

xEVに関するユーザー意識調査

— 脱ガソリンに対するユーザー意識の変容 —

MAR. 12, 2021

MARKETING & CONSULTATION NETWORK

McNET, INC.

調査レポート発刊のお知らせとご案内

レポートの概要

本レポート「xEVに関するユーザー意識調査」の最大の分析課題は、世界的な脱ガソリンの潮流がユーザーの意識にどのような影響を与えているかを分析することにあります。2020年後半より、欧州、米国、中国といった主要地域で、2030年代半ばまでに脱ガソリン達成を目指す動きが加速しており、本邦においても同様の流れが見受けられます。

xEV車、特にBEV車の普及には高容量/低価格バッテリー技術のみならず、充電インフラ(社会インフラ)の整備が重要な要素となっておりますが、実際のターゲットとなるユーザーの意識が従来型のICE(純エンジン車)や普及著しいHV(ハイブリッド車)からPHV(プラグインハイブリッド車)への移行、PHV車を超えてBEV(ピュアEV車)へ到達するかはxEV市場拡大の重要なファクターといえます。

xEV現ユーザーと非ユーザーの意識差、現ユーザーが感じているメリット/デメリットを明確化するとともに、話題となったニュース(脱ガソリン関連、2020年12月の大雪による長時間通行止め)がユーザーにどのような影響を与えたか計測することは大きな意義があると考えます。

調査にあたっては弊社がこれまでに整備した精度の高い自動車ユーザーパネルを基本としたWeb調査を活用いたしました(有効票数400票)。分析は業界に高い知見を持つ専門スタッフの下、プロジェクトチームを結成し分析作業に入り、実施いたしました。

本資料が当該マーケット参入企業様並びにサービス提供事業者様、電子部品/周辺機器メーカー様の事業計画策定等において有意義な基礎資料としてご活用いただければ幸いです。

レポートのサンプル

Executive Summary

話題となったニュースの影響

Intelligence Market Report Mar. 12, 2021

- 昨年(2020年)次のニュースが話題となりました
- 新型コロナウイルスの流行、東京オリンピック延期の報道が業界に与えた影響
- 大型EV車 2020年12月に発表、1.5億円超の価格設定が話題となりました
- この二種類のニュースが次回の買替行動にどの様に影響したか確認しました

ニュースの認知度、ニュースの受け止め⇒次回の動力別の買替行動

89%	この二種類のニュースの認知度は非常に高い
31%	次回買替える際、自動車動力別の認知に「影響を受けた」とする割合
3%	ニュースの認知に比べてその影響を受けた割合は大幅に減少(33%の減少)
6%	ニュースの認知に比べてその影響を受けた割合が大幅に減少(87%の減少)
36%	ニュースの認知に比べてその影響を受けた割合は大幅に増加(2%の増加)

xEV動力に対するイメージ

Intelligence Market Report Mar. 12, 2021

- 現在保有の動力別にxEVの動力へのイメージを確認しました
- それぞれの動力のユーザーと非ユーザー間でのイメージギャップを確認しています
- xEVのユーザーは、自身が保有している動力以外の動力に比べ「憧れにやさしい」と考えられています

xEVイメージ 動力別のユーザー vs 他の動力ユーザーのイメージギャップ

動力別	イメージ
BEVユーザー	憧れにやさしい、憧れが高い、憧れ度が低い、憧れ度が低い(スコア)が高い
PHVユーザー vs 他の動力ユーザー (PHV非ユーザー)	憧れにやさしい、憧れが高い、憧れ度が低い、憧れ度が低い(スコア)が高い
PHVイメージ (非ユーザー)	憧れにやさしい、憧れが高い、憧れ度が低い、憧れ度が低い(スコア)が高い
BEVユーザー vs 他の動力ユーザー (BEV非ユーザー)	憧れにやさしい、憧れが高い、憧れ度が低い、憧れ度が低い(スコア)が高い
BEVイメージ (非ユーザー)	憧れにやさしい、憧れが高い、憧れ度が低い、憧れ度が低い(スコア)が高い

Topics

話題となったニュースの認知度及び次回買替動力への影響-全体

Intelligence Market Report Mar. 12, 2021

- 話題となったニュースの認知度は全体で90%と非常に高い
- 新型コロナウイルス関連、大型EV車 どちらのニュースも認知している割合が最も高い(89%)
- 新型コロナウイルスのみでの認知率は72%に下がった
- 次回買替動力に影響を受けた割合は認知者の内の31%
- 新型コロナウイルスのみでの影響を受けた割合は2%、大型EV車のみでの影響を受けた割合は34%

xEVユーザーとその他車種ユーザーのイメージのギャップ - BEV

Intelligence Market Report Mar. 12, 2021

- 憧れにやさしいや憧れが高いはBEVユーザーのスコアが高い
- 憧れにやさしくないや憧れが低いや憧れ度が低い(スコア)はBEVユーザーのスコアが低い

Findings

認知度、イメージ、購入理由

Intelligence Market Report Mar. 12, 2021

- 認知度はHVが「最も認知している」と1歳10代がTOP
- イメージは「いずれも充電や充電時間、車庫確保でのマイナスが目立つ」
- 購入理由は「燃料代が安いから」が93%でTOP

認知度	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代
認知度	93%	92%	91%	90%	89%	88%	87%

次回買い替えたい自動車(動力別)と時期

Intelligence Market Report Mar. 12, 2021

- 「HV車の予定」が25%で最も高く、次いで「ICE車の予定」/「PHV車の予定」が同率、「BEV車の予定」が12%で最も低い
- 全体の89%が5年未満に買い替える予定で、「3-5年未満」が44%で最も高い

レポートの目次

はじめに	1
目次	2
調査設計	5
《平均値算出方法(設問例:認知度)》	6
Executive Summary	7
話題となったニュースの影響	8
xEV 動力に対するイメージ	9
xEV の課題など各種判明点	10
Topics	11
話題となったニュースの認知度及び次回買替動力への影響-全体	12
影響を受けたニュース別にみる次回買替動力-全体	13
ニュースによる買替動力への影響-ICE vs xEV	14
xEV ユーザーとその他車種ユーザーイメージのギャップ - HV	15
xEV ユーザーとその他車種ユーザーイメージのギャップ - PHV	16
xEV ユーザーとその他車種ユーザーイメージのギャップ - BEV	17
Findings	18
認知度、イメージ、購入理由	19
充電	20
メリットと課題(デメリット)	21
話題となったニュース	22
次回買い替えしたい自動車(動力別)と時期	23
購入したい理由、購入課題(購入したくない理由)	24
補助金	25
税金優遇、保険割引	26
NPS(Net Promoter Score)	27
Chapter 1 回答者属性と xEV 認知度	28
Q1,Q2:年代、性別	29
Q3,Q5:年収、利用頻度	30
Q6,Q7:利用用途、月刊走行距離	31
Q8:HV 車認知度	32
Q9:PHV 車認知度	33
Q10:BEV 車認知度	34
Chapter 2 xEV のイメージ	35
Q11.0:HV のイメージ【全体】	36
Q11.1:HV のイメージ【ICE ユーザーによる】	37
Q11.2:HV のイメージ【HV ユーザーによる】	38
Q11.3:HV のイメージ【PHV ユーザーによる】	39
Q11.4:HV のイメージ【BEV ユーザーによる】	40
Q12.0:PHV のイメージ【全体】	41
Q12.1:PHV のイメージ【ICE ユーザーによる】	42
Q12.2:PHV のイメージ【HV ユーザーによる】	43

Q12.3:PHV のイメージ【PHV ユーザーによる】	44
Q12.4:PHV のイメージ【BEV ユーザーによる】	45
Q13.0:BEV のイメージ【全体】	46
Q13.1:BEV のイメージ【ICE ユーザーによる】	47
Q13.2:BEV のイメージ【HV ユーザーによる】	48
Q13.3:BEV のイメージ【PHV ユーザーによる】	49
Q13.4:BEV のイメージ【BEV ユーザーによる】	50
Chapter 3 xEV の購入理由、充電、メリット	51
Q14:xEV 購入理由	52
Q15:充電スポット設置希望場所	53
Q16:普段の充電場所	54
Q17:普段の充電頻度 / Q18:残容量何%で充電するか	55
Q19:充電への満足度	56
Q20:HV のメリット / Q23:HV の課題(デメリット)	57
Q21:PHV のメリット / Q24:PHV の課題(デメリット)	58
Q22:BEV のメリット / Q25:BEV の課題(デメリット)	59
Chapter 4 xEV のニュースと買い替え行動	60
Q26:話題となったニュースの認知	61
Q27:ニュースの次回買い替え動力への影響	62
Q28:どちらのニュースの影響が強いのか	63
Q29:ニュースの影響を受ける前の買い替え候補(動力別)	64
Q30:次回買い替えしたい自動車(動力別)	65
Q31:次回買い替え時期	66
Q32:HV を購入したい理由	67
Q33:PHV を購入したい理由	68
Q34:BEV を購入したい理由	69
Q35:HV 購入課題(購入したくない理由)	70
Q36:PHV 購入課題(購入したくない理由)	71
Q37:BEV 購入課題(購入したくない理由)	72
Chapter 5 xEV の充電補助金、保険、NPS	73
Q38:xEV 充電設備関係補助金認知	74
Q39:補助金増額認知	75
Q40:補助金増額に伴う xEV 購入意向変化	76
Q41:税金優遇認知	77
Q42:自動車保険割引認知	78
Q43:NPS(Net Promoter Score)	79
Appendix 質問項目一覧	80
質問項目一覧① (Q1~Q14)	81
Q11, Q12, Q13 の個別項目	82
質問項目一覧② (Q15~Q25)	83
質問項目一覧③ (Q26~Q37)	84
質問項目一覧④ (Q38~Q43)	85

ご提供の形態

提供形態	税抜価格	税込価格	備考
PDF (CD-ROM) 版	70,000 円	77,000 円	本文のみ収納。編集は出来ません

※ご提供レポートのコピーは厳禁とさせていただきます。

※簡易製本版(印刷版)を追加料金なしで印刷・納品可能です。ご希望の場合は PDF 版購入時にお申し付けください。

※お支払いは、弊社請求書に記載の指定銀行にお振込みいただきます様、お願い申し上げます。

※お振込み手数料は恐れ入りますが貴社にてご負担下さいませ。

ご購入について

弊社ホームページより必要事項をご記入の上、お申し込みください。

当該レポート詳細ページ URL: <https://i-mct.jp/2021/03/09/report-xev-awareness-survey/>

お申込み、お問い合わせ URL: <https://i-mct.jp/contact/>

(メッセージ本文に当調査レポートのタイトル「xEVに関するユーザー意識調査」、その他必要事項をご記入の上お申し込みください。担当者より折り返しご案内の連絡をいたします。)

お問合せ先

株式会社マクネット

〒101-0023 東京都千代田区神田松永町 10 番地

X-Tech Business Unit 担当: 遠藤、牛込、志賀

電話: 03-5294-4410

Mail: info@i-mct.jp

URL: <https://i-mct.jp>

FAX 申込書

FAX: 03-5294-4423

INTELLIGENCE MARKET REPORT

xEV に関するユーザー意識調査

— 脱ガソリンに対するユーザー意識の変容 —

発刊日 : 2021年3月12日
体裁 : CD-ROM版 頁数 : 85頁
価格 : ¥77,000(税込み)

お申し込み方法: 当申込書に必要事項をご記入後、FAXにてご送信下さい

Marketing & Consultation Network

MCNET, INC. (株) マクネット

東京都千代田区神田松永町10番地長谷川ビル7F

TEL: 03-5294-4410 FAX: 03-5294-4423

E-mail: info@i-mct.jp

担当 _____

貴社名			
所在地	〒		
所属部署		御役職名	
御芳名	様		
電話/FAX番号	/		
メールアドレス			
御支払予定日	月 日 (お支払規定: 月 日締、月 日お支払い)		
通信欄	御意見・御要望がありましたらご記入下さい		