

Press Release

報道用資料

2007年12月20日

OE タイヤの顧客満足度、ミシュラン、ブリヂストン、ヨコハマが各セグメントで第1位

2007年日本 OE タイヤ顧客満足度(OE-TSI)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、略称：J.D. パワー、代表取締役会長兼社長：J.D. パワー 4 世）は、2007 年日本 OE タイヤ顧客満足度(Original Equipment Tire Customer Satisfaction Index, OE-TSI)調査の結果を発表した。

当調査は乗用車（軽自動車を除く）を新車で購入後 7～18 ヶ月が経過したユーザーを対象に、新車に装着されたタイヤ（Original Equipment Tire：以下 OE タイヤ）の満足度を調べるものである。コンパクトカー、パセッジャーカー、ミニバン、SUV の 4 セグメントにおいて分析を行っている。6 回目となる今年は、2006 年 3 月から 2007 年 2 月の間に新車を購入した乗用車ユーザーに対し 2007 年 9 月に郵送調査を実施し、総計 6,044 人から回答を得た。

OE タイヤに対する総合的な満足度は、「見映え」、「ハンドリング/グリップ性能」、「乗り心地/静粛性」、「耐久性/信頼性」の 4 つのファクターで構成されている。各ファクターにおける詳細項目に対するユーザーの評価を基に総合満足度スコアを算出している。なお、総合満足度に対する影響度が最も高いのはいずれのセグメントにおいても「見映え」で、影響度は約 30%となっている（総合満足度を 100%とする）。

OE タイヤに対する満足度が業界全体で向上

今年の調査では、OE タイヤに対する総合的な満足度がすべてのセグメントにおいて前年から向上していることがわかった。ファクター別の満足度評価についても、4 ファクターすべてで向上している。しかし総合満足度に対する影響度が最も大きい「見映え」に対する評価は、他のファクターと比べて依然として低く、引き続き業界全体の課題となっている。

各セグメントの総合満足度ランキングは以下の通りとなった。＜参考：3 ページ～6 ページのランキング表＞

<コンパクトカー・セグメント>

ブリヂストンが第 1 位となった。総合満足度スコアは 572 ポイントだった。すべてのファクターでセグメント・トップの評価を得ている。第 2 位はダンロップ（564 ポイント）で、当セグメントで前年から最も評価が向上している。以上の 2 ブランドがセグメント平均（555 ポイント）を上回った。

<パセッジャーカー・セグメント>

ミシュランが 3 年連続で第 1 位となった（640 ポイント）。「見映え」と「耐久性/信頼性」でセグメント・トップの評価を得た。第 2 位はコンチネンタル（635 ポイント）で、「ハンドリング/グリップ性能」と「乗り心地/静粛性」でセグメント・トップとなった。第 3 位はブリヂストン（629 ポイント）で、すべてのファクターでセグメント平均を上回っている。以上の 3 ブランドがセグメント平均（607 ポイント）を上回った。

<ミニバン・セグメント>

ヨコハマが 566 ポイントで第 1 位となった。すべてのファクターでセグメント・トップの評価を得た。総合満足度およびすべてのファクターの満足度は前年から向上している。ヨコハマは 2005 年に 1 位、2006 年に 2 位と、当セグメントで継続して高い評価を得ている。第 2 位はブリヂストンだった（561 ポイント）。以上の 2 ブランドがセグメント平均（559 ポイント）を上回った。

<SUV セグメント>

ミシュランが2年連続で第1位となった(626ポイント)。「見映え」、「乗り心地/静粛性」、「ハンドリング/グリップ性能」でセグメント・トップの評価を得た。第2位はブリヂストン(612ポイント)で、「耐久性/信頼性」でトップだった。以上の2ブランドがセグメント平均(600ポイント)を上回った。

ユーザーの期待値を意識したOEタイヤ開発が、市販タイヤのシェア拡大につながる

今回の調査で、タイヤ購入時に何を重視するかによってユーザーを分類したところ、タイヤの見映えやブランド名を重視する「タイヤブランド重視層」、タイヤ性能を重視する「性能重視層」、価格以外には特にこだわりの無い「こだわり希薄層」の3つに分かれることが明らかとなった。またユーザーのタイヤブランドに対するイメージを見ると、ブリヂストン、ダンロップ、ヨコハマに対しては製品に対する信頼や企業活動への肯定的なイメージ、海外ブランドのピレリ、ミシュラン、グッドイヤーに対しては高級で洗練されたイメージがあり、ファルケンとトーヨーについてはそれらのいずれにも属さないことが明らかとなった。

タイヤの履き替え時にOEタイヤと同じブランドの市販タイヤを選ぶかどうか(次回購入意向)を聞いたところ、「必ず選ぶ」あるいは「たぶん選ぶ」と答えた次回購入意向の高いユーザーの割合は、業界全体で62%となった。中でもブリヂストンとヨコハマ、ダンロップはこの意向が3年連続で上昇している。

新車販売が伸び悩みOEタイヤの大幅な需要の伸びが期待できない中、数年後の履き替え時にユーザーに自社の市販タイヤを選択してもらうことは、タイヤブランド各社にとってタイヤビジネスの安定確保および拡大の上で重要である。従ってOEタイヤ事業において、自動車メーカーの開発要件を満たすだけでなく、自社ブランドの位置付けやユーザーの期待値を考慮したタイヤ開発を行い、新車ユーザーからの評価を高め、さらにブランドロイヤルティを確保する努力が不可欠である。

*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・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(NYSE:MHP)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 まで。

<当調査に関するお問合わせ先>

(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

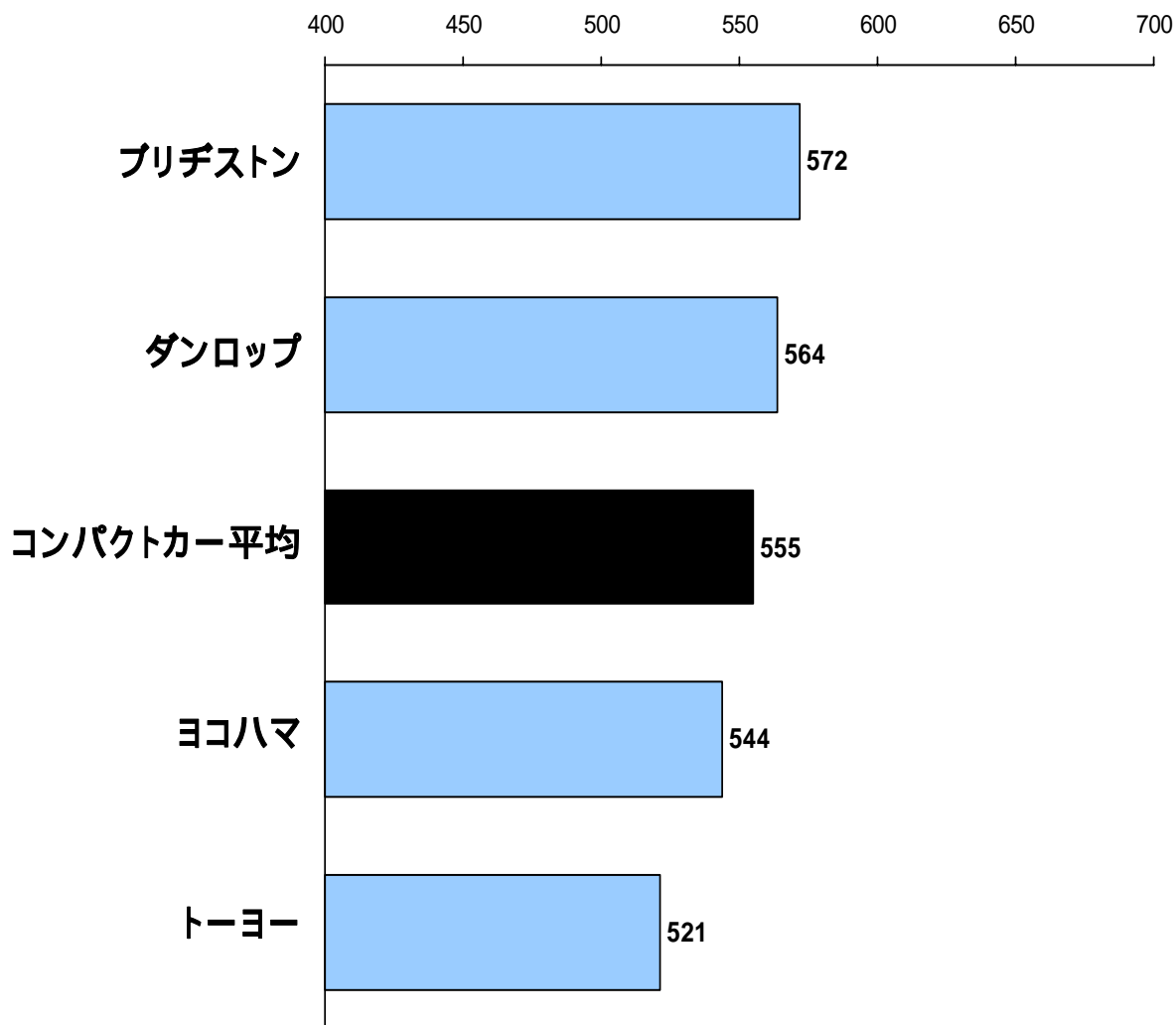
<ご注意>

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 2007年日本OEタイヤ顧客満足度調査SM

ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)

コンパクトカー・セグメント



注) コンチネンタル、グッドイヤー、ファルケ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 2007年日本OEタイヤ顧客満足度調査SM

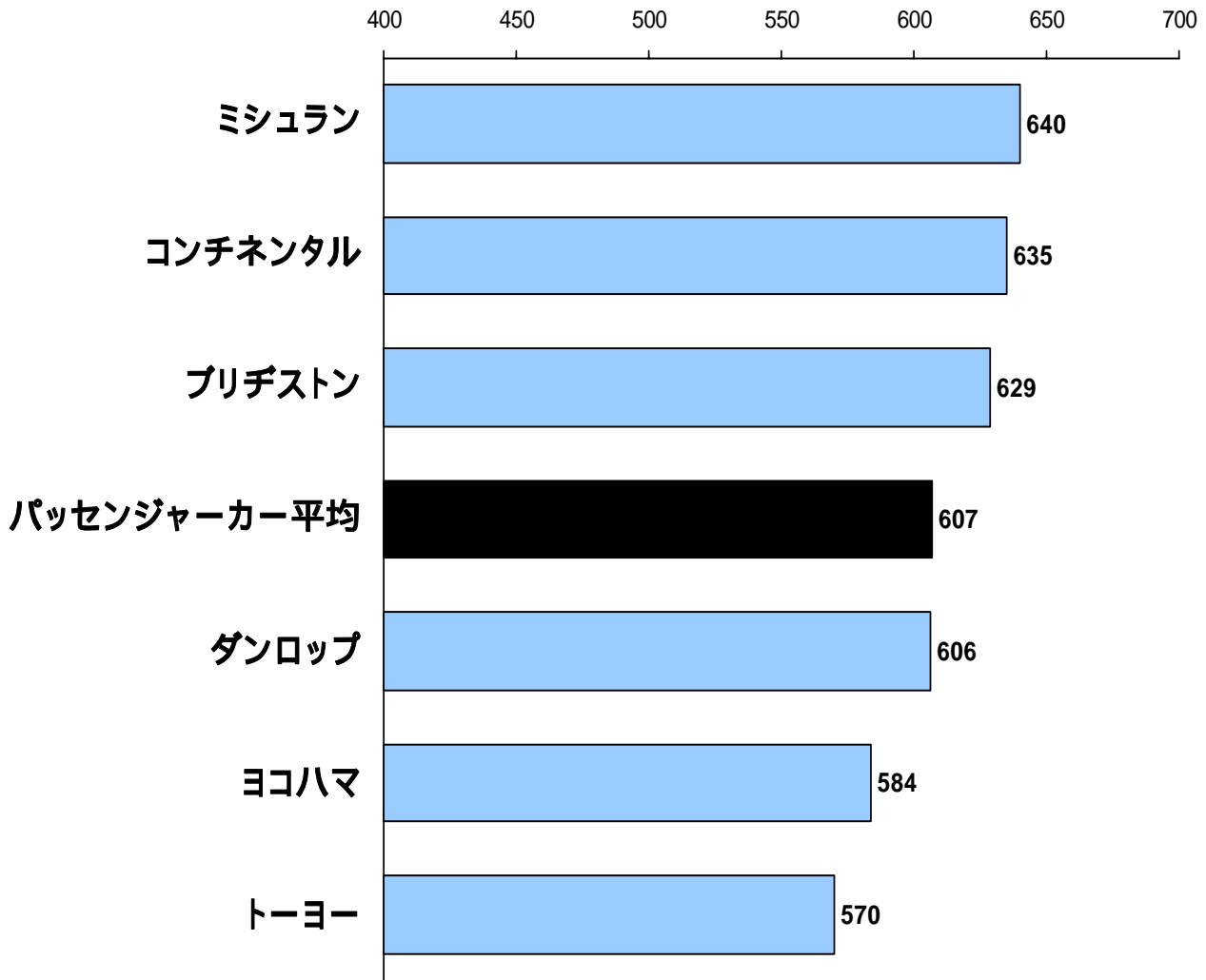
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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 アジア・パシフィック 2007年日本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 アジア・パシフィック 2007年日本OEタイヤ顧客満足度調査SM

ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)

パッセンジャーカー・セグメント



注) グッドイヤー、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 2007年日本OEタイヤ顧客満足度調査SM

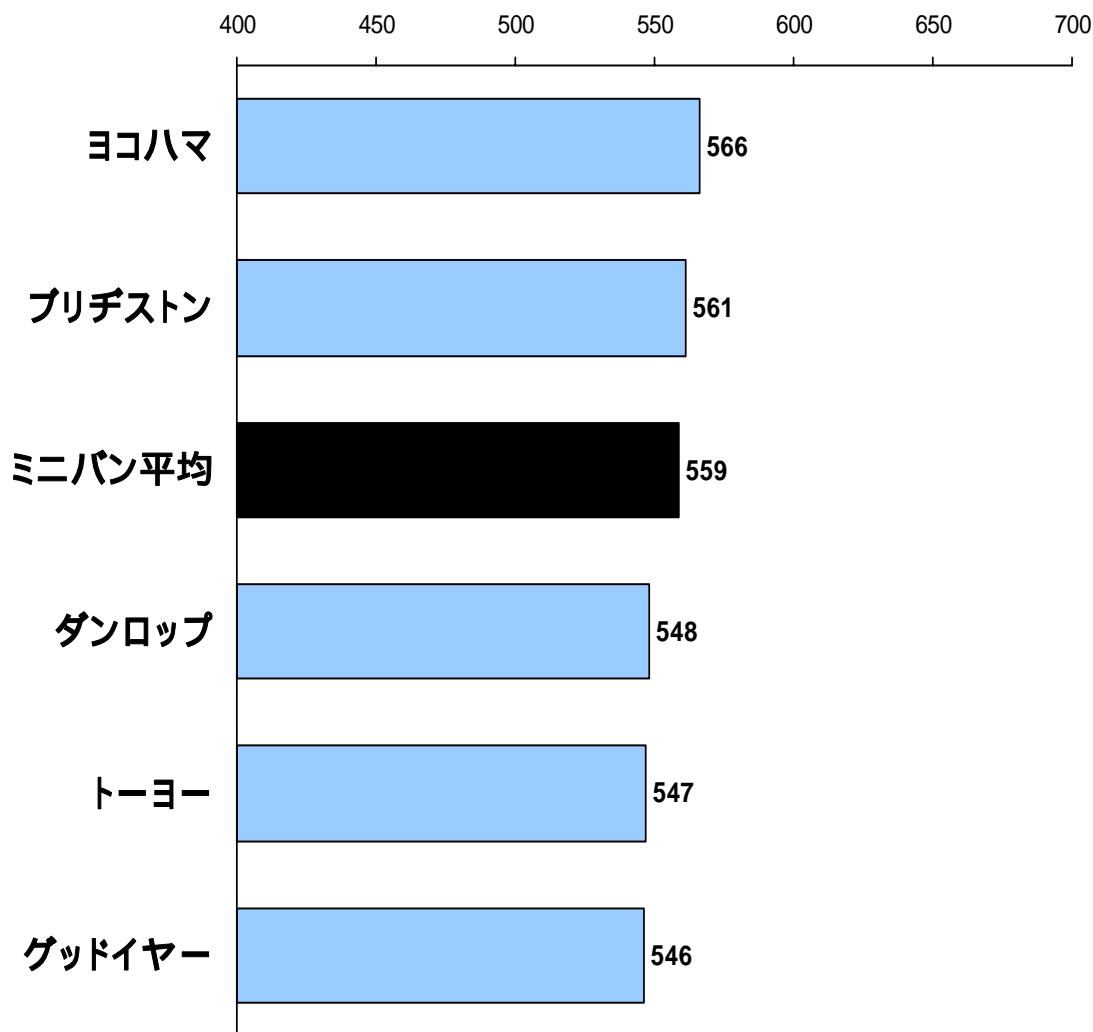
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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 アジア・パシフィック 2007年日本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 アジア・パシフィック 2007年日本OEタイヤ顧客満足度調査SM

ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)

ミニバン・セグメント



注) ミシュラ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 2007年日本OEタイヤ顧客満足度調査SM

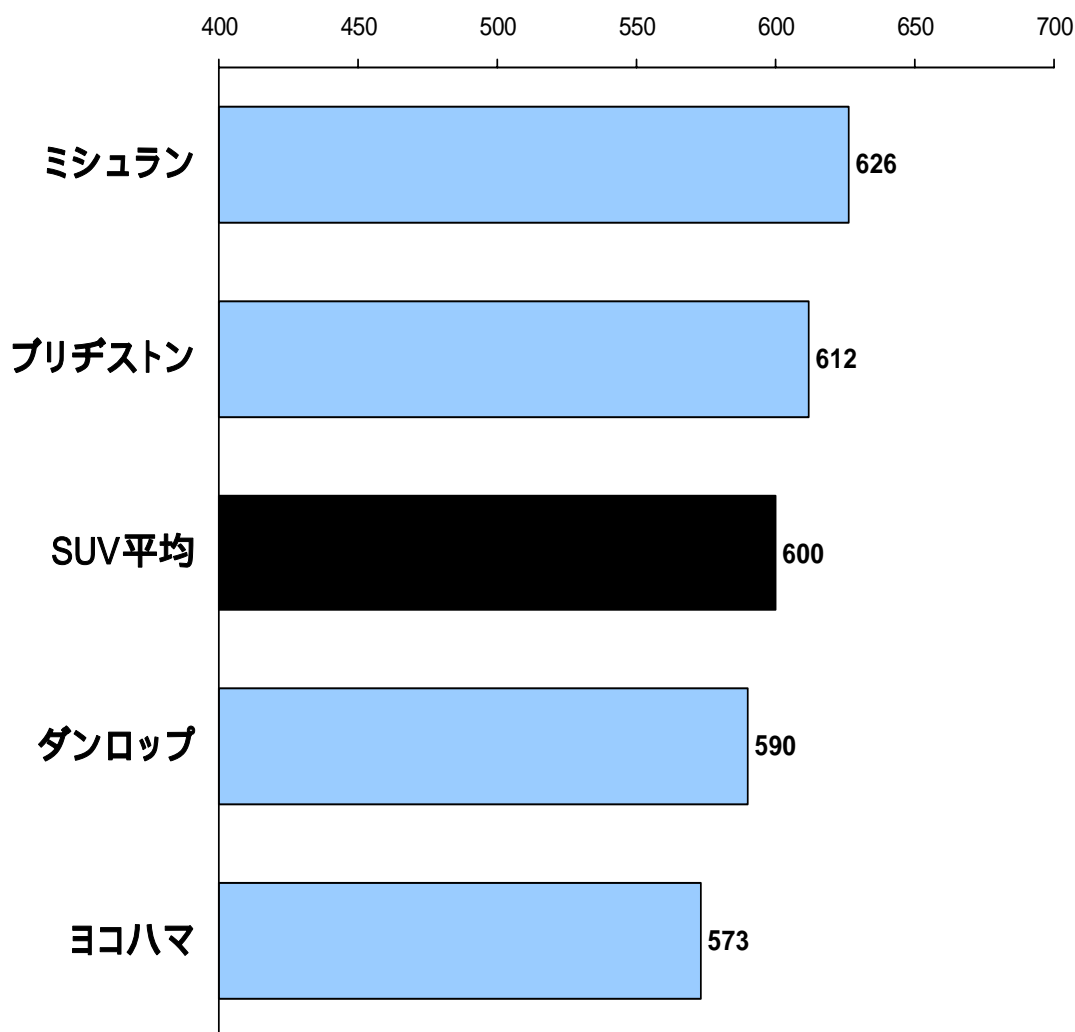
本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

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 アジア・パシフィック 2007年日本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 アジア・パシフィック 2007年日本OEタイヤ顧客満足度調査SM

ブランド別ランキング (1,000ポイント満点)

SUVセグメント



注) グッドイヤー、トーヨー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 アジア・パシフィック 2007年日本OEタイヤ顧客満足度調査SM)を明記してください。