

新車購入の主な検討理由は安全装備、サブスク派は最新技術への関心を重視、納期問題と中古車 〈アンケート調査：新車、中古車、サブスク…車の保有・利用について〉

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2022年7月に、車の保有や利用に関するアンケート調査を実施しました。

今回は第一弾として、アンケート結果から、「新車購入」「中古車購入」「サブスクリプションサービスの利用（以下サブスク利用）」に関する一般消費者の考えについて紹介します。



調査結果ダイジェスト

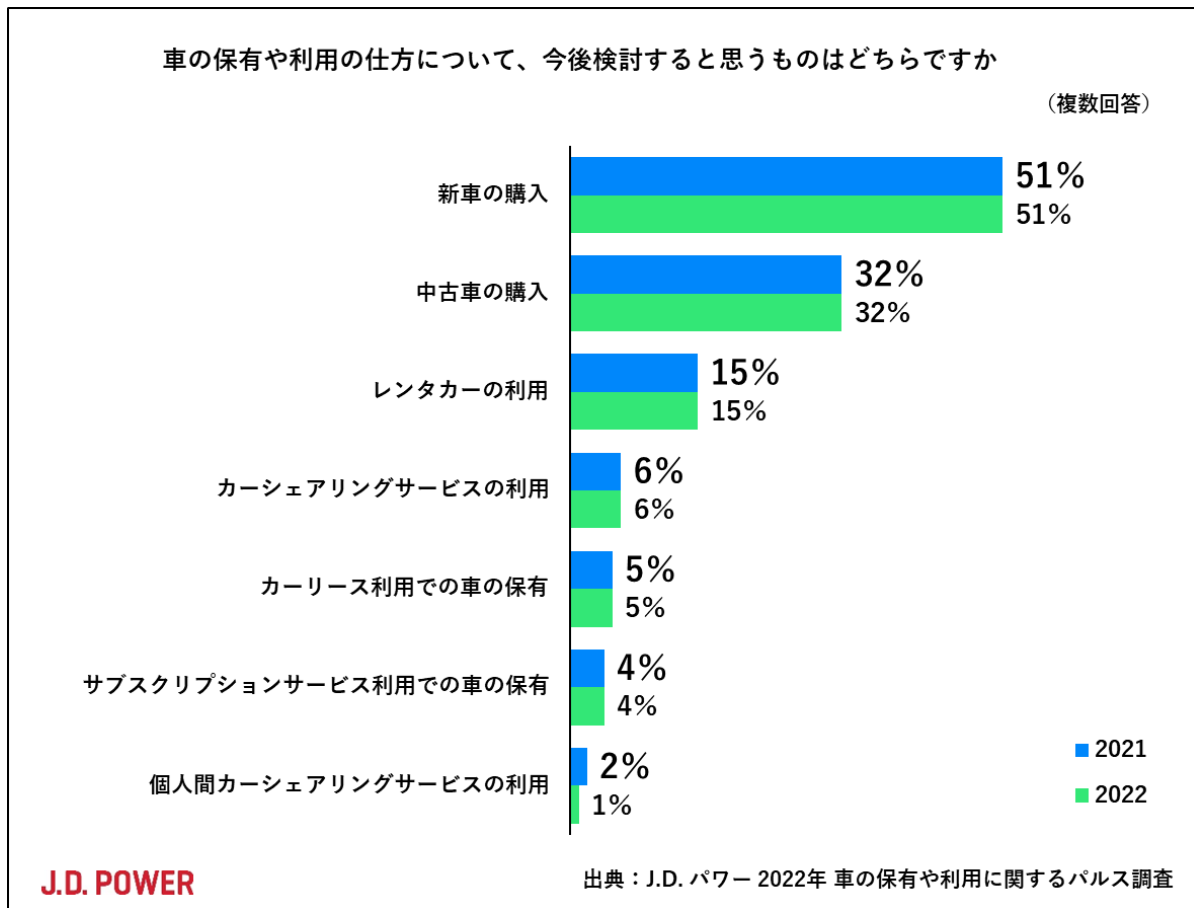
1. 新車購入の検討理由トップ2は「安全機能を装備した車に乗りたい」（35%）、「正規ディーラーでサービスを受けたい」（30%）。安全・安心を求める傾向
2. 中古車購入の検討理由は費用面のメリットが圧倒的。「購入費用を抑えたい」（72%）、「新車だと手の届かない車を選べる」（29%）
3. 早く車を手にしたい消費者は中古車検討も視野に、検討理由「納期の早さ」、新車購入検討者の5%に対し、中古車検討者では16%
4. 若年層は新車や中古車に対し、購入費用や納期より、こだわりの車に乗ることを重視
5. サブスク利用の主な検討理由は支払い方法のメリット、「定額制で費用管理が楽そう」（66%）、「初期費用を抑えたい」（52%）、最新技術・機能への興味や関心の高さも目立つ
6. サブスク認知度「名前は聞き見たことがある」は前回調査から4%向上するも、実際の検討には至らず

今後検討する車の保有や利用方法

新車購入が約5割、中古車購入が約3割、サブスクやリースは1割以下にとどまる

新車の購入が51%、中古車の購入が32%で、従来からの車の購入方法が8割以上を占めました。以下、レンタカー(15%)とカーシェア(6%)の利用が続く、サブスクでの保有はわずか4%となっています。昨年6月に行ったアンケート調査からほぼ変わらない結果となりました。

ここ数年で見聞きするようになり、注目されつつある「サブスク」ですが、現状はまだ一般的にはなじみがないということが分かります。



この中から今回は、「マイカー保有」に焦点を絞り、今後「新車購入」「中古車購入」「サブスク」、それぞれの手段で車の保有を検討する理由について見てみましょう。

車の「サブスク」とは？

「サブスクリプション(サブスク)」は、定額料金を支払ってコンテンツやサービスを利用することで、商品を「所有」せず、一定期間「利用」するビジネスモデルを指します。音楽や動画、ファッション、食品など様々なジャンルで利用が広がっています。車のサブスクはトヨタが2019年にスタートした「KINTO(キント)」を始め、「ホンダマンスリーオーナー」や「日産Click Mobi」、「NOREL(ノレル)」などが代表的です。

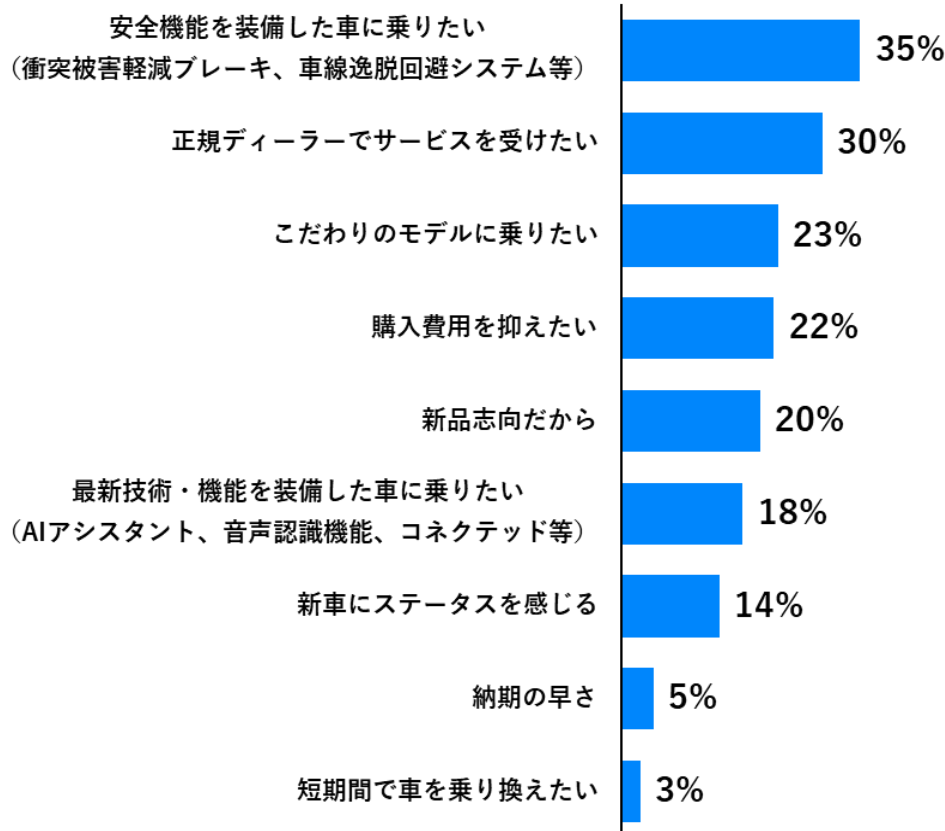
新車購入の検討理由

新車購入の検討理由トップ2は、「安全機能を装備した車に乗りたい」、「正規ディーラーでサービスを受けたい」

新車購入の検討理由として、最も多く挙げたのは「安全機能を装備した車に乗りたい」（35%）、次いで「正規ディーラーでサービスを受けたい」（30%）でした。新車購入を検討する消費者の安全機能への関心の高さや、メンテナンスやサポート等、正規ディーラーでのサービスに対するニーズの高さがうかがえ、安全・安心を求める傾向であることが分かります。

今後、新車の購入を検討すると思うのはどのような理由ですか

複数回答
(n=1426)



「最新技術・機能を装備した車に乗りたい」は「安全装備」の約半分、「納期の早さ」はわずか5%

「最新技術・機能の装備」については18%と、「安全機能」の約半数にとどまっています。新車購入の検討者にとって、安全機能は既に広く車に浸透している装備類と捉えられ、それに比べるとAIアシスタントや音声認識機能など今後の普及が期待されるような最新技術・機能に対しては、まだ関心がそれほど高くない様子が見て取れます。

また、「納期の早さ」がわずか5%という背景には、新車の納期遅れという問題の影響があることが考えられます。

新車購入の検討理由（続き）

費用よりもこだわりのモデルの乗りたい若年層

世代別に上位の項目を見てみると、1位の「安全機能を装備した車に乗りたい」と2位の「正規ディーラーでサービスを受けたい」については不動ですが、3位以降については、若年層に特徴がみられます。

ミドル層以上の世代では、「購入費用を抑えたい」がトップの2項目に次いでいますが、若年層では「こだわりのモデルに乗りたい」(26%)が挙がってきており、コスト面よりも気に入った一台を選びたい、という志向がより強いことがうかがえます。

*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

今後、新車の購入を検討すると思うのはどのような理由ですか - 世代別回答順位 -

順位	若年層	%
第1位	安全機能を装備した車に乗りたい	34%
第2位	正規ディーラーでサービスを受けたい	31%
第3位	こだわりのモデルに乗りたい	26%
第4位	新品志向だから	21%
第5位	購入費用を抑えたい 最新技術・機能を装備した車に乗りたい	19%
第7位	新車にステータスを感じる	14%
第8位	短時間で車を乗り換えたい 納期の早さ	4%

順位	ミドル層	%
第1位	安全機能を装備した車に乗りたい	34%
第2位	正規ディーラーでサービスを受けたい	26%
第3位	購入費用を抑えたい 新品志向だから	23%
第5位	こだわりのモデルに乗りたい	22%
第6位	最新技術・機能を装備した車に乗りたい	19%
第7位	新車にステータスを感じる	16%
第8位	納期の早さ	7%
第9位	短時間で車を乗り換えたい	3%

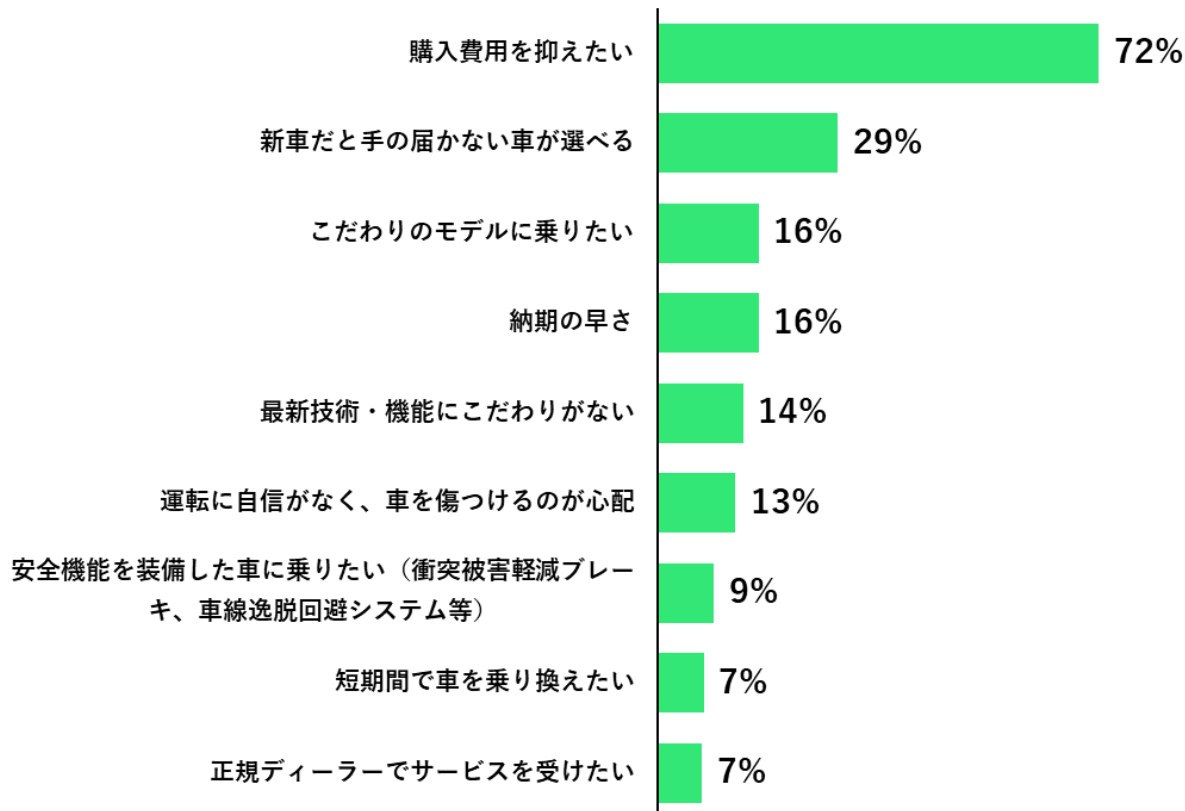
順位	プレシニア層	%
第1位	安全機能を装備した車に乗りたい	36%
第2位	正規ディーラーでサービスを受けたい	30%
第3位	購入費用を抑えたい	24%
第4位	こだわりのモデルに乗りたい	23%
第5位	新品志向だから	21%
第6位	最新技術・機能を装備した車に乗りたい	17%
第7位	新車にステータスを感じる	14%
第8位	納期の早さ	5%
第9位	短時間で車を乗り換えたい	2%

順位	シニア層	%
第1位	安全機能を装備した車に乗りたい	35%
第2位	正規ディーラーでサービスを受けたい	32%
第3位	購入費用を抑えたい	22%
第4位	こだわりのモデルに乗りたい	21%
第5位	最新技術・機能を装備した車に乗りたい	16%
第6位	新品志向だから	14%
第7位	新車にステータスを感じる	12%
第8位	納期の早さ	3%
第9位	短時間で車を乗り換えたい	2%

中古車購入の検討理由

今後、中古車の購入を検討すると思うのはどのような理由ですか

複数回答
(n=888)



中古車購入の主な検討理由、費用面のメリットが上位を占める

中古車購入の検討理由として、ダントツで「購入費用を抑えたい」（72%）が最も多く、次いで「新車だと手の届かない車を選べる」（29%）、「こだわりのモデルに乗りたい」「納期の早さ」（共に16%）という結果となりました。

「購入費用を抑えたい」は、新車購入の22%を大きく上回り、また「新車だと手の届かない車を選べる」も約3割が理由として挙げています。中古車購入の主な理由として、費用面でのメリットが大きいことが分かります。

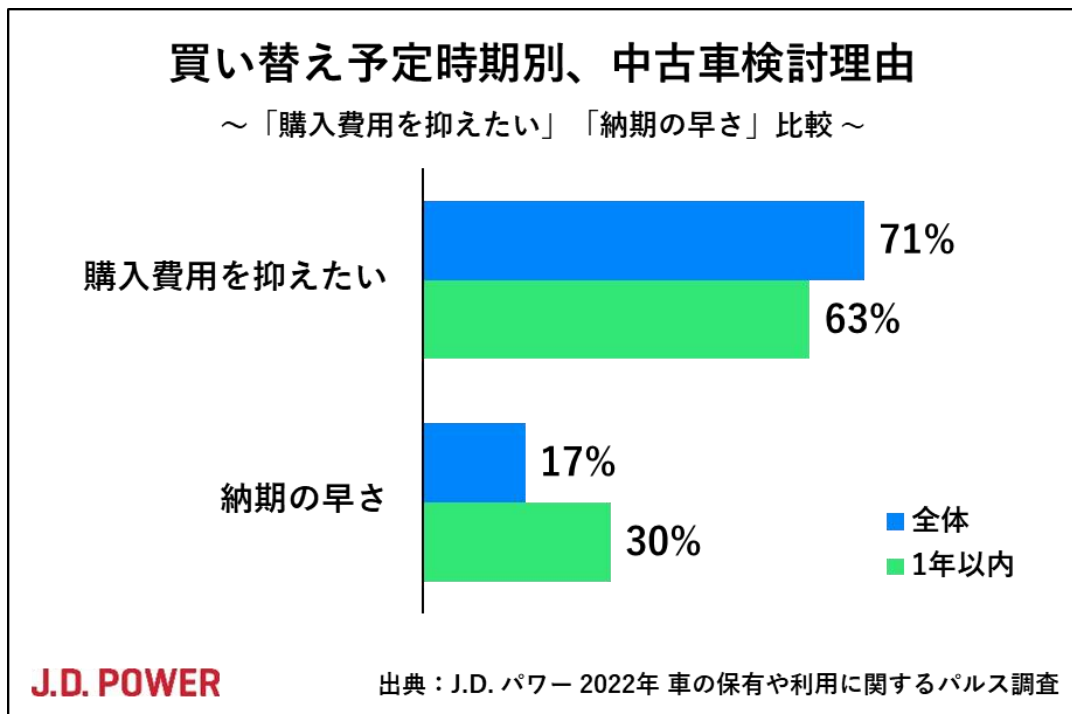
中古車購入の検討理由（続き）

新車の納期遅れを背景に「納期の早さ」が16%、一年以内に買い替えや購入を検討している消費者では30%で「納期の早さ」がより一層の影響

「納期の早さ」の16%は、新車の5%と比べるとその違いが目立ちます。今の社会情勢を反映した結果と言えるでしょう。新型コロナウイルス流行や半導体をはじめとした部品の供給不足等を理由に、新車の納期遅れが指摘されていますが、中古車を購入することで少しでも早く車を手に入れたいとい消費者の意向がうかがえます。

買い換え予定時期別に見ると、1年以内に買い換えや購入を予定している層では「購入費用を抑えたい」が63%で、全体と比べ－8ポイントとなりました。一方、「納期の早さ」については、1年以内に買い換え予定層では30%で、全体の17%よりも、13ポイントも上回りました。

このことから、近い将来、買い替えや購入を検討している消費者の心理面に、「納期」はより一層、影響している様子が見えてきます。



中古車購入の検討理由（続き）

若年層は納期よりもこだわりのモデル重視の傾向あり

世代別に上位の項目を見てみると、中古車購入派の中でも若年層特有の傾向がみえてきました。

ミドル層、プレシニア層、シニア層では「納期の早さ」が3位にランクインしていますが、若年層では「納期の早さ」は7番目と下位に位置しており、その割合も12%と他の年代に比べて低くなっています。

また、1位の「購入費用を抑えたい」についても、その割合は65%にとどまり、ミドル層、プレシニア層と比べ10ポイント近く低い結果となっています。

「こだわりのモデルに乗りたい」は若年層、ミドル層共に20%で、プレシニア層（12%）、シニア層（14%）と比べてみると+5ポイント以上の差があります。

若年層とミドル層は、自分なりのこだわりの車に乗ることにより重点を置く傾向がありそうということと、若年層では加えて納期へのこだわりが低いことから、お気に入りの車を探すことに注力している傾向がうかがえます。

*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

今後、中古車の購入を検討すると思うのはどのような理由ですか - 世代別回答順位 -

順位	若年層	%
第1位	購入費用を抑えたい	65%
第2位	新車だと手の届かない車を選べる	27%
第3位	こだわりのモデルに乗りたい	20%
第4位	最新技術・機能にこだわりのない	15%
第5位	運転に自信がなく、車を傷つけるのが心配	14%
第6位	安全機能を装備した車に乗りたい	13%
第7位	納期の早さ	12%
第8位	正規ディーラーでサービスを受けたい	10%
第9位	短期間で車を乗り換えたい	8%

順位	ミドル層	%
第1位	購入費用を抑えたい	73%
第2位	新車だと手の届かない車を選べる	31%
第3位	こだわりのモデルに乗りたい	20%
第3位	納期の早さ	20%
第5位	最新技術・機能にこだわりのない	16%
第6位	運転に自信がなく、車を傷つけるのが心配	12%
第7位	短期間で車を乗り換えたい	9%
	正規ディーラーでサービスを受けたい	
第9位	安全機能を装備した車に乗りたい	8%

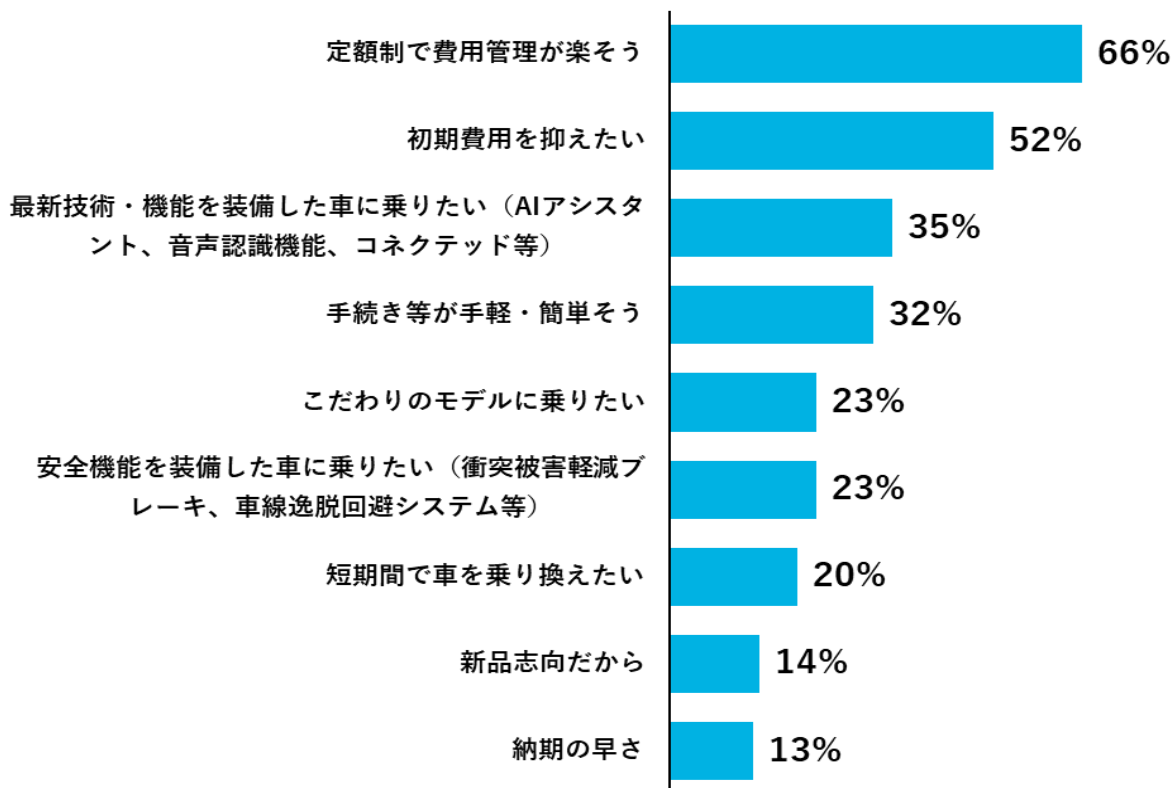
順位	プレシニア層	%
第1位	購入費用を抑えたい	77%
第2位	新車だと手の届かない車を選べる	29%
第3位	納期の早さ	17%
第4位	最新技術・機能にこだわりのない	13%
第5位	こだわりのモデルに乗りたい	12%
	運転に自信がなく、車を傷つけるのが心配	
第7位	安全機能を装備した車に乗りたい	8%
第8位	短期間で車を乗り換えたい	7%
第9位	正規ディーラーでサービスを受けたい	4%

順位	シニア層	%
第1位	購入費用を抑えたい	65%
第2位	新車だと手の届かない車を選べる	29%
第3位	納期の早さ	16%
第4位	こだわりのモデルに乗りたい	14%
第5位	運転に自信がなく、車を傷つけるのが心配	12%
第6位	最新技術・機能にこだわりのない	11%
第7位	正規ディーラーでサービスを受けたい	8%
第8位	安全機能を装備した車に乗りたい	7%
第9位	短期間で車を乗り換えたい	6%

サブスク利用の検討理由

今後、サブスクリプションサービスの利用を検討すると思うのはどのような理由ですか

複数回答
(n=99)



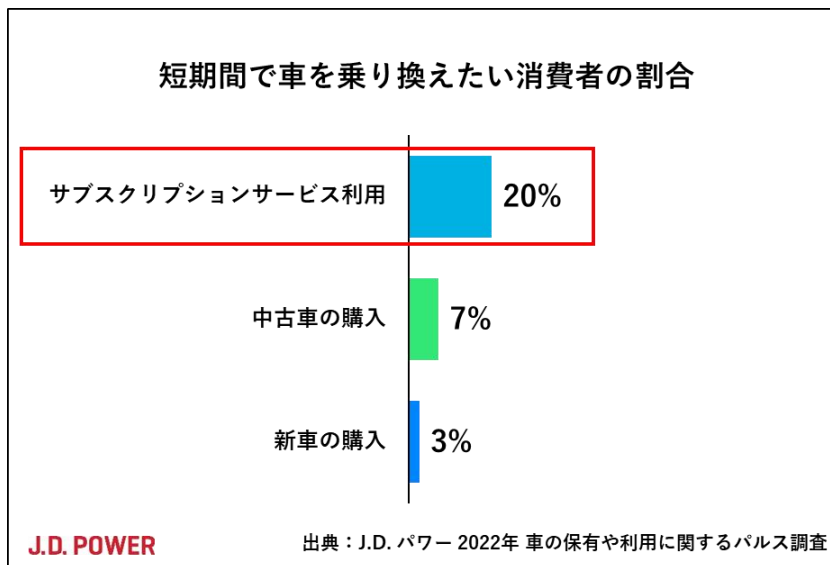
サブスクの主な検討理由は支払い方法のメリット、「定額制で費用管理が楽そう」「初期費用を抑えたい」

サブスクの代名詞ともいえる「定額制」と「初期費用」がトップ2に挙がりました。「定額制で費用管理が楽そう」が66%、「初期費用を抑えたい」が52%という結果になりました。また、「手続き等が手軽・簡単そう」が32%となっており、サブスクの支払い方法や手続き方法のメリットが消費者に印象づいていると言えます。

サブスク利用の検討理由（続き）

短期間での乗り換え意向が20%、従来の購入方法よりも高い割合

費用面でのメリットを理由に挙げる人が多い一方、「車を短期間で乗り換えたい」というニーズも、サブスク利用に関しては20%と、新車購入（3%）や中古車購入（7%）と比べて高いこともわかりました。

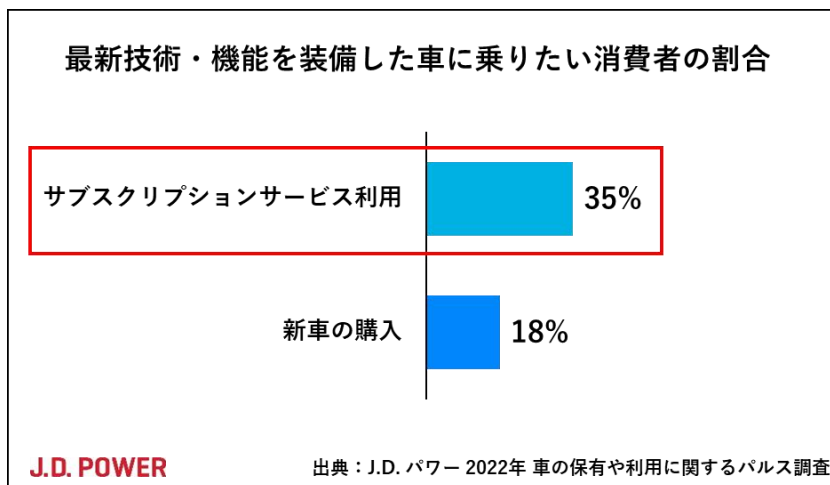


最新技術・機能への興味や関心

さらには、「最新技術・機能」を重要視している傾向が見られました。

「最新技術・機能を装備した車に乗りたい」の35%は、新車購入派の18%よりも17ポイントも高く、サブスク派の先進技術や機能への関心の高さを示しています。

「サブスク」と聞くと、定額制や費用管理面での特徴が目につきがちですが、実は最新技術や機能を試してみたいと考えている消費者がサブスク利用を検討しているという特徴があるということが確認できました。



サブスク、カーリース、カーシェアの認知度

サブスクの認知度は上がりつつあるものの、車保有の手段として検討されるには至っていない

今回の調査では「サブスク」、「カーリース」、「カーシェア」の認知度についても聴取しました。

カーリース、カーシェアについては一年前の調査からの変化はほとんど見られませんが、サブスクについては認知率に変化が見られました。「サブスクを知っている」（「名前は聞き見たことがある」「サービス内容を何となくは知っている」「サービス内容を詳しく知っている」の合計）は55%から61%に上がり、「サブスクを知らない」は45%から39%に下がりました。

世代別に見ると、全ての世代でサブスクの認知率は上がっていますが、中でも若年層で特徴がみられます。

ミドル層以上では、「名前は聞き見たことがある」が5%前後の上昇となりましたが、若年層は「サービス内容を何となくは知っている」が5%上昇という結果となりました。特に若い世代において、サブスクのサービス内容への理解が進んだことがうかがえます。

しかしながら、実際にサブスク利用を検討するという割合は一年前の結果と全く変わらず4%にとどまっています。

依然として、今後検討する車の保有方法としては、「新車購入」（51%）と「中古車の購入」（32%）が多くを占め、カーリース（5%）やサブスク（4%）を利用した車の保有、カーシェア（6%）利用を検討する人は限られていました。カーシェア、カーリース、サブスクなどが、従来からの自家用車の保有方法に取って代わるには、さらなるサービス内容の理解促進が必須と言えます。

サブスク、カーリース、カーシェアの認知度

認知度合い	年	サブスク	カーリース	カーシェア
サービス内容を詳しく知っている	2022年	5%	9%	9%
	2021年	5%	9%	8%
サービス内容を何となくは知っている	2022年	19%	26%	24%
	2021年	18%	26%	25%
名前は聞き見たことがある	2022年	37%	40%	41%
	2021年	33%	39%	40%
知らない	2022年	39%	26%	26%
	2021年	45%	25%	27%

まとめ

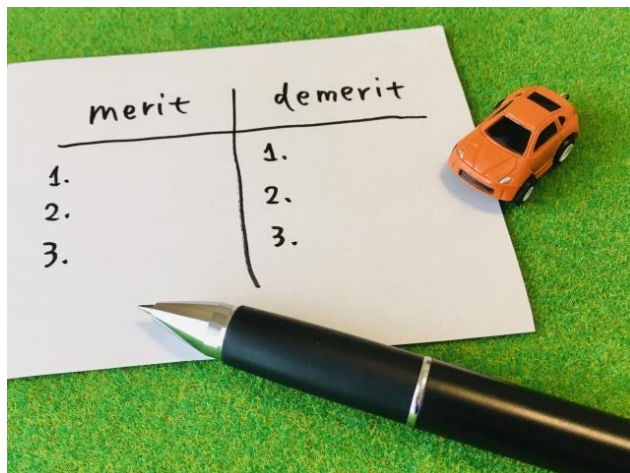
消費者にとって車は大きな買い物です。出来るだけ費用を抑えつつこだわりのモデルに乗りたいという思いは誰もが抱くことかと思いますが、今回のアンケート調査では、新車購入派、中古車派、サブスク派で異なる志向や重要視するポイントがあることが分かりました。

新車購入を検討する理由では、安全機能への関心が特に高く、正規ディーラーでのサービスも重視されていることが確認できました。

新車ならではの安全性や運転支援システムをわかりやすく訴求すること、正規ディーラーならではの購入時や購入後のサポート体制や安心感を訴求することが、消費者の心を掴むポイントとなりそうです。

中古車購入を検討する理由では、価格面のメリットが圧倒的であることと同時に、今回、納期を意識して中古車を検討する傾向も見えました。しかし現在、新車の一時生産停止や納期遅れなどの影響によって、中古車相場の値上がり傾向が続き、以前に比べ、新車と中古車の価格差が縮まりつつあります。今後の中古車の価格高騰や新車の納期拡大は先行き不透明ですが、「安いから中古車」だけでなく、「早く手に入れたい」、「新車では手に入らないこだわりのモデルに乗りたい」という消費者のニーズを捉えることで新たな買い回りトレンドが生まれる可能性があります。

サブスク利用を検討する理由では、「定額制」のメリットだけでなく、実は最新技術や機能を試してみたい消費者の関心度が高いということが明らかになりました。一般的に新車は中古車に比べ乗り換え期間が長い傾向でしたが、サブスクにより、新車の短期での乗り換えが可能になり、最新技術や機能が装備された新車を短期間の所有で試せるというメリットは新たな消費者へのアピールポイントとなりそうです。



調査概要

車の保有や利用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：2022年7月
- 対象者：20～69歳の計2,800名

※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けますようお願い申し上げます。

【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：03-6809-2996 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。