

2022年8月18日

J.D. パワー ジャパン

J.D. パワー 2022年日本自動車セールス顧客満足度調査SM

～ラグジュアリーブランドではレクサス、マスマーケット国産ブランドでは日産が第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 ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）は、今年で21回目の実施となる、**J.D. パワー 2022年日本自動車セールス顧客満足度**（Japan Sales Satisfaction Index、略称 SSI）**調査SM**の調査結果を発表した。

2022年のスコアの概要は下記の通り：

- ・ 総合満足度の業界平均スコアは733ポイント（1,000ポイント満点）で、前年比+4ポイント。
- ・ ファクター別の業界平均スコアでは、「店舗施設・サポート」が738ポイント、「商談」が733ポイント、「契約手続き」が737ポイント、「納車」が726ポイントとなった。
- ・ セグメント別の総合満足度スコアは、ラグジュアリーブランド平均が785ポイント、マスマーケット国産ブランド平均が730ポイントとなった。

2022年調査の主なポイントは下記の通り：

長納期化の影響はマスマーケット国産ブランドにおいて顕著

国内の新車販売市場は、新型コロナウイルスの感染拡大に端を発した半導体などの部品不足、さらには一部の車種での海外での需要増加などの要因を受け、納期遅れや受注停止といった影響が出ている。

このような市場環境の中、正規ディーラーで1年以内に新車購入した顧客の納期に対する評価は、ラグジュアリーブランドでは前年と同水準であったのに対し、マスマーケット国産ブランドでは前年から低下した。

「契約してから納車までの期間」が2ヶ月を超えていた割合は、ラグジュアリーブランドでは前年比+7ポイントの38%であったが、マスマーケット国産ブランドでは前年比+16ポイントの42%となっており、長納期化の問題は、マスマーケット国産ブランドでの影響がより大きい。

また、検討したが購入には至らなかったリジェクターの非購入理由でも、「納車までに時間がかかりそうだった」という回答割合は、ラグジュアリーブランドでは前年からさほど大きな変化はなかったが、マスマーケット国産ブランドでは前年の10%から17%へと増加しており、長納期化による機会損失が見受けられる。

ディーラーによる納車までの活動により顧客満足度は向上

契約完了後から納車までの間に、ディーラーから納車までの進捗状況について連絡が行われた回数は、「0回」が9%、「1回」が36%、「2回以上」は55%となっている。セグメント別では、ラグジュアリーブランド購入者で連絡が複数

回行われた割合は64%であり、マスマーケット国産ブランド購入者の55%を上回っている。総合満足度との関係を見ると、連絡が複数回行われた場合には平均を上回る評価となっており、連絡の回数が顧客満足度に好影響をもたらしていることがうかがえる。

さらに、ディーラーの担当者と具体的な納車日時を決めているタイミングは、「1～2週間くらい前」が約6割を占めているが、顧客の「第一希望の日時になった」場合には、総合満足度が平均を大きく上回ることも確認された。「第一希望の日時になった」割合は、ラグジュアリーブランド購入者では51%とマスマーケット国産ブランド購入者の44%を上回っていた。

コロナ禍から始まった新車の長納期化の問題は、ウクライナ情勢の影響も加わり、当面の間は解消される目途は立っておらず、従来のように数週間以内に納車されるのが当たり前という状態に早急に戻ることは難しい状況と言える。

長納期が顧客の不満に結びつかないように、ディーラーにおける契約後の納車までの活動は一層重要になっている。顧客への連絡体制の確立や具体的な納車日時が顧客の希望に合うよう早目に調整を行っていくことなど、納車までの活動を今一度見直し、強化していく必要があるだろう。

J.D. パワー 2022 年 日本自動車セールス顧客満足度調査 総合満足度ランキング

【ラグジュアリーブランド】(対象5ブランド)

第1位：レクサス (810 ポイント)

「店舗施設・サポート」「商談」の2ファクターでセグメント中最高評価。

第2位：ボルボ (807 ポイント)

第3位：BMW (796 ポイント)

【マスマーケット国産ブランド】(対象8ブランド)

第1位：日産 (743 ポイント)

「店舗施設・サポート」「納車」の2ファクターでセグメント中最高評価。

第2位：ホンダ (738 ポイント)

第3位：トヨタ (736 ポイント)

《 J.D. パワー 2022 年 日本自動車セールス顧客満足度調査SM概要 》

年に一回、新車購入後 2～13 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、乗用車を新車で購入した際の販売店の対応に関する満足度を聴取し明らかにする調査。今年で 21 回目の実施となる。

■実施期間：2022 年 5 月～6 月 ■調査方法：インターネット

■調査対象：メーカー正規ディーラーから新車購入後、2～13 ヶ月経過したユーザー（18 歳以上）

■調査回答者数：7,190 人

総合的な顧客満足度に影響を与えるファクターを設定し、各ファクターの詳細評価項目に関するユーザーの評価を基に 1,000 ポイント満点で総合満足度スコアを算出。顧客満足度を構成するファクターは、総合満足度に対する影響度が大きい順に「納車」（26%）、「店舗施設・サポート」（26%）、「商談」（26%）、「契約手続き」（21%）となっている（カッコ内は影響度）。

*J.D. パワーが調査結果を公表する全ての調査は、J.D. パワーが第三者機関として自主企画し実施したものです。

【ご注意】本紙は報道用資料です。弊社の許可なく本資料に掲載されている情報や結果を広告や販促活動に転用することを禁じます。

《本リリースに関するお問い合わせ》

株式会社 J.D. Power Japan

メディア関係者様お問い合わせ：北見（コーポレート コミュニケーション）

Tel: 03-6809-2996 E-mail: release@jdpa.com

調査レポート購読等お問い合わせ：花倉（オートモーティブ部門）

Tel: TEL: 03-6809-2987 E-mail: takanori.hanakura@jdpa.com

J.D. パワーについて：

J.D. パワー（本社：米国ミシガン州トロイ）は消費者のインサイト、アドバイザーサービス、データ分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。50 年以上にわたり、ビッグデータや AI、アルゴリズムモデリング機能を駆使し、消費者行動を捉え、世界を牽引する企業に、ブランドや製品との顧客の相互作用に関する鋭い業界インテリジェンスを提供するパイオニアです。

J.D. パワーでは、本調査以外にも、毎年複数の自動車関連調査の結果をリリースとして発表しています。

～2022 年 J.D. パワー 自動車関連調査発表スケジュール～

日本自動車セールス顧客満足度調査 SSI（8 月） 日本自動車サービス顧客満足度調査 CSI（8 月）

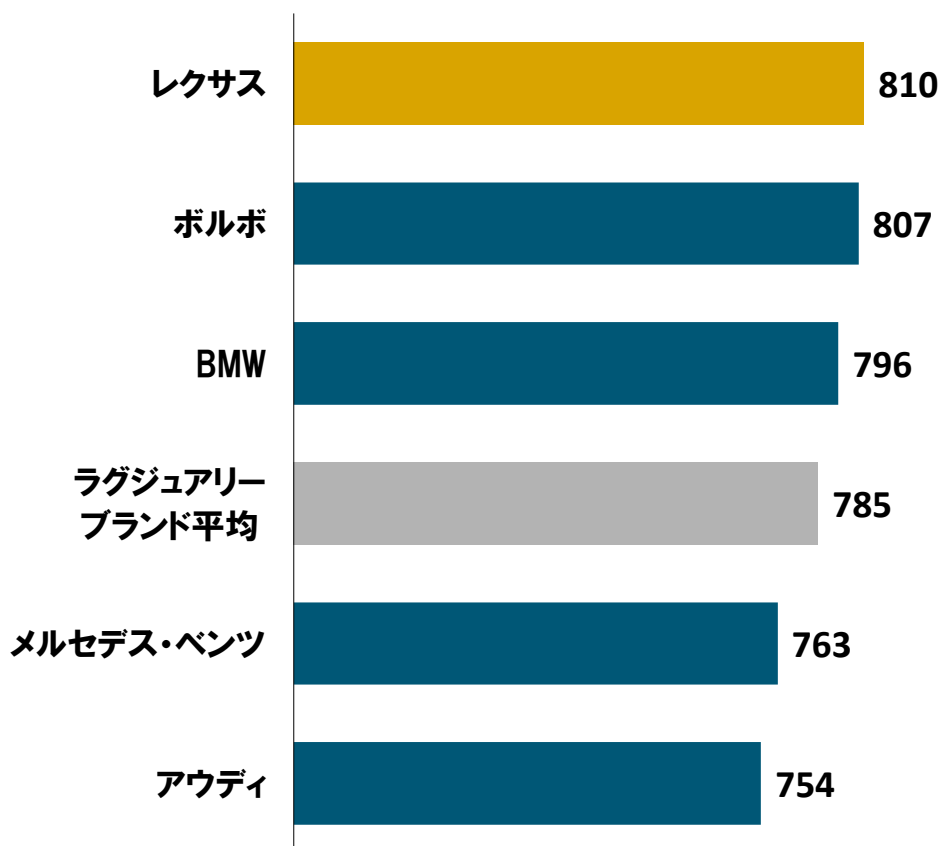
日本自動車初期品質調査 IQS（9 月） 日本自動車商品魅力度調査 APEAL（10 月）

日本自動車テクノロジーエクスペリエンス調査 TXI（11 月）

J.D. パワー 2022年日本自動車セールス顧客満足度(SSI)調査SM

顧客満足度ランキング
(1,000ポイント満点)

【ラグジュアリーブランド】



注)回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランド/セグメントのみ公表対象としています。

出典: J.D. パワー 2022年日本自動車セールス顧客満足度(SSI)調査SM

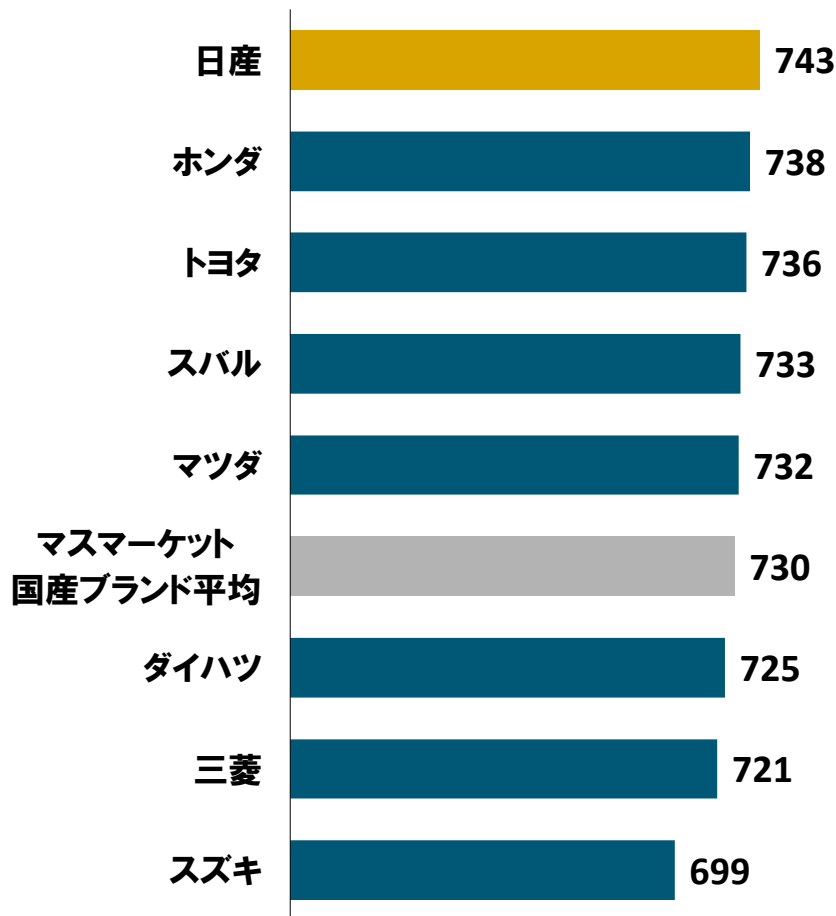
本紙は報道用資料です。J.D. パワーの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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、上記出典を明記してください。

J.D. パワー 2022年日本自動車セールス顧客満足度(SSI)調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)

【マスマーケット国産ブランド】



注)回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランド/セグメントのみ公表対象としています。

出典: J.D. パワー 2022年日本自動車セールス顧客満足度(SSI)調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワーの許可無く、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、上記出典を明記してください。