

Press Release

報道用資料

2008年3月7日

インドの2007年アフターサービス顧客満足度で、マルチ・スズキが8年連続第1位

2007年インド自動車顧客満足度(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、代表取締役社長：アルバート ラパーズ、略称：J.D. パワー）は、2007年インド自動車顧客満足度（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ヶ月経過した車の個人ユーザーを対象に、正規販売店のアフターサービス（整備・修理等）に対する顧客満足度を調べるものである。11回目となる今年は、2006年11月から2007年8月までに正規販売店のアフターサービスを受けた人を対象に、2007年5月から8月にかけて面接調査を実施し、5,300人以上から回答を得た。アフターサービスの対象となったモデルの数は約40である。

インド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詳細項目に対する顧客の評価を基に算出されている（1,000ポイント満点）。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」、「サービスの質」、「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・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）」、「サービス実施中の経験」となっている。
<参考：4ページの円グラフ>

車の引き取り・納車の場所が顧客満足度に影響

2007年の総合満足度の業界平均スコアは777ポイントで、前回（2006年）調査からわずか1ポイントの向上にとどまった。

総合満足度ランキングでは、マルチ・スズキが838ポイントで8年連続第1位となった。ファクター別の満足度を見ても、すべてのファクターにおいて業界全体で最も高い評価を得ている。ランキング対象となった他の8メーカーはスコアが業界平均を下回ったものの、前回調査からは向上が見られた。中でもホンダ、シュコダ、ヒュンダイが大きく向上した。<参考：3ページのランキング表>

アフターサービスの際の車両の引き取りと納車がどこで行われるかが、アフターサービス満足度に大きな影響を与えていることがわかった。引き取りと納車が自宅で行われた顧客の総合満足度は、それ以外の顧客に比べて大幅に高い。自宅での引き取りと納車のサービスはこの2年間に普及しつつあるものの、実際に受けたことがあると回答した顧客は10人中1人に満たなかった。

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・ディレクター、モヒット・アローラは、「正規販売店から顧客の自宅まで平均9km離れている。都市部の交通渋滞が悪化していることやラッシュにぶつかる朝に車両を販売店に持ち込みたいと考える顧客がいることを考慮すると、自宅での引き取りと納車は非常に便利なサービスで、顧客がこれを喜ぶことは想像に難くない」と述べている。

また、アフターサービスを正規販売店でのみ受けた顧客の方が、非正規アフターマーケット施設を利用したことのある顧客よりも満足度が高いことがわかった。今回の調査ではアフターマーケット施設を利用したことのある顧客は13%のみで、この比率は過去2年間で着実に減少している。

「定期点検や日常整備は正規販売店にとって重要な収入源だ。しかし顧客がアフターマーケット施設を利用する

目的も多くの場合、定期点検・整備である。またアフターマーケット施設を利用する理由として、多くの顧客が場所の利便性とサービスの速さを挙げている。メーカーがアフターサービスによる正規販売店の収益を増加させるためには、販売店網を最大限に利用し迅速なサービスを顧客に提供することが重要となる」(アローラ)

* 当報道用資料はシンガポールで発表したオリジナル(英語)の抄訳です。

* 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。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エストレイク・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。

<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、2007 年の売上高は 68 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 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

FAX: 03-4550-8151

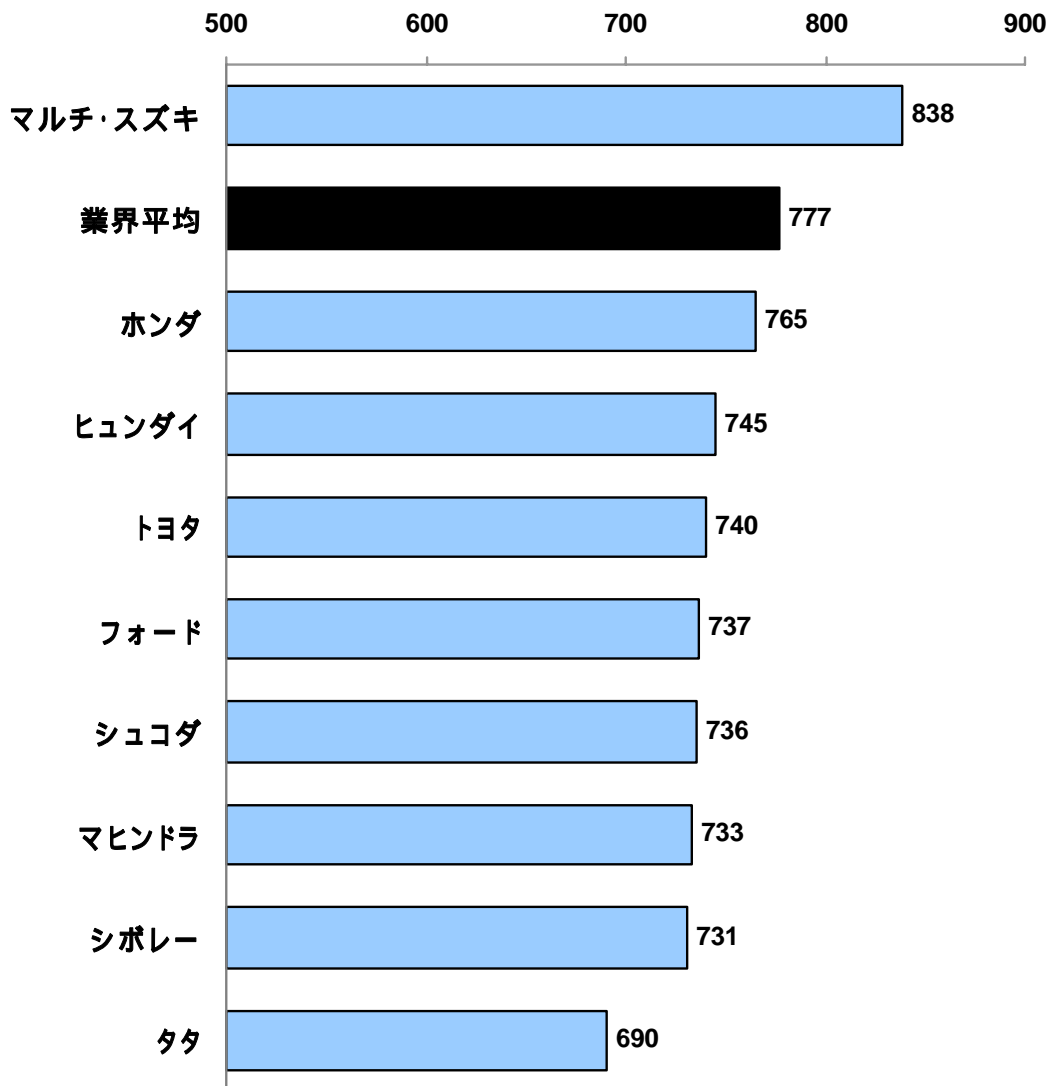
e-mail: cc-group@jdpower.co.jp

<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年インド自動車顧客満足度(CSI)調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注) 三菱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。

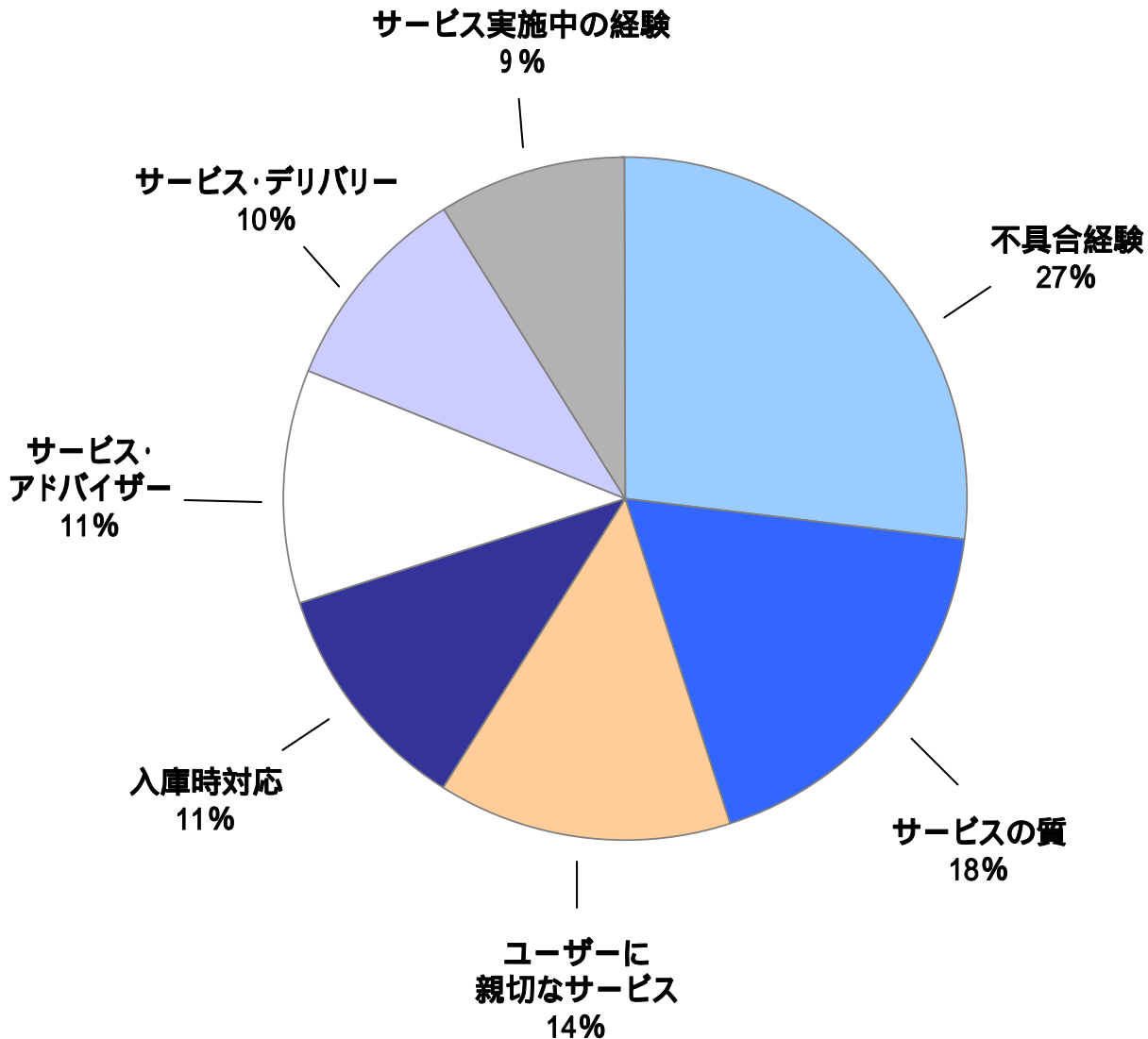
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年インド自動車顧客満足度調査SM

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年インド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年インド自動車顧客満足度(CSI)調査SM

総合満足度を構成するファクター



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年インド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年インド自動車顧客満足度調査SM)を明記して下さい。