

## News Release

2013年8月23日

連絡先

デロイト トーマツ コンサルティング株式会社

マーケティング & コミュニケーション

Tel: 03-5220-8600

Email: DTC\_PR@tohmatu.co.jp

### 『電気自動車(EV)と次世代車に関する消費者意識調査』の結果を発表

#### ■ EV に対する認知度は横ばい、購入意向は下降

- ・ EV に対する認知度は昨年と同程度で推移 (2012年 87.2%⇒2013年 85.0%)
- ・ 購入検討意向は昨年に比べ下降 (2012年 17.9%⇒2013年 15.0%)

#### ■ 認知度・購入意向ともに高いHVが、当面の次世代車普及を牽引

- ・ 購入検討意向においてはHVが圧倒的、次いでPHV、クリーンディーゼル。ゼロエミッション車であるEV、FCVに対する購入検討意向は未だ低い
- ・ 十分な認知度を獲得しているHV、EVに対し、PHV、クリーンディーゼル、FCVは認知度の向上が必要
- ・ EVは普段使いの「セカンドカー」としての活用ニーズが高い

デロイト トーマツ コンサルティング株式会社(本社:東京都千代田区 代表取締役社長:近藤 聡)は日本の消費者における電気自動車(EV)を含む次世代車に関する意識調査を実施、その動向を分析した。低炭素化、石油依存からの脱却に対する社会的要請は引き続き高く、それに呼応するように、自動車業界ではクリーンな次世代車が出揃ってきた。既にHV(ハイブリット車)、PHV(プラグイン・ハイブリット車)、クリーンディーゼル、EVは各社が量産モデルを発売しており、また、「究極のエコカー」として期待されるFCV(燃料電池車)についても、2015年頃の市場化を目指し、各社合従連衡しながら開発を加速している。このような環境下、当社は2013年3月、一般消費者2,075名を対象に、EVをはじめとする次世代車についての調査『電気自動車(EV)と次世代車に関する消費者意識調査』を行った。日本の消費者の主な特徴は以下の通り。なお、本調査は2010年以降、毎年継続して実施している。

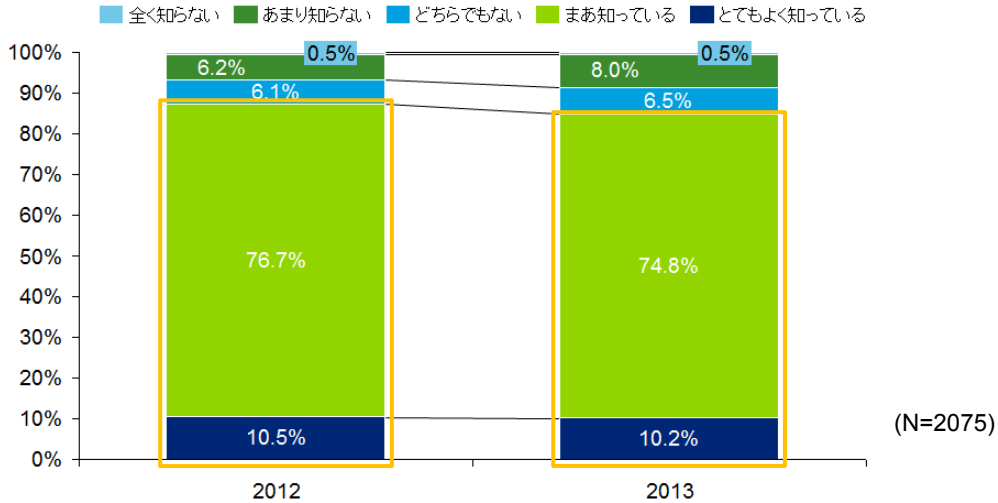
■ EV に対する消費者意識の経年変化:

EV に対する認知度は横ばい、購入意向は下降

**【EV の認知度】EV に対する認知度は昨年と同程度で推移 (2012 年 87.2%⇒2013 年 85.0%)**

EV に対する認知度は、今年度は 85.0%と、ほぼ横ばいで推移している。

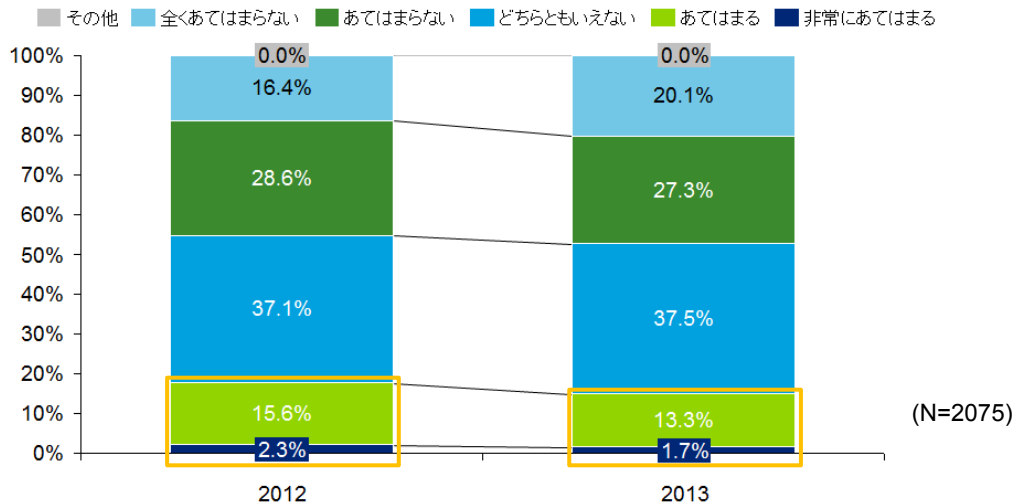
問: あなたは電気自動車(以下、EV)を知っていますか? (%)



**【EV の購入検討意向】購入検討意向は昨年に比べ下降 (2012 年 17.9%⇒2013 年 15.0%)**

昨年度の調査では 17.9%だった購入検討意向者層は、本年度は 15.0%に下降した。「価格」「航続距離」「充電インフラ」という三大障壁が依然として立ちのびていること、EV 商品ラインナップの拡大がさほど進んでいないことが、下降傾向の原因として推測される。

問: あなたが自動車を買換/買い増し/新規購入する場合、EV 購入を検討しますか? (%)



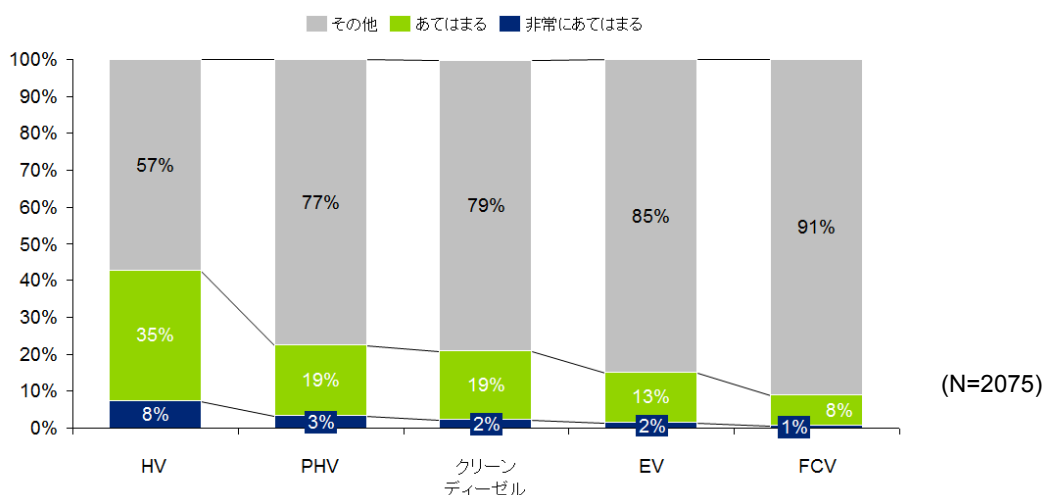
■ 次世代車に対する消費者意識:

認知度・購入意向ともに高いHVが当面の次世代車普及を牽引

**【次世代車の購入検討意向】HVが圧倒的、次いでPHV、クリーンディーゼル。ゼロエミッション車であるEV、FCVに対する購入検討意向は未だ低い**

HVは、他の次世代車に比べ圧倒的に購入検討意向割合が高い。PHV、クリーンディーゼルがそれに続く。ゼロエミッション車であるEV、FCVの購入検討意向割合は、それぞれ15%、9%であった。今後の次世代車普及の展開として、当面はガソリン車からHVを中心とする「省石油」の次世代車への移行が進み、将来的に「脱石油」を可能にするゼロエミッション車への移行が進むというステップが予測される。

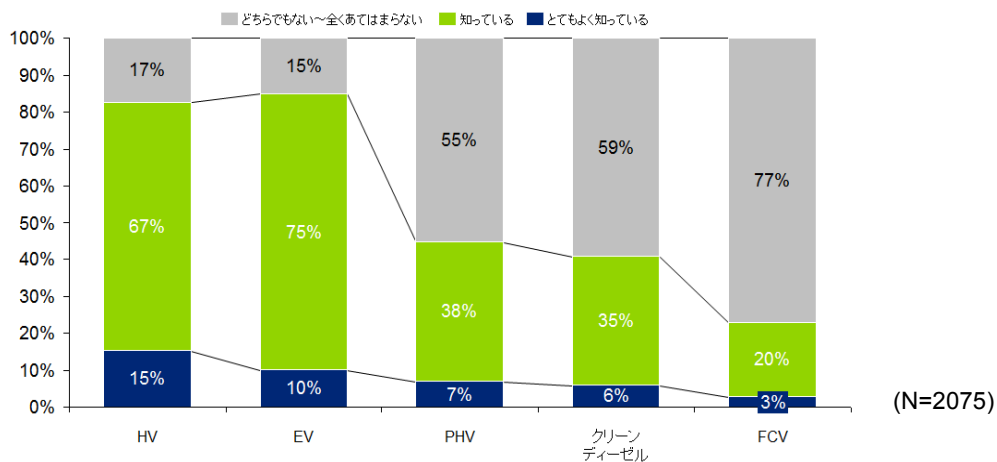
問: あなたが自動車を買換/新規購入する場合、以下の次世代車を購入したいと思いますか?(%)



**【次世代車の認知度】既に十分な認知度を獲得しているHV・EVに対し、PHV・クリーンディーゼル・FCVは認知度の向上が必要**

EVは、既にHVと同等以上の認知度を獲得しているにも関わらず、購入検討意向割合が低い。「価格」「航続距離」「充電インフラ」という三大障壁の払拭や商品ラインナップの拡充、新しい移動のあり方提案など、消費者にとっての魅力付けが必要だ。一方で、PHV・クリーンディーゼル・FCVは、明らかに認知度が劣っている。購入検討意向割合を高めるためには、まずは積極的なプロモーションを通じて認知度を高める必要がある。

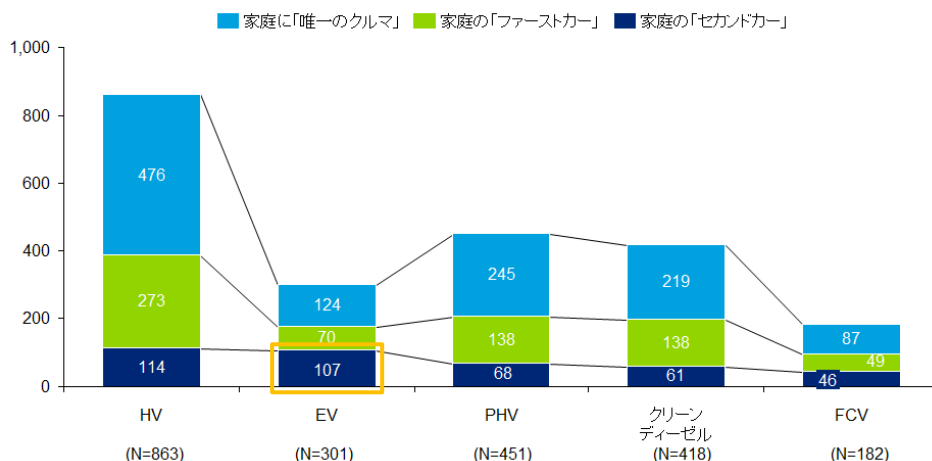
問: あなたは以下の次世代車を知っていますか? (%)



## 【次世代車想定利用用途】EV は普段使いの「セカンドカー」としての活用ニーズが高い

前述のように、EV に対する購入検討意向割合は高くない。ところが、1 台目を補う目的で購入する「セカンドカー」としての利用を想定している人数で見ると、EV がHVに次いで高かった。様々な用途に利用するクルマとして考えると限定的な航続距離やインフラ数が不安要素となるが、日常的な移動の手段として考える場合には購入候補となるという、消費者の意識がうかがえる。超小型モビリティを含め電動車両は、普段使用用途としては十分にポテンシャルがあるといえる。

問: 各次世代車について、あなたはどのような使い方を想定していますか？(購入意向があると回答した人のみ)



ファーストカー・・・家族みんなで様々な用途に利用するクルマ

セカンドカー・・・1 台目を補う目的で購入する 2 台目以降のクルマ(主に近所での買い物や家族の送り迎えなどに利用)

各次世代車タイプの N 数は、購入検討意向に関する設問で「非常にあてはまる」「あてはまる」と答えた回答者数

### <調査概要>

- ・調査期間: 2013 年 3 月 28 日～30 日
- ・調査手法: インターネット調査
- ・調査対象: 東京 23 区、政令指定都市、その他地域に住む 20-69 歳の男女 (自動車保有者 9 割、非保有者 1 割)
- ・調査実数: 2075 サンプル

### トーマツグループについて

トーマツグループは日本におけるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド(英国の法令に基づく保証有限責任会社)のメンバーファームおよびそれらの関係会社(有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング株式会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー株式会社および税理士法人トーマツを含む)の総称です。トーマツグループは日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各社がそれぞれの適用法令に従い、監査、税務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー等を提供しています。また、国内約 40 都市に約 7,100 名の専門家(公認会計士、税理士、コンサルタントなど)を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はトーマツグループ Web サイト([www.tohmatsum.com](http://www.tohmatsum.com))をご覧ください。

### デロイト トーマツ コンサルティングについて:

デロイト トーマツ コンサルティング(DTC)は国際的なビジネスプロフェッショナルのネットワークである Deloitte(デロイト)のメンバーで、有限責任監査法人トーマツのグループ会社です。DTC はデロイトの一員として日本におけるコンサルティングサービスを担い、デロイトおよびトーマツグループで有する監査・税務・コンサルティング・ファイナンシャル アドバイザリーの総合力と国際力を活かし、日本国内のみならず海外においても、企業経営におけるあらゆる組織・機能に対応したサービスとあらゆる業界に対応したサービスで、戦略立案からその導入・実現に至るまでを一貫して支援する、マネジメントコンサルティングファームです。1,000 人規模のコンサルタントが、国内では東京・名古屋・大阪・福岡を拠点に活動し、海外ではデロイトの各国現地事務所と連携して、世界中のリージョン、エリアに最適なサービスを提供できる体制を有しています。

### デロイトについて:

Deloitte(デロイト)は監査、税務、コンサルティングおよびファイナンシャル アドバイザリーサービスをさまざまな業種の上場・非上場クライアントに提供しています。Deloitte(デロイト)とは、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド(英国の法令に基づく保証有限責任会社)およびそのネットワーク組織を構成するメンバーファームのひとつあるいは複数指します。デロイト トウシュ トーマツ リミテッドおよび各メンバーファームはそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。その法的な構成についての詳細は [www.tohmatsum.com/deloitte/](http://www.tohmatsum.com/deloitte/)をご覧ください。

**DTC 自動車セクターについて:**

DTC 自動車セクターは、Deloitte の各国のメンバーファームと連携しながら、世界有数規模かつ日本有数の自動車企業向けコンサルティング・プラクティスを編成し、グローバルレベルで活動を展開、即効性が求められる戦略レベルから、中長期的な事業構想レベルまで、さまざまなサービスを支援します。また、グローバルレベルで定期的にも実施する自動車産業に特化した調査・研究を通じて、産業の未来を拓く知恵を蓄積・発信しています。