

報道資料

～世界の「自動車」市場を読み解く新データベース～

世界の乗用車売上は、2014年8,500万台から2030年1億3,300万台に

ユーロモニターインターナショナルは、世界各国の様々な産業やサービスに関するデータ・分析レポートを提供する、国際市場調査のリーディングカンパニーです。210カ国・28産業にわたる幅広く詳細なデータや分析レポートは、世界各国の企業のお客様に活用され、高い評価をいただいています。

このたび当社は、世界の「自動車」市場に関するデータベース(Passport “Automotive”)を大幅にリニューアルし、乗用車の市場規模だけでなく、タイプ別のブランドシェアや将来の市場規模予測の提供が可能になりました。

最新の調査結果は下記の通りです。

- **世界の乗用車の売上は、2000年から2014年にかけて年平均3.5%で伸長し、2014年売上は8,500万台。2030年にかけても、年平均2.9%で伸長し続け、2030年には1億3,300万台まで伸びる見込み。**
- **市場の牽引要因は、アジア・中東アフリカでの所得水準向上。**これまで車を購入できないためにバイクを購入していた層が、最初から車を購入するようになることで、小型乗用車の需要が大きく伸びる。
- **各国における都市化、女性の就労人口の増加、世帯人数の減少、高齢化、環境規制などが小型乗用車の需要を押し上げている。**
- **日本車が全世界市場で約30%を占める圧倒的シェア。**
- **小型乗用車以上に成長率が高いのは、SUV(スポーツカー)。2000年から2014年にかけて、世界のSUV売上は3倍に拡大し、2014年には1,640万台(乗用車売上の5分の1)。ブラジル・ロシア・中国での小型車からの買い替え需要が市場を牽引。2030年に向け、年平均4.7%で伸長し続ける見込み。**



<Passport “Automotive”で提供する情報>

■ **乗用車のタイプ別、市場規模(2000年からの実績、および2030年までの予測)・シェア(2005年～)**

Mini Cars	Luxury Cars	SUVs
Small Cars	Sports Cars	Pick-Ups
Lower Medium Cars	Mini MPVs	Car-Derived Vans
Upper Medium Cars	Compact MPVs	Small Vans
Executive Cars	Full Size MPVs	Medium Vans

■ **国別、地域別、全世界の市場規模(2000年からの実績、および2030年までの予測)・シェア(2005年～)**

※国別データは、以下の主要32カ国を対象としており、この32カ国で全世界の自動車の売上の90%を占めています。

西欧	オーストリア、ベルギー、フランス、ドイツ、イタリア、オランダ、ポルトガル、スペイン、スウェーデン、スイス、トルコ、イギリス
東欧	チェコ、ポーランド、ロシア
北米	カナダ、アメリカ
ラテンアメリカ	アルゼンチン、ブラジル、チリ、メキシコ
アジア太平洋	中国、インド、インドネシア、日本、韓国、台湾、タイ、ベトナム
オーストラレーシア	オーストラリア
中東アフリカ	イスラエル、南アフリカ

- 「プレミアム」「一般(mainstream)」別の市場規模(2000年からの実績、および2030年までの予測)
- 各ブランドの発祥国
(ブランドオーナーの本社所在地に関わらず、各ブランドの発祥国に基づいたデータ集計が可能です。)

Passport “Automotive” は、一例として下記のようなお客様にお使いいただけます。

- 自動車ディーラー
 - ・顧客ニーズに副った事業戦略立案のための顧客の収入・支出プロファイリング
 - ・調達・物流戦略やマーケティング戦略の立案
- 自動車メーカー・サプライヤー
 - ・市場の潜在能力の把握
 - ・PEST分析(マクロ視点からの事業環境分析)
 - ・マーケティング、ブランド、営業活動の強化
 - ・消費トレンドの把握や、機会・脅威の洗い出し
- 金融機関
 - ・事業環境における機会と脅威の分析
 - ・人口動態や経済予測に基づいたOEM展望の把握

当社では、「自動車」に関連する消費者・産業データとして、各国の年齢別人口動態、人数別世帯数、可処分所得に応じた世帯数の推移、労働者人口、舗装道路の距離、新車登録台数・生産量などのデータなども提供しています。

下記のようにPassportデータベースの他カテゴリーと組み合わせてお使いいただくことで、データ活用の幅を広げるとともに、より具体的・多角的な事業戦略立案にお役立ていただけます。お客様の事業領域や戦略に応じて、あらゆる産業カテゴリーと組み合わせてお使いください。

- Consumer(消費者)・・・所得の伸びの大きい国はどこか。また、世帯人数、年齢、体格などの違いなど、車の需要を大きく左右する「消費者」データを得ることができます。
- Retailing(小売業)・・・ハイパーマーケットなどの総合小売店の増加は、消費者景気信頼感の上昇の裏づけとなります。また、インターネット小売(e-commerce)の増加による郊外地小売店への影響などを探ることができます。
- Soft Drinks(ソフトドリンク)/Packaging(パッケージ)・・・国により異なる飲料文化や好まれるパッケージサイズの違いに応じて、ドアポケットのサイズを検討することができます。
- Travel(旅行・観光)・・・レンタカーは空港での需要が高いのか、街中の店舗での需要が高いのか。カーディーラーの店舗をレンタカーの拠点として活用する需要はあるのか、などを検討する材料となります。
- Survey(消費者調査報告書)・・・消費者の消費タイプと消費行動などを独自に調査した報告書です。環境への関心が高い国・世代はどこか、環境性能の高いものに支出をする国・世代はどこか、などを把握することができます。

■ユーロモニターインターナショナルについて(日本語)

<http://www.euromonitor.com/jp-euromonitor-about-us>

■各国の「自動車」市場に関するレポート(英語)一覧は、こちらからご覧いただけます。

<http://www.euromonitor.com/automotive>