

2010年10月28日

報道関係者 各位

ソニー損害保険株式会社

～2010年 全国カーライフ実態調査 前編～

走行距離 月300km未満 「ちょい乗りドライバー」が 5割超**車の維持費 月平均「15,600円」****エコカー制度を利用して車を購入した 約6割****1年以内に買い替える予定の人 「ハイブリッド車」よりも「ガソリン車」**

「保険料は走る分だけの自動車保険」でおなじみのソニー損害保険株式会社（URL：<http://www.sonysonpo.co.jp/> 本社：東京都大田区蒲田5-37-1 アロマスクエア11F、代表取締役社長 山本真一）は、2010年10月8日～10月12日の5日間、自家用車を所有し、月に1回以上車を運転する18歳～59歳の男女に対し、カーライフ実態調査をインターネットリサーチで実施し、5,000名の有効回答を得ました。

アンケート総括

◆ 車の主な運転目的 関東・関西では「買い物・送迎」、地方では「通勤・通学」**◆ 走行距離 月300km未満 「ちょい乗りドライバー」が 5割超****◆ 車の維持費 月平均「15,600円」**

自家用車を所有し、月に1回以上車を運転する18歳～59歳の男女5,000名に、車の主な運転目的を単一回答形式で聞いたところ、「通勤・通学」44.7%、「日常の買い物・送迎」43.0%となり、この2つが主な運転目的となっていることがわかりました。（図1）

居住地域別でみると、関東地方や関西地方では「日常の買い物・送迎」が5割を超え（関東地方：50.7%、関西地方：50.3%）、その他の地方では「通勤・通学」の方が5割を超えており、地域によって主な運転目的の違いが見られました。（図2）

1ヵ月あたりの走行距離を聞いたところ、「100km未満」26.6%、「100km～300km未満」27.5%、「300km～500km未満」16.4%、「500km～1000km未満」17.7%、「1000km以上」11.9%となり、走行距離が月300km未満の「ちょい乗りドライバー」が5割超となりました。（図3）

1ヵ月あたりの車の維持費（※1）では、「5,000円～10,000円未満」が最も多く26.7%、続いて「10,000円～15,000円未満」23.1%、「15,000円～20,000円未満」16.0%となり、維持費の平均金額は15,600円（※2）となりました。（図4）

（※1）：保険料、ガソリン代・燃料代、駐車場代、修理代等のことで、税金、ローン返済、有料道路通行料は除きます。

（※2）：100円未満は四捨五入

また、車の諸経費で負担に感じるものを複数回答で聞いたところ、最も多かったのは「車検・点検費」で65.3%、続いて「自動車税」で55.3%となりました。「車検・点検費」や「自動車税」は、

1 回の支払額が高いため、負担に感じる人が多いのかもしれませんが、続いて多かったのは、「ガソリン代・燃料代」50.0%、「自動車保険料」47.2%、「駐車場代」23.0%となっています。(図5)
「ガソリン代」では、走行距離が長い人ほど負担に感じている人が多いようですが、「自動車保険料」においては、走行距離にかかわらず、4割半～5割の人が負担に思っているようです。(図6)

「車検」や「自動車税」などの固定費を節約するのは難しいですが、「自動車保険料」は見直しなどで安くなる可能性がありますので、一度見直しを検討してみてもよいかもしれません。

◆ エコカー制度を利用して車を購入した 約6割

全回答者 5,000 名に対し、主に運転している車の保有期間を聞いたところ、「1年～3年未満」で27.7%、「3年～5年未満」21.4%、「5年～8年未満」20.4%となり、「10年以上」も1割いることがわかりました。(図7)

車の購入に関して、2009年4月から「エコカー減税」や「エコカー補助金」といった特例措置が導入されました。また、「エコカー補助金」においては9月末までの予定が、駆け込み購入により9月7日の申請受理分で打ち切りとなったことなどが、話題となりました。

そこで、保有期間が1年未満の592名に対し、「エコカー減税」や「エコカー補助金」の対象だったかを聞いたところ、47.3%が「“エコカー減税”と“エコカー補助金”の両方」の対象だったと回答しました。「“エコカー減税”と“エコカー補助金”の両方」、「“エコカー減税”のみ」、「“エコカー補助金”のみ」と回答した人を合わせると、58.6%となり、約6割の人が今回のエコカー制度を活用して車を購入していることがわかりました。(図8)

◆ 車を買った理由は？ 「保有期間」、「故障箇所」、「車検時期」

◆ 次買うなら「ハイブリッド車」 約4割

1年以内に買い替える予定の人では「ハイブリッド車」よりも「ガソリン車」

全回答者 5,000 名に対し、主に運転している現在の車に買い替えた理由を複数回答で聞いたところ、「保有期間が長くなったため」(20.9%)、「故障箇所が多くなったため」(20.2%)、「車検の時期が来たため」(19.3%)の3項目が2割前後となりました。(図9)

保有期間別にみると、1年未満の人(592名)では、「エコカー減税・補助金制度があったため」が27.9%と最も高く、補助金制度が車の買い替えに関して大きな要因となっていたことがうかがえます。(図10)

今後、車を買って替える予定があるか聞いたところ、「半年以内」2.5%、「1年以内」5.4%、「2年以内」11.6%、「3年以内」12.7%、「5年以内」18.7%となり、すべて合わせた「今後5年以内に買い替える予定がある人」の割合は50.9%となりました。「それ以降(5年1ヵ月以降)」は45.7%、「買い替えはせず、手放す予定」は3.5%となっています。(図11)

保有期間別にみると、8年以上保有している人においても「それ以降(5年1ヵ月以降)」は29.7%となっており、約3割の人があと5年は今の車を使い続けると考えているようです。

車を「買い替えはせず、手放す予定」以外の4,825名に対し、次に買い替える時に購入したい車のタイプを聞いたところ、「ハイブリッド自動車(以下、ハイブリッド車)」が最も高く39.6%となりました。「わからない」も29.1%あり、今後どのタイプの自動車主流になってくるかで悩んでいる人もいないのでしょうか。

全体ではハイブリッド車が人気となっていましたが、買い替える予定が「半年以内」では、「ガソリン自動車(以下、ガソリン車)」57.3%、「ハイブリッド車」28.2%、また「1年以内」でも「ガソリン車」が43.3%と、「ハイブリッド車」の38.9%よりも高くなっており、「ガソリン車」に軍配が上がっています。

買い替える予定が1年よりも先と回答した人は、いずれも「ハイブリット車」のほうが多い結果となっているため、車種が増えて、ハイブリット車が主流になってから買いたいと考えている人が多いのかもしれません。（図12）

◆ エコドライブ実施率 9割超

全回答者5,000名に対し、実施しているエコドライブを複数回答で聞いたところ、「発進時に緩やかにアクセルを踏む」60.7%、「早めにアクセルを離し、エンジンプレーキを使う」51.8%、「加減速の少ない運転をする」51.1%の3項目が5割を超えました。「実施しているものはない」は6.5%となり、9割以上の方が何かしらのエコドライブを実施していることがわかりました。

男女別にみると、「交通の妨げになる路上駐車はしない」では、男性22.8%、女性34.0%と10ポイント以上女性が高く、「タイヤの空気圧をこまめにチェックする」では、男性で25.1%、女性で13.7%と10ポイント以上男性が高くなっています。（図13）

◆ 関東・関西で高いETC搭載率 北海道で低く3割強

◆ 車での旅行計画の話題が「増えた」 10代・20代女性で 4割強

全回答者5,000名に対し、主に運転している車はETCを搭載しているか聞いたところ、「搭載している」は59.8%となり、6割がETCを搭載していることがわかりました。男女別でみた搭載率は、男性で70.1%、女性で49.4%と男性が高くなっています。また、地域別での搭載率は、関東地方では6割半、関西地方では7割弱と、他の地域よりも高く、一方で北海道地方は3割強と最も低くなっています。（図14）

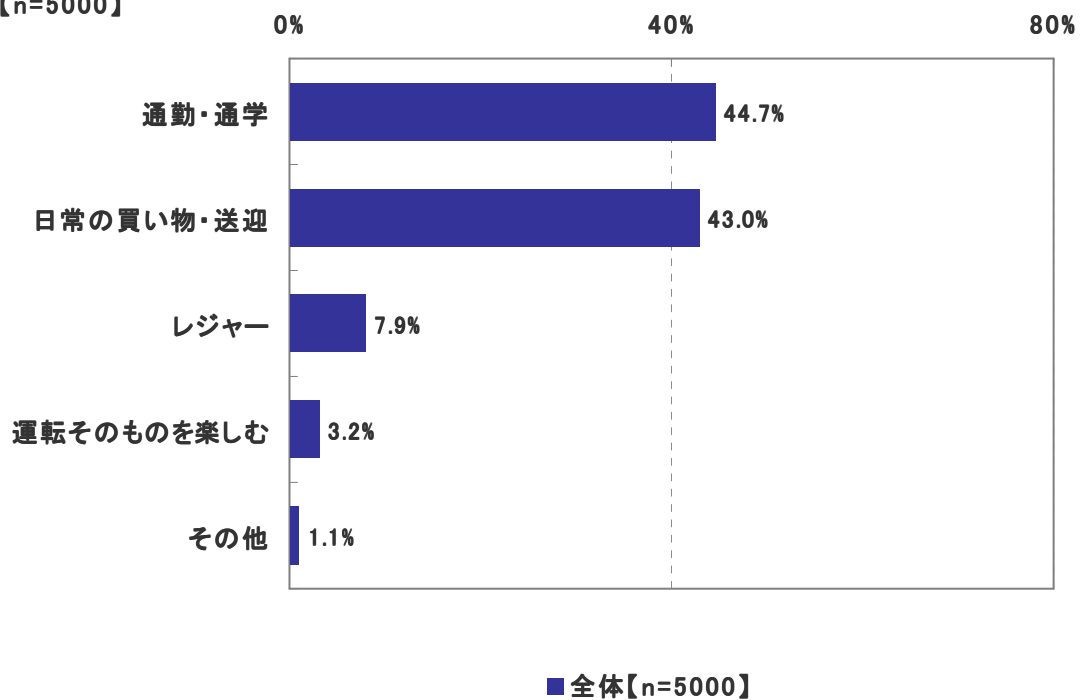
2009年3月28日からの高速道路ETC休日割引導入後、「電車やバスの利用」、「車での走行距離」、「高速道路の利用回数」、「カーナビの利用」、「車での旅行計画の話題」の項目においてどのような変化があったか聞きました。

それぞれの「増えた」と回答した割合を多い順番にみると、「高速道路の利用回数」34.4%、「車での旅行計画の話題」30.2%、「車での走行距離」25.5%、「カーナビの利用」24.2%となりました。一方、「電車やバスの利用」は約9割の人が「変わらない」と回答しており、移動手段が電車やバスから車に移行したというより、車での移動機会が増えていると考えられます。（図15）

「車での旅行計画の話題」では、10代・20代の女性で「増えた」の割合が42.6%と、同年代の男性に比べても8.0ポイント高く、車をうまく利用して、カーライフを楽しんでいる様子が見えがえる結果となりました。（図16）

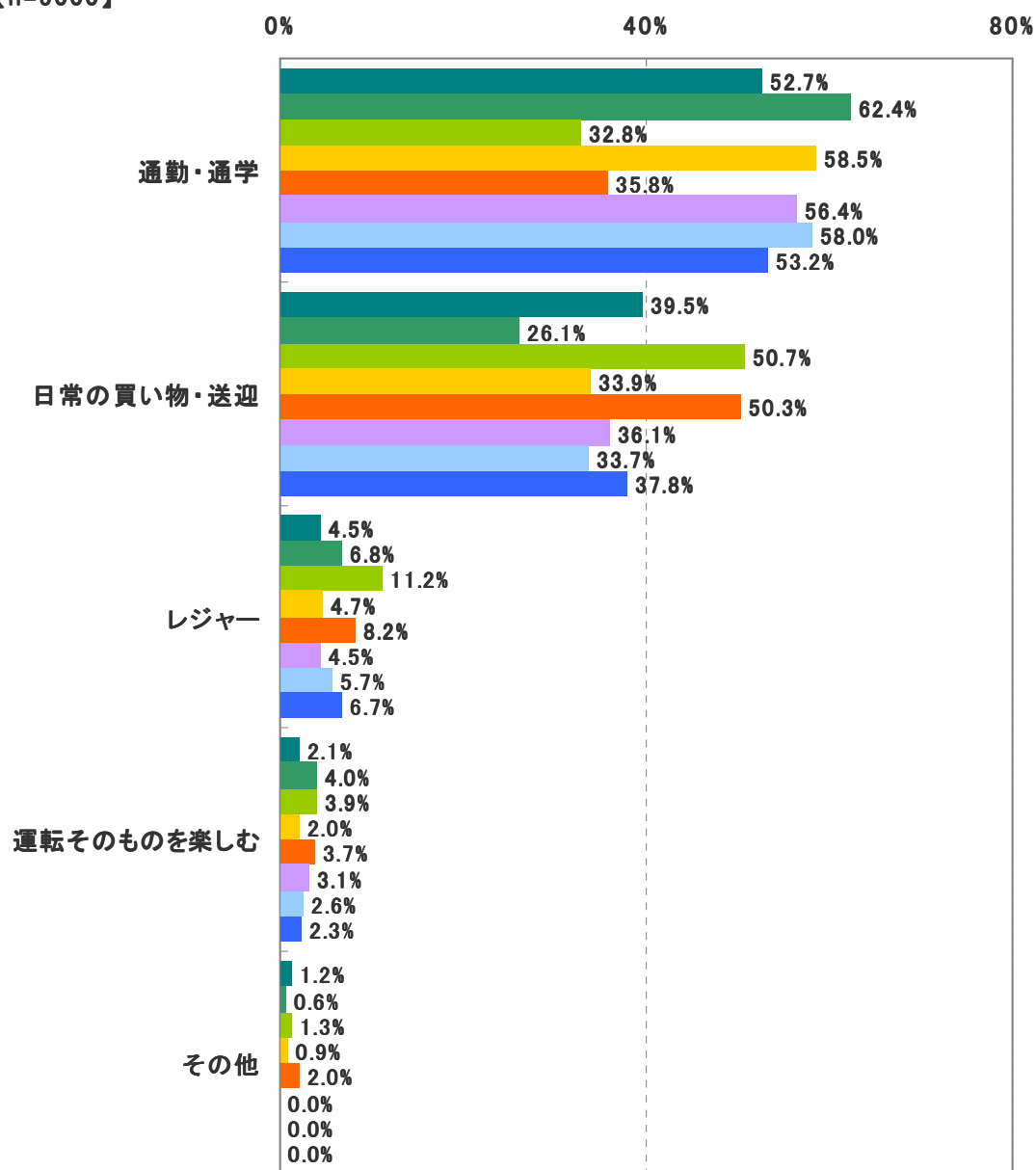
(図1)

◆主な運転目的
 ※単一回答形式
 【n=5000】



(図 2)

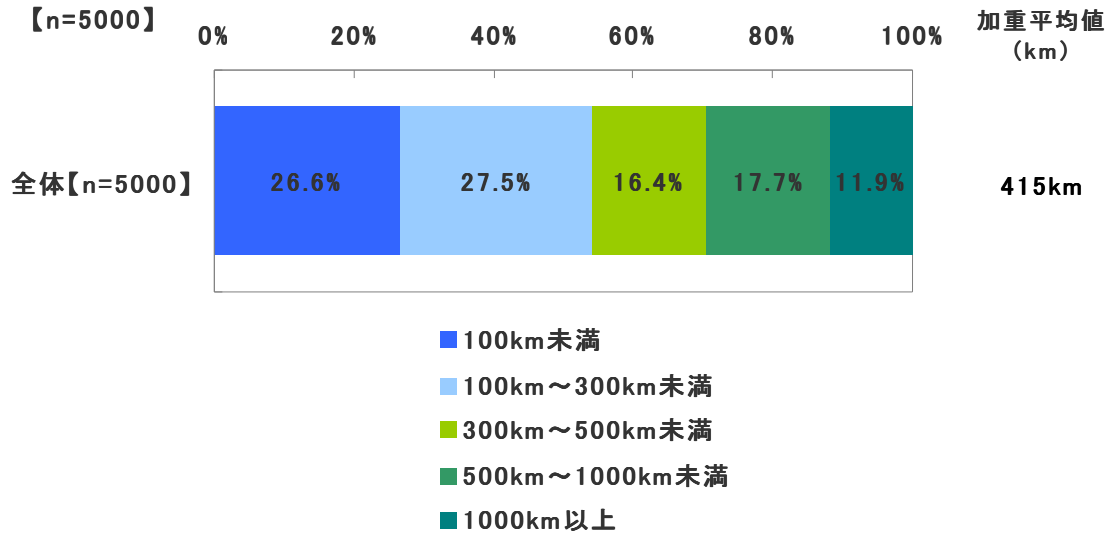
◆主な運転目的 <居住地別>
 ※単一回答形式
 【n=5000】



- 北海道地方【n=243】
- 東北地方【n=322】
- 関東地方【n=1749】
- 中部地方【n=850】
- 関西地方【n=916】
- 中国地方【n=291】
- 四国地方【n=193】
- 九州・沖縄地方【n=436】

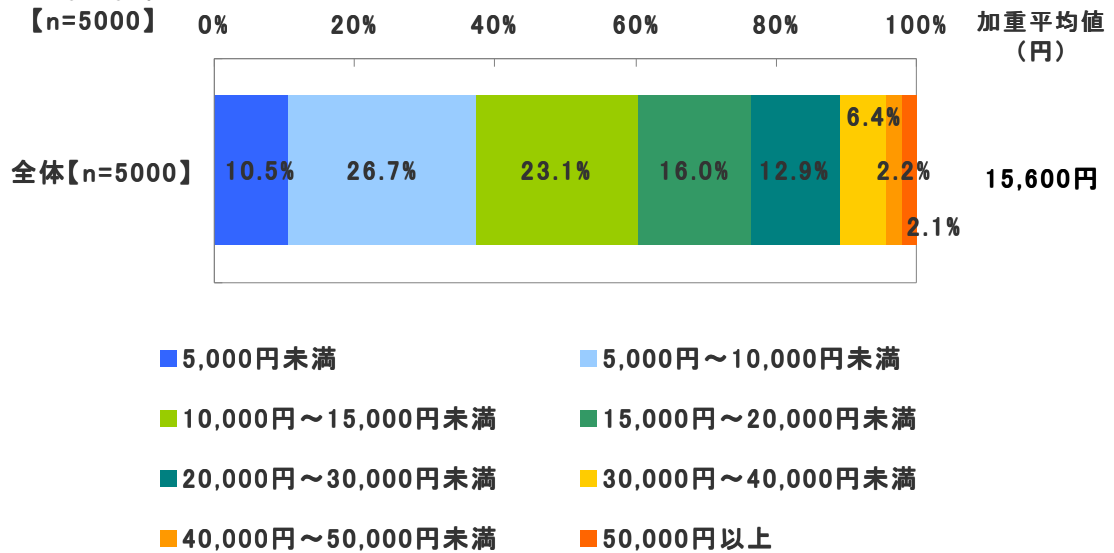
(図 3)

◆1ヵ月あたりの走行距離
※単一回答形式
【n=5000】



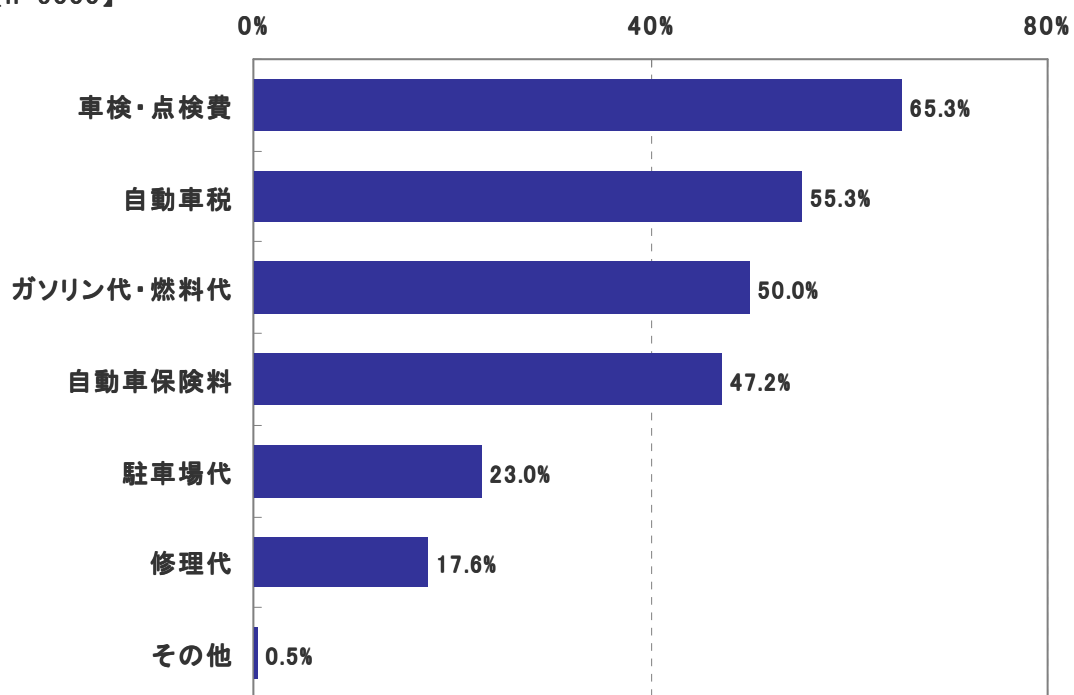
(図 4)

◆1ヵ月あたりの維持費
※単一回答形式
【n=5000】



(図 5)

◆車の諸経費で負担に感じるもの
 ※複数回答形式
 【n=5000】



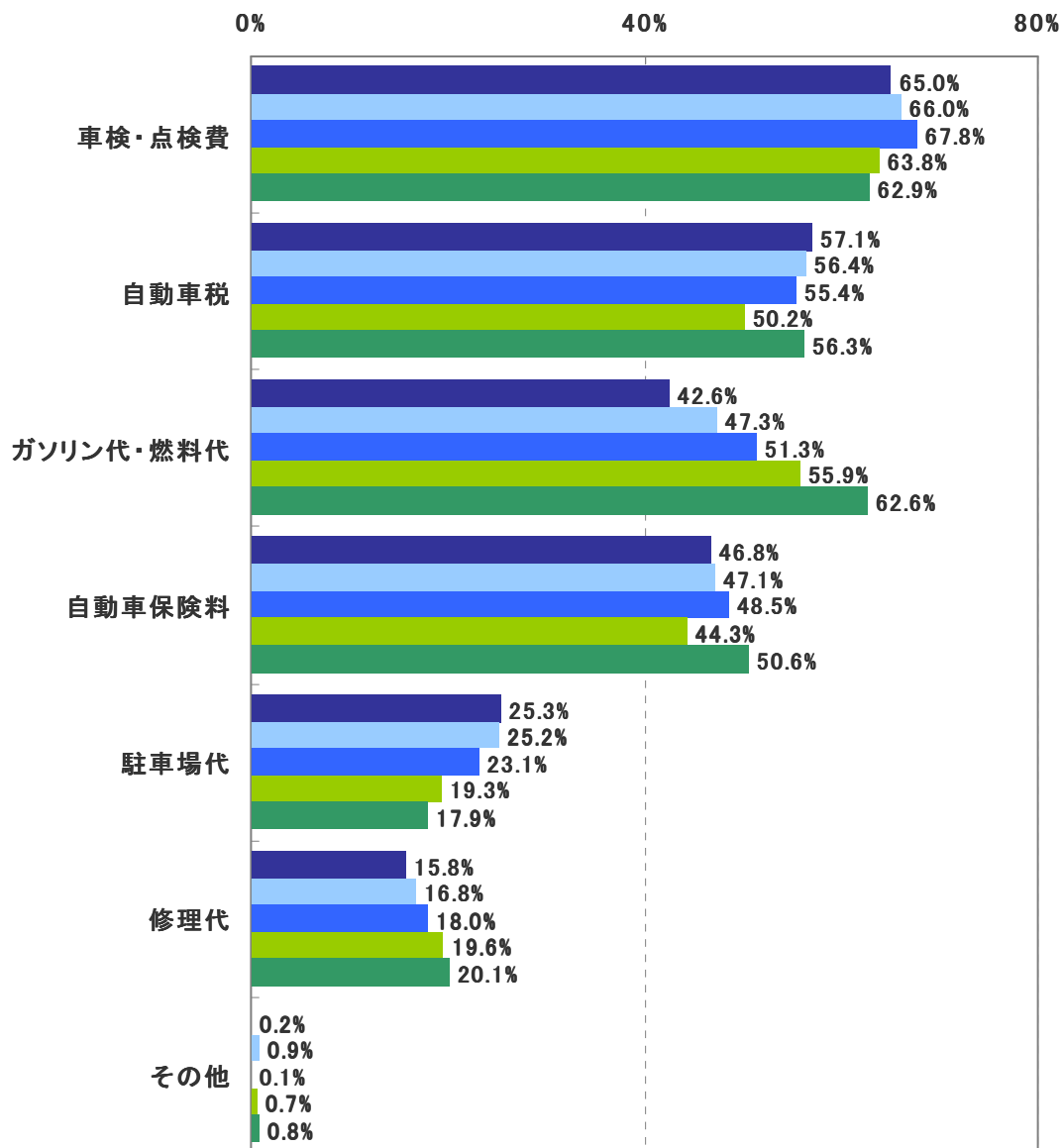
■ 全体【n=5000】

(図 6)

◆車の諸経費で負担に感じるもの <月間走行距離別>

※複数回答形式

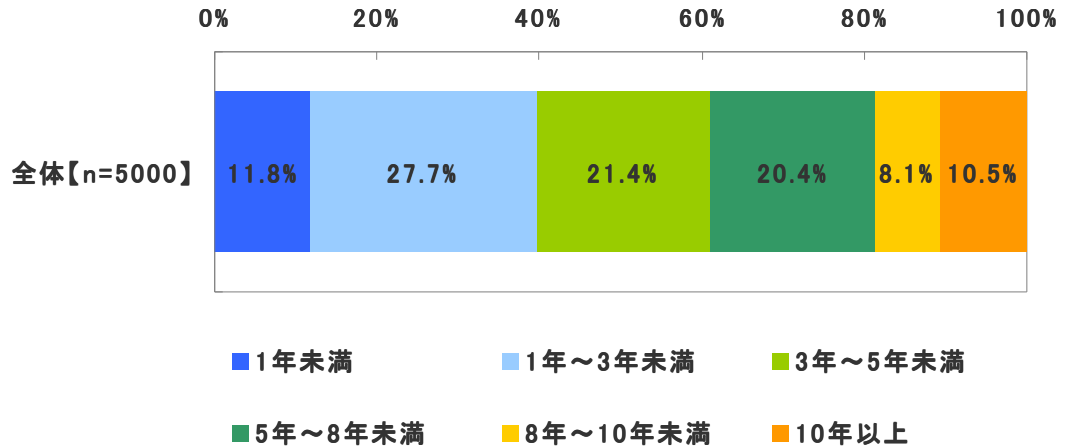
【n=5000】



- 100km未満【n=1330】
- 100km～300km未満【n=1373】
- 300km～500km未満【n=821】
- 500km～1000km未満【n=883】
- 1000km以上【n=593】

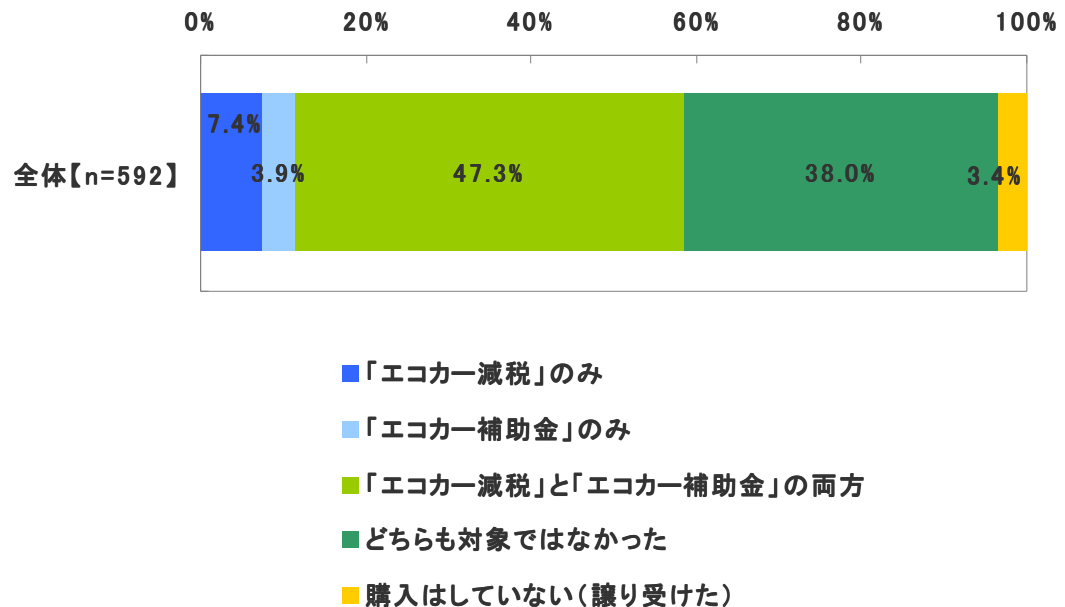
(図 7)

◆主に運転している車の保有期間
 ※単一回答形式
 【n=5000】



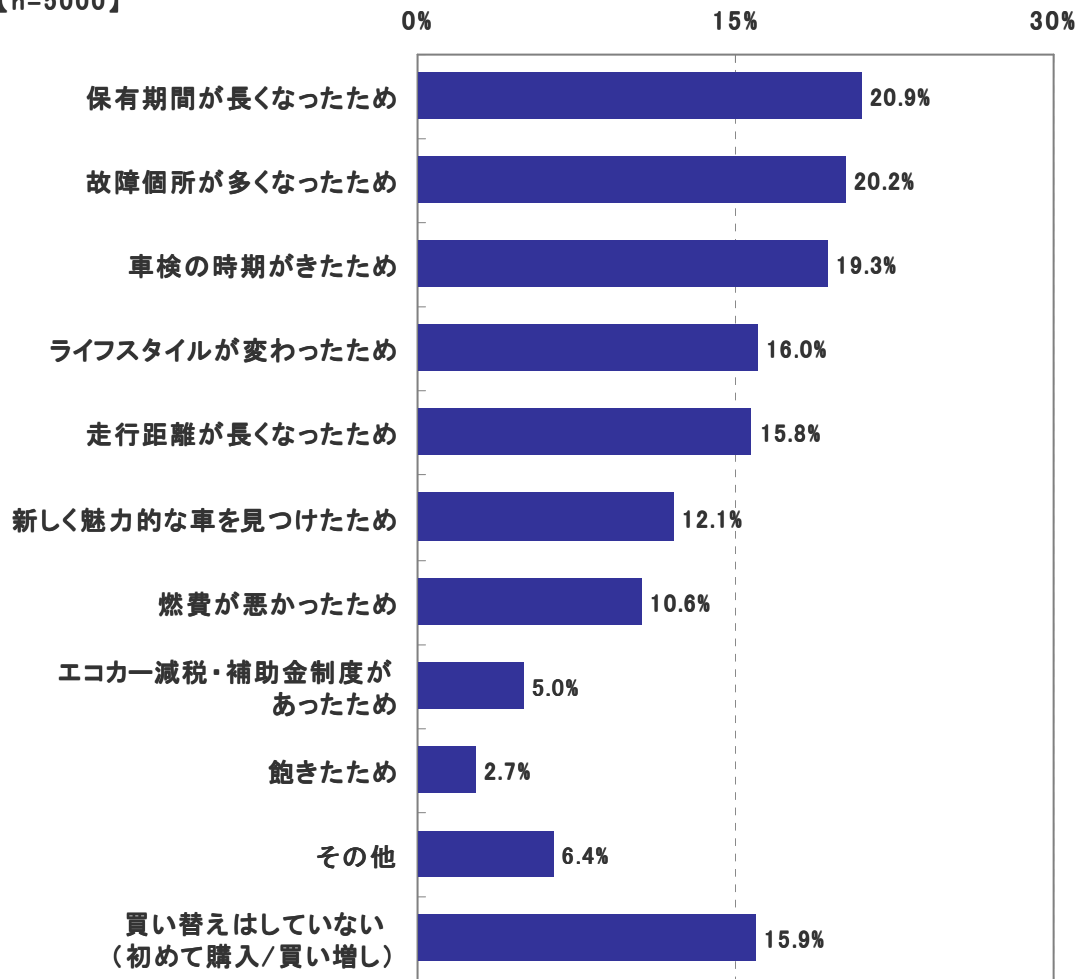
(図 8)

◆車を購入する際、「エコカー減税」や「エコカー補助金」の対象だったか
 ※単一回答形式
 【n=592】



（図 9）

◆現在の車に買い替えた理由
 ※複数回答形式
 【n=5000】



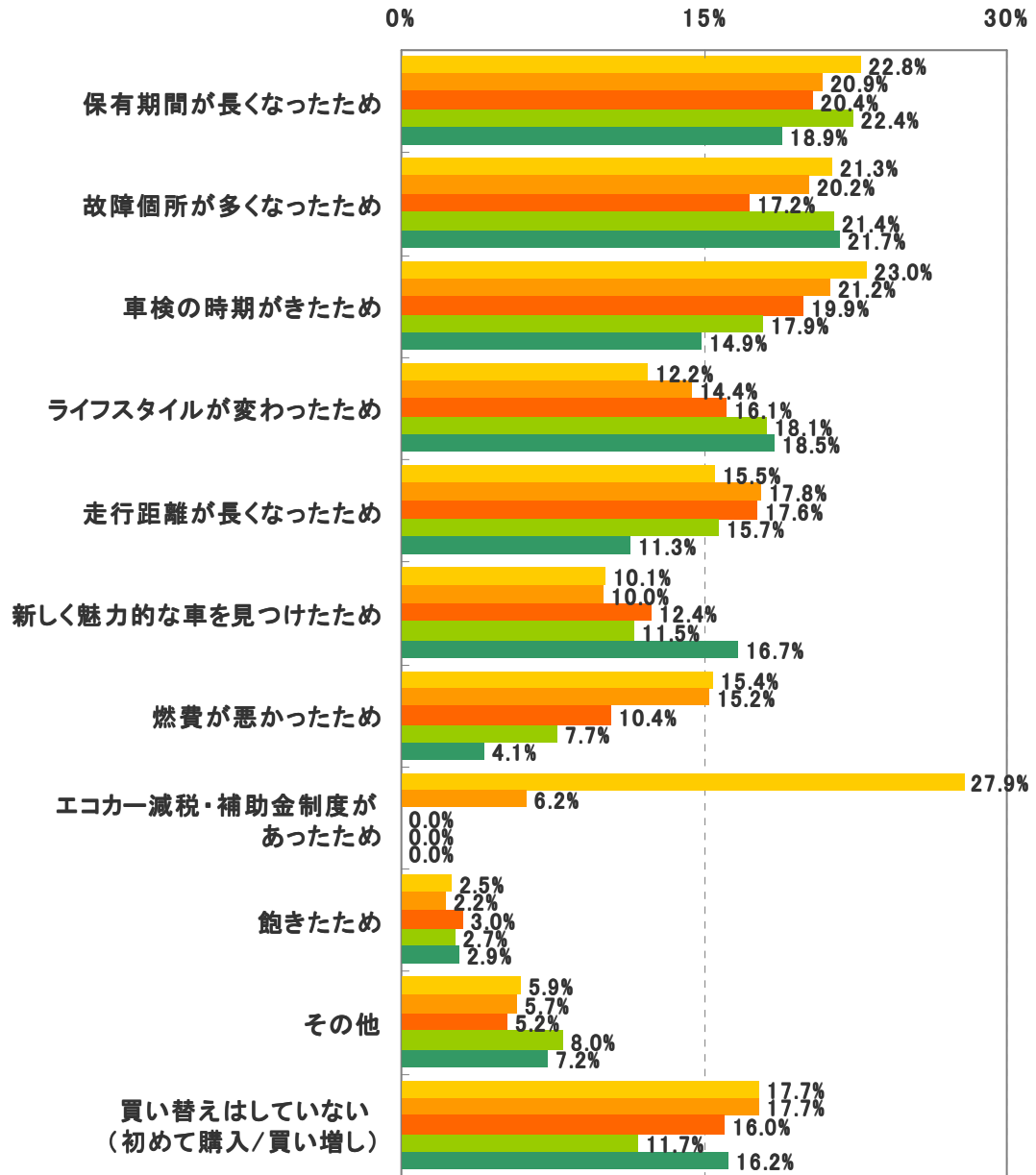
■ 全体【n=5000】

(図 10)

◆現在の車に買い替えた理由 <保有期間別>

※複数回答形式

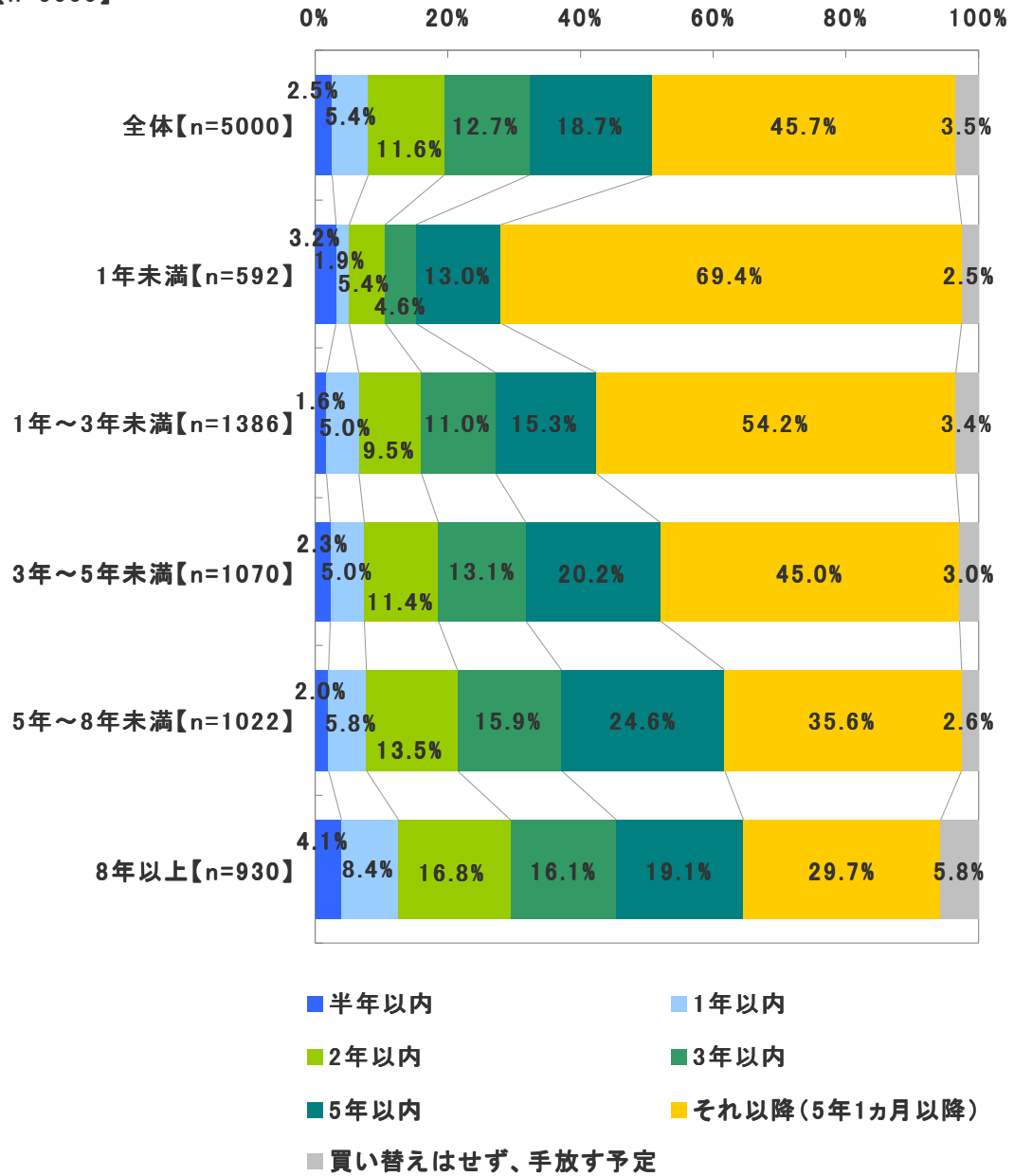
【n=5000】



■ 1年未満【n=592】 ■ 1年～3年未満【n=1386】
 ■ 3年～5年未満【n=1070】 ■ 5年～8年未満【n=1022】
 ■ 8年以上【n=930】

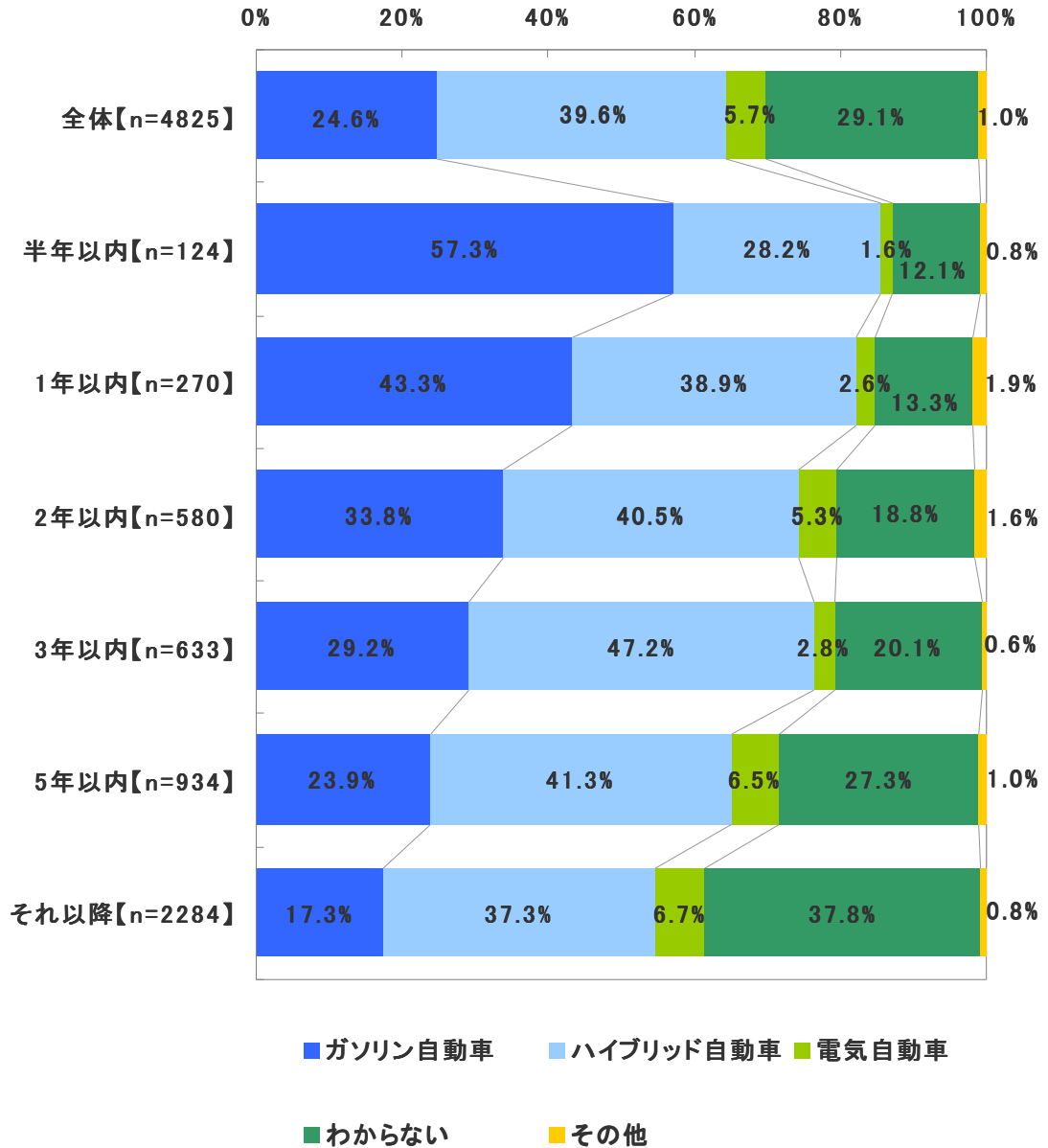
(図 11)

◆買い替え予定の時期 <保有期間別>
 ※単一回答形式
 【n=5000】



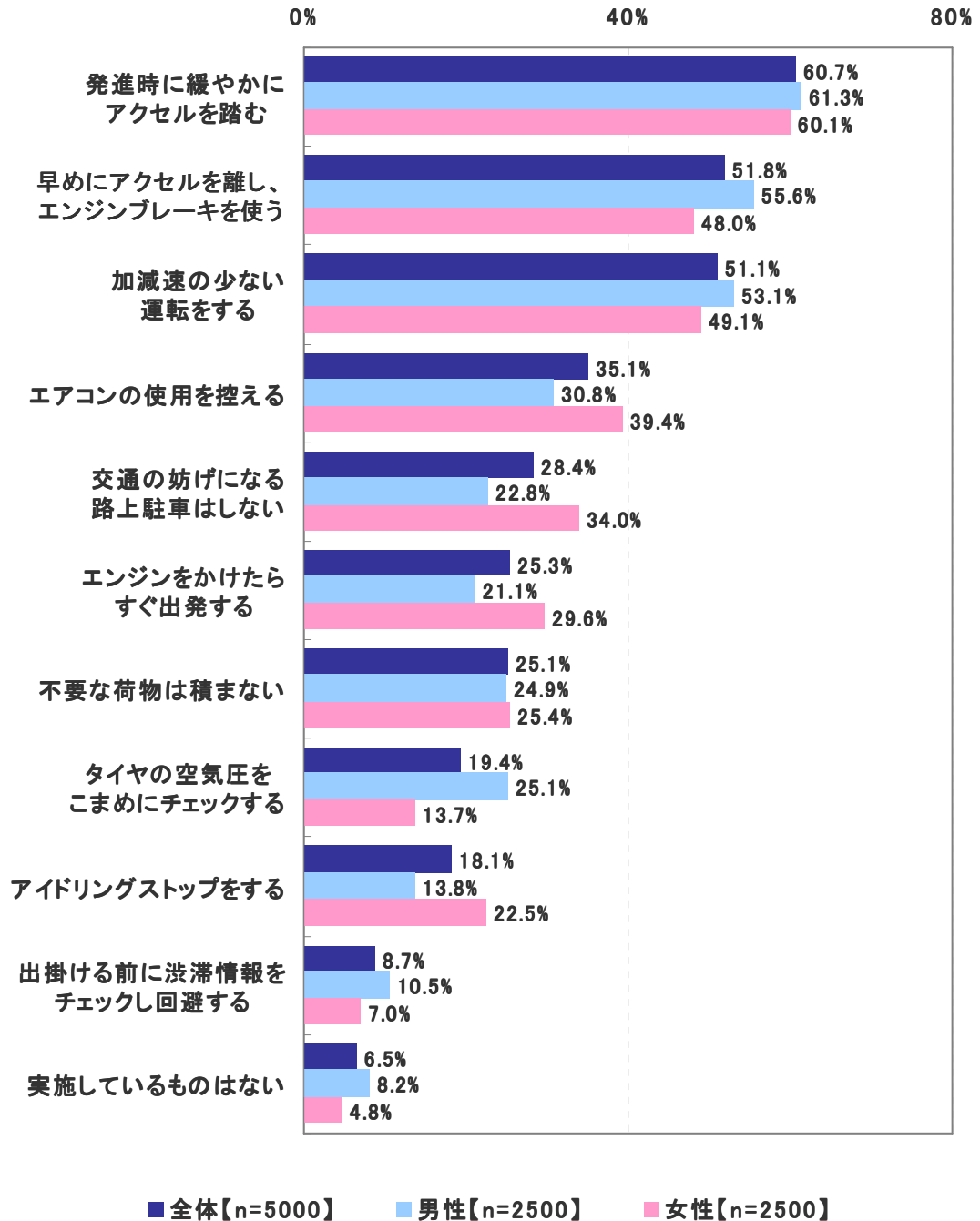
(図 12)

◆次に車を買替える時に購入したい車のタイプ
 <買い替え予定時期別> ※単一回答形式
 【車を買替える予定がある人 n=4825】



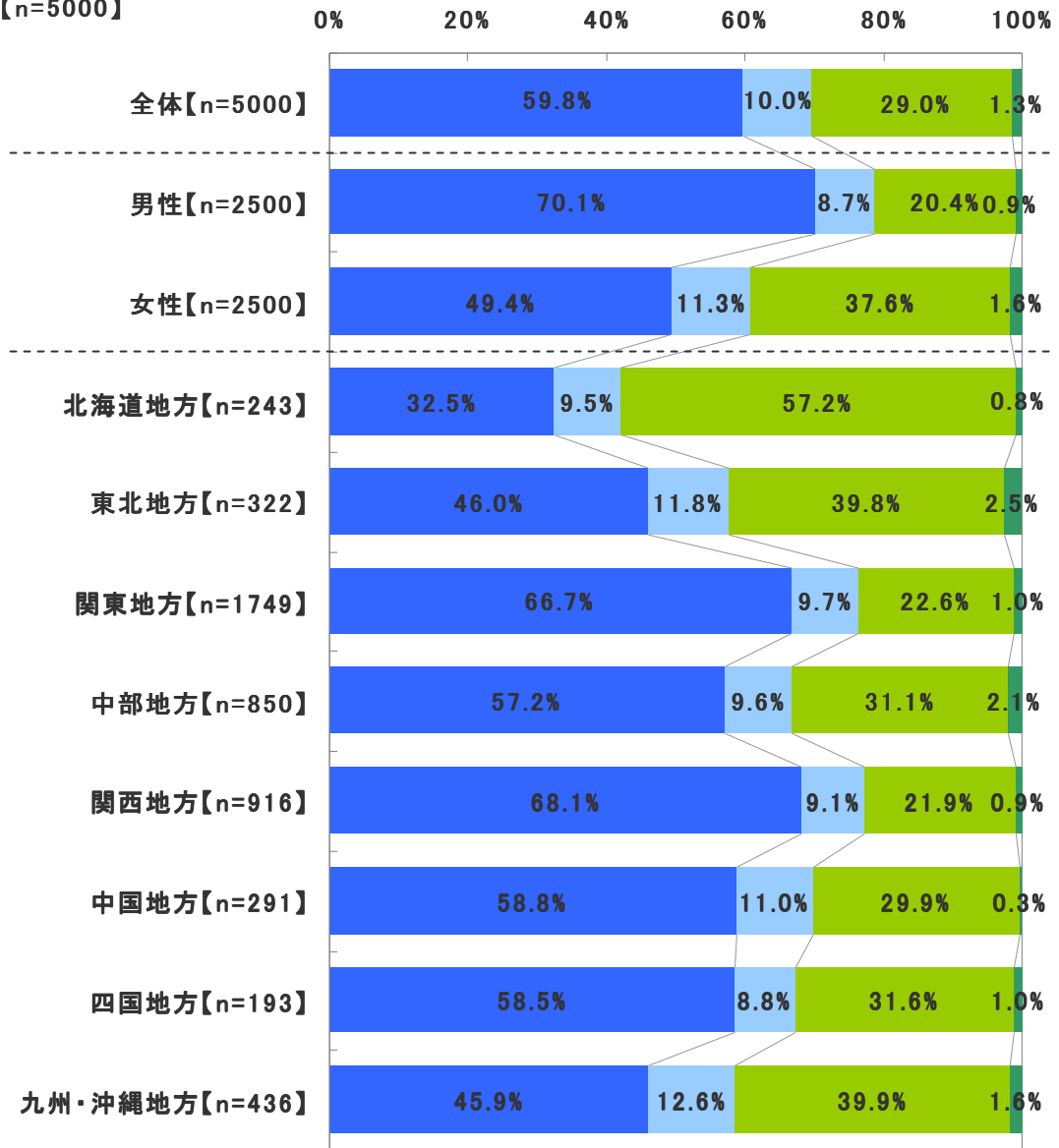
(図 13)

◆実施しているエコドライブ
 ※複数回答形式
 【n=5000】



(図 14)

◆ETC搭載状況
※単一回答形式
【n=5000】



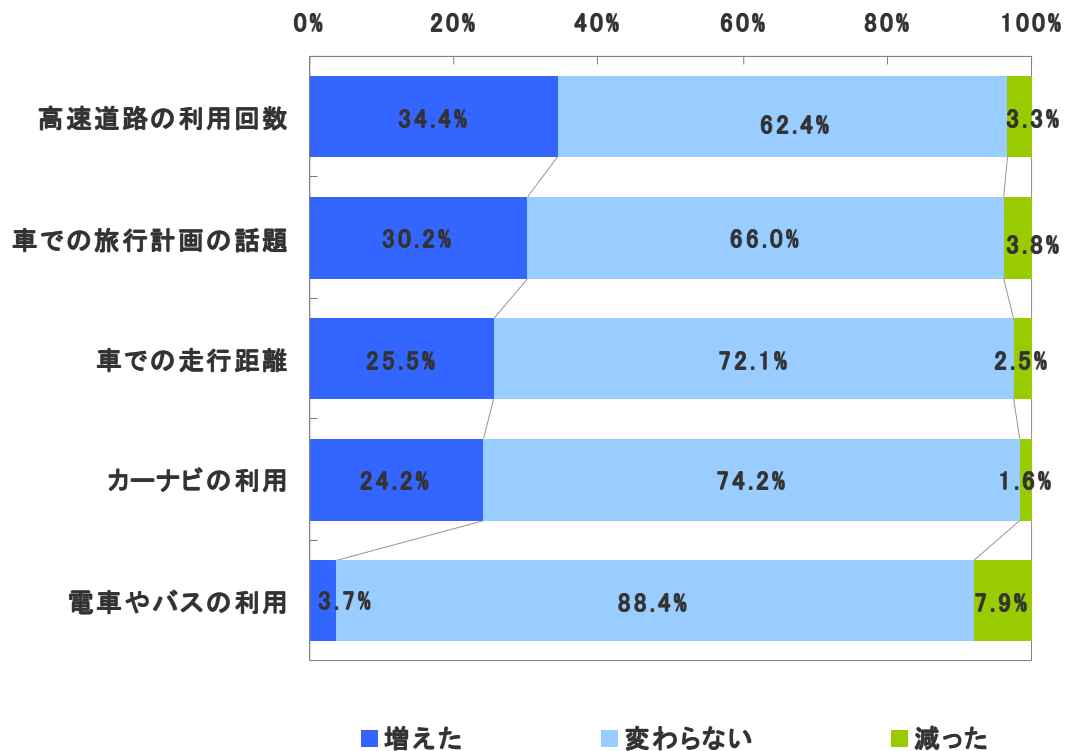
- 搭載している
- 搭載予定
- 搭載するつもりはない
- 以前搭載していたが今は搭載していない

（図 15）

◆高速道路ETC休日割引導入後の変化

※単一回答形式

【n=5000】

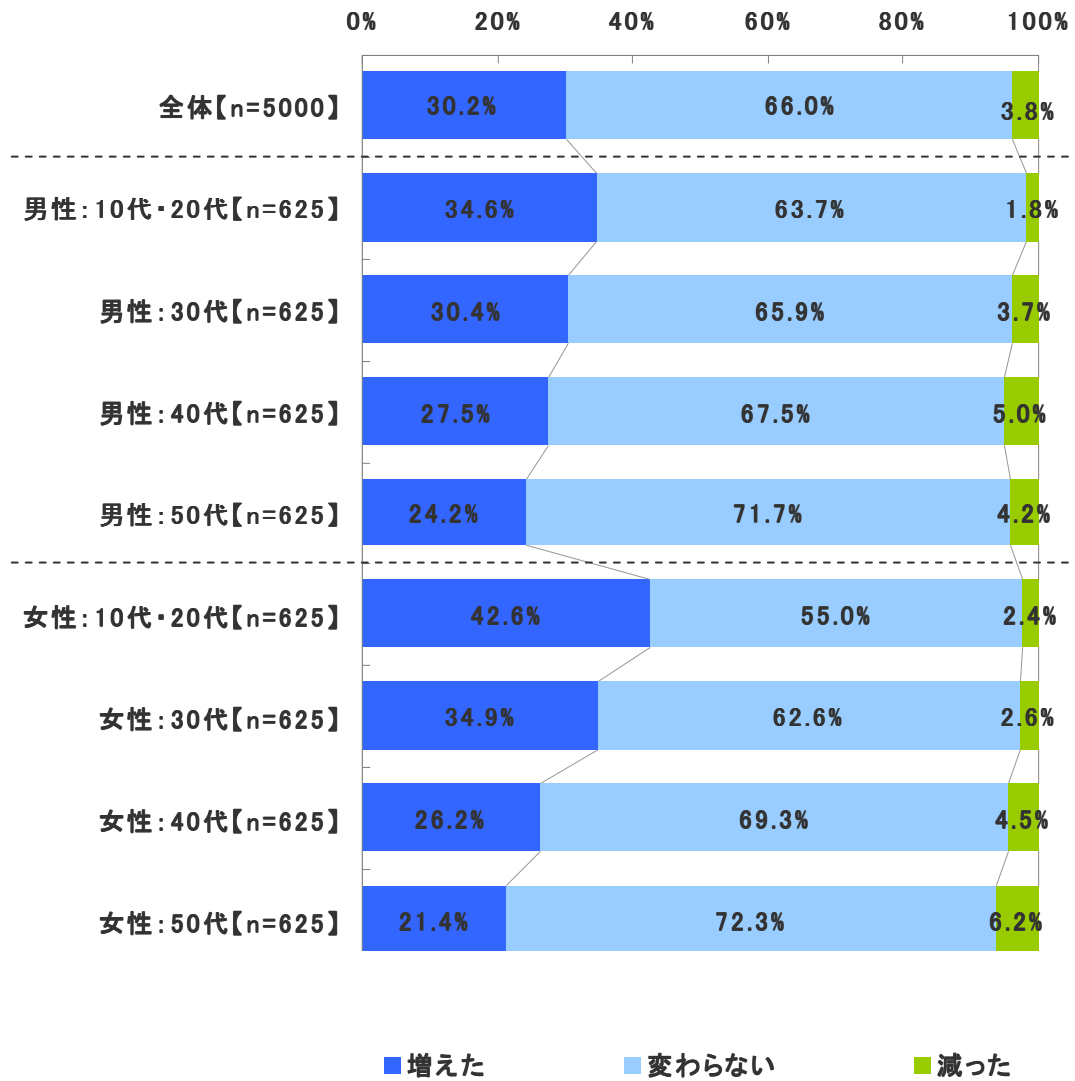


(図 16)

◆ 高速道路ETC休日割引導入後の変化: 車での旅行計画の話題

※ 単一回答形式

【n=5000】



◆調査概要◆

- ◆調査タイトル：2010年 全国カーライフ実態調査
- ◆調査対象：ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
自家用車を所有し、月に1回以上車を運転する18歳～59歳の男女
- ◆調査期間：2010年10月8日～10月12日
- ◆調査方法：インターネット調査
- ◆調査地域：全国
- ◆有効回答数：5,000サンプル（有効回答母数から5,000サンプルを抽出）
- ◆実施機関：ネットエイジア株式会社

調査協力会社 : ネットエイジア株式会社 (担当: 渡邊)

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、「ソニー損保調べ」と付記のうえご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

ソニー損害保険株式会社 ダイレクトマーケティング部 宮下
TEL : 03-5744-8914
Eメール : miyashita-t@sonysonpo.co.jp
受付時間 : 9時～17時30分(月～金)

■■会社概要■■

会社名 : ソニー損害保険株式会社
代表者名 : 代表取締役社長 山本真一
設立 : 1998年6月10日
(ソニーインシュアランスプランニング株式会社として設立)
所在地 : 東京都大田区蒲田 5-37-1 アロマスクエア 11F
業務内容 : 損害保険業

ソニー損保のスローガンは『“Feel the Difference”～この違いが、保険を変えていく。～』です。お客様にとって価値ある「違い＝Difference」をビジネスのあらゆる領域において創造し、お客様に提供していこうという私たちの意思を表しています。また、お客様にとって少しでも価値ある情報を提供できるよう、「お客様とソニー損保のコミュニケーションサイト」を設置して、お客様の評価やお客様の声、担当者の取組み(不満ゼロへの挑戦)、保険に関するさまざまな情報(保険プロムナード)を提供しています。ソニー損保ならではの違いを感じていただければ幸いです。

- ◆ 会社および商品の詳細は <http://www.sonysonpo.co.jp/> をご覧ください。