

エンジンオイル購入行動に関する調査

GfK Japan（東京：中野区）は、全国のドライバー15,684名に対し、エンジンオイルの購入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】

- ・エンジンオイルの交換頻度では「6か月に1回」が最も多く46%、「1年に1回」が17%。
- ・店頭購入者は全体の95%。店舗の選択理由としては「いつも使っているお店だから」が57%。
- ・製品の選定理由では「メーカー純正だから」が40%。国産車ディーラーでは72%、輸入車ディーラーでは83%に達した。

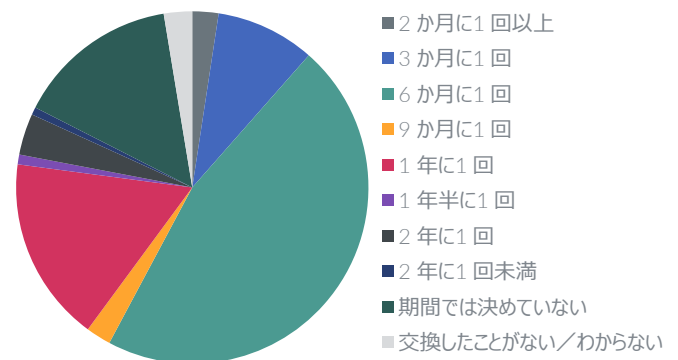
【エンジンオイル交換のきっかけ、交換頻度】

直近1年間でエンジンオイル交換をした人にエンジンオイル交換のきっかけを伺ったところ、「前回の交換から一定の期間が過ぎた」が47%と半数近くを占めた。他方、「前回の交換から一定の距離を走行した」との回答も42%あり、期間や走行距離でエンジンオイルを交換していることが読み取れる。

ドライバー全体のエンジンオイル交換の頻度は「6か月に1回」が最多で46%、次いで「1年に1回」が17%であった（図1）。地区別にみると、北海道では「6か月に1回」の割合が高く54%であった一方、首都圏では「1年に1回」が22%と他地域より高かった。

交換距離では「4,000km以上5,000km 未満」が28%、「5,000km以上7,000km 未満」が20%を占めた。「3,000km未満」での交換は全体では11%であったものの、スポーツカーユーザーでは19%と全体を大きく上回った。

図1. エンジンオイル交換頻度

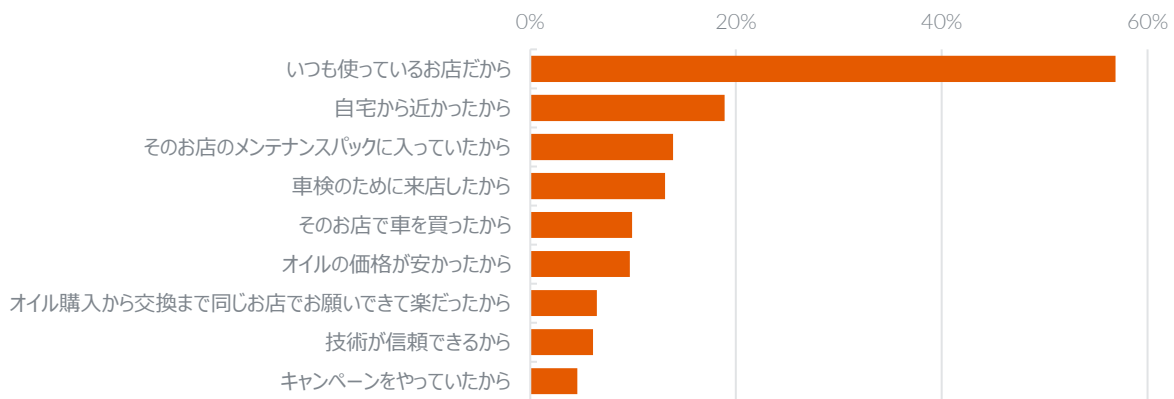


【購入店舗の選択理由】

直近1年間でエンジンオイル交換をしたドライバーのうち、95%がカーディーラーやカー用品店、ガソリンスタンドなどの店頭で購入をしていた。店頭購入者にその店舗を選んだ理由について尋ねたところ、「いつも使っているお店だから」が57%、「自宅から近かったから」が19%であった（図2）。続いて「そのお店のメンテナンスパックに入っていたから」が14%であったが、国産車ディーラーでの購入者では26%に達した。

インターネット購入者がそのサイトを選んだ理由は「オイルの価格が安かったから」が52%と半数を超え、次いで「いつも使っているウェブサイトだから」が37%であった。またインターネット購入者のうち69%は自分でオイル交換を行ったと回答した。

図2.購入店舗の選択理由

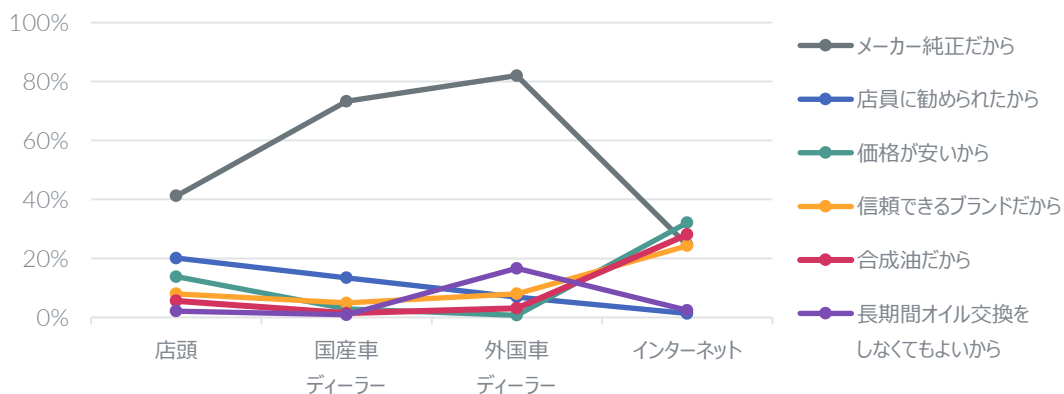


【購入製品の選定理由】

購入したエンジンオイルの選定理由を尋ねたところ、店頭での購入者において最も多かったのは「メーカー純正だから」で41%、次いで「店員に勧められたから」が20%であった（図3）。ディーラーでは「メーカー純正だから」の割合が高く、国産車ディーラーで73%、輸入車ディーラーでは82%に達した。また輸入車ディーラーでは「長期間オイル交換をしなくてもよいから」との回答が17%と全体（2%）を大幅に上回った。

インターネットでの購入者は「価格が安いから」が最も多く32%、「合成油だから」が28%であった。この結果より、インターネットで高性能な製品を安く買いたいという意向が窺えた。

図3.購入製品の選定理由



※「エンジンオイル購買行動調査」概要

- 調査期間：2021年7月26日～8月8日（計14日間）
- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：自家用車保有者 15,684名（ノンウェイト集計）
- 回答者属性：性、年代、居住都道府県
- 保有車関連情報：メーカー、ボディタイプ、運転頻度、年間走行距離
- 調査内容：保有者のオイル粘度認知、オイル交換頻度、オイル交換距離

直近1年間での購入有無、購入のきっかけ、参考情報、検討店舗、購入店舗、店舗選定理由、ウェブ予約利用状況、購入オイルの形態、交換時間帯、交換できなかった経験、ウェブサイト選定理由、オイル交換者、次回購入意向、購入時の不満点、購入メーカー、製品選択理由、購入時の不明点

本リリースに関するお問い合わせ先

GfK Japan
 マーケティングコミュニケーション
 Email : info.jp@gfk.com
www.gfk.com/jp/