

電動アシスト自転車 購入者調査 - 購入者の過半数がバッテリー容量の大きさを重視 -

GfK Japan（東京：中野区）は、電動アシスト自転車購入者に対して購買行動に関する調査を実施し、その結果を発表した。

【概要】

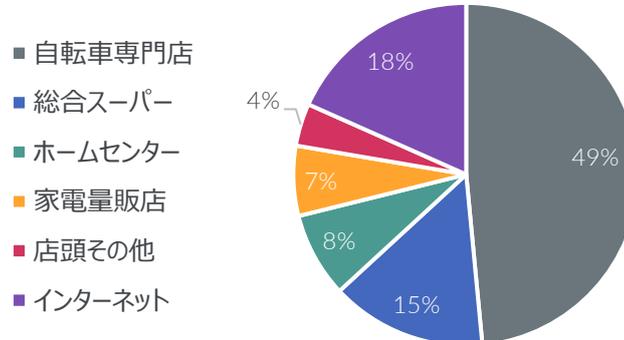
- ・電動アシスト自転車の購入場所は自転車専門店が49%と最多。男性は品揃えの良いお店を好む傾向にある。
- ・購入者の55%がバッテリー容量の大きさを重視した。次点でデザインや本体カラーを重視する人が多かった。
- ・自転車運転者のうち、ヘルメット努力義務化をきっかけにヘルメットを着用するようになった人は全体の9%であった。

【最も多い購入場所は自転車専門店】

電動アシスト自転車を直近1年以内に購入した人のうち、店頭での購入者は82%を占めた。自転車専門店（大手チェーン、個人経営含む）での購入者が最も多く全体の49%に達した（図1）。次いで総合スーパーが15%、ホームセンターが8%、家電量販店が7%であった。店頭購入者がその購入店舗を選んだ理由として多く挙げたのは、『自宅から一番近い（29%）』、『いつも使っているお店（28%）』、『実際の商品を見ることができた（27%）』であった。男女別にみると、『品揃えが豊富（男性23%/女性18%）』『欲しい商品を販売していた（男性22%/女性16%）』と男性の方が品揃えの良いお店にこだわる傾向が見られた。

インターネットでの購入者は全体の18%であった。購入先のウェブサイトを選んだ理由は、『いつも使っているウェブサイト』が30%と最も多かった。『価格が安かった』が26%、『ポイントが付く』が20%と、費用に関する項目が続いた。

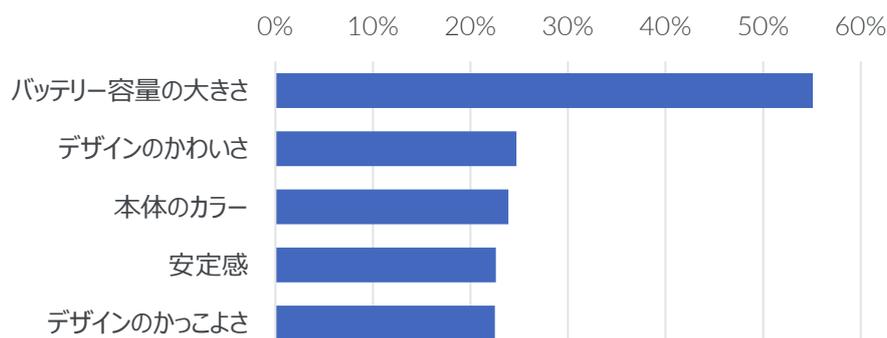
図1.購入チャネル別構成比



【購入者の55%がバッテリー容量の大きさを重視】

電動アシスト自転車を購入した際の重視点については、『バッテリー容量の大きさ』を挙げた人が55%に至った（図2）。また『デザインのかわいさ』が25%、『本体のカラー』が24%、『デザインのかっこよさ』が23%と見た目に関する項目が上位を占めた。子供の送迎を主目的として購入した人はバッテリー容量（48%）、デザインのかわいさ（33%）に次いで、『子供の乗せやすさ（29%）』、『アシスト力の強さ（26%）』を重視点として挙げた。通勤を主目的として購入した人では『走行距離が長い』を重視する人が多く25%に達した。

図2.電動アシスト自転車の重視点

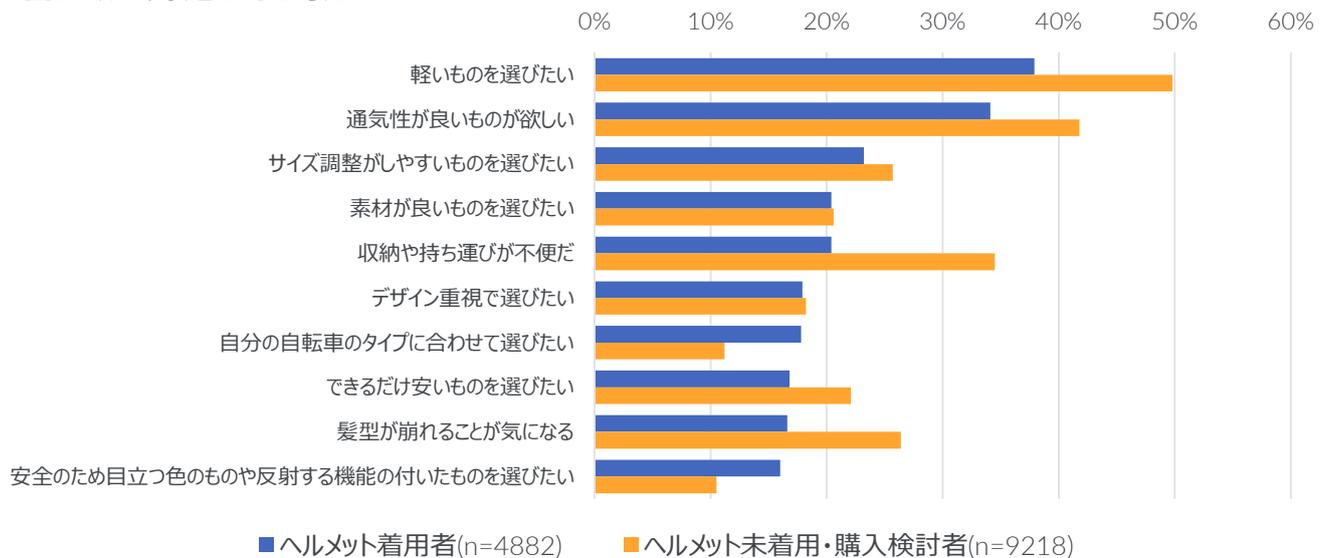


【ヘルメットの着用について】

2023年4月1日から自転車に乗る際にヘルメットを着用することが努力義務化されたが、自身で自転車もしくは電動アシスト自転車に乗ると回答した29,495名のうちヘルメットを着用している人は17%、着用していない人は83%であった。努力義務化をきっかけにヘルメットを着用するようになった人は9%で、着用者の半数以上であった。現在ヘルメットを着用していないが今後購入する予定がある人は31%であったものの、購入する予定がない人は52%を占めており、努力義務となってもなおヘルメットを着用する意向がない人が過半数に達する結果となった。

ヘルメットを選ぶ際に気にしていることは、ヘルメット着用者では『軽いものを選びたい』が38%で、『通気性が良いものが欲しい』が34%、『サイズ調整がしやすいものを選びたい』が23%であった（図3）。ヘルメット購入を検討している人では『軽いものを選びたい』が50%、『通気性が良いものを選びたい』が42%と上位2項目は同じであったものの、『収納や持ち運びが不便』が35%で続き、自転車を降りた後の対応がネックとなっている様子が窺える。

図3.ヘルメット選定時の考え



※「電動アシスト自転車 購入者調査」概要

- 調査期間：2023年4月
- 調査地域：日本全国
- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：過去1年以内に電動アシスト自転車を購入した18歳～69歳の男女1,000名
- 主要調査内容：
 - 性年代、居住地域、自転車所有台数、ヘルメット着用状況、ヘルメット選定時の考え、電動キックボード検討、直近での電動アシスト自転車購入時期、主な運転者、購入関与度、非電動アシスト自転車の検討、電動アシスト自転車の決め手、参考情報、検討店舗、購入店舗、選定理由（店頭、インターネット）、配送形態（インターネット）、購入メーカー、購入シリーズ、購入時の重視点、一緒に購入した自転車用品、自転車保険の加入、購入金額、ブランド認知、ブランドイメージ、主要用途と所要時間、充電頻度

GfK JapanのYouTubeチャンネルへご登録を <https://www.youtube.com/@GfKJapan>

独自のデータサイエンスやプラットフォームサービスgfknewronによる価格戦略や市場分析をビデオコンテンツでご理解いただけるサイトです。新鮮な情報をお届けする当チャンネルへのご登録を宜しくお願い致します。

本リリースに関するお問い合わせ先

GfK Japan
Marketing & Communications
平川 己津子
Email: mitsuko.hirakawa@gfk.com