

1. 調査計画

調査目的

若者の車離れが叫ばれる中、本当に車離れは進んでいるのか真意を追求するため

実施概要

(1) 実施期間

令和2年12月

(2) 調査方法

Googleフォームで作成したアンケート

SNSを用いて、アンケートの広報

(3) 回収結果

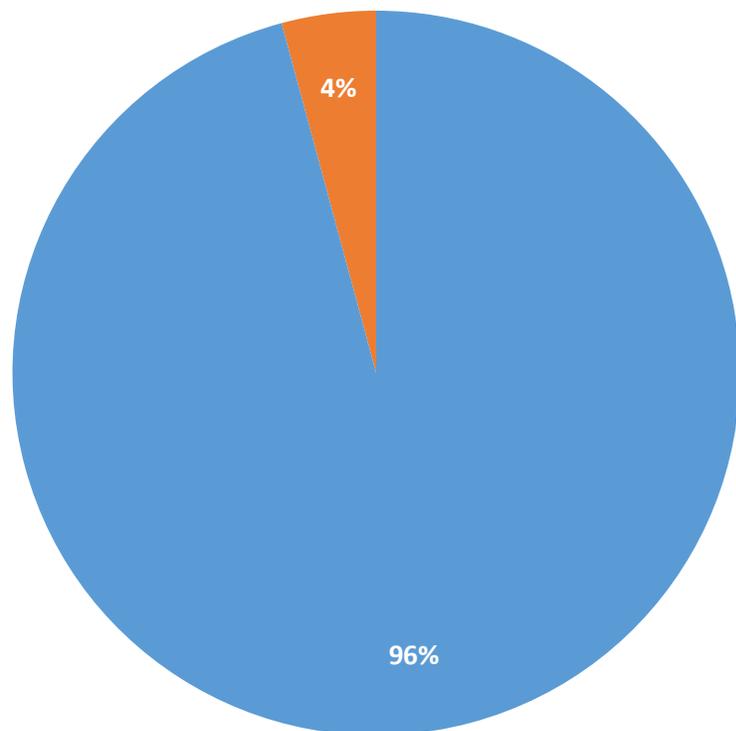
10代～20代の男女 191名（主に立命館大学の学生）

2. アンケート結果

あなたの職業は何ですか？（対

象者：191名）

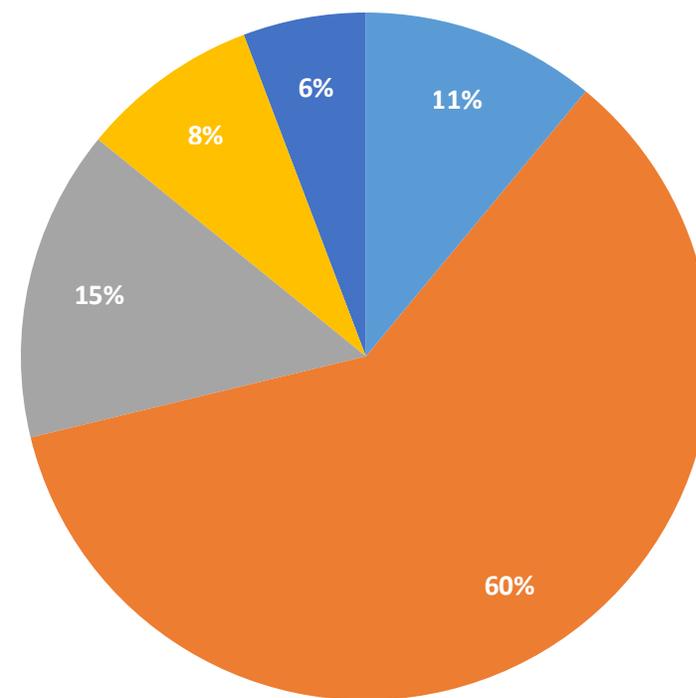
● 大学生 ● その他 ● ● ●



何回生ですか？（対象者：191

名）

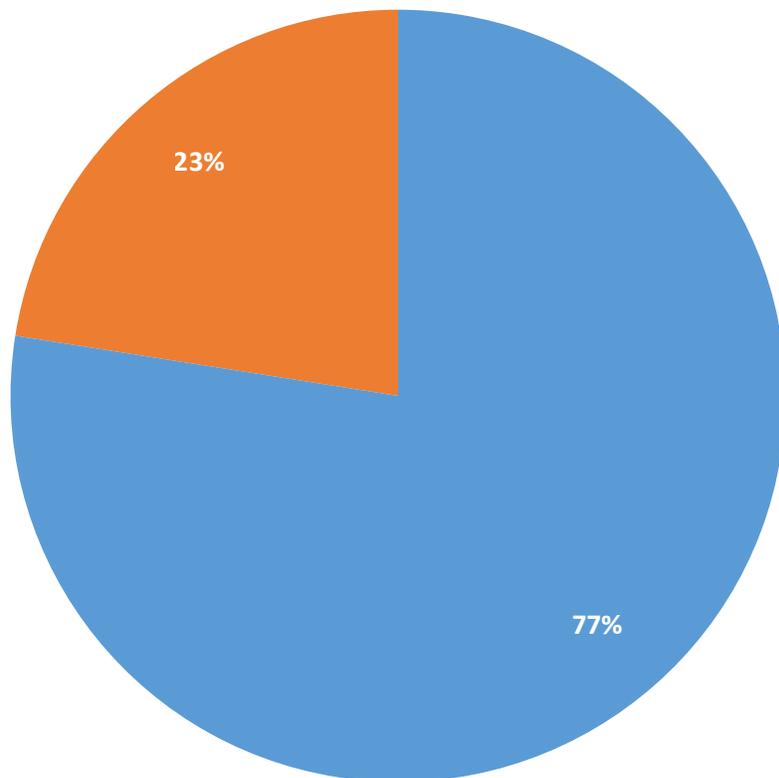
● 1回生 ● 2回生 ● 3回生 ● 4回生 ● その他



車の免許を持っていますか？(対象

者：191名)

● はい ● いいえ ● ●



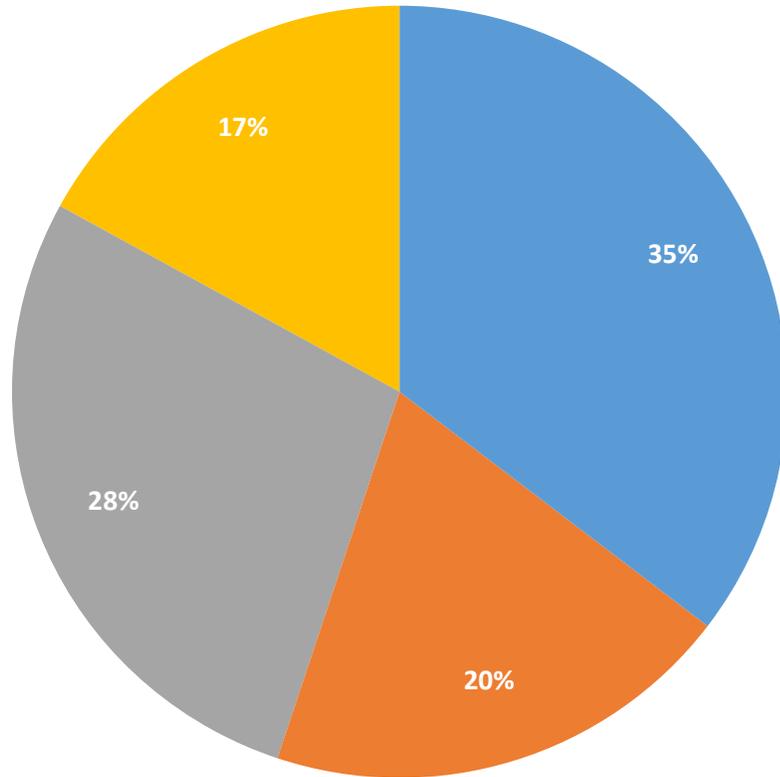
「いいえ」回答者のほとんどが今後免許を取るつもりであると回答



大半が免許を取得している

車はどのくらいの頻度で乗りますか？ (対象者：148名)

● 月に1.2回 ● 月に3.4回 ● それ以上 ● 乗らない



頻度が**少ない**
(乗らない、月に1.2回)
→約52%

頻度が**多い**
(月に3.4回、乗らない)
→約48%

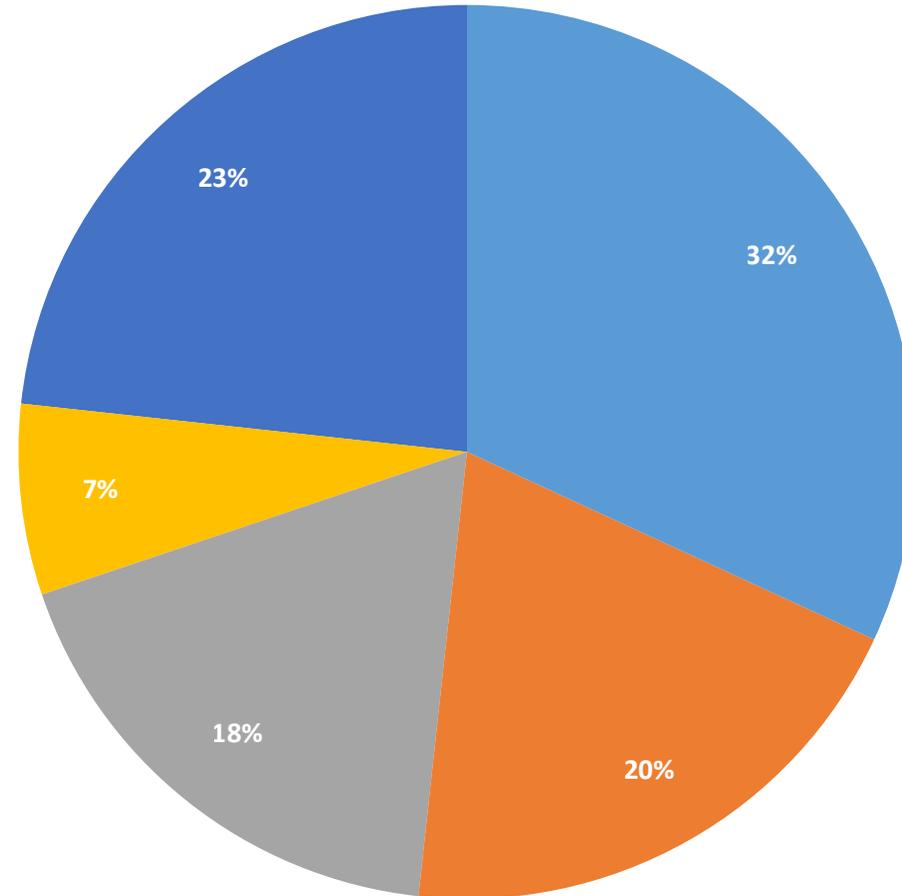
2つに分かれる

(月に1.2回、乗らないを選択した人への質問

複数回答有 対象者：77名)

なぜ、車に乗る回数が少ないのですか？

● 事故が怖いから ● 公共交通機関の利便性が高いから ● お金がかかるから ● 面倒だから ● その他

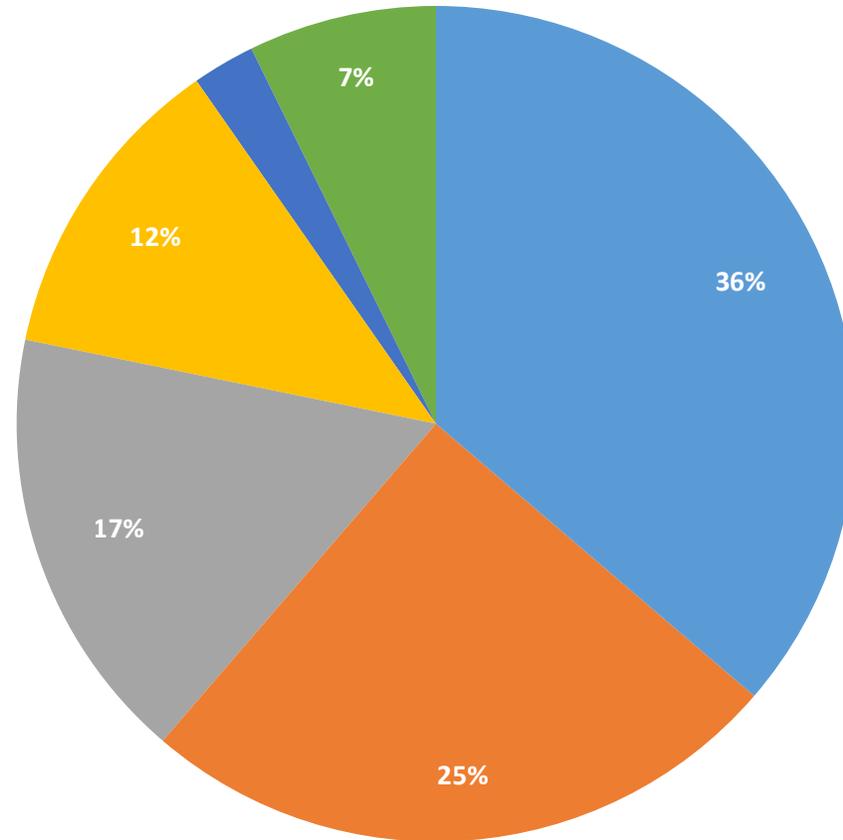


月に3.4回、それ以上を選択した人への質問

複数回答有 対象者：70名

なぜ、車に乗る回数が多いのですか？

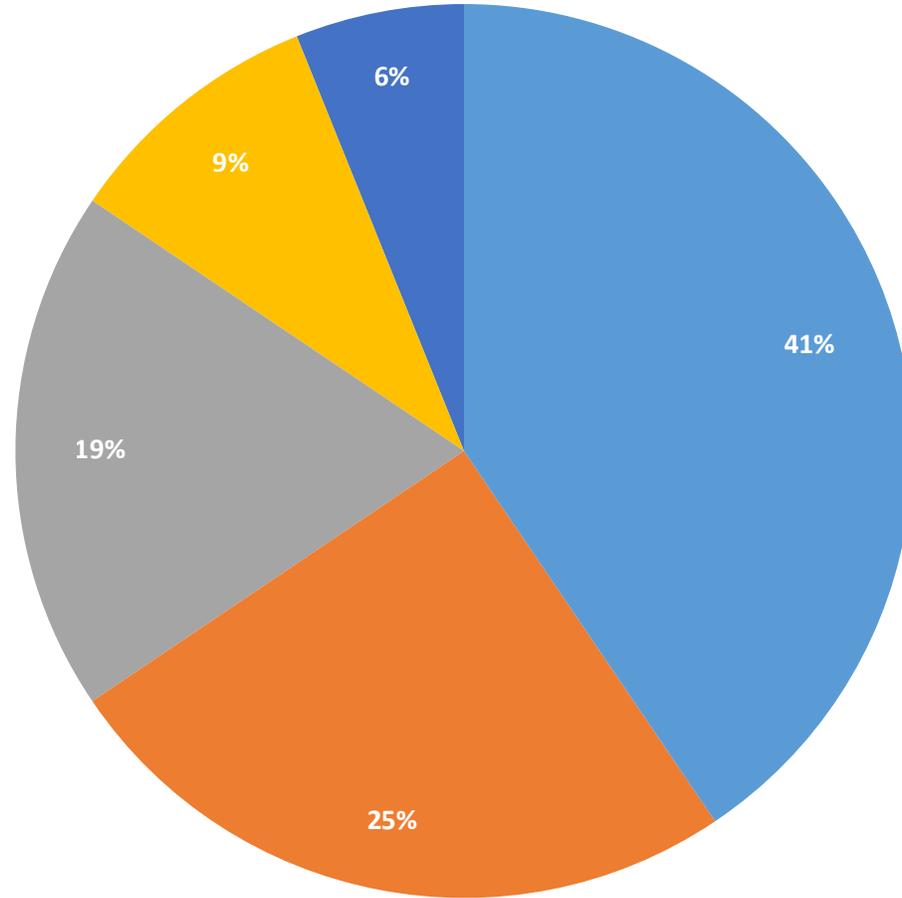
- 楽だから
- 運転が好きだから
- 車の方が安いから
- 移動手段が車しかないから
- コロナが怖いから
- その他



車の最も多い利用用途は何ですか？（対

象者：148名）

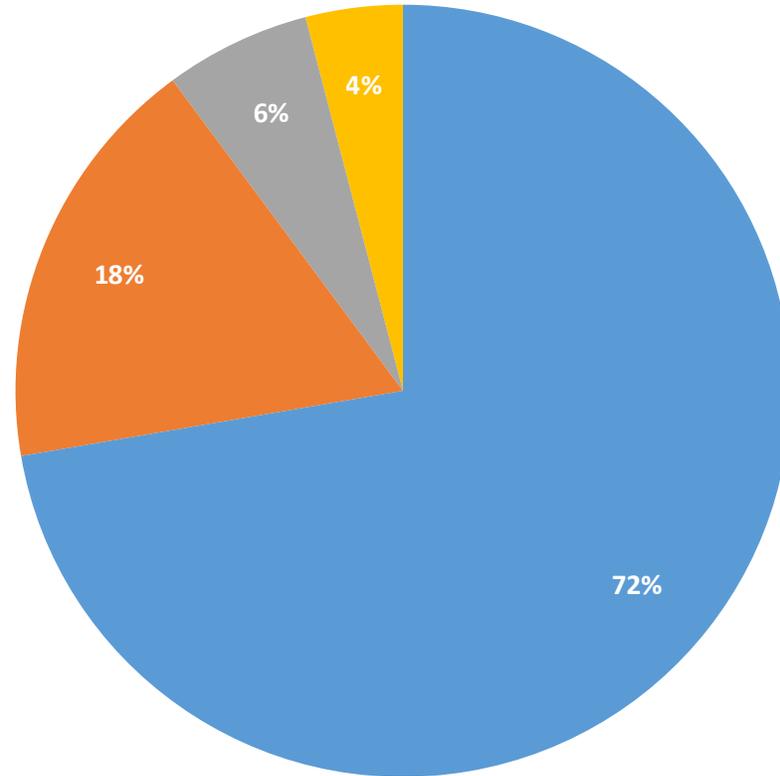
● 普段使い（買い物、食事等） ● 旅行 ● ドライブ ● 通学・通勤 ● レジャー



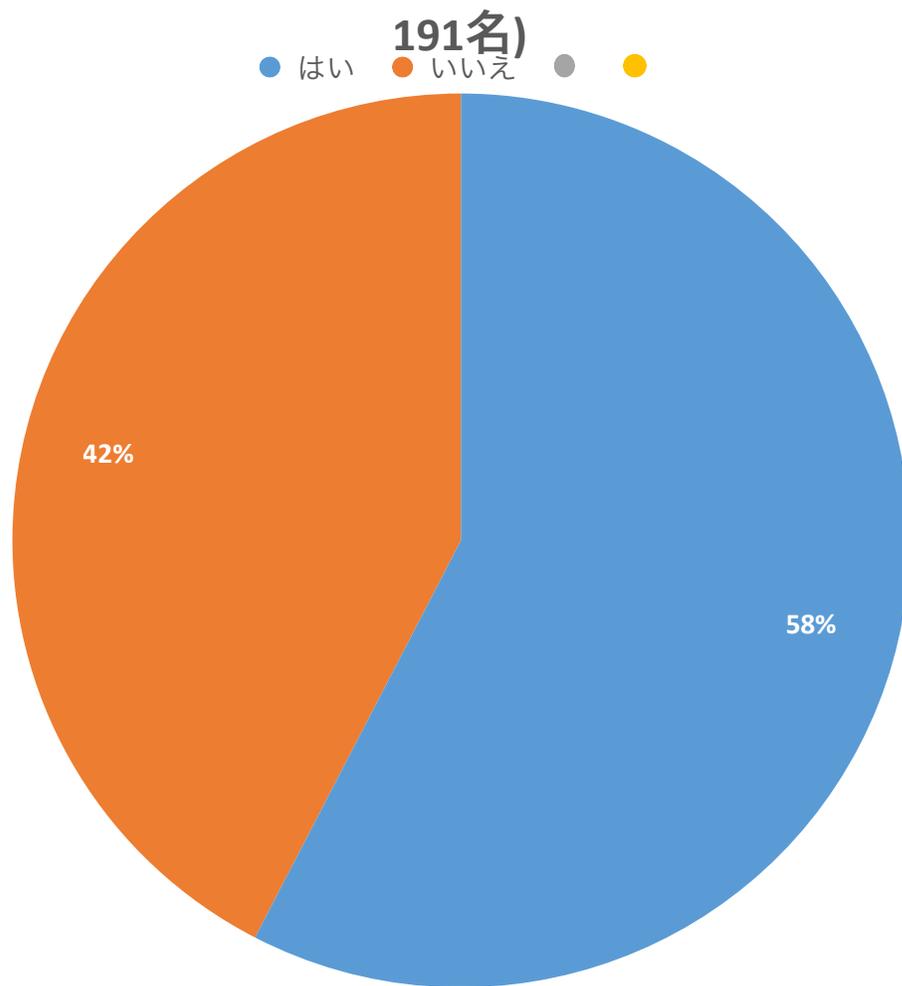
どの車を使っていますか？（対象

者：148名）

● 自家用車（親の車含む） ● レンタカー ● カーシェアリング ● その他



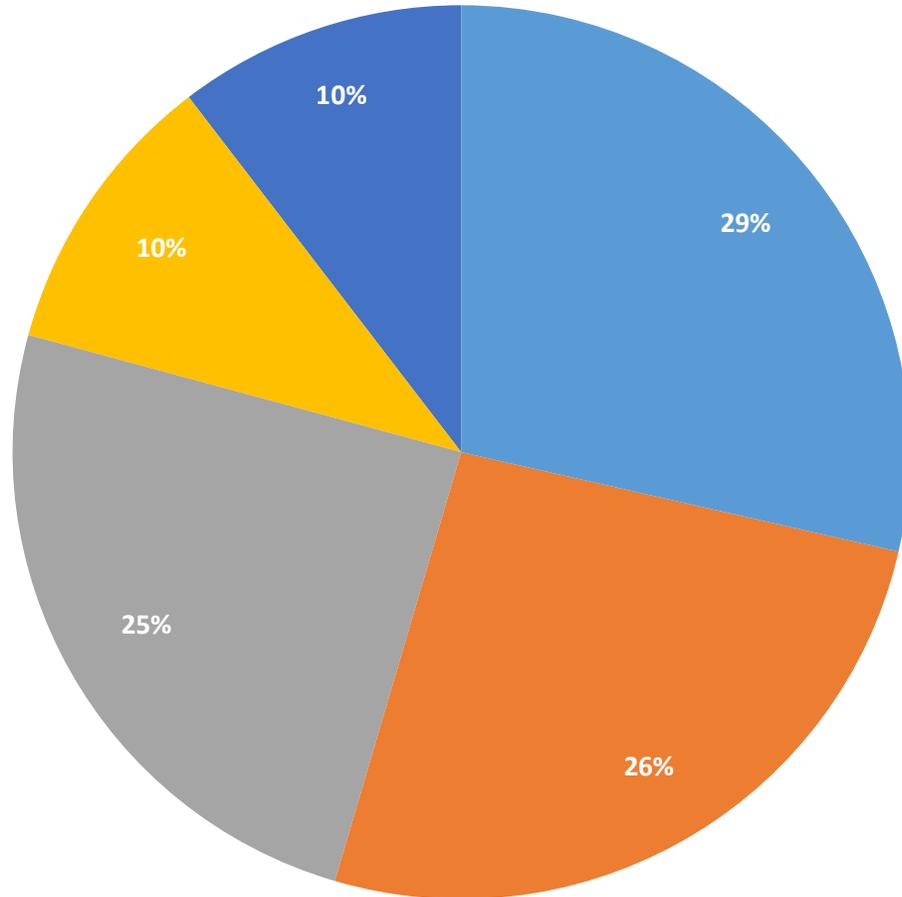
カーシェアリングまたはレンタカーを利用したことはありますか？(対象者：



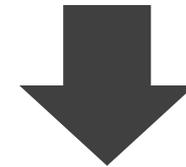
若者（学生）には、
あまり普及していない

なぜ、カーシェアリングやレンタカーを 利用しないのですか？ (対象者：77名)

● 知識がないから ● 自分の車を持っているから ● 費用がかかるから ● 免許を持っていないから ● その他



利用しない主な原因
「知識がないから」

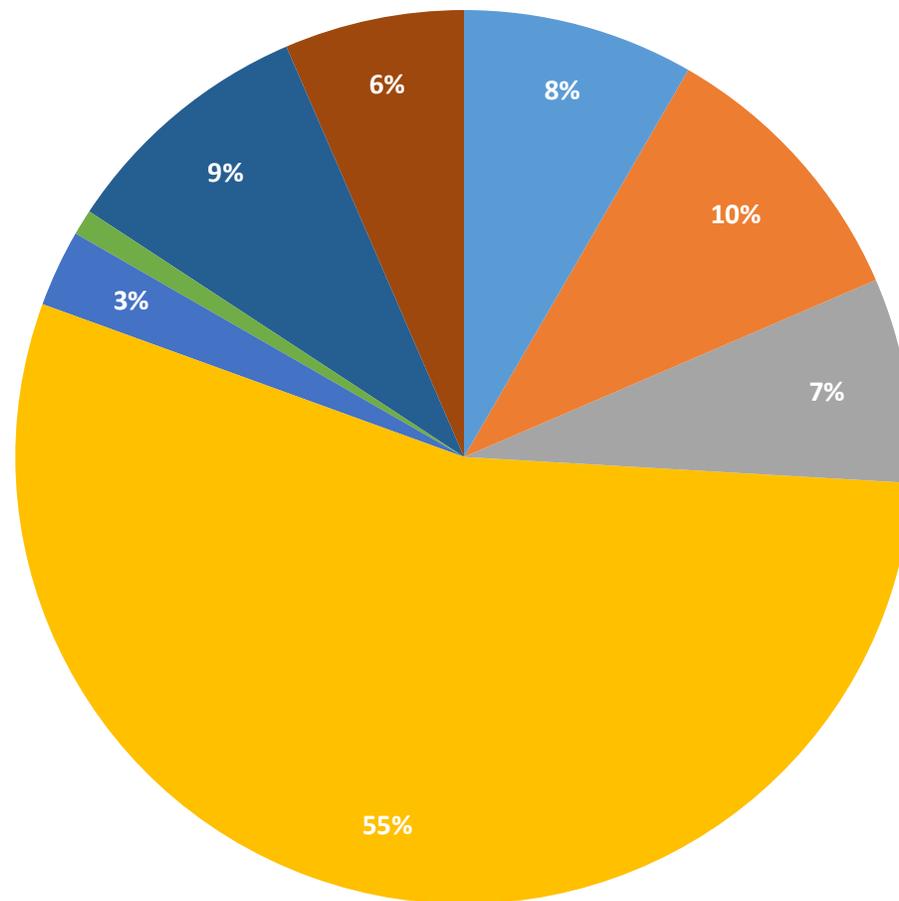


認知度向上させる必要性

どのくらいの頻度でカーシェアリングまたはレンタカーを利用しますか？(対象

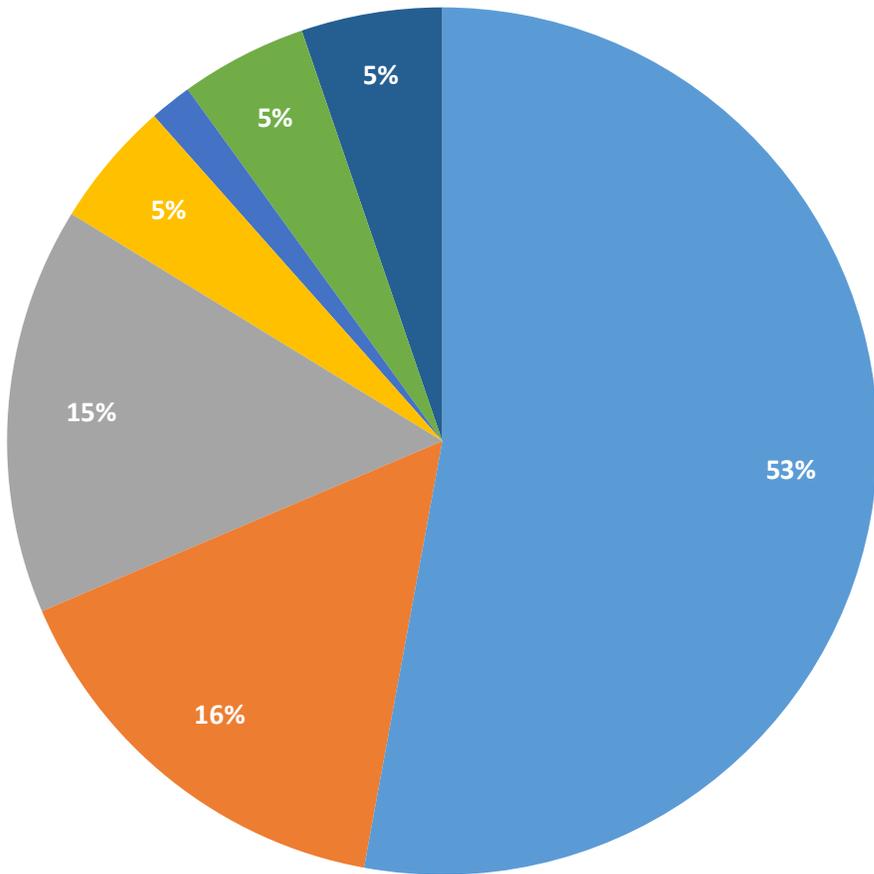
者：108名)

● 年に1回 ● 半年に1回 ● 3か月に1回 ● 月に1.2回 ● 月に3.4回 ● それ以上 ● 旅行時のみ ● その他



車に月いくら使っていますか？（ガソリン、駐車場、ETC、レンタカー）対象者：191名

- 使わない
- 3000円～5000円
- 5000円～8000円
- 8000円～1万円
- 1万円～1万5000円
- 1万5000円以上
- その他



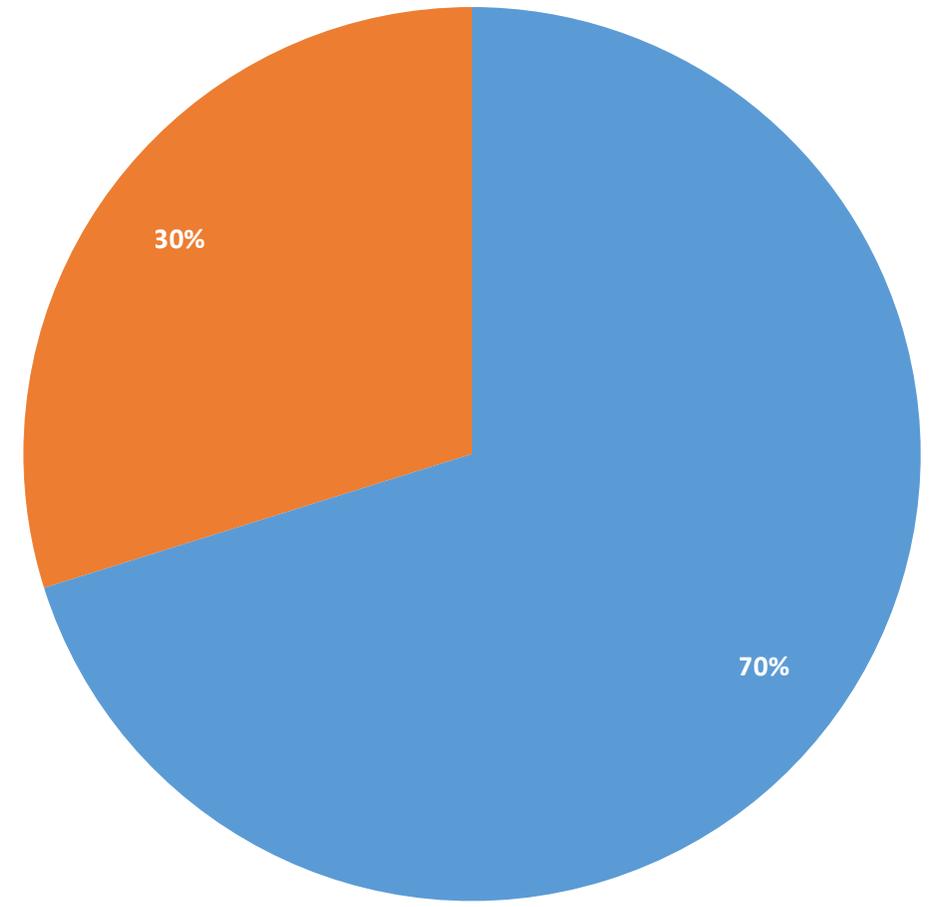
車にお金をかけない若者（学生）

多

自分の車を購入したいと思いますか？

(対象者：191名)

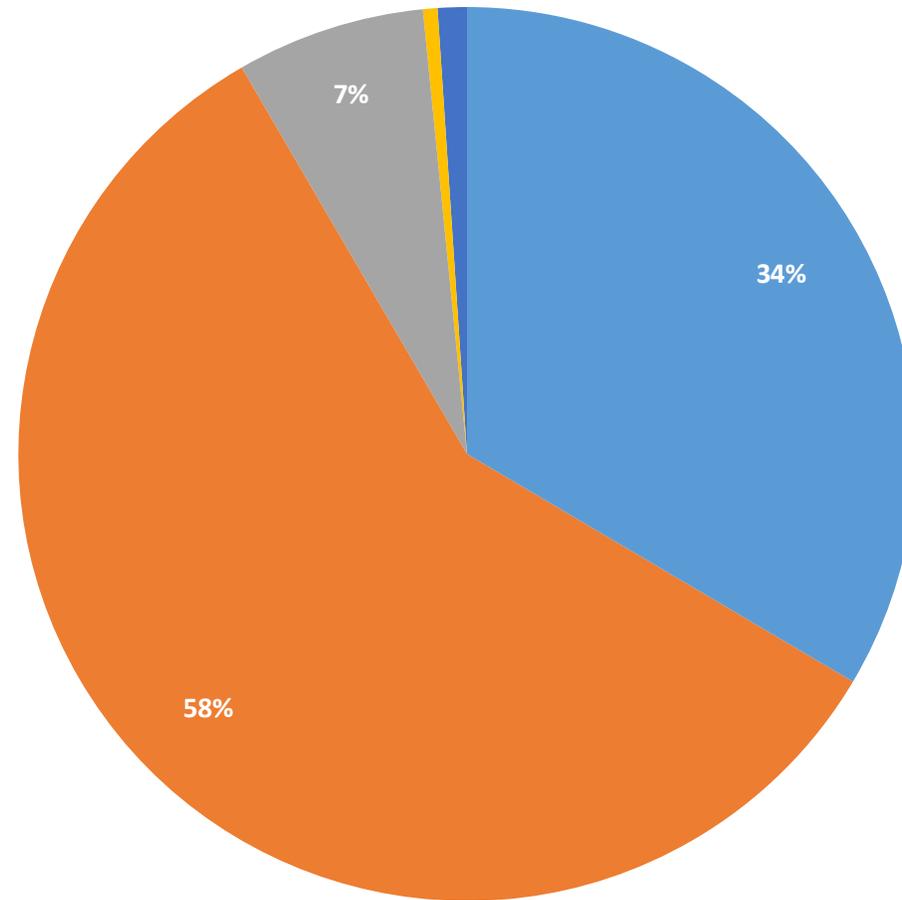
- はい
- いいえ
-
-



もし車を購入するとしたら、どんなタイプの

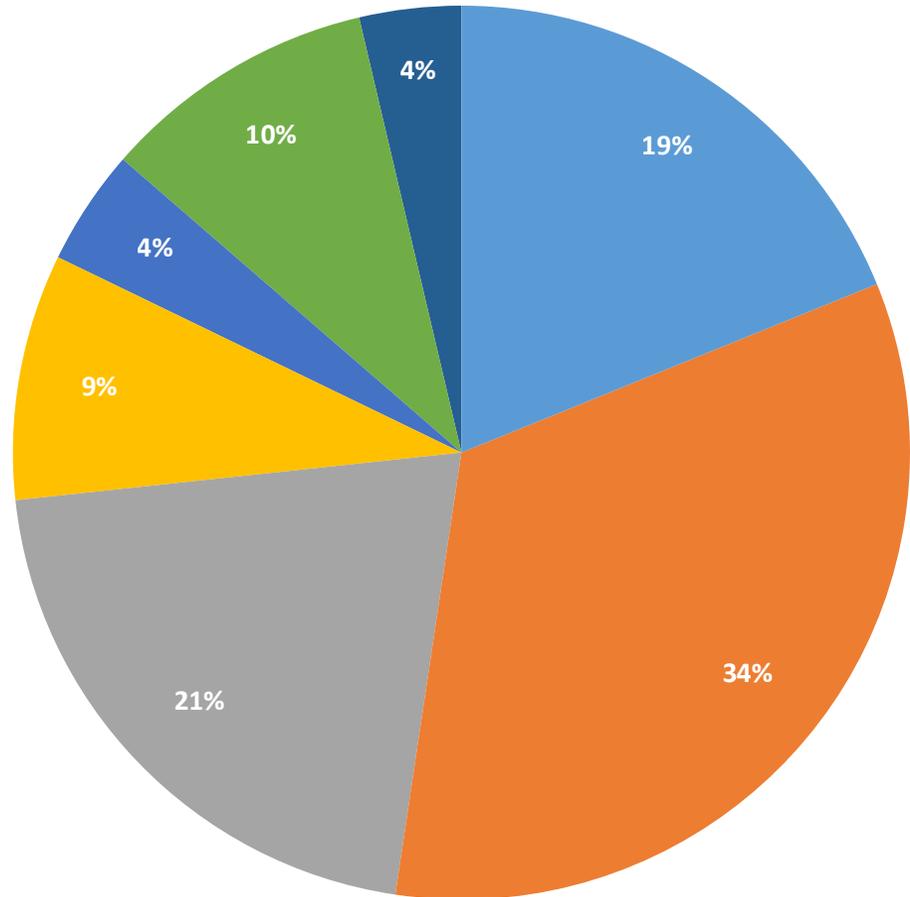
車がいいですか？(対象者：191名)

● 軽自動車 ● 中型車 ● 大型車 ● 外車 ● その他



もし車を購入するとしたら月いくら使えますか？ (対象者：191名)

● 1万以下 ● 1万～2万 ● 2万～3万 ● 3万～4万 ● 4万以上 ● 使わない ● その他



最低限必要な車維持費 2.5万/月

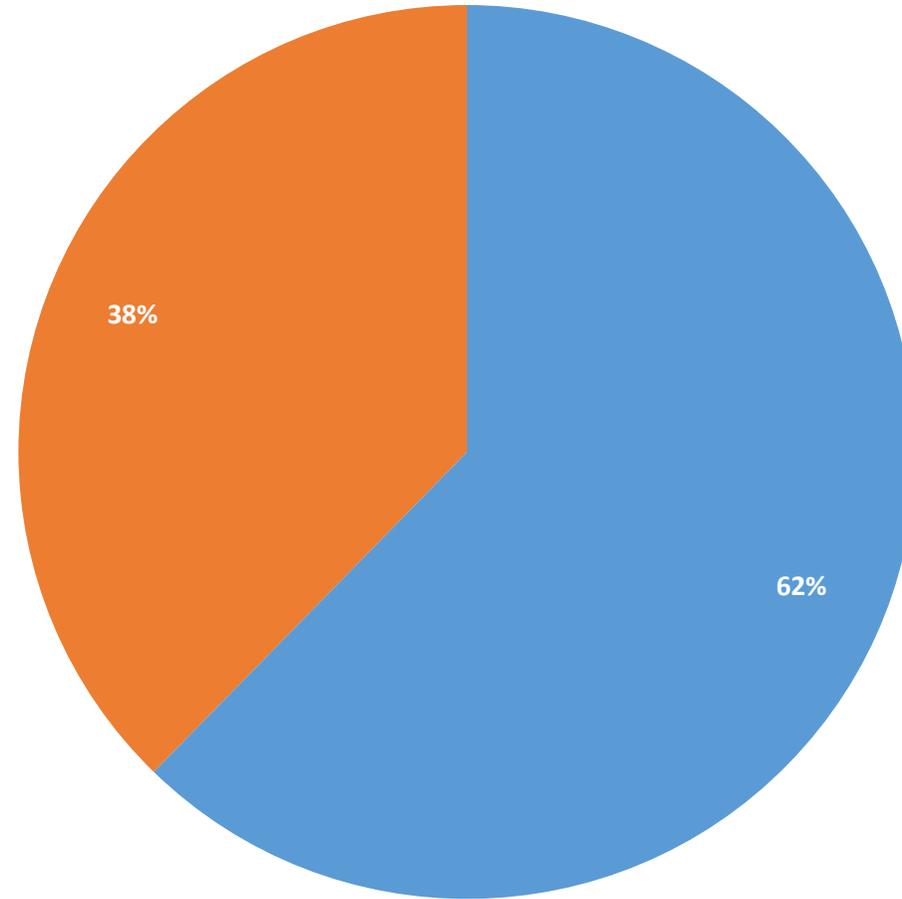
>

払える金額

車は必需品だと思いますか？(対象者：

191名)

● はい ● いいえ ● ●





YES

- 行動範囲が広がる
 - 便利だから
 - 田舎に住んでいるから
-
- 移動費が安い
 - 緊急時に使える
 - 大きい・思い荷物を運ぶ時に使える
 - 個人的空間がある

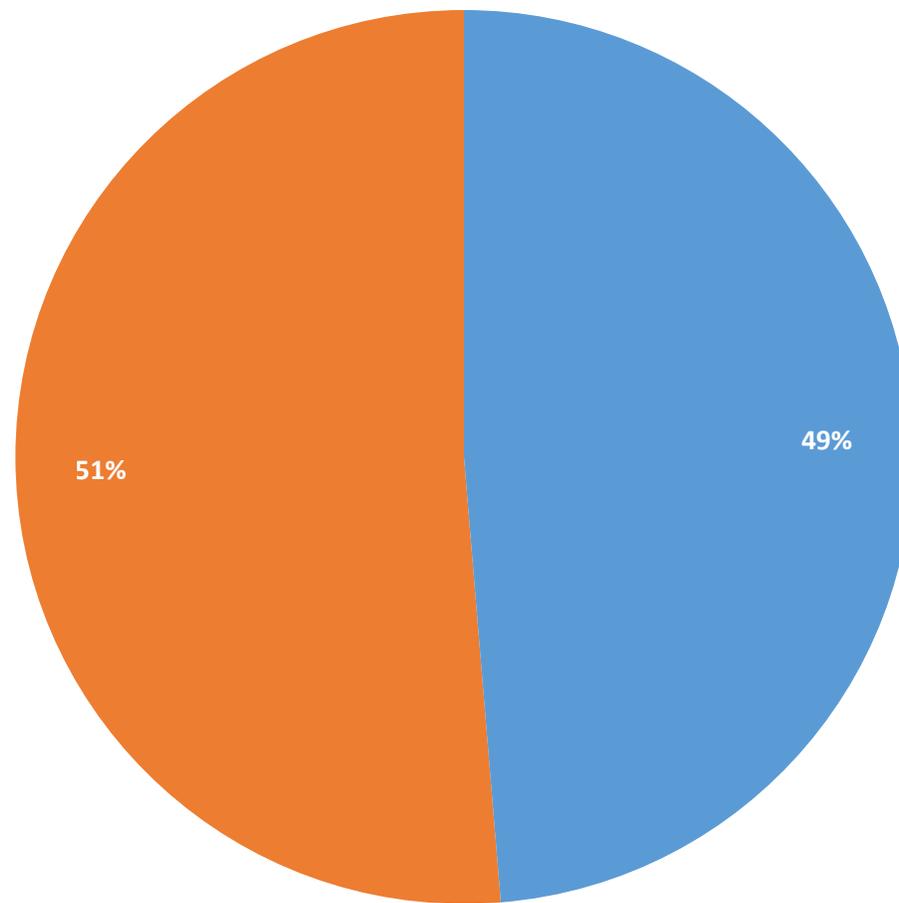


NO

- 公共交通機関で十分だから
-
- 車を持つこと自体の価値が下がっている
 - 便利だが、高い
 - シェアやレンタカーが出来るから

新型コロナウイルスの影響で車に対する
考えは
変化しましたか？ (対象者：191名)

● はい ● いいえ ● ●





YES

- 公共交通機関に乗るのをためらうようになり、車の使用頻度が増えた
- マスクをつける必要がないので楽だと感じる
- テレワークの場所としてなど、車の可能性が広がった
- 自粛で遠出が出来なくなったので、車に乗る機会が減った

企業様へのインタビュー

1.車離れを感じますか？

感じない。

感じる。20歳は購入半年に一回。

感じる。20、30年前に比べたら。生産台数も落ちている。3分の2。

免許は持っているように、車自体に必要性は感じているが保有する若者は減っている。

2.要因は何だと思いますか？

金銭面。

興味が無い。お金のかけるところの変化。携帯など。親が乗っている。

お金つかいたいランキング1位スマホ。車は2%。

公共交通機関の発達。

現在は、イヤホンや携帯電話の発達によって電車であってもある程度のパーソナルスペースを保つことが出来る。維持費がかかる。

3.若者に対してのアプローチは何か取り組んでいますか？

高級車。シェアカー。安価に提供する為。デザイン。

複合施設で展示会。桃山大学で展示会。

トヨタが梅花女子と連携。なぜ車が売れないのか。整備の専門学校ではなく、普通科に展示会。

取り組んでいることはない。ウェブで予約をとれるようにはしている。

4.アンケートで集計した結果車に乗らない要因として事故が怖いという要因が一番大きかったです。

その問題は完全自動運転が実装されれば車離れは解消されると思いますか？

ある程度解消される。しかし金銭面が懸念される。

完全自動運転は車離れに繋がらない。自動運転は主に年配むけ。

繋がらない。安全性を体感してもらえれば解消される。

ペットのように、欲しいと思う人は多いが購入に至る人は少ないのではないか。

自動運転の車は普通の車よりも値段が高いため、車離れをしている若者にはそこまでひびかないのでは。

6.なぜ車ではなく交通機関を利用する若者が増えていると思いますか。

目的地の変化。スマホの誕生。

金銭面。渋滞等の予期せぬトラブル自身の車ではない。

7.どのようにすれば自動車利用が増えると思いますか。

金銭面。

オンライン購入。月いくらで購入。月単位で購入。マンスリー契約。購入者の7割が分割。

情報社会。ネットで見れる。現場にこない。

固定概念。

安全面の提示。

女性向けに作ったらこける。

まずは欲しいと思ってもらう。

レンタカーのように買わずとも、使いたいときに使えるレンタカーやカーシェアリングを発展させる。

旅行に行く機会を増やす。

8.コロナ環境下で、来店せずに販売する方法についてはご検討されているでしょうか？

来店頻度を下げる。zoom販売。中国では自動販売機。

滋賀ダイハツ

AIによるチャット

新車であれば、不備が見つかることはないから、ネットで購入も可能。中古車は厳しい。

9.Instagramやtwitter、LINE、FBなどのSNS対応はされていますでしょうか？

やられている場合は何をされていますか？

運用の効果やお悩みなどは、ございますか？

YOUTUBEでの取り組みが多い。

店の宣伝。懸念点はSNSを運営する人。人手が足りない。

使っていない。

SNSをする必要性はあるとかんじるが、フランチャイズの店であることもあり、

自由に始めることが出来ない。

10.若者が車を購入する以外の目的で来店するような機会を作っていますか？

やられている場合はどんな事をされていますか？

東京モーターショー。マツダ販売店をカッコ良く。

販売店の中にカフェ。漫画、おもちゃの減少。

展示会。

奈良トヨペット 店舗のよこに子供向けにEVカート場

神戸マツダ、愛知トヨタ 販売なしにブランドの宣伝のみ、歴史、ブランドの情報発信。

作れていない。

11.若者が車に興味を持つような企画があれば、学生と共同で取り組んでみたいと思いますか？

思わない。

思う。したいことは主に情報発信。

車の値段とかサイトに載っている事ではなく、スタッフ、店内等の発信。

思う。

大阪モーターショーを日刊自動車新聞社が主催。

2019年から高校生が無料招待。無料年齢対象の引き上げ。

機会があれば。

12.カーシェアリングやサブスクは若者に対して訴求効果があると思いますか？

ない。朝早く借りれない。

ある。地域による。年配むけは過疎地域。若者は都心部。

車を持ってない人には効率的。

定期的に車を購入する人にとっては、そっちのほうがいい。大学生に対しては、サブスクリプションは効果的なのは。

13.若者が魅力を感じる車が十分にあると感じますか？

ある。

ないことはない。

ボックスが流行ってる。興味がない。好きな車の対象の変化。時代の流れ。
広告宣伝が減っている。

ある。

デザインと値段が大切。

デザインは豊富にはなっているが、そもそも車に興味を持っていない人にとって種類が多くあったとしても悩んでしまうだけで意味がないのでは。

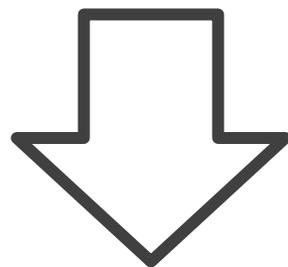
昔より、税金の値上がりもあり若者が車を購入するのが難しくなっている。

車を持っていることが当たり前になり、ステータス性が失われている。

3. 考察

- 免許保有率は高い
- 車の利用頻度は少ない人と多い人で半々
- カーシェアリングやレンタカーはあまり広まっていない
- 車にかけられる金額は少ない

必需品



あると便利

若者の車離れは進んでいる
とは一概に言えない。

安全性 ↑

維持費 ↓

コロナウイルスの状況

- 免許保有率は高い
- 車の利用頻度は少ない人と多い人で半々
- カーシェアリングやレンタカーはあまり広まっていない
- 車にかける金額は少ない