

# Press Release

J.D. パワー アジア・パシフィック 報道用資料：

## インターネットによる購入層へのブランドロイヤルティの醸成が課題

市販夏用タイヤの顧客満足度は、軽自動車/コンパクトカー、ミッドサイズ、ラージセグメントではミシュラン、ミニバンセグメントではブリヂストンが1位を受賞

東京：2014年10月30日—リプレイスタイヤをインターネット経由で購入する割合が増えていることが、2014年 J.D. パワー アジア・パシフィックによる日本リプレイスタイヤ顧客満足度 (Replacement Tire Customer Satisfaction Index) 調査で明らかとなった。本調査は今年で6回目の実施となる。

本調査は市販タイヤ（冬用タイヤを除く）を新品で購入後、3～14ヶ月が経過した乗用車ユーザーを対象に、市販夏用タイヤの顧客満足度を測定している。2013年6月から2014年5月の間に市販夏用タイヤを新品で購入した乗用車ユーザーに対し、2014年7月下旬から8月にかけてインターネット調査を実施し、総計7,843人から回答を得た。

市販夏用タイヤ（リプレイスタイヤ）に関する総合的な評価を、4つの性能領域に基づいて算出している。それらは「グリップ/ハンドリング性能」、「乗り心地」、「耐摩耗性能」、「見映え」の4つで、これらのファクターにおける、合計10項目の詳細項目の評価を基に、総合満足度（1,000ポイント満点）を算出している。

J.D. パワー アジア・パシフィックのオートモーティブ部門 執行役員である木本卓は『インターネット販売の割合が増加傾向にあるが、この場合の購入動機は、インターネットでの評価をベースに検討した上で、最終的な意思決定は価格となるケースが多いと考えられる。価格だけが突出した選定理由の場合、次の買替えも価格のみ重視ということになり、その結果ブランドをスイッチするケースも多くなる可能性がある。総合的な商品訴求の仕方をネット購入層にどのように高めるかは重要である』と述べている。

## 主な調査結果

- 調査全体において、夏用タイヤ購入経路におけるインターネット経由での購入の比率が、昨年の13%から20%へと増加傾向にある。その中でもタイヤ専門店・カー用品店の通販サイトよりも、オンラインショッピングモール/ネットショップによる割合が増加し、全体の57%に達している。
- 選定理由を見ると、購入経路にかかわらず、「価格が安かった、割引サービスがあった」が選定理由のトップとなっている。実店舗購入者の「価格が安かった、割引サービスがあった」を選択した割合は41%、一方、インターネットでの購入者のそれは58%となっており、両者の差が大きい。
- 走行状況が満足度に与える影響は大きい。走行距離と「グリップ/ハンドリング性能」ファクターの関係をみると、平均15,000km以上の長距離走行における満足度の差が特にメーカー毎によって大きくなっている。同様に、「乗り心地」のファクタースコアでみると、高速道路での走行頻度は満足度に与える影響が最も大きい。
- ブランドリピート状況をみると、ロイヤルカスタマー（直前、現使用、次回購入意向において同じメーカーを回答）の比率は全体平均の32%を占める。これは総合満足度の切り口でみると、満足度スコアが800ポイント以上でのロイヤルカスタマー比率は41%、600～799ポイントでは36%、400～599ポイントでは31%で、総合満足度が高くなるほど、その比率は高まる傾向にある。

## 総合満足度ランキング

今回ランキングが発表された4つの車両セグメント別の総合満足度ランキングは以下のようになった。

- 軽自動車/コンパクトカーセグメント：業界平均は536ポイント。ミシュランが611ポイントで1位となった。2位はダンロップ(559ポイント)が続く。ミシュランは、4つのファクター全てでセグメントトップスコアとなった。
- ミッドサイズセグメント：業界平均は590ポイント。ミシュランが1位(649ポイント)で、2位はダンロップ(613ポイント)となった。ミシュランは、全てのファクターでセグメントトップスコアを得ている。
- ラージセグメント：業界平均は613ポイント。ミシュランが1位(674ポイント)で、全てのファクターでセグメントトップスコアとなった。2位はブリヂストン(658ポイント)となった。
- ミニバンセグメント：業界平均は556ポイント。ブリヂストンが1位(592ポイント)となり、ミシュラン(590ポイント)がそれに続く。ブリヂストンは「グリップ/ハンドリング性能」、「乗り心地」、ミシュランは「耐摩耗性能」、グッドイヤーは「見映え」ファクターでセグメントトップスコアを得ている。

日本リプレスタイヤ顧客満足度調査は、J.D. パワー アジア・パシフィックが日本で実施している AUTO ベンチマーク調査の一つであり、他の2014年自動車関連調査は下記の日程でリリース予定である。

- 新車に装着されたタイヤの満足度を測定した、2014年日本 OE タイヤ顧客満足度(Original Equipment Tire Customer Satisfaction Index, OE-TSI)調査を2015年に1月に発表する予定である。

\*J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワーの日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として1990年に設立された。自動車業界を始め通信、IT、金融、保険、トラベルなど様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。尚、J.D. パワーではシンガポール、北京、上海、バンコクに拠点をもち、日本、オーストラリア、中国、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、台湾、タイ、ベトナムで調査を実施している。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト <http://japan.jdpower.com> まで。

<J.D. パワーについて>

マグロウヒル・フィナンシャルの一部門である J.D. パワー(本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ)は、パフォーマンス改善、ソーシャル・メディア、顧客満足に関するインサイトとソリューションを提供している国際的なマーケティング情報サービス企業である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行なっている。

<マグロウヒル・フィナンシャルについて>

マグロウヒル・フィナンシャル(NYSE:MHP)は国際的な金融並びに商品市場に対する信用格付、ベンチマーク、情報・分析サービスを提供する事業を行う金融情報サービス企業である。主なブランドはスタンダード&プアーズ レーティングサービス、S&P Capital IQ、S&P ダウ・ジョーンズ・インデックス、プラッツ、クリシル、J.D. パワー、マグロウヒル・コンストラクションである。世界27カ国に約17,000人の従業員を有する。詳細はウェブサイト [www.mhfi.com](http://www.mhfi.com) まで。

<当調査に関するお問い合わせ先>

(株) J.D. パワー アジア・パシフィック

コーポレート コミュニケーション

住所： 東京都港区虎ノ門5-1-5 メトロシティ神谷町(〒105-0001)

電話： 03-4550-8060

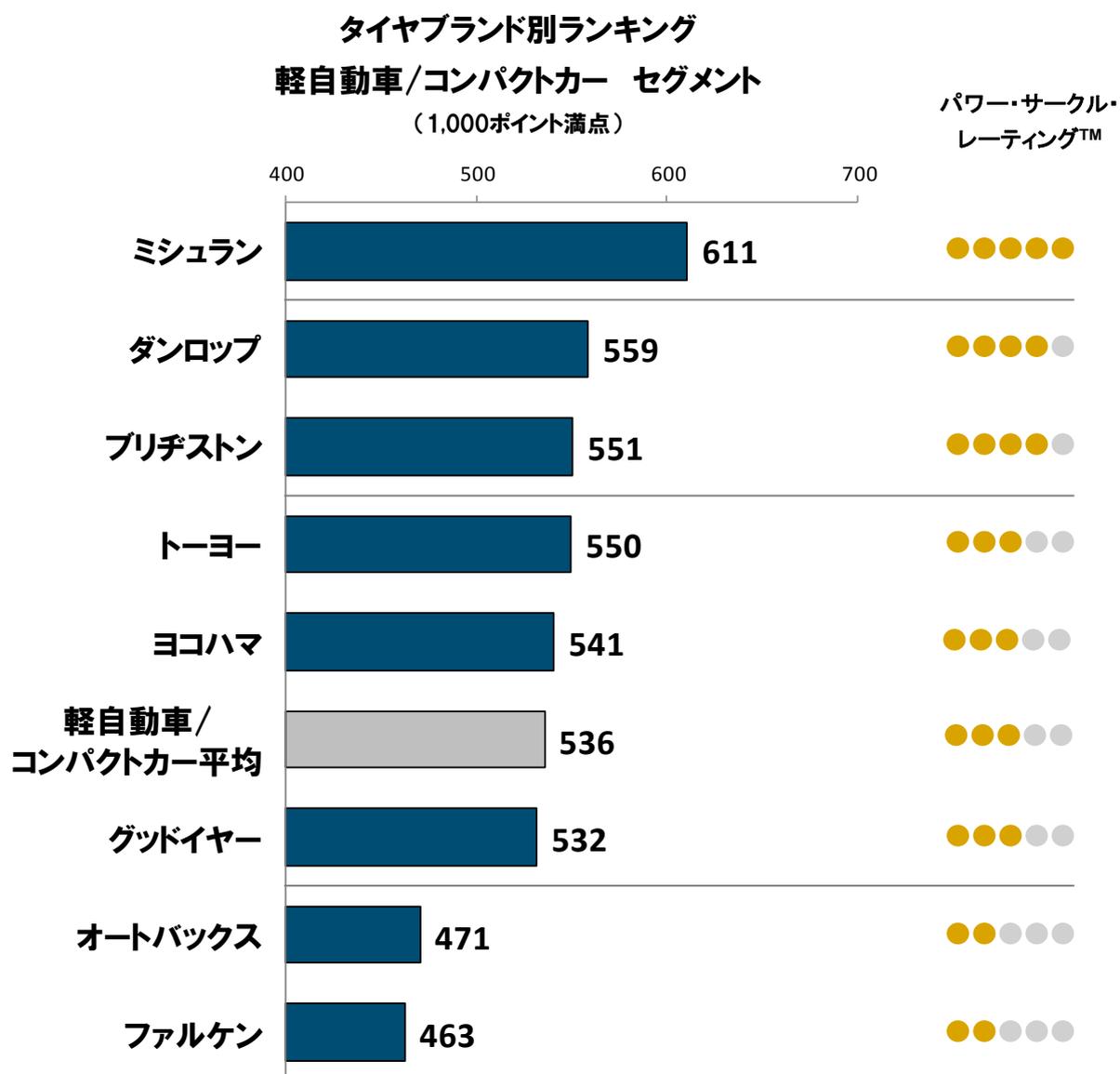
FAX： 03-4550-8152

e-mail： [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

<ご注意>

本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>



注) ナンカン、ハンコック、ファイアストーン、クムホは少数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 アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

レーティングの説明

- ベスト
- ベター
- アベレージ
- それ以外

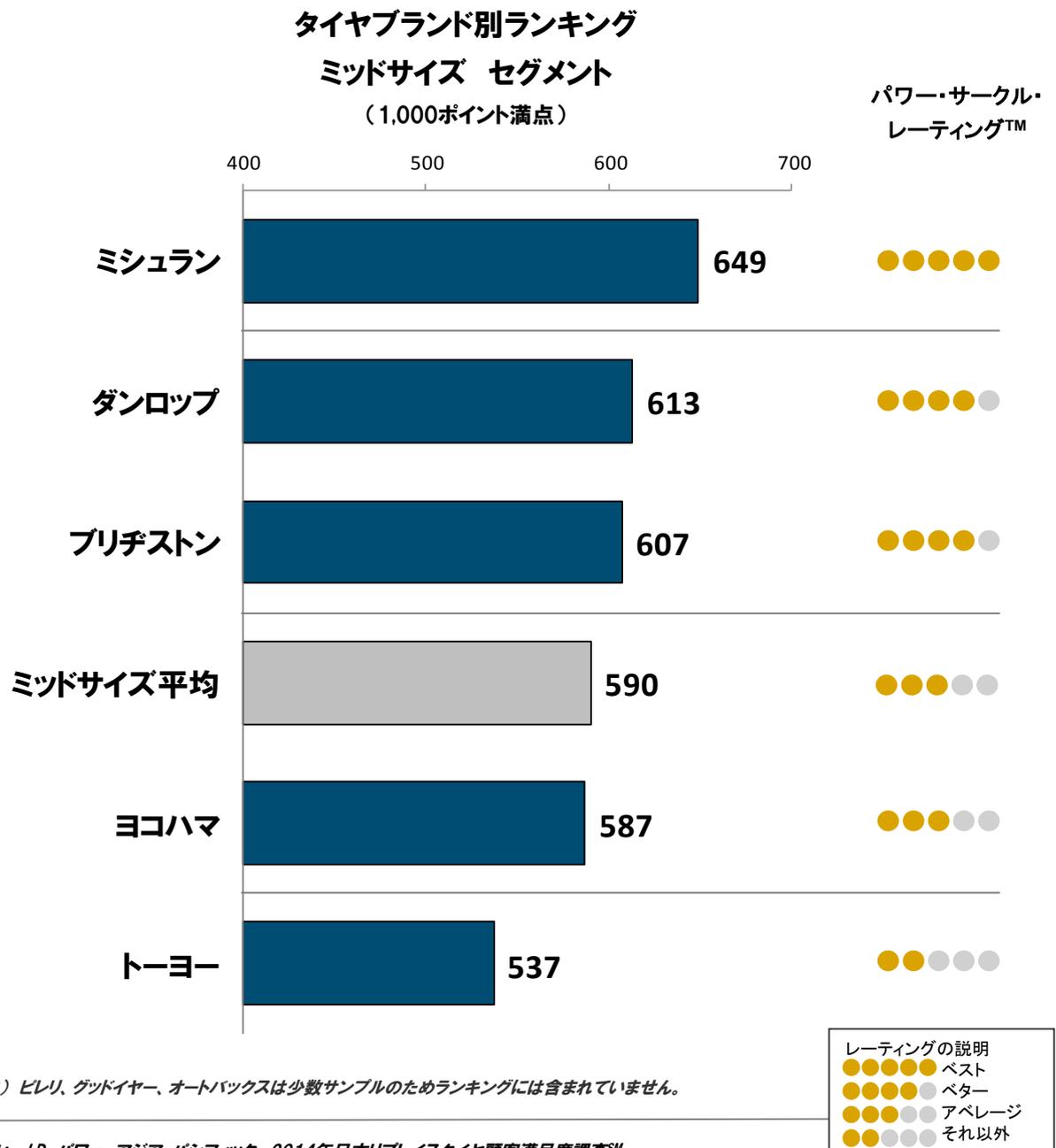
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>はJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。

詳しくは<http://japan.jdpower.com/ratings/>へ。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>



本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、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、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記して下さい。

パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>はJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。

詳しくは<http://japan.jdpower.com/ratings/>へ。

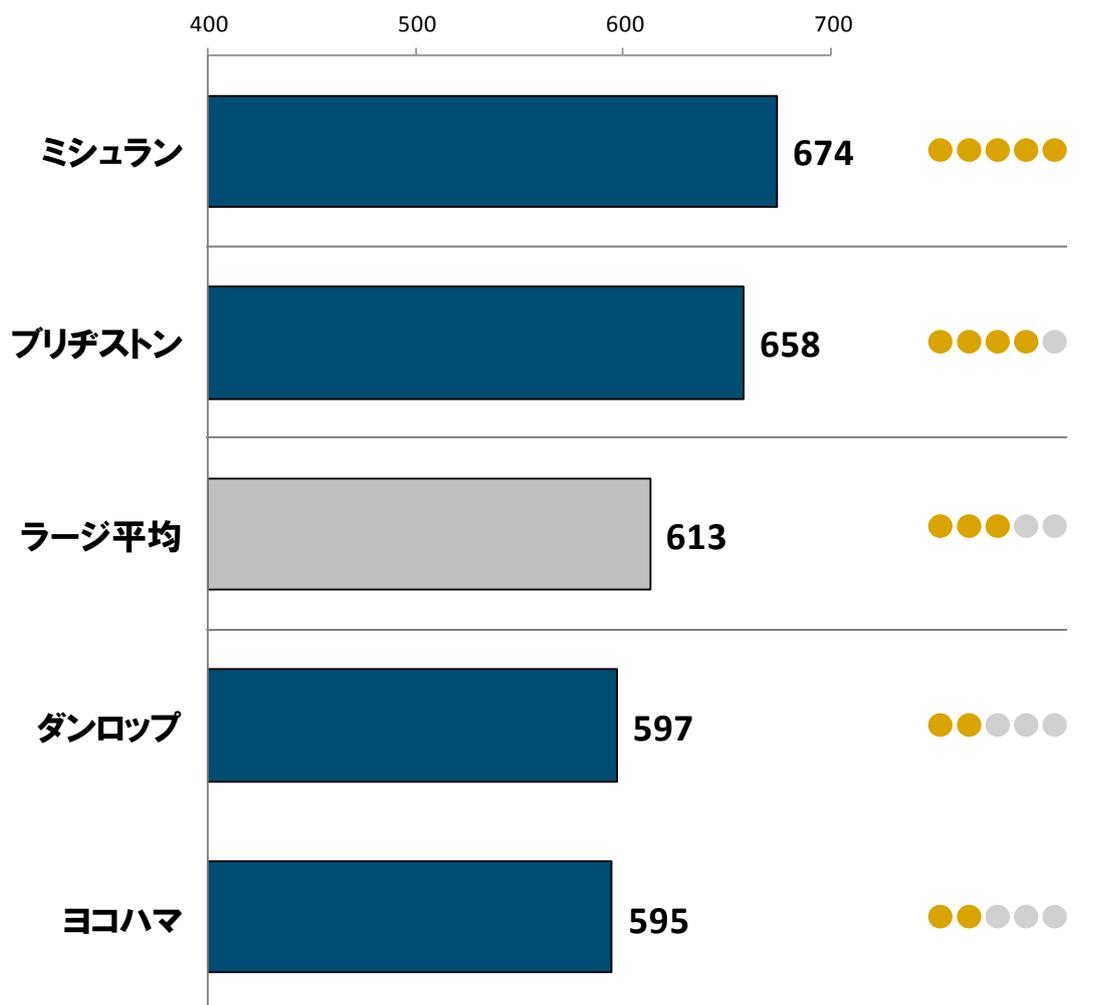
# J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

## タイヤブランド別ランキング

### ラージ セグメント

(1,000ポイント満点)

パワー・サークル・  
レーティング<sup>TM</sup>



注) グッドイヤー、トーヨー、ピレリは少数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 アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

レーティングの説明  
 ●●●●● ベスト  
 ●●●●● ベター  
 ●●●●● アベレージ  
 ●●●●● それ以外

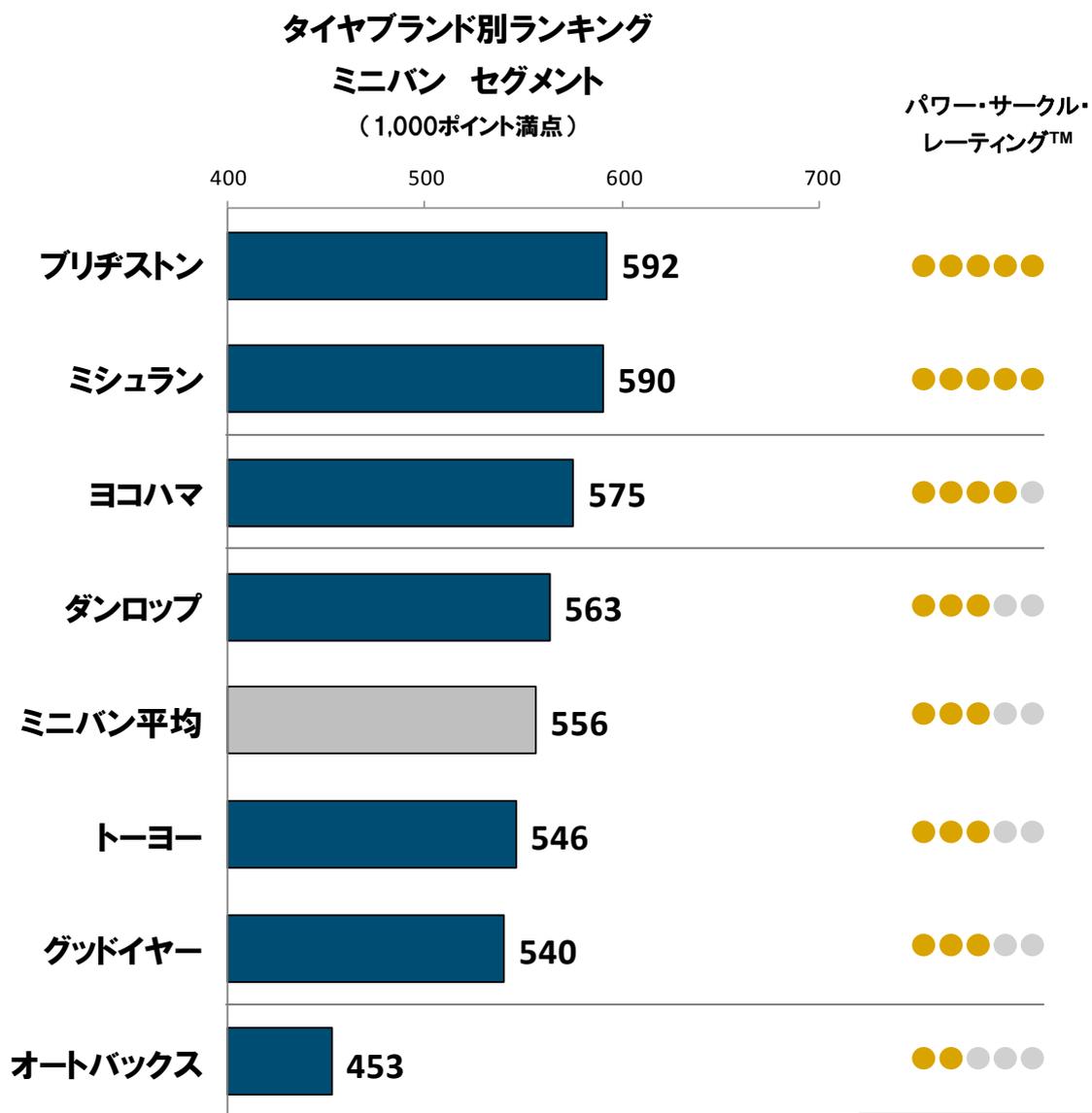
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>) を明記して下さい。

パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>はJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。

詳しくは<http://japan.jdpower.com/ratings/>へ。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>



注) ビレリ、ファルケン、ファイアストーンは少数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 アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>

レーティングの説明  
 ●●●●● ベスト  
 ●●●●● ベター  
 ●●●●● アベレージ  
 ●●●●● それ以外

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、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、調査レポート発行者および出典

(J.D. パワー アジア・パシフィック 2014年日本リプレースタイヤ顧客満足度調査<sup>SM</sup>)を明記して下さい。

パワー・サークル・レーティング<sup>TM</sup>はJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。

詳しくは<http://japan.jdpower.com/ratings/>へ。