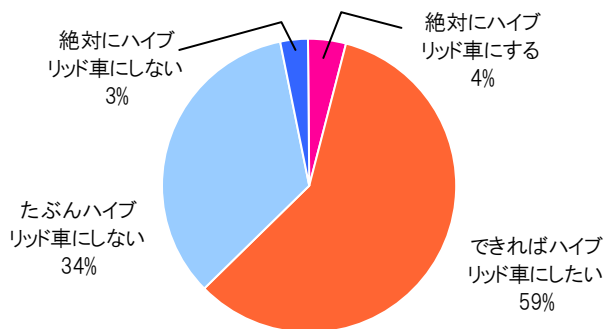


ハイブリッド(HV)車購入意向

～ ハイブリッド車 次期購入意向 ～

全体の6割強がハイブリッド車の購入に前向き。ただし「絶対にHVにする」は4%にとどまり、話題のHVだが本格的な普及はもう少し先と言える。

HV車にしない理由としては「価格が高い」「欲しい車にHVの設定がない」が多く、「HVが好きではない」「HVは不安」といったHV自体に対する否定的な理由はほとんどなかった。



～ 輸入車オーナーのハイブリッド意向 ～

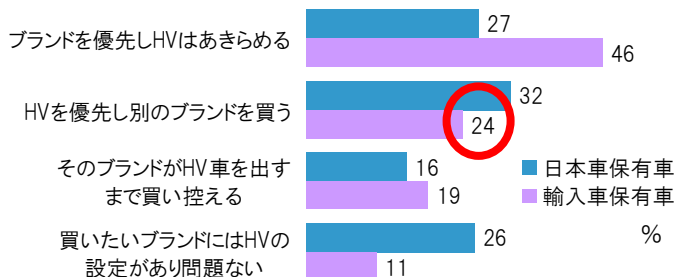
ハイブリッド専用車プリウス/インサイトの検討意向は日本車(登録車)オーナーに多いが(47%)、輸入車オーナーも39%と高く、プリウス/インサイトへの関心の高さが伺える。

輸入車オーナーはブランドへのスティック度合いが高く、買いたいブランドにHVの設定がない場合はブランドを優先する傾向が強いが、「HVを優先し別のブランドを買う」も24%と多い。HV投入の時期や設定モデルの範囲によっては、HVを契機とした日本車へのスイッチが起き得ると言える。

Q. ハイブリッド専用車プリウス/インサイトを検討する？



Q. もし買いたい車にHVの設定がなかったら？

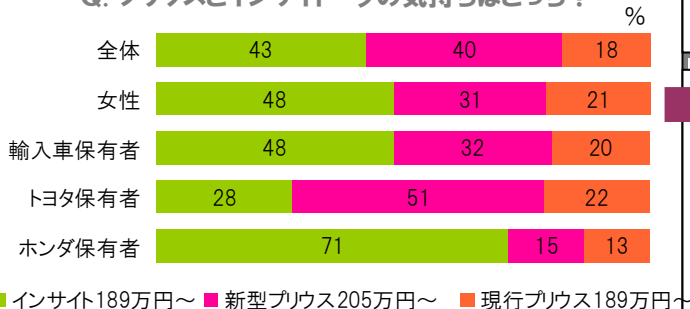


～ 購入意向 プリウス vs. インサイト ～

新型プリウスは単独ではインサイトに負けたが、現行まで含めたプリウス全体ではインサイトに勝った。

インサイトは女性や輸入車オーナーに比較的好まれている。また、トヨタオーナー/ホンダオーナーはそれぞれ同じブランドの購入意向が70%強と同レベルで、この点では優劣は付かなかった。

Q. プリウスとインサイト 今の気持ちはどっち？



～ 自由回答の結果より ～

インサイトは「ホンダが好き」「デザインが好き」「価格が安い」が理由になっているのに対し、新型プリウスは「新しい技術が採用されているから」「燃費性能が上がっているから」など技術・性能面を挙げる声が多い。現行プリウスは「実績がある」「信頼できる」と見られていることから、新型はこれら現行モデルが蓄積してきた実績に、性能向上がさらにプラスされるイメージが強みとなっている。

自

自動車不況とも言われ、自動車販売が激減する中、ハイブリッド車に関心を集めている。約3年ぶりの復活となるホンダのハイブリッド専用車インサイトは、当初の販売目標を大幅に上回る受注を達成、インサイト効果でショールームへの来場も増えているという。一方のトヨタは、5月に新型プリウスを投入してホンダを迎え撃つ。トヨタはさらに、通常であれば廃止する現行モデルを価格を下げて継続販売する「非常手段」で対抗。今回の調査結果によると、その作戦は功を奏しそうである。

ハイブリッドはまだ採用車種が少なく、本格的な普及にはもう少し時間がかかると思われるが、4月の税制改正などを追い風にハイブリッド化が進むことは確実だ。ハイブリッドを契機としたブランドスイッチが起きやすい状況であり、先行するトヨタ・ホンダvs.他のブランドという観点でも今後目が離せない。

調査概要

- インターネットオンライン調査
- 調査協力: (株)クロス・マーケティング
- 回収数: 1083名
- 対象者条件: 全国、18-69歳、男女、自動車保有車(軽含)
- 実施時期 2009年3月27～29日

※グラフの数値は四捨五入のため必ずしも100%になりません

本レポートの著作権は(株)テイラー・ネルソン・ソフレス・インフォプラン(TNS Infoplan Inc.)に帰属します。本レポートで使用されているデータの所有権は(株)クロス・マーケティングに帰属します。無断での引用、転載は固くお断りいたします。

【本レポートに関するお問い合わせ】 TNS Infoplan オートモーティブ・セクター 担当: 古井 電話: 03-3265-5612