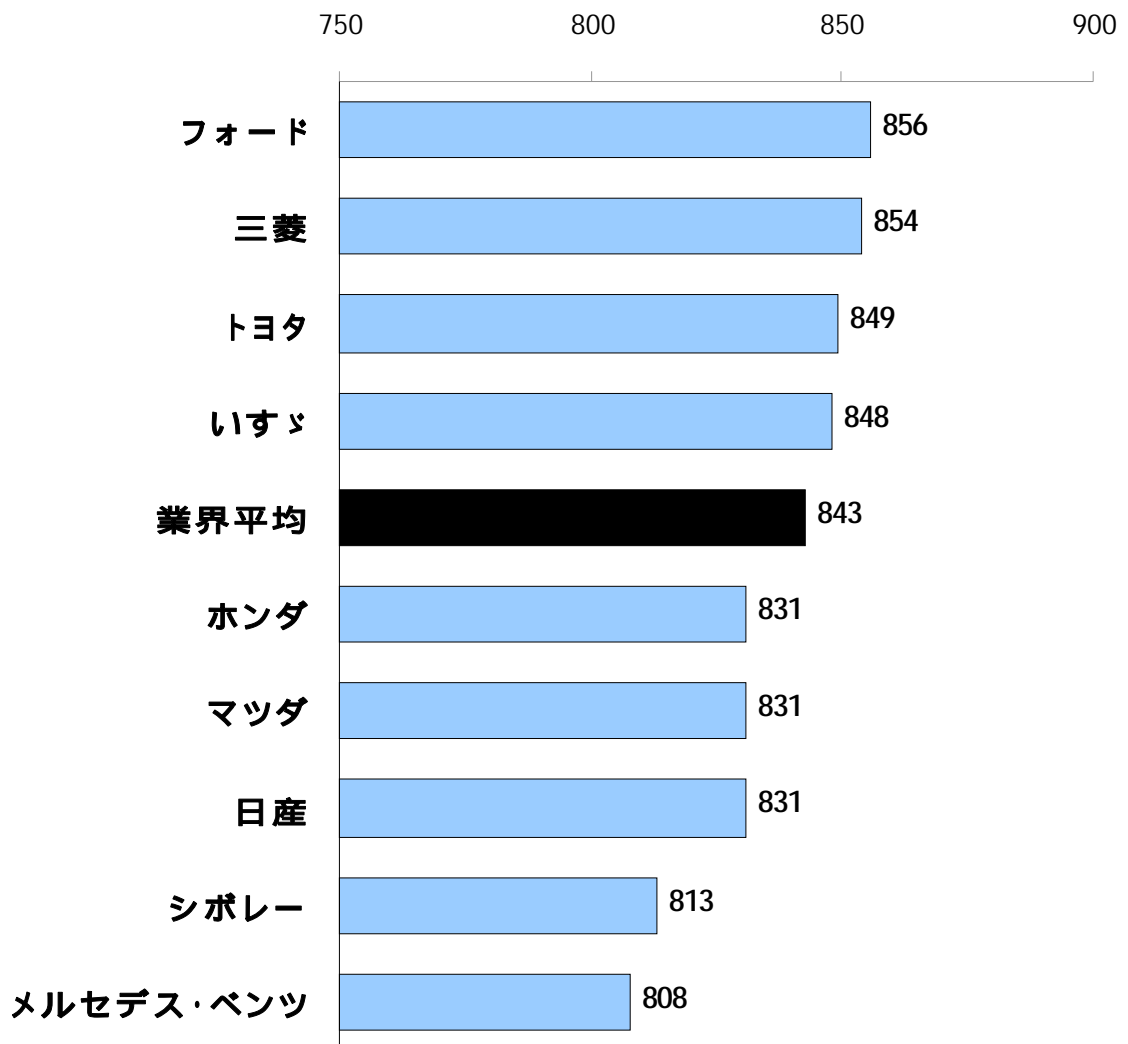
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

< 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年タイ自動車顧客満足度(CSI)調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注) BMW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。

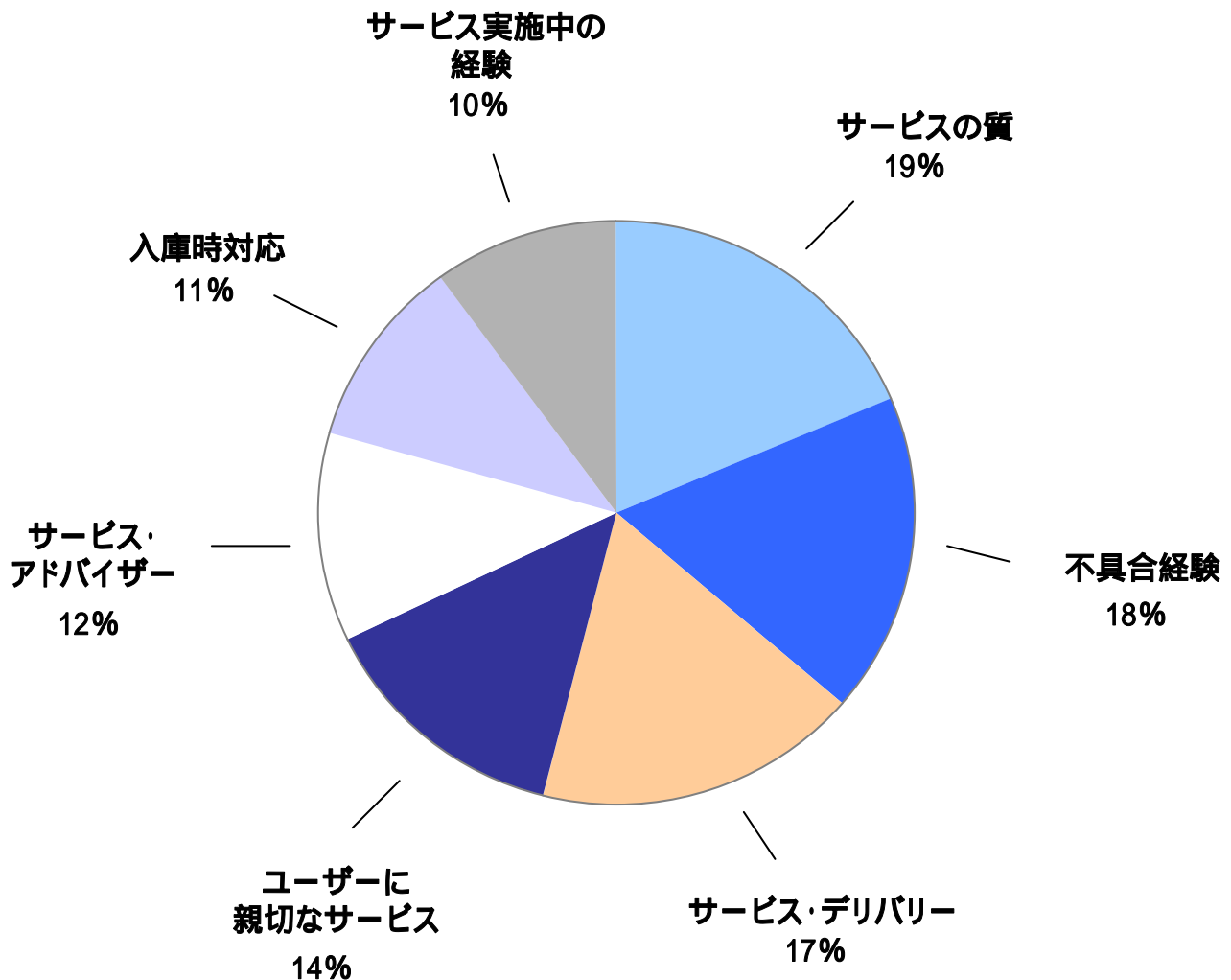
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年タイ自動車顧客満足度調査SM

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年タイ自動車顧客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー・アジア・パシフィック 2007年タイ自動車顧客満足度(CSI)調査SM

顧客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年タイ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年タイ自動車顧客満足度調査SM)を明記して下さい。