

2010年度

新入社員の意識調査 結果

当社では、大垣共立銀行がお取引先企業の新入社員向けに開催している研修会の参加者を対象として、「新入社員の意識調査」を毎年行っている。15回目となった今年の調査では、例年質問している「就職する際の選択基準」や「将来就きたい地位」といった項目に加えて、「クルマに対する意識」について質問項目を設定した。

調査概要

調査対象: 岐阜・愛知・三重・滋賀県所在の企業288社の新入社員

調査時期: 2010年3月18日～4月8日

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

回答率: 99.5%(有効回答者数999名)

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%

1 今年の新入社員像

(1) 就職先の選択基準

…「業種・事業内容」を重視する傾向が再び強まり、「雰囲気・イメージ」が弱まる

「入社を決めるにあたって何を重視しましたか(3つまで選択)」と尋ねたところ、1位は「業種・事業内容」(回答率

64.7%)、2位は「雰囲気・イメージ」(同42.8%)、3位は「通勤時間」(同30.1%)となった(図表1)。「業種・事業内容」が過去2番目に高い回答率を得たのに対して、「雰囲気・イメージ」はここ数年、回答率が上昇していたが、今年度はポイントを下げた結果となった。

過去の推移から男女別にみると、男性では依然として、

他の項目と比較して「業種・事業内容」が高く支持されている。また、女性では「業種・事業内容」（過去最高）、「会社の安定性」（過去2番目）、「会社の将来性」（過去2番目）がそれぞれ過去と比較して高い回答率を得る結果となった。

今年度は厳しい経済状況及び就職環境を受けて、ここ数年の「雰囲気・イメージ」から「自分自身に適した職場・仕事」を求める傾向より、「業種・事業内容」から「安定した職場・仕事」を求める傾向が強まったと考えられる。

(2) 将来、就きたい地位

…男性は「管理職志向」、
女性は「スペシャリスト志向」

「あなたは将来どんな地位に就きたいですか(1つだけ選択)」と尋ねたところ、「肩書きはなくても、特殊能力・技能のある社員(以下:「スペシャリスト志向」)」(回答率42.7%)がトップとなった。しかしながら、年々、「肩書きのある社員(以下:「管理職志向」)」を目指す傾向が強まってきており、第1回調査(96年度)と比較すると、約2倍の水準にまで達している(図表2)。

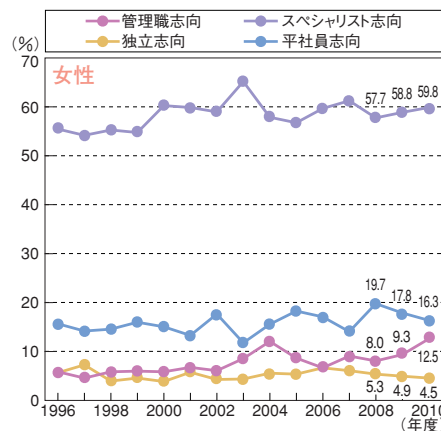
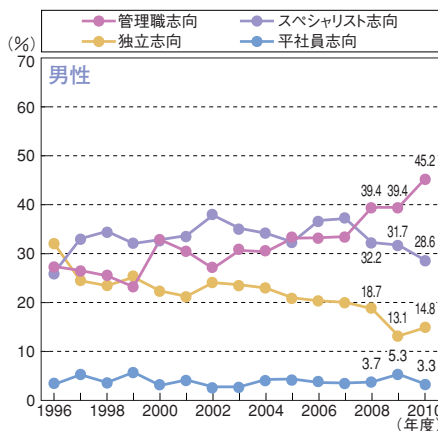
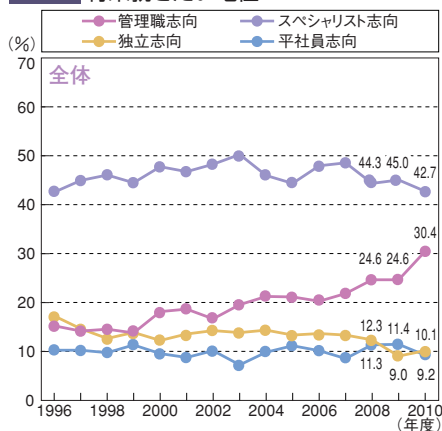
図表1 就職先の選択基準

(単位:%)

	1996年度	1997年度	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	男性	女性
業種・事業内容	46.9	52.8	55.7	60.8	61.3	61.2	61.5	63.8	63.8	64.1	64.5	61.9	65.1	62.5	64.7 (2.2)	64.2 (▲0.1)	65.6 (5.0)
雰囲気・イメージ	29.6	33.2	33.3	28.7	27.3	31.7	35.0	32.8	36.6	39.7	40.2	46.0	48.0	49.4	42.8 (▲6.6)	39.5 (▲5.8)	46.8 (▲6.7)
通勤時間	34.2	31.5	38.2	40.3	38.8	35.6	35.8	36.4	36.1	37.0	34.3	33.8	34.1	32.7	30.1 (▲2.6)	27.8 (1.4)	32.9 (▲6.4)
会社の安定性	23.5	19.3	20.3	20.1	21.9	21.3	23.7	23.6	20.2	22.6	21.0	24.7	25.5	25.8	26.7 (0.9)	28.9 (▲2.2)	24.3 (4.0)
休日・勤務時間	22.1	20.2	19.6	21.7	19.0	21.0	20.1	21.0	20.4	19.9	23.8	23.3	22.4	24.3	19.8 (▲4.5)	19.1 (▲2.1)	20.5 (▲7.0)
会社の将来性	20.4	22.2	19.4	18.3	22.1	20.7	23.1	19.4	19.7	20.9	19.6	19.9	20.1	18.5	17.9 (▲0.6)	18.8 (▲4.5)	16.8 (3.3)
親または学校の推薦	24.4	24.3	25.3	20.3	21.0	22.1	19.6	20.0	17.7	16.5	17.6	16.4	15.0	12.8	14.9 (2.1)	16.7 (4.5)	12.8 (▲0.6)
給与・ボーナス	15.3	12.5	11.0	9.4	9.5	11.7	11.3	13.9	14.4	10.7	11.8	12.3	12.8	12.1	10.5 (▲1.6)	9.0 (▲3.8)	12.1 (0.8)
会社の規模	6.8	7.7	6.4	6.7	7.5	6.8	5.9	7.1	7.3	7.1	8.2	9.5	8.2	7.1	7.1 (0.0)	9.4 (0.0)	4.4 (▲0.3)
他に就職内定先がなかった	12.5	8.6	9.5	11.1	8.6	7.8	7.1	4.8	6.5	5.0	4.8	4.0	3.3	4.5	7.4 (2.9)	7.2 (2.6)	7.7 (3.7)
福利厚生	1.9	1.6	0.6	2.2	1.5	2.1	3.9	2.5	3.6	3.2	3.3	4.4	4.6	5.7	6.3 (0.6)	5.9 (0.8)	6.8 (0.5)
会社の知名度	3.6	3.7	2.8	2.2	3.3	3.2	2.3	2.3	2.5	3.2	3.9	3.6	3.8	2.5	2.4 (▲0.1)	2.8 (▲0.3)	2.0 (0.1)
何となく	8.2	8.5	8.8	9.6	7.5	7.0	5.5	5.5	4.4	5.3	4.5	3.9	2.3	3.4	2.2 (▲1.2)	2.6 (▲1.2)	1.8 (▲1.1)
アルバイト先だった	1.0	0.8	2.5	0.7	1.8	1.8	2.3	1.4	1.8	2.6	1.5	1.6	1.0	1.1	1.4 (0.3)	1.3 (0.2)	1.5 (0.5)
その他	3.8	3.6	3.2	3.7	3.6	3.3	4.2	4.7	4.5	2.6	3.0	3.9	3.4	4.0	3.6 (▲0.4)	2.9 (▲0.7)	4.4 (0.0)

(注)・網掛けは、各年度において回答率が高かった上位3項目・括弧内の数値は昨年度の回答率との差・複数回答のため、回答率の合計は100%を超える

図表2 将来就きたい地位



2010年度 新入社員の意識調査 結果

男女別にみると、男性では「管理職志向」がここ数年上昇傾向にあり、今年度はさらにポイントを上げたことで過去最高となった(同45.2%)。ここ数年で男性は、安定した企業の中で活躍の場を求める傾向がさらに強まっている。女性は例年と同じく「スペシャリスト志向」が圧倒的に強い。

(回答率45.9%)が6年連続でトップとなった。しかしながら、「公私にわたって積極的に」がポイントを上げて過去最高の回答率となり、「義理を欠かない程度」との差が大きく縮まった(図表3)。

男女別にみると、男性では「公私にわたって積極的に」が2007年度に再びトップになった後、さらに回答率を上げ、「義理を欠かない程度」との差が広がっている。女性では「義理を欠かない程度」がトップではあるが、「公私にわたって積極的に」との差は縮まった。

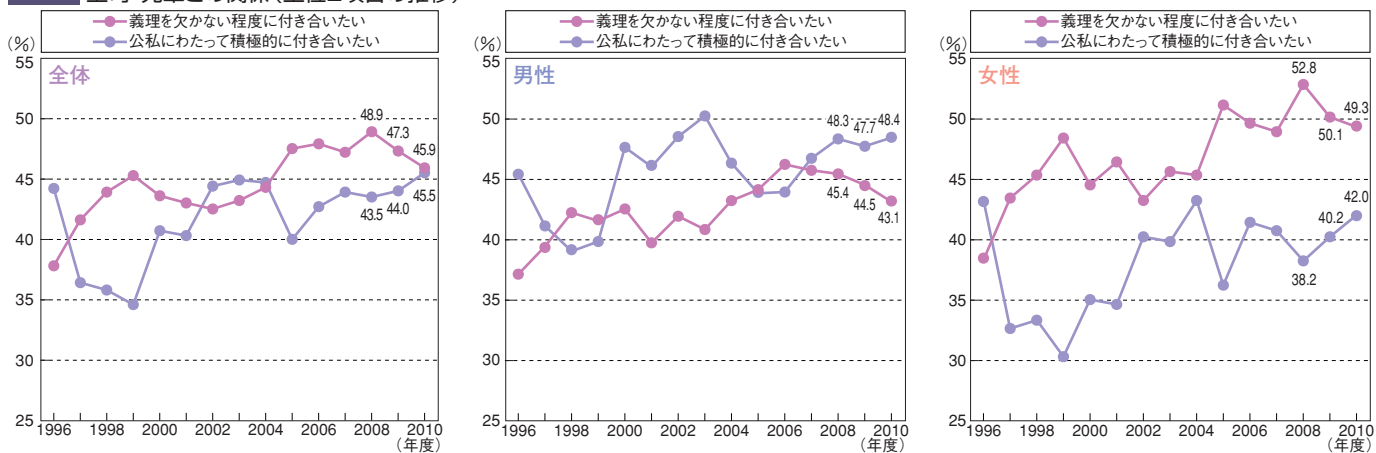
今年度の新入社員は、社内における人間関係をより重視し、社内にとどまらずプライベートにおいても上司・先輩との関係を積極的に強めていきたいとの思いが強まったようである。

(3) 上司・先輩との人間関係

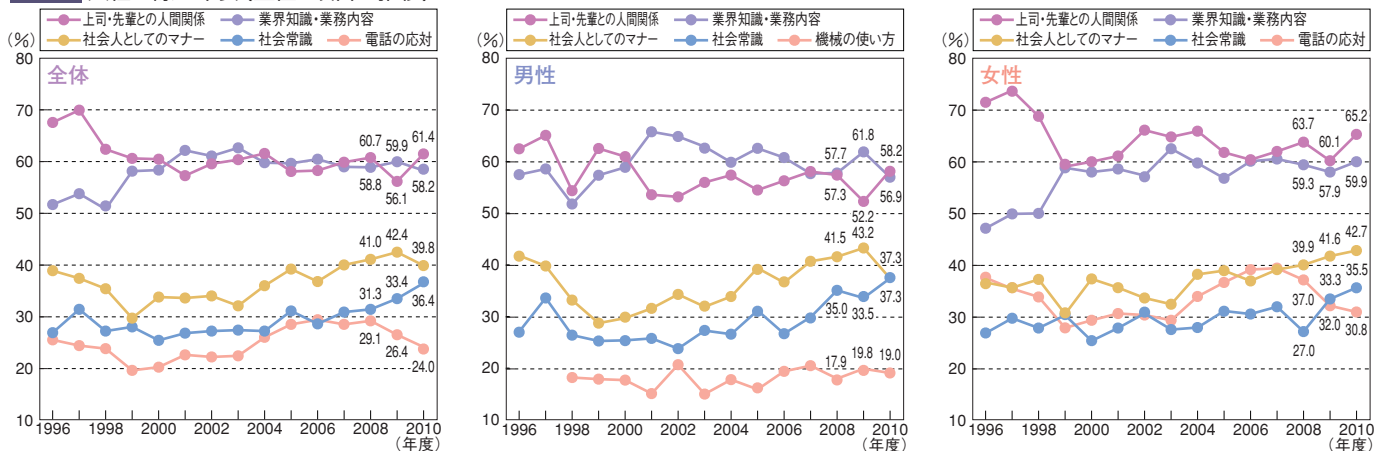
…「公私にわたって積極的に」が過去最高に

「上司・先輩との人間関係はどのように考えていますか(1つだけ選択)」と尋ねたところ、「義理を欠かない程度」

図表3 上司・先輩との関係(上位2項目の推移)



図表4 入社の際の不安(上位5項目の推移)



(4) 入社の際の不安

…男女ともに
「上司・先輩との人間関係」がトップに

「入社にあたって不安に思うことは何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、「上司・先輩との人間関係」が大きくポイントを上げ、2年ぶりにトップになった(回答率61.4%)。次いで、「業界知識・業務内容」(同58.2%)、「社会人としてのマナー」(同39.8%)、「社会常識」(同36.4%)という順位は男女ともに変わらない(図表4)。

今年度は、前述の通り社内における人間関係を重視する傾向がより強まっている。その結果、「上司・先輩との人間関係」が一番の不安要素になったと考えられる。

(5) 初給与の使い道

…「家族に感謝」が過去最高に

「初任給をどのように使いますか(2つまで選択)」と尋ねたところ、「家族に贈り物をしたり、食事をごちそうする(「家族に感謝」)」が男女ともに大きくポイントを上げたことで過去最高(回答率57.4%)となり、次いで「預金する」(同49.1%)

という結果になった(図表5)。今年度の新入社員は、家族への感謝の気持ちがさらに強まったようだ。

(6) 理想の上司

…「所ジョージ」が2年ぶりにトップに

理想の上司を尋ねたところ、「所ジョージ」が2年ぶりにトップに返り咲き、次いで「島田紳助」「明石家さんま」という結果になった(P47図表6)。

今回、上位を占めた「所ジョージ」、「島田紳助」、「明石家さんま」を理想の上司とする傾向は、男女問わずここ数年で定着してきた感がある。機転の利いた軽妙な語り口によって、和気あいあいとした雰囲気を作り出す「親しみやすさ」と、若手に活躍の場を与え、引っ張っていかうとする「リーダーシップ」が、ここ数年、理想の上司の2大要素になりつつあると言えよう。

また、女性からの回答では、昨年に引き続き、複数の女性がランクインするとともに、「真矢みき」、「天海祐希」がそれぞれ順位を上げた。ドラマの影響等で、ここ数年で「女性の上司」がよりイメージしやすくなってきており、女性が同性の上司を好むという傾向が定着した感がある。

図表5 初給与の使い道

(単位:%)

	1996年度	1997年度	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	男性		女性		
家族に贈り物をしたり、食事をごちそうする	30.3	30.7	39.2	36.7	40.5	38.5	45.6	44.8	45.5	47.9	48.1	49.4	51.4	50.1	57.4	(7.3)	54.1	(9.0)	61.4	(6.0)
預金する	49.8	46.2	50.8	51.7	49.0	48.8	45.0	46.1	44.4	47.0	46.6	51.4	49.4	47.3	49.1	(1.8)	43.7	(2.9)	55.4	(1.5)
自分の物を買う	31.9	31.9	30.9	32.2	31.7	32.3	34.1	35.2	30.6	26.7	28.1	23.2	25.0	20.3	21.6	(1.3)	21.1	(▲0.5)	22.2	(3.3)
生活費に使う	16.2	20.5	21.2	18.0	17.8	22.3	20.6	21.4	20.8	19.3	23.3	21.6	22.3	23.5	21.2	(▲2.3)	23.0	(▲3.9)	19.1	(▲0.9)
お世話になった人に贈り物をしたり、食事をごちそうする	15.4	13.4	12.9	13.1	12.3	13.6	14.5	12.4	13.6	14.2	14.9	14.8	14.0	15.8	13.6	(▲2.2)	14.4	(▲3.1)	12.6	(▲1.5)
友達との交際費に使う	14.0	14.0	13.8	12.5	12.0	10.2	9.4	9.7	9.9	11.1	10.5	8.3	8.6	9.3	6.0	(▲3.3)	6.5	(▲3.2)	5.5	(▲3.3)
考えていない	6.1	6.6	5.9	7.3	8.2	6.7	5.5	5.5	6.1	5.6	3.7	4.8	3.7	5.8	5.8	(0.0)	7.6	(▲0.9)	3.8	(0.7)
旅行・レジャーに使う	6.8	5.2	4.7	3.7	2.5	2.4	2.3	2.0	2.8	2.4	2.9	2.5	1.9	2.3	1.3	(▲1.0)	1.3	(▲0.6)	1.3	(▲1.5)
その他	4.6	4.4	3.4	3.8	2.8	2.4	3.1	2.9	3.1	2.4	1.2	2.3	1.9	1.7	1.5	(▲0.2)	1.9	(0.5)	1.1	(▲0.8)

(注)・網掛けは、各年度において回答率が最も高かった項目・括弧内の数値は昨年度の回答率との差・複数回答のため、回答率の合計は100%を超える

2010年度 新入社員の意識調査 結果

(7) 小 括

今回の調査では、昨今の経済不況及び厳しい就職環境が影響したのか、「安定した環境で、堅実な働き方」を求め

る新入社員像が浮かび上がった。具体的には、安定した企業内で活躍の場を求め、企業内における人間関係を重視する傾向がさらに強まったようだ。

図表6 「理想の上司」の推移

(敬称略)

	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
全 体	所ジョージ	所ジョージ	所ジョージ	所ジョージ	所ジョージ	イチロー	所ジョージ
	星野仙一	明石家さんま	明石家さんま	明石家さんま	星野仙一	島田紳助	島田紳助
	明石家さんま	北野武	星野仙一	星野仙一	タモリ	所ジョージ	明石家さんま
	北野武	星野仙一	松嶋菜々子	篠原涼子	島田紳助	タモリ	イチロー
	松嶋菜々子	松嶋菜々子	北野武	タモリ	明石家さんま	明石家さんま	タモリ
	長嶋茂雄	森本レオ	森本レオ	島田紳助	北野武	原辰徳	北野武
	森本レオ	長嶋茂雄	長嶋茂雄	みのもんた	東国原英夫	北野武	関根勤 真矢みき
	いかりや長介	いかりや長介	王貞治	北野武	篠原涼子	真矢みき	真矢みき
	武田鉄矢	落合博満	イチロー	古田敦也	イチロー	篠原涼子	原辰徳
	黒木瞳	タモリ	黒木瞳	黒木瞳、東国原英夫	みのもんた	天海祐希	天海祐希

男 性	星野仙一	所ジョージ	所ジョージ	所ジョージ	所ジョージ	イチロー	所ジョージ
	所ジョージ	明石家さんま	明石家さんま	星野仙一	星野仙一	島田紳助	イチロー
	明石家さんま	星野仙一	星野仙一	明石家さんま	北野武	所ジョージ	島田紳助
	北野武	北野武	北野武	タモリ	明石家さんま	タモリ	明石家さんま
	武田鉄矢	森本レオ	イチロー	島田紳助	タモリ	北野武	タモリ
	長嶋茂雄	落合博満	古田敦也	みのもんた	島田紳助	原辰徳	北野武
	森本レオ	長嶋茂雄	王貞治	北野武	イチロー	明石家さんま	原辰徳
	いかりや長介	いかりや長介	島田紳助	古田敦也	松本人志	星野仙一	関根勤
	高倉健	タモリ	長嶋茂雄	イチロー	落合博満	松本人志	星野仙一
	山本浩二	堀江貴文	森本レオ	東国原英夫	東国原英夫	落合博満、高田純次、 みのもんた	大泉洋

女 性	所ジョージ	所ジョージ	所ジョージ	篠原涼子	所ジョージ	島田紳助	島田紳助
	明石家さんま	明石家さんま	明石家さんま	所ジョージ	島田紳助	所ジョージ	明石家さんま
	松嶋菜々子	松嶋菜々子	松嶋菜々子	明石家さんま	タモリ	タモリ	所ジョージ
	星野仙一	北野武	星野仙一	黒木瞳	篠原涼子	イチロー	真矢みき
	長嶋茂雄	森本レオ	黒木瞳	タモリ	明石家さんま	明石家さんま	天海祐希
	北野武	星野仙一	北野武	久本雅美	東国原英夫	真矢みき	タモリ
	黒木瞳	久本雅美	久本雅美	島田紳助	久本雅美	篠原涼子	黒木瞳
	長塚京三	黒木瞳	森本レオ	星野仙一	星野仙一	天海祐希	関根勤
	森本レオ	長塚京三	長嶋茂雄	東国原英夫	黒木瞳	久本雅美	武田鉄矢
椎名桔平	長嶋茂雄	王貞治	北野武、古田敦也	みのもんた	ベッキー	ベッキー	

2 新入社員から探る 若者のクルマ観

近年、「若者のクルマ離れ」という言葉をよく耳にする。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として、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た。ただし、若者の意識がクルマから「離れた」かどうかを検討するには、比較する時系列データが必要であるが、残念ながら現時点ではそうしたデータが存在しない。そこで今回は、現時点における「若者のクルマ観」を浮き彫りにすることとした。

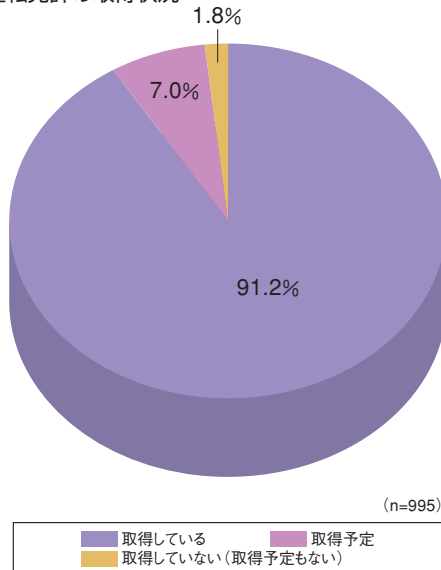
(1) 運転免許及びクルマの所有状況

…クルマに対する必要性を高く感じている

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、また残りの回答者の7.0%が取得予定となっている(図表7)。

次にクルマの所有状況を見ると、運転免許を取得済み及

図表7 運転免許の取得状況

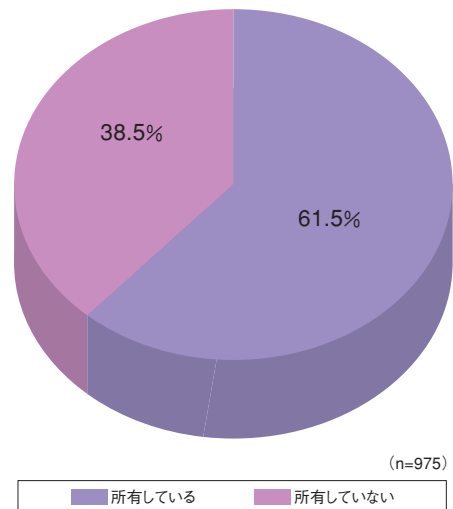


び取得予定(以下:免許取得者)の回答者の61.5%がすでに所有している(図表8)。

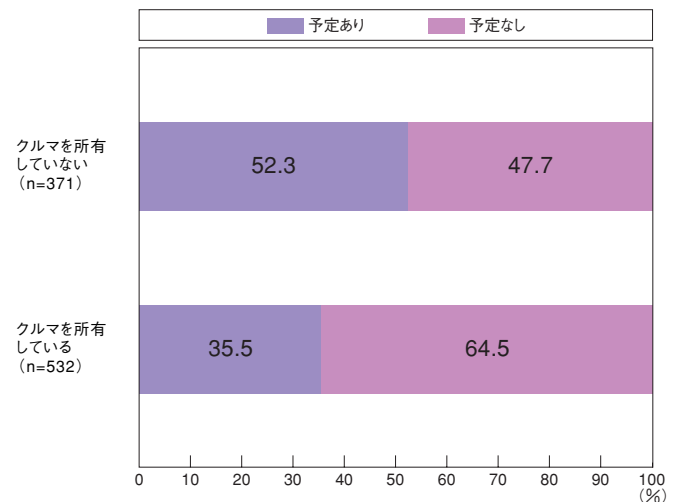
また免許取得者のクルマ購入予定をみると、クルマを所有していない免許取得者の52.3%が購入予定となっている。さらにクルマを所有している免許取得者においても、35.5%が購入予定となっている(図表9)。

「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、当地域の若者は、クルマに対して必要性を高く感じていることがうかがえる。

図表8 クルマの所有状況(免許取得者)



図表9 クルマの購入予定(免許取得者)



2010年度 新入社員の意識調査 結果

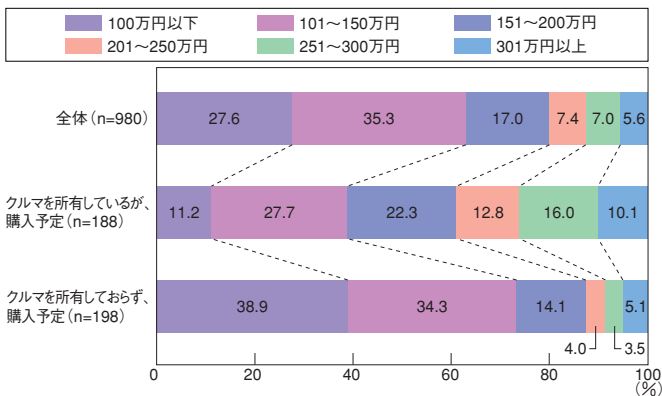
(2) クルマ購入費用の許容範囲

…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。

これをクルマの所有状況別にみると、クルマを所有していない回答者の約7割が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この価格帯を選択した割合は、約4割にとどまった（図表10）。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10 クルマの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

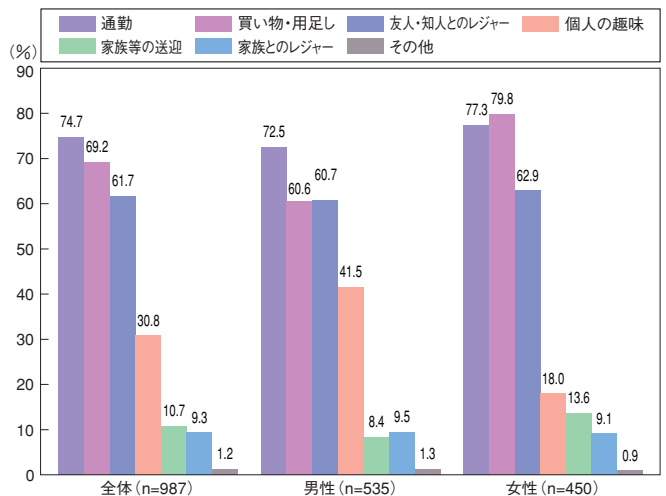
「あなたがクルマを使用する主な目的は何ですか（3つまで選択）」と尋ねたところ、1位は「通勤」（回答率74.7%）、2位は「買い物・用足し」（同69.2%）、3位は「友人・知人とのレジャー」（同61.7%）となった。

このことから、新入社員にとってクルマは、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うかがえる。

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。こういった中で女性では「買い物・用足し」（同79.8%）が第1位となっている（図表11）。

図表11 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

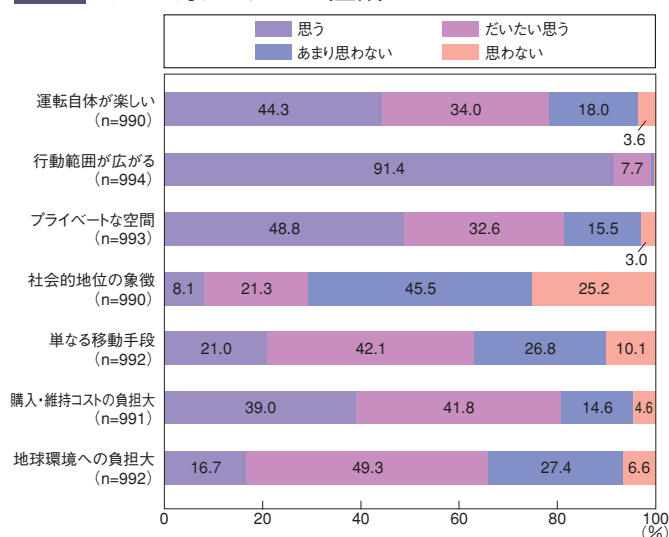
「購入・維持コスト及び地球環境への負担」

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も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。

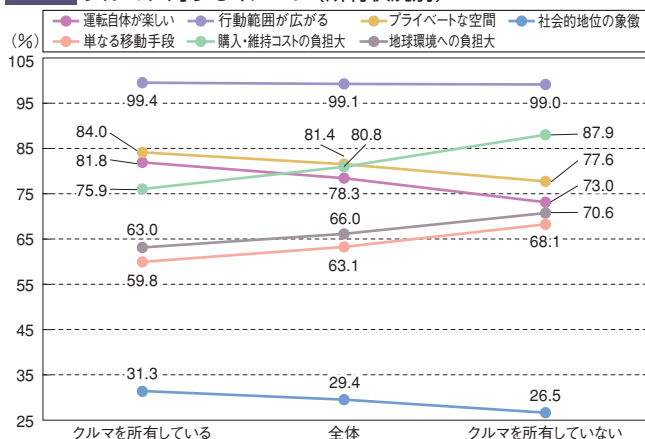
さらに約7割の回答者が、クルマを「社会的地位の象徴」とは捉えておらず、新入社員にとって、クルマは憧れの存在ではないことがわかる（図表12）。

次にクルマの所有状況別で比較すると、所有している回答の方がクルマに対して、プラスのイメージが強い。これに対して、所有していない回答の方がクルマに対して、マイナスのイメージが強い傾向がみとれる(図表13)。

図表12 クルマに対するイメージ(全体)



図表13 クルマに対するイメージ(所有状況別)



(5) クルマに最も求めるもの

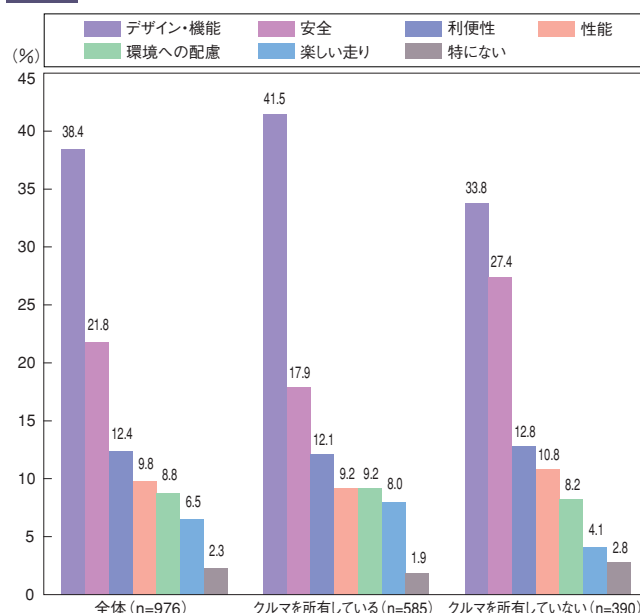
…「デザイン・機能」が第1の関心事項

「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、順位自体には大きな違いが見られないものの、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、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14)。

図表14 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

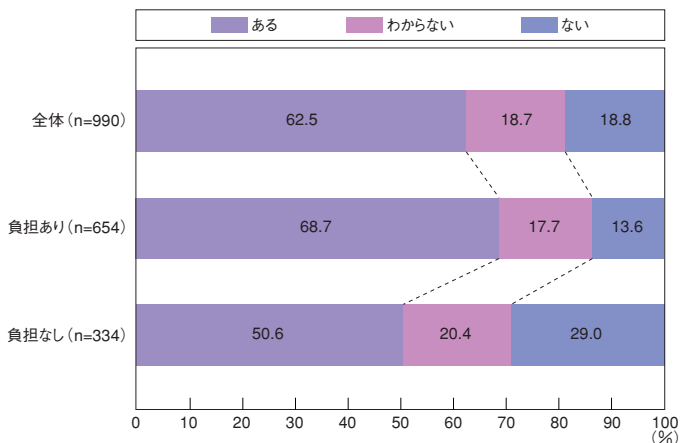
…およそ3人に2人が関心・興味あり

「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15)。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してみると、地球環境に「負担あり」と考え

2010年度 新入社員の意識調査 結果

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15)。

図表15 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

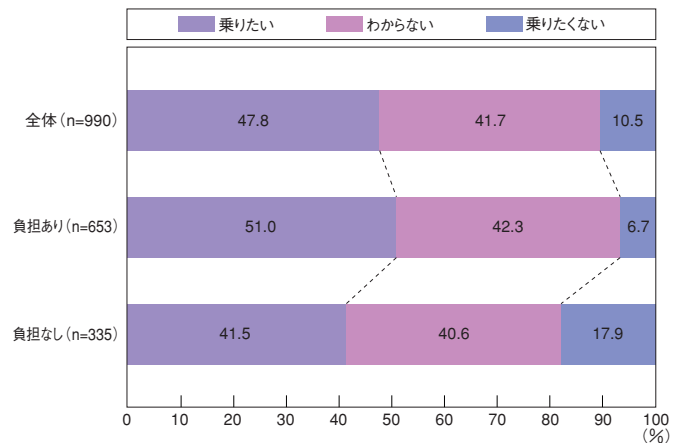
…「環境への配慮」
プラスαが鍵を握る可能性が高い

「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16)。この結果から、HV、EV等の将来性は、この4割の回答者をいかに消費者として取り込んでいくのかに大きく左右されると考えられる。

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ことにする(図表16)。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。これらの結果から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うかがえる。「環境への配慮」プラスα(例えば今回の調査結果から推測すると、「デザイン・機能」をいかに高めていくのか)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16 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等の「ツール」として位置付けられているようだ。

また、HV、EV等は環境に配慮した次世代自動車として期待されているが、今回の調査から、若者にとって「環境への配慮」だけがHV、EV等の選択基準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、環境性能だけが将来を左右するわけではない。そのため、環境性能だけでHV、EV等の存在価値を高めることは難しく、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と考えられる。

(2010.5.27) 共立総合研究所 調査部 羽田 裕