

Press Release

報道用資料

2008年10月30日

自動車サービス満足度、レクサスが首位

2008年日本自動車サービス満足度(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、2008年日本自動車サービス満足度（Customer Service Index、略称 CSI）調査の結果を発表した。

本調査はアフターサービスにおける販売店の満足度を総合的に分析することを目的としており、今回で7回目の実施となる。本年の調査では、昨年まで別個に実施してきた登録車と軽自動車の顧客をそれぞれの対象とした2つのサービス満足度調査を統合し、車両保有期間、調査項目を見直した上で、乗用車顧客を広く対象とした調査としている。本年は新車購入後1年～4年（15～51ヶ月）が経過した顧客を対象に、2008年6月から7月にかけて郵送調査を実施し、10,740人から回答を得た。

新車購入店でサービスを受けた際の顧客の総合的な満足度に影響を与えるのは5つのファクターで、それらは「サービス担当者」（34%）、「営業体制」（19%）、「店舗施設」（16%）、「サービス内容」（16%）、「サービス料金」（15%）となっている（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。これらのファクターにおける複数の詳細項目に対する評価を基に、総合満足度を算出している。

◆輸入車顧客は満足度が高い傾向にある◆

総合的なサービス満足度（以下、総合満足度）の業界平均スコアは1000点満点で590ポイントとなった。国産登録車、軽自動車、輸入車別に総合満足度をみると、輸入車が最も高く、業界平均を12ポイント上回る602ポイントとなった。次いで国産登録車が590ポイント、軽自動車が586ポイントとなっている。

ブランド別総合満足度ランキングでは、ランキング対象となった17ブランドの中でレクサスが総合スコア784ポイントでランキング第1位となった。レクサスは、総合満足度を構成する5つのファクター全てで、業界平均のファクター満足度を100ポイント以上上回っており、ランキング対象ブランド中最も高い満足度となっている。総合満足度ランキングの第2位はメルセデス・ベンツ（635ポイント）、第3位はBMW（631ポイント）、次いでアウディ（623ポイント）、ミニ（618ポイント）、ボルボ（615ポイント）と続き、第2位から6位までを輸入車ブランドが占めている。

◆顧客の維持・拡大にはディーラーのアフターサービス満足度の向上が不可欠◆

本年の調査から、車両を購入した販売店で「車検」の入庫経験について新たに聴取している。顧客が初回の「車検」を購入店で受けた割合は業界全体で72%となった。「車検」を購入店に入庫した理由で最も回答が多かったのは「メーカー（ディーラー）であることの安心感」（55%）で、「都合の良い日時に利用できた」など入庫時の利便性に関わる項目も上位に挙げられた。一方、購入店に入庫しなかった理由で最も回答が多かったのは「料金が高かった」（42%）で、購入後のアフターフォローや人的対応に関わる項目も上位となった。また、セールス担当者／購入店からの購入後コンタクトの頻度が高いほど「車検」の購入店への入庫率が高いことが明らかとなった。

合わせて、サービス満足度が高い顧客は、再購入意向や推奨意向が高いことが確認された。同一メーカーからの

再購入を「必ずする」と回答した割合は、総合 CSI が「500 ポイント未満」の顧客層では 5%であるのに対し「800 ポイント以上」の顧客層では 28%に高まる。同様に同一メーカーの友人や知人への推奨意向では「必ず推奨する」と回答した割合は総合 CSI が「500 ポイント未満」で 2%であるのに対し、「800 ポイント以上」では 18%となる。次回の「定期点検」などのサービス入庫意向についても、総合 CSI が高い顧客は「購入店に入庫する」と回答した割合が多いことも確認された。

保有台数が減少に転じ、車両の保有年数が長期化する局面を迎えた日本の自動車市場においては、販売台数の低下を最小限に留める努力とともに、新車販売以外での収益確保が命題となっている。なかでもサービス収益は現在の販売店ビジネスの根幹ともいえるほど重要な役割を担っており、安定した入庫台数の確保に向けた取組みは欠かせない。車検サービスを含め、サービス入庫時の顧客の満足度を高め、サービス入庫獲得により収益面の強化と顧客接点の維持を両立し、将来の代替や顧客紹介に繋げていくことは今後ますます重要になってくる。

*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。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。

<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、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

クライアント・サービス グループ

住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル (〒105-0001)

電 話： 03-4550-8060

F A X： 03-4550-8152

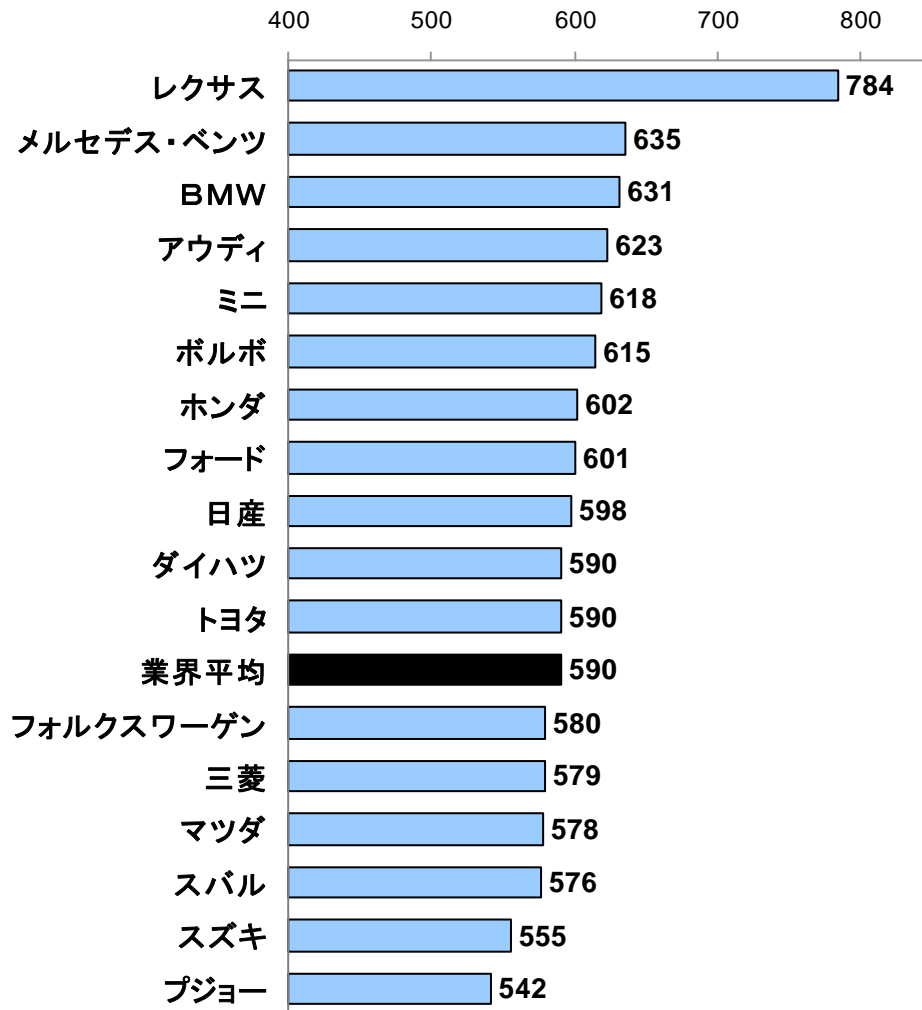
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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 2008年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM

ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)



注) アルファロメオ、シボレー、クライスラー、シトロエン、フィアット、ジャガー、ランドローバー、オペル、ルノー、スマート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。

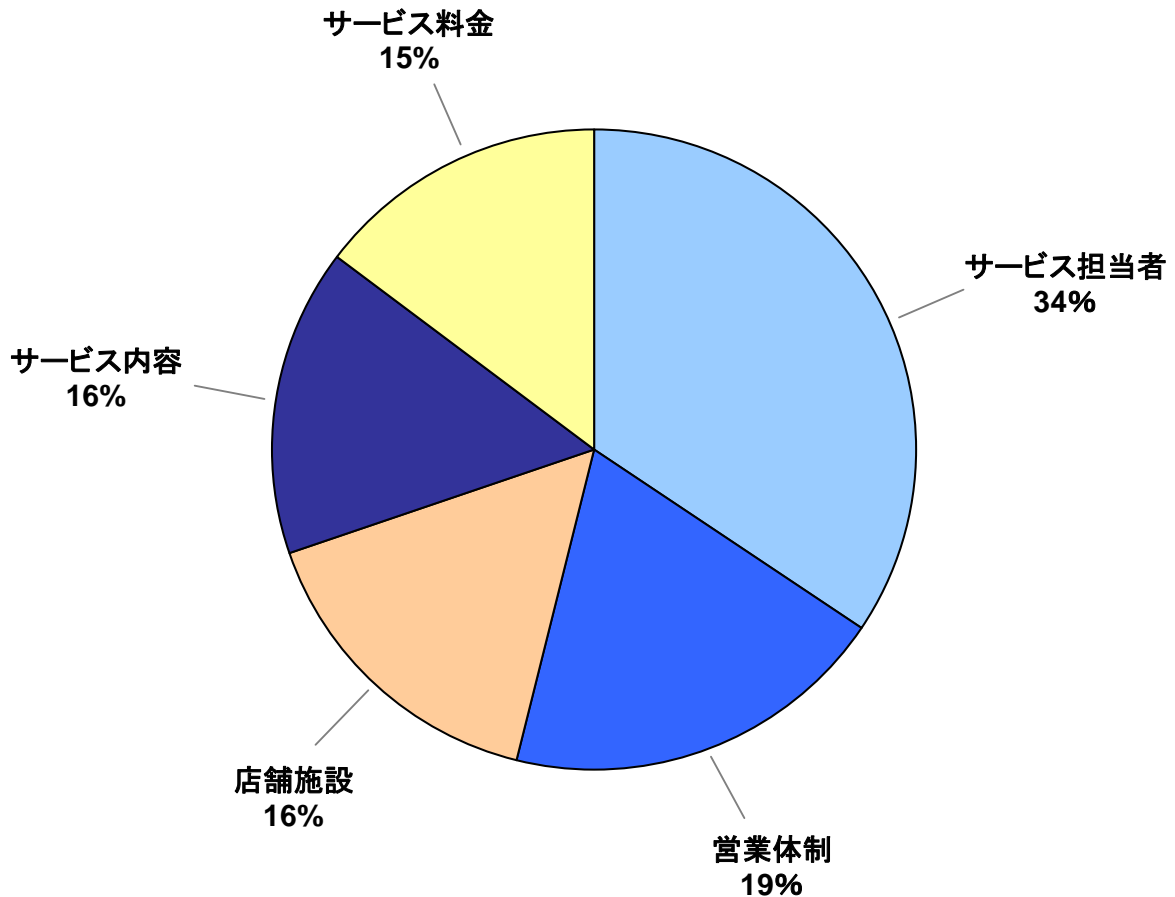
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2008年日本自動車サービス満足度調査SM

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 2008年日本自動車サービス満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2008年日本自動車サービス満足度(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 2008年日本自動車サービス満足度調査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 2008年日本自動車サービス満足度調査SM)を明記して下さい。