

2017年度 新入社員意識調査結果

当社では、OKB大垣共立銀行主催の新入社員研修会の受講者を対象に、意識調査を実施している。22回目となる今年度は、例年の質問に加えて、「クルマ購入時に重視したい要素」や「購入のきっかけ」、「クルマに対するイメージ」などについて尋ね、クルマに関する意識を探った。

調査の概要

- (1) 調査対象: 岐阜県・愛知県・三重県・滋賀県所在の企業279社の新入社員
- (2) 調査期間: 2017年3月15日～4月10日
- (3) 調査方法: OKB大垣共立銀行主催の新入社員研修会受講者(1,161人)に無記名方式で実施
- (4) 有効回答者数: 1,135人(有効回答率97.8%)

回答者属性

		全体	男性	女性
有効回答者数		1,135名	594名	541名
平均年齢		21.4歳	21.5歳	21.3歳
最終学歴	高校卒業	37.4%	35.9%	39.1%
	専門学校卒業	8.8%	8.6%	9.1%
	短期大学卒業	5.6%	3.0%	8.5%
	4年制大学卒業	44.7%	48.2%	40.9%
	その他	3.4%	4.2%	2.4%
居住地	岐阜県	48.0%	47.0%	49.2%
	愛知県	42.5%	42.0%	43.0%
	三重県	1.5%	1.9%	1.1%
	滋賀県	1.0%	1.4%	0.6%
	その他	7.0%	7.8%	6.2%
業種	建設業	8.9%	13.0%	4.4%
	製造業	40.4%	47.3%	32.8%
	卸売業、小売業	12.0%	9.9%	14.3%
	医療・福祉	13.0%	6.9%	19.8%
	サービス業	8.7%	8.1%	9.3%
	その他	16.9%	14.8%	19.5%

(注) 端数を四捨五入しているため、合計は100%にならない場合がある(以下同じ)。その他には不明を含む。

1 今年の新入社員像

(1) 就職先の選択基準

「業種・事業内容」
「雰囲気・イメージ」重視が続く

「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」(59.6%)、2位は「雰囲気・イメージ」(45.2%)、3位は「通勤時間」(31.7%)となった(図表1)。

これら上位項目は、回答率はやや変化したものの、順位は昨年度と変わらなかった。さらに、上位2項目については、2008年度以降の10年間でも順位は変わらず、これらを重視する傾向が続いている。

男女別に見ると、男性は、「会社の安定性」(33.7%)や「会社の将来性」(19.2%)が上昇しており、経営環境や長期的な成長を重視する傾向がやや強くなっている。

一方、女性は、昨年度に続き「雰囲気・イメージ」(50.3%)、「通勤時間」(34.6%)、「休日・勤務時間」(31.2%)の回答率が男性と比べて高く、働きやすい環境や通勤・休暇の条件などを重視する傾向がうかがえる。

(2) 将来就きたい地位

「管理職志向」が低下に転じる

「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、1位の「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)」(38.3%)が4年ぶりに上昇した。一方、2位の「肩書きのある社員(以下:管理職志向)」(32.8%)は2年ぶりに低下した(図表2)。

「スペシャリスト志向」と「管理職志向」の差は縮小傾向だったが、今年度は拡大に転じた。また、上位2項目と比べて回答率は低いものの、「肩書きはいらぬ(以下:一般社員志向)」(14.7%)が2011年度を境に緩やかな

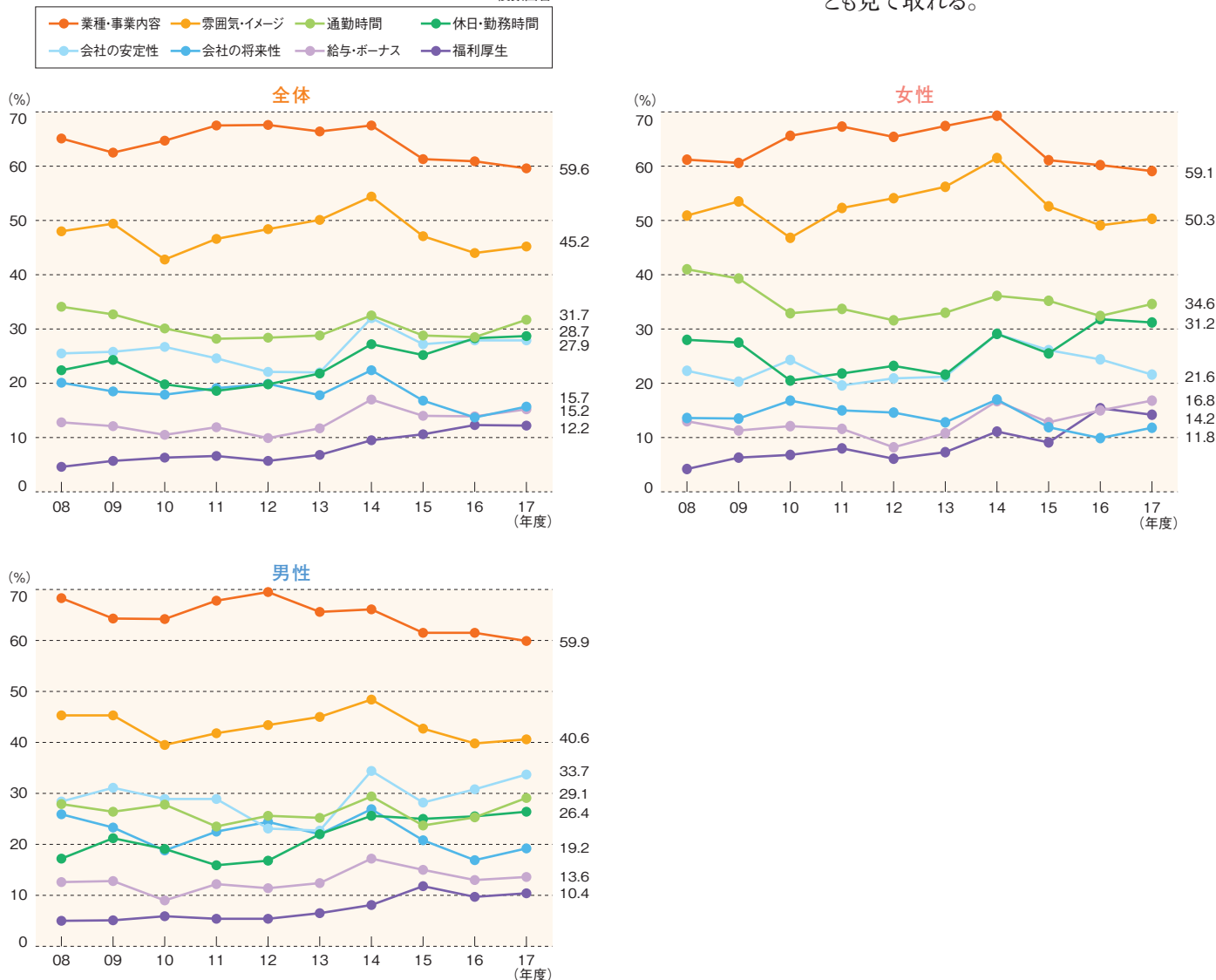
上昇傾向にある。

男女別に見ると、男性は、「管理職志向」(47.5%)の低下がやや大きかった一方、「一般社員志向」(7.3%)が2008年度以降で最も高くなり、肩書きに対する考え方に変化が生じている可能性もうかがえる。

女性は、「スペシャリスト志向」(51.5%)が3年ぶりに上昇し、女性がより活躍できる職場環境への期待がうかがえた。一方で「一般社員志向」(22.8%)も上昇傾向で、昇進などを求めない考え方が定着しつつあることも見て取れる。

図表1 就職先の選択基準(上位8項目の推移)

※複数回答



(3) 上司・先輩との人間関係

全体では「ほどほど派」が
「積極派」を上回る

「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(以下:ほどほど派)」(49.6%)が「公私にわたって積極的に(以下:積極派)」(42.3%)を3年連続で上回った(図表3)。

2015年度に「ほどほど派」が「積極派」を上回って以降、この傾向が定着しつつあることがうかがえる。

男女別に見ると、男性は、「積極派」(48.1%)が3年ぶりに「ほどほど派」(44.6%)を上回ったが、両項目の差は2010、11、13、14年度と比べると小さい。

一方、女性は、「ほどほど派」(55.2%)が上昇し、「積極派」(35.9%)が低下した。両項目の差の拡大傾向は、2014年度以降続いている。

(4) 入社の際の不安

男女とも「上司・先輩との
人間関係」がトップ

「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、1位は「上司・先輩との人間関係」(62.2%)、2位は「業界知識・業務内容」(56.3%)、3位は「社会人としてのマナー」(38.3%)となった(図表4)。

これら上位項目は、回答率に変化はあるものの、順位は2013年度以降変わっていない。

男女とも、上位3項目の順位は全体と同じで、上司や先輩との人間関係を円滑に築いていけるかという不安が最も大きいことが見て取れる。

(5) 初給与の使い道

「家族に感謝」がトップ
次いで「預金する」

「初給与はどのように使いますか(2つまで選択)」と尋ねたところ、1位は「家族に贈り物をしたり、食事をごちそうする(以下:家族に感謝)」(55.9%)、2位は「預金する」(46.3%)となった(図表5)。

両項目は回答率が突出して高く、順位も2008年度以降変わっていない。

男女ともに「家族に感謝」のトップが続いており、初給与を機に、改めて家族に感謝の気持ちを伝えたいと考える新入社員の思いは変わらないことがうかがえる。

(6) 理想の上司

「天海祐希」が4年ぶりにトップ

「あなたの理想の上司とはどんなタイプですか。著名人・有名人にたとえて、1人だけお答え下さい」と尋ねたところ、「天海祐希」が女性の圧倒的な支持を得て、4年ぶりに全体のトップに輝いた(図表6)。

天海祐希は、ベテラン女優としてテレビドラマや映画などの出演が多く、特に女性から見て、「頼もしい」「知的でスマート」といったイメージが定着していると思われる。

全体ランキングではこのほか、水ト

麻美(5位)と内村光良(6位)が、1997年度に理想の上司に関する調査を開始して以降、初めてトップ10入りした。水ト麻美はアナウンサーとしての明るいキャラクター、内村光良は温かな人柄でそれぞれ好感度が高く、親しみやすさが支持されたと見られる。

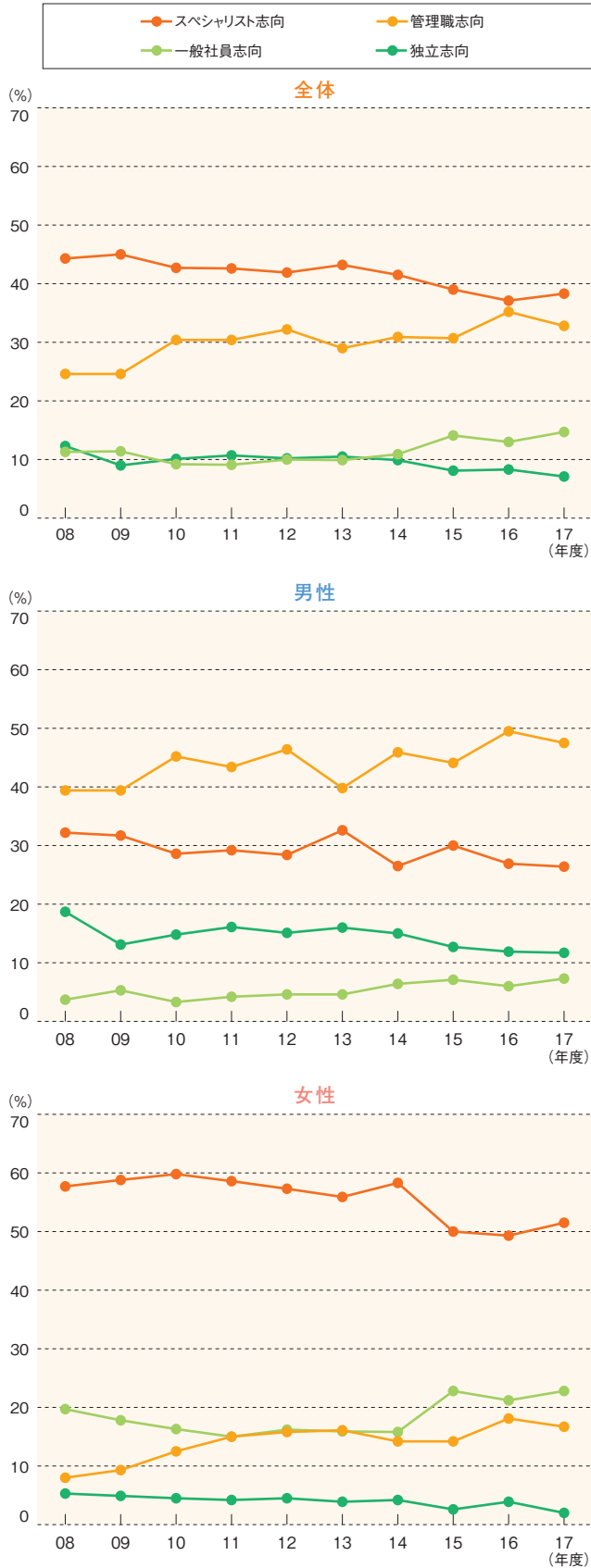
男女別ランキングでは、男性が選んだトップ3は明石家さんま、松岡修造、所ジョージ、女性が選んだトップ3は天海祐希、水ト麻美、明石家さんまとなった。全体ランキング2位の明石家さんまは、毎年安定した支持を集めており、今年度は男性1位、女性3位に入った。

(7) 小括

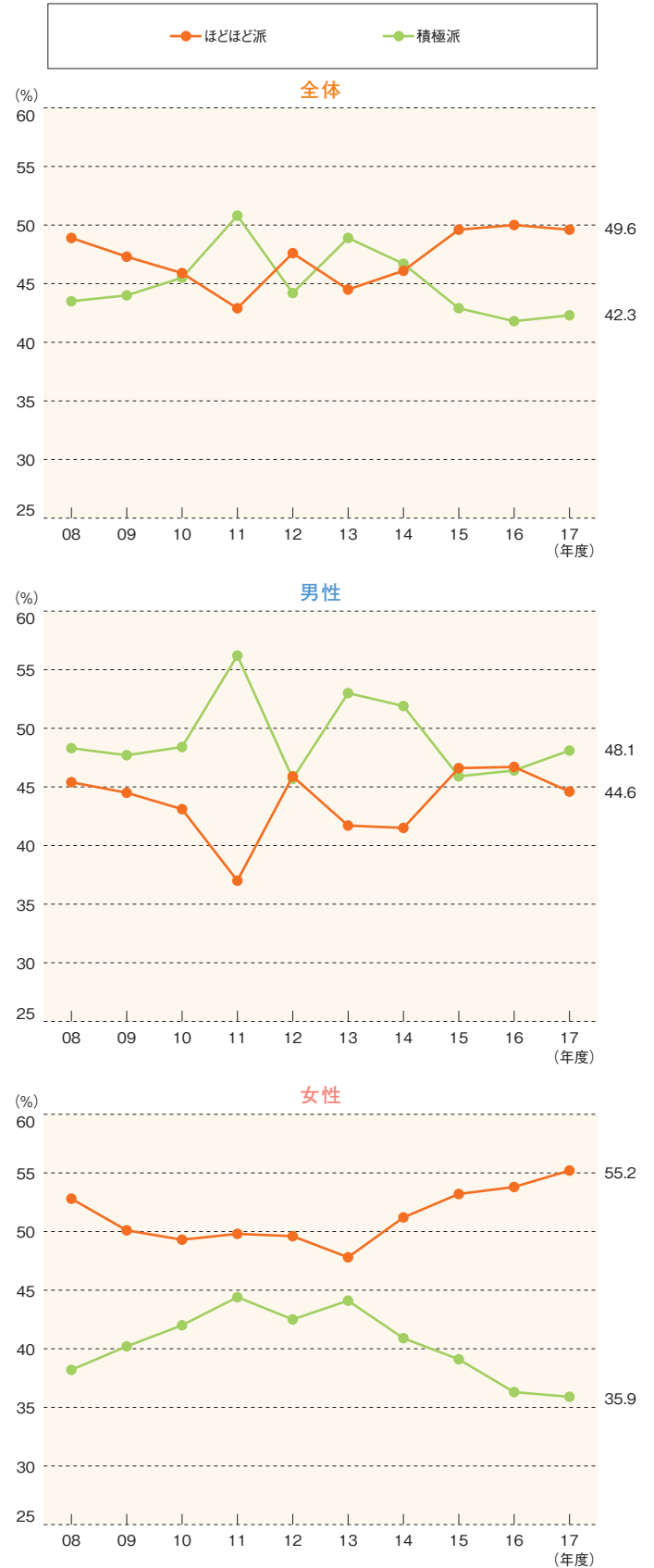
今回の調査では、就職先の選択基準において、男性では「会社の安定性」や「会社の将来性」の回答率が上昇し、安定した成長が見込める職場に長く働きたい傾向が見られた。女性では「雰囲気・イメージ」や「通勤時間」など、プライベートの確保を含めて働きやすい環境を重視する傾向が続いている。

また、将来就きたい地位について、男女ともこのところ上昇傾向だった「管理職志向」が低下に転じた一方、「一般社員志向」が上昇した点は興味深い。必ずしも昇進を目指さず、背伸びをしないような就業意識の傾向が今後も続いていくのか注目される。

図表2 将来就きたい地位(わからない、その他を除いた項目の推移)

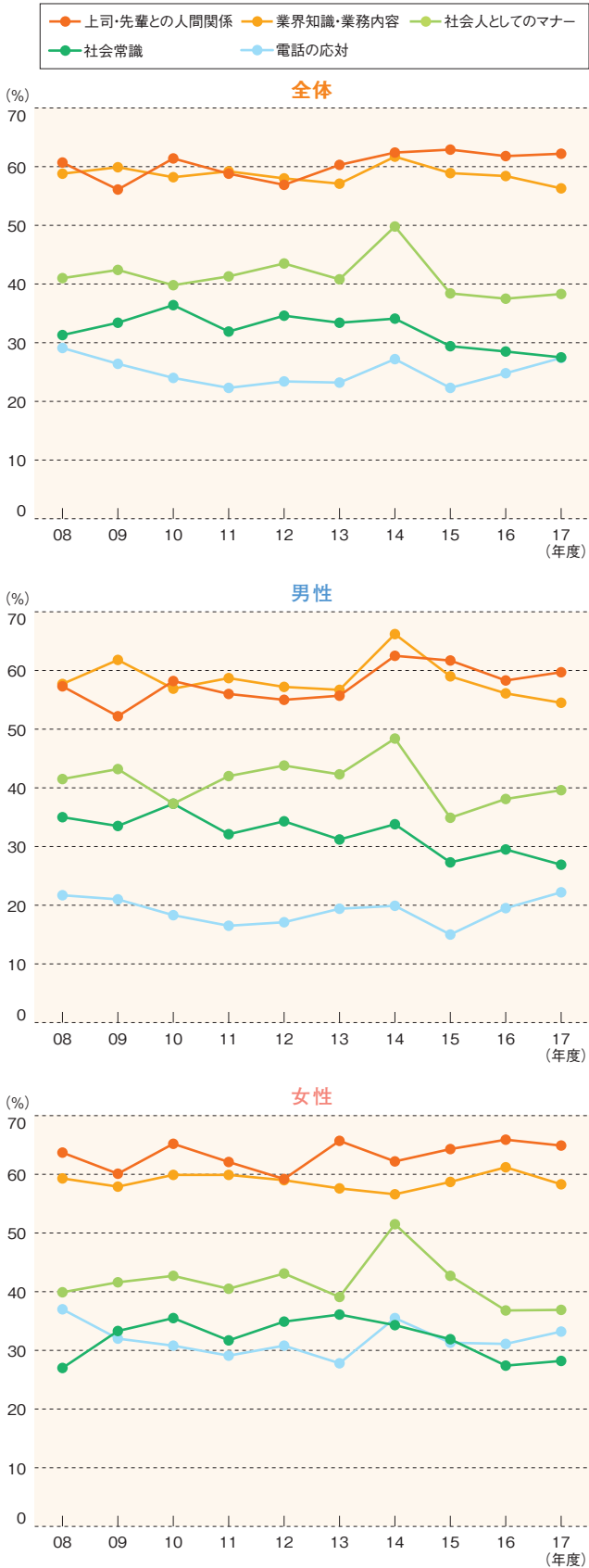


図表3 上司・先輩との人間関係(上位2項目の推移)

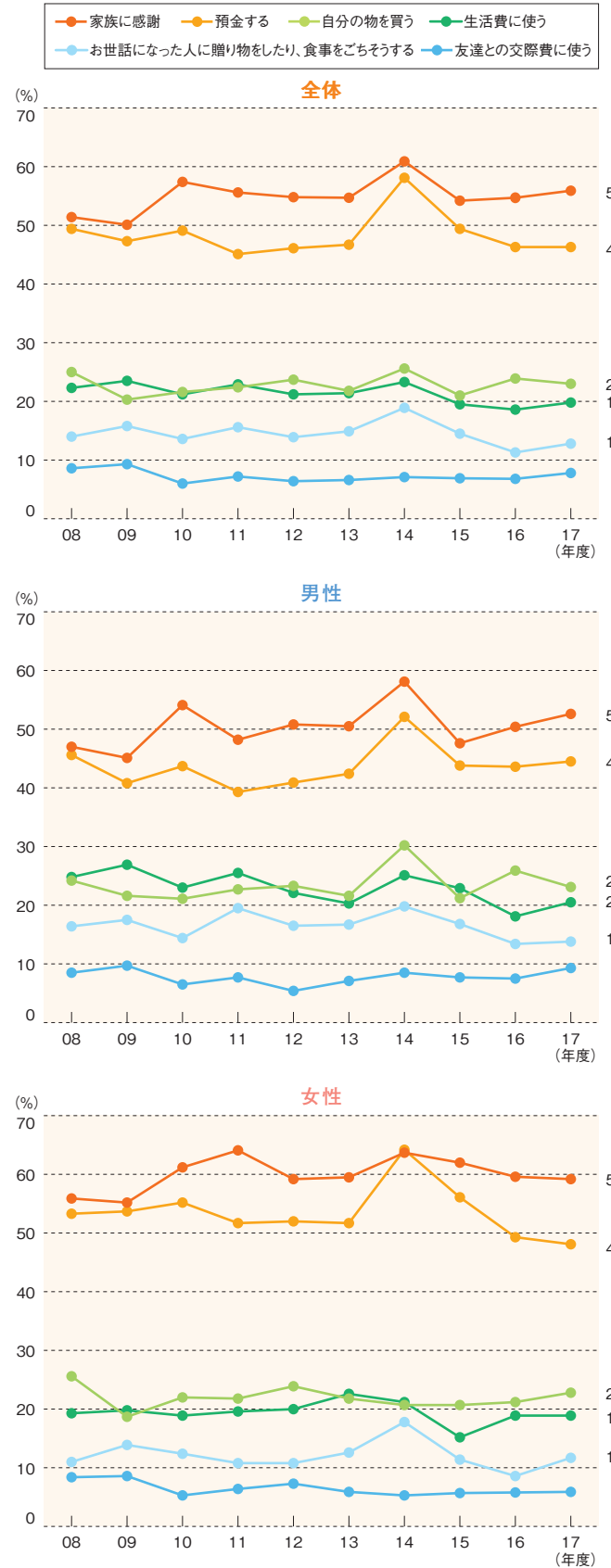


2017年度 新入社員の意識調査 結果

図表4 入社の際の不安(上位5項目の推移) ※複数回答



図表5 初給与の使い道(上位6項目の推移) ※複数回答



2 新入社員から探る 若者のクルマ観2017

当地域の主要産業である自動車産業を取り巻く環境は大きく変化している。

かつては、「次世代自動車」と言えば、ハイブリッド車(HV)や電気自動車(EV)などであった。HVの国内保有台数は、2010年度末時点で約142万台だったのが、2015年度末には約576万台と、5年間で4倍強に増加した。EVは2010年度末に約9,000台だったのが、2015年度末には約8万台と9倍近くに増えており、ともに急速に普及している^(注)。これに伴い、最近では実用化に向けた実証実験が進む自動運転車を、「次世代自動車」と

呼ぶケースも増えている。

一方、消費者を見ると、「クルマのある生活」そのものに変化が出てきている。都市部を中心に、複数の会員間で自動車を共同利用するカーシェアリングが普及しつつあることが一例だ。「若者のクルマ離れ」という言葉も聞かれるようになって久しい。

当社は、2010年度の新入社員の意識調査で「クルマに対する意識」について質問し、当地域の若者の生活におけるクルマの位置づけや、HV・EVに対する関心などについて探った。

今回は、近年の環境変化を踏まえて、改めて現時点における「若者のクルマ観」を浮き彫りにすることにした。なお、2010年度と同じ質問項目については比較を行った。

(1) 運転免許及び保有状況と購入予定

マイカー取得はやや後ろ倒しの傾向

運転免許は、全体の87.3%が「取得している」、9.5%が「取得予定」となった。2010年度と比べると、「取得している」との回答率はやや低下している(図表7)。

運転免許を「取得している」または「取得予定」と答えた人(以下:免許取得者)の57.2%が自分自身のクルマを保有していたが、2010年度(61.5%)と比べると4.3ポイント低下し、6割を下回った(図表8)。

近い将来のクルマの購入予定については、クルマを保有していない免許取得者の54.5%が「予定あり」と回

図表6 理想の上司

(敬称略)

	順位	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
全体	1	所ジョージ	天海祐希	天海祐希	タモリ	所ジョージ	松岡修造	天海祐希
	2	島田紳助	所ジョージ	明石家さんま	明石家さんま	明石家さんま	明石家さんま	明石家さんま
	3	明石家さんま	明石家さんま	イチロー	天海祐希	イチロー	天海祐希	松岡修造
	4	イチロー	イチロー	所ジョージ	イチロー	天海祐希	所ジョージ	所ジョージ
	5	池上彰	タモリ	北野武	堺雅人	松岡修造	イチロー	水ト麻美
	6	天海祐希	池上彰	タモリ	所ジョージ	タモリ	タモリ	内村光良
	7	関根勤	真矢みき	池上彰	松岡修造	池上彰	松本人志	イチロー
	8	武田鉄矢	北野武	松岡修造	真矢みき	北野武	マツコデラックス	松本人志
	9	北野武	江角マキコ	真矢みき	江角マキコ、北野武、篠原涼子	堺雅人	北野武	池上彰
	10	真矢みき	高田純次	江角マキコ		松本人志	福山雅治	マツコデラックス
男性新入社員	1	イチロー	イチロー	イチロー	タモリ	イチロー	松岡修造	明石家さんま
	2	所ジョージ	所ジョージ	明石家さんま	イチロー	所ジョージ	明石家さんま	松岡修造
	3	明石家さんま	明石家さんま	所ジョージ	明石家さんま	明石家さんま	イチロー	所ジョージ
	4	島田紳助	北野武	北野武	所ジョージ	松岡修造	所ジョージ	イチロー
	5	池上彰	高田純次	タモリ	北野武	池上彰	タモリ	松本人志
	6	北野武	タモリ	松岡修造	堺雅人	池上彰	松本人志	内村光良
	7	武田鉄矢	上田晋也	池上彰	松岡修造	松本人志	池上彰	池上彰
	8	関根勤	阿部寛	落合博満	坂上忍	北野武	北野武	北野武
	9	タモリ	長谷部誠	松本人志	福山雅治	堺雅人	阿部寛	高田純次
	10	星野仙一	池上彰、みのもんだ	水谷豊	松本人志	関根勤	福山雅治、大泉洋	タモリ
女性新入社員	1	天海祐希	天海祐希	天海祐希	タモリ	天海祐希	天海祐希	天海祐希
	2	真矢みき	真矢みき	明石家さんま	天海祐希	真矢みき	明石家さんま	水ト麻美
	3	島田紳助	所ジョージ	所ジョージ	明石家さんま	所ジョージ	松岡修造	明石家さんま
	4	所ジョージ	明石家さんま	江角マキコ	真矢みき	タモリ	マツコデラックス	松岡修造
	5	篠原涼子	池上彰	所ジョージ	堺雅人	明石家さんま	篠原涼子	内村光良
	6	明石家さんま	江角マキコ	櫻井翔	篠原涼子	マツコデラックス	真矢みき	櫻井翔
	7	関根勤	タモリ	池上彰	江角マキコ	関根勤	所ジョージ	マツコデラックス
	8	館ひろし	篠原涼子	篠原涼子	櫻井翔	堺雅人	櫻井翔	篠原涼子、真矢みき
	9	池上彰	イチロー	菅野美穂	EXILE HIRO、館ひろし	櫻井翔	内村光良	池上彰、石原さとみ
	10	タモリ、ベッキー	ベッキー	松岡修造	ベッキー	松岡修造 他 ^(注2)	堺雅人、EXILE HIRO	

(注1) 網掛けは2017年度全体で回答率が高かった上位3位までの人。

(注2) 池上彰、北野武、篠原涼子、堤真一、EXILE HIRO、福山雅治、向井理

2017年度
新入社員の意識調査 結果

答し、2010年度(52.3%)と比べて2.2ポイント上昇した(図表9)。

すでにクルマを保有している免許取得者は35.8%が「予定あり」と答えており、2010年度(35.5%)とほぼ同じだった。

今回の調査では、免許取得者の半数以上がすでにマイカーを保有していたものの、保有率は2010年度より低下した。一方、近い将来購入予定と回答した免許取得者の割合は2010年度より上昇したことから、マイ

カーの取得時期がやや後ろ倒しになっている傾向がうかがえた。

(2) 購入費用の許容範囲

許容する価格帯はやや上昇

クルマ購入の際に支払ってもよいと思う費用を尋ねたところ、「101~150万円」(34.8%)が最も多く、次いで「151~200万円」(22.5%)となった(図表10)。2010年度も「101~150万円」

(35.3%)が最も多かったが、2位は「100万円以下」(27.6%)だった。このことから、許容する価格帯はやや上昇したと考えられる。

総務省の小売物価統計調査によると、軽自動車の平均価格(年平均)は2010年に107万円だったのが2015年は132万円、普通乗用車の平均価格(同)は2010年に275万円だったのが2015年は300万円とそれぞれ上昇した。安全装備などが充実したためだ。こうした平均価格の上昇が、若者がクルマを購入する際に検討する価格帯にも影響しているのではないと思われる。

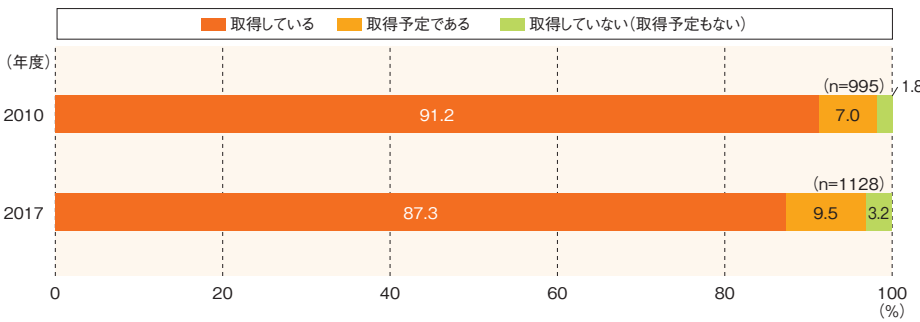
また、クルマを保有しておらず近い将来購入予定の約6割が150万円以下(「100万円以下」か「101~150万円」)と答えたのに対し、すでに保有していて新たに購入予定の人でこの価格帯を選んだのは約35%にとどまった。若者の間でも、買い替え時にワンランク上の価格帯を検討する傾向は見られるようだ。

(3) 購入時に重視したい要素

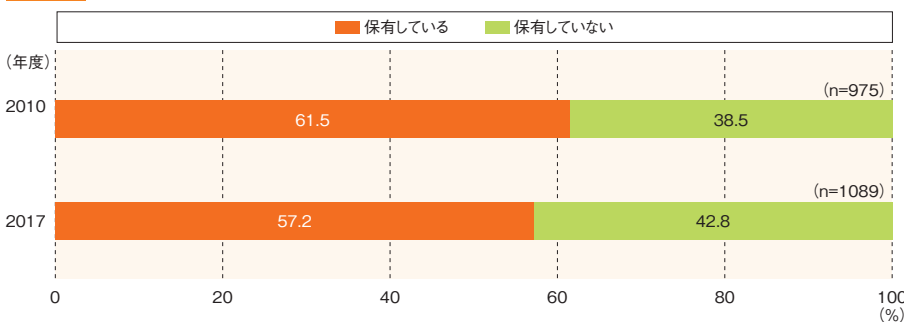
自身の価値基準を重視

「クルマを買う場合(予定のない人はもし買うとしたら)、少々価格が高くても重視したい要素は何ですか」として、6項目についてそれぞれ重視する程度を尋ねたところ、「運転のしやすさ、操作の楽しさ」に対する重視度(「非常に重視する」と「重視する」を合わせた回答率)が最も高く、94.4%に上った。次いで「外観や室内のデザイン」が89.1%になった。一方、「同

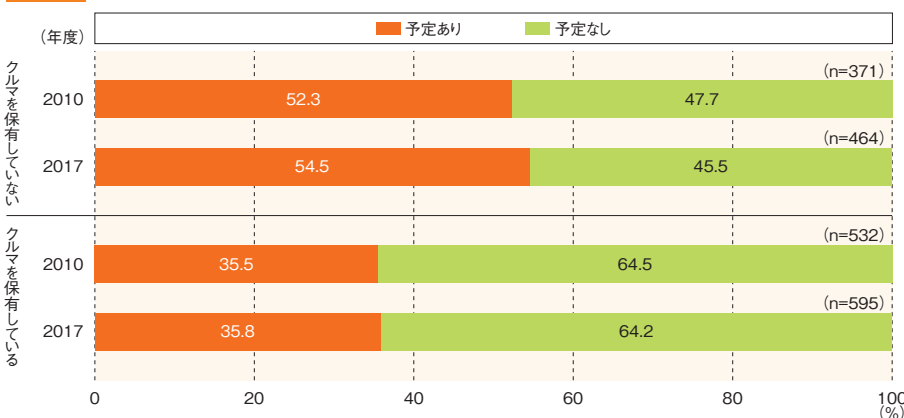
図表7 運転免許の取得状況



図表8 クルマの保有状況(免許取得者)



図表9 クルマの購入予定(免許取得者)



年代に人気のある車種」は28.5%にとどまった(図表11)。

以上から、マイカーを選ぶ際は、容易に運転できるか、自分好みのデザインであるかといった「自身の価値基準」を重視し、必ずしも人気や売れ筋だけにこだわらない姿勢が見られる。

また、クルマの具体的な機能や性能に関しては、「歩行者検知や、居眠り警報などの安全機能」の重視度が65.2%、「ハイブリッド車や電気自動車

などの環境(エコ)性能」の重視度は60.9%となった。一方、「道路を自動運転する機能」の重視度は28.4%で、自動運転車に対する関心や期待が大きく高まっているとは言い切れない状況が浮かび上がった。

(4) 購入動機や購入行動

経済的な余裕が購入のポイント

「クルマ購入(買い替えを含む)の

きっかけなどについて、どのようにお考えですか」として、5項目についてそれぞれ尋ねたところ、「収入や預貯金に余裕が出てきたら」に対して51.6%が「そう思う」と回答し、「引っ越しや転勤で必要になったら」(22.8%)、「結婚したら」(18.8%)を大きく上回った(図表12)。

また、「価格や条件が合えば、中古車でも構わない」に対しては、42.8%が「そう思う」と回答した。「だいたい思う」と答えた人を合わせた回答率は76.0%となり、4人のうち3人は必ずしも新車にこだわっていないことがうかがえた。

「レンタカーや、カーシェアリングが利用できれば、購入・買い替えなくてもいい」に対しては、7.1%が「そう思う」と回答した。「だいたい思う」と答えた人を合わせると21.4%で、5人に1人はカーシェアなどのサービスが充実していれば「クルマを持たない生活」を選ぶ可能性があることがうかがえる。

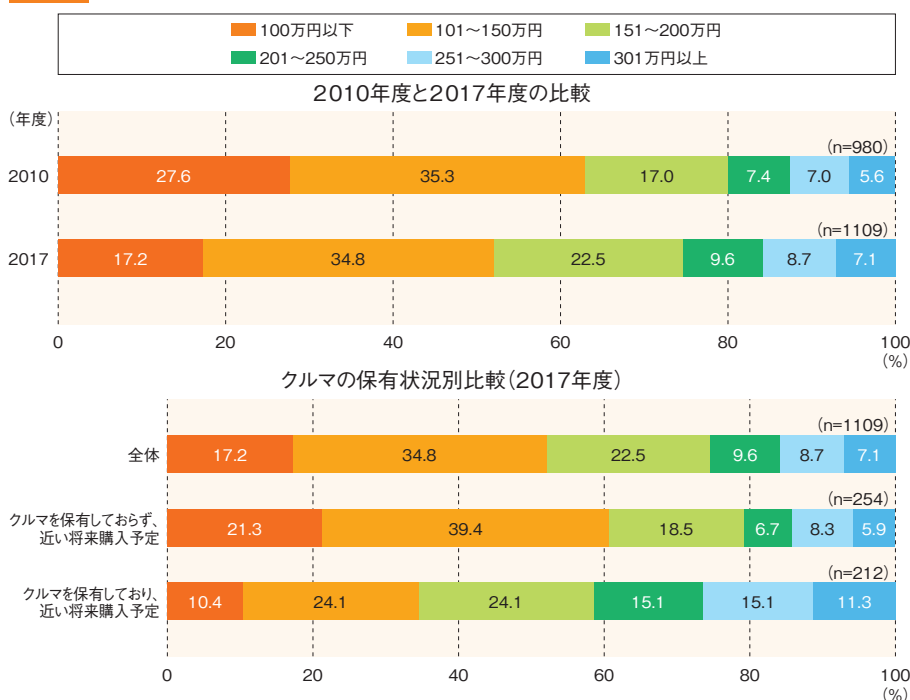
(5) クルマに対するイメージ

「移動手段」または「自己表現」 保有コストの負担感は大い

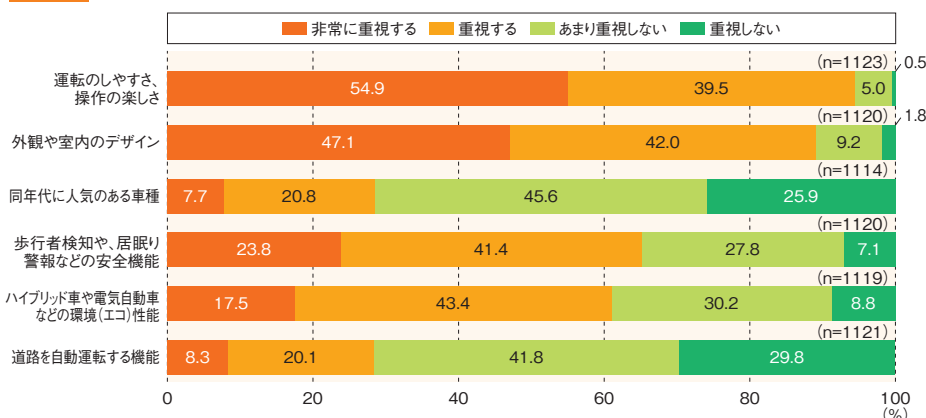
「クルマに対するイメージについて、どのようにお考えですか」として、5項目についてそれぞれ尋ねたところ、「単なる移動手段」に対して37.7%、「個性やセンスの表現」に対して36.2%が「そう思う」と回答した。一方、「社会的地位の象徴」に対しては18.2%にとどまった(図表13)。

クルマは日常の移動手段として捉えている人や、自分らしさを表現でき

図表10 クルマの購入費用の許容範囲



図表11 クルマ購入時に重視したい要素



2017年度
新入社員の意識調査 結果

るものとして捉えている人が相対的に多く、クルマを持つことが周囲に対する社会人の証であると捉えている人は相対的に少ないことがうかがえる。

また、「購入・維持コストの負担大」に対しては、35.5%が「そう思う」と回答し、「だいたい思う」を合わせると全体の8割を超えた。保有コストに対する負担感は大きいことが見て取れる。

「地球環境への負荷大」に対しては、15.9%が「そう思う」と回答し、2010年度(16.7%)を下回った。「だいたい

思う」を合わせた回答率は58.0%で、こちらも2010年度(66.0%)より低下した。環境(エコ)性能の向上でネガティブなイメージが和らいだと見られる。

(6) 「中古車許容派」と
「新車派」の意識比較

「移動手段」の中古車許容派
「自己表現」の新車派

(4) の購入行動分析では、「価格や条件が合えば、中古車でも構わない」という傾向が比較的強く見られた。そこで、中古車でも構わないと考える人と、そうでない人とは、クルマに対する意識に違いがあるのかを見ていく。

まず、「中古車でも構わない」に対する回答と、保有状況の回答のクロス集計を見ると、クルマ保有の有無による大きな差はなかった(図表14)。クルマを保有している人も、保有していない人も、価格や条件が合えば中古車でも構わないと考える傾向は共通して見られる。

次に、「価格や条件が合えば、中古車でも構わない」に対して「そう思う」と回答した人を「中古車許容派」、「そう思わない」と回答した人を「新車派(中古車非許容派)」として、クルマに対するイメージの回答状況を比較した(図表15)。

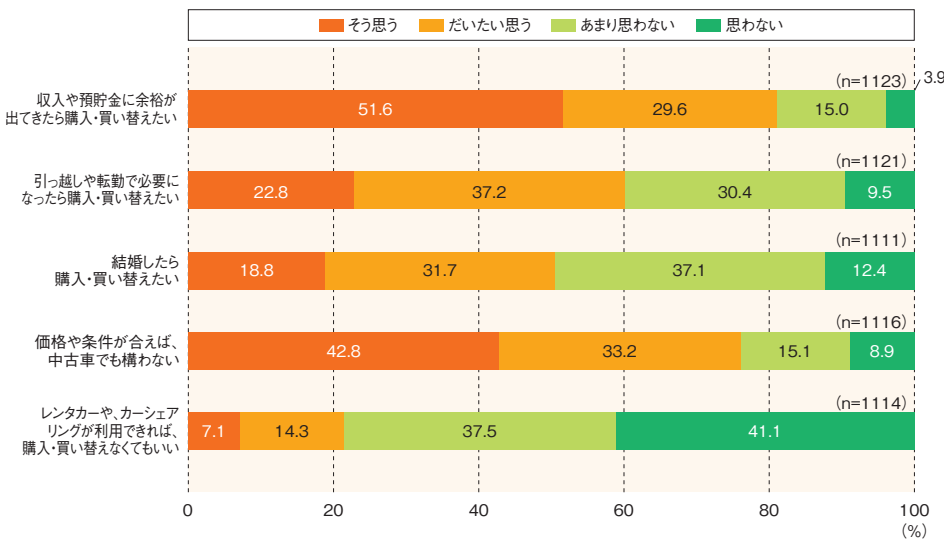
その結果、「中古車許容派」は、「単なる移動手段」「購入・維持コストの負担大」「地球環境への負荷大」の3項目において、「新車派」よりも肯定する割合が高かった。

一方、「新車派」は、「個性やセンスの表現」について、「中古車許容派」よりも肯定する割合が高くなった。

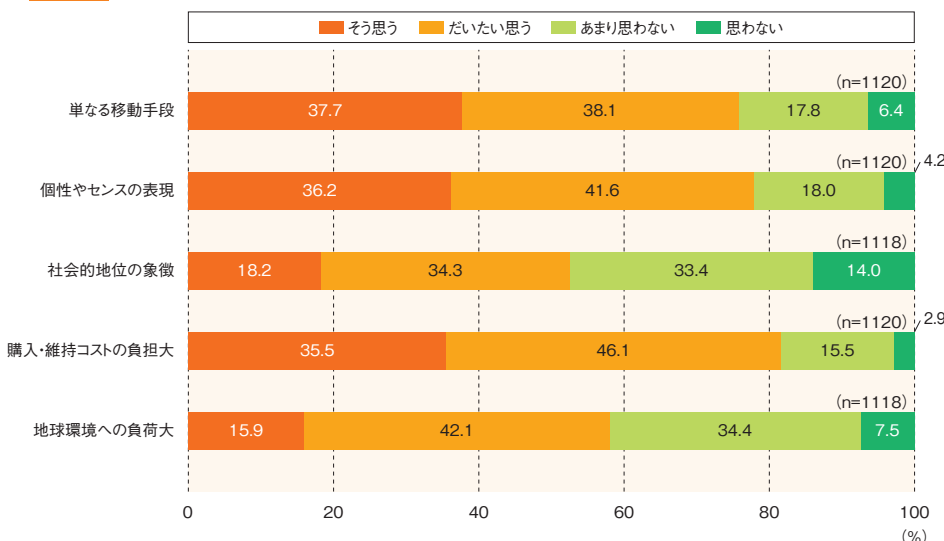
以上から、「中古車許容派」は、クルマは日常の移動手段という捉え方がより強く、「新車派」は、クルマは自分らしさを表現できるものという捉え方がより強いことがうかがえる。

また、「中古車許容派」は、「新車派」と比べて、クルマの保有コストに対する意識がより高いことがうかがえた。

図表12 クルマの購入動機・購入行動



図表13 クルマに対するイメージ



(7) 「レンタカー・カーシェア派」と「マイカー派」の意識比較

レンタカー・カーシェア派は「移動手段」と「自己表現」の両面を肯定

(4)の購入行動分析では、「レンタカーや、カーシェアリングが利用できれば、購入・買い替えなくてもいい」と考える層が一定程度見られた。そこで、カーシェアなどのサービスが充実していればマイカーを持たなくてもよいと

考える人と、そうでない人とは、クルマに対する意識に違いがあるのかを見ていく。

まず、「レンタカーや、カーシェアリングが利用できれば、購入・買い替えなくてもいい」に対する回答と、保有状況の回答のクロス集計を見ると、クルマを保有していない人の方が、保有している人よりも「買わなくてもいい」とする回答率が高かった(図表16)。

次に、「レンタカーや、カーシェアリングが利用できれば、購入・買い替えな

くてもいい」に対して「そう思う」と回答した人を「レンタカー・カーシェア派」、「そう思わない」と回答した人を「マイカー派」として、クルマに対するイメージの回答状況を比較した(図表17)。

その結果、「レンタカー・カーシェア派」は、5項目すべてにおいて、「マイカー派」より肯定する割合が高くなった。

このうち「マイカー派」との差が最も大きかった項目は「購入・維持コストの負担大」(ポイント差34.7)で、次いで「単なる移動手段」(同30.8)となった。

一方、「マイカー派」との差が最も小さかった項目は「個性やセンスの表現」(同1.8)だった。

以上から、「レンタカー・カーシェア派」は、「マイカー派」と比べて、クルマは日常の移動手段という捉え方がより強いが、同時に「マイカー派」と同程度に自分らしさを表現できるものという捉え方をしていることがうかがえる。さらに、クルマを持つことが社会人としての証であるという捉え方もより強い。

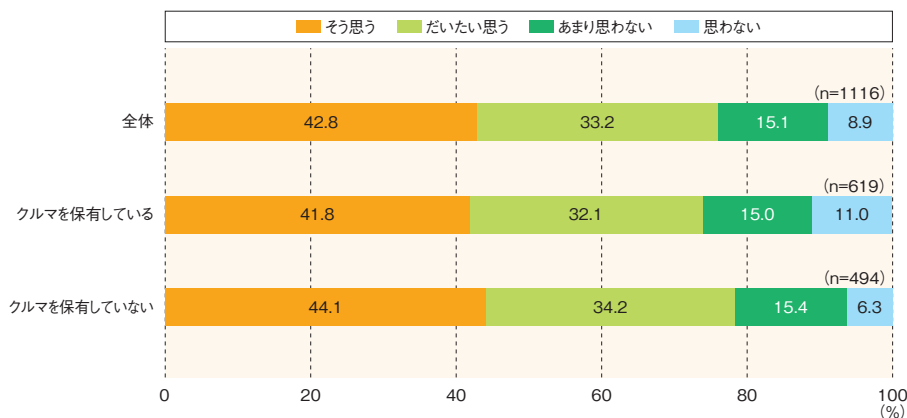
また、「レンタカー・カーシェア派」は、「マイカー派」と比べて、保有コストや環境負荷に対する意識が極めて高いことも見て取れる。

(8) 小括

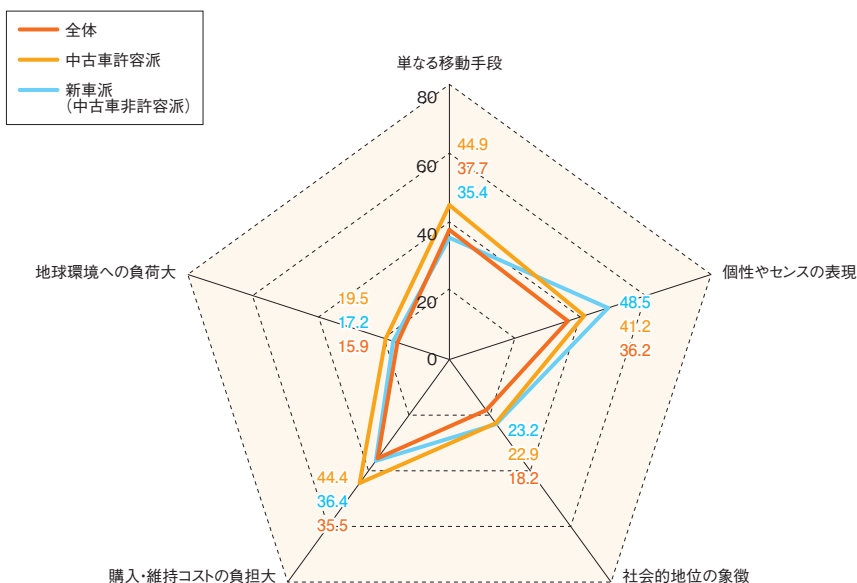
2010年度の結果との比較では、マイカーの取得時期がやや後ろ倒しになっている傾向がうかがえた。また、近年における自動車の平均価格の上昇の影響からか、クルマ購入時に支払ってもよいと思う費用範囲について、やや上昇する傾向が見られた。

さらに、今回の調査では、購入のきっかけとして、引っ越し・転勤や結婚

図表14 「価格や条件が合えば、中古車でも構わない」回答の保有状況別比較



図表15 「中古車許容派」と「新車派」のクルマに対するイメージ比較 (各項目について「そう思う」と答えた人の割合(%))



2017年度
新入社員の意識調査 結果

といった「機会」よりも、「経済的な余裕」を挙げる人が多かったほか、購入・維持コストに対する負担感が大きいことも浮かび上がった。

こうしたことから、「買える余裕が出てきたら、自分のクルマを購入する」という意識が、若者のマイカー取得を遅らせつつあることも考えられる。

続いて、購入時のクルマ選びでは、人気といった「周囲の評価」よりも、運転のしやすさやデザインといった「自身の価値基準」を重視する傾

向が見られた。

また、クルマに対するイメージでは、日常の移動手段という捉え方と、自分らしさを表現できるものという捉え方が相対的に多かった半面、社会人としての証であるという捉え方は相対的に少なく、「自身の必要性や価値観」を軸に考えていることがうかがえた。

今回の調査では、価格や条件が合えば中古車でも構わないと考える層（「中古車許容派」）とそうでない層や、カーシェアなどのサービスが充実し

ていけばマイカーを持たなくてもよいと考える層（「レンタカー・カーシェア派」）とそうでない層の意識比較を行った。

その結果では、「レンタカー・カーシェア派」が、日常の移動手段としてのメリットや、自分らしさを表現するものとしてのメリットと、保有コスト面などのデメリットをそれぞれ認めている傾向がうかがえたことが興味深い。

レンタカーやカーシェアを利用すれば、マイカーを持たずとも、クルマの便利さ・楽しさを生活に採り入れることができ、マイカーを保有するための駐車場を確保する必要などはない。レンタカーやカーシェア事業者が扱う車種も増えて、好みに応じて選ぶこともできるようになってきている。

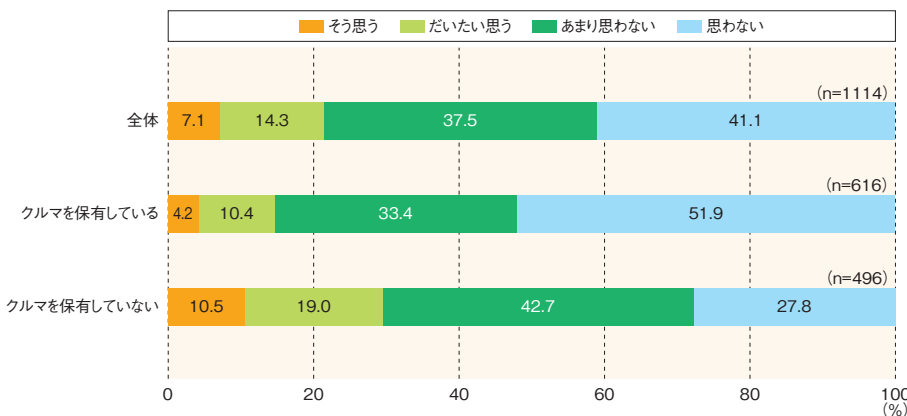
すなわち、「レンタカー・カーシェア派」からは、「自分にとってのクルマの良さや価値」をより上手に活用しようとする若者像が見て取れる。

近年、使わないモノや場所などを個人間で貸し借りする「シェアリングエコノミー（シェア経済）」という言葉が広く聞かれるようになった。クルマについても、一般のドライバーが空き時間に自家用車で人を運ぶライドシェア（相乗り）サービスなどが国内でも広がる可能性が指摘されている。

今回の調査では、クルマを自身の価値基準で選び、活用している現代の若者像が垣間見えた。こうした若者たちは、シェア経済型サービスをより抵抗なく、自然体で受け入れられる意識を持っているとも言えよう。

（注）一般社団法人次世代自動車振興センターの統計に基づく国内保有台数。

図表16 「レンタカーや、カーシェアリングが利用できれば、購入・買い替えなくてもいい」回答の保有状況別比較



図表17 「レンタカー・カーシェア派」と「マイカー派」のクルマに対するイメージ比較 (各項目について「そう思う」と答えた人の割合 (%))

