

Press Release

報道用資料

2009年8月28日

サービスステーション(ガソリンスタンド)の顧客満足度、 フルはShell、セルフはSOLATOが第1位

2009年日本サービスステーション顧客満足度調査

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年日本サービスステーション顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、全国の自動車保有者を対象に、主に利用するサービスステーションでの経験や満足度を調べるものである。今年5月にインターネット調査を実施し、フルサービスでは5,488名、セルフサービスでは6,862名の合計12,350名から回答を得た。

当調査では、フルとセルフの各サービスの形態や利用者特性の違いに着目し、各々の顧客満足度を構成するファクターを以下のように定義している（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。フルサービスおよびセルフサービスの顧客満足度は、これらのファクターにおける複数の詳細項目についての評価を基に、総合的な満足度スコア（1,000点満点）を算出している。

フルサービス：「スタッフ」（30%）、「フルサービスオペレーション」^{注1}（21%）、「店舗施設」（18%）、「精算・支払い」（16%）、「商品・サービス」（15%）

セルフサービス：「セルフサービスオペレーション」^{注2}（27%）、「店舗施設」（23%）、「精算・支払い」（21%）、「スタッフ」（15%）、「商品・サービス」（14%）

注1：給油後の道路への誘導、窓拭きや灰皿交換など、フルサービス固有の評価項目で構成。

注2：安全な給油への配慮、給油機の清潔さなど、セルフサービス固有の評価項目で構成。

フルサービスの顧客満足度ランキングでは、Shellが655ポイントで第1位となった。Shellは「スタッフ」「フルサービスオペレーション」「商品・サービス」でトップ評価を獲得し、昨年のランキング（5位）から大きく躍進した。第2位のJOMO（651ポイント）は「店舗施設」でトップ評価を得ている。第3位には、「精算・支払い」がトップのIDEMITSU（649ポイント）が入った。

セルフサービスでは、SOLATO（643ポイント）が第1位にランクインした。SOLATOは「セルフサービスオペレーション」と「商品・サービス」で業界トップの評価を得ている。第2位はCOSMO、Esso、Shellが641ポイントで並んだ。COSMOは「精算・支払い」、Essoは「店舗施設」、Shellは「スタッフ」でランキング中2番目に高い評価を得ている。

◆セルフを主に利用する人が増加、本年は6割を超える◆

サービスステーション利用者が主に利用している店舗形態を見ると、当調査を開始した2005年時点では4割弱であったセルフ利用者は年々増加しており、本年は6割を越えた。実際のセルフ店舗数も1998年のセルフ解禁以降、現在はサービスステーション全体の約2割を占めるまで増加しており、顧客のセルフ化が急速に進行している。

一方、本年の総合満足度ランキングを見ると、特にセルフサービスでは上位7ブランドが5ポイント差以内であり、各社サービスに対する顧客の評価は非常に拮抗している。しかし、各社の評価を詳細に見ると、価格ではなく、スタッフ対応や店舗施設に関する満足度が高いブランドがランキング上位を占めている。低価格を武器に急増するセルフスタンドだが、今後はセルフ間での競争も一層激しくなることが予想される。そのような厳しい環境において、顧客に支持される店として生き残るためには、セルフにおいても低価格だけではなく、他社、他店を圧倒するサービスの提供が重要になるであろう。

◆顧客満足度を高めれば、油外サービスの利用者が増える◆

サービスステーション業界では、ガソリンや軽油以外の商品・サービス群(洗車・タイヤ・車検など)は「油外サービス」と呼ばれおり、経営を支える貴重な収益源となっている。本年調査では、回答者に過去1年の油外サービス利用経験を聴取したところ、普段利用しているサービスステーションを利用した割合が、洗車は約3~5割、タイヤ/オイルなどの自動車関連商品は約1~2割、車検・点検整備は1割未満であることがわかった。また、各油外サービスのサービスステーション利用率について、満足度の平均的な顧客と高い顧客を比べたところ、満足度が高い顧客は平均的な顧客に比べ1.2~1.6倍その利用率が高くなることが明らかになった。この結果を平均的な1店舗あたりの売上にあてはめると、“油外サービス”の売上高が年間約1.4倍増加することになる。

ガソリン需要の増加は見込めず、年々サービスステーション数が減少する厳しい経営環境の中、各社生き残るための要件として顧客満足の重要性は理解している。しかし、その効果が数値として不透明なため、特に経営者は費用対効果への危惧から、CS改善活動を躊躇するケースは多い。もちろん、CS改善に投入できる経営資源は限られている。CS改善を掛け声だけで終らせず、確実な取り組みとするためには、その費用対効果への理解も生き残りの鍵を握るといえよう。

*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&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

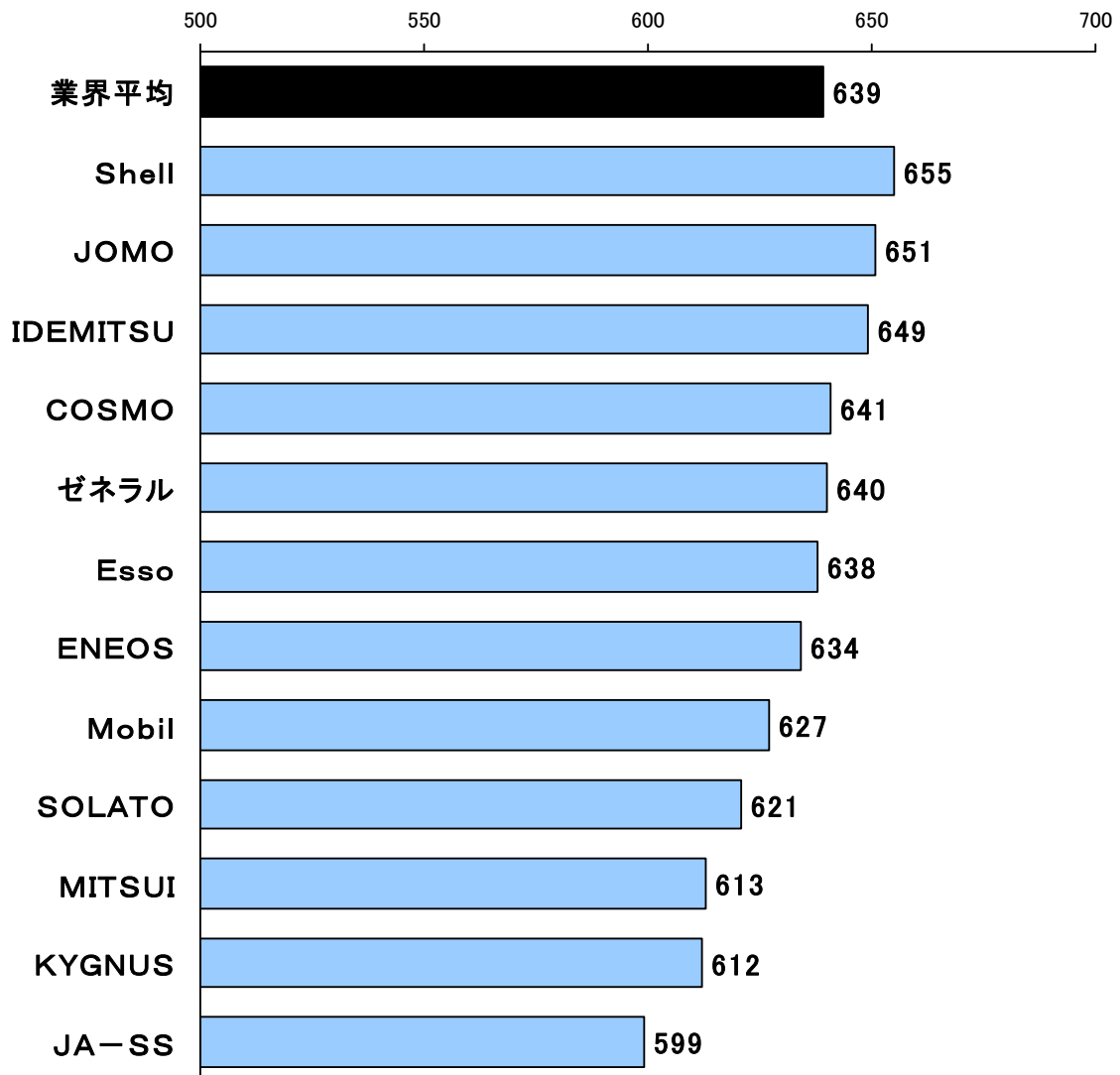
e-mail: cc-group@jdpower.co.jp

<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年日本サービスステーション顧客満足度調査SM

フルサービス顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注) carenex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。

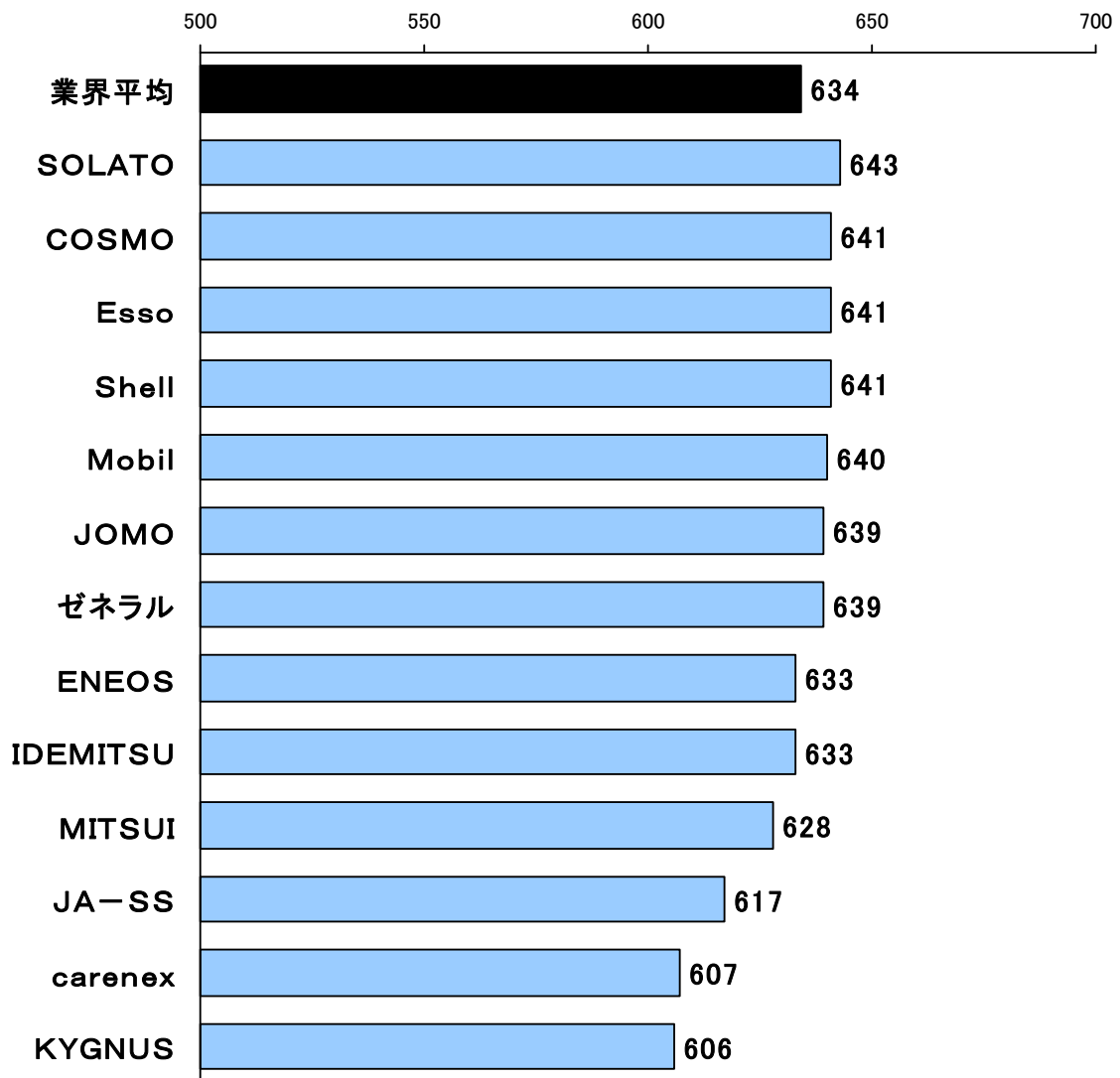
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本サービスステーション顧客満足度調査SM

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年日本サービスステーション顧客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本サービスステーション顧客満足度調査SM

セルフサービス顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



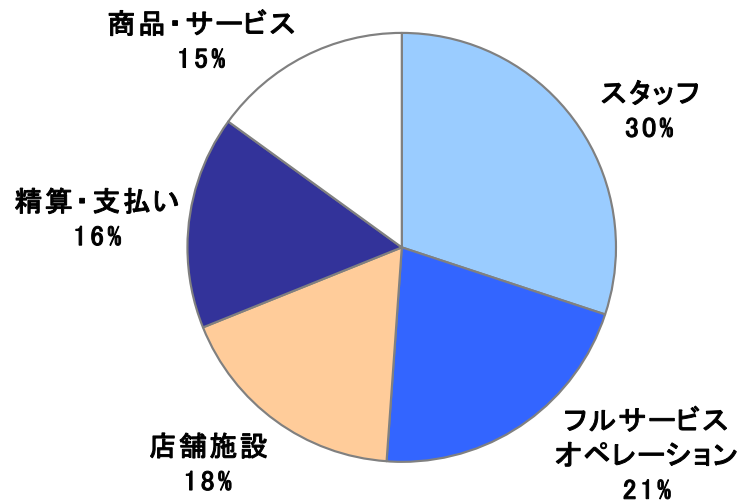
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本サービスステーション顧客満足度調査SM

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。

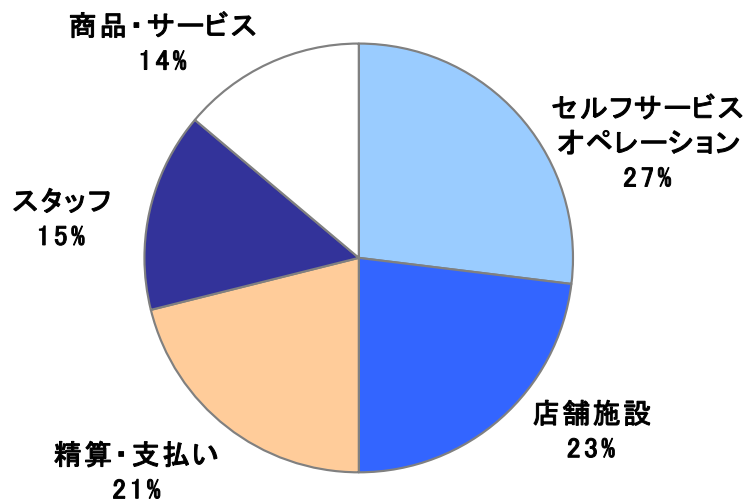
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本サービスステーション顧客満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本サービスステーション顧客満足度調査SM

顧客満足度を構成するファクター フルサービス



セルフサービス



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本サービスステーション顧客満足度調査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年日本サービスステーション顧客満足度調査SM)を明記して下さい。