

Press Release

報道用資料

2006年10月25日

ミシュランとピレリが米国の新車装着タイヤ満足度で第1位**2006年米国 OE タイヤ顧客満足度調査**

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年米国 OE（Original Equipment）タイヤ顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、新車に装着されたタイヤ（OE タイヤ）の顧客満足度を調べるもので、今年は2004年から2005年の間に新車を購入した消費者を対象に、2006年3月から4月にかけて郵送調査を実施し22,000人以上から回答を得た。新車装着タイヤの総合満足度は、「デザイン」、「ハンドリング」、「乗り心地」、「グリップ性能」、「耐久性」の5つのファクターに関する顧客の評価をもとに算出されている。

今年も耐久性が顧客満足度に最も影響

当調査ではラグジュアリー/スポーツ、量販車、ピックアップ/フルサイズ・バン、SUVの4つのセグメントに分けて顧客満足度ランキングを実施している。新車購入後1年が経過した顧客の満足度ランキングで、今年はミシュランがラグジュアリー/スポーツ、ピックアップ/フルサイズ・バン、SUVの3つのセグメントで、ピレリが量販車で第1位となった。

ミシュランはラグジュアリー/スポーツとSUVで3年連続、ピックアップ/フルサイズ・バンでは2年連続第1位となっている。ミシュランはこれら3つのセグメントにおいて5つのファクター全てで優れた評価を得たが、特に「耐久性」の評価が高かった。またピレリも量販車で、5つのファクター全ての評価が高かった。なかでも「デザイン」と「グリップ性能」では特に高い評価を得た。

顧客が自分のOEタイヤ・ブランドを知人に推奨するかどうかは、タイヤの性能に対する満足度、経験した不具合のタイプ、タイヤの交換の必要性に影響されることがわかった。不具合に関しては、乾いた路面でグリップ性能の悪さを経験した顧客のうち「必ず推奨する」と回答した割合はわずか1%、「同じブランドを再購入する」と回答した割合はわずか5%だった。それに対し、不整な路面による損傷やパンクを経験した顧客では、「必ず推奨する」は16%、「同じブランドを再購入する」は34%だった。

OEタイヤを交換しなければならなかったかどうかでも再購入意向や推奨意向に大きく影響する。タイヤ交換の必要がなかった顧客の93%が「必ず推奨する」、89%が「同じブランドを再購入する意向がある」と回答している一方、1つ以上のタイヤの交換が必要だった顧客では「推奨する」と回答した割合は7%のみ、「同じブランドを再購入する」と回答した割合は11%のみだった。

顧客満足度に対する不具合の影響の大きさは様々だが、顧客の推奨意向やブランド・ロイヤルティについては何らかの不具合があれば必ず影響を受ける。路面の状態が悪くタイヤが磨耗するのは日常的なことで、ある程度予測可能で許容範囲でもあるが、乾いた路面でグリップ性能が悪いことやトレッド（タイヤ接地面）の磨耗が早いことなどは、ブランドに対して顧客が持つ印象に大きな影響を与える。

5つのファクターのうち総合的な顧客満足度に最も影響度が高いファクターは「耐久性」であることがわかったが、一方、顧客満足度が最も低いのも同じ「耐久性」であることが明らかになった。そのためタイヤメーカーは「耐久性」の評価を向上させることができれば、顧客満足向上に関する投資対効果を最大化できることになる。どのような要因がタイヤを磨耗させるかを顧客に教えることも、メーカーが顧客の期待により応えるための方法として考えられるだろう。

<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

F A X： 03-4550-8151

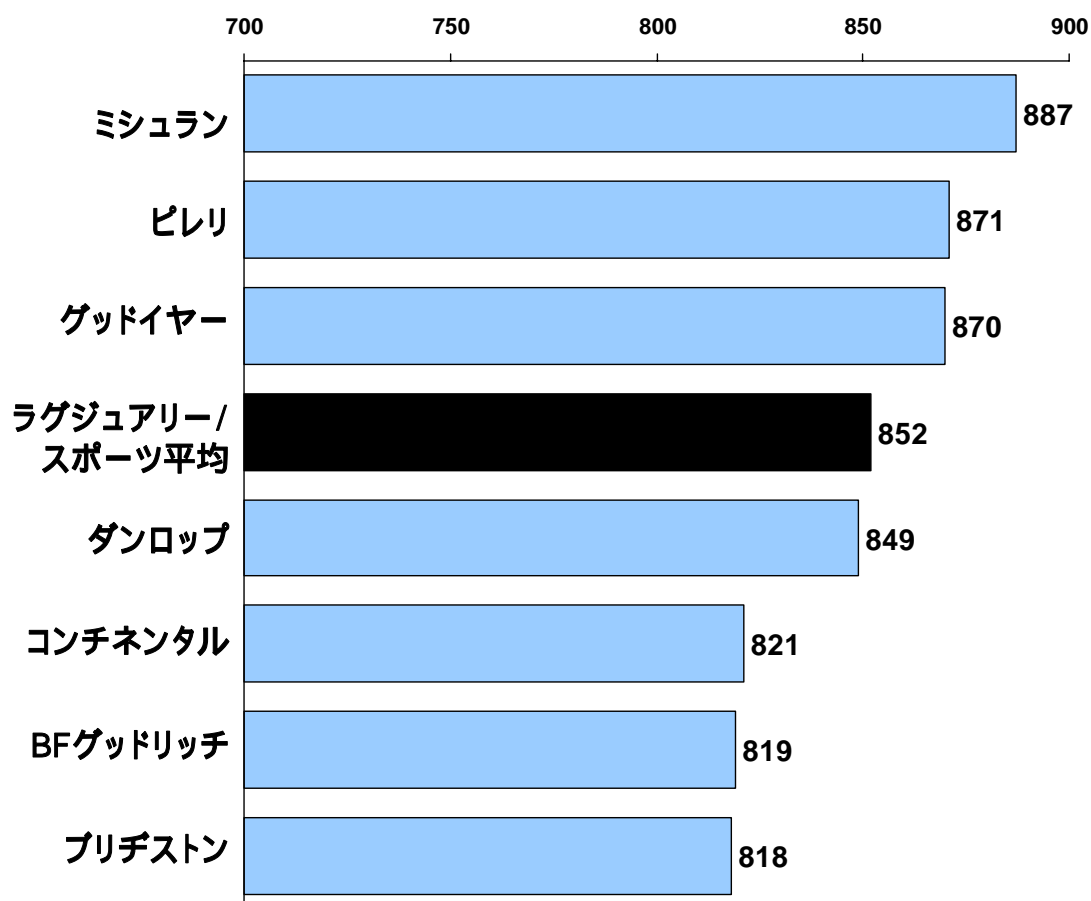
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング ラグジュアリー/スポーツ セグメント
新車購入後1年経過の顧客
(1,000ポイント満点)



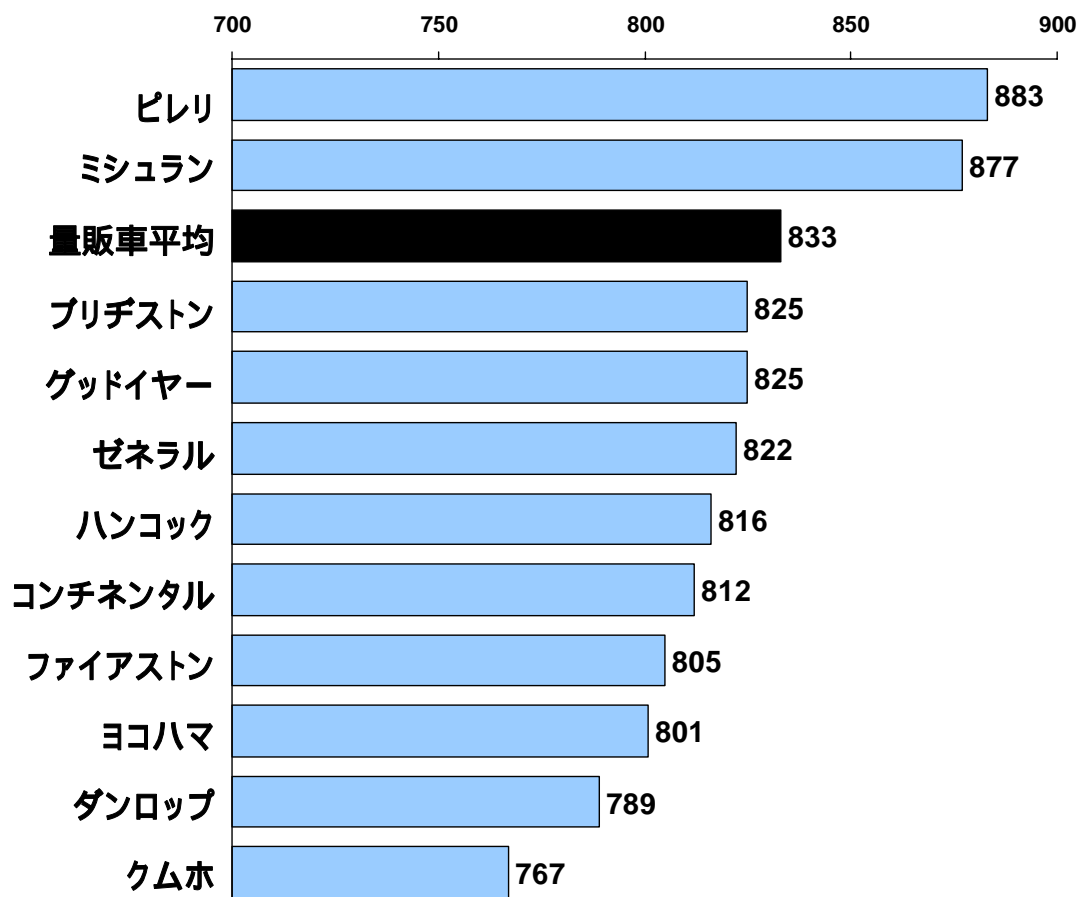
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM

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・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング 量販車セグメント 新車購入後1年経過の顧客 (1,000ポイント満点)



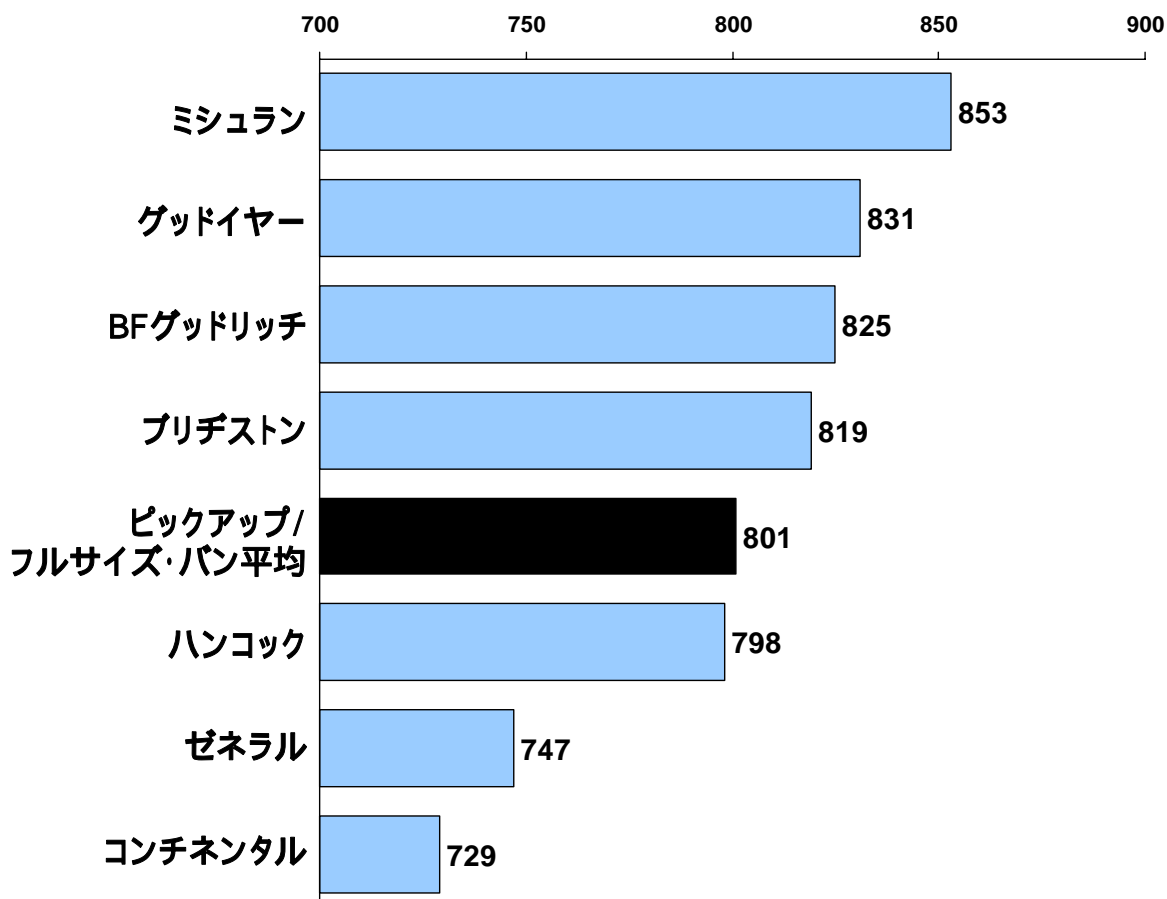
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM

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・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング ピックアップ/フルサイズ・バン セグメント
新車購入後1年経過の顧客
(1,000ポイント満点)



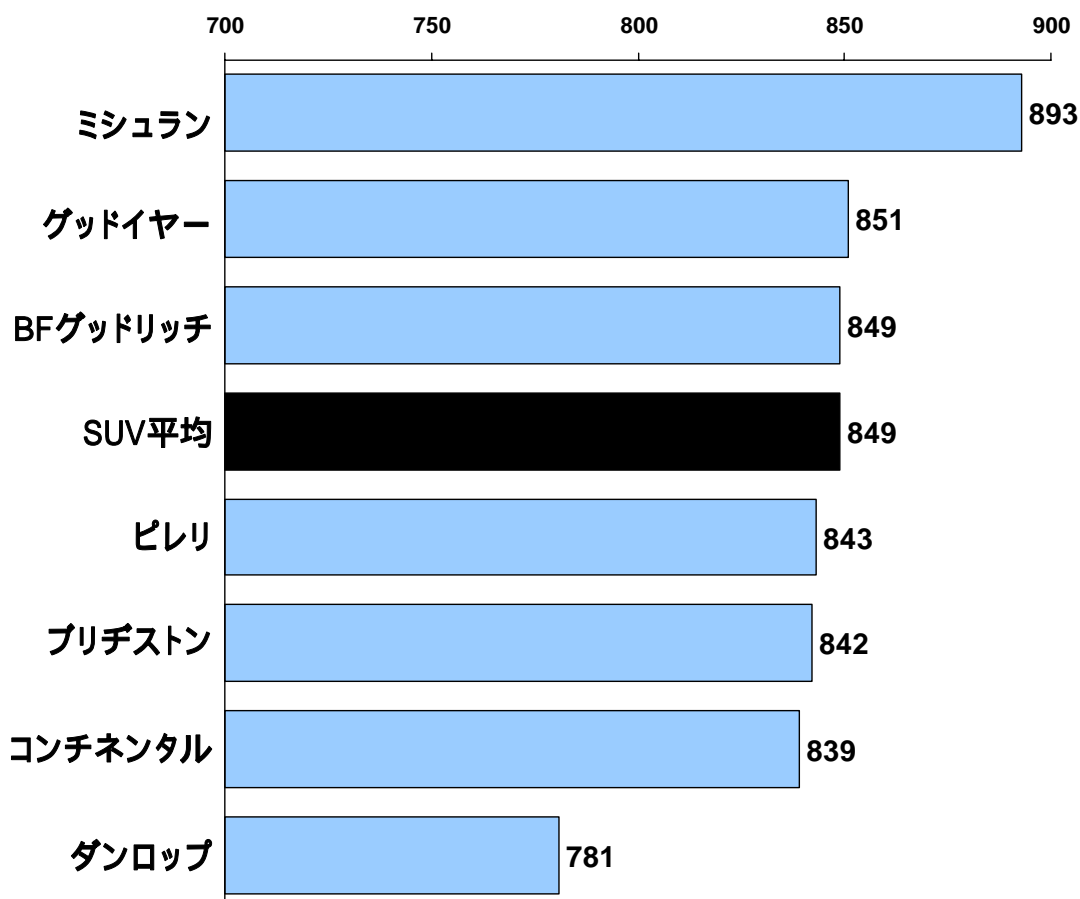
出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM

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・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング SUV セグメント 新車購入後1年経過の顧客 (1,000ポイント満点)



出典: J.D. パワー・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査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・アンド・アソシエイツ 2006年米国OEタイヤ顧客満足度調査SM)を明記してください。