

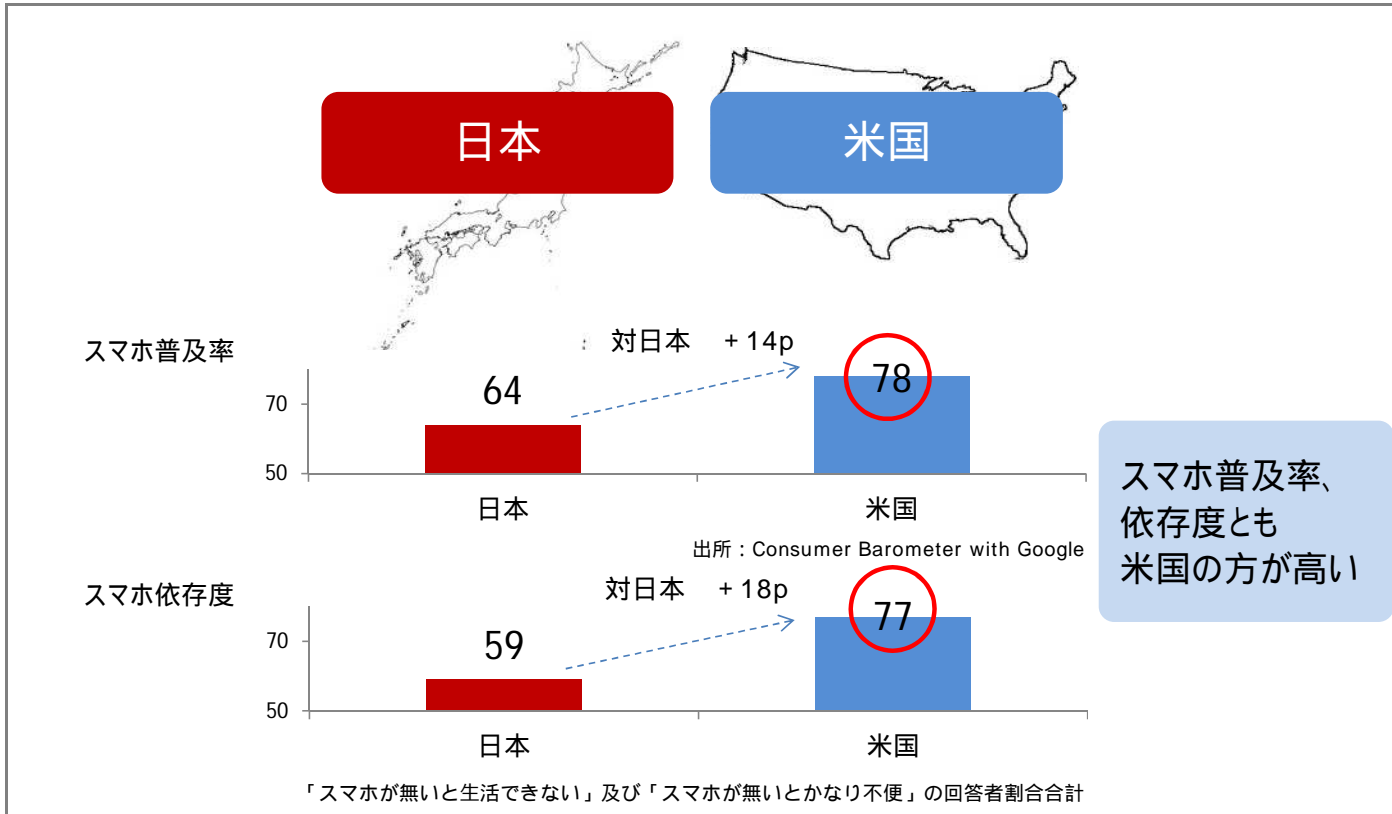
車載器普及可能性に関する考察 - 車載器ユーザーはどうすれば増えるか？ -

背景・目的

- 近年、自動車業界において開発が進められるコネクティッドカーの普及には、車載器が重要な役割を担う。その一方で、最近カーナビゲーションの機能をスマートフォン(以下、スマホ)で代替する自動車ユーザーが増えており、車載器とは競合関係にある。
- そのため本考察では、スマホ利用先進国である米国の車載器利用状況を調査することにより、今後車載器ユーザーを増やすためのヒントを探る。

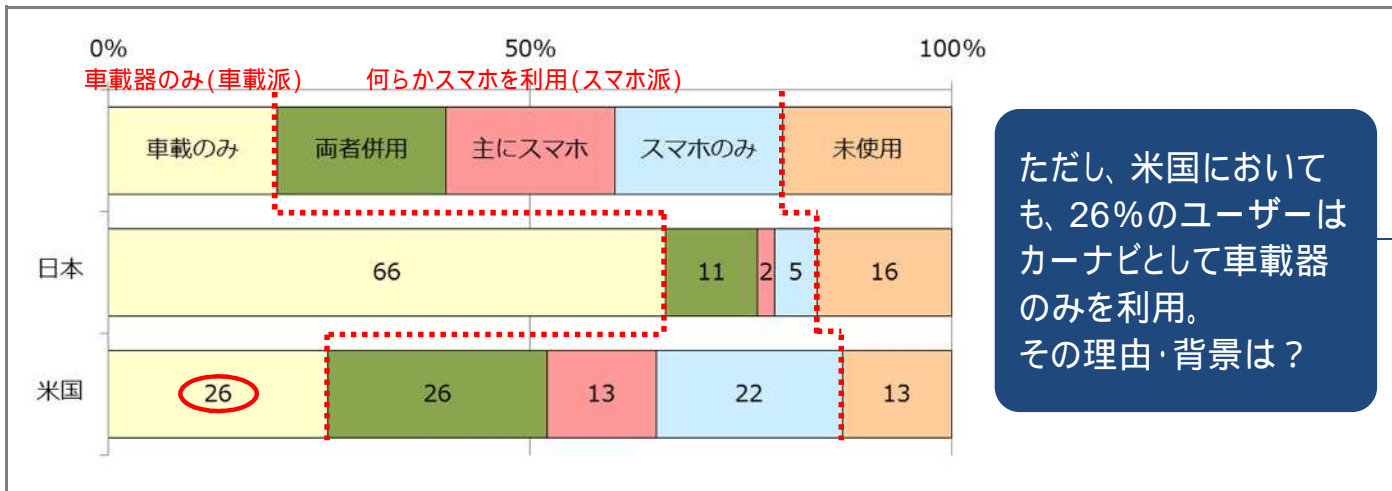
米国は日本と比べ、スマホの普及率及び依存度は高い。
それにもかかわらず、26%のユーザーはカーナビとして車載機を利用

スマートフォン普及率・依存度



スマホ普及率、
依存度とも
米国の方が高い

カーナビゲーションの利用手段

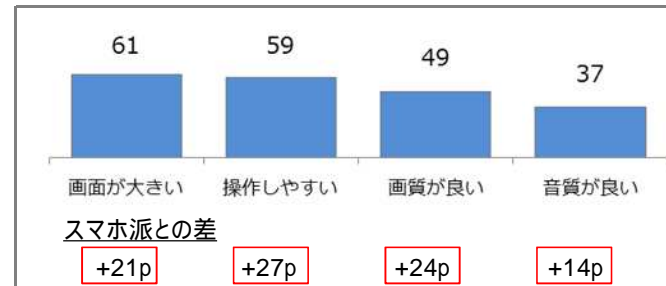


ただし、米国において
も、26%のユーザーは
カーナビとして車載器
のみを利用。
その理由・背景は？

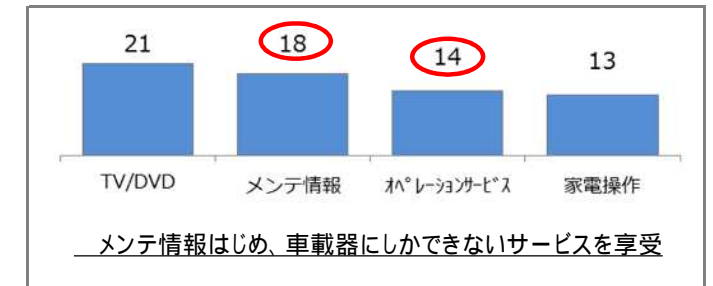
車載器を利用する理由は、画面が大きいことと、操作性が良いこと
加えて、車載器にしか提供できない、クルマのメンテナンス情報や
オペレーションサービスも良く利用される。

車載器ユーザーの意向・回答

車載器を使うメリット



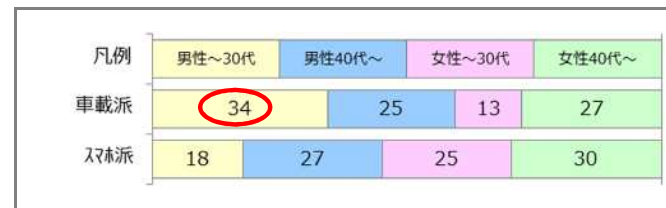
車内利用アプリ



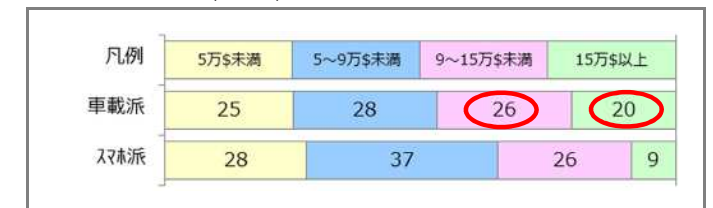
米国の車載器ユーザーの特徴は若年男性で収入も高く、クルマを長時間利用する。
ハンズフリー利用経験割合も高いなど、IT、IoTへの関心も高い。

車載器ユーザーの属性・特徴

性年代: 男性が7割、30代以下が多い



年収: 1千万円(9万\$)以上が46%と高年収



クルマの平均利用時間: 3時間以上が3割を占める



ハンズフリー利用経験: 2/3が利用経験あり



以上を踏まえると、車載器の潜在的ニーズは十分高いといえる。そのため、本調査結果を踏まえ、今後
下記のような深堀調査を行うことで、車載器普及の条件や可能性等に関する詳細な分析が求められる。

- 自ら車載カーナビを購入・取付する等、その良さを積極的に評価するユーザーを対象に選考理由の深堀
- 各社カーナビ(テレマティクス)サービス間比較評価による高ニーズサービスとその背景の深堀

調査概要

【調査方法】	【実施時期】	【サンプル】
Webアンケート調査	2018年3月12日-21日	日米自動車ユーザー各500s
		*日米主要都市にて実施(日本12都市、米国10都市)

御意見・お問合せ先

report@gendai.co.jp
株式会社 現代文化研究所 IoT/自動化/物流チーム(廖、原田、中野、岡田)
https://www.gendai.co.jp/