

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が昨年から改善する中、ラグジュリーブランドの満足度低下が顕著に

ラグジュリーブランドは、9年連続でレクサス、量販ブランドは、フォルクスワーゲンが第1位を獲得

東京：2015年8月19日—2015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14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。2015年の総合満足度の業界平均スコアは665ポイントとなり、昨年より13ポイント改善した。ブランドセグメントごとの推移を確認すると、量販ブランド平均が663ポイントで、昨年より14ポイント向上しているのに対し、ラグジュリーブランド平均は708ポイントで昨年より10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『今年は、業界全体として販売台数が前年割れの中での調査となった。結果として業界全体で改善したものの、それは量販ブランドの改善に牽引された結果と言える。一方でラグジュリーブランドを購入した顧客の見る目は、新規、既存客に関わらず厳しい。各社積極的な新型車種投入を行っている中で、商品に依存した対応となりすぎていないか、顧客に合わせた対応がきちんとできているのか、今一度確認をする必要があるのではないか』と強調する。

主な調査結果

- ファクター毎の平均を2014年調査との比較で見ると、量販ブランドでは、全ファクターにおいて改善しており、その中でも店舗施設の改善が18ポイントと最も大きい。一方、ラグジュリーブランドでは全ファクターにおいて低下となり、特に契約・価格において17ポイント、納車において14ポイントの下落となっている。
- ラグジュリーブランド平均で見ると、商談から納車に至るプロセス全般において、セールス担当者の接遇の質、特に丁寧な説明の実施割合に低下がみられる。具体的には、契約時の購入者価格/オプション価格の説明（-7%）、納車時の保証期間/保証内容（-4%）、及び点検スケジュール/点検内容（-5%）の説明等である。
- 今年の調査より、新車を購入する際に比較検討の俎上に載らなかったモデルについて非購入理由を聴取している。これを業界全体で見ると、商品に関する理由を挙げた割合が最も高い（51%）。内訳をみると、車のイメージが好きではなかった（19%）、車のデザイン/色が良くなかった（15%）、車の大きさが合わなかった（11%）という結果となった。
- 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、85%の顧客が^注推奨を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38%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

2015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757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49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スコアを獲得した。

量販ブランドセグメントでは、フォルクスワーゲン（695ポイント）が首位を獲得した。「契約・価格」を除く3つ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MINI（684ポイント）で、第3位には日産（679ポイント）、第4位にマツダ（675ポイント）、第5位に三菱（667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2015年5月下旬から6月上旬にかけてWEB調査を実施し、7,072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2015年自動車関連調査は下記の日程でリリース予定である。

- ・ 自動車の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2015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2015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。
- ・ 自動車の新車で購入後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2015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2015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2015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、ブラッツ、J.D. パワーである。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 メトロシティ神谷町 (〒105-0001)

電 話： 03-4550-8060

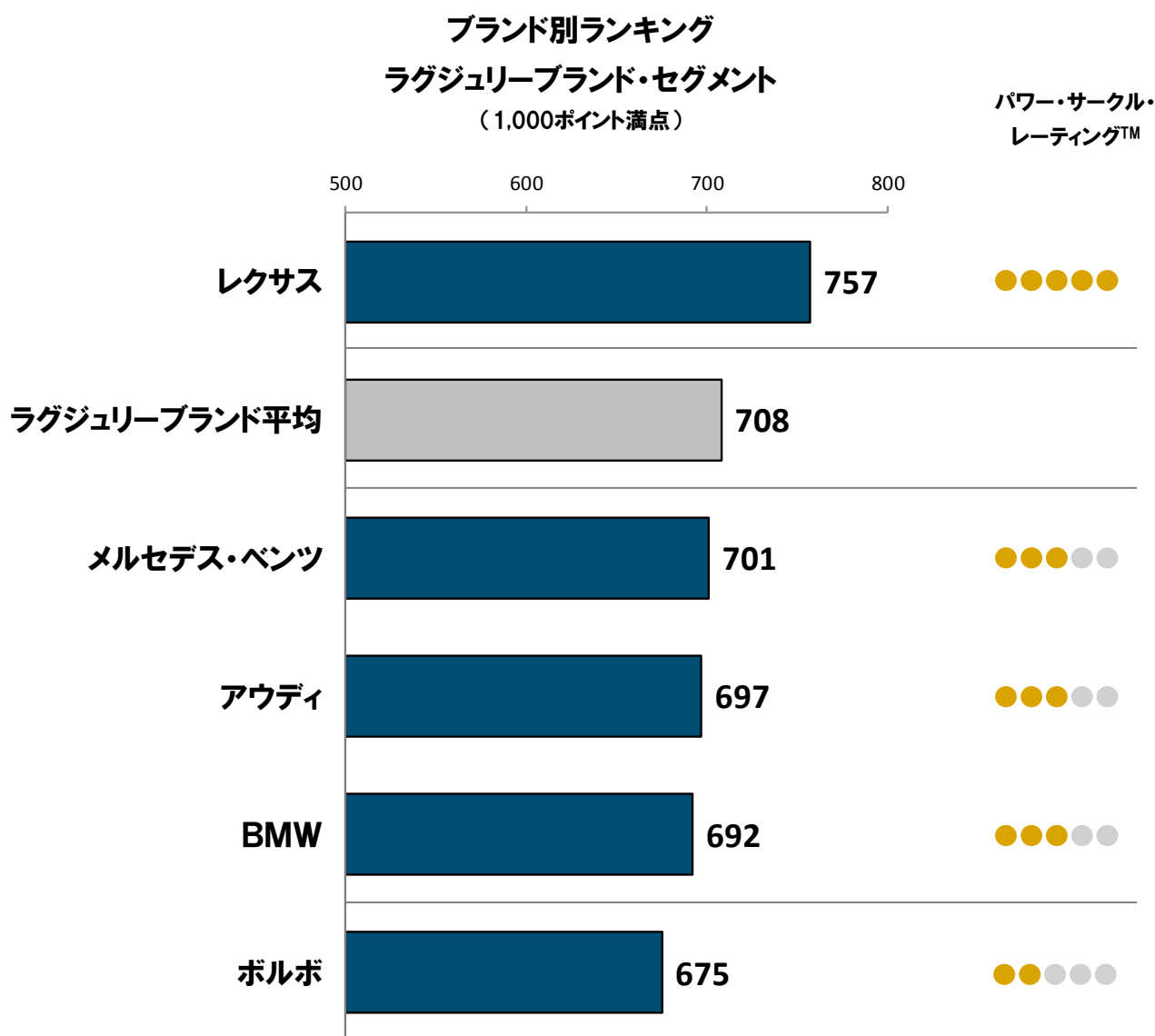
F A X： 03-4550-8152

e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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 2015年日本自動車セールス満足度(SSI)調査SM



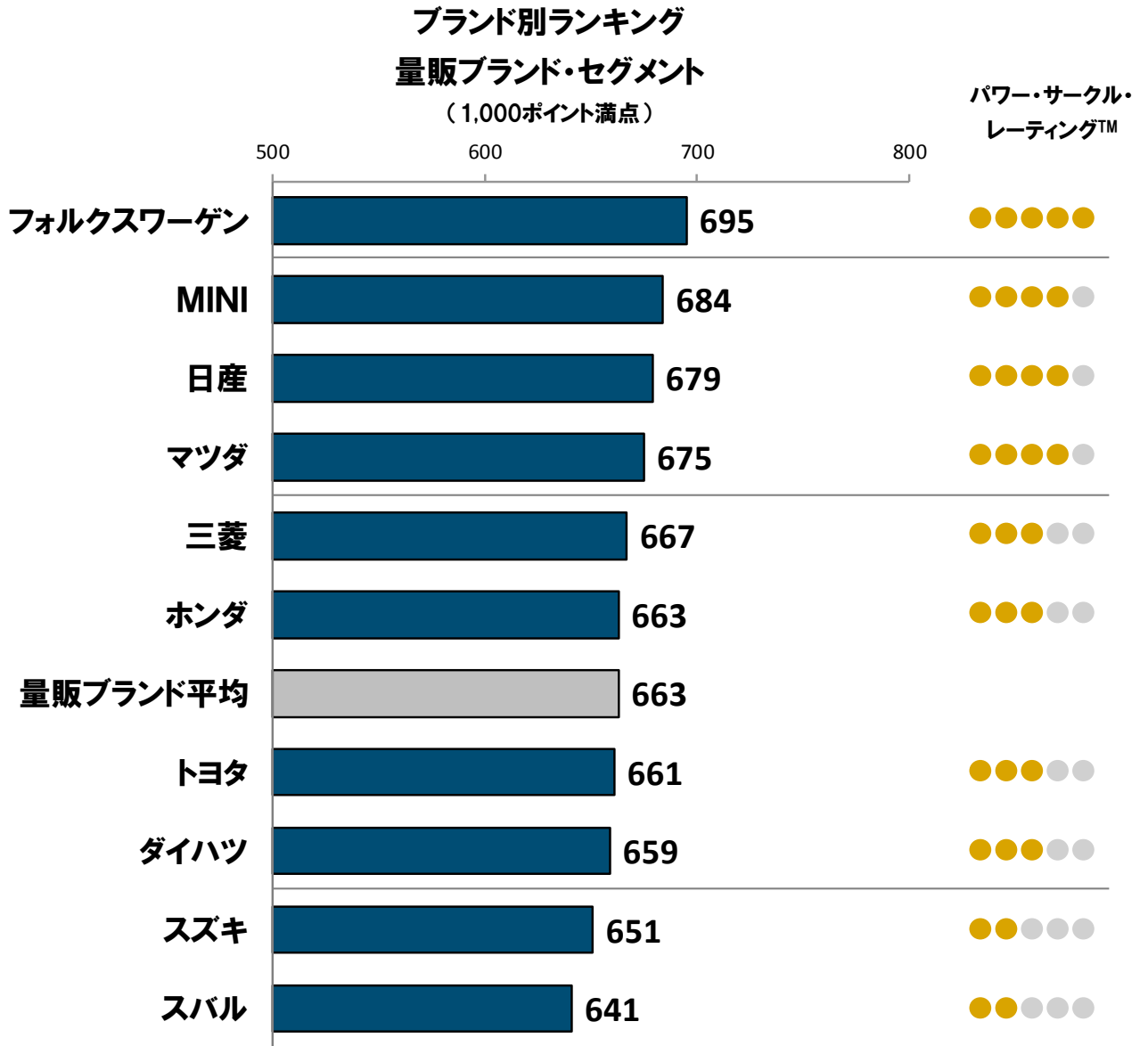
注) ボルシェは少数サンプル、アルファロメオ、ランドローバー、ジャガー、キャデラックは不十分サンプルのため
ランキングには含まれていません。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車セールス客満足度 (SSI) 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 2015年日本自動車セールス満足度 (SSI) 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 2015年日本自動車セールス満足度(SSI)調査SM



注) プジョー、フォード、フィアット、ルノーは少数サンプル、シボレー、シトロエン、ジープは不十分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 2015年日本自動車セールス客満足度 (SSI) 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。

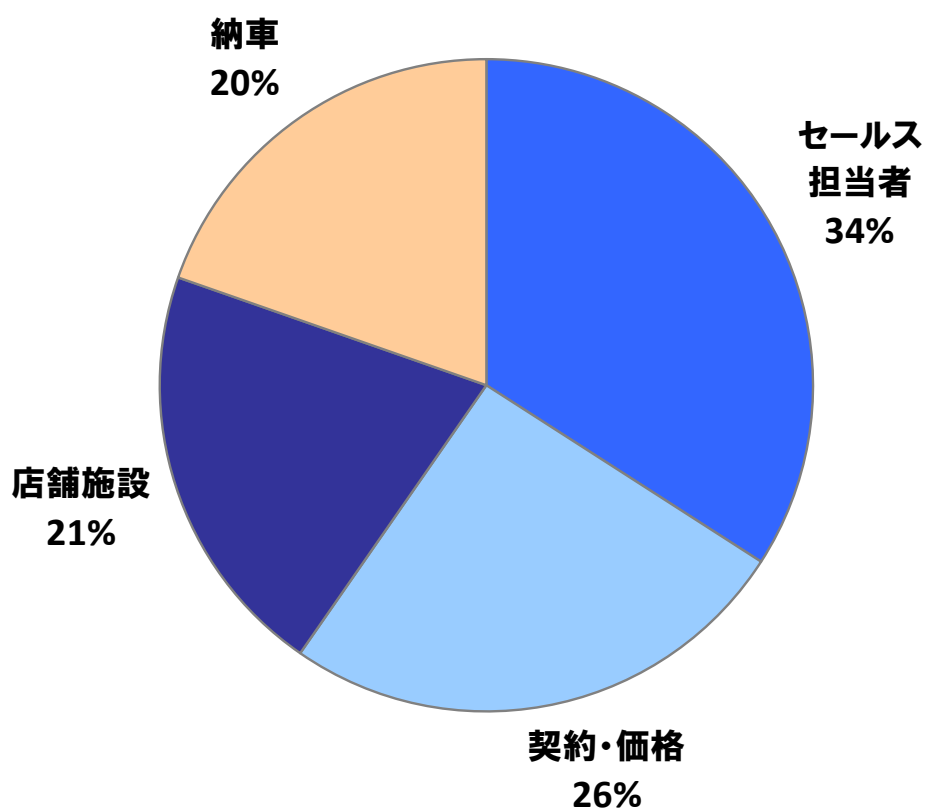
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車セールス満足度 (SSI) 調査SM) を明記して下さい。

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 2015年日本自動車セールス満足度(SSI)調査SM

総合満足度を構成するファクター



注)各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2015年日本自動車セールス満足度 (SSI) 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 2015年日本自動車セールス満足度 (SSI) SM) を明記して下さい。