

## EVを購入するならどのメーカー？自動車メーカー以外の企業によるEVイメージは？ EVに関する消費者意向アンケート

顧客満足度（CS）調査や消費者動向に関するリサーチ・コンサルティング会社であるJ.D. パワー・ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）は2022年7月に、EV（電気自動車）に関するアンケート調査を実施しました。調査結果の中から、将来EVを購入するとしたらどのメーカーを選ぶかや、自動車メーカー以外の企業によるEV参入についての一般消費者の考えを紹介します。



～ J.D. パワー 購入検討する車のエンジンタイプやEV購入意向に関するアンケート調査概要 ～

■調査方法：インターネット調査 ■調査期間：2022年7月 ■対象者：20～69歳の計2,800名

### 調査結果ダイジェスト

- EVを購入するならどのメーカー？1位 トヨタ（41%）、2位 日産（18%）、3位 ホンダ（14%）
- 過半数が自動車メーカー以外によるEV開発参入を認識、若年層や海外メーカーユーザーは感度が高め
- 自動車メーカー以外の企業によるEVイメージ、「車の価格や維持費が高そう（32%）」、「自動車メーカーではない車は不安（25%）」、「不具合や故障が多そう（24%）」…ネガティブイメージに続き、斬新さや選択肢の広がりといった期待感も
- 自動車メーカー以外の企業によるEVイメージ、若年層は抵抗感低め、輸入車ユーザーは国産車ユーザーよりポジティブ思考

【本リリースに関する報道関係者様からのお問合せ先】

株式会社ジェイ・ディー・パワー ジャパン

コーポレート コミュニケーション 北見

TEL：03-6809-2996 E-mail：release@jdpa.com

## 将来EVを購入するなら、どのメーカー？

### EVを購入するなら、どのメーカー？ 1位 トヨタ（41%）、2位 日産（18%）、3位 ホンダ（14%）

EVを検討している人に、購入するとしたらどのメーカーのEVを選ぶと思いますか、と尋ねたところ、1位がトヨタ（41%）、2位が日産（18%）、3位がホンダ（14%）という結果になりました。次いでレクサス、ダイハツ、スズキと国内メーカーが続き、EVでも国内メーカーに対する支持の高さがうかがえます。

実際のブランドごとの日本国内での販売台数（2021年）と比較してみると、1位はトヨタですが、販売台数シェア34%に対して、EVの購入でトヨタを選ぶと回答した人は41%と+7ポイントも高くなっています。同様に、日産を選ぶという回答も18%と、販売台数シェアの10%に対して+8ポイント高い結果となりました。

世代別にみると、EVでトヨタを選ぶという回答は若年層に多く、日産を選ぶという回答はシニア層に多いという傾向も見られました。トヨタ、日産の両メーカーにとっては、EVの本格的な普及は、更なるシェア拡大に向けての追い風となり、期待が持てる傾向と言えます。

それでは、海外メーカーについてはどうでしょうか。日本国内での販売台数シェアが最も高い海外メーカーのメルセデス・ベンツで1%となっています。そんな中、選ぶと思うブランドとしてテスラが7番目に多い3%となり、一部の国内メーカーの間に食い込むポジションとなっています。今後のEVの普及とともに、国内メーカーと海外メーカーの立ち位置や、海外メーカー間での勢力争いがどうなっていくのか、目が離せません。

### 将来、電気自動車を自家用車として購入するとしたら、どのメーカーを選択すると思いますか。 - 2021年販売台数シェアとの比較 -

(n=387)

希望メーカー		
順位	メーカー	%
1位	トヨタ	41%
2位	日産	18%
3位	ホンダ	14%
4位	レクサス	4%
5位	ダイハツ	4%
6位	スズキ	4%
7位	テスラ	3%
8位	スバル	2%
9位	三菱	2%
10位	その他の外国ブランド	2%
11位	メルセデス・ベンツ	1%
12位	BMW	1%

2021年販売台数シェア*		
順位	メーカー	%
1位	トヨタ	34%
2位	ホンダ	15%
3位	スズキ	14%
4位	ダイハツ	11%
5位	日産	10%
6位	マツダ	4%
7位	スバル	3%
8位	三菱	2%
9位	メルセデス・ベンツ	1%
10位	レクサス	1%

\* 全軽協、自販連、JAIAのデータよりJ.D. パワーにて集計

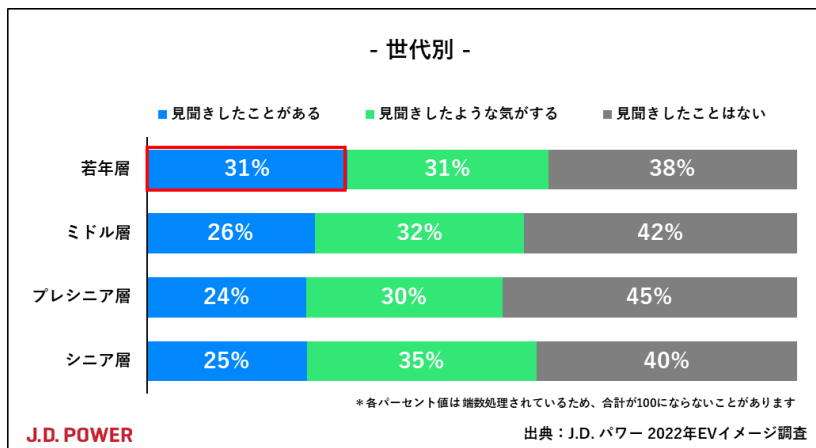
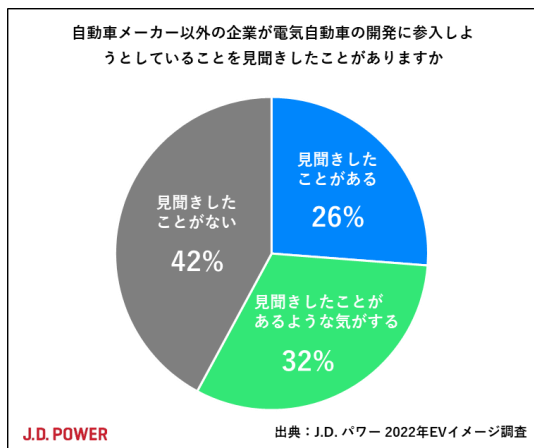
注) 希望ブランド及び販売台数シェア1%未満は掲載していません。  
数値について小数点以下は省略しています。

## 自動車メーカー以外の企業のEV開発参入

### 自動車メーカー以外のEV開発参入、半数以上が認識、若年層は他世代より高い感度

自動車メーカー以外の企業（Apple、ソニーなど）が電気自動車の開発に参入しようとしていることを見聞きしたことがあるかについて、半数以上（58%）の人が「見聞きしたことがある」あるいは「見聞きしたような気がする」と回答しました。自動車メーカー以外の企業がEV開発に参入しようとしていることは認識されているようです。

世代別に見ると、若年層の「見聞きしたことがある」は、他の世代と比べて+5ポイント以上高く、若年層が他の世代よりも高い感度を示しています。

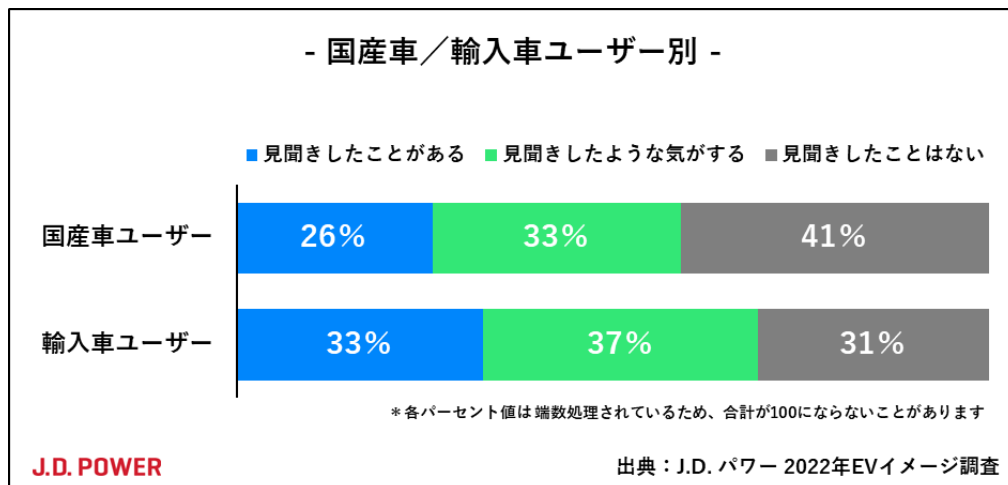


\*若年層:20~34歳、ミドル層:35~44歳、プレシニア層:45~59歳、シニア層:60~69歳

### 輸入車ユーザー、国産車ユーザーより高い感度

現在自家用車を所有している車が国内メーカー（国産車）か海外メーカー（輸入車）で分けて見てみました。

「見聞きしたことがある」と回答したのは、輸入車ユーザーで33%と、国産車ユーザーの26%を7ポイント上回っています。「見聞きしたことがある」と「見聞きしたような気がする」を合わせた認知率は、輸入車ユーザーでは70%に達し、国産車ユーザーの59%を上回り、よりEVへの感度が高いことが確認できました。



## 自動車メーカー以外の企業によるEVのイメージ

### 自動車メーカー以外のEVイメージ、高そう、不安…ネガティブイメージに続き、期待感やポジティブなイメージも

次に、自動車メーカー以外の企業によるEVについてどのようなイメージを持っているかを尋ねました（複数回答）。

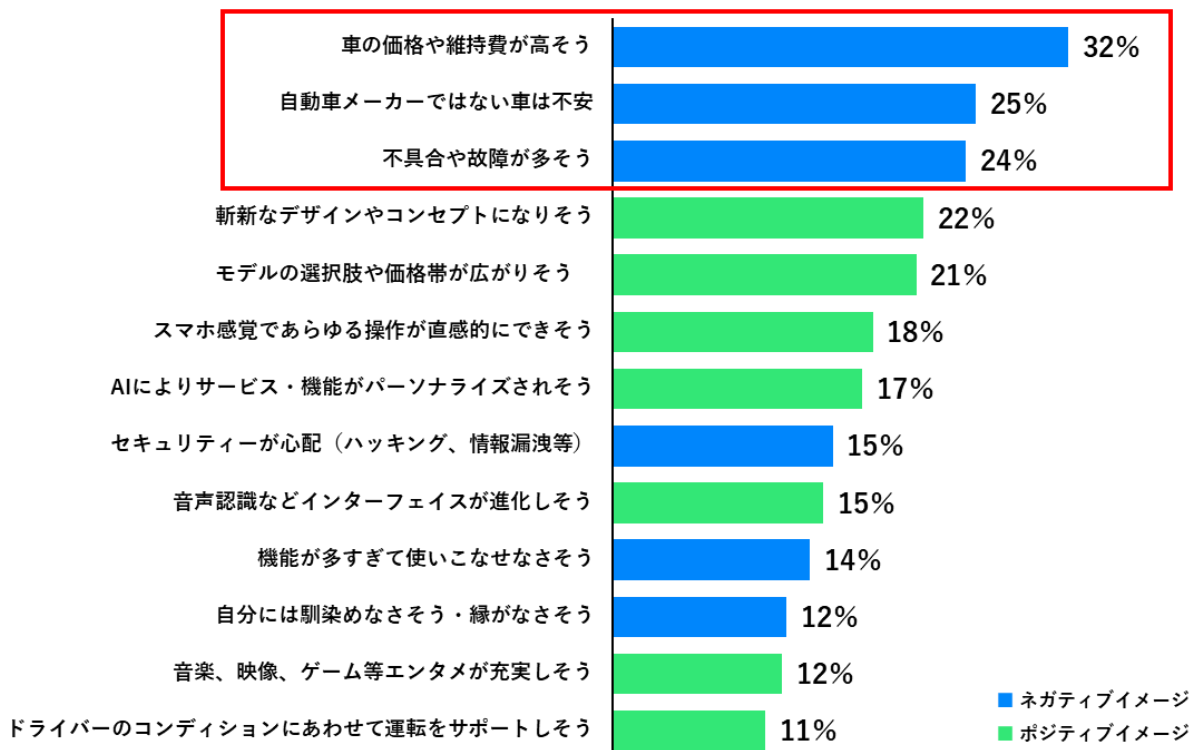
全体では、「車の価格や維持費が高そう（32%）」、「自動車メーカーではない車は不安（25%）」、「不具合や故障が多そう（24%）」といった、ネガティブなイメージが上位を占める結果となりました。

次いで、「斬新なデザインやコンセプトになりそう」、「モデルの選択肢や価格帯が広がりそう」、「スマホ感覚であらゆる操作が直感的にできそう」、「AIによりサービス・機能がパーソナライズされそう」といった、先進的なデザインや機能への期待といったイメージも、それぞれ2割前後から挙げられています。

自動車メーカー以外の企業によるEVについて、ネガティブなイメージだけではなく、期待感やポジティブなイメージも併せ持っていることがわかりました。

自動車メーカー以外の企業による電気自動車について、どのようなイメージをお持ちですか

複数回答（n=967）



## 自動車メーカー以外の企業によるEVのイメージ（世代別）

### ミドル層は他世代と異なる特徴、若年層は抵抗感低め

世代別に見ると、世代間の違いも見えてきました。

ミドル層では他の世代とは異なる特徴がみられます。ミドル層を除く全ての層で、「車の価格や維持費が高そう」が最も多く挙がりましたが、ミドル層では「不具合や故障が多そう」が最多となっています。またミドル層での第2位は「車の価格や維持費が高そう」、第3位は「自動車メーカーでない車は不安」と、上位3位が全てネガティブなイメージでした。この点も他の世代とは異なる特徴です。

一方、若年層では、「自動車メーカーではない車は不安」が上位3位には入っておらず、その割合も他の世代と比べるとやや低い傾向が見られます。逆に、「斬新なデザインやコンセプトになりそう」といったポジティブなイメージは他の世代より高く、自動車メーカー以外の企業によるEVへの抵抗感が最も少ないことが認められます。

### 自動車メーカー以外の企業による電気自動車について、どのようなイメージをお持ちですか

#### - 世代別回答順位 -

\* 上位10項目を抜粋

複数回答（n=967）

順位	若年層	%
第1位	車の価格や維持費が高そう	34%
第2位	斬新なデザインやコンセプトになりそう	25%
第3位	不具合や故障が多そう	23%
第4位	モデルの選択肢や価格帯が広がりそう	22%
	自動車メーカーではない車は不安	22%
	スマホ感覚であらゆる操作が直感的にできそう	22%
第7位	AIによりサービス・機能がパーソナライズされそう	21%
第8位	音声認識などインターフェイスが進化しそう	20%
第9位	機能が多すぎて使いこなせなさそう	19%
第10位	セキュリティが心配（ハッキング、情報漏洩等）	15%

順位	ミドル層	%
第1位	不具合や故障が多そう	29%
第2位	車の価格や維持費が高そう	27%
第3位	自動車メーカーではない車は不安	26%
第4位	斬新なデザインやコンセプトになりそう	16%
	モデルの選択肢や価格帯が広がりそう	16%
	セキュリティが心配（ハッキング、情報漏洩等）	16%
第7位	スマホ感覚であらゆる操作が直感的にできそう	15%
	AIによりサービス・機能がパーソナライズされそう	
第9位	音声認識などインターフェイスが進化しそう	12%
第10位	機能が多すぎて使いこなせなさそう	11%

順位	プレシニア層	%
第1位	車の価格や維持費が高そう	34%
第2位	自動車メーカーではない車は不安	26%
第3位	斬新なデザインやコンセプトになりそう	23%
	不具合や故障が多そう	23%
第5位	モデルの選択肢や価格帯が広がりそう	22%
第6位	AIによりサービス・機能がパーソナライズされそう	18%
	スマホ感覚であらゆる操作が直感的にできそう	
第8位	セキュリティが心配（ハッキング、情報漏洩等）	16%
第9位	音声認識などインターフェイスが進化しそう	14%
第10位	機能が多すぎて使いこなせなさそう	13%
	音楽、映像、ゲーム等エンタメが充実しそう	

順位	シニア層	%
第1位	車の価格や維持費が高そう	30%
第2位	自動車メーカーではない車は不安	26%
第3位	不具合や故障が多そう	24%
	モデルの選択肢や価格帯が広がりそう	
第5位	斬新なデザインやコンセプトになりそう	20%
第6位	スマホ感覚であらゆる操作が直感的にできそう	17%
第7位	AIによりサービス・機能がパーソナライズされそう	14%
	ドライバーのコンディションにあわせて運転をサポートしそう	
第9位	セキュリティが心配（ハッキング、情報漏洩等）	13%
第10位	自分には馴染めなさそう・縁がなさそう	12%
	音声認識などインターフェイスが進化しそう	

## 自動車メーカー以外の企業によるEVのイメージ（国内メーカーユーザーVS海外メーカーユーザー）

### 輸入車ユーザーは国産車ユーザーよりポジティブ思考

次に、現在自家用車を所有している車が国内メーカー（国産車）か海外メーカー（輸入車）で分けて見てみました。国産車ユーザーによるイメージが輸入車ユーザーを上回っているのは、「自動車メーカーではない車は不安」、「セキュリティが心配」、「車の価格や維持費が高そう」などです。

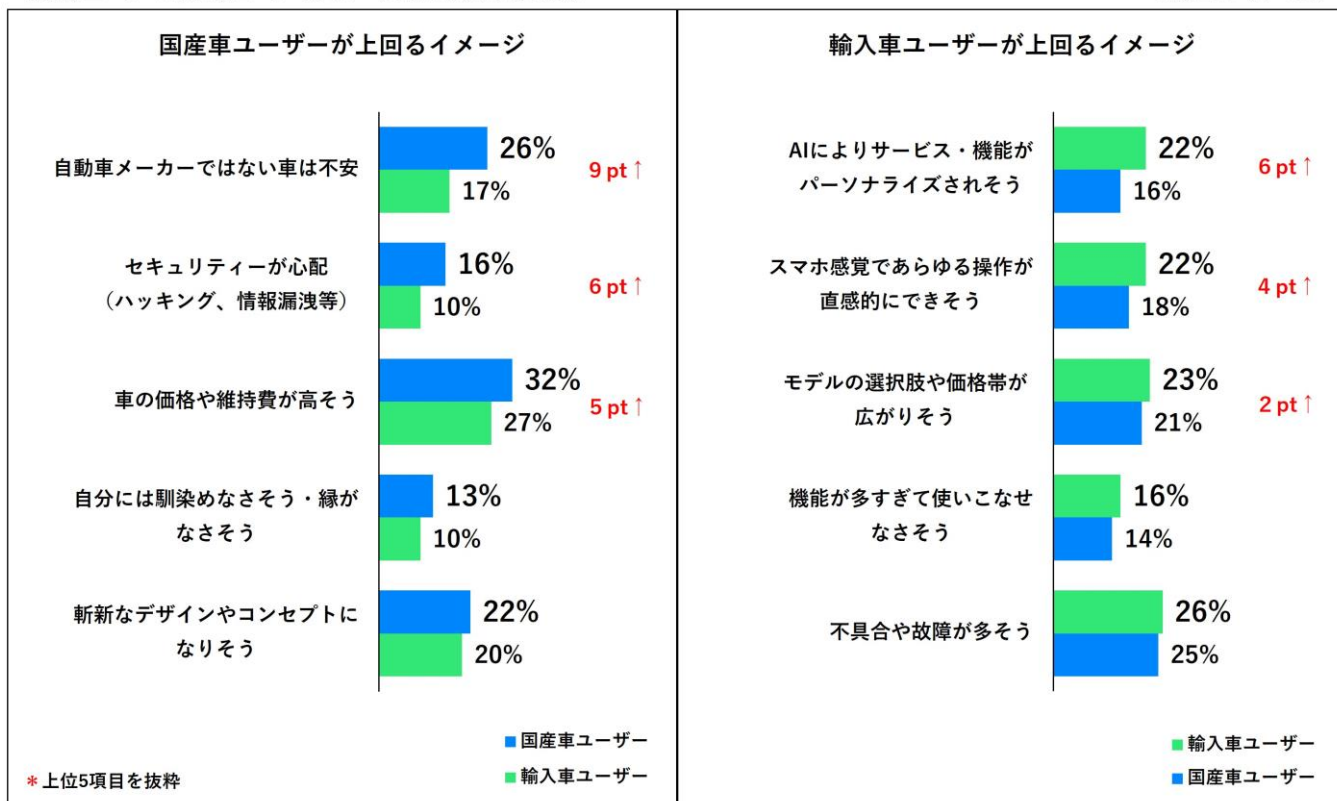
一方、輸入車ユーザーによるイメージが国産車ユーザーを上回っているのは、「AIによりサービス・機能がパーソナライズされそう」、「スマホ感覚であらゆる操作が直感的にできそう」、「モデルの選択枝や価格帯が広がりそう」などです。

自動車メーカー以外の企業がEVに参入することについて、現状では、国産車ユーザーはよりネガティブなイメージを、輸入車ユーザーはよりポジティブなイメージを想起している様子がうかがえる結果となりました。

### 自動車メーカー以外の企業による電気自動車について、どのようなイメージをお持ちですか - 国産車ユーザー／輸入車ユーザー別 -

\* 国産車ユーザーと輸入車ユーザーのイメージの差が大きい順で表示

複数回答（n=967）



## まとめ

国内メーカー、海外メーカーともにEVは年々市場に増えてきています。街中でEVを見かけることも以前より珍しくなくなってきました。

EVと言えばテスラを思い浮かべる人も多いかもしれませんが、実際にEVを検討している人たちが次に選ぶと考えているメーカーのトップ2はトヨタと日産でした。国内では、EVでも国内メーカーへの圧倒的な支持があることが分かりました。

最近ではAppleやソニーなど、自動車メーカー以外の企業がEV市場参入する動きが見られます。実際、そうした動きやニュースを「見聞きしたことがある」、「見聞きしたような気がする」と回答した人は過半数を超えており、関心の高さがうかがえます。そうした自動車メーカー以外の企業によるEVのイメージについては、「車の価格」や「維持費の高さ」、「自動車メーカーではない車への不安」、「不具合や故障が多そう」といったネガティブなイメージが上位を占めるものの、「デザインやコンセプトの斬新さ」、「モデルの選択肢や価格帯の広がり」、「直感的な操作性やAIの活用」など、これまでの自動車の枠組みにとらわれない斬新の発想や先進的なデザイン、機能への期待感といったポジティブなイメージも挙がっています。特に若年層や輸入車ユーザーでの認識率が高く、よりポジティブなイメージで参入をとらえているようです。

今年はEVの軽自動車が登場して大ヒットを記録するなど、ますますEV市場は活気を帯びてきています。多くの人にとって、次の車選びにEVがいはよは主な選択肢となってくる時代がやってくるでしょう。環境に配慮しつつ一人一人のカーライフに合わせた一台が見つかるよう、EVのラインナップや価格帯の拡充、増々の技術革新が期待されます。



「新車、中古車、サブスク…車の保有・利用」 アンケート調査レポート

[https://japan.jdpower.com/ja/resources/2022\\_newsletter\\_car\\_ownership](https://japan.jdpower.com/ja/resources/2022_newsletter_car_ownership)

「購入検討する車のエンジンタイプやEV購入意向」 アンケート調査結果レポート

[https://japan.jdpower.com/ja/resources/2022\\_newsletter\\_EV](https://japan.jdpower.com/ja/resources/2022_newsletter_EV)

「EVに関する消費者意向」 アンケート調査結果レポート

[https://japan.jdpower.com/ja/resources/2022\\_newsletter\\_EV](https://japan.jdpower.com/ja/resources/2022_newsletter_EV)

【本リリースに関する報道関係者様からのお問合せ先】

株式会社ジェイ・ディー・パワー ジャパン

コーポレート コミュニケーション 北見

TEL : 03-6809-2996 E-mail : [release@jdpa.com](mailto:release@jdpa.com)

## J.D. パワーについて :

J.D. パワー（本社：米国ミシガン州トロイ）は消費者のインサイト、アドバイザリーサービス、データ分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。50年以上にわたり、ビッグデータやAI、アルゴリズムモデリング機能を駆使し、消費者行動を捉え、世界を牽引する企業に、ブランドや製品との顧客の相互作用に関する鋭い業界インテリジェンスを提供するパイオニアです。