



Press Release

報道用資料

2013年8月28日

満足度向上とリピーターの獲得が喫緊の課題

2013年日本サービスステーション顧客満足度調査

＜当資料の要約＞

- サービスステーション利用頻度は年々低下し、過去最低。
- 顧客満足度は2011年以降ほぼ横ばいで、ここ数年ブランド間の満足度差も僅差。ブランド間での差が見えにくくなっている中、顧客獲得競争は更に激化。
- フルサービスの顧客満足度ランキングは、ENEOSとMOBILが同率1位。ENEOSは2年連続1位。セルフサービスはMITSUIが、2010年に1位を獲得して以来3年ぶりに1位。

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：鈴木郁、略称：J.D. パワー）は、2013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。

◆サービスステーション利用頻度は徐々に低下◆

今年の調査の結果、サービスステーション全体の利用頻度がここ数年で最も低くなっていた。特定のブランドや店舗関わらずサービスステーションを週1回以上利用する人の割合はフルサービスでは16%、セルフサービスは19%で、昨年から2～3ポイント程度低下した。また、いつも利用する店舗の利用頻度は更に低下しており、週1回以上利用する人の割合はフルサービスでは12%、セルフサービスは15%と、昨年から10ポイント程度低下している。

利用頻度の低下の背景としては、サービスステーション数の減少や燃費の良い車へのシフト、ガソリン価格の高騰など、いくつか考えられる。当調査では利用するサービスステーションの自宅からの距離を聴取しているが、ここ数年でその距離が少しずつ遠くなっており、サービスステーション数の減少により以前よりも遠いサービスステーションを利用しているようである。また、保有する車のエンジンタイプについても、ここ数年でハイブリッド車の割合が徐々に増えている。

利用頻度が減る一方で、サービスステーションに対する顧客満足度はフルサービス、セルフサービス共に2011年以降ほぼ横ばいで、また、ここ数年各ブランドの満足度差が僅差となっている。ブランド間での差が見えにくくなっているなか、サービスステーションの利用が減少しており、顧客獲得競争が更に厳しくなっているものと思われる。

◆印象に残る接客やプラスアルファのサービスで顧客獲得へ◆

こうした厳しい状況の中でも、サービスステーションへの満足度が1000満点中800点と特に高い層は、他の層に比べて利用頻度も高い。また、主利用店舗やブランドへのロイヤルティが高くなっていた。高い満足度を得るこ

とで、顧客の効率的な維持が出来ているともいえる。

更に、高い満足度層は他の層に比べ、いくら安くても他店を利用しないと考えている割合も高く、価格に左右されにくい。サービスステーションを選ぶ理由としても、自宅からの近さなど立地を挙げる割合が最も高いことは他の層と同じだが、加えてフルサービスではスタッフの対応・態度のよさや、スタッフの知識やアドバイスのよさ、セルフサービスでは給油スペースの停めやすさや店舗の清潔さ、スタッフの対応・態度のよさを挙げる割合が高い。また、空気圧チェックや洗車など、油外サービスを利用する割合も高いことがわかった。

各ブランドの差が見えにくくサービスステーションの利用頻度が低下している状況においては、顧客の満足度をより高い水準に上昇させ、継続的に利用してもらうことが重要となってくる。そのためにも、価格の安さや立地のよさだけではなく、より印象に残る接客やプラスアルファのサービス提供によって選ばれるサービスステーションを目指すことが課題である。

◆フルは ENEOS と Mobil が同率 1 位、セルフは Mitsui が 1 位を獲得◆

フルサービスの顧客満足度ランキングでは、ENEOS と Mobil が 633 ポイントで同率 1 位を獲得した。ENEOS は昨年引き続き 2 年連続で 1 位となる。第 3 位には COSMO と IDEMITSU (同率、630 ポイント) が入った。顧客満足度を構成するファクター別にみると、1 位の Mobil が「精算・支払い」で業界トップ評価を獲得し、ENEOS が同ファクターで 2 番目に高い評価となっている。それ以外の領域では 2 ブランドともほぼ全ての領域において業界平均を上回る満足水準を獲得している。

セルフサービスでは、Mitsui が 634 ポイントで 1 位を獲得した。第 2 位には JA-SS (620 ポイント)、第 3 位にはゼネラル (616 ポイント) が入った。ランキングトップの Mitsui は、2010 年に 1 位を獲得して以来 3 年ぶりとなる。ファクター別にみると、「施設」、「商品・サービス」、「精算・支払い」ファクターで業界トップの評価を得ている。

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 6 月にインターネット調査を実施し、フルサービスでは 2,950 名、セルフサービスでは 4,050 名の合計 7,000 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：「フルサービスオペレーション」^{注1} (26%)、「スタッフ」 (24%)、「施設」 (20%)、「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} (25%)、「スタッフ」 (20%)、「施設」 (19%)、「精算・支払い」 (19%)、「商品・サービス」 (17%)

注 1：給油作業の丁寧さ、給油中のサービス、給油前後の誘導など、フルサービス固有の評価項目で構成。

注 2：注文時の操作のしやすさ、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。

* 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。自動車業界を始め通信、IT、金融、保険、トラベル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。尚、J.D. パワーではシンガポール、北京、上海、バンコクに拠点をもち、日本、オーストラリア、中国、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、台湾、タイ、ベトナムで調査を実施している。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 <http://japan.jdpower.com> まで。

<J.D. パワーについて>

マグロウヒル・フィナンシャルの一部門である J.D. パワー（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、パフォーマンス改善、ソーシャル・メディア、顧客満足に関するインサイトとソリューションを提供している国際的なマーケティング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。

<マグロウヒル・フィナンシャルについて>

マグロウヒル・フィナンシャル（NYSE：MHP）は国際的な金融並びに商品市場に対する信用格付、ベンチマーク、情報・分析サービスを提供する事業を行う金融情報サービス企業である。主なブランドはスタンダード&プアーズ レーティングサービス、S&P Capital IQ、S&P ダウ・ジョーンズ・インデックス、プラッツ、クリシル、J.D. パワー、マグロウヒル・コンストラクションである。世界 27 カ国に約 17,000 人の従業員を有する。詳細はウェブサイト www.mhfi.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

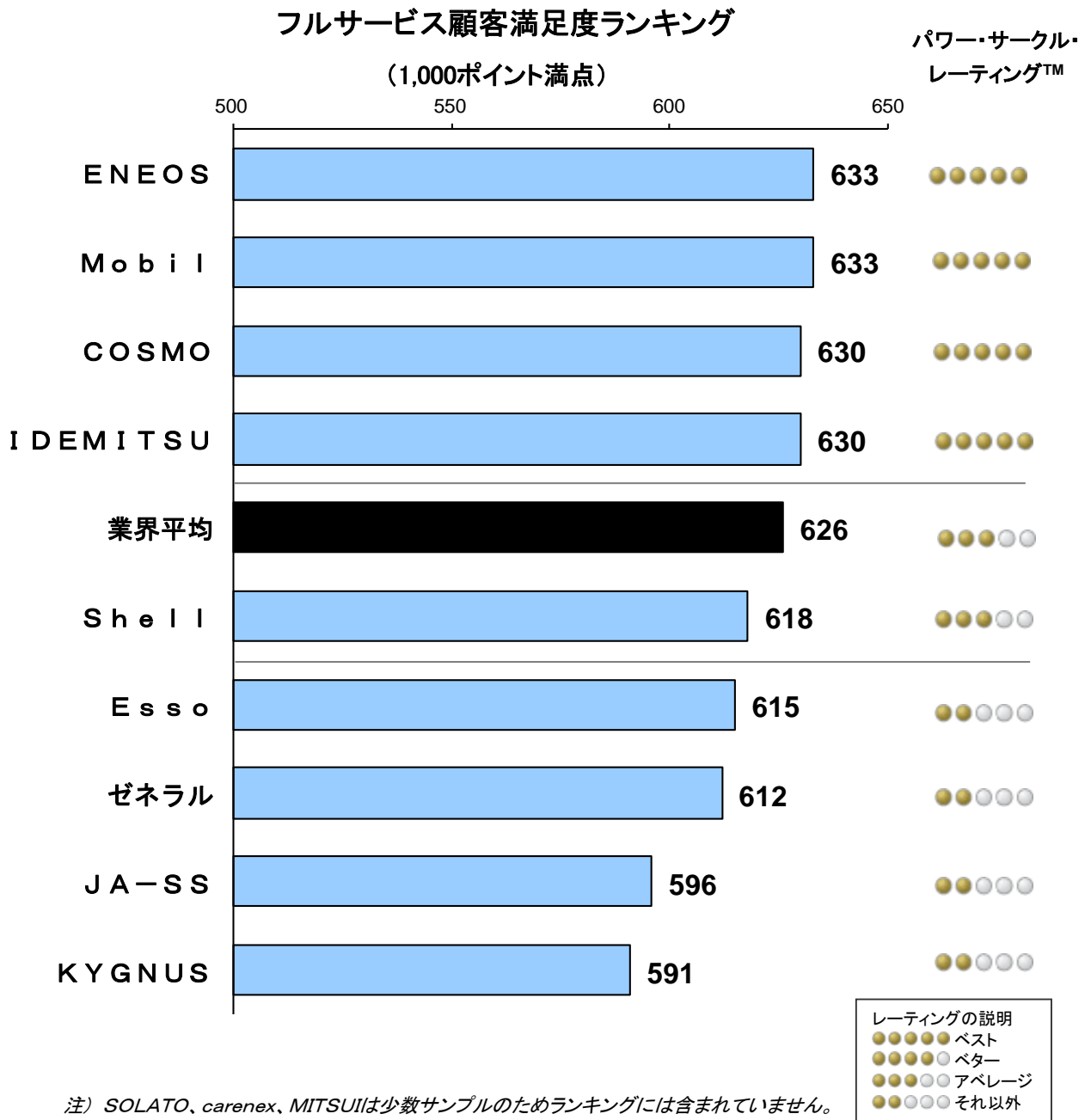
F A X： 03-4550-8152

e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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。

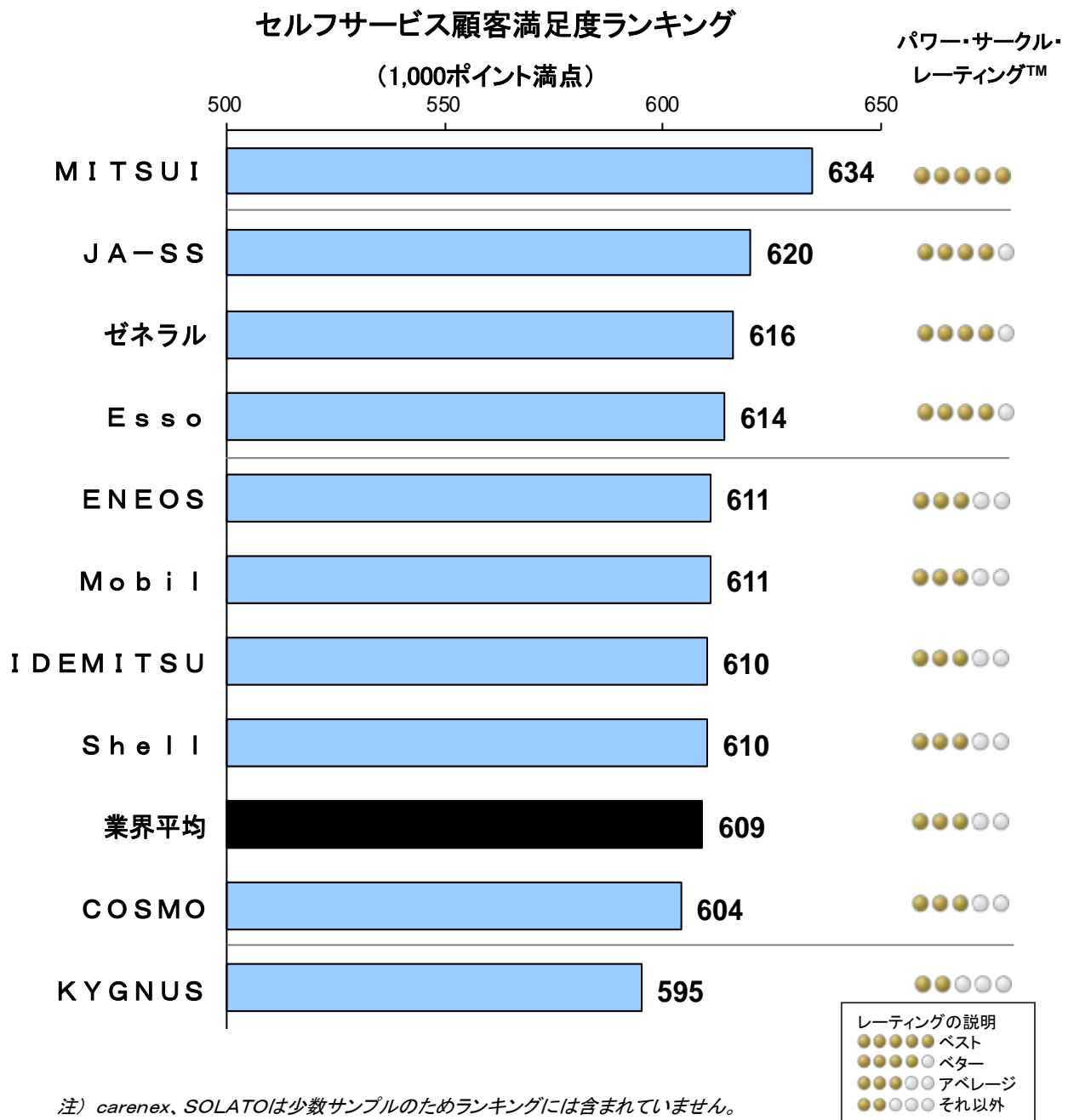
J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本サービスステーション顧客満足度調査SM



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2013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 2013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。
パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。詳しくは<http://japan.jdpower.com/ratings/>へ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本サービスステーション顧客満足度調査SM

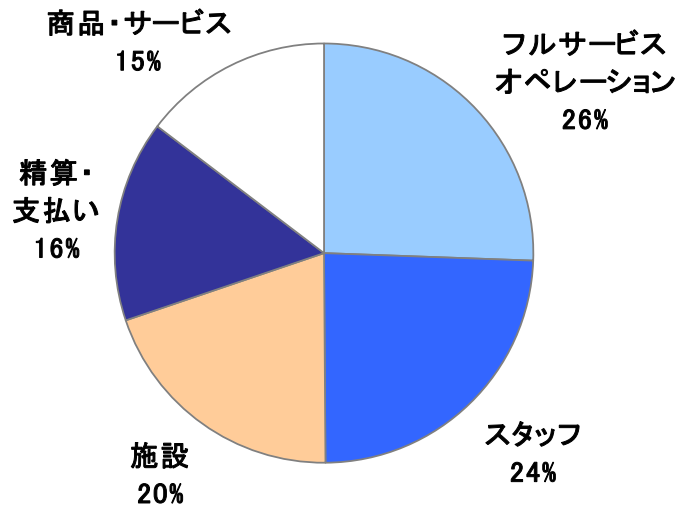


出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本サービスステーション顧客満足度調査SM

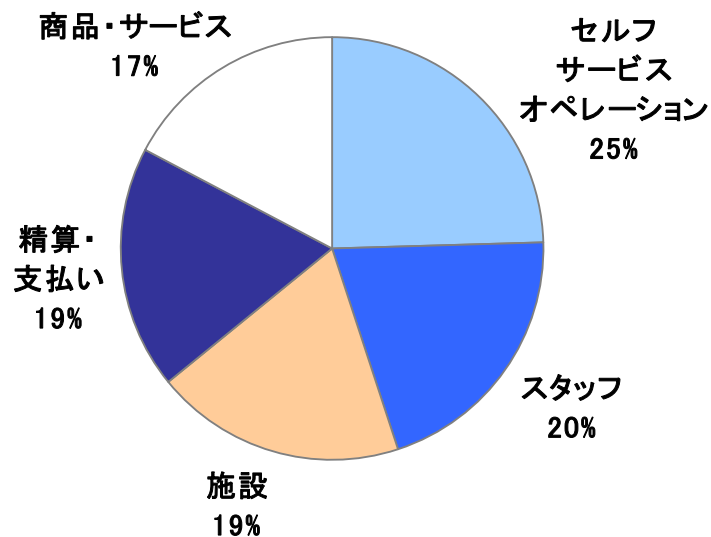
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。
 報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本サービスステーション顧客満足度調査SM)を明記して下さい。
 パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。詳しくは<http://japan.jdpower.com/ratings/>へ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2013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 2013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 2013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。