

Press Release

報道用資料

2009年11月30日

新車需要が低下する中、自動車ディーラーのメーカーに対する満足度は大きく上昇

2009年日本自動車ディーラー満足度調査(DAS)

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、代表取締役社長：アルバート ラパーズ）は、2009年日本自動車ディーラー満足度調査（Dealer Attitude Study、略称 DAS）の結果を発表した。

当調査は、ディーラー経営者の自動車メーカーやインポーターに対する満足度評価および自動車販売ビジネスに関する意識や考え方を把握することを目的として、1995年より実施している。15回目となる今年は、2009年7月から10月にかけて郵送調査を実施した。全国のディーラー経営者380人から回答を得たが、複数の販売組織を経営している場合はそのすべてについて評価を得ており、実際の回答数は476件となっている。

当調査では総合的な満足度を、総合満足度に影響を与える8つのファクターの詳細評価項目に関するディーラーの評価をもとに算出している。8つのファクターは「商品力」（31%）、「ディーラーへの対応」（21%）、「販売促進サポート」（13%）、「サービスロードマンの対応」（12%）、「保証制度」（6%）、「販売ロードマンの対応」（6%）、「新車発注」（6%）、「部品供給」（5%）となっている（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。

◆トヨタが15年連続でディーラー満足度首位◆

メーカー/インポーターに対するディーラー満足度の今年の業界平均スコア*は昨年より4ポイント上昇し、現在の調査内容に改訂した2000年以降の最高スコアとなる104ポイントだった。総合満足度に対する影響度が高い「商品力」「ディーラーへの対応」の評価が上昇している。8つのファクターのうち「新車発注」を除く7つのファクターの満足度が2000年以降で最高スコアとなった。

*調査内容の改訂を行った2000年の業界平均スコアを100とする。

メーカー別ランキングでは対象となった5メーカーの中でトヨタが117ポイントでトップとなった。「商品力」「保証制度」で昨年より評価が上昇した。同社は当調査が始まった1995年より15年連続で首位を維持している。第2位はマツダで107ポイント、第3位はホンダと日産が105ポイントで並んだ。以上4メーカーが業界平均を上回っており、日産は6年振りに業界平均を上回ることとなった。第5位は三菱で91ポイントだった。

第3位のホンダと日産は、ディーラー満足度が昨年より5ポイント以上の上昇となった。ホンダは「商品力」が昨年より12ポイント上昇しており、中でも「需要の高いモデルを供給している」「市場ニーズに見合った商品企画」に対する評価が高かった。トヨタとともにハイブリッド車の商品性への高い評価があらわれている。日産は「ディーラーへの対応」「サービスロードマンの対応」「保証制度」「販売ロードマンの対応」「部品供給」に対する満足度が5ポイント以上の上昇となり、ディーラーに対するメーカーの支援施策や活動が全般的に高い評価を得ている。

回収サンプル数が少ないためにランキング対象外となったが、フォルクスワーゲンとBMWにおいても、インポーターに対するディーラーの満足度が昨年より10ポイント以上の上昇となった。国産車系列のみならず輸入車系列ディーラーでもメーカー/インポーターに対する満足度の上昇がみられた。

昨秋からの世界同時不況を受け、日本の自動車市場が急速に縮小する中、メーカー/インポーターがディーラー

との協力関係の強化に努めている姿がみられた。メーカー／インポーターによるディーラー経営や販売促進に対する支援活動は総じて増えている。例えば、日産では販売ロードマンやサービスロードマンのコンタクト頻度が増え、ディーラーと積極的なコミュニケーションをとる姿勢がうかがわれた。販売店での勉強会の実施や顧客とのトラブルの解決に向けた援助など販売現場での直接的な支援を始め、自動車ローンに関する低金利の融資などの財政面でも支援が行われている。また、ホンダでも競合車などに関する情報提供や販売店での勉強会の実施といった支援が強化されている。

◆環境対応車への期待◆

今年の調査結果から、今後の自動車販売店業界全体の収益性に対して、ほとんどのディーラー経営者が現在以上の収益性は望めないという認識を持っていることがわかった。自動車ディーラー各社では、業務の集約化や他社との経営統合も視野に入れた経営効率化へ継続的に取り組む考えがあることも確認された。一方で、環境対応車に対する意識についてみると、既に量産モデルが市販されているハイブリッド車については、自社のラインナップとして「必要」と回答したのは全体の約9割を占めた。また、プラグ・イン・ハイブリッド車や電気自動車、クリーン・ディーゼル車においても約7割が必要と回答している。今年の4月に需要喚起のため優遇税制措置が適用されるも、市場の回復は先行き不透明である。今後の新車需要の牽引役として環境対応車への強い期待感が浮き彫りとなった。

*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&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、2008年の売上高は64億ドルにのぼる。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

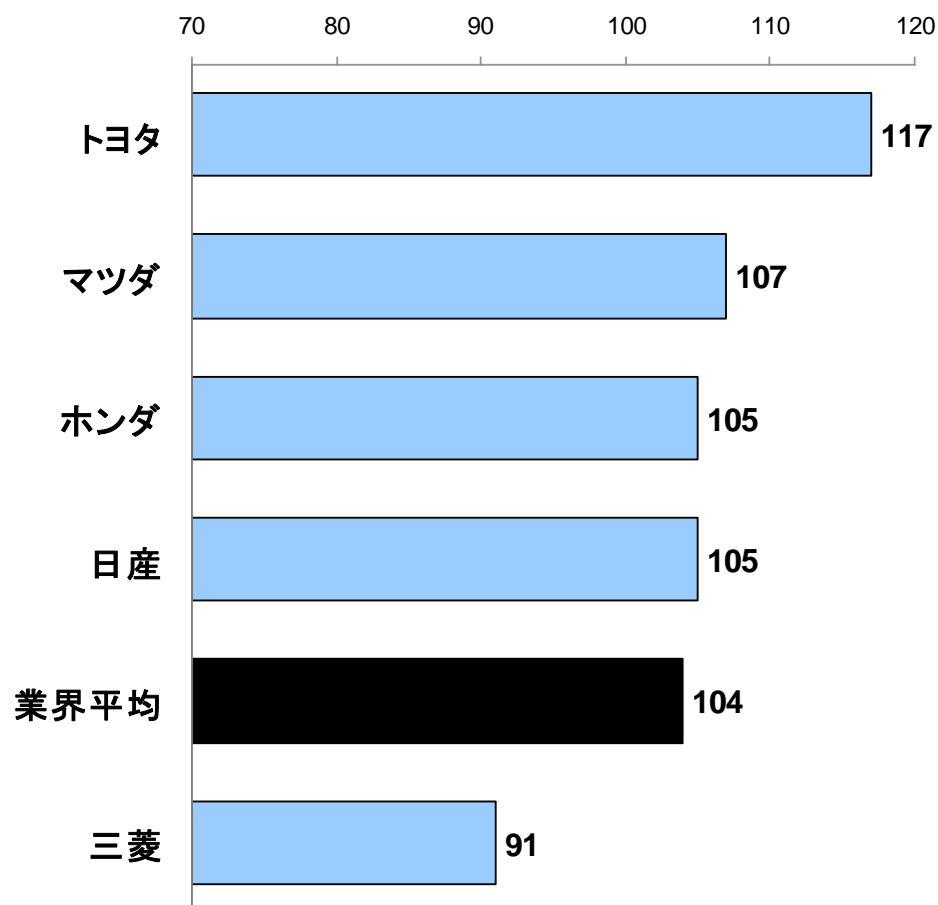
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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 2009年日本自動車ディーラー満足度調査(DAS)SM

メーカー別ランキング



注) BMW、メルセデス・ベンツ、フォルクスワーゲン、ボルボ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。

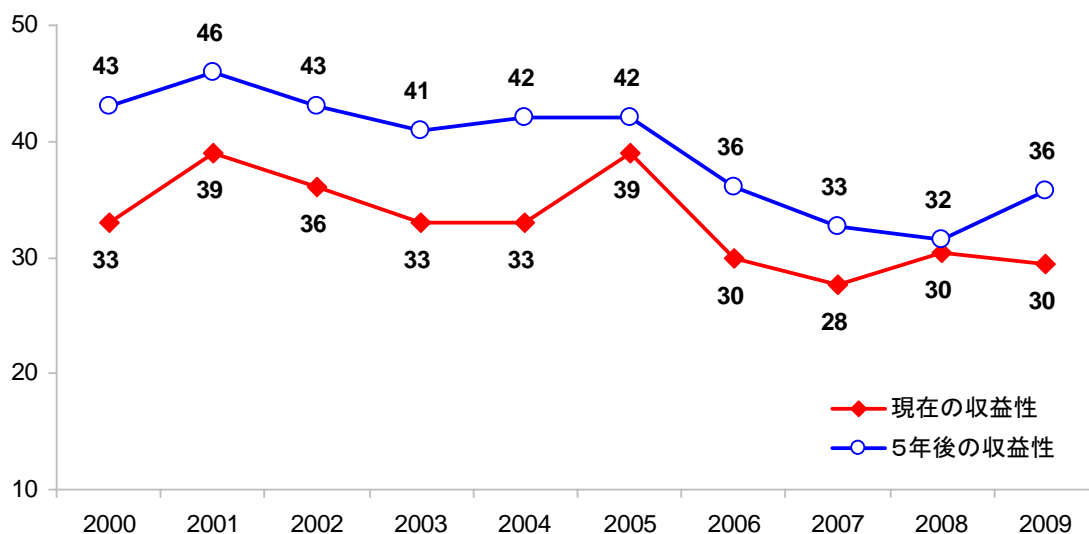
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本自動車ディーラー満足度調査SM

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 2009年日本自動車ディーラー満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本自動車ディーラー満足度調査(DAS)SM

現在および5年後の収益性に対する満足度の時系列推移
(「満足」および「やや満足」と回答した割合：%)
— 業界平均 —



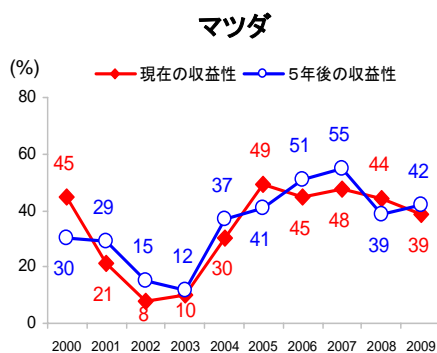
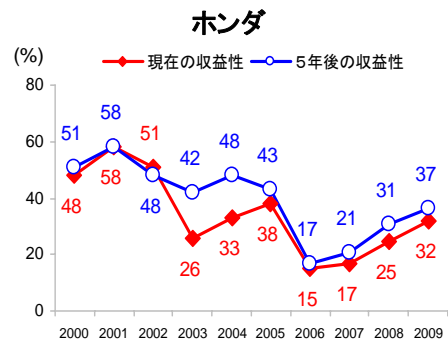
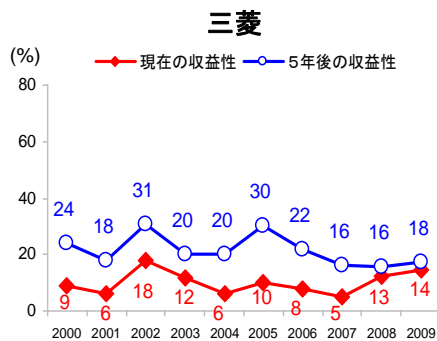
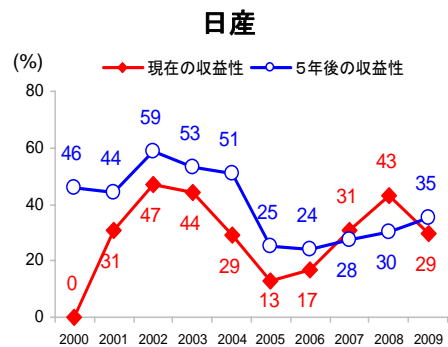
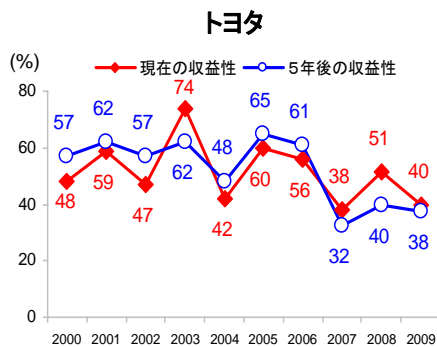
出典： J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本自動車ディーラー満足度調査SM

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 2009年日本自動車ディーラー満足度調査SM) を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本自動車ディーラー満足度調査(DAS)SM

現在および5年後の収益性に対する満足度の時系列推移
 (「満足」および「やや満足」と回答した割合：%)
 — メーカー別 —



出典： J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本自動車ディーラー満足度調査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 2009年日本自動車ディーラー満足度調査SM) を明記してください。