

## タイヤのレンタルサービスに関する消費者調査 首都圏では半数に冬タイヤレンタルサービスへの利用意向あり

GfK ジャパン(東京:中野区)は、全国のドライバー約13,600名に対し、タイヤのレンタルサービスに関するインターネット調査※を実施し、その結果を発表した。

### 【概要】

- ・46%が冬タイヤのレンタルサービスを利用してみたいと回答
- ・冬タイヤのレンタルサービスの認知率は16%。このうちサービスを利用したことがある人は11%と限定的
- ・夏タイヤのレンタルサービス利用意向は19%。高性能タイヤの試着ニーズが主

### 【冬タイヤレンタルサービスの利用意向】

2017年7月に全国のドライバー約13,600名に対して冬タイヤのレンタルサービスについて調査したところ、46%に利用意向※<sup>1</sup>があった。この割合が最も高かったのは首都圏で51%、最も低かったのは北海道で39%であった。

利用意向者に使ってみたい場面を尋ねたところ、最多回答は「冬場の降雪の備えとしての日常使い」で58%、次いで「旅行(帰省含む)」(38%)、「ウインタースポーツ」(26%)となった。なお、多雪地域である北海道、東北、甲信越、北陸では「冬場の降雪の備えとしての日常使い」が70%超と圧倒的に多く、次いで「次のクルマ購入までのつなぎ利用」となった。一方、首都圏、東海、近畿では「旅行(帰省含む)」や「ウインタースポーツ」といった一時的な利用の割合が全体より高く、地域によって利用したいシーンが異なることが示された。

冬タイヤのレンタルサービスは、ドライバーの約半数に利用意向がみられたものの、調査実施前から同サービスを知っていた人は16%にとどまった(図2)。認知率が最も高かったのは近畿で20%、最も低かったのは九州で7%であった。なお、実際に同サービスを利用したことがある割合は全体ではわずか2%、サービスを認知している人ベースでも11%であった。冬タイヤのレンタルサービスは消費者のニーズがあり、また、実施店にとっては付随サービスの提供や顧客獲得の好機といえる。今後、サービス実施店舗の増加と認知率の拡大が注目される。

### 【夏タイヤレンタルサービスの利用意向】

本調査では、夏タイヤのレンタルサービスについても尋ねた。夏タイヤのレンタルサービスに対する利用意向は冬タイヤより低く19%にとどまった。利用理由としては、利用意向者の4割強が、「いつも履いているタイヤより性能の良いものを試してみたいから」、「乗り心地の良いタイヤをはいてみたいから」と回答した。夏タイヤのレンタルサービスは、高性能のタイヤの良さを消費者に実感してもらう機会ととらえることができそうだ。

図1. 冬タイヤレンタルサービス 利用意向

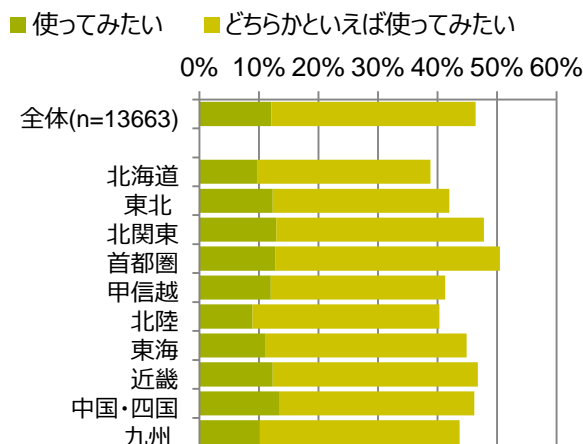
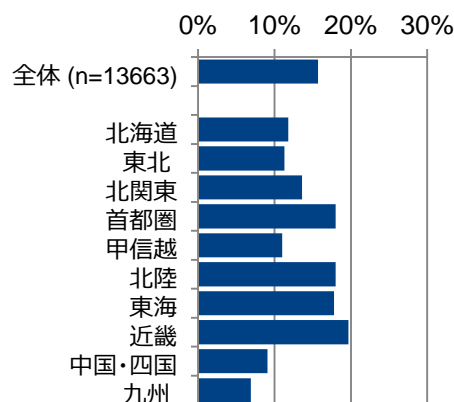


図2. 冬タイヤレンタルサービス 認知率



※.「タイヤレンタルに関する調査」概要

- 調査期間: 2017年7月17日～7月30日(計14日間)
- 調査対象: 自動車保有者 13,663名(ノンウェイト集計)
- 調査方法: インターネット調査
- 回答者属性: 性、年代、居住都道府県
- 車関連情報: 保有車情報(車種、ボディタイプ、新古、タイヤサイズ)、運転頻度
- 調査内容: 冬タイヤ保有状況・買い替えサイクル・保管方法、冬タイヤレンタルサービスの認知・利用意向(利用シーン、利用期間、支出可能額、利用したい店舗、試着来店、返却時のサービス等)、夏タイヤレンタルサービスの利用意向

※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

tel : 03-5350-4623

Email : [info.jp@gfk.com](mailto:info.jp@gfk.com)

<http://www.gfk.com/jp>