

## Press Release

報道用資料

2010年10月28日

### 自動車サービス満足度、レクサスが4年連続の第1位

#### 2010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2010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。

当調査は、アフターサービスにおける販売店に対する顧客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9回目の実施となる。新車購入後1年～4年（15～50ヶ月）が経過した顧客を対象に2010年6月にWEB調査を実施し、10,816人から回答を得た。本調査は新車購入店で直近1年間に点検や修理などのアフターサービスを利用した際の販売店対応に対する顧客満足度を測定している。

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」（23%）、「サービス料金」（22%）、「サービス内容」（21%）、「営業体制」（19%）、「店舗施設」（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。

#### ◆輸入車ブランドがレクサスに次いで高い評価を獲得◆

2010年の総合サービス満足度（以下、総合満足度）の業界平均スコアは1000点満点で620ポイントとなった。総合満足度スコアを国産登録車、輸入車、軽自動車の3分類でみると、輸入車が最も高く640ポイント、次いで国産登録車が625ポイント、軽自動車が606ポイントとなっており、輸入車顧客の満足度は相対的に高い水準にある。総合満足度を構成するファクターの満足度をみると、輸入車の顧客では全てのファクターが国産登録車や軽自動車の評価を上回っており、スタッフの対応やサービス内容に対する評価が特に高い。

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16ブランドの中でレクサスが4年連続で第1位を獲得した。総合満足度スコアは777ポイントで業界平均を157ポイント上回っている。レクサスは総合満足度を構成する全てのファクターで業界最高値を獲得し、他ブランドに対して優位なポジションを築いている。

第2位はメルセデス・ベンツで672ポイント、第3位はBMW（665ポイント）、第4位はアウディ（650ポイント）であった。5位以下のブランドの満足度水準はほぼ拮抗しており、販売店の顧客対応次第でランキング順位を大きく塗り替える余地があるといえよう。

#### ◆初回車検入庫先の比較検討割合は2割◆

初回車検の入庫先を比較検討した割合は業界全体で2割にとどまることが明らかとなった。初回車検の入庫先を比較検討した顧客の約半数が、車検の事前見積もりを入手しており、見積もり平均取得数は約2社となっている。入庫先を比較検討した顧客のうち、最終的にどこに入庫するかを決定した時期については、「1ヶ月～2ヶ月前」（29%）と「15日前～1ヶ月前」（26%）の回答割合が高く、全体の約6割が車検の2ヶ月前から2週間前までに入庫先を決定している。

初回車検入庫先を比較検討し、結果的に「購入店」に入庫した顧客と「購入店以外」に入庫した顧客の割合は約半々である。入庫先を比較検討し「購入店」に入庫した顧客の入庫店選定理由をみると、「メーカー/ディーラー

であることの安心感」をトップに挙げており（46%）、続いて「都合のよい日時に利用できた」（43%）と「お店から案内が届いた」（43%）を挙げているが、「料金が安かった」（20%）については上位理由には挙げられていない。一方、入庫先を比較検討し、最終的に「他店」に入庫した顧客の入庫理由をみると、「料金が安かった」を挙げる人が最も多く（72%）、2番目以降の理由を大きく引き離していることが特徴的である。車検入庫先を迷っている顧客に対してはアフターサービスの案内・コンタクト等が有効であると認められる。

### ◆ 今後のメンテナンスについてのアドバイスはCS向上に有効◆

販売店対応に最高得点をつけた顧客（Delighted Customer、以下D/C顧客）は業界全体の7%を占め、ブランド別にみるとレクサス顧客のD/C顧客比率は30%と突出して高い。D/C顧客では「今後のメンテナンスについてアドバイスをしていた」や「サービス後の満足確認連絡」があったと回答した割合が業界平均の回答割合を大きく上回る。これらの活動・サービスの業界全体での実施率はそれほど高い水準ではないものの、これらサービスが提供された場合、業界平均の総合満足度（620ポイント）を70ポイント程上回りCSへのインパクトが強い活動であることが示されている。

アフターサービス市場において最大の収益源ともいえる「車検」のD/C顧客の「購入店」入庫意向は+9ポイント、定期的な入庫が見込める「オイル交換」は+10ポイント業界平均を上回る。メーカー再購入意向・推奨意向との関係については、「必ず再購入する」や「必ず推奨する」と回答した割合は、D/C顧客は業界平均の2倍以上に増加する。

サービス入庫時に、業界全体では実施率が必ずしも高くない分、実施することでCS向上の効果が高い販売店活動を積極的かつ継続的に取り組み、D/C顧客を獲得し、見込み客の紹介やアフターサービスの再入庫につなげ、サービス収益基盤をより強固なものにしていくことが今後より重要性を増すであろう。

\*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](http://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、2009年の売上高は59.5億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト [www.mcgraw-hill.com](http://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

コーポレート・コミュニケーション

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

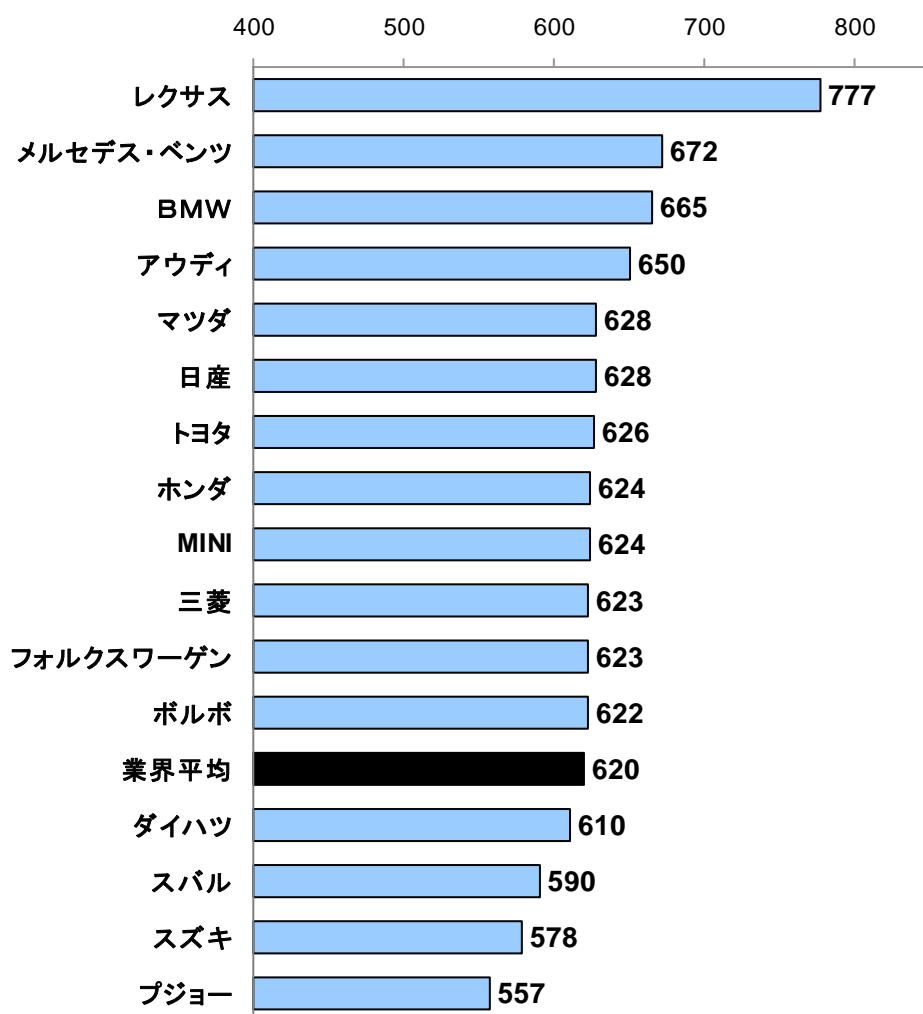
e-mail： [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

<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 2010年日本自動車サービス満足度(CSI)調査<sup>SM</sup>

## 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、シトロエン、シボレー、クライスラー、フィアット、フォード、ボルシェ、ルノー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。

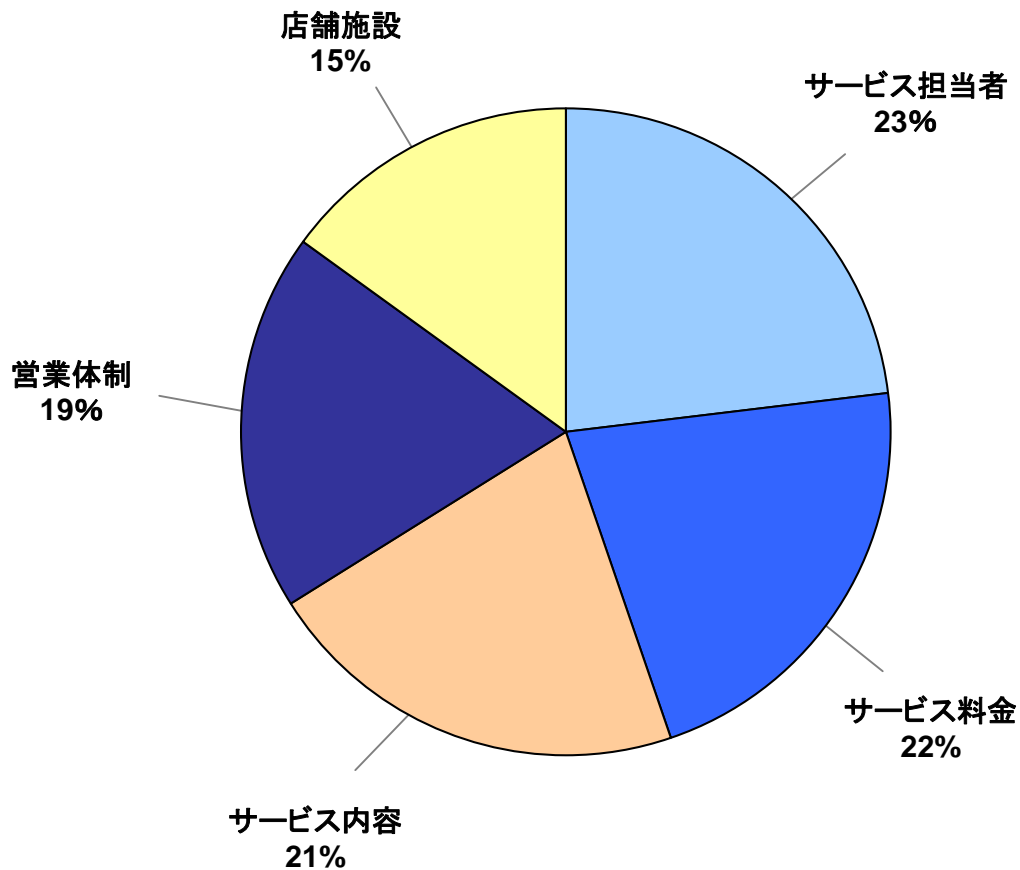
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2010年日本自動車サービス満足度調査<sup>SM</sup>

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 2010年日本自動車サービス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2010年日本自動車サービス満足度(CSI)調査<sup>SM</sup>

## 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 2010年日本自動車サービス満足度調査<sup>SM</sup>

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 2010年日本自動車サービス満足度調査<sup>SM</sup>) を明記して下さい。