

Press Release

報道用資料

2008年3月3日

2007年のフィリピン自動車セールス満足度、フォードが2年連続第1位

2007年フィリピン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年フィリピン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。7回目となる今回の調査は、2006年11月から2007年6月までに新車を購入した消費者を対象に2007年5月から8月にかけて面接調査を実施し、1,400人以上から回答を得た。

フィリピン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基に算出されている（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」、「書類手続き」、「取引」、「販売店設備」となっている。

納車場所と納車にかかる時間がセールス満足度に大きく影響

セールス満足度ランキングでは、フォードが835ポイントで第1位となった。「納車タイミング」、「取引」、「販売店設備」で特に評価が高かった。第2位には834ポイントで今年初めて調査対象となったマツダが入った。「納車プロセス」、「書類手続き」、「セールス担当者」で特に高い評価を得ている。他に三菱、ホンダ、トヨタの順に業界平均スコアを上回った。

2007年の業界平均スコアは826ポイントで、前回（2006年）調査から15ポイント低下した。ほぼすべてのメーカーでスコアが下がっている。

今回の調査で、納車の場所がセールス満足度に大きく影響していることが明らかになった。勤務先や販売店で車を受け取った顧客に比べ、自宅で受け取った顧客は「納車プロセス」で平均以上の満足度を示している。販売店で車両を受け取りたいと希望している人の割合は約50%だったが、実際に販売店で車両を受け取った人はそれより多く80%以上だった。また10人中3人が自宅で受け取りたいとしているが、実際に自宅に納車されたのは10人中わずか1人だった。さらに新車購入者の11%が勤務先で車両を受け取りたいと希望しているが、実際には6%だった。

また車を販売店や勤務先で受け取った顧客より自宅で受け取った顧客の方が、取扱説明書や車の特徴、アフターサービス、保証についての販売店の説明能力を大幅に高く評価している。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、アンナ・アマダーは、「職場や販売店よりも自宅にいる方がリラックスできる顧客の場合、自宅に納車されれば、車の特徴やアフターサービスについての説明に対してより注意深く耳を傾けることができる」と述べている。

さらにセールス担当者が納車時にどの程度の時間をかけるかがセールス満足度に影響を与えることがわかった。納車にかけた時間が1時間以上だと、セールス満足度に対してプラスの影響が見られる。また1時間未満だった場合に比べ、セールス担当者の総合的な能力やスキル、約束を実行する能力と行動に対し、非常に満足し10ポイント中10ポイントのスコアを付ける顧客が多くなる。なお、セールス担当者が納車に何分かけたかを聞いたとこ

る平均 48 分となったが、60 分以上だった顧客の割合は 30% 以上だった。

* 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 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 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

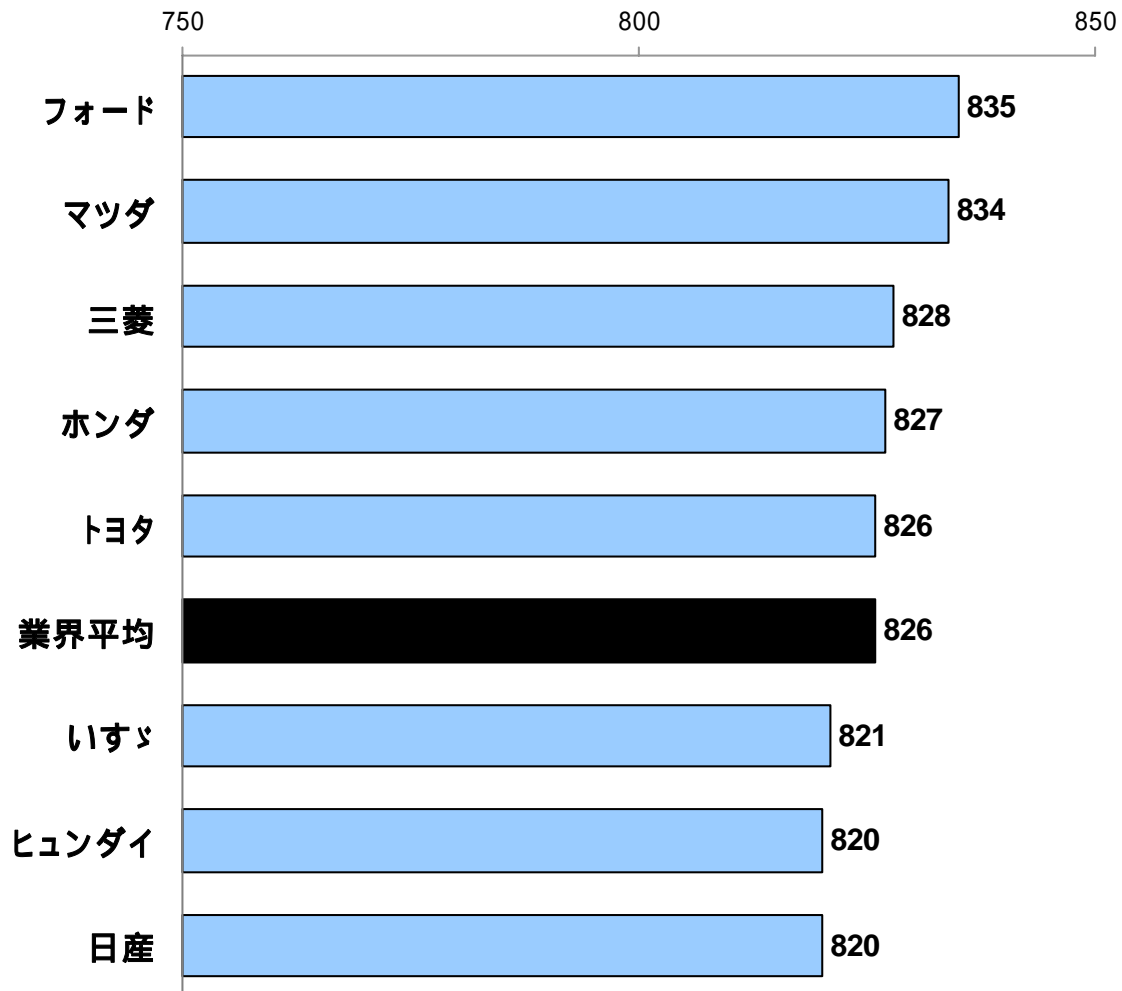
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

< 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年フィリピン自動車セールス満足度 (SSI) 調査SM

セールス満足度ランキング (1,000ポイント満点)



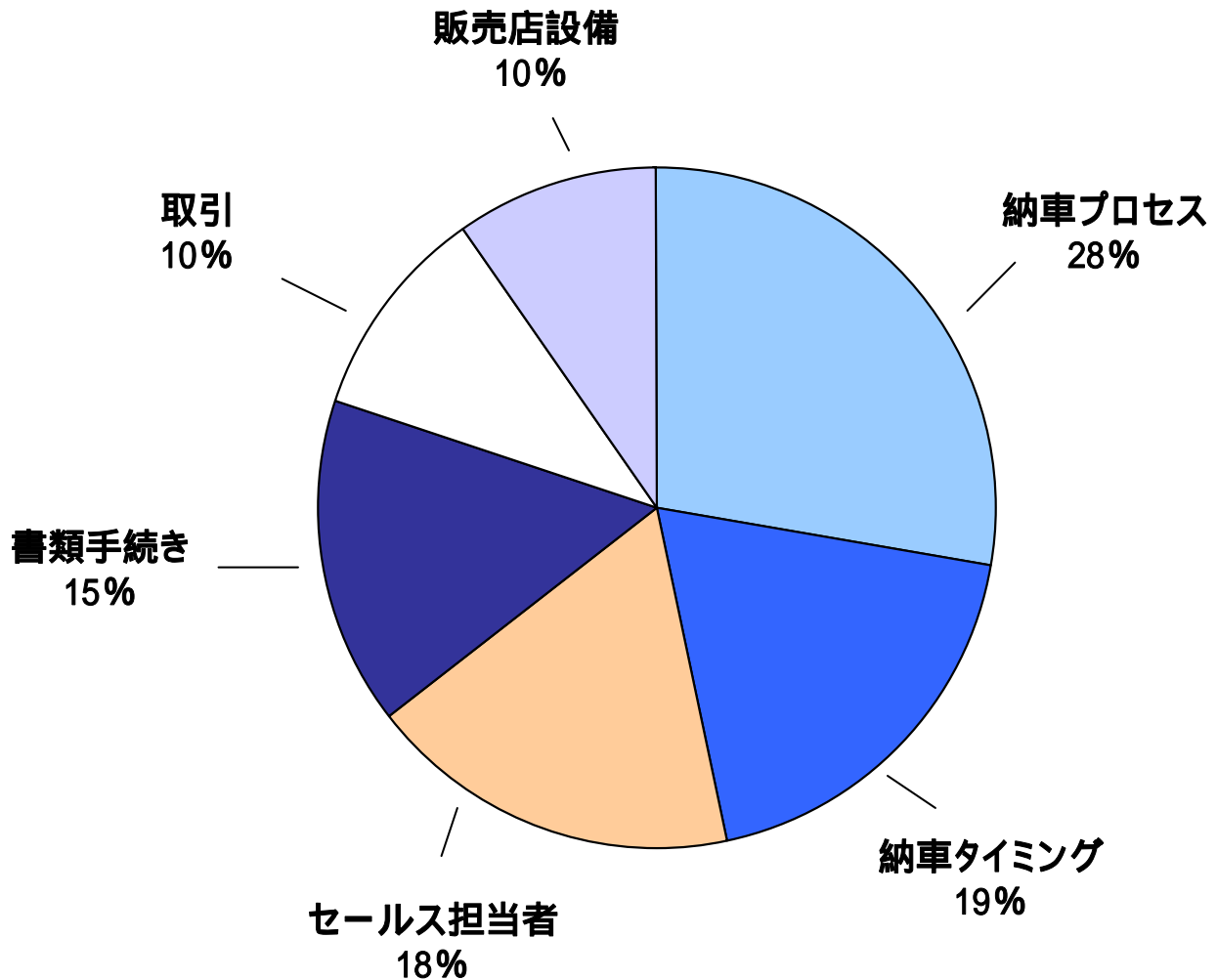
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年フィリピン自動車セールス満足度調査SM

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年フィリピン自動車セールス満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年フィリピン自動車セールス満足度 (SSI) 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年フィリピン自動車セールス満足度調査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年フィリピン自動車セールス満足度調査SM) を明記して下さい。