

Press Release

報道用資料

2009年 5月 26日

冬用タイヤの顧客満足度ランキング、ミシュランが6年連続トップ**2009年日本冬用タイヤ顧客満足度(W-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、代表取締役社長：アルバート ラパーズ、略称：J.D. パワー）は、2009年日本冬用タイヤ顧客満足度（W-TSI）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）に対するユーザーの満足度を測定するもので、今年で6回目の実施となる。調査対象者は、新車・中古車を含む自家用の乗用車（軽自動車を除く）のスタッドレスタイヤを新品で購入し、昨冬使用した一般消費者である。2009年2月に郵送アンケート方式で調査を実施し、全国の3,435人から回答を得た。

冬用タイヤに対する総合的な満足度は「積雪路面での性能」、「凍結路面での性能」、「一般路面での性能」、「見映え」、「品質/耐久性」の5つのファクターから構成されている。総合満足度スコアは、5つのファクターの詳細評価項目（合計38項目）に対するユーザーの評価をもとに1,000ポイント満点で算出している。

◆2008年発売の新商品は既存商品より高い評価◆

総合満足度ランキングでは、ランキング対象となった7ブランド中、ミシュランが669ポイントで第1位となった。ミシュランは本調査を開始した2004年以来6年連続の顧客満足度第1位となった。ファクター別に見ても、5つのファクター全てでトップとなっている。

第2位はブリヂストンで総合満足度スコアは611ポイントである。ブリヂストンは全てのファクターで業界平均以上の満足度となっている。

2008～2009年冬シーズンに向けて市場に供給された商品には、2008年に新たに発売された商品と以前発売開始となった商品がある。2008年5月以降にスタッドレスタイヤを購入したユーザーの満足度について見ると、ブリヂストン、ダンロップ、ミシュラン、ヨコハマの2008年の新商品は、以前発売開始となった商品より高い満足度を得た。また、再購入意向についても高くなっている。

ユーザーを「継続して同じブランドの商品を購入したユーザー（ロイヤル層）」、「異なるブランドの商品を購入したユーザー（乗り換え層）」、「初めて冬用タイヤを購入したユーザー（新規層）」に分け、商品ごとの構成比を見てみると、商品によって傾向に差があることがわかった。ブリヂストン、ミシュラン、ヨコハマの新商品はロイヤル層が最も多かった。ダンロップは新商品により乗り換え層と新規層を取り込むことに成功した。

スタッドレスタイヤの再購入意向と顧客満足度との関係を見ると、「次回も必ず同じブランドのタイヤを購入する」と回答した割合は業界全体で10%であるところ、総合満足度スコアが800ポイント以上では35%に増加する。タイヤメーカーがシェアを拡大していくためには、既存顧客の維持に加え、他ブランドの顧客や新規顧客を取り込みつつロイヤルユーザー化するための取り組みが求められる。顧客の再購入意向を高めるためには顧客満足度

の向上が不可欠である。

2008年の新商品は既存商品よりも高い満足度を得たが、これを買替える時まで維持し、実際の再購入へと結実させるためには、2シーズン目以降の満足度がどのように変化していくかを注視していく必要があるだろう。

<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・アソシエー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。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・アソシエーツについて>

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・アソシエーツ（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。

<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・アソシエー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、2008 年の売上高は 64 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
クライアント・サービス・グループ

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

電 話： 03-4550-8060

F A X： 03-4550-8152

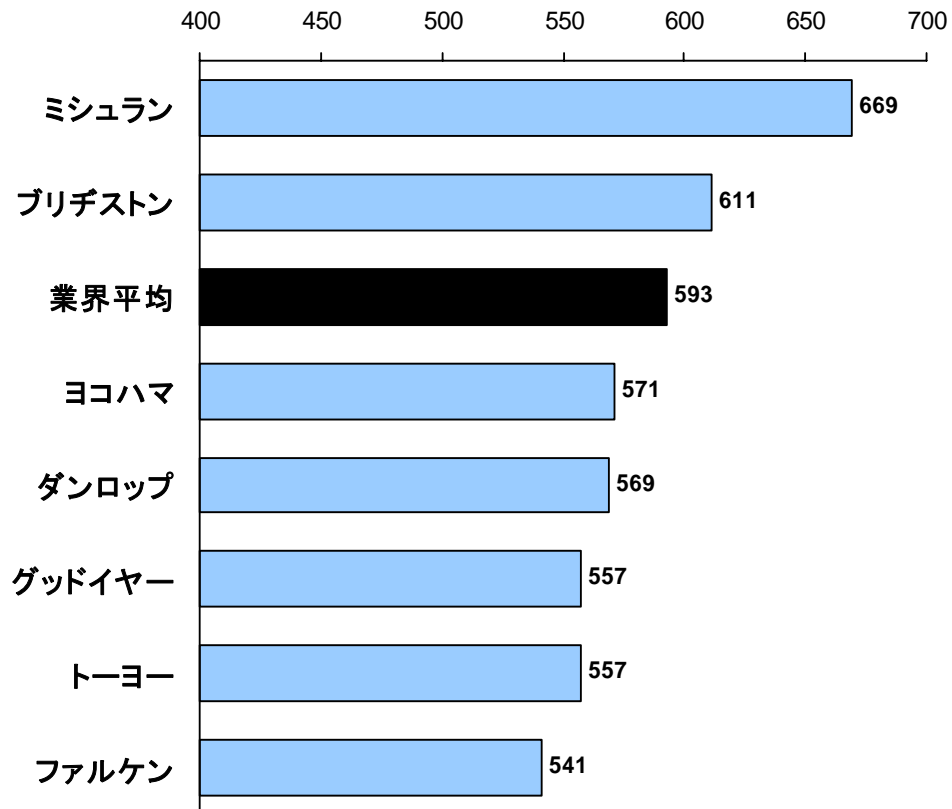
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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 2009年日本冬用タイヤ顧客満足度(W-TSI)調査SM

タイヤブランド別ランキング
(1,000ポイント満点)



注) オートボックス、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。

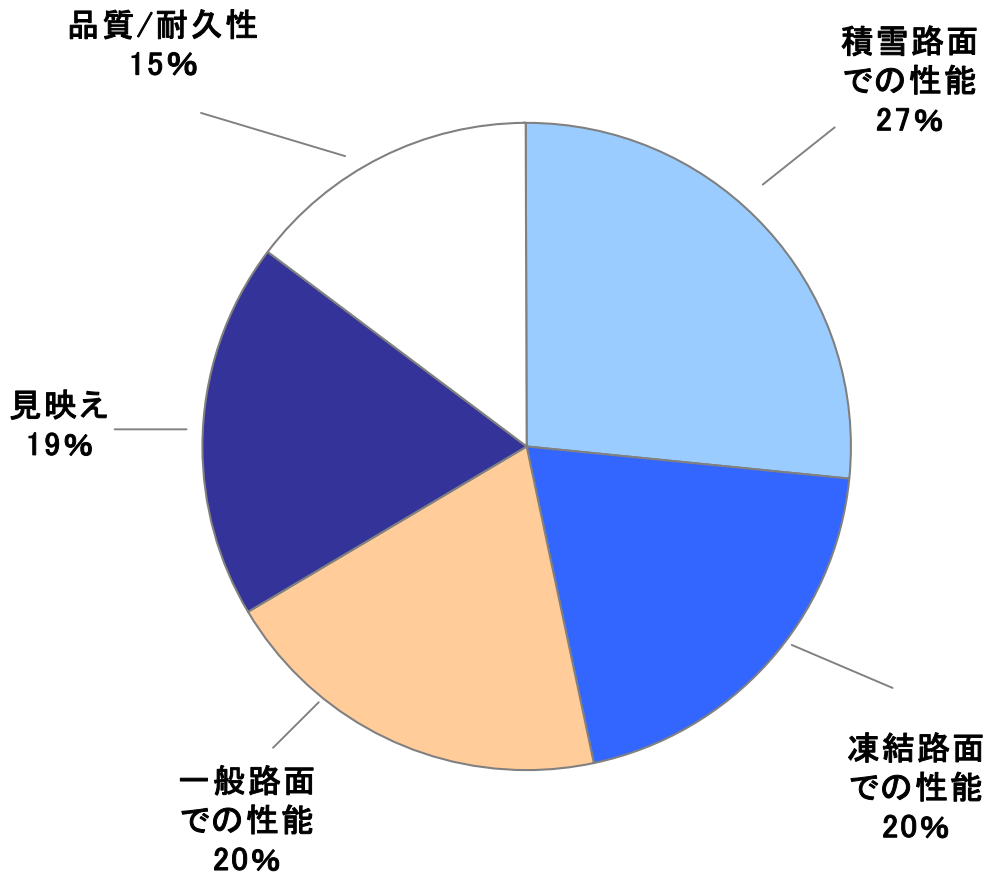
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本冬用タイヤ顧客満足度調査SM

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 2009年日本冬用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 2009年日本冬用タイヤ顧客満足度(W-TSI)調査SM

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 2009年日本冬用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 2009年日本冬用タイヤ顧客満足度調査SM)を明記してください。