

2016年1月5日

報道関係者 各位

ソニー損害保険株式会社

～2016年 新成人のカーライフ意識調査～

【新成人の免許保有／車所有実態】新成人の運転免許保有率 55%「オートマ限定」の比率は4年で12.7ポイント増加新成人のマイカー所有率 13% 都市部では昨年比3ポイント増加**【“若者の車離れ”意識】**都市部の新成人で「車への興味」や「憧れ」が回復傾向一方で、「車を所有する経済的な余裕がない」72%**【カーライフのコスト意識】**新成人の5割半「カーライフに掛けられるお金は1ヵ月1万円以下」マイカー持ちの新成人「カーナビはスマホのナビアプリで十分」3割半**【新成人にとっての車の価値】**車に対するイメージを表す漢字 1位「楽」車は高嶺の花？ 車のイメージを表す漢字で今年は「高」が大幅上昇ドライブデートに軽自動車「アリだと思う」新成人女性の8割**【新成人に人気の車ランキング】**新成人が欲しい車 総合1位は「アクア」、男性1位は「BMW」、女性1位は「タント」**【一緒にドライブしたい新成人】**総合1位「大原 櫻子」さん、2位「橋本 愛」さん、3位「小倉 唯」さん男性の上位にプロ野球選手の「森 友哉」さん、女性の上位にジャニーズ Jr.「岸 優太」さん

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 丹羽淳雄) は、2015年11月21日～11月30日の10日間、今年の新成人(1995年4月2日～1996年4月1日生まれ)に対し、新成人のカーライフ意識調査をインターネットリサーチで実施し、1,000名の有効回答を得ました。

アンケート総括**【新成人の免許保有／車所有実態】**

- ◆ 新成人の運転免許保有率 55%
- ◆ 「オートマ限定」の比率は4年で12.7ポイント増加
- ◆ 新成人のマイカー所有率 13% 都市部では昨年比3ポイント増加

今年の新成人(1995年4月2日～1996年4月1日生まれ)1,000名に、普通自動車運転免許の保有状況を聞いたところ、「普通自動車免許を持っている(オートマ限定)」が32.3%、「普通自動車免許を持っている(マニュアル)」が22.5%となり、合計で運転免許の保有率は54.8%となりました。

男女別に運転免許保有率をみると、男性は58.8%で女性(50.8%)に比べて高くなりました。居住

地別では、都市部 (※1) では 44.1%、地方では 58.2%となっています。(図 1)

※1: 市・区における人口ランキングの上位都市(1位~8位)である、北海道札幌市、東京都 23 区、神奈川県横浜市、愛知県名古屋、京都府京都市、大阪府大阪市、兵庫県神戸市、福岡県福岡市を「都市部」とし、それ以外を「地方」とした。

また、オートマ限定の運転免許とマニュアルの運転免許の比率を過去の調査結果(2012年~2015年新成人)と比較すると、「オートマ限定の運転免許」の比率が年々増加している傾向がみられ、4年前の新成人よりも 12.7ポイント高く(2012年 46.2%→2016年 58.9%)となりました。“運転免許はオートマ限定で十分”だと考える方が徐々に増えているようです。(図 2)

続いて、全回答者 1,000 名に対し、車(バイクを除く)の所有状況を聞いたところ、「自分の車を持っている」が 12.5%、「自分の車を購入する予定がある」が 8.5%、「購入する予定はないが、いずれは欲しい」が 50.4%、「購入するつもりはない」が 28.6%となりました。

居住地別にみると、地方のマイカー所有率(「自分の車を持っている」の割合)は 13.9%と、都市部(8.1%)より高くなりました。(図 3)

また、マイカー所有率を過去の調査結果(2010年~2015年新成人)と比較すると(※2)、2013年以降、下降傾向(2013年 15.2%→2016年 12.5%)が続いていることがわかります。一方で、都市部のマイカー所有率は昨年比で 3.4ポイントの上昇(2015年 4.7%→2016年 8.1%)がみられました。都市部のマイカー所有率の上昇が今年の新成人だけの特徴なのか、上昇トレンドの始まりなのかは判断が難しいところですが、今後の動向が気になる変化となりました。(図 4)

※2: 運転免許保有者に限定して車の所有状況を質問した 2010年~2014年の調査結果を、全回答者(新成人全体)を分母とした割合に算出しなおし、新成人のマイカー所有率として比較した。

【“若者の車離れ”意識】

◆ 都市部の新成人で「車への興味」や「憧れ」が回復傾向

◆ 一方で、「車を所有する経済的な余裕がない」72%

全回答者 1,000 名に対し、「若者の車離れ」と呼ばれる状況について聞いたところ、《“若者の車離れ”とは自分自身のことだ》の項目に対し、『あてはまる』(「とてもあてはまる」と「ややあてはまる」の合計)が 41.2%、『あてはまらない』(「全くあてはまらない」と「あまりあてはまらない」の合計)が 34.4%、「どちらとも言えない」が 24.4%となりました。“車離れ”を自認している方が 4割強となっていますが、“自分は車離れにあてはまらない”と考える新成人も 3人に 1人の割合と、少なくない結果となりました。

そのほかの項目をみると、《車に興味がある》では『あてはまる』が 44.1%で多数派になり、《車を所有する経済的な余裕がない》では『あてはまる』が 72.2%と、質問した項目のうち、同意する回答が最も多くなりました。“車に興味はあるが、経済的に所有する余裕がない”ことが、実情であるようです。(図 5)

さらに、過去の調査結果(2011年~2015年新成人)と比較すると、《車に興味がある》の項目に『あてはまる』と回答した割合は、都市部は昨年比で 5.3ポイントの上昇(2015年 40.9%→2016年 46.2%)がみられ、《同年代で車を所有している人はカッコイイと思う》の項目に『あてはまる』と回答した割合は、都市部は昨年比で 6.9ポイントの上昇(2015年 38.0%→2016年 44.9%)がみられました。都市部に居住する今年の新成人は昨年の新成人と比べて、車に対する興味や憧れを抱いている方が多いようです。(図 6, 7)

【カーライフのコスト意識】

- ◆ 新成人の5割半「カーライフに掛けられるお金は1ヵ月1万円以下」
- ◆ カーライフに掛けられるお金 都市部の新成人は昨年比2千円近く増加し月2万円台へ
- ◆ カーライフを送るのに必要だと思う月収 平均23万円 都市部は平均25万円
- ◆ マイカー持ちの新成人「カーナビはスマホのナビアプリで十分」3割半

全回答者 1,000 名に対し、車がある生活(カーライフ)をするにあたり、1ヵ月いくらまでなら掛けられるかを聞いたところ、掛けられない、掛けたくないとする意見の「0円」は10.7%、「1円～5,000円」は21.9%、「5,001円～10,000円」は22.2%となり、合計でカーライフに掛けられるお金は1ヵ月あたり『10,000円以下』とする回答が54.8%と、半数を超えました。また、全体の平均額は18,079円となっています。(図8)

また、カーライフに掛けられるお金の平均額を過去の調査結果(2012年～2015年新成人)と比較すると、都市部は昨年比で2,000円近くの上昇(2015年18,186円→2016年20,136円)となり、2万円台となりました。前述した調査結果において、都市部に居住する今年の新成人は昨年の新成人よりもマイカーの所有率が高く、また、車に対する興味や憧れが強い傾向がみられましたが、カーライフに費やせるお金を増やせる程度、都市部の新成人の暮らし向きや将来の見通しがよくなっている、といった背景があるのかもしれない。(図9)

それでは、新成人はどの程度の収入で車を維持していけると考えているのでしょうか。車がある生活(カーライフ)をするにあたり、必要な手取り月収はどの程度か聞いたところ、「16万円～20万円」が31.1%、「21万円～25万円」が14.8%、「26万円～30万円」が16.6%となり、平均額は23.3万円となりました。(図10)

居住地別にみると、都市部は平均25.1万円となり、地方(22.8万円)よりも2万円以上高くなりました。駐車場代などの兼ね合いで月々の支払いがかさみがちな都市部の新成人は、車を維持するためにより多くの収入がないと難しい、と考えている様子がうかがえました。(図11)

また、カーライフでのスマートフォン活用について聞いたところ、《カーナビはスマホのナビアプリで十分だと思う》の項目に対し、『あてはまる』(「とてもあてはまる」と「ややあてはまる」の合計)が28.5%となりました。また、自分の車を持っている方の回答に注目すると、『あてはまる』が35.2%と3人に1人の割合となっています。今年の新成人は、幼少期からインターネットや携帯電話などに触れてきた“デジタルネイティブ”と称される世代に差し掛かっています。スマートフォンアプリなどのデジタルツールを上手に活用し、カーライフに取り入れている様子がうかがえます。(図12)

【新成人にとっての車の価値】

- ◆ 車に対するイメージを表す漢字 1位「楽」
- ◆ 車は高嶺の花？ 車のイメージを表す漢字で今年は「高」が大幅上昇
- ◆ ドライブデートに軽自動車「アリだと思う」新成人女性の8割

全回答者 1,000 名に対し、車(バイクを除く)の価値として最もあてはまるものを聞いたところ、「単なる移動手段としての道具」が56.5%で過半数となり、「運転することそのものを楽しむもの」が21.6%、「家族・友人・恋人などとの時間を楽しみをもたらすもの」が17.5%、「自己表現の手段・ステータスシンボル」が4.1%となりました。車の価値を“移動手段・道具”として捉えている方が過半数ですが、“楽しむもの・楽しみをもたらすもの”と捉えている方も少なくないことがわかります。

男女別にみると、女性は「単なる移動手段としての道具」が63.2%と男性(49.8%)よりも高く、男性は「運転することそのものを楽しむもの」が28.8%と女性(14.4%)より高くなりました。(図13)

続いて、車に対するイメージを表す漢字 1 文字を自由回答で聞いたところ、1 位はダントツで「楽」(289 件)となりました。この漢字を選んだ理由をみると、『楽にいろいろな場所に移動できるし、家族・友人・恋人などとの楽しいコミュニケーションの場』などの、“ラク”と“たのしい”の二重のイメージから選ばれていることがわかります。次いで、2 位は「車」(74 件)となりました。『それ以上でもそれ以下でもない』といった理由が多くあげられています。3 位は「動」(60 件)で、『行動範囲が広がるイメージがあるから』などの理由が多く見受けられました。車という便利な“移動手段・道具”を持つことができれば、よりアクティブな生活が送れるようになると考えられているようです。

そのほか、4 位の「高」(37 件)は、昨年 15 位から 11 ランクアップと、顕著な上昇がみられました。この漢字を選んだ理由では、『価格の意味もあるが、ガソリン代、修理代、保険料と出費がかさむので(車はあればもちろん便利だが)高嶺の花だから』や『まず運転免許を取らなくてはいけないし、購入するのもお金がかかるし今の自分にはとても手の届かない、ハードルの高い存在』など、金銭的な面で“高嶺の花・高いハードル”であることが多くあげられています。“車を所有する経済的な余裕がない”という、新成人の懐事情を反映している結果といえるのではないのでしょうか。(図 14)

さらに、新成人の車に対する価値観をより掘り下げて探るために、軽自動車にスポットをあてて、質問を行いました。

全回答者 1,000 名に対し、軽自動車の利用シーンごとに“アリ”だと思うか“ナシ”だと思うか聞いたところ、《軽自動車で買い物》については「アリ」が 73.0%、「どちらかといえばアリ」が 19.2%となり、合計で『アリ派』が 9 割以上(92.2%)となりました。

同様に、《軽自動車デート》について聞いたところ、『アリ派』が 73.7%となりました。男女別では、女性は『アリ派』が 80.4%と、男性(67.0%)より高くなりました。ドライブデートをする際に、軽自動車で問題ないと考えている新成人の女性が多いようです。

また、《軽自動車アウドア》では、『アリ派』が 6 割半(64.3%)で多数派となりました。昨今の軽自動車は、室内空間の広さを売りにした車や、走行性能の高さを売りにした車などが注目を集めていますが、新成人にとって、軽自動車は買い物からデート、アウドアまで、シーンを選ばず利用することのできる自動車と捉えられていることがうかがえました。(図 15)

【新成人に人気の車ランキング】

◆車の購入予算の平均額は「187 万円」

◆新成人が欲しい車 総合 1 位は「アクア」、男性 1 位は「BMW」、女性 1 位は「タント」

今後、車を購入する可能性がある運転免許保有者と取得予定者 703 名に対し、車を購入する際の予算(上限額)を聞いたところ、「101 万円～150 万円」が 12.9%、「151 万円～200 万円」が 16.6%、「201 万円以上」が 23.0%と、『101 万円以上』が合計で 5 割強(52.5%)となり、平均額は 187 万円となりました。(図 16)

また、購入予算の平均額を過去の調査結果(2011 年～2015 年新成人)と比較すると、大幅な増加となった昨年の平均額(189 万円)と同程度の水準で高止まりしていることがわかります。“車を所有する経済的な余裕がない”との意識を持つ新成人ですが、マイカーを購入する際は、価格の安さだけで判断せず、納得できる車を選びたいとの意識が働いているのではないのでしょうか。(図 17)

続いて、購入するならどの車が欲しいか複数回答で聞いたところ、総合 1 位は「アクア(トヨタ)」(13.2%)、2 位は「プリウス(トヨタ)」(12.9%)、3 位は「BMW(3 シリーズ/5 シリーズなど)」(12.2%)となりました(※3)。昨年(2015 年)、好調な売れ行きとなったアクアが初の“新成人が欲しい車ナ

ンバーワン”の座に輝きました。また、8位の「86(トヨタ)」(9.2%)は昨年18位から10ランクアップ、10位の「ステップワゴン(ホンダ)」(9.1%)は昨年20位から10ランクアップと、それぞれ大幅に順位を上昇させ、ベスト10入りを果たしました。(図18)

男女別にランキングをみると、男性の1位は「BMW(3シリーズ/5シリーズなど)」(17.9%)、2位は「インプレッサ(スバル)」(15.4%)、3位は「プリウス(トヨタ)」(14.3%)となっています。以下、4位に「フォルクスワーゲン(Golf/Poloなど)」(13.7%)、5位に「アウディ(A1/A3など)」(13.5%)、6位に「86(トヨタ)」(13.2%)と、海外メーカーの自動車やスポーツカーが上位に多数みられました。総合トップの「アクア(トヨタ)」は、男性のランキングでは7位(12.4%)となっています。

一方、女性の1位は「タント(ダイハツ)」(15.3%)、2位は「アクア(トヨタ)」(14.2%)、3位は「キューブ(日産)」(13.3%)となりました。以下、4位に「モコ(日産)」(12.7%)、5位に「ムーヴ(ダイハツ)」(12.4%)、6位に「ノート(日産)」(12.1%)などが続き、トップ10を軽自動車やコンパクトカーが独占する結果となりました。(図19)

※3：海外メーカーの自動車やレクサスなどの高級車ブランドは、車種別ではなく、メーカー(ブランド)別で選択肢を提示し、聴取した。

【一緒にドライブしたい新成人】

◆ 新成人同士で一緒にドライブに行きたい

総合1位「大原 櫻子」さん、2位「橋本 愛」さん、3位「小倉 唯」さん

男性の上位にプロ野球選手の「森 友哉」さん、

女性上位にジャニーズ Jr.「岸 優太」さん

全回答者1,000名に対し、今年の新成人(同じ学齢:1995年4月2日~1996年4月1日生まれ)で、一緒にドライブに行きたい有名人を複数回答で聞いたところ、総合1位は2013年に映画のヒロイン兼劇中バンドのボーカルとして、女優と歌手の同時デビューを果たし、現在も“女優と歌手の二刀流”で活躍中の「大原 櫻子」さん(18.2%)、2位は女優の「橋本 愛」さん(10.0%)、3位は声優の「小倉 唯」さん(8.2%)、4位はAKB48の「入山 杏奈」さん(7.7%)、5位はももいろクローバーZの「玉井 詩織」さん(7.1%)となり、上位10名中9名が女性という結果になりました。(図20)

男女別にみると、男性が一緒にドライブに行きたい相手のトップ3は、1位「大原 櫻子」さん(15.2%)、2位「小倉 唯」さん(12.2%)、3位「橋本 愛」さん(12.0%)となりました。そのほか、AKB48の「木崎 ゆりあ」さん(5位、7.0%)やプロ野球選手の「森 友哉」さん(9位、6.2%)が上位にランクインしました。

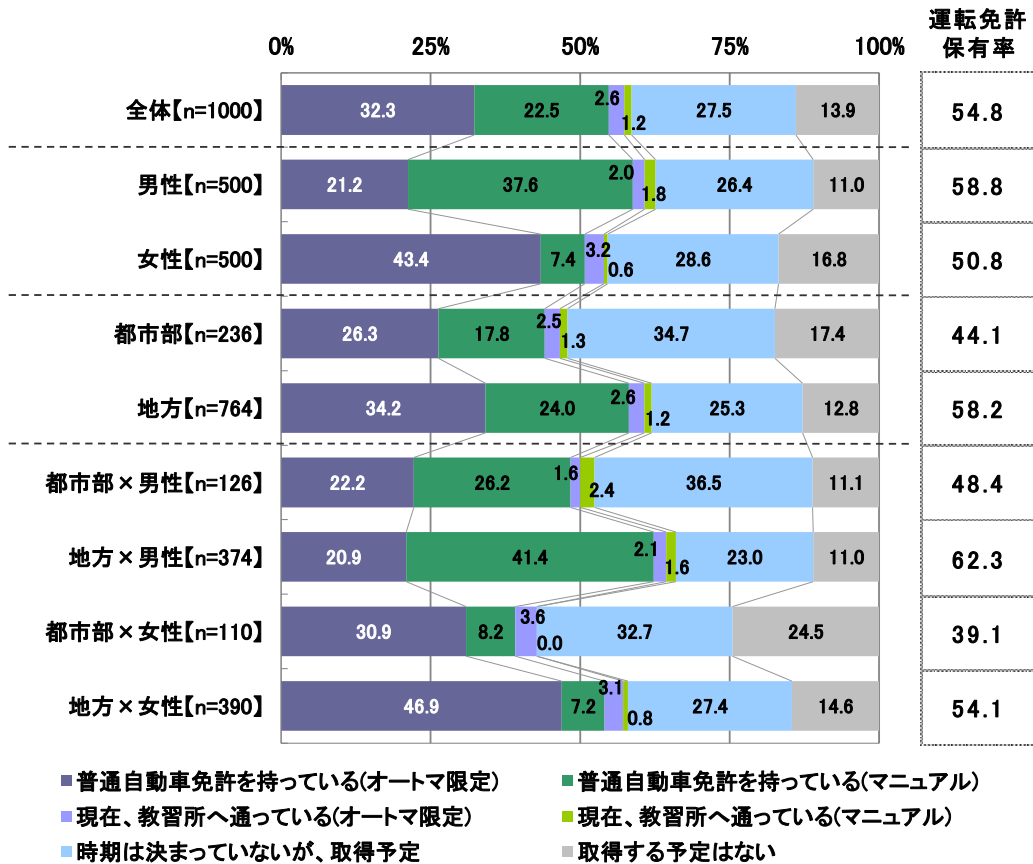
女性が一緒にドライブに行きたい相手のトップ3は、1位「大原 櫻子」さん(21.2%)、2位「橋本 愛」さん(8.0%)、3位は「小松 菜奈」さん(7.4%)となりました。そのほか、ジャニーズ jr.の「岸 優太」さん(5位、6.6%)やGENERATIONS from EXILE TRIBEの「佐野 玲於」さん(6位、5.6%)が上位にランクインしました。(図21)

※過去6回の調査結果の詳細は、下記URLにて公開しています。

- 2010年 新成人のカーライフ意識調査
http://from.sonysonpo.co.jp/topics/pr/2010/01/20100129_1.html
- 2011年 新成人のカーライフ意識調査
http://from.sonysonpo.co.jp/topics/pr/2011/01/20110114_1.html
- 2012年 新成人のカーライフ意識調査
http://from.sonysonpo.co.jp/topics/pr/2012/01/20120105_1.html
- 2013年 新成人のカーライフ意識調査
http://from.sonysonpo.co.jp/topics/pr/2013/01/20130110_1.html
- 2014年 新成人のカーライフ意識調査
http://from.sonysonpo.co.jp/topics/pr/2014/01/20140109_01.html
- 2015年 新成人のカーライフ意識調査
http://from.sonysonpo.co.jp/topics/pr/2015/01/20150106_01.html

(図1)

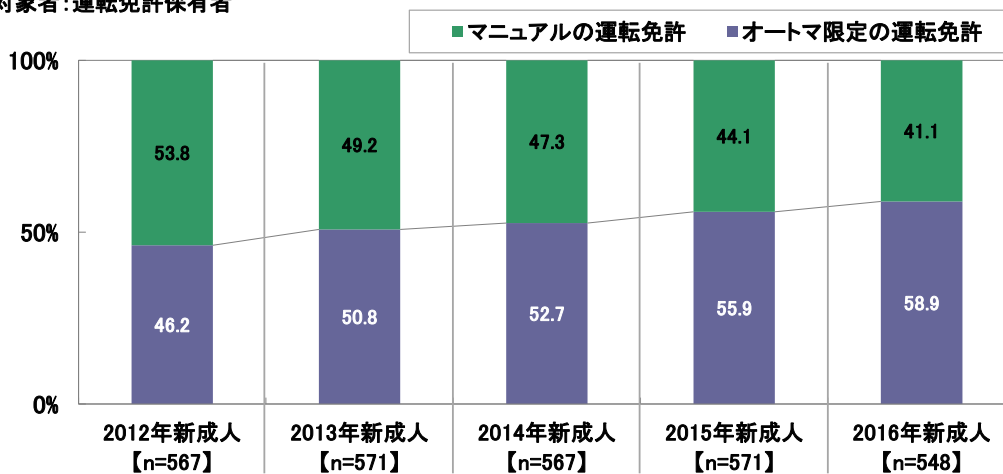
◆普通自動車運転免許を持っているか ※単一回答



(図2)

◆オートマ限定の運転免許とマニュアルの運転免許の比率 【2012年～2016年:経年比較】

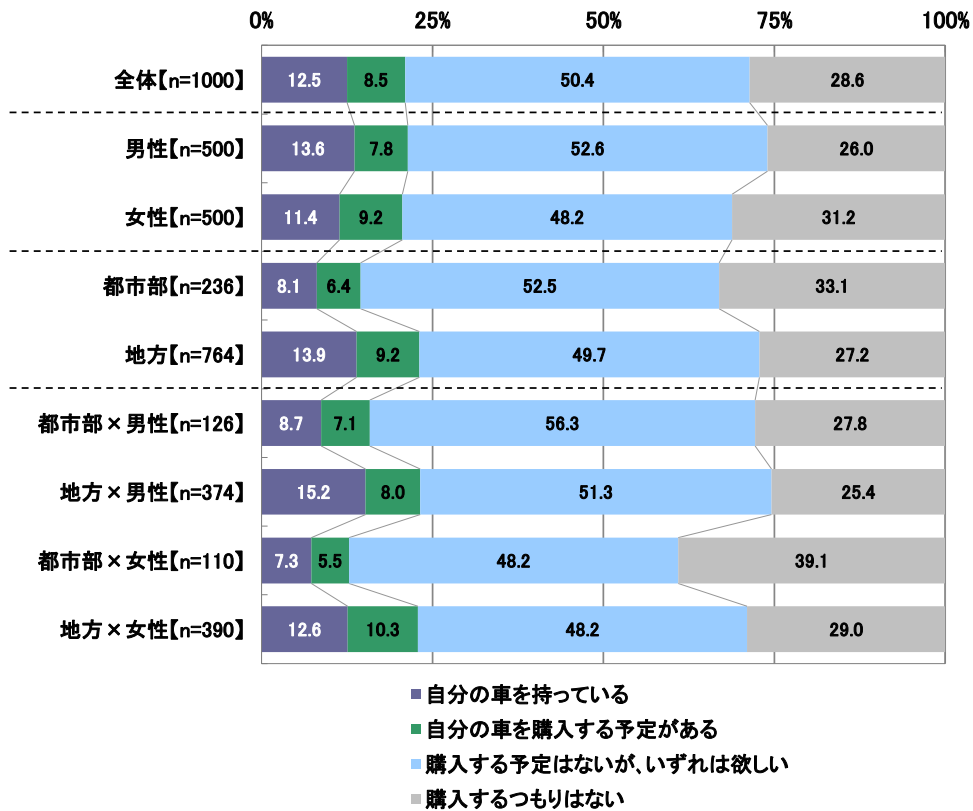
※単一回答より「普通自動車免許を持っている(オートマ限定)」と「普通自動車免許を持っている(マニュアル)」の割合を抜粋
対象者:運転免許保有者



※2010年・2011年は該当選択肢なし

(図3)

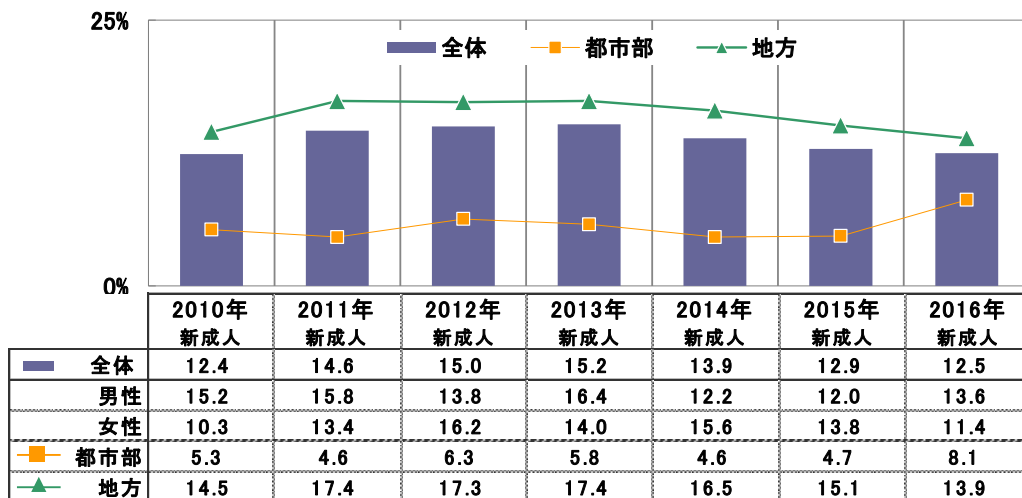
◆車(バイクを除く)を持っているか ※単一回答



(図4)

◆マイカー所有率 【2010年～2016年:経年比較】

※単一回答より、「自分の車を持っている」/「自分の車を所有(計)」の割合を抜粋



※2010年～2014年は分母を免許保有者から全回答者(新成人全体)に変更し、算出

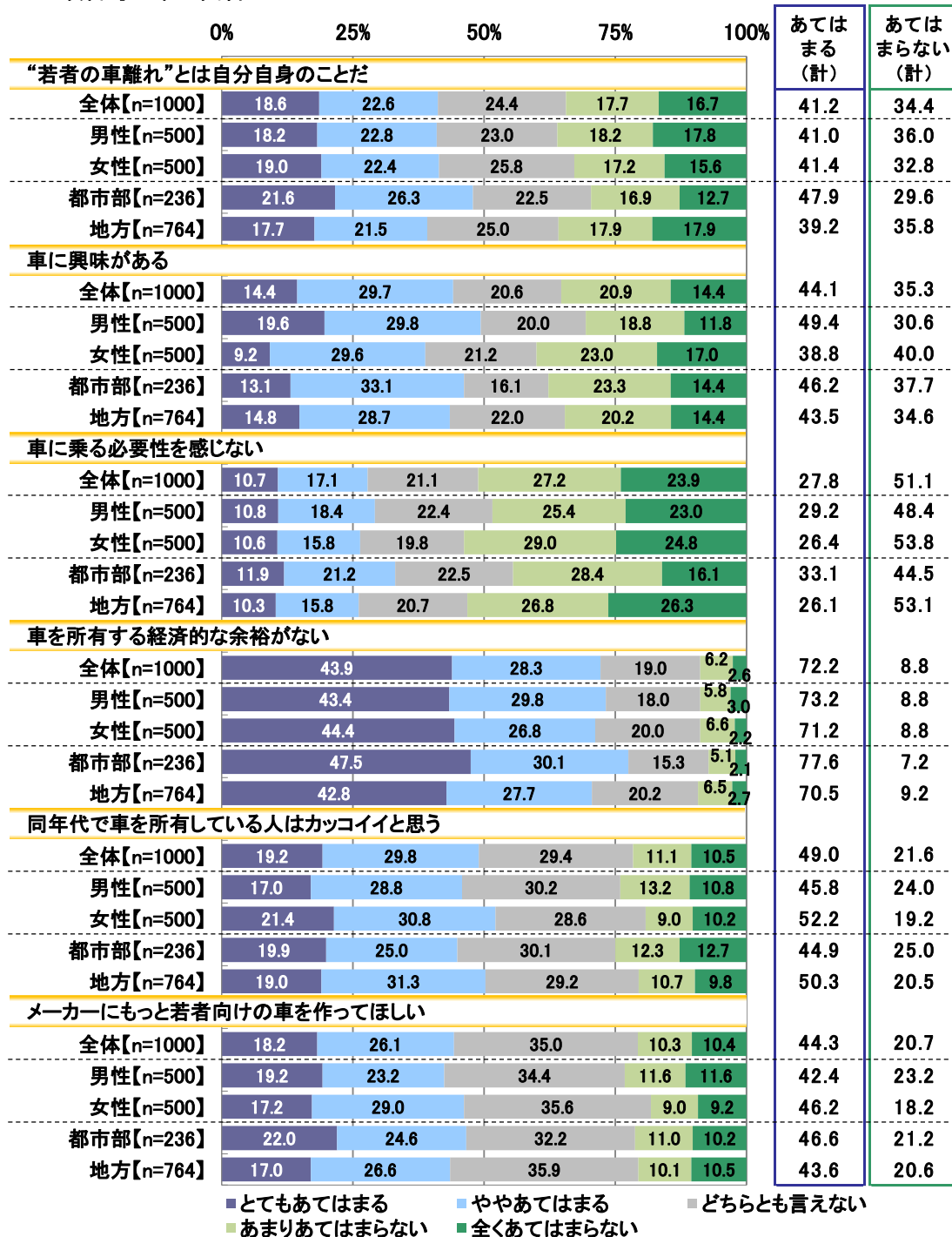
※2015年調査から、家族共用の車の有無を問わない形に選択肢を変更している

(%)

(図5)

◆“若者の車離れ”と呼ばれる状況についての意識

※項目毎に単一回答

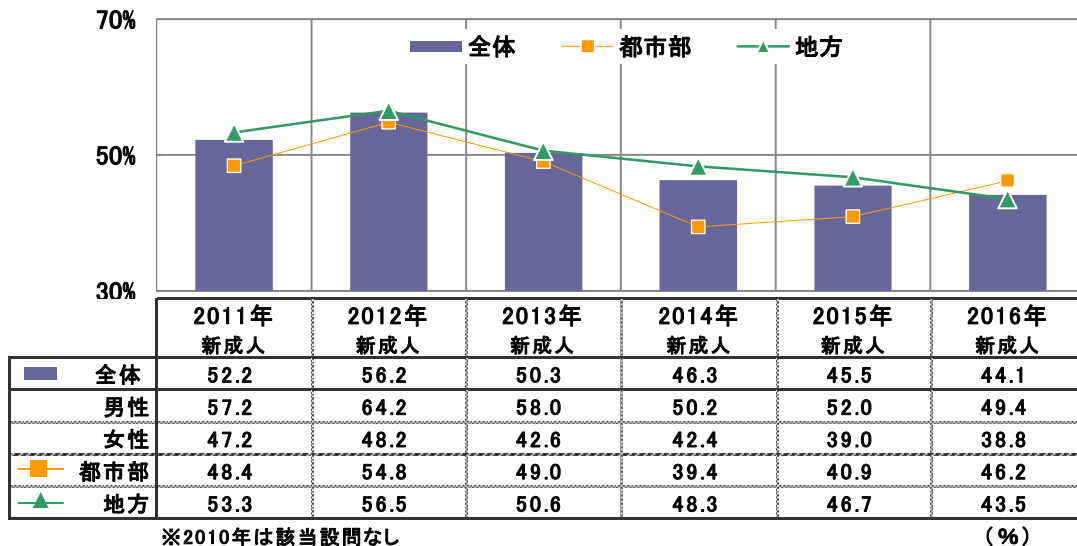


(図 6)

◆車に興味がある割合

【2011年～2016年：経年比較】

※単一回答より、「あてはまる(計)」の割合を抜粋

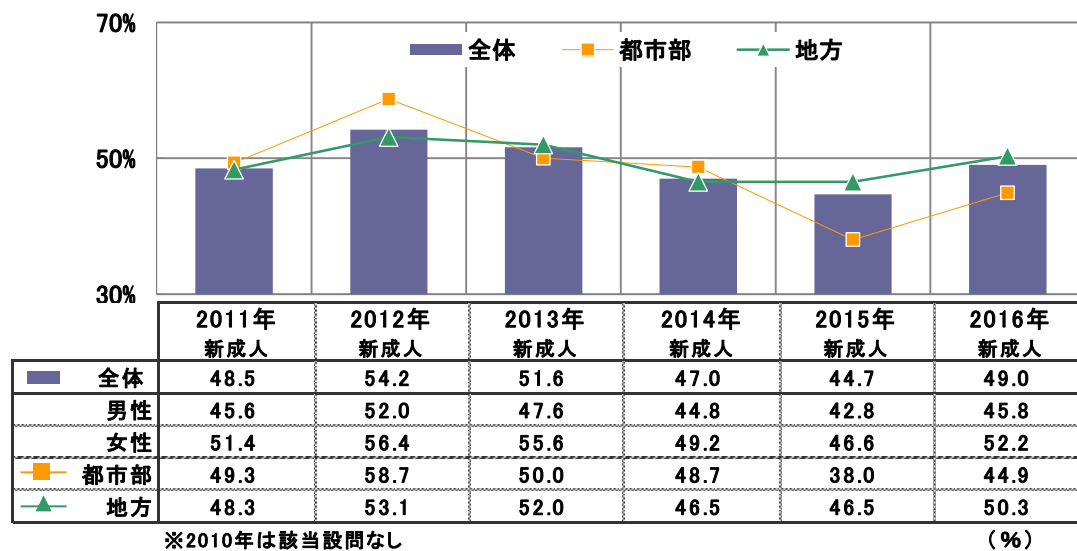


(図 7)

◆同年代で車を所有している人はカッコイイと思う割合

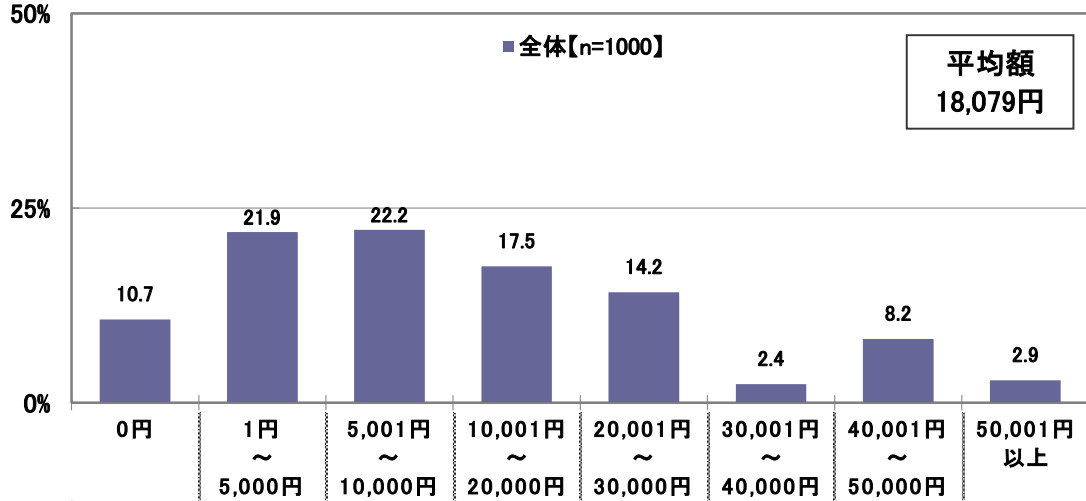
【2011年～2016年：経年比較】

※単一回答より、「あてはまる(計)」の割合を抜粋



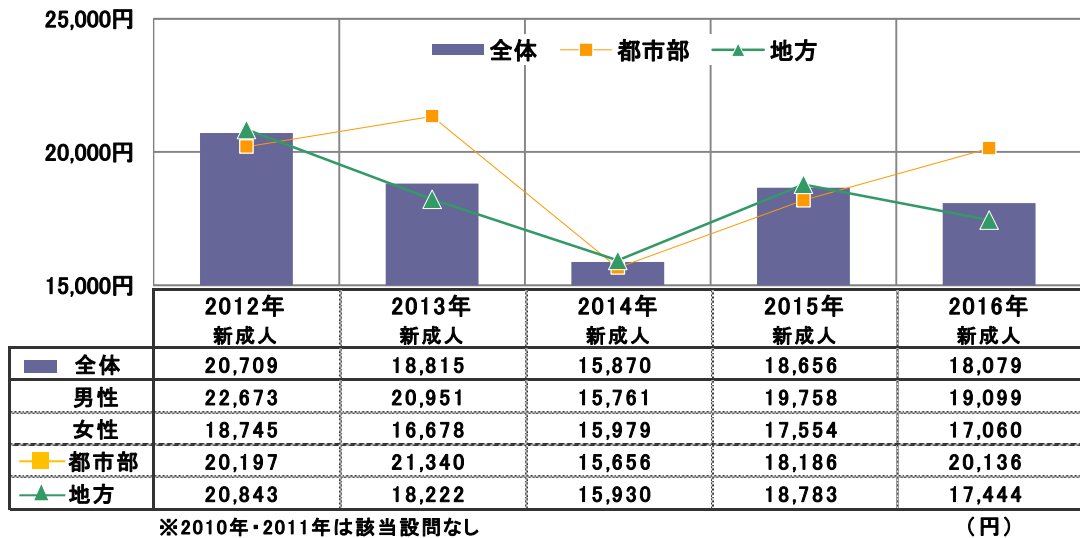
(図 8)

◆「車がある生活(カーライフ)」をするにあたり、1か月いくらまでなら掛けられるか
※自由回答



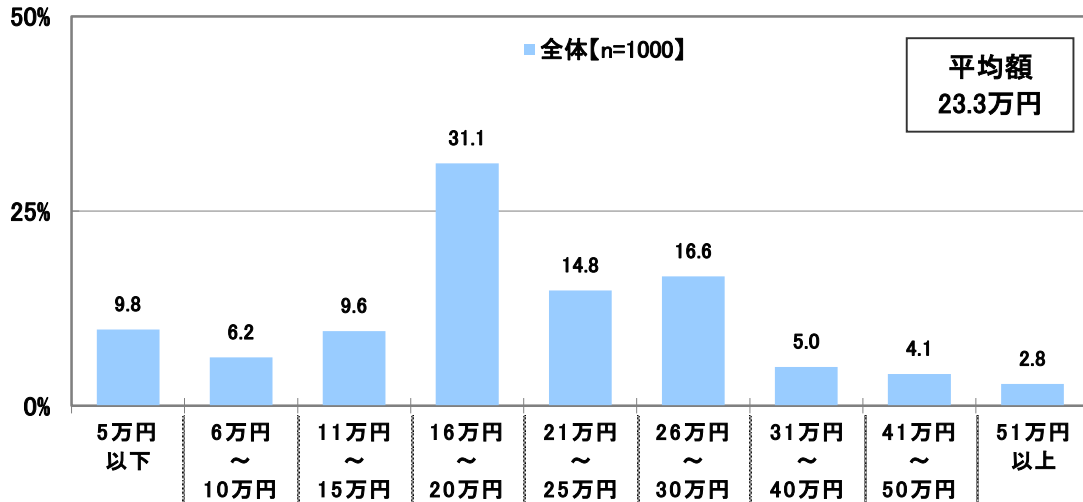
(図 9)

◆「車がある生活(カーライフ)」をするにあたり、1か月に掛けられる金額(平均)
【2012年~2016年:経年比較】 ※自由回答より算出



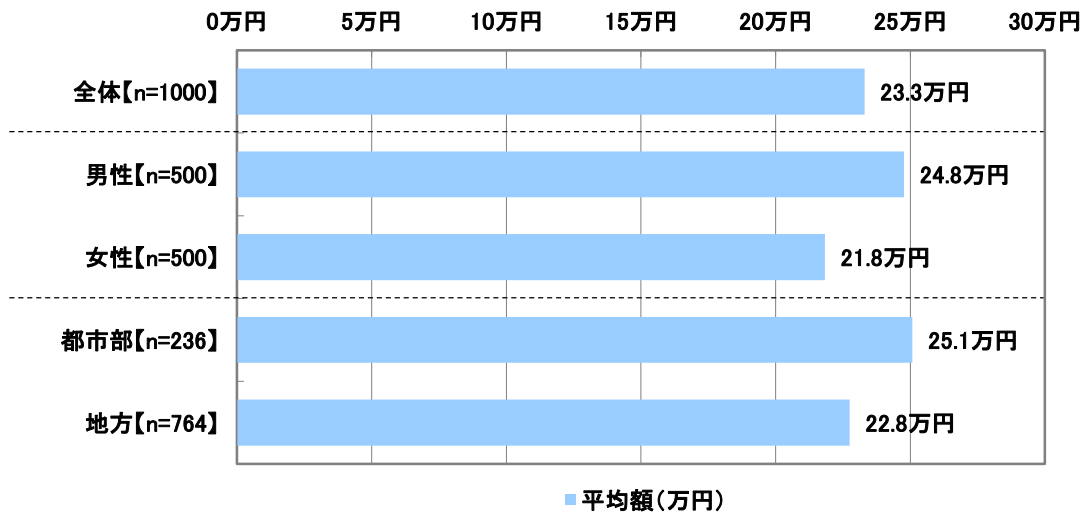
(図 10)

◆「車がある生活(カーライフ)」をするにあたり、必要な手取り月収はどの程度か
※自由回答



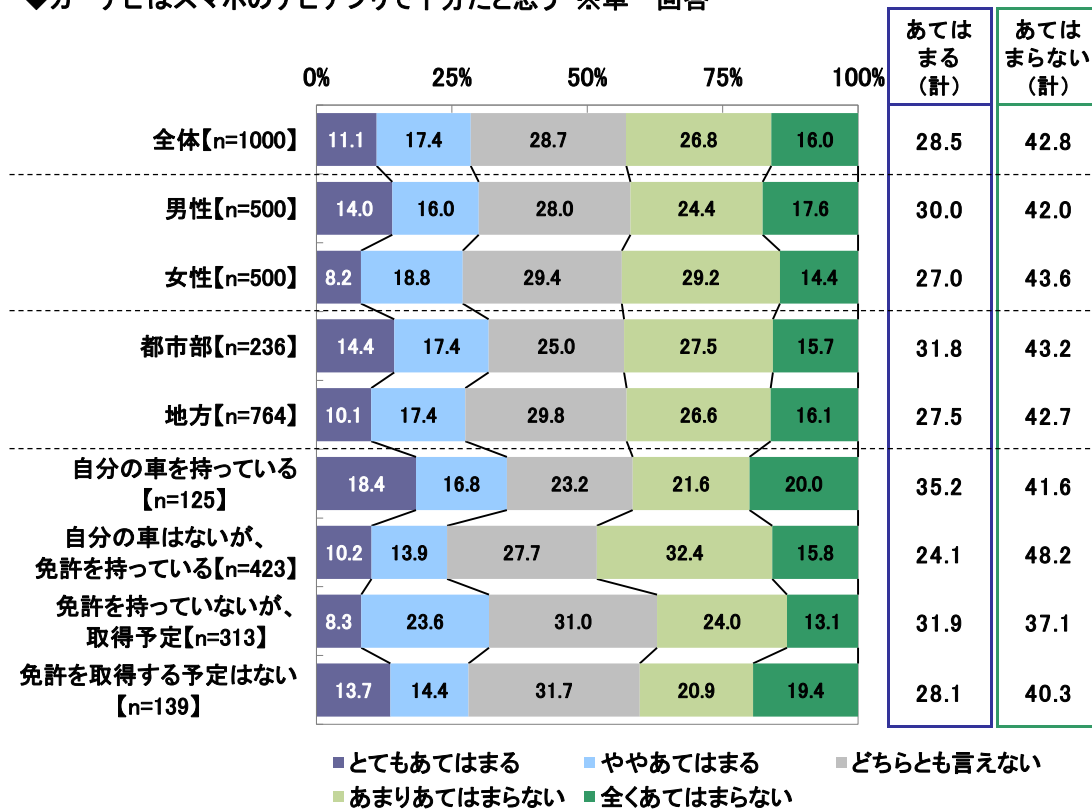
(図 11)

◆「車がある生活(カーライフ)」をするにあたり、必要な手取り月収(平均)
※自由回答より算出



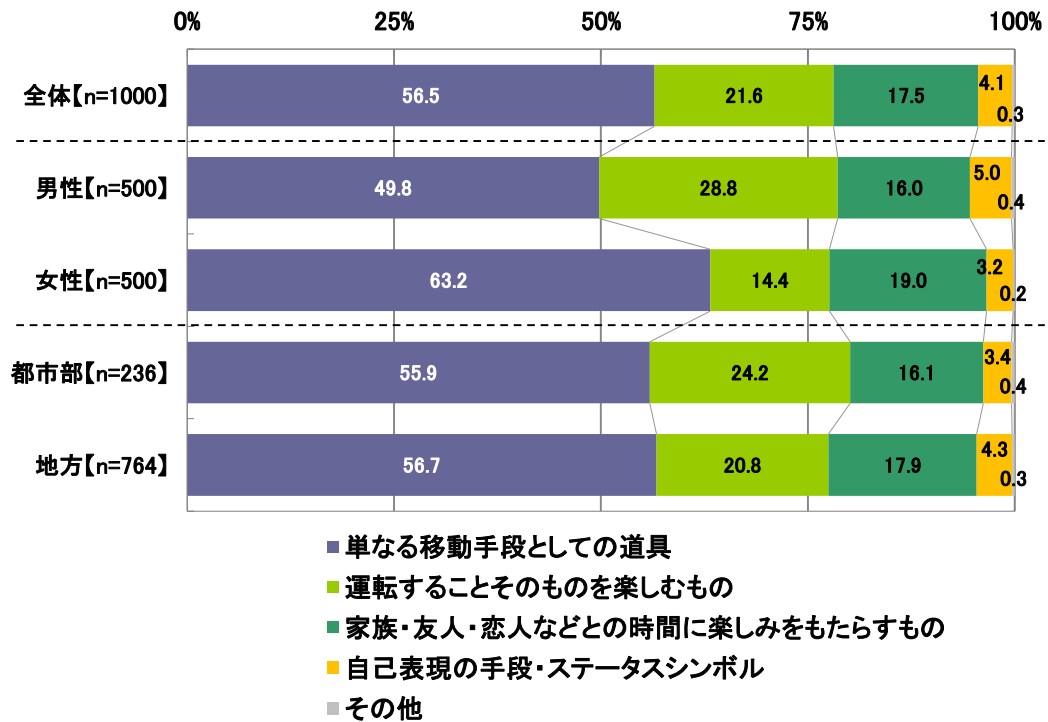
(図 12)

◆カーナビはスマホのナビアプリで十分だと思う ※単一回答



(図 13)

◆あなたにとっての車(バイクを除く)はどのような価値があるか
※単一回答



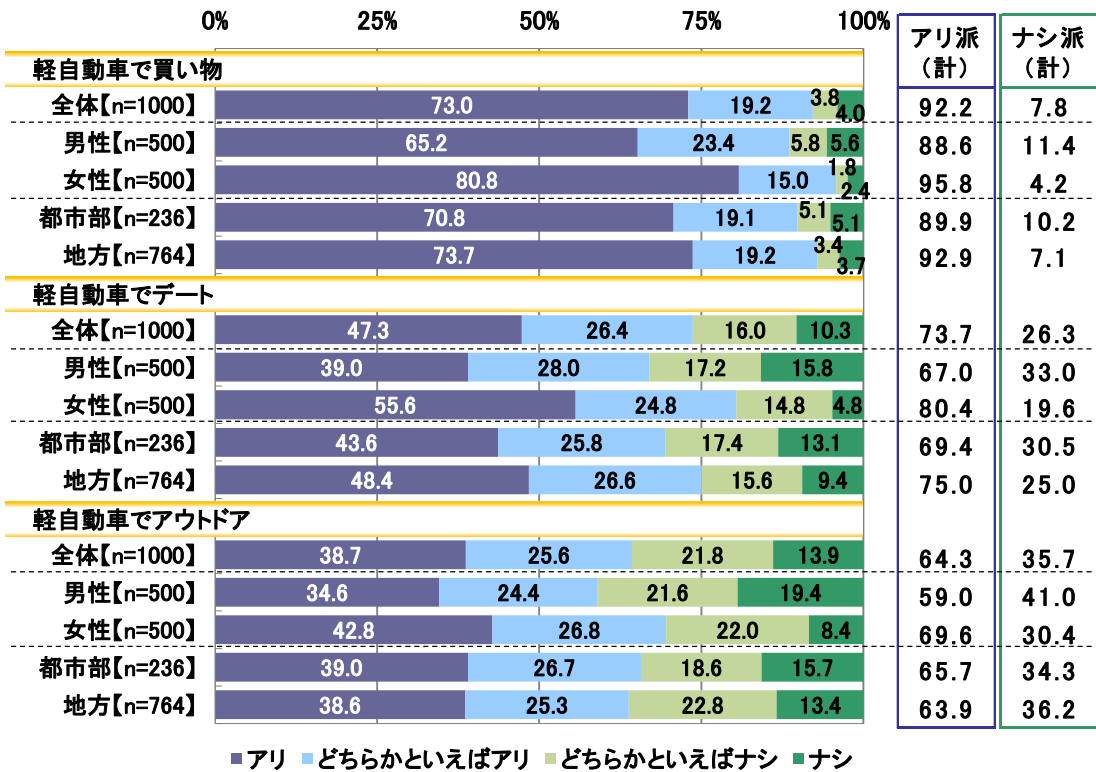
(図 14)

◆車に対するイメージを漢字1文字で表すと ※自由回答
 ※全体【n=1000】

| 順位 (件数) | 昨年 順位 | 漢字一文字 | 選んだ理由(抜粋) |
|--------------|--------------|-------|---|
| 1位 (289件) | 1位 (←) | 楽 | 楽にいろいろな場所に移動できるし、家族・友人・恋人などとの楽しいコミュニケーションの場 車に乗ると楽しい、という意味とやはり便利、楽ちんというイメージがある 車を運転することは楽しいし、車があることで移動も楽になる |
| 2位 (74件) | 2位 (←) | 車 | それ以上でもそれ以下でもない 車は車でしかないから |
| 3位 (60件) | 4位 (↑1) | 動 | 行動範囲が広がるイメージがあるから 動くことの幅をひろげてくれるから |
| 4位 (37件) | 15位 (↑11) | 高 | 価格の意味もあるが、ガソリン代、修理代、保険料と出費がかさむので(車はあればもちろん便利だが)高嶺の花だから まず運転免許を取らなくてはいけないし、購入するのもお金がかかるし今の自分にはとても手の届かない、ハードルの高い存在 |
| 5位 (30件) | 6位 (↑1) | 走 | 車は走りを楽しむものだと思う 車で走ってる時が気持ち良いから |
| 6位 (28件) | 10位 (↑4) | 移 | 移動する時に使うものというイメージがあるから |
| 7位 (27件) | 7位 (←) | 便 | 電車のないところではとても便利な移動手段だから |
| 8位 (24件) | 8位 (←) | 足 | 田舎は車がないと生活できない |
| 9位 (23件) | 3位 (↓6) | 速 | スピーディーに目的地に着くから |
| 10位 (20件) | 8位 (↓2) | 金 | お金を持っている人はいい車を買えるというイメージだから |
| | 18位 (↑8) | 無 | 必要がない、興味もない |

(図 15)

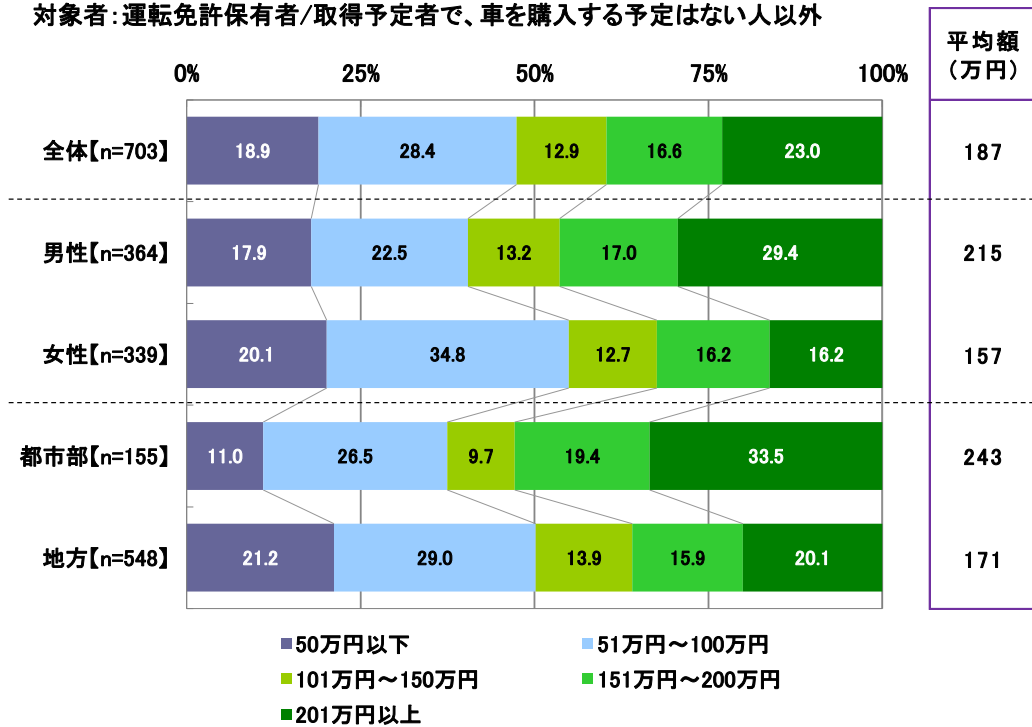
◆軽自動車の利用は“アリ”か、“ナシ”か
※項目ごとに単一回答



(図 16)

◆車を購入する際の上限予算 ※自由回答

対象者：運転免許保有者/取得予定者で、車を購入する予定はない人以外

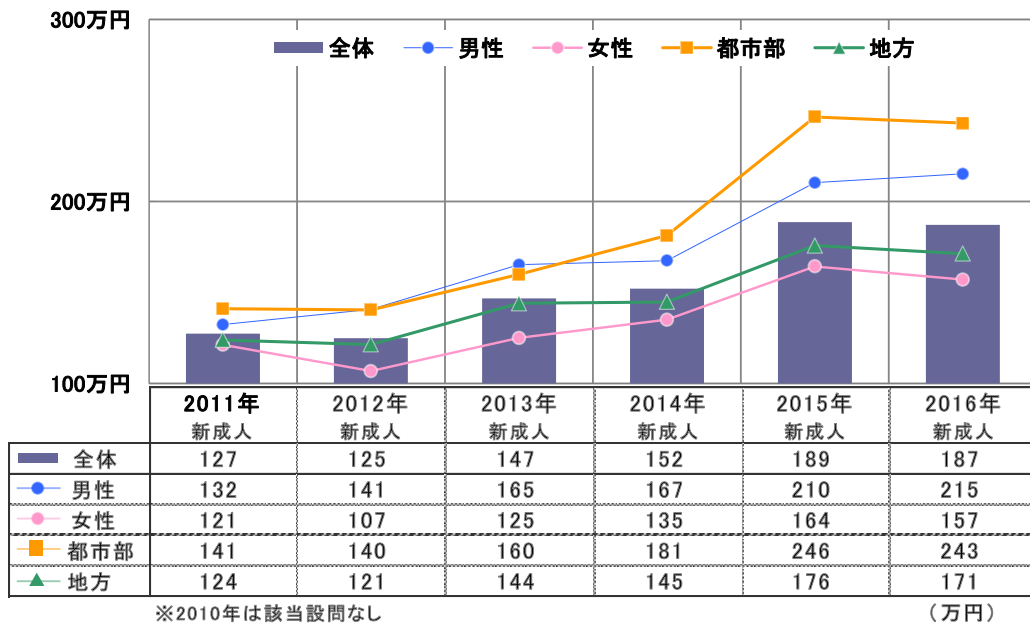


(図 17)

◆車を購入する際の上限予算の平均金額 【2011年～2016年：経年比較】

※自由回答より算出

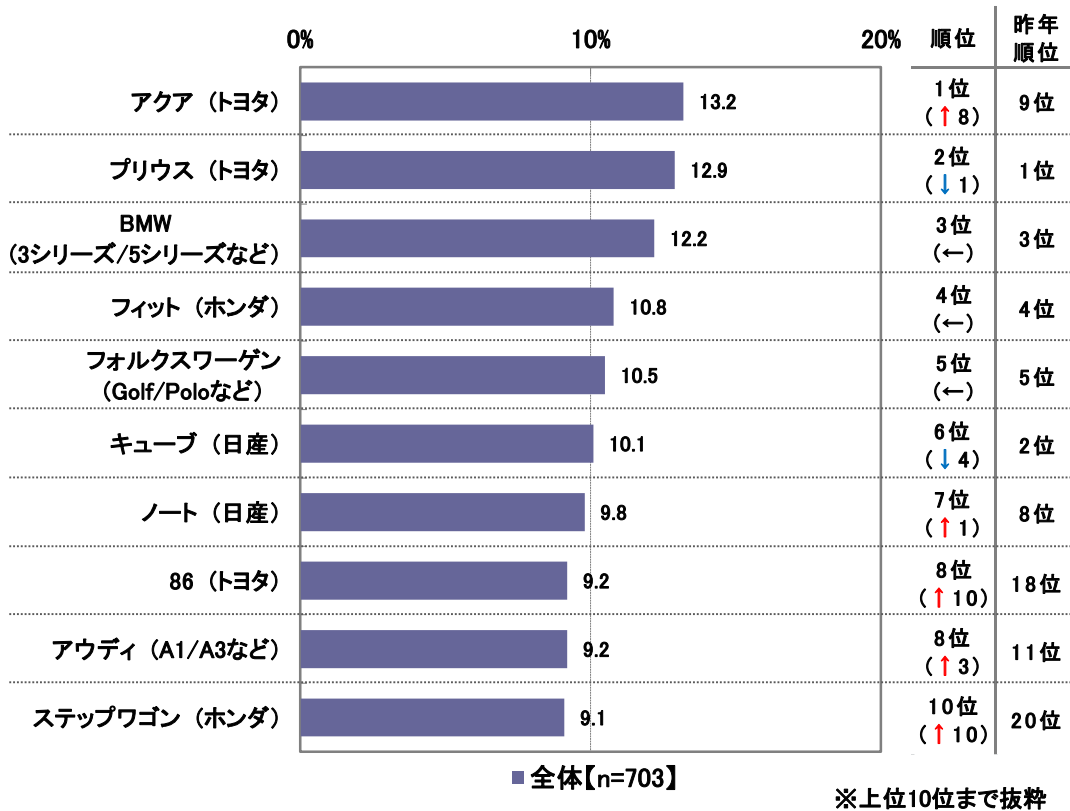
対象者：運転免許保有者/取得予定者で、車を購入する予定はない人以外



(図 18)

◆車を購入する際に欲しい車 ※複数回答

対象者: 運転免許保有者/取得予定者で、車を購入する予定はない人以外

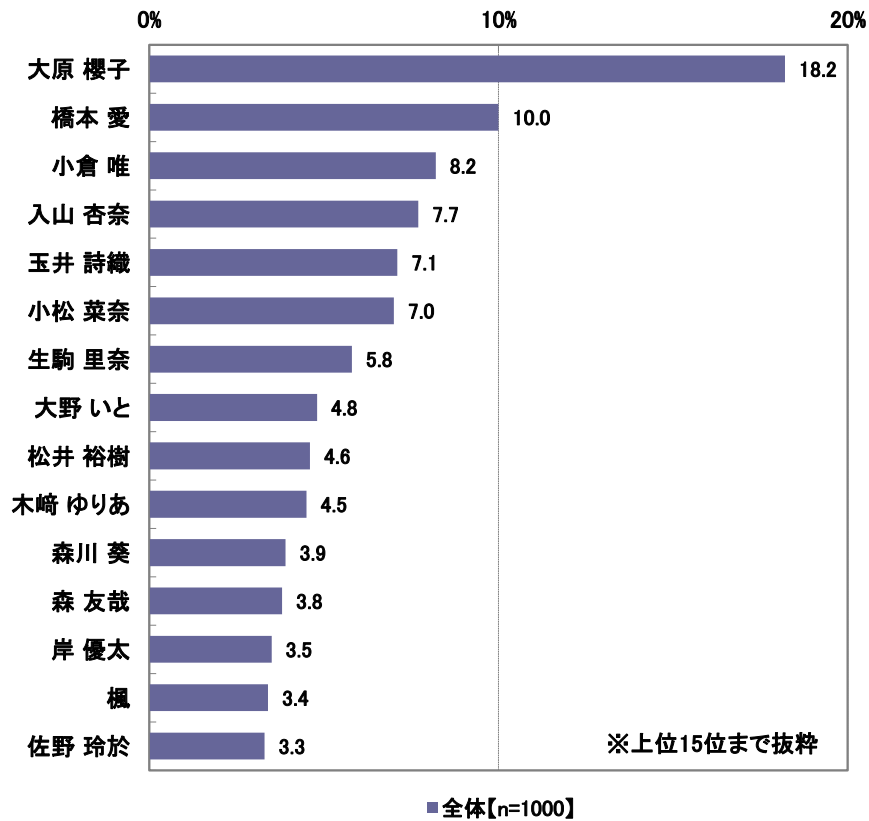


(図 19)

| 男性【n=364】 (%) | | | 女性【n=339】 (%) | | |
|---------------|-------------------------|------|---------------|---------------|------|
| 1位 | BMW (3シリーズ/5シリーズなど) | 17.9 | 1位 | タント (ダイハツ) | 15.3 |
| 2位 | インプレッサ (スバル) | 15.4 | 2位 | アクア (トヨタ) | 14.2 |
| 3位 | プリウス (トヨタ) | 14.3 | 3位 | キューブ (日産) | 13.3 |
| 4位 | フォルクスワーゲン (Golf/Poloなど) | 13.7 | 4位 | モコ (日産) | 12.7 |
| 5位 | アウディ (A1/A3など) | 13.5 | 5位 | ムーヴ (ダイハツ) | 12.4 |
| 6位 | 86 (トヨタ) | 13.2 | 6位 | ノート (日産) | 12.1 |
| 7位 | アクア (トヨタ) | 12.4 | 7位 | プリウス (トヨタ) | 11.5 |
| 8位 | メルセデスベンツ (Gクラス/Eクラスなど) | 11.8 | 8位 | パッソ (トヨタ) | 10.6 |
| | レガシィ (スバル) | | 9位 | マーチ (日産) | 10.3 |
| 10位 | フィット (ホンダ) | 11.5 | | ミラ ココア (ダイハツ) | |
| | ステップワゴン (ホンダ) | | | | |

(図 20)

◆同じ新成人(同じ年齢:1995年4月2日～1996年4月1日生まれ)で一緒にドライブに行きたい有名人 ※複数回答



(図 21)

| 男性【n=500】 | | | 女性【n=500】 | | |
|-----------|--------|------|-----------|--------|------|
| 順位 | 有名人 | (%) | 順位 | 有名人 | (%) |
| 1位 | 大原 櫻子 | 15.2 | 1位 | 大原 櫻子 | 21.2 |
| 2位 | 小倉 唯 | 12.2 | 2位 | 橋本 愛 | 8.0 |
| 3位 | 橋本 愛 | 12.0 | 3位 | 小松 菜奈 | 7.4 |
| 4位 | 入山 杏奈 | 10.8 | 4位 | 玉井 詩織 | 7.2 |
| 5位 | 玉井 詩織 | 7.0 | 5位 | 岸 優太 | 6.6 |
| | 木崎 ゆりあ | | 6位 | 佐野 玲於 | 5.6 |
| 7位 | 生駒 里奈 | 6.8 | 7位 | 生駒 里奈 | 4.8 |
| 8位 | 小松 菜奈 | 6.6 | | 大野 いと | |
| 9位 | 森 友哉 | 6.2 | 9位 | 入山 杏奈 | 4.6 |
| 10位 | 久松 郁実 | 5.6 | | 小関 裕太 | |
| | | | | 森本 龍太郎 | |

◆調査概要◆

- ◆調査タイトル : 2016年 新成人のカーライフ意識調査
- ◆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
今年の新成人(1995年4月2日～1996年4月1日生まれ) 男性500名、女性500名

- ◆調査期間 : 2015年11月21日～11月30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 : 1,000サンプル(有効回答から1,000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

■■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 松田 安弥美
TEL : 03-5744-8755
Eメール : matsuda-a@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 丹羽淳雄
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\(みんなの満足度\)](#)や[お客様の声\(コエキク質問箱\)](#)、[担当者の取組み\(コエキク改善レポート\)](#)、[保険に関するさまざまな情報\(保険なるほど知恵袋\)](#)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。