

2011年7月25日発行 [毎週月曜日発行] 第1601号 1969年10月9日第三種郵便物認可



日経ビジネス

2011.7.25

2011年版 アフターサービスランキング

非常時に頼れる企業

楽天の誤算、シャープの勝算



坂根正弘・コマツ会長に聞く「日本の成長戦略」
本社機能を地方へ移せ

震災復興は逆転のチャンス
被災地から日本の「食」を変える

出典：「日経ビジネス」2011年7月25日号

日経BP社「日経ビジネス」誌の許可を得て複製しております。
掲載されている記事・写真・図表などの無断転載を禁止します。

Copyright © Nikkei Business Publications, Inc. All Rights Reserved.

2011年版 アフターサービスランキング

非常時に頼れる企業

楽天の誤算、シャープの勝算



回答者2万人による
アフターサービス満足度ランキング

ベスト BEST		ワースト WORST
シャープ	薄型テレビ	日本ビクター
シャープ	DVD・HDDレコーダー	東芝
ニコン	デジタルカメラ	カシオ計算機
エプソンダイレクト	パソコン	日本エイサー
シャープ	スマートフォン	富士通東芝 モバイルコミュニケーションズ
NTTドコモ	携帯電話・PHS	イー・モバイル
シャープ	エアコン	富士通ゼネラル
シャープ	洗濯乾燥機	三洋電機
ケースホールディングス (ケースデンキ)	家電量販店 (ネットショッピング除く)	ヤマダ電機 (LABI、テックランド含む)
パルシステム 生活協同組合連合会	ネットスーパー	Oisix(おいしくす)
オルビス	ネット通販	楽天ブックス
積水ハウス	新築の戸建て住宅	積水化学工業
三井不動産レジデンシャル	新築マンション	大京
レクサス	自動車	ブジョー
ソニー損害保険	自動車保険	全国共済農業協同組合連合会 (JA共済)
三井住友海上火災保険	初 損害保険	あいおいニッセイ同和損害保険

【アフターサービス満足度調査について】

2011年4月26日～6月2日に日経BP社と日経BPコンサルティングが保有する調査モニター20万人にアンケートを実施し、1万9900人から回答を得た。回答が30人を上回った企業を満足度指数ランキングの対象とした。30人未満の企業は満足度指数が高い一部を「参考値」として掲載した。調査概要は3ページに掲載。

東日本大震災の翌月から行ったアフターサービス調査。通販と家電で過去にない結果が出た。住宅の被害、テレビの故障、食品への不安…。企業は消費者の不測の事態にどう対応したのか。回答者の声から「非常時」に頼れる会社の条件が見える。
(戸川 尚樹、小谷 真幸、広岡 延隆、瀬戸 久美子)





家電量販のトップ3変わらず ネットスーパー、パルが初V

▶ 家電量販店 (ネットショッピングを除く)

今回	前回	企業名	満足度 指数	回答者数 (人)	再利用 意向(%)
1	1	ケースホールディングス(ケースデンキ)	55.6	393	82.3
2	1	デオデオ	46.6	164	82.9
3	3	ヨドバシカメラ	46.2	595	85.9
4	9	100満ボルト	42.4	33	78.5
5	7	ビックカメラ	38.4	466	81.6
6	5	エイデン	38.0	138	75.8
7	4	上新電機	37.2	337	81.0
8	8	ノジマ	35.8	117	74.3
9	6	ソフマップ	34.7	85	76.8
10	13	ミドリ電化	30.1	153	73.1
11	12	ベスト電器	20.9	117	66.2
12	11	コジマ	20.6	266	67.2
13	14	ヤマダ電機 (LABI、テックランド含む)	5.9	1127	70.5



家電量販店で1位を獲得した、ケースホールディングス(ケースデンキ)の店頭。顧客目線のサービスに力を注ぐ

▶ ネットスーパー

今回	前回	企業名	満足度 指数	回答者数 (人)	再利用 意向(%)
1	3	パルシステム生活協同組合連合会	52.9	35	76.2
2	1	イオンネットスーパー	50.0	45	70.2
3	2	イトーヨーカドーネットスーパー	48.5	102	79.6
4	-	Oisix(おいしくす)	33.8	37	50.4
*参考値					
-	-	西友ネットスーパー	22.2	18	72.9

【アフターサービス満足度調査の概要】

2011年4月26日～6月2日の間、日経BPコンサルティングが保有するインターネット調査システム「AIDA」を使用して実施した。

日経BP社と日経BPコンサルティングが保有する調査モニター約20万人に対し、月刊のメールマガジン「NBPC調査モニター通信」及び、電子メールでアンケートを告知。1万9900人から有効な回答を得た。

回答者の平均年齢は48.1歳。男性75.4%、女性23.5%(不明1.1%)。主な職種は、技術・専門職36.4%、事務職23.3%、主婦9.4%、経営者・役員8.1%、営業職7.7%。主な居住地域は、関東49.8%、近畿18.0%、中部11.6%。

満足度指数は、各企業ごとの製品や事業のアフターサービス経験者に、アフターサービスの評価を「満足」「まあ満足」「どちらでもない」「やや不満」「不満」の選択肢から1つ選んでもらい、それぞれの回答者数に順に100、50.0、-50、-100を掛けた数値を合計し、その企業のアフターサービス経験者数(無回答は除く)で割ったもの。小数点第2位を四捨五入。▲はマイナス値を示す。

なお、回答者数が30人に満たない企業はランキング対象から除外し、一部を参考値として掲載した。

調査項目によっては、社名よりブランド名を優先させた場合もある。

流通・サービス部門

ケースが連続1位 震災対応の影響、色濃く

家電量販店部門で1位に君臨するのは、全国に363店舗を構えるケースホールディングス(ケースデンキ)。利用者からは「開封済みの商品を、快く交換してくれた」など称賛の声が目立つ。震災時には、顧客に状況説明や配達遅延の連絡を実施。事情に応じて注

文のキャンセルも受け付けた。非常事態に適切な対応をしたことも、トップを独走する理由の1つだろう。

昨年に比べて順位を伸ばしたのは、4位の100満ボルト。福井県で創業した地域密着型の家電量販店で、51店舗を展開。「修理の見積もりを取る前に状況を聞き、修理費用の目安を教えてください」など、きめ細かさを忘れない。

ネットスーパー部門では、前年1位のイオンネットスーパーがパルシステ

ム生活協同組合連合会にその座を奪われた。イオンは「震災時、店舗の状況確認に時間がかかったり、被災地の復旧活動を優先したりした結果、ネットスーパーは一時的に休止せざるを得なかった。その点が要因では」と見る。

今回の調査は全般的に、震災の影響が色濃く反映された結果となった。次ページから、トップ企業が顧客対応の底力が問われる正念場はどう向き合ったかを見る。