

2014年11月25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

高橋 祐太、川越 二郎

Tel: 03-5220-8600

Email: DTC\_PR@tohmatu.co.jp

## News Release

『電気自動車(EV)など次世代車に関する消費者意識調査』の結果を発表

次世代車に対する盛り上がりは昨年ひと段落、今年以降の再興に期待

### ■ EV に対する認知度・購入意向は、いずれも 2 年連続で伸びず

- ・ EV 認知度: 2 年連続で伸びず (2012 年 87.2%⇒2013 年 85.0%⇒2014 年 82.6%)
- ・ EV 購入意向: 認知度に連動、伸びず (2012 年 17.9%⇒2013 年 15.0%⇒2014 年 13.8%)

### ■ HV は既に現実の選択肢、その他の次世代車は認知度の向上や商品の魅力向上が必要

- ・ 次世代車認知度: HV と EV は、既に 8 割以上が「よく知っている」または「知っている」と回答
- ・ 次世代車購入意向: HV は、半数近くが購入検討意向あり、その他次世代車は約 2 割以下

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。既にハイブリット車(HV)、プラグイン・ハイブリット車(PHV)、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」として期待される燃料電池車(FCV)についても、2014 年末以降、量産モデルの発売が順次開始される。

このような環境下、弊社は 2014 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:

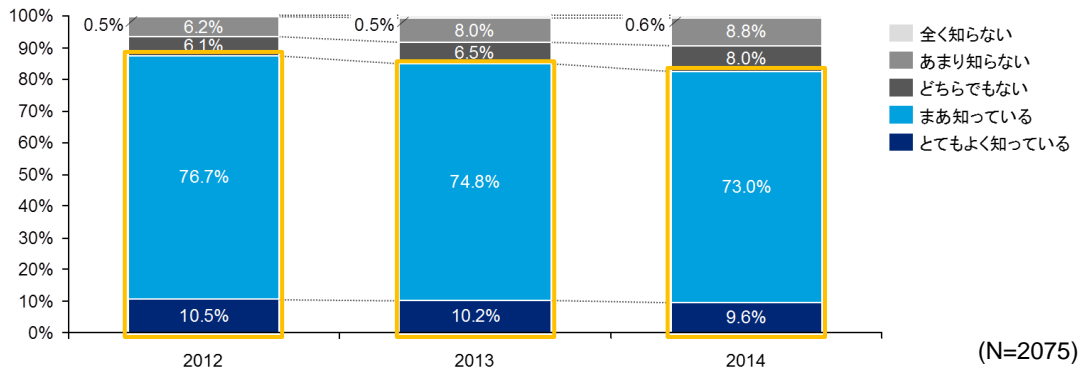
EV に対する認知度・購入意向は、いずれも 2 年連続で伸びず

**【EV の認知度】**

**2 年連続で、緩やかに下降傾向 (2012 年 87.2%⇒ 2013 年 85.0%⇒ 2014 年 82.6%)**

EV に対する認知度は、今年 3 月までの 2 年間、毎年 2~3%程度下降している。EV の量産モデルが発売された 2011 年に比べメディアへの露出がひと段落したことが、下降の原因として推測される。

問: あなたは電気自動車(以下、EV)を知っていますか? (%)

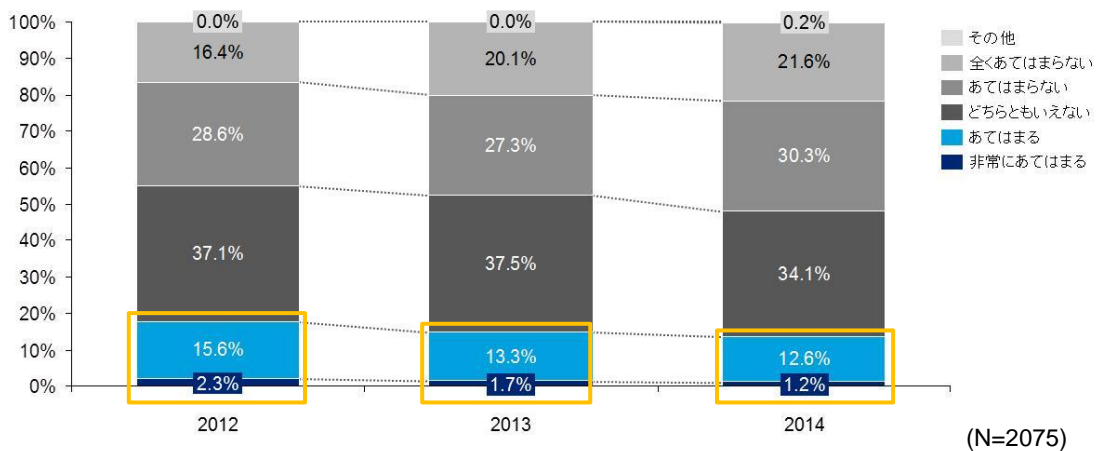


**【EV の購入検討意向】**

**認知度に連動、緩やかに下降傾向 (2012 年 17.9%⇒ 2013 年 15.0%⇒ 2014 年 13.8%)**

購入検討意向割合についても、認知度と同様に、毎年漸減の傾向が見られた。消費者は、「価格」「航続距離」「充電インフラ」において、従来のガソリン車と同等レベルを一貫して求めており、これが EV の購入検討意向を下げる三大障壁となっている。いずれの要素もこの数年で改善は見られているものの、未だ大多数の消費者が満足できるレベルには至っていないと推測される。

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:

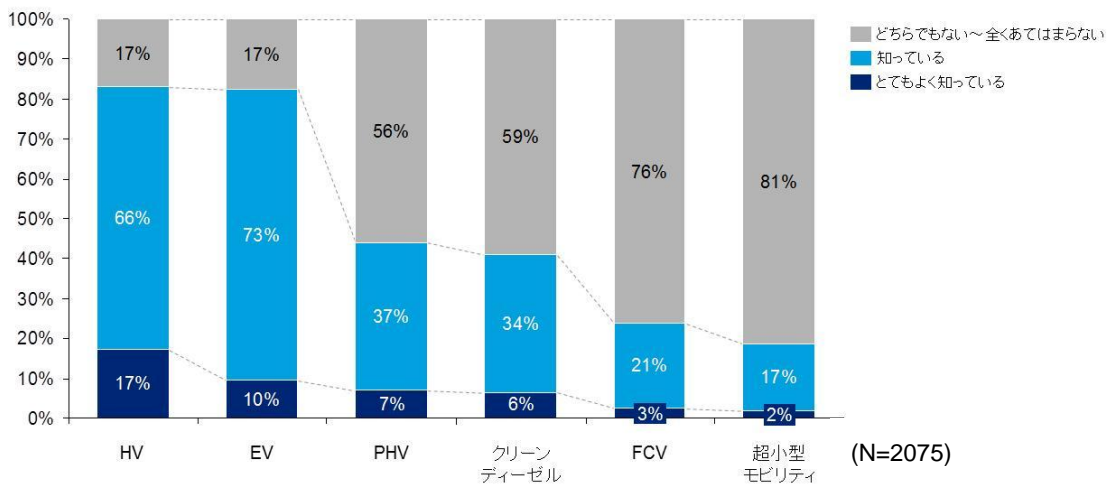
HV は既に現実の選択肢、その他の次世代車は認知度の向上や商品の魅力向上が必要

【次世代車認知度】

**HV と EV のみ、既に 8 割以上が「よく知っている」または「知っている」と回答**

HV と EV は、既に 8 割を超える消費者が「よく知っている」または「知っている」と回答しており、既に十分な認知度を獲得しているといえる。一方で、PHV、クリーンディーゼルは 4 割程度、FCV は 2 割程度の認知度しか獲得できていない。またこれらの割合は、2013 年調査からほとんど変化が見られなかった。HV と EV を除く次世代車については、引き続き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? (%)

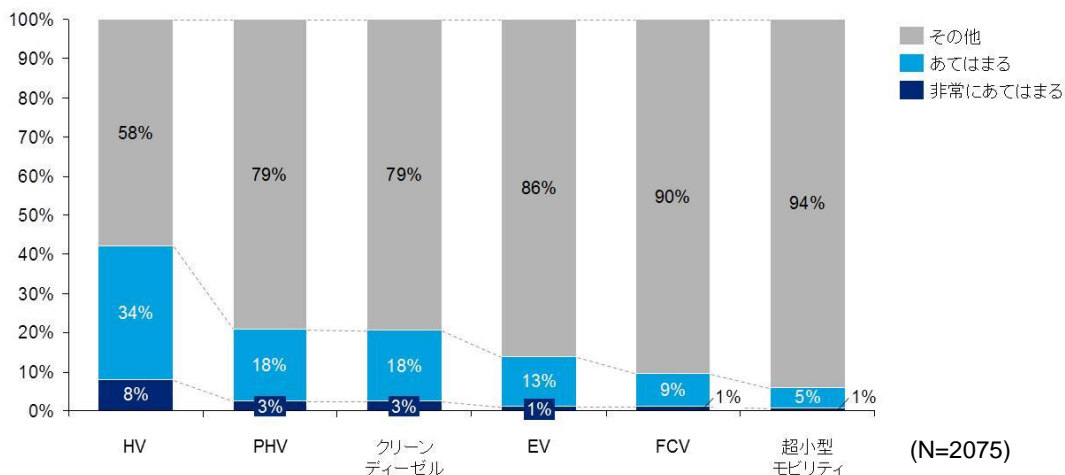


【次世代車購入意向】

**HV のみ、半数近くが購入検討意向あり、その他次世代車は約 2 割以下**

HV は、既に 42%の消費者が購入を検討すると回答している。PHV とクリーンディーゼルが 2 割程度、EV と FCV が 1 割程度と続く。これらの割合もまた、2013 年調査からほとんど変化が見られなかった。PHV とクリーンディーゼルは、認知度から購入意向への落ち込みが小さく、ゼロエミッション車である EV と FCV については、落ち込みが大きい。現実の選択肢となるためには、PHV とクリーンディーゼルおよび FCV には認知度の向上が求められ、EV と FCV については、購入障壁の払拭やさらなる付加価値の向上が求められる。

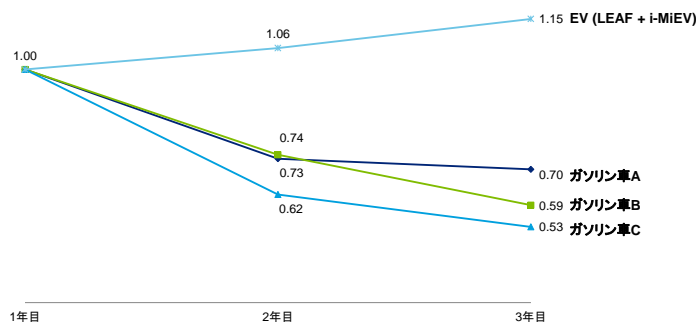
問: あなたが自動車を買換/新規購入する場合、以下の次世代車を購入したいと思いますか? (%)



## ■ 今年以降の次世代車に対する盛り上がり再興に期待

実際の EV 販売台数経年推移を見ると、絶対数は少ないながら、一般のガソリン車に比べ、経年での販売落ち込みが少ないという特徴が見られる。これは、自身の買替・新規購入タイミングにあわせて EV を購入する層が少数ながら確実に存在すること、また「価格」「航続距離」「充電インフラ」という三大障壁におけるこの数年での改善がそれらの層に対して功を奏していることを示していると考えられる。

(参考)EV および販売台数実績(発売初年の販売台数を 1 として販売台数を指数化)



モデル	発売年	初年販売台数
EV (LEAF + i-MiEV)	2010年	約16,000 台
ガソリン車A	2004年	約110,000 台
ガソリン車B	2005年	約94,000 台
ガソリン車C	2006年	約12,000 台

前述の通り、今回調査結果では、EV の認知度および購入意向に緩やかな下降が見られた。また、その他次世代車における認知度および購入意向には、昨年からはほとんど変化が見られなかった。今年から、欧米メーカーによる EV の日本市場投入や、国内メーカーによる FCV 量産モデルの発売開始など、再び次世代車市場が活性化しようとしている。

## <調査概要>

- ・調査期間:2014 年 3 月 25 日～27 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:2,075 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 7,800 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.deloitte.com/jp](http://www.deloitte.com/jp))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。1,800名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にわたる上場・非上場クライアントに提供しています。全世界 150 を超える国・地域のメンバーファームのネットワークを通じ、デロイトは、高度に複合化されたビジネスに取り組むクライアントに向けて、深い洞察に基づき、世界最高水準の陣容をもって高品質なサービスを提供しています。デロイトの約 200,000 名におよぶ人材は、“standard of excellence”となることを目指しています。

### 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。