

# Press Release

J.D. パワー アジア・パシフィック報道用資料：

業界全体のセールス満足度は昨年から低下、消費税増税前の駆け込み需要増による影響が濃厚  
ラグジュリーブランドは、8年連続でレクサス、量販ブランドは、MINI が昨年に続き第1位を獲得

東京：2014年8月19日—2014年 J.D. パワー アジア・パシフィックは、日本自動車セールス満足度 (Sales Satisfaction Index、略称 SSI) 調査を発表した。本調査は今年で13回目の実施となる。

本調査では、新車購入時の販売店の対応に関する顧客の総合的な評価を、4つのファクターに基づいて算出している。それらは「セールス担当者」(34%)、「契約・価格」(26%)、「店舗施設」(21%)、「納車」(20%)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。2014年の総合満足度の業界平均スコアは、ラグジュリーブランド平均で718ポイントとなり、昨年より10ポイント、量販ブランド平均は649ポイントで、昨年より15ポイント低下した。

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 執行役員である木本卓は『本年の調査は消費税増税前の時期と重なったが、その結果は、ほとんどのメーカーにおいて満足度が低下するという異例の事態となった。これは、2014年3月までの駆け込み需要から、総じて売手市場の状態となり、そのような環境での顧客対応が手薄になったことによるものと考えられる。増税後の自動車販売は再び回復傾向に向かうという市場の見方がある一方、顧客満足度の視点からは、より一層の強い危機意識をもった丁寧な対応が求められる』と述べている。

本調査対象期間の後期(2013年10月から2014年3月まで)において、特に、契約・価格と納車のファクターで満足度が昨年から大きく低下している。事実、納期日数に関しては、前期(2013年4月から2013年9月まで)の場合、前年同期間と比べて平均2.5日短縮したものの、後期(2013年10月から2014年3月まで)では、前年同期間と比較して平均5.4日長くなっており、駆け込み需要による影響が表れていると思われる。

## 主な調査結果

- ファクター毎の平均で見ると、特に2013年調査から低下したのは、ラグジュリーブランドでは、店舗施設で21ポイント、納車で16ポイント、一方量販ブランドでは、契約・価格において19ポイント、セールス担当者で14ポイントのそれぞれ低下となった。
- 新車購入時における顧客の販売店対応に対する満足度が、すべてのファクターにおいてラグジュリーブランドが量販ブランドを上回る満足度水準となっている。両セグメント平均でみた場合、特に店舗施設での差が86ポイントと、最も大きい。
- 契約に至るまでの過程で、他店との比較検討の実態からみると、比較検討をしなかった顧客の方が、全てのファクターにおいて満足度が高い。総合満足度では比較検討をしなかった顧客の平均スコアが664ポイント、比較検討を行った顧客の場合が637ポイントとなっている。
- 総合満足度スコアとロイヤルティの相関関係を販売店推奨意向で見ると、満足度が高い顧客層(総合満足度800ポイント以上)では、84%の顧客が推奨すると答えているが、満足度が低い顧客層(総合満足度500ポイント未満)では、その割合は35%にとどまる。

注) 『たぶんする』、『必ずする』の合計値

## 総合満足度ランキング

2014年の総合的なセールス満足度（以下、総合満足度）において、ラグジュリーブランドセグメントではレクサスが761ポイントで、第1位となった。レクサスの総合SSIスコアはラグジュリーブランドセグメント平均を43ポイント上回る。販売店の総合的なセールス満足度に影響を与える4つのファクターの全てで、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（718ポイント）で、第3位にはBMW（714ポイント）、第4位にアウディ（710ポイント）、第5位にはボルボ（681ポイント）が続いた。

量販ブランドセグメントでは、MINI（706ポイント）が昨年に続き、首位を獲得した。4つの全てのファクターでセグメントトップスコアを獲得している。

第2位はフォルクスワーゲン（676ポイント）で、第3位には三菱（666ポイント）、第4位に日産（659ポイント）、第5位にトヨタ（653ポイント）となった。

当調査は、乗用車を新車で購入した際の販売店の対応に関する顧客満足度を総合的に分析するもので、自動車メーカーおよび販売業界の現状と、それに対する顧客の満足度を把握するための指標となる。新車購入後2～12ヶ月が経過した国産および輸入車ブランドの乗用車保有者を対象に2014年5月下旬から6月上旬にかけてWEB調査を実施し、7,297人から回答を得た。

日本自動車セールス満足度調査は、J.D. パワー アジア・パシフィックが日本で実施している AUTO ベンチマーク調査の一つであり、他の2014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2014年日本自動車初期品質（Initial Quality Study、略称 IQS）調査を本年8月に発表する予定である。
- ・ 新車購入店でサービスを受けた際の顧客満足度を測定した2014年日本自動車サービス満足度（Customer Service Index、略称 CSI）調査を本年9月に発表する予定である。
- ・ 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度に関する評価を測定した2014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2014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。
- ・ リプレスタイヤを新品で購入した顧客の満足度を測定した2014年日本リプレ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](http://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 メトロシティ神谷町 (〒105-0001)

電 話： 03-4550-8060

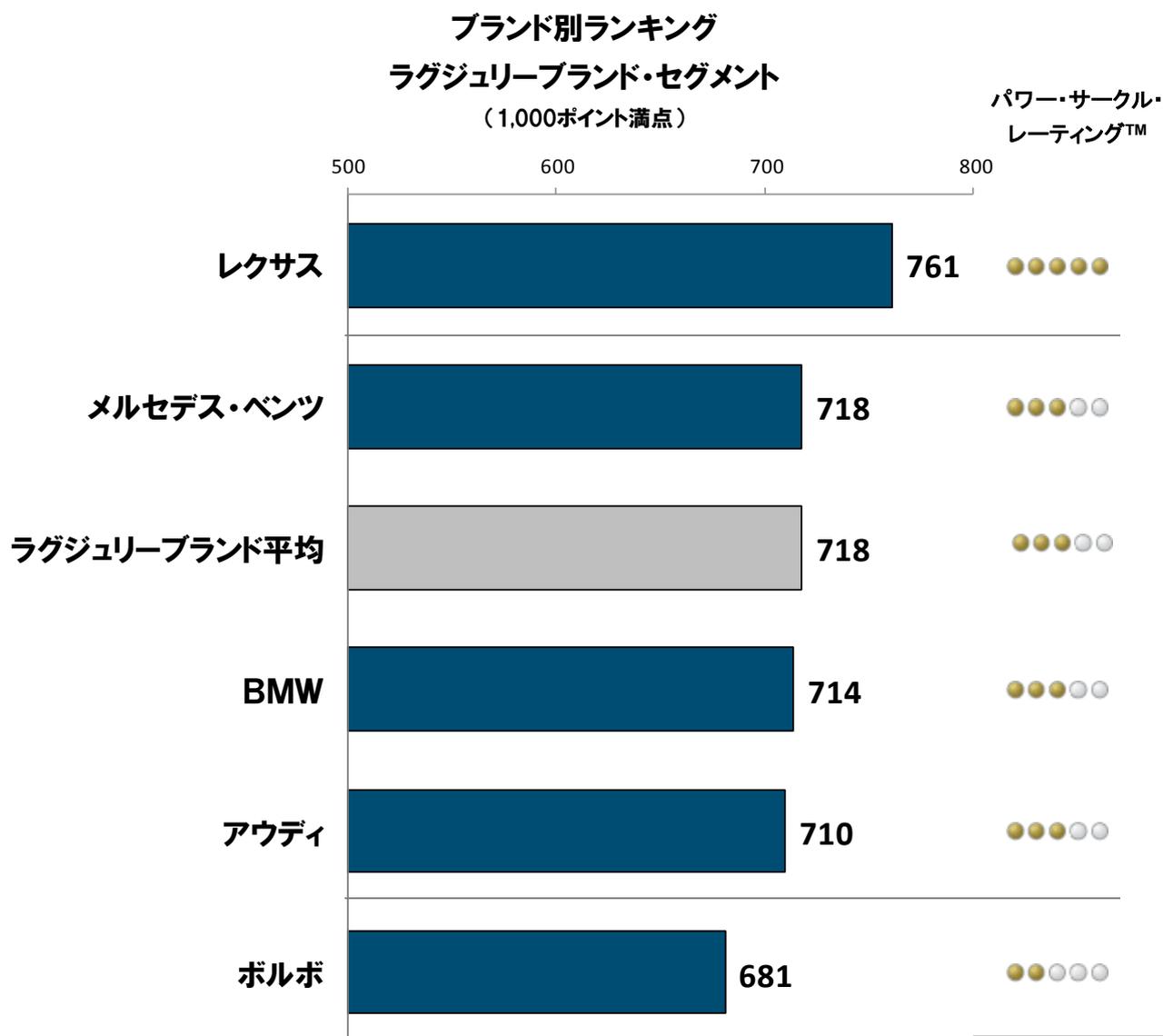
F A X： 03-4550-8152

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 2014年日本自動車セールス満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>



注) アルファロメオ、ボルシェ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 2014年日本自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>

レーティングの説明	
★★★★★	ベスト
★★★★☆	ベター
★★★☆☆	アベレージ
★★☆☆☆	それ以外

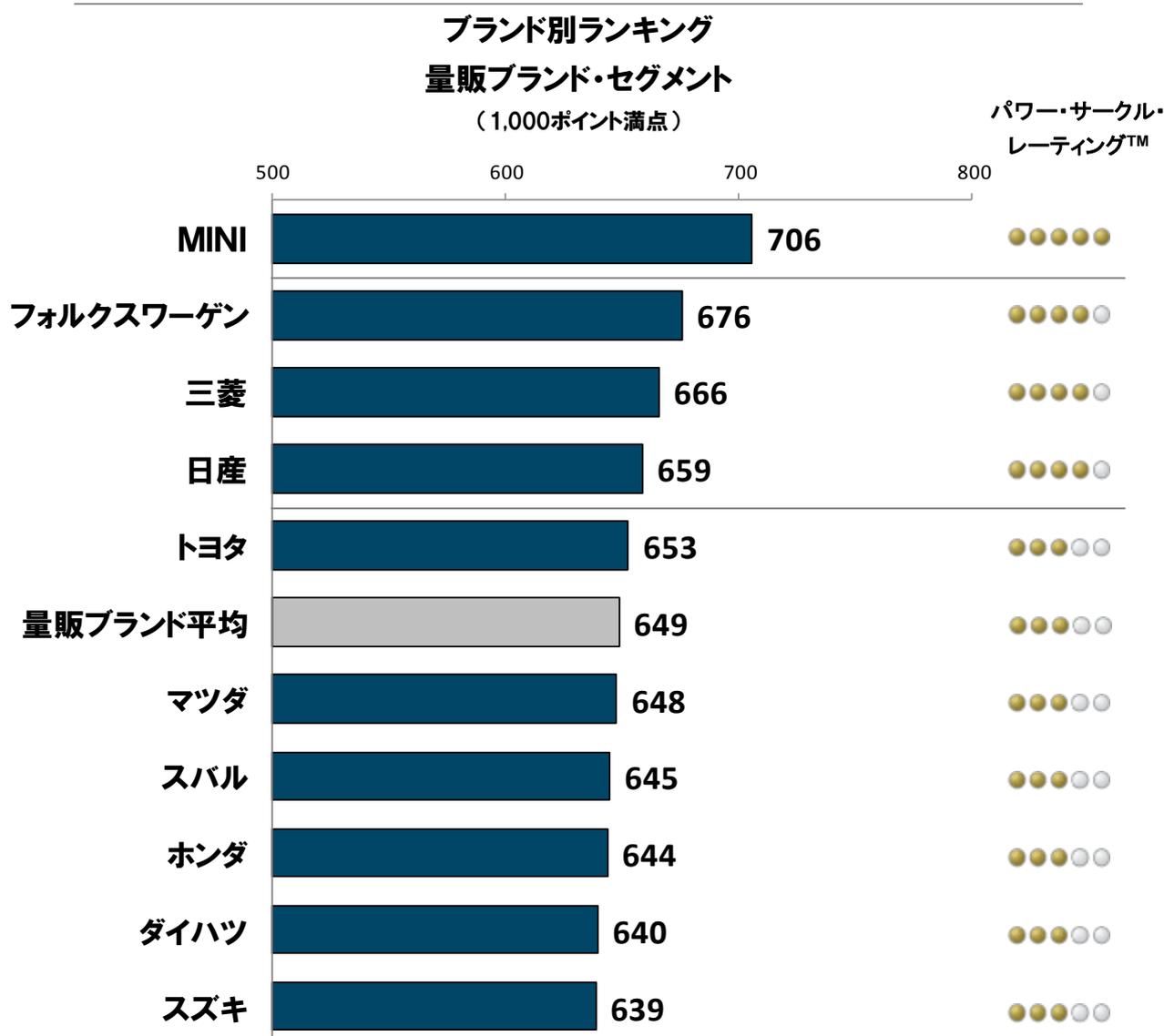
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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 2014年日本自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>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 2014年日本自動車セールス満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>



注) フォード、プジョー、シトロエン、ルノー、フィアット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 2014年日本自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>

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。

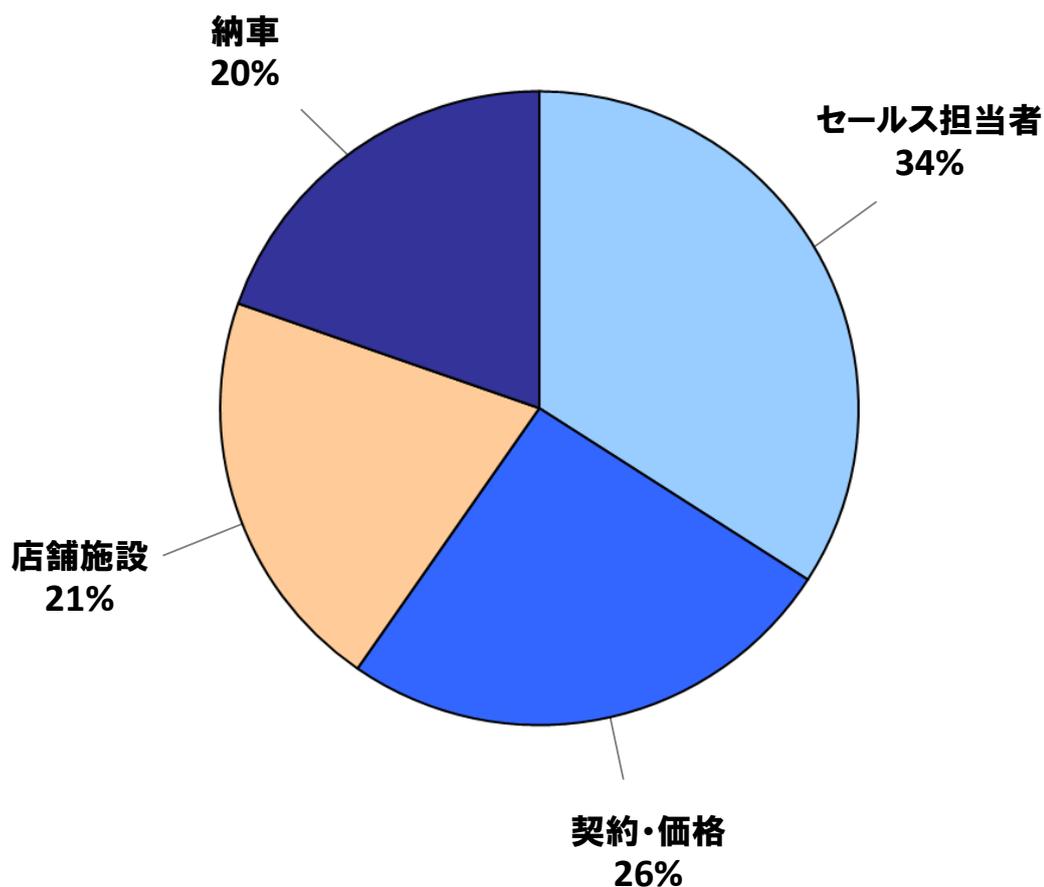
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>) を明記して下さい。

パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>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 2014年日本自動車セールス満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>

## 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 2014年日本自動車セールス満足度調査<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 2014年日本自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。