

2019年8月22日  
J.D. パワー ジャパン

## J.D. パワー 2019 年 日本自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>

～フォルクスワーゲンが3年連続、アウディが初の総合満足度第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、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）は、今年で18回目の実施となる、**2019年日本自動車セールス満足度**（Sales Satisfaction Index、略称 SSI）**調査<sup>SM</sup>**の結果を発表した。

### 購入時満足度は昨年につき向上、「店舗・施設」と「契約・価格」での改善幅が大きい

- 2019年の総合満足度の業界平均スコアは678ポイントで前年比+7ポイント。
- セグメント別では、量販ブランド平均が676ポイントで前年比+8ポイント、ラグジュリーブランド平均は728ポイントで前年比+11ポイント。
- ファクター別では、「店舗施設」（業界平均682ポイント、前年比+12ポイント）が最も満足度が向上し、特に『店舗の外観』と『展示車の状態・見やすさ』が貢献している。『展示車の状態・見やすさ』に関しては、量販ブランドの改善幅がラグジュリーブランドに比べ高い伸びとなっている。次いで改善幅が大きいのが「契約・価格」（業界平均650ポイント、前年比+11ポイント）となり、特に『支払方法の豊富さ』での満足度向上が最も大きかった。

### 車両価格が上昇する中、クルマの買い方への提案がより重要に

- 支払方法について、購入店でローン／リースを利用した割合は31%と昨年から+1%に留まったが、その中で残価設定ローンの利用率は62%から67%の+5%となっている。また顧客満足度を見ると、残価設定ローンの利用者の総合満足度スコアは704ポイント、通常型ローンの利用者の総合満足度スコアは689ポイントとなり、残価設定ローンを利用した場合の方が15ポイント高いことが確認できた。
- ローン利用形態を年代別で見ると、40代以上では、購入店でローン／リースを利用した場合は705ポイントで、購入店以外で利用した場合の689ポイントに比べ16ポイント高い。反対に20～30代では、購入店でローン／リースを利用した場合は681ポイントで、購入店以外で利用した場合の690ポイントに比べ9ポイント低い。
- 任意自動車保険の提案有無も満足度向上に貢献する。購入店で任意自動車保険を検討し、新規加入や切り替え、保証の見直し等の提案があった場合の満足度は698ポイントで、提案がなかった場合の648ポイントに比べて50ポイント高い。さらに購入店で契約に至った場合の満足度は707ポイントと、さらに9ポイント高くなる。

J.D. パワー オートモーティブ部門シニアディレクター 浦山 浩一は、本調査結果に対し次の様にコメントしている。

「この数年、新技術・機能による商品への魅力や期待が高まり、その販売を支えるスタッフに対する満足度も向上傾向にあった。その一方、車両購入価格の上昇と合わせて、契約・価格面での満足度の向上はあまりみられなかった。今年の調査においては、残価設定型を中心としたディーラーにおけるローンの活用割合が増える中で、その満足度に向上がみられ、車の商品訴求だけでなく、支払方法や保険といったカーライフを取り巻く提案力が今後一層重要になってくるのではないかと。」

## J.D. パワー 2019 年 日本自動車セールス満足度調査 総合満足度ランキング

【ラグジュリーブランド】（対象 5 ブランド）

### 第 1 位：アウディ（747 ポイント）

本調査初の総合満足度第 1 位。「セールス担当者」「契約・価格」「納車」の 3 ファクターでセグメント中最高評価。

【量販ブランド】（対象 10 ブランド）

### 第 1 位：フォルクスワーゲン（747 ポイント）

3 年連続で総合満足度第 1 位となった。昨年同様、「セールス担当者」「契約・価格」「店舗施設」「納車」の全ファクターでセグメント中最高評価。

### 《 J.D. パワー 2019 年 日本自動車セールス満足度調査<sup>SM</sup>概要 》

年に一回、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、乗用車を新車で購入した際の販売店の対応に関する満足度を聴取し明らかにする調査。今年で 18 回目の実施となる。

■実施期間：2019 年 5 月～6 月 ■調査方法：インターネット

■調査対象：2018 年 4 月～2019 年 3 月に新車乗用車（登録車・軽自動車）をメーカー正規店で購入したユーザーと購入決定関与者

■調査回答者数：7,213 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「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。

【ご注意】本紙は報道用資料です。弊社の許可なく本資料に掲載されている情報や結果を広告や販促活動に転用することを禁じます。

### 《本リリースに関するお問い合わせ》

株式会社 J.D. Power Japan コーポレート コミュニケーション

担当：北見 TEL: 03-4570-8410 E-mail: release@jdpa.com

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）は消費者のインサイト、アドバイザリーサービス、データ分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。企業の顧客満足度改善やパフォーマンス向上のソリューション提供のため、現在、北米、南米、アジアパシフィック、ヨーロッパでビジネスを展開しています。

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。

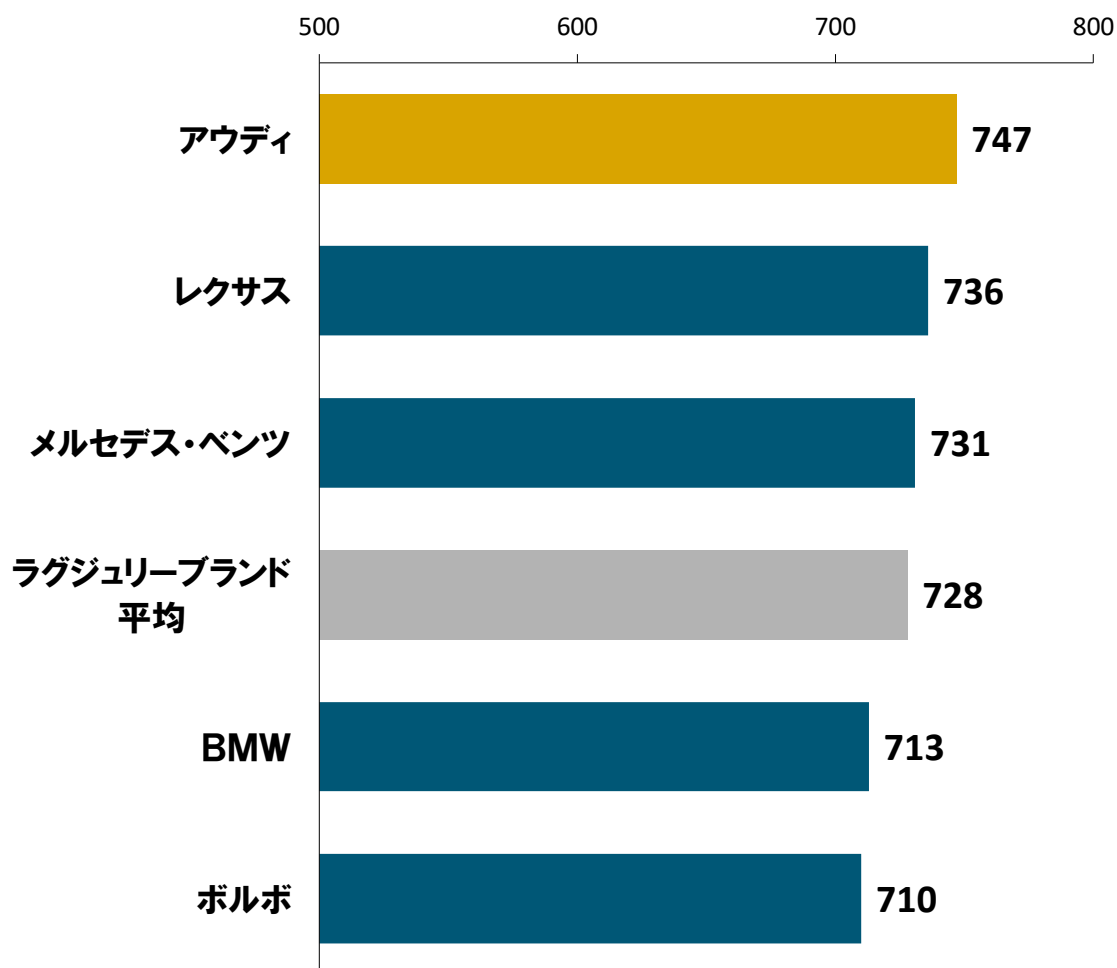
～2019年 J.D. パワー 自動車関連調査発表スケジュール～

日本自動車初期品質調査 IQS (8月)	日本自動車セールス満足度調査 SSI (8月)
日本自動車サービス満足度調査 CSI (8月)	日本新車購入意向者調査 NVIS (9月)
日本自動車商品魅力度調査 APEAL (9月)	日本自動車耐久品質調査 VDS (10月)
日本ナビゲーションシステム顧客満足度調査<純正ナビ/市販ナビ> (10月)	
日本自動車テクノロジーエクスペリエンス調査 TXI (11月)	
日本大型/小型トラック顧客満足度調査 (12月)	

J.D. パワー  
2019年日本自動車セールス満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>

ブランド別ランキング  
(1,000ポイント満点)

【ラグジュリーブランド】



注)ジャガー、アルファロメオ、ボルシェ、ランドローバ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。

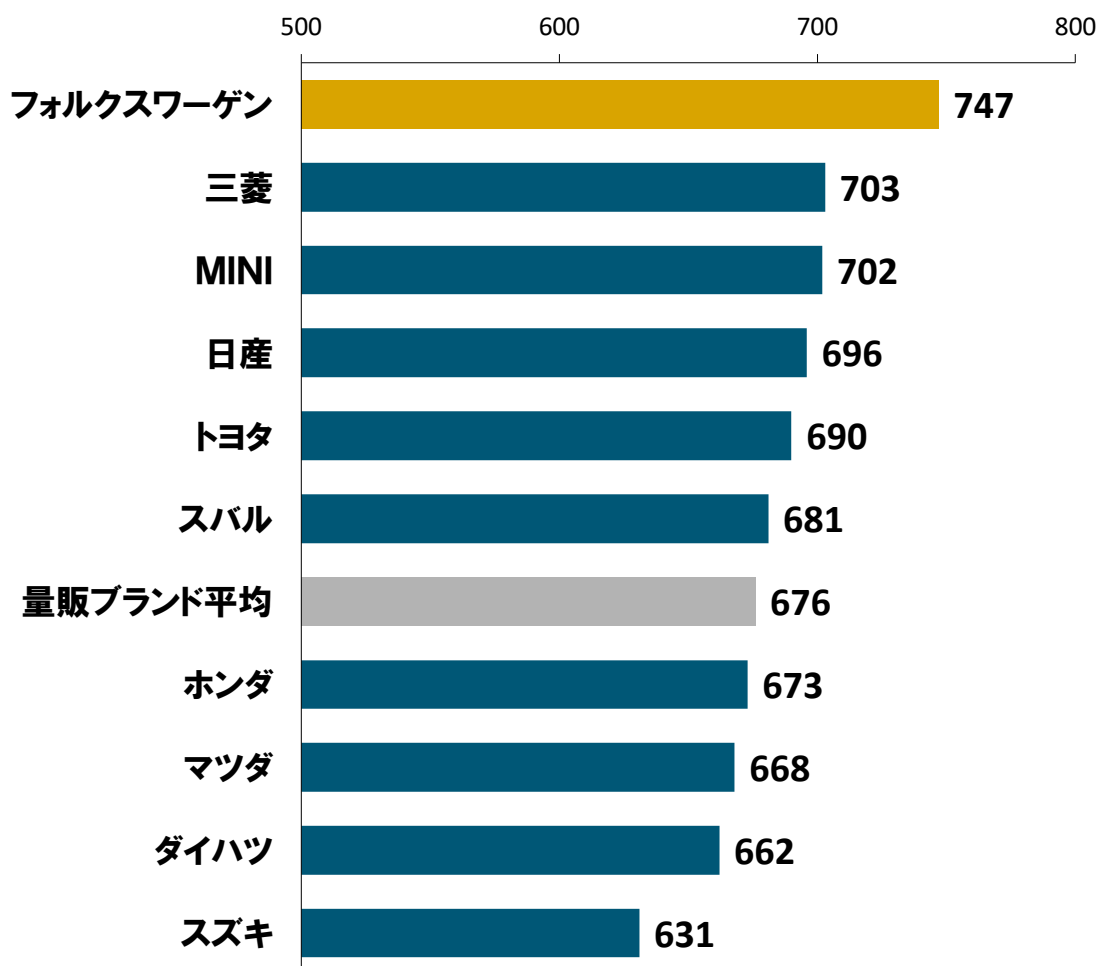
出典: J.D. パワー 2019年日本自動車セールス満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>

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、上記出典を明記してください。

J.D. パワー  
2019年日本自動車セールス満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>

ブランド別ランキング  
(1,000ポイント満点)

【量販ブランド】



注)プジョー、フィアット、ルノー、ジープは少数サンプル、シトロエン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。

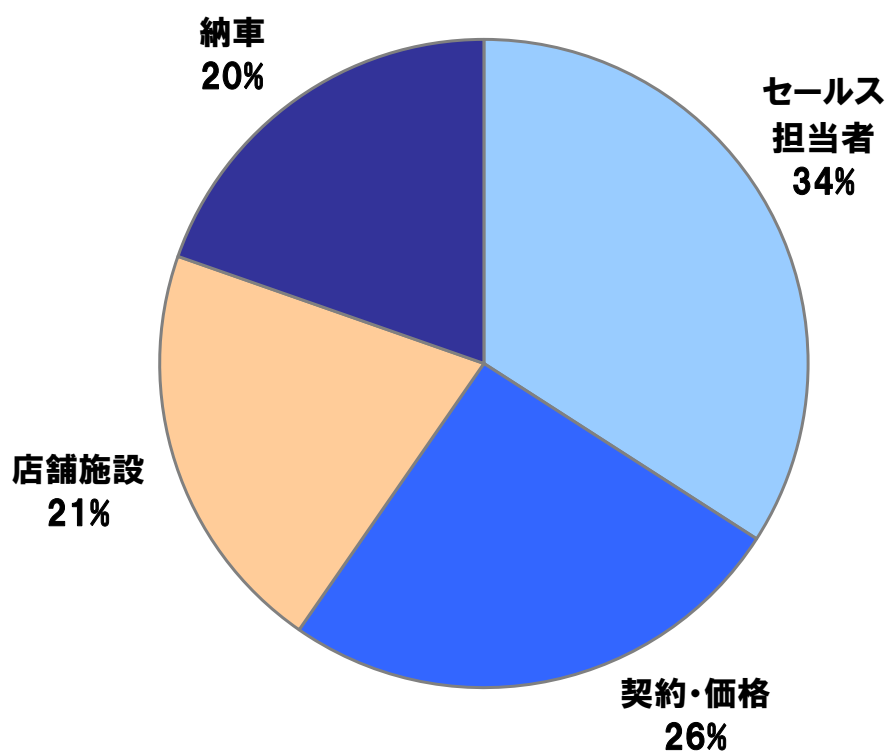
出典: J.D. パワー 2019年日本自動車セールス満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>

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、上記出典を明記してください。

J.D. パワー  
2019年日本自動車セールス満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>

---

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 2019年日本自動車セールス満足度(SSI)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、上記出典を明記してください。