

2025 年 8 月 21 日
J.D. パワー ジャパン

J.D. パワー 2025 年日本自動車セールス顧客満足度（SSI）調査SM

ラグジュアリーブランドでは BMW、マスマーケット国産ブランドではマツダが第 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、CEO：木本卓、略称：J.D. パワー）は、今年で 24 回目の実施となる、**2025 年日本自動車セールス顧客満足度**（Japan Sales Satisfaction Index、略称 SSI）**調査**の結果を発表した。

2025 年のスコアの概要は下記の通り：

- ・ 総合満足度の調査平均スコアは 726 ポイント（1,000 ポイント満点）で、前年比+ 6 ポイント。
- ・ ファクター別の調査平均スコアでは、「店舗施設・サポート」が 734 ポイント、「契約手続き」が 733 ポイント、「商談」が 721 ポイント、「納車」が 717 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 778 ポイント、マスマーケット国産ブランド平均が 722 ポイントとなった。

2025 年調査の主なポイントは下記の通り：

商談時におけるデジタルツールの活用が浸透

自動車ディーラーにおける DX 化は数年前から注目されており、コロナ禍を経て急速に進んでいる。デジタルツールの活用により、顧客とのコミュニケーションの円滑化だけではなく、ディーラーの業務プロセスの効率化や顧客ニーズに合った情報提供などの実現が期待されている。

本調査では、商談時にセールス担当者からどのようなツールを用いて車のデザイン、性能・装備、使い方などの説明が行われたかについて聴取しており、「パソコン／タブレット端末などの画面」の利用は全体の 45%となった。ラグジュアリーブランドでは前年の 55%から 54%とほぼ横ばいであったのに対し、マスマーケット国産ブランドでは前年から+5 pt の 44%となり、マスマーケット国産ブランドにおける商談の場面でのデジタルツールの浸透がうかがえた。また、商談における満足度との関係を見ると、「パソコン／タブレット端末などの画面」を利用した場合は 743 ポイントで、全体を 22 ポイント上回る評価を得ている。

ディーラーでの実車を活用した商談の実現、今後の一層の強化に期待

新車購入検討時に参考にした情報は、「車のカタログ・パンフレット（紙・デジタルを含む）」（44%）、「販売店の展示車／試乗車」（39%）が上位 2 位を占め、顧客にとってカタログとともに実車での確認は重要な参考情報の一つであることがわかった。

販売店での実車の活用実態として、展示車の印象を確認すると、肯定的な回答（“そう思う”、“まあそう思う”の合計）をした割合は、「展示車の外装／外観がとてもきれいだった」、「展示車の内装がとてもきれいだった」はいずれも 92%、「ゆったりと展示されていて見やすかった」は 83%だったのに対し、「展示車の種類が豊富だった」は最も低い 62%だった。

一方、商談の満足度との関係を見ると、「展示車の種類が豊富だった」に対して肯定的な場合の評価は 772 ポイントとなり、「展示車の外装／外観がとてもきれいだった」、「展示車の内装がとてもきれいだった」（いずれも 735 ポ

イント)、「ゆったりと展示されていて見やすかった」(748ポイント)よりも高かった。展示車が豊富に揃っていることは、より高い満足度に結びつくことがわかったが、現状では、展示車のきれいさやゆったりとした見やすさに比べて、展示車の種類の充実にはまだ課題があると考えられる。

残価設定ローンやリース／サブスクリプションの利用理由は、価格面よりもセールス担当者の対応のよさ

購入した車の支払方法別に購入理由を確認すると、「セールス担当者／商品アドバイザーの対応がよかった」という割合は、「購入店のリース／サブスクリプション」を利用した場合は52%、「購入店の残価設定型ローン」の場合は48%となり、「現金一括」や「購入店の通常ローン」(いずれも37%)の場合よりも高かった。

さらに、契約手続きにおける満足度との関係を見ると、「購入店のリース／サブスクリプション」利用者は754ポイント、「購入店の残価設定型ローン」利用者は753ポイントであり、全体を20ポイント以上上回った。「購入店の残価設定型ローン」や「購入店のリース／サブスクリプション」での支払いを選択する人は、一般的には、月々の負担額を抑えたい傾向があると考えられているが、実際は、「購入価格／値引きの条件がよかった」という価格面は購入の強い理由になっておらず、むしろセールス担当者の説明といった対応力の良さが決め手となっていることがわかった。

高度な機能や先進的な技術を持つ車が市場に広がる中、新車購入の場面において、セールス担当者の説明スキルや対応力の向上に加えデジタルツールや実車を積極的に活用することは、顧客へ車の魅力を的確に伝え、高い満足度を得るために欠かせない要素となっている。展示車については、ディーラーで取り扱う全てのモデルの展示車を用意することは現実的に難しいことであり、実際に調査内で、購入した車と“同じモデル”の車が展示してあったという割合は48%と半数に満たない結果であった。ディーラーにとって店舗ごとの売れ筋モデルの販売予測、来店する客層やそのニーズの把握などはますます重要になっている。

J.D. パワー 2025 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4ブランド)

第1位：BMW (789ポイント)

「納車」、「商談」の2ファクターでセグメント中最高評価。

第2位：レクサス (785ポイント)

第3位：メルセデス・ベンツ (778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：マツダ (764ポイント)

「店舗施設・サポート」、「納車」、「商談」、「契約手続き」の全4ファクターでセグメント中最高評価。

第2位：日産 (735ポイント)

第3位：三菱 (730ポイント)

J.D. パワー 2025 年日本自動車セールス顧客満足度 (SSI) 調査SM概要

年に一回、新車購入後2～13ヶ月が経過したユーザーを対象に、乗用車を新車で購入した際のメーカー系正規ディーラーの対応に関する評価を明らかにする調査。

今年で24回目の実施となる。

- 実施期間：2025 年 5 月～6 月 ■調査方法：インターネット
■調査対象：メーカー系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：6,850 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。
詳細は <https://japan.jdpower.com/ja/our-benchmarking-study-methodology> をご覧ください。

【ご注意】チャートやデータを記事に引用する場合には、出典元として本調査名を明記してください。
弊社の許可なく記載された情報や結果を企業の広告や販促・広報活動に転用することは出来ません。

《本リリースに関するお問い合わせ》

株式会社 J.D. パワー ジャパン

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：末重（オートモーティブ部門）

Tel：03-6809-2987 E-mail：hideaki.sueshige @jdpa.com

J.D. パワーについて：

米国に本社を置く J.D. パワーは自動車に関するデータと分析の国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。自動車業界及びその他の主要産業に、業界インテリジェンスや消費者インサイト、アドバイザー、ソリューションを提供しています。

独自の広範なデータセットとソフトウェア機能を高度な分析および人工知能ツールと組み合わせて活用し、クライアントのビジネスパフォーマンスの最適化を支援しています。

J.D. パワーは 1968 年に設立され、北米、ヨーロッパ、アジア太平洋にオフィスを構えています。事業内容の詳細については、<https://japan.jdpower.com/ja> をご覧ください。

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。

～2025 年 J.D. パワー 自動車関連調査発表スケジュール～

8 月：日本自動車セールス顧客満足度（SSI）調査

9 月：日本自動車サービス顧客満足度（CSI）調査、日本自動車初期品質調査（IQS）

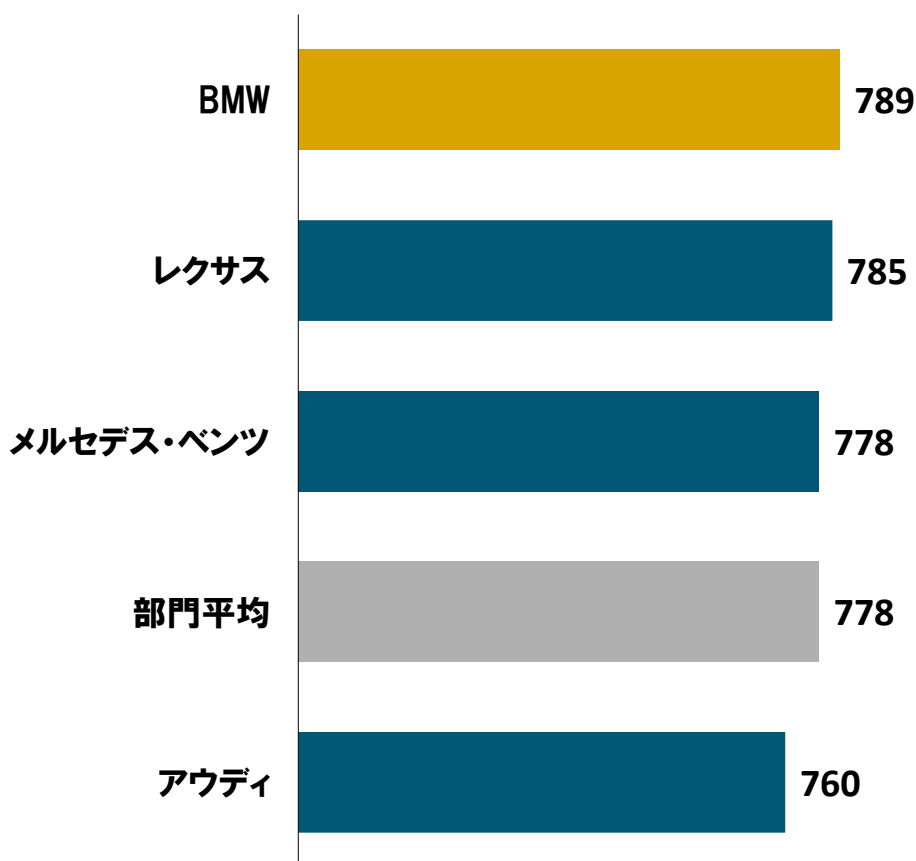
10 月：日本自動車商品魅力度（APEAL）調査、日本中古車セールス顧客満足度（UVSSI）調査

11 月：日本自動車テクノロジーエクスペリエンス（TXI）調査

J.D. パワー 2025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。
同スコアの場合は英文表記アルファベット順にて掲載しています。

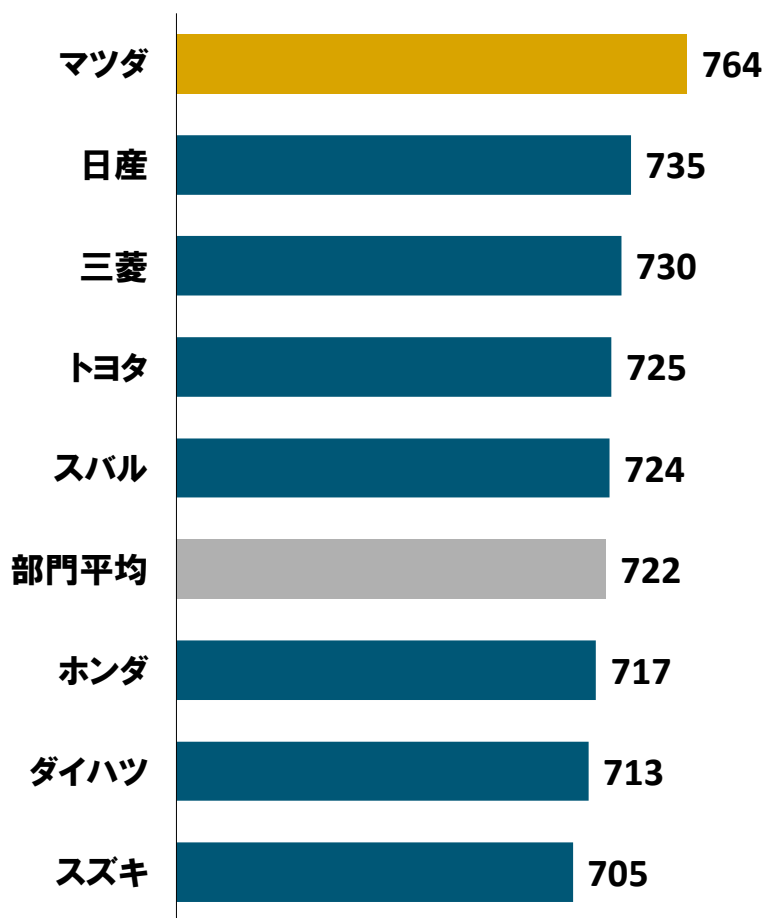
出典: J.D. パワー 2025年日本自動車セールス顧客満足度(SSI)調査SM

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 2025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。
同スコアの場合は英文表記アルファベット順にて掲載しています。

出典: J.D. パワー 2025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。