

J.D. パワー報道用資料：

業界全体としてのアフターサービス満足度が昨年より向上している中、ラグジュリーブランドでは満足度が低下

ラグジュリーブランドは10年連続でレクサス、量販ブランドは5年連続でMINIが第1位

東京：2016年9月2日—J.D. パワーは2016年日本自動車サービス満足度（Customer Service Index、略称CSI）調査SMの結果を発表した。本調査は今年で15回目の実施となる。

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。

2016年の総合満足度の業界平均スコアは658ポイントで、昨年の654ポイントより4ポイントと僅かに向上した。セグメント別でみると、ラグジュリーブランド平均は723ポイントとなり昨年より3ポイント低下、量販ブランド平均では655ポイントで昨年より4ポイント向上した。

J.D. パワーのオートモーティブ部門 ディレクターである浦山浩一は『昨年に続き業界全体としては改善傾向が続いているが、ラグジュリーセグメント全体で見ると、今までの絶対的な強みが一部薄れてきている。反対に量販セグメントは、全体的な改善が続いている。競争が厳しくなる中、顧客の期待値が高まっており、各ブランドは差別化を図るためにも、サービス内容とそのプロセスを丁寧に見直し、対応を考えるべきときではないか』と述べている。

主な調査結果

- ファクタースコアを前年と比較すると、ラグジュリーブランドでは、サービス納車とサービスクオリティで昨年と同スコアであるものの、店舗施設で9ポイント、サービス担当者で6ポイント、入庫時対応で2ポイント各々低下した。一方、量販ブランドでは、店舗施設とサービスクオリティで各6ポイント、入庫時対応で4ポイント、サービス納車で3ポイント、サービス担当者で2ポイントと、全てのファクターで改善した。
- 購入後の案内や連絡など、顧客の来店促進活動を実施している割合が増加している。車を購入して以降、購入店から何らかの連絡を「2～3ヶ月に1回以上」受けていると答えた割合は48%になり、昨年より2%増加した。連絡の内容としては「車の調子伺い/挨拶」を受けた割合が17%、「定期点検の案内」22%、「キャンペーン/イベントの案内」39%、「新型モデル発表展示会の案内」28%となっている。さらに内容にかかわらず連絡を「2～3ヶ月に1回以上」受けた場合の満足度は695ポイントだが、「連絡の頻度がそれより少ない、もしくは全く受けていない場合」の満足度は、624ポイントに留まる。
- 本年は、長期保有（保有期間51ヶ月～110ヶ月）のオーナーのサービス満足度に関しても調査を行った。その結果、点検・修理・車検を正規ディーラーで実施する割合は、車両保有3年目の初回車検を終えた4年以降を境に、ディーラーに対するサービス満足度の高低によって違いが出るのがわかった。例えば、満足度スコアの高い層（800ポイント以上）で車両保有4年目の定期点検を正規ディーラーで実施した割合は84%、8年目の場合で87%であるが、反対に低い層（500ポイント未満）で保有4年目の定期点検の実施率は74%、8年目で70%となる。

- 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、79%の顧客が推奨する^注と答えているが、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

2016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658ポイントとなった。セグメント別にみると、ラグジュリーブランドセグメントではレクサスが776ポイントで、第1位となった。レクサスの総合満足度はラグジュリーブランドセグメント平均を53ポイント上まわる。販売店の総合的な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で、ラグジュリーブランドセグメントの最高値となった。

第2位はメルセデス・ベンツ（726ポイント）で、第3位にはBMW（716ポイント）、第4位にアウディ（708ポイント）、第5位にはボルボ（677ポイント）が続いた。

量販ブランドセグメントでは、MINI（693ポイント）が5年連続で第1位となった。また同様に、販売店の総合的な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で、量販ブランドセグメントの最高値となった。第2位はフォルクスワーゲン（676ポイント）で、第3位には日産（675ポイント）、第4位に同スコアでマツダとトヨタ（662ポイント）、第6位に同スコアでダイハツとホンダ（649ポイント）となった。

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2016年5月下旬から6月中旬にかけてWEB調査を実施し、9,131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

日本自動車セールス満足度調査は、J.D. パワー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2016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、新車購入店の顧客満足度を測定した2016年日本自動車セールス満足度（Sales Satisfaction Index、略称SSI）調査を8月に発表した。
- ・ 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2016年日本自動車初期品質（Initial Quality Study、略称IQS）調査を8月に発表した。
- ・ 今後1年以内に新車乗用車の購入を検討している消費者を対象に、次回購入検討車やブランドイメージ、新技術に対する興味や関心など、消費者の意識や購買行動に関する情報を広範囲に収集した2016年日本新車購入意向者調査（New-Vehicle Intender Study、略称NVIS）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度に関する評価を測定した2016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2016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。
- ・ 自動車の新車で購入後37～54ヶ月が経過した個人ユーザーを対象に、直近1年間に経験した車両の耐久品質上の不具合を測定した、2016年日本自動車耐久品質調査（Vehicle Dependability Study、略称VDS）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。

<J.D. パワーについて>

J.D. パワー（本社：米国カリフォルニア州コスタメサ）は、顧客満足に関するインサイト並びにパフォーマンス改善のための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。毎年、世界中で数百万人にのぼる消費者やビジネス・ユーザーを対象に、品質や顧客満足に関する調査を実施している。北米、南米、ヨーロッパとアジアに計 17 の拠点を有する。アジア・パシフィックではシンガポール、北京、上海、バンコク、マレーシアに拠点をもち、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、シンガポール、台湾、タイ、ベトナムで調査を行っている。詳しくは当社ウェブサイト <http://japan.jdpower.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

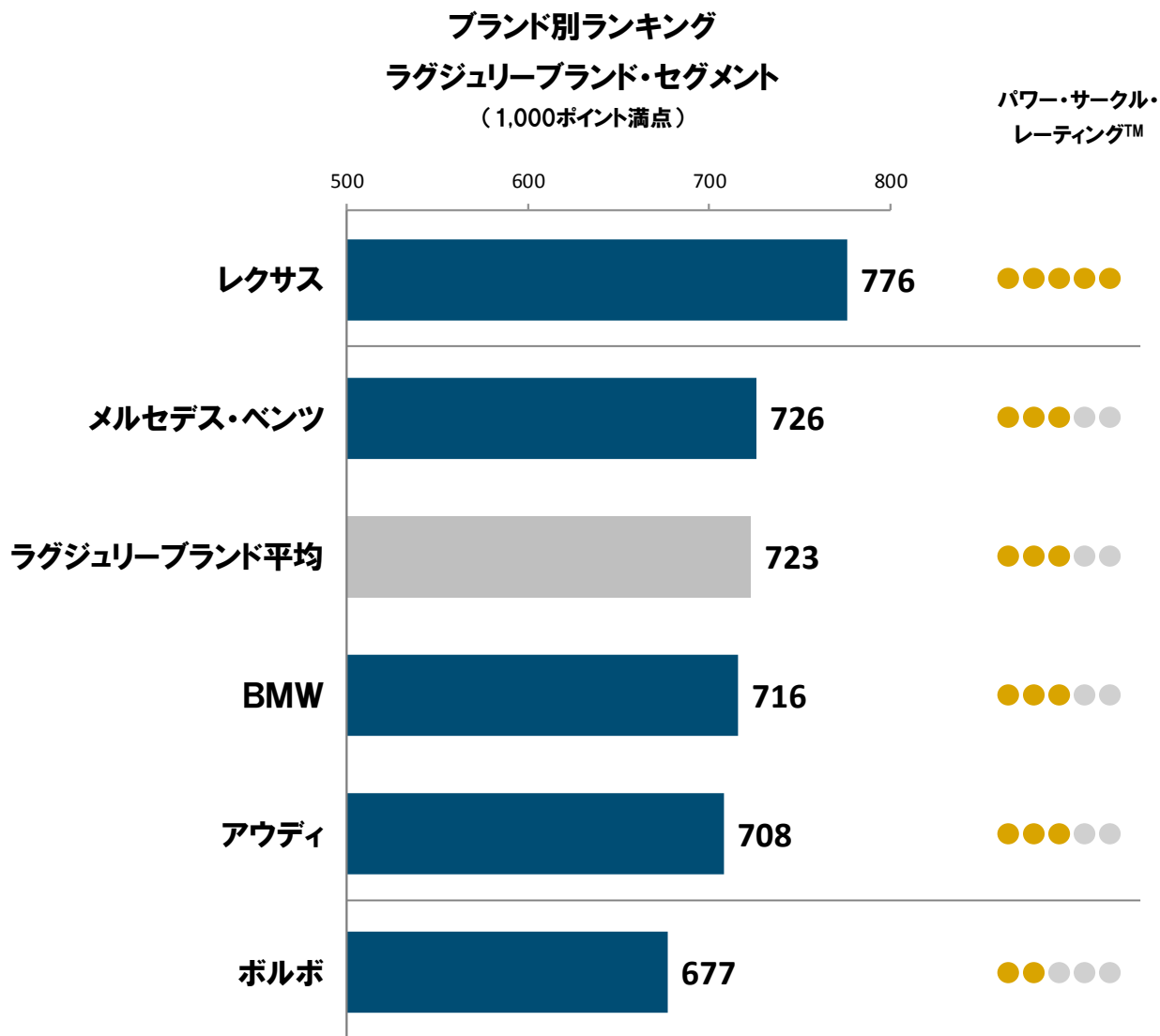
住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 メトロシティ神谷町（〒105-0001）

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 2016年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM



注) アルファロメオ、ランドローバー、ボルシエは少数サンプル、キャデラック、ジャガー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。

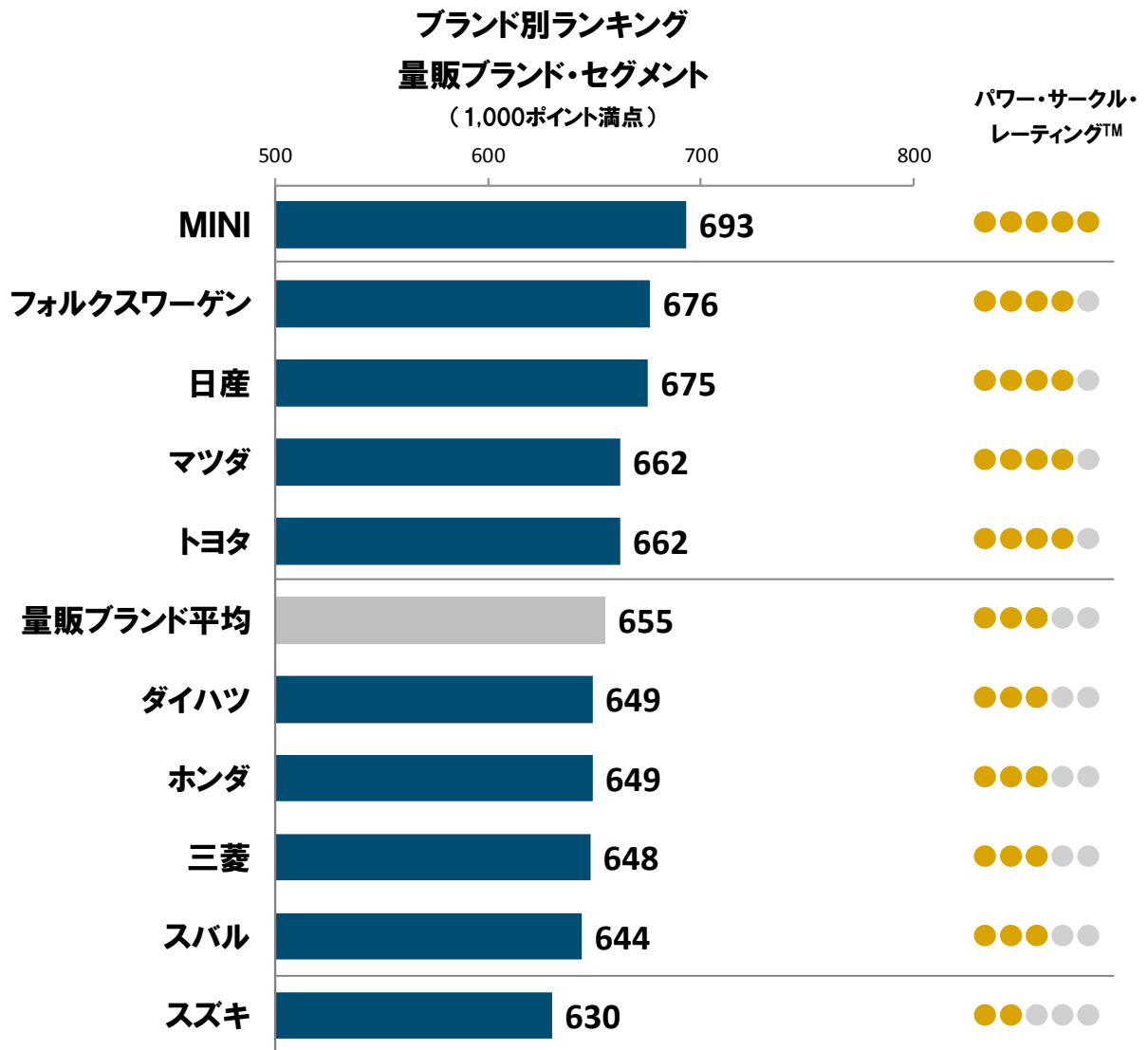
出典: J.D. パワー 2016年日本自動車サービス客満足度(CSI)調査SM

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下さい。

J.D. パワー 2016年日本自動車サービス満足度(CSI)調査SM



注) シトロエン、フィアット、ジープ、プジョー、ルノーは少数サンプル、シボレー、クライスラー、スマート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 2016年日本自動車サービス客満足度 (CSI) 調査SM

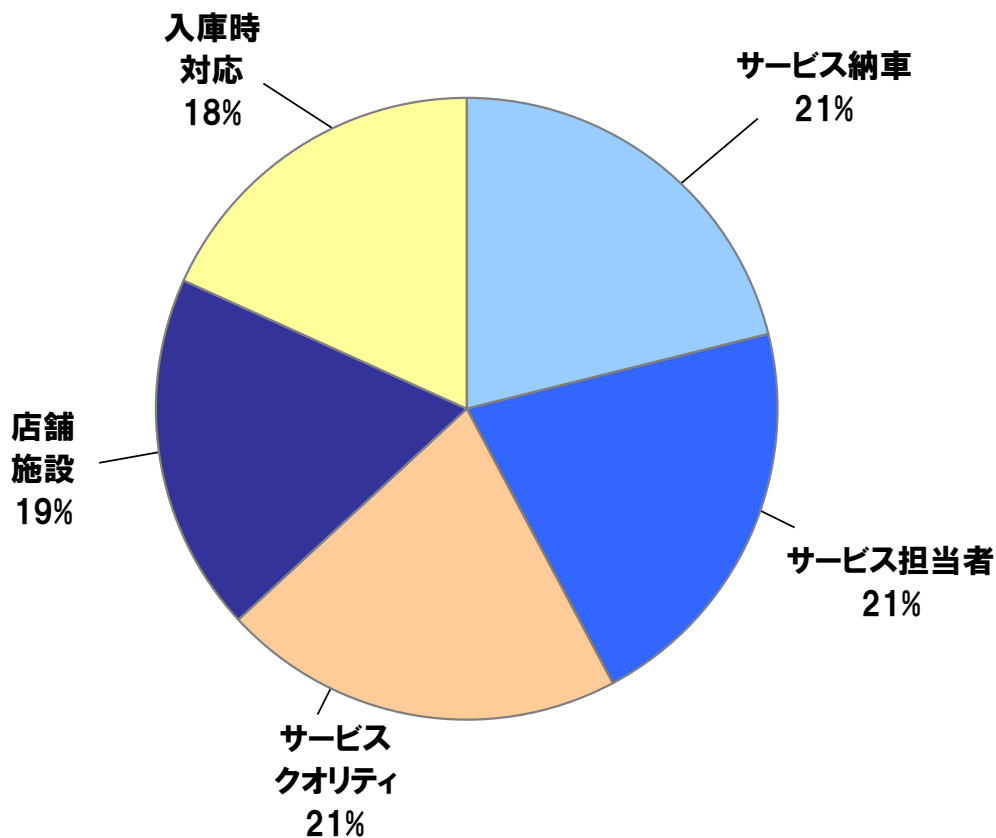
レーティングの説明
 ●●●●● ベスト
 ●●●●● ベター
 ●●●●● アベレージ
 ●●●●● それ以外

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下さい。

J.D. パワー 2016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



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 2016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下さい。