

2021年8月19日

J.D. パワー ジャパン

**J.D. パワー2021年日本自動車セールス顧客満足度調査<sup>SM</sup>**

～ラグジュアリーブランドではレクサスが、マスマーケット国産ブランドではホンダと日産が第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 20 回目の実施となる、**J.D. パワー 2021 年日本自動車セールス顧客満足度**（Japan Sales Satisfaction Index、略称 SSI）**調査<sup>SM</sup>**の調査結果を発表した。

2021 年のスコアの概要は下記の通り：

- ・ 総合満足度の業界平均スコアは 729 ポイント（1,000 ポイント満点）。
- ・ ファクター別の業界平均スコアでは、「店舗施設・サポート」が 731 ポイント、「商談」が 726 ポイント、「契約手続き」が 733 ポイント、「納車」が 727 ポイントとなった。
- ・ セグメント別の総合満足度スコアは、ラグジュアリーブランド平均が 782 ポイント、マスマーケット国産ブランド平均が 725 ポイントとなった。

2021 調査の主なポイントは下記の通り：

**商談時の車の説明方法、実車やデジタル機器の活用が商品の魅力訴求に有効**

本調査では、商談中にどのようなツールを用いて車の説明が行われたかについて聴取している。回答した割合が高い順に、「カタログ／各種見本などの資料」（77%）、「試乗車」（42%）、「パソコン／タブレット端末などの画面」「展示車」（共に 34%）が挙げられ、従来の紙をベースにした説明方法だけではなく、実車やデジタル機器を活用した説明が行われていることがわかる。各説明方法別の顧客満足度をみても、実車やデジタル機器を利用した場合の評価は総じて高い傾向にある。

**オンライン商談ツールの利用は限定的、今後の普及に向けた活動に期待**

新型コロナウイルス感染拡大への対応として、昨年からはオンライン商談ツールを部分的に導入するディーラーが見られるようになってきている。「オンライン商談ツール／ウェブ会議システム」を利用した顧客からは高い評価を得ていることもわかった。しかしながら、「オンライン商談ツール／ウェブ会議システム」を利用した顧客は僅か 2%であり、また、ディーラーに対する今後の期待として「オンラインでの商談サービスの拡充」を挙げた顧客は 6%と、どちらも低い水準に留まっている。オンライン商談は、体感した一部の顧客に高い満足度をもたらしているものの、まだ広く浸透しておらず、その利点が多くの人に認知されていないのが現状と考えられる。

商談において満足度の高いカスタマーエクスペリエンスを提供するためには、従来のやり方にとらわれず、伝えたい内容や場面に則して、柔軟に実車やデジタル機器を活用しながら車の魅力をより体感してもらう工夫が必要である。

また、ディーラーでの対面型の商談に加えて、新たな顧客ベネフィットの提供と顧客満足度の向上において、オンライン商談は有効なツールであり、オンライン商談の利点を顧客へ周知する取り組みが重要である。

## **J.D. パワー 2021 年 日本自動車セールス顧客満足度調査<sup>SM</sup> 総合満足度ランキング**

### **【ラグジュアリーブランド】** (対象 5 ブランド)

#### **第 1 位：レクサス (809 ポイント)**

「店舗施設・サポート」「商談」「契約手続き」の 3 ファクターでセグメント中最高評価。

#### **第 2 位：ボルボ (804 ポイント)**

### **【マスマーケット国産ブランド】** (対象 8 ブランド)

#### **第 1 位：ホンダ、日産 (733 ポイント、同点)**

ホンダは「店舗施設・サポート」ファクターでセグメント中最高評価。

日産は全ファクターでセグメント平均以上の評価。

#### **第 3 位：三菱 (732 ポイント)**

### **《 J.D. パワー 2021 年 日本自動車セールス顧客満足度調査<sup>SM</sup>概要 》**

年に一回、新車購入後 2～13 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 20 回目の実施となる。

■実施期間：2021 年 5 月～6 月 ■調査方法：インターネット

■調査対象：メーカー正規ディーラーから新車購入後、2～13 ヶ月経過したユーザー (18 歳以上)

■調査回答者数：7,189 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「納車」(26%)、「店舗施設・サポート」(26%)、「商談」(26%)、「契約手続き」(21%)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**

メディア関係者様お問い合わせ：北見 (コーポレート コミュニケーション)

Tel: 03-4570-8410/080-8823-7365 E-mail: [release@jdpa.com](mailto:release@jdpa.com)

調査レポート購読等お問い合わせ：浦山 (オートモーティブ部門)

Tel: 03-4570-8400 E-mail: [koichi.urayama@jdpa.com](mailto:koichi.urayama@jdpa.com)

J.D. パワーについて：

J.D. パワー（本社：米国ミシガン州トロイ）は消費者のインサイト、アドバイザーサービス、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。50年以上にわたり、ビッグデータやAI、アルゴリズムモデリング機能を駆使し、消費者行動を捉え、世界を牽引する企業に、ブランドや製品との顧客の相互作用に関する鋭い業界インテリジェンスを提供するパイオニアです。

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。

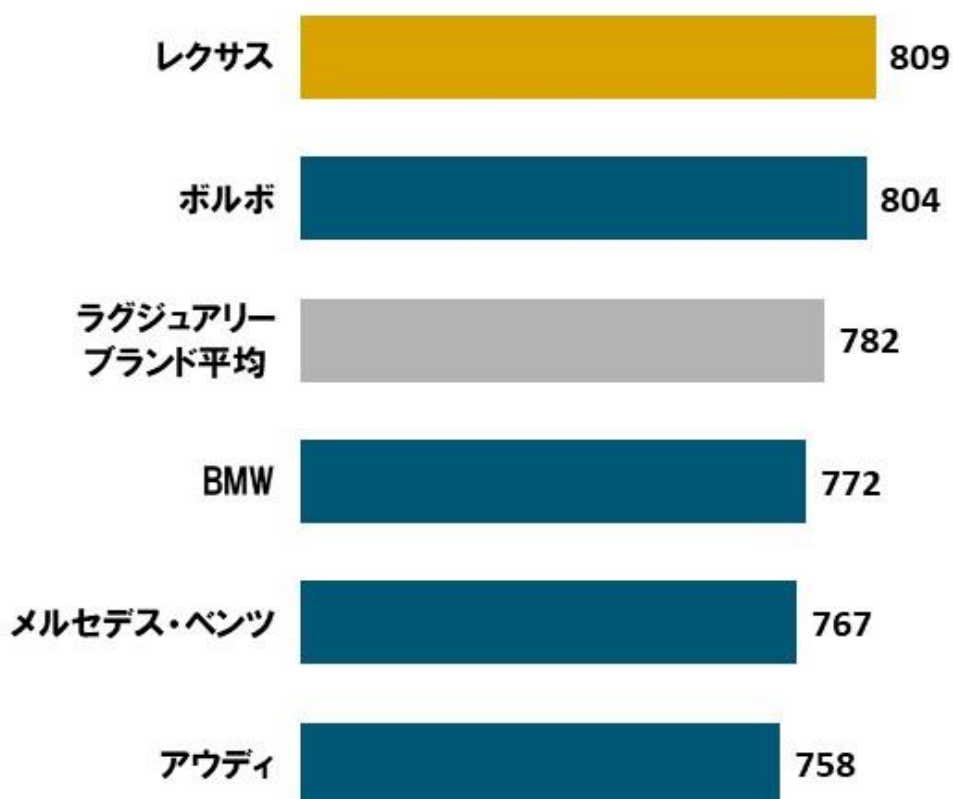
～2021年 J.D. パワー 自動車関連調査発表スケジュール～

日本自動車セールス顧客満足度調査 SSI（8月）	日本自動車サービス顧客満足度調査 CSI（8月）
日本自動車初期品質調査 IQS（9月）	日本自動車商品魅力度調査 APEAL（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）	
日本自動車耐久品質調査 VDS（12月）	

# J.D. パワー 2021年日本自動車セールス顧客満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>

## 顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)

### 【ラグジュアリーブランド】



注)回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランド/セグメントのみ公表対象としています。

出典: J.D. パワー 2021年日本自動車セールス顧客満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>

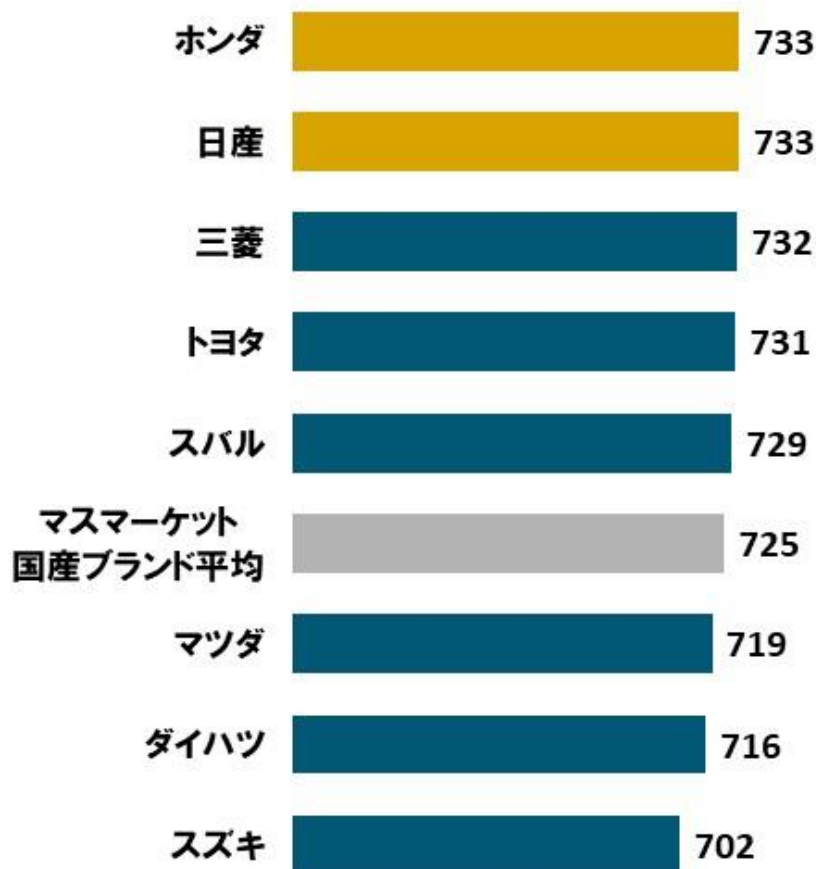
本紙は報道用資料です。J.D. パワーの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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 2021年日本自動車セールス顧客満足度(SSI)調査<sup>SM</sup>

## 顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)

### 【マスマーケット国産ブランド】



注)同点の場合は英文表記アルファベット順にて掲載しています。  
回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランド/セグメントのみ公表対象としています。

出典: J.D. パワー 2021年日本自動車セールス顧客満足度(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。