軽自動車の使用実態調査報告書

2014年3月

一般社団法人　日本自動車工業会

まえがき

一般社団法人日本自動車工業会　軽自動車特別委員会　では、軽自動車の使用実態と社会的位置づけを把握するために、「軽自動車の使用実態調査」を昭和56年から隔年で実施しております。このたび、平成25年度の調査結果がまとまりましたのでご報告申し上げます。

今回はこれまでの調査で継続的に実施している軽自動車の使用実態の変化と、軽自動車が支える「地方」、「高齢者」、「女性」、「若者」、という4つのテーマ分析に加え、「ダウンサイジング層の実態」、「新規デバイス、超小型モビリティの評価」および「税制変更による影響」にスポットを当て調査・分析を行いました。特に各テーマ分析については、使用実態をより詳細に明らかにするため、WEB調査およびインタビュー調査を実施し、意識の深堀りをいたしました。

調査結果からは、引き続き軽自動車が交通不便地域や女性、高齢者にとってはなくてはならない生活必需品であることが再認識できたとともに、大都市や大都市郊外でも経済的な理由で軽自動車の必要性が高まっている事実が明らかになりました。
また、軽自動車へのダウンサイジング層の実態として、高齢者を中心に幅広い年齢層に亘っており、結婚や子供の成長、リタイヤ等の人生の節目で合理的かつ賢い選択として軽自動車が購入されていることが明らかになりました。

この報告書が、軽自動車への理解をより一層深めていただくための一助となれば幸いです。

最後に、ご多用中にもかかわらず、この調査研究に参画いただき、熱心かつ積極的に討議に取り組んでいただきました軽自動車調査分科会の委員の方々、ならびに（株）ジェイ・エム・アール生活総合研究所のスタッフの皆様の尽力に深く感謝申し上げます。

平成26年3月

軽自動車特別委員会
軽自動車企画部会
部会長　赤間　俊一
軽自動車調査分科会
分科会長　鴛海　尚弥

目次

■調査背景 ---------- 1
■調査設計 ---------- 4
■調査結果の要約 ---------- 8

【時系列分析編】
～基本定量調査（全国訪問留置調査）より

Ⅰ．軽自動車の使用と購買実態 16

1.軽乗用系の使用と購買
(1)保有車特性 17
(2)ユーザー属性 18
(3)使用状況 19
(4)併有状況 20
(5)購入形態 21
(6)軽自動車を選択する理由 22

2.軽キャブバンの使用と購買
(1)保有車特性 23
(2)ユーザー属性 24
(3)使用状況 25
(4)併有状況 26
(5)購入形態 27
(6)軽自動車を選択する理由 28

3.軽トラックの使用と購買
(1)保有車特性 29
(2)ユーザー属性 30
(3)使用状況 31
(4)併有状況 32
(5)購入形態 33
(6)軽自動車を選択する理由 34

【テーマ分析編】
～基本定量調査（全国訪問留置調査）より

Ⅱ．地域別にみた軽自動車の社会的役割 35

1.地域別の軽自動車普及率
(1)都道府県別 普及率 36
(2)人口規模別 軽自動車保有比 37

2.生活環境
(1)公共交通機関の利便性と道路状況 38
(2)公共施設へのアクセス 39
(3)通勤・通学、買い物の状況 40

3.ユーザー層の特徴
(1)基本属性 41
(2)車保有状況 42
(3)購入形態 43

4.軽自動車の必要性
(1)使用実態 44
(2)軽自動車の役割 45

目次

【テーマ分析編】
～WEB調査・インタビュー調査・全国訪問留置調査より

Ⅲ. 軽自動車のイメージ 47

1.軽自動車に対する意識 48

2.軽自動車の印象と評価 49

Ⅳ. 軽自動車を必要とする層 51

1.女性の生活における軽自動車
(1)女性ユーザーと車の必要度 52
(2)軽自動車の利用頻度と用途 53
(3)軽自動車の利用シーン 54
(4)軽自動車の満足度と背景 55
(5)軽自動車の満足度と不満点 56

2.高齢者の生活における軽自動車
(1)高齢者ユーザーと車の必要度 57
(2)軽自動車の利用頻度と用途 58
(3)今後の利用意向 59
(4)軽自動車の選択理由 60

3.若者の生活における軽自動車
(1)若者ユーザーと車の必要度 61
(2)軽自動車の利用頻度と用途 62
(3)軽自動車に対する意識 63
(4)今後の自動車選択 64
(5)若者の車の関わり方と意識 65

Ⅴ. 軽自動車へのダウンサイジング層 66

1.ダウンサイジング層の特性
(1)ダウンサイジング層のプロフィール 67
(2)保有車と購入状況 68

2.軽自動車ユーザーの流出入 69

3.ダウンサイジングのきっかけ 71

Ⅵ. 新規デバイス、超小型モビリティの評価 72

1.新規デバイスへの期待
(1)機能・技術認知浸透状況 73
(2)搭載機能の購入意向 74

2.超小型モビリティの評価
(1)認知浸透状況 75
(2)購入意向と利用用途 76
(3)イメージと導入条件 77

Ⅶ. 税制の変更による影響 78

1.消費税増税の影響 79

2.軽自動車税増税の影響
(1)車の税金の認知と負担感 80
(2)軽自動車税増税の保有への影響 81

■軽自動車調査文科会　委員名簿 ---------- 82

■ 調査背景

軽自動車の保有台数は年々拡大しており、2013年3月末時点で2,700万台を超えている。

本調査は、日本自動車工業会　軽自動車特別委員会において、昭和56年より継続的に行われており、軽自動車の使用状況や軽自動車ユーザーの生活意識、購買行動等の実態から、軽自動車が果たしている社会的な役割や位置付けを明らかにすることを目的とする。

また、変動しつつある社会経済において、今後の軽自動車の一層の普及を図る諸施策を推進するための基礎資料としての活用を想定する。

今回の調査では、調査・分析の視点として、以下の7つの課題を設定し、報告書を編集した。

Ⅰ.軽自動車の使用と購買実態

Ⅱ.地域別にみた軽自動車の社会的役割

Ⅲ.軽自動車のイメージ

Ⅳ.軽自動車を必要とする層

Ⅴ.軽自動車へのダウンサイジング層

Ⅵ.新規デバイス、超小型モビリティの評価

Ⅶ.税制の変更による影響

7つの分析課題を明らかにするため、3つの調査研究を行った。

①全国訪問留置調査

軽自動車の使用・選好の実態を明らかにし、ユーザーニーズに沿った軽自動車のあり方を模索するとともに、一層の普及を図る諸施策を推進するための基礎資料を得るために、全国の自家用軽四輪自動車を保有する世帯及び事業所を対象に訪問留置調査を実施した。

②WEB調査（インターネット調査）

軽自動車市場の拡大可能性と市場拡大の条件を探るために、軽自動車・普通乗用車ユーザーを対象としたWEB調査を実施した。

③インタビュー調査（FGI：フォーカス・グループ・インタビュー）

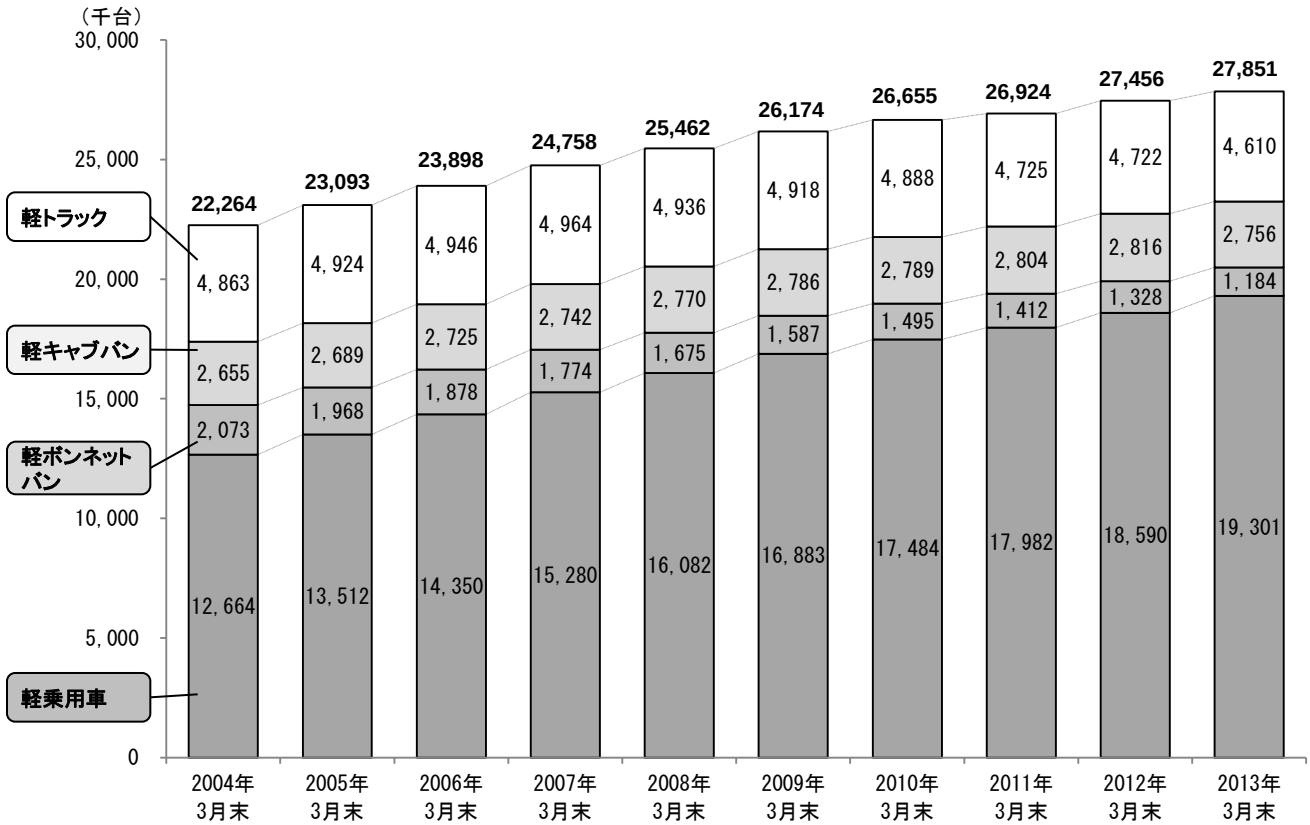
軽自動車の直近購入層の生活・消費スタイルやクルマ意識・選択のプロセスを明らかにすることで軽自動車市場の今後の方向性を見るために、インタビュー調査を実施した。

■ 調査背景

軽自動車 保有台数の推移

- 軽自動車の保有台数は、2013年3月末で2,785万台。過去10年、継続的に伸長している。
- 軽乗用系（軽乗用車+軽ボンネットバン）は、2013年3月末で2,049万台。内訳をみると、軽乗用車は継続的に増加、軽ボンネットバンは継続的に減少傾向にある。
- 軽商用系（軽キャブバン+軽トラック）は、2013年3月末で737万台。軽キャブバン、軽トラックともに前年に対して微減となった。

図表：軽自動車保有台数 推移



上段：保有台数（千台）　下段：前年比（%）

	2004年3月末	2005年3月末	2006年3月末	2007年3月末	2008年3月末	2009年3月末	2010年3月末	2011年3月末	2012年3月末	2013年3月末
軽自動車全体	22,264	23,093	23,898	24,758	25,462	26,174	26,655	26,924	27,456	27,851
	+3.6	+3.7	+3.5	+3.6	+2.8	+2.8	+1.8	+1.0	+2.0	+1.4
乗用系	14,737	15,480	16,228	17,054	17,757	18,470	18,978	19,394	19,918	20,485
	+5.1	+5.0	+4.8	+5.1	+4.1	+4.0	+2.8	+2.2	+2.7	+2.8
軽乗用車	12,664	13,512	14,350	15,280	16,082	16,883	17,484	17,982	18,590	19,301
	+7.2	+6.7	+6.2	+6.5	+5.2	+5.0	+3.6	+2.8	+3.4	+3.8
軽ボンネットバン	2,073	1,968	1,878	1,774	1,675	1,587	1,495	1,412	1,328	1,184
	−5.8	−5.1	−4.6	−5.5	−5.6	−5.3	−5.8	−5.6	−5.9	−10.9
商用系	7,528	7,613	7,671	7,706	7,706	7,704	7,677	7,529	7,538	7,366
	+0.7	+1.1	+0.8	+0.5	+0.0	−0.0	−0.4	−1.9	+0.1	−2.3
軽キャブバン	2,655	2,689	2,725	2,742	2,770	2,786	2,789	2,804	2,816	2,756
	+0.2	+1.3	+1.3	+0.6	+1.0	+0.6	+0.1	+0.5	+0.4	−2.1
軽トラック	4,863	4,924	4,946	4,964	4,936	4,918	4,888	4,725	4,722	4,610
	+0.8	+1.3	+0.4	+0.4	−0.6	−0.4	−0.6	−3.3	−0.1	−2.4

※ 百の位を四捨五入しているため、合計数が合わない場合がある

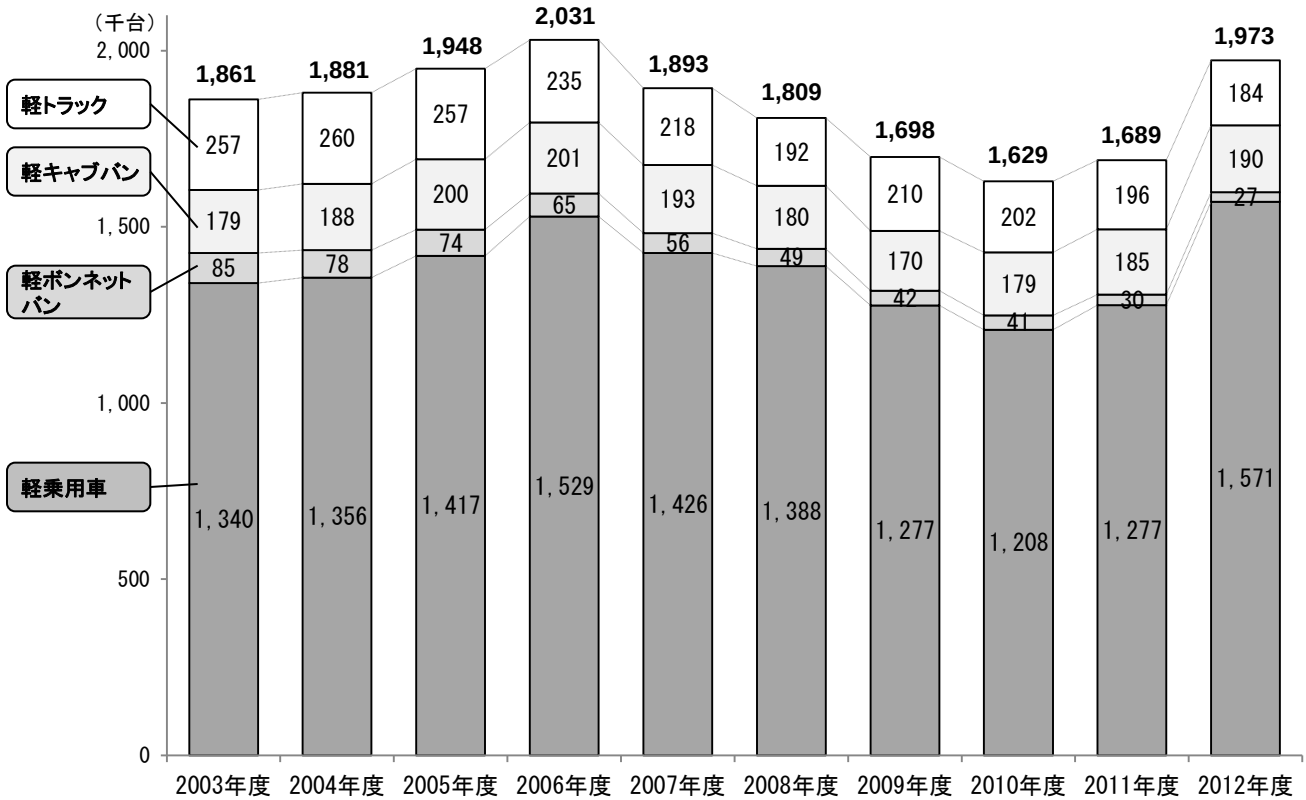
出所：（社）全国軽自動車協会連合会

■ 調査背景

軽自動車 販売台数の推移

- 軽自動車全体の販売台数は、2012年度197万台。2006年度以降、継続して減少傾向にあったが、エコカー補助金や相次ぐ新型車投入等を背景に、2012年度は対前年比+16.8%と大きく回復した。
- 軽乗用系（軽乗用車+軽ボンネットバン）は、2012年度160万台。内訳をみると、軽ボンネットバンは継続して減少傾向にあるが、軽乗用車は2012年157万台（対前年比+23.0%）と増加した。
- 軽商用系（軽キャブバン+軽トラック）は、2012年度38万台。対前年比-1.7%と減少した。

図表：軽自動車販売台数 推移



上段：販売台数（千台）　下段：前年比（%）

	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度
軽自動車全体	1,861	1,881	1,948	2,031	1,893	1,809	1,698	1,629	1,689	1,973
	+2.0	+1.1	+3.6	+4.2	−6.8	−4.4	−6.1	−6.1	+3.7	+16.8
乗用系	1,425	1,433	1,492	1,594	1,482	1,437	1,318	1,248	1,308	1,598
	+1.3	+0.6	+4.1	+6.9	−7.0	−3.1	−8.3	−5.3	+4.8	+22.2
軽乗用車	1,340	1,356	1,417	1,529	1,426	1,388	1,277	1,208	1,277	1,571
	+2.4	+1.2	+4.6	+7.9	−6.8	−2.6	−8.1	−5.4	+5.8	+23.0
軽ボンネットバン	85	78	74	65	56	49	42	41	30	27
	−12.3	−8.5	−4.6	−12.4	−13.2	−14.1	−14.5	−2.1	−25.4	−11.7
商用系	436	448	457	436	411	372	380	380	381	375
	+4.2	+2.6	+2.1	−4.5	−5.9	−9.5	+2.2	+0.1	+0.2	−1.7
軽キャブバン	179	188	200	201	193	180	170	179	185	190
	+9.1	+4.9	+6.2	+0.9	−4.2	−7.0	−5.3	+5.2	+3.4	+2.9
軽トラック	257	260	257	235	218	192	210	202	196	184
	+1.0	+1.0	−0.9	−8.6	−7.3	−11.6	+9.2	−4.1	−2.7	−6.1

※ 百の位を四捨五入しているため、合計数が合わない場合がある

出所：（社）全国軽自動車協会連合会

■ 調査設計 ［①全国訪問留置調査］

狙い	軽自動車の使用・選好の実態を明らかにし、ユーザーニーズに沿った軽自動車のあり方を模索するとともに、一層の普及を図る諸施策を推進するための基礎資料を得る
調査課題	1.軽自動車の使用・購買の実態と時系列変化を明らかにする 2.地域による軽自動車の社会的役割の差異と時系列変化を明らかにする
調査方法	【調査期間】 2013年5月10日～6月9日 【調査手法】 訪問留置調査 【調査地域】 全国 【調査対象者】 軽四輪自動車を保有する世帯及び事業所 【回収結果】

人口区分	対象車	保有台数	層別構成比	回収地点数	回収結果
層合計	車種合計	27,850,732	100.0%	200	3,030
	軽乗用車	18,291,845	65.7%		1,696
	軽キャブワゴン	1,009,232	3.6%		
	軽ボンバン	1,183,853	4.3%		407
	軽キャブバン	2,755,822	9.9%		411
	軽トラック	4,609,980	16.6%		516
100万人以上の市	車種合計	2,242,835	100.0%	38	570
	軽乗用車	1,436,682	64.1%		304
	軽キャブワゴン	102,847	4.6%		
	軽ボンバン	118,892	5.3%		76
	軽キャブバン	371,503	16.6%		114
	軽トラック	212,911	9.5%		76
30～100万人未満の市	車種合計	5,658,330	100.0%	43	652
	軽乗用車	3,961,073	70.0%		388
	軽キャブワゴン	219,891	3.9%		
	軽ボンバン	250,078	4.4%		90
	軽キャブバン	576,385	10.2%		88
	軽トラック	650,903	11.5%		86
10～30万人未満の市	車種合計	7,222,914	100.0%	42	639
	軽乗用車	4,940,052	68.4%		381
	軽キャブワゴン	266,307	3.7%		
	軽ボンバン	314,900	4.4%		86
	軽キャブバン	676,371	9.4%		88
	軽トラック	1,025,284	14.2%		84
10万人未満の市及び郡部	車種合計	12,726,653	100.0%	77	1,169
	軽乗用車	7,954,038	62.5%		623
	軽キャブワゴン	420,187	3.3%		
	軽ボンバン	499,983	3.9%		155
	軽キャブバン	1,131,563	8.9%		121
	軽トラック	2,720,882	21.4%		270

【ウェイト補正】
集計にあたっては、以下の2段階のウェイト補正を行っている。

$$\text{補正値１} = \frac{\text{調査地点別車種別母集団}}{\text{調査地点別車種別回収数}}$$

$$\text{補正値２} = \frac{\text{層別車種別母集団}}{\text{調査地点層別車種別母集団計}} \times \text{補正値１}$$

■ 調査設計 ［②WEB調査］

狙い	自動車ユーザーの意識や車選択から軽自動車ユーザーの特徴を明らかにすることと、 各政策による今後の軽自動車市場への影響を確認し、時系列調査の補足資料とする。
調査課題	1.軽自動車・普通乗用車ユーザーの意識や車選びはどのようになっているのか 2.今後の政策によって、軽自動車・普通乗用車ユーザーの意識や車選びはどう変わるのか 3.今後の政策によって、軽自動車の市場にどのような影響を与えるのか

調査方法

【調査期間】
2013年9月23日～2013年9月30日

【調査手法】
WEB調査（インターネット調査）

【調査対象者】
・全国20-79歳男女個人
・免許保有者
・軽自動車及び普通乗用車を主運転車として所有されている方
・主運転者7年内新車購入者

【回収結果とウェイト補正】

割付変数				母集団推定構成比（%）	本調査回収数	構成比（%）	ウェイト補正		
主運転車	居住エリア	性別	年代				ウェイト補正値	ウェイト補正後の人数	ウェイト補正後の構成比（%）
全体				100.0	960	100.0	－	960	100.0
軽自動車	三大都市圏	男性	20-30代	1.3	64	6.7	0.200	13	1.3
			40-50代	1.5	70	7.3	0.200	14	1.5
			60-70代	1.7	26	2.7	0.643	17	1.7
		女性	20-30代	2.0	74	7.7	0.262	19	2.0
			40-50代	1.4	63	6.6	0.211	13	1.4
			60-70代	1.0	23	2.4	0.402	9	1.0
	三大都市圏以外	男性	20-30代	1.6	65	6.8	0.240	16	1.6
			40-50代	1.8	69	7.2	0.246	17	1.8
			60-70代	1.6	26	2.7	0.574	15	1.6
		女性	20-30代	3.0	73	7.6	0.398	29	3.0
			40-50代	2.7	64	6.7	0.406	26	2.7
			60-70代	1.5	23	2.4	0.643	15	1.5
普通自動車	三大都市圏	男性	20-40代	12.6	44	4.6	2.752	121	12.6
			50-70代	17.3	36	3.8	4.609	166	17.3
		女性	20-40代	7.0	45	4.7	1.489	67	7.0
			50-70代	8.6	35	3.6	2.363	83	8.6
	三大都市圏以外	男性	20-40代	9.0	43	4.5	2.015	87	9.0
			50-70代	11.6	37	3.9	3.013	111	11.6
		女性	20-40代	5.8	47	4.9	1.188	56	5.8
			50-70代	6.9	33	3.4	2.015	67	6.9

※スクリーニング調査の結果から、母集団構成比を推定。母集団構成比に合うように、ウェイト補正を行った

※居住エリアについては、以下のように区分する
三大都市圏
-首都圏
東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、群馬県、
栃木県、茨城県、山梨県
-中京圏
愛知県、岐阜県、三重県
-近畿圏
大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県

■ 調査設計 ［③インタビュー調査（FGI）］

狙い	軽自動車市場の今後の方向性を見るために、軽自動車の直近購入層の生活・消費スタイルやクルマ意識・選択のプロセスを明らかにする。
調査課題	1.軽自動車を積極的に選択するユーザーは、どのようなことから軽自動車を選んでいるのか 2.ダウンサイジング層が軽自動車に移行したのはなぜか 3.ユーザーは軽自動車にどのような価値をおいているか 4.どのようなことが軽自動車に求められているのか
調査方法	【調査日時】 2013年10月 9日、2013年10月12日 【調査手法】 インタビュー調査 【調査対象者】 6s×3グループ　合計18名 【対象者条件】 ① 関東一都三県在住 ② 普通自動車免許保有者 ③ 家庭に最近5年内に購入した軽自動車あり ④ ③の車購入時の選択・決定に関与している ⑤ ③の車決定において、「価格」以外の理由がある ⑥ ③の車を月に2～3回以上運転あり ⑦ 所有車タイプ、併有車については偏らないように設定 【対象者割付】 G1：ダウンサイジング層　＜6名＞ G2：軽自動車を積極的に選択した男性層　＜6名＞ G3：軽自動車を積極的に選択した女性層　＜6名＞

＊本報告書を見るにあたっての留意点

使用した調査データについて	・特に断りのない限り、訪問留置調査のデータを使用している。 ・WEB調査のデータ、及びインタビュー調査から得られた結果を用いる場合、右上に「WEB調査」「FGI」と記している。 ・3章以降の地域別、ユーザー別の分析において、訪問留置調査のデータを使用した部分には「軽乗用系」のデータを使用している。 ・WEB調査について、軽自動車ユーザーサンプル、普通乗用車ユーザーサンプルを合わせたものが「全体ベース」N=960となる。
図表データの表記について	・図表内のベース数値は、各分類における集計の対象となった有効回答のサンプル数となる。 ・図表内の数値は、ことわりのない限り%である。 ・図表内の数値は、小数点第一位を四捨五入し表記している。 ・図表内のベース数値について、留置調査で50サンプル未満、WEB調査で30サンプル未満については「＊」印を付け、標本誤差が大きくなることを示している。
各表現の定義について	・中央値とは一般に有限個のデータを小さい順に並べた時中央に位置する値をいう。本報告書においては、数値回答結果を順に並べた時、全体の中央にくる値を示す。データが偶数個の場合は、中央に近い2つの値の算術平均をとる。 ・本報告書で「ユーザー」と表記のあるものは「主運転者」のことを示す。 ・世帯の併有状況、軽乗用系における「軽自動車の併有」には、軽商用車を含めている。 ・ライフステージは、未既婚を優先して区分している。

■ 調査結果の要約

■軽自動車の保有及び販売動向

・軽自動車の保有台数は、2013年3月末で2,785万台。過去10年、継続的に伸長している。軽乗用系（軽乗用車+軽ボンネットバン）は、軽乗用車は継続的に増加、軽ボンネットバンは継続的に減少傾向にある。軽商用系（軽キャブバン+軽トラック）は、軽キャブバン、軽トラックともに前年に対して微減している。

・軽自動車全体の販売台数は、2012年度197万台。2006年度以降、継続して減少傾向にあったが、エコカー補助金や相次ぐ新型車投入等を背景に、2012年度は対前年比16.8％と大きく回復した。軽乗用系は、軽乗用車は増加し、軽ボンネットバンは継続して減少傾向。軽商用系は、僅かに減少した。

【時系列分析編】
～基本定量調査（全国訪問留置調査）より

Ⅰ.軽自動車の使用と購買実態

- **軽乗用系の使用と購買実態について、使用頻度の増加、購入時車両価格の上昇、前保有車使用年数の長期化がみられた。軽自動車は、日常の中でより頻繁に使われるようになり、購入に際してはお金をかけて購入し、長く乗る人が増加していると言える。**
- **軽自動車が選択される背景に経済性が大きく影響している点はこれまでと同様であるが、購入時価格ではなく、維持費の安さが軽自動車の魅力として高まっている。**
- **軽商用系は、軽キャブバン、軽トラックいずれについても全体的な傾向に大きい変化はみられない。**

1.軽乗用系の使用と購買

(1)保有車特性
・軽乗用系の保有車特性について、ボディタイプは「トール型」が増加傾向にあり2013年で約6割である。

(2)ユーザー属性
・ユーザーは女性が6割を占める。年代は30代、40代、50代、60代が2割ずつを占め分散。近年増加傾向にあった60代比率は横ばい。

(3)使用状況
・使用頻度は、「ほとんど毎日」が年々高まっており、2013年で76％となった。用途は、「買物」を中心に「通勤・通学」「レジャー」「送迎」に使われる傾向に大きな変化はない。

(4)併有状況
・複数台保有率は78％。併有の仕方は、「軽自動車+普通乗用車」が68％である。60代以上で1台保有の比率が高く、20～40代では「軽自動車+普通乗用車」の併有率が高い。

(5)購入形態
・「軽自動車からの代替」購入者が60％を占め、購入時には複数の軽自動車が比較されている。前保有車の使用年数が年々長くなる一方、購入時車両価格は上昇傾向にある。

(6)軽自動車を選択する理由
・軽自動車を選んだ理由は「経済面」が72％。経済面で選ばれる傾向に変わりはない。経済性の内訳をみると、「税金の安さ」が84％と大きい。近年、燃費や車検費用の安さが重視されている。

2.軽キャブバンの使用と購買

(1)保有車特性

・新車での購入は58%。ミッションタイプは、マニュアルとオートマチックが約半数ずつを占め、この傾向に大きな変化はみられない。

(2)ユーザー属性

・ユーザーは男性が79%と、大半を占める。住居・事業所形態は、「純住宅」56%、「産業住宅」30%、「純事業所」14%となっている。

(3)使用状況

・軽キャブバンの利用用途は、「商用」が53%、「乗用」が40%である。用途の内訳は「仕事・商用」「買物」が中心で、時系列で大きな変化はみられない。商用用途のユーザーは、全体と比べて月間走行距離が長く、使用頻度も高い。

(4)併有状況

・軽キャブバンを保有する世帯や事業所の保有車台数は、「3台以上」が42%と多い。純住宅では「軽乗用との併有」が全体と比較して多い傾向にある。

(5)購入形態

・購入形態は、「軽キャブバンから代替」が47%と約半数を占める。購入時には「比較検討なし」が71%にのぼる。前保有車の使用年数は8.4年であり、乗用系と同様、長期化している。

(6)軽自動車を選択する理由

・軽キャブバンユーザーが軽自動車を選んだ理由は、経済面が62%と大きい。経済面の内訳をみると、「税金の安さ」が78%と最も多く、税制面での安さが軽自動車の魅力として捉えられる。

3.軽トラックの使用と購買

(1)保有車特性

・軽トラックは、「新車」が68%、ミッションタイプは「マニュアル」が87%であり、時系列で変化はみられない。駆動方式をみると、「4輪駆動車」の構成比が徐々に拡大し65%となった。

(2)ユーザー属性

・ユーザーは男性が90%と大半を占める。年代は60代以上が62%と過半数を占める。住居・事業所形態は、「純住宅」66%、「産業住宅」24%、「純事業所」10%となっている。

(3)使用状況

・軽トラックの用途は「農用」が43%、「農用以外」が57%である。用途の内訳は、「仕事・商用」が85%で、時系列で大きな変化はみられない。農用用途のユーザーは、全体と比べて月間走行距離が短いが、使用頻度は高い。

(4)併有状況

・軽トラックを保有する世帯や事業所の、保有車台数は「3台以上」が55%を占める。純住宅では、「軽乗用との併有」が全体と比較して高い傾向にある。

(5)購入形態

・購入形態は、「軽トラックから代替」が67%を占める。購入時には「比較検討なし」が62%である。使用年数は長期トレンドでみると、長くなる傾向にある。

(6)軽自動車を選択する理由

・軽トラックユーザーは、「経済面」24%、「車使用面」76%と、使用性を重視して車を選んでいる。経済面では、「税金の安さ」や「価格の安さ」が評価され、車使用面では、「荷物の積みおろしのしやすさ」や「狭い道での使いやすさ」が評価されている。

【テーマ分析編】
～基本定量調査（全国訪問留置調査）より

Ⅱ.地域別にみた軽自動車の社会的役割

- 軽自動車は、人口が少ない地域、人口密度の低い地域で特に普及している。都市規模の小さい地域ほど公共交通機関が不便な状態にあり、普段の生活を支えるものとして軽自動車が活用されているといえる。
- ただし、今回の調査の結果、都市規模の大きい地域における軽自動車の必要性の高まりが確認され、軽自動車がなくなると「非常に困る」人がいずれの地域でも過半数を占める。背景には、使用頻度の増加や維持費負担感の増加があると考えられる。

1.地域別の軽自動車普及率

(1)都道府県別 普及率
- 軽自動車普及率は、全国平均51.8％（平成25年3月時点）である。人口が少ない地域、人口密度の低い地域で、軽自動車普及率が特に高い。

(2)人口規模別 軽自動車保有比率
- 軽自動車の92％は「人口100万人未満の市及び郡部」で保有されており、比較的都市規模の小さい地域で保有される傾向がわかる。

2.生活環境

(1)公共交通機関の利便性と道路状況
- 都市規模が小さい地域ほど、公共交通機関が不便な状態にあり、「人口密度350～1,500人/km^{2}未満」「350人/km^{2}未満」の地域では「不便」だと感じる人が過半数を占める。

(2)公共施設へのアクセス
- 都市規模が小さい地域ほど、車を使わない場合に「郵便局や銀行などの金融機関」「病院・医院」「幼稚園・保育園」へ「公共交通手段では行けない」が高く、アクセス手段としての自動車の重要性がうかがえる。

(3)通勤・通学、買い物の状況
- 「通勤・通学」や「食品の買い物」での交通手段として、特に都市規模の小さい地域で車の利用率が高く、日常の足として車が活用されている様子がうかがえる。

3.ユーザー層の特徴

(1)基本属性
- 都市規模によって、ユーザー層に違いがみられ、都市規模の大きい地域では、男性、30-40代、世帯年収の比較的高い層のユーザーが多く、都市規模の小さい地域ほど、女性ユーザーが多い傾向がある。

(2)車保有状況
- 世帯保有車台数は、都市規模の大きい地域で「1台」、小さい地域で「3台以上」が高い。都市規模の大きい地域で「複数の運転者で使い分け」、小さい地域で「専用車」として使われる。

(3)購入形態
- 都市規模と購入時の比較状況や車両価格、購入重視点に関連はみられない。

4.軽自動車の必要性

(1)使用実態

・都市規模の小さい地域で、「ほとんど毎日」の比率が高く、月間平均走行距離も長い。用途はいずれの地域でも「買物」が約8割を占め、中心の用途になっている。

(2)軽自動車の役割

・都市規模の小さい地域では、自動車は生活必需品となっている。さらに、軽自動車がなくなった場合に「生活費が圧迫される」比率が高く、軽自動車は生活にも経済的にも無くてはならない存在となっている。

・都市規模の大きい地域で、利用頻度の増加や維持費負担感の増加から軽自動車の必要性が高まった。

【テーマ分析編】
～WEB調査・インタビュー調査・留置調査より

Ⅲ.軽自動車のイメージ

・軽自動車に対するイメージをみると、軽自動車の日本の道路事情にあった利便性や経済性が魅力としてあげられており、ネガティブなイメージは少ない。

・しかし、軽自動車ユーザーと普通乗用車ユーザーを比較すると、軽自動車のイメージには依然として差があり、軽自動車ユーザーは「日常的に使いやすいサイズや運転のしやすさ」を評価する一方、普通乗用車ユーザーは、安全性等に関してネガティブなイメージを持っている。

・軽自動車ユーザーにおいても、軽自動車を合理的な選択のひとつとして捉えるだけでなく、世の中の主流的なイメージ、装備面の充実を評価する声もあるが、普通乗用車に対する、引け目や、事故に弱いイメージは根強く残っている。

1.軽自動車に対する意識

・軽自動車は、日本の道路事情に合った利便性や、経済性が魅力としてあげられる。逆に、軽自動車は「恥ずかしい」、「抵抗感がある」といったネガティブな意識は1割以下に留まる。

2.軽自動車の印象と評価①

・軽自動車ユーザーは普通乗用車ユーザーに比べ、軽自動車に対して日常的に使いやすいサイズや運転のしやすさをあげる人が多い。普通乗用車ユーザーは軽自動車にややネガティブなイメージがある。

2.軽自動車の印象と評価②

・軽自動車は、男女どちらからも、かわいくて、したしみやすい印象が持たれている。普通乗用車に対する差を気にしないユーザーもいるが、引け目や、事故に弱いイメージは根強くある。

Ⅳ.軽自動車を必要とする層

・軽自動車を必要とする層として、代表的な3つの層をあげることができる。
・女性は、車がないと生活上困る人が男性より多く8割にのぼる。女性は日常の買い物や、通勤、家族の送迎などで車の使用頻度が高いものの、運転に苦手意識を持つ人が多い。軽自動車は、運転が苦手でも日常使える車として、子育て中や働く女性の移動を支えている。
・高齢者も、女性と同様に車がないと困る人が多い。買い物を中心に、郵便局や銀行・役所、病院や介護・福祉施設への足として、軽自動車が使われている。70代を迎えても、免許を持って車の運転を続けたい意識は強い。軽自動車は経済面だけでなく、移動手段として適切な大きさである点が支持されている。
・若者は、軽自動車の経済性を評価する一方、室内空間の楽しさや、選択肢の広さ、軽快な走りなど、上の年代に比べて、軽自動車に様々な魅力を感じている。軽自動車は、経済性だけでない魅力を持つ車として、若者のエントリー車として使われていることがうかがえる。

1.女性の生活における軽自動車

(1)女性ユーザーと車の必要度
・女性は軽自動車ユーザーの6割を占め、幅広い年齢の女性が軽自動車を利用している。軽自動車は、男性より女性、なかでも働く女性や子育て期の女性にとって生活上ないと困る存在である。

(2)軽自動車の利用頻度と用途
・軽自動車は、女性にほぼ毎日のように利用され買い物や家族の送迎・通勤等、多場面で使われている。軽自動車が、働く女性や子育て期の女性たちの、日々の生活での移動を支えている。

(3)軽自動車の利用シーン
・軽自動車が女性の様々なシーンで使われており、女性の活動を支えていることがうかがえた。

(4)軽自動車の満足度と背景
・軽自動車は、女性ユーザーに「運転のしやすさ」「スタイル・外観」が評価されている。女性は運転への苦手意識があり、「小回り」「駐車のしやすさ」「狭い道での運転」の評価が高い。

(5)軽自動車の満足度と不満点
・インタビュー調査では、軽自動車の満足点が、女性から数多くあげられた。一方で、遮音性や馬力については、普通乗用車を経験したユーザーから物足りなさが感じられている。軽自動車全般に対して、マイナスのイメージがあることにも不満を感じている。

2.高齢者の生活における軽自動車

(1)高齢者ユーザーと車の必要度
・高齢者は軽自動車のユーザーの3割を占める。収入が少なく、移動手段をほぼ車に依存している。軽自動車は、60代後半、有職の高齢者等、車がないと日常生活に困る高齢者に使われれている。

(2)軽自動車の利用頻度と用途
・軽自動車は、頻度は高くはないが、高齢者の買い物、郵便局や銀行、通院の足、通勤に使われている。今後、病院や介護・福祉施設への通院・送迎等が増え、健康のために欠かせない移動手段になる。

(3)今後の意向
・軽自動車の高齢者ユーザーは、認知機能検査を受けても免許を更新して車に乗り続ける意向が強い。高齢者の77%に車の買い替え意向があり、そのうち9割以上の人が軽自動車の購入を検討している。

(4)軽自動車の選択理由

・高齢者も他の年代と同様、「税金」「燃費」「価格」等の経済性から軽自動車を購入している。高齢者は経済性だけでなく、道路事情や使い方から「最適な大きさ」である点を評価している。

3.若者の生活における軽自動車

(1)若者ユーザーと車の必要度

・若者(20-30代)は、軽自動車ユーザーの3割を占める。親との同居と単身で経済条件や保有車が異なる。軽自動車は、年収がまだ少ない若者や運転の苦手意識がある若者に使われている。

(2)軽自動車の利用頻度と用途

・軽自動車は、若者にほぼ毎日のように利用され買い物を中心に、通勤・近場の遊び・デートに使われる。普通乗用車の若者と比べると、軽自動車は、「旅行」や「レジャースポット」での利用が少ない。

(3)車に対する意識

・軽自動車は経済性が評価され若者に使用されている。経済性の評価が高い一方で、若者は上の年代よりも様々な魅力を軽自動車に対して感じている。

(4)今後の自動車選択

・軽自動車の若者ユーザーは、軽自動車である程度の満足を得ており、7割が継続購入する。

(5)若者の車の関わり方と意識

・軽自動車の若者ユーザー(独身)は、軽自動車に対して先入観が少なく、ポジティブな評価をしている。男性よりも、女性のほうが、車に対する要望が数多くあげられた。

Ⅴ.軽自動車へのダウンサイジング層

・現在の軽自動車ユーザーのうち「ダウンサイジング層(普通・小型車からの代替層)」は26%を占める。過去と比べると、拡大傾向にやや落ち着きがみられた。ダウンサイジング層は、「60代以上」の高齢者が4割を占める一方、幅広い年齢層に亘っている。

・今後の保有意向をみると、軽自動車への流入が、普通乗用車への流出を上回り、軽自動車ユーザーの拡大可能性がある。流入の背景には、税金や保険、燃費等の維持費の安さがあげられている。他方、流出の理由として、軽自動車の「長距離運転のつらさ」「走りのパワー不足」があげられている。

・ダウンサイジング層へのインタビューの結果、結婚や子供の成長、リタイア等の人生の様々な節目で、合理的な選択の結果として、普通・小型自動車から、軽自動車へのダウンサイジングが起きていた。

1.ダウンサイジング層の特性

(1)ダウンサイジング層のプロフィール

・軽自動車ユーザーのうち、普通・小型自動車からダウンサイジングした人は26%を占める。ダウンサイジング層は、高齢者を中心に幅広い年齢層に亘っており、収入や生活満足度が低い。

(2)保有車と購入状況

・ダウンサイジング層は、軽自動車ユーザー全体と比べて「スーパーハイト」の比率が高い。維持費の安さを背景に、ダウンサイジング層の9割は、次も軽自動車に買い替える予定である。

2.軽自動車ユーザーの流出入

・今後の保有意向をみると、軽自動車への流入が流出を上回り、軽自動車ユーザーの拡大可能性がある。軽自動車への流入の理由は、維持費の安さであるが、普通乗用車への流出の理由は、軽自動車の「長距離運転のつらさ」「走りのパワー不足」である。
・軽自動車は、女性を基盤として、男性60代以上の高齢層のダウンサイジングによりユーザーが拡大。流出するアップサイジング層は、「多人数乗車」「室内空間の広さ」を重視して、普通乗用車を選ぶ。

3.ダウンサイジングのきっかけ

・ダウンサイジング層へのインタビューの結果、結婚や子供の成長、リタイア等の人生の様々な節目で、合理的な選択の結果として、普通・小型自動車から、軽自動車へのダウンサイジングが起きていた。

Ⅵ.新規デバイス、超小型モビリティの評価

・新規デバイスと超小型モビリティについて、WEB調査とインタビュー調査より、認知や浸透状況、及び購入意向といった評価を確認した。
・新規デバイスの認知は広がっているが、軽自動車への搭載認知はまだ低い。新規デバイスを搭載した自動車への購入意向は高く、今後、搭載認知や搭載車が増えることで、軽自動車のイメージ向上に寄与する可能性がうかがえる。
・超小型モビリティの認知は自動車ユーザーの半数程度にまで進んでいるが、購入意向は低い。背景には現在の交通との摩擦への不安や、費用と使用を考えた際には自動車の方がよいと感じられていることがある。

1.新規デバイスへの期待

(1)機能・技術認知浸透状況
・アイドリングストップ、衝突被害軽減ブレーキ等の新規デバイスの認知は高いが、軽自動車への搭載認知は、2～3割前後と総じて低い。軽自動車に新規デバイスが搭載されていることを全く知らないユーザーが38％である。

(2)搭載機能の購入意向
・軽自動車ユーザーの半数が衝突被害軽減ブレーキ搭載車への購入意向がある。軽自動車への機能・技術の搭載が評価されている。

2.超小型モビリティの評価

(1)認知浸透状況
・超小型モビリティの認知率は47％、関心は28％と高い。しかし、用途の制限により、購入意向率は全体の9％に留まる。

(2)購入意向と利用用途
・超小型モビリティが50万円の価格の時の購入意向は、4割に満たない。

(3)イメージと導入条件
・実際に超小型モビリティを見たことがある対象者からは、既存交通との摩擦からネガティブな声があがった。現在利用している軽自動車の代替としての購入意向よりも、個人用、バイク・自転車の代替としての購入意向の方が多く見受けられた。

Ⅶ.税制の変更による影響

- さいごに、消費税増税や、軽自動車税増税の自動車ユーザーへの影響をみた。
- 消費税の増税によって、保有期間の長期化と費用全般の削減が進むことがうかがえる。軽自動車ユーザーでは、軽自動車への歩留まりが高まり、経済上の理由で車を持つのが難しくなると考える人が多い。
- 一方の軽自動車税増税について、基礎的な実態から確認すると、車の税制に対する認知は高く、「取得税」「重量税」「軽自動車税」への負担感は4～5割と高い。中でも、家族を持つ40代や、お金がない若者には負担感が大きいことが確認された。
- 今後、軽自動車の税金の変動によるユーザーの保有意識をみると、軽自動車の税金が+5,000円増えただけで7％の人が台数を減らし、+8,000円増えると17％が台数を減らし、11％が軽自動車から普通乗用車に移る。数千円でも軽自動車の税金を増やすことは、軽自動車の需要減少に留まらず、自動車の保有台数をも減少させるインパクトがあることから、自動車業界への影響の大きさがうかがえる。

1.消費税増税の影響

・消費税増税によって、自動車の保有期間の長期化と自動車にかける費用削減の意識が進む。軽自動車ユーザーでは、軽自動車への歩留まりが高まり、経済上の理由で車を持つのが難しくなる人が2割程度みられる。

2.軽自動車税増税の影響

(1) 車の税金の認知と負担感

・車の税金に対する認知率は70％に上り、男性や60代の認知率が高く、20代の認知率は低い。軽自動車税を負担に感じる割合は3割を超え、20代・30代の若い層では4割を超える人が負担に感じる。

(2) 軽自動車税増税の保有への影響

・数千円でも軽自動車の税金を増やすことは、軽自動車の需要減少に留まらず、自動車の保有台数をも減少させる可能性もある。自動車業界への影響の大きさが懸念される。

Ⅰ.軽自動車の使用と購買実態　まとめ

軽乗用系の使用と購買実態について、使用頻度の増加、購入時車両価格の上昇、前保有車使用年数の長期化がみられた。軽自動車は、日常の中でより頻繁に使われるようになり、購入に際してはお金をかけて購入し、長く乗る人が増加していると言える。

軽自動車が選択される背景に経済性が大きく影響している点はこれまでと同様であるが、購入時価格ではなく、維持費の安さが軽自動車の魅力として高まっている。

軽商用系は、軽キャブバン、軽トラックいずれについても全体的な傾向に大きい変化はみられない。

軽乗用系全体	保有	■ 軽乗用系の保有車特性について、ボディタイプは「トール型」が増加傾向にあり2013年で約6割。
	ユーザー属性	■ ユーザーは女性が6割を占める。年代は30代、40代、50代、60代が2割ずつを占め分散。近年増加傾向にあった60代比率は横ばい。
	使用	■ 使用頻度は、「ほとんど毎日」が年々高まっており、2013年で76%。 ■ 用途は「買物」を中心に「通勤・通学」「レジャー」「送迎」に使われる傾向に大きな変化はない。
	併有	■ 複数台保有率は78%。併有の仕方は、「軽自動車+普通乗用車」が68%である。 ■ 60代以上で1台保有の比率が高く、20～40代では「軽自動車+普通乗用車」の併有率が高い。
	購入	■ 「軽自動車からの代替」購入者が60%を占め、購入時には複数の軽自動車が比較されている。前保有車の使用年数は伸長、車両価格も上昇傾向にある。お金をかけて購入し、長く乗る人が増加。 ■ 軽自動車を選んだ理由は「経済面」が72%。経済面で選ばれる傾向に変わりはない。経済面の内訳をみると、「税金の安さ」が84%と大きい。近年、燃費や車検費用の安さが重視されている。

軽商用	軽キャブバン	保有	■ 新車での購入は58%。ミッションタイプは、マニュアルとオートマチックが約半数ずつを占め、この傾向に大きな変化はみられない。
		ユーザー属性	■ ユーザーは男性が79%と大半を占める。 ■ 住居・事業所形態は、「純住宅」56%、「産業住宅」30%、「純事業所」14%となっている。
		使用	■ 軽キャブバンの利用用途は、「商用」が53%、「乗用」が40%である。用途の内訳は「仕事・商用」「買物」が中心で、時系列で大きな変化はみられない。
		併有	■ 軽キャブバンを保有する世帯や事業所の保有車台数は、「3台以上」が42%と多い。 ■ 純住宅では「軽乗用との併有」が全体と比較して多い傾向。
		購入	■ 購入形態は、「軽キャブバンから代替」が47%を占める。購入時に「比較検討なし」が71%。 ■ 軽キャブバンユーザーが軽自動車を選んだ理由は、経済面が62%。経済面の内訳をみると、「税金の安さ」が78%と最も多く、税制面での安さが軽自動車の魅力として捉えられる。
	軽トラック	保有	■ 軽トラックは、「新車」が68%、ミッションタイプは「マニュアル」が87%であり、時系列で変化はみられない。駆動方式をみると、「4輪駆動車」の構成比が徐々に拡大し65%となった。
		ユーザー属性	■ ユーザーは男性が90%と大半を占める。年代は60代以上が60%と過半数を占める。
		使用	■ 軽トラックの用途は「農用」が43%、「農用以外」が58%。 ■ 用途の内訳は、「仕事・商用」が85%、時系列で大きな変化はみられない。
		併有	■ 軽トラックを保有する世帯や事業所の、保有車台数は「3台以上」が55%を占める。 ■ 純住宅では、「軽乗用との併有」が全体と比較して高い傾向。
		購入	■ 購入形態は、「軽トラックから代替」が67%を占める。購入時には「比較検討なし」が62%である。 ■ 軽トラックユーザーが軽自動車を選んだ背景には、使用性を重視したことがある。使用性の中でも、「荷物の積みおろしのしやすさ」「狭い道での使いやすさ」が評価されている。

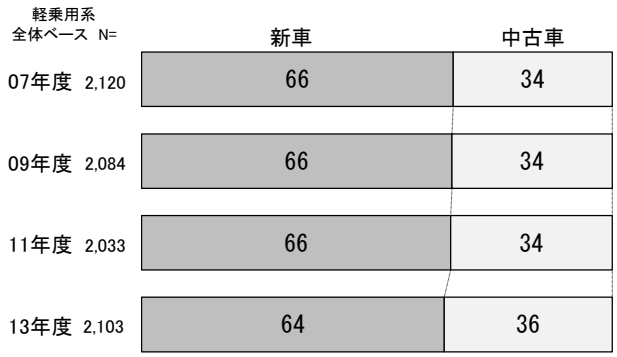
1.軽乗用系の使用と購買 (1) 保有車特性

■ **軽乗用系の保有車特性について、ボディタイプは「トール型」が増加傾向にあり2013年で約6割である。**

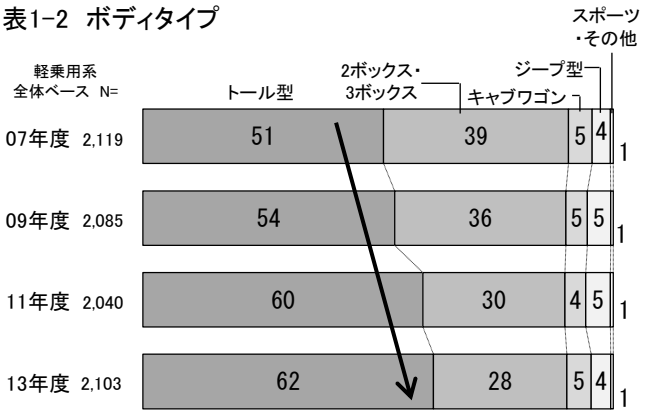
- 保有車特性について新車・中古車の比率をみると、「新車」が64%、「中古車」が36%である。
- ボディタイプは、「トール型」が62%と最も多く、次いで「2ボックス・3ボックス」28%となっている。
  時系列でみると、「2ボックス・3ボックス」が減少し、「トール型」が増加傾向にある。
- ドア数は、「2ドア・3ドア」が11%、「4ドア・5ドア」が89%であり、「4ドア・5ドア」が増加傾向にある。

単位：%

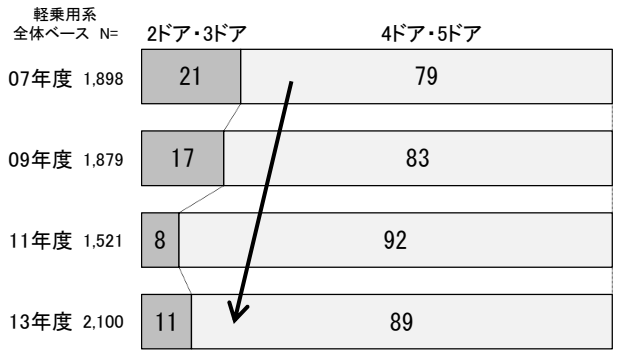
図表1-1 新車・中古車



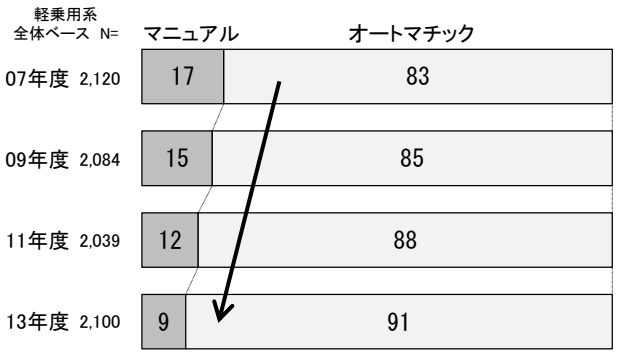
図表1-2 ボディタイプ



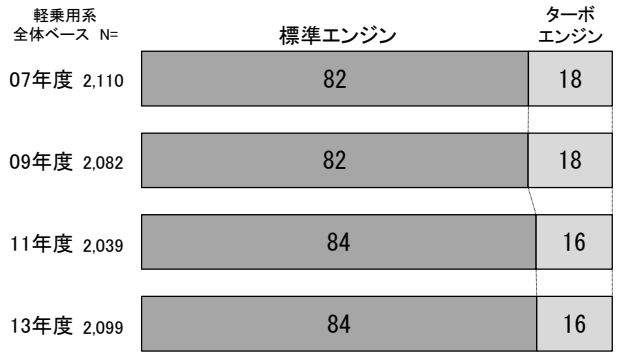
図表1-3 ドア数



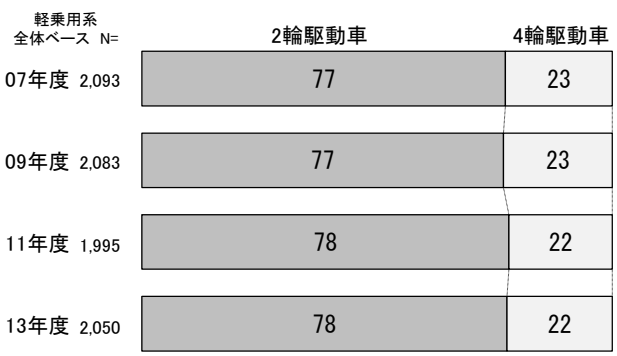
図表1-4 ミッションタイプ



図表1-5 エンジンタイプ



図表1-6 駆動方式



※ 本報告書では、小数点1桁までのデータに基づくグラフを掲載しているため、整数値が一致していても、グラフの横尺が一致しない場合がある。

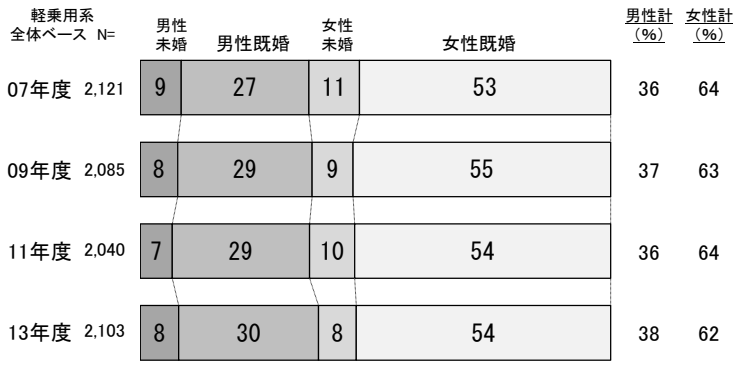
1.軽乗用系の使用と購買 (2) ユーザー属性

■ **ユーザーは女性が6割を占める。**
■ **年代は30代、40代、50代、60代が2割ずつを占め分散。近年増加傾向にあった60代比率は横ばい。**

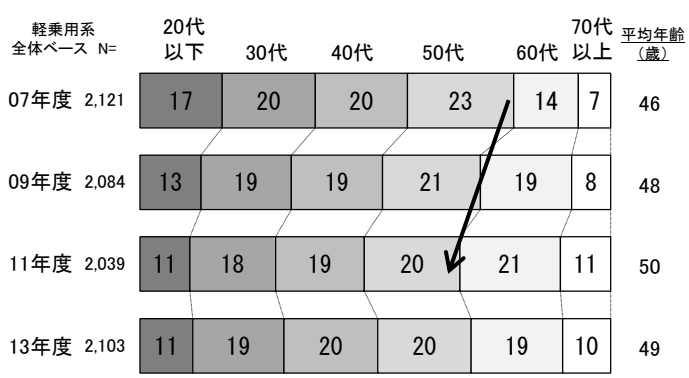
- 男女別にみると、男性は38%、女性は62%と、女性が6割を占める。
- 年代別にみると、30代、40代、50代、60代がそれぞれ約2割を占める。年々増加傾向にあった60代の構成比は、一定の割合で落ち着いた。
- 世帯年収は、「400万円未満」が最も高く39%と約4割を占める。

単位:%

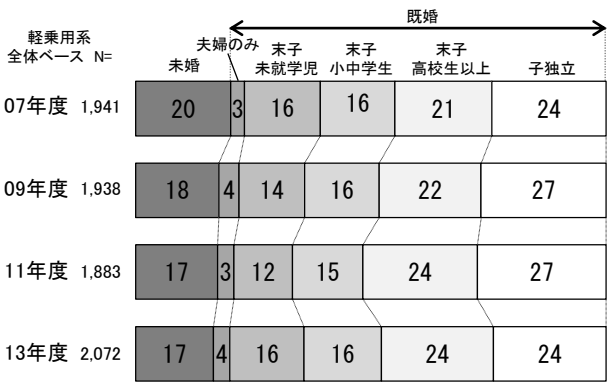
図表1-7 主運転者男女別未既婚



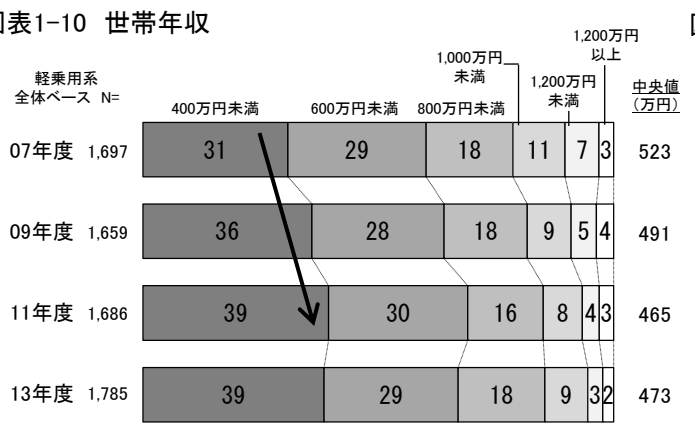
図表1-8 主運転者年代



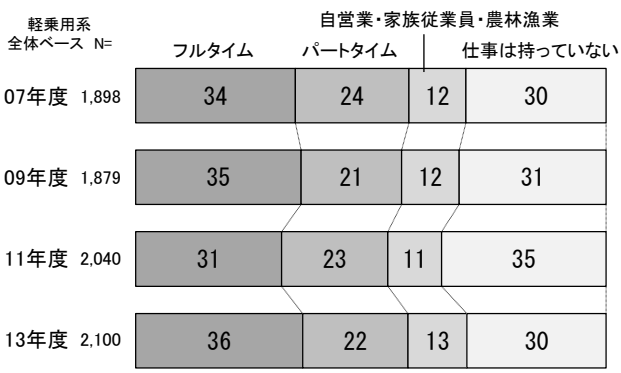
図表1-9 主運転者ライフステージ



図表1-10 世帯年収



図表1-11 主運転者就業状況



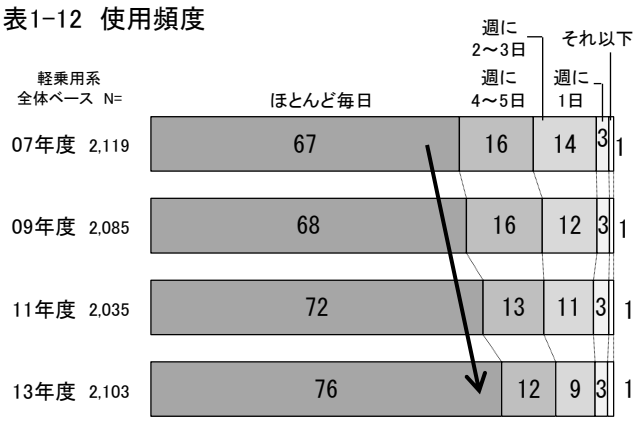
1.軽乗用系の使用と購買 (3) 使用状況

■ **使用頻度は、「ほとんど毎日」が年々高まっており、2013年で76%となった。**
■ **用途は、「買物」を中心に「通勤・通学」「レジャー」「送迎」に使われる傾向に大きな変化はない。**

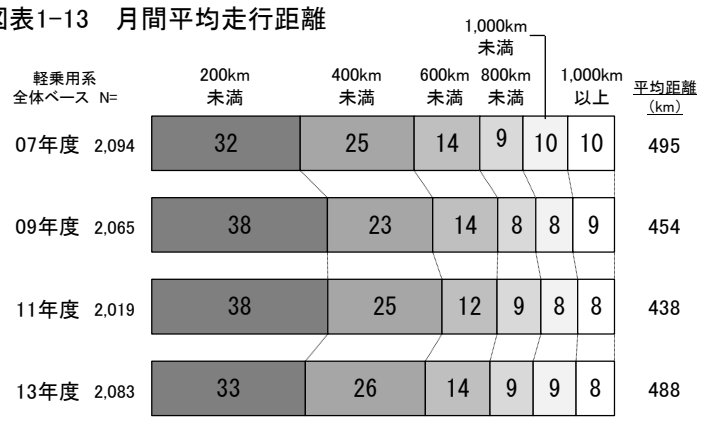
- 使用頻度は、「ほとんど毎日」使う人が年々高まっており、76%となった。
- 月間平均走行距離は、「200km未満」が33%と最も多く、次いで「400km未満」26%である。
- 利用用途は、「買物」が78%と最も多く、さらに「通勤・通学」「レジャー」「送迎」などに幅広く使われている。この傾向に大きな変化はない。
- 後部座席は全体の約7割が利用している。人を乗せての利用は45%と約半数である。

単位：%

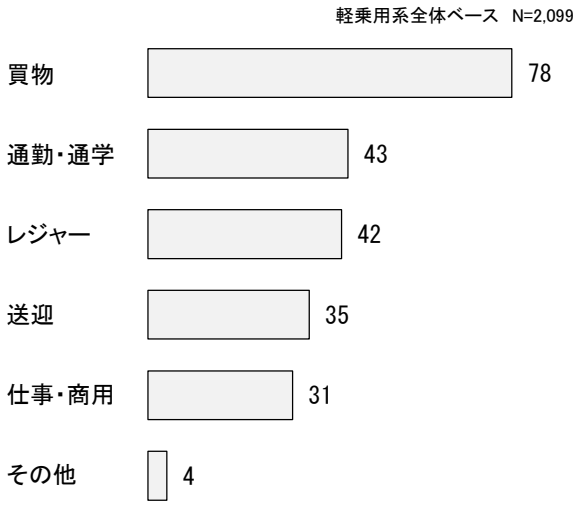
図表1-12 使用頻度



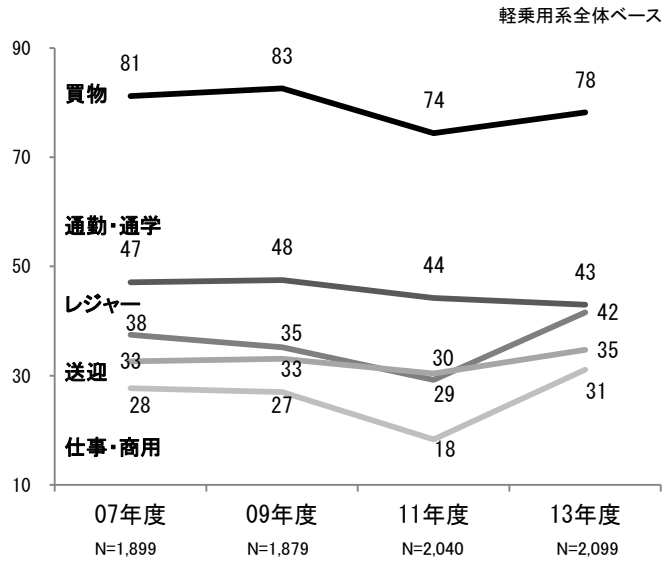
図表1-13 月間平均走行距離



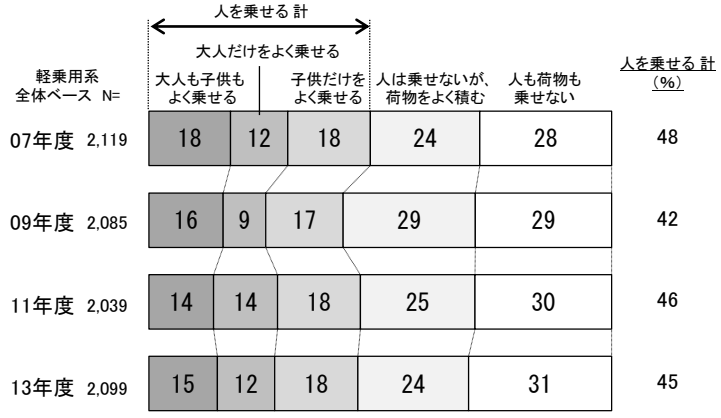
図表1-14 利用用途



図表1-15 利用用途の時系列推移



図表1-16 後部座席の利用状況



1.軽乗用系の使用と購買 (4) 併有状況

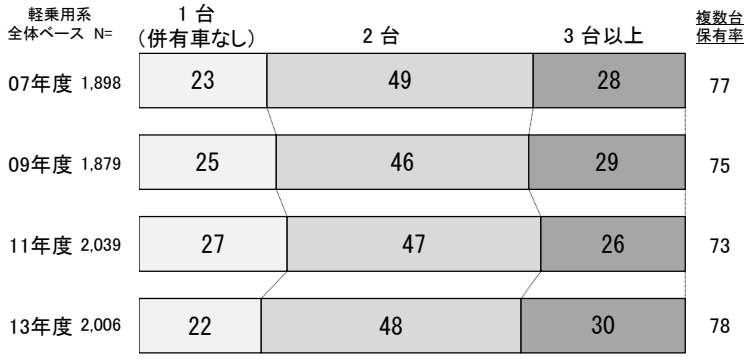
■ **複数台保有率は78%。併有の仕方は、「軽自動車+普通乗用車」が68%である。**

■ **60代以上で1台保有の比率が高く、20～40代では「軽自動車+普通乗用車」の併有率が高い。**

- 世帯の保有車台数についてみると、複数台保有率は78%。「2台」が48%と約半数を占める。
- 属性別にみると、60代以上で「1台」の比率が高い。20～40代で「軽自動車+普通乗用車」の比率が高い。
- 併有は、「軽自動車+普通乗用車」が68%と過半数を占める。
- 併有車(併有車のうち最もよく利用するものの)ボディタイプは「キャブ・ボンネット・ジープ型ワゴン」が35%と最も多い。

単位:%

図表1-17 世帯 保有車台数

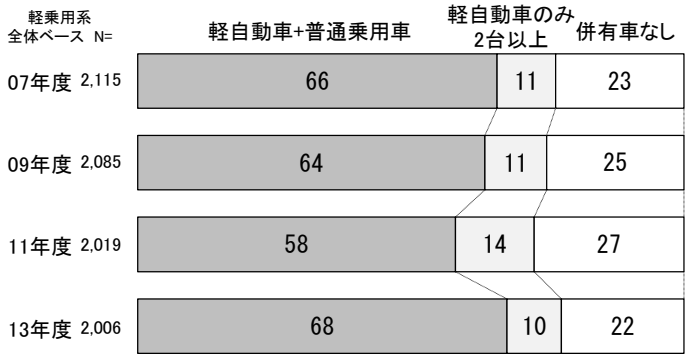


図表1-18 属性別 世帯保有車台数

		軽乗用系全体ベース	1台	2台	3台以上
軽乗用系 全体		2,006	22	48	30
性別	男性	860	28	42	31
	女性	1,146	19	51	30
主運転者年代	20代以下	195	22	34	45
	30代	395	17	66	17
	40代	408	18	58	24
	50代	374	14	44	42
	60代以上	634	35	36	29

全体+3%以上

図表1-19 併有状況



図表1-20 属性別 併有状況

		軽乗用系全体ベース	軽+普通乗用車	軽のみ2台以上	併有車なし
軽乗用系 全体		2,006	68	10	22
性別	男性	860	61	11	28
	女性	1,146	72	9	19
主運転者年代	20代以下	195	71	8	22
	30代	395	73	10	17
	40代	408	75	8	18
	50代	374	69	17	14
	60代以上	634	57	8	35

全体+3%以上

図表1-21 併有車ボディタイプ (併有車のうち、最もよく利用しているもののボディタイプ)

	軽乗用系併有車ありベース	軽自動車 乗用系 2ボックス・3ボックス・ボンネットバン	軽自動車 乗用系 トール型	軽自動車 乗用系 その他軽乗用 ※1	軽自動車 商用系 ※2	普通・小型車 乗用系 ハッチバック	普通・小型車 乗用系 セダン・クーペ・スポーツ	普通・小型車 乗用系 キャブ・ボンネット・ジープ型ワゴン	普通・小型車 商用系 普通・小型商用 ※3
07年度	1,531	12	5	2	6	7	28	34	−
09年度	1,434	13	6	4	7	9	20	37	−
11年度	1,368	14	10	2	8	10	17	35	−
13年度	1,429	12	11	4	4	14	17	35	3
13年度−07年度 差		0	+6	+2	−2	+7	−11	+1	−

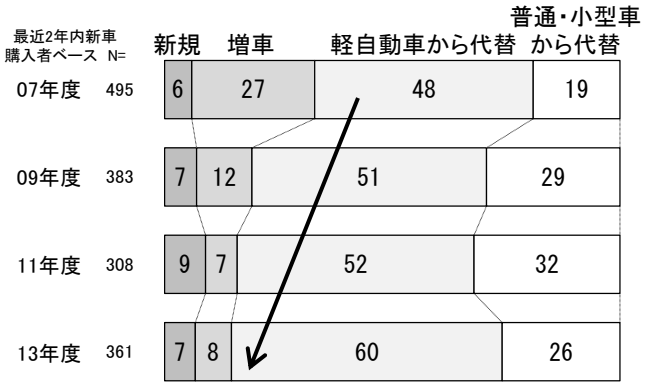
※1:軽スポーツ、軽ジープ型乗用車、軽キャブワゴン　※2:軽キャブバン、軽トラック　※3:ボンネットバン、キャブバン、ジープ型バン、トラック

1.軽乗用系の使用と購買 (5) 購入形態

■ 「軽自動車からの代替」購入者が60%を占め、購入時には複数の軽自動車が比較されている。
■ 前保有車の使用年数が年々長くなる一方、購入時車両価格は上昇傾向にある。

- 購入形態は、「軽自動車から代替」が60%と過半数を占める。
- 購入時の比較状況は「他の軽自動車と比較した」が54%と、過半数は複数の軽自動車を比較の上、購入している。
- 前保有車の平均使用年数は8.4年で、年々長くなっている。購入時車両価格は「121～140万円」「141万円以上」の割合が増加傾向にある。購入時にお金をかける人が増えている。

図表1-22 購入形態



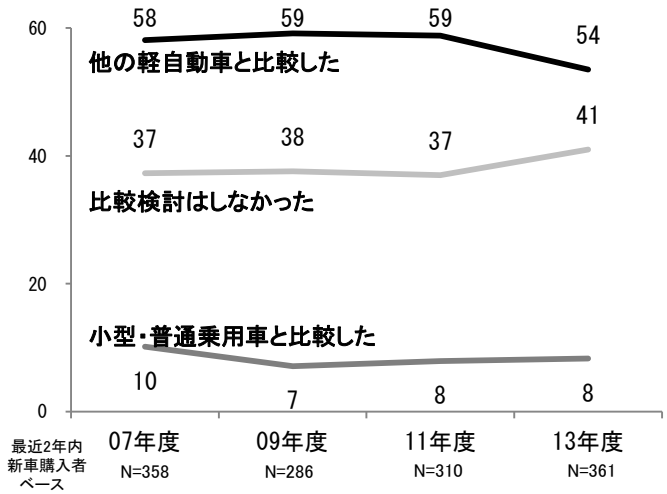
図表1-23 前保有車のボディタイプ

単位:%

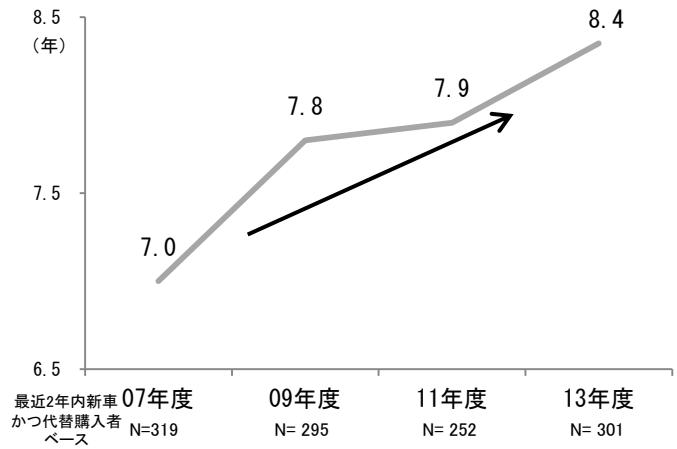
	最近2年内新車かつ代替購入者ベース	軽自動車 乗用系 2ボックス・3ボックス・ボンネットバン	軽自動車 乗用系 トール型	軽自動車 乗用系 その他軽乗用 ※1	軽自動車 商用系 ※2	普通・小型車 乗用系 ハッチバック	普通・小型車 乗用系 セダン・クーペ・スポーツ	普通・小型車 乗用系 キャブ・ボンネット・ジープ型ワゴン	普通・小型車 商用系 普通・小型商用 ※3
07年度	320	38	24	6	3	8	11	7	3
09年度	270	31	23	6	3	10	13	13	2
11年度	219	27	26	8	0	12	14	11	1
13年度	302	30	35	6	0	7	9	13	1
13年度-07年度 差		－8	＋11	－0	－3	－1	－2	＋6	－2

※1:軽スポーツ、軽ジープ型乗用車、軽キャブワゴン
※2:軽キャブバン、軽トラック
※3:ボンネットバン、キャブバン、ジープ型バン、トラック

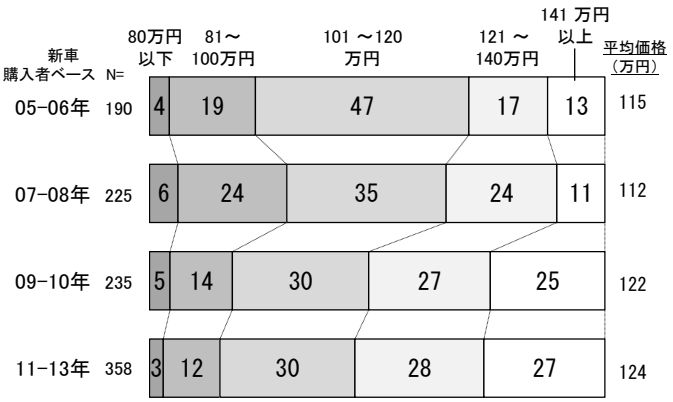
図表1- 24 購入時の比較状況



図表1-25 前保有車の平均使用年数



図表1-26 購入時 車両価格



※ 2013年度の結果を購入年別に集計して算出。

1.軽乗用系の使用と購買 (6) 軽自動車を選択する理由

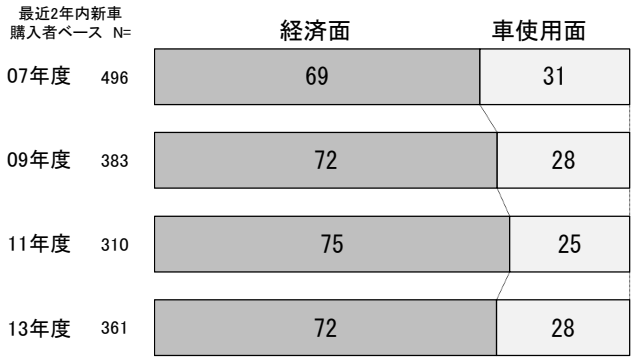
■ **軽自動車を選んだ理由は「経済面」が72%。経済面で選ばれる傾向に変わりはない。**

■ **経済面の内訳をみると、「税金の安さ」が84%と大きい。近年、燃費や車検費用の安さが重視されている。**

- 軽自動車を選んだ理由は「経済面」が72%、「車使用面」が28%となっている。軽自動車が積極的に選択される理由として、経済面が大きいことがわかる。
- 経済面の具体的な内訳をみると、「税金が安いから」が84%と最も多く、次いで「燃費が良いから」66%である。
- 経済面の理由のうち、時系列で増加傾向にあるのは、「燃費が良いから」「車検費用が安いから」であり、逆に「価格が安いから」は年々減少傾向にある。購入時車両価格ではなく、維持費の安さが重視される傾向が強まっている。

図表1-27　軽自動車を選んだ理由

単位:%



図表1-28　経済性、法規、税制面における、軽自動車を選択した理由

	最近2年内新車購入者ベース	税金が安いから	燃費が良いから	車検費用が安いから	価格が安いから	保険が安いから	車庫届出の手続きが簡単だから	車検が3年だから	車検が2年だから	この中には1つもない
07年度	496	83	53	32	46	22	6	8	0	4
09年度	383	85	60	38	40	21	4	4	0	5
11年度	310	79	60	38	37	22	4	5	0	6
13年度	361	84	66	40	37	22	1	1	0	5
13年度-07年度　差		＋1	＋13	＋8	－9	0	－5	－7	0	＋1

13年度-07年度 差 3%以上

図表1-29　車使用面における、軽自動車を選択した理由

	最近2年内新車購入者ベース	運転がしやすいから	狭い道で使いやすいから	買い物や用足しに使うのに向いているから	駐停車が容易だから	長距離を走ることがあまりないから	通勤・通学専用の車だから	高速道路を使用することがあまりないから	車庫スペースが狭いから	2台目の車だから	乗車人員が少ないから	荷物の積み下ろしがしやすいから	人や荷物を乗せて使用することはあまりないから	自分以外の人でも運転しやすく安心だから	車の安全性から	初めての車だから	少量の荷物を何度にも分けて運ぶのに向いているから	この中にはない
07年度	496	65	56	45	38	29	17	－	15	19	13	10	7	6	2	9	1	1
09年度	383	53	51	41	37	29	22	－	21	18	7	10	6	7	2	2	1	3
11年度	310	59	53	48	41	26	22	14	18	16	14	13	5	6	7	4	1	2
13年度	361	62	47	44	40	37	23	20	19	16	9	7	6	5	3	3	0	4
13年度-07年度　差		－3	－9	－1	＋2	＋8	＋6	－	＋4	－3	－4	－3	－1	－1	＋1	－6	－1	＋3

13年度-07年度 差 3%以上

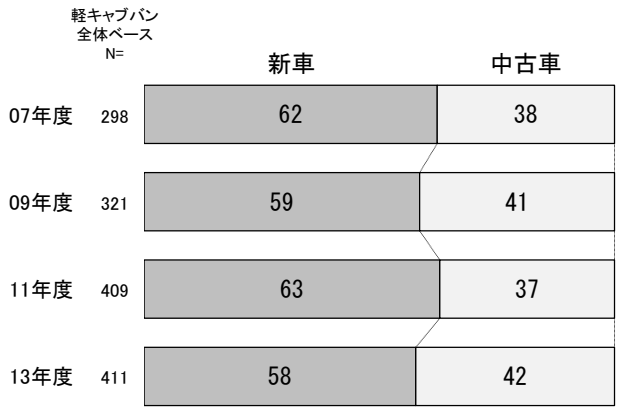
2.軽キャブバンの使用と購買　(1)保有車特性

■ **新車での購入は58%。ミッションタイプは、マニュアルとオートマチックが約半数ずつを占め、この傾向に大きな変化はみられない。**

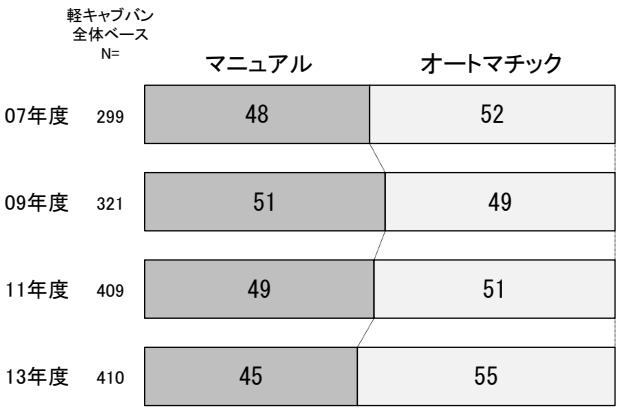
- 軽キャブバンの保有車特性について、新車・中古車の比率をみると、「新車」が58%、「中古車」が42%である。
- ミッションタイプは、「マニュアル」が45%、「オートマチック」が55%とそれぞれ約半数ずつを占める。
- エンジンタイプは「標準エンジン」が90%と大半を占める。
- 駆動方式は、「2輪駆動車」63%、「4輪駆動車」37%と、「2輪駆動車」が過半数を占める。

単位：%

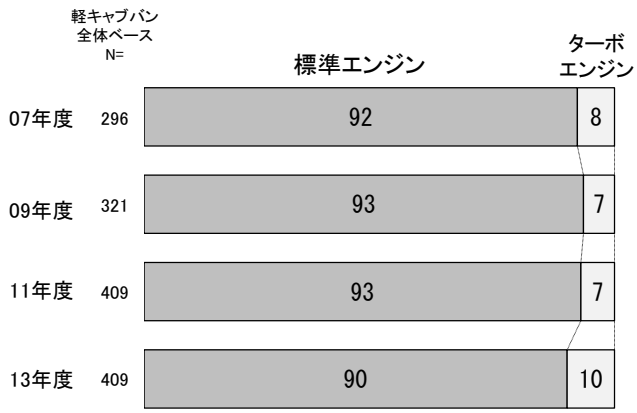
図表1-30　新車・中古車



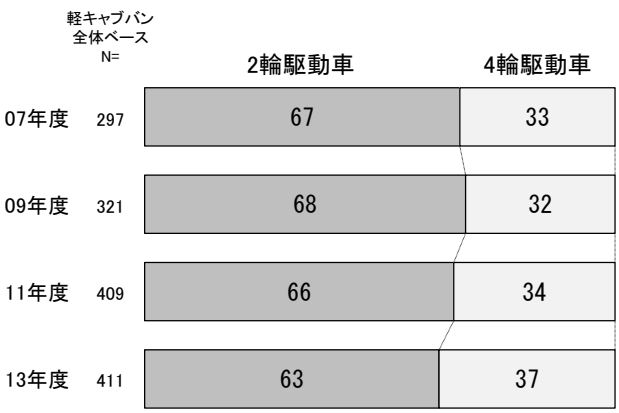
図表1-31　ミッションタイプ



図表1-32　エンジンタイプ



図表1-33　駆動方式



2.軽キャブバンの使用と購買　(2)ユーザー属性

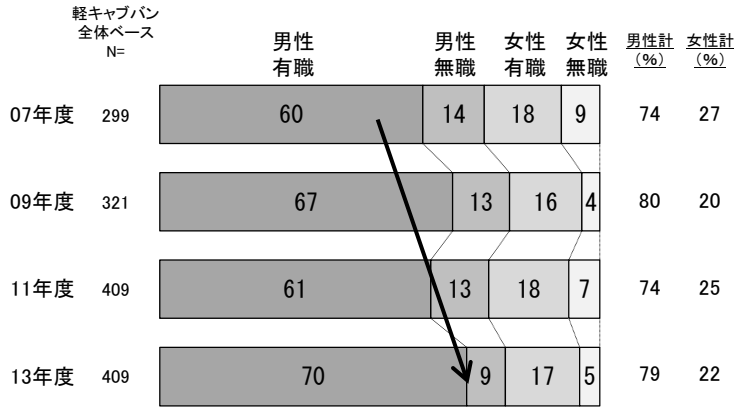
■ **ユーザーは男性が79%と、大半を占める。**

■ **住居・事業所形態は、「純住宅」56%、「産業住宅」30%、「純事業所」14%となっている。**

- ユーザー属性について男女別にみると、「男性」79%、「女性」22%と、男性が約8割を占める。
- 男女別就業形態は「男性有職」が70%で、増加傾向にある。
- 年代は「40代」25%、「60代」25%の占める割合が多い。平均年齢は55歳と上昇トレンドが一服した。
- 住居・事業所形態は、「純住宅」56%、「産業住宅」30%、「純事業所」14%と、純住宅が過半数を占める。
- 世帯年収は、「400万円未満」が53%と過半数を占める。ユーザーの世帯年収は年々減少傾向にある。

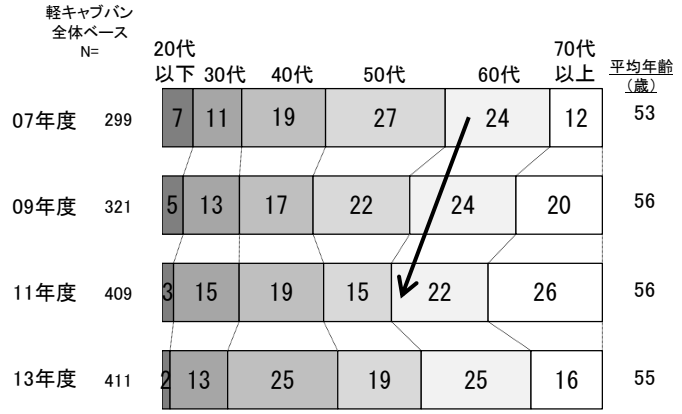
単位：%

図表1-34　主運転者男女別就業形態

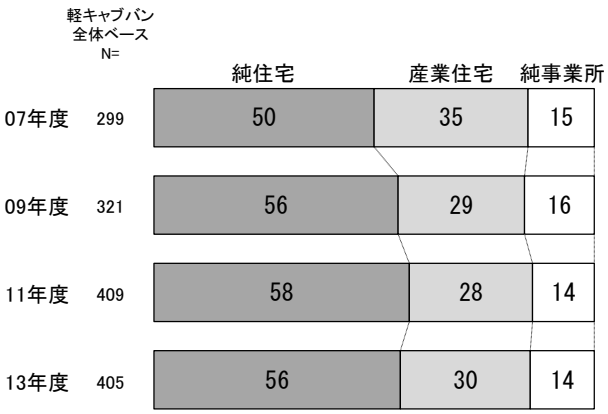


※有職、無職の定義
【有職】
フルタイム、パートタイム、
自営業、農林漁業
【無職】
仕事は持っていない

図表1-35　主運転者年代

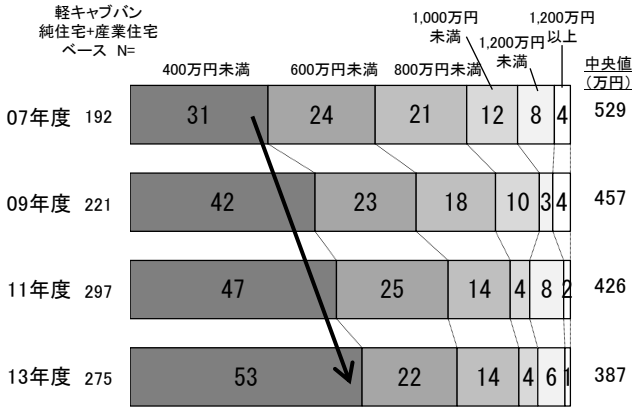


図表1-36　住居・事業所形態※



※住居・事業所形態の定義
【純住宅】
住居にだけ使用
【産業住宅】
商売・事業と住居に併用
【純事業所】
商売・事業にだけ使用

図表1-37　世帯年収



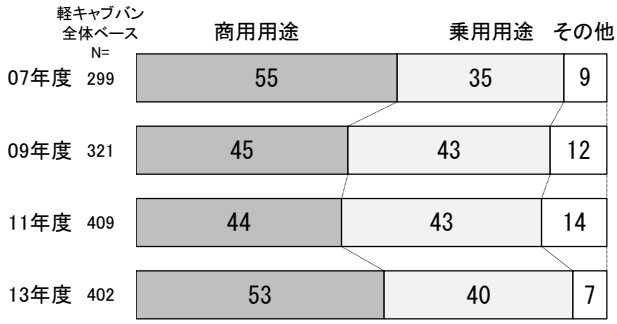
2.軽キャブバンの使用と購買　(3)使用状況

■ **軽キャブバンの利用用途は、「商用」が53%、「乗用」が40%である。用途の内訳は「仕事・商用」「買物」が中心で、時系列で大きな変化はみられない。**

■ **商用用途のユーザーは、全体と比べて月間走行距離が長く、使用頻度も高い。**

- 軽キャブバンの使用状況をみると、用途は、「商用用途」53%、「乗用用途」40%と、それぞれ約半数ずつである。
- 用途の内訳は、「仕事・商用」66%、「買物」44%が中心であり、この点に大きな時系列変化はみられない。
- 月間平均走行距離は、平均604km。やや増加傾向がみられる。さらに、商用用途のユーザーは全体と比べて長い。
- 使用頻度は、「ほとんど毎日」が74%と、大半を占める。さらに、商用用途のユーザーは全体と比べて高い。

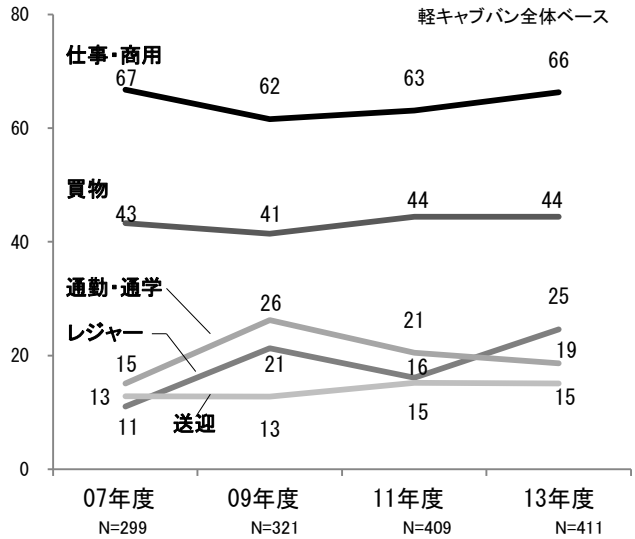
図表1-38　利用用途　商用/乗用※



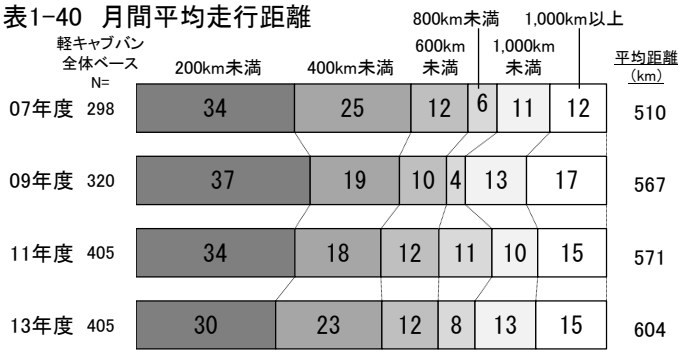
※用途の定義
【商用用途】
主用途が仕事や商用で、農業以外に使用
【乗用用途】
主用途が通勤、通学、買い物、送迎、レジャー
【その他】
上記以外(主用途が仕事や商用で、農業に使うもの等)

図表1-39　利用用途の時系列推移

単位:%



図表1-40　月間平均走行距離

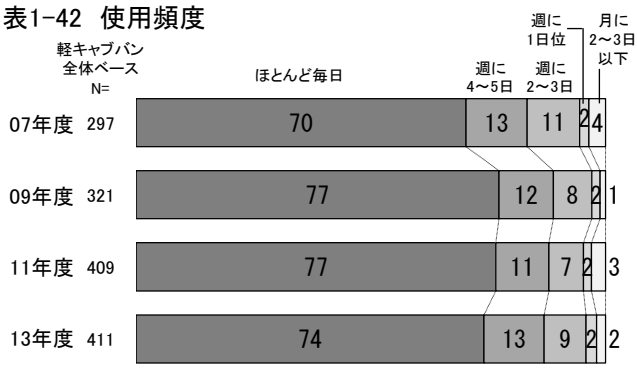


図表1-41　属性別 月間平均走行距離

		軽キャブバンベース	200km未満	400km未満	600km未満	800km未満	1,000km未満	1,000km以上
軽キャブバン		405	30	23	12	8	13	15
用途	商用用途	245	20	24	10	7	16	24
	乗用用途	122	41	23	13	10	9	5
住居形態	純住宅	175	30	25	12	9	10	14
	産業住宅	135	36	18	10	7	14	16
	純事業所	89	19	24	13	5	21	19

全体+3%以上

図表1-42　使用頻度

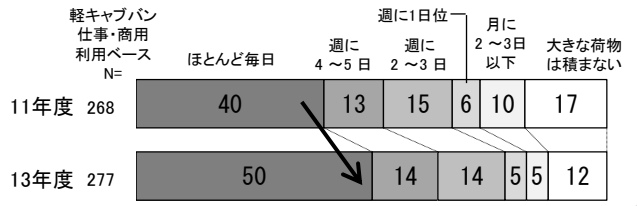


図表1-43　属性別　使用頻度

		軽キャブバン全体ベース	ほとんど毎日	週に4～5日	週に2～3日	週に1日位	月に2～3日	月に1日以下
軽キャブバン		411	74	13	9	2	2	0
用途	商用用途	248	86	10	3	1	1	0
	乗用用途	125	58	19	15	5	3	0
住居形態	純住宅	178	69	15	10	3	3	0
	産業住宅	138	79	11	9	1	0	1
	純事業所	89	84	7	5	2	2	0

全体+3%以上

図表1-44　荷物積載使用頻度(手荷物よりも大きな荷物を積んで使用する頻度)



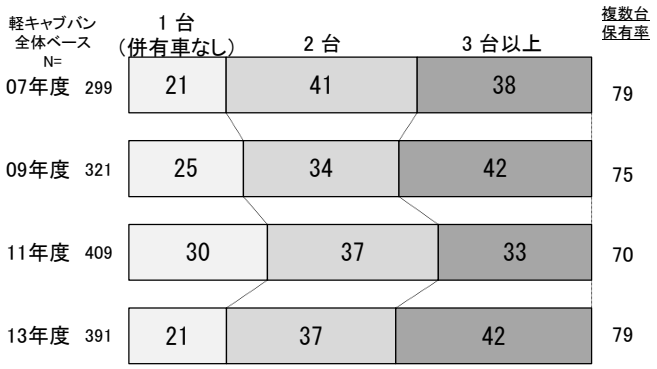
2.軽キャブバンの使用と購買　(4)併有状況

■ **軽キャブバンを保有する世帯や事業所の保有車台数は、「3台以上」が42%と多い。**
■ **純住宅では「軽乗用との併有」が全体と比較して多い傾向にある。**

- 世帯や事業所の保有車台数をみると、「3台以上」が42%と多い。住居形態によって違いがみられ、純住宅は「2台」、産業住宅や純事業所では「3台以上」がボリュームゾーンである。
- 併有状況は、「普通・小型乗用との併有」が45%と最も多い。住居形態別では、純住宅は「軽乗用との併有」、純事業所は「併有車なし」が全体と比較して高い傾向にある。

単位：%

図表1-45　世帯や事業所の保有車台数

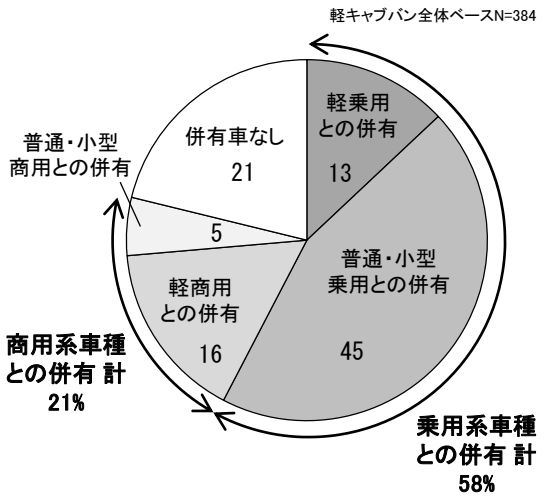


図表1-46　属性別　世帯や事業所の保有車台数

		軽キャブバン全体ベース	1台	2台	3台以上
軽キャブバン全体		391	21	37	42
用途	商用用途	237	20	34	47
	乗用用途	120	25	43	33
住居形態	純住宅	170	23	43	34
	産業住宅	132	16	28	56
	純事業所	84	26	27	47

全体+3%以上

図表1-47　併有状況
（併有車のうち、最もよく利用しているものの状況）



図表1-48　属性別 併有状況

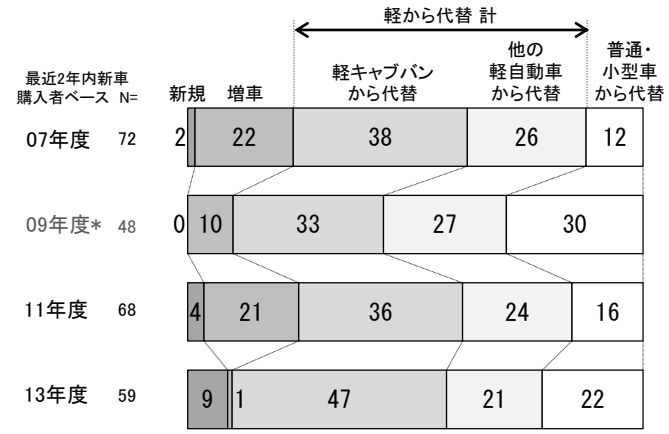
		軽キャブバン全体ベース	乗用系車種 軽乗用との併有	乗用系車種 普通・小型乗用との併有	商用系車種 軽商用との併有	商用系車種 普通・小型商用との併有	併有車なし
軽キャブバン全体		384	13	45	16	5	21
用途	商用用途	229	11	45	18	7	20
	乗用用途	120	15	44	13	3	25
住居形態	純住宅	170	17	46	12	3	23
	産業住宅	127	6	44	23	11	16
	純事業所	84	14	42	15	3	26

全体+3%以上

2.軽キャブバンの使用と購買　(5)購入形態

- **購入形態は、「軽キャブバンから代替」が47%と約半数を占める。購入時には「比較検討なし」が71%にのぼる。**
- **前保有車の使用年数は8.4年であり、乗用系と同様、長期化している。**
  - 購入形態は、「軽キャブバンから代替」が47%と、同じボディタイプからの代替購入が約半数を占める。
  - 購入時の比較状況をみると、「比較検討はしなかった」が71%にのぼる。比較検討なしに購入されている。
  - 前保有車平均使用年数は8.4年であり、年々伸長傾向にある。
  - 購入時車両価格は、「101～120万円」が39%ともっとも割合が大きい。

図表1-49　購入形態



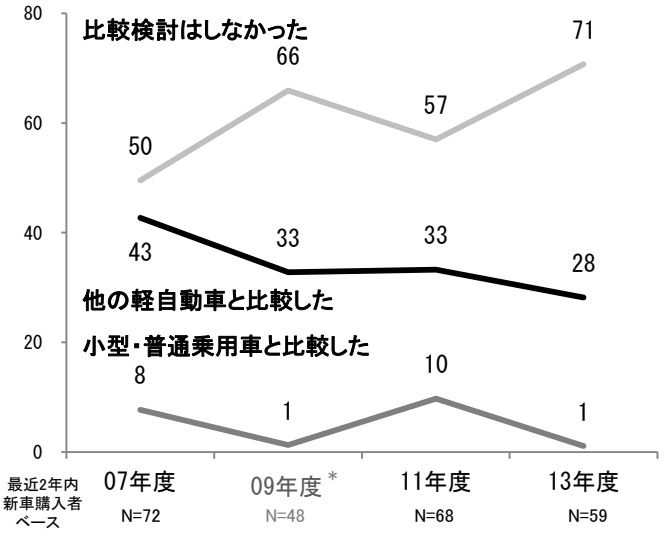
図表1-50　前保有車のボディタイプ

単位:%

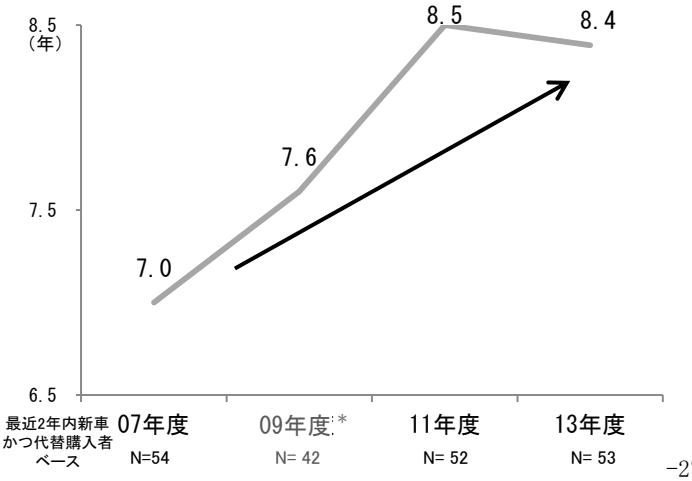
	最近2年内新車かつ代替購入者ベース	軽自動車					普通・小型車			
		商用系		乗用系			商用系	乗用系		
		キャブバン	トラック	2ボックス・3ボックス・ボンネットバン	トール型	その他軽乗用 ※1	普通・小型商用 ※2	ハッチバック	セダン・クーペ・スポーツ	キャブ・ボンネット・ジープ型ワゴン
07年度	55	50	7	6	4	17	3	1	2	8
09年度*	42	38	1	10	5	14	－	14	9	10
11年度	52	47	10	14	0	8	12	－	2	6
13年度	53	52	0	10	0	14	10	6	6	3
13年度-07年度　差		＋2	－7	－2	－4	－3	＋7	＋5	＋4	－5

※1:軽スポーツ、軽ジープ型乗用車、軽キャブワゴン
※2:ボンネットバン、キャブバン、ジープ型バン、トラック

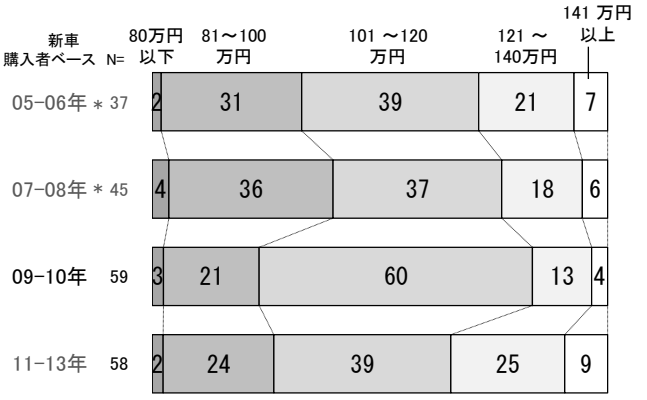
図表1-51　購入時の比較状況



図表1-52　前保有車の平均使用年数



図表1-53　購入時　車両価格(参考値)



※ 2013年度の結果を購入年別に集計して算出。

2.軽キャブバンの使用と購買　(6)軽自動車を選択する理由

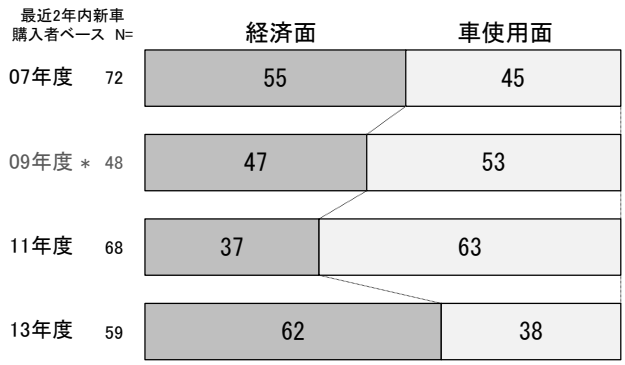
■ **軽キャブバンユーザーが軽自動車を選んだ理由は、経済面が62%と大きい。**

■ **経済面の内訳をみると、「税金の安さ」が78%と最も多く、税制面での安さが軽自動車の魅力として捉えられる。**

- 軽自動車を選んだ理由は「経済面」が62%、「車使用面」が38%と、経済的な理由から軽キャブバンが選択される傾向がある。経済面の内訳は、「税金が安いから」が78%と最も多く、大半を占める。次いで「価格が安い」56%、「車検費用が安い」38%と続く。車使用面の内訳は、「運転がしやすいから」「駐停車が容易だから」といった、軽自動車の大きさによるメリットが受け入れられている。

単位:%

図表1-54　軽自動車を選んだ理由



図表1-55　経済性、法規、税制面における、軽自動車を選択した理由

	最近2年内新車購入者ベース	税金が安いから	価格が安いから	車検費用が安いから	保険が安いから	燃費が良いから	車検が2年だから	車検が3年だから	車庫届け出の手続きが簡単だから
07年度	73	73	45	35	29	48	－	－	2
09年度*	48	50	46	37	16	47	－	－	2
11年度	68	76	41	40	17	52	8	0	7
13年度	59	78	56	38	31	29	3	0	0
13年度-07年度　差		＋5	＋11	＋3	＋2	－19	－	－	－2

13年度-07年度 差 3%以上

図表1-56　車使用面における、軽自動車を選択した理由

	最近2年内新車購入者ベース	運転がしやすいから	駐停車が容易だから	荷物の積み下ろしがしやすいから	狭い道で使いやすいから	買い物や用足しに使うのに向いているから	長距離を走ることがあまりないから	高速道路を使用することがあまりないから	車庫スペースが狭いから	少量の荷物を何度にも分けて運ぶのに向いているから	通勤・通学専用の車だから	乗車人員が少ないから	2台目の車だから	車の安全性から	自分以外の人でも運転しやすく安心だから	初めての車だから	人や荷物を乗せて使用することはあまりないから
07年度	72	59	40	57	51	27	12	－	22	11	4	10	7	7	9	3	0
09年度*	48	39	29	43	61	26	18	－	11	3	1	6	7	1	8	0	10
11年度	68	45	26	55	53	31	18	7	14	9	0	0	11	2	1	0	1
13年度	59	53	46	45	44	27	26	22	19	17	11	8	4	2	2	0	0
13年度-07年度　差		－6	＋6	－12	－7	0	＋14	－	－3	＋6	＋7	－2	－3	－5	－7	－3	0

13年度-07年度 差 3%以上

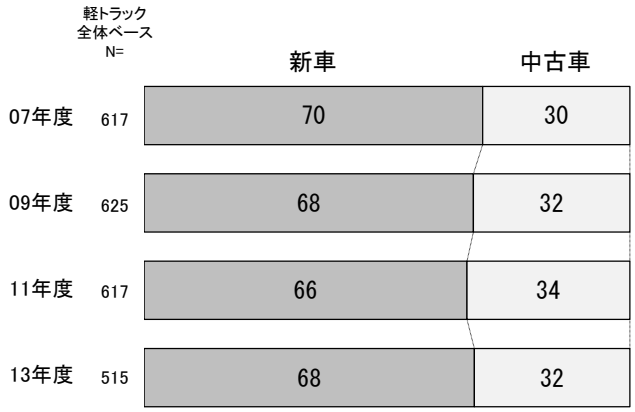
3.軽トラックの使用と購買　(1)保有車特性

■ **軽トラックは、「新車」が68%、ミッションタイプは「マニュアル」が87%であり、時系列で変化はみられない。**
■ **駆動方式をみると、「4輪駆動車」の構成比が徐々に拡大し 65%となった。**

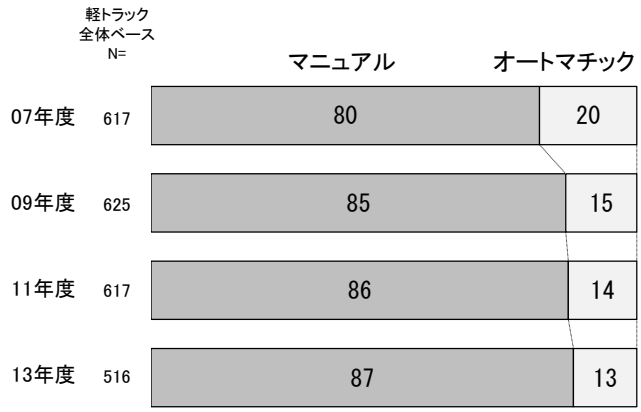
- 保有車特性について、新車・中古車の比率をみると、軽トラック全体では「新車」68%、「中古車」32%であった。
- ミッションタイプは「マニュアル」87%、「オートマチック」13%であった。
- エンジンタイプは「標準エンジン」が99%と大半を占める。
- 駆動方式は、「2輪駆動車」35%、「4輪駆動車」65%であり、「4輪駆動車」の構成比が年々拡大傾向にある。

単位：%

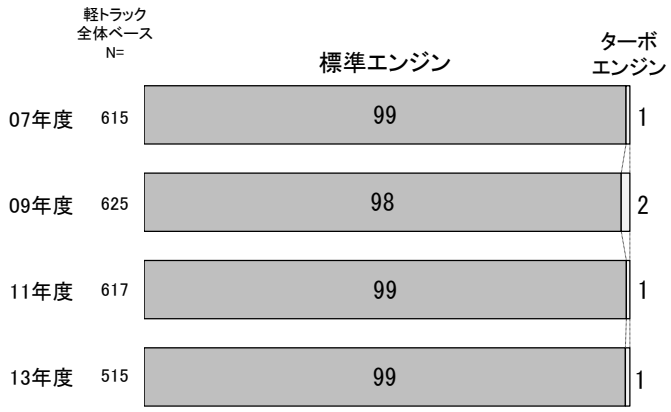
図表1-57　新車・中古車



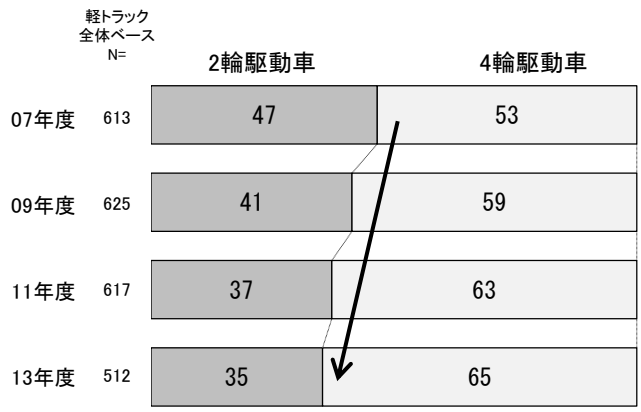
図表1-58　ミッションタイプ



図表1-59　エンジンタイプ



図表1-60　駆動方式



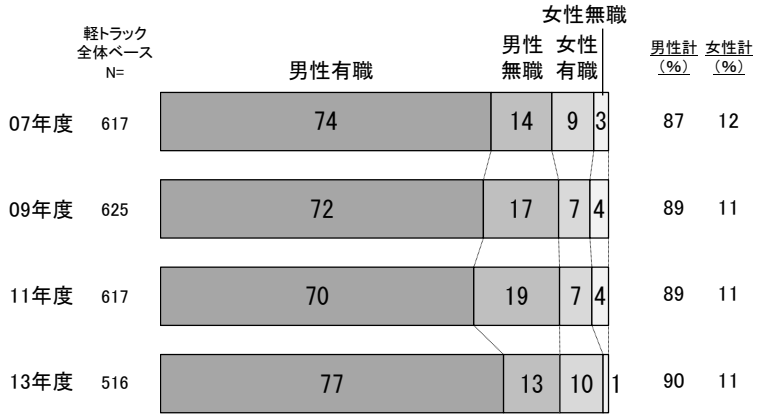
3.軽トラックの使用と購買　(2)ユーザー属性

■ ユーザーは男性が90%と大半を占める。年代は60代以上が62%と過半数を占める。
■ 住居・事業所形態は、「純住宅」66%、「産業住宅」24%、「純事業所」10%となっている。

- ユーザー属性について、男女別をみると、「男性」が90%と大半を占める。
- 年代は、「60代」が40%と大きな割合を占める。60代以上の占める割合は、年々拡大傾向にある。
- 住居・事業所形態は、「純住宅」66%、「産業住宅」24%、「純事業所」10%となっている。
- 世帯年収は、「400万円未満」が43%と最も多く、この割合は年々拡大傾向がみられる。

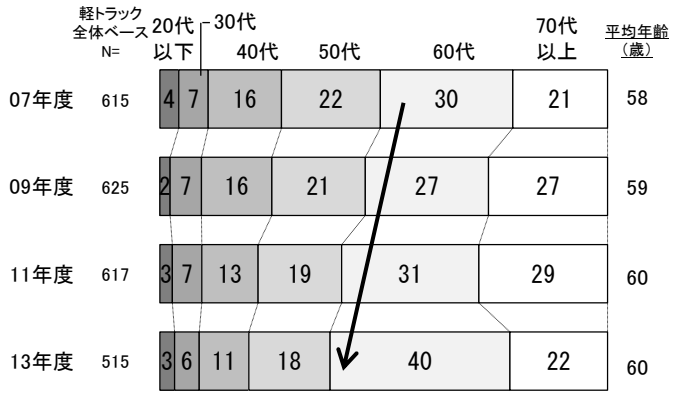
単位：%

図表1-61　主運転者男女別就業形態

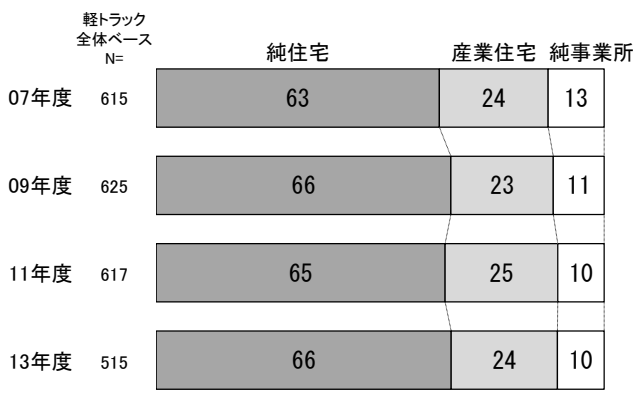


※有職、無職の定義
【有職】
フルタイム、パートタイム、自営業、農林漁業
【無職】
仕事は持っていない

図表1-62　主運転者年代

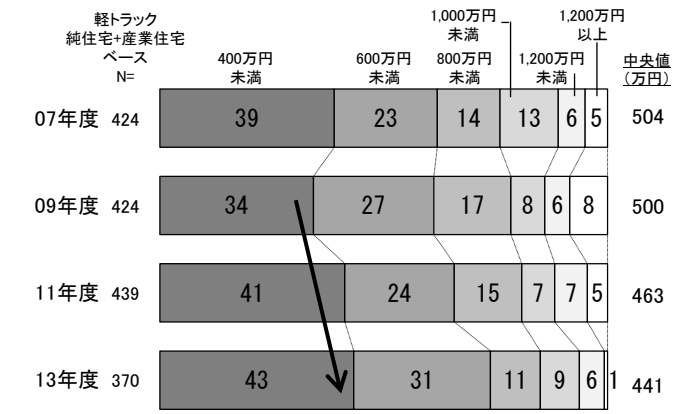


図表1-63　住居・事業所形態※



※住居・事業所形態の定義
【純住宅】
住居にだけ使用
【産業住宅】
商売・事業と住居に併用
【純事業所】
商売・事業にだけ使用

図表1-64　世帯年収



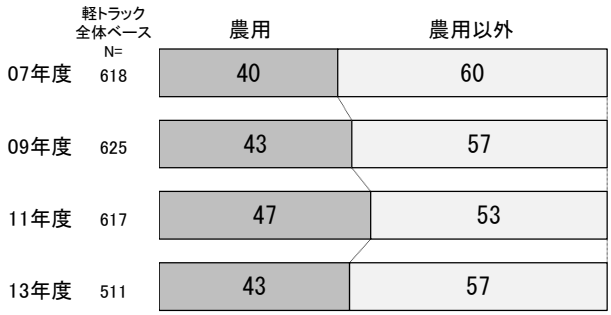
3.軽トラックの使用と購買　(3)使用状況

■ **軽トラックの用途は「農用」が43%、「農用以外」が57%である。用途の内訳は、「仕事・商用」が85%で、時系列で大きな変化はみられない。**

■ **農用用途のユーザーは、全体と比べて月間走行距離が短いが、使用頻度は高い。**

- 軽トラックの使用状況をみると、用途は「農用」43%、「農用以外」57%である。用途の内訳は、「仕事・商用」が85%である。
- 月間平均走行距離は平均365km。農用用途のユーザーでは「200km未満」の比率が57%と高く、走行距離は短い。
- 使用頻度は、「ほとんど毎日」が65%を占める。農用用途のユーザーは全体と比べて高い。

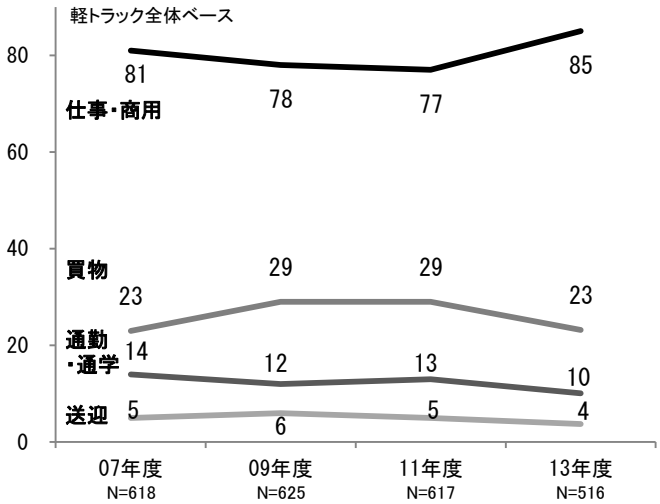
図表1-65　利用用途　農用/農用以外※



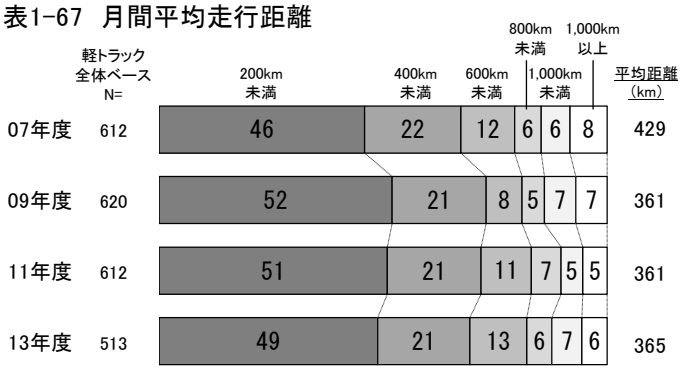
※用途の定義
【農用】
主用途が仕事や商用で、
田畑への往復・農機具・農作物の運搬といった
農業用途のみに使用
【農用以外】
上記以外

図表1-66　利用用途の時系列推移

単位：%



図表1-67　月間平均走行距離

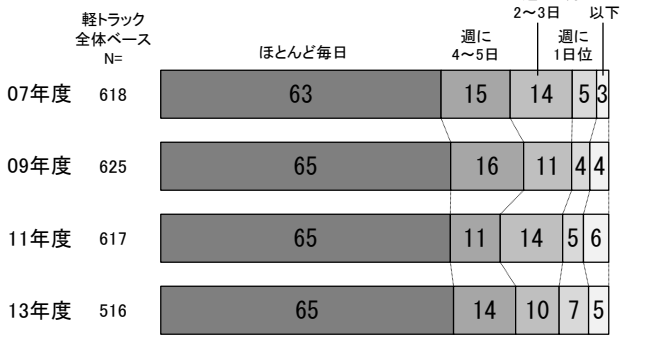


図表1-68　属性別 月間平均走行距離

		軽トラック全体ベース	200km未満	400km未満	600km未満	800km未満	1,000km未満	1,000km以上
軽トラック全体		513	49	21	13	6	7	6
用途	農用用途	178	57	19	10	5	6	2
	農用用途以外	330	42	22	15	6	7	8
形態 住居	純住宅	262	55	17	11	6	7	4
	産業住宅	156	38	27	18	1	7	8
	純事業所	90	34	29	10	12	4	11

全体+3%以上

図表1-69　使用頻度



図表1-70　属性別　使用頻度

		軽トラック全体ベース	ほとんど毎日	週に4～5日	週に2～3日	週に1日位	月に2～3日以下
軽トラック全体		516	65	14	10	7	5
用途	農用用途	179	70	12	10	4	4
	農用用途以外	332	63	15	10	8	5
形態 住居	純住宅	265	61	15	12	7	5
	産業住宅	156	76	13	5	2	4
	純事業所	90	69	11	5	13	1

全体+3%以上

図表1-71　荷物積載使用頻度（手荷物よりも大きな荷物を積んで使用する頻度）

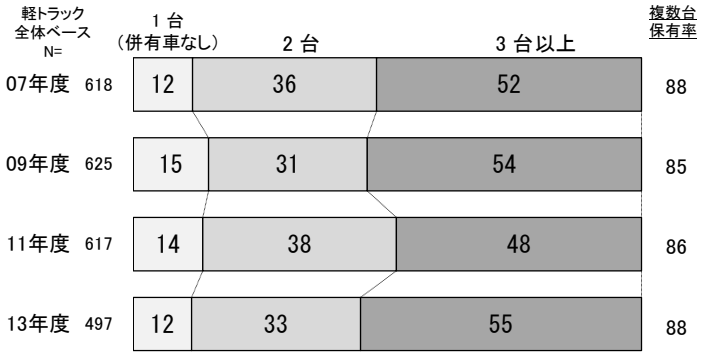
3.軽トラックの使用と購買　(4)併有状況

■ 軽トラックを保有する世帯や事業所の、保有車台数は「3台以上」が55%を占める。
■ 純住宅では、「軽乗用との併有」が全体と比較して高い傾向にある。

- 世帯や事業所の保有車台数をみると、「3台以上」が55%と最も多い。住居形態によって違いがみられ、純住宅は「2台」、産業住宅や純事業所では「3台以上」がボリュームゾーンである。
- 併有状況は、「普通・小型乗用との併有」が49%と最も多い。住居形態別にみると、純住宅は「軽乗用と併有」、産業住宅や純事業所は「普通・小型商用との併有」が全体と比較して高い傾向にある。

単位：%

図表1-72　世帯や事業所の保有車台数

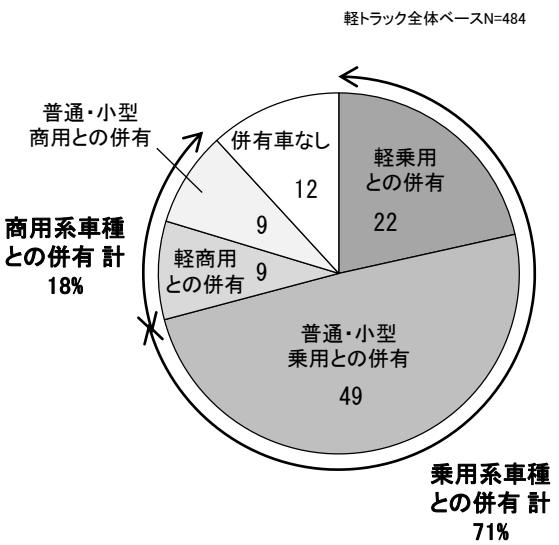


図表1-73　属性別　世帯や事業所の保有車台数

		軽トラック全体ベース	1台	2台	3台以上
軽トラック全体		497	12	33	55
用途	農用用途	170	10	39	51
	農用用途以外	322	13	29	59
住居形態	純住宅	253	14	37	49
	産業住宅	153	7	24	70
	純事業所	87	8	29	63

全体+3%以上

図表1-74　併有状況
（併有車のうち、最もよく利用しているものの状況）



図表1-75　属性別 併有状況

		軽トラック全体ベース	乗用系車種 軽乗用との併有	乗用系車種 普通・小型乗用との併有	商用系車種 軽商用との併有	商用系車種 普通・小型商用との併有	併有車なし
軽トラック全体		484	22	49	9	9	12
用途	農用用途	171	26	49	9	7	9
	農用用途以外	308	18	50	9	10	14
住居形態	純住宅	249	26	48	7	5	14
	産業住宅	148	12	58	11	12	7
	純事業所	83	12	37	19	23	9

全体+3%以上

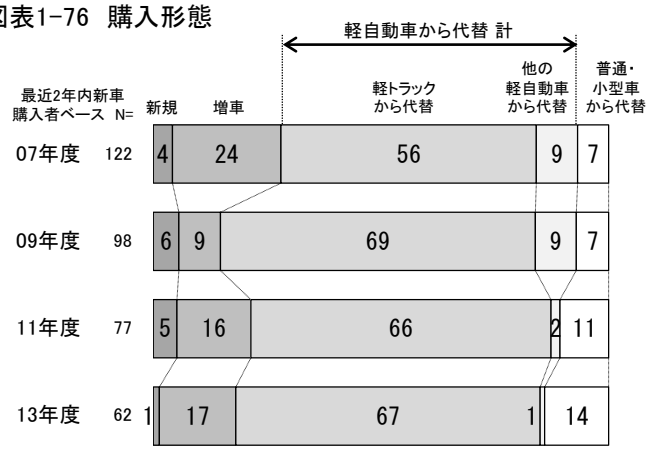
3.軽トラックの使用と購買　(5)購入形態

■ **購入形態は、「軽トラックから代替」が67%を占める。購入時には「比較検討なし」が62%である。**

■ **使用年数は長期トレンドでみると、長くなる傾向にある。**

- 購入形態は「軽トラックから代替」が67%と、同じボディタイプからの代替購入が約7割を占める。「普通・小型車から代替」というダウンサイジング層の割合は拡大傾向がみられる。
- 購入時の比較状況をみると「比較検討はしなかった」が62%を占め、過半数は比較検討をせずに指名買いしている。
- 前保有車平均使用年数は9.7年で、長期トレンドでみると、長くなる傾向にある。
- 購入時車両価格は、軽トラック全体で「81～100万円」29%、「101～120万円」32%が中心となっている。

図表1-76　購入形態



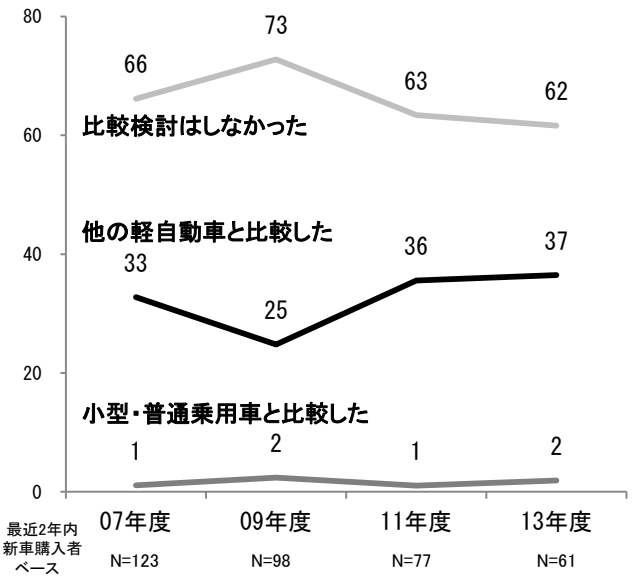
図表1-77　前保有車のボディタイプ

単位：%

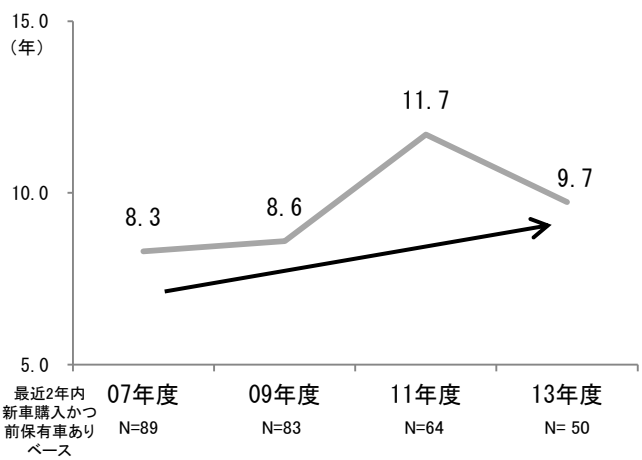
	最近2年内新車かつ代替購入者ベース	軽自動車 商用系 キャブバン	軽自動車 商用系 トラック	軽自動車 乗用系 ※1	普通・小型車 商用系 トラック	普通・小型車 商用系 その他普通・小型商用 ※2	普通・小型車 乗用系 乗用車 ※3	普通・小型車 乗用系 キャブ・ボンネット・ジープ型ワゴン
07年度	89	1	82	7	9	0	1	－
09年度	79	2	85	1	3	0	2	3
11年度	64	－	80	7	5	4	－	5
13年度	50	0	83	0	5	0	8	5
13年度-07年度　差		－1	＋1	－7	－4	0	＋7	－

※1：軽2ボックス・3ボックス、軽スポーツ、軽トール型乗用車、軽ジープ型乗用車、軽キャブワゴン、軽ボンネットバン
※2：ボンネットバン、キャブバン、ジープ型バン
※3：ハッチバック、セダン、クーペ・スポーツ

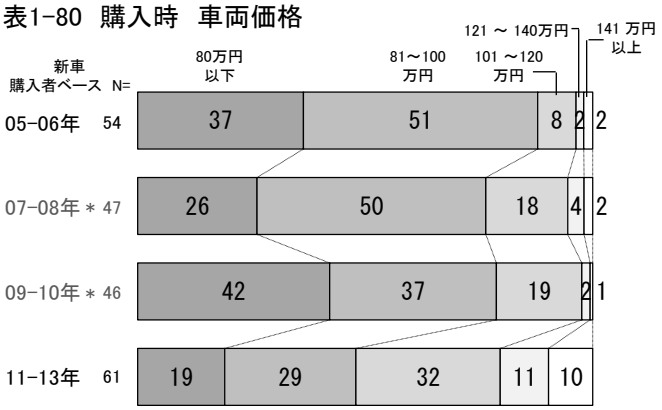
図表1-78　購入時の比較状況



図表1-79　前保有車の平均使用年数



図表1-80　購入時　車両価格



※ 2013年度の結果を購入年別に集計して算出。

3.軽トラックの使用と購買　(6)軽自動車を選択する理由

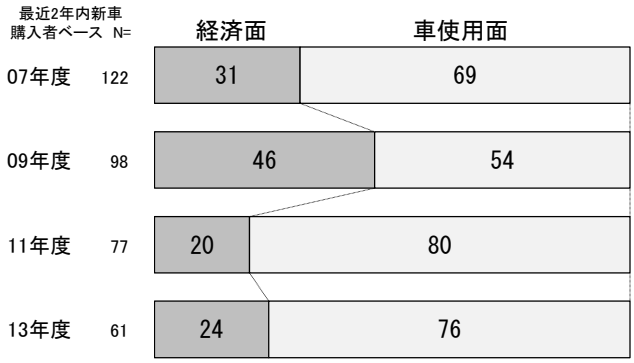
■ **軽トラックユーザーは、「経済面」24%、「車使用面」76%と、使用性を重視して車を選んでいる。**

■ **経済面では、「税金の安さ」や「価格の安さ」が評価され、車使用面では、「荷物の積みおろしのしやすさ」や「狭い道での使いやすさ」が評価されている。**

- 軽自動車を選んだ理由は、「車使用面」が76%。経済面よりも使用面を重視して軽トラックが選択される。
- 経済面のうち、「税金が安い」が62%、「価格が安い」が50%と大きい。
- 車使用面のうち、「荷物の積みおろしがしやすい」70%、「狭い道で使いやすい」67%と、特に軽トラックを選択する魅力となっている。

単位:%

図表1-81　軽自動車を選んだ理由



図表1-82　経済性、法規、税制面における、軽自動車を選択した理由

	最近2年内新車購入者ベース	税金が安い	価格が安い	燃費がよい	車検費用が安い	保険が安い	車庫届け出が簡単なので	この中にはない
07年度	123	59	56	56	28	26	2	15
09年度	98	60	48	46	35	18	0	19
11年度	77	46	39	34	18	7	10	37
13年度	62	62	50	30	18	17	6	19
13年度-07年度　差		＋3	－6	－26	－10	－9	＋4	＋4

13年度-07年度 差 +3%以上

図表1-83　車使用面における、軽自動車を選択した理由

	最近2年内新車購入者ベース	荷物の積みおろしがしやすいから	狭い道で使いやすいから	運転がしやすいから	駐停車が容易だから	長距離を走ることがあまりないから	買物や用足しに使うのに向いているから	車庫スペースが狭いから	少量の荷物を何度も分けて運ぶのに向いているから	自分以外の人でも運転しやすく安心だから	高速道路を使用することがあまりないから	乗車人数が少ないから	通勤・通学専用の車だから	人や荷物を乗せて使用することはあまりないから	2台目の車だから	車の安全性から	初めての車だから	この中にはない
07年度	123	68	64	35	23	13	9	8	10	6	－	7	1	1	8	0	－	3
09年度	98	49	57	39	22	14	16	6	11	3	－	1	3	2	6	1	－	6
11年度	77	67	68	46	25	19	9	13	21	5	3	7	0	3	3	1	3	1
13年度	62	70	67	44	25	17	16	12	10	10	10	9	8	6	5	2	0	1
13年度-07年度　差		＋2	＋3	＋9	＋2	＋4	＋7	＋4	0	＋4	－	＋2	＋7	＋5	－3	＋2	－	－2

13年度-07年度 差 +3%以上

Ⅱ.地域別にみた軽自動車の社会的役割　まとめ

軽自動車は、人口が少ない地域、人口密度の低い地域で特に普及している。都市規模の小さい地域ほど公共交通機関が不便な状態にあり、普段の生活を支えるものとして軽自動車が活用されているといえる。

ただし、今回の調査の結果、都市規模の大きい地域における軽自動車の必要性の高まりが確認され、軽自動車がなくなると「非常に困る」人がいずれの地域でも過半数を占める。背景には、使用頻度の増加や維持費負担感の増加があると考えられる。

軽自動車の普及状況と生活環境

軽自動車は、人口が少ない地域、人口密度の低い地域で特に普及している。
都市階級でみると、軽自動車の9割が「人口100万人未満の市及び郡部」で保有されている。

- 軽自動車全体の92%は、「人口100万人未満の市及び郡部」で保有されており、人口構成比の77%と比較すると高い比率となっている。軽自動車は、比較的都市規模の小さい地域で保有されている傾向がある。

都市規模が小さい地域程、公共交通機関が不便な状態にあり、生活の中で車が欠かせないものになっている

- 都市規模が小さい地域程、公共交通機関が不便な状態にある。「人口密度350～1,500人/km²未満」「350人/km²未満」の地域では「不便」だと感じる人が過半数を占める。
- 「通勤・通学」や「食品の買い物」での交通手段として、特に都市規模の小さい地域で車の利用率が高く、日常の足として車が活用されている様子がうかがえる。

地域別の軽自動車の位置付けの違い

- 都市規模の小さい地域ほど世帯の保有車台数が多く、軽自動車は「一人一人の自分専用車」として利用されている傾向がみられる。
- いずれの地域でも、軽自動車がないと「非常に困る」人が過半数を占め、軽自動車は各地域の生活において重要な役割を果たしている。都市規模の小さい地域では、軽自動車がなくなった場合、経済的な負担がかかることや、大きい車は運転しにくいことが困ることとして挙がる。

	都市規模の大きい地域 ・人口100万人以上の市 ・人口100万人未満・人口密度1,500人/km²以上の市及び郡部	都市規模の小さい地域 ・人口100万人未満・人口密度350～1,500人/km²未満の市及び郡部 ・人口100万人未満・人口密度350人/km²未満の市及び郡部
ユーザー属性	• 男性、30-40代、世帯年収の比較的高い層が多い。	• 女性、50-60代、世帯年収の比較的低い層が多い。
世帯の車保有状況	• 軽自動車のみ1台保有が高い傾向。 • 世帯で「軽自動車のみ1台保有」が3～4割を占める。複数の運転者で使い分けが約4割。	• 軽自動車+乗用車での保有が中心。 • 「軽自動車+乗用車」の併有率は7割。 • 一人の専用車としての使用が約5割。
軽自動車購入形態	• ダウンサイジング層の比率が高い。 • 「普通・小型車から代替」が3割。 • 「軽自動車から代替」は5割強。	• 軽自動車から軽自動車への代替購入が中心。 • 「普通・小型車から代替」は2割。 • 「軽自動車から代替」が6～7割を占める。
軽自動車使用状況	• 使用頻度はやや低いが、用途は多様。 • 使用頻度「ほとんど毎日」は6～7割。 • 用途は「買物」8割の他、「趣味」「送迎」4割強。	• 8割が「ほとんど毎日」、買い物を中心に使用。 • 使用頻度は「ほとんど毎日」が8割。 • 用途は「買物」が8割と中心。
軽自動車の必要性	• 自動車を「生活必需品」と捉えるのは約半数。 • 軽自動車がないと「非常に困る」が過半数。 • 軽自動車がなくなった場合、経済面の他、「保管スペース」に困る傾向。	• 自動車を「生活必需品」と捉える人が8割。 • 軽自動車がないと「非常に困る」が約6割。 • 軽自動車がなくなった場合、経済面の他、「大きい車は運転しにくい」ことに困る傾向。

都市規模の大きい地域における軽自動車必要性の高まり

- 過去の調査では、公共交通機関の不便さ等により、都市規模の小さい地域程、軽自動車の必要性が高い傾向が明らかとなっていた。今回の調査の結果、都市規模の大きい地域における、軽自動車の必要性の高まりが確認され、いずれの地域においても、軽自動車がないと「非常に困る」が過半数を占めた。
- 背景には、都市規模の大きい地域における、軽自動車使用頻度の高まりや、維持費負担感の高まりがある。

1.地域別の軽自動車普及率 (1)都道府県別 普及率

■ **軽自動車普及率は、全国平均51.8%(平成25年3月時点)である。**

■ **人口が少ない地域、人口密度の低い地域で、軽自動車普及率が特に高い。**

- 軽自動車普及率(100世帯あたり普及台数)は、佐賀が最も高く100.2%。最も低いのは東京で11.3%である。人口が少ない地域、人口密度の低い地域ほど、軽自動車が普及している。

図表2-1 都道府県別 軽自動車普及率

軽自動車普及率90.0%以上　50.0%未満

都道府県	軽自動車普及率(100世帯あたり普及台数)	人口(万人)	人口密度(人/km²)
全国計	51.8		343
佐賀	100.2	85	348
鳥取	100.1	59	168
島根	98.3	72	107
山形	98.2	117	125
長野	98.0	215	159
福井	96.4	81	192
沖縄	90.9	139	612
新潟	90.0	237	189
山梨	90.0	86	193
宮崎	88.9	114	147
徳島	86.4	79	189
富山	85.9	109	257
和歌山	85.3	100	212
岩手	84.9	133	87
秋田	84.5	109	93
岡山	84.5	195	274
香川	82.7	100	531
鹿児島	82.6	171	186
福島	82.1	203	147
高知	81.5	76	108
熊本	81.4	182	245
岐阜	81.1	208	196
三重	80.9	185	321
群馬	80.4	201	316
大分	80.1	120	189
滋賀	78.3	141	351
長崎	76.5	143	348
愛媛	76.0	143	252
青森	74.6	137	142
山口	73.5	145	237
茨城	72.0	297	487
石川	71.9	117	280
静岡	71.6	377	484
栃木	69.8	201	313
宮城	61.8	235	322
広島	60.9	286	337
奈良	56.0	140	380
福岡	54.4	507	1,019
愛知	49.0	741	1,435
兵庫	41.4	559	666
京都	41.2	264	571
北海道	39.3	551	70
千葉	38.4	622	1,206
埼玉	37.7	719	1,894
大阪	26.6	887	4,670
神奈川	21.0	905	3,745
東京	11.3	1,316	6,016

普及率90%以上県平均 121万人　普及率90%以上県平均 233人/km²

普及率50～90%未満県平均 178万人　普及率50～90%未満県平均 291人/km²

普及率50%未満県平均 729万人　普及率50%未満県平均 2,253/km²

データ出所:【軽自動車普及率】(社)全国軽自動車協会連合会 公表資料(平成25年3月時点)　【人口、人口密度】平成22年国勢調査

※普及率3区分別(90%以上県/50～90%未満県/50%未満県)の平均人口及び、平均人口密度は、各県の数値を単純平均したもの

1.地域別の軽自動車普及率 (2)人口規模別 軽自動車保有比率

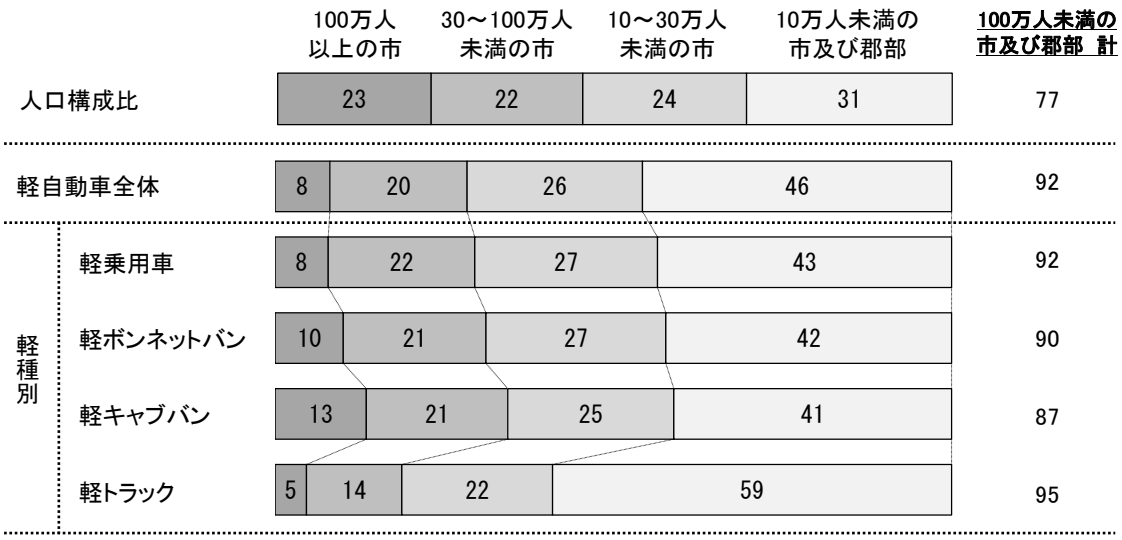
■ **軽自動車の92%は「人口100万人未満の市及び郡部」で保有されており、比較的都市規模の小さい地域で保有される傾向がわかる。**

- 軽自動車全体の92%は、「人口100万人未満の市及び郡部」で保有されており、人口構成比の77%と比較すると高い比率となっている。軽自動車は、比較的都市規模の小さい地域で保有されている傾向があるといえる。

※以降の地域別の分析にあたっては、人口規模と人口密度を用いて調査地点を4つに区分して分析する。

単位:%

図表2-2 人口規模別 軽自動車保有台数 構成比



出所: 【軽自動車保有台数】(社)全国軽自動車協会連合会(平成25年3月時点)
【人口】 平成22年 推計人口

・地域別の分析にあたり、人口規模と人口密度を用いて、調査地点を以下4つに区分した。
・市町村合併等の影響により、単純に人口規模だけでは、都市の規模感を定義することが難しいため、人口規模が「人口100万人未満の市及び郡部」については、その内訳を人口密度を用いて3つに区分している。
・下記表において、カテゴリ番号が1に近い程「都市規模の大きい地域」、4に近い程「都市規模の小さい地域」と捉えることができる。

図表2-3 人口規模・人口密度別 調査地点例

都市規模 大 ↑ ↓ 小

カテゴリ番号	人口規模	人口密度	調査地点例
1	人口100万人以上の市	-	**全38地点** ・北海道札幌市 ・神奈川県横浜市 ・兵庫県神戸市 ・宮城県仙台市 ・愛知県名古屋市 ・広島県広島市 ・埼玉県さいたま市 ・京都府京都市 ・福岡県福岡市 など
2	人口100万人未満の市及び郡部	1,500人/km^{2}以上	**全41地点** ・埼玉県川越市 ・神奈川県相模原市 ・愛知県一宮市 ・兵庫県宝塚市 ・千葉県千葉市 ・新潟県新潟市 ・京都府宇治市 ・和歌山県和歌山市 ・東京都国立市 ・静岡県焼津市 ・大阪府堺市 ・福岡県北九州市など
3		350～1,500人/km^{2}未満	**全57地点** ・北海道函館市 ・群馬県前橋市 ・岐阜県大垣市 ・兵庫県姫路市 ・秋田県秋田市 ・千葉県木更津市 ・愛知県豊田市 ・岡山県岡山市 ・福島県福島市 ・長野県長野市 ・三重県鈴鹿市 ・長崎県長崎市など
4		350人/km^{2}未満	**全64地点** ・青森県弘前市 ・茨城県かすみがうら市 ・富山県富山市 ・島根県出雲市 ・岩手県奥州市 ・栃木県鹿沼市 ・長野県松本市 ・鹿児島県薩摩川内市 ・山形県米沢市 ・千葉県南房総市 ・愛媛県東温市 ・山口県萩市など

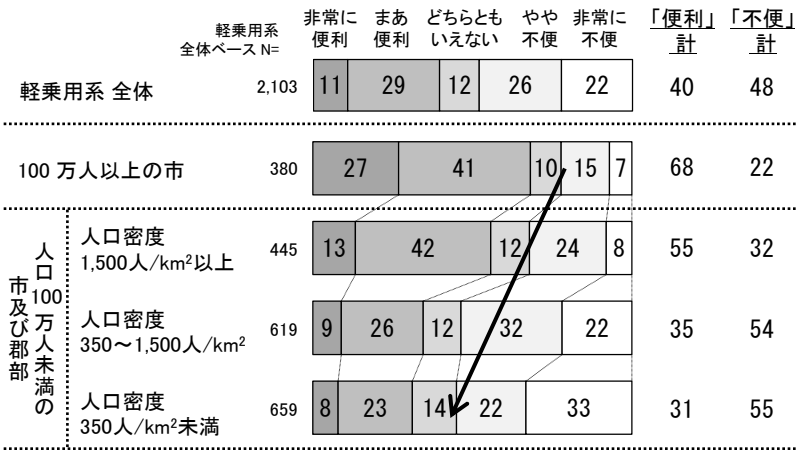
2.生活環境 (1)公共交通機関の利便性と道路状況

■ **都市規模が小さい地域ほど、公共交通機関が不便な状態にあり、「人口密度350～1,500人/km²未満」「350人/km²未満」の地域では「不便」だと感じる人が過半数を占める。**

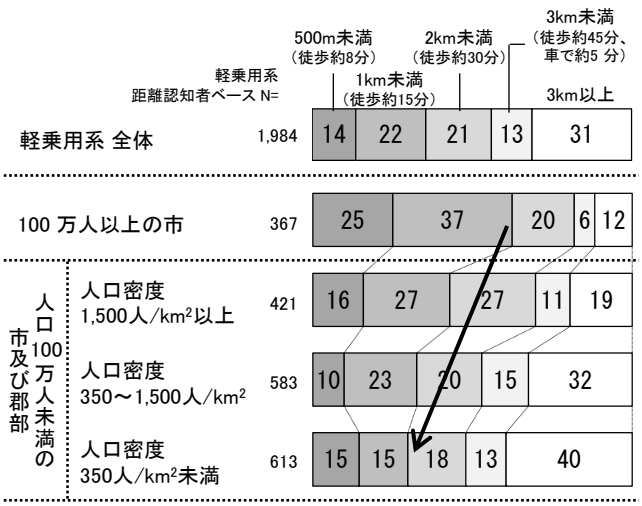
- 公共交通機関の利便性をみると、軽乗用系全体では「非常に便利」「まあ便利」の計は40%である。都市規模別にみると、100万人以上の市では「便利」計68%に対し、「人口密度350人/km²未満」では31%と、都市規模が小さい地域ほど、公共交通機関が不便だと感じられている。
- 「人口密度350～1,500人/km²未満」「人口密度350人/km²未満」では「不便」だと感じる人が過半数を占める。
- 最寄りの鉄道駅や、バス停までの距離も、都市規模が小さくなるほど、遠くなる。

単位:%

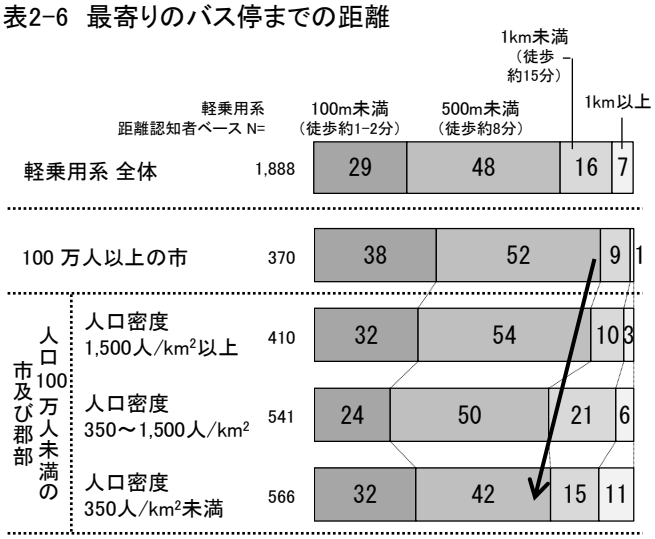
図表2-4 自宅/事業所周辺の公共交通機関の利便性評価



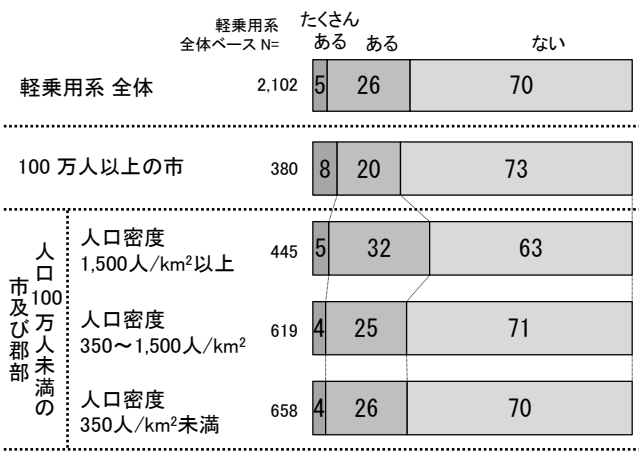
図表2-5 最寄りの鉄道駅までの距離



図表2-6 最寄りのバス停までの距離



図表2-7 普段車を運転する場所における、狭い道の有無



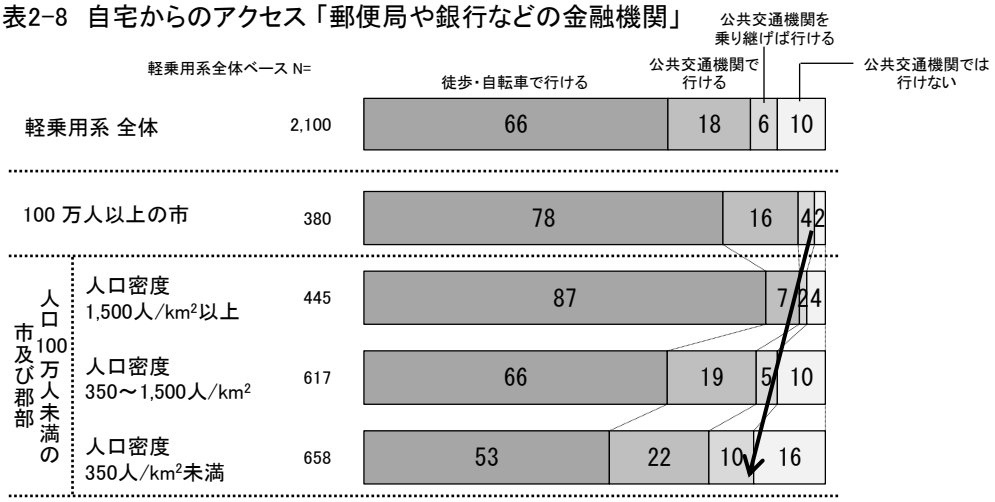
2.生活環境　(2)公共施設へのアクセス

■ **都市規模が小さい地域ほど、車を使わない場合に「郵便局や銀行などの金融機関」「病院・医院」「幼稚園・保育園」へ「公共交通機関では行けない」が高く、アクセス手段としての自動車の重要性がうかがえる。**

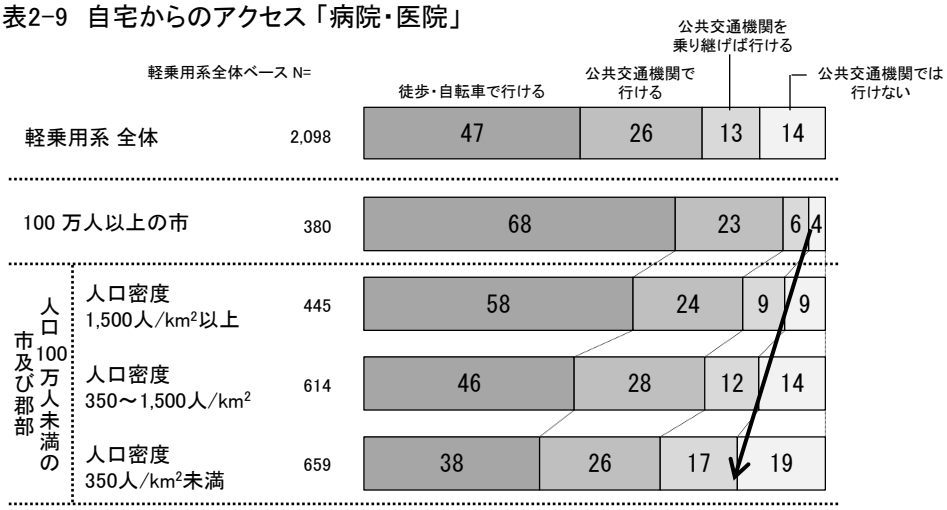
- 車を使わない場合の公共施設へのアクセス方法をみると、「郵便局や銀行などの金融機関」「病院・医院」「幼稚園・保育園」のいずれについても、都市規模が小さい地域ほど「公共交通機関では行けない」率が高まる傾向にある。
- 「人口密度350人/km²未満」の地域ではいずれについても「公共交通機関では行けない」が15%を超える。都市規模の小さい地域を中心に、公共施設へのアクセス手段としての自動車の重要性がうかがえる。

単位：%

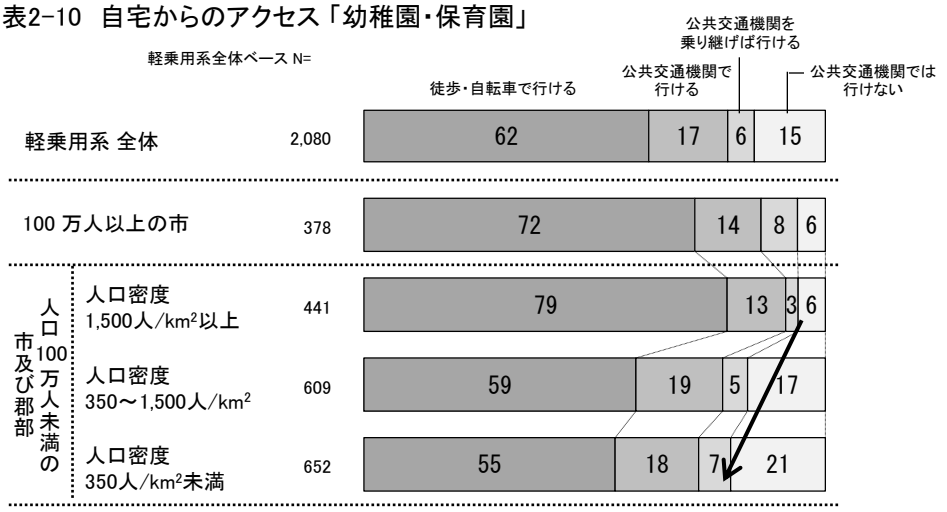
図表2-8　自宅からのアクセス「郵便局や銀行などの金融機関」



図表2-9　自宅からのアクセス「病院・医院」



図表2-10　自宅からのアクセス「幼稚園・保育園」



2.生活環境 (3)通勤・通学、買い物の状況

■ **「通勤・通学」や「食品の買い物」での交通手段として、特に都市規模の小さい地域で車の利用率が高く、日常の足として車が活用されている様子がうかがえる。**

- 普段の通勤・通学手段をみると、軽乗用系全体では「車(自分で運転)」が86%と最も多く、都市規模の小さい地域ほど、その率は高い。都市規模の大きい地域では「鉄道」「乗合バス」「自転車」「徒歩」が多く利用されている。
- 普段の食品買い物時の交通手段でも同様の傾向がみられ、軽乗用系全体では「車(自分で運転)」が91%と最も多い。都市規模の小さい地域ほど、その率は高く、日常の足として車が活用されている様子がうかがえる。また、都市規模の小さい地域ほど、食品の買い物をする店までの距離も遠い。

単位:%

図表2-11 普段の通勤・通学手段

-複数回答 一部抜粋-

	軽乗用系回答者ベース N=	車(自分で運転)	鉄道	乗合バス	自転車	徒歩
軽乗用系 全体	1,393	86	4	2	6	6
100 万人以上の市	251	63	17	9	11	10
人口100万人未満の市及び郡部 人口密度 1,500人/km²以上	293	79	7	3	10	8
人口密度 350～1,500人/km²	432	89	2	2	5	4
人口密度 350人/km²未満	417	91	2	0	3	5

全体+3%以上

図表2-12 普段の食品買い物時 交通手段

-複数回答 一部抜粋-

	軽乗用系全体ベース N=	車(自分で運転)	車(家族の送迎)	自転車	徒歩
軽乗用系 全体	2,089	91	3	6	6
100 万人以上の市	379	81	4	14	15
人口100万人未満の市及び郡部 人口密度 1,500人/km²以上	444	86	3	16	8
人口密度 350～1,500人/km²	608	93	3	4	4
人口密度 350人/km²未満	651	95	4	3	6

全体+3%以上

図表2-13 普段 食品の買い物をする店までの距離

	軽乗用系全体ベース N=	1km未満	5km未満	10km未満	10km以上
軽乗用系 全体	2,082	47	26	13	14
100 万人以上の市	379	68	23	6	4
人口100万人未満の市及び郡部 人口密度 1,500人/km²以上	444	58	24	9	9
人口密度 350～1,500人/km²	608	46	28	12	14
人口密度 350人/km²未満	651	38	26	17	19

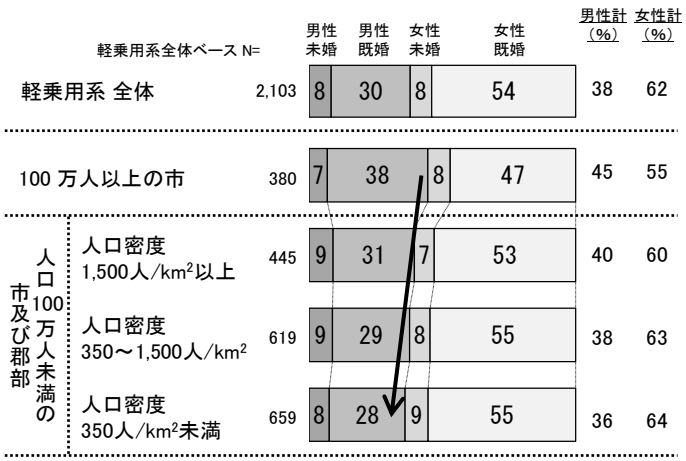
3.ユーザー層の特徴 (1)基本属性

■ **都市規模によって、ユーザー層に違いがみられ、都市規模の大きい地域では、男性、30-40代、世帯年収の比較的高いユーザーが多く、都市規模の小さい地域ほど、女性ユーザーが多い傾向がある。**

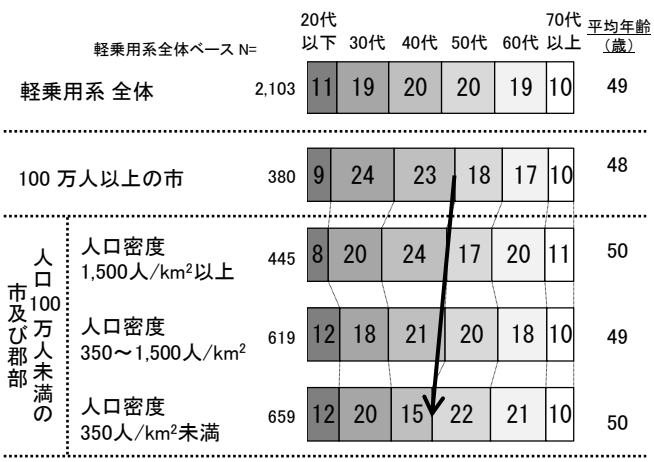
- ユーザー層の属性をみると、男女別は「100万人以上の市」では男性45%と全体と比較して高い。都市規模の小さい地域ほど、女性ユーザーの比率が高まる傾向がみられる。年代は、「100万人以上の市」「人口密度1,500人/km²以上」といった都市規模の大きい地域で30代、40代といった比較的若い年代が高い。
- 世帯年収にも違いがみられ、都市規模の大きい地域では、世帯年収の比較的高いユーザーが多い。
- 都市規模の大きい地域では、男性、30-40代、世帯年収の比較的高い層のユーザーが多い傾向があるといえる。

単位：%

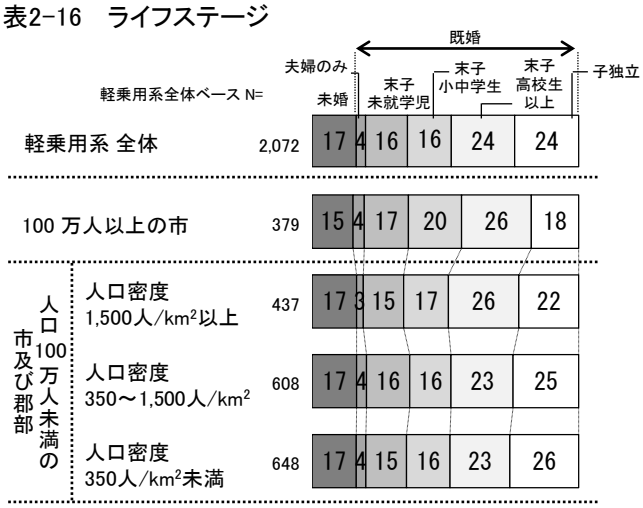
図表2-14　男女別未既婚



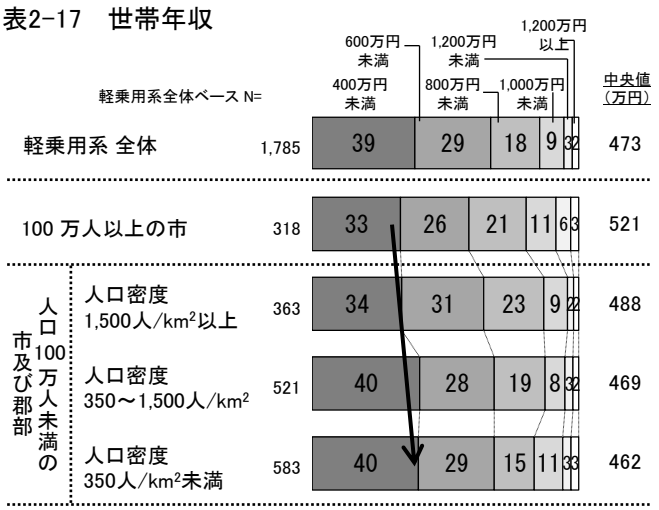
図表2-15　年代



図表2-16　ライフステージ



図表2-17　世帯年収

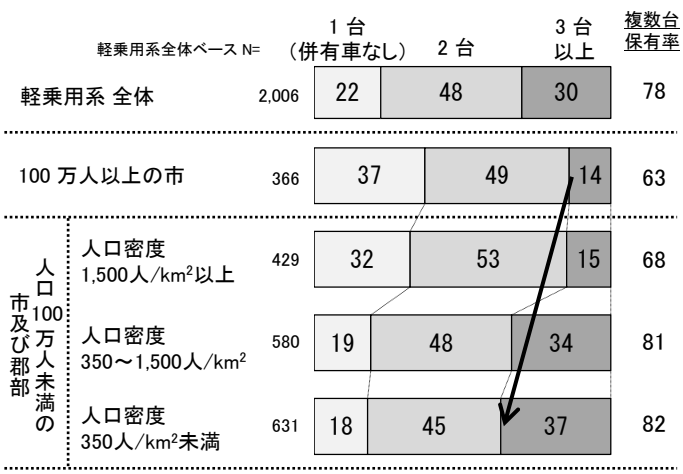


3.ユーザー層の特徴 (2)車保有状況

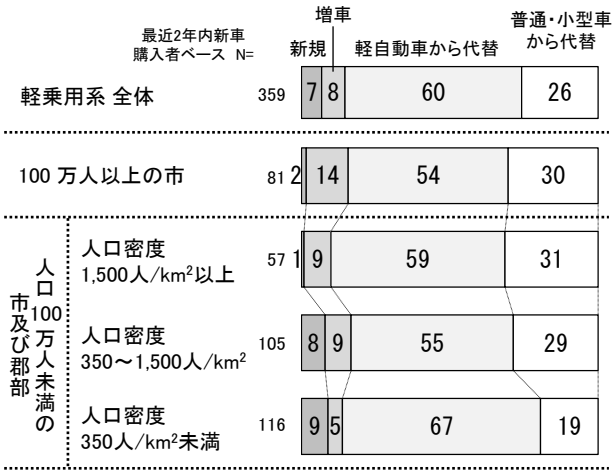
- **世帯保有車台数は、都市規模の大きい地域で「1台」、小さい地域で「3台以上」が高い。**
- **都市規模の大きい地域で「複数の運転者で使い分け」、小さい地域で「専用車」として使われる。**
  - 世帯保有車台数は「100万人以上の市」では「1台(併有車なし)」が37%と全体と比較して高い。
  - 都市規模の大きい地域では、普通・小型車から軽自動車への代替購入が30%と高い。
  - 保有している軽自動車の位置付けについてみると、全体と比較して「100万人以上の市」「人口密度1,500人/km²以上」では「複数の運転者で使い分け」が高く、「人口密度350～1,500人/km²未満」では「一人の運転者が専用車として使っている」が高い。地域によって軽自動車の位置付けが異なる。

単位:%

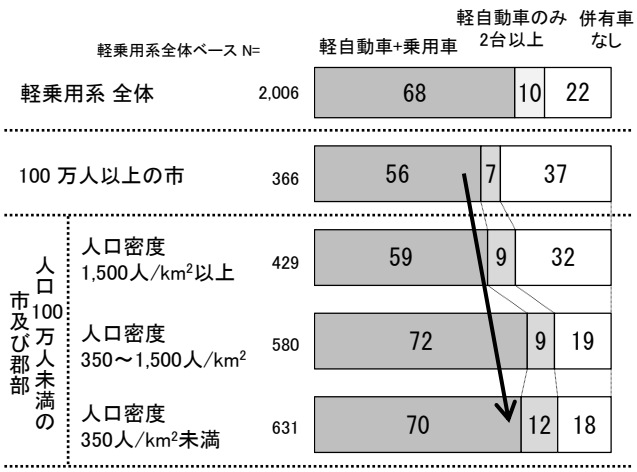
図表2-18 世帯 保有車台数



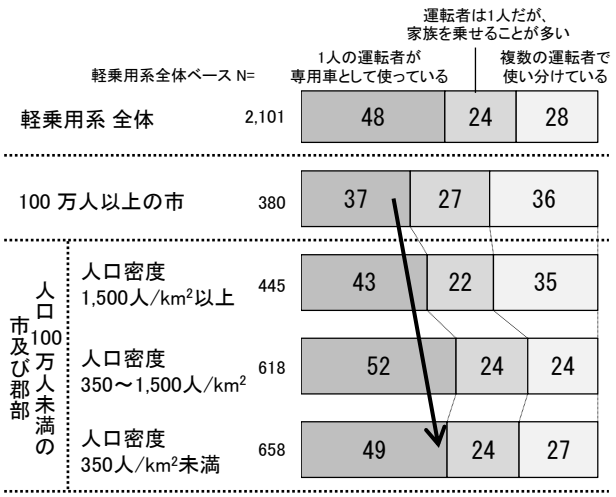
図表2-19 購入形態



図表2-20 併有状況(保有車の組み合わせ)



図表2-21 保有している軽自動車の位置付け



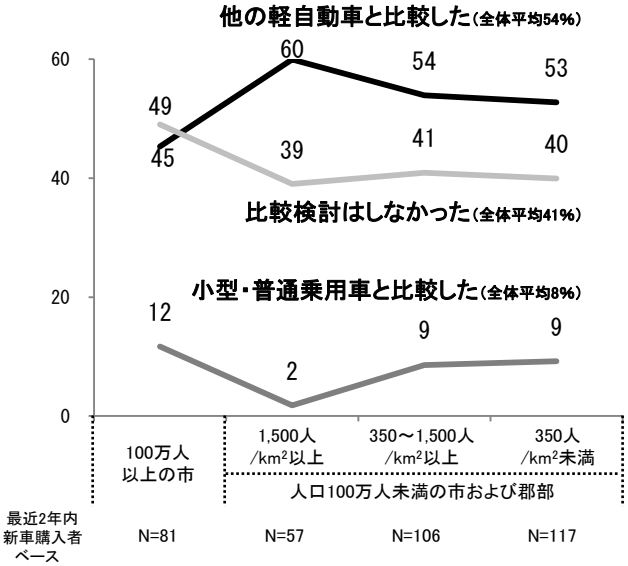
3.ユーザー層の特徴 (3)購入形態

■ **都市規模と購入時の比較状況や車両価格、購入重視点に関連はみられない。**

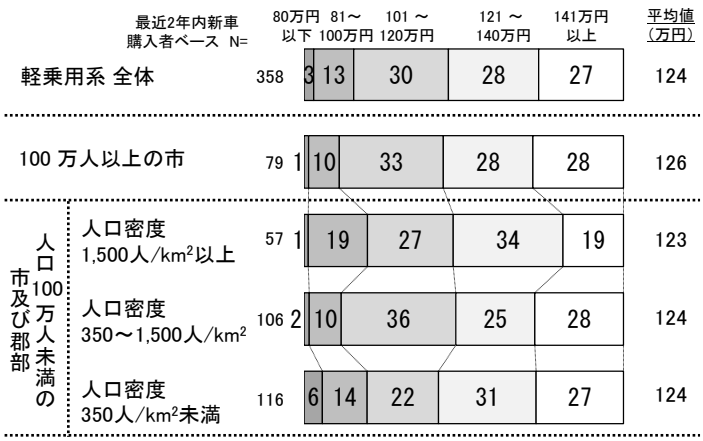
- 購入時の比較状況をみると、「人口密度1,500人/km²以上」では「他の軽自動車と比較した」が60%。
- 購入時の車両価格をみると、「人口密度1,500人/km²以上」では「121～140万円」が34%と全体と比べて高い。
- 購入重視点をみると、「人口密度1,500人/km²以上」「人口密度350～1,500人/km²未満」では「スタイル・外観」が62%と全体と比べて高い。

単位:%

図表2-22 購入時の比較状況



図表2-23 購入時 車両価格



図表2-24 購入時重視点

		2年内新車購入者ベース	スタイル・外観	燃費	車体色	小回りがきくやすいこと	車両価格	室内全体が広いこと	駐車がしやすいこと	狭い道が通りやすいこと	内装デザイン	乗り心地が良いこと	乗り降りがしやすいこと	環境問題への配慮	機構・メカニズム	荷室(トランクルーム)の大きさ	走りにパワーがあること	悪路、雪道の走破性	走る楽しさがあること	シートアレンジが便利、使いやすいこと	最新の技術の搭載	小物入れが豊富、使いやすいこと
軽乗用系 全体		361	58	51	50	45	35	35	29	29	25	24	20	9	8	8	7	7	6	6	5	5
都市規模	100 万人以上の市	81	47	42	43	37	33	33	28	25	16	20	19	10	4	6	5	4	10	4	8	4
	100 万人未満・1,500 人/km²以上	57	62	55	52	51	33	36	27	38	25	34	22	24	9	3	5	1	14	9	16	3
	100 万人未満・350 ～1,500 人/km²未満	106	62	50	42	48	40	43	32	28	27	21	24	4	8	12	8	5	2	9	2	5
	100 万人未満・350 人/km²未満	117	55	52	59	41	31	25	28	28	25	25	17	7	9	4	7	12	6	2	4	5

全体+3%以上

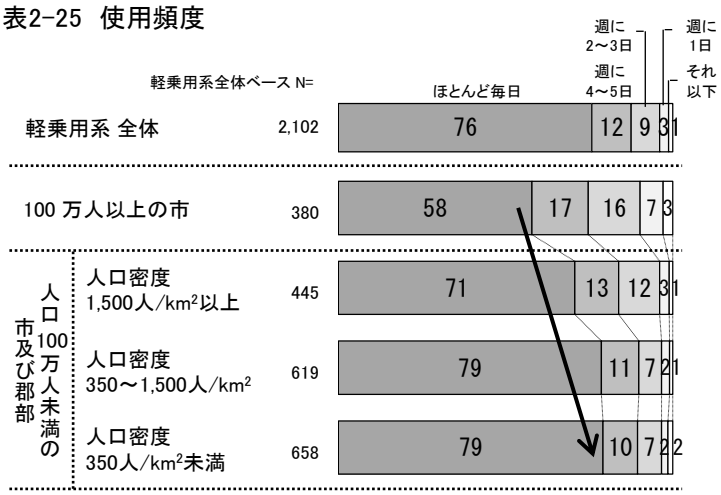
4.軽自動車の必要性 (1)使用実態

■ 都市規模の小さい地域で、「ほとんど毎日」の比率が高く、月間平均走行距離も長い。
■ 用途はいずれの地域でも「買物」が約8割を占め、中心の用途になっている。

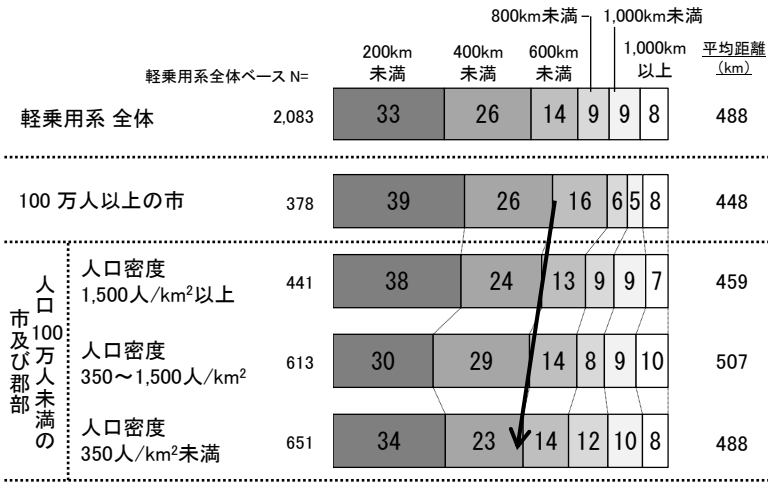
- 使用頻度をみると、全体と比較して「人口密度350～1,500人/km²未満」「人口密度350人/km²未満」では「ほぼ毎日」が79%と高い。月間平均走行距離は、都市規模が小さいほど長い。
- 利用用途をみると、いずれの地域でも「買物」が最も多く約8割と中心的な用途となっている。「100万人以上の市」「人口密度1,500人/km²以上」では全体と比較して「趣味・レジャー」「送迎」が高い。

単位：%

図表2-25 使用頻度



図表2-26 月間平均走行距離



図表2-27 利用用途

軽乗用系全体ベース N=		買物	通勤・通学	趣味・レジャー	送迎	仕事・商用
軽乗用系 全体	2,099	78	43	42	35	31
100 万人以上の市	379	77	33	46	40	29
人口100万人未満の市及び郡部 人口密度1,500人/km²以上	445	84	42	45	40	29
人口密度350～1,500人/km²	617	78	45	42	33	32
人口密度350人/km²未満	658	76	44	39	33	32

全体+3%以上

4.軽自動車の必要性 (2)軽自動車の役割

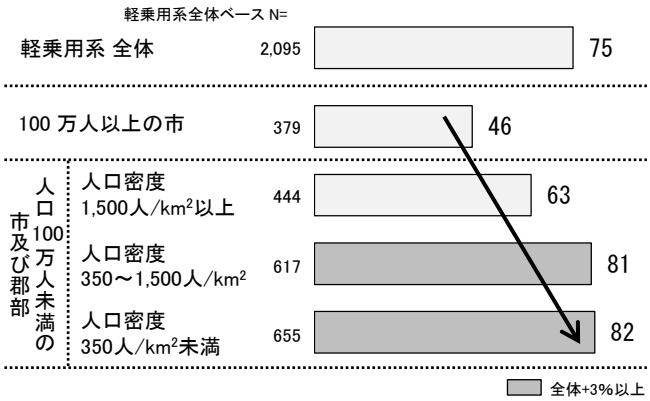
■ **都市規模の小さい地域では、自動車は生活必需品となっている。さらに、軽自動車がなくなった場合に「生活費が圧迫される」比率が高く、軽自動車は生活にも経済的にも無くてはならない存在となっている。**

- 暮らしにおける「自動車そのもの」の役割をみると、「生活必需品」として捉える率は都市規模の小さい地域ほど高くなっており、「人口密度350～1,500人/km²未満」「人口密度350人/km²未満」では8割を超える。
- 暮らしにおける「軽自動車」の役割をみると、「軽自動車がなくなった場合非常に困る」率は、いずれの地域でも過半数を占め、生活における軽自動車の重要性がうかがえる。
- 「軽自動車より大きい車に替えざるを得ない場合」、いずれの地域でも「生活費が圧迫される」が過半数を占める。

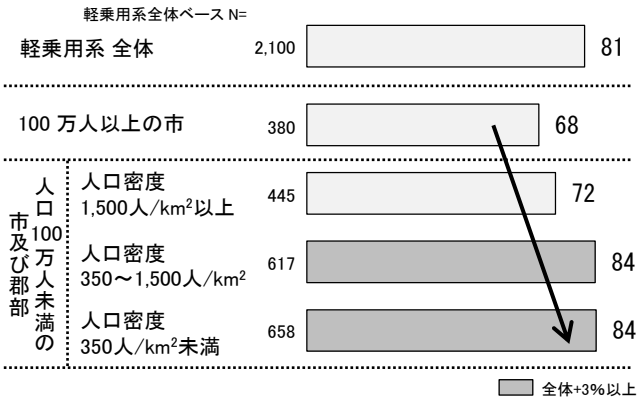
単位：%

暮らしにおける「自動車そのもの」の役割

図表2-28「自動車」は「この地域で暮らすための、生活必需品に近いもの」

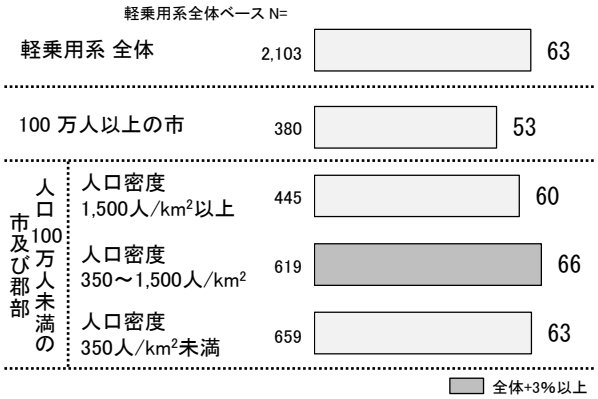


図表2-29 「自動車」がなくなった場合、「非常に困る」

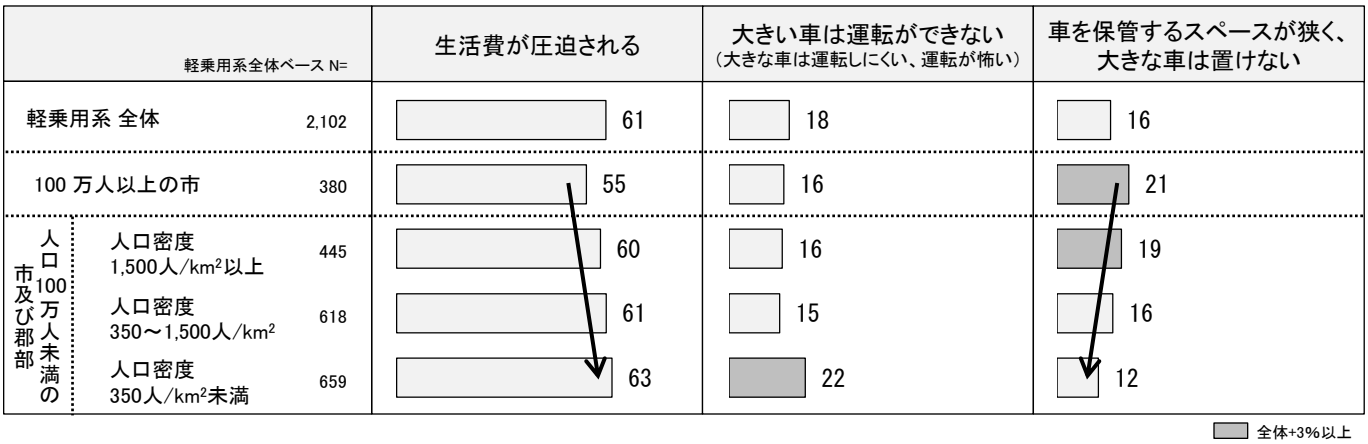


暮らしにおける「軽自動車」の役割

図表2-30 「軽自動車」がなくなった場合、「非常に困る」



図表2-31 「軽自動車」がなくなり、軽自動車より大きい車に替えざるを得ない場合に困ること



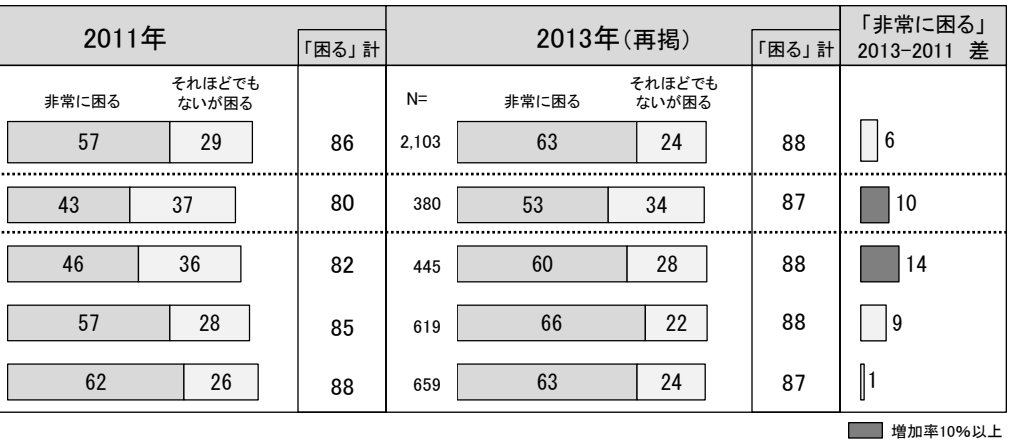
4.軽自動車の必要性 (2)軽自動車の役割

■ **都市規模の大きい地域で、利用頻度の増加や維持費負担感の増加から軽自動車の必要性が高まった。**

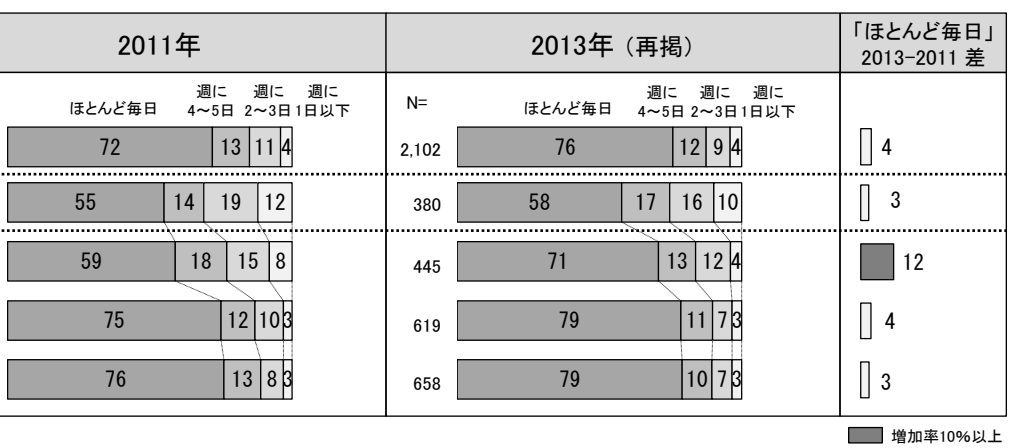
- 軽自動車がなくなった場合の困窮度は、2011年から2013年にかけて、「100万人以上の市」で+10%、「人口密度1,500人/km²以上」で+14%と、特に都市規模の大きい地域で高まっている傾向がみられる。
- 「人口密度1,500人/km²以上」では、軽自動車の使用頻度が増加した。その結果、軽自動車の必要性が高まったと捉えられる。
- 「100万人以上の市」では、普通乗用車に替えざるを得ない場合「生活費が圧迫される」などが増加している。自動車の維持費を下げ、他の支出へ回す意向の強まりから、軽自動車の必要性が高まったと考えられる。

図表2-32 軽自動車がなくなった場合の困窮度 時系列比較

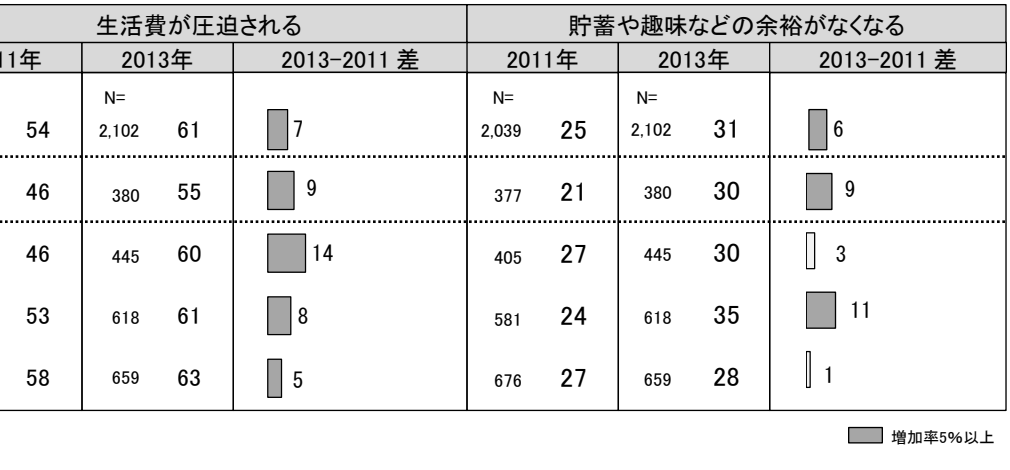
単位:%



図表2-33 軽自動車の使用頻度 時系列比較



図表2-34 「軽自動車」がなくなり、軽自動車より大きい車に替えざるを得ない場合に困ること 時系列比較



Ⅲ.軽自動車のイメージ　まとめ

軽自動車に対するイメージをみると、軽自動車の日本の道路事情にあった利便性や経済性が魅力としてあげられており、ネガティブなイメージは少ない。

しかし、軽自動車ユーザーと普通乗用車ユーザーを比較すると、軽自動車のイメージには依然として差があり、軽自動車ユーザーは「日常的に使いやすいサイズや運転のしやすさ」を評価する一方、普通乗用車ユーザーは、安全性等に関してネガティブなイメージを持っている。

軽自動車ユーザーにおいても、軽自動車を合理的な選択のひとつとして捉えるだけでなく、世の中の主流的なイメージ、装備面の充実を評価する声もあるが、普通乗用車に対する、引け目や、事故に弱いイメージは根強く残っている。

軽自動車のイメージ

留置調査の結果から、軽乗用系ユーザーの「軽自動車に対する意識」をみた。

■ 軽自動車に対する意識を総合的にみると、**日本の道路事情に合った利便性や経済性が魅力としてあげられる。軽自動車に対して「恥ずかしい」、「抵抗感がある」といったネガティブな意識は1割以下に留まる。**

軽自動車ユーザー	高い 90%以上	日本の道路事情に合った利便性や、経済性が魅力としてあげられる。 -「移動に便利だ」 -「狭い道の走行や駐車がしやすい」 -「軽（自動車）を選ぶのは経済的である」 -「気軽にのれる」
	低い 10%以下	ネガティブなイメージは少ない -「抵抗感がある」 -「恥ずかしい」

普通乗用車との比較

WEB調査では、「軽自動車のイメージ」を、全般的な印象、乗っている人の印象、評価からみてみた。

■ 軽自動車ユーザーと普通乗用車ユーザーでは、軽自動車に対するイメージが異なっていることがわかった

軽自動車ユーザー	軽＞普通	**軽自動車に対して日常的に使いやすいサイズや運転のしやすさを評価** ・「車のサイズがちょうどよい」 ・「日常的に使いやすい」 ・「運転がしやすい」
普通乗用車ユーザー	普通＞軽	**軽自動車に対してネガティブイメージを持つ** ・「おもちゃっぽい」 ・「面白みがない」 ・「事故に弱い」

インタビュー調査では、軽自動車ユーザーに、軽自動車のイメージを普通乗用車との比較視点で聞いた。

■ 普通乗用車に対する差を気にしないユーザーもいるが、引け目や、事故に弱いイメージは根強くある。

軽自動車ユーザー	ポジティブ	**普通乗用車に対する差を気にしないユーザーがいる** ・「女性だけでなく男性も乗れる」 ・「合理的だが、こだわりももてる」 ・「世の中の主流になってきた」 ・「装備面で普通乗用車に近づいている」
	ネガティブ	**依然としてネガティブな捉え方もある** ・「引け目を感じる ・「事故に弱い」

（留置）

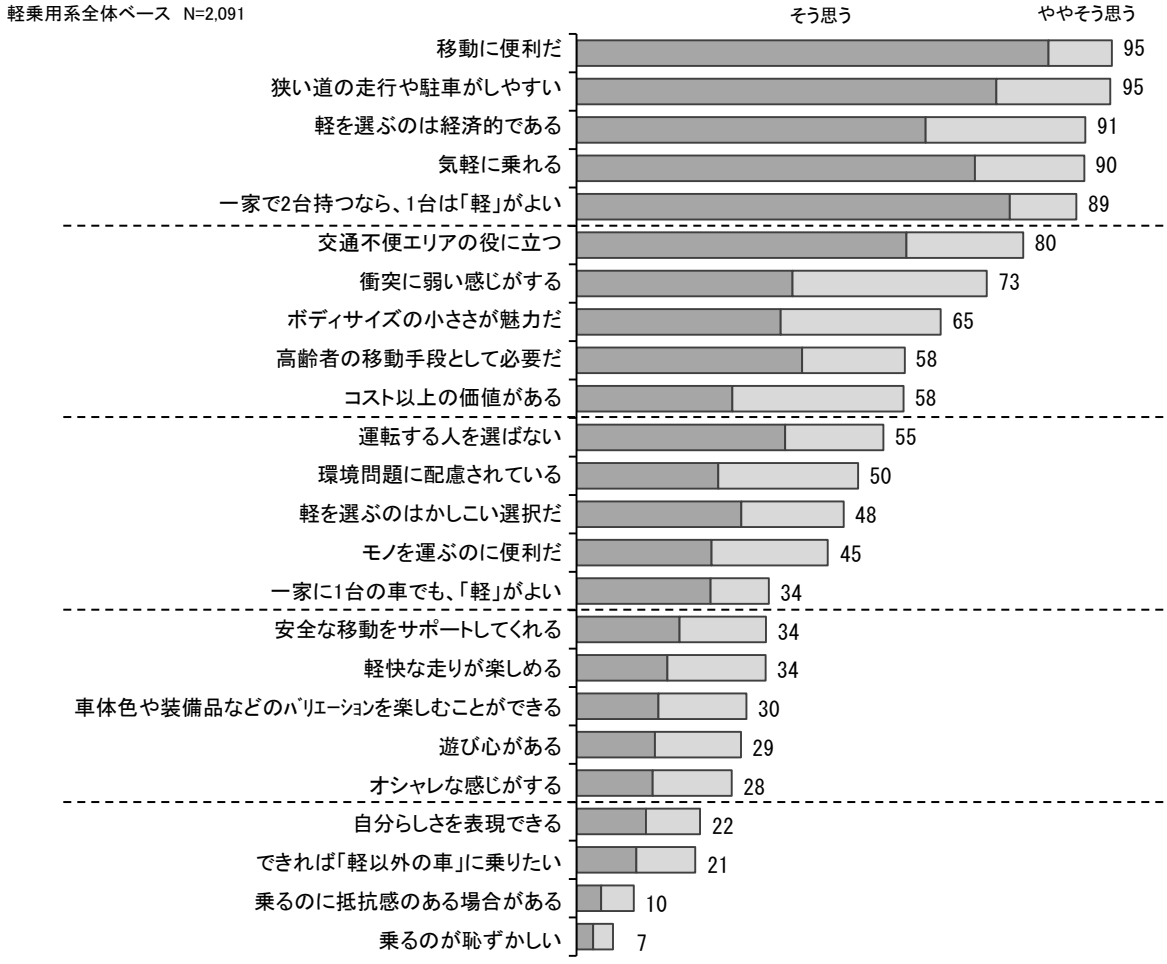
1.軽自動車に対する意識

■ **軽自動車は、日本の道路事情に合った利便性や、経済性が魅力としてあげられる。**
■ **逆に、軽自動車は「恥ずかしい」、「抵抗感がある」といったネガティブな意識は1割以下に留まる。**

- 軽自動車に対する意識をみると、「移動に便利だ」「狭い道の走行や駐車がしやすい」「軽（自動車）を選ぶのは経済的である」「気軽にのれる」の順に多く、日本の道路事情に合った利便性や、経済性が魅力としてあげられる。
- 逆に、「乗るのが恥ずかしい」「軽（自動車）に乗るのに抵抗感のある場合がある」といったイメージは、10％以下に留まる。
- 男女別にみると、女性ユーザーや、20代以下の若い層で、「軽快な走り」や「色や装備品のバリエーション」などの魅力を感じている人が多い。60代以上の高齢層では、「高齢者の移動手段として必要だ」という人が多い。

図表3-1　軽自動車に対する意識

単位：%



		軽乗用系全体ベース	移動に便利だ	狭い道の走行や駐車がしやすい	軽を選ぶのは経済的である	気軽に乗れる	一家で2台持つなら、1台は「軽」がよい	交通不便エリアの役に立つ	衝突に弱い感じがする	ボディサイズの小ささが魅力だ	高齢者の移動手段として必要だ	コスト以上の価値がある	運転する人を選ばない	環境問題に配慮されている	軽をを選ぶのはかしこい選択だ	モノを運ぶのに便利だ	一家に1台の車でも、「軽」がよい	安全な移動をサポートしてくれる	軽快な走りが楽しめる	車体色や装備品などのバリエーションを楽しむことができる	遊び心がある	オシャレな感じがする	自分らしさを表現できる	できれば「軽以外の車」に乗りたい
軽乗用系　全体		2,091	96	96	91	91	89	80	73	65	59	59	55	50	48	45	34	34	34	30	29	28	22	21
性別	男性	898	94	93	88	85	86	78	73	60	58	57	49	48	45	42	41	30	28	25	27	23	19	25
	女性	1,193	97	97	93	94	91	81	74	68	59	60	59	51	49	47	30	36	37	34	31	30	24	19
年代	20代以下	198	95	96	93	94	86	73	70	66	54	62	58	45	44	35	28	36	40	41	33	36	23	33
	30代	401	96	96	90	91	89	76	69	69	51	58	56	51	45	37	23	27	37	40	35	36	15	22
	40代	417	97	96	91	92	93	83	76	68	55	63	51	51	47	44	29	35	34	31	32	29	20	21
	50代	396	97	96	90	89	91	83	73	68	58	61	56	53	53	48	40	36	36	28	31	30	23	20
	60代以上	679	95	94	92	89	86	81	76	58	69	53	56	50	47	53	45	35	28	22	21	17	28	18

全体+5%以上

（WEB）

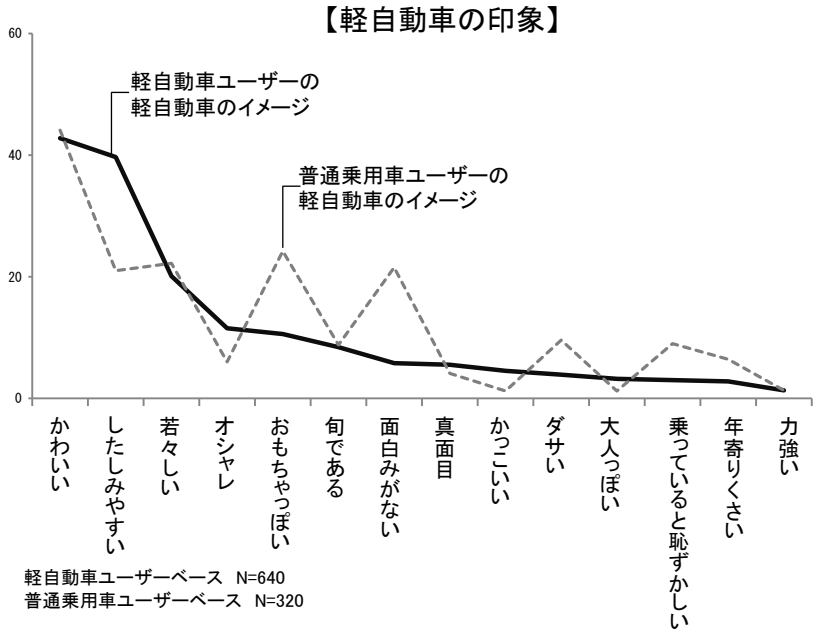
2.軽自動車の印象と評価①

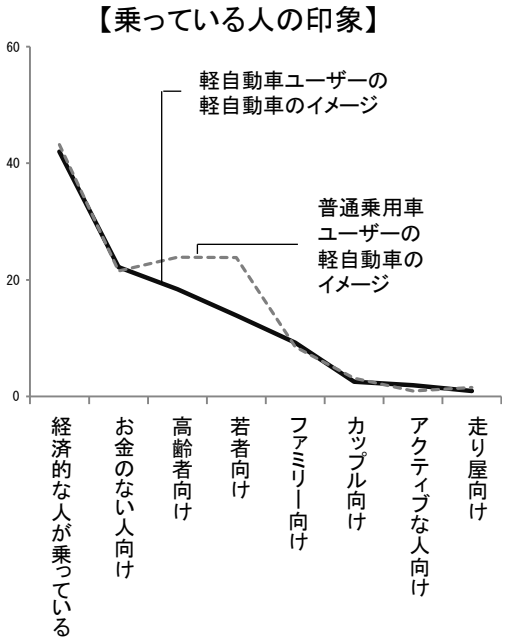
■ **軽自動車ユーザーは普通乗用車ユーザーに比べ、軽自動車に対して日常的に使いやすいサイズや運転のしやすさをあげる人が多い。普通乗用車ユーザーは軽自動車にややネガティブなイメージがある。**

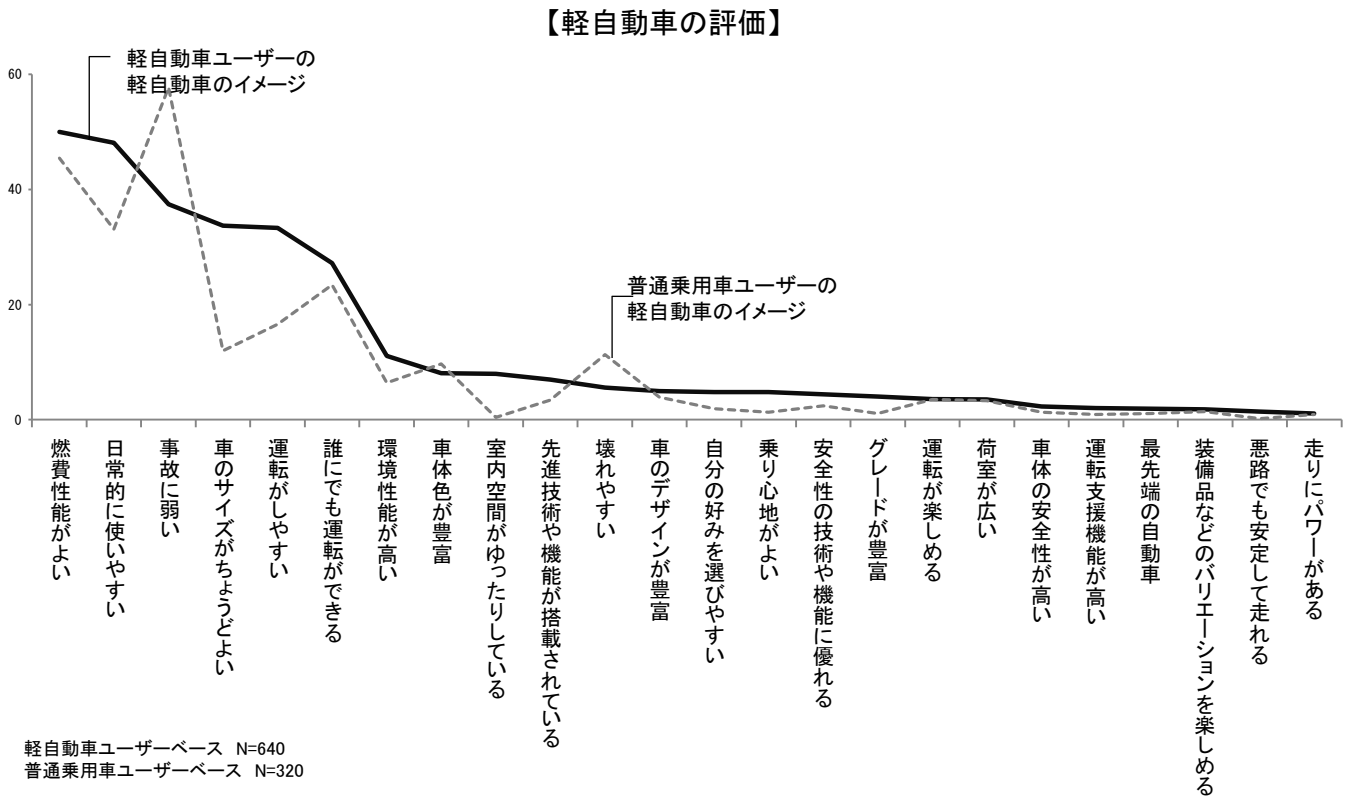
- 軽自動車ユーザーの軽自動車に対する印象は「かわいい」が44%と最も多く、乗っている人のイメージは「経済的な人」が最も多い。軽自動車の評価は「燃費性能がよい」50%、、「日常的に使いやすい」48%の順に多い。
- 軽自動車ユーザーと普通乗用車ユーザーとの違いをみると、軽自動車のユーザーは、「したしみやすい」、「車のサイズがちょうどよい」、「日常的に使いやすい」、「運転がしやすい」といったイメージが普通乗用車ユーザーと比べて高い一方、普通乗用車のユーザーは「おもちゃっぽい」、「面白みがない」、「事故に弱い」といったネガティブなイメージが高い。

単位：%

図表3-2 軽自動車ユーザー・普通乗用車ユーザーの「軽自動車に対するイメージ」







2.軽自動車の印象と評価②

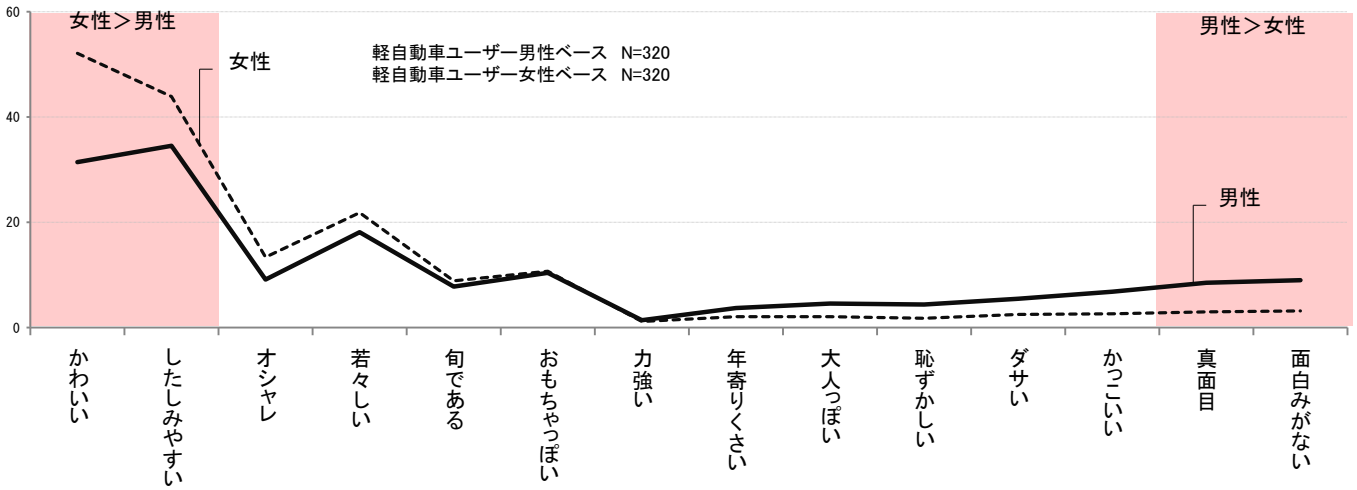
■ **軽自動車は、男女どちらからも、かわいくて、したしみやすい印象が持たれている。**

■ **普通乗用車に対する差を気にしないユーザーもいるが、引け目や、事故に弱いイメージは根強くある。**

- 軽自動車のイメージを男女別にみると、男女の違いはあるが、いずれも「かわいい」「したしみやすい」といった印象が強い。その他の項目をみると、概ね男女間のイメージの差は小さいと言える。
- インタビュー調査では、「女性だけでなく男性も乗れる」といった乗る人のイメージや、「合理的だが、こだわりももてる」、「主流」、「装備面が充実」など、普通乗用車に対する差を気にしないような発言もみられた。ただ、依然として軽自動車に対して、「引け目」や「事故に弱い」といったネガティブな捉えかたも聞かれた。

図表3-3　男女別にみた「軽自動車の印象」

単位：%



図表3-4　インタビュー調査にて対象者から得られた軽自動車のイメージ

軽自動車イメージ		発言
ポジティブ	合理的だが、こだわりももてる	・コンパクトカーは高い割に、機能は軽と遜色ない感じがする。維持費と燃費も軽の方がいい。（男性27歳） ・ハイブリッドカーは割高な印象があり、電気自動車はインフラ整備が遅れてる（ので普及はまだ先）。軽自動車が「第3のエコカー」という印象がある。（男性51歳） ・（最近の軽自動車は）デザインも高級感があるし、機能も充実しているので、逆に軽自動車に乗っている人はこだわっている人に感じる。（女性34歳）
	世の中の主流になってきた感じ	・「軽（自動車）」が世の中の主流に近づいてきている感じがする。（男性49歳） ・軽自動車の人気が出てきて、魅力に感じて買っている人が多いと聞いて嬉しい。街でも軽自動車を多く見るようになった。（女性37歳）
	装備面で普通乗用車に近い感じ	・軽自動車は狭いというイメージがあったが、家族3人乗る分には十分。ドアもスライドドアになったりしていて、普通乗用車に近づいている。（男性46歳） ・軽自動車はペラペラでおもちゃみたいなイメージだったが、ABSやエアバッグが標準になって、（装備面で）普通乗用車に追い付いて来ているのかなと思う。最新の車だとレーダーブレーキサポートとかサイドエアバッグとかもオプションで選べるようになっている。（男性39歳）
	女性的	・軽自動車は女性的なイメージがある。（男性26歳） ・軽自動車はデザイン的に（自分を）主張できる。女性は軽自動車の方がアクセサリー感覚で選べる。（女性56歳） ・軽自動車は基本的に女性向き。色だったり、女性が好きなデザインだったり、選ぶ楽しさがある。（女性26歳）
	男性も乗る	・イメージ的に軽自動車を運転しているのは女性が多いが、今は男性も普通に軽自動車に乗っている。（男性46歳） ・男性も軽自動車に乗っている。主に妻が利用する部分が大きいが、自分が軽自動車を運転するのも抵抗ない。（男性39歳）
ネガティブ	引け目を感じる	・ゴルフに行く際、軽自動車で行くと従業員と間違えられる感じがする。（男性49歳） ・軽自動車だと貧乏人に見られがちかなと思う。車を買い替えて、軽自動車にしたら、「あそこの家はついに軽自動車になっちゃった」みたいな事を親戚の人にも言われてしまいそう。（女性45歳） ・軽自動車に買い替えたら「お受験でもするの？」「何を節約するの？」と言われ引け目を感じた。（女性37歳） ・ホテルの駐車場など、あらたまった場所には軽自動車では行きたくない。（男性48歳）
	事故に弱い	・軽自動車は室内空間を広くしようとして、後部座席はほぼバックドアに近い位置にくる仕様になっている。そのため、高速で追突されたらこわい。（男性39歳） ・軽自動車はどうしても安全性に弱いイメージがある。リッターカーや普通の乗用車だと、自分と車の先端に対してスペースが結構あるが、軽自動車にはない。ドアも普通乗用車は厚さがある。軽自動車で事故が起きた時が心配。（男性33歳） ・軽は鉄板が薄く事故をした時に怖い。軽のドアを閉める音の軽快さも、鉄板の薄さを象徴してる。（男性63歳）

Ⅳ.軽自動車を必要とする層　まとめ

軽自動車を必要とする層として、代表的な3つの層をあげることができる。

女性は、車がないと生活上困る人が男性より多く8割にのぼる。女性は日常の買い物や、通勤、家族の送迎などで車の使用頻度が高いものの、運転に苦手意識を持つ人が多い。軽自動車は、運転が苦手でも日常使える車として、働く女性や子育て期の女性の移動を支えている。

高齢者も、女性と同様に車がないと困る人が多い、買い物を中心に、郵便局や銀行・役所、病院や介護・福祉施設への足として、軽自動車が使われている。70代を迎えても、免許を持って車の運転を続けたい意識は強い。軽自動車は経済面だけでなく、移動手段として適切な大きさである点が支持されている。

若者は、軽自動車の経済性を評価する一方、室内空間の楽しさや、選択肢の広さ、軽快な走りなど、上の年代に比べて、軽自動車に様々な魅力を感じている。軽自動車は、経済性だけでない魅力を持つ車として、若者のエントリー車として使われていることがうかがえる。

女性にとっての軽自動車

概要	車がないと困る人の割合は、男性より女性が多くなっている。 軽自動車は、運転が苦手でも日常使える車として、子育て中や働く女性の移動を支えている。
女性ユーザーと車の重要度	・女性は軽自動車ユーザーの6割を占め、幅広い年齢の女性が軽自動車を利用している。 ・軽自動車は、男性より女性、なかでも働く女性や子育て期の女性にとって生活上ないと困る存在である。
利用頻度と用途	・軽自動車は、女性にほぼ毎日のように利用され買い物や家族の送迎・通勤等、多場面で使われている。 ・軽自動車が、働く女性や子育て期の女性たちの、日々の生活での移動を支えている。
軽自動車の満足度と背景	・軽自動車は、女性ユーザーに「運転のしやすさ」「スタイル・外観」が評価されている。 ・普通乗用車と比べると「小回り」「駐車のしやすさ」「狭い道での運転」の評価が高い。運転の苦手意識がある。

高齢者にとっての軽自動車

概要	高齢者は車がないと困る人が多く、軽自動車は買い物を主に郵便局や銀行等への足として使われている。 軽自動車は、経済面だけでなく、移動手段として適切な大きさであるという点が支持されている。
高齢者ユーザーと車の重要度	・高齢者（60代以上）は軽自動車ユーザーの3割を占める。収入が少なく、中心の移動手段は車である。 ・軽自動車は、60代後半、有職の高齢者等、車がないと日常生活に困る高齢者に使われれている。
利用頻度と用途	・軽自動車は、頻度は高くはないが、高齢者の買い物、郵便局や銀行、通院の足、通勤に使われている。 ・今後は、病院や介護・福祉施設への通院・送迎等、健康のために欠かせない移動手段になっていく。
今後の利用意向	・軽自動車の高齢者ユーザーは、認知機能検査を受けても免許を更新して車に乗り続ける意向が強い。 ・高齢者の77％に車の買い替え意向があり、そのうち9割以上の人が軽自動車の購入を検討している。
軽自動車の選択理由	・軽自動車は、高齢者に限らずどの年代も「税金」「燃費」「価格」等の経済性が購入される理由である。 ・高齢者は経済性だけでなく、道路事情や使い方から「最適な大きさ」である点を評価している。

若者にとっての軽自動車

概要	軽自動車は経済面が評価され若者に使用されている。7割が軽自動車の継続購入を考えている。 経済面の評価が高い一方で、若者は上の年代よりも様々な魅力を軽自動車に対して感じている。
若者ユーザーと車の重要度	・若者（20-30代）は、軽自動車ユーザーの3割を占める。親との同居と単身で経済条件や保有車が異なる。 ・軽自動車は、年収がまだ少ない若者や、運転の苦手意識がある若者に、使われている。
利用頻度と用途	・軽自動車は、若者にほぼ毎日のように利用され買い物を中心に、通勤・近場の遊び・デートに使われる。 ・普通乗用車の若者と比べると、軽自動車は、「旅行」や「レジャースポット」での利用が少ない。
軽自動車に対する意識	・軽自動車は経済性が評価され若者に使用されている。 ・経済性の評価が高い一方で、若者は上の年代よりも様々な魅力を軽自動車に対して感じている。
今後の選択	・軽自動車の若者ユーザーは、軽自動車で、ある程度の満足を得ており、7割が継続購入する。

1.女性の生活における軽自動車 (1) 女性ユーザーと車の必要度

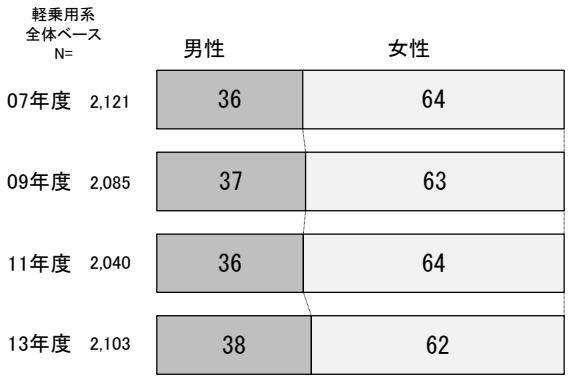
■ **女性は軽自動車ユーザーの6割を占め、幅広い年齢の女性が軽自動車を利用している。**

■ **軽自動車は、男性より女性、なかでも働く女性や子育て期の女性にとって生活上ないと困る存在である。**

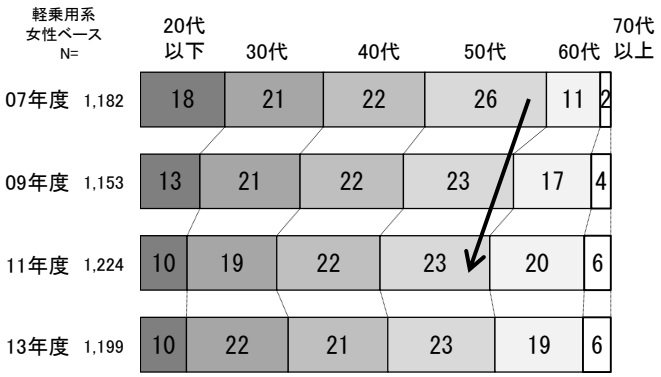
- 女性は軽自動車ユーザーの6割を占め、20代～70代まで幅広い年齢の女性に利用されている。
- 就業状況をみると、働く女性（フルタイム、パート、自営業、農林漁業）が66%、ライフステージをみると、子育て期の女性（末子未就学～末子高校生以下の子がいる女性）が55%と多くを占める。
- 女性にとっての車の重要度をみると、「車がなかった場合の生活困窮度（非常に困る）」は、男性より女性が高く、なかでもボリュームが多い、働く女性や、子育て期の女性の困窮度が全体平均と比べて高い。

単位：%

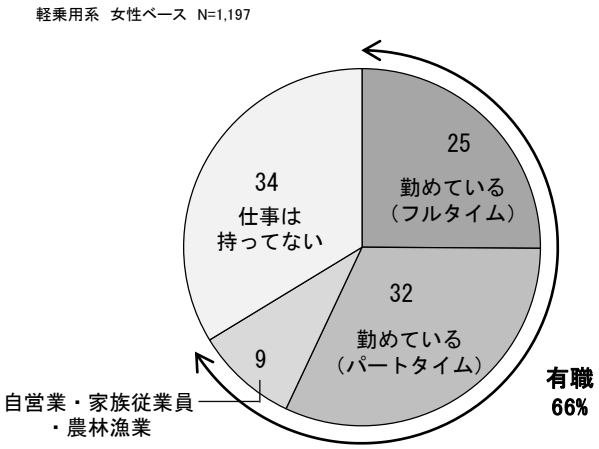
図表4-1　軽乗用系ユーザーの男女構成（再掲）



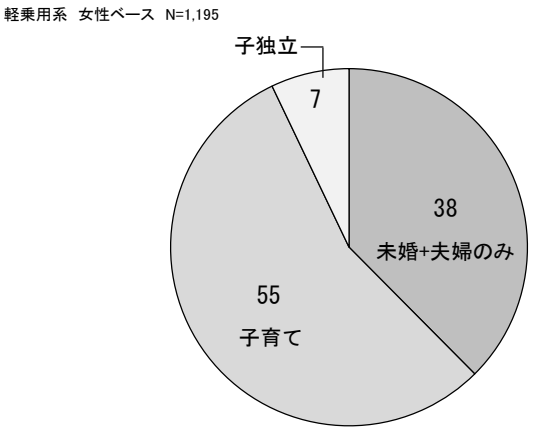
図表4-2　軽乗用系女性ユーザーの年代構成



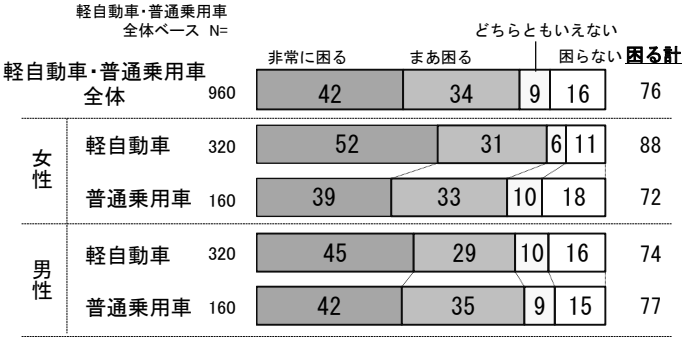
図表4-3　軽乗用系女性ユーザーの就業状況

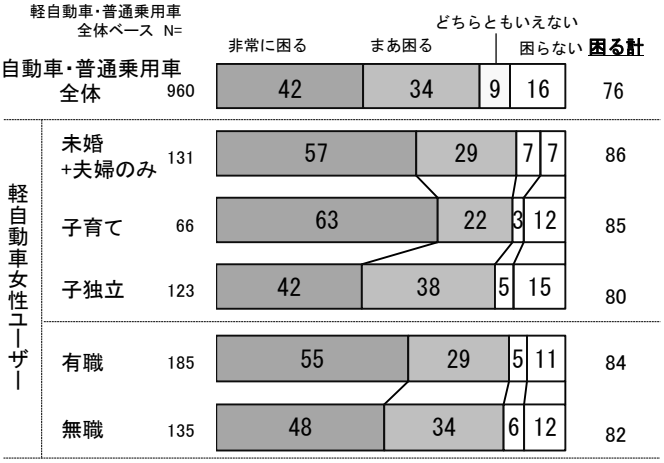


図表4-4　軽乗用系女性ユーザーのライフステージ



図表4-5　車がなかった場合の困窮度





＊ WEB調査の結果を用いる場合、ライフステージ区分は以下の三区分としている
「未婚+夫婦のみ＝独身・夫婦のみ」「子育て＝末子高校生以下」「子独立」

（WEB）

1.女性の生活における軽自動車 (2) 軽自動車の利用頻度と用途

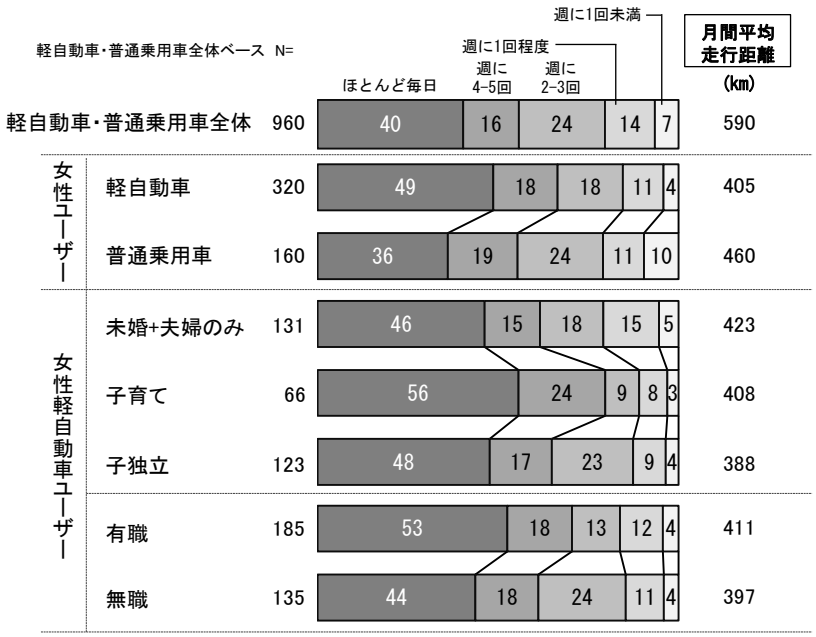
■ **軽自動車は、女性にほぼ毎日のように利用され買い物や家族の送迎・通勤等、多場面で使われている。**

■ **軽自動車が、働く女性や子育て期の女性たちの、日々の生活での移動を支えている。**

- 軽自動車の利用頻度をみると、女性は「ほとんど毎日」49%、「週に4～5回」18%となっており、ほぼ毎日のように利用されている。なかでも、「子育て」「有職」の女性は、全体と比べて利用頻度が高い。
- 女性の軽自動車の利用用途をみると、「買い物」、「郵便局や銀行、役所などへの足」、「帰省・訪問」、「病院や介護・福祉施設への通院」が全体と比べて多い。これらに加えて、子育て期の女性は、「子供の送迎」が、有職女性は、「通勤」での利用が多く、日常の数多くの場面で使われている。このことが、車の困窮度の高さの背景にあると言える。

単位：%

図表4-6 車利用頻度と利用距離



＊ WEB調査の結果を用いる場合、ライフステージ区分は以下の三区分としている。「未婚+夫婦のみ＝独身・夫婦のみ」「子育て＝末子高校生以下」「子独立」

＊ 利用頻度は普通乗用車ユーザーとの比較を行うため、WEB調査の結果を用いている。そのため同設問内容であっても留置調査との結果とは一致しない。

図表4-7 車の利用用途

		軽自動車・普通乗用車全体ベース	食品・日用品などの日常の買い物	郊外大型店でのショッピング	日帰り旅行	中心市街地などへのショッピング	郵便局や銀行、役所などへの足	一泊以上の旅行	帰省、親戚・友人・知人宅への訪問	通勤・通学	ドライブ	コンビニへのちょっとした買い物	病院や介護・福祉施設への通院	レジャースポットへのお出掛け	病院や介護・福祉施設への送迎	仕事や商用	子供の保育園や学校、塾等への送り迎え	デート	家族や友人・知人とのおしゃべりの場
軽自動車・普通乗用車 全体		960	81	51	44	43	40	40	40	38	38	36	33	30	17	15	15	8	7
男性		480	77	49	51	42	33	46	35	42	44	36	27	33	16	18	13	8	4
女性		480	88	54	34	45	50	32	47	34	30	35	42	27	18	12	19	8	13
	軽自動車	320	89	43	27	35	52	19	46	41	28	40	39	21	16	14	13	8	15
	普通乗用車	160	87	59	37	48	50	37	47	31	30	33	43	29	19	11	21	7	12
女性・軽自動車ユーザー	未婚+ 夫婦のみ	131	89	47	27	39	46	24	46	54	33	46	38	22	13	16	2	17	13
	子育て（末子高校生まで）	66	93	45	28	36	46	22	46	34	34	47	36	31	13	10	49	4	15
	子独立	123	87	38	27	31	60	13	47	33	22	31	42	15	21	15	7	2	17
	有職	185	85	44	25	33	45	17	43	65	28	38	36	22	14	19	12	9	15
	無職	135	94	42	30	39	60	22	50	11	29	42	43	20	19	8	14	7	16

全体+5%以上

1.女性の生活における軽自動車 (3) 軽自動車の利用シーン

■ **軽自動車が女性の様々なシーンで使われており、女性の活動を支えていることがうかがえた。**

- インタビュー調査の結果から、軽自動車の女性ユーザーのふだんの車の使い方をみると、多くの利用シーンとして「買い物」があがった。食料品や日用品等のなかでも、特に重い品物の買い物で軽自動車が活躍している。
- 送迎は子供がいる家庭でみられ、小さな子どもはもちろんのこと、子が社会人になっても送迎するケースがみられた。
- このような日常の足としてだけではなく、帰省やレジャーにも利用されている。レジャーでは、スポーツ、友人宅への訪問、車を使った旅などに使われている。

図表4-8　インタビュー調査にて女性対象者から得られた軽自動車の利用シーン

用途		発言
買物	日常の食品や 重い物（米、水、洗剤等）の買い物	・日常の食品とか、ショッピングセンター等の大きな買い物の時に、車を使って行く。（Aさん） ・ホームセンターでの大きな買い物にも車を使う（Eさん）
	市街地から離れた店舗の買い物	・ショッピングセンターが駅から離れているので、月に1・2回雑貨の買い物に車を出す。（Cさん） ・メインは家族での買い物やお出掛けで車を使う。休みの日には、公園やショッピングモール等、郊外の電車では行きづらい所に行く事が多い。（Dさん） ・車を持っている友達があまりいないので、私が車に友達を乗せてレジャーに行く。普段よく行くのは、レイクタウンなどのショッピングモールに行く。（Fさん）
送迎	子供（社会人含む）や高齢者の 送迎に利用	・メインは送迎で車を使っている。雨の日には、社会人の息子を車に乗せて会社まで送るので、車が必要。（Cさん）
	幼い子供や身体の不自由な親の 送迎に利用	・小さい姪っ子を車によく乗せる。スライドドアは子供が乗り降りする時ドアを隣にぶつけない事、指を挟まないという事が便利。（Aさん）
その他	公共交通機関に依存しない自由な移動	・銀行など日常の用事でも車を使う。銀行の駐車場は1台のスペースが小さいので、軽自動車だと小回りが利いて入れやすいので良い。（Cさん）
帰省	近隣県の実家への帰省に利用	・筑波の実家に一人で帰る時には、軽自動車に乗っていく。遠出の時は併有車（ワンボックス）を使う。遠かったり、高速など飛ばさなくて良い1～2時間位の近場だったら軽自動車を使って移動する。（Eさん） ・栃木の実家の方の友達にも車で会いに行く。高速はお金がかかるから利用しない。（Fさん）
	一般道路でお金を掛けず、 スピードを出さずに、帰省する	・首都高も時々乗るが、あおられたりして怖い。（Bさん） ・栃木から東京に引越しする時も、荷物をちょっとずつ車で運んだ。引っ越し業者に頼まず自分でやった。軽自動車でも引っ越しは出来る。（Fさん）
レジャー活動	ショッピング、自身のスポーツ活動等、 移動の足として一人で利用	・テニスをするので、コートが駅から遠かったり最寄りの駅と違う沿線だと、電車に乗るよりも車で行く方が便利。テニス道具もあるし運動して汗をかいたりしているので、車が無いと困る。（Aさん） ・友達宅とかにも、車で遊びに行っちゃう。（Cさん） ・自分の通勤と日常の買い物でほぼ毎日車を使う。（Eさん）
	家族との余暇、友人との余暇にも利用	・車で旅行に行くことがある。友達を乗せて行く。（Aさん） ・免許の無い友達もいるので、車を使う旅行の時には私が頑張って運転して友達を連れて行く。車での旅はガールズトークをしたり音楽を聴きながら行けて、電車の旅とは違うと思う。（Bさん）

女性対象者プロフィール

対象者属性（年齢、ライフステージ、職業）		同居者	所有車
A	45歳、独身社会人、フルタイム	母（70歳）、弟（38歳）	スーパーハイト
B	34歳、独身社会人、フルタイム	父（62歳）、母（56歳）、祖父（80歳）、祖母（78歳）	トール
C	56歳、子独立、パート	長男（27歳）、次男（22歳）	スーパーハイト
D	37歳、子育て、専業主婦	夫（36歳）、長男（6歳）	スーパーハイト
E	42歳、夫婦のみ、フルタイム	夫（43歳）	トール
F	26歳、独身社会人、フリーター	なし（一人暮らし）	2BOX

（WEB）

1.女性の生活における軽自動車 (4) 軽自動車の満足度と背景

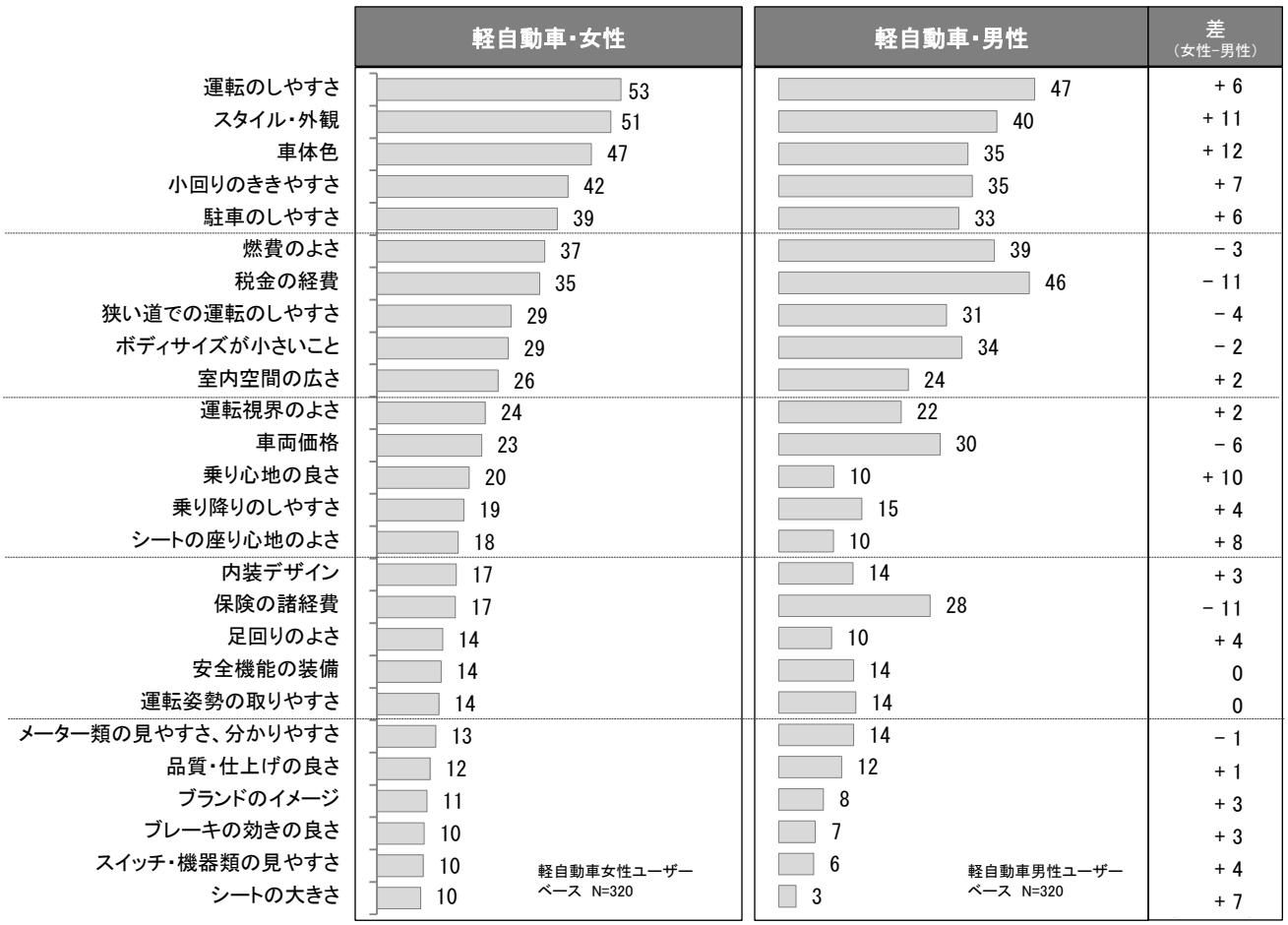
■ **軽自動車は、女性ユーザーに「運転のしやすさ」「スタイル・外観」が評価されている。**

■ **女性は運転への苦手意識があり、「小回り」「駐車のしやすさ」「狭い道での運転」の評価が高い。**

- 軽自動車の女性ユーザーの満足度をみると、「運転のしやすさ」「スタイル・外観」の満足度が5割を超えており、次いで「車体色」の満足度が高い。これらは、同じ軽自動車ユーザーの中でも、男性ユーザーよりも女性ユーザーの満足度が高いのが特徴的である。
- 普通乗用車の女性ユーザーの満足ポイントと比べると、「小回りのききやすさ」「駐車のしやすさ」「狭い道での運転のしやすさ」は軽自動車の女性ユーザーのほうが高い。背景には、運転への苦手意識が強いことがある。

単位：%

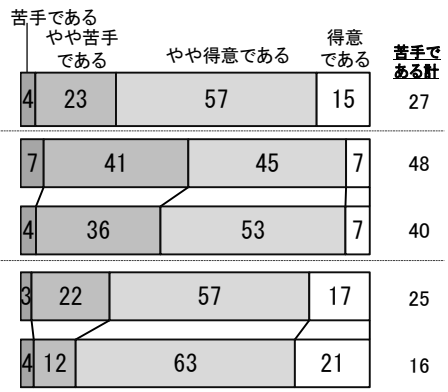
図表4-9 軽自動車の満足ポイント



図表4-10 軽自動車の満足ポイント

軽自動車・普通乗用車全体ベース N=			小回りのききやすさ	駐車のしやすさ	狭い道での運転のしやすさ
軽自動車・普通乗用車全体		960	20	23	13
女性ユーザー	軽自動車	320	42	39	29
女性ユーザー	普通乗用車	160	19	25	8
男性ユーザー	軽自動車	320	35	33	31
男性ユーザー	普通乗用車	160	13	16	8

図表4-11 運転意識



1.女性の生活における軽自動車 (5) 軽自動車の満足点と不満点

■ インタビュー調査では、軽自動車の満足点が、女性から数多くあげられた。
■ 一方で、遮音性や馬力については、普通乗用車を経験したユーザーから物足りなさが感じられている。
■ 軽自動車全般に対して、マイナスのイメージがあることにも不満を感じている。

図表4-12 インタビュー調査にて女性対象者から得られた軽自動車の満足・不満点

装備・機能・性能			発言
満足点	デザイン・スタイル本体色	可愛い、かっこいい等好みにピッタリくる車だからこそ選んだ	・デザインがすごく可愛くて気に入っている。（Bさん） ・デザインが角々していて目がキラッとしてる。クールで好き。（Dさん） ・メタリックの明るい色が可愛くてこの色じゃないとだめだった。（Eさん） ・内装が木目調でオシャレ。シートの感じも良く、茶色も好き。（Fさん）
	諸機能	パワースライド、キーレスエントリーなど、普通乗用車と変わらぬ機能	・パワースライドドア、バックガイドモニター、サイドミラーの自動開閉、軽自動車だけど意外な物もついている。（Dさん） ・エンジンスターターだったりキーレスエントリーだったり、普通乗用車並に進化していると思う。（Eさん） ・燃費が良い。軽自動車はガソリンが節約出来ると思う。（Bさん）
	収納の豊富さ	あらゆるところに収納スペースがあるのが実用的である	・色んな細かい所に気配りがある。椅子の下にも収納箱がある等、特に収納が多い。サングラス・ウエットティッシュ、CD、ポーチ…様々なものが入れられる。（Aさん） ・細かい収納が沢山あって女子向きの感じがする。（Bさん） ・助手席の座面がガタンと開いて、大きなスペースがあるので、盗難を気にせず手軽に物を置ける。（Cさん） ・助手席の下の収納がスーパーの籠のようになっている。そのまま家の中に持って来られるし、必要な物をそこにポンポン入れてそのまま車に載せられる。（Dさん） ・収納の細かい気遣いがある。助手席の前にはドアポケットとドリンクホルダーが3つ位、女子用みたいな感じがする。（Fさん）
	車内シート	折りたためる、フルフラット、ベンチシート等広さを感じている	・座席も高く見通しも良く、軽自動車なのに全然圧迫感が無い。（Bさん） ・後部座席が折りたためる。座席を平にする作業も楽である。（Cさん） ・全面がシート（ベンチシート）で広い。（Fさん）
	スライドドア	荷物の出し入れ、子供の安全性に便利	・スライドドアが荷物を運び込む時に便利。駐車時に隣の車にぶつける心配もないし、指を挟む心配もない。（Aさん） ・両側スライドは荷物の積み降ろしに、カートを近くまで寄せられる。普通のドアでは開け閉めの幅が必要なので寄せられない。（Cさん）
不満点	遮音性	エンジン音の大きさ	・運転中自分の車のエンジン音が凄く良く聞こえる。30年前の軽自動車と比べると、今の軽自動車のエンジンは素晴らしいが、結構外の音が車内に聞こえる。（Cさん） ・遮音性が無い。初めて雨の日に走った時、音にびっくりした。飛行機が滑走路を走っている感じで、車が飛び立つ位に頑張っている音がする。（Dさん）
	馬力のなさ	複数人での乗車、スピードを出した時等の馬力のなさ	・高速に乗ると揺れる。（Eさん） ・乗車定員数の4人で乗ると加速出来ない。重くて坂が登れない。（Fさん） ・馬力がなく、スピードを出すとエンジン音が「ウーン」となって、音楽をかけても聞こえない。（Fさん）
	機能の作動	アイドリングストップ・シートベルト警告音等、意図しない時の作動	・パネル周りのボタンが直感的ではなく、未だに使い方が分からない。（Aさん） ・オートでエンジンとともにドアミラーが開閉しない。（Cさん） ・普通乗用車に比べると鉄板の軽自動車は薄さが気になる。（Cさん） ・助手席に米など重い荷物を乗せてシートベルトをしないとシートベルトアラームが鳴る。（Dさん）
	荷室の狭さ	荷室を利用する際の狭さ	・夫がアルコール飲料を箱買いするが、荷室が狭く、箱を立てても荷室のドアが閉まらない。（Eさん） ・以前乗っていた車（軽トール型ワゴン）と比べると座席が地面に近い。（Fさん）
	軽自動車ならではのイメージ	乗っている自分が世間から軽んじられているようなイメージがあること	・黄色いナンバーが貧乏人にみられがちかなと思い、抵抗感がある。（Aさん） ・デザインは気に入っているが、煽られたこともあって可愛すぎるかなと思う。首都高を走っていると申し訳なく感じる。何となく軽自動車で走っていて良いのかな、みたいな感じがある。（Bさん） ・軽自動車だからか、狭い道で、対向車が速度をゆるめてくれない。（Dさん）

◆女性対象者プロフィール

対象者属性（年齢、ライフステージ、職業）			
A	45歳、独身社会人、フルタイム	D	37歳、子育て、専業主婦
B	34歳、独身社会人、フルタイム	E	42歳、夫婦のみ、フルタイム
C	56歳、子独立、パート	F	26歳、独身社会人、フリーター

2.高齢者の生活における軽自動車 (1) 高齢者ユーザーと車の必要度

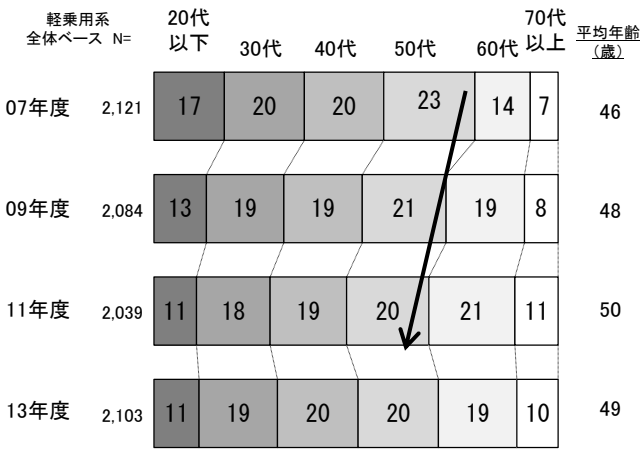
■ **高齢者は軽自動車のユーザーの3割を占める。収入が少なく、移動手段をほぼ車に依存している。**

■ **軽自動車は、60代後半、有職の高齢者等、車がないと日常生活に困る高齢者に使われれている。**

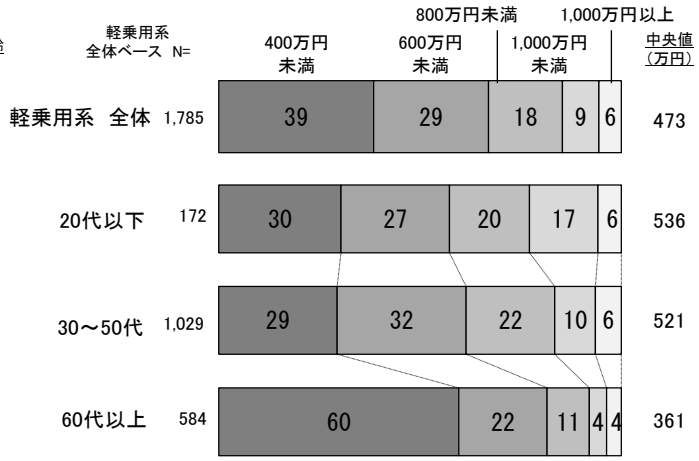
- 60代以上の高齢者は、軽自動車のユーザーの29%を占める。年収をみると400万円未満が多く、収入が少ない。自動車の所有をみると、60代以上では「軽1台」が35%と多く、70代になるに従ってさらに拡大する。60代以上では26%が「(自動車以外の)移動手段がない」状況で、移動手段を車に依存する傾向が高い。
- 車の困窮度を聞くと、車がないと生活が困る人は60代以上では7割にのぼる。中でも、65歳以上の高齢者、60代以上の有職者が車の困窮度が高い。

単位：%

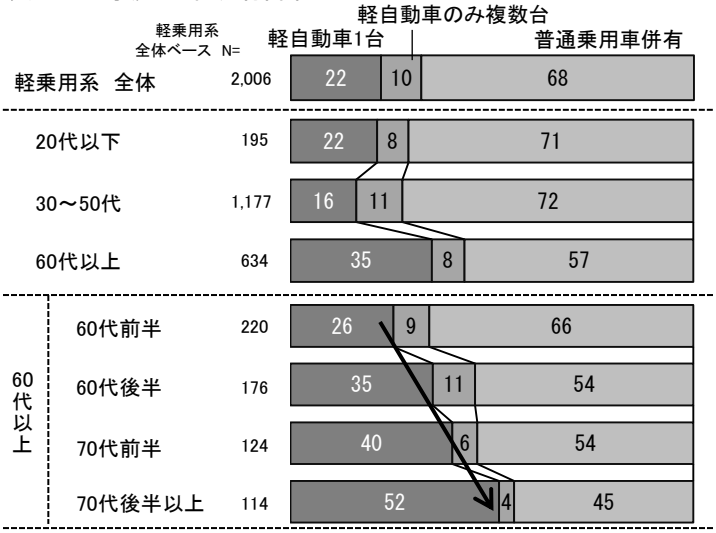
図表4-13 軽乗用車系ユーザーの年代構成



図表4-14 世帯収入



図表4-15 家庭内車所有詳細

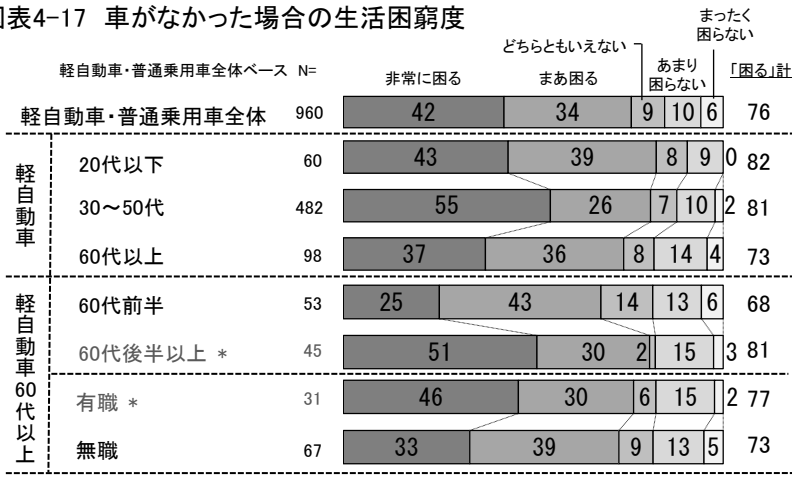


図表4-16 家庭にある乗り物

	軽自動車・普通乗用車全体ベース	いずれか所有あり	自転車	電動自転車	原付バイク	自動二輪車	その他	いずれも持っていない
軽自動車・普通乗用車 全体	960	80	75	8	13	9	6	20
軽自動車	203	77	72	7	14	7	5	23
20代以下＊	18	83	80	1	18	7	0	17
30-50代	130	78	73	6	13	8	4	22
60代以上	56	74	68	11	16	5	9	26
60代前半	30	81	76	10	19	6	11	19
60代後半＊	26	65	59	12	13	5	6	35

全体+5%以上

図表4-17 車がなかった場合の生活困窮度



（WEB）

2.高齢者の生活における軽自動車 (2) 軽自動車の利用頻度と用途

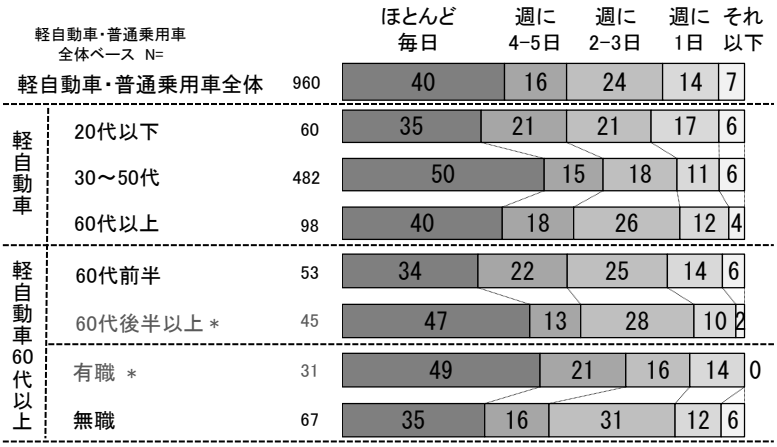
■ **軽自動車は、頻度は高くはないが、高齢者の買い物、郵便局や銀行、通院の足、通勤に使われている。**

■ **今後、病院や介護・福祉施設への通院・送迎等が増え、健康のために欠かせない移動手段になる。**

- 軽自動車の高齢者（60代以上）ユーザーの運転頻度をみると、他の年代と比べて高くはないが、60代後半、及び有職の高齢者の運転頻度は高く、半数が「ほとんど毎日」運転している状況である。
- 利用用途をみると、60代以上は他の年代と同様、「買い物」が最も多く、全体と比べると「郵便局や銀行、役所などへの足」が多い。60代後半では、「病院や介護・福祉施設への通院」、有職者では、「仕事・商用」が多い。今後増えそうな使い方では、高齢者では「通院」がトップで、介護関連での移動が増えることが予想されている。

図表4-18 利用頻度

単位：%



＊利用頻度は普通乗用車ユーザーとの比較を行うため、WEB調査の結果を用いている。そのため同設問内容であっても訪問留置調査との結果とは一致しない。

図表4-19 自動車の利用用途

		軽自動車・普通乗用車全体ベース	食品・日用品などの日常の買い物	郊外大型店でのショッピング	日帰り旅行	中心市街地などへのショッピング	病院や介護・福祉施設への通院・送迎	郵便局や銀行、役所などへの足	一泊以上の旅行	帰省、親戚・友人・知人宅への訪問	通勤・通学	ドライブ	コンビニへのちょっとした買い物	レジャースポットへのお出掛け	仕事や商用	子供の保育園や学校、塾等への送迎	ゴルフへ行く	アウトドア関連のレジャー	近場のアミューズメント店への足	デート	家族や友人・知人とおしゃべりの場	ウィンタースポーツ	車内での寝泊まり、車中泊	釣りへ行く	農作業、家庭農園等への足	サマースポーツ
軽自動車・普通乗用車 全体		960	81	51	44	43	41	40	40	40	38	38	36	30	15	15	13	9	9	8	7	6	5	5	4	1
車種・年齢区分	軽自動車20代以下	60	86	49	29	41	37	42	16	42	57	42	52	32	25	10	5	6	17	23	10	5	2	3	3	3
	軽自動車30-50 代	482	82	40	29	30	37	41	23	39	49	32	37	21	14	14	4	6	8	7	10	3	3	4	3	1
	軽自動車60代以上	98	81	38	22	27	42	50	18	36	14	21	30	13	19	2	5	4	6	1	12	2	2	8	6	0
	軽自動車60代前半	53	79	37	22	32	32	45	20	42	17	25	27	15	15	0	4	7	10	0	13	4	4	6	2	0
	軽自動車60代後半以上	45	83	39	21	21	53	56	16	29	12	16	35	11	24	5	7	0	3	2	11	0	0	10	12	0
	60代以上有職	31	69	45	18	39	41	39	14	35	38	24	27	21	46	0	3	7	6	0	18	3	0	7	4	0
	60代以上無職	67	87	35	23	21	42	56	20	36	3	19	32	10	7	3	6	2	6	1	10	2	3	8	8	0

全体+5%以上

図表4-20 今後増えそうな用途

		軽自動車買い替え意向者ベース	病院への通院・送迎の足として	日常の買物の足として	家族の送り迎えの足として	職場や学校までの足として	趣味やレジャーの足として	まとまった買物の足として	介護・介助が必要な人を乗せて	介護・福祉施設などへの行き来や送迎の足として	家族揃っての外出の足として	事業所間や現場までの足として	あらたまった外出の足として	泊りがけの旅行の足として	荷物の搬送や集荷に	取引先や顧客訪問などへの足として	従業員の送迎の足として
軽乗用系 全体		1,420	51	45	39	34	31	29	29	26	20	16	14	14	8	8	2
年齢区分	20代以下	110	35	47	49	44	43	24	18	16	24	21	25	22	3	6	0
	30-50代	879	48	47	41	42	30	31	32	27	23	19	15	15	10	9	2
	60代以上	431	61	42	29	11	28	25	26	28	12	8	10	10	6	6	1
	60代前半	170	63	38	30	17	26	24	34	32	11	11	11	12	6	10	1
	60代後半	121	60	45	34	8	32	27	19	23	10	6	10	7	5	4	1
	70代前半	95	60	43	26	6	23	26	23	32	14	5	8	11	8	2	0
	70代後半	45	61	43	15	10	35	20	17	23	13	8	12	12	8	2	6

全体+5%以上

（留置）

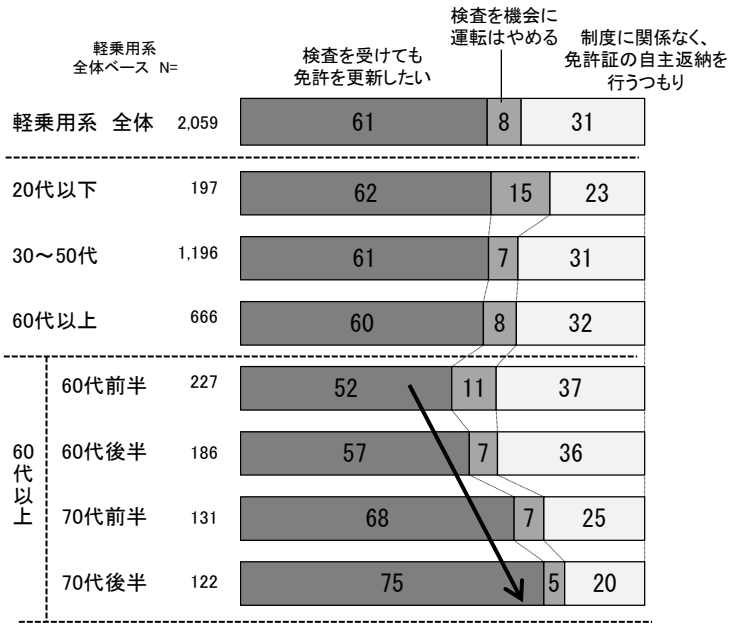
2.高齢者の生活における軽自動車 (3) 今後の利用意向

■ **軽自動車の高齢者ユーザーは、認知機能検査を受けても免許を更新して車に乗り続ける意向が強い。**
■ **高齢者の77%に車の買い替え意向があり、そのうち9割以上の人が軽自動車の購入を検討している。**

- 免許更新時の認知機能検査に対する考え方をみると、60代以上では「検査を受けても免許を更新したい」が60%で免許の継続意識は、上の年代になるほど強くなり、70代後半では75%にのぼる。
- 今後の買い替え意向をみると、60代以上の77%が「買い替えをする」とこたえており、70代でも買い替え意向がある。買い替え意向車種をみると、そのうち90%以上の人が軽自動車の購入を検討している。

単位：%

図表4-21 75歳以上の免許更新時の認知機能検査に対する考え方

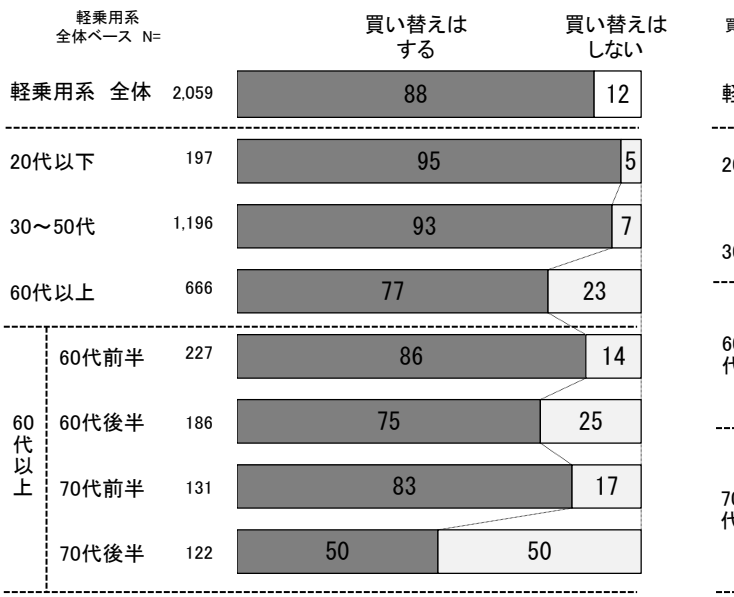


講習予備検査（認知機能検査）について

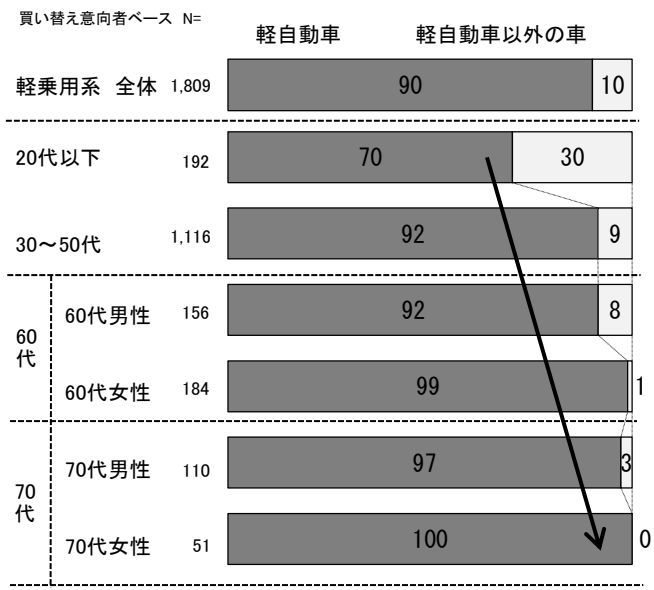
75歳以上の方を対象に免許更新時に行われ、記憶力や判断力が調べられます。

記憶力・判断力が低くなっていても免許の更新は可能ですが、特定の交通違反があった場合には、専門医の診断などを受けることになり、その結果認知症が認められた場合、免許が取り消されます。

図表4-22 今後の買い替え意向



図表4-23 買い替え意向車種



（留置）

2.高齢者の生活における軽自動車 (4) 軽自動車の選択理由

■ **高齢者も他の年代と同様、「税金」「燃費」「価格」等の経済性から軽自動車を購入している。**

■ **高齢者は経済性だけでなく、道路事情や使い方から「最適な大きさ」である点を評価している。**

- 軽自動車の買い替え意向理由をみると、高齢者は「税金が安い」「燃費がよい」「価格が安い」等の経済的理由をあげる人が多い。高齢者は、年収の低さなどから、経済的な制約の影響が大きいと思われる。
- 他の年代にない特徴は「道路状況」あるいは「使用状況」から「最適の大きさだから」が高いことである。普通乗用車に買い替える場合の不都合点をみると、「乗車人数が少ないので大きな車は適さない」、「大きいとどこにでも気軽に行けず日常の足として使えなくなる」「行動範囲が広くないので大きい車は適さない」等、適度なサイズが評価されている。

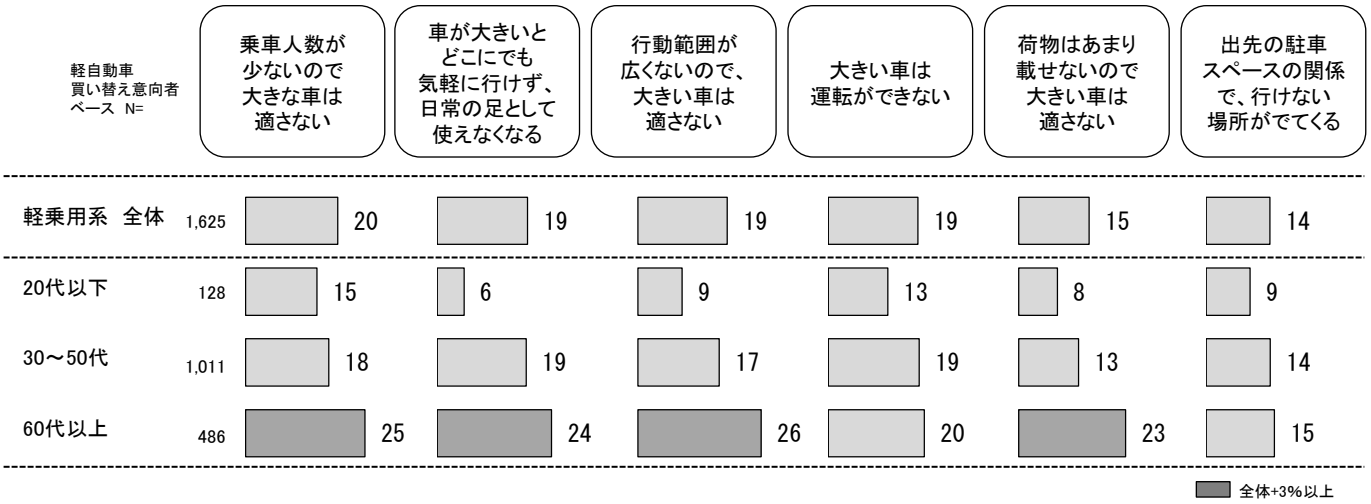
単位：%

図表4-24 軽自動車買い替え意向理由

		軽自動車買い替え意向者ベース	税金が安いから	価格が安いから	燃費が良いから	運転がしやすいから	車検費用が安いから	保険が安いから	使用状況からみて最適の大きさだから	2台目以上の車なので	道路状況からみて最適の大きさだから	車庫が狭いから	車庫届出の手続きが簡単だから	価格が同じくらいなら軽自動車の方が装備や機能が優れているので	軽自動車のスタイルやイメージが好きなので	安全性が高まり、不安がなくなったので	地球環境に優しいから
軽乗用系 全体		1,624	81	51	50	46	42	35	24	17	13	13	7	5	4	4	4
年齢区分	20代以下	128	78	64	42	38	52	30	13	13	9	5	2	2	5	1	2
	30-50 代	1,011	82	50	52	48	41	35	24	20	12	14	8	6	4	5	4
	60代以上	485	81	49	50	43	41	35	27	12	17	14	6	5	4	4	5
	60代前半	191	81	50	53	48	41	29	32	17	12	12	6	5	3	5	2
	60代後半	136	88	50	53	46	44	48	22	10	19	12	8	7	5	4	5
	70代前半	107	72	47	46	37	37	30	28	7	20	23	5	3	4	3	10
	70代後半	51	75	48	32	28	44	30	17	5	29	4	2	4	1	7	2

全体+3%以上

図表4-25 普通乗用車買い替えによる不都合点



（留置）

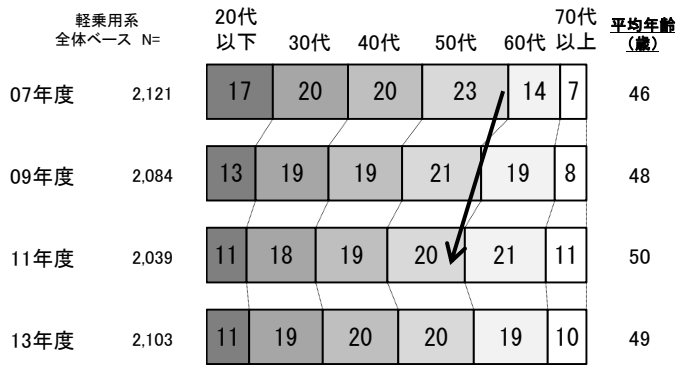
3.若者の生活における軽自動車 (1) 若者ユーザーと車の必要度

■ **若者(20-30代)は、軽自動車ユーザーの3割を占める。親との同居と単身で経済条件や保有車が異なる。**

■ **軽自動車は、年収がまだ少ない若者や運転の苦手意識がある若者に使われている。**

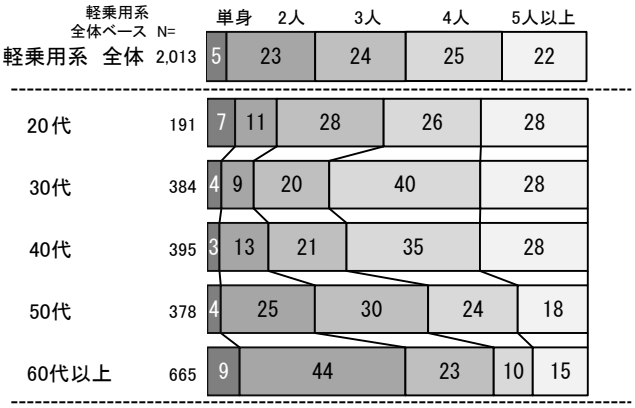
- 若者(20-30代とする)は、軽自動車ユーザーの3割を占める。若者は世帯収入が多い親元暮らしと、世帯収入が少ない独り暮らし(単身世帯)にわかれる。親元暮らしの若者の家では、本人の軽自動車以外に普通乗用車がある人が多く、単身の若者の家では、本人の軽自動車だけである。
- 若者は、運転に苦手意識がある人が54%と、上の年代より多く、車の困窮度も80%後半の値であり高水準である。軽自動車が、年収がまだ少なく、運転が苦手で、車を必要とする若者に使われている。

図表4-26 主運転者年代(再掲)

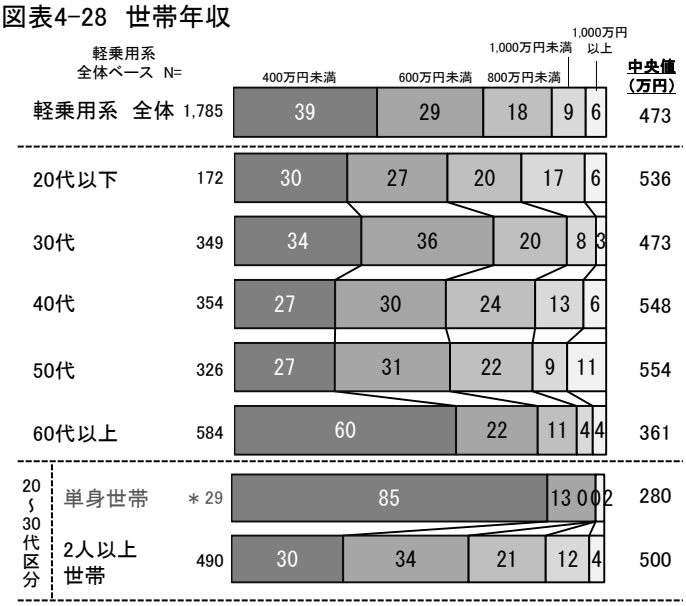


図表4-27 同居人数

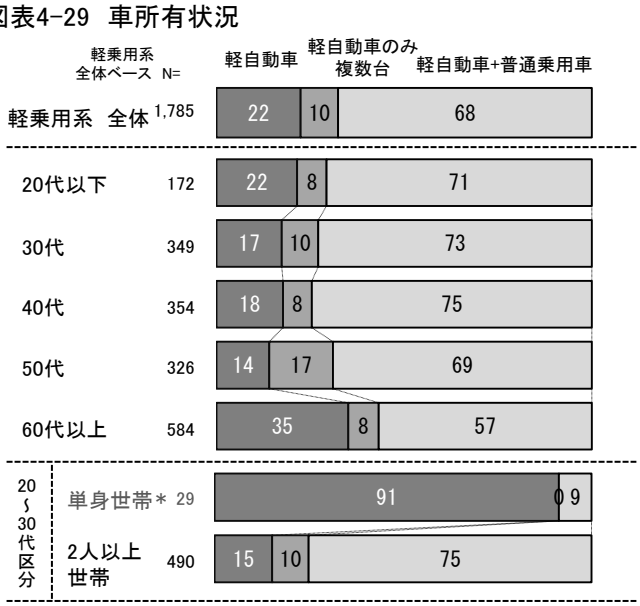
単位:%



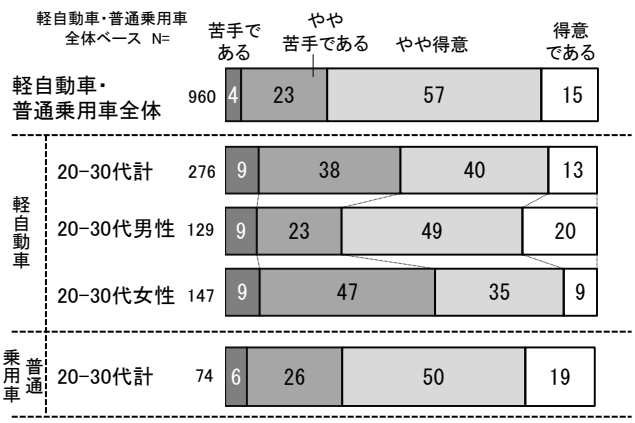
図表4-28 世帯年収



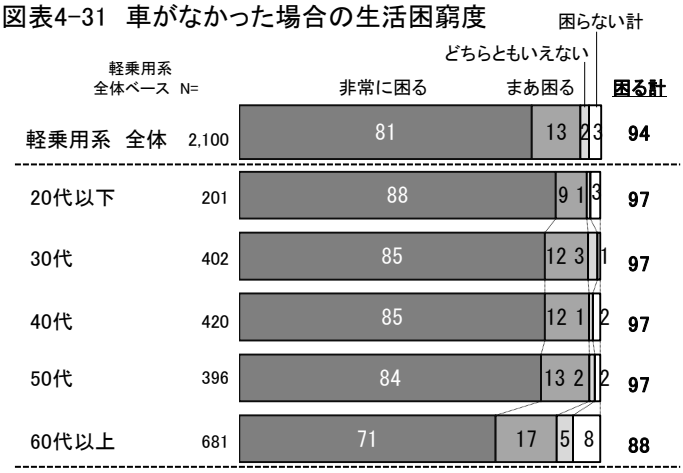
図表4-29 車所有状況



図表4-30 運転意識



図表4-31 車がなかった場合の生活困窮度



3.若者の生活における軽自動車 (2) 軽自動車の利用頻度と用途

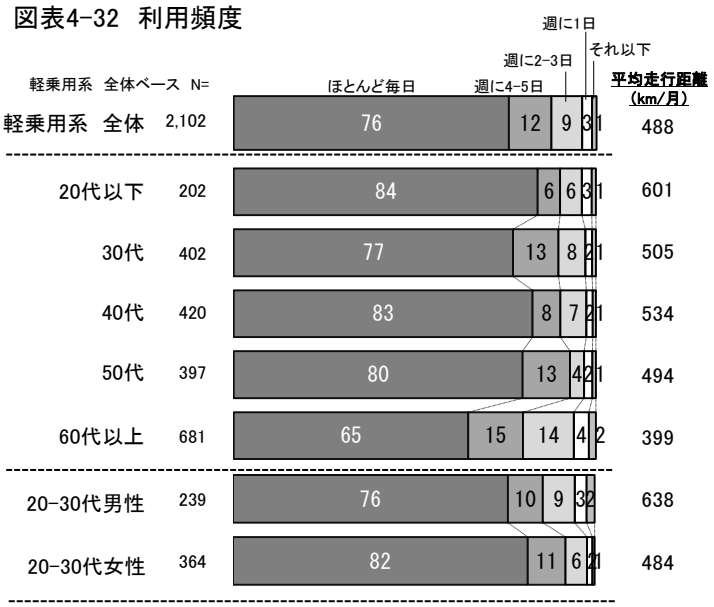
■ **軽自動車は、若者にほぼ毎日のように利用され買い物を中心に、通勤・近場の遊び・デートに使われる。**

■ **普通乗用車の若者と比べると、軽自動車は、「旅行」や「レジャースポット」での利用が少ない。**

- 軽自動車の利用頻度をみると、若者は、20代は「ほとんど毎日」が84%。30代も多く77%である。20代の利用頻度は全体と比べて高く、走行距離も長い。
- 若者の軽自動車の利用用途をみると、「買い物」が最も多く、全体と比べて「通勤」「コンビニへの買い物」「アミューズメント施設」「デート」に使う人が多い。同じ若者の普通乗用車ユーザーと比べると、軽自動車は「日帰り・または一泊以上の旅行」「レジャースポットへのお出かけ」での利用が相対的に少ない。

単位：%

図表4-32　利用頻度



図表4-33　利用用途

		1年内利用用途																							
	軽自動車・普通乗用車全体ベース	食品・日用品など、スーパー等への日常の買い物	アウトレット、複合ショッピングセンターなど郊外大型店でのショッピング	日帰り旅行	中心市街地などへのショッピング	郵便局や銀行、役所などへの足	一泊以上の旅行	帰省、親戚・友人・知人宅への訪問	通勤・通学	ドライブ	コンビニへのちょっとした買い物	病院や介護・福祉施設への通院	レジャースポットへのお出掛け	病院や介護・福祉施設への送迎	仕事や商用	子供の保育園や学校、塾等への送り迎え	ゴルフへ行く	アウトドア関連のレジャー（キャンプ、BBQなど）	パチンコ店・ゲームセンターなど近場のアミューズメント店への足	デート	家族や友人・知人とのおしゃべりの場	スキー・スノーボードなど道具を積んだウィンタースポーツ	車内での寝泊まり、車中泊	釣りへ行く	農作業、家庭農園等への足
軽自動車・普通乗用車全体	960	81	51	44	43	40	40	40	38	38	36	33	30	17	15	15	13	9	9	8	7	6	5	5	4
軽自動車	640	82	40	27	30	44	21	38	40	30	37	32	20	15	16	11	4	5	8	7	11	3	3	5	4
20代以下	60	86	49	29	41	42	16	42	57	42	52	34	32	12	25	10	5	6	17	23	10	5	2	3	3
30代	216	84	43	28	38	40	26	43	54	37	42	29	25	12	14	18	3	8	9	13	11	4	4	6	3
40代	44	80	41	39	21	32	23	29	66	33	56	22	27	2	15	15	6	0	16	4	6	4	6	6	2
50代	222	80	36	27	25	44	19	36	42	26	30	31	15	24	14	10	4	4	6	2	10	2	2	2	4
60代以上	98	81	38	22	27	50	18	36	14	21	30	36	13	13	19	2	5	4	6	1	12	2	2	8	6
軽自動車20-30代	276	84	45	28	39	41	24	43	55	38	44	30	27	12	16	16	4	8	11	15	11	5	4	5	3
男性	129	72	35	28	33	29	24	32	60	41	37	17	24	14	21	11	6	14	14	13	6	11	6	8	2
女性	147	91	50	29	42	47	24	49	52	37	48	38	28	11	14	19	2	4	9	16	13	1	2	4	3
普通乗用車20-30代	74	80	49	48	46	37	41	42	42	43	38	19	41	10	15	20	8	13	10	19	6	5	8	1	5
男性*	27	74	48	55	49	41	48	45	43	55	48	14	41	11	11	10	15	16	11	23	6	4	11	0	9
女性	47	87	50	40	44	33	34	38	40	31	28	24	40	9	18	31	0	9	9	14	6	6	5	2	2

全体+5%以上

（WEB）

3.若者の生活における軽自動車 (3) 軽自動車に対する意識

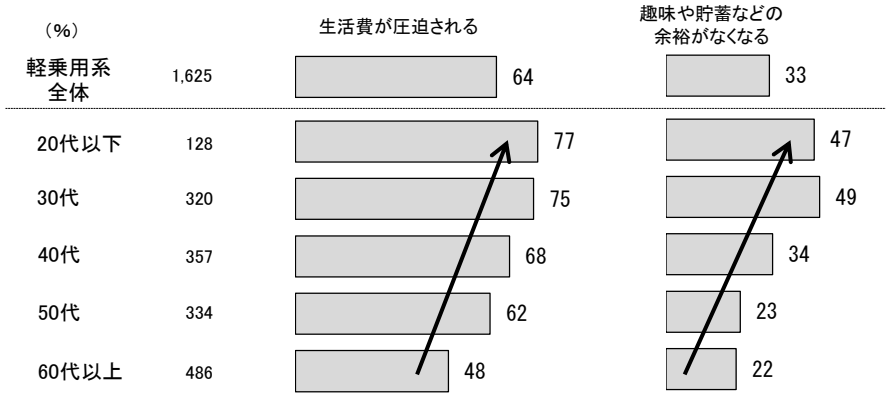
■ **軽自動車は経済性が評価され若者に使用されている。**

■ **経済性の評価が高い一方で、若者は上の年代よりも様々な魅力を軽自動車に対して感じている。**

- 軽自動車の若者ユーザーの普通乗用車買い替えによる不都合点をみると、全体と比べて「生活費が圧迫される」「趣味や貯蓄などの余裕がなくなる」といった経済的な理由が多い。
- 若者の車意識をみると、特徴的なものとして、「事故」や「運転のこわさ」が多い一方、「通勤時間の短縮」といった利便性、「車は親しい人たちだけの時間と空間を楽しめる」「車を持つことで自分だけの時間・空間を得たい」といった車内空間を楽しむ意識が強い。
- 若者の軽自動車に対する意識をみると、「軽快な走りが楽しめる」「バリエーションを楽しむことができる」等は若い年代ほど高く、経済性や利便性だけではない魅力が、軽自動車が若者に支持されている背景にあることがわかる。

図表4-34 普通乗用車買い替えによる不都合点

単位：%



軽自動車買い替え意向者のみ

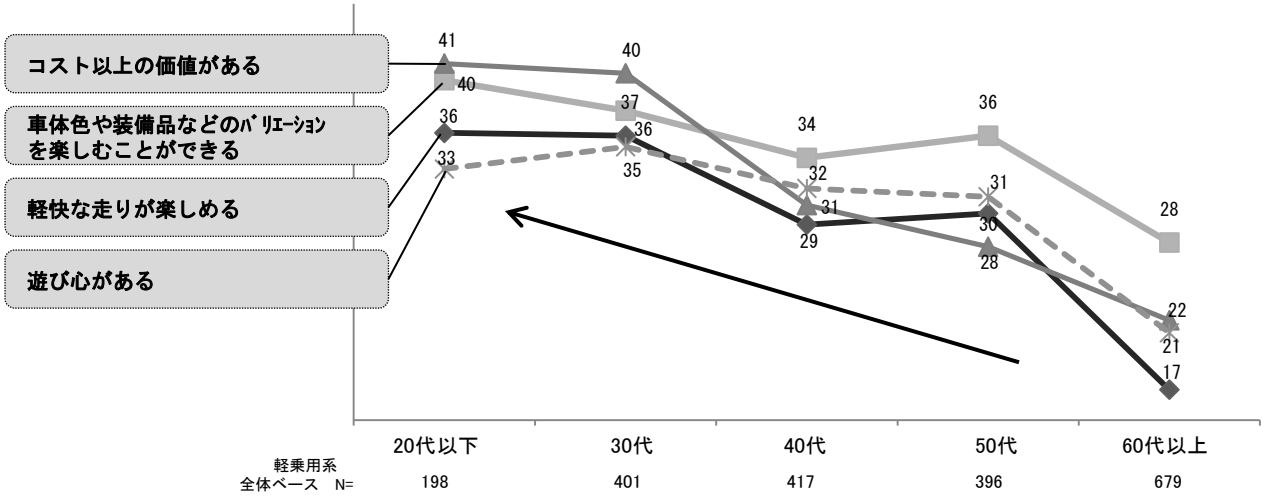
図表4-35 車に対する意識

	軽自動車全体ベース	車は無くてはならない必需品だ	車は大事に使って長く乗りたい	いつでもどこでも気軽に出かけたい	車にかかるコストを減らしたい	車を使うことで自分の行動範囲を広げたい	通勤（通学）時間を短縮したい	ドライブを楽しむことが好きだ	車を利用して出かけるアウトドアやレジャーが好きだ	車内は自分の落ち着ける場所だ	車にはコスト以上の便利さがある	車を使って家族や仲間と一緒に行動したい	車を自分でコントロールできることが嬉しい	車を運転することで気晴らしになる	今乗っている車を相棒のように感じる	自分にとって車は事故のリスクが高いものだ	車は親しい人達だけの時間と空間を楽しめる	車を持つことで、自分だけの時間・空間を得たい	車で自分らしさや自分のスタイルを表現したい	自分の車があるという満足感が得たい	高速走行などで爽快感を得るのが好きだ	車ならではのスピード感や加速感を味わうことが好きだ	車内をアレンジしたり、グッズを置いたり、車内空間は自分流に楽しみたい	車の運転が怖い	車は極力使わないようにしたい	荷物や道具をたくさん積んで出かけることが好きだ	エンジンやパーツなど車のメカニックな部分にこだわりたい	常に新型車に乗っていたい	車をもつことでステータスを得たい	自分の車に色々な人を乗せてあげたい
軽自動車　全体	640	76	74	65	64	60	43	51	47	44	50	43	36	32	40	29	24	26	22	25	23	21	20	17	19	18	13	13	11	10
軽自動車20-30代	276	76	74	71	69	64	60	57	51	51	48	48	43	43	40	39	36	35	33	31	29	28	28	27	22	20	17	16	15	15
軽自動車40代以上	364	77	73	62	62	57	32	48	44	40	51	39	32	26	40	23	17	21	15	22	19	17	14	10	17	17	11	12	8	8
差「20-30代」－「40代」以上）	－	－1	＋1	＋9	＋7	＋7	＋28	＋9	＋7	＋11	－3	＋9	＋11	＋17	0	＋16	＋19	＋14	＋18	＋9	＋10	＋11	＋14	＋17	＋5	＋3	＋6	＋4	＋7	＋7

上の年代との差10%以上かつポジティブ発言　軽自動車全体+5%以上

図表4-36 軽自動車に対する意識

＊若者ほど強い意識を抜粋



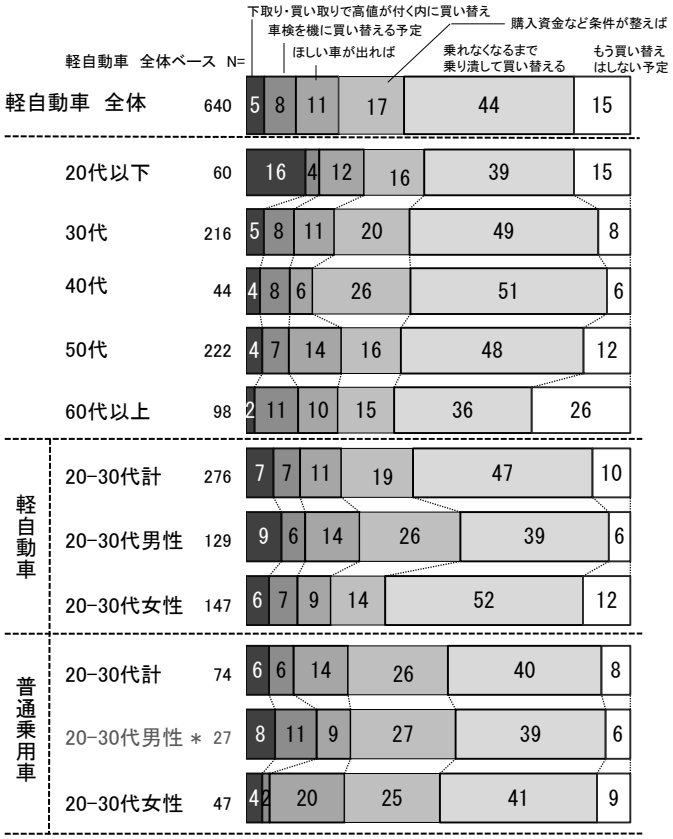
（WEB）

3.若者の生活における軽自動車 (4) 今後の自動車選択

■ **軽自動車の若者ユーザーは、軽自動車である程度の満足を得ており、7割が継続購入する。**

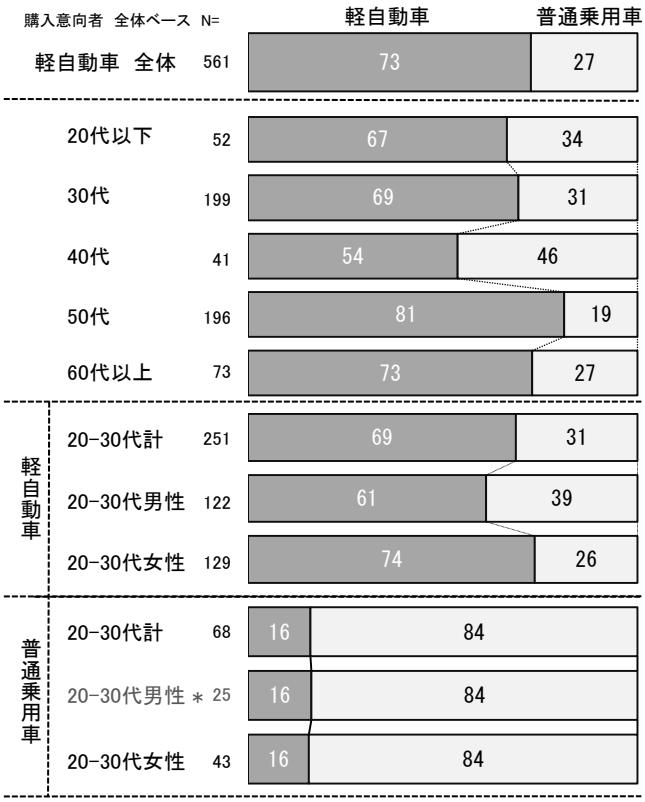
- 今後の購入意向をみると、若者は、下取り価格、欲しい車、購入資金等の条件はあるが、買い替えに関しては、決して消極的ではない。軽自動車の若者ユーザーは、男性のほうが女性よりも、買い替えへの意向が高い傾向がある。
- 購入意向車は、軽自動車の若者ユーザーの69％が次も軽自動車の購入を考えている。女性のほうが、男性よりも軽自動車の継続購入意向が高い傾向がある。
- 軽自動車の選択理由をみると、若者は「燃費」「軽自動車のサイズ感」が50％を超える。全体と比べて、「走りに安定感があるから」が23％と高く、軽自動車の走りでも評価する人がいる。

図表4-37 今後の購入意向



図表4-38 購入意向車

単位：％



図表4-39 軽自動車の選択理由

	購入意向あり・軽自動車選択ベース	軽自動車選択理由													
		税金や保険が安いから	軽自動車のサイズ感がよいから	燃費がよいから	運転がしやすいから	価格が安いから	狭い道で運転がしやすいから	軽自動車に慣れているから	街中の運転に向いているから	乗車定員が十分・ちょうどいいから	取り回しがよいから	駐車場の広さの関係で	室内が広い、高さがあるから	走りに安定感があるから	室内の居心地がいいから
軽自動車全体	404	65	59	55	44	40	39	29	28	14	14	10	9	6	5
20代以下	36	29	64	51	33	39	35	33	10	15	2	3	7	23	0
30代	133	64	61	51	48	42	37	32	26	14	12	9	9	9	10
40代	22	77	42	44	23	35	25	31	16	4	0	9	4	0	0
50代	159	66	61	58	44	38	40	31	33	12	19	9	4	3	2
60代以上	54	74	57	61	46	42	43	21	34	19	14	16	17	1	6
軽自動車20-30代	169	57	62	51	45	41	36	32	22	14	10	7	9	12	8
男性	75	47	58	43	34	32	28	24	20	13	22	4	8	12	4
女性	94	62	64	55	50	46	41	37	24	15	3	9	9	12	10
普通乗用車20-30代＊	11	40	50	72	11	19	6	8	17	0	0	15	0	0	0

全体+5%以上

（FGI）

3.若者の生活における軽自動車 (5) 若者の車の関わり方と意識

■ 軽自動車の若者ユーザー（独身）は、軽自動車に対して先入観が少なく、ポジティブな評価をしている。
■ 男性よりも、女性のほうが、車に対する要望が数多くあげられた。

- インタビュー調査にて、若者の代表例として、20-30代の独身者サンプルを抽出した。その特徴をみると、上の年代に比べて軽自動車に対するフラットな意識が総じてうかがえた。
- 軽自動車に恥ずかしいといった気持ちはほとんどなく、普通乗用車と分け隔てなく選択肢の1つに入れているのが特徴的であった。
- また自動車の楽しみ方では、自分だけの気ままな空間・友人との親密な空間として捉えている点が特徴的であった。
- さらに、男性より女性のほうが車に対する要望を沢山持っており、気に入る1台を吟味する傾向がうかがえた。

図表4-40 独身の20-30代の軽自動車に対する意識と、選びかた・使いかた（インタビュー結果）

軽自動車に対する意識	先入観がない	上の年代と比べて軽自動車だから恥ずかしい、といった気持ちはほとんどない。フラットに自分の車を選んでいる。
	軽自動車と普通乗用車を区別しない	車はデザインや価格で見ており、「軽自動車だからこう、普通乗用車だからこう」という区別は上の年代のようにしていない。区別できるほどの経験も持っていない。
自動車の購入プロセス	知人や家族の利用店やなじみの店で選択する	家族が利用していたお店や、なじみのある担当者がいるところで車を選ぶ。 上の年代のように、何店も何度も回って価格交渉をするようなことは苦手。もともと自分の融通が利くところで選択する。
	制約が少なく選択の幅は広い	独身であるため、家族や価格等、購入時の制約条件は上の年代に比べて少ない。広く自分に合わせた車を選ぶことができる。
自動車の楽しみ方	自分だけの気ままな空間	周りの目を気にせず、いつでも時間を気にせずどんな格好で乗っていいし、音楽をかけて思いっきり歌いながら楽しめる。自分だけの気分転換の空間となっている。対して、上の年代は日常の用途がメインで実用性に関する車内評価が多い。
	軽自動車でも運転する楽しみ	アクセルを思いっきり踏んで走ってみたり、平日の帰宅後に目的なく車を走らせるドライブをするなど、車に興味はないが、使うことを楽しんでいる。
	友人との親密な空間	限られた乗車定員だからこそ、仲のいいメンバーでの同乗を楽しむ。軽自動車の空間は会話を弾ませる空間になる。乗車定員は多い方がよいという上の年代と異なり、定員に収まるメンバーで同乗できればよい。

図表4-41 独身の20-30代のうち、男女の差があった点（インタビュー結果）

自動車の購入プロセス	こだわりの有無	男性は「軽自動車であれば大体同じなのではないか」というイメージを持っておりこだわりが少ない。一方女性は、色、デザイン、内装といったこだわり点が複数ある。こだわりのためなら予算をかけても良い。
	重視点の違い	男性はコスト面を重視している。しかし下調べ等をした上での相対的な評価ではなく、自身の絶対評価で“安いだろう”という程度の感覚しかない。 女性は自分の好みを最重視し、コスト面は二の次。好みの車を買うためにコツコツ貯金をしたり、オプションも妥協せずに付けて残価設定ローンを組んだりしている。
今後の車選択	自分の好みか、合理的な選択	現在車種を選択したのと同じように女性は自分の好みを優先する傾向。その結果が普通乗用車であっても軽自動車であってもあまり関係がない。男性はその時の自分の状況に合わせて選択する。
	意向ボディタイプ	女性のほうが、より大きな車、SUVやセダン等、どうせ乗るならより存在感のある力強い車、と思っており、中途半端な小型乗用車を選択するつもりはない。軽自動車に乗る男性は女性のようなこだわりはみられない。

＊「若者」は今回インタビュー調査対象者の、20-30代の関東在住独身層4サンプル（男性2名/女性2名）について取り上げている。「上の年代」は40代以上の層を指している

V.軽自動車へのダウンサイジング層　まとめ

現在の軽自動車ユーザーのうち「ダウンサイジング層（普通・小型車からの代替層）」は26%を占める。過去と比べると、拡大傾向にやや落ち着きがみられた。ダウンサイジング層は、「60代以上」の高齢者が4割を占める一方、幅広い年齢層に亘っている。

今後の保有意向をみると、軽自動車への流入が、普通乗用車への流出を上回り、軽自動車ユーザーの拡大可能性がある。流入の背景には、税金や保険、燃費等の維持費の安さがあげられている。他方、流出の理由として、軽自動車の「長距離運転のつらさ」「走りのパワー不足」があげられている。

ダウンサイジング層へのインタビューの結果、結婚や子供の成長、リタイア等の人生の様々な節目で、合理的な選択の結果として、普通・小型自動車から、軽自動車へのダウンサイジングが起きていた。

ダウンサイジング層の特性		
	留置調査の結果を中心に、ダウンサイジング層のボリュームと変化、保有車と購入状況をみた。	
	プロフィール	■ 軽自動車ユーザーのうち、普通・小型自動車からダウンサイジングした人は26%を占める。 07年度から11年度までは一環して拡大傾向にあったが、13年度は減少に転じ、落ち着きがみられる。 ■ ダウンサイジング層は、高齢者を中心に幅広い年齢層に亘っており、収入や生活満足度が低い。
	保有車と利用状況	■ ダウンサイジング層は、軽自動車ユーザー全体と比べて「スーパーハイト」の比率が高い。 「スーパーハイト」は、「子あり」層における保有率が高い。 ■ 税金や保険、保険など維持費の安さを背景に、ダウンサイジング層の9割は、次の買い替え時も軽自動車を継続する予定である。

軽自動車ユーザーの流出入		
	WEB調査の結果を中心に、今後の保有意向を踏まえて、軽自動車の流出入とその理由をみた。	
	保有意向	■ 今後の保有意向をみると、（普通乗用車から）軽自動車への流入が、（軽自動車から普通乗用車への）流出を上回り、軽自動車ユーザーの拡大可能性がある。 ■ 軽自動車への流入の理由は、維持費の安さであるが、普通乗用車への流出の理由は、軽自動車の「長距離運転のつらさ」「走りのパワー不足」である。
	プロフィールと選択理由	■ 軽自動車は、女性を基盤として、男性60代以上の高齢層のダウンサイジングによりユーザーが拡大。 ■ 流出するアップサイジング層は、「多人数乗車」「室内空間の広さ」を重視して、普通乗用車を選ぶ。

ダウンサイジングのきっかけ	
	インタビュー調査から、普通乗用車から軽自動車にダウンサイジングしたきっかけをみた。
	■ ダウンサイジング層へのインタビューの結果、結婚や子供の成長、リタイア等の人生の様々な節目で、合理的な選択の結果として、普通・小型自動車から、軽自動車へのダウンサイジングが起きていた。 ■ 同じダウンサイジング層でも、車関心度によって、軽自動車の選択理由が異なっており、関心が高い人は経済的な理由を背景に我慢しているのに対し、関心が高くない人は、こだわりをもたず、自然に軽自動車を選択している。

（留置）

1.ダウンサイジング層の特性 (1) ダウンサイジング層のプロフィール

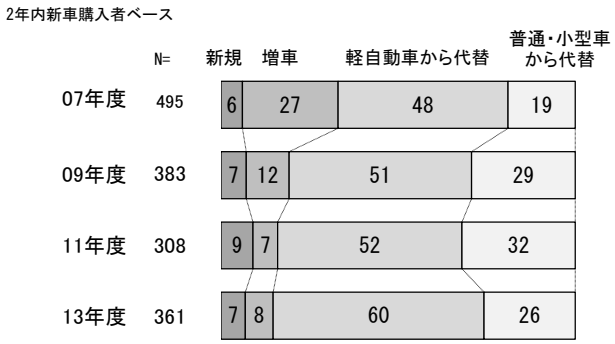
■ **軽自動車ユーザーのうち、普通・小型自動車からダウンサイジングした人は26%を占める。**

■ **ダウンサイジング層は、高齢者を中心に幅広い年齢層に亘っており、収入や生活満足度が低い。**

- 2年内の新車購入者のうち、「普通・小型車からの代替」＝「ダウンサイジング層」は26%である。07年度から11年度までは一環して拡大傾向にあったが、13年度は減少に転じ、落ち着きがみられる。
- 「ダウンサイジング層」の属性をみると(2年内新車購入者ではベースが少ないため7年内新車購入者に拡大して分析)、「60代以上」のユーザーが40%を占め最も多いが、「20代」から「50代」まで幅広い年齢層が存在する。年収は469万円となっており、軽自動車ユーザー全体の年収(500万円)と比べて低く、暮らし向きの満足も低い。

単位：%

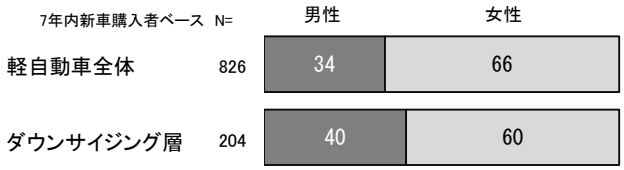
図表5-1 軽自動車の購入形態(2年内新車購入者)



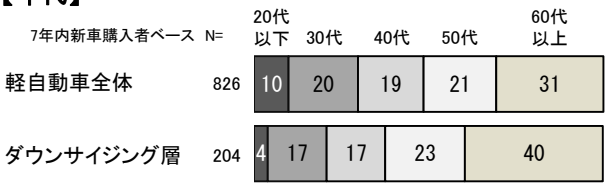
図表5-2 ダウンサイジング層の属性

以下は、2013年度調査における、2年内新車購入者のサンプルが不足するため、7年内新車購入者のサンプルで分析した。

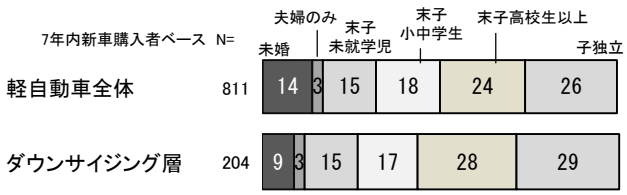
【男女別】



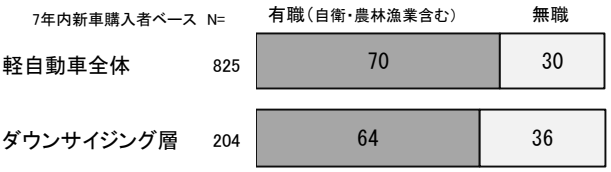
【年代】



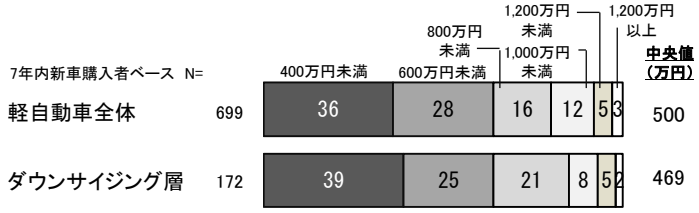
【ライフステージ】



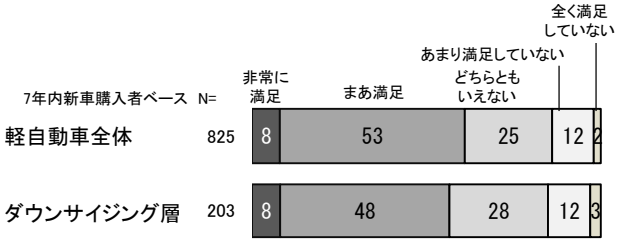
【就業状況】



【年収】



【暮らし向き満足度】



1.ダウンサイジング層の特性 (2) 保有車と購入状況

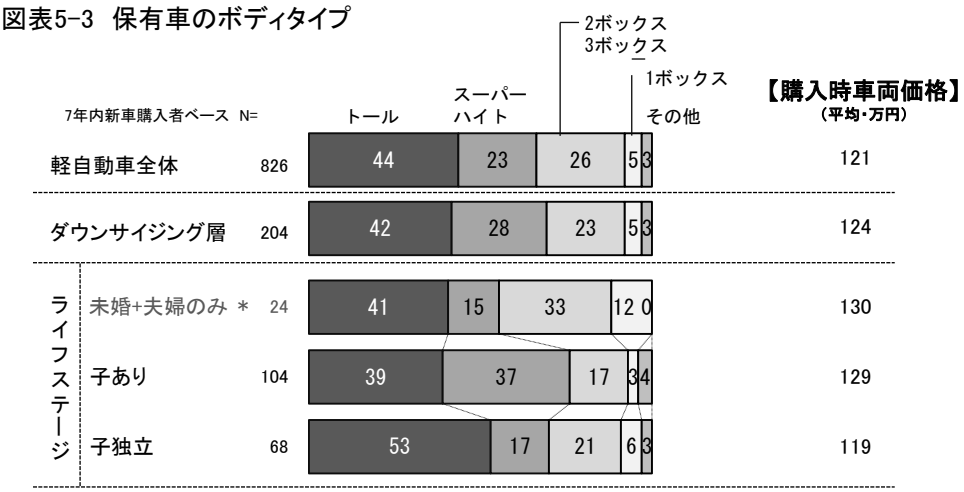
■ **ダウンサイジング層は、軽自動車ユーザー全体と比べて「スーパーハイト」の比率が高い。**

■ **維持費の安さを背景に、ダウンサイジング層の9割は、次も軽自動車に買い替える予定である。**

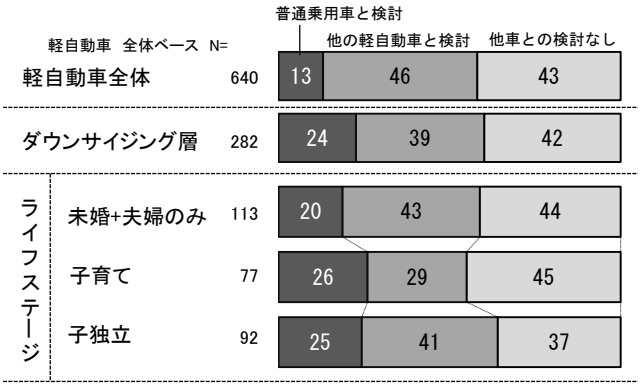
- 「ダウンサイジング層」の保有車は、「トール」42%、「スーパーハイト」28%で、軽自動車ユーザー全体と比べて「スーパーハイト」の比率が高い。「スーパーハイト」は、「子あり」層における保有率が高い。
- ダウンサイジング層は、購入時に「普通乗用車と検討」した人が全体と比べて多い。購入予算が+100万円あれば「普通乗用車を選んだ」とする人も全体と比べて多いが、現実的には次の買い替え時も、9割が軽自動車を継続する予定である。軽自動車ユーザー全体と比べて、税金や保険、保険など維持費の安さをあげる人が多くなっている。

単位：%

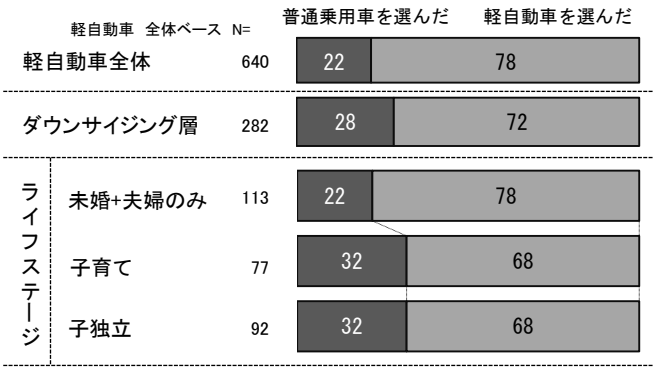
図表5-3　保有車のボディタイプ



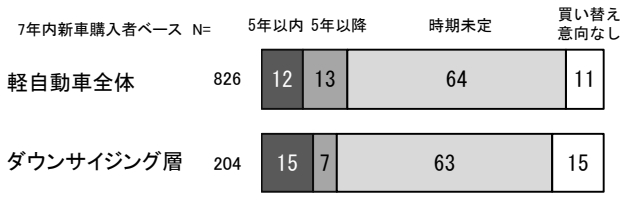
図表5-4　購入時の検討状況



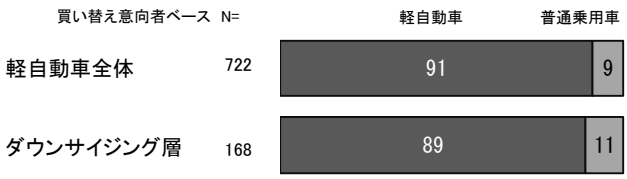
図表5-5　仮に予算が100万円上がっていたら



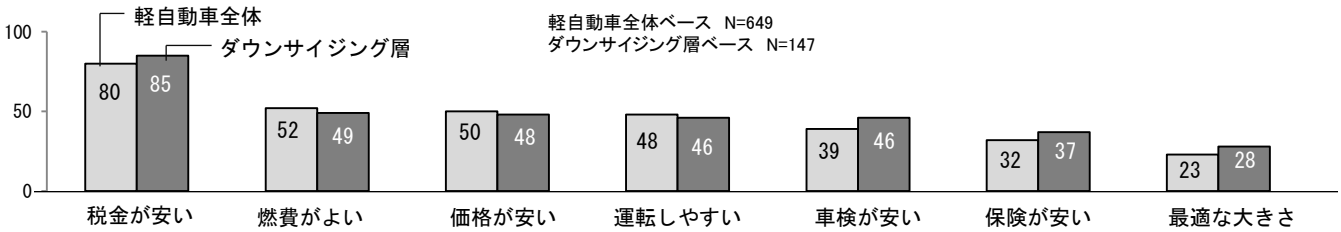
図表5-6　買い替え意向



図表5-7　買い替え意向車



図表5-8　買い替え時の軽自動車選択理由



（WEB）

2.軽自動車ユーザーの流出入

■ 今後の保有意向をみると、軽自動車への流入が流出を上回り、軽自動車ユーザーの拡大可能性がある。

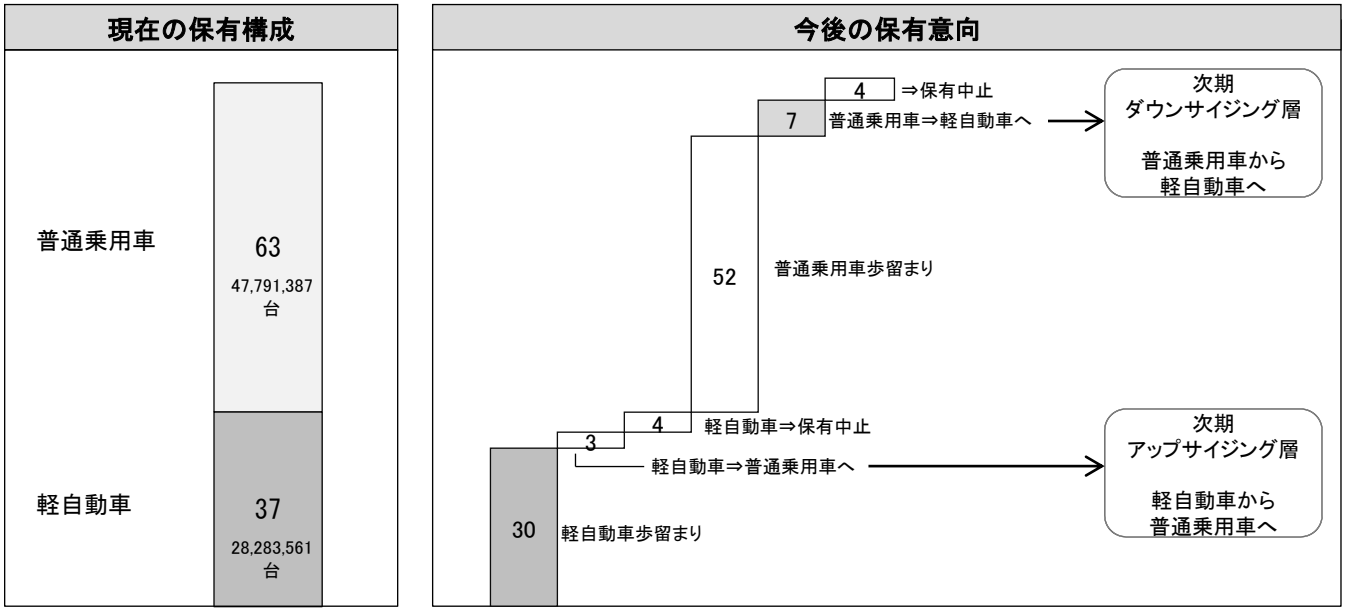
■ 軽自動車への流入の理由は、維持費の安さであるが、普通乗用車への流出の理由は、軽自動車の「長距離運転のつらさ」「走りのパワー不足」である。

- 軽自動車及び普通乗用車ユーザーの今後の保有意向をみると、普通乗用車から軽自動車へのダウンサイジング（7%）が、普通乗用車から軽自動車へのアップサイジング（3%）を上回り、軽自動車への流入が増えることが予測される。
- 「次期ダウンサイジング層」が、軽自動車を選択する理由は、「税金や保険が安い」「燃費が良い」等の維持費の安さが多く、「次期アップサイジング層」が軽自動車を選択しない理由は、「長距離の運転がつらい」「走りにパワーがない」ことである。

単位：%

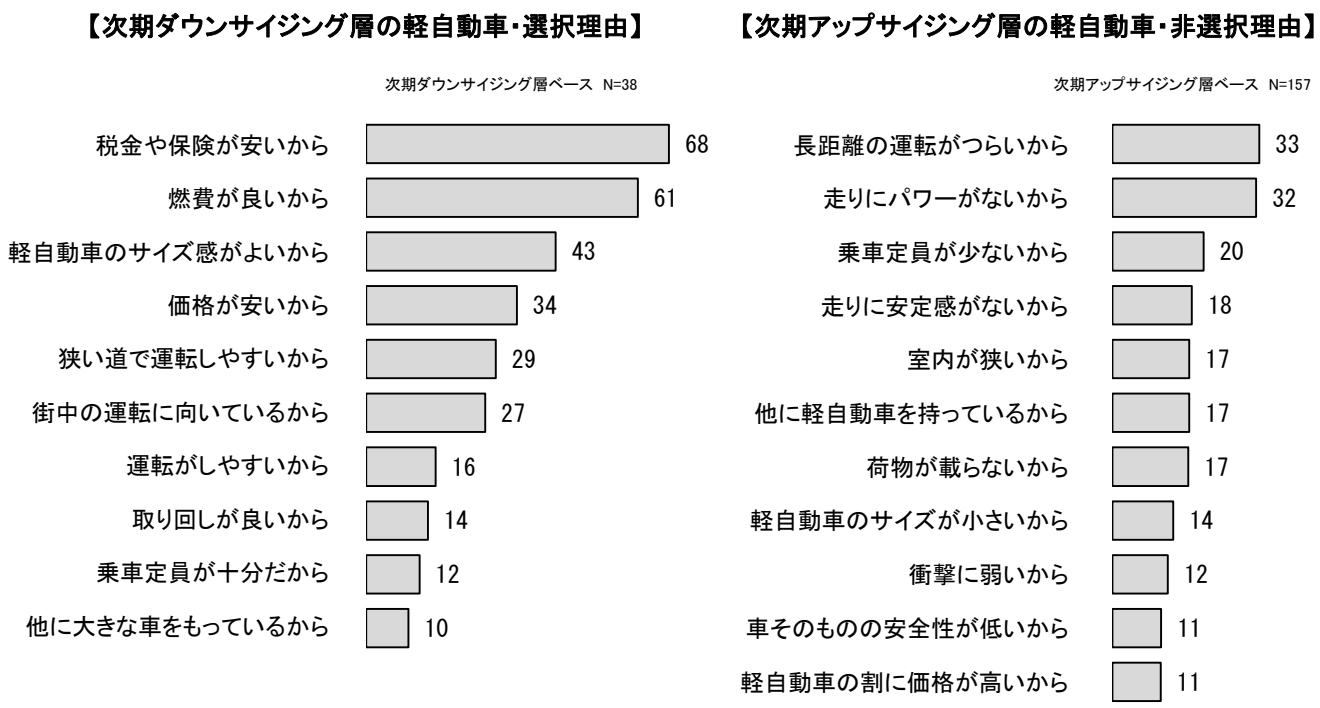
図表5-9 現在の保有車と今後の保有車

軽自動車・普通乗用車全体ベース N=960



＊保有台数は国土交通省「自動車保有車両数統計」より

図表5-10 次期購入車の選択理由



（WEB）

2.軽自動車ユーザーの流出入

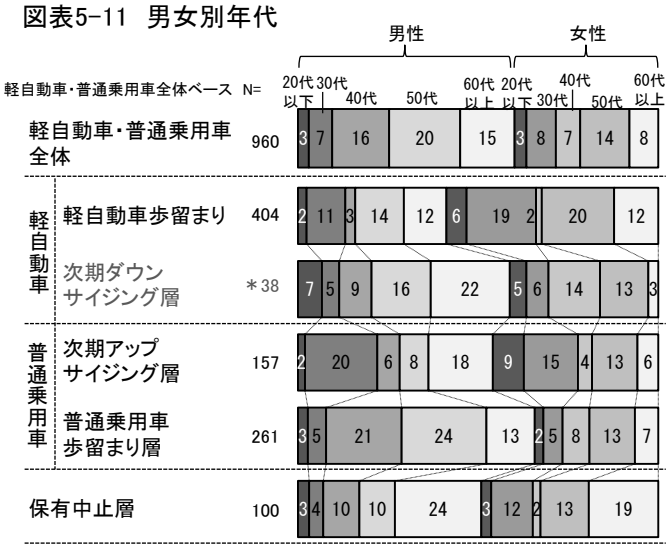
■ **軽自動車は、女性を基盤として、男性60代以上の高齢層のダウンサイジングによりユーザーが拡大。**

■ **流出するアップサイジング層は、「多人数乗車」「室内空間の広さ」を重視して、普通乗用車を選ぶ。**

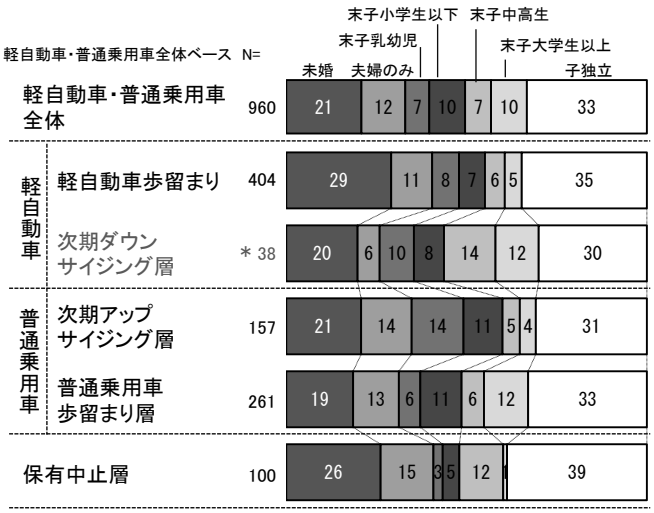
- 「軽自動車歩留まり層」は、全体と比べて、女性、未婚者が多く、「次期ダウンサイジング層」は、男性60代以上が多い。両者に共通しているのは、フルタイム勤務者が少なく、世帯年収が少ないことである。
- 「普通乗用車歩留まり層」は、全体と比べて、男性、末子大学生あるいは子独立層が多く、「次期アップサイジング層」は、男性30代が多い。両者に共通しているのは、フルタイム勤務者が多く、世帯年収が多いこといである。
- 次期意向車の選択重視点をみると、「次期ダウンサイジング層」は、「ボディサイズの小ささ」、「狭い道での運転のしやすさ」をあげる人が多く、「次期アップサイジング層」は「多人数乗車」「室内空間の広さ」をあげる人が多い。

単位：%

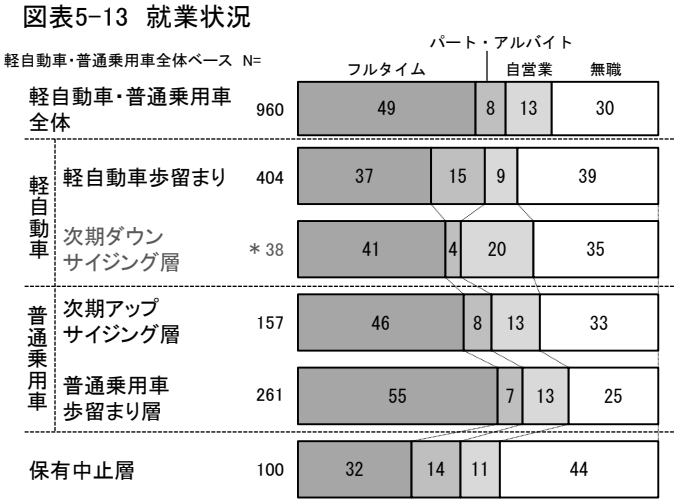
図表5-11 男女別年代



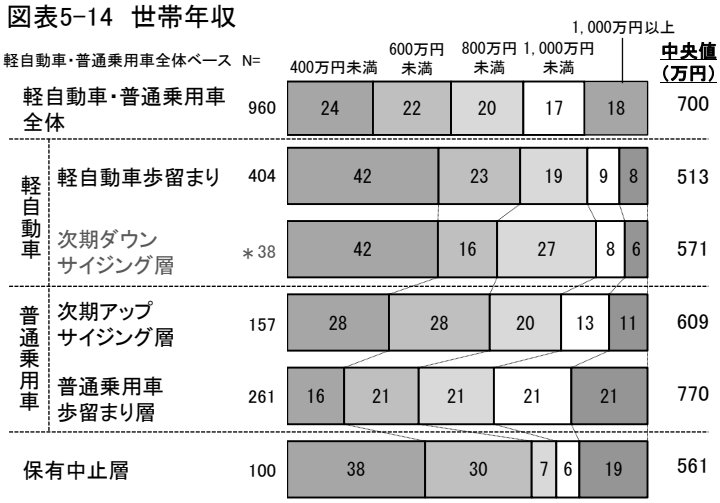
図表5-12 ライフステージ



図表5-13 就業状況



図表5-14 世帯年収



図表5-15 次期意向車の選択重視点

【次期ダウンサイジング層】

	軽自動車・普通乗用車全体ベース	ボディサイズが小さいこと	狭い道での運転のしやすさ	税金の経費	駐車のしやすさ	燃費のよさ	乗り降りのしやすさ	ブランドのイメージ	車内の移動がしやすいこと	室内空間の広さ	小回りのきくやすさ	保険の諸経費	安全機能の装備	先進安全性能の装備	車両価格	荷室の大きさ
軽自動車・普通乗用車全体	960	33	62	73	65	83	62	53	29	71	66	68	81	60	86	56
次期ダウンサイジング層	38	59	80	89	78	97	75	67	38	83	74	74	89	69	90	64
普通車歩留まり層	261	25	56	68	61	81	60	54	25	72	63	64	81	61	84	58
差（ダウンサイジング層－歩留まり層）	－	＋34	＋24	＋21	＋17	＋16	＋15	＋13	＋13	＋11	＋11	＋10	＋8	＋8	＋6	＋6

【次期アップサイジング層】

	軽自動車・普通乗用車全体ベース	長距離運転のしやすさ	走りにパワーがあること	多人数でもゆったりと座れること	室内空間の広さ	走る楽しさがあること	事故防止の機能にすぐれる	高速走行時の安定感	シートの座り心地のよさ	出足加速のよさ	荷室の大きさ	乗り心地の良さ	ブランドのイメージ	コーナーリング時の安定感	山道や雪道など悪路の走破性	追い越し時の加速のよさ	運転視界のよさ	運転姿勢の取りやすさ	品質・仕上げの良さ
軽自動車・普通乗用車全体	960	72	59	44	71	60	70	80	75	52	56	79	53	73	45	50	83	80	75
次期アップサイジング層	157	66	61	51	76	55	71	71	74	54	56	78	51	64	50	44	83	75	74
軽歩留まり層	404	43	42	32	63	42	59	60	64	44	47	70	43	57	43	37	77	69	68
差（サイズアップ層－歩留まり層）	－	＋23	＋19	＋19	＋13	＋13	＋12	＋11	＋10	＋10	＋9	＋8	＋8	＋7	＋7	＋7	＋6	＋6	＋6

＊差の大きい上位項目を抜粋

全体+5%以上

（FGI）

3.ダウンサイジングのきっかけ

■ **ダウンサイジング層へのインタビューの結果、結婚や子供の成長、リタイア等の人生の様々な節目で、合理的な選択の結果として、普通・小型自動車から、軽自動車へのダウンサイジングが起きていた。**

・普通乗用車から軽自動車へダウンサイジングしたきっかけをみると、「結婚」「子供の誕生や成長」「家族の減少」「自身の高齢化や引退」等、ライフステージの節目で、軽自動車にダウンサイジングする機会があることが確認できた。背景には将来に対する経済的な不安や車に対する意識の変化等、合理的な選択がうかがえた。

・同じダウンサイジング層でも、車関心度によって、軽自動車の選択理由が異なっており、関心が高い人は経済的な理由を背景に我慢しているのに対し、関心が高くない人は、こだわりをもたず、自然に軽自動車を選択している。

図表5-16　軽自動車へのダウンサイジングのきっかけ

経済不安・今後の生活に対する漠然とした不安

車に対する意識の変化

家族が運転できることが重要

節目	ユーザーの主な意見
結婚	・結婚して、妻が「運転できる」軽自動車に集約。 ・家族を持つことにより、 維持費の安い軽自動車へ。
子供の誕生	・子供が生まれ、趣味のスポーツカーから実用的な車に。 ・子供にお金をかけられるように、維持費の安い軽自動車へ。
子供の成長	・子供の送迎や行事など、妻の使用が増加。 軽自動車の利用意向が高まる。 ・教育費、生活費にお金がかかるようになり、車への出費を控える。 ・子供が中学生以上になると、家族全員で乗ることが減り、乗車定員が少ない軽自動車で十分に。 ・レジャーでの遠出が減り、自動車の主用途は買い物などの街乗りへ。駐車がラクで、狭い道に最適で、燃費のよい軽自動車を選択。
家族の減少	・子供が結婚して独立し、運転者・同乗者が減る。 ・自身や妻など、限られた人しか乗らなくなるので、小さい車＝軽自動車が最適に。
自身の高齢化や引退	・歳を重ねて車に対する関心や見栄が低下。車を使ったレジャーも減少、どんな車に乗っても同じと感じる。 ・特に60代以上は今後の生活も考えて、燃費がよく維持費が安くすむ軽自動車を視野に入れる。

ライフステージの節目によるダウンサイジング

図表5-17　ダウンサイジング層の車関心度と軽自動車の選択理由

車関心中・高	背景	・若い頃からスポーツカーが好き等、車に対するこだわりがある。本当は「軽自動車」には乗りたくない。
	現在	・今は家計上や家庭の事情から「我慢の時期」。ランニングコストメリットの大きな軽自動車を選択する。 ・しかし、こだわりは捨てきれないので、軽自動車の中でも「かっこよさ」や「走り」等を重視。自分の好みに合う物を選択する。 ・グレードの高いものにする、オプションを出来るだけ搭載する、等結果的に価格も高くなる。
	今後	・「我慢の時期」が終われば、いずれは「スタイル」を重視し、「走りに余裕がある」普通乗用車にしたい。
車関心低	背景	・車に対する関心が低下し、「足」となる車であれば何でも良い。
	現在	・関心が薄れた結果、車の選択の基準が「スペック」や「スタイル」が中心ではなくなり、「ランニングコスト」を最重視するようになる。 ・自身のこだわりはあまりないので、家族の意見を優先した車選択になる。オプションもあまりつけず、グレードも一番低いもので十分。
	今後	・「軽自動車のランニングコストメリット」「取り回しの良さ」を経験。強いこだわりも無いため今後も軽自動車に歩留る可能性が高い。

軽自動車の中で自分の好みのこだわり

いずれは普通乗用車に戻りたい

家族の好みを優先自分のこだわりなし

コストを追求した選択軽自動車に歩留る

Ⅵ.新規デバイス、超小型モビリティの評価　まとめ

新規デバイスと超小型モビリティについて、WEB調査とインタビュー調査より、認知や浸透状況、及び購入意向といった評価を確認した。

新規デバイスの認知は広がっているが、軽自動車への搭載認知はまだ低い。新規デバイスを搭載した自動車への購入意向は高く、今後、搭載認知や搭載車が増えることで、軽自動車のイメージ向上に寄与する可能性がうかがえる。

超小型モビリティの認知は自動車ユーザーの半数程度にまで進んでいるが、購入意向は低い。背景には現在の交通との摩擦への不安や、費用と使用を考えた際には自動車の方がよいと感じられていることがある。

新規デバイスへの期待	認知浸透	■ アイドリングストップ、衝突被害軽減ブレーキ等の新規デバイスの認知は高いが、軽自動車への搭載認知は総じて低い。軽自動車への搭載認知は、2～3割前後である。 ■ 軽自動車に新規デバイスが搭載されていることを全く知らないユーザーが38％である。 今回はWEB調査より昨今、軽自動車に搭載が進む任意の7つの機能・技術の認知浸透状況を確認した。 ・機能の一般的認知は進んでいるものの、軽自動車への搭載認知は総じて2～3割と低い。 ・軽自動車に搭載されている新規デバイスの認知個数の平均値は1.4個（全7個）と少ない。
	機能の購入意向	■ 最新の安全デバイスを搭載することによって、軽自動車のイメージが向上する。 WEB調査より任意の7つの機能搭載車の購入意向を確認した。 ・軽自動車ユーザーが車に付いていたら購入したいと思う機能は「衝突被害軽減ブレーキ」が49％と最も高く、次いで「プリクラッシュセーフティー」となる。 また、インタビュー調査より軽自動車に搭載されている最近の機能についての考えを確認した。 ・搭載についてはCM等メディアの情報から認知されている。これまで、普通乗用車への搭載が一般的であった機能についても、軽自動車に搭載され始めていると認知されている。 ・結果として新規デバイスの搭載認知によって、軽自動車のイメージが変わり期待が高まっていることがうかがえた。
超小型モビリティの評価	認知浸透・購入意向	■ 超小型モビリティの認知率は47％、関心度は28％と高い。しかし、購入意向率は全体の9％に留まる。購入意向理由は「気軽な移動」が多く、非購入理由は遠出・車内空間・定員が「制限」されることである。 今回はWEB調査において、超小型モビリティの評価を確認した。 ・超小型モビリティの認知は全体の約半数を占めたが、購入意向は9％に留まった。 ・購入したい理由としては「気軽な移動」に便利であることと低コストである点であった。一方で、荷室の狭さや、乗車定員の少なさ、室内空間の狭さ、航続距離の短さといった、あらゆる制限が非購入の理由となる。同程度の価格を支払うのであれば「自動車のほうがよい」と感じられている。
	軽自動車に及ぼす影響	■ 超小型モビリティが50万円の価格の時の購入意向は、4割に満たない。 ■ 実際に超小型モビリティを見たことがある対象者からは、既存交通との摩擦からネガティブな声があがった。 ■ 現在利用している軽自動車の代替としての購入意向よりも、個人用、バイク・自転車の代替としての購入意向の方が多く見受けられた。 WEB調査より、超小型モビリティの価格を仮定して、価格別の購入意向を確認した。 ・購入意向は、100万円では1割を切る。50万円になると、軽自動車ユーザーの37％が購入意向を示す。30万円まで下がってやっと半数の購入意向を獲得できる。 インタビュー調査では、超小型モビリティについてどのように捉えられているか、実際のユーザーの声を聞いた。 ・実際に超小型モビリティが走行している様子を見ている対象者も見受けられた。サイズ・走行速度から現在の交通の中に、超小型モビリティがうまく交えないのではないかという不安が聞かれた。 ・購入意向者については、現在の車の利用状況を鑑みて、「自分一人であれば自動車でなくとも、超小型モビリティで十分なのでは」という声もあった。しかし全般的には、「車の代替手段として」ではなく、「バイクや自転車の代替手段として」の購入が考えられている。 ・現状の位置づけでは混合交通への不安やあらゆる制限等から、すぐに普及にはつながらず、軽自動車への影響は少ないと考えられる。

（WEB）

1.新規デバイスへの期待　(1)機能・技術認知浸透状況

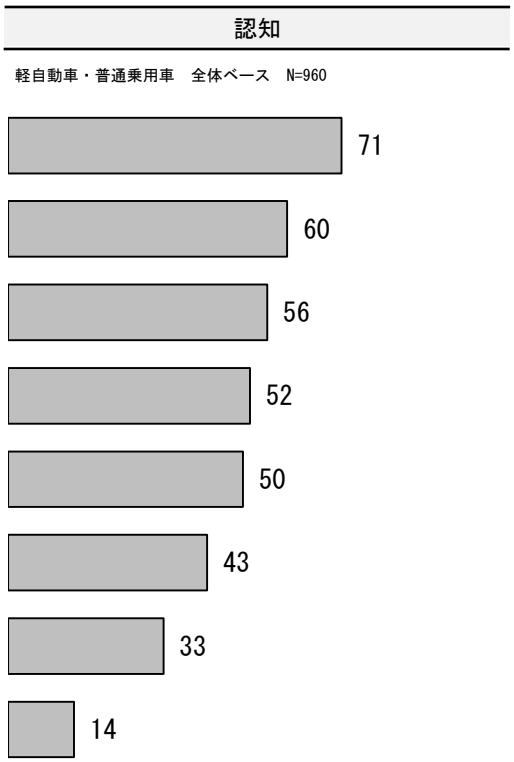
■ アイドリングストップ、衝突被害軽減ブレーキ等の新規デバイスの認知は高いが、軽自動車への搭載認知は、2～3割前後と総じて低い。

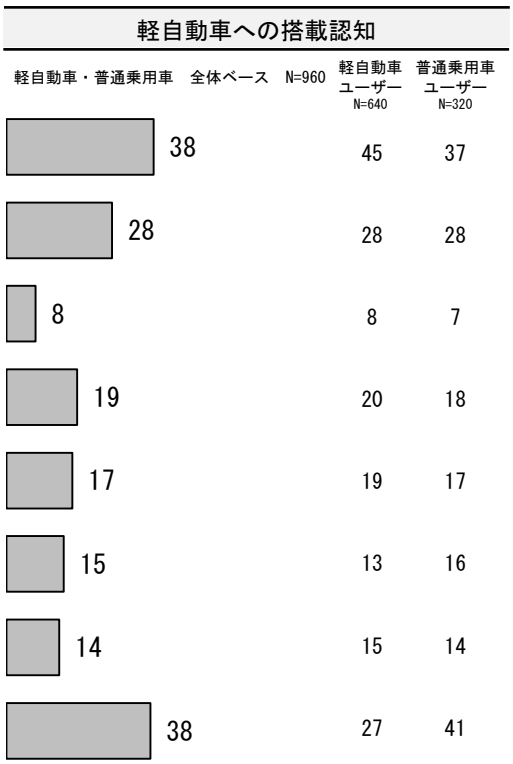
■ 軽自動車に新規デバイスが搭載されていることを全く知らないユーザーが38％である。

- 主要な7つの自動車機能・技術の認知率をみると、「アイドリングストップ」が71％と最も高く、次いで「衝突被害軽減ブレーキ」が60％だった。
- 軽自動車への搭載認知率をみると、総じて2～3割と低い。「ひとつもない」と回答したユーザーが38％いる。

図表6-1　自動車機能・技術認知

単位：％





1.新規デバイスへの期待　(2)搭載機能の購入意向

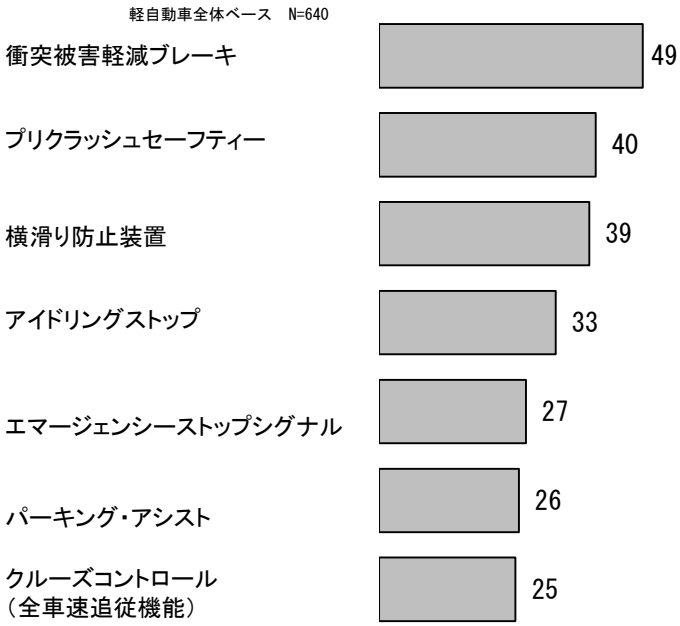
■ **軽自動車ユーザーの半数が衝突被害軽減ブレーキ搭載車への購入意向がある。**

■ **軽自動車への機能・技術の搭載が評価されている。**

- 軽自動車ユーザーが、車に付いていたら購入したいと思う機能をみると、「衝突被害軽減ブレーキ」が49%と最も高く、次いで「プリクラッシュセーフティー」が40%と、最新の安全デバイスを搭載した車の購入意向が高い。
- 女性では「プリクラッシュセーフティー」、男性では「アイドリングストップ」の搭載車への購入意向が高い。
- インタビュー調査から得られた発言をみると、新規デバイスの搭載認知によって、軽自動車のイメージが変わり、期待が高まっていることがうかがえた。

図表6-2　車に付いていたら購入したいと思うもの

単位：%



		軽自動車全体ベース	衝突被害軽減ブレーキ	プリクラッシュセーフティ	横滑り防止装置（VDC・VSAなど）	アイドリングストップ	エマージェンシーストップシグナル	パーキング・アシスト	クルーズコントロール（全車速追従機能）
軽自動車 全体		640	49	40	39	33	27	26	25
年代	20代以下	60	31	32	25	25	20	25	22
	30代	216	48	41	41	32	28	26	31
	40代	44	47	36	43	26	17	14	20
	50代	222	58	44	41	29	31	24	26
	60代以上	98	46	38	38	42	26	30	20
性別	男性	320	46	34	41	38	25	21	27
	女性	320	51	45	37	28	29	30	24

全体+3%以上

【軽自動車搭載機能について（インタビュー調査より）】

軽自動車に搭載している最近の機能についての発言

- 衝突被害軽減ブレーキが羨ましい。CMを見て、いまどきの軽自動車は凄いなと思った。（前車は事故で廃車にしたので）次は衝突被害軽減ブレーキが付いている軽自動車を買いたい。（26歳女性）
- 各メーカーがよくテレビで宣伝している「人が急な動きをした時にそれを避けるようなシステム」を軽自動車のメーカーもどんどん取り入れたら、軽自動車がもっと見直されるのではないかと思う。（59歳男性）
- パワースライドドア、バックガイドモニターが軽自動車に付いているのは意外であった。（37歳女性）
- ABS、エアバッグが標準になって、軽自動車が普通乗用車に追いついて来ているのかなと思う。最新の軽自動車だと衝突被害軽減ブレーキとかサイドエアバッグとかもオプションで選べるようになっている。軽自動車が売れているだけに、メーカーが真剣に軽自動車のことを考えている感じがする。（39歳男性）

搭載機能によって軽自動車に対するイメージが変化

- 軽自動車の進化を驚きを持って実感
- 普通乗用車と遜色ない装備がついていると感じている
- 選べる搭載機能が増え、次回購入時の期待が高まる

（WEB）

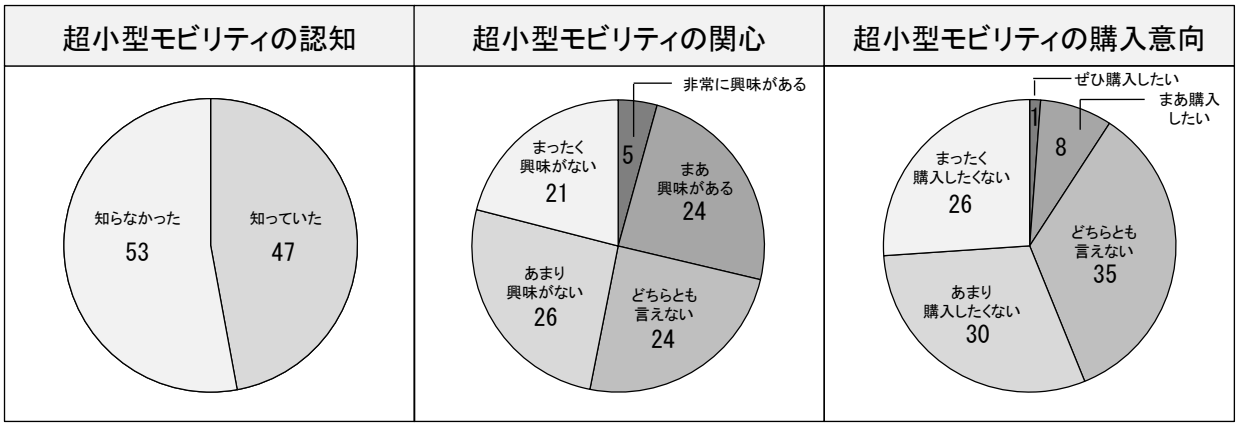
2.超小型モビリティの評価 (1)認知浸透状況

■ **超小型モビリティの認知率は47%、関心は29%と高い。しかし、用途の制限により、購入意向率は全体の9%に留まる。**

- 小型モビリティの認知率は47%と全体の約半数を占める。特に60代の認知率が高い。一方で、女性や20代、30代の若年層では認知率が低い。「非常に興味がある」のは全体の4%、「まあ興味がある」のは24%であり、全体の約28%が興味を持っている。購入意向率は全体の9%である。
- 小型モビリティの購入意向理由は、気軽な移動に便利であることと、低コストである点である。非購入意向理由は、車内空間の狭さ、それに伴う積載量や乗車人数の少なさ、航続距離の短さがあげられた。

図表6-3 超小型モビリティの認知・関心・購入意向

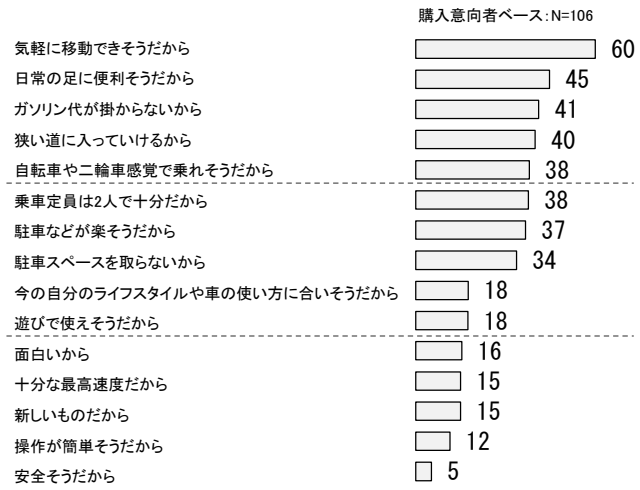
単位：%



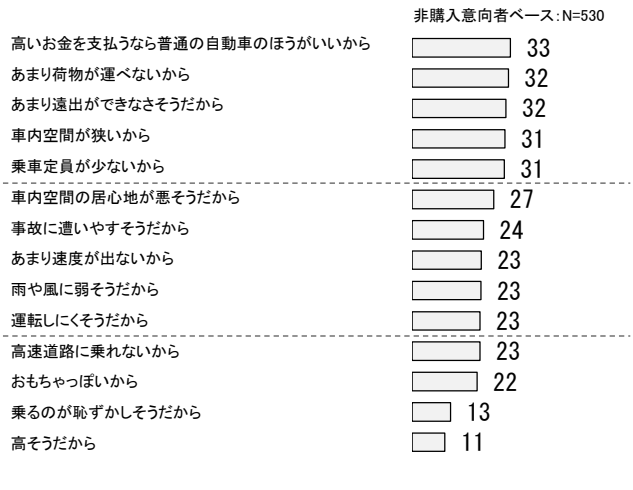
		軽自動車・普通乗用車全体ベース	超小型モビリティの認知		超小型モビリティへの興味		超小型モビリティ購入意向	
			知っていた	知らなかった	興味がある	興味がない	購入したい	購入したくない
軽自動車・普通乗用車 全体		960	47	53	29	47	9	56
性別	男性	480	52	48	32	46	10	59
	女性	480	40	60	24	49	9	52
年代	20代以下	84	31	69	19	51	14	63
	30代	266	34	66	28	51	9	62
	40代	149	48	52	27	52	11	60
	50代	309	51	49	29	45	7	53
	60代以上	152	54	46	33	41	9	52
軽自動車ユーザー		640	45	55	29	49	12	54
普通乗用車ユーザー		320	48	52	29	46	9	57

全体+3%以上

図表6-4 購入意向理由



図表6-5 非購入意向理由



（WEB）

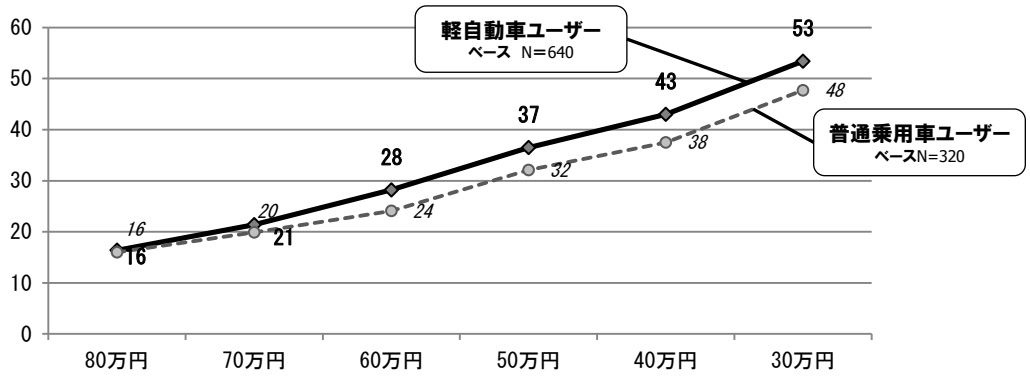
2.超小型モビリティの評価　(2)購入意向と利用用途

■ **超小型モビリティが50万円の価格の時の購入意向は、4割に満たない。**

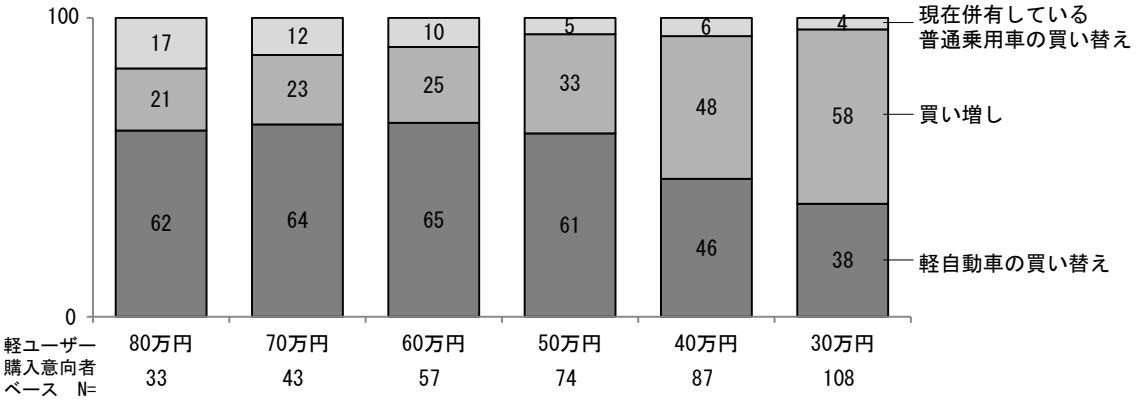
- 超小型モビリティに、仮の価格をつけて、その価格の時の購入意向を確認した。
- 50万円まで価格が下がると、購入意向は軽自動車のユーザーで37%、普通乗用車のユーザーで32%となる。30万までさがって、やっと半数の購入意向を獲得できる。
- 価格帯別に、現在の保有車をどうするかをみると、購入意向が半数を超える30万円では、今の保有車に加えた「買い増し」としての購入が58%となっている。
- 利用用途としては「日常の買い物」想定が63%と多い。

単位：%

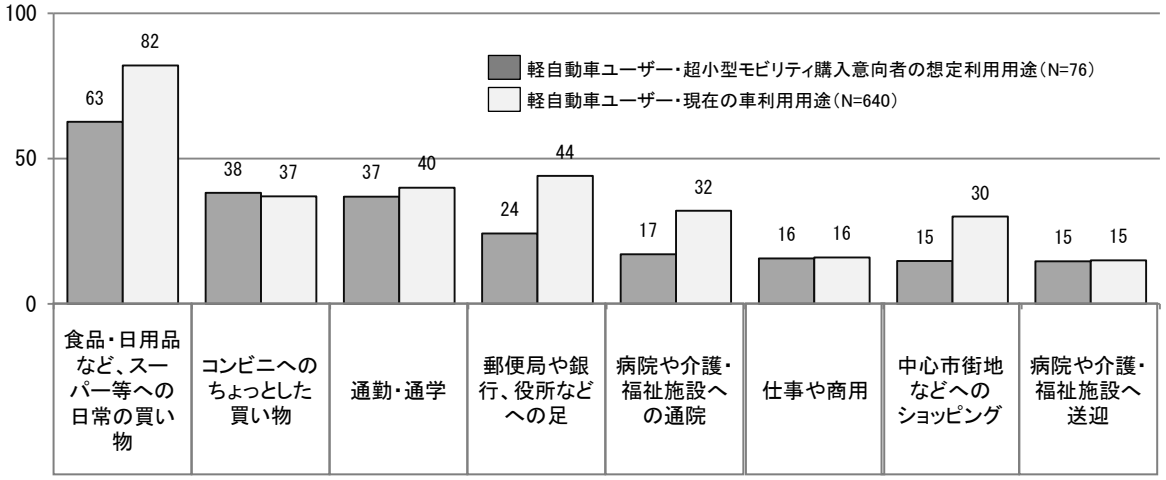
図表6-6　超小型モビリティの価格帯別購入意向



図表6-7　超小型モビリティ購入時の買い替え状況



図表6-8　超小型モビリティの利用用途と現在の軽自動車の使い方



（FGI）

2.超小型モビリティの評価　(3)イメージと導入条件

- 実際に超小型モビリティを見たことがある対象者からは、既存交通との摩擦からネガティブな声があがった。
- 現在利用している軽自動車の代替としての購入意向よりも、個人用、バイク・自転車の代替としての購入意向の方が多く見受けられた。

【超小型モビリティについてインタビュー調査から得られた結果】

超小型モビリティの認知と関心			
実際に見たイメージ	好感	サイズ感がよい	・かなり前から興味があって欲しかった。時々セブンイレブンとかの前に、業務用で使っているものを見かけるが凄く欲しい。友達宅に車で遊びに行くと路上駐車になることもあるので、超小型モビリティをそのようなときや近場に行く時に使いたい。（56歳・子独立）
	マイナスイメージ	使用イメージを持てない	・うちの近くのクリーニング屋が超小型モビリティを使ってる。多分、クリーニングの回収だけを行っており、決められた範囲を回っている。確かに、超小型モビリティ自体は優れてるかなとは思う。しかし、まだ自分で使うような感じは持てない。（48歳男性・子育て）
		現在の交通の速度に乗り切れていない	・実家の栃木とかで見たことはある。最高速度60kmだが、本当MAX速度の60km出せるのかな？と不安。道路は、大体制限速度50・60kmの道が多い。ベタ踏みしないとMAX速度の60km出せないのだとすると、もうちょっと余裕が無いと・・・と思う。あとは荷物が載らない感じがある。急いでいる時に超小型モビリティに前を走られたらイラっとする。（26歳女性・未婚）
		混合交通の中では危なく感じる	・超小型モビリティは怖い。時々街で乗っているのを見かけるが、こっちがぶつけたら相手が飛んで行ってしまうような感じがする。超小型モビリティに並走されると、自転車とかバイクと並んで走っているのと同じような感じ。近くを走りたくない。（45歳女性・未婚）

超小型モビリティの購入意向		
購入意向あり	個人用バイク・自転車の代替として購入（自動車にプラス）	・乗車定員の関係で、子供は乗れないので実用性を求めず自分の趣味用の車として、であれば欲しい。原付のバイクだと雨の日合羽着ないと大変だけど、超小型モビリティなら屋根があるのでOK。個人用、原付がわりなら全然OKだと思う。（33歳男性・末子未就学） ・横浜市が超小型モビリティを、導入してるのは知っている。バイクや自転車代わりにはいいと思う。車の代わりではない。限られた地域で、限られた場所・距離で使うならいいかなと思う。（63歳男性・子独立）
	車の代替として購入	・10年後も結婚せず、車に乗るのは自分一人だけの可能性が高いので、超小型モビリティが次の車の買い替え候補になる。誰かを乗せる事もないし、買物にしか使わないし十分。今はまだ走行距離が短いんだろうが、十年経ったら走行距離が伸びてると思うので、そしたら軽自動車から超小型モビリティに買い替える。（43歳男性・未婚） ・自分は乗らないが、送迎だけの為に妻が使うとかであれば買う。（48歳男性・末子中高生） ・うちは軽自動車をファミリーカーとして使っているが、乗るのが私だけだったら超小型モビリティのほうがが良いかなと思う。（56歳・子独立） ・家には充電インフラ（電気自動車を自宅で所有）があるから、電気の超小型モビリティが欲しい。超小型モビリティが100万円でも多分買いそう。そしたら軽自動車は止めると思う。（49歳・末子中高生）
購入意向なし	車の代替にはならない	・独身なので2台持つと言う選択はない。高速に乗れないし超小型モビリティ1台だけだと厳しい。バイクの屋根付きって感じ。ピザ屋のバイクみたい。車ならドアぐらいは欲しい。（26歳男性・未婚） ・超小型モビリティに、ドアを付けない理由はあるのか。ドアがないと雨が降ったら、吹き込んで濡れるので困る。車の代わりにするなら雨風が防げないとダメ。（59歳男性・未婚） ・超小型モビリティは中途半端だと思う。電気っていうところが魅力なのかもしれないけど、自分は多分買わない。自転車・バイク・軽自動車の間に何か入ると思わない。だったら自転車でいいんじゃないかと考えてしまう。（51歳男性・子独立）
	危ない	・自転車とかバイクが走っているのと同じような感じで、近くを走りたくない。乗っている人はどういう用途で買ったのかと思う。高齢者向けというが、高齢者にはどう見ても危ない。（45歳女性・未婚）
価格が50万円だった場合	バイク・自転車の代替として購入（自動車にプラス）	・車検がなくて50万位だったら家に置いておいても良いかなと思うが、所有車が超小型モビリティだけになる事はない。将来的に普通乗用車を買ってプラスα で転がしておく。（39歳男性・末子中学生） ・車かバイクなのか、どっちつかずだと思うけど凄く安かったら欲しい。50万とか40万とかだったら、自分専用の自転車代わりに買う。（42歳女性・夫婦のみ）
	軽自動車の代替として購入（主に普通乗用車との併有）	・価格は100万円だったら買わない。50万なら足替わり、軽自動車の代わりに買うかも。（59歳男性・未婚） ・100万だと高い。70万円ならバイクも持ってるし、いらない。50万くらいならあり。50万円なら軽自動車を止めて、普通乗用車とその超小型モビリティの所有にする。そのコンパクトなサイズだったら、無理すれば今の駐車場に普通乗用車と、超小型モビリティと入るかもしれないのでよい。バイクと違って、屋根があり雨にぬれないので、もしかしたら面白いかも。（48歳男性・末子中高生）

Ⅶ.税制の変更による影響　まとめ

さいごに、消費税増税や、軽自動車税増税の自動車ユーザーへの影響をみた。

消費税の増税によって、保有期間の長期化と費用全般の削減が進むことがうかがえる。軽自動車ユーザーでは、軽自動車への歩留まりが高まり、経済上の理由で車を持つのが難しくなると考える人が多い。

一方の軽自動車税増税について、基礎的な実態から確認すると、車の税制に対する認知は高く、「取得税」「重量税」「軽自動車税」への負担感は4～5割と高い。中でも、家族を持つ40代や、お金がない若者には負担感が大きいことが確認された。

今後、軽自動車の税金の変動によるユーザーの保有意識をみると、軽自動車の税金が+5000円増えただけで7％の人が台数を減らし、+8,000円増えると17％が台数を減らし、11％が軽自動車から普通乗用車に移る。数千円でも軽自動車の税金を増やすことは、軽自動車の需要減少に留まらず、自動車の保有台数をも減少させるインパクトがあることから、自動車業界への影響の大きさがうかがえる。

消費増税の影響	■ 消費税増税により、自動車の保有期間の長期化と自動車にかける費用削減の意識が進む。 ■ 軽自動車ユーザーでは、軽自動車への歩留まりが高まることに加え、経済上の理由で車を持つのが難しくなる人が2割程度みられる。 今回はWEB調査より消費増税後の自動車購入・自動車所有の見通しを確認した。 ・軽自動車ユーザーでは「維持費がかからない車を選ぶ」、「なるべく軽自動車を選ぶ」など、より軽自動車に歩留まる可能性が高まる。一方で、「できる限り長く乗り続けるようになる」「経済上、車を持つのが難しくなる」といった、保有台数の減少も懸念される。

軽自動車税増税の影響	現在の自動車税認知と負担感	■ 車の税金に対する認知率は70％に上り、男性や60代の認知率が高く、20代の認知率は低い。 ■ 軽自動車税を負担に感じる割合は3割を超え、20代・30代の若い層では4割を超える人が負担に感じる。 WEB調査より車の税金に対する認知、負担感を確認した。 ・車の税金に対する認知率は70％にのぼり、「自動車取得税」「自動車重量税」「軽自動車税」の順に高い。3割を超える軽自動車のユーザーが、7,200円の軽自動車税を負担に感じている。特に20・30代の若い層で、その負担感が全体よりも高い傾向となる。
	軽自動車税増税の保有への影響	■ 数千円でも軽自動車の税金を増やすことは、軽自動車の需要減少に留まらず、自動車の保有台数をも減少させる可能性もある。自動車業界への影響の大きさが懸念される。 軽自動車税増税による保有動向変化をみるため、軽自動車税のいくつかの変更例を提示した。 ・軽自動車税が15,000円（+7,800円）に値上げした場合、約1割は「軽自動車から普通小型車への移行」の意向となる。また、約2割が「自動車の保有中止・減車」となる。 ・軽自動車税が25,000円（+17,800円）に値上げした場合、「軽自動車から普通小型車への移行」は24％、「自動車の保有中止・減車」は25％と影響が拡大する。

（WEB）

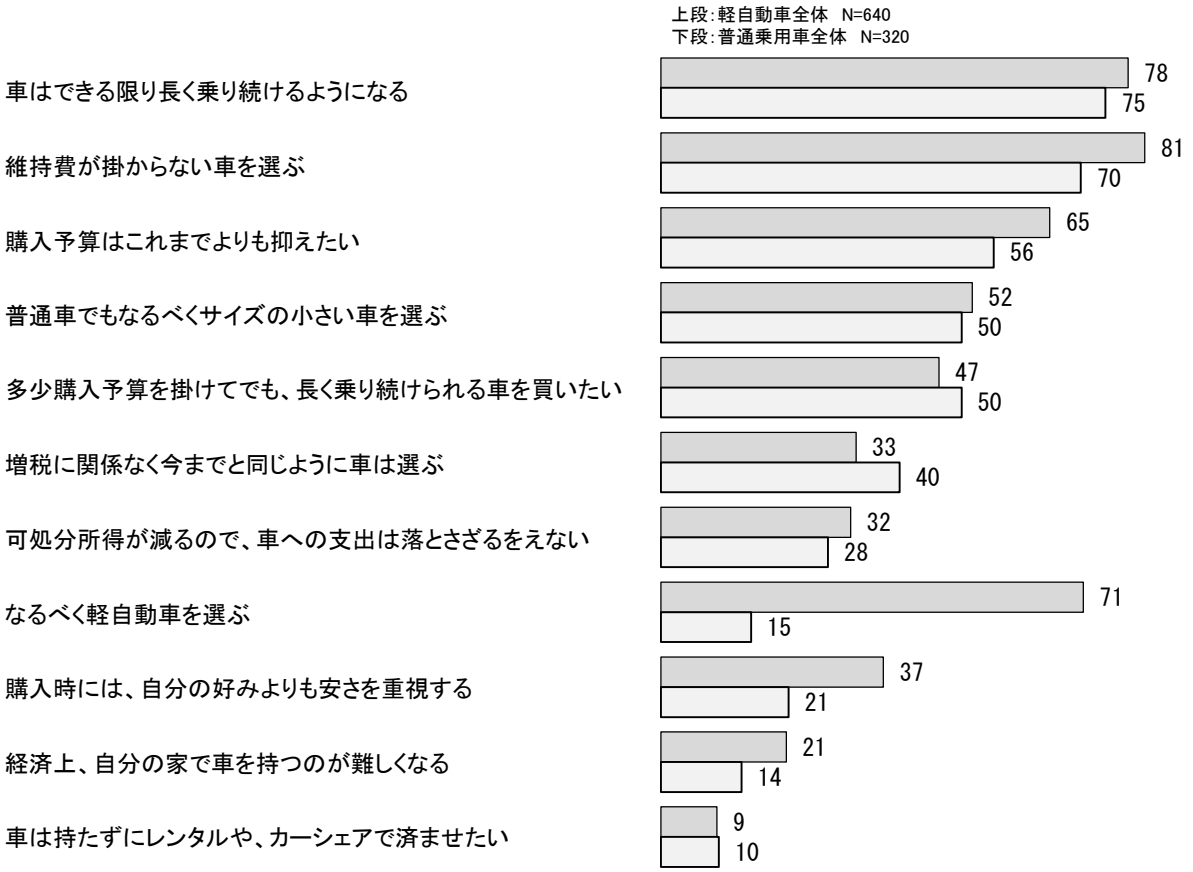
1.消費税増税の影響

■ 消費税増税によって、自動車の保有期間の長期化と自動車にかける費用削減の意識が進む。
■ 軽自動車ユーザーでは、軽自動車への歩留まりが高まり、経済上の理由で車を持つのが難しくなる人が2割程度みられる。

- 軽自動車ユーザーでは、「維持費がかからない車を選ぶ」81％、「なるべく軽自動車を選ぶ」71％など、より軽自動車に歩留まる可能性が高まる。一方、「できる限り長く乗り続けるようになる」が78％と多く、保有期間の長期化や、「経済上、車を持つのが難しくなる」21％のような、保有台数の減少が懸念される。

単位：％

図表7-1　消費税増税後の自動車購入・自動車所有の見通し



（留置/FGI）

2.軽自動車税増税の影響 (1)車の税金の認知と負担感

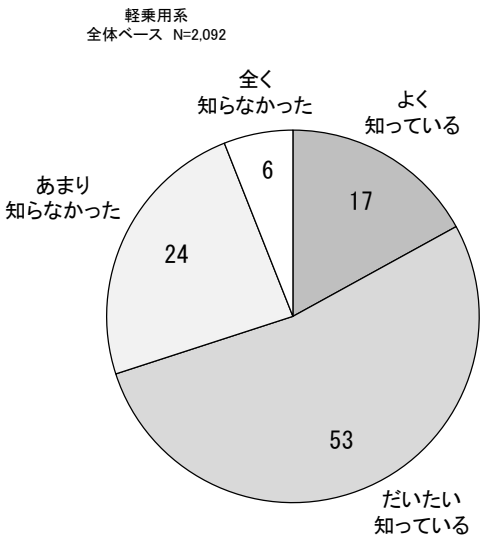
■ **車の税金に対する認知率は70%に上り、男性や60代の認知率が高く、20代の認知率は低い。**

■ **軽自動車税を負担に感じる割合は3割を超え、20代・30代の若い層では4割を超える人が負担に感じる。**

- 車の税金に対する認知率は70%、男性、60代以上ほど高い。車の税金に関する負担は、「自動車取得税」49%、「自動車重量税」47%、「軽自動車税」36%の順に高い。
- 軽自動車税を負担に感じる割合は3割を超え、20代・30代の若い層では4割を超える人が負担に感じる。
- インタビュー調査では、軽自動車税が普通乗用車と比べて安いことを認知している人は多くいたが、具体的に金額まで認知している人は僅かであった。

図表7-2 車の税金に対する認知度

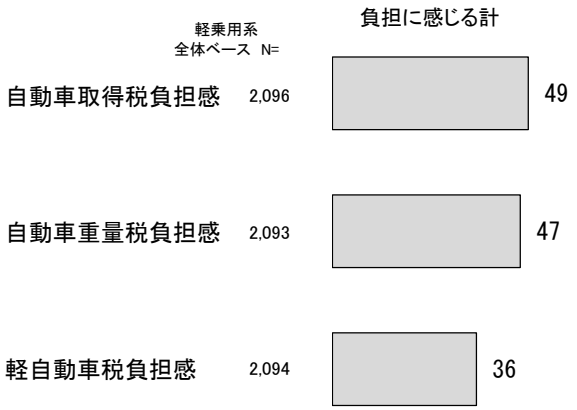
単位：%



		軽乗用系全体ベース	よく知っている	だいたい知っている	あまり知らなかった	まったく知らなかった	知っている計	知らなかった計
軽乗用系 全体		2,092	17	53	24	6	70	30
性別	男性	901	22	54	19	5	76	24
	女性	1,191	14	53	26	6	67	33
年齢区分	20代以下	201	10	44	31	15	54	46
	30代	399	11	58	26	6	69	31
	40代	420	19	57	21	3	76	24
	50代	395	18	55	23	4	73	27
	60代以上	677	22	51	22	5	73	27

全体+3%以上

図表7-3 車の税金に対する負担感



		自動車取得税		自動車重量税		軽自動車税	
		軽乗用系全体ベース	負担に感じる計	軽乗用系全体ベース	負担に感じる計	軽乗用系全体ベース	負担に感じる計
軽乗用系 全体		2,096	49	2,093	47	2,094	36
年齢区分	20代以下	202	48	202	45	202	43
	30代	402	50	401	48	400	40
	40代	420	53	420	46	420	38
	50代	394	49	394	46	395	32
	60代以上	678	47	676	47	677	31

全体+3%以上

【インタビュー調査より対象者から得られた軽自動車税増税の影響】

		発言
軽自動車税認知	知っていた	・7,200円だと思う。(27歳男性) ・7,000円台だと思った。(46歳男性) ・10,000円でお釣りが来る位という認識。(49歳男性) ・普通乗用車と比べて金額が一桁違うという認識。(37歳女性)
	知らなかった	・安いことはわかってたが、細かい金額までは知らなかった。(51歳男性) ・金額までは知らなかった。(43歳男性) ・明細書を見て、前に乗っていた車の37,000円と比べてこんなに安いんだと思ったのは覚えているが、詳細な金額は分からない。車両価格を重視しているため、税金等の維持費は後回しに考えている。(45歳女性)

（留置/FGI）

2.軽自動車税増税の影響 (2)軽自動車税増税の保有への影響

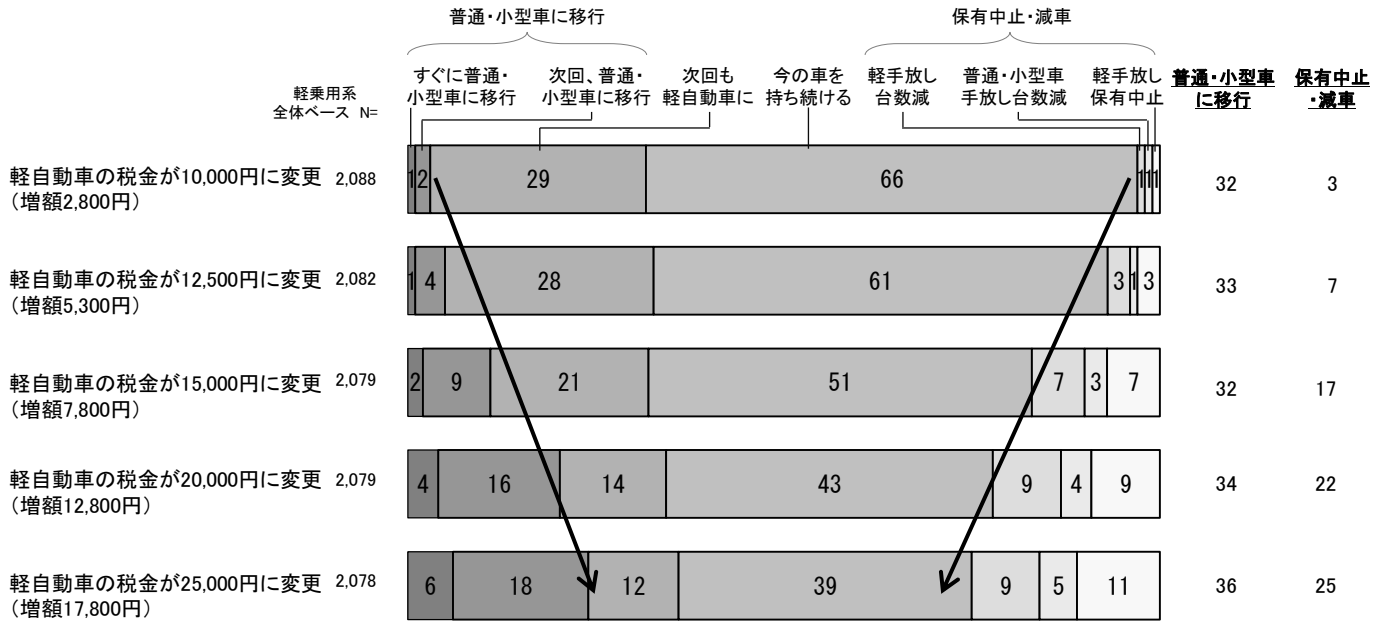
■ **数千円でも軽自動車の税金を増やすことは、軽自動車の需要減少に留まらず、自動車の保有台数をも減少させる可能性もある。自動車業界への影響の大きさが懸念される。**

- 軽自動車税増税による保有動向変化をみるため、軽自動車税のいくつかの変更例を提示した。
- 軽自動車税が15,000円（+7,800円）に値上げした場合、「軽自動車から普通小型車への移行」は11%、「自動車の保有中止・減車」は17%となる。
- 軽自動車税が25,000円（+17,800円）に値上げした場合、「軽自動車から普通小型車への移行」は24%、「自動車の保有中止・減車」は25%と影響が拡大する。
- これらのことを踏まえると、軽自動車税の増税は、軽自動車の需要だけでなく、自動車全体の保有に与える影響も大きい。自動車業界全体に与える影響が大きいことが予測される。

図表7-4 軽自動車税増税による保有動向変化

単位：%

普通乗用車・小型乗用車の税額は現行のままとし、現状の軽自動車の軽自動車税（軽乗用車：7,200円、軽商用車：4,000円）が以下のように増額された場合の車の保有動向の変化について質問した結果
※小型乗用車の自動車税　1,000cc以下：29,500円、1,500cc以下：34,500円



【インタビュー調査より対象者から得られた軽自動車税増税の影響】

		発言
軽自動車税増税の場合の自動車選択	15,000円（増額7,800円）	・15,000円になったら少し無理をしても普通乗用車がいい。軽自動車も広いが、普通乗用車の方がより広いし、安全面も格段に上である。さらに、普通乗用車の方が急発進、急停止などの運転が楽であり、軽自動車と比べて気を遣わなくて済む。（33歳男性） ・15,000円を超えたら普通乗用車を考える。（27歳男性）
	20,000円（増額12,800円）	・20,000円超えたら大きさと運転のしやすさの観点から普通乗用車にする。（48歳男性） ・20,000円超えたら普通乗用車にする。（63歳男性） ・20,000円超えたら買い替えるかも知れない。税金は一緒だけど少ない燃料で走ってくれれば軽自動車のままで行くと思う。燃費も自動車税も一緒だったら多分普通乗用車に乗る。（46歳男性）
	25,000円以上（増額17,800円以上）	・25,000円くらいになったら1,000ccくらいの普通乗用車に乗る。費用もその方が安いし、それなりに荷物も積める。広さはそれほど変わらないと思う。（63歳男性） ・25,000円超えたら、普通乗用車を2台持ちになると思う。（59歳男性） ・燃費も税金も一緒だったら軽自動車の意味がない。25,000円超えたら替える。（39歳男性） ・29,500円になって高速代も上がったらもう選ばない。それなら普通乗用車のファミリーカーを選ぶかもしれない。祖父と祖母を入れて家族が5人なので、4人しか乗れない軽自動車よりは5人乗りの普通乗用車が良い。本体価格は購入時だけだが、税金は毎年払うものだから重要である。軽自動車は乗車人数も少なく、多くの人が乗るとスピードが上がらない。安全性の面からも普通乗用車がよい。（37歳女性）

軽自動車調査分科会　委員名簿

（ 2014年3月現在 ）

一般社団法人　日本自動車工業会

分科会長	鴛海　尚弥	三菱自動車工業㈱	商品戦略本部　商品企画部(岡崎) エキスパート
委員	森　文雄	スズキ㈱	国内宣伝部　調査課　課長
〃	村木　政志	スズキ㈱	国内営業企画部　調査課　係長
〃	栗城　康雄	スズキ㈱	東京支店　渉外課　係長
〃	小池　潤	スズキ㈱	東京支店　渉外課　係長
〃	加納　義之	ダイハツ工業㈱	商品企画部　次長
〃	飯室　豊	ダイハツ工業㈱	東京支社渉外チーム主任
〃	俵　良介	トヨタ自動車㈱	調査部　企画調査室　調査グループ
〃	諸角　岳子	日産自動車㈱	ｺｰﾎﾟﾚｰﾄ市場情報統括本部　主担 日本市場情報室
〃	村田　直哉	日産自動車㈱	ｺｰﾎﾟﾚｰﾄ市場情報統括本部 日本市場情報室
〃	原本　直子	富士重工業㈱	スバルグローバルマーケティング本部
〃	新保　昌史	本田技研工業㈱	日本営業本部　営業開発室　　チーフ マーケティング戦略ブロック
〃	阿部　辰彦	本田技研工業㈱	日本営業本部　営業開発室 マーケティング戦略ブロック
〃	空閑　俊夫	マツダ㈱	ブランド推進部　主幹
〃	尾上　進	マツダ㈱	国内営業本部　法人営業部 ｼﾆｱｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ
〃	吉田　大輔	マツダ㈱	国内営業本部　ブランド推進部
〃	長田　鉄也	三菱自動車工業㈱	商品戦略部　商品企画部　マネージャー
〃	前川　裕史	三菱自動車工業㈱	商品戦略部　商品企画部　主任
調査会社	合田　英了	㈱ＪＭＲ生活総合研究所	ﾋﾞｼﾞﾈｽ･ﾃﾞｨﾍﾞﾛｯﾌﾟﾒﾝﾄ･ﾏﾈｰｼﾞｬｰ
	古川　貴大	㈱ＪＭＲ生活総合研究所	リサーチャー