

■ IID EV Report ～ EVに関する意識調査結果プレビュー



株式会社イード

先進の日本EV市場を知る




日本のEV市場を知ることは、世界のEV市場を知ることだ

- レスポンスでは月間1500本、年間約1万8000本のニュースを配信
- うち1000本近くの電気自動車関連のニュースを取り上げて来た(2010年1~11月末)
- 日本は数千台規模のEVが走る、世界でも類を見ない最先端のEV市場。2011年初頭にはリーフの納車により1万台規模に。
- スマートグリッド、太陽光発電、新型二次電池の開発など、EVを軸とした新エネルギー創出に向けた様々な取組みが日本から発信されている。

電気自動車普及協議会 協力 IID EV Reportとは？

電気自動車(EV)市場に関するクルマユーザー意識調査

- 電気自動車(EV)はいま、日本のみならず、中国で、欧州で、北米で、それぞれ量販を目指す車種が続々と登場しつつあります。2010年は三菱自動車『i-MiEV』、日産自動車『リーフ』といったEVの市販も開始され、いよいよ一般ユーザーの生活にも「EV」という新たな道具が、より身近なものとして感じられるようになってきています。
- このような状況下で、IID EV Reportでは、日本全国の一般クルマユーザーがEVと、EVが作り上げて行く未来をどのように捉えているのか、年2回の調査を定期的実施し、前回調査との時系列比較、エコカー各種(ハイブリッド車/プラグインハイブリッド車/燃料電池車)との比較も交えて分析していきます。
- 1月に実施した第一回目調査はイード独自で行いましたが、11月に実施した今回の調査では、電気自動車普及協議会の協力を頂いて設問を吟味し、より価値のあるレポートに仕上がっています。

主な調査項目(設問約50問)

- エコカー各種の認知度
(仕組み理解/車種別認知度)
- EVの購入意向
- EVに期待する仕様/性能
- 価格
- 航続距離
- 充電時間
- 充電環境について
(自宅対応可否/期待する充電場所)
- 各種EVへのユーザー反応
- **コンバージョンEV**
(現在乗っているクルマをEVに改造)
- 充電電池ユニット交換式EV
- **EVユーザーインタビュー**



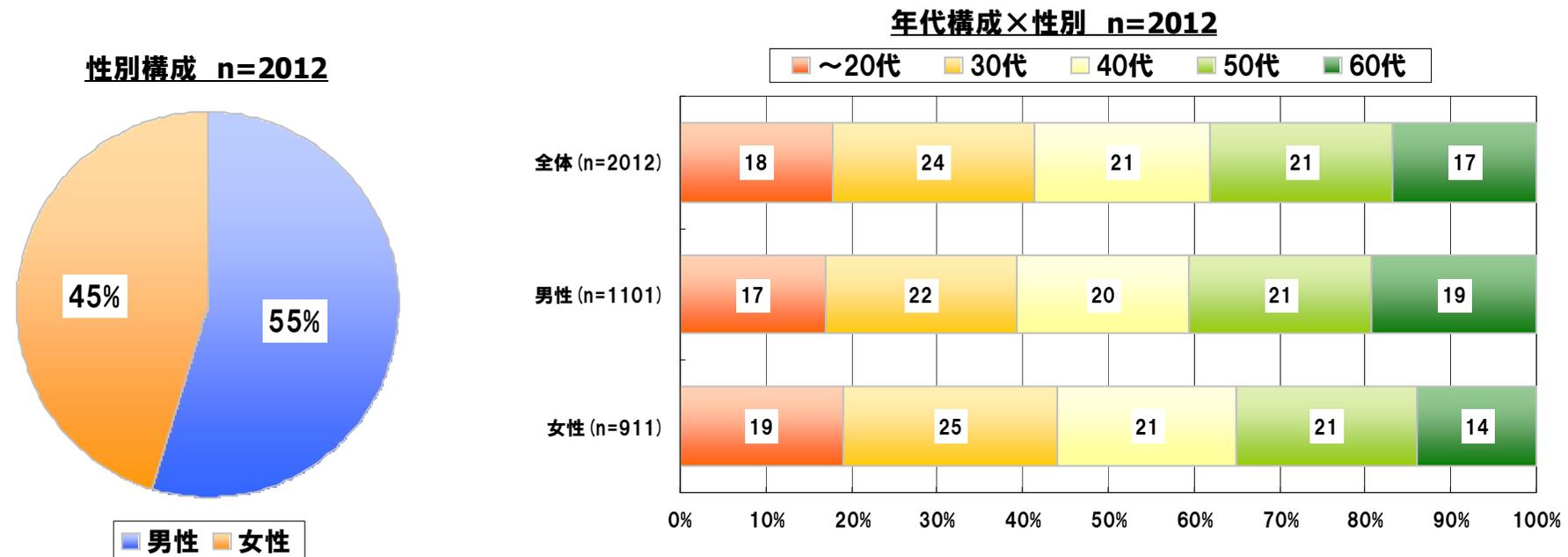
レスポンスによるEV業界動向レポート



- 自動車メーカー別情報
- 各国モーターショー出品車の情報
- EVユーザー情報(個人/法人)
- 充電ステーションなどのインフラ情報
- 部品要素技術情報

IID EV Report

- 日本全国、2012サンプルのインターネット定量調査
- クルマを定期的に運転する18歳～69歳の男女が対象
- 全体像反映のため、免許保有者数に比例して割付(サンプル構成は2010年1月実施の初回調査に合わせております)
- 調査時期 2010年11月中旬

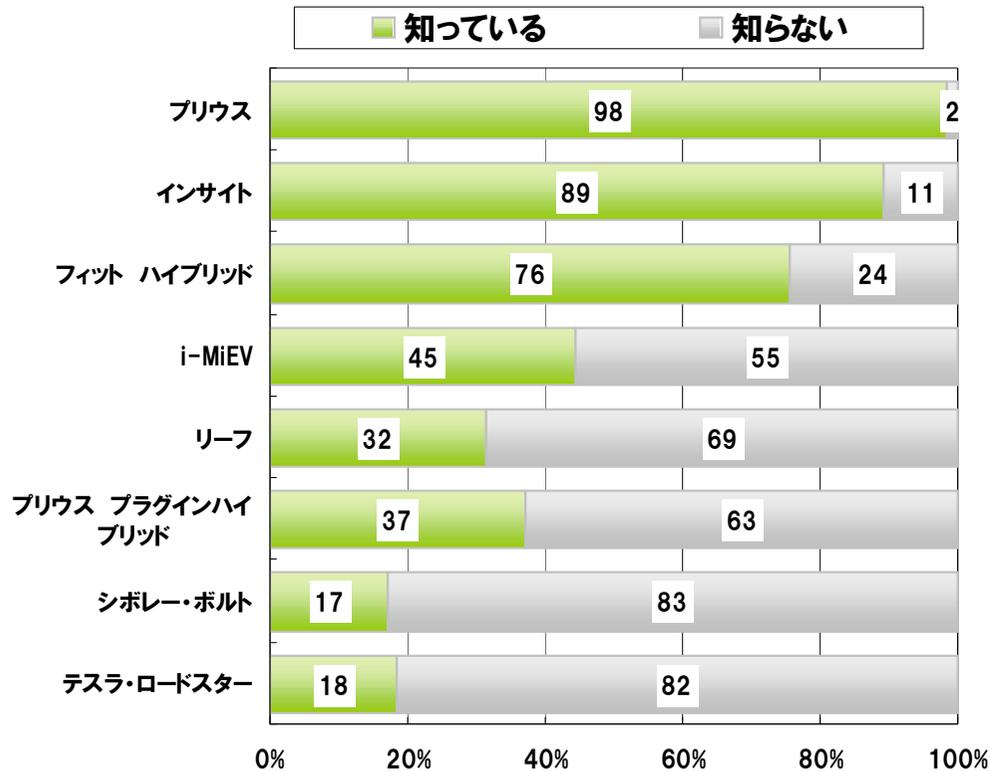


2010年1月に実施した前回調査と同様に、日本全国のクルマユーザーが対象

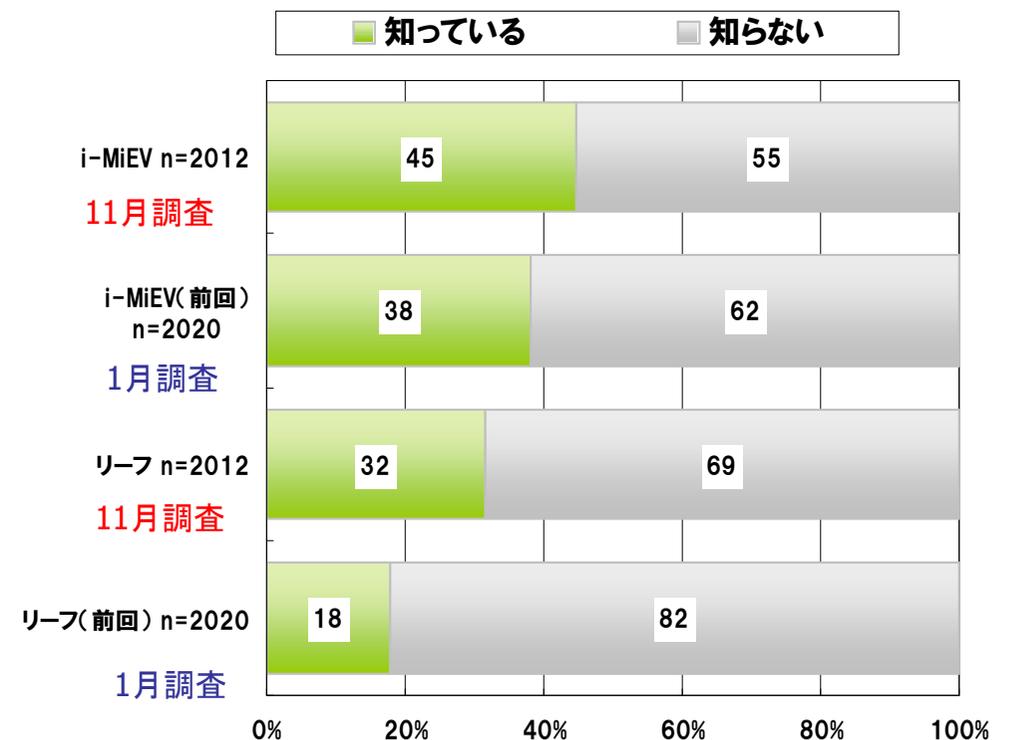
性/年齢構成は、免許保有者人口に応じた割付

代表的なECOカーの認知度

それぞれのECOカーの認知度 n=2012



i-MiEV & リーフの認知度 前回との比較

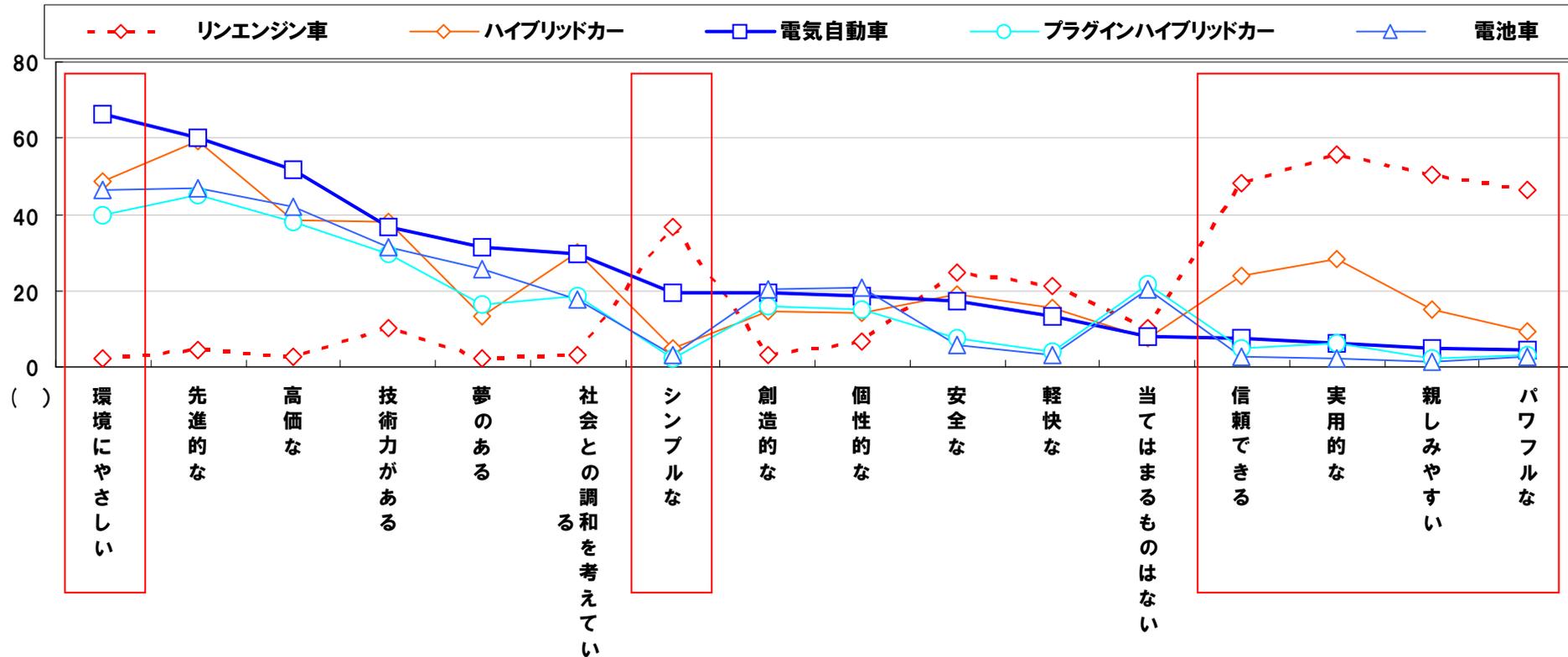


- プリウスが圧倒的な認知度を誇る。インサイト、フィットハイブリッドも販売台数を考えると認知度は非常に高い。
- 三菱i-MiEV、日産リーフともに認知度が増加。プリウスPHVはi-MiEVに次ぐ認知度。
- リーフは1月の調査から大幅増。3月の価格発表や試乗イベントなどが効果か。

※今回調査の実査期間はリーフの販売開始前

ECOカーに対するイメージ

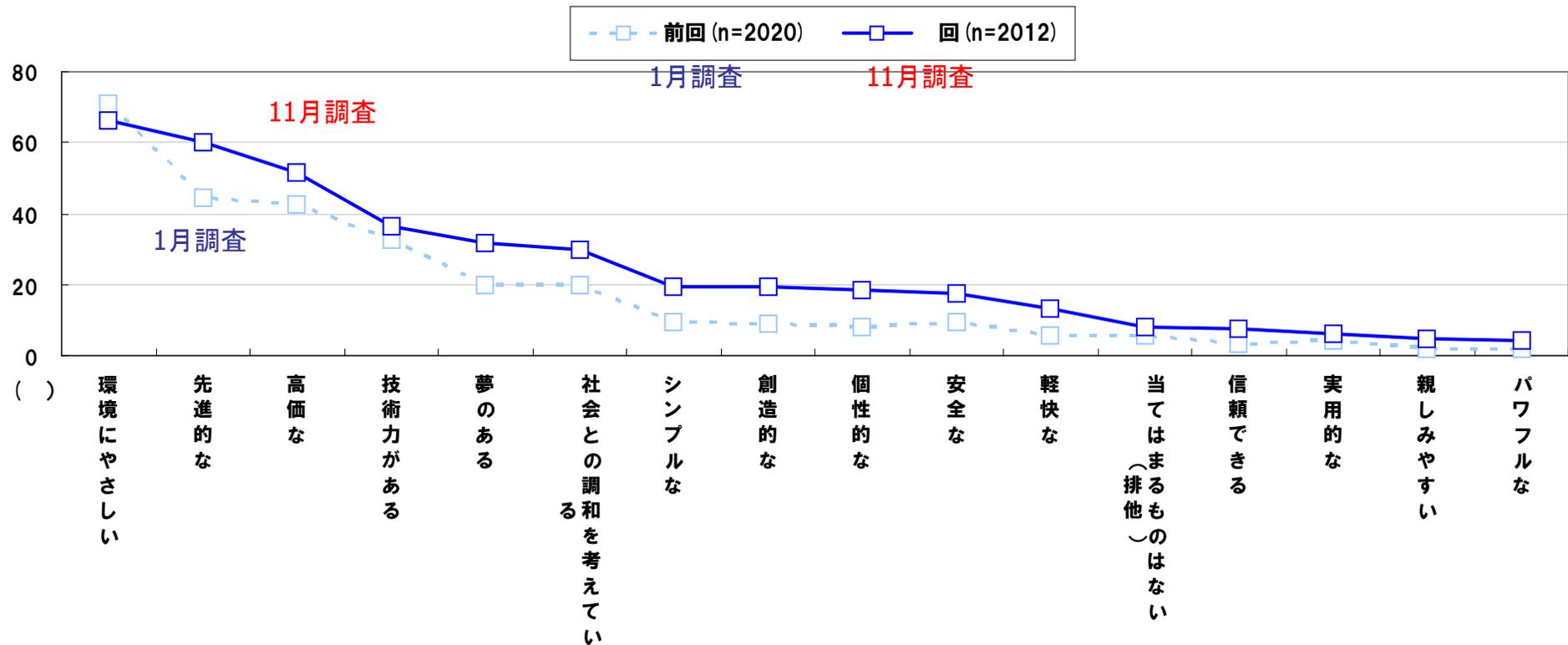
ガソリンエンジン車と各種ECOカーのイメージ n=2012



- 各種エコカーの中で電気自動車(EV)は最も環境にやさしいイメージ
- 「シンプルさ」でガソリンエンジン車が最も高く、EVは2番目となっている。車両そのもののメカニズムではなく、充電などを含めた意見と考えることができる。
- 「親しみやすさ」「実用」ではガソリン車が圧倒。まだEVにふれていない人が多いためと考えられる。ある程度の普及、認知が進むことで結果が大きく変わって行くことが予想される。

電気自動車のイメージ 2010年1月と、11月の比較

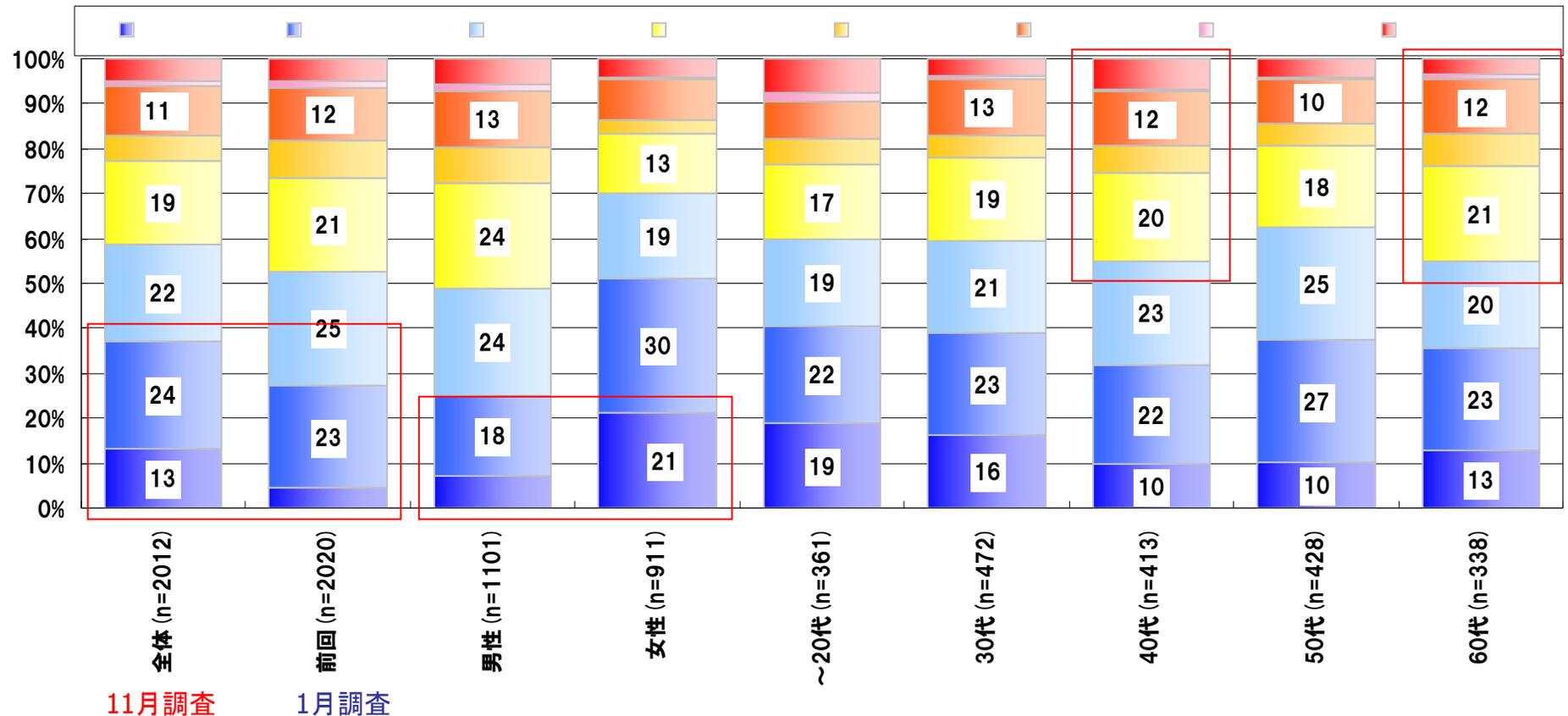
電気自動車のイメージ 前回との比較



- 2010年1月の前回調査と比べ、ほぼ全ての項目で回答が増加。認知の中身が具体化してきているとみることができる。
- 特に大幅に増加したのは「先進的」であること。
- EVは「高価である」と同時に「夢のある」クルマとして認知されている。

1回の充電で期待する走行距離は？

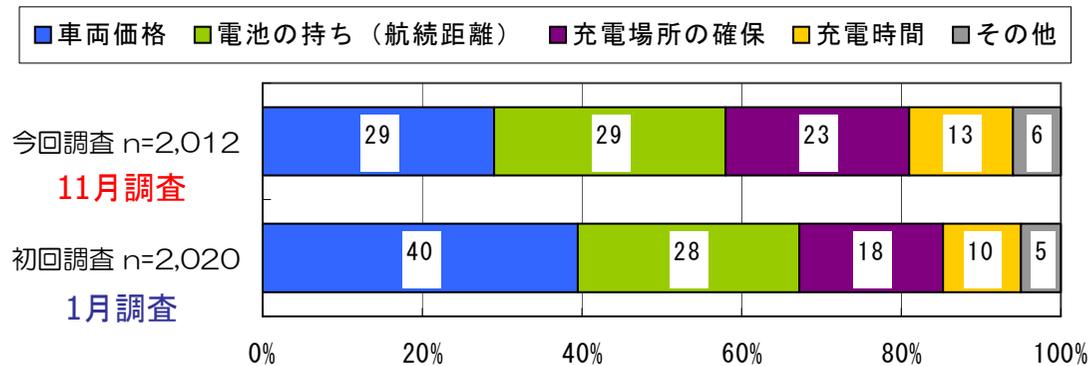
1回の充電で期待する走行距離×性別・年代・前回比較



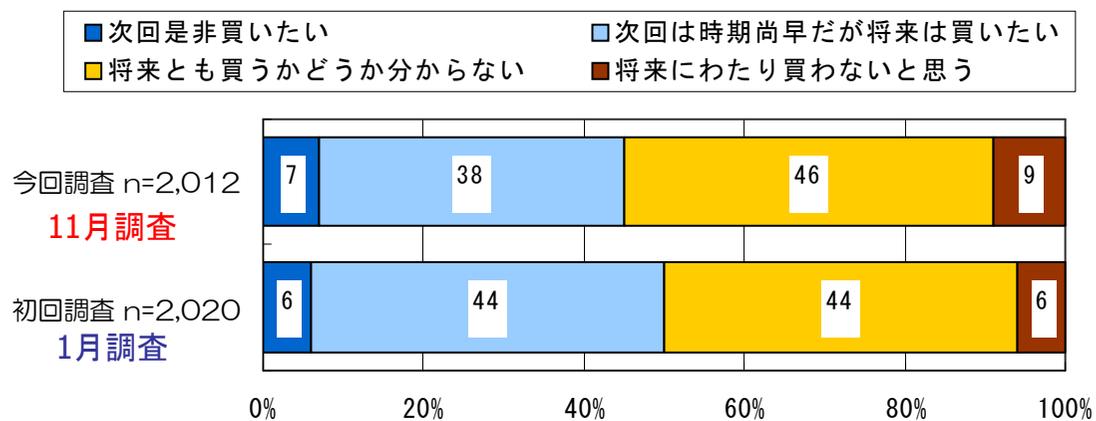
- 1月の調査と比べ、短い航続距離で構わないと考える人が増加。EVの特性が認知された結果か
- 女性は特に、「100km以内」が50%を占める。うち「50km以内」と応えた女性も20%にもものぼった。
- EVは女性のライフスタイルに向けた乗り物と考える事もできる。
- 年代別では、40代と60代の期待値が高い。いっぽうで20代が最も短距離(50km以内)の比率が高い
- 「20代」、「女性」がEV普及のキーワードか？

EVを購入する際に最も気になるポイントは

EV購入のポイント 時系列比較



EVの購入意向 時系列比較



EVを購入する場合、最も気になるのは、「価格」が40%を占めた1月の調査から、「充電場所」「充電時間」など実利用を想定した懸念が増加。

エコカー減税や補助金の周知により、割安感が浸透した可能性も

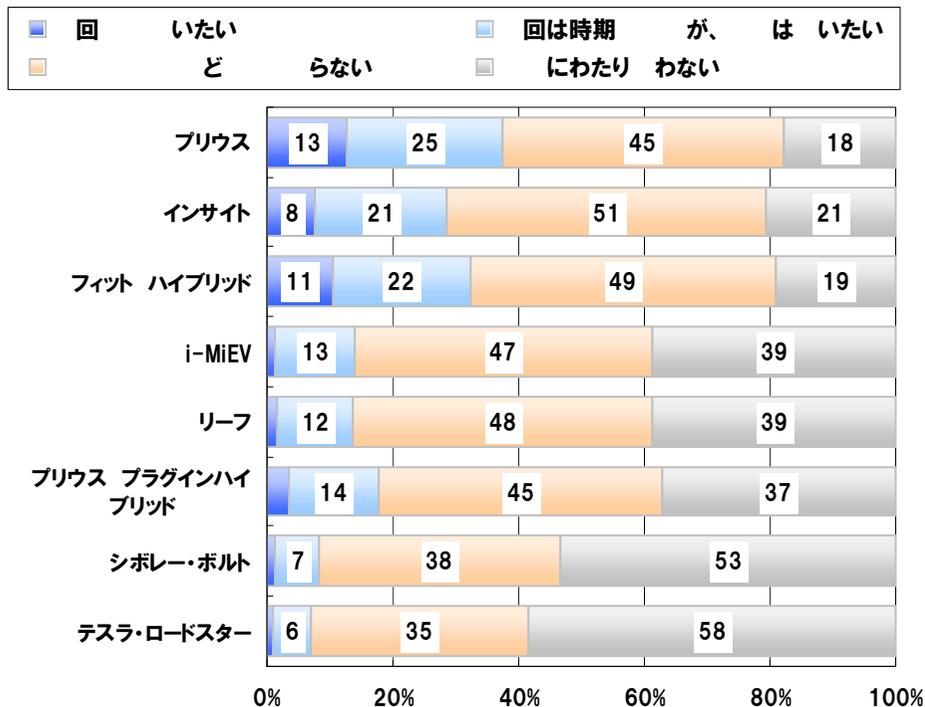
EVが「高そうな未来の乗り物」から、より身近なツールとして認知されてきたと捉えることができる。

より身近なものとして捉えることができた結果、「是非買いたい」が微増。「将来にわたり買わないと思う」も増加。

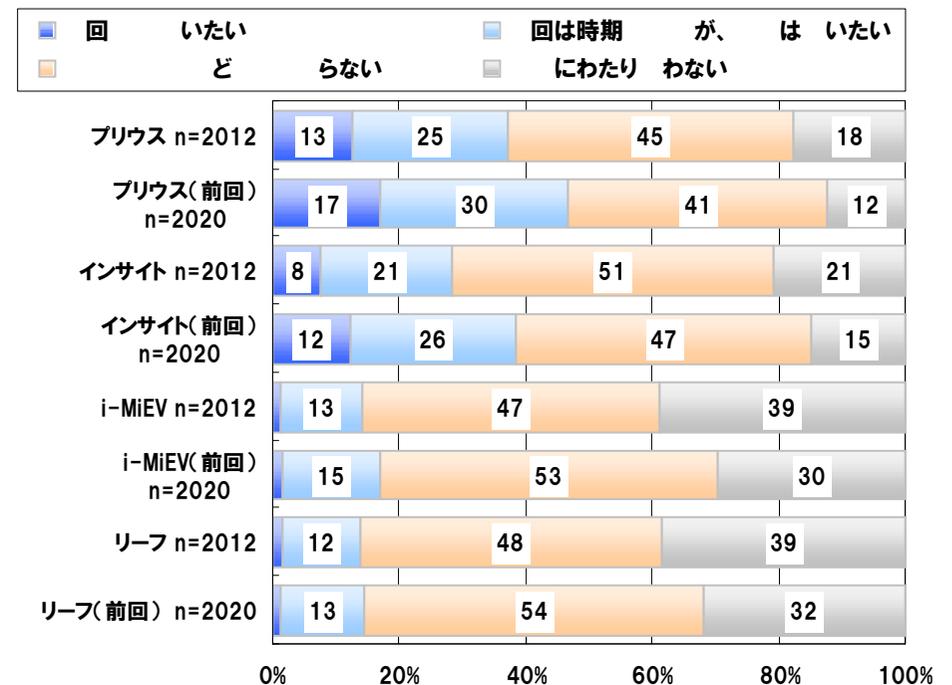
認知されることで、与えられた情報だけでなく、ユーザー自身がメリット、デメリットを考えることができるようになったのでは

それぞれのECOカーの購入意向は？

それぞれのECOカーの購入意向 n=2012



それぞれのECOカーの購入意向 前回との比較

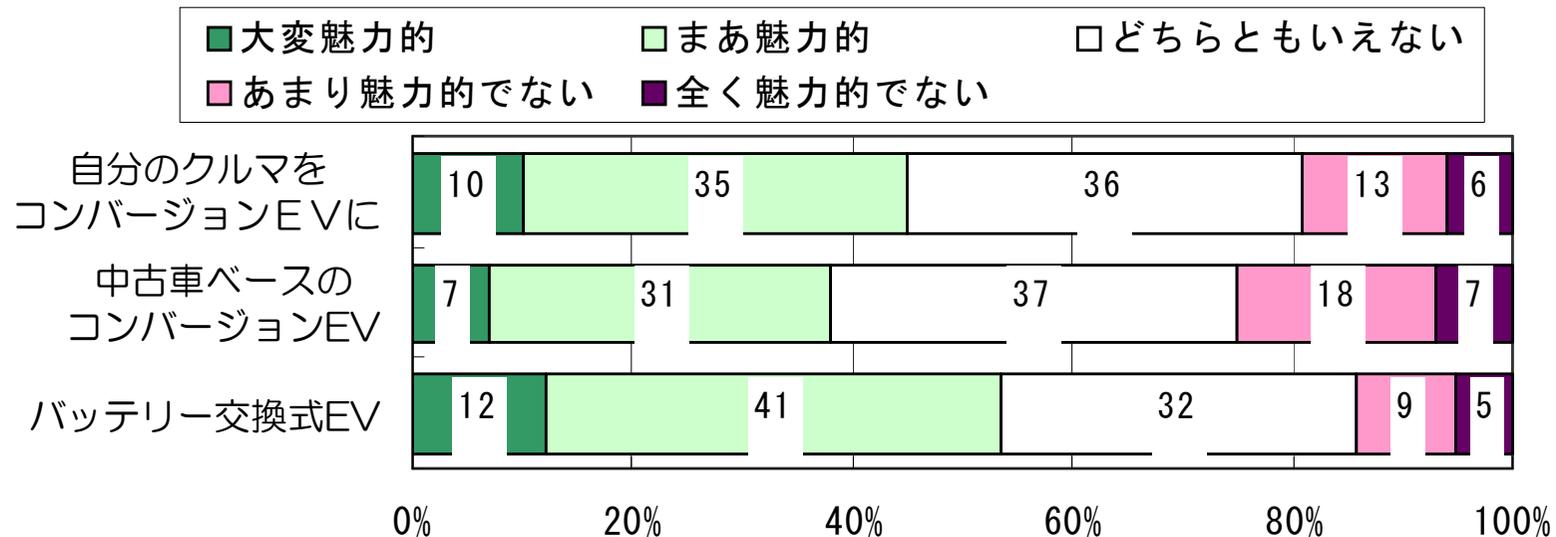


- やはりハイブリッド車、とりわけプリウスが強い
- EVの認知度ではトップだったi-MiEVだが、購入意向ではプリウスPHVがi-MiEV、リーフに差をつけトップ
- 実際に購入しようと考えると、電池容量を気にせず走行できる点にメリットを感じている、とみることができる

- プリウス、インサイトともに11月の調査で落ち込み
- 補助金終了により購入意欲が削がれたか
- いっぽうEVのi-MiEV、リーフは「買いたい」と考えている人の数はほぼ変化なし

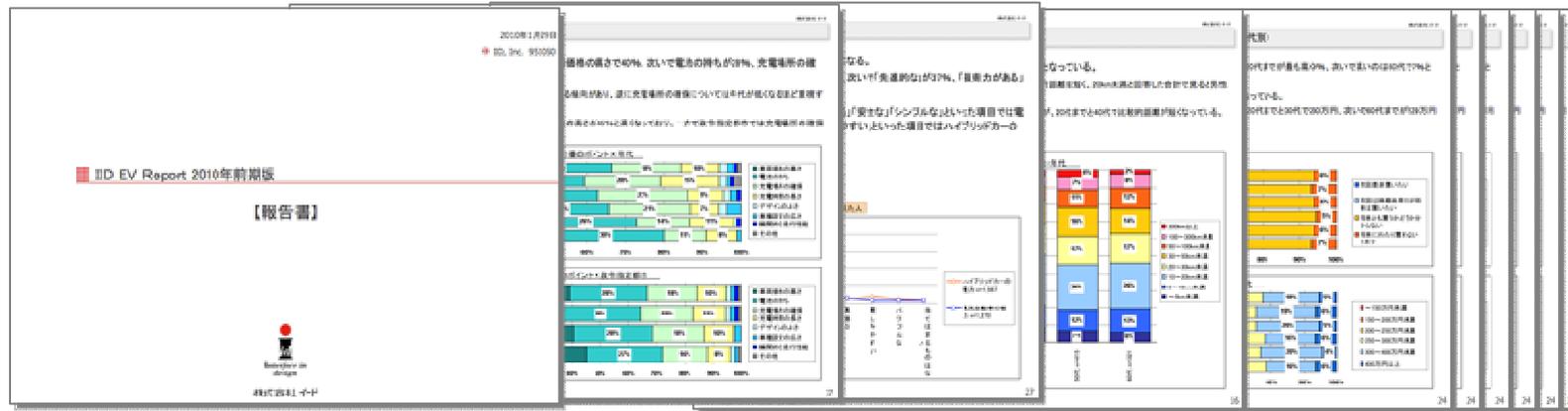
コンバージョンEVに対する魅力度

各種EVの魅力度 今回調査 n=2,012



- 現在所有するクルマをコンバージョンEVとすることを「魅力」と考えている人が45%にものぼった。
- 中古車ベースのコンバージョンEVを購入することについても「魅力」と考える人が38%。
- 愛着のあるクルマを長く乗りたいと考える人が多いのでは。
- いっぽうで、バッテリー交換式EVに魅力を感じる人が50%にのぼった。充電時間の短縮がメリットか。

詳しくは IID EV Report 製品版で！！



IID EV Report 価格8万円

1月21日までのお申し込みでEVレポートセミナーに無料招待

さらに

電気自動車普及協議会への同時入会ご希望なら、

入会費10万円のみで、IID EV Report + EVレポートセミナー聴講が無料！

レポート分析 & トークバトル

EVレポートセミナーイベント開催

IID EV Report 購入で セミナー聴講無料

日時: 2011年1月24日(月) 13:00～16:30

会場: TKP東京ビジネスセンター(東京駅徒歩2分)

【内容】

- ① IID EV Report 調査: 実施アナリストによる調査結果の報告・分析
- ② PHV: トヨタ自動車のプラグインハイブリッド開発担当
- ③ EV: 日産自動車のリーフ・グローバルマーケティング担当
- ④ コンバージョンEV: 電気自動車普及協議会・中島代表幹事

4者のトークバトル!

「次世代エコカーの今、そして未来の社会変化」を深く掘り下げます。