

冬用タイヤ購入店の顧客満足度には、「販売員」と「整備サービス」が大きく影響

2006年日本冬用タイヤ購入店満足度(WT-RSI)調査

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 アジア・パシフィック（本社：東京都港区、代表取締役社長：蓮見南海男、略称：J.D. パワー）は、2006年日本冬用タイヤ購入店満足度（WT-RSI）調査の結果を発表した。

当調査は、冬用タイヤ（スタッドレスタイヤ）購入時のタイヤ販売店の対応に関する顧客満足度を測定するもので、今回初めて実施した。調査対象者は、2004年5月から2006年2月の間に軽自動車を除く自家用乗用車（新車・中古車）向けにスタッドレスタイヤを新品で購入した一般消費者である。2006年2月から3月初旬に郵送調査を実施し、全国の1,565人から回答を得た。

スタッドレスタイヤ購入店の業種によって満足度評価の傾向は大きく異なる

今回の調査ではスタッドレスタイヤの購入先を尋ねた。その結果、購入先は、カー用品店（29%）、タイヤ専門店（28%）、カーディーラー（17%）、サービスステーション（10%）、自動車修理工場（7%）、インターネット/通信販売（6%）、その他（4%）であることが明らかになった。カー用品店とタイヤ専門店が全体の約6割を占めている。しかし、地域によって差があり、首都圏では回答者の42%がカー用品店で購入し、その割合は他の地域よりも高い。北海道、北陸・甲信越、中国ではカーディーラーで購入する割合が2割強で、他の地域より高くなっている。

当調査では、4つのファクターにおける合計23の評価項目に対する顧客の評価をもとに、スタッドレスタイヤ購入店に対する総合的な満足度を1,000ポイント満点でスコア化している。その結果、今年の業界全体の総合満足度は650ポイントとなった。（インターネット/通販については対面での購入でないため、当調査では分析を行っていない。）

4つのファクターは総合満足度への影響度の大きい順に「販売員」（37%）、「整備サービス」（35%）、「施設」（15%）、「商品の陳列/品揃え」（13%）となっている（カッコ内は影響度）。「販売員」と「整備サービス」のふたつで影響度の約7割を占めている。ファクター別の満足度は影響度が高いほど高くなっており、最も高かったのは「販売員」で685ポイント、最も低かったのは「商品の陳列/品揃え」で591ポイントだった。

購入店の業種ごとに顧客の満足度をみると、それぞれの業種で異なる特徴がみられた。

- *カー用品店： 強み「商品の陳列/品揃え」 弱み「販売員」「整備サービス」
- *タイヤ専門店： 強み「整備サービス」 弱み「施設」
- *カーディーラー： 強み「販売員」「整備サービス」「施設」 弱み「商品の陳列/品揃え」
- *サービスステーション： 強み「販売員」「整備サービス」 弱み「商品の陳列/品揃え」

また、販売店でのタイヤ取り付けの待ち時間とその満足度を調べた。タイヤ取り付けの待ち時間は「整備サービス」の満足度評価項目のひとつであるが、この評価項目は総合満足度への影響度が高い。待ち時間が長いほど満足度が下がる傾向が見られ、60分を超えると満足度は大きく下がり、30分以内だと満足度は高まる。

高い満足度は同じ店での再購入意向につながる

タイヤ購入店に対する満足度と同じ店での再購入意向の間には高い相関があることが明らかになった。満足度の高い顧客（スコアが800ポイント以上）の40%以上が「次回も必ず同じ店で購入する」と答えている。

タイヤの販売を拡大するためには、自店の顧客の満足度を高める必要がある。また、同業他社のみならずスタッドレスタイヤを販売する他の業種の売り方やサービスに目を向け、顧客にとってより良いサービスのあり方を考えることが重要である。

<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・アンド・アソシエイツ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。自動車業界を始めコンピューター、通信関連、OA機器、サービス産業、金融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。ISO9001 およびプライバシーマーク取得。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 www.jdpower.co.jp まで。

<J.D. パワー・アンド・アソシエイツについて>

ザ・マグロウヒル・カンパニーズの一部門である J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、マーケティング・リサーチ、生産・販売予測、コンサルティング、教育・トレーニングおよび顧客満足度調査を実施している国際的な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。ISO9001 取得。

<ザ・マグロウヒル・カンパニーズについて>

1888年に設立されたザ・マグロウヒル・カンパニーズは、スタンダード&プアーズ、マグロウヒル・エデュケーション、ビジネスウィーク、J.D. パワー・アンド・アソシエイツなどを通じて金融サービス、教育、ビジネスに関する情報を提供している国際的な情報サービス企業である。世界38カ国に290カ所以上の拠点を有し、2005年の売上高は60億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト www.mcgraw-hill.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・グループ 川野、杉崎

住所： 東京都港区虎ノ門5-1-5 虎ノ門45MTビル（〒105-0001）

電話： 03-4550-8090

FAX： 03-4550-8151

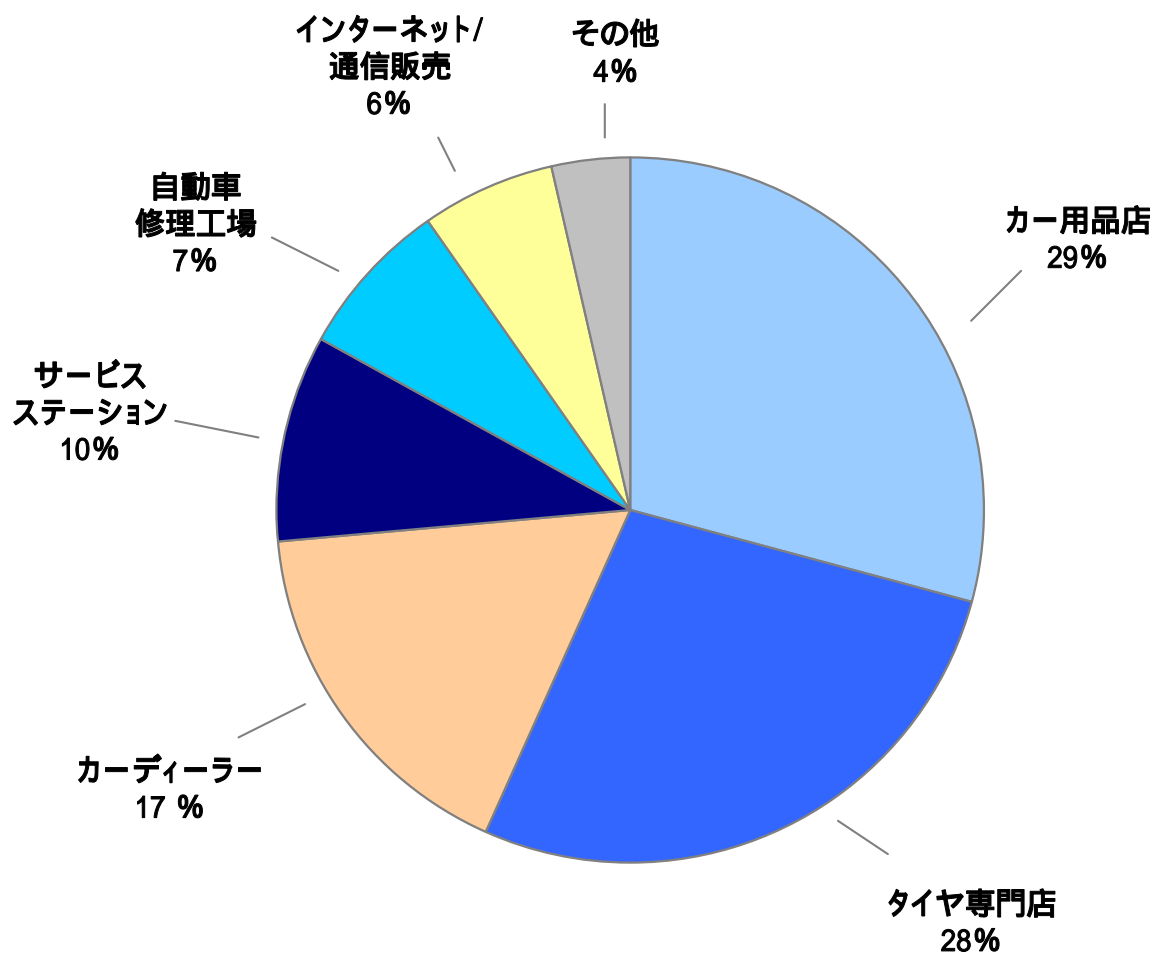
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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 2006年日本冬用タイヤ購入店満足度調査SM

冬用タイヤ購入店の業種構成



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。

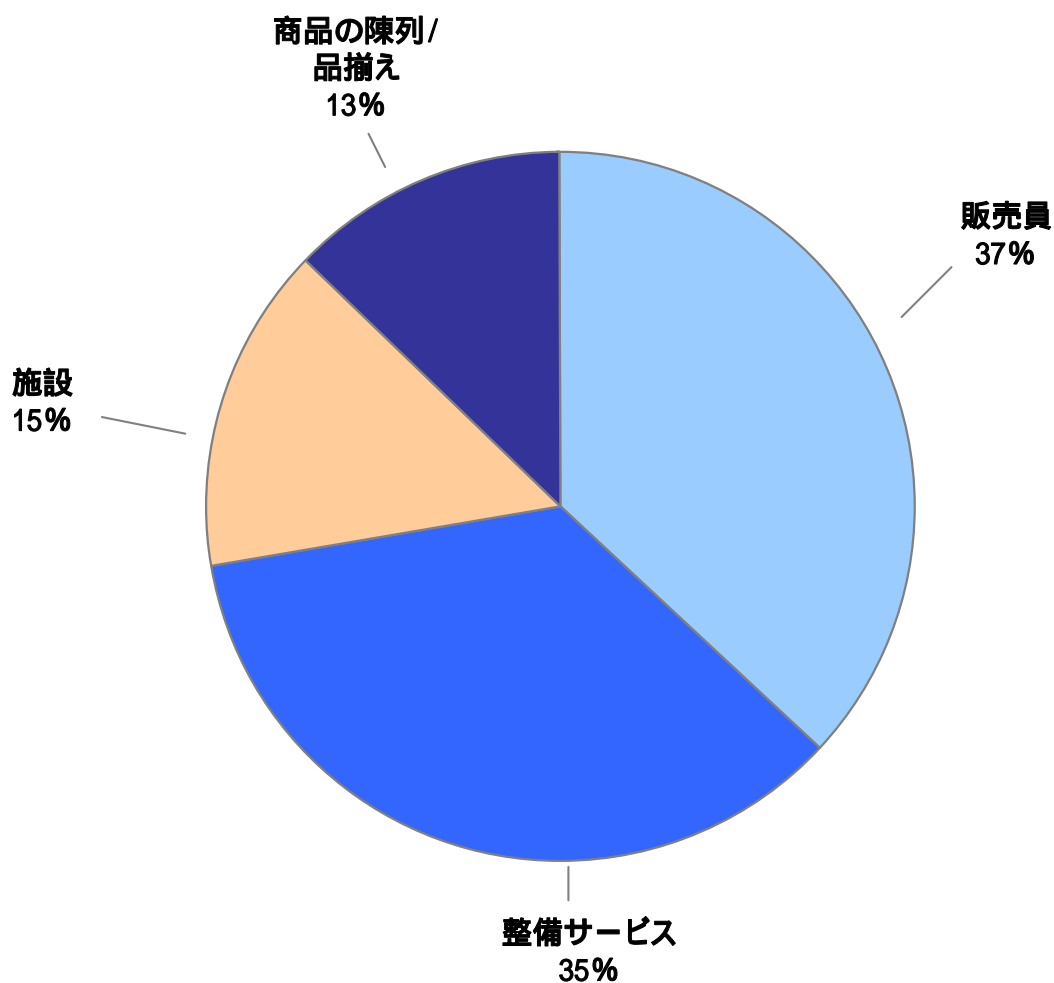
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年日本冬用タイヤ購入店満足度調査SM

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 2006年日本冬用タイヤ購入店満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年日本冬用タイヤ購入店満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター



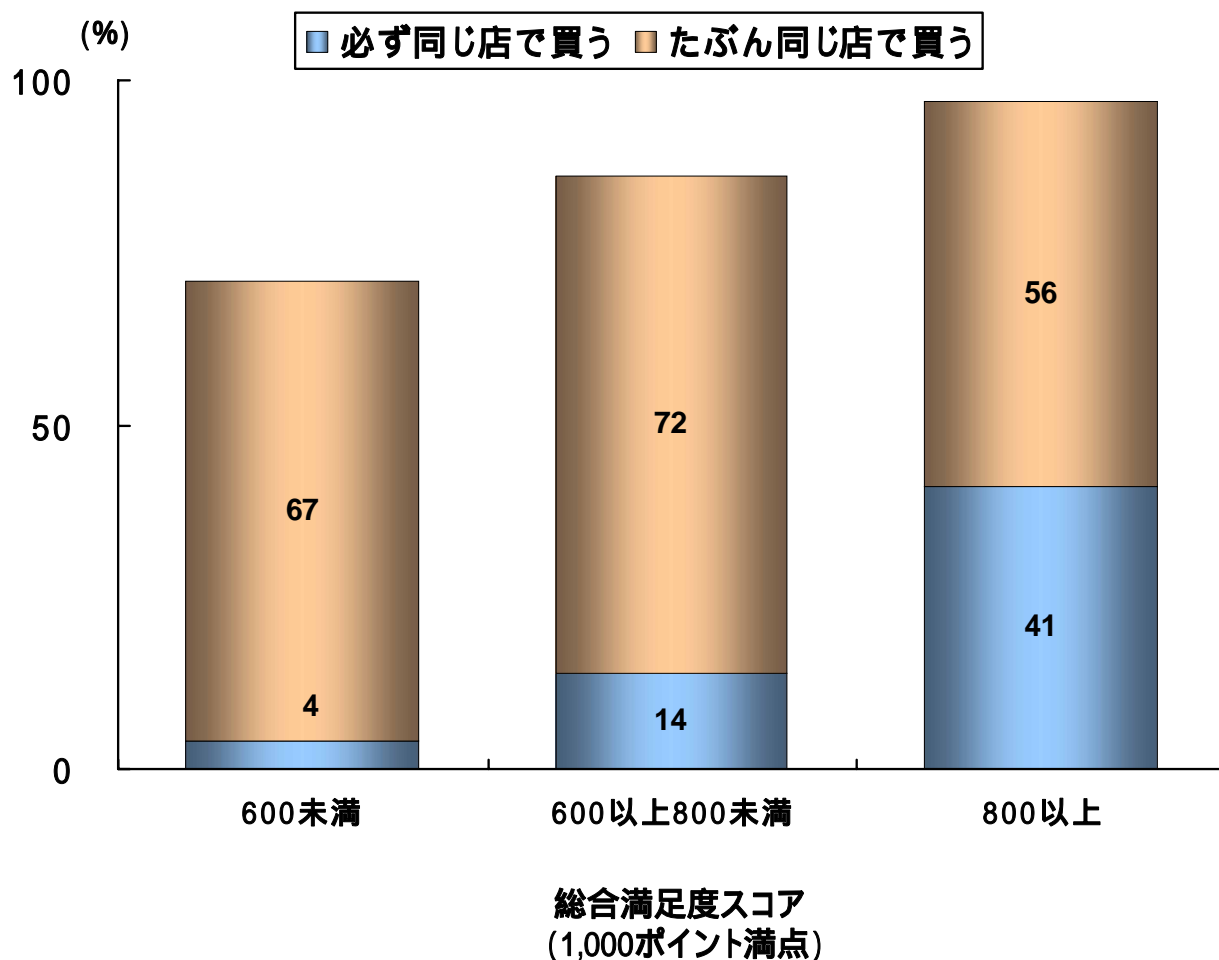
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年日本冬用タイヤ購入店満足度調査SM

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 2006年日本冬用タイヤ購入店満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年日本冬用タイヤ購入店満足度調査SM

同じ店での再購入意向



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2006年日本冬用タイヤ購入店満足度調査SM

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 2006年日本冬用タイヤ購入店満足度調査SM) を明記してください。