

第5回eReadiness調査

2024年 報告書(日本版)

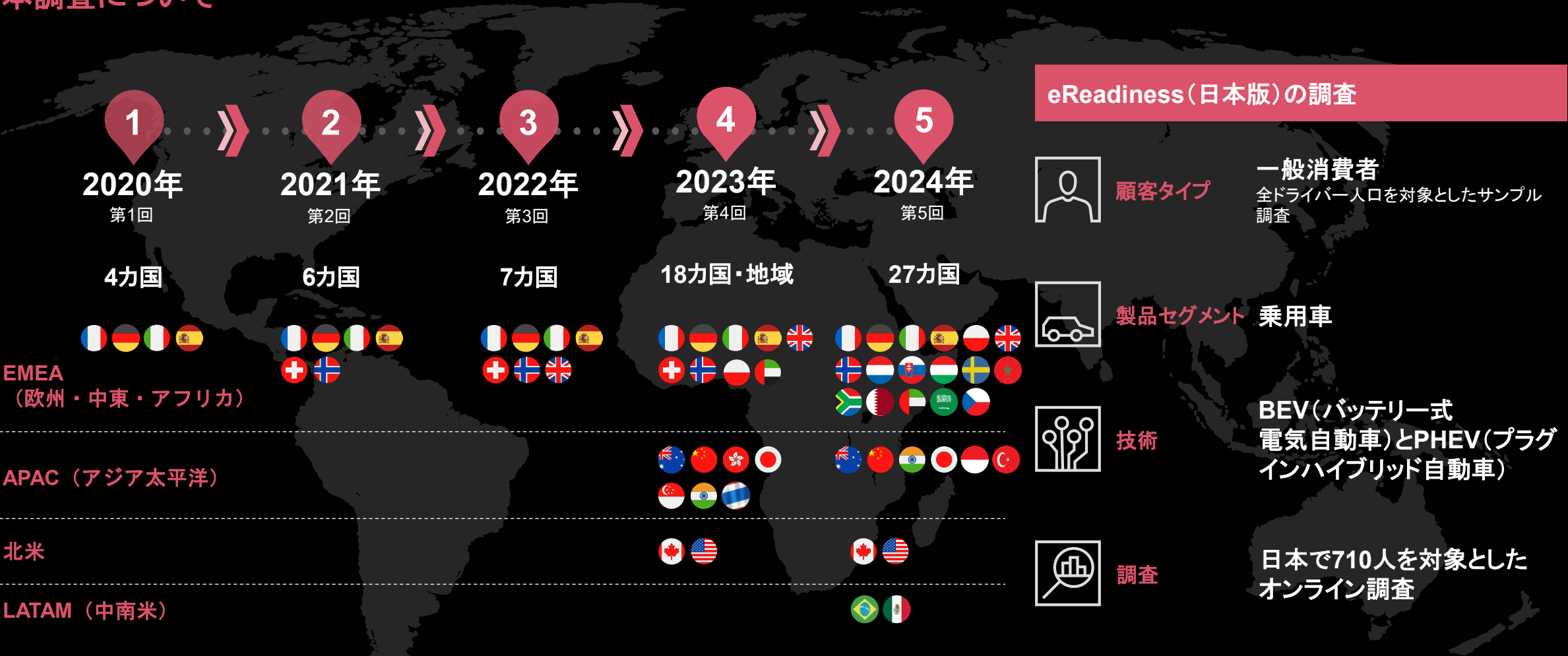
消費者のニーズ分析と
eモビリティの今後の見通し

2025年6月



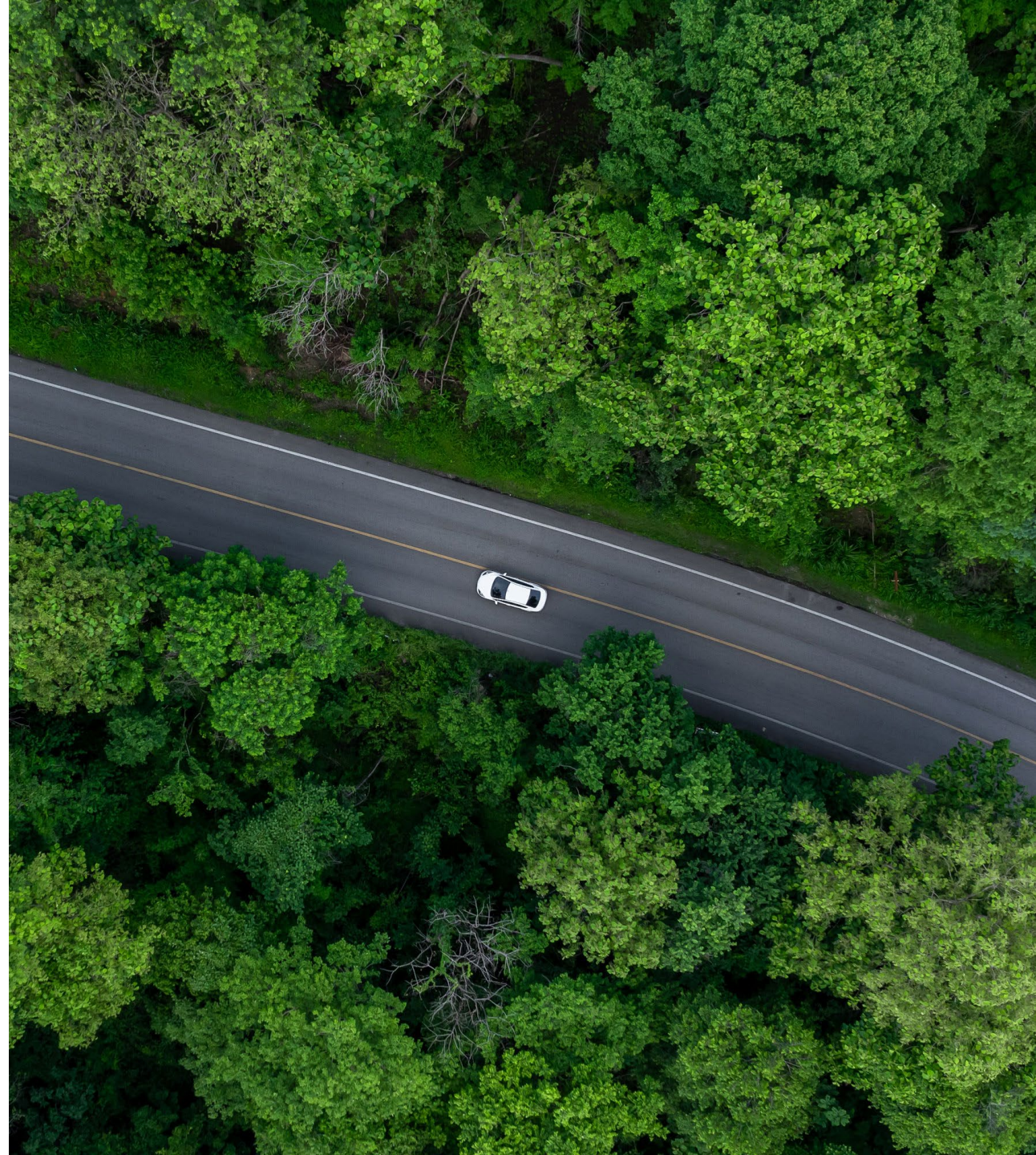
第5回 eReadiness調査の発行を受け、日本の自動車産業向けに 日本市場における短期動向に関する知見を提供

本調査について



目次

1. エグゼクティブサマリー
2. 消費者調査プロフィール
3. 消費者意識
4. EVに求めるスペック



EV消費者動向サマリー(日本の動向)

消費者調査プロフィール:

日本における4分の3の消費者がEV懷疑派

同顧客層は、クルマ消費の優先度自体が低い

- 日本の調査対象者をEV所有者、EV見込み客¹⁾、EV懷疑派²⁾の3つのクラスターに分類したところ、日本ではEV懷疑派が74%と、他の国・地域と比べて最も高かった(次点の米国より20%以上高い)
- 日本のEV懷疑派はEV所有者やEV見込み客と比べ、所得水準の低さ、年齢層の高さ、都市部居住者の少なさが特徴。通勤時における車の使用率も低く、買い替えサイクルは長期的

消費者意識:

EV所有者は8割が継続購入意向がある一方、今後の顧客基盤拡大には、充電時間・バッテリーの耐久性・航続距離の不安解消が不可欠

- 残り26%を占める日本のEV所有者と見込み客は、EVの運転体験やコスト低減を評価している
 - EV所有者は、燃費／マイルあたりのコストを重視してEVを購入し、運転体験、充電時間、バッテリーの寿命、維持費の低減を理由に現在のEVに満足しており、EV継続率も8割と高い
 - EV見込み客のEV購入の検討を後押しする主な動機は、コスト低減、利便性、運転体験である
- EV購入を阻害する三大要因は、見込み客、懷疑派ともに、充電時間の長さ、バッテリーの耐用年数、限られた航続距離である

EVに求める条件:

今後の顧客開拓の主戦場は、見込み客に応えるCセグメント、懷疑派を振り向かせる軽自動車セグメントか

- EV見込み客は、いずれの車両セグメントにおいても30分未満の充電時間を求め、最もニーズのあるCセグメントにおいて300km以上の航続距離を求める
- EV懷疑派はEV見込み客とは異なり超小型車を好むが、求める条件はEV見込み客がCセグメントに求める条件と同様で、航続距離300km以上、充電時間30分未満である

目次

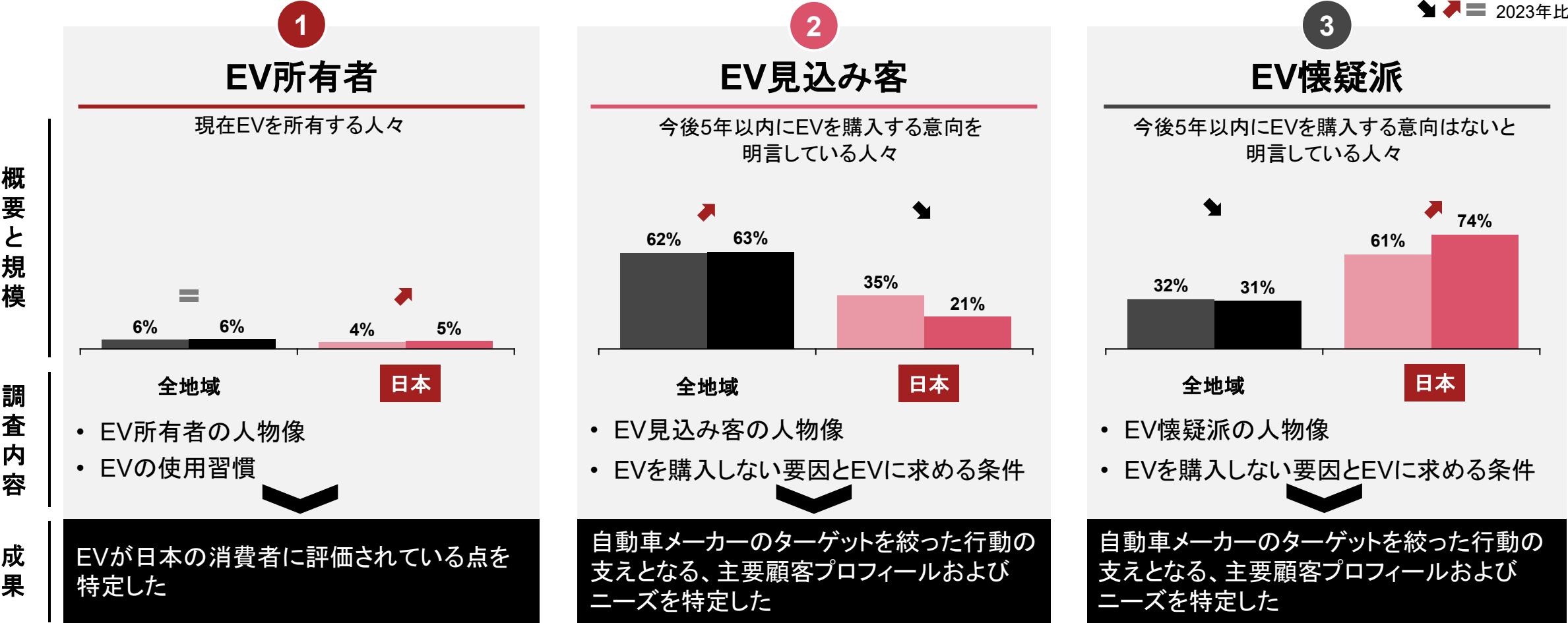
1. エグゼクティブサマリー
2. 消費者調査プロフィール
3. 消費者意識
4. EVに求める条件



日本の調査対象者710人をEV所有者、EV見込み客、EV懷疑派の3つのクラスターに分類し、人物像やEVの嗜好を分析した

消費者調査: クラスターと調査内容

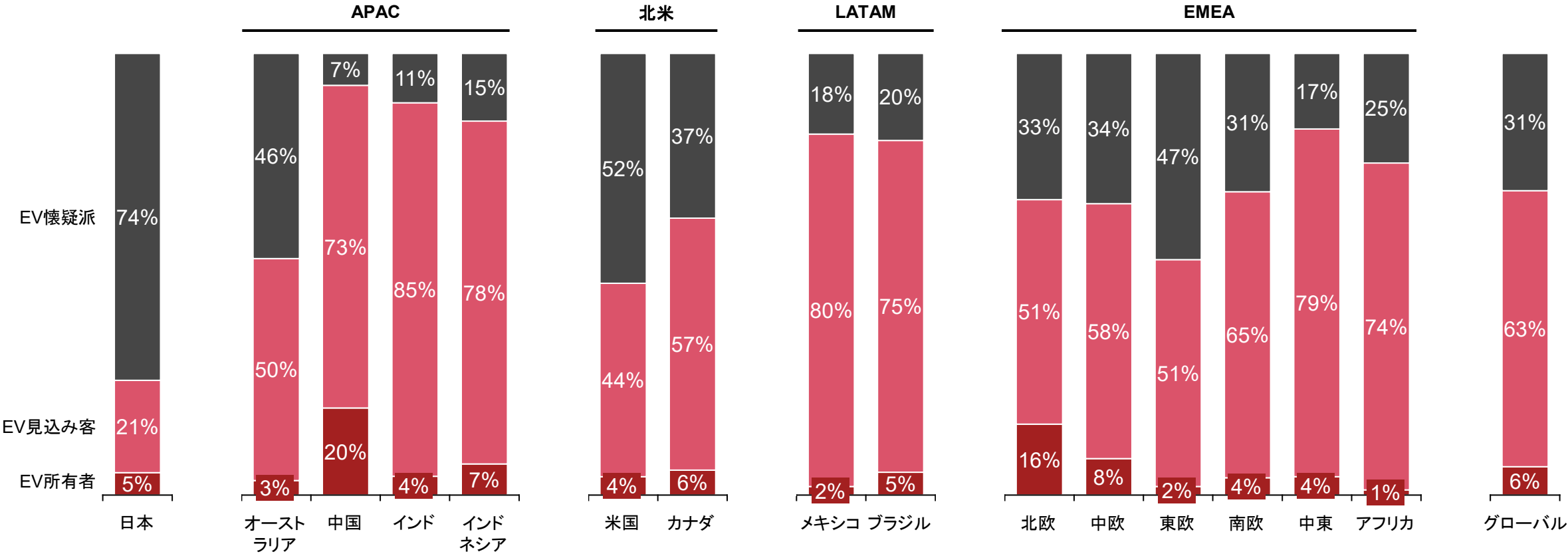
1万6,778人の回答者(うち日本の回答者は710人)



他の国や地域と比較すると、日本はEV懐疑派の割合が高い

クラスターのプロフィール

1万6,778人の回答者



EV懷疑派は、EV所有者や見込み客と比べ、低い所得水準、高年齢層、都市部居住者の少なさが特徴

消費者調査: クラスターのプロフィール(1/2)

689人の回答者
(うち、EV所有者35人、EV見込み客144人、
懷疑派510人)

 年収
 年齢
 性別
 居住地
 自宅駐車スペース

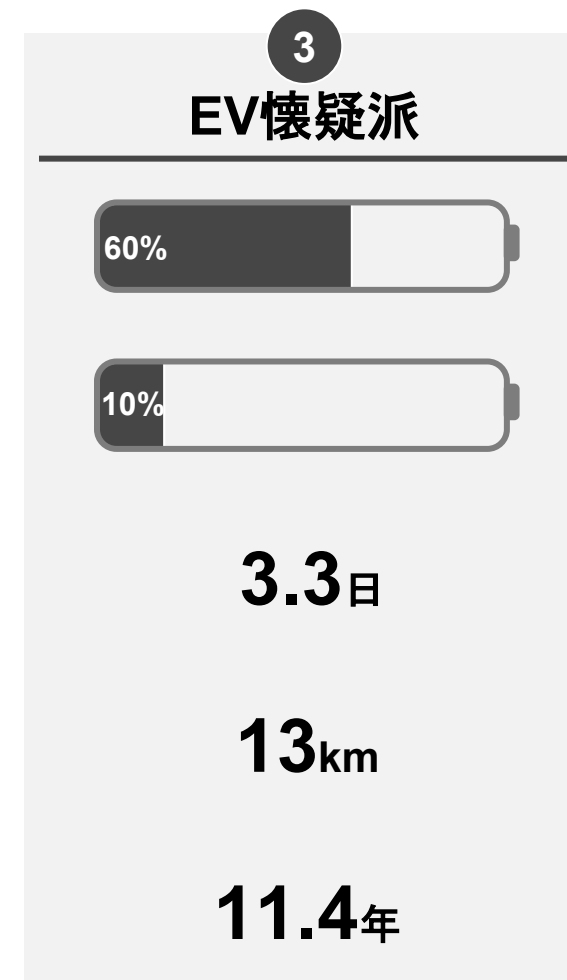
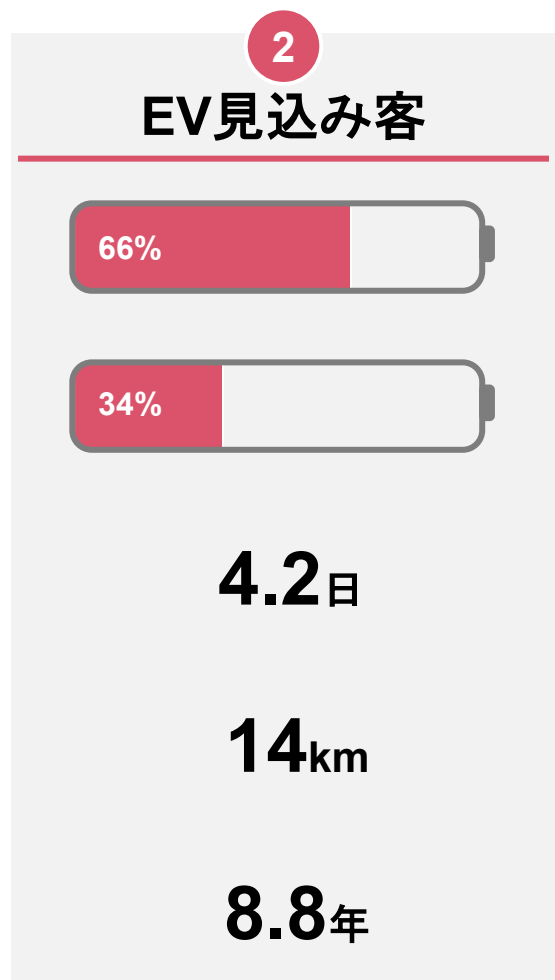
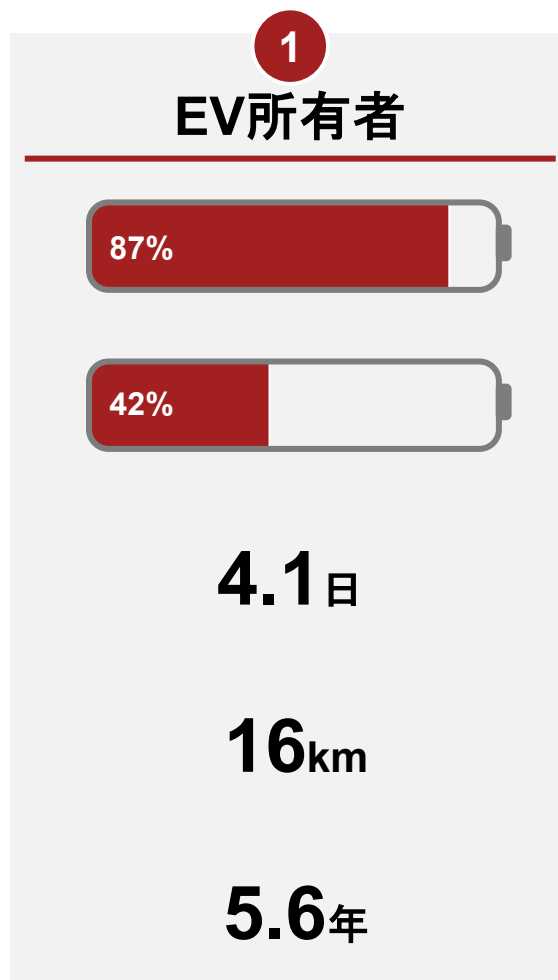
1 EV所有者	2 EV見込み客	3 EV懷疑派
9万7,000ユーロ	7万3,000ユーロ	4万ユーロ
44歳	45歳	52歳
54% 男性	46% 男性	48% 男性
83% 都市部	70% 都市部	53% 都市部
71% あり	69% あり	80% あり

EV懷疑派は、通勤時の車の使用率は少なく、買い替えサイクルが長期的である

消費者調査: クラスターのプロフィール (2/2)

689人の回答者
(うち、EV所有者35人、EV見込み客144人、
懷疑派510人)

	マイカー通勤
	他の交通手段との併用
	週あたりの通勤日数
	毎日の通勤距離
	標準的な自動車保有期間



目次

1. エグゼクティブサマリー
2. 消費者調査プロフィール
- 3. 消費者意識**
4. EVに求める条件



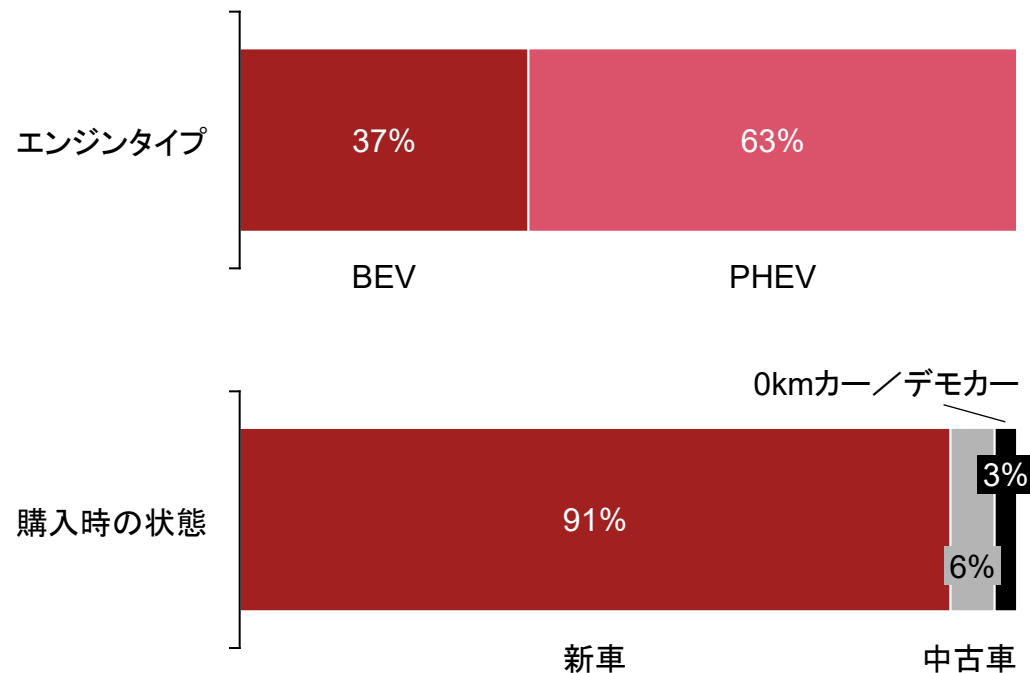
1 EV所有者

日本のEV所有者は、EVを新車で購入し、充電インフラも合わせて購入する傾向にある

EVの購入

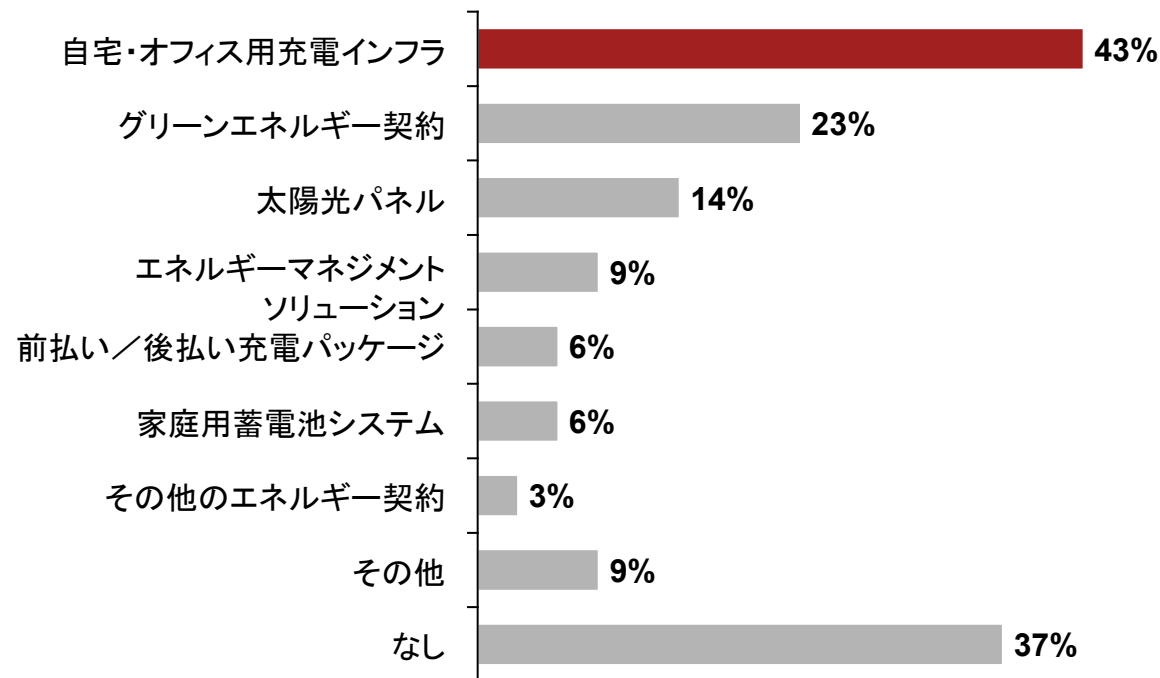
購入したEV

35人の回答者



EVと一緒に購入した製品・サービス

35人の回答者(複数回答)

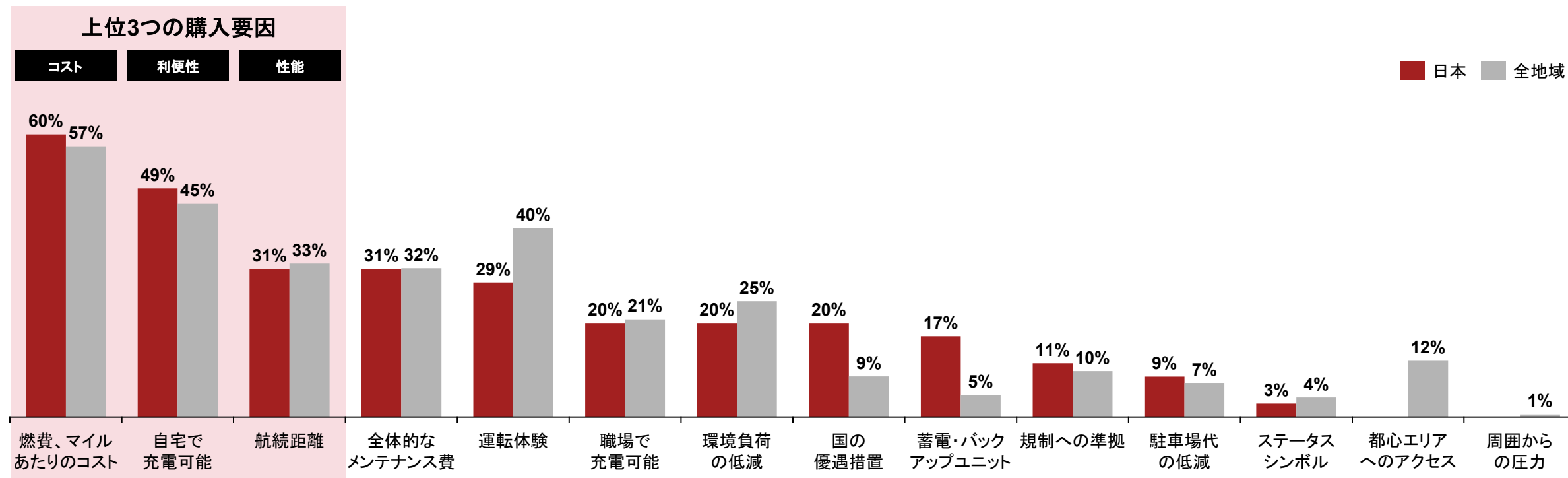


日本のEV所有者は、EV購入にあたり、コストを筆頭に、充電の利便性、航続距離を重視する

EVの購入要因

EVを購入した理由

1089人(うち日本は35人)の回答者(上位3つの理由を回答)



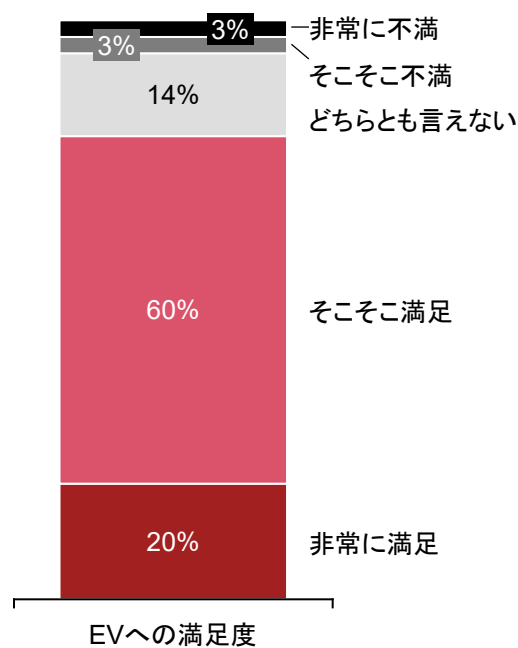
1 EV所有者

EV所有者の8割が、運転体験、充電時間、バッテリーの寿命、維持費の低減を背景に現在所有しているEVに満足しており、EVの継続購入意向も高い

EVの顧客満足度：製品に対する満足度

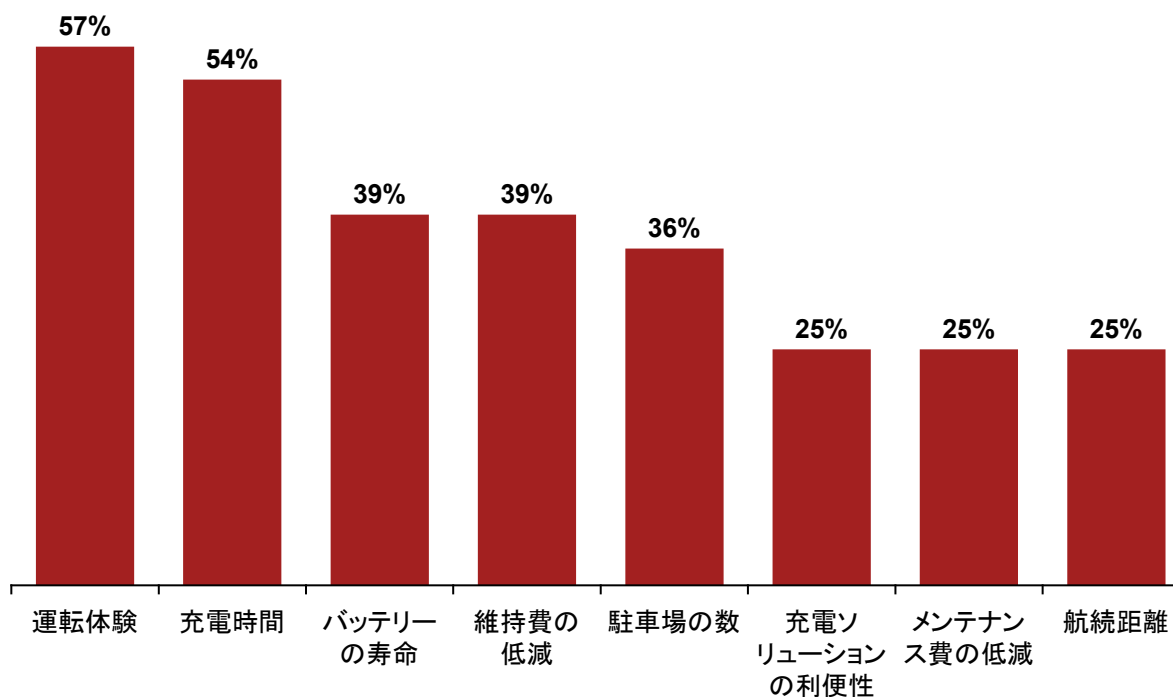
現在所有しているEVへの満足度

35人の回答者



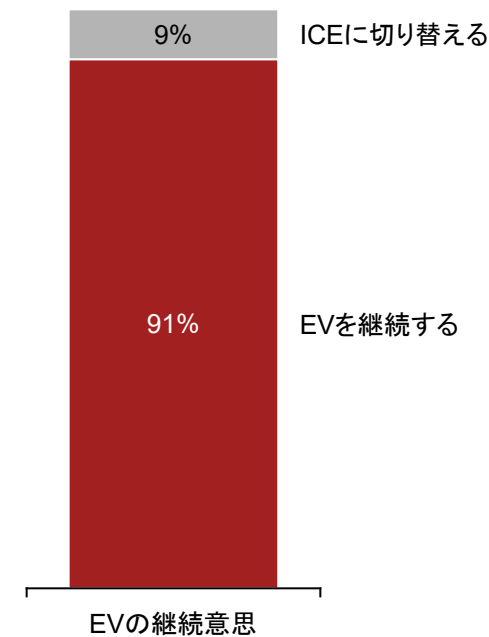
満足している理由（上位3つを選択）

35人の回答者



EVの継続意思

35人の回答者

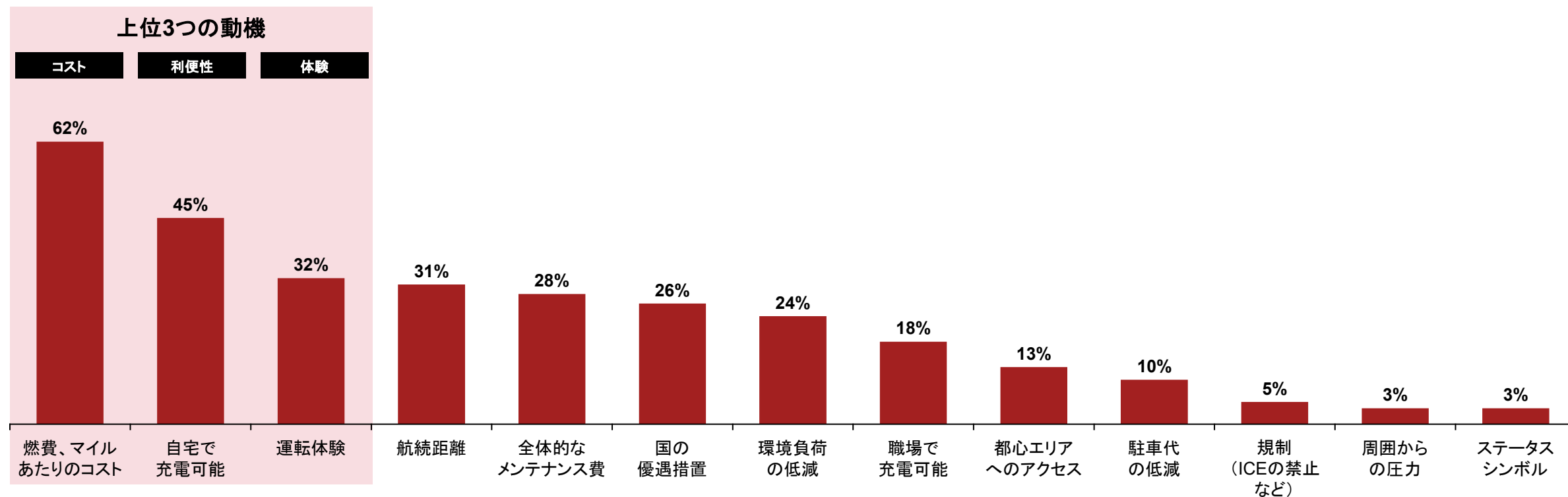


日本のEV見込み客にEV購入の検討を後押しする主な動機は、コスト低減、利便性、運転体験であり、航続距離が続く

EVの主な購入動機

EV購入を後押しする主な理由

144人の回答者(上位3つの理由を回答)

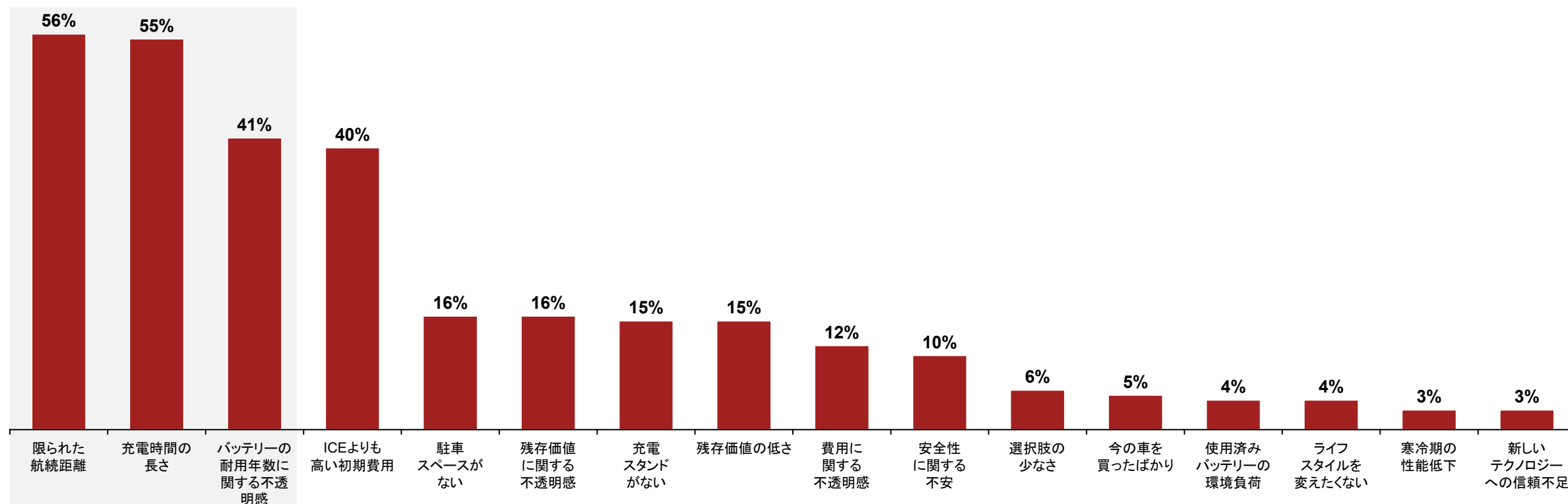


EV見込み客のEV購入を阻害する主な要因は、限られた航続距離、充電時間の長さ、バッテリーの耐用年数への不安

EV購入を思いとどまる主な理由

EV購入を思いとどまる主な理由

144人の回答者（複数回答）

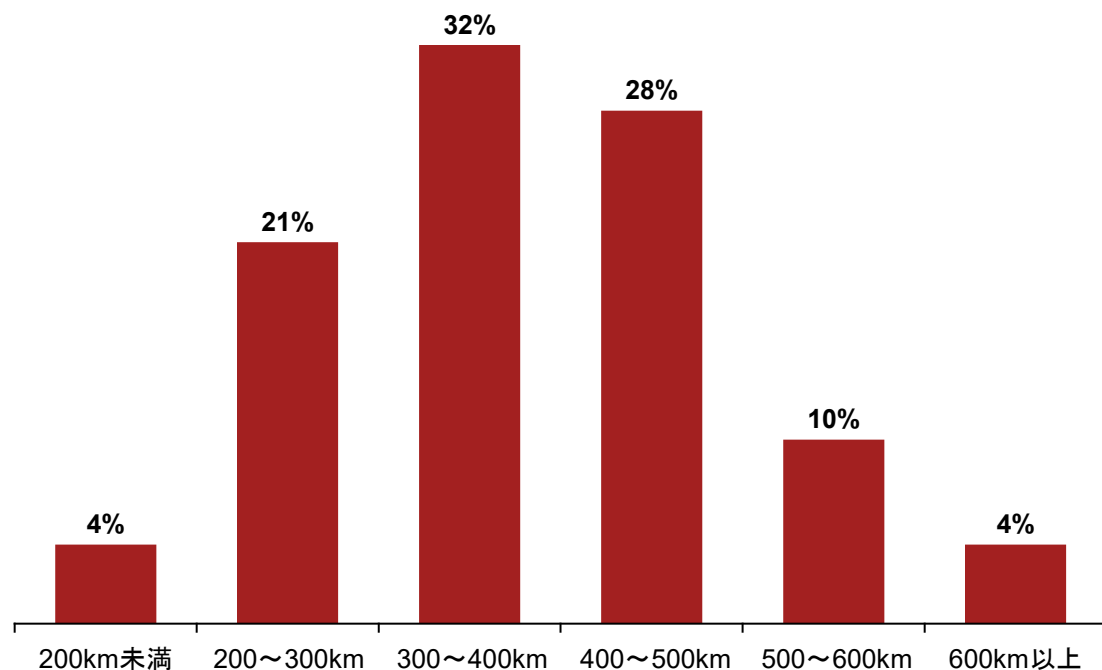


EV見込み客のうち7割以上が300km以上の航続距離、30分未満の充電時間を求める

許容航続距離と充電許容時間

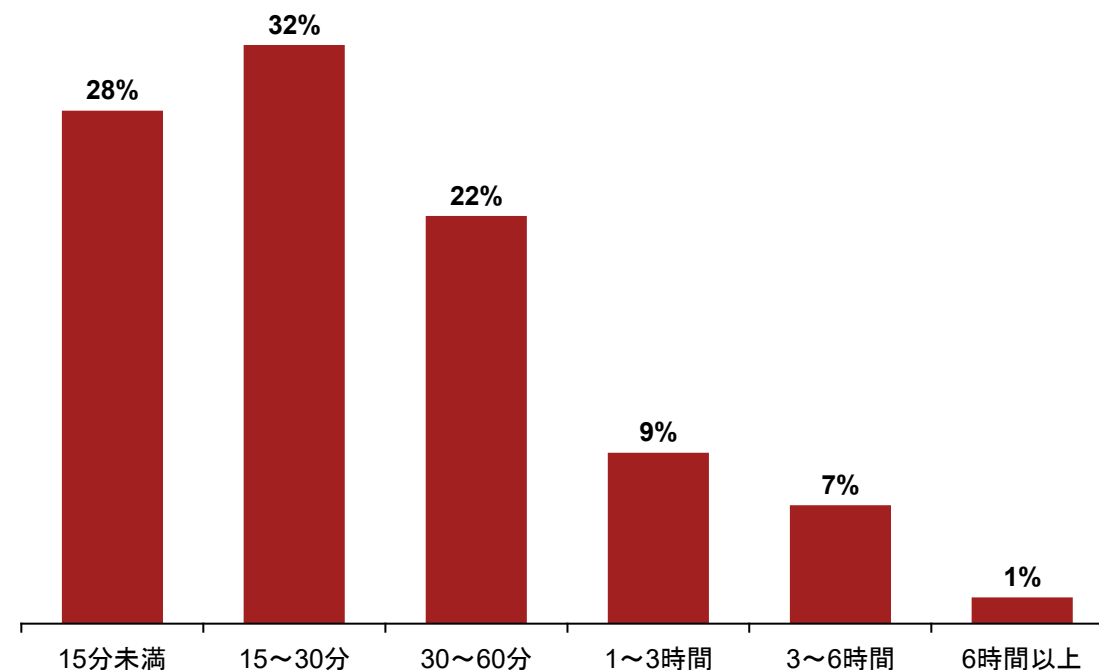
許容航続距離

138人の回答者



80%充電するのにかかる許容時間

138人の回答者

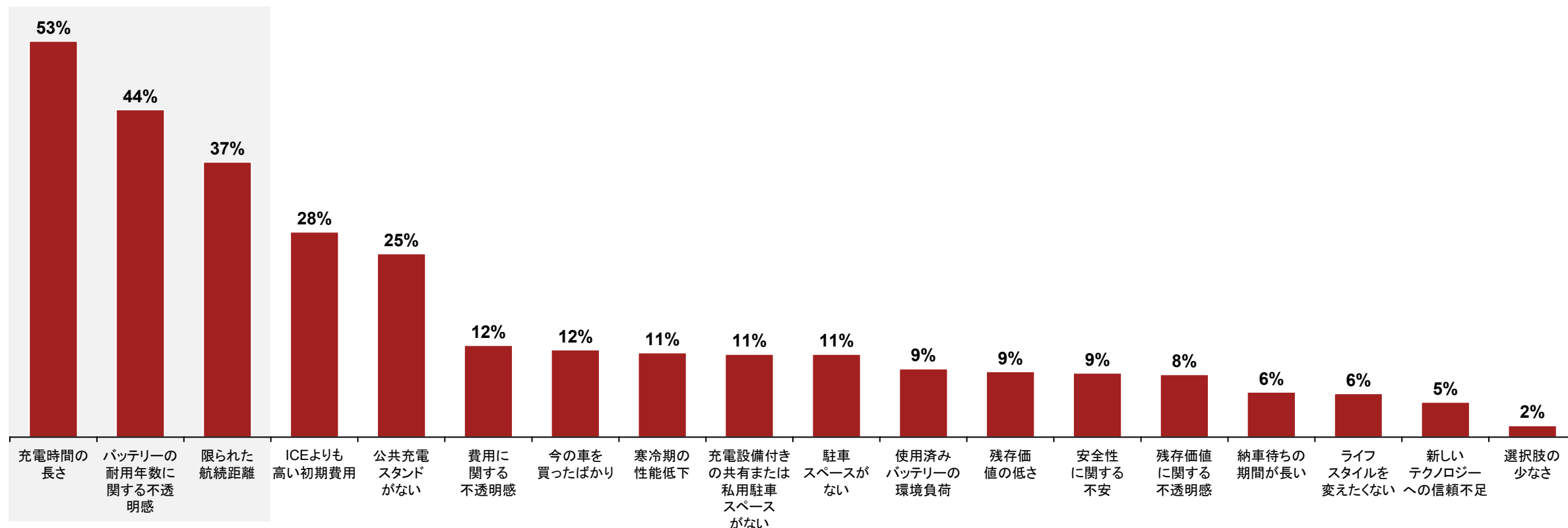


EV懷疑派のEV購入を阻害する主な要因は、EV見込み客と同様、充電時間の長さ、バッテリーの耐用年数、限られた航続距離

EV購入を思いとどまる主な理由

EV購入を思いとどまる主な理由

510人の回答者（複数回答）

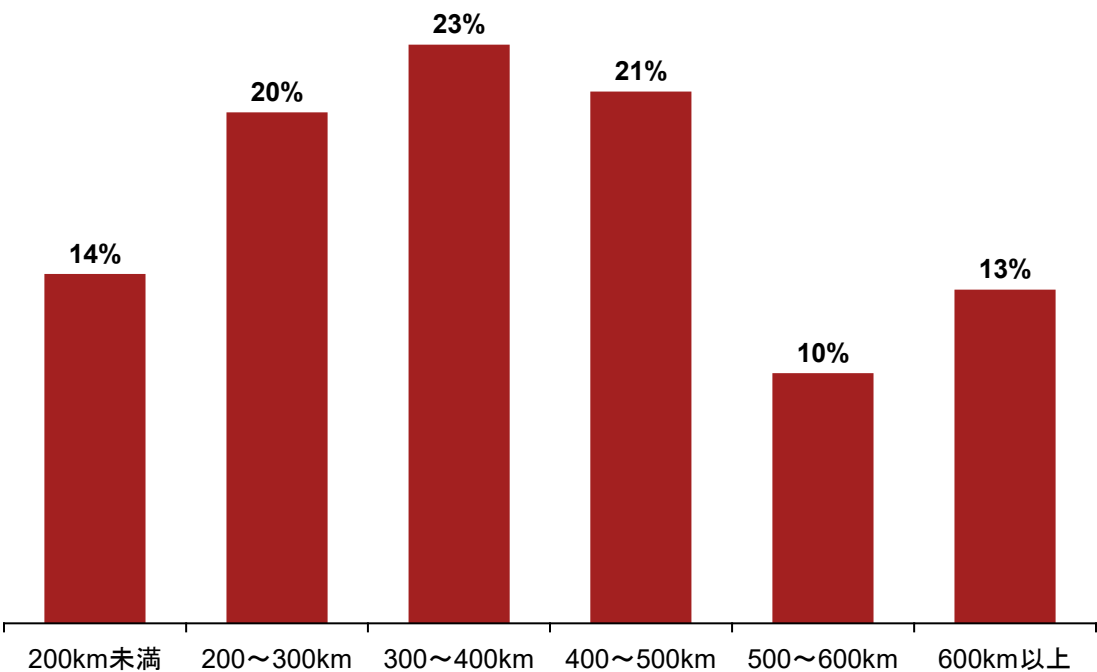


航続距離は、EV懷疑派の6割以上が300km以上を求め、充電時間は約7割が30分未満を求める

許容航続距離と充電許容時間

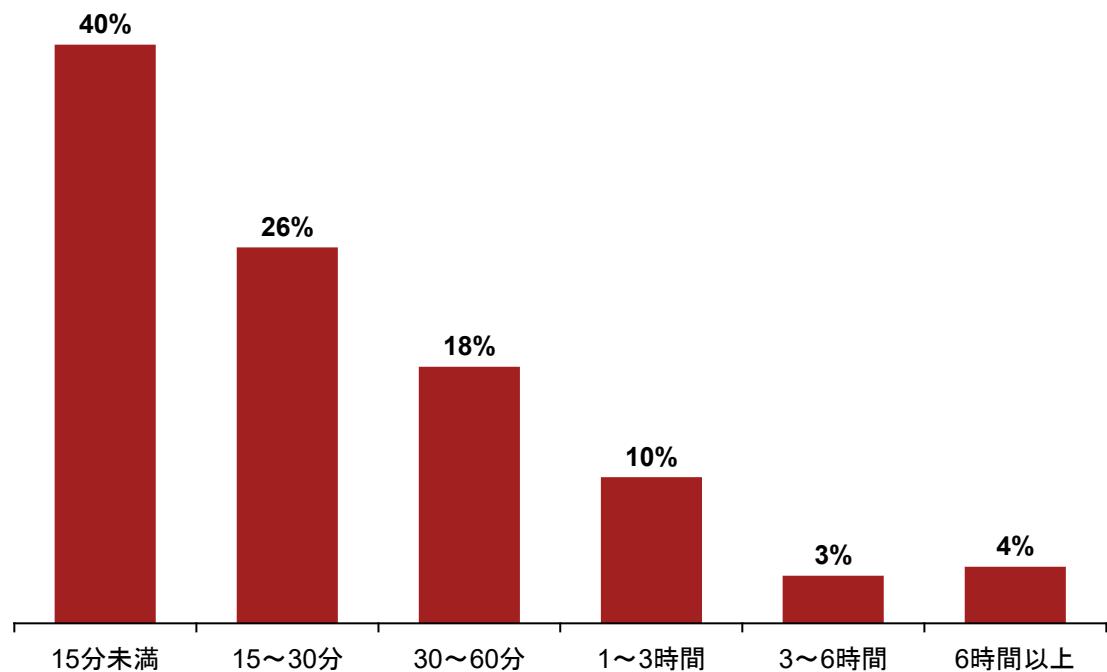
許容航続距離

490人の回答者



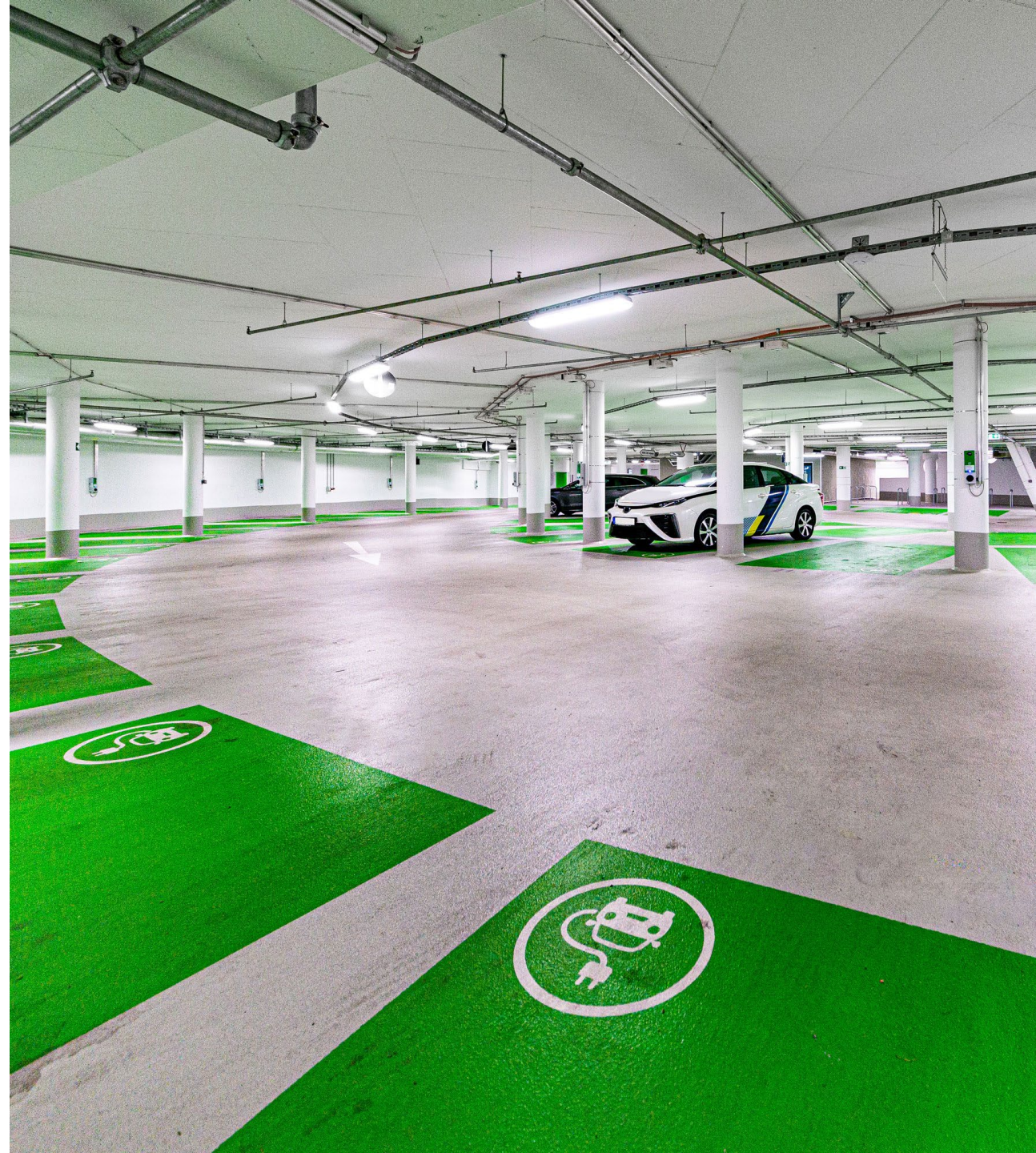
80%充電するのにかかる許容時間

490人の回答者



目次

1. エグゼクティブサマリー
2. 消費者調査プロフィール
3. 消費者意識
4. EVに求める条件

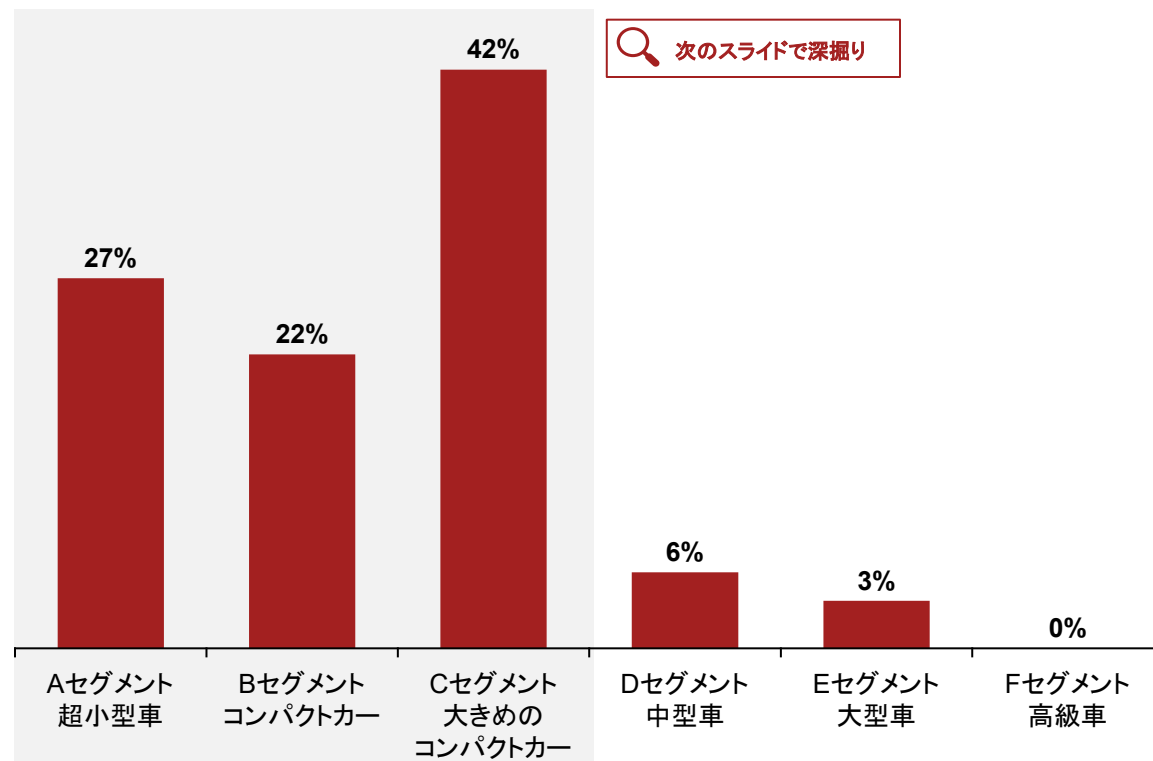


日本のEV見込み客は、Cセグメントのコンパクトカー、SUVに対する関心が高い

EV見込み客: 求める車両タイプ

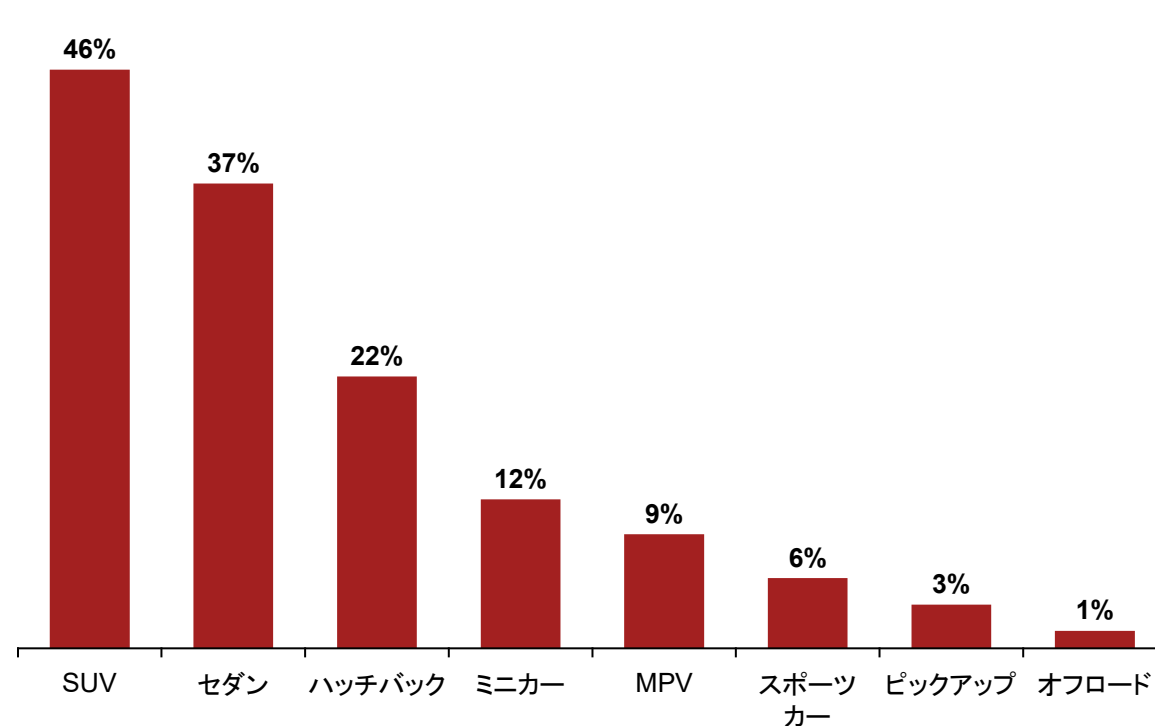
購入したい車のタイプ

144人の回答者



購入したい車のボディタイプ

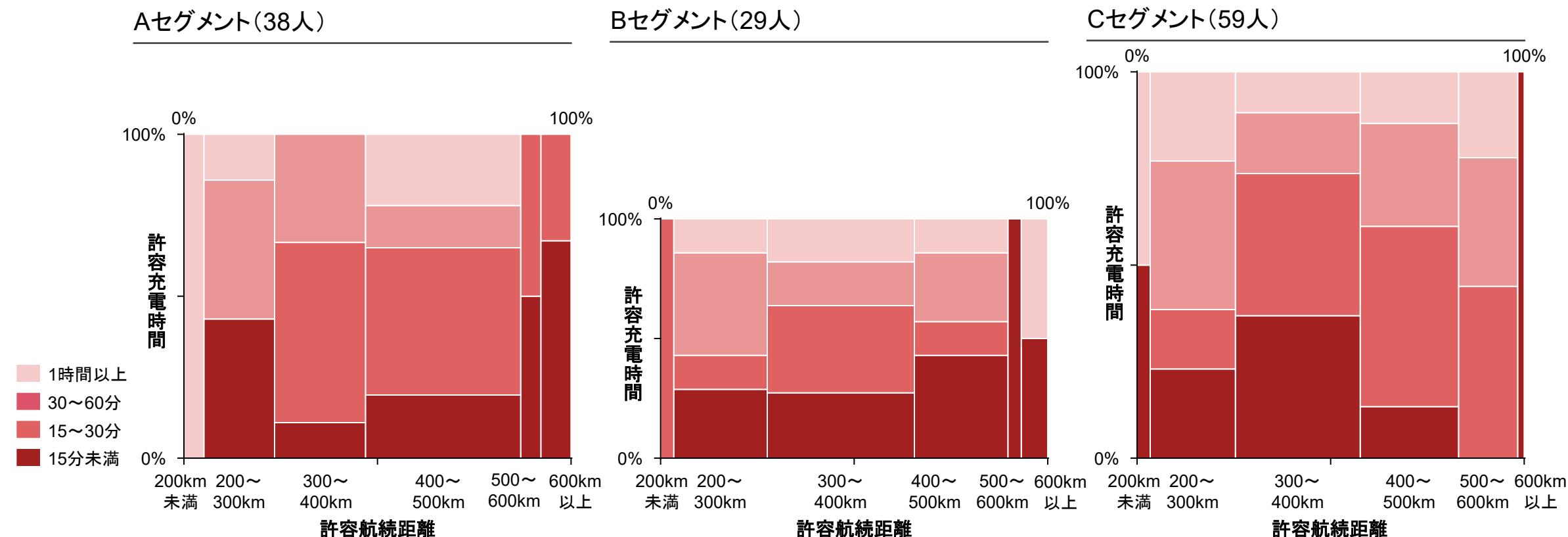
144人の回答者(複数回答)



EV見込み客は、いずれの車両セグメントにおいても30分未満の充電時間を求め、最もニーズのあるCセグメントにおいて300km以上の航続距離を求める

EV見込み客：車両タイプ別の求める条件

車両タイプ別の許容航続距離と充電時間

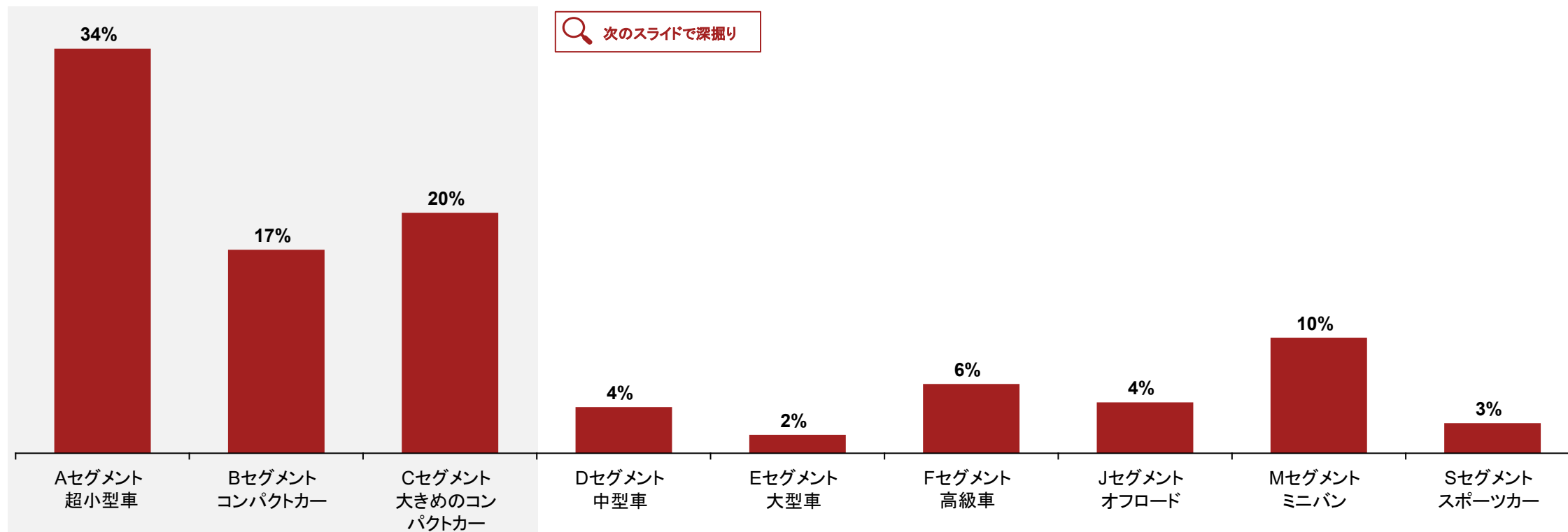


日本のEV懷疑派は、EV見込み客と比べてより小型な車を好む

EV懷疑派: 求める車両タイプ

移動ニーズに適した車両タイプ

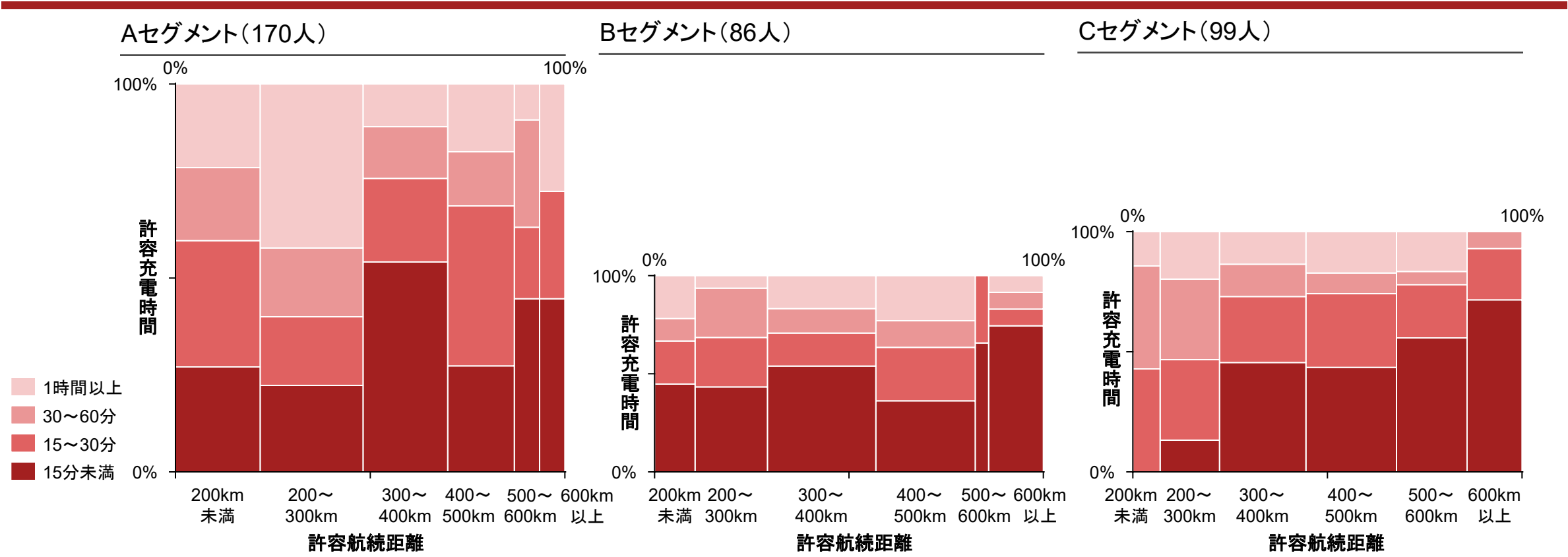
510人の回答者



EV懷疑派はEV見込み客がCセグメントに求める条件と同じスペックをAセグメントに求める

EV懷疑派:車両タイプ別の求める条件

車両タイプ別の許容航続距離と充電時間





strategyand.pwc.com/jp

© 2025 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 www.pwc.com/structure for further details. Mentions of Strategy& refer to the global team of practical strategists that is integrated within the PwC network of firms. For more about Strategy&, see www.strategyand.pwc.com. No reproduction is permitted in whole or part without written permission of PwC.
Disclaimer: This content is for general purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.