

strategy&

Part of the PwC network

デジタル自動車レポート2021

日本の消費者のニューノーマル

本レポートは、Strategy&がグローバルで発行している『デジタル自動車レポート2021』の日本の消費者に関する調査結果の詳細を補完する目的で作成。

デジタル自動車レポート 2021－日本の消費者の ニューノーマル



- ✓ Strategy&およびPwCによる第10回目の年次デジタル自動車レポートの日本に関する消費者調査
- ✓ 日本の消費者調査と米国、EU、中国での調査との比較分析
(日本: n = 1,000人、4極計: n = 4,000人)
- ✓ 上記も踏まえた地域別の構造分析に基づく定性的な市場予測

主な調査結果



- コネクテッドサービスについては、他国と同様に特に安全性とナビゲーションに対する関心が高い
- 支払意思がある消費者は8割にのぼるが、他国と比較してコネクテッドサービス全般への支払意欲額がやや低い



- (価格・インフラ面の課題を除けば)日本においても2割の消費者がBEV購入を検討しうる
- 日本では、高齢の消費者ほどBEV購入に積極的である
- 日本における電動パワートレインは費用が安いことや環境性能が検討理由である一方、充電環境や価格が障壁となっている



- 日本では回答者の7割が自動運転車の利用に前向き。低速 / 駐車時のみ利用したい意向も強い
- 自動運転で得られた時間の使い道としては、日本ではリラックスや心身の回復(睡眠など)が特に高い点が特徴的



- 欧米ほど極端な変化ではないが、日本でも新型コロナウイルス感染症(COVID-19)後はシェアードモビリティや公共交通機関よりも私有車で移動が好まれる
- 日本では、8割近い消費者がCO₂削減に貢献すべく行動変化を検討。特に徒歩・自転車・公共交通の利用・BEVへの切替を掲げる
- 新車購入は、地域を問わず引き続き好まれる選択肢である。日本では新車サブスクリプションへの関心が相対的に高い

日本の消費者サーベイにおけるサンプル特性は以下のとおり¹⁾

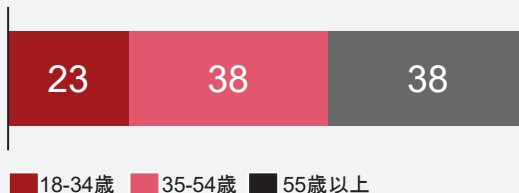


14 **>** **1,000**
質問数 回答者

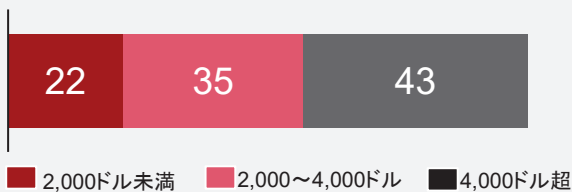
性別 (%)



年齢 (%)



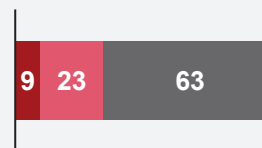
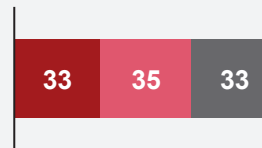
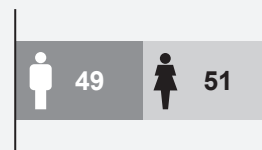
月当たりの
総世帯収入³⁾
(%)



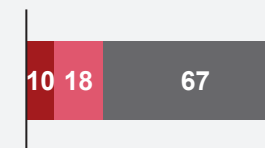
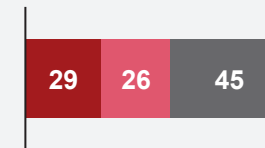
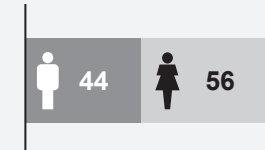
比較対象国²⁾



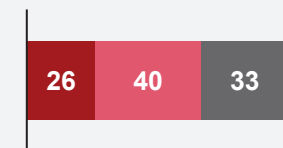
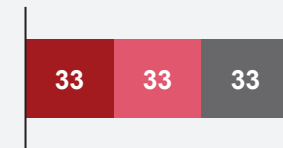
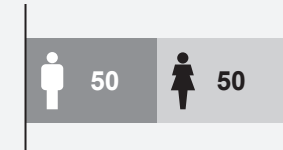
1,000人



1,000人



1,000人

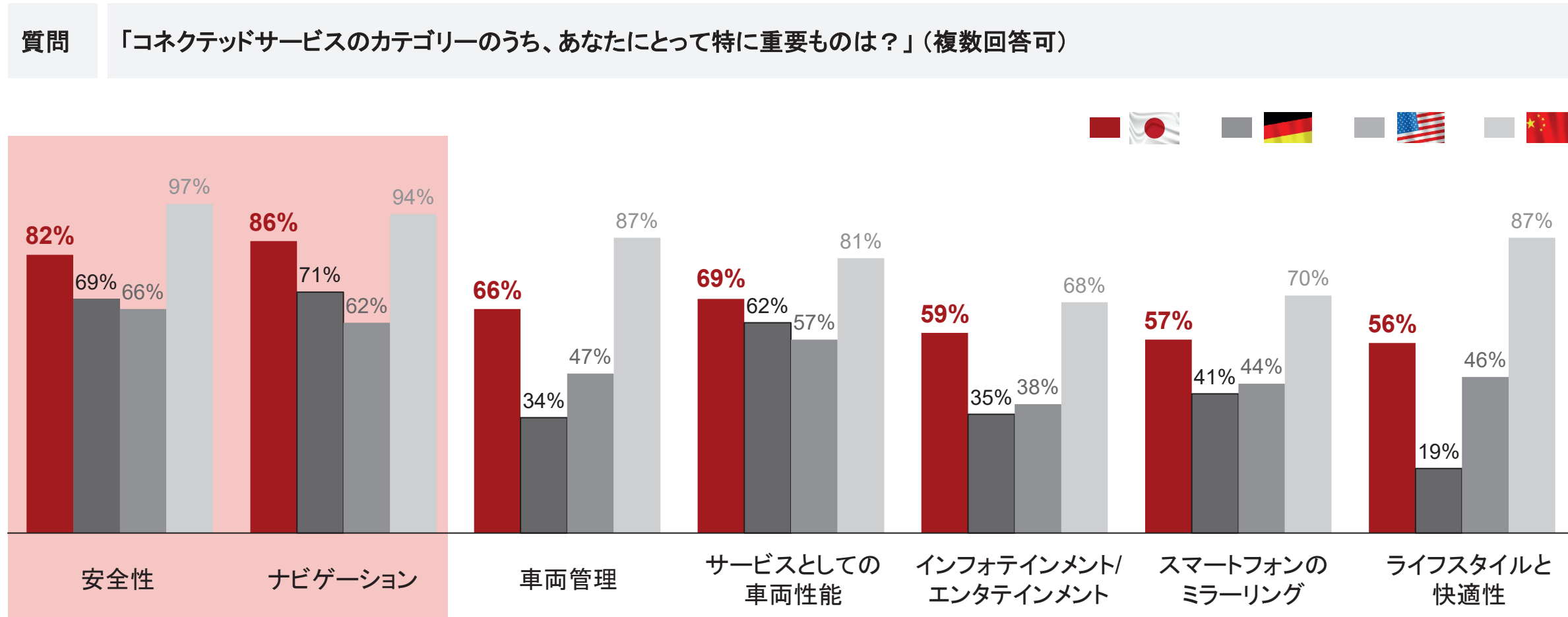


1) 日本におけるサンプルは、男女比に偏りあり、2) 「デジタル自動車レポート2021」より再掲
3) EUR/CNY/JPYから換算(2021年10月)、開示した回答者の内訳

日本においても最も重要な要素は安全性とナビゲーション。 他国に比してもコネクテッドサービスへの関心は一定程度あり



消費者¹⁾のコネクテッドサービスに関する重要度 ― 国別比較

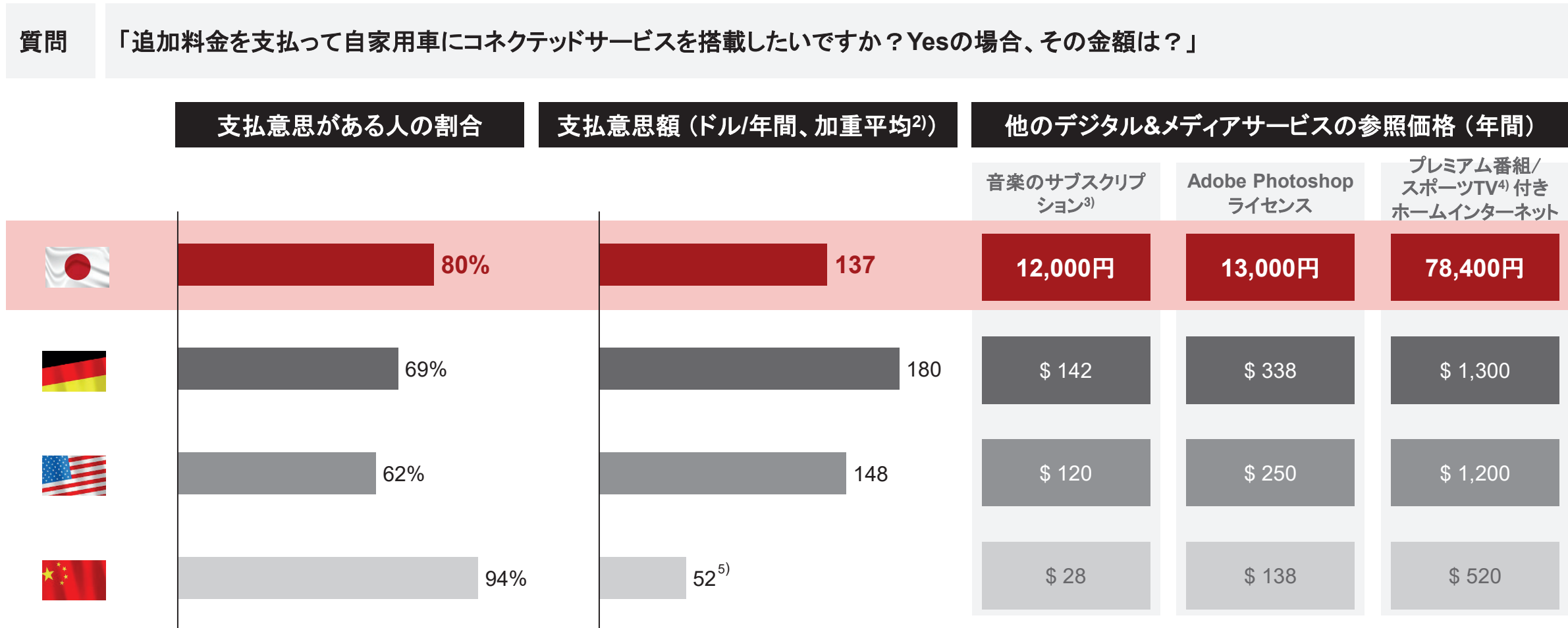


1) 所有する自動車でコネクテッドサービスを利用したいと考えている回答者の割合
出所: Strategy& 消費者調査2021 調査対象は4,000人（日本1,000人、ドイツ1,000人、米国1,000人、中国1,000人）

さらに日本では、コネクテッドサービスに対し、支払意思がある消費者は8割に達するが、支払意欲額はやや低い



消費者¹⁾のコネクテッドサービスに関する支払意思の有無・金額 — 国別比較



1) 所有する自動車でコネクテッドサービスを利用したいと考えている回答者の割合、2) 現地通貨から米ドルへの換算額、3) 日本・ドイツおよび米国はSpotify「個人向け」プラン、中国はKugou Music VIP会員、4) 日本はJ:com、ドイツはSky、米国はXfinity、中国はテンセント、5) PwC Strategy& 消費者調査2020 調査対象は中国1,000人
出所: Strategy& 消費者調査2021 調査対象は4,000人(日本1,000人、ドイツ1,000人、米国1,000人、中国1,000人)

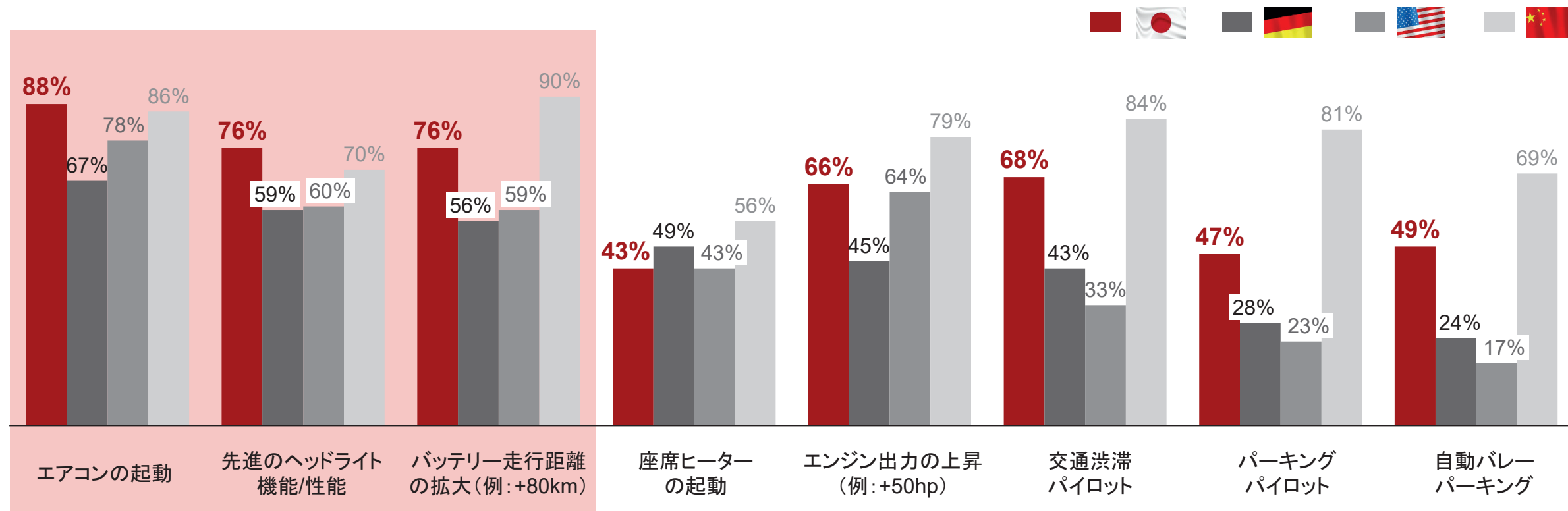
オンデマンドの自動車機能に関しては、日本では、エアコン起動・先進のヘッドライト機能/性能などへの関心が相対的に高い



消費者¹⁾の自動車機能への関心 — 国別比較

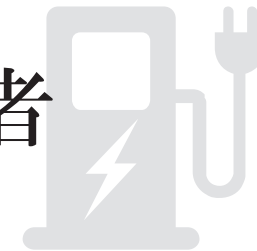
質問

「以下のオンデマンドの自動車機能は、あなたにとってどの程度重要ですか？」（複数回答可）



1) 所有する自動車でコネクテッドサービスを利用したいと考えている回答者の割合
出所: Strategy& 消費者調査2021 調査対象は4,000人(日本1,000人、ドイツ1,000人、米国1,000人、中国1,000人)

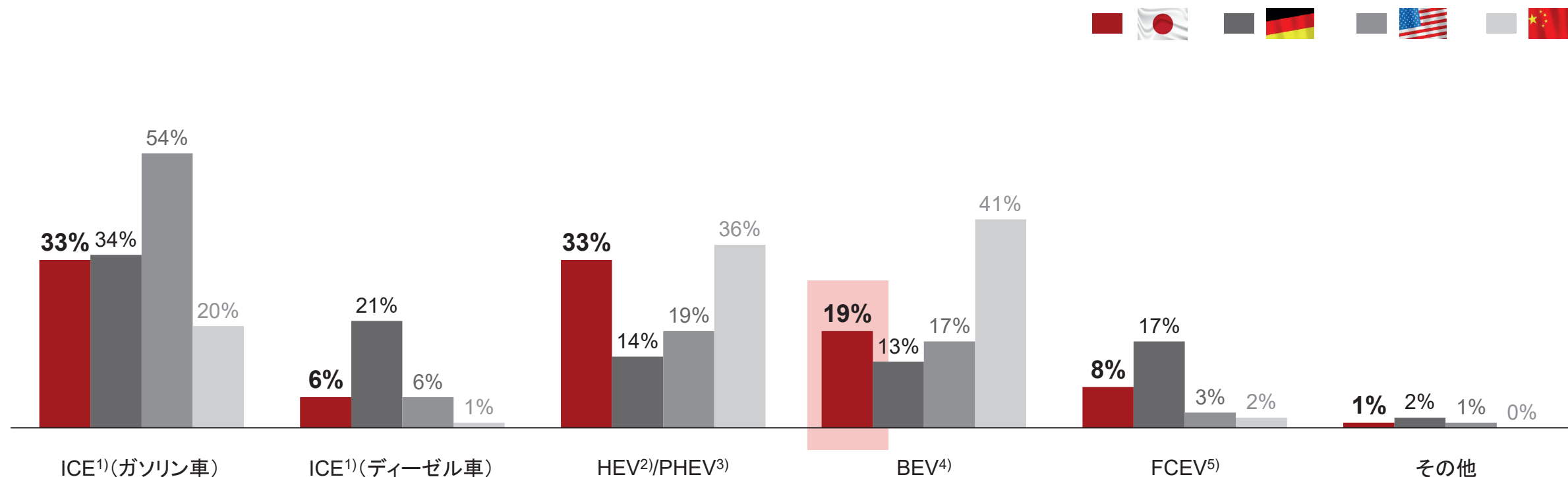
(価格・インフラ面の課題を除けば)日本においても2割の消費者がBEV購入を検討しうる



好まれるパワートレインの種類－国別比較

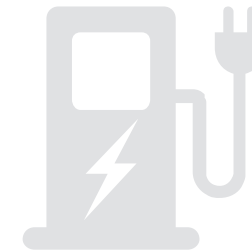
質問

「あなたが車の購入を考えているとします。金銭面や法制面、インフラの不備などは脇においておくとしたら、どの種類の車を選びますか？」



1) ICE＝内燃機関車、2) HEV＝ハイブリッド、3) PHEV＝プラグインハイブリッド、4) BEV＝バッテリー式電気自動車、5) FCEV＝燃料電池自動車
 出所: Strategy& 消費者調査2021 調査対象は4,000人(日本1,000人、ドイツ1,000人、米国1,000人、中国1,000人) 四捨五入のため、総計値が100%にならない場合がある

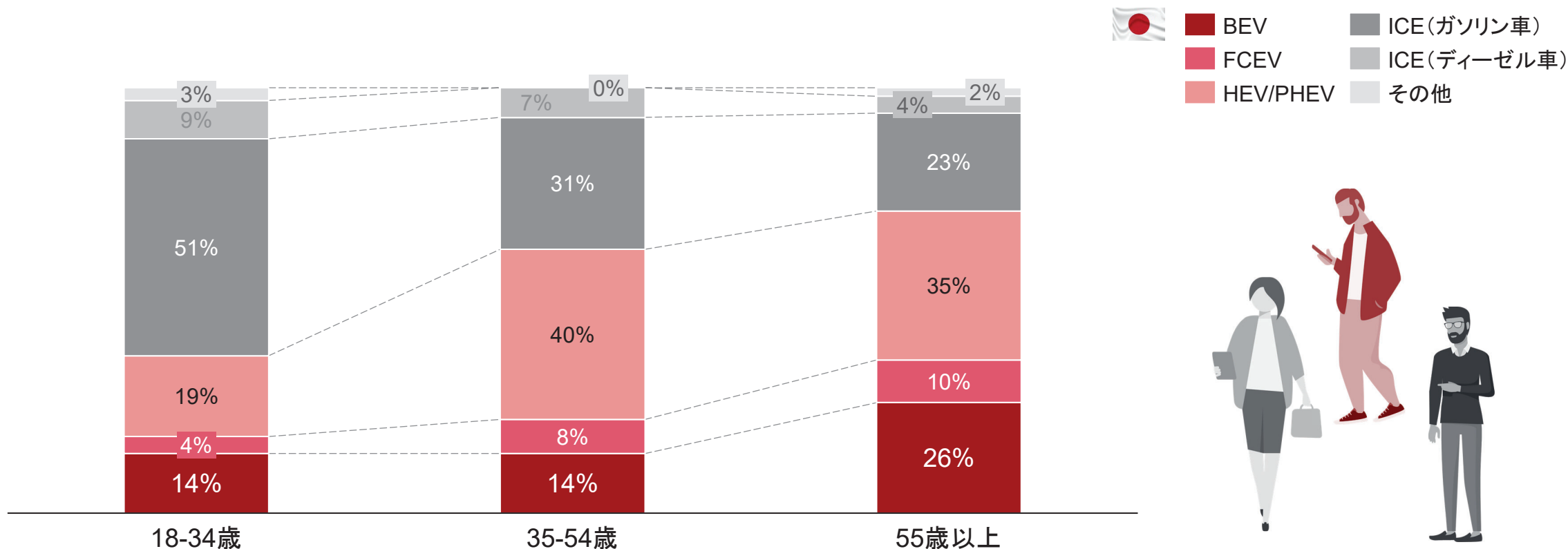
日本では、高齢の消費者ほどBEV購入に積極的である (他国に比して年代による傾向が顕著)



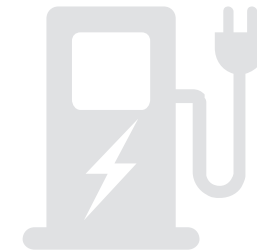
好まれるパワートレインの種類 — 日本・年代別比較

質問

「あなたが車の購入を考えているとします。金銭面や法制面、インフラの不備などは脇におくとしたら、どの種類の車を選びますか？」



日本における電動パワートレインは費用が安いことや環境性能が検討理由である一方、充電環境や価格が障壁となっている

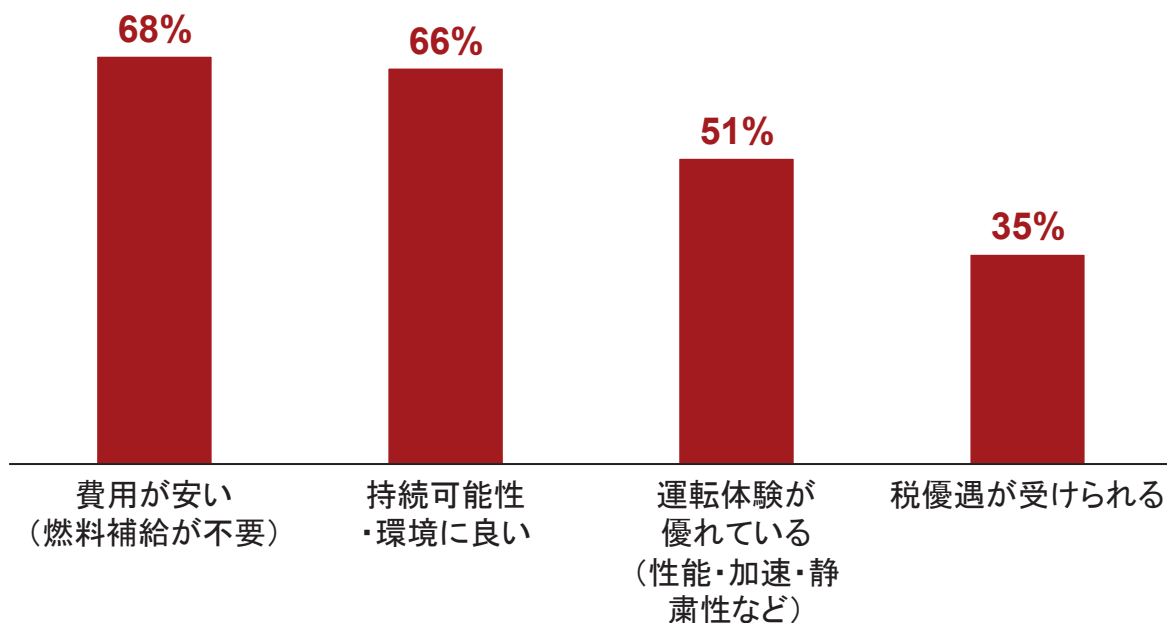


電動パワートレインの選択・非選択理由

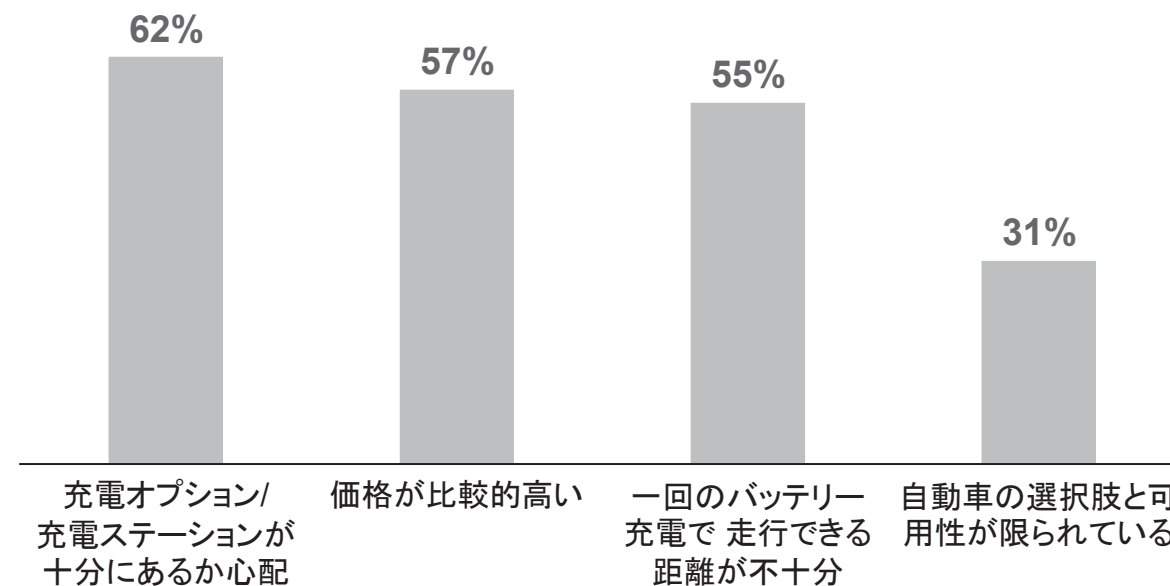
質問

- ・「電動パワートレインの自動車を選択する理由は？」(複数回答可)
- ・「電動パワートレインの自動車を選択しない理由は？」(複数回答可)

電動パワートレインの選択理由



電動パワートレインの非選択理由



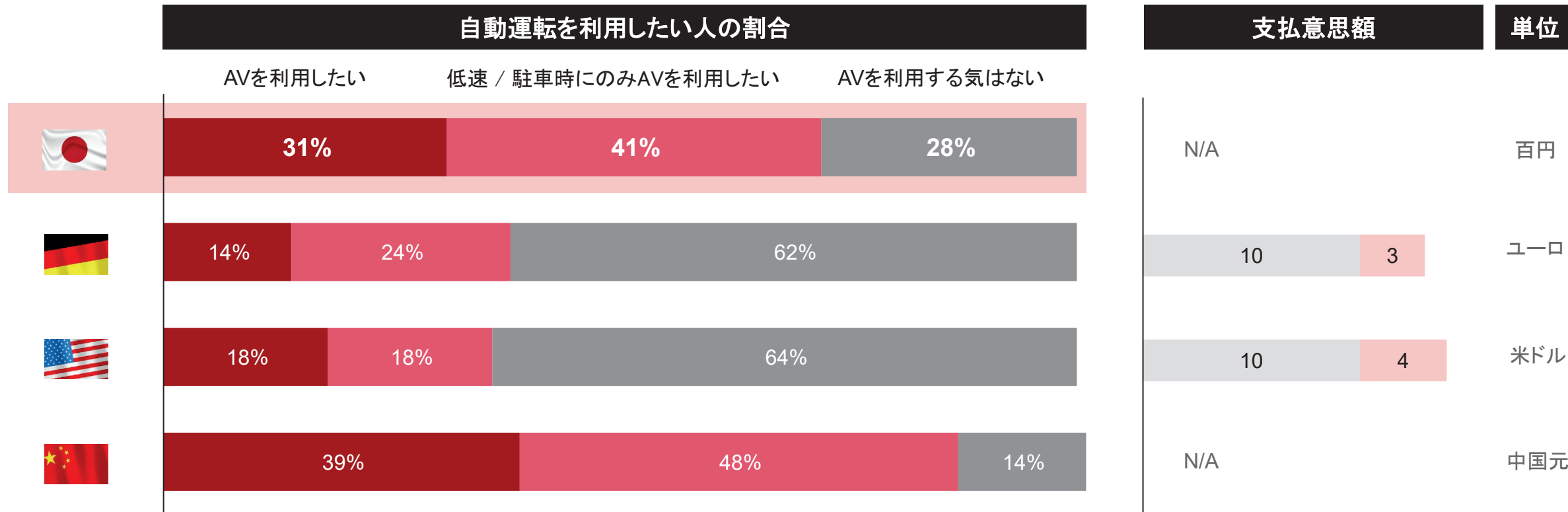
日本では回答者の7割が自動運転車の利用に前向き。 低速 / 駐車時のみ利用したい意向も強い

自動運転車に対する消費者の利用意向・支払意思額－国別比較¹⁾



質問

- あなたご自身は自動運転車(AV)を利用すると思いますか？もしくは自動運転を試してみたいと思いますか？
- 自動運転車に対する追加料金²⁾について、いくらなら追加で支払ってもよいとお考えですか？



出所: Strategy& 消費者調査2021 調査対象は4,000人(日本1,000人、ドイツ1,000人、米国1,000人、中国1,000人)

1) 四捨五入により、総計値が100%にならない場合がある

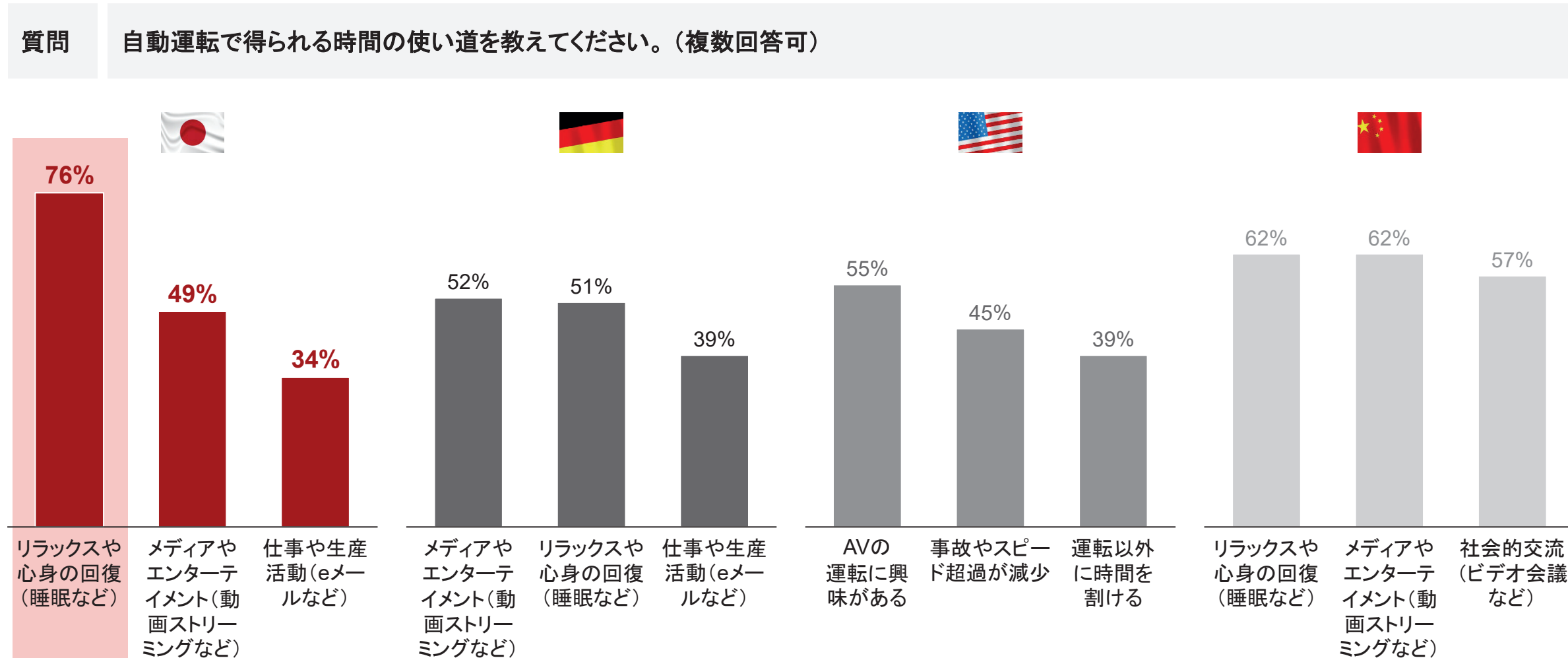
2) 運転代行や自分自身での運転の代わりに 自動運転車で5km走行した場合に支払っても良いと考える割増料金

基本料金 割増料金

自動運転で得られた時間の使い道としては、日本では リラックスや心身の回復（睡眠など）が特に高い点が特徴的



自動運転を利用したい理由－国別比較

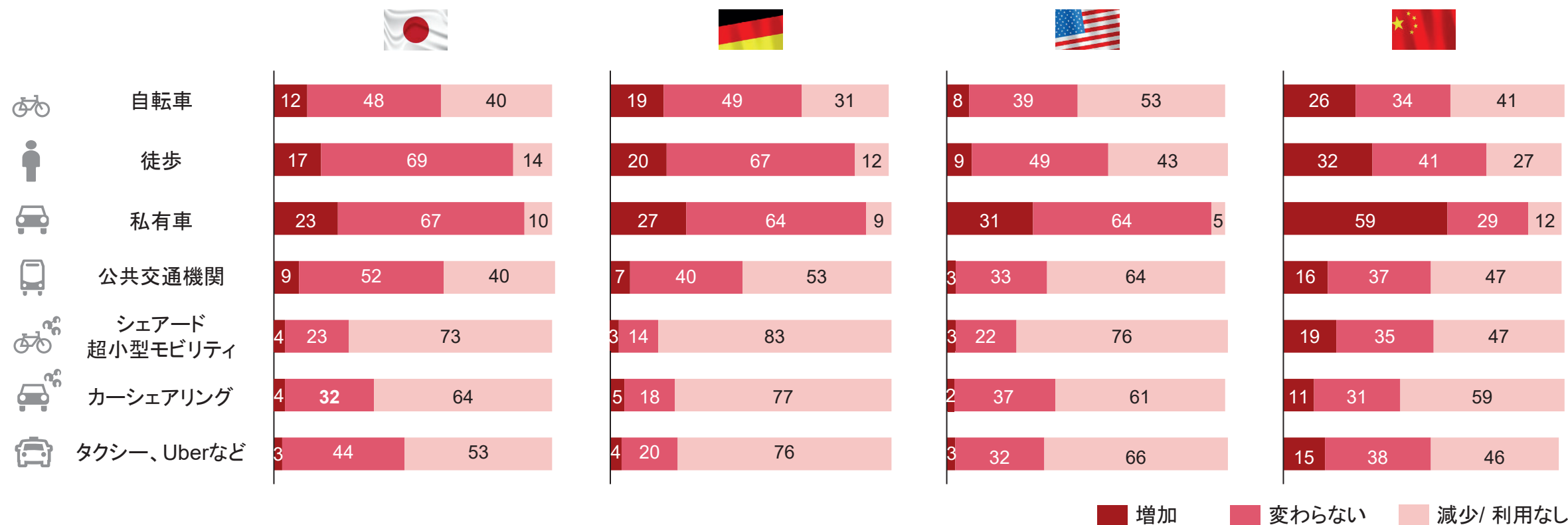


欧米ほど極端な変化ではないが、日本でもCOVID-19後はシェアードモビリティや公共交通機関よりも私有車での移動が好まれる

COVID-19による制約がなくなった後のモビリティパターン(%)¹⁾ — 国別比較

質問

「COVID-19により、私たちのモビリティ行動は多くの側面で一時的に変化しています。パンデミック終焉後、以下の移動手段をどの程度利用する予定ですか？」

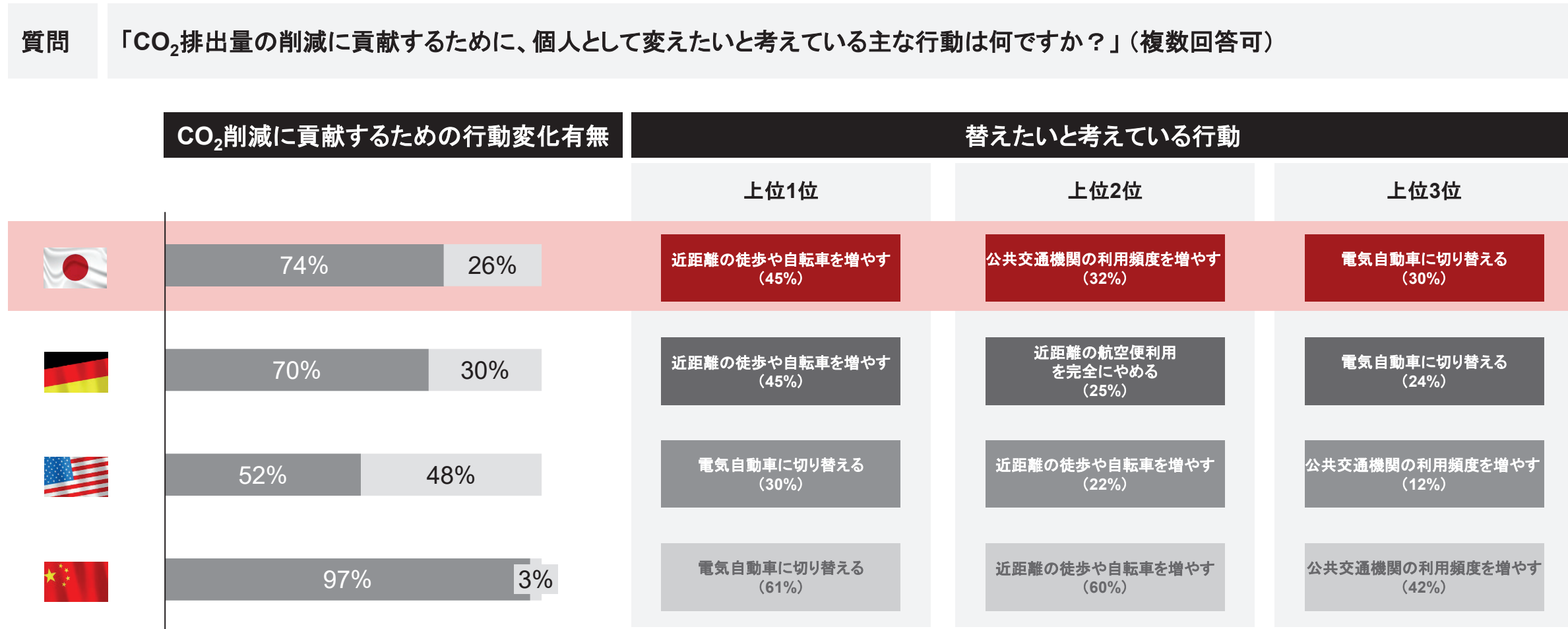


¹⁾ 職場との行き来の通勤を例とする

出所: Strategy& 消費者調査2021 調査対象は日本1,000人、ドイツ1,000人、米国1,000人、中国1,000人 四捨五入により、総計値が100%にならない場合がある

日本では、8割近い消費者がCO₂削減に貢献すべく行動変化を検討。特に徒歩・自転車・公共交通の利用・BEVへの切替を掲げる

CO₂排出量削減にむけた行動変化有無・主な行動(%) — 国別比較



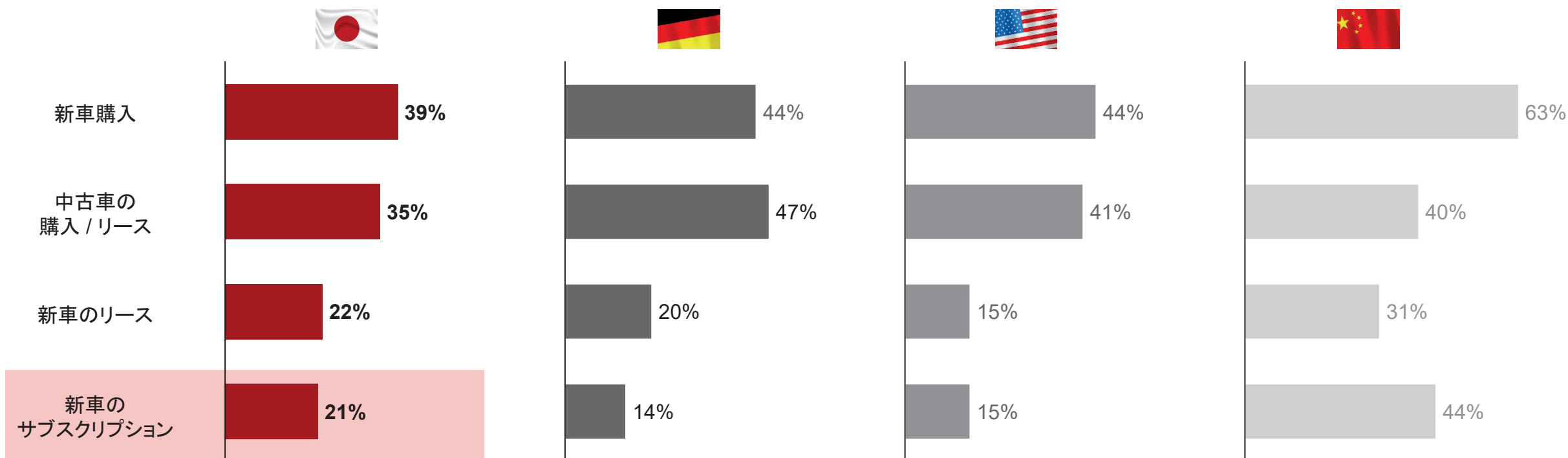
新車購入は、地域を問わず引き続き好まれる選択肢である。 日本では新車サブスクリプションへの関心が相対的に高い



自動車購入 / リース / サブスクリプションの可能性(%)

質問

「今後1～2年に、あなたまたはあなたの世帯が乗用車を購入、リースまたはサブスクリプションする可能性はどの程度ありますか？」
(複数回答可)



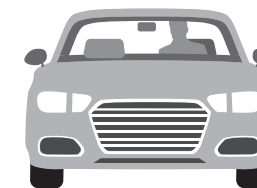
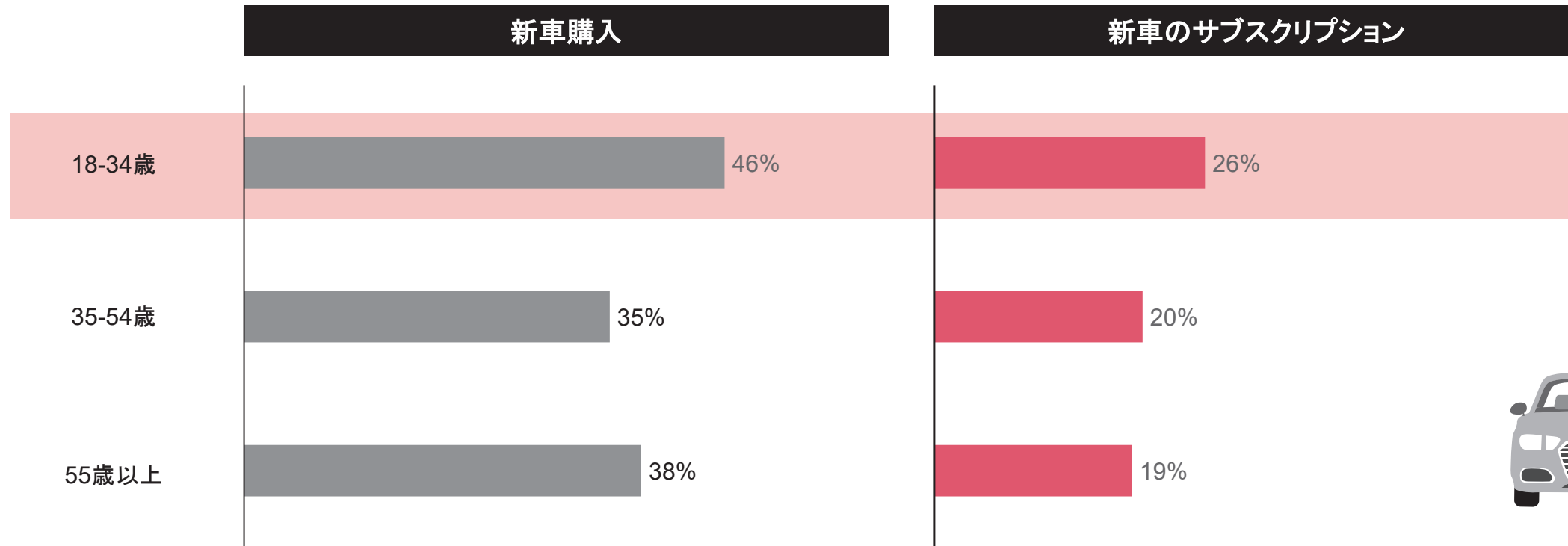
日本では特に34歳未満がサブスクリプションを選択肢として検討している

希望する自動車保有形態 — 日本・年代別比較



質問

「今後1～2年に、あなたまたはあなたの世帯が乗用車を購入、リースまたはサブスクリプションする可能性はどの程度ありますか？」
(複数回答可)



執筆者紹介

阿部 健太郎(あべ・けんたろう) kentaro.abe@pwc.com

PwCコンサルティング、Strategy&のディレクター。自動車・自動車部品、総合電機、保険、総合商社などの産業を中心に、主に次世代モビリティに関する事業企画・実行支援、海外進出支援などのテーマについて、多様なコンサルティング経験を有する。

その他の担当者

北川 友彦(きたがわ・ともひこ) tomohiko.t.kitagawa@pwc.com

PwCコンサルティング、Strategy&のパートナー。自動車、機械製造業や部品・素材などの産業財分野を中心に、事業戦略、営業・マーケティング戦略、組織・オペレーション改革などのテーマについて、多様なコンサルティング経験を有する。

赤路 陽太(あかじ・ようた) yota.akaji@pwc.com

PwCコンサルティング、Strategy&のディレクター。自動車産業や情報サービス産業に精通し、新事業開発、事業戦略、事業変革、デジタル、イノベーション、Go to Marketなどのテーマについて豊富なコンサルティング実績を有する。事業会社およびコンサルティングファームの双方においてDXや新事業開発を牽引した実績を有し、大胆かつプラクティカルな新事業の開発および事業の変革を支援している。

室井 浩気(むろい・こうき) koki.muroi@pwc.com

PwCコンサルティング、Strategy&のシニアマネージャー。自動車、産業材など製造業分野を中心に、成長戦略、新事業開発、アライアンス、組織・オペレーション改革などの多様なテーマで、数多くのプロジェクト実績を持つ。

嶋根 瑞樹(しまね・みずき) mizuki.shimane@pwc.com

PwCコンサルティング、Strategy&のマネージャー。自動車業界全般に精通し、CASE動向やR&D戦略におけるコンサルティング経験を有する。企業の文化や強みを尊重した新規事業開発や事業改革を行い、実行に移せる地に足ついた支援を行う。

問い合わせ先

PwCコンサルティング合同会社 ストラテジーコンサルティング(Strategy&)

✉ jp_cons_srategy-info-mbx@pwc.com ☎ 03-6250-1209



strategyand.pwc.com

© 2021 PwC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see [pwc.com/structure](https://www.pwc.com/structure) for further details.

Disclaimer: This content is general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.