

2015年1月27日

株式会社 リクルートマーケティングパートナーズ

リクルート自動車総研 中古車購入実態調査2014

全国の中古車購入総額(※)平均は102万円。

中古車の購入予算、支払額ともに増加傾向。

◆購入において、自分以外の「パートナー」「子・孫」等の同乗者を意識する傾向も明らかに。

◆“移動の道具”としての価値に加え、若い世代ほどクルマを“コミュニケーションの場”と捉える傾向も。

※車両本体価格だけでなく、諸費用(法定費用・販売手数料)を含む

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ(本社:東京都千代田区 代表取締役社長 富塚 優)が運営するリクルート自動車総研では、中古車の購入実態について詳細に把握するために、過去1年間に中古車の購入を検討した人に対して「中古車購入実態調査」を全国(沖縄県を除く)で実施しました。ここに、調査結果をご報告いたします。

■中古車の購入実態……………P3～6

○購入予算の上限平均は117万円に対し、実際の購入総額平均は102万円。

購入予算の上限、実際の購入総額ともに増加傾向。

○購入した店舗は「メーカー系列以外の中古車販売店(専門店)」が37.3%。

○クルマの購入にあたり重視した点は「価格の安さ」が70.1%で最も多い。

○購入したクルマのボディタイプは「軽自動車」が41.7%。

■中古車の購入検討について……………P7～9

○クルマを購入しようと思ったきっかけは「前車」が古くなったから。ついで「車検」。

○クルマの購入目的は「通勤・通学」のためが39.9%。

○クルマの利用頻度は「ほぼ毎日」が59.1%と多数派。

○クルマに求めるものは「経済性」が79.0%。

○買った車に乗せることを最も意識した対象は、自身と並んで子・孫、配偶者が同程度に多い。

■クルマに対するイメージ・価値観……………P10～11

○中古車のイメージは、「中古車は少ない予算でも買えるので魅力的だ」が79.6%。

○若い世代ほどクルマをコミュニケーションの場として捉えている。

「クルマはコミュニケーションの場である」と思う人は、60代以上で22.9%、20代以下では41.8%。

◆出版・印刷物へデータを転載する際には、“中古車購入実態調査2014 調べ”と明記いただけますようお願い申し上げます。

◆「中古車購入実態調査2014」は、弊社『自動車総研』サイト(<http://www.recruit-mp.co.jp/carsouken/>)より、ダウンロードいただけます。

リクルートマーケティングパートナーズではこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】

https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/