

報道関係各位

平成27年3月9日
株式会社 クロス・マーケティング

クルマ購入意向獲得はディーラー次第

ディーラーでのブランド体験がロイヤリティ形成に多大な影響が

—自動車保有に関する調査 <重回帰・判別分析> —

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国47都道府県に在住する18歳~69歳の男女を対象に、「自動車保有に関する調査」を実施しました。

■調査背景・目的

近年、自動車を取り巻くマーケットは変化しています。若者のクルマ離れ、社会の高齢化、女性ドライバーの増加など、ユーザー属性の変化に伴い、人々のクルマに求める欲求は多様です。

本調査ではクルマに対する購買意識・購買層を分析することで、「今、自動車に求めるもの」を明らかにし、クルマ保有に対する実態把握を目的としました。

尚、実態を把握するためにいくつかの手法にて分析しており、全5回に分けて調査結果を発表致します。

第2弾である今回は<重回帰・判別分析>を行い、自身の保有しているクルマのブランドに対して「好意(そのブランドを好きであること)」「推奨(人に勧めたいと思うこと)」「再購入(次回も購入したいと思うこと)」をロイヤリティ指標とし、その指標に対してどのような要因が影響しているかを明らかにしました。

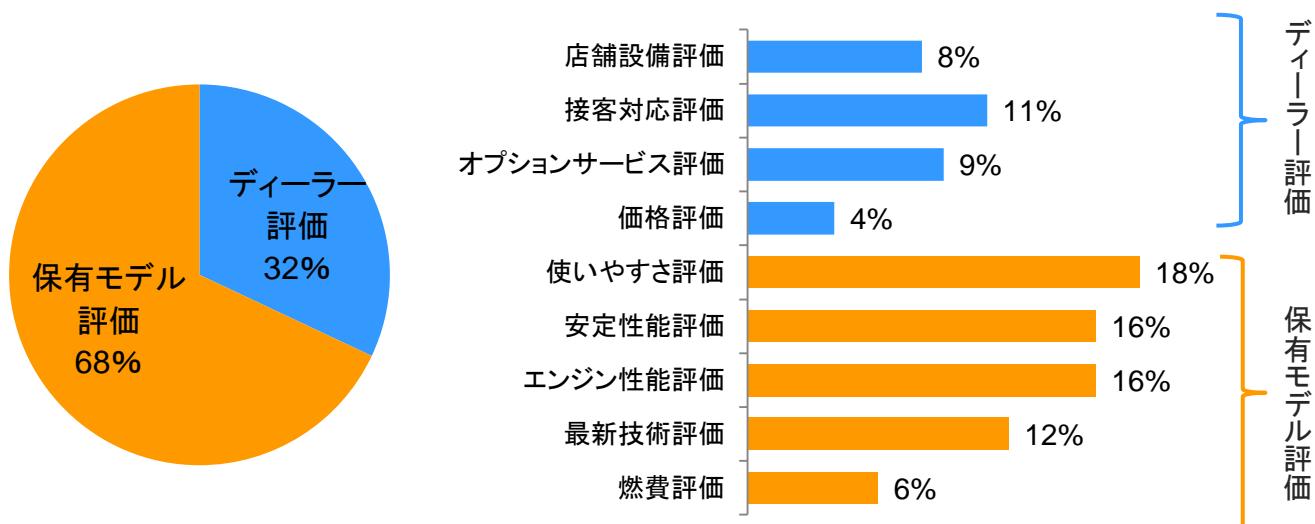
※本調査は3/2(月)発行の日経MJに掲載いただいた内容の詳細版となっております。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒<http://www.cross-m.co.jp/report/ch220150309/>

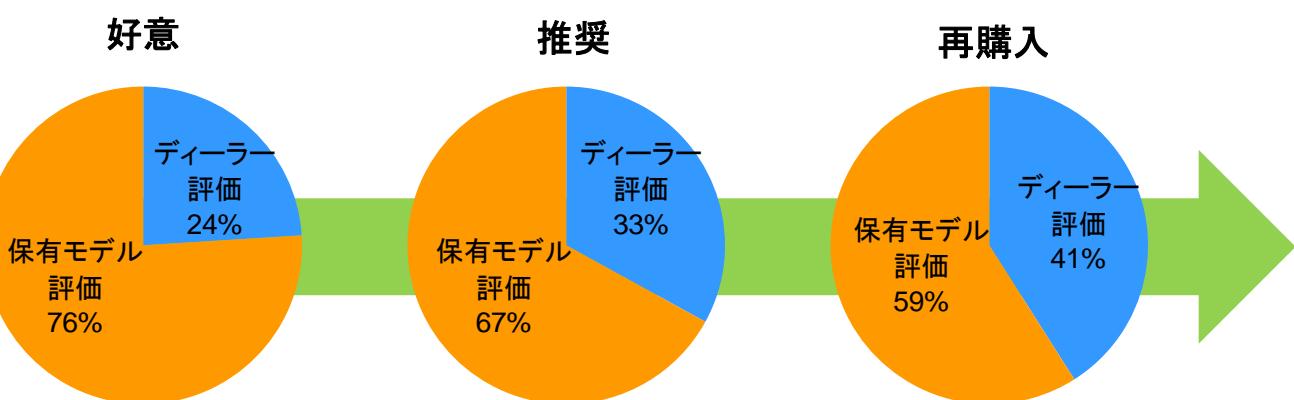
■調査結果（一部抜粋）

- ✓ 保有ブランドに対する総合的なロイヤリティ指標では、ブランドディーラーの評価が32%、保有モデルの評価が68%を占めている。保有モデル評価の中でも、「使いやすさ」が18%、「安全性能」が16%、「エンジン性能」が16%と、『クルマ自体の評価』がロイヤリティ形成に大きな影響を持っていることがわかった<図1>
- ✓ 保有ブランドへの感情の推移(「好意」→「推奨」→「再購入」)に対するブランドディーラー評価と保有モデル評価の割合では、感情のフェーズによって各割合が大きく変化していくことがわかった。
【好意(そのブランドを好きであること)】 ブランドディーラー評価:24%／保有モデル評価:76%
【推奨(人に勧めたいと思うこと)】 ブランドディーラー評価:33%／保有モデル評価:67%
【再購入(次回も購入したいと思うこと)】 ブランドディーラー評価:41%／保有モデル評価:59%
再購入に至るにはブランドディーラーの影響力が大きいことが窺える <図2>
- ✓ どのようなブランド体験(ブランドを通じて消費者が体験すること)が、ブランドロイヤリティの高低を決定付けるかの要因として、「販売店・ディーラー」が83.9%でトップに。以下、「テレビ番組・テレビ放送」(64.3%)、「テレビCM・宣伝」(63.0%)と続く<図3>

<図1> 保有ブランドに対する総合的なロイヤリティ指標の割合



<図2> ブランドロイヤリティと感情の移り変わりの関係性



<図3> ブランドロイヤリティとブランド体験の影響



■調査内容

- フェイス項目(性別・年齢・居住地・家族構成・職業・年収)
- 保有者のブランド・台数・保有歴
- クルマの購買行動
- ディーラー・販売店の総合評価とその理由
- ディーラー・販売店の詳細項目別評価(サービス、接客対応、店舗施設、など)
- 保有車の総合評価とその理由
- 保有車に関する詳細項目別評価(燃費性、運転性能、安全性能、居住性、デザインなど)
- 保有者ブランドに対する情報接触体験
- 次回購入を検討するエンジンタイプ
- 保有車に対してのイメージ・価値観
- クルマに対しての意識(購買意識、運転意識、環境意識など)

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査地域 : 全国47都道府県

調査対象 : 18~69歳の男女。且つ、以下の条件を満たす者

- ・(商用除く) 国産/輸入車(プレミアム/軽/乗用)の新車購入者であり、現在もその車を保有している
- ・対象車種の保有歴が10年未満
- ・運転免許を保有する主運転者かつクルマの購入に関する意思決定者である
- ・業界関係者(自動車・調査・広告)を除く

調査期間 : 2014年11月7日(金)~2014年11月10日(月)

有効回答数 : 3,222サンプル(以下の通り、保有ブランドで割付)

- | | |
|-----------|---------|
| ・トヨタ | : 1,026 |
| ・ホンダ | : 522 |
| ・日産 | : 389 |
| ・マツダ | : 171 |
| ・スバル | : 145 |
| ・スズキ | : 234 |
| ・ミツビシ | : 73 |
| ・ダイハツ | : 318 |
| ・輸入車、レクサス | : 344 |

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当:東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると…」