

米国の顧客意識調査：自動車マーケットプレイスの未来とオンデマンド機能

【概要】

本調査では、顧客意識調査をもとに、米国における自動車マーケットプレイスの使用状況とオンデマンド機能（FoD）サービスについて評価を実施しています。また、特定のサービスへの関心を低くしている要因、将来の「なくてはならない」サービス、自動車マーケットプレイスとFoDサービスの主なユースケースと用途、各セグメントにおけるFoDサービスの顧客ニーズなどについても評価を実施しています。調査対象地域は米国、調査対象期間は2019年です。

【内容一覧】

調査の目的とサンプル構成

成長のダイナミクス

- 重要なポイント
- 自動車マーケットプレイスの将来の顧客
- 自動車マーケットプレイスで提供される主な商品
- 所有する車両タイプと人口属性による自動車マーケットプレイス商品への関心
- 好まれる自動車マーケットプレイスの使用方法
- オンデマンド機能（FoD）の将来の顧客
- FoD 購入の関心
- 調査対象の FoD の価格テスト
- FoD の需要の価格弾力性
- 自動車マーケットプレイスと FoD への全体的な関心

自動車マーケットプレイスと FoD 市場の概況

- 理想的なコネクティビティ戦略：3 段階の業界アプローチ
- 自動車への期待の変化：顧客のエコシステムジャーニー
- 自動車マーケットプレイスの未来
- マーケットプレイスエコシステム
- マーケットプレイス：異なる定義を持つ 1 つの存在
- 自動車マーケットプレイスの用途の変遷
- ケーススタディ：GM のマーケットプレイス

- FoD
- ケーススタディ：Audi の FoD
- 車内：小売エコシステム
- 車内決済と決済方法
- 市場成長分析：投資と将来の機会
- 車内決済市場：プラットフォームとサービスの比較

回答者のプロフィール

自動車マーケットプレイス

- オンラインショッパーの分析
- 自動車のマルチメディアシステム経由のインターネット接続
- 回答者に提示された自動車マーケットプレイスの説明
- 回答者に提示された実際のシナリオ
- 自動車マーケットプレイスへの関心
- オンライン購入の頻度と毎月のオンライン支出
- 自動車マーケットプレイスの見込み客の分析
- 予約と購入：現在のオンラインと将来の自動車マーケットプレイスの比較
- 予約と購入：将来の自動車マーケットプレイス
- 自動車マーケットプレイスの購入品に基づく類型
- ドライバーへの最大のリーチ予測：TURF 分析
- 自動車マーケットプレイスの使用方法
- 好まれる自動車マーケットプレイスの使用方法
- 好まれる自動車マーケットプレイスおよびクレジットカード事業者
- 自動車メーカーとの自動車データ共有に対する意向
- 自動車マーケットプレイスに興味がない理由

FoD

- 回答者に提示された FoD の説明
- 回答者に提示された実際のシナリオ
- 調査対象の FoD の価格感度
- 14 種類の FoD に対する価格感度テストで回答者に提示されたポイント
- FoD への関心
- FoD コンセプトの認識
- FoD の見込み客分析
- FoD 購入の関心
- FoD への支払い意欲

- FoD の使用に必要なハードウェアアップデートの受容度
- ハードウェアアップデートの支払いおよびインストールプロセスに対する好み
- FoD に興味がない理由

FoD の潜在的な収益

- 個別の FoD の可能性を理解するために算出された 7 年間の収益予測
- 7 年間の収益予測
- 7 年間の収益予測の決済タイプ別構成比
- FoD の可能性：サマリ

FoD への支払い意欲と需要の価格弾力性

- FoD への支払い意欲と需要の価格弾力性
- FoD の需要の価格弾力性
- 自動運転車モード：支払い意欲
- 自動バレーパーキング：支払い意欲
- スマートフォンを介した車の事前調整と制御：支払い意欲
- 車内の Wi-Fi ホットスポット：支払い意欲
- 組込型ナビゲーション：支払い意欲
- 航続距離が 200 マイルから 300 マイルに拡張された EV：支払い意欲
- リアルタイムのトラフィックおよびロケーションサービス：支払い意欲
- 車内ビデオゲーム：支払い意欲
- ドライバーの車内モニタリング：支払い意欲
- スマートフォンのミラーリング：支払い意欲
- パフォーマンスと運転の向上モード：支払い意欲
- 音声アシスタント：支払い意欲
- デジタルカーキー：支払い意欲
- 過給能力：支払い意欲
- 添付
- 免責事項