

## カーセンサー中古車購入実態調査2017

中古車市場規模の推計は年間3兆275億円

延べ購入台数は年間250.3万台と増加傾向！

◇中古車購入にかけられた費用総額（中古車市場規模推計）、延べ購入台数、中古車購入単価の平均は2015年から年々増加

◇中古車のイメージではネガティブな項目が2015年から年々減少

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ（本社：東京都品川区 代表取締役社長 山口 文洋）が企画制作する中古車情報メディアカーセンサーでは、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「カーセンサー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。このたび調査結果がまとまりましたのでご報告します。

### ■中古車市場規模推計、購入した中古車の内容、中古車の購入先・・・P3～5

#### 1年間の中古車の購入にかけられた費用総額は3兆275億円で2015年から年々増加。

- 1年間の中古車購入にかけられた費用総額は3兆275億円、延べ購入台数は250.3万台と推計。中古車購入単価の平均は120.9万円。それぞれ2015年から年々増加。
- 直近で購入した中古車のボディタイプは「軽自動車」が37.8%。2015年より、「軽自動車」が減少、「ミニバン」が増加。
- 直近で購入した中古車の購入先は「中古車専門店」が34.2%、「メーカー系販売店（ディーラー 中古車）」が31.4%。

### ■中古車のイメージ、中古車購入を思い立ったとき不安だったこと・・・P6～7

#### イメージ項目では「中古車は不安だ」などネガティブな項目が2015年から年々減少。

- イメージ項目では2015年からネガティブな項目が年々減少している。「中古車は新車よりもメンテナンス代などがかかりそう」（2015年50.2% → 2017年47.0%）、「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」（2015年40.5% → 2017年36.5%）、「中古車は汚い、傷がついている」（2015年39.6% → 2017年36.3%）、「中古車は不安だ」（2015年37.7% → 2017年34.6%）、「中古車は故障が多い」（2015年35.0% → 2017年30.7%）、「中古車は品質が悪い」（2015年22.0% → 2017年18.9%）。
- 中古車購入を思い立ったとき不安だったことでは、「耐久性、故障する頻度」（2015年29.2% → 2017年25.5%）、「購入後の維持管理費（ガソリン・駐車場代など）の負担の大きさ」（2015年13.2% → 2017年11.2%）、「車検の負担の大きさ」（2015年11.7% → 2017年9.1%）が、2015年から年々減少。

### ■レンタカー・カーシェアの利用意向、カーシェアの費用・・・P8～10

#### 1年あたりのカーシェアの平均費用は2015年から年々増加。

- 利用意向はレンタカーで「利用したい・計」が47.5%、カーシェアで「利用したい・計」が29.5%となり、年齢別で見ると20歳代と30歳代の割合が他の年代に比べて高く、エリア別で見ると首都圏エリアと関西エリアが高い。
- カーシェアを利用している人のうち、1年あたりのカーシェアの費用で最も多かったのは「1万～2万円未満」で26.5%。平均は32,246円で、2015年から1,268円増加。

### ■リクルート自動車総研所長 兼 カーセンサー編集長 西村 泰宏による結果の解説・・・P11

◆出版・印刷物ヘデータを転載する際には、「カーセンサー中古車購入実態調査2017 調べ」と明記いただけますようお願い申し上げます。  
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まいります。

【本件に関するお問い合わせ先】

[https://www.recruit-mp.co.jp/support/press\\_inquiry/](https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/)

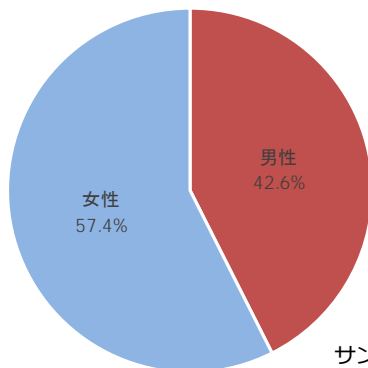
## 【調査概要】

- 【調査方法】 インターネットによる調査
- 【調査期間】 ■一次調査：2017年8月10日(木)～2017年8月28日(月)  
■二次調査：2017年8月16日(水)～2017年8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：177,286件  
※平成27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：4,154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】 ■一次調査：平成27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)  
■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エイトバック集計を行っている。

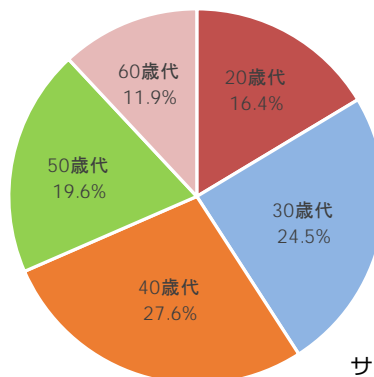
## 【回答者のプロフィール】

### ■一次調査 (全体/単一回答)

<性別>

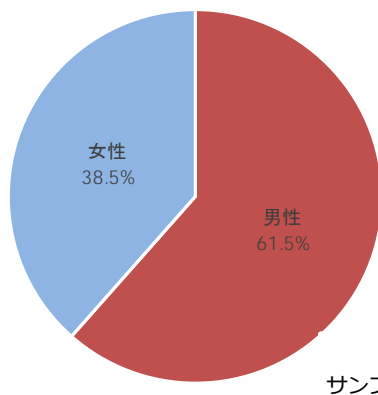


<年齢>

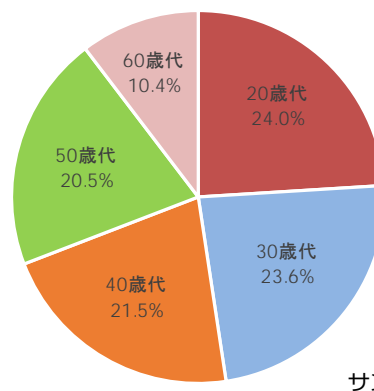


### ■二次調査 (全体/単一回答)

<性別>



<年齢>



1年間の中古車の購入にかけられた費用総額（中古車市場規模）は3兆275億円、延べ購入台数は250.3万台と推計。中古車購入単価の平均は120.9万円。それぞれ2015年の調査から年々増加。

人口1万人あたりの購入台数をエリア別でみると、北関東エリアに次いで北海道エリア、甲信越・北陸エリアが多い。

### ■中古車の購入台数、市場規模＜推計値＞

	H27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>	<B>	<C>	A*B=<D>	C*D	台数 (台)	全国値との 比較 (全国=1)	
全国	2017年	8,141	3.1	120.9	250.3	30,275	307.5	1.00
	2016年	8,141	3.0	117.3	242.2	28,409	297.5	1.00
	2015年	8,469	2.8	116.9	240.4	28,100	283.8	1.00
性別	男性	4,074	3.7	126.3	152.0	19,199	373.0	1.21
	女性	4,067	2.4	112.6	98.4	11,080	241.9	0.79
年齢別	20歳代	1,460	4.1	119.8	60.5	7,252	414.6	1.35
	30歳代	1,542	3.7	122.5	56.8	6,959	368.5	1.20
	40歳代	1,820	2.8	133.5	51.2	6,838	281.5	0.92
	50歳代	1,527	2.6	109.0	39.5	4,303	258.5	0.84
	60歳代	1,792	2.3	119.9	40.6	4,865	226.4	0.74
エリア別	北海道	350	4.1	121.2	14.4	1,748	412.3	1.34
	東北	567	3.7	118.9	21.2	2,522	374.2	1.22
	北関東	446	4.4	110.2	19.7	2,165	441.0	1.43
	首都圏	2,437	2.1	138.1	51.4	7,092	210.8	0.69
	甲信越・北陸	516	4.1	112.9	21.0	2,372	407.4	1.32
	東海	971	3.7	121.4	36.3	4,401	373.3	1.21
	関西	1,337	2.3	130.1	30.2	3,931	226.0	0.73
	中国	463	3.6	97.1	16.6	1,606	357.5	1.16
	四国	237	3.6	111.5	8.4	940	355.7	1.16
九州	818	3.8	111.9	31.2	3,497	381.9	1.24	

※人口：平成27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

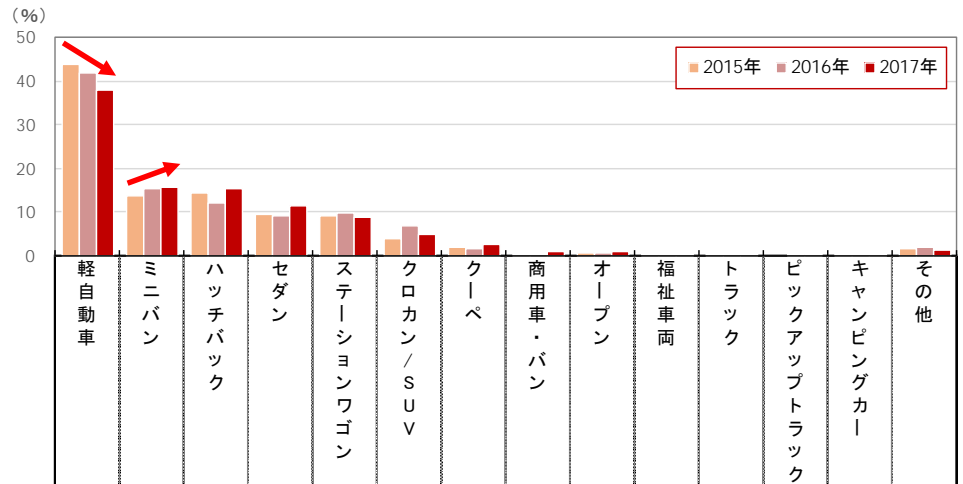
ただし、2015年の人口は平成22年国勢調査（総務省）の数値を用いている

※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

直近で購入した中古車のボディタイプは、「軽自動車」が37.8%で最も高いが、2015年の調査から減少、「ミニバン」が増加している。

■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）



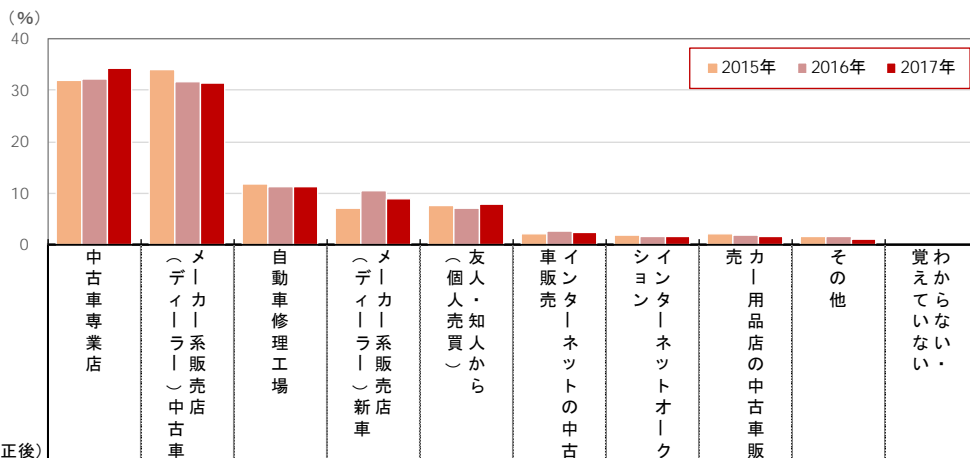
( )内はサンプル数(補正後)

区分	年	軽自動車	ミニバン	ハッチバック	セダン	ステーションワゴン	クロカン/SUV	クーペ	商用車・バン	オープン	福祉車両	トラック	ピックアップトラック	キャンピングカー	その他
全体	2017年 (1,478)	37.8	15.7	15.3	11.3	8.8	5.0	2.5	0.9	0.9	0.2	0.1	0.1	0.1	1.3
	2016年 (1,530)	42.0	15.3	12.2	9.1	9.7	6.7	1.7	0.4	0.8	0.1	0.1	0.1	0.1	1.8
	2015年 (1,373)	43.9	13.6	14.4	9.6	9.2	4.0	2.0	0.3	0.7	0.2	0.3	-	0.2	1.5
性別	男性 (897)	31.5	15.7	17.5	13.6	9.1	5.9	3.1	1.0	1.2	0.3	0.1	0.1	-	1.0
	女性 (581)	47.6	15.7	12.1	7.7	8.4	3.7	1.7	0.9	0.4	-	0.1	0.1	0.1	1.7
年齢別	20歳代 (357)	36.9	15.3	10.1	14.0	8.4	8.7	3.9	0.3	1.1	0.3	-	0.5	0.2	0.3
	30歳代 (335)	39.6	23.9	9.6	8.6	10.2	4.1	1.2	1.6	-	-	0.2	-	-	1.0
	40歳代 (303)	33.3	16.0	16.6	10.7	9.4	5.3	2.8	1.4	1.8	0.3	0.3	-	-	2.3
	50歳代 (309)	42.0	9.6	22.7	10.3	8.5	1.6	1.8	1.0	0.6	0.2	-	-	-	1.5
	60歳代 (173)	36.6	10.8	21.9	13.7	6.3	4.7	3.1	-	0.8	-	0.3	-	-	1.8
エリア別	北海道 (85)	33.5	20.8	14.1	11.5	8.6	9.0	1.7	-	0.5	-	-	-	-	0.2
	東北 (125)	42.6	14.5	12.7	12.5	7.1	7.2	0.1	1.8	0.3	-	0.5	-	-	0.7
	北関東 (116)	39.8	14.9	18.8	8.0	6.2	6.4	1.1	0.6	1.4	-	-	-	-	2.7
	首都圏 (303)	26.3	15.0	21.4	13.4	10.9	5.0	4.5	1.4	1.0	-	-	0.2	-	0.9
	甲信越・北陸 (124)	43.8	14.4	9.9	12.7	5.0	7.8	1.1	1.1	1.9	-	0.7	-	-	1.7
	東海 (214)	31.5	14.6	21.0	15.4	8.8	4.6	1.7	-	1.4	0.4	-	-	-	0.7
	関西 (178)	39.0	19.2	13.0	9.3	7.6	4.7	3.6	0.5	-	0.9	-	0.5	0.4	1.2
	中国 (98)	51.3	11.8	7.4	5.7	14.6	3.9	0.5	1.5	0.5	-	-	-	-	2.9
	四国 (50)	51.1	16.0	14.9	7.4	4.6	1.5	-	2.5	1.0	-	-	-	-	1.0
九州 (185)	45.8	16.4	9.3	9.1	10.0	1.3	4.8	0.7	0.4	-	0.3	0.1	-	1.8	
都市/地方別	都市部 (346)	29.5	15.0	16.9	15.8	9.4	6.6	2.6	1.3	0.9	0.4	0.1	0.2	-	1.2
	地方部 (1,132)	40.4	15.9	14.9	9.9	8.6	4.6	2.5	0.8	0.8	0.1	0.1	0.1	0.1	1.3
ライフステージ別	学生 (52)	42.0	3.6	14.9	20.1	9.3	4.7	3.9	-	-	-	-	-	-	1.4
	独身または既婚単身 (395)	45.1	6.8	13.6	12.7	6.4	7.4	4.7	0.6	1.3	-	-	0.1	0.2	1.1
	夫婦のみ (297)	38.8	12.0	19.9	12.9	7.0	3.7	2.6	0.3	1.1	-	0.2	0.3	-	1.4
	二世世代家族 (604)	33.4	24.3	13.7	8.1	11.5	4.2	0.9	1.3	0.7	0.3	0.2	0.1	-	1.2
三世世代家族 (127)	31.7	16.2	18.6	14.7	7.8	4.1	2.6	2.0	-	0.5	-	-	-	1.9	
購入車×購入先別	国産車×ディーラー (536)	38.5	16.0	16.9	10.7	9.0	4.9	1.8	0.7	0.1	0.2	-	-	0.1	1.1
	国産車×専門店 (451)	43.9	17.1	11.5	9.2	8.0	5.5	2.1	1.1	0.5	-	0.3	-	-	0.9
	輸入車×ディーラー (61)	3.9	5.6	38.8	21.9	9.2	8.2	7.7	0.6	2.0	-	-	-	-	2.0
	輸入車×専門店 (55)	0.6	4.1	34.4	22.3	14.2	2.7	14.4	-	5.6	-	-	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: %)口

直近で購入した中古車の購入先は、「中古車専門店」が34.2%で最も高く、次いで「メーカー系販売店（ディーラー）中古車」が31.4%、「自動車修理工場」が11.3%で続く。

■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）



( )内はサンプル数(補正後)

属性	サンプル数	2015年 (%)	2016年 (%)	2017年 (%)	その他 (%)	わからない・覚えていない (%)
全体	(1,478)	34.2	31.4	11.3	9.0	8.0
性別						
男性	(897)	35.3	29.7	11.4	9.7	6.5
女性	(581)	32.5	33.9	11.1	7.9	10.2
年齢別						
20歳代	(357)	31.1	32.2	10.0	10.9	9.6
30歳代	(335)	35.3	29.9	10.3	9.7	9.0
40歳代	(303)	33.8	34.8	10.7	7.1	6.7
50歳代	(309)	34.3	30.5	14.5	8.5	7.4
60歳代	(173)	38.9	28.2	11.3	8.2	5.8
エリア別						
北海道	(85)	41.4	28.9	11.3	7.1	7.5
東北	(125)	35.0	28.5	11.1	9.6	6.9
北関東	(116)	33.6	27.1	12.7	8.8	9.8
首都圏	(303)	33.9	38.9	5.1	11.0	5.2
甲信越・北陸	(124)	37.8	25.3	15.2	10.7	6.6
東海	(214)	38.0	31.2	10.7	5.3	10.8
関西	(178)	34.0	27.1	13.3	9.4	10.5
中国	(98)	23.9	39.5	18.4	8.8	4.8
四国	(50)	32.2	28.8	16.4	7.7	7.2
九州	(185)	30.7	29.5	11.8	9.5	9.3
都市/地方別						
都市部	(346)	37.1	34.3	6.7	10.6	5.1
地方部	(1,132)	33.3	30.5	12.7	8.5	8.8
ライフステージ別						
学生	(52)	39.2	33.5	13.4	3.2	8.4
独身または既婚単身	(395)	34.9	27.4	12.4	10.5	8.7
夫婦のみ	(297)	32.8	30.8	11.2	9.2	9.6
二世世代家族	(604)	34.5	33.2	10.4	8.7	6.7
三世世代家族	(127)	32.0	34.6	11.6	8.0	8.0
購入車×購入先別						
国産車×ディーラー	(536)	-	77.5	-	22.5	-
国産車×専門店	(451)	100.0	-	-	-	-
輸入車×ディーラー	(61)	-	79.4	-	20.6	-
輸入車×専門店	(55)	100.0	-	-	-	-

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: %) □

中古車のイメージでは、「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」「中古車は汚い、傷がついている」「中古車は故障が多い」などが2015年の調査から減少。

中古車に対するネガティブなイメージを持つ人が減少している傾向がうかがえる。

### ■ 中古車のイメージ<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）

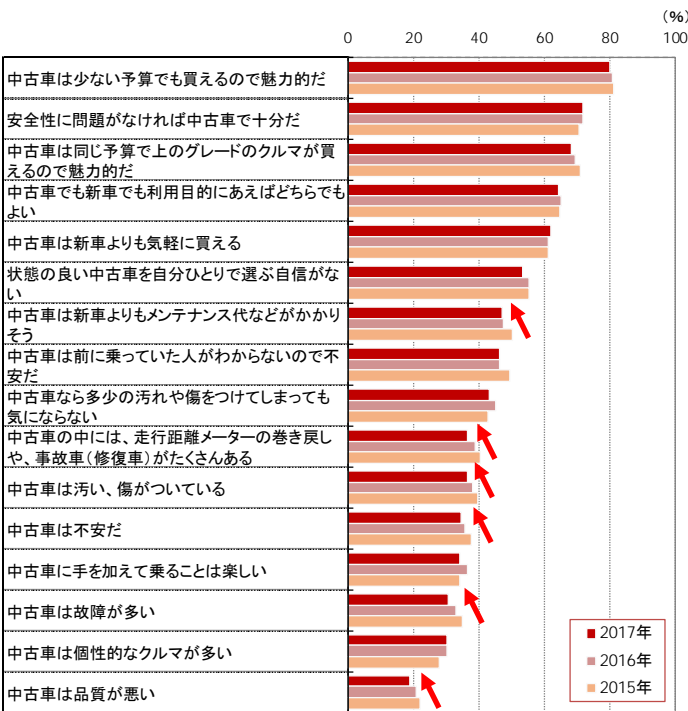
( )内はサンプル数(補正後)

2017年 (4,154)	2016年 (4,391)	2015年 (4,065)	性別		年齢別				
			男性 (2,555)	女性 (1,598)	20歳代 (998)	30歳代 (980)	40歳代 (894)	50歳代 (851)	60歳代 (430)
79.9	80.8	80.9	78.4	82.3	80.1	81.0	79.9	79.5	77.7
71.6	71.8	70.6	69.7	74.7	74.7	73.5	69.2	67.3	74.1
68.3	69.2	70.9	69.3	66.6	68.4	69.8	69.9	65.8	66.1
64.4	65.0	64.5	62.6	67.3	63.6	65.8	65.2	63.3	63.6
62.1	61.2	60.9	60.4	64.7	67.8	59.8	58.6	60.7	63.8
53.3	55.0	55.1	42.3	71.0	59.7	59.4	50.5	49.1	38.8
47.0	47.2	50.2	44.6	50.9	53.7	53.0	43.6	40.1	38.3
46.3	46.3	49.2	42.3	52.7	49.1	50.7	45.4	43.2	38.1
43.0	45.0	42.9	41.8	44.9	48.2	47.4	39.6	37.4	39.0
36.5	38.9	40.5	34.0	40.5	41.5	41.2	36.4	31.6	24.4
36.3	38.1	39.6	35.5	37.6	44.7	43.4	30.9	30.8	23.1
34.6	35.5	37.7	32.6	37.6	39.5	38.9	35.3	28.4	24.0
34.2	36.6	34.2	41.2	22.9	39.1	33.5	35.9	32.5	24.0
30.7	32.9	35.0	29.6	32.6	38.5	35.5	28.7	24.5	18.5
30.1	30.0	27.7	34.3	23.3	39.0	32.0	27.5	25.1	20.3
18.9	20.8	22.0	18.8	19.1	27.9	21.7	16.4	12.8	9.0

※「そう思う・計」（「そう思う」「まあそう思う」の合計）の割合

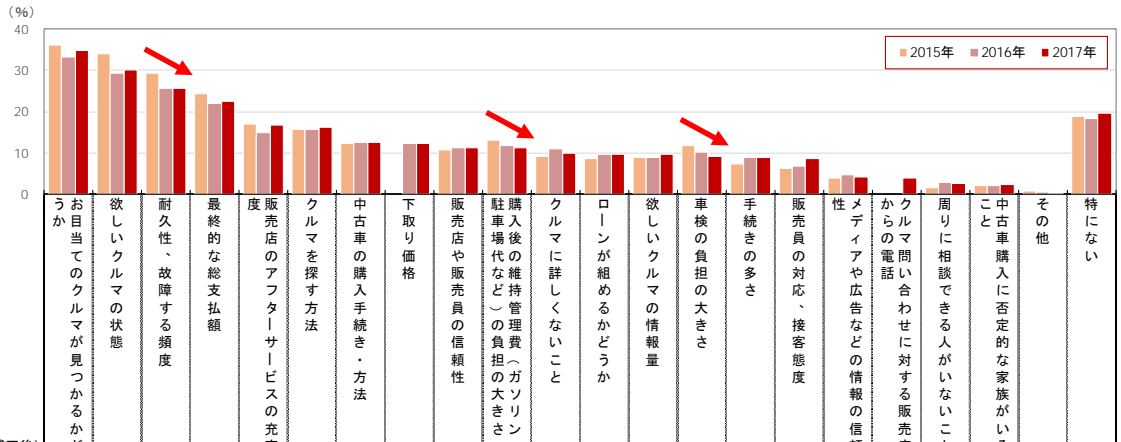
太字 全体より5ポイント以上高い項目  
 全体より5ポイント以上低い項目

(構成比:%)



中古車購入を思い立ったとき不安だったこととして、「耐久性、故障する頻度」「購入後の維持管理費（ガソリン・駐車場代など）の負担の大きさ」「車検の負担の大きさ」が2015年の調査から減少している。

■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)



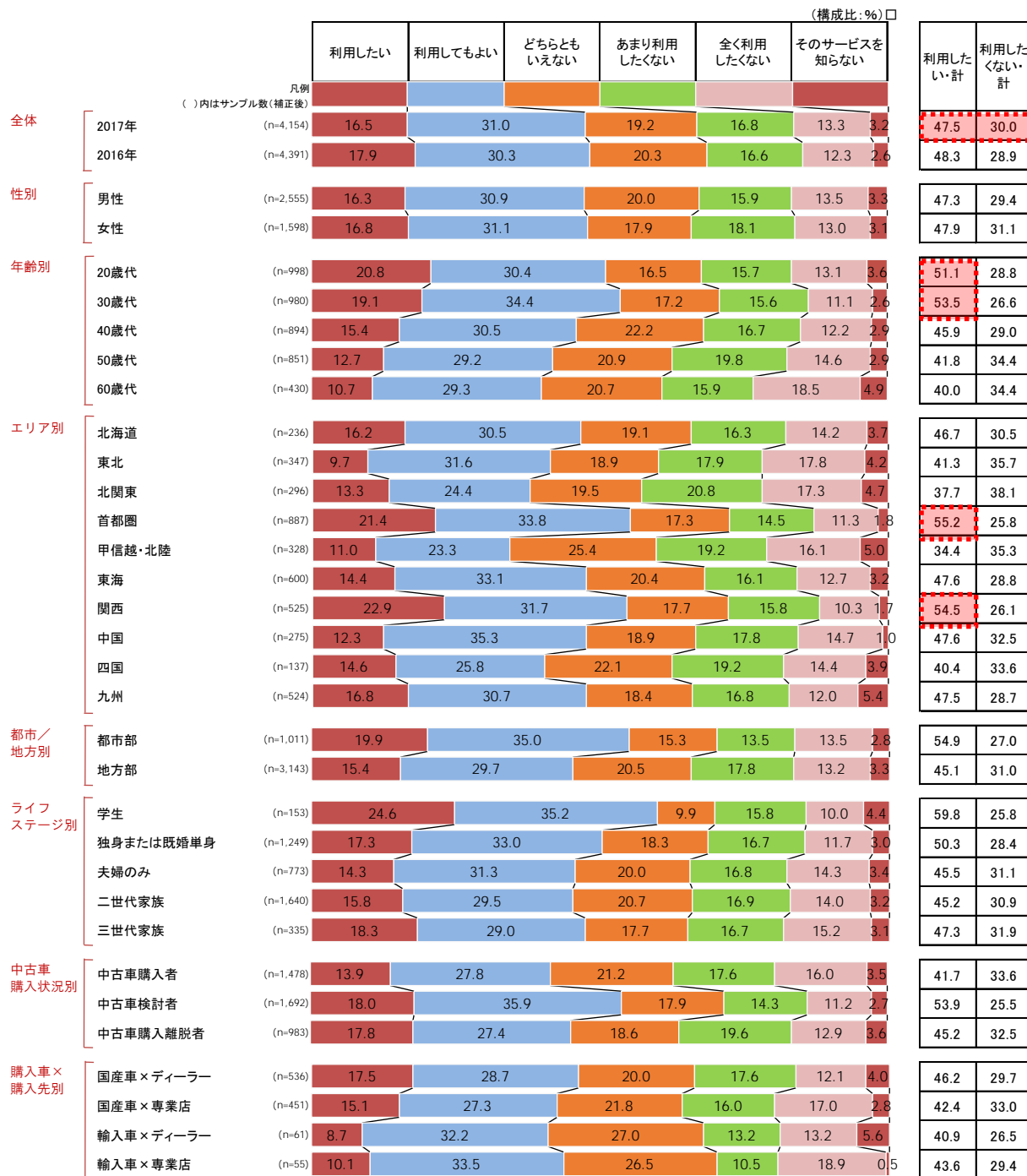
( )内はサンプル数(補正後)

	2017年 (4,391)	2016年 (4,065)	2015年 (4,391)	2014年 (4,065)	2013年 (4,391)	2012年 (4,065)	2011年 (4,391)	2010年 (4,065)	2009年 (4,391)	2008年 (4,065)	2007年 (4,391)	2006年 (4,065)	2005年 (4,391)	2004年 (4,065)	2003年 (4,391)	2002年 (4,065)	2001年 (4,391)	2000年 (4,065)	1999年 (4,391)	1998年 (4,065)	1997年 (4,391)	1996年 (4,065)	1995年 (4,391)	1994年 (4,065)	1993年 (4,391)	1992年 (4,065)	1991年 (4,391)	1990年 (4,065)																
全体	34.7	30.2	25.5	22.5	16.6	16.1	12.6	12.4	11.3	11.2	10.0	9.6	9.6	9.1	9.0	8.6	4.2	4.0	2.5	2.4	0.3	19.7	33.2	29.2	25.6	21.9	14.9	15.8	12.7	12.4	11.4	11.6	10.9	9.8	8.8	6.7	4.6	2.8	2.1	0.4	18.3			
性別	29.7	28.3	24.4	20.4	15.2	16.0	11.7	10.6	10.9	10.3	5.7	8.5	9.1	7.3	8.4	7.8	5.0	4.3	2.5	2.1	0.1	22.6	42.7	33.1	27.2	25.8	19.0	16.2	14.1	15.3	11.9	12.7	13.2	9.2	8.7	9.0	11.7	7.3	6.2	3.9	1.6	2.2	0.7	18.9
年齢別	32.1	26.3	23.5	22.8	15.7	20.4	18.4	9.5	13.1	14.8	12.6	12.1	11.0	12.1	13.1	10.8	4.8	3.7	2.7	2.9	0.1	14.8	36.7	34.8	30.0	26.0	18.7	18.5	13.6	15.3	11.8	14.4	11.9	10.1	9.2	11.5	10.5	9.1	4.3	5.1	3.1	2.1	0.1	14.0
エリア別	34.3	30.3	27.9	21.9	13.0	11.9	9.7	9.4	11.1	9.7	8.4	11.4	6.2	9.2	6.4	8.0	2.9	3.6	1.8	0.8	0.4	23.3	39.7	30.2	23.2	22.6	18.6	12.3	12.1	12.2	13.4	7.4	11.2	13.0	11.8	9.6	11.0	7.0	4.7	4.2	1.5	3.2	0.5	21.4
都市/地方別	31.5	30.5	27.3	21.4	18.3	18.4	14.9	11.0	12.4	12.3	10.7	8.8	9.6	10.1	7.9	10.4	4.5	4.2	3.2	1.8	0.5	19.1	35.8	30.1	24.9	22.8	16.1	15.4	11.9	12.9	10.9	10.9	9.8	9.9	9.6	8.8	9.4	8.0	4.1	4.0	2.3	2.5	0.3	19.9
ライフステージ別	33.9	29.4	24.3	21.7	13.8	12.8	20.0	8.0	11.0	24.0	11.3	11.9	14.0	16.3	16.0	12.4	8.1	5.6	4.5	3.4	-	22.9	33.3	30.0	26.9	21.4	14.7	19.9	15.7	8.8	12.9	14.0	12.7	11.7	10.0	10.7	11.6	9.4	4.6	5.2	3.0	2.1	0.3	19.1
中古車購入状況別	29.0	22.6	15.9	17.8	10.7	15.2	9.0	8.6	9.1	7.8	8.0	7.1	7.3	5.8	7.0	6.2	2.5	3.0	1.5	1.0	0.5	31.7	38.8	36.3	32.6	26.5	20.3	16.3	14.8	14.4	12.3	14.3	12.0	10.8	10.8	12.1	11.6	10.4	6.0	5.5	3.4	2.8	0.2	11.1
購入車×購入先別	30.3	23.5	14.7	16.1	12.0	18.7	8.2	10.8	10.4	7.3	6.2	8.0	7.2	6.1	7.9	7.2	3.4	2.6	1.6	1.0	0.2	27.1	33.0	22.7	16.3	21.9	13.4	14.3	10.9	9.8	9.3	9.2	10.8	7.3	7.9	6.3	7.3	6.6	1.8	3.8	0.9	0.4	0.3	31.4
	24.3	26.7	15.3	20.5	9.9	6.3	4.3	10.6	11.0	9.3	4.0	3.8	9.7	4.6	5.1	3.9	1.2	-	3.0	4.0	-	44.7	23.3	16.6	16.2	14.0	13.7	22.4	4.6	10.0	4.4	6.7	5.4	4.9	10.2	2.9	5.4	2.1	2.0	4.5	1.8	2.3	0.7	31.1
	24.3	26.7	15.3	20.5	9.9	6.3	4.3	10.6	11.0	9.3	4.0	3.8	9.7	4.6	5.1	3.9	1.2	-	3.0	4.0	-	44.7	23.3	16.6	16.2	14.0	13.7	22.4	4.6	10.0	4.4	6.7	5.4	4.9	10.2	2.9	5.4	2.1	2.0	4.5	1.8	2.3	0.7	31.1

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: %)口

レンタカー（旅行先・出張先など出先で借りる場合を除く）の利用意向は、「利用したい・計」（「利用したい」「利用してもよい」の合計）の割合は47.5%、「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」の合計）の割合は30.0%であった。年齢別で見ると、20歳代と30歳代は「利用したい・計」の割合が他の年代に比べて高く、エリア別で見ると首都圏エリアや関西エリアの利用意向が高い。

## ■ 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)

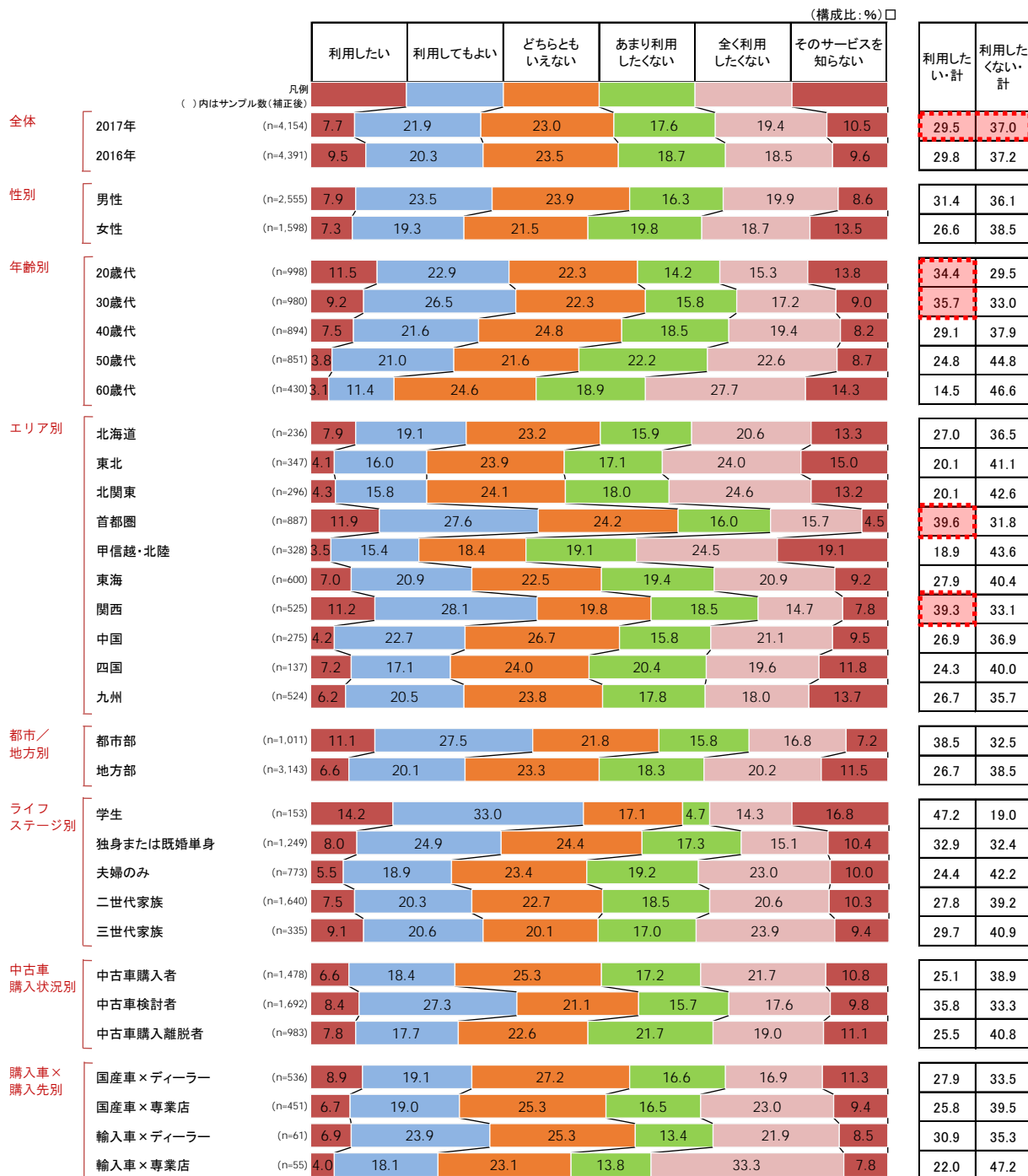


※「利用したい・計」:「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計  
 ※「利用したくない・計」:「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計



企業がクルマを提供するカーシェアの利用意向は、「利用したい・計」（「利用したい」「利用してもよい」の合計）の割合は29.5%、「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」の合計）の割合は37.0%であった。  
 年齢別で見ると、20歳代と30歳代は「利用したい・計」の割合が他の年代に比べて高く、エリア別で見ると首都圏エリアや関西エリアの利用意向が高い。

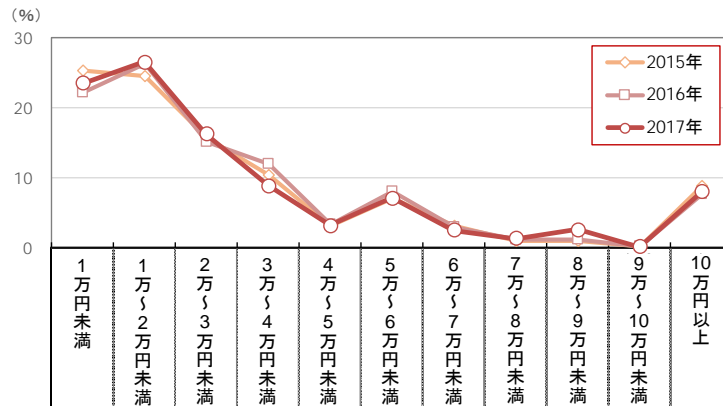
## ■企業がクルマを提供するカーシェアの利用意向 <二次調査> (1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人/単一回答)



※「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口  
 ※「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

カーシェア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の費用を尋ねたところ、「1万～2万円未満」が26.5%、「1万円未満」が23.5%、「2万～3万円未満」が16.2%となった。平均は32,246円で2015年の調査から1,268円増加。

■カーシェアの費用（1年あたり）＜一次調査＞  
（カーシェアを利用して運転している人のうち、金額回答者／単一回答）



		( )内はサンプル数(補正後)										平均(円)	
	年	1万円未満	1万～2万円未満	2万～3万円未満	3万～4万円未満	4万～5万円未満	5万～6万円未満	6万～7万円未満	7万～8万円未満	8万～9万円未満	9万～10万円未満		10万円以上
全体	2017年 (1,035)	23.5	26.5	16.2	8.9	3.2	7.1	2.5	1.4	2.6	0.2	8.0	32,246
	2016年 (1,067)	22.1	26.2	15.1	12.0	3.4	8.1	2.9	1.1	1.2	0.2	7.7	31,333
	2015年 (786)	25.3	24.6	15.6	10.4	3.2	7.0	3.1	0.9	1.0	0.3	8.8	30,978
性別	男性 (739)	23.5	25.6	16.2	8.6	2.8	6.8	2.6	1.8	2.8	0.3	8.9	33,625
	女性 (296)	23.3	28.7	16.1	9.6	4.1	8.1	2.3	0.4	1.8	-	5.6	28,798
年齢別	20歳代 (230)	27.7	25.9	14.7	6.1	2.3	7.9	-	0.9	3.7	-	10.8	33,922
	30歳代 (277)	20.4	26.7	15.1	9.1	3.3	9.9	3.4	1.6	2.6	0.4	7.6	32,638
	40歳代 (248)	21.8	27.5	18.7	11.4	3.1	5.9	3.6	0.6	1.4	-	6.1	31,945
	50歳代 (194)	23.1	29.1	15.2	9.2	4.6	4.5	2.2	1.7	1.7	-	8.7	31,120
	60歳代 (86)	27.3	19.3	18.9	8.1	2.8	5.3	3.9	3.3	4.8	0.9	5.4	29,916
エリア別	北海道 (15)	26.1	10.5	28.9	7.3	7.2	10.2	-	-	2.0	-	7.9	33,548
	東北 (22)	53.6	20.7	14.9	1.9	-	6.9	-	-	-	-	1.9	13,345
	北関東 (10)	13.9	22.5	5.9	-	-	28.8	-	-	-	-	28.8	47,985
	首都圏 (614)	20.6	28.1	14.9	10.4	2.5	7.5	2.0	1.9	2.4	0.3	9.3	34,484
	甲信越・北陸 (5)	22.5	51.7	-	25.8	-	-	-	-	-	-	-	12,917
	東海 (37)	34.0	21.7	30.1	-	6.0	2.0	-	-	-	-	6.2	29,601
	関西 (252)	28.3	22.5	18.2	8.1	5.4	4.5	4.5	0.7	2.7	-	5.0	28,588
	中国 (21)	21.4	34.8	14.1	13.2	-	3.2	5.9	-	7.4	-	-	22,912
	四国 (3)	25.6	-	-	-	-	16.0	-	-	58.4	-	-	54,722
九州 (57)	16.1	33.4	14.4	3.2	1.5	15.7	1.1	1.6	2.3	-	10.5	34,339	
都市/地方別	都市部 (675)	22.5	27.6	16.5	9.8	3.0	7.3	2.0	1.5	2.6	0.2	7.0	31,861
	地方部 (360)	25.3	24.5	15.7	7.2	3.6	6.9	3.4	1.1	2.4	0.2	9.7	32,967
ライフステージ別	学生 (57)	29.7	30.7	-	3.9	3.3	6.4	1.1	-	11.0	-	13.9	37,028
	独身または既婚単身 (339)	29.5	28.2	16.4	8.6	1.5	6.3	1.3	0.9	1.9	-	5.3	26,895
	夫婦のみ (249)	25.1	31.5	16.9	8.1	3.0	4.0	2.7	1.4	1.1	-	6.3	25,988
	二世世代家族 (349)	14.8	22.6	18.1	10.7	4.3	9.4	3.5	2.3	2.9	0.6	11.0	40,975
中古車購入状況別	三世世代家族 (42)	28.1	11.2	16.3	8.2	9.1	14.5	4.4	-	1.8	-	6.4	33,462
	中古車購入者 (27)	14.5	17.3	22.7	5.3	-	17.5	-	-	-	-	22.8	59,314
	中古車検討者 (63)	22.2	21.2	13.0	9.3	-	15.7	-	1.8	3.5	-	13.3	37,859
	中古車購入離脱者 (8)	18.1	16.6	3.4	13.7	-	-	-	-	22.0	-	26.2	57,066
所有車別	新車を持っている (95)	24.7	20.7	16.7	8.3	5.0	9.1	2.0	-	5.1	-	8.3	35,368
	中古車を持っている (16)	36.7	39.0	5.1	12.4	-	-	-	-	-	-	6.9	29,028
	両方持っている (9)	24.6	7.5	-	21.4	-	19.9	-	-	-	-	26.6	83,423

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



リクルート自動車総研所長 兼 カーセンサー編集長  
西村 泰宏 (にしむら やすひろ)

2005年新卒でリクルートに入社。2015年、自動車事業本部 編集グループに異動。  
『カーセンサー』本誌の編集とリニューアルプロジェクトの推進を行う。ネットコン  
テンツなども含め、全体のデスク業務を担当。2017年4月よりカーセンサー編集長、  
2018年4月よりリクルート自動車総研所長に就任。

### ■ 推計延べ購入台数と中古車購入単価が増加・・・P3

近年、中古車でもハイブリッドを中心に、ディーゼルやEV（電気自動車）、PHEV（プラグインハイブリッド）など、さまざまな種類が選択可能です。また、日頃CMでよく見かけるような安全装備がついたクルマも中古車としての流通量が増えてきています。いずれも、一昔前であれば新車の高いグレードを中心に搭載されていた機能・性能です。これらを搭載したモデルたちが、中古車としても十分に検討ができる流通量になり始めたため、新車時の価格と比べると比較的リーズナブルな価格差で購入することが可能となってきました。せっかく買うなら…と少し値段を上げて新しい技術を取り入れたモデル購入の検討をしている人が増えていると推察できます。

### ■ 購入したボディタイプ別ではミニバンが堅調に増加・・・P4

家族を持つ層からの需要が高いミニバンですが、人気のトヨタ アルファード、ヴェルファイアや、日産 セレナ、ホンダ ステップワゴンなどが、近年続々とモデルチェンジをして進化しています。よりラグジュアリーな方向に進化したり、先進安全装備を搭載したり、家族・子どもの使い勝手をもっと向上させるなど、それぞれの個性を強めています。これらの特徴を持った意欲的なミニバンたちが中古車市場にも流通し始めたことで、買い替えなど含めた需要が喚起されていると思われます。さらに、VIPカーとして利用されることも増えてきており、従来セダンが担っていた会社役員や芸能人・政治家などの送迎にも、室内空間が広いラグジュアリーなミニバンが使われるようになってきています。

### ■ 中古車に対するネガティブなイメージが減少・・・P6

すぐ壊れるのではないかと？修復歴などが改ざんされているのでは？など、長らく中古車にはネガティブなイメージがセットでした。最近では、そもそもクルマに欠陥がある場合はメーカーのリコールが出るなど、壊れる可能性が高いクルマが市場に出るケースが激減しています。あわせて、上記の通りハイブリッドや安全装備など比較的新しい技術を持ったクルマも中古車で豊富な選択肢から探すことが可能になっており徐々に中古車＝壊れるというイメージは減ってきていると思われます。また、若い層はクルマに限らずリユースやシェアなどの感覚に抵抗がなくなってきており、中古というだけでネガティブイメージを持ちづらくなってきているとも言えるでしょう。

### ■ レンタカー・カーシェアの利用意向は変化なく、単価が増加・・・P8～10

日々、クルマでの移動が必須であるというエリアに住む人たちにとって、マイカーを手放すということはなかなか難しい選択です。そのため、全国的にはレンタカーやカーシェアの利用意向が一気に上がることは考えにくいでしょう。一方、サービスポイントが増えたり利用方法のバリエーションが増えるなど、都市部でのカーシェアはより利便性が増していると言えます。結果、利用意向者数ではなく、利用者あたりの費用が増える傾向にあります。