

# 中国エンドユーザー調査 スマートフォン及び車内での アプリ利用に対する意識



**60% の中国人消費者が車載アプリに対して追加料金の支払い意欲があり、特にナビとチャットアプリに強い関心を示している**

中国のスマートフォン市場は目覚ましい発展を遂げており、今自動車業界ではアプリベースのインフォテイメントにも同様に需要の高まりが今後あるのかどうかに注目が集まっています。

新機能の販売とユーザーの利便向上全体に伴うビジネスチャンスとアフターマーケットサプライヤーの台頭による脅威を背景に、自動車メーカー各社はアプリベースのインフォテイメントソリューションの中国展開を検討し始めていますが、その方向に進む前に、中国の消費者志向を的確に把握することが自動車業界にとっては重要です。

そこで SBD ではスマートフォン所有者のアプリ利用状況およびアプリの車内利用に対する関心度についての分析を行い「中国のエンドユーザー調査スマートフォン及び車内でのアプリに対する意識」(SBD/TEL/3020)を発行しました。



## 中国エンドユーザー調査：スマートフォン及び車内でのアプリ利用に対する意識

本エンドユーザー調査では以下のような内容を取り上げています。

- アプリベースのインフォテイメントシステムに対する中国エンドユーザーの反応
- 中国市場における自動車向けアプリの今後の可能性
- ユーザーからのフィードバックに基づく適切な戦略の策定への提言

中国エンドユーザー調査は過去 2 年間に新車を購入したスマートフォン所有者 200 人の回答結果を解析したワードスタイルレポート、111 ページに及ぶ質問ごとの結果詳細をまとめたパワーポイントレポート、全ての元データをまとめたエクセル表、及び質問表がセットになっています。

詳細に関するお問い合わせは、下記にて承っております。

担当：近藤真子

e-mail : mkondo@sbdjapan.co.jp

tel : 052-253-6203



# 中国市場で求められる自動車アプリとは？

## 調査内容

- スマートフォンでのアプリ利用状況と志向
- 将来的な車内でのアプリ利用に対する興味
- 車内でのアプリ利用に対する費用意識

## 調査方法

エンドユーザー調査は、2010年9月に以下の要領で実施：

- 回答者 200 人を対象にしたインターネットを併用した電話インタビュー
  - 地域別サンプリング(1 級都市から 50%、2/3 級都市から 50%)
  - 年齢別サンプリング(21-35 歳層から 50%、36-55 歳層から 50%)
- 対象は、過去 2 年間に新車を購入していてスマートフォンを所有するユーザー

### 目次

#### 1. 要旨

- 1.1 はじめに
- 1.2 調査方法とサンプリング
- 1.3 要点サマリー60-second

#### 2. 調査結果の分析

- 2.1 スマートフォンのアプリ
  - 2.1.1 アプリのダウンロード頻度
  - 2.1.2 アプリのランキング
  - 2.1.3 アプリに対する支払意欲
- 2.2 アプリの車内利用の需要
  - 2.2.1 アプリの車内利用のニーズ
  - 2.2.2 アプリのランキング
  - 2.2.3 支払い意欲
- 2.3 サンプルによる違い
  - 2.3.1 地域による違い:1 級都市と 2 級/3 級都市
  - 2.3.2 年齢による違い:21~35歳層と36~55歳層

#### 3. SBD の提言

#### 図表一覧

- 図 1. アプリのダウンロードの頻度と数
- 図 2. アプリの重要度ランキング(カテゴリー別)
- 図 3. ダウンロードしたアプリの有料/無料の割合
- 図 4. 車載ディスプレイからのスマートフォンアプリの利用に対する関心度

図 5. 車内利用におけるアプリの重要度ランキング (カテゴリー別)

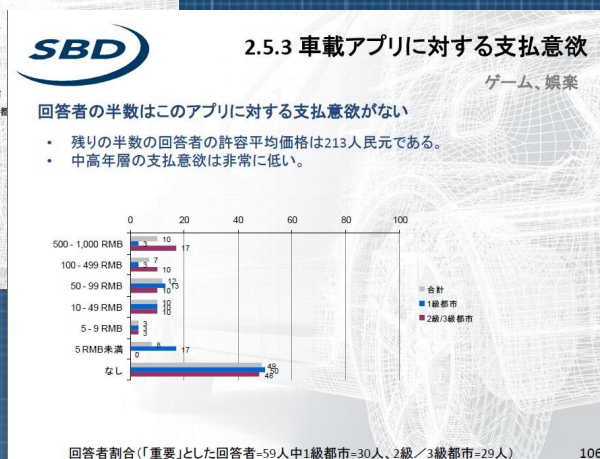
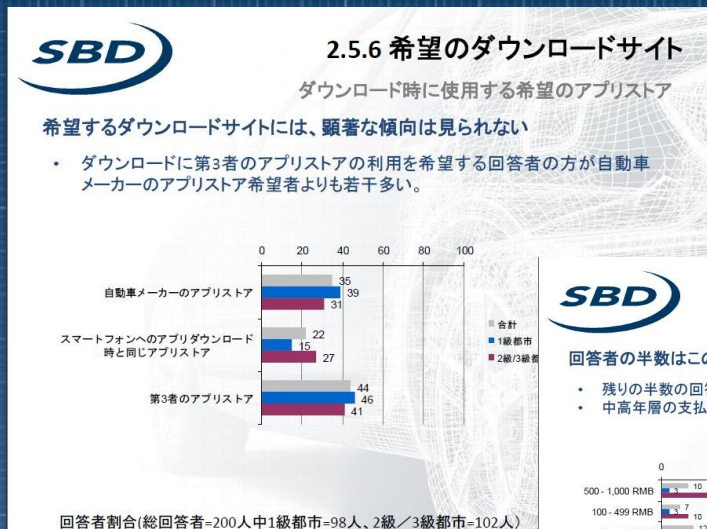
図 6. 車載専用アプリの利用料金に対する支払意欲 (カテゴリー別)

図 7. 車載アプリ対応機能搭載車の追加料金に対する支払意欲

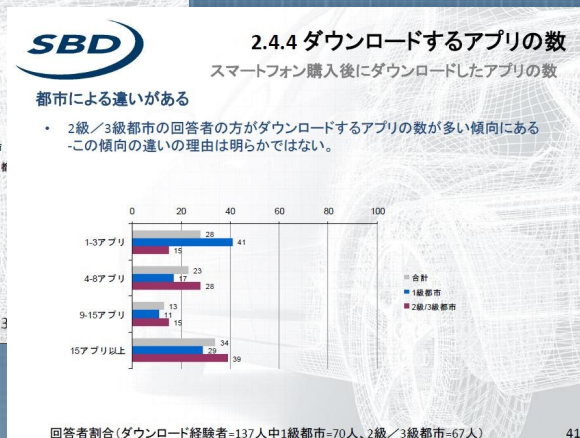
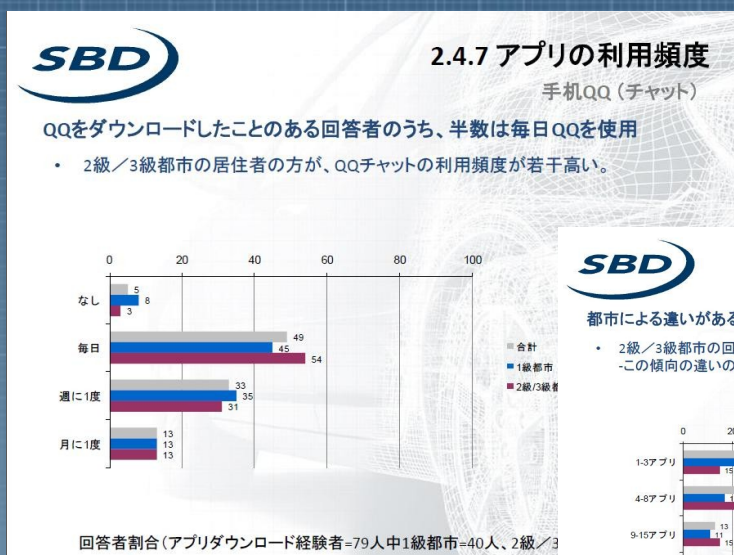


# ...know what tomorrow brings

## ユーザーニーズ に適合したシステム とは？



## ユーザーの今後の購買判断を左右するシステムとは？



## ユーザーが求めている アプリとは？

# SBD のエンドユーザー調査

市場ごとのユーザー志向の違いや、特定のサービスや製品に対するユーザーの購買意欲。製品戦略策定のために不可欠なこれらの情報を得るには、対象となるユーザーを直接調査するのが一番です。しかし、プロフィールグループの選定や質問項目作成から、アンケートの実施や結果の集計分析まで、ユーザー調査は多大な時間と労力を必要とする業務です。

自動車関連設計分野に豊富な知識と経験をもつ SBD は、自動車技術そのものの開発と同時に、技術とユーザーニーズの間のへだたりを埋めることがいかに重要かつ困難であるかを十分理解しています。弊社は独自のノウハウを駆使してエンドユーザー調査を企画構成いたします。

アンケート質問項目を作成実施しその結果を集計分析して、御社設計チームの製品戦略に役立つフィードバックとしてご提供します。

SBD のエンドユーザー調査サービスをご利用いただくことで、以下の効果が得られます。

- ユーザーニーズの迅速かつ確かな把握により、競合メーカーの一步先を行く積極的な開発が可能になります。
- 御社の自動車技術分野について、適切なユーザープロフィールに基づいた有用なデータが得られます。
- 信頼のある分析と提言により、御社の製品戦略・開発におけるスピーディーな決断を実現します。
- 将来に向けての製品戦略構築にあたり、対象ユーザーの意見・志向をあらかじめ把握することで効率的な開発をサポートします。

## 本書のご購入形態

(下記は税抜き価格です)

レポート名	日本語版	日本語版	英語版	英語版
	製本+PDF	製本のみ	製本+PDF	製本のみ
スマートフォン及び車内でのアプリ利用に関する中国の消費者志向の分析 (参照番号: SBD/TEL/3020)	¥500,000	¥400,000	¥450,000	¥350,000

詳細に関するお問い合わせは、下記にて承っております。

**SBD ジャパン**

近藤 真子

E メール : [mkondo@sbdjapan.co.jp](mailto:mkondo@sbdjapan.co.jp)

## 関連レポート



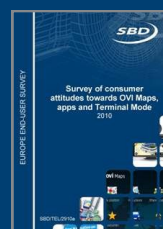
### 中国におけるスマートフォン市場、アプリ、これに対する OEM の対応 (SBD/TEL/2860)

世界の自動車業界・ナビ業界にとって、スマートフォンがもたらす脅威とビジネスチャンスは重大な関心事となっています。スマートフォンメーカー、OS メーカー、通信事業者、その他第三者の運営するアプリストアの近年の急激な拡大は、新しい「アプリ業界」の誕生をもたらしました。携帯電話および新車の世界最大市場である中国で積極的に活動する自動車メーカーが、新興アプリ業界に対応するべく新しい戦略策定を必要としているのは当然のなりゆきといえます。本書では、中国のアプリストア市場および国内・海外自動車メーカーのテレマティクスサービスに与える影響について、市場・ビジネス戦略の観点から分析をおこなっています。



### 中国の埋め込み型アフターマーケット市場の現状と OEM の対抗戦略 (SBD/TEL/2970)

本書では中国の埋め込み型アフターマーケット市場の現状と今後の傾向について分析し、中国のナビの模倣品および模倣サービスに対抗すべく、迅速に戦略を策定し実行する方法などを取り上げています。本書にはアフターマーケットナビシステムに関するデータベースが付属しています。このデータベースには、システムの価格、対象車種、サプライヤーのウェブサイトへのリンクが含まれています。



### OVI Maps、アプリ、Terminal Mode に関する消費者志向の調査 (SBD/TEL/2910)

自動車業界が急にスマートフォン統合ソリューションに関心を持ち始めた背景には、消費者の志向とニーズの変化があります。SBD では、これらのユーザーニーズを定量的に把握するために、今後 1 年以内に車の購入を予定しており、現在 Nokia の無料ナビアプリ(OVI Maps)を利用しているユーザーを対象に、消費者の関心と期待に関する分析調査を行いました。