

報道用資料

2016年9月15日

**CCCマーケティング、CCCカーライフラボ、J.D. パワーが業務提携で合意
消費者の声とビッグデータを融合した新しいマーケティング・ソリューションを提供
～初めての3社共同調査を実施「自動運転車への興味が最も高いのは若者世代」～**

＜当資料の要約＞

- CCCマーケティング、CCCカーライフラボ、J.D. パワーが、共同で自動運転に関する調査を実施
- 完全自動運転車に対する関心が最も高いのは18歳～29歳の若者世代
- 若者世代は、自動運転車の中でアクティブに時間を過ごそうとする傾向が高い
- 若者世代の中の自動運転車に関心が高い層は、エンターテインメント・コンテンツの接触率が高い

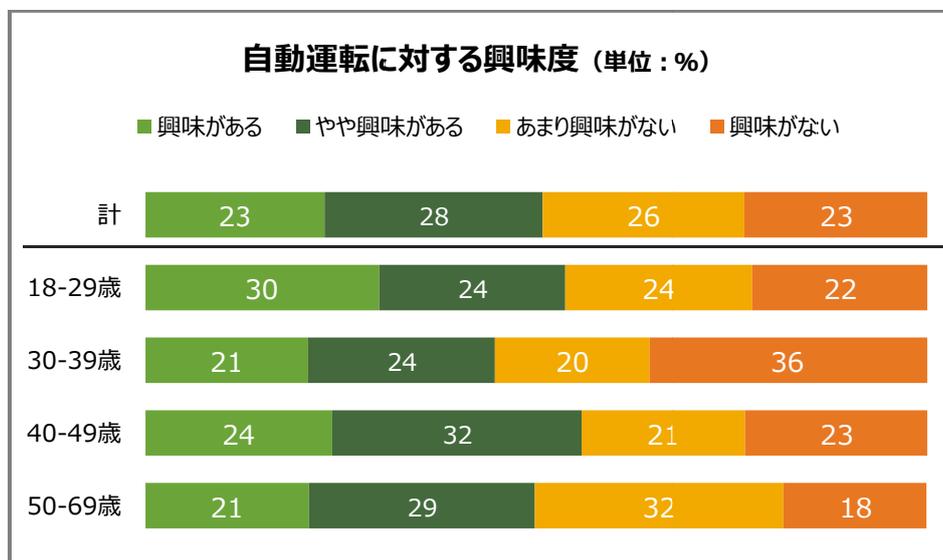
CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社J.D. パワー アジア・パシフィック（本社：東京都港区、代表取締役社長：鈴木 郁、略称：J.D. パワー）と、カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社（以下「CCC」）のグループ会社でデータベース・マーケティング事業を手掛けるCCCマーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：武田 宣、以下「CCCマーケティング」）並びに、自動車に関する情報を提供する株式会社CCCカーライフラボ（本社：東京都港区、代表：堀江 史朗、以下「CCCカーライフラボ」）の3社は、新しいマーケティング・ソリューションの開発のための業務提携を行うことに合意いたしました。本合意を受け、今回、初めて実施した3社共同調査「自動運転技術に関する調査」の結果をお知らせいたします。

共同調査は、世帯で自動車を保有している18歳～69歳のT会員1295人*を対象として、2016年8月にインターネット上で調査を実施しました。

*T会員のうち、過去半年以内に1回以上、TSUTAYAでDVDレンタルしたユーザー

－「自動運転システム」は20代以下で高い関心－

現在、衝突回避・被害緩和システム、誤発信防止機能や死角モニタリングなど車の安全運転をサポートする様々な技術が開発され、市場に投入されていますが、その多くは若者世代よりもシニア世代の方が高い関心を示していることが、本調査によってわかりました。一方、人間の運転なしで自動で走行することが可能となる「自動運転システム」に高い関心を示したのはシニア世代よりも若者世代であり、「興味がある」と回答した割合は、20代以下の世代が最も高く30%という結果となりました。



また、完全自動運転が実現したら車内でやってみたいこととして上位にあげられたのは、対象者全体では「リラックスする／ぼーっとする」50%、「寝る」41%、「会話を楽しむ」34%、「映画を観る」32%となりました。特に18歳～29歳の若者世代では「映画を観る」が他の年代層より高く39%、また「読書」「ゲーム」「美味しいものを食べる」「お酒を飲む」「仕事をする」といった項目をあげる割合も他の世代よりも高い結果となり、自分で運転をしなくてよい完全自動運転ならではの移動空間と時間をアクティブに活用したい、という様子がうかがえます。

次にCCCマーケティングが保有する購買データを分析すると、自動運転に興味があると回答した若者世代は、興味がない同世代に比べ、本（雑誌）の購入率が15%、CDレンタルの利用率が12%高く、エンターテインメント・コンテンツの接触率が高いことが分かりました。

現在の自動車業界は、販売台数の減少、若者の車離れなどといった課題に直面しており、厳しい市場環境に置かれていますが、そのような状況の中、自動運転という新しい技術は市場に大きな変化をもたらす可能性を秘めていることが今回の調査で明らかになりました。

特に自動運転技術が向上することで、若者世代が抱く車へのイメージが、「ステータス感」や「移動手段」としてではなく、コンテンツを楽しむための「パーソナルな空間」「プライベートな場所」として変化する可能性が高いことが示唆されました。これらの結果は、消費者の車との新しい関わり方を表わす一つのヒントとなるといえ、IoTやコネクティッド・カーといった今後の自動車業界を取り巻くイノベーションに対する消費者の期待を示しているものと考えられます。

今後、消費者の新たな期待・ニーズを的確にとらえていくためにも、消費者の意識と、購買データから見えてくる行動実態を結びつけた従来とは異なる新しい視点でのアプローチが有効となることを、CCCマーケティング、CCCカーライフラボ、J.D. パワーの各社では確信しております。今後も3社で協働し、新しいマーケティング・ソリューションを提供すべく、努力してまいります。

【共同調査について】

J.D. パワーは1968年の創立以来約50年に渡って、米国、日本をはじめとした世界の主要な自動車市場で一貫して「消費者の声」を収集・分析しており、日本でも年間10万人を超える自動車ユーザーを対象とした調査を実施、発表しています。また、CCCマーケティングは約6000万人の会員基盤および156社の提携企業を通じた年間6兆円超の購買履歴データを保有しており、CCCカーライフラボは自動車関連書籍の出版を始めた日本の自動車市場における情報提供での豊富な実績を有しています。

このたび、3社のノウハウを集結することにより、購買データをベースとしたビッグデータによる消費者の「行動実態」と、消費者の内面にある「意識・志向」を組み合わせ、新しい形のマーケティング・リサーチのプラットフォーム、分析フレーム並びにマーケティング・ソリューションの開発に取り組むこととなりました。

今後はビッグデータと「消費者の声」を組み合わせることにより、今までにない新たな切り口での消費者インサイトの発見、並びにマーケティング・ソリューションの提供につなげていきたいと考えています。まずは、自動車産業を対象とした共同調査を実施し、定期的に報道発表をするとともに、効果的なソリューションを生み出すための研究を行ってまいります。

<CCCマーケティングについて>

代表者： 代表取締役社長 武田 宣
本社所在地： 東京都渋谷区南平台町16-17
設立： 2014年12月
事業内容： データベース・マーケティング事業

<CCCカーライフラボについて>

代表者： 代表取締役社長 堀江 史朗
本社所在地： 東京都港区虎ノ門3-2-2 虎ノ門30森ビル9F
設立： 2010年11月
事業内容： 自動車関連書籍の編集・出版、イベント企画・運営、自動車関連市場リサーチ、自動車関連商品企画販売

<J.D. パワーについて>

J.D. パワー（本社：米国カリフォルニア州コスタメサ）は、顧客満足に関するインサイト並びにパフォーマンス改善のためのソリューションを提供している国際的なマーケティング情報サービス企業である。毎年、世界中で数百万人にのぼる消費者や

ビジネス・ユーザーを対象に、品質や顧客満足に関する調査を実施している。北米、南米、ヨーロッパとアジアに計17の拠点を有する。アジア・パシフィックではシンガポール、北京、上海、バンコク、マレーシアに拠点をもち、日本、オーストラリア、中国、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、台湾、タイ、ベトナムで調査を行っている。詳しくは当社ウェブサイト <http://japan.jdpower.com> まで。