

Press Release

報道用資料

2009年11月24日

国内の営業用小型トラックの顧客満足度調査で、日野が第1位 2009年日本小型トラック顧客満足度調査

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、2009年日本小型トラック顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、全国のトラック貨物輸送事業者（緑ナンバー）の経営者を含む車両購入決定権者を対象に、各事業者が保有する小型トラックのメーカー（含販売店）に対する総合的な顧客満足度を測定するものである。4回目となる今年（2009年）は2009年7月から8月にかけて郵送調査を実施し、2,159の事業者から回答を得た。なお、1事業者につき最大2メーカーまで評価してもらったため、実際の回答は3,245件となっている。

小型トラックに関する総合的な顧客満足度に影響を与えるのは4つのファクターで、それらは総合満足度に対する影響度順に「アフターサービス」（56%）、「営業対応」（21%）、「コスト」*（13%）、「商品」（10%）となっている（カッコ内は影響度）。各ファクターにおける合計62の詳細項目に対する顧客の評価をもとに総合満足度スコアを算出している。

* 車両購入価格、燃料油脂代、部品修理代、車両処分費用など

◆日野はアフターサービスにおける利便性が向上◆

今年の総合満足度の業界平均スコアは623ポイントで昨年から2ポイントの上昇となった。ブランド別総合満足度ランキングでは、対象となった6ブランドの中で日野が第1位となった。総合満足度スコアは昨年から16ポイント上昇の643ポイントを獲得し、顧客満足度を構成する4つのファクターのうち「アフターサービス」、「営業対応」、「商品」で最も高い評価となった。日野は、顧客満足度に最も影響を与える「アフターサービス」のファクターで昨年より評価が大きく向上しており、中でも“故障・事故時の迅速な対応”や“営業日・時間”などのサービス体制に対する評価が大きく上昇しており、顧客の都合に合わせる迅速な対応が支持されている。加えて、営業担当者の訪問頻度や納車後のフォロー活動に対する評価も高く、日野の強みとなっている。

総合満足度ランキングで第2位となったトヨタは昨年より総じて満足度が上昇した。特にコストに対する評価は大きく上昇し、整備や修理にかかる経費や部品の価格、燃費に対する評価が大きく改善している。車両の故障の少なさと合わせて顧客のランニングコストに対する高い評価はトヨタの強みである。ブランド別ランキングの第3位には日産ディーゼル（628ポイント）、第4位はいすゞ（624ポイント）であった。

◆数多くの顧客接点の確保がCS向上の基盤◆

販売が低迷する中、トラックメーカーや販売店はトラックを保有する事業者（顧客）との関係強化に注力している。営業担当者と顧客の接点である訪問頻度をみると、「月に2～3回以上」の顧客訪問を強化して営業活動量を増やしたメーカーや「月に1回以上」の訪問頻度となる顧客を増やしたメーカーなどその取組には違いがみられた。本調査では営業担当者の顧客訪問頻度が高いほど、顧客の満足度が上昇することが確認されている。さらに訪問の際には、集金などの業務や単なるコミュニケーションにとどまらず、自社の車両のフォローや業界動向に関する情報交換、顧客の業務改善に役立つようなアプローチが顧客の満足度をより高めている。

日野やトヨタをはじめ顧客の評価が向上しているメーカーがある一方、昨年から顧客満足が低下しているメーカーもあり、業界全体では顧客満足度におけるメーカー間の格差は過去最大となった。顧客の満足度が高まると再購入意向といったリテンションに対して影響を与えており、さらにはメーカー間の差が開きつつある。トラックメーカーやディーラーが高いロイヤルティを醸成し、基盤顧客からの収益性を高めていくためには顧客満足向上への継続的な取組が今後も不可欠なものとなる。

<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。ISO9001 および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、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

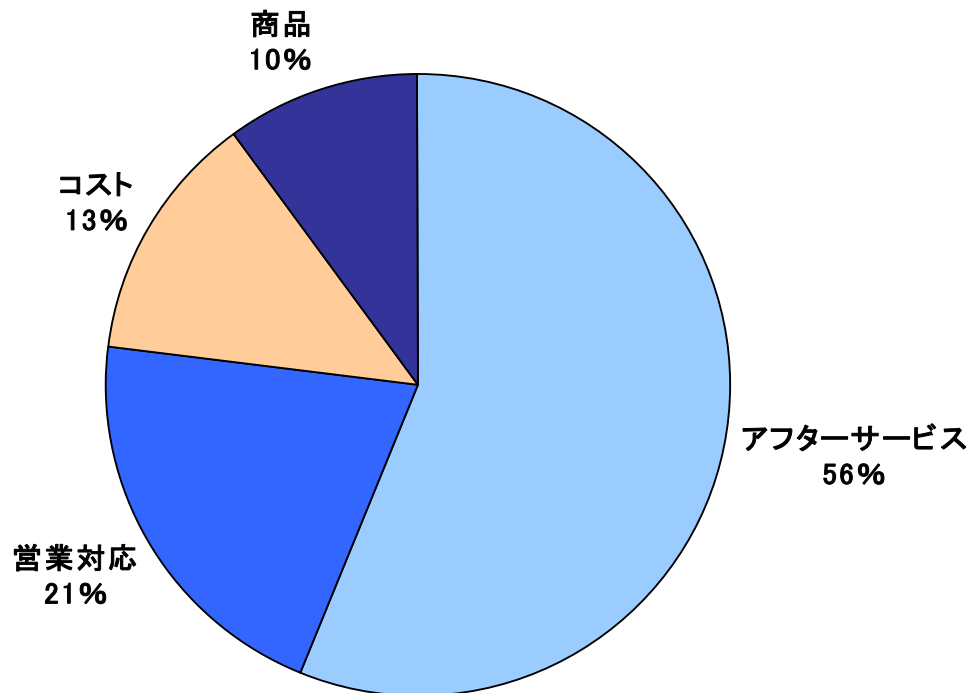
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年日本小型トラック顧客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター



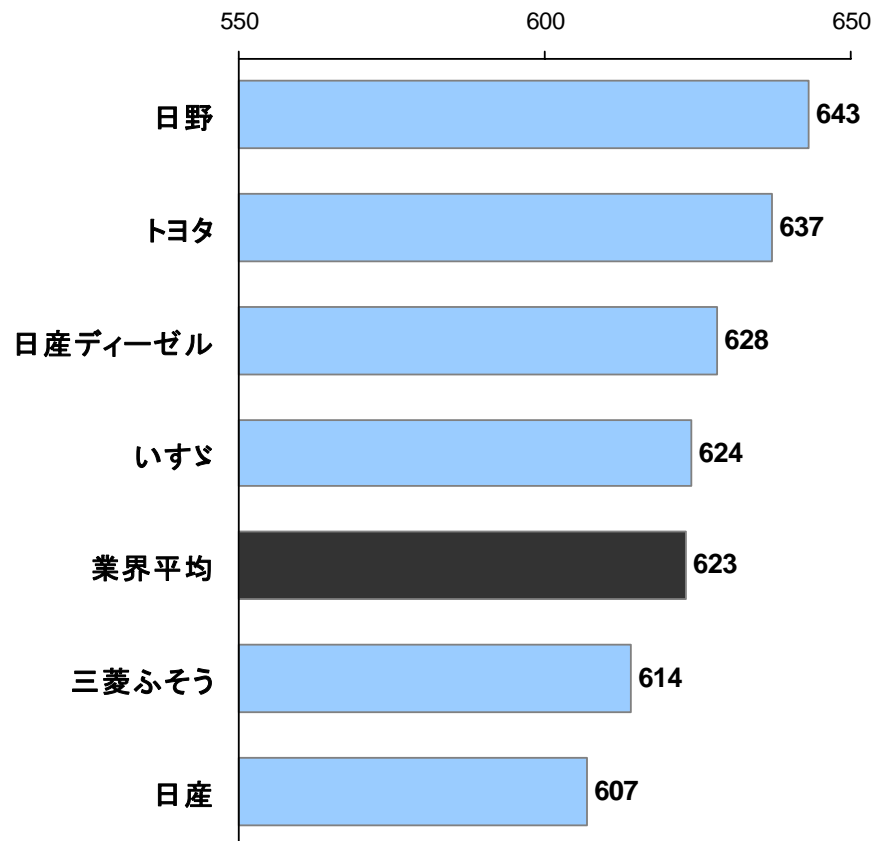
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本小型トラック顧客満足度調査SM

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 2009年日本小型トラック顧客満足度調査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年日本小型トラック顧客満足度調査SM

ブランド別ランキング



注) マツダ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年日本小型トラック顧客満足度調査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 2009年日本小型トラック顧客満足度調査SM) を明記してください。