

平成22年6月15日

報道関係者各位

株式会社 共立総合研究所

「新入社員から探る若者のクルマ観 2010」

株式会社 共立総合研究所（岐阜県大垣市郭町 2-25 取締役社長 牧野司郎）は、標題の調査結果を取りまとめましたのでご紹介致します。

《要約》

若者のクルマ観

- クルマは、「ツール」として必要不可欠な存在！
- プラスイメージ：「プライベートな空間が確保でき、行動範囲が広がる」
マイナスイメージ：「購入・維持コスト及び地球環境への負担」
- クルマに対して、「デザイン・機能」が第1の関心事項
- ハイブリッドカー、電気自動車等の将来は、「環境への配慮」プラスαが鍵！

発表場所：名古屋金融記者クラブ、資料配布：大垣市政経済記者クラブ

【本件に関する問合せ先：共立総合研究所 調査部（研究員） はだ ゆたか 羽田 裕 TEL 0584-74-2615】

調査概要

近年、「若者のクルマ離れ」という言葉をよく耳にするが、これは自動車産業が盛んな当地域にとっては看過できない問題である。そこで今回は新入社員の「クルマ」に対する意識を明らかにする設問を設け、現時点における「若者のクルマ観」を浮き彫りにした。

- (1) 調査対象：岐阜・愛知・三重・滋賀県所在の大垣共立銀行お取引先企業 288 社の新入社員
- (2) 調査内容：2010 年 3 月 18 日～4 月 8 日
- (3) 調査方法：大垣共立銀行主催の新入社員研修会受講者 (1,004 名) に無記名方式で実施
- (4) 回答者数：999 人 (有効回答率 99.5%)
- (5) 回答者属性：

		全体	男性	女性
有効回答者数		999名	544名	455名
平均年齢		21.1歳	21.1歳	21.0歳
最終学歴	高校卒業	34.9%	32.8%	37.4%
	専門学校卒業	9.6%	10.9%	8.1%
	短期大学卒業	5.8%	1.5%	11.0%
	4年制大学卒業	46.0%	49.5%	41.9%
	その他	3.6%	5.3%	1.5%
居住地	岐阜県	56.4%	59.0%	53.2%
	愛知県	34.6%	32.6%	37.0%
	三重県	1.4%	1.1%	1.8%
	滋賀県	2.3%	2.8%	1.8%
	その他	5.3%	4.5%	6.2%
業種	建設業	10.4%	13.8%	6.2%
	製造業	40.8%	46.7%	33.5%
	卸売業, 小売業	16.7%	11.0%	23.9%
	サービス業	10.9%	10.5%	11.5%
	その他	21.2%	18.0%	25.0%

「新入社員から探る若者のクルマ観」

(1) 運転免許及びクルマの所有状況からみるクルマ観

～若者のクルマに対する必要性は高い～

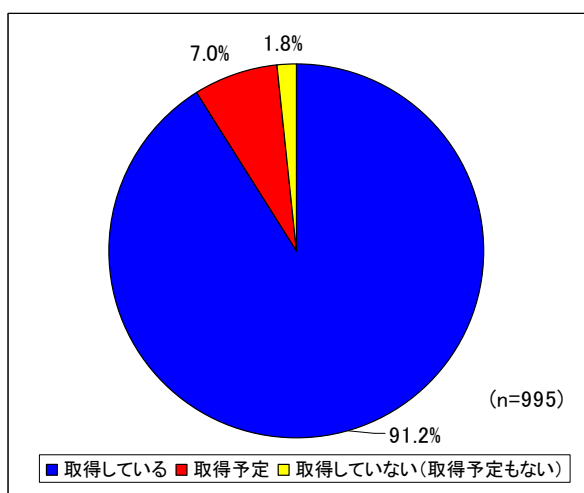
運転免許の取得状況を見ると、回答者の91.2%がすでに取得済みとなっている。また残りの回答者の7.0%が取得予定となっている（図表1）

次にクルマの所有状況を見ると、免許取得者（運転免許を取得済み及び取得予定）の61.5%がすでに所有している（図表2）。

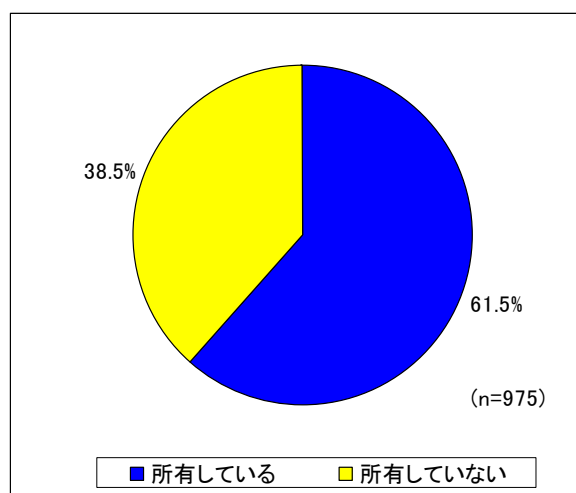
また、免許取得者のクルマ購入予定を見ると、クルマを所有していない免許取得者の52.3%が購入予定となっている。さらにクルマを所有している免許取得者においても、35.5%が購入予定となっている（図表3）。

「取得予定」を含めた免許の取得状況、また「購入予定」を含めたクルマの所有割合からみると、**当地域における若者は、クルマに対して必要性を高く感じている**ことが窺がえる。

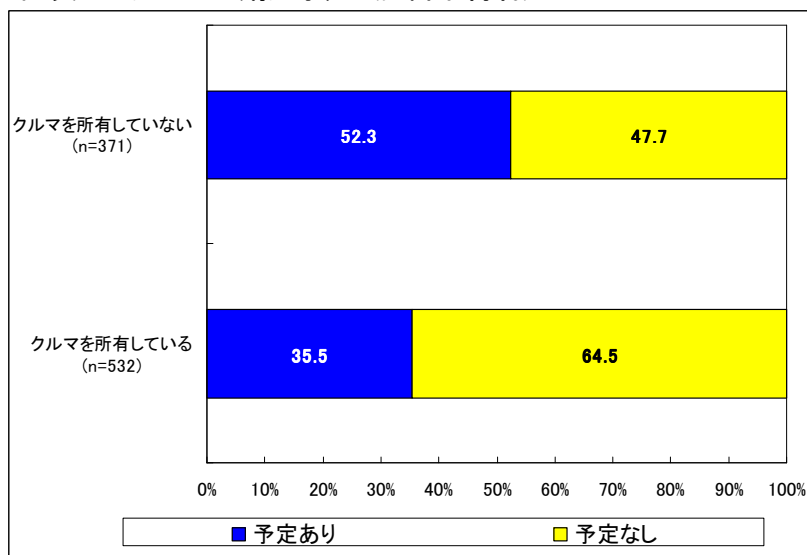
図表1：運転免許の取得状況



図表2：クルマの所有状況（免許取得者）



図表3：クルマの購入予定（免許取得者）



(2) クルマ購入費用の許容範囲

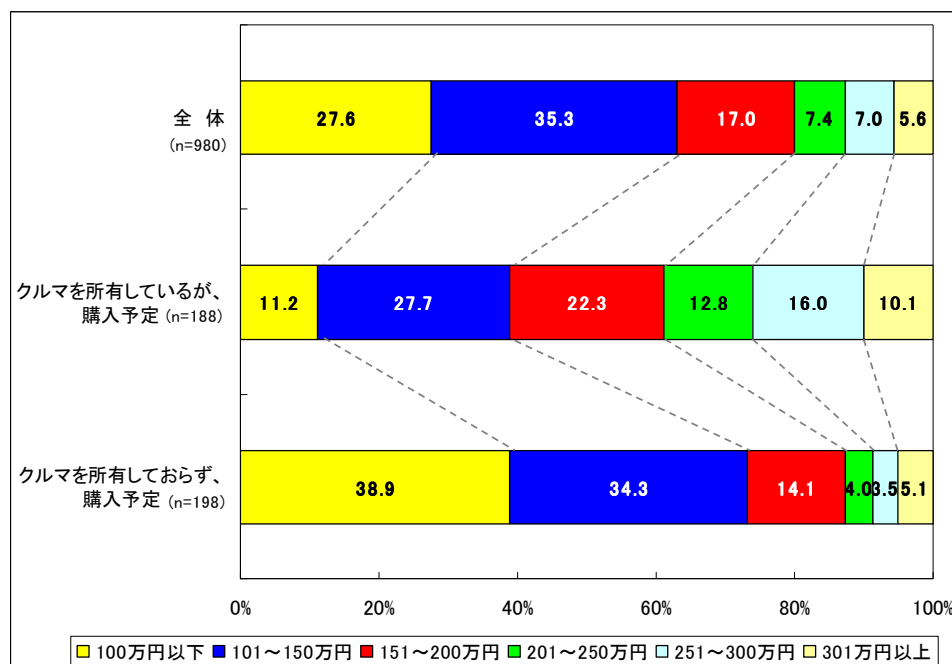
～ 買い替え時にワンランク上の価格へ～

クルマの購入にあたり、支払っても良いと思う費用を尋ねたところ、回答者全体では、「101～150万円」（回答率 35.3%）、「100万円以下」（同 27.6%）の回答が多かった。

次にクルマの所有状況別からみると、クルマを所有していない回答者の 73.2%が 150万円以下と回答したのに対して、クルマを所有している回答者が 150万円以下を選択した率は、38.9%にとどまった（図表 4）。

今回の調査から、クルマを所有しているか、所有していないかでクルマの購入費用に対して大きな意識の違いがあることがわかった。

図表 4：クルマ購入費用の許容範囲



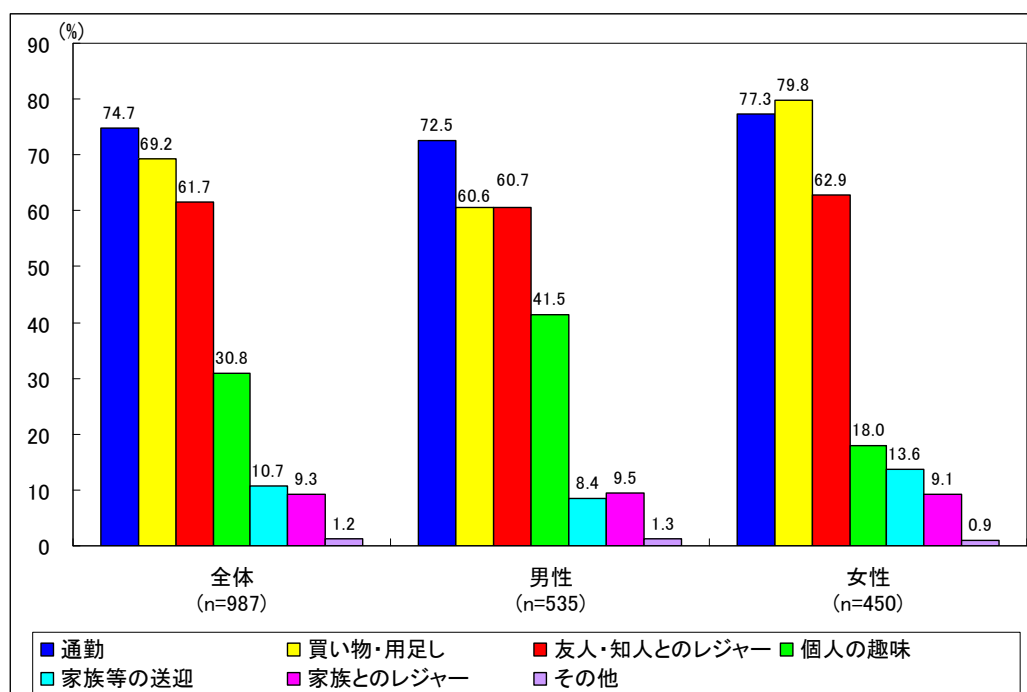
(3) クルマを使用する主な目的

～ 「ツール」として必要不可欠な存在～

「あなたがクルマを使用する主な目的は何ですか（3つまで選択）」と尋ねたところ、1位は「通勤」（回答率74.7%）、2位は「買い物・用足し」（同69.2%）、3位は「友人・知人とのレジャー」（同61.7%）となった。また、男女別にみても、主な目的はいずれも「通勤」、「買い物・用足し」、「友人・知人とのレジャー」が中心となっている（図表5）。

以上より、若者にとってクルマは、まず日常生活を送る上で欠かせない存在であり、また人付き合いを円滑にし、レジャー等に対する満足度を高めるための「ツール」としての位置付けが大きいことが窺える。

図表5：クルマを使用する主な目的



(4) クルマに対するイメージ

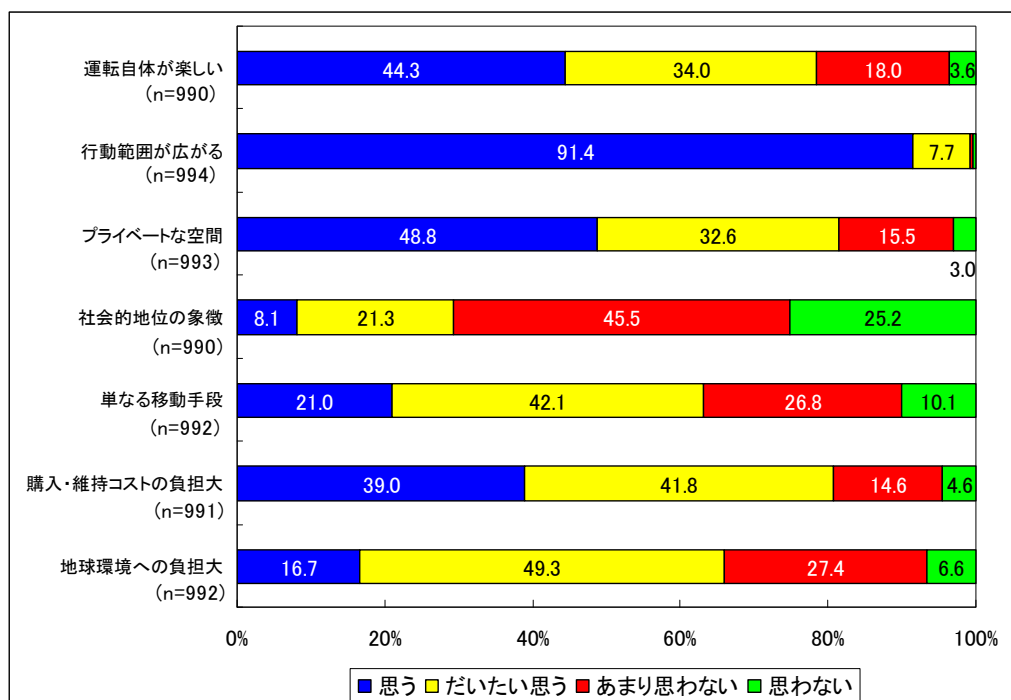
～プラスイメージ：「プライベートな空間が確保でき、行動範囲が広がる」～

～マイナスイメージ：「購入・維持コスト及び地球環境への負担」～

クルマに対するイメージを尋ねたところ、「行動範囲が広がる」（「思う」、「だいたい思う」を合わせた回答率 99.1%）、「プライベートな空間」（同 81.4%）、「運転自体が楽しい」（同 78.3%）というプラスイメージが強い。反面、「購入・維持コストの負担」（同 80.8%）、「地球環境への負担」（同 66.0%）というマイナスイメージを併せ持っていることがわかった。また、回答者の約 6 割が「単なる移動手段」（同 63.1%）として、クルマを捉えている。

さらに約 7 割の回答者が、クルマを「社会的地位の象徴」とは捉えておらず、若者にとって、**クルマはもはや憧れの存在ではない**ことがわかる（図表 6）。

図表 6：クルマに対するイメージ（全体）



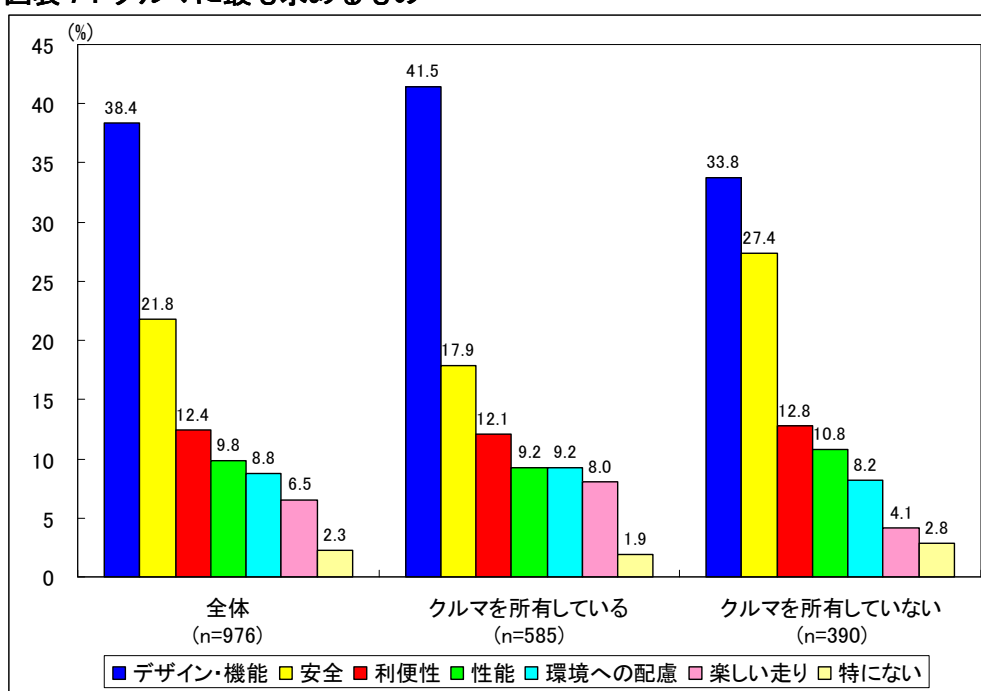
(5) クルマに最も求めるもの

～「デザイン・機能」が第1の関心事項～

「あなたが今後、クルマに求めるものは何ですか（1つだけ選択）」と尋ねたところ、1位は「デザイン・機能」（回答率 38.4%）であり、次いで「安全」（同 21.8%）、「利便性」（同 12.4%）との結果が得られた。

次にクルマの所有状況別で比較すると、クルマを所有している回答者では、圧倒的に「デザイン・機能」が重視されている。これに対して、クルマを所有していない回答者では、「デザイン・機能」、「安全」の2点が比較的重視されていると言える。

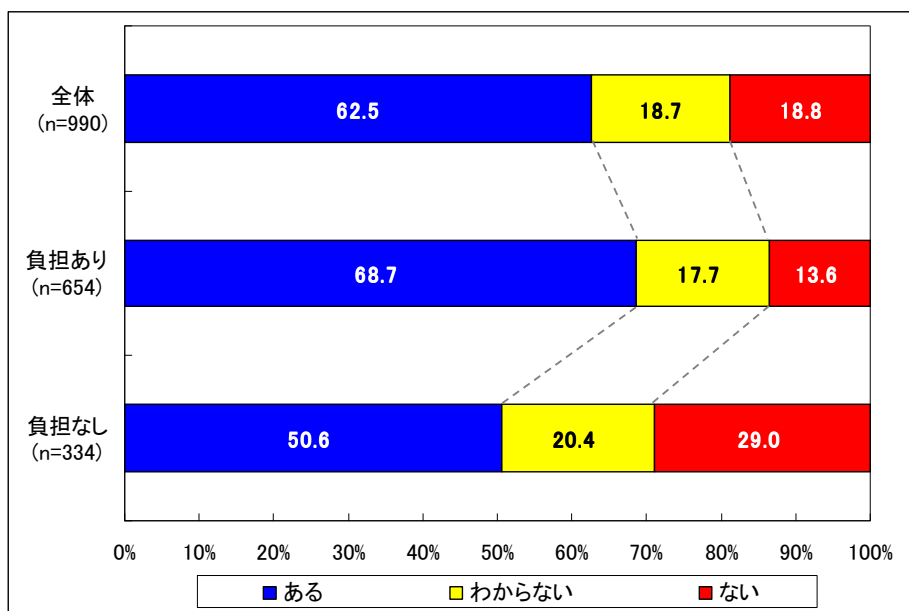
図表 7：クルマに最も求めるもの



(6) ハイブリッドカー、電気自動車等への関心・興味
～およそ3人に2人が関心・興味あり～

「環境に配慮したハイブリッドカー（HV）、電気自動車（EV）等に関心・興味はありますか」と尋ねたところ、回答者の62.5%がHV、EV等に関心・興味があるとの結果が得られた（図表8）。クルマに対するイメージの設問「地球環境への負担」で「負担あり」（「思う」、「だいたい思う」の合計）、「負担なし」（「あまり思わない」、「思わない」の合計）の回答別にクロス集計をすると、地球環境に「負担あり」と考えている回答者の方が、「負担なし」と考えている回答者より、HV、EV等への関心・興味が高かった（図表8）。

図表8：HV、EV等への関心・興味（全体及び地球環境への意識別）



(7) ハイブリッドカー、電気自動車等の将来性

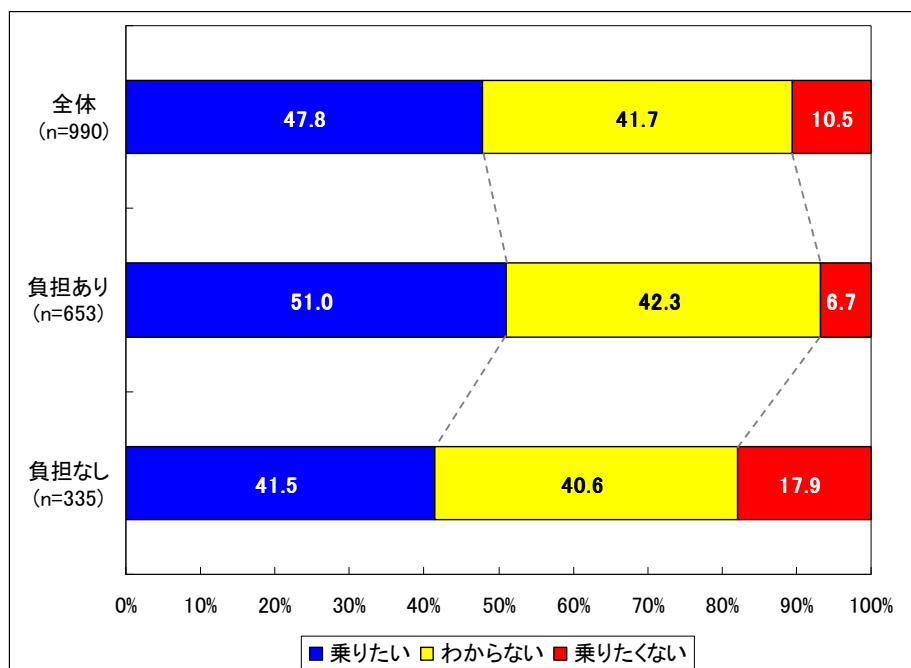
～「環境への配慮」プラス α が鍵を握る可能性が高い～

「あなたは今後、環境に配慮した HV、EV 等に乗りたいですか」と尋ねたところ、約半数の回答者が「乗りたい」と回答した。これに対して約 4 割の回答者からは「わからない」との回答が得られた（図表 9）。

そこで新入社員が、「環境」という観点から HV、EV 等に価値を見出しているのかどうかを簡単にみる（図表 9）。地球環境に負担ありと考えている回答者の約半数（回答率 51.0%）が、「乗りたい」と回答している。しかしながら、42.3%の回答者が「わからない」と回答している。反面、地球環境に負担なしと考えている回答者でも 41.5%が「乗りたい」と回答しており、環境に対する意識によって、それほど大きな差は出ていない。つまり、これらの回答者は「環境への配慮」という理由だけで HV、EV 等に乗りたいかどうかを判断しているわけではないようだ。

以上より、**HV、EV 等が選ばれる基準は必ずしも「環境への配慮」だけではない**ことが窺える。つまり、**「環境への配慮」プラス α が今後の HV、EV 等の普及には大きな鍵**を握っていると考えられる。

図表 9 : HV、EV 等に対する意識（全体及び地球環境への意識別）



(8) 小 括

今回のアンケート調査から当地域における若者は、クルマに対して必要性を高く感じていることがわかった。しかしながら、クルマに対する意識は、「憧れ」や「ステータス」といったものではなく、日常生活を送る上での必需品、またはレジャー等に対する満足度を高めるための「ツール」として位置付けられていることがわかった。

また、今どきの若者にとって、HV、EV等を選ぶ基準は「環境への配慮」という理由だけではないことが明らかになった。「環境への配慮」はHV、EV等にとって基本的なものであり、これだけで存在価値を高めることは難しい。将来性を考慮すると「環境への配慮」プラス α の付加価値が求められている。

以 上