

## CASE時代における自動車潜在ニーズの国際比較研究

[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

CASEは、今後自動車を含むモビリティ産業に変革をもたらす。従来の自動車を販売して利益をあげるという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し利益をあげ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ビジネスモデルの変化が求められている。また自動車産業はかつてからグローバル市場に直結している産業であることから、世界を見据えたモビリティ事業戦略が求められるが、グローバル市場では国や地域によってモビリティのニーズが異なることが予想される。しかしながらCASE時代を見据えた国際的な消費者ニーズの調査研究は極めて少ない。

一方米国、中国、欧州ではCASE時代を見据えた国家戦略の制定や民間企業による研究開発への莫大な投資が行われている。民間企業においては自動車メーカーのみならず異業種参入が相次いでおり日本の自動車メーカーおよびサプライヤはさらなる競争の激化を避けることができない。

本研究では世界市場の中でも市場規模が1位～4位である4大市場：日本、米国、中国、ドイツを対象とし、CASE時代における自動車ニーズの国際比較研究を行った。本研究はWebアンケートによって調査を行った。対象は日本、米国、ドイツ、中国の主要4地域に居住する自動車運転免許を取得、かつ世帯で自動車を保有する20歳以上の男女であり、質問項目は現在の運転状況、自動運転に対するニーズ・意識等について、主に5段階評価（よく当てはまる～全く当てはまらない）とした。

総括すると、中国の回答者が自動運転に対して最も意欲的、かつ支払える金額も最も高額であるという結論がいえ

**研究分野：**技術経営、経営システム、情報技術応用

**キーワード：**CASE、自動運転、モビリティ、国際比較

### 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、今後自動車を含むモビリティ産業に変革をもたらす。従来の自動車を販売して利益をあげるという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し利益をあげ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ビジネスモデルの変化が求められている。また自動車産業はかつてからグローバル市場に直結している産業であることから、世界を見据えたモビリティ事業戦略が求められるが、グローバル

市場では国や地域によってモビリティのニーズが異なる。しかしながらCASE時代を見据えた国際的な消費者ニーズの調査研究は極めて少ない。

一方米国、中国、欧州では、CASE時代を見据えた国家戦略の制定や法改正、民間企業による研究開発への莫大な投資が行われている。民間企業においては自動車メーカーのみならず、異業種参入が相次いでおり、日本の自動車メーカーおよびサプライヤはさらなる競争の激化を避けることができない。

### 2. 研究の目的

本研究では世界市場の中でも市場規模が1位～4位で

ある4大市場：日本、米国、中国、ドイツを対象とし、CASE 時代における自動車ニーズの国際比較研究を行うことで、国別や属性別の違いを明らかにすることを試みる。

### 3. 研究の方法

#### (1) 調査対象

本研究は Web アンケートによって調査を行った。対象は日本、米国、ドイツ、中国主要4地域に居住する自動車運転免許を取得、かつ世帯で自動車を保有する20歳以上の男女であり、質問項目は現在の運転状況、自動運転に対するニーズ・意識等について、主に5段階評価（よく当てはまる～全く当てはまらない）とした。質問文は米国・ドイツ・中国は専門の翻訳者によってそれぞれの言語に翻訳された後に実施された。通貨単位は現地通貨に変更したものを使用している。調査期間は2021年10月～12月であり、サンプル数は日本：500、米国：500、ドイツ：500、中国：500の合計2000人である。性別・年齢は均等割である。

#### (2) 分析手法

国別・属性別・質問項目別によるクロス集計を行い、各国における自動運転に対する意識の違いやニーズに違があるかどうかの検証を行う。本稿ではすでに公開されている、単純集計結果の一部を公表する。

### 4. 研究成果

主な結果を示す。図1は、自動運転に対する印象を問う設問である。「自動運転の実用化を期待している」という質問に対し、自動運転の実用化への期待は、中国の期待感が、他国と比較して極めて高い。米国の回答者の自動運転に対する期待度合いは他国と比較して低い。

図2は、自動運転機能を追加する場合の許容範囲額である。なお、質問時の価格は各国の為替レートに換算している。「次回自動車を購入するとき、オプションとして高速道路で利用ができる自動運転機能が搭載出来るとします。いくらまで追加料金を出せますか。」という質問に対し、高速道路の自動運転機能オプションの許容金額は、中国を除く日本、米国、ドイツにおいて「5万円未満」が最頻値であった。中国は「10～30万円」が最頻値であった。

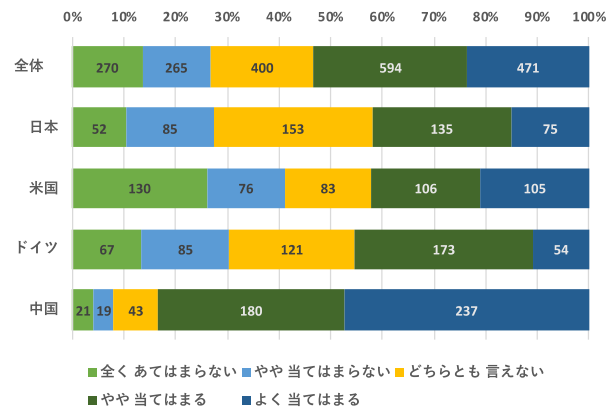


図1 自動運転に対する期待度合い (n=2000)

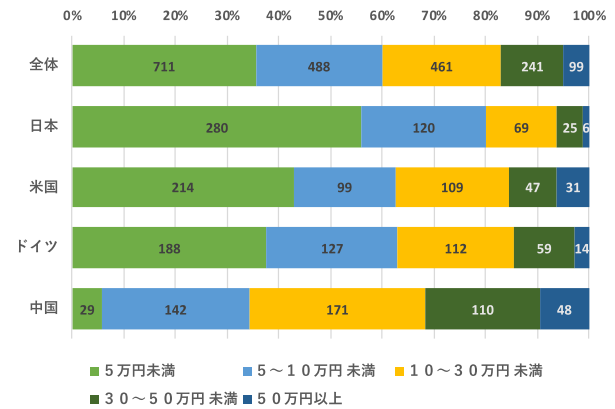


図2 高速道路における自動運転車に支払える金額 (n=2000)

以上のように、本研究では世界市場の中でも市場規模が1位～4位である4大市場：日本、米国、中国、ドイツを対象とし、CASE 時代における自動車ニーズの国際比較研究を行った。予稿集では掲載していないが、他の同様の設問に対しても、中国の回答者が自動運転に対して最も意欲的、かつ支払える金額も最も高額であるという結論がいえる。

本研究を広く公表することにより、日本の自動車メーカーやサプライヤにとって、モビリティ事業開発に関わる意思決定に寄与できることを最終目的としている。

### 5. 本研究に関する発表

- (1) 株式会社矢野経済研究所，“2021 日米欧中における自動運転の消費者ニーズ調査”，2022年01月25日
- (2) Kazuhisa Fukuzawa, Tomoya Ikeyama “Comparison of Consumer Needs for Autonomous Driving in Five Major Markets of China” International Journal of Japan Association for Management Systems (投稿中)