

2015年12月9日



株式会社リクルートマーケティングパートナーズ

中古車購入実態調査2015

全国の中古車小売台数は年間240.4万台。中古車購入総額(※1)の平均は116.9万円。クルマの所有状況において、新車:中古車比率は約7:3(※2)。

※1:車両本体価格だけでなく、諸費用(法定費用・販売店手数料)を含む
 ※2:新車と中古車を「両方持っている」人は除く

- ◇若者世代の新車:中古車比率は約6:4。若い人ほど中古車志向が強い傾向が明らかに
- ◇若年層ほど、「マルチルーム」や「ロボットカー」「オフィスカー」など、クルマに対し多様な関心を持つ傾向に

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ(本社:東京都中央区 代表取締役社長 山口 文洋)が企画制作するカーセンサーでは、中古車の購入実態について詳細に把握するために、過去1年間に中古車の購入を検討した人に対して「中古車購入実態調査」を全国(沖縄県を除く)で実施しました。ここに、調査結果をご報告いたします。

■中古車市場規模推計、クルマの所有状況、中古車に対するイメージ……P3～5

全国の中古車小売台数は年間240.4万台。マーケットの拡大には若年層のネガティブイメージの払拭が有効か

- 調査結果より、1年間の中古車購入にかけられた費用総額は2兆8100億円、延べ購入台数は240.4万台と推計された。中古車購入総額の平均は116.9万円となった。年代別にみると、20代(※)の1万人あたり中古車購入台数は全体平均の1.25倍であり、最も高い。
- クルマを持っている人のうち、「新車を持っている」人は71.7%、「中古車を持っている」人は26.8%、「両方持っている」人は1.5%。
- 中古車に対するイメージは、「中古車は少ない予算でも買えるので魅力的だ」「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」「安全性に問題がなければ中古車で十分だ」が高い。

■クルマの保有期間とクルマに対する価値観……P6～7

若年層ほど、「音楽環境」から「ロボットカー」までクルマに対し多様な関心を持つ傾向に

- 前回購入したクルマの保有期間は平均5.5年。前保有車が中古車の方が乗り換えサイクルが早い。年代別では年齢が若くなるほど期間が短くなる傾向にある。
- 愛着を感じるクルマ、興味・関心の高いクルマにおいて、20代(※)は他の年代に比べ、多くの項目で高い関心を示す傾向にあり、特に全体と差が大きい上位3項目は「音楽視聴環境が整ったクルマ」(16.4ポイント)、「たくさんの人が乗れるクルマ」(13.2ポイント)、「ハンドルやアクセル・ブレーキがある程度なじんでいるクルマ」(11.6ポイント)。

■中古車の購入実態と購入理由……P8～10

地方で強い「軽自動車」人気。「最新型」にこだわる新車派とこだわらない中古車派

- 購入した中古車のボディタイプは「軽自動車」が43.9%で最も高く、地方部(46.4%)が都市部(35.0%)より11.4ポイント高い。
- 中古車購入者におけるクルマの購入を決めた理由は、「自分の求めている条件に当てはまるクルマを見つけたから」(26.9%)が最も高い。

購入決定機では店と人が重要。「納車の時期」と販売員の「知識」「礼儀」「提案力」が決め手に

- クルマの購入を思い立った段階で調べたことは「価格」(55.5%)、「車体の大きさ」(46.9%)、「室内の広さ、乗車可能人数、荷物スペースの広さ」(46.3%)など、クルマのスペック等に関する事が高い。一方、購入する店舗やクルマを決定した段階で調べたことをクルマの購入を思い立った段階と比較すると、「納車の時期」(24.6ポイント差)、「販売員の礼儀正しさ、親しみやすさ」(13.3ポイント差)、「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」(12.7ポイント差)、「検討している中古車に対する販売員の知識」(12.4ポイント差)など、販売店や販売員に関する事が相対的に高くなっている。

※「20代」には18～19歳含む

★若者(20代※)のクルマ・中古車に対する志向について★ (カーセンサー編集部)

若者において、保有車の中古車比率が約40%と、他の年代よりも高く、20代(※)の1万人あたり中古車購入台数も全体平均よりも1.25倍高いことがわかりました。その結果、過去1年の中古車購入台数は約56万台と、年代別で一番大きなボリュームとなっています。加えて、購入平均価格は125.6万円と、30代に次いで高いことから、中古車への志向性が強く、中古車マーケットを支える主要な存在となっていることがうかがえます。

一方で、20代(※)は、「自分ひとりで選ぶ自信がない」など中古車に対するネガティブイメージが、他の年代よりも強めに出ており、不安の解消や購入支援がさらなるマーケット拡大につながる可能性を示唆しています。

また、若者ほどクルマに対して広く多様な価値を見出し、興味関心を抱いており、「新たなクルマの使い方」「新しいカーライフ」の提案が、クルマの需要喚起につながる事が想定されます。



- ◆ 出版・印刷物へデータを転載する際には、「中古車購入実態調査2015 調べ」と明記いただけますようお願い申し上げます。
- ◆ 「中古車購入実態調査2015」は、弊社『自動車総研』サイト(<http://www.recruit-mp.co.jp/carsouken/>)より、ダウンロードいただけます。リクルートマーケティングパートナーズではこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指しています。

【本件に関するお問い合わせ先】

https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/

調査概要と回答者のプロフィール

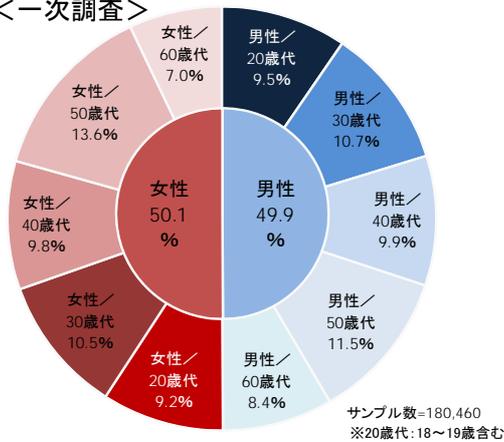
【調査概要】

- 【調査方法】 インターネットによる調査
- 【調査期間】 ■一次調査: 2015年9月5日(土)~2015年9月29日(火)
■二次調査: 2015年9月19日(土)~2015年9月28日(月)
- 【調査対象】 ■一次調査: 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)
■二次調査: 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」
- 【回収数】 ■一次調査: 180,461件
※平成22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。
■二次調査: 4,065件 (1年以内中古車購入者: 2,007件、1年以内中古車購入検討者: 2,058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。
- 全国10エリア: **北海道**、**東北**(青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県)、**北関東**(茨城県・栃木県・群馬県)、**首都圏**(埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県)、**甲信越・北陸**(新潟県・富山県・石川県・福井県・山梨県・長野県)、**東海**(静岡県・岐阜県・愛知県・三重県)、**関西**(滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県)、**中国**(鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県)、**四国**(徳島県・香川県・愛媛県・高知県)、**九州**(福岡県・佐賀県・長崎県・大分県・熊本県・宮崎県・鹿児島県)
- 【集計方法】 平成22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区分でウエイトバック集計を行っている。さらに、本集計では、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区分を加えてウエ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エイトバック集計を行っている。
- 【集計サンプル数】 ■一次調査: 180,460件
■二次調査: 中古車購入者2,007件、中古車購入検討者2,058件
- 【調査主体】 リクルート 自動車総研

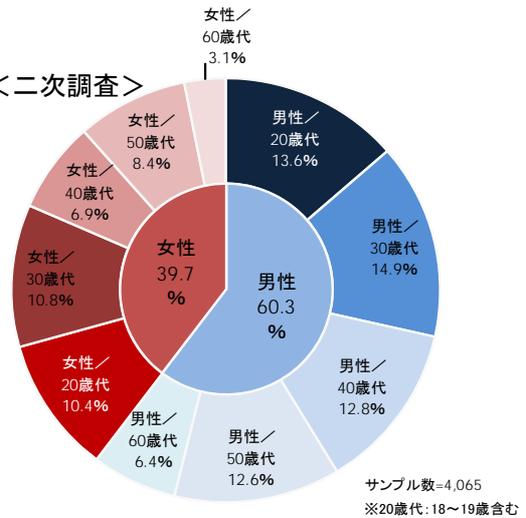
【回答者のプロフィール】

■性・年齢(全体/単一回答)

<一次調査>

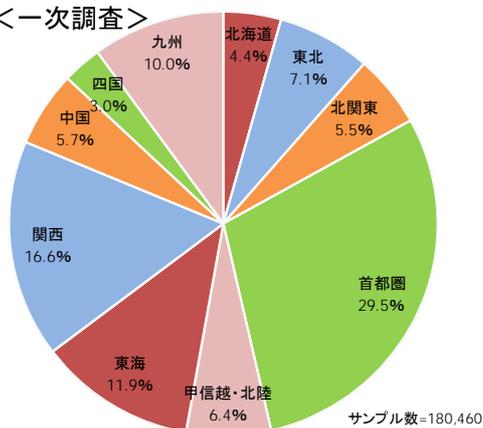


<二次調査>

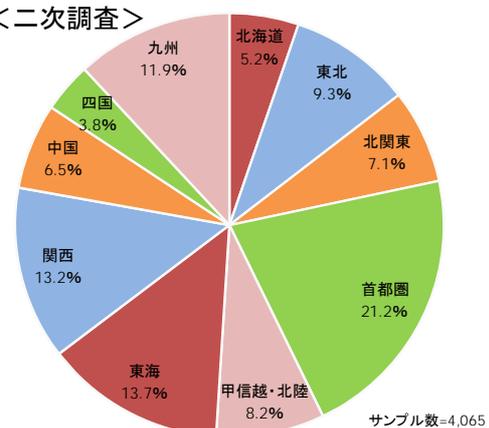


■居住エリア(全体/単一回答)

<一次調査>



<二次調査>



中古車市場規模推計

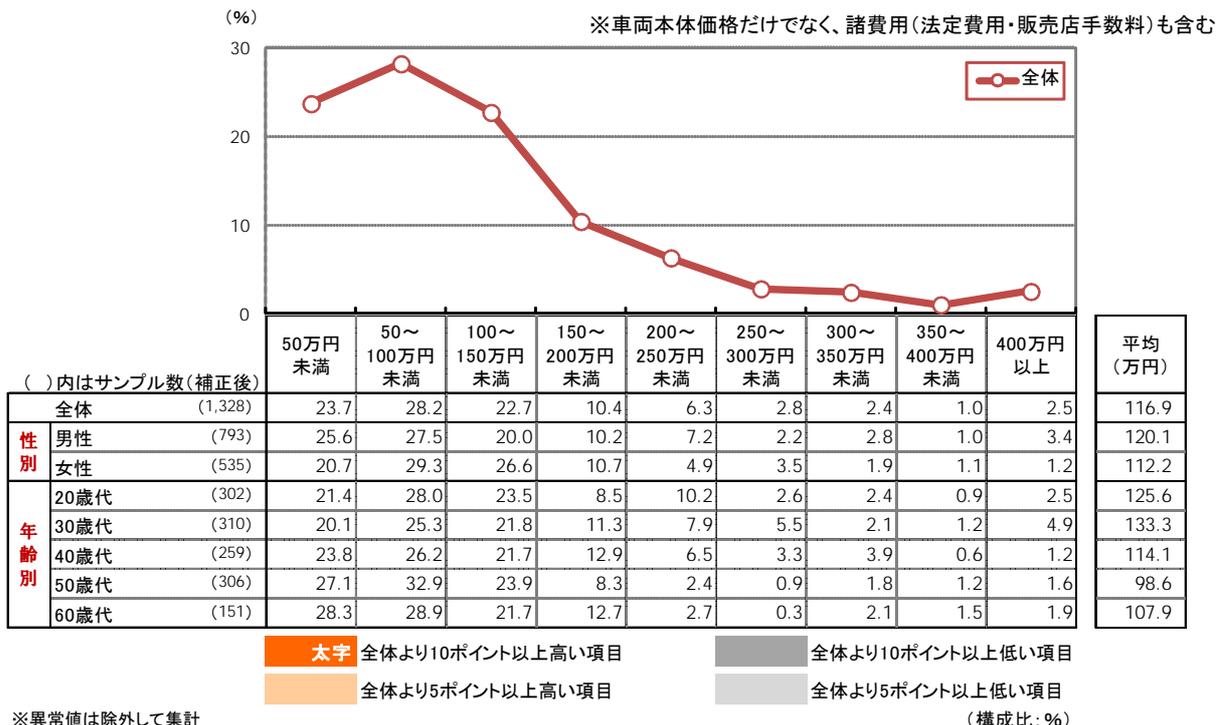
1年間の中古車の購入にかけられた費用総額は2兆8100億円、延べ購入台数は240.4万台と推計された。中古車の支払総額は「50～100万円未満」が28.2%で最も高く、次いで「50万円未満」が23.7%、「100～150万円未満」が22.7%で続く。平均は116.9万円となった。

■中古車の購入台数、市場規模<推計値>

	H22国勢調査	調査結果		推計結果				
		人口 (万人)	1年間の 中古車購入率 (%)	中古車 購入単価 (万円)	延べ 購入台数 (万台)	中古車 市場規模 (億円)	1万人あたり購入台数	
	<A>		<C>	A*B=<D>	C*D	台数 (台)	全国値との 比較 (全国=1)	
全国	8,469	2.8	116.9	240.4	28,100	283.8	1.00	
性別	男性	4,228	3.4	120.1	143.3	17,207	339.0	1.19
	女性	4,241	2.3	112.2	97.1	10,891	228.8	0.81
年齢別	20歳代	1,594	3.5	125.6	56.4	7,086	354.0	1.25
	30歳代	1,793	3.1	133.3	56.4	7,518	314.7	1.11
	40歳代	1,659	2.8	114.1	46.2	5,272	278.4	0.98
	50歳代	1,612	2.6	98.6	42.6	4,195	264.0	0.93
	60歳代	1,811	2.0	107.9	35.4	3,821	195.5	0.69
エリア別	北海道	369	3.5	103.1	13.0	1,341	352.1	1.24
	東北	599	3.7	106.5	22.3	2,379	372.7	1.31
	北関東	466	3.9	109.7	18.0	1,972	385.5	1.36
	首都圏	2,495	1.9	135.7	48.3	6,551	193.5	0.68
	甲信越・北陸	542	3.9	115.5	21.4	2,471	394.8	1.39
	東海	1,009	3.3	104.1	33.5	3,483	331.8	1.17
	関西	1,402	2.2	139.0	30.9	4,298	220.6	0.78
	中国	485	3.3	109.4	16.2	1,771	333.8	1.18
	四国	252	3.7	123.7	9.4	1,161	372.6	1.31
九州	850	3.2	98.4	27.5	2,703	323.3	1.14	

※人口：平成22年国勢調査(総務省)の結果に基づく、各エリアの対象年代(18～69歳)の人口
 ※推計結果(延べ購入台数、中古車市場規模)の全国値は、全国の平均購入単価および延べ購入台数のデータを用いて算出しているため、各性年齢、各エリアの合計とは異なる
 ※「延べ購入台数」は「人口」に「1年間の中古車購入率」を乗じて算出しているが、この「1年間の中古車購入率」は1年間に1台以上中古車を購入した人の割合であるため、「延べ購入台数」には1年間に2台以上中古車を購入した人の2台目以降は含まれていない

■中古車の支払総額(中古車購入者のうち金額回答者のみ/数値回答)

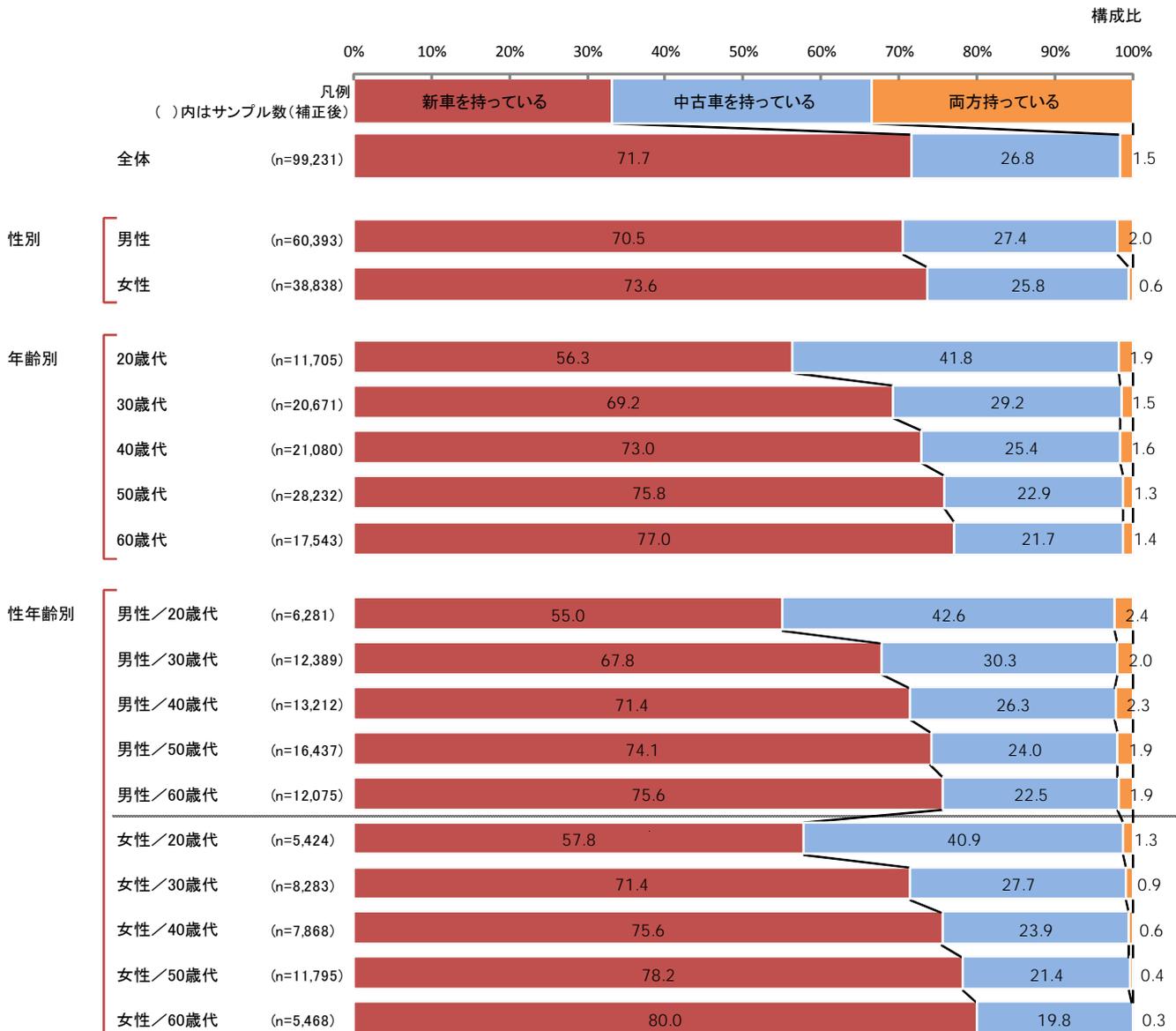


クルマを持っている人のうち、「新車を持っている」人は71.7%、「中古車を持っている」人は26.8%、「両方持っている」人は1.5%であった。

性別で見ると、男性では「新車を持っている」人が70.5%、「中古車を持っている」人が27.4%で、女性よりも「中古車を持っている」人の割合が高い。

年齢別で見ると、20歳代では「新車を持っている」人が56.3%、「中古車を持っている」人が41.8%で、年齢が若くなるほど「中古車を持っている」人の割合が高くなる傾向がみられる。

■クルマの所有状況(クルマを持っている人/単一回答) ※「クルマの所有状況、運転状況」を再集計して算出

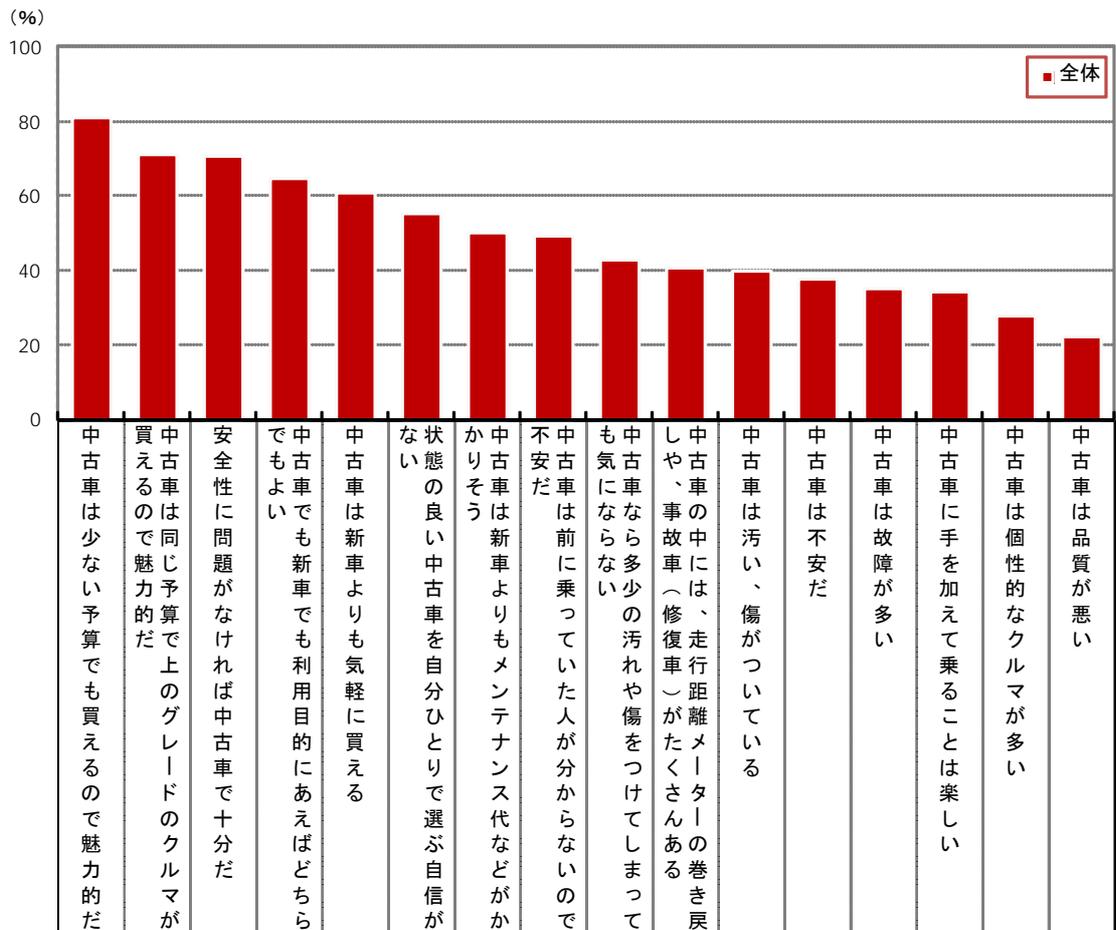


中古車に対するイメージ

中古車に対する各イメージについて、「そう思う」+「ややそう思う」人の割合をみると、「中古車は少ない予算でも買えるので魅力的だ」が80.9%で最も高く、次いで「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70.9%、「安全性に問題がなければ中古車で十分だ」が70.6%で続いている。

年齢別でみると、おおむね年齢が若くなるほど「状態の良い中古車を自分ひとりで選ぶ自信がない」「中古車は新車よりもメンテナンス代などがかかりそう」「中古車は前に乗っていた人が分からないので不安だ」などネガティブイメージを持っている人の割合が高くなる傾向がみられる。

■ 中古車に対するイメージ<「そう思う」+「ややそう思う」の合計値>
(中古車購入者および購入検討者/それぞれ単一回答)



()内はサンプル数(補正後)

	全体 (4,065)	80.9	70.9	70.6	64.5	60.9	55.1	50.2	49.2	42.9	40.5	39.6	37.7	35.0	34.2	27.7	22.0
性別	男性 (2,452)	80.2	71.7	66.6	62.3	60.8	42.5	47.7	45.2	41.8	39.2	39.5	37.8	33.1	42.2	31.4	23.6
	女性 (1,613)	81.9	69.7	76.7	67.7	61.1	74.1	54.0	55.2	44.5	42.5	39.7	37.5	37.8	22.1	22.1	19.6
年齢別	20歳代 (975)	85.3	72.3	73.7	65.2	66.8	65.2	57.2	55.7	51.2	46.7	46.4	45.8	43.8	41.2	35.3	29.6
	30歳代 (1,046)	80.8	70.9	73.5	68.4	61.0	60.2	50.7	49.8	46.3	39.8	41.4	38.3	37.9	35.9	30.5	24.5
	40歳代 (802)	78.0	72.4	66.5	61.3	55.9	49.1	48.5	45.8	37.5	39.8	38.1	37.7	30.3	34.0	25.0	17.8
	50歳代 (853)	79.0	68.3	65.9	60.9	57.3	48.7	48.5	48.5	36.1	36.7	38.3	34.1	32.1	30.6	22.2	19.3
	60歳代 (389)	80.1	70.3	73.8	66.0	63.9	42.2	38.7	39.5	38.2	36.4	23.6	23.7	21.2	20.7	19.0	11.0

(「そう思う」「ややそう思う」の合計値: %)

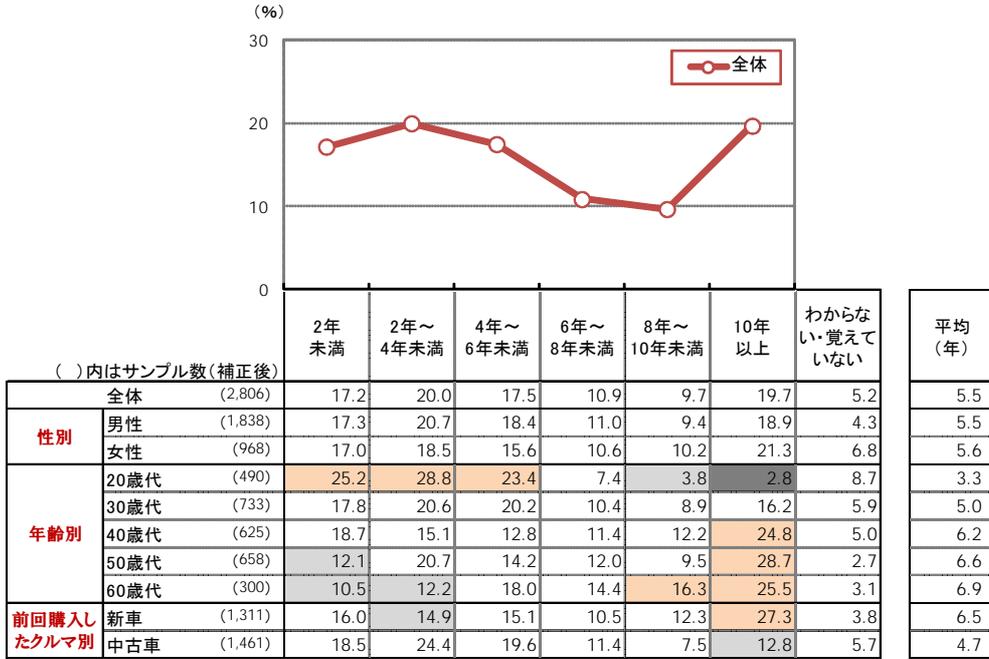
太字 全体より10ポイント以上高い項目
 ■ 全体より10ポイント以上低い項目
■ 全体より5ポイント以上高い項目
 ■ 全体より5ポイント以上低い項目

クルマの保有期間と次回購入時期

前回購入したクルマの保有期間は、平均で5.5年。年齢別で見ると、年齢が若くなるほど保有期間が短くなる傾向がみられる。

次のクルマの購入時期は、「4年～6年以内」が14.7%で最も高く、「2年～4年以内」が14.0%で続く。

■前回購入したクルマの保有期間(前回購入したクルマがある人のみ/数値回答)

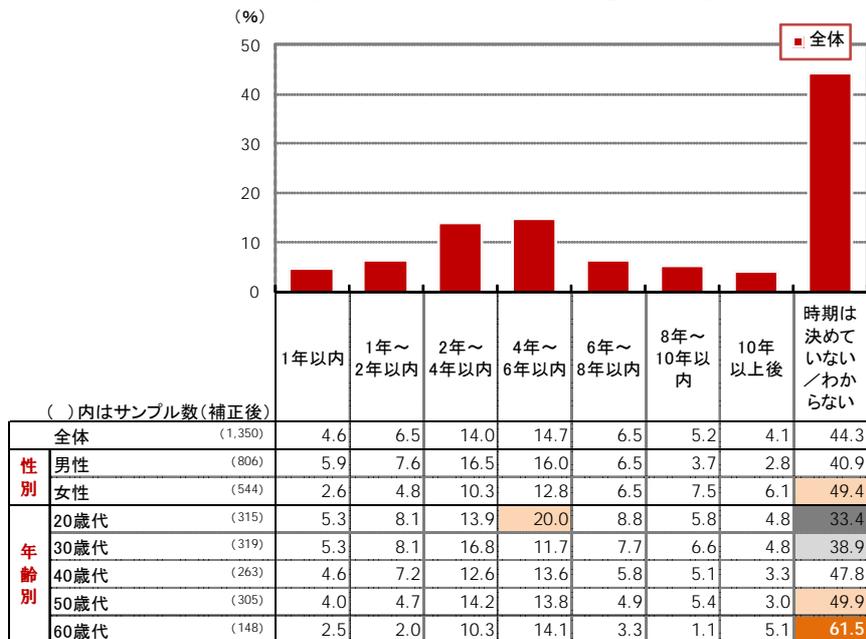


※異常値は除外して集計

(構成比: %)

太字 全体より10ポイント以上高い項目
 全体より10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

■次のクルマの購入時期(中古車購入者のうち次のクルマを買いたいと思っている人/単一回答)



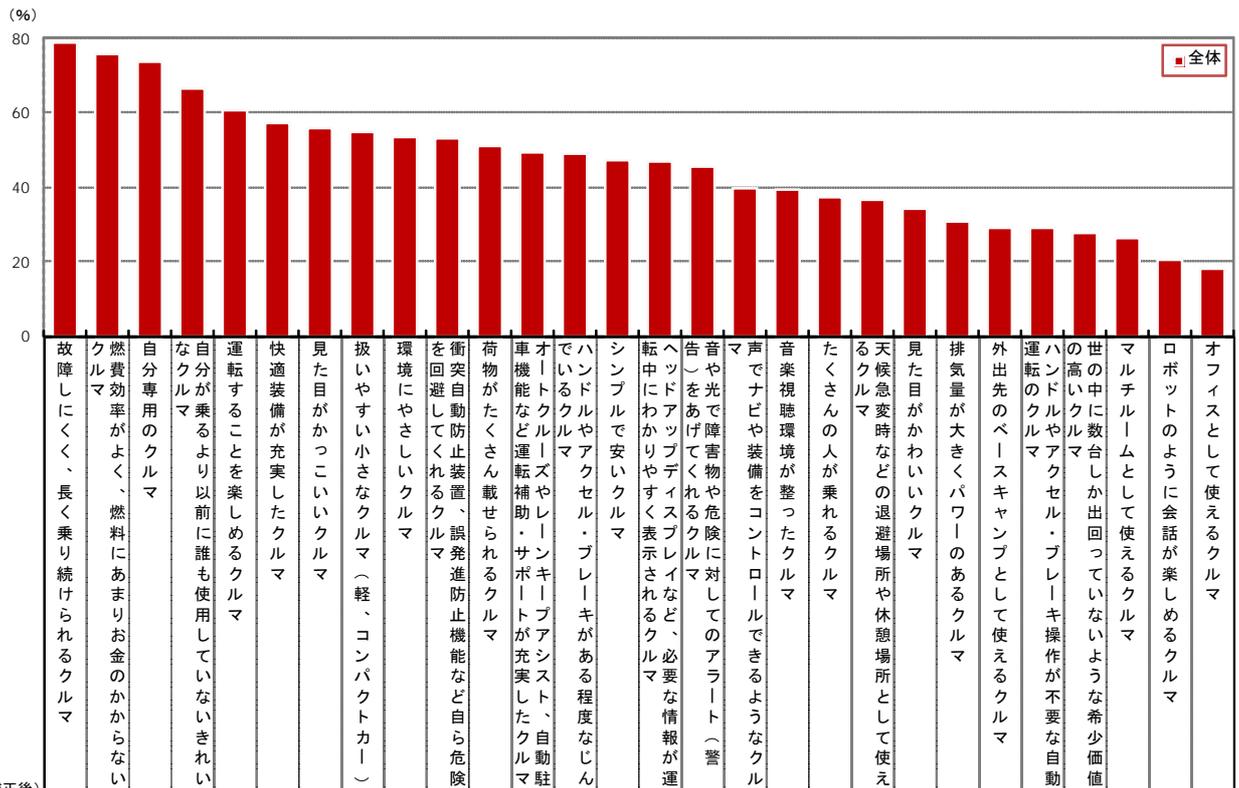
(構成比: %)

太字 全体より10ポイント以上高い項目
 全体より10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

クルマに対する価値観

愛着を感じるクルマ、興味・関心の高いクルマについて、「興味・関心がある」+「まあ興味・関心がある」人の割合をみると、「故障しにくく、長く乗り続けられるクルマ」が78.8%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75.6%、「自分専用のクルマ」が73.8%で続く。
年齢別で見ると、20歳代では「自分専用のクルマ」が最も高く、多くの項目で他の年代と比べて高くなっている。

■愛着を感じるクルマ、興味・関心の高いクルマについて<「興味・関心がある」+「まあ興味・関心がある」の合計値> (中古車購入者および購入検討者/それぞれ単一回答)



()内はサンプル数(補正後)

	全体 (4,065)	故障しにくく、長く乗り続けられるクルマ	燃費効率がよく、燃料にあまりお金のかからないクルマ	自分専用のクルマ	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	運転することを楽しめるクルマ	快適装備が充実したクルマ	見た目がカッコいいクルマ	扱いやすい小さなクルマ(軽、コンパクトカー)	環境にやさしいクルマ	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	荷物がたくさん載せられるクルマ	車機能など運転補助・サポートが充実したクルマ	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	ハンドルやアクセル・ブレーキがある程度なじんでいるクルマ	シンドルで安いクルマ	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	音や光で障害物や危険に対してのアラート(警告)をあげてくれるクルマ	声でナビや装備をコントロールできるようなクルマ	音楽視聴環境が整ったクルマ	たくさんの人が乗れるクルマ	天候急変時などの退避場所や休憩場所として使えるクルマ	見た目がかわいいクルマ	排気量が大きくパワーのあるクルマ	外出先のベースキャンピングとして使えるクルマ	運転のクルマ	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	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	マルチルームとして使えるクルマ	ロボットのよう会話が楽しめるクルマ	オフィスとして使えるクルマ
全体	(4,065)	78.8	75.6	73.8	66.5	60.7	57.3	55.8	54.9	53.4	53.2	50.9	49.4	48.9	47.3	47.0	45.5	39.5	39.4	37.4	36.7	34.3	30.9	29.0	28.9	27.8	27.8	26.1	20.4	17.9	
性別	男性 (2,452)	73.4	69.3	73.8	64.7	62.6	54.5	60.0	46.2	44.7	46.9	47.4	45.9	49.0	43.5	44.6	39.4	37.7	38.8	36.8	35.3	22.6	36.4	30.7	27.6	33.5	27.0	21.7	20.1		
	女性 (1,613)	86.9	85.3	73.9	69.4	57.9	61.5	49.5	68.1	66.7	62.7	56.1	54.7	48.8	53.0	50.6	54.7	42.2	40.2	38.2	38.8	52.1	22.6	26.5	30.8	19.2	24.6	18.4	14.5		
年齢別	20歳代 (975)	77.0	77.1	80.2	73.5	67.8	66.4	66.0	60.6	57.9	57.8	60.3	55.4	60.5	53.2	51.8	50.7	45.0	55.8	50.6	45.8	45.3	42.3	38.7	38.5	36.1	36.4	28.4	26.6		
	30歳代 (1,046)	77.9	75.7	73.9	66.8	61.8	59.5	61.4	54.4	54.8	53.8	58.5	49.9	49.4	45.5	49.4	48.5	41.1	42.1	46.7	40.4	36.5	33.4	32.9	34.1	28.6	29.6	22.4	20.1		
	40歳代 (802)	79.2	73.6	71.7	64.9	57.5	55.8	56.2	50.8	44.9	49.7	51.7	46.7	42.4	44.5	44.4	40.9	35.8	33.7	35.2	34.7	28.3	29.3	25.2	25.8	26.3	22.2	16.0	13.9		
	50歳代 (853)	80.0	74.7	71.9	63.7	58.3	50.9	45.5	52.8	53.3	50.5	35.9	45.7	42.9	44.7	41.8	41.2	36.0	28.5	21.2	27.1	29.2	21.9	20.9	17.8	23.2	17.9	15.9	12.6		
	60歳代 (389)	81.9	78.0	66.0	57.8	52.2	45.0	37.0	54.7	56.4	53.0	38.1	46.5	44.9	48.7	44.7	43.3	36.2	26.5	19.2	28.9	24.2	19.0	19.9	21.4	18.0	16.5	13.7	10.0		

太字 全体より10ポイント以上高い項目 全体より10ポイント以上低い項目
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

(「興味・関心がある」「まあ興味・関心がある」の合計値:%)

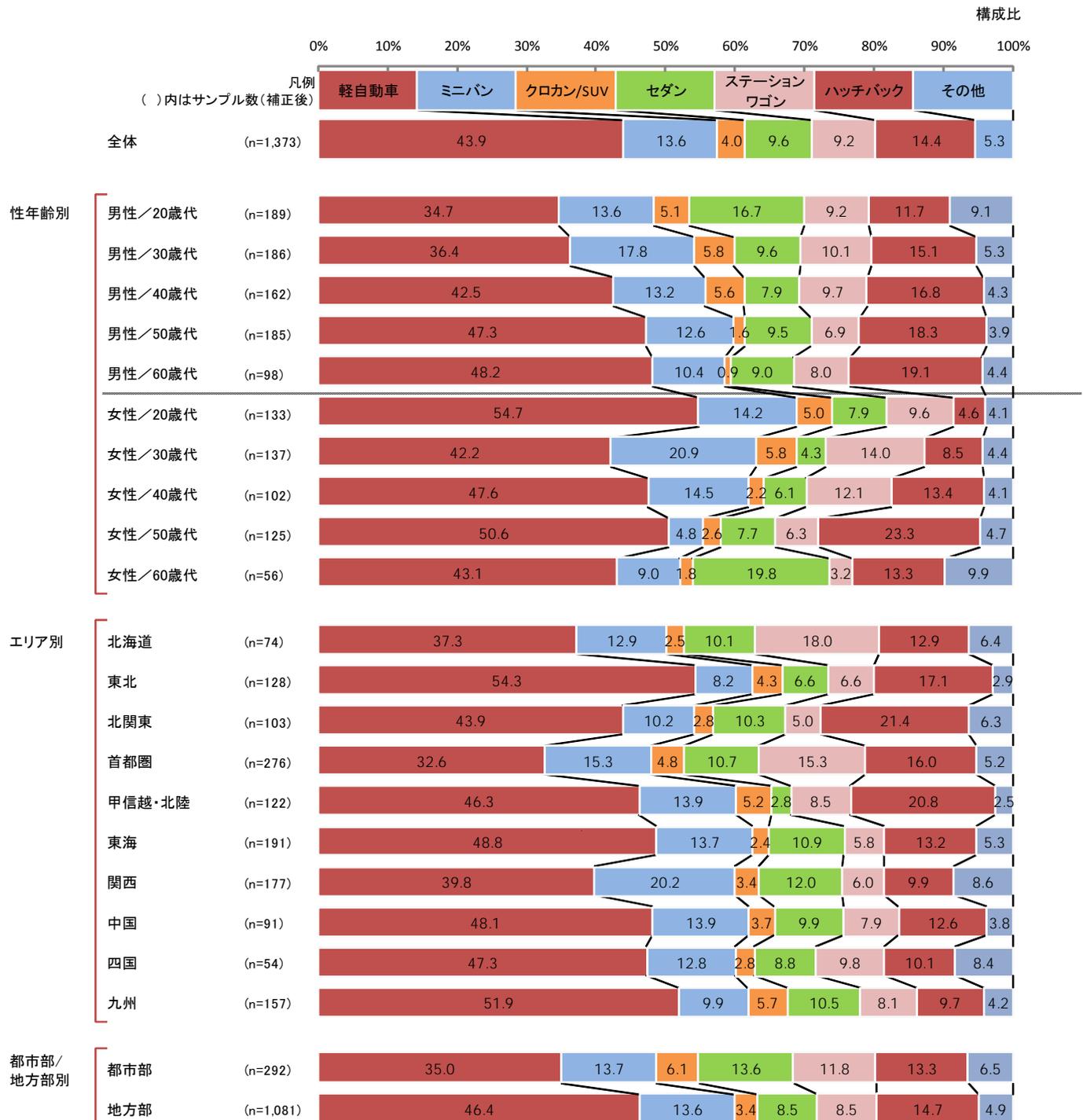
購入した中古車の種類

購入した中古車のボディタイプのベスト3は、第1位「軽自動車」(43.9%)、第2位「ハッチバック」(14.4%)、第3位「ミニバン」(13.6%)であった。

性年齢別で見ると、男性では年齢が上がるほど「軽自動車」が高く、女性では30歳代で「ミニバン」が他の性年齢に比べて高い。

都市部／地方部別で見ると、「軽自動車」が都市部より地方部において11.4ポイント高い。

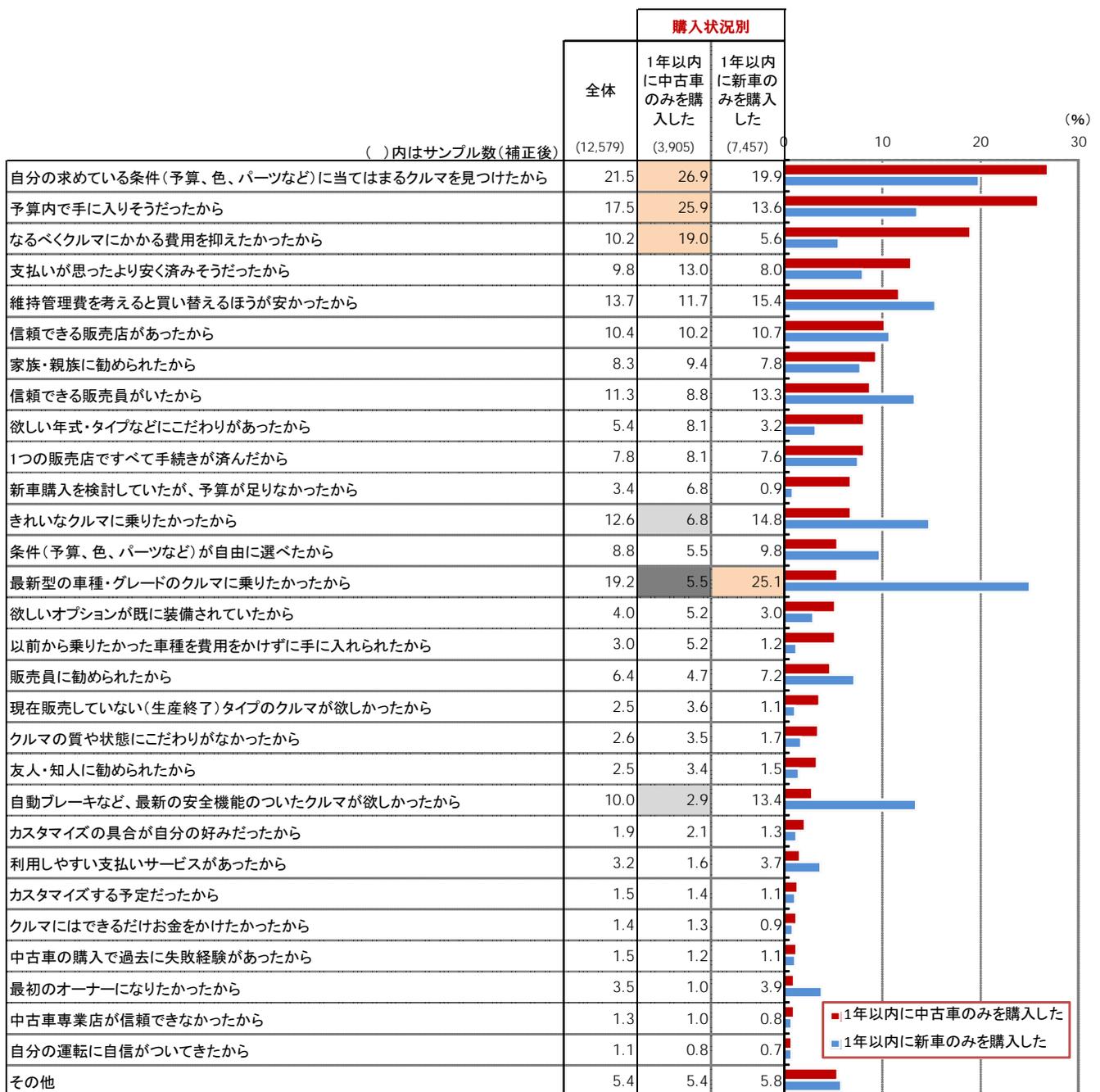
■購入した中古車のボディタイプ(中古車購入者／単一回答)



※都市部: 東京都特別区+政令指定都市20都市
 ※地方部: 上記以外

中古車購入者におけるクルマの購入を決めた理由は、1位「自分の求めている条件に当てはまるクルマを見つけたから」、2位「予算内で手に入りそうだったから」、3位「なるべくクルマにかかる費用を抑えたかったから」。
一方、新車購入者は、1位「最新型の車種・グレードのクルマに乗りたかったから」、2位「自分の求めている条件に当てはまるクルマを見つけたから」、3位「維持管理費を考えると買い替えるほうが安かったから」。

■クルマの購入を決めた理由(1年以内にクルマの購入経験がある人/複数回答)



※「1年以内に中古車のみを購入した」の多い順にソート

太字 全体より10ポイント以上高い項目 全体より10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

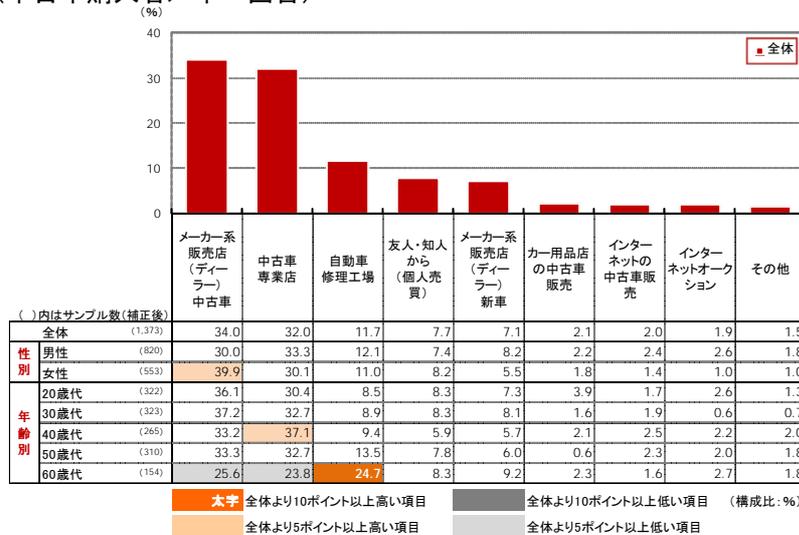
中古車の購入手動

中古車の購入先は、「メーカー系販売店(ディーラー)中古車」が34.0%で最も高く、次いで「中古車専門店」が32.0%で続く。

クルマの購入を思い立った段階で、購入しようとするクルマや販売店などに関して調べたことは「価格」(55.5%)、「車体の大きさ」(46.9%)、「室内の広さ、乗車可能人数、荷物スペースの広さ」(46.3%)など、クルマのスペック等に関することが高い。

購入する店舗やクルマを決定した段階では、「納車の時期」(37.0%)が最も高く、「価格」(35.3%)、「クルマの状態」(32.4%)が続いているが、クルマの購入を思い立った段階と比較すると、「納車の時期」(24.6ポイント差)、「清掃・クリーニングの状況、車内の匂い」(16.7ポイント差)、「販売員の礼儀正しさ、親しみやすさ」(13.3ポイント差)、「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」(12.7ポイント差)、「検討している中古車に対する販売員の知識」(12.4ポイント差)など、販売店や販売員に関することが相対的に高くなっている。

■中古車の購入先(中古車購入者/単一回答)



■購入しようとするクルマや販売店などに関して調べたこと(中古車購入者および購入検討者/複数回答)
 ※「購入する店舗やクルマを決定した段階」は、中古車購入者のみ

