

---

---

# **CAR USER REPORT 2010**

**2010/2/3**  
**PROTO CORPORATION**  
**Marketing Dpt.**  
**research@goo-net.com**

# CAR USER REPORT 2010 構成マップ

今回は総合・ダイジェスト版の他にタイプ別、所有車メーカー別、エリア別の全**24**種類のレポートを作成しました。他のバージョン【有料版】をご覧になりたい方はお気軽にご連絡下さい。

## A: 総合版



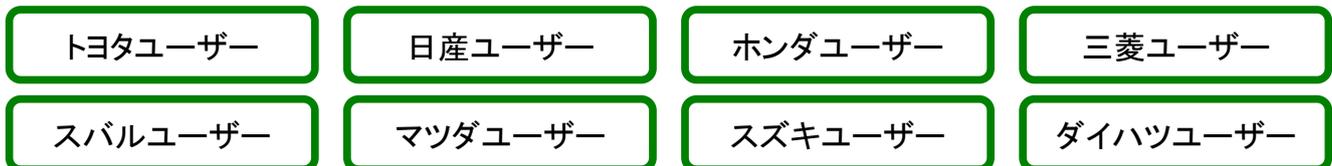
自動車マーケットにおけるユーザー嗜好を俯瞰的に捉えることができます。

## B: タイプ別



輸入車、軽自動車ユーザーの特徴や所有車のボディタイプ毎の特性をご覧頂けます。

## C: 所有車メーカー別レポート



所有車メーカー毎のユーザーの特性をご覧頂けます。

## D: エリア別レポート



各エリア毎のユーザーの特徴を明らかにします。他のエリアと比較して「重視している点」、「興味がある点」などを数値として捉えることができます。

## 調査概要

**2009年12月下旬**に「自家用車を所有している**18歳以上の男女**」を対象に**Web**定量調査を実施。「情報収集⇒欲しい車種(及び店舗)の絞込み⇒購入⇒売却」の一連の行動における特徴やパターンについて集計・分析を行いました。

アンケート	クルマに関する総合アンケート
調査実施日	<b>2009/12/18-2009/12/26</b>
調査パネル	<b>Goo-net R</b> モニタ
サンプル数	<b>4,216</b>
対象者条件	世帯で自家用車を所有している <b>18歳以上の男女</b>
対象エリア	日本全国
主な内容	年齢、性別、世帯構成、世帯年収 所有車属性:新車/中古車及び国産車/輸入車 年間走行距離、年式、累積所有台数 自動車購入時における行動特性 / 店舗の認知経路 今後の購入予定 / 買取店の認知・利用状況 自動車関連 <b>Web</b> サイト・サービスに対する評価

# 設問形式

	読み方	説明	例
<b>SA</b>	シングルアンサー ( <b>Single Answer</b> )	単一回答	あなたのお住まいは？ ○東京都 ○大阪府 ○愛知県
<b>MA</b>	マルチアンサー ( <b>Multi Answer</b> )	複数回答	所有車の好きなところは？ <input type="checkbox"/> 運転しやすい <input type="checkbox"/> ボディのデザイン <input type="checkbox"/> 燃費
<b>MSA</b>	マトリクスシングルアンサー ( <b>Matrix Multi Answer</b> )	表組みされた項目 に対して単一回答	クルマの満足度評価 <b>1 2 3 4 5</b> 価格 ○ ○ ○ ○ ○ 使い勝手 ○ ○ ○ ○ ○ 燃費 ○ ○ ○ ○ ○
<b>MMA</b>	マトリクスマルチアンサー ( <b>Matrix Multi Answer</b> )	表組みされた項目 に対して複数回答	<b>Web</b> サイトで利用する機能 <b>サイトA</b> <b>サイトB</b> 店舗検索 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 見積もり <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 来店予約 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<b>FA</b>	フリーアンサー ( <b>Free Answer</b> )	自由記述形式	所有車の好きなところは？ ( ) 所有車の嫌いなところは？ ( )

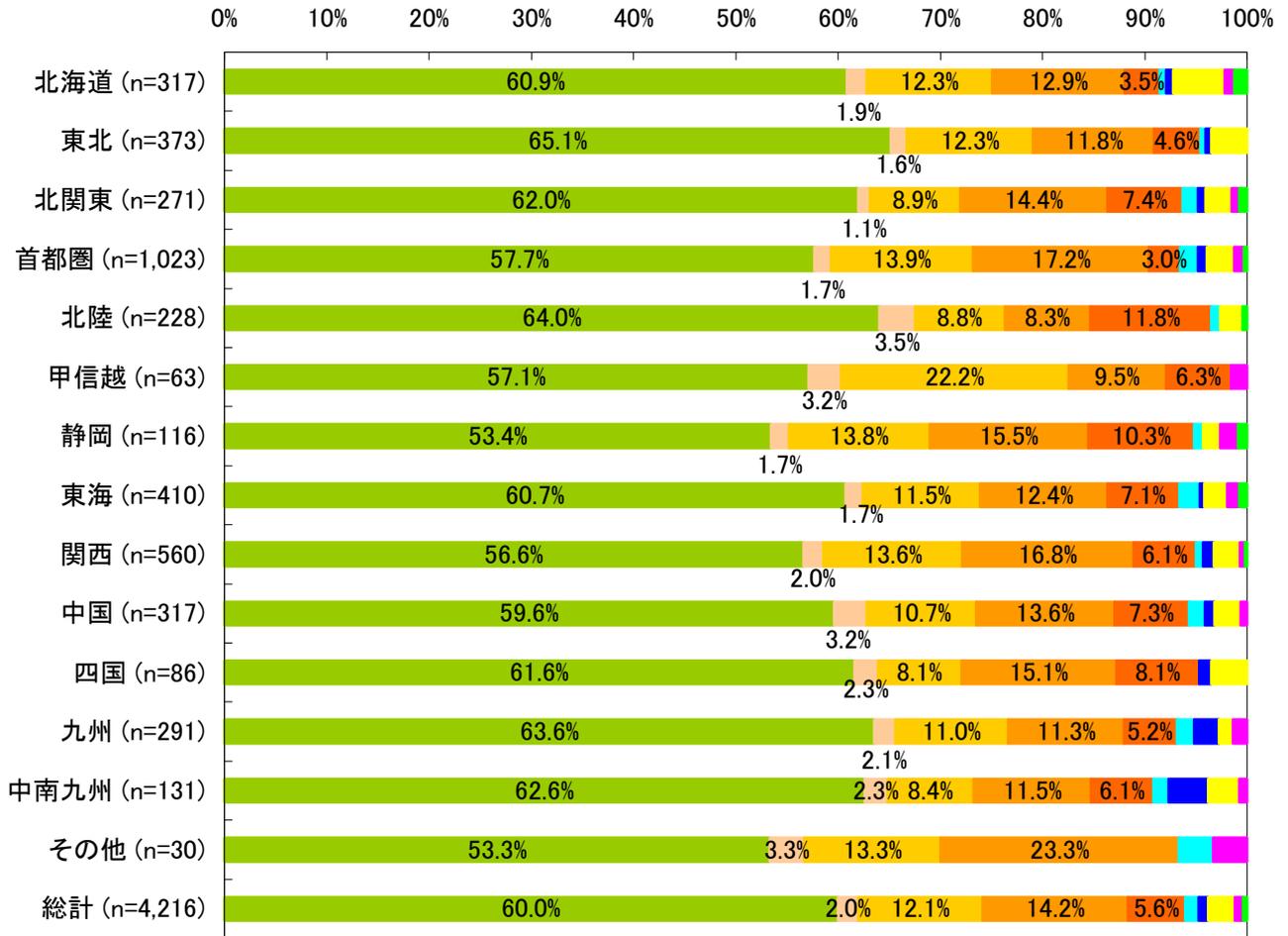
# グルーピング



購入先の回答から「新車」、「中古車：メーカー系」、「中古車：専門店」、「中古車：その他」の4グループに分類した。

現所有車種\_購入先

SA



- その他
- 個人売買(ヤフオクなど)
- 個人売買(家族・友人・知人など)
- オークション代行会社
- クルマ買取店
- 修理工場
- メーカー系ディーラー以外の中古車専門店
- メーカー系ディーラーの中古車販売店
- メーカー系ディーラー以外の新車販売店
- メーカー系ディーラーの新車販売店

# CAR USER REPORT 2010 サマリー／現所有車動向

現所有車		2009	2010	差異
購入金額	新車	230.9万円	227.4万円	-3.5万円
	中古車ディーラー	141.9万円	144.6万円	+2.7万円
	中古車専門店	127.0万円	118.9万円	-8.1万円
購入動機	欲しい自動車を見つけた	34.7%	30.9%	-3.8%
	車検時期が来た	28.2%	31.6%	+3.4%
購入検討	検討台数	1.63台	1.67台	+0.04台
	訪問店舗数	1.67店	1.77店	+0.1店
検討期間	漠然としたクルマ探し	71.4日	74.1日	+2.7日
	クルマの絞込み	37.7日	38.9日	+1.2日
	販売店への問合せ・見積	25.3日	26.3日	+1.0日
	来店・成約	20.5日	20.3日	-0.2日

現所有車購入金額  
【減少】

購入動機

【受動的】

購入検討①

【検討対象増加】

購入検討②

【検討期間増加】

# CAR USER REPORT 2010 サマリー／次回購入動向

次回購入予定		2009	2010	差異
次回購入金額	新車	227.6万円	227.0万円	-0.6万円
	中古車ディーラー	178.5万円	179.3万円	+0.8万円
	中古車専門店	166.4万円	163.5万円	-2.9万円
次回購入ボディタイプ	セダン	18.3%	21.9%	+3.6%
	ワゴン	8.7%	7.7%	-1.0%
	ミニバン・1BOX	22.1%	21.0%	-1.1%
	コンパクト ハッチバック	13.4%	14.7%	+1.3%
	軽自動車	18.5%	15.6%	-2.9%
	ハイブリッド	3.4%	5.9%	+2.5%
買い替えサイクル	新車	7年5ヶ月	7年9ヶ月	+4ヶ月
	中古車ディーラー	6年9ヶ月	7年4ヶ月	+5ヶ月
	中古車専門店	6年5ヶ月	6年8ヶ月	+3ヶ月

次回購入金額  
【減少】

購入ボディタイプ

セダン  
ハイブリッド  
コンパクト  
【燃費・減税】

買い替えサイクル

【長期化】

# CAR USER REPORT 2010 サマリー／今後の傾向

購入予定ボディタイプ	次回購入予定金額／平均	
	新車	中古車
セダン	293.2	142.1
ハードトップ	302.8	259.5
クーペ	388.1	177.2
オープン	324.0	233.4
ワゴン	263.4	114.1
ミニバン・1BOX	251.8	125.9
SUV・クロカン	295.2	230.6
コンパクト・ハッチバック	176.4	102.5
軽自動車	125.2	62.1
ハイブリッド	235.0	138.4

ボディタイプ別に見た購入予定金額の平均では、中古車の場合ハードトップ・オープン  
**SUV**・クロカン等、趣向性が強いボディタイプの予定金額が高くなっている。  
 ハイブリッドは、**138.4**万円が中古車ユーザーの予定する購入金額の平均である。

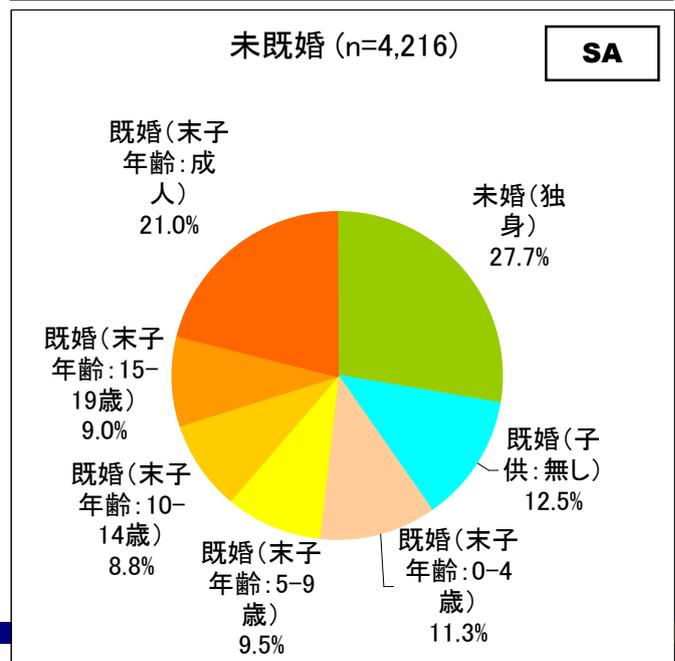
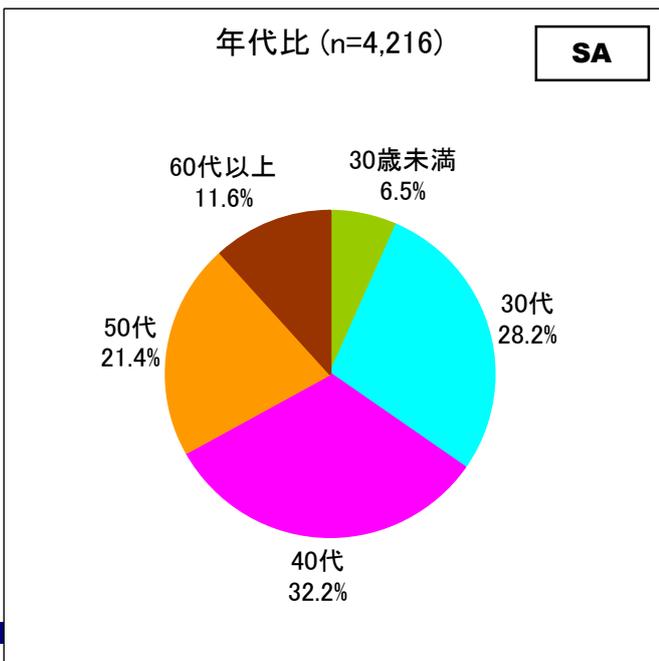
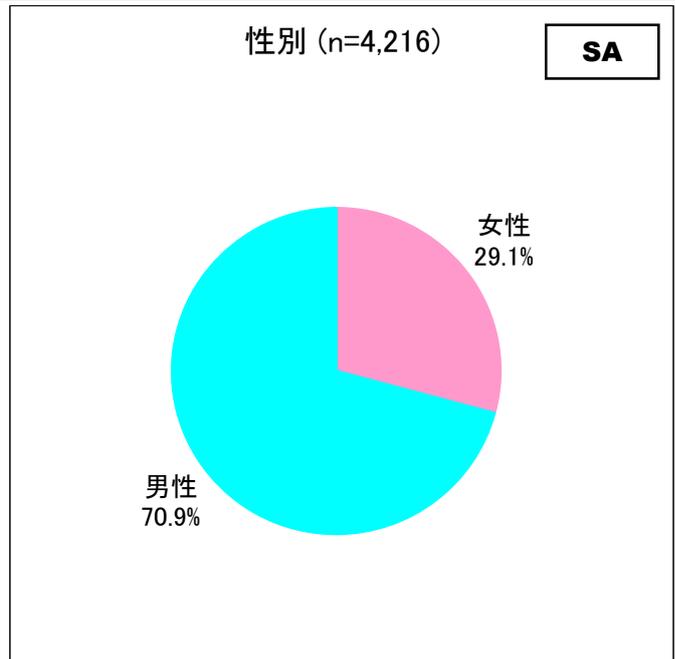
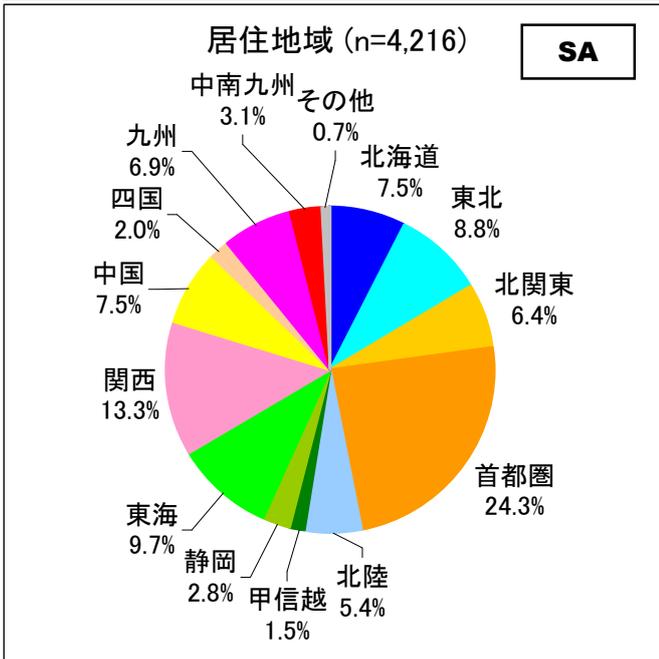
所有車区分	所有車年式／平均	所有車購入時期／平均	買い替えサイクル／平均	次回購入時期／平均
新車	2004年1月	2004年2月	7年9ヶ月	2011年11月
中古車：メーカー系	2001年7月	2004年9月	7年4ヶ月	2012年 1月
中古車：専門店	2000年1月	2004年9月	6年8ヶ月	2011年 5月

現所有車の購入時期に、買い替えサイクルの期間を加算する事で、次回購入時期を算出。  
 次回購入の平均時期は **2011年～2012年**。

# 基本属性1



2009年10月1日の推計人口比率は北海道：4.4%、東北：7.3%、北関東：5.5%、首都圏：27.6%、北陸：4.3%、甲信越：2.4%、中部：11.9%、関西：16.3%、中国：5.9%、四国：3.1%、九州・沖縄：11.4%となっている。実際の人口比率と比較すると、今回の調査参加比率は北海道、北関東エリア等は比率が高く、首都圏、関西エリアは比率が低い構成となった。



## 基本属性2



新車ユーザーと中古車ユーザーの世帯年収差は**70万円強**という構成となった。

今回の調査参加者の年収は日本全国の平均世帯年収**556.2万円**よりも**96.6万円**高い。

世帯年収

SA

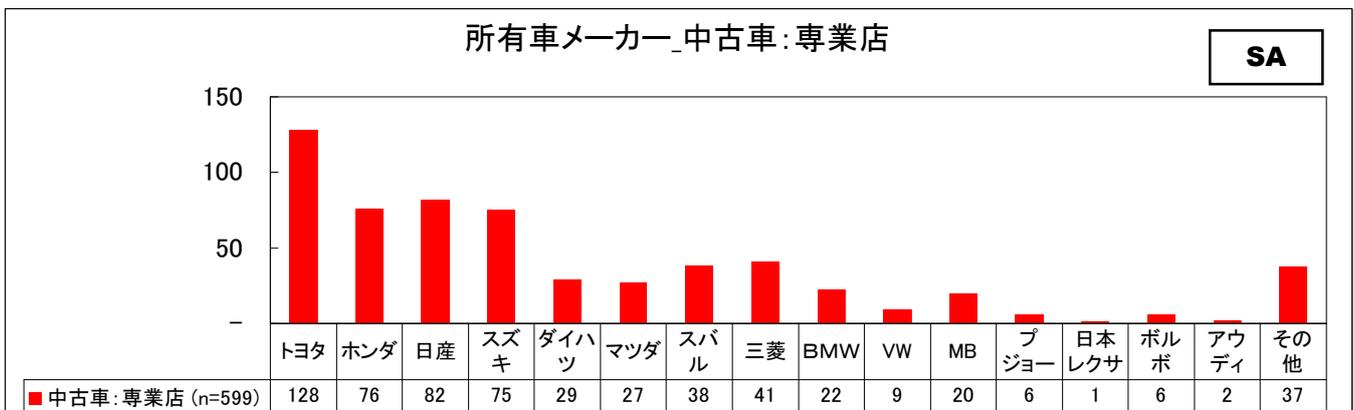
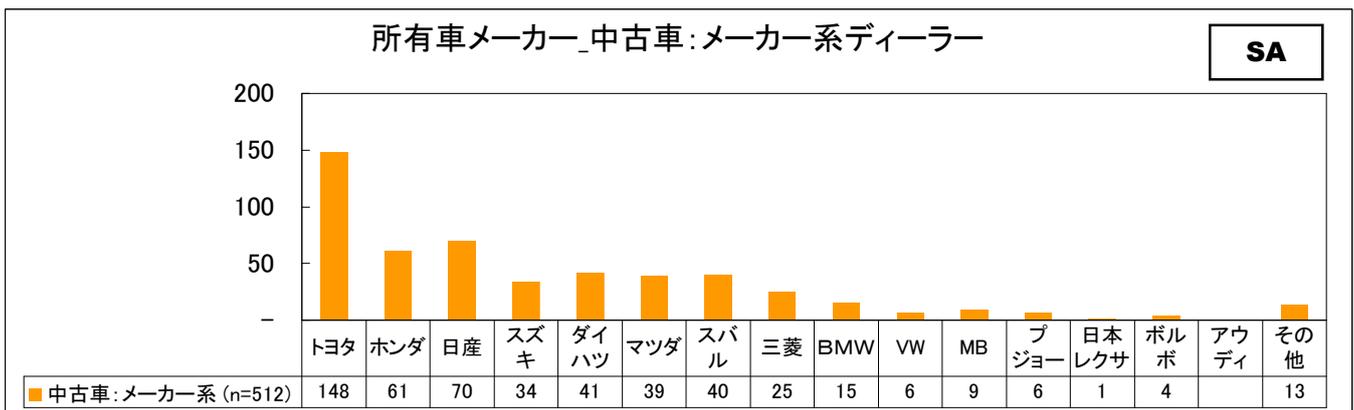
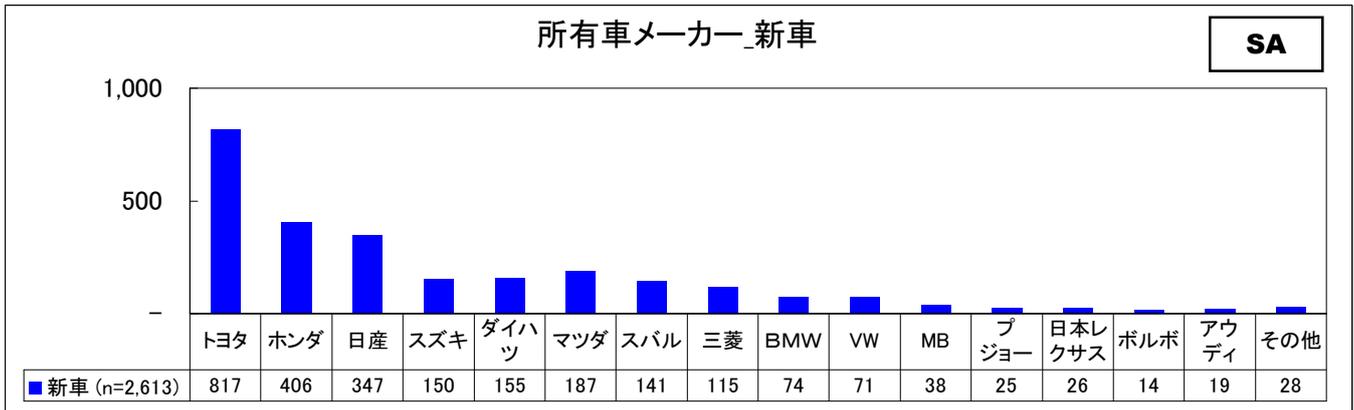


	合計 (n=3,724)	中古車:専門店 (n=599)	中古車:メーカー系 (n=512)	新車 (n=2,613)
■ 1,200万円以上	9.0%	5.5%	6.6%	10.2%
■ 1,100-1,199万円	2.2%	2.0%	2.0%	2.3%
■ 1,000-1,099万円	4.2%	2.0%	3.9%	4.8%
■ 900-999万円	6.5%	5.7%	4.9%	7.0%
■ 800-899万円	8.1%	5.2%	8.2%	8.8%
■ 700-799万円	10.1%	10.5%	8.6%	10.3%
■ 600-699万円	9.9%	9.2%	9.0%	10.3%
■ 500-599万円	13.8%	15.5%	13.1%	13.5%
■ 400-499万円	14.4%	17.9%	15.8%	13.4%
■ 300-399万円	10.2%	12.0%	12.9%	9.2%
■ 200-299万円	6.6%	8.7%	8.2%	5.7%
■ 200万円未満	5.1%	5.8%	6.8%	4.6%

# 現在所有車\_メーカー



今回の調査参加者の所有車メーカーの内訳は、中古車ユーザーの場合日産の比率がホンダよりも高い。中古車: 専門店グループにおいてはスズキの比率が高いのが特徴。



# 現所有車⇒次回購入車\_メーカー



国産メーカーでは、トヨタ・ホンダの人気が高い。ハイブリットカーの影響が考えられる。

輸入車では**BMW**・メルセデスベンツ(**MB**)・アウディに人気が集まっている。

次回予定 現所有	トヨタ	ホンダ	日産	スズキ	ダイハツ	マツダ	スバル	三菱	B M W	V W	M B	プ ジ ョ ー	日 本 レ ク サ ス	ボ ル ボ	ア ウ デ ィ	総計
トヨタ	72.7%	8.7%	3.0%	2.4%	1.6%	1.8%	1.8%	0.6%	1.2%	0.6%	0.6%	0.0%	4.0%	0.2%	0.6%	494
ホンダ	18.8%	58.5%	5.6%	2.1%	1.3%	3.4%	5.6%	0.9%	1.3%	1.3%	0.9%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	237
日産	23.5%	11.3%	49.0%	2.9%	1.0%	2.5%	1.0%	2.9%	2.5%	1.0%	0.5%	0.5%	1.0%	0.0%	0.5%	204
スズキ	19.4%	14.0%	4.3%	34.4%	9.7%	7.5%	6.5%	3.2%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	77
ダイハツ	22.7%	13.6%	6.8%	3.4%	45.5%	3.4%	0.0%	1.1%	0.0%	3.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	81
マツダ	18.9%	10.4%	9.4%	6.6%	1.9%	45.3%	2.8%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.9%	0.9%	105
スバル	12.6%	8.0%	6.9%	5.7%	4.6%	0.0%	51.7%	1.1%	3.4%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%	88
三菱	18.8%	17.2%	7.8%	9.4%	4.7%	4.7%	1.6%	31.3%	1.6%	1.6%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	67
BMW	10.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%	72.3%	2.1%	6.4%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	53
VW	7.7%	2.6%	5.1%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.1%	48.7%	2.6%	0.0%	2.6%	2.6%	20.5%	40
MB	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	4.0%	8.0%	0.0%	72.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.0%	28
プジョー	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	8.3%	25.0%	0.0%	0.0%	16.7%	16
日本レクサス	16.7%	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	5.6%	11.1%	0.0%	33.3%	0.0%	11.1%	18
ボルボ	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	16.7%	11
アウディ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	72.7%	11
新車:計	35.6%	16.8%	10.6%	5.0%	4.6%	5.5%	5.3%	2.5%	4.0%	2.7%	2.1%	0.3%	2.0%	0.6%	2.2%	1,530
トヨタ	60.3%	13.0%	8.1%	3.2%	2.4%	2.0%	1.2%	1.2%	0.8%	1.2%	2.0%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%	247
ホンダ	22.5%	48.6%	6.3%	2.7%	2.7%	2.7%	3.6%	3.6%	1.8%	1.8%	0.9%	0.9%	0.9%	0.0%	0.9%	111
日産	23.7%	11.5%	38.9%	2.3%	3.1%	2.3%	4.6%	3.8%	3.1%	0.8%	0.0%	1.5%	2.3%	1.5%	0.8%	131
スズキ	13.9%	16.5%	10.1%	41.8%	5.1%	0.0%	5.1%	2.5%	0.0%	1.3%	0.0%	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%	79
ダイハツ	17.5%	8.8%	3.5%	17.5%	38.6%	7.0%	0.0%	5.3%	0.0%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	57
マツダ	18.9%	13.2%	11.3%	5.7%	3.8%	35.8%	3.8%	0.0%	1.9%	1.9%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	53
スバル	17.7%	4.8%	4.8%	4.8%	3.2%	8.1%	43.5%	4.8%	8.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	62
三菱	16.9%	10.2%	16.9%	10.2%	3.4%	6.8%	6.8%	22.0%	1.7%	3.4%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	59
BMW	0.0%	3.4%	3.4%	0.0%	0.0%	3.4%	0.0%	0.0%	69.0%	0.0%	10.3%	0.0%	6.9%	3.4%	0.0%	29
VW	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	14.3%	50.0%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	14.3%	14
MB	4.2%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	0.0%	4.2%	0.0%	4.2%	24
プジョー	7.1%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	7.1%	7.1%	7.1%	35.7%	0.0%	7.1%	14.3%	14
日本レクサス	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2
ボルボ	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	44.4%	0.0%	0.0%	22.2%	11.1%	9
アウディ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	3
中古車:計	29.2%	15.2%	12.4%	7.8%	5.0%	5.0%	5.8%	3.7%	4.7%	2.1%	3.8%	1.3%	2.0%	0.7%	1.1%	894
総計	33.3%	16.2%	11.3%	6.1%	4.8%	5.4%	5.5%	3.0%	4.3%	2.5%	2.7%	0.7%	2.0%	0.6%	1.8%	2,429

CUR2009比較 3.0up 1.1up

【セルの色の意味】



10~15%未満



15%以上



サンプル数:少数のため参考値扱い

# 現所有車⇒次回購入車\_ボディタイプ



「次回購入予定がある」と回答した新車ユーザー：**1,778**人、中古車ユーザー：**998**人が選択したボディタイプ比率内訳をまとめた。現所有と同一のボディタイプを次回予定している比率は新車・中古車ユーザー共に約**5割強**。**CUR 2009**と比較すると、セダンが**3.0**ポイントアップ。ハイブリッドが**2.6**ポイントアップしている。一方で、ミニバン・**1BOX**や軽自動車はダウンした。

次回予定		セダン	ハードトップ	クーペ	オープン	ワゴン	1BOX	ミニバン	SUV・クロカン	コンパクトハッチバック	軽自動車	ハイブリッド	総計
新車	セダン	61.2%	1.8%	2.9%	0.6%	5.0%	8.8%	3.8%	7.6%	2.1%	6.2%	340	
	ハードトップ	52.6%	5.3%	0.0%	0.0%	5.3%	10.5%	5.3%	10.5%	0.0%	10.5%	19	
	クーペ	29.3%	12.2%	19.5%	2.4%	2.4%	4.9%	9.8%	12.2%	4.9%	2.4%	41	
	オープン	0.0%	0.0%	22.2%	33.3%	22.2%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	11.1%	9	
	ワゴン	15.7%	0.8%	3.9%	0.8%	47.2%	11.8%	4.7%	8.7%	3.1%	3.1%	127	
	ミニバン・1BOX	6.3%	1.1%	1.1%	0.2%	6.8%	57.0%	4.0%	10.3%	4.6%	8.6%	474	
	SUV・クロカン	7.6%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	11.4%	54.4%	12.7%	2.5%	5.1%	79	
	コンパクト・ハッチバック	14.3%	1.3%	3.2%	1.6%	2.9%	13.6%	3.9%	48.1%	6.2%	4.9%	308	
	軽自動車	3.5%	0.0%	0.3%	0.0%	4.1%	8.2%	2.5%	9.4%	67.6%	4.4%	318	
	ハイブリッド	39.7%	0.0%	1.6%	0.0%	3.2%	6.3%	4.8%	9.5%	1.6%	33.3%	63	
新車:計		20.6%	1.2%	2.4%	0.7%	8.0%	22.5%	6.1%	16.2%	15.3%	7.0%	1,778	
中古車	セダン	57.5%	1.8%	4.1%	2.3%	5.5%	9.1%	3.7%	7.8%	3.7%	4.6%	219	
	ハードトップ	36.8%	10.5%	10.5%	0.0%	10.5%	10.5%	5.3%	0.0%	10.5%	5.3%	19	
	クーペ	29.4%	0.0%	29.4%	8.2%	1.2%	8.2%	1.2%	14.1%	2.4%	5.9%	85	
	オープン	11.1%	0.0%	11.1%	44.4%	0.0%	11.1%	0.0%	22.2%	0.0%	0.0%	9	
	ワゴン	16.8%	0.0%	5.3%	1.1%	41.1%	17.9%	8.4%	5.3%	3.2%	1.1%	95	
	ミニバン・1BOX	7.5%	1.1%	1.1%	1.1%	5.2%	57.5%	4.0%	6.3%	9.8%	6.3%	174	
	SUV・クロカン	4.5%	0.0%	4.5%	2.3%	6.8%	18.2%	52.3%	9.1%	2.3%	0.0%	44	
	コンパクト・ハッチバック	13.8%	0.0%	3.3%	4.1%	9.8%	10.6%	4.1%	39.8%	9.8%	4.9%	123	
	軽自動車	6.3%	0.4%	0.9%	2.2%	2.7%	6.7%	2.2%	7.6%	67.9%	3.1%	224	
	ハイブリッド	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	6	
中古車:計		22.5%	0.9%	5.2%	3.0%	8.4%	18.4%	5.8%	11.7%	19.7%	4.2%	998	
総計		21.3%	1.1%	3.4%	1.5%	8.1%	21.0%	6.0%	14.6%	16.9%	6.0%	2,776	

CUR2009比較 **3.0up**

**1.1down**

**1.1up 1.6down 2.6up**

【セルの色の意味】



10~15%未満



15%以上



サンプル数:少数のため参考値扱い

# 現所有車⇒次回購入車\_ボディカラー



「次回、ボディカラーが決まっている」と回答した新車ユーザー：**2,143**人、中古車ユーザー：**1,266**人が選択したボディカラー比率内訳をまとめた。現所有と同一のボディカラーを次回予定している比率は新車ユーザー：**54.4%**、中古車ユーザー：**41.7%**と**10**ポイント以上の開きがあった。中古車ユーザーは「いろいろな色のクルマに乗ってみたい」と感じたり、「現所有車の購入時重視点で、ボディカラーの重視が新車よりも低い(23P参照)」ということが考えられる。新車・中古車ユーザー共に人気の高い色は白系・パール系。いずれも**3**割を超えた。続いてシルバー系が**2**割強、黒系が**2**割弱となった。

次回予定		白系・パール系	黒系	ベージュ系・クリーム系	シルバー系	ガンメタリック・グレー系	ワインレッド系	赤系	明るい青系	紺系	濃い青系	紫系	オレンジ系	黄系	総計
新車	白系・パール系	75.7%	5.9%	1.6%	7.1%	2.7%	3.1%	1.5%	2.0%	0.2%	0.2%				547
	黒系	19.6%	60.4%	0.6%	7.5%	4.7%	1.2%	1.6%	3.1%	0.3%	0.9%				321
	ベージュ系・クリーム系	26.9%	6.0%	34.3%	9.0%	4.5%	6.0%	4.5%	9.0%	0.0%	0.0%				67
	シルバー系	17.9%	8.8%	1.0%	58.2%	4.1%	3.2%	2.0%	3.7%	0.0%	1.0%				588
	ガンメタリック・グレー系	18.0%	7.8%	3.1%	16.4%	40.6%	3.9%	1.6%	7.0%	0.8%	0.8%				128
	赤系・ワインレッド系	17.9%	14.5%	0.0%	11.1%	6.0%	37.6%	6.0%	5.1%	0.0%	1.7%				117
	明るい青系	14.3%	9.5%	4.8%	17.1%	3.8%	8.6%	32.4%	4.8%	0.0%	4.8%				105
	濃い青系・紺系	14.7%	12.3%	3.1%	13.5%	8.6%	5.5%	8.0%	31.9%	0.6%	1.8%				163
	紫系	8.3%	13.9%	2.8%	27.8%	5.6%	0.0%	2.8%	13.9%	16.7%	8.3%				36
	黄系・オレンジ系	9.1%	0.0%	9.1%	13.6%	4.5%	18.2%	9.1%	9.1%	4.5%	22.7%				22
	その他	22.4%	14.3%	4.1%	30.6%	6.1%	10.2%	2.0%	8.2%	0.0%	2.0%				49
新車：計		32.6%	16.4%	2.8%	23.9%	6.5%	5.6%	4.1%	6.2%	0.5%	1.4%				2,143
中古車	白系・パール系	58.7%	12.9%	0.6%	9.6%	5.5%	4.1%	2.8%	4.1%	0.6%	1.1%				363
	黒系	24.0%	46.4%	1.1%	9.5%	4.5%	3.4%	3.4%	6.1%	1.1%	0.6%				179
	ベージュ系・クリーム系	27.3%	13.6%	22.7%	13.6%	13.6%	0.0%	4.5%	4.5%	0.0%	0.0%				22
	シルバー系	20.1%	12.6%	0.9%	44.4%	4.5%	5.1%	4.2%	6.6%	0.3%	1.2%				333
	ガンメタリック・グレー系	21.1%	9.2%	3.9%	17.1%	27.6%	6.6%	3.9%	9.2%	0.0%	1.3%				76
	赤系・ワインレッド系	22.5%	16.9%	5.6%	9.9%	1.4%	28.2%	7.0%	5.6%	0.0%	2.8%				71
	明るい青系	14.3%	14.3%	4.8%	19.0%	9.5%	9.5%	14.3%	9.5%	0.0%	4.8%				42
	濃い青系・紺系	22.6%	20.0%	1.7%	16.5%	5.2%	5.2%	2.6%	24.3%	0.0%	1.7%				115
	紫系	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	33.3%	0.0%				6
	黄系・オレンジ系	23.5%	5.9%	5.9%	11.8%	5.9%	5.9%	5.9%	23.5%	0.0%	11.8%				17
	その他	21.4%	19.0%	2.4%	19.0%	11.9%	9.5%	4.8%	9.5%	0.0%	2.4%				42
中古車：計		32.1%	18.3%	2.0%	20.5%	6.6%	6.2%	4.0%	8.1%	0.6%	1.5%				1,266
総計		32.4%	17.1%	2.5%	22.7%	6.6%	5.8%	4.1%	6.9%	0.5%	1.4%				3,409

CUR2009比較 0.9up 1.0down 0.4down

【セルの色の意味】



15~20%未満



20%以上



サンプル数：少数のため参考値扱い

# 現所有車⇒次回購入車\_購入金額



新車ユーザーの次回購入価格帯で、現所有車よりも購入金額帯が上がるという回答しているユーザーは**25%**。**51%**のユーザーが、現所有車の同金額帯と回答している。

一方中古車ユーザーは、現所有車よりも購入金額帯が上がるという回答しているユーザーが**5割**を超えており、クルマの購入における上昇志向が伺える。

中古車ユーザーの**31.9%**が、次回購入金額を**100万円未満**と回答している。

現所有	次回予定	25万円未満	25~49万円	50~74万円	75~99万円	100~149万円	150~199万円	200~249万円	250~299万円	300~349万円	350~399万円	400~449万円	450~499万円	500万円以上	総計
新車	25~49万円	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3
	50~74万円	0.0%	20.0%	30.0%	0.0%	30.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	10.0%	10
	75~99万円	2.8%	1.8%	0.9%	48.6%	30.3%	9.2%	3.7%	1.8%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	109
	100~149万円	0.8%	0.3%	1.1%	6.0%	61.6%	16.5%	8.0%	2.8%	1.0%	0.7%	0.2%	0.2%	0.8%	612
	150~199万円	0.7%	0.0%	0.7%	2.5%	12.0%	53.6%	22.4%	4.7%	2.0%	0.7%	0.2%	0.2%	0.2%	550
	200~249万円	0.4%	0.0%	0.4%	2.2%	7.8%	13.9%	50.3%	17.1%	4.1%	1.3%	0.9%	0.2%	1.3%	461
	250~299万円	1.4%	0.0%	0.3%	1.1%	4.9%	12.0%	18.6%	42.9%	12.9%	2.3%	1.7%	0.3%	1.7%	350
	300~349万円	0.9%	0.0%	0.5%	0.5%	3.7%	9.3%	13.6%	19.2%	35.0%	7.5%	5.6%	3.3%	0.9%	214
	350~399万円	1.1%	0.0%	1.1%	2.3%	1.1%	5.7%	12.5%	11.4%	9.1%	38.6%	9.1%	3.4%	4.5%	88
	400~449万円	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	7.9%	9.0%	9.0%	11.2%	11.2%	37.1%	5.6%	7.9%	89
	450~499万円	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	3.9%	2.0%	5.9%	3.9%	7.8%	9.8%	31.4%	31.4%	51
500万円以上	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	0.0%	1.9%	5.8%	3.8%	4.8%	4.8%	7.9%	74.0%	104	
新車:計		0.9%	0.3%	0.8%	4.6%	20.6%	20.7%	19.8%	12.9%	6.8%	3.5%	2.8%	1.5%	4.7%	2,641
中古車	25万円未満	40.4%	16.9%	5.1%	6.2%	13.5%	7.3%	3.9%	2.2%	1.7%	1.1%	0.0%	0.0%	1.7%	178
	25~49万円	3.2%	31.2%	18.0%	14.3%	13.2%	7.4%	4.8%	2.6%	4.2%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	189
	50~74万円	1.5%	6.5%	29.1%	19.1%	22.1%	7.5%	6.0%	3.0%	3.0%	0.5%	0.0%	0.5%	1.0%	199
	75~99万円	2.4%	0.8%	4.7%	31.0%	31.4%	11.4%	8.2%	5.1%	3.1%	1.2%	0.0%	0.0%	0.8%	255
	100~149万円	1.2%	0.3%	1.2%	5.6%	47.4%	20.1%	13.0%	5.3%	2.8%	1.5%	0.0%	0.3%	1.2%	323
	150~199万円	0.0%	0.5%	1.1%	3.2%	13.2%	37.0%	20.6%	11.6%	5.8%	1.6%	2.6%	1.1%	1.6%	189
	200~249万円	0.0%	0.0%	2.4%	1.2%	5.9%	15.3%	41.2%	17.6%	7.1%	2.4%	1.2%	2.4%	3.5%	85
	250~299万円	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.7%	10.8%	13.8%	38.5%	23.1%	1.5%	0.0%	3.1%	1.5%	65
	300~349万円	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	3.1%	9.4%	40.6%	15.6%	9.4%	0.0%	15.6%	32
	350~399万円	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	10.5%	10.5%	10.5%	5.3%	5.3%	5.3%	21.1%	5.3%	21.1%	19
	400~449万円	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	28.6%	14.3%	28.6%	0.0%	14.3%	7
450~499万円	0.0%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%	0.0%	9.1%	18.2%	36.4%	11	
500万円以上	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	12.5%	0.0%	0.0%	6.3%	6.3%	68.8%	16	
中古車:計		5.8%	6.8%	7.8%	11.5%	23.2%	14.7%	11.4%	7.3%	5.3%	1.5%	1.1%	0.8%	2.7%	1,568
総計		2.8%	2.7%	3.4%	7.2%	21.5%	18.4%	16.7%	10.8%	6.2%	2.8%	2.2%	1.2%	4.0%	4,209

## 【セルの色の意味】

現所有車よりも高価格



10~20%未満



20%以上

現所有車よりも低価格



10~20%未満



20%以上



サンプル数:少数のため参考値扱い

## 現在所有車種\_内訳



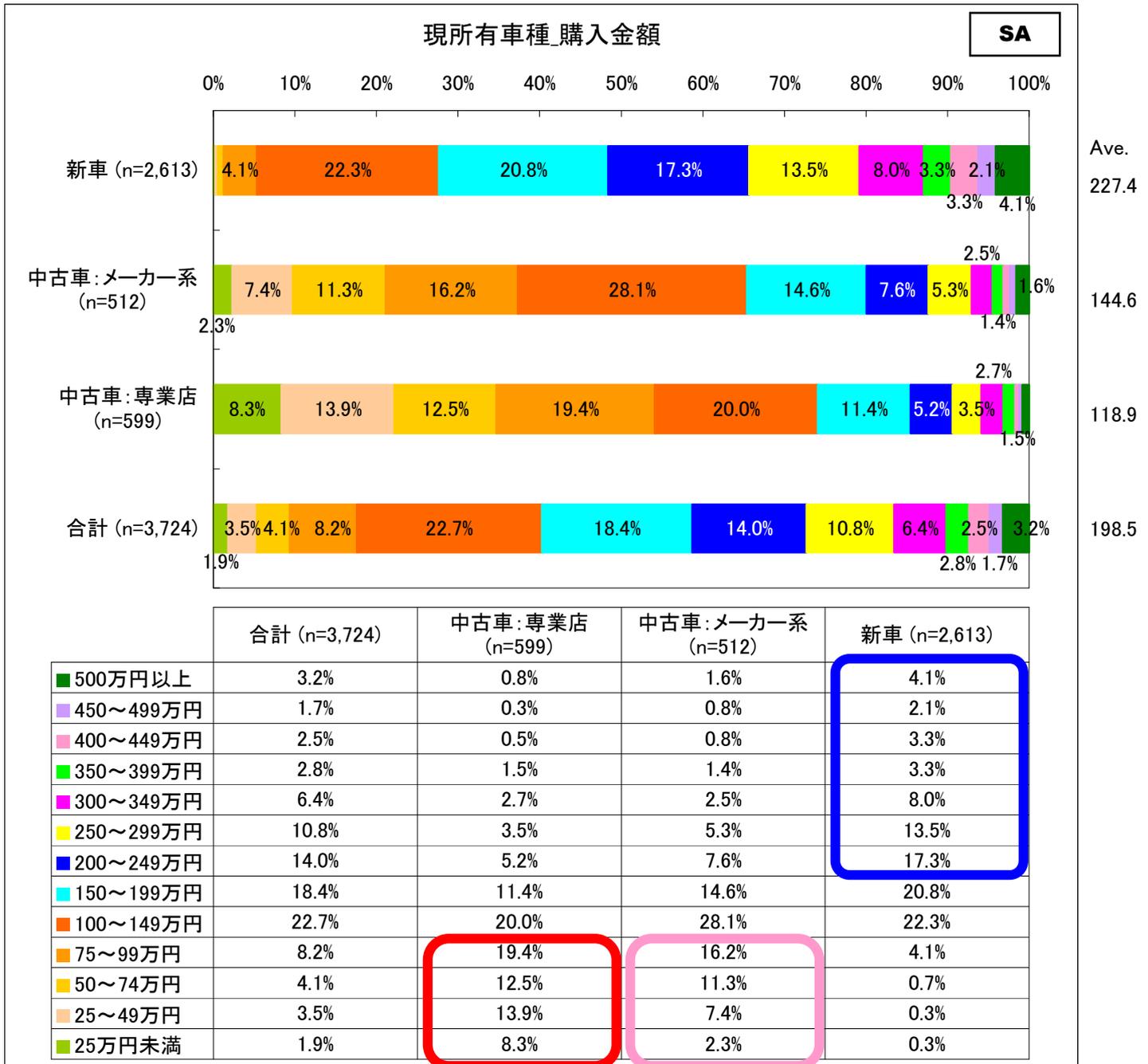
新車ではフィットが**CUR 2009**に引続き**1**位。プリウスがランクを**15UP**させて**2**位になった。コンパクト・ハッチバック／ハイブリッドに人気が集まった。  
中古車では、前回と同じくワゴン**R**が**1**位、ムーヴが**2**位と軽自動車が上位に。  
スカイライン・レガシィツーリングワゴン・**BMW3**シリーズも依然として高い人気を維持。

順位	昨年順位	新車(n=2,613)	人数	順位	昨年順位	中古車(n=1,603)	人数
1→	1	フィット	88	1→	1	ワゴンR	52
2↑	17	プリウス	68	2→	2	ムーヴ	35
3↑	6	デミオ	53	3↑	5	フィット	34
4↑	5	ヴィッツ	46	4↓	3	スカイライン	24
4↑	8	ノア	46	5↑	10	マークII	23
6↑	9	ヴォクシー	45	5↑	8	ミラ	23
6↑	13	セレナ	45	7↓	4	レガシィツーリングワゴン	21
6↓	3	ライフ	45	7→	7	3シリーズ	21
6↑	14	3シリーズ	45	9↑	13	デミオ	20
10→	10	ウィッシュ	42	10↓	6	ヴィッツ	19
11→	11	ムーヴ	40	11↓	9	アルト	18
12↓	7	オデッセイ	39	12↑	21	セレナ	17
12↓	2	ワゴンR	39	12→	12	ステップワゴン	17
14↓	4	ステップワゴン	36	12↑	17	ライフ	17
14↑	16	レガシィツーリングワゴン	36	15↓	11	マーチ	16
16↓	12	ストリーム	34	15↑	34	ヴィヴィオ	16
17↑	18	タント	32	17↓	15	キューブ	15
18↑	23	エスティマ	27	17↑	22	インプレッサWRX	15
18↑	25	MPV	27	19↓	16	クラウン	14
20↑	29	ティーダ	26	19↑	27	オデッセイ	14
20↑	30	プレマシー	26	19↑	63	スイフト	14
22↓	21	カローラフィールダー	25	22↓	18	カルディナ	13
23↓	15	マーチ	24	22↑	51	ウィッシュ	13
24↑	49	クラウン	23	24↓	19	ステージア	12
24→	24	キューブ	23	24↑	25	パジェロミニ	12
24↓	20	ゴルフ	23	26↓	23	エスティマ	11
27↑	46	スイフト	22	26↓	20	イプサム	11
28↑	41	カローラ	20	26↓	24	エルグランド	11
28↑	54	イスト	20	26↑	30	ジムニー	11
28↓	22	シエンタ	20	26↓	14	プレオ	11

# 現在所有車種\_購入金額



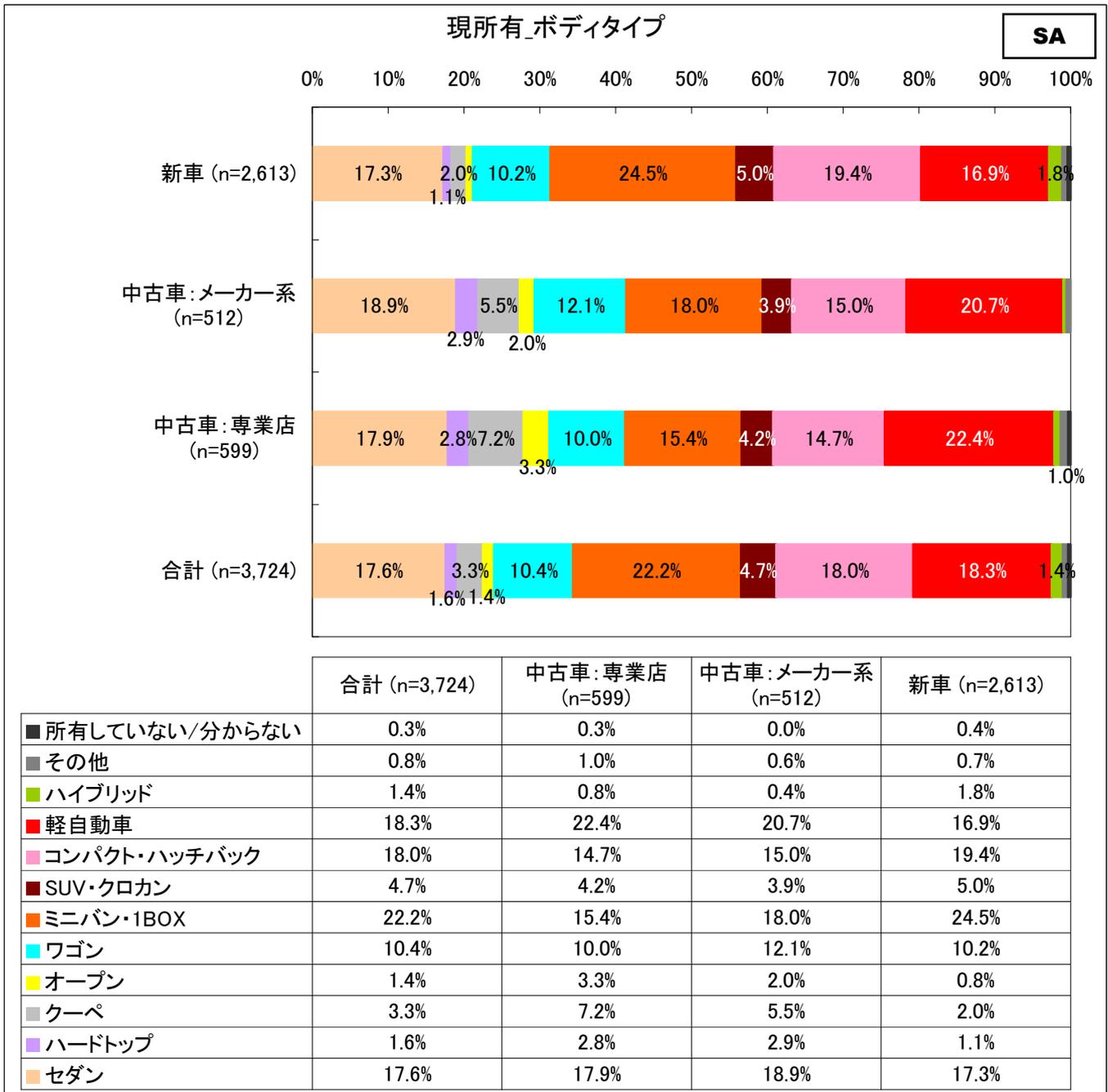
中古車専門店購入ユーザーの**54%**、メーカー系ディーラー購入ユーザーの**37%**が**100万円未満**。一方、新車ユーザーの**51%**は**200万円以上**のクルマを購入。



# 現在所有車\_ボディタイプ



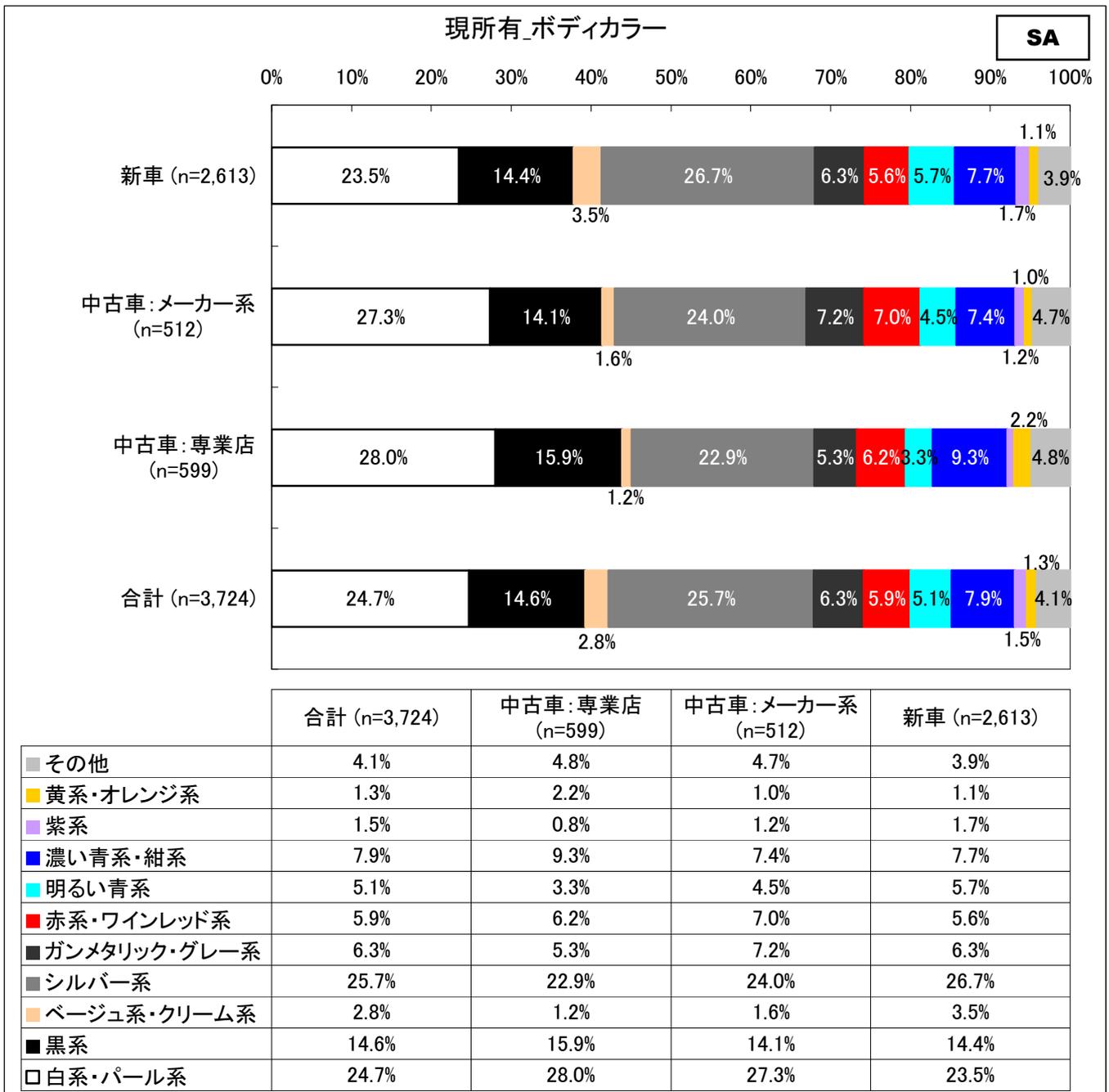
**CUR 2009**に続いて、今回も所有車のボディタイプ比率において、新車ユーザーの方がミニバン・1BOX、コンパクト・ハッチバックの比率が高い構成となった。



# 現在所有車\_ボディカラー



現所有車種のボディカラーは多い順に「白系・パール系」、「シルバー系」、「黒系」となった。  
この比率は**CUR 2009**と比較しても、全てプラスマイナス**2%**以内の差となっている。

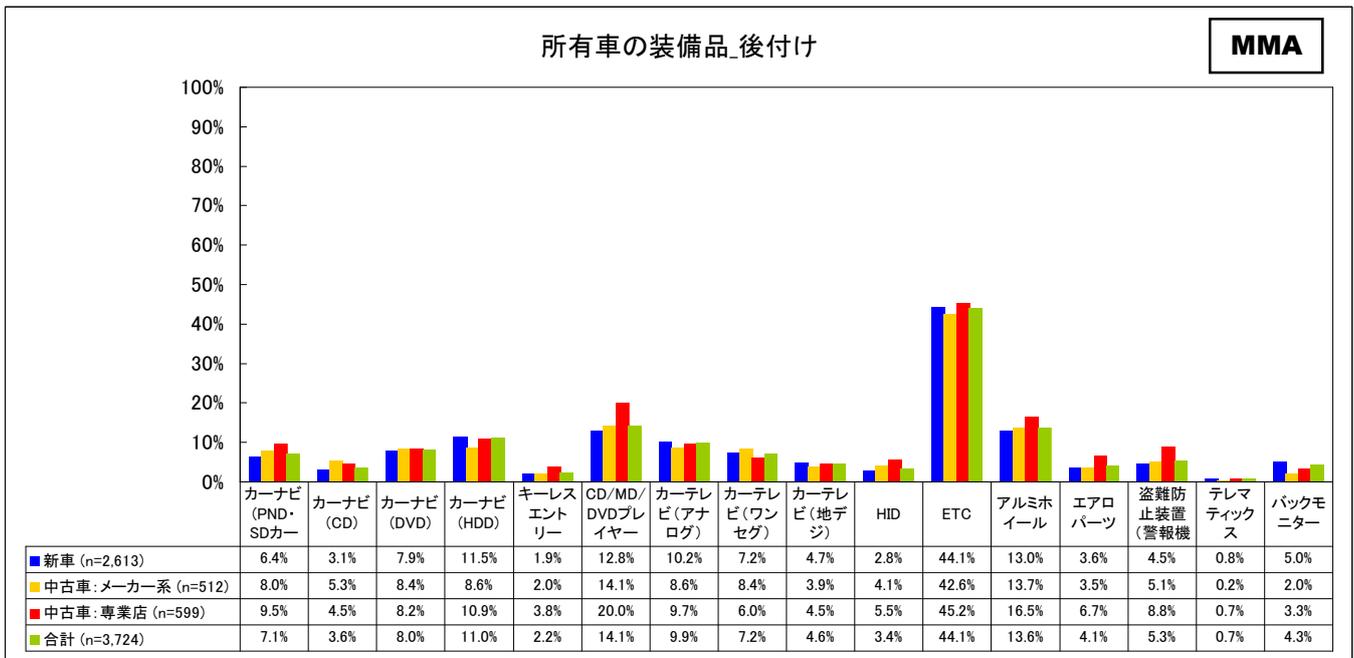
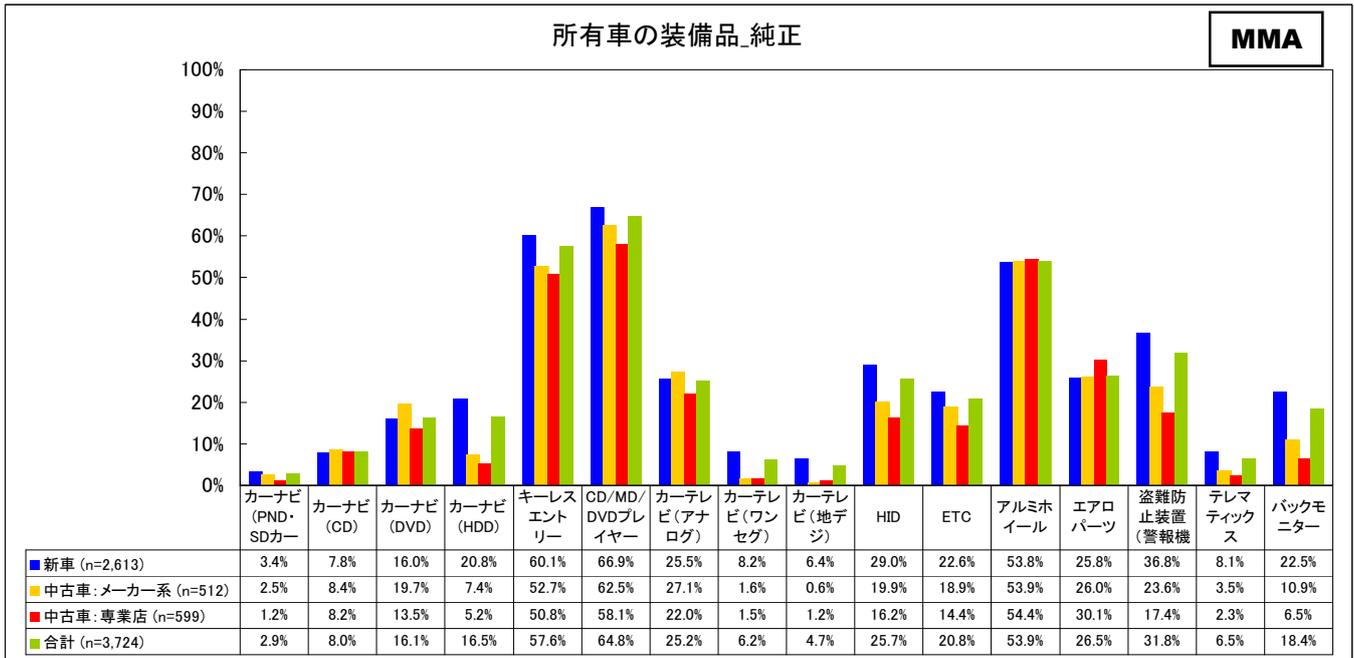


# 現在所有車\_装備品



「カーナビ(PND)」の後付け比率は**CUR 2009**と比較すると**3ポイント**上昇している。

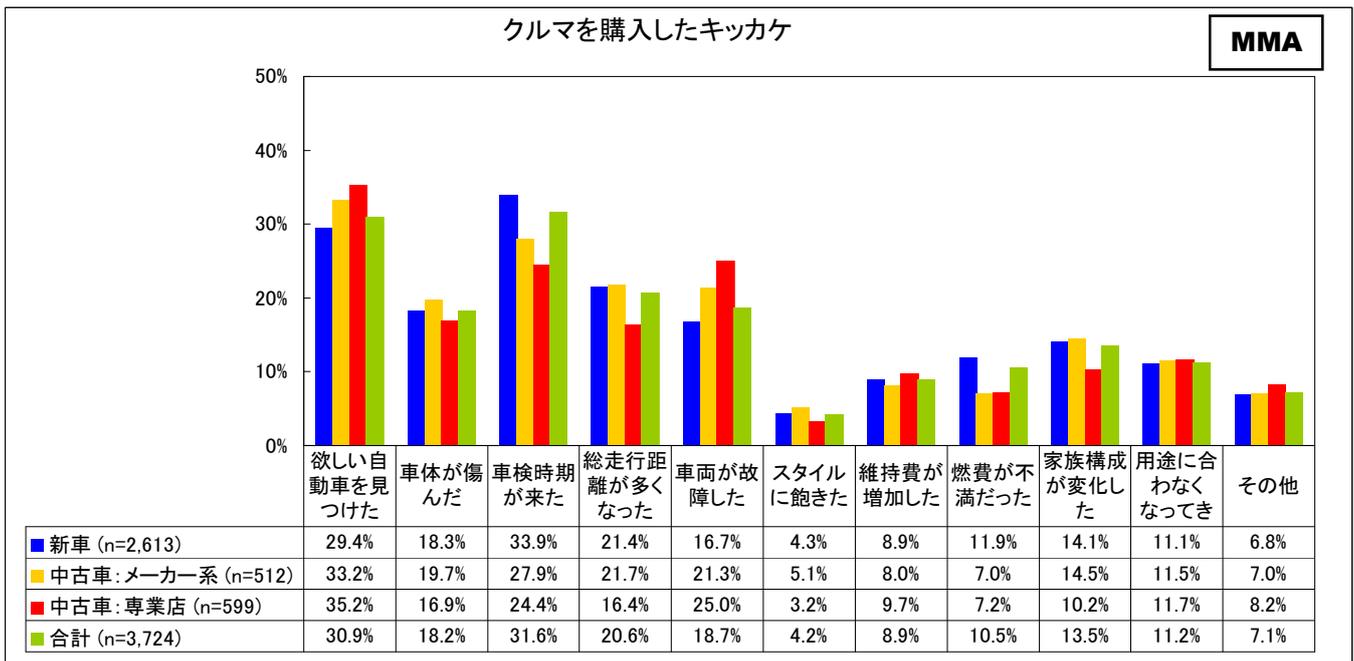
また、国策特需により**ETC**の後付け比率が大きく伸びた。



# 現在所有車種\_購入のキッカケ



**CUR 2009**の調査結果と比較すると、「欲しい自動車を見つけた」と回答したユーザーが**34.7%**から**30.9%**に**3.8**ポイント減少。一方で「車検時期が来た」と回答したユーザーは、**3.4**ポイントアップして**31.6%**となり、「購入のキッカケ」として最も高く、購入意識が受動的になっていると考えられる。



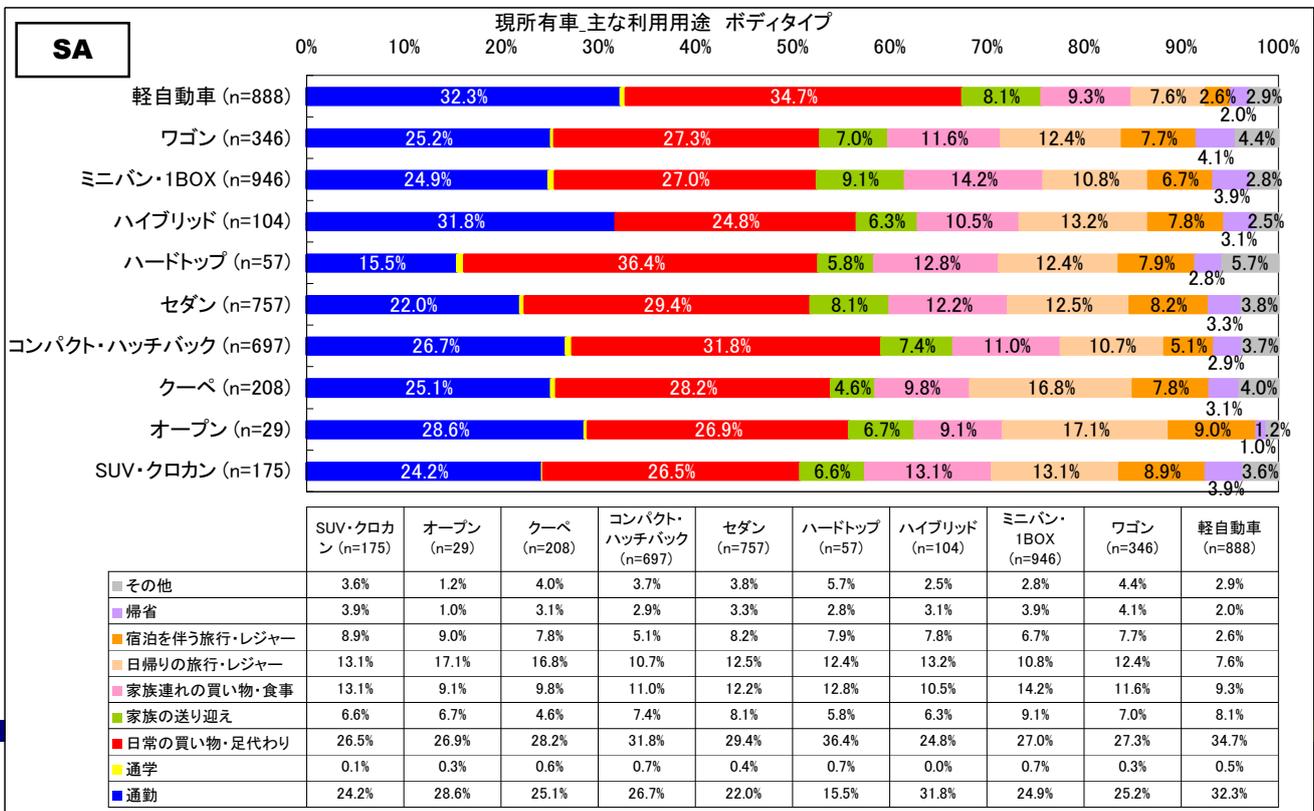
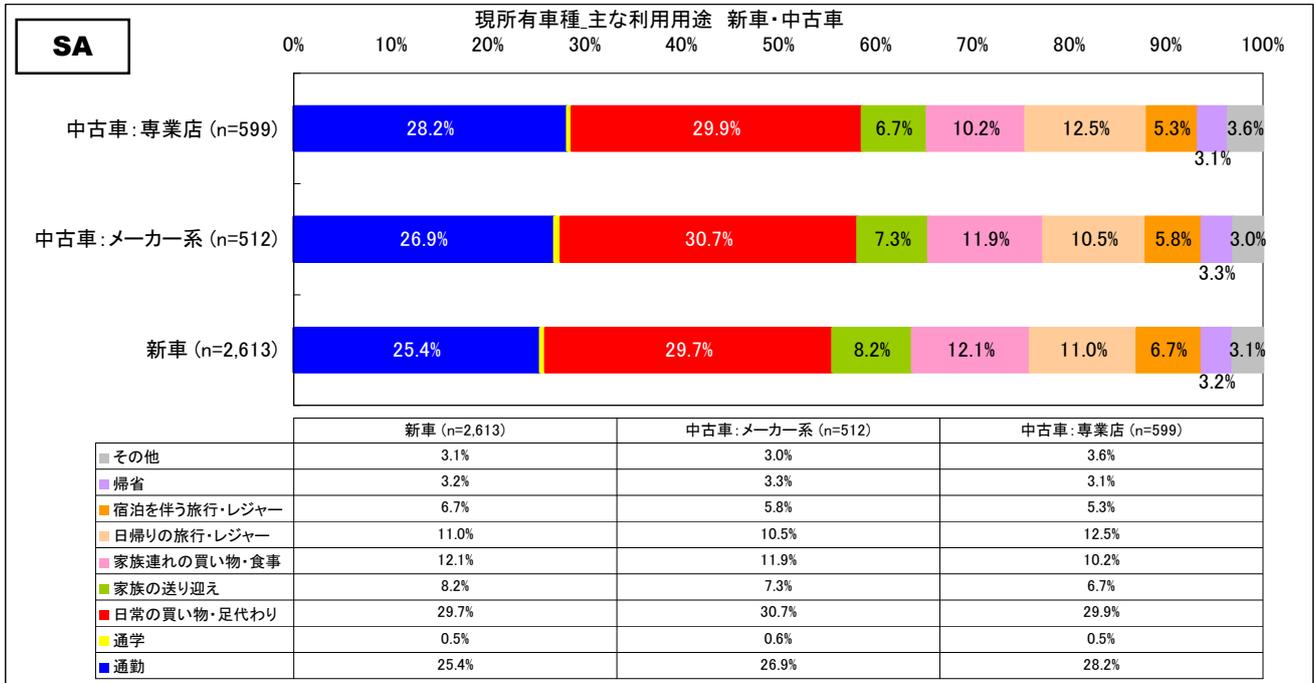
CUR2009比較 **3.8down**      **3.4up**

# 現在所有車種\_主な利用用途 新車・中古車／ボディタイプ



新車と中古車では、利用用途に大きな差は無かった。ボディタイプ別に見ると

ハイブリッドや軽自動車は、通勤用としての利用用途が高いことがわかる。



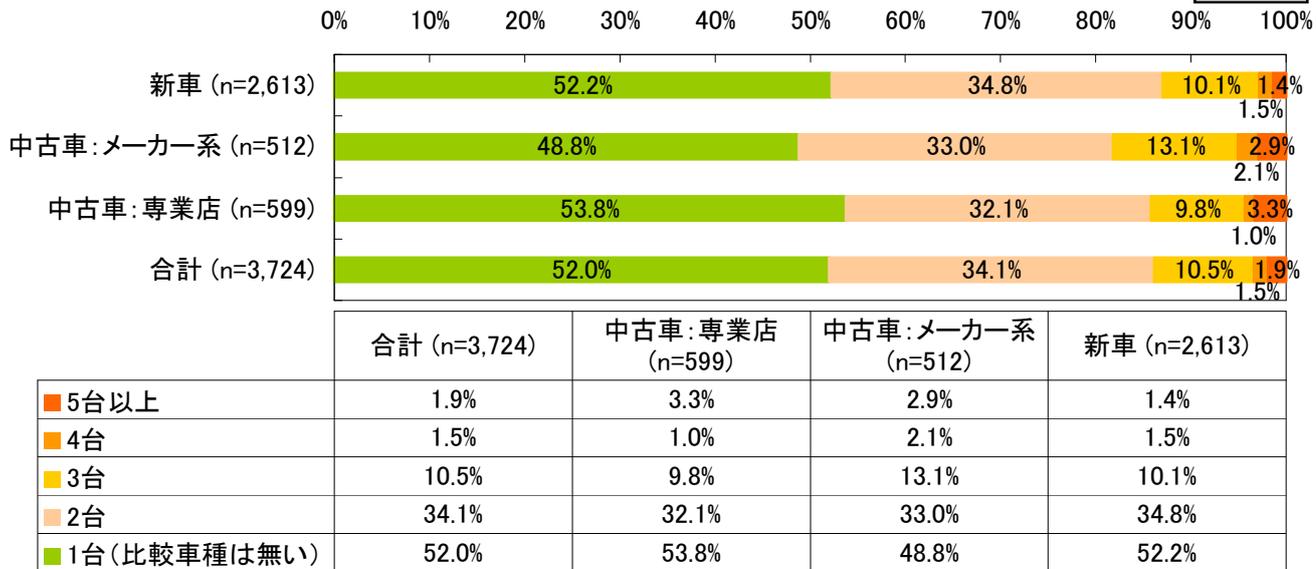
# 現在所有車種\_購入時検討台数 / 訪問店舗数



比較検討車種数では、**1台が50%以上の比率**。訪問販売店舗数も、同様に**1店舗が50%以上**となっており、事前の情報検索・収集で車種を絞り込んでいると考えられる。

クルマ購入時に比較検討した車種数

SA



Ave.

1.65

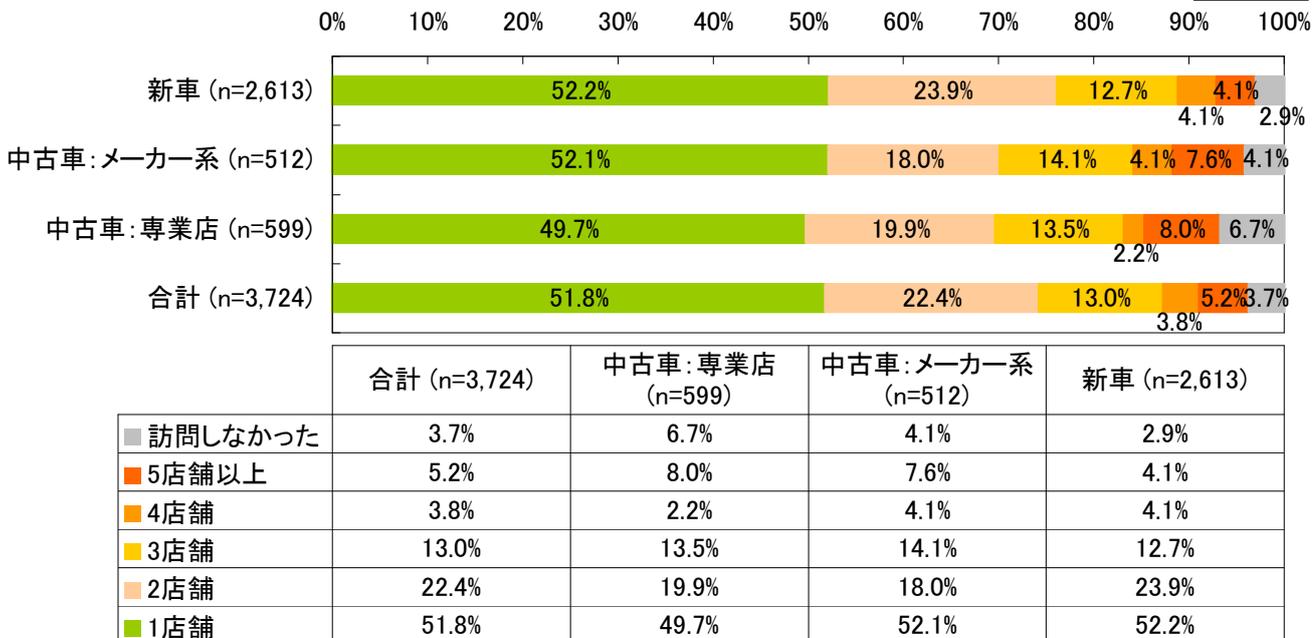
1.77

1.68

1.67

クルマ購入時に訪問した販売店舗数

SA



Ave.

1.75

1.85

1.79

1.77

# 現在所有車種\_認知/絞込み媒体

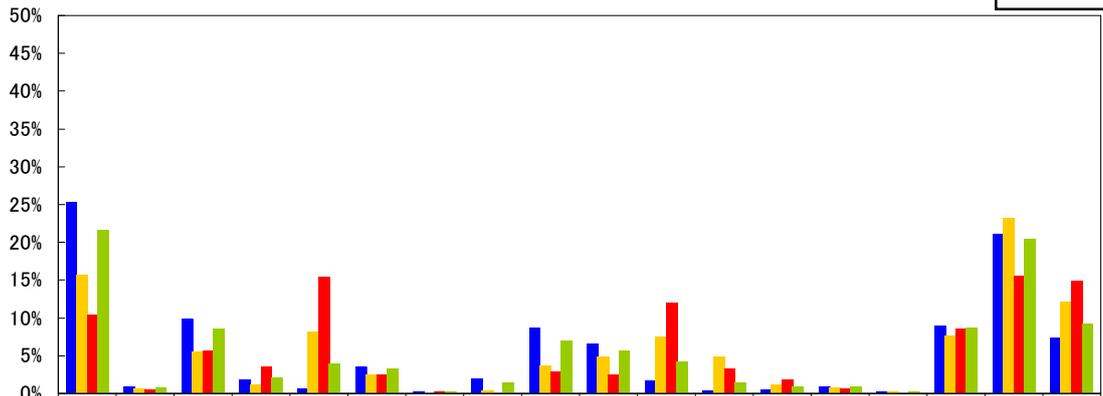


認知媒体としてテレビ**CM**、絞込み媒体として情報誌、**Web**(クルマ・ポータル)が多く

挙げられた。「販売店舗のスタッフの案内」は認知・絞込みの要因として多く挙げられている。

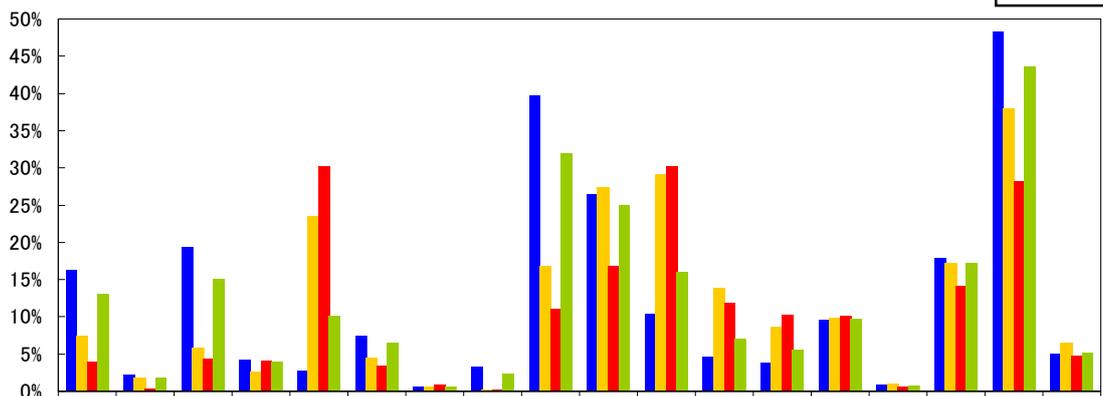
現所有車種\_認知経路

MA



現所有車種\_購入絞込み時に参考にした情報

MA

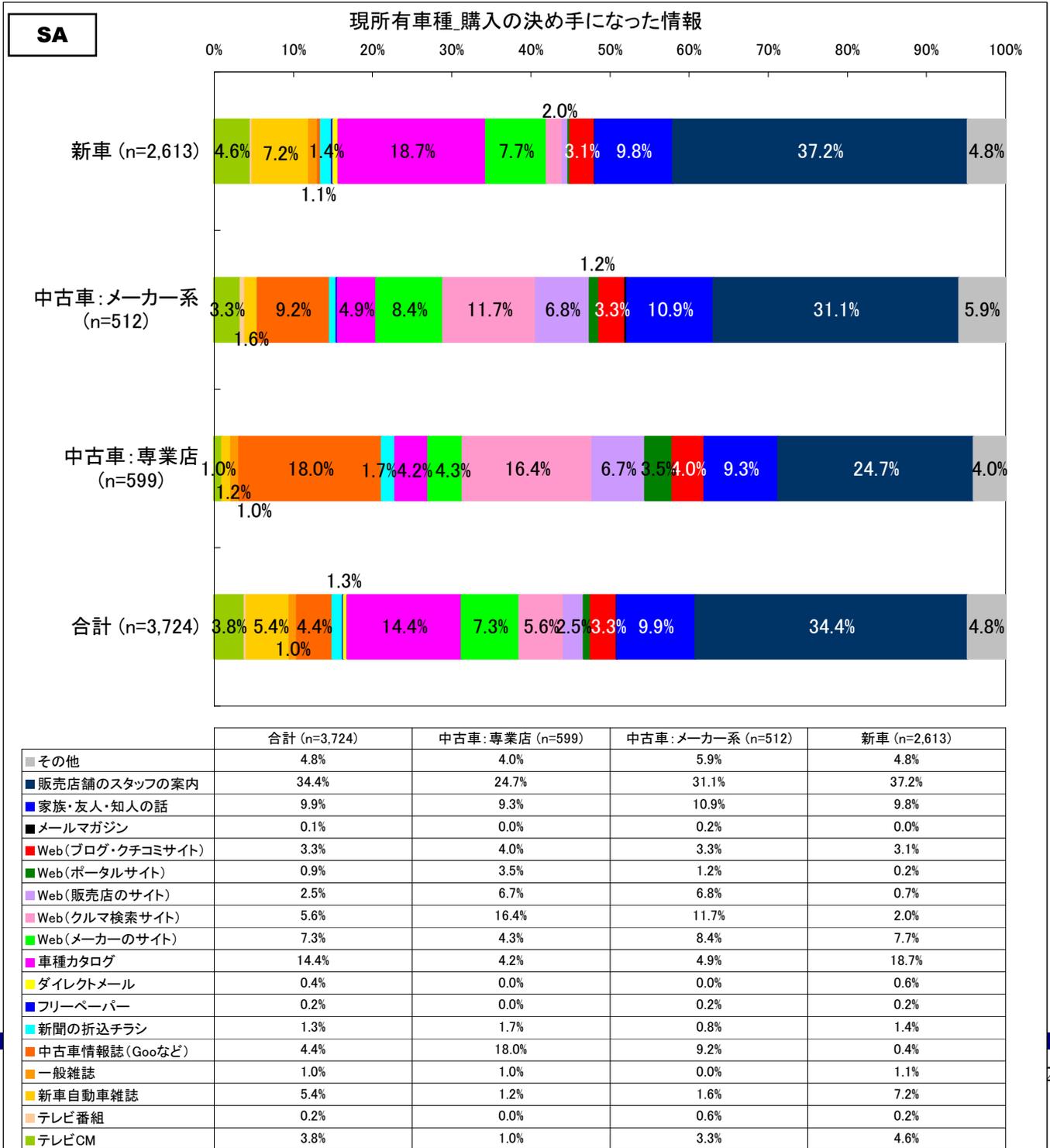


# 現在所有車種\_最終決定要因



新車・中古車ユーザー共に「販売店舗のスタッフの案内」の比率が最も高かった。

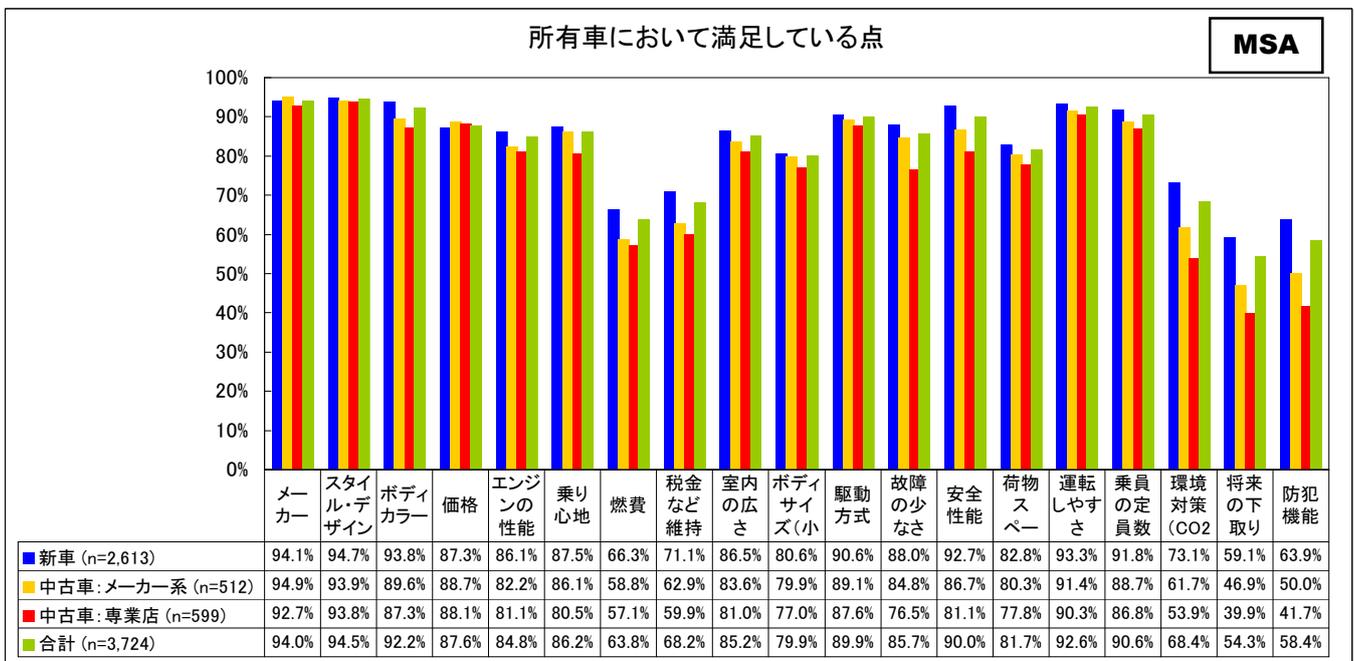
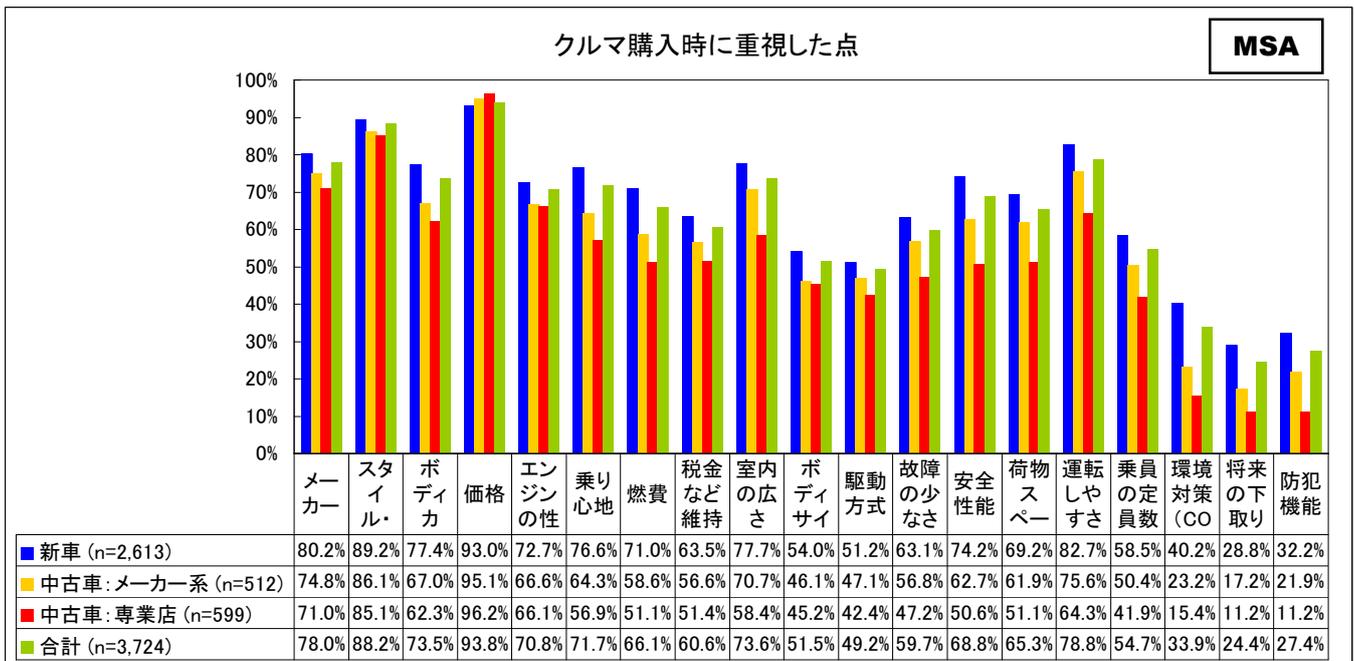
**CUR 2009**と比較すると、中古車ユーザーの「中古車情報誌」の比率が**3ポイント以上アップ**。  
 プリントメディアの保存性や信頼性が重要視されていると考えられる。



# 現在所有車種\_購入時に重視した/満足した項目



新車ユーザーの方が「クルマ購入時に重視した点」が多い。満足度においては、「将来の下取り価格」「防犯装置」で新車ユーザーと中古車ユーザーの評価の差が大きくなった。

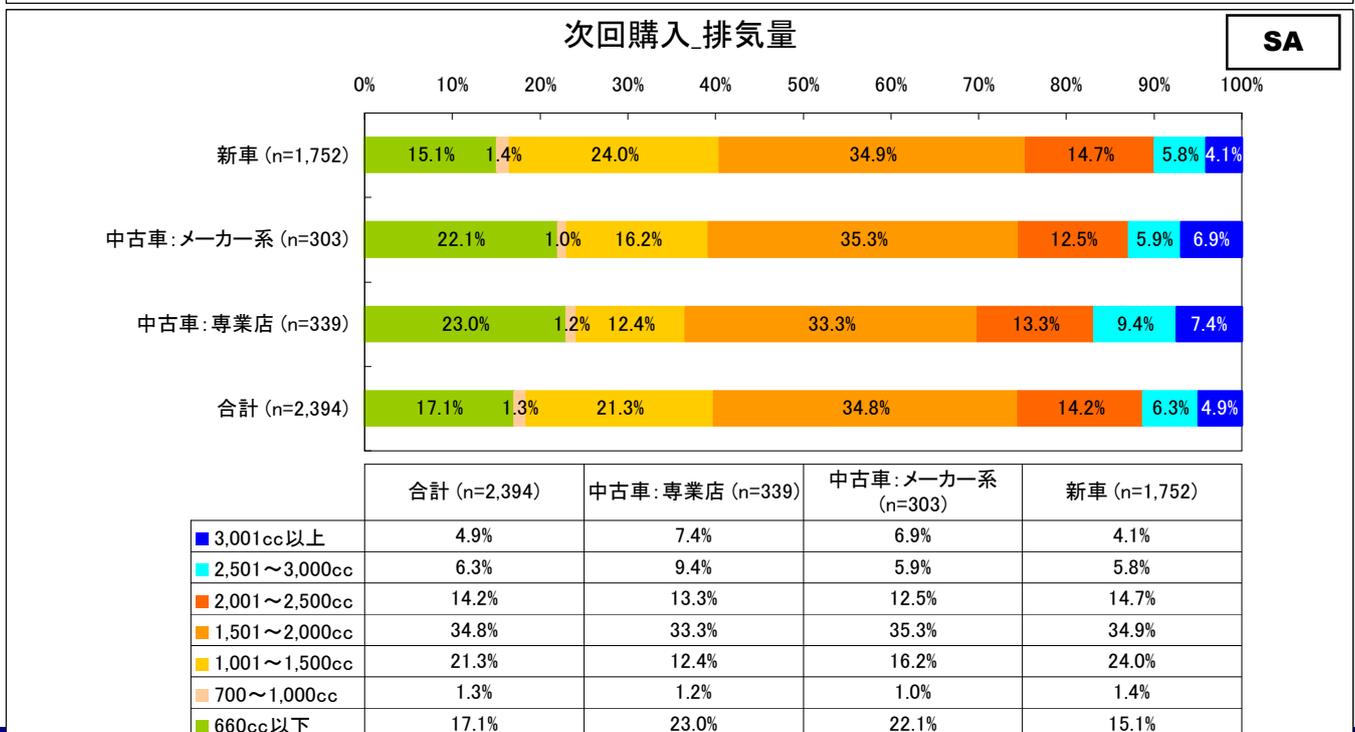
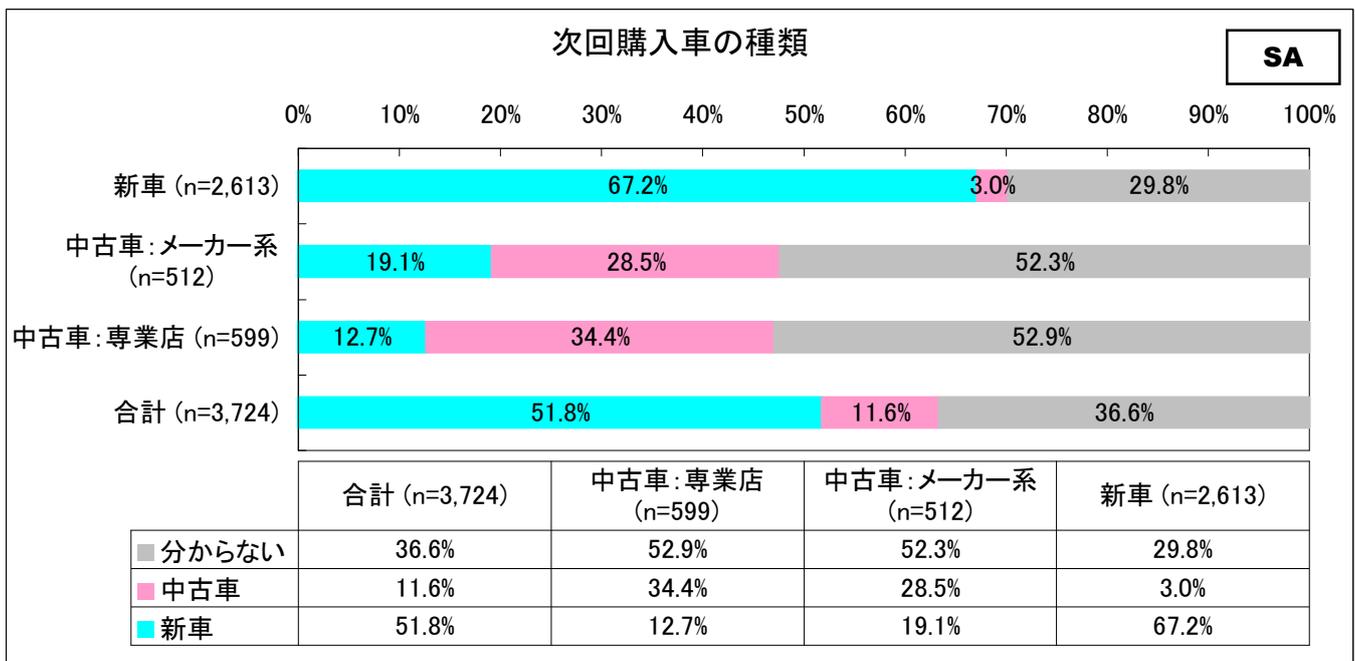


# 次回購入車種\_種類 / 排気量



新車ユーザーの**97%**は次回も新車を購入する意向を示した。(「分からない」を除く)

次回購入の排気量は新車・中古車ユーザー共に**1,501~2,000cc**が中央値、最頻値となった。



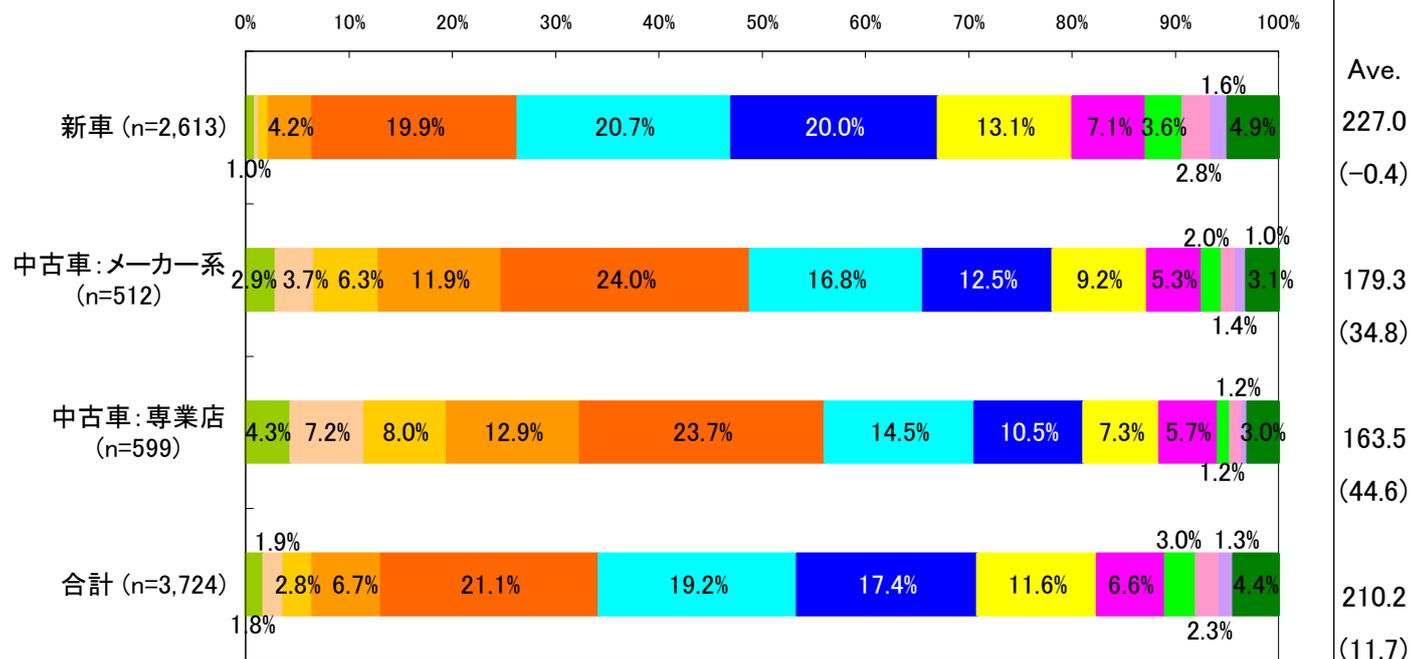
# 次回購入車種\_購入金額



現所有車購入金額と比較すると新車ユーザーはほぼ横ばい、中古車ユーザーは**30万円強**のアップ。多くの中古車ユーザーは「よりハイグレードなクルマに乗り換えたい」意向を持っている。

次回購入\_購入金額

SA



	合計 (n=3,724)	中古車:専門店 (n=599)	中古車:メーカー系 (n=512)	新車 (n=2,613)
■ 500万円以上	4.4%	3.0%	3.1%	4.9%
■ 450~499万円	1.3%	0.5%	1.0%	1.6%
■ 400~449万円	2.3%	1.2%	1.4%	2.8%
■ 350~399万円	3.0%	1.2%	2.0%	3.6%
■ 300~349万円	6.6%	5.7%	5.3%	7.1%
■ 250~299万円	11.6%	7.3%	9.2%	13.1%
■ 200~249万円	17.4%	10.5%	12.5%	20.0%
■ 150~199万円	19.2%	14.5%	16.8%	20.7%
■ 100~149万円	21.1%	23.7%	24.0%	19.9%
■ 75~99万円	6.7%	12.9%	11.9%	4.2%
■ 50~74万円	2.8%	8.0%	6.3%	0.9%
■ 25~49万円	1.9%	7.2%	3.7%	0.4%
■ 25万円未満	1.8%	4.3%	2.9%	1.0%

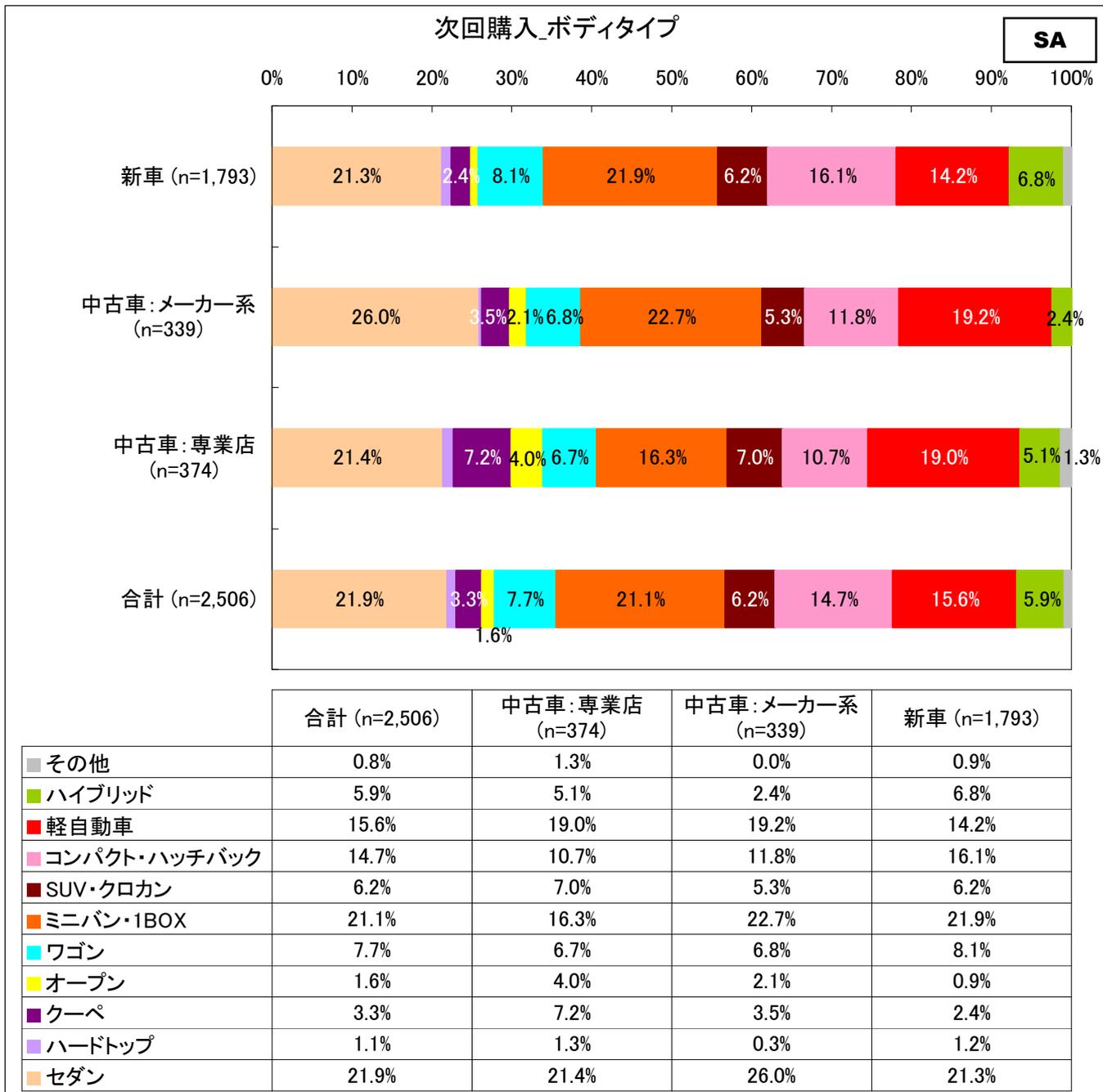
# 次回購入車種\_ボディタイプ



「次回は未定」を除いた**2,506**人の回答を集計。

現所有比率と比較するとセダン：**4.3**ポイントアップ、ハイブリッド：**4.5**ポイントアップ。

ダウンしたのはワゴン：**2.7**ポイント、コンパクト・ハッチバック：**3.3**ポイントとなっている。



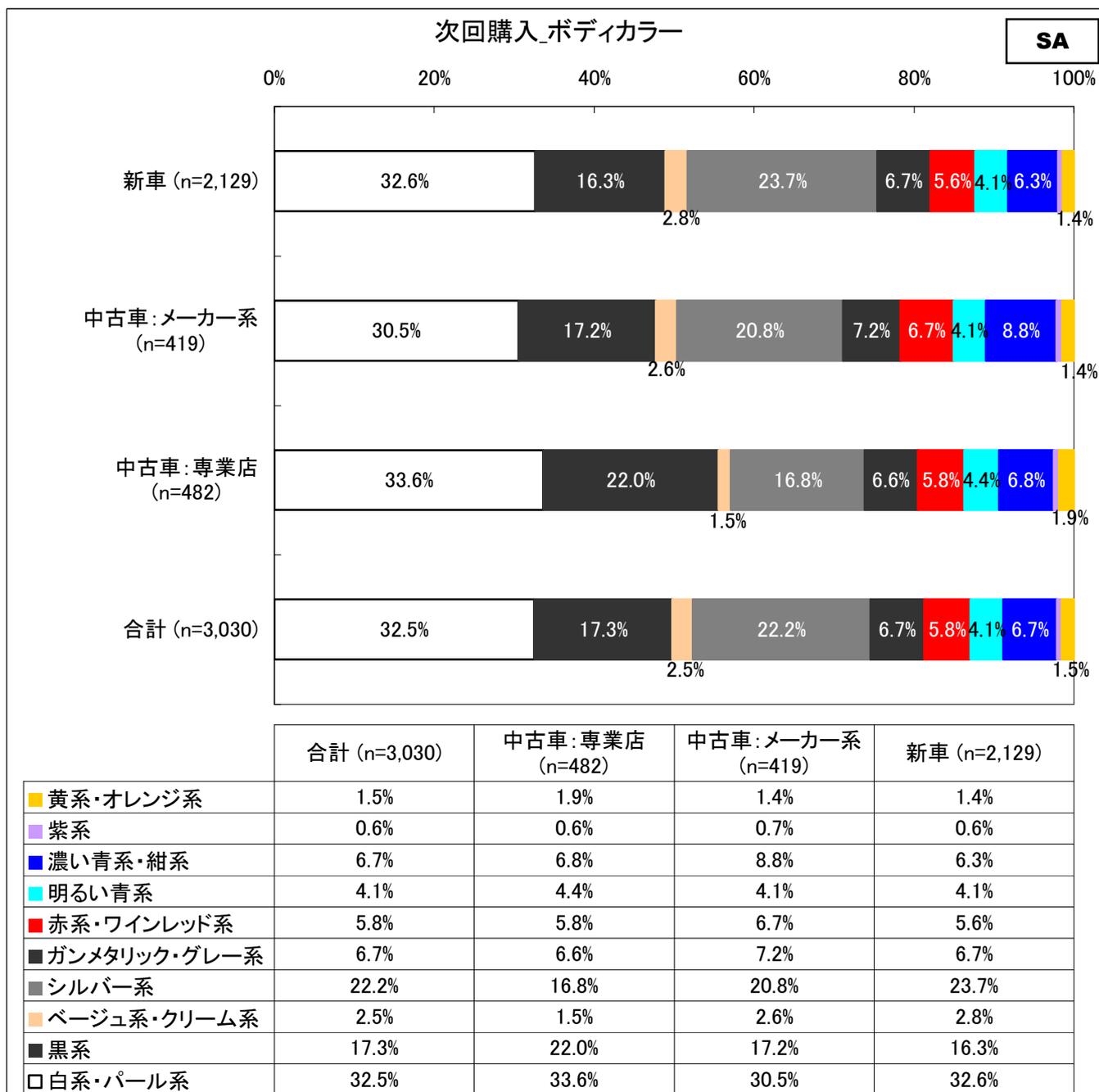
# 次回購入車種\_ボディカラー



「次回は未定」を除いた**3,030**人の回答を集計。

現所有比率と比較すると白系・パール系：**7.8**ポイントアップ、黒系：**2.7**ポイントアップ。

ダウンしたのはシルバー系：**3.5**ポイント、濃い青系・紺系：**1.2**ポイントとなっている。



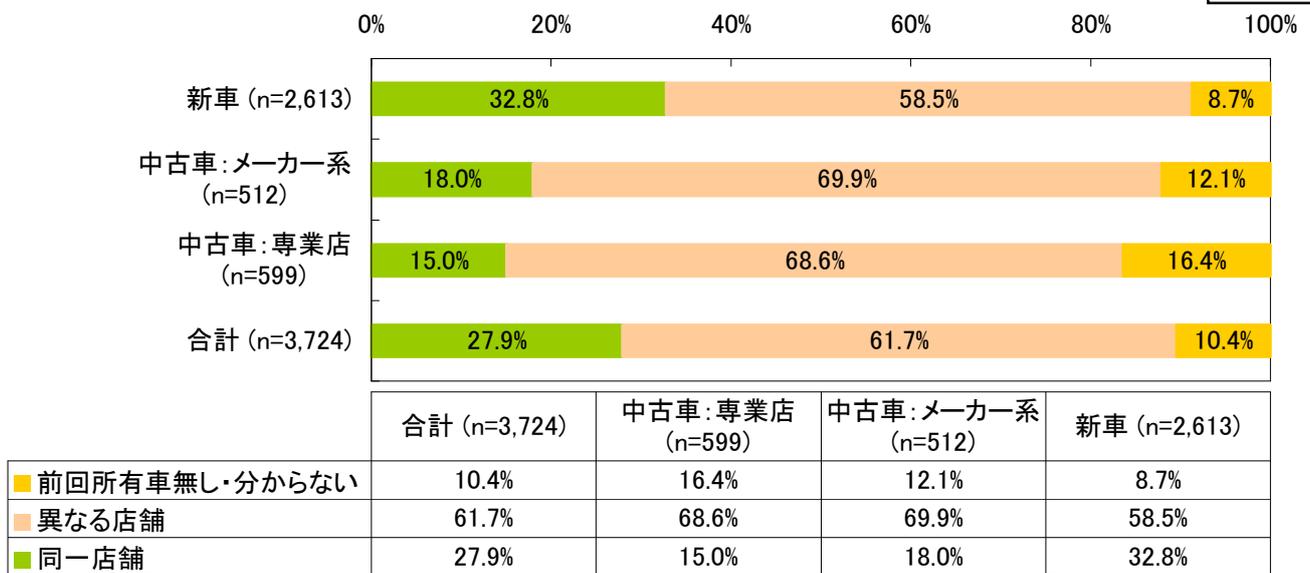
# クルマ購入時\_前回購入店舗との関係



新車ユーザーの三人に一人は前回と同一店舗でクルマを購入した。中古車ユーザーの同一店舗購入率は2割弱に留まった。中古車ユーザーは購入店舗を店舗の良し悪しで選ぶのではなく、「欲しいクルマを売っている」店舗を選ぶことが要因であると思われる。

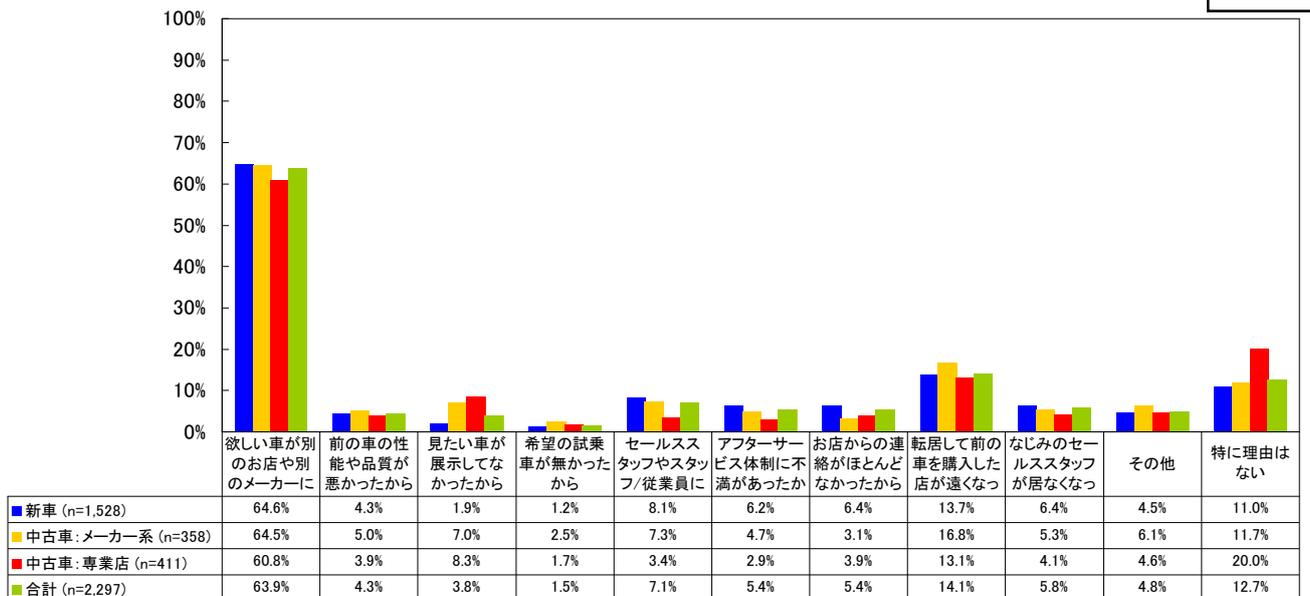
現所有車購入店舗\_前回購入店舗との関係

SA



前回とは異なる店舗でクルマを購入した理由

MA



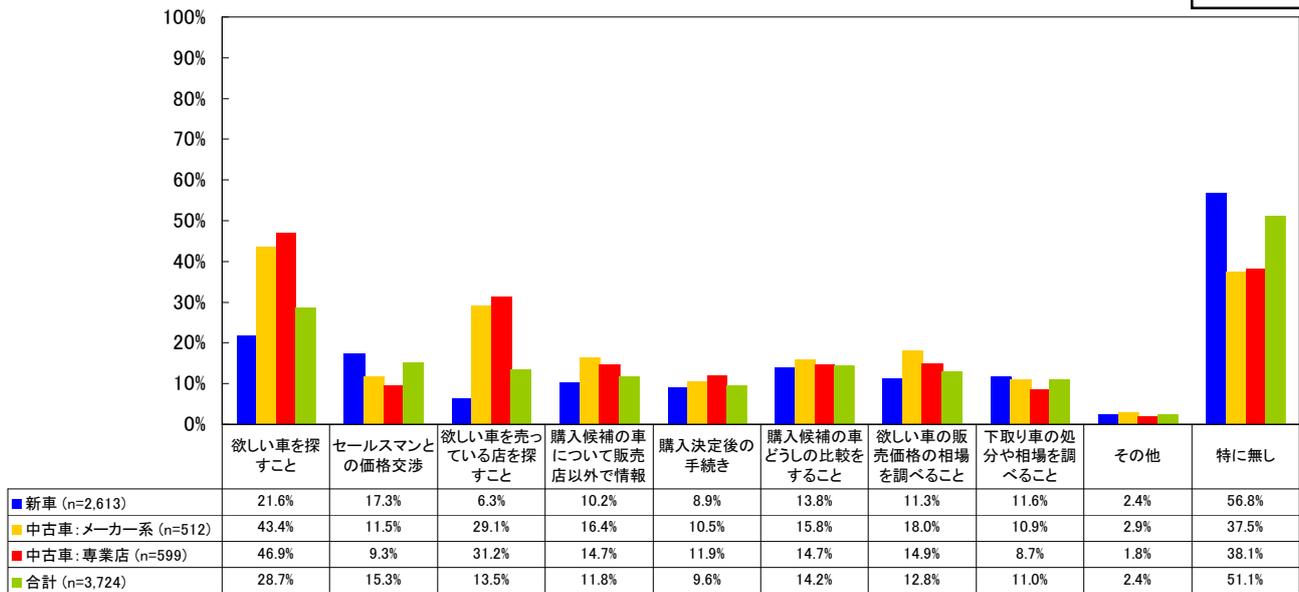
# クルマ購入時\_時間がかかったこと/面倒に感じたこと



中古車ユーザーは「欲しいクルマを売っている店を探す」のに時間がかかった比率が高い。一方で「欲しいクルマの販売価格や相場を調べること」について面倒だと感じた比率は新車ユーザーとあまり差がなく、手間を惜しまずに価格や相場を調べていることが分かる。

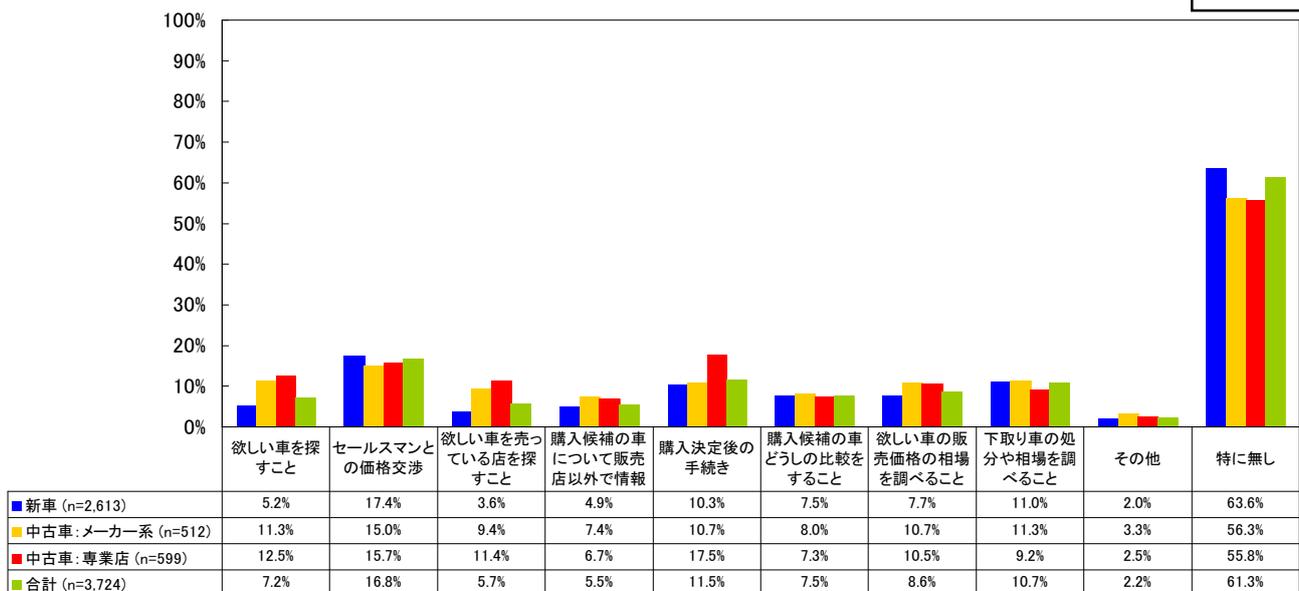
クルマ購入時に時間がかかったこと

MMA



クルマ購入時に面倒に感じたこと

MMA



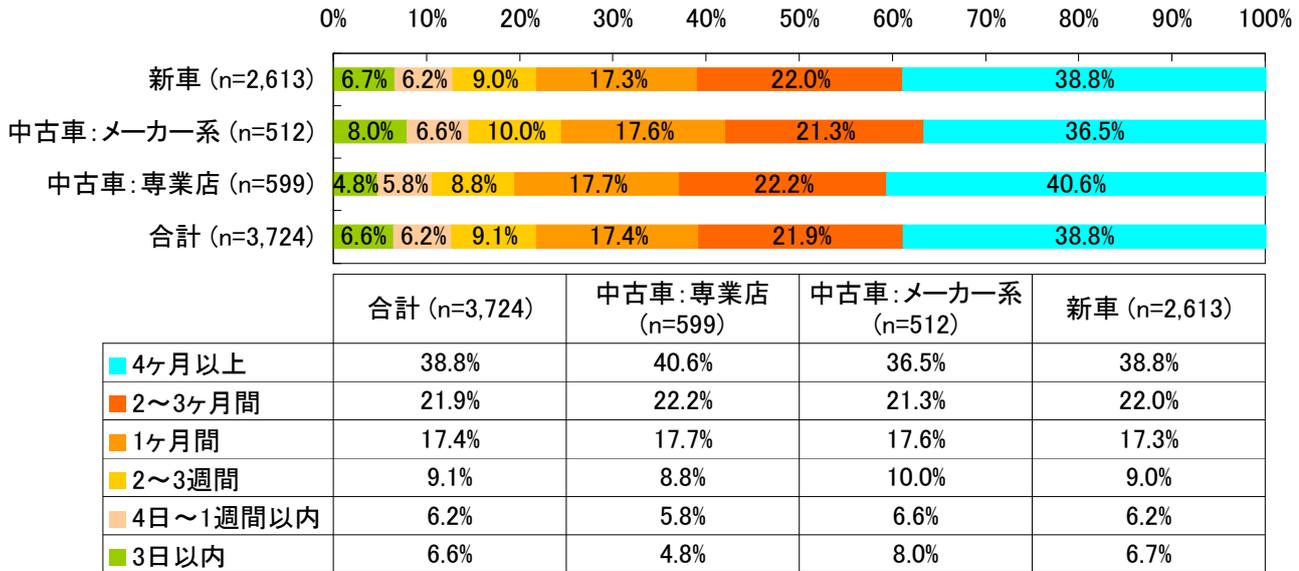
# クルマ購入時\_検討期間1



6割弱のユーザーが2ヶ月以上、漠然としたクルマ探しをして、1ヶ月以上を購入車種の絞込みに費やしている。この期間中に接触した情報が購入決定に影響を及ぼすと思われる。

クルマ購入時の検討期間\_漠然としたクルマ探し

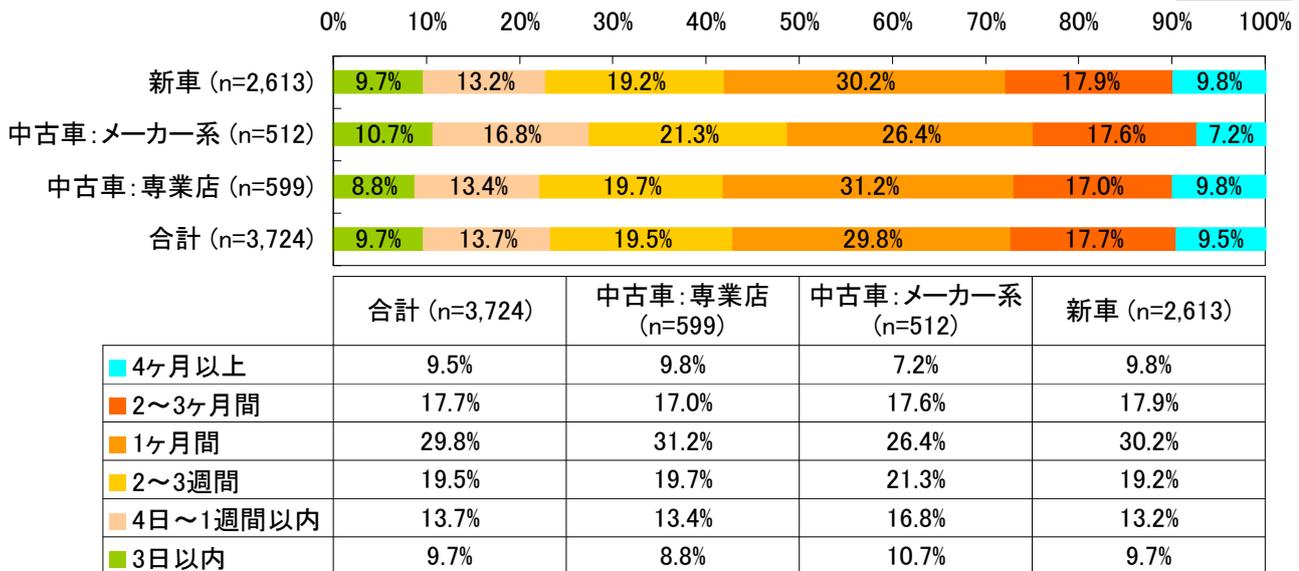
MSA



Ave.  
74.2  
71.0  
76.7  
74.1

クルマ購入時の検討期間\_クルマ絞込み時

MSA



Ave.  
39.5  
35.4  
39.3  
38.9

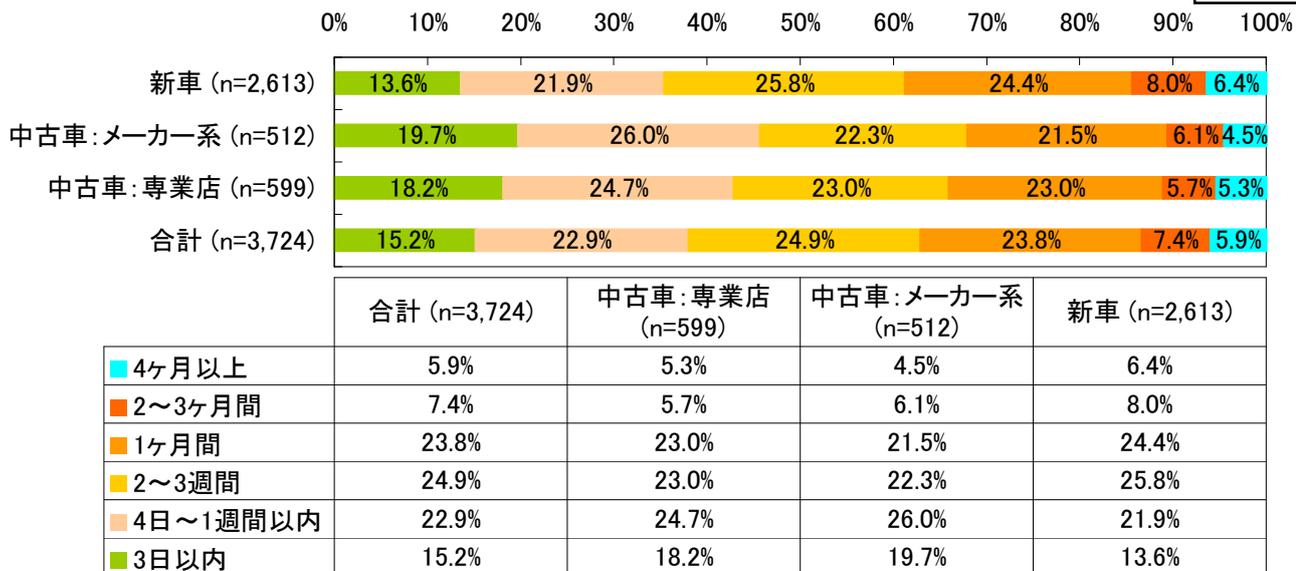
## クルマ購入時\_検討期間2



6割以上のユーザーが販売店へ問い合わせ・見積もりを取ってから1ヶ月以内に購入、販売店へ来店後は過半数のユーザーが一週間以内に成約に至る。

クルマ購入時の検討期間\_販売店への問い合わせ・見積もり

MSA



Ave.

27.6

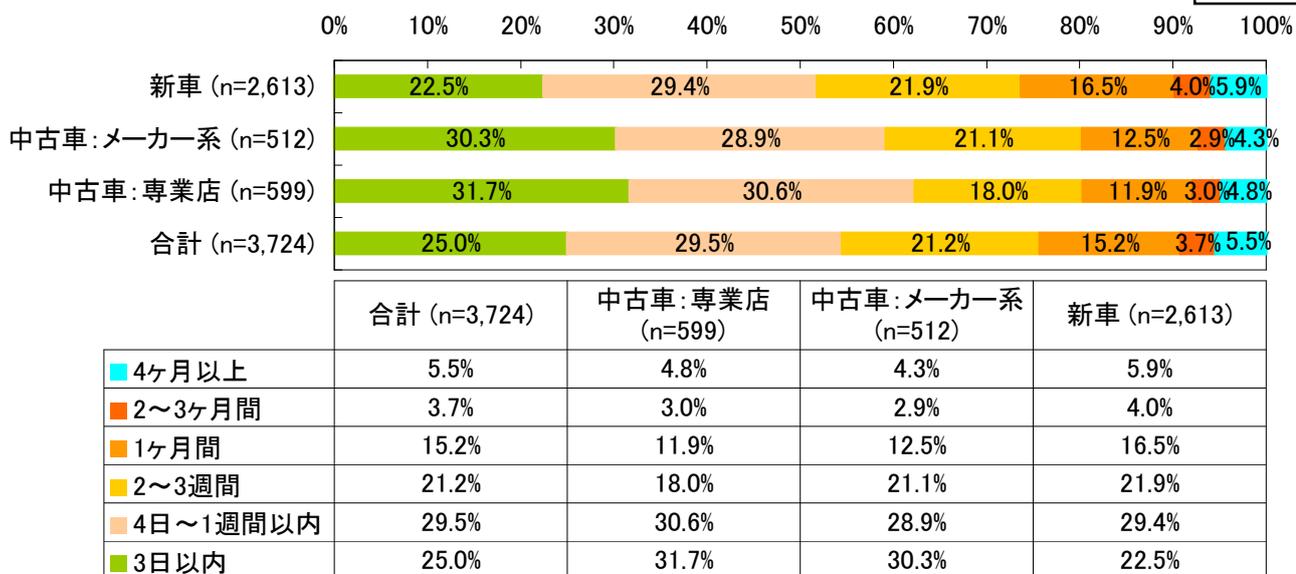
22.5

23.9

26.3

クルマ購入時の検討期間\_販売店へ来店、成約

MSA



Ave.

21.4

17.4

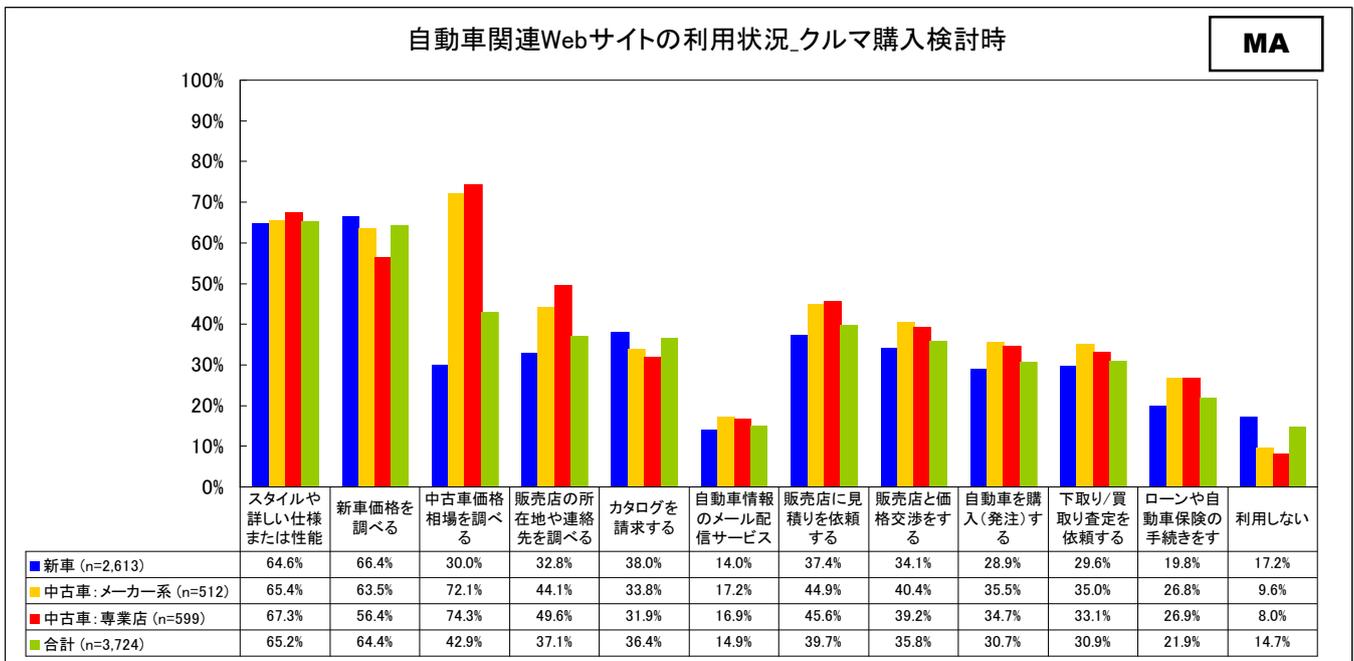
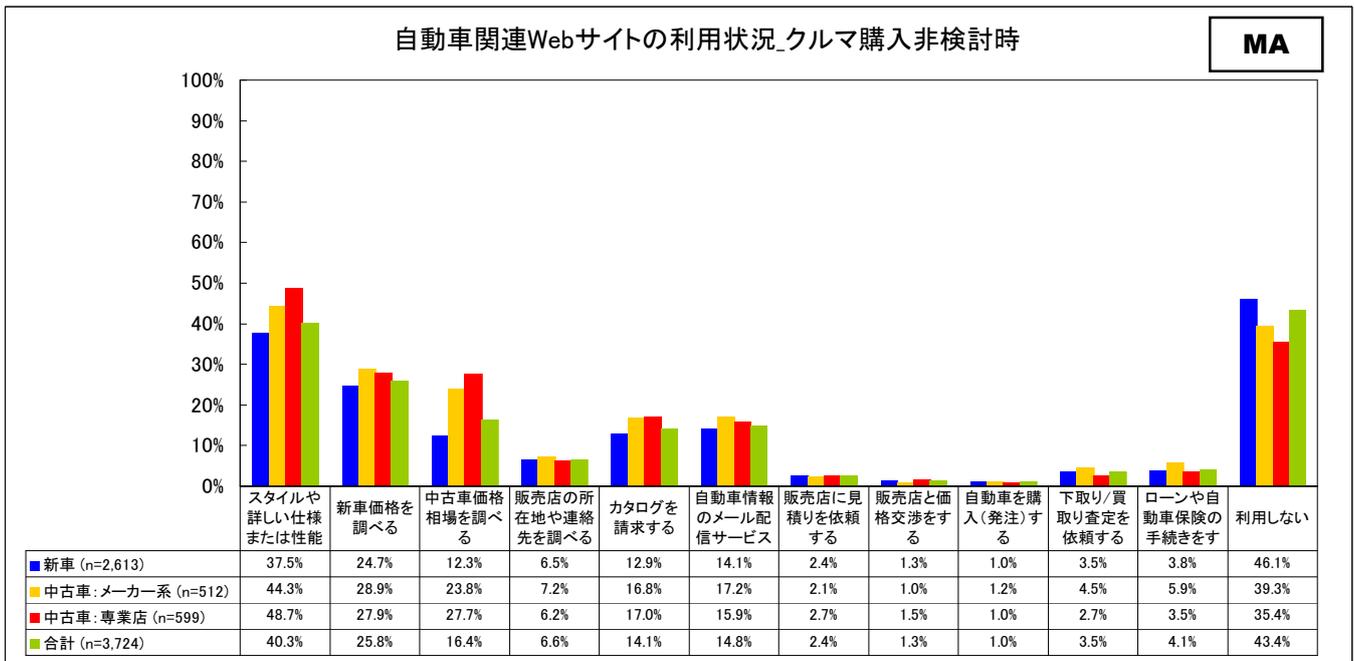
17.6

20.3

# 自動車関連Webサイトの利用状況



クルマ購入を検討していない時でも**5割**のユーザーが自動車関連**Web**サイトを利用している。  
購入時には**8割**以上が利用しており、クルマ選びには欠かせないメディアとなっている。



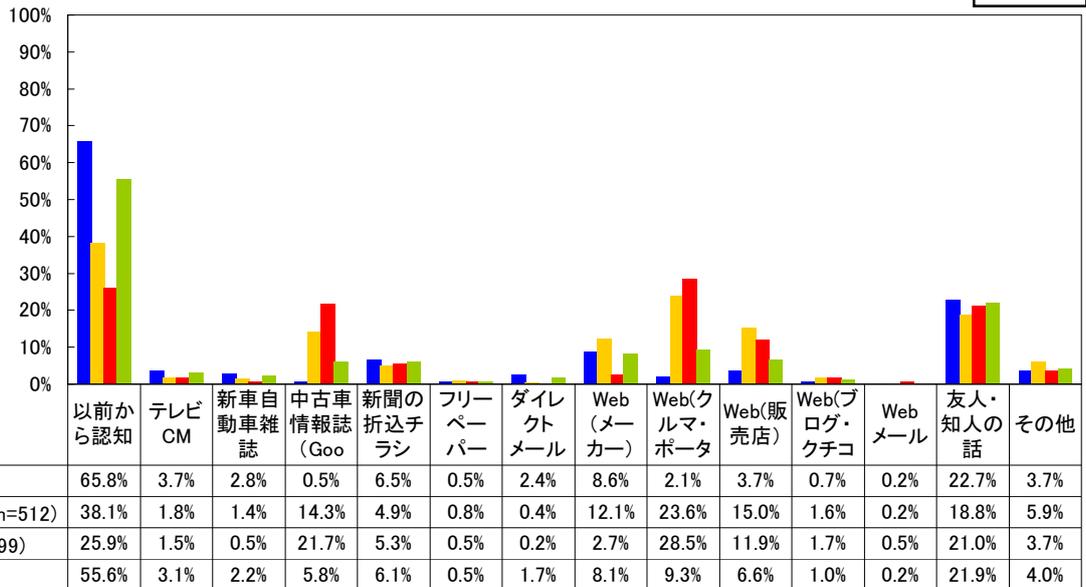
# クルマ購入店舗\_認知経路/決定要因



中古車販売店、特に中古車専門店は**Web**(クルマ・ポータル)、クルマ情報誌などで認知するケースが多い。一方、新車販売店は以前から認知されているケースが多い。

クルマを購入した販売店の認知経路

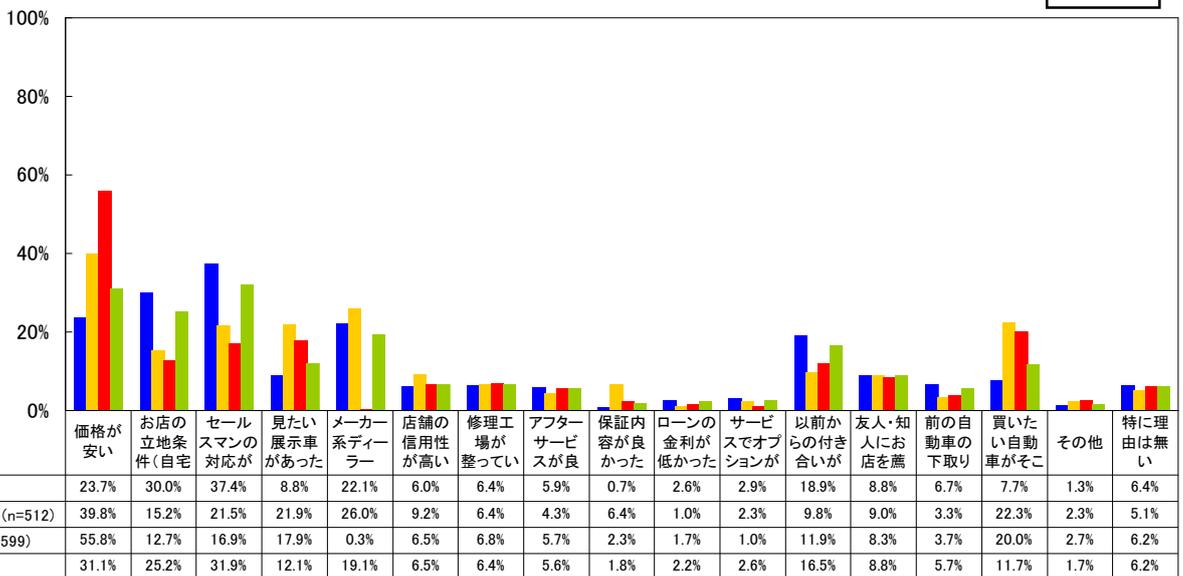
MA



新車ユーザーは決定要因として「セールスマンの対応」、「お店の立地条件」を多く挙げた。中古車ユーザーは「価格が安い」を決定要因として挙げている。

クルマを購入した販売店の決定要因

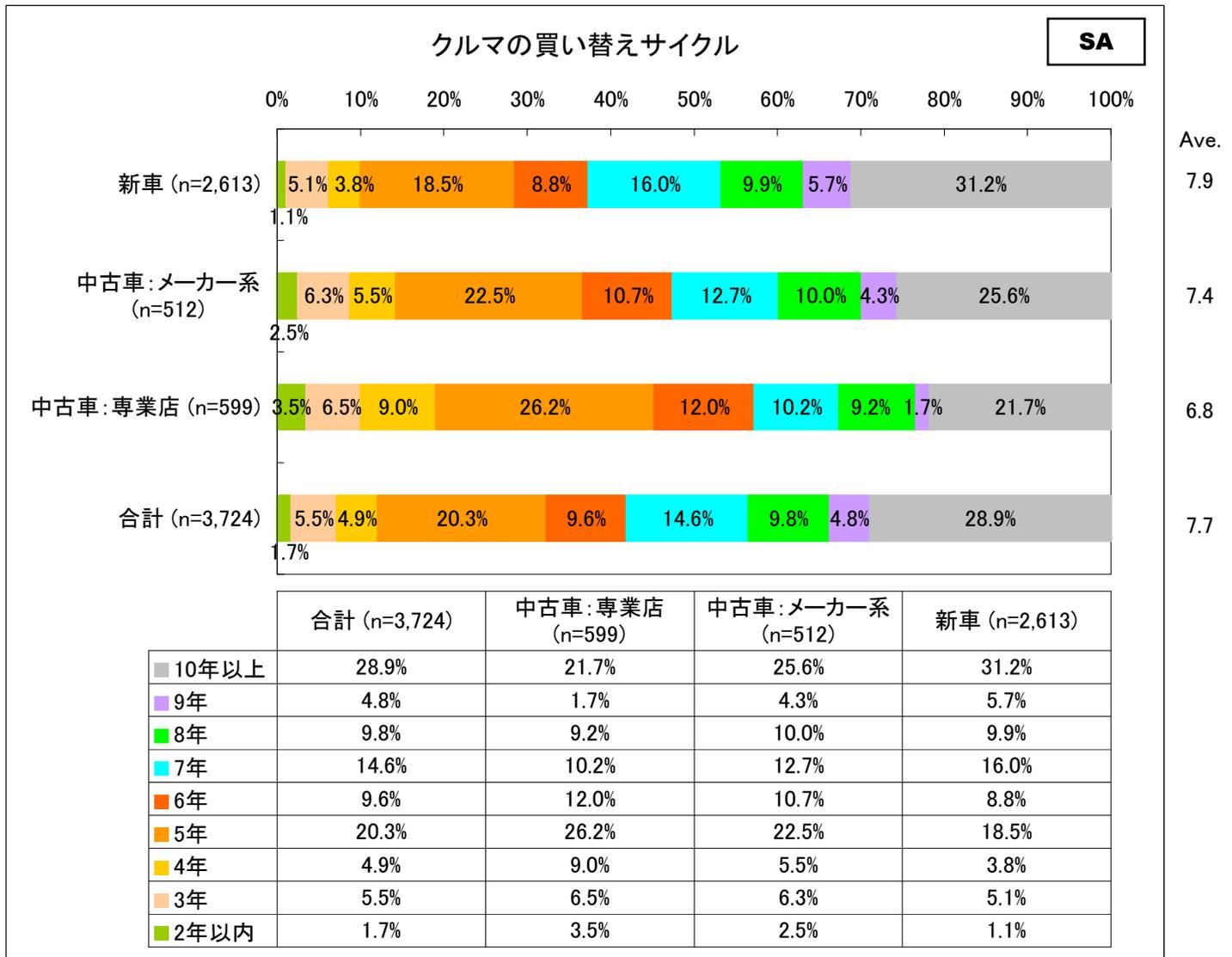
MA



# クルマの買い替えサイクル



**CUR 2009**と比較すると、新車・中古車とも買い替えサイクルが延びている。



## CUR 2008 買換えサイクル

新車 : **7.0**  
 メーカー系 : **6.2**  
 専門店 : **6.1**

## CUR 2009 買換えサイクル

新車 : **7.5 (+0.5)**  
 メーカー系 : **6.9 (+0.7)**  
 専門店 : **6.5 (+0.4)**

## CUR 2010 買換えサイクル

新車 : **7.9 (+0.4)**  
 メーカー系 : **7.4 (+0.5)**  
 専門店 : **6.8 (+0.3)**

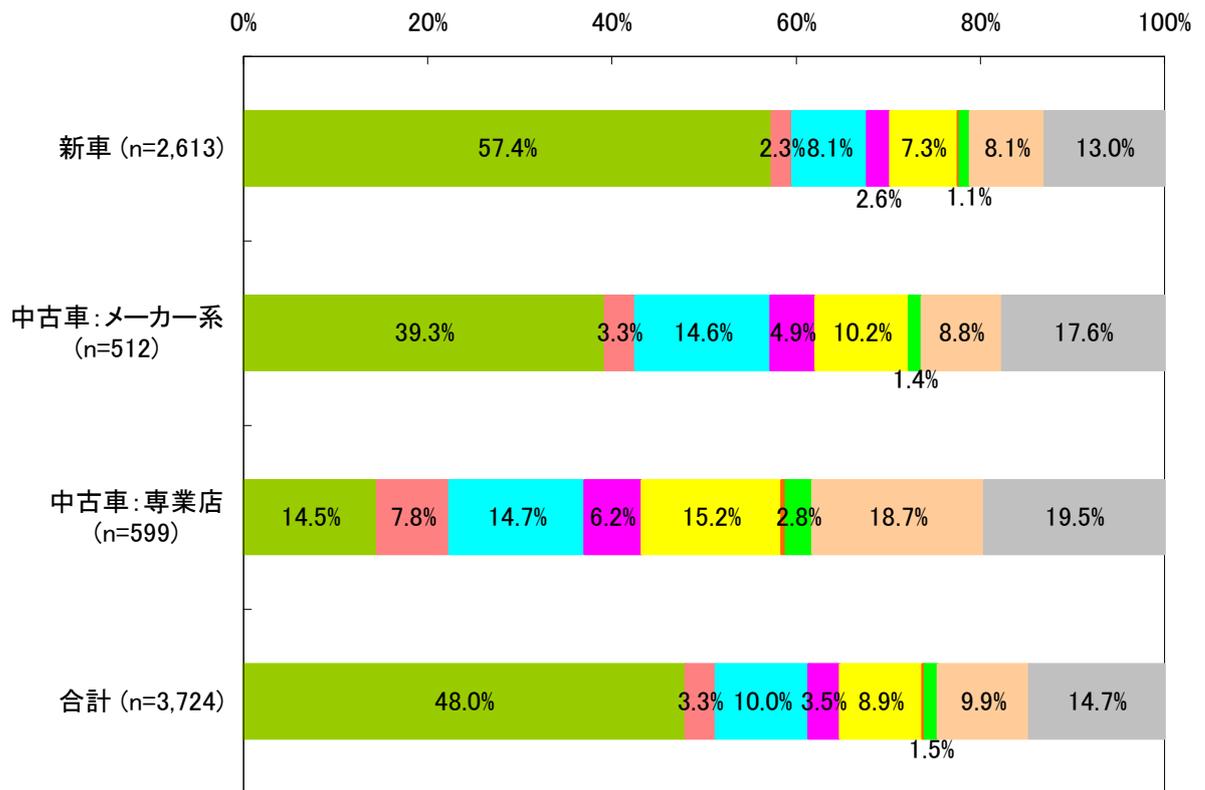
# メンテナンス時に利用する店舗



メーカー系ディーラーでクルマを購入したユーザーの多くはディーラーにメンテナンスを依頼。  
中古車専門店で購入したユーザーの多くはディーラー、大型カー用品店、修理工場等に依頼。

よく利用する自動車関連店舗\_カーメンテナンス全般

MSA



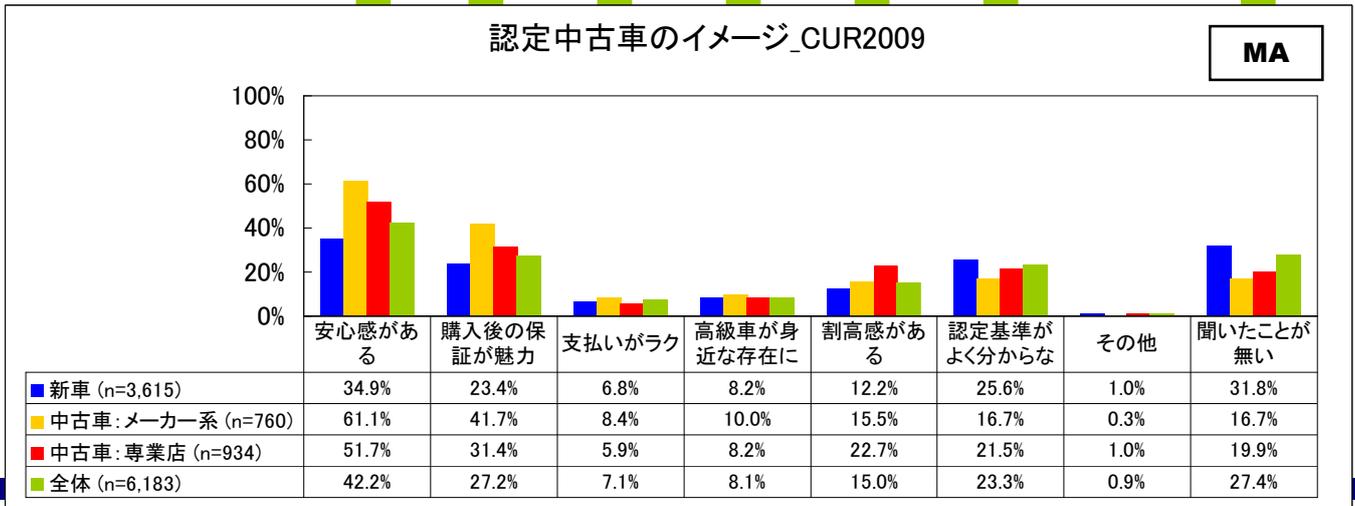
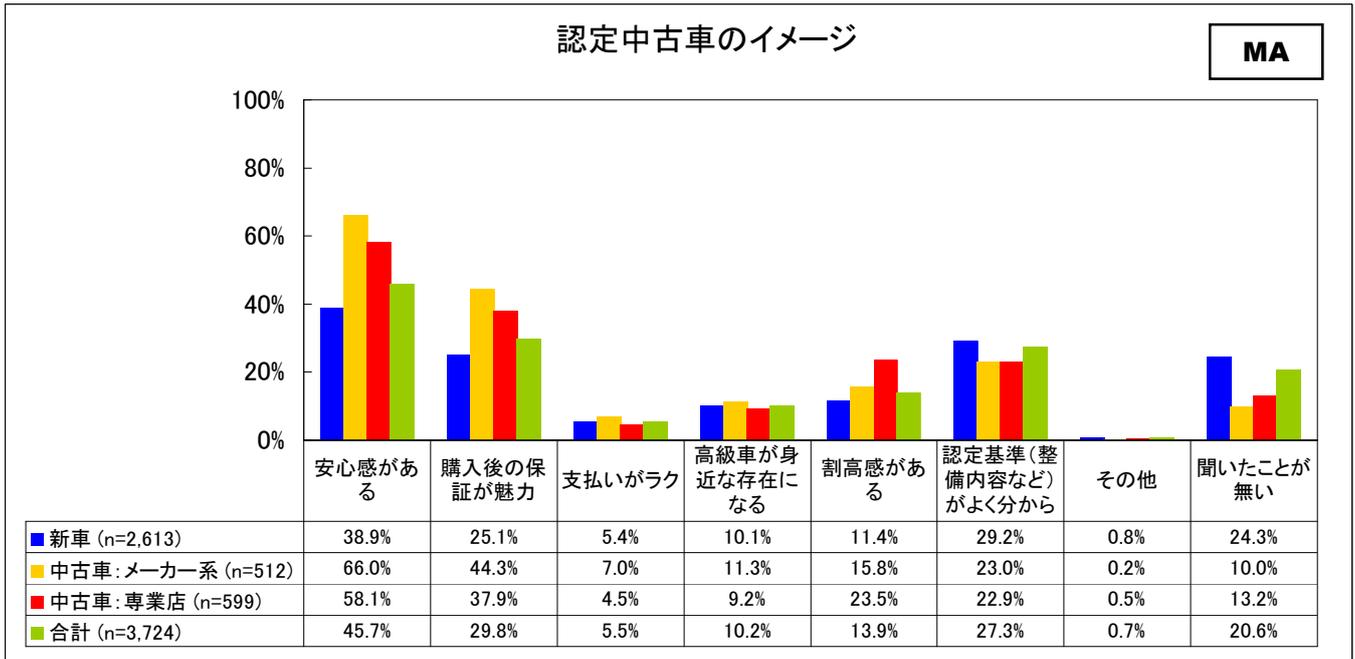
	合計 (n=3,724)	中古車:専門店 (n=599)	中古車:メーカー系 (n=512)	新車 (n=2,613)
特に決めていない	14.7%	19.5%	17.6%	13.0%
自分で行う	9.9%	18.7%	8.8%	8.1%
その他の店舗	1.5%	2.8%	1.4%	1.1%
タイヤ専門店	0.2%	0.5%	0.0%	0.2%
修理工場	8.9%	15.2%	10.2%	7.3%
サービスステーション/GS	3.5%	6.2%	4.9%	2.6%
大型カー用品店	10.0%	14.7%	14.6%	8.1%
ディーラー以外の販売店	3.3%	7.8%	3.3%	2.3%
ディーラー	48.0%	14.5%	39.3%	57.4%

# 認定中古車のイメージ



**CUR 2009**と比較すると、認定中古車の認知度は**6.8**ポイントアップしている。

安心感や保証の魅力についても理解されている一方で、基準の不透明さを感じる比率が**4.0**ポイントアップしており、明確な基準の訴求が求められる。



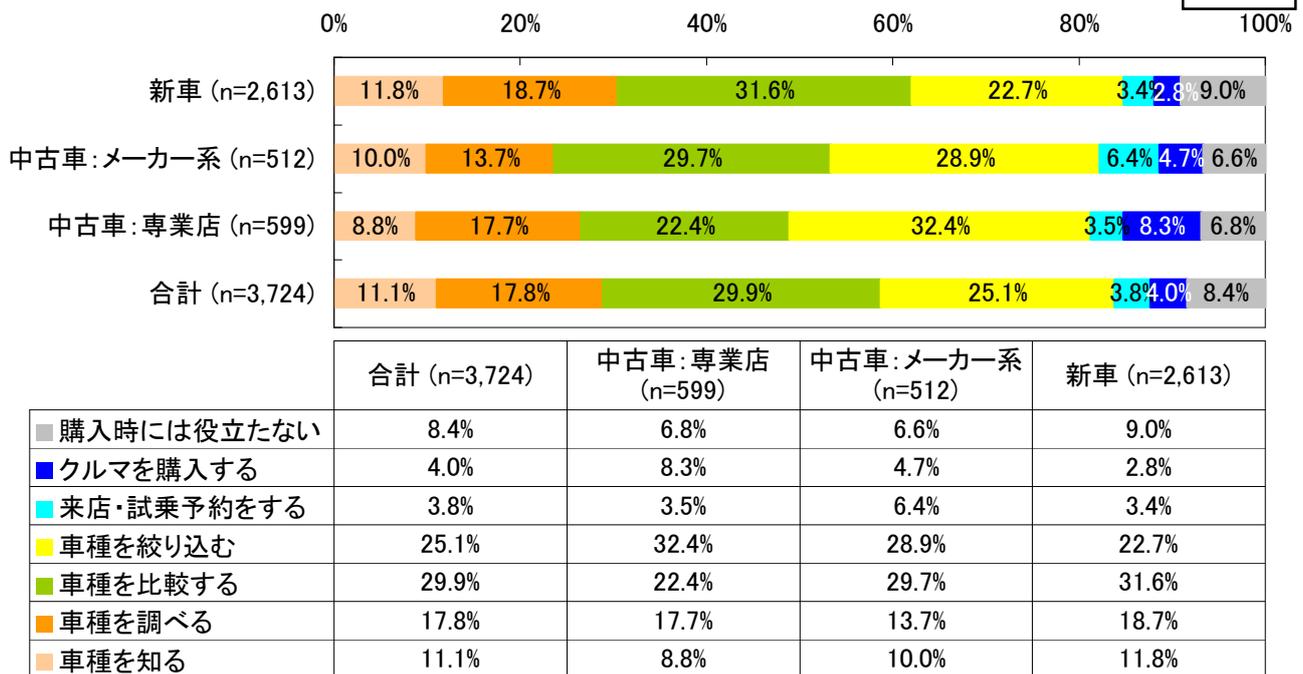
# 自動車関連Webサイトが役に立つステップ



9割以上のユーザーがクルマ購入時に自動車関連Webサイトを利用している。新車ユーザーは車種を比較するのに、中古車ユーザーは車種を絞り込むステップまで多く利用されている。  
**CUR 2009** と比較したが大きな差はなかった。

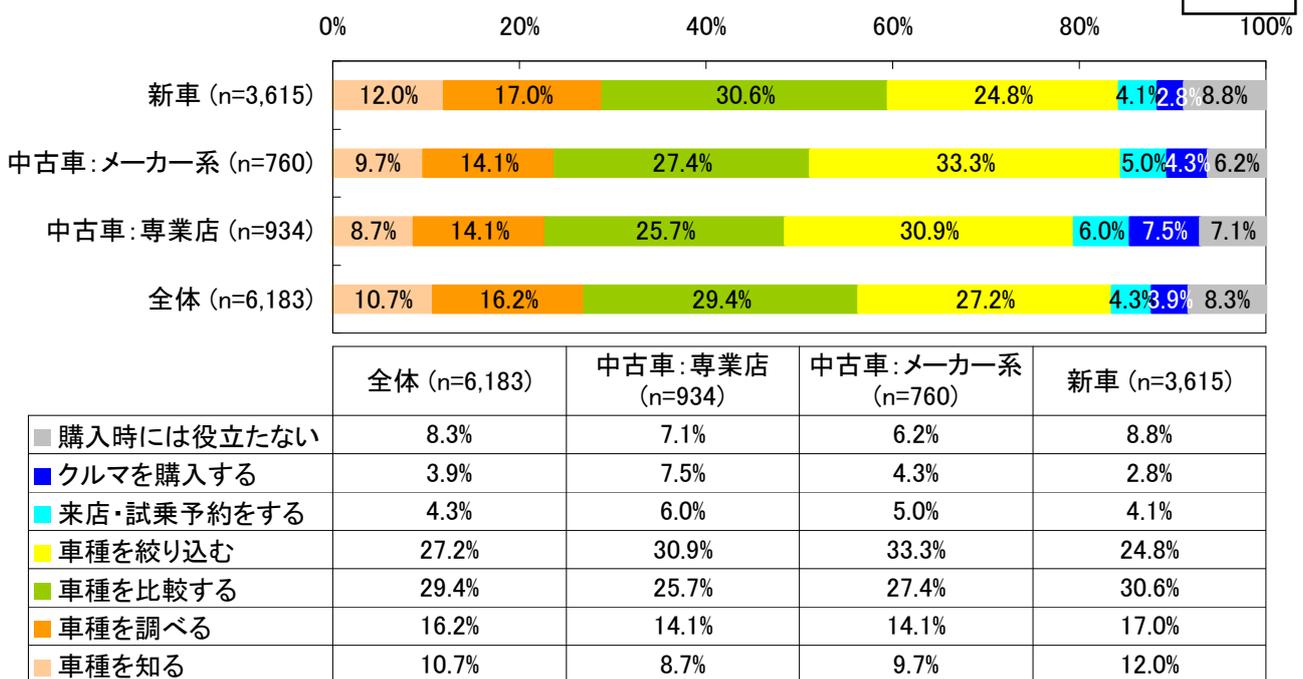
自動車関連Webサイトが役立つステップ\_クルマ購入時

SA



自動車関連Webサイトが役立つステップ\_クルマ購入時\_CUR2009

SA

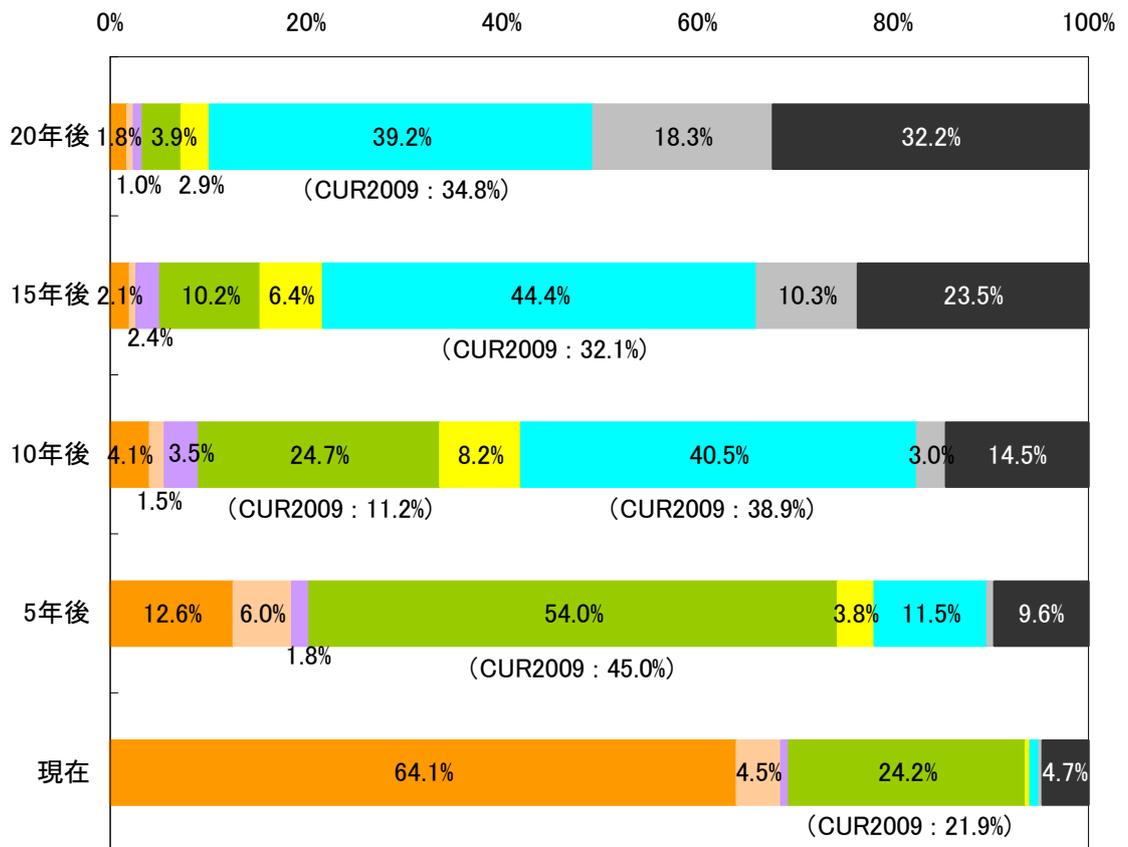


# 今後、主流となるべきクルマ



現在、主流なのはガソリン車であるが、5年後はハイブリッド車、10年後以降は4割以上のユーザーが「EV車が主流であるべき」と回答し、CUR 2009と比較しても大きく伸びている。

「販売価格」と「地球の環境への配慮」という点において主流となるべきクルマ MSA

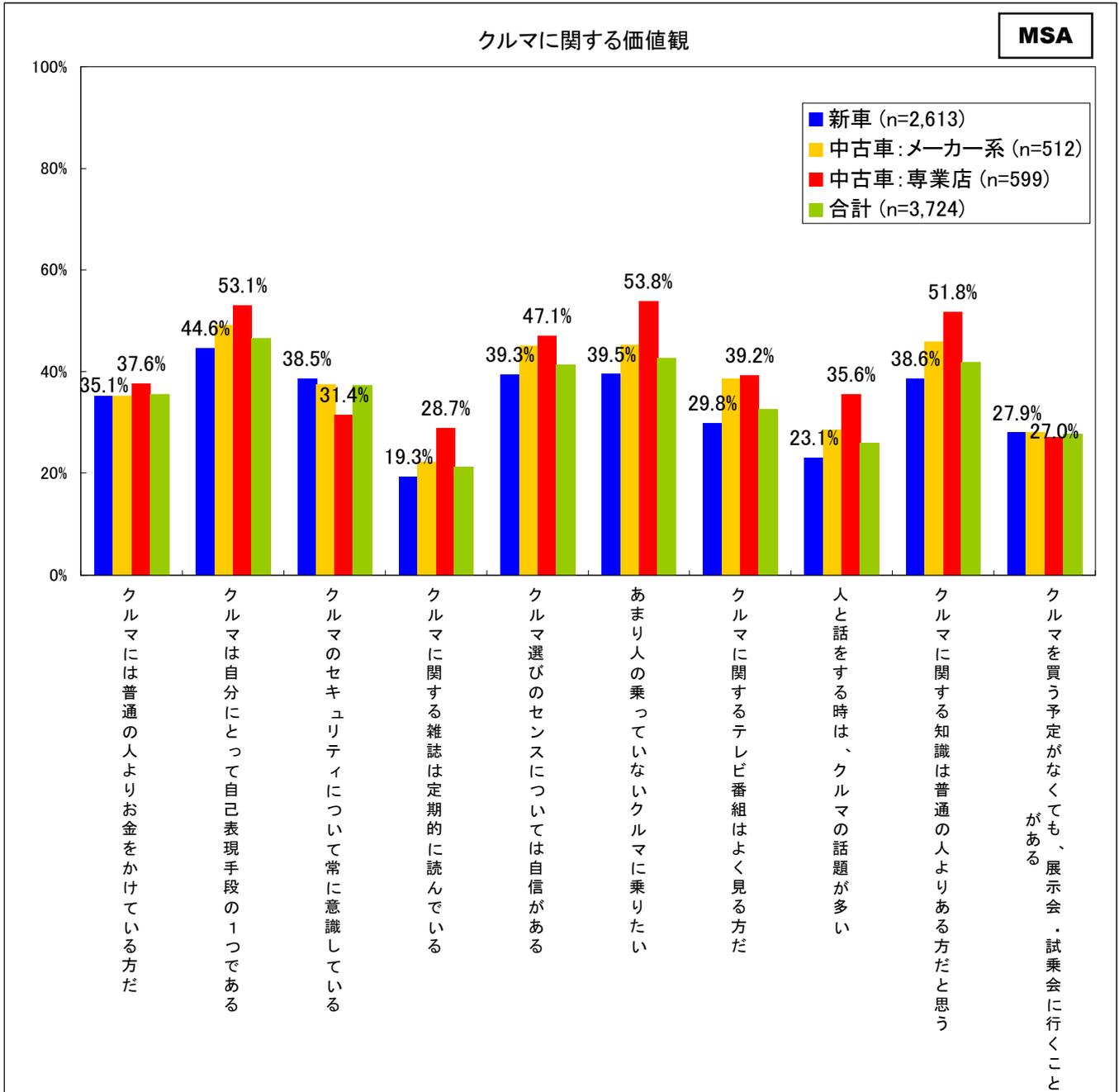


	現在	5年後	10年後	15年後	20年後
■ 分からない	4.7%	9.6%	14.5%	23.5%	32.2%
■ 上記以外の種類の車	0.3%	0.7%	3.0%	10.3%	18.3%
■ EV車 (電気自動車)	0.9%	11.5%	40.5%	44.4%	39.2%
■ バイオエタノール車	0.5%	3.8%	8.2%	6.4%	2.9%
■ ハイブリッド車	24.2%	54.0%	24.7%	10.2%	3.9%
■ エタノール車 (FFV)	0.8%	1.8%	3.5%	2.4%	1.0%
■ ディーゼル車	4.5%	6.0%	1.5%	0.6%	0.6%
■ ガソリン車	64.1%	12.6%	4.1%	2.1%	1.8%

# クルマに関する意識



選択肢「当てはまる」、「やや当てはまる」、「あまり当てはまらない」、「当てはまらない」から「当てはまる」、「やや当てはまる」を選択した比率を集計。中古車専門店でクルマを購入するユーザーは普段からクルマに対する関心が高いことが分かる。



## 問い合わせ先

ご覧頂いたレポートは「**Goo-net** ビジネス」でも公開しています。

**<http://www.goo-net.com/business/research/cur2010.html>**

「各商品・サービスの調査結果の詳細を知りたい」

「クロス集計表やローデータを入手したい」

といったお問い合わせ・ご要望は

株式会社プロトコーポレーション

マーケティング室

黛(まゆずみ)

**Tel.           03-3812-8200**

**e-mail        research@proto-g.co.jp**

までお願いします。