

**アジアインサイトレポート 第5弾 『インド市場実態調査～自動車編～』**  
 インドにおける現保有メーカーは MARUTI SUZUKI がトップ  
 次期購入意向メーカーでは VW がトップ。次いで HYUNDAI、MARUTI SUZUKI

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、アジアの人々の意識や行動を探るため、インテージグループ各社と協力し、アジア地域の人々を対象にさまざまなテーマで実施した自主企画調査「アジアインサイトレポート」を発行しています。

第5弾のレポートでは、『インド市場実態調査～自動車編～』を発表します。本調査は、2013年7月にインドの20～50代一般男女300人を対象に自動車に関する調査を実施し、結果をまとめました。

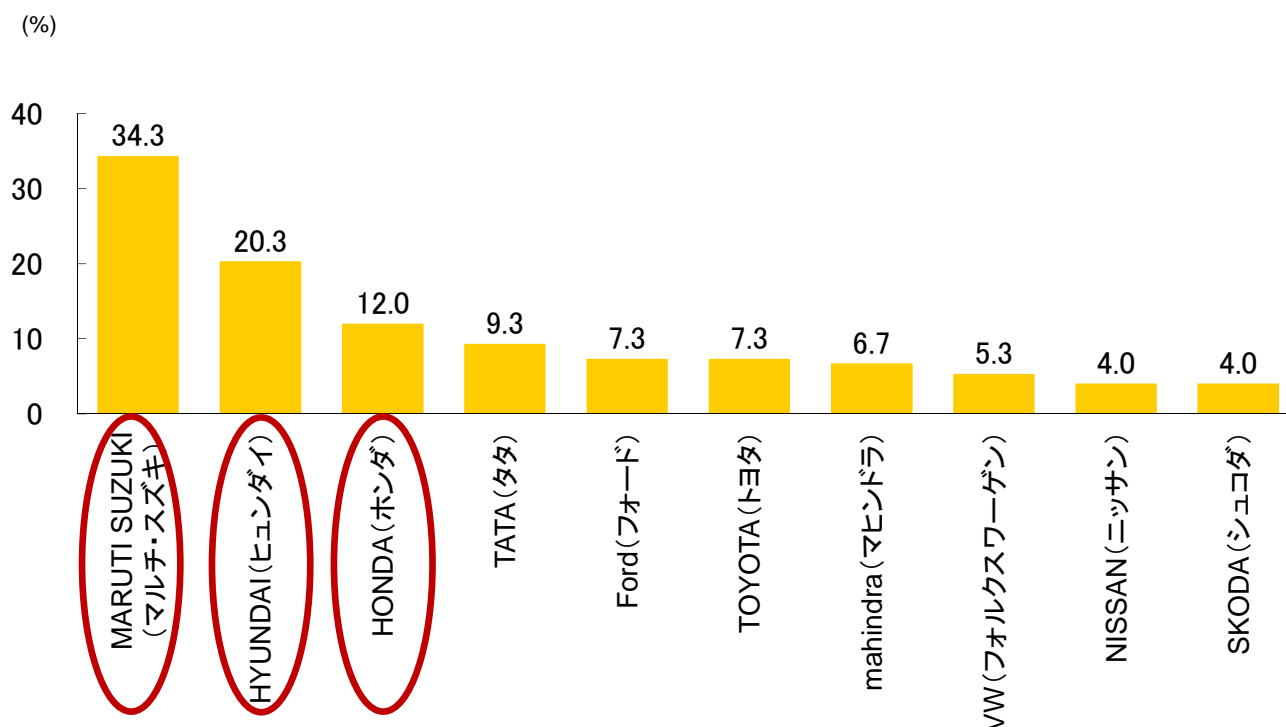
分析者: INTAGE INDIA Private Limited 小田 浩樹  
 株式会社インテージ DCG・サービス事業本部 高橋 雅志

**調査結果**

1. 『現在保有している自動車のメーカーは?』

MARUTI SUZUKI(マルチ・スズキ)が34.3%でトップ。HYUNDAI(ヒュンダイ)、HONDA(ホンダ)が次ぐ。

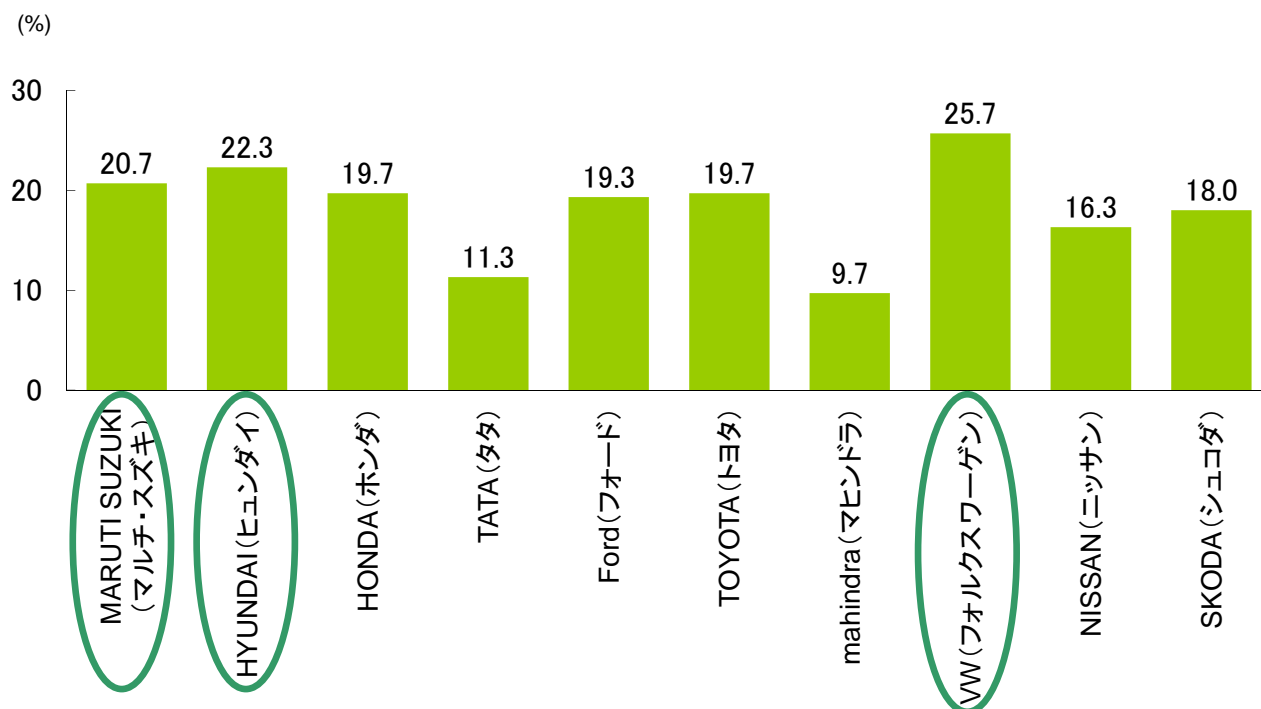
[図1] 現在保有している自動車のメーカー(上位10社)



## 2. 『次に購入したい自動車のメーカー』

VW(フォルクスワーゲン)が 25.7%でトップ。HYUNDAI(ヒュンダイ)、MARUTI SUZUKI(マルチ・スズキ)が次ぐ。

[図 2] 次期購入意向の自動車メーカー(上位 10 社)



### まとめと各社の動向

現在、インドの自動車市場において、「現保有メーカー」は MARUTI SUZUKI(マルチ・スズキ)が最も多く約 1/3 を占め、次いで HYUNDAI(ヒュンダイ)、HONDA(ホンダ)の順である。しかし、「次期購入意向メーカー」としてトップにあがったのは VW(フォルクスワーゲン)となった。

背景としてインドの燃料事情がうかがえる。インドでも石油価格の高騰が続き、軽油(ディーゼル)とガソリンの価格差は開く一方である。デリーにおいて、2010年9月~2013年9月の3年間で、軽油(ディーゼル)価格は約 14 ルピー上昇したが、ガソリン価格は約 24 ルピー上昇した。よって、今後もディーゼル車の需要は高くなると予想される。さらに、現保有メーカーでトップだった MARUTI SUZUKI はディーゼル車への対応だけでなく、郊外での販売を強化していた。ディーゼル車市場は激戦となる中、MARUTI SUZUKI が取ったこのようなプラスαの戦略がキーポイントとなりそうだ。

次期購入意向で VW がトップとなったひとつの大きな理由として、昨年 12 月に発表された「ポロ」の新型モデル「クロス・ポロ」への期待の高さが表れたと考えられる。1.2 リットルのディーゼルエンジンを搭載したこの「クロス・ポロ」は今年 8 月に販売開始。

### <Maruti Suzuki India Limited>

2002年にスズキが「マルチ・ウドヨグ」を子会社化し、2007年の社名変更によりインドでは「MARUTI SUZUKI(マルチ・スズキ)」として浸透しており、「現保有メーカー」ではトップ。MARUTI SUZUKIのアニユアルレポートによると、大きく2つの理由があると分析している。1つは、ディーゼル車の販売増加と、郊外での販売が好調なのが牽引したとしている。ガソリンと軽油(ディーゼル)の価格差(デリーではガソリンの方が約25ルピー(約39円)/リットル高い※2013年9月時点)を目の当たりにし、ディーゼル車の製造を強化した。もう1つは、Tier II、Tier III<sup>\*1</sup>の郊外まで販売網を広げ、販売にマンパワーを注いだことで、Tier II、Tier IIIでの販売台数は前年度より約3%(約46,000台)アップした。「次期購入意向メーカー」としては約21%という結果ではあるが、競合メーカーの動きも盛んになってきており、これからも競争激化の状況が続くと思われる。

(<sup>\*1</sup>Tier II : 人口100万人以上400万人未満の都市、Tier III : 人口50万人以上100万人未満の都市)

### <Honda Cars India Ltd.>

HONDA(ホンダ)は、「次期購入意向メーカー」においてTOYOTA(トヨタ)と同率4位。今年販売開始した小型セダン「Amaze(アメイズ)」が絶好調であることがひとつの理由だと推測できる。その「Amaze」は価格を抑えたディーゼル車ということで燃費重視の消費者の評価も高く、低迷するインドの自動車市場において、販売台数を伸ばしているのが現状だ。また、HONDAもMARUTI SUZUKIと同様に、Tier II、Tier IIIの市場に潜在成長力があると期待しており、この「Amaze」でTier II、Tier IIIの市場を狙うとコメントしている。

### <Volkswagen India Private Limited>

VW(フォルクスワーゲン)は、「次期購入意向メーカー」においてトップ。ハッチバック「ポロ」の新型モデル「クロス・ポロ」をインドで発売したことがそのひとつの理由であろう。「クロス・ポロ」は1.2リットルのディーゼルエンジンを搭載。前後のバンパーやホイールアーチ、ミラー、ルーフレールなどを改良したのが特徴。スポーツ性を兼ね備えたクロスオーバースタイルで、プレミアム・ハッチバックを求める顧客をターゲットとしている。また専門家は、「たくさんの特徴と、印象的な燃費性を兼ね備えたクロス・ポロは、確実にインド市場に受け入れられるだろう」と期待している。

## 調査概要

調査方法: インターネット調査

調査地域: インド

調査対象者: 20~50代の一般男女

調査サンプル: 男性150人/女性150人の合計300人

調査期間: 2013年7月

調査実施機関: 株式会社インテージ

【株式会社インテージ】 <http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、インテージグループ各社とともに、リサーチノウハウ、データ解析力、システム化技術と、これらに基づく情報評価力をコア・コンピタンスとして、経営およびマーケティング上の意思決定に役立つ情報(Intelligence)を提供。国内マーケティングリサーチのパイオニアとして、お客様のビジネスの成功に貢献してまいります。

【この件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当

担当:小関(おせき)／佐藤(さとう)

TEL:03-5294-6000 FAX: 03-5294-8318

サイト「お問い合わせフォーム」

<http://www.intage.co.jp/contact/>