

Press Release

J.D. パワー アジア・パシフィック報道用資料：

アフターサービスの際の店頭在庫率は9割に。販売店の受け入れ体制の更なる強化が必要

ラグジュリーブランドは7年連続でレクサス、量販ブランドではMINI とマツダが同ポイントで第1位

東京：2013年9月25日—2013年 J.D. パワー アジア・パシフィック日本自動車サービス満足度 (Customer Service Index、略称 CSI) 調査では、昨今の自動車アフターサービス市場の背景を踏まえ、評価項目および内容の改訂を行っている。本調査は今年で12回目の実施となる。

◆希望通りの日時でのサービス入庫が重要◆

自動車のアフターサービスを行う際、業界全体では88%の顧客が販売店の店頭で車両を持ち込んでおり(※以下、店頭入庫)、その割合は5年前から10ポイント増加している。ラグジュリーブランド平均(70%)、量販ブランド平均(89%)もそれぞれ5年前から約10ポイントの増加を示している。又、顧客による入庫前の事前予約率も5年前から業界全体で9ポイント増加し、今年の調査結果では9割を超えている。店頭入庫率、及び事前予約率が増加する中、顧客が希望通りの日時でサービスを受けることができるかが、顧客満足度の観点からは重要な課題となっている。実際、第一希望の日時での予約が取れなかった場合の顧客の満足度は、第一希望の日時での予約が取れた顧客と比べ86ポイント低い。J.D. パワー アジア・パシフィックのオートモーティブ部門 執行役員の木本卓は、『店頭入庫が主流となっている今日の自動車アフターサービスでは、いかに顧客の要望通りの日時でサービス受け入れを実現できるかが問われる。販売店から積極的に顧客へのコンタクトを実施し、能動的に入庫予約の獲得を図ることが効果的といえる。自動車保有の長期化も踏まえ、販売店の顧客ベースが増え続けていることから、入庫予約管理の必要性は今後ますます高まるであろう』と述べている。

◆サービス終了時の車両の状態にも気配りを◆

総合満足度への影響度が高い「サービスクオリティ」ファクターにおいて、最も重要な要素は「受け取り時の車両状態(傷の有無、洗車など)」である。本調査では、サービス終了時の洗車および室内清掃の実施状況を見ているが、洗車と室内清掃の双方を「丁寧」に実施していたと回答した顧客の満足度は、いずれも「丁寧」ではなかったと回答した顧客に比べ、10点満点評価スケールで2.1ポイントと大幅に上回っている。ブランド別では、レクサスの半数を超える64%の顧客が、洗車と室内清掃の双方を「丁寧」に実施していたと回答しており、その他のラグジュリーブランドでも総じて実施率が高い。一方、量販ブランドでは実施率が低く、特に、スバル/トヨタ/スズキといったブランドでは同割合が30%以下となるなど、ブランド間での格差の大きさが確認された。『サービスクオリティは、顧客のアフターサービス経験全般に大きな影響を与えるファクターであるがゆえ、メーカー各社の一層の改善取り組みが望まれる領域と言える。受け取り時の車両状態は、販売店のサービス業務全般の品質を顧客に印象付ける絶好の機会であり、他社との差別化を図る上でもメーカー各社の今後の積極的な取り組みに期待する』と木本は語る。

◆入庫促進・継続の為には顧客満足度の向上が必須◆

本調査で、総合満足度が高まるほど、今後のアフターサービス8項目^(注)全てをメーカー正規販売店に入庫したいという意向が強まる事が分かった。総合CSIが800点以上の顧客では、メーカー正規販売店に全てのアフターサービスを依頼する割合は48%であり、500点未満の顧客よりも20ポイント高くなっている。『国内需要の成長が見込めない日本の自動車市場では、アフターサービスが販売店ビジネスにおける最大の収入源となっている。アフターサービス収益の持続化・安定化のためには、顧客満足度の向上への取り組みが不可欠』と木本は強調する。

注) アフターサービス 8 項目: 「定期点検 (車検以外)」、「車検」、「カー用品の取付け (カーナビ・ETC など)」、「オイル交換」、「消耗部品交換 (ワイパーゴム・バッテリーなど)」、「タイヤ購入・交換」、「故障・不具合の修理」、「板金・塗装などの外販修理」

本調査では、正規販売店のアフターサービス対応に関する顧客の総合的な評価を、5 つのファクターに基づいて算出している。それらは「サービス納車」(21%)、「サービス担当者」(21%)、「サービスクオリティ」(21%)、「店舗施設」(19%)、「入庫時対応」(18%)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(1,000点満点)を算出している。

2013 年の総合的なアフターサービス満足度(以下、総合満足度)の業界平均スコアは 679 ポイントとなった。ラグジュリーブランドセグメントではレクサスが 816 ポイントで、唯一の 800 ポイント以上での第 1 位となった。レクサスの総合 CSI スコアはラグジュリーブランドセグメント平均を 56 ポイント上まわる。正規販売店での総合的なアフターサービス満足度に影響を与える 5 つのファクターの全てにおいて、ラグジュリーブランドセグメントの最高値を獲得した。

第 2 位はメルセデス・ベンツ(751 ポイント)で、第 3 位には BMW(746 ポイント)、第 4 位にアウディ(734 ポイント)、第 5 位にはボルボ(732 ポイント)が続いた。

量販ブランドセグメントでは、MINI(697 ポイント)で昨年に引き続き首位を獲得、マツダが同ポイントでの首位を獲得した。量販ブランドセグメント平均を 20 ポイント上まっており、それぞれ、2 つのファクターにて最高値を獲得している。

第 3 位は日産(689 ポイント)で、第 4 位にはホンダ(683 ポイント)、第 5 位に三菱(681 ポイント)、第 6 位にトヨタ(679 ポイント)となった。従って、10 ポイント以内に 4 ブランドがランキングされており、首位の 2 ブランドを除く量販セグメントの平均(677 ポイント)以上は非常に拮抗した状況であるといえる。

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いる。新車購入後 1 年～4 年(15～50 ヶ月)が経過した顧客を対象に 2013 年 5 月下旬から 6 月下旬にかけて WEB 調査を実施し、9,792 人から回答を得た。本調査はメーカー系正規販売店で直近 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。

日本自動車サービス満足度は、J.D. パワー アジア・パシフィックの代表的な 8 つの AUTO ベンチマーク調査の一つであり、他の 2013 年自動車関連調査は下記の日程でリリース予定である。

- ・ 自家用の乗用車(軽自動車を含む)のスタッドレスタイヤに対する評価を測定した 2013 年日本冬用タイヤ顧客満足度(W-TSI)調査は本年 5 月に発表した。
- ・ 自動車を新車で購入したユーザーを対象に、購入後 2～9 ヶ月における車両の初期品質を調査した 2013 年日本自動車初期品質(Initial Quality Study、略称 IQS)調査を本年 8 月下旬に発表した。
- ・ 自動車を新車で購入したユーザーを対象に、新車購入店の顧客満足度を測定した 2013 年日本自動車セールス満足度(Sales Satisfaction Index、略称 SSI)調査を本年 8 月下旬に発表した。
- ・ 自動車を新車で購入後 2～9 ヶ月が経過した個人ユーザーを対象に、自動車の性能やデザインなどの商品魅力に関する評価を測定した、2013 年日本自動車商品魅力度(Automotive Performance, Execution and Layout、略称 APEAL)調査を本年 9 月下旬に発表する予定である。
- ・ 新車に装着されたタイヤの満足度を測定した、2013 年日本 OE タイヤ顧客満足度(Original Equipment Tire Customer Satisfaction Index、OE-TSI)調査を本年 10 月に発表する予定である。
- ・ 自動車メーカー純正ならびに市販ブランドのナビゲーションシステムの満足度を測定した、2013 年日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査を本年 10 月に発表する予定である。

- ・ リプレイスタイヤを新品で購入した顧客の満足度を測定した、2013年日本リプレイスタイヤ顧客満足度調査を本年10月に発表する予定である。

*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

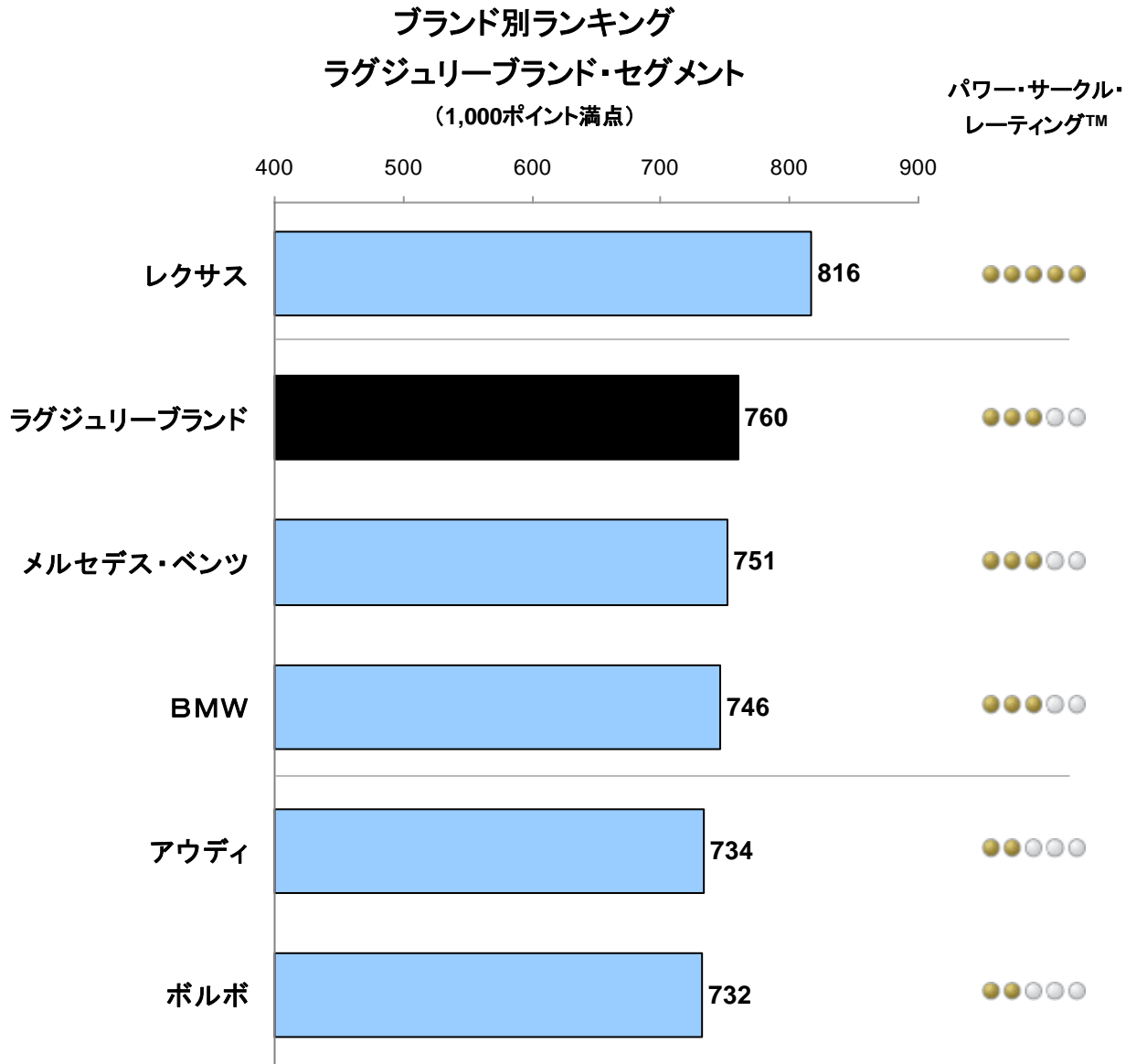
F A X： 03-4550-8152

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年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM



注) ランキング対象となるブランドはサンプル数が100以上かつ、販売台数が十分なブランド
アルファロメオ、ポルシェはランキングには含まれていません。

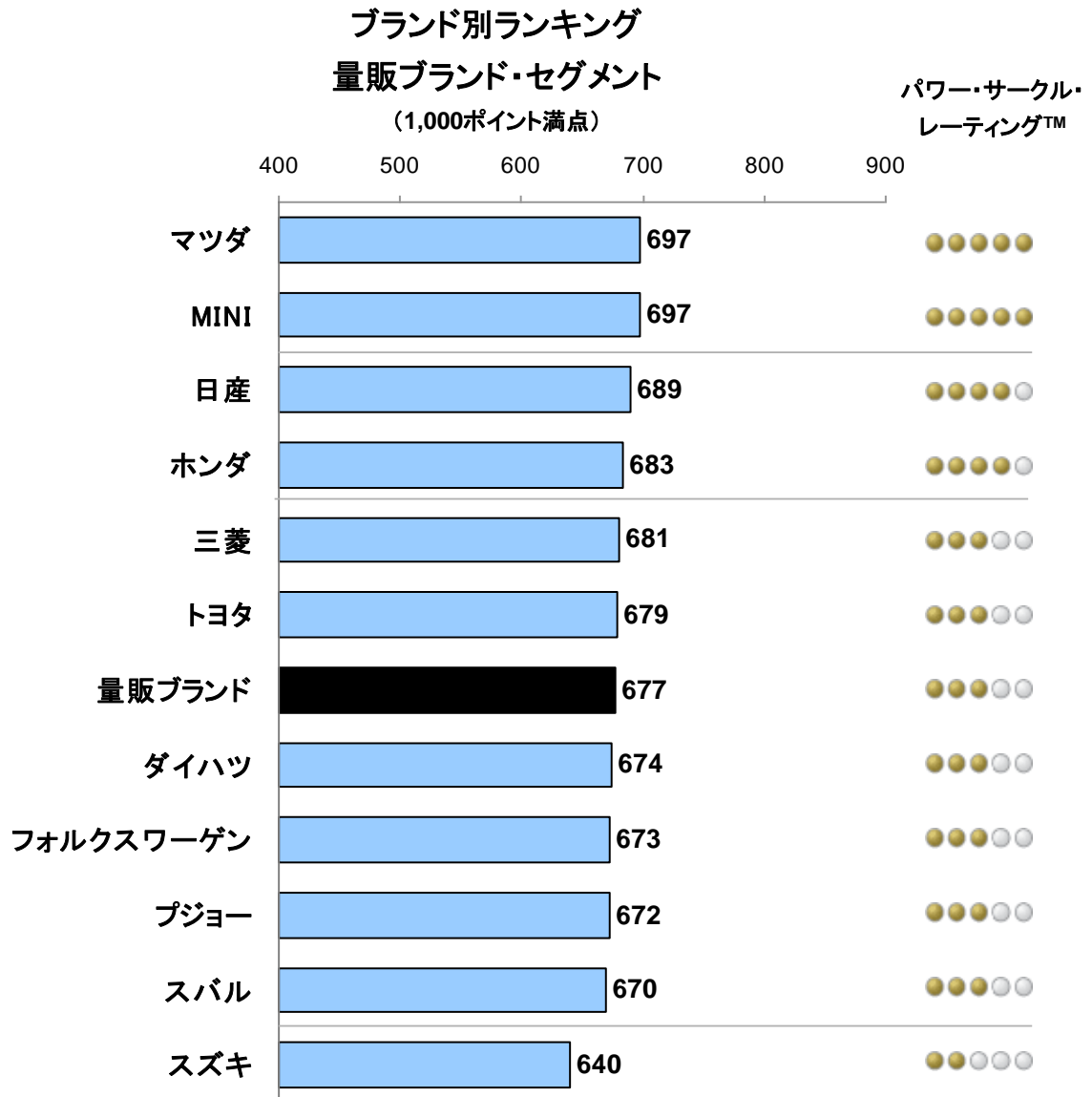
レーティングの説明

- ★★★★★ ベスト
- ★★★★ ベター
- ★★★ アベレージ
- ★★ それ以外

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本自動車サービス満足度(CSI)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年日本自動車サービス満足度(CSI)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://japanjdpower.com/ratings/>へ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM



注) ランキング対象となるブランドはサンプル数が100以上かつ、販売台数が十分なブランド
シトロエン、フィアット、フォード、ルノーは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 2013年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM

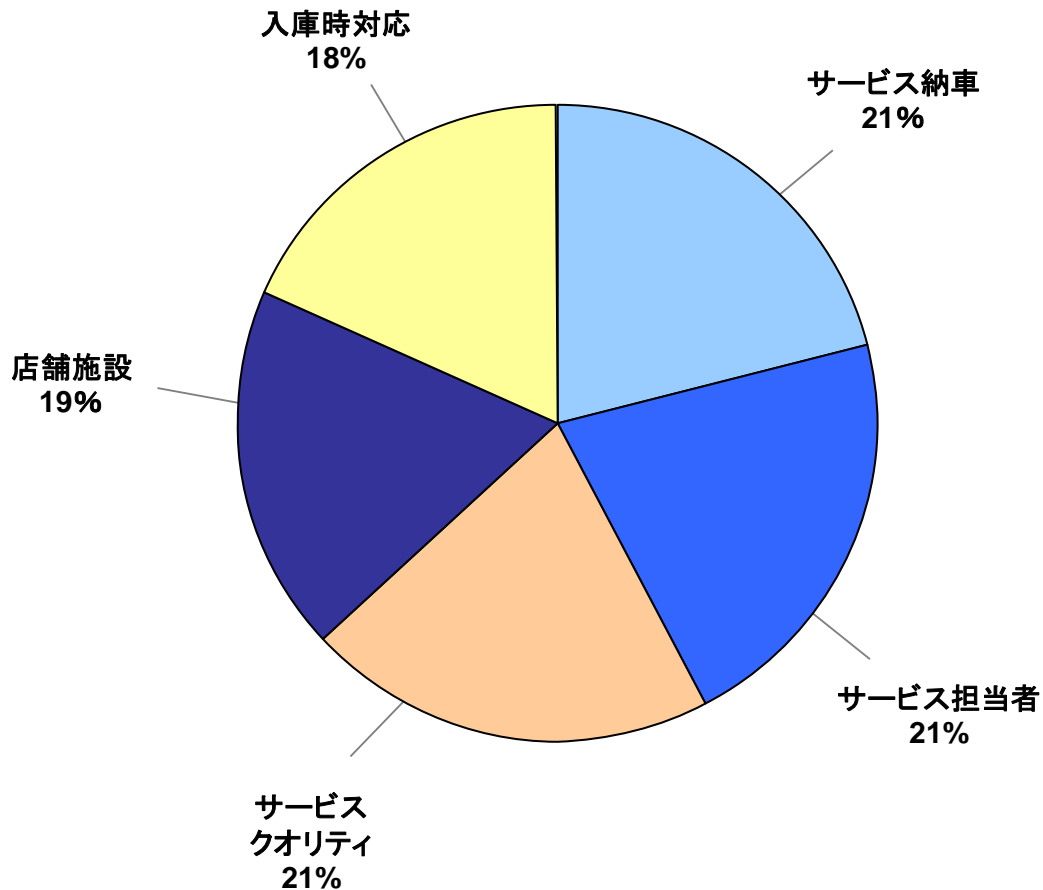
レーティングの説明

- ★★★★★ ベスト
- ★★★★☆ ベター
- ★★★★☆ アベレージ
- ★★★☆☆ それ以外

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年日本自動車サービス満足度(CSI)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://japanjdpower.com/ratings/>へ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM

総合満足度を構成するファクター



※パーセンテージ表記の合計が四捨五入により100%にならない場合があります

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本自動車サービス満足度(CSI)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年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM)を明記して下さい。