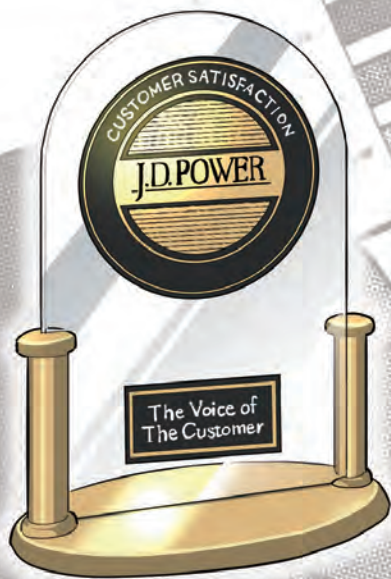


漫画で知る 半世紀を超える顧客満足度調査の歩み

The story of J.D. POWER

日本法人30周年記念出版



30 YEARS OF EXCELLENCE IN JAPAN

J.D. POWER Japan

History



- 1968 デイヴ(J.D. パワー 3 世)と彼の妻ジュリーが、カリフォルニア州カラバサスの自宅のキッチンテーブルで会社を立ち上げる
- 1969 J.D. Power and Associates 設立
最初のクライアントとして日本の自動車メーカーを迎えて、自動車業界でのビジネスを開始
- 1973 ウォール・ストリート・ジャーナル紙が、J.D. パワーの調査データに基づいたある自動車メーカーのエンジンの問題を報じ、“顧客の声”に関する調査会社としての知名度が上がることとなった
- 1980 年代 調査結果を紹介するニュースレターやレポートの出版を開始
- 1981 事業拡大の基盤となる、第 1 回 米国自動車サービス満足度調査(CSI)を実施
- 1984 第 18 回スーパーボウル放送中、J.D. パワー調査のランキングが初めてコマーシャルで使用される
- 1987 第 1 回 米国自動車初期品質調査(IQS)、米国自動車メディア調査を実施
- 1988 日本で合弁企業が設立され、初の海外オフィスとなる
- 1989 J.D. パワーが初めて自動車シンジケート調査のアワードを発表
アキュラが 1989 年度自動車サービス満足度調査(CSI)で総合満足度 No.1 を受賞
- 1989 ミシガン州トロイに初の支社を開設
- 1990 日本オフィスが 100% 子会社となり、アジアパシフィック地域でのビジネスを展開する
- 1992 トラベル部門を設立
自動車だけでなく、金融、ホーム、ヘルスケア、通信、IT サービスなど他業種へとビジネス領域を拡大
- 1992 J.D. パワー 3 世が、自動車殿堂(the Automotive Hall of Fame)から Distinguished Service Citation を受賞
- 1994 カナダオフィスを開設し、急速にグローバルな事業展開を進める
- 1999 ウェブサイトを開設。消費者に対して、各シンジケート調査のハイライト情報の提供を開始
- 2000 オーストラリアに合弁事業を設立
- 2004 ドイツオフィスを開設
- 2005 上海オフィスを開設
- 2006 アジアの自動車市場を専門とする Automotive Resources Asia を買収し、アジアでのプレゼンスを拡大
- 2006 『SATISFACTION: How Every Great Company Listens To the Voice of the Customer.』を出版
※日本語版『J.D. パワー 顧客満足のすべて』(ダイヤモンド社)
- 2011 メキシコオフィスを開設
- 2014 J.D. パワー 3 世が自動車業界で大きな功績を残した人物として
Automotive Hall of Fame — 自動車の殿堂入り
- 2015 NADA Used Car Guide を買収
- 2017 NADAguides.com を買収
- 2018 Dave Habiger が CEO 兼社長に就任
J.D. Power 創立 50 周年を迎える
- 2019 国際的な投資会社 Thoma Bravo による買収が完了
J.D. Power が Autodata Solutions を合併、Trilogy Automotive を買収
- 2020 J.D. パワー ジャパン設立 30 周年を迎える
J.D. Power 本社オフィスをミシガン州トロイに移転



1960年初頭—

私のデータと
違うじゃ
ないですか!!!

J.デヴィ・パワー三世

大学院卒業後

私はとある
広告代理店に勤め
自動車の市場調査を
行なっていた

ビジネスとして
始まったばかりの
市場調査は
地位が低く

顧客の声

苦勞して統計した
データは
クライアントの手で
簡単に捻じ曲げられ

企業に
都合よく
改ざん

消費者の声が
製品開発や
品質向上に
活かされず...

当然
市場調査という仕事は
軽蔑の眼差しを
向けられるものだった

結果を作れば
客は寄ってくる

データはオマケに
過ぎないんだよ

そんなはずは
ない……!!

バサッ

その頃の自動車業界は
技術者やセールスマン・
経営陣が主役で

顧客の声に
耳を傾けない——
その状況に
嫌気が差した私は
転職を決意

チェーンソーメーカーの
経営企画部長となった

みんな

よく
考えてくれ

チェーンソーを
買うのは
木ではない

人だ

何を
当然のことを

そう

だからこそ見るべきは
材木業界の動向ではない

消費者だ

ゴクリ...

既存社員を説得して
市場や消費者の声に
耳を傾けるようになった
会社は順調に成長



これを受けて
私はあることを
確信した



あなた…

デイヴの妻
ジュリー

間違いない

消費者の声は
企業にとって
大切な資産



この先の
業界の発展に
活かせるはずだ！

顧客の声を活かす仕組みを
私はこう考えた

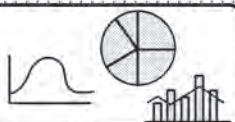
①

商品に対する
消費者の反応を
調査



②

分析・解説



③

企業にデータ提供



その頃
3人の子供を抱え
さらに新しい命を
授かっていた
私たち夫婦だったが
—…







消費者の声が
ないがしろに
されている時代

真剣に
取り合ってくれる
企業の方が
少なかった

それでも諦めず
奮闘した私に
舞い降りた幸運——

それは
初期のクライアントの中に
日本の大手自動車メーカーが
いたことだ

米国役員は
まともに聞いて
くれないが

消費者の声は
きっとあなたたちの
市場参入の役に
立てるはずですよ

——私たちも
何か足がかりが
欲しかったんです

大手自動車メーカー
マネジャー

デイヴ

私たちの未来——
あなたに
託してみたい

はい!

必ず参入の糸口を
見つけてみせます！

初仕事を受注した私は
すぐさま調査に
とりかかった

数日後——…

…ディヴ

君は
素晴らしいな！

このデータは
非常に価値の
あるものだ

あ…

ありがとう
ございます！

そして彼の
口利きで—

ついに副社長との
面会の機会を
得ることになった
—!!

…なるほど

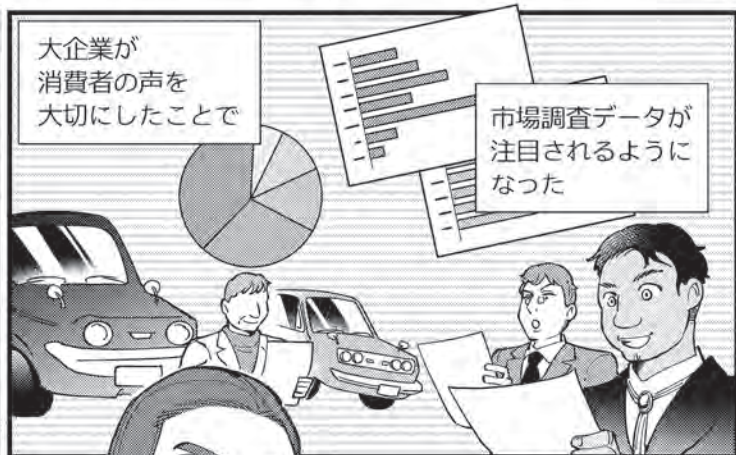
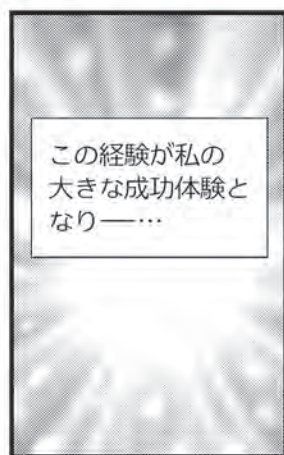
ひとつ
聞かせてほしい

君は…
これまでのファイルを
どこに保管して
いるんだね？

えっ

米国副社長





大きな企業の
理解も得た

これで事業も
波に乗れる……!



9年後――

あの時の役員から
再び講演の話が来た

案の定
この自動車メーカーは
9年の間 業績を
伸ばしていなかったのだ

…いいですか
みなさん

80年に彼は――
10年後に当社の
市場シェアは33%に
落ち込むと予想した

それが
どうですか

一昨年の時点で
すでに33%を
下回っている!

ここで対策を
打たなければ
もっとひどいこと
になるだろう!

顧客の声を
聞く企業

聞かない企業

その差は
開く一方だった…

1981年

最初の講演が
あった翌年

私たちは
アメリカ市場でシェアを持つ
各自動車メーカーを対象に

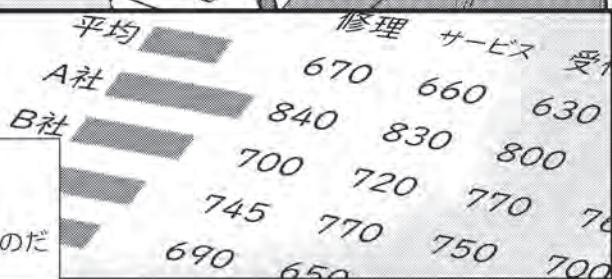
点検や修理といった
サービスの良し悪しを調べる
自動車サービス満足度調査(CSI)に
取り組んだ

この
調査方法なら

顧客の期待が
どこにあって
メーカーはこの改善に
取り組みやすいか
一目瞭然だ!

これは各自動車メーカーが
消費者にどれだけ
満足されているか

また 競合と比べて
どうなのかということを
多角的にスコア化したものだ



顧客の声に基づいた
独自性と客観性が
担保されている
このデータこそ...

自動車業界にとって
最も価値のある
データに違いない!

この調査は
自動車業界における
自主企画の
シンジケート調査を含む
事業拡大の基盤となった

すばらしい!



二度目の講演が行われる数年前

顧客満足度調査の市場価値が高まっていることを感じる出来事があった

あらっあなた

このCMってうちの調査結果じゃない?

.....!

Customers are satisfied, by J.D. Power study

大々的に打ち出された広告——

顧客満足度はこれだけ大きく扱われるほどの価値があったんだ...

そのとき私はひらめいた

企業が顧客から高い評価を得たことをアピールできる仕掛けを作れば

ジュリー

消費者が優れたものを選びたい時の指針になるぞ!

まあ!

僕たちの
顧客満足度
調査は

それだけの価値が
あるものと判断されて
いたんだ…！

その後

徐々にJ.D. パワーの
顧客満足度調査は浸透し

#1 IN CUSTOMER
SATISFACTION

#1

J.D. パワーの調査結果を
広告に使用する件数も増え

事業はますます
拡大した

HIGHEST RANKED
IN J.D. POWER STUDY

世界中で
20万回以上の
テレビCM

J.D. パワー
アワードライセンスは

現在世界各国で
展開されている

20億件以上の
広告

最初は見向きも
されなかったけれど

どうなんだ！

なるほど！

こんなにも世間が
価値を感じ始めている…！

会社を興してから
数十年が経ち

時代の変化とともに
顧客満足度にも
変化が現れてきた

おや…?

若い年代の
満足度が低い
傾向にあるな…

理由はこうだ

不便が当たり前だった
世代は品質や性能の
向上を身をもって
体験しているが



故障!?
ありえない!!

若い世代は
今の便利さが
当たり前になっている

求める水準が
高くなるのも
当然だ

仕方ないよ

どうだな

顧客満足度は…
まさに動く
指標だな

満足度の基準は
流動的なんだ…

そんな中で

ジュリー

これはちょっとした
相談なんですけど…

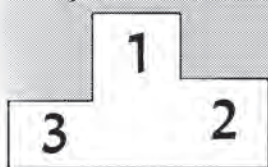
私はあることを
思いついた

それってとても
素敵だわ!

それは…

顧客満足度調査で
一位をとった企業に

サプライズで
トロフィーを贈ると
いうものだ



どうい
うデザ
インが
いいか…

うーん…

顧客の声…

最も身近な声
なのだから

それにふさわしい
デザインが…

何か…

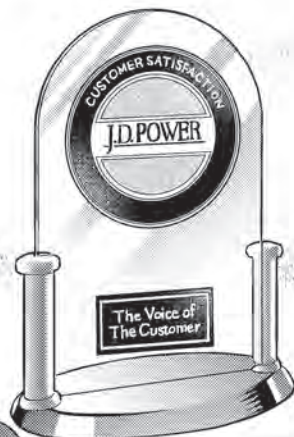
.....

時計だ!



常に変化していく
時代

その時々を代表する…
顧客が最も
支持する企業



置き時計は
それを表現するのに
最適だった!



そうして始まった
サプライズでの
トロフィー贈呈は



想像していた以上に
喜ばれた

トロフィー欲しさが
きっかけでもいい

企業がもっと
顧客の声に
耳を傾ければ

企業にとっても
消費者にとっても
より良い世の中にな
るはずだ…!



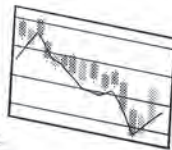
1990年 J.D. パワーは
米国外初の
オフィスとして

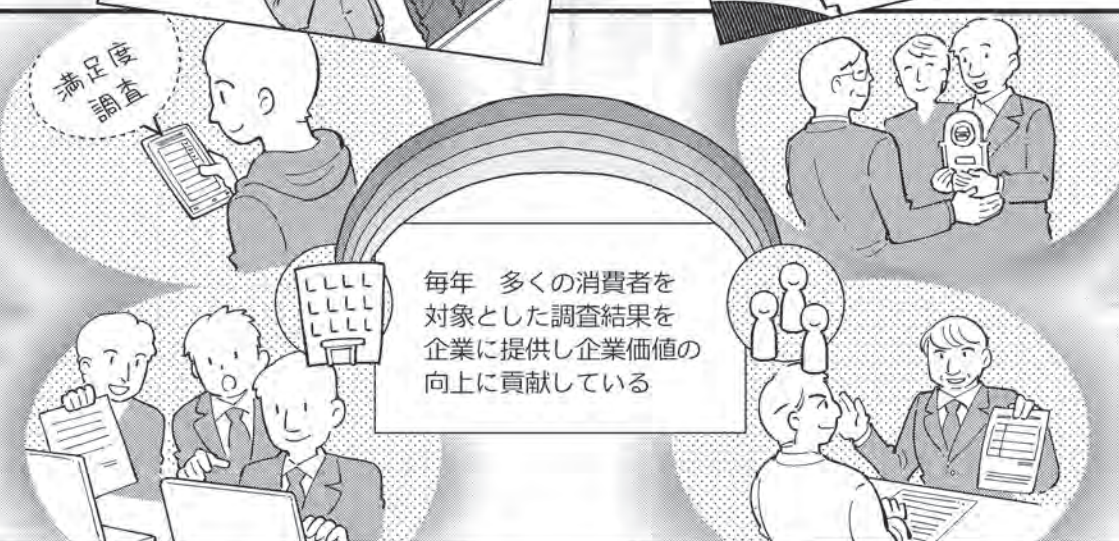
日本で事業を
スタートさせた

東京オフィス

アジアパシフィック地域での
ビジネスに始まり――

その後も
様々な産業へ
領域を広げ





現在~2000年

オートモーティブの領域では100年に1度の変革期を見据え

Connected

Shared & Services

CASE

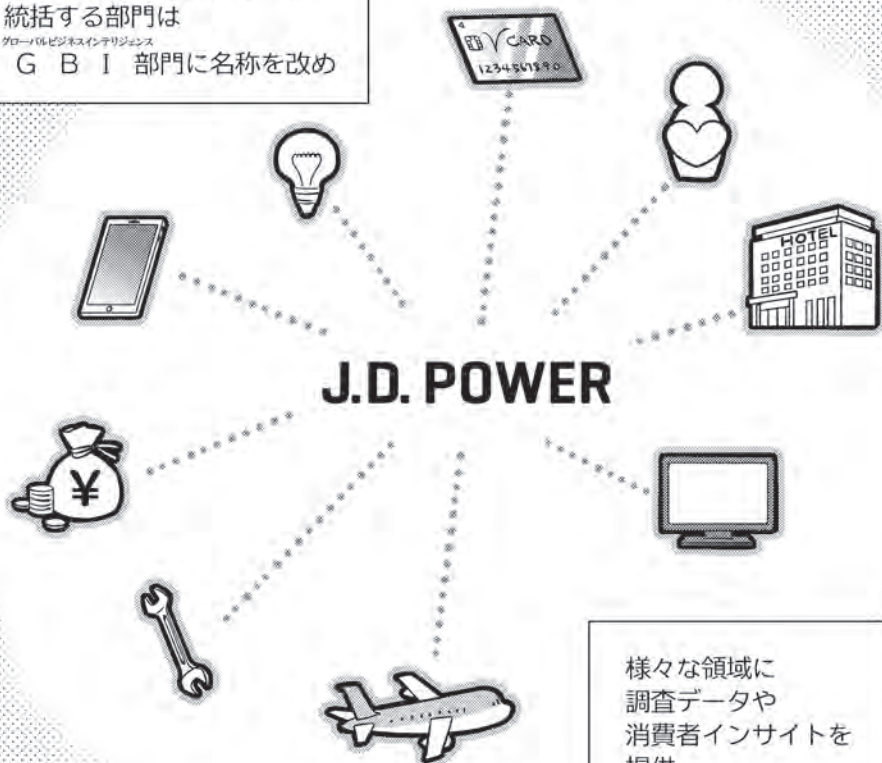
Mobility as a Service

Autonomous

Electric

先進技術や新たなビジネスモデルに向けた調査開発や取り組みを展開

サービスインダストリーを
統括する部門は
グローバルビジネスインテリジェンス
G B I 部門に名称を改め



様々な領域に
調査データや
消費者インサイトを
提供

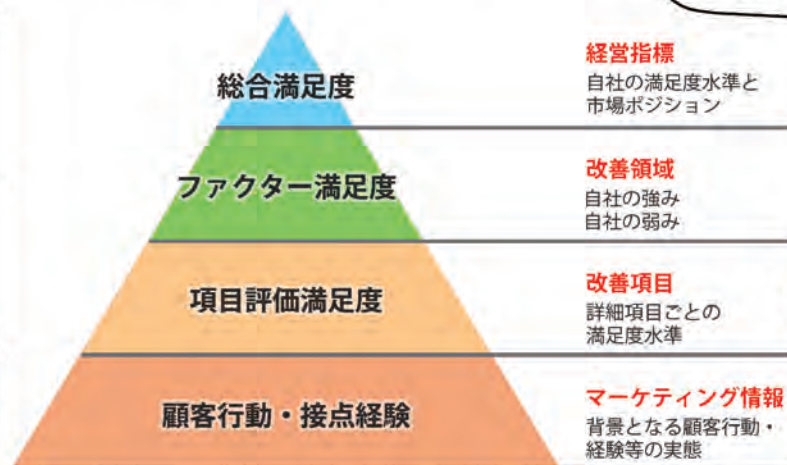


J.D. パワーの顧客満足度の捉え方

総合的な満足度を構成する領域(ファクター)と更に詳細な満足度項目によって満足度を階層構造で捉えます

評価

実態



J.D. パワーのリサーチ&コンサルティング

シンジケート調査



J.D. パワーが中立・公平な立場で実施する業界ベンチマーク調査で、企業やブランドのポジショニング、強み・弱みを明確化します。

プロプライエタリー調査



店舗別調査、品質トラッキング定性調査、分析ワークショップなどで、ビジネスパフォーマンス上の課題を明確化します。

コンサルティング、トレーニング



実践的なコンサルティングやトレーニングを実施し、ビジネスパフォーマンス改善を支援します。

自社の立ち位置を知るためのベンチマーク調査から課題を特定し改善に向けた仕組みづくりのお手伝いをしています



J.D. パワーが日本国内で実施している主な自主調査

自動車

- ✓日本自動車サービス満足度調査(CSI)
- ✓日本自動車セールス満足度調査(SSI)
- ✓日本自動車初期品質調査(IQS)
- ✓日本新車購入意向者調査(NVIS)
- ✓日本自動車商品魅力度調査(APEAL)
- ✓日本自動車耐久品質調査(VDS)
- ✓日本自動車テクノロジーエクスペリエンス調査(TXI)
- ✓日本大型トラック／小型トラック顧客満足度調査
- ✓日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査
＜純正ナビカテゴリー／市販ナビカテゴリー＞

マネー

- ✓個人資産運用顧客満足度調査
- ✓クレジットカード顧客満足度調査
- ✓QR・バーコード決済サービス顧客満足度調査

法人向けサービス

- ✓オフィス用品通販サービス顧客満足度調査
- ✓クラウドサービス提供事業者顧客満足度調査
- ✓ITソリューションプロバイダー顧客満足度調査
- ✓IT機器保守サービス顧客満足度調査
- ✓テクニカルサポートコールセンター満足度調査
- ✓カラーコピー機／カラーレーザープリンター顧客満足度調査
- ✓法人携帯電話サービス顧客満足度調査
- ✓IP電話・直収電話サービス顧客満足度調査
- ✓ネットワークサービス顧客満足度調査

トラベル

- ✓ホテル宿泊客満足度調査
- ✓ホテル会員プログラム顧客満足度調査
- ✓レンタカーサービス顧客満足度調査
- ✓カーシェアリングサービス顧客満足度調査

保険

- ✓生命保険契約満足度調査
- ✓生命保険保全手続満足度調査
- ✓生命保険金請求対応満足度調査
- ✓自動車保険契約者満足度調査
- ✓自動車保険事故対応満足度調査

通信

- ✓携帯電話サービス顧客満足度調査
- ✓格安スマートフォン／
格安SIMカードサービス顧客満足度調査
- ✓固定ブロードバンド回線サービス顧客満足度調査
- ✓モバイルルーター／
ワイヤレスホームルーター顧客満足度調査

※調査名、調査内容が変更になる場合がございます。一部抜粋。

2020 年、J.D. パワーは日本法人設立 30 周年という節目を迎えます。これまでを振り返り、時が経つのは実に早いものだ、改めて実感いたします。

今から 30 年前、「顧客の声」を日本、そしてアジアパシフィックに届けるという固い決意と熱い想いで東京にオフィスを開設しました。当時は、全てのビジョンをどう具現化できるかと試行錯誤の連続でしたが、東京オフィスは初の海外拠点として日本とアメリカの懸け橋となり、重要な役割を果たしてきました。

今では、米国をはじめ世界各国の調査データやそこから見える消費者インサイトを、日本でサービスを提供している様々な業界に届け、影響をもたらしています。

常に献身的な日本のチームに深く敬意を表します。彼らの努力なしには決して今の成功、そして 30 年に渡り日本でビジネスを継続させることはできなかったでしょう。

これからも、絶えず変化する顧客の期待値に応えるべく、
私たちのミッションは続きます。

J.D. Power 3rd



J.D. Power and Associates 創業者
J. デビッド・パワー 3 世

J.D. POWER

株式会社ジェイ・ディー・パワー ジャパン

〒105-0001 東京都港区虎ノ門 5-1-5 メトロシティ神谷町 8F

TEL : 03-4570-8445 (代表)

コーポレートサイト <https://japan.jdpower.com/>

情報サイト Check! CS <https://jdpower-japan.com/>

※本書の内容は、すべて株式会社ジェイ・ディー・パワー ジャパンに帰属します。