

中国EV車に対する欧州消費者の意識調査

世界の自動車市場で中国EV車の存在感は増しており、多くの自動車メーカーの脅威となっている。GfK Japan (東京：中野区)のMCI(Marketing & Consumer Intelligence)は、ベルギーの自動車保有者1200人を対象に行った中国EV車に対する意識調査の結果を発表した。

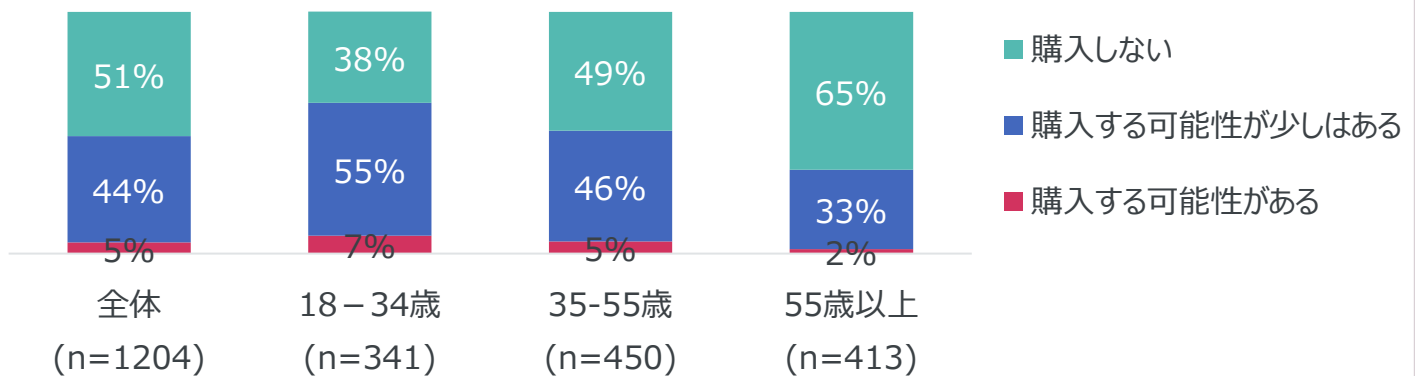
【概要】

- 中国ブランドの車を購入する可能性があると感じた人は、全体の49%。
- 18-34歳の比較的若い世代では62%が「購入する可能性が若干ある」と回答。
- 中国EV車の広告画像についてブランド名を隠した状態での印象は、全体の約8割がその車を高く評価した。

中国ブランド車の購入意向を聞いたところ、ベルギーの車保有者全体では、「購入する可能性がある」と回答した人は5%、「少しある」44%、「購入しない」51%という結果であった。しかし年代別にみると、若い世代の方が購入意向は高い傾向が見られた。

中国ブランド車に対する良い印象として最も多かったのが「技術力の高さ」で、「デザイン」と「価格」が続いた。

中国ブランドの車を購入すると思いますか



実際の中国EV車の広告画像について、ブランド名を隠してその印象を聞いたところ、全体の8割以上が大変良い車であると高く評価した。その車が中国車であると認識できた人は15%だけで、フランス車やドイツ車の車であると誤認識した人が多かった。

この結果から、短期的には中国EV車がベルギーの消費者から広く受容されるのは難しいと思われる。しかし「中国車」という要素を除いた場合には車自体の印象は好意的に受け入れられること、若い世代は比較的中國車の購入意向が高いことから、中長期的には、低価格を武器に市場でさらなる存在感を増してくることが予想される。

※.「シノモビリティサーベイ」概要

- 調査期間：2023年実施
- 調査国：ベルギー
- 調査対象：自動車保有者 1200名
- 調査方法：インターネット調査