

インドの自動車アフターマーケットを活性化する革新的ビジネスモデル (2026年)

【概要】

本調査では、インドの乗用車および小型商用車のアフターマーケットについて、概況、今後の見通し、およびバリューチェーン参入企業の機会を分析しています。具体的には、市場の短期的および中期的見通し、市場の構造と主要参入企業、将来最も高い成長機会を提供する製品とサービス、競争環境の変貌、オンラインリテール、テレマティクス、新しいビジネスモデルなどのメガトレンドが市場に与える影響と市場参入企業に与える影響などが含まれています。調査対象地域はインド、調査対象期間は2019年から2026年までです。

【内容一覧】

戦略的提言

成長機会分析

市場概況

- 人口動態のハイライトと主な取り組み
- アフターマーケットに影響を与える主な取り組み
- 経済分析
- 走行距離
- COVID-19の影響
- 乗用車関連の主な投資と開発
- 乗用車関連の主な規制
- 製品タイプ別主要アフターマーケットサプライヤー

アフターマーケット需要分析

- 新車販売の分析と展望
- セグメント別新車販売
- 車種およびブランド別の乗用車販売
- 車齢別保有台数
- 地域別保有台数
- 燃料タイプ別新車販売
- 配車サービス、ライドシェアリング、カーシェアリングの成長
- 交換部品の収益
- アフターマーケットの課題
- 技術者向けトレーニング

流通チャネル分析

- 部品供給のアフターマーケット構造
- 独立系アフターマーケットの主要参入企業
- 独立系アフターマーケットの主要ディストリビューター
- 純正部品サプライヤーチャンネル：純正部品サプライヤーネットワークの概要
- 流通チャンネルの収益比

自動車のトレンド

- インドのアフターマーケットに影響を与える自動車関連の主要動向
- ケーススタディ:クイックサービスオプション (Maruti Suzuki)
- インドにおける乗用車向けインフォテインメントの進化
- インフォテインメントの普及
- 純正部品サプライヤーチャンネルの動向：テレマティクスおよびサブスクリプションサービス
- アプリベースのテレマティクスソリューション
- 純正部品サプライヤーチャンネルの動向：デジタルエンゲージメント
- 独立系アフターマーケットチャンネルの動向：マルチブランドサービス
- e コマースでの部品販売
- e コマースビジネスモデル
- オンラインリテール参入企業の概況
- サービスアグリゲーターの概況
- ケーススタディ:TVS Automobile Solutions
- e コマース:ギャップを埋めるオンラインリテール/サービスアグリゲーター

成長機会

次へのステップ