

## 夏タイヤに関する調査 低燃費タイヤ、メリット啓蒙が課題

GfKジャパン(東京:中野区)は、全国のドライバー12,177名に対し、夏タイヤ購入に関するインターネット調査※を実施した。その調査結果から、購入の重視点や低燃費タイヤに関する認知度について発表した。

### 【概要】

- ・2割が直近1年以内で夏タイヤを購入。購入時の最重視点は「安価な価格」。軽自動車所有者は特に重視。
- ・「低燃費タイヤ」という言葉の認知度は高いが、性能理解は限定的。

### 【夏タイヤ購入重視点と購入製品の性能】

全国のドライバー12,177名に夏タイヤの購入状況を尋ねたところ、直近1年以内の購入者は22%に上った。この直近1年以内の購入者に絞り、購入時の重視点や購入タイヤのグレードについて調査した。まず、購入時の重視点をみると、最も多くの人が重視したのは、「安価な価格」で、次いで「信頼できるメーカー」、「低燃費」であった。これをさらに軽自動車所有者に絞ってみると、メーカーや性能を重視する割合が減り、「安価な価格」と「低燃費」などコストにかかわる項目を重視する割合が上がった(図1)。次に購入タイヤのグレードをみると、新車装着タイヤと同等あるいはそれ以上のタイヤを購入したと回答した人は6割超であった。この割合は女性よりも男性が高く、また、年代が上がるほど高まった(図2)。一方で、「分からない」との回答も3割にのぼった。

図1. 夏タイヤ購入重視点(複数回答可)

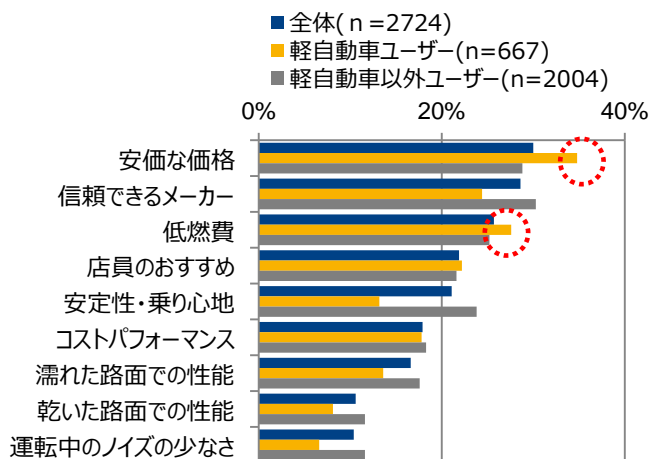
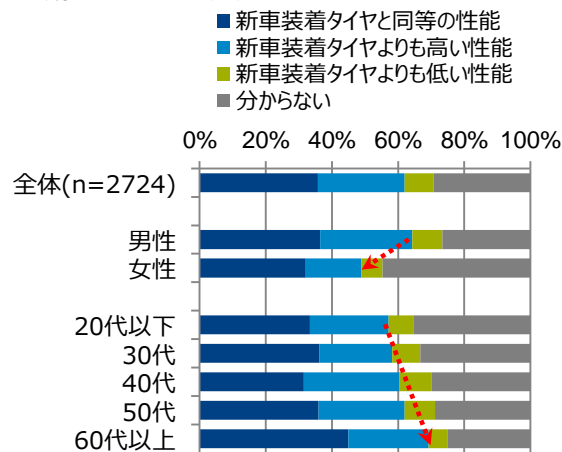


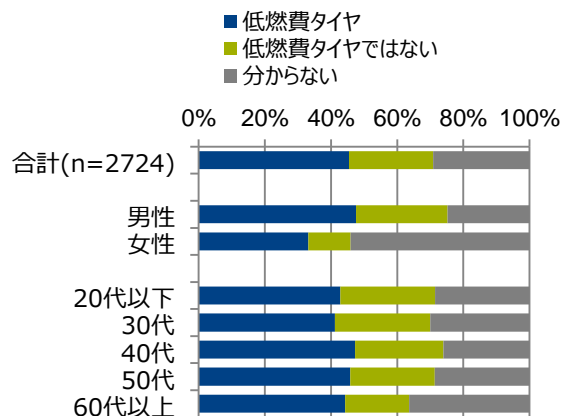
図2. 購入夏タイヤの性能



### 【低燃費タイヤについての認知】

冬タイヤに比べ夏タイヤの性能訴求は難しいと言われるが、「低燃費」は消費者がメリットを感じやすい訴求の一つである。「低燃費タイヤ」について尋ねたところ、言葉に対する認知度は自動車保有者の9割と高かったが、製品性能の詳細までを知っている人は3割強にとどまった。なお、直近1年以内の夏タイヤ購入者の中で低燃費タイヤの購入は45%、低燃費タイヤ以外の購入が26%であり、残り29%は「分からない」と回答した(図3)。分からないとの回答は女性では54%に上り、また、年代別にみると60代以上が36%と高かった。ただし、女性および60代以上における低燃費タイヤの選択率は他グループより高く、製品性能やメリットに対する理解を深めることで、高性能タイヤの販売拡大が見込まれる。

図3. 「低燃費タイヤ」の購入率



※「夏タイヤに関する調査」概要

- 調査期間： 2016年6月27日～7月10日(計14日間)
- 調査方法： インターネット調査
- 調査対象： 18歳以上の男女(自動車保有者)12,177名
- 調査内容： 主要モデル認知度、購入時期、購入区分(新品または中古)、購入の動機・場所(主要カー用品店別、主要流通別)・理由、購入店舗満足度、取り付け場所、購入したモデル・本数・費用総額、現所有車における夏タイヤ購入回数、ホイールとのセット購入・単品購入の有無、現装着ホイールが純正か否か、インチアップ有無、前回購入時のブランド・不満点、使用年数、次回購入予定時期、空気圧点検時期、低燃費タイヤ認知度、新車タイヤと直近購入タイヤの性能比較

※本リリースに関するお問い合わせ先

GfK ジャパン  
広報グループ 茶野 絢子  
tel : 03-5350-4632 Email : info.jp@gfk.com  
<http://www.gfk.com/jp/>