

## Press Release

報道用資料

2007年8月23日

### タイヤメーカーに対するカー用品店の満足度、ブリヂストンが2年連続第1位

#### 2007年日本カー用品店満足度調査 タイヤ編

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：J.D. パワー 4世、略称：J.D. パワー）は、2007年日本カー用品店満足度調査タイヤ編（Auto Parts & Service Store Satisfaction Index Study-Tire、略称 APSI-Tire）の結果を発表した。

当調査はタイヤメーカーの対応に対するカー用品店の満足度を測定するもので、今年で2回目の実施となる。全国大手カー用品店1,190店の店長もしくはタイヤ販売責任者に対して2007年6月に郵送調査を実施し、323件の店舗から回答を得た。今年から当調査の実施について自動車用品店小売業協会（略称：APARA）の協力を得ている。

タイヤメーカーに対する総合的な満足度は6つのファクターで構成されており、それらは総合満足度に対する影響度の高い順に「セールスマン（31%）」、「販促サポート（29%）」、「取引条件（19%）」、「商品力（9%）」、「広告宣伝（7%）」、「発注・納品（6%）」となっている（カッコ内は影響度）。これらのファクターにおける複数の詳細項目に対するカー用品店の評価を基に総合満足度スコアを算出している。

#### 「販促サポート」の改善が昨年から引き続き業界全体の優先課題

カー用品店のタイヤメーカーに対する総合的な満足度の業界平均スコアは、今年は644ポイントとなった。タイヤメーカー別のランキングでは、ブリヂストンが1,000ポイント満点中703ポイントで2年連続第1位となった。第2位はヨコハマ（696ポイント）、第3位はダンロップ（688ポイント）だった。1位から3位までのスコア差は15ポイントと接近している。第4位はトーヨー（654ポイント）、第5位はミシュラン（652ポイント）で、以上が業界平均スコアを上回った。

ファクター別の評価を業界全体で見ると、「販促サポート」に対する評価が最も低かった。他のファクターはスコアが643ポイントから715ポイントだったが、「販促サポート」では590ポイントとなる。この傾向は2006年から変わっていない。総合満足度に対する影響度が高い当ファクターの満足度改善は、引き続き業界全体の課題となっている。

調査ではカー用品店に対する販促サポートについての提案頻度が高いほど「販促サポート」ファクターの満足度が高まることが明らかになっている。「販促サポート」の満足度向上のためには、メーカーは販促キャンペーンや店頭イベントの提案をそれぞれ2～3ヶ月に1回程度は実施する必要があることがわかった。また、販売コーナーやタイヤ性能を知覚できる器具の設置の提案や、魅力的な価格やインセンティブの提案だけでなく、店舗の状況に応じた販売体制を考慮した提案内容が求められる。

回答のあったカー用品店のうち37%がタイヤメーカーの対応について不都合があったとしている。最も指摘の多かったものは「カタログの欠品」で、15%の店舗が指摘した。他には「タイヤの欠品頻度が多い」、「製造年月の古いロットが納品される」、「商品・ラベルの汚れ」などが多く指摘されている。国内メーカーと海外メーカーを比較すると、国内メーカーの方が不都合を指摘される割合が高い。また不都合を指摘したカー用品店の満足度は指摘しなかった店舗に比べて低く、タイヤメーカーが不都合を減らすことが重要であることがわかった。

## タイヤメーカーに対する満足度低下は、そのメーカーの商品取扱量の減少を招く

タイヤメーカーに対する満足度が高いほど、カー用品店がそのメーカーの商品をエンドユーザーに勧めやすいと感じる傾向が強いことが明らかになった。「非常に勧めやすい」と感じる店舗、総合満足度スコアが800ポイント以上では全体の41%で、700ポイント以上800ポイント未満の21%の約2倍となっている。

さらにタイヤメーカーに対する満足度と商品の取扱量の意向にも関係があることがわかった。満足度が低下するとそのメーカーの商品の取扱量を減らしたいと感じる意向が増加する。満足度スコアが500ポイント以上600ポイント未満の場合は、取扱量を減らしたいとする店舗は全体の13%だが、500ポイント未満になると36%と大幅に増加する。一方、取扱量をこれまでと同じとする意向は、満足度が500ポイント以上になると60%程度で大きな変化は無い。取扱量を増やす意向は満足度が上がるにつれて上昇する（5ページの図表参照）。

カー用品店はタイヤメーカーとエンドユーザーを仲介する役割を担っている。タイヤメーカーにとってカー用品店の満足度向上を図ることは、カー用品店で自社製品をエンドユーザーに販売しやすい環境が実現できることや自社商品の店頭シェアの維持・拡大ができることを意味している。そのため、カー用品店の満足度を向上させることはタイヤメーカーにとって非常に重要なこととなっている。

\* 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・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](http://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（NYSE: MHP）は、スタンダード&ブアーズ、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 40 カ国に 280 カ所以上の拠点を有し、2006 年の売上高は 63 億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト [www.mcgraw-hill.com](http://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

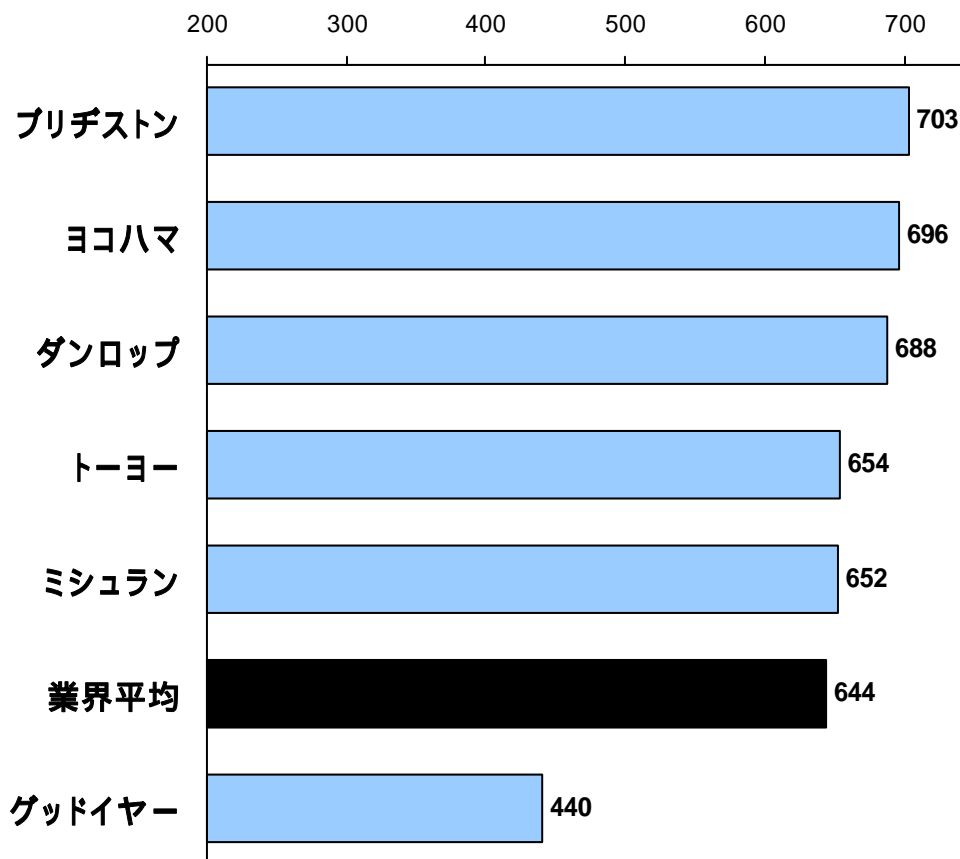
e-mail： [cc-group@jdpower.co.jp](mailto:cc-group@jdpower.co.jp)

<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 2007年日本カー用品店満足度調査 タイヤ編 (APSI-Tire)<sup>SM</sup>

## 総合満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注) ファルケン、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。

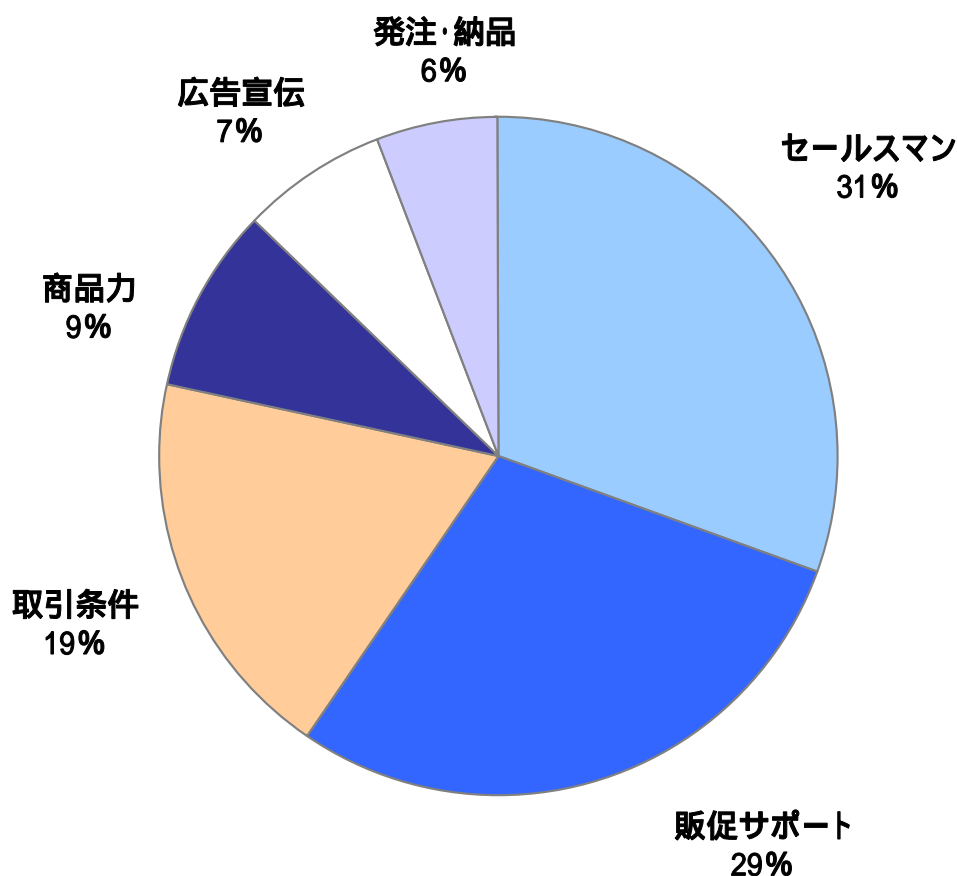
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本カー用品店満足度調査 タイヤ編<sup>SM</sup>

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 2007年日本カー用品店満足度調査 タイヤ編<sup>SM</sup>) を明記してください。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本カー用品店満足度調査 タイヤ編 (APSI-Tire)<sup>SM</sup>

## 総合満足度を構成するファクター



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。

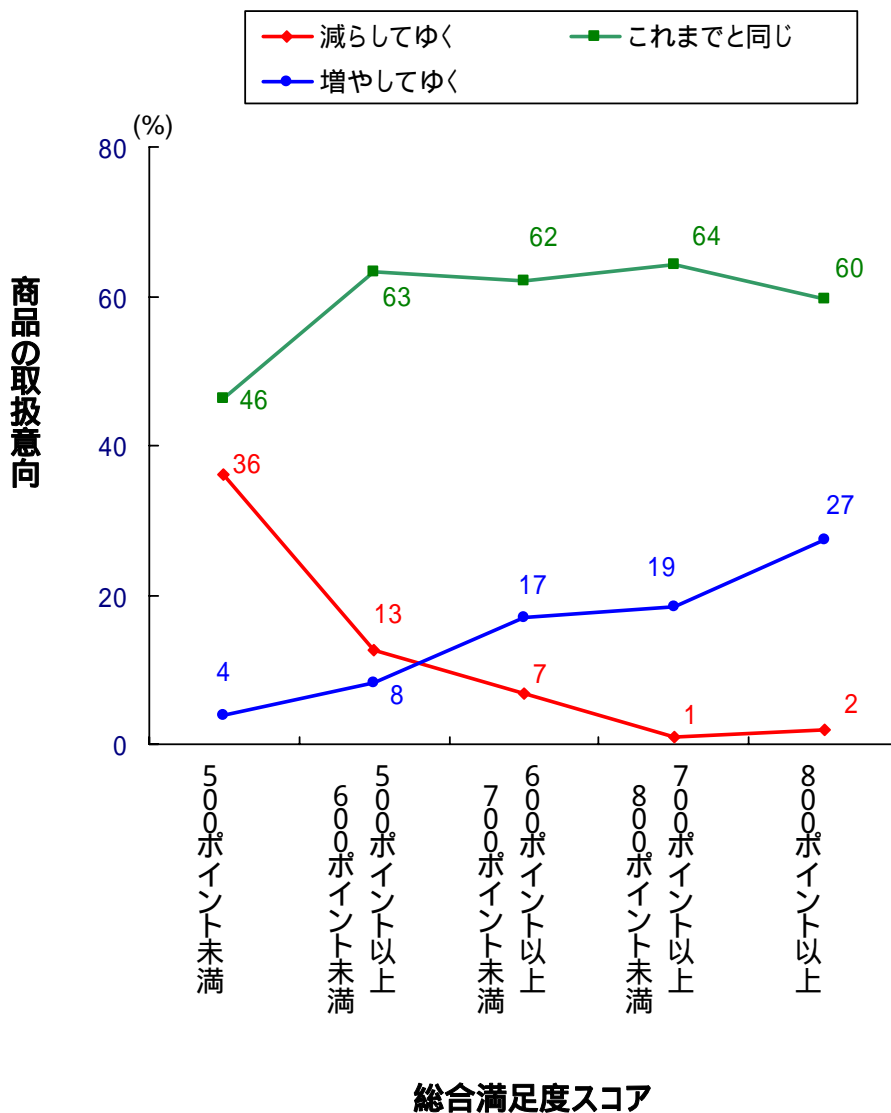
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本カー用品店満足度調査 タイヤ編<sup>SM</sup>

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 2007年日本カー用品店満足度調査 タイヤ編<sup>SM</sup>)を明記してください。

# J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本カー用品店満足度調査 タイヤ編 (APSI-Tire)<sup>SM</sup>

## 総合満足度と商品の取扱い意向の関係



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2007年日本カー用品店満足度調査 タイヤ編<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 2007年日本カー用品店満足度調査 タイヤ編<sup>SM</sup>)を明記してください。