

報道関係各位

平成29年4月26日
株式会社クロス・マーケティング

自動車に求めるものは「運転のしやすさ」 「燃費のよさ」は前回調査から大きくポイントを落とす

—自動車に関する調査(2017年)—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女で、現在の世帯において自家用車を1台以上所有し、かつ、週に1日以上自分で運転する方を対象に、「自動車に関する実態調査」を実施しました。

■調査背景・目的

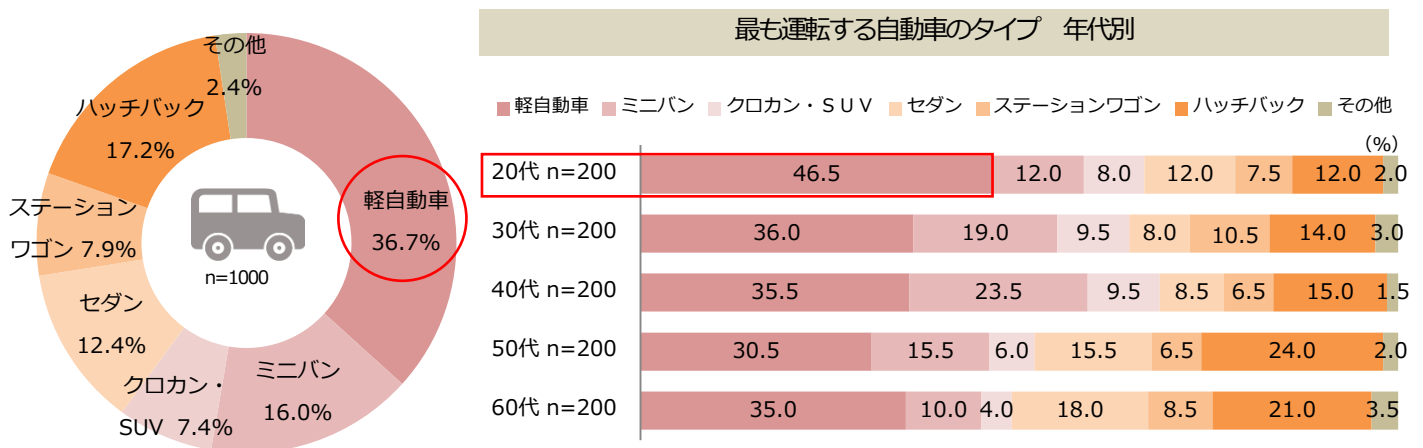
日本の経済を支える主要産業である、自動車。海外への輸出も多く、トランプ大統領の就任以来、日米関係でも話題になることも多くあります。また、4月は、進学、就職で新たに世帯を構える方も多く、自動車を新たに購入、買い替えをすることも考えられます。そこで本調査では、国内外で日常生活において話題になりがちな自動車について、動力源(ガソリン、EV、HV)や車種、主な利用方法、求めることなどの意識調査を実施しました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/life/ca20170426/>

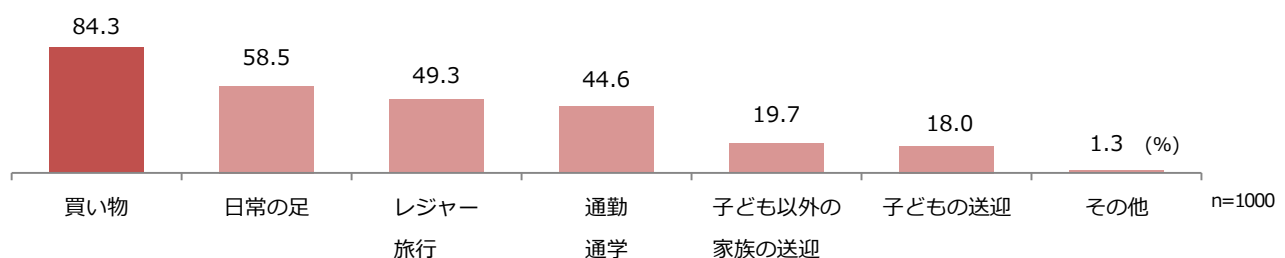
■調査結果(一部抜粋)

- ✓ 最も運転する自動車のタイプは、軽自動車が36.7%と最も高く、特に20代では46.5%と半数近くが利用 <図1>
- ✓ 利用目的は「買い物」が84.3%と最も高く、次いで「日常の足」58.5%、「レジャー、旅行」49.3%となった <図2>
- ✓ 自動車に求めるもののトップ5は、「運転のしやすさ」が69.5%と最も高く、次いで「乗り心地のよさ」62.2%、「安全性・安心感」60.2%、「燃費のよさ」59.2%、「スタイル・デザイン」41.1%となった。
前回調査(2014年)では「運転のしやすさ」が70.0%と最も高く、次いで「燃費のよさ」69.8%、「乗り心地のよさ」62.8%、「安全性・安心感」60.7%、「耐久性・性能のよさ」43.5%であり、「燃費のよさ」が10pt以上ポイントを落としたことで、「安全性・安心感」がトップ3に入った<図3>
- ✓ 買い替え時の動力源として、「ガソリンエンジン」が58.9%と人気が高く、次いで「ハイブリッド」42.8%となった。話題になることも多い、電気、燃料電池の検討意向は低く、この傾向は、軽自動車に特に強く見られた。一方、セダンでは、ハイブリッドの意向が最も高い結果となった <図4>

<図1>最も運転する自動車のタイプ(SA)



<図2>自動車の利用目的(MA)



<図3>自動車に求めるもの(MA)

※2014年調査結果については、こちらを参照ください⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/leisure/car20140703/>

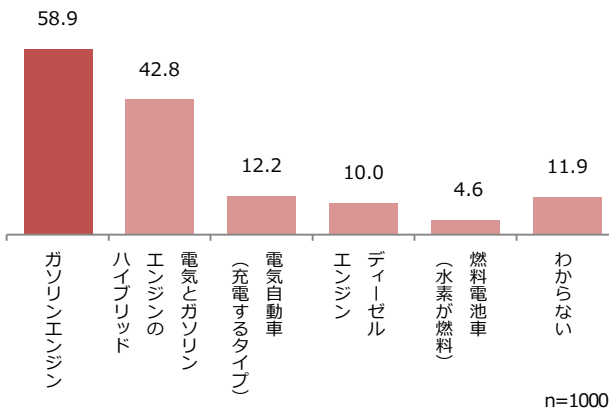
【2014年調査結果】 n=1000

1	運転のしやすさ	70.0%
2	燃費のよさ	69.8%
3	乗り心地のよさ	62.8%
4	安全性・安心感	60.7%
5	耐久性・性能のよさ	43.5%

【今回の調査結果】 n=1000

1	運転のしやすさ	69.5%	(▲5.0pt)
2	乗り心地のよさ	62.2%	(▲7.6pt)
3	安全性・安心感	60.2%	(▲0.5pt)
4	燃費のよさ	59.2%	(▲10.6pt)
5	スタイル・デザイン	41.1%	(▲0.6pt)

<図4>購入時に検討する動力源(MA)



主使用車タイプ別	軽自動車	ミニバン	クロカン・SUV	セダン	ステーションワゴン	ハッチバック	その他	ガソリンエンジン	ハイブリッド(電気とガソリン)	電気自動車(充電するタイプ)	電気自動車	ディーゼルエンジン	水素燃料電池車	燃料電池車	わからない
								70.8	31.9	9.8	4.4	4.4	12.0		
軽自動車	n=367	70.8	31.9	9.8	4.4	4.4	12.0								
ミニバン	n=160	60.6	48.1	11.3	11.9	3.8	11.9								
クロカン・SUV	n=74	52.7	48.6	13.5	28.4	10.8	12.2								
セダン	n=124	37.9	62.9	16.1	11.3	2.4	8.1								
ステーションワゴン	n=79	48.1	46.8	15.2	13.9	2.5	15.2								
ハッチバック	n=172	54.1	44.2	14.5	9.3	5.2	11.6								
その他	n=24	62.5	29.2	4.2	12.5	8.3	20.8								

n=30は参考値のため灰色

■全調査内容

- 属性設問(性別・年代・未婚・子どもの有無・居住場所の交通網環境・職業)
- 所有する自家用車のボディタイプ(MA)
- 最も運転する自家用車のボディタイプ(SA)
- 自家用車の利用目的(MA)
- 買い替え時にほしいボディタイプ(MA)
- 買い替え時に検討したい動力源(MA)
- 自家用車に求めるもの(MA)
- 自家用車の満足度(SA)
- 今後、今までよりも自家用車に求めるもの(MA)
- 今後、開発や改善を望む技術や機能(MA)
- 今後、自動車を検討する際に参考にする情報源(MA)

■調査概要

調査手法：インターネットリサーチ

調査地域：全国47都道府県

調査対象：20～69歳の男女で、現在の世帯において自家用車を1台以上所有し、かつ、週に1日以上自分で運転する方

調査期間：2017年3月31日(金)～4月2日(日)

有効回答数：1,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>

所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立：2003年4月1日

代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容：マーケティング・リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：東海林(しょうじ) TEL：03-6859-2252 FAX：03-6859-2275

E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」