

2017年冬タイヤの購買行動調査 所有率は上昇傾向

GfKジャパン(東京:中野区)は、全国のドライバー12,830名に対し、冬用自動車タイヤ(以下「冬タイヤ」)の購買行動調査※を実施し、その結果について発表した。

【概要】

- ・冬タイヤの所有率は首都圏を中心に上昇傾向。
- ・3割のドライバーが3年以内に冬タイヤを買い替え。
- ・インターネットで冬タイヤを購入した半数は価格を重視。

【冬タイヤの所有率】

12,830名のドライバーに冬タイヤの所有について尋ねたところ、所有率は55%であった(図1)。この所有率は多雪地域※¹では97%、一般地域では41%で、上昇傾向にある。特に首都圏※²はこの傾向が顕著で、2014年の34%から2017年は39%へ上昇した。なお、冬タイヤの所有率は男女ではほぼ差がなかったが、年代別では、所有率の最も高い30代以下と最も低い60代以上では約1割の差があった。

【冬タイヤの買い替えサイクル】

冬タイヤの買い替えサイクルは、「3年」が23%を占め最も多かった(図2)。「3年以内」とすると31%になったが、この割合は2015年の調査から4%ポイント上昇しており、より短い期間で買い替えるドライバーが増えているようだ。なお、「3年以内」の割合は、一般地域では27%であったが、多雪地域では35%に上った。

【インターネットにおける冬タイヤ購入の特徴】

インターネットでの冬タイヤ購入は増加傾向にある。2016~2017シーズンにインターネットで冬タイヤを購入した人に購入理由を尋ねた。結果、「タイヤの価格が安かったから」が50%、「ホイールセットの価格が安かったから」が31%で上位2項目となるなど、多くの購入者が価格を理由に挙げた。インターネットでの購入者は、前もって欲しい製品のスペックを絞り込み、予算を決めている割合が店頭に比べ高いことも、価格志向が強い一因と考えられる。主なインターネット通販ではカー用品店、整備工、ガソリンスタンドと提携し、購入商品を直送して、タイヤ交換作業を行う仕組みを構築している。こうしたサービスが普及していくにつれ、タイヤ販売におけるインターネット利用はすそ野が広がり、さらに拡大すると考えられる。

図1. 冬タイヤ所有率

(サンプル数: 2014年=9,214、2015年=12,767、2017年=12,830)

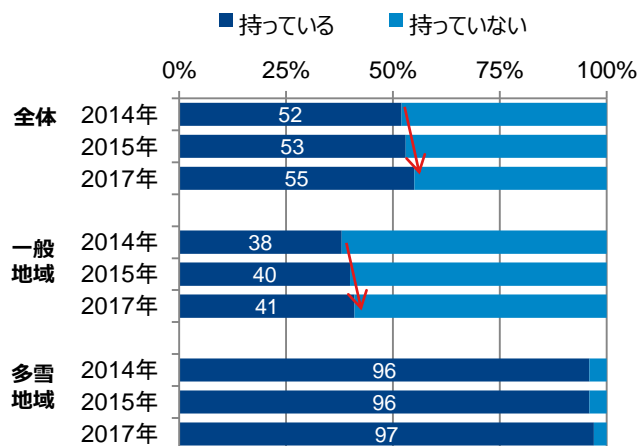
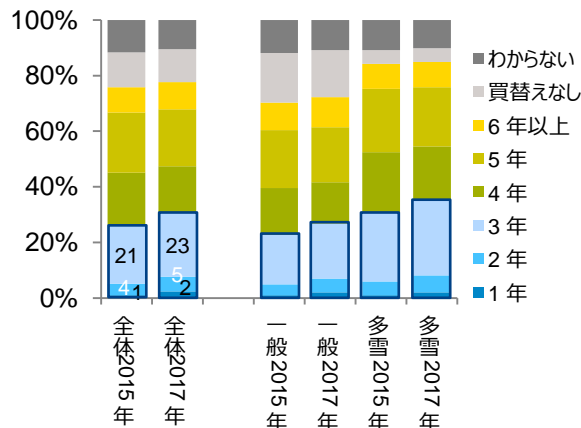


図2. 冬タイヤの買い替えサイクル

(サンプル数: 2015年=6,817、2017年=7,074)



※1. 多雪地帯に含まれる都道府県は以下15都道府県

北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、鳥取県、島根県

※2. 首都圏に含まれる都道府県は以下1都3県

東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県

※「2017年冬タイヤ購買行動調査」概要

- 調査期間: 2017年2月27日～3月12日(計14日間) ■ 調査対象: 自動車保有者 12,830名(ノンウェイト集計)
- 調査方法: インターネット調査
- 調査内容: 冬タイヤ保有状況、買い替え頻度、2016-2017シーズンの冬タイヤ購入有無・時期・きっかけ、購入店・取付関連情報(購入店、選択理由、不満点、レポート利用意向(オンライン購入者のみ)、取付場所、訪問した他小売店、タイヤ購入店で購入経験のある他カー用品)、ブランド関連情報(購入ブランド、前使用ブランド・不満点)、タイヤ購入時の検討状況(検討度合い、参考情報源、購入重視点)など

・「2015年冬タイヤ購買行動調査」概要

- 調査期間: 2015年10月26日～11月8日(計14日間) ■ 調査対象: 自動車保有者 12,767名(ノンウェイト集計)

・「2014年冬タイヤ購買行動調査」概要

- 調査期間: 2014年10月06日～10月19日(計14日間) ■ 調査対象: 自動車保有者 9,214名(ノンウェイト集計)

※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 : 03-5350-4623 Email : info.jp@gfk.com
<http://www.gfk.com/jp>