

岡山県民の自動車に関する意識調査

岡山県自家用乗用車の世帯あたり普及台数は1.369台で全国では19番目に高い。また1,000人当たりの台数は512,158台で全国14位である。(自動車検査登録協会 集計 H16年3月末現在)

自動車を持っている人が少なくはない岡山県において、自家用車の所有状況や車やディーラーに関する人々の意識を把握し、岡山の車社会の一端を知る資料としたい。

【総評】

自家用車を持っている人の中では、購入してから「10年～12年」乗り続けたい人が44.4%を占め、女性では46.3%が軽自動車を所有している。

購入決定のためには、ディーラー訪問が1位だが、男性はカー雑誌などで情報を集め、女性は他者へ相談して決める。購入の際に重視するのも性別による違いがあり、男性は広さ、予算、燃費。女性は予算、外観、広さの順。

最もよく行っている新車ディーラーは「ネットヨタ」。ディーラーへは点検・整備、車検、オイル交換に行くことが多く、そのきっかけはDMやスタッフからの連絡。また、ディーラーに対して、アフターサービスや知識の豊富さなど、車のプロとしての信頼を感じている。

調査方法 インターネット調査(ウェブページにアクセスし、自記入)

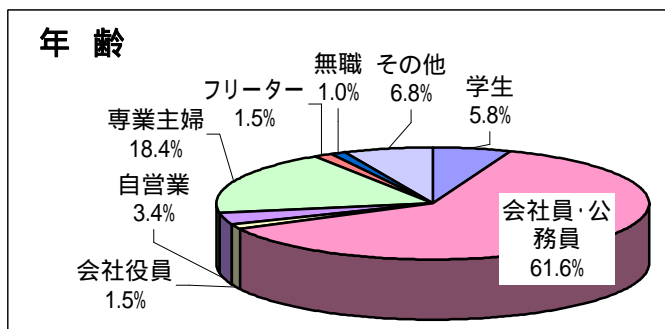
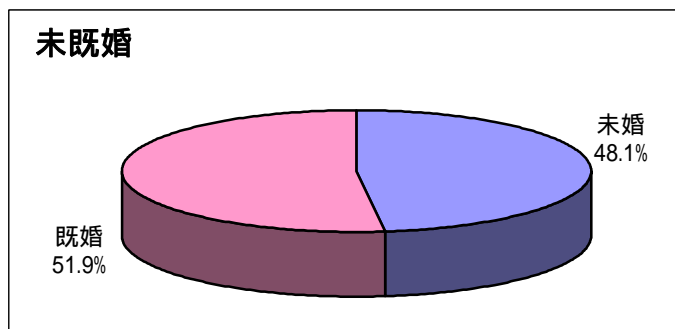
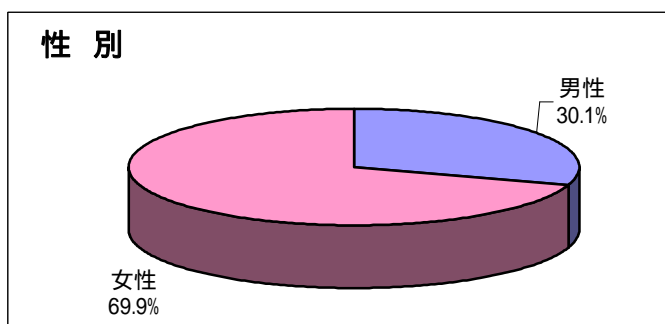
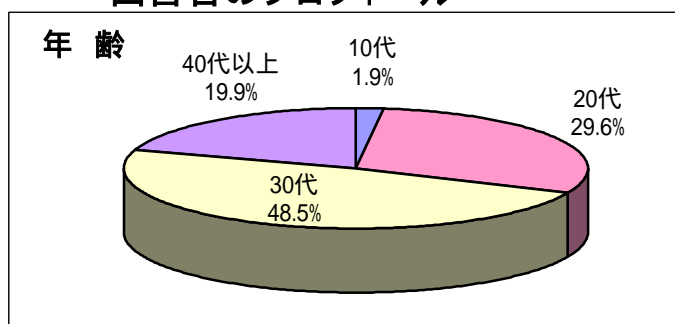
調査期間 2005年7月22日～7月27日

調査対象者 (株)アスのメール会員で岡山県在住者

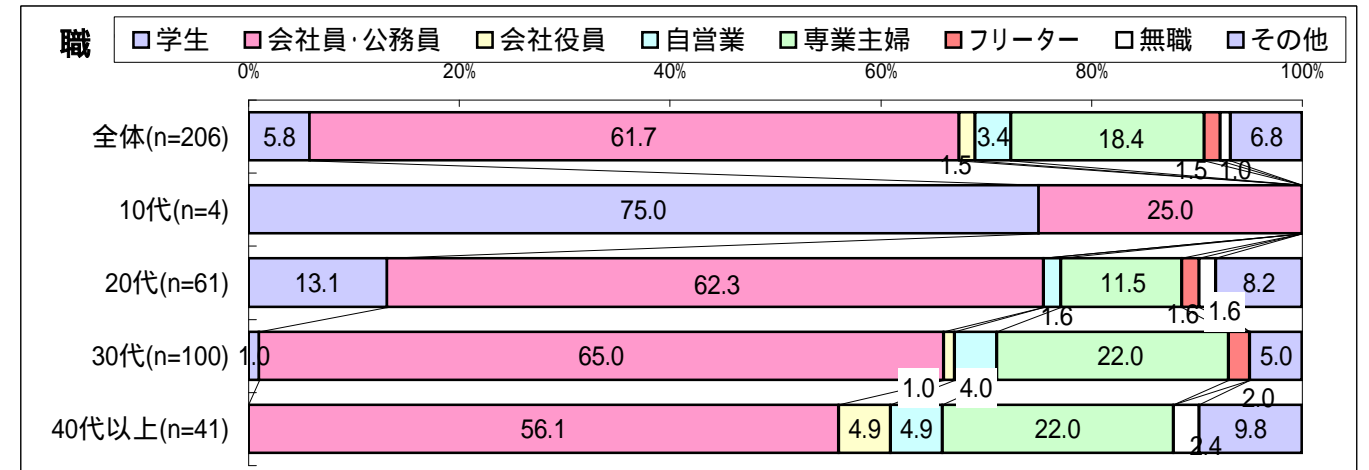
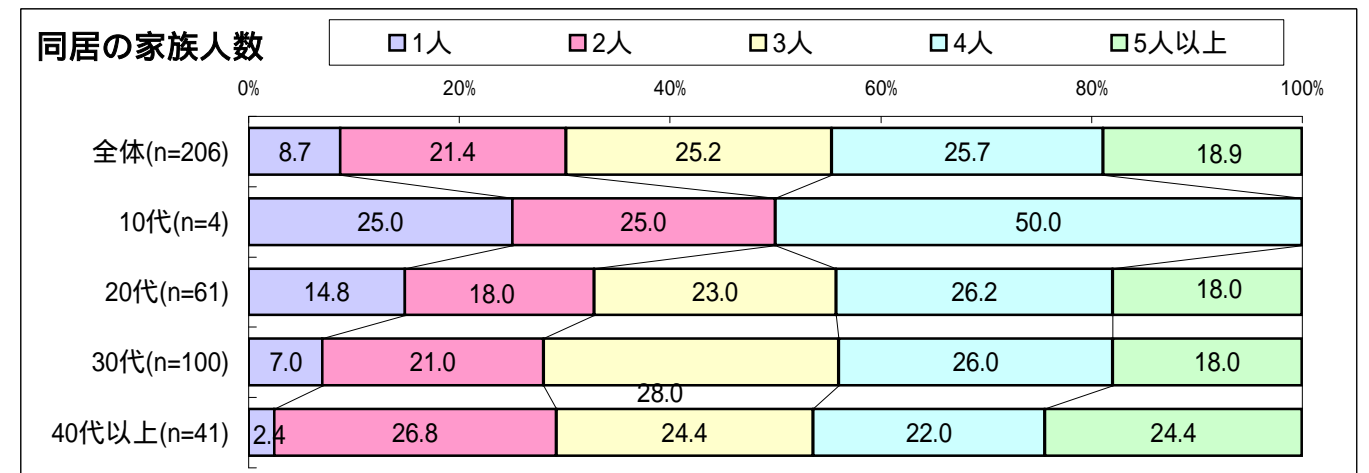
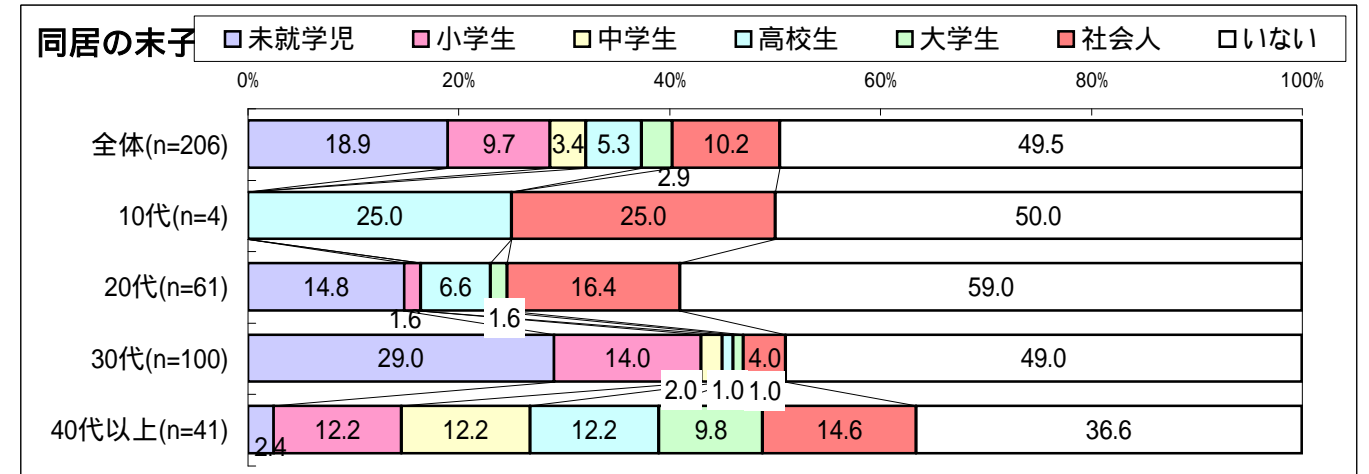
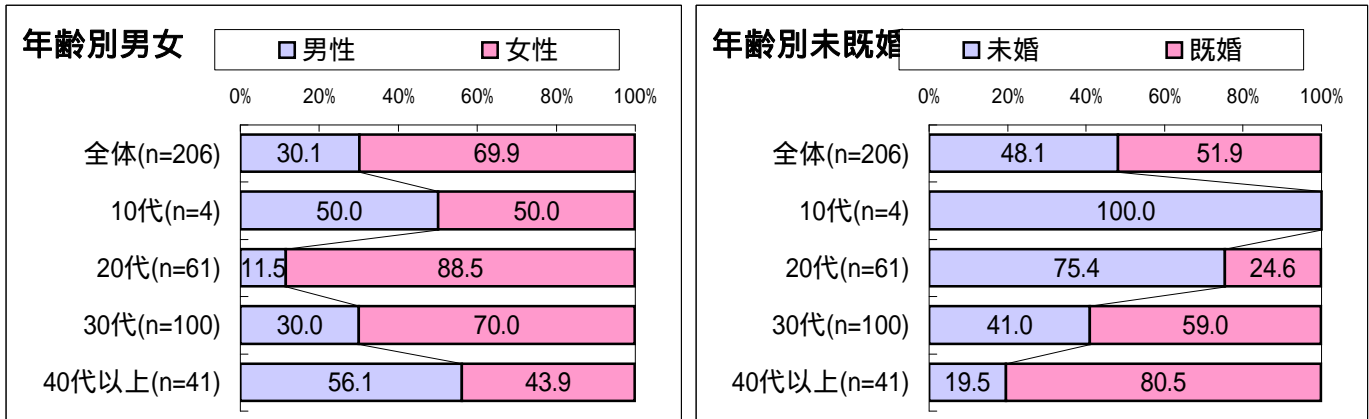
サンプル数 有効回答:206件

調査機関 岡山情報文化研究所

回答者のプロフィール



年齢別の属性



自家用車の所有状況と使用予定年数

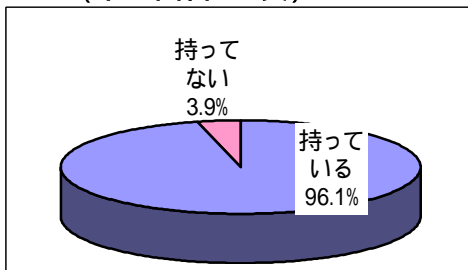
自家用車を新車で購入した人は77.8%で、年代が高くなるほど新車率は上がる。
平均所有予定年数は8.41年。10年がひとつの区切りかも。

自家用車は、ほとんど(96.1%)の人が持っている。全体では、自家用車を「新車で購入」したのは77.8%。年代別では、年代が高くなるほど「新車で購入」の回答率も高くなっている。20代の「中古で購入」が、他年代と比べ特に高い。性別では女性のほうが「中古で購入」が高いが、20代の女性の比率が高いのもその一因だと考えられる。

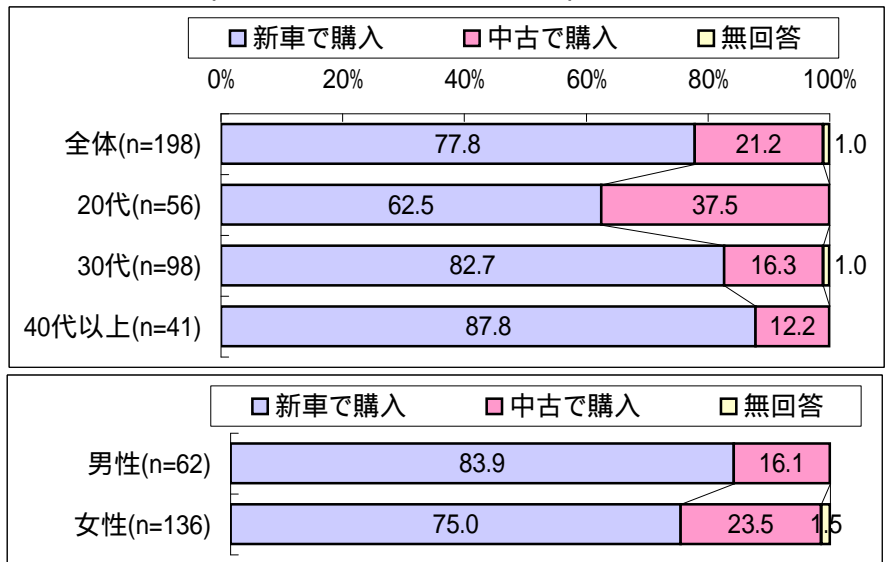
購入してから何年乗る予定かを聞いたところ、「10～12年」(44.4%)が最も高い。次が「4～6年」(24.2%)で、平均は8.41年。年代別では、20代は中古車の購入率が高いためか、「4～6年」が高い。年代が高くなるほど9年以下の割合は低くなり「10～12年」の割合が高くなる。

性別では、男性は「13年以上」が若干高い。男性に比べて女性のほうが、短期間で車の買い替えを検討しており、平均値も1年近く短い。

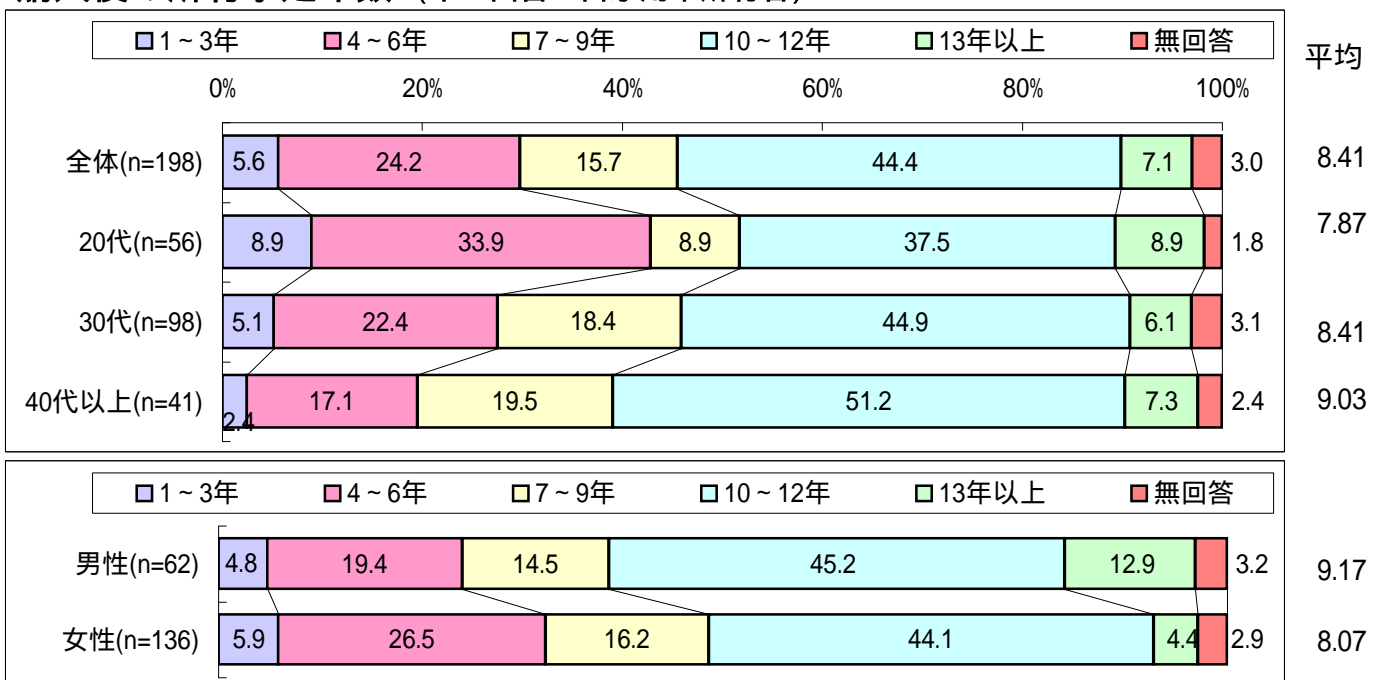
自家用車の所有状況
(単一回答/全員)



購入状況 (単一回答/自家用車所有者)



購入後の所有予定年数 (単一回答/自家用車所有者)



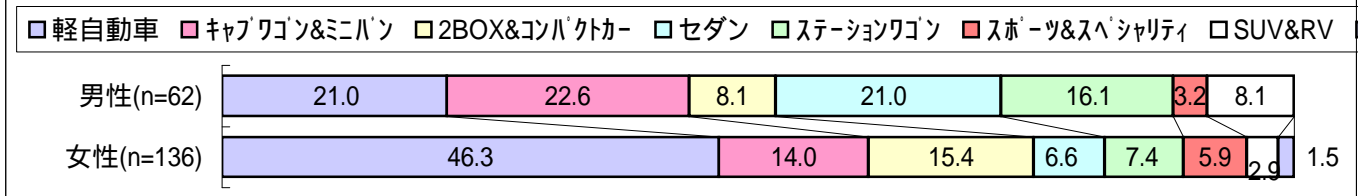
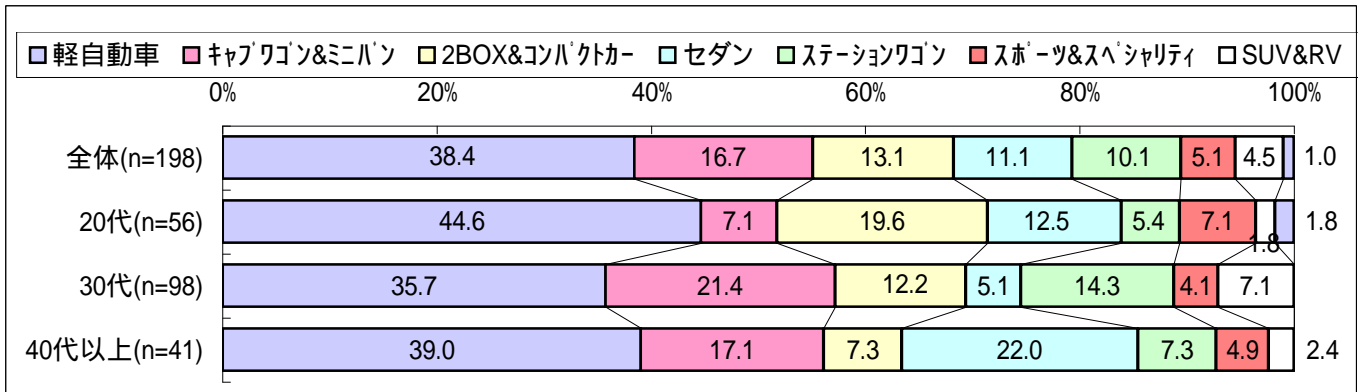
現在の自家用車と次に購入したい車のタイプ

女性の所有車は圧倒的に軽自動車。男性はキャブワゴン&ミニバンやセダンが2割。

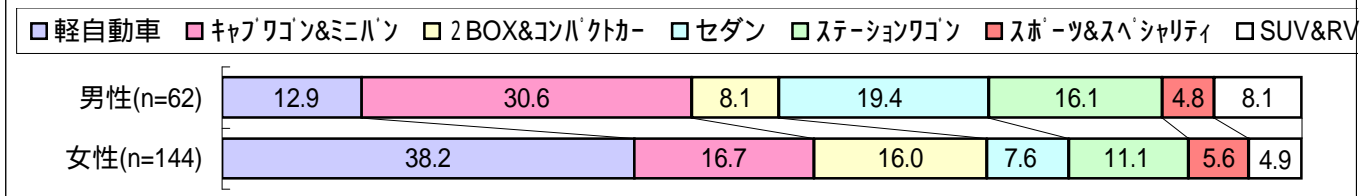
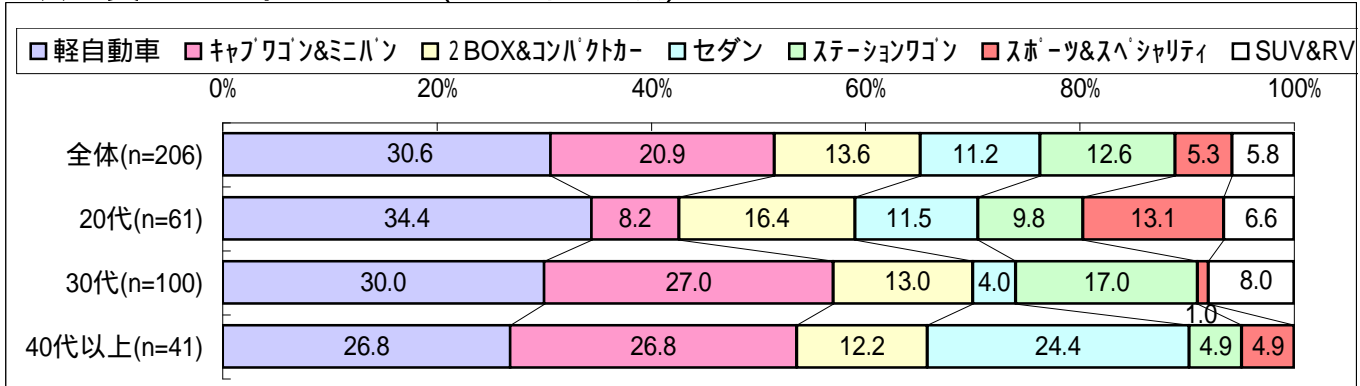
自家用車のタイプで、最も高い割合を占めたのが「軽自動車」(38.4%)。以下、「キャブワゴン&ミニバン」(16.7%)、「2BOX&コンパクトカー」(13.1%)。年代別では、20代で「軽自動車」、「2BOX&コンパクトカー」が若干高い。30代は「キャブワゴン&ミニバン」、「ステーションワゴン」が他年代よりも高く、家族での移動を意識した車が多いと言えるだろう。40代以上で他年代より特に高いのが「セダン」。性別では、男性は「キャブワゴン&ミニバン」、「セダン」、「ステーションワゴン」などが全体平均と比較して高い。女性は「軽自動車」が半数弱を占めている。

次に買いたい車も上位3番目までの順位は自家用車と同じだが、自家用車よりも「軽自動車」(30.6%)は7.8ポイント低く、「キャブワゴン&ミニバン」(20.9%)は4.2ポイント高い。今は軽自動車に乗っているが、次は別のタイプの車の購入を考えている人が比較的多い。年代別では20代は「軽自動車」、「スポーツ&スペシャルティ」が比較的高く、「キャブワゴン&ミニバン」の低さが目立つ。30代は「キャブワゴン&ミニバン」と「ステーションワゴン」、40代以上は「キャブワゴン&ミニバン」と「セダン」が高い。「キャブワゴン&ミニバン」は30代と40代以上で現在の所有車よりも高い値を示し、買い替え意向が高いことがわかる。性別では、男性は「キャブワゴン&ミニバン」、「セダン」、「ステーションワゴン」などが女性より高く、女性は「軽自動車」、「2BOX&コンパクトカー」が高い。現在の所有車よりも男女ともに「軽自動車」が低く、男性は「キャブワゴン&ミニバン」への買い替えを考えている人が多いようだ。

最もよく使用する自家用車のタイプ (単一回答/自家用車所有者)



次に買いたい車のタイプ (単一回答/全員)



自家用車購入のきっかけ

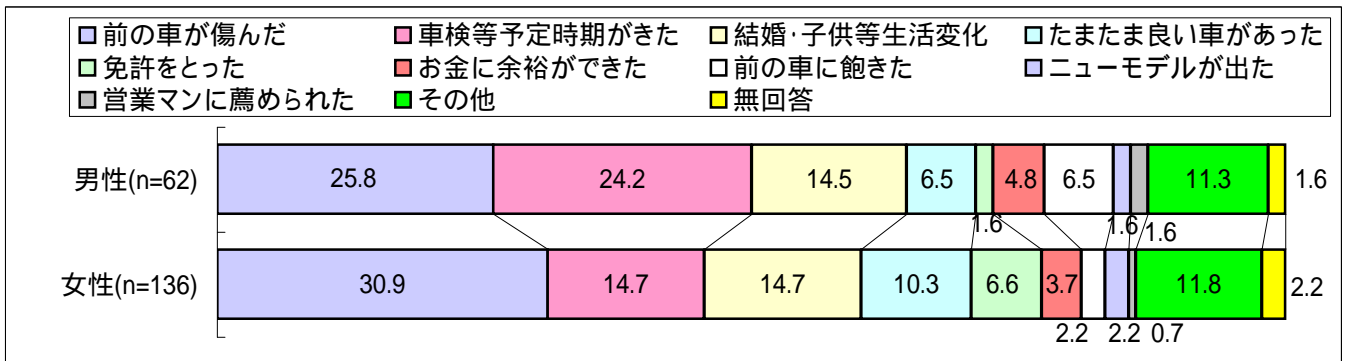
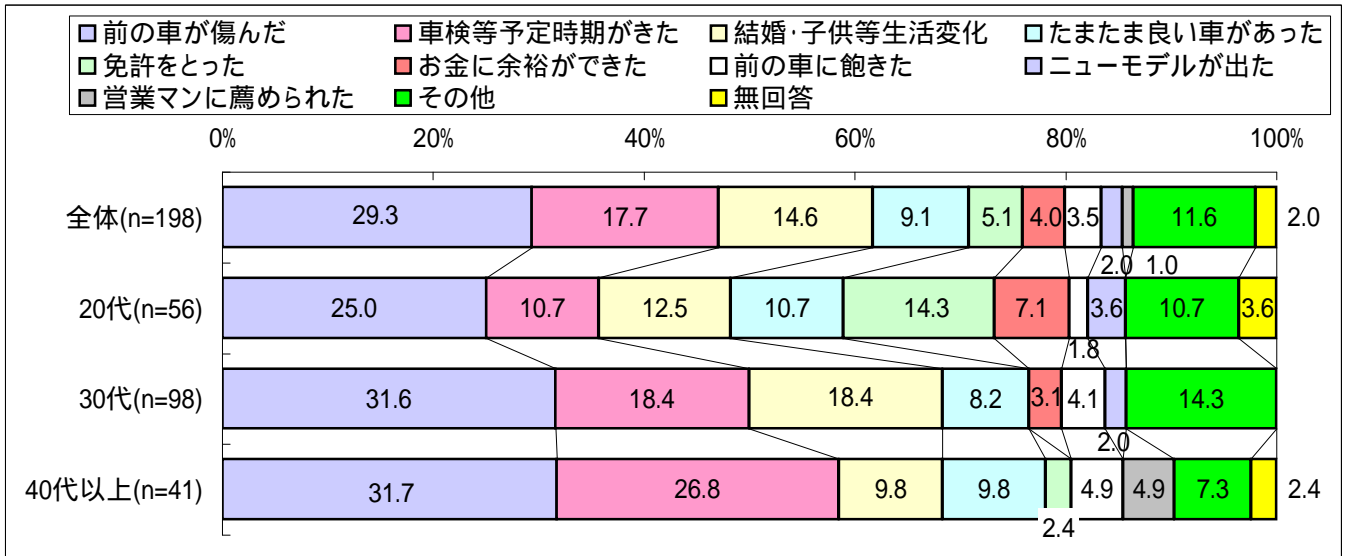
購入のきっかけは「前の車が傷んだ」「車検」など。

現在の自家用車を購入しようと思ったきっかけは、「前の車が傷んだ」(29.3%)、「車検等予定時期がきた」(17.7%)、「結婚・子供等生活の変化」(14.6%)など、その理由は様々だ。

年代別では20代は「免許をとった」が比較的高く、30代は「結婚・子供等生活の変化」、40代は「車検等予定時期がきた」が他年代よりも高い。

性別では、男性は「車検等予定時期がきた」、女性は「前の車が傷んだ」がそれぞれ、他の性別と比較して高い。

購入しようと思った最も強いきっかけ (単一回答 / 自家用車所有者)



購入車決定のためにしたこと

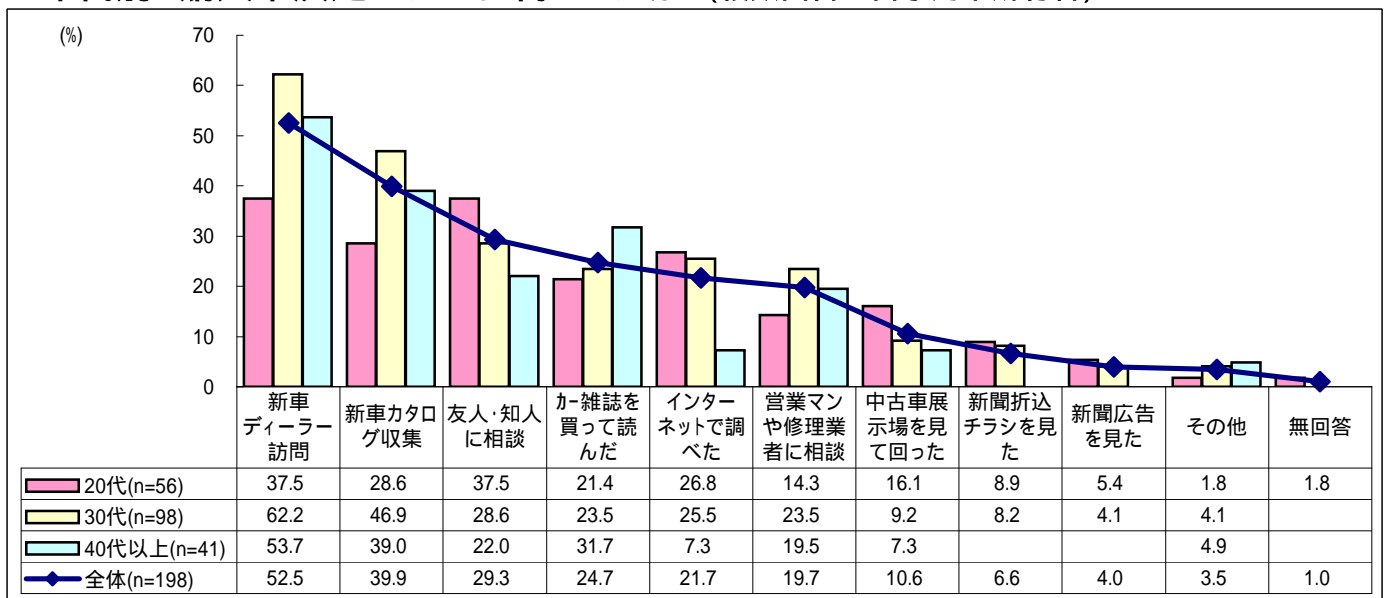
ディーラー訪問、カタログ収集、友人知人への相談がベスト3。
男性は情報を積極的に集め、女性は人へ相談して決める。

車を購入する際に、半数以上が「新車ディーラーを訪問」(52.5%)している。「中古車展示場を見て回った」も10.6%あったが、ディーラーや展示場を訪問せずに購入している人も少なからずいるようだ。他には、「新車カタログ収集」(39.9%)、「知人・友人に相談」(29.3%)。

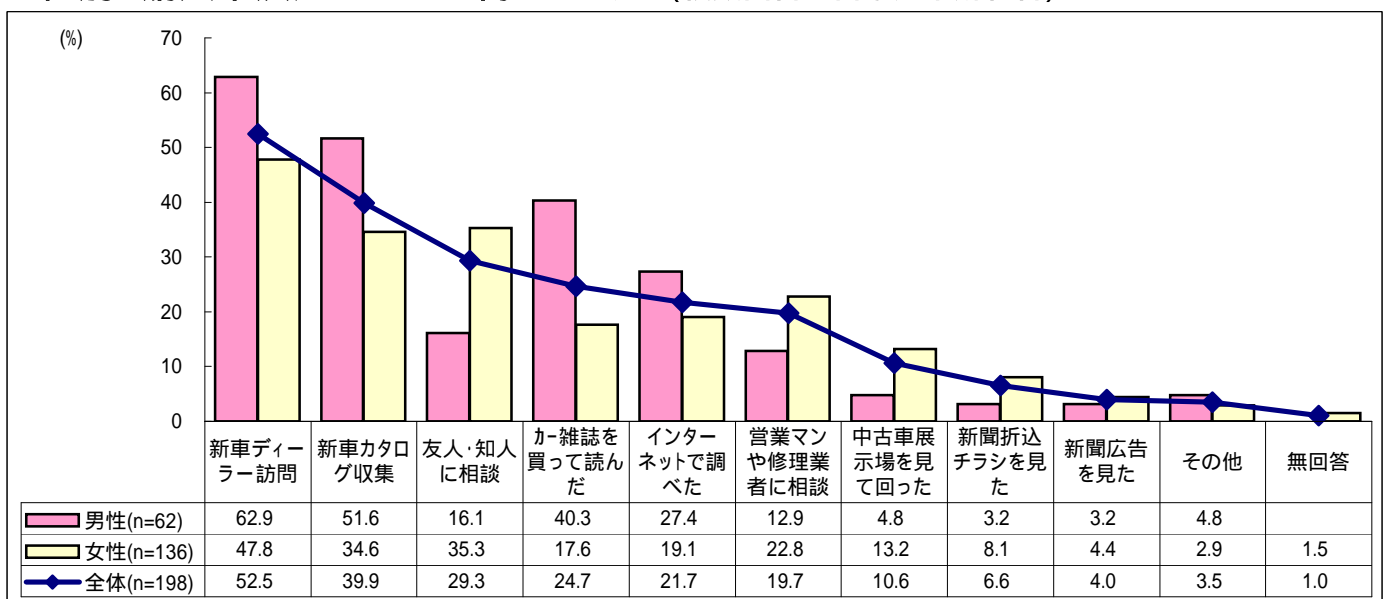
年代別では、20代は「友人・知人に相談」が高く、30代は「新車ディーラー訪問」、「新車カタログ収集」、「営業マンや修理業者に相談」などが各年代中で最も高く、ディーラーへの新密度も高い年代であると言える。40代は「カー雑誌を買って読んだ」が、「その他」を除き各年代の中で最も高い項目である。また、「インターネットで調べた」は、20代・30代は25%以上の回答があるものの40代はわずか7.3%しかなく、若い年代にとってネットも車を選択する判断基準の一つになっている。

性別では、男性が女性よりも高いのは「新車ディーラー訪問」、「新車カタログ収集」、「カー雑誌を買って読んだ」、「インターネットで調べた」。女性の場合は「友人・知人に相談」、「営業マンや修理業者に相談」などが高い。男性は事前により多くの車に関する情報を自ら調べ、女性は人に相談することが多いようだ。

年代別 購入車決定のために何をしたか (複数回答 / 自家用車所有者)



性別 購入車決定のために何をしたか (複数回答 / 自家用車所有者)



購入の際の重視点

予算と広さと外観がベスト3。

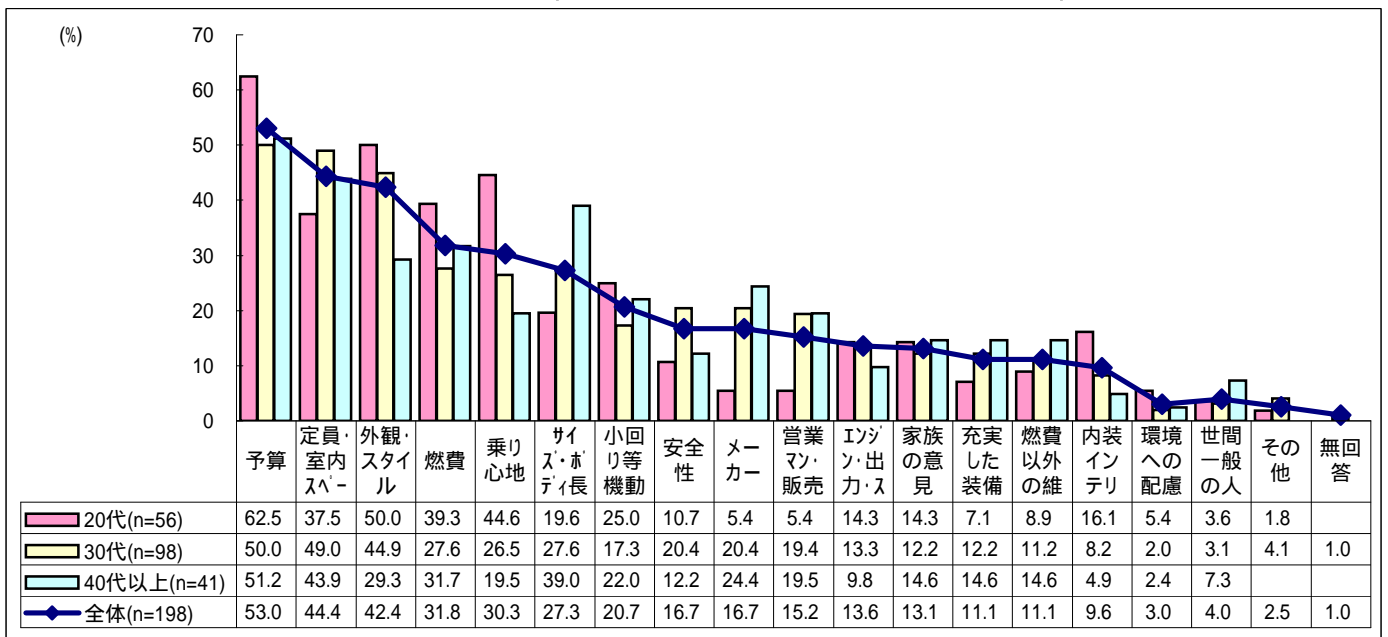
男性は広さやエンジン、メーカーにこだわり、女性は予算と外観と運転しやすさ。

購入の際に最も重視したのは「予算」(53.0%)。「乗車定員・室内スペース」(44.4%)、「外観・スタイル」(42.4%)がベスト3。

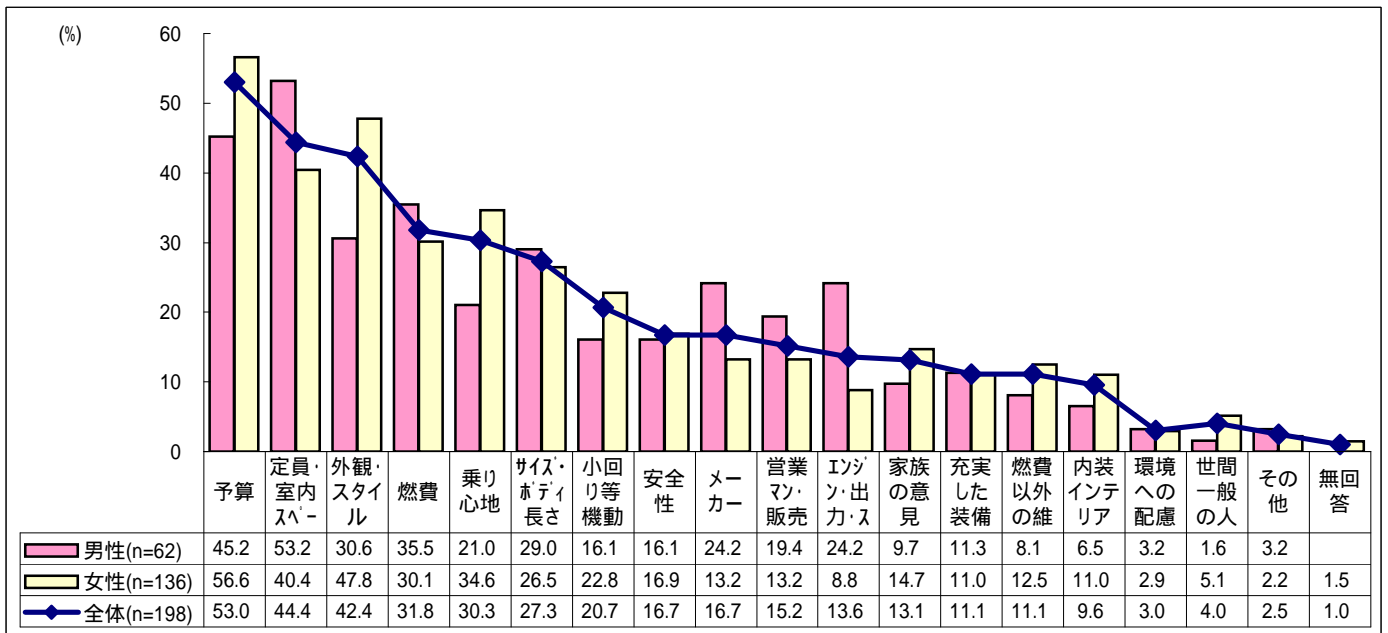
年代別では、20代は「予算」、「外観・スタイル」、「燃費」、「乗り心地」などの項目が他年代よりも高い。30代は家族と一緒に行動する世代でもあり、「乗車定員・室内スペース」が最も高い。40代以上は「サイズ・ボディの長さ」、「メーカー」が特に高い。20代のほうが車の見た目にもこだわるが、収入も他年代よりも低い人も多く、予算的にも厳しく選別しているのだろう。

性別では、男性は「乗車定員・室内の広さ」、「燃費」、「エンジン・出力・スピード」など、車自体への重視率が女性よりも高く、他にも「メーカー」、「営業マン・販売店の意見」なども女性より高い。女性は、「予算」、「外観・スタイル」など男性よりも金額的なシビアさと見た目重視の傾向が伺える。また、「乗り心地」や「小回りなど機動性」など運転のしやすさも大切だ。その他では「家族の意見」が男性よりも高かった。

年代別 購入の際重視したこと (4つまでの複数回答 / 自家用車所有者)



性別 購入の際重視したこと (4つまでの複数回答 / 自家用車所有者)

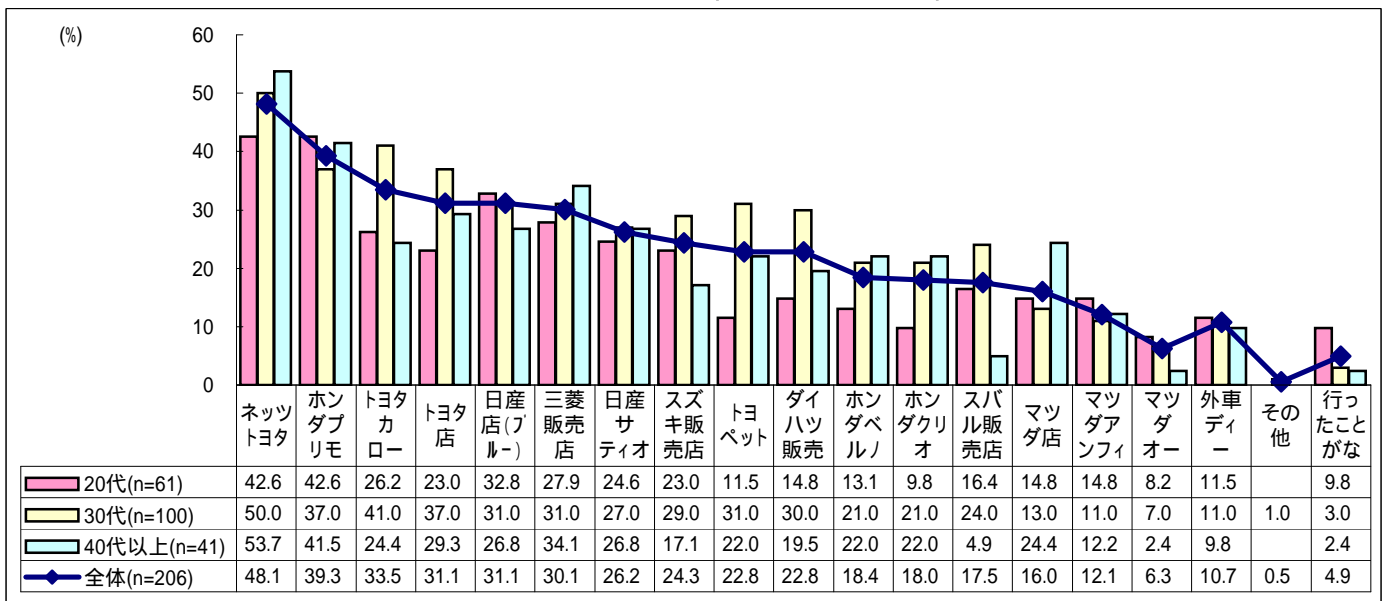


ディーラー訪問経験

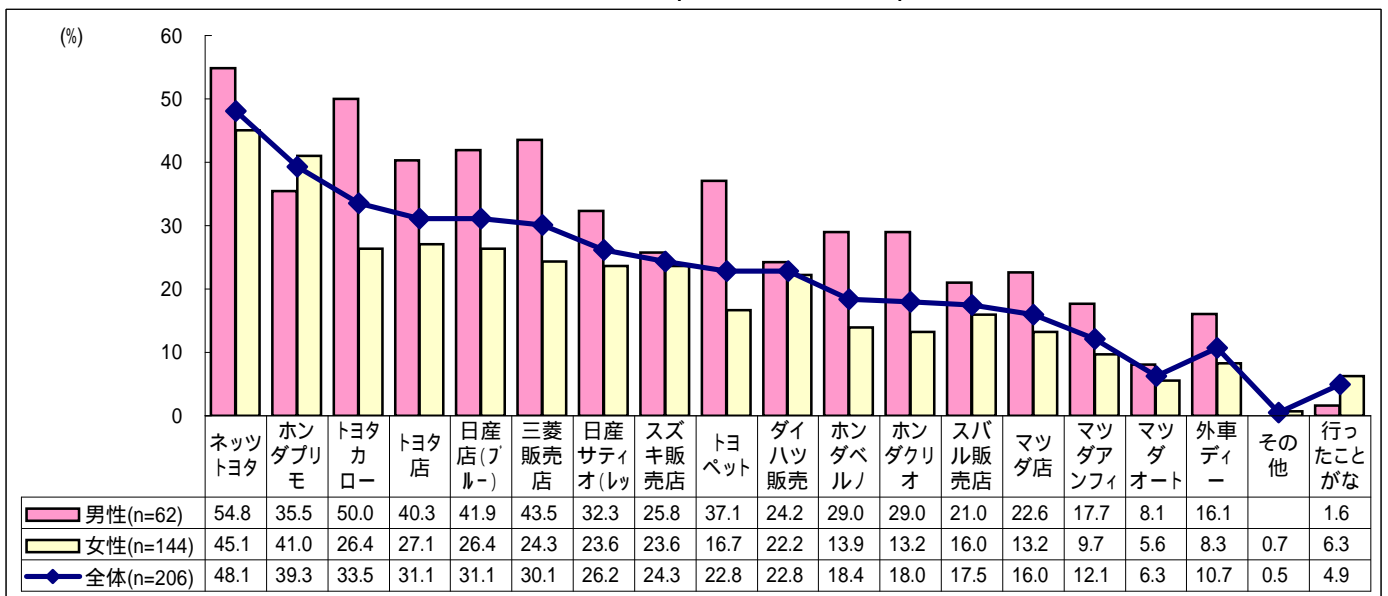
どの年代も1位はネットヨタ。20代は3位に日産ブルーステージ、30代は2位にトヨタカローラ、40代以上は3位に三菱販売店がランクイン。

行ったことのあるディーラーの上位は「ネットヨタ」(48.1%)、「ホンダプリモ」(39.3%)、「トヨタカローラ」(33.5%)。自家用車ではトヨタが最も多かったが、訪問ディーラーもトヨタがベスト5中に3社入っている。年代別では、20代はディーラー経験は少ないが、「日産店(ブルーステージ)」、「マツダアンフィニ」、「マツダオート」が各年代の中で最も高い。30代は、「トヨタカローラ」、「トヨタ店」、「トヨペット」などトヨタ系のディーラーの値が高く、他にも「スズキ販売店」、「ダイハツ販売店」、「スバル販売店」など軽自動車を販売しているディーラーへの訪問率も高い。40代以上で高いのは、「ネットヨタ」、「三菱販売店」、「マツダ店」など。性別では、女性は「ホンダプリモ」が唯一男性よりも高いが、全体的に男性に比べてディーラー訪問経験が少ない。

年代別 行ったことのある新車ディーラー (複数回答/全員)



性別 行ったことのある新車ディーラー (複数回答/全員)



ディーラー訪問理由

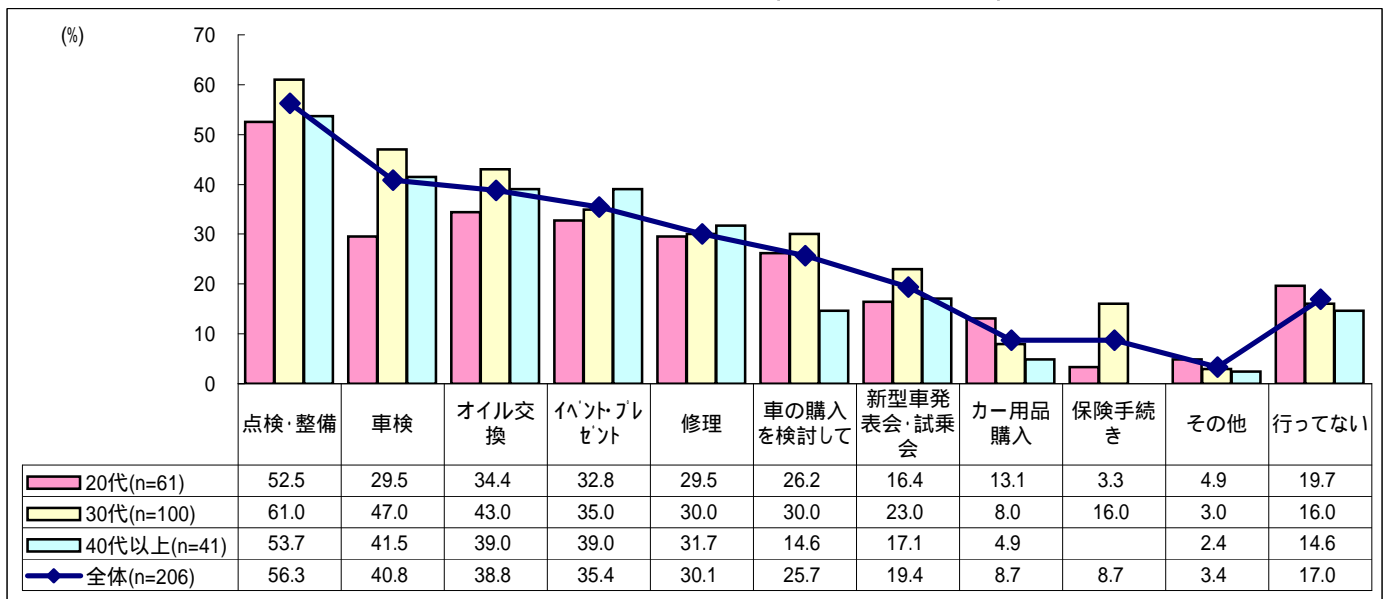
ディーラーへ気軽に訪問しているのは30代。40代は「イベント・プレゼント」好き。女性は、必要に迫られてディーラーを訪問。

3年以内にディーラーへ訪問した理由を聞いたところ、最も高いのは「点検・整備」(56.3%)。以下、「車検」(40.8%)、「オイル交換」(38.8%)、「イベント・プレゼント」(35.4%)と続く。

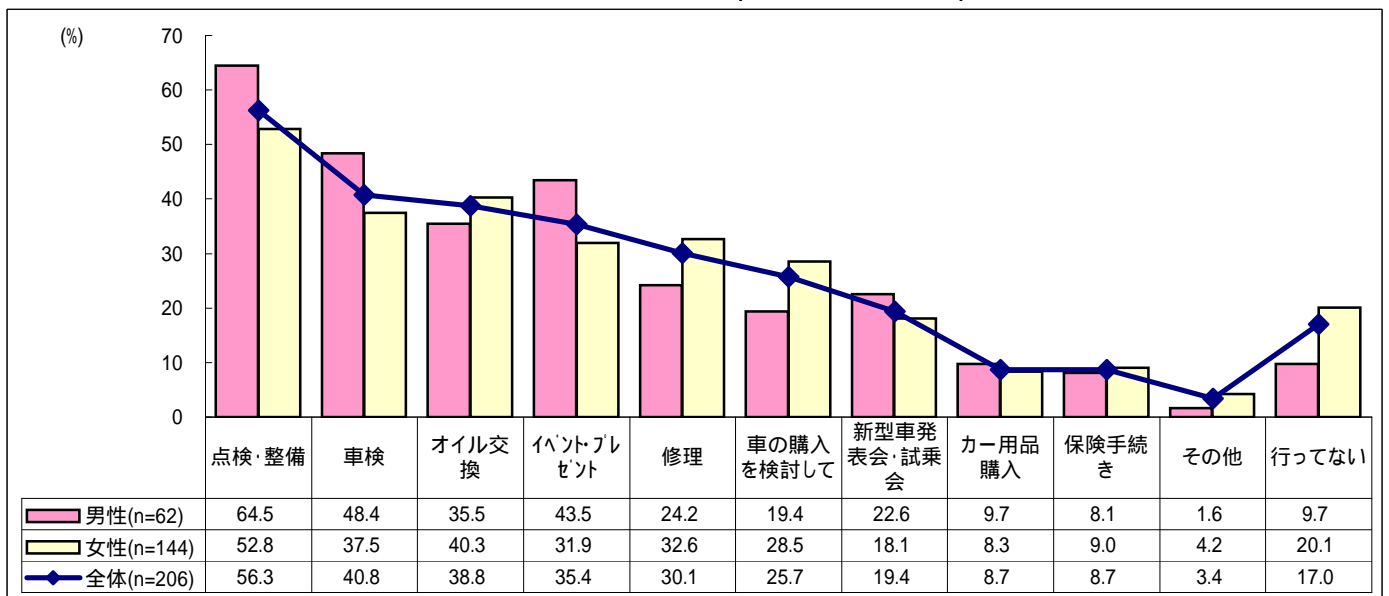
年代別では、20代は「行っていない」、「カー用品の購入」が各年代中最も高い。30代は、「点検・整備」、「車検」、「オイル交換」など点検や整備に行く人が多く、「車の購入を検討して」、「新型車発表会・試乗会」など、ディーラーへの訪問が積極的な年代である。40代以上は「イベント・プレゼント」が高い。

性別では、男性は「点検・整備」、「車検」、「イベント・プレゼント」、「新型車発表会・試乗会」が高く、女性は「オイル交換」の他、「修理」や「車の購入を検討して」など必要にせまられてディーラーを訪問しているケースが男性より高い。

年代別 3年以内の新車ディーラー訪問理由 (複数回答/全員)



性別 3年以内の新車ディーラー訪問理由 (複数回答/全員)



ディーラー訪問のきっかけ

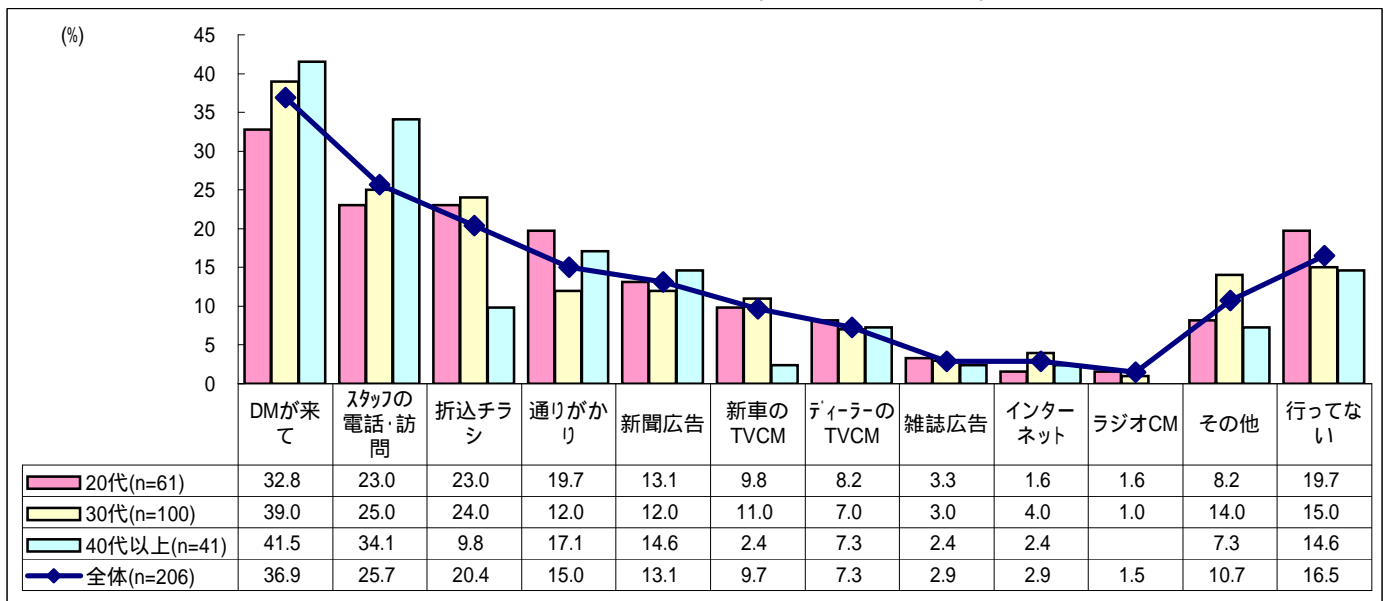
ディーラーへ行くきっかけはDMとスタッフからの連絡。

40代以上は「スタッフの電話・訪問」が高く、20代・30代は「折込チラシ」

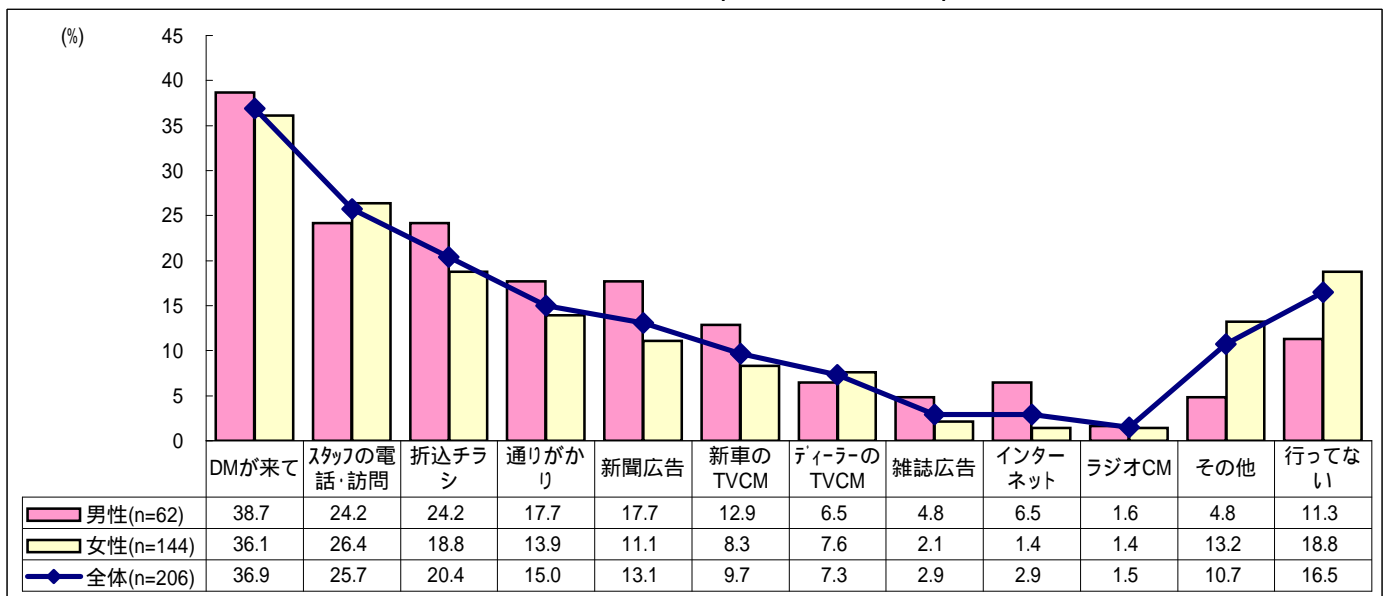
ディーラーを訪問したのは、「DMが来て」(36.9%)、「スタッフの電話・訪問」(25.7%)など、ディーラーからの直接のアクションをきっかけとしてあげている人が多い。以下、「折込チラシ」(20.4%)、「通りがかり」(15.0%)、「新聞広告」(13.1%)と続く。

年代別では、20代は「行っていない」が19.7%と最も高く、「ディーラーのTVCM」が他年代よりも高い。30代は、「折込チラシ」や「新車のテレビCM」が高く、40代以上は「DMが来て」の他、「スタッフの電話・訪問」などディーラーからのより直接的なアプローチが特に高い。また「新聞広告」も他年代より高く「折込チラシ」が特に低い。性別では、男性は「DMが来て」、「折込チラシ」、「通りがかり」、「新聞広告」など女性よりも高い項目が多い。女性は「行っていない」が18.8%。「スタッフの電話・訪問」も男性よりも高い。

年代別 新車ディーラーに訪問したきっかけ (複数回答/全員)



性別 新車ディーラーに訪問したきっかけ (複数回答/全員)



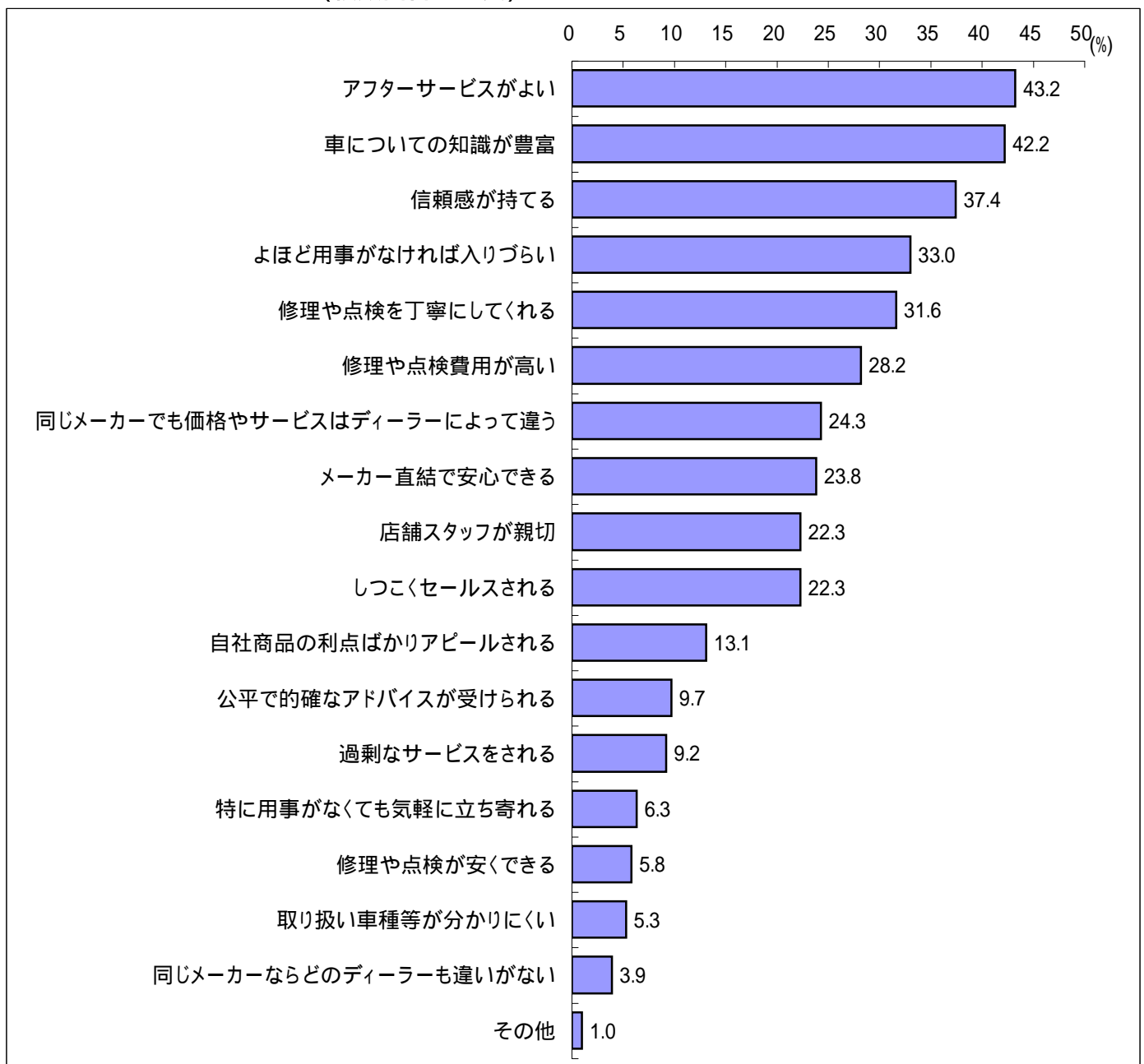
ディーラーイメージ

アフターサービス、車への知識、信頼感がディーラーへのイメージ。

ディーラーのイメージは、「アフターサービスがよい」(43.2%)、「車についての知識が豊富」(42.2%)、「信頼感が持てる」(37.4%)など、よいイメージが3位までを占めた。ただし、「よほど用事がなければ入りづらい」(33.0%)が4位に入っている。

また、「同じメーカーでも価格やサービスはディーラーによって違う」(24.3%)とのイメージが、「同じメーカーならどのディーラーも違いがない」(3.9%)よりも値が非常に高く、同メーカー別ディーラーの違いを認識していることが伺える。

ディーラーのイメージ (複数回答/全員)



年代別ディーラーイメージ

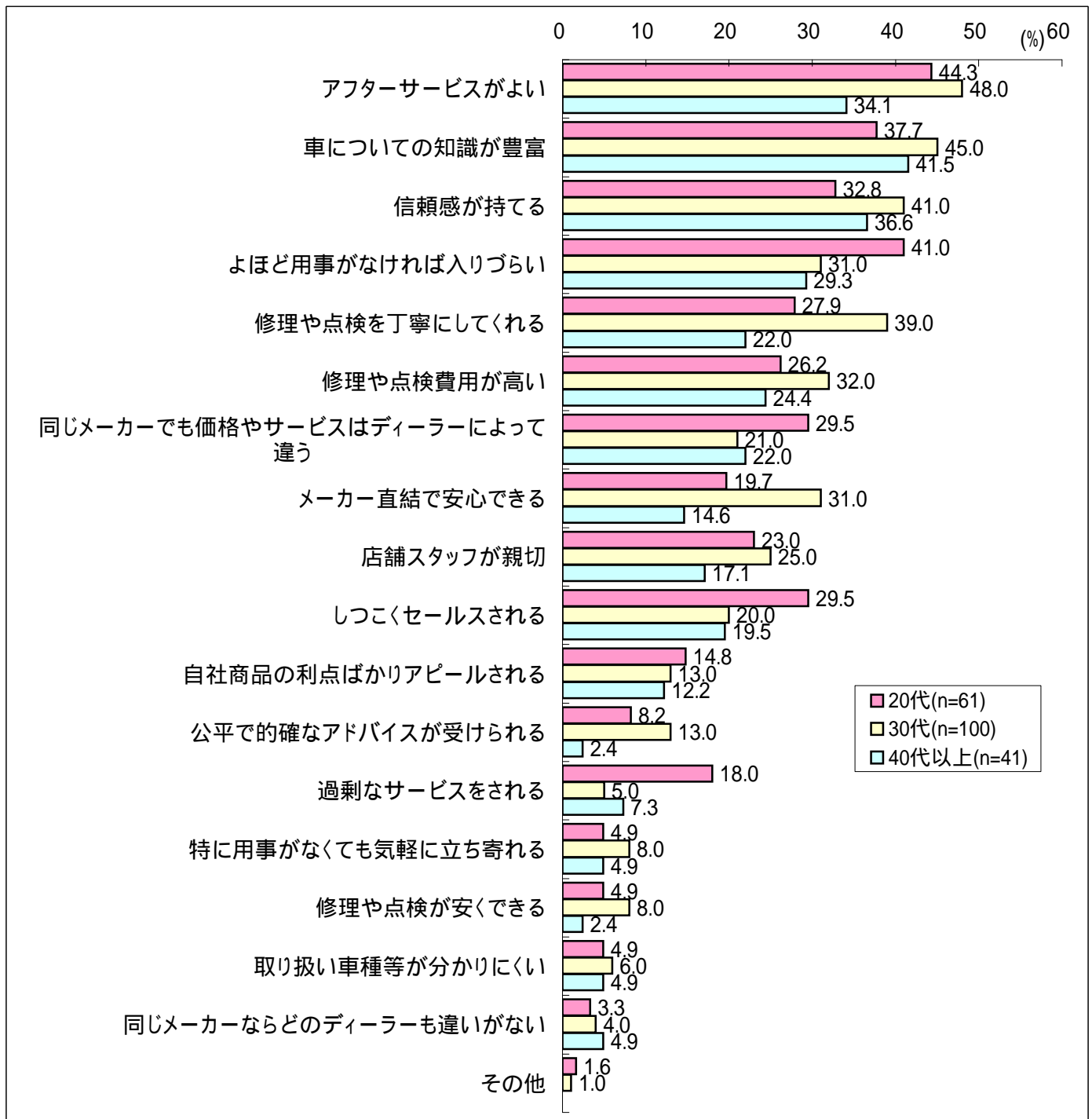
他の年代に比べ、20代はディーラーにあまりよいイメージを持っていない。

ディーラーへ行くことが他年代より少ない20代は、「アフターサービスがよい」(44.3%)の次に高いのが、「よほど用事がなければ入りづらい」(41.0%)。また、「しつこくセールスされる」、「過剰なサービスをされる」なども他年代よりも高いとともに、「同じメーカーでも価格やサービスはディーラーによって違う」という印象を持っている人が多い。

ディーラーへ行く機会が多い30代は、「アフターサービスがよい」、「車についての知識が豊富」、「信頼感が持てる」、「修理や点検を丁寧にしてくれる」、「メーカー直結で安心できる」など良いイメージでの項目が多いが、「修理や点検費用が高い」との回答率も他年代より高い。

40代以上のディーラーのイメージは「車についての知識が豊富」、「信頼感が持てる」、「アフターサービスがよい」の順だが、他年代より高い項目はほとんどない。

年代別 ディーラーのイメージ (複数回答/全員)



性別ディーラーイメージ

女性は「よほど用事がなければ入りづらい」が3位。良くも悪くも、男性より多くのイメージを持っている。

男性のベスト3は、「アフターサービスがよい」、「信頼感が持てる」、「車についての知識が豊富」。女性よりも「信頼感が持てる」との項目は比較的高い。

女性で最も高いのは、「車についての知識が豊富」。以下、「アフターサービスがよい」、「よほど用事がなければ入りづらい」と続く。「よほど用事がなければ入りづらい」との男女差は19.5ポイントと非常に大きい。他にも「メーカー直結で安心できる」、「スタッフが親切」なども男性よりも高く、よいイメージ悪いイメージ関係なく、男性よりも高い値の項目が多かった。

性別 ディーラーのイメージ (複数回答/全員)

