

6カ国共通で「燃費の良さ」を重視。

日系ブランド、セダンとSUVが人気に。

- アジア6カ国(タイ/マレーシア/インドネシア/ベトナム/フィリピン/インド)自動車調査 -

URL:<http://research.rakuten.co.jp/report/20150806/>

楽天リサーチ株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長:森 学、以下「楽天リサーチ」)は、アジア6カ国で自動車購入に関する調査を実施しました。今回の調査は、2015年6月19日(金)から30日(火)の11日間、調査対象国(タイ/マレーシア/インドネシア/ベトナム/フィリピン/インド)における「自動車を初めて購入した人」と「今後2年以内に自動車購入を検討されている人(現在は自動車非所有者)」で、20代~40代の男女1,800人(各国300人)を対象に行いました。

■□ 調査結果概要 □■

■購入重視点では、6カ国共通して「燃費の良さ」が重視される。

「今後自動車を購入する際に重視する点」については、「燃費の良さ」と回答した人がマレーシア(40%)、インドネシア(55%)、フィリピン(49%)、インド(41%)で最も多く、タイで2番目(41%)、ベトナムで3番目(39%)に多い結果となった。次いで重視される「安全性能」はベトナムで最も多く(43%)、マレーシア、フィリピン、インドで2番目の結果となっている。

特徴として、タイでは「外観・スタイリング」を重視が49%と最も多かった。インドネシアでは、「乗り心地の良さ」を重視が45%と「燃費の良さ」に続いて多かった点が挙げられる。

■購入したいメーカーでは日系ブランドが6カ国で1位に。自動車タイプはセダンとSUVが人気。

「今後、最も購入したいと思うメーカー」を聞いたところ、6カ国すべての国において日系ブランド(トヨタ、もしくはホンダ)が1位となった。

今後、最も購入したいと思う自動車のタイプでは、タイ(35%)、マレーシア(43%)、ベトナム(35%)、インド(41%)で「セダン」が最も多く、インドネシア(31%)、フィリピン(43%)では「スポーツユーティリティ/SUV」が最も多い結果となった。

■自動車購入参考情報源は、ディーラーやメーカー発信の情報が参考にされている。

「自動車を購入するために参考にしている情報源」は、6カ国共通で、「ディーラーやメーカーのイベント・ショールーム」等、ディーラーやメーカーから発信される情報が多く挙げられた。マスメディアでは、インドネシア、ベトナム、フィリピン、インドで「テレビCM」が各国の上位に入っている中、各国ともに「自動車専門雑誌」や「自動車専門のWebサイト」を参考にしている人が極めて少ない結果となっている。

■□ 調査結果 □■

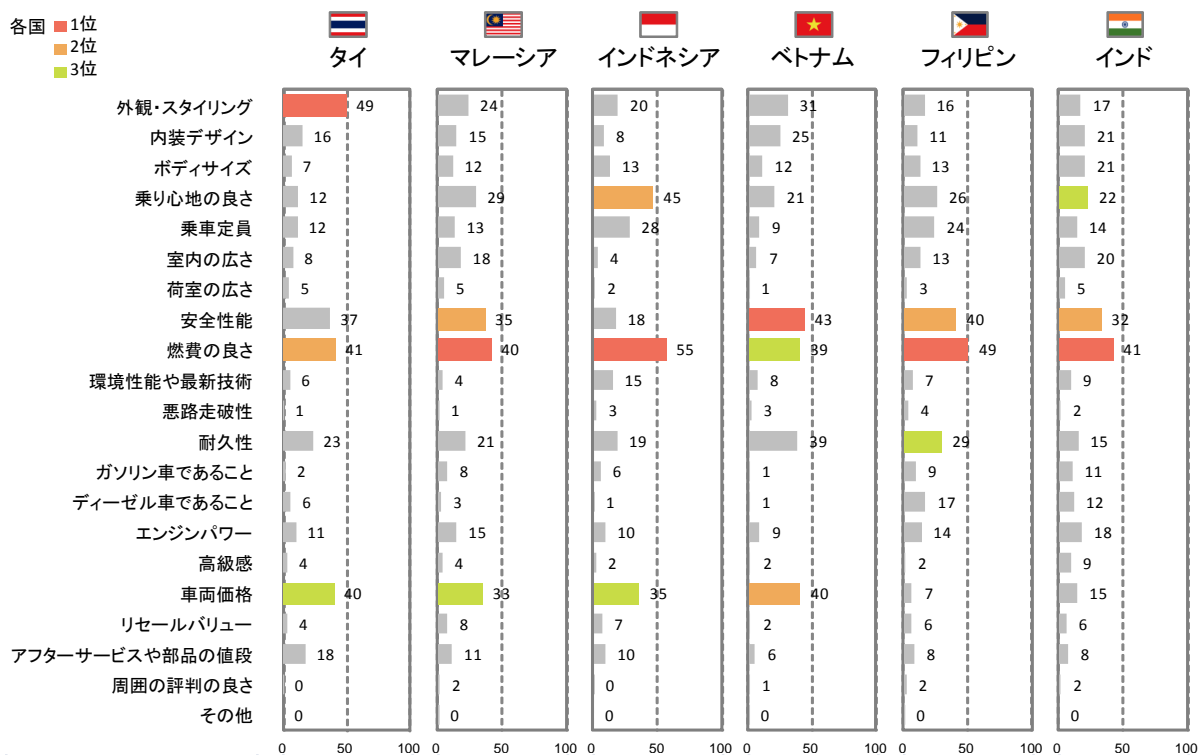
■自動車購入時重視点で6カ国共通して高いのは「燃費の良さ」。次いで重視される「安全性能」。

「今後自動車を購入する際に重視する点を3つまで」を聞いたところ、「燃費の良さ」と回答した人がマレーシア（40%）、インドネシア（55%）、フィリピン（49%）、インド（41%）で最も多く、タイで2番目（41%）、ベトナムで3番目（39%）に多くなった。「安全性能」はベトナムで最も重視され（43%）、マレーシア、フィリピン、インドで2番目に多くなった。

タイでは「外観・スタイリング」を重視すると回答した人が49%と最も多かった。インドネシアでは、「乗り心地の良さ」を重視すると回答した人が45%と「燃費の良さ」に続いて多かった。

「車両価格」は、タイ（40%）、マレーシア（38%）、インドネシア（35%）、ベトナム（40%）の4カ国で重視する傾向が浮かび上がる。一方で、残りインド（15%）、フィリピン（7%）での重視度は低めに留まった。

◇今後自動車を購入する際に、重視する点（3つ）（n=1800/各国n=300）【3MA】 単位：%



■購入意向メーカーでは日系ブランドが強さをみせ、1位を独占。

「今後、最も購入したいと思うメーカー」を聞いたところ、6カ国すべての国でトヨタ、もしくはホンダが1位となった。

タイでは、1位のトヨタ（27%）と2位のホンダ（25%）を合わせて半数以上の支持が得られ、3位以降は、マツダ、フォード、いすゞ、シボレーが続いた。

マレーシアでも、現地メーカーであるプロドゥアとプロトンをおさえ、ホンダ（24%）とトヨタ（24%）が上位になった。

インドネシアでは、1位ホンダ（33%）、トヨタが2位（26%）と、タイやマレーシア同様に「2強」が強さを見せ、また、上位を日系メーカーが占める結果となっている。

ベトナムでは、ややトヨタが優勢（1位トヨタ 24%、2位ホンダ 16%）。BMWやアウディの欧州系ブランドがランクインする一方で、エントリーカーとして人気の「KIA Morning」を擁する起亜/キア（7%）の人気ぶりもうかがえる。

フィリピンでは、1位トヨタ（27%）と最も多く、次いでフォード（12%）と三菱（12%）などのピックアップ・SUVで人気のメーカーが続いた。

インドでは、地元根付くマルチスズキ（20%）を僅差でおさえホンダ（22%）が1位となった。次いで小型ハッチバックが人気の現代/ヒュンダイ（14%）が続いた。

◇最も購入したいと思うブランド（n=1800/各国n=300）【SA】 単位：%

※赤棒グラフは日系メーカー

| 🇹🇼 タイ | | | 🇲🇾 マレーシア | | | 🇮🇩 インドネシア | | |
|-------|------|----|----------|-------|----|-----------|------|----|
| 1 | トヨタ | 27 | 1 | ホンダ | 24 | 1 | ホンダ | 33 |
| 2 | ホンダ | 25 | 2 | トヨタ | 24 | 2 | トヨタ | 26 |
| 3 | マツダ | 8 | 3 | プロドゥア | 11 | 3 | 三菱 | 8 |
| 4 | フォード | 7 | 4 | プロトン | 6 | 4 | スズキ | 7 |
| 5 | いすゞ | 7 | 5 | BMW | 6 | 5 | 日産 | 6 |
| 6 | シボレー | 5 | 6 | 日産 | 5 | 6 | ダイハツ | 5 |

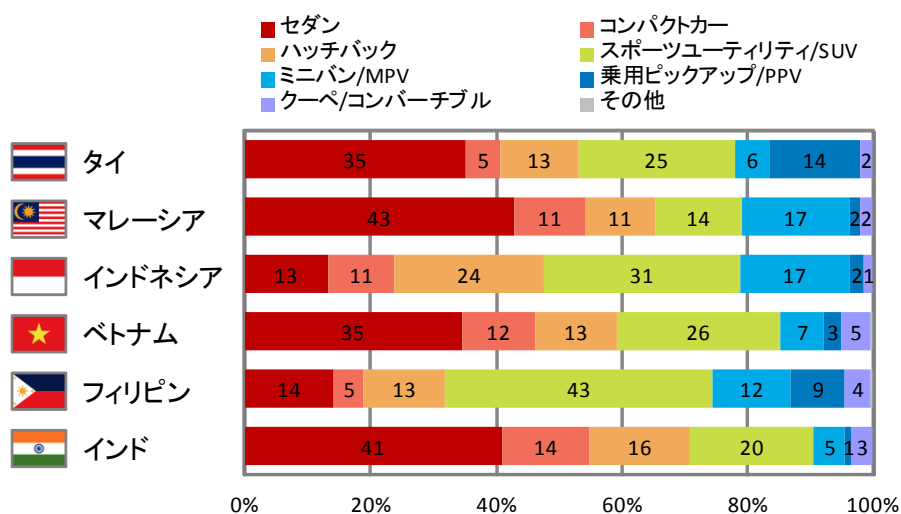
| 🇻🇳 ベトナム | | | 🇵🇭 フィリピン | | | 🇮🇳 インド | | |
|---------|------|----|----------|------|----|--------|--------|----|
| 1 | トヨタ | 24 | 1 | トヨタ | 27 | 1 | ホンダ | 22 |
| 2 | ホンダ | 16 | 2 | フォード | 12 | 2 | マルチスズキ | 20 |
| 3 | フォード | 11 | 3 | 三菱 | 12 | 3 | 現代 | 14 |
| 4 | BMW | 10 | 4 | ホンダ | 10 | 4 | アウディ | 7 |
| 5 | アウディ | 9 | 5 | シボレー | 6 | 5 | フォード | 7 |
| 6 | 起亜 | 7 | 6 | 現代 | 6 | 6 | トヨタ | 5 |

■購入意向自動車のタイプはセダンが人気。インドネシア、フィリピンではSUVが人気。

「今後、最も購入したいと思う自動車のタイプ」を聞いたところ、人気のタイプは「セダン」がタイ（35%）、マレーシア（43%）、ベトナム（35%）、インド（41%）で、「スポーツユーティリティ/SUV」が、インドネシア（31%）、フィリピン（43%）で最も人気を集めた。

自動車保有状況別に、最も購入したいと思う自動車タイプを見ると、マレーシア、ベトナム、インドで「コンパクトカー」が保有者に比べ非保有者の購入意向が10pt以上高かった。

◇最も購入したいと思う自動車のタイプ (n=1800/各国n=300) 【SA】 単位：%



◇自動車保有状況別・最も購入したいと思う自動車のタイプ (n=1800) 【SA】 単位：%

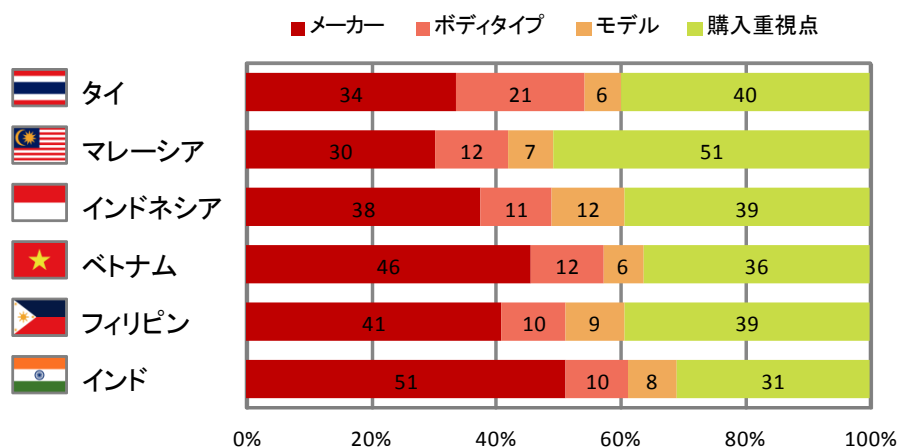
| 国 | 保有者/非保有者 | n | 自動車タイプ | | | | | | | |
|--------|----------|-----|--------|---------|--------|-----------------|----------|--------------|-------------|-----|
| | | | セダン | コンパクトカー | ハッチバック | スポーツユーティリティ/SUV | ミニバン/MPV | 乗用ピックアップ/PPV | クーペ/コンバーチブル | その他 |
| タイ | 保有者 | 218 | 36 | 5 | 12 | 24 | 6 | 16 | 1 | 0 |
| | 非保有者 | 82 | 33 | 7 | 15 | 26 | 5 | 11 | 4 | 0 |
| マレーシア | 保有者 | 207 | 43 | 8 | 11 | 15 | 18 | 2 | 2 | 0 |
| | 非保有者 | 93 | 43 | 18 | 12 | 11 | 14 | 1 | 1 | 0 |
| インドネシア | 保有者 | 150 | 15 | 8 | 22 | 36 | 18 | 1 | 0 | 0 |
| | 非保有者 | 150 | 12 | 13 | 25 | 27 | 17 | 3 | 3 | 0 |
| ベトナム | 保有者 | 117 | 34 | 4 | 9 | 36 | 9 | 3 | 3 | 1 |
| | 非保有者 | 183 | 35 | 16 | 15 | 20 | 6 | 2 | 5 | 0 |
| フィリピン | 保有者 | 150 | 17 | 3 | 11 | 45 | 11 | 9 | 3 | 1 |
| | 非保有者 | 150 | 12 | 7 | 15 | 41 | 13 | 8 | 5 | 0 |
| インド | 保有者 | 150 | 47 | 7 | 20 | 20 | 3 | 0 | 3 | 0 |
| | 非保有者 | 150 | 35 | 21 | 12 | 19 | 7 | 2 | 4 | 0 |

■購入時優先事項は「メーカー」と「購入時重視点」

「購入検討時に優先したいもの」を聞いたところ、6カ国共通で「メーカー」と「購入時重視点」の重視度合いが高く、「ボディタイプ」、「モデル」との差が見られた。

中でも、「メーカー」を重視するのがインド（メーカーと重視点の差が+20pt）とベトナム（+10pt）、「購入時重視点」を重視するマレーシア（+21pt）が特徴的な結果となった。

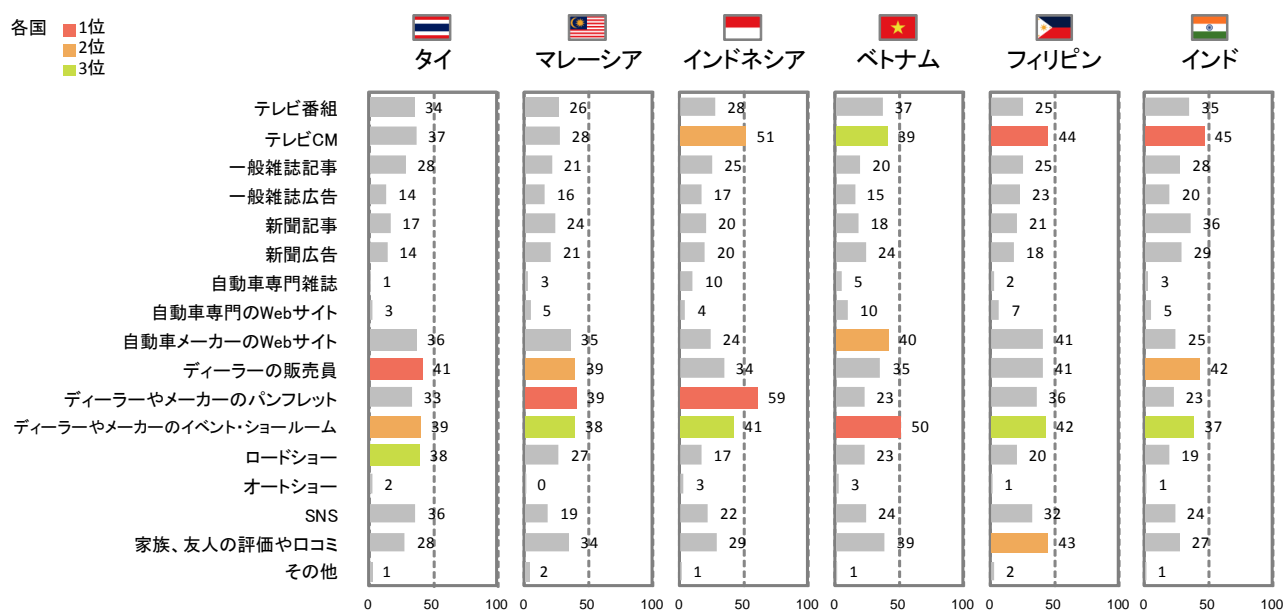
◇購入を検討しているメーカー・ボディタイプ・モデル、または購入時重視点の中で、あなたが購入時に優先したいと思うもの (n=1800/各国n=300) 【1位】 単位：%



■購入参考情報源はディーラーやメーカー発信の情報。テレビCMの影響も。

「自動車を購入するために参考になっている情報源」は、6カ国共通で「ディーラーやメーカーのイベント・ショールーム」等、ディーラーやメーカーから発信されるオフィシャルな情報が多く挙げられた。マスメディアでは「テレビCM」がインドネシア、ベトナム、フィリピン、インドの各国の上位に入中、各国ともに「自動車専門雑誌」や「自動車専門のWebサイト」を参考としている人が極めて少ない状況といえる。「ロコミ」はフィリピンで「2位」(43%)となるのが特徴的。

◇自動車を購入するために参考になっている情報源 (n=1800/各国n=300) 【MA】 単位：%



【調査概要】

調査エリア : タイ・マレーシア・インドネシア・フィリピン
・ベトナム・インド（デリー・ムンバイ）

調査対象者 : 20歳～49歳男女
自動車保有者（初めて自動車を購入した人） または
自動車非保有者（現在は自動車世帯非保有で、2年以内に購入意向がある人）

回収サンプル数 : 1,800サンプル（各地域300）

調査期間 : 2015年6月19日から6月30日

調査実施機関 : 株式会社エー・アイ・ピー（楽天グループ）

以上