

2019年度

# 二輪車市場動向調査

2020年3月

一般社団法人 日本自動車工業会



## まえがき

国内需要台数は1982年の327万台をピークとした後に減少傾向となっており、2009年には50万台を下回る水準となりました。その後、2013年に向け微増傾向を示しましたが、足下では再び減少傾向となっております。ただし、その内訳をみてみますと、日常的利用がメインの50ccスクーターでは、電動アシスト付自転車との競合に加え、高齢化から市場が縮小する一方で、趣味性の高い51cc以上のオンロードは、リターンライダーの増加等を背景に、市場規模が踏みとどまる状況にあります。

上記を踏まえ、今回の二輪車市場動向調査においては、主に販売面での傾向の変化や、足下での最新の動向を探ることを目的に、新車購入ユーザー調査(郵送調査)に加え、トピック調査として4つのテーマから販売面で直面している課題に関わる調査を実施しました。具体的には、継続実施している郵送調査のほか、これまでになかった取り組みとして、居住地、年代、用途、保有モデルから対象者を抽出した8組へのインタビュー調査を実施することで、ユーザーの生の声を反映した点が特徴です。

特に、今回のトピック調査結果から得られた主な示唆点としては、レンタルバイクが需要拡大のキーとなること、販売店の廃業等を背景に、用品店やネット通販への流出が顕在化しつつあること、地元、地域への地道な販売活動の重要性を再確認できたこと、ステップアップ層の短期間での買い替え意向、じっくり考える傾向の双方に対応した販促活動が重要であること等があげられます。これらの調査結果を通じて、ユーザー意識のさらなる明確化と、特に販売面において、今後進めるべき対策の手だてを見つけることができたと考えております。

二輪車を取り巻く諸環境は厳しさを増す一方で、上記でも述べた通り、タイプや排気量によっては市場規模が踏みとどまるなど、明るい将来を展望できる兆しを垣間見ることもできます。今回の調査結果を生かし、今後も二輪車市場の回復へ向け、分科会としても積極的な取り組みを行っていく所存です。

最後に、本調査の企画・分析にあられた二輪車分科会の諸氏、調査の実施・分析にご協力いただきました株式会社現代文化研究所の方々に厚く御礼申し上げます。

2020年(令和2年)3月

一般社団法人 日本自動車工業会  
調査部会・二輪車分科会  
(主査会社 スズキ株式会社)

調査部会  
二輪車分科会 参画会社

分科会長	スズキ株式会社
分科会副会長	株式会社ホンダモーターサイクルジャパン
委員	川崎重工業株式会社
委員	株式会社カワサキモーターズジャパン
委員	ヤマハ発動機株式会社
委員	ヤマハ発動機販売株式会社
委託先	株式会社 現代文化研究所

# 目次

■まえがき	3
■本報告書を見るにあたっての留意点	8
I.新車購入ユーザー調査結果	9
1. 調査概要	12
(1)調査目的	
(2)調査設計	
(3)回収結果	
(4)集計サンプル数	
(5)調査の企画・分析	
2. 二輪車をめぐる諸環境	14
(1)二輪車の普及状況と人口の推移	
(2)免許取得者の推移	
3. 二輪車ユーザーの特性	16
(1)運転者特性	
①属性別購入二輪車	
②運転者特性の変化	
(2)免許併有状況	
(3)二輪車複数保有状況	
4. 使用状況	20
(1)使用実態	
①用途	
②ツーリング相手	
(2)使用頻度／月間走行距離	
①購入二輪車別	
②購入二輪車別変化	
(3)他車両使用状況	
5. 需要構造の変化	25
(1)購入形態	
①基本属性別	
②購入形態の変化とタイプ別／排気量別購入形態	
(2)購入状況	
①買い替えユーザーの直前使用車	
②買い増しユーザーの検討時期と併有パターン	
6. 購買行動	29
(1)購入プロセス	
①二輪車以外の乗り物との比較検討有無／比較検討内容	
②購入車種の情報源	
(2)支払い方法と車両本体平均価格	
7. 二輪車使用評価と課題	32
(1)二輪車使用時の課題	
①二輪車使用時の課題とその変化	
②属性別二輪車使用時の課題	
(2)購入後の期待度と満足度	
①購入二輪車期待	
②属性別購入二輪車期待	
③購入二輪車期待と満足	
(3)総合満足度	
①属性別総合満足度	
②属性別総合満足度要因	

(4)二輪車の駐車問題	
①二輪車の駐車で困った経験／困った場所	
(5)高速道路走行経験と課題	
①高速道路走行経験	
②高速道路走行に対する意識	
8. 二輪車の楽しみ方と期待	42
(1)レクリエーション実施経験と意向	
(2)洋用品の所有と意向	
(3)二輪車の楽しみ方情報源	
(4)二輪車のとらえ方	
①二輪車選択意識	
(5)二輪車周辺期待	
①施設・インフラに対する期待	
②商品サービスに対する期待	
③情報に対する期待	
(6)二輪車に乗ることで実現したいこと	
9. 今後の意向	50
(1)二輪車乗車意向	
①継続乗車意向	
②環境変化別二輪車保有・乗車意向	
(2)今後の上級免許取得意向	
II.トピック調査結果	53
II-1.二輪車のサブスクリプション(定額)の受容性	55
1. 結果概要	56
2. 郵送調査結果	57
(1)貸出サービスの利用状況	
①貸出サービスの利用経験とサービスの種類	
②レンタルバイクの利用理由	
③レンタルバイクのレンタル内容と満足度	
(2)利用者の貸出サービス推奨度	
(3)非利用者の希望利用シーン	
①レンタルバイクを利用したいとき	
②レンタルバイクを利用したくない理由	
(4)貸出サービスの購入への効果	
①レンタルバイク、サブスクリプションが購入のきっかけになるか	
②レンタルバイクが購入のきっかけになる理由／ならない理由	
3. FGI調査結果	65
II-2. 一般の人々のニーズに合う二輪車ベネフィットの発掘	67
1. 結果概要	68
2. 郵送調査結果	69
(1)二輪車ユーザーが持っている二輪車・二輪車ユーザーに対するイメージ	
(2)回答者自身(二輪車ユーザー)が思われたい希望イメージ	
(3)新規ユーザーの購入状況	
3. FGI調査結果	72

II-3. 求められる「あるべき販売店」と実際との差	73
1. 結果概要	74
2. 郵送調査結果	75
(1)希望店舗イメージ	
(2)購入先評価	
①購入先	
②購入先選択理由	
③購入先満足度	
(3)購入先のSNS/ウェブサイト利用状況	
①SNS/ウェブサイトの閲覧状況と閲覧内容	
3. FGI調査結果	80
II-4. 乗り換え需要の動機把握	82
1. 結果概要	83
2. 郵送調査結果	84
(1)買い替えユーザーの購入状況	
①移行パターン	
②ステップアップ層・1年以内買い替え層の特徴	
③買い替え間隔と検討時期	
(2)再購入ユーザーの購入状況	
①再購入ユーザーの購入状況	
②購入検討時期と再購入理由	
(3)買い替え・買い増し意向	
①買い替え・買い増し意向	
②買い替え・買い増し意向二輪車	
3. FGI調査結果	91
II-5. 販売に関し想定される今後の方向性	93
1. 二輪車のサブスクリプション(定額)の受容性	94
2. 一般の人々のニーズに合う二輪車ベネフィットの発掘	94
3. 求められる「あるべき販売店」と実際との差	95
4. 乗り換え需要の動機把握	95
参考1. 郵送調査調査票	96
参考2. フォーカスグループインタビュー調査概要	121
1. 調査概要	122
(1)調査目的	
(2)調査設計	
2. グループ別調査結果	123
(1)G1: 都市部ユーザー/若年層/日常用途利用	
(2)G2: 都市部ユーザー/若年層/非日常用途利用	
(3)G3: 都市部ユーザー/高齢層/日常用途利用	
(4)G4: 都市部ユーザー/高齢層/非日常用途利用	
(5)G5: 地方部ユーザー/年代・用途指定なし	
(6)G6: 都市部 非ユーザー/二輪車保有経験あり	
(7)G7: 地方部 非ユーザー/二輪車保有経験あり	
(8)G8: 非ユーザー/二輪車免許保有/二輪車保有経験なし	

■ 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	定常調査	• 郵送調査のデータを使用している。
	トピック調査	• 郵送調査及びFGI調査のデータを使用している。

共通	図表内データの表記について	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 図表内の数値は、断りのない限り%である。</li> <li>• 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。そのため、項目の和が合計の数値と一致しないことがある。</li> <li>• 本報告書内で、「△」「太字下線」がついているものは、有意水準5%の検定で集計ベース平均に対し+ (プラス)の有意差があるもの、「▽」がついているものは同様に- (マイナス)の有意差があるものである。</li> <li>• 集計ベース数値が30サンプル未満の場合は、「*」印を付け、標本誤差が大きくなることを示している。</li> </ul>
	各表現の定義について	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 平均値とはデータの合計値をデータ数で割った値のことをいう。</li> <li>• 中央値とは回答結果を順に並べた時、全体の中央に位置する値のことをいう。</li> <li>• 新車購入ユーザー調査を中心に、二輪車タイプは、出荷データを踏まえ以下のように分類をしている。</li> </ul> <p>スクーター 原付第一種(～50cc)            スクーター 原付第二種(51～125cc)            スクーター 軽二輪(126～250cc)            スクーター 小型二輪(251cc～)</p> <p>ビジネス 原付第一種(～50cc)            ビジネス 原付第二種(51～125cc)</p> <p>オンロード 原付第一種(～50cc)            オンロード 原付第二種(51～125cc)            オンロード 軽二輪(126～250cc)            オンロード 小型二輪(251～400cc)            オンロード 小型二輪(401cc～)</p> <p>オフロード 原付第二種(51～125cc)            オフロード 軽二輪(126～250cc)</p>
	調査の企画・分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 調査の企画分析は、一般社団法人日本自動車工業会に設けられた調査部会・二輪車分科会があたり、調査の実施および報告書の作成は(株)現代文化研究所に委託した。</li> </ul>

## I. 新車購入ユーザー調査結果

■項目ごとの調査結果概要

項目	概要
1. 調査概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今回郵送調査は原則前回までの調査フレームと同様*に実施。なおサンプル抽出はタイプ×排気量の市場構成に加え、居住地域(都市部・地方部)構成も加味した上で実施した。</li> <li>・今回の発送数は11,469サンプル(前回11,877)、有効回収数は4,967サンプル(前回5,062)であった。有効回収数は前回より若干少ないが、回収率は43.3%と前回の42.6%を上回った。</li> </ul> <p style="margin-left: 20px;">*今回は海外メーカー二輪車ユーザーを含まない</p>
2. 二輪車をめぐる諸環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・需要台数は2013年度と比べ、2018年度は77%にまで減少。2015年度以降は400千台を下回る水準で推移している。</li> <li>・保有台数は2013年度に比べ、2018年度は91%と緩やかな減少が進む。特に「原付第一種」の減少が大きい。</li> <li>・原付免許取得者数は、2018年度も前年比94%と減少傾向が続いている。一方、普通・大型二輪免許は、2013年度以降減少していたが、2018年度は普通二輪免許の取得者数が前年に比べ6,000人増、AT小型限定普通二輪免許が1,000人増となった。</li> <li>・原付第一種は、台数、免許取得者数とも落ち込むものの、他については足下での増加もみられるなど、回復の兆しがうかがえる。</li> </ul>
3. 二輪車ユーザーの特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前回調査と比べ、30代以下の構成比が6ポイント低下し12%、1ポイント増えた70代以上の12%に並んでおり、今後の動向に注視する必要がある。これにより全体の平均年齢が52.7歳から54.7歳と2歳高くなった。</li> <li>・特に、オンロード126～250ccの平均年齢が4.8歳上昇し48歳となり、251～400ccの47.1歳を超えた。</li> <li>・今後、30代以下のユーザーを如何に増加させるかについては、喫緊の課題となる。</li> </ul>
4. 使用状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全体での使用日数は3.9日から3.7日に減少。これに伴い、月間走行距離も265kmから239kmと、26km減少した。</li> <li>・タイプ別では、オンロードとオフロードの大排気量車で、月間走行距離が他より長いのが特徴である。</li> </ul>
5. 需要構造の変化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・購入形態をみると、全体の6割が買い替え、1割が新規購入となっており、この構造に大きな変化はない。</li> <li>・タイプ別では、ビジネス及びオンロードで再購入、買い増しが増加している。</li> <li>・直前使用車の使用年数は、前回調査結果と比べ減少。特にオンロードユーザーで顕著である。</li> </ul>

項目	概要
6. 購買行動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・二輪車以外の乗り物との比較検討率は17%と前回から増加している。</li> <li>・スクーターは「価格」「乗り慣れている」が高く、オンロードでは「乗った時の爽快感」の65%、「カッコいい」の42%が高い。</li> <li>・購入車の情報源はWebと販売店の実物が中心だが、若年層では口コミやSNSも活用される。オンロードでは加えて二輪専門雑誌や販売店での試乗など多様な情報を得ている。</li> </ul>
7. 二輪車使用評価と課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ユーザーが乗車時に気にするのは主に雨及び暑さ・寒さである。外出先の駐車場(少ない・料金が高い)や、特に軽二輪以上のユーザーにとって、高速道路料金(高値)が見直しされると乗車機会が増える。</li> <li>・購入した二輪車へ期待する点はスクーターやビジネスはコストや移動の利便性、オンロードやオフロードは走る心地よさや楽しさ、解放感である。</li> <li>・購入した二輪車への満足度は概ね高く、特にスピード感は期待度を大きく上回る。</li> <li>・「駐車で困った経験」は全体で30%、特に東京23区は48%にのぼるなど、都市部ほど高い。</li> </ul>
8. 二輪車の楽しみ方と期待	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オンロードユーザーを中心にツーリング経験率は高く、特に宿泊を伴うものへの意向も高い。オンロードユーザーはサーキットの体験走行への意向も高いうえに、増加傾向にある。</li> <li>・洋用品の所有率ではスマートフォンホルダーやアクセサリソケットが増加傾向にある。</li> <li>・二輪車を楽しむための情報源としては専門誌、Webや口コミやSNSのほか会員サービスやイベントからも情報収集されている。男性50代以下とオンロードユーザーでは口コミとSNSの活用も特徴的である。</li> </ul>
9. 今後の意向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・二輪車継続乗車意向の変化をみると、2013年度は88%であった「継続乗車意向あり」が、2019年度は6ポイント低下している。</li> <li>・男性30代～50代は、「今後もずっと二輪車に乗り続けたい」割合が高い一方、男性60代は「10年以内に乗らなくなる」と「あと数年でやめつもり」を合わせた割合が23%、同70代は41%と高くなっている。</li> <li>・環境変化別二輪車保有・乗車意向をみると、「保有を中止する」が最も高いのは「駐車スペースがなくなった時」で51%と最も高く、次いで「経済的に余裕がなくなったとき」が46%、「体力に自信がなくなったとき」が35%と続く。</li> </ul>

## 1. 調査概要

### (1) 調査目的

- ① 二輪車の新車を購入したユーザーの属性、需要構造、購入・使用の実態等を調査し、今後の市場動向を把握するための資料を得る。
- ② 今後の二輪車需要の維持・拡大に向けた取り組みの方向性を検討するための調査・研究とする。

### (2) 調査設計

①調査手法	郵送調査法
②調査地域	全国
③調査対象者	2018年6月～2019年5月に新車を購入した二輪車ユーザー(国内4メーカー ホンダ、ヤマハ、スズキ、カワサキ) ※海外メーカー二輪車ユーザーを含まない
④対象者抽出方法	・調査応諾者より、タイプ別×排気量別×地域別の市場構成に合わせ対象者を割当、抽出
⑤調査期間	・2019年8月26日(月)～2019年10月4日(金)

### (3) 回収結果

	都市部			地方部			全国			
	発送数	有効回収数	回収率	発送数	有効回収数	回収率	発送数	有効回収数	回収率	補正後表記サンプル数
原付第一種	2,912	1,065	37%	2,070	760	37%	4,982	1,825	37%	1,567
スクーター 原付第二種	1,093	540	49%	764	421	55%	1,857	961	52%	985
軽二輪	346	164	47%	242	134	55%	588	298	51%	282
小型二輪	105	51	49%	77	27	35%	182	78	43%	8
ビッグスクーター 原付第一種	544	132	24%	361	77	21%	905	209	23%	445
ビッグスクーター 原付第二種	435	268	62%	304	195	64%	739	463	63%	475
ビッグスクーター 原付第二種	171	103	60%	120	88	73%	291	191	66%	205
ビッグスクーター 軽二輪	400	173	43%	280	136	49%	680	309	45%	370
ビッグスクーター 小型二輪 251cc～400cc	177	85	48%	145	70	48%	322	155	48%	153
ビッグスクーター 小型二輪 401cc～	347	188	54%	285	167	59%	632	355	56%	412
オフロード 軽二輪	130	40	31%	91	42	46%	221	82	37%	57
オフロード 小型二輪	50	34	68%	20	7	35%	70	41	59%	8
全体 (先回調査)	6,710 -	2,843 -	42% -	4,759 -	2,124 -	45% -	11,469 (11,877)	4,967 (5,062)	43.3% (42.6%)	4,967 (5,062)

上記の地域区分「都市部」「地方部」とは以下を指している。

都市部: 東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、愛知県、大阪府、兵庫県、福岡県

地方部: 上記以外の道府県

なお、本報告書の集計・分析にあたっては、タイプ別×排気量別×地域別構成比に合わせてウェイト補正を行っており、本報告書に表記されている集計ベースは上記表「補正後表記サンプル数(仮想)」に基づいている。本報告書では上記により見かけ上少なくなっている集計ベースを灰字で表記しているが、十分なサンプルを確保した値であり、参考値ではない。

#### (4)集計サンプル数

〔全体(過去調査からの推移)〕

	2007年度	2009年度	2011年度	2013年度	2015年度	2017年度	2019年度
サンプル数	5,057	5,575	5,150	5,669	5,159	5,062	4,967

〔性年代別(2019年度)〕

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	無回答	合計
男性	42 (40)	147 (154)	267 (269)	722 (730)	1,262 (1,278)	1,049 (1,084)	400 (414)	89 (88)	3,978 (4,058)
女性	21 (17)	61 (58)	65 (66)	134 (127)	191 (175)	240 (216)	206 (185)	14 (13)	932 (857)
無回答	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	56 (51)	57 (52)

( )内はウェイト補正後表記サンプル数

〔タイプ別(2019年度)〕

	スクーター	ビジネス	オンロード	オフロード
サンプル数	3,162	672	1,010	123

〔排気量別(2019年度)〕

	～50cc	51～125cc	126～250cc	251～400cc	401～750cc	751cc～
サンプル数	1,980	1,648	705	154	113	313

#### (5)調査の企画・分析

調査の企画分析は、一般社団法人日本自動車工業会に設けられた調査部会・二輪車分科会があたり、調査の実施および報告書の作成は(株)現代文化研究所に委託した。

本報告書に使用されている「タイプ」における参考提示車種は次のとおりである。

タイプ	提示車種	
スクーター	ホンダ ヤマハ スズキ	:タクト・ディオ・PCX・フォルツァ :ビーノ・マジェスティ・TMAX :レッツ・アドレス・バーグマン200 など
ビジネス	ホンダ ヤマハ	:スーパーカブ :ギア など
オンロード	ホンダ スズキ ヤマハ カワサキ	:CB1300SF・NC750X :GSX250R・グラストラッカー :MT-09 :Z900RS・Ninja 1000 など
オフロード	ホンダ ヤマハ	:CRF1000L Africa Twin :セロー など

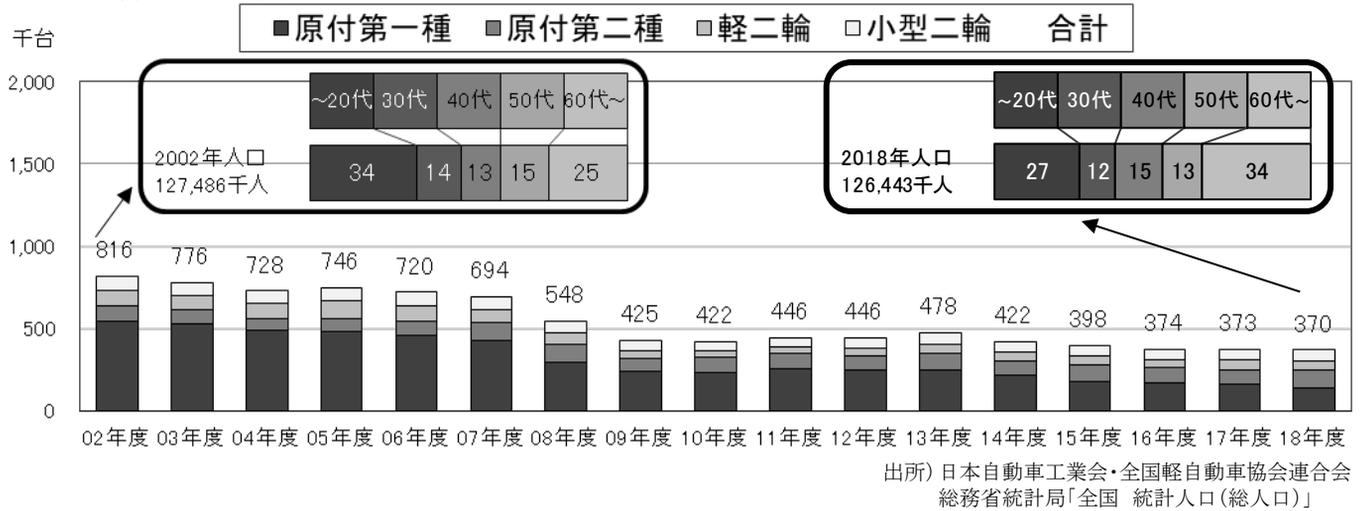
## 2. 二輪車をめぐる諸環境

### (1) 二輪車の普及状況と人口の推移

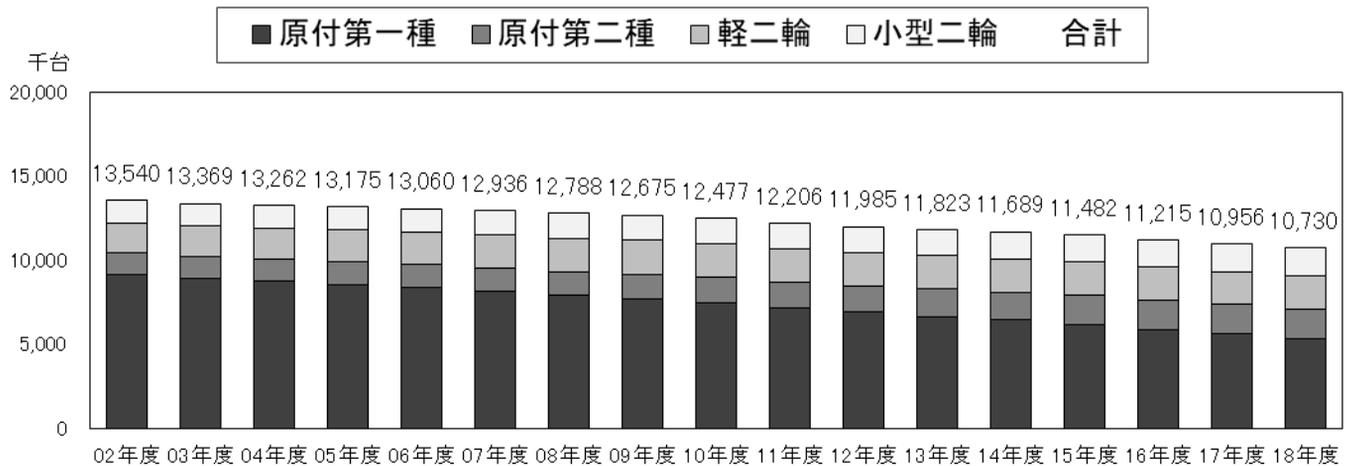
#### ● 二輪車の保有台数、需要台数とも漸減傾向

- 二輪車需要台数は、2007年度まで緩やかな減少傾向が続いた。その後、2008年度は違法駐車取り締まり強化による深刻な駐車場不足、2009年度は排ガス基準強化やリーマンショックの影響を受け、2008年度は548千台、2009年度は425千台と大きく減少した。その後2013年度まで横ばいの状況が続いていたが、2014年度には消費税率引き上げがあり、2015年度以降は400千台を下回る水準で推移。
- 二輪車保有台数の推移をみると緩やかな減少傾向が続き、特に「原付第一種」の減少が他より大きい。但し「原付第二種」以上は微増している。
- 人口構成をみると、2015年以降総人口の減少傾向は続く予想される。しかしながら、70代以上の人口は増加傾向にあり、高齢化がさらに進行することが予測される。

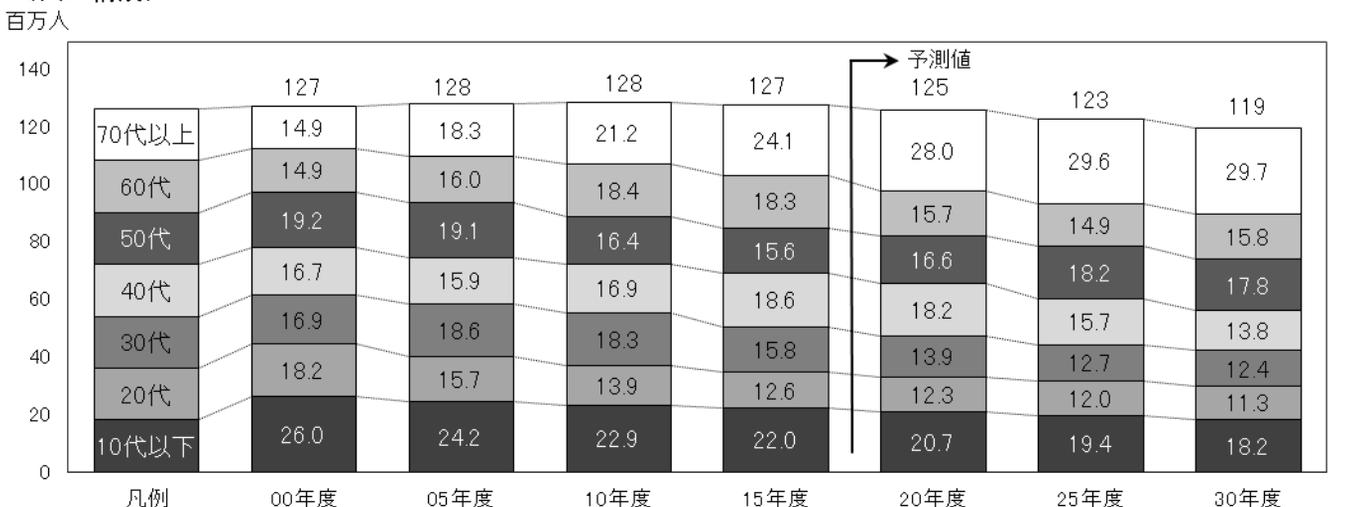
#### <二輪車需要台数の推移>



#### <二輪車保有台数の推移>



#### <人口構成>



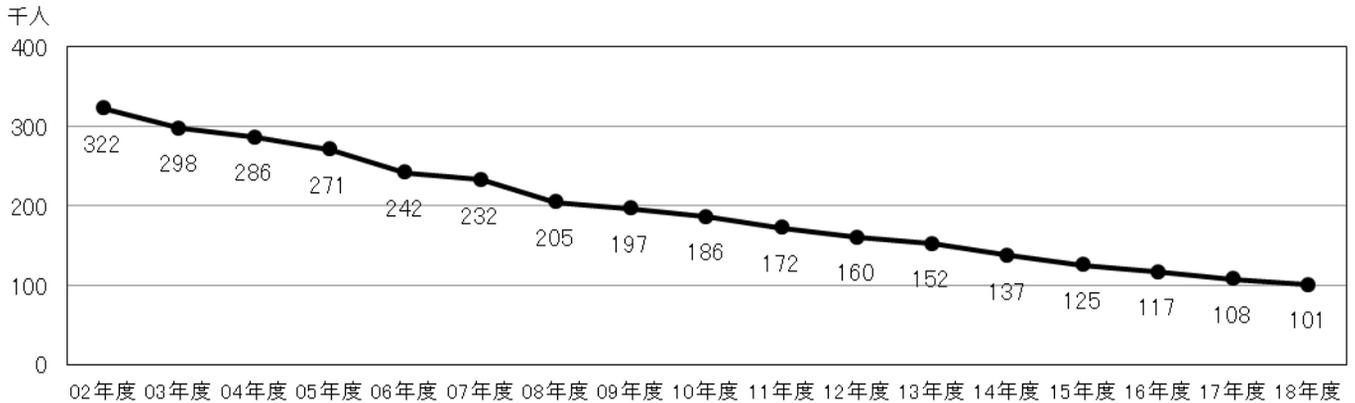
出所) 国立社会保障・人口問題研究所(中位推計)

## (2) 免許取得者の推移

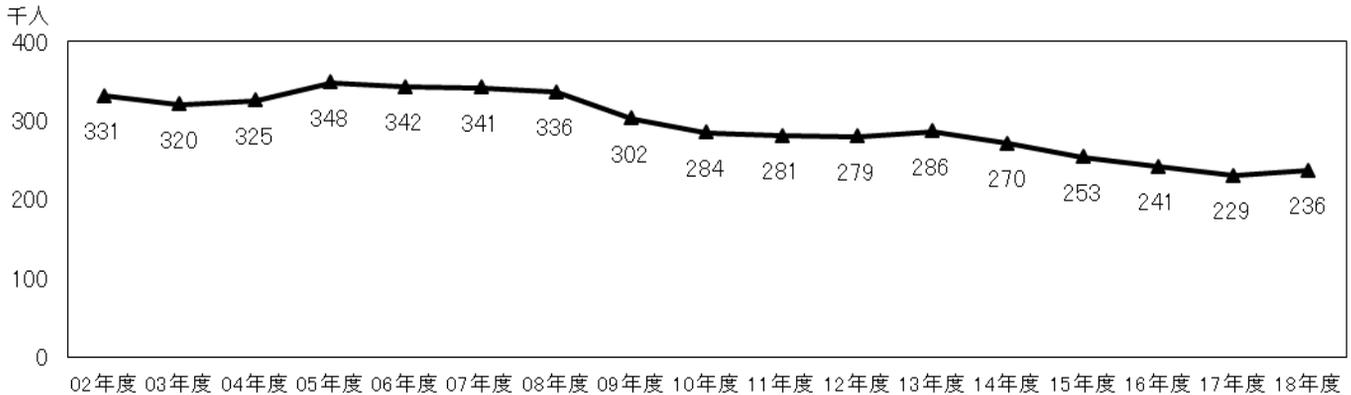
### ● 免許取得者数は減少傾向にあるも、足下で普通二輪免許などは増加

- 新規免許取得者数の推移をみると、原付免許は一貫した減少傾向が続く中、2003年度に300千人、2009年度に200千人を割り込み、2018年度には10年前の半数以下となる101千人に減少。
- 普通・大型二輪免許は2002年度から2008年度まで330千人前後の横ばいであったが、2009年度にやや減少し、2010年度には300千人を割り込んだ。以降減少傾向が続いたものの2018年度には236千人と前年度より回復。
- 2018年度に普通二輪免許の取得が増加した背景には「AT小型限定普通二輪」の1日の教習時制限が3時限から4時限に緩和された効果も窺える。
- AT限定でみると、「AT限定普通二輪」は、2010年度に9千人であったが年々減少し、2018年度には3千人まで減少。一方、「AT小型限定普通二輪」については、2010年度の7千人と比べ、2018年度は11千人まで増加しており、増加傾向にある。「AT限定大型二輪」は2010年度以降、100人前後の横ばいが続く。

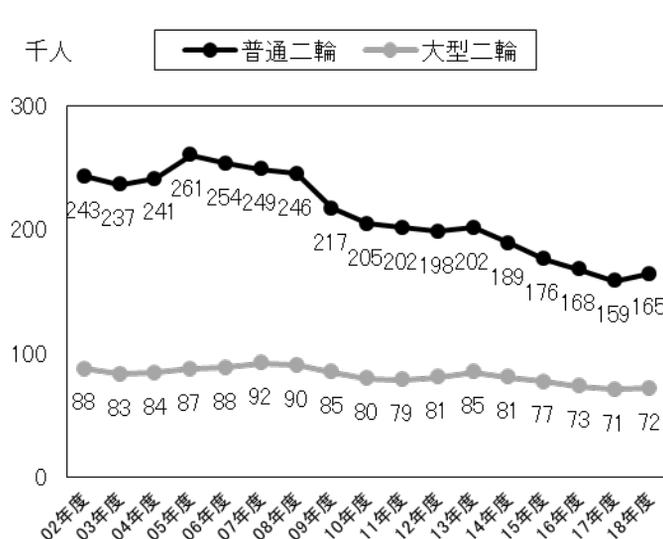
#### <新規免許取得者数の推移>(原付免許)



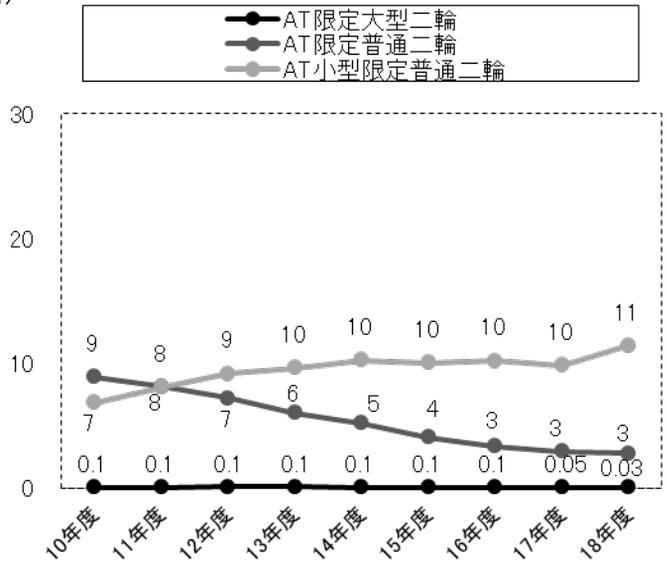
#### <新規免許取得者数の推移>(普通二輪+大型二輪免許)



#### <新規免許取得者数の推移>(普通二輪・大型二輪免許別)



#### <新規免許取得者数の推移>(AT限定)



### 3. 二輪車ユーザーの特性

#### (1) 運転者特性

##### ① 属性別購入二輪車

- 購入二輪車をみると男性の40～50代は、他と比べオンロード大排気量車の購入割合が高い
- 全体では「スクーター原付第一種」の32%が最も高く、次いで「スクーター原付第二種」の20%、「ビジネス原付第二種」の10%が続く。オンロードは排気量計で22%を占める。
- 男性は20代から50代は「オンロード」が高く、60代以上で「スクーター」と「ビジネス」、女性は年代を問わず「スクーター」が高いが、30～40代は「オンロード」が他の年代に比べ高い。
- 購入パターン別では、新規購入は「スクーター原付第一種」に次いで「オンロード軽二輪」が高い。

#### <属性別購入二輪車>

		n	スク 5 0 C C 原付第一種	スク 1 1 2 C C 原付第二種	スク 2 6 5 C C 軽二輪	スク 5 1 C C 小型二輪	ビ ジ ネ ス 5 0 C C 原付第一種	ビ ジ ネ ス 1 2 5 C C 原付第二種	オ ン ロ ー ド 5 0 C C 原付第一種	オ ン ロ ー ド 1 2 5 C C 原付第二種	オ ン ロ ー ド 6 5 2 5 0 C C 軽二輪	オ ン ロ ー ド 1 5 4 0 0 C C 小型二輪	オ フ ロ ー ド 2 6 5 0 C C 軽二輪	オ フ ロ ー ド 1 0 1 C C 小型二輪	%
全体		4,967	32	20	6	0.2	9	10	0	4	7	3	8	1	0.2
性別	男性	4,058	▽ 22	△ 22	△ 7	0.2	10	△ 11	0	△ 5	△ 8	△ 4	△ 10	1	0.2
	女性	857	△ 75	▽ 10	▽ 1	0.0	▽ 6	▽ 2	0	▽ 1	▽ 3	▽ 1	▽ 0	▽ 0	0.0
性年代	男性10代(16歳以上)	40	△ 60	▽ 5	2	0.0	6	3	0	10	12	2	0	0	0.0
	男性20代	154	▽ 24	▽ 12	2	0.0	7	6	0	5	△ 27	△ 10	7	1	0.0
	男性30代	269	▽ 18	△ 26	6	0.2	7	8	0	△ 7	△ 11	△ 7	8	1	0.0
	男性40代	730	▽ 16	△ 27	6	0.3	▽ 6	9	0	△ 6	△ 10	△ 6	△ 12	2	0.2
	男性50代	1,278	▽ 18	21	△ 7	0.3	▽ 7	△ 11	0	△ 6	8	4	△ 15	2	0.2
	男性60代	1,084	▽ 21	△ 22	△ 9	0.2	△ 12	△ 15	0	3	7	▽ 2	7	1	0.3
	男性70代以上	414	△ 46	▽ 16	▽ 3	0.0	△ 20	8	0	3	▽ 2	▽ 0	▽ 1	0	0.0
	女性10代(16歳以上)	*17	△ 94	6	0	0.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0
	女性20代	58	△ 66	▽ 9	0	0.0	10	▽ 0	0	0	11	3	▽ 0	1	0.0
	女性30代	66	△ 45	17	4	0.0	10	5	0	5	13	0	2	0	0.0
	女性40代	127	△ 57	18	▽ 1	0.1	5	6	0	2	8	1	▽ 1	1	0.0
	女性50代	175	△ 70	18	▽ 1	0.1	▽ 5	▽ 4	0	▽ 1	▽ 1	2	▽ 1	0	0.0
	女性60代	216	△ 88	▽ 4	▽ 0	0.0	6	▽ 1	0	▽ 1	▽ 0	▽ 0	▽ 0	0	0.0
女性70代以上	185	△ 91	▽ 2	▽ 0	0.0	7	▽ 0	0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	0	0.0	
年収	200万円未満	216	△ 43	15	▽ 1	0.1	△ 20	8	0	3	▽ 4	1	5	1	0.0
	200～400万円未満	887	△ 39	18	5	0.1	△ 13	9	0	3	6	2	▽ 4	▽ 0	0.0
	400～600万円未満	927	31	20	5	0.1	△ 11	10	0	5	7	3	7	1	0.2
	600～800万円未満	684	▽ 21	△ 25	△ 8	0.3	▽ 5	11	0	5	9	3	△ 12	1	0.1
	800～1000万円未満	506	▽ 24	23	6	0.2	▽ 5	10	0	5	9	△ 5	△ 11	1	0.1
	1000～1500万円未満	469	▽ 21	20	7	0.3	▽ 5	9	0	4	9	5	△ 18	1	0.4
	1500万円以上	126	▽ 23	19	9	0.5	8	11	0	1	8	4	△ 15	2	0.4
職業	会社経営者	161	▽ 18	17	9	0.5	10	9	0	5	7	3	△ 19	3	0.5
	フルタイム勤務者	2,256	▽ 21	△ 24	△ 7	0.2	▽ 5	10	0	△ 5	△ 10	△ 5	△ 12	1	0.2
	契約社員・アルバイト	901	△ 42	19	5	0.1	△ 11	9	0	▽ 3	6	▽ 2	▽ 4	1	0.1
	自営業	382	▽ 22	▽ 13	4	0.2	△ 22	△ 13	0	3	7	3	11	2	0.2
	学生	122	△ 57	▽ 9	▽ 1	0.1	9	▽ 3	0	6	△ 15	1	▽ 0	0	0.0
	その他職業	214	32	△ 25	3	0.2	9	9	0	5	▽ 3	5	7	2	0.0
	専業主婦・無職	771	△ 53	▽ 14	4	0.1	10	9	0	▽ 2	▽ 4	▽ 0	▽ 3	0	0.1
購入パターン	新規購入	499	△ 40	▽ 11	▽ 2	0.0	△ 12	▽ 4	0	4	△ 15	△ 7	▽ 4	1	0.0
	買い替え	2,463	△ 39	△ 22	6	0.1	8	▽ 7	0	▽ 2	▽ 5	▽ 2	8	1	0.1
	複数所有買い替え	505	▽ 13	△ 24	△ 8	0.4	▽ 5	△ 16	0	5	8	3	△ 16	1	0.4
	買い増し	655	▽ 16	18	5	0.3	8	△ 16	0	△ 9	△ 10	3	10	△ 3	0.3
	一時中断・再購入	747	▽ 24	17	5	0.1	△ 12	△ 13	0	△ 6	△ 10	4	7	1	0.0

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

\*:ベース30未満のため参考値

(1) 運転者特性

② 運転者特性の変化

● 二輪車購入者のメインは男性、年代は50代以上。高齢化が徐々に進み、30代以下の割合が減少し、70代以上と同じ割合に

○ 性別は男性が83%。平均年齢は54.7歳と2017年度から2歳高くなり、徐々に高齢化の傾向。

30代未満が2017年度から6ポイント減少し、1ポイント増えた70代以上と同じ12%となった。

○ オンロードはどの排気量クラスも平均年齢が上昇しているが、特に軽二輪クラスでは2017年度から4.8歳上昇し48歳となった。

<二輪車購入者年代>

全体	凡例	10代	20代	30代	40代	50代	無回答	平均年齢(歳)	女性比率(%)
09年度(5,575)		4	8	16	23	48	0	-	24
11年度(5,150)		4	7	14	23	51	1	(49.9)	21
13年度(5,669)		4	5	10	22	25	10	(51.4)	22
15年度(5,159)		3	6	9	20	25	13	(52.9)	20
17年度(5,062)		3	6	9	20	28	11	(52.7)	21
19年度(4,967)		14	7	17	30	26	12	(54.7)	17

60代 70代以上

男性

凡例	10代	20代	30代	40代	50代	無回答	平均年齢(歳)	女性比率(%)
09年度(-)	4	8	18	25	45	0	-	-
11年度(-)	3	7	15	25	49	0	(49.5)	-
13年度(4,209)	3	5	10	24	28	9	(51.3)	-
15年度(4,021)	3	6	9	22	28	11	(52.1)	-
17年度(4,025)	2	6	9	21	30	9	(52.4)	-
19年度(4,058)	14	7	18	31	27	10	(54.5)	-

女性

凡例	10代	20代	30代	40代	50代	無回答	平均年齢(歳)	女性比率(%)
09年度(-)	6	8	11	16	59	0	-	-
11年度(-)	6	8	11	17	58	0	(51.2)	-
13年度(1,236)	8	6	9	17	25	14	(51.7)	-
15年度(1,012)	2	6	7	14	20	30	(56.1)	-
17年度(1,037)	4	8	7	16	21	24	(54.0)	-
19年度(857)	2	7	8	15	20	25	(55.6)	-

<排気量別年代>

スクーター~50cc n=1,567 (2019年度)	凡例	10代	20代	30代	40代	50代	無回答	平均年齢(歳)	女性比率(%)
09年度		7	7	12	18	55	2	-	43
11年度		6	5	11	21	56	2	(50.9)	33
13年度		6	5	7	18	26	35	(52.1)	37
15年度		4	5	5	16	21	46	(55.2)	36
17年度		5	6	7	15	23	27	(54.4)	41
19年度		3	5	12	22	27	23	(57.5)	41

60代 70代以上

スクーター51~125cc n=985 (2019年度)	凡例	10代	20代	30代	40代	50代	無回答	平均年齢(歳)	女性比率(%)
11年度		5	20	33	41	1	1	(47.6)	7
13年度		12	13	31	29	19	4	(49.6)	8
15年度		24	12	27	30	23	2	(50.2)	6
17年度		14	9	28	34	19	5	(51.5)	8
19年度		2	8	22	31	25	7	(53.6)	9

オンロード126~250cc n=370 (2019年度)	凡例	10代	20代	30代	40代	50代	無回答	平均年齢(歳)	女性比率(%)
09年度		5	22	27	26	20	1	-	8
11年度		5	25	22	26	22	0	(38.9)	18
13年度		4	16	22	25	20	11	(42.2)	9
15年度		4	14	19	27	26	9	(42.7)	10
17年度		2	21	17	23	22	14	(43.2)	10
19年度		1	13	11	23	30	20	(48.0)	7

オンロード251~400cc n=153 (2019年度)	凡例	10代	20代	30代	40代	50代	無回答	平均年齢(歳)	女性比率(%)
09年度		4	22	23	30	20	0	-	4
11年度		3	23	21	29	24	0	(39.5)	4
13年度		4	16	19	29	19	10	(41.9)	5
15年度		3	16	11	25	35	8	(44.4)	2
17年度		2	11	13	29	28	16	(46.6)	5
19年度		1	11	12	27	32	14	(47.1)	4

オンロード401cc~ n=412 (2019年度)	凡例	10代	20代	30代	40代	50代	無回答	平均年齢(歳)	女性比率(%)
09年度		0	12	30	33	23	0	-	2
11年度		0	12	19	36	32	0	(44.0)	3
13年度		0	6	15	33	32	10	(47.2)	5
15年度		0	8	12	30	37	12	(47.6)	3
17年度		0	9	13	26	40	11	(47.7)	4
19年度		0	2	6	22	48	20	(52.4)	1

注) 2013年度より  
 <年齢・性別>50代以上を「50代」「60代」「70歳以上」に分割  
 <年齢・排気量別>50代以上を「50代」「60歳以上」に分割  
 2017年度より  
 <年齢・排気量別>60代以上を「50代」「60代」「70歳以上」に分割  
 注) 平均年齢の算出: 2009年度まで年齢は5歳刻みの年代で聴取していたため「-」で表示している

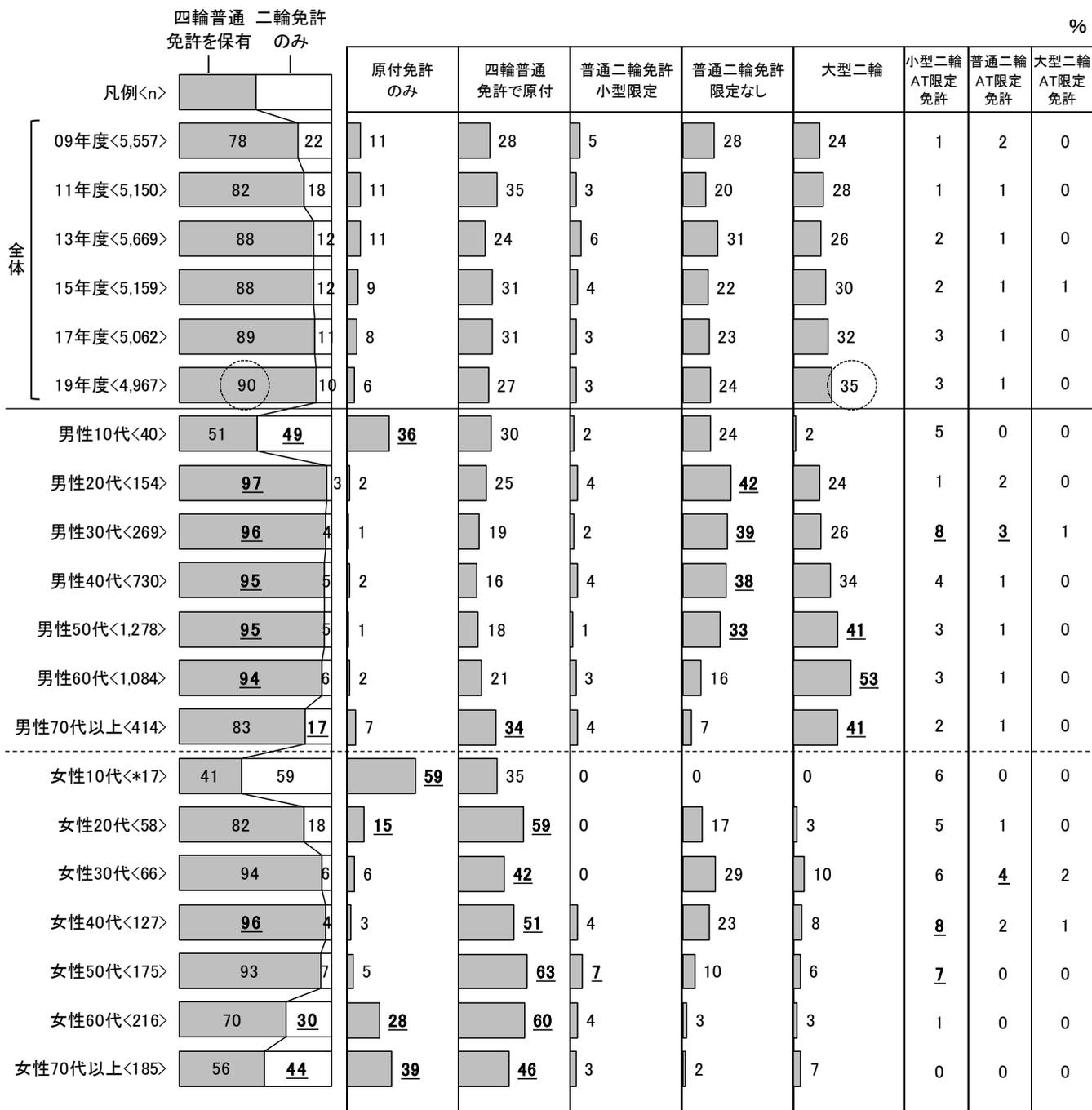
(2) 免許併有状況

● 調査対象者に占める大型二輪免許の保有率は増加傾向

- 「四輪普通免許を保有」は90%で、2013年度より大きな変化はないが、大型二輪免許の保有率は増加傾向。
- 性別年代別の「二輪免許のみ」保有率は、男性は10代の49%、70代以上で17%、女性は60代の30%、70代以上が44%と高い。
- 男性10代は「原付免許のみ」が高い。「四輪普通免許で原付」は男性70代以上と女性20代～70代以上、「普通二輪免許小型限定」は女性50代、「普通二輪免許限定なし」は男性の20代～50代で高い。また、「大型二輪」は男性の50代～70代以上が40%超と高いのが特徴。

<四輪普通免許の保有状況>

<二輪免許の保有パターン>

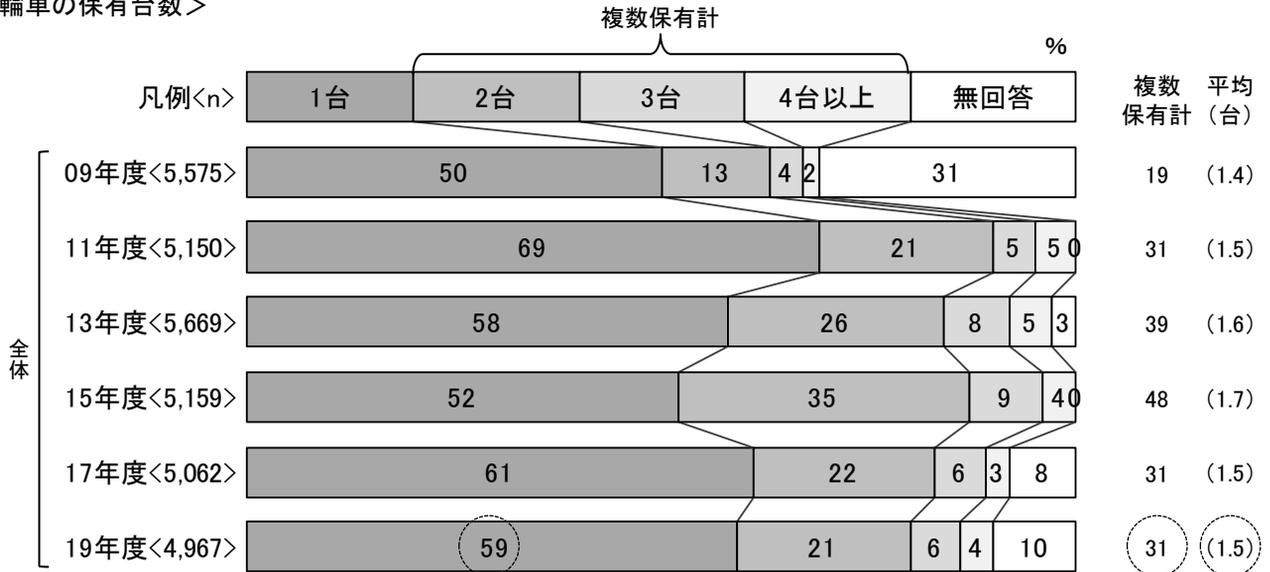


注) **太字**: 全体+有意差(5%水準) \*:-ベース30未満のため参考値

(3)二輪車複数保有状況

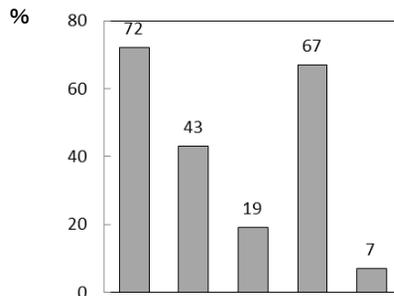
- 四輪車と二輪車の併有率は若干増加するも、二輪車平均保有台数や複数保有率は変わらず
- 「1台(単数保有)」は59%、「複数保有」は31%、保有台数の平均は1.5台で、これらは前回と同程度。
- 二輪車以外の車両の世帯保有率は「普通四輪車」が72%と最も高く、次いで「自転車」が67%、「軽四輪車」が43%。普通・小型四輪車と軽四輪車、電動アシスト自転車の保有率は、2015年度から増加。
- 購入二輪車別では、ビジネス原付第二種では「軽四輪車」「自転車」の併有、オンロード原付第二種では「普通四輪車」「軽四輪車」「自転車」との併有、オンロード小型二輪では「普通四輪車」「軽四輪車」との併有が多い。

<二輪車の保有台数>



注) 二輪車の保有台数の平均(台)は、4台以上は4台として算出。

<二輪車以外の車両の世帯保有状況>



	世帯保有率				保有台数平均
	15年度	17年度	19年度	19年-15年差	
普通四輪車	70	70	72	+2	1.3台
軽四輪車	40	42	43	+3	1.3台
電動アシスト自転車	12	13	19	+7	1.2台
自転車	70	67	67	-3	2.0台

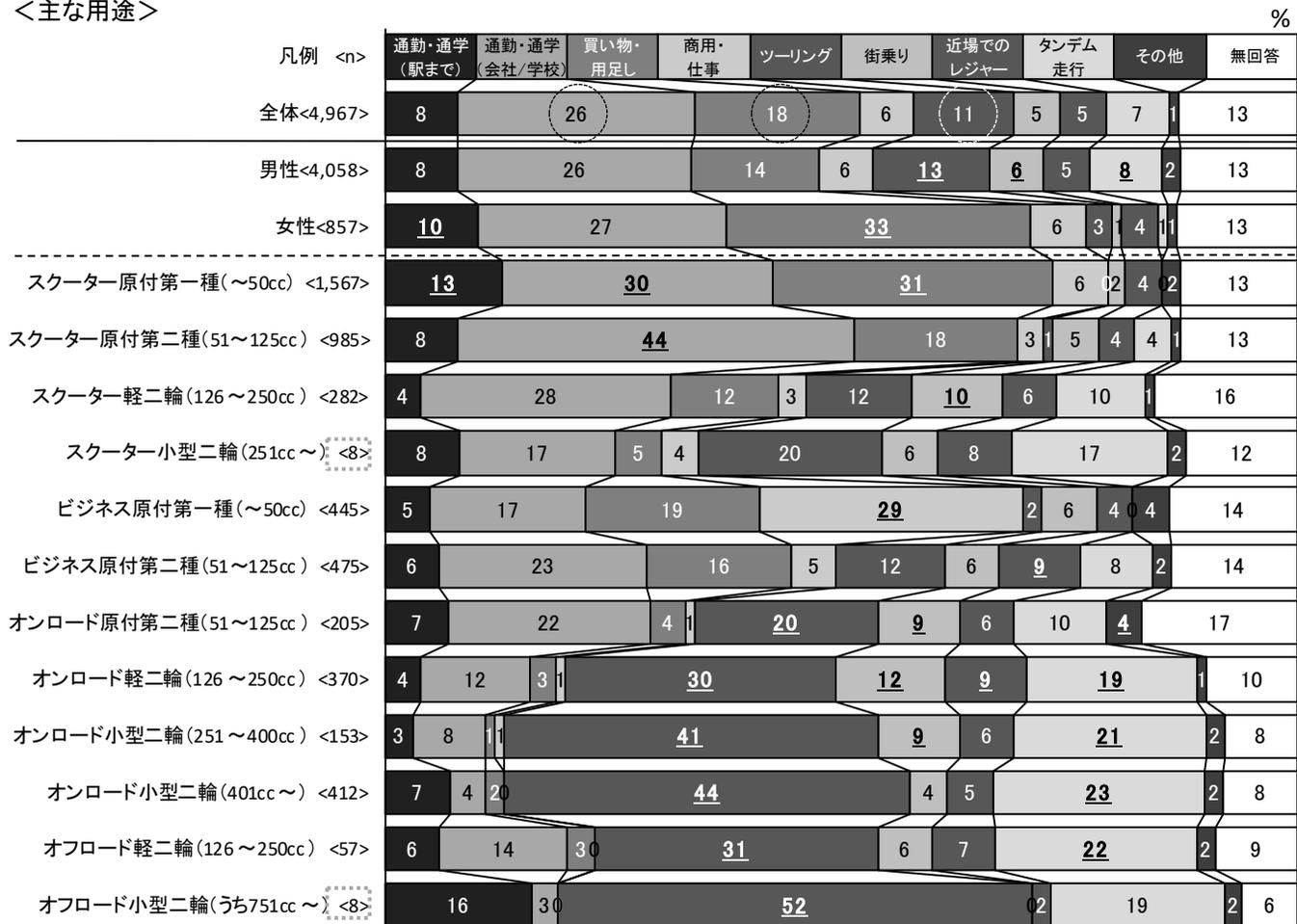
	n	普通四輪車	軽四輪車	電動アシスト自転車	自転車	持っていない	
全体	4,967	72	43	19	67	7	
購入二輪車	スクーター 原付第一種(〜50cc)	1,567	▽ 68	▽ 40	19	▽ 60	7
	スクーター 原付第二種(51〜125cc)	985	73	41	21	69	7
	スクーター 軽二輪(126〜250cc)	282	73	▽ 34	20	67	5
	スクーター 小型二輪(251cc〜)	8	73	46	16	66	6
	ビジネス 原付第一種(〜50cc)	445	▽ 65	41	19	66	6
	ビジネス 原付第二種(51〜125cc)	475	75	△ 49	16	△ 74	5
	オンロード 原付第二種(51〜125cc)	205	△ 79	△ 51	17	△ 73	6
	オンロード 軽二輪(126〜250cc)	370	72	47	18	71	7
	オンロード 小型二輪(251〜400cc)	153	74	50	19	67	8
	オンロード 小型二輪(401cc〜)	412	△ 81	△ 53	15	68	8
オフロード 軽二輪(126〜250cc)	57	73	40	22	70	8	
オフロード 小型二輪(うち751cc〜)	8	92	34	16	65	10	

注) △: 全体+有意差(5%水準) ▽: 全体-有意差(5%水準)  
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

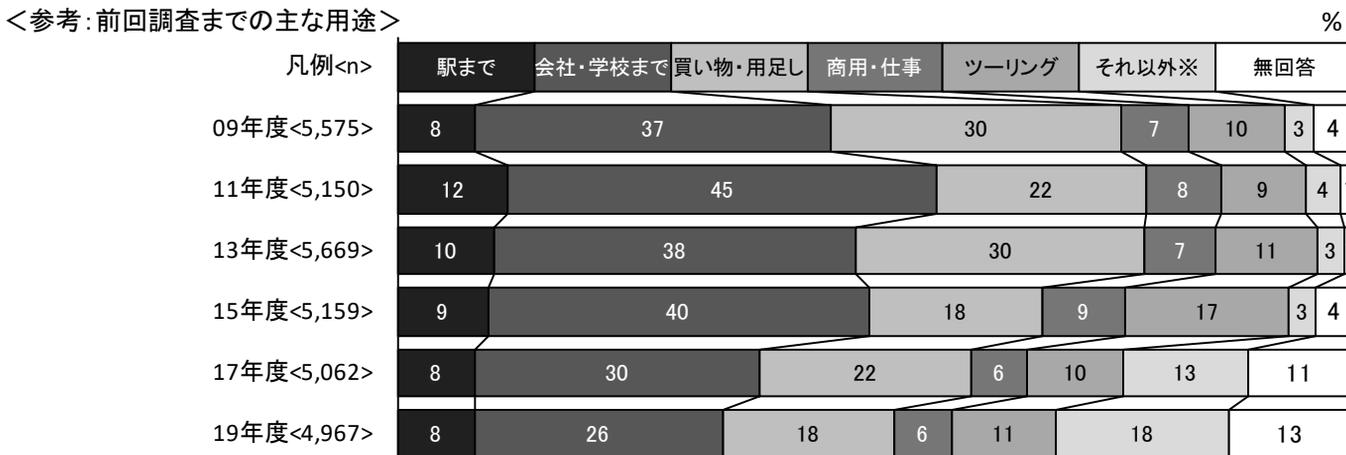
4. 使用状況  
 (1) 使用実態  
 ① 用途

- スクーターは日常用途、オンロード(特に大排気量車)はツーリングなど非日常用途が中心
- 主な用途をみると、「通勤・通学(会社/学校)」が最も高く26%、次いで「買い物・用足し」が18%、「ツーリング」が11%。
- 性別では、男性は「ツーリング」や「タンデム走行」が高く、女性は「買い物・用足し」や「通勤・通学で駅まで」が高い。
- 購入二輪車別では、スクーターは「通勤・通学(会社/学校)」「買い物・用足し」が高いのに対して、オンロードは排気量が上がるにつれて「ツーリング」が高くなる。オフロードも「ツーリング」は他のタイプより高い。

<主な用途>



<参考: 前回調査までの主な用途>



※ 街乗り、近場でのレジャー、タンデム走行など

注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

□: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

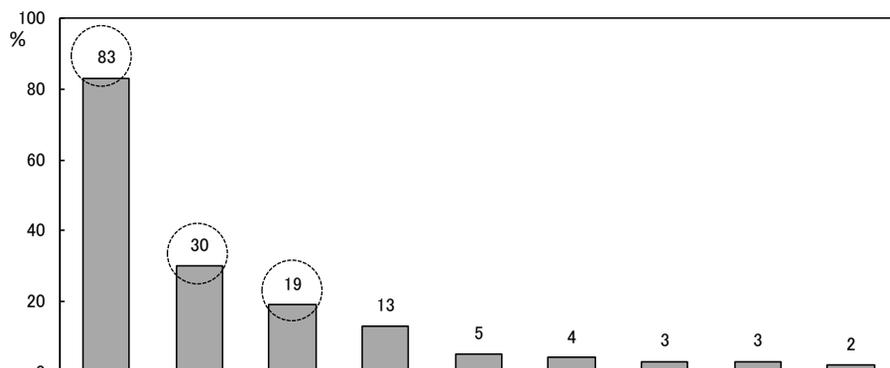
(1)使用実態

②ツーリング相手

● ツーリング相手は一人が多いが、オンロードを中心にバイク仲間や友人・知人も

- ツーリング相手は「一人で」の83%が最も高い。次いで「バイク仲間」が30%、「友人・知人」が19%。
- 性別では、女性は「家族」の48%、「恋人・好きな人」の13%が男性に比べ高い。
- 購入二輪車別では、オンロード軽二輪以上では、「友人・知人」が高く、オンロード小型二輪では、加えて「バイク仲間」と「販売店の店長やスタッフ」も高い。
- 購入パターン別では、複数所有買い替え・買い増しユーザーは「バイク仲間」が高く、買い増しユーザーは、加えて「家族」も高い。

<ツーリング相手>



		n	一人で	バイク仲間 (バイクリングクラブ等の知り合い)	友人・知人	家族	販売店の店長やスタッフ	バイク以外の趣味の仲間 (ゴルフや釣り等)	SNSで知り合った友人・仲間	恋人・好きな人	その他
ツーリングを行う人		1,929	83	30	19	13	5	4	3	3	2
性別	男性	1,815	84	30	20	▽ 12	5	4	3	2	2
	女性	98	▽ 61	▽ 17	12	△ 48	2	1	4	△ 13	2
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	94	78	▽ 5	▽ 6	9	2	5	2	5	△ 6
	スクーター原付第二種(51～125cc)	247	▽ 78	▽ 19	▽ 11	17	3	5	1	1	3
	スクーター軽二輪(126～250cc)	178	82	23	14	14	▽ 1	4	1	3	2
	スクーター小型二輪(251cc～)	7	78	36	24	22	4	4	3	6	0
	ビジネス原付第一種(～50cc)	82	85	▽ 5	12	17	3	5	2	0	0
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	275	△ 88	24	17	11	2	5	3	1	2
	オンロード原付第二種(51～125cc)	148	83	36	18	10	3	2	2	2	0
	オンロード軽二輪(126～250cc)	313	79	32	△ 26	16	3	5	3	△ 5	3
	オンロード小型二輪(251～400cc)	134	87	26	△ 28	14	6	2	4	4	2
	オンロード小型二輪(401cc～)	394	85	△ 49	△ 26	13	△ 11	3	△ 5	2	2
	オフロード軽二輪(126～250cc)	50	87	36	17	7	6	4	3	7	2
オフロード小型二輪(うち751cc～)	7	86	△ 68	35	14	14	4	2	2	2	
購入パターン	新規購入	177	▽ 75	▽ 21	23	16	2	6	2	3	2
	買い替え	750	84	26	20	12	5	3	3	2	3
	複数所有買い替え	292	81	△ 44	17	15	△ 9	4	4	4	3
	買い増し	375	85	△ 37	18	△ 18	5	4	3	4	2
	一時中断・再購入	323	85	▽ 20	21	▽ 9	▽ 2	4	2	2	1

注) △ : ツーリングを行う人 + 有意差(5%水準)    ▽ : ツーリングを行う人 - 有意差(5%水準)  
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

(2)使用頻度／月間走行距離

①購入二輪車別

●前回と比べ、週間使用日数は減少。それに伴い月間走行距離も前回より減少

- 週間使用日数をみると、全体では平均3.7日と前回の3.9日からやや減少。
- タイプ別では、「スクーター（～50cc）」が平均4.7日と最も多く、次いで「スクーター（51～125cc）」の4.4日が多い。最も少ないのは「オフロード（751cc～）」で1.2日。
- 月間走行距離をみると、全体では平均239kmと前回の265 kmから26 km減少。
- タイプ別では、「オンロード（401cc～）」が平均372km、「オンロード（251～400cc）」が360km、「オフロード（751cc～）」の383kmなど、オンロードとオフロードの大排気量車で長いのが特徴。

<週間使用日数>

全体	%					平均 (日)
凡例<n>	毎日	5～6日	3～4日	それ以下	無回答	
09年度<5,575>	22	32	19	26		4.3
11年度<5,150>	23	33	18	26		4.3
13年度<5,669>	23	34	16	26		4.4
15年度<5,159>	19	30	15	32		4.1
17年度<5,062>	20	31	14	35		3.9
19年度<4,967>	18	28	12	40		3.7

<月間走行距離>

全体	%					平均 (km)
凡例<n>	～100 km	～300 km	～500 km	それ以上	無回答	
09年度<5,575>	42	27	15	15		270
11年度<5,150>	43	25	15	13		257
13年度<5,669>	39	27	15	15		274
15年度<5,159>	41	24	15	15		273
17年度<5,062>	38	26	16	14		265
19年度<4,767>	38	25	15	16		239

スクーター

凡例<n>	毎日	5～6日	3～4日	それ以下	無回答	平均 (日)
～50cc<1,567>	26	37	14	19		4.7
51～125cc<985>	20	41	13	25		4.4
126～250cc<282>	15	25	11	48		3.3
251cc～<8>	14	14	4	65		2.6

スクーター

凡例<n>	～100 km	～300 km	～500 km	それ以上	無回答	平均 (km)
～50cc<1,472>	55	23	10	5		155
51～125cc<963>	32	28	17	17		256
126～250cc<273>	24	29	16	25		300
251cc～<8>	17	24	30	25		342

ビジネス

凡例<n>	毎日	5～6日	3～4日	それ以下	無回答	平均 (日)
～50cc<445>	30	23	13	29		4.3
51～125cc<475>	9	22	18	50		3.0

ビジネス

凡例<n>	～100 km	～300 km	～500 km	それ以上	無回答	平均 (km)
～50cc<422>	50	20	10	14		200
51～125cc<467>	36	26	17	16		247

オンロード

凡例<n>	毎日	5～6日	3～4日	それ以下	無回答	平均 (日)
51～125cc<205>	10	16	9	65		2.5
126～250cc<370>	5	10	10	74		2.0
251～400cc<153>	3	9	9	79		1.8
401cc～<412>	3	4		88		1.5

オンロード

凡例<n>	～100 km	～300 km	～500 km	それ以上	無回答	平均 (km)
51～125cc<196>	31	28	22	13		253
126～250cc<354>	25	29	21	23		297
251～400cc<149>	16	24	22	33		360
401cc～<402>	12	26	24	33		372

オフロード

凡例<n>	毎日	5～6日	3～4日	それ以下	無回答	平均 (日)
126～250cc<57>	6	10	10	75		2.0
うち751cc～<8>	22			92		1.2

オフロード

凡例<n>	～100 km	～300 km	～500 km	それ以上	無回答	平均 (km)
126～250cc<55>	28	26	21	21		287
うち751cc～<7>	14	19	31	35		383

注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

**点線**: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

(2)使用頻度／月間走行距離

②購入二輪車別変化

● どのタイプも使用頻度は減少傾向だが、オンロード・オフロード軽二輪のヘビーユーザーの走行距離はあまり変わらず

- オンロード126～250cc、オフロード126～250ccでは2011年度以降、使用日数が減少傾向。
- 月間走行距離の平均をみると、どのタイプも前回から減少し、特にスクーター51～125ccで減少幅が大きい。オンロード及びオフロード126～250ccも減少している。ただオンロード126～250ccの「300km超」のヘビーユーザーの構成比は変わっておらず、ツーリング等での長距離走行は減っていないことが窺える。

<週間使用日数>

<月間走行距離>

スクーター原付第一種(～50cc)					%	
凡例<n>	毎日	5～6日	3～4日	それ以下	無回答	
11年度<->	27	34	20	17	1	4.7
13年度<->	28	37	17	16	3	4.8
15年度<2,240>	25	36	16	20	4	4.6
17年度<1,918>	27	38	16	18	1	4.8
19年度<1,567>	26	37	14	19	4	4.7

スクーター原付第一種(～50cc)						%		平均(km)
凡例<n>	～100 km	～300 km	～500 km	それ以上	無回答			
11年度<->	54	24	11	7	4		187	
13年度<->	49	27	12	7	4		200	
15年度<2,240>	54	23	11	7	5		186	
17年度<1,918>	54	24	10	6	7		176	
19年度<1,472>	55	23	10	5	7		155	

スクーター原付第二種(51～125cc)					%	
11年度<->	17	43	16	22	1	4.5
13年度<->	18	41	18	22	1	4.4
15年度<911>	17	41	16	24	3	4.4
17年度<969>	19	42	14	25	0	4.4
19年度<985>	20	41	13	25	1	4.4

スクーター原付第二種(51～125cc)					%		平均(km)
11年度<->	29	26	20	21	4		
13年度<->	30	27	19	20	4		332
15年度<911>	33	26	19	19	4		318
17年度<969>	29	27	21	18	5		315
19年度<963>	32	28	17	17	6		256

オンロード軽二輪(126～250cc)					%	
11年度<->	7	20	12	60	1	2.9
13年度<->	6	18	13	62	1	2.8
15年度<295>	6	13	13	66	2	2.6
17年度<296>	9	11	9	71	0	2.1
19年度<370>	5	10	10	74	1	2.0

オンロード軽二輪(126～250cc)					%		平均(km)
11年度<->	28	28	17	24	3		
13年度<->	23	25	24	27	2		395
15年度<295>	24	29	21	24	2		369
17年度<296>	21	34	21	20	4		341
19年度<354>	25	29	21	23	2		297

オフロード軽二輪(126～250cc)					%	
11年度<->	6	21	11	62	0	2.9
13年度<->	5	18	9	67	1	2.7
15年度<75>	4	14	12	68	2	2.5
17年度<140>	5	15	9	70	0	2.1
19年度<57>	6	10	10	75	0	2.0

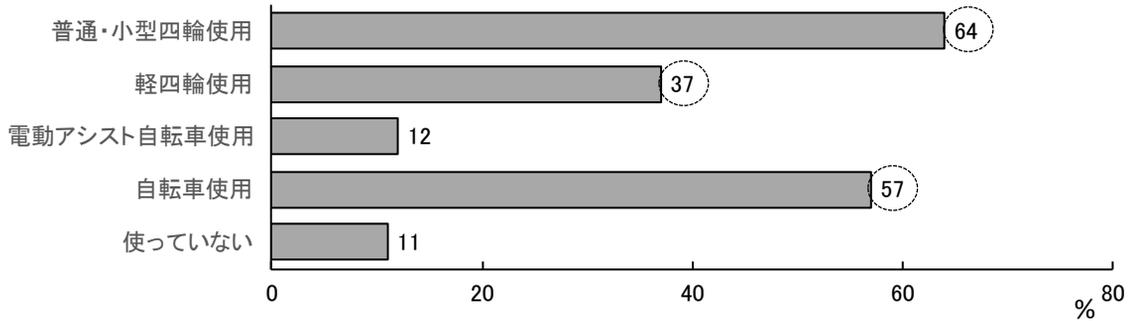
オフロード軽二輪(126～250cc)					%		平均(km)
11年度<->	27	26	20	24	3		
13年度<->	23	32	22	22	2		363
15年度<75>	21	31	19	30	0		406
17年度<140>	22	38	19	18	4		328
19年度<55>	28	26	21	21	5		287

注)2013年度以前のベースは不明なため「-」で表示している

(3)他車両使用状況

- 他車の併用状況は二輪車+四輪+自転車の併用が最も多く、各タイプとも原付第二種で顕著
- 全体で併用が最も多いのは「普通・小型四輪車」の64%。次いで「自転車」57%、「軽四輪車」37%。
- 他車の使用パターンをみると、全体では「二輪車のみ」が11%と2017年度とほぼ同水準。
- 男性は「二輪・四輪・自転車」の併用が高く、女性は「二輪車のみ」と「二輪・自転車」が高い。
- 購入二輪車別では、各タイプとも原付第二種やオンロード小型二輪(401cc～)では、「二輪・四輪・自転車」が高い。

<二輪車以外の車両使用状況(全体 n=4,967)>



<二輪車と他車の使用パターン>-本人-

凡例 <n>		二輪車のみ	二輪・四輪	二輪・四輪・自転車	二輪・自転車	無回答	割合 (%)
全体	09年度<n=5,575>	14	23	46	16	0	0
	11年度<5,150>	17	24	44	16	0	0
	13年度<5,669>	19	25	42	14	0	0
	15年度<5,159>	12	26	49	13	0	0
	17年度<5,062>	10	35	35	13	8	0
	19年度<4,967>	11	29	51	10	0	0
男性<4,058>		8	29	55	8	0	0
女性<857>		25	27	30	18	0	0
スクーター原付第一種(～50cc) <1,567>		19	28	39	14	0	0
スクーター原付第二種(51～125cc) <985>		7	29	55	8	0	0
スクーター軽二輪(126～250cc) <282>		10	27	53	10	0	0
スクーター小型二輪(251cc～) <8>		3	31	57	8	0	0
ビジネス原付第一種(～50cc) <445>		13	28	49	11	0	0
ビジネス原付第二種(51～125cc) <475>		5	25	63	7	0	0
オンロード原付第二種(51～125cc) <205>		3	33	59	4	0	0
オンロード軽二輪(126～250cc) <370>		6	32	54	8	0	0
オンロード小型二輪(251～400cc) <153>		5	30	55	10	0	0
オンロード小型二輪(401cc～) <412>		3	34	59	5	0	0
オフロード軽二輪(126～250cc) <57>		10	23	60	7	0	0
オフロード小型二輪(うち751cc～) <8>		0	37	56	6	0	0

注) **太字** : 全体+有意差(5%水準)

**点線** : 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

## 5. 需要構造の変化

### (1) 購入形態

#### ① 基本属性別

#### ●オンロードユーザーの購入パターンは新規、買い増し、再購入と多様

- 購入形態をみると、全体では代替(買い替え+複数所有買い替え)60%、再購入15%、買い増し13%、新規購入10%の順。購入形態の構造に大きな変化はない。
- ユーザー属性別では、代替は女性高齢層、低所得層。複数所有買い替えは男性高齢、高所得層。再購入は男性中高齢層。新規は若年層が多い。
- 購入二輪車別では、オンロードユーザーは新規、買い増し、再購入が多く、スクーターは買い替えが多い。

#### <購入形態>

		n	新規購入	買い替え	複数所有買い替え	買い増し	一時中断・再購入	無回答
全体		4,967	10	50	10	13	15	2
性別	男性	4,058	9	▽ 47	△ 12	△ 15	△ 16	2
	女性	857	△ 14	△ 63	▽ 3	▽ 7	▽ 9	△ 4
年代別	男性10代(16歳以上)	40	△ 84	▽ 2	2	11	▽ 0	0
	男性20代	154	△ 53	▽ 28	▽ 4	9	▽ 5	1
	男性30代	269	△ 18	47	7	13	15	1
	男性40代	730	9	▽ 46	11	14	△ 19	1
	男性50代	1,278	▽ 5	▽ 45	△ 14	△ 17	△ 18	▽ 1
	男性60代	1,084	▽ 4	49	△ 14	14	17	2
	男性70代以上	414	▽ 6	△ 61	8	11	12	2
	女性10代(16歳以上)	*17	△ 89	▽ 5	6	0	0	0
	女性20代	58	△ 73	▽ 18	▽ 2	▽ 0	▽ 4	3
	女性30代	66	△ 32	42	3	▽ 2	18	3
	女性40代	127	△ 16	53	▽ 2	10	20	1
	女性50代	175	6	△ 65	6	▽ 7	13	3
	女性60代	216	▽ 2	△ 80	▽ 4	▽ 5	▽ 4	△ 5
	女性70代以上	185	▽ 1	△ 78	▽ 2	11	▽ 3	△ 4
世帯年収	200万円未満	216	8	△ 59	▽ 5	12	14	2
	200～400万円未満	887	9	△ 56	▽ 7	▽ 10	15	3
	400～600万円未満	927	8	△ 57	10	▽ 9	13	2
	600～800万円未満	684	▽ 8	▽ 44	△ 13	△ 16	△ 18	▽ 1
	800～1000万円未満	506	10	▽ 45	△ 13	△ 16	14	1
	1000～1500万円未満	469	11	▽ 40	△ 13	△ 17	18	1
購入二輪車	1500万円以上	126	9	▽ 38	△ 18	18	16	2
	会社経営者	161	6	▽ 29	△ 21	△ 30	13	1
	フルタイム勤務者	2,256	10	▽ 48	11	14	16	▽ 1
	契約社員・アルバイト	901	▽ 7	△ 56	▽ 7	▽ 10	17	3
	自営業	382	▽ 4	50	△ 14	△ 19	▽ 11	1
	学生	122	△ 80	▽ 9	▽ 2	▽ 6	▽ 2	1
	その他職業	214	9	52	7	13	16	4
購入二輪車	専業主婦・無職	771	▽ 6	△ 59	8	▽ 10	14	3
	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	△ 13	△ 61	▽ 4	▽ 7	▽ 12	△ 4
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	▽ 6	△ 56	△ 12	12	13	1
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	▽ 4	△ 56	△ 14	12	13	1
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	3	41	22	26	8	0
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	△ 14	45	▽ 6	12	△ 20	3
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	▽ 5	▽ 35	△ 17	△ 22	△ 20	2
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	10	▽ 25	12	△ 29	△ 23	1
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	△ 20	▽ 30	11	△ 18	△ 20	▽ 0
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	△ 22	▽ 32	11	14	21	1
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	▽ 4	47	△ 20	15	13	▽ 1
	オフロード軽二輪(126～250cc)	57	5	▽ 36	12	△ 37	10	0
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	0	43	26	26	2	3	

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

# (1) 購入形態

## ② 購入形態の変化とタイプ別／排気量別購入形態

### ● 購入形態は、新規購入、再購入と買い替え間の構造に大きな変化はない

- 購入形態を時系列で見ると、全体の6割が買い替え、1割が新規購入となっており、この構造に大きな変化はない。
- タイプ別では、ビジネス及びオンロードで再購入が増加し、ビジネスでは買い増しも増加している。
- 排気量別では、401cc～で、買い替えが増加している。

### < 購入形態の変化 >

%

凡例	新規購入	再購入	買い増し	買い替え	無回答
09年度<5,575>	15	15	10	57	2
11年度<5,150>	15	15	11	59	0
13年度<5,669>	12	16	11	61	0
15年度<5,159>	14	14	10	62	0
17年度<5,062>	11	14	12	62	2
19年度<4,967>	10	15	13	60	2

### < 購入形態・排気量別 >

%

#### ～50cc

凡例	新規購入	再購入	買い増し	買い替え	無回答
09年度<>	19	14	7	57	3
11年度<>	19	14	8	59	0
13年度<3,493>	14	16	7	63	0
15年度<2,834>	17	13	6	64	0
17年度<2,484>	13	12	7	65	2
19年度<2,012>	13	13	8	62	4

### < 購入形態・タイプ別 >

#### スクーター

凡例	新規購入	再購入	買い増し	買い替え	無回答
09年度<>	15	14	8	60	2
11年度<>	15	14	10	61	0
13年度<3,957>	13	17	9	62	0
15年度<3,404>	14	13	7	65	0
17年度<3,129>	11	12	8	66	2
19年度<2,842>	9	12	9	67	3

#### 51～125cc

凡例	新規購入	再購入	買い増し	買い替え	無回答
09年度<>	4	14	16	64	2
11年度<>	4	18	16	62	0
13年度<1,238>	5	18	17	60	0
15年度<1,252>	9	16	13	63	0
17年度<1,390>	5	17	15	61	1
19年度<1,665>	6	16	17	59	1

#### ビジネス

09年度<>	11	15	14	56	3
11年度<>	11	18	12	59	0
13年度<880>	6	13	12	68	0
15年度<787>	12	13	10	64	0
17年度<807>	9	19	9	60	2
19年度<921>	9	20	17	51	2

#### 126～250cc

09年度<>	16	17	16	50	1
11年度<>	18	17	16	49	0
13年度<562>	14	15	16	55	0
15年度<593>	15	16	17	53	0
17年度<662>	15	15	17	52	1
19年度<708>	13	16	17	54	0

#### オンロード

09年度<>	21	18	18	42	2
11年度<>	21	18	15	46	0
13年度<749>	17	17	17	49	0
15年度<880>	16	16	20	48	0
17年度<971>	13	14	22	50	1
19年度<1,140>	13	18	19	50	0

#### 251～400cc

09年度<>	25	17	15	42	1
11年度<>	24	14	14	48	0
13年度<148>	29	16	13	42	0
15年度<122>	23	12	20	46	0
17年度<142>	18	16	19	46	1
19年度<154>	22	21	14	43	1

#### オフロード

09年度<>	8	11	24	57	0
11年度<>	7	17	26	50	0
13年度<84>	6	16	27	51	0
15年度<87>	5	17	30	49	0
17年度<156>	7	14	31	48	1
19年度<64>	4	9	35	51	0

#### 401cc～

09年度<>	5	13	18	63	1
11年度<>	7	14	15	65	0
13年度<228>	5	13	20	63	0
15年度<358>	5	11	19	65	0
17年度<384>	5	10	23	62	1
19年度<427>	4	13	16	67	1

注) 買い替え: 「以前から1台持っていた二輪車の買い替え」「2台以上持っていた二輪車のうち、1台以上を買い替えた」

太字: 全体+有意差(5%水準)

2011年度以前のベースは不明なため「-」で表示している

(2) 購入状況

① 買い替えユーザーの直前使用車

● オンロードユーザーの直前使用車の使用年数が減少

- 直前使用車の使用年数は、前回調査結果と比べ減少。特にオンロードユーザーで顕著。
- 直前使用車の処分方法に大きな変化はなく、下取り、廃車が上位。

<直前使用車の使用年数>

% <直前使用車の処分方法> %

	n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	それ以上	無回答	平均年	渡	販	下	廃	盗	事	無	そ
		年	年	年	年	年	年	年	年	年	年	年	年	年	年	販	取	車	難	故	回	他
全体	07年度	-	7	8	9	9	11	6	9	7	5	13	16	1	5.9	7	33	50	2	3	6	
	09年度	-	7	9	8	8	10	6	8	6	4	17	16	1	6.1	12	46	33	2	2	2	
	11年度	-	7	7	9	8	9	6	11	7	4	14	17	1	6.1	6	43	37	2	3	10	
	13年度	3,463	5	6	7	6	9	6	10	7	4	18	21	1	6.6	7	40	39	2	3	10	
	15年度	3,189	6	7	8	7	11	6	9	6	4	17	18	1	6.3	6	47	34	1	2	11	
	17年度	3,124	5	5	11	4	14	3	10	5	6	14	21	1	6.5	6	49	32	1	2	10	
	19年度	2,968	8	8	12	4	13	4	10	5	5	13	16	1	5.5	7	50	27	1	3	12	
スクーター	07年度	-	5	8	9	8	12	7	9	7	6	13	15	1	6.0	5	28	55	3	4	6	
～50cc	09年度	-	3	5	5	7	10	6	9	7	5	23	18	1	7.0	8	38	47	2	2	3	
	11年度	-	4	4	7	8	9	6	13	8	4	17	18	1	6.7	4	35	50	1	3	7	
	13年度	-	3	4	5	5	8	7	11	8	4	20	23	2	7.3	4	31	52	1	3	10	
	15年度	1,441	3	3	5	5	10	6	9	8	6	22	21	2	7.2	4	39	47	1	2	8	
	17年度	1,287	2	2	7	3	14	3	12	4	7	19	25	1	7.4	3	41	48	1	2	6	
	19年度	1,021	▽3	▽3	▽8	▽2	13	4	11	6	△6	△20	△23	1	△6.9	▽3	▽36	△51	0	3	7	
スクーター	07年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
51～	09年度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
125cc	11年度	-	10	10	12	10	12	4	9	6	4	11	12	1	5.3	11	50	25	2	3	10	
	13年度	-	5	6	9	9	12	6	10	7	3	15	19	1	6.3	11	48	29	2	1	8	
	15年度	593	8	9	9	9	12	5	8	6	4	12	17	1	5.8	9	49	27	1	3	11	
	17年度	622	5	4	16	4	14	3	10	5	7	13	18	1	6.3	8	54	24	1	3	9	
	19年度	670	7	9	13	4	11	5	△12	5	6	11	15	1	5.5	△9	△55	▽20	1	4	11	
オンロード	07年度	-	18	19	10	10	8	7	2	5	1	8	10	1	4.2	16	58	17	3	2	3	
126～	09年度	-	16	15	15	11	10	6	7	5	2	5	9	0	4.2	24	61	11	2	3	0	
250cc	11年度	-	24	14	15	13	7	7	8	3	0	3	6	1	3.5	11	57	9	1	3	19	
	13年度	-	16	17	11	9	9	7	6	4	3	7	11	0	4.5	15	59	6	0	4	16	
	15年度	113	18	13	12	12	13	4	4	4	2	12	8	-	4.5	3	64	12	0	1	20	
	17年度	120	14	14	23	4	12	7	4	2	4	9	9	0	4.4	6	67	11	1	0	15	
	19年度	154	△19	△16	17	▽1	13	3	10	2	3	▽5	▽10	0	▽3.8	14	△63	▽7	2	1	14	
オンロード	07年度	-	26	21	23	8	7	1	3	3	0	2	6	1	2.9	13	73	8	1	3	2	
251～	09年度	-	20	27	12	9	6	6	4	3	4	3	4	1	3.4	23	69	5	2	1	1	
400cc	11年度	-	23	20	18	9	5	4	3	6	1	5	5	1	3.4	10	65	7	0	3	15	
	13年度	-	28	18	10	10	9	9	4	3	1	4	6	0	3.4	7	71	7	1	2	12	
	15年度	49	28	12	26	2	2	12	8	4	-	4	4	-	3.3	0	75	0	0	2	24	
	17年度	53	12	17	19	7	14	3	10	3	2	4	9	0	4.2	14	60	5	0	3	17	
	19年度	65	△23	△15	20	3	11	6	6	3	0	▽5	9	0	▽3.4	3	△64	▽3	0	2	29	
オンロード	07年度	-	21	24	14	10	12	5	2	2	1	3	6	1	3.3	20	70	2	1	3	4	
401cc～	09年度	-	20	26	15	10	7	5	3	3	2	4	5	0	3.3	20	74	3	1	0	2	
	11年度	-	20	17	17	8	8	6	4	3	2	6	7	1	3.9	7	72	3	1	1	16	
	13年度	-	15	18	15	8	13	6	5	2	2	5	9	0	4.1	11	72	2	0	1	14	
	15年度	218	16	20	14	10	11	5	5	4	2	5	9	-	3.9	8	69	2	0	1	21	
	17年度	175	18	15	16	4	16	5	6	4	2	4	10	0	4.2	10	72	2	1	0	15	
	19年度	274	△19	△15	△17	△9	11	5	▽4	2	4	▽5	▽9	0	▽3.6	10	△67	▽0	0	▽0	▽22	

注) △: 全体+有意差(5%水準) ▽: 全体-有意差(5%水準)  
2011年以前のベースは不明なため「-」で表示している

(2)購入状況

②買い増しユーザーの検討時期と併有パターン

●オンロード大排気量ユーザーの買い増し検討時期は半年前以上

- 買い増しユーザーの購入検討時期は全体の3割が購入1ヶ月前。排気量が大きくなるに伴い前になる傾向。
- 買い増し理由では、「違ったタイプにも乗りたかった」がトップで、次いで「違った排気量にも乗りたかった」、「近い場所と遠方とで使い分けたい」「趣味として楽しみたい」が続く。

<買い増し検討時期>

	n	購入の 1ヶ月前	2ヶ月前	3ヶ月前	半年前	1年前	それ以上前	無回答
全体	655	29	14	17	22	9	8	2
スクーター原付第一種(～50cc)	107	△ 50	14	10	▽ 14	6	3	4
スクーター原付第二種(51～125cc)	116	29	13	19	23	6	7	2
スクーター軽二輪(126～250cc)	34	▽ 13	16	23	14	△ 25	8	0
スクーター小型二輪(251cc～)	*2	15	13	26	23	11	8	4
ビジネス原付第一種(～50cc)	54	35	16	12	17	4	7	△ 7
ビジネス原付第二種(51～125cc)	107	28	11	13	29	8	11	1
オンロード原付第二種(51～125cc)	60	29	9	19	19	14	10	0
オンロード軽二輪(126～250cc)	68	21	19	23	22	8	6	0
オンロード小型二輪(251～400cc)	*22	▽ 5	△ 32	5	32	14	14	0
オンロード小型二輪(401cc～)	63	19	16	23	24	9	9	0
オフロード軽二輪(126～250cc)	21	32	8	19	25	5	11	0
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*2	6	0	13	19	△ 50	13	0

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

<排気量別併有パターン>

	n	併有2台目							
		50cc 以下	51 ～ 125 cc	126 ～ 250 cc	251 ～ 400 cc	401 ～ 750 cc	751 cc 以上	無 回 答	
併有1台目	全体	442	27	24	19	5	5	20	0
	50cc以下	104	△ 68	▽ 16	▽ 10	2	▽ 0	▽ 5	0
	51～125cc	141	22	26	15	4	8	25	0
	126～250cc	90	▽ 14	24	△ 28	6	5	22	0
	251～400cc	*18	26	29	21	12	0	12	0
	401～750cc	*19	▽ 0	24	28	12	12	24	0
	751cc以上	69	▽ 3	△ 35	22	5	6	29	0

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

\*:ベースが30未満のため参考値

<タイプ別併有パターン>

	n	併有2台目					
		スク ー タ ー タ イ プ	ビ ジ ネ ス タ イ プ	オ ン ロ ー ド タ イ プ	オ フ ロ ー ド タ イ プ	無 回 答	
併有1台目	全体	439	34	11	44	10	0
	スクータータイプ	164	△ 52	7	▽ 35	6	0
	ビジネスタイプ	71	24	△ 40	▽ 26	10	0
	オンロードタイプ	163	▽ 26	▽ 6	△ 56	12	0
	オフロードタイプ	41	▽ 14	▽ 0	△ 62	△ 23	0

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

<増車理由(MA)>

n	655
違ったタイプにも乗りたかった	38
違った排気量にも乗りたかった	30
近い場所と遠方とで使い分けたい	27
趣味として楽しみたい	27
スタイル・デザインの違うものにも乗りたかった	26
性能・機能と違うものにも乗りたかった	26
欲しいと思う新製品が出た	25
日常生活と趣味で使い分けたい	21
現保有車の調子が悪い	12
経済的に余裕ができた	8
現保有車は燃費が悪い	7
子供が二輪車に乗れる年齢になった	6
家族と一緒にツーリングしようと思った	5
値段の安い二輪車があった	4
販売店が熱心に勧めてくれた	4
現保有車は維持費が高い	3
二輪車のレースに参加したい	1

## 6. 購買行動

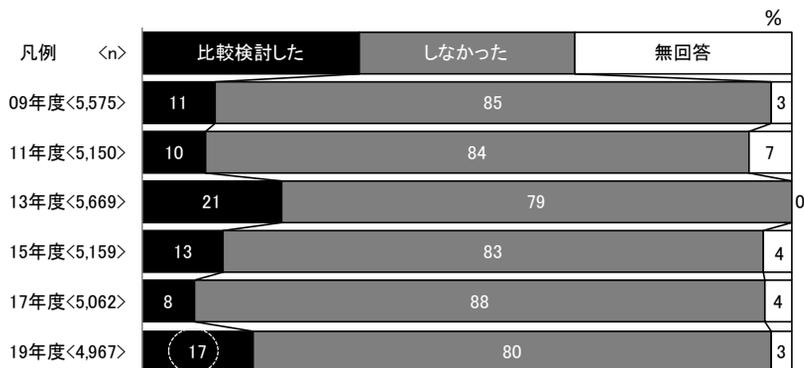
### (1) 購入プロセス

#### ① 二輪車以外の乗り物との比較検討有無／比較検討内容

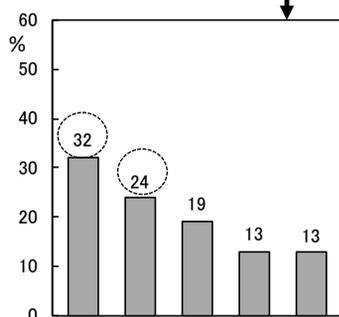
● スクーターは経済性や乗り慣れていること、オンロードは爽快感やカッコよさから選択されている

- 全体の比較検討率は17%と、前回から増加している。
- 二輪車以外で比較検討した乗り物では、「電動アシスト自転車」の32%、次いで「軽四輪車」の24%。
- 他の乗り物にしないで二輪車にした理由をみると、「燃費がよい」と「維持費が安い」が44%と最も高く、次いで「他の乗り物にはない機能・便利さ」が42%、「価格が手頃」「いままで乗り慣れている」が35%。
- スクーターでは「価格」「乗り慣れている」が高く、オンロードでは「乗った時の爽快感」の65%、「カッコいい」の42%が高い。

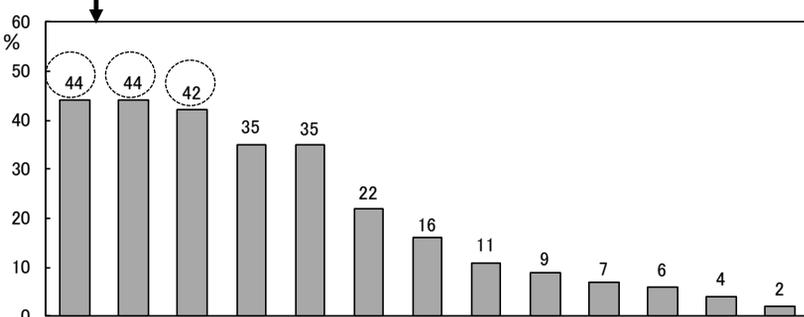
#### <他の乗り物との比較検討>



#### <比較検討した乗り物(二輪車以外)>



#### <他の乗り物ではなく二輪車にした理由>



比較検討者	n	電動アシスト自転車	軽四輪車	普通四輪車	自転車	その他 ※	燃費がよい	維持費が安い	他の乗り物にはない機能・便利さがある	価格が手頃 ※	いままで乗り慣れている	乗った時の爽快感は他の乗り物の比ではない	自分の持っている免許での制約があった	カッコいい	駐車場の制約があった	ファッション性がある	環境に優しい乗り物だから	目立つから	高速道路での走行が快適そうだった	
09年度	-	33	18	17	15	6	48	47	47	42	34	15	16	6	12	4	12	2	-	
11年度	-	41	29	14	11	4	51	53	44	47	25	13	9	6	15	7	6	1	-	
13年度	1,212	37	27	14	20	2	48	49	44	44	36	17	21	5	12	4	7	2	-	
15年度	643	36	22	15	14	12	41	49	44	42	35	15	17	6	13	4	9	2	-	
17年度	405	40	25	18	13	5	41	46	42	42	31	17	9	8	14	3	6	2	2	
19年度	850	32	24	19	15	11	44	44	42	35	35	22	16	11	9	7	6	4	2	
タイプ																				
スクーター	564	△ 40	23	19	15	11	43	45	44	△ 40	△ 40	▽ 13	16	▽ 5	11	▽ 5	5	▽ 1	▽ 0	
ビジネス	163	▽ 21	△ 34	▽ 10	15	16	△ 52	48	37	28	31	24	△ 24	8	▽ 2	10	8	5	0	
オンロード	116	▽ 6	19	△ 32	▽ 3	8	38	▽ 30	37	▽ 22	▽ 17	△ 65	▽ 6	△ 42	7	△ 15	7	△ 14	△ 12	
オフロード	*7	0	0	47	19	0	21	57	50	22	28	△ 74	0	△ 41	10	20	0	0	0	

※ 2019年の主な具体的内容はトライク、電動バイク、超小型EVなど

※※ ~2015年度「利用価値からいって価格が手頃」2017年度「機能や便利さのわりに価格が手頃」

注) △:比較検討者+有意差(5%水準) ▽:比較検討者-有意差(5%水準)

\*:ベース30未満のため参考値

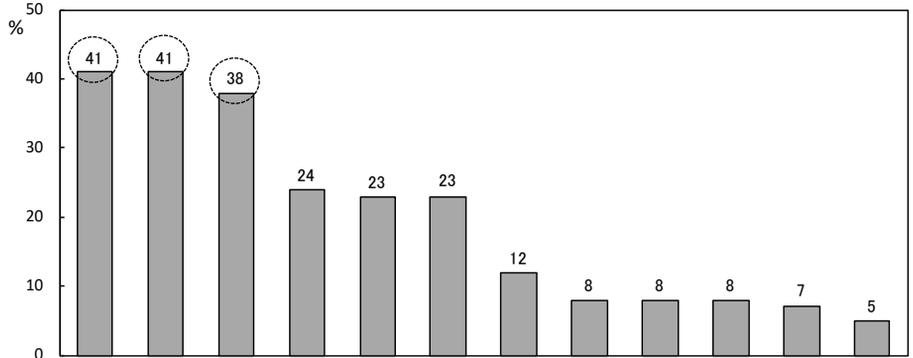
2011年度以前のベースは不明なため「-」で表示している

(1) 購入プロセス

② 購入車種の情報源

- メーカーのWebが販売店の実物と並んでトップ。若年層を中心に口コミとSNSからも情報収集
- 情報源は「販売店での実物」「メーカーのWebサイト」の41%、次いで「販売店の店員の話」が38%と高い。
- 男性はWebサイトと二輪車専門雑誌、女性は「販売店の実物」や「販売店の店員の話」が中心。
- 10代～30代の若年は口コミ情報、Webが中心で、20～40代は加えてSNSも高い。50代は「カタログ・パンフレット」、70代では「販売店の店員の話」や「販売店の実物」が高い。
- オンロードとオフロード(特にオンロード)はWebサイトや「二輪車専門の雑誌の記事・広告」や「SNS」「販売店での試乗」など多様な情報源から情報収集。

<今回購入車の情報源(その他除く27項目中上位5%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



		n	販売店での実物	メーカーのWebサイト	販売店の店員の話	カタログ・パンフレット	二輪車専門雑誌の記事・広告	その他のWebサイト	街中で見かけて	販売店のWebサイト	SNS	実際に走っているのを見て	友人・知人から話を聞いて	販売店での試乗
全体	複数回答	4,967	41	41	38	24	23	23	12	8	8	8	7	5
	単数回答	4,967	17	17	14	5	12	11	5	1	2	2	3	1
性別	男性	4,058	▽ 39	△ 46	▽ 35	26	△ 27	△ 26	12	△ 9	△ 9	9	7	5
	女性	857	△ 50	▽ 22	△ 50	▽ 19	▽ 4	▽ 8	13	▽ 4	▽ 4	7	8	6
年代	10代(16歳以上)	57	40	▽ 25	47	▽ 13	▽ 12	▽ 7	11	9	9	2	△ 17	7
	20代	212	41	△ 54	35	25	▽ 16	△ 28	17	△ 13	△ 24	△ 13	△ 18	△ 8
	30代	335	39	△ 55	38	28	▽ 18	△ 33	12	△ 15	△ 17	9	△ 15	5
	40代	858	▽ 35	△ 55	▽ 34	25	26	△ 32	△ 15	△ 12	△ 11	10	9	6
	50代	1,453	39	△ 50	36	△ 27	△ 31	△ 29	11	△ 10	8	8	7	5
	60代	1,300	43	▽ 33	36	24	24	▽ 15	13	▽ 4	▽ 4	9	▽ 5	4
	70代	523	△ 50	▽ 12	△ 48	▽ 19	▽ 8	▽ 4	10	▽ 3	▽ 1	▽ 5	▽ 4	3
	80代以上	76	46	▽ 4	44	▽ 8	▽ 4	▽ 1	8	▽ 1	▽ 1	▽ 0	▽ 1	4
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1567	△ 52	▽ 20	△ 50	▽ 17	▽ 3	▽ 9	11	▽ 6	▽ 2	▽ 6	▽ 4	▽ 4
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	40	△ 45	39	27	▽ 20	24	14	10	▽ 6	△ 11	△ 9	▽ 3
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	37	△ 57	▽ 31	△ 33	△ 29	△ 32	12	△ 12	9	8	6	△ 8
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	38	72	33	42	43	28	12	11	9	10	2	7
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽ 26	▽ 33	▽ 31	▽ 20	▽ 14	▽ 15	△ 17	▽ 4	▽ 4	10	8	▽ 2
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	▽ 25	△ 52	▽ 24	△ 31	△ 43	△ 29	15	6	10	△ 13	9	▽ 1
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	▽ 33	△ 56	▽ 26	29	△ 40	△ 36	11	9	△ 13	5	7	4
	オンロード軽二輪(125～250cc)	370	42	△ 60	▽ 28	△ 32	△ 42	△ 39	11	△ 15	△ 18	8	△ 14	△ 9
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	40	△ 64	33	27	△ 37	△ 38	14	12	△ 19	7	8	△ 10
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	41	△ 63	▽ 32	27	△ 55	△ 35	▽ 6	9	△ 18	6	5	△ 13
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	42	50	▽ 24	23	△ 42	33	12	13	△ 18	10	12	4	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	48	55	29	39	△ 60	34	3	10	16	14	8	△ 31	
購入形態	新規購入	499	39	44	35	23	▽ 15	23	△ 17	△ 15	△ 13	10	△ 18	5
	買い替え	2,463	△ 44	▽ 37	△ 43	24	▽ 17	▽ 19	12	▽ 6	▽ 6	8	▽ 5	5
	複数所有買い替え	505	40	△ 50	36	△ 29	△ 38	△ 27	10	8	9	9	6	△ 7
	買い増し	655	▽ 35	44	▽ 28	27	△ 38	△ 27	12	8	△ 11	8	7	5
一時中断・再購入	747	39	△ 49	▽ 32	24	26	△ 28	13	△ 11	9	7	9	3	

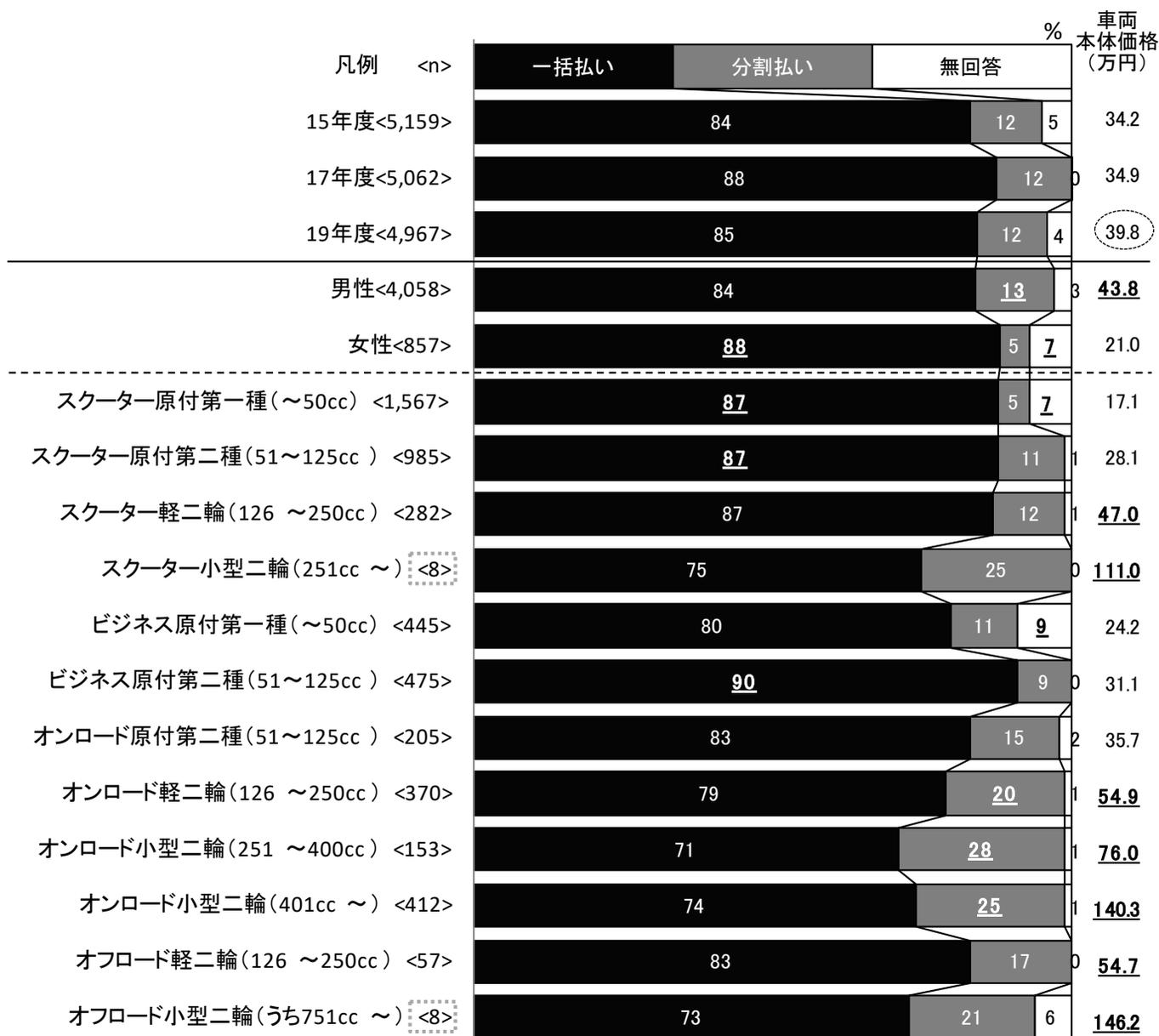
注) △: 全体+有意差(5%水準)   ▽: 全体-有意差(5%水準)  
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

## (2) 支払い方法と車両本体平均価格

### ● 販売店への支払いは一括払いが多いが、オンロード軽二輪以上は分割払いがやや多い

- 支払方法をみると、「一括払い」は85%を占め、「分割払い」は12%。
- 車両本体価格は平均「39.8万円」と2015年度以降上昇している。
- 性別でみると、男性は「分割払い」が女性より高く、女性は「一括払い」が男性より高い。
- 購入二輪車別で支払い方法をみると、車両本体価格が比較的安いスクーター原付第一種・二種、ビジネス原付第二種は、一括払いが高く、オンロード軽二輪・小型二輪は分割払いが高い。

#### <支払方法と車両本体平均価格>



注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

**点線**: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

## 7. 二輪車使用評価と課題

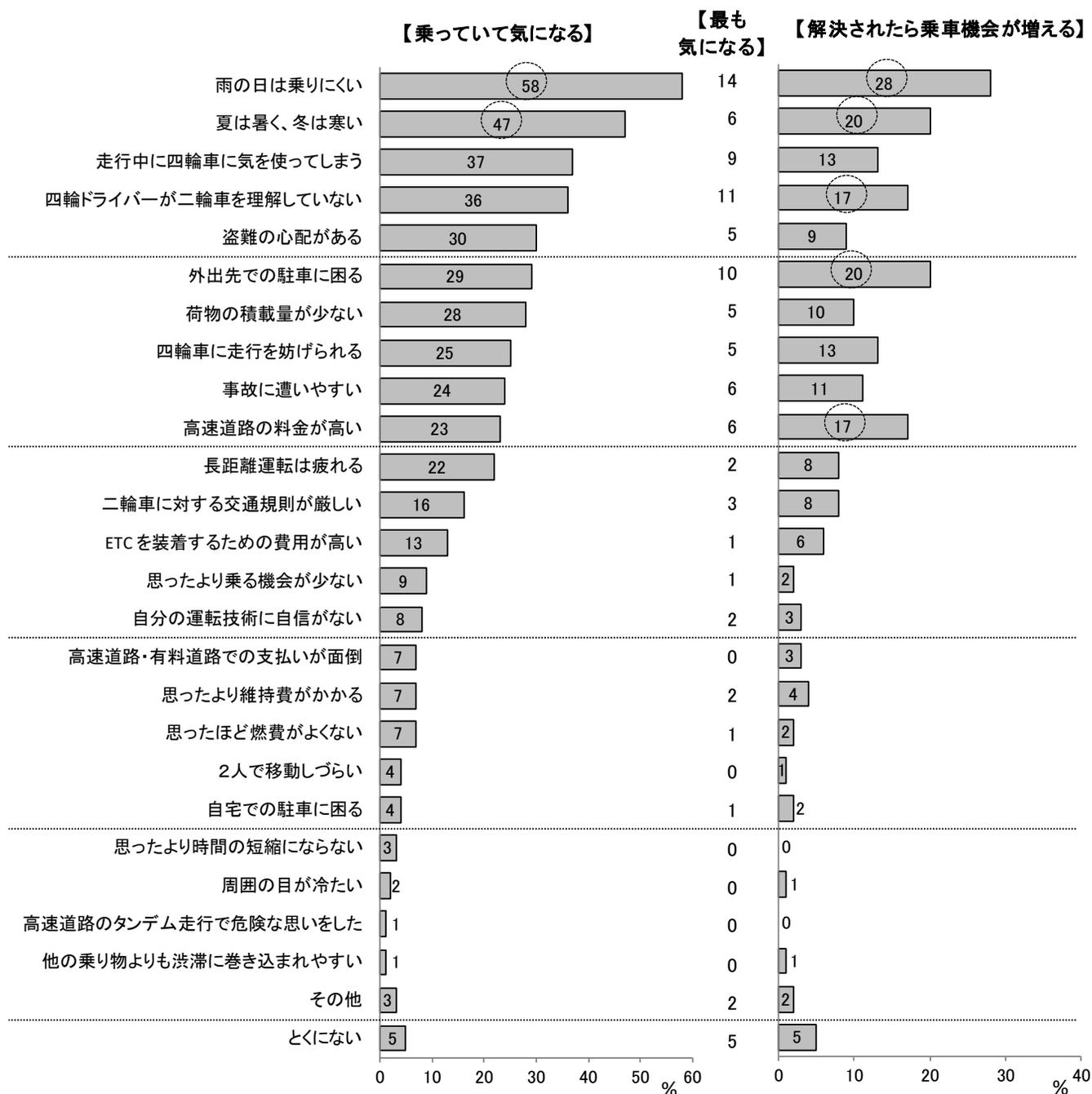
### (1) 二輪車使用時の課題

#### ① 二輪車使用時の課題とその変化

#### ● 乗車時に気にする点は雨、暑さ・寒さといった天候・気候のほか、外出先の駐車場なども

- 乗っていて気になる点は「雨の日は乗りにくい」の58%が最も高い。次いで「夏は暑く、冬は寒い」の47%で、天候・気候の要因が中心となっている。
- 解決されたら乗車機会が増える点でも、「雨の日は乗りにくい」の28%が最も高く、次いで「夏は暑く、冬は寒い」「外出先での駐車に困る」が20%で高い。その次に「四輪ドライバーが二輪車を理解していない」「高速道路の料金が高い」が17%となっている。

<二輪車使用時の課題(全体 n=4,967)> (複数回答)



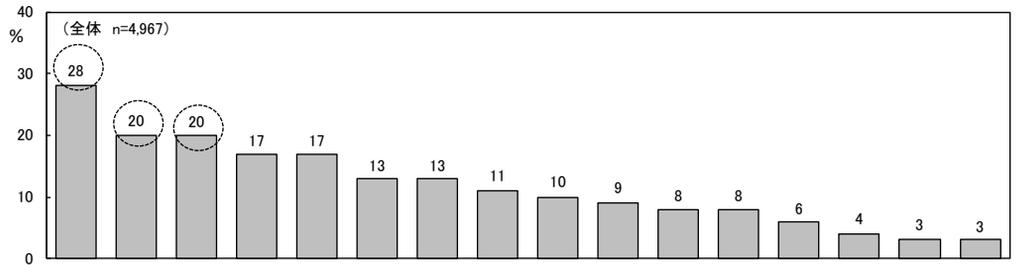
(1) 二輪車使用時の課題

② 属性別二輪車使用時の課題

● スクーターと女性では天候と駐車場、軽二輪以上では加えて高速料金が乗車機会低減の要因

- 課題として最も大きい「雨の日は乗りにくい」は、スクーター原付第一種・第二種、女性で高い。
- 「外出先での駐車に困る」はスクーター原付第二種以上とオンロード軽二輪以上で、「高速道路の料金が  
高い」はスクーター・オンロード・オフロードの軽二輪以上で高い。
- 「事故に遭いやすい」はスクーター原付第二種で高い。
- 「盗難の心配がある」は、買い増し者や男性30代・40代で高い。
- オンロードユーザーは「ETCを装着するための費用が高い」も高い。

<属性別【解決されたら乗車機会が増える】(その他除く24項目中上位3%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



	n	課題																
		雨の日は乗りにくい	外出先での駐車に困る	夏は暑く、冬は寒い	高速道路の料金が安い	四輪ドライバーが二輪車を理解していない	四輪車に走行を妨げられる	走行中に四輪車に気を使ってしまう	事故に遭いやすい	荷物の積載量が少ない	盗難の心配がある	二輪車に対する交通規則が厳しい	長距離運転は疲れる	ETCを装着するための費用が高い	思ったより維持費がかかる	高速道路・有料道路での支払いが面倒	自分の運転技術に自信がない	
全体	4,967	28	20	20	17	17	13	13	11	10	9	8	8	6	4	3	3	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	△ 32	▽ 13	▽ 18	▽ 2	▽ 13	12	△ 15	11	10	▽ 6	△ 11	▽ 5	▽ 1	▽ 2	▽ 1	▽ 2
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	△ 31	△ 25	△ 24	▽ 11	17	12	▽ 10	△ 14	△ 14	11	▽ 5	9	5	3	4	▽ 2
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	27	△ 27	21	△ 37	15	13	▽ 6	▽ 7	14	10	▽ 5	7	△ 15	4	△ 7	2
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	21	30	20	△ 46	24	17	8	10	15	11	12	9	13	14	4	5
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽ 23	▽ 10	▽ 14	▽ 5	18	15	△ 24	14	▽ 5	8	△ 17	6	▽ 1	5	▽ 1	2
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	▽ 23	23	▽ 16	△ 21	△ 25	△ 19	15	12	▽ 6	△ 12	7	8	8	6	△ 5	4
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	27	23	25	19	△ 27	△ 19	9	13	11	13	10	7	△ 10	△ 7	2	3
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	▽ 23	△ 26	24	△ 37	18	13	▽ 8	10	13	△ 12	7	△ 11	△ 19	△ 7	△ 7	△ 9
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	23	△ 28	23	△ 36	23	8	8	10	13	14	▽ 4	△ 14	△ 11	△ 10	△ 8	△ 9
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	▽ 20	△ 27	△ 25	△ 46	19	11	▽ 9	▽ 7	9	11	▽ 5	9	△ 9	△ 8	△ 6	△ 6
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	25	△ 32	20	△ 40	26	12	11	11	8	10	8	7	12	4	6	3	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	27	21	26	△ 61	24	10	2	5	10	11	18	6	11	3	3	3	
購入形態	新規購入	499	28	20	19	△ 9	16	13	△ 16	12	10	10	8	△ 10	▽ 4	▽ 2	▽ 2	△ 7
	買い替え	2,463	29	20	20	▽ 13	▽ 16	13	13	11	11	▽ 8	9	7	▽ 5	4	3	▽ 2
	複数所有買い替え	505	25	△ 24	23	△ 33	18	12	▽ 9	10	9	9	7	△ 10	△ 6	△ 6	▽ 2	
	買い増し	655	▽ 23	21	20	△ 28	△ 23	13	11	11	8	△ 13	7	6	△ 10	△ 6	△ 6	4
一時中断・再購入	747	30	17	23	▽ 13	19	14	15	14	10	11	9	△ 11	5	3	3	△ 6	
性別	男性	4,058	27	21	21	△ 20	△ 19	13	12	12	10	10	9	8	△ 7	5	△ 4	3
	女性	857	△ 34	17	18	▽ 2	▽ 12	12	△ 17	11	11	▽ 6	8	▽ 6	▽ 1	▽ 2	▽ 1	△ 5
性別年代	男性10代(16歳以上)	40	36	15	▽ 7	8	19	5	11	18	5	7	5	2	6	5	8	5
	男性20代	154	28	△ 31	18	22	21	15	11	11	12	13	10	12	7	6	3	4
	男性30代	269	26	△ 26	23	16	19	17	11	13	12	△ 15	10	10	8	7	△ 6	3
	男性40代	730	△ 33	△ 25	△ 26	19	18	15	▽ 10	13	11	△ 14	9	△ 11	△ 8	△ 7	△ 6	4
	男性50代	1,278	28	△ 23	△ 23	△ 24	△ 21	14	12	11	9	11	9	7	△ 9	5	4	3
	男性60代	1,084	▽ 22	▽ 17	20	△ 21	18	12	15	12	10	▽ 8	7	9	6	4	3	3
	男性70代以上	414	25	▽ 10	▽ 11	▽ 8	15	10	13	10	11	▽ 4	8	▽ 3	▽ 2	▽ 2	▽ 1	▽ 1
	女性10代(16歳以上)	*17	40	10	16	0	5	5	15	6	0	1	16	10	0	0	0	0
	女性20代	58	△ 43	17	30	▽ 4	12	9	14	17	11	5	6	10	2	4	0	△ 12
	女性30代	66	△ 48	22	△ 37	▽ 7	17	△ 25	20	9	△ 18	12	10	9	6	0	3	△ 16
	女性40代	127	△ 36	27	19	▽ 2	11	11	15	11	△ 19	9	13	6	▽ 1	3	1	6
	女性50代	175	31	△ 28	16	▽ 3	17	15	18	10	11	7	7	5	▽ 1	3	2	△ 6
	女性60代	216	33	▽ 13	17	▽ 0	▽ 11	12	△ 18	11	8	▽ 4	6	▽ 4	▽ 0	▽ 1	▽ 0	2
女性70代以上	185	27	▽ 5	▽ 9	▽ 0	▽ 9	▽ 7	15	12	9	▽ 4	6	▽ 4	▽ 0	1	▽ 0	2	

注) △: 全体+有意差(5%水準)   ▽: 全体-有意差(5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*: ベース30未満のため参考値

(2) 購入後の期待度と満足度

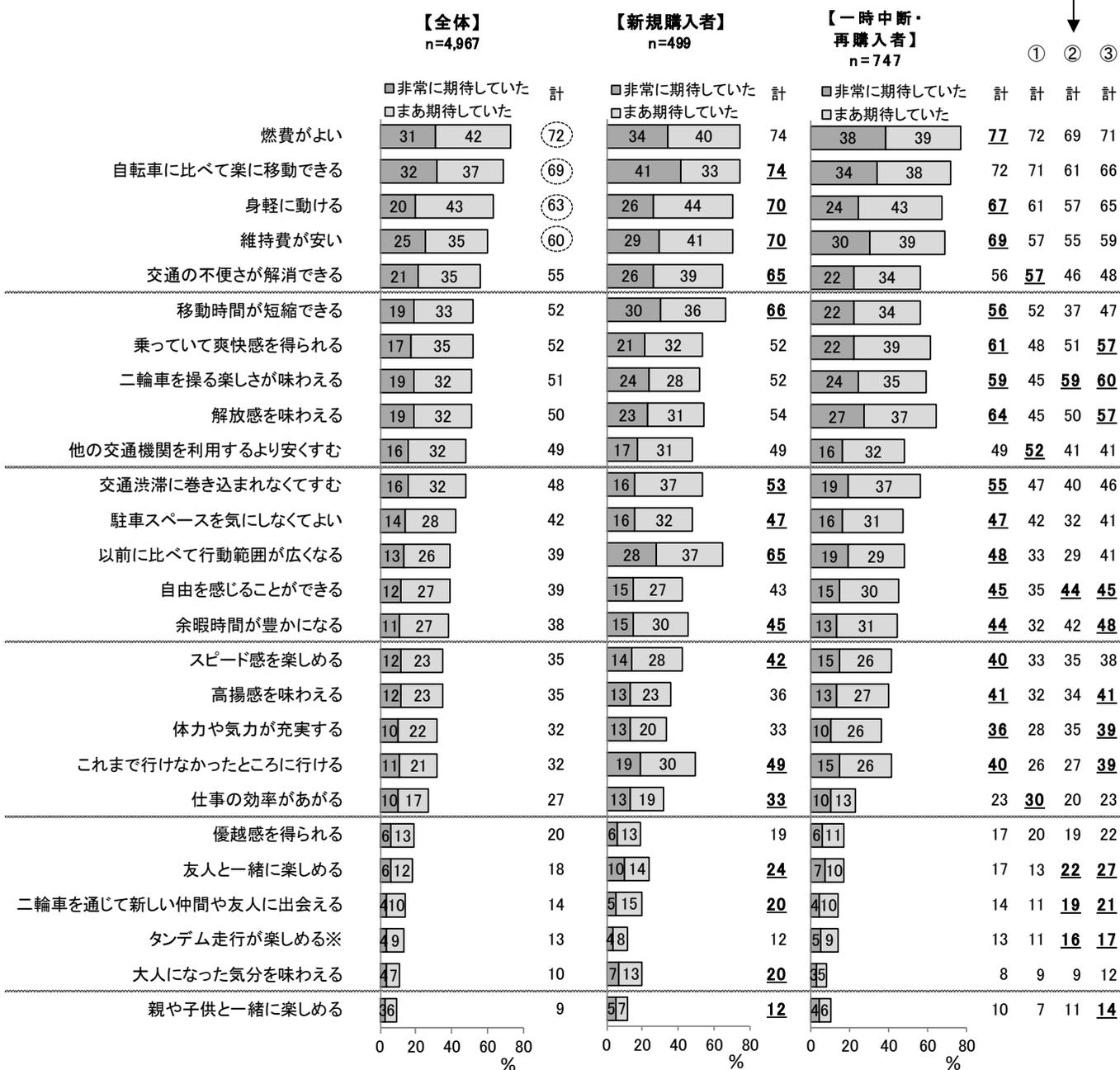
① 購入二輪車期待

● 購入二輪車へ期待する点は、全体としてはコストや移動の利便性だが、再購入者・買い増し者は操作の楽しさ、解放感、爽快感も

- 購入二輪車に対する事前期待は、「燃費がよい」の72%、「自転車に比べて楽に移動できる」の69%、「身軽に動ける」の63%、「維持費が安い」が60%と、上位4項目が6割以上。主にコストや移動の利便性が期待されており、これらは特に新規購入者で、いずれも70%以上と顕著。
- 再購入者でも上記4項目が高いが、「解放感を味わえる」「乗っていて爽快感を得られる」も6割以上と高い。「解放感」「爽快感」を求める傾向は買い増し者にも見られる。

<購入二輪車事前期待(購入したときに期待していたこと)>

① 1台所有買い替え者 (n=2,463)  
 ② 複数所有買い替え者 (n=505)  
 ③ 買い増し者 (n=655)



※排気量51cc以上のみ  
 注) 太字: 全体+有意差(5%水準)

(2)購入後の期待度と満足度

②属性別購入二輪車期待

● スクーターやビジネスは移動の利便性、オンロード・オフロードは走る心地よさ、楽しさに期待

- 「燃費がよい」「維持費が安い」などランニングコストに対する期待は、スクーター原付第二種、ビジネス原付第一・二種、オンロード原付第二種で高い。また「自転車に比べて楽に移動できる」「身軽に動ける」「交通の不便さが解消できる」「移動時間が短縮できる」といった通勤者としての移動の利便性はスクーター原付第一種・第二種、女性で高い。
- オンロードとオフロードでは「乗っていて爽快感を得られる」「解放感を味わえる」など走る心地よさと「二輪車を操る楽しさが味わえる」など乗車時の楽しさへの期待も高い。

<属性別購入二輪車期待(非常に期待していた+まあ期待していた)>

		n	燃費がよい	自転車に比べて楽に移動できる	身軽に動ける	維持費が安い	交通の不便さが解消できる	移動時間が短縮できる	乗っていて爽快感を得られる	二輪車を操る楽しさが味わえる	解放感を味わえる	他の交通機関を利用するより安くすむ	交通渋滞に巻き込まれなくてすむ	よい	駐車スペースを気にしなくて	なる	%
全体		4,967	72	69	63	60	55	52	52	51	50	49	48	42	42	39	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	74	81	67	62	66	61	34	27	33	56	52	50	50	34	
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	79	77	68	70	70	65	50	48	50	60	63	49	40		
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	76	70	59	56	52	47	55	59	55	51	45	33	38		
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	34	54	48	13	35	40	70	65	68	27	23	24	46		
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	77	71	64	67	55	51	39	36	38	52	47	44	35		
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	89	69	73	78	56	45	55	63	58	49	53	46	41		
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	77	57	63	72	43	36	64	75	61	39	42	42	39		
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	63	50	53	60	34	35	77	83	74	36	30	23	49		
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	56	48	48	26	30	31	86	90	81	25	29	28	54		
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	38	42	37	13	17	28	85	85	78	16	20	17	43		
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	70	43	59	64	41	26	66	82	65	29	33	25	43			
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	53	26	15	10	21	18	89	87	87	5	19	3	50			
性別	男性	4,058	73	68	62	61	54	50	54	55	53	47	48	41	39		
女性	857	68	76	67	59	64	61	39	34	37	56	47	49	39			

		n	自由を感じることができる	余暇時間が豊かになる	スピード感を楽しめる	高揚感を味わえる	体力や気力が充実する	これまで行けなかったところに行ける	仕事の効率が上がる	優越感を得られる	友人と一緒に楽しめる	友人に会える	二輪車を通じて新しい仲間や	タンデム走行が楽しめる	大人になった気分を味わえる	親や子供と一緒に楽しめる	%
全体		4,967	39	38	35	35	32	32	27	20	18	14	14	13	10	9	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	24	23	19	17	18	23	38	14	7	5	3	7	7	5	
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	35	31	40	32	27	28	31	20	13	10	24	10	16		
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	47	42	43	37	40	38	17	23	19	15	27	7	14		
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	57	61	60	58	46	47	10	42	31	25	32	24	15		
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	26	27	17	23	22	23	45	12	6	7	1	7	3		
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	50	50	23	35	37	42	21	17	21	17	18	9	7		
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	51	47	45	49	40	38	12	23	25	18	14	12	12		
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	62	63	60	58	51	49	9	25	39	36	19	14	11		
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	74	68	74	72	59	55	4	30	39	29	14	15	10		
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	62	71	75	74	57	42	4	38	41	37	16	20	10		
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	59	59	23	47	54	53	6	14	33	25	10	14	10			
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	81	74	64	73	55	66	2	42	52	44	37	23	15			
性別	男性	4,058	41	40	38	37	33	33	24	20	19	16	14	10	9		
女性	857	31	30	24	23	29	29	41	18	11	8	7	10	8			

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

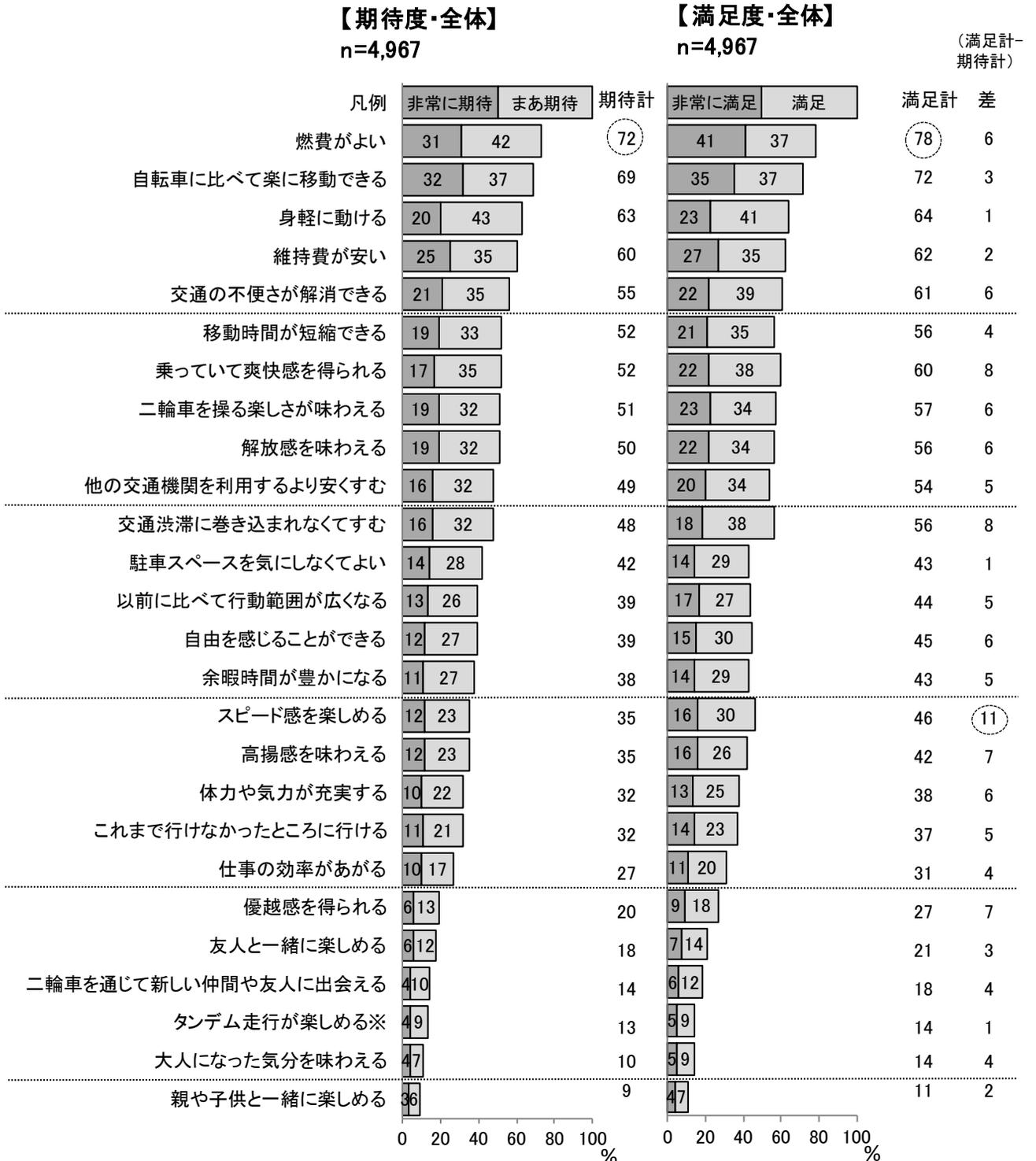
灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

(2)購入後の期待度と満足度

③購入二輪車期待と満足

- 購入二輪車への満足度は全項目とも期待度を上回り、特にスピード感で期待度を大きく上回る
- 期待度の最も高い項目は「燃費がよい」で72%、2位は「自転車に比べて楽に移動できる」で69%。次いで「身軽に動ける」、「維持費が安い」、「交通の不便さが解消できる」が3位から5位を占める。
- 満足度も期待度と同じ項目が1位から5位を占め、最も満足度の高い「燃費がよい」は78%で、5位の「交通の不便さが解消できる」は61%となっている。
- どの項目も満足度が期待度を上回っているが、「スピード感を楽しめる」の差分が11%と最も高い。

<購入二輪車への期待度と個別満足度>



※排気量51cc以上のみ

(3)総合満足度

①属性別総合満足度

● 購入二輪車への総合満足度は大排気量ほど、また若年層ほど高い

- 満足度が特に高いのは、オフロード小型二輪(うち751cc～)の94%、女性20代の93%、男性10代と20代の91%、スクーター小型二輪(251cc～)とオンロード小型二輪(うち401cc～)の90%である。
- 逆に、満足度が低いのは、女性60代の74%、女性70代以上の73%、男性70代以上の78%など高齢者や、スクーター原付第一種(～50cc)と女性30代で、それぞれ76%となっている。

<購入二輪車総合満足度>

		%					満足計
凡例	<n>	非常に満足	満足	どちらともいえない	不満計	無回答	
	全体<4,967>	26	55	12	4	2	82
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc) <1,567>	21	55	17	3	3	76
	スクーター原付第二種(51～125cc) <985>	24	<b>59</b>	11	4	2	83
	スクーター軽二輪(126～250cc) <282>	26	53	14	5	2	80
	スクーター小型二輪(251cc～) <8>	33	57	9	0	0	<b>90</b>
	ビジネス原付第一種(～50cc) <445>	25	54	12	4	5	79
	ビジネス原付第二種(51～125cc) <475>	29	54	11	3	2	84
	オンロード原付第二種(51～125cc) <205>	31	57	4	5	3	<b>88</b>
	オンロード軽二輪(125～250cc) <370>	30	58	7	4	0	<b>88</b>
	オンロード小型二輪(251～400cc) <153>	<b>42</b>	45	8	4	2	86
	オンロード小型二輪(401cc～) <412>	<b>39</b>	51	4	4	2	<b>90</b>
購入形態	オフロード軽二輪(126～250cc) <57>	26	57	13	2	1	83
	オフロード小型二輪(うち751cc～) <8>	21	73	3	3	0	<b>94</b>
	新規購入<499>	<b>33</b>	55	7	4	1	<b>88</b>
	買い替え<2,463>	24	56	14	4	2	80
	複数所有買い替え<505>	24	58	12	3	3	82
	買い増し<655>	<b>31</b>	51	10	5	4	82
性別	一時中断・再購入<747>	29	56	10	3	2	<b>85</b>
	男性<4,058>	26	56	12	4	2	83
性別年代	女性<857>	26	53	14	4	3	79
	男性10代(16歳以上) <40>	<b>43</b>	48	4	5	0	<b>91</b>
	男性20代<154>	<b>43</b>	47	7	2	0	<b>91</b>
	男性30代<269>	<b>37</b>	52	6	3	2	<b>89</b>
	男性40代<730>	<b>34</b>	50	10	5	1	84
	男性50代<1,278>	26	57	11	5	2	83
	男性60代<1,084>	20	<b>62</b>	14	3	2	81
	男性70代以上<414>	18	<b>60</b>	14	3	5	78
	女性10代(16歳以上) <*17>	25	55	10	10	0	80
	女性20代<58>	<b>42</b>	51	4	1	1	<b>93</b>
	女性30代<66>	<b>41</b>	36	15	7	1	76
	女性40代<127>	30	57	9	3	1	87
	女性50代<175>	27	53	15	3	2	80
	女性60代<216>	16	58	18	4	4	74
女性70代以上<185>	23	50	17	4	6	73	

注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

**点線**: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\* : ベース30未満のため参考値

(3)総合満足度

②属性別総合満足度要因

●総合満足度形成要因は、スクーターとビジネスは経済性と移動の利便性、オンロードとオフロードは操る楽しさ、爽快感や解放感

- 「非常に満足」比率の高い個別満足度項目の上位3項目は全体では「燃費」「自転車に比べて楽に移動できる」「維持費が安い」であり、これらが主に総合満足度に寄与していると考えられる。
- スクーターやビジネスは、全体と同様に経済性と移動の利便性に関する項目が高い。
- これに対しオンロードとオフロードは二輪車を操る楽しさ、爽快感、解放感といった乗車から得られる効用に関する項目が高い。

<個別満足度評価(26項目中各属性上位3項目を抜粋)>

	n	1位		2位		3位		
		項目	非常に満足 %	項目	非常に満足 %	項目	非常に満足 %	
全体	4,967	燃費がよい	41	自転車に比べて楽に移動できる	35	維持費が安い	27	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	自転車に比べて楽に移動できる	40	燃費がよい	37	交通の不便さが解消できる	27
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	燃費がよい	46	自転車に比べて楽に移動できる	39	維持費が安い	34
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	燃費がよい	42	自転車に比べて楽に移動できる	31	解放感を味わえる	20
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	乗っていて爽快感を得られる	32	スピード感を楽しめる	32	二輪車を操る楽しさが味わえる	29
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	燃費がよい	49	自転車に比べて楽に移動できる	38	維持費が安い	36
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	燃費がよい	55	維持費が安い	40	自転車に比べて楽に移動できる	30
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	燃費がよい	62	維持費が安い	43	二輪車を操る楽しさが味わえる	41
	オンロード軽二輪(125～250cc)	370	二輪車を操る楽しさが味わえる	41	乗っていて爽快感を得られる	37	解放感を味わえる	33
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	二輪車を操る楽しさが味わえる	59	乗っていて爽快感を得られる	55	解放感を味わえる	45
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	二輪車を操る楽しさが味わえる	49	乗っていて爽快感を得られる	47	スピード感を楽しめる	44
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	燃費がよい	45	二輪車を操る楽しさが味わえる	41	解放感を味わえる	33	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	乗っていて爽快感を得られる	36	二輪車を操る楽しさが味わえる	29	解放感を味わえる	29	
購入形態	新規購入	499	燃費がよい	46	自転車に比べて楽に移動できる	45	維持費が安い	36
	買い替え	2,463	燃費がよい	38	自転車に比べて楽に移動できる	34	交通の不便さが解消できる	23
	複数所有買い替え	505	燃費がよい	37	自転車に比べて楽に移動できる	26	二輪車を操る楽しさが味わえる	22
	買い増し	655	燃費がよい	44	自転車に比べて楽に移動できる	32	二輪車を操る楽しさが味わえる	30
	一時中断・再購入	747	燃費がよい	48	自転車に比べて楽に移動できる	39	維持費が安い	34
男性年代	男性10代(16歳以上)	40	自転車に比べて楽に移動できる	76	移動時間が短縮できる	68	以前に比べて行動範囲が広がる	52
	男性20代	154	自転車に比べて楽に移動できる	54	燃費がよい	44	解放感を味わえる	42
	男性30代	269	燃費がよい	50	自転車に比べて楽に移動できる	46	二輪車を操る楽しさが味わえる	40
	男性40代	730	燃費がよい	44	自転車に比べて楽に移動できる	37	二輪車を操る楽しさが味わえる	33
	男性50代	1,278	燃費がよい	43	自転車に比べて楽に移動できる	31	二輪車を操る楽しさが味わえる	27
	男性60代	1,084	燃費がよい	39	自転車に比べて楽に移動できる	29	維持費が安い	25
	男性70代以上	414	燃費がよい	35	自転車に比べて楽に移動できる	30	維持費が安い	24
女性年代	女性10代(16歳以上)	*17	自転車に比べて楽に移動できる	69	移動時間が短縮できる	54	身軽に動ける	49
	女性20代	58	自転車に比べて楽に移動できる	64	移動時間が短縮できる	55	交通の不便さが解消できる	52
	女性30代	66	燃費がよい	51	自転車に比べて楽に移動できる	52	交通の不便さが解消できる	44
	女性40代	127	燃費がよい	53	自転車に比べて楽に移動できる	46	維持費が安い	38
	女性50代	175	燃費がよい	41	自転車に比べて楽に移動できる	35	身軽に動ける	31
	女性60代	216	自転車に比べて楽に移動できる	36	燃費がよい	27	他の交通機関を利用するより安くすむ	24
	女性70代以上	185	自転車に比べて楽に移動できる	36	燃費がよい	24	身軽に動ける	22

注) 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*: ベースが30未満のため参考値

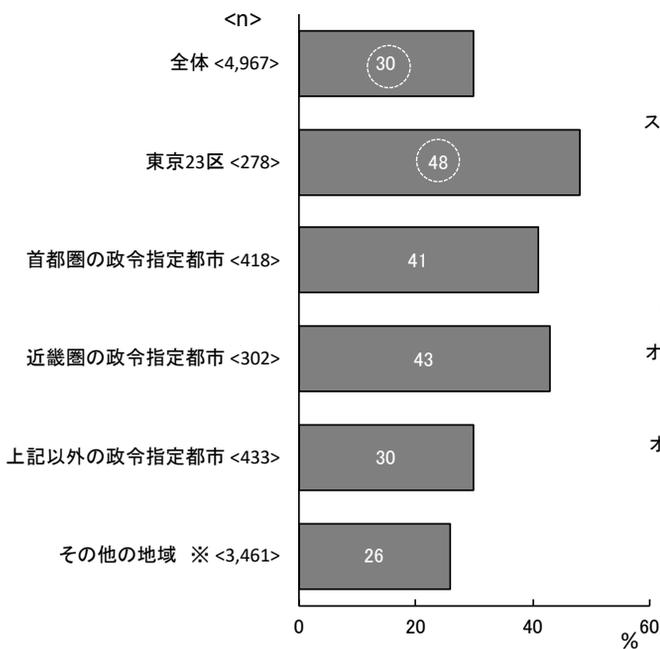
(4) 二輪車の駐車問題

① 二輪車の駐車で困った経験/困った場所

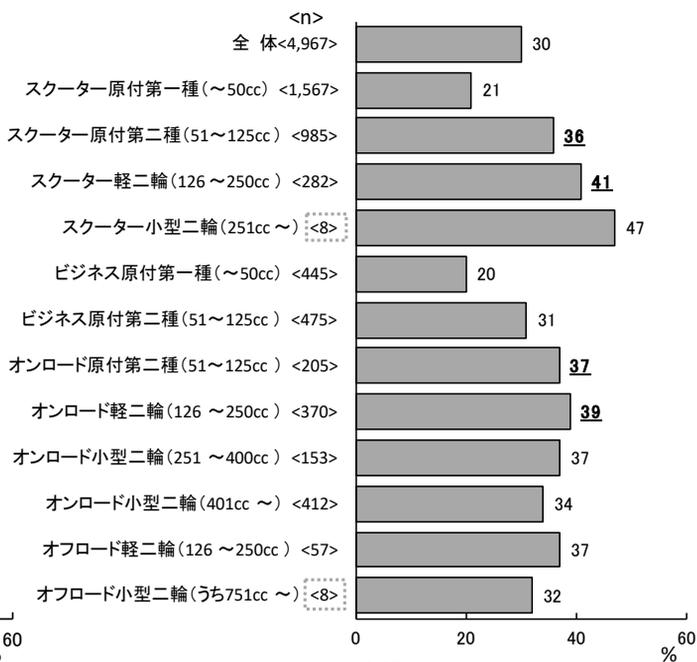
● 都市部ほど駐車に困った経験が多く、特に駅周辺で困る場合が多い

- 「駐車で困った経験」は全体で30%、地域では東京23区の48%が最も高く都市部ほど高い。
- 駐車で困った場所では、「駅周辺」の75%（駐車に困った経験者ベース）、「繁華街」の64%（同）が多い。
- 東京23区、近畿圏の政令指定都市では上記2つに加え、「オフィス街」が高いのが特徴である。
- オンロード軽二輪以上では「観光地」が高いという特徴もみられる。

<駐車で困った経験(あり)の割合>

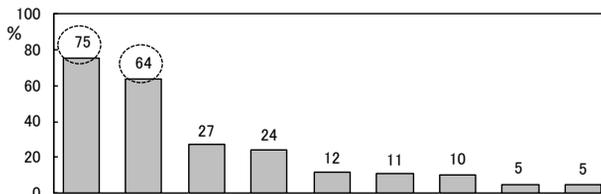


<購入二輪車別駐車場で困った経験(あり)の割合>



注) 太字: 全体+有意差(5%水準)

<駐車で困った場所> (複数回答)



	n	駅周辺	繁華街	観光地	オフィス街	住宅街	自宅	職場周辺の学校	自宅周辺	その他	
駐車に困った経験者 19年度	1,480	75	64	27	24	12	11	10	5	5	
居住地	東京23区	136	76	△ 78	19	△ 42	△ 18	12	△ 15	△ 11	2
	首都圏の政令指定都市	174	△ 83	61	23	26	12	11	12	5	3
	近畿圏の政令指定都市	135	72	68	△ 33	△ 35	12	13	9	7	5
	上記以外の政令指定都市	136	▽ 63	66	20	19	10	12	13	4	5
	その他の地域 ※	955	71	▽ 58	27	▽ 18	10	10	7	4	6
購入二輪車	スクーター原付第一種 (~50cc)	330	76	▽ 52	▽ 10	▽ 13	11	12	8	4	6
	スクーター原付第二種 (51~125cc)	355	△ 80	65	▽ 20	26	14	9	10	▽ 3	4
	スクーター軽二輪 (126 ~250cc)	115	75	△ 73	27	△ 37	11	7	10	6	5
	スクーター小型二輪 (251cc ~)	4	73	75	44	27	12	10	2	5	8
	ビジネス原付第一種 (~50cc)	89	▽ 65	60	▽ 12	18	13	13	△ 18	9	2
	ビジネス原付第二種 (51~125cc)	148	71	67	25	30	12	9	8	4	5
	オンロード原付第二種 (51~125cc)	76	69	65	32	23	16	17	10	7	5
	オンロード軽二輪 (126 ~250cc)	146	74	70	△ 46	△ 31	13	15	8	△ 10	5
	オンロード小型二輪 (251 ~400cc)	56	67	67	△ 53	23	11	18	9	9	4
	オンロード小型二輪 (401cc ~)	139	73	71	△ 56	20	▽ 5	10	8	3	7
オフロード軽二輪 (126 ~250cc)	*21	76	69	43	31	19	7	9	8	9	
オフロード小型二輪 (うち751cc ~)	*2	45	70	55	20	10	0	10	0	10	

※ 全国の政令指定都市と首都圏・近畿圏の全域を除く

注) △: 駐車に困った経験者+有意差(5%水準) ▽: 駐車に困った経験者-有意差(5%水準)

灰字、□: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*: ベース30未満のため参考値

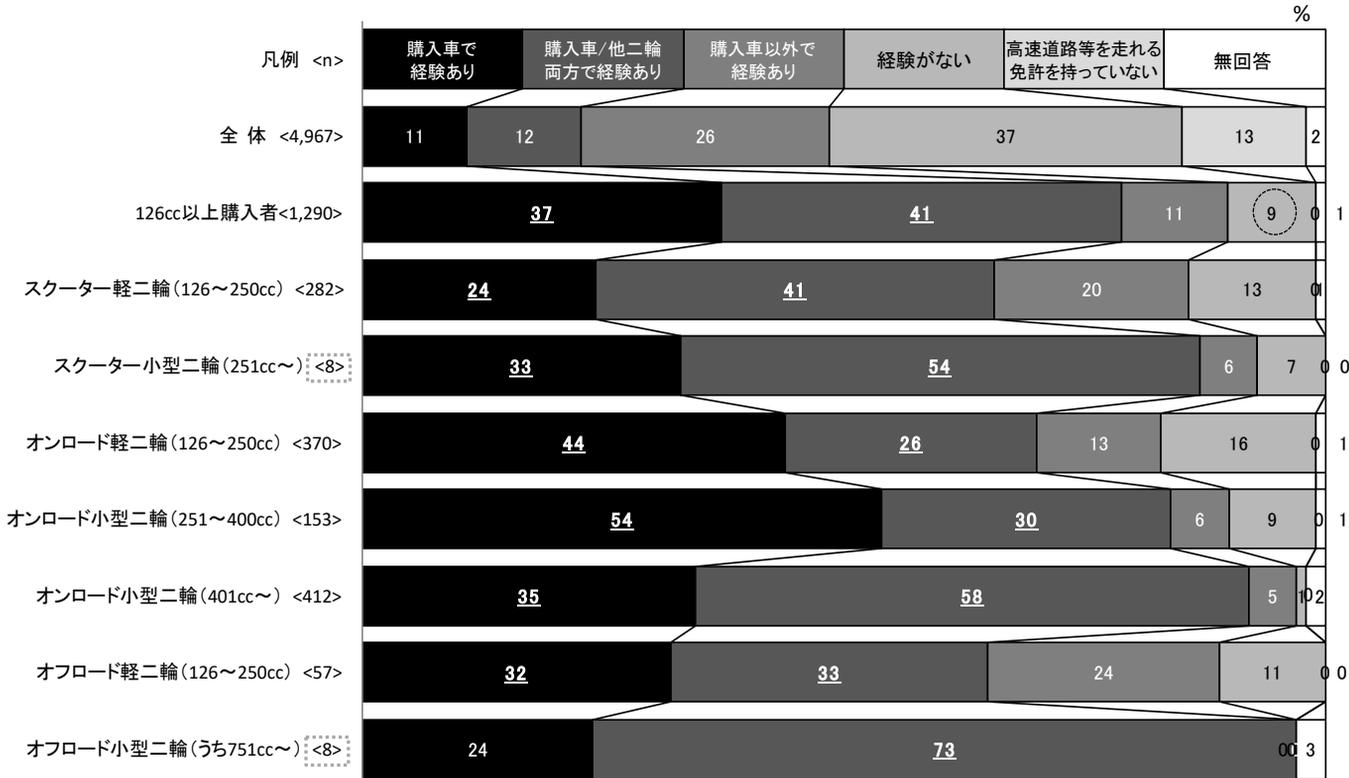
(5) 高速道路走行経験と課題

① 高速道路走行経験

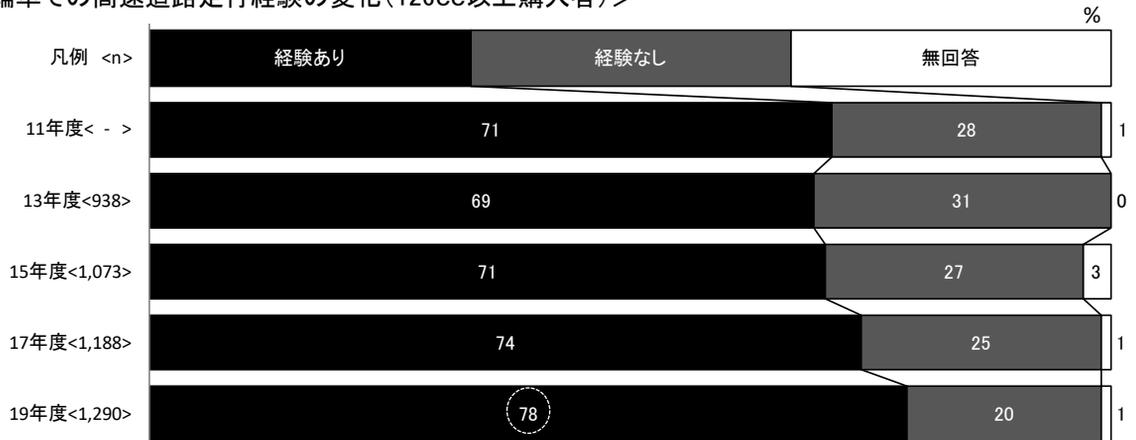
● 軽二輪以上購入者の9割は高速道路走行を経験、前回調査と比べ、経験率は増加

- 126cc以上の排気量の二輪車購入者では「高速道路走行未経験者」は9%で、約9割が走行経験者である。
- 「高速道路走行未経験者」が多いのは、スクーター及びオンロードの軽二輪。
- 購入した二輪車での「高速道路走行経験」は78% (126cc以上購入者ベース)、2011年度から2015年度まで変化は少なかったが、2017年度から増加傾向にあり、2019年度は2017年度から4ポイント増加。

< 高速道路走行経験 >



< 今回購入した二輪車での高速道路走行経験の変化(126cc以上購入者) >



注) **太字**: 126cc~購入者+有意差(5%水準)

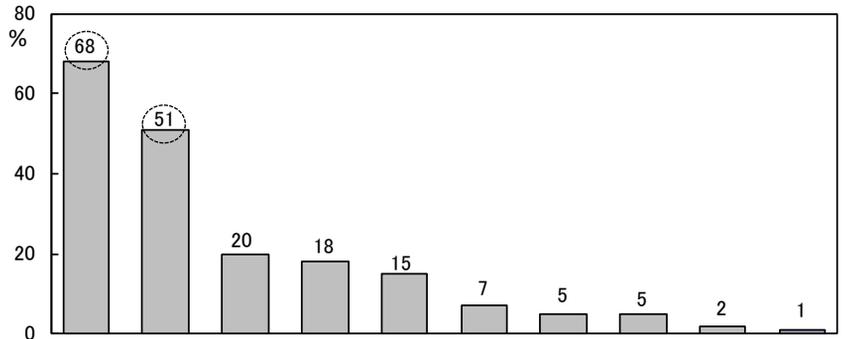
**点線**: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値  
2011年度のベースは不明なため「-」で表示している

(5) 高速道路走行経験と課題

② 高速道路走行に対する意識

- 高速道路料金が半額になった場合、オンロードを中心に利用頻度・利用距離を増やす意向
- 高速道路料金が普通車の半額になった場合に想定される行動で最も高いのは「利用頻度が増える」の68%（126cc以上購入者ベース）で、次いで「利用距離が延びる」の51%（同）。
- 「利用頻度が増える」「利用距離が延びる」が特に高いのは、オンロード小型二輪（401cc～）。
- スクーター軽二輪とオンロード軽二輪では「ETCをつける」が高い。
- また、「高速用に大排気量の二輪車を買う」はオンロード小型二輪（251～400cc）で高く、「高速用に今とは違うタイプの二輪車を買う」はスクーター軽二輪で高い。

< 高速道路料金が普通車の半額になった場合に想定される行動 > （複数回答）



		n	二輪車の高速の利用頻度が増える	二輪車の高速の利用距離が延びる	料金が下がってもとくに高速利用に変化はない	二輪車にETCをつける	今まで四輪車で行っていた場所に二輪車で行く	高速用に大排気量の二輪車を買う	高速用に今とは違うタイプの二輪車を買う	料金に関わらず高速を二輪車で走りたいとは思わない	高速を走行できる二輪車の上位免許を取得する	その他
126cc 以上購入者 19年度		1,290	68	51	20	18	15	7	5	5	2	1
購入二輪車	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	▽ 56	▽ 36	25	△ 27	17	9	△ 8	7	2	1
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	73	58	23	13	16	2	3	2	2	2
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	65	48	21	△ 26	15	9	5	6	2	1
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	74	48	19	13	17	△ 12	4	5	△ 5	0
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	△ 76	△ 63	17	▽ 5	14	▽ 2	▽ 2	▽ 2	▽ 1	2
	オフロード軽二輪(126～250cc)	57	60	50	17	25	14	4	8	7	1	0
	オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	77	74	13	2	23	2	0	0	0	0

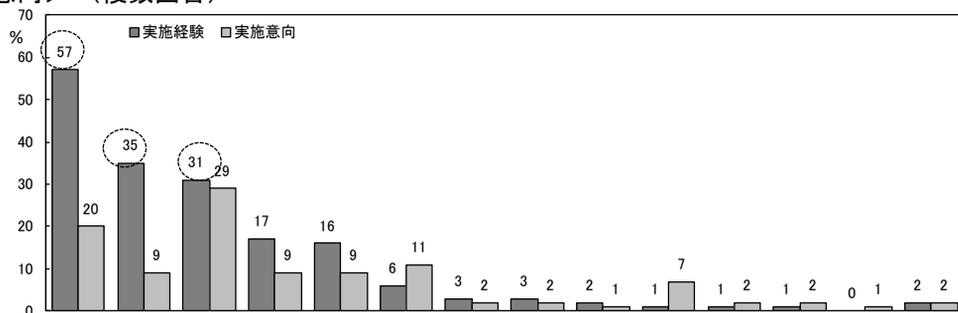
注) △:126cc以上購入者+有意差(5%水準) ▽:126cc以上購入者-有意差(5%水準)  
 灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

## 8. 二輪車の楽しみ方と期待

### (1)レクリエーション実施経験と意向

- ツーリング(日帰り・宿泊)の経験は多く、オンロードでは宿泊してのツーリング意向が特に高い。宿泊してのツーリング及びサーキットでの体験走行の実施意向は増加傾向にある
- 経験したレクリエーションは「日帰りのツーリング」57%が最も高く、次いで「峠道を走る」が35%、「宿泊してのツーリング」が31%と高い。
- 実施意向で最も高いのは「宿泊してのツーリング」29%、次いで「日帰りのツーリング」20%で、特にオンロードユーザーは「宿泊してのツーリング」意向が高く、「サーキットでの体験走行」「カスタム・ドレスアップ」や「海外でのツーリング」も高い。
- 「宿泊してのツーリング」「サーキットでの体験走行」は増加傾向にある。

<レクリエーション実施経験と意向> (複数回答)



下記数値は実施意向

		n	日帰りのツーリング	峠道を走る	宿泊してのツーリング	カスタム・ドレスアップ	林道でのツーリング	サーキットでの体験走行	スクーター・ミニバイクレース	モトクロスレース	エンデューロレース	海外でのツーリング	ロードレース	トライアル競技	モタードレース	その他
全体	09年度	5,575	22	8	25	9	8	9	3	2	1	8	2	2	1	1
	11年度	5,150	21	8	24	9	8	9	3	1	1	7	2	2	1	1
	13年度	5,669	21	7	24	7	7	8	2	1	1	6	2	1	1	1
	15年度	5,159	20	8	27	8	7	10	2	2	1	6	2	2	1	1
	17年度	5,062	21	8	26	8	8	10	2	2	2	6	2	2	1	1
	19年度	4,967	20	9	29	9	9	11	2	2	1	7	2	2	1	2
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽ 16	▽ 5	▽ 13	▽ 3	▽ 3	▽ 2	2	▽ 1	▽ 0	▽ 2	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 1
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	△ 26	9	31	10	9	10	3	2	1	7	2	1	1	1
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	23	7	△ 42	△ 12	9	9	3	2	1	9	2	1	1	1
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	32	13	42	17	9	16	4	2	1	21	1	4	1	2
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	21	8	29	8	9	▽ 4	▽ 1	1	2	▽ 4	1	2	1	△ 4
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	△ 25	11	△ 37	△ 13	△ 17	▽ 7	2	2	2	△ 11	2	△ 4	1	△ 4
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	20	△ 13	△ 40	12	11	△ 21	△ 8	3	3	△ 14	4	△ 4	△ 4	2
	オンロード軽二輪(125～250cc)	370	19	△ 13	△ 52	△ 14	△ 13	△ 24	2	△ 4	2	△ 12	△ 6	△ 5	△ 3	2
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	21	△ 17	△ 54	△ 21	10	△ 34	2	1	1	△ 12	5	3	1	1
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	▽ 16	9	△ 34	△ 14	△ 12	△ 35	3	△ 3	△ 3	△ 14	△ 9	△ 4	2	3
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	17	5	39	9	△ 29	15	3	3	△ 13	△ 21	4	△ 7	3	2	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	16	13	21	3	15	27	0	2	△ 18	△ 40	2	6	3	0	
性別	男性	4,058	△ 22	△ 10	△ 34	△ 10	△ 10	△ 13	3	2	2	△ 8	△ 3	2	1	2
	女性	857	▽ 12	▽ 4	▽ 10	▽ 3	▽ 2	▽ 3	▽ 1	▽ 1	▽ 0	▽ 4	▽ 0	▽ 0	▽ 0	1
性別年代	男性10代(16歳以上)	40	11	16	32	6	▽ 0	6	0	0	0	10	3	0	0	0
	男性20代	154	▽ 13	9	△ 40	8	13	△ 24	△ 6	△ 5	△ 5	△ 12	△ 7	3	△ 4	2
	男性30代	269	▽ 14	△ 15	34	△ 13	11	△ 25	△ 5	△ 5	2	7	△ 5	3	△ 3	2
	男性40代	730	20	10	△ 35	△ 16	△ 11	△ 19	△ 4	△ 3	△ 2	△ 12	△ 5	3	△ 3	2
	男性50代	1,278	△ 24	9	△ 36	△ 13	△ 11	△ 15	2	2	2	△ 9	△ 4	△ 3	1	2
	男性60代	1,084	△ 24	10	△ 35	▽ 7	10	▽ 7	2	1	1	6	▽ 1	2	▽ 0	2
	男性70代以上	414	20	10	▽ 17	▽ 2	8	▽ 1	▽ 1	1	▽ 0	▽ 1	▽ 0	▽ 0	▽ 0	1
	女性10代(16歳以上)	*17	15	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	女性20代	58	25	6	26	14	5	8	1	4	0	4	0	2	0	3
	女性30代	66	20	3	22	7	3	6	5	0	0	12	2	0	0	0
	女性40代	127	20	8	▽ 16	9	▽ 3	▽ 4	2	1	0	9	0	1	1	2
	女性50代	175	15	▽ 3	▽ 14	▽ 2	▽ 5	▽ 3	▽ 0	0	2	3	▽ 0	0	0	2
	女性60代	216	▽ 10	▽ 3	▽ 5	▽ 0	▽ 1	▽ 1	1	0	0	▽ 1	▽ 0	▽ 0	0	1
女性70代以上	185	▽ 3	▽ 2	▽ 1	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	0	0	▽ 0	▽ 0	0	0	1	
購入形態	新規購入	499	△ 25	△ 14	△ 38	11	7	11	▽ 1	1	1	6	2	1	0	1
	買い替え	2,463	▽ 18	▽ 7	▽ 24	▽ 7	▽ 8	▽ 10	2	1	▽ 1	▽ 5	2	▽ 1	▽ 0	1
	複数所有買い替え	505	23	10	30	11	△ 12	△ 16	△ 4	△ 3	△ 4	△ 15	△ 4	△ 5	△ 4	3
	買い増し 一時中断・再購入	655 747	▽ 17 △ 26	11 8	32 △ 38	9 △ 13	△ 13 9	△ 16 10	3 2	3 1	△ 3 1	△ 13 6	△ 5 2	△ 4 1	△ 2 1	△ 3 2

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

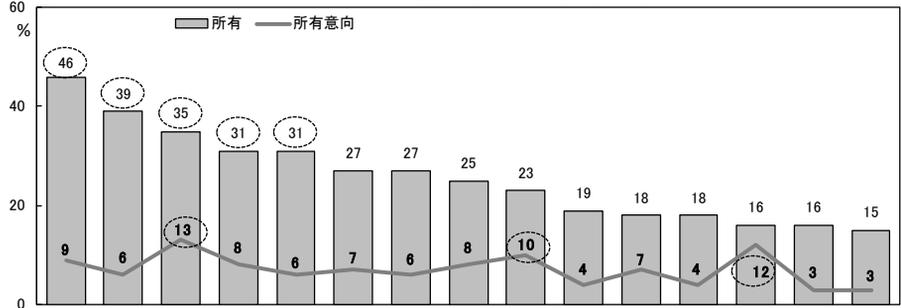
\*:ベース30未満のため参考値

(2)洋用品の所有と意向

● グローブ、バイクカバー、ウェア、盗難防止ロック等の所有率が3割以上と高く、スマートフォンホルダーやアクセサリソケット等の所有率も増加傾向にある

- 所有している洋用品の上位5つは「ライダー用グローブ」の46%、「バイクカバー」の39%、「ライディングウェア」の35%、「ライダー用レインウェア」と「盗難防止ロック」の31%。
- グローブやレインウェア等に加え、「ETC」「アクセサリソケット」「グリップヒーター」など電気系統の装備や「スマートフォンホルダー」「リアシートバッグ」など収納関係の所有も増加している。
- 所有意向では「ライディングウェア」の13%、「グリップヒーター」の12%、「スマートフォンホルダー」の10%。

<洋用品所有と意向(その他除く33項目中所有上位15%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



下記数値は所有

		n	ライダー用グローブ	バイクカバー	ライディングウェア※	ライダー用レインウェア	盗難防止ロック	ライダーブーツ/ライダーシューズ	リアボックス/トッパケース	ETC	スマートフォンホルダー	アクセサリソケット	ライダー用パンツ・ボトムス	リアシートバッグ	グリップヒーター	サンダラス/ゴグル	バイザー/スクリーン
全体	17年度	5,062	40	35	32	25	31	22	23	19	14	12	16	13	11	15	11
	19年度	4,967	46	39	35	31	31	27	27	25	23	19	18	18	16	16	15
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽13	▽19	▽5	▽9	▽17	▽3	▽9	▽3	▽3	▽2	▽2	▽2	▽2	▽8	▽2
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	47	40	▽28	33	32	▽18	△39	▽13	▽20	▽13	▽12	▽12	18	18	16
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	△67	△50	△54	△48	36	△36	△43	△50	△36	△33	△26	20	△38	△25	△28
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	78	62	△69	△64	52	56	48	△79	48	△48	△46	37	△55	22	31
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽24	▽19	▽11	▽14	▽15	▽8	▽19	▽4	▽7	▽4	▽3	▽8	▽9	▽12	▽6
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	△65	△51	△52	△42	△37	△35	△51	22	△30	△28	△23	△25	△22	△27	△28
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	△78	△56	△65	△39	△43	△56	△37	24	△37	23	△30	△31	11	21	16
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	△84	△65	△75	△50	△48	△60	27	△58	△55	△41	△31	△38	13	19	△25
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	△90	△70	△84	△45	△53	△71	21	△77	△57	△45	△46	△48	△26	15	△28
性別	男性	4,058	△53	△43	△41	△35	△34	△32	△31	△30	△26	△22	△21	△21	△19	△18	△18
	女性	857	▽16	▽22	▽8	▽12	▽18	▽6	▽8	▽5	▽8	▽4	▽3	▽3	▽4	▽8	▽2
	男性10代(16歳以上)	40	▽26	33	▽15	▽9	▽13	▽8	▽5	▽5	21	12	▽5	0	5	7	11
	男性20代	154	△60	47	39	28	△39	34	▽18	30	△45	21	17	△24	▽9	13	15
	男性30代	269	△54	△47	△41	27	36	28	27	25	△37	20	14	18	13	14	16
	男性40代	730	△60	△49	△47	△37	△41	△35	△33	△34	△37	△27	△24	△24	△20	15	△19
	男性50代	1,278	△64	△49	△51	△43	△40	△42	△36	△38	△32	△28	△29	△27	△25	△20	△23
	男性60代	1,084	△50	38	△39	△34	▽27	30	△34	27	▽17	19	18	19	△18	△22	△18
	男性70代以上	414	▽20	▽21	▽10	▽14	▽16	▽8	▽14	▽7	▽3	▽4	▽4	▽6	▽7	14	▽4
性別年代	女性10代(16歳以上)	*17	▽10	▽6	▽5	▽0	36	▽0	▽0	▽0	11	5	0	0	0	5	5
	女性20代	58	35	35	▽12	▽10	30	▽12	▽5	▽12	22	12	▽4	8	▽5	7	▽0
	女性30代	66	▽31	44	▽18	▽18	28	17	▽7	18	21	14	▽7	9	▽2	17	▽1
	女性40代	127	▽27	▽28	▽15	▽18	27	▽10	▽15	▽11	▽13	▽8	▽9	▽3	▽8	▽8	▽5
	女性50代	175	▽24	▽25	▽10	▽18	21	▽9	▽13	▽5	▽10	▽5	▽4	▽4	▽5	11	▽4
	女性60代	216	▽7	▽14	▽6	▽11	▽8	▽3	▽6	▽1	▽2	▽0	▽1	▽2	▽1	▽6	▽2
	女性70代以上	185	▽2	▽15	▽0	▽5	▽12	▽0	▽3	▽0	▽0	▽0	▽1	▽0	▽2	▽5	▽0
	新規購入	499	▽41	40	▽27	▽20	30	▽20	▽14	▽17	△28	▽14	▽11	▽14	▽6	▽11	▽7
	購入形態	買い替え	2,463	▽37	▽32	▽26	▽25	▽26	▽19	▽24	▽17	▽16	▽12	▽12	▽13	▽13	▽13
複数所有買い替え		505	△75	△56	△68	△57	△39	△61	△46	△59	△36	△40	△40	△40	△37	△31	△36
買い増し		655	△67	△51	△60	△47	△40	△50	△38	△44	△35	△32	△33	△31	△27	△25	△25
一時中断・再購入		747	48	42	▽30	▽25	△36	▽21	▽23	▽19	△27	18	▽15	▽14	▽9	▽14	13

※ 2017年度以前「ライダー用ジャケット」

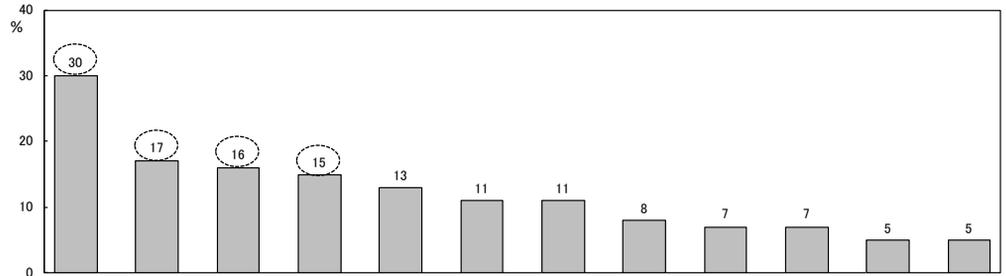
注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準) ↑:上昇(変化)+5ポイント以上  
 灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値  
 \*:ベースが30未満のため参考値

### (3)二輪車の楽しみ方情報源

● 情報源としては二輪車専門誌やWeb、口コミとSNSが多く、複数所有買い替えや買い増しユーザーは二輪車専門誌が運営する会員サービスや二輪車関連のイベントも

- 「二輪車専門誌」が30%、次いで「バイク仲間の話」が17%、「販売店の店員の話」が16%、「メーカーのWebサイトや会員向け情報サービス」が15%と高く、男性50代以下とオンロードユーザーでは「二輪車専門誌」やWebに加え、特に「バイク仲間の話」「バイク仲間のSNSへの投稿やブログ」「その他友人・知人の話」など口コミとSNSの活用も特徴的。
- 複数所有買い替えや買い増しユーザーは「二輪車専門誌が運営する会員向け情報サービス」や「二輪車関連のイベント」なども高い。

<二輪車の楽しみ方情報源(その他除く26項目中上位5%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



	n	二輪車専門誌	バイク仲間の話	販売店の店員の話	メーカーのWebサイトや会員向け情報サービス	その他友人・知人の話	メーカーのカatalog・パンフレット	バイク仲間のSNSへの投稿やブログ	会員向け情報サービス	二輪車専門誌が運営するWebサイトや	テレビ番組	モーターサイクルショーなど二輪車関連のイベント	販売店のWebサイトや会員向け情報サービス	二輪車専門誌のSNS
全体	4,967	30	17	16	15	13	11	11	8	7	7	5	5	
購入二輪車	スクーター原付第一種(〜50cc)	1,567	▽ 7	▽ 3	▽ 14	▽ 5	▽ 8	▽ 6	▽ 2	▽ 1	▽ 4	▽ 1	▽ 2	▽ 1
	スクーター原付第二種(51〜125cc)	985	29	▽ 15	17	15	14	△ 14	▽ 7	7	8	6	5	4
	スクーター軽二輪(126〜250cc)	282	△ 41	△ 23	15	△ 20	13	△ 15	13	△ 14	10	10	7	6
	スクーター小型二輪(251cc〜)	8	40	36	20	30	22	17	14	14	12	18	5	11
	ビジネス原付第一種(〜50cc)	445	▽ 18	▽ 7	14	▽ 11	10	9	▽ 7	▽ 4	6	▽ 3	▽ 3	▽ 2
	ビジネス原付第二種(51〜125cc)	475	△ 51	△ 27	16	△ 22	△ 16	△ 16	△ 15	△ 11	8	△ 11	5	△ 8
	オンロード原付第二種(51〜125cc)	205	△ 49	△ 28	12	△ 23	△ 21	△ 17	△ 16	△ 12	△ 12	10	7	7
	オンロード軽二輪(126〜250cc)	370	△ 51	△ 35	17	18	△ 19	13	△ 24	△ 15	7	△ 13	△ 7	△ 11
	オンロード小型二輪(251〜400cc)	153	△ 49	△ 30	20	△ 25	△ 18	8	△ 23	△ 20	7	△ 14	△ 12	6
オンロード小型二輪(401cc〜)	412	△ 61	△ 45	△ 22	△ 27	14	△ 16	△ 28	△ 19	△ 11	△ 20	△ 14	△ 13	
オフロード軽二輪(126〜250cc)	57	△ 56	△ 34	14	△ 25	15	15	△ 25	△ 17	8	△ 15	4	△ 15	
オフロード小型二輪(うち751cc〜)	8	△ 65	△ 66	13	29	11	8	△ 45	18	18	△ 26	19	11	
性別	4,058	△ 35	△ 20	17	△ 17	△ 14	△ 13	△ 12	△ 9	△ 8	△ 8	△ 6	△ 6	
女性	857	▽ 4	▽ 5	▽ 12	▽ 3	▽ 8	▽ 4	▽ 4	▽ 1	▽ 3	▽ 2	▽ 1	▽ 1	
男性10代(16歳以上)	40	▽ 8	9	7	7	19	11	9	0	2	8	3	9	
男性20代	154	25	△ 31	16	14	△ 30	△ 18	△ 25	9	5	9	7	△ 10	
男性30代	269	31	21	18	△ 20	△ 19	14	△ 17	△ 11	7	9	5	△ 9	
男性40代	730	△ 39	△ 24	14	△ 21	13	13	△ 17	△ 13	8	9	△ 8	△ 7	
男性50代	1,278	△ 44	△ 25	△ 19	△ 23	△ 15	△ 14	△ 15	△ 12	△ 11	△ 11	△ 8	△ 7	
男性60代	1,084	△ 36	16	16	14	12	13	▽ 7	6	7	7	5	▽ 3	
男性70代以上	414	▽ 16	▽ 8	16	▽ 4	▽ 7	▽ 8	▽ 1	▽ 1	5	▽ 3	▽ 1	▽ 0	
女性10代(16歳以上)	*17	▽ 0	0	0	0	5	0	0	0	10	0	0	0	
女性20代	58	▽ 7	9	▽ 5	▽ 5	16	▽ 3	8	▽ 0	3	2	0	2	
女性30代	66	▽ 12	14	10	▽ 6	18	7	18	2	7	8	1	3	
女性40代	127	▽ 7	12	▽ 9	▽ 6	8	7	7	▽ 2	▽ 2	3	3	3	
女性50代	175	▽ 6	▽ 3	17	▽ 3	▽ 8	▽ 5	▽ 5	▽ 2	5	▽ 3	3	2	
女性60代	216	▽ 2	▽ 2	13	▽ 0	▽ 6	▽ 4	▽ 2	▽ 0	▽ 3	▽ 2	▽ 0	▽ 0	
女性70代以上	185	▽ 0	▽ 0	14	▽ 0	▽ 4	▽ 3	▽ 0	▽ 0	▽ 1	▽ 0	▽ 0	▽ 0	
購入形態	4,999	▽ 17	▽ 12	▽ 12	▽ 11	△ 17	▽ 7	10	▽ 5	7	▽ 4	5	4	
買い替え	2,463	▽ 23	▽ 12	16	▽ 12	▽ 11	11	▽ 8	▽ 6	6	▽ 5	▽ 4	▽ 3	
複数所有買い替え	505	△ 55	△ 39	△ 22	△ 22	14	△ 14	△ 21	△ 14	9	△ 17	△ 9	△ 9	
買い増し	655	△ 45	△ 31	△ 20	△ 19	△ 16	△ 17	△ 17	△ 11	9	△ 13	5	△ 8	
一時中断・再購入	747	△ 34	▽ 14	▽ 12	△ 17	13	10	10	9	7	5	6	4	
新規購入者	115	▽ 16	16	10	11	△ 24	10	14	4	4	3	5	6	
新規 男性10〜20代	253	▽ 22	▽ 12	14	15	14	▽ 7	9	6	9	▽ 3	7	4	
新規 女性10〜20代	58	▽ 5	▽ 2	▽ 3	▽ 3	12	▽ 3	▽ 1	▽ 0	4	▽ 0	0	2	
新規 女性30代以上	59	▽ 10	16	15	▽ 0	△ 21	8	13	2	8	9	4	4	
新規 男性125cc以下	257	▽ 12	▽ 7	11	13	16	▽ 7	7	▽ 3	6	▽ 3	5	3	
新規 男性126cc以上	122	36	△ 27	16	16	△ 21	10	△ 18	11	9	5	8	8	
新規 女性125cc以下	100	▽ 3	▽ 3	▽ 4	▽ 2	13	▽ 3	▽ 4	▽ 0	5	▽ 2	▽ 0	1	
新規 女性126cc以上	*18	33	△ 39	△ 33	0	△ 33	19	△ 26	7	11	△ 20	14	12	

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

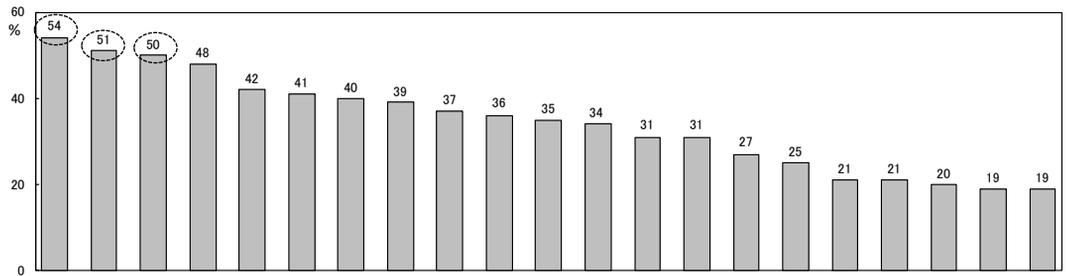
(4) 二輪車のとらえ方

① 二輪車選択意識

● 二輪車選択意識はスタイル・デザインや経済性のほか、オンロードでは加えて取り回しや運転の楽しさが意識され、オンロードとオフロードでは運転をスポーツと捉えている

- 二輪車の選択意識は「スタイルやデザインを重視する」54%、「燃費に優れたものがよい」51%、「維持費が安いものがよい」50%の順に高く、スタイル・デザイン、ランニングコストが上位にあがる。
- オンロードはスタイル・デザインの他に、「取り回しがしやすいものがよい」「運転操作を楽しめるものがよい」が高く、オフロードとともに「二輪車の運転はスポーツだ」が高いことも特徴。
- 2017年度に比べ、「取り回しのしやすさ」「ABSなどブレーキ操作補助」「運転操作を楽しめるもの」が増加しているが、加えて「スタイルやデザインを重視」と「メーカーやブランドを重視」の増加も注目される。

<二輪車選択意識(その他除く33項目中上位19%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



	n	二輪車選択意識(上位19%以上の項目)																					
		スタイルやデザインを重視する	燃費に優れたものがよい	維持費が安いものがよい	気軽に乗れるものがよい	10年、20年と長く乗れるものがよい	取り回しがしやすいものがよい	安定感があるものがよい	運転姿勢の楽なものがよい	シートの座り心地がよいものがよい	車検のないものがよい	価格の安いものがよい	運転操作が簡単なものがよい	ABSなどブレーキ操作補助システムが装着されているものがよい	メンテナンスがしやすいものがよい	運転操作を楽しめるものがよい	多目的に使えるものがよい	静粛性のあるものがよい	メーカーやブランドを重視する	AT(オートマチック)車が良い	省スペースで駐車できるものがよい	二輪車の運転はスポーツだ	
全体	5,062	52	51	50	48	44	37	41	38	36	34	37	35	25	31	23	25	21	20	21	18	17	
17年度	4,967	54	51	50	48	42	41	40	39	37	36	35	34	31	31	27	25	21	21	20	19	19	
19年度	5,062	52	51	50	48	44	37	41	38	36	34	37	35	25	31	23	25	21	20	21	18	17	
購入二輪車	スクーター原付第一種(〜50cc)	1,567	▽37	△54	49	△52	▽36	▽23	39	▽32	△29	▽27	△41	△48	▽14	▽26	▽10	▽17	22	▽16	△27	19	▽4
	スクーター原付第二種(51〜125cc)	985	54	△57	△55	49	44	△48	43	42	△42	△49	△39	33	△36	32	▽24	△30	23	21	△31	△25	▽15
	スクーター軽二輪(126〜250cc)	282	△66	52	51	48	▽35	△58	△47	△45	△45	△45	31	35	△54	33	32	△36	△26	24	△30	17	23
	スクーター小型二輪(251cc〜)	8	60	31	38	39	50	51	53	59	45	20	13	35	58	38	35	39	25	26	34	14	29
	ビジネス原付第一種(〜50cc)	445	▽34	△60	△56	50	45	▽30	38	▽34	▽29	36	34	△38	△38	▽18	▽33	▽17	27	△26	▽17	19	▽11
	ビジネス原付第二種(51〜125cc)	475	△63	△56	△56	△54	△58	△56	39	△47	39	△47	▽27	▽26	28	△40	△35	△41	21	21	▽8	21	22
	オンロード原付第二種(51〜125cc)	205	△73	50	52	▽37	41	△48	36	37	39	△44	▽28	▽17	36	31	△51	24	▽13	25	▽5	16	△37
	オンロード軽二輪(126〜250cc)	370	△76	▽41	52	43	46	△57	44	44	△44	△50	▽29	▽20	△47	35	△46	28	▽14	23	▽3	16	△35
	オンロード小型二輪(251〜400cc)	153	△95	▽39	43	▽36	38	△59	△49	△50	△50	▽12	▽27	▽16	△55	34	△56	▽16	15	△35	▽1	16	△44
	オンロード小型二輪(401cc〜)	412	△79	▽26	▽26	▽28	39	△53	36	△45	39	▽6	▽21	▽17	△53	27	△60	▽19	▽13	△36	▽6	▽7	△51
オフロード軽二輪(126〜250cc)	57	64	43	56	53	51	△70	31	48	39	45	▽16	25	31	△46	△48	△49	12	20	▽2	24	△36	
オフロード小型二輪(うち75cc〜)	8	84	19	16	▽11	48	39	26	40	26	8	11	16	△64	24	36	29	0	21	3	2	△47	
性別	男性	4,058	△57	51	51	▽46	△43	△45	39	40	38	△38	35	▽30	△35	32	△31	△27	21	△23	▽18	18	△22
	女性	857	▽41	53	▽46	△57	▽35	△28	△48	37	▽32	▽23	36	△54	▽12	28	▽10	15	21	▽14	△27	△22	▽5
性別年代	男性10代(16歳以上)	40	51	45	47	47	39	▽20	31	▽20	30	24	34	▽18	22	20	23	27	▽5	12	11	10	18
	男性20代	154	△71	△40	47	46	42	41	37	▽26	37	▽23	31	▽20	31	36	33	29	▽10	23	▽8	17	△26
	男性30代	269	△67	△58	55	48	△55	37	40	34	37	38	35	▽23	31	△37	△40	△32	18	21	15	21	△24
	男性40代	730	△68	49	△56	46	△50	△47	41	42	△45	△40	38	▽27	△37	△35	△41	△30	19	△26	▽15	△23	△26
	男性50代	1,278	△64	50	▽47	△43	△45	△46	▽37	42	39	38	34	▽25	△37	△34	△36	27	19	△28	▽15	19	△27
	男性60代	1,084	▽50	52	51	47	40	△49	40	△44	36	△43	34	34	△36	30	26	△28	△24	19	△22	▽15	19
	男性70代以上	414	▽29	53	△56	52	▽30	▽33	42	36	▽30	36	39	△49	▽25	▽24	▽11	▽19	△29	18	△32	▽13	▽7
	女性10代(16歳以上)	*17	65	49	40	50	25	20	31	25	31	15	30	△60	20	35	▽0	30	10	5	30	5	▽0
	女性20代	58	△76	42	41	54	43	▽24	41	30	25	23	24	39	▽12	27	21	▽10	15	19	21	14	▽7
	女性30代	66	△70	52	54	△67	48	△53	47	43	36	36	31	△60	▽16	38	▽16	18	24	17	28	25	▽8
女性40代	127	56	△66	56	△62	49	37	△54	47	40	32	36	△48	△22	36	▽19	20	22	20	△30	△34	▽11	
女性50代	175	▽44	57	47	△56	36	35	46	39	34	31	37	△46	▽12	31	▽11	▽16	20	16	△35	△29	▽6	
女性60代	216	▽28	51	▽41	50	▽29	▽22	△48	▽32	▽29	▽15	35	△58	▽7	▽23	▽6	▽12	20	▽12	△27	18	▽3	
女性70代以上	185	▽18	46	▽41	△60	▽27	▽16	△50	34	30	▽14	37	△63	▽11	▽21	▽3	▽11	25	▽9	18	17	▽1	
購入形態	新規購入	499	58	53	53	45	40	▽34	41	▽31	34	▽29	33	32	29	27	▽22	20	▽13	20	17	20	▽14
	買い替え	2,463	▽47	△55	△53	△52	41	40	△43	39	37	37	△40	△40	▽29	32	22	25	△24	▽20	△24	20	▽15
	複数所有買い替え	505	△62	▽43	▽41	▽41	45	△50	▽36	△45	39	▽31	▽27	▽25	△39	33	△45	28	▽17	25	▽14	▽12	△32
	買い増し	655	△65	▽41	▽42	▽39	45	43	▽36	40	37	34	▽28	▽23	△34	31	△35	△29	▽17	△27	▽12	▽14	△32
	一時中断・再購入	747	△61	51	52	47	41	45	39	41	37	△40	33	▽30	29	31	30	25	19	27	17	20	19
新規購入者	新規 男性10〜20代	115	61	43	46	42	36	▽32	▽29	▽22	31	▽18	29	▽20	24	24	▽19	21	▽7	16	▽6	15	14
	新規 男性30代以上	253	53	△58	△61	42	46	38	43	35	37	37	38	28	△38	28	27	22	16	23	19	22	16
	新規 女性10〜20代	58	△76	43	40	52	40	▽17	38	28	26	▽22	28	△48	▽14	30	▽13	▽11	13	17	24	12	▽5
	新規 女性30代以上	59	63	△64	49	△61	▽27	44	△60	39	37	26	27	△56	22	32	26	18	14	16	27	△30	14
	新規 男性125cc以下	257	▽43	△49	△60	47	40	▽29	35	▽29	▽30	35	37	▽28	▽25	27	▽15	22	▽13	17	20	22	▽9
	新規 男性126cc以上	122	△81	▽42	48	47	40	47	49	45	35	44	▽22	31	▽23	△51	25	△41	22	▽13	△29	▽4	15
新規 女性125cc以下	100	△66	57	42	57	▽31	▽24	45	31	28	▽20	27	△55	▽16	30	▽15	▽14	16	16	△29	21	▽8	
新規 女性126cc以上	*18	△90	32	53	59	44	△65	△67	44	51	46	32	36	26	37	43	24	▽0	18	5	20	18	

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

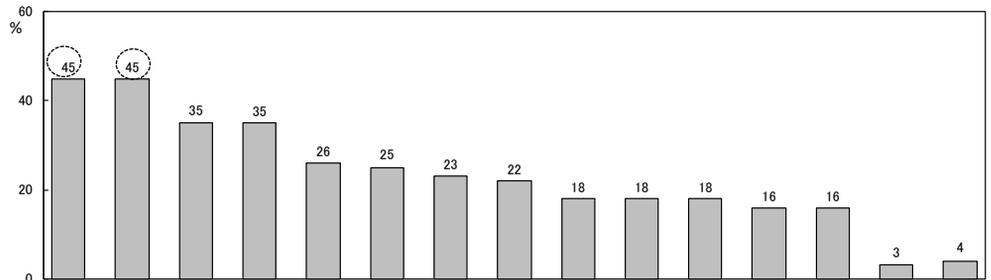
\*:ベースが30未満のため参考値

(5) 二輪車周辺期待

① 施設・インフラに対する期待

- 駐車場と任意保険料、オンロードでは加えて利用コスト低下やレンタルバイクのシステムに期待
- 施設やインフラに対する整備・改善期待としては「施設・出かけ先、二輪専用駐車場の整備拡大」「任意保険料の低料金化」が最も高く45%。
- オンロード軽二輪以上は駐車場の整備の他に、「高速道路の低料金化」「施設・出かけ先、二輪専用駐車場の低料金化」「ETC購入助成金の支給とETC割引料金の導入」「エコカー減税の二輪車への適用」といった利用コスト低減への期待も高い。
- オンロード原付第二種・軽二輪では「レンタルバイクなど、出かけ先でのバイクの貸出システム」への期待も高い。

<施設やインフラに対する整備・改善期待> (複数回答)



	n	施設・出かけ先、二輪専用駐車場の整備拡大	任意保険料の低料金化	原付免許での運転可能排気量の拡大(50cc以下25ccまで)	高速道路の低料金化	施設・出かけ先、二輪専用駐車場の低料金化	二輪走行禁止区間の廃止	ETC購入助成金の支給とETC割引料金の導入	エコカー減税の二輪車への適用	契約(自宅)二輪車駐車場の確保	契約(自宅)二輪車駐車場の防犯強化	レンタルバイクなど、出かけ先でのバイクの貸出システム	運転・操作を練習する場所の提供	二輪免許取得の負担軽減・教習時間の短縮	リースをする場所の提供	その他	
全体	4,967	45	45	35	35	26	25	23	22	18	18	18	16	16	3	4	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽30	▽30	△50	▽9	▽17	▽6	▽13	▽13	▽14	▽15	▽10	▽12	▽1	4	
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	△53	△51	▽22	▽31	△31	△27	23	24	△22	△22	▽12	△21	▽2	3	
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	△57	△57	▽19	△64	△36	△30	△45	△28	17	17	18	15	15	▽0	3
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	73	55	19	△69	44	35	45	32	28	15	33	24	17	1	3
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽27	▽31	△64	▽14	▽15	▽15	▽8	▽13	16	▽14	18	▽10	13	4	△5
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	△50	△52	▽25	△45	△30	△34	23	21	21	16	19	16	15	3	5
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	51	△54	▽26	△49	△33	△43	△36	△28	22	△24	△24	△27	15	△10	2
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	△60	△63	▽21	△70	△34	△34	△49	△34	△23	21	△23	△29	△23	△7	3
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	△68	50	▽18	△74	△42	△36	△46	△35	22	21	19	△37	△26	△8	5
	オフロード小型二輪(401cc～)	412	△64	△55	▽21	△80	△36	△41	△45	△32	21	△24	20	△36	▽11	△12	▽1
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	△62	△67	▽17	△74	36	△43	△48	△39	21	21	23	14	15	6	1	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	50	63	23	△92	23	44	19	31	11	13	11	21	11	8	5	
性別	4,058	△47	△48	35	△42	△28	△28	△26	△24	19	18	19	17	△17	△4	4	
女性	857	▽38	▽31	33	▽9	▽21	▽11	▽7	▽13	▽15	19	17	14	▽10	▽0	4	
性別年代	男性10代(16歳以上)	40	▽25	47	43	29	21	15	11	21	△30	17	20	13	25	△10	0
	男性20代	154	△54	48	34	△45	31	△36	29	△29	△38	△24	△26	△29	△23	△9	3
	男性30代	269	△59	46	36	41	△33	△33	△30	△30	△30	△25	△23	△23	△25	△7	4
	男性40代	730	△54	△52	35	△44	△31	△35	△30	△29	△25	△26	20	△21	△23	△6	3
	男性50代	1,278	△53	△52	37	△50	△33	△30	△33	△26	20	19	△21	18	△20	△5	3
	男性60代	1,084	▽41	48	34	△40	▽23	23	22	20	▽13	▽14	18	▽14	▽11	▽2	4
	男性70代以上	414	▽29	▽36	△41	▽18	▽15	▽16	▽10	▽15	▽7	▽8	▽11	▽9	▽7	▽0	4
	女性10代(16歳以上)	*17	▽15	▽15	30	▽5	▽5	5	▽0	5	5	15	▽0	15	10	0	6
	女性20代	58	37	▽31	46	▽21	25	▽12	12	22	△34	26	19	21	19	0	1
	女性30代	66	52	40	26	▽23	36	22	18	22	△28	△38	△32	△28	16	0	1
	女性40代	127	50	36	37	▽11	29	▽15	▽13	▽13	△27	△30	18	21	10	▽0	4
	女性50代	175	47	▽29	40	▽13	31	▽13	▽10	▽14	18	20	18	13	13	▽0	3
	女性60代	216	▽33	▽30	34	▽3	▽12	▽8	▽2	▽9	▽6	▽11	15	12	▽6	▽1	5
女性70代以上	185	▽24	▽26	▽21	▽1	▽9	▽8	▽1	▽8	▽7	▽9	▽11	▽7	▽7	▽0	△6	
購入形態	新規購入	499	▽40	▽37	38	▽27	▽20	▽19	20	20	△22	20	18	△22	△20	3	3
	買い替え	2,463	45	▽41	34	▽27	26	▽21	▽19	▽20	17	17	17	▽13	14	3	4
	複数所有買い替え	505	△55	△55	32	△64	△33	△39	△38	△29	16	15	△22	△24	▽12	△7	▽2
	買い増し	655	△50	△55	32	△56	△31	△34	△33	△28	20	20	20	△21	16	△5	4
	一時中断・再購入	747	43	47	37	34	25	22	22	21	19	△21	19	18	△21	3	4
新規購入者	新規 男性10～20代	115	39	44	40	33	▽17	22	22	20	△30	17	21	22	18	6	2
	新規 男性30代以上	253	41	▽37	39	▽28	▽17	22	21	19	19	20	16	20	△21	2	5
	新規 女性10～20代	58	34	▽26	44	▽14	18	▽6	▽8	16	26	26	14	20	17	0	1
	新規 女性30代以上	59	48	37	29	▽20	37	18	22	26	17	21	28	△34	23	0	1
	新規 男性125cc以下	257	▽29	▽32	△52	▽17	▽12	20	▽10	▽14	22	18	17	14	18	2	4
	新規 男性126cc以上	122	△63	△54	▽10	△57	30	26	△46	△32	24	22	18	△33	△23	5	3
	新規 女性125cc以下	100	▽35	△28	42	▽12	24	▽10	▽12	17	21	24	20	23	19	0	2
	新規 女性126cc以上	*18	△71	51	▽12	44	44	25	32	△44	25	21	25	△51	25	0	0

注) △: 全体+有意差(5%水準)    ▽: 全体-有意差(5%水準)  
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値  
 \*: ベースが30未満のため参考値

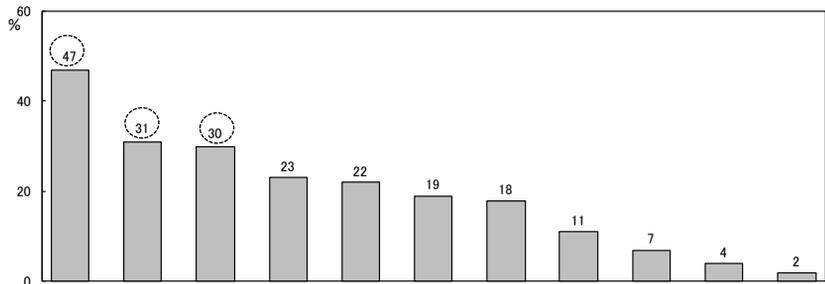
(5) 二輪車周辺期待

②商品サービスに対する期待

● 整備・部品費用低価格化が最も期待され、オンロードではバイク用スマートフォンアプリやツーリングやイベント、オーナーズクラブが、新規ユーザーは運転・操作の講座が期待される

- 商品・サービスに対する整備・改善期待は「整備・部品費用の低価格化」の47%が最も高く、次いで「任意保険サービスの拡充」の31%、「安全性/ファッション性をより高めた装備の開発・販売」の30%が続く。
- オンロードユーザーはツーリング関連やバイク用スマートフォンアプリ、二輪関連イベント、オーナーズクラブの充実についても期待度が高い。
- 新規購入者は「ライダー向け運転・操作技術向上の講座開催」なども高い。

<商品サービスに対する整備・改善期待(その他は非表示)> (複数回答)



	n	整備・部品費用の低価格化	任意保険サービス(ロードサービス・代車サービス等)の拡充	安全性/ファッション性をより高めた装備(洋用品)の開発・販売	バイク用スマートフォンアプリの充実(駐車場検索アプリなど)	二輪ツーリング向け宿泊施設の充実	ライダー向け(初心者)、運転・操作技術向上の講座開催	ツーリングサポートの拡充(ロードサービス、割引)	二輪関連イベントの拡充	オーナーズクラブの充実	二輪車通信販売の拡大	レースサポートの拡充
全体	4,967	47	31	30	23	22	19	18	11	7	4	2
購入一輪車	スクーター原付第一種(〜50cc)	1,567	▽42	▽23	▽26	▽12	▽5	▽13	▽4	▽4	▽3	▽0
	スクーター原付第二種(51〜125cc)	985	50	△36	30	△27	▽18	17	18	10	6	5
	スクーター軽二輪(126〜250cc)	282	46	△41	32	△29	△31	16	△23	8	6	5
	スクーター小型二輪(251cc〜)	8	51	33	38	38	40	22	43	14	5	5
	ビジネス原付第一種(〜50cc)	445	47	27	▽24	▽14	▽11	17	▽10	▽4	▽3	3
	ビジネス原付第二種(51〜125cc)	475	49	32	28	23	△27	21	△21	13	7	3
	オンロード原付第二種(51〜125cc)	205	45	35	35	△30	△35	△27	△26	△19	△11	6
	オンロード軽二輪(126〜250cc)	370	52	△36	△44	△34	△43	△32	△32	△22	△11	△7
オンロード小型二輪(251〜400cc)	153	54	35	36	△42	△49	△32	△37	△26	△20	7	
オンロード小型二輪(401cc〜)	412	47	△38	△39	△34	△54	△34	△45	△29	△20	4	
オフロード軽二輪(126〜250cc)	57	58	41	38	△39	△40	19	△33	17	△17	5	
オフロード小型二輪(うち751cc〜)	8	40	42	31	19	△53	21	37	△35	15	2	
性別												
男性	4,058	△50	△33	31	24	△25	20	△21	△13	△8	5	
女性	857	▽34	▽24	▽27	▽19	▽7	18	▽6	▽5	▽3	▽3	
性別年代	男性10代(16歳以上)	40	43	33	27	28	10	7	22	11	8	
	男性20代	154	48	36	△41	△41	△34	△29	△25	△17	11	
	男性30代	269	52	36	△41	△36	△35	△25	△23	△19	7	
	男性40代	730	△53	△37	△37	△31	△26	△24	△22	△16	△13	
	男性50代	1,278	△51	△36	31	△27	△28	20	△25	△14	△9	
	男性60代	1,084	△52	30	30	▽15	△25	19	18	10	6	
	男性70代以上	414	43	▽23	▽20	▽8	▽11	▽13	▽8	▽4	▽3	
	女性10代(16歳以上)	*17	▽15	30	20	15	5	20	0	0	0	
	女性20代	58	36	28	△44	△43	12	22	▽7	4	6	
	女性30代	66	38	29	△42	△34	17	△38	10	19	2	
	女性40代	127	▽32	26	32	△33	▽9	19	11	8	7	
	女性50代	175	▽38	28	▽23	25	▽10	22	▽9	▽4	4	
女性60代	216	▽38	▽21	25	▽8	▽3	▽11	▽3	▽3	▽1		
女性70代以上	185	▽29	▽16	▽18	▽4	▽0	▽12	▽0	▽2	▽1		
購入形態	新規購入	499	▽41	27	△35	△30	18	△27	15	10	8	
	買い替え	2,463	47	▽29	30	▽20	▽17	▽16	▽13	▽9	6	
	複数所有買い替え	505	△52	△38	29	23	△37	21	△30	△18	8	
	買い増し	655	47	△36	28	△26	△34	△23	△28	△18	△10	
	一時中断・再購入	747	49	33	33	25	21	△23	18	▽9	7	
新規購入者	新規 男性10〜20代	115	48	31	33	△34	19	23	18	12	8	
	新規 男性30代以上	253	42	26	35	27	20	△27	15	12	10	
	新規 女性10〜20代	58	▽33	27	41	△35	▽10	22	▽5	▽1	5	
	新規 女性30代以上	59	▽31	27	31	△38	17	△41	16	12	5	
	新規 男性125cc以下	257	42	▽25	28	24	▽12	22	▽10	8	▽4	
	新規 男性126cc以上	122	47	33	△48	△38	△36	△34	△29	△19	△21	
	新規 女性125cc以下	100	▽28	26	34	31	▽9	25	▽6	▽2	4	
新規 女性126cc以上	*18	52	25	△52	△67	40	△63	△38	△32	10		

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

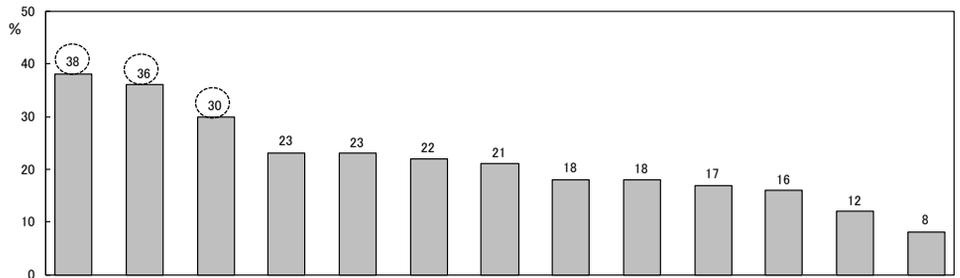
(5) 二輪車周辺期待

③情報に対する期待

● 修理・メンテナンスや新モデル、駐車場情報への期待が高く、男性20～50代やオンロードでは加えてツーリングと洋用品、イベントなどの情報整備にも期待

- 情報に対する整備・改善期待では「修理・メンテナンス情報」の38%、「新製品・モデルに関わる情報」の36%、「駐車場情報」の30%が上位にあがっている。
- 男性20～50代やオンロードはツーリング関連や洋用品、イベント、駐車場、新製品への期待が高い。
- 新規購入者では「防犯・保管情報」「運転・操作技術に関わる情報」「二輪ツーリング向けグルメ情報」に対する期待が高い。

<情報に対する整備・改善期待(その他は非表示)> (複数回答)



	n	修理・メンテナンス情報	新製品・モデルに関わる情報	駐車場情報	二輪車向けコース・立ち寄りスポット情報	二輪ツーリング向け宿泊施設の期待	二輪ツーリング向け観光情報	二輪車向け洋用品に関する期待	防犯・保管情報	新製品などの試乗情報	運転・操作技術に関する期待	二輪ツーリング向けグルメ情報	二輪車のイベント情報	新製品などのレンタル情報
全体	4,967	38	36	30	23	23	22	21	18	18	17	16	12	8
購入二輪車														
スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽34	▽26	▽20	▽7	▽6	▽6	▽8	18	▽10	▽12	▽4	▽4	▽5
スクーター原付第二種(51～125cc)	985	36	38	△37	21	▽19	21	22	20	19	▽14	15	12	9
スクーター軽二輪(126～250cc)	282	37	37	△38	△30	△34	△30	△28	17	18	15	△23	10	7
スクーター小型二輪(251cc～)	8	38	45	56	40	42	44	38	14	26	24	32	18	15
ビジネス原付第一種(～50cc)	445	△46	▽29	▽16	▽11	▽12	▽11	▽14	▽13	▽6	14	▽9	▽5	▽5
ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	37	36	30	△33	△31	△28	23	14	19	18	18	14	8
オンロード原付第二種(51～125cc)	205	39	41	35	△36	△34	△28	△29	17	△28	22	△25	△21	△13
オンロード軽二輪(126～250cc)	370	41	△44	△47	△43	△43	△41	△37	18	△27	△23	△33	△19	10
オンロード小型二輪(251～400cc)	153	40	△50	△45	△48	△45	△42	△37	△25	△32	△35	△32	△26	12
オンロード小型二輪(401cc～)	412	41	△56	△41	△52	△54	△48	△39	20	△32	△33	△39	△31	10
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	50	40	△46	△42	△46	△43	△36	24	18	△28	△35	20	5
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	24	61	23	34	△53	34	26	11	29	19	40	32	8
性別														
男性	4,058	△39	△39	32	△26	△26	△24	△23	18	△20	18	△19	△13	8
女性	857	▽32	▽21	▽26	▽10	▽8	▽9	▽9	18	▽9	▽14	▽7	▽6	▽5
性別年代														
男性10代(16歳以上)	40	△63	31	19	▽6	10	▽8	10	17	12	15	8	15	7
男性20代	154	△46	37	△48	△37	△34	△39	24	△27	△26	△25	△36	△17	△16
男性30代	269	37	△44	△49	△30	26	△29	23	△29	20	18	△25	16	9
男性40代	730	△43	△45	△42	△31	△28	△25	△27	△25	△22	20	△23	△16	△10
男性50代	1,278	△41	△45	△36	△31	△31	△29	△26	19	△24	△20	△22	△15	△10
男性60代	1,084	37	34	▽22	24	△26	23	△24	▽11	17	16	▽14	11	7
男性70代以上	414	▽29	▽24	▽11	▽9	▽11	▽9	▽12	▽12	▽7	14	▽5	▽6	▽3
女性10代(16歳以上)	*17	20	15	25	5	10	10	5	30	5	10	5	0	1
女性20代	58	35	34	41	19	19	23	▽6	24	12	14	19	4	8
女性30代	66	35	26	△51	25	26	27	11	△33	17	26	△28	17	9
女性40代	127	40	32	△46	17	▽11	▽10	▽12	△26	11	15	▽10	9	9
女性50代	175	35	▽22	34	▽14	▽9	▽14	▽14	19	12	15	▽9	7	8
女性60代	216	▽31	▽19	▽12	▽4	▽3	▽3	▽7	15	▽6	▽12	▽1	▽4	▽2
女性70代以上	185	▽24	▽9	▽8	▽2	▽2	▽3	▽4	▽8	▽5	▽11	▽0	▽2	▽3
購入形態														
新規購入	499	40	32	34	22	21	22	▽16	△24	15	△23	△21	10	8
買い替え	2,463	37	34	▽28	▽18	▽18	▽17	▽19	17	▽15	▽15	▽12	▽9	7
複数所有買い替え	505	38	△47	△35	△39	△38	△34	△27	▽14	△24	20	△27	△23	9
買い増し	655	38	39	33	△31	△33	△28	△25	17	△23	18	△22	△18	9
一時中断・再購入	747	39	34	31	25	23	24	23	△21	18	18	17	10	10
新規購入者														
新規 男性10～20代	115	△47	30	35	22	20	21	14	24	14	19	23	10	△14
新規 男性30代以上	253	39	40	32	24	23	23	20	23	17	△25	△21	12	6
新規 女性10～20代	58	34	27	31	13	14	17	▽4	25	10	15	13	▽1	5
新規 女性30代以上	59	35	▽13	△55	23	21	25	15	△29	16	△32	22	13	10
新規 男性125cc以下	257	40	33	26	▽15	▽13	▽14	▽10	21	▽12	18	12	▽8	9
新規 男性126cc以上	122	44	44	△44	△40	△42	△39	△34	△26	23	△32	△42	△18	8
新規 女性125cc以下	100	37	▽22	35	▽12	▽11	16	▽7	△29	13	20	12	▽4	9
新規 女性126cc以上	*18	19	14	△88	△53	△53	△52	25	19	12	△43	△46	25	1

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

(6)二輪車に乗ることで実現したいこと

●オンロード／オフロードユーザーは走ることで非日常の体験を楽しみたい

- 二輪車に乗ることで実現したいことは、オンロード・オフロードユーザー、男性を中心に「自由に動き回る」「気軽に自然と触れ合う」「いろいろなところに行く」「一人になれる時間を大切にする」が多い。
- 一方、スクーター・ビジネスユーザー・女性は「無駄な支出をしない生活」「仕事の効率を上げる」など経済性・合理性を求めている。

<二輪車に乗ることで実現したいこと(「非常にそう思う」構成比+「まあそう思う」構成比)>

%

	n	自由に動き回る	無駄な支出をしない生活	便利な生活	気軽に自然と触れ合う	無駄な時間を省いた生活	いろいろなところに行く	一人になれる時間を大切にする	無駄な体力を使わない生活	仕事の効率を上げる	新しい体験ができるワクワク感を味わう	世界観を広げる	何かに没頭できる生活	ふだんの生活を盛り上げる	運転技術を磨いて達成感を味わう	自分らしさを表現する	非日常を味わう	音楽しかかった頃の自分を取り戻す	長距離・長時間走行に挑戦し達成感を味わう	友人との時間を楽しむ	家族との時間を楽しむ	二輪で新しい仲間・友人との出会い楽しむ	他の人にはない特別感を味わう	
全体	4,967	69	63	62	60	59	57	49	44	44	44	43	42	41	40	35	33	32	31	31	28	27	27	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽55	△72	△74	▽39	△74	▽33	▽32	△58	△52	▽22	▽23	▽25	▽27	▽21	▽22	▽17	▽19	▽14	▽21	▽24	▽12	▽13
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	69	△71	△73	59	△69	55	49	△47	△48	41	41	▽39	40	▽34	34	▽28	35	▽26	▽27	30	▽23	26
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	△76	60	63	△74	55	△73	△58	38	39	△51	△52	△48	44	41	△42	38	△39	35	35	31	31	△33
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	80	49	55	74	49	79	58	40	39	59	60	61	51	56	44	51	45	50	41	40	35	44
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽58	66	62	▽55	57	△42	△40	47	△54	▽34	▽31	▽33	▽34	▽28	▽28	▽18	33	▽21	▽20	▽22	▽17	▽18
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	△79	▽57	▽55	△79	▽49	△76	△64	▽35	▽36	△55	△55	△55	△49	42	△45	△45	△38	△41	35	28	30	△33
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	△80	▽47	▽45	△77	▽37	△76	△63	▽28	▽31	△66	△63	△62	△52	△68	△44	△48	△45	△47	△40	27	△41	△40
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	△84	▽53	▽46	△85	▽39	△88	△66	▽27	▽32	△77	△72	△64	△60	△68	△49	△58	△45	△55	△50	△36	△53	△45
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	△85	▽46	▽36	△79	▽30	△86	△72	▽27	▽30	△77	△75	△70	△66	△77	△51	△64	△44	△57	△54	34	△55	△50
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	△83	▽40	▽36	△79	▽36	△87	△69	▽24	▽32	△71	△67	△67	△62	△77	△54	△61	△42	△60	△51	△33	△56	△50
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	△88	▽49	▽44	△89	▽44	△81	△70	▽24	35	△72	△69	△63	51	△64	42	△49	40	43	41	30	△44	△40	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	89	37	▽26	△95	39	92	76	26	23	△84	77	66	56	△81	60	44	36	△81	△74	36	△71	55	
性別	男性	4,058	△71	▽61	▽59	△64	▽55	△62	△52	▽40	▽41	△48	△46	△46	△43	△43	△37	△37	△36	△34	32	28	△30	△30
	女性	857	▽61	△75	△77	▽42	△76	▽36	▽36	△60	△59	▽28	▽30	▽28	▽32	▽28	▽27	▽17	▽16	▽17	▽25	△32	▽14	▽15
年代	男性10代(16歳以上)	40	75	74	△80	57	70	72	45	54	△66	△59	57	56	52	△58	36	46	27	△52	△58	40	△48	39
	男性20代	154	△85	69	67	△72	△67	△84	△67	△53	△53	△74	△71	△66	△63	△71	△51	△60	26	△58	△59	△37	△51	△50
	男性30代	269	△79	67	△70	64	63	△71	△64	48	46	△57	△62	△59	△53	△57	△42	△42	32	△50	△45	△39	△38	△36
	男性40代	730	△75	64	63	60	58	△66	△58	43	▽41	△56	△54	△52	△50	△48	38	△42	△39	△37	34	29	△32	△37
	男性50代	1,278	△75	▽58	▽54	△68	▽53	△68	△58	▽34	▽39	△54	△52	△52	△45	△49	△40	△40	△41	△37	△35	29	△34	△33
	男性60代	1,084	▽66	▽59	▽58	△67	▽51	58	▽46	▽38	▽41	▽40	▽38	▽37	38	▽32	36	31	△35	29	▽26	▽24	26	▽24
	男性70代以上	414	▽52	58	60	▽51	60	▽34	▽30	△49	41	▽16	▽17	▽21	▽24	▽21	▽20	▽16	▽25	▽15	▽16	▽18	▽14	▽11
	女性10代(16歳以上)	*17	65	75	△89	▽20	△84	40	▽15	65	60	▽20	25	▽10	30	▽5	▽10	▽10	▽10	10	25	25	10	15
	女性20代	58	65	△84	△86	54	△80	59	48	△64	△63	53	50	53	44	45	42	30	▽13	35	36	39	27	37
	女性30代	66	74	△89	△78	50	△75	62	54	△60	53	46	53	43	42	47	29	29	▽19	29	31	34	24	26
	女性40代	127	71	△84	△84	▽49	△81	51	46	△69	△64	41	43	34	40	41	29	30	▽20	29	27	35	23	25
	女性50代	175	69	△80	△79	▽46	△81	▽41	▽38	△58	△58	▽34	▽33	▽32	▽32	34	33	▽16	▽23	▽20	▽24	33	▽14	▽12
	女性60代	216	▽57	△72	△76	▽38	△73	▽24	▽30	△57	△62	▽17	▽20	▽22	▽30	▽16	▽25	▽11	▽13	▽8	▽21	30	▽9	▽11
女性70代以上	185	▽44	59	△69	▽36	△69	▽17	▽28	△56	△54	▽13	▽15	▽18	▽20	▽16	▽17	▽10	▽14	▽6	25	30	▽6	▽7	
購入形態	新規購入	499	71	△70	△68	58	61	△68	51	△48	48	△53	△54	△48	△47	△51	35	37	▽25	△42	△35	△32	△33	31
	買い替え	2,463	▽64	△68	△68	▽54	△65	▽48	▽44	△49	△48	▽35	▽35	▽37	▽36	▽33	▽30	▽26	▽29	▽24	▽26	▽26	▽21	▽22
	複数所有買い替え	505	△78	▽53	▽54	△72	▽48	△71	△56	▽32	▽38	△56	△54	△52	△48	△53	△45	△44	△37	△40	△43	△34	△42	△34
	買い増し	655	△75	▽51	▽50	△72	▽49	△69	△57	▽36	42	△58	△55	△53	△47	△53	△45	△46	△37	△43	△42	31	△38	△37
	一時中断・再購入	747	△72	▽58	▽55	△65	▽52	△64	△54	▽39	▽38	△49	△49	43	△47	39	△39	36	△43	31	▽27	27	26	29

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

9. 今後の意向

(1) 二輪車乗車意向

① 継続乗車意向

● 男性30～50代やオンロードは継続乗車意向が高いものの、継続乗車意向割合は減少傾向に

- 二輪車継続乗車意向をみると、「ずっと乗り続けたい」が50%、「あと10年ぐらいは乗る」が24%。「ずっと乗り続けたい」は、オンロードで高い。
- 男性30代～50代は、「ずっと乗り続けたい」割合が高い一方、「10年以内に乗らなくなる」「あと数年でやめるつもり」を合わせた割合が60代で23%、同70代では41%に高まる。
- 二輪車継続乗車意向の変化をみると、10年前の2009年度は9割以上にのぼった「継続乗車意向あり」が、10ポイント低下している。継続意向を示す割合は高い一方、低下傾向にもある。

<二輪車継続乗車意向>

凡例 <n>		ずっと乗り続けたい	一旦乗らなくなっても状況が変わったら乗る	あと10年ぐらいは乗る	10年以内に乗らなくなる	あと数年でやめるつもり	無回答			%
全体<4,967>		50		8	24	11	4	3		
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)<1,567>	37	12	28	13	6	4			
	スクーター原付第二種(51～125cc)<985>	54		9	24	9	2	3		
	スクーター軽二輪(126～250cc)<282>	53		6	26	13	2			
	スクーター小型二輪(251cc～)<8>	66		2	25	3	3			
	ビジネス原付第一種(～50cc)<445>	44	8	23	14	7	5			
	ビジネス原付第二種(51～125cc)<475>	60		4	24	10	2			
	オンロード原付第二種(51～125cc)<205>	66		3	20	7	2	3		
	オンロード軽二輪(126～250cc)<370>	60		8	21	9				
	オンロード小型二輪(251～400cc)<153>	61		7	21	8		3		
	オンロード小型二輪(401cc～)<412>	67		3	21	7		12		
性別年代	オフロード軽二輪(126～250cc)<57>	59		7	28		2	12		
	オフロード小型二輪(うち751cc～)<8>	60		2	29	8	0	2		
	男性10代(16歳以上)<40>	32		38	10	4	13	2		
	男性20代<154>	57		24	7	6	3	2		
	男性30代<269>	76		13	8					
	男性40代<730>	70		10	16			0	2	
	男性50代<1,278>	60	6	27	5		12			
	男性60代<1,084>	40	4	32	19	4	2			
	男性70代以上<414>	29	4	22	26	15	5			
	女性10代(16歳以上)<*17>	20		50	15	5	5	6		
女性20代<58>	36		44	7	6	5				
女性30代<66>	42		36	17	3	3				
女性40代<127>	46		13	34	3	2	2			
女性50代<175>	50	5	35	7		12				
女性60代<216>	28	6	37	20	5	4				
女性70代以上<185>	24	3	15	32	17	8				

<参考：二輪車継続乗車意向の変化>

凡例 <n>	継続乗車意向あり	継続乗車意向なし	無回答
09年度<5,575>	92		6
11年度<5,150>	87		7
13年度<5,669>	88		12
15年度<5,159>	86		11
17年度<5,062>	84		13
19年度<4,967>	82		15

※ 2009年度～2015年度

継続：今後も二輪車に乗り続ける+しばらくは乗り続ける+あと1～2台は乗り続ける  
非継続：買い替えや買い増しはしない+今の二輪車が最後

2017年度～2019年度

継続：今後もずっと二輪車に乗り続けたい+生活環境の変化等で一旦乗らなくなるかもしれないが、乗れる状況になったら乗るつもり  
+あと10年ぐらいは乗ると思う

非継続：10年以内に乗らなくなる(乗れなくなる)と思う+あと数年で乗らないようにするつもり

注) 太字：全体+有意差(5%水準)

□：表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*：ベースが30未満のため参考値

(1) 二輪車乗車意向

② 環境変化別二輪車保有・乗車意向

● 環境変化による保有中止意向が最も高いのは駐車場スペースがなくなった時

- 環境変化別二輪車保有・乗車意向をみると、「保有を中止する」が最も高いのは「駐車スペースがなくなった時」で51%、次いで「経済的に余裕がなくなった時」の46%、「体力に自信がなくなった時」の35%。
- 「保有するが乗る機会が減る」が高いのは「二輪車に乗る時間に余裕がなくなった時」の57%、「体力に自信がなくなった時」の45%となっている。
- 「交通の便がよくなった時」や「今の新車が盗難に遭った時」などは「今と同様に乗り続ける」が多いことも特徴的である。

<環境変化別二輪車保有・乗車意向(全体 n=4,967)>

凡例	%				
	保有を中止する	保有するが乗る機会は減る	今と同様に乗り続ける	無回答	
駐車スペースがなくなった時	51		20	21	8
経済的に余裕がなくなった時	46		28	19	7
体力に自信がなくなった時	35		45	16	4
今の新車が修理できなくなった時	29	17	48		6
今の新車が事故に遭った時	25	23	45		7
家族・友人・知人など周囲の反対が強くなった時	22	34	34		9
今の新車が盗難に遭った時	21	18	53		8
二輪車に乗る時間に余裕がなくなった時	17	57		20	5
通勤・通学などの現在の用途がなくなった時	15	42	34		10
新しく電動アシスト自転車を買った時	10	29	52		9
新しく四輪車を買った時	7	34	49		10
交通の便がよくなった時	6	30	57		7
子供が生まれた時	5	27	51		16
結婚した時	4	25	55		16

(2) 今後の上級免許取得意向

● オンロードユーザーでは大型二輪免許の取得意向が他のタイプのユーザーに比べ高い

- 今後の上級免許取得意向は26%、2009年度以降継続的に減少。
- 取得意向が最も高い免許は「大型二輪」の14%であり、2013年度から同水準。
- 大型二輪免許取得の意向が高いのは、オンロード、男性10～50代、新規購入者、普通二輪免許限定なしのユーザーである。

<今後の免許取得意向(上級免許)>

		n	普通自動車免許	普通二輪小型限定	普通二輪AT小型限定	普通二輪限定なし	普通二輪AT限定	大型二輪	大型二輪AT限定	取得意向あり計	取得意向なし計※
全体	09年度	5,575	5	5	1	10	2	23	1	46	54
	11年度	5,150	3	4	3	12	2	21	1	46	54
	13年度	5,669	3	4	2	6	2	14	0	31	69
	15年度	5,159	3	3	1	5	2	14	1	29	71
	17年度	5,062	2	3	2	4	1	14	1	27	71
	19年度	4,967	2	3	2	4	1	14	0	26	70
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	△ 4	△ 5	△ 5	△ 5	△ 2	▽ 5	1	26	69
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	▽ 1	▽ 1	▽ 0	4	△ 2	△ 17	1	25	72
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	1	▽ 0	▽ 0	▽ 1	0	△ 21	1	23	74
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	0	0	0	2	0	8	4	14	84
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	2	△ 11	△ 5	△ 9	1	▽ 8	0	△ 37	▽ 58
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	▽ 0	▽ 0	▽ 0	4	0	12	0	▽ 17	△ 78
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	0	2	▽ 0	4	0	△ 22	0	28	70
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	1	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	△ 44	0	△ 45	▽ 52
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	1	▽ 0	0	▽ 0	0	△ 48	1	△ 50	▽ 49
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	0	▽ 0	△ 96
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	0	0	0	0	0	18	0	18	77	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	0	0	0	0	0	0	0	0	84	
性別	男性	4,058	▽ 1	3	2	4	1	△ 16	0	△ 27	69
	女性	857	△ 4	△ 4	2	3	1	▽ 4	1	▽ 18	△ 76
性別年代	男性10代(16歳以上)	40	△ 36	0	2	6	0	△ 34	0	△ 78	▽ 22
	男性20代	154	3	1	1	△ 9	1	△ 32	0	△ 46	▽ 53
	男性30代	269	1	△ 5	1	△ 8	1	△ 29	△ 1	△ 47	▽ 50
	男性40代	730	1	▽ 1	2	△ 6	1	△ 26	1	△ 38	▽ 60
	男性50代	1,278	▽ 0	2	2	4	1	△ 18	0	△ 28	69
	男性60代	1,084	▽ 0	3	2	▽ 2	1	▽ 7	1	▽ 16	△ 80
	男性70代以上	414	1	3	2	▽ 2	1	▽ 2	0	▽ 10	△ 81
	女性10代(16歳以上)	*17	△ 59	0	0	0	0	0	0	△ 59	▽ 41
	女性20代	58	△ 13	6	0	3	3	19	0	△ 45	▽ 54
	女性30代	66	△ 5	△ 10	0	7	2	9	△ 3	36	64
	女性40代	127	2	4	4	6	△ 3	▽ 5	1	25	75
	女性50代	175	1	△ 8	△ 6	3	2	▽ 4	1	25	71
	女性60代	216	1	2	2	2	1	▽ 0	0	▽ 8	△ 86
	女性70代以上	185	2	0	0	▽ 0	0	▽ 0	0	▽ 2	△ 82
購入形態	新規購入	499	△ 7	△ 4	3	△ 10	△ 3	△ 23	1	△ 51	▽ 47
	買い替え	2,463	▽ 1	3	2	3	1	▽ 11	1	▽ 22	△ 74
	複数所有買い替え	505	1	▽ 1	1	▽ 0	1	▽ 9	0	▽ 12	△ 84
	買い増し	655	1	▽ 1	▽ 1	▽ 1	0	13	0	▽ 18	△ 76
	一時中断・再購入	747	1	△ 4	3	5	1	△ 22	0	△ 37	▽ 61
新規購入者	新規 男性10～20代	115	△ 12	1	1	△ 11	0	△ 37	0	△ 62	▽ 38
	新規 男性30代以上	253	1	5	△ 4	△ 11	△ 4	△ 23	△ 2	△ 49	▽ 49
	新規 女性10～20代	58	△ 27	4	0	3	3	15	0	△ 52	▽ 46
	新規 女性30代以上	59	3	△ 12	3	△ 11	3	8	2	△ 42	▽ 58
	新規 男性125cc以下	257	△ 7	△ 5	△ 5	△ 16	△ 4	16	1	△ 53	▽ 45
	新規 男性126cc以上	122	0	0	0	1	0	△ 50	1	△ 52	▽ 47
	新規 女性125cc以下	100	△ 16	△ 10	2	7	△ 4	8	0	△ 46	▽ 53
	新規 女性126cc以上	*18	5	0	0	5	0	△ 32	△ 7	△ 49	51
現保有免許	原付免許のみ	278	△ 19	2	2	2	1	▽ 0	0	27	▽ 64
	四輪普通免許で原付	1,320	▽ 0	△ 9	△ 7	△ 9	△ 2	▽ 6	1	△ 34	▽ 63
	普通二輪免許小型限定	148	1	1	1	△ 21	△ 5	11	1	△ 40	▽ 56
	普通二輪免許限定なし	1,193	▽ 1	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	△ 48	1	△ 49	▽ 50
	大型二輪	1,726	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 1	△ 96
	小型二輪AT限定免許	170	2	3	0	△ 18	△ 10	▽ 6	△ 2	△ 42	▽ 55
普通二輪AT限定免許	58	3	0	0	△ 12	0	22	△ 5	△ 43	▽ 56	
大型二輪AT限定免許	*21	5	0	0	0	0	1	0	▽ 6	83	

※取得意向なし計には「全て既に取得済み」を含む

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

## Ⅱ. トピック調査結果

■トピックテーマごとの調査結果概要

トピックテーマ	調査結果概要
1. 二輪車のサブスクリプション(定額)の受容性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「1年以内に二輪車を保有したユーザー」の二輪車の貸出サービスの利用割合は、全体の8%程度である。そのほとんどはレンタルバイクであり、サブスクリプション利用経験者は極めて少ない。グループインタビュー調査からはレンタルバイク利用に前向きな意見が寄せられるなど、一定の需要が見込まれることがわかった。</li> <li>・その利用目的は、出先での移動や整備で手元にないといった純粋な移動目的と、試乗や購入前に慣れることを目的としたものがある。6割のユーザーが購入につながるきっかけになるとしており、需要拡大のキーとなることを確認できた。</li> <li>・今後に向けた課題は、貸出手続きの簡素化や品ぞろえの充実、洋用品の提供方法等にある。</li> </ul>
2. 一般の人々のニーズに合う二輪車ベネフィットの発掘	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多くのユーザーは二輪車のイメージとして「趣味性」を、他人から見られたいイメージとして「人生を楽しんでいる」をあげる。</li> <li>・行きつけの販売店の廃業等に直面したユーザーの一部は、部品の調達先、メンテナンス先として、用品店やネット通販を通じた購買や、動画サイトを参考に自らの手によるメンテナンスを選び、販売店を経由しない新たな購買などの行動が見られつつある。</li> <li>・二輪車購入に際して、最も強い影響力を持つのは親である。親の二輪車の好感度をあげ、自らの子への魅力伝達の促進が求められる。</li> </ul>
3. 求められる「あるべき販売店」と実際の差	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状の販売店に対しては、展示される二輪車の間にゆったりとしたスペースがあり、ゆっくりと落ち着くことのできる環境が望まれている。店内の二輪車の展示のあり方や、落ち着いた環境づくりについて、検討の余地がある。</li> <li>・販売店の選択理由は「訪ねるのに便利な距離」、満足度は「販売店の信頼感」と普遍的な結果になった。信頼感については、例えば、ユーザーからの修理・メンテナンス依頼への可能な限りの対応や、ワントゥワンの情報交流等ユーザーニーズに沿った対応、地域イベントへの積極的な参画等、地域への地道な販売活動があらためて重要と思われる。</li> <li>・購入先のSNS、ウェブサイト等は「閲覧なし」「発信を知らない」の合計が半数を超えるなど、影響力があるとは言い難い。</li> </ul>
4. 乗り換え需要の動機把握	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移行パターン別の前車使用期間は、ステップアップ層*1は2年以内が3割強と、短期間で買い替える割合が高い。移行無し層は10年以上が多く、故障するまで利用すると推測される。ダウンサイズ層*2は3年以内が多く、車検がきっかけと推測される。</li> <li>・ただし、オンロード401cc～ユーザーは、買い替え検討時期を半年前とする割合が3割近くに上り購入1ヶ月前を上回るなど、じっくり検討したうえで購入するパターンも存在する。</li> <li>・以上を踏まえると、より大きな排気量帯への乗り換えユーザーには、衝動的な購買と時間をかけた検討の両面を支援する販促活動が求められる。</li> </ul> <p>*1 ステップアップ層: より大きな排気量帯への乗り換えユーザー *2 ダウンサイズ層: より小さな排気量帯への乗り換えユーザー</p>

## Ⅱ-1. 二輪車のサブスクリプション(定額) の受容性

## 1. 結果概要

### 貸出サービスの利用のほとんどを占めるレンタルバイクには、一定の需要が見込まれる

「1年以内に二輪車を保有したユーザー」の二輪車の貸出サービスの利用割合は、全体の8%程度である。そのほとんどはレンタルバイクであり、サブスクリプション利用経験者は極めて少ない。グループインタビュー調査からはレンタルバイク利用に前向きな意見が寄せられるなど、一定の需要が見込まれることがわかった。

### レンタルバイクの利用目的は、純粋な移動目的と、試乗や購入前に慣れることの2つ。 6割のユーザーが購入につながるきっかけになるとしており、需要拡大のキーとなることを確認

その利用目的は、出先での移動や整備で手元にないといった純粋な移動目的と、試乗や購入前に慣れることを目的としたものがある。6割のユーザーが購入につながるきっかけになるとしており、需要拡大のキーとなることを確認できた。

### カスタマイズができない点や、運転に慣れが必要な点が、レンタルバイク利用上の課題

一方で、郵送調査及びFGI調査双方からは、レンタルバイクはカスタマイズに対するニーズを満たすことができない点や、そもそも二輪車の運転には慣れが必要な点など、レンタルバイクに対する課題も指摘された。

### 四輪車のカーシェアのような、分かりやすいしくみが求められる

なお、FGI調査においては、6名で構成される1グループの中に、概ね1名は四輪車のカーシェアを利用するユーザーが存在した。なかには「いろいろな車に乗れるので、楽しい」や「4輪のカーシェアリングは、借りやすい。カーシェアのバイク版で、借りた駐車場に返すという形だと便利。いろいろな車種があって乗り比べには良い」という意見もみられた。

一方、現状のレンタルバイクのビジネスのしくみについては課題も多い。例えば、試乗を兼ねたツーリングで利用したいと思うユーザーが早朝出発を想定した際、開店時間はそれより遅いといった状況は十分に想定される。仮に、前夜等あらかじめ事前に借りた場合にも、駐車しておく駐車場がない状況も考えられる。

### 広報周知による誤解や不安感の払しょく、洋用品提供方法等について課題も存在

その他、FGI調査からは、割高感を指摘する意見が見られた。しかし、まずは料金に対する正しい認識を広報周知することが重要である。レンタルバイクは試乗等を想定した大型モデルが多く提供されており、カーシェアのように日常利用を想定した小型モデルは少ない。利用料金は必然的に高くなることや、料金の内訳に対する理解が不十分な点が課題であり、その誤解を解くことが優先課題となる。

加えて、レンタルバイクを利用する際に、過度な購買促進を警戒する意見や、あらかじめ洋用品を持っていないユーザーも一定数存在すると想定される中、例えばヘルメット等、レンタルを嫌がるユーザーが存在することもFGIで確認されるなど、洋用品の提供方法も課題といえる。

## 2. 郵送調査結果

### (1) 貸出サービスの利用状況

#### ① 貸出サービスの利用経験とサービスの種類

##### ● サブスクリプションの利用者はほとんどなし

- 二輪車の貸出サービスの利用状況は、全体の利用率が8%程度とほとんどのユーザーは利用経験がない。
- 利用率が高い層は、スクーター/オンロードの軽二輪、オンロード小型二輪ユーザー、男性50代、複数所有買い替え/買い増しユーザー。
- 利用者のうち利用した貸出サービスの種類をみると、9割以上がレンタルバイクで、サブスクリプションは3%とほとんどない。

#### <貸出サービス利用有無>

#### <利用貸出サービスの種類複数回答 (利用有=100%)>

			利用 した こと が あ る	利 用 し た こ と は な い	無 回 答		レ ン タ ル バ イ ク	サ ブ ス ク リ プ シ ヨ ン	そ の 他	無 回 答	
全体		%	100	8	90	2	100	92	3	9	0
		n	4,967	390	4,494	83	390	359	13	33	2
購入 二 輪 車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽ 4	△ 94	△ 3	61	▽ 82	6	△ 18	△ 3	
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	7	91	2	70	97	4	4	0	
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	△ 13	▽ 86	1	37	89	0	11	▽ 0	
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	11	87	1	*1	91	9	9	0	
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽ 4	93	△ 3	*17	▽ 88	0	12	△ 0	
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	9	90	1	44	93	5	7	0	
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	9	91	0	*18	95	0	5	0	
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	△ 13	▽ 87	▽ 0	46	△ 100	2	3	▽ 0	
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	12	88	1	*18	89	0	11	0	
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	△ 17	▽ 83	▽ 0	70	△ 92	5	8	▽ 0	
	オフロード軽二輪(126～250cc)	57	12	88	0	*7	100	0	0	0	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	8	92	0	*1	80	0	20	0		
性 別	男性	4,058	8	90	▽ 1	343	△ 93	3	8	▽ 1	
	女性	857	▽ 5	92	△ 3	45	▽ 86	6	14	△ 0	
性 年 代	男性10代(16歳以上)	40	3	97	0	*1	100	0	0	0	
	男性20代	154	11	89	0	*18	△ 100	0	0	▽ 0	
	男性30代	269	10	90	0	*26	89	0	8	△ 3	
	男性40代	730	9	90	1	68	93	3	9	0	
	男性50代	1,278	△ 11	▽ 89	▽ 1	139	△ 93	5	8	▽ 0	
	男性60代	1,084	7	△ 92	1	71	91	1	9	1	
	男性70代以上	414	▽ 2	△ 94	△ 3	*10	▽ 100	0	9	△ 0	
	女性10代(16歳以上)	*17	0	100	0	*0	0	0	0	0	
	女性20代	58	2	98	0	*1	100	0	0	0	
	女性30代	66	13	87	0	*8	78	0	22	0	
	女性40代	127	7	93	0	*9	90	0	10	0	
	女性50代	175	8	91	0	*15	88	0	12	0	
	女性60代	216	5	88	△ 7	*10	▽ 83	△ 25	17	△ 0	
	女性70代以上	185	▽ 1	94	△ 5	*2	▽ 100	0	0	△ 0	
購 入 形 態	新規購入	499	▽ 4	△ 95	1	*21	86	0	14	0	
	買い替え	2,463	▽ 7	△ 92	2	161	▽ 88	3	13	1	
	複数所有買い替え	505	△ 15	▽ 84	1	75	△ 94	2	7	▽ 0	
	買い増し	655	△ 11	▽ 87	2	70	96	6	6	0	
	一時中断・再購入	747	7	91	2	54	△ 100	6	▽ 0	0	

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値 全体の上段は構成比(%),下段はn数

(1)貸出サービスの利用状況  
②レンタルバイクの利用理由

- 乗ったことのない二輪への乗車体験が最も多く、再購入層は購入を前提としたレンタル利用
- レンタルバイクの利用理由は、「乗ったことがない二輪車に乗ってみたかった」がトップで、オンロードの軽二輪/小型二輪ユーザーが特に多い。
- このほか再購入ユーザーは、「購入前に二輪車に慣れたかった」といった購入前提のレンタル利用が多い。

<レンタルバイク利用理由(複数回答) レンタルバイク利用者=100%>

%

		n	乗ったこと なかった二輪	出先で 二輪車を使い た	所有車が 整備・点検 できなかった	購入前に 二輪車に慣 れ	使いた後 で二輪車 を	購入より 維持費が か
全体		354	36	23	16	14	6	5
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	47	▽9	20	△42	7	9	2
	スクーター原付第二種(51～125cc)	67	40	20	14	6	6	4
	スクーター軽二輪(126～250cc)	33	30	27	15	9	11	3
	スクーター小型二輪(251cc～)	*1	58	42	10	21	0	0
	ビジネス原付第一種(～50cc)	*15	13	26	13	13	0	△16
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	41	32	33	12	10	3	5
	オンロード原付第二種(51～125cc)	*17	38	13	12	24	0	0
	オンロード軽二輪(126～250cc)	45	△52	21	13	13	10	△13
	オンロード小型二輪(251～400cc)	*16	25	19	0	△44	6	0
	オンロード小型二輪(401cc～)	64	△55	20	11	22	6	2
オフロード軽二輪(126～250cc)	*7	42	46	13	△46	0	0	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*0	25	0	25	0	50	0	
性別	男性	315	38	22	15	15	7	5
	女性	38	▽19	33	27	10	5	0
性年代	男性10代(16歳以上)	*1	0	0	△100	0	0	0
	男性20代	*18	57	20	18	△31	0	7
	男性30代	*23	△60	31	20	13	8	0
	男性40代	62	41	17	13	13	9	4
	男性50代	128	41	23	▽10	15	7	5
	男性60代	64	26	22	21	15	7	8
	男性70代以上	*9	▽0	22	0	0	0	14
	女性10代(16歳以上)	*0	0	0	0	0	0	0
	女性20代	*1	100	△100	0	0	0	0
	女性30代	*6	13	20	13	0	17	0
	女性40代	*8	14	40	11	11	0	0
	女性50代	*13	30	45	20	21	7	0
	女性60代	*8	▽0	11	△67	0	0	0
女性70代以上	*2	0	0	51	0	0	0	
購入形態	新規購入	*18	45	21	17	△52	0	7
	買い替え	138	34	19	16	▽7	7	2
	複数所有買い替え	70	41	30	17	11	4	1
	買い増し	66	38	24	17	12	2	△10
	一時中断・再購入	54	37	23	11	△32	△15	7

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値 全体の上段は構成比(%),下段はn数

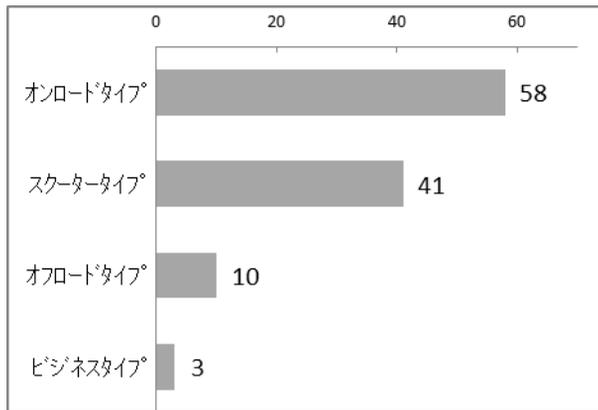
(1)貸出サービスの利用状況

③レンタルバイクのレンタル内容と満足度

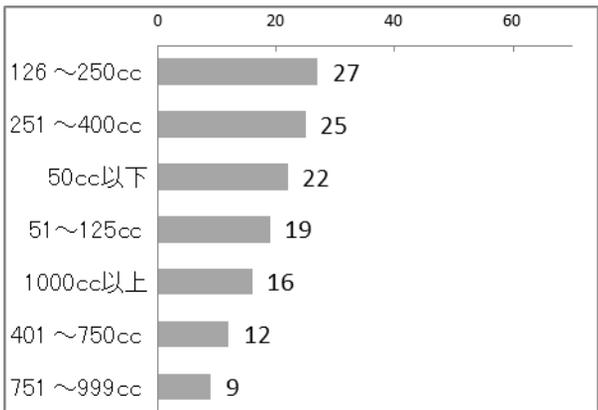
- レンタルバイク利用者の7割は満足的一方、不満足者は貸出料金の他、品ぞろえに不満
- レンタルバイクのタイプはオンロードが58%と最も多く、排気量は126cc～250cc、251～400ccが多い。
- その他レンタル品では、ヘルメットが最も多い。
- レンタルバイク利用満足度では、利用者の7割以上が「満足」「やや満足」、「不満」「やや不満」が1割程度と評価は高い。
- 不満だった利用者の不満理由は、「貸出料金が高かった」が53%と最も多く、次いで「借りたいバイクがなかった」「返却時間が気になる」が多い。

<レンタル内容(レンタルバイク利用者=100% n:354)>

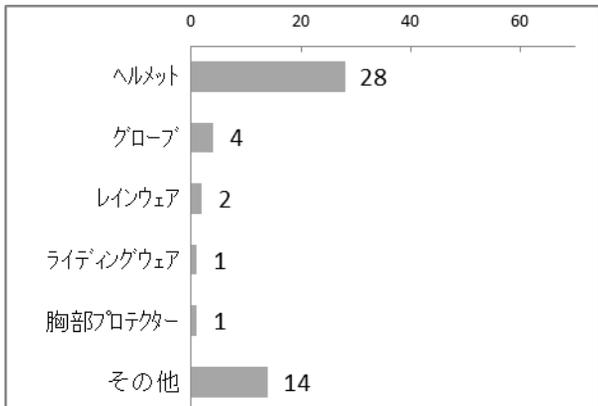
タイプ(複数回答) %



排気量(複数回答) %

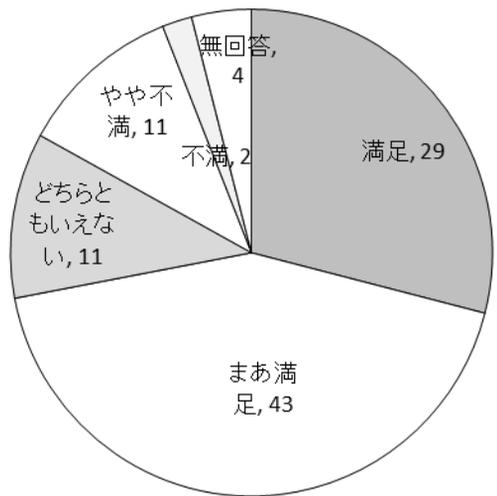


その他レンタル品(複数回答) %

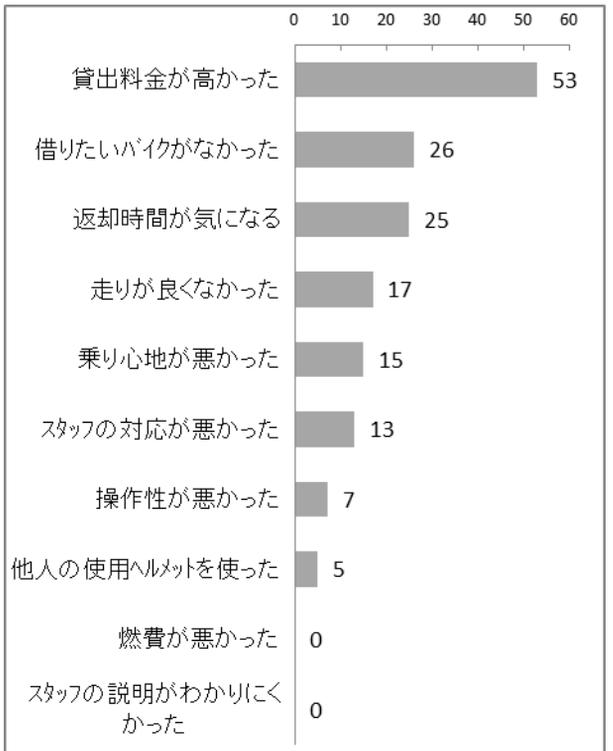


<レンタルバイク評価(レンタルバイク利用者=100% >

レンタルバイク満足度(5段階評価) n:354 %



レンタルバイク不満理由(不満/やや不満回答者=100%) n:46 %

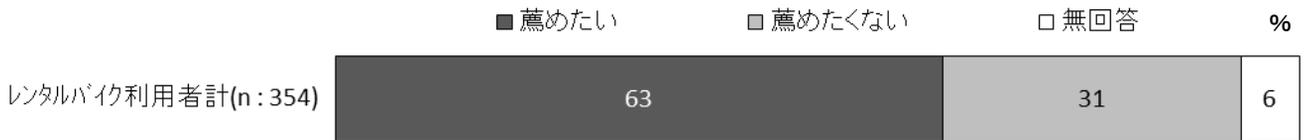


## (2) 利用者の貸出サービス推奨度

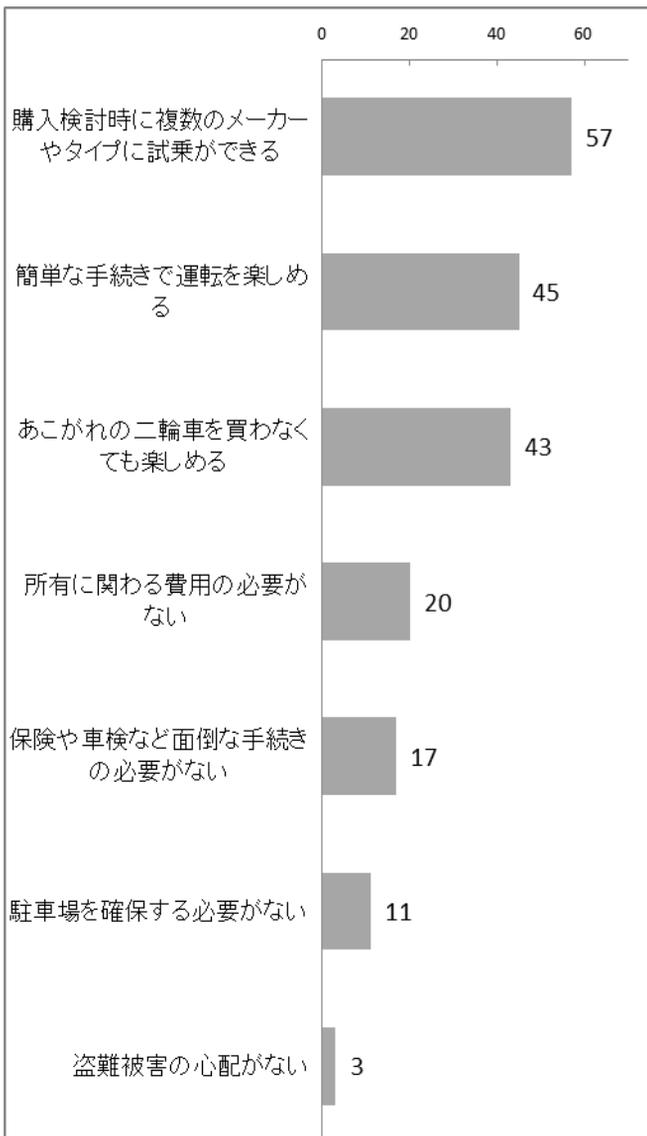
### ● 購入を前提としての比較検討や試乗がレンタルバイク推奨理由のトップ

- レンタルバイク利用者のレンタルバイク推奨意向をみると「薦めたい」63%、「薦めたくない」が31%と、推奨意向が高くなっている。
- レンタルバイクを薦めたい理由としては、「購入検討時に複数のメーカーやタイプに試乗ができる」が57%と最も多く、レンタルバイクがバイク購入につながっていることが窺える。
- また、レンタルバイクを薦めたくない理由としては、利用の不満理由と同じ「貸出料金が高い」がトップ。次いで「返却時間を気にしたくない」が挙げられている。

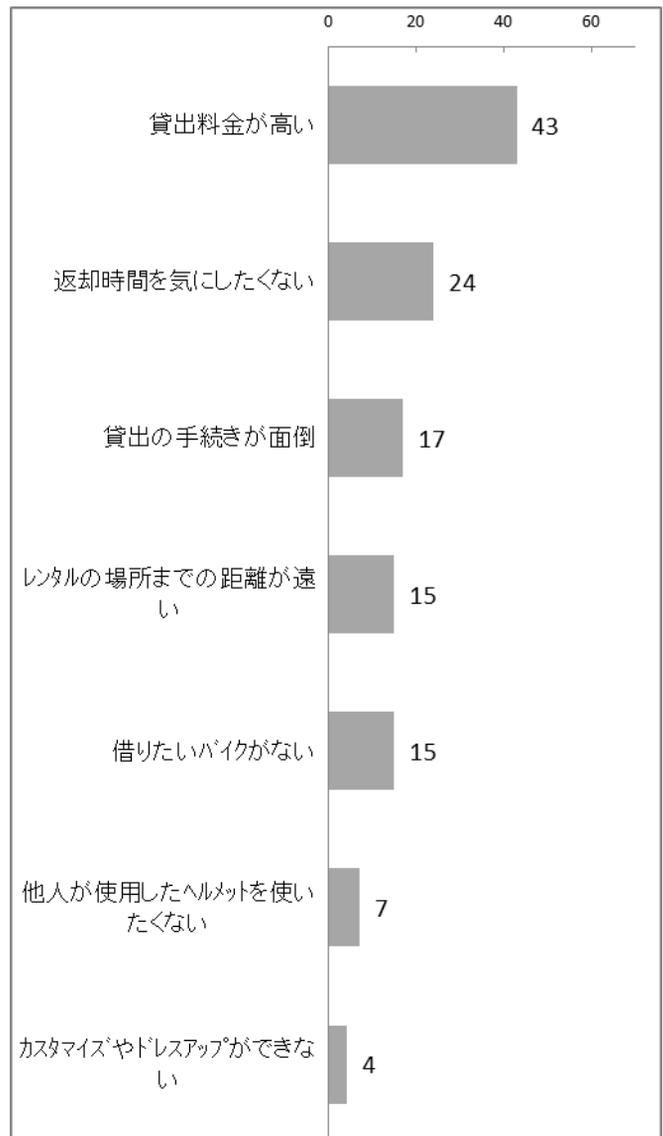
### <レンタルバイク推奨意向(レンタルバイク利用者=100%)>



### <レンタルバイクを薦めたい理由(複数回答)>



### <レンタルバイクを薦めたくない理由(複数回答)>



(3)非利用者の希望利用シーン

①レンタルバイクを利用したいとき

● オンロードユーザーは、出先での二輪利用や乗ったことのない二輪乗車を希望

- 非利用者のレンタルバイク利用希望シーンは、オンロードユーザーの「出先で二輪車を使う」「乗ったことのない二輪車に乗る」「複数のメーカーの二輪車を試乗」「大排気量の二輪車に購入前に慣れる」が多く、出先での二輪利用や乗ったことのない二輪乗車を希望。
- また男性の各年代、再購入ユーザーの利用希望シーンも「乗ったことのない二輪車に乗る」「大排気量の二輪車に購入前に慣れる」が多い。

<レンタルバイクを利用したいとき(複数回答)>貸出サービス非利用者=100%

%

		n	出先で二輪車を使う	乗ったことのない二輪車に乗る	に所のない二輪車が手元	複数のメーカーの二輪車を試乗	購入前に慣れる二輪車に	たどの様な時も利用し
全体		4,494	26	26	22	18	11	29
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,465	▽ 20	▽ 11	23	▽ 9	▽ 6	△ 35
	スクーター原付第二種(51～125cc)	898	26	△ 31	23	20	12	29
	スクーター軽二輪(126～250cc)	243	32	△ 35	22	△ 24	14	▽ 23
	スクーター小型二輪(251cc～)	7	36	40	21	35	15	16
	ビジネス原付第一種(～50cc)	413	24	▽ 17	25	▽ 10	8	31
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	426	27	28	▽ 18	18	9	30
	オンロード原付第二種(51～125cc)	185	30	△ 40	▽ 16	△ 26	12	23
	オンロード軽二輪(126～250cc)	322	△ 34	△ 47	19	△ 31	△ 20	▽ 22
	オンロード小型二輪(251～400cc)	134	△ 41	△ 49	24	△ 32	△ 23	▽ 17
	オンロード小型二輪(401cc～)	342	△ 38	△ 41	23	△ 31	△ 15	▽ 21
性別	オフロード軽二輪(126～250cc)	50	27	36	12	14	11	24
	オフロード小型二輪(うち751cc～)	7	44	25	2	7	2	32
性別	男性	3,667	28	△ 29	21	△ 20	12	28
	女性	786	▽ 21	▽ 12	△ 26	▽ 10	▽ 6	△ 34
性年代	男性10代(16歳以上)	39	25	22	25	18	15	28
	男性20代	137	△ 37	△ 46	△ 31	△ 32	△ 19	▽ 19
	男性30代	243	31	△ 39	27	△ 26	△ 18	26
	男性40代	653	29	△ 36	△ 26	△ 26	△ 15	28
	男性50代	1,133	△ 32	△ 35	24	△ 25	△ 14	▽ 26
	男性60代	1,003	25	▽ 22	▽ 16	▽ 13	▽ 7	△ 32
	男性70代以上	391	▽ 14	▽ 8	▽ 14	▽ 3	▽ 2	29
	女性10代(16歳以上)	*17	10	▽ 0	30	15	5	46
	女性20代	57	25	26	31	14	8	34
	女性30代	57	33	28	29	20	12	31
	女性40代	119	33	24	△ 32	20	14	34
	女性50代	160	23	▽ 13	△ 31	▽ 8	9	△ 37
	女性60代	190	▽ 18	▽ 5	26	▽ 6	▽ 3	△ 39
	女性70代以上	174	▽ 11	▽ 1	▽ 14	▽ 2	▽ 0	29
購入形態	新規購入	473	30	30	△ 26	20	△ 15	29
	買い替え	2,263	▽ 24	▽ 22	△ 24	▽ 16	▽ 9	30
	複数所有買い替え	424	△ 32	30	▽ 17	21	8	26
	買い増し	570	27	△ 33	▽ 17	20	11	28
	一時中断・再購入	681	26	△ 30	20	19	△ 14	31

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

(3)非利用者の希望利用シーン

②レンタルバイクを利用したくない理由

● オンロード小型二輪ユーザーはカスタマイズやドレスアップできないことも利用しない理由

○ レンタルバイクを「どのような時も利用したくない」層の利用したくない理由を見ると、「レンタル場所へ受け取り・返却に行くことが面倒そう」が多く、特にスクーター原付第二種、男性60代、複数所有買い替えユーザーが顕著。

○ またオンロード小型二輪ユーザーは「カスタマイズやドレスアップしたい」も利用しない理由として多い。

<レンタルバイクを利用したくない理由(複数回答)> どの様な時も利用したくない回答者=100%

%

	n	う返レ 却ン にタ 行ル のこ 場所 がへ 面受 倒取 そ・	貸出 手続 きが 面倒 そう	貸出 料 金 が 高 そう	い返 却 時 間 を 気 に し た く な	を他 人 が 使 い た く な い の ヘル メ ット	う借 り た い バ イ ク が な さ そ	ア ス タ マ イ ズ し た い や ド レ ス	
全体	1,311	44	41	30	28	27	11	10	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	516	43	44	▽25	26	29	10	▽5
	スクーター原付第二種(51～125cc)	261	△51	44	32	32	31	13	8
	スクーター軽二輪(126～250cc)	56	45	35	36	31	19	16	△19
	スクーター小型二輪(251cc～)	*1	50	34	15	27	46	31	15
	ビジネス原付第一種(～50cc)	130	41	▽29	23	▽20	23	▽3	7
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	126	46	44	25	24	25	12	△17
	オンロード原付第二種(51～125cc)	43	▽21	27	35	26	15	5	17
	オンロード軽二輪(126～250cc)	70	47	50	△43	37	21	11	14
	オンロード小型二輪(251～400cc)	*23	57	39	△57	△52	26	22	17
	オンロード小型二輪(401cc～)	71	39	▽28	△47	34	22	11	△29
	オフロード軽二輪(126～250cc)	*12	45	25	32	14	16	11	11
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*2	11	50	17	6	22	0	33	
性別	男性	1,029	46	41	32	29	26	11	12
	女性	271	▽38	40	▽20	26	31	10	▽3
性年代	男性10代(16歳以上)	*11	52	20	30	32	△58	0	0
	男性20代	*26	31	△64	29	29	22	9	12
	男性30代	62	44	48	38	38	24	9	△18
	男性40代	183	41	43	△44	32	23	15	14
	男性50代	298	45	41	34	29	26	9	△15
	男性60代	324	△51	38	30	29	25	11	10
	男性70代以上	115	48	41	▽16	▽17	31	8	5
	女性10代(16歳以上)	*8	35	△78	23	23	23	23	0
	女性20代	*20	39	45	26	26	39	4	4
	女性30代	*18	▽19	59	19	29	24	10	0
	女性40代	40	40	42	31	24	27	9	▽0
	女性50代	59	51	47	23	29	28	12	7
	女性60代	74	33	34	▽14	29	34	8	▽2
	女性70代以上	51	34	▽24	▽10	19	34	12	5
購入形態	新規購入	139	40	43	29	25	31	7	9
	買い替え	670	42	42	28	27	27	11	8
	複数所有買い替え	111	△54	40	37	36	26	13	△20
	買い増し	162	48	39	36	35	27	12	14
	一時中断・再購入	209	45	40	27	27	24	8	7

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

\*:ベースが30未満のため参考値

(4)貸出サービスの購入への効果

①レンタルバイク、サブスクリプションが購入のきっかけになるか

●6割のユーザーが購入のきっかけになるとの意識。特にオンロードユーザーで顕著

- レンタルバイク、サブスクリプションが購入のきっかけになるかについては、全体の6割がきっかけになるという意識を持っている。
- 属性別では、オンロードユーザー、男性20代～50代、女性20代/40代、複数所有買い替え/再購入層が全体に比べ高い。

<レンタルバイク、サブスクリプションが購入のきっかけになるか> 回答者全員=100%

%

	n	レンタルバイク			サブスクリプション			
		購入のきっかけになる	購入のきっかけにならない	無回答	購入のきっかけになる	購入のきっかけにならない	無回答	
全体	4,967	61	22	17	41	22	37	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽ 48	△ 29	△ 24	▽ 32	△ 26	△ 42
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	63	23	▽ 14	42	24	35
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	63	21	16	42	22	35
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	70	19	10	51	27	22
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽ 51	24	△ 25	▽ 33	21	△ 46
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	△ 66	19	16	44	19	36
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	△ 78	▽ 16	▽ 6	△ 53	19	▽ 27
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	△ 79	▽ 12	▽ 9	△ 50	▽ 18	32
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	△ 78	▽ 14	▽ 8	△ 55	19	▽ 26
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	△ 74	▽ 15	▽ 12	△ 54	▽ 16	▽ 30
	オフロード軽二輪(126～250cc)	57	67	23	10	△ 56	20	▽ 24
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	73	19	8	47	15	39	
性別	男性	4,058	△ 62	22	▽ 16	42	22	36
	女性	857	▽ 54	24	△ 22	▽ 37	22	△ 42
性年代	男性10代(16歳以上)	40	69	27	▽ 4	39	32	29
	男性20代	154	△ 75	▽ 15	▽ 9	△ 51	24	▽ 25
	男性30代	269	△ 76	18	▽ 6	△ 55	22	▽ 23
	男性40代	730	△ 72	▽ 18	▽ 10	△ 51	21	▽ 28
	男性50代	1,278	△ 68	22	▽ 11	△ 47	23	▽ 30
	男性60代	1,084	▽ 56	24	△ 19	▽ 36	23	△ 41
	男性70代以上	414	▽ 32	△ 27	△ 41	▽ 16	22	△ 62
	女性10代(16歳以上)	*17	55	30	15	40	△ 45	15
	女性20代	58	△ 77	21	▽ 1	△ 58	24	▽ 18
	女性30代	66	69	26	▽ 6	49	27	▽ 24
	女性40代	127	△ 69	21	▽ 10	△ 58	24	▽ 18
	女性50代	175	64	27	▽ 9	46	25	▽ 29
	女性60代	216	▽ 45	27	△ 27	▽ 28	20	△ 52
	女性70代以上	185	▽ 33	20	△ 47	▽ 14	▽ 14	△ 72
購入形態	新規購入	499	63	25	▽ 13	43	△ 27	▽ 30
	買い替え	2,463	▽ 57	△ 25	18	▽ 38	24	38
	複数所有買い替え	505	△ 69	▽ 18	▽ 13	△ 46	20	34
	買い増し	655	63	▽ 19	18	44	▽ 17	39
	一時中断・再購入	747	△ 64	20	16	43	22	35

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

(4)貸出サービスの購入への効果

②レンタルバイクが購入のきっかけになる理由／ならない理由

●複数のメーカー/タイプを比較検討できることが購入のきっかけに

- レンタルバイクが購入のきっかけになる理由をみると、きっかけになる傾向の強いオンロードユーザーは、「複数のメーカーやタイプを比較検討できる」を挙げている。
- 一方、「あこがれの二輪車に買わなくても乗れる」がきっかけにならない理由のトップ。

<レンタルバイクが購入のきっかけになる理由(複数回答)> %

<レンタルバイクが購入のきっかけにならない理由(複数回答)> %

	n	複数のメーカー/タイプを比較検討できる	色々な楽しみや魅力	バイクの楽しさや魅力	クレタやバイクの通じやすい理解	n	わたくしでも楽しめる	あこがれの二輪車を買	手続や車検など面倒な	保険や必要がない	要がないから費用の必	所有に開かる費用の必	転を楽しめる	簡単な手続きだけで運	がない	駐車を確保する必要	盗難被害の心配がない
全体	3,007	70	66	28	1,109	34	23	22	18	16	13						
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	745	▽ 59	65	28	453	▽ 29	24	22	17	15	13					
	スクーター原付第二種(51～125cc)	621	73	64	25	226	37	24	22	15	18	15					
	スクーター軽二輪(126～250cc)	178	72	65	26	60	43	16	21	11	10	5					
	スクーター小型二輪(251cc～)	6	87	67	34	*2	46	34	37	26	0	11					
	ビジネス原付第一種(～50cc)	226	▽ 59	69	28	109	25	19	23	△ 28	19	11					
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	312	70	67	27	89	30	25	21	25	16	11					
	オンロード原付第二種(51～125cc)	161	72	65	33	*32	△ 51	10	10	14	14	3					
	オンロード軽二輪(126～250cc)	292	△ 78	67	32	43	44	17	19	20	19	14					
	オンロード小型二輪(251～400cc)	119	△ 83	68	27	*21	33	24	29	24	24	19					
	オンロード小型二輪(401cc～)	304	△ 82	68	32	60	△ 52	21	18	11	12	6					
オフロード軽二輪(126～250cc)	38	74	59	24	*13	36	43	38	28	32	30						
オフロード小型二輪(うち751cc～)	6	78	69	13	*1	8	0	33	0	33	0						
性別	男性	2,529	71	66	28	888	35	21	21	18	17	12					
	女性	464	▽ 63	65	29	206	29	△ 30	25	19	14	13					
性年代	男性10代(16歳以上)	*28	73	66	30	*11	44	8	16	8	24	8					
	男性20代	116	74	66	29	*24	43	29	17	16	△ 31	24					
	男性30代	204	72	△ 74	31	49	△ 54	18	19	20	20	18					
	男性40代	528	72	68	△ 32	128	28	19	16	17	16	11					
	男性50代	864	△ 75	67	28	279	△ 41	22	19	20	19	15					
	男性60代	609	69	▽ 62	25	265	32	24	24	18	16	▽ 8					
	男性70代以上	134	▽ 62	62	23	110	30	16	26	12	11	14					
	女性10代(16歳以上)	*9	55	37	10	*5	16	32	35	49	16	16					
	女性20代	45	62	64	30	*12	23	42	14	14	14	14					
	女性30代	45	75	71	35	*17	△ 58	32	32	21	15	5					
	女性40代	88	70	63	27	26	21	38	29	20	△ 31	11					
	女性50代	112	62	63	34	47	46	29	28	21	23	17					
	女性60代	98	63	63	29	59	▽ 20	29	22	13	▽ 3	13					
	女性70代以上	61	▽ 45	75	19	37	20	24	22	24	7	12					
購入形態	新規購入	313	▽ 63	68	33	122	35	22	22	15	16	15					
	買い替え	1,399	70	64	28	609	32	23	22	18	16	11					
	複数所有買い替え	348	74	67	31	92	40	19	20	24	16	12					
	買い増し	415	71	67	26	121	40	22	16	15	21	17					
	一時中断・再購入	482	73	67	27	150	31	20	22	20	12	14					

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

### 3. FGI調査結果

- 試乗車の感覚で利用できる等、利用に前向きな意見が寄せられた一方で、自宅における駐車場確保が難しいことやカスタムできない等を理由に、利用に消極的な意見もあり、現状のサービスには課題も存在する
- 二輪車のサブスクリプションに対するポジティブなコメントとしては、「試乗車の感覚で利用できる」「新車購入と比較して初期費用・維持費用を抑えることができる」等の意見が挙げられた。
- 一方、ネガティブなコメントとしては、「駐車場確保の必要性」「カスタムできない」「故障時の対応が不安」「値ごろ感」「ヘルメットの共有に対する抵抗感」「サービス内容のわかりづらさ/類似サービスとの差別化」等が挙げられた。

#### <ポジティブなコメント>

コメント	
試乗車の感覚で 利用できる	1 「試乗だけではわからない点が多いので、購入の決め手として1ヶ月くらい試乗目的で使ってみたい。ただし、ずっと利用し続けるかという別問題。」(G1・40代・男性)
	2 「いろいろなバイクに乗れるというのは魅力。バイクは感覚で乗るものなので、自分で所有しないと運転が難しい。輸入車等、大きいバイクならなおさら。」(G6・30代・男性)
	3 「いろいろな車種に乗ってみたい人にはいい。いきなり買ってはずれだったら困る。だめだったら転売でなく、返せるというのはいいと思う。」(G7・40代・男性)
	4 「長めの試乗車というイメージ。買いたいという人にはいいかもしれない。」(G7・40代・男性)
初期費用・ 維持費用を 抑えられる	1 「リターンライダーの人が大型車に乗りたいと思うと、まとまった金額が必要になる。車検や整備にも費用がかかる。月に何度か乗りたいくらい程度であればサブスクリプションの利用は選択肢に入るかもしれない。」(G4・60代・男性)
	2 「小排気量の普段使い用のバイクが欲しいという時は悪くない。所有したりカスタムしたりすることに価値を見出さない人であれば安上がりでいいかもしれない。」(G4・60代・男性)
	3 「初期費用を抑えられる点は魅力的だと思う。買わなくてもよく保険の契約も必要ないから、その手間をかけたくないというときには手軽で良い。子供が免許を取ってバイクに乗りたいとき、親の名義で契約して1年間試してみるというように、状況を見た上で購入を判断できるのは助かる。レンタルバイクは割高。」(G7・30代・男性)
法人利用	1 「法人で使う分にはサブスクリプションはよいと思った。ピラ配り等に行く際に、事故を起こしたときのことを考慮してサブスクリプションにするといいかもしれない。」(G8・50代・男性)

G1: 都市部ユーザー/若年層/日常用途  
 G2: 都市部ユーザー/若年層/非日常用途利用  
 G3: 都市部ユーザー/高齢層/日常用途利用  
 G4: 都市部ユーザー/高齢層/非日常用途利用

G5: 地方部ユーザー/年代・用途指定なし  
 G6: 都市部 非ユーザー/二輪車保有経験あり  
 G7: 地方部 非ユーザー/二輪車保有経験あり  
 G8: 非ユーザー/二輪車免許保有/二輪車保有経験なし

<ネガティブなコメント>

コメント	
駐車場確保・費用の発生	<p>1 「駐車場確保の問題があるので、レンタルバイクのほうが使いやすい。マンションの駐車場を契約して月2万円かけるなら、100万円で自分で購入したほうがよい。」(G6・30代・男性)</p>
カスタマイズできない	<p>1 「バイク好きな人はいじって、自分のカスタムをしたくなる。乗るだけなら面白みはない。」(G2・20代・女性)</p> <p>2 「バイクは趣味なので、バイクそのものに愛着がわく。カスタマイズしたくなってしまう。サブスクリプションの費用を払うなら、その間お金をためて、自分のバイクをメンテナンスしたり、カスタマイズしたりしたい。趣味としてバイクを楽しんでいる人には受けないと思う。」(G5・20代・男性)</p>
故障時の対応が不安	<p>1 「借りている間にバイクに不都合が生じた場合にどこに持っていけばよいのか明確になっているのかが気になる。」(G3・50代・女性)</p> <p>2 「車であればいろいろな場所にディーラーがあるので故障の際も持ち込めるが、バイクは店舗がなかなか見つからない。故障時に対応できるのか不安がある。」(G8・50代・男性)</p> <p>3 「故障時やサポート面が気になる。出先で壊れた場合はどうなるのか。レンタルバイクの場合は、現地で借りればよいので故障しても何とかかなと思うが、サブスクリプションは修理やサポートが自分の近所に限定されてしまう。量販店で購入したバイクであれば、全国どここの店舗でも見てもらえるので安心感がある。サブスクリプションも全国展開するのであれば安心できるのかもしれない。」(G8・30代・男性)</p>
値ごろ感が感じられない	<p>1 「毎日乗るならいいが、週一回程度の利用の場合は割高感がある。」(G4・50代・男性)</p> <p>2 「二輪車ユーザーを増やすことが目的であれば疑問符がつく。四輪のレンタルは、ちょい乗りであれば2~3千円で乗ることができる。バイクが1万円、2万円となれば、二輪のユーザーは増えず、四輪に持っていかれてしまうのではないか。バイクに興味がある人には面白い。しかし、二輪か四輪でどちらでもよいという人には難しいと思う。」(G7・50代・男性)</p> <p>3 「購入価格の5%だとすると、20ヶ月で本体価格に届いてしまい、高いと感じる。」(G7・60代・男性)</p>
ヘルメットの共有に対する抵抗感	<p>1 「人がかぶったヘルメットには抵抗がある。クリーニングしたと言われても信じられない。」(G8・30代・女性)</p> <p>「アゴまで来るので抵抗感がある。」(G8・30代・女性)</p> <p>2 「手ぶらで行って全部用意してくれるならよい。ヘルメットはそんなに安いものではないので、1、2回乗車するためのために購入できない。」(G8・50代・男性)</p> <p>3 「ヘルメットなしとヘルメットありのオプションがあるとよい。迷った人が最初に1ヶ月借りるのであれば、ヘルメットを買うというのは厳しいが、その後も借りるのであればヘルメットを購入してもよい。クリーニング済みのヘルメットがある、ということだったらいいかもしれない。」(G8・50代・男性)</p>
サービス内容のわかりづらさ/類似サービスとの差別化	<p>1 「レンタルバイクの方が利用イメージが湧く。休日の外出や旅行先などで借りたい。月々払いで借りて、自分で経費を払い、しかし改造はできないとなると自分で購入する方がよい。」(G2・30代・男性)</p> <p>2 「使いたいシチュエーションが思い浮かばない。こういった状況で使いたくなるのかがわからない。」(G2・30代・男性)</p> <p>3 「買う気があったときは試乗会に行ったりレンタルバイクを利用したりしていた。試しに乗るなら1日、2日あれば十分である。サブスクリプションで1ヶ月は長い。」(G8・30代・男性)</p> <p>4 「繁忙期に乗りたいバイクに乗れるのか。以前乗ったバイクにまた乗りたいと思っても、サブスクリプションの場合は、1ユーザーが乗り続けていられる仕組みなので、乗りたいたときに貸し出し中ということがあり得るのではないか。」(G8・50代・男性)</p>

## II-2. 一般の人々のニーズに合う 二輪車ベネフィットの発掘

## 1. 結果概要

多くのユーザーは二輪車のイメージとして「趣味性」を、他人から見られたいイメージとして「人生を楽しんでいる」をあげる

郵送調査では、特に軽二輪や小型二輪で、かつオンロード、オフロードユーザーは、自身に対し「趣味性の強い」というイメージを持つ。一方、自身が思われたいイメージは「人生を楽しんでいる」との回答が目立ち、これらのモデル及びそのユーザーへのイメージに紐づいている。

基本的にはネガティブイメージが今も残り、特にマナーに関する指摘が目立つ

二輪車を持つイメージについて、FGI調査によると、「すり抜けのイメージが強い」、「事故が多いので怖い」、「冬場には乗りたくない」、「スピードを極端に出す」など、ネガティブなイメージが先行している。特にすり抜けに対するコメントは複数みられることをはじめ、マナーに関するネガティブさを指摘するコメントが目立つ。

都市部、若年層のほか、なかでも非ユーザーがネガティブなイメージを抱く

特に、都市部及び若年層のほうがネガティブなイメージを抱く傾向にあるほか、なかでも非ユーザーは、ネガティブイメージを強く抱く傾向にある。

行きつけの販売店の廃業等に直面したユーザーが、用品店やネット通販、動画サイトに移行

行きつけの販売店の廃業等に直面したユーザーの一部は、部品の調達先、メンテナンス先として、用品店やネット通販を通じた購買や、動画サイトを参考に自らの手によるメンテナンスを選び、販売店を経由しない新たな購買などの行動が見られつつある。

新規ユーザーの二輪車購入にあたり最も影響力が強いのは親

郵送調査によると、二輪車購入にあたっての周りの反応のうち、積極的推奨者、反対者ともに最も多いのは「親」となっている。加えて、FGI調査においても、「父が大型を乗っていて憧れがあった。乗りたいと思っていた」と回答したユーザーが存在することから、仮に親がユーザーだった場合、それを自らの子に積極的に勧める可能性は高く、この子を持つ親ライダーが、正しい知識と共に、二輪車への誘導を行うことは、大きな影響を与えると想定される。

## 2. 郵送調査結果

### (1) 二輪車ユーザーが持っている二輪車・二輪車ユーザーに対するイメージ

●オンロードユーザーを中心に「趣味」「人生を楽しむ」「カッコいい」「自由」が二輪車の主要イメージ

○ 二輪車ユーザーが持っている二輪車・二輪車ユーザーのイメージをみると、オンロードユーザー、男性は「趣味性の強い」「人生を楽しんでいる」「カッコいい」「自由」が全体に比べ高い。

○ 一方、スクーター原付第一種、第二種や女性は「身軽」「実用的」「便利」「経済的」が高くなっており対照的。

<二輪車ユーザーが持っている二輪車・二輪車ユーザーに対するイメージ(複数回答)>  
(全体で上位15%以上の項目を抜粋)

		n	趣味性の強い	人生を楽しんでいる	カッコいい	自由	身軽	実用的	便利	若々しい	身近	スポーティ	機能的	経済的	アウトドア	%
全体		4,967	40	37	29	29	25	24	24	23	22	19	16	15	15	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽18	▽18	▽21	▽16	△29	△30	△33	▽16	22	▽13	△19	△18	▽10	
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	▽35	▽31	27	28	△30	△29	△28	22	23	21	17	△20	14	
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	△52	△44	30	27	25	27	25	△29	△30	19	19	12	18	
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	69	56	30	51	26	9	24	24	27	21	20	4	27	
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽30	▽30	▽22	▽24	25	△31	25	19	▽17	▽13	15	△21	13	
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	△55	△52	29	△42	▽21	23	22	25	△27	20	17	15	△27	
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	△60	△49	△41	△42	21	▽14	▽12	△36	20	△29	14	▽9	13	
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	△66	△60	△45	△43	▽19	▽11	▽12	△27	21	△27	▽11	▽7	△20	
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	△73	△72	△54	△46	▽18	▽6	▽10	△35	17	△30	▽8	▽5	18	
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	△70	△69	△46	△38	▽14	▽5	▽5	△32	19	△24	▽10	▽5	15	
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	△71	△61	32	△51	26	19	▽11	27	30	23	16	▽1	△44		
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	△77	63	32	55	3	5	3	40	26	19	8	0	26		
性別	男性	4,058	△45	△41	31	△31	▽23	▽23	▽22	△25	22	20	16	15	△16	
	女性	857	▽16	▽20	▽24	▽18	△35	△32	△36	▽14	24	▽14	△19	17	▽10	
性年代	男性10代(16歳以上)	40	▽23	▽14	42	▽12	19	19	14	20	10	15	11	▽3	7	
	男性20代	154	△51	△49	△55	32	23	▽16	▽12	△31	▽12	24	▽6	10	△24	
	男性30代	269	△54	42	△42	25	22	▽15	▽16	19	17	19	▽9	11	17	
	男性40代	730	△53	41	△35	△36	▽22	▽18	▽17	22	20	19	▽11	▽12	14	
	男性50代	1,278	△51	△47	△32	△34	▽21	▽20	▽18	△27	21	△23	▽14	14	17	
	男性60代	1,084	42	△41	▽26	31	25	26	26	△28	24	21	△23	17	△18	
	男性70代以上	414	▽20	▽25	▽15	▽19	27	△39	△37	▽16	△29	▽13	△21	△21	▽10	
	女性10代(16歳以上)	*17	▽5	20	30	10	20	5	15	10	5	5	5	0	15	
	女性20代	58	34	28	△48	28	27	16	23	▽10	18	21	▽7	10	20	
	女性30代	66	37	34	△47	30	△42	28	29	13	18	19	▽6	10	17	
	女性40代	127	▽24	▽20	31	22	△35	25	30	▽15	22	17	13	16	9	
	女性50代	175	▽15	▽23	25	▽19	△35	△33	△33	▽16	21	15	21	15	12	
	女性60代	216	▽12	▽17	▽14	▽17	△36	△36	△40	▽14	△29	14	△26	20	▽5	
	女性70代以上	185	▽5	▽12	▽17	▽12	△33	△38	△45	▽14	△29	▽8	△22	△21	▽5	
購入形態	新規購入	499	39	36	△40	26	23	▽16	▽16	19	▽11	21	▽9	▽8	17	
	買い替え	2,463	▽32	▽30	▽25	▽24	△27	△29	△29	22	23	17	△19	△19	▽12	
	複数所有買い替え	505	△56	△53	32	△39	23	▽19	▽19	26	△29	20	16	▽10	18	
	買い増し	655	△53	△51	33	△37	22	▽18	▽17	25	△26	21	17	▽12	△19	
	一時中断・再購入	747	△47	△42	△34	32	24	▽21	▽20	26	▽18	21	▽13	14	17	

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

(2)回答者自身(二輪車ユーザー)が思われない希望イメージ

●オンロードユーザーは自身への希望イメージも「人生を楽しむ」「自由」「趣味」を求める

- 二輪車ユーザー自身が周囲に思われないイメージをみると、オンロードユーザー、男性、複数所有買い替えユーザー/買い増しユーザーは「人生を楽しんでいる」「カッコいい」「自由」「趣味性が強い」「スポーティ」が全体に比べ高い。
- 一方、女性では「身軽」「実用的」「便利」「経済的」「効率がよい」「機能的が」が高い。

<回答者自身(二輪車ユーザー)が思われない希望イメージ(複数回答)>  
(全体で上位10%以上の項目を抜粋)

	n	人生を楽しむ	自由	実用的	趣味性の強い	便利	身軽	若々しい	カッコいい	経済的	ふつう	効率がよい	身近	スポーティ	機能的	%
全 全体	4,967	30	25	24	22	22	21	18	17	16	13	12	11	11	11	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽10	▽14	△33	▽5	△34	△26	▽11	▽8	△19	△18	△18	△15	▽5	△14
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	▽24	24	△27	▽18	24	△24	19	16	△23	14	△16	12	12	△14
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	△39	28	20	△30	19	18	△26	20	13	13	▽8	8	14	11
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	61	42	12	45	15	24	25	19	4	7	9	11	14	13
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽20	▽19	27	▽16	△28	22	▽12	▽10	△21	15	△16	△16	▽7	13
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	△46	△34	27	△36	▽18	22	20	15	16	▽9	▽9	11	9	11
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	△50	△32	▽9	△36	▽10	17	△27	△30	▽6	9	▽4	▽3	△15	7
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	△59	△37	▽10	△42	▽7	▽13	△24	△34	▽5	▽7	▽5	9	△17	▽6
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	△63	△39	▽5	△48	▽5	18	△32	△40	▽2	▽5	▽2	▽3	△21	▽4
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	△59	△36	▽4	△46	▽4	▽11	△31	△32	▽1	▽9	▽2	▽3	△17	▽5
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	△47	△39	14	△37	▽11	19	19	16	▽5	12	5	8	12	7	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	△66	45	2	△58	2	11	29	26	0	0	0	10	21	8	
性別																
男性	4,058	△34	△27	▽22	△26	▽20	▽20	△20	△19	15	▽12	▽11	11	11	11	
女性	857	▽13	▽17	△32	▽5	△35	△30	▽12	▽10	16	△19	△19	△15	▽7	△14	
性年代	男性10代(16歳以上)	40	▽16	16	16	▽3	▽3	15	▽5	25	▽4	24	8	13	7	5
	男性20代	154	△39	29	▽14	△33	▽12	22	14	△33	15	9	▽7	▽6	15	▽4
	男性30代	269	28	26	▽17	27	▽17	19	▽13	△22	▽11	△21	▽8	▽7	10	9
	男性40代	730	△34	△28	▽19	△29	▽16	19	18	△24	▽12	14	10	▽8	11	▽8
	男性50代	1,278	△39	△28	▽19	△29	▽15	▽16	△21	19	14	12	▽10	▽9	△12	▽8
	男性60代	1,084	△37	27	24	△26	24	22	△24	16	△18	▽9	12	13	△13	△15
	男性70代以上	414	▽19	▽20	△37	▽11	△39	△27	16	▽7	△21	11	△21	△19	▽6	△18
	女性10代(16歳以上)	*17	▽0	10	15	▽0	25	20	10	5	0	△35	5	10	0	5
	女性20代	58	▽14	26	20	▽8	30	22	▽7	14	8	△30	12	▽3	3	5
	女性30代	66	25	33	19	▽11	31	29	13	23	14	15	11	8	9	4
	女性40代	127	▽19	▽16	22	▽11	24	28	14	14	12	△23	16	10	10	9
	女性50代	175	▽16	▽16	△32	▽6	27	25	▽11	▽11	15	△25	17	11	9	12
	女性60代	216	▽10	▽13	△39	▽3	△38	△37	15	▽3	△20	11	△23	△21	7	△20
	女性70代以上	185	▽8	▽14	△39	▽2	△50	△31	▽10	▽7	19	15	△22	△22	▽3	△22
購入形態	新規購入	499	▽26	▽19	▽17	19	▽17	▽18	▽13	20	▽11	15	▽7	▽8	9	▽7
	買い替え	2,463	▽23	▽21	△29	▽15	△28	△24	18	▽14	△20	△15	△16	△14	10	△14
	複数所有買い替え	505	△47	△34	▽19	△40	▽13	18	△22	△21	▽9	▽9	▽9	9	12	11
	買い増し	655	△45	△33	▽16	△35	▽16	▽17	20	△22	▽10	12	▽10	11	12	9
一時中断・再購入	747	△35	28	▽20	△25	▽18	21	19	△20	14	11	11	▽7	12	9	

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)  
 灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値  
 \*:ベースが30未満のため参考値

### (3)新規ユーザーの購入状況

#### ●オンロードユーザーの購入理由は、「趣味」「憧れ」「爽快感」。購入には親の影響が大

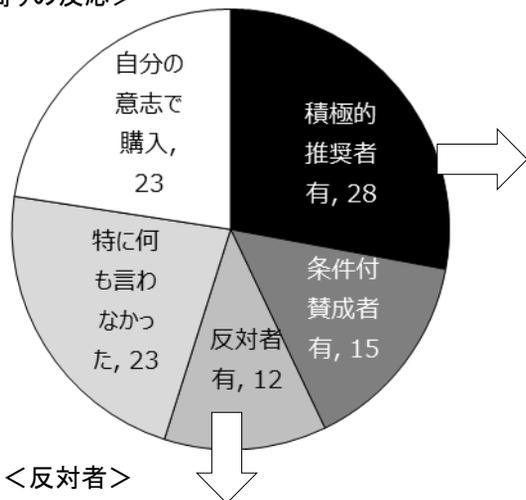
- 全体の二輪車購入理由は「身軽に動ける」「行動範囲が広がる」「自転車より楽」など実用的なメリットが上位だが、オンロードユーザーは、「趣味として楽しみたい」「二輪車への憧れ」「爽快感を得られる」など非日常のメリット。
- 二輪車購入にあたっての周囲の状況では、新規ユーザーの4割以上が購入に賛同されている(積極的推奨+条件付賛成)。
- また新規ユーザーの3割は周囲から積極的に推奨されており、その7割近くは親である。

#### <二輪車購入理由(複数回答)>

	n	身軽に動ける	行動範囲が広がる	自転車より楽	移動の時間が短縮できる	二輪車を趣味として楽しみたい	四輪車より維持費が安い	四輪車より燃費がよい	二輪車に憧れていた	爽快感を得られる	二輪車があれば時間をもっと有効に使える	交通機関の不便さを補える	交通渋滞を避けることができる	駐車スペースを気にしなくともよい	二輪車はカッコいい	解放感を味わえる	値段が手頃	スピード感を味わえる	他の交通機関を利用するより安い	自由になれる感じがする	仕事で必要になった
全体	497	40	38	38	37	34	26	25	23	22	18	18	17	17	16	16	16	14	14	13	13
スクーター原付第一種(～50cc)	198	39	35	△54	△46	▽4	20	19	▽6	▽6	15	19	13	19	▽3	▽3	△21	▽1	15	▽3	△21
スクーター原付第二種(51～125cc)	56	52	41	35	△56	33	△43	△44	18	11	△28	22	△37	18	9	9	21	17	19	6	11
スクーター軽二輪(126～250cc)	*11	52	43	16	27	40	17	35	41	41	8	0	17	25	17	17	8	△41	9	17	17
スクーター小型二輪(251cc～)	*0	39	100	0	39	0	0	0	0	61	100	0	0	0	0	61	39	61	39	0	0
ビジネス原付第一種(～50cc)	62	△63	△52	△53	△57	23	36	26	23	19	16	△29	23	△26	10	19	13	13	16	16	17
ビジネス原付第二種(51～125cc)	*22	43	58	28	39	38	43	△48	10	19	24	29	15	19	5	14	14	10	△34	14	9
オンロード原付第二種(51～125cc)	*19	29	33	29	23	△77	22	16	△49	△52	11	12	24	12	△50	22	0	22	12	22	0
オンロード軽二輪(126～250cc)	75	31	30	▽11	▽13	△75	23	21	△47	△38	18	▽8	8	▽3	△38	△27	14	△22	8	△25	▽3
オンロード小型二輪(251～400cc)	33	▽21	41	▽12	▽3	△82	15	15	△44	△56	18	9	6	12	△50	△44	6	△38	3	△32	3
オンロード小型二輪(401cc～)	*18	19	34	▽6	▽13	△94	13	19	△59	△61	26	13	13	7	△39	△47	0	△40	0	27	7
オフロード軽二輪(126～250cc)	*3	60	30	30	30	30	60	60	△100	60	30	30	30	30	20	△60	0	0	30	△60	0

#### <二輪車購入にあたっての周囲の状況>

##### <周りの反応>



##### <積極的推奨者>

親	68
配偶者・恋人等	36
友人・知人	23
勤め先や学校の関係者	15
息子・娘	6
その他の家族・親族	5
兄弟・姉妹	4
その他	3

##### <反対者>

親	27
配偶者・恋人等	22
その他の家族・親族	6
息子・娘	4
友人・知人	4
兄弟・姉妹	2
勤め先や学校の関係者	2
その他	0

##### <反対の理由>

二輪車の事故が心配だから	47
年齢が高すぎるから(いまさら乗らなくてもよいなど)	10
他の乗り物に乗ればよいから	8
お金がかかるから	4
学校で禁止されている(されていた)から	1
年齢が若すぎるから(もっと後になって乗ればよいなど)	1
二輪車に乗っている人のイメージが悪いから(集団走行など)	1
その他	3

### 3. FGI調査結果

●二輪車ユーザーに対しては、趣味性の強さをポジティブに捉えた意見が挙げられた。一方で、路上での危険な走行等、安全性に対する懸念がネガティブなイメージとして挙げられている

- ポジティブなイメージとしては、非ユーザーを中心に「趣味のイメージが強い」「自由人」等の回答が目立ち、趣味性の強さをポジティブに捉えた回答が多くみられた。
- ネガティブなイメージとしては、「すり抜けのイメージが強い」など、二輪車ユーザーによる路上での運転の仕方や、安全性を懸念するコメントが目立った。

#### <二輪車ユーザーに対するイメージ>

		ポジティブ	ネガティブ
ユーザー	日常利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>昔は暴走族というイメージ。いまはもう少し大人の乗り物というイメージ。(G1・40代・男性)</li> <li>大きいバイクに乗ると格好いいという自意識はある。(G1・40代・男性)</li> <li>ちょい悪みたくないイメージ。(G4・50代・男性)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>すり抜けのイメージが強い。                             <ul style="list-style-type: none"> <li>スピードを出す人が多い。車の間を縫っていくバイクがいるのでそこが危険と感じる。(G2・40代・男性)</li> <li>スクーターのイメージが悪い。都内ではスピードを出してすり抜けていく人が多い。(G5・20代・男性)</li> </ul> </li> <li>事故が多いので怖い。何かあったときには命に関わる。(G1・20代・女性)</li> <li>冬場には乗りたくない。(G1・30代・女性)</li> <li>ヤンキーのイメージ。(G1・30代・男性)</li> <li>あまりお金を持っていない人がバイクを買うイメージ。(G3・60代・男性)</li> <li>高級バイクに乗る人は悪ぶっている人が多い。(G3・50代・男性)</li> <li>ナルシストが多いイメージがある。(G4・50代・男性)</li> </ul>
	非日常利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>昔に比べるとマナーがよくなったイメージ。(G2・40代・男性)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事故を起こしやすい。事故を起こした時の重症度が高い。(G2・30代・男性)</li> <li>爆音で住宅街を走られるのでイメージが悪い。(G2・30代・男性)</li> <li>車の間をすり抜けていくイメージが強い。(G5・20代・男性)</li> </ul>
	非ユーザー	<ul style="list-style-type: none"> <li>暴走族は昔に比べて減っており、暴走族のイメージは薄くなってきた。(G4・60代・男性)</li> <li>趣味のイメージが強い。(G8・30代・男性)</li> <li>自由人のイメージ。基本的に一人で楽しむ人が多い。(G8・30代・女性)</li> <li>自転車のマナーが悪いので、自動二輪車のほうが自転車よりもマナーがよい。(G8・50代・男性)</li> <li>女性がバイクに乗っているところを見ると格好いいと思う。(G8・50代・男性)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エンジンをかければすぐに乗れる気軽な乗り物だが、車と比較すると専門性が高く、難しいイメージがある。(G6・30代・男性)</li> <li>スピードを極端に出す、高速走行中に割り込んでくるなど、自己中心的なイメージ。(G6・30代・男性)</li> </ul>

		ニュートラル/その他	
ユーザー	日常利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>若者は原付二種、年配者は輸入車など大排気量に乗るイメージ。(G1・40代・男性)</li> <li>女性で大型に乗ると性格のきつそうなお姉さんのイメージ。(G1・20代・女性)</li> <li>大きいバイクに乗る人は、注目してほしいというオーラが出ている。(G1・40代・男性)</li> <li>必要のない人は買わない乗り物。出かけるのが好きな人が買うイメージ。(G3・50代・男性)</li> <li>よいイメージと悪いイメージが二極化している。(G4・60代・男性)</li> <li>1980年代に比べてバイクをみかけなくなったため、バイク乗りに対するイメージが希薄になった。(G4・50代・男性)</li> <li>車と違い、好きでないと乗らないイメージ。車のように、あればよしとして買うものではない。(G6・40代・女性)</li> </ul>	
	非ユーザー	<ul style="list-style-type: none"> <li>こだわりが強そう。(G6・30代・女性)</li> <li>地方では便利だが都会では不便な乗り物。地方には駐車スペースがあるが都会には駐車スペースがない。(G6・30代・男性)</li> <li>イメージはよい人と悪い人が両極端。(G7・50代・男性)</li> <li>カジュアルな感じではない。(G7・50代・男性)</li> </ul>	

### Ⅱ- 3. 求められる「あるべき販売店」と 実際との差

## 1. 結果概要

### 展示される二輪車との距離感を感じているユーザーが多く、商品を見て楽しめる店舗を希望

郵送調査における、こうなっしてほしいと思う店舗イメージでは、「雑貨店のように商品を見ているだけでも楽しめる店舗」が最も多く、次いで「コンビニのように気軽に入りやすい店舗」、「カフェのようにゆったりと落ち着ける店舗」が続いている。展示される二輪車との接点については、FGI調査においても「一台一台の間にスペースがあり、歩きながらゆったり見られるとよい。詰めて置いているので奥のものを見るのは難しい」という回答が得られている。

現状の販売店に対しては、展示される二輪車の間にゆったりとしたスペースがあり、ゆっくりと落ち着くことのできる環境が望まれている。店内の二輪車の展示のあり方や、落ち着いた環境づくりについて、検討の余地がある。

### 地元、地域への地道な販売活動があらためて重要

販売店の選択理由は「訪ねるのに便利な距離」、満足度は「販売店の信頼感」と普遍的な結果になった。例えば、ユーザーからの修理・メンテナンス依頼への可能な限りの対応や、ワントゥワンの情報交流等ユーザーニーズに沿った対応、地域イベントへの積極的な参画等、地域への地道な販売活動があらためて重要と思われる。

一方、オンロードユーザーに関しては、専売店独自の選択理由として、「メーカー専門店」があげられる点特徴的である。FGI調査においても、「専売店の方が安心と思った」との回答が得られるなど、このメーカーのブランドや技術が持つ安心感は、専売店が持つ優位性といえる。

### ただし専売店は、特にオンロードのユーザーが望む対応力や技量レベルとの乖離が存在する可能性も

ただし、郵送調査において、大型販売店、個人販売店と比べると「相談にのる姿勢」の評価が相対的に低いほか、FGI調査においても、グループ4(都市部・高齢層・非日常)から、「若い店員の知識が顧客よりも劣ることがある」、「新車の売り込みが必要以上に目立つ」といった回答が寄せられるなど、主にオンロードユーザーが望む対応力や技量レベルとの乖離が存在する可能性もある。

### 購入先のSNS、ウェブサイト等の影響力は小さい

購入先のSNS、ウェブサイト等は「閲覧なし」「発信を知らない」の合計が半数を超えるなど、影響力があるとは言い難い。

2. 郵送調査結果  
(1) 希望店舗イメージ

●オンロードユーザーは商品を見て楽しんだり、ゆったり落ち着ける店舗を希望

- 全体の希望店舗イメージは、「雑貨店のように商品を見ているだけでも楽しめる店舗」が多く、次いで「コンビニのように気軽に入りやすい店舗」。
- またオンロードユーザーは、「雑貨店のように商品を見ているだけでも楽しめる店舗」のほか、「カフェのようにゆったり落ち着ける店舗」を求めている。

<こうなって欲しいと思う店舗イメージ(複数回答)>購入先別、購入車排気量別

%

	n	め見雑 るて貨 店店 舗の だの けう でも も楽 しを	にコ 入リ りビ やす の の う に 気 軽	リカ とフ エの 着の けよ う に ゆ つ た	揃家 え電 が量 豊販 富店 なの 品 に	舗別 の業 目種 的複 でも 合 入店 れ の よ う に	店族 舗連 れ れ でも 入 り の よ う に 家	特 に な い	
全体	4,967	31	26	24	23	9	6	26	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽21	25	▽14	22	▽7	▽4	△34
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	32	28	22	25	10	7	25
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	32	24	△32	25	9	5	23
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	36	21	36	28	8	9	23
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽25	▽19	▽16	22	8	▽3	△32
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	△40	27	27	21	9	5	▽21
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	△40	27	△30	29	9	8	▽19
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	△44	△35	△36	26	△13	△9	▽10
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	△43	28	△33	28	11	△10	▽14
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	△39	23	△44	20	10	6	▽16
	オフロード軽二輪(126～250cc)	57	39	21	35	23	8	10	21
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	32	34	42	13	8	2	18	
性別	男性	4,058	△33	△27	△26	24	9	6	▽23
	女性	857	▽23	▽19	▽16	▽19	▽6	5	△38
性年代	男性10代(16歳以上)	40	34	27	13	20	5	0	32
	男性20代	154	△48	△38	27	27	△14	△10	▽17
	男性30代	269	36	29	29	20	11	△12	▽14
	男性40代	730	△38	△30	△31	22	△11	△9	▽20
	男性50代	1,278	△34	△29	△29	26	△11	5	▽21
	男性60代	1,084	32	23	22	25	7	▽4	28
	男性70代以上	414	▽18	23	▽15	24	▽4	4	△33
	女性10代(16歳以上)	*17	20	35	5	5	0	15	35
	女性20代	58	40	15	▽13	29	7	4	31
	女性30代	66	29	34	30	20	8	△11	20
	女性40代	127	31	19	21	18	12	8	△36
	女性50代	175	30	27	23	23	8	3	30
	女性60代	216	▽20	▽15	▽11	20	▽5	3	△41
女性70代以上	185	▽7	▽11	▽8	▽14	▽4	4	△51	
購入形態	新規購入	499	33	27	22	△27	10	7	24
	買い替え	2,463	▽28	25	▽22	23	8	6	△29
	複数所有買い替え	505	32	23	△32	24	8	4	24
	買い増し	655	△37	25	△29	21	10	7	▽21
	一時中断・再購入	747	△34	△32	25	25	10	6	▽20

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

(2)購入先評価

①購入先※

●購入先は、専売店、個人販売店、大型販売店の順に多い

- 全体の購入先は、専売店、個人販売店、大型販売店の順で多くなっている。
- 属性別で見ると、スクーター原付第一種ユーザー、オンロード小型ユーザー、男性70代以上は専売店での購入が多い。
- また大型販売店での購入は、スクーター軽二輪/小型二輪ユーザー、オンロードの原付/軽二輪/小型ユーザー、男性40代/50代、複数所有買い替え/買い増しユーザーが多い。
- 個人専門店での購入は、スクーター/ビジネスの各原付ユーザー、女性が多い。

<購入先>

	n	専売店	大型販売店	個人販売店	中古車取り扱い店	整備業者	その他	無回答	%
全体	4,967	45	11	37	1	1	1	2	
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	△ 48	▽ 3	△ 40	1	△ 3	△ 2	△ 2
	スクーター原付第二種(51～125cc)	985	43	11	△ 41	△ 2	1	▽ 1	1
	スクーター軽二輪(126～250cc)	282	41	△ 22	33	2	0	1	0
	スクーター小型二輪(251cc～)	8	38	△ 36	23	2	0	1	0
	ビジネス原付第一種(～50cc)	445	41	▽ 5	△ 46	1	1	2	△ 3
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	42	11	△ 43	1	1	2	0
	オンロード原付第二種(51～125cc)	205	45	△ 17	31	3	1	3	1
	オンロード軽二輪(126～250cc)	370	▽ 37	△ 26	34	2	▽ 0	1	1
	オンロード小型二輪(251～400cc)	153	△ 57	15	▽ 24	1	1	0	3
	オンロード小型二輪(401cc～)	412	△ 57	△ 23	▽ 18	1	▽ 0	1	▽ 0
	オフロード軽二輪(126～250cc)	57	33	△ 34	27	3	0	0	2
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	68	19	11	2	0	0	0	
性別	男性	4,058	45	△ 13	37	2	1	1	1
	女性	857	46	▽ 4	△ 42	1	2	2	△ 3
性年代	男性10代(16歳以上)	40	49	11	36	0	0	5	0
	男性20代	154	39	13	42	2	2	1	1
	男性30代	269	44	13	37	3	1	1	1
	男性40代	730	44	△ 17	35	2	▽ 0	1	1
	男性50代	1,278	▽ 42	△ 16	37	2	1	1	▽ 1
	男性60代	1,084	46	11	38	▽ 1	1	1	1
	男性70代以上	414	△ 54	▽ 4	33	1	△ 3	2	△ 3
	女性10代(16歳以上)	*17	40	1	45	0	5	△ 10	0
	女性20代	58	42	8	44	2	0	2	3
	女性30代	66	49	9	38	△ 5	0	0	0
	女性40代	127	41	9	△ 46	2	1	1	1
	女性50代	175	46	▽ 4	41	1	△ 3	2	2
	女性60代	216	49	▽ 0	44	1	1	1	△ 4
	女性70代以上	185	47	▽ 0	40	0	△ 3	△ 6	△ 4
購入形態	新規購入	499	48	11	36	2	1	1	1
	買い替え	2,463	46	▽ 9	39	1	△ 2	1	▽ 1
	複数所有買い替え	505	▽ 40	△ 18	37	2	1	1	▽ 0
	買い増し	655	42	△ 14	38	2	1	2	2
	一時中断・再購入	747	48	11	35	1	1	2	1

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

※購入先: 専売店)国内4社などの正規販売店 大型販売店)全国各地に直営/フランチャイズ店舗を持つ大規模販売店  
個人販売店)個人で店舗を営んでいる小規模販売店

(2)購入先評価

②購入先選択理由

●ユーザーの購入先選択理由は、「便利な距離」がトップ

- 全体の購入先選択理由は「訪ねるのに便利な距離」が各店のトップ。
- 専売店ユーザーは、「メーカー専売店」であるという安心感・信頼感を重視。
- 大型販売店ユーザーは「お店の人に対応がよい」がオンロードユーザーを中心に多い。
- また個人販売店では「販売条件がよかった」がオンロードユーザーを中心に多い。

<購入先選択理由(複数回答) ※全体(専売店)で上位5%以上の項目を抜粋

%

	n	訪ねるのに 便利な距離	お店の人の 対応がよい	メー カー 専門 店	以 前 購 入 し た こ と が あ る	整 備 ・ 修 理 な ど の 技 術 力 が あ る	昔 か ら の な じ み	欲 し い 二 輪 車 が 展 示 し て あ っ た	販 売 条 件 が よ か っ た	価 格 以 外 の サ ー ビ ス が よ い	納 車 が 早 か っ た	知 人 ・ 友 人 の 紹 介	
専 売 店	全体	2,258	46	38	31	29	25	24	19	16	11	6	6
	スクーター原付第一種(～50cc)	753	△ 51	38	▽ 19	32	24	△ 27	▽ 13	▽ 13	10	5	5
	スクーター原付第二種(51～125cc)	427	48	36	▽ 24	34	22	△ 28	22	18	13	8	7
	スクーター軽二輪(126～250cc)	117	50	38	33	36	28	△ 32	15	14	12	9	6
	スクーター小型二輪(251cc～)	3	43	44	57	29	20	17	23	8	3	0	4
	ビジネス原付第一種(～50cc)	184	△ 54	34	26	28	29	25	13	12	13	6	7
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	199	46	36	32	27	22	21	20	17	10	6	7
	オンロード原付第二種(51～125cc)	93	▽ 36	37	36	23	24	20	20	△ 27	11	3	7
	オンロード軽二輪(126～250cc)	135	39	39	△ 47	▽ 16	23	▽ 9	△ 32	△ 31	13	8	8
	オンロード小型二輪(251～400cc)	88	▽ 34	44	△ 58	20	27	▽ 10	25	16	11	3	6
	オンロード小型二輪(401cc～)	237	▽ 34	△ 46	△ 61	25	29	▽ 16	24	14	13	3	3
オフロード軽二輪(126～250cc)	*19	38	24	49	29	37	26	25	18	16	4	0	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*5	50	36	60	17	12	12	7	5	7	2	12	
大 型 販 売 店	全体	566	51	31	2	37	16	20	21	37	14	8	6
	スクーター原付第一種(～50cc)	54	59	▽ 13	2	▽ 11	6	▽ 8	27	29	5	8	5
	スクーター原付第二種(51～125cc)	106	59	▽ 23	1	38	13	16	21	41	11	6	4
	スクーター軽二輪(126～250cc)	62	48	29	3	42	12	30	17	△ 53	17	5	9
	スクーター小型二輪(251cc～)	*3	59	26	3	56	17	18	17	29	12	3	6
	ビジネス原付第一種(～50cc)	*23	35	19	0	▽ 17	10	19	19	▽ 9	10	0	9
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	51	50	30	0	44	18	22	16	▽ 18	▽ 4	12	8
	オンロード原付第二種(51～125cc)	34	54	28	3	38	12	22	10	46	21	3	3
	オンロード軽二輪(126～250cc)	96	▽ 39	△ 43	1	34	15	17	26	42	17	△ 14	1
	オンロード小型二輪(251～400cc)	*23	△ 78	43	4	39	30	22	35	35	△ 30	4	4
	オンロード小型二輪(401cc～)	93	45	△ 43	2	46	△ 26	24	16	40	15	9	10
オフロード軽二輪(126～250cc)	*19	△ 74	39	4	58	16	23	33	26	13	12	7	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*1	50	33	0	75	8	25	0	50	8	0	0	
個 人 販 売 店	全体	1,857	54	45	6	35	25	32	12	21	16	5	7
	スクーター原付第一種(～50cc)	631	58	46	6	39	29	34	11	▽ 10	16	5	6
	スクーター原付第二種(51～125cc)	407	56	50	7	33	22	33	13	△ 27	17	6	6
	スクーター軽二輪(126～250cc)	92	54	▽ 33	4	36	17	31	8	26	14	4	6
	スクーター小型二輪(251cc～)	*2	38	67	0	40	28	55	5	19	19	0	0
	ビジネス原付第一種(～50cc)	203	53	39	7	34	24	△ 41	▽ 2	▽ 14	14	3	8
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	205	53	45	6	33	31	33	15	22	13	4	9
	オンロード原付第二種(51～125cc)	64	52	52	2	32	18	30	△ 21	23	16	5	7
	オンロード軽二輪(126～250cc)	125	▽ 39	42	6	29	20	▽ 21	17	△ 38	15	7	10
	オンロード小型二輪(251～400cc)	36	54	49	8	27	24	▽ 16	22	△ 41	19	△ 14	3
	オンロード小型二輪(401cc～)	76	49	51	△ 18	45	30	▽ 21	12	△ 40	23	1	11
オフロード軽二輪(126～250cc)	*16	41	48	4	29	16	34	27	38	7	14	5	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*1	71	14	0	14	14	14	14	43	14	0	0	

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

(2)購入先評価

③購入先満足度

●ユーザーは購入先の「信頼感」「スタッフの知識・技術力」を評価

- ユーザーの購入先の満足度は、全体では「販売店の信頼感」「スタッフの専門知識・技術力」の満足度が高い。
- 専売店購入ユーザーはこのほか「店内の雰囲気良さ」「バイクの魅力や楽しさの伝え方」「担当者以外スタッフの対応力」などの満足度が高い。
- 大型販売店は「スタッフの親切さ・親しみやすさ」「担当者以外スタッフの対応力」などの満足度が高い。
- 個人販売店では「相談に乗る姿勢」の評価が高い。

<購入先満足度(「非常に満足」構成比+「満足」構成比) >

		n	販売店信頼感	スタッフの専門知識・技術力	相談に乗る姿勢	わかりやすい説明	提案力	スタッフのアドバイス	スタッフの親切さ・親しみやすさ	バイクの魅力や楽しさの伝え方	担当者以外スタッフの対応力	店内の雰囲気良さ	店内の広さ	バイク陳列の整然さ	ウェブ情報発信量の多さ	総合評価
専売店	全体	2,258	84	81	76	76	69	74	48	57	62	50	56	27	76	
	スクーター原付第一種(～50cc)	753	86	83	79	78	71	73	46	▽53	60	47	53	▽23	75	
	スクーター原付第二種(51～125cc)	427	▽80	80	73	75	68	74	45	53	59	▽45	54	27	72	
	スクーター軽二輪(126～250cc)	117	△91	84	84	77	△78	81	51	61	63	49	52	28	81	
	スクーター小型二輪(251cc～)	3	87	89	76	70	74	82	50	63	72	48	58	37	79	
	ビジネス原付第一種(～50cc)	184	85	79	▽65	▽68	▽60	▽66	43	▽47	▽53	44	▽46	▽18	74	
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	199	▽78	77	76	78	66	75	49	54	59	52	57	27	76	
	オンロード原付第二種(51～125cc)	93	84	81	77	75	70	72	53	63	64	51	56	31	75	
	オンロード軽二輪(125～250cc)	135	84	81	73	73	▽61	73	51	△67	66	52	64	32	79	
	オンロード小型二輪(251～400cc)	88	84	84	81	79	71	82	△63	△72	△74	△64	64	△39	83	
	オンロード小型二輪(401cc～)	237	87	84	79	79	72	76	55	△68	△72	△61	△70	△34	80	
オフロード軽二輪(126～250cc)	*19	93	90	85	85	82	79	62	66	75	54	69	31	82		
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*5	74	69	69	62	43	64	36	38	60	53	60	29	64		
大型販売店	全体	566	75	70	69	69	59	68	43	52	56	56	58	28	70	
	スクーター原付第一種(～50cc)	54	67	64	60	64	54	62	36	46	56	57	60	30	62	
	スクーター原付第二種(51～125cc)	106	76	69	66	71	54	60	▽32	45	55	50	61	33	69	
	スクーター軽二輪(126～250cc)	62	79	69	71	70	66	71	50	60	58	57	59	37	70	
	スクーター小型二輪(251cc～)	*3	82	88	86	79	74	89	58	77	76	70	67	20	85	
	ビジネス原付第一種(～50cc)	*23	91	74	83	83	74	74	38	55	65	64	65	17	65	
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	51	76	74	62	64	56	68	36	42	46	44	50	▽14	62	
	オンロード原付第二種(51～125cc)	34	70	73	66	73	58	67	57	60	58	63	57	36	77	
	オンロード軽二輪(126～250cc)	96	▽63	▽60	61	62	49	65	▽32	48	48	56	54	27	64	
	オンロード小型二輪(251～400cc)	*23	74	74	87	65	74	83	△65	61	56	56	61	17	74	
	オンロード小型二輪(401cc～)	93	△88	△81	△81	78	67	△80	△62	△65	65	△66	61	28	△85	
オフロード軽二輪(126～250cc)	*19	62	54	59	▽46	51	64	▽20	46	49	46	48	13	58		
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*1	58	50	50	50	42	58	25	50	33	17	17	17	58		
個人販売店	全体	1,857	85	80	78	77	69	77	45	51	52	34	39	17	73	
	スクーター原付第一種(～50cc)	631	87	82	80	78	71	76	41	48	50	34	40	15	73	
	スクーター原付第二種(51～125cc)	407	84	81	77	76	68	78	43	53	52	32	38	19	73	
	スクーター軽二輪(126～250cc)	92	79	78	73	75	64	73	46	54	49	27	40	14	69	
	スクーター小型二輪(251cc～)	*2	93	83	81	62	57	83	50	52	71	45	55	19	91	
	ビジネス原付第一種(～50cc)	203	86	75	79	80	69	75	41	48	49	37	33	▽6	73	
	ビジネス原付第二種(51～125cc)	205	86	80	75	77	66	74	45	50	52	30	33	19	73	
	オンロード原付第二種(51～125cc)	64	81	81	75	76	66	79	△59	56	54	41	44	△26	74	
	オンロード軽二輪(126～250cc)	125	81	73	76	76	65	79	52	54	56	30	47	19	72	
	オンロード小型二輪(251～400cc)	36	89	84	△92	86	73	86	57	68	57	22	49	△30	76	
	オンロード小型二輪(401cc～)	76	86	74	78	71	65	80	△56	60	△73	△49	△55	△29	80	
オフロード軽二輪(126～250cc)	*16	86	82	89	80	80	80	55	54	55	30	39	23	80		
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*1	86	86	29	86	29	86	14	14	71	0	14	14	86		

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

(3)購入先のSNS/ウェブサイト利用状況

①SNS/ウェブサイトの閲覧状況と閲覧内容

- オンロードユーザーは「店舗主催イベント」「ツーリング」情報を、SNS/ウェブサイトを求める
- 購入先のSNS/ウェブサイト閲覧状況をみると、全体では「閲覧有」が4割程度。6割は閲覧していない。
- 購入二輪車別では、オンロードユーザーの閲覧比率が高い傾向。
- 購入先別では、専売店はFacebook、大型販売店はYoutube、個人販売店はブログが多く見られている。
- 閲覧している内容は、全体では「店舗・スタッフ紹介」「新商品ラインナップ」が多く見られている。
- 購入二輪車別では、オンロード小型二輪ユーザーが「店舗主催のイベント」「ツーリング」「用品アクセサリ」が全体に比べ高い。

<購入先SNS/ウェブサイト閲覧状況(単数回答)>

% <閲覧SNS/ウェブサイト種類(複数回答)> %

	n	SNS 閲覧有	サイ ト 閲覧有	ト 開 覧有	S N S ・ サイ	開 覧 無 し	発 信 知 ら な い	無 回 答	n	Facebook	Twitter	Instagram	LINE	YouTube	ニコ ニコ 動画	ブ ロ グ
全体	4,967	6	27	5	37	22	3	1,929	13	6	3	5	12	0	39	
購入先																
専売店	2,258	△ 7	28	6	△ 39	▽ 18	▽ 2	934	△ 17	6	3	6	▽ 9	0	39	
大型販売店	566	6	△ 45	7	▽ 32	▽ 10	▽ 0	326	▽ 6	5	3	4	△ 20	0	▽ 31	
個人販売店	1,857	▽ 5	▽ 24	5	35	△ 30	▽ 1	613	12	6	3	4	11	0	△ 44	
購入二輪車																
スクーター原付第一種(～50cc)	1,567	▽ 3	▽ 13	▽ 1	△ 49	△ 29	△ 4	272	11	3	▽ 1	3	9	0	34	
スクーター原付第二種(51～125cc)	985	7	30	▽ 4	37	22	▽ 1	396	▽ 9	4	4	4	14	0	36	
スクーター軽二輪(126～250cc)	282	9	△ 45	5	▽ 27	▽ 14	▽ 0	165	▽ 8	5	3	3	14	1	36	
スクーター小型二輪(251cc～)	8	10	43	9	28	9	0	5	9	6	6	9	19	0	46	
ビジネス原付第一種(～50cc)	445	▽ 3	▽ 14	4	39	△ 34	△ 7	90	19	5	2	7	18	0	32	
ビジネス原付第二種(51～125cc)	475	6	30	6	37	21	1	194	11	▽ 1	4	5	8	1	△ 47	
オンロード原付第二種(51～125cc)	205	7	△ 40	5	▽ 28	19	1	107	9	3	1	3	6	0	△ 48	
オンロード軽二輪(126～250cc)	370	8	△ 47	△ 9	▽ 21	▽ 12	2	238	▽ 8	△ 9	3	8	△ 18	△ 1	39	
オンロード小型二輪(251～400cc)	153	△ 10	△ 42	△ 18	▽ 18	▽ 10	1	107	△ 22	△ 12	2	5	▽ 5	0	38	
オンロード小型二輪(401cc～)	412	△ 14	△ 44	△ 18	▽ 19	▽ 5	▽ 0	314	△ 25	8	△ 6	7	12	0	42	
オフロード軽二輪(126～250cc)	57	△ 16	△ 39	11	▽ 20	12	2	37	23	10	1	5	4	0	43	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	8	6	37	10	42	5	0	*4	15	0	0	15	9	0	27	
購入形態																
新規購入	499	7	29	4	34	△ 25	▽ 1	197	12	8	2	5	9	0	39	
買い替え	2,463	5	▽ 23	▽ 4	△ 41	△ 24	▽ 2	801	12	4	4	5	13	0	39	
複数所有買い替え	505	8	△ 36	△ 10	▽ 26	19	▽ 1	277	△ 18	5	3	6	12	0	40	
買い増し	655	7	△ 33	6	33	▽ 17	3	305	16	8	3	5	10	△ 1	39	
一時中断・再購入	747	6	△ 32	6	34	▽ 18	3	330	11	5	3	5	11	1	40	

<閲覧SNS/ウェブサイトの内容(複数回答)>

注)SNS/ウェブサイト閲覧有回答者=100%

	n	店 舗 ・ ス タ フ 紹 介	新 商 品 ・ 商 品 ラ イ ン プ	修 理 ・ カ ス タ マ イ ズ	店 舗 主 催 の イ ベ ン ト	バ イ ク レ ー ス	ツ ー リ ン グ	ニ ッ ク デ イ ン グ テ ク	維 持 費	点 検 費 用 や 税 金 な ど	用 品 ・ ア ク セ サ リ	二 輪 車 の モ デ ル 比 較	店 舗 の オ ー ナ ー ・ 店
全体	1,929	48	55	12	19	4	13	1	11	10	9	10	
購入先													
専売店	934	47	56	12	△ 24	4	15	1	10	11	9	9	
大型販売店	326	46	57	9	▽ 13	2	10	1	13	9	△ 13	▽ 3	
個人販売店	613	51	52	14	▽ 16	4	12	1	11	8	7	△ 15	
購入二輪車													
スクーター原付第一種(～50cc)	272	48	49	9	▽ 6	▽ 0	▽ 5	0	11	▽ 5	9	8	
スクーター原付第二種(51～125cc)	396	50	56	11	▽ 15	4	▽ 8	1	11	8	11	7	
スクーター軽二輪(126～250cc)	165	50	53	13	14	1	▽ 7	1	14	10	△ 15	9	
スクーター小型二輪(251cc～)	5	46	40	11	17	5	15	3	25	14	11	14	
ビジネス原付第一種(～50cc)	90	▽ 31	51	13	19	4	15	0	13	9	5	7	
ビジネス原付第二種(51～125cc)	194	▽ 40	59	15	17	4	11	2	8	13	▽ 5	9	
オンロード原付第二種(51～125cc)	107	53	56	11	16	3	10	0	10	6	4	11	
オンロード軽二輪(126～250cc)	238	48	52	10	20	4	14	0	△ 15	10	11	9	
オンロード小型二輪(251～400cc)	107	54	58	15	△ 36	5	△ 20	1	11	11	8	13	
オンロード小型二輪(401cc～)	314	49	58	14	△ 33	△ 7	△ 25	△ 4	▽ 7	△ 14	9	△ 15	
オフロード軽二輪(126～250cc)	37	49	52	8	26	1	18	0	12	7	3	8	
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*4	58	58	12	36	6	39	3	3	9	3	18	
購入形態													
新規購入	197	47	53	12	17	5	8	2	12	7	8	▽ 4	
買い替え	801	47	56	11	19	3	12	1	10	10	10	9	
複数所有買い替え	277	48	55	△ 16	21	5	△ 18	2	8	8	9	12	
買い増し	305	43	51	9	20	4	11	1	12	10	▽ 6	10	
一時中断・再購入	330	△ 55	54	13	20	2	14	1	13	11	11	△ 13	

注)SNS/ウェブサイト閲覧有回答者=100%

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*:ベースが30未満のため参考値

### 3. FGI調査結果

#### ● 販売店に対しては、気軽に入れる店舗づくり等に関する要望が多く寄せられた

○ 販売店に対しては、「ターゲット層の明確化」「気軽に入れる店舗づくり/展示空間のつくり方」「ディスプレイの工夫」「店員の顧客対応」への要望が寄せられた。

#### <販売店に対するコメント>

コメント		要望・改善のポイント
1	「バイクを購入したい人たちが入りたいお店にするのか、バイクに興味のない人にも入ってもらいたいのか。どういう層をターゲットにした店舗にするかによって違うのではないか。」(G7・40代・男性)	①ターゲット層の明確化
2	「どういう客層をターゲットにするのかによって、アプローチも変わる。バイクのほか、電動自転車も展示する等、展示物のバリエーションを広げれば、その分客層も増える。」(G8・30代・女性)	
1	「車と違ってそもそもディーラーが少ない。なかなか立ち寄れない。」(G2・40代・男性)	②気軽に入れる店舗づくり/展示空間のつくり方
2	「バイク好きの人が行くイメージがある。購入当初、バイクを探したり、部品を探したりするのに敷居が高かった。」(G5・20代・男性)	
3	「ショッピングモールやホームセンター、住宅展示場にバイクを展示してあると立ち寄りやすい。」(G5・20代・男性)	
4	「二輪用品店に修理に出しに行ったときに、量販店が併設されていた。修理のついでにそのまま見に行けたが、バイクだけだと見に行きにくい。」(G5・20代・男性)	
5	「バイク屋は敷居が高く、気軽に入れない。声をかけられたらどうしようと思ってしまう。」(G8・30代・女性)	
6	「住宅展示場のようにカフェが併設されているとよい。ドリンクを飲みながら展示されているバイクを眺められる。」(G8・30代・女性)	
7	「バイクに乗っている人は、若い人だと家庭を持つ前に乗っている人が多い。一人キャンプとか一人旅で使う人が多いので、キャンプ用品店やアウトドア用品店でバイクを展示したらよいのではないか。」(G8・30代・男性)	
1	「店主が売りたい車種があるが、一般に売りたいものもあるので、結果、スペースいっぱいに表示することになってしまう。何を売りたいのかははっきりしない。」(G8・50代・男性)	③商品展示方法の工夫
2	「一台一台の間にスペースがあり、歩きながらゆったり見られるとよい。バイク店は総じて、詰めて置いているので奥のものを見るのは難しい。車だと車種やスペック、価格が書いてあるがバイク屋はただ置いてあるという感じがする。」(G8・50代・男性)	
1	「個人店はそこで購入した顧客でないサービスが悪いとサービスが悪いと、二輪用品店を利用している。」(G1・40代・男性)	④店員の顧客対応
2	「人によって高く請求したり、安くしたりする。料金が決まっていなくて不安を感じる。」(G1・40代・男性)	
3	「ある程度の規模の店だと若い店員の知識が顧客よりも劣ることがある。対価を払うスキルがあるかないかは重要。」(G3・60代・男性)	
4	「メーカー系列店では、古いバイクに乗って店に入ると修理よりも新車を売ろうという姿勢が感じられる。愛着があるから10年、20年と乗っているわけで、気軽に買い替えさせないでほしい。」(G4・60代・男性)	
5	「車や洋服もそうだが、バイクも自分で見て質問があったら話しかけて聞くほうがよい。すぐに話しかけられるのはわずらわしい。質問があれば自分から聞きたい。」(G6・30代・男性)	
6	「行きつけの店、地域に根差した店は、バイクは高いかも知れないが用品でサービスできる。買いやすさや、その後のことを考えると、地元密着の店舗が一番安心できる。」(G7・50代・男性)	
7	「個人店はバイクの調子が悪くなって持っていくと、親身になっていろいろ教えてくれるイメージがある。量販店は対応が機械的である。」(G7・40代・男性)	
8	「常連さんと長く話しているイメージがある。初めて来店する人にとってはアプローチしにくい。」(G7・50代・男性)	
9	「営業スキルよりは修理のスキルがメインになっている。一回入ってきたお客さんをつかもうという感じではない。」(G7・50代・男性)	

● 店舗から欲しい情報としては、個々のユーザー属性や利用状況に応じた情報提供を求める声が寄せられた

○ 店舗から欲しい情報としては、「メンテナンス案内・メンテナンス履歴の発信」「ユーザー属性や利用状況に即した情報提供」「店舗情報詳細の発信」等の要望が寄せられた。

<店舗から欲しい情報>

コメント	要望・改善のポイント
<p>1 「二輪用品店からはメルマガで部品・用品の入荷案内が頻繁に届く。オイル交換など、メールで気が付くこともある。」 (G1・40代・男性)</p> <p>2 「オイル交換やベルトの交換は何キロで交換すべきか忘れてしまう。メンテナンス店で交換した場合に、会員ページなどでメンテナンス履歴がすぐにわかるとよい。」(G1・40代・男性)</p> <p>3 「車の場合は四輪用品店に会員登録すると、定期的にメンテナンス案内が来るが、バイクは来ない。」(G7・40代・男性)</p>	<p>メンテナンス案内・ メンテナンス履歴の発信</p>
<p>1 「自分の趣味、使い方を知ったうえで情報提供してくれるならよいと思う。的外れな連絡をされても、顧客のことを全然分かっていないと思ってしまう。」(G4・60代・男性)</p> <p>2 「購入したい時には新車情報が、売りたいときには売り先の情報が欲しい。間雲な情報提供も困る。必要に応じた情報が的確に届くのであればうれしい。」(G6・30代・男性)</p>	<p>ユーザー属性や 利用状況に即した 情報提供</p>
<p>1 「バイク屋がどこにあるか調べるときには検索サイトで調べる。その店舗の情報はでてくるが、店自体のHPがない。ディーラーのホームページが掲載されているだけで、どういったことを売りにしている店なのかについて情報が乏しい。」(G1・20代・男性)</p> <p>2 「お店のロコミがほしい。バイクの情報は少ない。実際に行った人の話が聞きたい。」(G1・20代・男性)</p> <p>3 「店によってタイヤ交換等の料金単価が異なるため、料金体系を明確にしてほしい。」(G1・20代・男性)</p> <p>4 定価はわかるが、初期費用等を含めていくらかかるのか、ネット上でわかるとよい。」(G3・50代・男性)</p> <p>5 「取扱車種、どんな修理ができるのか等について、ロコミや評価をもとに店を選びたい。個人経営だとできない修理や、対応できない部品などがあるので、そういう情報は欲しい。」(G5・20代・男性)</p> <p>6 「バイクの知識が乏しいので、部品交換の際はこの部品が使える、等の情報は欲しいと思う。」(G5・20代・男性)</p>	<p>店舗情報詳細の発信</p>

## II-4. 乗り換え需要の動機把握

## 1. 結果概要

### ステップアップ層の3割強は2年以内と、短期間で前車から買い替え

ステップアップ層の前車使用期間は2年以内が多く、短期間で買い替えるユーザーが多い。移行無し層の乗り換えの前車使用期間は10年以上が多く、故障するまで利用すると推測される。ダウンサイズ層の乗り換えの前車使用期間は3年以内が多く、車検をきっかけに乗り換えると推測される。

### ただし、オンロード401cc～ユーザーは、じっくり検討したうえで購入するパターンも存在

ただし、オンロード401cc～ユーザーは、買い替え検討時期を半年前とする割合が3割近くに上り購入1ヶ月前を上回るなど、じっくり検討したうえで購入するパターンも存在する。

### 購入決断の時期は、車検等から逆算しじっくり検討するパターンのほか、衝動買いも存在

郵送調査をみると、「買い替えを決断した時期」は、代替、増車、再購入ともに、「購入1ヶ月前」と「購入半年前」の2つの山の存在が確認できる。加えて、前者は小排気量、後者は大排気量でそれぞれ割合が高い。

一方、FGI調査では、「買い替えは、車検のたびに考える」という意見があったことから、車検等あらかじめ時期が分かるイベントを前にした購入と、「良いものがあればその場でぱっと決める」、「衝動買いがある。買うと決めてから1ヶ月もかからなかった」といった直観を重視した購入の存在が確認できた。そのため、この1カ月前というのは、実際には直前やその場といった、極めて短期的なタイミングと想定される。

以上を踏まえると、大型へのステップアップ層には、衝動的な購買と時間をかけた検討の両面を支援する販促活動が求められる。

2. 郵送調査結果

(1) 買い替えユーザーの購入状況

① 移行パターン

●ステップアップ層は短期間の使用で買い替えの傾向。大排気量へのあこがれが買い替え理由

- 移行パターン別の前保有車の保有期間はステップアップ層が4.1年(平均値)と最も短く、1年以内が19%と多い。
- ステップアップ層の買い替え理由では「前車より大排気量に乗りたかった」「今回購入車が魅力的だった」「前車の性能・機能が物足りなくなった」「欲しい新商品が出た」といった二輪車自体への興味・関心理由が全体に比べ多い。

<移行パターン別前使用車の使用期間>

	n	~1年	~2年	~3年	~4年	~5年	~6年	~7年	~8年	~9年	~10年	それ以上	無回答	平均年
全体	2,968	8	8	12	4	13	4	10	5	5	13	16	1	5.5
ステップアップ層	443	△ 19	△ 14	13	5	13	3	8	▽ 2	4	▽ 7	▽ 12	0	▽ 4.1
移行無し層	2,047	▽ 6	▽ 6	11	4	13	4	10	5	5	△ 16	18	▽ 0	△ 5.9
ダウンサイズ層	421	7	△ 10	△ 19	5	15	6	8	5	4	▽ 7	14	0	▽ 4.8

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

<移行パターン別/前使用車の使用期間別の買い替え理由(複数回答)>

	n	前車の調子が悪くなった	今回購入車が魅力的だった	前車の修理代が高つく	欲しい新製品が出た	前車が動かなくなった	前車より大排気量に乗りたかった	前車と違ったタイプに乗りたかった	前車が古臭くなった	前車の性能・機能が物足りなくなった	前車は取り回しがきつくなった	前車は燃費が悪い	前車は維持費が高つく	前車が事故に遭った	二輪車を趣味として楽しみたくなった	前車が車検のタイミングだった	前車のスタイル・デザインに飽きた	値段の安い二輪車があった	前車が盗難に遭った	
移行パターン	全体	40	28	19	15	15	12	12	11	10	8	6	6	6	3	3	3	2	1	
	ステップアップ層	▽ 21	△ 45	▽ 8	△ 24	▽ 4	△ 70	△ 17	▽ 7	△ 28	▽ 2	▽ 4	▽ 1	▽ 2	△ 14	2	3	3	1	
	移行無し層	△ 49	▽ 23	△ 23	▽ 13	△ 19	▽ 3	▽ 8	△ 13	▽ 7	▽ 3	6	▽ 2	△ 8	▽ 1	▽ 1	3	2	1	
	ダウンサイズ層	▽ 18	△ 38	▽ 13	△ 22	▽ 5	▽ 1	△ 25	▽ 6	▽ 3	△ 37	8	△ 28	▽ 3	2	△ 14	△ 5	3	0	
直前使用車の使用期間	~1年	243	▽ 11	△ 43	▽ 10	18	▽ 4	△ 32	△ 20	▽ 3	△ 18	8	▽ 3	5	△ 14	△ 7	2	4	3	1
	~2年	230	▽ 16	△ 44	▽ 12	△ 25	▽ 8	△ 22	△ 16	▽ 1	△ 17	10	4	7	9	5	4	4	3	△ 2
	~3年	368	▽ 25	△ 36	▽ 13	△ 21	▽ 9	12	15	▽ 5	10	10	7	6	△ 10	5	△ 6	4	2	1
	~4年	133	33	△ 39	17	△ 34	13	13	16	11	12	11	▽ 2	5	4	3	4	3	3	0
	~5年	390	42	26	19	17	15	12	12	10	8	8	4	△ 8	7	3	△ 5	3	2	0
	~6年	129	36	32	23	17	13	11	14	9	12	6	△ 10	9	9	6	2	6	2	0
	~7年	285	△ 47	25	23	15	17	▽ 8	12	12	7	7	6	5	5	2	2	2	3	1
	~8年	146	△ 50	▽ 17	19	▽ 9	19	8	10	13	8	11	6	7	5	3	3	2	3	0
	~9年	139	△ 49	21	24	▽ 7	16	11	9	△ 16	10	4	9	3	6	2	3	2	0	0
	~10年	391	△ 57	▽ 22	△ 25	▽ 11	△ 19	▽ 6	▽ 8	△ 20	▽ 6	6	8	4	▽ 2	2	2	2	2	0
	それ以上	488	△ 57	▽ 18	△ 25	▽ 9	△ 21	▽ 9	▽ 8	△ 15	▽ 6	7	△ 8	5	▽ 2	2	3	2	2	0

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

(1) 買い替えユーザーの購入状況

② ステップアップ層・1年以内買い替え層の特徴

● ステップアップ層/1年買い替え層は、大排気量オンロードタイプが多く、年齢は若い

- ステップアップ層の購入車は、オンロードタイプ、大排気量が多く、前車の使用期間は他に比べ短い。また年齢は他と比べ若い。
- 1年以内買い替え層も、オンロードタイプ、大排気量が多い。また移行パターンはステップアップが多い。年齢も同様に他の層と比べ若い。

<ステップアップ層の特徴> ※購入車排気量126cc以上の回答者に限定

%(縦100%)

	n	全体 1290	移行パターン別			
			ステップアップ層 266	移行無し層 287	ダウンサイズ層 179	無回答 559
購入車タイプ	スクーター軽二輪(126~250cc)	22	25	△ 34	20	▽ 15
	スクーター小型二輪(251cc~)	1	1	0	1	1
	オンロード軽二輪(126~250cc)	29	▽ 14	25	25	△ 39
	オンロード小型二輪(251~400cc)	12	13	▽ 7	▽ 6	△ 16
	オンロード小型二輪(401cc~)	32	△ 45	29	△ 42	▽ 24
	オフロード軽二輪(126~250cc)	4	▽ 1	4	7	5
	オフロード小型二輪(うち751cc~)	1	0	1	1	0
新前使用車 使用期間	~1年以内	10	△ 25	△ 16	11	▽ 0
	~5年以内	27	△ 51	△ 46	△ 46	▽ 0
	~10年以内	13	17	△ 25	△ 29	▽ 0
	それ以上	6	6	△ 12	△ 15	▽ 0
年齢	平均値(才)	51.1	50.7	△ 53.8	△ 55.2	▽ 48.5
世帯年収	中央値(万円)	698	664	667	679	734

注) △: 全体+有意差(5%水準)   ▽: 全体-有意差(5%水準)

<1年以内買い替え層の特徴> ※購入車排気量126cc以上の回答者に限定

%(縦100%)

	n	全体 1290	前使用車使用期間				
			~1年以内 131	~5年以内 351	~10年以内 170	それ以上 80	無回答 558
購入車タイプ	スクーター軽二輪(126~250cc)	22	19	26	△ 33	△ 34	▽ 15
	スクーター小型二輪(251cc~)	1	1	1	0	1	1
	オンロード軽二輪(126~250cc)	29	23	▽ 21	▽ 21	20	△ 39
	オンロード小型二輪(251~400cc)	12	11	9	8	7	△ 16
	オンロード小型二輪(401cc~)	32	△ 41	△ 41	32	32	▽ 24
	オフロード軽二輪(126~250cc)	4	5	3	4	3	5
	オフロード小型二輪(うち751cc~)	1	0	1	1	1	0
移行パターン	ステップアップ	21	△ 50	△ 39	27	21	▽ 0
	移行無し	22	△ 35	△ 37	△ 43	△ 45	▽ 0
	ダウンサイズ	14	14	△ 23	△ 30	△ 33	▽ 0
年齢	平均値(才)	51.1	50.8	52.2	△ 54.8	△ 56.9	▽ 48.5
世帯年収	中央値(万円)	697.9	644.6	681.8	708.9	574.9	731.7

注) △: 全体+有意差(5%水準)   ▽: 全体-有意差(5%水準)

(1) 買い替えユーザーの購入状況

③ 買い替え間隔と検討時期

● 大排気量ユーザーほど半年以上前からの買い替えを検討

- 買い替え期間の間隔の変化意識では各購入二輪タイプ「変わらない」が前回調査に比べ増加。
- 買い替えの検討時期は全体の45%が購入の1ヶ月前。排気量が大きくなるに伴い、検討時期はさらに前になる傾向。
- またステップアップ層は中・大型ユーザーで多く、126～250ccで88%、401～750ccで40%。
- タイプの移行状況は、各タイプとも同じタイプへの移行が最も多い。

< 買い替え期間の間隔の変化 >

	n		長くなっている		変わらない		比較できない		無回答	
	17年度	19年度	17年度	19年度	17年度	19年度	17年度	19年度	17年度	19年度
全体	3,124	2,968	31	34	39	44	26	19	4	3
スクーター原付第一種(～50cc)	1,289	1,021	30	34	40	46	26	17	5	4
スクーター原付第二種(51～125cc)	634	670	32	36	40	42	25	21	3	2
スクーター軽二輪(126～250cc)	143	198	31	37	45	45	22	16	2	2
スクーター小型二輪(251cc～)	12	5	33	38	44	41	21	20	2	2
ビジネス原付第一種(～50cc)	325	228	37	31	34	43	22	19	8	7
ビジネス原付第二種(51～125cc)	163	243	42	43	33	39	22	16	3	1
オンロード原付第二種(51～125cc)	49	76	33	29	44	48	23	20	0	3
オンロード軽二輪(126～250cc)	130	154	23	30	42	40	33	29	2	1
オンロード小型二輪(251～400cc)	62	65	16	20	34	48	49	32	2	0
オンロード小型二輪(401cc～)	232	274	25	32	43	48	30	20	2	1
オフロード軽二輪(126～250cc)	4	27	18	39	32	46	50	15	0	0
オフロード小型二輪(うち751cc～)	-	*5	-	58	-	40	-	2	-	0

注) 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*: ベースが30未満のため参考値

< 買い替え検討時期 >

	n	購入の1ヶ月前	購入の2ヶ月前	購入の3ヶ月前	購入の半年前	購入の1年前	それ以上前	無回答
全体	2,968	45	12	14	17	6	4	2
スクーター原付第一種(～50cc)	1,021	△ 61	▽ 10	▽ 9	▽ 10	▽ 4	3	△ 4
スクーター原付第二種(51～125cc)	670	42	13	16	18	6	4	2
スクーター軽二輪(126～250cc)	198	▽ 35	17	18	20	7	1	2
スクーター小型二輪(251cc～)	5	21	11	23	27	9	7	2
ビジネス原付第一種(～50cc)	228	△ 59	8	11	13	4	2	3
ビジネス原付第二種(51～125cc)	243	▽ 29	12	△ 19	△ 25	△ 10	5	1
オンロード原付第二種(51～125cc)	76	▽ 29	△ 22	19	25	2	3	0
オンロード軽二輪(126～250cc)	154	▽ 27	17	17	△ 24	△ 10	4	0
オンロード小型二輪(251～400cc)	65	▽ 32	18	17	18	8	8	0
オンロード小型二輪(401cc～)	274	▽ 24	13	△ 20	△ 28	△ 11	4	1
オフロード軽二輪(126～250cc)	27	▽ 18	22	16	24	8	10	0
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*5	14	9	14	33	26	5	0

注) △: 全体+有意差(5%水準) ▽: 全体-有意差(5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*: ベースが30未満のため参考値

< 排気量移行状況 >

縦100% ※買い替え者は横100%

	n	現使用車							無回答	ステップアップ率	ダウンサイズ率
		50cc以下	51～125cc	126～250cc	251～400cc	401～750cc	751～999cc	1000cc以上			
直前使用車											
買い替え層	2,968	42	33	13	2	3	4	2	0		
50cc以下	1,249	△ 93	▽ 18	▽ 4	▽ 1	▽ 0	▽ 0	▽ 0	0	23	-
51～125cc	989	▽ 3	△ 61	24	14	▽ 5	▽ 2	▽ 0	0	45	3
126～250cc	380	▽ 0	13	△ 48	△ 40	△ 26	11	11	0	88	13
251～400cc	66	▽ 0	▽ 2	△ 7	△ 30	△ 8	△ 8	8	0	24	9
401～750cc	81	▽ 0	▽ 2	△ 6	3	△ 19	△ 19	△ 21	0	40	11
751～999cc	131	▽ 0	▽ 1	3	6	11	△ 28	△ 13	0	13	21
1000cc以上	72	▽ 0	▽ 2	7	6	△ 33	△ 32	△ 46	0	-	80

注) △: 全体+有意差(5%水準) ▽: 全体-有意差(5%水準)

< タイプ移行状況 >

縦100% ※買い替え者は横100%

	n	現使用車				
		スクーター	ビジネス	オンロード	オフロード	無回答
以前使用車						
再購入者	747	47	25	28	1	0
スクーター	351	△ 60	▽ 33	▽ 19	▽ 0	0
ビジネス	184	▽ 3	△ 15	▽ 2	0	0
オンロード	206	▽ 27	▽ 31	△ 63	△ 100	0
オフロード	6	▽ 7	△ 17	12	0	0

注) △: 全体+有意差(5%水準) ▽: 全体-有意差(5%水準)

(2)再購入ユーザーの購入状況

①再購入ユーザーの購入状況

●軽二輪の再購入層はステップアップ率が高い

- 再購入ユーザーの二輪車を手放してから経過年数は全体で17年。
- また今回購入車と以前使用車の移行関係は、特に軽二輪において大排気量へのステップアップ率が高い傾向。
- 以前使用車を手放した理由は、ステップアップ層では「四輪車を買った」「通勤通学の用途がなくなった」が多い。

<以前使用車の手放し後経過年(平均年)>

	n	平均年
全体	735	17.3
スクーター原付第一種(～50cc)	180	15.6
スクーター原付第二種(51～125cc)	129	▽13.6
スクーター軽二輪(126～250cc)	37	14.5
スクーター小型二輪(251cc～)	*1	42.6
ビジネス原付第一種(～50cc)	83	△25.2
ビジネス原付第二種(51～125cc)	96	18.8
オンロード原付第二種(51～125cc)	46	18.8
オンロード軽二輪(126～250cc)	73	16.1
オンロード小型二輪(251～400cc)	31	20.7
オンロード小型二輪(401cc～)	52	17.6
オフロード軽二輪(126～250cc)	*6	15.4
オフロード小型二輪(うち751cc～)	*0	10.0

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)  
\*:ベースが30未満のため参考値

<現使用車と以前使用車の排気量>

単位:縦100% ※再購入者は横100%

	n	現使用車						アス ツテ プ 率	サ イ ウ ズ ン 率
		50cc以下	51～125cc	126～250cc	251～400cc	401cc～	無回答		
再購入者	747	36	37	15	4	7	0	-	-
以前使用車									
50cc以下	270	△76	▽29	▽16	▽19	▽11	0	75	-
51～125cc	275	▽6	△16	6	15	2	0	23	6
126～250cc	115	▽7	△33	△34	31	30	0	61	40
251～400cc	32	▽5	10	△30	△31	△25	0	25	45
401cc～	55	▽1	10	13	0	△30	0	-	24

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

<現使用車と以前使用車のタイプ>

単位:縦100% ※再購入者は横100%

	n	現使用車				
		スクーター	ビジネス	オンロード	オフロード	無回答
再購入者	747	47	25	28	1	0
以前使用車						
スクーター	351	△60	▽33	▽19	▽0	0
ビジネス	184	▽3	△15	▽2	0	0
オンロード	206	▽27	▽31	△63	△100	0
オフロード	*6	▽7	△17	12	0	0

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)  
\*:ベースが30未満のため参考値

<移行パターン別の以前使用車を手放した理由(MA)>

%

	n	乗る時間がなくなった	四輪車を買った	通勤・通学などの用途がなくなった	余裕がなくなった	二輪車にお金をかける経済的な	以前の二輪車の調子が悪くなった	以前の二輪車が動かなくなった	維持費が高くなった	自宅の置き場所に困った	結婚した	子供が生まれた	二輪車以外の趣味をもった	以前の二輪車の修理代が高くなった	仕事で使わなくなった	周囲の反対が強くなった	交通の便がよくなった	以前の二輪車が盗難に遭った	以前の二輪車で事故に遭った	電動アシスト自転車を買った	外先での駐車に困るようになった
全体	747	27	23	17	12	12	9	8	8	7	7	7	6	5	4	3	3	3	3	1	1
ステップアップ層	171	21	△31	△24	9	11	▽4	▽3	10	8	4	8	5	4	▽1	3	1	2	0	1	
移行無し層	303	26	25	21	▽7	11	△15	▽4	7	6	6	6	5	8	2	4	△6	3	△3	1	
ダウンサイズ層	250	△33	▽17	▽9	△20	13	6	△18	9	9	△11	8	7	4	△8	2	▽1	4	0	2	

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

(2)再購入ユーザーの購入状況  
②購入検討時期と再購入理由

●ステップアップ層、大排気量層の購入検討時期は半年以上前

○再購入ユーザーの購入検討時期は、ステップアップ層、大排気量層でさらに前になる傾向。

○再購入理由は、全体では「二輪を趣味として楽しみたくなった」「気に入った二輪車が出た」が多く、特にステップアップ層/大排気量層で顕著。

<購入検討時期(移行パターン/使用車排気量別)>

%

		n	購入の 1ヶ月前	購入の 2ヶ月前	購入の 3ヶ月前	購入の 半年前	購入の 1年前	それ以上 前	無回答
全体		747	29	13	18	17	12	9	3
移行 パターン	ステップアップ層	171	▽ 10	17	16	△ 27	17	12	2
	移行無し層	303	△ 34	12	19	13	12	7	3
	ダウンサイズ層	250	△ 35	12	18	15	10	10	▽ 0
使用車 排気量	50cc以下	270	△ 48	11	15	▽ 9	▽ 7	7	4
	51～125cc	275	▽ 20	15	21	20	13	8	3
	126～250cc	115	▽ 20	14	18	23	15	9	1
	251～400cc	32	▽ 6	16	16	12	△ 28	16	6
	401cc～	55	▽ 11	10	16	25	15	△ 20	2

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

<再購入理由(移行パターン/使用車排気量別)>

%

		n	二輪車を趣味として楽しみたくなった	気に入った二輪車が出た	以前乗っていた頃を思い出す機会あり	今乗らないと二度と乗れなくなると思った	二輪車は操る楽しさがある	時間に余裕	経済的に余裕	1人で移動できる機会増	気持ちに余裕	仕事の関係で必要となった	交通の便の悪さを解消したい	四輪車より燃費がよい	四輪車より維持費が安い	二輪車は五感を研ぎ澄ます	他の交通機関より安い	時間をもっと有効に使いたい
全体		747	31	25	24	24	23	21	20	19	16	16	15	15	13	12	11	10
移行 パターン	ステップアップ層	171	△ 53	△ 33	△ 31	△ 37	△ 29	△ 27	△ 28	16	△ 25	▽ 7	11	10	12	13	9	7
	移行無し層	303	▽ 22	21	20	▽ 16	▽ 17	18	▽ 15	18	▽ 12	△ 22	19	19	15	11	13	13
	ダウンサイズ層	250	31	25	26	27	△ 28	22	23	21	17	17	15	15	11	15	11	9
使用車 排気量	50cc以下	270	▽ 9	▽ 14	▽ 10	▽ 9	▽ 8	▽ 11	▽ 9	18	▽ 8	△ 27	△ 21	16	16	▽ 7	14	12
	51～125cc	275	34	29	26	24	27	20	21	21	16	16	18	18	14	13	12	10
	126～250cc	115	△ 55	△ 36	31	△ 39	△ 36	△ 37	△ 28	22	△ 27	▽ 3	▽ 6	17	15	17	10	8
	251～400cc	32	△ 69	25	△ 50	△ 47	△ 41	△ 38	△ 46	19	19	▽ 0	3	6	3	△ 29	▽ 0	12
	401cc～	55	△ 58	32	△ 46	△ 51	△ 37	△ 32	△ 34	▽ 4	△ 28	▽ 2	▽ 0	▽ 0	▽ 0	18	▽ 0	▽ 0

注) △:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

(3) 買い替え・買い増し意向

① 買い替え・買い増し意向

● オンロードやオフロード小型二輪(751cc～)で買い替え・買い増し意向が高い

- 買い替え・買い増し意向は全体では「ぜひ買い替えや買い増しをしたいと思います」と「まあ買い替えや買い増しをしたいと思います」を合わせて37%である。
- オンロード、オフロード小型二輪(751cc～)、購入形態が複数所有買い替えのユーザーで買い替え・買い増し意向が高く、ビジネスでは低い。
- 新規購入者の126cc以上は男女とも125cc以下に比べ買い替え・買い増し意向が高い。

<買い替え・買い増し意向>

		%						意向計
凡例<n>		ぜひしたいと思う	まあしたいと思う	どちらともいえない	あまりしたいと思わない	まったくしたいと思わない	無回答	
全体<4,967>		16	21	25	19	15	4	37
購入二輪車	スクーター原付1種(～50cc)<1,567>	11	17	27	21	19	5	28
	スクーター原付2種(51～125cc)<985>	18	23	24	18	14	3	41
	スクーター軽2輪(126～250cc)<282>	22	20	28	16	12	3	42
	スクーター小型2輪(251cc～)<8>	22	22	27	22	5	1	45
	ビジネス原付1種(～50cc)<445>	15	15	25	17	20	8	30
	ビジネス原付2種(51～125cc)<475>	15	19	25	21	16	5	34
	オンロード原付2種(51～125cc)<205>	22	23	25	18	9	2	46
	オンロード軽2輪(126～250cc)<370>	18	28	19	20	11	4	46
	オンロード小型2輪(251～400cc)<153>	26	25	17	15	13	3	52
	オンロード小型2輪(401cc～)<412>	21	29	22	13	12	2	50
購入二輪車	オフロード軽2輪(126～250cc)<57>	12	26	34	17	5	5	38
	オフロード小型2輪(うち751cc～)<8>	32	40	21	5	2	0	73
性別	男性<4,058>	17	22	24	19	14	4	39
	女性<857>	12	17	25	20	20	6	29
購入形態	新規購入<499>	15	16	25	18	24	3	31
	買い替え<2,463>	15	21	25	21	15	4	36
	複数所有買い替え<505>	24	28	22	15	9	2	52
	買い増し<655>	20	24	25	14	11	6	44
	一時中断・再購入<747>	13	17	27	20	19	4	31
新規購入者	新規 男性10～20代<115>	21	13	31	14	19	2	34
	新規 男性30代以上<253>	15	15	25	20	23	2	30
	新規 女性10～20代<58>	7	15	21	25	33	0	21
	新規 女性30代以上<59>	11	25	13	16	28	7	36
	新規 男性125cc以下<257>	14	12	30	17	25	2	26
	新規 男性126cc以上<122>	21	20	22	18	16	3	41
	新規 女性125cc以下<100>	8	17	17	22	33	3	25
	新規 女性126cc以上<*18>	13	36	18	13	14	7	48

注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

⋯: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*: ベースが30未満のため参考値

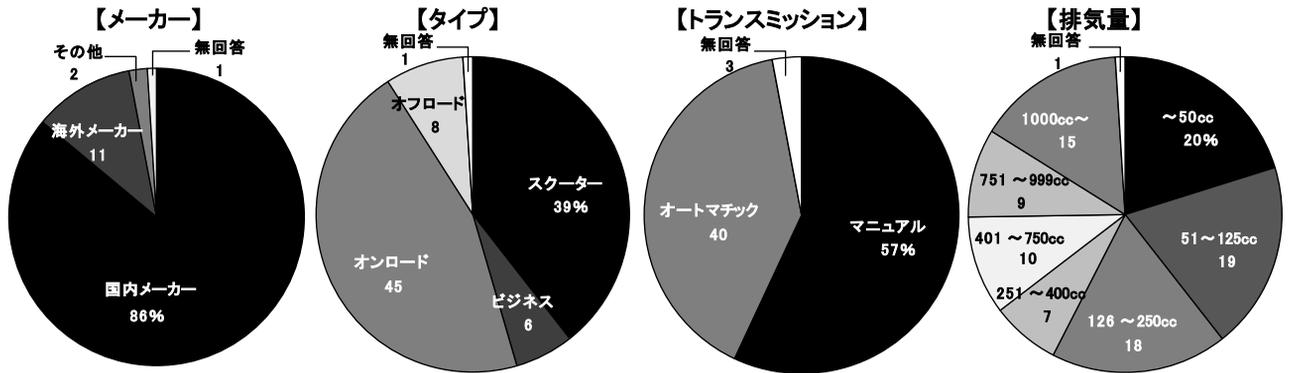
(3) 買い替え・買い増し意向

② 買い替え・買い増し意向二輪車

● 買い替え・買い増し意向のあるユーザーの次期意向車はオンロードタイプの割合が最も高い

- 買い替え・買い増し意向者の買い替え・買い増し意向二輪車をみると、メーカーでは「国内メーカー」の86%、タイプでは「オンロード」の45%、「スクーター」の39%、トランスミッションでは「マニュアル」の57%。
- タイプ×排気量でみると、最も意向が高いのは「オンロード401cc～」の30%。
- オンロード(401cc～)への意向が高いのは、オンロード原付第二種以上とオフロード軽二輪、男性20～50代のユーザーである。
- 女性は20代と126cc以上のユーザーでオンロードの251cc～400ccへの意向が高い。

<買い替え・買い増し意向二輪車(買い替え・買い増し意向者 n=1,844)>



<属性別買い替え・買い増し意向二輪車>

	n	スクーター				ビジネス		オンロード				オフロード		無回答		
		50cc以下	51~125cc	126~250cc	251cc以上	50cc以下	51~125cc	50cc以下	51~125cc	126~250cc	251cc以上	50cc以下	51~125cc			
全体	1,844	17	12	7	3	3	4	0	3	8	5	30	1	7	1	
購入二輪車	スクーター原付1種(～50cc)	446	△64	11	▽3	3	▽1	▽1	0	2	▽3	▽1	▽5	0	▽2	△3
	スクーター原付2種(51~125cc)	403	▽0	△40	△12	△7	▽0	▽1	0	3	7	3	▽20	1	5	1
	スクーター軽2輪(126~250cc)	117	▽0	▽4	△32	△12	0	2	0	1	3	3	37	0	7	1
	スクーター小型2輪(251cc～)	4	0	0	6	△40	0	0	0	0	2	9	38	0	2	2
	ビジネス原付1種(～50cc)	135	18	▽5	▽1	2	△32	△14	△1	3	9	1	▽5	2	4	2
	ビジネス原付2種(51~125cc)	160	▽0	▽3	5	1	▽0	△20	0	4	10	5	25	△3	△23	1
	オンロード原付2種(51~125cc)	93	▽0	▽1	5	0	0	1	0	△10	△17	△13	△45	2	5	0
	オンロード軽2輪(126~250cc)	172	▽0	▽0	3	▽0	▽0	▽1	0	1	△18	△11	△59	0	7	0
	オンロード小型2輪(251~400cc)	79	▽0	▽1	▽0	1	0	1	1	2	10	△21	△60	0	▽1	0
	オンロード小型2輪(401cc～)	207	▽0	▽1	▽1	1	▽0	2	0	2	6	▽2	△76	2	8	1
オフロード軽2輪(126~250cc)	22	▽0	4	6	0	0	0	0	0	6	8	32	0	△40	4	
オフロード小型2輪(うち751cc～)	*6	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	27	0	△69	2	
性別																
男性	1,579	▽10	12	7	4	2	4	0	3	9	5	△34	1	8	1	
女性	251	△59	16	▽3	▽0	3	2	0	1	▽3	2	▽4	0	▽3	2	
性別年代	男性10代(16歳以上)	*11	0	8	0	0	0	0	0	0	△35	48	0	9	0	
	男性20代	76	▽2	▽4	8	4	0	5	0	2	8	8	△48	△3	8	0
	男性30代	128	▽9	7	6	3	4	4	1	3	9	5	△42	1	6	1
	男性40代	347	▽7	13	7	4	1	▽1	0	4	△14	5	△37	2	6	0
	男性50代	570	▽8	10	7	3	3	4	0	3	7	5	△39	1	9	1
	男性60代	326	▽13	14	9	△7	4	5	1	3	7	4	▽23	1	10	2
	男性70代以上	92	△32	△23	9	2	2	△11	0	3	3	2	▽5	0	2	△5
	女性10代(16歳以上)	*2	△100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	女性20代	*17	32	12	6	0	0	0	0	0	△12	△20	11	0	7	0
	女性30代	*16	16	18	17	0	0	7	0	7	△14	7	8	0	0	6
	女性40代	48	△32	21	4	2	5	8	0	4	▽0	2	▽11	0	6	4
	女性50代	70	△57	19	4	0	3	2	0	0	4	0	▽3	0	4	4
	女性60代	64	△82	11	▽0	0	△7	0	0	0	▽0	0	▽0	0	▽0	0
	女性70代以上	33	△92	8	0	0	0	0	0	0	0	0	▽0	0	0	0
購入形態	新規購入	152	11	9	5	2	1	5	0	4	7	△13	36	0	7	2
	買い替え	887	△26	△16	8	4	△4	4	0	▽1	7	▽3	▽19	1	▽4	1
	複数所有買い替え	260	▽3	11	4	5	2	3	0	△5	8	3	△43	0	△12	1
	買い増し	289	▽7	▽5	7	2	1	4	0	3	9	6	△43	1	△11	1
	一時中断・再購入	229	▽10	11	6	3	▽0	4	0	4	9	6	△37	1	7	2
新規購入者	新規 男性10~20代	39	▽2	5	3	2	0	5	0	4	0	△21	△48	0	10	0
	新規 男性30代以上	77	▽6	9	6	3	2	6	0	2	10	8	△43	0	3	1
	新規 女性10~20代	*12	△58	8	0	0	0	0	0	0	7	△27	▽0	0	0	0
	新規 女性30代以上	*21	16	21	9	0	0	0	0	△9	6	5	▽6	0	△19	△8
	新規 男性125cc以下	68	8	13	9	4	3	△10	0	5	8	△16	▽16	0	7	1
	新規 男性126cc以上	50	▽0	▽0	0	0	0	0	0	0	5	9	△84	0	2	0
	新規 女性125cc以下	*25	△43	18	4	0	0	0	0	8	8	0	0	0	12	△7
	新規 女性126cc以上	*9	0	12	10	0	0	0	0	0	0	△51	14	0	13	0

注) △: 買い替え・買い増し意向者+有意差(5%水準) ▽: 買い替え・買い増し意向者-有意差(5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値

\*: ベースが30未満のため参考値

### 3. FGI調査結果

- 大型への買い替え意向はみられるものの、経済性等を理由に買い替えに慎重な声が目立った
- 大型車への買い替え意向はみられるものの、買い替えにあたっては「費用負担の大きさ/経済性」「操作性/安全性」「免許取得の必要性」のいずれか、または複数が阻害要因となっており、慎重な意見が目立った。

#### <大型車買い替えの阻害要因>

	コメント
費用負担の 大きさ/経済性	1 「大型車に乗ってみたいとは思いますが、維持費が負担となる。同じ費用なら車を買う方がよい。」(G1・20代・女性)
	2 「車に乗っており、バイクを使うのは月に1、2度程度。保険料を考えるともったいない。125ccまでなら車のファミリーバイク特約に入れるので追加費用が発生しない。車の保険にプラス数千円で済む。」(G3・50代・男性)
	3 「大型に乗りたいが、買うかと問われると買わない。月に1度乗るかどうかというものに維持費は払えない。」(G3・50代・男性)
	4 「バイクは趣味の部分大きい。移動手段としては車が便利。バイクよりも生活費にお金を使ってしまう。お金がなくて手が出ない。」(G5・20代・男性)
操作性/安全性	1 「以前乗っていたことがあるが、大きくて邪魔だった。すり抜けができない、立ちごけする等の不便さがある。四輪と同時にブレーキを踏んだのでは追突してしまうため、運転にも気を使う。オートバイで車検がある点も厄介。」(G3.60代・男性)
	2 「中型の250ccくらいには乗りたいと思うが、それほど乗りたいとは思わない。親戚が大型の運転中に事故にあったこともあり、バイクは危ないという意識が強い。最近では小型でもスピードが出るため、125cc以上に乗ろうとは思わない。」(G5・20代・男性)
免許取得の 必要性	1 「乗ってはみたいが、免許の取得がハードルとなり、面倒。」(G1・30代・男性)

● 買い替えを検討するタイミングとしては車検時期等が挙がり、二輪車を手放した理由としては駐車スペースの確保が難しいこと等が挙げられた

- 買い替えを検討するタイミングとしては、「車検時期」「故障時」「衝動買い/気が向いたとき」をきっかけとする回答が挙げられた。
- 二輪車を手放した理由としては、「駐車スペースの確保が難しい」「必要性低下」「ライフステージの変化」「事故現場の目的」のいずれか、または複数が挙げられた。

<買い替えを検討するタイミング>

買い替えのきっかけ	コメント
車検時期	1 「買い替えは、車検のたびに考える。車検がないバイクでも自賠責保険の切り替えのたびに検討する。二年毎に考えるが、決まらないときは、そのまま車検を通す。」(G2・30代・男性)
	2 「車検時期か、中古でよいものがあればその場でぱっと決める。」(G2・40代・男性)
故障時	1 「故障するまで乗っている。前保有車は二年前に故障した。都市部を走りたいと思い、50ccよりも大きいものが欲しく、125ccを購入した。」(G1・40代・男性)
	2 「壊れてしまったため買い替えることにした。エンジンがかからなくなった。セルがだめになり、ギアがまったく動かなくなった。」(G3・50代・男性)
衝動買い/ 気が向いたとき	1 「衝動買いがある。買うと決めてから1ヶ月もかからなかった。車種で探し、手頃であれば買う。大きいバイクは余計にそういうところがある。」(G3・50代・男性)
	2 「通勤用は10年に1回くらいの割合で買い替えている。気が向いたときに乗り換える。」(G3・50代・男性)

<二輪車を手放した理由>

理由	コメント
駐車スペースの 確保が難しい	1 「引っ越し先でバイクを置けなかった。最寄駅に自転車置き場はあってもバイク置き場はなかった。」(G6・40代・女性)
	2 「就職して会社の寮に入ることになり、バイクを持ち込むつもりだったが、置く場所がなかった。駐車場も借りられなかったため、下取りに出した。」(G7・50代・男性)
必要性低下	1 「地元は交通の便がよくなかったため原付に乗っていた。就職で上京したため、必要がなくなった。」(G6・30代・男性)
ライフステージ の変化	1 「家族ができたため、バイクを一人で乗っていても仕方がないと思い手放した。」(G6・30代・男性)
事故現場の目撃	1 「二輪車の凄惨な事故現場を目の当たりにして、乗るのが怖くなった。」(G7・50代・男性)

## Ⅱ-5. 販売に関し想定される今後の方向性

## 1. 二輪車のサブスクリプション(定額)の受容性

先にも述べた通り、サブスクリプションについては、現状の利用経験率が極めて低く、当面ビジネスモデルの構築は難しい。一方で、レンタルバイクは一定の利用経験率があった。その利用目的は、純粹な移動目的と、試乗や購入前に慣れることを目的としたものがある。6割のユーザーがレンタルバイクを購入につながるきっかけになるとしており、需要拡大のキーとなることを確認できた。

レンタルバイクを購入のきっかけに結び付けるための当面の課題としては、煩雑かつ分かりにくい貸出手続きの簡素化、レンタルの対象となるモデル品ぞろえの充実化、洋用品の提供方法等にあり、下記のような対策が求められる。

貸出手続きの簡素化については、現状店舗ごとに利用時間や料金に差があることに加え、例えば早朝に出発する予定のツーリングを企画しても、店舗の営業時間前のレンタルは不可能であるなど、ユーザーフレンドリーなしくみになっていない点の改善が望まれる。

品ぞろえについても、特に試乗や購入前に慣れることを目的としたユーザーに対しては、望むモデルを提供することが重要なため、販売戦略に即した充実化が求められる。その他、洋用品についても、ヘルメット等のレンタルを嫌うユーザーも存在することから、提供方法について検討が求められる。

なお、将来レンタルバイク市場の一定の市場規模が実現した際には、レンタルバイクに活用したモデルを良質な中古車供給源として再活用することが可能となる。二輪車は中古車の販価が相対的に高いことから、1台におけるライフサイクルバリューを最大化することが可能となり、更なる収益源としての活用が期待できる。

## 2. 一般の人々のニーズに合う二輪車ベネフィットの発掘

多くのユーザーは二輪車のイメージとして「趣味性」を、他人から見られたいイメージとして「人生を楽しんでいる」をあげる。

また、特にFGI調査結果からは、慣れ親しんでいた販売店を再訪した際、閉店もしくは廃業していたという指摘が複数なされた。その対応策として、購買にあたり用品店やネット通販を利用する、もしくはメンテナンスについて、動画サイトにて方法を会得し、ユーザー自らが行うといった方法がとられる状況が明らかとなった。これまで想定された、二輪車購入は販売店、部品購入は用品店といった機能分担は既になされておらず、用品店もしくはインターネットといった媒体を通じ、販売店を通さない新たな購買行動の確立が危惧されることから、対策が求められる。

一方で、購買に際してユーザーに大きな影響を与える存在として、家族、特に(父)親の存在が指摘される。ライダーである親に、二輪車の魅力を伝える広報役を担ってもらおう、タンデム走行やツーリング等の実施促進や、それを支援する家族・親子イベントの強化が考えられるほか、ツーリング指向の強いオンロードユーザーをターゲットとした、ツーリング関連施設の整備促進が考えられる。

### 3. 求められる「あるべき販売店」と実際との差

現状の店舗に対しては、商品との接点が少ない点が指摘される一方、ゆっくりと落ち着いて商品を見る、楽しめる環境が望まれることから、それを実現するハード・ソフト含めた店内のモデル陳列のあり方や、店舗雰囲気醸成の方向性については、検討の余地がある。あくまでもユーザー目線に沿うことで、商品を見やすい配置や店内レイアウト、見るだけでも楽しい店舗づくりが望まれる。

購入先のSNS、ウェブサイト等については、影響力があるとは言い難い結果となっている。

一方で、販売店の選択理由は「訪ねるのに便利な距離」、満足度は「販売店の信頼感」と 普遍的な結果になった。その対応策として、チラシやブログといった、一方通行かつマスメッセージ的な特定多数の大衆(マス)に大量の情報を伝達ではなく、ユーザー一人一人の個別ニーズに丁寧に対応するワンツウワンの情報交流等の推進が求められる。また、昨今の地域密着型経営へのニーズに対応した、地域イベントへの積極的な参画、地域の移動支援といった、地域に対する地道な販売活動及び地域貢献のアピールが重要と思われる。

### 4. 乗り換え需要の動機把握

ステップアップ層は2年以内に買い替える割合が高く、短期間で買い替える割合が高い。ただし、オンロード400cc～ユーザーは、買い替え検討時期を半年前とする割合も高く、じっくり検討したうえで購入するパターンも存在する。

以上を踏まえると、大型へのステップアップ層には、衝動的な購買と時間をかけた検討の両面を支援する販促活動が求められる。

そのため、あらかじめ属性情報や購入モデル等からなるユーザー情報を整備するとともに、ステップアップが期待されるユーザーを中心に、積極的なDMの発信や、個別対応を含め、ユーザーニーズに的確に対応したコミュニケーションの強化等を進めることが重要となる。

参考1. 郵送調査調査票

## 二輪車についてのアンケート 2019年8月

皆様への二輪車に対するご意見をお聞かせください。（このアンケートの回答時間は約20分程度です。）

私ども一般社団法人日本自動車工業会は、我が国の自動車産業の健全な発展を図り、もって経済の発展と国民生活の向上に寄与することを目的に、国内の自動車・二輪車製造メーカーにより設立された公的団体です。

当会では2年毎に人とクルマの調和したより良い社会づくりを目的に、新車で二輪車を購入された方々を対象とした郵送によるアンケート調査を行い、その結果をとりまとめ広く社会に公表しております。

このアンケート調査は、国内二輪車メーカー各社（関連会社含む）のご協力を得ながら行われており、今回のアンケート対象となられた皆様へは、ご購入された二輪車のメーカーが直接アンケート票をお送りしております。皆様のご意見は統計データとしてのみ扱っておりますので、当会が皆様の個人情報に直接関わることはございません。

アンケート結果は当会が取りまとめ、二輪車に関する統計資料として関係省庁・団体などに配布されるほか、Webサイト（<http://www.jama.or.jp/>）でも公表しております。

ご多忙のところ、大変恐縮に存じますが、アンケート調査の主旨をご理解の上、是非ご協力頂きますようお願い申し上げます。ご賛同いただけない場合は、アンケート用紙を破棄願います。

なお、このアンケートにご協力頂いた方には、些少ではございますが、もれなく謝礼を送らせて頂きます。

このアンケートはプライバシーマークを取得している㈱現代文化研究所が実施しておりますので、ご不明な点がございましたら、㈱現代文化研究所の担当者までご連絡頂ければ幸いです。

### 調査主体

**一般社団法人日本自動車工業会**  
東京都港区芝大門1-1-30  
日本自動車会館

調査受託・実施会社 株式会社現代文化研究所

日本マーケティング・リサーチ協会会員No.20056

〒102-0074 東京都千代田区九段南2-3-18

〈アンケートや個人情報に関する問合せ先〉

0120-921-038(フリーダイヤル)

【受付時間】平日10:00~12:00/13:00~18:00

担当者: 杉田・藤岡



### ■■■■■ アンケートご記入にあたってのお願い ■■■■■

- ・このアンケートにご記入いただく方は、二輪車に**主に乗っている方**にお願いします。
- ・ご記入は「鉛筆」または「シャープペンシル」でお願いします。
- ・回答は、「一つだけ○印をつける場合」「二つ以上○印がついていてもよい場合」および「数字・言葉で記入していただく場合」があります。質問文の最後の指示に従ってご記入ください。
- ・回答いただく方向が「縦方向」の場合と「横方向」の場合があります。↓や→の記号に従ってご記入ください。
- ・回答で「その他」に○印がついた場合は、( )内に具体的な内容を言葉でご記入ください。
- ・回答によっては、次の質問が飛ばす場合があります。○印がついた回答の右に矢印で次の質問番号が指示されているときは、その質問にお進みください。
- ・ご記入後は同封の返信用封筒に入れて、**切手を貼らずに、9月20日（金）までにご投函**ください。

### <二輪車のタイプについて>

●このアンケートでは、二輪車の「タイプ」について質問をしている部分が何か所かあります。各タイプについて以下に例としてご提示している車種名を参考にして、どのような車が何というタイプなのかをご確認いただいてから、アンケートにお答えください。

#### ◆スクータータイプ

- ホンダ タクト・ディオ・PCX・フォルツァ
- ヤマハ ビーノ・マジスティ・TMAX
- スズキ レッツ・アドレス・バーグマン200 など



#### ◆オンロードタイプ

- ホンダ CB1300SF・NC750X
- スズキ GSX250R・グラストラッカー
- ヤマハ MT-09
- カワサキ Z900RS・Ninja 1000 など



#### ◆オフロードタイプ

- ホンダ CRF1000L Africa Twin
- ヤマハ セロー など



#### ◆ビジネスタイプ

- ホンダ スーパーカブ
- ヤマハ ギア など



**あなたが現在お持ちになっている「運転免許」についてお伺いします。**

問1 あなたが現在お持ちになっている運転免許にはどのようなものがありますか。次に挙げるもので、あなたが所持の免許は「1 あり」に、お持ちでない免許は「2 なし」に○印をつけてください。(各々○印はひとつだけ)

問1-1 その免許を取得されたのは、あなたが何歳の時でしたか。取得時の年齢をご記入ください。(各々数字を記入)

	問1 保有有無	問1-1 取得年齢
a 普通自動車免許 (中型自動車免許含む)	1 あり ⇒ 2 なし	歳
b 原付免許のみ *原付免許のみの保有	1 あり ⇒ 2 なし	歳
c 普通二輪免許小型限定(125cc以下) 〈旧自動二輪小型限定免許〉	1 あり ⇒ 2 なし	歳
d 普通二輪AT小型限定免許(125cc以下)	1 あり ⇒ 2 なし	歳
e 普通二輪免許限定なし(400cc以下) 〈旧自動二輪中型限定免許〉	1 あり ⇒ 2 なし	歳
f 普通二輪AT限定免許(400cc以下)	1 あり ⇒ 2 なし	歳
g 大型二輪免許(401cc以上) 〈旧自動二輪大型(限定なし)〉	1 あり ⇒ 2 なし	歳
h 大型二輪AT限定免許 (401cc以上 650cc以下)	1 あり ⇒ 2 なし	歳

問1-2 あなたが二輪車に乗り始めたのは何歳ですか。  
具体的な年齢をご記入ください。

	歳
--	---

問1-3 あなたは、**現在お持ちの二輪車の免許を取る際に困ったこと**がありましたか。(○印はいくつでも)

1 費用が高い	7 免許センターの学科試験が難しい
2 教習所に通う時間が取れない	8 普通二輪免許を取得しないと大型二輪免許が取得できない
3 教習所の予約が取れない	9 大型二輪免許が18歳からしか取得できない
4 取得したい免許が取れる教習所が少ない	10 周囲の人に反対された
5 教習内容が難しい	11 何も困ったことはなかった
6 免許センターでの実技試験が難しい	12 その他(具体的に: _____)

※「免許センター」とは各都道府県等の「運転免許試験場」の名称です。

問2 下記の中で、あなたが今後、最も取得したいと思う免許はどれですか。あてはまるものをひとつだけお知らせください。  
(○印はひとつだけ)

1 普通自動車免許	5 普通二輪AT限定免許(400cc以下)
2 普通二輪免許小型限定(125cc以下) 〈旧自動二輪小型限定免許〉	6 大型二輪免許(401cc以上) 〈旧自動二輪大型(限定なし)〉
3 普通二輪AT小型限定免許(125cc以下)	7 大型二輪AT限定免許(401cc以上650cc以下)
4 普通二輪免許限定なし(400cc以下) 〈旧自動二輪中型限定免許〉	8 取得する予定はない → <b>問3へ</b>
	9 すべて既に取得済み → <b>問3へ</b>

**[問2で1～7のいずれかに○がついた方に]**

問2-1 問2でお答えになった免許について、いつ頃までに取得したいかをお知らせください。(○印はひとつだけ)

1 1年以内に取得したい
2 2～3年以内に取得したい
3 時期は分からないがいずれは取得したい

問2-2 あなたが、**問2でお答えの二輪免許を取りたいのに取っていない**理由をお知らせください。(○印はいくつでも)

1 費用が高い	7 免許センターの学科試験が難しい
2 教習所に通う時間が取れない	8 普通二輪免許を取得しないと大型二輪免許が取得できない
3 教習所の予約が取れない	9 大型二輪免許が18歳からしか取得できない
4 取得したい免許が取れる教習所が少ない	10 周囲の人が反対する/周囲の人に反対された
5 教習内容が難しい	11 とくにない
6 免許センターでの実技試験が難しい	12 その他(具体的に: _____)

**現在ご家庭で所有されている二輪車・普通自動車・軽自動車・自転車などについてお伺いします。  
注) 四輪車と書かれている場合は「普通自動車」「軽自動車」など含めた自動車の総称です。**

問3 現在あなたのご家庭では、下記a～eのそれぞれの乗り物をお持ちですか。(各々○印はひとつだけ)

問3-1 お持ちの場合は、その「台数」をご記入ください。(各々数字を記入)

問3-2 [お持ちの場合]、あなたご自身は運転されますか。(各々○印はひとつだけ)

問3-3 [運転される場合]、その乗り物はあなた「1 専用」ですか。それとも家族との「2 共用」ですか。2台以上お持ちになっ  
ていて専用も共用もある場合は、「3 専用も共用もある」に○印をつけてください。(各々○印はひとつだけ)

	問3/問3-1 現在お宅には…	問3-2 あなたご自身は…	問3-3 その乗り物はあなた専用ですか、 共用ですか。
a 普通自動車	1 ある ⇒ ( 台) ⇒ 2 ない	1 運転する ⇒ 2 運転しない	1 専用 3 専用も共用 2 共用 もある
b 軽自動車	1 ある ⇒ ( 台) ⇒ 2 ない	1 運転する ⇒ 2 運転しない	1 専用 3 専用も共用 2 共用 もある
c 二輪車	1 ある ⇒ ( 台) ⇒ 2 ない	1 運転する ⇒ 2 運転しない	1 専用 3 専用も共用 2 共用 もある
d 電動アシスト自転車	1 ある ⇒ ( 台) ⇒ 2 ない	1 運転する ⇒ 2 運転しない	1 専用 3 専用も共用 2 共用 もある
e 自転車	1 ある ⇒ ( 台) ⇒ 2 ない	1 運転する ⇒ 2 運転しない	1 専用 3 専用も共用 2 共用 もある

**これまでのあなたの二輪車の購入歴についてお伺いします。**

問4 あなたがこれまで二輪車を購入された台数を排気量別、新車と中古車別にお知らせください。(各々数字を記入)

	50cc以下	51～ 125cc	126～ 250cc	251～ 400cc	401～ 750cc	751～ 999cc	1000cc 以上
新車	<input type="text"/> 台						
中古車	<input type="text"/> 台						

問5 あなたが二輪車に興味や関心を持ったのはどのようなことからですか。あてはまるものをすべてお選びください。  
(○印はいくつでも)

1 マンガや雑誌を観て	10 後部座席に乗ってみて
2 映画を観て	11 二輪車に乗っている人が楽しそうだったので
3 テレビ番組で観て(番組名: )	12 二輪車のデザイン性に惹かれて
4 SNS(Facebook, Twitter, Instagram, LINEなど)やブログなどで見て	13 バイカー(ライダー)ファッションに惹かれて
5 有名人が乗っているのを見て	14 モーターショーなどのイベントに誘われて
6 バイクレースを観て	15 移動手段として必要になって
7 家族が乗っていて	16 その他(具体的に: )
8 友人・知人が乗っていて	17 特に理由はない
9 センスの良い二輪車の利用者を見て	

**平成30年（昨年）6月～令和元年（今年）5月の間に購入された二輪車についてお伺いします。**

【以下の質問の回答を記入するにあたって、次の点にご留意ください】

- ① 「平成30年(昨年)6月から令和元年(今年)5月」の間に購入された二輪車を、質問の中では「**今回購入された二輪車**」、または単に「**その二輪車**」、「**その車**」などと呼んでいます。
- ② 上記の期間内に、**新車の二輪車を2台以上購入された方は、一番最近購入された二輪車1台**についてお答えください。

問6 今回購入された二輪車のメーカーをお教えてください。(○印はひとつだけ)

1 ホンダ	3 スズキ	5 その他(具体的に: )
2 ヤマハ	4 カワサキ	

問7 今回購入された二輪車の車名・モデル名をできるだけ詳しくご記入ください。  
例)ビーノ、CB1300SF など

問8 その二輪車のタイプは次のどれにあてはまりますか。  
1頁の写真を参考にして、あてはまるタイプの番号に○印をつけてください。(○印はひとつだけ)

1 スクータータイプ	3 オンロードタイプ
2 ビジネスタイプ	4 オフロードタイプ

問9 その二輪車の排気量は何ccですか。  
(○印はひとつだけ)

1 50cc以下	5 401～750cc
2 51～125cc	6 751～999cc
3 126～250cc	7 1000cc以上
4 251～400cc	

問10 その二輪車はいくらで購入されましたか。  
車輛本体価格を具体的にご記入ください。  
※諸費用・自賠責・重量税・消費税などを除いてお考えください。(具体的数字を記入)

 万円

問10-1 また、その支払い方法もお知らせください。  
(○印はひとつだけ)

1 一括払い	2 分割払い
--------	--------

**今回購入された二輪車の使用用途についてお伺いします。**

問11 あなたは、今回購入された二輪車をどのような用途でお使いになっていますか。あてはまるものをいくつでもお知らせください。(○印はいくつでも)

1 通勤・通学で駅まで	6 街乗り
2 通勤・通学で、会社または学校まで	7 近場での趣味・レジャー(食事やスポーツ)に
3 買い物・用足しに	8 タンデム走行(2人乗り)での外出に
4 商用・仕事に	9 その他(具体的に: )
5 ツーリングに → 問11-1へ	

【問11で5に○がついた方に】

\* それ以外の方は問11-2へ

問11-1 どのような方とツーリングに行かれていますか。(○印はいくつでも)

1 バイク仲間(ツーリングクラブやツーリングイベントなどの知り合い)	6 恋人・好きな人
2 バイク以外の趣味の仲間(ゴルフや釣りなどの知り合い)	7 家族
3 SNS(Facebook, Twitter, Instagramなど)で知り合った友人・仲間	8 一人で
4 販売店の店長やスタッフ	9 その他
5 上記以外の友人・知人	(具体的に: )

【問11で○印が2つ以上ついた方に】

問11-2 問11でお答えの中で、最もよくお使いになる用途はどれですか。ひとつだけ選んで右の口の中に番号を記入してください。  
(問11で選択した番号をひとつ記入)

最もよくお使いになる用途 ⇒	
----------------	--

## 二輪車の駐車場についてお伺いします。

問12 あなたは、この1年間で二輪車の駐車場が確保できずに困った経験がありますか。

※平成30年(昨年)6月から令和元年(今年)5月まで

(○印はひとつだけ)

1 ある                      2 ない →問13へ

### 【問12で1に○印がついた方(困った経験がある方)に】

問12-1 あなたが駐車に困った場所であてはまるものをいくつでもお知らせください。(○印はいくつでも)

- |              |         |                                    |
|--------------|---------|------------------------------------|
| 1 自宅         | 4 駅周辺   | 7 住宅街                              |
| 2 自宅周辺       | 5 繁華街   | 8 観光地                              |
| 3 自分の学校・職場周辺 | 6 オフィス街 | 9 その他(具体的に:                      ) |

問12-2 ではその中で最も駐車に困った場所はどこですか。ひとつだけ選んで

右の□の中に番号を記入してください。(問12-1で選択した番号をひとつ記入)

駐車で最も 困った場所 ⇒	
------------------	--

## 今回購入された二輪車の使用状況についてお伺いします。

問13 あなたは、今回購入された二輪車をどの程度ご使用になっていますか。(○印はひとつだけ)

- |              |             |                      |
|--------------|-------------|----------------------|
| 1 1週間に7日(毎日) | 4 1週間に1、2日  | 7 2、3ヶ月に1回           |
| 2 1週間に5、6日   | 5 1ヶ月月に2、3回 | 8 頻度は少ないが乗っている       |
| 3 1週間に3、4日   | 6 1ヶ月に1回    | 9 現在は乗っていない → 問13-1へ |

### 【問13で「9 現在は乗っていない」とお答えの方に】

問13-1 この二輪車をお使いになっていない

理由をお知らせください。

(○印はひとつだけ)

- |                  |                                     |
|------------------|-------------------------------------|
| 1 忙しくて乗る時間がないので  | 6 事故に遭ったので                          |
| 2 故障したまま直していないので | 7 廃車にしたので                           |
| 3 他の人に転売したので     | 8 家族が反対するので                         |
| 4 他の人に譲渡したので     | 9 買取り業者に売却したので                      |
| 5 盗難に遭ったので       | 10 その他(具体的に:                      ) |

### 【問13で1～8のいずれかに○がついた方に】

問14 あなたは、その二輪車で1ヶ月に何km程度走られますか。

平均した月間でのおおよその走行距離をお知らせください。

(○印はひとつだけ)

- |             |              |
|-------------|--------------|
| 1 50km以下    | 4 301～500km  |
| 2 51～100km  | 5 501～1000km |
| 3 101～300km | 6 1001km以上   |

### 【全員の方に】

問15 あなたは、二輪車で

高速道路や自動車専用道路を

走られた経験はありますか。

(○印はひとつだけ)

- |                              |          |
|------------------------------|----------|
| 1 今回購入した二輪車で経験がある            | → 問15-1へ |
| 2 今回購入した二輪車と別の二輪車両方で経験がある    | → 問15-1へ |
| 3 今回購入した二輪車ではないが、別の二輪車で経験がある | → 問16へ   |
| 4 経験がない                      | → 問16へ   |
| 5 高速道路等を走れる免許を持っていない         | → 問16へ   |

問15-1 今回購入された二輪車で、高速道路や自動車専用道路

を利用する頻度はどのくらいですか。

(○印はひとつだけ)

- |           |                |
|-----------|----------------|
| 1 週1回以上   | 4 2、3ヶ月に1回くらい  |
| 2 月に2、3回  | 5 半年に1回くらい     |
| 3 月に1回くらい | 6 半年に1回もない(未滿) |

問16 二輪車の高速道路料金が、下表「＜参考＞東名高速道路 東京～静岡間(約162km)の通常料金」に示した通り**普通車の半額**になったとしたら、あなたはどのような行動をとると思いますか。(○印はいくつでも)

- |                           |                              |
|---------------------------|------------------------------|
| 1 二輪車の高速道路の利用頻度が増える       | 6 二輪車にETCをつける                |
| 2 二輪車の高速道路の利用距離が延びる       | 7 今まで四輪車で行ってた場所に二輪車で行く       |
| 3 高速道路用に大排気量の二輪車を買う       | 8 料金が下がってもとくに高速道路利用に変化はないと思う |
| 4 高速道路用に今とは違うタイプの二輪車を買う   | 9 料金に関わらず高速道路を二輪車で走りたいとは思わない |
| 5 高速道路を走行できる二輪車の上位免許を取得する | 10 その他(具体的に: )               |

問16-1 二輪車の高速道路料金(通常料金)が**普通自動車の半額**になった場合、あなたが**二輪車で**高速道路を運転する頻度はどうなると思いますか。(具体的な数字を記入)

＜参考＞東名高速道路 東京～静岡間(約162km)の通常料金

通常料金	現在(円)	例(円)
二輪車	3,410	<b>2,110</b>
軽自動車		3,410
普通車	4,220	4,220

	現在	普通車の半額となった場合
高速道路の年間利用回数	回ぐらい	回ぐらい
高速道路の年間走行距離	kmぐらい	kmぐらい

※現在利用の無い方、改定後も利用するつもりのない方は「0」を記入ください。

**今回購入された二輪車の購入時の状況についてお伺いします。**

問17 今回二輪車を購入される時、二輪車以外の乗り物(普通自動車・軽自動車・電動アシスト自転車・自転車など)と比較検討されましたか。(○印はひとつだけ)

- |                        |          |
|------------------------|----------|
| 1 二輪車以外の乗り物も考えて、比較検討した | → 問17-1へ |
| 2 二輪車以外の乗り物のことは考えなかった  | → 問18へ   |

問17-1 どのような乗り物と二輪車と比較検討されましたか。最も比較検討されたものをお知らせください。(○印はひとつだけ)

- |                    |              |
|--------------------|--------------|
| 1 普通自動車と比較検討した     | 4 自転車と比較検討した |
| 2 軽自動車と比較検討した      | 5 その他        |
| 3 電動アシスト自転車と比較検討した | (具体的に: )     |

問17-2 二輪車以外の他の乗り物ではなく、最終的に「二輪車」を購入されたのはどのような理由からですか。(○印はいくつでも)

- |                          |                        |
|--------------------------|------------------------|
| 1 価格が手頃だから               | 8 自分の持っている免許での制約があったから |
| 2 燃費がよいから                | 9カッコいいから               |
| 3 維持費が安いから               | 10 目立つから               |
| 4 他の乗り物にはない機能・便利さがあるから   | 11 ファッション性があるから        |
| 5 いままで乗り慣れているから          | 12 環境に優しい乗り物だから        |
| 6 乗った時の爽快感は他の乗り物の比ではないから | 13 高速道路での走行が快適そうだったから  |
| 7 駐車場の制約があったから           | 14 その他(具体的に: )         |

問18 あなたが購入されたその二輪車は、今回が「初めて」ですか。それとも「買い替え」、「買い増し(増車)」ですか。(○印はひとつだけ)

(注)盗難や事故のために中断した場合は、回答番号5の「一時中断」ではなく、回答番号2 または3の「買い替え」とお考えください。

- |                               |             |
|-------------------------------|-------------|
| 1 初めて買った                      | → 問19へ      |
| 2 以前から1台持っていた二輪車を買って替えた       | } → 8頁の間21へ |
| 3 2台以上持っていた二輪車のうち、1台以上を買って替えた |             |
| 4 以前から二輪車を持っていたが、さらに買い増しをした   | → 9頁の間26へ   |
| 5 過去に持っていたことがあるが、一時中断してまた買った  | → 10頁の間29へ  |

**今回お買いになった二輪車が、「初めて」の方にお伺いします。**

**[6頁の問18で「1 初めて買った」とお答えの方に]**

問19 あなたは今回、二輪車を「初めて」買ったとお答えになりましたが、なぜ二輪車を買おうとお考えになったのですか。その理由であてはまるものを次の中から選んで、番号に○印をつけてください。(○印はいくつでも)

- |   |   |
|---|---|
| 1 二輪車に乗ることに憧れていたから<br>2 二輪車はカッコいいと思うから<br>3 二輪車を趣味として楽しみたいから<br>4 行動範囲が広がるから<br>5 身軽に動けるから<br>6 スピード感を味わえるから<br>7 友人と一緒に楽しめるから<br>8 親や子供と一緒に楽しめるから<br>9 高速道路でのタンデム走行が可能になったから<br>10 解放感を味わえるから<br>11 爽快感を得られるから<br>12 高揚感を味わえるから<br>13 自由になれる感じがするから<br>14 優越感を得られるから<br>15 異性からモテそうだから | 16 免許が取れる年齢になったから<br>17 仕事で必要になったから<br>18 免許を取るのが簡単だから<br>19 二輪車があれば時間をもっと有効に使えと思ったから<br>20 移動の時間が短縮できるから<br>21 交通渋滞を避けることができるから<br>22 交通機関の不便さを補えるから<br>23 四輪車より燃費がよいから<br>24 四輪車より維持費が安いから<br>25 他の交通機関を利用するより安くすむから<br>26 値段が手頃だから<br>27 自転車より楽だと思うから<br>28 駐車スペースを気にしなくてもよいから<br>29 その他<br>(具体的に: ) |
|---|---|

問19-1 問19で○をつけた購入理由の中で、最も大きな理由の番号をひとつだけお知らせください。(問19で選択した番号をひとつ記入)

最も大きな理由⇒	
----------	--

問20 あなたが今回、二輪車を「初めて」買った時、周りの方の反応はいかがでしたか。(○印はひとつだけ)

- |                         |             |
|-------------------------|-------------|
| 1 積極的に勧めてくれる人がいた        | → 問20-1 へ   |
| 2 自分の責任の範囲内で乗るならよいと言われた | → 11頁の問34 へ |
| 3 反対した人がいた              | → 問20-2 へ   |
| 4 とくに何も言わなかった           | → 11頁の問34 へ |
| 5 誰にも相談せず、自分の意志だけで買った   | → 11頁の問34 へ |

**問20-1 [問20で「1 積極的に勧めてくれる人がいた」方]**

どなたが積極的に勧めてくれましたか。(○印はいくつでも)

- |           |             |               |
|-----------|-------------|---------------|
| 1 親       | 4 息子・娘      | 7 勤め先や学校の関係者  |
| 2 兄弟・姉妹   | 5 その他の家族・親族 | 8 その他(具体的に: ) |
| 3 配偶者・恋人等 | 6 友人・知人     |               |

**問20-2 [問20で「3 反対した人がいた」方]**

どなたに反対されましたか。(○印はいくつでも)

- |           |             |               |
|-----------|-------------|---------------|
| 1 親       | 4 息子・娘      | 7 勤め先や学校の関係者  |
| 2 兄弟・姉妹   | 5 その他の家族・親族 | 8 その他(具体的に: ) |
| 3 配偶者・恋人等 | 6 友人・知人     |               |

**問20-3 [問20で「3 反対した人がいた」方]**

反対されたのはどのような理由からでしたか。(○印はいくつでも)

- |                              |                                |
|------------------------------|--------------------------------|
| 1 二輪車の事故が心配だから               | 5 年齢が高すぎるから(いまさら乗らなくてもよいなど)    |
| 2 学校で禁止されている(されていた)から        | 6 二輪車に乗っている人のイメージが悪いから(集団走行など) |
| 3 お金がかかるから                   | 7 他の乗り物に乗ればよいから                |
| 4 年齢が若すぎるから(もっと後になって乗ればよいなど) | 8 その他(具体的に: )                  |

**11頁の問34へ**

**今回購入された二輪車が、「買い替え」の方にお伺いします。**

**[6頁の間18で「2または3 “買い替えた”」とお答えの方に]**

問21 あなたは今回、二輪車の「買い替え(以前から持っていた二輪車を買った)」の検討をされたのはいつごろだったでしょうか?あてはまるものを次の中から選んで、番号に○印をつけてください。(○印はひとつだけ)

1 購入の1ヶ月前	4 購入の半年前
2 購入の2ヶ月前	5 購入の1年前
3 購入の3ヶ月前	6 それ以上前

問22 あなたは今回、二輪車を「買い替え(以前から持っていた二輪車を買った)」とお答えになりましたが、なぜ二輪車を買ったとお考えになったのですか。その理由であてはまるものを次の中から選んで、番号に○印をつけてください。(○印はいくつでも)

1 前の二輪車より大きな排気量に乗りたかったから	11 前の二輪車は燃費が悪いから
2 今回買った二輪車が魅力的だったから	12 前の二輪車の調子が悪くなったから
3 欲しいと思う新製品が出たから	13 前の二輪車が動かなくなったから
4 前の二輪車と違ったタイプに乗りたかったから	14 前の二輪車の修理代が高くつくから
5 二輪車を趣味として楽しみたくなったから	15 前の二輪車は維持費が高くつくから
6 前の二輪車が車検のタイミングだったから	16 前の二輪車が盗難に遭ったから
7 前の二輪車は取り回しがきつくなったから	17 前の二輪車が事故に遭ったから
8 前の二輪車のスタイル・デザインに飽きたから	18 値段の安い二輪車があったから
9 前の二輪車の性能・機能が物足りなくなったから	19 その他(具体的に: )
10 前の二輪車が古臭くなったから	

問22-1 問22で○をつけた購入理由の中で、最も大きな理由の番号をひとつだけお知らせください。(問22で選択した番号をひとつ記入)

最も大きな理由⇒	
----------	--

問23 今回新しく**買い替える直前まで、あなたが乗っていた**二輪車は①どのタイプで、②排気量はどれくらいのものでしたか。また、それは③新車で購入されましたか、中古車で購入されましたか。④メーカーはどこでしたか。1ページの写真を参考にしてお答えください。(各々○印はひとつだけ)

今回買った二輪車の直前に乗っていた二輪車は…	⇒	①タイプ 1 スクータータイプ 2 ビジネスタイプ 3 オンロードタイプ 4 オフロードタイプ	②排気量 1 50cc以下      5 401～750cc 2 51～125cc      6 751～999cc 3 126～250cc      7 1000cc以上 4 251～400cc	③新・中古車 1 新車で購入 2 中古車で購入
		④メーカー		
		1 ホンダ      4 カワサキ      7 トライアンフ      10 ピアaggio	2 ヤマハ      5 ハーレーダビッドソン      8 ドゥカティ      11 キムコ	3 スズキ      6 BMW      9 KTM      12 その他(具体的に: )

問24 前に乗っていた二輪車は、何年くらい使っていましたか。(○印はひとつだけ)

1 ~1年	3 ~3年	5 ~5年	7 ~7年	9 ~9年	11 それ以上
2 ~2年	4 ~4年	6 ~6年	8 ~8年	10 ~10年	( )年

問24-1 あなたの買い替え間隔は、これまでと比較してどうですか。(○印はひとつだけ)

1 長くなっている	→ 問24-2へ
2 変わらない	} 問25へ
3 初めての買い替えなので比較できない	

問24-2 **[問24-1で1と回答された方]** その理由をお知らせください。(○印はいくつでも)

1 愛着があったから	5 家計のため消費を控えたから	9 その他
2 欲しい新製品がなかなか出なかったから	6 二輪車以外の趣味にお金がかかるから	(具体的に: )
3 景気の先行きに不安を感じたから	7 古い車でも平気で乗れるようになったから	
4 住宅ローンの負担感が増したから	8 耐久性がよくなったから	

問25 前に乗っていた二輪車はどのようになさいましたか。次の中であてはまるものに○印をつけてください。(○印はひとつだけ)

1 他の人に転売した	4 廃車にした	7 買取り業者に売却した
2 他の人に譲渡した	5 盗難に遭った	8 その他
3 購入店で下取りに出した	6 事故に遭った	(具体的に: )

**今回購入された二輪車が、「買い増し」の方にお伺いします。**

**[6頁の問18で「4 さらに買い増し」とお答えの方に]**

問26 あなたは今回、二輪車の「買い増し」の検討をされたのはいつごろだったでしょうか？  
あてはまるものを次の中から選んで、番号に○印をつけてください。(○印はひとつだけ)

1 購入の1ヶ月前	4 購入の半年前
2 購入の2ヶ月前	5 購入の1年前
3 購入の3ヶ月前	6 それ以上前

問27 あなたは今回、二輪車を「買い増し」したとのことですが、なぜ二輪車を新たに買い増されたのですか。  
その理由であてはまるものを次の中から選んで、番号に○印をつけてください。(○印はいくつでも)

1 現保有の二輪車と違ったタイプにも乗りたかったから	10 家族と一緒にツーリングしようと思ったから
2 現保有の二輪車と違った排気量にも乗りたかったから	11 子供が二輪車に乗れる年齢になったから
3 現保有の二輪車のスタイル・デザインと違うものにも乗りたかったから	12 二輪車のレースに参加したいから
4 現保有の二輪車の性能・機能と違うものにも乗りたかったから	13 欲しいと思う新製品が出たから
5 現保有の二輪車は燃費が悪く利用しづらいから	14 値段の安い二輪車があったから
6 現保有の二輪車は維持費が高く利用しづらいから	15 経済的に余裕ができたから
7 現保有の二輪車の調子が悪いから	16 販売店が熱心に勧めてくれたから
8 日常生活と趣味で使い分けたいから	17 二輪車を趣味として楽しみたいから
9 近い場所と遠方に行くときで使い分けたいから	18 その他(具体的に: )

問27-1 問27で○をつけた購入理由の中で、最も大きな理由の番号を  
ひとつだけお知らせください。(問27で選択した番号をひとつ記入)

最も大きな理由⇒	
----------	--

問28 **今回購入された二輪車以外の、他の二輪車のことについてお伺いします。**他の二輪車の「①タイプ」、「②排気量」、「③新・中古車」、「④メーカー」はどのようなものですか。2台以上お持ちの方は購入の時期が新しい順に2台まで回答欄にご記入ください。1ページの写真を参考にしてお答えください。(各々○印はひとつだけ)  
※各々→の方向からお答えください。

	I	購入時期が1番新しい 二輪車 ↓	II	購入時期が2番目に新しい 二輪車 ↓
① タイプ	1	スクータータイプ	1	スクータータイプ
	2	ビジネスタイプ	2	ビジネスタイプ
	3	オンロードタイプ	3	オンロードタイプ
	4	オフロードタイプ	4	オフロードタイプ
② 排気量	1	50cc以下	4	251～400cc
	2	51～125cc	5	401～750cc
	3	126～250cc	6	751cc以上
③ 古新車・中	1	新車で購入	1	新車で購入
	2	中古車で購入	2	中古車で購入
④ メーカー	1	ホンダ	8	ドゥカティ
	2	ヤマハ	9	KTM
	3	スズキ	10	ピアッジオ
	4	カワサキ	11	キムコ
	5	ハーレーダビッドソン	12	その他
	6	BMW	(具体的に: )	
	7	トライアンフ		

**今回購入された二輪車が、一時保有を中断して「再購入」された方にお伺いします。**

**【6頁の間18で「5 一時中断してまた買った」とお答えの方に】**

問29 以前の二輪車を手放したのは何年くらい前ですか。  
 具体的に記入ください。(具体的に数字を記入)  年前

問30 以前乗られていた二輪車の①タイプ、②排気量、③新車・中古車の別、④メーカーをお知らせください。  
 1ページの写真を参考にしてお答えください。(各々○印はひとつだけ)

以前乗っていた二輪車は…	⇒	①タイプ	②排気量	③新・中古車
		1 スクータータイプ	1 50cc以下      5 401～750cc	1 新車で購入
		2 ビジネスタイプ	2 51～125cc      6 751～999cc	2 中古車で購入
		3 オンロードタイプ	3 126～250cc      7 1000cc以上	
		4 オフロードタイプ	4 251～400cc	
		④メーカー		
		1 ホンダ      4 カワサキ      7 トライアンフ      10 ピアaggio		
		2 ヤマハ      5 ハーレーダビッドソン      8 ドゥカティ      11 キムコ		
		3 スズキ      6 BMW      9 KTM      12 その他(具体的に:      )		

問31 以前の二輪車を手放された理由は何ですか。その理由であてはまるものを次の中から選んで、番号に○印をつけてください。(○印はいくつでも)

1 乗る時間がなくなったから	11 周囲の反対が強くなったから
2 二輪車にお金をかける経済的な余裕がなくなったから	12 結婚したから
3 維持費が高つくから	13 子供が生まれたから
4 四輪車を買ったから	14 二輪車以外の趣味をもったから
5 電動アシスト自転車を買ったから	15 以前の二輪車が盗難に遭ったから
6 仕事で使わなくなったから	16 以前の二輪車で事故に遭ったから
7 自宅の置き場所に困ったから	17 以前の二輪車の調子が悪くなったから
8 外出先での駐車に困るようになったから	18 以前の二輪車の修理代が高つくから
9 交通の便がよくなったから	19 以前の二輪車が動かなくなったから
10 通勤・通学などの用途がなくなったから	20 その他(具体的に:      )

問31-1 問31で○をつけた手放した理由の中で、最も大きな理由の番号をひとつだけお知らせください。(問31で選択した番号をひとつ記入)

	最も大きな理由⇒
--	----------

問32 あなたは今回、二輪車を再び購入することを検討されたのはいつごろだったでしょうか？  
 あてはまるものを次の中から選んで、番号に○印をつけてください。(○印はひとつだけ)

1 購入の1ヶ月前	3 購入の3ヶ月前	5 購入の1年前
2 購入の2ヶ月前	4 購入の半年前	6 それ以上前

問33 では、あなたは二輪車を一度手放され、今回なぜ二輪車をまた購入されたのですか。その理由であてはまるものを次の中から選んで、番号に○印をつけてください。(○印はいくつでも)

1 子育てから解放されたから	16 テレビや新聞、雑誌、インターネットの記事やSNSなどの影響を受けたから(SNS: Facebook, Twitter, Instagramなど)
2 時間に余裕ができたから	17 気に入った二輪車がでたから
3 気持ちに余裕ができたから	18 時間をもっと有効に使いたいから
4 経済的に余裕ができたから	19 交通の便の悪さを解消したいから
5 1人で移動できる機会が増えたから	20 四輪車に飽きたから
6 子供と一緒に楽しんでくれる年齢になったから	21 四輪車を持てなくなったから
7 以前二輪車に乗っていた頃のことを思い出す機会があったから	22 四輪車より維持費が安いから
8 今乗らないと二度と乗れなくなると思ったから	23 四輪車より燃費がよいから
9 自分と同世代の人たちが乗っている姿に憧れるから	24 四輪車の場合、駐車場を探すのが面倒だから
10 二輪車を趣味として楽しみたくなったから	25 四輪車よりも楽だと思ったから
11 二輪車は体力・気力の維持に役立つから	26 他の交通機関を利用するより安いから
12 二輪車は操る楽しさがあるから	27 仕事の関係で必要となったから
13 二輪車は五感を研ぎ澄ます楽しさがあるから	28 その他(具体的に:      )
14 試乗会で二輪車に触れる機会があったから	
15 友達や家族などの周りの影響を受けたから	

問33-1 問33で○をつけた購入理由の中で、今回あらためて二輪車を購入しようと思われた最も大きな理由の番号をひとつだけお知らせください。(問33で選択した番号をひとつ記入)

	最も大きな理由⇒
--	----------

**ここからは再度、全員の方にお伺いします。**

問34 あなたは、今回の二輪車を購入されたとき、以下にあげたa～zそれぞれについて、どの程度期待をお持ちでしたか。  
(各々○印はひとつだけ)

問34-1 では実際に乗ってみて、それぞれについてどの程度満足していらっしゃいますか。(各々○印はひとつだけ)

購入されたときの期待度は？					実際に乗ってみて満足度は？				
非常に期待していた	まあ期待していた	どちらともいえない	あまり期待していなかった	全く期待していなかった	非常に満足	満足	どちらともいえない	不満	非常に不満

※各々⇒の方向でお答えください。

a	交通渋滞に巻き込まれなくてすむ	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
b	交通の不便さが解消できる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
c	燃費がよい	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
d	維持費が安い	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
e	仕事の効率があがる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
f	移動時間が短縮できる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
g	解放感を味わえる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
h	スピード感を楽しめる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
i	高揚感を味わえる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
j	乗っていて爽快感を得られる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
k	自転車に比べて楽に移動できる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
l	優越感を得られる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
m	駐車スペースを気にしなくてよい	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
n	以前に比べて行動範囲が広がる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
o	身軽に動ける	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
p	友人と一緒に楽しめる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
q	他の交通機関を利用するより安くすむ	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
r	二輪車を操る楽しさが味わえる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
s	体力や気力が充実する	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
t	二輪車を通じて新しい仲間や友人に出会える	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
u	余暇時間が豊かになる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
v	タンデム走行が楽しめる(排気量51cc以上の方のみ)	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
w	親や子供と一緒に楽しめる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
x	自由を感じることができる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
y	大人になった気分を味わえる	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5
z	これまで行けなかったところに行ける	⇒	1	2	3	4	5	⇒	1	2	3	4	5

問34-2 また、a～zまでの項目を総合的に判断して、満足度はいかがですか。(○印はひとつだけ)

a～zまで総合的に判断して、満足度はいかがですか。(○印はひとつだけ)	⇒	1	2	3	4	5
-------------------------------------	---	---	---	---	---	---

**今回の二輪車の購入の仕方や購入されたときの意識についてお伺いします。**

問35 あなたは、今回購入された二輪車を買うまでに、どのようなところから情報を得ましたか。(○印はいくつでも)

1 折り込みチラシ	11 販売店の店員の話	21 SNS(Facebook, Twitter, Instagram, LINEなど)
2 ダイレクトメール	12 販売店での試乗	22 その他のWebサイト
3 テレビコマーシャル	13 展示会・試乗会	23 街中で見かけて
4 ラジオコマーシャル	14 モーターサイクルショー	24 実際に走っているのを見て
5 カタログ・パンフレット	15 モーターショー	25 友人・知人から話を聞いて
6 新聞記事・広告	16 レンタルバイクショップの店員の話	26 友人・知人が実際に乗っているのを見て
7 二輪車専門雑誌の記事・広告	17 レンタルバイクでの試乗	27 家族から話を聞いて
8 一般雑誌の記事・広告	18 教習所	28 その他
9 ファッション雑誌の記事・広告	19 メーカーのWebサイト	(具体的に: )
10 販売店での実物	20 販売店のWebサイト	

問35-1 問35で○をつけた購入理由の中で、今回購入された二輪車を、あなたがもっとも最初にお知りになったのは何からでしたか。  
(問35で選択した番号をひとつ記入)

初めて知ったところ⇒

問36 今回購入された二輪車はどのようなところから購入されましたか。(○印は1つだけ)

1 バイク専売店 (ホンダドリーム、YSP、スズキワールド、カワサキプラザなど)	4 中古車取り扱い店
2 大型バイク販売店	5 整備業者
3 個人バイク販売店	6 その他 (具体的に )

問37 今回購入された販売店で購入した理由をお知らせください。(○印はいくつでも)

1 訪ねるのに便利な距離だから	9 販売条件(下取・値引等)がよかったから	17 知人・友人が紹介してくれたから
2 お店の人の対応がよいかから	10 欲しい二輪車が展示してあったから	18 お店のWebサイトやブログが魅力的だったから
3 価格以外のサービスがよいかから	11 試乗車があったから	19 インターネットで評判がよかったから
4 整備・修理などの技術力があるから	12 メーカー専門店だから	20 レース活動が盛んだから
5 昔からのなじみだから	13 複数メーカーの車種を取り扱っているから	21 ユーザークラブの活動が盛んだから
6 以前購入したことがあるから	14 ドレスアップ、カスタムが得意だから	22 店舗が大通りに面していたから
7 純正パーツの取り扱いが豊富だから	15 納車が早かったから	23 その他(具体的に: )
8 用品の取り扱いが豊富だから	16 家族が利用していたから	

問37-1 問37で○をつけた購入理由の中で、最も大きな理由の番号をひとつだけお知らせください。(問37で選択した番号をひとつ記入)

最も大きな理由⇒

問38 今回購入された二輪車の購入先の以下の項目についてどの程度、満足されていますか。(各々○印はひとつだけ)

	非常に満足	満足	どちらともいえない	不満	非常に不満
a 販売店の信頼感 ⇒	1	2	3	4	5
b スタッフとしての専門知識や技術力 ⇒	1	2	3	4	5
c 相談に乗る姿勢 ⇒	1	2	3	4	5
d わかりやすい説明 ⇒	1	2	3	4	5
e スタッフのアドバイス・提案力 ⇒	1	2	3	4	5
f スタッフの親切さ、親しみやすさ ⇒	1	2	3	4	5
g バイクの魅力や楽しさの伝え方 ⇒	1	2	3	4	5
h 担当者以外のスタッフの対応力 ⇒	1	2	3	4	5
i 店内の雰囲気の良いさ ⇒	1	2	3	4	5
j 店内の広さ ⇒	1	2	3	4	5
k バイク陳列の整然さ ⇒	1	2	3	4	5
l ウェブ情報発信量の多さ ⇒	1	2	3	4	5
m 総合的な評価 ⇒	1	2	3	4	5

問39 あなたは、今回購入された二輪車の販売店が発信しているのSNSやウェブサイトを読んだことがありますか。  
(○印は1つだけ)

1 SNSを読んだことがある	4 読んだことはない	→ 問43へ
2 ウェブサイトを読んだことがある	5 発信しているかわからない	→ 問43へ
3 ウェブサイト・SNSともに読んだことがある		

問40 読んだSNSやウェブサイトなどの種類をお知らせください(○印はいくつでも)

1 Facebook	4 LINE	7 ブログ
2 Twitter	5 YouTube	8 その他
3 Instagram	6 ニコニコ動画	(具体的に: )

問41 読んだ内容をお知らせください(○印はいくつでも)

1 店舗、スタッフの紹介	5 バイクレースの情報	9 用品、アクセサリの情報
2 新商品・商品ラインナップ情報	6 ツーリング情報(コース、グルメなど)	10 二輪車のモデル比較情報
3 修理やカスタマイズの情報	7 ライディングテクニックの情報	11 店舗のオーナー・店長自身の情報
4 店舗主催のイベントの情報	8 点検費用や税金など維持費の情報	12 その他(具体的に: )

問42 購入先のSNSやウェブサイトによる情報発信は、あなたの二輪車の購入や運転で役に立っていますか。  
(○印は1つだけ)

1 役に立っている	3 どちらともいえない	4 あまり役に立っていない
2 まあ役に立っている		5 役に立っていない

問43 あなたが、こうなって欲しいと思う二輪車販売店の店舗イメージをお知らせください。(○印はいくつでも)

1 コンビニエンスストアのように気軽に入りやすい店舗	5 雑貨店のように商品を見ているだけでも楽しめる店舗
2 家電量販店のように品揃えが豊富な店舗	6 異業種複合店のように別の目的でも入れる店舗
3 ファミリーレストランのように家族連れでも入りやすい店舗	7 その他(具体的に: )
4 カフェのようにゆったりと落ち着ける店舗	8 特にない

問44 いろいろな二輪車の中から**今回購入された二輪車**にお決めたポイントは何ですか。(○印はいくつでも)

1 出足・加速のよさ	10 大柄な車体	19 安全性	28 二人乗りのしやすさ
2 コンパクトさ	11 静粛性	20 最高出力	29 評判・口コミ評価
3 扱いやすさ	12 初心者向き	21 高級感	30 カスタム・ドレスアップ素材として
4 足つき性のよさ	13 スタイル・デザイン	22 価格の安さ	31 アクセサリの豊富さ
5 積載量・収納性	14 メーカー・ブランド	23 燃費のよさ	32 流行しているから
6 最高速	15 製品ブランド・シリーズ	24 維持費の安さ	33 定番だから
7 走行安定性	16 エンジンのタイプ	25 新機構	34 その他
8 耐久性	17 排気量	26 盗難抑止機能	(具体的に: )
9 軽量な車体	18 簡単な運転操作	27 新製品であること	

**[問44で○印が2つ以上ついた方に]**

問44-1 問44で○をつけた中で、最も重視したポイントの番号をひとつだけお知らせください。(問44で選択した番号をひとつ記入)

最も重視した ポイント ⇒	
------------------	--

**二輪車に乗っておられる現在のお気持ちや運転・操作の技術向上についてお伺いします。  
ここからは、二輪車全般について(今回購入された二輪車に限らず)お伺いします。**

問45 あなたがふだん、二輪車に乗っておられて、「気になっている」とお感じになっているのはどのようなことですか。  
次の中からあてはまるものをすべて選んでください。(○印はいくつでも)

1 他の乗り物よりも渋滞に巻き込まれやすい	14 高速道路のタンデム走行で危険な思いをした
2 思ったほど燃費がよくない	15 事故に遭いやすい
3 思ったより維持費がかかる	16 自分の運転技術に自信がない
4 自宅での駐車に困る	17 長距離運転は疲れる
5 外出先での駐車に困る	18 2人で移動しづらい
6 二輪車に対する交通規則が厳しい	19 盗難の心配がある
7 高速道路の料金が安い	20 思ったより時間の短縮にならない
8 高速道路・有料道路での支払いが面倒	21 思ったより乗る機会が少ない
9 ETCを装着するための費用が高い	22 雨の日は乗りにくい
10 荷物の積載量が少ない	23 夏は暑く、冬は寒い
11 四輪車に走行を妨げられる(幅寄せ・路駐など)	24 周囲の目が冷たい
12 四輪ドライバーが二輪車を理解していない(二輪車の存在・スピードなど)	25 その他(具体的に: )
13 走行中に四輪車に気を使ってしま	26 とくはない

問45-1 問45で○をつけた気になる事柄で、最も気になる事柄の番号を  
ひとつだけお知らせください。(問45で選択した番号をひとつ記入)

最も気になる事柄⇒	
-----------	--

問45-2 問45で○をつけた気になる事柄で、**解決されたら二輪車に乗る機会がより増える**と思われるのはどれですか。  
(上記項目1～26の中からいくつでも選んで、下の番号に○印)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
21	22	23	24	25	26															

**二輪車の楽しみ方などについてお伺いします。**

問46 二輪車を使ったレクリエーションとして、あなたが、今までになさったことのあるものには、どのようなものがありますか。  
現在行っているものを含めて、次の中であてはまるものをお知らせください。(○印はいくつでも)

1 日帰りのツーリング	6 峠道を走る	11 エンデューロレース
2 宿泊してのツーリング	7 スクーター・ミニバイクレース	12 モタードレース
3 海外でのツーリング	8 ロードレース	13 カスタム・ドレスアップ
4 林道でのツーリング	9 モトクロスレース	14 その他(具体的に: )
5 サーキットでの体験走行	10 トライアル競技	15 どれもしたことがない

問47 では二輪車を使ったレクリエーションとして、今後あなたがやってみたいと思うものには、どのようなものがありますか。  
現在行っているものは含めないで、次の中であてはまるものをお知らせください。(○印はいくつでも)

1 日帰りのツーリング	6 峠道を走る	11 エンデューロレース
2 宿泊してのツーリング	7 スクーター・ミニバイクレース	12 モタードレース
3 海外でのツーリング	8 ロードレース	13 カスタム・ドレスアップ
4 林道でのツーリング	9 モトクロスレース	14 その他(具体的に: )
5 サーキットでの体験走行	10 トライアル競技	15 してみたいものはない

問48 あなたが、メーカーや輸入事業者が主催するイベントや催しで参加したことがあるのはどれですか。  
(各々○印はいくつでも)

問48-1 では、あなたが今後(も)、参加したいと思われるのはどれですか。(各々○印はいくつでも)  
※各々↓の方向からお答えください。

・メーカーや輸入事業者が主催の	参加したことがある イベント・催し ↓	今後(も)参加したい イベント・催し ↓
ツーリング	1	1
サーキット体験走行	2	2
オフロード体験走行	3	3
試乗会	4	4
安全運転講習会	5	5
オーナーズミーティング	6	6
ユーザーミーティング	7	7
上記の中には、とくはない	8	8

問49 あなたはふだん、どのようなところから二輪車の楽しみ方についての情報を得ていますか。(○印はいくつでも)  
注) SNS: Facebook、Twitter、Instagram、LINEなど

1 販売店の店員の話	15 テレビCM
2 販売店のWebサイトや会員向け情報サービス	16 テレビ番組
3 販売店のSNS	17 バイク仲間の話
4 販売店のダイレクトEメール、メールマガジン	18 その他友人・知人の話
5 メーカーのカatalog・パンフレット	19 家族の話
6 メーカーのWebサイトや会員向け情報サービス	20 バイク仲間のSNSへの投稿やブログ
7 メーカーのSNS	21 有名人のSNSへの投稿やブログ
8 メーカーのダイレクトEメール、メールマガジン	22 二輪専門誌のSNS
9 二輪車専門誌	23 SNSの企業ページや広告
10 二輪車専門誌が運営するWebサイトや会員向け情報サービス	24 バナー広告などインターネット上の広告
11 旅行関連雑誌	25 メーカーが主催する二輪車関連のイベント
12 旅行関連Webサイト	26 モーターサイクルショーなど二輪車関連のイベント
13 一般新聞・雑誌記事	27 その他(具体的に: )
14 一般新聞・雑誌広告	28 とくに情報は得ていない

### 二輪車の洋用品についてお伺いします。

問50 あなたは、二輪車向け洋用品(ライディングギアやアクセサリパーツ)をお持ちですか。  
お持ちのものをすべてお答えください。(○印はいくつでも)

1 ライディングウェア	13 スポーツサスペンション	25 盗難防止ロック
2 オフロードバイクウェア	14 ライダー用グローブ	26 バイク用時計
3 ライダー用パンツ・ボトムス	15 サングラス/ゴーグル	27 リアボックス/トップケース
4 ライダー用レインウェア	16 ライダーブーツ/ライダーシューズ	28 パニアケース
5 電熱ウェア	17 着用エアバック	29 ナビゲーション
6 レーシングスーツ・つなぎ	18 ETC	30 アクセサリソケット
7 メカニックウェア	19 ドライブレコーダー	31 タンクバッグ
8 胸部プロテクター	20 バイザー/スクリーン	32 エンジンガード
9 インカム	21 HID/LEDヘッドライト	33 スマートフォンホルダー
10 グリップヒーター	22 社外品マフラー	34 その他
11 リアシートバッグ	23 バイクカバー	(具体的に: )
12 サイドバッグ	24 盗難防止アラーム	35 ひとつもない

問51 今、お持ちのものを含め、二輪向け洋用品の中で、あなたが今後欲しいと思うものを、お答えください。  
(○印はいくつでも)

1 ライディングウェア	13 スポーツサスペンション	25 盗難防止ロック
2 オフロードバイクウェア	14 ライダー用グローブ	26 バイク用時計
3 ライダー用パンツ・ボトムス	15 サングラス/ゴーグル	27 リアボックス/トップケース
4 ライダー用レインウェア	16 ライダーブーツ/ライダーシューズ	28 パニアケース
5 電熱ウェア	17 着用エアバック	29 ナビゲーション
6 レーシングスーツ・つなぎ	18 ETC	30 アクセサリソケット
7 メカニックウェア	19 ドライブレコーダー	31 タンクバッグ
8 胸部プロテクター	20 バイザー/スクリーン	32 エンジンガード
9 インカム	21 HID/LEDヘッドライト	33 スマートフォンホルダー
10 グリップヒーター	22 社外品マフラー	34 その他
11 リアシートバッグ	23 バイクカバー	(具体的に: )
12 サイドバッグ	24 盗難防止アラーム	35 ひとつもない

**二輪車についての今後のお考えなどについてお伺いします。**

問52	あなたは、下記のa～nのような場面や事情になった場合、二輪車をどうなさると思いますか。それぞれについて、①～③の中からあてはまるものに○印をつけてください。(各々○印はひとつだけ)	①二輪車の保有を中止する	②二輪車は保有(購入)するが、乗る機会は減る	③二輪車を保有(購入)し、今と同様に乗り続ける
a	二輪車に乗る時間に余裕がなくなった時	⇒ 1	2	3
b	交通の便がよくなった時	⇒ 1	2	3
c	体力に自信がなくなった時	⇒ 1	2	3
d	経済的に余裕がなくなった時	⇒ 1	2	3
e	駐車スペースがなくなった時	⇒ 1	2	3
f	結婚した時	⇒ 1	2	3
g	子供が生まれた時	⇒ 1	2	3
h	家族・友人・知人など周囲の反対が強くなった時	⇒ 1	2	3
i	通勤・通学などの現在の用途がなくなった時	⇒ 1	2	3
j	新しく四輪車をお買いになった時	⇒ 1	2	3
k	新しく電動アシスト自転車をお買いになった時	⇒ 1	2	3
l	今の新車が盗難に遭った時	⇒ 1	2	3
m	今の新車が事故に遭った時	⇒ 1	2	3
n	今の新車が修理できなくなった時	⇒ 1	2	3

問53 あなたは今後、二輪車の買い替えや買い増しについてどのようにお考えですか。(○印はひとつだけ)

1 ぜひ買い替えや買い増しをしたいと思います	→ 問53-1へ	3 どちらともいえない
2 まあ買い替えや買い増しをしたいと思います	→ 問53-1へ	4 あまり買い替えや買い増しはしたいと思わない
		5 まったく買い替えや買い増しはしたいと思わない

**[問53で1～2とお答えの方に]**

問54へ

問53-1 今後(も)、乗りたい二輪車のメーカーはどれにあてはまりますか。最も乗りたいメーカーをお答えください。(○印はひとつだけ)

1 ホンダ	4 カワサキ	7 トライアンフ	10 ピアジジオ
2 ヤマハ	5 ハーレーダビッドソン	8 ドゥカティ	11 キムコ
3 スズキ	6 BMW	9 KTM	12 その他(具体的に: )

問53-2 今後も乗りたい二輪車のタイプはどのタイプですか。(○印はひとつだけ)	1 スクータータイプ	3 オンロードタイプ
	2 ビジネスタイプ	4 オフロードタイプ

問53-3 今後も乗りたい二輪車のトランスミッション(変速機)はどのタイプですか。(○印はひとつだけ)	1 マニュアルトランスミッション(MT:手動変速)
	2 オートマチックトランスミッション(AT:自動変速)

問53-4 今後も乗りたい二輪車の排気量は何ccですか。(○印はひとつだけ)	1 50cc以下	5 401～750cc
	2 51～125cc	6 751～999cc
	3 126～250cc	7 1000cc以上
	4 251～400cc	

問53-5 問53-1～4でお答えになった「今後も乗りたい二輪車」を選ばれたポイントは何ですか。(○印はいくつでも)

1 出足・加速のよさ	10 大柄な車体	19 安全性	28 二人乗りのしやすさ
2 コンパクトさ	11 静粛性	20 最高出力	29 評判・口コミ評価
3 扱いやすさ	12 初心者向き	21 高級感	30 カスタム・ドレスアップ素材として
4 足つき性のよさ	13 スタイル・デザイン	22 価格の安さ	31 アクセサリーの豊富さ
5 積載量・収納性	14 メーカー・ブランド	23 燃費のよさ	32 流行しているから
6 最高速	15 製品ブランド・シリーズ	24 維持費の安さ	33 定番だから
7 走行安定性	16 エンジンのタイプ	25 新機構	34 その他
8 耐久性	17 排気量	26 盗難抑止機能	(具体的に: )
9 軽量な車体	18 簡単な運転操作	27 新製品であること	

**[問53-5で○印が2つ以上ついた方に]**

問53-6 問53-5で○をつけた中で、最も重視したポイントの番号をひとつだけお知らせください。(問53-5で選択した番号をひとつ記入)

最も重視したポイント⇒
-------------

**[全員の方に]**

問54 あなたの電動バイクについてのお気持ちは以下のどれにあてはまりますか。(○印はひとつだけ)

1 非常に関心がある	3 どちらともいえない	4 あまり関心がない
2 まあ関心がある		5 まったく関心がない

**あなたの二輪車に対する意識やお考えについてお伺いします。**

問55 あなたは**二輪車に対して**どのようにお考えですか。あてはまるものをすべてお知らせください。(○印はいくつでも)

1 スタイルやデザインを重視する	12 多目的に使えるものがよい	24 二輪車の運転はスポーツだ
2 燃費に優れたものがよい	13 運転操作が簡単なものがよい	25 カスタマイズを楽しみたい
3 AT(オートマチック)車が良い	14 取り回しがしやすいものがよい	26 タンデム走行を楽しみたい
4 排気量の大きいものがよい	15 シートの座り心地がよいものがよい	27 価格が高くても欲しいものを選ぶ
5 車検のないものがよい	16 安定感があるものがよい	28 メーカーやブランドを重視する
6 ニューモデル車が良い	17 運転姿勢の楽なものがよい	29 街であまり見かけないものがよい
7 スピードの出るものがよい	18 省スペースで駐車できるものがよい	30 ステイタスを感じるものがよい
8 価格の安いものがよい	19 メンテナンスがしやすいものがよい	31 流行しているものがよい
9 ABSなどブレーキ操作補助システムが装着されているものがよい	20 10年、20年と長く乗れるものがよい	32 シンプルなものがよい
10 静粛性のあるものがよい	21 運転操作を楽しめるものがよい	33 趣味性にこだわったものがよい
11 維持費が安いものがよい	22 環境性能に優れたものがよい	34 その他
	23 気軽に乗れるものがよい	(具体的に: )

問56 あなたは、“**二輪車**”という乗り物や“**二輪車に乗っている人**”について、どのようなイメージをお持ちでしょうか。(○印はいくつでも)

1 おしゃれ	11 機能的	21 趣味性の強い	31 目立つ
2 かっこいい	12 若々しい	22 経済的	32 悪ぶっている
3 身近	13 身軽	23 積極的	33 無謀
4 知的	14 実用的	24 便利	34 ふつう
5 スポーティ	15 自由	25 自立している	35 アウトドア
6 モータースポーツ的	16 経済的に余裕がある	26 仕事ができる	36 その他(具体的に: )
7 男性的	17 人生を楽しんでいる	27 クリエイティブ	37 イメージを持っていない
8 反骨精神がある	18 流行に敏感	28 個性的	
9 スピーディ	19 高級	29 パワフル	
10 効率がよい	20 洗練された	30 先進的	

問56-1 問56で○をつけたイメージの中で、最もあてはまるイメージの番号をひとつだけお知らせください。(問56で選択した番号をひとつ記入)

最もあてはまる イメージ⇒	
------------------	--

問57 では、“**二輪車に乗っているあなたご自身**”について、あなたはどのようなイメージでありたいと思いますか。(○印はいくつでも)

1 おしゃれ	11 機能的	21 趣味性の強い	31 目立つ
2 かっこいい	12 若々しい	22 経済的	32 悪ぶっている
3 身近	13 身軽	23 積極的	33 無謀
4 知的	14 実用的	24 便利	34 ふつう
5 スポーティ	15 自由	25 自立している	35 アウトドア
6 モータースポーツ的	16 経済的に余裕がある	26 仕事ができる	36 その他(具体的に: )
7 男性的	17 人生を楽しんでいる	27 クリエイティブ	37 イメージを持っていない
8 反骨精神がある	18 流行に敏感	28 個性的	
9 スピーディ	19 高級	29 パワフル	
10 効率がよい	20 洗練された	30 先進的	

問57-1 問57で○をつけたイメージの中で、最もあてはまるイメージの番号をひとつだけお知らせください。(問57で選択した番号をひとつ記入)

最もあてはまる イメージ⇒	
------------------	--

問58 **二輪車に乗らない人は、“二輪車”という乗り物や“二輪車に乗っている人”**について、どのようなイメージを持っていると、あなたはお考えでしょうか。(○印はいくつでも)

1 おしゃれ	11 機能的	21 趣味性の強い	31 目立つ
2 かっこいい	12 若々しい	22 経済的	32 悪ぶっている
3 身近	13 身軽	23 積極的	33 無謀
4 知的	14 実用的	24 便利	34 ふつう
5 スポーティ	15 自由	25 自立している	35 アウトドア
6 モータースポーツ的	16 経済的に余裕がある	26 仕事ができる	36 その他(具体的に: )
7 男性的	17 人生を楽しんでいる	27 クリエイティブ	37 イメージを持っていない
8 反骨精神がある	18 流行に敏感	28 個性的	
9 スピーディ	19 高級	29 パワフル	
10 効率がよい	20 洗練された	30 先進的	

問58-1 問58で○をつけたイメージの中で、最もあてはまるイメージの番号をひとつだけお知らせください。(問58で選択した番号をひとつ記入)

最もあてはまる イメージ⇒	
------------------	--

問59 あなたが**二輪車に乗ることで**実現したいのはどのようなことですか。以下の項目それぞれについて、あなたのお気持ちにあてはまるものをひとつずつ選んでください。(各々○印はひとつだけ)

	非常に そう思う	まあ そう思う	どちらとも いえない	あまりそう 思わない	まったく そう 思わない
なるべく無駄な時間を省いて生活したい	⇒ 1	2	3	4	5
なるべく無駄な支出をせずに生活したい	⇒ 1	2	3	4	5
なるべく無駄な体力を使わず生活したい	⇒ 1	2	3	4	5
できるだけ便利な生活がしたい	⇒ 1	2	3	4	5
仕事の効率を上げたい	⇒ 1	2	3	4	5
運転技術を磨いて達成感を味わいたい	⇒ 1	2	3	4	5
長距離・長時間走行に挑戦して達成感を味わいたい	⇒ 1	2	3	4	5
できるだけいろいろなところに行きたい	⇒ 1	2	3	4	5
レースに挑戦して自分に自信をつけたい	⇒ 1	2	3	4	5
自由に動き回りたい	⇒ 1	2	3	4	5
気軽に自然と触れ合いたい	⇒ 1	2	3	4	5
世界観を広げたい	⇒ 1	2	3	4	5
新しい体験ができるワクワク感を味わいたい	⇒ 1	2	3	4	5
何かに没頭できる生活をしたい	⇒ 1	2	3	4	5
昔楽しかった頃の自分を取り戻したい	⇒ 1	2	3	4	5
一人になれる時間を大切にしたい	⇒ 1	2	3	4	5
友人との時間を楽しみたい	⇒ 1	2	3	4	5
家族との時間を楽しみたい	⇒ 1	2	3	4	5
二輪を通じて新しい仲間・友人との出会いを楽しみたい	⇒ 1	2	3	4	5
ふだんの生活を盛り上げたい	⇒ 1	2	3	4	5
自分らしさを表現したい	⇒ 1	2	3	4	5
非日常を味わいたい	⇒ 1	2	3	4	5
他の人にはない特別感を味わいたい	⇒ 1	2	3	4	5
周りから特別な人に見られたい	⇒ 1	2	3	4	5
異性にモテたい	⇒ 1	2	3	4	5

問60 今現在のお気持ちとして、あなたはこれからも二輪車に乗り続けたいと思いますか。(○印はひとつだけ)

1 今後ずっと二輪車に乗り続けたい	3 あと10年ぐらいは乗ると思う
2 生活環境の変化等で一旦乗らなくなるかも しれないが、乗れる状況になったら乗るつもり	4 10年以内に乗らなくなる(乗れなくなる)と思う
	5 あと数年で乗らないようにするつもり

問61 あなたは、何歳まで二輪車に乗り続けたいと思いますか。一旦乗らなくなると、その後再開することを含めて、何歳ぐらいまで乗りたいか数字をご記入ください。

歳ぐらいまでは乗り続けたい

### あなたの二輪車貸出サービスのご利用についてについてお伺いします。

問62 あなたは、二輪車の貸出サービスを利用したことはありますか。(○印はひとつだけ)

1 利用したことがある →問62-1へ	2 利用したことはない →問62-11(20頁)へ
---------------------	---------------------------

【問62で「1 利用したことがある」とご回答の方に】

問62-1 あなたが利用した二輪車の貸出サービスはどれでしょうか。(○印はいくつでも)

1 レンタルバイク*1 →問62-2へ	3 その他(具体的に: ) →問63へ
2 サブスクリプション*2 →問62-2へ	

\*1 レンタルバイク :原則、1台のバイクを一定時間(日数)借りるサービス

\*2 サブスクリプション :原則、一定期間(1ヶ月等)に定額を支払うことで自由にバイクに乗ることができるサービス

【問62-1で「1 レンタルバイク」「2 サブスクリプション」を利用したことがあるとご回答の方に】

問62-2 貸出サービスで利用した二輪車のタイプは次のどれにあてはまりますか。

1頁の写真を参考にして、あてはまるタイプをレンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。(○印はそれぞれいくつでも)

	レンタル バイクでは？	サブスクリプ ションでは？
1 スクータータイプ	1	1
2 ビジネスタイプ	2	2
3 オンロードタイプ	3	3
4 オフロードタイプ	4	4

問62-3 貸出サービスで利用した二輪車の排気量は次のどれにあてはまりますか。  
 あてはまる排気量をレンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。  
 (○印はそれぞれいくつでも)

	レンタル バイクでは？	サブスクリプ ションでは？
1 50cc以下	1	1
2 51～125cc	2	2
3 126～250cc	3	3
4 251～400cc	4	4
5 401～750cc	5	5
6 751～999cc	6	6
7 1000cc以上	7	7

問62-4 あなたが貸出サービスを利用した理由は何でしょうか。  
 レンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。  
 (○印はそれぞれいくつでも)

	レンタル バイクでは？	サブスクリプ ションでは？
1 所有している二輪車が整備・点検などで手元になかった/使えなかったから	1	1
2 二輪車以外の乗り物で出かけた先で二輪車を使いたかったから	2	2
3 乗ったことがない二輪車に乗ってみたかったから	3	3
4 二輪車を購入する前に二輪車に慣れたかったから	4	4
5 二輪車を手放した後で二輪車を使いたかった/使う必要が発生したから	5	5
6 二輪車を購入するよりも維持費(燃料費、税金等)がかからないから	6	6
7 その他(具体的に: )	7	7

問62-5 あなたが二輪車の貸出サービスを利用した際に、二輪車以外では  
 何をレンタルされましたか。バイクレンタル、サブスクリプションごと  
 にお知らせください。(○印はそれぞれいくつでも)

	レンタル バイクでは？	サブスクリプ ションでは？
1 バイク用ヘルメット	1	1
2 ライディングウェア	2	2
3 ライダー用レインウェア	3	3
4 ライダー用グローブ	4	4
5 胸部プロテクター	5	5
6 その他(具体的に: )	6	6

問62-6 あなたが利用した貸出サービスにどの程度満足されましたか。  
 レンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。  
 (○印はそれぞれ1つだけ)

	レンタル バイクでは？	サブスクリプ ションでは？
1 満足	1	1
2 まあ満足	2	2
3 どちらともいえない	3	3
4 やや不満	4	4
5 不満	5	5

**【問62-6で「4 やや不満」「5 不満」とご回答の方に】**

問62-7 不満だった理由をお知らせください。  
 レンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。  
 (○印はそれぞれいくつでも)

	レンタル バイクでは？	サブスクリプ ションでは？
1 借りたいバイクがなかったから	1	1
2 借りた二輪車の走りが良くなかったから	2	2
3 借りた二輪車の燃費が悪かったから	3	3
4 借りた二輪車の乗り心地が悪かったから	4	4
5 借りた二輪車の操作性が悪かったから	5	5
6 借りた二輪車の貸出料金が高かったから	6	6
7 借りた二輪車の返却時間が気になるから	7	7
8 お店のスタッフの説明がわかりにくかったから	8	8
9 お店のスタッフの対応が悪かったから	9	9
10 他人が使用したヘルメットを使うことになったから	10	10
11 その他(具体的に: )	11	11

問62-8 二輪車の貸出サービスの利用を二輪車をお持ちでない方に薦めたいですか。レンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。(○印はそれぞれ1つだけ)

	レンタルバイクでは？	サブスクリプションでは？	
1 薦めたい	1	1	→ 問62-9へ
2 薦めたくない	2	2	→ 問62-10へ

**【問62-8で「1 薦めたい」とご回答の方に】**

問62-9 二輪車の貸出サービスの利用を二輪車をお持ちでない方に薦めたい理由は何でしょうか。レンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。(○印はそれぞれいくつでも)

	レンタルバイクでは？	サブスクリプションでは？
1 あこがれていた二輪車を買わなくても楽しめるから	1	1
2 購入検討時に複数のメーカーやタイプの二輪車に試乗ができるから	2	2
3 保険や車検に関する面倒な手続きの必要がないから	3	3
4 所有に関わる費用(税金、点検整備費)の必要がないから	4	4
5 簡単な手続きだけですぐに運転を楽しめるから	5	5
6 駐車場を確保する必要がないから	6	6
7 盗難被害の心配がないから	7	7
8 その他(具体的に: _____)	8	8

**【問62-8で「2 薦めたくない」とご回答の方に】**

問62-10 二輪車の貸出サービスの利用を二輪車をお持ちでない方に薦めたくない理由は何でしょうか。レンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。(○印はそれぞれいくつでも)

	レンタルバイクでは？	サブスクリプションでは？
1 貸出の手続きが面倒だから	1	1
2 レンタルの場所までの距離が遠いから	2	2
3 借りたいバイクがないから	3	3
4 貸出料金が高いから	4	4
5 返却時間を気にしたくないから	5	5
6 貸出用の二輪車はカスタマイズやドレスアップができないから	6	6
7 他人が使用したヘルメットを使うことになるから	7	7
8 その他(具体的に: _____)	8	8

**【問62で「2 利用したことはない」とご回答の方に】**

問62-11 あなたは、二輪車の貸出サービスをどのような時に利用したいですか。以下の当てはまるものをレンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。(○印はそれぞれいくつでも)

	レンタルバイクでは？	サブスクリプションでは？
1 所有している二輪車が整備・点検などで手元にない/使えない時	1	1
2 二輪車以外の乗り物で出かけた先で二輪車を使いたい時	2	2
3 乗ったことがない二輪車に乗りたい時	3	3
4 今よりも大排気量の二輪車を購入する前に慣れておきたい時	4	4
5 複数のメーカーの二輪車を試乗したい時	5	5
6 その他(具体的に: _____)	6	6
7 どの様な時も利用したくない	7	7

**【問62-11で「7 どの様な時も利用したくない」とご回答の方に】**

問62-12 あなたが貸出サービスを利用したくない理由は何でしょうか。レンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。(○印はそれぞれいくつでも)

	レンタルバイクでは？	サブスクリプションでは？
1 貸出の手続きが面倒そうだから	1	1
2 レンタルの場所まで二輪車の受取・返却に行くことが面倒そうだから	2	2
3 借りたいバイクがなさそうだから	3	3
4 貸出料金が高そうだから	4	4
5 返却時間を気にしたくないから	5	5
6 所有する二輪車を自分でカスタマイズやドレスアップしたいから	6	6
7 他人が使用したヘルメットを使いたくないから	7	7
8 その他(具体的に: _____)	8	8

**[全員に二輪車の貸出サービスについてお伺いします]**

問63 二輪車の貸出サービスを利用することは、二輪車の購入のキッカケになると思いますでしょうか。レンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。  
(○印はそれぞれ1ずつ)

	レンタルバイクでは？	サブスクリプションでは？	
1 購入のキッカケになると思う	1	1	→ 問63-1へ
2 購入のキッカケにならないと思う	2	2	→ 問63-2へ

**[問63で「1 購入のキッカケになると思う」と回答の方にお伺いします]**

問63-1 購入のキッカケになると思う理由は何でしょうか。  
レンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。  
(○印はそれぞれいくつでも)

	レンタルバイクでは？	サブスクリプションでは？
1 バイクの楽しさや魅力を手軽に味わえてバイクを購入したくなると思うから	1	1
2 複数のメーカーやタイプの二輪車を比較検討できるから	2	2
3 レンタルを通じてバイク体験者やバイク理解者を増やすことができるから	3	3
4 その他(具体的に: )	4	4

**[問63で「2 購入のキッカケにならないと思う」と回答の方にお伺いします]**

問63-2 購入のキッカケにならない理由は何でしょうか。  
レンタルバイク、サブスクリプションごとにお知らせください。  
(○印はそれぞれいくつでも)

	レンタルバイクでは？	サブスクリプションでは？
1 あこがれていた二輪車を買わなくても楽しめるから	1	1
2 保険や車検に関する面倒な手続きの必要がないから	2	2
3 所有に関わる費用(税金、点検整備費)の必要がないから	3	3
4 簡単な手続きだけですぐに運転を楽しめるから	4	4
5 駐車場を確保する必要がないから	5	5
6 盗難被害の心配がないから	6	6
7 その他(具体的に: )	7	7

**税金や法律などについてお伺いします。**

問64 あなたは、現在8%の消費税率が、2019年10月に10%へ引き上げられる予定であることを知っていますか。  
(○印はひとつだけ)

- |                      |
|----------------------|
| 1 よく知っている            |
| 2 時期や税率(%)など詳しくは知らない |
| 3 まったく知らない           |

問64-1 この消費税率の引き上げは、あなたの**次の二輪車の購入**に影響を与えますか。(○印はいくつでも)

1 買い替えを引き上げ前に早める	7 候補になかった安いメーカーの車種も検討する
2 買い替えを止める	8 排気量を下げて安い価格の車種を買う
3 買い増しを引き上げ前に早める	9 二輪車ではなく、他で節約する
4 買い増しを止める	10 引き上げはとくに影響を与えない
5 新車購入の予定を中古購入にする	11 次の二輪車を購入する予定はない
6 装備品を減らす	12 その他(具体的に: )

**二輪車関連についてのご要望や他の乗り物などについてお伺いします。**

問65 今後、より快適に二輪車を利用するために、あなたが整備や改善される必要があると思うことを「施設やインフラ」「製品やサービス」「情報」それぞれについてお知らせください。(○印はそれぞれいくつでも)

<b>施設やインフラ</b>	1 契約(自宅)二輪車駐車場の確保	9 原付免許での運転可能排気量の拡大(50cc→125ccまで)
	2 契約(自宅)二輪車駐車場の防犯強化	10 運転・操作を練習する場所の提供
	3 施設・出かけ先、二輪専用駐車場の整備拡大	11 レンタルバイクなど、出かけ先でのバイクの貸出システム
	4 施設・出かけ先、二輪専用駐車場の低料金化	12 二輪免許取得の負担軽減・教習時間の短縮
	5 二輪走行禁止区間の廃止	13 任意保険料の低料金化
	6 ETC購入助成金の支給とETC割引料金の導入	14 高速道路の低料金化
	7 エコカー減税の二輪車への適用	15 その他(具体的に: )
	8 レースをする場所の提供	

<b>製品やサービス</b>	1 オーナーズクラブの充実	8 ライダー向け(初心者)、運転・操作技術向上の講座開催
	2 二輪関連イベントの拡充	9 整備・部品費用の低価格化
	3 ツーリングサポートの拡充(ロードサービス、割引)	10 バイク用スマートフォンアプリの充実(駐車場検索アプリなど)
	4 二輪ツーリング向け宿泊施設の充実	11 任意保険サービス(ロードサービス・代車サービス等)の拡充
	5 二輪車通信販売の拡大	12 その他(具体的に: )
	6 レースサポートの拡充	
	7 安全性/ファッション性をより高めた装備(洋用品)の開発・販売	

<b>情報</b>	1 新製品・モデルに関わる情報	8 新製品などの試乗情報
	2 二輪車向け洋用品に関わる情報	9 新製品などのレンタル情報
	3 運転・操作技術に関わる情報	10 二輪車向けコース・立ち寄りスポット情報
	4 修理・メンテナンス情報	11 二輪ツーリング向け宿泊施設の情報
	5 防犯・保管情報	12 二輪ツーリング向けグルメ情報
	6 駐車場情報	13 二輪ツーリング向け観光情報
	7 二輪車のイベント情報	14 その他(具体的に: )

問66 以下のうち、あなたが今回購入した二輪車からいつか乗り換えたいと思われているのはどれですか。もっともあてはまるものをひとつだけ選んでください。(○印はひとつだけ)

1 普通自動車	5 自転車	9 徒歩
2 軽自動車	6 公共交通機関(電車、バス、タクシー)	10 その他
3 二輪車(今回購入のもの以外)	7 レンタル・シェアの二輪車	(具体的に: )
4 電動アシスト自転車	8 レンタル・シェアの四輪車	11 とくにない → F1へ

**[問66で○印が1～10についた方に]**

問66-1 あなたが、今回購入した二輪車から問66でお答えの乗り物にいつか乗り換えたいと思われているのはどのようなことからですか。(○印はいくつでも)

1 乗り物のグレードをあげたいから	7 いずれ通勤・通学・商用などの現在の用途がなくなるから
2 乗り物の利便性をあげたいから	8 いずれ結婚したり、子供ができたり一緒に移動する人数が増えるから
3 乗り物の快適さをあげたいから	9 いずれ便利な場所に引っ越すつもりだから
4 乗り物の安全性をあげたいから	10 いずれ経済的に維持費が負担になってくるから
5 乗り物を運転する楽しさをあげたいから	11 いずれ二輪車を取り回す体力がなくなるから
6 周囲の目が冷たいから	12 その他(具体的に: )

**最後に、あなたご自身のことについてお伺いします。**

F1 あなたの性別は… (○印はひとつだけ)

- |      |      |
|------|------|
| 1 男性 | 2 女性 |
|------|------|

F2 あなたの年齢は…(具体的な数字を記入)

<input style="width: 90%; height: 15px;" type="text"/> 歳
--

F3 あなたは結婚されていますか。(○印はひとつだけ)

- |      |      |       |
|------|------|-------|
| 1 独身 | 2 既婚 | 3 離死別 |
|------|------|-------|

F4 現在、同居されている方はいらっしゃいますか。  
(○印はひとつだけ)

- |                      |          |
|----------------------|----------|
| 1 一人暮らし → <b>F5へ</b> | 2 同居者がいる |
|----------------------|----------|

F4-1 あなたご自身も含めた同居人数は…(数字を記入)

<input style="width: 90%; height: 15px;" type="text"/> 人
--

F5 お子様はいらっしゃいますか。(○印はひとつだけ)

- |      |       |              |
|------|-------|--------------|
| 1 いる | 2 いない | → <b>F6へ</b> |
|------|-------|--------------|

F5-1 **(F5が1の方)** 一番下のお子様(お一人の場合はそのお子様)についてお伺いします。(○印はひとつだけ)

- |                    |       |                          |
|--------------------|-------|--------------------------|
| 1 就学前(乳幼児、幼稚園・保育園) | 3 中学生 | 5 専門学校生、短大生、大学・大学院生、予備校生 |
| 2 小学生              | 4 高校生 | 6 社会人                    |

F6 あなたのご職業は… (○印はひとつだけ)

- |                      |                           |      |
|----------------------|---------------------------|------|
| 1 会社経営者              | 9 工業系自営業主                 |      |
| 2 公務員                | 10 商業系自営業主                |      |
| 3 常時雇用されている管理職従業者    | 11 自営業の家族従業者              |      |
| 4 常時雇用されている管理職以外の従業者 | 12 農林水産業                  |      |
| 5 派遣社員・契約社員          | 13 その他の職業                 |      |
| 6 アルバイト・パートタイマー      | 14 中高生                    | →F7へ |
| 7 自由業                | 15 専門学校生、短大生、大学・大学院生、予備校生 | →F7へ |
| 8 医者や弁護士など専門系自営業主    | 16 無職または専業主婦              | →F7へ |

F6-1 **(F6が1～13の方)** あなたが現在働いている会社や団体全体の従業員数はどのくらいですか。  
(○印はひとつだけ)

- |          |          |            |                |                 |
|----------|----------|------------|----------------|-----------------|
| 1 自分1人だけ | 3 10～29人 | 5 100～499人 | 7 1,000～4,999人 | 9 会社・団体では働いていない |
| 2 2～9人   | 4 30～99人 | 6 500～999人 | 8 5,000人以上     |                 |

F7 さしつかえなければ、あなたご自身の年間の収入(税引前)であてはまるものをお知らせください。  
(○印はひとつだけ)

- |               |               |                  |             |
|---------------|---------------|------------------|-------------|
| 1 200万円未満     | 5 500～600万円未満 | 9 900～1000万円未満   | 13 2000万円以上 |
| 2 200～300万円未満 | 6 600～700万円未満 | 10 1000～1200万円未満 | 14 収入はない    |
| 3 300～400万円未満 | 7 700～800万円未満 | 11 1200～1500万円未満 | 15 わからない    |
| 4 400～500万円未満 | 8 800～900万円未満 | 12 1500～2000万円未満 | 16 答えたくない   |

F8 さしつかえなければ、あなたの世帯の年間の収入(税引前)であてはまるものをお知らせください。  
(○印はひとつだけ)

- |               |               |                  |             |
|---------------|---------------|------------------|-------------|
| 1 200万円未満     | 5 500～600万円未満 | 9 900～1000万円未満   | 13 2000万円以上 |
| 2 200～300万円未満 | 6 600～700万円未満 | 10 1000～1200万円未満 | 14 収入はない    |
| 3 300～400万円未満 | 7 700～800万円未満 | 11 1200～1500万円未満 | 15 わからない    |
| 4 400～500万円未満 | 8 800～900万円未満 | 12 1500～2000万円未満 | 16 答えたくない   |

**引き続き、あなたご自身のことについてお伺いします。**

F9 あなたが、ご自身のためにお使いになる金額は、1ヶ月おいくらくらいですか。(○印はひとつだけ)

1 5千円未満	3 1～2万円未満	5 3～4万円未満	7 5～10万円未満	9 30万円以上
2 5千～1万円未満	4 2～3万円未満	6 4～5万円未満	8 10～30万円未満	

F10 あなたのお住まいの地域をお知らせください。(○印はひとつだけ)

1 北海道 (札幌市以外)	32 豊島区	62 奈良県
2 札幌市	33 北区	63 大阪府 (大阪市、堺市以外)
3 青森県	34 荒川区	64 大阪市
4 岩手県	35 板橋区	65 堺市
5 秋田県	36 練馬区	66 和歌山県
6 山形県	37 足立区	67 兵庫県 (神戸市以外)
7 宮城県 (仙台市以外)	38 葛飾区	68 神戸市
8 仙台市	39 江戸川区	69 鳥取県
9 福島県	40 東京都(23区以外)	70 島根県
10 茨城県	41 神奈川県 (川崎市、横浜市、相模原市以外)	71 岡山県 (岡山市以外)
11 栃木県	42 川崎市	72 岡山市
12 群馬県	43 横浜市	73 広島県 (広島市以外)
13 千葉県 (千葉市以外)	44 相模原市	74 広島市
14 千葉市	45 山梨県	75 山口県
15 埼玉県 (さいたま市以外)	46 新潟県 (新潟市以外)	76 香川県
16 さいたま市	47 新潟市	77 徳島県
17 千代田区	48 長野県	78 愛媛県
18 中央区	49 静岡県 (静岡市、浜松市以外)	79 高知県
19 港区	50 静岡市	80 福岡県 (北九州市、福岡市以外)
20 新宿区	51 浜松市	81 北九州市
21 文京区	52 愛知県 (名古屋市以外)	82 福岡市
22 台東区	53 名古屋市	83 佐賀県
23 墨田区	54 岐阜県	84 長崎県
24 江東区	55 三重県	85 大分県
25 品川区	56 富山県	86 熊本県 (熊本市以外)
26 目黒区	57 石川県	87 熊本市
27 大田区	58 福井県	88 宮崎県
28 世田谷区	59 滋賀県	89 鹿児島県
29 渋谷区	60 京都府 (京都市以外)	90 沖縄県
30 中野区	61 京都市	
31 杉並区		

**お伺いすることは以上です。お忙しいところご協力いただきましてありがとうございました。**

参考2. フォーカスグループインタビュー  
調査概要

1. 調査概要  
(1) 調査目的

■ 以下の4テーマについて、二輪車ユーザーや非ユーザー(免許保有者)の意見や具体的な要望等を明らかにし、二輪車市場の維持・拡大に向けた取り組みの方向性を検討するための基礎資料とする。

- (1) 二輪車のサブスクリプションの受容性の確認
- (2) 一般の人々のニーズに合う二輪車ベネフィットの発掘
- (3) 求められる「あるべき販売店」と実際との差の明確化
- (4) 乗り換え需要の動機の把握

(2) 調査設計

①調査方法	フォーカスグループインタビュー調査																																																
②調査期間	2019年11月9日(土)、11月10日(日)、11月16日(土)																																																
③調査対象者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 首都圏1都7県在住の二輪車ユーザー、 ならびに非ユーザー(免許保有者)</li> <li>- 都心部: 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県</li> <li>- 地方部: 茨城県、栃木県、群馬県、山梨県</li> </ul>																																																
④調査対象グループ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 調査応諾者より、居住地、年代、用途(日常用途/非日常用途)、保有モデルを踏まえ対象者を抽出。</li> <li>・ 上記の抽出条件に基づいて、対象者をG1からG8の8グループに分け、調査を実施。</li> </ul> <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <tr> <td rowspan="5" style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">ユーザー</td> <td>居住地</td> <td>年代</td> <td>用途</td> <td>対象者数</td> <td>グループ略称</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">都市部</td> <td rowspan="2">若年層</td> <td>日常用途利用</td> <td>6名</td> <td>G1</td> </tr> <tr> <td>非日常用途利用</td> <td>5名</td> <td>G2</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">高齢層</td> <td>日常用途利用</td> <td>6名</td> <td>G3</td> </tr> <tr> <td>非日常用途利用</td> <td>6名</td> <td>G4</td> </tr> <tr> <td>地方部</td> <td>指定なし</td> <td>指定なし</td> <td>6名</td> <td>G5</td> </tr> </table> <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <tr> <td rowspan="3" style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">非ユーザー</td> <td>居住地</td> <td>二輪車保有経験</td> <td>対象者数</td> <td>グループ略称</td> </tr> <tr> <td>都市部</td> <td>あり</td> <td>5名</td> <td>G6</td> </tr> <tr> <td>地方部</td> <td>あり</td> <td>6名</td> <td>G7</td> </tr> </table> <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <tr> <td rowspan="2" style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">非ユーザー</td> <td>居住地</td> <td>二輪車免許保有有無</td> <td>対象者数</td> <td>グループ略称</td> </tr> <tr> <td>指定なし</td> <td>二輪車免許保有(二輪車保有経験なし)</td> <td>6名</td> <td>G8</td> </tr> </table>	ユーザー	居住地	年代	用途	対象者数	グループ略称	都市部	若年層	日常用途利用	6名	G1	非日常用途利用	5名	G2	高齢層	日常用途利用	6名	G3	非日常用途利用	6名	G4	地方部	指定なし	指定なし	6名	G5	非ユーザー	居住地	二輪車保有経験	対象者数	グループ略称	都市部	あり	5名	G6	地方部	あり	6名	G7	非ユーザー	居住地	二輪車免許保有有無	対象者数	グループ略称	指定なし	二輪車免許保有(二輪車保有経験なし)	6名	G8
ユーザー	居住地		年代	用途	対象者数	グループ略称																																											
	都市部		若年層	日常用途利用	6名	G1																																											
				非日常用途利用	5名	G2																																											
			高齢層	日常用途利用	6名	G3																																											
		非日常用途利用		6名	G4																																												
地方部	指定なし	指定なし	6名	G5																																													
非ユーザー	居住地	二輪車保有経験	対象者数	グループ略称																																													
	都市部	あり	5名	G6																																													
	地方部	あり	6名	G7																																													
非ユーザー	居住地	二輪車免許保有有無	対象者数	グループ略称																																													
	指定なし	二輪車免許保有(二輪車保有経験なし)	6名	G8																																													

## 2. グループ別調査結果

### (1) G1: 都市部ユーザー/若年層/日常用途利用

- 販売店には試乗機会の提供や、ユーザー属性に応じた情報提供を求める声が多く、駐車場不足を指摘する声も多い
- サブスクリプションについては、試乗車感覚で乗車できることや割安感を理由とするポジティブな意見が挙がった。一方で、都市部の駐車環境がボトルネックであるとする声もある。
- 販売店への要望/店舗から欲しい情報としては、試乗機会の提供や、メンテナンス履歴に基づく用品情報・店舗詳細情報の提供、メディア配信による新車情報の提供等が挙がった。
- バイク専用駐車場の不足を指摘する声が強く、駐車場情報の不備を指摘する声もあった。

### <G1>

	コメント
サブスクリプションの受容性	<p>1 「試乗だけではわからない点が多いため、購入の決め手として1ヶ月くらい試乗目的で使ってみたい。ただし、ずっと利用続けるかという別問題。」(20代・男性)</p> <p>2 「住宅環境でバイクが持てないが乗りたいという方も多い。駐車環境が整えば広がるサービスではないか。利用してみたい。高速を乗ってみたいので250ccくらいを持ってみたい。」(40代・男性)</p> <p>3 「保険も利用料金に含まれ、月々5千円で持てるならランクアップしたい。レンタル店まで行くことが面倒で、家からすぐに乗りたいので、サブスクリプションはよいと思う。」(40代・男性)</p>
二輪車イメージ	<p>1 「昔は暴走族というイメージ。いまはもう少し大人の乗り物というイメージ。」(40代・男性)</p> <p>2 「大きいバイクに乗ると格好いいという自意識はある。」(40代・男性)</p> <p>3 「ヤンキーのイメージ。」(30代・男性)</p> <p>4 「若者は原付2種、年配者は輸入車の大排気量に乗るイメージ。」(40代・男性)</p> <p>5 「女性で大型に乗ると性格のきつそうなお姉さんのイメージ。」(20代・女性)</p> <p>6 「大きいバイクに乗る人は、注目してほしいというオーラが出ている。」(40代・男性)</p>
販売店への要望/店舗から欲しい情報	<p>1 「二輪用品店のメールが頻繁に届く。割引セールやメンテナンスのメールが多い。メールで気が付くことがあるので届けてくれるほうがよい。そろそろメンテナンスやオイル交換をしようという気になる。」(40代・男性)</p> <p>2 「オイル交換やベルト交換は何キロで交換すべきか忘れてしまう。メンテナンス店で交換した場合に、会員ページなどでメンテナンス履歴がすぐにわかるとよい。」(40代・男性)</p> <p>3 「バイク屋によって料金が違う。料金体系を明確にしてほしい。」(20代・男性)</p> <p>4 「250cc以下は車検制度がないため、このまま乗っていてよいのかという不安感がある。法制度がないと自分から点検には行かないので、プチ車検があればいいと思う。点検パックで一通り見てもらえるサービスがあると助かる。」(40代・男性)</p> <p>5 「バイク店の場所を調べるときには検索サイトマップで調べている。店舗情報は出てくるが、店舗自体のHPがない。ディーラーのページに出ているだけで、どういったことを売りにしている店なのかについて情報が少ない。検索サイトのレビューしかなく、そこで判断するしかない。」(20代・男性)</p> <p>6 「車の販売店では試乗もよく見かけるがバイクの試乗車は展示されているだけで試乗しているところを見ない。試乗したいと思うが恥ずかしくて遠目でみているだけ。試乗ができるか聞いたことがない。」(40代・男性)</p> <p>7 「バイクはCMがそれほど放映されないので新車情報がほしい。車はCMを通じて情報が絶えず入ってくる。メディア配信してほしい。」(40代・男性)</p> <p>8 「車はメーカーもCMを放映するがバイクはやらない。新車の発売を価格比較サイトで知った。」(40代・男性)</p>
乗り換えのきっかけ	<p>1 「故障するまで乗っている。前保有車は二年前に故障した。都市部を走りたいと思い、50ccよりも大きいものが欲しく、125ccを購入した。」(40代・男性)</p> <p>2 「400ccまで乗れる免許を持っているので、いつかは400ccに乗りたい。周囲で400cc以上のバイクを持っている人がいるが事故を起こした。取り回しが難しそうなので、そこまで大きいのは考えていない。」(40代・男性)</p>
駐車場	<p>1 「バイク専用の駐輪場が欲しい。あっても満車のケースが多い。駐禁が厳しくなり、乗らなくなった人が増えたと感じる。」(30代・男性、40代・男性)</p> <p>2 「駐輪場マップはあるが、掲載されている所が少ない。」(20代・男性)</p>

(2)G2:都市部ユーザー/若年層/非日常用途利用

● サブスクリプションの利用には消極的。販売店には用品の入荷案内サービスを求める声強い

- サブスクリプションについては、カスタマイズができないことや訴求ポイントのわかりにくさ等を理由に、利用に消極的な意見が目立った。
- 二輪車イメージについては、走行マナーの悪さを理由に悪いイメージを抱く意見が多い。
- 販売店への要望としては、そもそも店舗数が少ないという指摘や、店員の顧客対応への要望が挙がった。店舗から欲しい情報としては、用品入荷のメルマガ案内サービス等が挙がった。

<G2>

コメント	
サブスクリプション の受容性	1 「バイク好きな人は改造し、カスタマイズしたくなる。乗るだけなら面白みはない。」 (20代・女性)
	2 「レンタルバイクの方が利用イメージが湧く。休日の外出や旅行先などで借りたい。月払いで借りて、自分で経費を払い、しかしカスタマイズはできないとなると自分で購入する方がよい。」(30代・男性)
	3 「使いたいシチュエーションが思い浮かばない。どういった状況で使いたくなるのかがわからない。」(30代・男性)
二輪車イメージ	1 「車の間を縫っていくバイクがあるので、うっとおしいと思われるのではないか。」 (40代・男性)
	2 「昔に比べるとマナーがよくなったイメージ。」(40代・男性)
	3 「事故を起こしやすい。事故を起こした時の重症度が高い。」(30代・男性、40代・男性)
	4 「爆音で住宅街を走られると、よいイメージがないのではないか。」(30代・男性)
販売店への要望 /店舗から 欲しい情報	1 「車と違ってそもそもディーラーが少ない。なかなか立ち寄れない。」(40代・男性)
	2 「ディーラーでもそうだが、バイク好きな店員はマニアックなことを教えてくれる。売だけの店員はバイクに興味がなく、仕事として接客していることが伝わる。バイクが好きで働いている人とは違いがある。バイクを売ってしまうと定期的な連絡しきしない。バイク好きな人はアドバイスしてくれる。」(40代・男性)
	3 「メルマガに登録してもらうことがプラスなのでは。バイクは一度買くと、しばらくは店に行かない。イベントで用品やウェアは毎年新しいのが発売され、魅力的な商品が多いので、展示会をすればお客さんが来てくれるのではと思う。」(40代・男性)
	4 「大型の二輪用品店などからメルマガで入荷案内が頻繁に届く。買ったばかりの人に新車が出ましたと言ってもすぐには買わないが、用品や修理道具は響くのではないか。」 (20代・女性)
乗り換えの きっかけ	1 「買い替えは車検の都度考える。車検がないバイクも自賠責保険の切り替えの度に買い替えを考える。2年ごとに考えるが、決まらなるとそのまま車検を通す。」(30代・男性)
	2 「細かいことを調べ始めるのが1ヶ月前。欲しいという気持ちは前からあって、スペックを細かく見始めるのは1ヶ月前。3ヶ月くらい前から検討する。」(20代・女性)
	3 「大型免許が取れたら大型に乗りたいと考えている。昔は、条件内に中型二輪に限るとなっていて、大きいバイクで捕まっても2点だけで済んだが、今は免停になる。バイクは持っていて免許がないという人がいる。」(40代・男性)

(3)G3:都市部ユーザー/高齢層/日常用途利用

● 販売店に購入者相応の知識やスキル、サポートを求める意見がある

- サブスクリプションについては、ツーリング仲間の受容喚起につながるという声があった。
- 販売店への要望としては、購入者相応の商品知識・スキルを備えた接客を求める声が寄せられた。購入した店舗が廃業したため、自分でメンテナンスをしているという対象者もいた。
- 都市部の駐車環境の悪さを背景に、駐車場確保の難しさを指摘する声が多く聞かれた。

<G3>

コメント	
サブスクリプション の受容性	1 「借りている間にバイクに不都合が生じた場合、どこに持っていけばよいのか明確になっているのかが気になる。」(50代・女性)
	2 「所有力や趣味性が高いユーザーには向かないのではないかと。若い人は給料を全てつぎ込んで好きなものに乗るだろう。」(70代・男性)
	3 「これからバイクを買う人がお試してやってみるというのにはあり得る。今持っている人が処分してまで利用することはないだろう。」(50代・男性)
	4 「乗る機会があるかどうかにもよる。乗らない日が続くと損をしてしまう。新車だと10年は乗るから、月2〜3千円であれば興味が湧く。」(60代・男性)
	5 「新車価格が高い大きなバイクなら成り立つビジネスだと思う。バイク仲間がいて、毎週ツーリングに行くという人に向いている。趣味の仲間がいれば乗り換えて楽しめると思う。」(50代・男性)
二輪車イメージ	1 「あまりお金を持っていない人がバイクを買うイメージ。」(60代・男性)
	2 「高級バイクに乗る人は悪ぶっている人が多い。」(50代・男性)
	3 「必要のない人は買わない乗り物。出かけるのが好きな人が買うイメージ。」(50代・男性)
販売店への要望 /店舗から 欲しい情報	1 「ある程度の規模の店だと若い店員の知識が顧客よりも劣ることがある。対価を払うスキルがあるかないかは重要。」(60代・男性)
	2 「購入した店舗が廃業したため、自分でメンテナンスをしている。」(50代・男性、60代・男性)
	3 「定価はわかるが、値引きの情報は店舗に行かないとわからない。初期費用など込みでいくらになるか、ネット上でわかるとよい。」(50代・男性)
	4 「メーカーHPは、メーカー視点のアピールしか掲載されていないため、ユーザーブログの乗り心地評価を閲覧したり、価格比較サイト等、WEB検索結果を一通り見る。」(50代・女性)
乗り換えの きっかけ	1 「壊れてしまったので。エンジンがかからなくなった。セルがだめになって、全くギアが動かなくなった。」(50代・男性)
	2 「3ヶ月以上前から検討する。メーカーにユーザー登録しておけば、メルマガが届くので、モデルチェンジや技術レベル、性能向上がわかり、モチベーションが高まる。」(60代・男性)
	3 「急に走れなくなると困るので、日ごろから情報収集に努めている。今の二輪車はそのときの評判で買った。現実的にお店に行って調べ始めるのは1ヶ月前くらい。」(50代・女性)
大型への 買い替え意向	1 「大型に乗りたいが、買うかと問われると買わない。月に1度乗るかどうかというものに維持費は払えない。」(50代・男性)
	2 「以前乗っていたことがあるが、大きくて邪魔だった。すり抜けができない、立ちごけする等の不便さがある。四輪と同時にブレーキを踏んだのでは追突してしまうため、運転にも気を使う。オートバイで車検がある点も厄介。」(60代・男性)
	3 「排気量を上げたいと思うが、保険料を考えるともったいない。バイクに乗るのは月に1、2度で、車を中心に利用している。125ccまでなら車のファミリーバイク特約に入れるため、追加費用がかからず、車保険にプラス数千円で済む。」(50代・男性)
駐車場	1 「車を停めるところはあるが、バイクを停めるところは少ない。パーキング代が高い。」(60代・男性)
	2 「駐車場はあるが埋まっていることが多い。事前に確保できる場所が少ない。」(50代・女性)

(4)G4:都市部ユーザー/高齢層/非日常用途利用

● インターネット経由で情報収集をする傾向にあり、個人の嗜好に応じた情報提供ニーズが強い

- サブスクリプションについては、リターンライダーの需要喚起につながるという指摘が挙げられた。
- 販売店への要望としては、新車の売り込み姿勢に対する抵抗感を指摘する声がある。
- 店舗から欲しい情報としては、ユーザー属性やメンテナンス履歴に基づいた情報提供を要望する声が高い。

<G4>

コメント

サブスクリプション  
の受容性

- 1 「リターンライダーの人が大型車に乗りたいと思うと、まとまった金額が必要になる。車検や整備にも費用がかかる。月に何度か乗りたい程度であれば選択肢に入るかもしれない。」(60代・男性)
- 2 「小排気量の普段使用のバイクが欲しいという時は悪くない。所有したり、カスタムしたりすることに価値を見出さない人であれば安上がりでよいかもしれない。」(60代・男性)
- 3 「毎日乗るならよいが、週一回程度の利用の場合は割高感がある。」(50代・男性)
- 4 「利用距離によって料金が異なるのであれば検討はするかもしれない。」(50代・男性、60代・男性)
- 5 「二輪車を保有しているかどうかが大きく影響すると思う。2台目を借りてどこに置くのか。保有していなければ借りればよいので手軽ではある。」(50代・男性)

二輪車イメージ

- 1 「ちょい悪みたいなイメージ。」(50代・男性)
- 2 「ナルシストが多いイメージがある。」(50代・男性)
- 3 「暴走族は昔に比べて減っており、暴走族のイメージは薄くなってきた。」(60代・男性)
- 4 「よいイメージと悪いイメージが二極化している。」(60代・男性)
- 5 「1980年代に比べてバイクをみかけなくなったため、バイク乗りに対するイメージが希薄になった。」(50代・男性)
- 6 「現役でバイクに乗っている人にはネガティブなイメージはないと思う。」(50代・男性)

販売店への要望  
/店舗から  
欲しい情報

- 1 「メーカー系列店では、古いバイクに乗って店に入ると修理よりも新車を売ろうという姿勢が感じられる。愛着があるから10年、20年と乗っているわけで、気軽に買い替えさせないでほしい。」(60代・男性)
- 2 「自分の趣味、使い方を知っていてお知らせしてくれるならよいと思う。的外れな連絡をされても、全然分かってないと思うってしまう。」(60代・男性)
- 3 「新車情報は、インターネットで情報収集できる。持っているバイクが分かるなら、タイヤ、ブレーキの情報が欲しい。じゃあタイヤを買い替えようかな、と言う気になる。」(60代・男性)
- 4 「ツーリングに役立つ小物等がある。ボックスや使いやすいバックが出たとかいう、そういう情報は自分で調べないとわからないので、便利なツーリングツールについては、伝えてもらいたいかなと思う。」(60代・男性)
- 5 「高い買い物なので頻繁に新車を勧められても情報の必要がない。バイク好きの人のSNSでは、部品交換の仕方等を教えてくれるものもあり、よく見ている。」(60代・男性)
- 6 「年中情報を探しているわけではないので、情報発信量が重要なかもしれない。二輪用品店からはしょっちゅうメールが来る。」(50代・男性)

(4)G4:都市部ユーザー/高齢層/非日常用途利用

● 都市部の駐車場確保の難しさがバイク離れの一因とする声がある

- 乗り換えのきっかけの多くは故障であり、購入車への愛着から、使用年数は5年以上の長期に亘るケースが多い。
- 駐車場確保の難しさを指摘する声が多く、バイク離れの一因であると指摘する声もある。

<G4>

コメント

乗り換えの  
きっかけ

- 1 「代替期間は早くて5年位、長いと10年以上。ずっとオフロード車に乗っている。」(60代・男性)
- 2 「250ccスクーターを2〜3台、650ccスクーターを2台、現在の700ccを30万km以上乗っている。」(60代・男性)
- 3 「初めは車と二輪を併用していた。二輪については最初は50ccオフロード、それから125ccオフロード、そして200ccオフロードを使用している。これに10年乗り、それが壊れたので、また同じ車種を購入して15年くらい経っている。」(60代・男性)
- 4 「400ccオフロードに20年乗っていた。20年も乗ったことと、大型免許を取得したということもあり現在の車を購入した。」(50代・男性)
- 5 「オフロードはミッションが故障し、シフトチェンジのたびに、シフトが外れたり空転してしまっていた。これを直すなら同じモデルの中古が買えるといわれたので買い替えた。」(60代・男性)

駐車場

- 1 「バイク離れの原因は、駐車場の問題も大きい。すぐに駐車できる環境があれば、都心でも使いたいというニーズはあると思う。大きいスーパーでも二輪は止められるところがない。」(60代・男性)
- 2 「自転車の駐輪スペースは広いので、すぐ止められるが、バイクは20台くらいしかない。原付以上のバイクを止められる駐輪場はそこしかないの、いつも行列している。車よりも駐車が難しい。」(50代・男性)

(5)G5: 地方部ユーザー/年代・用途指定なし

● サブスクリプションには手頃さや利便性を求める声が多い。購入には丁寧なサポートを求める声が多い

- サブスクリプションについては、貸出場所が近くにあるかどうかを重要視する声があった。
- 二輪車イメージは、都市部と地方部で異なり、都市部は車線の間をすり抜けるイメージがある、という意見が挙がった。
- 販売店に対しては、敷居の高さを指摘する意見のほか、個人店の接客意識の低さを指摘する意見がある。
- 店舗から欲しい情報としては、修理内容や取扱車種の詳細情報を求める声があった。

<G5>

	コメント
サブスクリプション の受容性	1 「バイクは趣味なので、バイクそのものに愛着がわく。改造しなくなってしまふ。サブスクリプションの費用を払うなら、その間お金をためて、自分のバイクをメンテナンスしたり、改造したりしたい。趣味としてバイクを楽しんでいる人には受けないと思う。」(20代・男性)
	2 「初期費用を抑えられる点は魅力的だと思う。購入不要、保険契約なし、手間をかけるのはまだ早いというときには手軽でよい。子供が免許を取りバイクに乗るときに、1年間試してみるということならよいと思う。その状況を見て購入を判断するのはアリだと思う。」(30代・女性)
	3 「借りる拠点が近くにあるかどうかが大切だと思う。借りるまでの移動距離、手間などがかかると借りられない。家の近くに拠点ができれば借りてみたいと思う。お金に余裕があったら試してみようと思う。」(20代・男性)
	4 「所有権が自分にないから気軽に乗れるものではないと思う。保険で守られているのは承知しているが、他人のものとの自分のものでは敷居が違う。」(30代・女性)
	5 「既に一台持っているもので、1台分しか置くところがない。借りてきたらどこに置かかが問題になる。」(20代・男性)
	6 「都内よりも郊外の方が敷居が低いと思う。道幅さえあれば一時的には止められる。都内で借りても置く場所がない。必要があるのは駅から離れた郊外や、持ち家率の高い地域ではないか。」(30代・女性)
二輪車イメージ	1 「都会と田舎ではまったく違う。川崎にいたころは車線の間を抜けていく人が多く、ずる賢いイメージ。つくばでは、左端から抜いていく人はいるが、車線の間を縫っていく人はいない。都会の人のバイク乗りはちょっと怖いイメージがある。つくばに来てからはそんなことはないと思った。」(20代・男性)
	2 「昔はバイク乗りは不良というイメージがあった。最近は子供をバイクに乗せているところを見ると驚くが、昔に比べると安全に乗っていると思う。」(50代・男性)
	3 「スクーターのイメージが悪い。都内ではスピードを出してすり抜けていく人が多い。」(20代・男性)
	4 「車の間を縫っていくバイクはいるので、それを危ないと思うことは多い。」(20代・男性)
販売店への要望 /店舗から 欲しい情報	1 「バイク好きの人が行くイメージがある。購入当初、バイクを探したり、部品を探したりする際は敷居が高く感じた。」(20代・男性)
	2 「二輪用品店に修理に出しに行ったときに、大型販売店が併設されていた。二輪用品店の流れでそのまま見に行けたが、バイクだけだと見に行きにくい。」(20代・男性)
	3 「プロショップで愛想がよい店は見たことがない。技術があり、愛想がよい店があるとよい。」(20代・男性)
	4 「チェーン展開しているところは、接客業という意識がある店があり、相談しやすい。個人店では接客業という意識はないように思う。個人店は接客意識が重視されていないように感じる。」(30代・女性)
	5 「バイクの知識がそれほどないので、部品交換の際は無知の状態で行く。部品交換では、この部品が使える等の情報は欲しいと思う。個人経営の店は店頭に店員がいなかったため、自分から情報を聞きづらく、店舗に入りづらい雰囲気がある。」(20代・男性)
	6 「修理内容、取扱車種について口コミや評価を見て店を選びたい。個人経営だとできない修理や、対応できない部品などがあるので、そういう情報は欲しい。」(20代・男性)
	7 「お店からの情報発信は必要だと思う。動画サイトで二輪車販売店のチャンネルがあり、丁寧にバイクについて解説してくれる。こういうサイトであれば役に立つ。」(60代・男性)
乗り換えの きっかけ	1 「バイクは趣味の要素が大きく、移動手段としては車が便利。バイクよりも生活費にお金を使ってしまふ。お金がなくて手が出ない。」(20代・男性)
	2 「中型の250ccくらいには乗りたいと思うが、大型にはそれほど乗りたいとは思わない。親戚が大型の運転中に事故にあったこともあり、バイクは危ないという意識が強い。最近は小型でもスピードが出るため、125cc以上に乗りうとは思わない。」(20代・男性)
	3 「代替期間は最初のスクーターが3年くらいで、実家に置いてある。現在は125ccの方に乗っている。」(20代・男性)
	4 「代替サイクルは車種による。4サイクルの250ccは1年～2年。平均すると約3年位だったと思う。」(50代・男性)

- 二輪車に対してはネガティブな見方が多い。販売店には必要に応じた情報のみを求める傾向がある
- サブスクリプションについては、車種選択の幅が広がる点をポジティブに評価する声がある一方、駐車場確保の難しさや改造できないこと等を理由に、ネガティブな見方をする対象者もいた。
- 二輪車イメージでは、「専門性が高くて難しい」「地方では便利だが都会では不便」など、ネガティブな意見が多かった。
- 二輪車を手放した理由としては、車購入や転勤、ライフステージの変化等が挙げられた。

<G6>

コメント	
サブスクリプション の受容性	1 「いろいろなバイクに乗れるというのは魅力。バイクは感覚で乗るものなので、自分で所有しないと運転が難しい。輸入車等大きいバイクならなおさら。」(30代・男性)
	2 「駐車場確保の問題があるので、レンタルバイクのほうが使いやすい。マンションの駐車場を契約して月2万円かけるなら、100万円で自分で購入したほうがよい。」(30代・男性)
	3 「二輪車を停める場所の問題は大きいと思う。車は契約できてもバイクは不可という集合住宅もある。首都圏では駐車場の問題は大きいと思う。」(40代・女性)
	4 「バイクは車と違い自分で改造したくなると思う。借りてるだけではカスタムの楽しみがない。単なる足替わりになると思うと高い」(30代・女性)
	5 「バイクは趣味性が高いため、趣味性の高いものを共有するということはないと思う。そこが車とバイクの大きな違いと思う。」(30代・男性)
二輪車イメージ	1 「気軽だが、専門性が高くて難しい。いろんなブランドがある。車は気軽に身近で、機能がどうということはない。バイクは自分で改造することが楽しいと思うから、だからこそ知らないと感じにくい。」(30代・男性)
	2 「地方だと便利だが、都会では逆に不便。地方では歩いていける距離に店はないが、駐車スペースはあるので原付が便利。一方で都会は駐車スペースがない。」(30代・男性)
	3 「こだわりが強そう。」(全員)
	4 「自己中心的な人が多いイメージがある。スピードを出したり、ビッグスクーターに乗っていた頃は、大音量で音楽を流したり自分よがりな人が多かった。当時はそう思われぬように、乗ろうとしていた。」(30代・男性)
販売店への要望 /店舗から 欲しい情報	1 「車や洋服もそうだが、バイクも自分で見て質問があったら話しかけて聞くほうがよい。すぐに話しかけられるのはわずらわしい。質問があれば自分から聞きたい。」(30代・男性)
	2 「購入したい時には新車情報が欲しいし、売りたいときは売り先の情報が欲しい。必要な情報と不要な情報があり、闇雲に送られても困る。必要に応じた情報が的確にくるなら役に立つ。関心のある項目にチェックを入れたら、それに関する情報が届くとよい。受信する情報を自分で取捨選択できるとよいと思う。」(30代・男性)
手放した理由	1 「高校時代に70万円程度のバイクを購入したが、車が欲しくなったため、売却して車購入資金の一部とした。」(30代・男性)
	2 「原付に乗っていたのが、三重県や兵庫県だった。交通の便が良くなかったのが便利だった。入社と同時に東京に来たので、東京では特に必要がなかった。」(30代・男性)
	3 「家族ができたので、バイクを一人で乗っても仕方がないと思って手放した。」(30代・男性)

(7)G7:地方部 非ユーザー/二輪車保有経験あり

- サブスクリプションの利便性には一定の評価。販売店にはオープンで親身な対応を求める声が多い
- サブスクリプションについては、対象車種の選択肢拡大や初期費用の減少、購入時の手間軽減等をポジティブに評価する声が挙がった。一方で、四輪車と比較すると割高感があり、需要拡大は難しいとする回答もあった。
- 販売店への要望/欲しい情報としては、地元に着した店舗の安心感を評価する意見があった。一方で、店員の接しにくさを指摘する声もある。
- 保有中止理由は、維持費の負担や、転勤により置き場所の確保が難しくなったこと等が挙がった。

<G7>

コメント	
サブスクリプション の受容性	1 「いろいろな車種に乗ってみたい人にはよい。購入してははずれだったら困る。よくなければ転売でなく、返せるという点はよいと思う。」(40代・男性)
	2 「長めの試乗車というイメージ。買いたいという人にはよいかもしれない。」(40代・男性)
	3 「二輪車ユーザーを増やすことが目的であれば疑問符がつく。四輪のレンタルは、ちよい乗りであれば2~3千円で乗ることができる。バイクが1~2万円となれば四輪に持っていかれてしまうのではないか。バイクに興味がある人には面白い。しかし、二輪か四輪でどちらでもよいという人には難しいと思う。」(50代・男性)
	4 「購入価格の5%だとすると、20ヶ月で本体価格に届いてしまい、高いと感じる。」(60代・男性)
二輪車 イメージ	1 「地元には暴走族のような人もおり、イメージはよい人と悪い人が両極端。」(50代・男性)
	2 「カジュアルな感じではない。」(50代・男性)
	3 「ツーリングで来ている道の駅のバイクユーザーを見ると同年代が多く、人生を楽しんでいるという感じはある。」(60代・男性)
販売店への要望 /店舗から 欲しい情報	1 「バイクを購入したい人たちが入りたいお店にするのか、バイクに興味のない人にも入ってもらいたいのか。どういう層をターゲットにした店舗にするかによって違うのではないか。」(40代・男性)
	2 「行きつけの店、地域に根差した店は、バイクは高いかも知れないが用品でサービスできる。買いやすさや、その後のことを考えると、地元密着の店舗が一番安心できる。」(50代・男性)
	3 「バイク店はバイクの調子が悪くなって持っていくと、親身になっているいろいろ教えてくれるイメージがある。量販店は対応が機械的である。」(50代・男性)
	4 「常連さんと長く話しているイメージがある。初めて来店する人にとってはアプローチしにくい。」(50代・男性)
	5 「営業スキルよりは修理のスキルがメインになっている。一回入ってきたお客さんをつかもうという感じではない。」(50代・男性)
保有中止理由	1 「子育てにお金がかかること、車も持っており保険費用がかかること、バイク通勤が職業柄、はばかられる時代になっていたことから、乗るのをやめ、知り合いに売却した。」(60代・男性)
	2 「就職して会社の寮に入ることになった。バイクを持ち込むつもりだったが、置く場所がなく、駐車場も借りられなかった。結局、買った店に下取りに出した。駐車場があれば借りていた。都内近郊だったこともあり当時は月極めで借りられる駐車場が全くなかった。」(50代・男性)

(8)G8: 非ユーザー/二輪車免許保有/二輪車保有経験なし

- サブスクリプションにはネガティブな意見が多い。販売店には二輪車がより映える展示・空間を求める声が挙がった
- サブスクリプションについては、故障時への対応や、用品の共有に対する抵抗感等を理由とするネガティブな意見が多かった。
- 販売店への要望としては、「敷居が高く気軽に入れない」「陳列スペースに余裕がない」等の意見が挙がった。住宅展示場のような展示スペースを求める声もあった。

<G8>

	コメント
サブスクリプション の受容性	1 「法人で使う分には適していると思った。ピラ配り等に行く際に、事故を起こしたときのことを考慮してサブスクリプションにするということはあるかもしれない。」(50代・男性)
	2 「車であればいろいろな場所にディーラーがあるので故障の際も持ち込めるが、バイクは店舗がなかなか見つからない。故障時に対応できるのか不安がある。」(50代・男性)
	3 「故障時やサポート面が気になる。出先で壊れた場合はどうなるのか。レンタルバイクは現地で借りればよいので故障しても何とかなると思うが、サブスクリプションは修理やサポートが自分の近所に限定されてしまう。サブスクリプションも全国展開するのであれば安心できるのかもしれない。」(30代・男性)
	4 「ヘルメットは、アゴまで来るので共有することに抵抗感がある。」(30代・女性)
	5 「手ぶらで行って全部用意してくれるならよい。ヘルメットはそんなに安いものではないので、1、2回乗車するだけのために購入できない。」(50代・男性)
	6 「ヘルメットなし・ありのオプションがあるとよい。迷った人が最初に1ヶ月借りの場合、ヘルメット購入は厳しいが、その後も借りるのであればヘルメットを購入してもよい。クリーニング済みのヘルメットがある、ということだったらよいかもしれない。」(50代・男性)
	7 「買う気があったときは試乗会に行ったりレンタルバイクを利用していた。試乗するなら1日、2日あれば十分であり、サブスクリプションの1ヶ月は長い。」(30代・男性)
	8 「繁忙期に乗りたいバイクに乗れるのか。以前乗ったバイクにまた乗りたいたいと思っても、サブスクリプションの場合は、1ユーザーが乗り続けていられる仕組みなので、乗りたいたいときに貸し出し中ということがあり得るのではないか。」(50代・男性)
二輪車イメージ	1 「趣味のイメージが強い。」(30代・男性)
	2 「自由人のイメージ。基本的に一人で楽しむ人が多い。」(30代・女性)
	3 「自転車のマナーが悪いので、自動二輪車のほうが自転車よりもマナーがよい。」(50代・男性)
	4 「女性がバイクに乗っているのを見ると格好よいと思う。」(50代・男性)
販売店への要望 /店舗から 欲しい情報	1 「どういう客層をターゲットにするのかによってアプローチも変わる。バイクのほか、電動自転車も併設する等、展示物のバリエーションを広げれば、その分客層も増える。」(30代・女性)
	2 「バイク屋は敷居が高く、気軽に入れない。声をかけられたらどうしようと思ってしまう。」(30代・女性)
	3 「住宅展示場のようにカフェが併設されているとよい。ドリンクを飲みながら展示されているバイクを眺められる。」(30代・女性)
	4 「バイクに乗っている人は、若い人と家庭を持つ前に乗っている人が多い。一人キャンプとか一人旅で使う人が多いので、キャンプ用品店やアウトドア用品店でバイクを展示したらよいのではないか。」(30代・男性)
	5 「店主が売りたい車種があるが、一般に売りたいものもあるので、結果、スペースいっぱいに表示することになってしまう。何を売りたいのかはっきりしない。」(50代・男性)
	6 「一台一台の間にスペースがあり、歩きながらゆったり見られるとよい。バイク店は総じて、詰めて置いているので奥のものを見るのは難しい。車だと車種やスペック、価格が書いてあるがバイク屋はただ置いてあるという感じがする。」(50代・男性)
免許取得理由 /非保有理由	1 「高校時代に憧れて免許を取得したが、購入資金がなく先送りしているうちに車の免許を取得し、自動車を購入してもらったため、車がメインになった。」(30代・女性)
	2 「実家は車の必要な田舎だが、仕事の都合で都内で一人暮らすことになった。電車が便利なので、マンションやアパートの置き場所を見つけるのが難しいほか、駐車場代もバイクと車を分けていないところが多く、維持費がかさむため保有はしなかった。」(30代・男性)
	3 「仕事上、バイクでピラ配りをする必要があるため会社から免許取得を要請された。免許取得後、仕事での必要性がなくなり、乗る必要性も、保有する必要性もなくなった。」(50代・男性)