

1年間の中古車の購入にかけられた費用総額（中古車市場規模）は3兆275億円、延べ購入台数は250.3万台と推計。中古車購入単価の平均は120.9万円。それぞれ2015年の調査から年々増加。

人口1万人あたりの購入台数をエリア別でみると、北関東エリアに次いで北海道エリア、甲信越・北陸エリアが多い。

### ■中古車の購入台数、市場規模＜推計値＞

	H27国勢調査	調査結果			推計結果			
		人口 (万人) ＜A＞	1年間の 中古車購入率 (%) ＜B＞	中古車 購入単価 (万円) ＜C＞	延べ 購入台数 (万台) A*B=＜D＞	中古車 市場規模 (億円) C*D	1万人あたり購入台数	
						台数 (台) D/A	全国値との 比較 (全国=1)	
全国	2017年	8,141	3.1	120.9	250.3	30,275	307.5	1.00
	2016年	8,141	3.0	117.3	242.2	28,409	297.5	1.00
	2015年	8,469	2.8	116.9	240.4	28,100	283.8	1.00
性別	男性	4,074	3.7	126.3	152.0	19,199	373.0	1.21
	女性	4,067	2.4	112.6	98.4	11,080	241.9	0.79
年齢別	20歳代	1,460	4.1	119.8	60.5	7,252	414.6	1.35
	30歳代	1,542	3.7	122.5	56.8	6,959	368.5	1.20
	40歳代	1,820	2.8	133.5	51.2	6,838	281.5	0.92
	50歳代	1,527	2.6	109.0	39.5	4,303	258.5	0.84
	60歳代	1,792	2.3	119.9	40.6	4,865	226.4	0.74
エリア別	北海道	350	4.1	121.2	14.4	1,748	412.3	1.34
	東北	567	3.7	118.9	21.2	2,522	374.2	1.22
	北関東	446	4.4	110.2	19.7	2,165	441.0	1.43
	首都圏	2,437	2.1	138.1	51.4	7,092	210.8	0.69
	甲信越・北陸	516	4.1	112.9	21.0	2,372	407.4	1.32
	東海	971	3.7	121.4	36.3	4,401	373.3	1.21
	関西	1,337	2.3	130.1	30.2	3,931	226.0	0.73
	中国	463	3.6	97.1	16.6	1,606	357.5	1.16
	四国	237	3.6	111.5	8.4	940	355.7	1.16
九州	818	3.8	111.9	31.2	3,497	381.9	1.24	

※人口：平成27年国勢調査（総務省）の結果に基づく、各エリアの対象年代（18～69歳）の人口

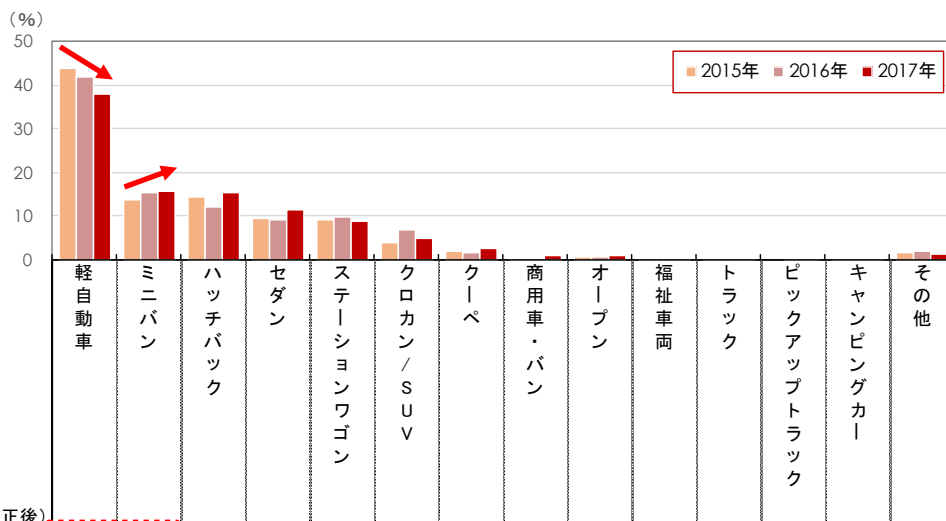
ただし、2015年の人口は平成22年国勢調査（総務省）の数値を用いている

※推計結果（延べ購入台数、中古車市場規模）の全国値は、全国の平均購入単価および延べ購入台数のデータを用いて算出しているため、各性年齢、各エリアの合計とは異なる

※「延べ購入台数」は「人口」に「1年間の中古車購入率」を乗じて算出しているが、この「1年間の中古車購入率」は1年間に1台以上中古車を購入した人の割合であるため、「延べ購入台数」には1年間に2台以上中古車を購入した人の2台目以降は含まれていない

直近で購入した中古車のボディタイプは、「軽自動車」が37.8%で最も高いが、2015年の調査から減少、「ミニバン」が増加している。

### ■直近で購入した中古車のボディタイプ<二次調査>（1年以内に中古車を購入した人/単一回答）



( )内はサンプル数(補正後)

属性	属性名	サンプル数	軽自動車	ミニバン	ハッチバック	セダン	ステーションワゴン	クロカン/SUV	クーペ	商用車・バン	オープン	福祉車両	トラック	ピックアップトラック	キャンピングカー	その他
全体	2017年	(1,478)	37.8	15.7	15.3	11.3	8.8	5.0	2.5	0.9	0.9	0.2	0.1	0.1	0.1	1.3
	2016年	(1,530)	42.0	15.3	12.2	9.1	9.7	6.7	1.7	0.4	0.8	0.1	0.1	0.1	0.1	1.8
	2015年	(1,373)	43.9	13.6	14.4	9.6	9.2	4.0	2.0	0.3	0.7	0.2	0.3	-	0.2	1.5
性別	男性	(897)	31.5	15.7	17.5	13.6	9.1	5.9	3.1	1.0	1.2	0.3	0.1	0.1	-	1.0
	女性	(581)	47.6	15.7	12.1	7.7	8.4	3.7	1.7	0.9	0.4	-	0.1	0.1	0.1	1.7
年齢別	20歳代	(357)	36.9	15.3	10.1	14.0	8.4	8.7	3.9	0.3	1.1	0.3	-	0.5	0.2	0.3
	30歳代	(335)	39.6	23.9	9.6	8.6	10.2	4.1	1.2	1.6	-	-	0.2	-	-	1.0
	40歳代	(303)	33.3	16.0	16.6	10.7	9.4	5.3	2.8	1.4	1.8	0.3	0.3	-	-	2.3
	50歳代	(309)	42.0	9.6	22.7	10.3	8.5	1.6	1.8	1.0	0.6	0.2	-	-	-	1.5
	60歳代	(173)	36.6	10.8	21.9	13.7	6.3	4.7	3.1	-	0.8	-	0.3	-	-	1.8
エリア別	北海道	(85)	33.5	20.8	14.1	11.5	8.6	9.0	1.7	-	0.5	-	-	-	-	0.2
	東北	(125)	42.6	14.5	12.7	12.5	7.1	7.2	0.1	1.8	0.3	-	0.5	-	-	0.7
	北関東	(116)	39.8	14.9	18.8	8.0	6.2	6.4	1.1	0.6	1.4	-	-	-	-	2.7
	首都圏	(303)	26.3	15.0	21.4	13.4	10.9	5.0	4.5	1.4	1.0	-	-	0.2	-	0.9
	甲信越・北陸	(124)	43.8	14.4	9.9	12.7	5.0	7.8	1.1	1.1	1.9	-	0.7	-	-	1.7
	東海	(214)	31.5	14.6	21.0	15.4	8.8	4.6	1.7	-	1.4	0.4	-	-	-	0.7
	関西	(178)	39.0	19.2	13.0	9.3	7.6	4.7	3.6	0.5	-	0.9	-	0.5	0.4	1.2
	中国	(98)	51.3	11.8	7.4	5.7	14.6	3.9	0.5	1.5	0.5	-	-	-	-	2.9
	四国	(50)	51.1	16.0	14.9	7.4	4.6	1.5	-	2.5	1.0	-	-	-	-	1.0
九州	(185)	45.8	16.4	9.3	9.1	10.0	1.3	4.8	0.7	0.4	-	0.3	0.1	-	1.8	
都市/地方別	都市部	(346)	29.5	15.0	16.9	15.8	9.4	6.6	2.6	1.3	0.9	0.4	0.1	0.2	-	1.2
	地方部	(1,132)	40.4	15.9	14.9	9.9	8.6	4.6	2.5	0.8	0.8	0.1	0.1	0.1	0.1	1.3
ライフステージ別	学生	(52)	42.0	3.6	14.9	20.1	9.3	4.7	3.9	-	-	-	-	-	-	1.4
	独身または既婚単身	(395)	45.1	6.8	13.6	12.7	6.4	7.4	4.7	0.6	1.3	-	-	0.1	0.2	1.1
	夫婦のみ	(297)	38.8	12.0	19.9	12.9	7.0	3.7	2.6	0.3	1.1	-	0.2	0.3	-	1.4
	二世世代家族	(604)	33.4	24.3	13.7	8.1	11.5	4.2	0.9	1.3	0.7	0.3	0.2	0.1	-	1.2
三世世代家族	(127)	31.7	16.2	18.6	14.7	7.8	4.1	2.6	2.0	-	0.5	-	-	-	1.9	
購入車×購入先別	国産車×ディーラー	(536)	38.5	16.0	16.9	10.7	9.0	4.9	1.8	0.7	0.1	0.2	-	-	0.1	1.1
	国産車×専門店	(451)	43.9	17.1	11.5	9.2	8.0	5.5	2.1	1.1	0.5	-	0.3	-	-	0.9
	輸入車×ディーラー	(61)	3.9	5.6	38.8	21.9	9.2	8.2	7.7	0.6	2.0	-	-	-	-	2.0
	輸入車×専門店	(55)	0.6	4.1	34.4	22.3	14.2	2.7	14.4	-	5.6	-	-	1.7	-	-

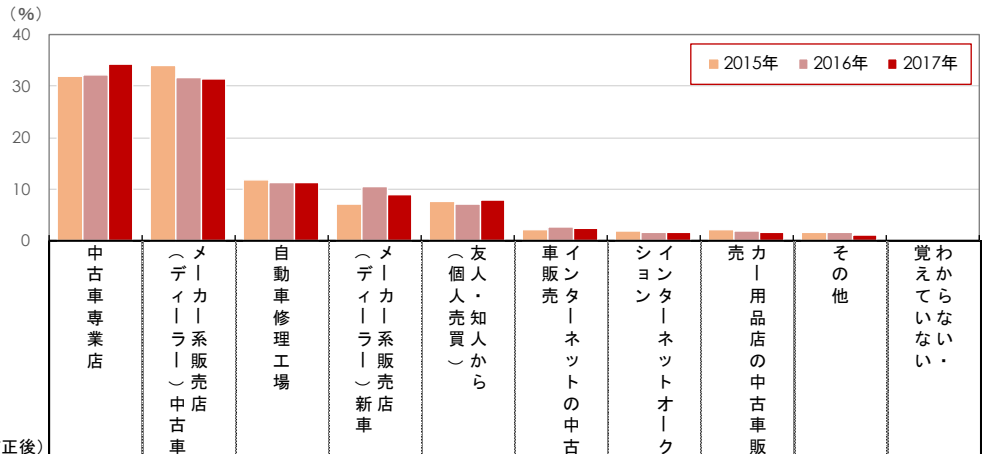
太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %)口

直近で購入した中古車の購入先は、「中古車専門店」が34.2%で最も高く、次いで「メーカー系販売店（ディーラー）中古車」が31.4%、「自動車修理工場」が11.3%で続く。

■直近で購入した中古車の購入先＜二次調査＞（1年以内に中古車を購入した人／単一回答）



( )内はサンプル数(補正後)

		2015年	2016年	2017年	メーカー系販売店（ディーラー）新車	友人・知人から（個人売買）	インターネットの中古車販売	インターネットオークション	カー用品店の中古車販売	その他	覚えていない・わからない
全体	2017年 (1,478)	34.2	31.4	11.3	9.0	8.0	2.2	1.5	1.5	0.9	-
	2016年 (1,530)	32.2	31.5	11.4	10.3	7.1	2.6	1.6	1.7	1.4	-
	2015年 (1,373)	32.0	34.0	11.7	7.1	7.7	2.0	1.9	2.1	1.5	-
性別	男性 (897)	35.3	29.7	11.4	9.7	6.5	2.5	1.8	1.8	1.1	-
	女性 (581)	32.5	33.9	11.1	7.9	10.2	1.8	1.1	1.0	0.6	-
年齢別	20歳代 (357)	31.1	32.2	10.0	10.9	9.6	1.6	1.2	3.1	0.3	-
	30歳代 (335)	35.3	29.9	10.3	9.7	9.0	2.4	1.8	1.0	0.7	-
	40歳代 (303)	33.8	34.8	10.7	7.1	6.7	3.0	1.6	1.8	0.6	-
	50歳代 (309)	34.3	30.5	14.5	8.5	7.4	1.6	1.2	0.4	1.6	-
	60歳代 (173)	38.9	28.2	11.3	8.2	5.8	2.9	2.5	0.3	1.9	-
エリア別	北海道 (85)	41.4	28.9	11.3	7.1	7.5	0.9	0.6	0.8	1.4	-
	東北 (125)	35.0	28.5	11.1	9.6	6.9	2.5	1.7	2.8	1.9	-
	北関東 (116)	33.6	27.1	12.7	8.8	9.8	2.8	2.0	1.4	1.9	-
	首都圏 (303)	33.9	38.9	5.1	11.0	5.2	2.4	0.6	2.7	0.3	-
	甲信越・北陸 (124)	37.8	25.3	15.2	10.7	6.6	1.5	2.6	-	0.2	-
	東海 (214)	38.0	31.2	10.7	5.3	10.8	2.7	1.0	-	0.5	-
	関西 (178)	34.0	27.1	13.3	9.4	10.5	1.6	2.4	1.3	0.4	-
	中国 (98)	23.9	39.5	18.4	8.8	4.8	3.1	-	0.3	1.2	-
	四国 (50)	32.2	28.8	16.4	7.7	7.2	2.3	2.3	2.0	1.0	-
	九州 (185)	30.7	29.5	11.8	9.5	9.3	2.1	3.0	2.2	2.0	-
都市／地方別	都市部 (346)	37.1	34.3	6.7	10.6	5.1	2.3	1.0	1.7	1.0	-
	地方部 (1,132)	33.3	30.5	12.7	8.5	8.8	2.2	1.7	1.4	0.9	-
ライフステージ別	学生 (52)	39.2	33.5	13.4	3.2	8.4	-	-	2.3	-	-
	独身または既婚単身 (395)	34.9	27.4	12.4	10.5	8.7	0.2	2.7	2.2	0.9	-
	夫婦のみ (297)	32.8	30.8	11.2	9.2	9.6	2.3	1.5	2.0	0.6	-
	二世世代家族 (604)	34.5	33.2	10.4	8.7	6.7	3.3	1.1	0.7	1.4	-
	三世世代家族 (127)	32.0	34.6	11.6	8.0	8.0	4.4	0.7	0.8	-	-
購入車×購入先別	国産車×ディーラー (536)	-	77.5	-	22.5	-	-	-	-	-	-
	国産車×専門店 (451)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	輸入車×ディーラー (61)	-	79.4	-	20.6	-	-	-	-	-	-
	輸入車×専門店 (55)	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(構成比: %) □

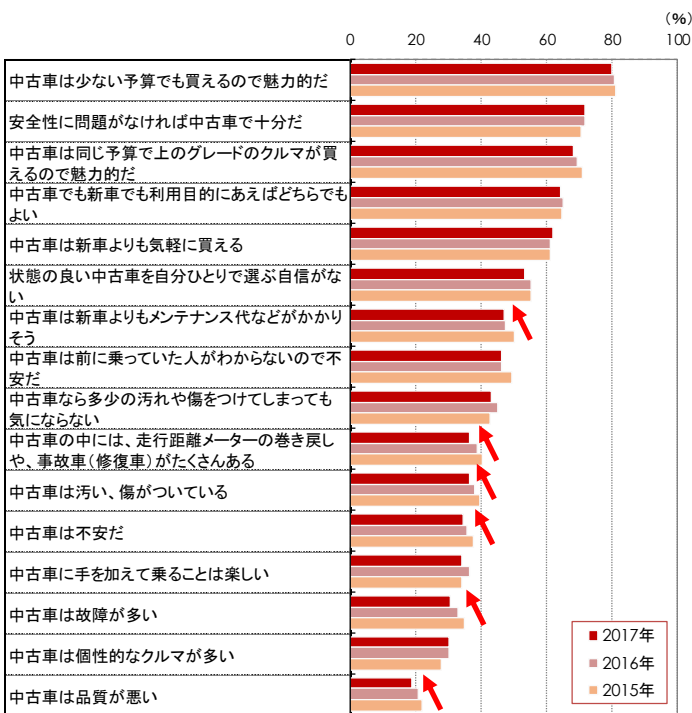
中古車のイメージでは、「中古車の中には、走行距離メーターの巻き戻しや、事故車（修復車）がたくさんある」「中古車は汚い、傷がついている」「中古車は故障が多い」などが2015年の調査から減少。

中古車に対するネガティブなイメージを持つ人が減少している傾向がうかがえる。

### ■ 中古車のイメージ<二次調査>（1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人/それぞれ単一回答）

( )内はサンプル数(補正後)

2017年 (4,154)	2016年 (4,391)	2015年 (4,065)	性別		年齢別				
			男性 (2,555)	女性 (1,598)	20歳代 (998)	30歳代 (980)	40歳代 (894)	50歳代 (851)	60歳代 (430)
79.9	80.8	80.9	78.4	82.3	80.1	81.0	79.9	79.5	77.7
71.6	71.8	70.6	69.7	74.7	74.7	73.5	69.2	67.3	74.1
68.3	69.2	70.9	69.3	66.6	68.4	69.8	69.9	65.8	66.1
64.4	65.0	64.5	62.6	67.3	63.6	65.8	65.2	63.3	63.6
62.1	61.2	60.9	60.4	64.7	67.8	59.8	58.6	60.7	63.8
53.3	55.0	55.1	42.3	71.0	59.7	59.4	50.5	49.1	38.8
47.0	47.2	50.2	44.6	50.9	53.7	53.0	43.6	40.1	38.3
46.3	46.3	49.2	42.3	52.7	49.1	50.7	45.4	43.2	38.1
43.0	45.0	42.9	41.8	44.9	48.2	47.4	39.6	37.4	39.0
36.5	38.9	40.5	34.0	40.5	41.5	41.2	36.4	31.6	24.4
36.3	38.1	39.6	35.5	37.6	44.7	43.4	30.9	30.8	23.1
34.6	35.5	37.7	32.6	37.6	39.5	38.9	35.3	28.4	24.0
34.2	36.6	34.2	41.2	22.9	39.1	33.5	35.9	32.5	24.0
30.7	32.9	35.0	29.6	32.6	38.5	35.5	28.7	24.5	18.5
30.1	30.0	27.7	34.3	23.3	39.0	32.0	27.5	25.1	20.3
18.9	20.8	22.0	18.8	19.1	27.9	21.7	16.4	12.8	9.0

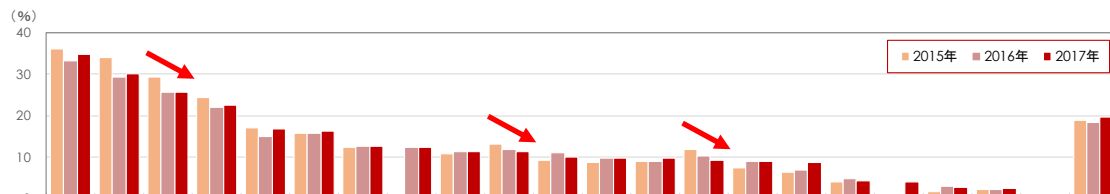


※「そう思う・計」「そう思う」「まあそう思う」の合計の割合

太字 全体より5ポイント以上高い項目 (構成比: %)  
 全体より5ポイント以上低い項目

中古車購入を思い立ったとき不安だったこととして、「耐久性、故障する頻度」「購入後の維持管理費（ガソリン・駐車場代など）の負担の大きさ」「車検の負担の大きさ」が2015年の調査から減少している。

■中古車購入を思い立ったとき不安だったこと<二次調査>  
(1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人/複数回答)



( )内はサンプル数(補正後)

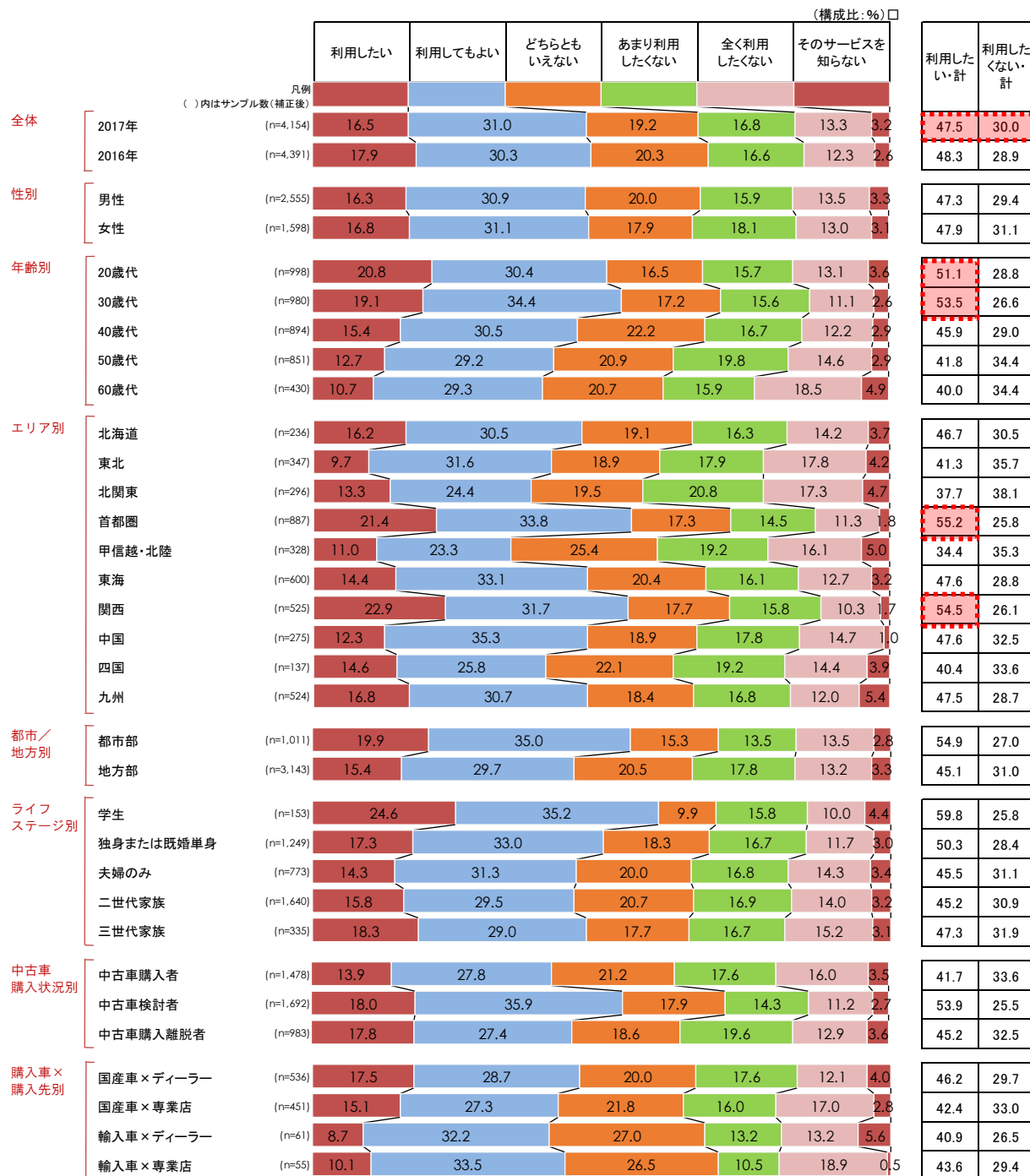
	2017年	2016年	2015年	2017年	2016年	2015年	2017年	2016年	2015年	2017年	2016年	2015年	2017年	2016年	2015年	2017年	2016年	2015年	2017年	2016年	2015年	2017年	2016年	2015年
全体	34.7	30.2	25.5	22.5	16.6	16.1	12.6	12.4	11.3	11.2	10.0	9.6	9.6	9.1	9.0	8.6	4.2	4.0	2.5	2.4	0.3	19.7	18.3	18.3
性別	29.7	28.3	24.4	20.4	15.2	16.0	11.7	10.6	10.9	10.3	8.5	9.1	7.3	8.4	7.8	5.0	4.3	2.5	2.1	0.1	22.6	21.0	21.0	22.6
年齢別	32.1	26.3	23.5	22.0	15.7	20.4	18.4	9.5	13.1	14.8	12.6	12.1	11.0	12.1	13.1	10.8	4.8	3.7	2.7	2.9	0.1	14.8	14.0	21.4
エリア別	34.3	30.3	27.9	21.9	13.0	11.9	9.7	9.4	11.1	9.7	8.4	11.4	6.2	9.2	6.4	8.0	2.9	3.6	1.8	0.8	0.4	23.3	23.3	23.3
都市/地方別	31.5	30.5	27.3	21.4	18.3	18.4	14.9	11.0	12.4	12.3	10.7	8.8	9.6	10.1	7.9	10.4	4.5	4.2	3.2	1.8	0.5	19.1	19.1	19.1
ライフステージ別	33.9	29.4	24.3	21.7	13.8	12.8	20.0	8.0	11.0	24.0	11.3	11.9	14.0	16.3	16.0	12.4	8.1	5.6	4.5	3.4	-	22.9	22.9	22.9
中古車購入状況別	29.0	22.6	15.9	17.8	10.7	15.2	9.0	8.6	9.1	7.8	8.0	7.1	7.3	5.8	7.0	6.2	2.5	3.0	1.5	1.0	0.5	31.7	31.7	31.7
購入車×購入先別	30.3	23.5	14.7	16.1	12.0	18.7	8.2	10.8	10.4	7.3	6.2	8.0	7.2	6.1	7.9	7.2	3.4	2.6	1.6	1.0	0.2	27.1	27.1	27.1
	24.3	26.7	15.3	20.5	9.9	6.3	4.3	10.6	11.0	9.3	4.0	3.8	9.7	4.6	5.1	3.9	1.2	-	3.0	4.0	-	44.7	44.7	44.7

太字 全体より5ポイント以上高い項目 全体より5ポイント以上低い項目

(構成比:%)

レンタカー（旅行先・出張先など出先で借りる場合を除く）の利用意向は、「利用したい・計」（「利用したい」「利用してもよい」の合計）の割合は47.5%、「利用したくない・計」（「あまり利用したくない」「全く利用したくない」の合計）の割合は30.0%であった。年齢別でみると、20歳代と30歳代は「利用したい・計」の割合が他の年代に比べて高く、エリア別でみると首都圏エリアや関西エリアの利用意向が高い。

## ■レンタカー（旅行先・出張先など出先で借りる場合を除く）の利用意向<二次調査>（1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人/単一回答）

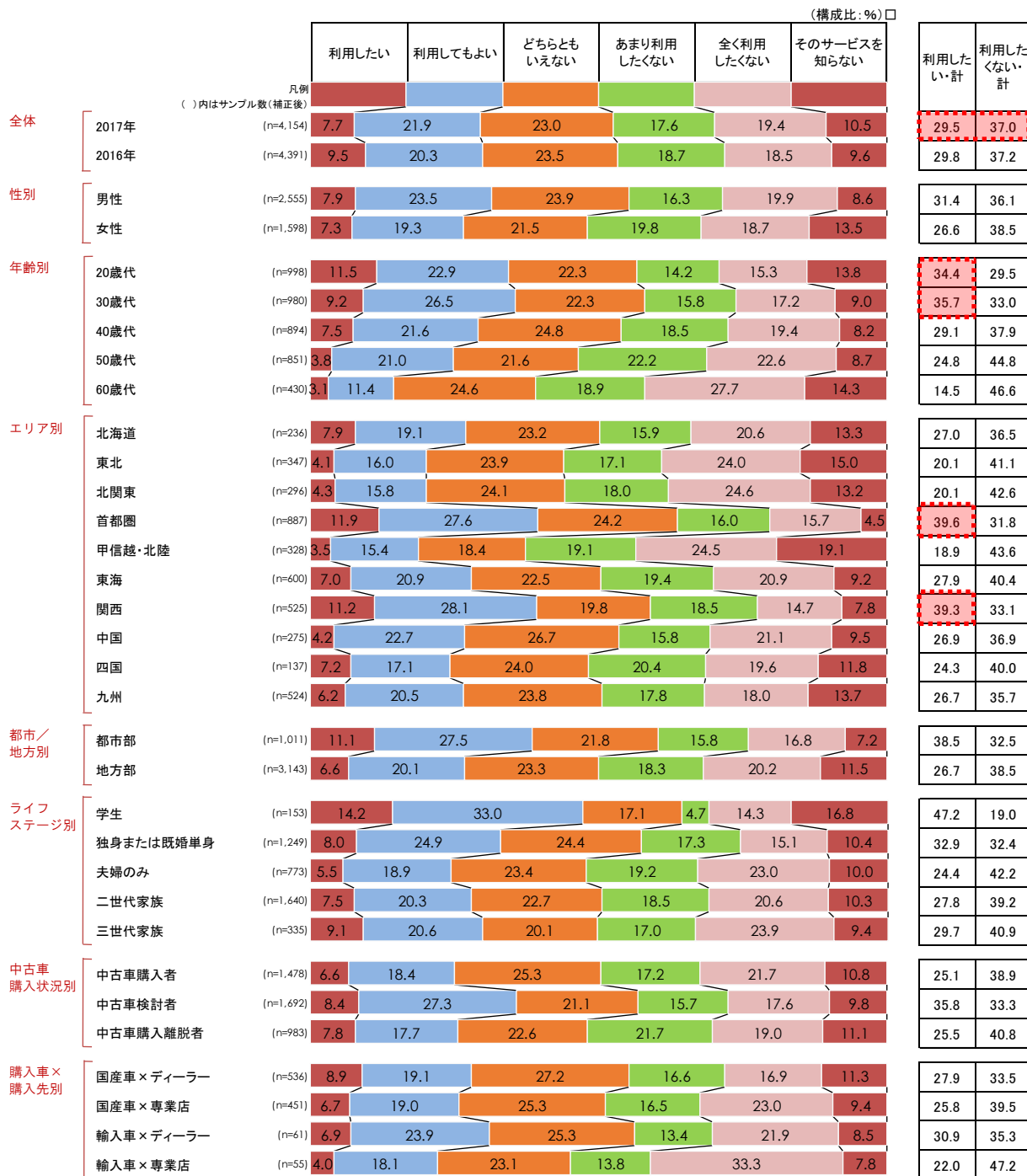


※「利用したい・計」:「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計

※「利用したくない・計」:「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

企業がクルマを提供するカーシェアの利用意向は、「利用したい・計」（「利用したい」「利用してもよい」の合計）の割合は29.5%、「利用したくない・計」（「あまり利用したくない」「全く利用したくない」の合計）の割合は37.0%であった。  
 年齢別で見ると、20歳代と30歳代は「利用したい・計」の割合が他の年代に比べて高く、エリア別で見ると首都圏エリアや関西エリアの利用意向が高い。

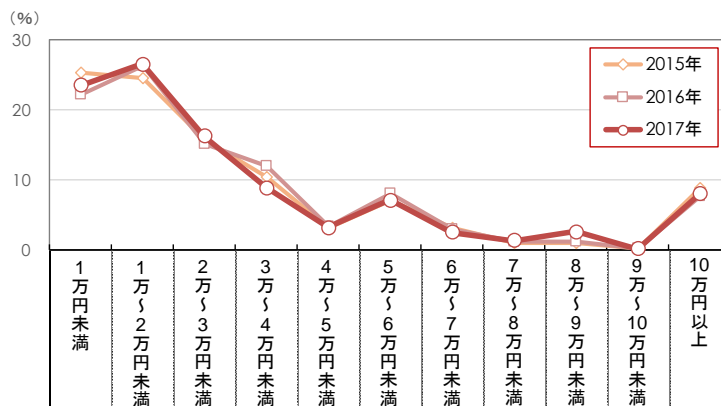
## ■企業がクルマを提供するカーシェアの利用意向 <二次調査> (1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人/単一回答)



※「利用したい・計」:「利用したい」「利用してもよい」のいずれかを回答した人を集計口  
 ※「利用したくない・計」:「あまり利用したくない」「全く利用したくない」のいずれかを回答した人を集計

カーシェアを利用して運転している人に対して、1年あたりのカーシェアの費用を尋ねたところ、「1万～2万円未満」が26.5%、「1万円未満」が23.5%、「2万～3万円未満」が16.2%となった。平均は32,246円で2015年の調査から1,268円増加。

■カーシェアの費用（1年あたり）＜一次調査＞  
（カーシェアを利用して運転している人のうち、金額回答者／単一回答）



		( )内はサンプル数(補正後)										平均 (円)	
	年	1万円未満	1万～2万円未満	2万～3万円未満	3万～4万円未満	4万～5万円未満	5万～6万円未満	6万～7万円未満	7万～8万円未満	8万～9万円未満	9万～10万円未満		10万円以上
全体	2017年 (1,035)	23.5	26.5	16.2	8.9	3.2	7.1	2.5	1.4	2.6	0.2	8.0	32,246
	2016年 (1,067)	22.1	26.2	15.1	12.0	3.4	8.1	2.9	1.1	1.2	0.2	7.7	31,333
	2015年 (786)	25.3	24.6	15.6	10.4	3.2	7.0	3.1	0.9	1.0	0.3	8.8	30,978
性別	男性 (739)	23.5	25.6	16.2	8.6	2.8	6.8	2.6	1.8	2.8	0.3	8.9	33,625
	女性 (296)	23.3	28.7	16.1	9.6	4.1	8.1	2.3	0.4	1.8	-	5.6	28,798
年齢別	20歳代 (230)	27.7	25.9	14.7	6.1	2.3	7.9	-	0.9	3.7	-	10.8	33,922
	30歳代 (277)	20.4	26.7	15.1	9.1	3.3	9.9	3.4	1.6	2.6	0.4	7.6	32,638
	40歳代 (248)	21.8	27.5	18.7	11.4	3.1	5.9	3.6	0.6	1.4	-	6.1	31,945
	50歳代 (194)	23.1	29.1	15.2	9.2	4.6	4.5	2.2	1.7	1.7	-	8.7	31,120
	60歳代 (86)	27.3	19.3	18.9	8.1	2.8	5.3	3.9	3.3	4.8	0.9	5.4	29,916
	エリア別	北海道 (15)	26.1	10.5	28.9	7.3	7.2	10.2	-	-	2.0	-	7.9
	東北 (22)	53.6	20.7	14.9	1.9	-	6.9	-	-	-	-	1.9	13,345
	北関東 (10)	13.9	22.5	5.9	-	-	28.8	-	-	-	-	28.8	47,985
	首都圏 (614)	20.6	28.1	14.9	10.4	2.5	7.5	2.0	1.9	2.4	0.3	9.3	34,484
	甲信越・北陸 (5)	22.5	51.7	-	25.8	-	-	-	-	-	-	-	12,917
	東海 (37)	34.0	21.7	30.1	-	6.0	2.0	-	-	-	-	6.2	29,601
	関西 (252)	28.3	22.5	18.2	8.1	5.4	4.5	4.5	0.7	2.7	-	5.0	28,588
	中国 (21)	21.4	34.8	14.1	13.2	-	3.2	5.9	-	7.4	-	-	22,912
	四国 (3)	25.6	-	-	-	-	16.0	-	-	58.4	-	-	54,722
	九州 (57)	16.1	33.4	14.4	3.2	1.5	15.7	1.1	1.6	2.3	-	10.5	34,339
都市/地方別	都市部 (675)	22.5	27.6	16.5	9.8	3.0	7.3	2.0	1.5	2.6	0.2	7.0	31,861
	地方部 (360)	25.3	24.5	15.7	7.2	3.6	6.9	3.4	1.1	2.4	0.2	9.7	32,967
ライフステージ別	学生 (57)	29.7	30.7	-	3.9	3.3	6.4	1.1	-	11.0	-	13.9	37,028
	独身または既婚単身 (339)	29.5	28.2	16.4	8.6	1.5	6.3	1.3	0.9	1.9	-	5.3	26,895
	夫婦のみ (249)	25.1	31.5	16.9	8.1	3.0	4.0	2.7	1.4	1.1	-	6.3	25,988
	二世世代家族 (349)	14.8	22.6	18.1	10.7	4.3	9.4	3.5	2.3	2.9	0.6	11.0	40,975
	三世世代家族 (42)	28.1	11.2	16.3	8.2	9.1	14.5	4.4	-	1.8	-	6.4	33,462
中古車購入状況別	中古車購入者 (27)	14.5	17.3	22.7	5.3	-	17.5	-	-	-	-	22.8	59,314
	中古車検討者 (63)	22.2	21.2	13.0	9.3	-	15.7	-	1.8	3.5	-	13.3	37,859
	中古車購入離脱者 (8)	18.1	16.6	3.4	13.7	-	-	-	-	22.0	-	26.2	57,066
所有車別	新車を持っている (95)	24.7	20.7	16.7	8.3	5.0	9.1	2.0	-	5.1	-	8.3	35,368
	中古車を持っている (16)	36.7	39.0	5.1	12.4	-	-	-	-	-	-	6.9	29,028
	両方持っている (9)	24.6	7.5	-	21.4	-	19.9	-	-	-	-	26.6	83,423

太字 全体より5ポイント以上高い項目

(構成比:%) □

全体より5ポイント以上低い項目





リクルート自動車総研所長 兼 カーセンサー編集長  
西村 泰宏 (にしむら やすひろ)

2005年新卒でリクルートに入社。2015年、自動車事業本部 編集グループに異動。  
『カーセンサー』本誌の編集とリニューアルプロジェクトの推進を行う。ネットコン  
テンツなども含め、全体のデスク業務を担当。2017年4月よりカーセンサー編集長、  
2018年4月よりリクルート自動車総研所長に就任。

## ■ 推計延べ購入台数と中古車購入単価が増加・・・P3

近年、中古車でもハイブリッドを中心に、ディーゼルやEV（電気自動車）、PHEV（プラグインハイブリッド）など、さまざまな種類が選択可能です。また、日頃CMでよく見かけるような安全装備がついたクルマも中古車としての流通量が増えてきています。いずれも、一昔前であれば新車の高いグレードを中心に搭載されていた機能・性能です。これらを搭載したモデルたちが、中古車としても十分に検討ができる流通量になり始めたため、新車時の価格と比べると比較的リーズナブルな価格差で購入することが可能となってきています。せっかく買うなら…と少し値段を上げて新しい技術を取り入れたモデル購入の検討をしている人が増えていると推察できます。

## ■ 購入したボディタイプ別ではミニバンが堅調に増加・・・P4

家族を持つ層からの需要が高いミニバンですが、人気のトヨタ アルファード、ヴェルファイアや、日産 セレナ、ホンダ ステップワゴンなどが、近年続々とモデルチェンジをして進化しています。よりラグジュアリーな方向に進化したり、先進安全装備を搭載したり、家族・子どもの使い勝手をもっと向上させるなど、それぞれの個性を強めています。これらの特徴を持った意欲的なミニバンたちが中古車市場にも流通し始めたことで、買い替えなど含めた需要が喚起されていると思われます。さらに、VIPカーとして利用されることも増えてきており、従来セダンが担っていた会社役員や芸能人・政治家などの送迎にも、室内空間が広いラグジュアリーなミニバンが使われるようになってきています。

## ■ 中古車に対するネガティブなイメージが減少・・・P6

すぐ壊れるのではないかと？修復歴などが改ざんされているのでは？など、長らく中古車にはネガティブなイメージがセットでした。最近では、そもそもクルマに欠陥がある場合はメーカーのリコールが出るなど、壊れる可能性が高いクルマが市場に出るケースが激減しています。あわせて、上記の通りハイブリッドや安全装備など比較的新しい技術を持ったクルマも中古車で豊富な選択肢から探すことが可能になっており徐々に中古車＝壊れるというイメージは減ってきていると思われます。また、若い層はクルマに限らずリユースやシェアなどの感覚に抵抗がなくなってきており、中古というだけでネガティブイメージを持ちづらくなってきているとも言えるでしょう。

## ■ レンタカー・カーシェアの利用意向は変化なく、単価が増加・・・P8～10

日々、クルマでの移動が必須であるというエリアに住む人たちにとって、マイカーを手放すということはなかなか難しい選択です。そのため、全国的にはレンタカーやカーシェアの利用意向が一気に上がることは考えにくいでしょう。一方、サービスポイントが増えたり利用方法のバリエーションが増えるなど、都市部でのカーシェアはより利便性が増していると言えます。結果、利用意向者数ではなく、利用者あたりの費用が増える傾向にあります。