

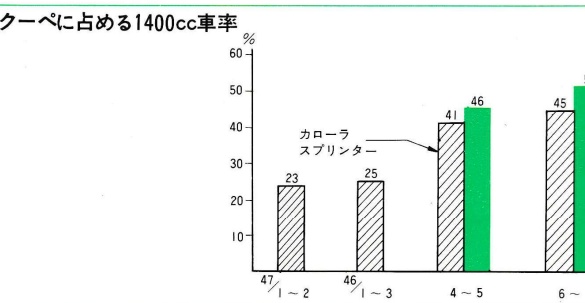
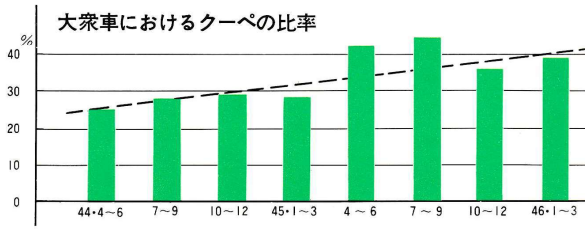
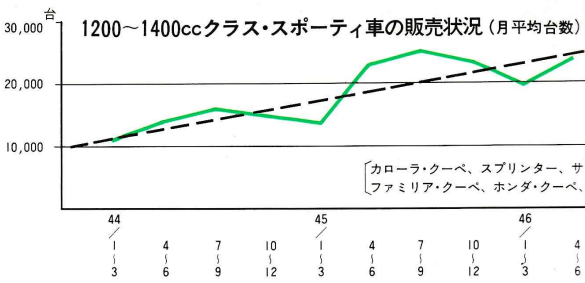
拡大する可能性充分のマーケット

大衆車の主流は1400ccクーペに向かっています。

スポーティ車市場は伸びている
自動車産業をとりまく環境は最近特に厳しさを増してきましたが、より個性を発揮し、より高級化を求める大衆車需要層は、いまスポーティ車を志向しています。

大衆車はクーペを志向している
このことは、右図のようにクーペタイプの比率が、年々増加していることでも明らかです。

大衆クーペの主流は1400cc車
昨年前半までは、大衆クーペの主流は1200cc車でしたが、コローラ、スプリンターの1400cc車出現、またサニーエクセレントの追随により、大衆クーペの主流は1400cc車に移行しつつあります。

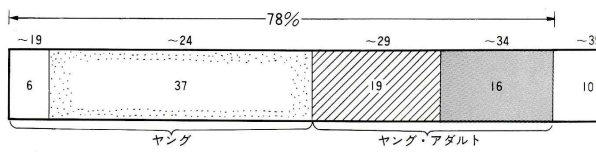


ひろがる需要層

●ユーザー層の特徴——属性

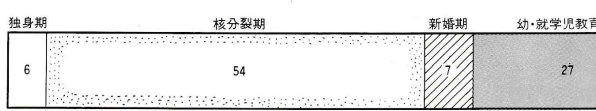
1 年齢

24才までのヤングが56%と半数以上を占めていますが、25～34才のヤング・アダルトの比率も35%と大きなウェイトです。



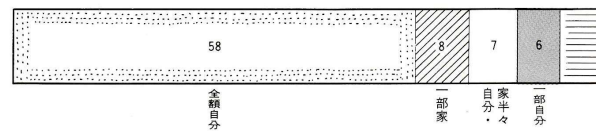
2 ライフステージ

核分裂期の家庭が54%で、次いで幼児・就学児童の教育期の家庭が27%となっています。



3 購入資金

購入資金を全額自分で支弁した人は58%で、残り42%は何らかの形で家から援助を得ています。



ユーザー層の性格

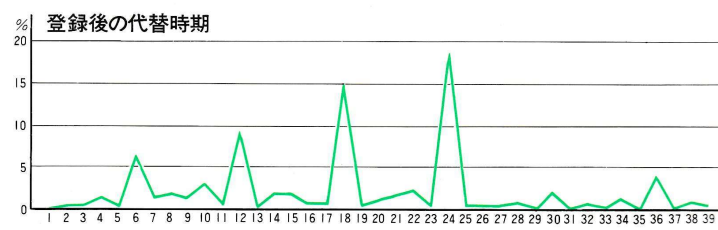
■ユーザーは6ヵ月毎に浮気する。
登録後12ヵ月、18ヵ月、24ヵ月をアタック

■購入時の重視点——
なんといってもまずスタイル

■プロスペクトは研究熱心——
商品知識をもとう

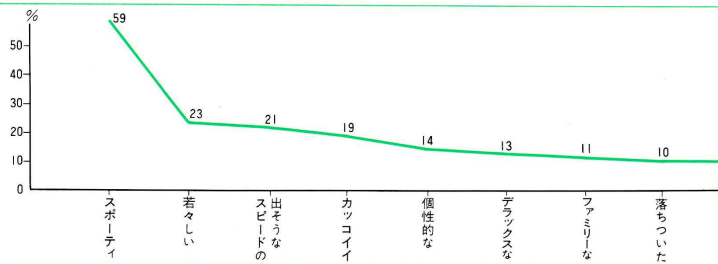
■ふられてもあきらめるな——
押して、押して、押しまくれ

A)ユーザーは6ヵ月毎に浮気する。
プロスペクトはどのようなキッカケで車を購入するのでしょうか。調査によりますと、車検の時期が23%とトップですが、それ以前にも「あきがきた」り、「広告で欲しくなった」りしています。

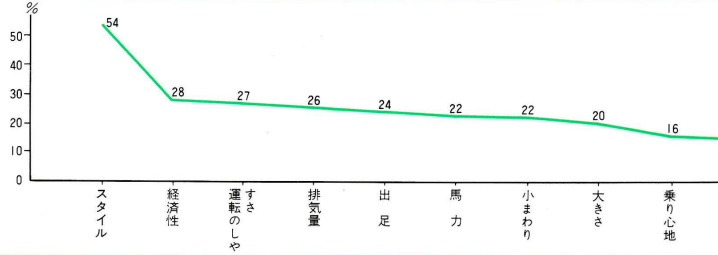


B)欲しい車のイメージは…

スポーティ
若々しくて
カッコイイ…車です

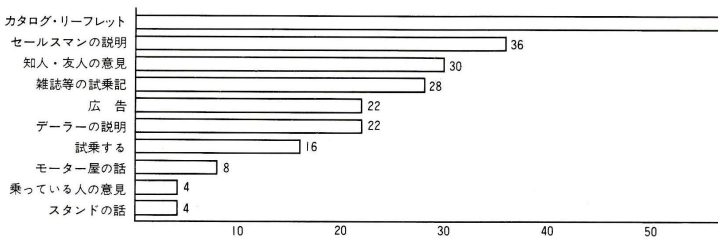


C)購入時の重視点は、なんといってもまずスタイルです。



D)プロスペクトは研究熱心です。

車を購入するにあたって、プロペクトは次のような方法で研究をしています。私たちが質問されても困らぬよう、ギャランクーペFTOはもちろん、競合銘柄についての知識をもちましょう。



E)車を買う気になっても半数はまだ流動的だ。

自分の欲しい車のイメージを抱き、車についての研究もしたが、〇〇〇にしようとしているのは約半数、残りのプロスペクトはまだ流動的だ。

