

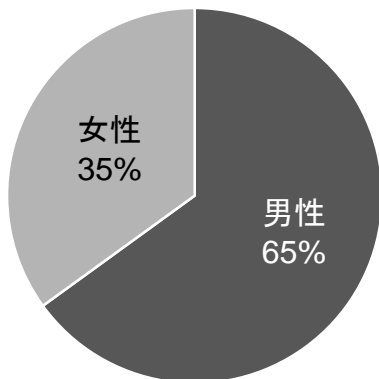
2015年次世代車に関する消費者意識調査結果

調査概要

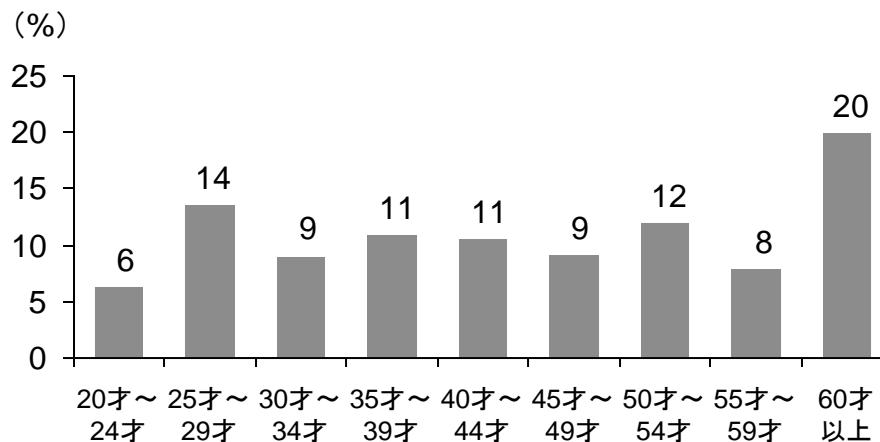
調査概要

- 調査期間 : 2015年4月25日～2015年4月26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
- 調査実数 : 2,075サンプル
 - 東京23区695 : 自動車保有620、非保有75
 - 政令指定都市690 : 自動車保有620、非保有70
 - その他地域690 : 自動車保有620、非保有70

性別

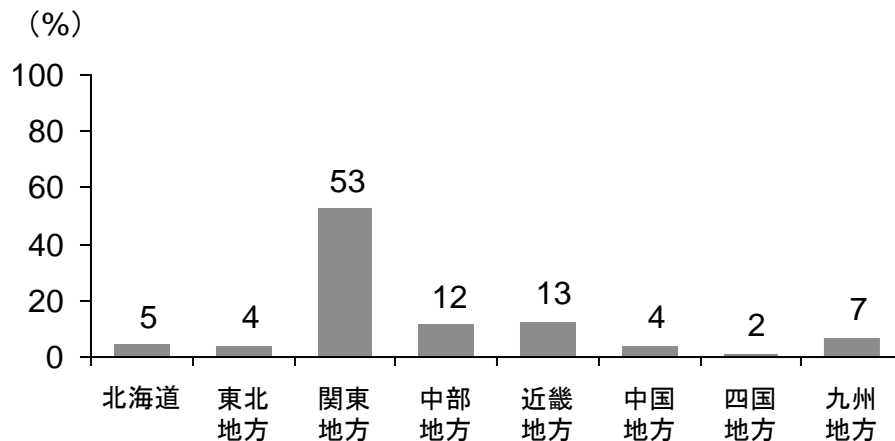


年齢



※端数四捨五入により合計が100%とならない場合があります

居住地域



目次

EVIに対する消費者意識の経年変化	4
-------------------	---

次世代車に対する消費者意識	12
---------------	----

2015年6月29日公開の本調査レポート P.8 「EVの期待航続距離」の調査結果について誤りがあり、当該ページについて2015年9月3日時点で修正を行なっております。修正箇所は凡例項目の順番、ならびに2013年の数値で、公開当初資料では320km以上の航続距離を期待する人数の割合が過小に掲載をされておりました。謹んで訂正いたします。

EVに対する消費者意識の経年変化

【EVの認知度】

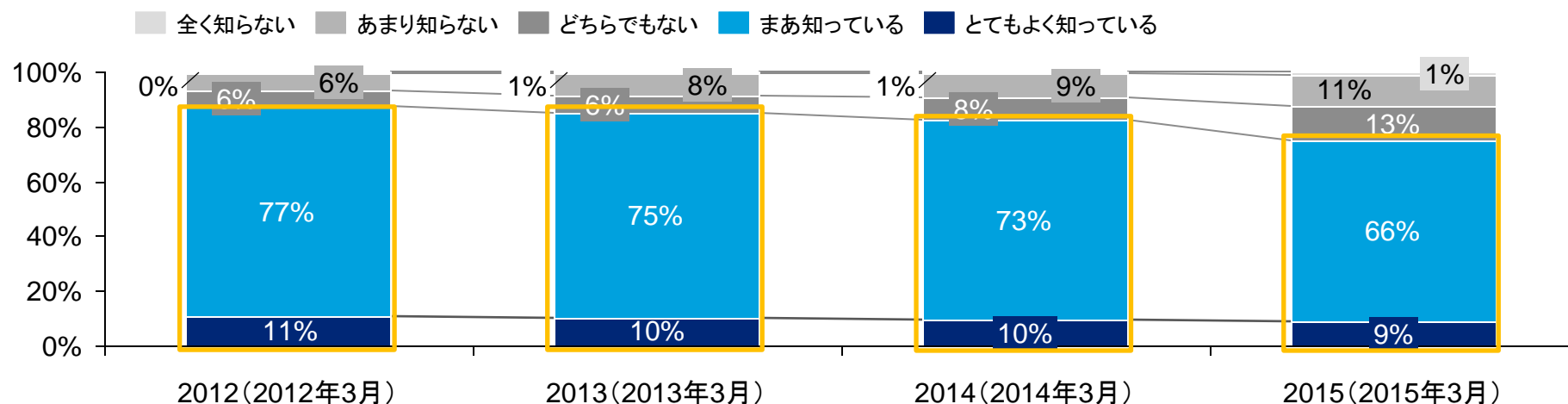
EVの認知度は、昨年に比べ下降(-8%)

EVIに対する認知度は、過去3年間を通じて一貫して緩やかに下降傾向にある。これは、国産メーカーの相次ぐ量産開始によりEVが報道を賑わせた当時に比べ、メディア露出が年々低下傾向にあることを反映しているものと推測される。

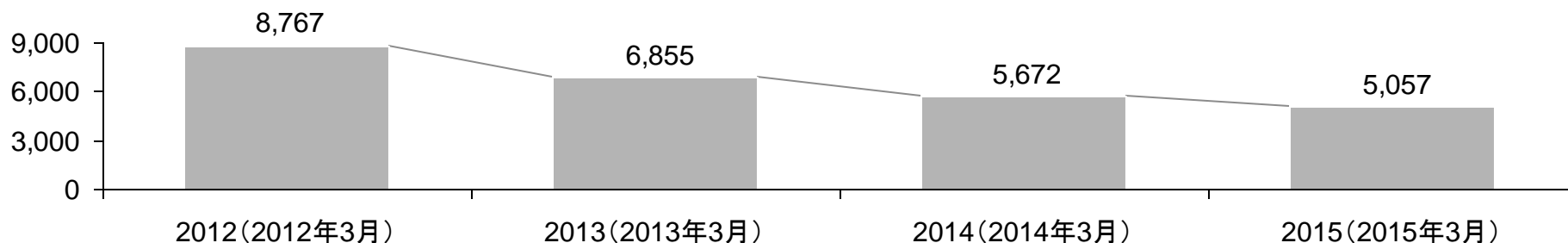
EV認知度

問:あなたは電気自動車(以下、EV)を知っていますか？

(N=2,075)



参考:日経各紙・全国紙で取り上げられたEV関連記事数



脚注:日経テレコンにおいて調査月以前の1年間(各年4月~3月)で「EV」「電気自動車」を含む記事数(2015年5月調査)

【EVの購入検討意向】

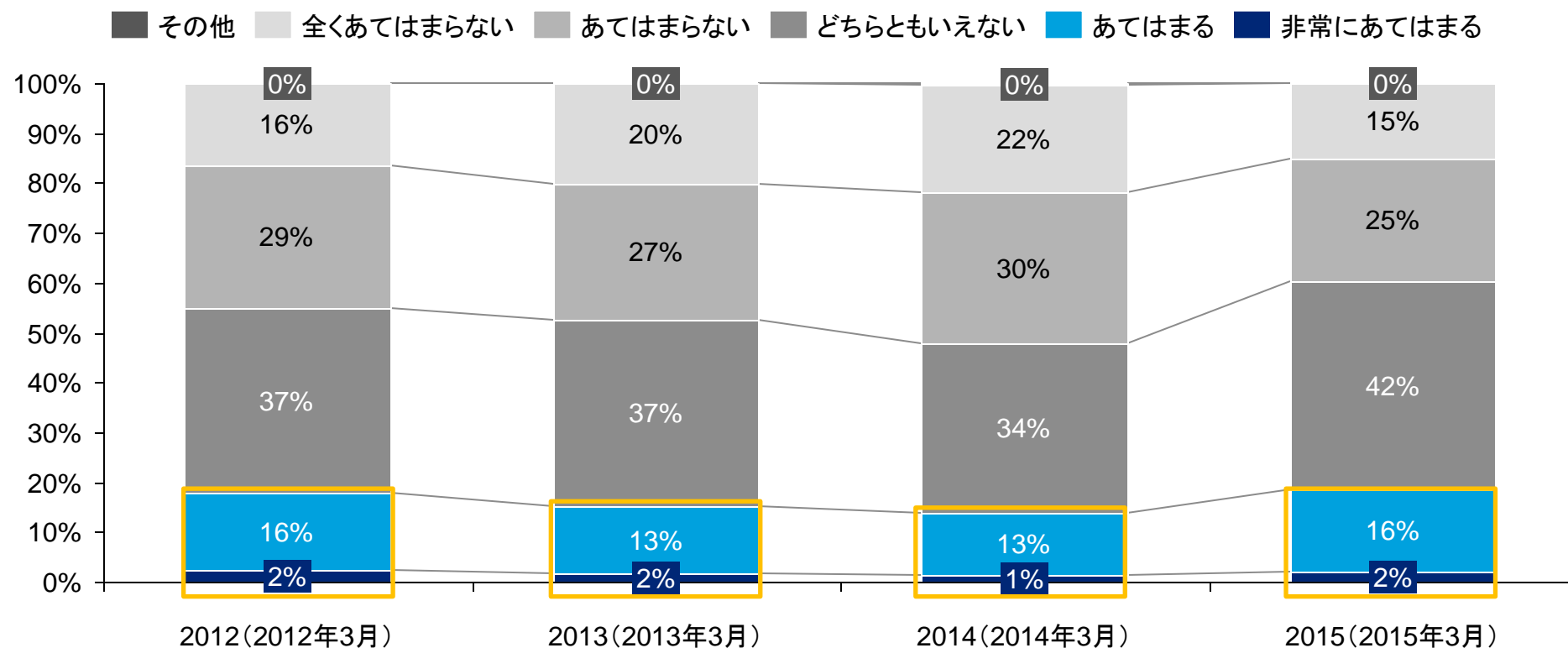
一方、EVの購入検討意向は、昨年に比べ上昇(+5%)

一方で、EVの購入検討意向は2014年の14%から2015年に19%と上昇した。従来量産モデルが普及して人々の目に触れる機会が増えたこと、量産開始以降の価格低減努力、さらには、欧米メーカーによる高価格EV発売による選択肢の増加などが、購入検討意向上昇の要因として考えられる。また全国で充電環境の整備が進んでいることも、EV購入へのための払拭につながっているものと推測される。

EV購入検討意向

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

(N=2,075)



【EVの期待価格】

引き続き、大多数の消費者が250万円未満のEV価格を希望

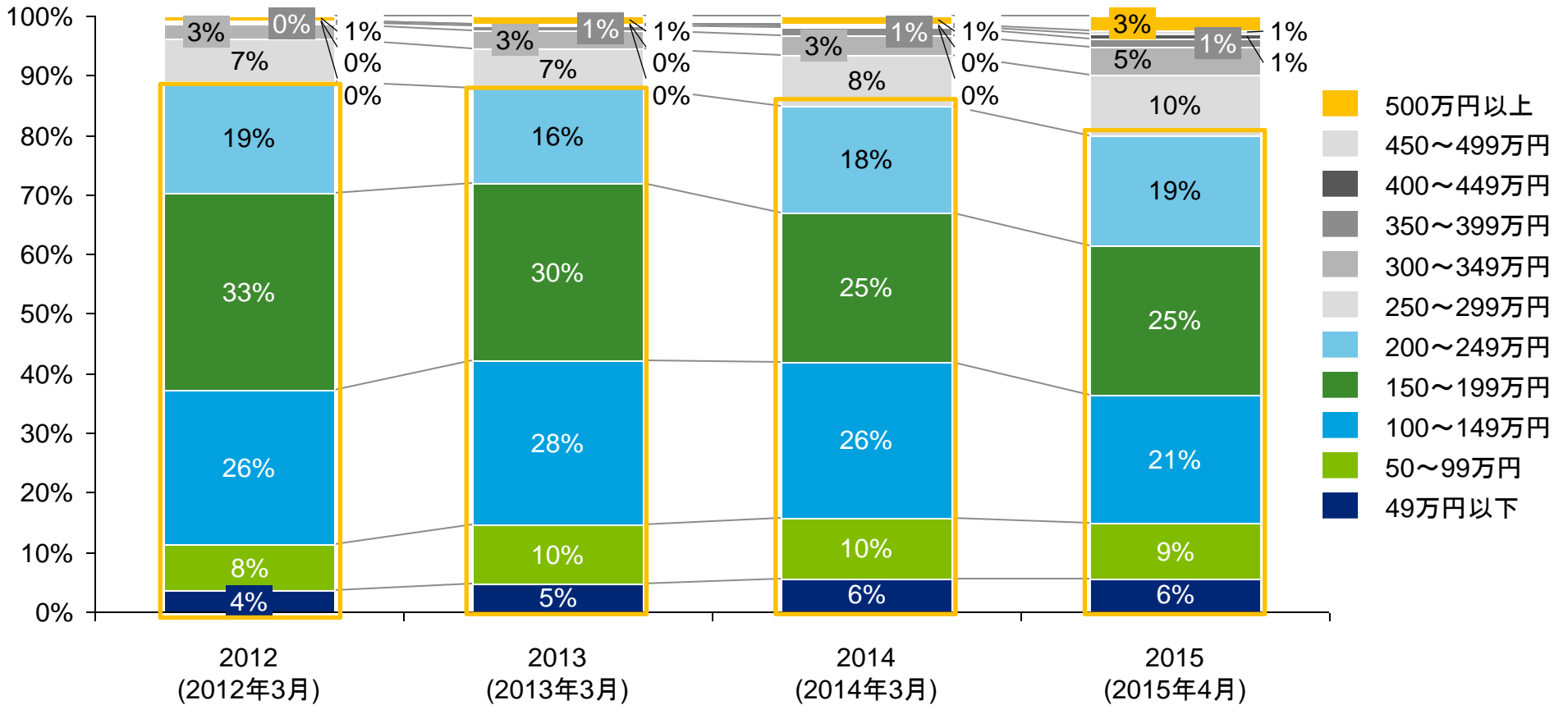
8割以上の消費者がEV価格が250万円未満であることを希望していることに変化はない。

その一方で、過去調査では500万円以上を許容できる消費者は僅か1%未満だったが、本年度調査では3%に増加した。

車両価格への期待

問: EVを購入するとした場合、補助金適用後のEVの価格がどの程度までであれば購入検討対象に入りますか？

(N=2,075)



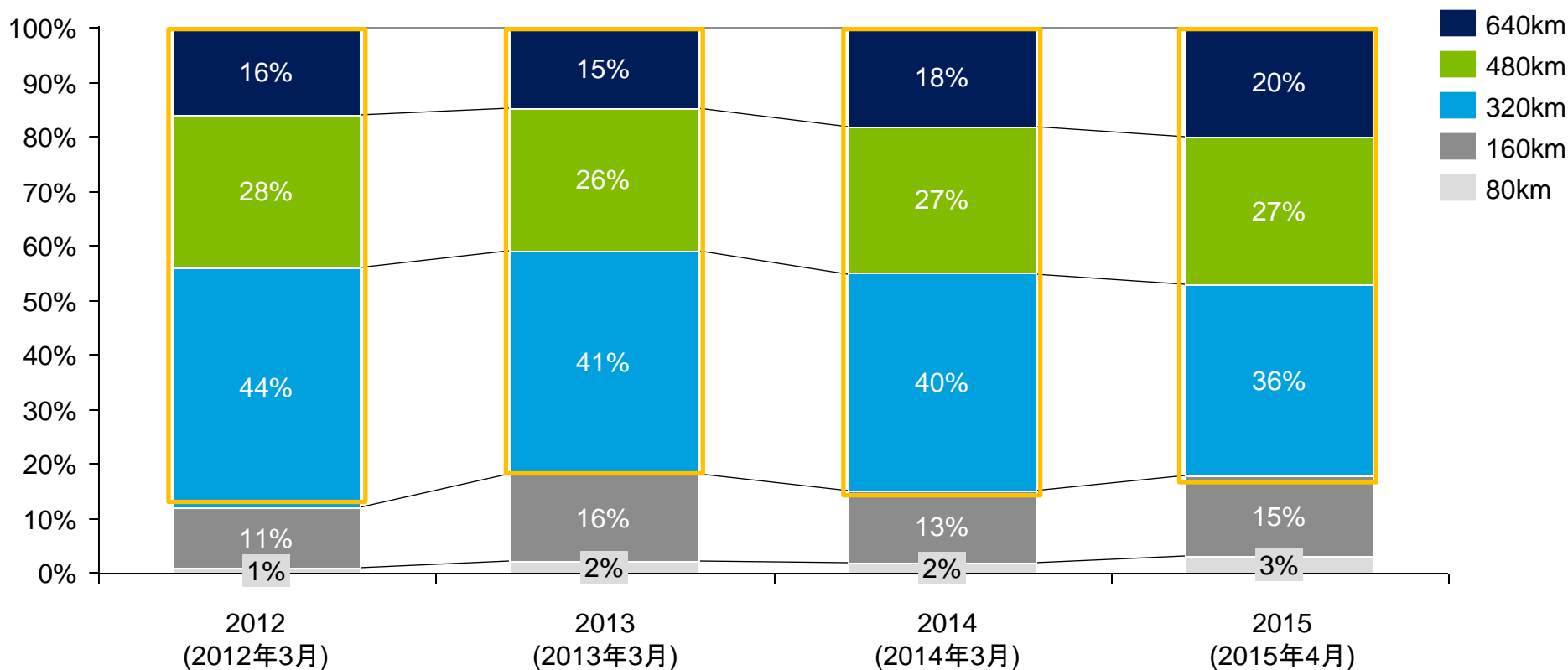
【EVの期待航続距離】

引き続き、大多数がガソリン車並の航続距離(320km～)を期待

調査開始時より、大多数がガソリン車並の航続距離(320km～)を期待する傾向に変化はない。

航続可能距離への期待

問：EVはフル充電で走行できる距離が決まっていますが、1度の充電で可能なEVの走行距離はどの程度を期待しますか？ (N=2,075)



【EVインフラの期待】 急速充電器設置状況に対する許容度は上昇

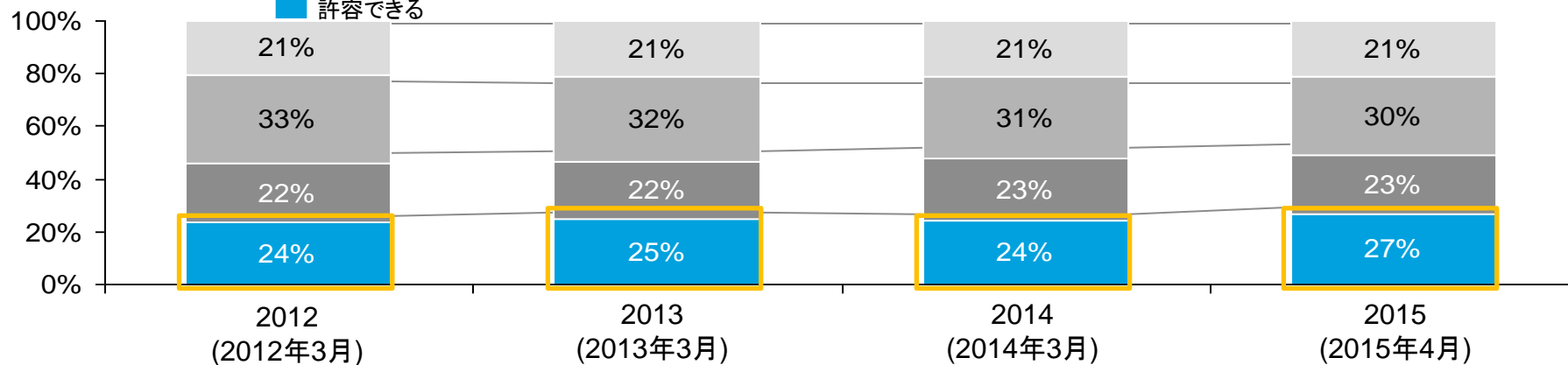
国内の急速充電器設置箇所数の増加に伴い、現在の設置状況に対する消費者の許容度は3%上昇した。

充電インフラへの期待

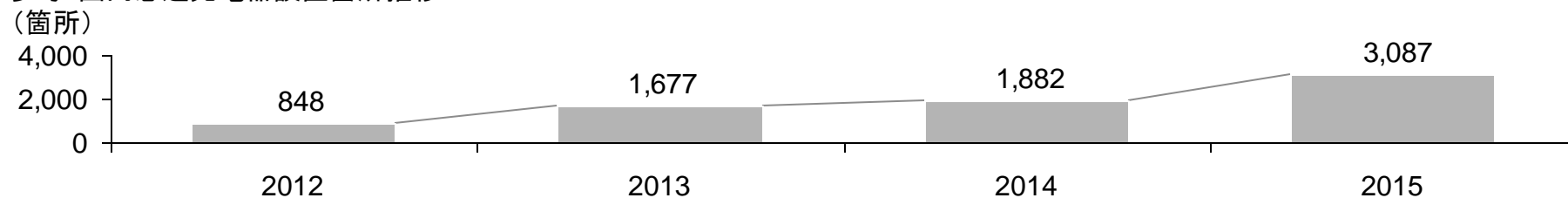
問:あなたが現在EV購入を検討するにあたり、現状の急速充電器設置状況は許容できますか？

(N=2,075)

- 許容できない (自身の日常的な行動圏を越える広域に急速充電がまばらで、遠出の際に不安)
- 許容できない (自身の日常的な行動圏内に急速充電数が少なく、充電したいときに充電できない不安がある)
- 許容できない (自宅から急速充電までの距離が離れている)
- 許容できる



参考:国内急速充電器設置箇所推移



脚注: CHAdeMO発表資料より、各調査時期の国内設置箇所数(2015年5月調査)

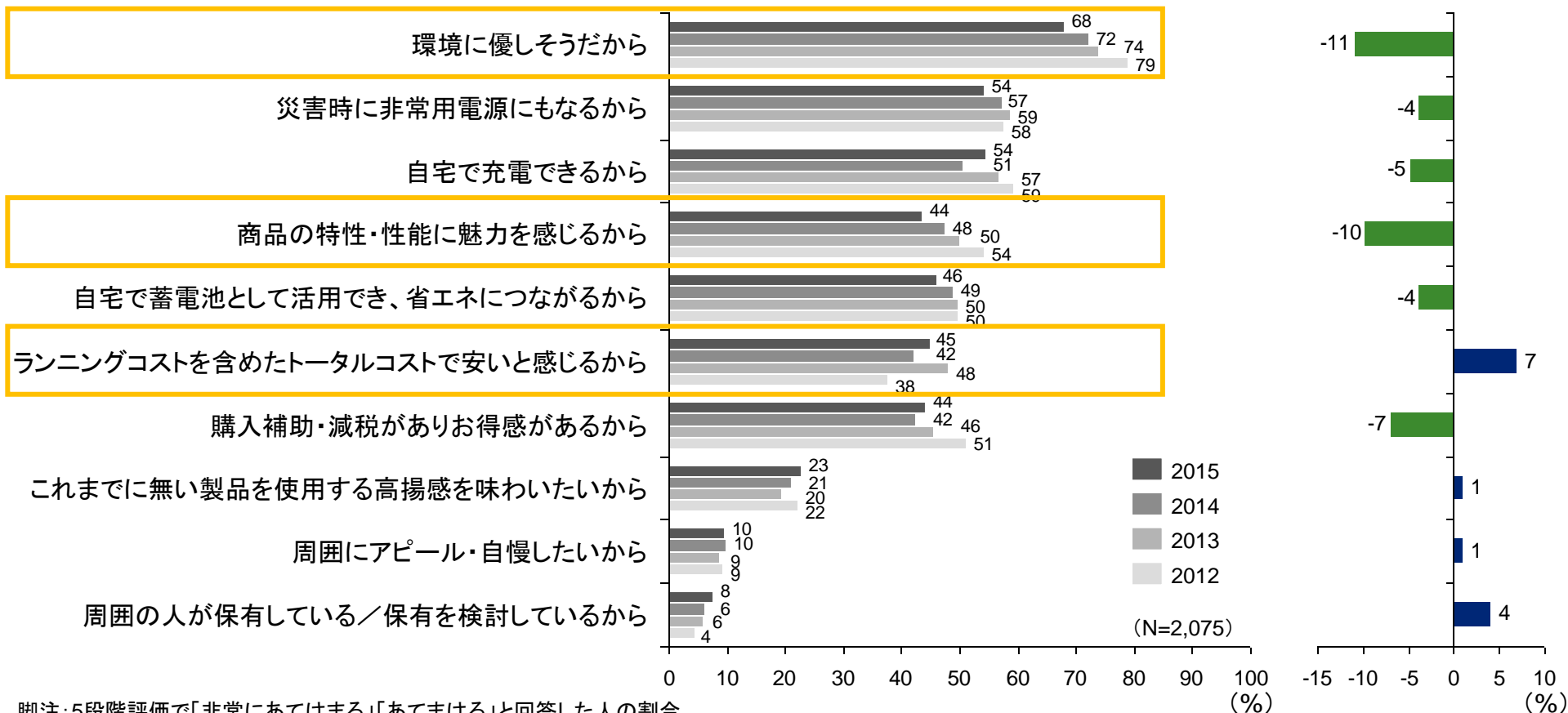
【EVの購入検討理由】

EVの魅力についての認識に大きな変化なし

EVの購入理由上位に大きな変化はない。しかし、2012年調査と比較すると「環境に優しそう」であることと、「商品特性・性能の魅力」が大幅に減少している。一方で「トータルコストの安さ」は7%上昇。

EV購入検討理由

問:EVを購入したいと思われる理由は何ですか？



脚注: 5段階評価で「非常にあてはまる」「あてはまる」と回答した人の割合

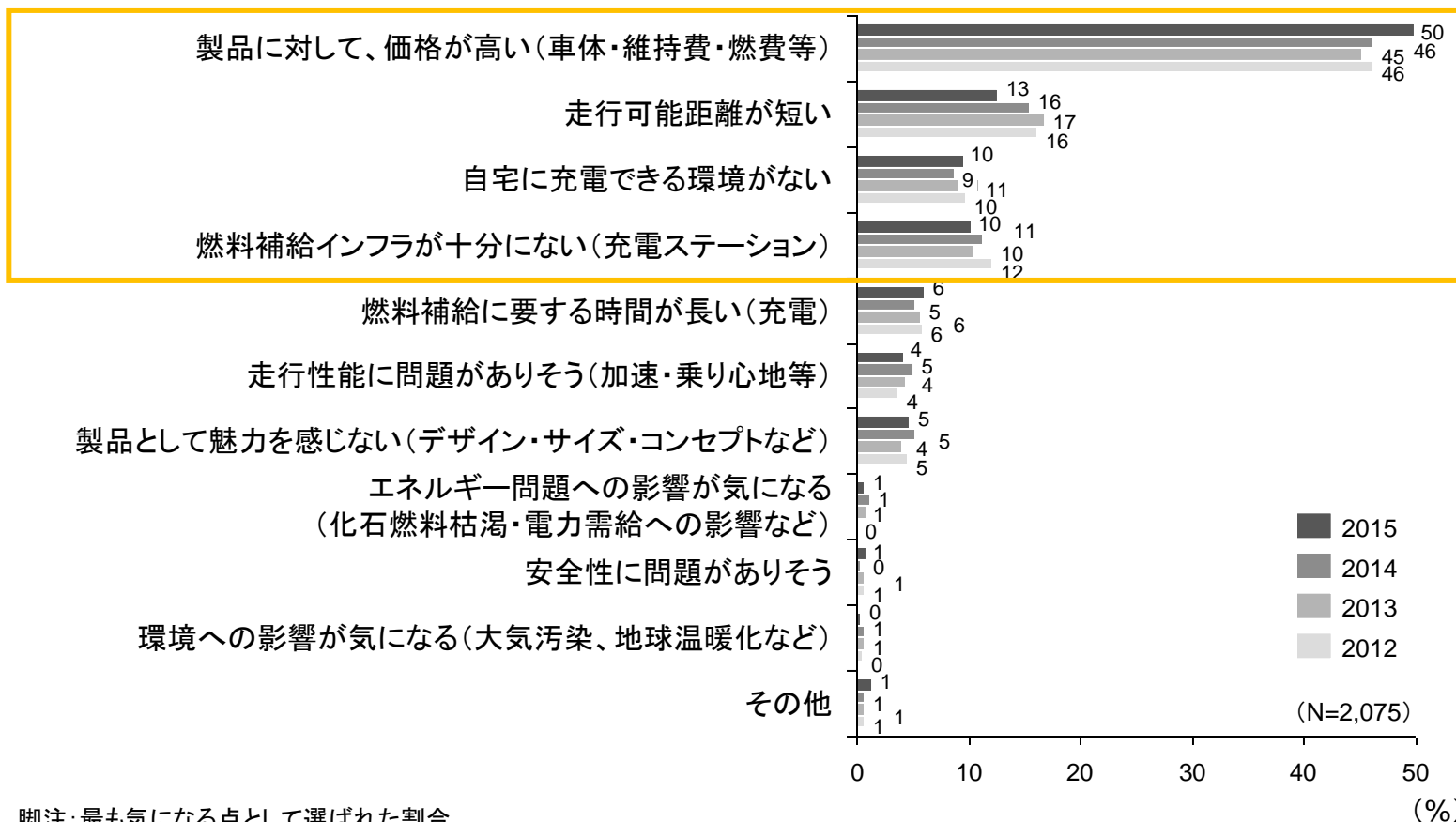
【EVの購入障壁】

引き続き、価格・航続距離・インフラが三大懸念事項

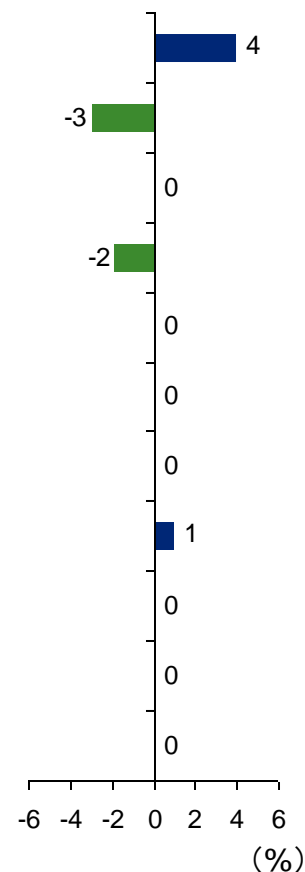
過去の調査結果と比べ「航続距離」「充電インフラ」に対する懸念は低減傾向にあるが、「価格」に対する懸念は4%増加している。

EVの購入障壁

問:EVの購入を検討する際、気になる点はどれですか？



2012年 vs 2015年



脚注:最も気になる点として選ばれた割合

次世代車に対する消費者意識

【次世代車の認知度】

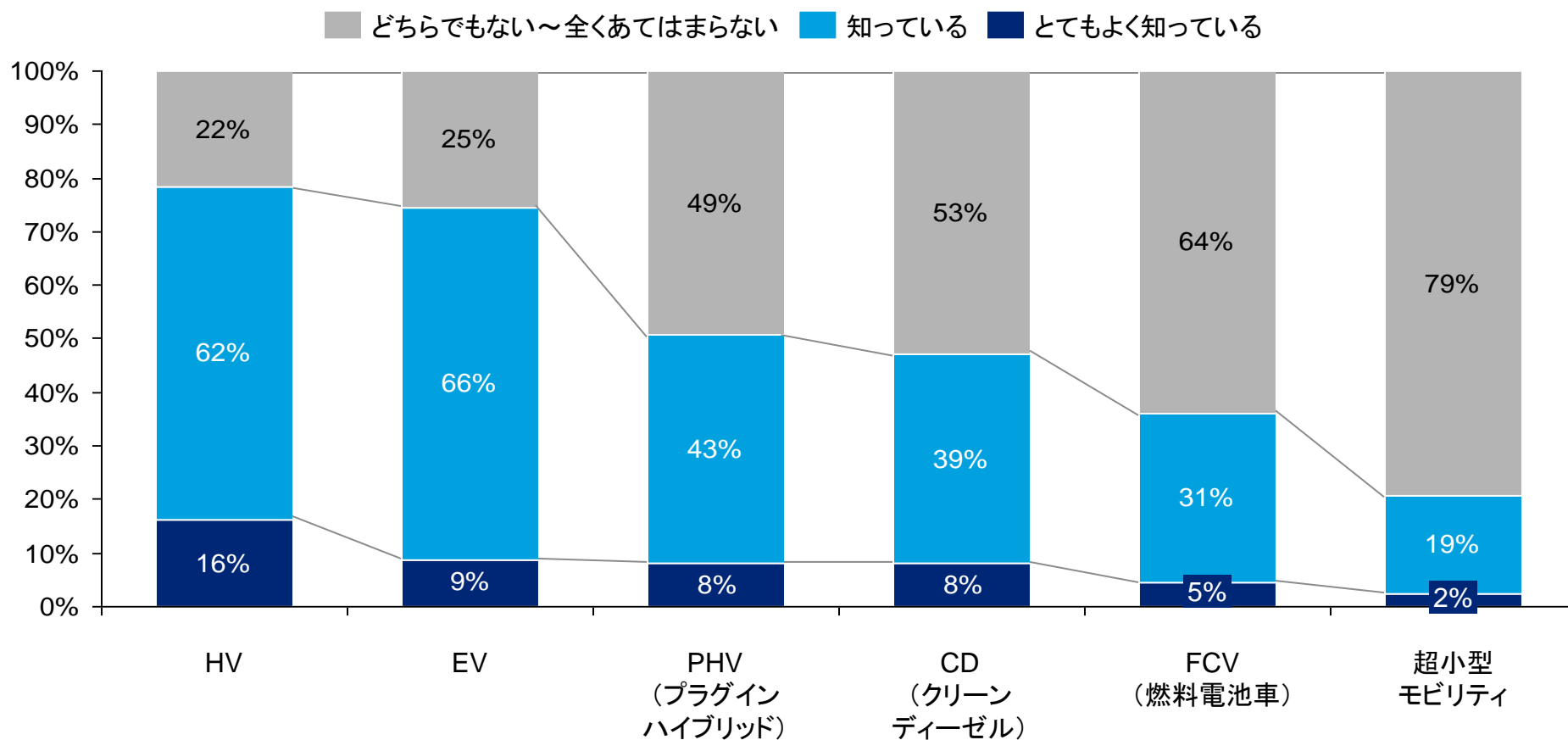
HV(ハイブリッド車)とEVの認知度は、他の次世代車タイプに比べ突出して高い

認知度において、HV(78%)とEV(75%)は、他の次世代車タイプに比して突出して高い。

認知度

問:あなたは各次世代車を知っていますか？

(N=2,075)



【次世代車の認知度】

一方で、他の次世代車タイプについても今年は認知度の上昇が見られた

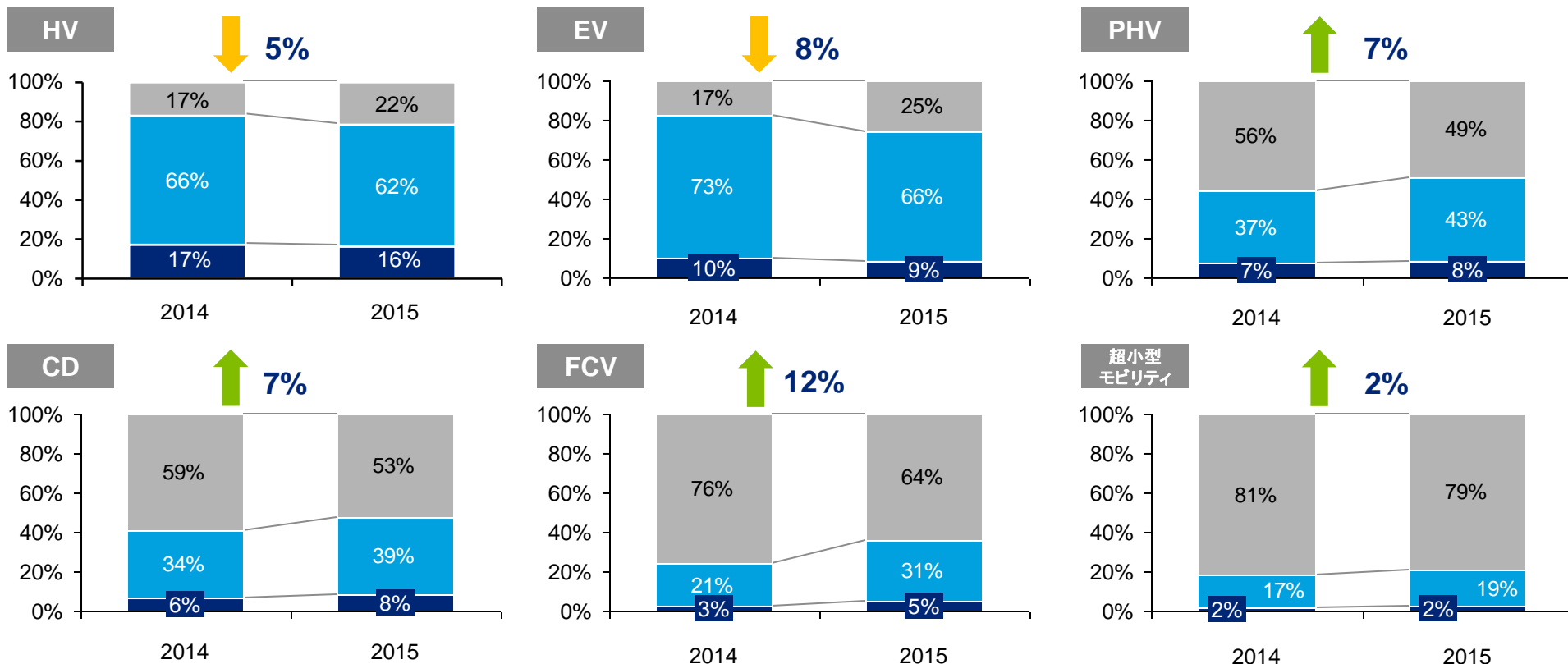
FCVの認知度が大幅に上昇(+12%)、PHV(+7%)、CD(+7%)の認知度も上昇。

認知度

問:あなたは各次世代車を知っていますか?

(N=2,075)

■ どちらでもない～全くあてはまらない ■ 知っている ■ とてもよく知っている



【次世代車の購入検討意向】

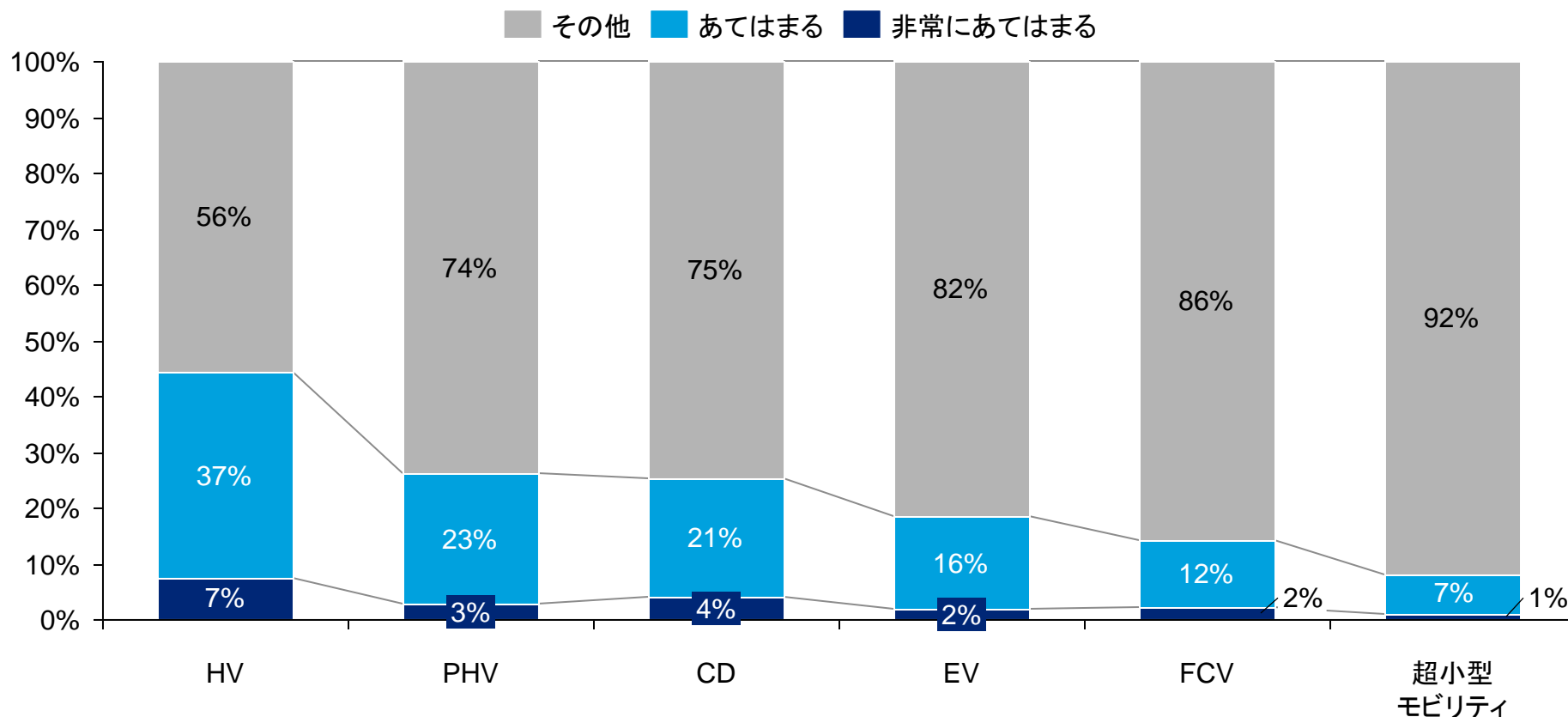
購入検討意向において、HVは引き続き突出して高い

いまだHVの購入検討意向は4割を超えており、他の次世代車タイプに比べて突出して高い。

購入検討意向

問:あなたが自動車を買換え/買い増し/新規購入する場合、各次世代車を購入したいと思いますか？

(N=2,075)



【次世代車の購入検討意向】

購入検討意向は、全ての次世代車で上昇(+2~5%)

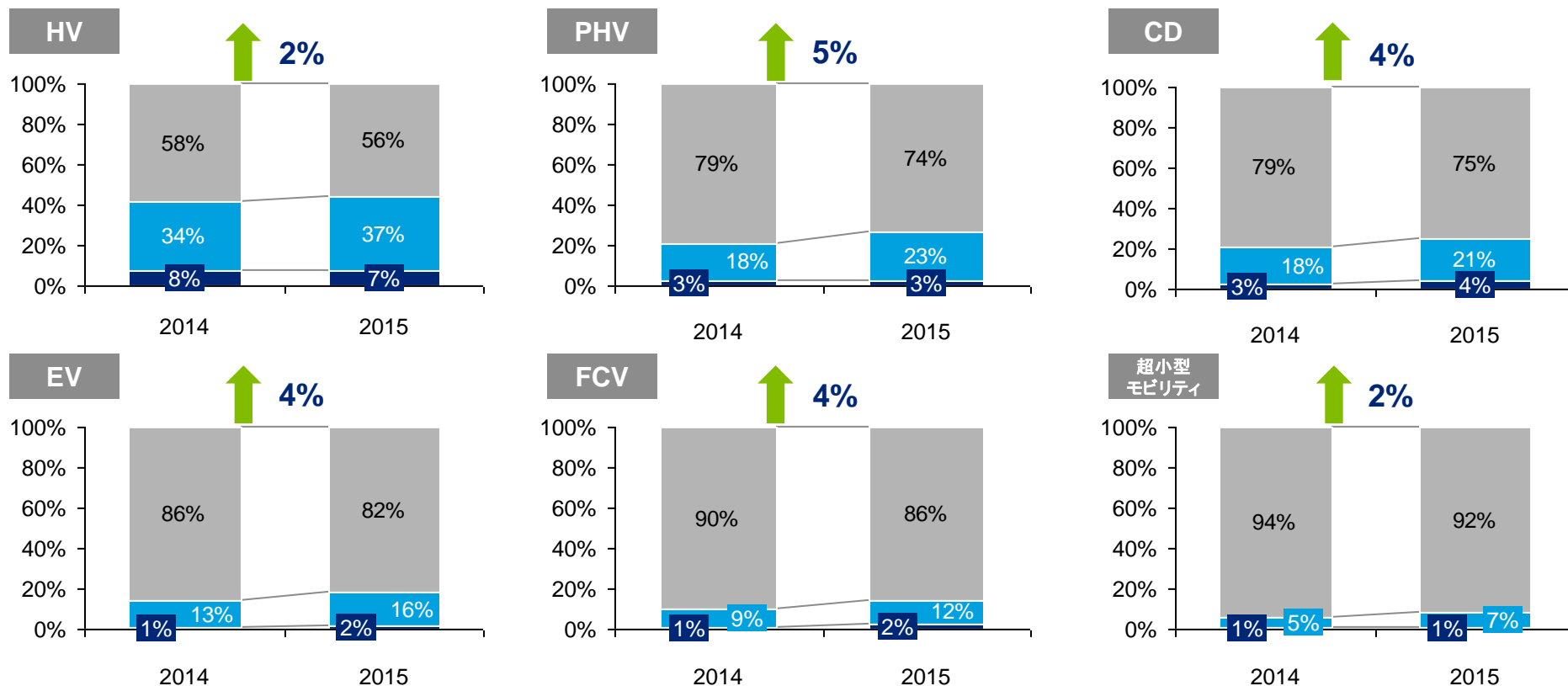
全ての次世代車タイプにおいて、昨年に比べ購入検討意向が上昇した。既に認知度の高いHV(+2%)およびEV(+4%)においては、ラインナップ拡大や価格低減が購入検討意向上昇の要因として考えられる。その他次世代車タイプについては、いずれも認知度の上昇に伴い購入検討意向も上昇したものと推測される。

購入検討意向

問:あなたが自動車を買換え/買い増し/新規購入する場合、各次世代車を購入したいと思いますか？

(N=2,075)

■ その他 ■ あてはまる ■ 非常にあてはまる



【次世代車期待価格】

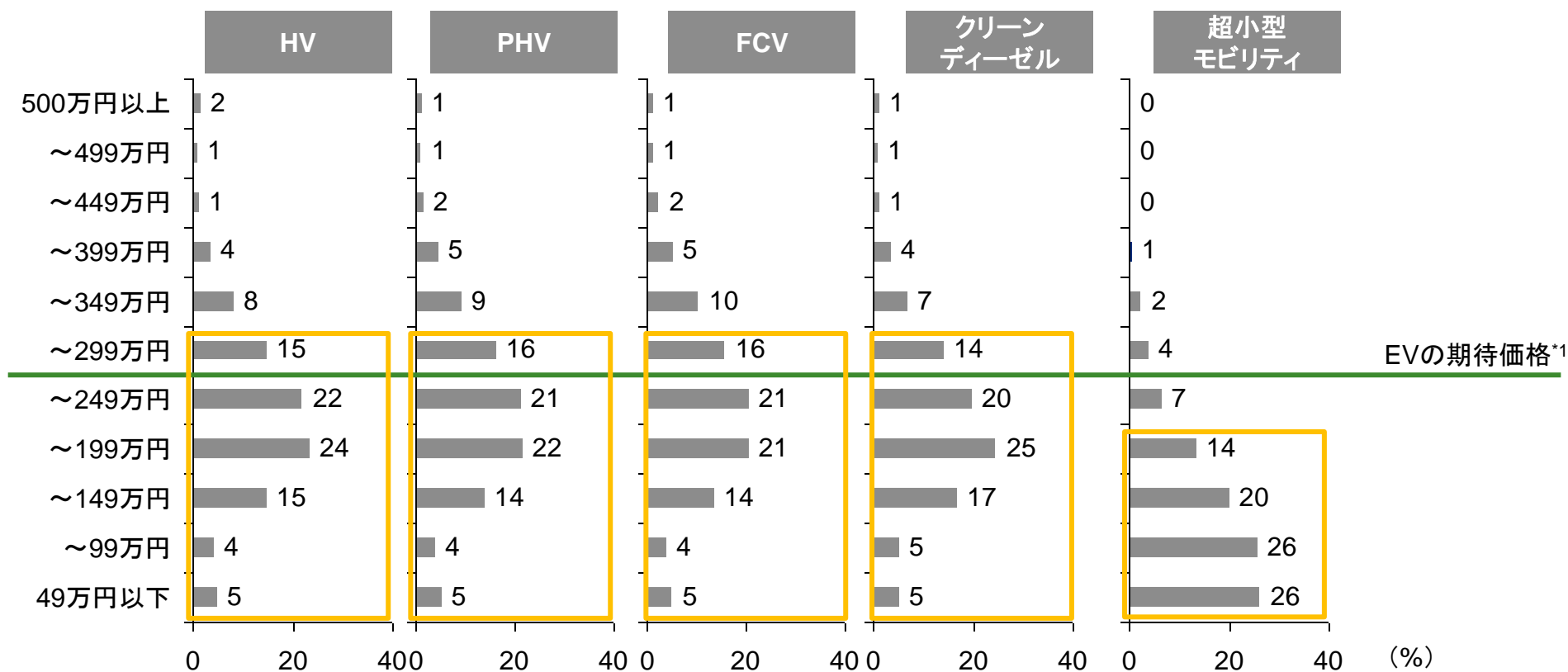
EVへの期待価格が他車種より安価であることへの期待は変化なし

ただし、セカンドカーとしての購入を考えられる超小型モビリティよりは高い価格を支払っても良いと考えている。

各次世代車の期待価格

問: 以下の自動車それぞれの価格(税込)がどの程度までであれば購入検討対象に入りますか?

(N=2,075)



*1: 緑線は9割弱の回答者が期待するEV価格、オレンジ枠は8割以上の回答者が期待する価格帯

Deloitte.

デロイト トーマツ

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、日本ではデロイト トーマツ グループに属しています。DTC はデロイトの一員として日本のコンサルティングサービスを担い、デロイトおよびデロイト 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ーの総合力と国際力を活かし、あらゆる組織・機能に対応したサービスとあらゆるセクターに対応したサービスで、提言と戦略立案から実行まで一貫して支援するファームです。2,000 名規模のコンサルタントが、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。

Deloitte (デロイト) は、監査、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザーサービス、リスクマネジメント、税務およびこれらに関連するサービスを、さまざまな業種にわたる上場・非上場の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 210,000 名を超える人材は、“standard of excellence” となることを目指しています。

Deloitte (デロイト) とは、英国の法令に基づく保証有限責任会社であるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド (“DTTL”) ならびにそのネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびその関係会社のひとつまたは複数指します。DTTL 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。DTTL (または “Deloitte Global”) はクライアントへのサービス提供を行いません。DTTL およびそのメンバーファームについての詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、その性質上、特定の個人や事業体に具体的に適用される個別の事情に対応するものではありません。また、本資料の作成または発行後に、関連する制度その他の適用の前提となる状況について、変動を生じる可能性もあります。個別の事案に適用するためには、当該時点で有効とされる内容により結論等を異にする可能性があることをご留意いただき、本資料の記載のみに依拠して意思決定・行動をされることなく、適用に関する具体的事案をもとに適切な専門家にご相談ください。

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu Limited