

# D-SCAN

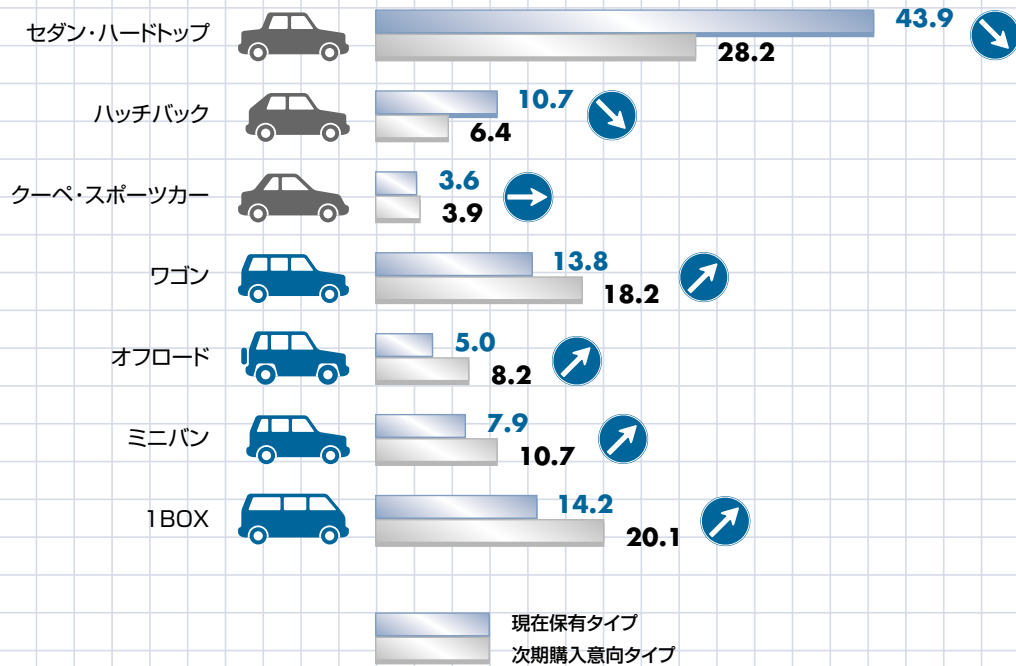
大広・生活者情報総合データベース

2000/12

## カーライフ篇

高まるRV (Recreational Vehicle) 志向。自動車で個性を表現する時代へ。

現在保有する車と次期購入意向のある車のタイプ (%)



D-SCAN調査  
(図1)

### CONTENTS

車選びは「個性的」「コンパクト」「デザイン」  
「室内空間」「楽しめる」がポイント

車の利用実態

持っている車、今後欲しい車

車についての意識・態度

「室内空間」を重視した  
“自分にとって満足できる乗り方”へ

# 車選びは「個性的」「コンパクト」「デザイン」「室内空間」「楽しめる」がポイント

## 車の利用実態

### ●未婚女性の免許保有が5年で10%も増加

「運転免許を持っているか」では、「持っている」が74.0%、「持っていない」が26.0%。男性の87.4%、女性の59.9%が運転免許を保有している。特に免許保有率が高いのは30代男性で96.9%と、ほぼ全員が免許を持っている。なお保有率はこの5年間で6.8%増えている。とくに未婚女性が10.4%増で65.2%、既婚女性が8.9%増で58.0%と、女性の増加が目立つ。(図2)

### ●ふだん運転する未婚男性は5年で7%の減少

「(免許を持っている人に)ふだんの生活の中で自動車を運転しているか」では、「運転している」が74.9%、「運転していない」が24.8%。男性は84.6%が、女性は59.8%が日常的に運転している。5年間での変動は0.4%と小幅の減少であるが、未婚男性のみ6.7%減少している点が注目される。未婚男性では5年前と比較してペーパードライバーが増加している。(図3)

### ●65歳以上になった時、「自分で運転」は3割

自分が65歳以上の高齢になったとき、出かける際には何で移動しようと思っているか。「高齢時の移動手段」では「電車やバスなどの公共交通機関」が51.3%、「自分で自動車を運転」が30.2%、「家族が運転する自動車に同乗」が14.4%だった。男性は「高齢になっても自分で運転しよう」と考えている比率が41.1%と高くなっている。特に40代の男性では54.8%と半数以上が、高齢になっても自分で運転したいと考えており、「日常の足として離れられない存在」として車を見ているようである。(図4A・B)

## 持っている車、今後欲しい車

### ●76%が自家用車保有世帯。一家に平均1.28台

「自家用車の保有状況」は、「持っている世帯」が76.0%、「持っていない世帯」が23.9%となっている。なお2台以上の複数台の所有世帯は自動車保有世帯の22.7%を占めており、平均台数は1.28台であった。また、この5年間では自家用車世帯保有率は5.7%増加しており、なかでも女性(のいる世帯)では未婚女性(親と同居含む)で9.1%増加している点は特徴的である。これは女性の免許保有率が高まったことと関連した結果といえる。(図5)

### ●中高年の「セダン・ハードトップ」と30代の「1BOX」「ミニバン」

「(自家用車を持っている人の)持っている車のスタイル」では、「セダン・ハードトップタイプ」43.9%、「1BOXタイプ」14.2%、「ワゴンタイプ」13.8%、「ミニバンタイプ」7.9%、「オフロードタイプ」5.0%、「クーペ・スポーツカータイプ」3.6%となっている。年代別で見ると50代・60代ではセダンが各々55%を占めているのに対して、30代では28.8%と低くなっており、ニューファミリー層での「セダン・ハードトップ離れ」が顕著に表れている。逆に30代では1BOXが20.9%、ミニバンが13.7%と全体より5ポイント以上高くなっている。(図1)

図2 運転免許保有状況

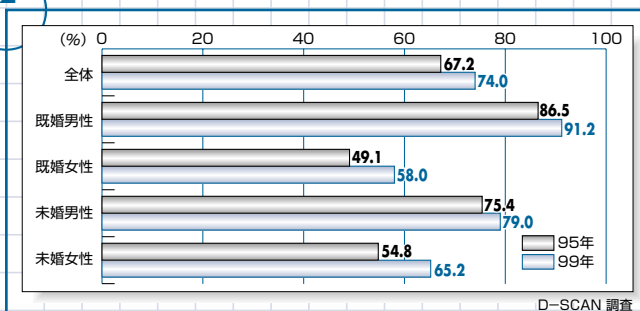


図3 日常の運転状況(免許保有者)

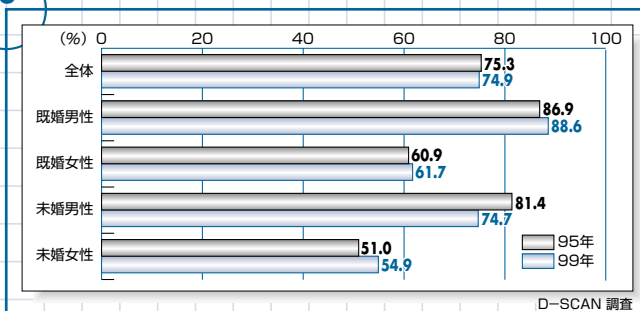


図4A 高齢になった時の移動手段

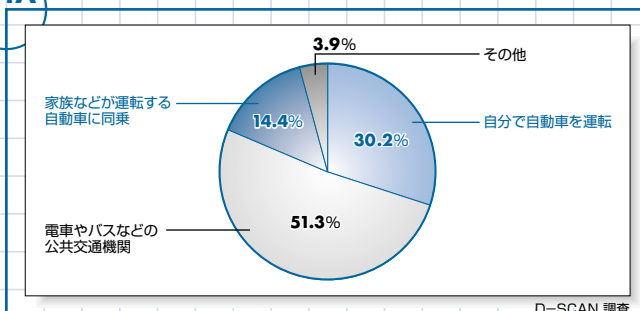


図4B 性年齢別「高齢になった時自分で自動車を運転したい比率」

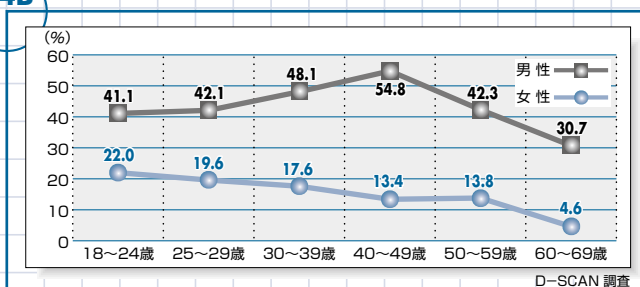
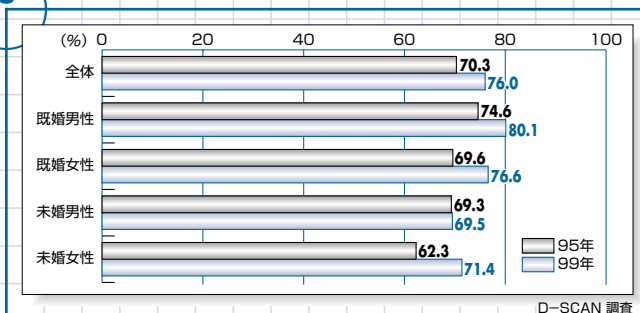


図5 自家用車保有状況(世帯保有)



### ●セダン→RVへのトレンドがくっきり

持っている車のスタイルの変化を見ると、所有が増えたタイプは増加率が多い順に「ミニバン」(3.5%→7.9%)、「ワゴン」(10.0%→13.8%)、「ハッチバック」(7.7%→10.7%)、「1BOX」(11.5%→14.2%)。減ったタイプは減少率が多い順に「セダン」(54.6%→43.9%)、「クーペ・スポーツカー」(6.0%→3.6%)、「オフロード」(5.3%→5.0%)となっており、RVへの流れがはっきりと見られた。ワゴンとハッチバックは女性、ミニバンは未婚男性、1BOXでは既婚男性での増加が健著であった。(図6)

### ●セダンは中高年に根強い人気、20~30代は1BOX

次に車を買って換えるとしたら、どんなスタイルの車にしたいかという「次期購入意向車のタイプ」では、「セダン・ハードトップ」が28.7%と最も高くなっている。しかし現在のセダン保有率が43.9%であることを考えると「セダン離れ」の傾向が健著に見られる結果となった。逆に、現在保有より次期購入意向が高いのは「1BOX」「ワゴン」「オフロード」「ミニバン」となっており、ここでもRV志向が見られる。しかし50代・60代では依然として「セダン・ハードトップ」を購入したいと考えている層が4割を超えており、逆に30代では「1BOX」が30%以上を占めているなど、世代ごとに求める車のスタイルに大きな開きがある結果となった。(図1、図7)

図6 保有する車のタイプの推移

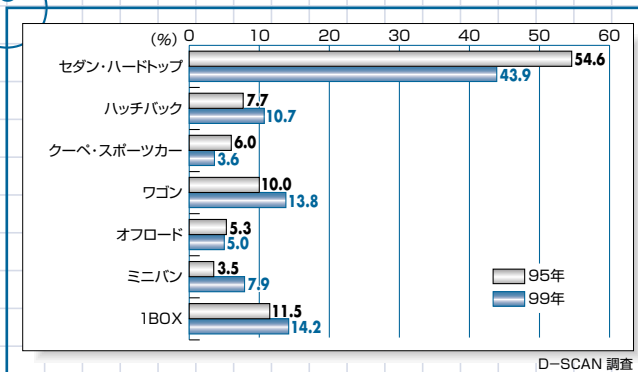


図7 次期購入意向車のタイプ

	セダン・ハードトップ	ハッチバック	クーペ・スポーツカー	ワゴン	オフロード	ミニバン	1BOX
全体	28.7	6.4	3.9	18.2	8.2	10.7	20.1
男性	28.2	5.1	5.6	18.7	8	10.3	21.6
女性	29.1	7.9	2	17.6	8.4	11.2	18.6
18~24歳	24.4	7.9	9.9	20.2	11.2	10.5	13.4
25~29歳	18.2	7.5	6.1	18.4	15.4	11.5	21.5
30~39歳	18.4	4.7	2.9	17.1	7.2	14.1	33.6
40~49歳	26.5	6.1	2.4	20.3	6.9	13.5	22.6
50~59歳	42.6	6.5	1.2	16.2	6.3	6.9	15.8
60~69歳	41.9	6.3	1.3	16.4	3.6	6.8	10.9

## 車についての意識・態度

### ●足がわりや身近なレジャー目的が増加

「車の使用目的」では、「日常の買物・足がわり」「家族連れの買物や食事の足がわり」「家族連れで出かける日帰りレジャー」が上位3位。日常生活から気軽なレジャーまで幅広い用途で車が利用されており、このことが多様な利用シーンが想定できるRVの人気につながっている。なお3年前との比較では、「家族などの送迎」「帰省」「家族連れの買物や食事の足がわり」が増加、「仕事・商用」「趣味やスポーツなどに出かける」「家族連れで出かける泊まりがけレジャー」が減少した。ビジネスや非日常レジャーシーンが減り、より身近なシーンでの利用度が高まっている。(図8)

### ●乗る人の個性を引き立てくれる車が欲しい

「車に対する意見」の各項目について、肯定と否定から算出したスコアで見ると、肯定度が高い順に「安全性が高い」「毎日運転しても疲れない」「室内がゆったりして乗り心地のよい」が上位3位。「経済的」「飽きがこない」がこれに続き、車への変わらぬ基本的ニーズがうかがわれる。しかし3年前との比較を見ると、特徴的なのが「運転する人の個性が引き立つ」「街であまり走っていない」「外観・スタイルがよい」の増加ぶり。「できるだけコンパクト」「レジャーの楽しみを倍にしてくれる」も増えた。若者を中心に幅広い層にまで、車による自己表現、小型で小回りがきく、楽しめるなどがウオンツとして高まっていることがわかる。(図9)

図8 車の使用目的

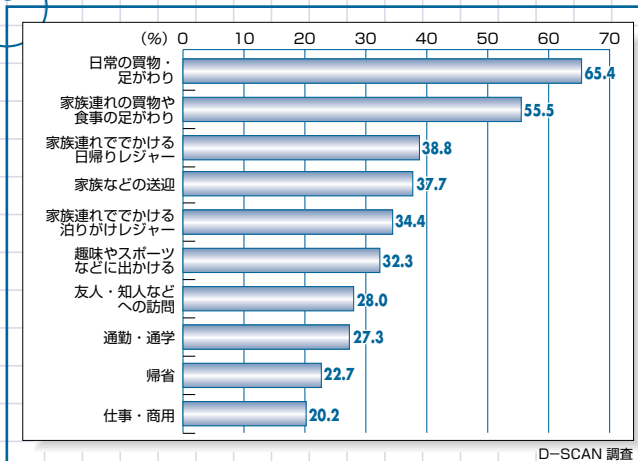


図9 車に対する意見・良いと思うもの(肯定)

	97年	99年	変動
安全性が高い	96.9	96.2	-0.7
毎日運転しても疲れない	94.7	94.2	-0.5
室内ゆったりして乗り心地が良い	92.9	94.1	1.2
長く乗って飽きがこない	91.5	92.8	1.3
経済的負担が少ない	90.0	91.6	1.6
操作が簡単で運転が楽	88.1	87.7	-0.4
外観・スタイルがよい	61.4	65.5	4.1
レジャーの楽しみを増す	60.7	63.8	3.1
様々な設備・新しい機能	45.7	46.8	1.1
できるだけコンパクト	36.6	40.1	3.5
運転する人の個性が引き立つ	27.8	36.2	8.4
街であまり走っていない	21.6	29.1	7.5
個性が表現できる	16.5	19.2	2.7
できるだけ豪華	16.2	18.8	2.6
周囲の視線を集める	14.4	14.4	0.0

# 「ステイタスシンボル」から「コンパクトカー」「RV」へ

## ●軽自動車が前年比30%増で100万台を越えた

99年の自動車の国内生産は低調で1000万台の大台を割り込んだ。一方、新車販売も国産車・輸入車(日本車メーカーの海外生産車含む)を合わせて586万台と2年連続で600万台を割り込んでいる。しかし前年比の落ち込み幅は、98年の-12.6%から-0.3%へとやや改善した。車種で見ると、98年に衝突安全性のため規格が改訂された軽自動車が、前年比30%強と好調で初の100万台に。登録車に占める割合は32%に達した。

## ●環境対応へ。コンパクトカーは時代の要請

新車販売が全体では低迷する中で、排気量1300cc以下の小型車や軽自動車が爆発的に売れている。従来、ユーザーの車購入パターンは徐々に上のクラスへ上げていくのが一般的だったが、それが崩れ始めている。人々の興味が多様化する中、車はかつてのようなステイタスシンボルではなくなっているのだ。またマクロトレンドには環境問題がある。厳しい燃費規制を達成するには小型車が有利だ。これに対して中級セダンも、デザインを一新し燃費効率を高めて、熟年夫婦層に売り込みをかけている。

## ●続くRV系の人気。車を遊びに利用していることの主張

RV系車が93年頃から順調に伸びている。登録車構成比は93年の22%から99年は47%へ。とりわけボンネットワゴンが大きく伸びている。アウトドアブームを背景にスタイルが受け入れられたこともあるが、実用性の高さも魅力。特に小型・大衆車からRVへの乗り変わりが顕著だ。

## ●自分だけの車を作ろう!人気の”カスタマイズ”

豊富な備品やボディーの色の中から好みのものを選んで自由に組み合わせる「カスタマイズ」の車やバイクが売れている。改造のニーズ自体は以前からあったが、一部のマニアがするものというイメージが強かった。ところが最近ではメーカーが用意した部品を使って、一般のユーザーでも気軽に好みの車に改造することができる。メーカーが用意した部品なので法規制に触れない点も安心だ。

## D-SCANのご紹介

「D-SCAN」は、生活者に関する情報の総合データベースを目指す取り組みです。「D-SCAN」は(株)リサーチアンドディベロップメント社のCORE調査をベースに、大広独自のデータを加味したものです。「CORE」調査は17年の実績がある生活者意識調査で、生活者の今後の考え方や意向を直接尋ねている点が特徴となっています。なお、このCORE調査データは、広告会社では大広のみが活用できるものです。D-SCANの調査仕様は右記の通りです。

### 【D-SCAN 調査仕様】

- (1) 調査地域／首都圏40km圏内
- (2) 調査対象／18~69才の男女個人
- (3) サンプル数／3,000サンプル(有効回収)
- (4) 抽出方法／3段階確率比例抽出法  
※サンプリング名簿:住民基本台帳
- (5) 調査日程／実査:1999年10月