

## Press Release

報道用資料

2008年2月27日

### 2007年のマレーシアセールス満足度ランキングで、トヨタが2年連続第1位

#### 2007年マレーシア自動車セールス満足度 (SSI) 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年マレーシア自動車セールス満足度 (Sales Satisfaction Index、略称 SSI) 調査の結果を発表した。

当調査は、新車購入時から2~6ヶ月経過した車の所有者を対象に、新車購入時における正規販売店の対応に関する顧客の満足度を調べるもので、年1回の割合で実施している。5回目となる今回は2006年10月から2007年5月の間に新車を購入した人を対象に、2007年4月から7月にかけて面接調査を実施し、3,000人以上から回答を得た。

マレーシアの総合的なセールス満足度は6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もとに算出されている(1,000ポイント満点)。それらのファクターは総合満足度に対する影響度順に「納車プロセス」、「納車タイミング」、「セールス担当者」、「販売店設備」、「書類手続き」、「取引」となっている。<参考: 4ページの円グラフ>

#### マレーシアのセールス満足度が調査開始以来最高レベルに

セールス満足度ランキングではトヨタが第1位となった。6つのファクターうち「セールス担当者」、「販売店設備」、「書類手続き」、「取引」の4つにおいて、2003年の調査開始以来、最も高い評価を得た。第2位には日産、第3位にはイノコムが入った。日産は「納車プロセス」で特に評価が高かった。<参考: 3ページのランキング表>

2007年の業界平均スコアは772ポイントで、当調査開始以来、最も高いスコアをマークした。前回(2006年)と比較しても20ポイント高く、ランキング対象となったすべてのブランドで向上が見られた。特に、イノコム、ナザ、プロドゥア、プロトンなどマレーシア国産ブランドが海外ブランドよりも大きく向上した。

納車を約束した日時や顧客にとって都合の良い日時に行うことが顧客満足に対して重要であることがわかった。約束の日時や都合の良い日時に納車されなかった場合、「納車タイミング」に対する顧客の満足度は著しく低下し、業界平均と比較して267ポイント低くなる。

また、顧客ロイヤルティと推奨意向を高めるためには、期待を上回る販売対応を行い顧客を満足させることが依然として極めて重要であることが確認できた。これについて、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) のカントリー・マネージャー、エンディーナ・ウィダータマは、「マレーシアの顧客の一番の情報源が友人や親類であることを考慮すると、販売対応で顧客を満足させることがブランドと販売店に対する顧客のロイヤルティを築くための第一歩と言える。たとえば当調査で第1位のトヨタは、同じメーカーや販売店を「必ず推奨する」と答えた顧客の割合が高い」と述べている。

\* 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。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。

<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](http://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

F A X： 03-4550-8151

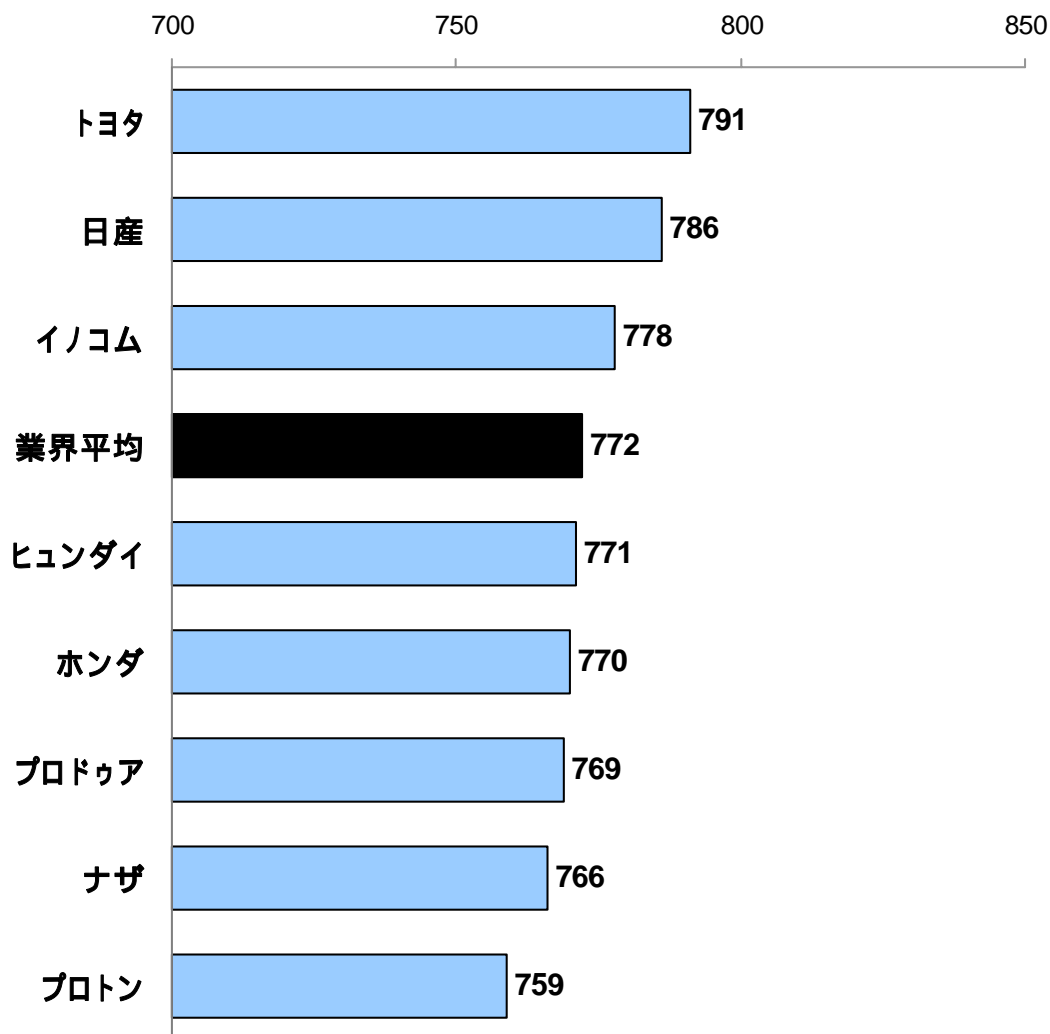
e-mail： [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

<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年マレーシア自動車セールス満足度(SSSI)調査<sup>SM</sup>

セールス満足度ランキング  
(1,000ポイント満点)



注) BMW、フォード、起亜、メルセデス・ベンツ、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。

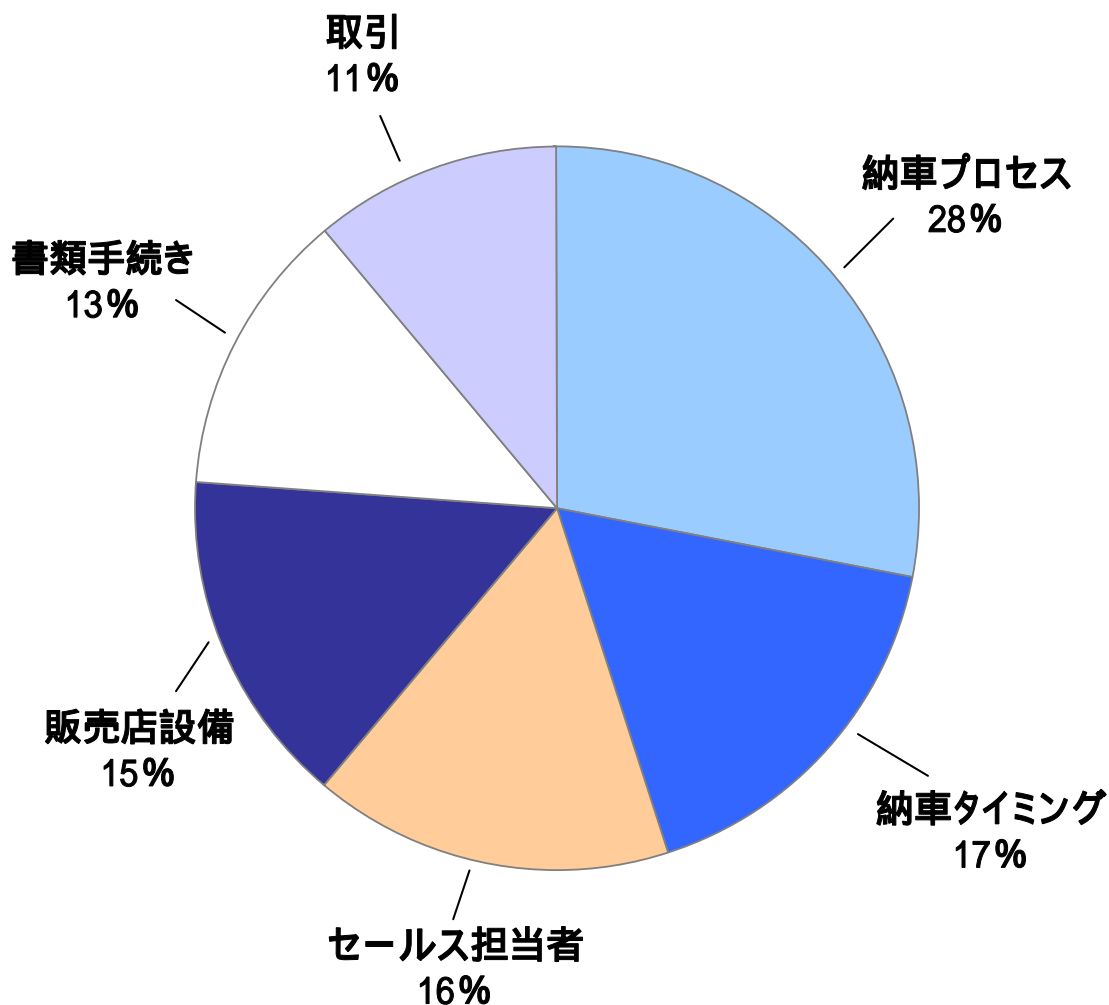
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年マレーシア自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>

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年マレーシア自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年マレーシア自動車セールス満足度(SSSI)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年マレーシア自動車セールス満足度調査<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年マレーシア自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。