

夏タイヤに関する消費者調査 低燃費タイヤに対するドライバーの認知は向上

GfK ジャパン(東京:中野区)は、全国のドライバー約12,600名に対し、夏タイヤ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】

- ・低燃費タイヤの製品性能を把握しているドライバーは39%で、前回調査から5%ポイント上昇
- ・夏タイヤ購入のきっかけとしては、「タイヤの溝がないと自分で気付いたから」が最も多く35%
- ・新車装着タイヤよりも高性能な夏タイヤを購入したドライバーは37%

【低燃費タイヤの認知】

現在販売されている夏タイヤは、燃費向上に貢献する「低燃費タイヤ」*1が主流である。販売実績*2をみても、2017年通年で、夏タイヤにおける低燃費タイヤの数量構成比は67%であった。2017年10月に実施した消費者調査の結果では「低燃費タイヤの内容・条件等を知っていた」「低燃費タイヤの内容・条件等を大体知っていた」*3と回答した割合は合計で39%に達し、前回調査(2016年7月実施)から5%ポイント上昇した(図1)。メーカー・流通双方の継続的な訴求により、低燃費タイヤに対するドライバーの認知が高まってきたといえるだろう。

【夏タイヤの購買行動】

ドライバーに夏タイヤ購入のきっかけを聞いたところ「タイヤの溝がないと自分で気付いたから」と回答した割合が35%と最も高く(図1)、多くのドライバーが定期的にタイヤの状態を点検・確認している様子が見える。一方、「一定の期間を走ったから」が14%、「一定の距離を走ったから」が13%回答があったことから、タイヤ買い替えのタイミングを自身で設定し、その時期が来たら検討を始めるといったドライバーの購買行動が読み取れる。

夏タイヤを店頭販売で購入した理由(複数回答)として「いつも使っているお店だから」が最も高く36%で、次いで「タイヤの価格が安かったから」が34%であった。また「キャンペーンをやっていたから」との回答も15%あり、店頭での販促に惹かれ夏タイヤ購入に至るケースも少なくないと考えられる。一方、インターネット販売で購入した消費者は価格面を重視する傾向にあり、67%が「タイヤの価格が安かったから」、26%が「送料が無料だったから」を購入理由として挙げた。

購入商品の事前検討については、店頭購入者の53%、インターネット購入者の44%は「店を訪問／アクセスしてから、ブランド及びシリーズを決めた」と回答した。多くの消費者はどのような夏タイヤが欲しいか等のイメー

図1. 低燃費タイヤへの理解

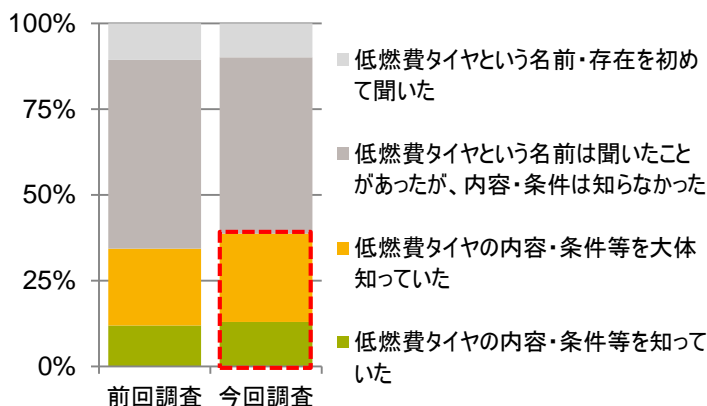
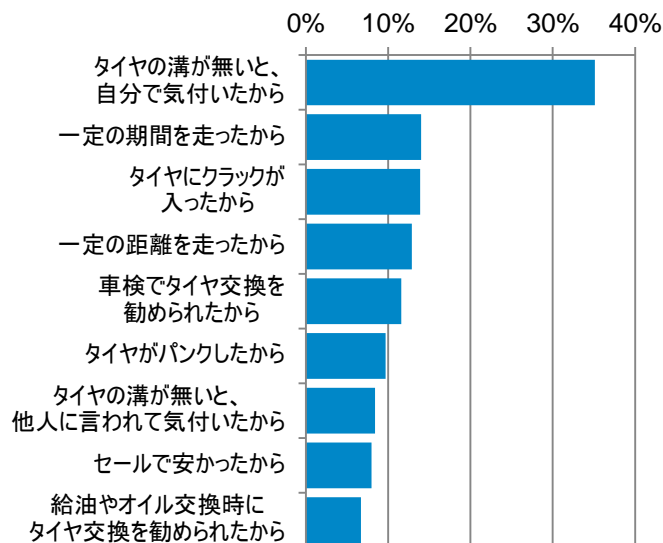


図2. 夏タイヤ購入のきっかけ(複数回答)

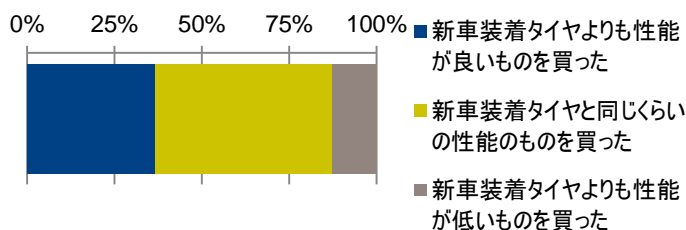


ジを持たない状態で店を訪問したり、ウェブサイトアクセスしたりしているといえる。ただインターネット購入者では「店を訪問／アクセスする前に、購入するブランド及びシリーズを既に決めていた」との回答が31%と店頭購入者(20%)に比べ高かった。豊富な商品知識を持ったうえで、事前に自身で欲しい商品を検討し、購入に至るといった消費者像がみえてくる。

昨今、新車装着タイヤ⁴と同等ないしはより高性能なタイヤへの買い替えが多く訴求されている。新車装着タイヤを認識しているドライバーのうち、実際に「新車装着タイヤよりも性能が良いものを買った」と回答した割合は37%に達し、「新車装着タイヤよりも性能が低いものを買った」と回答した消費者は13%にとどまった(図3)。このことから、現在では多くの消費者が新車装着タイヤとの性能差を意識し、夏タイヤを検討・購入していると言えるだろう。

図3. 購入した夏タイヤの、新車装着タイヤとの比較

※回答対象: 新車装着タイヤを認識している、夏タイヤ購入者 (n=1,390)



- *1 転がり抵抗性能の等級がAAA・AA・Aに該当し、かつウェットグリップ性能の等級がa・b・c・dに該当するタイヤ
- *2 全国のカー用品店、タイヤ専門店(メーカー系列を除く)、ガソリンスタンド、インターネットの販売実績を元に、市場規模相当に拡大推計したデータ
- *3 低燃費タイヤの内容・条件等:
業界が定めたレーティングシステムで、低燃費(転がり抵抗性能)と安全性(ウェットグリップ性能)が一定以上のレベルを満たしたタイヤのこと。
レーティングシステムによる「転がり抵抗性能」の等級がAAA・AA・Aに該当し、且つ「ウェットグリップ性能」の等級がa・b・c・dに該当するものだけに、「低燃費タイヤ統一マーク」が表示されている。
- *4 自動車メーカー工場出荷時点で新車についているタイヤ

※.「夏タイヤに関する調査」概要

- 調査期間: 2017年10月2日～10月22日(計14日間)
- 調査対象: 自動車保有者 約12,600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: 車種、ボディタイプ、新車/中古車購入、(新車の場合)累計車検回数
- 調査内容: 低燃費タイヤに関する認知、タイヤブランド認知、直近1年間の夏タイヤ購入有無・購入時期、夏タイヤの購買行動(購入のきっかけ、参考情報源、購入前の検討状況、購入場所、購入店選択理由、購入店への不満、取付場所、購入タイヤブランド、購入重視点、購入タイヤのインチサイズ、ホイールとのセット購入状況等)、現使用タイヤへの理解、新車装着タイヤへの意識・継続購入状況等

※本リリースに関するお問い合わせ先

GfK ジャパン
tel : 03-5350-4623 Email : info.jp@gfk.com
<http://www.gfk.com/jp/>