

レポート

世界各極でのEVシフトに対する消費者動向分析

- 欧米でのEV熱の急速な高まりと、日本での停滞 -

風間 智英、吉竹 恒、福島 稜

株式会社野村総合研究所

コンサルティング事業本部

2021年10月

NRI

Share the Next Values!



EVに関する消費者動向分析結果のサマリ

分析結果のサマリ

- EVの購入意向は2017年から2021年にかけて、**米国・ドイツでは著しく伸長し、2021年では40%以上が「購入したい」と答えた。**一方で、**日本はほぼ変化が見られず、27%と他国に比べ低位に留まった。**中国では2017年に引き続き、8割以上が「購入したい」と回答しており、EVに対する高いニーズが確認された。
- EVの購入/非購入意向の理由に関して、全体的な傾向に大きな変化はないが、**米国・ドイツでは環境性能に対する需要の高まりと、価格面等のボトルネックが少しずつ解消されてきたことが購入意欲増につながっていると推察される。**
- EVに求める航続距離に着目すると、**日本では比較的チョイ乗りニーズが、米国とドイツでは中長距離以上の移動ニーズが高いものと推察される。**
- 年代別の傾向を見ると、全体として**若年層のほうがEVの利用意向が高く、EVシェアリングサービスの活用に対しても前向き。**今後は世代交代とともにEVシフトも進むものと見られる。
- アップルカー等の従来の自動車メーカーではない新興勢力のEVに関しても、年代が若くなるにつれて前向きな意向が多く見られる。**日本・米国・ドイツの40代以上ではおよそ4割が「乗車してみたいと思わない」と回答した一方で、米国・ドイツの20-30代は8割以上が「試乗したい」「購入したい」と答えており、世代間でEVシフトに対する温度差が如実にあらわれている。**

本分析に用いたアンケート調査の概要

本分析に用いたアンケート調査の概要

- 分析用データの取得のため、各国で現地調査会社を通じたアンケート調査を実施
- 調査時期：
 - 第一回：2017年10月
 - 第二回：2021年3~4月
- 対象エリア：
 - 日本(全土)、中国(全土)、アメリカ(全土)、ドイツ(全土)
- 調査方法：ウェブアンケート
- 調査対象：自動車運転免許の保有者(個人) (年代(30歳未満/30-49歳/50-64歳/65歳以上) および 自動車保有/非保有を均等割付)
- 有効回答者数：
 - 第一回：3,200名 (1カ国800名×4カ国)
 - 第二回：3,200名 (1カ国800名×4カ国)

EV購入意向

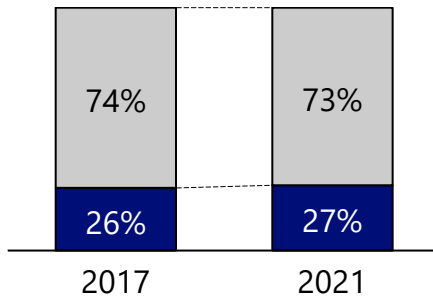
EVの購入意向は日本以外の地域で高まっており、米・独では4割以上に達する。

電気自動車を買いたいと思いますか？（既に所有している場合、次も買いたいと思いますか？）

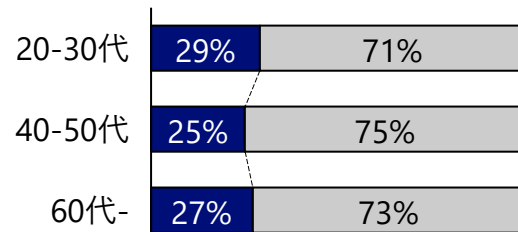
日本 

■ 買いたい □ 買いたくない

2017→2021年の購入意向変化



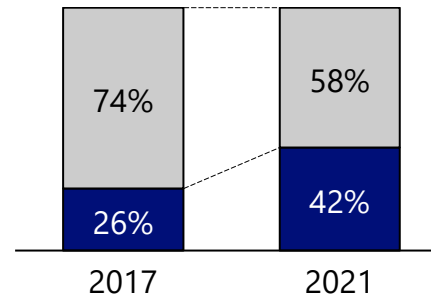
2021年の年代別購入意向



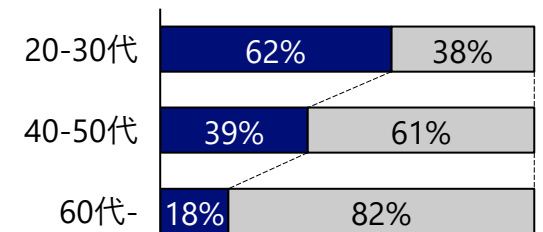
米国 

■ 買いたい □ 買いたくない

2017→2021年の購入意向変化



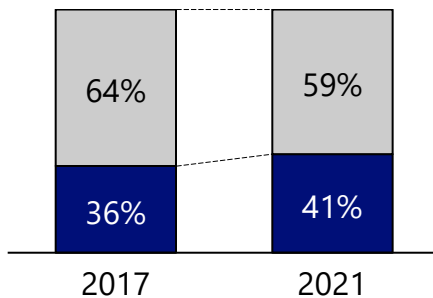
2021年の年代別購入意向



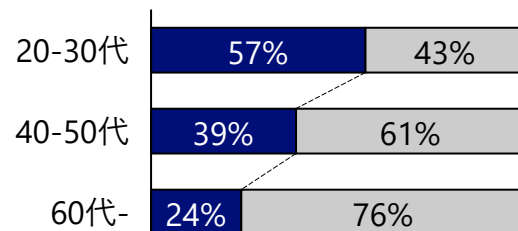
ドイツ 

■ 買いたい □ 買いたくない

2017→2021年の購入意向変化



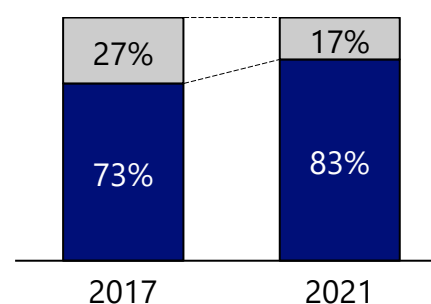
2021年の年代別購入意向



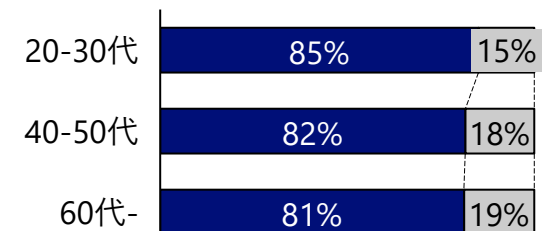
中国 

■ 買いたい □ 買いたくない

2017→2021年の購入意向変化



2021年の年代別購入意向



EV購入意向

日・独ではEVの印象に大きな変化はないが、環境性能に対する需要の高まりと、価格面等の課題が少しずつ解消されてきたことが購入意欲増につながっていると推察される。



電気自動車を買いたい/買いたくない理由は何ですか？理由として最も大きい項目を選んでください

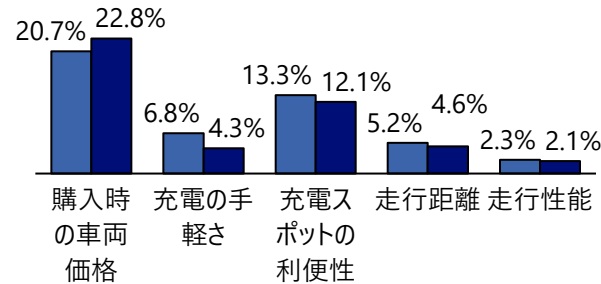
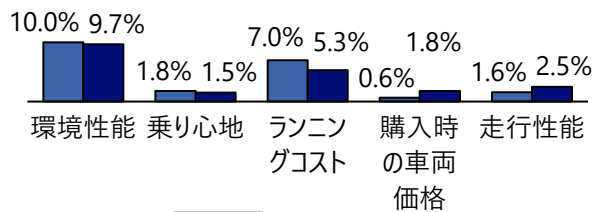
日本



2017 2021

EVを買いたい理由

EVを買いたくない理由



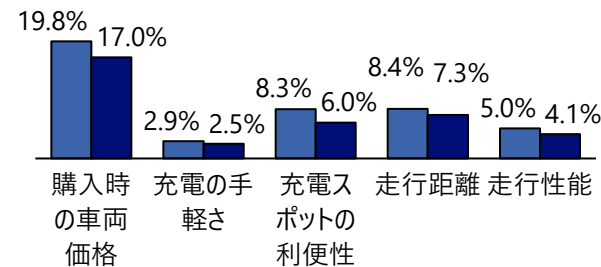
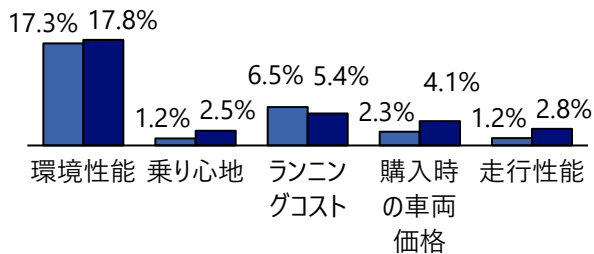
ドイツ



2017 2021

EVを買いたい理由

EVを買いたくない理由



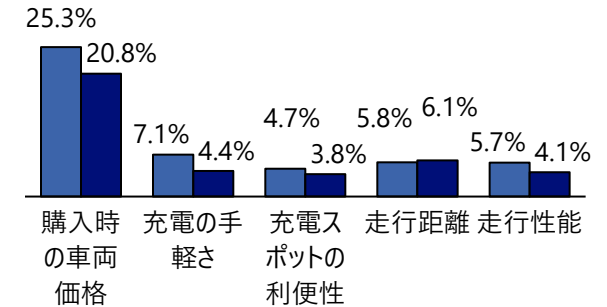
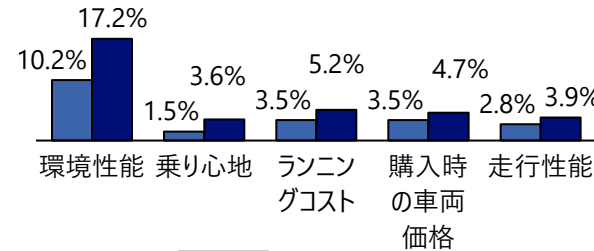
米国



2017 2021

EVを買いたい理由

EVを買いたくない理由



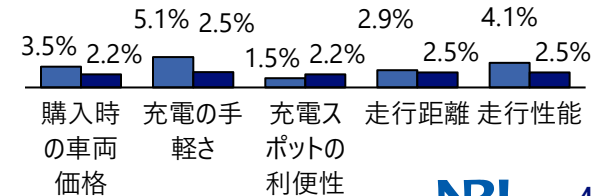
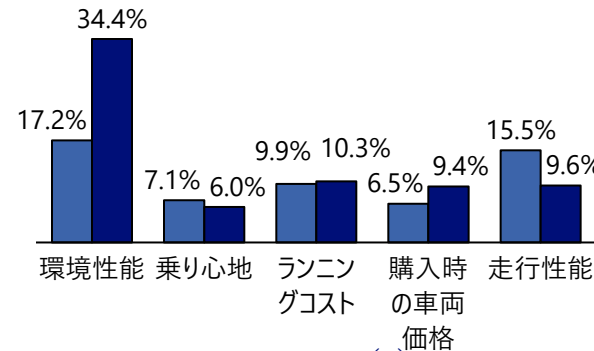
中国



2017 2021

EVを買いたい理由

EVを買いたくない理由

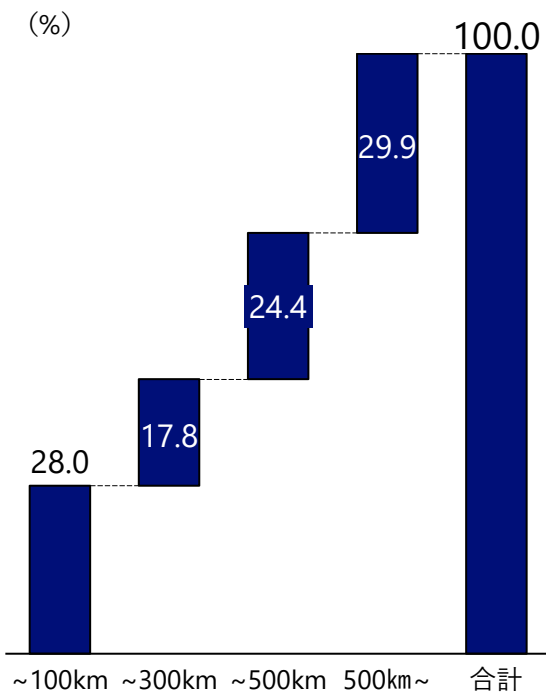


EVに求める走行距離

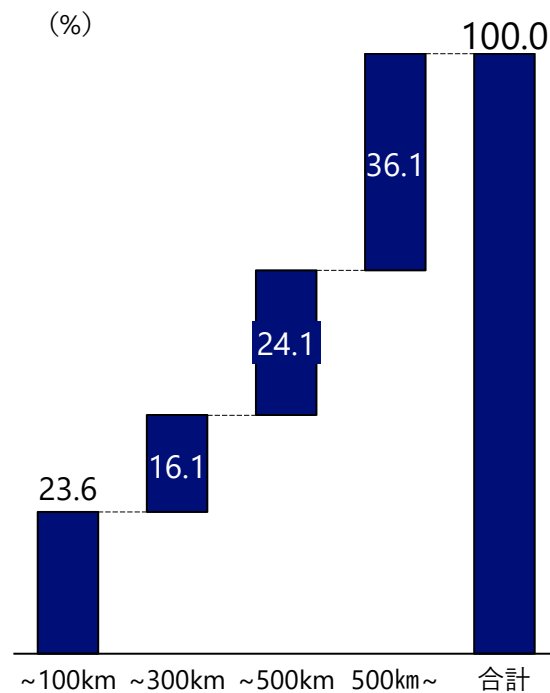
日本では米・独と比較し、短中距離のEVでも利用意向が高い一方、独や米では、500km以上の長距離を求める層の割合が高い。

✓ 一度の充電でどれくらいの走行距離があれば電気自動車を利用しますか？

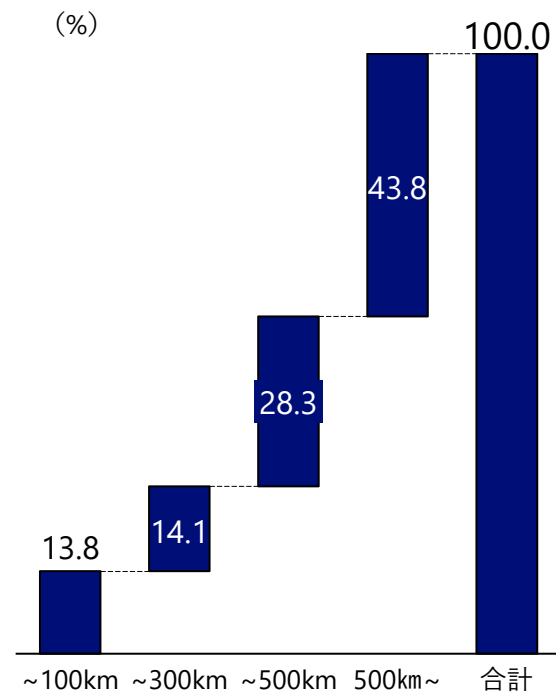
日本 (2021年) 



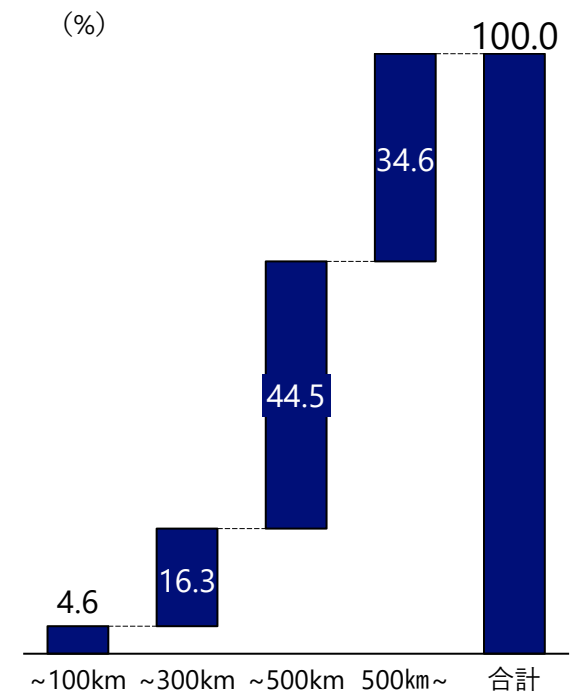
米国 (2021年) 



ドイツ (2021年) 



中国 (2021年) 

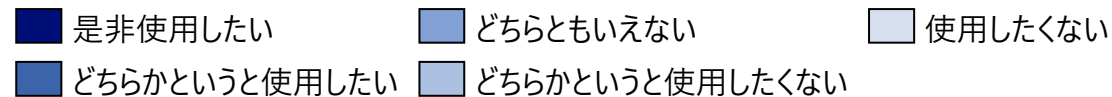


EVシェアサービスの利用意向

全体的に、若年層ほどEVのシェアリングサービスに対して前向き。



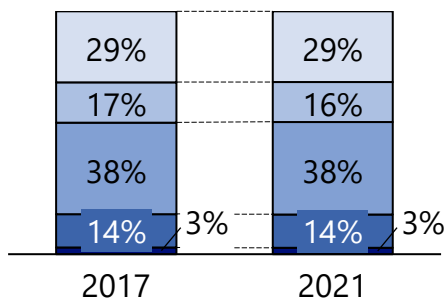
電気自動車のシェアリングサービスがあれば使用したいと思いますか？



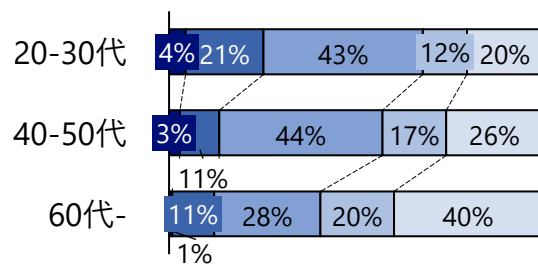
日本



2017→2021年のEVシェア利用意向変化



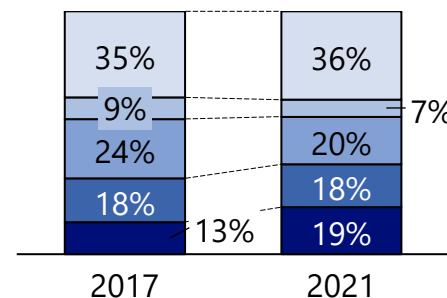
2021年の年代別EVシェア利用意向



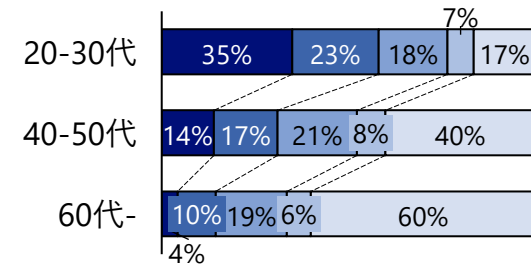
米国



2017→2021年のEVシェア利用意向変化



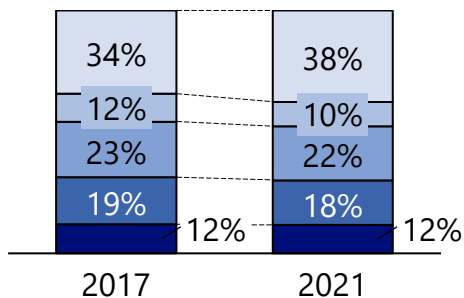
2021年の年代別EVシェア利用意向



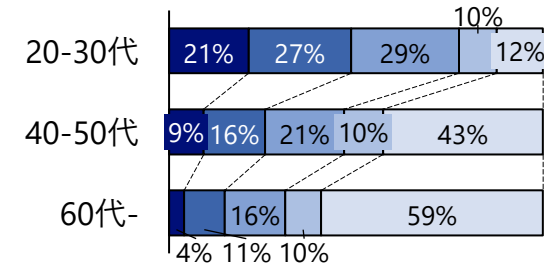
ドイツ



2017→2021年のEVシェア利用意向変化



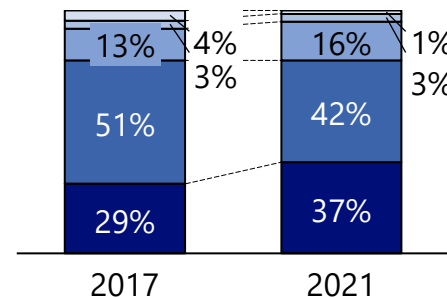
2021年の年代別EVシェア利用意向



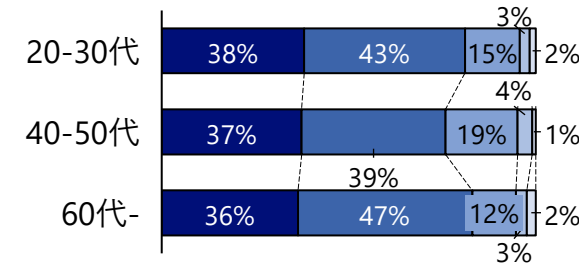
中国



2017→2021年のEVシェア利用意向変化



2021年の年代別EVシェア利用意向



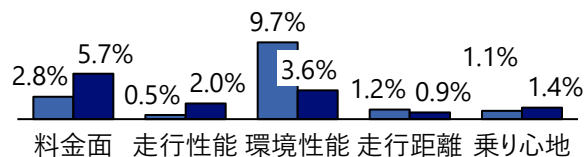
EVシェアサービスの利用意向

日本では、料金と充電スポットの利便性が利用のハードルになっている。
一方、米・独では料金面と共に環境性能も利用意向を高めている。

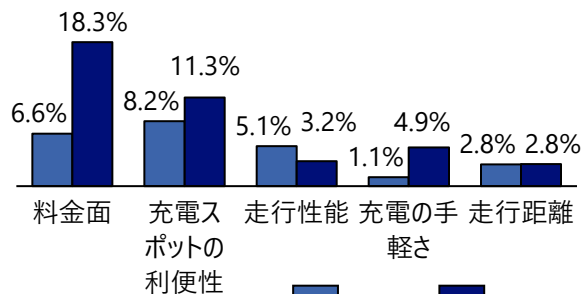
電気自動車のシェアリングサービスを利用したい/したくない最も大きな理由を教えてください

日本  2017 2021

EVシェアを使いたい理由

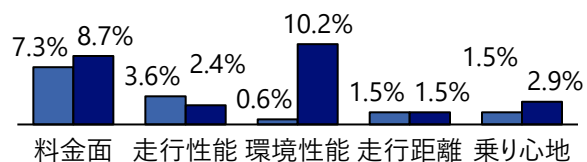


EVシェアを使いたくない理由

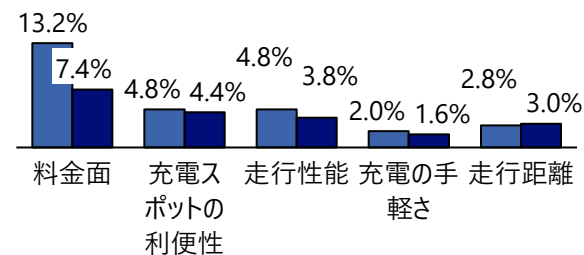


ドイツ  2017 2021

EVシェアを使いたい理由

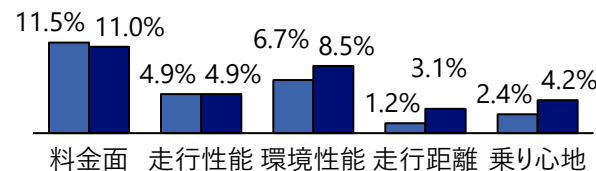


EVシェアを使いたくない理由

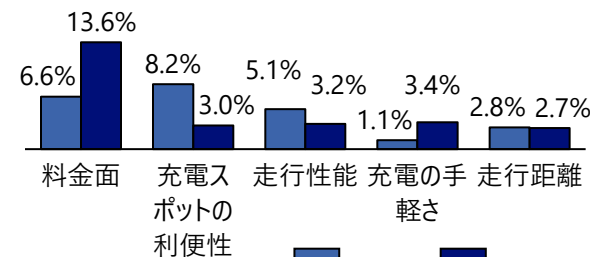


米国  2017 2021

EVシェアを使いたい理由

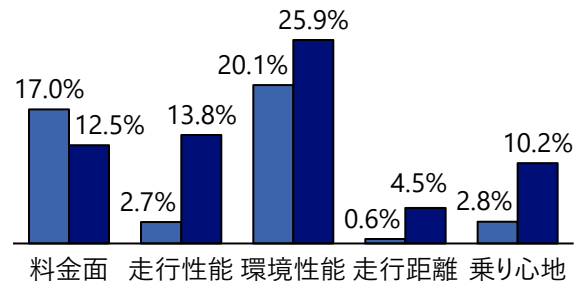


EVシェアを使いたくない理由

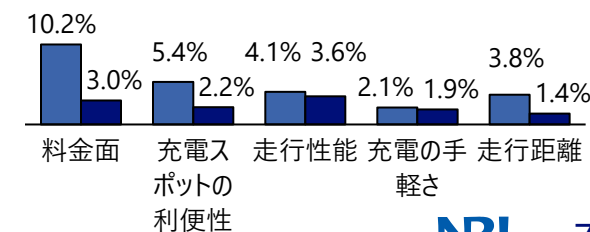


中国  2017 2021

EVシェアを使いたい理由



EVシェアを使いたくない理由



アップル等の非自動車メーカーのEVに対する受容性

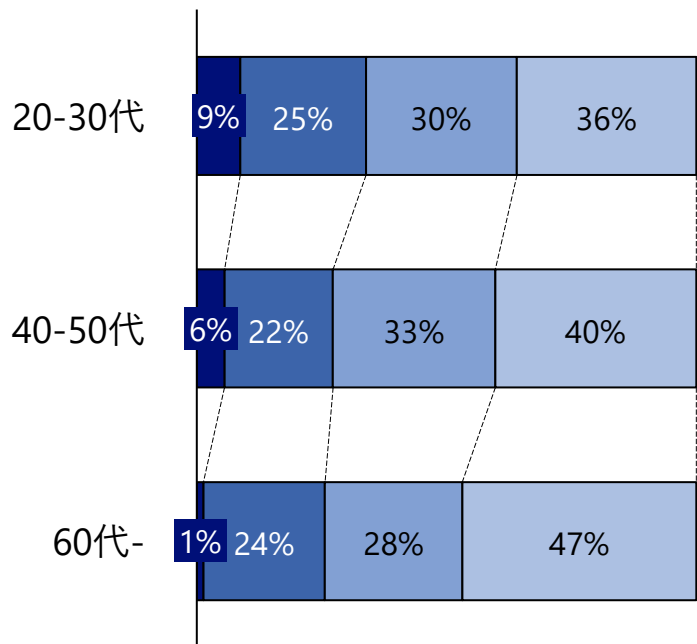
米国・ドイツでは、若年層は新興EVに対して積極的。一方で日本は全体的に受容性が低い。



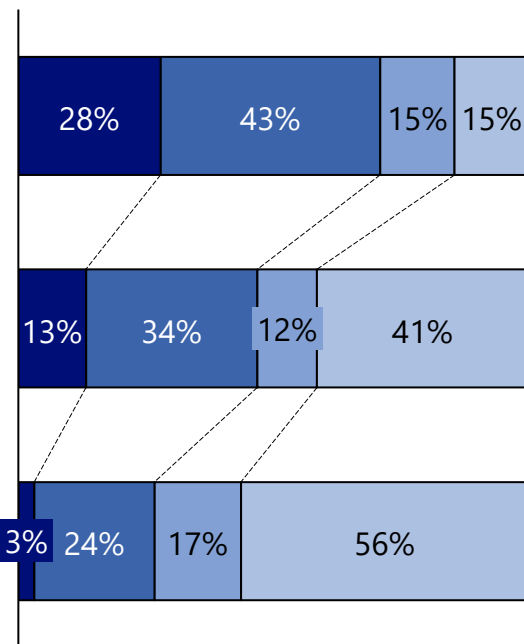
アップルやグーグル、ソニーなどの従来、自動車を製造していないメーカーから電気自動車が発売されたら、
所有／乗車してみたいと思いますか？

- ぜひ購入し、自家用車として所有したい
- 購入したいとは思わないが、乗車してみたい
- 一度試乗をした上で慎重に購入を検討したい
- 購入も乗車もしてみたいとは思わない

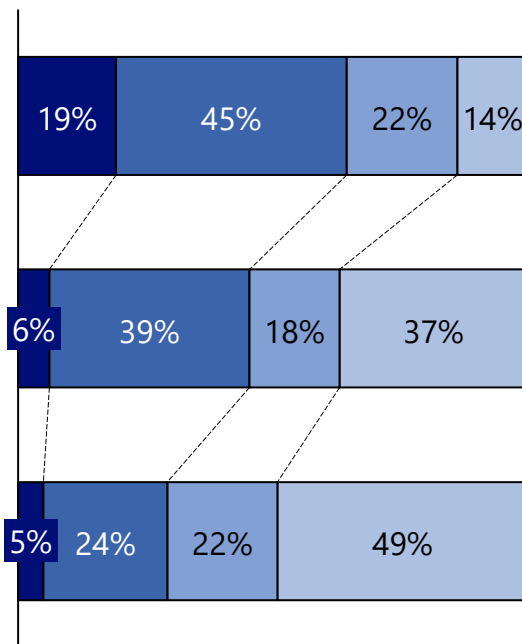
日本 (2021年)



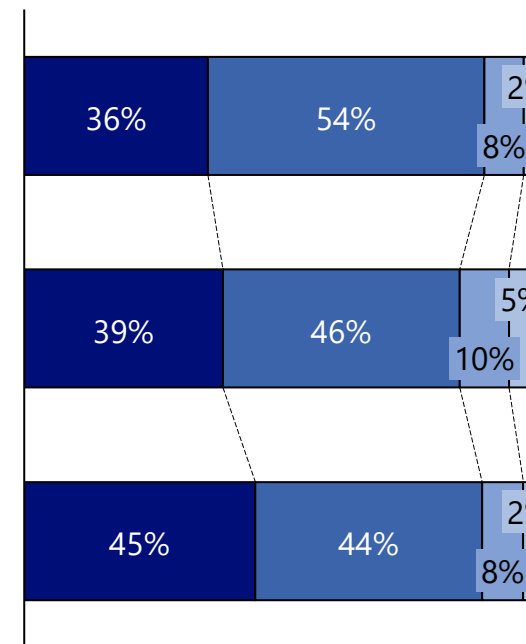
米国 (2021年)



ドイツ (2021年)



中国 (2021年)



詳細な内容のお問い合わせやご質問については下記までご連絡ください。



Tomohide Kazama
風間 智英

コンサルティング事業本部
パートナー

専門領域：

自動車・エネルギー・電池・化学業界を中心とした製造業における、事業戦略・ビジネスモデル開発 & DX推進・サービス化変革・マーケティング・協業関係構築など



Hisashi Yoshitake
吉竹 恒

コンサルティング事業本部
グローバル製造業コンサルティング部
主任コンサルタント

専門領域：

自動車・モビリティ業界を中心に化学・素材、食品、機械など製造業の幅広い業種を対象とした将来シナリオの描出、中期経営計画の策定や事業戦略の策定



Ryo Fukushima
福島 稜

コンサルティング事業本部
経営DXコンサルティング部
コンサルタント

専門領域：

主に自動車、食品、機械などの製造業を対象とした、将来シナリオの描出、既存/新規事業戦略の立案や、デジタルコンテンツビジネスの企画

お問い合わせ先：nri-mobility@nri.co.jp

The text is framed by two decorative swooshes. The top swoosh is a gradient bar transitioning from blue on the left to red on the right. The bottom swoosh is a solid blue bar.

Share the Next Values!