

Press Release

報道用資料

2009年6月18日

冬用タイヤ購入店の顧客満足度は、「販売店」と「整備サービス」が大きく影響

2009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：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、今年で4回目となる。軽自動車を除く自家用乗用車（新車・中古車）向けのスタッドレスタイヤを2007年5月から2009年2月の間に新品で購入した一般消費者が対象で、2009年2月に郵送アンケート調査を実施し、全国の1,561人から回答を得た。

冬用タイヤ購入店に対する総合的な満足度は、「販売員」（41%）、「整備サービス」（34%）、「施設」（13%）、「商品の陳列/品揃え」（12%）の4つのファクターから構成されている（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。各ファクターの詳細評価項目に対する顧客の評価をもとに、冬用タイヤ購入店に対する総合的な満足度スコアを算出している（インターネット/通信販売は対象外）。

◆タイヤ販売業態別の満足度評価はカーディーラーとタイヤ専門店が同水準で高評価◆

冬用タイヤ利用者のタイヤ購入先について調べたところ、最も利用の多かったのはタイヤ専門店である（全体の27%）。次いでカー用品店（25%）、カーディーラー（22%）、サービスステーション（8%）で、この4つの業態で全体の80%以上を占める。

冬用タイヤ販売業界全体の今年の総合満足度は1,000ポイント満点中651ポイントである。また、4つのファクターの総合満足度に対する影響度は、「販売員」と「整備サービス」が大きな影響を与えており、この2つのファクターで75%の影響度を占めている。4つのファクターの中で最も満足度評価が高いのは「販売員」（679ポイント）で、最も評価が低いのは「商品の陳列/品揃え」（595ポイント）である。

業態別の各ファクターに対する評価の特徴は次のとおりである。

タイヤ専門店： 「整備サービス」の評価が4つの業態の中で最も高く、「販売員」の評価がカーディーラーに次いで高い。一方、業態別評価が最も低い「施設」が今後の課題である。

カー用品店： 「商品の陳列/品揃え」の評価が4つの業態の中で最も高い。

カーディーラー： 「販売員」と「施設」の評価が4つの業態の中で最も高い。今後の課題は業界平均を下回っている「商品の陳列/品揃え」である。

サービスステーション： 「販売員」と「整備サービス」で業界平均を上回っている。今後の課題は業態別評価が最も低い「商品の陳列/品揃え」である。

◆新規顧客の定着には購入時のタイヤ装着の徹底と満足度向上がカギ◆

タイヤ販売店で冬用タイヤを購入した顧客の66%が「冬用タイヤを購入直後からすぐ使う必要があった」と回答している。この「冬用タイヤを購入直後からすぐ使う必要があった」顧客はそうでない顧客よりも、冬用タイヤの購入先としてサービスステーションを選んだ割合が高いことがわかった。

冬用タイヤを購入直後からすぐ使う必要があった顧客がサービスステーションを選んだ理由を見ると、全業態の平均と比べて「以前からそのお店を利用している」や「販売店員の対応の良さ」の割合が高くなっている。また、サービスステーションでは、冬用タイヤの購入と同時にタイヤ取り付けサービスを利用した顧客の割合が全業態の平均と比較して高い。

タイヤ販売店がこの顧客から次回も購入先として選ばれるためには、購入時のタイヤ取り付けサービスを確実に提供することに加え、顧客が店舗での経験に満足しており、利用経験が良いものとして想起されることが重要である。

タイヤ購入店に対する満足度と購入店の次回利用意向との関係を見ると、「次回も必ず同じ店で冬用タイヤを買う」と回答した割合が業界全体で14%であるところ、総合満足度スコアが800ポイント以上では34%に増加している。タイヤ販売店が新規顧客を定着させるためには、顧客の満足度を高めることが必要不可欠である。

<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。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。

<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、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

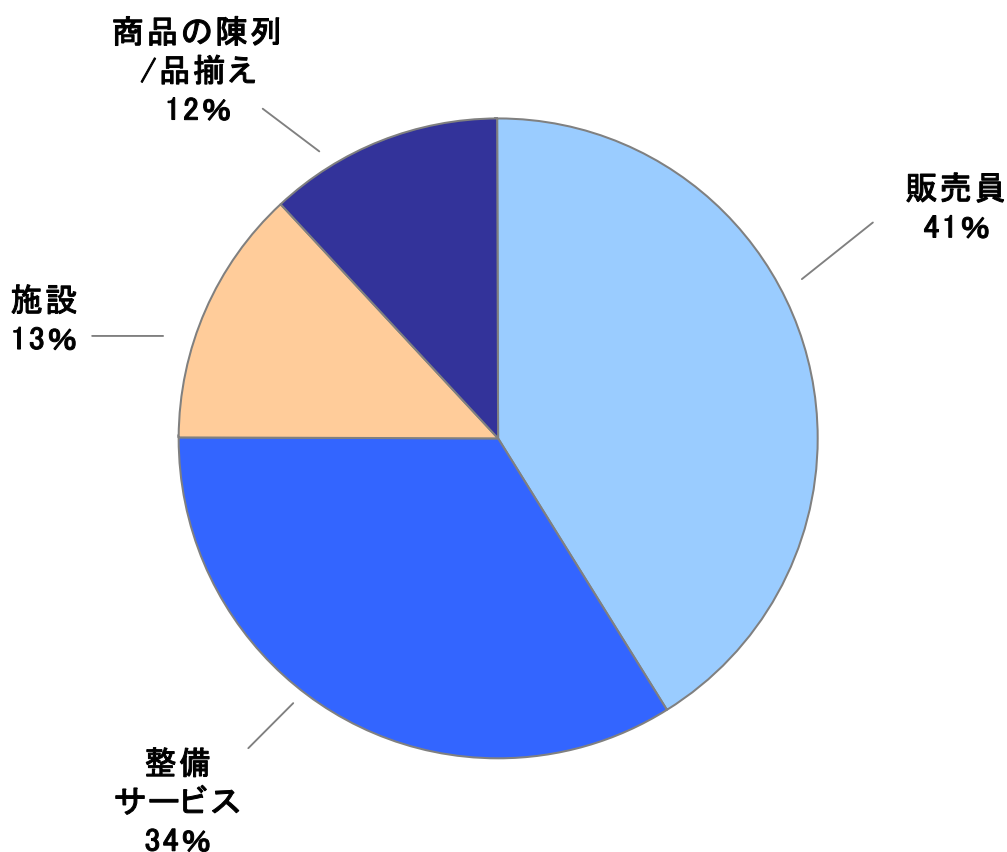
e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<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年日本冬用タイヤ購入店満足度(WT-RSI)調査SM

総合満足度を構成するファクター



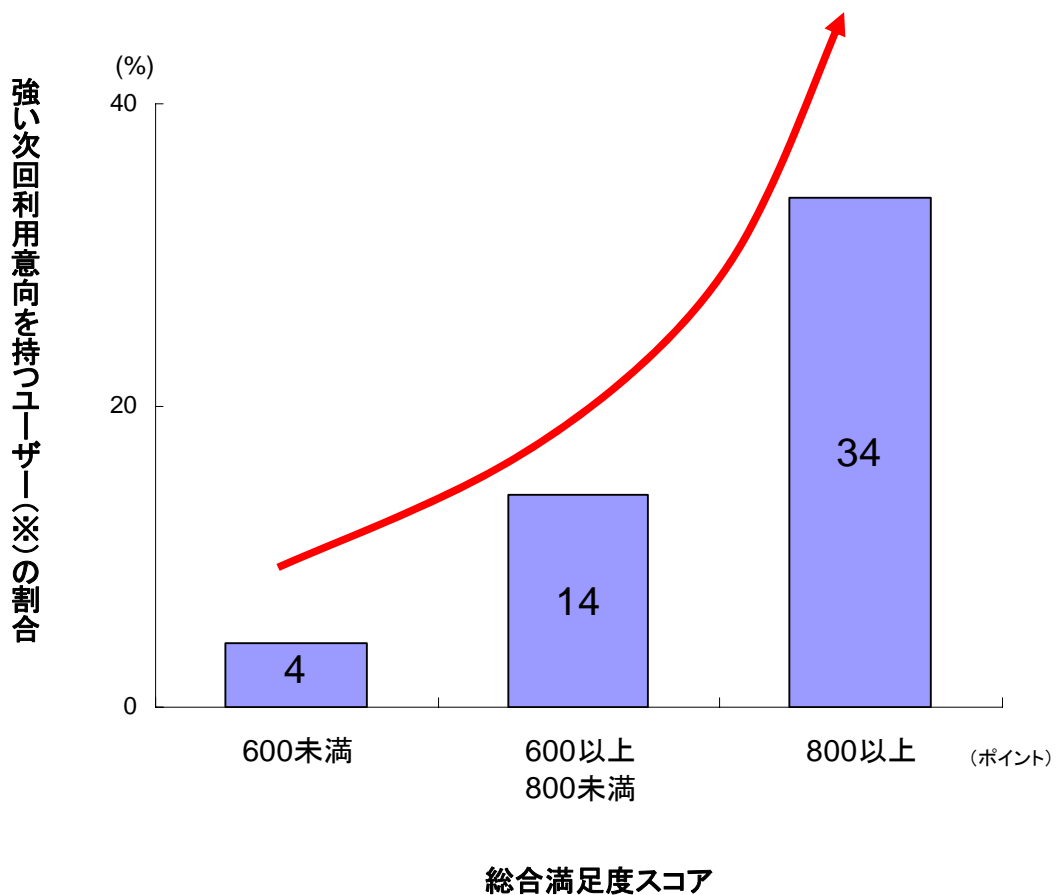
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本冬用タイヤ購入店満足度調査SM

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 2009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 2009年日本冬用タイヤ購入店満足度(WT-RSI)調査SM

総合満足度と次回利用意向の関係



※ 次回の冬用タイヤ購入時も「必ず同じお店で買う」と答えたユーザー

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 2009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。