



2003年11月10日

**フォルクスワーゲン、J.D.パワー アジア・パシフィック  
「2003年日本自動車セールス満足度(SSI)調査」で2年連続の第1位  
「2003年日本自動車サービス満足度(CSI)調査」でも第2位**

CSに関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関、「株式会社J.D.パワー アジア・パシフィック(本社:東京)」が実施した「2003年日本自動車セールス満足度(SSI)調査」で、フォルクスワーゲンが2年連続の1位にランクされました。また、あわせて同社が実施した「2003年日本自動車サービス満足度(CSI)調査」でも、第2位にランクされました。 SSI=Sales Satisfaction Indexの略 CSI=Customer Service Indexの略

J.D.パワー アジア・パシフィック社は、自動車業界を始め、コンピューター、通信関連、金融などの様々な業界での顧客満足度に関する調査や、コンサルティングを実施している国際的な企業です。

今年同社が実施した「2003年日本自動車セールス満足度調査」は、乗用車ユーザーの新車購入時における販売店の対応に関する満足度を総合的に調査・分析するもので、新車購入後1～6ヶ月が経過した国産及び輸入車オーナー5,097人に対し、販売店の「セールス担当者」「販売体制・施設」「支払い・保険手続き」「デリバリー」の4項目が調査対象となりました。また、「2003年日本自動車サービス満足度調査」では、乗用車ユーザーの販売店におけるアフターサービスに対する満足度について、新車購入後13ヶ月～18ヶ月を経過した4,705人に対し、販売店の「サービス担当者」「サービス料金・時間」「サービスクオリティ」「在庫時対応」「サービス受け入れ体制」が調査対象となり、それぞれ調査・分析が行われました。

その結果、「2003年日本自動車セールス満足度調査」でフォルクスワーゲンは、対象となった9メーカーの中でも最も高い106ポイントを獲得。2年連続の「第1位」という高い評価を得る一方、「2003年日本自動車サービス満足度調査」でも第2位という、双方ともに高い評価となりました。

特に2年連続で第1位となった「2003年日本自動車セールス満足度調査」での評価は、「販売体制・施設」に関する項目が最高であるとされており、「2003年日本自動車サービス満足度調査」とあわせたこれらの高い評価について、フォルクスワーゲンでは、次のような要因によるものと分析しています。

1. 2001年初頭から推進してきたフォルクスワーゲンの専売店化
2. 世界的なCIに基づいた店舗のリニューアルやリロケーション
3. 独自の積極的なCSへの取り組み
4. VW独自のISO管理による高いアフターサービス業務

今後もフォルクスワーゲンは、この結果に満足することなく、引き続き価値観を大切にするあらゆる日本のお客様に対して、期待を超える顧客対応、魅力的な商品、信頼できるアフターサービスの提供に努め、感動をお届けする企業活動を行ってまいります。