

中古車購入実態調査 2023

報告書 【データ編】

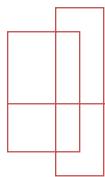
2024年3月

カーセンサー

株式会社リクルート
自動車総研

I. 調査の概要	1
1. 調査の目的	2
2. 調査の実施方法	3
3. 回答者の属性	4
1)一次調査	4
2)二次調査	5
4. 集計方法	6
1)一次調査	6
2)二次調査	7
5. 報告書表記上の注意点	9
II. 調査結果	11
1. クルマに対する意識	12
1)中古車のイメージ	12
2)クルマや中古車に求めるもの	13
3)興味・関心があるクルマについて	15
4)クルマに対する価値観・イメージについて	17
5)カーライフに対する満足度	19
2. 日常におけるクルマの所有・運転状況	20
1)現在所有しているクルマの台数	20
2)普段のクルマ運転頻度	21
3)クルマの所有状況、日常生活における運転状況	22
4)クルマに関する支出費用	23
3. これまでのクルマ遍歴	35
1)クルマの購入検討・購入経験	35
2)これまでに購入したクルマの台数	39
3)前回購入したクルマの新車・中古車分類	43
4)前回購入したクルマのボディタイプ	44
5)前回購入したクルマのエンジンタイプ	45
6)前回購入したクルマの購入先	46
7)前回購入したクルマの支払総額	47
8)前回購入したクルマの乗車期間	48
9)前回購入したクルマの購入時に新たに購入／申込んだ商品・サービス	49
10)自分のクルマを所有していない理由	51
4. クルマの検討・購入時の状況	52
1)直近でクルマを購入した時の状況	52
2)直近で購入または検討した中古車の項目別検討開始段階	54
3)直近で購入または検討した中古車の重視点・妥協点	55

5. クルマの購入を思い立った段階について	57
1) クルマ購入のきっかけ・理由	57
2) クルマの主な購入目的	60
3) 段階別検討項目	61
4) 想定していた中古車の内容	64
5) 中古車購入を思い立った当初の購入予算	66
6) 中古車購入を思い立ったとき不安だったこと	67
6. 販売店の検討・利用の状況	68
1) 中古車を購入する販売店を選ぶ際の重視点	68
2) 中古車販売店への問い合わせ・訪問経験	70
3) 直近で購入した中古車を購入した販売店に最初に訪問したきっかけ	83
7. 実際に購入した段階について	84
1) 中古車の購入時期・検討期間	84
2) 中古車購入にかかった費用	86
3) 直近で購入した中古車の費用の支払方法	93
4) 段階別検討項目	95
5) 購入した中古車の内容	97
6) 中古車の購入先	101
7) 中古車購入の決め手	104
8) 中古車購入時の満足度	105
9) 中古車購入後のクルマの利用方法や楽しみ方	106
10) 中古車購入時の不安点	107
11) 中古車購入時に新たに購入／申込んだ商品・サービス	109
12) 事前に知りたかったクルマや販売店の情報	111
13) クルマを購入しなかった理由	112
8. 中古車情報メディアや情報収集について	116
1) 中古車情報メディアの認知・利用状況	116
2) クルマについて調べた内容	121
3) 『カーセンサー』の利用度と好感度・役立ち度	124
9. 今後のクルマ購入・利用について	130
1) レンタカー・カーシェアの利用意向	130
2) クルマの理想の使い方・実際の使い方	137



I . 調査の概要

1. 調査の目的

中古車販売におけるマーケット規模や情報、カスタマーの検討・購買行動やそれに伴う意識、情報メディアの認知度やイメージを経年で把握することにより、以下につなげることを目的とする。

➤ 中古車販売マーケットの新しいトレンドをつくる

独自性と新しい視点をもって調査分析を行い、その結果を広く知らしめることにより、マーケットの拡大と新しい兆しを創造とともに、中古車販売業界のリーディング調査としての地位を確立し信頼性を高め、新しいトレンドを創造・発信する。

➤ 営業ツールとして活用

営業担当者がクライアント(中古車販売店等)へ提案する際に活用することができる営業ツールを作成する。現実性が高く、かつ、おもしろみのある営業ツールとしてクライアントに納得感を与え、信頼を得られるものとする。

➤ 「カーセンサー」の競争力向上

調査結果をプレスリリースすることにより、「カーセンサー」の認知度を向上し、他メディアに対する優位性を高め、競争力向上を図るとともに、調査結果を「カーセンサー」記事に反映することにより、読者ニーズにあつた誌面づくりの一助とする。

2. 調査の実施方法

一次調査で中古車購入率を把握するとともに、二次調査で中古車の購入時における行動実態やクルマに対する意識などを把握する2段階の調査を行った。

■一次調査

- 調査方法:インターネットによる調査
 - 調査期間:2023年8月7日(月)～2023年8月24日(木)
 - 調査対象:全国18歳～69歳の男女 ※沖縄県を除く(株式会社マクロミルの登録モニター)
 - 回収サンプル数:200,000件
- ※令和2年国勢調査に基づき、全国を性別2区分×年代別5区分(20歳代(18～19歳含む)/30歳代/40歳代/50歳代/60歳代)×エリア10区分×都市部(東京都特別区+政令指定都市20都市)/地方部(それ以外)2区分に割付けて回収した。

■全国10エリア

エリア	都道府県
01 北海道	北海道
02 東北	青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県
03 北関東	茨城県・栃木県・群馬県
04 首都圏	埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県
05 甲信越・北陸	新潟県・富山県・石川県・福井県・山梨県・長野県
06 東海	静岡県・岐阜県・愛知県・三重県
07 關西	滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県
08 中国	鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県
09 四国	徳島県・香川県・愛媛県・高知県
10 九州	福岡県・佐賀県・長崎県・大分県・熊本県・宮崎県・鹿児島県

- 調査内容:日常におけるクルマの運転状況、新車や中古車の購入状況、購入のきっかけ、クルマを所有していない理由 等
- 集計サンプル数:200,000件

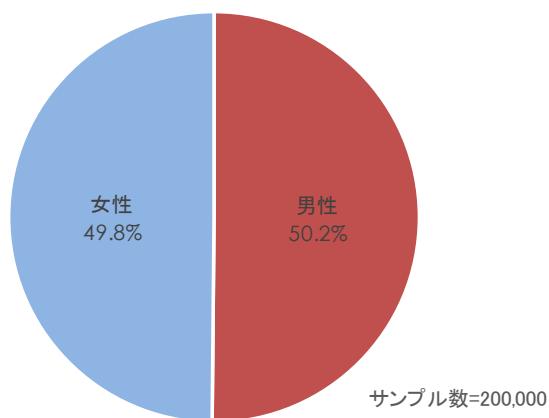
■二次調査

- 調査方法:インターネットによる調査
 - 調査期間:2023年8月14日(月)～2023年8月23日(水)
 - 調査対象:一次調査において「直近1年以内に中古車を購入した人」および「直近1年以内に中古車の購入を検討した人」
 - 回収サンプル数:4,232件
- (1年以内中古車購入者:2,111件、1年以内中古車購入検討者:2,121件)
- ※一次調査の回答者の中から、一次調査の割付に加えて1年以内に中古車を購入した人・1年以内に中古車購入を検討した人で割付けて回収した。
- 調査内容:購入検討の段階別の購入行動や意識、購入総額、購入したクルマのタイプ、利用したメディア、満足度、これまでのクルマ遍歴、クルマにかかる費用、クルマに対するイメージや価値観 等
 - 集計サンプル数:中古車購入者2,111件、中古車購入検討者2,121件

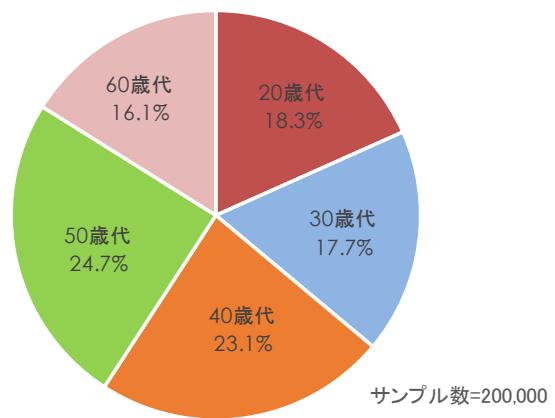
3. 回答者の属性

1) 一次調査

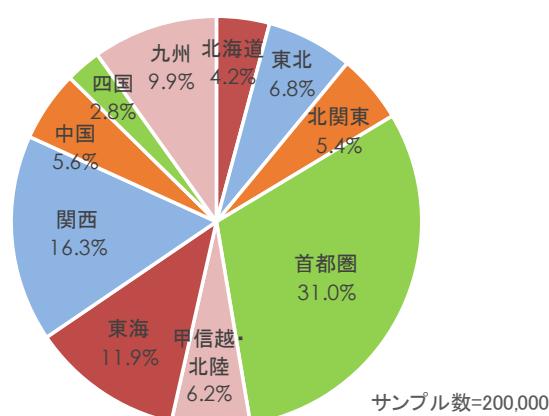
■性別



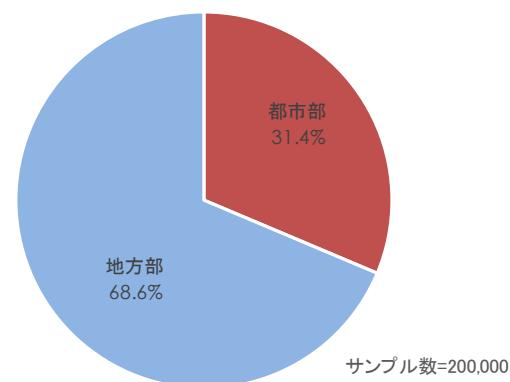
■年齢



■居住地

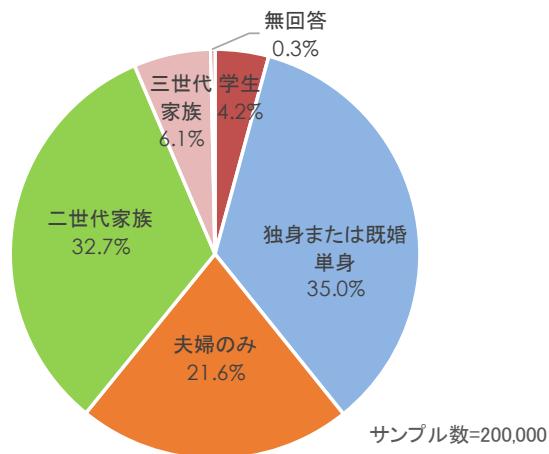


■都市部／地方部



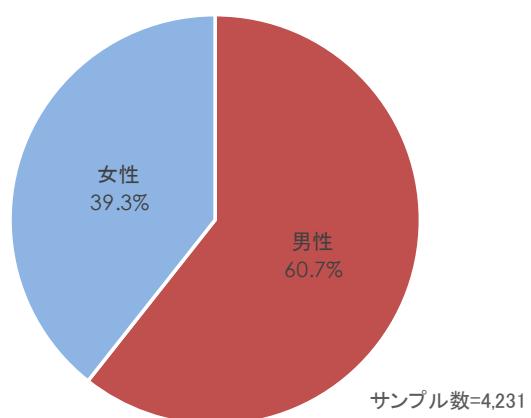
※都市部: 東京特別区部+政令指定都市20都市
※地方部: 上記以外

■ライフステージ

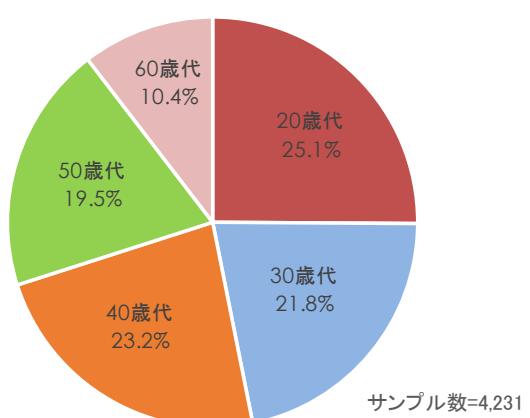


2) 二次調査

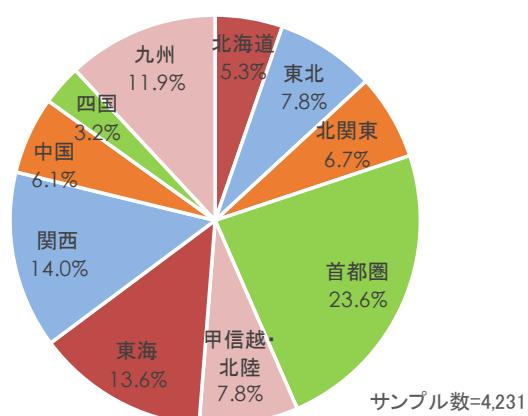
■性別



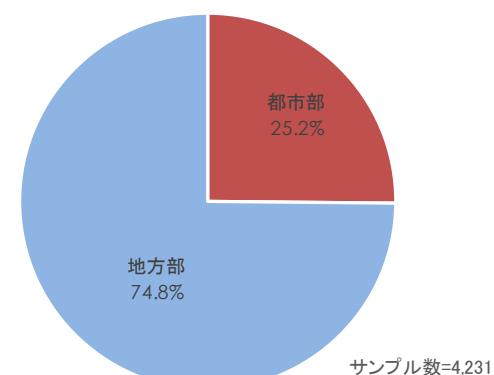
■年齢



■居住地

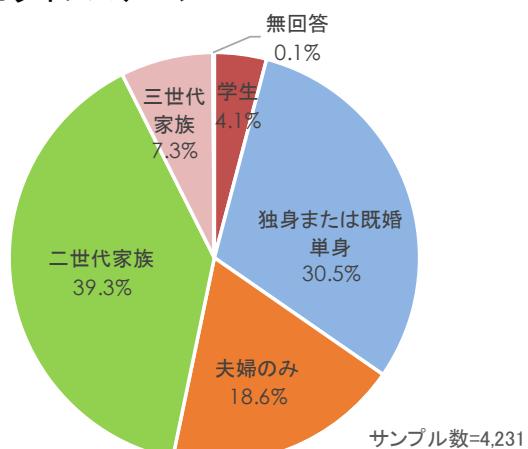


■都市部／地方部

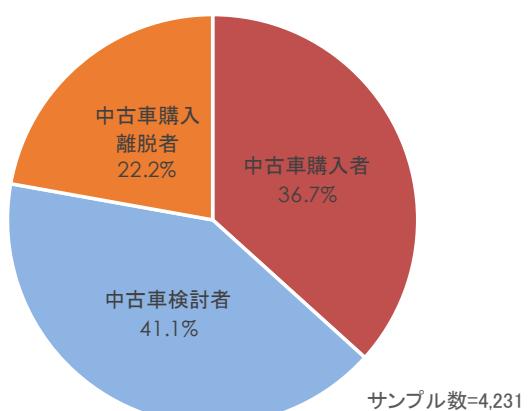


※都市部: 東京特別区部+政令指定都市20都市
※地方部: 上記以外

■ライフステージ



■1年以内の中古車購入状況



4. 集計方法

1) 一次調査

令和2年国勢調査の結果に基づき、性別2区分×年代別4区分(20歳代(18~19歳含む)/30歳代/40歳代/50~60歳代)×エリア10区分×都市部・地方部2区分別の構成比に合わせて、サンプル数を補正したウェイトバック集計を行っている。(60歳代は調査回収難度が高く、集計に十分なサンプルを確保できない区分が発生したため、50歳代と合わせて区分してウェイトバック集計を行っている。)

本報告書で示しているデータは、調査結果にウェイト値を乗じた結果である。

○ウェイトバック集計前のサンプル数

		18~29歳		30~39歳		40~49歳		50~69歳				
		男	女	男	女	男	女	男	女			
01	北海道	都	市	部	148	600	289	950	550	1,000	1,300	1,200
		都	市	部	137	550	300	750	550	1,000	1,430	1,000
02	東北	都	市	部	77	350	153	500	230	450	535	440
		都	市	部	329	1,000	600	1,600	1,170	1,600	2,520	1,700
03	北関東	都	市	部	-	-	-	-	-	-	-	-
		都	市	部	300	1,000	600	1,500	1,180	1,500	2,310	1,500
04	首都圏	都	市	部	1,000	2,449	2,250	2,950	3,850	5,400	7,030	5,512
		都	市	部	1,000	3,250	1,800	2,950	1,800	3,450	6,520	4,000
05	甲信越・北陸	都	市	部	60	200	125	300	185	292	358	277
		都	市	部	350	1,000	700	1,500	1,230	1,500	2,300	1,200
06	東海	都	市	部	215	850	450	1,300	787	1,200	1,880	1,380
		都	市	部	470	1,400	1,000	2,400	1,900	2,300	4,000	2,800
07	関西	都	市	部	450	1,500	950	2,100	1,600	1,900	3,250	2,299
		都	市	部	700	2,400	1,600	1,800	2,400	3,750	5,000	3,950
08	中國	都	市	部	119	500	235	700	420	700	890	700
		都	市	部	250	950	550	1,200	935	1,400	1,700	1,400
09	四国	都	市	部	-	-	-	-	-	-	-	-
		都	市	部	179	699	387	1,100	680	1,000	1,420	1,000
10	九州	都	市	部	218	800	443	1,200	600	1,100	1,355	1,100
	(沖縄除く)	都	市	部	300	1,400	800	2,200	1,300	2,000	2,400	2,000

※都市部: 東京特別区部+政令都市20都市

※地方部: 上記以外

○ウェイト値

		18~29歳		30~39歳		40~49歳		50~69歳				
		男	女	男	女	男	女	男	女			
01	北海道	都	市	部	1.99018	0.52152	0.98759	0.32419	0.66307	0.39681	0.48747	0.60110
		都	市	部	3.02001	0.67772	1.35942	0.52195	1.03162	0.55899	0.78585	1.21122
02	東北	都	市	部	2.54036	0.55477	1.11525	0.35596	0.91717	0.47480	0.62755	0.79477
		都	市	部	2.85585	0.85056	1.66074	0.59008	1.11070	0.77512	1.07660	1.63483
03	北関東	都	市	部	-	-	-	-	-	-	-	-
		都	市	部	3.29572	0.87366	1.63226	0.59003	1.09445	0.79898	0.99784	1.52176
04	首都圏	都	市	部	3.20797	1.30874	1.41061	1.04223	0.97040	0.67369	0.80309	0.98863
		都	市	部	3.01672	0.87557	1.54058	0.88472	2.08629	1.02579	0.94599	1.51460
05	甲信越・北陸	都	市	部	1.86484	0.55452	0.87945	0.36831	0.79540	0.49996	0.72415	0.97325
		都	市	部	2.79922	0.88150	1.35344	0.59613	1.06076	0.83433	1.05169	2.05079
06	東海	都	市	部	2.82140	0.68463	1.29415	0.42645	0.91812	0.58060	0.64697	0.87174
		都	市	部	3.62918	1.10469	1.63855	0.62503	1.12762	0.87920	0.89362	1.28732
07	関西	都	市	部	2.37401	0.74791	0.99841	0.47024	0.74263	0.65210	0.60309	0.90091
		都	市	部	2.90764	0.83525	1.14510	1.03282	1.05750	0.70196	0.87460	1.19484
08	中國	都	市	部	2.54172	0.60852	1.18391	0.40509	0.87451	0.53600	0.64708	0.86466
		都	市	部	2.85114	0.69212	1.26475	0.55359	0.98134	0.63904	0.99985	1.27408
09	四国	都	市	部	-	-	-	-	-	-	-	-
		都	市	部	2.52303	0.61300	1.20566	0.42291	0.93628	0.64133	0.84312	1.28836
10	九州	都	市	部	2.44368	0.69995	1.08009	0.42722	0.96853	0.56297	0.70843	0.96157
	(沖縄除く)	都	市	部	3.84598	0.82880	1.53353	0.57502	1.18852	0.79415	1.30098	1.69109

※都市部: 東京特別区部+政令都市20都市

※地方部: 上記以外

○ウェイトバック集計後のサンプル数(補正值)

		18~29歳		30~39歳		40~49歳		50~69歳				
		男	女	男	女	男	女	男	女			
01	北海道	都	市	部	295	313	285	308	365	397	634	721
		都	市	部	414	373	408	391	567	559	1,124	1,211
02	東北	都	市	部	196	194	171	178	211	214	336	350
		都	市	部	940	851	996	944	1,300	1,240	2,713	2,779
03	北関東	都	市	部	-	-	-	-	-	-	-	-
		都	市	部	989	874	979	885	1,291	1,198	2,305	2,283
04	首都圏	都	市	部	3,208	3,205	3,174	3,075	3,736	3,638	5,646	5,449
		都	市	部	3,017	2,846	2,773	2,610	3,755	3,539	6,168	6,058
05	甲信越・北陸	都	市	部	112	111	110	147	146	146	259	270
		都	市	部	980	881	947	894	1,305	1,251	2,419	2,461
06	東海	都	市	部	607	582	582	554	723	697	1,216	1,203
		都	市	部	1,706	1,547	1,639	1,500	2,142	2,022	3,574	3,604
07	関西	都	市	部	1,068	1,122	948	987	1,188	1,239	1,960	2,071
		都	市	部	2,035	2,005	1,832	1,859	2,538	2,632	4,373	4,720
08	中國	都	市	部	302	304	278	284	367	375	576	605
		都	市	部	713	658	696	664	918	895	1,700	1,784
09	四国	都	市	部	-	-	-	-	-	-	-	-
		都	市	部	452	428	467	465	637	641	1,197	1,288
10	九州	都	市	部	533	560	478	513	581	619	960	1,058
	(沖縄除く)	都	市	部	1,154	1,160	1,227	1,265	1,545	1,588	3,122	3,382

※都市部: 東京特別区部+政令都市20都市

※地方部: 上記以外

2) 二次調査

一次調査の区分に加え、一次調査で判明した「1年以内に中古車を購入した人/1年以内に中古車購入を検討した人」の2区分を加えた区分別の構成比に合わせて、サンプル数を補正したウェイトバック集計を行っている。

本報告書で示しているデータは、調査結果にウェイト値を乗じた結果である。

■ 1年以内に中古車を購入した人

○ ウエイトバック集計前のサンプル数

		18~29歳		30~39歳		40~49歳		50~69歳	
		男	女	男	女	男	女	男	女
01	北海道 都市部	4	11	8	17	19	19	23	7
	地方部	3	12	12	17	15	18	24	7
02	東北 都市部	0	3	7	13	1	8	15	3
	地方部	4	24	14	20	28	23	32	19
03	北関東 都市部	-	-	-	-	-	-	-	-
	地方部	9	20	9	32	34	23	42	13
04	首都圏 都市部	14	14	24	24	24	23	33	12
	地方部	14	24	24	24	14	23	34	12
05	甲信越・北陸 都市部	2	3	7	4	4	6	3	2
	地方部	10	16	15	25	24	21	44	9
06	東海 都市部	6	12	4	20	15	12	24	5
	地方部	11	16	16	15	15	15	15	15
07	関西 都市部	9	11	14	17	17	13	19	8
	地方部	14	14	16	24	24	23	23	12
08	中國 都市部	3	9	8	14	6	3	11	6
	地方部	9	15	19	25	15	21	30	11
09	四国 都市部	-	-	-	-	-	-	-	-
	地方部	5	11	7	15	13	16	23	15
10	九州 都市部	4	12	13	19	19	14	21	6
	(沖縄除く) 地方部	9	15	15	15	15	13	13	13

※都市部: 東京特別区部+政令都市20都市

※地方部: 上記以外

○ ウエイト値

		18~29歳		30~39歳		40~49歳		50~69歳	
		男	女	男	女	男	女	男	女
01	北海道 都市部	1.43101	0.30990	0.38729	0.17452	0.29198	0.18021	0.20504	0.31428
	地方部	2.10553	0.44300	0.56276	0.22477	0.39559	0.38161	0.44519	0.76907
02	東北 都市部	0.00000	0.58030	0.41655	0.14319	1.19875	0.23277	0.20783	0.34623
	地方部	2.98683	0.49111	0.68232	0.40114	0.65340	0.45821	0.96762	0.80991
03	北関東 都市部	-	-	-	-	-	-	-	-
	地方部	1.91490	0.60533	1.04323	0.30854	0.50498	0.45412	0.51558	0.94878
04	首都圏 都市部	1.91717	1.00210	1.18328	0.97648	0.97259	0.49780	0.66810	0.75393
	地方部	2.30993	0.98247	0.97344	0.71323	0.206502	0.97952	1.12757	1.84801
05	甲信越・北陸 都市部	0.97501	0.33828	0.26281	0.14439	0.36388	0.19605	0.44181	0.63615
	地方部	1.09781	0.72023	0.70776	0.31173	0.52003	0.42589	0.51871	1.31068
06	東海 都市部	1.22951	0.38783	0.67668	0.25089	0.32008	0.35423	0.37356	0.63820
	地方部	2.41533	1.15533	1.25847	1.03501	1.27758	0.98079	1.88476	1.03220
07	関西 都市部	1.03453	0.40885	0.52207	0.31824	0.39977	0.30163	0.58923	0.47107
	地方部	1.62906	2.12670	1.25375	0.57383	0.81795	0.67030	1.43169	1.22361
08	中國 都市部	1.10771	0.33586	0.50300	0.18915	0.45725	0.60732	0.36916	0.45214
	地方部	1.90506	0.55497	0.50474	0.31263	0.56450	0.36598	0.49671	0.66625
09	四国 都市部	-	-	-	-	-	-	-	-
	地方部	1.31930	0.43709	0.76556	0.21378	0.43313	0.31442	0.41213	0.53898
10	九州 都市部	1.27793	0.36604	0.45618	0.24104	0.39985	0.24184	0.37928	0.58666
	(沖縄除く) 地方部	2.12286	1.01126	1.28307	0.84194	1.47087	0.87847	2.22408	1.29243

※都市部: 東京特別区部+政令都市20都市

※地方部: 上記以外

○ ウエイトバック集計後のサンプル数(補正值)

		18~29歳		30~39歳		40~49歳		50~69歳	
		男	女	男	女	男	女	男	女
01	北海道 都市部	6	3	3	3	6	3	5	2
	地方部	6	5	7	4	6	7	11	5
02	東北 都市部	0	2	3	2	1	2	3	1
	地方部	12	12	10	8	18	11	31	15
03	北関東 都市部	-	-	-	-	-	-	-	-
	地方部	17	12	9	10	17	10	22	12
04	首都圏 都市部	27	14	28	23	23	21	22	9
	地方部	32	24	23	17	29	23	38	22
05	甲信越・北陸 都市部	2	1	2	1	1	1	1	1
	地方部	11	12	11	8	12	9	23	12
06	東海 都市部	7	5	3	5	5	4	9	3
	地方部	27	18	20	16	19	15	28	15
07	関西 都市部	9	4	7	5	7	4	11	4
	地方部	23	17	20	14	20	15	33	15
08	中國 都市部	3	3	4	3	3	2	4	3
	地方部	17	8	10	8	8	8	15	7
09	四国 都市部	-	-	-	-	-	-	-	-
	地方部	7	5	5	3	6	5	9	8
10	九州 都市部	5	4	6	5	8	3	8	4
	(沖縄除く) 地方部	19	15	19	13	22	11	29	17

※都市部: 東京特別区部+政令都市20都市

※地方部: 上記以外

■1年以内に中古車購入を検討した人

○ウェイトバック集計前のサンプル数

		18~29歳		30~39歳		40~49歳		50~69歳		(人)						
		男	女	男	女	男	女	男	女							
01	北海道	都	市	部	3	4	7	17	16	12	26	9				
		地	方	部	2	11	10	13	9	13	24	3				
02	東	北	都	市	部	1	10	0	6	3	5	11	4			
		地	方	部	9	23	15	28	26	26	29	18				
03	北	関	東	都	市	部	—	—	—	—	—	—	—			
		地	方	部	8	22	20	19	19	22	40	14				
04	首	都	圈	都	市	部	14	23	24	24	24	29	12			
		地	方	部	14	24	24	24	24	23	29	12				
05	甲	信	越	・	北	陸	都	市	部	2	2	3	8	3	5	2
		地	方	部	10	25	21	17	28	27	44	17				
06	東	海	都	市	部	5	8	15	20	19	17	18	6			
		地	方	部	13	24	15	24	24	23	23	12				
07	関	西	都	市	部	8	8	16	21	16	14	19	6			
		地	方	部	6	19	19	19	21	23	20	12				
08	中	国	都	市	部	2	6	4	14	4	7	14	5			
		地	方	部	5	15	14	20	23	17	28	13				
09	四	国	都	市	部	—	—	—	—	—	—	—	—			
		地	方	部	1	15	10	17	24	13	18	3				
10	九	州	都	市	部	4	14	8	24	17	13	19	9			
		(沖縄除く)	地	方	部	7	14	14	14	17	13	17	12			

※都市部: 東京特別区部+政令都市20都市

※地方部: 上記以外

○ウェイト値

		18~29歳		30~39歳		40~49歳		50~69歳		(人)						
		男	女	男	女	男	女	男	女							
01	北海道	都	市	部	2.60183	1.15907	0.81149	0.29917	0.53092	0.44096	0.38236	0.47148				
		地	方	部	4.73778	0.86990	1.17293	0.49338	1.01894	0.68582	0.68488	2.42792				
02	東	北	都	市	部	2.65700	0.40614	0.00000	0.55839	0.87931	0.52146	0.44749	0.57145			
		地	方	部	2.48899	0.87022	1.21582	0.62263	1.13928	0.77947	1.76658	1.49605				
03	北	関	東	都	市	部	—	—	—	—	—	—	—			
		地	方	部	3.44683	0.94485	1.02425	0.92562	1.29525	0.86408	0.86748	1.50627				
04	首	都	圈	都	市	部	3.77441	1.32410	2.15145	1.52148	2.06148	0.89540	1.65810	1.27089		
		地	方	部	3.88742	1.63111	2.06435	1.49392	2.18193	1.57425	2.37958	2.70604				
05	甲	信	越	・	北	陸	都	市	2.19419	0.79758	1.07297	0.48154	0.51994	0.69723	0.68165	1.01791
		地	方	部	2.63480	0.87582	1.01106	0.81601	0.88157	0.75139	0.88742	1.35629				
06	東	海	都	市	部	3.54094	1.14111	0.65418	0.47947	0.70753	0.51792	0.78940	0.94969			
		地	方	部	3.35760	1.39604	2.14208	1.09630	1.78124	1.17935	2.27552	2.21587				
07	関	西	都	市	部	1.93971	1.09999	0.97892	0.54450	0.77668	0.62112	0.94609	1.06003			
		地	方	部	4.56138	1.50571	1.92244	1.40706	1.83014	1.21293	2.54973	1.79631				
08	中	国	都	市	部	3.32278	0.90156	1.39303	0.34046	1.02898	0.42044	0.56799	1.03991			
		地	方	部	5.21824	0.92894	1.06292	0.59345	0.65819	0.78628	0.88697	1.12749				
09	四	国	都	市	部	—	—	—	—	—	—	—	—			
		地	方	部	9.23513	0.63043	0.88265	0.44228	0.61200	0.69651	0.80829	3.59307				
10	九	州	都	市	部	2.23625	0.58823	1.16486	0.44681	0.84906	0.52084	0.71165	0.78214			
		(沖縄除く)	地	方	部	3.73500	1.87290	1.83296	1.72899	1.99244	1.83679	2.68124	2.54240			

※都市部: 東京特別区部+政令都市20都市

※地方部: 上記以外

○ウェイトバック集計後のサンプル数(補正值)

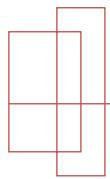
		18~29歳		30~39歳		40~49歳		50~69歳		(人)				
		男	女	男	女	男	女	男	女					
01	北海道	都	市	部	8	5	6	5	8	5	10	4		
		地	方	部	9	10	12	6	9	9	16	7		
02	東	北	都	市	部	3	4	0	3	3	5	2	2	
		地	方	部	22	20	18	17	30	20	51	27		
03	北	関	東	都	市	部	—	—	—	—	—	—	—	
		地	方	部	28	21	20	18	25	19	35	21		
04	首	都	圈	都	市	部	53	30	52	37	49	21	48	15
		地	方	部	54	39	50	36	52	36	69	32		
05	甲	信	越	・	北	陸	都	4	2	3	1	2	3	2
		地	方	部	26	22	21	14	25	20	39	23		
06	東	海	都	市	部	18	9	10	10	13	9	14	6	
		地	方	部	44	34	32	26	43	27	52	27		
07	関	西	都	市	部	16	9	16	11	12	9	18	6	
		地	方	部	27	29	37	27	38	28	51	22		
08	中	国	都	市	部	7	5	6	5	4	3	8	5	
		地	方	部	26	14	15	12	15	13	25	15		
09	四	国	都	市	部	—	—	—	—	—	—	—	—	
		地	方	部	9	9	9	8	15	9	15	11		
10	九	州	都	市	部	9	8	9	11	14	7	14	7	
		(沖縄除く)	地	方	部	26	26	26	24	34	24	46	31	

※都市部: 東京特別区部+政令都市20都市

※地方部: 上記以外

5. 報告書表記上の注意点

- 回答の構成比(%)は、各設問のサンプル数を基数とした百分率(%)で表示している。
- 百分率は小数第二位を四捨五入してあるため、構成比の合計が100%にならない場合がある。
- ウエイトバックによる集計を行っているため、実数表記している項目について、各項目の数値の合計が全体の数値と一致しない場合がある。
- 回答が「複数回答」の場合、構成比の合計が100%を超える場合がある。
- 調査結果のグラフ・表は、作図の都合上、設問や回答の選択肢および数値を省略している場合がある。
- 本報告書で使用している時系列のデータは、過去に実施した同調査のデータであり、図表中の2017～2023年の表記は、調査年(西暦)を示している。
- 図表中の＊は、該当する項目が存在しないことを示す。



II. 調査結果

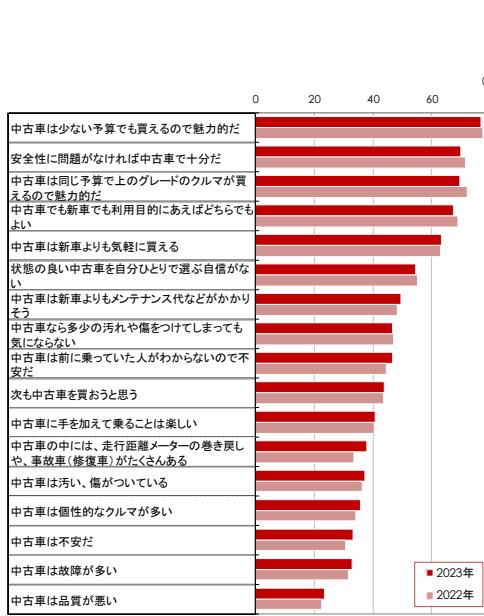
1. クルマに対する意識

カーセンサ-

1) 中古車のイメージ

- 1年内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、中古車のイメージを尋ねたところ、「そう思う・計」(「そう思う」「まあそう思う」の合計)の割合は、「中古車は少ない予算でも買えるので魅力的だ」が77%で最も高く、次いで「安全性に問題がなければ中古車で十分だ」と「中古車は同じ予算で上のグレードのクルマが買えるので魅力的だ」がともに70%、「中古車でも新車でも利用目的にあればどちらでもよい」が67%、「中古車は新車よりも気軽に買える」が63%で続く。
- 年齢別でみると、20歳代は他の年代に比べてポジティブなイメージ、ネガティブなイメージともに高い項目が多い。

■中古車のイメージ<二次調査>(1年内に中古車を購入した人および購入を検討した人／それぞれ単一回答)



	全体							性別		年齢別					
	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年	2018年	2017年	男性	女性	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	
(4,231)	(4,283)	(4,208)	(4,239)	(4,258)	(4,232)	(4,154)	(2,566)	(1,665)	(1,062)	(920)	(982)	(826)	(441)		
76.7	77.3	79.9	80.9	80.2	81.8	79.9	75.7	78.2	73.1	78.9	79.3	74.3	79.6		
69.9	71.4	73.0	72.6	71.7	72.7	71.6	66.6	75.0	67.7	70.0	73.0	68.7	70.4		
69.5	72.1	71.9	72.5	70.7	70.5	68.3	69.0	70.4	69.6	69.1	73.5	66.8	66.7		
67.3	69.0	68.5	68.4	68.2	66.9	64.4	65.3	70.4	64.9	69.4	69.5	66.2	66.2		
63.4	63.1	64.7	65.2	65.1	63.7	62.1	62.5	64.8	63.9	66.7	62.5	60.5	62.8		
54.4	55.0	53.0	56.3	53.1	56.3	53.3	46.2	67.1	60.7	59.7	53.6	47.7	42.4		
49.5	48.3	47.6	48.3	47.5	49.3	47.0	48.3	51.5	50.8	52.7	47.8	49.2	44.5		
46.7	47.1	46.3	45.7	44.3	45.6	43.0	47.9	44.8	52.2	51.0	46.8	39.9	36.7		
46.5	44.6	44.3	47.7	46.2	48.4	46.3	43.6	51.0	50.6	49.9	46.0	42.5	38.4		
43.7	43.6	43.2	*	*	*	*	44.5	42.5	48.8	45.6	43.1	37.7	40.3		
40.7	40.5	38.9	37.6	36.5	35.8	34.2	46.1	32.5	46.5	39.9	42.7	35.5	33.7		
38.0	33.5	35.2	36.2	35.5	37.5	36.5	37.3	39.2	46.0	38.4	36.6	34.7	27.2		
37.4	36.4	37.0	38.5	38.1	38.3	36.3	37.3	37.7	43.7	37.4	38.7	34.2	25.5		
35.6	34.1	32.3	30.9	30.4	29.2	30.1	38.5	31.2	43.2	35.3	36.0	29.7	28.4		
33.4	30.8	30.7	34.8	34.1	34.4	34.6	34.0	32.4	38.7	34.3	34.0	29.8	23.9		
33.0	31.7	32.2	32.1	31.8	32.4	30.7	33.9	31.6	40.6	33.5	30.4	31.5	22.6		
23.6	22.5	22.7	21.2	19.6	20.3	18.9	24.9	21.6	32.2	24.8	22.9	18.0	12.4		

()内はサンプル数(補正後)

※「そう思う・計」(「そう思う」「まあそう思う」の合計)の割合

合計)の割合

■ 大字 全体より5ポイント以上高い項目 (構成比: %)

■ 全体より5ポイント以上低い項目

	エリア別									都市／地方別		ライフステージ別				中古車購入状況別			購入車×購入先別						
	北海道	東北	北関東	首都圏	甲信越・北陸	東海	関西	中国	四国	九州	都市部	地方部	学生	独身または既婚単身	夫婦のみ	二世代家族	三世代家族	中古車購入者	中古車検討者	中古車購入難脱者	国産車	国産車×ディーラー	輸入車	輸入車×ディーラー	輸入車×専業店
中古車は少ない予算でも買えるので魅力的だ	81.0	77.4	76.3	79.3	71.5	74.3	75.4	73.9	76.1	78.5	78.4	76.1	72.2	75.2	76.4	78.7	76.6	76.6	80.2	70.4	76.5	83.0	80.1	80.8	
安全性に問題がなければ中古車で十分だ	71.7	69.2	68.6	69.6	68.0	70.2	69.0	72.1	66.4	72.7	69.7	70.0	64.6	69.2	69.2	72.4	65.0	70.4	73.0	63.4	69.4	76.9	64.3	76.9	
中古車は同じ予算で上のグレードのクルマが買えるので魅力的だ	69.1	69.1	67.3	69.2	65.0	72.0	71.1	71.4	68.1	69.9	70.5	69.2	70.8	67.7	68.5	70.7	73.1	70.1	73.2	61.8	69.1	75.3	79.4	81.2	
中古車でも新車でも利用目的にあればどちらでもよい	70.8	66.9	68.7	67.3	64.1	66.7	65.3	68.1	60.5	71.8	67.4	67.3	67.4	63.3	67.2	70.1	69.9	68.0	71.1	59.2	68.5	71.9	75.1	68.7	
中古車は新車よりも気軽に買える	60.1	63.4	61.8	63.0	62.3	61.4	65.5	63.6	57.6	68.5	62.1	63.8	62.2	62.0	64.1	63.5	68.5	67.1	66.3	51.9	66.8	70.3	66.5	65.9	
状態の良い中古車を自分ひとりで選ぶ自信がない	53.9	55.5	43.7	56.8	51.5	56.2	55.0	54.5	56.9	53.4	55.6	54.0	74.1	51.5	50.0	56.7	54.3	49.7	56.7	57.9	50.0	52.2	44.8	43.9	
中古車は新車よりもメンテナンス代などがかかりそう	55.2	49.0	49.5	53.7	50.4	49.5	47.2	43.4	47.9	44.9	51.4	48.9	55.6	46.6	51.8	49.4	53.3	42.9	53.9	52.3	44.9	41.7	45.2	47.9	
中古車なら多少の汚れや傷をつけてしまっても気にならない	43.4	45.0	43.6	49.3	42.1	47.7	48.4	48.2	47.1	44.5	49.4	45.7	59.5	46.2	43.2	47.0	48.2	46.9	47.4	45.0	47.2	50.3	43.0	34.9	
中古車は前に乗っていた人がわからないので不安だ	42.5	43.2	39.4	52.4	38.5	48.0	53.2	41.2	43.3	42.4	50.8	45.1	55.8	43.1	46.9	48.2	46.1	39.0	49.6	53.3	42.8	35.4	38.1	42.5	
次も中古車を買おうと思う	47.8	40.0	44.3	44.4	41.6	41.4	43.0	52.6	39.0	44.3	44.8	43.3	53.7	44.3	40.1	43.5	46.1	52.1	45.4	26.7	50.2	56.4	36.1	53.2	
中古車に手を加えて乗ることは楽しい	38.6	39.2	35.9	46.4	35.0	40.1	40.8	38.2	44.0	38.9	41.4	40.5	54.0	39.4	38.8	40.1	47.3	44.7	42.2	31.2	46.7	45.0	49.6	43.3	
中古車の中には、走行距離メーターの巻き戻しや、事故車(修復車)がたくさんある	39.2	35.9	32.9	42.8	34.5	38.4	41.9	33.6	36.9	32.2	41.7	36.8	64.1	37.8	34.9	36.4	40.3	33.7	42.7	36.5	36.8	30.9	27.9	27.4	
中古車は汚い、傷がついている	39.1	37.4	33.1	37.6	35.3	41.2	40.2	38.4	32.5	33.8	38.4	37.1	50.8	37.2	35.2	36.8	39.9	35.7	40.1	35.3	37.5	35.9	26.1	33.8	
中古車は個性的なクルマが多い	36.5	35.1	34.1	40.1	27.1	36.1	35.6	34.7	32.5	34.1	36.9	35.2	45.0	38.2	32.7	33.2	40.3	38.7	36.9	28.3	42.6	34.9	42.9	51.6	
中古車は不安だ	31.2	31.6	32.5	37.1	26.5	35.4	36.1	32.5	29.2	29.2	36.1	32.4	47.2	31.4	30.8	34.0	36.5	27.9	36.7	36.2	32.2	24.5	26.0	34.3	
中古車は故障が多い	36.0	35.2	31.1	36.2	27.3	33.2	33.4	32.2	27.5	29.9	34.6	32.5	42.1	33.5	29.9	32.7	34.9	29.3	36.4	33.0	32.6	25.5	33.9	29.8	
中古車は品質が悪い	20.8	23.6	22.4	26.3	19.5	24.6	27.6	22.4	20.9	18.5	27.6	22.3	44.4	22.3	22.8	22.5	25.1	23.0	23.8	24.3	28.6	17.7	13.6	5.1	

()内はサンプル数(補正後)

※「そう思う・計」(「そう思う」「まあそう思う」の合計)の割合

■ 大字 全体より5ポイント以上高い項目 (構成比: %)

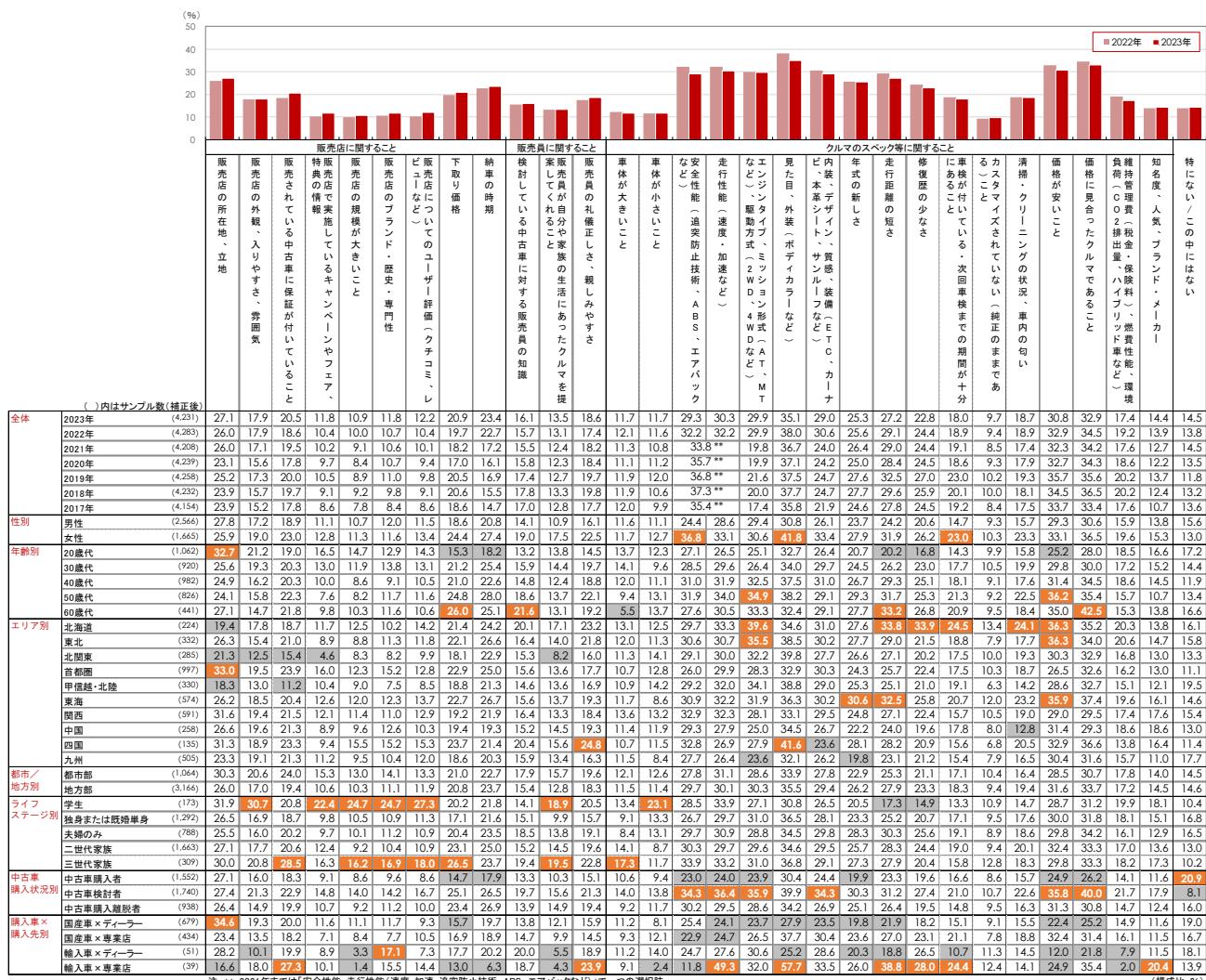
■ 全体より5ポイント以上低い項目

2) クルマや中古車に求めるもの

(1) クルマに求めるもの

- クルマに求めるものを尋ねたところ、「見た目、外装」が35%で最も高く、次いで「価格に見合ったクルマであること」が33%、「価格が安いこと」が31%、「走行性能」と「エンジンタイプ、ミッション形式、駆動方式」がともに30%で続く。
- 性別でみると、女性は男性よりも全般的に高い項目が多く、特に「見た目、外装」「安全性能」「車検が付いている・次回車検までの期間が十分であること」が高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は他の購入状況に比べて全般的に高い項目が多い。

■ クルマに求めるもの<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



注: **: 2021年まで「安全性能・走行性能(速度・加速・追突防止技術・ABS・エアバッグなど)」で一つの選択肢

太字: 全体より5ポイント以上高い項目

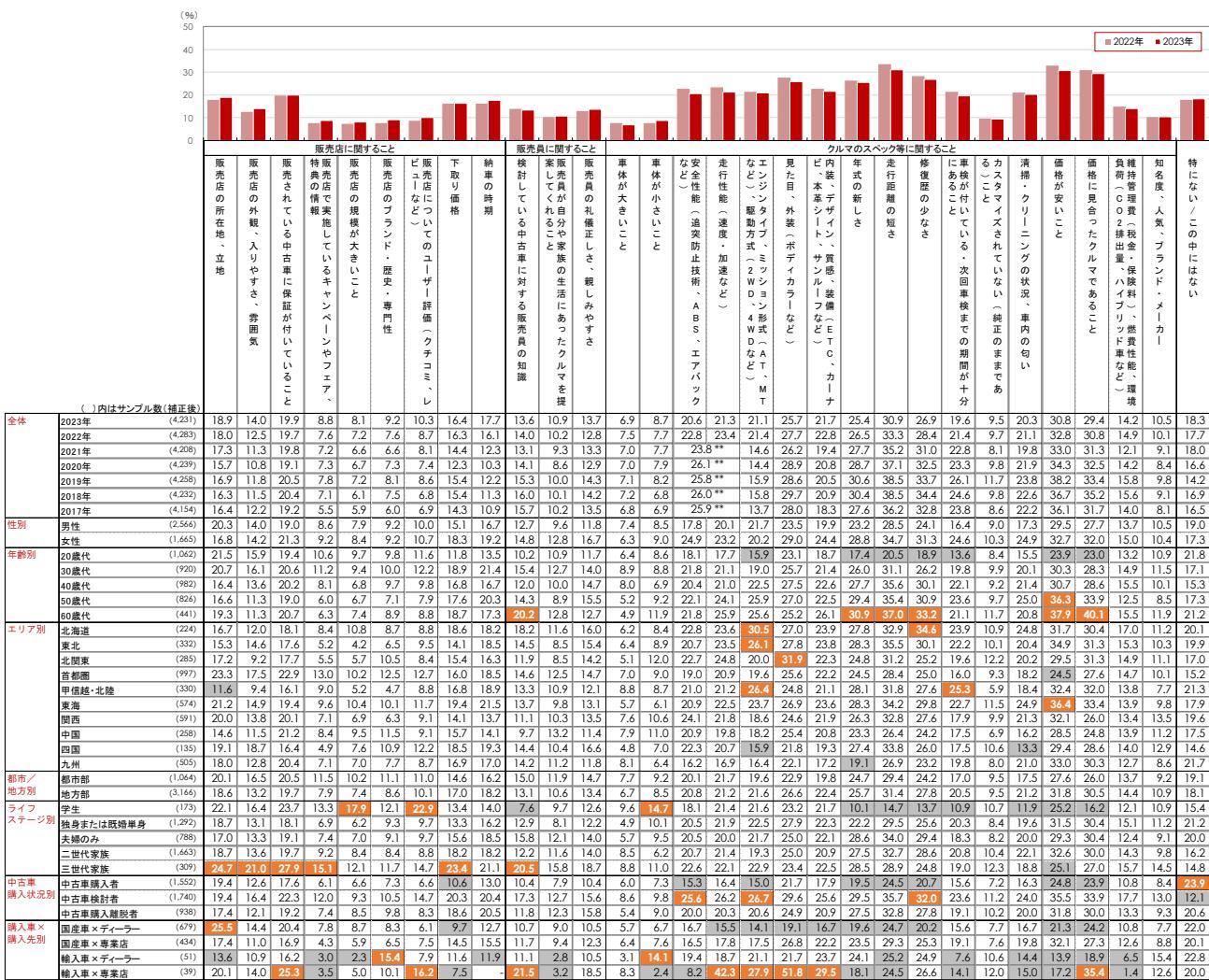
全般より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

(2) 中古車に求めるもの

- 中古車に求めるものを尋ねたところ、「走行距離の短さ」と「価格が安いこと」がともに31%で最も高く、次いで「価格に見合ったクルマであること」が29%、「修復歴の少なさ」が27%、「見た目、外装」が26%で続く。
- 性別でみると、女性は男性よりも全般的に高い項目が多い。

■ 中古車に求めるもの<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



注: **: 2021年まで「安全性能・走行性能(速度・加速・追突防止技術、ABS、エアバッグなど)」で一つの選択肢

太字: 全体より5ポイント以上高い項目

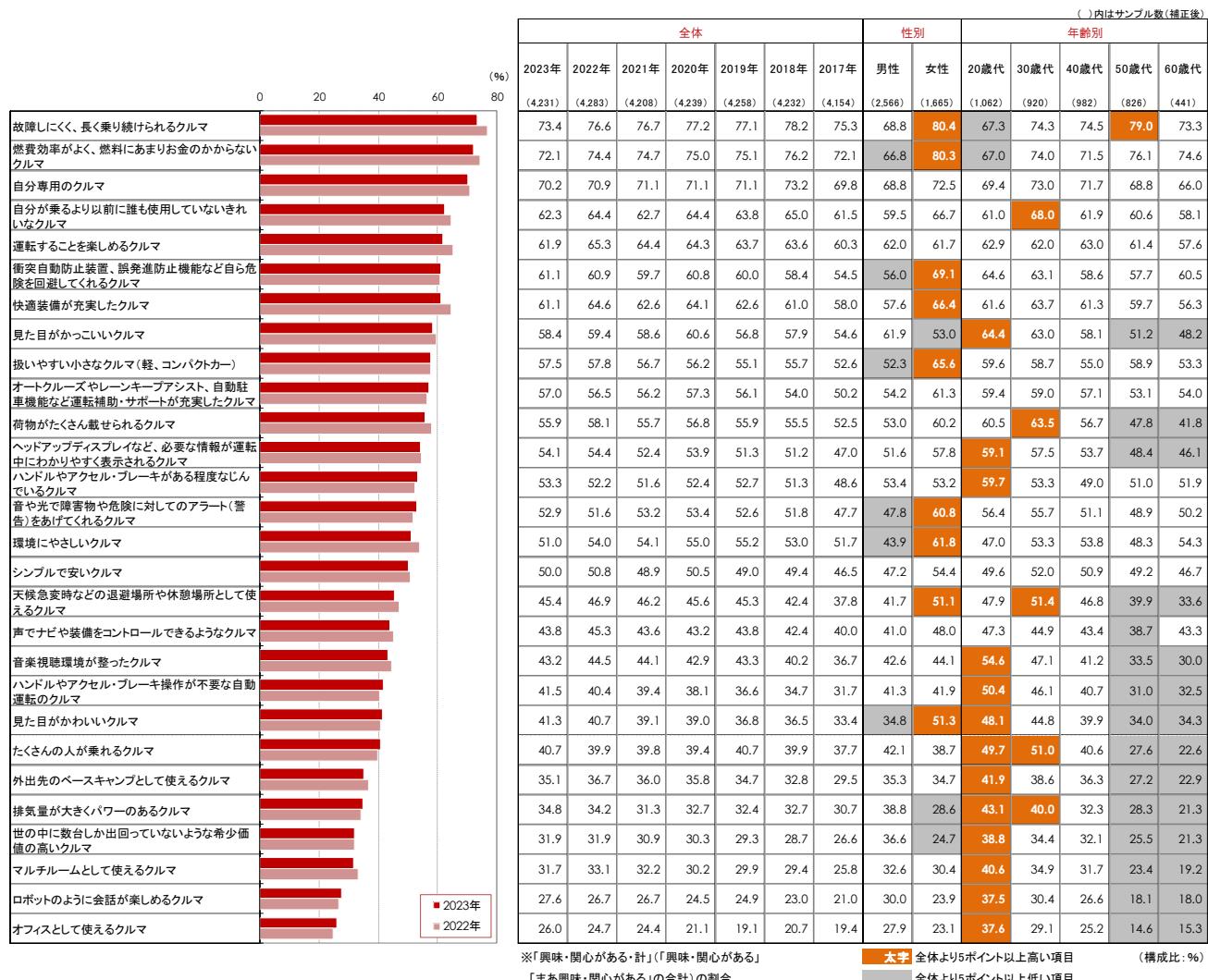
(構成比: %)

3)興味・関心があるクルマについて

- 興味・関心があるクルマについて尋ねたところ、「興味・関心がある・計」(「興味・関心がある」「まあ興味・関心がある」の合計)の割合は、「故障しにくく、長く乗り続けられるクルマ」が73%で最も高く、次いで「燃費効率がよく、燃料にあまりお金のかからないクルマ」が72%、「自分専用のクルマ」が70%で続く。
- 性別でみると、女性は男性よりも全般的に高い項目が多い。
- 年齢別でみると、若年層は高年層よりも全般的に高い項目が多い。

■興味・関心があるクルマについて<二次調査>

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／それぞれ単一回答)



■興味・関心があるクルマについて<二次調査>【続】
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／それぞれ単一回答)

	エリア別										都市／地方別		ライフステージ別				中古車購入状況別			購入車×購入先別				
	北海道	東北	北関東	首都圏	甲信越・北陸	東海	関西	中国	四国	九州	都市部	地方部	学生	独身または既婚者	夫婦のみ	二世代家族	三世代家族	中古車購入者	中古車検討者	中古車購入離脱者	中古車×デイラー	国産車×専業店	輸入車×デイラー	輸入車×専業店
	(224)	(332)	(285)	(997)	(330)	(574)	(591)	(258)	(135)	(505)	(1,064)	(3,166)	(173)	(1,292)	(788)	(1,863)	(309)	(1,552)	(1,740)	(938)	(679)	(434)	(51)	(39)
故障しつくく、長く乗り続けられるクルマ	77.8	76.8	77.8	71.7	71.4	73.4	71.9	76.2	69.1	72.7	72.8	73.6	59.8	73.2	74.1	74.3	75.3	68.8	77.9	72.6	69.1	73.0	68.1	65.7
燃費効率がよく、燃料にあまりお金のかからないクルマ	78.2	73.2	71.0	70.8	70.4	72.0	73.4	71.8	72.1	71.8	71.7	72.3	59.9	70.4	72.0	73.9	76.9	68.0	77.9	68.3	70.0	73.4	48.4	59.0
自分専用のクルマ	71.4	74.6	70.5	68.5	69.2	70.3	67.9	75.4	69.7	70.9	70.5	70.1	75.9	72.0	71.2	66.6	76.6	64.1	77.4	67.3	65.4	65.8	65.0	68.9
自分が乗るより以前に誰も使用していないきれいなクルマ	67.0	63.7	67.2	65.1	53.4	60.7	61.4	61.9	61.3	60.6	65.2	61.4	59.8	59.5	65.4	62.7	66.2	55.4	68.8	61.9	61.1	55.0	55.3	47.2
運転することを楽しめるクルマ	63.4	60.7	64.7	63.9	54.7	59.9	66.7	59.9	56.5	60.2	63.9	61.2	74.6	62.1	60.7	60.1	66.7	58.0	67.6	57.7	58.9	59.8	58.9	71.8
衝突自動防止装置・誤発進防止機能など自ら危険を回避してくれるクルマ	63.6	60.8	57.8	61.3	56.3	59.4	62.6	63.2	60.0	64.3	61.7	60.9	72.5	56.5	63.6	61.4	67.2	57.5	65.7	58.6	61.7	59.1	56.0	49.2
快適装備が充実したクルマ	60.5	60.9	61.7	65.0	53.5	61.2	60.9	64.6	61.6	56.3	63.4	60.3	58.1	57.9	62.9	61.7	67.6	58.3	65.8	57.0	62.4	57.9	54.0	48.6
見た目がかっこいいクルマ	56.5	55.3	62.0	62.9	54.4	58.1	57.4	56.9	55.7	56.0	60.6	57.6	55.0	57.7	58.6	58.1	64.1	55.6	64.2	52.2	57.1	55.8	45.6	76.6
扱いやすい小さなクルマ(軽、コンパクトカー)	56.1	61.2	59.5	56.4	54.3	57.1	58.8	63.8	52.1	56.5	57.3	57.6	64.6	58.7	59.2	54.4	61.3	54.5	60.7	56.7	57.8	58.2	38.5	33.6
オートクルーズやレーンキープアシスト、自動駐車機能など運転補助・サポートが充実したクルマ	57.0	55.9	54.8	58.2	52.1	56.1	58.0	56.6	61.6	58.6	58.3	56.6	60.2	52.6	60.4	57.3	63.7	54.4	62.0	52.1	60.0	52.7	50.9	36.0
荷物がたくさん載せられるクルマ	59.6	52.1	61.9	59.1	49.6	54.4	55.9	60.4	51.4	51.2	57.4	55.3	62.6	50.0	56.1	58.5	61.4	52.4	61.4	51.2	55.0	54.6	49.7	44.6
ヘッドアップディスプレイなど、必要な情報が運転中にわかりやすく表示されるクルマ	56.9	47.1	49.3	57.4	47.5	54.9	55.6	52.6	46.9	57.7	57.9	52.8	64.8	50.9	54.3	54.4	58.9	51.8	59.1	48.4	58.3	51.6	43.0	45.2
ハンドルやアクセル・ブレーキがある程度など、運転しているクルマ	56.5	53.9	56.5	55.8	47.0	51.6	52.4	54.9	54.6	50.7	54.3	53.0	64.9	55.5	50.1	51.0	58.9	51.7	57.4	48.4	53.2	52.8	49.5	59.7
音や光で障害物や危険に対応してアラート(警笛)をかけてくれるクルマ	51.9	54.9	48.0	55.4	48.1	50.2	54.3	59.5	50.4	52.1	56.3	51.8	62.4	48.0	54.1	53.9	60.2	49.5	57.7	49.8	54.3	50.6	49.9	41.1
環境にやさしいクルマ	55.4	50.2	49.0	49.9	46.7	50.0	52.4	51.6	49.4	54.9	53.1	50.2	54.6	43.9	53.6	53.4	58.5	49.4	53.8	48.3	53.9	49.4	45.1	28.6
シンプルで安いクルマ	52.9	51.8	45.5	50.7	44.9	49.5	48.6	53.6	49.2	53.0	50.3	50.0	51.6	51.8	49.5	49.0	49.0	48.7	51.4	49.7	53.6	48.7	33.9	34.3
天候急変などの退避場所や休憩場所として使えるクルマ	46.7	46.3	44.3	47.6	41.1	44.6	44.4	41.4	44.3	47.5	50.0	43.8	50.5	45.3	42.7	45.3	50.0	43.0	48.9	42.8	48.3	40.0	32.3	35.9
声でナビや装備をコントロールできるクルマ	45.5	42.4	38.5	46.4	37.0	43.4	44.7	43.9	40.5	46.1	46.8	42.8	56.9	41.0	41.6	44.5	49.6	41.8	48.0	39.2	49.4	37.1	46.8	38.2
音楽視聴環境が整ったクルマ	46.3	42.4	44.4	46.5	33.0	42.0	40.0	47.0	44.4	44.3	45.8	42.3	64.4	47.2	39.6	38.8	46.7	41.8	48.9	34.7	45.1	40.5	42.5	24.4
ハンドルやアクセル・ブレーキ操作が不要な自動運転のクルマ	40.8	40.1	37.5	46.8	36.1	37.6	44.9	40.8	40.0	39.7	45.5	40.2	57.6	40.5	39.7	40.9	45.2	41.0	45.1	35.9	45.8	38.2	34.3	40.7
見た目がかわいいクルマ	40.5	36.4	43.2	45.1	35.9	37.9	42.4	46.9	42.5	38.9	45.5	39.8	49.5	39.0	41.6	41.0	47.3	39.7	42.5	41.5	43.2	37.2	37.7	39.0
たくさんの人が乗れるクルマ	42.7	38.0	40.9	46.0	32.3	36.1	45.9	43.8	36.4	35.5	45.1	39.3	55.3	33.3	35.2	45.5	52.2	40.2	44.2	35.3	45.4	37.1	35.3	27.6
外出先のベースキャンプとして使えるクルマ	37.8	30.8	30.6	39.1	28.1	36.1	35.8	35.4	40.5	32.1	39.6	33.5	47.0	35.4	32.7	32.5	46.9	34.0	39.5	28.7	37.9	31.4	28.6	23.5
排気量が大きくパワフルのあるクルマ	35.6	32.2	39.3	37.2	27.3	36.3	35.9	34.4	32.9	31.2	38.3	33.6	43.7	37.0	31.0	33.2	39.0	35.6	38.9	25.9	39.7	33.0	46.0	55.8
世の中に数台しか出回っていないような希少価値の高いクルマ	29.3	28.8	29.1	37.1	26.6	31.4	32.7	33.5	31.4	28.8	36.6	30.3	43.8	30.9	29.0	30.9	41.5	32.6	35.2	24.4	36.7	29.4	40.7	44.9
マルチルームとして使えるクルマ	31.4	30.4	29.0	35.2	25.3	28.0	34.8	35.1	35.4	29.3	35.1	30.6	45.3	32.3	31.0	28.5	40.0	32.7	34.4	25.1	37.4	27.7	26.4	28.8
ロボットのように会話を楽しめるクルマ	25.2	25.6	26.0	32.2	19.8	21.7	31.0	29.4	28.9	28.6	32.6	26.0	44.6	28.2	24.9	25.2	35.3	30.4	29.5	19.5	37.1	22.5	27.3	9.4
オフィスとして使えるクルマ	21.0	21.9	24.1	30.3	22.9	21.6	26.8	29.3	30.7	27.0	30.5	24.6	38.1	26.7	23.8	24.2	31.1	28.8	27.0	19.7	36.3	21.3	22.7	18.7

※「興味・関心がある」計」「興味・関心がある」「まあ興味・関心がある」の合計)の割合

■ 大字 全体より5ポイント以上高い項目

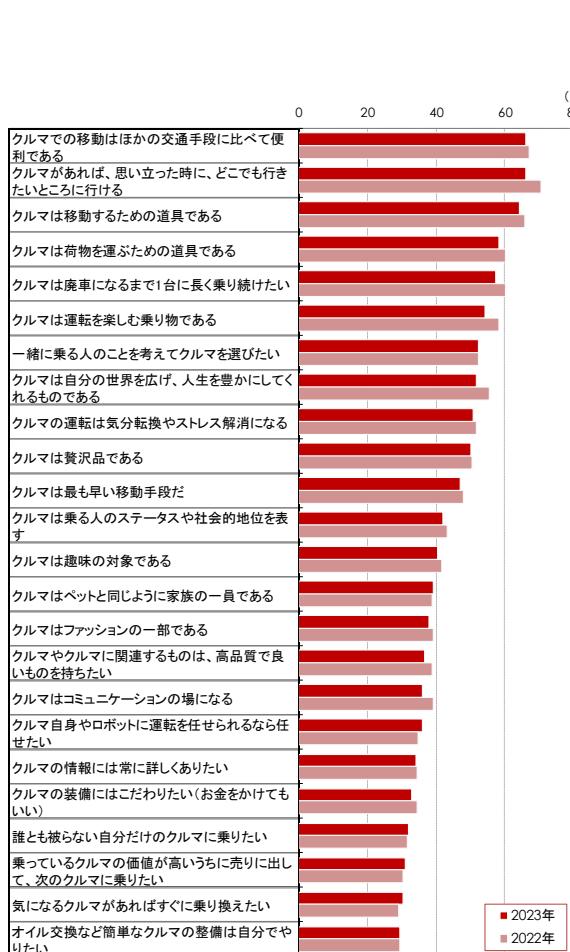
■ 全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

4) クルマに対する価値観・イメージについて

- クルマに対する価値観・イメージについて尋ねたところ、「そう思う・計」(「そう思う」「まあそう思う」の合計)の割合は、「クルマでの移動はほかの交通手段に比べて便利である」と「クルマがあれば、思い立った時に、どこでも行きたいところに行ける」がともに66%で最も高く、次いで「クルマは移動するための道具である」が64%、「クルマは荷物を運ぶための道具である」が58%で続く。
- 年齢別でみると、若年層は高年層よりも全般的に高い項目が多い。

■ クルマに対する価値観・イメージについて<二次調査> (1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／それぞれ単一回答)



年	2023年	2022年	全体							性別		年齢別				
			2023年	2022年	2021年	2020年	2019年	2018年	2017年	男性	女性	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代
(4,231)	(4,283)	(4,208)	(4,239)	(4,258)	(4,232)	(4,154)	(2,566)	(1,665)	(1,062)	(920)	(982)	(826)	(441)			
66.2	67.0	68.1	68.4	67.2	65.0	63.2	62.7	71.6	62.8	66.9	67.0	68.2	67.3			
66.1	70.6	69.6	71.1	70.7	71.2	67.9	62.4	71.9	64.3	66.2	67.7	67.4	64.4			
64.4	65.9	65.9	65.2	67.1	65.6	66.7	59.0	72.5	65.1	67.8	65.7	62.0	56.8			
58.4	60.3	59.9	59.8	60.4	60.2	59.2	53.7	65.6	59.2	64.4	59.1	54.6	49.5			
57.4	60.3	59.4	59.9	60.7	59.2	58.1	54.3	62.3	57.8	61.2	57.2	58.0	48.1			
54.1	58.4	56.4	57.4	55.5	57.2	53.6	56.1	51.0	58.7	55.4	52.6	52.8	46.6			
52.2	52.3	52.1	51.7	52.7	51.4	47.7	49.9	55.7	56.2	59.2	50.5	47.0	41.3			
51.6	55.4	53.3	53.6	51.0	50.9	47.2	51.8	51.4	52.8	54.8	50.2	51.9	45.0			
50.6	51.6	52.4	50.8	48.2	51.4	47.8	52.5	47.8	55.6	52.2	48.0	49.9	42.7			
50.1	50.5	48.0	48.6	48.2	48.6	44.9	48.2	53.0	56.6	54.1	52.6	43.8	32.4			
46.9	48.0	48.8	48.5	45.1	41.0	40.4	44.2	51.0	50.9	47.5	46.2	43.6	43.6			
41.9	43.3	42.3	40.8	40.3	40.5	37.6	42.9	40.2	50.2	43.4	42.6	35.5	29.0			
40.4	41.7	39.1	39.9	35.8	37.8	35.3	47.9	28.7	48.6	39.6	38.2	37.0	33.4			
39.1	39.0	36.7	37.2	36.8	35.2	33.7	39.6	38.2	42.5	39.9	37.1	38.5	34.6			
37.9	39.1	38.1	37.4	34.8	35.4	33.5	39.8	34.9	44.5	40.8	38.2	31.8	26.5			
36.7	38.8	36.7	38.1	35.0	34.3	32.9	43.0	27.1	41.9	39.7	36.1	30.4	31.0			
36.1	39.2	36.9	37.6	35.1	35.8	31.6	37.9	33.2	44.8	39.0	34.3	29.3	25.6			
36.0	34.9	34.3	33.4	32.4	29.6	28.1	37.4	33.9	44.1	38.0	37.5	26.6	27.1			
34.1	34.4	32.2	33.3	29.4	31.2	29.4	41.0	23.5	40.1	35.6	33.2	30.2	25.9			
32.9	34.6	31.4	31.1	27.9	27.7	26.4	38.6	24.1	44.1	33.7	32.3	23.7	23.0			
32.1	31.7	32.0	31.9	30.2	30.2	28.7	36.9	24.8	40.4	31.8	31.5	26.2	25.4			
31.0	30.5	27.9	26.7	24.9	24.5	22.0	33.5	27.2	44.4	33.6	28.7	21.4	16.5			
30.3	29.1	27.1	26.5	24.8	24.4	22.7	35.0	23.0	39.4	31.2	30.1	23.9	18.7			
29.3	29.6	29.9	28.5	26.9	27.0	28.1	35.5	19.8	34.5	29.2	28.3	25.2	27.1			

※「そう思う・計」(「そう思う」「まあそう思う」の合計)の割合

太字 全体より5ポイント以上高い項目

(構成比: %)

全般より5ポイント以上低い項目

○ 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は他の購入状況に比べて全般的に高い項目が多い。

■クルマに対する価値観・イメージについて<二次調査>【続】

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／それぞれ単一回答)

	エリア別										都市／地方別		ライフステージ別				中古車購入状況別			購入車×購入先別				
	北海道	東北	北関東	首都圏	甲信越・北陸	東海	関西	中国	四国	九州	都市部	地方部	学生	独身または既婚者	夫婦のみ	二世代家族	三世代家族	中古車購入者	中古車購入離脱者	中古車×ディーラー	国産車×専業店	輸入車×ディーラー	輸入車×専業店	
	(224)	(332)	(285)	(997)	(330)	(574)	(591)	(258)	(135)	(505)	(1,064)	(3,166)	(173)	(1,292)	(788)	(1,863)	(309)	(1,552)	(1,740)	(938)	(679)	(434)	(51)	(39)
クルマでの移動はほかの交通手段に比べて便利である	73.5	65.7	69.2	64.6	65.4	64.1	65.8	69.1	67.9	66.1	66.5	66.1	54.9	65.1	66.5	67.5	70.9	65.0	70.3	60.5	65.7	68.6	65.4	72.8
クルマがあれば、思い立った時に、どこでも行きたいところに行ける	70.0	69.0	66.3	64.6	64.1	63.2	68.2	70.0	67.7	65.2	66.3	66.1	59.3	63.9	68.8	66.6	70.1	62.8	72.0	60.7	64.5	65.9	64.4	64.3
クルマは移動するための道具である	65.7	62.1	61.8	63.1	60.8	62.0	68.7	69.2	65.9	66.1	64.7	64.2	75.6	62.1	63.5	65.2	65.2	62.8	65.5	64.7	65.1	65.4	54.4	53.6
クルマは荷物を運ぶための道具である	66.4	51.3	60.3	55.8	56.5	56.8	62.7	60.9	54.1	61.4	59.5	58.0	67.7	57.0	55.7	59.5	60.0	56.9	59.7	58.4	60.3	58.8	44.4	31.4
クルマは廃車になるまで1台に長く乗り続けたい	71.1	59.6	60.0	55.6	54.4	55.3	56.8	62.8	64.3	52.6	57.7	57.3	62.2	56.4	56.2	59.1	53.9	56.3	59.6	55.3	57.5	58.2	49.2	41.4
クルマは運転を楽しむ乗り物である	56.1	51.5	58.9	55.7	50.8	50.4	55.9	51.5	57.0	54.3	54.9	53.9	53.0	56.1	55.0	51.2	60.5	53.8	59.0	45.6	54.9	53.8	59.4	68.2
一緒に乗ることを考えてクルマを選びたい	56.2	48.3	51.5	55.4	45.1	49.2	56.6	47.2	46.6	53.9	56.8	50.6	52.5	42.5	52.3	58.1	60.2	49.7	57.1	47.1	51.2	51.7	56.2	45.7
クルマは自分の世界を広げ、人生を豊かにしてくれるものである	52.7	52.3	52.9	54.6	47.3	49.1	52.1	49.0	51.0	50.8	51.8	51.6	52.0	52.3	51.4	50.1	57.3	48.9	57.5	45.2	52.3	48.0	61.1	62.2
クルマの運転は気分転換やストレス解消になる	49.6	50.1	47.7	52.8	45.1	50.7	53.5	50.3	44.4	50.9	52.1	50.2	53.5	54.3	49.4	47.2	55.8	48.7	55.2	45.4	51.8	48.3	55.1	65.9
クルマは贅沢品である	48.2	48.5	48.2	52.2	43.6	46.5	56.4	57.5	53.3	45.3	53.6	48.9	61.5	50.4	45.8	50.5	50.8	46.8	54.9	46.7	49.2	44.7	56.0	49.1
クルマは最も早い移動手段だ	54.4	43.4	48.8	44.5	45.0	42.5	49.3	52.0	51.0	49.1	45.7	47.3	53.0	47.0	46.5	45.1	53.6	47.4	49.6	40.9	50.0	47.6	33.6	38.7
クルマは乗る人のステータスや社会的地位を表す	37.1	38.1	40.9	43.5	39.4	43.0	43.2	46.3	45.9	39.3	46.2	40.4	60.1	40.3	38.6	41.7	47.8	42.1	45.2	35.3	47.6	36.2	55.3	53.3
クルマは趣味の対象である	40.4	39.4	40.4	45.4	36.6	35.0	40.0	38.6	40.6	40.8	42.7	39.6	58.7	42.8	40.4	35.5	46.0	38.5	45.9	33.2	41.8	34.3	49.6	47.2
クルマはペットと同じように家族の一員である	32.7	39.0	42.3	41.5	32.3	35.0	42.1	35.5	43.0	41.6	39.1	39.1	35.7	39.0	41.9	36.7	46.3	39.3	41.8	33.6	43.3	34.0	44.5	52.8
クルマはファッションの一部である	32.1	36.4	39.8	40.5	38.3	36.8	38.8	36.9	38.1	35.6	40.3	37.1	49.5	37.3	38.6	35.3	46.5	38.4	41.8	29.8	42.3	33.8	59.7	62.3
クルマやクルマに関連するものは、高品質で良いものを持ちたい	36.4	31.5	40.8	40.6	27.7	34.2	38.9	35.5	36.8	37.1	41.9	35.0	49.1	36.6	36.0	34.1	45.6	36.9	40.4	29.5	41.9	31.7	51.6	53.3
クルマはコミュニケーションの場になる	35.1	34.1	36.1	40.0	29.6	35.3	34.7	37.3	39.7	35.1	40.5	34.6	46.3	36.9	34.0	34.4	41.6	36.4	40.7	27.0	40.7	35.1	41.0	47.0
クルマ自身やロボットに運転を任せられるなら任せたい	33.3	35.0	31.0	41.6	30.2	30.5	39.7	39.6	39.4	32.8	41.0	34.3	60.4	34.6	30.5	36.5	40.1	35.5	39.4	30.7	41.5	32.0	37.4	21.6
クルマの情報には常に詳しくありたい	34.0	33.0	33.6	39.2	30.6	29.2	35.6	31.7	30.2	33.6	38.1	32.8	39.7	36.5	30.7	31.7	42.4	35.5	39.0	22.7	41.1	32.5	44.6	34.4
クルマの装備にはこだわりたい(お金をかけていい)	30.6	29.8	30.8	36.7	25.6	30.7	37.6	34.1	29.9	31.7	38.5	31.1	51.1	34.4	31.6	29.5	39.1	34.4	36.9	23.2	38.7	30.7	38.4	25.7
誰とも被らない自分だけのクルマに乗りたい	29.6	31.1	30.5	36.0	30.0	26.9	35.1	32.1	30.6	31.4	38.1	30.1	43.3	34.1	29.3	30.5	34.1	32.2	35.8	25.2	34.4	29.8	45.2	53.8
乗っているクルマの価値が高いうちに売りに出して、次のクルマに乗りたい	23.5	22.9	29.7	37.3	22.5	29.8	34.3	31.9	24.6	32.3	36.3	29.2	49.8	31.7	27.1	29.1	37.9	33.1	33.7	22.6	39.1	25.8	33.8	31.7
気になるクルマがあればすぐに乗り換える	22.4	25.0	26.6	34.1	25.0	29.6	33.3	28.4	29.5	33.5	34.5	28.8	47.4	31.5	27.2	28.1	34.1	31.8	33.4	21.8	37.6	23.4	38.4	49.1
オイル交換など簡単なクルマの整備は自分でやりたい	25.7	31.3	29.1	34.4	22.4	23.4	32.0	28.4	29.6	28.4	32.8	28.2	41.4	29.6	28.0	26.9	37.7	29.9	33.2	21.2	33.5	26.3	26.9	41.8

※「そう思う・計」(「そう思う」「まあそう思う」の合計)の割合

太字 全体より5ポイント以上高い項目

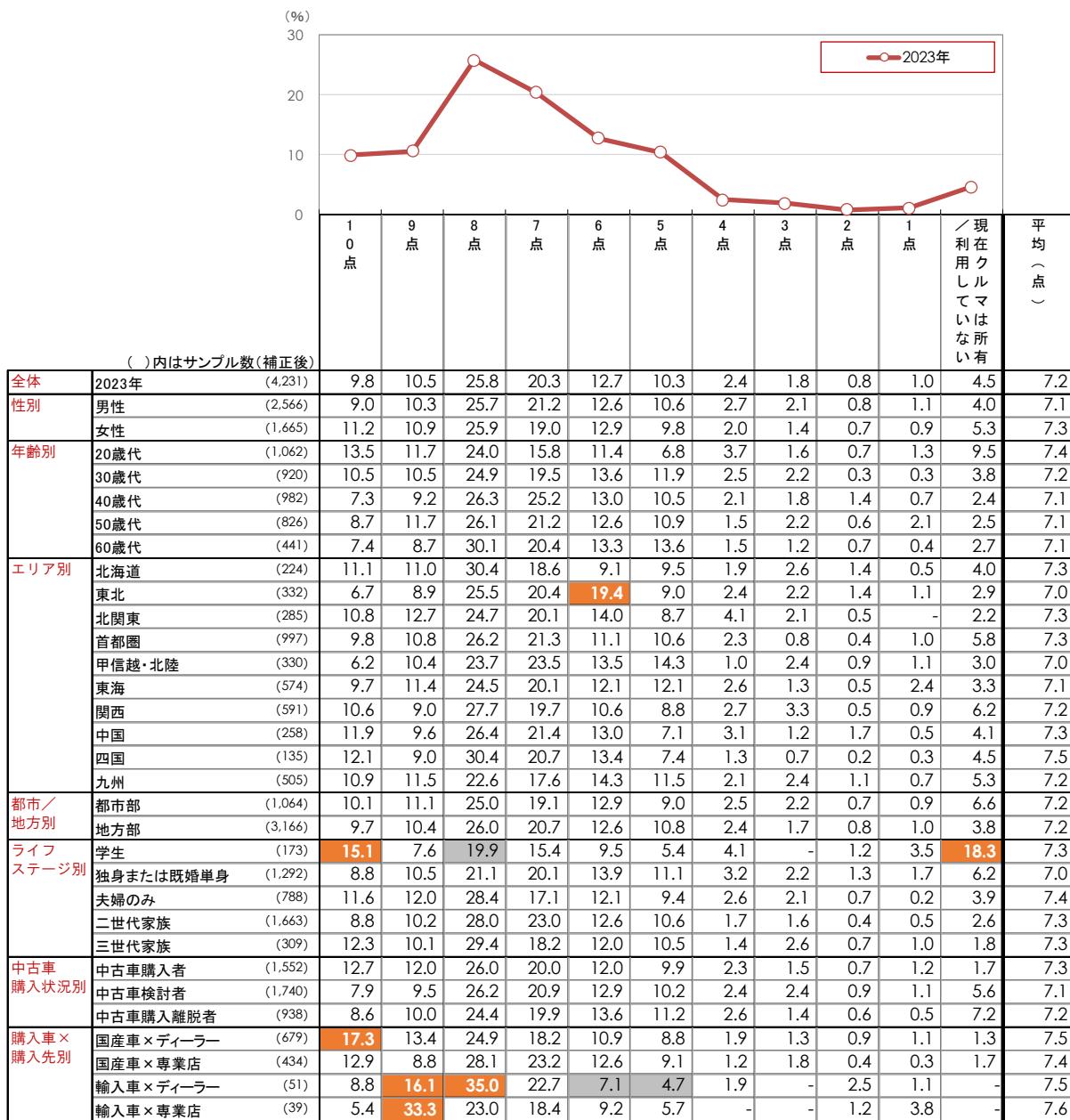
■ 全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

5) カーライフに対する満足度

- カーライフに対する満足度を尋ねたところ、「8点」が26%で最も高く、次いで「7点」が20%で続く。平均は7.2点であった。

■現在のカーライフに対する満足度<二次調査> (1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

(構成比: %)

■ 全体より5ポイント以上低い項目

2. 日常におけるクルマの所有・運転状況

カーセンサ-

1) 現在所有しているクルマの台数

- 現在クルマを所有している人に対して、その台数を尋ねたところ、「1台」が65%で最も高く、次いで「2台」が24%で続く。
- ライフステージ別でみると、独身または既婚単身は「1台」、二世代家族は「2台」がそれぞれ他のライフステージに比べて高い。

■現在所有しているクルマの台数<二次調査>(現在クルマを所有している人／単一回答)



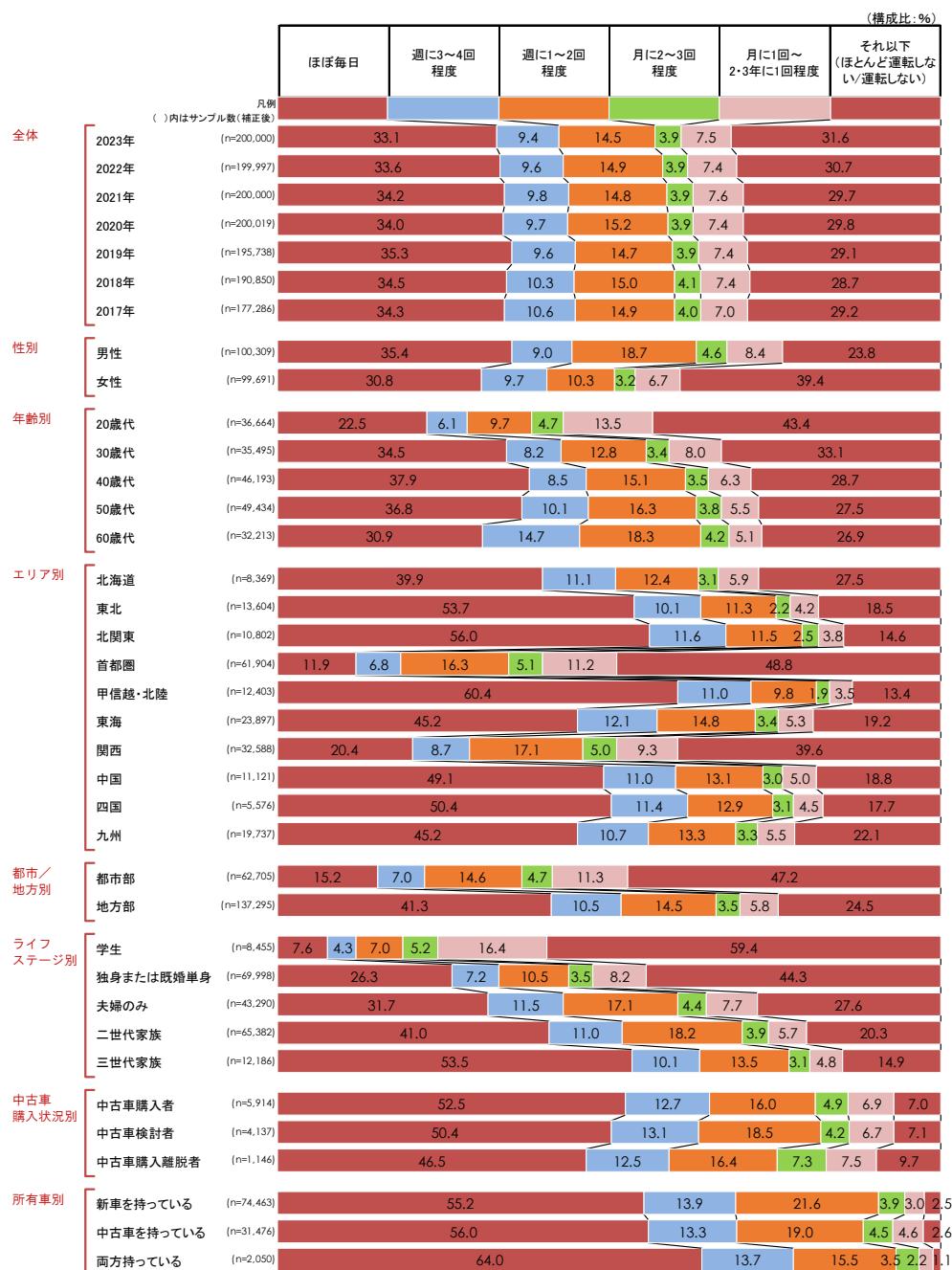
太字 全体より5ポイント以上高い項目 (構成比: %)

全体より5ポイント以上低い項目

2)普段のクルマ運転頻度

- 全体に対して、普段クルマを運転する頻度を尋ねたところ、「ほぼ毎日」が33%、「週に1~2回程度」が15%、「週に3~4回程度」が9%で、全体の6割程度の人が週1回以上運転している。
- 性別でみると、男性は女性よりも運転頻度が高い。
- 都市／地方別でみると、地方部は都市部よりも運転頻度が高い。
- ライフステージ別でみると、世帯規模が大きいほど「ほぼ毎日」の割合が高くなる。

■普段のクルマ運転頻度<一次調査>(全体／単一回答)

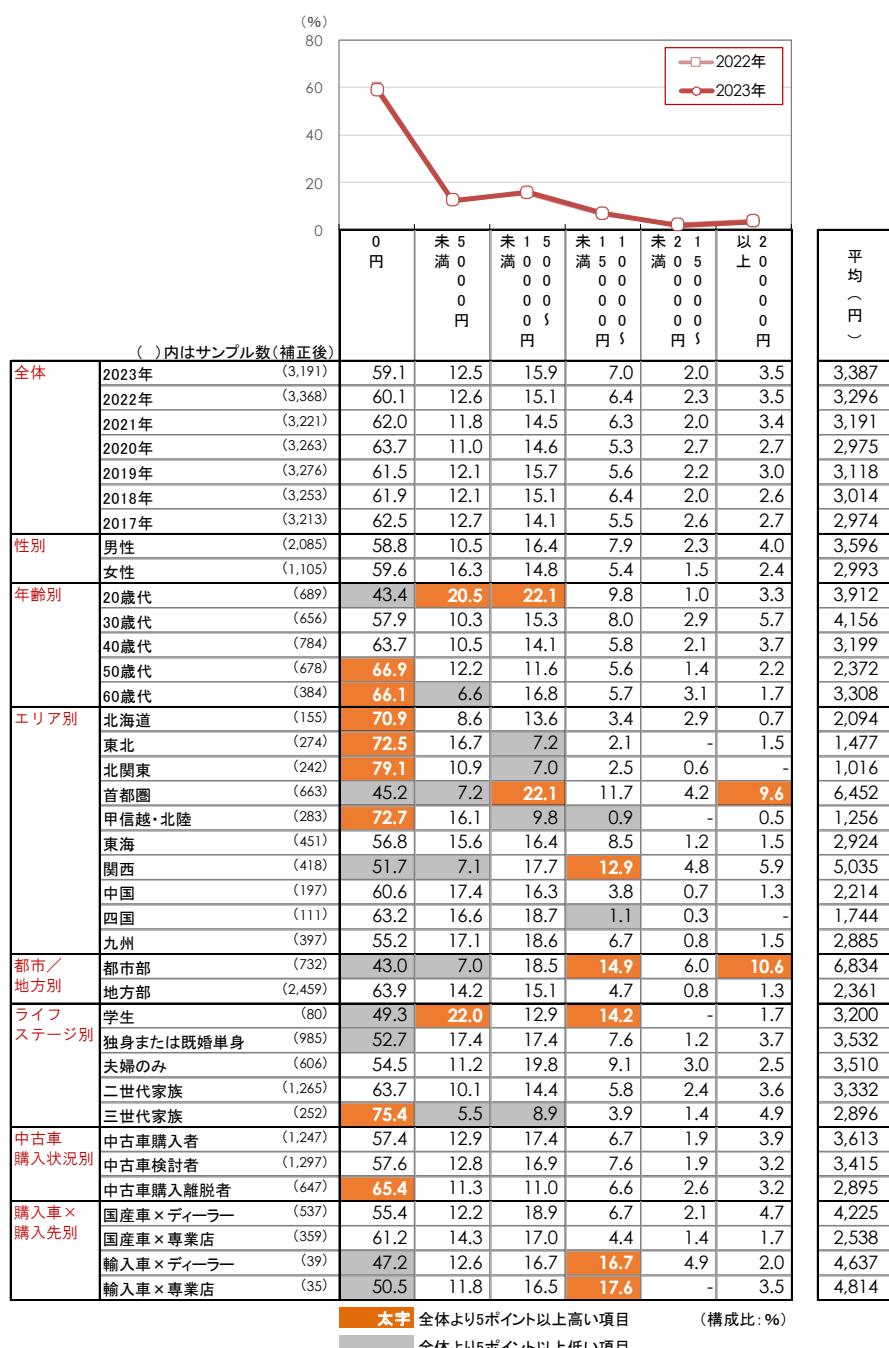


4) クルマに関する支出費用

(1) 駐車場代

- 自分のクルマを持っている人に対して、1ヶ月あたりの駐車場代を尋ねたところ、「0円」が59%で最も高く、次いで「5000～10000円未満」が16%、「5000円未満」が13%で続く。平均は3,387円で、昨年から91円増加した。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が603円高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも費用の平均が4,473円高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。

■駐車場代(1ヶ月あたり)<二次調査>(自分のクルマを持っている人のうち、金額回答者／单一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目 (構成比: %)

■ 全体より5ポイント以上低い項目

(2) クルマのローン

- 1ヶ月あたりのクルマのローンを尋ねたところ、「0円」が69%で最も高く、次いで「20000～30000円未満」が10%、「10000～20000円未満」が7%で続く。平均は8,064円で、昨年から701円増加した。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が1,634円高い。
- 年齢別でみると、年齢が低いほど費用の平均が高くなる。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも費用の平均が1,220円高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。

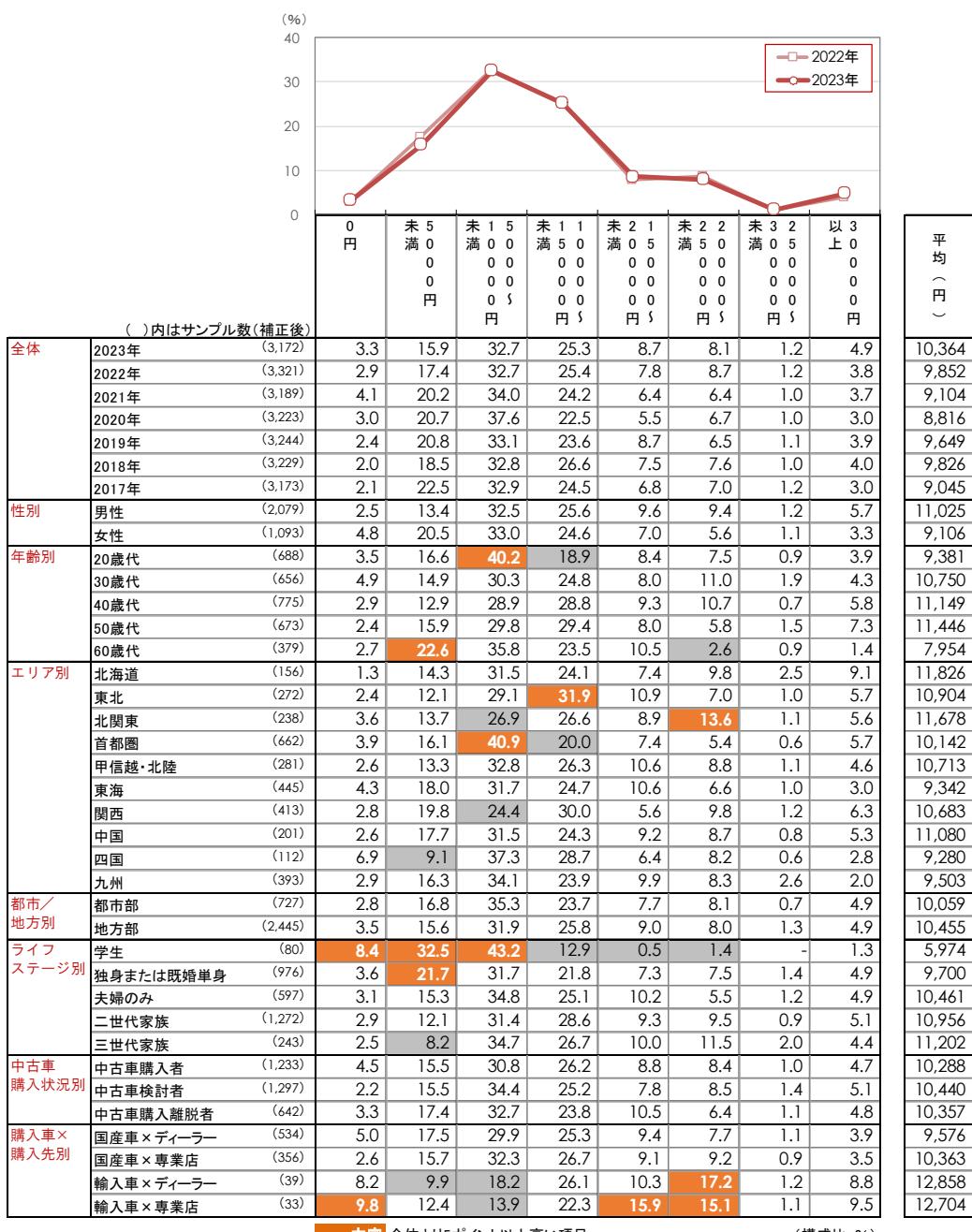
■ クルマのローン(1ヶ月あたり)<二次調査>(自分のクルマを持っている人のうち、金額回答者／単一回答)



(3)ガソリン代

- 1ヶ月あたりのガソリン代を尋ねたところ、「5000～10000円未満」が33%で最も高く、次いで「10000～15000円未満」が25%、「5000円未満」が16%で続く。平均は10,364円で、昨年から512円増加した。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が1,919円高い。
- 年齢別でみると、費用の平均は50歳代でピークとなる。
- ライフステージ別でみると、三世代家族の費用の平均は他のライフステージに比べて特に高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。

■ガソリン代(1ヶ月あたり)<二次調査>(自分のクルマを持っている人のうち、金額回答者／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

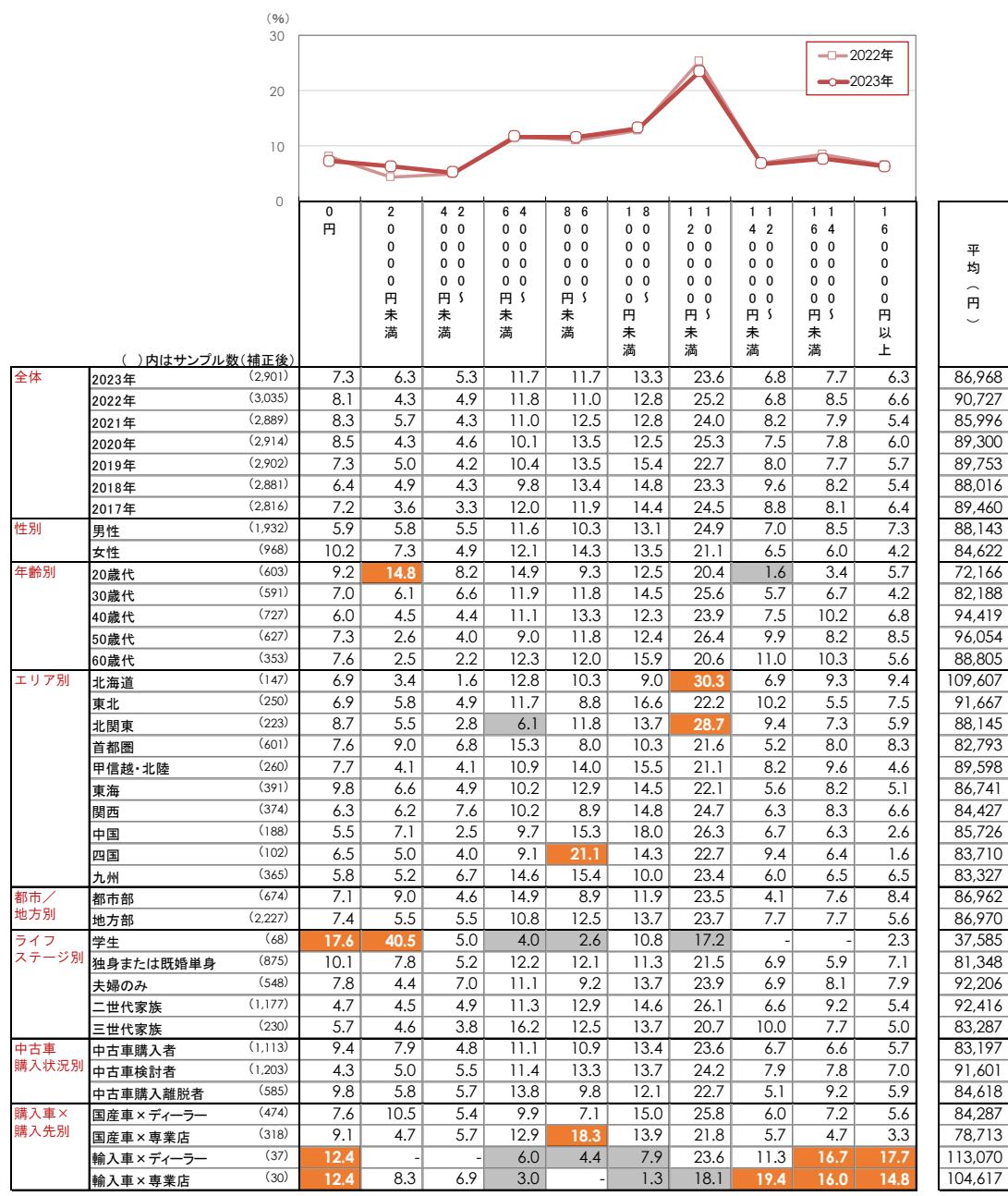
(構成比: %)

全體より5ポイント以上低い項目

(4)車検代(重量税を含む)

- 1回あたりの車検代(重量税を含む)を尋ねたところ、「100000～120000円未満」が24%で最も高く、次いで「80000～100000円未満」が13%で続く。平均は86,968円で、昨年から3,759円減少した。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が3,521円高い。
- 年齢別でみると、50歳代の平均は他の年代に比べて特に高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。

■車検代[重量税を含む](1回あたり)<二次調査>(自分のクルマを持っている人のうち、金額回答者／単一回答)



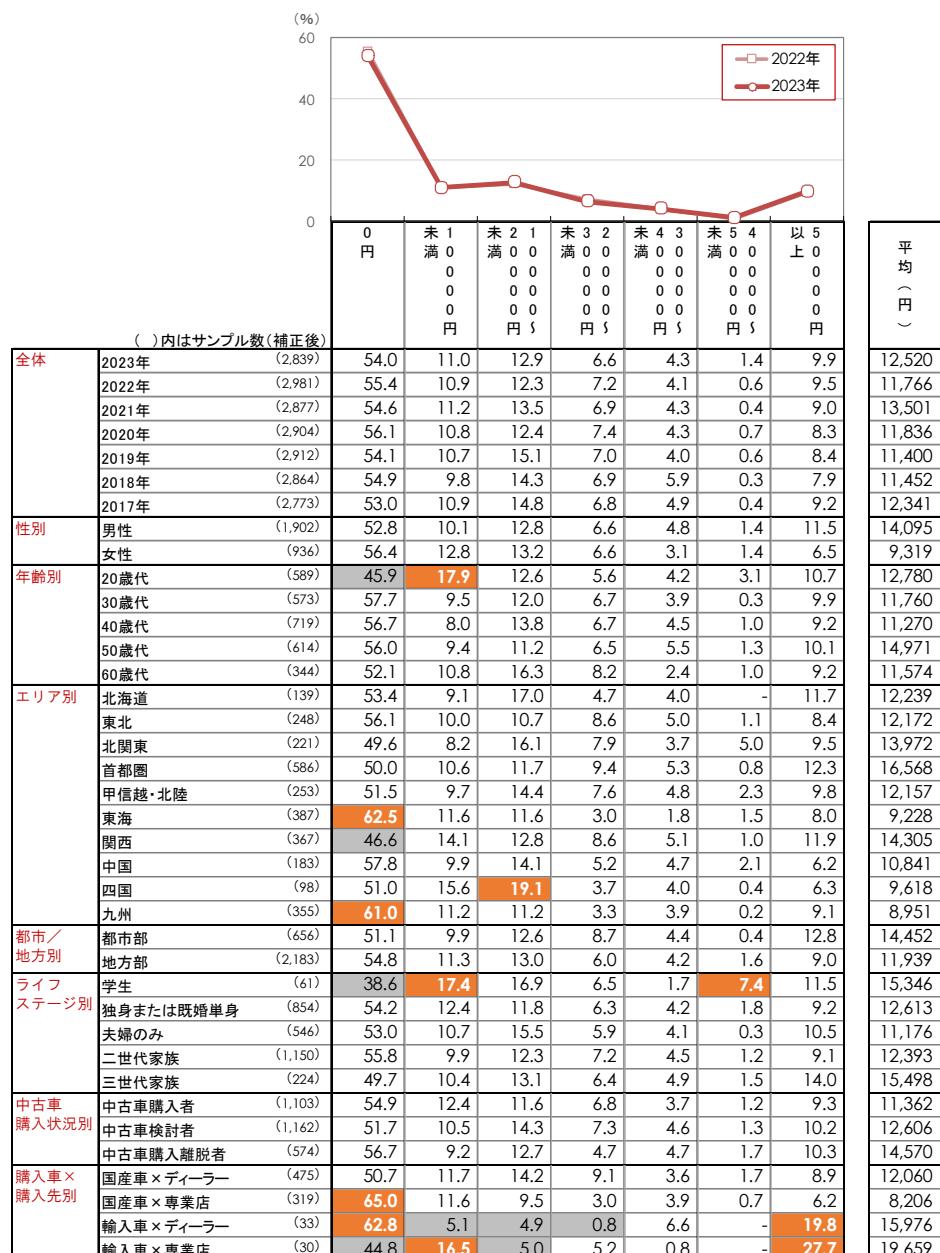
太字 全体より5ポイント以上高い項目

(構成比: %)

■ 全体より5ポイント以上低い項目

(5)車検以外の整備・板金・部品取付などの費用

- 1年あたりの車検以外の整備・板金・部品取付などの費用を尋ねたところ、「0円」が54%で最も高く、次いで「10000～20000円未満」が13%、「10000円未満」が11%で続く。平均は12,520円で、昨年から754円増加した。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が4,776円高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも費用の平均が2,513円高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。

■車検以外の整備・板金・部品取付などの費用(1年あたり)<二次調査>
(自分のクルマを持っている人のうち、金額回答者／単一回答)

太字 全体より5ポイント以上高い項目

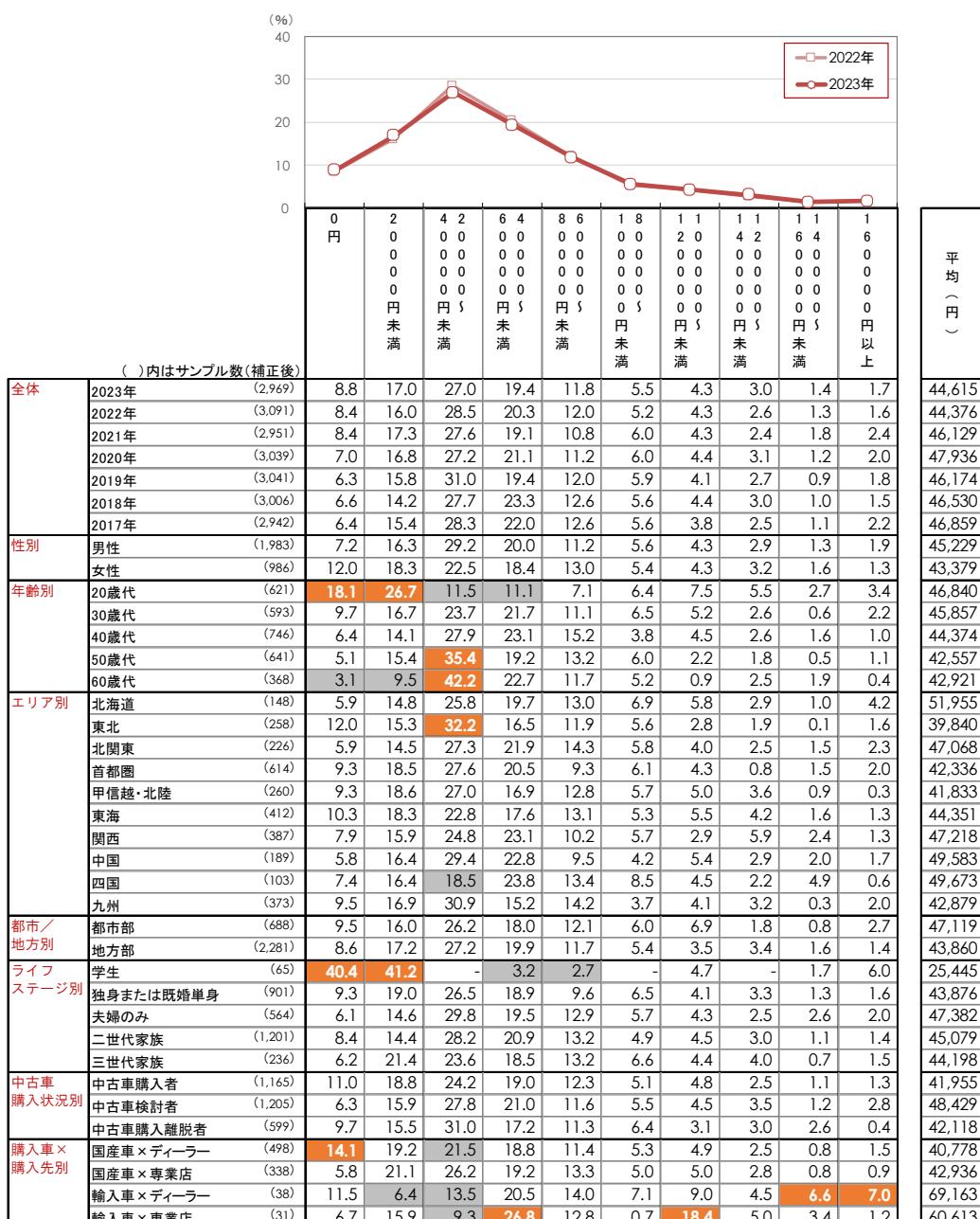
(構成比: %)

全体より5ポイント以上低い項目

(6)任意保険の費用

- 1年あたりの任意保険の費用を尋ねたところ、「20000～40000円未満」が27%で最も高く、次いで「40000～60000円未満」が19%、「20000円未満」が17%で続く。平均は44,615円で、昨年から239円増加した。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が1,850円高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。

■任意保険の費用(1年あたり)<二次調査>(自分のクルマを持っている人のうち、金額回答者／単一回答)



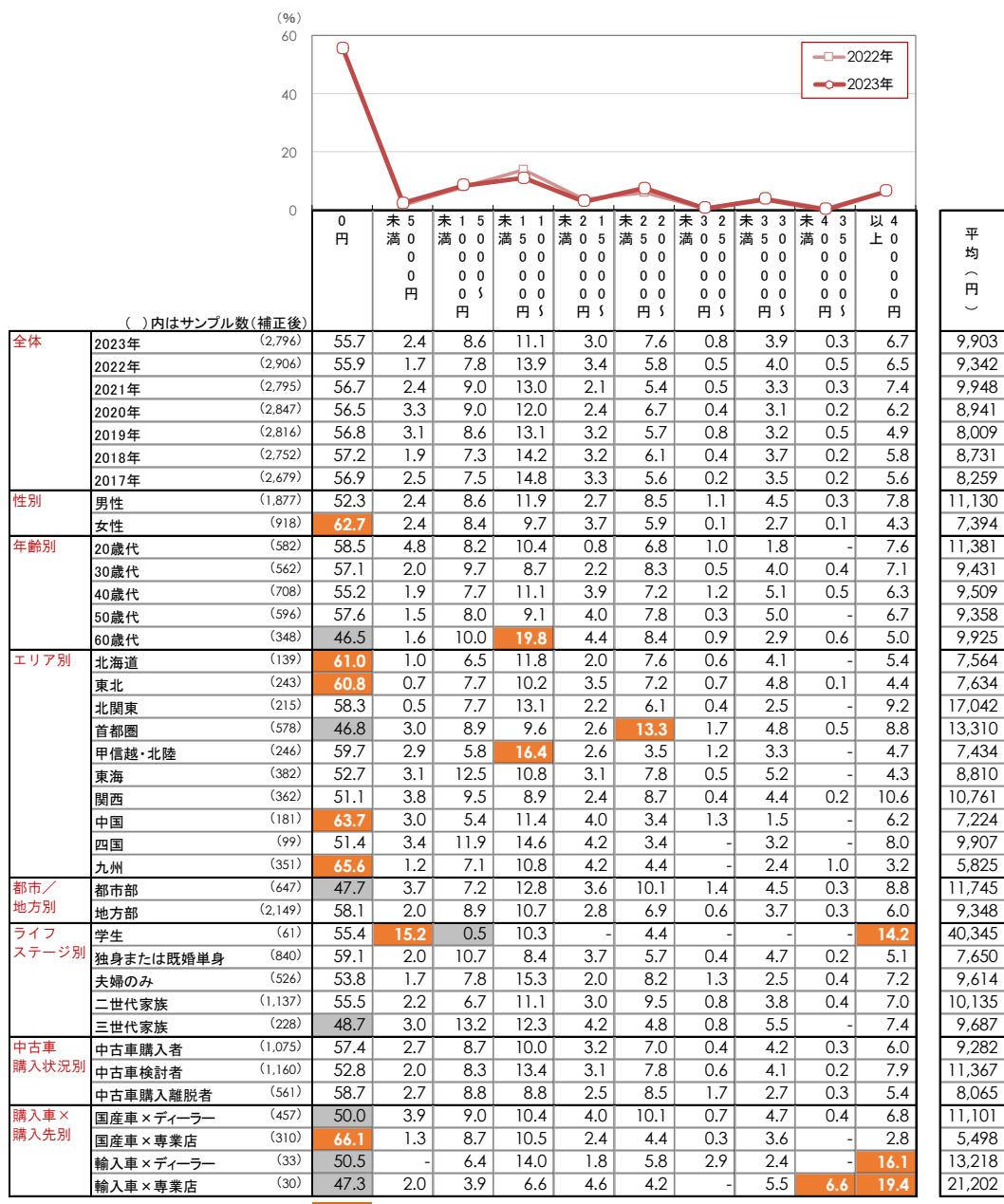
太字 全体より5ポイント以上高い項目

(構成比: %)

■ 全体より5ポイント以上低い項目

(7)法定点検などの点検サービスの費用

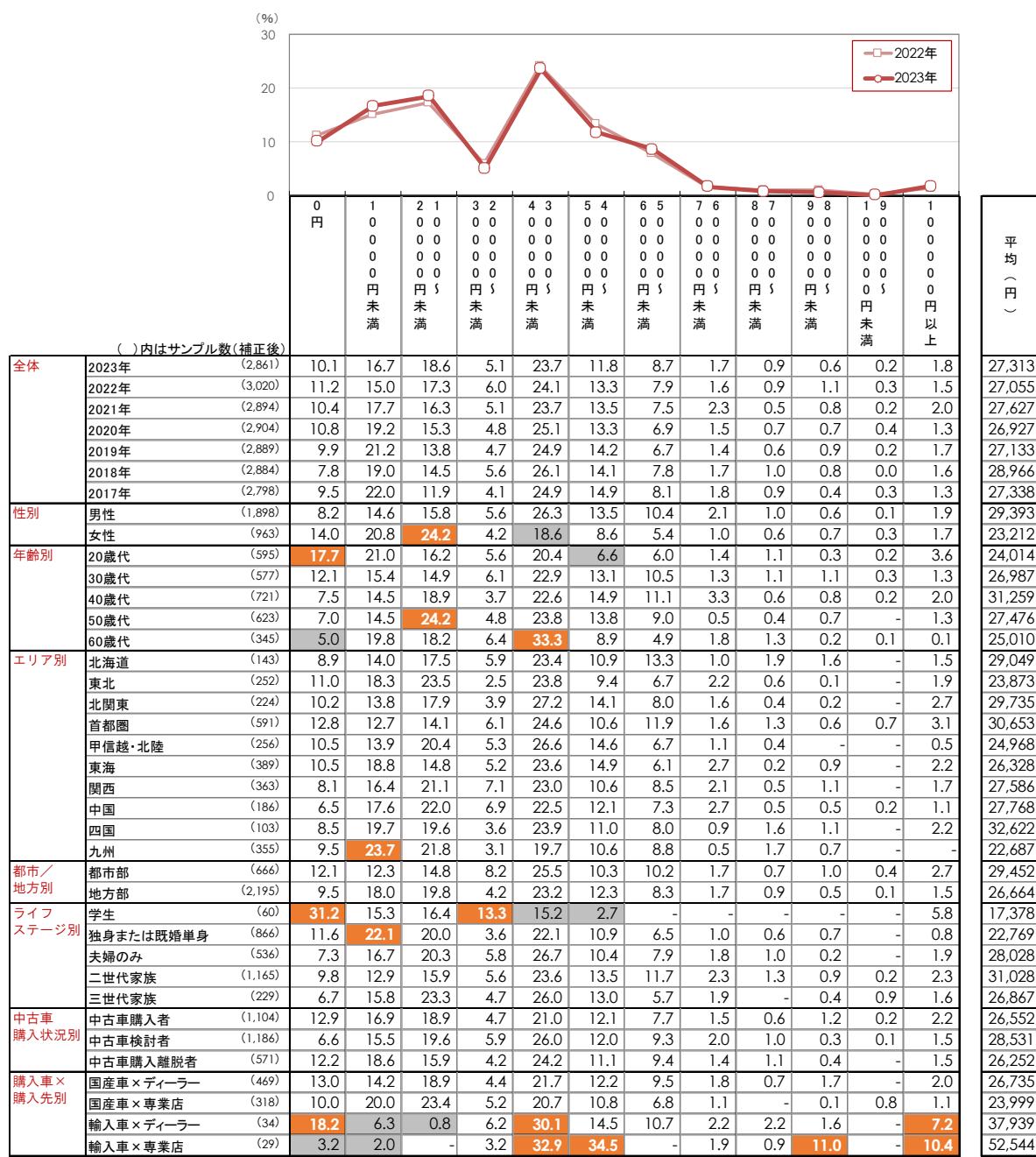
- 1年あたりの法定点検などの点検サービスの費用を尋ねたところ、「0円」が56%で最も高く、次いで「10000～15000円未満」が11%で続く。平均は9,903円で、昨年から561円増加した。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が3,736円高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも費用の平均が2,397円高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。

■法定点検などの点検サービスの費用(1年あたり)<二次調査>
(自分のクルマを持っている人のうち、金額回答者／単一回答)

(8)自動車税

- 1年あたりの自動車税を尋ねたところ、「30000～40000円未満」が24%で最も高く、次いで「10000～20000円未満」が19%、「10000円未満」が17%、「40000～50000円未満」が12%で続く。平均は27,313円で、昨年から258円増加した。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が6,181円高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも費用の平均が2,788円高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。

■自動車税(1年あたり)<二次調査>(自分のクルマを持っている人のうち、金額回答者／單一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

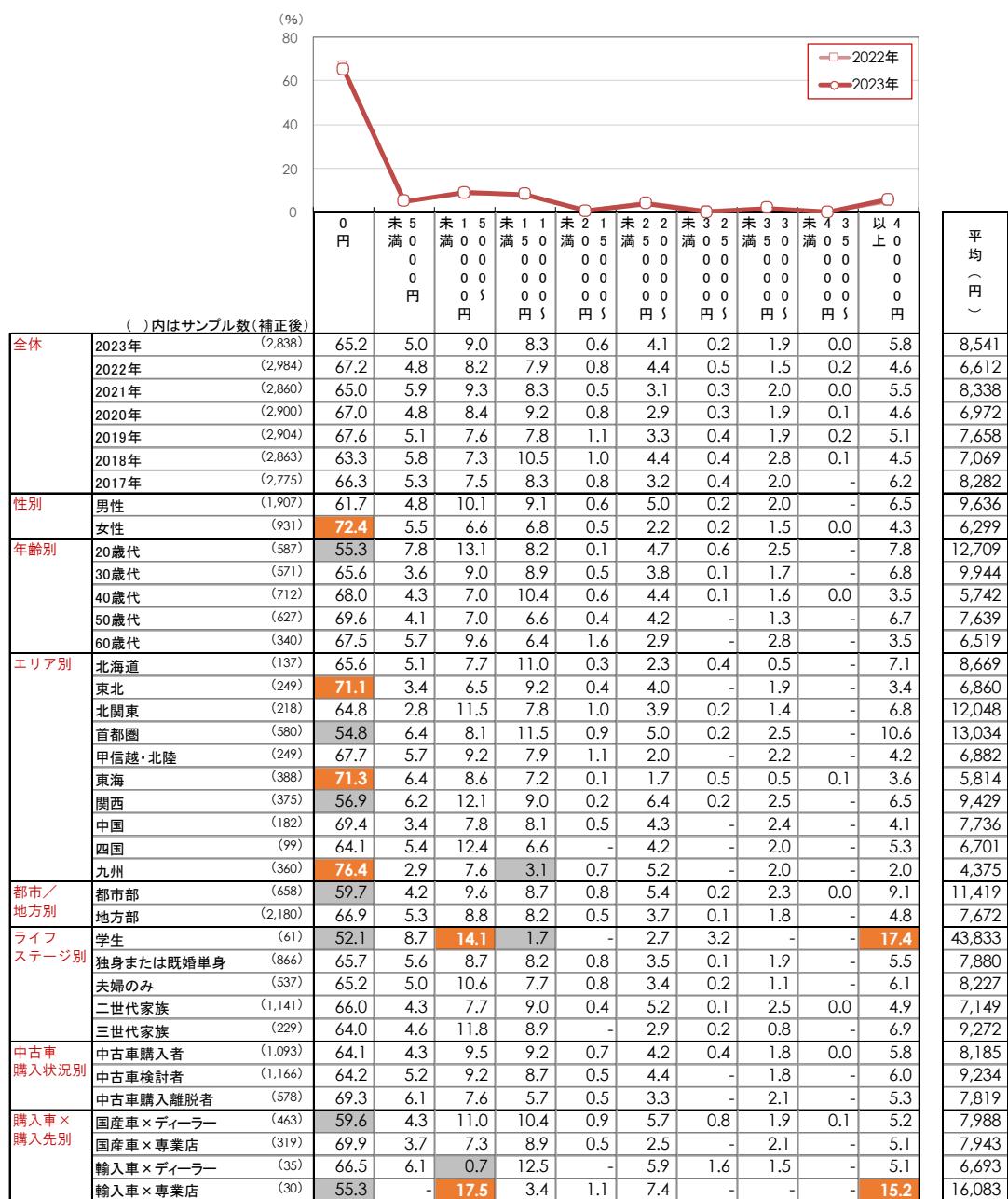
全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

(9)アクセサリー・装備品の費用

- 1年あたりのアクセサリー・装備品の費用を尋ねたところ、「0円」が65%で最も高く、次いで「5000～10000円未満」が9%、「10000～15000円未満」が8%で続く。平均は8,541円で、昨年から1,929円増加した。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が3,337円高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも費用の平均が3,747円高い。

■アクセサリー・装備品の費用(1年あたり)<二次調査>(自分のクルマを持っている人のうち、金額回答者／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

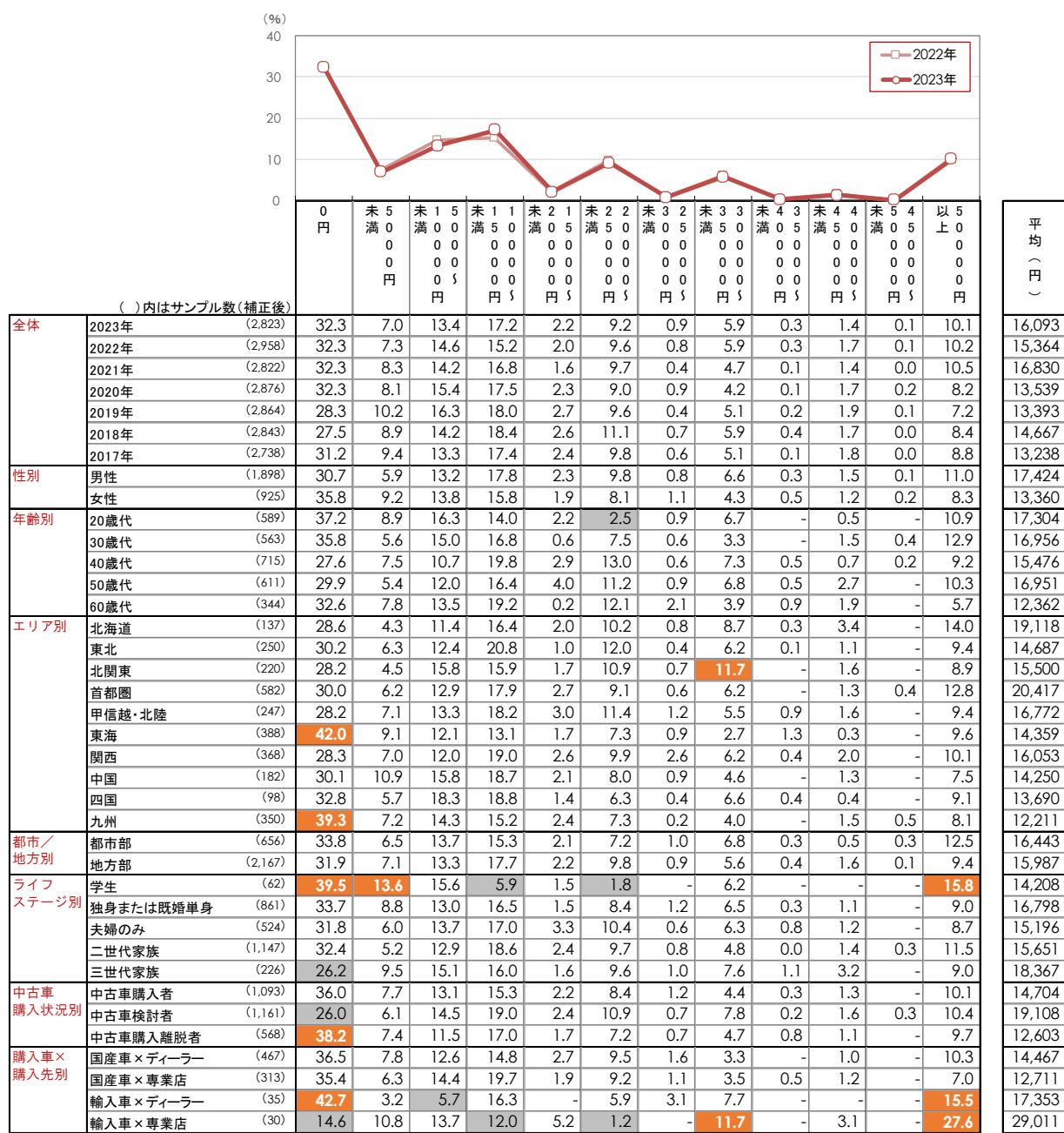
(構成比: %)

■ 全体より5ポイント以上低い項目

(10) 消耗品関連の費用

- 1年あたりの消耗品関連の費用を尋ねたところ、「0円」が32%で最も高く、次いで「10000～15000円未満」が17%、「5000～10000円未満」が13%で続く。平均は16,093円で、昨年から729円増加した。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が4,064円高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも費用の平均が456円高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。

■ 消耗品関連の費用(1年あたり)<二次調査>(自分のクルマを持っている人のうち、金額回答者／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

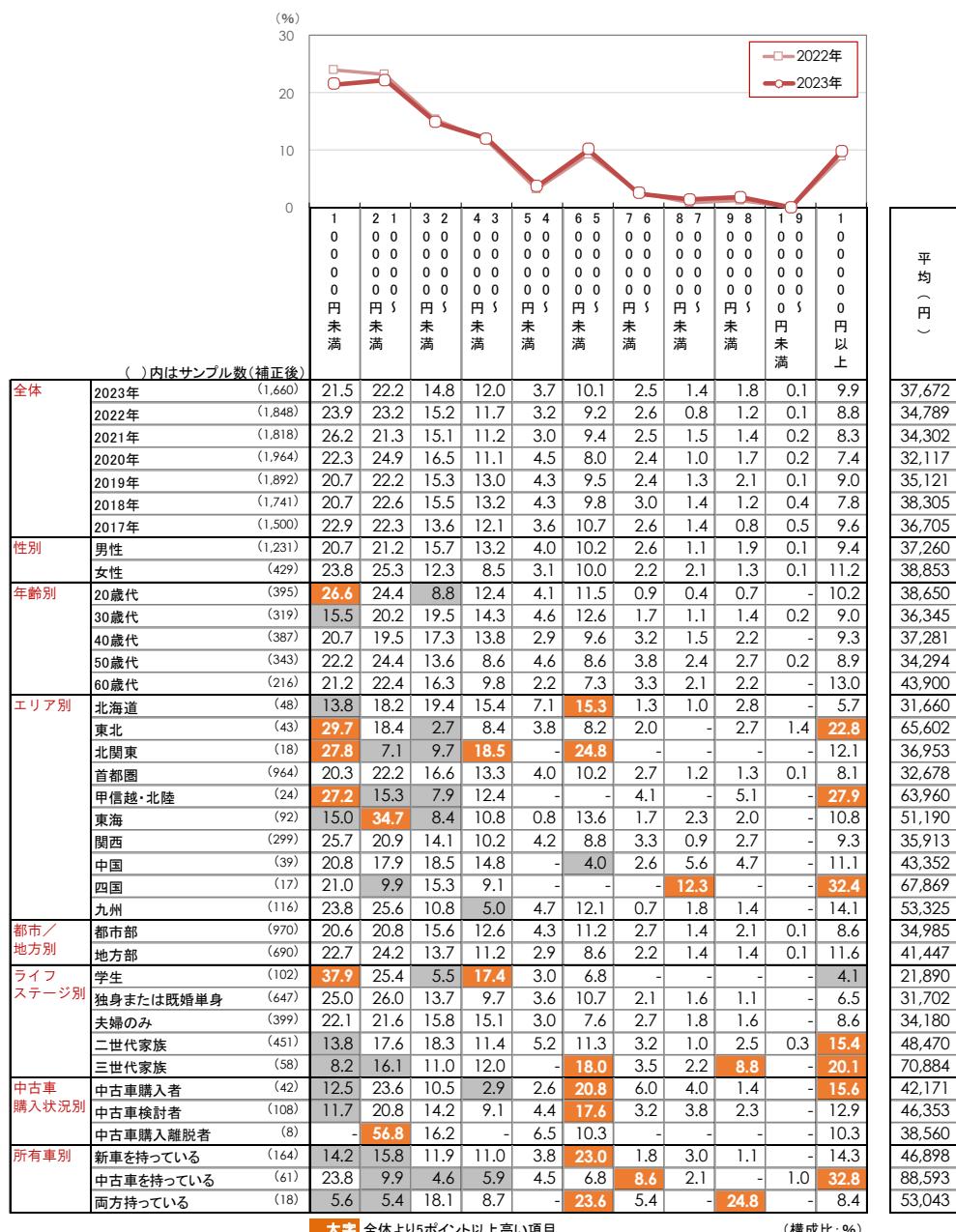
全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

(11)レンタカーの費用(ガソリン代含む)

- レンタカーを借りて運転している人に対して、1年あたりのレンタカーの費用(ガソリン代含む)を尋ねたところ、「10000円未満」と「10000~20000円未満」がともに22%で最も高く、次いで「20000~30000円未満」が15%、「30000~40000円未満」が12%で続く。平均は37,672円で、昨年から2,883円増加した。
- 性別でみると、女性は男性よりも費用の平均が1,593円高い。
- 都市／地方別でみると、地方部は都市部よりも費用の平均が6,462円高い。
- ライフステージ別でみると、三世代家族は他のライフステージに比べて費用の平均が特に高い。

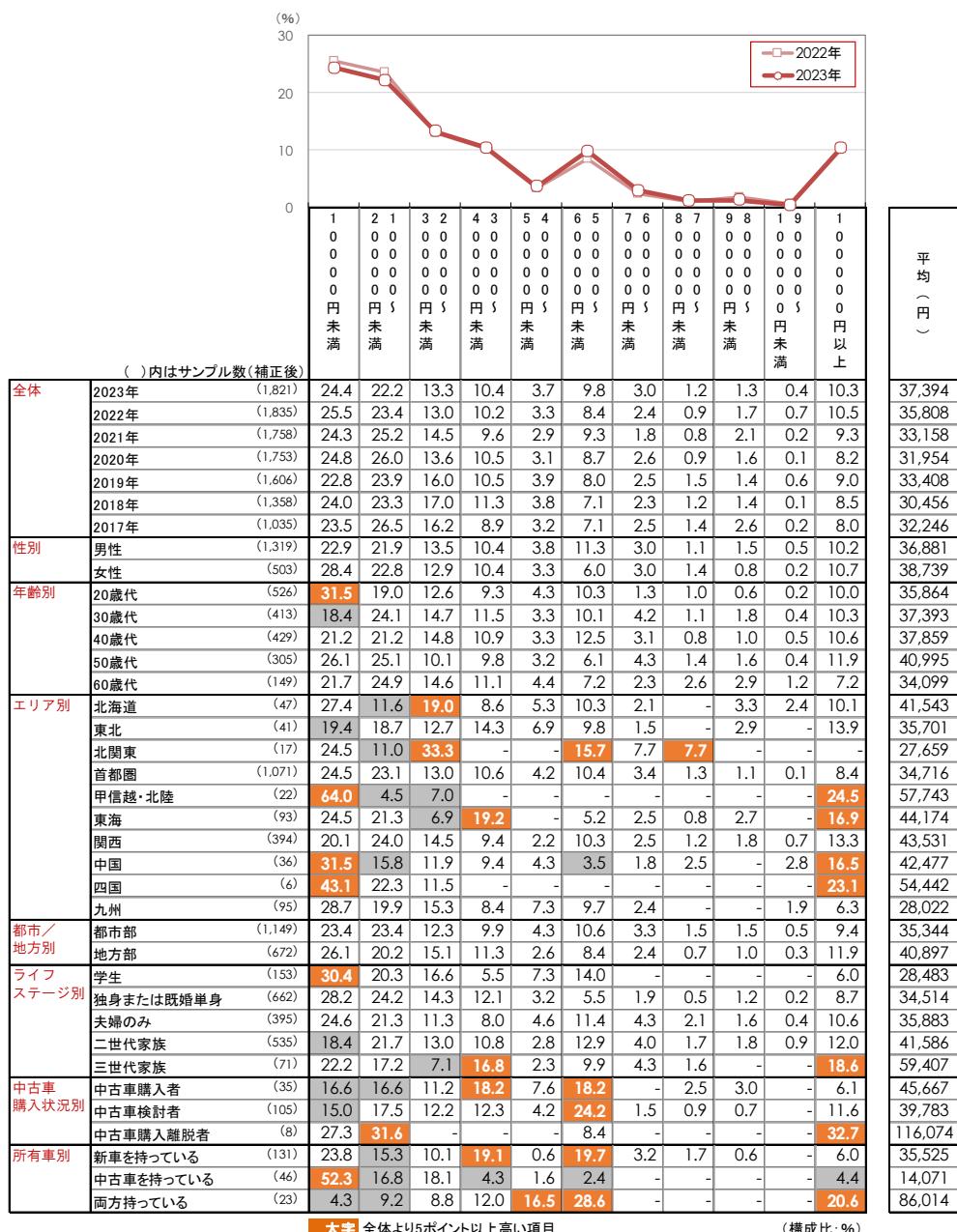
■レンタカーの費用[ガソリン代含む](1年あたり)<一次調査>
(レンタカーを借りて運転している人のうち、金額回答者／單一回答)



(12)カーシェアリングの費用

- カーシェアリングを利用して運転している人に対して、1年あたりのカーシェアリングの費用を尋ねたところ、「10000円未満」が24%で最も高く、次いで「10000～20000円未満」が22%、「20000～30000円未満」が13%、「30000～40000円未満」が10%で続く。平均は37,394円で、昨年から1,586円増加した。
- 性別でみると、女性は男性よりも費用の平均が1,858円高い。
- 都市／地方別でみると、地方部は都市部よりも費用の平均が5,553円高い。
- ライフステージ別でみると、三世代家族は他のライフステージに比べて費用の平均が特に高い。

■カーシェアリングの費用(1年あたり)<一次調査>
(カーシェアリングを利用して運転している人のうち、金額回答者／單一回答)



3. これまでのクルマ遍歴

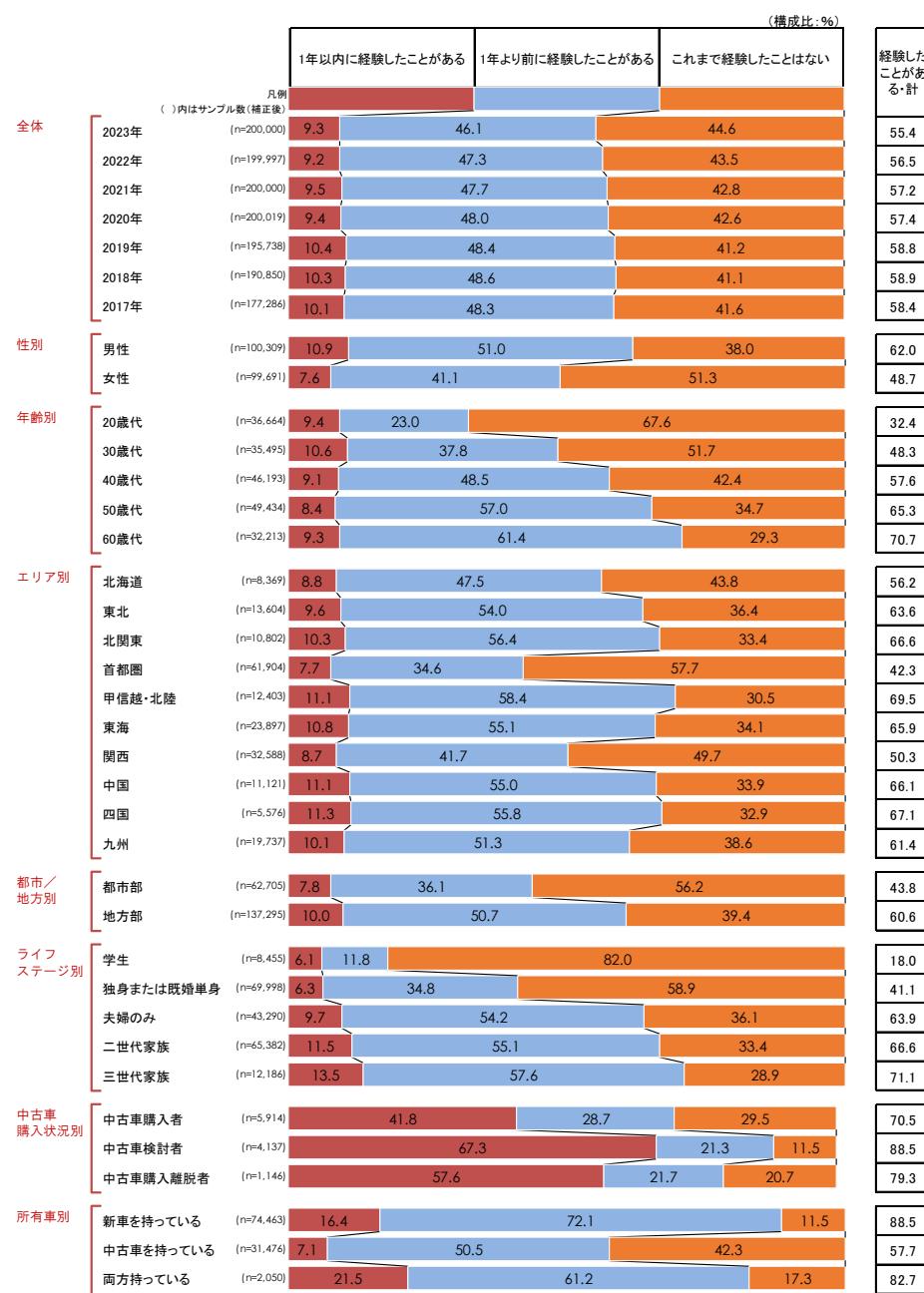
カーセンサ-

1) クルマの購入検討・購入経験

(1) 新車の購入検討経験の有無

- 全体に対して、新車の購入検討経験の有無を尋ねたところ、「1年以内に経験したことがある」が9%、「1年より前に経験したことがある」が46%であった。これらを合わせた「経験したことがある・計」の割合は55%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「経験したことがある・計」の割合が13ポイント高い。
- 都市／地方別でみると、地方部は都市部よりも「経験したことがある・計」の割合が17ポイント高い。

■新車の購入検討経験の有無<一次調査>(全体／単一回答)

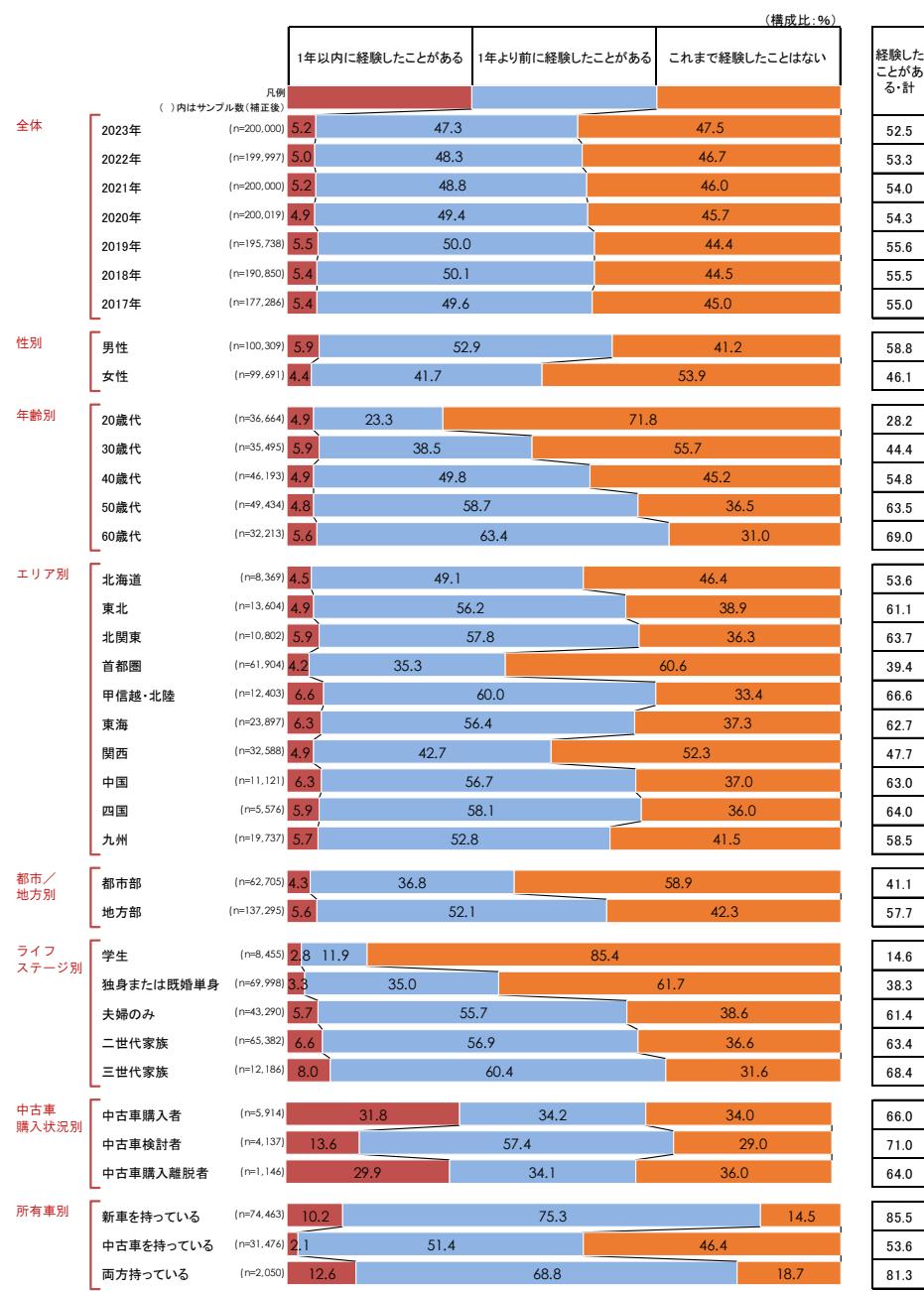


※「経験したことがある・計」:「1年以内に経験したことがある」「1年より前に経験したことがある」のいずれかを回答した人を集計

(2)新車の購入経験の有無

- 新車の購入経験の有無を尋ねたところ、「1年以内に経験したことがある」が5%、「1年より前に経験したことがある」が47%であった。これらを合わせた「経験したことがある・計」の割合は53%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「経験したことがある・計」の割合が13ポイント高い。
- 都市／地方別でみると、地方部は都市部よりも「経験したことがある・計」の割合が17ポイント高い。

■新車の購入経験の有無<一次調査>(全体／単一回答)

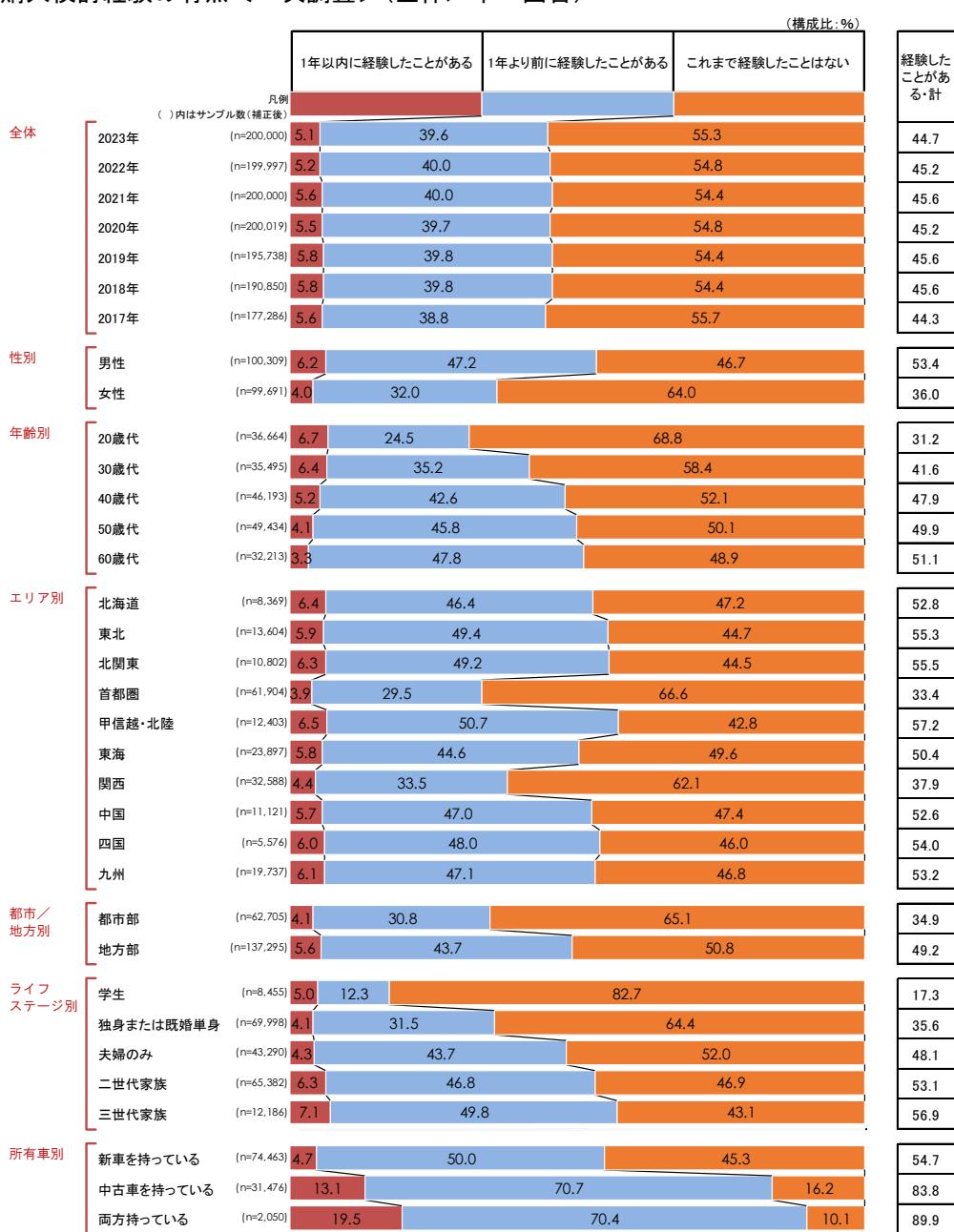


※「経験したことがある・計」：「1年以内に経験したことがある」「1年より前に経験したことがある」のいずれかを回答した人を集計

(3) 中古車の購入検討経験の有無

- 中古車の購入検討経験の有無を尋ねたところ、「1年以内に経験したことがある」が5%、「1年より前に経験したことがある」が40%であった。これらを合わせた「経験したことがある・計」の割合は45%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「経験したことがある・計」の割合が17ポイント高い。
- 年齢別でみると、年齢が低いほど「1年以内に経験したことがある」の割合が高くなる。
- 都市／地方別でみると、地方部は都市部よりも「経験したことがある・計」の割合が14ポイント高い。

■中古車の購入検討経験の有無<一次調査>(全体／単一回答)

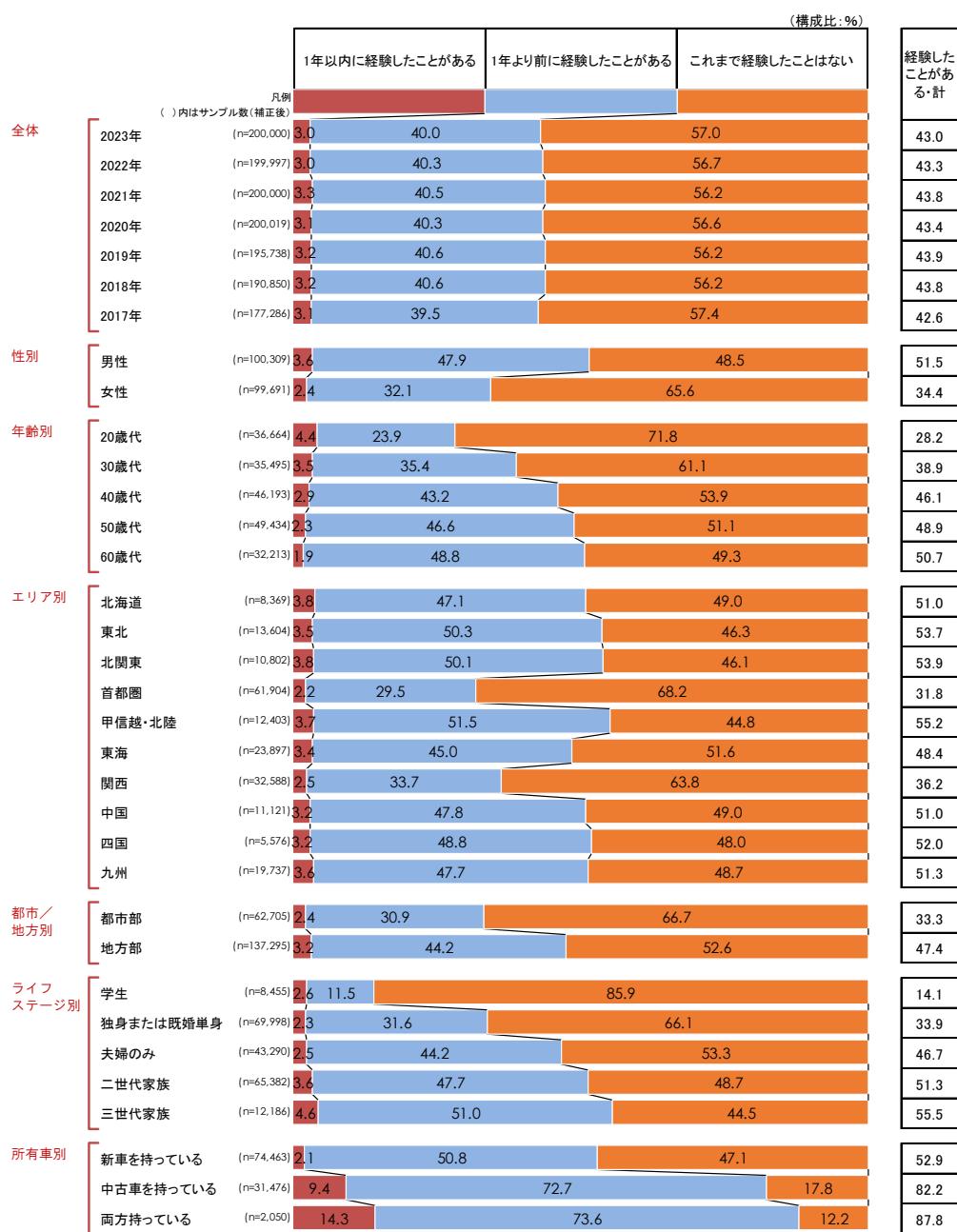


※「経験したことがある・計」:「1年以内に経験したことがある」「1年より前に経験したことがある」のいずれかを回答した人を集計

(4) 中古車の購入経験の有無

- 中古車の購入経験の有無を尋ねたところ、「1年以内に経験したことがある」が3%、「1年より前に経験したことがある」が40%であった。これらを合わせた「経験したことがある・計」の割合は43%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「経験したことがある・計」の割合が17ポイント高い。
- 年齢別でみると、年齢が低いほど「1年以内に経験したことがある」の割合が高くなる。
- 都市／地方別でみると、地方部は都市部よりも「経験したことがある・計」の割合が14ポイント高い。

■中古車の購入経験の有無<一次調査>(全体／單一回答)



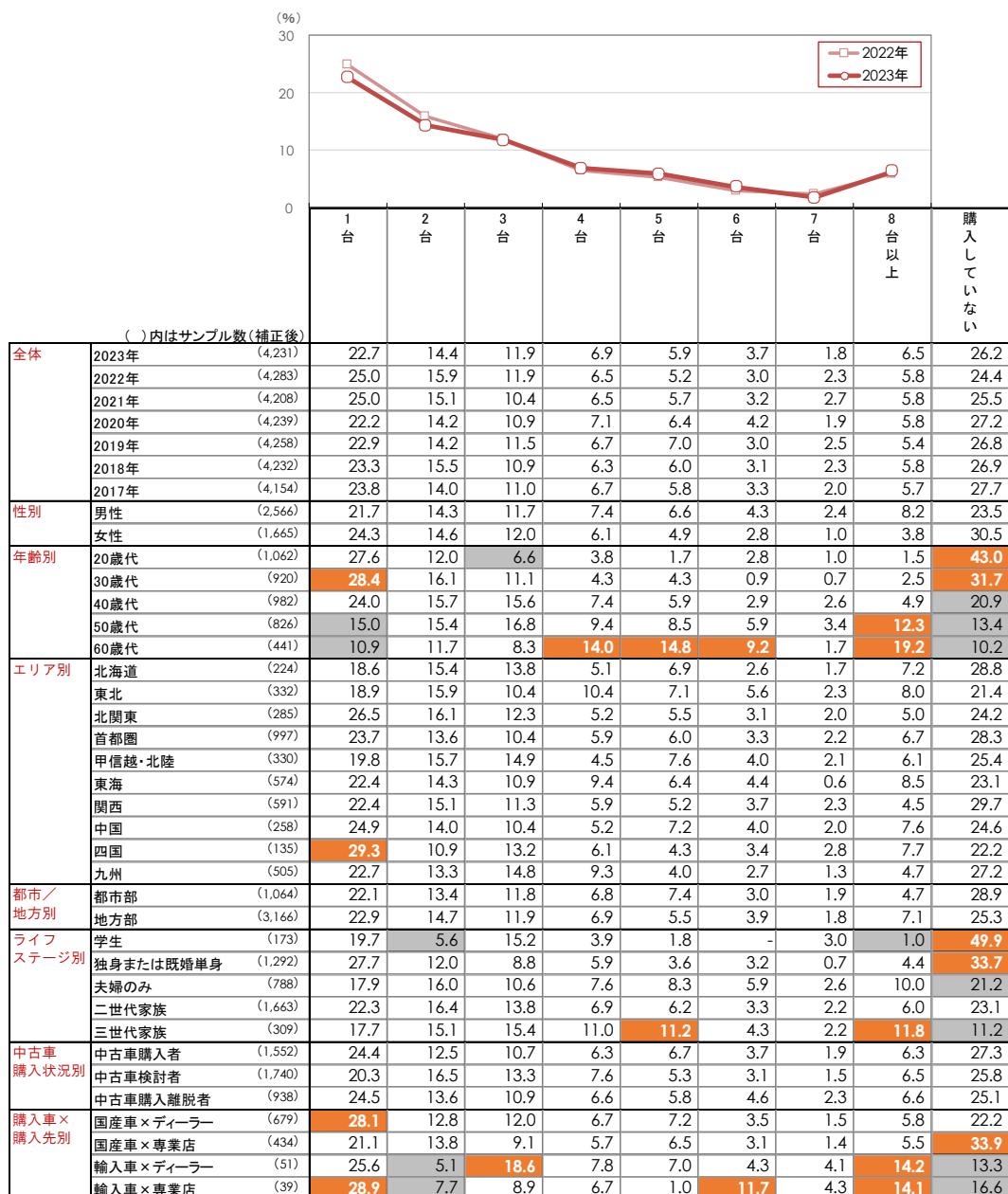
※「経験したことがある・計」:「1年以内に経験したことがある」「1年より前に経験したことがある」のいずれかを回答した人を集計

2)これまでに購入したクルマの台数

(1)これまでに自分で購入した新車の台数

○ 1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、これまでに自分で購入した新車の台数（家族用も含む）を尋ねたところ、「1台」が23%で最も高く、次いで「2台」が14%、「3台」が12%で続く。

■これまでに自分で購入した新車の台数（家族用も含む）<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

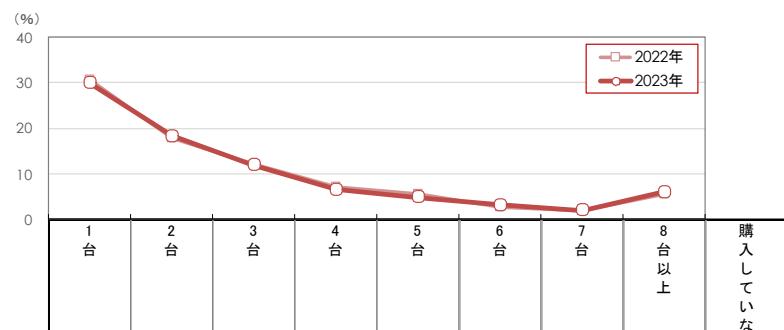
(構成比: %)

全体会員より5ポイント以上低い項目

(2)これまでに自分で購入した中古車の台数

- これまでに自分で購入した中古車の台数(家族用も含む)を尋ねたところ、「1台」が30%で最も高く、次いで「2台」が18%、「3台」が12%で続く。

■これまでに自分で購入した中古車の台数(家族用も含む)<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)



（）内はサンプル数（補正後）										い		
全体	2023年	(4,231)	30.0	18.4	12.0	6.6	4.9	3.2	2.0	6.1	16.8	
	2022年	(4,283)	30.7	17.8	12.0	7.1	5.6	2.5	1.9	5.5	16.8	
	2021年	(4,208)	31.6	17.9	11.9	6.9	5.7	2.7	1.9	5.6	15.9	
	2020年	(4,239)	30.1	18.1	11.5	6.8	5.9	3.3	2.0	5.9	16.4	
	2019年	(4,258)	32.3	19.0	11.1	6.7	5.8	3.1	2.0	5.0	15.0	
	2018年	(4,232)	29.7	19.4	11.9	6.7	5.6	3.0	2.5	5.8	15.5	
	2017年	(4,154)	30.4	18.6	11.9	7.9	5.4	2.6	2.3	6.0	14.9	
性別	男性	(2,566)	27.3	18.4	12.2	7.5	5.9	3.6	2.7	8.2	14.2	
	女性	(1,665)	34.1	18.4	11.6	5.2	3.3	2.5	1.1	3.0	20.9	
年齢別	20歳代	(1,062)	42.9	16.8	6.0	4.2	2.9	1.9	0.5	1.9	22.9	
	30歳代	(920)	34.9	20.8	9.1	4.5	2.6	0.9	1.5	2.7	23.1	
	40歳代	(982)	25.8	18.9	16.1	6.4	6.6	3.5	2.7	5.7	14.3	
	50歳代	(826)	19.5	16.6	16.5	10.6	5.8	7.2	3.0	10.5	10.4	
	60歳代	(441)	17.7	19.7	14.6	9.8	9.0	2.8	3.5	16.3	6.7	
	北海道	(224)	26.5	21.2	14.0	6.9	5.0	4.1	3.2	6.4	12.8	
エリア別	東北	(332)	23.6	18.7	16.7	6.8	4.2	3.4	2.2	8.3	16.0	
	北関東	(285)	22.8	22.7	17.3	7.1	6.1	3.7	3.0	5.4	11.9	
	首都圏	(997)	33.0	17.2	8.6	6.8	3.1	3.0	2.0	5.4	20.9	
	甲信越・北陸	(330)	25.9	21.0	12.4	7.3	9.0	3.7	2.0	4.0	14.6	
	東海	(574)	30.1	21.6	10.3	6.1	6.6	3.8	2.2	5.1	14.1	
	関西	(591)	34.7	13.6	11.2	6.5	4.2	1.3	0.9	6.8	20.9	
	中国	(258)	35.8	15.0	13.7	4.7	5.0	2.4	3.5	6.8	13.1	
	四国	(135)	30.1	15.9	11.5	7.1	6.6	4.7	2.7	5.0	16.4	
	九州	(505)	27.9	19.7	13.4	6.6	3.6	3.9	1.3	8.2	15.4	
	都市／地方別	都市部	(1,064)	33.3	18.2	9.2	6.5	4.4	2.4	1.7	4.8	19.5
ライフステージ別	地方部	(3,166)	28.9	18.5	12.9	6.6	5.0	3.5	2.1	6.6	15.9	
	学生	(173)	33.4	9.6	5.1	3.0	5.0	3.0	-	0.9	40.0	
	独身または既婚単身	(1,292)	33.7	14.8	11.1	5.4	4.6	2.8	1.8	5.4	20.4	
	夫婦のみ	(788)	24.2	20.1	13.2	7.8	4.1	5.2	1.7	10.1	13.7	
	二世代家族	(1,663)	30.3	21.2	12.4	7.4	5.1	2.4	2.6	4.8	13.9	
	三世代家族	(309)	25.8	19.5	14.1	6.5	6.8	4.1	2.0	8.7	12.6	
	中古車購入状況別	中古車購入者	(1,552)	37.3	19.7	13.5	7.9	7.4	3.8	2.2	8.1	-
		中古車検討者	(1,740)	26.0	19.0	12.7	5.6	3.4	2.9	2.4	5.3	22.6
		中古車購入離脱者	(938)	25.4	15.2	8.0	6.3	3.3	2.7	1.0	4.4	33.8
	購入車×購入先別	国産車×ディーラー	(679)	46.1	20.1	13.1	6.4	4.4	2.8	1.7	5.4	-
車種別		国産車×専業店	(434)	31.8	20.1	14.5	7.8	10.2	4.4	2.2	9.0	-
		輸入車×ディーラー	(51)	25.3	21.8	19.7	8.6	9.5	2.2	2.5	10.4	-
		輸入車×専業店	(39)	25.6	16.9	14.0	8.1	10.3	2.6	4.3	18.0	-

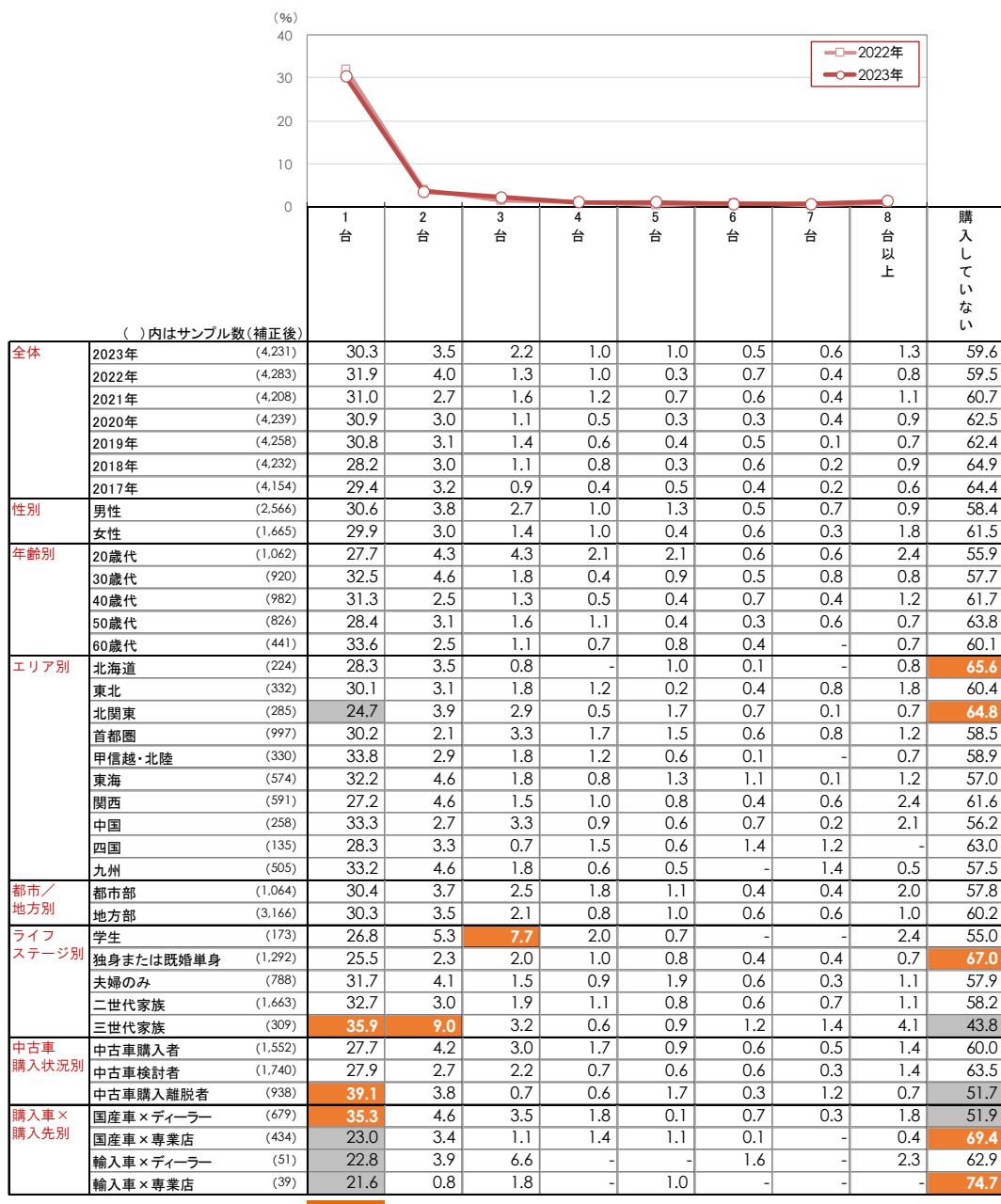
太字 全体より5ポイント以上高い項目

(構成比: %)

(3)この1年間に自分で購入した新車の台数

○ この1年間に自分で購入した新車の台数(家族用も含む)を尋ねたところ、「1台」が30%で最も高い。

■この1年間に自分で購入した新車の台数(家族用も含む)<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)

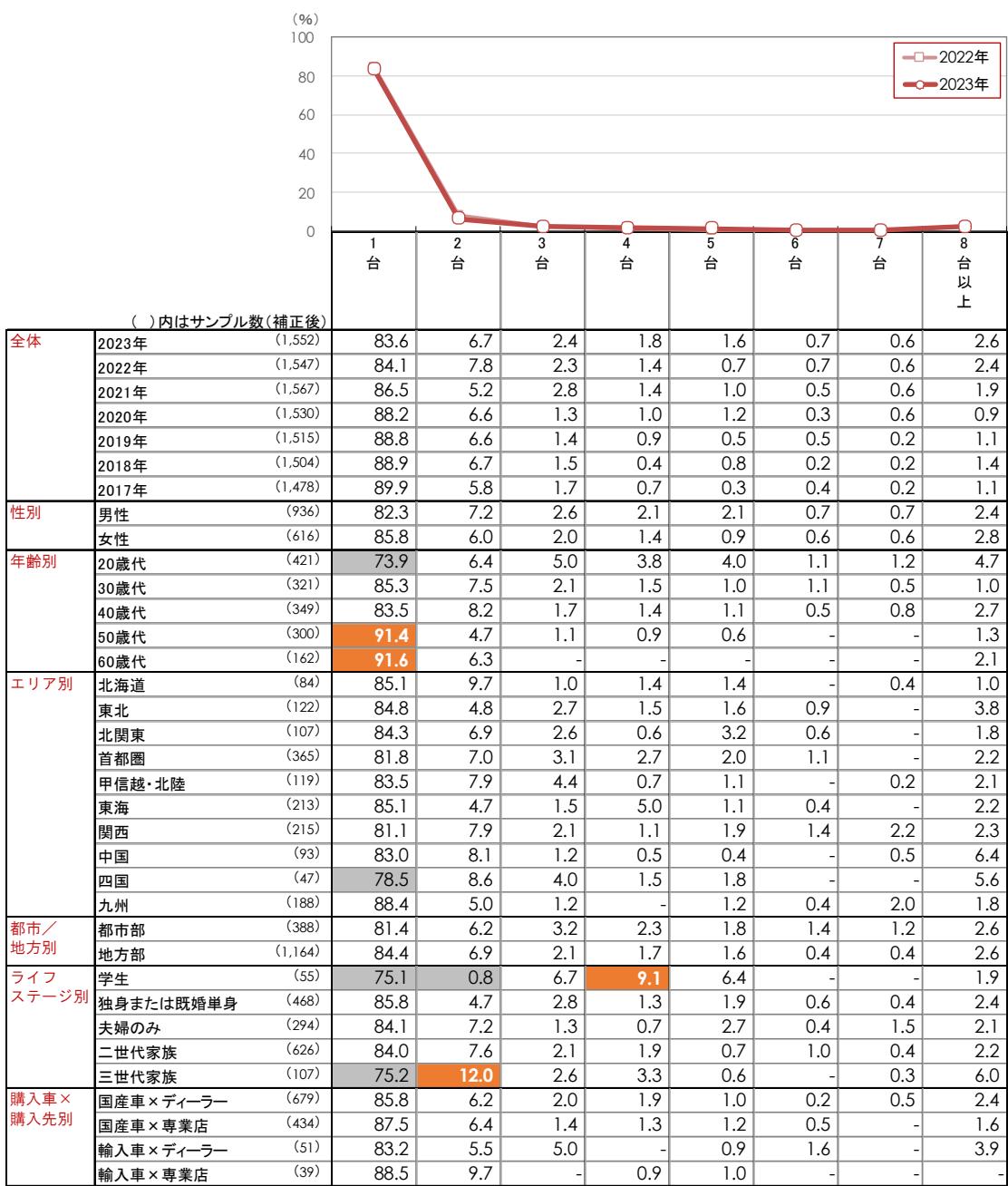


太字 全体より5ポイント以上高い項目
全体より5ポイント以上低い項目 (構成比: %)

(4)この1年間に自分で購入した中古車の台数

- 1年以内に中古車を購入した人に対して、この1年間に自分で購入した中古車の台数(家族用も含む)を尋ねたところ、「1台」が84%で最も高い。

■この1年間に自分で購入した中古車の台数(家族用も含む)<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

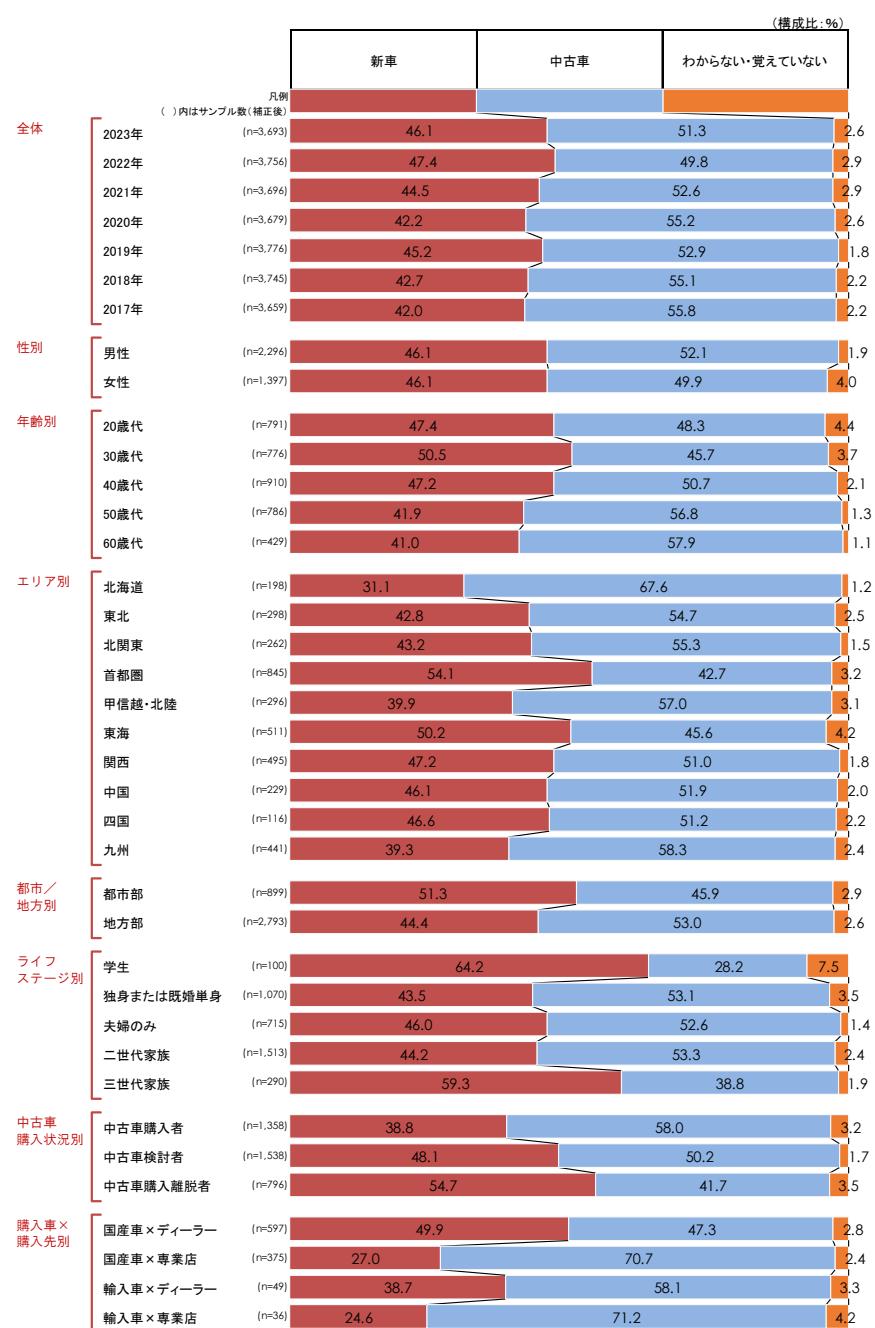
(構成比: %)

■ 全体より5ポイント以上低い項目

3)前回購入したクルマの新車・中古車分類

- 前回購入したクルマがある人に対して、前回購入したクルマが新車か中古車かを尋ねたところ、「新車」が46%、「中古車」が51%であった。

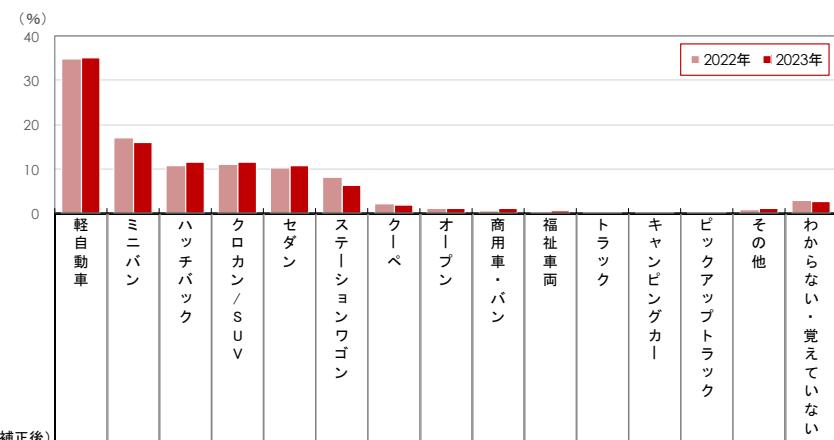
■前回購入したクルマの新車・中古車分類<二次調査>(前回購入したクルマがある人／単一回答)



4)前回購入したクルマのボディタイプ

- 前回購入したクルマのボディタイプを尋ねたところ、「軽自動車」が35%で最も高く、次いで「ミニバン」が16%、「ハッチバック」と「クロカン／SUV」がともに12%で続く。
- 性別でみると、女性は男性よりも「軽自動車」が17ポイント高い。
- 都市／地方別でみると、地方部は都市部よりも「軽自動車」が15ポイント高い。
- ライフステージ別でみると、独身または既婚単身は「軽自動車」、二世代家族は「ミニバン」がそれぞれ他のライフステージに比べて高い。

■前回購入したクルマのボディタイプ<二次調査>(前回購入したクルマがある人／单一回答)



		()内はサンプル数(補正後)													
全体	2023年	(3,693)	35.1	16.0	11.5	11.5	10.7	6.4	1.8	1.2	1.0	0.5	0.3	0.3	0.1
	2022年	(3,756)	34.8	17.0	10.8	10.9	10.2	8.2	2.1	1.0	0.6	0.3	0.3	0.0	0.2
	2021年	(3,696)	33.2	16.7	11.3	9.4	10.5	9.6	2.2	1.2	1.0	0.5	0.3	0.2	0.2
	2020年	(3,679)	36.3	16.7	11.8	9.7	9.8	8.1	2.3	0.7	0.6	0.1	0.2	0.2	0.8
	2019年	(3,776)	34.8	18.4	12.4	7.5	11.2	8.4	2.1	1.0	0.7	0.1	0.3	0.1	1.0
	2018年	(3,745)	35.1	18.3	12.9	7.4	10.2	9.4	1.8	0.5	0.7	0.2	0.2	0.1	0.1
	2017年	(3,659)	35.8	16.3	12.2	6.2	12.1	9.9	2.9	0.6	0.8	0.1	0.2	0.1	0.5
性別	男性	(2,296)	28.7	17.1	13.5	12.6	12.3	7.2	2.4	1.2	1.1	0.6	0.3	0.3	0.9
	女性	(1,397)	45.7	14.3	8.2	9.6	8.1	5.0	0.7	1.2	1.0	0.4	0.2	0.3	1.3
年齢別	20歳代	(791)	37.6	12.0	8.8	11.2	12.4	3.0	1.2	2.9	2.6	2.0	0.8	0.6	0.5
	30歳代	(776)	30.5	17.0	6.6	14.5	13.9	7.9	1.9	0.8	0.8	0.1	0.2	0.0	1.9
	40歳代	(910)	33.2	20.8	11.0	13.2	7.4	7.9	1.7	0.8	0.5	0.1	-	0.4	0.2
	50歳代	(786)	38.8	16.6	14.5	8.9	8.7	5.7	2.9	0.5	0.5	-	0.3	0.3	-
	60歳代	(429)	36.2	10.2	20.7	7.4	12.6	7.6	0.6	0.8	0.6	0.1	0.3	-	0.1
エリア別	北海道	(198)	35.8	13.9	12.6	13.4	9.5	9.1	1.0	0.5	0.7	0.4	0.6	0.6	-
	東北	(298)	42.9	11.4	14.8	8.1	8.9	7.1	0.6	0.1	1.3	-	0.3	0.2	1.4
	北関東	(262)	40.3	16.8	8.9	8.0	12.3	4.0	3.1	1.4	0.9	1.5	-	-	0.4
	首都圏	(845)	24.2	18.3	13.0	12.0	16.1	6.8	2.4	1.0	1.5	0.5	0.1	0.4	-
	甲信越・北陸	(296)	40.1	15.1	12.8	12.0	5.1	5.8	1.3	0.9	0.6	0.1	1.0	0.4	-
	東海	(511)	33.9	16.5	10.8	12.1	10.5	5.6	1.5	1.2	1.6	0.1	0.5	0.4	-
	関西	(495)	32.9	18.7	9.4	10.0	10.9	9.1	1.8	1.7	0.9	1.2	0.1	0.1	-
	中国	(229)	41.1	13.7	8.8	12.9	7.3	4.2	3.3	1.7	0.5	1.4	0.4	0.6	-
	四国	(116)	44.0	11.3	10.7	15.7	9.4	3.3	0.3	1.7	-	-	-	0.3	1.0
	九州	(441)	42.4	14.7	11.3	12.6	7.0	5.3	0.9	1.6	0.6	0.1	0.1	-	0.3
都市／地方別	都市部	(899)	24.2	17.1	11.9	11.1	15.3	9.2	1.8	1.7	2.0	0.5	0.3	0.4	1.4
	地方部	(2,793)	38.7	15.7	11.3	11.6	9.3	5.5	1.7	1.0	0.7	0.5	0.3	0.2	1.0
ライフステージ別	学生	(100)	32.2	5.8	6.2	12.6	16.3	2.7	1.3	2.5	3.4	7.8	1.6	-	-
	独身または既婚単身	(1,070)	41.2	8.3	12.8	9.8	12.3	5.4	2.7	1.3	0.9	0.2	0.2	0.6	0.8
	夫婦のみ	(715)	34.8	10.4	13.4	13.2	11.6	6.0	1.7	1.9	1.7	1.0	0.3	0.4	0.0
	二世代家族	(1,513)	31.6	24.5	9.5	11.5	9.0	7.4	1.4	0.7	0.7	0.1	0.2	0.1	0.7
	三世代家族	(290)	33.0	17.5	14.2	12.6	9.4	6.6	0.3	1.0	0.9	0.1	0.7	-	1.7
中古車購入状況別	中古車購入者	(1,358)	34.8	14.3	10.7	10.4	11.1	6.4	2.2	2.3	1.6	0.6	0.5	0.4	0.2
	中古車検討者	(1,538)	34.2	16.4	12.4	12.1	12.1	7.2	1.5	0.4	0.4	0.5	0.1	0.1	0.8
	中古車購入離脱者	(796)	37.4	18.3	11.0	12.0	7.4	4.8	1.5	0.8	1.2	0.4	0.3	0.3	-
購入車×購入先別	国産車×ディーラー	(597)	30.9	16.4	9.9	12.0	13.4	7.2	1.9	2.0	1.4	0.0	0.5	0.2	0.1
	国産車×専業店	(375)	44.0	15.0	10.9	9.9	6.7	4.9	1.8	0.3	1.9	-	0.3	0.4	-
	輸入車×ディーラー	(49)	14.7	4.3	20.6	17.6	24.3	3.2	4.8	6.3	0.9	-	-	-	3.3
	輸入車×専業店	(36)	8.0	0.7	16.0	19.6	21.8	7.8	8.9	11.3	-	-	-	-	1.7

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

5) 前回購入したクルマのエンジンタイプ

- 前回購入したクルマのエンジンタイプを尋ねたところ、「ガソリンエンジン」が73%で最も高く、次いで「ハイブリッド」が17%で続く。
- 時系列でみると、「ガソリンエンジン」は年々減少傾向にある。一方、「ハイブリッド」は年々増加傾向にある。

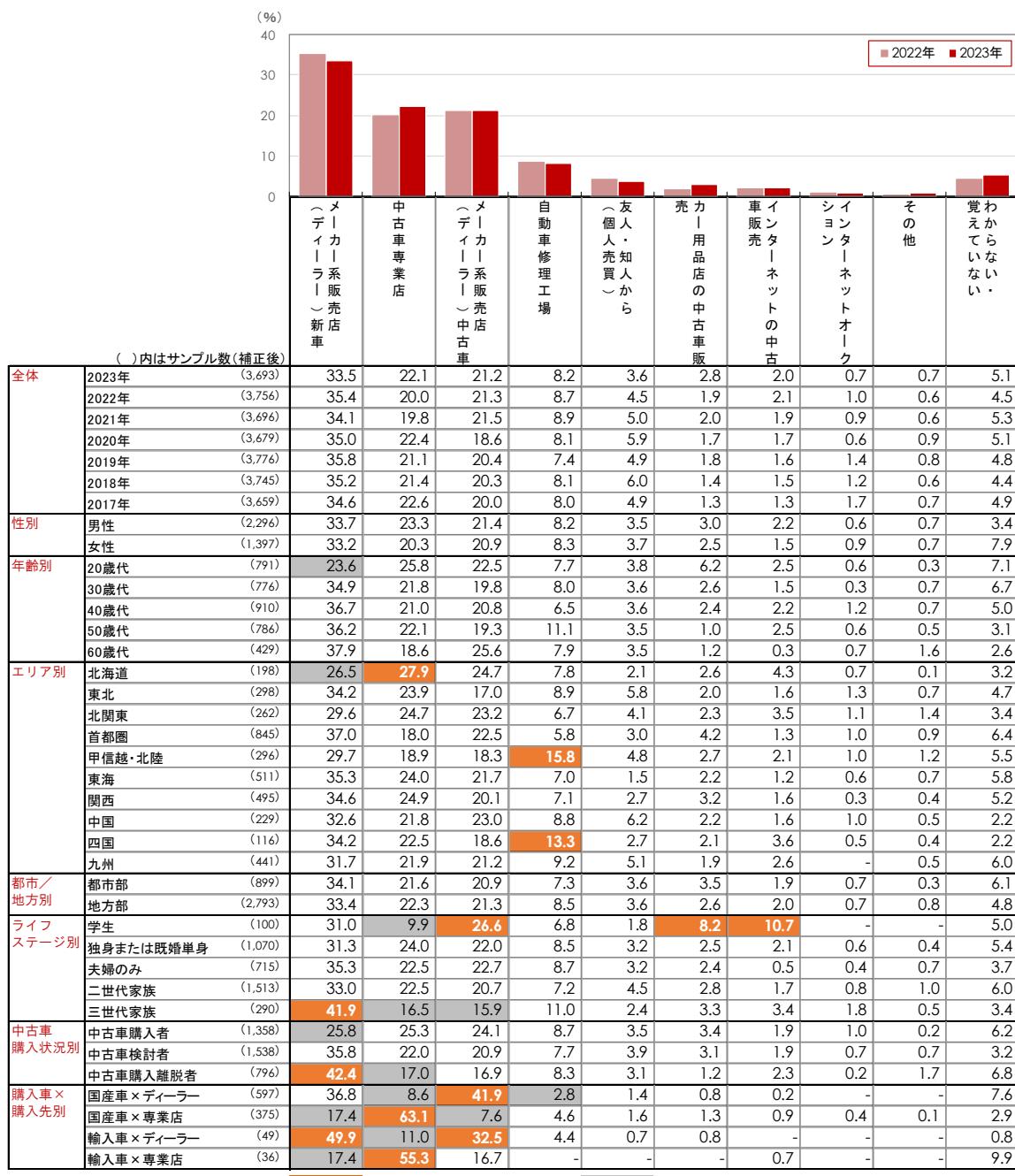
■前回購入したクルマのエンジンタイプ<二次調査>(前回購入したクルマがある人／単一回答)



6)前回購入したクルマの購入先

- 前回購入したクルマの購入先を尋ねたところ、「メーカー系販売店(ディーラー)新車」が34%で最も高く、次いで「中古車専業店」が22%、「メーカー系販売店(ディーラー)中古車」が21%で続く。
- 年齢別でみると、年齢が高いほど「メーカー系販売店(ディーラー)新車」が概ね高くなる。
- 購入先別でみると、今回ディーラーで購入した人は「メーカー系販売店(ディーラー)新車」と「メーカー系販売店(ディーラー)中古車」、今回専業店で購入した人は「中古車専業店」がそれぞれ他よりも高い。

■前回購入したクルマの購入先<二次調査>(前回購入したクルマがある人／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

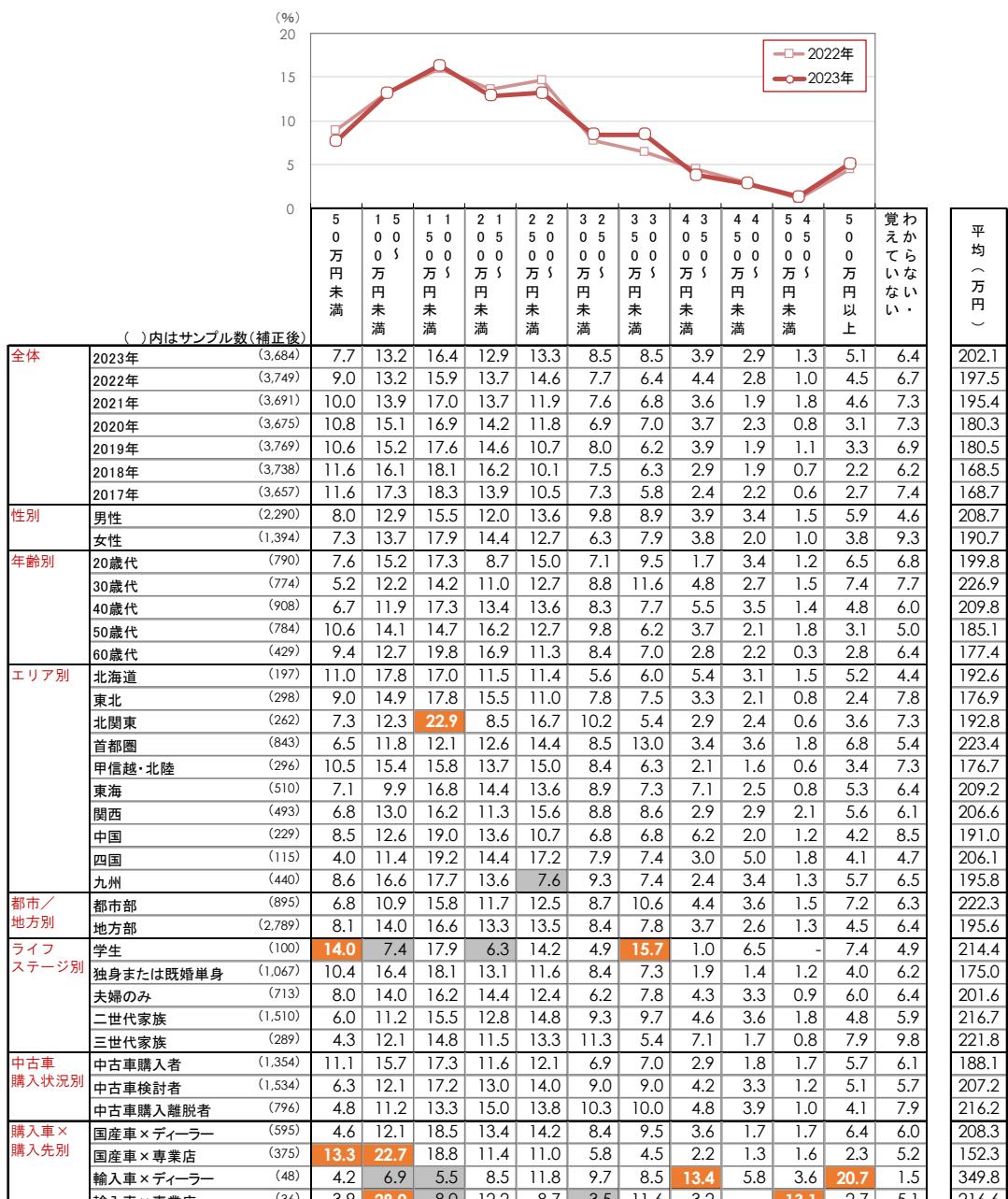
全般より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

7)前回購入したクルマの支払総額

- 前回購入したクルマの支払総額を尋ねたところ、「100～150万円未満」が16%で最も高く、次いで「50～100万円未満」「150～200万円未満」「200～250万円未満」がともに13%で続く。平均は202.1万円であった。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者と購入離脱者は購入者よりも前回購入したクルマの支払総額の平均が高い。

■前回購入したクルマの支払総額<二次調査>(前回購入したクルマがある人のうち、有効回答者／単一回答)

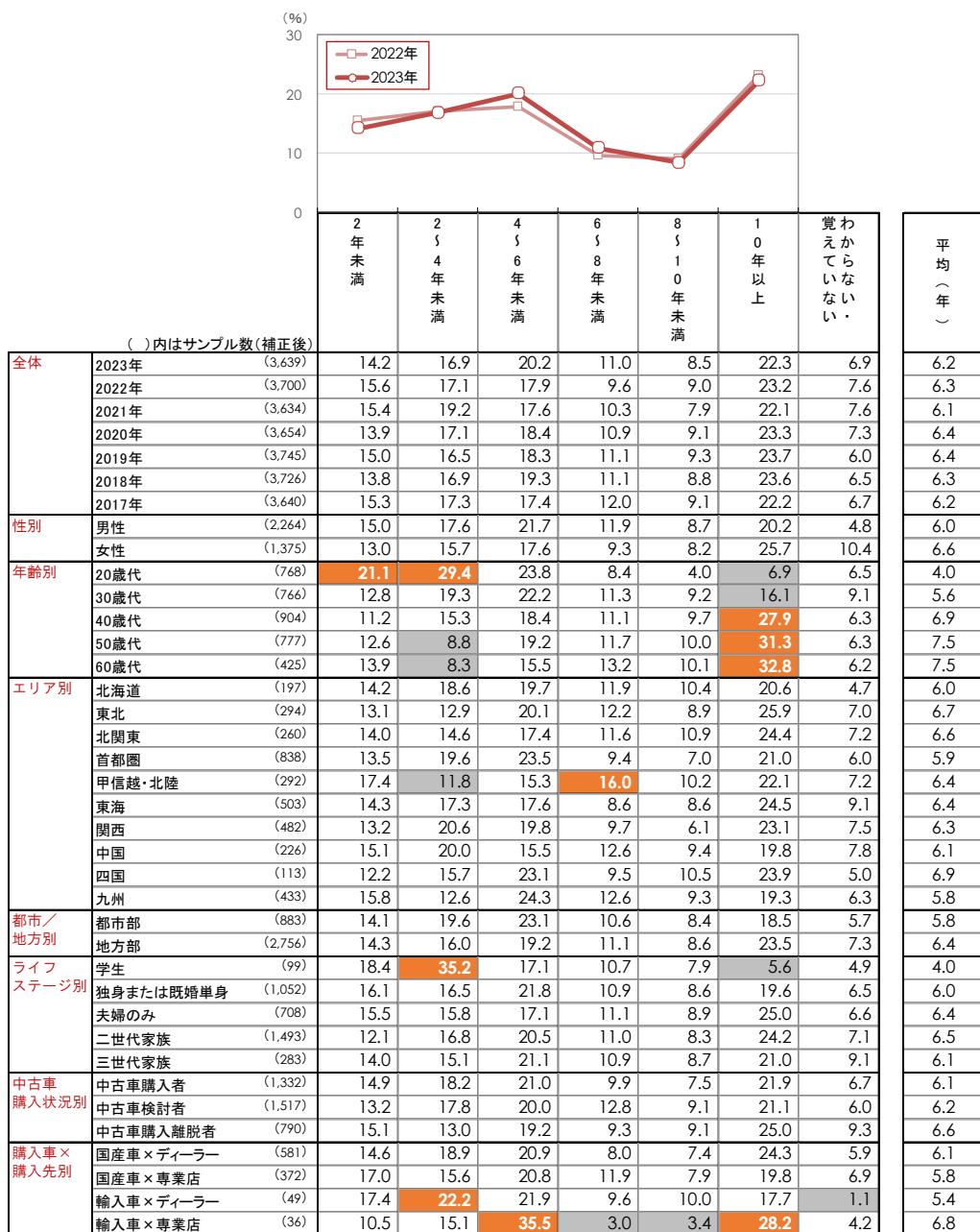


太字 全体より5ポイント以上高い項目
■ 全体より5ポイント以上低い項目

8)前回購入したクルマの乗車期間

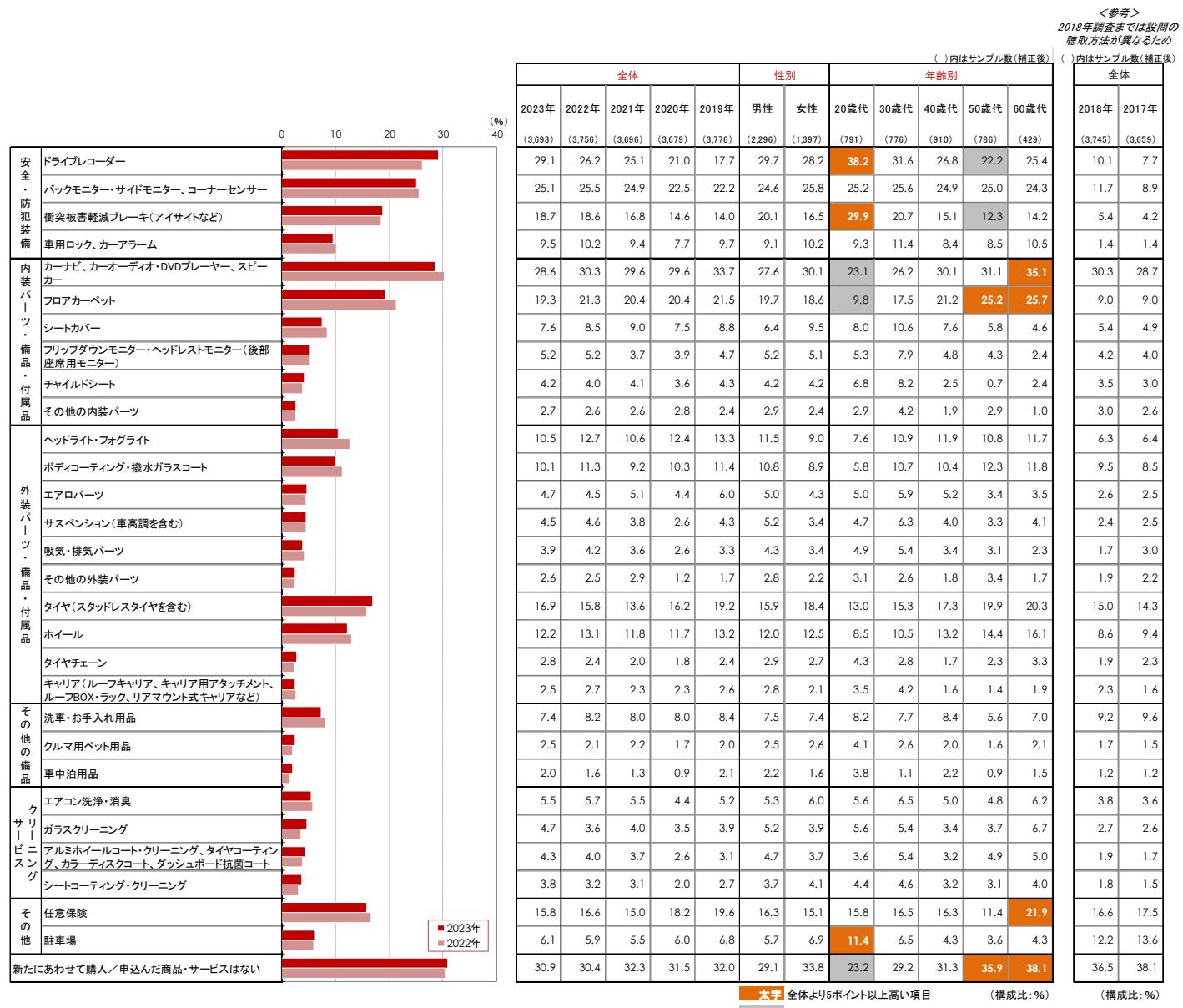
- 前回購入したクルマの乗車期間を尋ねたところ、「10年以上」が22%で最も高く、次いで「4~6年未満」が20%、「2~4年未満」が17%、「2年未満」が14%で続く。平均は6.2年であった。
- 年齢別でみると、年齢が高いほど乗車期間の平均が概ね長くなる。

■前回購入したクルマの乗車期間<二次調査>(前回購入したクルマがある人のうち、有効回答者／单一回答)



9)前回購入したクルマの購入時に新たに購入／申込んだ商品・サービス

- 前回購入したクルマの購入時に新たに購入／申込んだ商品・サービスを尋ねたところ、「ドライブレコーダー」と「カーナビ、カーオーディオ・DVDプレーヤー、スピーカー」がともに29%で最も高く、次いで「バックモニター・サイドモニター、コーナーセンサー」が25%、「衝突被害軽減ブレーキ」と「フロアカーペット」がともに19%で続く。
- 年齢別でみると、20歳代は「ドライブレコーダー」と「衝突被害軽減ブレーキ」がそれぞれ他の年代に比べて高い。

■前回購入したクルマの購入時に新たに購入／申込んだ商品・サービス＜二次調査＞
(前回購入したクルマがある人／複数回答)

■前回購入したクルマの購入時に新たに購入／申込んだ商品・サービス＜二次調査＞【続】
(前回購入したクルマがある人／複数回答)

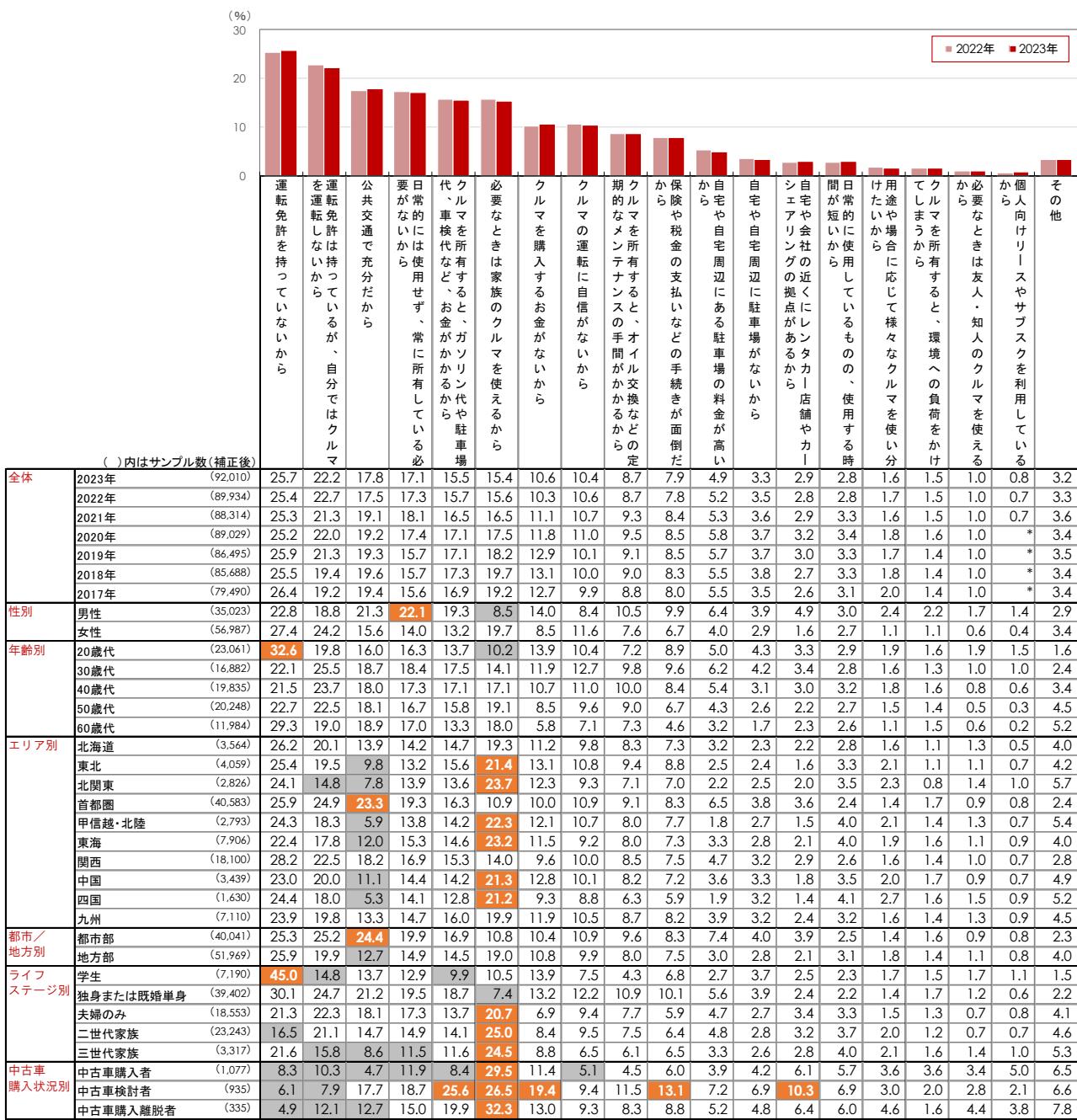
	エリア別										都市／地方別		ライフステージ別				中古車購入状況別			購入車×購入先別					
	北海道	東北	北関東	首都圏	甲信越・北陸	東海	関西	中国	四国	九州	都市部	地方部	学生	独身または既婚単身	夫婦のみ	二世代家族	三世代家族	中古車購入者	中古車検討者	中古車購入難脱者	国産車×ディーラー	国産車×専業店	輸入車×ディーラー	輸入車×専業店	
	(198)	(298)	(262)	(845)	(296)	(511)	(495)	(229)	(116)	(441)	(899)	(2,793)	(100)	(1,070)	(715)	(1,513)	(290)	(1,358)	(1,538)	(796)	(597)	(375)	(49)	(36)	
安全・防犯装備	ドライブレコーダー	23.4	19.9	24.7	33.8	28.4	28.5	32.0	29.7	31.7	28.6	31.7	28.3	41.6	26.5	26.6	30.5	33.6	19.4	33.7	37.0	20.6	15.5	28.6	24.4
内装バーツ・備品・付属品	バックモニター・サイドモニター、コーナーセンサー	26.0	22.7	21.3	25.2	19.9	28.4	24.3	27.9	32.0	25.4	25.2	25.0	34.4	17.1	23.0	29.8	32.1	17.6	27.6	33.1	19.5	15.9	18.3	21.0
	衝突被害軽減ブレーキ(アイサイトなど)	17.3	16.4	15.7	21.8	13.9	18.1	19.4	19.6	18.1	20.0	22.0	17.7	45.9	15.1	19.8	19.0	19.4	17.3	19.2	20.3	26.1	10.0	10.6	8.1
	車用ロック、カーラーム	9.2	8.5	12.2	9.3	7.4	11.2	8.4	7.7	14.2	9.6	10.3	9.3	20.2	6.8	8.4	10.3	14.2	7.7	9.8	11.9	8.9	6.2	8.8	8.1
内装バーツ・備品・付属品	カーナビ、カーオーディオ・DVDプレーヤー、スピーカー	31.6	27.6	28.0	26.5	29.7	31.1	30.6	24.7	34.2	26.7	26.3	29.3	24.4	24.9	29.8	30.3	31.6	20.5	32.6	34.7	20.3	24.4	31.0	10.9
	フロアカーペット	17.3	19.7	23.2	19.8	18.1	18.9	19.5	16.7	22.5	18.3	19.1	19.4	12.0	14.6	20.9	20.8	27.1	13.8	21.8	24.0	14.3	15.9	24.8	8.7
	シートカバー	10.2	3.4	4.9	9.2	4.7	7.9	10.5	6.1	8.4	6.4	8.6	7.2	9.7	5.7	6.0	8.8	10.3	5.2	9.5	7.9	4.8	5.2	14.2	-
	フリップダウンモニター・ヘッドレストモニター(後部座席用モニター)	3.4	2.7	3.3	6.6	3.0	4.9	6.8	5.5	2.6	6.4	7.1	4.5	17.4	1.8	3.6	6.6	9.7	4.1	6.5	4.4	4.2	5.2	3.7	-
	チャイルドシート	5.4	2.1	2.2	6.6	3.4	4.8	3.7	4.9	2.4	2.2	7.6	3.1	15.3	1.8	1.9	6.0	6.1	3.2	5.3	3.7	3.6	4.1	0.8	-
	その他の内装バーツ	5.2	2.7	2.6	2.4	2.3	3.0	3.3	2.1	3.0	1.7	2.6	2.7	4.9	2.4	1.9	2.7	4.7	2.6	2.7	2.9	2.7	3.0	0.5	4.4
外装バーツ・備品・付属品	ヘッドライト・フォグライト	12.0	12.0	10.8	8.4	11.2	12.1	11.9	10.8	11.9	8.3	9.9	10.7	13.4	7.9	11.6	11.5	11.5	8.6	12.2	10.6	9.1	9.7	8.3	9.1
	ボディコーティング・撥水ガラスコート	8.0	10.1	7.8	10.7	8.7	13.0	10.6	6.6	13.3	8.8	11.5	9.6	11.4	8.0	13.1	9.3	14.1	7.2	10.9	13.3	7.7	8.7	13.0	8.1
	エアロバーツ	3.1	2.6	2.5	3.8	4.0	7.3	6.2	7.1	5.1	4.6	5.8	4.4	8.0	4.2	3.2	5.4	6.1	3.8	5.5	5.0	4.4	4.3	4.5	3.2
	サスペンション(車高調を含む)	4.5	2.8	2.6	4.8	2.2	6.8	4.7	5.1	8.4	3.6	6.4	3.9	11.7	3.0	3.3	5.1	6.9	3.7	5.5	4.0	3.7	4.3	6.1	6.7
	吸気・排気バーツ	4.4	1.8	1.8	5.3	2.6	5.8	4.3	3.5	5.3	2.0	4.8	3.7	20.2	3.3	2.8	3.5	6.2	3.0	5.4	2.7	3.4	3.1	2.6	4.4
	その他の外装バーツ	2.9	2.0	2.2	2.7	1.4	3.4	4.6	1.6	2.9	0.7	2.9	2.5	6.7	2.0	2.0	2.6	4.7	2.5	2.6	2.7	3.1	1.6	-	7.6
	タイヤ(スタッドレスタイヤを含む)	29.9	28.2	15.2	14.9	26.6	14.4	13.6	15.3	18.1	8.5	15.9	17.2	27.2	15.8	16.7	16.7	18.3	12.7	21.4	15.3	11.4	14.6	13.2	16.2
	ホイール	20.0	19.5	10.7	11.6	15.9	10.8	9.8	11.7	13.0	7.7	12.6	12.1	15.4	10.3	12.8	12.5	15.2	9.2	14.5	12.9	8.0	11.0	12.9	9.7
	タイヤチェーン	1.7	1.4	2.4	3.6	1.8	2.9	4.2	2.0	3.7	2.4	3.4	2.6	14.0	2.3	2.7	1.9	6.2	2.5	3.8	1.4	2.2	4.0	-	4.4
	キャリア(ルーフキャリア、キャリア用アタッチメント、ルーフBOX・ラック、リアマウント式キャリアなど)	4.8	1.1	0.5	2.4	1.9	3.9	3.9	2.1	3.7	1.3	2.9	2.4	7.5	2.4	2.5	1.9	4.2	1.8	2.9	3.0	1.7	1.6	1.7	-
その他の備品	洗車・お手入れ用品	8.4	5.9	6.6	6.6	6.5	10.8	8.3	6.9	7.5	6.3	7.7	7.4	15.6	7.3	7.1	7.1	7.7	5.6	9.8	6.1	4.8	6.9	10.0	5.1
	クルマ用ペット用品	1.9	1.1	1.0	2.6	1.5	5.4	3.2	2.6	3.4	0.7	2.5	2.5	8.4	2.0	2.2	2.0	5.3	1.9	3.6	1.4	2.5	1.6	2.5	-
	車中泊用品	1.7	0.8	0.4	2.4	1.7	2.9	2.3	4.1	2.3	0.6	2.3	1.9	9.2	1.7	3.0	1.1	2.7	1.8	2.3	1.6	2.2	1.7	-	3.2
クサイニビング	エアコン洗浄・消臭	5.5	3.1	4.1	6.0	3.5	6.3	6.0	5.2	9.5	6.4	6.5	5.2	9.7	4.4	6.3	4.9	9.8	3.9	6.9	5.6	4.4	3.7	-	1.4
	ガラスクリーニング	4.3	2.2	2.9	5.8	2.5	4.1	5.1	3.8	4.4	8.2	5.9	4.4	18.2	3.6	5.4	3.8	7.4	2.9	5.8	6.0	3.1	2.8	-	0.6
	アルミホイールコート・クリーニング、タイヤコーティング、カラーディスクコード、ダッシュボード抗菌コート	5.2	2.2	2.2	5.5	2.7	6.1	4.8	3.2	3.3	3.7	5.1	4.1	9.3	3.1	4.7	3.9	8.5	3.5	5.4	3.7	3.9	3.2	4.6	11.0
	シートコーティング・クリーニング	4.2	1.8	2.6	3.9	3.1	4.6	5.3	2.5	3.4	4.4	4.4	3.7	12.9	2.6	4.2	2.8	8.9	3.2	5.0	2.6	3.3	2.8	2.3	3.2
その他	任意保険	11.7	14.1	13.0	17.7	14.5	17.2	14.8	20.8	19.9	13.6	14.1	16.4	26.6	16.7	17.5	13.4	17.4	11.9	19.2	15.9	10.5	15.0	23.2	14.8
	駐車場	7.2	3.5	3.0	9.1	2.8	5.1	6.6	9.2	7.0	4.7	8.6	5.3	20.9	6.1	6.3	5.3	5.5	4.3	7.6	6.5	4.1	4.5	4.5	9.1
	新たにあわせて購入／申込んだ商品・サービスはない	28.9	35.8	35.5	27.2	32.2	33.7	29.9	25.7	27.8	33.3	27.2	32.1	9.8	36.4	31.7	28.3	29.6	37.6	26.2	28.5	34.2	41.1	25.1	39.7

(太字) 全体より5ポイント以上高い項目 (斜線) 全体より5ポイント以上低い項目

10)自分のクルマを所有していない理由

- 自分のクルマを所有していない人に対して、自分のクルマを所有していない理由を尋ねたところ、「運転免許を持っていないから」が26%で最も高く、次いで「運転免許は持っているが、自分ではクルマを運転しないから」が22%、「公共交通で充分だから」が18%、「日常的には使用せず、常に所有している必要がないから」が17%、「クルマを所有すると、ガソリン代や駐車場代、車検代など、お金がかかるから」が16%、「必要なときは家族のクルマを使えるから」が15%で続く。

■自分のクルマを所有していない理由<一次調査>(自分のクルマを所有していない人／複数回答)



()内はサンプル数(補正後)

		()内はサンプル数(補正後)																		
全体	2023年 (92,010)	25.7	22.2	17.8	17.1	15.5	15.4	10.6	10.4	8.7	7.9	4.9	3.3	2.9	2.8	1.6	1.5	1.0	0.8	3.2
	2022年 (89,934)	25.4	22.7	17.5	17.3	15.7	15.6	10.3	10.6	8.7	7.8	5.2	3.5	2.8	2.8	1.7	1.5	1.0	0.7	3.3
	2021年 (88,314)	25.3	21.3	19.1	18.1	16.5	16.5	11.1	10.7	9.3	8.4	5.3	3.6	2.9	3.3	1.6	1.5	1.0	0.7	3.6
	2020年 (89,029)	25.2	22.0	19.2	17.4	17.1	17.5	11.8	11.0	9.5	8.5	5.8	3.7	3.2	3.4	1.8	1.6	1.0	* 3.4	
	2019年 (86,495)	25.9	21.3	19.3	15.7	17.1	18.2	12.9	10.1	9.1	8.5	5.7	3.7	3.0	3.3	1.7	1.4	1.0	* 3.5	
	2018年 (85,688)	25.5	19.4	19.6	15.7	17.3	19.7	13.1	10.0	9.0	8.3	5.5	3.8	2.7	3.3	1.8	1.4	1.0	* 3.4	
	2017年 (79,490)	26.4	19.2	19.4	15.6	16.9	19.2	12.7	9.9	8.8	8.0	5.5	3.5	2.6	3.1	2.0	1.4	1.0	* 3.4	
性別	男性 (35,023)	22.8	18.8	21.3	22.1	19.3	8.5	14.0	8.4	10.5	9.9	6.4	3.9	4.9	3.0	2.4	2.2	1.7	1.4	2.9
	女性 (56,987)	27.4	24.2	15.6	14.0	13.2	19.7	8.5	11.6	7.6	6.7	4.0	2.9	1.6	2.7	1.1	1.1	0.6	0.4	3.4
年齢別	20代 (23,061)	32.6	19.8	16.0	16.3	13.7	10.2	13.9	10.4	7.2	8.9	5.0	4.3	3.3	2.9	1.9	1.6	1.9	1.5	1.6
	30歳代 (16,882)	22.1	25.5	18.7	18.4	17.5	14.1	11.9	12.7	9.8	9.6	6.2	4.2	3.4	2.8	1.6	1.3	1.0	1.0	2.4
	40歳代 (19,835)	21.5	23.7	18.0	17.3	17.1	17.1	10.7	11.0	10.0	8.4	5.4	3.1	3.0	3.2	1.8	1.6	0.8	0.6	3.4
	50歳代 (20,248)	22.7	22.5	18.1	16.7	15.8	19.1	8.5	9.6	9.0	6.7	4.3	2.6	2.2	2.7	1.5	1.4	0.5	0.3	4.5
	60歳代 (11,984)	29.3	19.0	18.9	17.0	13.3	18.0	5.8	7.1	7.3	4.6	3.2	1.7	2.3	2.6	1.1	1.5	0.6	0.2	5.2
エリア別	北海道 (3,564)	26.2	20.1	13.9	14.2	14.7	19.3	11.2	9.8	8.3	7.3	3.2	2.3	2.2	2.8	1.6	1.1	1.3	0.5	4.0
	東北 (4,059)	25.4	19.5	9.8	13.2	15.6	21.4	13.1	10.8	9.4	8.8	2.5	2.4	1.6	3.3	2.1	1.1	1.1	0.7	4.2
	北関東 (2,826)	24.1	14.8	7.8	13.9	13.6	23.7	12.3	9.3	7.1	7.0	2.2	2.5	2.0	3.5	2.3	0.8	1.4	1.0	5.7
	首都圏 (40,583)	25.9	24.9	23.3	19.3	16.3	10.9	10.0	10.9	9.1	8.3	6.5	3.8	3.6	2.4	1.4	1.7	0.9	0.8	2.4
	甲信越・北陸 (2,793)	24.3	18.3	5.9	13.8	14.2	22.3	12.1	10.7	8.0	7.7	1.8	2.7	1.5	4.0	2.1	1.4	1.3	0.7	5.4
	東海 (7,906)	22.4	17.8	12.0	15.3	14.6	23.2	11.5	9.2	8.0	7.3	3.3	2.8	2.1	4.0	1.9	1.6	1.1	0.9	4.0
	関西 (18,100)	28.2	22.5	18.2	16.9	15.3	14.0	9.6	10.0	8.5	7.5	4.7	3.2	2.9	2.6	1.6	1.4	1.0	0.7	2.8
	中国 (3,439)	23.0	20.0	11.1	14.4	14.2	21.3	12.8	10.1	8.2	7.2	3.6	3.3	1.8	3.5	2.0	1.7	0.9	0.7	4.9
	四国 (1,630)	24.4	18.0	5.3	14.1	12.8	21.2	9.3	8.8	6.3	5.9	1.9	3.2	1.4	4.1	2.7	1.6	1.5	0.9	5.2
	九州 (7,110)	23.9	19.8	13.3	14.7	16.0	19.9	11.9	10.5	8.7	8.2	3.9	3.2	2.4	3.2	1.6	1.4	1.3	0.9	4.5
都市／地方別	都市部 (40,041)	25.3	25.2	24.4	19.9	16.9	10.8	10.4	10.9	9.6	8.3	7.4	4.0	3.9	2.5	1.4	1.6	0.9	0.8	2.3
	地方部 (51,969)	25.9	19.9	12.7	14.9	14.5	19.0	10.8	9.9	8.0	7.5	3.0	2.8	2.1	3.1	1.8	1.4	1.1	0.8	4.0
ライフステージ別	学生 (7,190)	45.0	14.8	13.7	12.9	9.9	10.5	13.9	7.5	4.3	6.8	2.7	3.7	2.5	2.3	1.7	1.5	1.7	1.1	1.5
	独身または既婚単身 (39,402)	30.1	24.7	21.2	19.5	18.7	7.4	13.2	12.2	10.9	10.1	5.6	3.9	2.4	2.2	1.4	1.7	1.2	0.6	2.2
	夫婦のみ (18,553)	21.3	22.3	18.1	17.3	13.7	20.7	6.9	9.4	7.7	5.9	4.7	2.7	3.4	3.3	1.5	1.3	0.7	0.8	4.1
	二世代家族 (23,243)	16.5	21.1	14.7	14.9	14.1	25.0	8.4	9.5	7.5	6.4	4.8	2.8	3.2	3.7	2.0	1.2	0.7	0.7	4.6
	三世代家族 (3,317)	21.6	15.8	8.6	11.5	11.6	24.5	8.8	6.5	6.1	6.5	3.3	2.6	2.8	4.0	2.1	1.6	1.4	1.0	5.3
中古車購入状況別	中古車購入者 (1,077)	8.3	10.3	4.7	11.9	8.4	29.5	11.4	5.1	4.5	6.0	3.9	4.2	6.1	5.7	3.6	3.6	3.4	5.0	6.5
	中古車検討者 (935)	6.1	7.9	17.7	18.7	25.6	26.5	19.4	9.4	11.5	13.1	7.2	6.9	10.3	6.9	3.0	2.0	2.8	2.1	6.6
	中古車購入離脱者 (335)	4.9	12.1	12.7	15.0	19.9	32.3	13.0	9.3	8.3	8.8	5.2	4.8	6.4	6.0	4.6	1.6	4.4	3.8	7.8

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

4. クルマの検討・購入時の状況

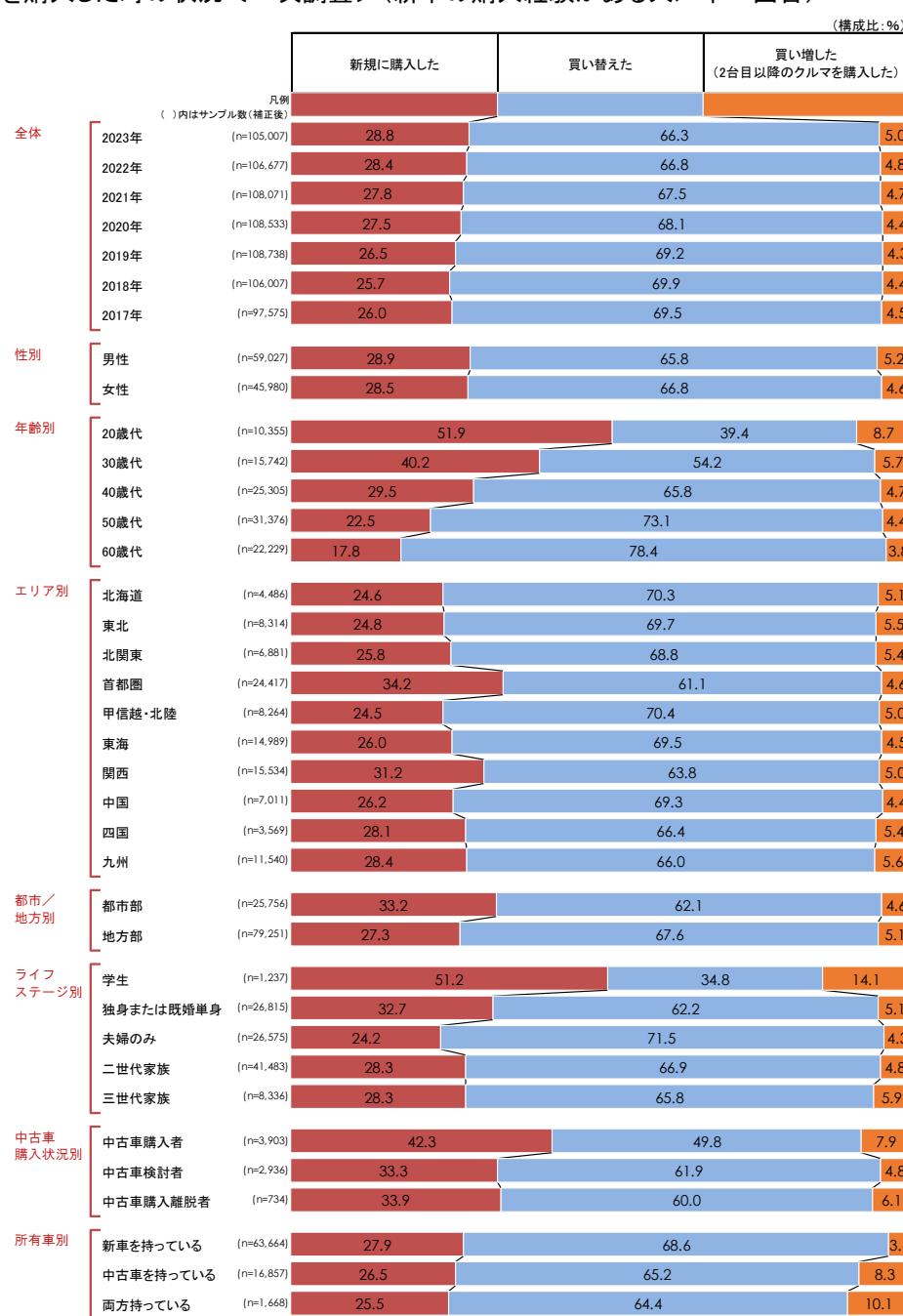
カーセンサ-

1) 直近でクルマを購入した時の状況

(1) 直近で新車を購入した時の状況

- 新車の購入経験がある人に対して、直近で新車を購入した時の状況を尋ねたところ、「新規に購入した」が29%、「買い替えた」が66%、「買い増した(2台目以降のクルマを購入した)」が5%であった。

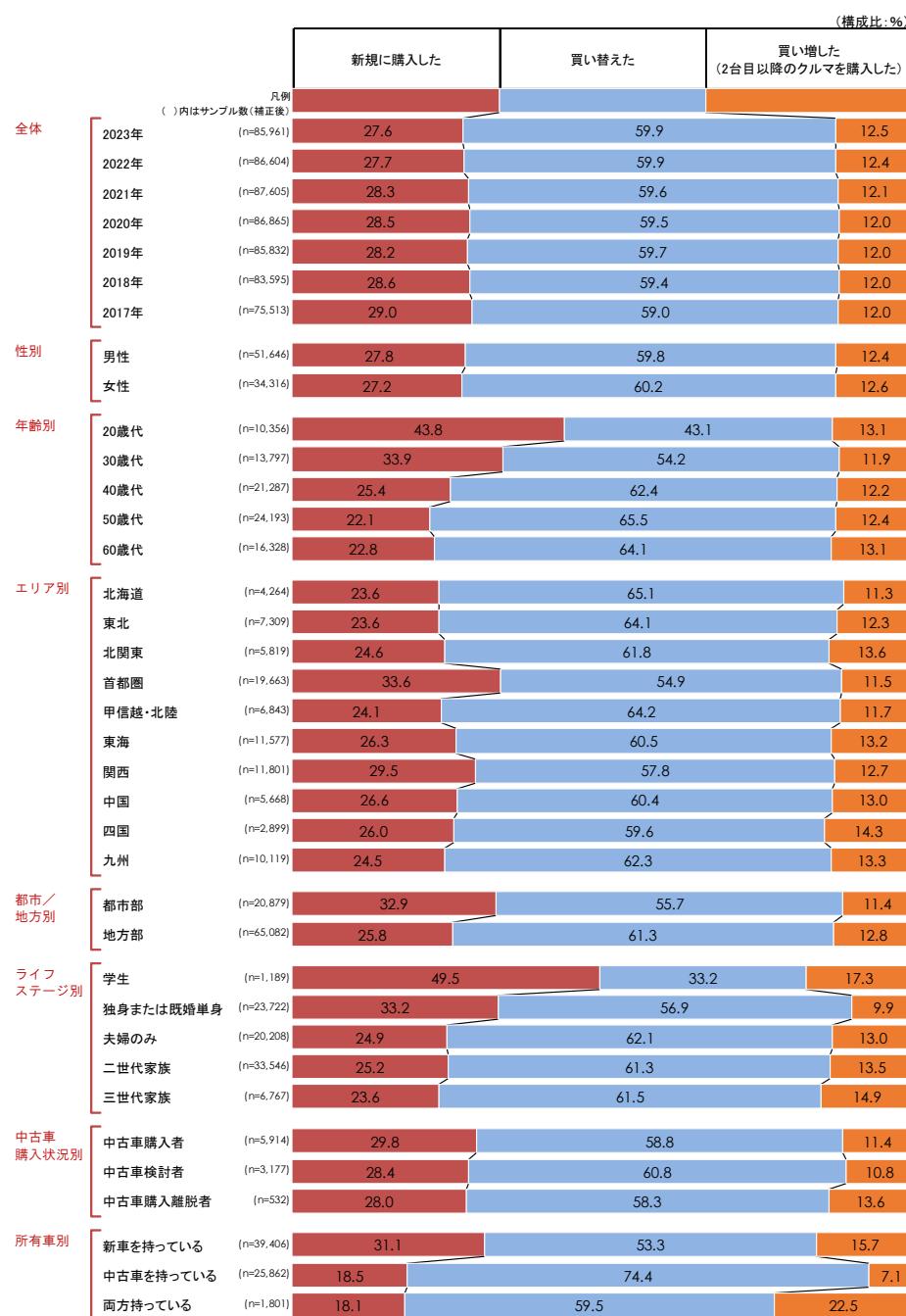
■直近で新車を購入した時の状況<一次調査>(新車の購入経験がある人／単一回答)



(2)直近で中古車を購入した時の状況

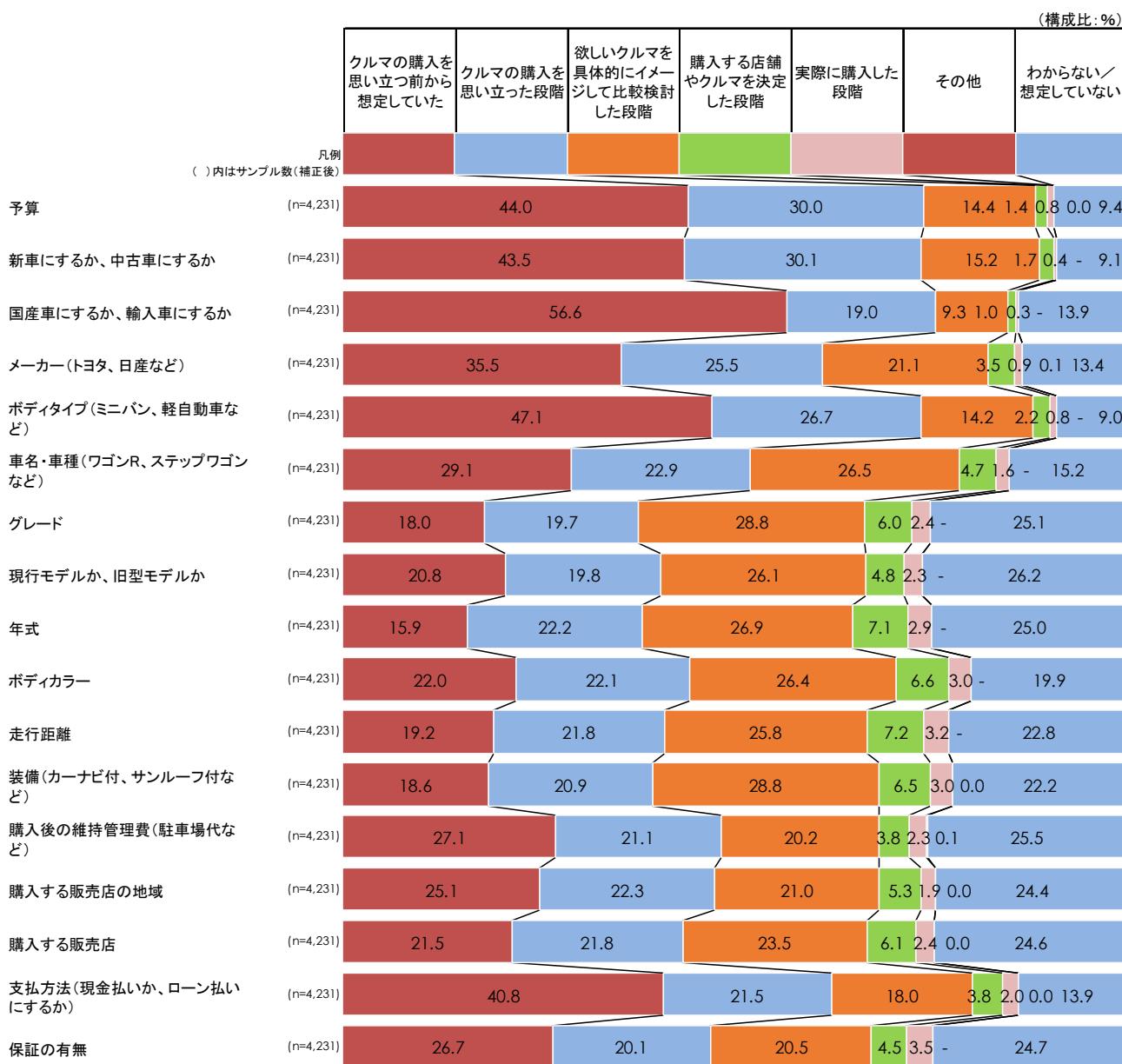
- 中古車の購入経験がある人に対して、直近で中古車を購入した時の状況を尋ねたところ、「新規に購入した」が28%、「買い替えた」が60%、「買い増した(2台目以降のクルマを購入した)」が13%であった。

■直近で中古車を購入した時の状況<一次調査>(中古車の購入経験がある人／単一回答)



2)直近で購入または検討した中古車の項目別検討開始段階

- 1年内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、直近で購入または検討した中古車の項目別検討開始段階を尋ねたところ、「クルマの購入を思い立つ前から想定していた」人の割合が高い項目は、「国産車にするか、輸入車にするか」(57%)、「ボディタイプ」(47%)などであった。
- 「クルマの購入を思い立った段階」で想定し始めた人の割合が高い項目は、「予算」「新車にするか、中古車にするか」(ともに30%)などであった。
- 「欲しいクルマを具体的にイメージして比較検討した段階」で想定し始めた人の割合が高い項目は、「グレード」「装備」(ともに29%)などであった。

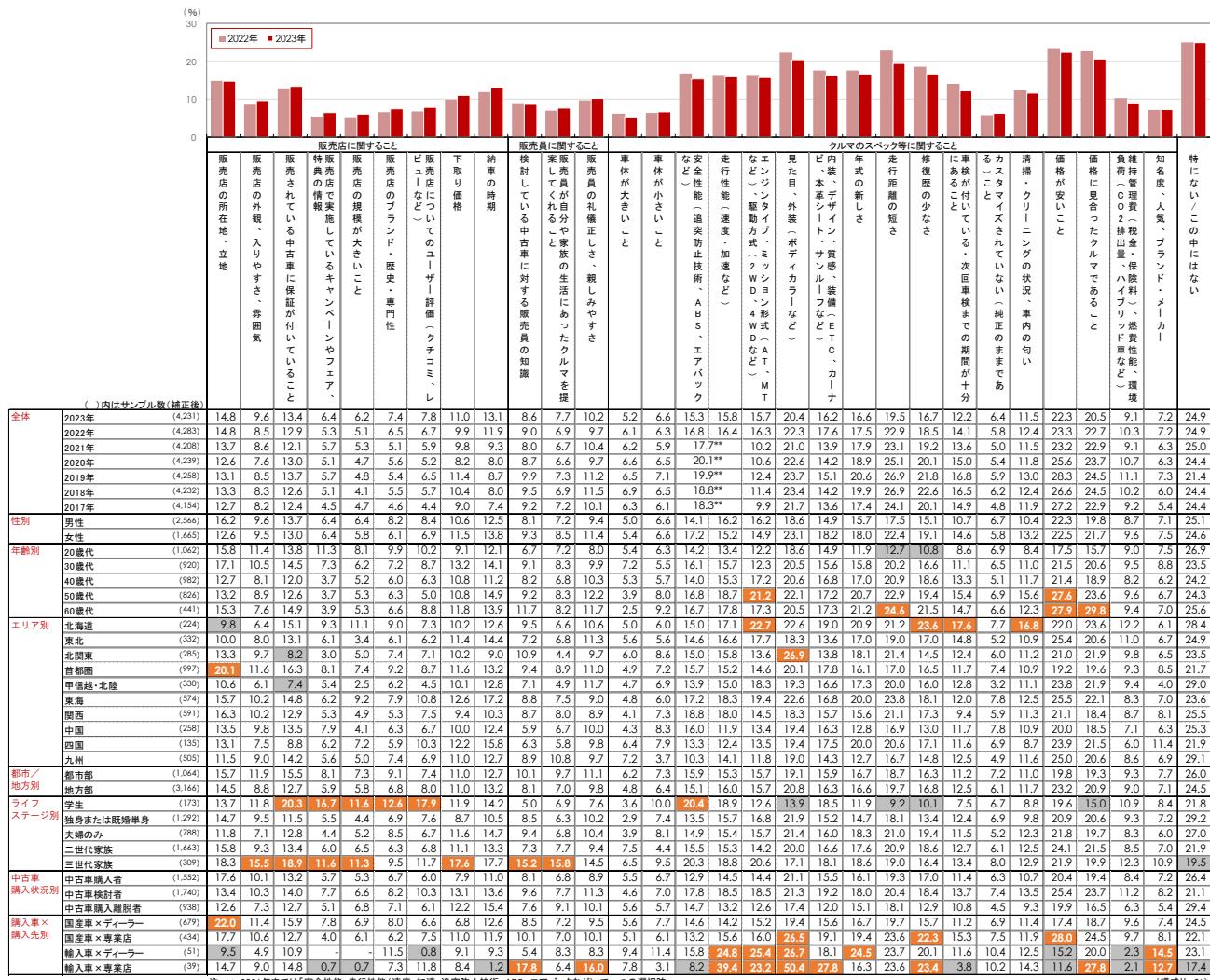
■直近で購入または検討した中古車の項目別検討開始段階<二次調査>
(1年内に中古車を購入した人および購入を検討した人／それぞれ単一回答)

3)直近で購入または検討した中古車の重視点・妥協点

(1)直近で購入または検討した中古車で重視したこと

- 直近で購入または検討した中古車で重視したことを尋ねたところ、「価格が安いこと」が22%で最も高く、次いで「価格に見合ったクルマであること」が21%、「見た目、外装」と「走行距離の短さ」がともに20%で続く。
 - 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも「走行性能」「エンジンタイプ、ミッション形式、駆動方式」「知名度、人気、ブランド・メーカー」などが高い。

■直近で購入または検討した中古車で重視したこと<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



注 **: 2021年までは「安全性能・走行性能(速度・加速・追突防止技術、ABS、エアバックなど)」で一つの選択肢

本邦 余地より5ポイント以上高い項目

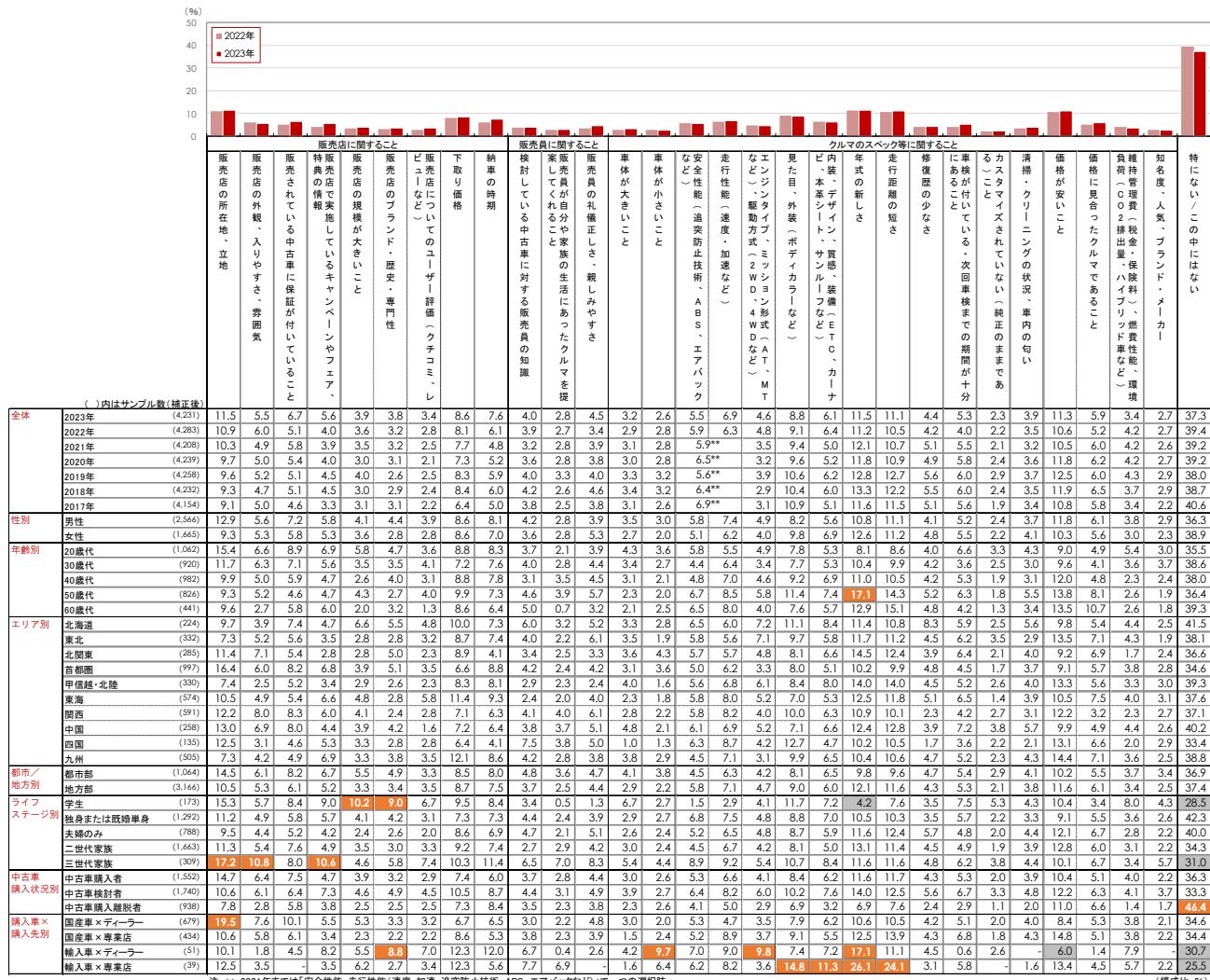
全体より5ポイント以上低い項目

(2)直近で購入または検討した中古車で妥協したこと

- 直近で購入または検討した中古車で妥協したことを尋ねたところ、「販売店の所在地、立地」と「年式の新しさ」がともに12%で最も高く、次いで「走行距離の短さ」と「価格が安いこと」がともに11%、「下取り価格」と「見た目、外装」がともに9%で続く。

■直近で購入または検討した中古車で妥協したこと<二次調査>

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



注 **:2021年までは「安全性能・走行性能(速度・加速・追突防止技術、ABS、エアバックなど)」で一つの選択肢

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

5. クルマの購入を思い立った段階について

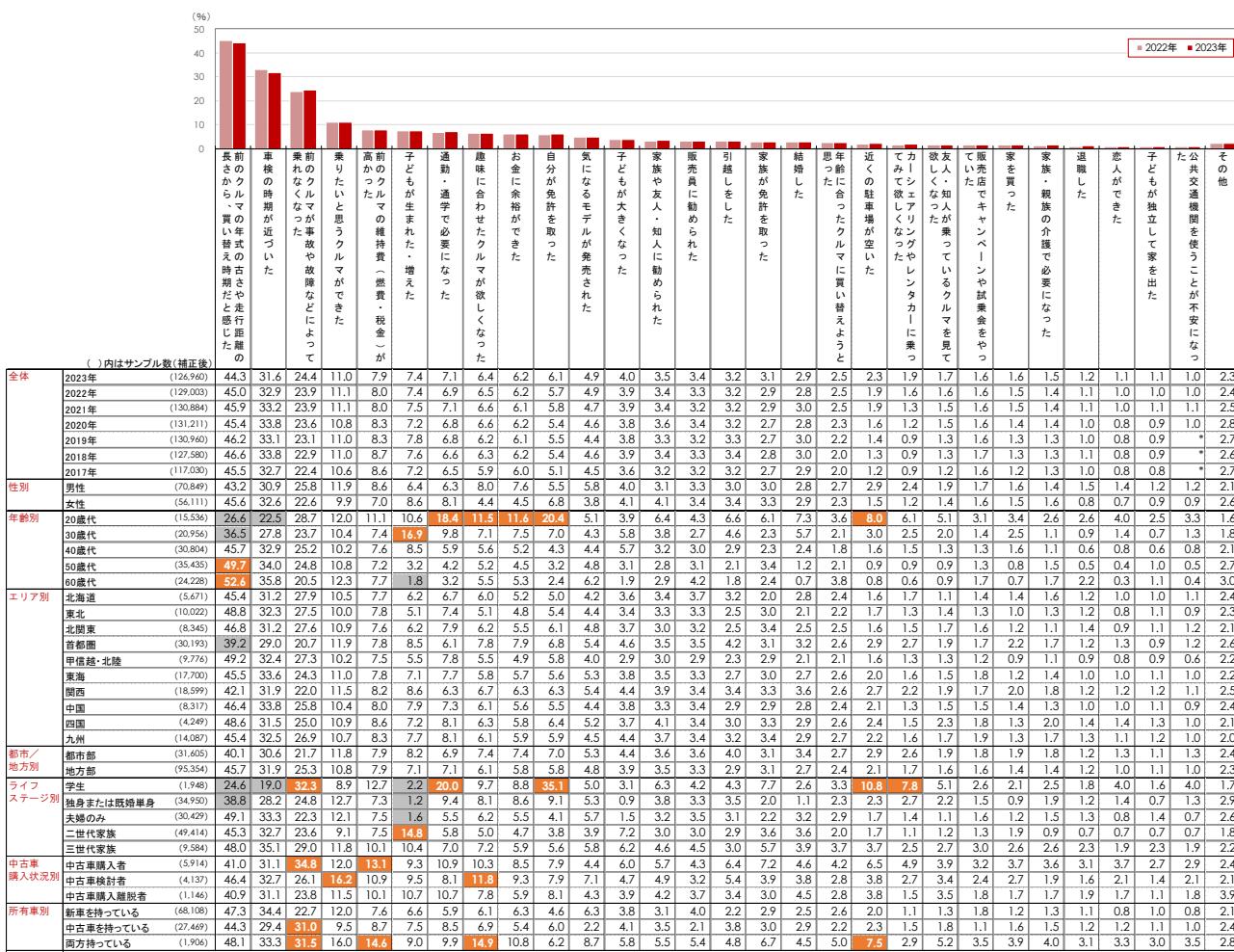
カーセンサ-

1) クルマ購入のきっかけ・理由

(1) クルマを購入しようと思い立ったきっかけ

- クルマの購入経験または購入検討経験がある人に対して、クルマを購入しようと思い立ったきっかけを尋ねたところ、「前のクルマの年式の古さや走行距離の長さから、買い替え時期だと感じた」が44%で最も高く、次いで「車検の時期が近づいた」が32%、「前のクルマが事故や故障などによって乗れなくなった」が24%で続く。
- ライフステージ別でみると、学生は「通勤・通学で必要になった」と「自分が免許を取った」など、二世代家族は「子どもが生まれた・増えた」がそれぞれ他のライフステージに比べて高い。

■ クルマを購入しようと思い立ったきっかけ<一次調査> (クルマの購入経験または購入検討経験がある人／複数回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

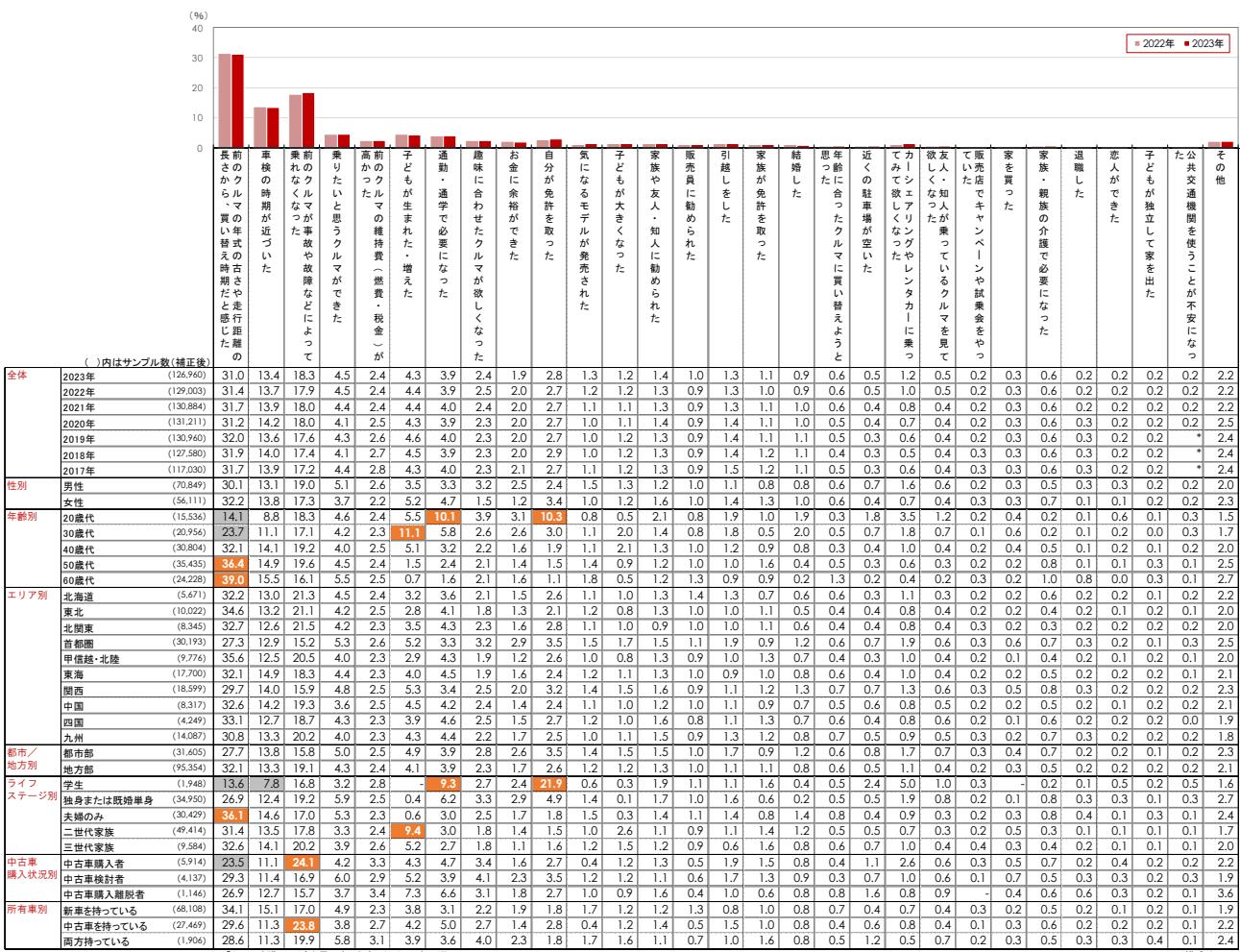
全体より5ポイント以下低い項目

(構成比: %)

(2) クルマを購入しようと思い立った最も大きいきっかけ

- クルマを購入しようと思い立った最も大きいきっかけを尋ねたところ、「前のクルマの年式の古さや走行距離の長さから、買い替え時期だと感じた」が31%で最も高く、次いで「前のクルマが事故や故障などによって乗れなくなった」が18%、「車検の時期が近づいた」が13%で続く。

■ クルマを購入しようと思い立った最も大きいきっかけ<一次調査>
(クルマの購入経験または購入検討経験がある人／単一回答)



※「クルマを購入しようと思い立ったきっかけ」の多い順にソート

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(3) クルマを購入しようと思いつ立った理由

- クルマを購入しようと思いつ立った理由を尋ねたところ、「自分の求めている条件にあてはまるクルマを見つけたから」が19%で最も高く、次いで「最新型の車種・グレードのクルマに乗りたかったから」が14%、「きれいなクルマに乗りたかったから」が13%、「自動ブレーキなど、最新の安全装備のついたクルマが欲しかったから」と「なるべくクルマにかかる費用を抑えたかったから」がともに11%で続く。
- 年齢別でみると、60歳代は「自動ブレーキなど、最新の安全装備のついたクルマが欲しかったから」が他の年代に比べて高い。
- 所有車別でみると、新車を持っている人は「最新型の車種・グレードのクルマに乗りたかったから」、中古車を持っている人は「なるべくクルマにかかる費用を抑えたかったから」がそれぞれ他に比べて高い。

■ クルマを購入しようと思いつ立った理由<一次調査>(クルマの購入経験または購入検討経験がある人／複数回答)



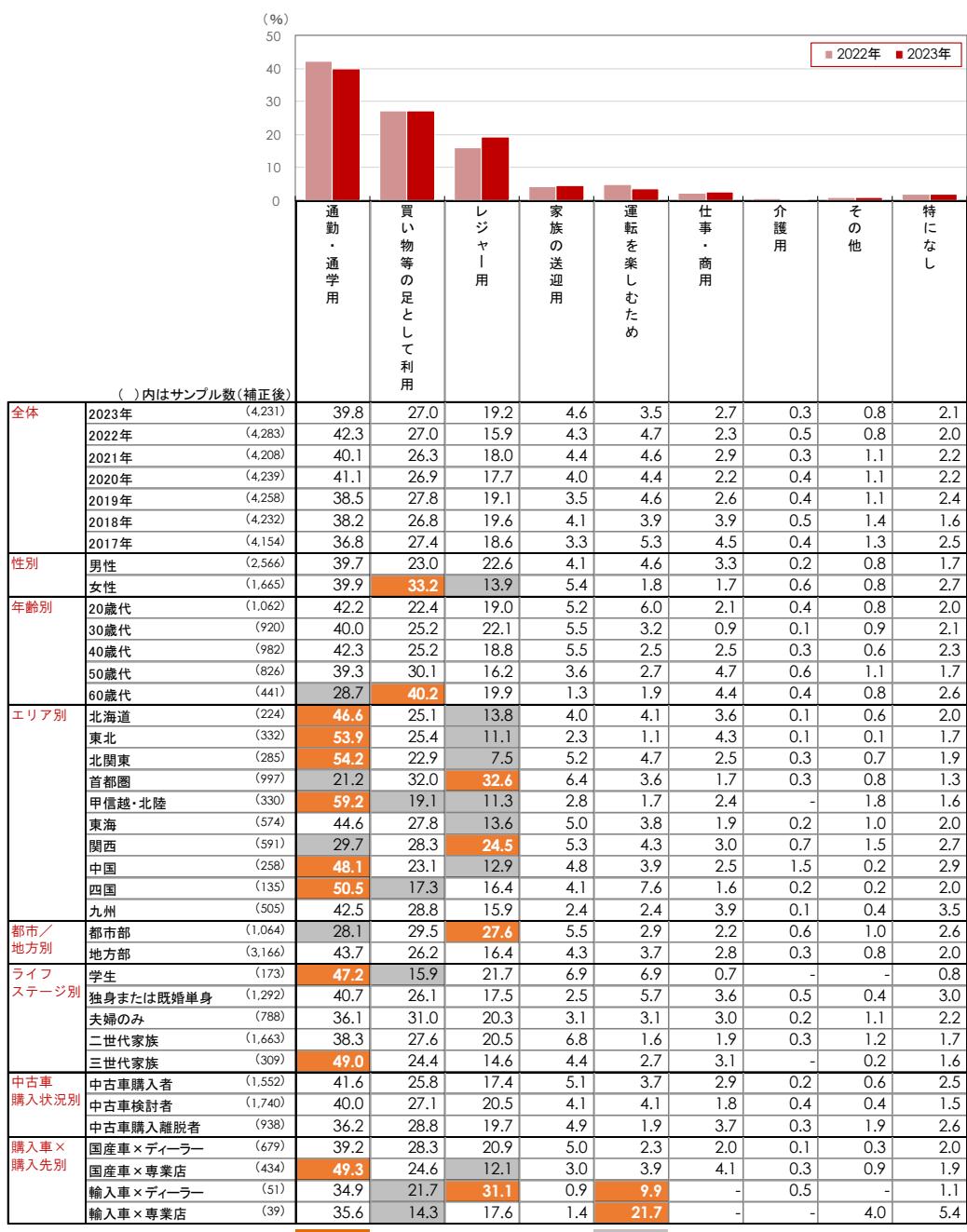
(内)はサンプル数(補正後)

(構成比: %) 比: %

2) クルマの主な購入目的

- 1年内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、クルマの主な購入目的を尋ねたところ、「通勤・通学用」が40%で最も高く、次いで「買い物等の足として利用」が27%、「レジャー用」が19%で続く。
- 性別でみると、女性は男性よりも「買い物等の足として利用」が10ポイント高く、男性は女性よりも「レジャー用」が9ポイント高い。
- 年齢別でみると、60歳代は「買い物等の足として利用」が他の年代に比べて高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも「レジャー用」が11ポイント高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも「運転を楽しむため」が高い。

■ クルマの主な購入目的<二次調査>(1年内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目 (構成比: %)

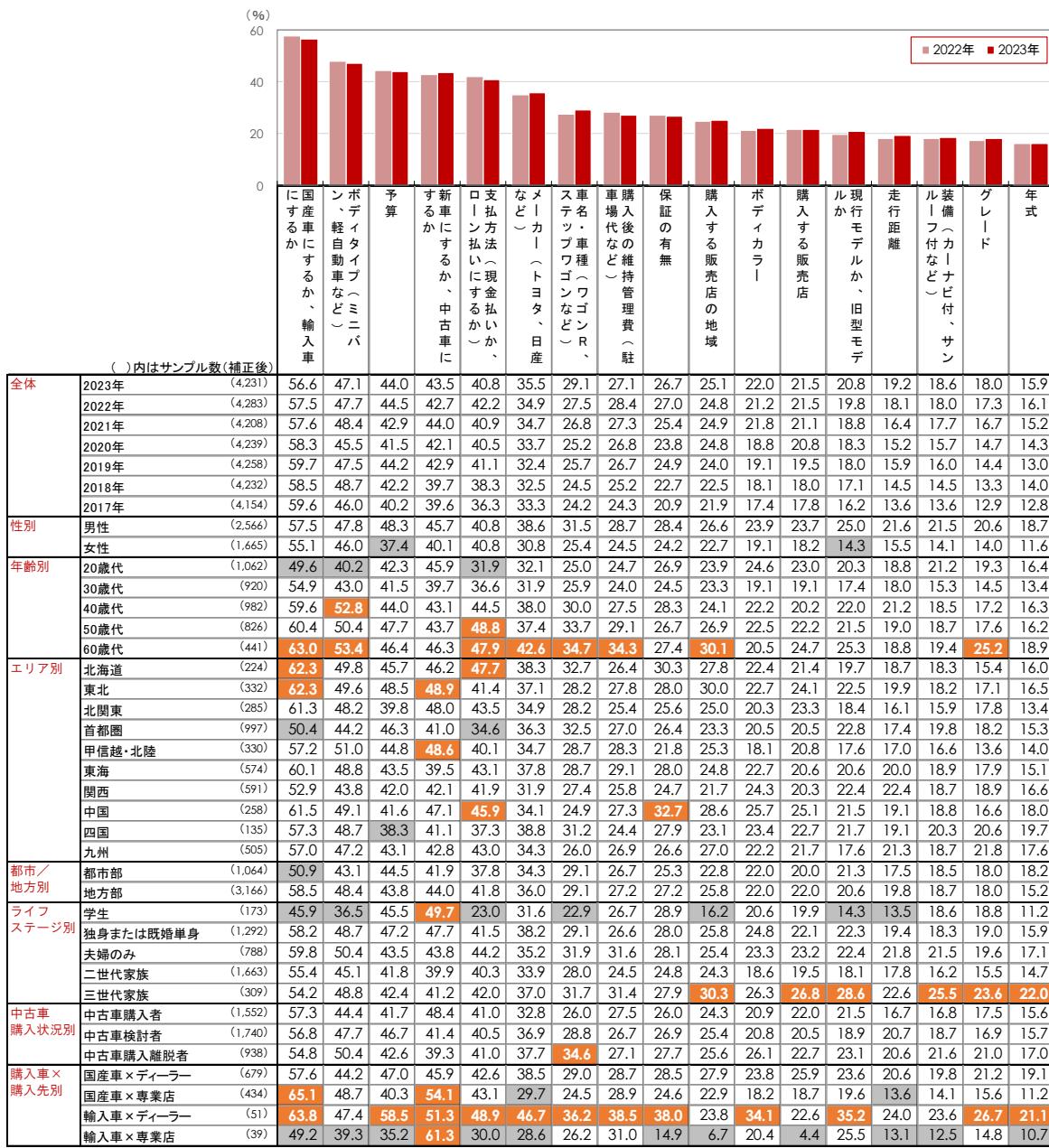
3) 段階別検討項目

(1) クルマの購入を思い立つ前から想定していた項目

- クルマの購入を思い立つ前から想定していた項目を尋ねたところ、「国産車にするか、輸入車にするか」が57%で最も高く、次いで「ボディタイプ」が47%、「予算」と「新車にするか、中古車にするか」がともに44%、「支払方法」が41%で続く。
 - 年齢別でみると、60歳代は他の年代に比べて全般的に高い項目が多い。

■クルマの購入を思い立つ前から想定していた項目＜二次調査＞

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／それぞれ単一回答)

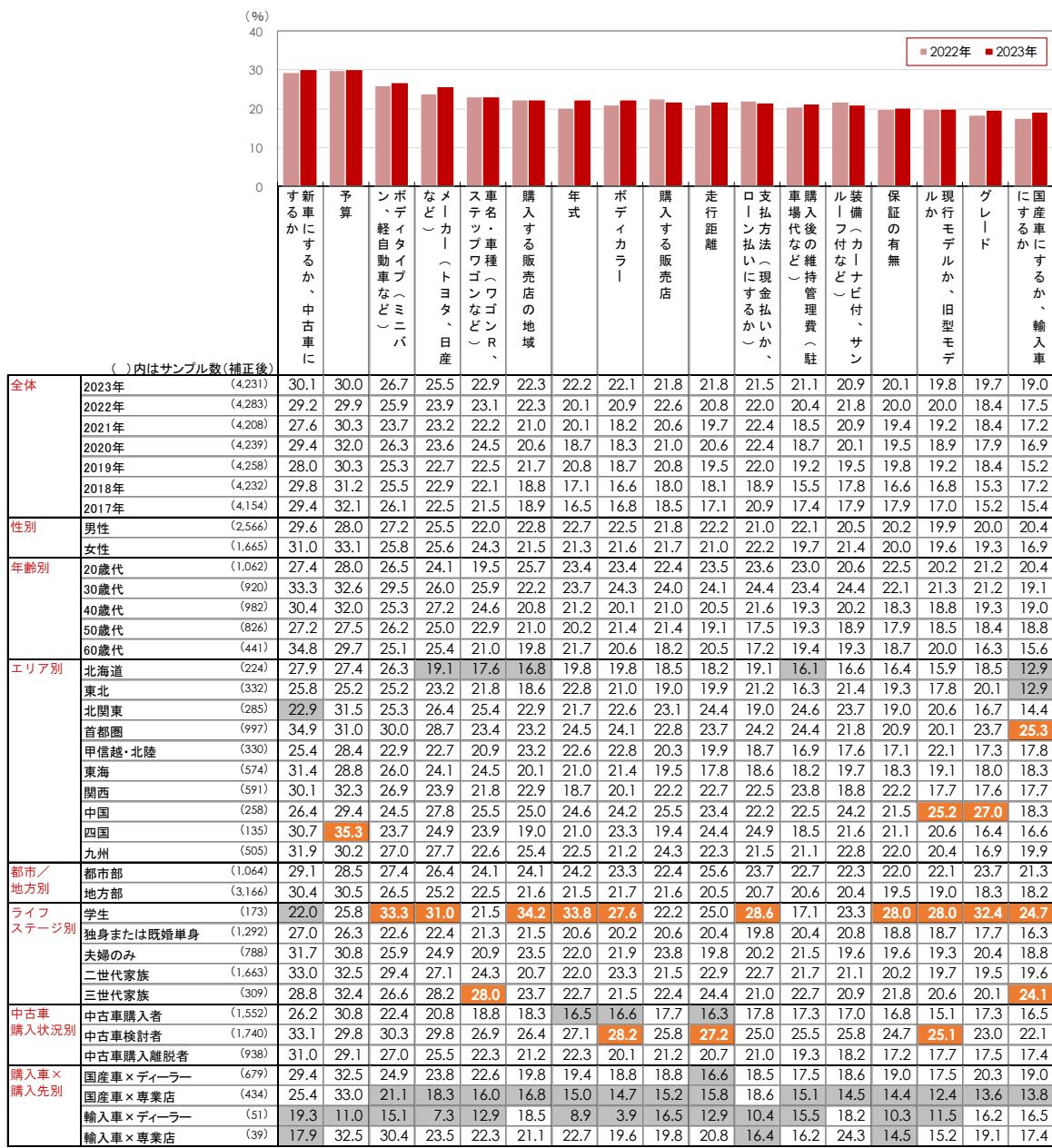


※各項目について「クルマの購入を思い立つ前から想定していた」と回答した割合

(構成比: %)

(2) クルマの購入を思い立った段階で想定・検討し始めた項目

- クルマの購入を思い立った段階で想定・検討し始めた項目を尋ねたところ、「新車にするか、中古車にするか」と「予算」がともに30%で最も高く、次いで「ボディタイプ」が27%、「メーカー」が26%、「車名・車種」が23%で続く。
- ライフステージ別でみると、学生は他のライフステージに比べて全般的に高い項目が多い。

■ クルマの購入を思い立った段階で想定・検討し始めた項目<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／それぞれ単一回答)

※各項目について「クルマの購入を思い立った段階」と回答した割合

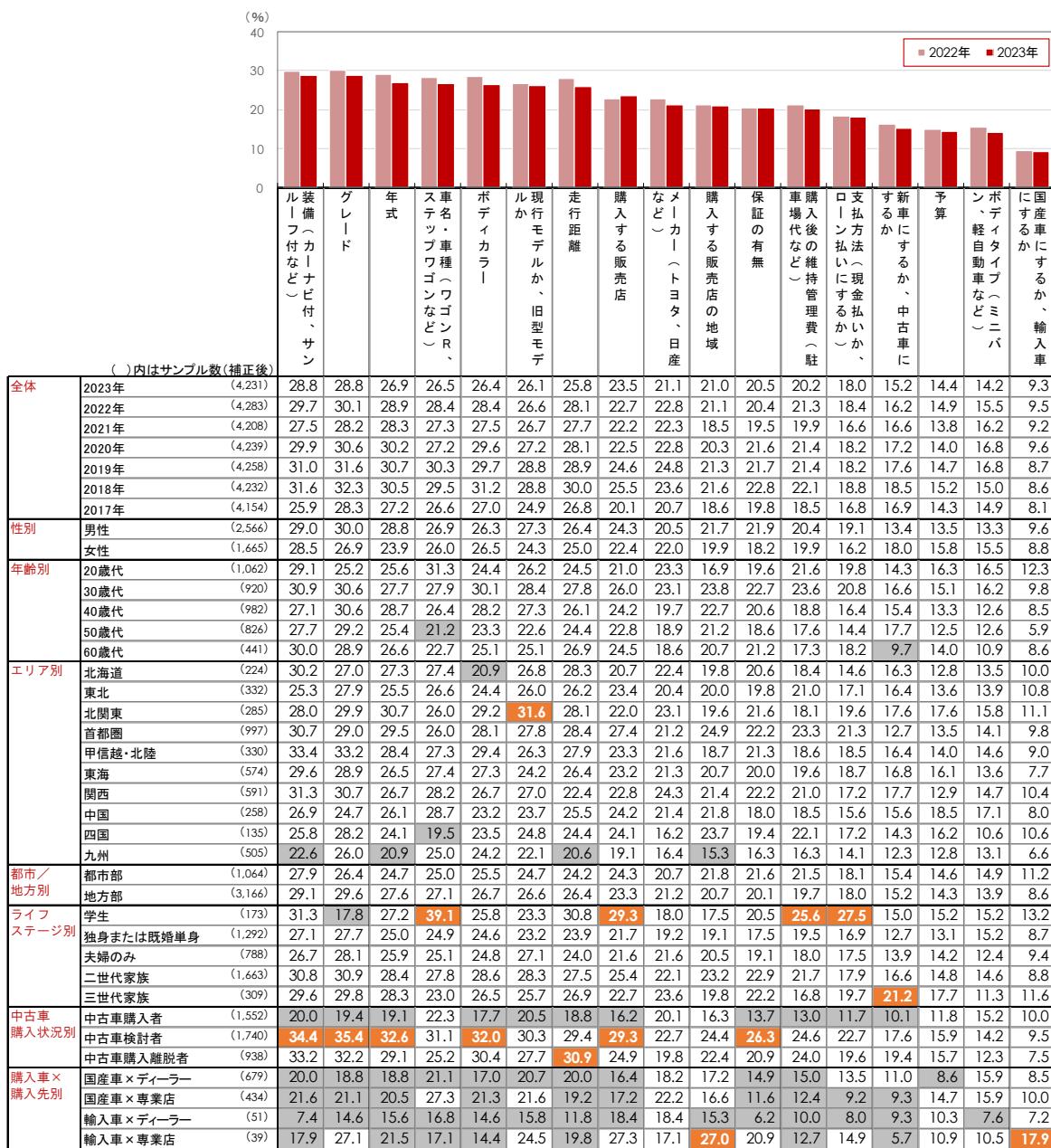
太字 全体より5ポイント以上高い項目

全般より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

(3) 欲しいクルマを具体的にイメージして比較検討した段階で想定・検討し始めた項目

- 欲しいクルマを具体的にイメージして比較検討した段階で想定・検討し始めた項目を尋ねたところ、「装備」と「グレード」がともに29%で最も高く、次いで「年式」「車名・車種」が27%、「ボディカラー」「現行モデルか、旧型モデルか」「走行距離」がともに26%で続く。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は他の購入状況に比べて全般的に高い項目が多い。

■欲しいクルマを具体的にイメージして比較検討した段階で想定・検討し始めた項目<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／それぞれ単一回答)

※各項目について「欲しいクルマを具体的にイメージして比較検討した段階」と回答した割合

(構成比: %)

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

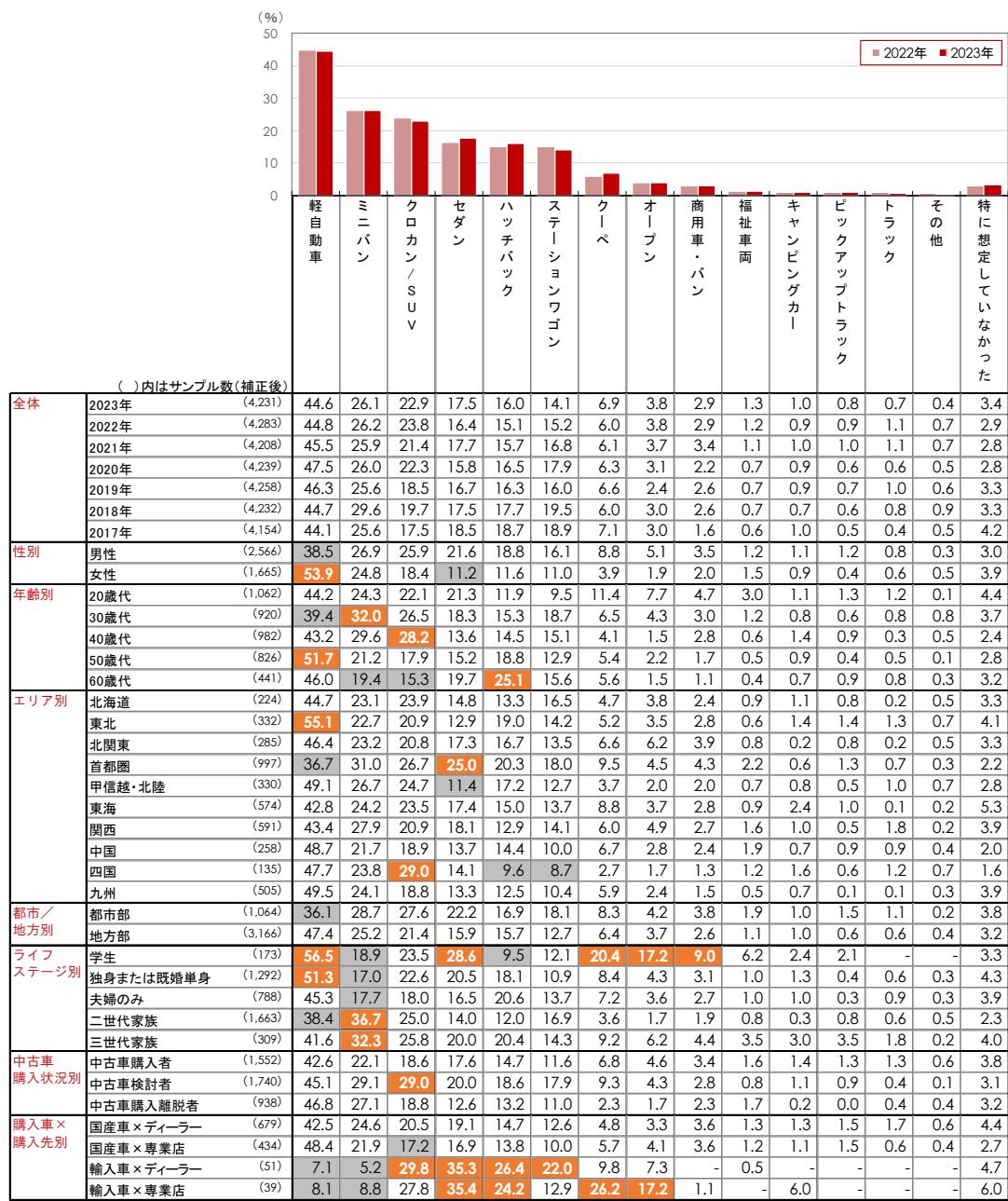
4) 想定していた中古車の内容

(1) 欲しいクルマを具体的にイメージした段階で想定したボディタイプ

- 欲しいクルマを具体的にイメージした段階で想定したボディタイプを尋ねたところ、「軽自動車」が45%で最も高く、次いで「ミニバン」が26%で続く。
- 性別でみると、女性は男性よりも「軽自動車」が15ポイント高い。
- ライフステージ別でみると、学生、独身または既婚単身は「軽自動車」、二世代家族、三世代家族は「ミニバン」がそれぞれ他のライフステージに比べて高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも「セダン」と「ハッチバック」が高い。

■ 欲しいクルマを具体的にイメージした段階で想定したボディタイプ<二次調査>

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



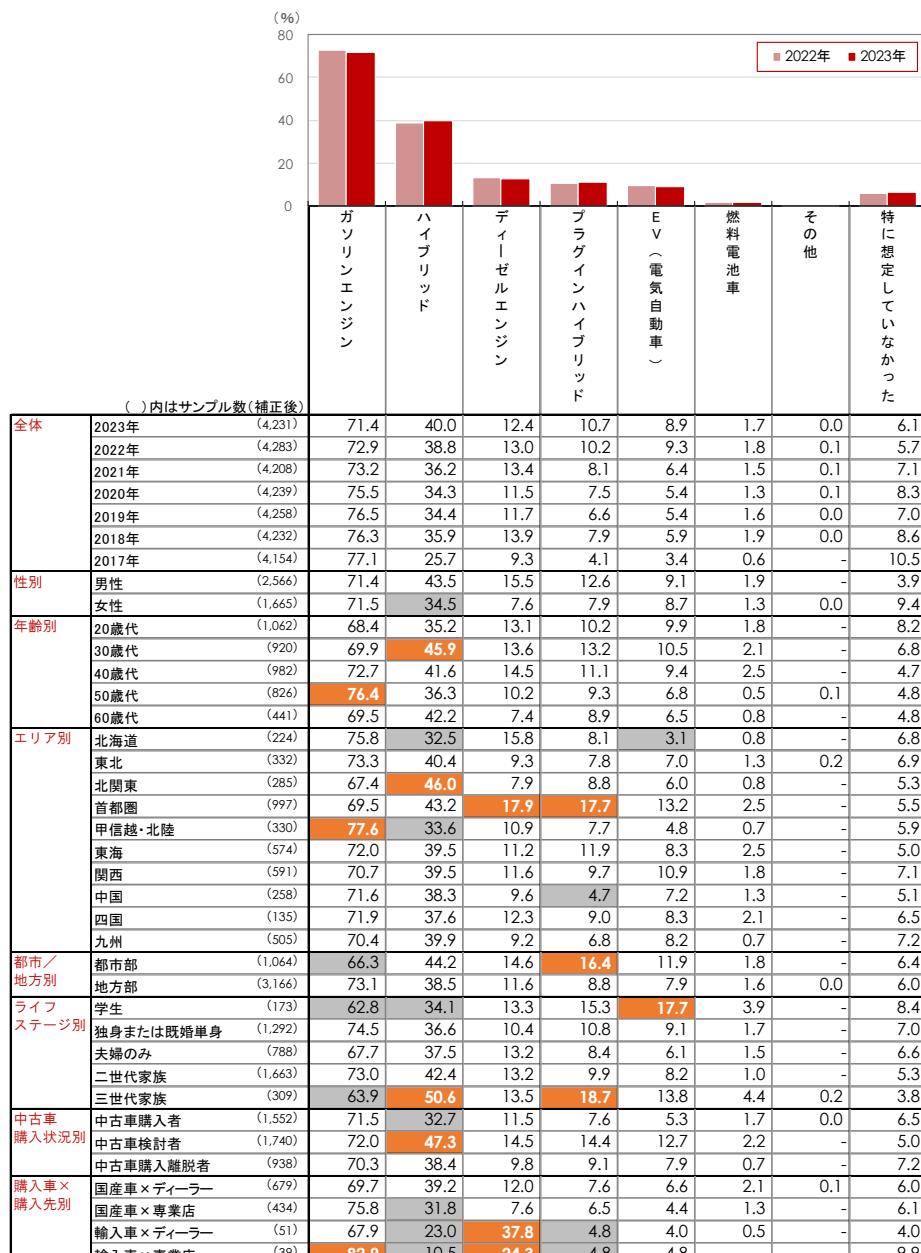
太字 全体より5ポイント以上高い項目

全般より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

(2) 欲しいクルマを具体的にイメージした段階で想定したエンジンタイプ

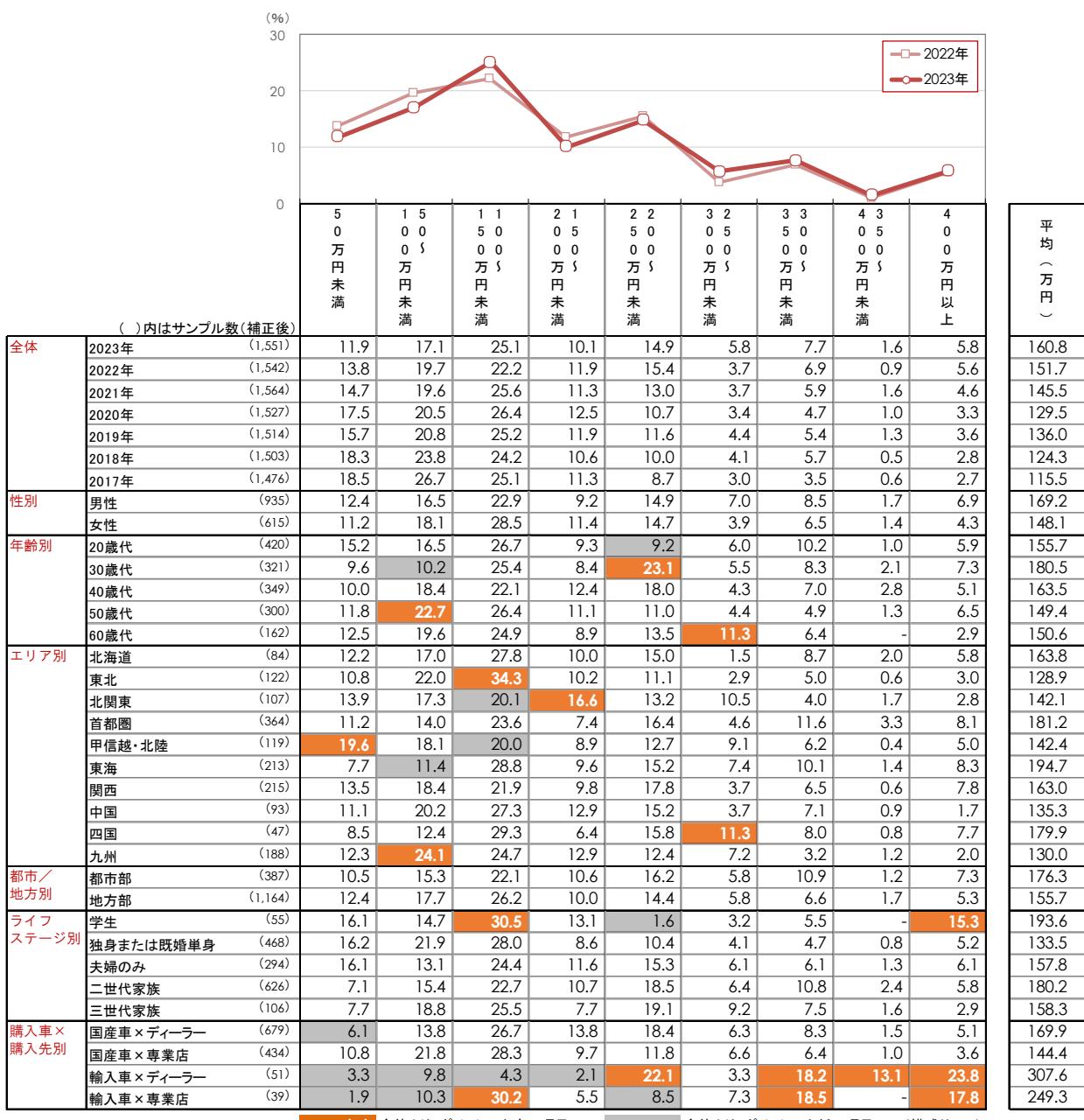
- 欲しいクルマを具体的にイメージした段階で想定したエンジンタイプを尋ねたところ、「ガソリンエンジン」が71%で最も高く、次いで「ハイブリッド」が40%、「ディーゼルエンジン」が12%で続く。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも「ハイブリット」が6ポイント高い。
- ライフステージ別でみると、三世代家族は「ハイブリット」が他のライフステージに比べて高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は「ハイブリッド」が他の購入状況に比べて高い。

■欲しいクルマを具体的にイメージした段階で想定したエンジンタイプ<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)

太字 全体より5ポイント以上高い項目
■ 全体より5ポイント以上低い項目

5) 中古車購入を思い立った当初の購入予算

- 1年以内に中古車を購入した人に対して、中古車購入を思い立った当初の購入予算を尋ねたところ、「100～150万円未満」が25%で最も高く、次いで「50～100万円未満」が17%、「200～250万円未満」が15%で続く。平均は160.8万円で、昨年から9.1万円増加した。
- 性別でみると、男性は女性よりも購入予算の平均が21.1万円高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも購入予算の平均が20.6万円高い。

■中古車購入を思い立った当初の購入予算<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人のうち、金額回答者／単一回答)

太字: 全体より5ポイント以上高い項目 灰色: 全体より5ポイント以上低い項目 (構成比: %)

6) 中古車購入を思い立ったとき不安だったこと

- 1年内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、中古車購入を思い立ったとき不安だったことを尋ねたところ、「お目当てのクルマが見つかるかどうか」が39%で最も高く、次いで「欲しいクルマの状態」が36%、「最終的な総支払額」が27%、「耐久性、故障する頻度」が25%で続く。
- 性別でみると、女性は男性よりも「お目当てのクルマが見つかるかどうか」「クルマに詳しくないこと」が高い。また、女性は男性よりも全般的に高い項目が多いことから、女性は中古車購入に際して不安を多く抱えていると考えられる。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は「欲しいクルマの状態」「耐久性、故障する頻度」などが他の購入状況に比べて高い。

■中古車購入を思い立ったとき不安だったこと<二次調査>
(1年内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)

(構成比: %) 比: %

6. 販売店の検討・利用の状況

カ-センサ-

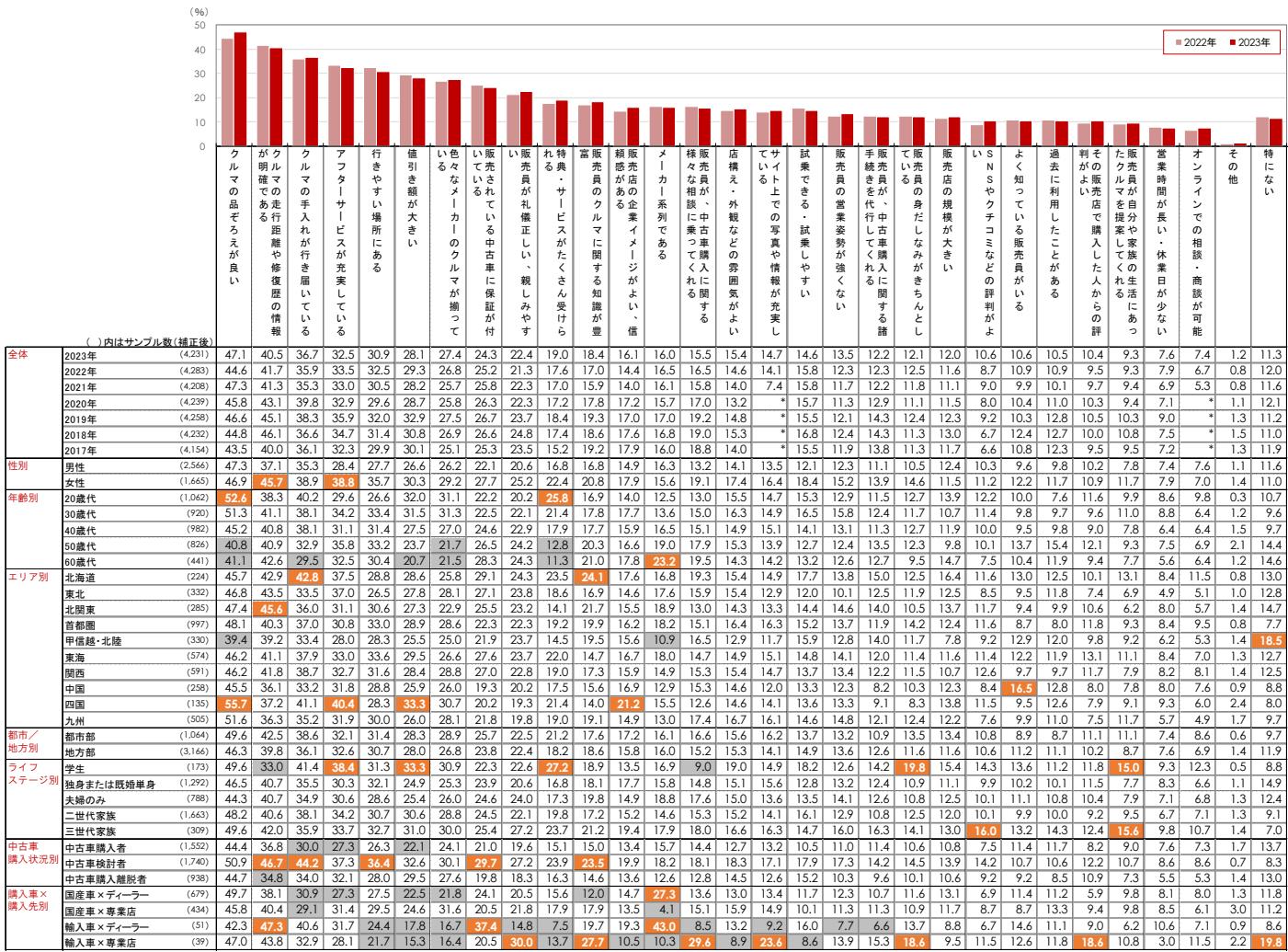
1) 中古車を購入する販売店を選ぶ際の重視点

(1) 中古車を購入する販売店を選ぶ際の重視点

- 1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、中古車を購入する販売店を選ぶ際の重視点を尋ねたところ、「クルマの品ぞろえが良い」が47%で最も高く、次いで「クルマの走行距離や修復歴の情報が明確である」が41%、「クルマの手入れが行き届いている」が37%で続く。
 - 性別でみると、女性は男性よりも「クルマの走行距離や修復歴の情報が明確である」と「アフターサービスが充実している」が高い。また、女性は男性よりも全般的に高い項目が多いことから、女性は中古車を購入する販売店に対して重視するポイントが多いと考えられる。
 - 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は他の購入状況に比べて全般的に高い項目が多いことから、中古車検討者は中古車を購入する販売店に対して重視するポイントが多いと考えられる。

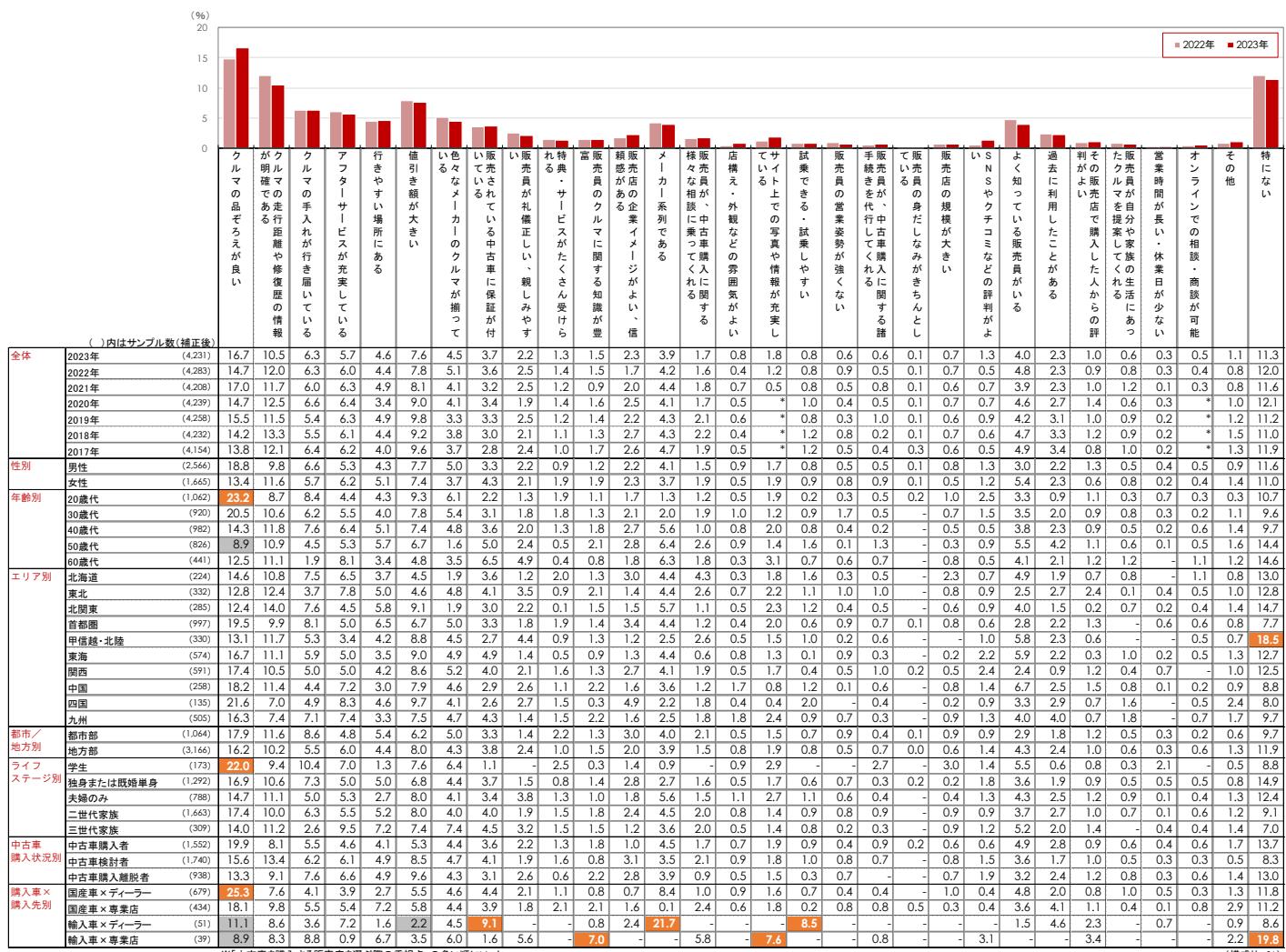
■中古車を購入する販売店を選ぶ際の重視点<二次調査>

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



(2) 中古車を購入する販売店を選ぶ際に最も重視する点

- 中古車を購入する販売店を選ぶ際に最も重視する点を尋ねたところ、「クルマの品ぞろえが良い」が17%で最も高く、次いで「クルマの走行距離や修復歴の情報が明確である」が11%、「値引き額が大きい」が8%で続く。
- ライフステージ別でみると、学生は「クルマの品ぞろえが良い」が他のライフステージに比べて高い。

■ 中古車を購入する販売店を選ぶ際に最も重視する点<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)

※1 中古車を購入する販売店を選ぶ際の重視点の多い順にソート

大学 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以下低い項目

2) 中古車販売店への問い合わせ・訪問経験

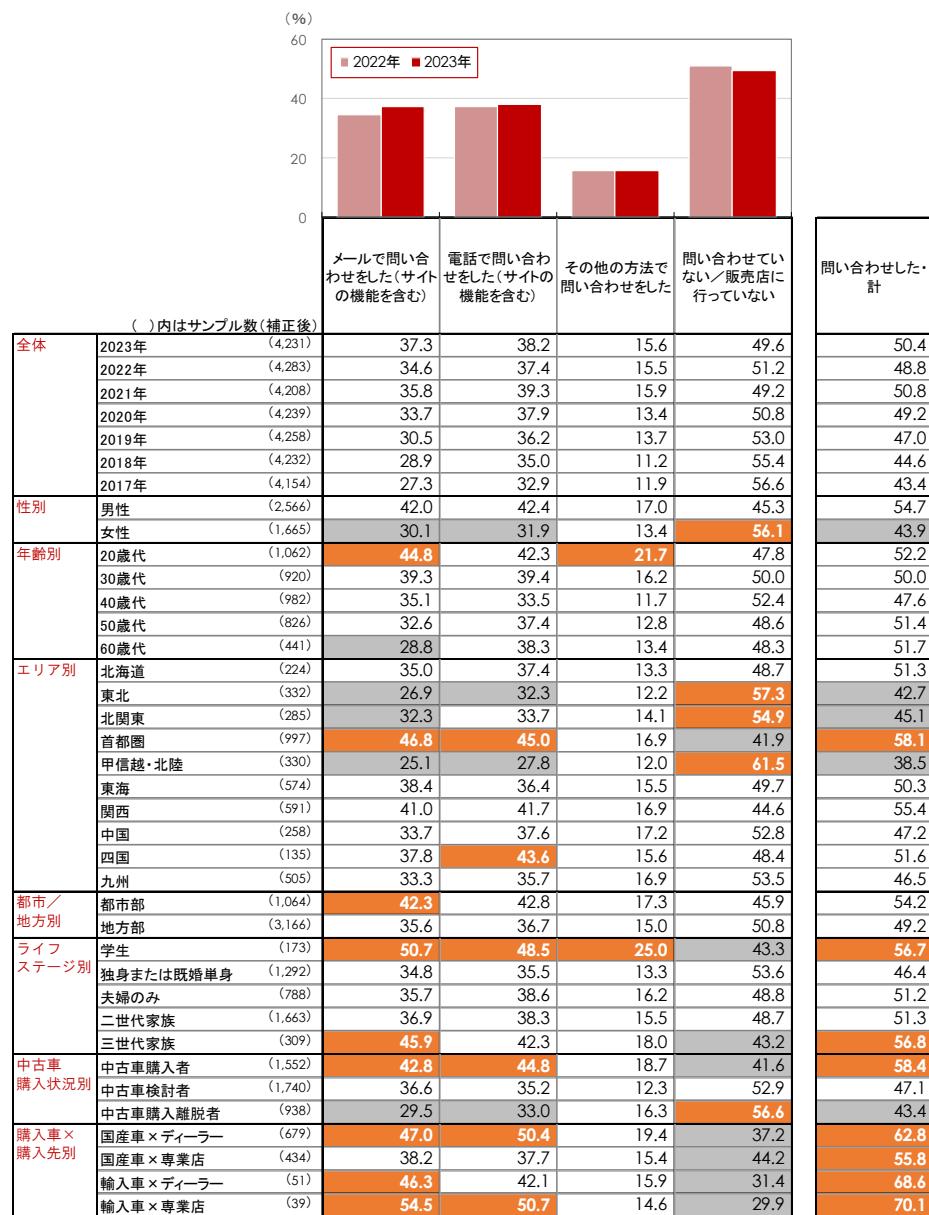
(1) 中古車販売店に訪問する前に問い合わせた内容

① 中古車販売店に訪問する前の問い合わせ実施状況

- 中古車販売店に訪問する前の問い合わせ実施状況を尋ねたところ、「電話で問い合わせをした(サイトの機能を含む)」が38%で最も高く、次いで「メールで問い合わせをした(サイトの機能を含む)」が37%で続く。「問い合わせした・計」(「メール」「電話」「その他の方法」のいずれかの方法で問い合わせしたと回答した人を集計)の割合は50%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「問い合わせした・計」の割合が11ポイント高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車購入離脱者は「問い合わせていない／販売店に行っていない」が他の購入状況に比べて高い。

■ 中古車販売店に訪問する前の問い合わせ実施状況<二次調査>

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



※「問い合わせした・計」:「メール」「電話」「その他の方法」のいずれかの方法で問い合わせたと回答した人を集計

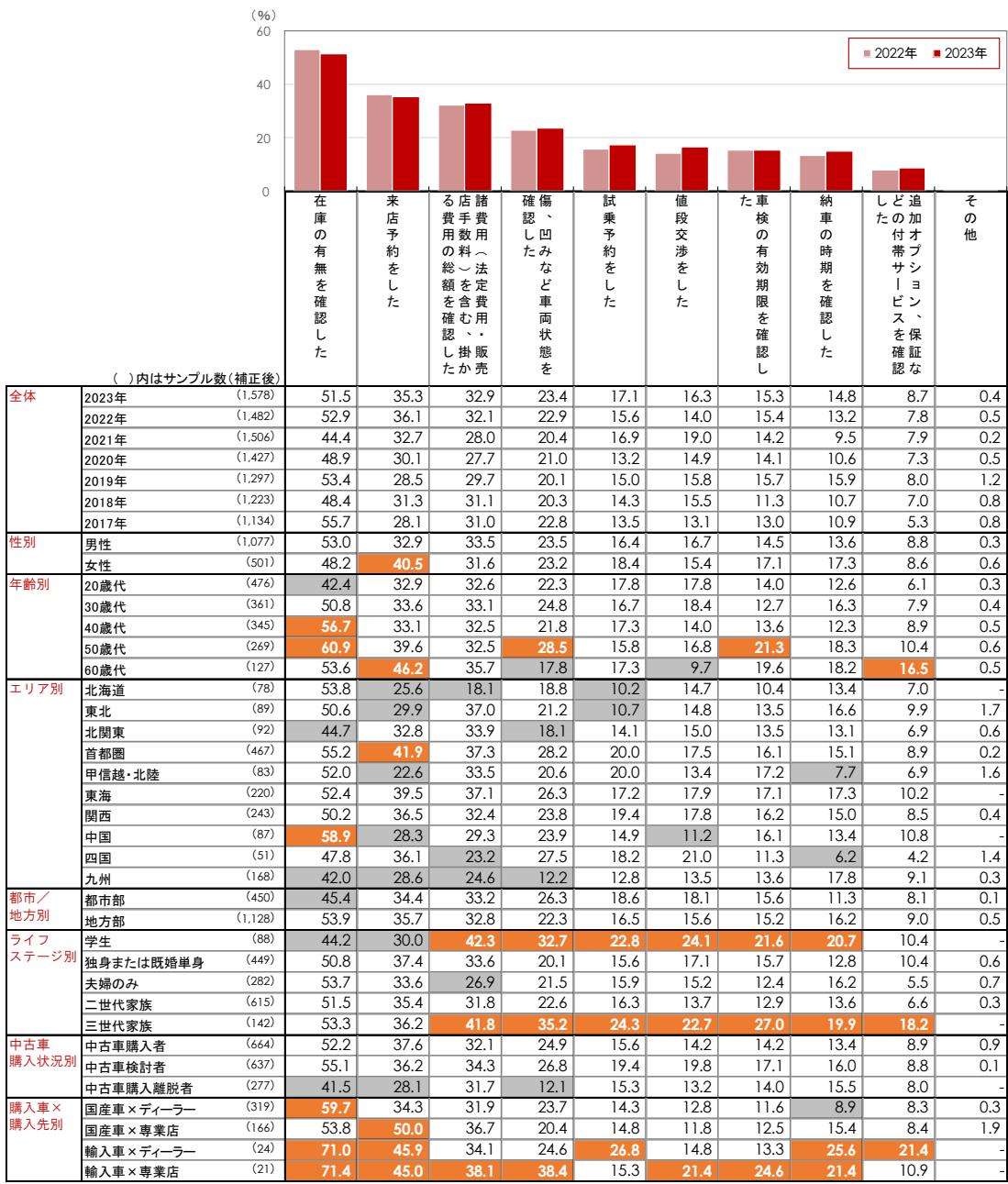
オレンジ色: 全体より5ポイント以上高い項目

グレー色: 全体より5ポイント以上低い項目

②メールで問い合わせた内容

- 中古車販売店に訪問する前にメールで問い合わせた人に対して、問い合わせた内容を尋ねたところ、「在庫の有無を確認した」が52%で最も高く、次いで「来店予約をした」が35%、「諸費用(法定費用・販売店手数料)を含む、掛かる費用の総額を確認した」が33%で続く。
- 年齢別でみると、60歳代は「来店予約をした」が他の年代に比べて高い。

■中古車販売店に訪問する前にメールで問い合わせた内容<二次調査> (中古車販売店に訪問する前にメールで問い合わせた人／複数回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

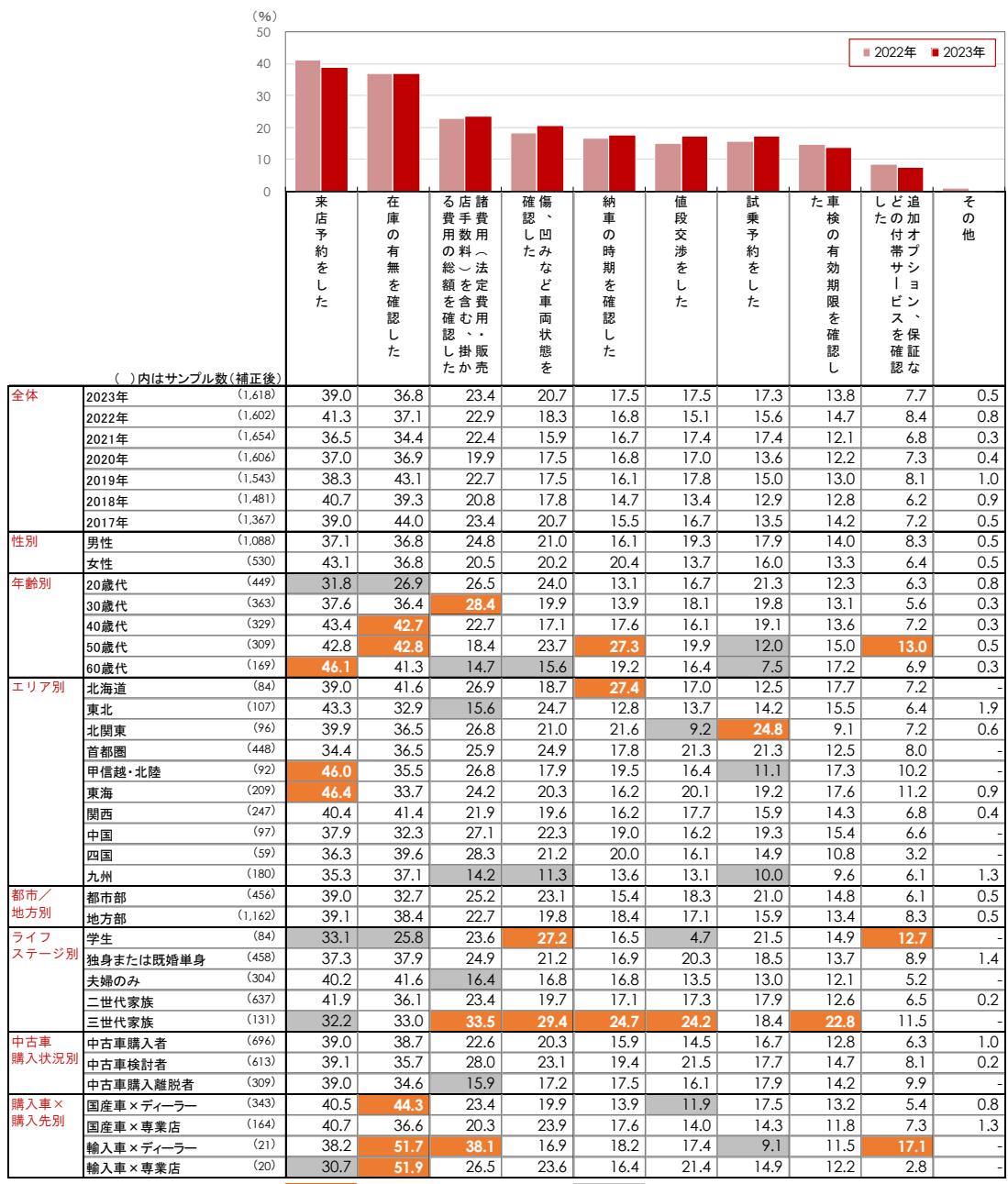
全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

③電話で問い合わせた内容

- 中古車販売店に訪問する前に電話で問い合わせた人に対して、問い合わせた内容を尋ねたところ、「来店予約をした」が39%で最も高く、次いで「在庫の有無を確認した」が37%、「諸費用(法定費用・販売店手数料)を含む、掛かる費用の総額を確認した」が23%で続く。
- 年齢別でみると、60歳代は「来店予約をした」が他の年代に比べて高い。

■中古車販売店に訪問する前に電話で問い合わせた内容<二次調査> (中古車販売店に訪問する前に電話で問い合わせた人／複数回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

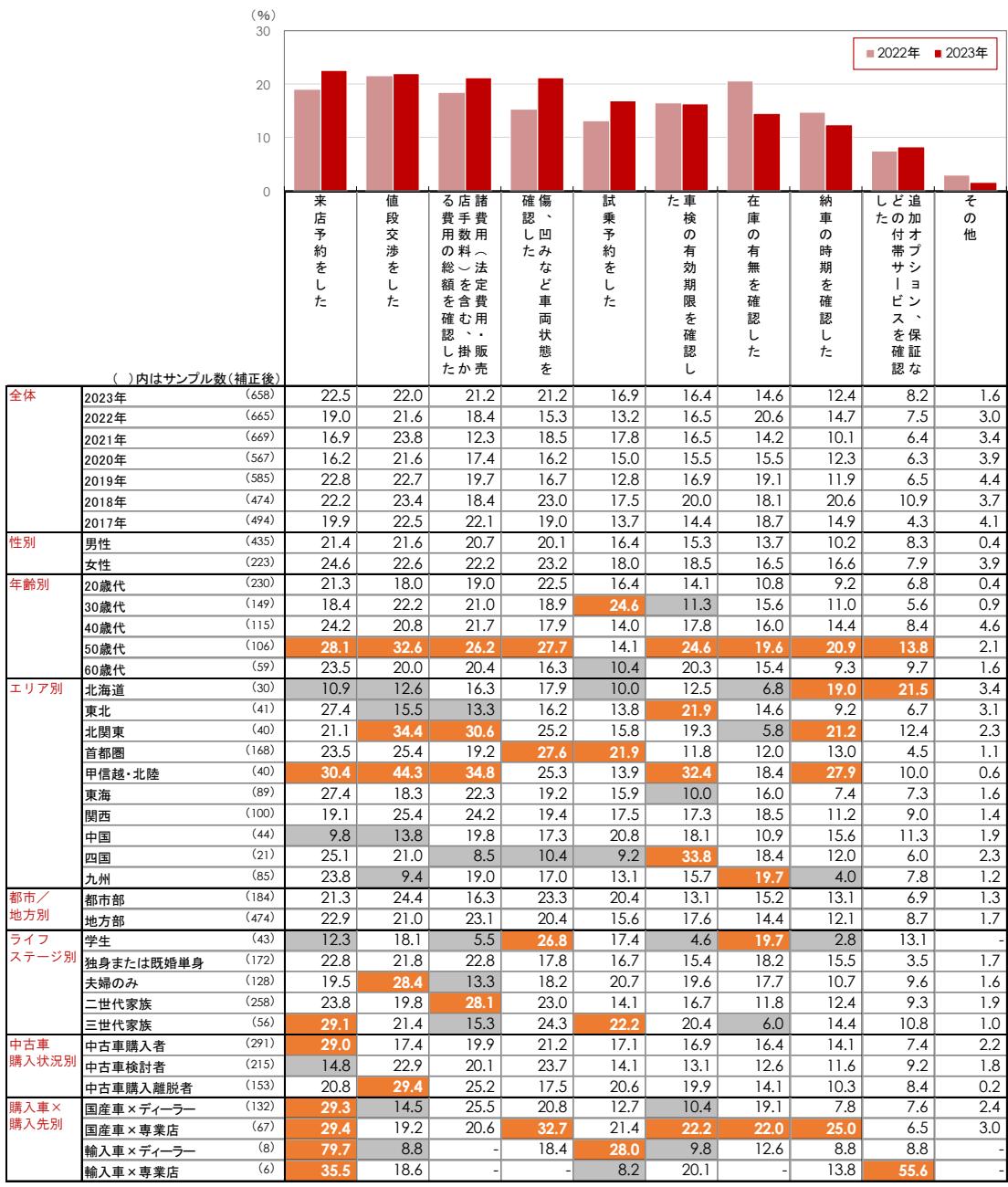
全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

④メール・電話以外の方法で問い合わせた内容

- 中古車販売店に訪問する前にメール・電話以外の方法で問い合わせた人に対して、問い合わせた内容を尋ねたところ、「来店予約をした」が23%で最も高く、次いで「値段交渉をした」が22%、「諸費用(法定費用・販売店手数料)を含む、掛かる費用の総額を確認した」が21%で続く。
- 中古車購入状況別でみると、中古車購入離脱者は「値段交渉をした」が他の購入状況に比べて高い。

■中古車販売店に訪問する前にメール・電話以外の方法で問い合わせた内容<二次調査> (中古車販売店に訪問する前にメール・電話以外の方法で問い合わせた人／複数回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

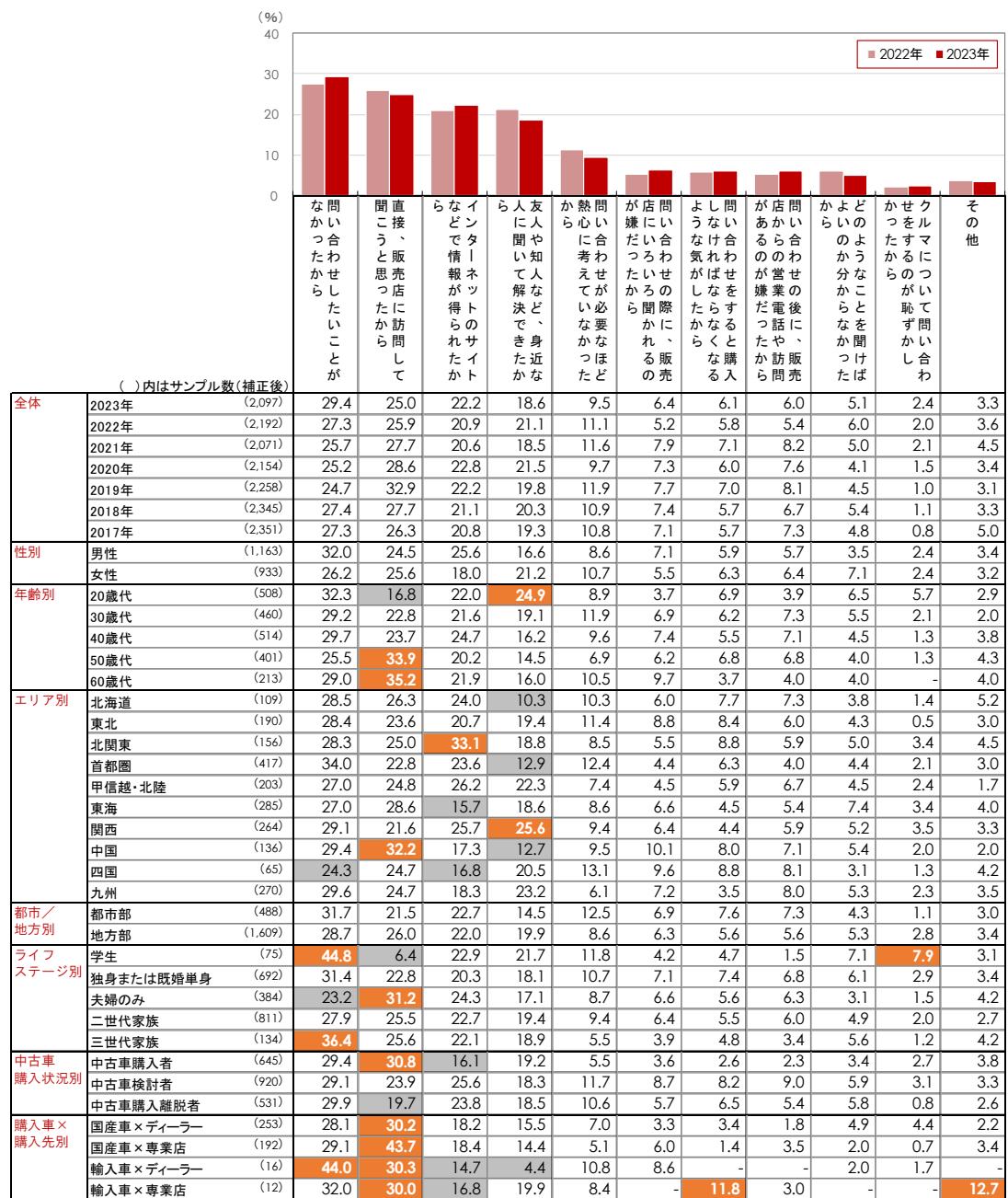
(構成比: %)

(2) 中古車販売店に行く前に問い合わせなかつた理由

- 中古車販売店に行く前に、メール、電話、その他の方法のいずれの方法でも問い合わせていない人に対して、問い合わせなかつた理由を尋ねたところ、「問い合わせしたいことがなかつたから」が29%で最も高く、次いで「直接、販売店に訪問して聞こうと思ったから」が25%、「インターネットのサイトなどで情報が得られたから」が22%、「友人や知人など、身近な人に聞いて解決できたから」が19%で続く。
- 年齢別でみると、20歳代は「友人や知人など、身近な人に聞いて解決できたから」の割合が他の年代に比べて高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車購入者は「直接、販売店に訪問して聞こうと思ったから」が他の購入状況に比べて高い。

■ 中古車販売店に行く前に問い合わせなかつた理由<二次調査>

(中古車販売店に行く前に、メール、電話、その他の方法のいずれの方法でも問い合わせていない人／複数回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

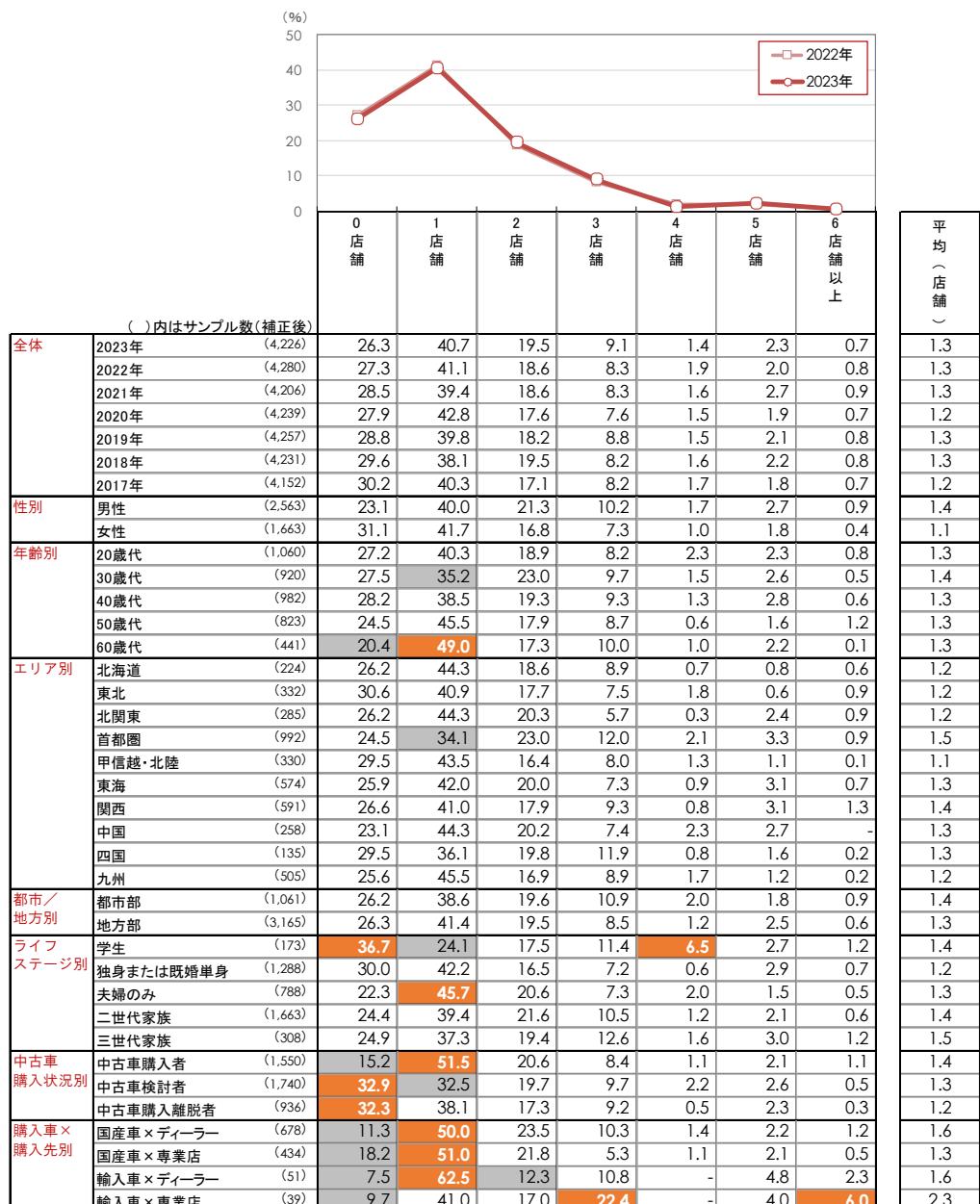
(3) クルマ購入を思い立ってから契約までに問い合わせ・訪問した店舗数

① クルマ購入を思い立ってから契約までに問い合わせした店舗数

- 1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、クルマ購入を思い立ってから契約までに問い合わせした店舗数を尋ねたところ、「1店舗」が41%で最も高く、次いで「0店舗」が26%、「2店舗」が20%で続く。平均は1.3店舗であった。
- 中古車購入状況別でみると、中古車購入者は店舗数の平均が他の購入状況に比べて高い。

■ クルマ購入を思い立ってから契約までに問い合わせした店舗数<二次調査>

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人のうち、有効回答者／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

(構成比: %)

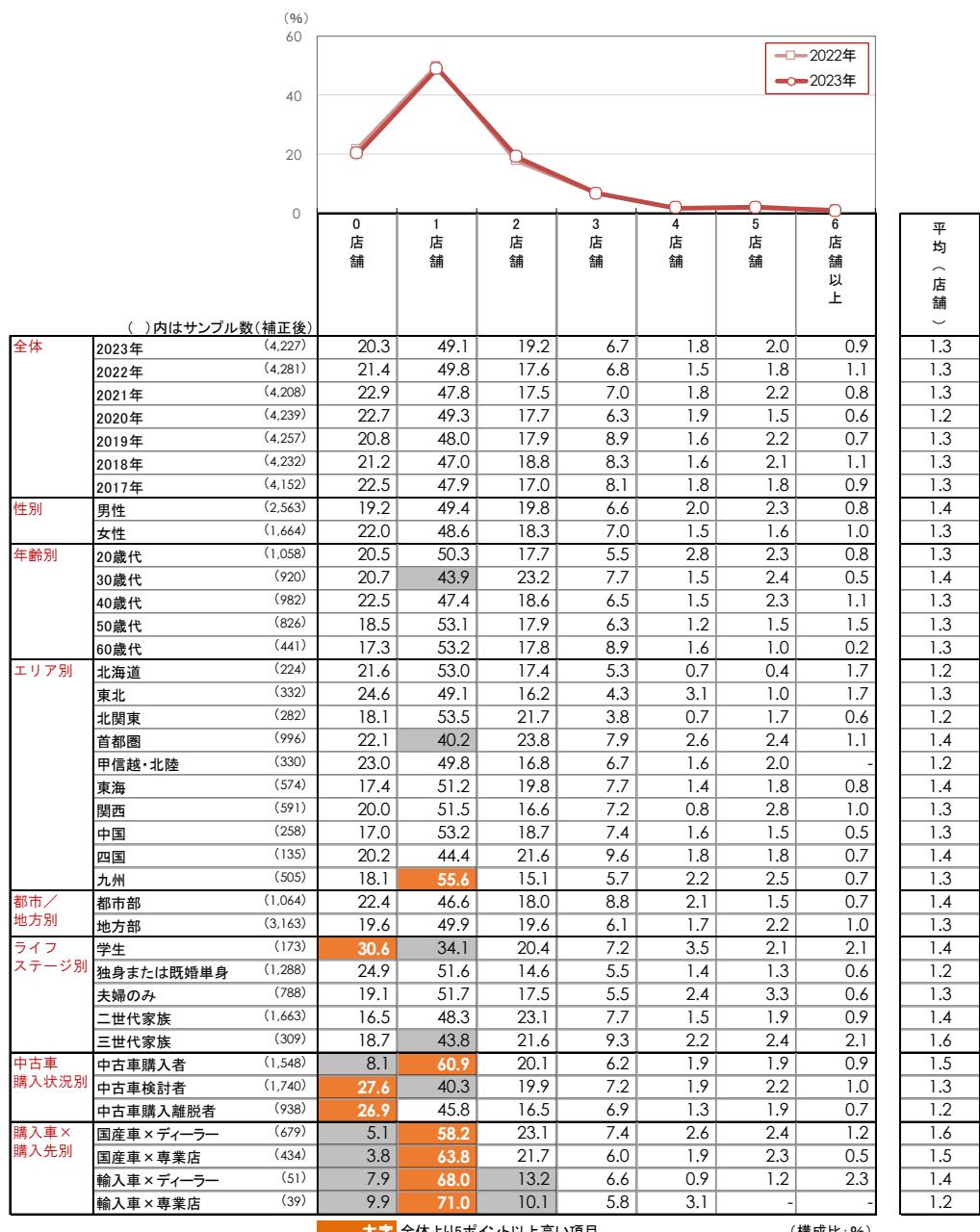
全般より5ポイント以上低い項目

②クルマ購入を思い立ってから契約までに訪問した店舗数

- クルマ購入を思い立ってから契約までに訪問した店舗数を尋ねたところ、「1店舗」が49%で最も高く、次いで「0店舗」が20%、「2店舗」が19%で続く。平均は1.3店舗であった。
- 中古車購入状況別でみると、中古車購入者は店舗数の平均が他の購入状況に比べて高い。

■クルマ購入を思い立ってから契約までに訪問した店舗数<二次調査>

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人のうち、有効回答者／単一回答)



(4)販売店への問い合わせ後、販売店を訪問しなかった理由

- 問い合わせたが訪問しなかった店舗がある人に対して、販売店を訪問しなかった理由を尋ねたところ、「欲しいクルマの在庫がなかったから」が29%で最も高く、次いで「かかる費用が予算を上回っていたから」が25%、「販売店の所在地が離れていた・訪問しにくい場所にあったから」が14%で続く。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は「かかる費用が予算を上回っていたから」が他の購入状況に比べて高い。

■販売店への問い合わせ後、販売店を訪問しなかった理由<二次調査>
(問い合わせたが訪問しなかった店舗がある人／複数回答)

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

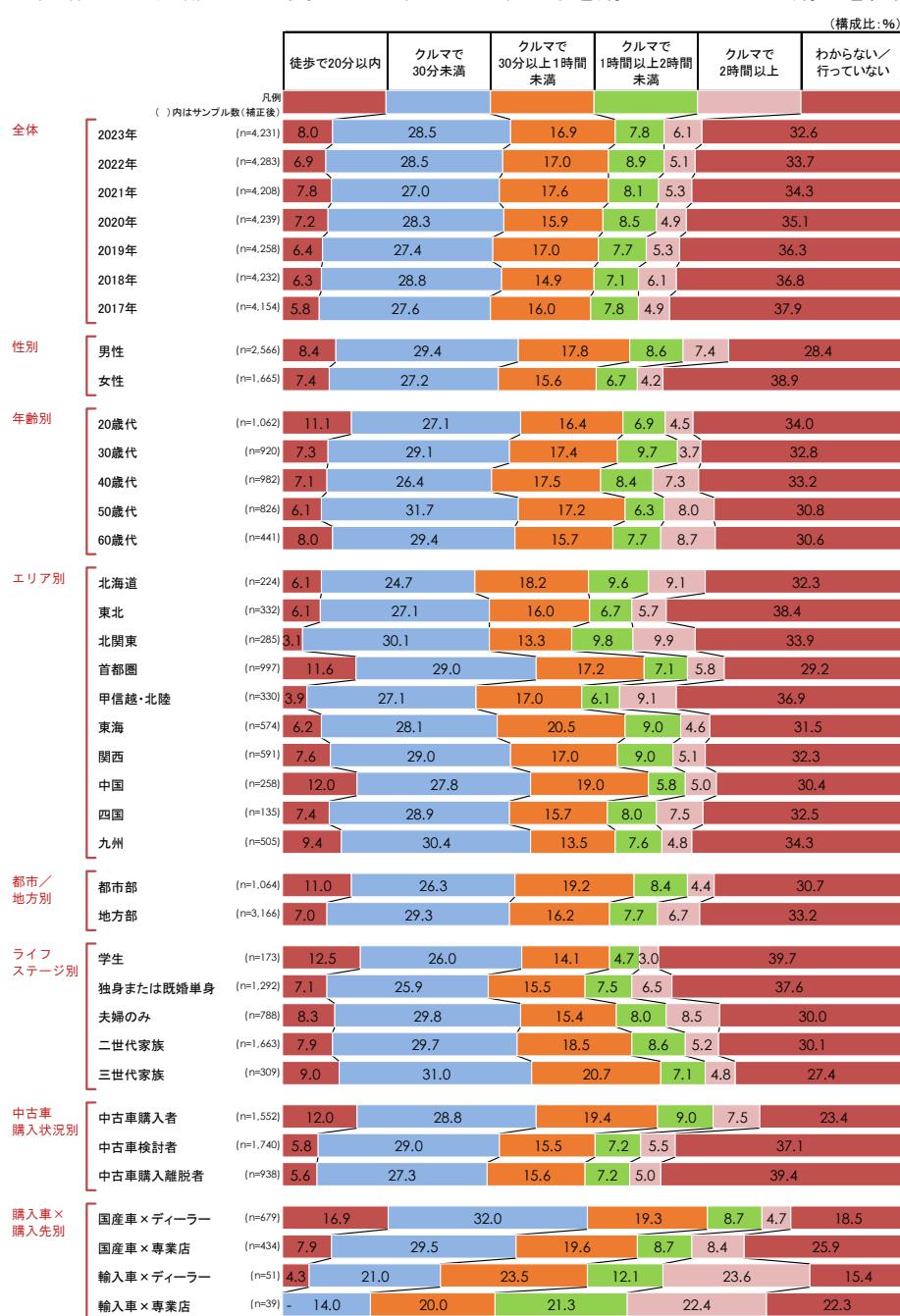
(構成比: %)

(5)問い合わせ・訪問した店舗までの距離

①問い合わせした店舗までの距離

- 1年内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、問い合わせした店舗までの距離を尋ねたところ、「クルマで30分未満」が29%、「クルマで30分以上1時間未満」が17%であった。

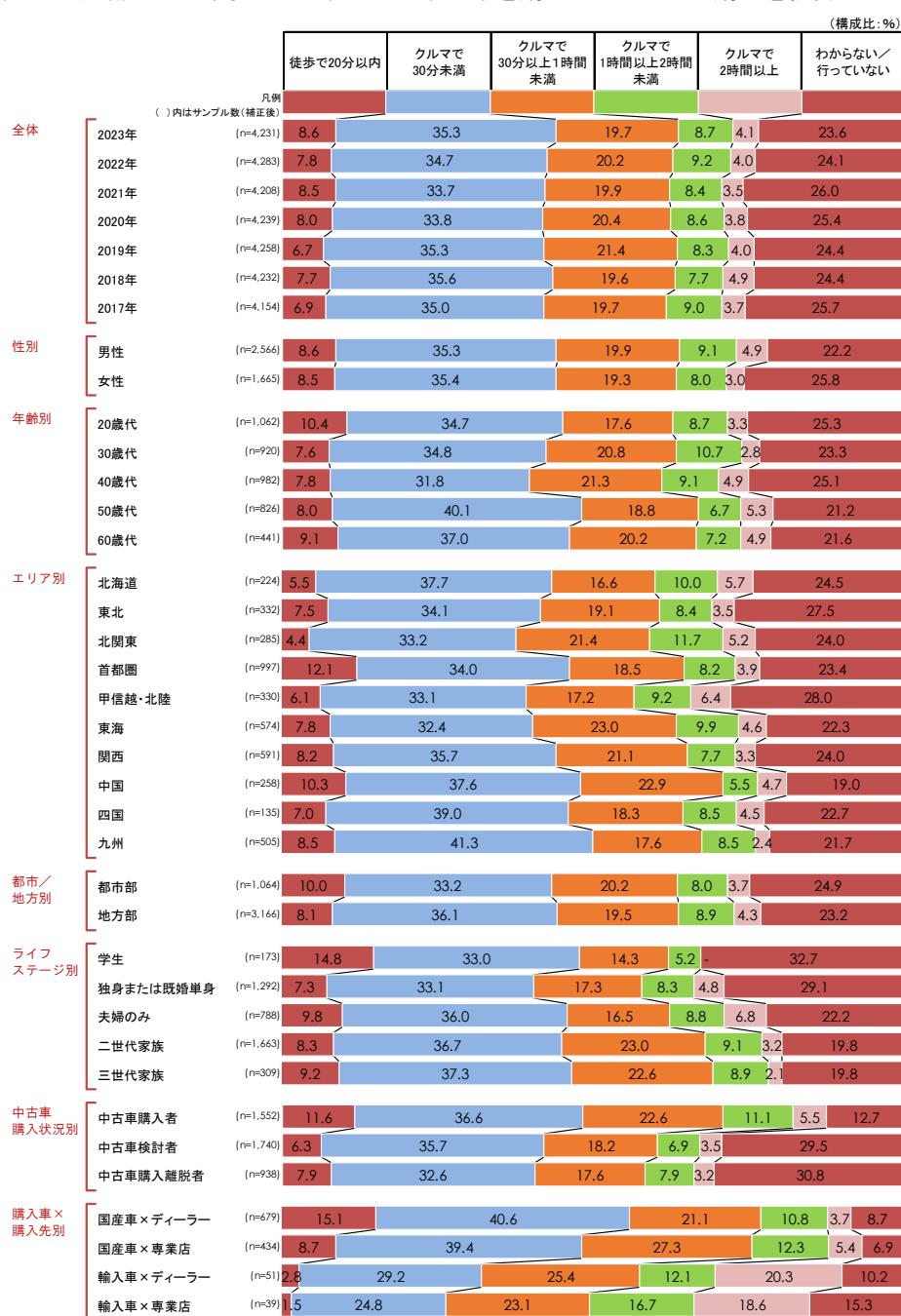
■問い合わせした店舗までの距離<二次調査>(1年内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)



②訪問した店舗までの距離

- 訪問した店舗までの距離を尋ねたところ、「クルマで30分未満」が35%、「クルマで30分以上1時間未満」が20%であった。

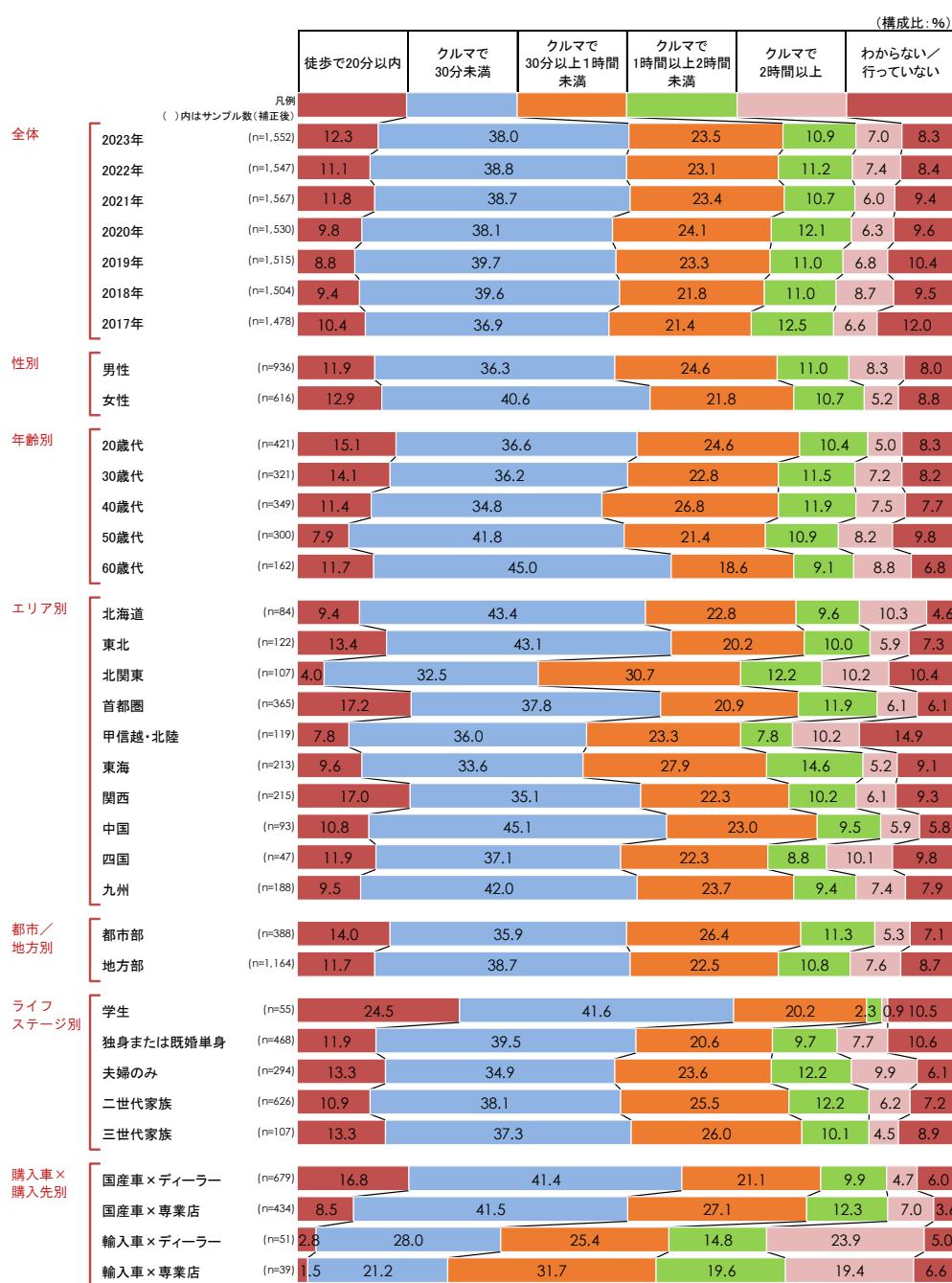
■訪問した店舗までの距離<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)



③購入した店舗までの距離

- 1年内に中古車を購入した人に対して、購入した店舗までの距離を尋ねたところ、「クルマで30分未満」が38%、「クルマで30分以上1時間未満」が24%であった。

■購入した店舗までの距離<二次調査>(1年内に中古車を購入した人／単一回答)



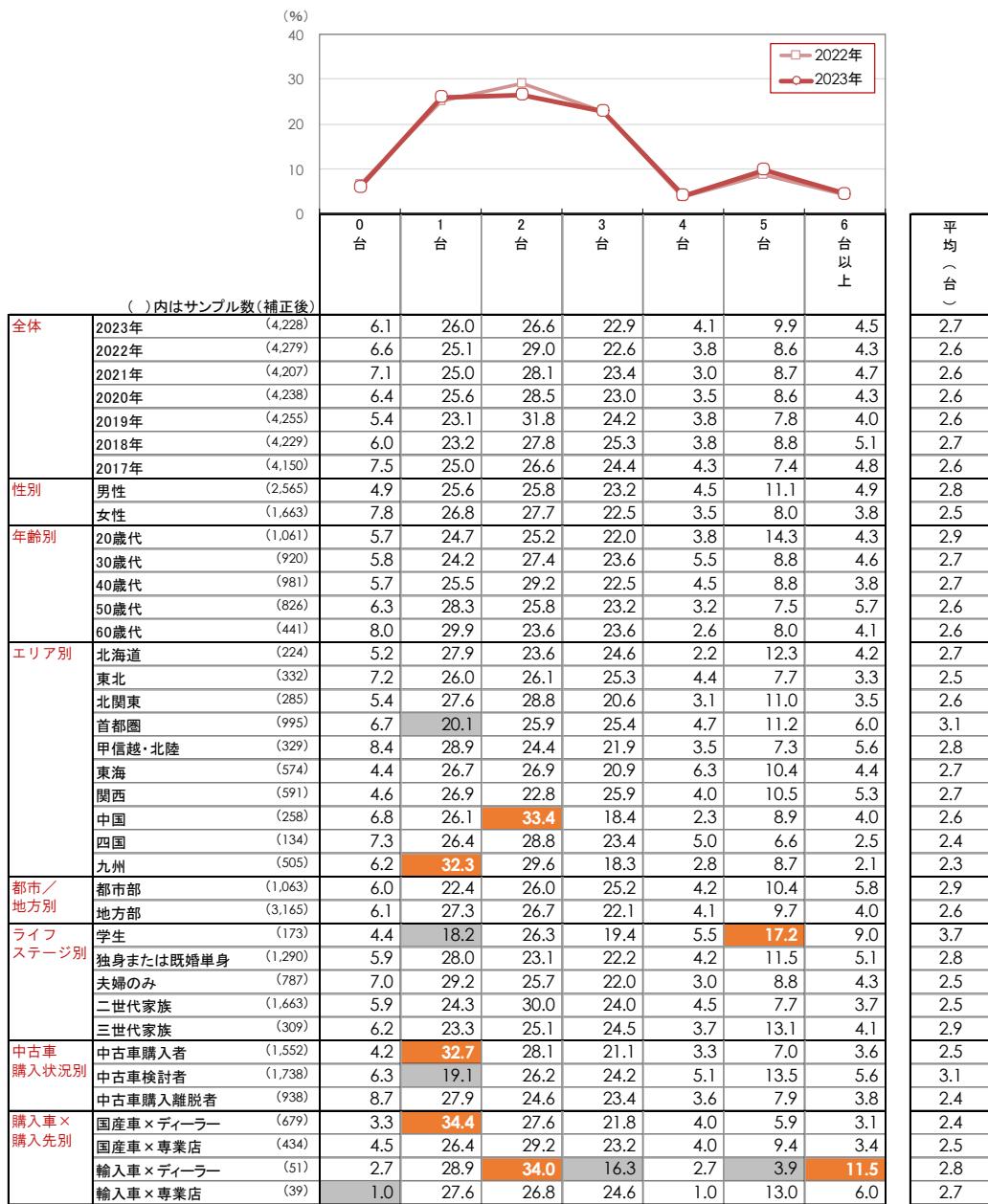
(6) クルマ購入を思い立ってから契約までに候補となった・問い合わせしたクルマの台数

① クルマ購入を思い立ってから契約までに候補となったクルマの台数

- 1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、クルマ購入を思い立ってから契約までに候補となったクルマの台数を尋ねたところ、「2台」が27%で最も高く、次いで「1台」が26%、「3台」が23%で続く。平均は2.7台であった。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも台数の平均が高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は他の購入状況に比べて台数の平均が高い。

■ クルマ購入を思い立ってから契約までに候補となったクルマの台数＜二次調査＞

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人のうち、有効回答者／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

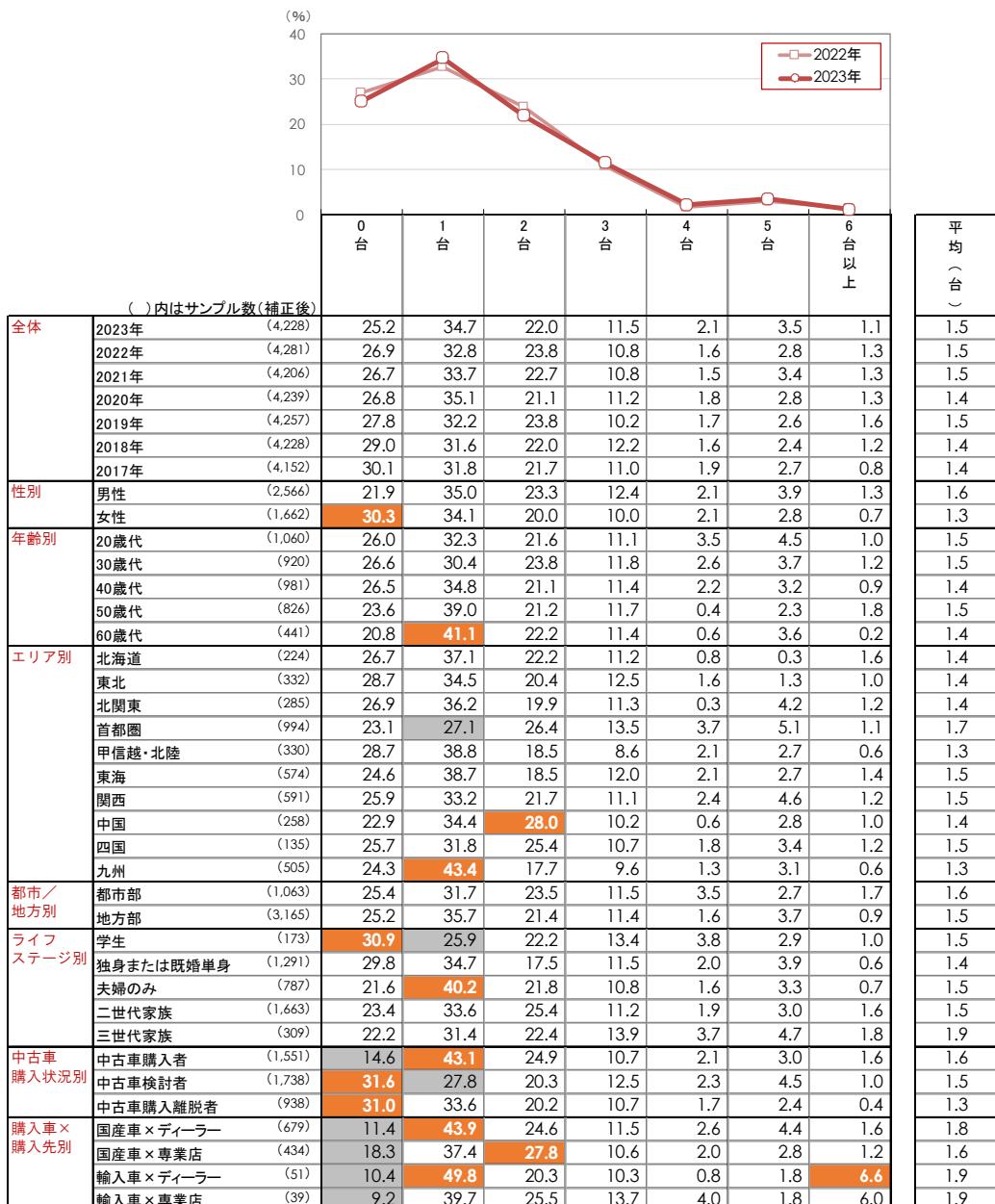
(構成比: %)

全般より5ポイント以上低い項目

②クルマ購入を思い立ってから契約までに問い合わせしたクルマの台数

- クルマ購入を思い立ってから契約までに問い合わせしたクルマの台数を尋ねたところ、「1台」が35%で最も高く、次いで「0台」が25%、「2台」が22%で続く。平均は1.5台であった。
- 中古車購入状況別でみると、中古車購入者は他の購入状況に比べて台数の平均が高い。

■クルマ購入を思い立ってから契約までに問い合わせしたクルマの台数<二次調査> (1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人のうち、有効回答者／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

(構成比: %)

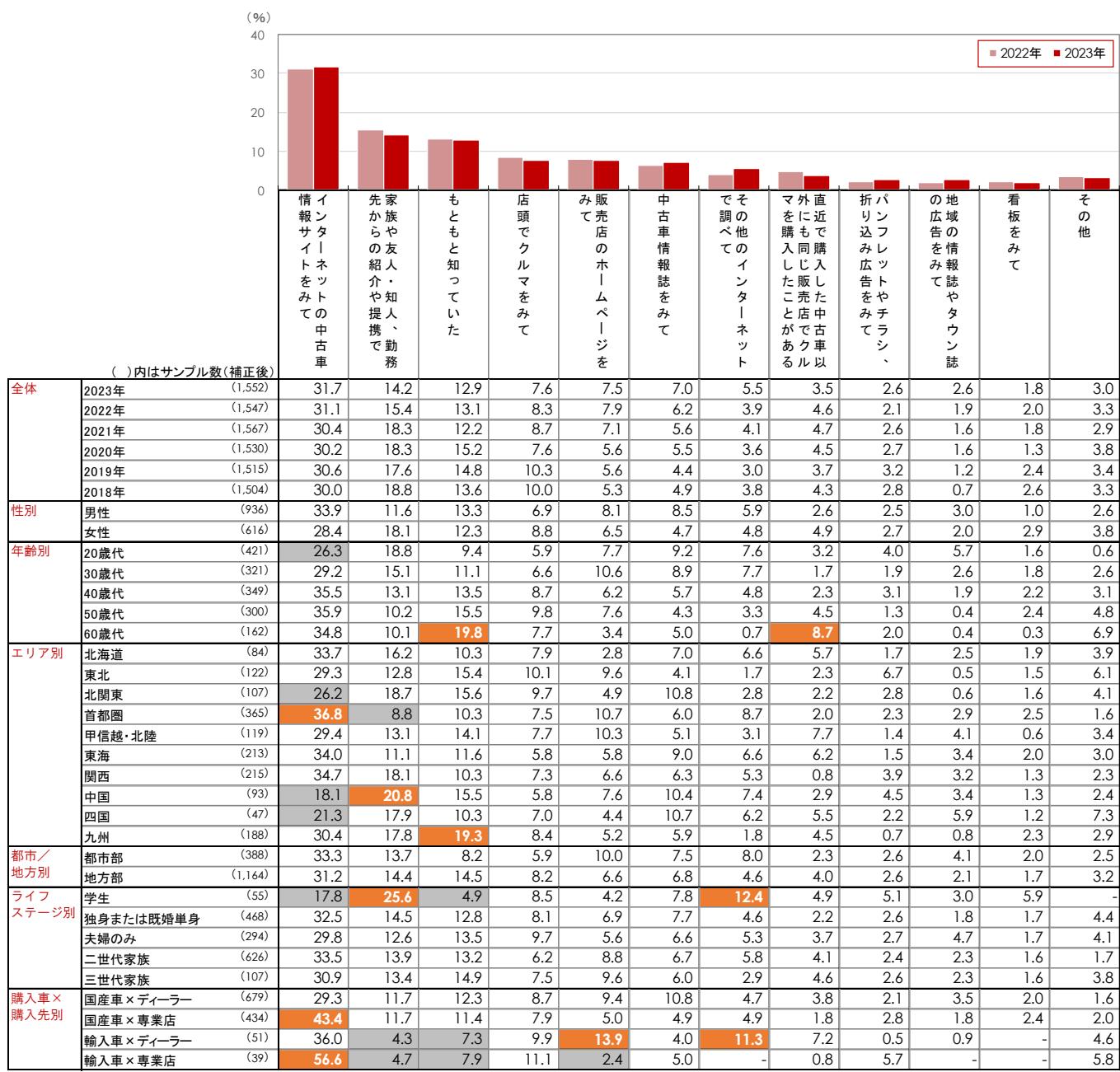
■ 全体より5ポイント以上低い項目

3)直近で購入した中古車を購入した販売店に最初に訪問したきっかけ

- 1年以内に中古車を購入した人に対して、直近で購入した中古車を購入した販売店に最初に訪問したきっかけを尋ねたところ、「インターネットの中古車情報サイトをみて」が32%で最も高く、次いで「家族や友人・知人、勤務先からの紹介や提携で」が14%、「もともと知っていた」が13%で続く。
- 年齢別でみると、年齢が高いほど「もともと知っていた」と「直近で購入した中古車以外にも同じ販売店でクルマを購入したことがある」が概ね高くなり、年齢が低いほど「家族や友人・知人、勤務先からの紹介や提携で」が高くなる。
- 購入車別でみると、国産車を購入した人は輸入車を購入した人よりも「家族や友人・知人、勤務先からの紹介や提携で」と「もともと知っていた」が高い。

■直近で購入した中古車を購入した販売店に最初に訪問したきっかけ<二次調査>

(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(構成比:%)

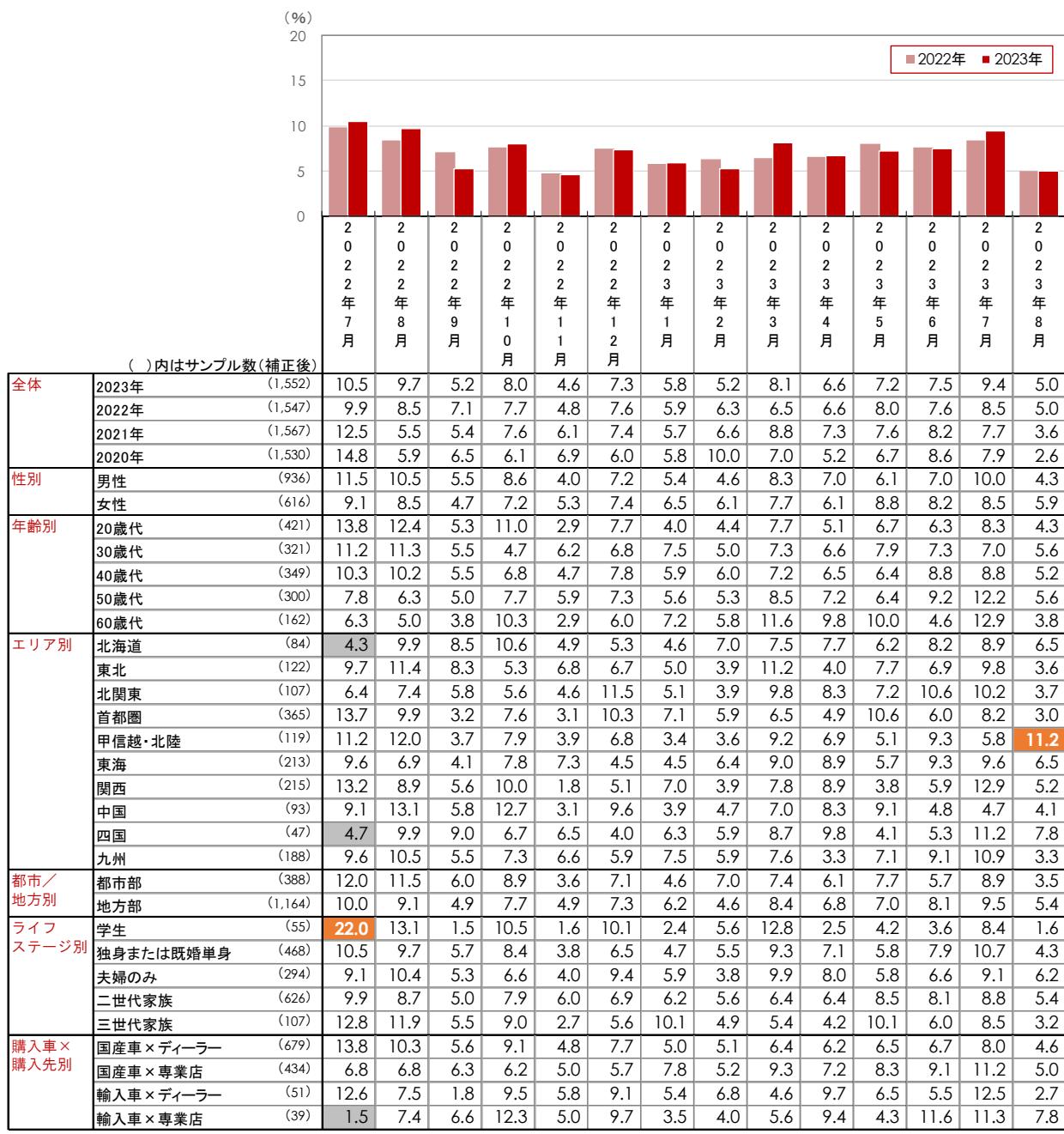
7. 実際に購入した段階について

カーセンサ-

1) 中古車の購入時期・検討期間

- 1年内に中古車を購入した人に対して、中古車の購入時期を尋ねたところ、「2022年7月」が11%で最も高く、次いで「2022年8月」が10%、「2023年7月」が9%、「2022年10月」「2023年3月」「2023年6月」がともに8%で続く。

■中古車の購入時期<二次調査>(1年内に中古車を購入した人／単一回答)



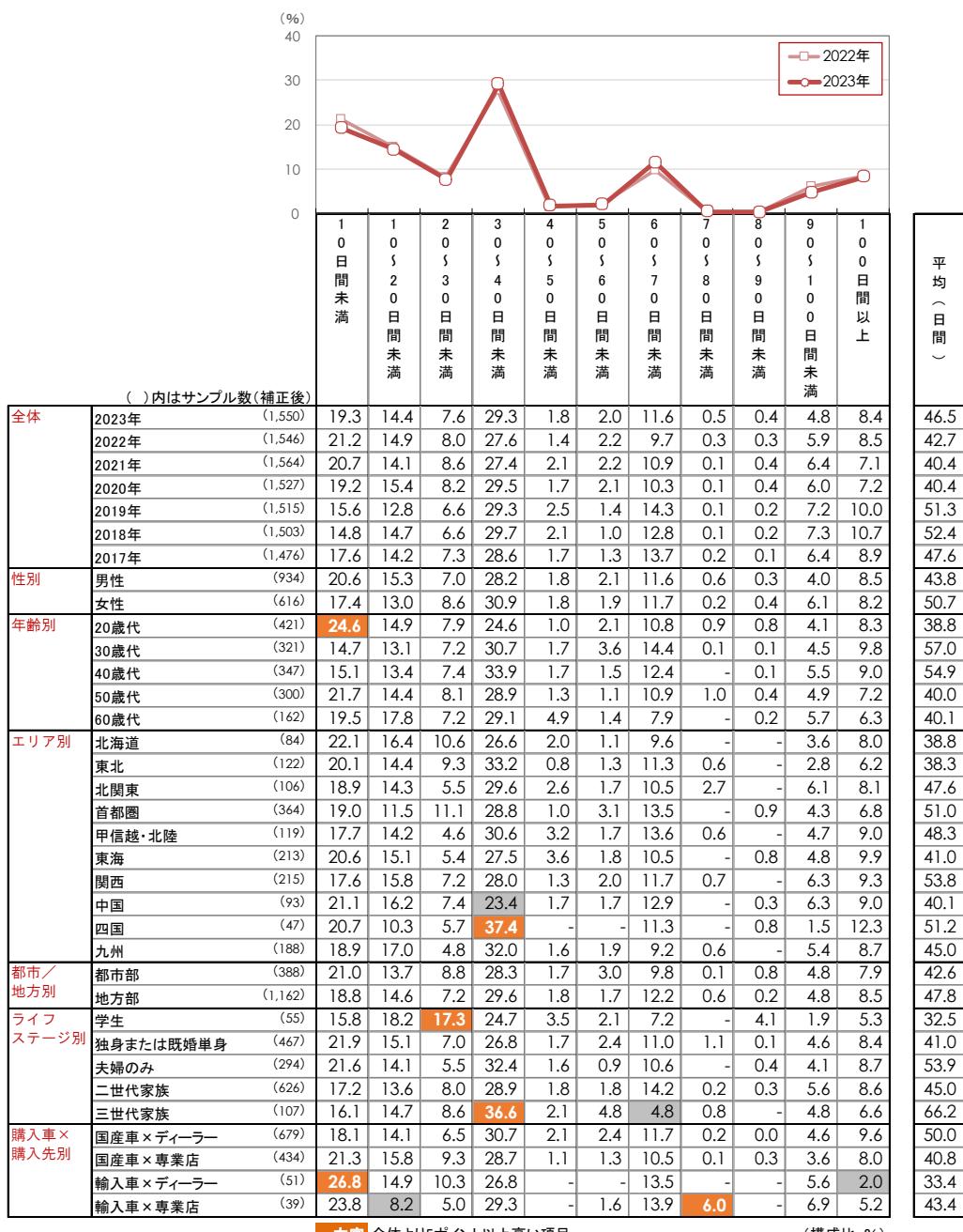
太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

- 中古車購入までの検討期間を尋ねたところ、「30～40日間未満」が29%で最も高く、次いで「10日間未満」が19%、「10～20日間未満」が14%、「60～70日間未満」が12%で続く。平均は46.5日間であった。
- 年齢別でみると、20歳代は検討期間の平均が他の年代に比べて短い。
- 都市/地方別でみると、都市部は地方部よりも検討期間の平均が5日間短い。
- ライフステージ別でみると、学生は検討期間の平均が他のライフステージに比べて短い。

■中古車購入までの検討期間<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人のうち、有効回答者／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

(構成比: %)

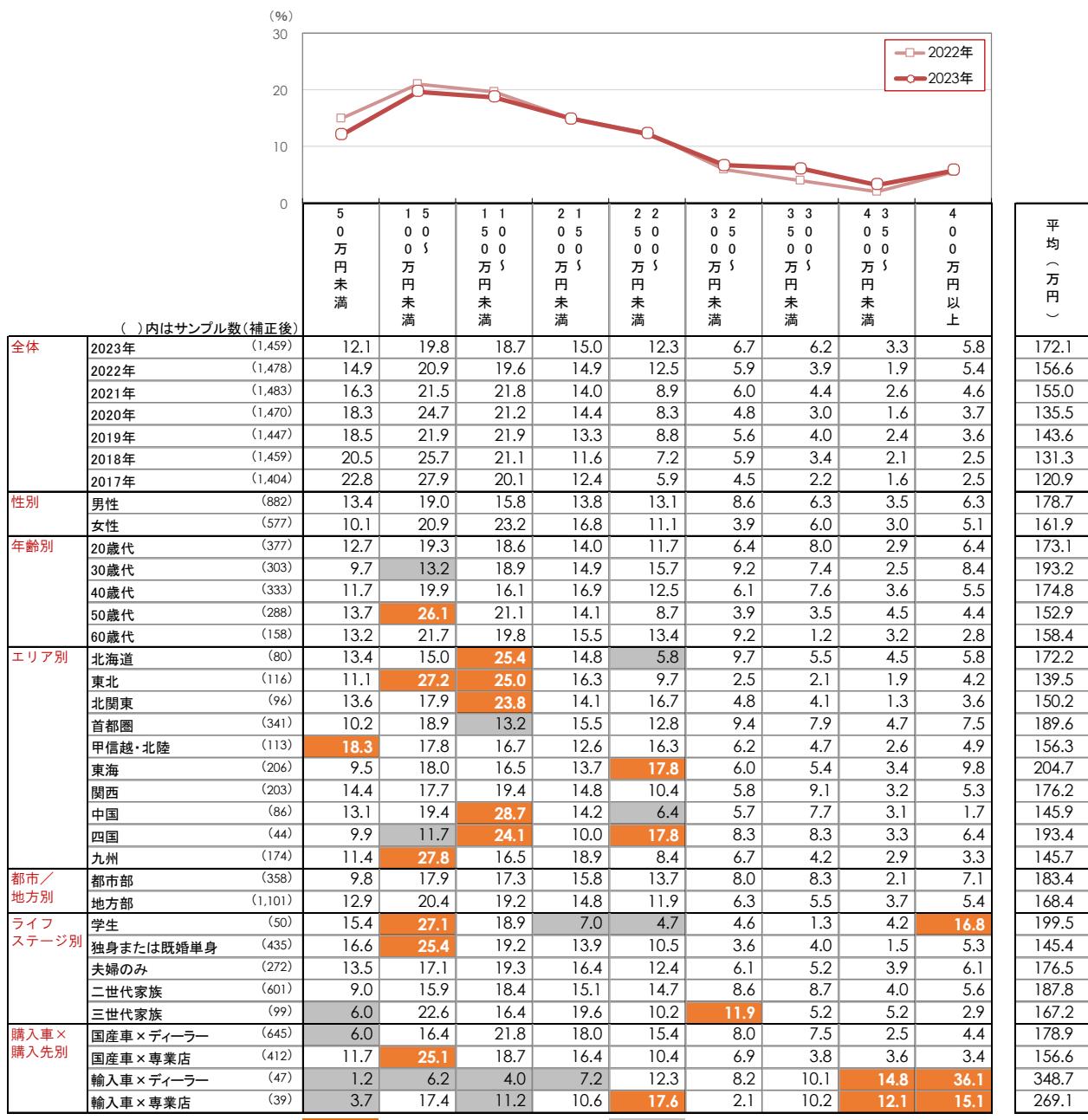
■ 全体より5ポイント以上低い項目

2) 中古車購入にかかった費用

(1) 直近で購入した中古車の支払総額

- 直近で購入した中古車の支払総額を尋ねたところ、「50～100万円未満」が20%で最も高く、次いで「100～150万円未満」が19%、「150～200万円未満」が15%、「50万円未満」と「200～250万円未満」がともに12%で続く。平均は172.1万円で、2017年以降で最も高い。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が16.8万円高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも費用の平均が15万円高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。購入先別でみると、国産車、輸入車それぞれについて、ディーラーで購入した人は専業店で購入した人よりも費用の平均が高い。

■直近で購入した中古車の支払総額<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人のうち、金額回答者／単一回答)

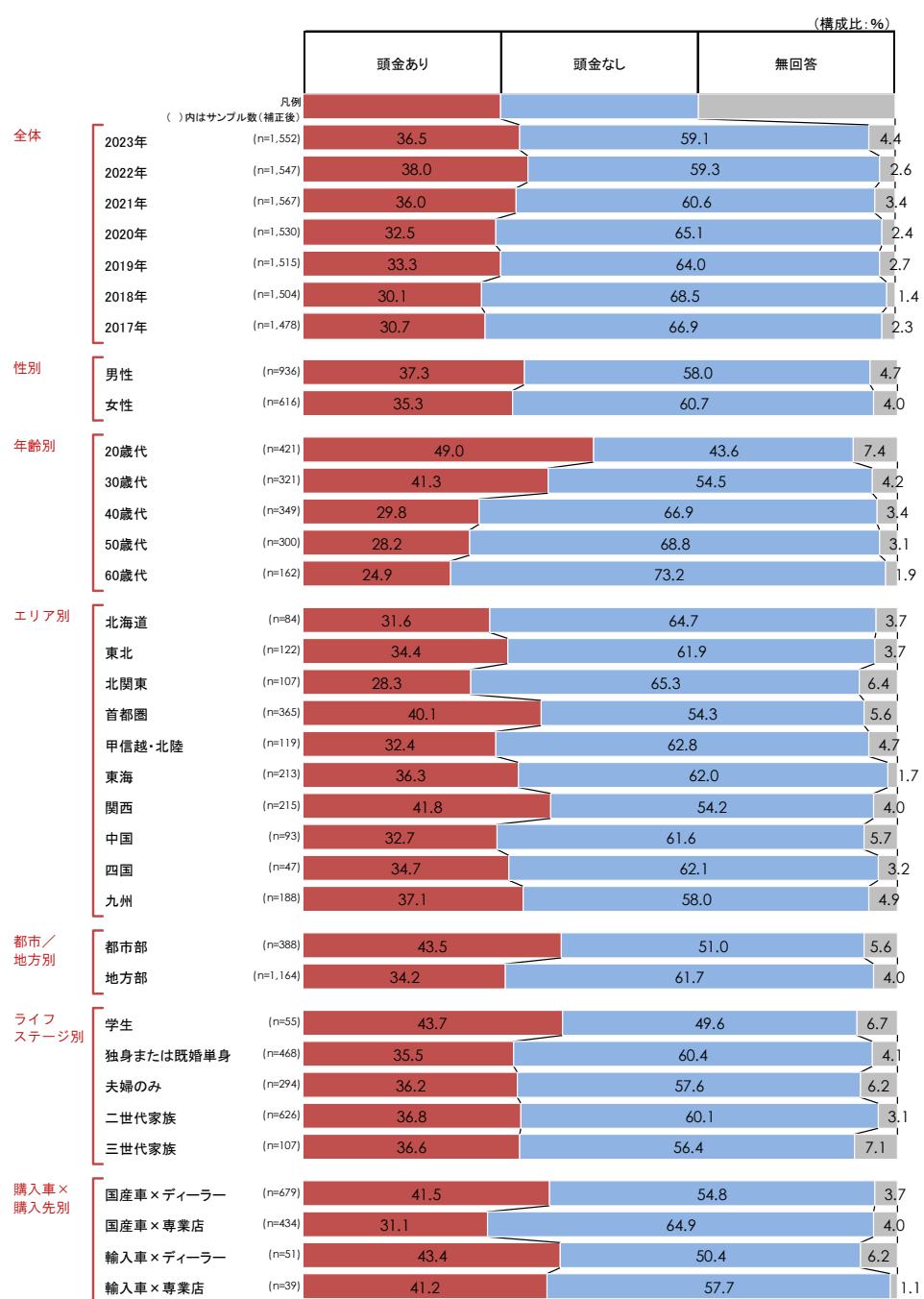


(2)自動車ローンを利用して支払った総額

①頭金

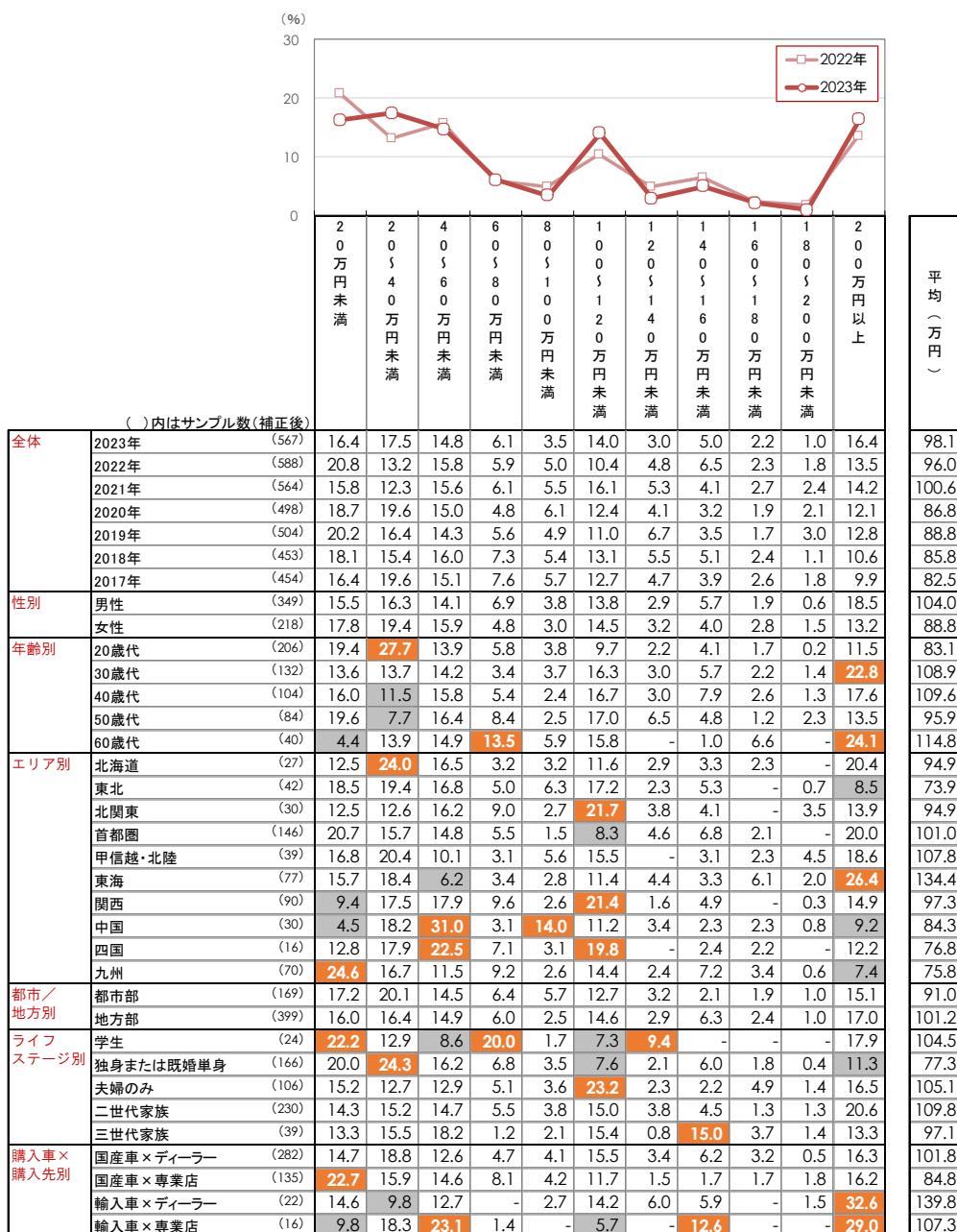
- 頭金の有無を尋ねたところ、「頭金あり」は37%であった。
- 年齢別でみると、年齢が低いほど「頭金あり」が高くなる。
- ライフステージ別でみると、学生は他のライフステージに比べて「頭金あり」の割合が高い。

■頭金の有無<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)



- 頭金があった人に対して、その金額を尋ねたところ、「20~40万円未満」が18%で最も高く、次いで「20万円未満」と「200万円以上」がともに16%、「40~60万円未満」が15%で続く。平均は98.1万円であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも頭金の平均が15.2万円高い。
- ライフステージ別でみると、二世代家族は他のライフステージに比べて費用の平均が高い。

■頭金<二次調査>(頭金があった人のうち、金額回答者／單一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

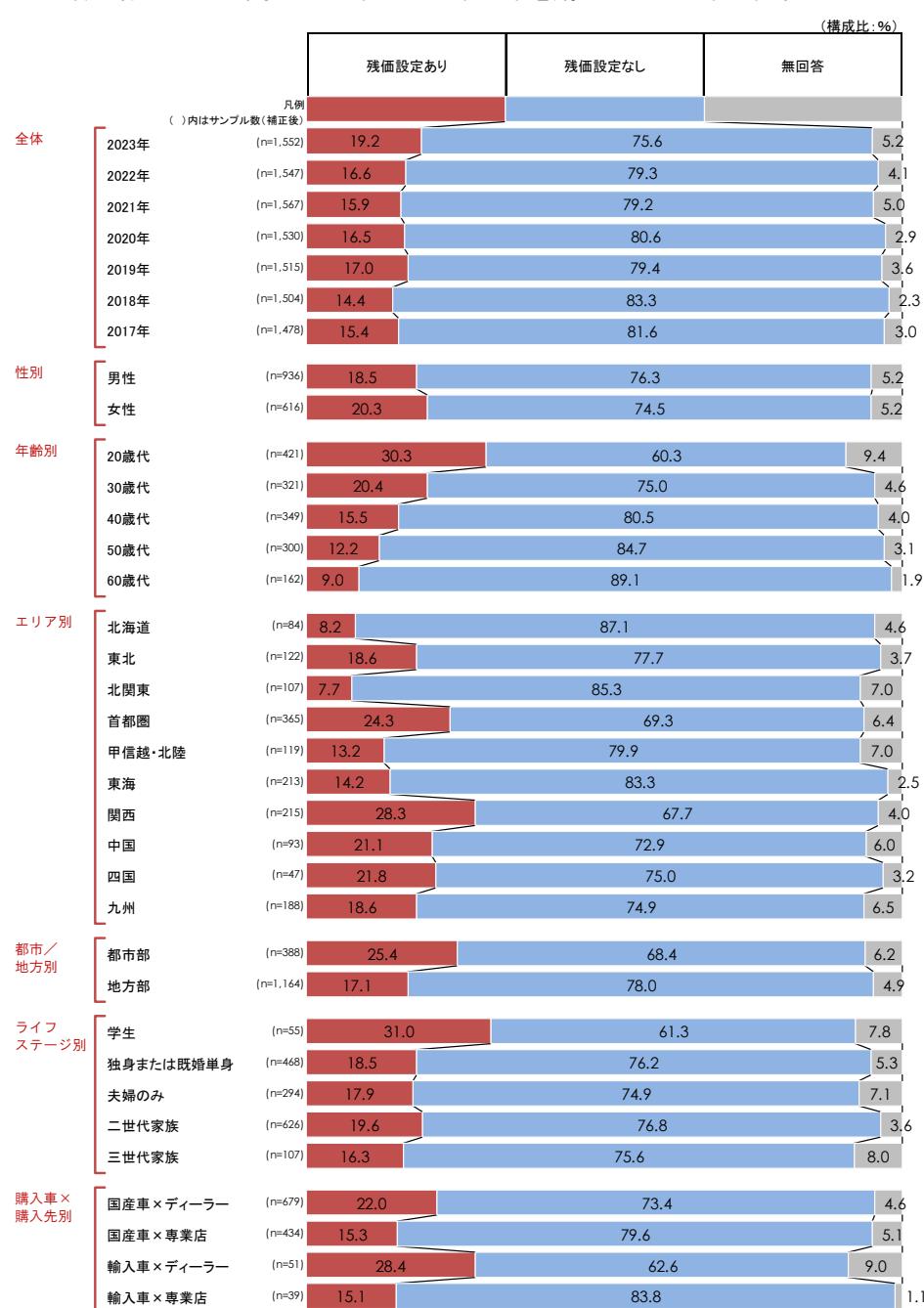
(構成比: %)

全體より5ポイント以上低い項目

②残価設定をした金額

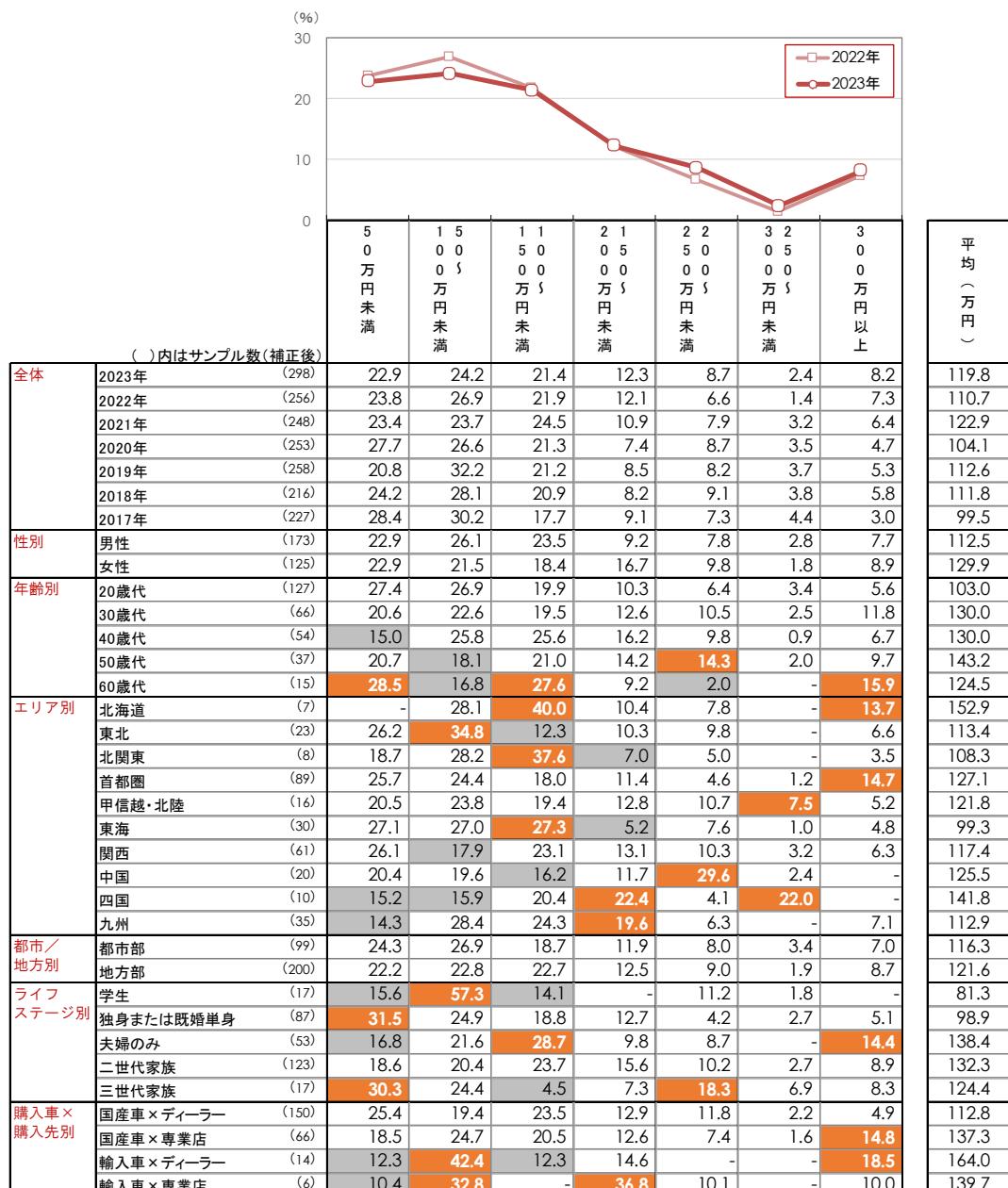
- 1年以内に中古車を購入した人に対して、残価設定をした金額の有無を尋ねたところ、「残価設定あり」は19%であった。

■残価設定をした金額の有無<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)



- 残価設定をした金額があった人に対して、その金額を尋ねたところ、「50～100万円未満」が24%で最も高く、次いで「50万円未満」が23%、「100～150万円未満」が21%で続く。平均は119.8万円であった。
- 年齢別でみると、20歳代は他の年代に比べて費用の平均が低い。
- ライフステージ別でみると、学生は他のライフステージに比べて費用の平均が低い。

■残価設定をした金額<二次調査>(残価設定をした金額があった人のうち、金額回答者／單一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

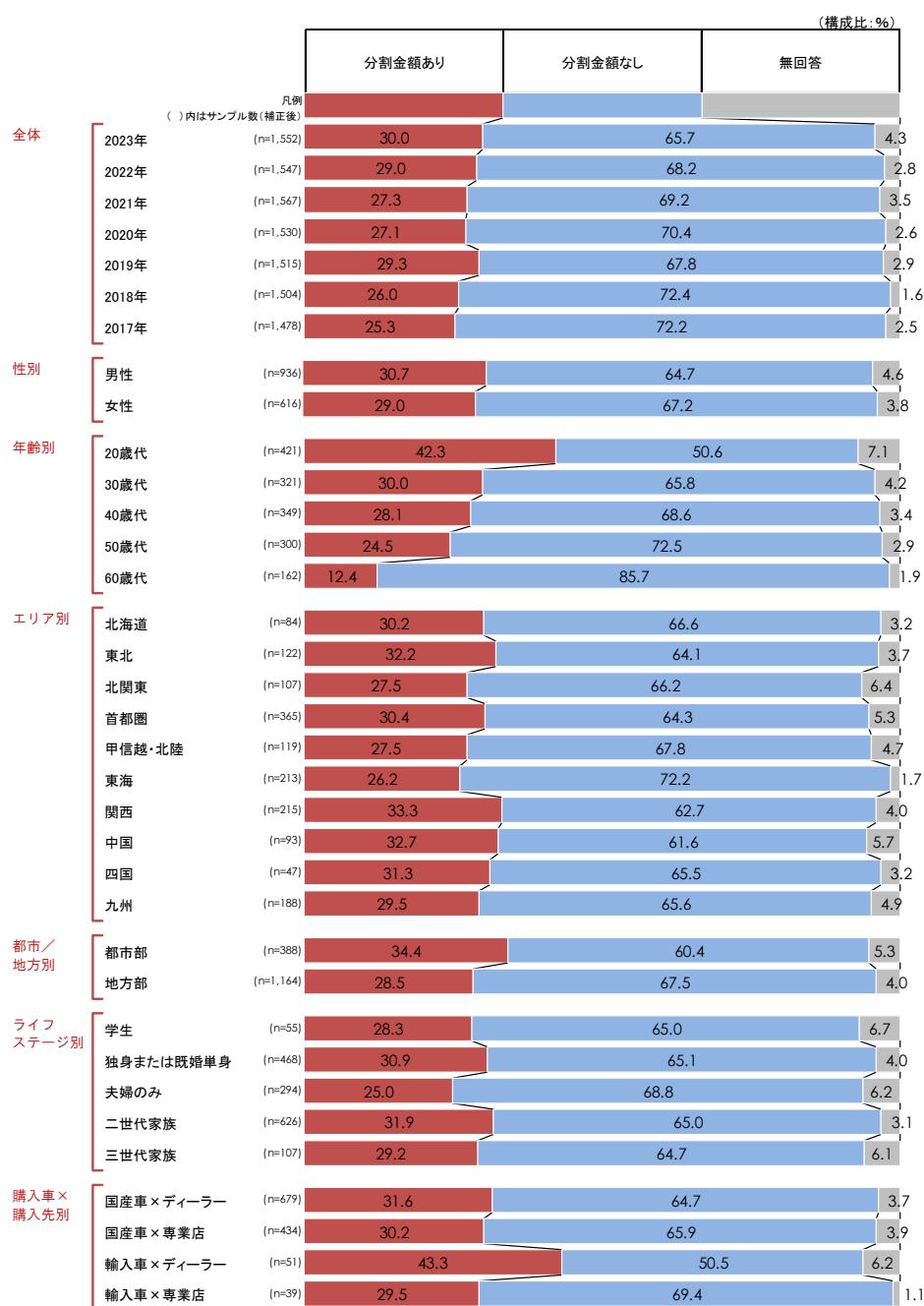
(構成比: %)

■ 全体より5ポイント以上低い項目

③分割して支払った金額

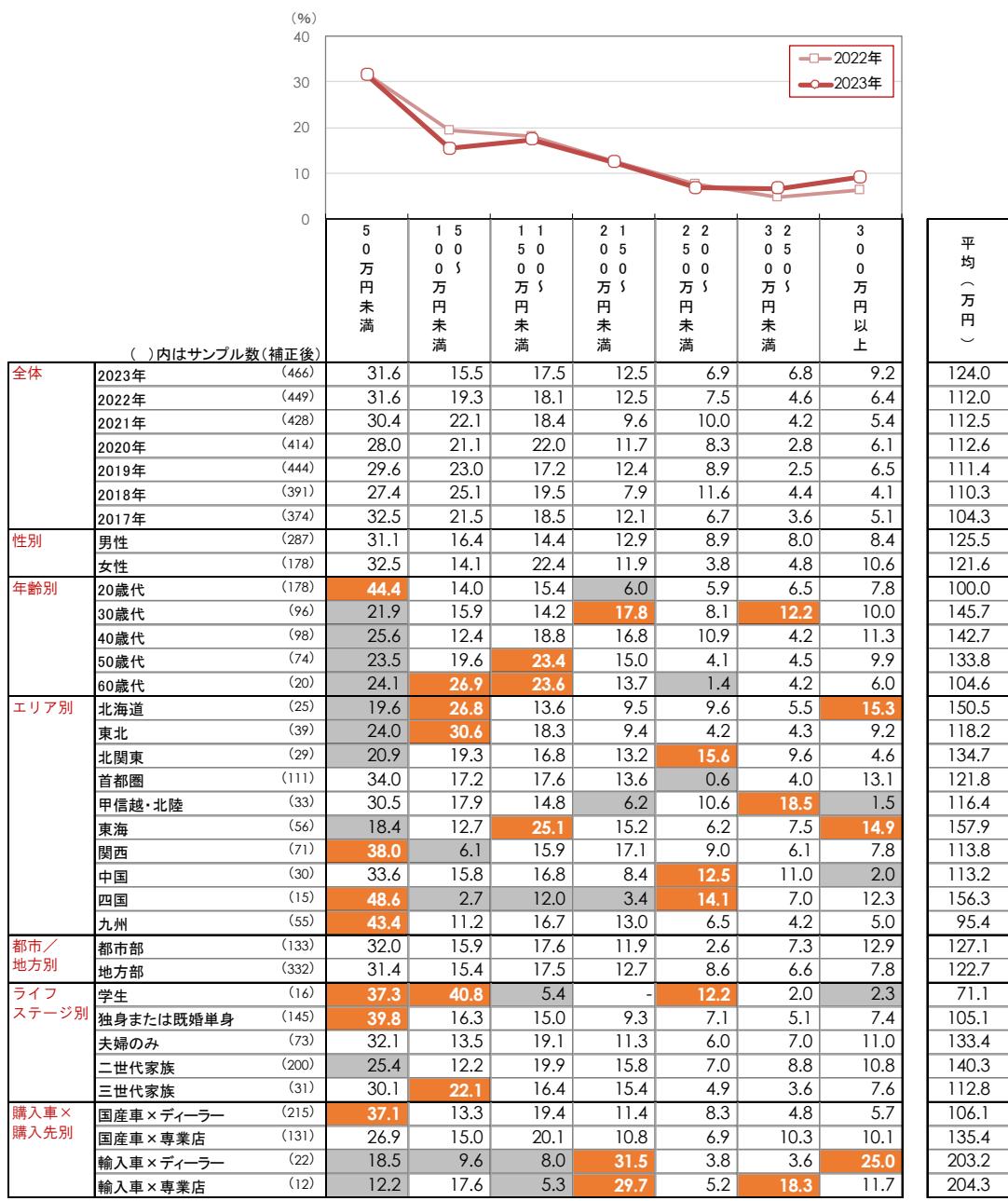
- 1年内に中古車を購入した人に対して、分割して支払った金額の有無を尋ねたところ、「分割金額あり」は30%であった。
- 年齢別でみると、年齢が低いほど「分割金額あり」が高くなる。

■分割して支払った金額の有無<二次調査>(1年内に中古車を購入した人／単一回答)



- 分割して支払った金額があった人に対して、その金額を尋ねたところ、「50万円未満」が32%で最も高く、次いで「100~150万円未満」が18%、「50~100万円未満」が16%で続く。平均は124万円であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも費用の平均が3.9万円高い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも費用の平均が高い。

■分割して支払った金額<二次調査>(分割して支払った金額があった人のうち、金額回答者／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

(構成比: %)

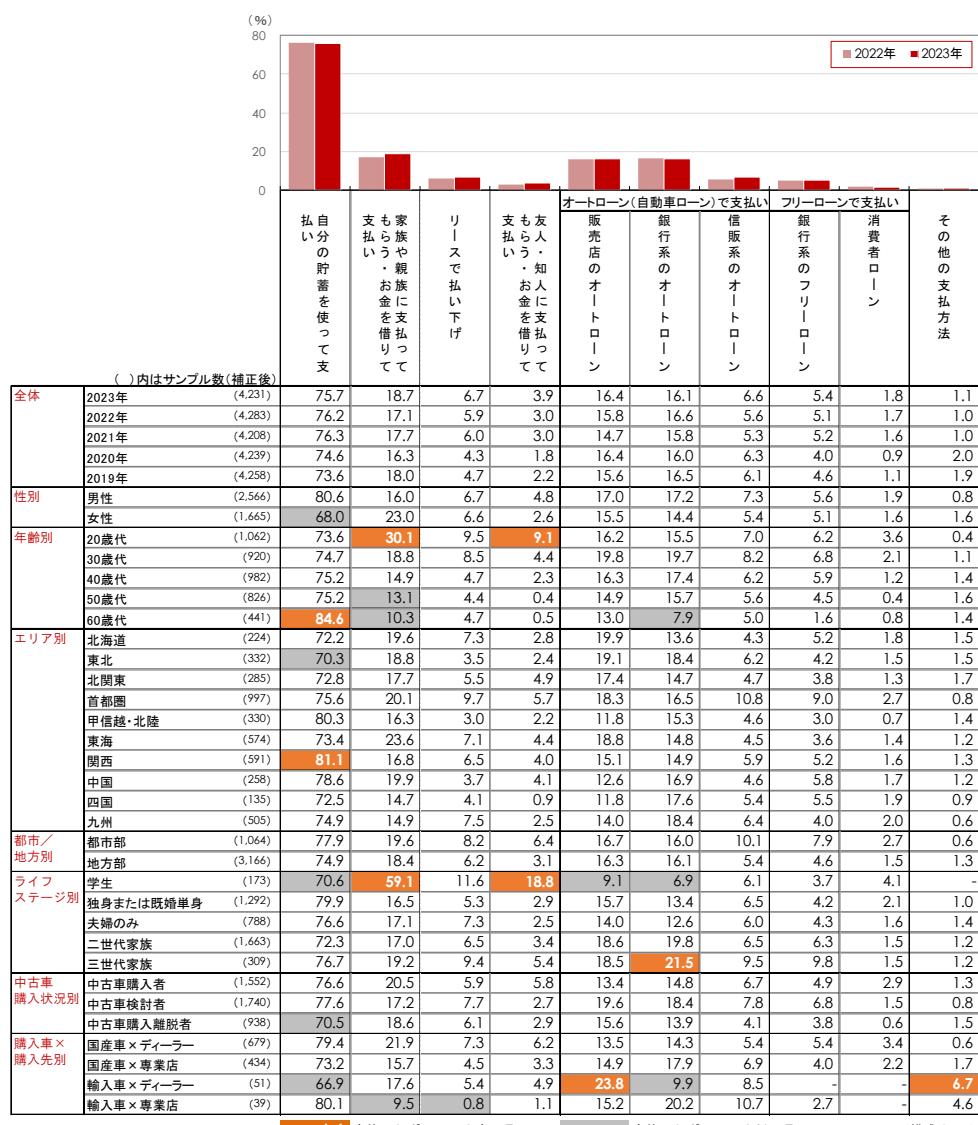
全般より5ポイント以上低い項目

3)直近で購入した中古車の費用の支払方法

(1)当初検討した支払方法

- 1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、当初検討した支払方法を尋ねたところ、「自分の貯蓄を使って支払い」が76%で最も高く、次いで「家族や親族に支払ってもらう・お金を借りて支払い」が19%、「販売店のオートローン」と「銀行系のオートローン」がともに16%で続く。
- 年齢別でみると、年齢が高いほど「自分の貯蓄を使って支払い」が概ね高くなり、年齢が低いほど「家族や親族に支払ってもらう・お金を借りて支払い」が高くなる。

■当初検討した支払方法<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



<参考>2018年調査では「ローンの種類」のみについて聴取しているため

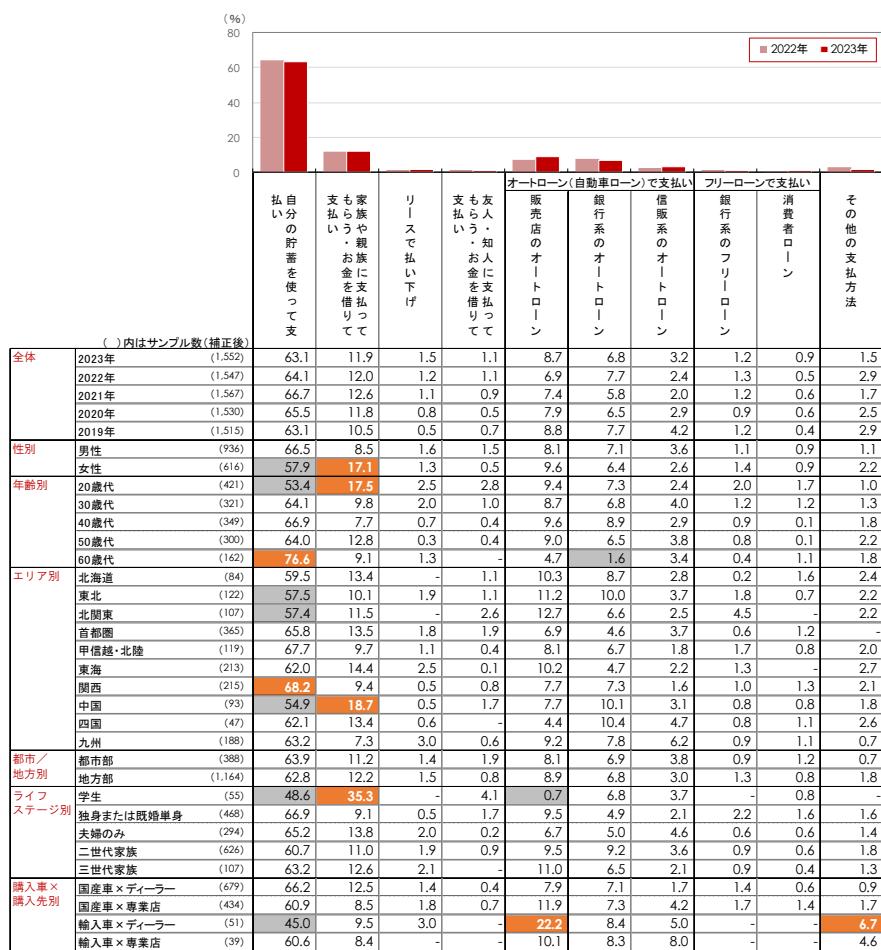
	口銀 行 ン 系 の オ ー ト	口信 販 ン 系 の オ ー ト	口販 売 ン 系 の オ ー ト	口銀 行 ン 系 の オ ー ト	消費 者 ロ ー ン	その 他 の ロ ー ン	調 査 し な か つ た	
()内はサンプル数(補正後)								
全般	2018年 (4,232)	21.9	8.1	20.8	5.2	1.7	0.9	61.5

(構成比: %)

(2) 実際の支払方法

- 1年内に中古車を購入した人に対して、実際の支払方法を尋ねたところ、「自分の貯蓄を使って支払い」が63%で最も高く、次いで「家族や親族に支払ってもらう・お金を借りて支払い」が12%、「販売店のオートローン」が9%、「銀行系のオートローン」が7%で続く。

■ 実際の支払方法<二次調査>(1年内に中古車を購入した人／単一回答)



※「当初検討した支払方法」の多い順にソート (構成比: %)

太字 全体より5ポイント以上高い項目

■ 全体より5ポイント以上低い項目

<参考1>2018年調査では「ローンの種類」のみについて聴取しているため

ローンの種類	口銀行系のオート	口信販系のオート	口販売店のオート	口銀行系のフリーローン	消費者ローン	その他のローン	利用しなかった
全般	11.0	4.4	10.0	1.0	0.3	0.9	70.4

(構成比: %)

<参考2>2018年調査では、ローンを利用しなかった人に対して、複数回答により「ローン以外の支払方法」について聴取しているため

支払方法	て自分の貯蓄を使う	お払家族をてや借りら族にたつに支・	お払友金つ人をて・借りら人たつに支・	たリースで払い下げ	払そ他の方法で支
全般	81.7	21.8	1.1	0.5	2.3

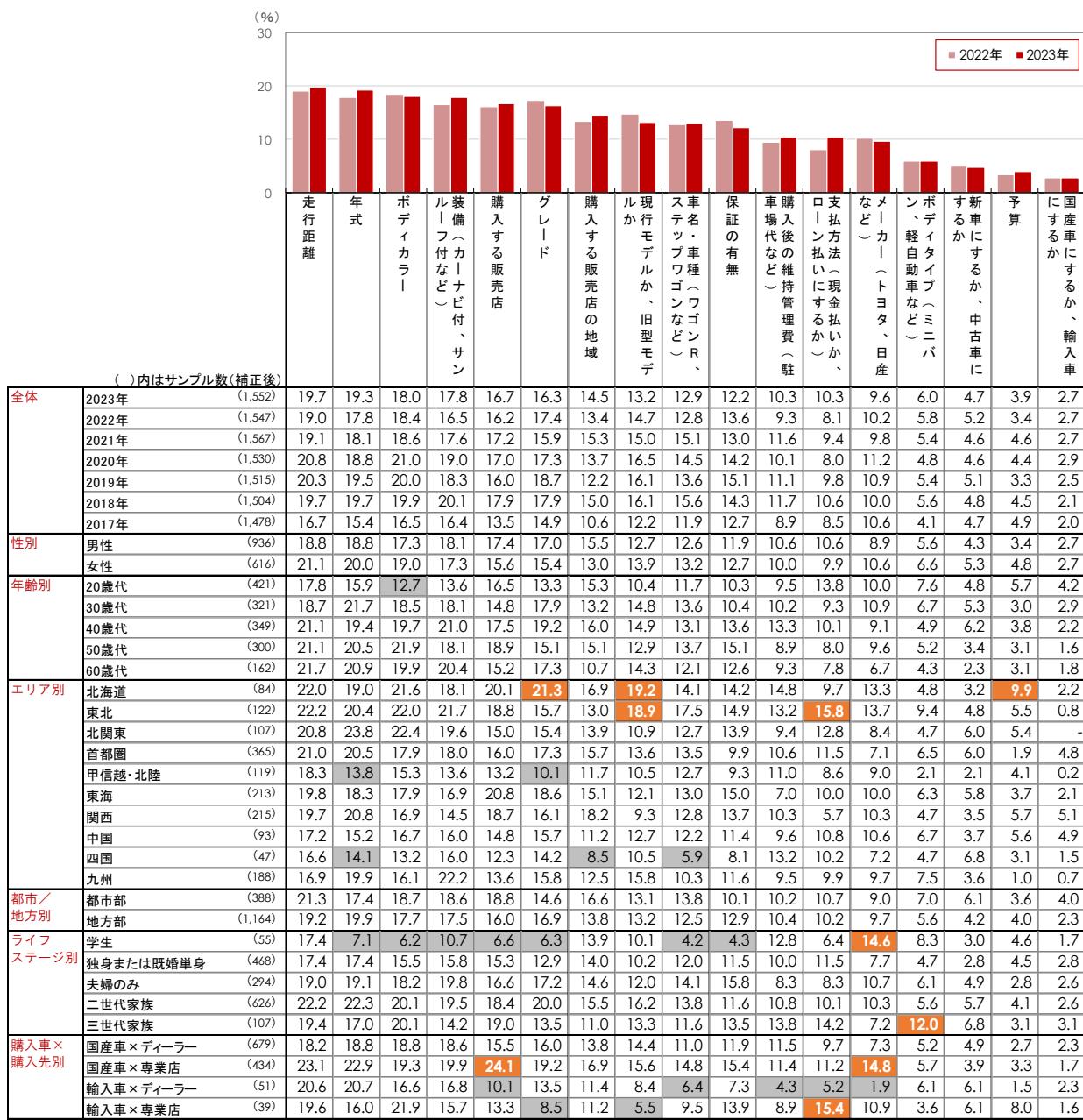
(構成比: %)

4)段階別検討項目

(1)購入する店舗やクルマを決定した段階で想定・検討し始めた項目

- 購入する店舗やクルマを決定した段階で想定・検討し始めた項目を尋ねたところ、「走行距離」が20%で最も高く、次いで「年式」が19%、「ボディカラー」と「装備」がともに18%、「購入する販売店」が17%で続く。

■購入する店舗やクルマを決定した段階で想定・検討し始めた項目<二次調査> (1年以内に中古車を購入した人／それぞれ単一回答)



※各項目について「購入する店舗やクルマを決定した段階」と回答した割合

(構成比: %)

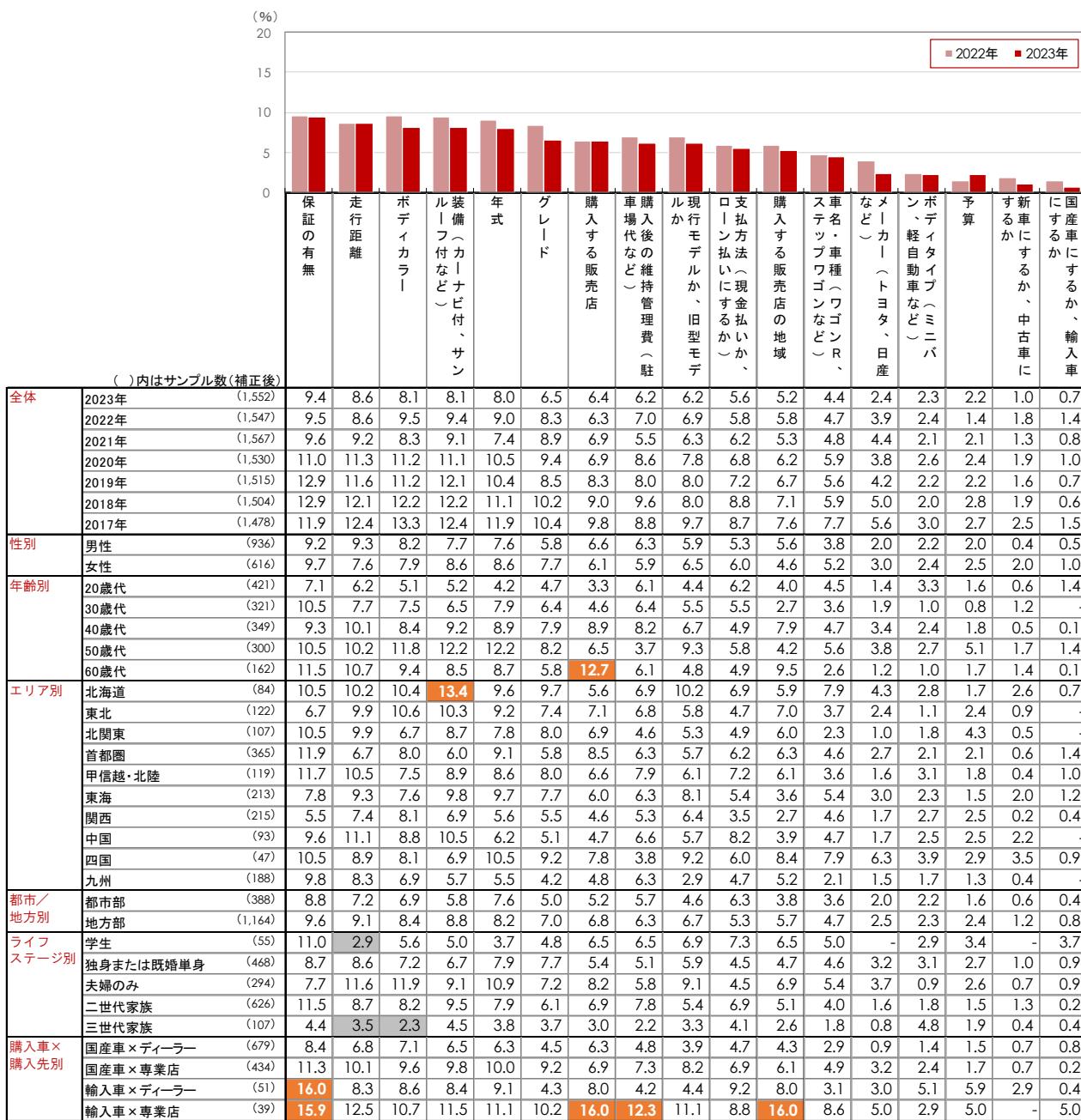
太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(2) 実際に購入した段階で決定した項目

- 実際に購入した段階で決定した項目を尋ねたところ、「保証の有無」と「走行距離」がともに9%で最も高く、次いで「ボディカラー」「装備」「年式」がともに8%で続く。

■実際に購入した段階で決定した項目<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／それぞれ单一回答)



※各項目について「実際に購入した段階」と回答した割合

(構成比: %)

太字 全体より5ポイント以上高い項目

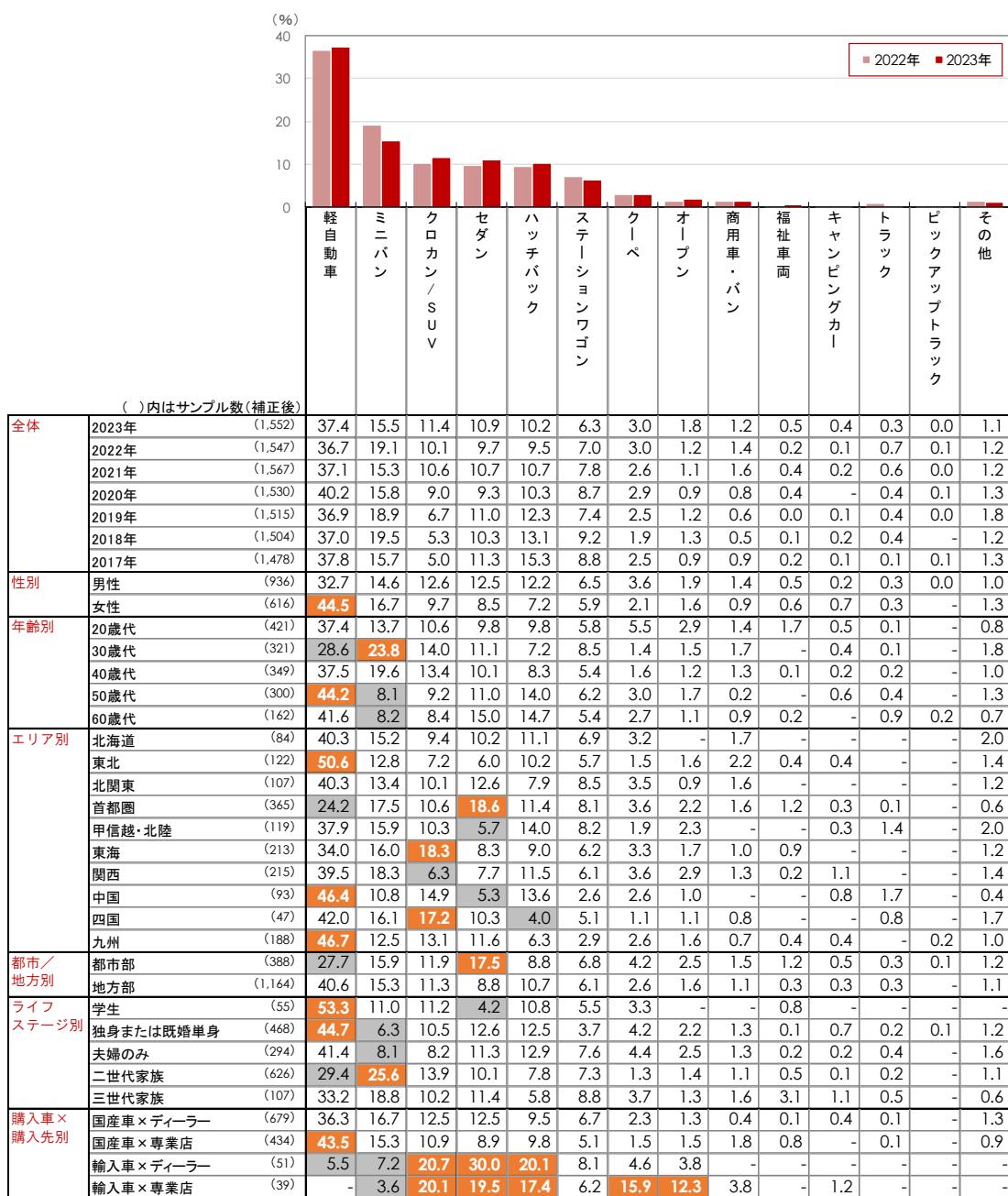
■ 全体より5ポイント以上低い項目

5) 購入した中古車の内容

(1) 直近で購入した中古車のボディタイプ

- 直近で購入した中古車のボディタイプを尋ねたところ、「軽自動車」が37%で最も高く、次いで「ミニバン」が16%、「クロカン/SUV」と「セダン」がともに11%、「ハッチバック」が10%で続く。
- 性別でみると、女性は男性よりも「軽自動車」が12ポイント高い。
- 年齢別でみると、30歳代は「ミニバン」、50歳代は「軽自動車」がそれぞれ他の年代に比べて高い。
- ライフステージ別でみると、学生、独身または既婚単身は「軽自動車」、二世代家族は「ミニバン」がそれぞれ他のライフステージに比べて高い。

■直近で購入した中古車のボディタイプ<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)

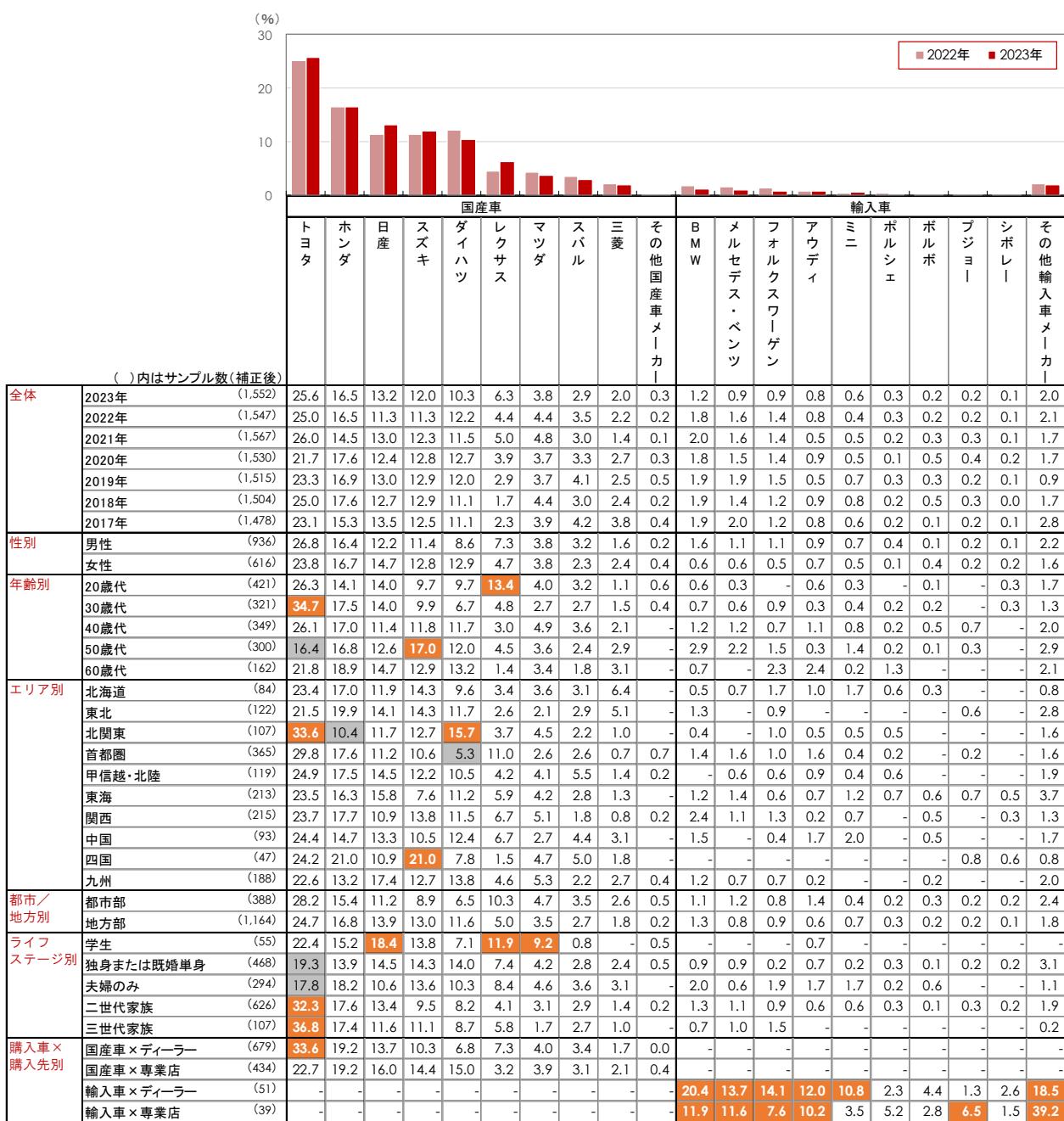


太字 全体より5ポイント以上高い項目 全体より5ポイント以上低い項目 (構成比: %)

(2)直近で購入した中古車のメーカー名

- 直近で購入した中古車のメーカー名を尋ねたところ、「トヨタ」が26%で最も高く、次いで「ホンダ」が17%、「日産」が13%、「スズキ」が12%、「ダイハツ」が10%で続く。
- ライフステージ別でみると、二世代家族、三世代家族は「トヨタ」がそれぞれ他のライフステージに比べて高い。

■直近で購入した中古車のメーカー名<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

全般より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

(3)直近で購入した中古車のエンジンタイプ

- 直近で購入した中古車のエンジンタイプを尋ねたところ、「ガソリンエンジン」が70%で最も高く、次いで「ハイブリッド」が21%で続く。
- 時系列でみると、「ハイブリッド」は概ね年々増加傾向にある。
- 年齢別でみると、60歳代は「ハイブリッド」が他の年代と比べて高い。
- 購入車別でみると、国産車は輸入車よりも「ハイブリッド」が高い。

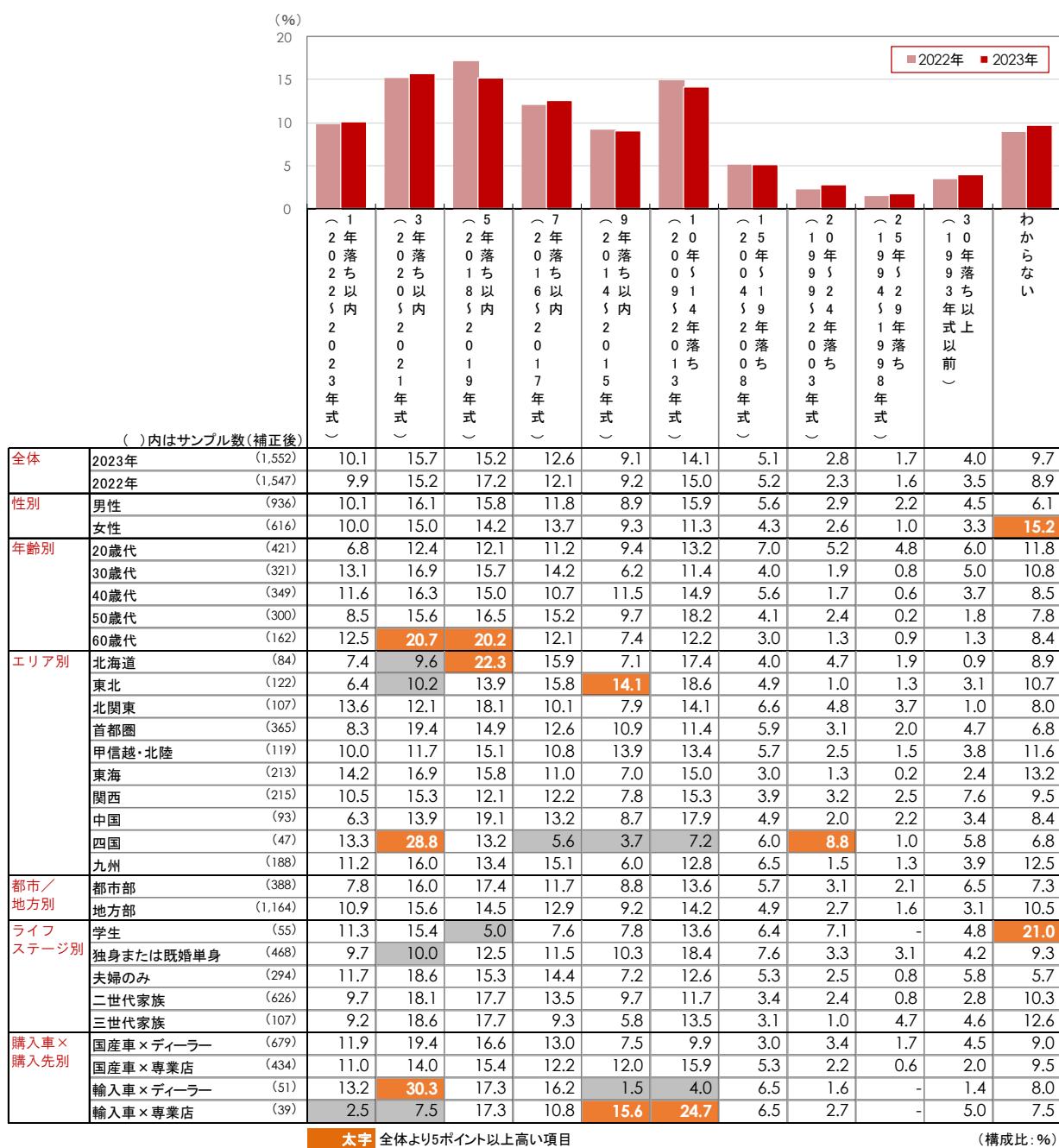
■直近で購入した中古車のエンジンタイプ<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)



(4)直近で購入した中古車の年式

- 直近で購入した中古車の年式を尋ねたところ、「3年落ち以内」が16%で最も高く、次いで「5年落ち以内」が15%、「10年～14年落ち」が14%で続く。
 - 年齢別でみると、60歳代は「3年落ち以内」と「5年落ち以内」が他の年代と比べて高い。
 - 購入先別でみると、国産車、輸入車それぞれについて、ディーラーで購入した人は専業店で購入した人よりも「1年落ち以内」と「3年落ち以内」が高い。

■直近で購入した中古車の年式＜二次調査＞(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

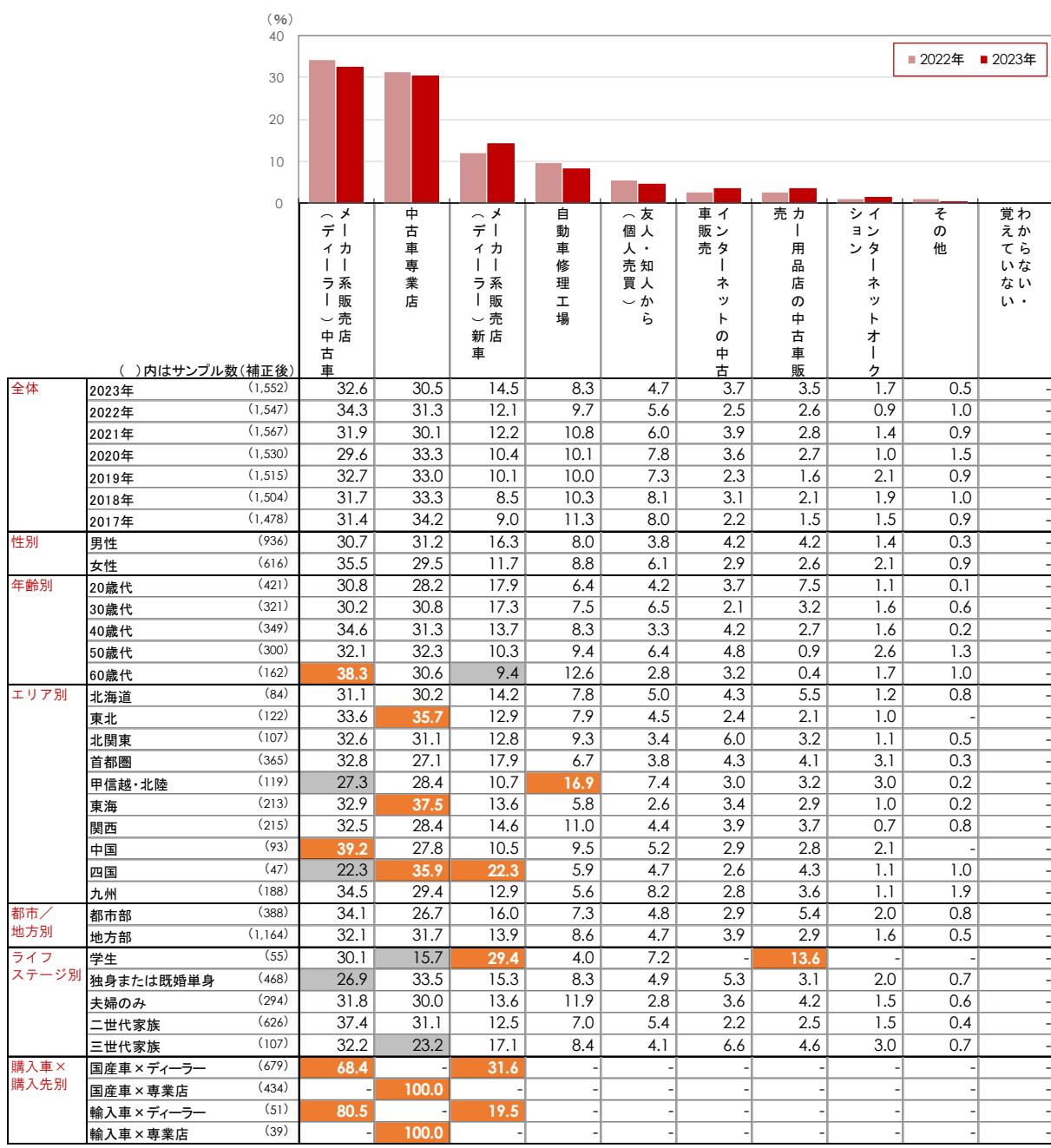
(構成比: %)

6) 中古車の購入先

(1) 直近で購入した中古車の購入先

- 直近で購入した中古車の購入先を尋ねたところ、「メーカー系販売店(ディーラー)中古車」が33%で最も高く、次いで「中古車専業店」が31%、「メーカー系販売店(ディーラー)新車」が15%で続く。
- 年齢別でみると、60歳代は「メーカー系販売店(ディーラー)中古車」が他の年代に比べて高い。

■直近で購入した中古車の購入先<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

全般より5ポイント以上低い項目

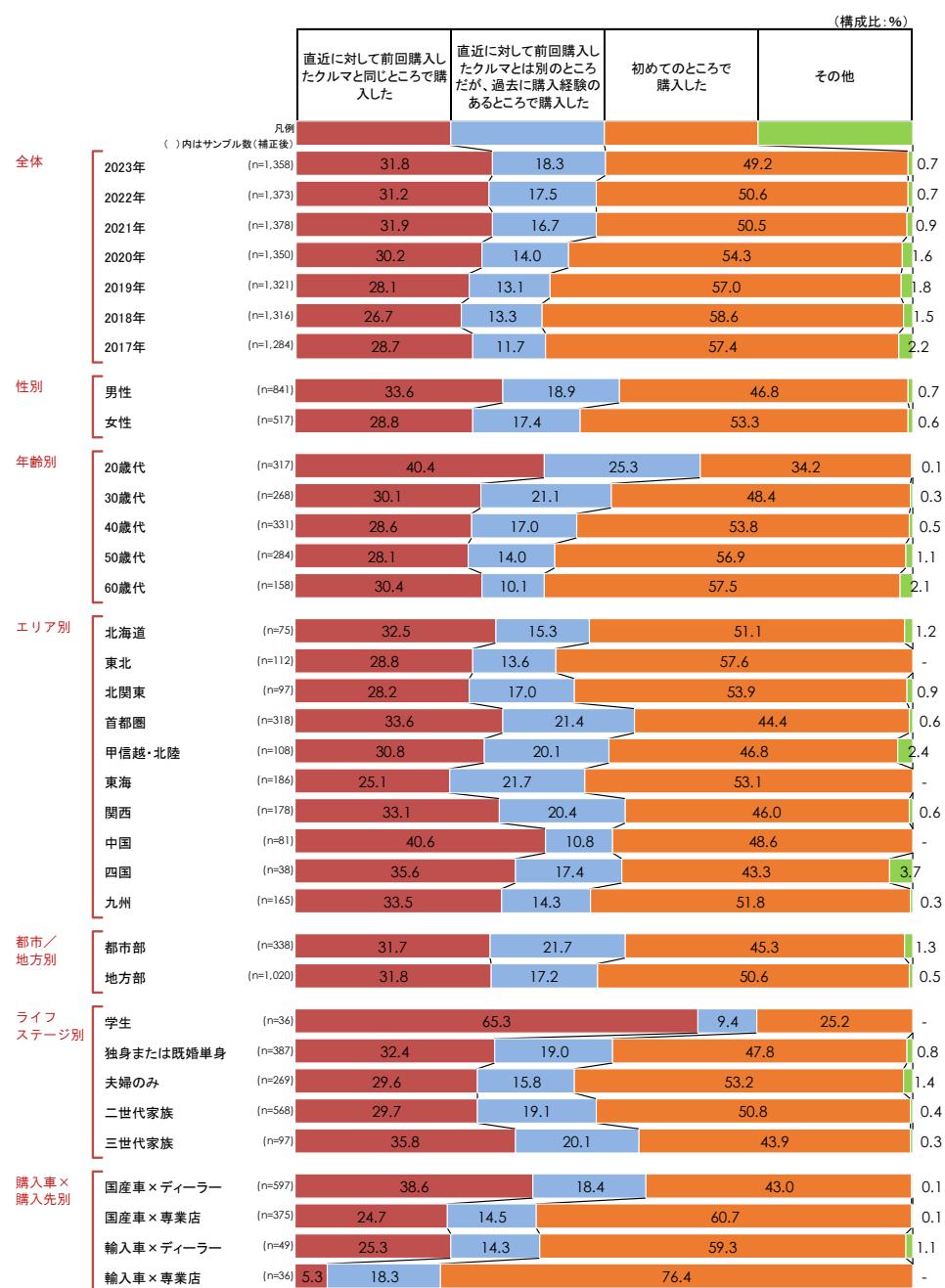
(構成比: %)

(2)直近で購入した中古車の購入先と前回購入先との一致度

- 1年内に中古車を購入した人のうち、前回購入したクルマがある人に対して、直近で購入した中古車の購入先と前回購入先との一致度を尋ねたところ、「直近に対して前回購入したクルマと同じところで購入した」が32%、「直近に対して前回購入したクルマとは別のところで購入した」が18%、「過去に購入経験のあるところで購入した」が49%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも過去に購入経験のあるところで購入した割合が高い。
- 購入先別でみると、国産車、輸入車それぞれについて、ディーラーで購入した人は専業店で購入した人よりも過去に購入経験のあるところで購入した割合が高い。

■直近で購入した中古車の購入先と前回購入先との一致度<二次調査>

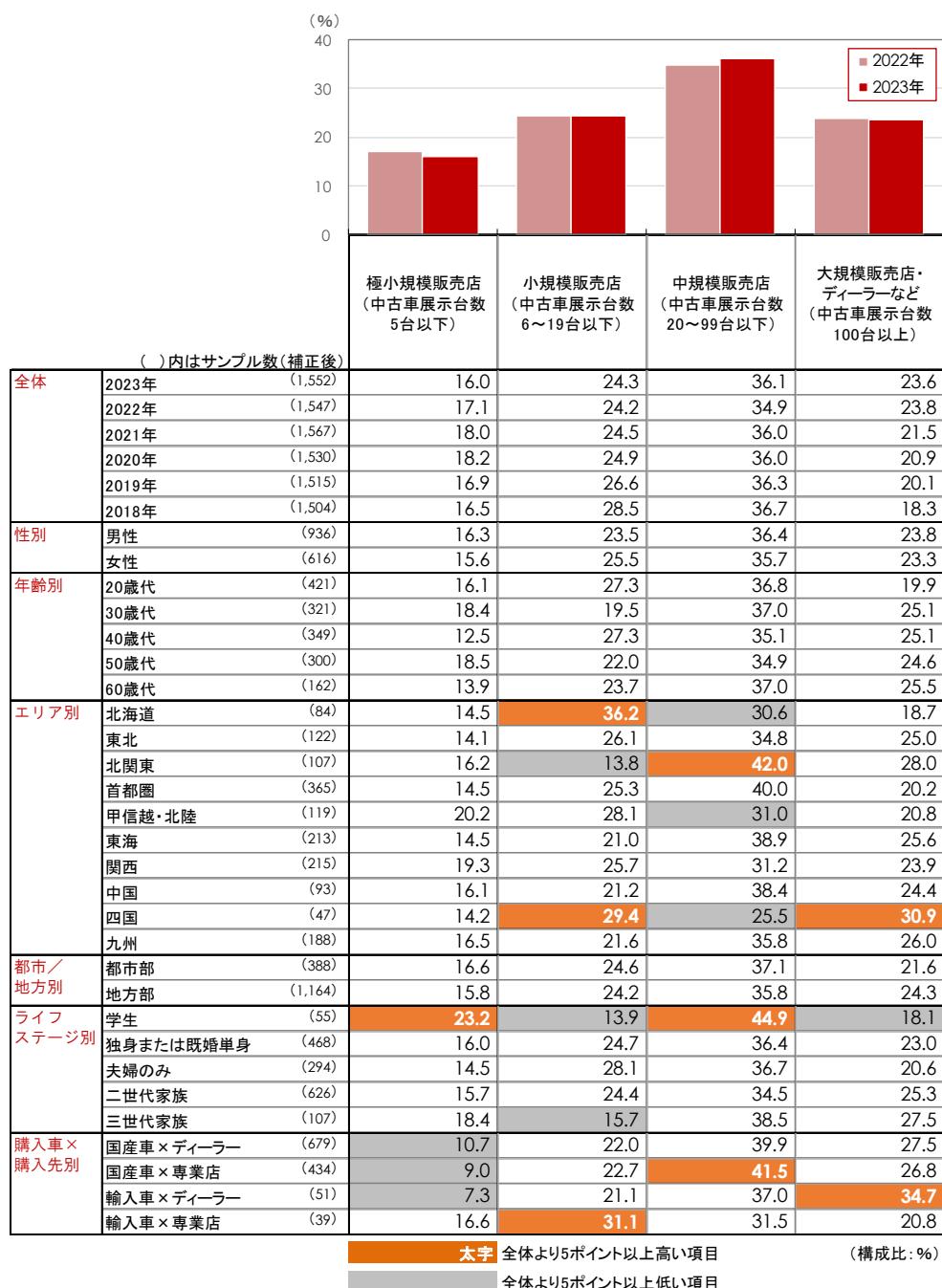
(1年内に中古車を購入した人のうち、前回購入したクルマがある人／単一回答)



(3)直近で中古車を購入した販売店の規模

- 1年内に中古車を購入した人に対して、直近で中古車を購入した販売店の規模を尋ねたところ、「中規模販売店(中古車展示台数20~99台以下)」が36%で最も高く、次いで「小規模販売店(中古車展示台数6~19台以下)」と「大規模販売店・ディーラーなど(中古車展示台数100台以上)」がともに24%、「極小規模販売店(中古車展示台数5台以下)」が16%で続く。

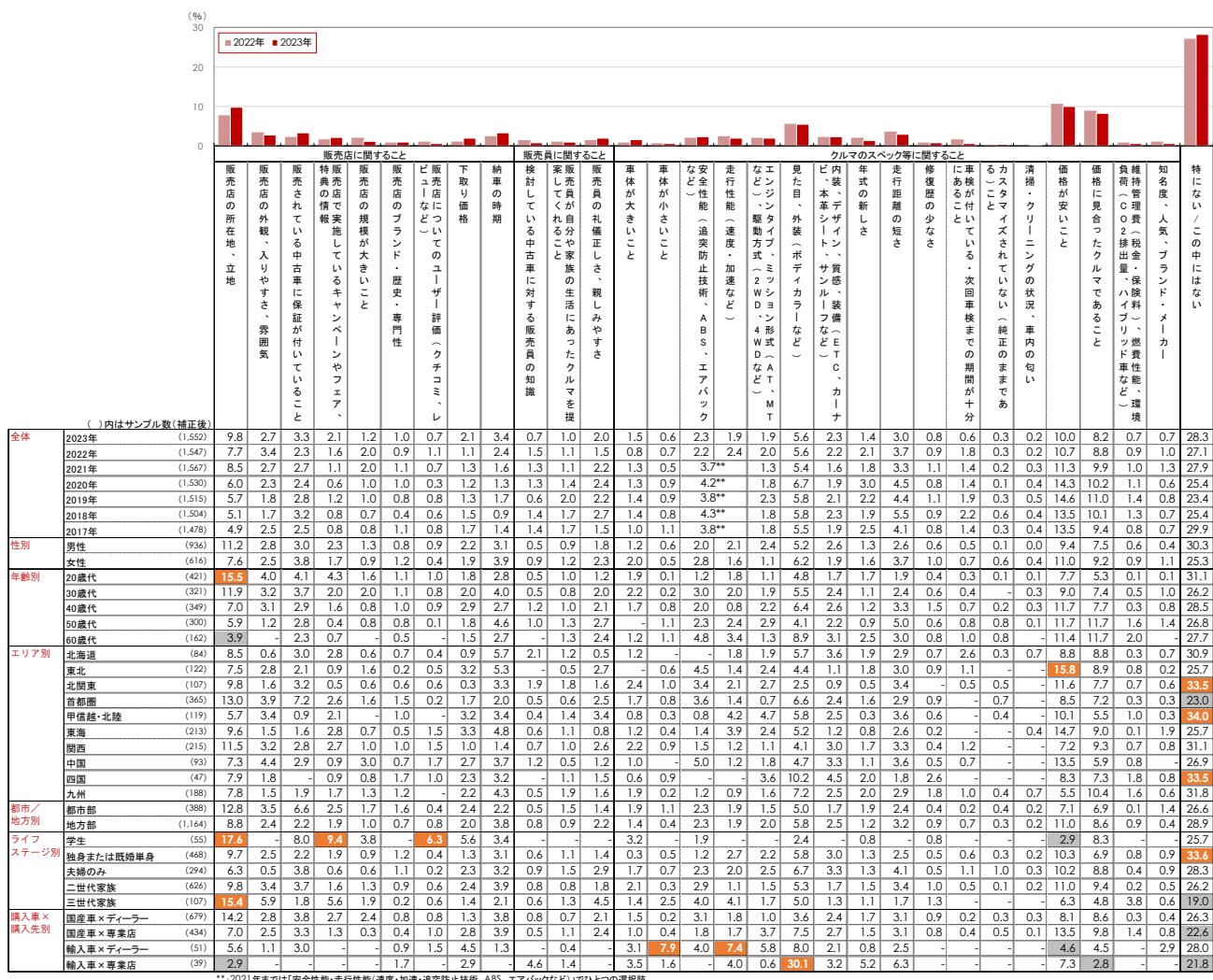
■直近で中古車を購入した販売店の規模<二次調査>(1年内に中古車を購入した人／単一回答)



7) 中古車購入の決め手

- 直近で購入した中古車の購入の決め手を尋ねたところ、「価格が安いこと」と「販売店の所在地、立地」がともに10%で最も高く、次いで「価格に見合ったクルマであること」が8%で続く。
 - 年齢別でみると、年齢が低いほど「販売店の所在地、立地」が高くなる。

■直近で購入した中古車の購入の決め手<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)



2021年までは「安全性能・走行性能(速度・加速・追突防止技術、ABS、エアバッグなど)」をひとつの選択肢

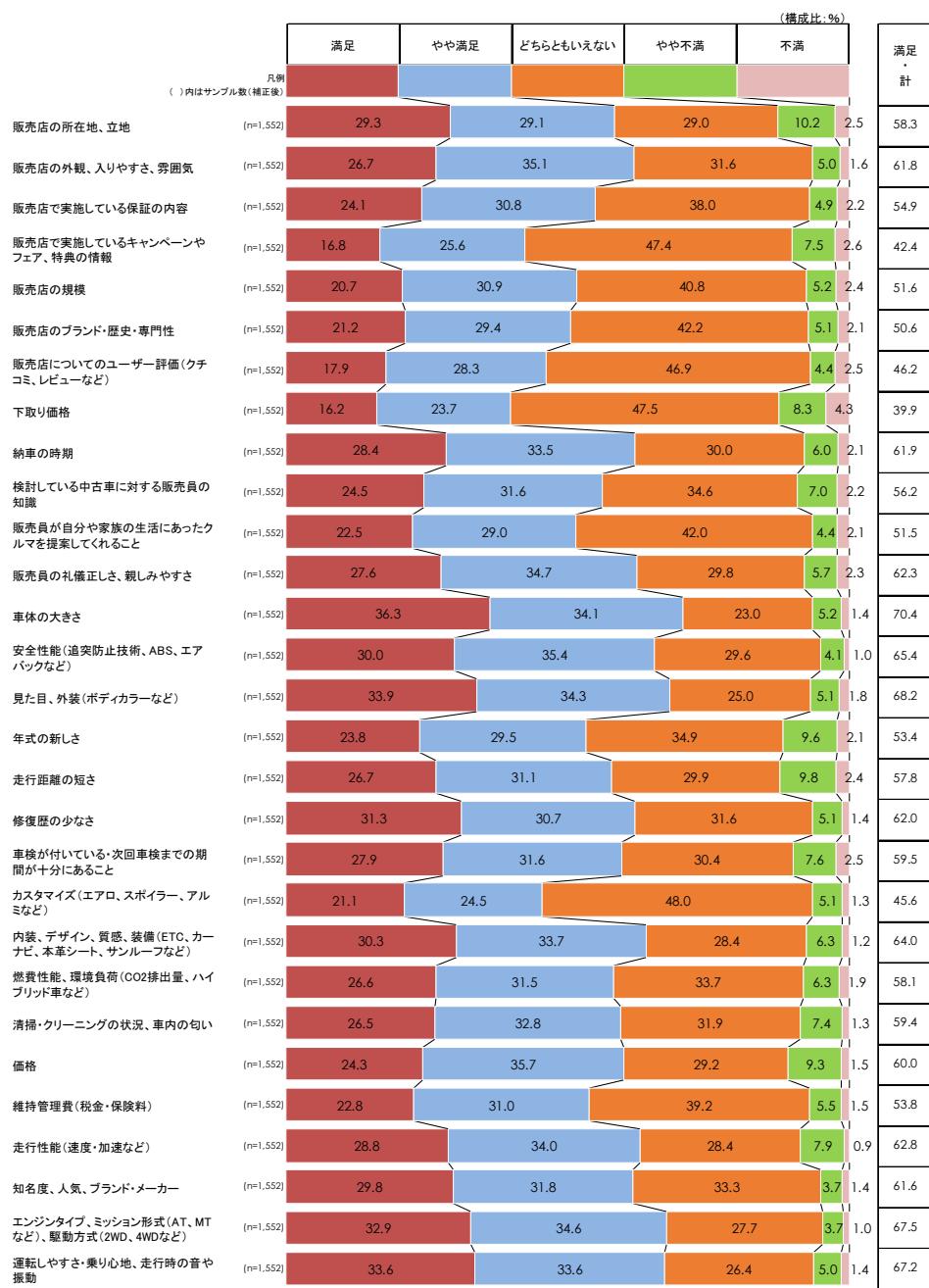
太字 全体より5ポイント以上高い項目 **太字** 全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

8) 中古車購入時の満足度

- 中古車購入時の満足度を尋ねたところ、「満足・計」(「満足」「やや満足」のいずれかを回答した人を集計)の割合は、「車体の大きさ」が70%で最も高く、次いで「見た目、外装」と「エンジンタイプ、ミッション形式、駆動方式」がともに68%、「運転しやすさ・乗り心地、走行時の音や振動」が67%、「安全性能」が65%、「内装、デザイン、質感、装備」が64%、「走行性能」が63%で続く。

■中古車購入時の満足度<二次調査>(1年内に中古車を購入した人／それぞれ単一回答)

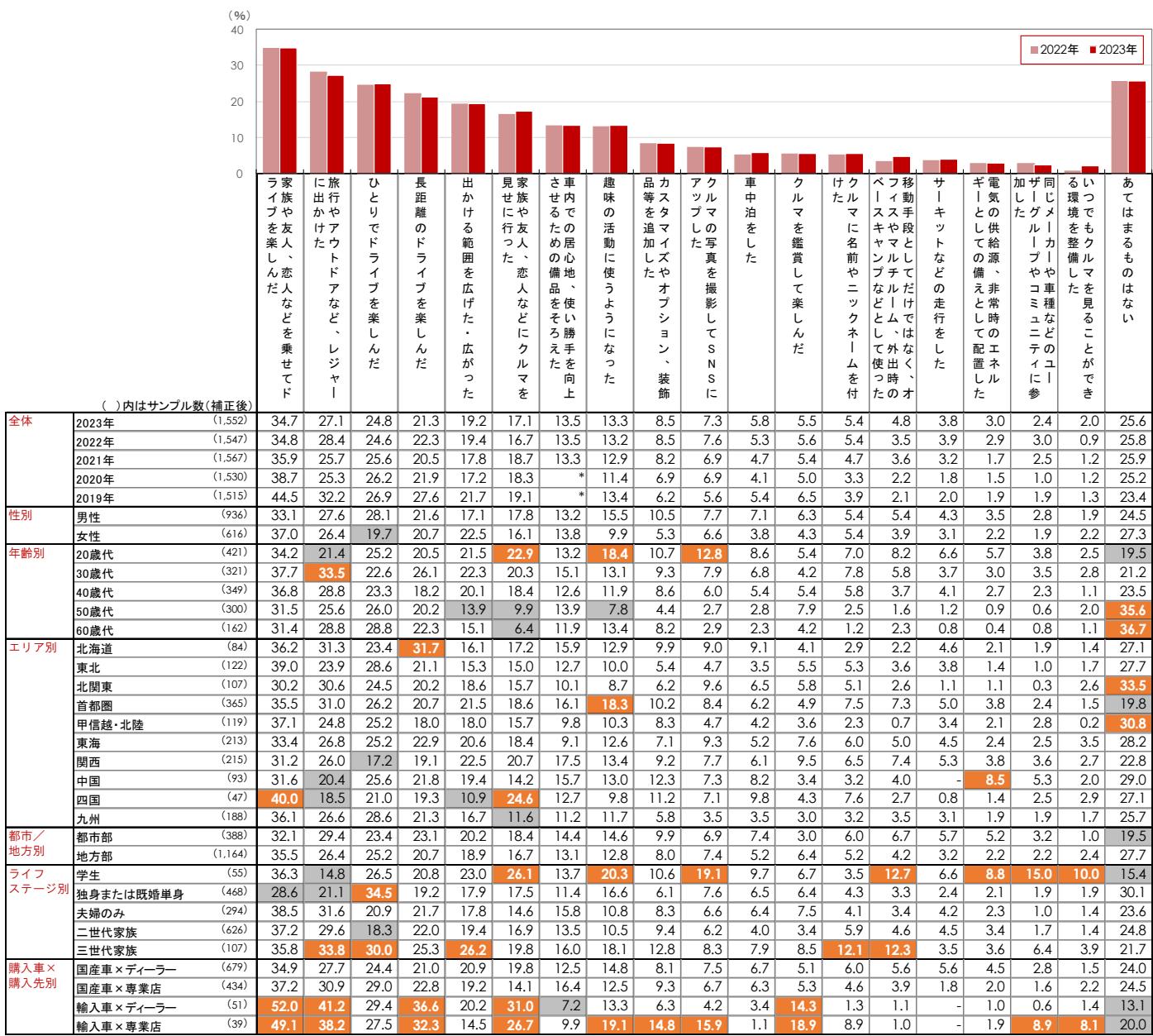


※「満足・計」:「満足」「やや満足」のいずれかを回答した人を集計

9) 中古車購入後のクルマの利用方法や楽しみ方

- 中古車購入後のクルマの利用方法や楽しみ方を尋ねたところ、「家族や友人、恋人などを乗せてドライブを楽しんだ」が35%で最も高く、次いで「旅行やアウトドアなど、レジャーに出かけた」が27%、「ひとりでドライブを楽しんだ」が25%で続く。
 - 年齢別でみると、年齢が低いほど「家族や友人、恋人などにクルマを見せに行った」「車中泊をした」「電気の供給源、非常時のエネルギーとしての備えとして配置した」などが高くなる。

■中古車購入後のクルマの利用方法や楽しみ方<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／複数回答)

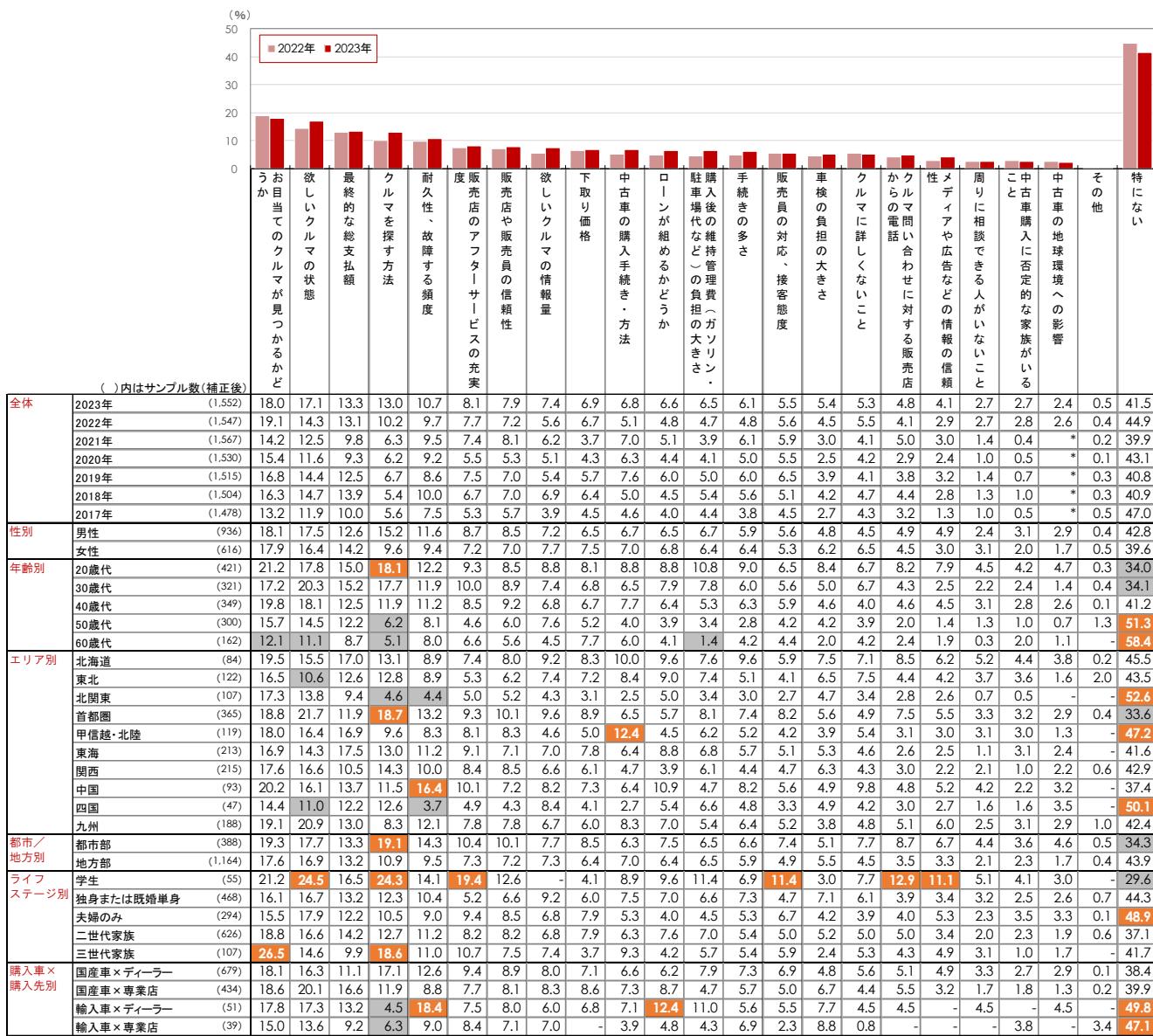


10) 中古車購入時の不安点

(1) 購入するクルマを具体的にイメージしてから購入決定までに困ったこと

- 購入するクルマを具体的にイメージしてから購入決定までに困ったことを尋ねたところ、「お目当てのクルマが見つかるかどうか」が18%で最も高く、次いで「欲しいクルマの状態」が17%、「最終的な総支払額」が13%で続く。一方、「特ない」は42%であった。
- 年齢別でみると、年齢が低いほど「特ない」が低くなることから、若年層は中古車購入にあたり困ったことが多いと考えられる。

■ 購入するクルマを具体的にイメージしてから購入決定までに困ったこと<二次調査> (1年以内に中古車を購入した人／複数回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

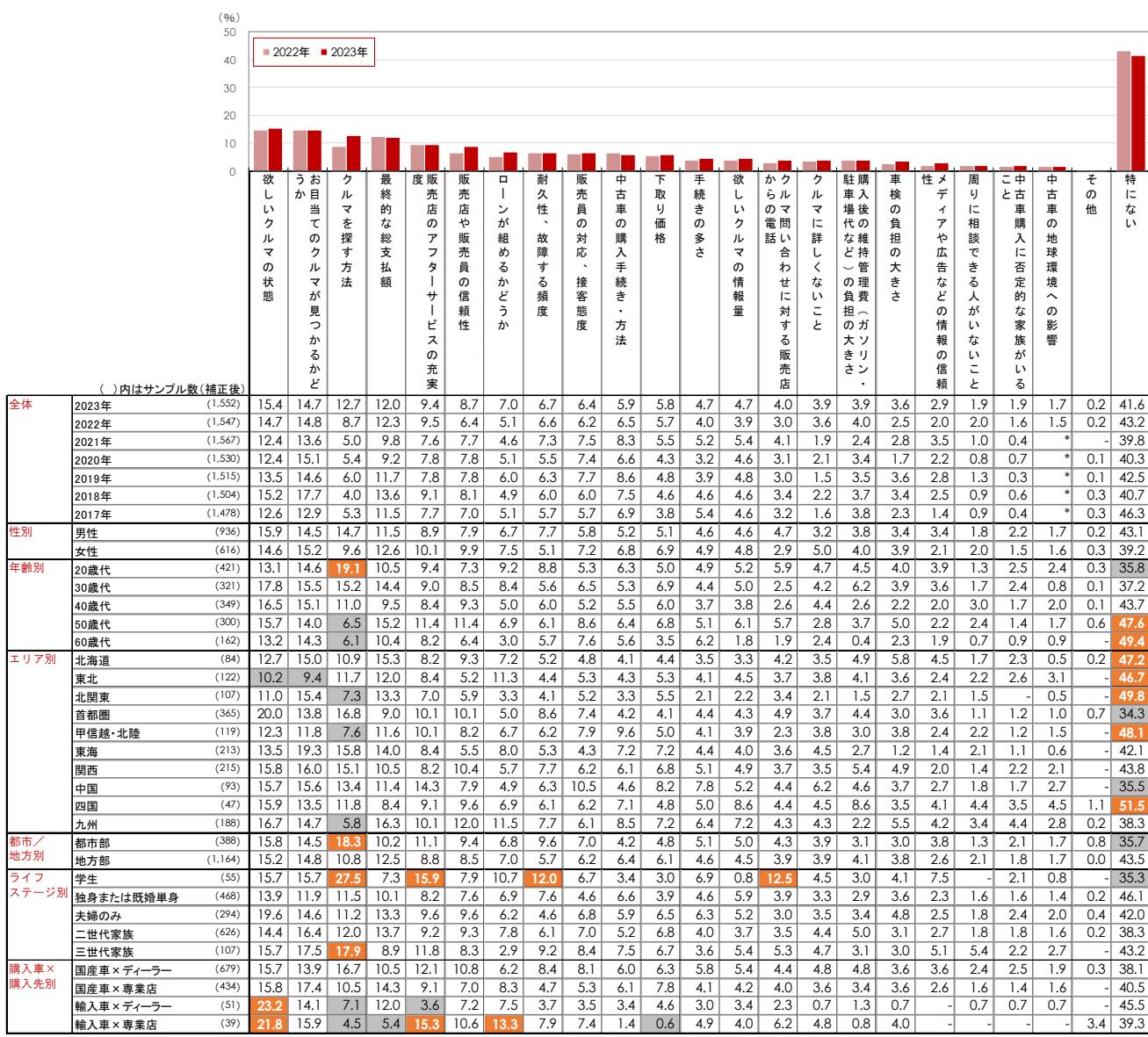
■ 全体より5ポイント以上低い項目

(構成比:%)

(2) 中古車購入時に解消された不安点

- 中古車購入時に解消された不安点を尋ねたところ、「欲しいクルマの状態」と「お目当てのクルマが見つかるかどうか」がともに15%で最も高く、次いで「クルマを探す方法」が13%、「最終的な総支払額」が12%で続く。

■ 中古車購入時に解消された不安点<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人／複数回答)

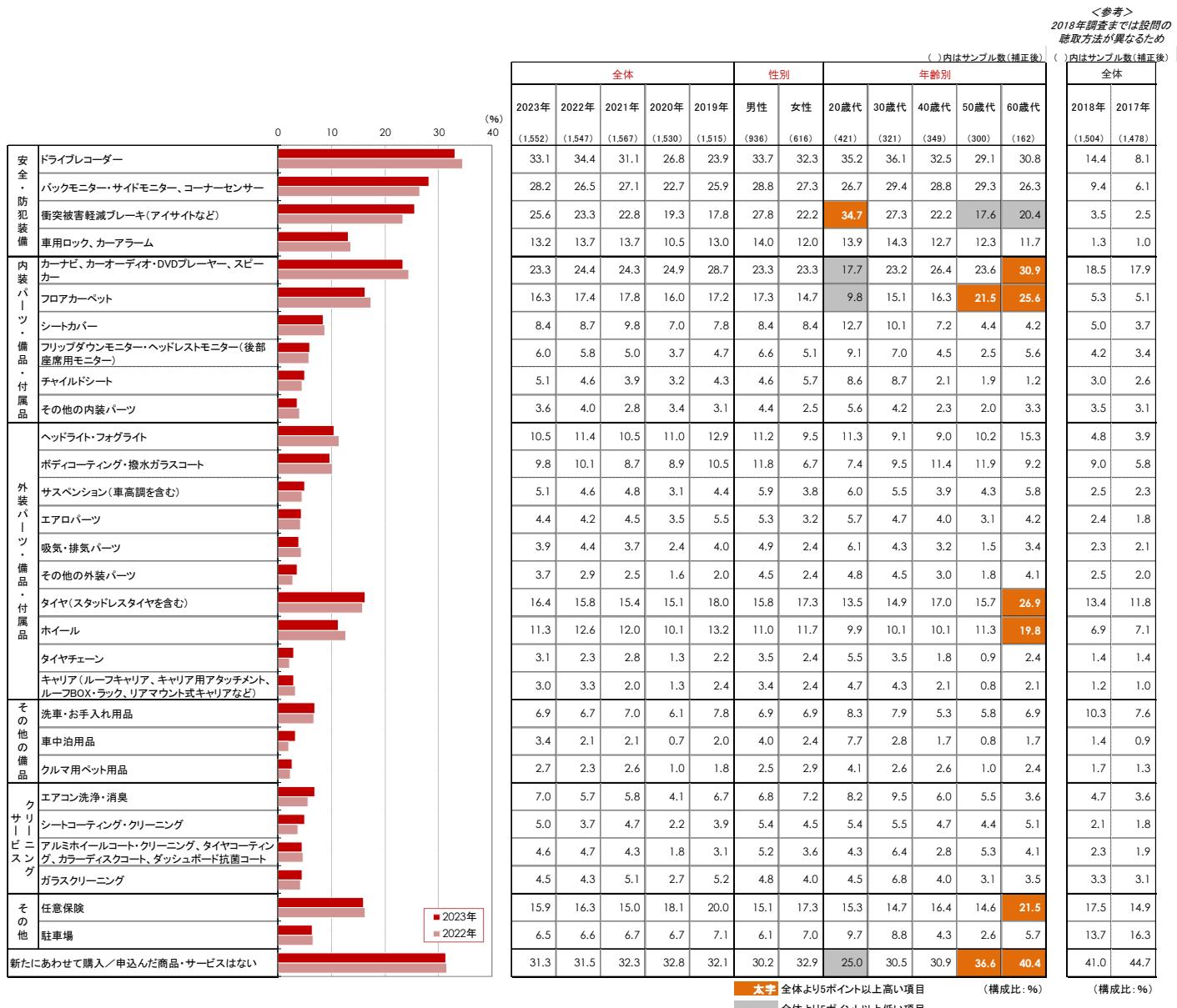


(構成比: %)

11) 中古車購入時に新たに購入／申込んだ商品・サービス

- 中古車購入時に新たに購入／申込んだ商品・サービスを尋ねたところ、「ドライブレコーダー」が33%で最も高く、次いで「バックモニター・サイドモニター、コーナーセンサー」が28%、「衝突被害軽減ブレーキ」が26%、「カーナビ、カーオーディオ・DVDプレーヤー、スピーカー」が23%で続く。
 - 年齢別でみると、年齢が高いほど「フロアカーペット」「タイヤ」「ホイール」が概ね高くなる。

■中古車購入時に新たに購入／申込んだ商品・サービス＜二次調査＞(1年以内に中古車を購入した人／複数回答)



- ライフステージ別でみると、学生、三世代家族は他のライフステージに比べて全般的に高い項目が多い。
- 購入車別でみると、輸入車を購入した人は国産車を購入した人よりも「ボディコーティング・撥水ガラスコート」が高い。

■中古車購入時に新たに購入／申込んだ商品・サービス＜二次調査＞【続】 (1年以内に中古車を購入した人／複数回答)

	エリア別										都市／地方別		ライフステージ別					購入車×購入先別				
	北海道 (84)	東北 (122)	北関東 (107)	首都圏 (365)	甲信越・ 北陸 (119)	東海 (213)	関西 (215)	中国 (93)	四国 (47)	九州 (188)	都市部 (388)	地方部 (1,164)	学生 (55)	独身または既婚単身 (468)	夫婦のみ (294)	二世代家族 (626)	三世代家族 (107)	国産車×ディーラー (679)	国産車×事業店 (434)	輸入車×ディーラー (51)	輸入車×専門店 (39)	
安全・防犯装備	ドライブレコーダー	29.8	25.3	32.9	36.6	27.9	37.0	31.4	38.5	36.0	30.6	38.8	31.2	41.6	27.8	34.4	40.6	36.5	30.4	47.4	28.3	
	バックモニター・サイドモニター、コーナーセンサー	24.9	30.2	26.5	29.4	25.0	28.3	28.1	30.1	34.2	26.6	30.4	27.5	33.2	22.4	27.1	30.6	40.6	31.1	26.0	36.2	23.5
	衝突被害軽減ブレーキ(アイサイトなど)	25.7	22.8	22.5	31.3	21.6	27.8	23.7	22.1	21.7	23.0	30.4	24.0	55.3	20.1	26.8	24.5	37.0	36.2	17.4	25.2	6.9
	車用ロック、カーラーム	10.0	10.4	11.2	17.8	9.0	14.2	9.8	14.8	13.9	13.1	17.3	11.8	21.8	10.0	11.8	14.1	20.3	14.6	12.7	18.1	10.1
内装バッジ・備品・付属品	カーナビ、カーオーディオ・DVDプレーヤー、スピーカー	23.6	24.9	26.4	24.7	23.6	20.6	20.7	28.3	22.9	20.9	24.2	23.0	19.9	19.6	26.0	23.2	33.6	23.6	26.7	25.4	13.7
	フロアカーペット	19.3	15.8	18.0	18.1	13.7	19.3	13.3	15.6	18.1	12.3	16.7	16.2	16.2	11.2	21.9	16.7	20.7	17.6	15.8	29.0	17.8
	シートカバー	10.1	2.5	5.7	9.3	8.1	11.8	7.8	9.3	7.9	8.0	10.7	7.6	25.4	7.0	6.6	7.5	15.1	9.8	8.1	12.5	3.1
	フリップダウンモニター・ヘッドレストモニター(後部座席用モニター)	7.8	3.6	3.9	7.1	5.2	6.8	8.0	8.9	2.9	2.7	7.8	5.4	17.8	2.3	6.1	6.7	11.1	6.4	6.4	4.4	2.9
外装バッジ・備品・付属品	チャイルドシート	7.6	4.7	2.2	6.9	1.2	5.6	5.4	9.5	1.2	2.6	6.9	4.5	12.8	1.5	3.6	7.0	8.5	6.0	5.7	1.9	2.9
	その他の内装バーツ	6.5	3.7	1.3	3.8	3.6	4.7	3.3	6.1	1.5	1.7	3.7	3.6	15.3	1.8	4.5	2.9	6.7	4.2	3.9	5.4	-
	ヘッドライト・フォグライト	11.1	11.9	13.0	9.5	10.3	10.5	8.1	13.9	8.6	11.8	9.5	10.9	22.8	9.5	13.6	7.9	16.1	13.1	10.0	10.2	4.9
	ボディコーティング・撥水ガラスコート	8.3	8.0	11.3	9.0	3.9	12.1	11.9	8.8	12.2	11.0	9.8	9.8	13.0	7.9	11.0	9.1	16.3	10.4	11.2	20.7	16.4
その他外装バーツ	サスペンション(車高調を含む)	6.6	4.2	5.3	4.8	3.4	5.8	6.0	6.3	4.4	4.2	5.7	4.9	14.2	2.5	6.3	4.0	15.2	5.5	4.9	8.9	6.1
	エアロバーツ	5.9	4.1	3.9	3.6	4.3	4.8	4.3	8.3	4.2	4.1	4.6	4.4	12.7	2.4	3.5	4.5	11.0	5.1	4.0	6.3	6.7
	吸気・排気バーツ	5.4	3.2	2.6	4.6	1.5	4.5	4.0	4.7	2.6	3.7	4.4	3.7	13.2	2.1	2.5	3.4	12.7	4.7	4.2	5.2	4.1
	その他の外装バーツ	7.0	2.6	1.8	4.2	3.1	5.2	3.7	4.8	0.6	1.7	3.8	3.6	14.3	1.8	2.6	3.7	8.7	4.2	3.9	-	7.5
その他付属品	タイヤ(スタッドレスタイヤを含む)	34.8	28.9	14.7	13.7	23.4	15.7	8.1	21.4	6.5	11.9	13.3	17.4	24.1	14.3	16.5	15.3	26.2	16.5	17.8	20.0	13.8
	ホイール	16.7	20.8	7.7	7.5	18.7	15.8	6.2	12.4	8.0	8.5	10.1	11.7	19.3	7.6	12.9	10.6	22.5	10.9	11.3	17.5	15.6
	タイヤチェーン	3.0	1.6	1.7	4.6	0.9	4.6	3.0	3.9	2.6	1.1	3.8	2.8	15.0	0.8	2.5	3.1	6.6	3.8	3.8	-	-
	キャリア(ルーフキャリア、キャリア用アタッチメント、ルーフBOX・ラック、リアマウント式キャリアなど)	2.3	1.9	0.3	3.6	1.4	5.9	2.9	3.7	1.8	2.3	2.7	3.1	10.6	1.6	2.4	2.7	8.8	3.6	2.5	3.5	-
その他備品	洗車・お手入れ用品	13.3	4.8	7.2	7.6	3.0	7.4	8.3	4.8	6.1	5.3	7.4	6.7	15.2	5.3	7.0	6.9	8.5	7.0	7.5	6.8	8.8
	車中泊用品	4.8	1.3	0.4	4.4	1.1	6.3	3.6	3.7	1.1	1.9	4.3	3.0	11.2	2.6	3.3	2.8	5.4	4.3	2.9	0.6	2.9
	クルマ用ペット用品	3.4	1.9	1.1	1.9	-	5.1	5.4	1.3	1.9	1.9	2.6	2.7	9.0	1.9	2.5	2.1	7.2	2.6	2.5	4.3	1.2
クリーニング	エアコン洗浄・消臭	8.3	3.5	5.5	8.3	3.4	7.7	7.1	3.4	3.8	10.7	6.4	7.2	11.8	6.7	4.5	6.7	14.1	8.4	6.7	4.1	2.4
	シートコーティング・クリーニング	7.0	4.4	3.7	4.5	2.3	7.6	6.2	4.3	2.4	4.9	5.4	4.9	11.4	3.7	4.2	4.7	11.4	5.2	4.6	12.1	1.7
	アルミホイールコート・クリーニング、タイヤコーティング、カラーディスクコート、ダッシュボード抗菌コート	6.3	3.8	3.3	5.2	2.5	6.1	4.4	3.6	3.0	4.4	3.5	5.0	9.3	3.0	5.5	4.2	7.9	4.9	5.0	8.9	11.7
	ガラスクリーニング	4.8	3.3	3.1	4.5	1.6	6.9	5.1	2.8	2.1	5.6	3.5	4.8	6.9	3.6	3.5	4.3	10.0	4.1	5.7	6.9	4.2
その他	任意保険	15.8	13.4	15.1	17.4	12.1	20.5	14.7	18.7	12.7	13.4	15.6	16.1	22.3	15.4	18.5	13.6	20.7	15.8	16.7	23.3	20.0
	駐車場	6.4	5.8	3.3	7.2	1.1	9.3	8.6	8.0	3.3	5.5	8.2	5.9	13.4	6.9	7.3	4.9	7.2	7.9	5.6	9.8	8.3
新たにあわせて購入／申込んだ商品・サービスはない	28.2	29.8	39.2	25.6	35.3	32.1	32.1	32.9	33.9	34.7	24.1	33.7	13.7	37.8	29.6	29.5	27.8	27.2	32.6	20.1	38.0	-

太字 全体より5ポイント以上高い項目

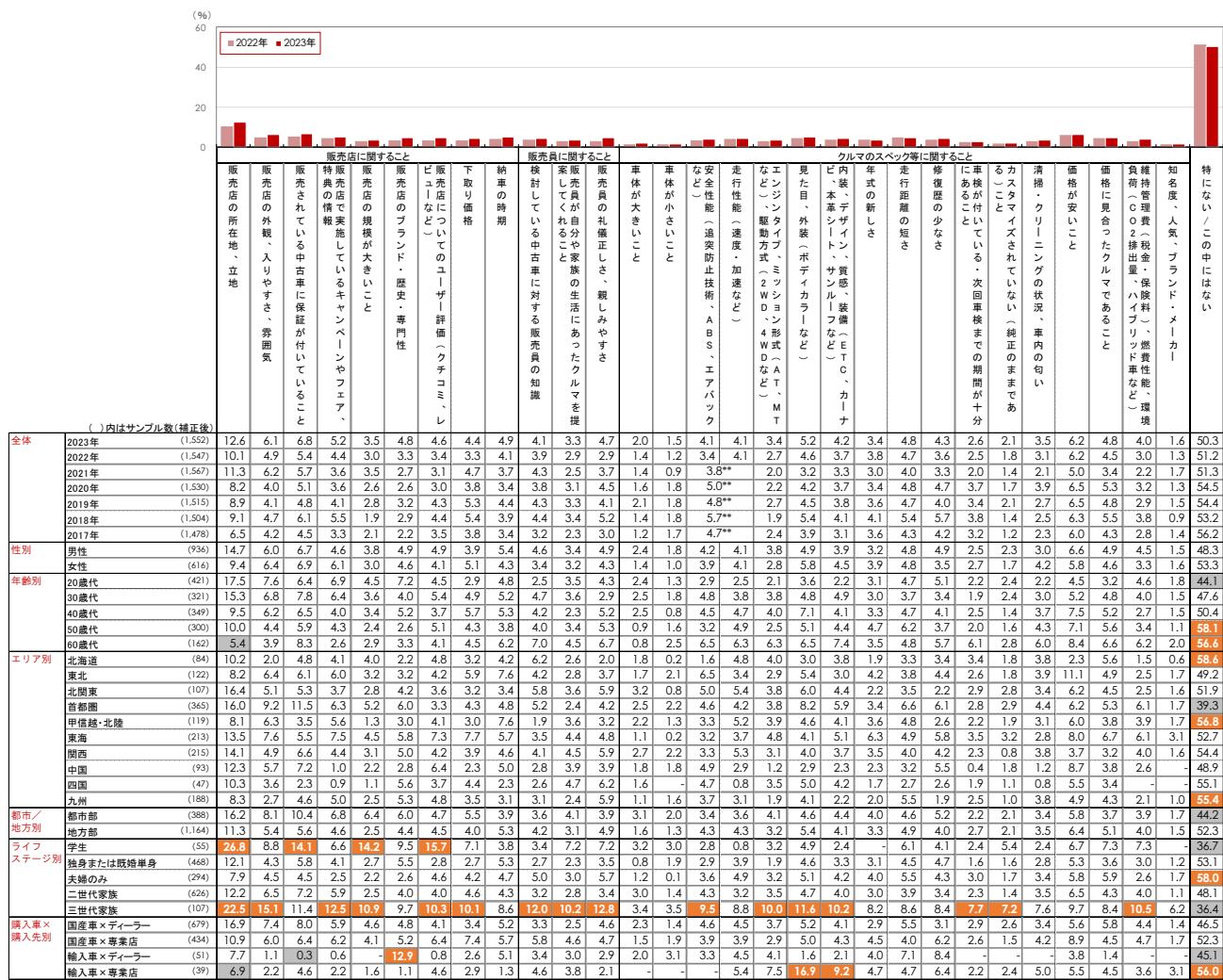
全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

12) 事前に知りたかったクルマや販売店の情報

- 事前に知りたかったクルマや販売店の情報を尋ねたところ、「販売店の所在地、立地」が13%で最も高く、次いで「販売されている中古車に保証が付いていること」が7%、「販売店の外観、入りやすさ、雰囲気」と「価格が安いこと」がともに6%で続く。一方、「特にない／この中にはない」は50%であった。
- ライフステージ別でみると、学生、三世代家族は他のライフステージに比べて全般的に高い項目が多い。

■事前に知りたかったクルマや販売店の情報＜二次調査＞(1年以内に中古車を購入した人／複数回答)



**. 2021年までは「安全性・走行性能（速度・加速・追突防止技術、A/B/S、エアバックなど）」でひとつの中選択肢

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全般より5ポイント以下低い項目

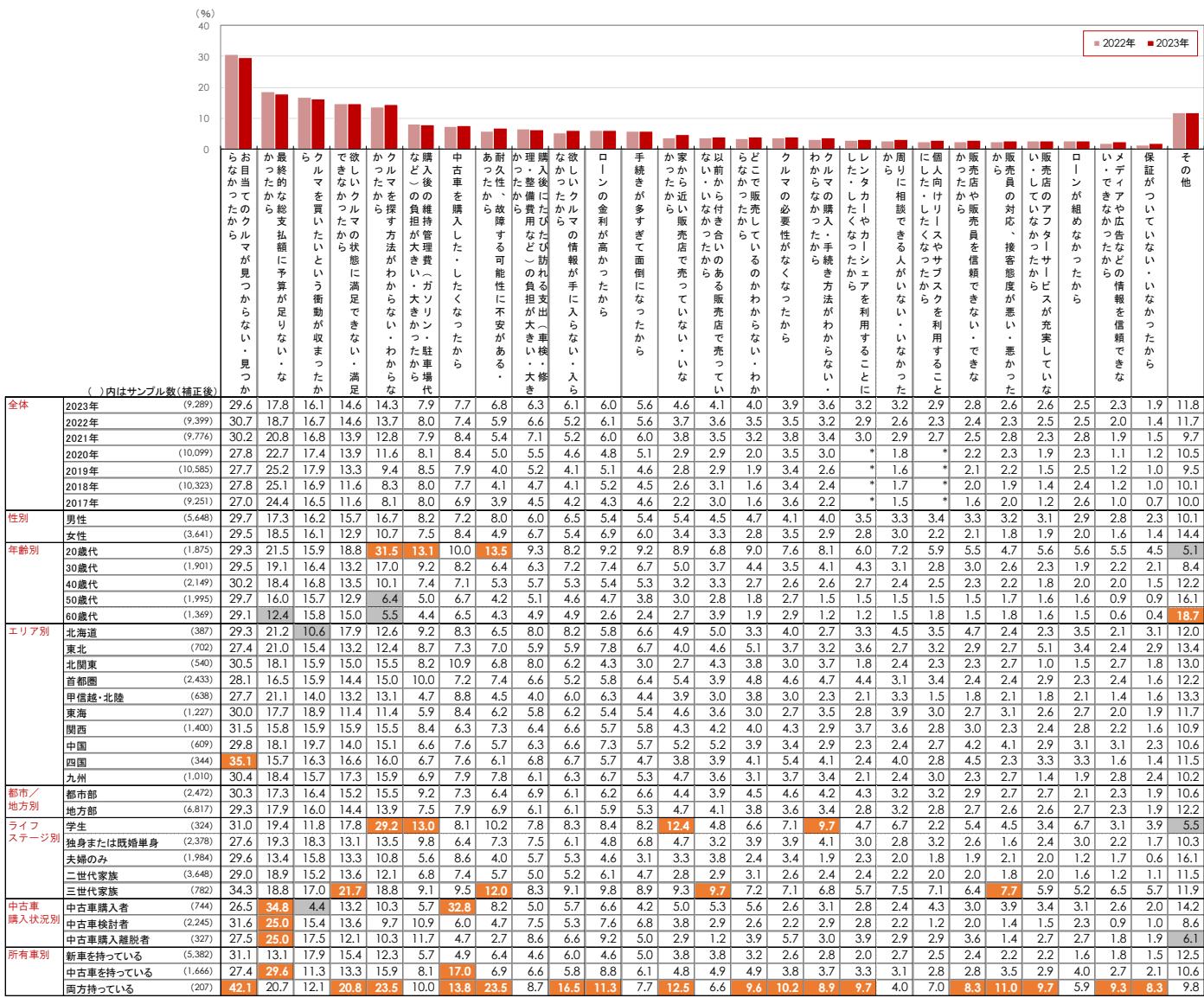
13) クルマを購入しなかった理由

(1) 新車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった理由

- 新車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった人に対して、その理由を尋ねたところ、「お目当てのクルマが見つからない・見つからなかつたから」が30%で最も高く、次いで「最終的な総支払額に予算が足りない・なかつたから」が18%、「クルマを買いたいという衝動が収まつたから」が16%で続く。
 - 年齢別でみると、20歳代は「クルマを探す方法がわからない・わからなかつたから」「購入後の維持管理費の負担が大きい・大きかつたから」「耐久性、故障する可能性に不安がある・あつたから」が他の年代に比べて高い。
 - 所有車別でみると、中古車を持っている人は「最終的な総支払額に予算が足りない・なかつたから」が他に比べて高い。

■新車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった理由<一次調査>

(新車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった人／複数回答)



※「購入後にたびたび訪れる支出（車検・修理・整備費用など）の負担が大きい・大きかったから」2020年までは「車検の負担が大きい・大きかったから」

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

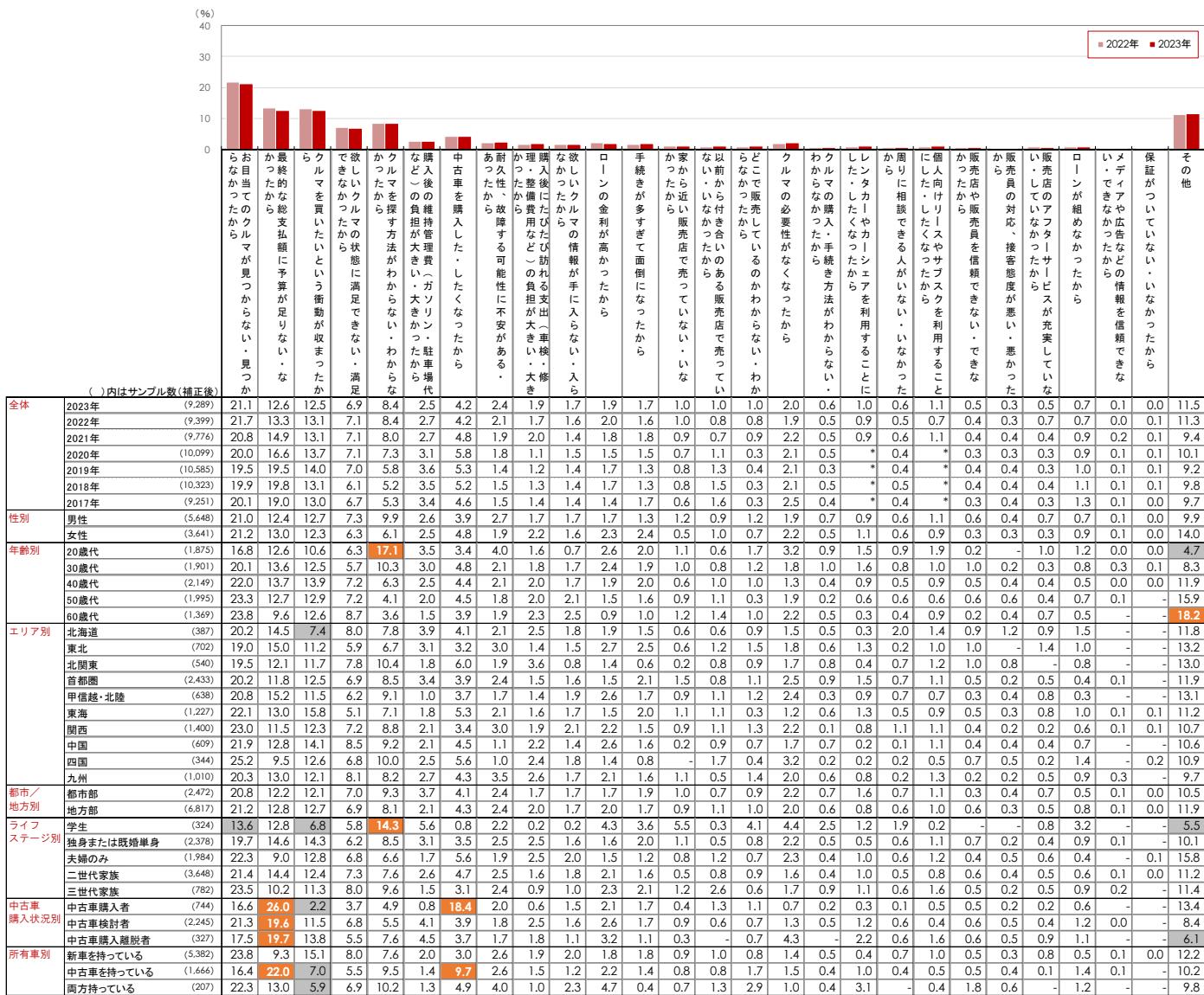
(構成比: %)

(2)新車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった最も大きい理由

- 新車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった最も大きい理由を尋ねたところ、「お目当てのクルマが見つからない・見つからなかったから」が21%で最も高く、次いで「最終的な総支払額に予算が足りない・なかったから」と「クルマを買いたいという衝動が収まったから」がともに13%、「クルマを探す方法がわからない・わからなかつたから」が8%で続く。
- 年齢別でみると、20歳代は「クルマを探す方法がわからない・わからなかつたから」が他の年代に比べて高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車購入者は「中古車を購入した・したくなつたから」が他の購入状況に比べて高い。

■新車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった最も大きい理由<一次調査>

(新車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった人／単一回答)



※「新車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった理由」の多い順にソート
※「購入後にたびたび訪れる支出(車検・修理・整備費用などの負担が大きい・大きかつたから」: 2020年までは「車検の負担が大きい・大きかつたから」

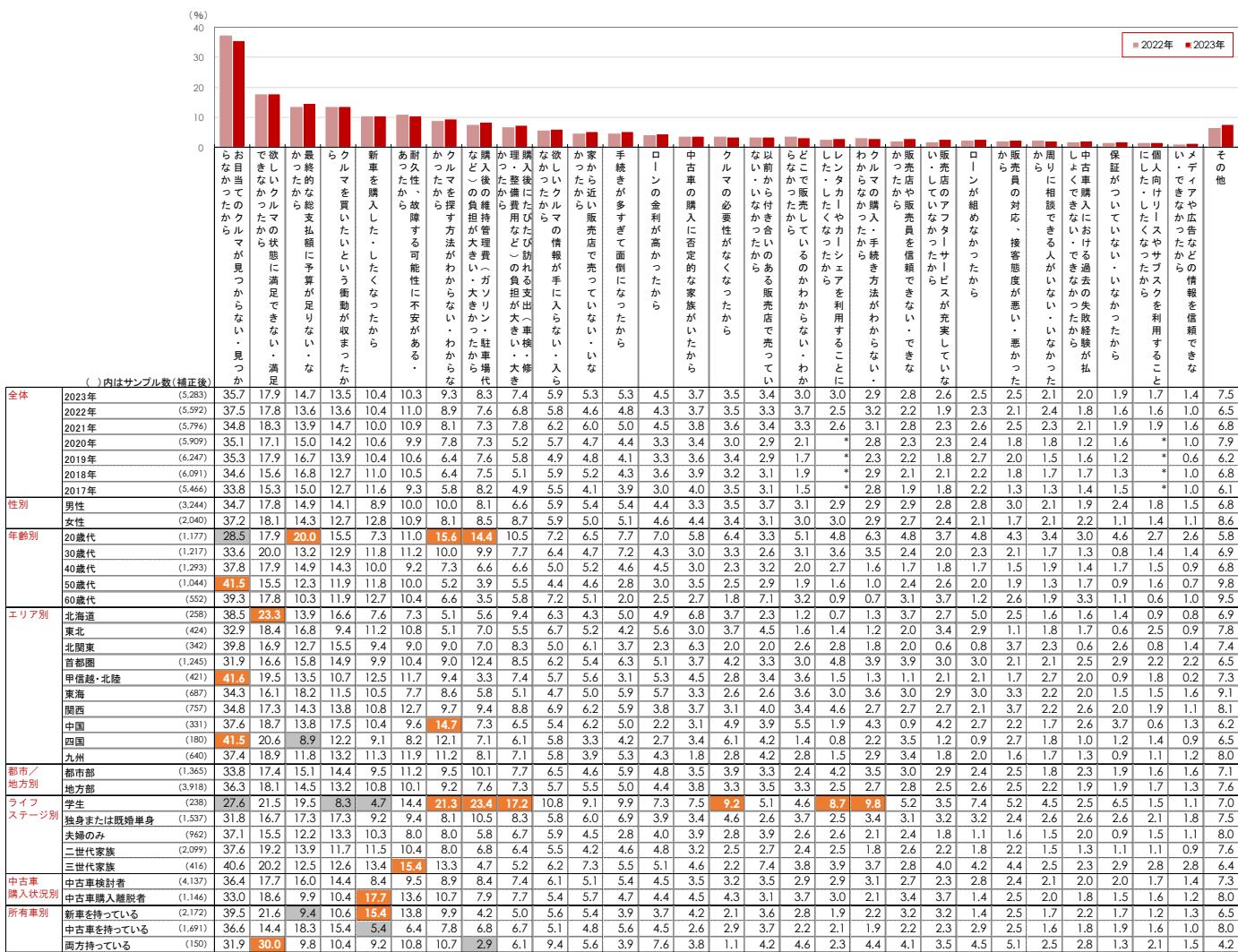
太字 全体より5ポイント以上高い項目

全體より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

(3) 中古車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった理由

- 中古車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった人に対して、その理由を尋ねたところ、「お目当てのクルマが見つからない・見つからなかつたから」が36%で最も高く、次いで「欲しいクルマの状態に満足できない・満足できなかつたから」が18%、「最終的な総支払額に予算が足りない・なかつたから」が15%、「クルマを買いたいという衝動が収まつたから」が14%で続く。
- 年齢別でみると、20歳代は「最終的な総支払額に予算が足りない・なかつたから」「クルマを探す方法がわからない・わからなかつたから」「購入後の維持管理費の負担が大きい・大きかつたから」が他の年代に比べて高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車購入離脱者は検討者よりも「新車を購入した・したくなつたから」が9ポイント高い。

■中古車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった理由<一次調査>
(中古車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった人／複数回答)

※「購入後にたびたび訪れる支出(車検・修理・整備費用などの)の負担が大きい・大きかつたから」: 2020年までは「車検の負担が大きい・大きかつたから」

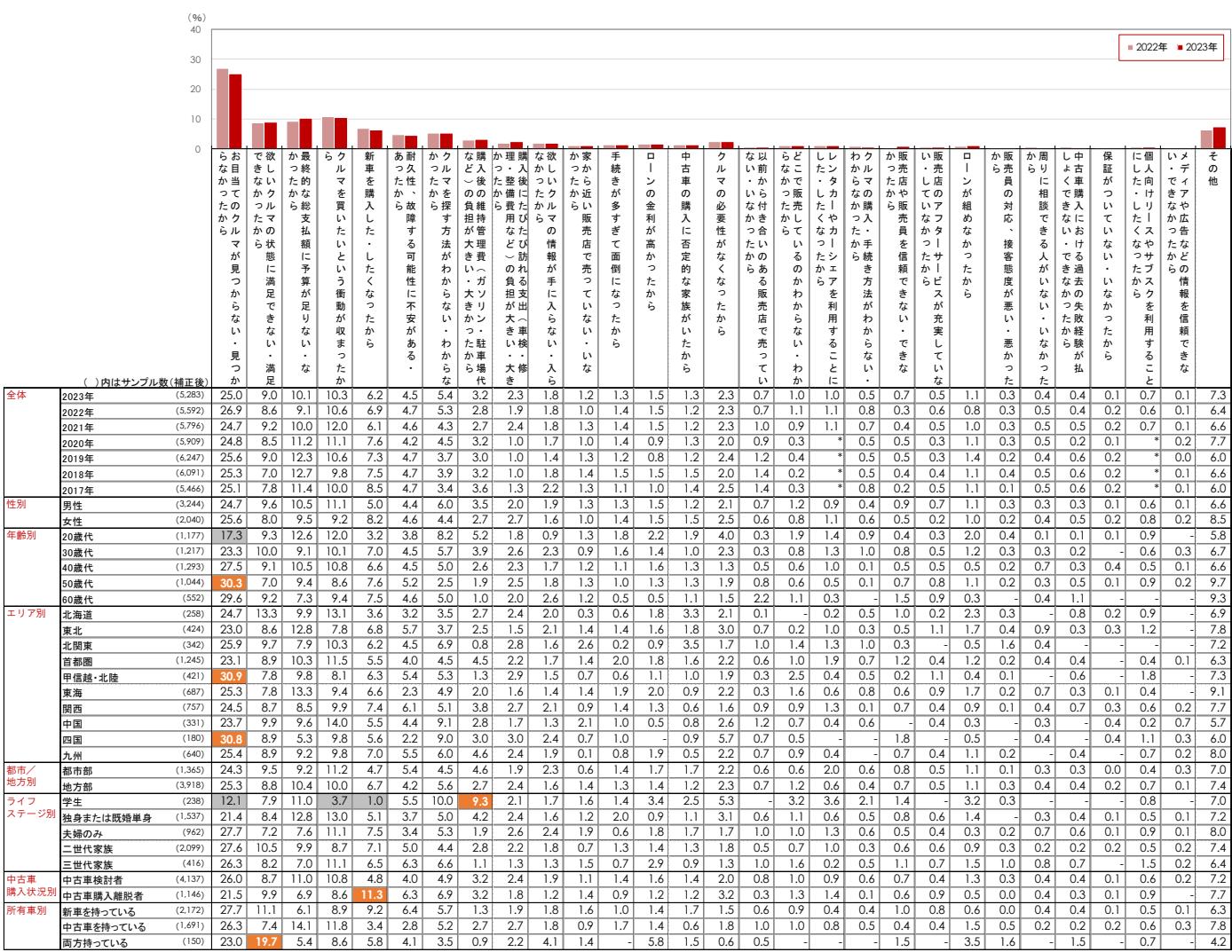
太字 全体より5ポイント以上高い項目

全體より5ポイント以上低い項目

(4) 中古車の購入を検討したが1年内に購入しなかった最も大きい理由

- 中古車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった最も大きい理由を尋ねたところ、「お目当てのクルマが見つからない・見つからなかったから」が25%で最も高く、次いで「最終的な総支払額に予算が足りない・なかったから」と「クルマを買いたいという衝動が収まったから」が10%、「欲しいクルマの状態に満足できない・満足できなかったから」が9%で続く。
 - ライフステージ別でみると、学生は「購入後の維持管理費の負担が大きい・大きかったから」が他の年代に比べて高い。

■中古車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった最も大きい理由<一次調査>
(中古車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった人／単一回答)



※「中古車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった理由」の多い順にソート
※「購入後にたひたび訪れる支出（車検・修理・整備費用など）の負担が大きい・大きかったから」：2020年までは「車検の負担が大きい・大きかったから」

大字 全体より5ポイント以上高い項目
全体より5ポイント以上低い項目

▲全体より5ポイント以上高い項目 ■全体より5ポイント以上低い項目

8. 中古車情報メディアや情報収集について

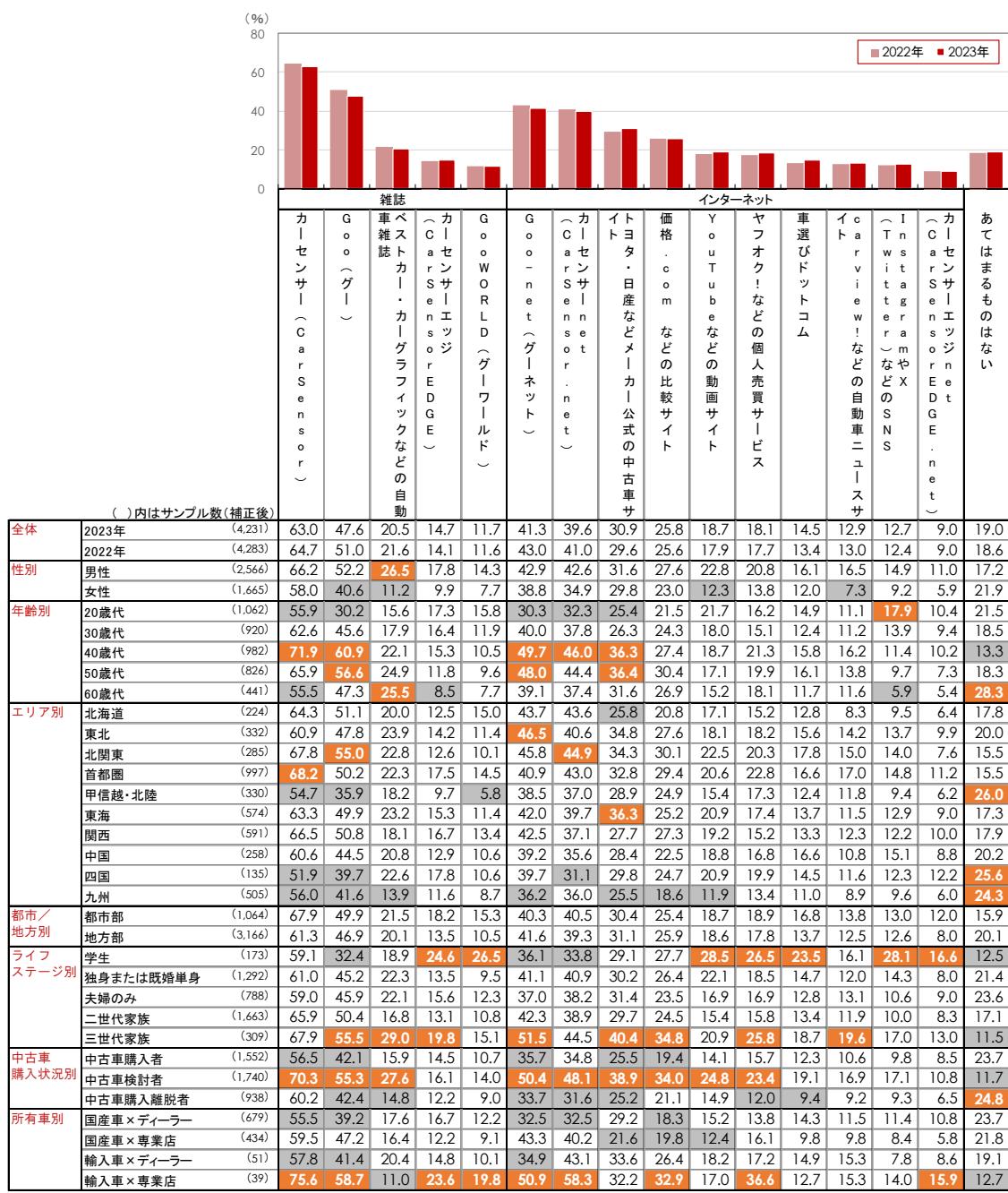
カーセンサー

1) 中古車情報メディアの認知・利用状況

(1) もともと知っていたメディア

- 1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、もともと知っていた中古車情報メディアを尋ねたところ、『雑誌』では「カーセンサー」が63%で最も高く、次いで「Goo」が48%、「ベストカー・カーグラフィックなどの自動車雑誌」が21%で続く。『インターネット』では「Goo-net」が41%で最も高く、次いで「カーセンサーnet」が40%、「トヨタ・日産などメーカー公式の中古車サイト」が31%で続く。
- 性別でみると、すべての項目で男性は女性よりも高い。
- 中古車購入状況別でみると、すべての項目で中古車検討者は購入離脱者よりも高い。

■ もともと知っていたメディア<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



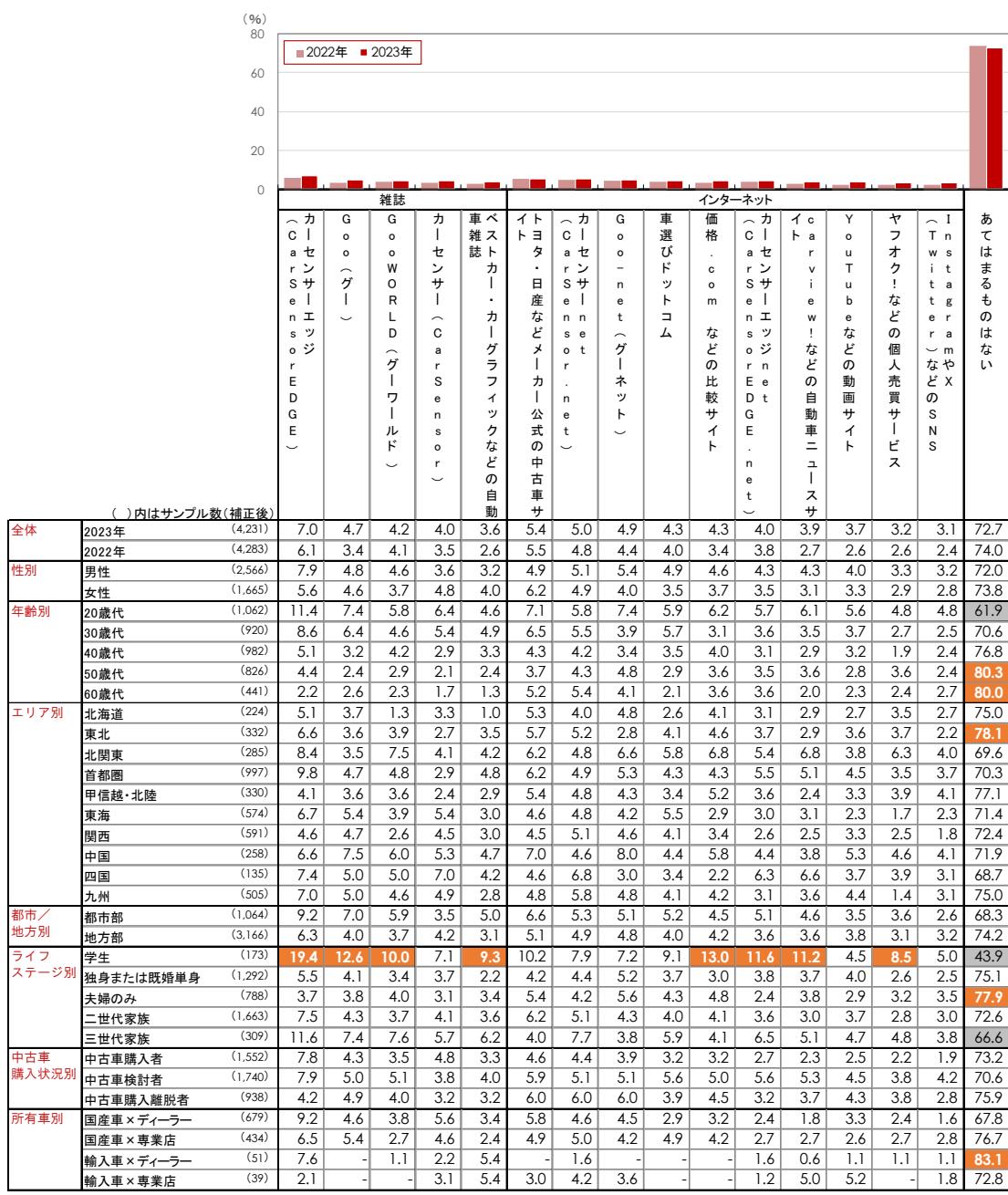
太字: 全体より5ポイント以上高い項目

■ 全体より5ポイント以上低い項目

(2) 今回の中古車検討・購入の段階で知ったメディア

- 今回の中古車検討・購入の段階で知った中古車情報メディアを尋ねたところ、『雑誌』では「カーセンサー エッジ」が7%で最も高く、次いで「Goo」が5%で続く。『インターネット』では「トヨタ・日産などメーカー公式の中古車サイト」「カーセンサーnet」「Goo-net」がともに5%で最も高く、次いで「車選びドットコム」「価格.com」などの比較サイト」「カーセンサー エッジnet」「carview!などの自動車ニュースサイト」「YouTubeなどの動画サイト」がともに4%で続く。

■今回の中古車検討・購入の段階で知ったメディア<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



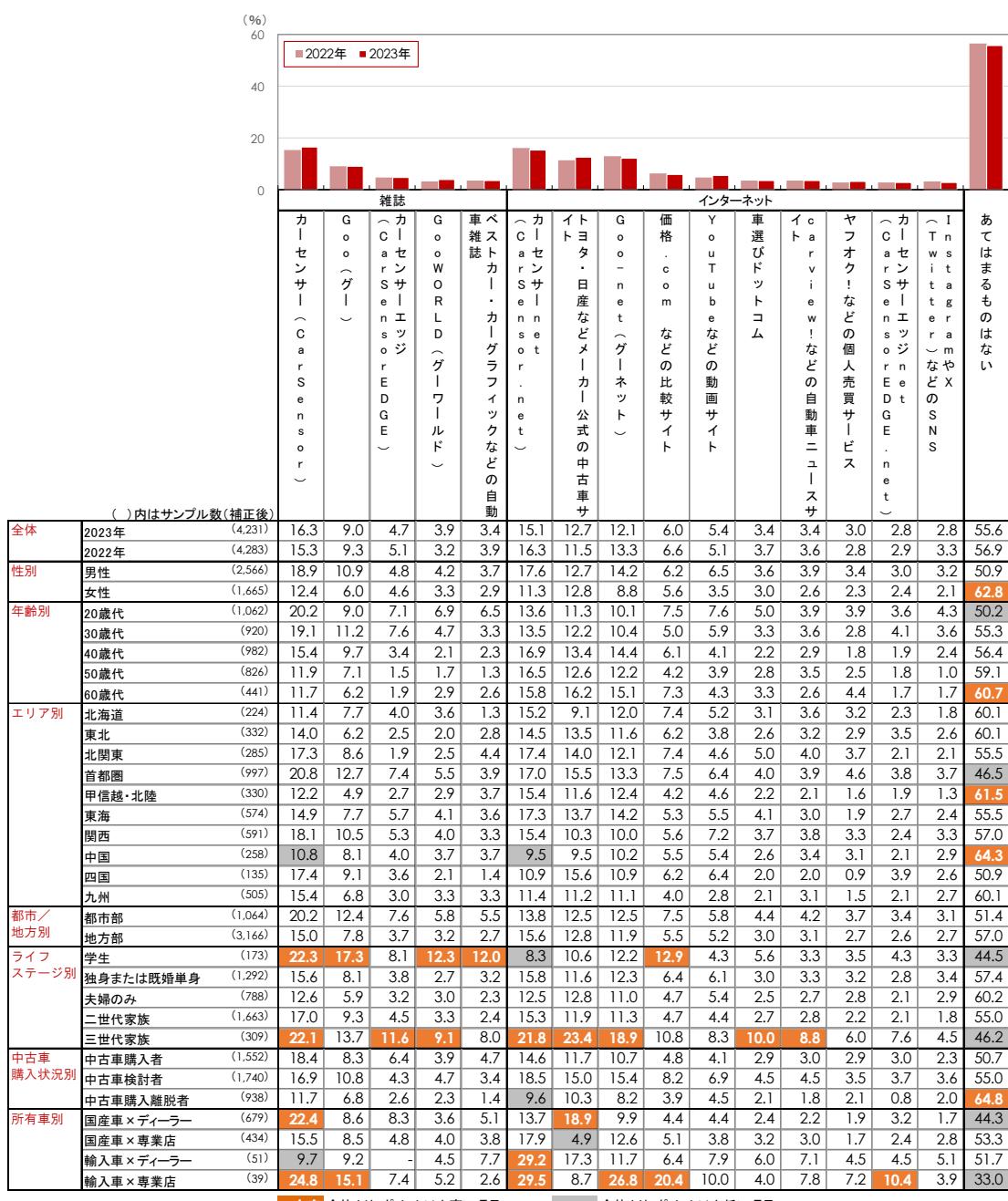
太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以下低い項目

(3) 今回の中古車検討・購入で実際に利用したメディア

- 今回の中古車検討・購入で実際に利用した中古車情報メディアを尋ねたところ、『雑誌』では「カーセンサー」が16%で最も高く、次いで「Goo」が9%で続く。『インターネット』では「カーセンサーnet」が15%で最も高く、次いで「トヨタ・日産などメーカー公式の中古車サイト」が13%で続く。
 - ライフステージ別でみると、学生、三世代家族は他のライフステージに比べて全般的に高い項目が多い。

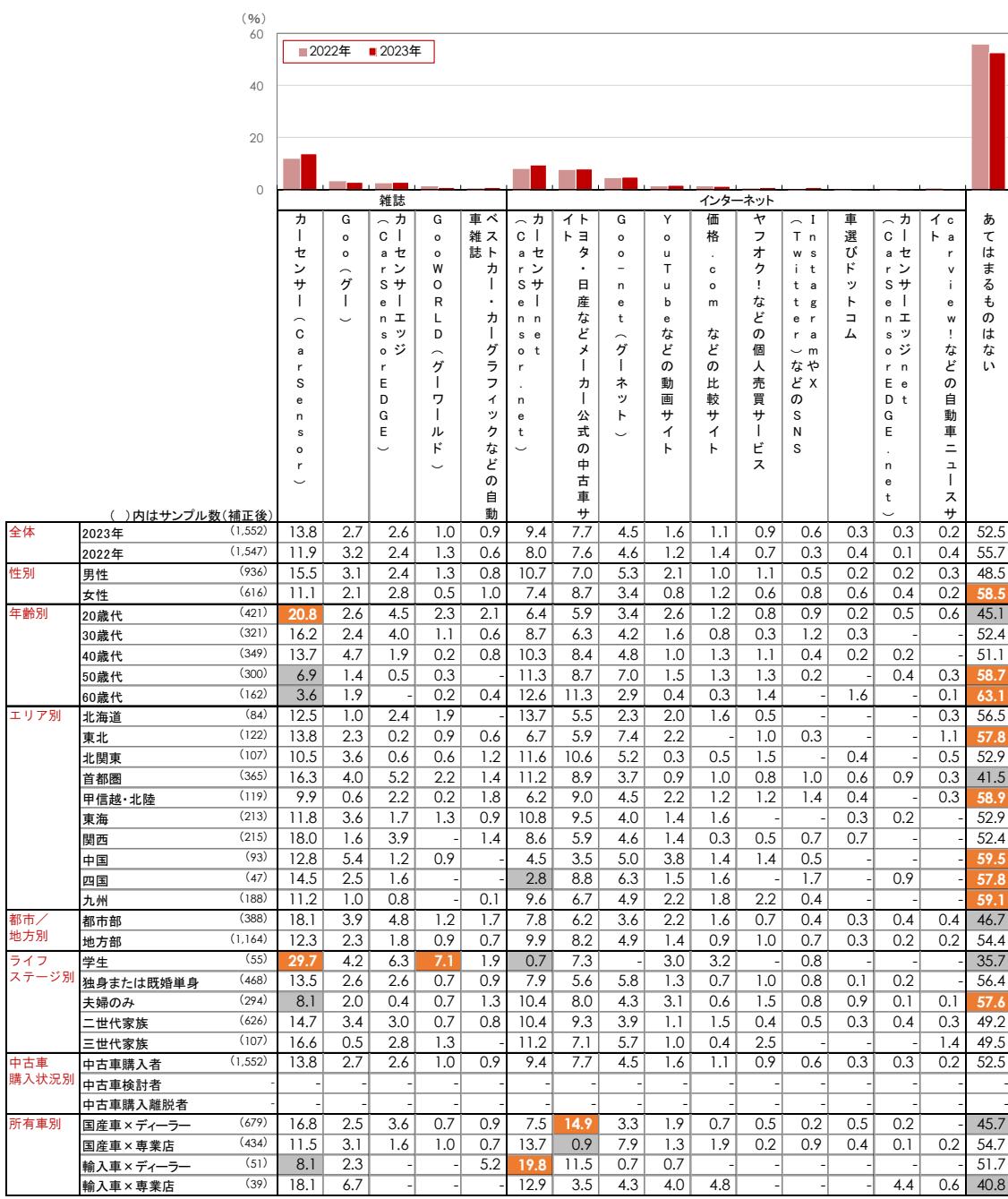
■ 今回の中古車検討・購入で実際に利用したメディア<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



(4) 今回の中古車購入で最終的な決め手になったメディア

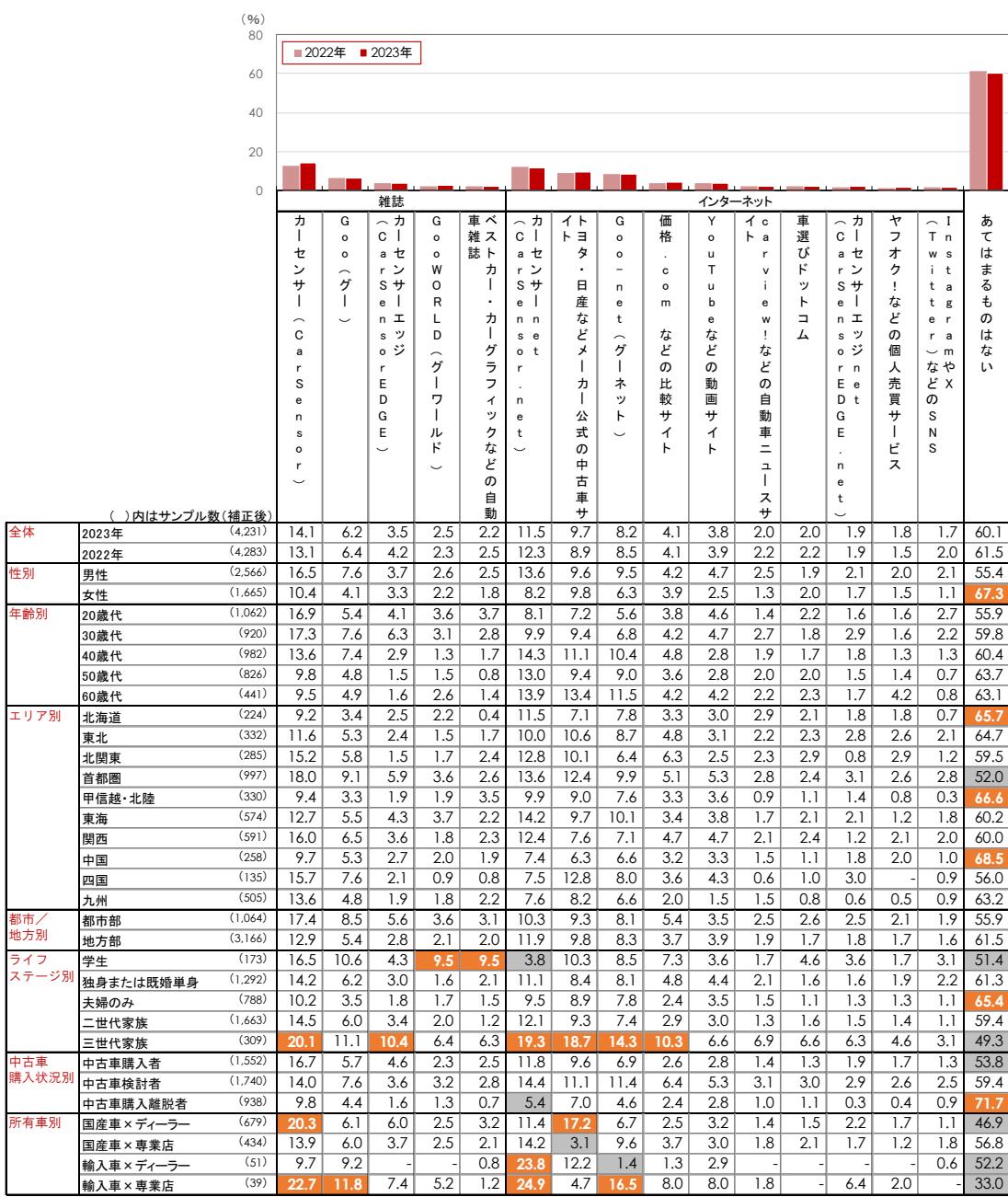
- 1年以内に中古車を購入した人に対して、今回の中古車購入で最終的な決め手になった中古車情報メディアを尋ねたところ、『雑誌』では「カーセンサー」が14%で最も高く、次いで「Goo」と「カーセンサー エッジ」がともに3%で続く。『インターネット』では「カーセンサーnet」が9%で最も高く、次いで「トヨタ・日産などメーカー公式の中古車サイト」が8%で続く。
 - 年齢別でみると、20歳代は「カーセンサー」が他の年代に比べて高い。

■ 今回の中古車購入で最終的な決め手になったメディア＜二次調査＞(1年以内に中古車を購入した人／単一回答)



(5)今回の中古車検討・購入で利用してよかったです・満足したメディア

- 1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、今回の中古車検討・購入で利用してよかったです・満足した中古車情報メディアを尋ねたところ、『雑誌』では「カーセンサー」が14%で最も高く、次いで「Goo」が6%で続く。『インターネット』では「カーセンサーnet」が12%で最も高く、次いで「トヨタ・日産などメーカー公式の中古車サイト」が10%で続く。

■今回の中古車検討・購入で利用してよかったです・満足したメディア<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)

大字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

2) クルマについて調べた内容

(1) クルマの購入を思い立った段階で調べたこと

- クルマの購入を思い立った段階で調べたことを尋ねたところ、「価格」が43%で最も高く、次いで「販売店の所在地、立地」が40%、「車体の大きさ」が39%で続く。
- 年齢別でみると、年齢が低いほど「販売店で実施しているキャンペーンやフェア、特典の情報」「販売店の規模」などが高くなる。
- ライフステージ別でみると、学生、三世代家族は他のライフステージに比べて全般的に高い項目が多い。

■ クルマの購入を思い立った段階で調べたこと<二次調査>

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



*: 2021年までは「安全性能・走行性能（速度・加速・追突防止技術、ABS、エアバッグなど）」でひとつの選択肢

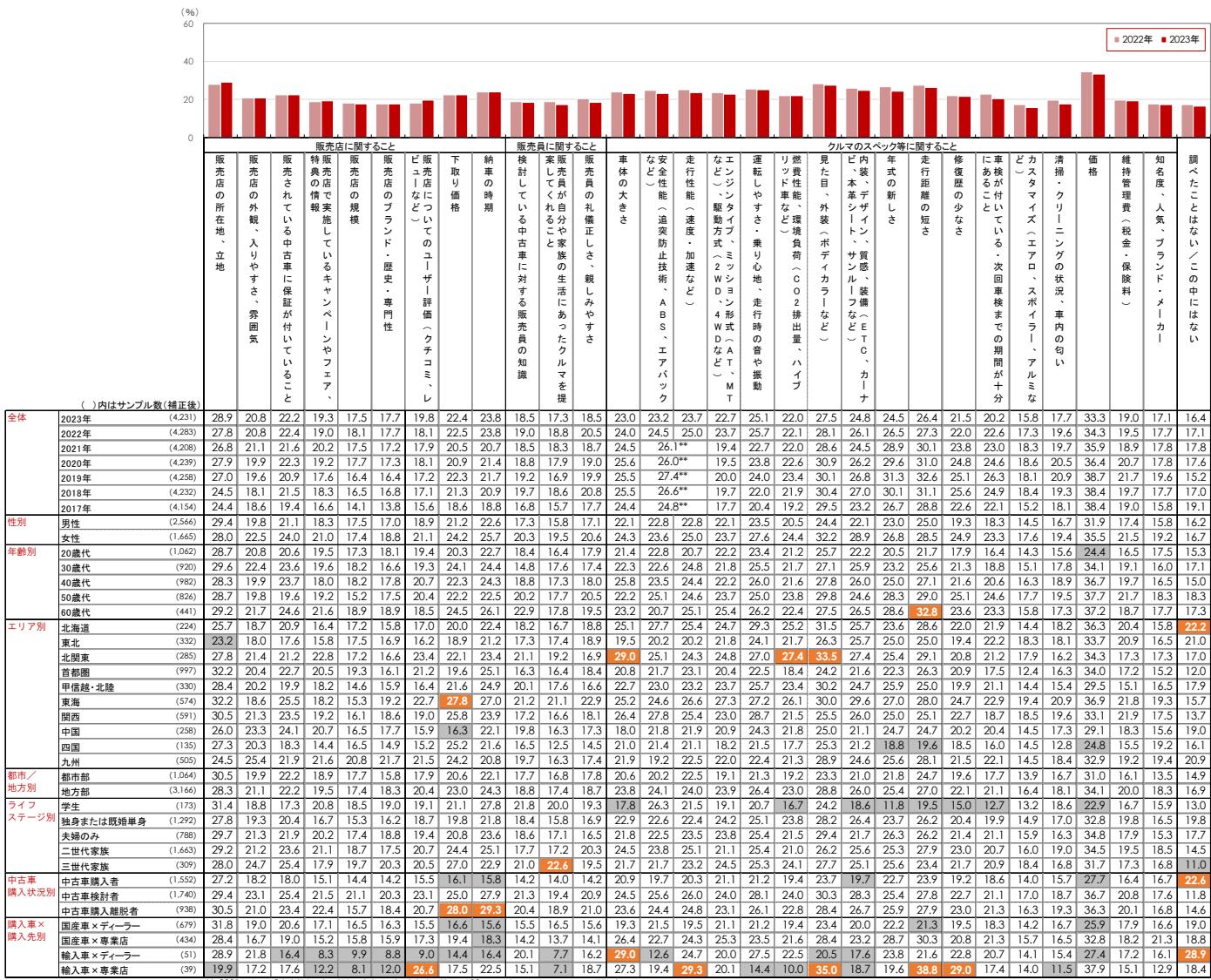
太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(2) 欲しいクルマを具体的にイメージして比較検討した段階で調べたこと

- 欲しいクルマを具体的にイメージして比較検討した段階で調べたことを尋ねたところ、「価格」が33%で最も高く、次いで「販売店の所在地・立地」が29%、「見た目・外装」が28%で続く。

■ 欲しいクルマを具体的にイメージして比較検討した段階で調べたこと<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



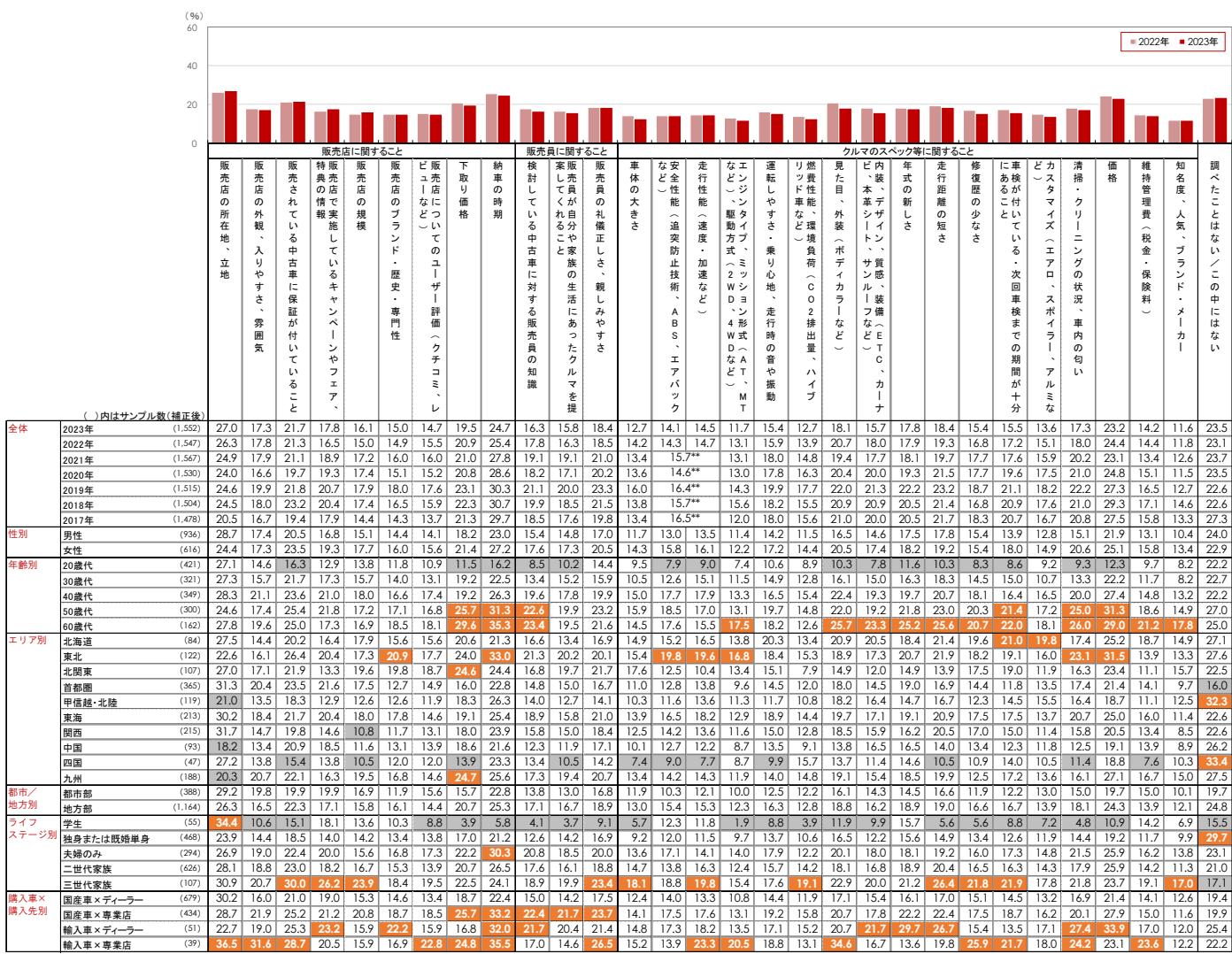
**:2021年までは「安全性能・走行性能(速度・加速・追突防止技術、ABS、エアバックなど)」でひとつの選択肢

太字 全体より5ポイント以上高い項目 **■** 全体より5ポイント以上低い項目

(3) 購入する店舗やクルマを決定した段階で調べたこと

- 1年内に中古車を購入した人に対して、購入する店舗やクルマを決定した段階で調べたことを尋ねたところ、「販売店の所在地、立地」が27%で最も高く、次いで「納車の時期」が25%、「価格」が23%で続く。

■ 購入する店舗やクルマを決定した段階で調べたこと<二次調査>(1年内に中古車を購入した人／複数回答)



**: 2021年までは「安全性能・走行性能(速度・加速・追突防止技術、ABS、エアバッグなど)」でひとつを選択肢

太字 全体より5ポイント以上高い項目

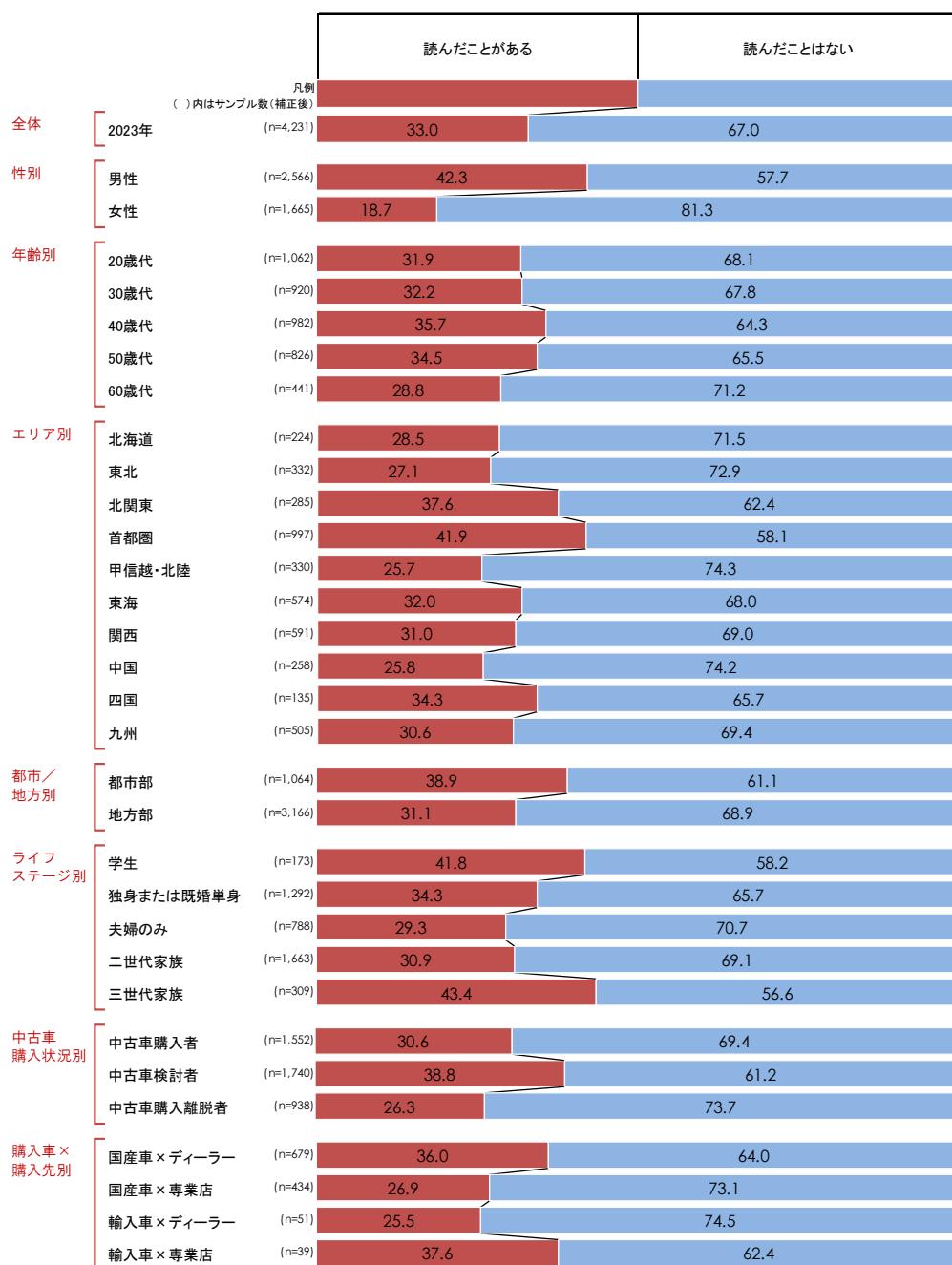
■ 全体より5ポイント以上低い項目

3)『カーセンサー』の利用度と好感度・役立ち度

(1)月刊誌『カーセンサー』

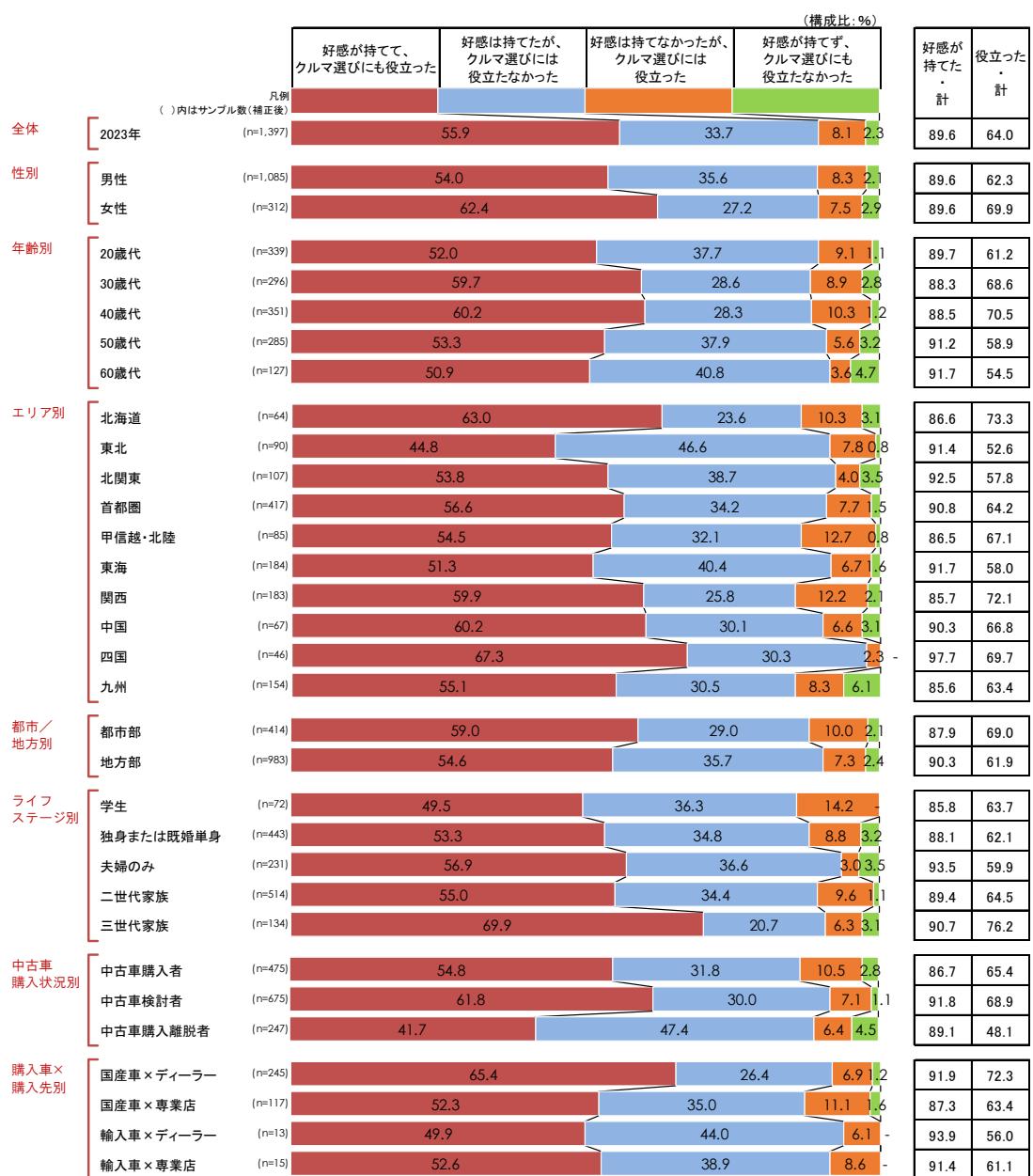
- 月刊誌『カーセンサー』の利用度を尋ねたところ、「読んだことがある」人は33%であった。
- 性別でみると、男性は「読んだことがある」が女性より24ポイント高い。

■月刊誌『カーセンサー』の利用度<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)



- 月刊誌『カーセンサー』の好感度・役立ち度を尋ねたところ、「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」人が56%、「好感は持てたが、クルマ選びには役立たなかった」人が34%で、「好感が持てた・計」は90%であった。一方、「役立った・計」は64%であった。
- 性別でみると、女性は「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」が男性より8ポイント高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車購入離脱者は「好感は持てたが、クルマ選びには役立たなかった」が他より15ポイント以上高く、「役立った・計」は5割を下回った。

■月刊誌『カーセンサー』の好感度・役立ち度<二次調査>(月刊誌『カーセンサー』を利用したことがある人／単一回答)



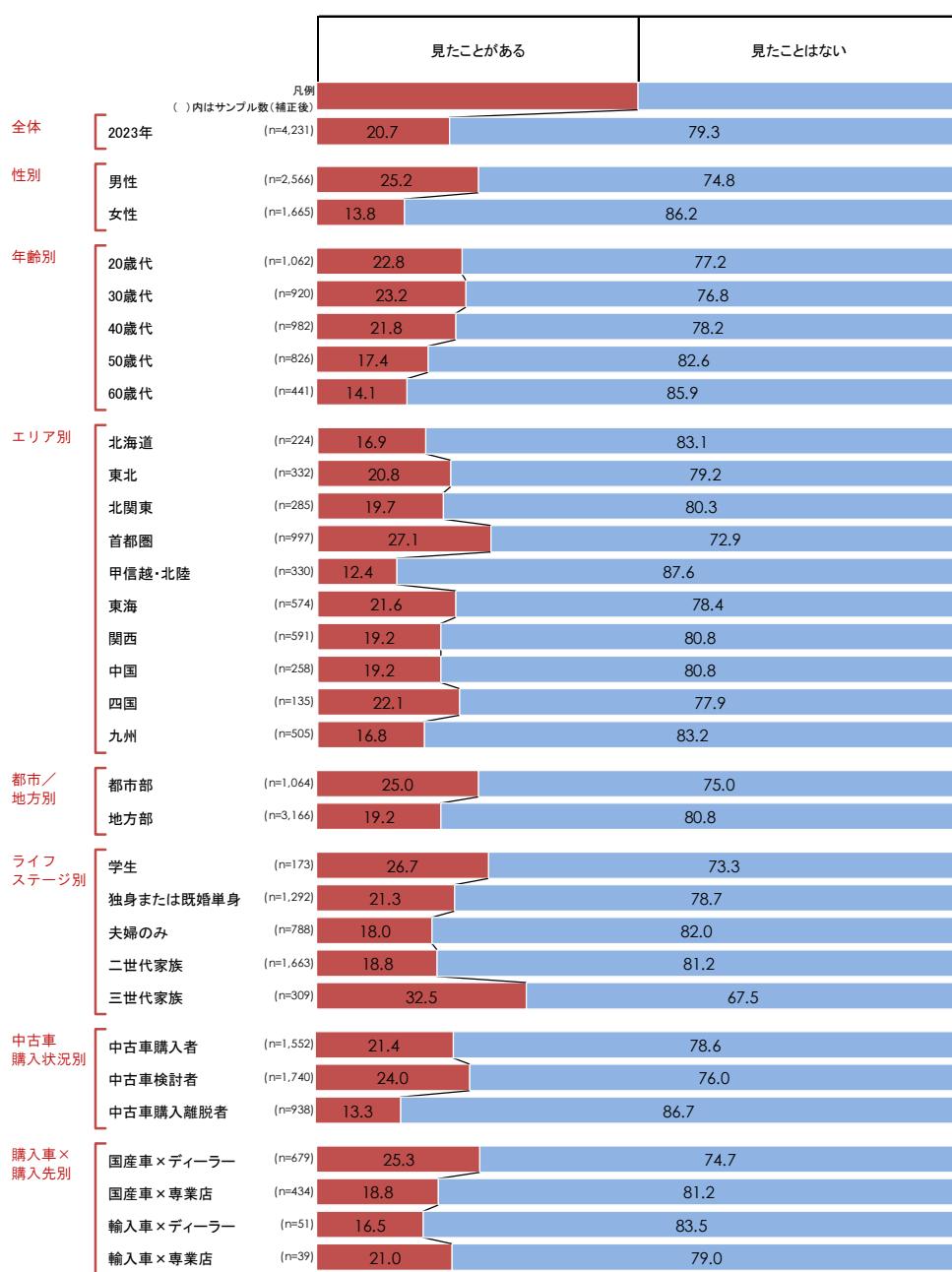
※「好感が持てた・計」:「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」「好感は持てたが、クルマ選びには役立たなかった」のいずれかを回答した人を集計

※「役立った・計」:「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」「好感は持てなかったが、クルマ選びには役立った」のいずれかを回答した人を集計

(2)WEBコンテンツ『日刊カーセンサー』

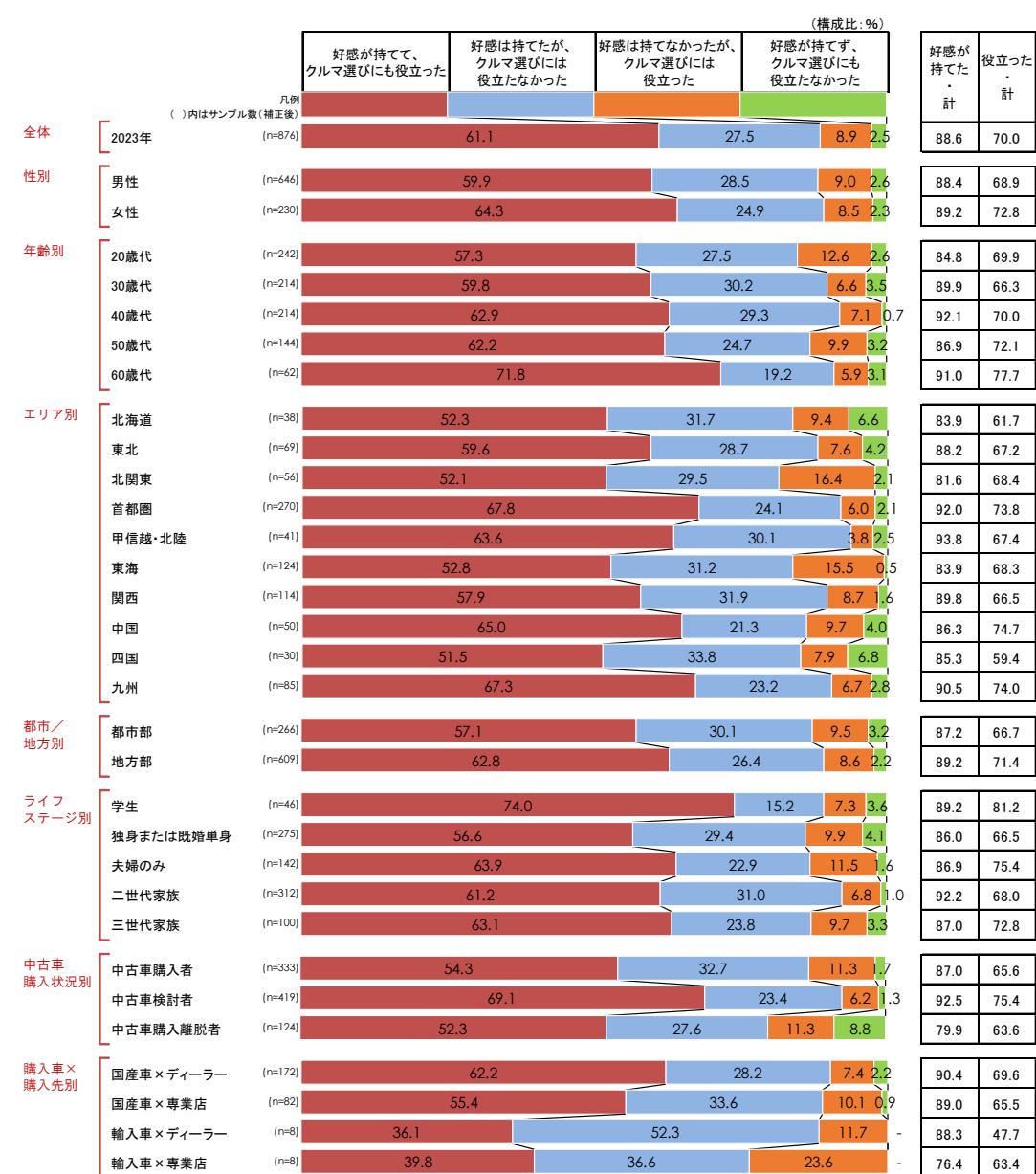
- WEBコンテンツ『日刊カーセンサー』の利用度を尋ねたところ、「見たことがある」人は21%であった。
- 性別でみると、男性は「見たことがある」が女性より11ポイント高い。

■WEBコンテンツ『日刊カーセンサー』の利用度<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)



- WEBコンテンツ『日刊カーセンサー』の好感度・役立ち度を尋ねたところ、「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」人が61%、「好感は持てたが、クルマ選びには役立たなかった」人が28%で、「好感が持てた・計」は89%であった。一方、「役立った・計」は70%であった。
- 性別でみると、女性は「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」が男性より4ポイント高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」が他より14ポイント以上高い。

■WEBコンテンツ『日刊カーセンサー』の好感度・役立ち度<二次調査> (WEBコンテンツ『日刊カーセンサー』を利用したことがある人／単一回答)



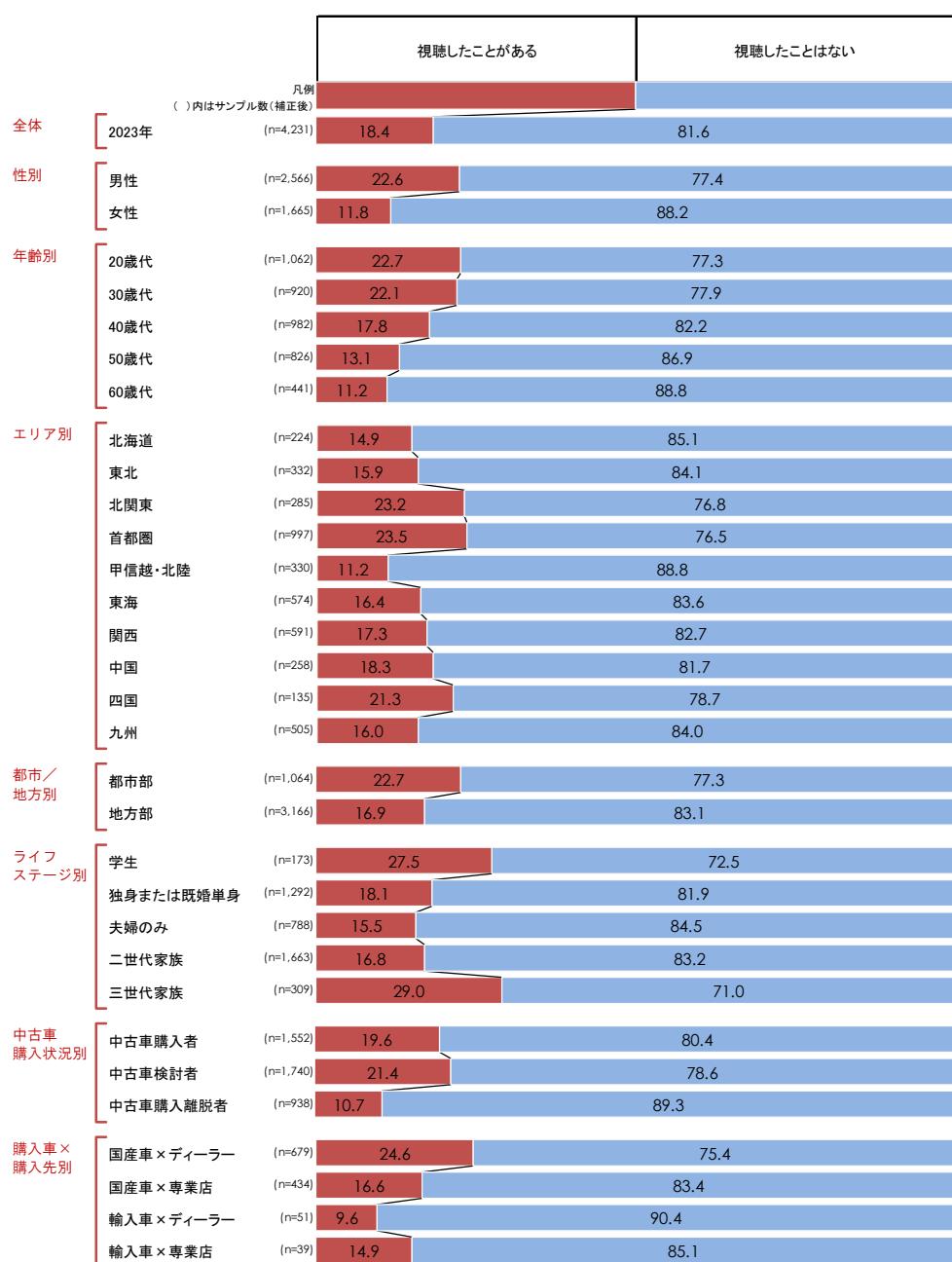
※「好感が持てた・計」：「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」「好感は持てたが、クルマ選びには役立たなかった」のいずれかを回答した人を集計

※「役立った・計」：「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」「好感は持てなかっただが、クルマ選びには役立った」のいずれかを回答した人を集計

(3) YouTube『カーセンサー 公式チャンネル』

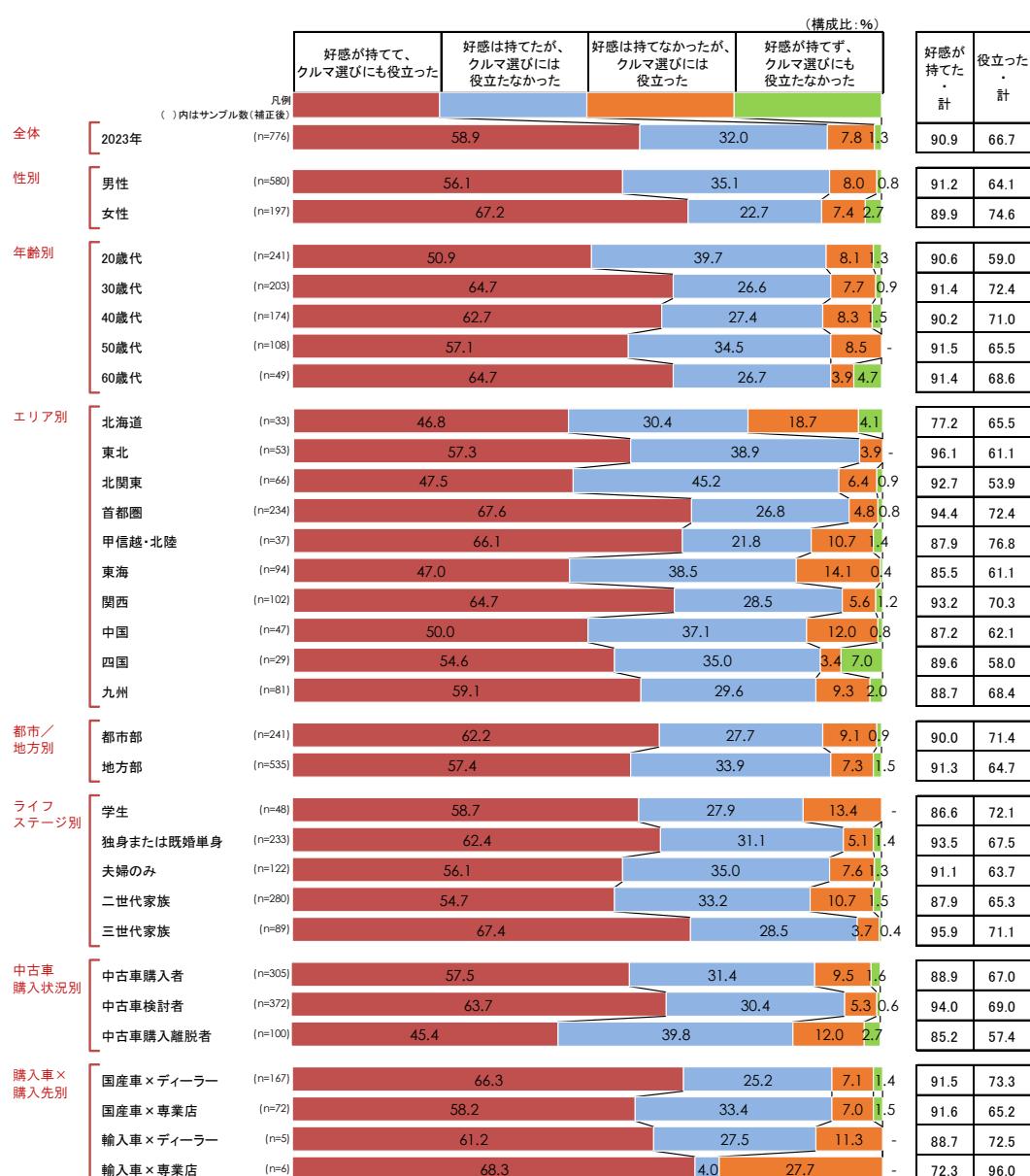
- YouTube『カーセンサー 公式チャンネル』の利用度を尋ねたところ、「視聴したことがある」人は18%であった。
- 性別でみると、男性は「視聴したことがある」が女性より11ポイント高い。

■ YouTube『カーセンサー 公式チャンネル』の利用度<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)



- YouTube『カーセンサー 公式チャンネル』の好感度・役立ち度を尋ねたところ、「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」人が59%、「好感は持てたが、クルマ選びには役立たなかった」人が32%で、「好感が持てた・計」は91%であった。一方、「役立った・計」は67%であった。
- 性別でみると、女性は「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」が男性より11ポイント高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車購入離脱者は「好感は持てたが、クルマ選びには役立たなかった」が他より8ポイント以上高い。

■YouTube『カーセンサー 公式チャンネル』の好感度・役立ち度<二次調査>
(YouTube『カーセンサー 公式チャンネル』を利用したことがある人／単一回答)



※「好感が持てた・計」:「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」「好感は持てたが、クルマ選びには役立たなかった」のいずれかを回答した人を集計
※「役立った・計」:「好感が持てて、クルマ選びにも役立った」「好感は持てなかったが、クルマ選びには役立った」のいずれかを回答した人を集計

9. 今後のクルマ購入・利用について

カーセンサ-

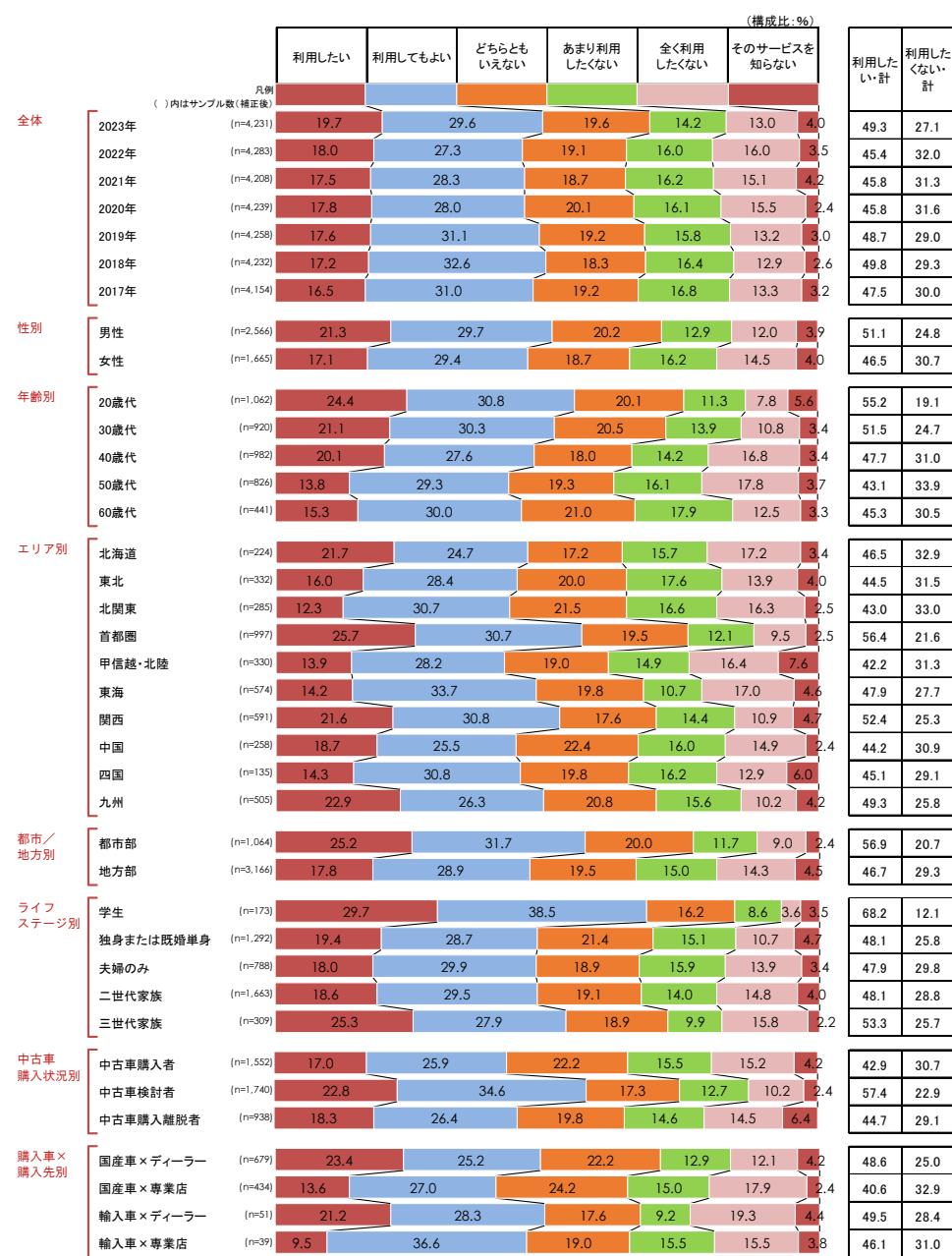
1) レンタカー・カーシェアの利用意向

(1) レンタカー(旅行先・出張先など出先で借りる場合を除く)の利用意向

- 1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人に対して、レンタカー(旅行先・出張先など出先で借りる場合を除く)の利用意向を尋ねたところ、「利用したい・計」(「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計)の割合は49%、「利用したくない・計」(「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計)の割合は27%であった。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも「利用したい・計」の割合が10ポイント高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は他の購入状況に比べて「利用したい・計」の割合が高い。

■ レンタカー(旅行先・出張先など出先で借りる場合を除く)の利用意向<二次調査>

(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)

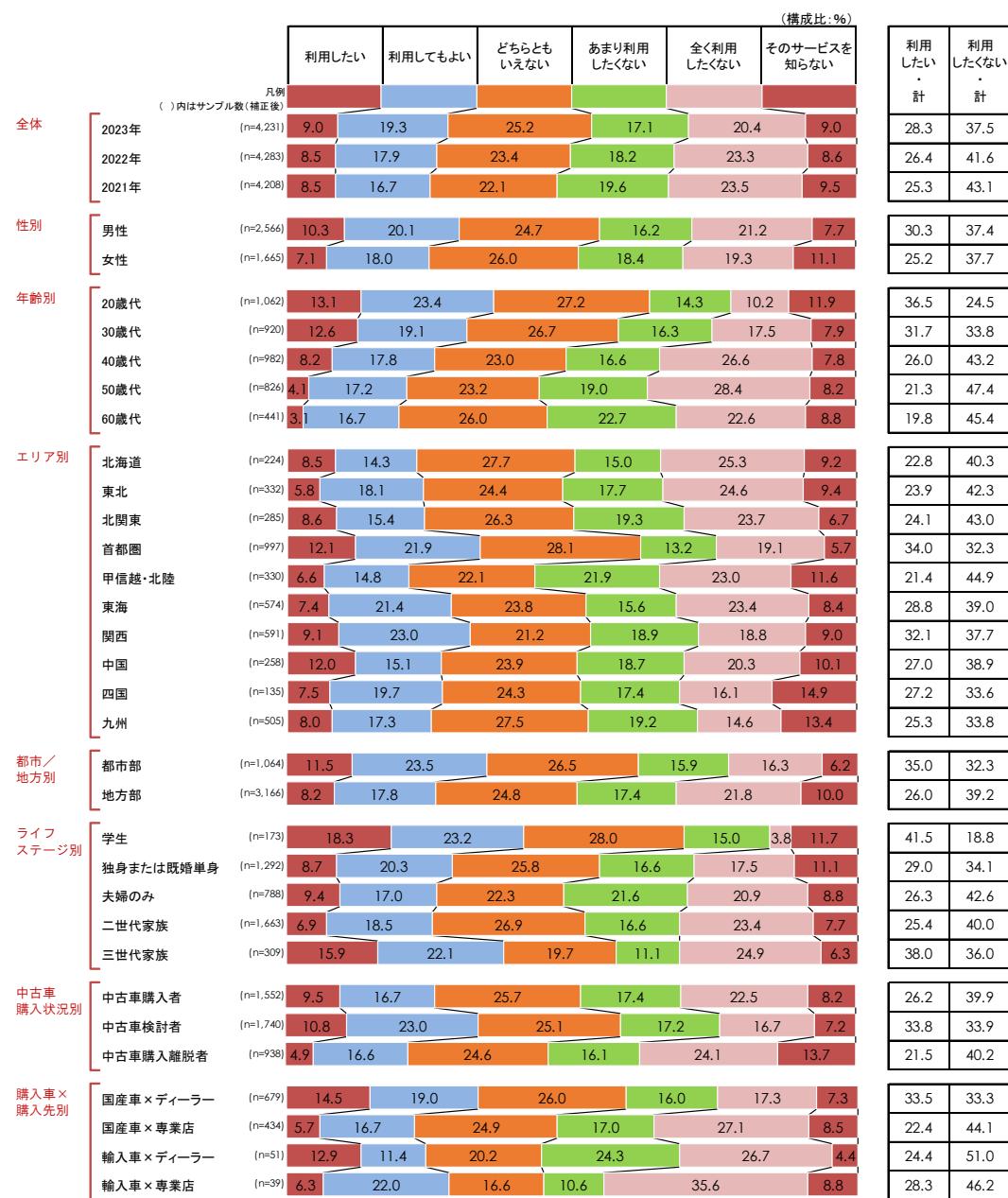


※「利用したい・計」:「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計

※「利用したくない・計」:「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

(2)個人向けカーリースやサブスクの利用意向

- 個人向けカーリースやサブスク(オリックスのマイカーリース、KINTOなど)の利用意向を尋ねたところ、「利用したい・計」(「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計)の割合は28%、「利用したくない・計」(「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計)の割合は38%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「利用したい・計」の割合が5ポイント高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも「利用したい・計」の割合が9ポイント高い。
- ライフステージ別でみると、学生は他のライフステージに比べて「利用したい・計」の割合が高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は他の購入状況に比べて「利用したい・計」の割合が高い。

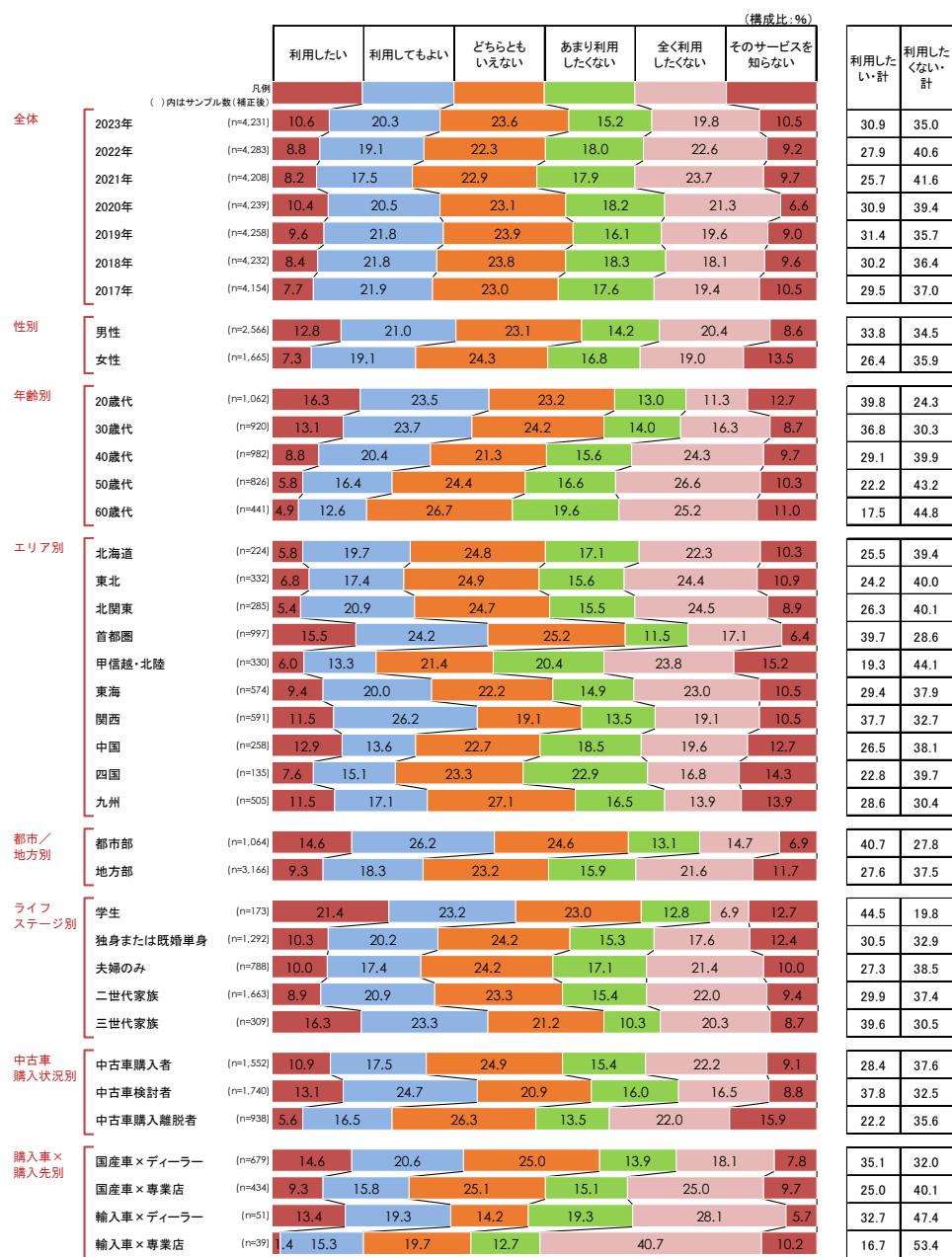
■個人向けカーリースやサブスク(オリックスのマイカーリース、KINTOなど)の利用意向<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)

※「利用したい・計」:「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計

※「利用したくない・計」:「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

(3)企業がクルマを提供するカーシェアの利用意向

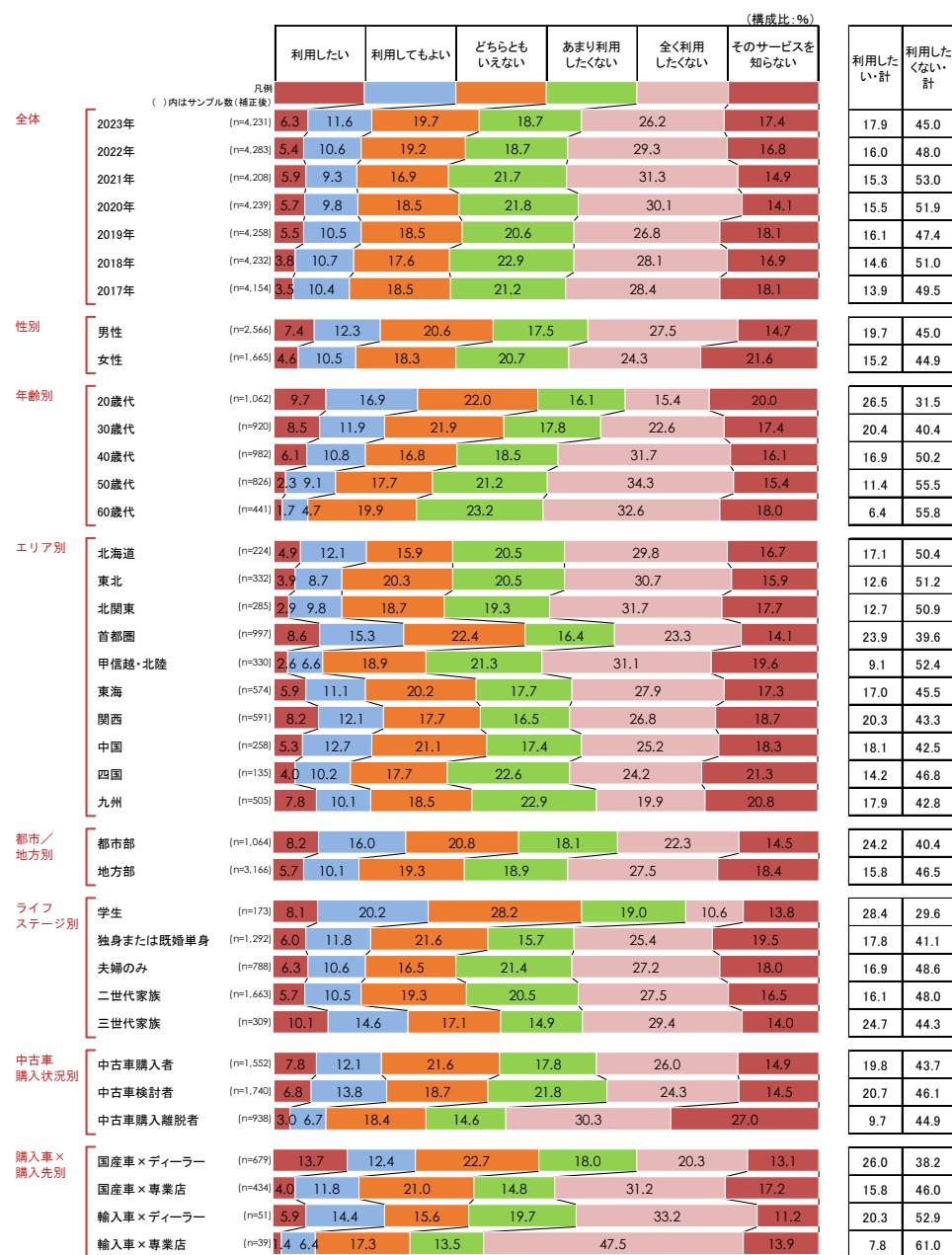
- 企業がクルマを提供するカーシェア(タイムズカープラス、オリックスカーシェアなど)の利用意向を尋ねたところ、「利用したい・計」(「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計)の割合は31%、「利用したくない・計」(「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計)の割合は35%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「利用したい・計」の割合が7ポイント高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも「利用したい・計」の割合が13ポイント高い。
- ライフステージ別でみると、学生は他のライフステージに比べて「利用したい・計」の割合が高い。
- 中古車購入状況別でみると、中古車検討者は他の購入状況に比べて「利用したい・計」の割合が高い。

■企業がクルマを提供するカーシェア(タイムズカープラス、オリックスカーシェアなど)の利用意向<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)

※「利用したい・計」:「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計
※「利用したくない・計」:「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

(4)個人間の貸し借りを仲介するサービスを利用したカーシェアの利用意向【借りる場合】

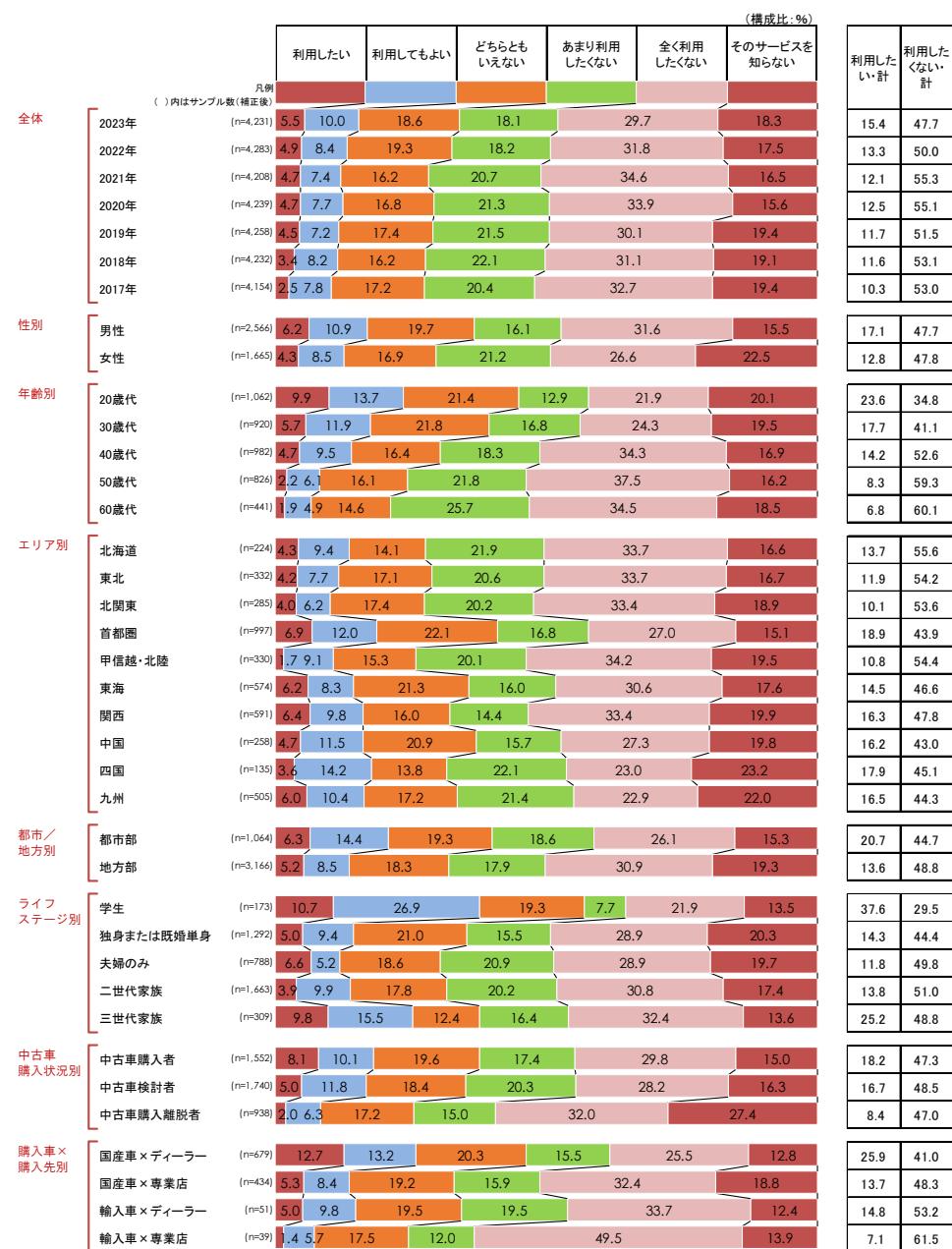
- 個人間の貸し借りを仲介するサービスを利用したカーシェア(Anyca、CaFoReなど)で借りる場合の利用意向を尋ねたところ、「利用したい・計」(「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計)の割合は18%、「利用したくない・計」(「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計)の割合は45%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「利用したい・計」の割合が5ポイント高い。
- 年齢別でみると、年齢が低いほど「利用したい・計」の割合が高くなる。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも「利用したい・計」の割合が8ポイント高い。
- ライフステージ別でみると、学生は他のライフステージに比べて「利用したい・計」の割合が高い。

■個人間の貸し借りを仲介するサービスを利用したカーシェア(Anyca、CaFoReなど)の利用意向【借りる場合】
<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)

※「利用したい・計」:「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計
※「利用したくない・計」:「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

(5)個人間の貸し借りを仲介するサービスを利用したカーシェアの利用意向【貸す場合】

- 個人間の貸し借りを仲介するサービスを利用したカーシェア(Anyca、CaFoReなど)で貸す場合の利用意向を尋ねたところ、「利用したい・計」(「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計)の割合は15%、「利用したくない・計」(「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計)の割合は48%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「利用したい・計」の割合が4ポイント高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも「利用したい・計」の割合が7ポイント高い。

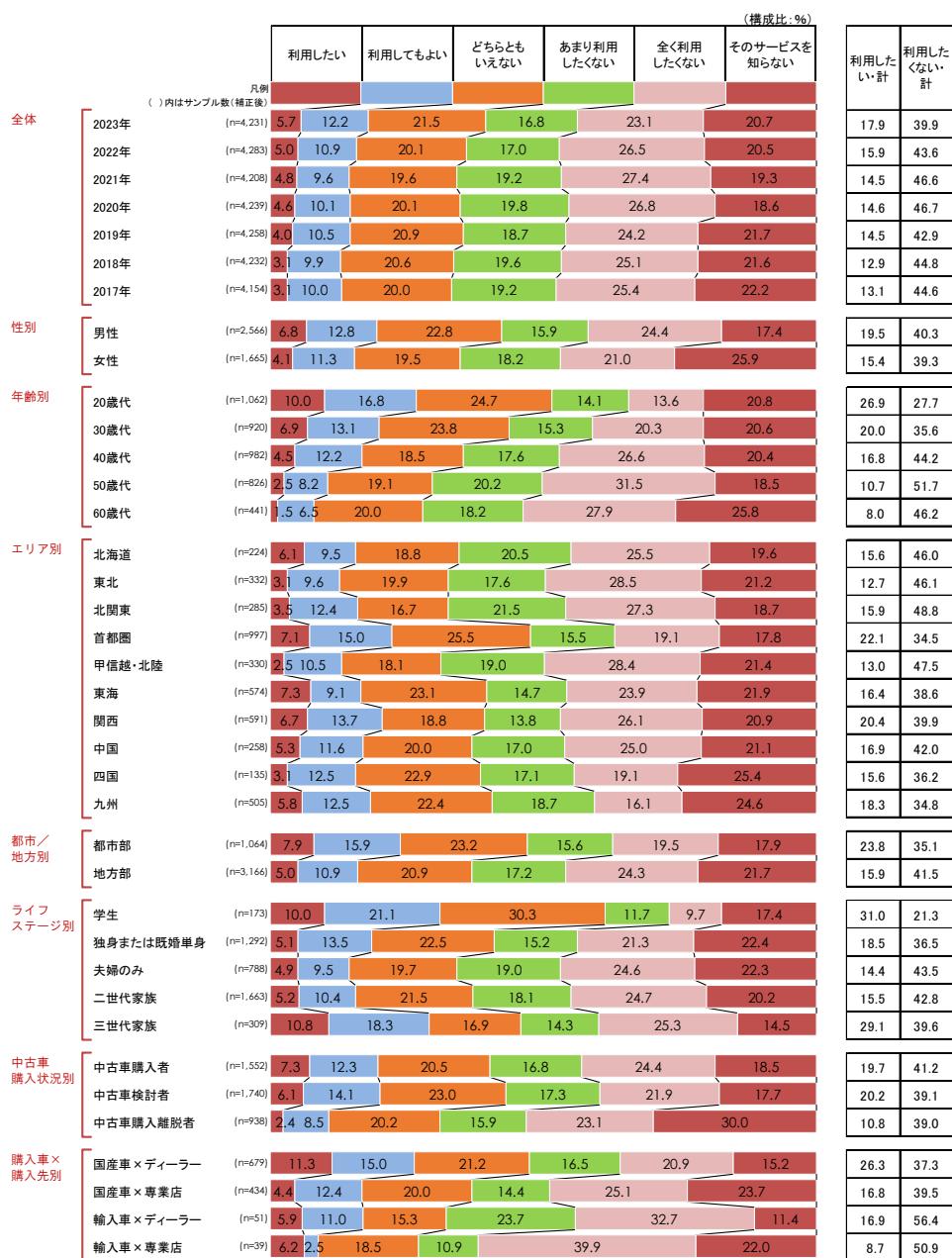
■個人間の貸し借りを仲介するサービスを利用したカーシェア(Anyca、CaFoReなど)の利用意向【貸す場合】
<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)

※「利用したい・計」:「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計

※「利用したくない・計」:「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

(6)自治会など住民組織がクルマを所有するカーシェアの利用意向

- 自治会など住民組織がクルマを所有するカーシェアの利用意向を尋ねたところ、「利用したい・計」(「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計)の割合は18%、「利用したくない・計」(「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計)の割合は40%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「利用したい・計」の割合が4ポイント高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも「利用したい・計」の割合が8ポイント高い。
- ライフステージ別でみると、学生は他のライフステージに比べて「利用したい・計」の割合が高い。

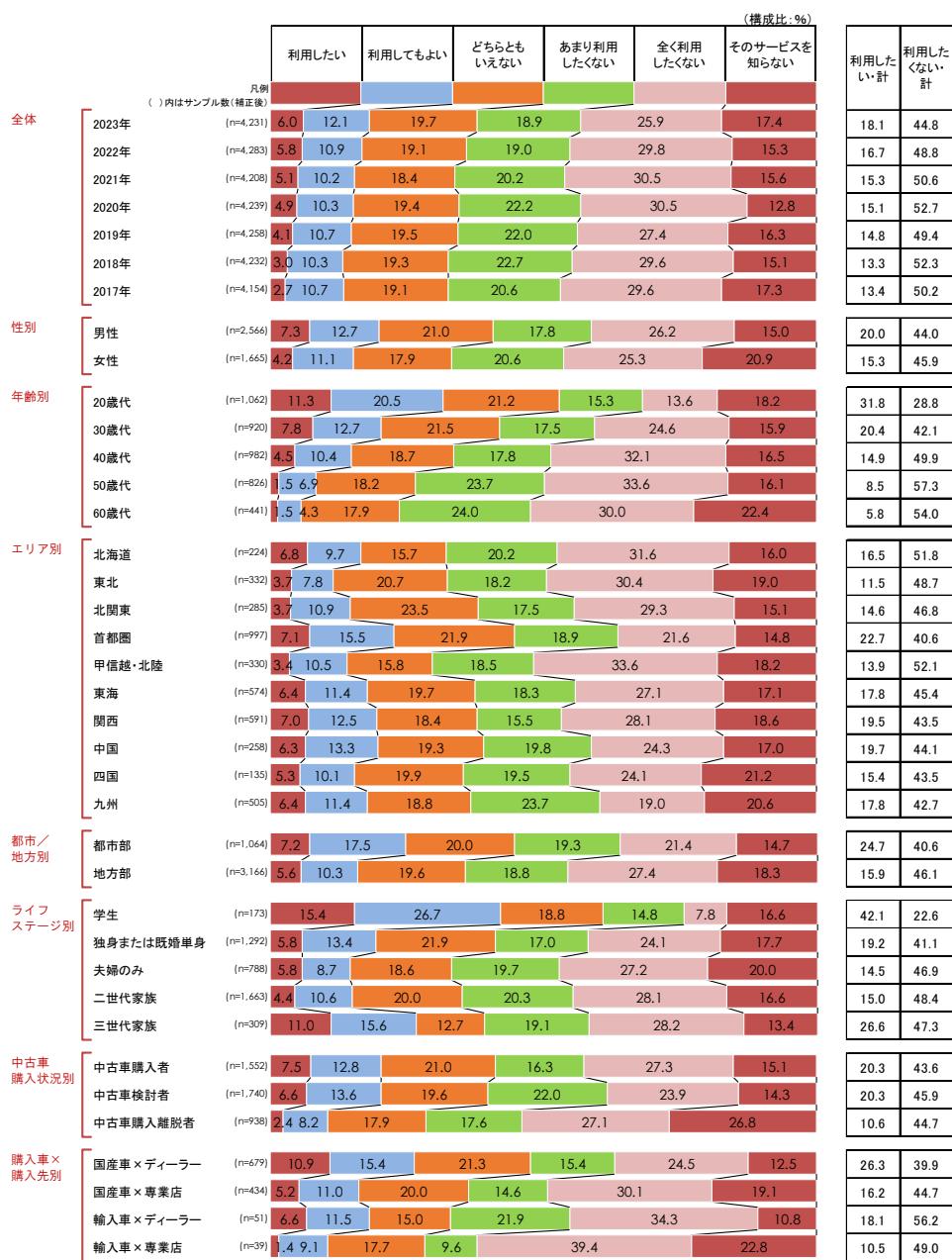
■自治会など住民組織がクルマを所有するカーシェアの利用意向<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)

※「利用したい・計」:「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計

※「利用したくない・計」:「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

(7)個人間(知人・友人など)でクルマを共同所有するカーシェアの利用意向

- 個人間(知人・友人など)でクルマを共同所有するカーシェアの利用意向を尋ねたところ、「利用したい・計」(「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計)の割合は18%、「利用したくない・計」(「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計)の割合は45%であった。
- 性別でみると、男性は女性よりも「利用したい・計」の割合が5ポイント高い。
- 都市／地方別でみると、都市部は地方部よりも「利用したい・計」の割合が9ポイント高い。
- ライフステージ別でみると、学生は他のライフステージに比べて「利用したい・計」の割合が高い。

■個人間(知人・友人など)でクルマを共同所有するカーシェアの利用意向<二次調査>
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／単一回答)

※「利用したい・計」:「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計

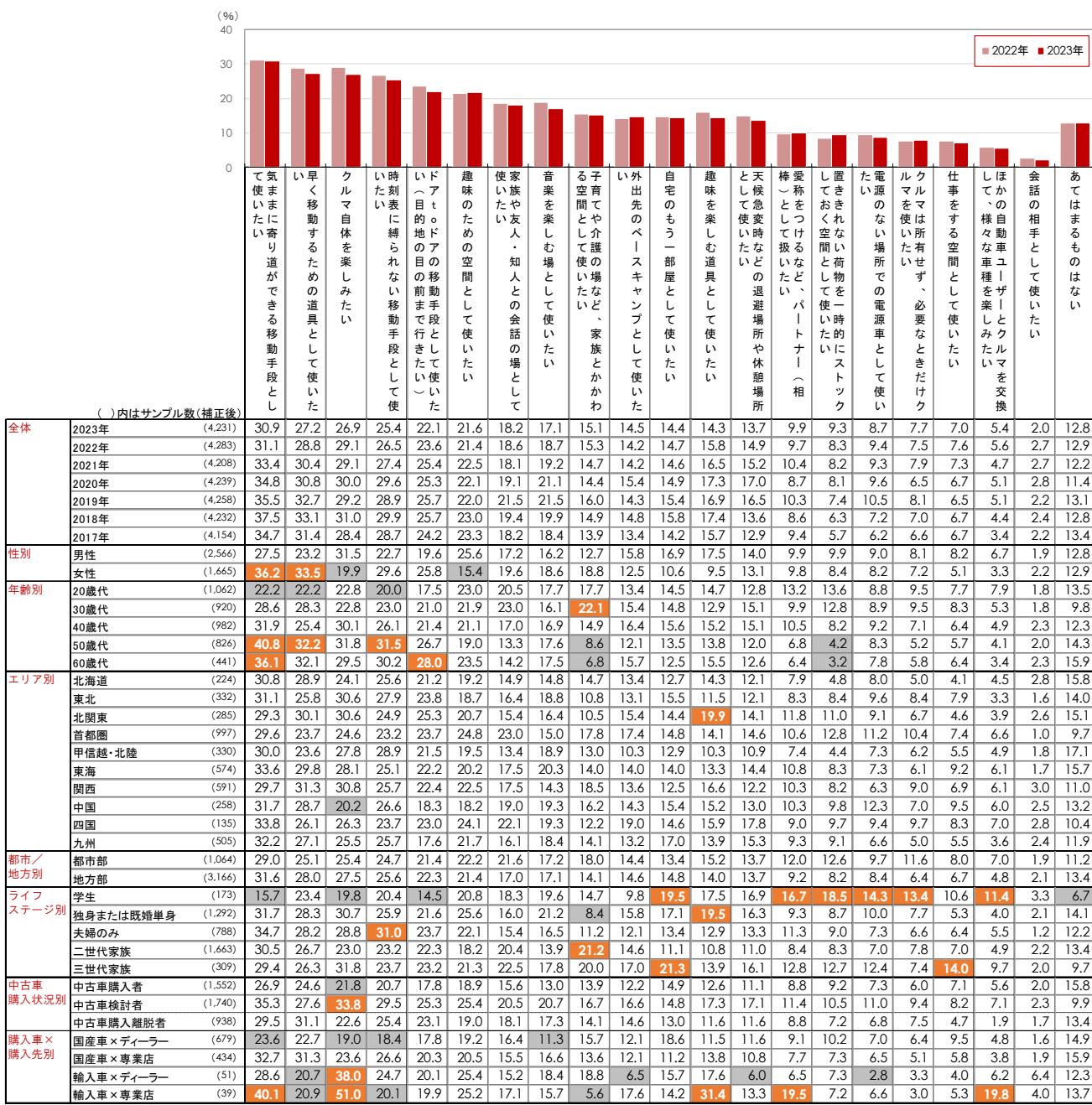
※「利用したくない・計」:「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

2) クルマの理想の使い方・実際の使い方

(1) 理想のクルマの使い方

- 理想のクルマの使い方を尋ねたところ、「気ままに寄り道ができる移動手段として使いたい」が31%で最も高く、次いで「早く移動するための道具として使いたい」と「クルマ自体を楽しみたい」がともに27%、「時刻表に縛られない移動手段として使いたい」が25%で続く。
- 年齢別でみると、年齢が高いほど「ドアtoドアの移動手段として使いたい」などが高くなる。

■ 理想のクルマの使い方<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

(2) 実際のクルマの使い方

- 実際のクルマの使い方を尋ねたところ、「気ままに寄り道ができる移動手段として使う」と「早く移動するための道具として使う」がともに24%で最も高く、次いで「時刻表に縛られない移動手段として使う」が21%、「クルマ自体を楽しむ」と「ドアtoドアの移動手段として使う」がともに18%で続く。
- 年齢別でみると、年齢が高いほど「時刻表に縛られない移動手段として使う」「ドアtoドアの移動手段として使う」が高くなる。

■ 実際のクルマの使い方<二次調査>(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人／複数回答)



※「理想的のクルマの使い方」の多い順にソート

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)

中古車購入実態調査2023

報告書【データ編】

2024年3月

株式会社リクルート 自動車総研

東京都台東区上野1-19-10 上野広小路会館ビル10F
TEL 03-6835-6160