

## 報道用資料

J.D. パワー報道用資料：

### 小型トラック顧客満足度は、日野が2年連続第1位 顧客の信頼を勝ち取る効果的な営業活動モデルの構築が価格競争を回避するカギ

東京：2016年2月19日—商談時の顧客満足度を高め、価格や値引き競争を回避するためには、効果的、効率的な営業活動を通じ、顧客の信頼を勝ち取る活動がカギとなっている事が J.D. パワーによる 2016 年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>(Japan Light-Duty Truck Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup>)によって明らかとなった。

本調査は、年1回、全国のトラック貨物輸送事業者（緑ナンバー）の経営者を含む車両購入決定権者を対象に、各事業者が保有する小型トラックのメーカー（含販売店）に対する総合的な顧客満足度を測定するものであり、本年は調査内容を大幅に刷新し調査を行った。評価は、4ファクター、10の詳細項目にて聴取している。総合満足に与える各ファクターの影響力\*は順に「車両(44%)」、「営業対応(22%)」、「アフターサービス(22%)」、「コスト(12%)」となっている（数値は総合満足に対する各ファクター満足の影響力）。総合的な顧客満足に与えるこれら影響力と評価の素点に基づき、1,000点を満点とする総合満足度スコアを算出している。

\*総合的な顧客満足に与える4ファクターの影響力は、別途同時に行った大型トラックのデータを含む、小型・大型トラック保有事業者全体として算出している。

営業担当者による顧客へのコンタクト活動は、顧客との関係構築の基本活動である。営業担当者によるコンタクトが月に1回以上ある場合、購入車両選定理由の最多回答項目は「ディーラーの営業担当者を信頼しているから(43%)」となるが、コンタクト頻度が年1回未満の層では「車両価格の安さ(24%)」が最多回答項目になってしまう。コンタクト活動を通じた顧客との信頼関係構築が、価格競争に陥らない商談力を築くために重要であることを示唆している。

一方、商談時に「車両仕様」について丁寧な説明を受けたと回答する割合は全体の41%、「架装物の仕様」については43%であるが、営業担当者への信頼を購入車両選定理由と回答している層では、この割合がそれぞれ54%、56%と高くなる。同様に、普段の営業活動において「購入後の車両や架装物に関する説明やフォロー」があったとする割合は43%であるが、これも営業担当者への信頼を購入車両選定理由と回答している層では53%に高まる。営業担当者による車両や架装物の丁寧な説明や、導入後のフォローアップ行為が営業担当者への信頼を醸成する可能性を示している。

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佐々木由至は、『営業担当者の活動は顧客満足度を左右する。必然的にコンタクトが密なほど顧客との関係を築きやすい。しかし近年の事業効率化の流れの中、すべての顧客に高頻度のコンタクトをすることは困難になっている。顧客信頼と満足度を勝ち取る有効な活動を見極め、効率的、効果的な営業モデルを確立することが、顧客満足優位戦略の重要要件となっている』と述べている。

### 顧客満足度ランキング

小型トラックの顧客満足平均は552ポイントであった。メーカー別には、日野が577ポイントで首位となり、2年連続で最も顧客満足の高いメーカーとなった。日野は大型トラックに続き小型トラックでも高い顧客満足を得たが、小型トラックセグメントにおいては、「営業対応」評価の高さが大きな優位点となっている。

## キーファインディングス

- 営業担当者の顧客へのコンタクト頻度別に総合 CSI 得点をみると、週に 1 回以上のコンタクトがある場合総合 CSI は 672 ポイント、年に 1 回未満の場合 467 ポイントであり、その差は 205 ポイントと大きい。この値は大型トラックよりも大きく(大型の場合:194 ポイント差)、営業コンタクトの頻度は小型トラックの方がより満足度に強く相関している。
- メーカー選定理由において、車両価格を理由とする割合は 29%、整備・修理等維持費の安さを理由とする割合は 9%である。購入時には車両価格そのものが顧客の注視点となっている。しかし顧客満足における影響力としては、導入価格よりも維持費用の方が影響力が大きい(コスト満足における影響力は、導入費用:44%、維持費用:56%)。顧客満足においては、維持費用への満足度を高めることがより重要である。

2016 年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>(Japan Light-Duty Truck Ownership Satisfaction Study<sup>SM</sup>)は、2015 年 10 月に郵送調査で行い、2,262 の事業者から、3,400 件のメーカー評価情報を聴取した(1 事業者につき 2 メーカーまで回答)。

日本小型トラック顧客満足度調査は、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。

- ・ トラック貨物輸送事業者(緑ナンバー)を対象に、各事業者が保有する大型トラックのメーカー(含販売店)の満足度を測定した 2016 年日本大型トラック顧客満足度調査を本年 1 月に発表した。
- ・ 自動車を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)調査を本年 8 月に発表する予定である。
- ・ 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 2016 年日本自動車初期品質調査(Initial Quality Study、略称 IQS)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 2016 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 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。
- ・ 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、次回購入を検討している車のタイプ詳細や重視点、ブランド認知度など、消費者の意識や購買行動に関する情報を収集する 2016 年日本自動車購入意向者調査(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。
- ・ 自動車を新車で購入後 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。

<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エストレイク・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。

<当調査に関するお問い合わせ先>

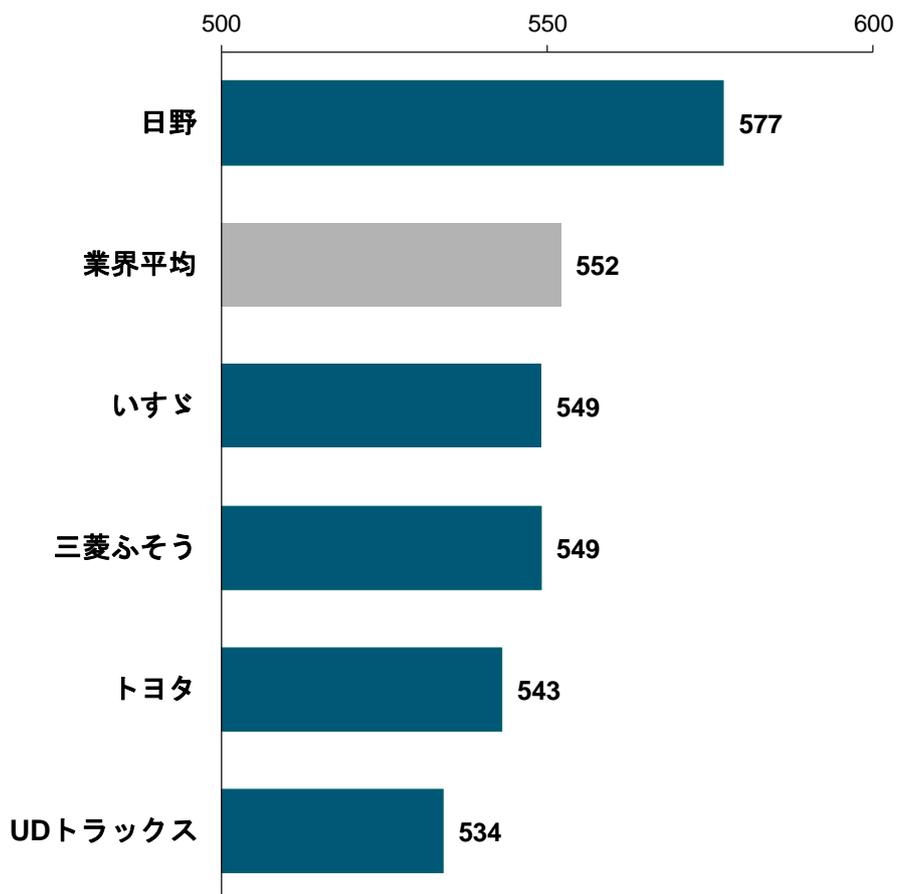
（株）J.D. パワー アジア・パシフィック  
コーポレート コミュニケーション  
住 所：東京都港区虎ノ門 5-1-5 メトロシティ神谷町（〒105-0001）  
電 話：03-4550-8060  
F A X：03-4550-8152  
e-mail：cc-group@jdpower.co.jp

<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 2016年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)



注) ベンツ、スカニア、ボルボ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 2016年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>

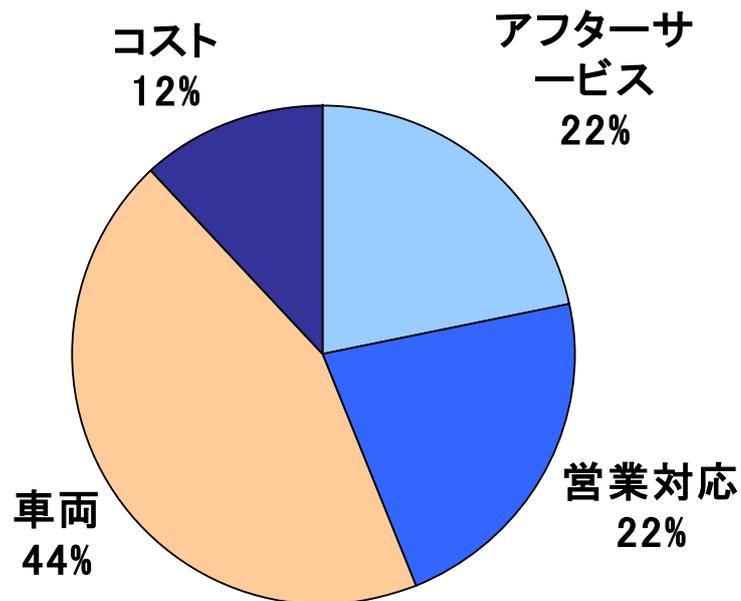
本紙は報道用資料です。J.D. パワーの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー 2016年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記してください。

# J.D. パワー 2016年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>

---

## 総合満足度を構成するファクター



---

出典: J.D. パワー 2016年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>

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、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー 2016年日本小型トラック顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記してください。