

中米自動車市場における動向およびOEMの戦略分析（2019～2026年）

【概要】

本調査では、中米の自動車市場におけるOEMの包括的な分析を実施しています。各国の市場における車両モデルに対する嗜好を起点とした潜在的なビジネスモデルと収益構造の説明、OEMの成功要因となる製品、価格、立地、および販売促進戦略についての考察、電気自動車普及のための規制や税制上の優遇措置についての概況を提供しています。具体的には、OEMの製品、ブランドイメージ、およびコンピテンシーへ影響を与える市場動向、今後数年間に予想される変革、市場を支配する企業とそのセグメント、市場における主要OEMの最近の新車発売と撤退や戦略などが含まれています。調査対象地域は中米、調査対象期間は2019年から2026年までです。

【内容一覧】

エグゼクティブサマリー

調査範囲

OEMのマーケット開拓戦略

- プエルトリコ
- コスタリカ
- パナマ
- グアテマラ
- ジャマイカ

OEM市場シェア分析

- プエルトリコ
- コスタリカ
- パナマ
- グアテマラ

- ジャマイカ

OEMの4P戦略

- 製品戦略
- 価格戦略
- 場所/立地戦略
- 販売促進戦略

新車発売、モデルチェンジ、撤退

- 最近の新車発売と撤退：プエルトリコ
- 最近の新車発売とモデルチェンジ：コスタリカ
- 最近の新車発売とモデルチェンジ：パナマ
- 最近の新車発売とモデルチェンジ：グアテマラ
- 最近の新車発売とモデルチェンジ：ジャマイカ

OEMの重点分野に影響を与える地域別自動車関連事情

- ブランドイメージ
- コアコンピタンス
- 車両の嗜好についての動向
- 長期戦略

成長機会と企業への提言

結論

付録