

自動車消費者潜在ニーズの調査および解析

[研究代表者] 福澤和久 (経営学部経営学科)
[共同研究者] 池山智也 (株矢野経済研究所)

研究成果の概要

2020年度は(1)「消費者に対する自動運転市場ニーズ調査」、(2)「国内自動車メーカー、Tier1メーカー、車載向け半導体・電子デバイスメーカーの担当者に対するアフターコロナにおける自動車産業に関する意識調査」を実施した。

(1)「消費者に対する自動運転市場ニーズ調査」では、まず自動車の主要市場である日本、アメリカ、ドイツの分析を行った。その結果、アメリカの消費者が最も自動運転の導入に対して積極的で、次にドイツ、そして日本は最も自動運転の導入に対して消極的であるということが明らかとなった。次に自動車の世界最大市場である中国市場の分析を行った。中国市場においてはこちらも5大主要市場である北京、上海、広東省、江蘇省、浙江省の5都市を対象とした。その結果、5都市における自動運転ニーズに関する大きな差を確認することができなかった。少なくとも大都市においては同様の運転環境や自動運転のニーズがあるのではないかと考察している。

(2)「国内自動車メーカー、Tier1メーカー、車載向け半導体・電子デバイスメーカーの担当者に対するアフターコロナにおける自動車産業に関する意識調査」では、新型コロナウイルスによって自動車産業においてはどのような産業構造の変化が起こるのかを明らかにするため、自動車業界のプロフェッショナルらに対してアフターコロナの自動車産業についてのWebアンケート調査を実施した。その結果、2021年の自動車セグメント別新車販売台数予想では軽自動車、小型車、大型車(高級車を含む)が増加するという回答が多かった。アフターコロナにおいては貧困層と富裕層の2極化が起こり得ることを示唆する結果が見られた。

研究分野：自動運転市場

キーワード：自動運転,CASE,モビリティ,市場予測

1. 研究開始当初の背景

Connected (コネクティッド), Autonomous/Automated (自動化), Shared (シェアリング), Electric (電動化), いわゆる CASE は今後、自動車(モビリティ)産業に変革をもたらす。それは、従来の自動車を売って利益をあげるビジネスモデルから、モビリティに関わる全てのサービスを提供するというビジネスモデルへの転換であり、我が国での主要産業である自動車産業では、生き残りのために早急な変化が必要である。

しかしながら CASE を見据えた消費者ニーズの発掘は、現在ほとんどされておらず、具体的にどのようなニーズが有るのかは未だ解明されていない。CASE時代に

における消費者ニーズおよびは今後、大手自動車メーカーやメガサプライヤにとって、カーデバイス開発やサービス開発の重要な情報である。

2. 研究の目的

共同研究先である株式会社 矢野経済研究所 モビリティ産業ユニット テクノロジーグループが中期計画として掲げる成長戦略(共同研究者である池山智也氏が起案者)における3つの具体的な施策を起案している。

- (1) CASE を軸とした最新テクノロジーの情報収集と分析
- (2) 顧客が事業計画で活用できる制度の高い市場予測

データの提供

(3) モビリティ業界を超えたネットワークと次世代ビジネスの創出

本研究プロジェクトの目的は、これらに関わる、高度な統計分析を用いた消費者ニーズの発掘および新たなサービスの開発を行うことである。

3. 研究の方法

2020 年度（62 期）は (1) 「消費者に対する自動運転市場ニーズ調査」、(2) 「国内自動車メーカー、Tier1 メーカー、車載向け半導体・電子デバイスメーカーの担当者に対するアフターコロナにおける自動車産業に関する意識調査」実施した。

(1) 消費者に対する自動運転市場ニーズ調査

「消費者に対する自動運転市場ニーズ調査」では第一に自動車の主要市場である日本、アメリカ、ドイツの分析を行う。調査データは既に実施されたものであり、矢野経済研究所から提供を受ける。サンプルサイズは 2000 である。

第二に自動車の世界最大市場である中国市場の分析を行う。調査データは既に実施されたものであり、矢野経済研究所から提供を受ける。サンプルサイズは 2500 である。

何れの分析もクロス集計およびコレスポネンダ分析を用いて、地域間における自動運転に対するニーズの違いを明らかにする。

(2) 国内自動車メーカー、Tier1 メーカー、車載向け半導体・電子デバイスメーカーの担当者に対するアフターコロナにおける自動車産業に関する意識調査

「国内自動車メーカー、Tier1 メーカー、車載向け半導体・電子デバイスメーカーの担当者に対するアフターコロナにおける自動車産業に関する意識調査」では、アンケート設計を研究代表者である福澤および研究分担者である池山が共同で行う。アンケート実施および費用は矢野経済研究所が負担する。

4. 研究成果

(1) 「消費者に対する自動運転市場ニーズ調査」では、まず自動車の主要市場である日本、アメリカ、ドイツの分析を行った。その結果、アメリカの消費者が最も自動

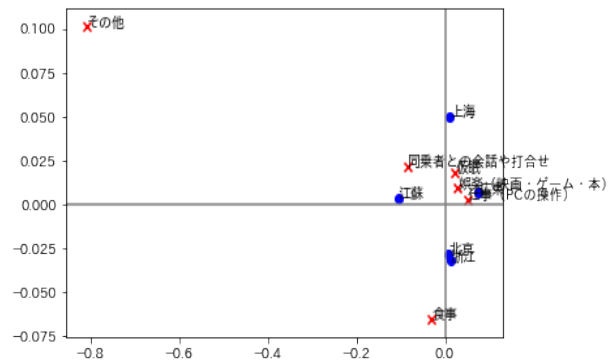


図1 自動運転中にやりたいこと

運転の導入に対して積極的で、次にドイツ、そして日本は最も自動運転の導入に対して消極的であるということが明らかとなった。次に自動車の世界最大市場である中国市場の分析を行った。中国市場においてはこちらも5大主要市場である北京、上海、広東省、江蘇省、浙江省の5都市を対象とした。その結果、5都市における自動運転ニーズに関する大きな差を確認することができなかった。少なくとも大都市においては同様の運転環境や自動運転のニーズがあるのではないかと考察している。

(2) 「国内自動車メーカー、Tier1 メーカー、車載向け半導体・電子デバイスメーカーの担当者に対するアフターコロナにおける自動車産業に関する意識調査」では、新型コロナウイルスによって自動車産業においてはどのような産業構造の変化が起こるのかを明らかにするため、自動車業界のプロフェッショナルらに対してアフターコロナの自動車産業についての Web アンケート調査を実施した。その結果、2021年の自動車セグメント別新車販売台数予想では軽自動車、小型車、大型車（高級車を含む）が増加するという回答が多かった。アフターコロナにおいては少なくとも自動車購買行動について、貧困層と富裕層の2極化が起こり得ることを示唆する結果であると考察した。

5. 本研究に関する発表

- (1) 株式会社矢野経済研究所，“アフターコロナの自動車産業についてのアンケート調査と市場展望”，2020年10月30日
- (2) 福澤和久，池山智也，“中国の主要5地域における自動運転に対する意識の比較”，日本経営システム学会第66回全国大会，2020年5月23日