

マイカー利用者の22%がコロナ流行前よりも利用機会が「増えた」と回答。  
公共交通機関やレンタカーは減少。

## <アンケート調査：コロナ流行前後でのカーライフや公共交通機関利用>

顧客満足度（CS）調査や消費者動向に関するリサーチ・コンサルティング会社である株式会社J.D. パワー ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）は、2021年6月に、**コロナ禍でのカーライフやクルマの意向**に関するアンケート調査を実施しました。

今回は第三弾として、アンケート結果から、新型コロナウイルス流行前後での車の利用や移動手段の変化について紹介します。



### 調査結果ダイジェスト

1. コロナ流行前後で比較した移動手段、遠距離移動のための公共交通機関の利用率が大きく減少
2. 公共交通機関の利用機会、近距離移動は「減った」が52%、遠距離移動は「減った」が75%
3. レンタカーの利用機会は「減った」が59%、カーシェアの利用機会は「増えた」が約28%
4. マイカーの利用機会、コロナ流行前よりも「増えた」が22%、若年層では「増えた」が30%
5. マイカー利用が増えた主な理由は「密を避けるため」「車での買い物や用事増えた」、若年層の理由に特徴
6. マイカー利用が減った主な理由は「自宅で過ごす時間が増えた」「買い物や用事での外出の回数が減った」

🔍 「コロナ禍でのカーライフや車の意向アンケート」の第一弾、第二弾レポートも併せてご覧ください。

車の定額制サービス“サブスク”“リース”編レポートは[こちら](https://japan.jdpower.com/ja/resources/2021_newsletter_CarSubscription_and_CarLease)

[https://japan.jdpower.com/ja/resources/2021\\_newsletter\\_CarSubscription\\_and\\_CarLease](https://japan.jdpower.com/ja/resources/2021_newsletter_CarSubscription_and_CarLease)

カーシェアリングサービス編レポートは[こちら](https://japan.jdpower.com/ja/resources/2021_newsletter_Carsharing)

[https://japan.jdpower.com/ja/resources/2021\\_newsletter\\_Carsharing](https://japan.jdpower.com/ja/resources/2021_newsletter_Carsharing)

◇ “新型コロナウイルス流行前”及び“流行後から現在まで”の間に利用していた移動手段について尋ねました。

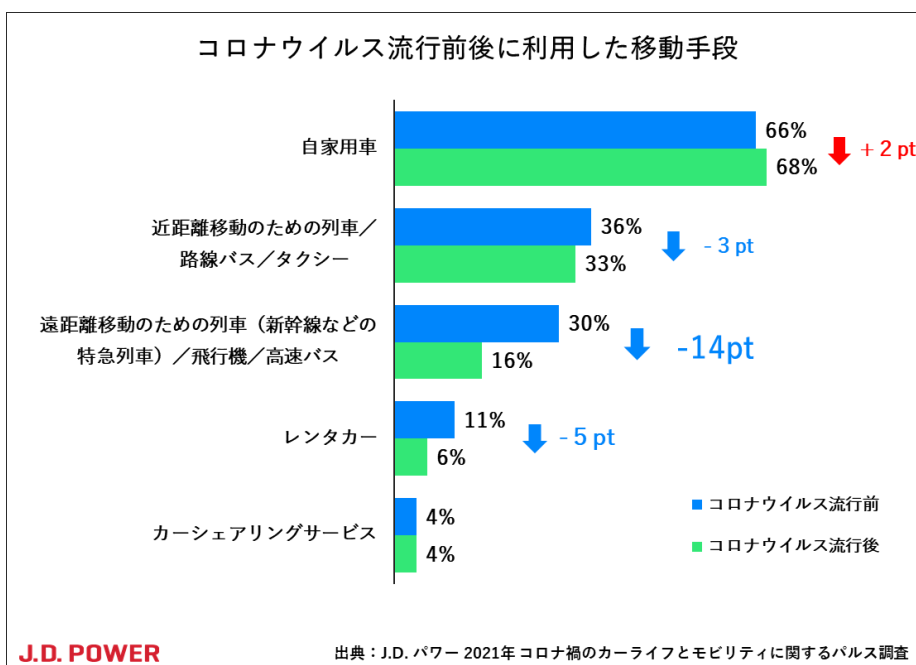
## 新型コロナウイルス流行前後で比較した移動手段、遠距離移動のための公共交通機関の利用者は大きく減少

“遠距離移動のための列車（新幹線などの特急列車）／飛行機／高速バス”を新型コロナウイルス流行前に利用していた人は30%でしたが、新型コロナウイルス流行後は16%となり、利用者が約半数に低下しています。

“レンタカー”は- 5 pt、“近距離移動のための列車/路線バス/タクシー”は- 3 pt、“自家用車”は+ 2 ptでした。

世代別に見ると、特にシニア層\*1で“遠距離移動のための列車（新幹線などの特急列車）／飛行機／高速バス”を利用した人が- 21ptと大きく減少していることが分かりました。

\*1若年層:20～34歳、ミドル層:35～44歳、プレシニア層:45～59歳、シニア層:60～69歳



## コロナウイルス流行前後の利用した交通手段の変化 一年代別内訳

コロナウイルス	自家用車			近距離移動のための列車 ／路線バス/ タクシー			遠距離移動のための列車 (新幹線などの特急列車) ／飛行機/ 高速バス			カーシェアリング サービス			レンタカー		
	流行前	流行後	差	流行前	流行後	差	流行前	流行後	差	流行前	流行後	差	流行前	流行後	差
若年層	53%	56%	+3pt	36%	34%	-2pt	33%	22%	-11pt	7%	6%	-1pt	14%	11%	-3pt
ミドル層	67%	71%	+4 pt	36%	32%	-4pt	31%	16%	-15pt	4%	4%	0	11%	6%	-5pt
プレシニア層	71%	72%	+1pt	35%	34%	-1pt	28%	15%	-13pt	2%	2%	0	9%	4%	-5pt
シニア層	72%	74%	+2pt	37%	32%	-5pt	32%	11%	-21pt	2%	2%	0	9%	4%	-5pt

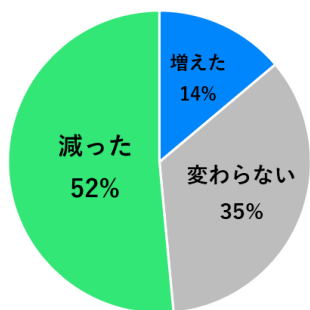
◇次に、新型コロナウイルス流行前と現在とを比べて移動手段の利用状況に変化があったかどうかを移動手段別に尋ねました。

## 近距離移動のための公共交通機関の利用機会は、コロナ流行前よりも「減った」が52%

“近距離移動のための列車／路線バス／タクシー”については、「減った」が52%と過半数を占めています。

世代別に見ても、どの世代でも半数前後の人が「減った」としており、通勤や通学に公共交通機関を利用する機会や外出の機会がコロナ流行前に比べて減ったことが確認できます。

近距離移動（公共交通機関利用）の利用変化  
- コロナ流行前との比較 -



J.D. POWER 出典：J.D. パワー 2021年 コロナ禍のカーライフとモビリティに関するパルス調査

近距離移動（公共交通機関利用）の利用  
「減った」の回答割合（世代別）



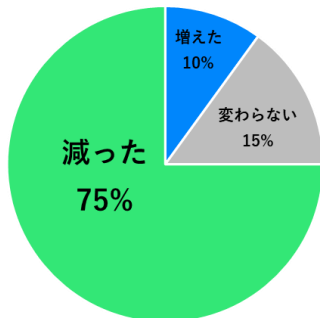
J.D. POWER 出典：J.D. パワー 2021年 コロナ禍のカーライフとモビリティに関するパルス調査

## 遠距離移動のための公共交通機関の利用機会は、コロナ流行前よりも「減った」が75%

“遠距離移動のための列車（新幹線などの特急列車）／飛行機／高速バス”については、「減った」が7割を超えました。

世代別に見ると、若年層、ミドル層、プレシニア層では7割前後、シニア層では8割を超える人が「減った」としており、旅行や出張、帰省などの機会がコロナ流行前に比べて減ったことが確認できます。

遠距離移動（公共交通機関利用）の利用変化  
- コロナ流行前との比較 -



J.D. POWER 出典：J.D. パワー 2021年 コロナ禍のカーライフとモビリティに関するパルス調査

遠距離移動（公共交通機関利用）の利用  
「減った」の回答割合（世代別）

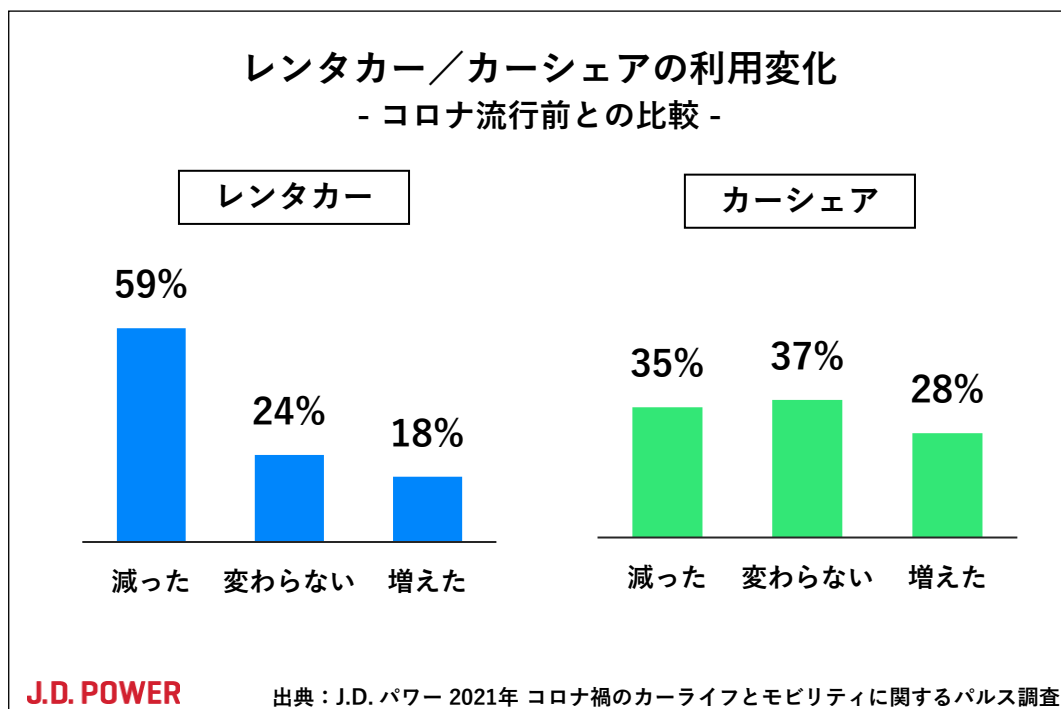


J.D. POWER 出典：J.D. パワー 2021年 コロナ禍のカーライフとモビリティに関するパルス調査

## レンタカーの利用機会はコロナ流行前よりも「減った」が約6割、カーシェアの利用機会はコロナ流行前よりも「増えた」が約3割

コロナ前と比べて利用が「減った」とする回答は、レンタカーでは59%、カーシェアリングサービスは35%でした。対して、コロナ前と比べて利用が「増えた」とする回答は、レンタカーでは18%、カーシェアリングサービスでは28%でした。減少傾向はレンタカーのほうが大きく、元々旅行での利用目的が最も多いレンタカーは外出自粛やステイホームの影響を受けやすかったとみられます。

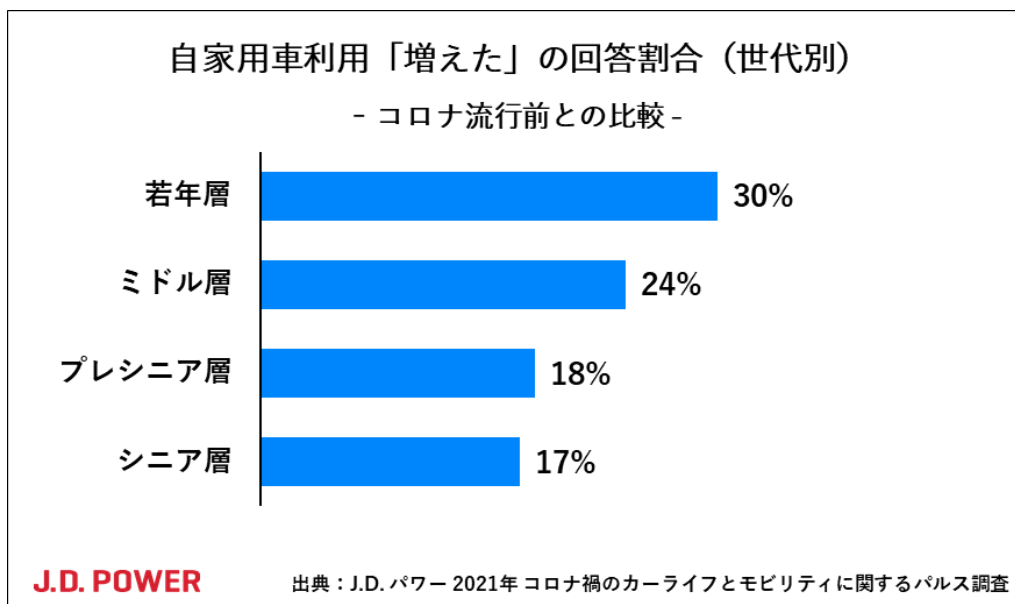
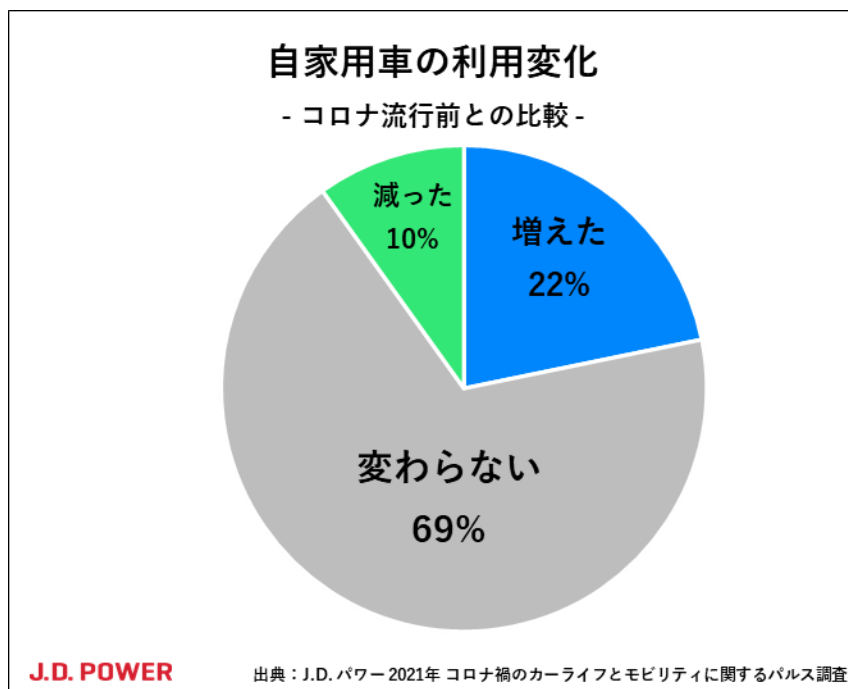
一方、「旅行」以外にも日常使いでの需要が多いカーシェアリングサービスについては、「減った」は3割強にとどまっており、増えたとする割合はレンタカーを上回っています。不特定多数の人と接触する電車やバスの利用の代わりに、カーシェアを利用する層が一定数いることがうかがえます。



## マイカーの利用機会は、コロナ流行前よりも「増えた」が22%、若年層では「増えた」が30%

自家用車については、「増えた」が22%、「減った」が10%、「変わらない」が69%となりました。

世代別で見ると、若い世代ほど自家用車の利用が増えたとする割合が高く、若年層の3割が、コロナ流行前よりも自家用車の利用が増えたと回答しています。



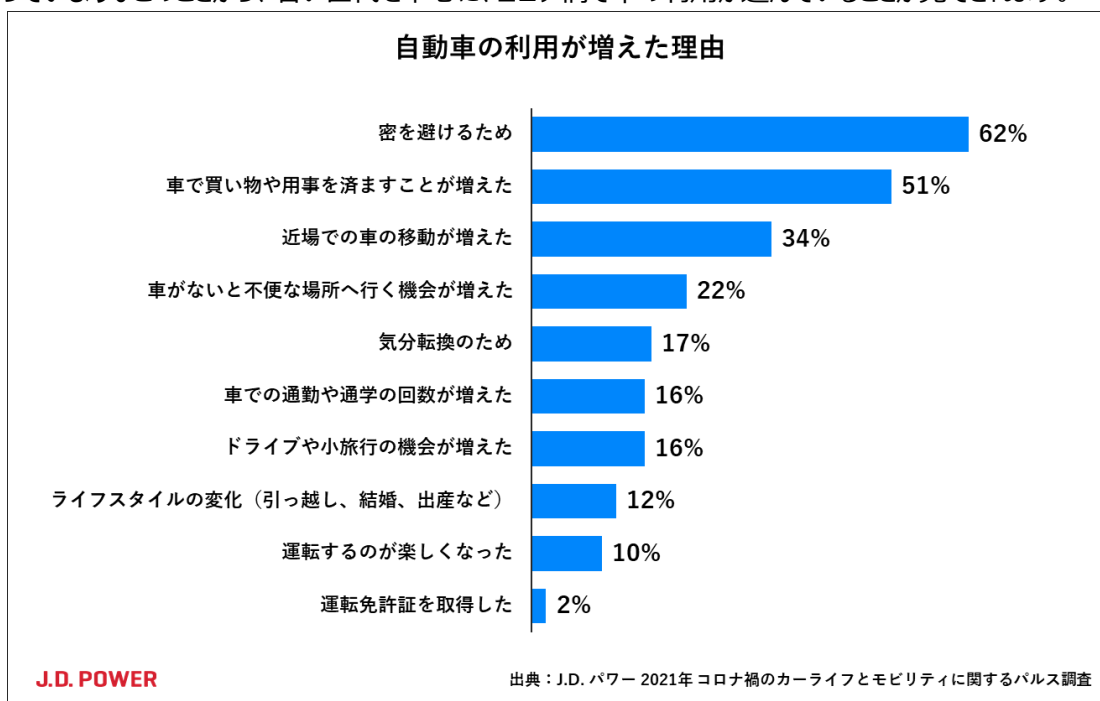
◇自家用車の利用が「増えた」と回答した人に、その理由を尋ねました。

## マイカー利用が増えた主な理由は「密を避けるため」「車で買い物や用事」、若年層の理由に特徴

理由として多い順に、「密を避けるため」（62%）、「車で買い物や用事を済ますことが増えた」（51%）、「近場での車の移動が増えた」（34%）、「車がないと不便な場所へ行く機会が増えた」（22%）、「気分転換のため」（17%）という結果になりました。

上位2つの「密を避けるため」と「車で買い物や用事を済ますことが増えた」が過半数となっており、他の理由を大きく上回り、全世代に共通する主な理由となっています。

特徴的なのが若年層で、「車がないと不便な場所へ行く機会が増えた」（30%）、「気分転換のため」（22%）、「ライフスタイルの変化」（21%）、「運転するのが楽しくなった」（20%）などが、他の世代よりも高くなっています。このことから、若い世代を中心に、コロナ禍で車の利用が進んでいることが見てとれます。



**自動車の利用が増えた理由 - 世代別内訳 -**

	車で買い物や用事を済ますことが増えた	ドライブや小旅行の機会が増えた	車での通勤や通学の回数が増えた	車がないと不便な場所へ行く機会が増えた	近場での車の移動が増えた	密を避けるため	ライフスタイルの変化（引っ越し、結婚、出産など）	運転するのが楽しくなった	運転免許証を取得した	気分転換のため
若年層	53%	17%	15%	30%	39%	53%	21%	20%	3%	22%
ミドル層	50%	19%	18%	19%	29%	62%	17%	7%	4%	15%
プレシニア層	49%	13%	15%	18%	30%	69%	5%	5%	0%	14%
シニア層	56%	13%	17%	21%	50%	67%	0%	13%	0%	21%

**J.D. POWER** 出典：J.D. パワー 2021年コロナ禍のカーライフとモビリティに関するパルス調査

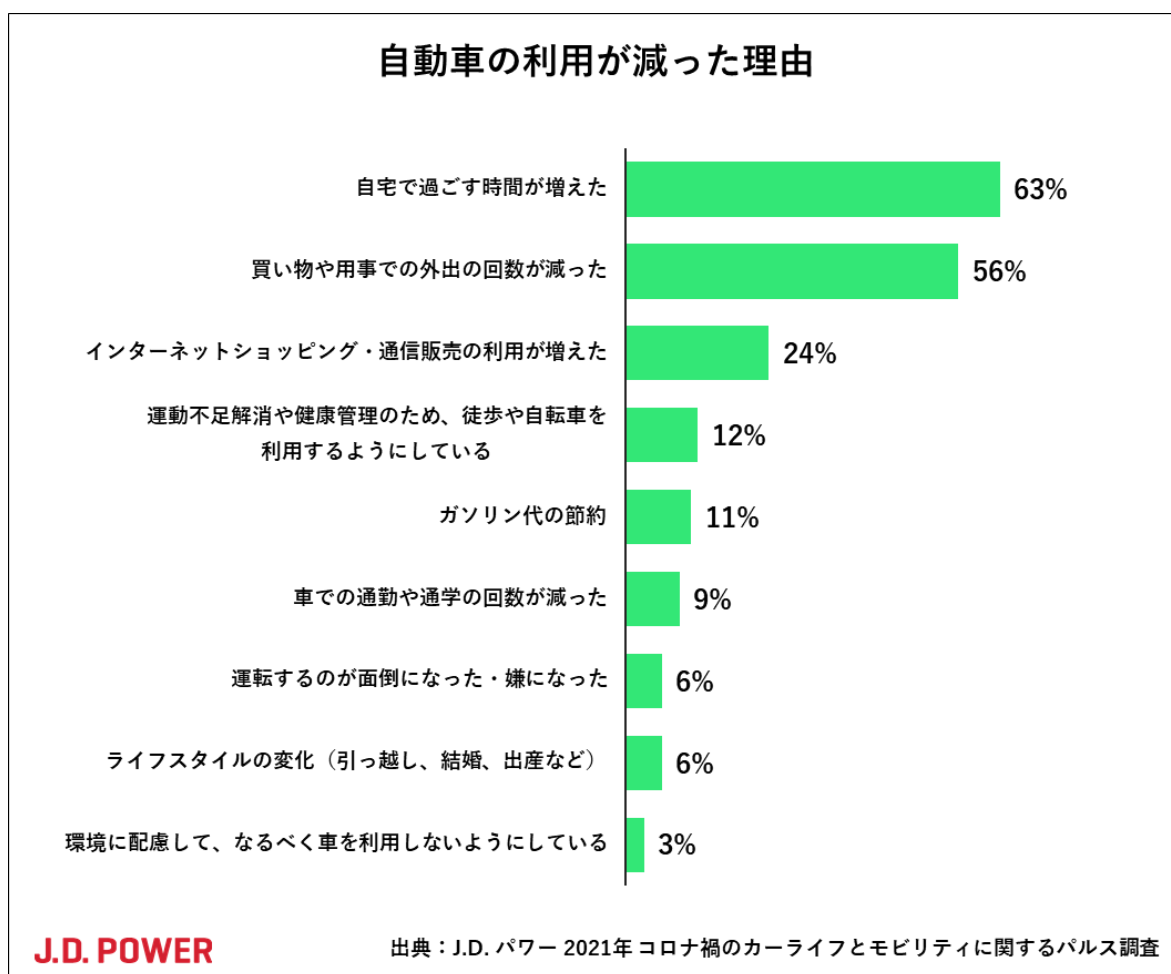
◇自家用車の利用が「減った」と回答した人に、その理由を尋ねました。

## マイカー利用が減った主な理由、「自宅で過ごす時間が増えた」「買い物や用事での外出の回数が減った」

理由として多い順に、「自宅で過ごす時間が増えた」（63%）、「買い物や用事での外出の回数が減った」（56%）、「インターネットショッピング・通信販売の利用が増えた」（24%）、「運動不足解消や健康管理のため、徒歩や自転車を利用するようにしている」（12%）、「ガソリン代の節約」（11%）という結果になりました。

上位2つの「自宅で過ごす時間が増えた」と「買い物や用事での外出の回数が減った」が過半数となっています。

以前よりインターネットショッピングや通販の利用を活用したり、自宅時間が増えたことで運動不足解消や健康管理のためにウォーキングや自転車を利用を取り入れるなど、コロナ禍での生活の工夫も見られました。





## まとめ

県をまたぐ移動を控えたことや、旅行や帰省、出張といった遠出の機会が減ったことが、“遠距離移動のための公共交通機関”や“レンタカー”利用の減少に影響したとみられます。

また外出自粛やテレワーク等で日々の外出機会も減り、日常の移動手段である「近距離移動のための公共交通機関」の利用の減少に影響したとみられます。

一方、コロナ禍でも利用機会が「増えた」という人が2割以上見られたのが“カーシェア”と“マイカー”です。

“カーシェア”の利用率自体は、新型コロナウイルスの流行前後ともに4%とまだ低いですが、利用者の中にはコロナ禍でカーシェアの利便性を享受できたことで利用機会の増加へとつながった傾向もうかがえ、今後のサービスの浸透に向けて興味深い結果となりました。

“マイカー”の利用は、唯一「減った」人よりも「増えた」人が多かった移動手段でした。特に、若い世代では新型コロナウイルス流行をきっかけに、ライフスタイルに変化が訪れたり、マイカーの利便性や魅力、運転の楽しさを実感するようになった人が他の世代よりも多いことが分かりました。


コロナ緊急事態宣言がようやく明け、少しずつ新しい日常生活が進みつつありますが、都市部を中心に、今後もしばらくは感染対策とし密を回避する傾向は続くことが予想されます。また、コロナ流行を機に、インターネットショッピングやエンターテインメントのオンライン配信、テレワークなど生活シーンにおいて様々なサービスがデジタルシフトされたことにより、ポストコロナでは人流に変化が出ることも考えられます。今後、利用者のニーズや生活様式に合わせて、モビリティサービスがどのように変化していくのか注目していきたいですね。

### 調査概要

「コロナ禍でのカーライフやクルマの意向」に関するアンケート

■ 調査方法：インターネット調査 ■ 調査期間：2021年6月 ■ 対象者：20～69歳の計2,800名

\*1 若年層：20～34歳、ミドル層：35～44歳、プレシニア層：45～59歳、シニア層：60～69歳

 「コロナ禍でのカーライフや車の意向アンケート」の第一弾、第二弾レポートも併せてご覧ください。

車の定額制サービス“サブスク”“リース”編レポートは[こちら](#)

[https://japan.jdpower.com/ja/resources/2021\\_newsletter\\_CarSubscription\\_and\\_CarLease](https://japan.jdpower.com/ja/resources/2021_newsletter_CarSubscription_and_CarLease)

カーシェアリングサービス編レポートは[こちら](#)

[https://japan.jdpower.com/ja/resources/2021\\_newsletter\\_Carsharing](https://japan.jdpower.com/ja/resources/2021_newsletter_Carsharing)

【本リリースに関する報道関係者様からのお問合せ先】

株式会社ジェイ・ディー・パワー ジャパン

コーポレート コミュニケーション 北見

TEL：03-4570-8410 E-mail：release@jdpa.com

### J.D. パワーについて：

J.D. パワー（本社：米国ミシガン州トロイ）は消費者のインサイト、アドバイザーサービス、データ分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。50年以上にわたり、ビッグデータやAI、アルゴリズムモデリング機能を駆使し、消費者行動を捉え、世界を牽引する企業に、ブランドや製品との顧客の相互作用に関する鋭い業界インテリジェンスを提供するパイオニアです。

※本リリース内容の転載にあたりましては、出典として「**J.D. パワー調べ**」という表記をお使い頂きますようお願い申し上げます。