

中古車市場規模は過去最大 平均購入単価は20歳代162.9万円、30歳代181.4万円と価格上昇をけん引 中古車購入実態調査2021

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）が企画制作する中古車情報メディア『カーセンサー』では、中古車の購入実態について詳細に把握するために、過去1年間に中古車の購入を検討した人に対して「カーセンサー中古車購入実態調査2021」を全国（沖縄県を除く）で実施しました。このたび調査結果がまとまりましたのでご報告します。

<調査トピックス>

2021年中古車市場規模は調査開始以来最大（P5）

- 中古車購入の費用総額は、4兆1699億円と推計。2015年の調査以降拡大傾向にあった中古車市場だが、前年は減少に転じた。今年は前年からの回復にとどまらず、ここ7年間で最大の市場規模となった。
- 1年間の中古車購入率は3.3%で、昨年より0.2ポイント増加した。
- 中古車購入台数（延べ）は、269.0万台で、前年より15.4万台増加した。

中古車購入単価は155.0万円で、前年より19.5万円増加（P5～）

- 中古車の支払総額は、「100～150万円未満」と「50～100万円未満」の価格帯に4割超が集中している。100万円未満の価格帯の割合が減少した一方、200万円以上の価格帯の割合は5ポイント以上上昇し、平均も20万円近く増加。

前回購入したクルマの平均乗車期間は6.1年、年代によって異なる乗車サイクル（P9～）

- 直近「1年以内にクルマ（新車・中古車・両方）を購入した」人は7.6%で、前年より0.3ポイント増加。
- 前回購入したクルマがある人の平均乗車期間は6.1年で、2015年調査以降おおむね延長傾向にあったなか、前年より0.3年の短縮に転じた。
- 20歳代は平均3.9年、30歳代は5.4年と、40歳代以上の7年前後に比べ若い年代は平均乗車期間が短い傾向。

利用方法や楽しみ方はコロナ禍もあり、前年から大きな変化なし（P16～）

- 中古車購入後のクルマの利用方法や楽しみ方は、「家族や友人、恋人などを乗せてドライブを楽しんだ」「長距離のドライブを楽しんだ」などが前年に引き続き減少。一方、「旅行やアウトドアなど、レジャーに出かけた」「家族や友人、恋人などにクルマを見せに行った」「出かける範囲を広げた・広がった」「趣味の活動に使うようになった」などでわずかに回復の兆しがみられる。

「クロカン/SUV」は全体的に上昇傾向、特に20・30歳代と60歳代で前年アップ（P19～）

- 直近で購入した中古車のボディタイプは、「軽自動車」（37.1%）が最も高いが前年より3.1ポイント減少し、2019年、2018年の水準に戻った。
- 「クロカン/SUV」は2018年から4年連続の増加傾向。

次の中古車購入意向、20・30歳代は約半数が意向あり（P22）

- 20歳代（47.7%）、30歳代（47.9%）の半数近くが「次の中古車を買おうと思う」と回答。30歳代以下の若い年代で、次の中古車購入意向が高い。

『カーセンサー』編集長/『CarsensorEDGE』編集長
リクルート自動車総研所長

西村 泰宏（にしむら やすひろ）

リクルートに新卒で入社。2015年より自動車領域の編集業務に携わり、『カーセンサー』本誌およびネットなど、コンテンツ全体のデスクを担当。2017年4月より『カーセンサー』編集長に就任（現職）。2018年4月よりリクルート自動車総研の所長、2021年4月より『CarsensorEDGE』編集長を兼任。本誌、ネットからイベントまで多岐にわたる情報発信をプロデュースしている。2021-2022日本カー・オブ・ザ・イヤー実行委員も務める。



■ 2021年の中古車市場規模は過去最大

中古車市場規模（推計）は、昨年コロナ禍の影響を受け初めて減少に転じましたが、コロナ禍2年目となる今年は回復。調査開始の2015年以降、過去最大となりました。昨年は、公共交通機関に代わる日常の安全な移動手段として、即決しやすい100万円未満での購入層が増加。対して今年は、200万円以上の価格帯で購入する層が増えました。ボディタイプ別では「軽自動車」の割合が減って「クロカン/SUV」が増加し、購入単価を引き上げています。ウイズコロナ時代では、自由で安全な移動手段としてのクルマ利用に加え、昨年よりも趣味・嗜好に沿うクルマを購入する動きが活発になりました。購入までの検討期間の平均日数は、大幅に短縮した昨年と変わらず「40.4日」となり、調査開始以降最も短い日数でした。調査期間中は緊急事態宣言が発令されていた期間とも長く重複しており、引き続きオンラインでの検討を組み合わせた最小限の行動での購入が促進されていることが推察されます。

■ 20～30歳代の購買行動が今後の注目ポイント

今回、年代別に結果をひも解いていくと傾向の違いが見えてきました。“若者のクルマ離れ”ともいわれて久しいですが、中古車市場において購入台数が最も多いのは20歳代、そして30歳代が続きます。また、購入単価も20～30歳代は、40歳代以降のどの年代よりも高くなっています。さらに、前回購入したクルマの乗車期間は20代は3.9年、30代が5.4年とこちらも全体平均の6.1年より短い期間で乗り換えていることが分かります。つまり、単価の高いクルマを早いサイクルでたくさん購入しており、“若者は中古車市場ではエース”と言える存在です。今後も人生の中で運転と購入を繰り返すことが考えられるため、市場への影響を大きく与える世代として特に注目すべきでしょう。

■ コロナ影響による短期的な中古車需要と中長期的で不可逆なトレンドの変化

自動車業界全体としてはコロナの影響と合わさって半導体不足が大きな問題となっております。人気モデルを新車で購入する場合は、数カ月の納車待ちが当たり前となってきています。一方の中古車市場では近年、試乗車や登録済み未使用車、残価設定ローンやリースなどを終えた年式の新しい車の数が増えているため、従来の新車派からも中古車が注目を浴び始めています。世の中の的にもサステイナブルな機運の高まりにより、リユース品への抵抗が低減しています。今後、中古車購入は「賢い消費」や「優しい消費」として、よりその価値が見直されることが予想されます。

調査概要（中古車購入実態調査2021）

- 調査目的 中古車購入者/検討者の意識や行動の把握
- 調査方法 インターネットによる調査
- 調査期間 一次調査：2021年8月5日（木）～2021年8月19日（木）
二次調査：2021年8月12日（木）～2021年8月20日（金）
- 調査対象 一次調査：全国18歳～69歳の男女 ※沖縄県を除く（株式会社マクロミルの登録モニター）
二次調査：一次調査において「直近1年以内に中古車を購入した人」および「直近1年以内に中古車の購入を検討した人」

- 回収数 一次調査：200,000件
※平成27年国勢調査に基づき、全国を性別2区分×年代別5区分（20歳代（18～19歳含む）/30歳代/40歳代/50歳代/60歳代）×エリア10区分×都市部（東京都特別区+政令指定都市20都市）/地方部（それ以外）2区分に割り付けて回収した。

■全国10エリア

エリア		都道府県
1	北海道	北海道
2	東北	青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県
3	北関東	茨城県・栃木県・群馬県
4	首都圏	埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県
5	甲信越・北陸	新潟県・富山県・石川県・福井県・山梨県・長野県
6	東海	静岡県・岐阜県・愛知県・三重県
7	関西	滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県
8	中国	鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県
9	四国	徳島県・香川県・愛媛県・高知県
10	九州	福岡県・佐賀県・長崎県・大分県・熊本県・宮崎県・鹿児島県

二次調査：4,210件（ウエイトバック補正後のサンプルは4,208件）

※一次調査の回答者の中から、一次調査の割り付けに加えて1年以内に中古車を購入した人・1年以内に中古車購入を検討した人で割り付けて回収した。

- 調査実施機関 株式会社マクロミル

■ 集計方法

[一次調査]

平成27年国勢調査の結果に基づき、性別2区分×年代別4区分（20歳代(18～19歳含む)/30歳代/40歳代/50～60歳代）×エリア10区分×都市部/地方部2区分別の構成比に合わせて、サンプル数を補正したウエイトバック集計を行っている。（60歳代は調査回収難度が高く、集計に十分なサンプルを確保できない区分が発生したため、50歳代と合わせて区分してウエイトバック集計を行っている）

[二次調査]

一次調査の区分に加え、一次調査で判明した「1年以内に中古車を購入した人/1年以内に中古車購入を検討した人」の2区分を加えた区分別の構成比に合わせて、サンプル数を補正したウエイトバック集計を行っている。

調査データの引用に関するお願い

調査データをご使用いただく際は、下記クレジットをご記載ください。

出典：「中古車購入実態調査2021」リクルート調べ

データを加工してのご使用はお控えください。グラフデザインの再作成は可能です。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>

1 中古車市場規模（推計）

- 2021年の費用総額（中古車市場規模）は、4兆1699億円と推計。2015年の調査開始以降拡大傾向にあった中古車市場だが、前年は減少に転じた。今年は前年からの回復にとどまらず、ここ7年間で最大の市場規模となった。
- 1年間の中古車購入率は3.3%で、前年より0.2ポイント増加した。
- 中古車購入単価は155.0万円で、前年より19.5万円増加した。

■ 中古車の購入台数、市場規模＜推計値＞

	国勢調査	調査結果			推計結果			
		人口 (万人) 〈A〉	1年間の 中古車購入率 (%) 〈B〉	中古車 購入単価 (万円) 〈C〉	延べ 購入台数 (万台) A*B=〈D〉	中古車 市場規模 (億円) C*D	1万人あたり購入台数	
						台数 (台) D/A	全国値との 比較 (全国=1)	
全国	2021年	8,141	3.3	155.0	269.0	41,699	330.5	1.00
	2020年	8,141	3.1	135.5	253.6	34,365	311.5	1.00
	2019年	8,141	3.2	143.6	261.1	37,498	320.7	1.00
	2018年	8,141	3.2	131.3	261.9	34,396	321.7	1.00
	2017年	8,141	3.1	120.9	250.3	30,275	307.5	1.00
	2016年	8,141	3.0	117.3	242.2	28,409	297.5	1.00
	2015年	8,469	2.8	116.9	240.4	28,100	283.8	1.00
性別	男性	4,074	4.0	160.5	161.7	25,956	397.0	1.20
	女性	4,067	2.6	146.7	107.3	15,749	263.9	0.80
年齢別	20歳代	1,460	5.0	162.9	72.5	11,807	496.6	1.50
	30歳代	1,542	3.9	181.4	60.6	10,988	392.8	1.19
	40歳代	1,820	2.9	145.6	53.1	7,727	291.6	0.88
	50歳代	1,527	2.7	125.4	40.9	5,134	268.1	0.81
	60歳代	1,792	2.2	160.0	39.0	6,245	217.8	0.66
エリア別	北海道	350	4.2	137.4	14.8	2,031	422.7	1.28
	東北	567	4.3	141.8	24.4	3,460	430.4	1.30
	北関東	446	4.0	134.7	18.0	2,421	403.3	1.22
	首都圏	2,437	2.6	189.4	62.3	11,790	255.5	0.77
	甲信越・北陸	516	3.8	139.5	19.7	2,745	381.7	1.15
	東海	971	3.7	141.2	36.0	5,084	370.8	1.12
	関西	1,337	2.7	188.3	35.5	6,680	265.4	0.80
	中国	463	3.6	132.7	16.6	2,202	358.4	1.08
	四国	237	3.7	133.7	8.8	1,181	372.8	1.13
九州	818	4.0	125.1	33.1	4,139	404.3	1.22	

※人口：平成27年国勢調査（総務省）の結果に基づく、各エリアの対象年代（18～69歳）の人口

ただし、2015年の人口は平成22年国勢調査（総務省）の数値を用いている

※推計結果（延べ購入台数、中古車市場規模）の全国値は、全国の平均購入単価および延べ購入台数のデータを用いて算出しているため、各性年齢、各エリアの合計とは異なる

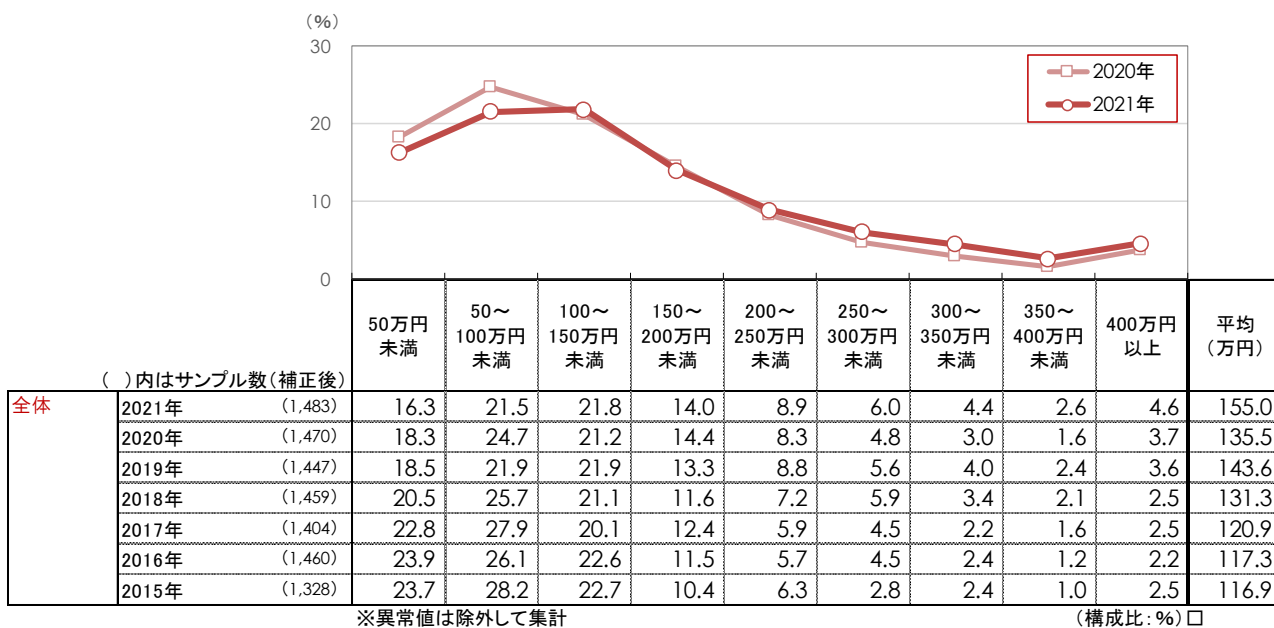
※「延べ購入台数」は「人口」に「1年間の中古車購入率」を乗じて算出しているが、この「1年間の中古車購入率」は1年間に1台以上中古車を購入した人の割合であるため、「延べ購入台数」には1年間に2台以上中古車を購入した人の2台目以降は含まれていない

2 中古車の支払総額

- 中古車の支払総額は、「100～150万円未満」と「50～100万円未満」の価格帯に4割超が集中している。100万円未満の価格帯の割合が減少した一方、200万円以上の価格帯の割合は5ポイント以上上昇し、平均も20万円近く増加。

■ 中古車の支払総額＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人のうち、金額回答者のみ/単一回答】

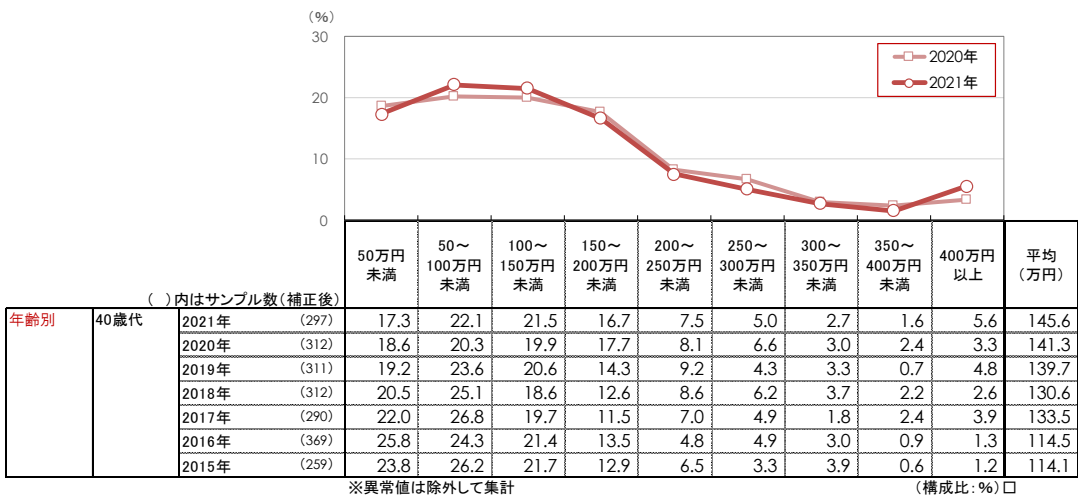
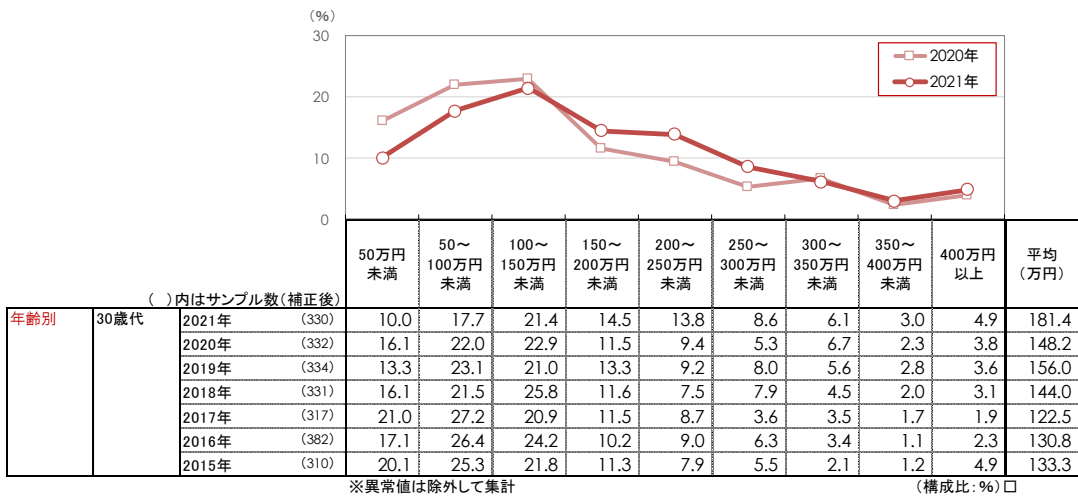
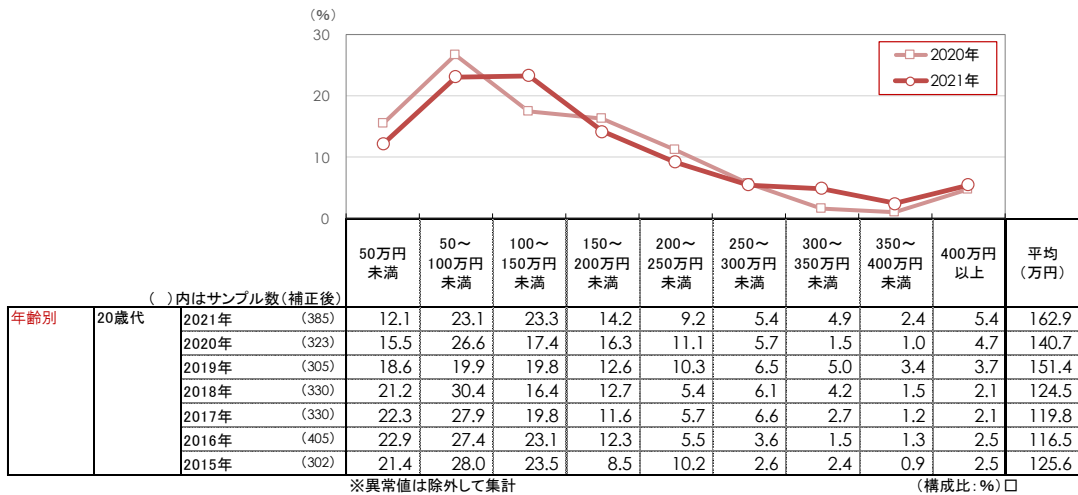


2 中古車の支払総額【年齢別】

- 「100～150万円未満」は20歳代が、「150～300万円未満」は30歳代がそれぞれここ数年増加傾向。価格上昇をけん引。一方で、「50万円未満」は40歳代以下の若年層でここ数年減少傾向。
- 300万円以上の高額帯は20歳代と50～60歳代で増加傾向。

■ 年齢別 中古車の支払総額＜二次調査＞

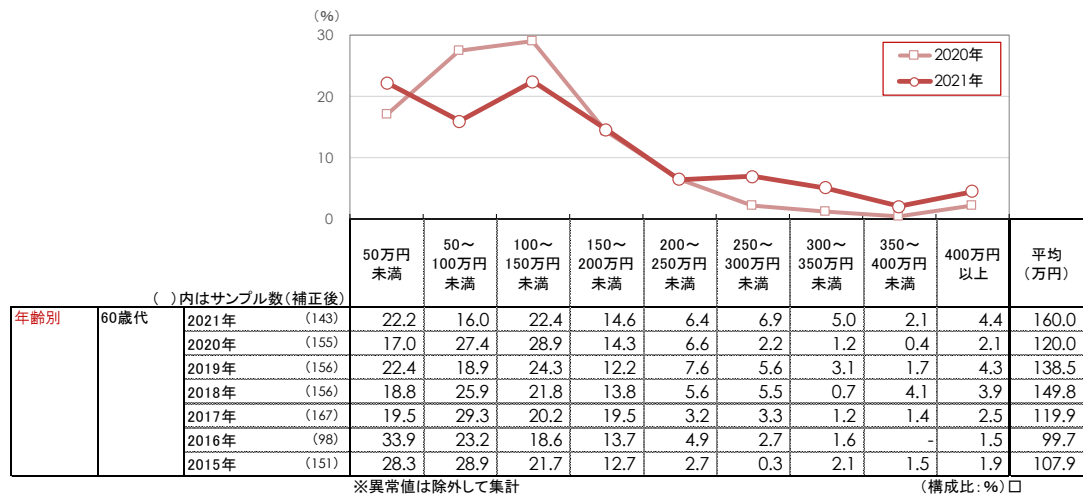
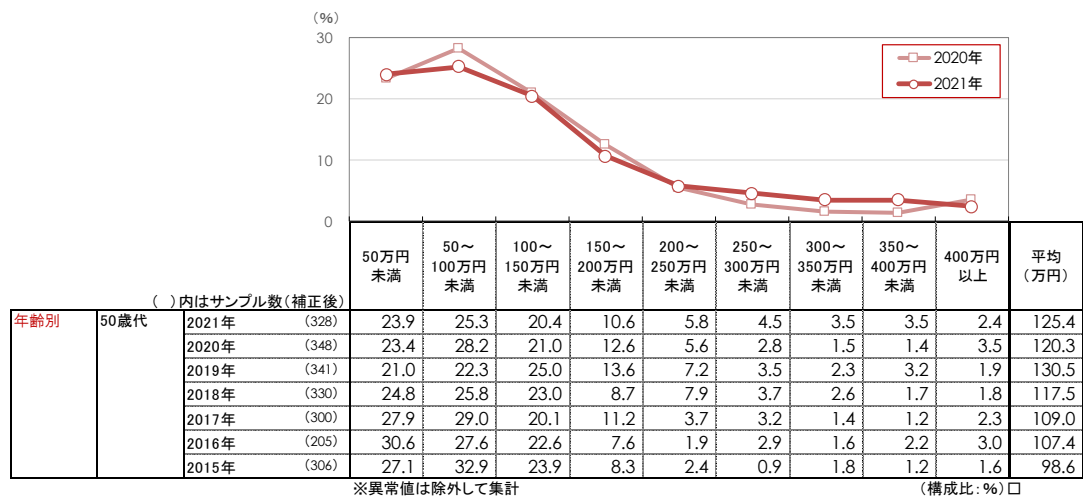
【1年以内に中古車を購入した人のうち、金額回答者のみ/単一回答】



2 中古車の支払総額【年齢別】

■ 年齢別 中古車の支払総額＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人のうち、金額回答者のみ/単一回答】



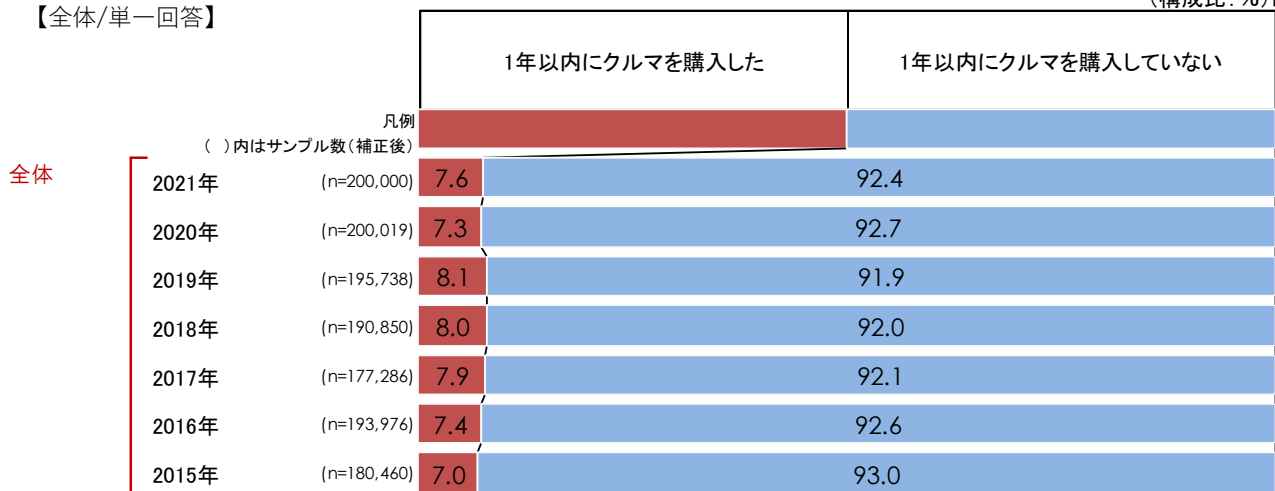
3 中古車購入行動の特性

- 直近「1年以内にクルマ（新車・中古車・両方）を購入した」人は7.6%で、前年より0.3ポイント増加。
- 前回購入したクルマがある人の平均乗車期間は6.1年で、2015年調査以降おおむね延長傾向にあった中、前年より0.3年の短縮に転じた。
- 乗車期間は、4年未満が上昇傾向で「2～4年未満」は19.2%で前年より2.1ポイント、「2年未満」は15.4%で前年より1.5ポイント増加。
- 20歳代は平均3.9年、30歳代は5.4年と、40歳代以上の7年前後に比べ若い年代は平均乗車期間が短い傾向。

■ 直近1年以内のクルマの購入経験の有無＜一次調査＞

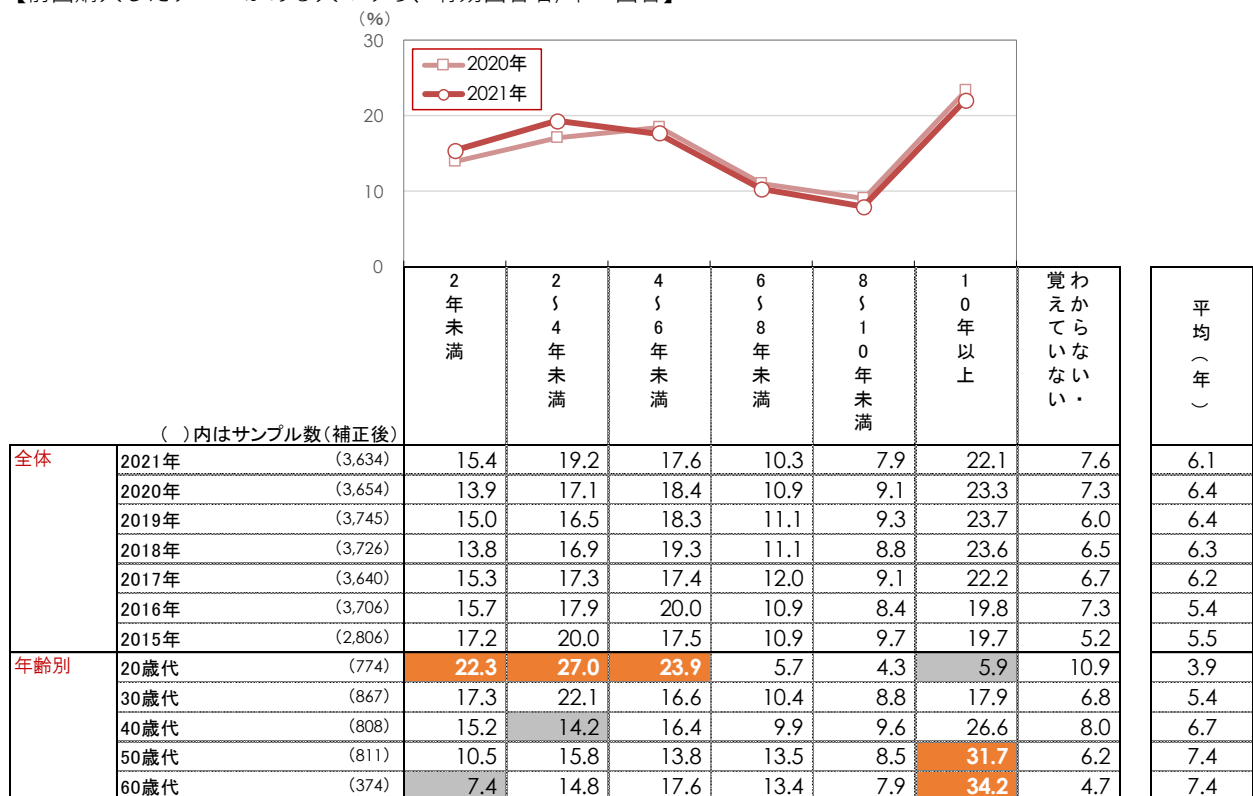
【全体/単一回答】

(構成比:%)□



■ 前回購入したクルマの乗車期間＜二次調査＞

【前回購入したクルマがある人のうち、有効回答者/単一回答】



太字 全体より5ポイント以上高い項目

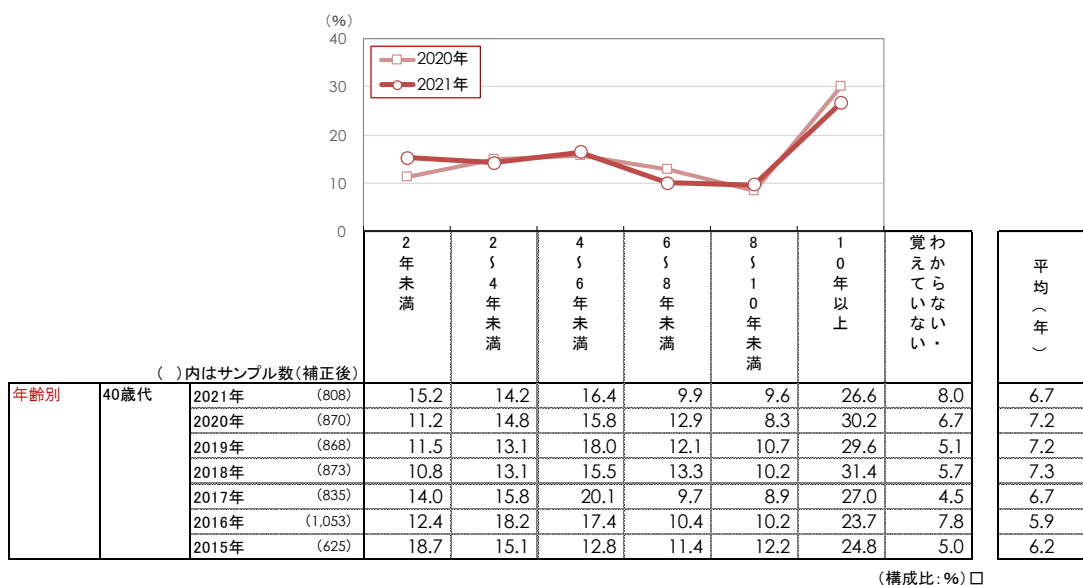
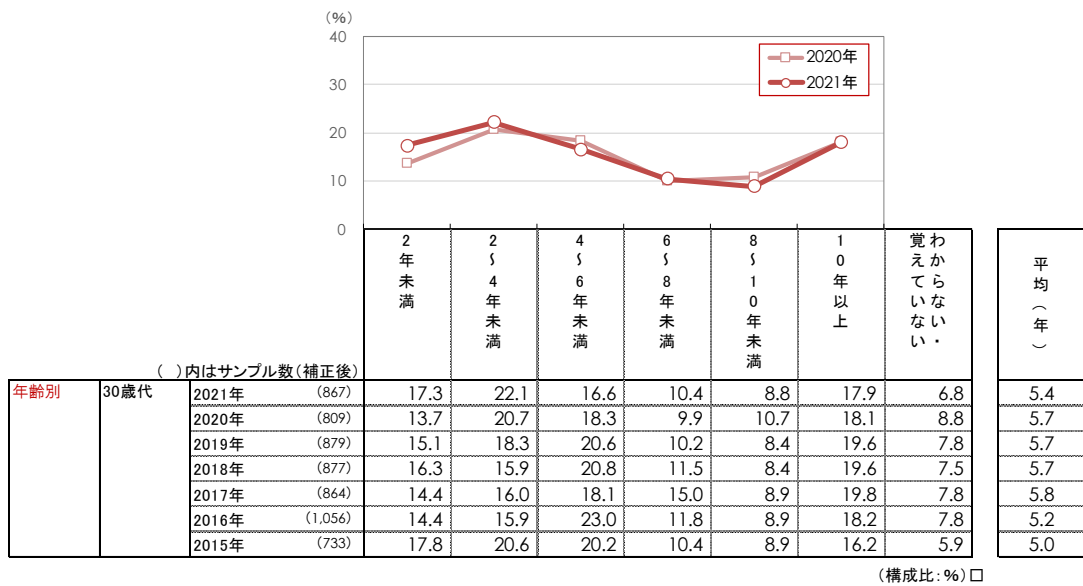
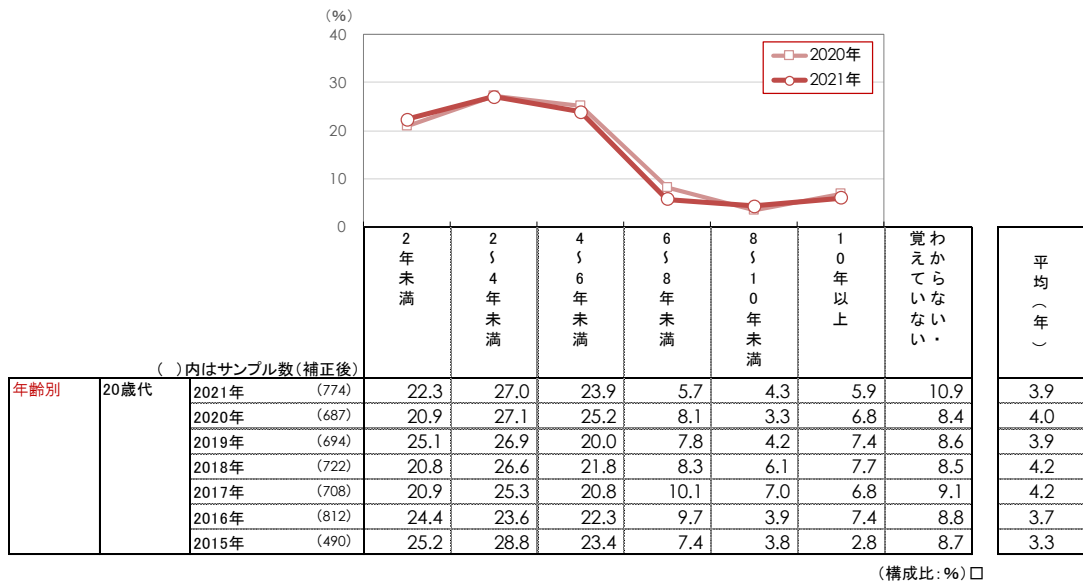
(構成比:%)□

全体より5ポイント以上低い項目

3 中古車購入行動の特性【年齢別】

■ 年齢別 前回購入したクルマの乗車期間＜二次調査＞

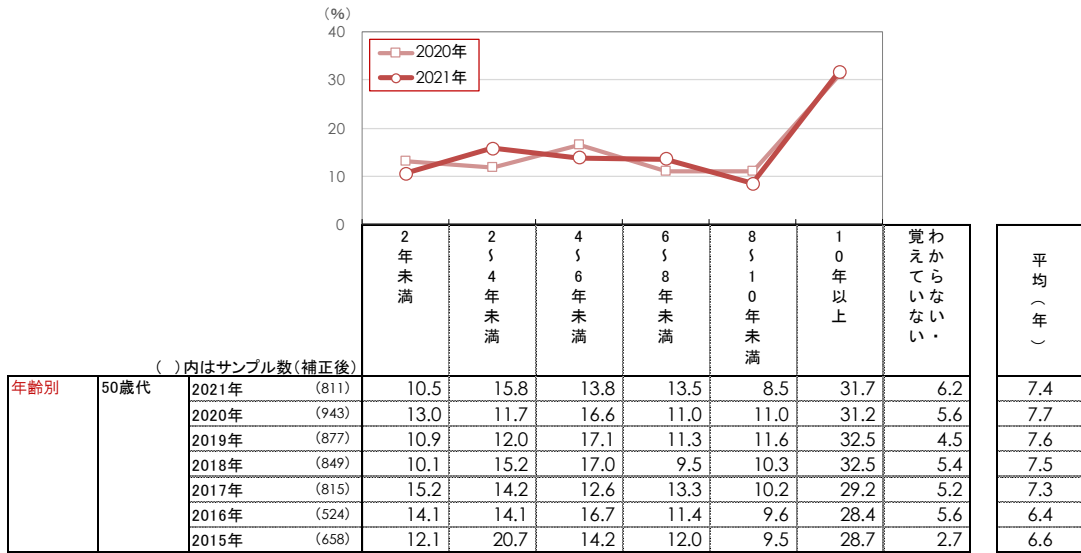
【前回購入したクルマがある人のうち、有効回答者/単一回答】



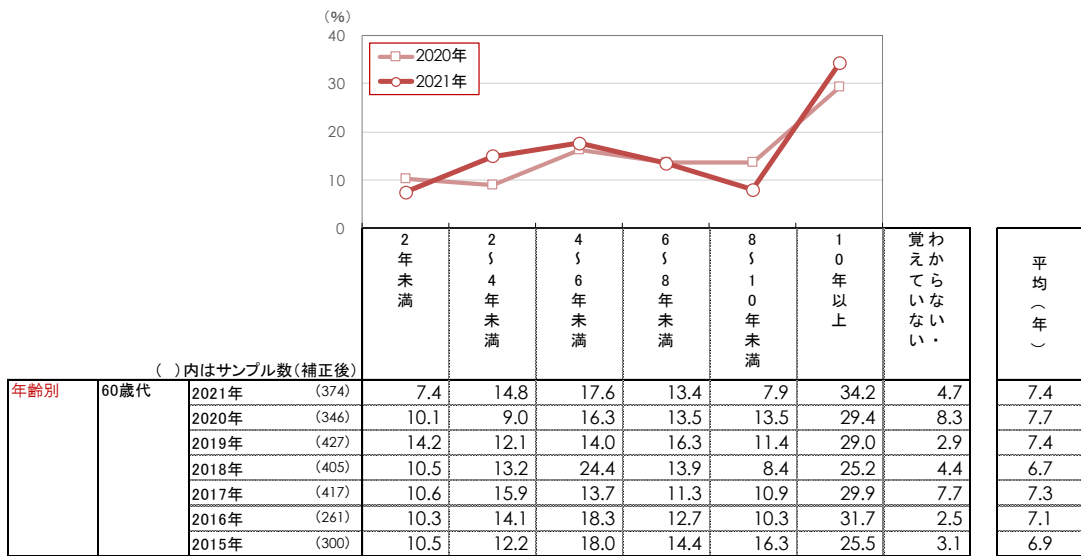
3 中古車購入行動の特性【年齢別】

■ 年齢別 前回購入したクルマの乗車期間＜二次調査＞

【前回購入したクルマがある人のうち、有効回答者/単一回答】



(構成比:%) □



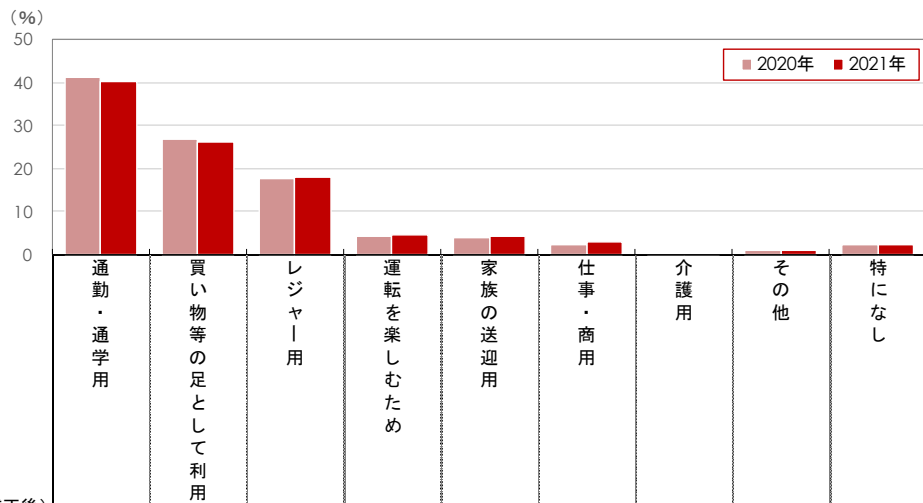
(構成比:%) □

4 中古車の主な購入目的

- 中古車の主な購入目的は、「仕事・商用」「家族の送迎用」「レジャー用」「運転を楽しむため」が前年より微増。都市/地方別では、都市部は地方部よりも「レジャー用」が15.9ポイント高く、地方部では「通勤・通学用」が都市部を20ポイント超上回っている。

■ クルマの主な購入目的<二次調査>

【1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人/単一回答】



()内はサンプル数(補正後)

属性	属性内	サンプル数	通勤・通学用	買い物等の足として利用	レジャー用	運転を楽しむため	家族の送迎用	仕事・商用	介護用	その他	特になし
全体	2021年	(4,208)	40.1	26.3	18.0	4.6	4.4	2.9	0.3	1.1	2.2
	2020年	(4,239)	41.1	26.9	17.7	4.4	4.0	2.2	0.4	1.1	2.2
	2019年	(4,258)	38.5	27.8	19.1	4.6	3.5	2.6	0.4	1.1	2.4
	2018年	(4,232)	38.2	26.8	19.6	3.9	4.1	3.9	0.5	1.4	1.6
	2017年	(4,154)	36.8	27.4	18.6	5.3	3.3	4.5	0.4	1.3	2.5
	2016年	(4,391)	37.3	26.4	19.3	4.8	3.7	3.4	0.3	1.5	3.2
	2015年	(4,065)	37.2	25.2	21.0	4.6	3.4	4.0	1.0	1.8	1.7
性別	男性	(2,541)	38.9	22.5	21.9	6.4	3.5	3.6	0.2	0.7	2.2
	女性	(1,667)	41.9	32.0	12.1	1.9	5.7	1.9	0.6	1.6	2.3
年齢別	20歳代	(1,084)	39.4	21.7	22.0	9.0	4.0	1.6	0.1	0.7	1.5
	30歳代	(986)	39.1	25.5	21.2	2.2	6.1	1.9	0.1	1.4	2.6
	40歳代	(877)	44.9	23.7	16.7	3.7	4.0	3.7	0.3	1.2	1.8
	50歳代	(880)	43.4	29.3	12.1	3.4	3.4	4.4	0.8	0.8	2.4
	60歳代	(382)	26.2	39.9	15.4	3.8	4.1	4.2	0.8	1.4	4.3
	エリア別	北海道	(222)	45.2	24.3	15.9	4.1	4.4	1.9	0.8	1.0
東北		(361)	55.9	21.9	9.9	4.0	2.4	3.1	-	1.3	1.6
北関東		(278)	55.1	25.1	4.4	5.3	4.0	1.8	0.8	1.4	2.1
首都圏		(977)	19.4	28.7	33.9	6.4	5.1	2.3	0.5	0.5	3.1
甲信越・北陸		(313)	56.0	23.3	7.9	1.7	3.7	4.1	0.5	1.5	1.3
東海		(565)	44.6	26.6	12.9	4.6	5.2	3.1	0.2	0.9	1.9
関西		(570)	29.0	30.7	22.6	5.8	5.1	3.3	0.4	0.9	2.2
中国		(269)	48.0	24.2	13.1	3.6	3.6	2.3	-	2.5	2.7
四国		(136)	50.8	23.0	12.7	2.8	2.9	3.2	0.2	1.4	3.0
九州		(515)	48.7	24.5	12.7	3.4	3.9	4.0	-	1.0	1.7
都市/地方別	都市部	(1,010)	24.4	28.5	30.1	5.2	4.2	2.9	0.6	0.8	3.1
	地方部	(3,198)	45.1	25.5	14.2	4.5	4.4	3.0	0.3	1.2	2.0
ライフステージ別	学生	(170)	39.6	17.8	14.0	23.3	1.7	3.0	-	-	0.5
	独身または既婚単身	(1,189)	43.5	22.8	17.8	5.7	2.3	3.7	0.8	0.9	2.4
	夫婦のみ	(782)	35.3	32.3	18.2	5.0	3.0	2.2	0.1	0.9	3.0
	二世世代家族	(1,726)	39.5	27.2	19.3	2.2	5.9	2.7	0.0	1.4	1.8
	三世世代家族	(336)	42.8	23.4	14.6	3.0	8.1	3.4	1.0	1.1	2.8

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

(構成比:%)

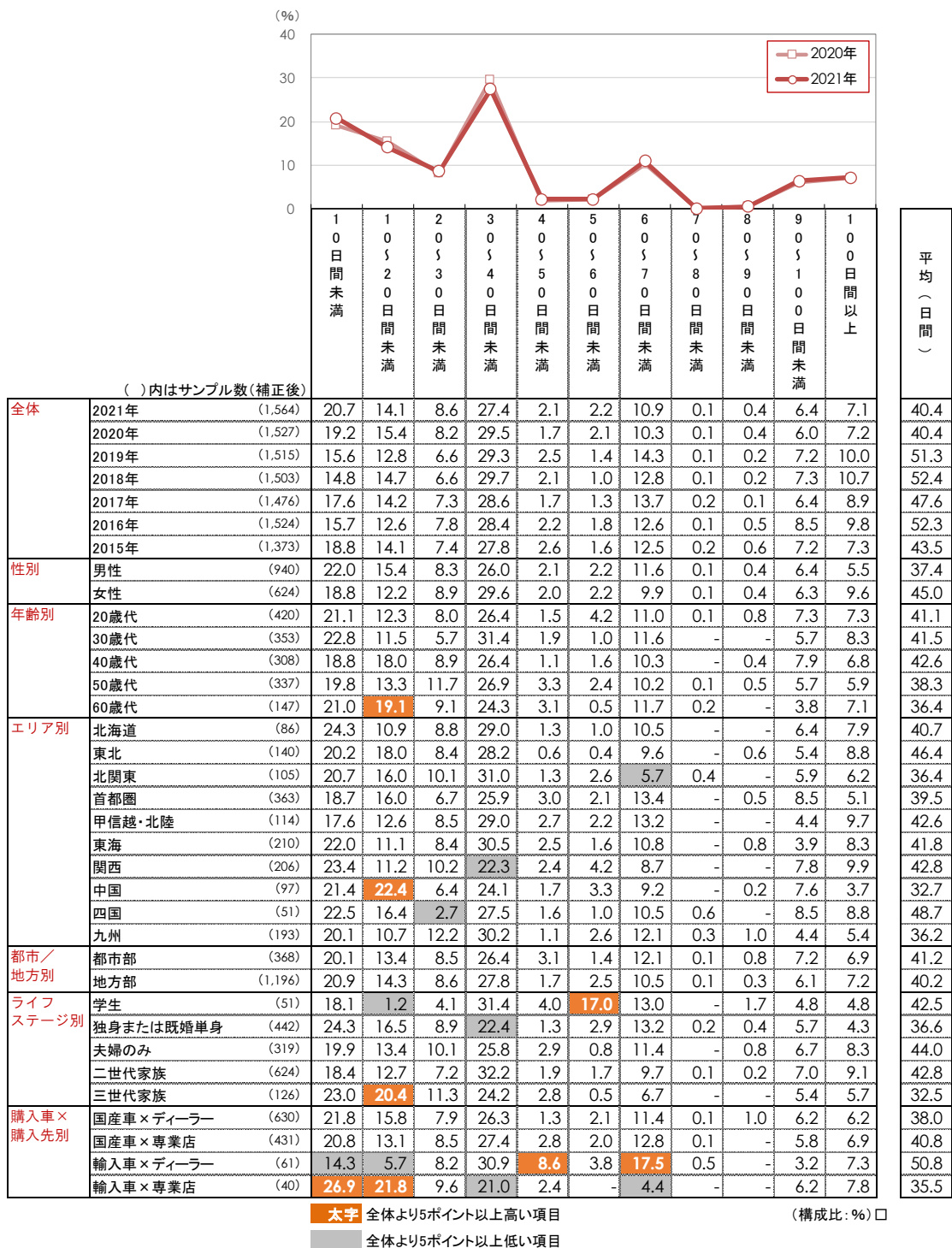
※表中-は回答者がなかったもの、0.0は表示単位未満のもの

5 中古車購入までの検討期間

- 中古車購入までの検討期間の平均日数（40.4日間）は、大幅に短縮した前年に引き続き、2015年の調査開始以降最も短い日数となった。

■ 中古車購入までの検討期間＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人のうち、有効回答者/単一回答】



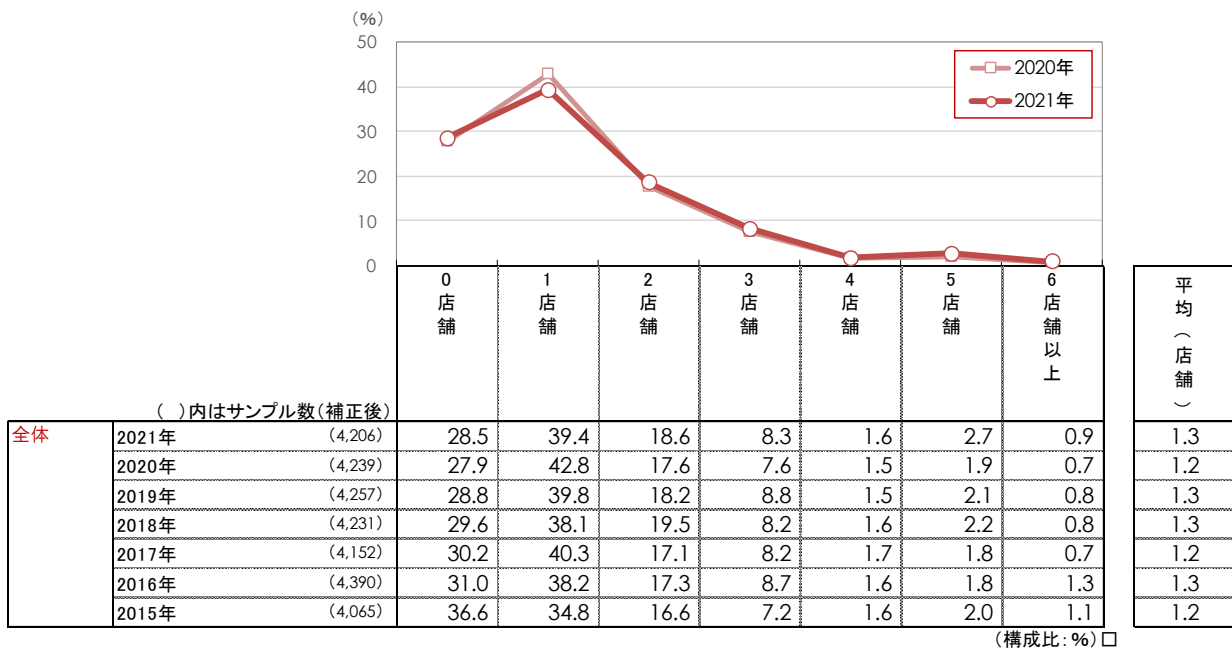
※表中-は回答者がなかったもの

6 中古車購入までの検討過程

- クルマ購入を思い立ってから契約までに問い合わせした店舗数は平均1.3店舗で、前年より「1店舗」が3.4ポイント減少し、2店舗以上の店舗数の割合が増加。
- 今回の中古車検討・購入で実際に利用したメディアは、「雑誌」が20.9%で、2015年の調査開始時から3.4ポイント上昇した。

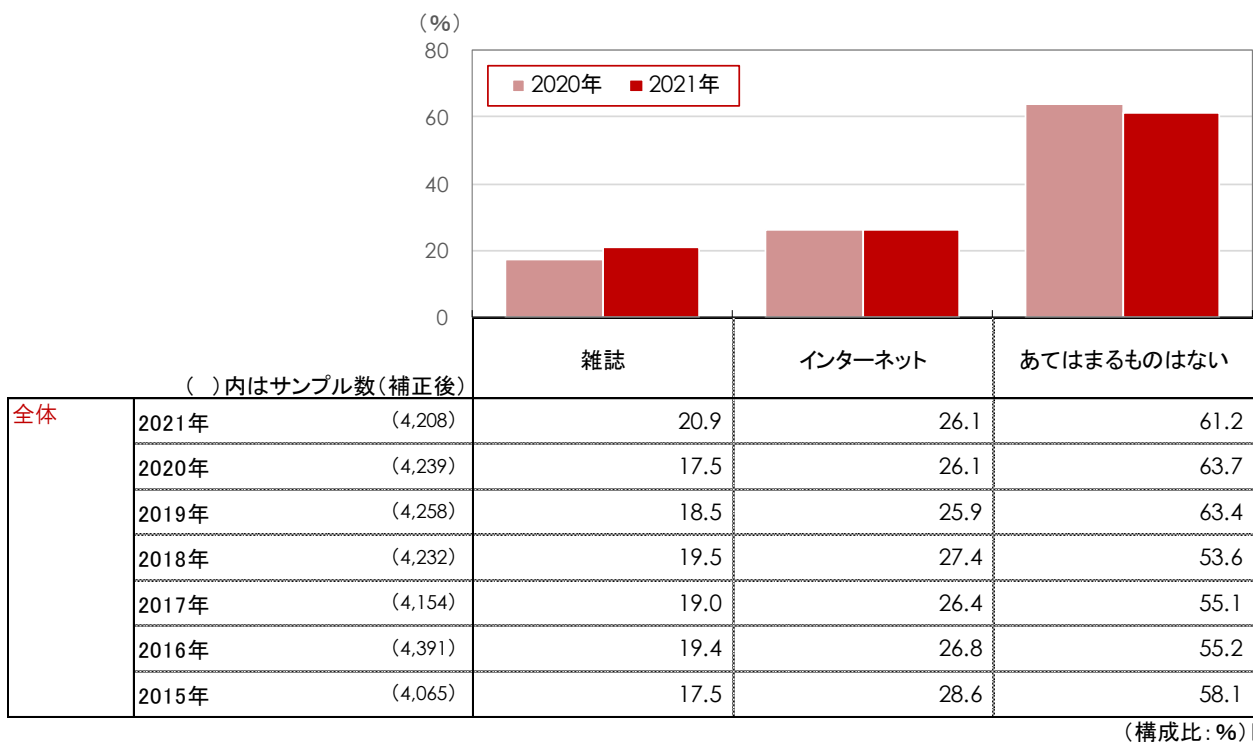
■ クルマ購入を思い立ってから契約までに問い合わせした店舗数<二次調査>

【1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人のうち、有効回答者/単一回答】



■ 今回の中古車検討・購入で実際に利用したメディア<二次調査>

【1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人/複数回答】

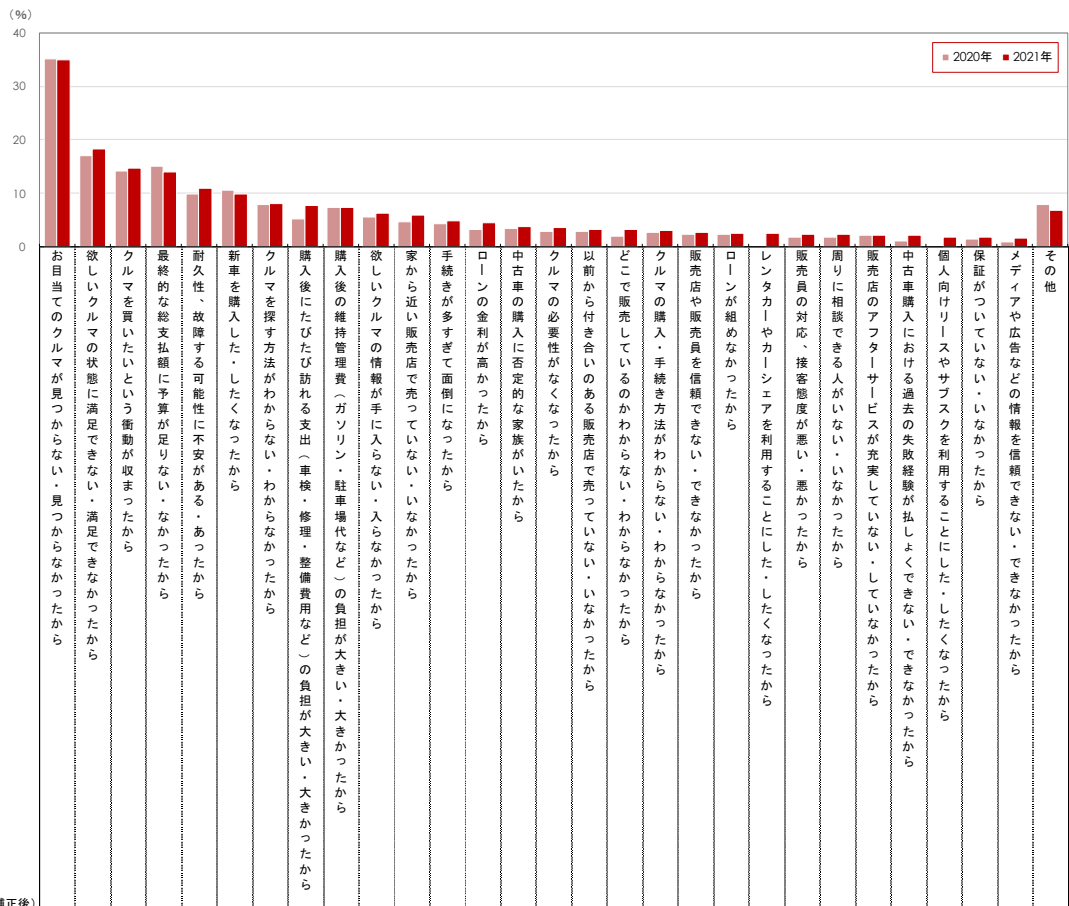


7 中古車購入を検討したが1年以内に購入しなかった理由

- 検討はしたが購入に至らなかった人の理由で「購入後にたびたび訪れる支出（車検・修理・整備費用など）の負担が大きい・大きかったから」は前年から2.6ポイント増加。

■ 中古車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった理由＜一次調査＞

【中古車の購入を検討したが1年以内に購入しなかった人／複数回答】



()内はサンプル数(補正後)

全体	2021年	(5,796)	34.8	18.3	14.7	13.9	10.9	10.0	8.1	7.8	7.3	6.2	6.0	5.0	4.5	3.8	3.6	3.4	3.3	3.1	2.8	2.3	2.4	*	1.8	1.8	2.3	1.2	*	1.6	1.0	1.6	6.8
	2020年	(5,909)	35.1	17.1	14.2	15.0	9.9	10.6	7.8	5.2	7.3	5.7	4.7	4.4	3.3	3.4	3.0	2.9	2.1	2.8	2.3	2.4	*	1.8	1.8	2.3	1.2	*	1.6	1.0	1.6	7.9	
	2019年	(6,247)	35.3	17.9	13.9	16.7	10.6	10.4	6.4	5.8	7.6	4.9	4.8	4.1	3.3	3.6	3.4	2.9	1.7	2.3	2.2	2.7	*	2.0	1.5	1.8	1.6	*	1.2	0.6	1.2	6.2	
	2018年	(6,091)	34.6	15.6	12.7	16.8	10.5	11.0	6.4	5.1	7.5	5.9	5.2	4.3	3.6	3.9	3.2	3.1	1.9	2.9	2.1	2.2	*	1.8	1.7	2.1	1.7	*	1.3	1.0	1.0	6.8	
	2017年	(5,466)	33.8	15.3	12.7	15.0	9.3	11.6	5.8	4.9	8.2	5.5	4.1	3.9	3.0	4.0	3.5	3.1	1.5	2.8	1.9	2.2	*	1.3	1.3	1.8	1.4	*	1.5	1.0	1.0	6.1	
	2016年	(5,857)	34.9	14.6	12.9	16.3	9.2	10.1	6.0	4.8	8.3	4.5	4.7	3.5	3.0	4.3	3.4	2.7	1.8	2.7	1.5	2.3	*	1.3	1.6	1.8	1.6	*	1.2	0.9	1.2	6.8	
	2015年	(2,692)	37.0	18.7	14.4	16.9	10.9	16.3	6.6	5.0	6.6	3.5	3.8	3.6	3.1	4.8	4.2	2.3	2.0	2.4	2.2	2.5	*	1.6	1.4	1.6	1.4	*	1.9	0.6	1.1	8.1	

※2015年は二次調査で聴取している

※「購入後にたびたび訪れる支出（車検・修理・整備費用など）の負担が大きい・大きかったから」:2020年までは「車検の負担が大きい・大きかったから」

(構成比:%)

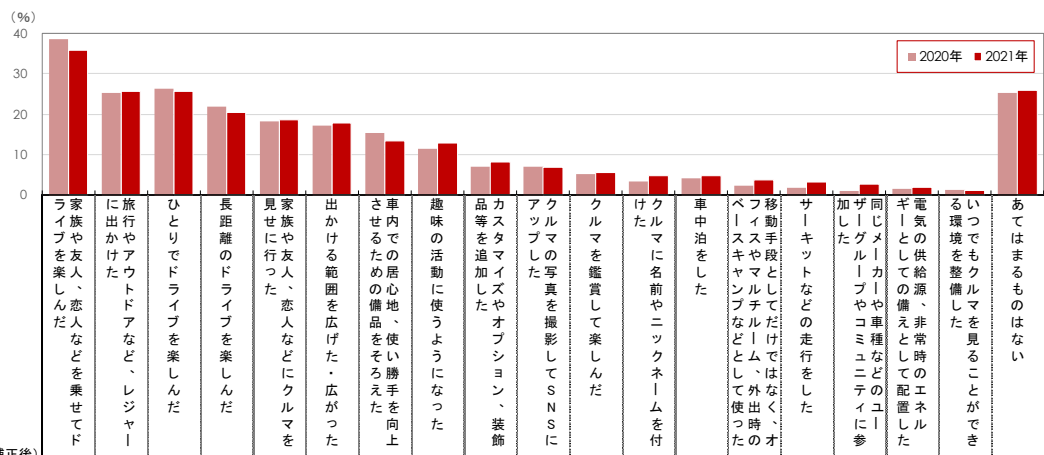
※表中*は該当する選択肢がなかったもの

8 中古車購入後の利用方法や楽しみ方

- 中古車購入後のクルマの利用方法や楽しみ方は、「家族や友人、恋人などを乗せてドライブを楽しんだ」「長距離のドライブを楽しんだ」などが前年に引き続き減少。一方、「旅行やアウトドアなど、レジャーに出かけた」「家族や友人、恋人などにクルマを見せに行った」「出かける範囲を広げた・広がった」「趣味の活動に使うようになった」などでわずかに回復の兆しがみられる。

■ 中古車購入後のクルマの利用方法や楽しみ方＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人/複数回答】



		()内はサンプル数(補正後)																			
		2021年	2020年	2021年	2020年	2021年	2020年	2021年	2020年	2021年	2020年	2021年	2020年	2021年	2020年	2021年	2020年	2021年	2020年	2021年	
全体	2021年 (1,567)	35.9	25.7	25.6	20.5	18.7	17.8	13.3	12.9	8.2	6.9	5.4	4.7	4.7	3.6	3.2	2.5	1.7	1.2	25.9	
	2020年 (1,530)	38.7	25.3	26.2	21.9	18.3	17.2	15.4	11.4	6.9	6.9	5.0	3.3	4.1	2.2	1.8	1.0	1.5	1.2	25.2	
	2019年 (1,515)	44.5	32.2	26.9	27.6	19.1	21.7	14.4	13.4	6.2	5.6	6.5	3.9	5.4	2.1	2.0	1.9	1.9	1.3	23.4	
性別	男性 (942)	34.4	26.6	29.8	21.1	18.1	16.7	13.3	15.7	9.8	7.4	5.2	4.5	6.0	3.6	3.6	3.0	1.8	1.4	24.6	
	女性 (625)	38.2	24.2	19.3	19.7	19.6	19.6	13.3	8.6	5.8	6.2	5.7	5.1	2.8	3.6	2.6	1.7	1.6	0.9	28.0	
年齢別	20歳代 (422)	39.6	27.5	30.7	23.1	26.6	21.7	11.2	17.8	11.0	10.3	5.5	6.7	8.2	6.4	5.6	2.8	0.9	1.7	15.9	
	30歳代 (353)	36.1	29.2	21.5	24.8	20.2	22.7	15.1	13.0	6.9	7.8	5.4	7.3	4.6	5.5	4.9	3.4	2.7	2.1	22.1	
	40歳代 (309)	34.1	24.4	27.1	18.1	14.5	13.6	14.9	10.2	7.4	5.4	5.3	2.8	3.6	1.6	1.0	2.8	1.1	0.4	31.0	
	50歳代 (337)	34.6	20.4	23.9	14.6	10.7	14.3	13.8	8.7	7.5	3.6	6.3	2.3	2.2	1.2	1.7	1.4	2.2	0.1	34.0	
	60歳代 (147)	31.7	26.9	21.8	21.6	19.3	12.1	9.8	13.4	6.7	6.1	3.1	2.6	3.2	1.1	0.6	1.5	1.9	1.3	35.1	
エリア別	北海道 (86)	38.6	24.9	26.6	24.2	15.4	17.6	15.5	18.8	8.1	6.6	6.5	5.1	3.7	1.2	1.6	1.2	1.1	-	26.4	
	東北 (142)	35.8	23.1	24.0	20.6	21.1	16.9	14.9	12.6	8.1	4.6	5.6	4.2	4.7	1.6	2.0	2.5	0.6	0.4	26.9	
	北関東 (105)	36.5	15.3	27.3	19.9	21.2	9.7	12.9	11.2	8.6	8.1	4.2	2.8	4.2	1.6	1.6	-	2.2	1.8	30.1	
	首都圏 (363)	32.6	27.2	25.8	15.9	16.2	19.1	14.3	11.8	7.9	6.8	4.0	3.0	5.0	3.7	5.1	2.5	0.5	-	27.1	
	甲信越・北陸 (114)	43.0	24.2	28.2	22.9	15.7	15.4	13.1	8.9	8.5	9.1	5.1	6.6	1.7	2.5	-	1.3	0.4	3.1	25.6	
	東海 (210)	31.2	24.2	22.4	19.5	21.6	13.8	15.9	11.7	5.5	4.9	6.3	7.8	6.7	4.7	4.3	4.0	4.5	2.6	27.7	
	関西 (207)	42.5	35.3	26.6	23.3	21.1	27.4	14.8	18.3	13.1	11.7	8.5	7.3	6.7	8.9	2.5	4.8	4.0	2.4	17.0	
	中国 (97)	33.4	19.5	30.6	23.3	16.1	18.1	7.6	13.6	7.2	5.9	6.7	5.1	3.5	4.0	3.3	1.8	-	0.6	25.6	
	四国 (51)	34.8	14.2	28.9	23.0	16.3	14.1	11.4	12.1	6.6	9.3	6.0	1.5	5.3	2.0	4.4	1.4	-	1.4	26.8	
	九州 (193)	36.3	29.0	22.7	22.3	19.3	17.3	8.0	10.9	7.0	4.1	2.8	2.7	2.8	1.2	3.1	1.8	1.5	0.4	28.4	
都市/地方別	都市部 (368)	36.6	29.8	22.0	22.2	18.9	21.5	15.2	12.9	7.4	6.4	4.6	5.3	5.5	3.8	4.5	3.0	2.1	0.4	20.9	
	地方部 (1,199)	35.7	24.4	26.7	20.0	18.6	16.7	12.7	12.8	8.4	7.1	5.6	4.6	4.4	3.5	2.8	2.4	1.6	1.4	27.5	
ライフステージ別	学生 (51)	32.0	24.5	27.3	14.8	25.7	21.5	9.4	15.0	8.6	22.7	7.8	11.0	7.9	5.4	3.4	0.6	-	2.6	17.0	
	独身または既婚単身 (444)	31.4	20.9	35.5	18.0	21.5	16.9	13.9	16.5	11.1	7.2	5.1	3.7	6.2	3.6	3.4	2.7	1.7	0.9	27.4	
	夫婦のみ (319)	38.0	26.0	21.7	23.7	16.2	16.9	12.7	12.8	6.4	5.6	5.6	4.7	4.3	1.2	2.8	0.8	0.9	0.5	23.9	
	二世帯家族 (624)	38.9	29.5	21.3	22.0	17.5	18.6	13.6	9.6	6.3	5.8	4.3	3.9	3.0	3.8	3.7	2.5	1.9	1.1	26.3	
	三世帯家族 (126)	33.4	23.6	20.9	16.2	17.3	16.7	11.3	15.4	10.9	8.9	9.5	9.5	7.2	8.1	1.0	7.2	4.1	3.8	28.3	
購入車×購入先別	国産車×ディーラー (630)	34.2	25.2	23.9	18.2	19.5	15.4	11.6	12.6	7.9	6.8	4.4	5.6	4.6	4.4	2.5	2.7	2.3	0.9	28.0	
	国産車×専門店 (432)	38.1	28.6	26.7	24.5	17.4	21.2	14.3	15.2	8.0	4.3	5.5	4.2	5.2	2.2	3.9	1.7	1.4	1.0	24.9	
	輸入車×ディーラー (61)	51.4	40.6	38.1	36.2	25.2	23.6	23.3	5.9	5.4	7.3	13.8	2.9	-	-	3.8	-	-	0.7	13.1	
	輸入車×専門店 (40)	60.1	36.1	27.8	25.1	21.7	27.5	28.2	15.7	12.1	7.3	15.4	0.5	5.2	-	4.1	9.2	-	0.7	9.7	

太字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より5ポイント以上低い項目

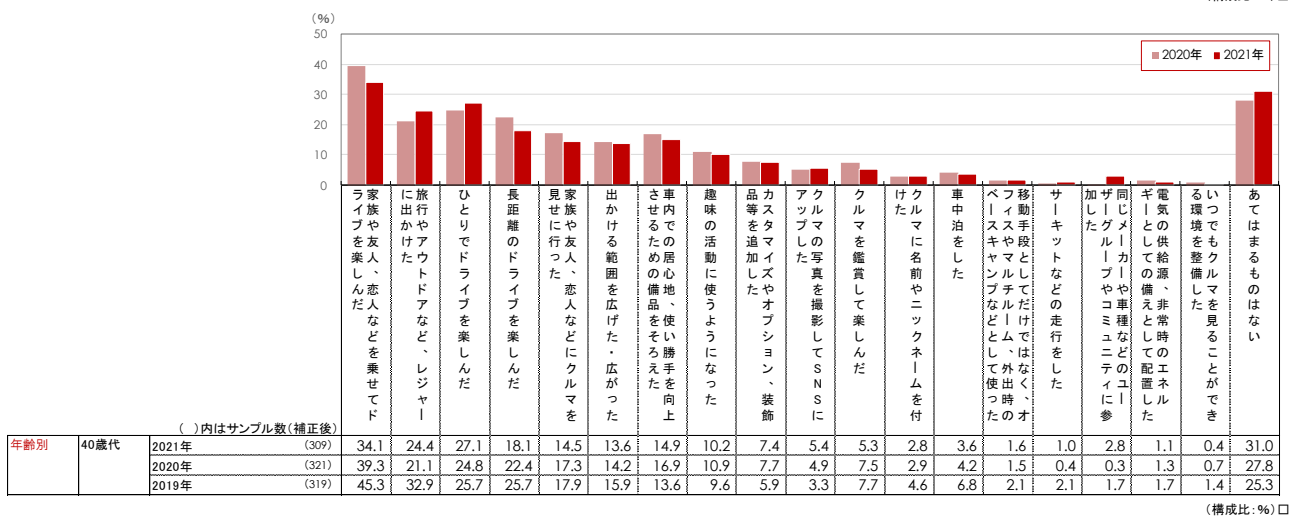
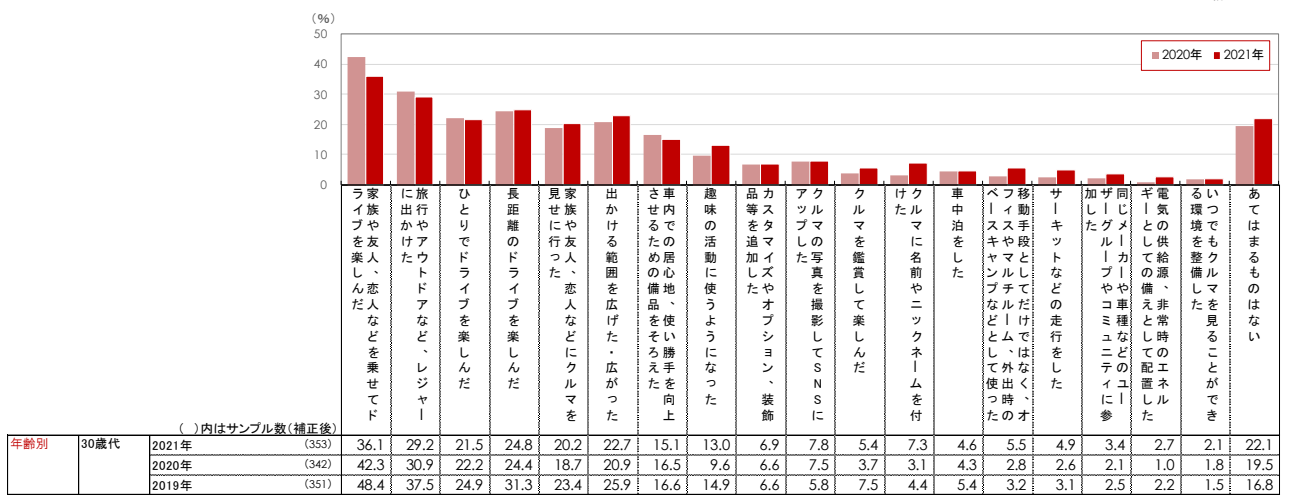
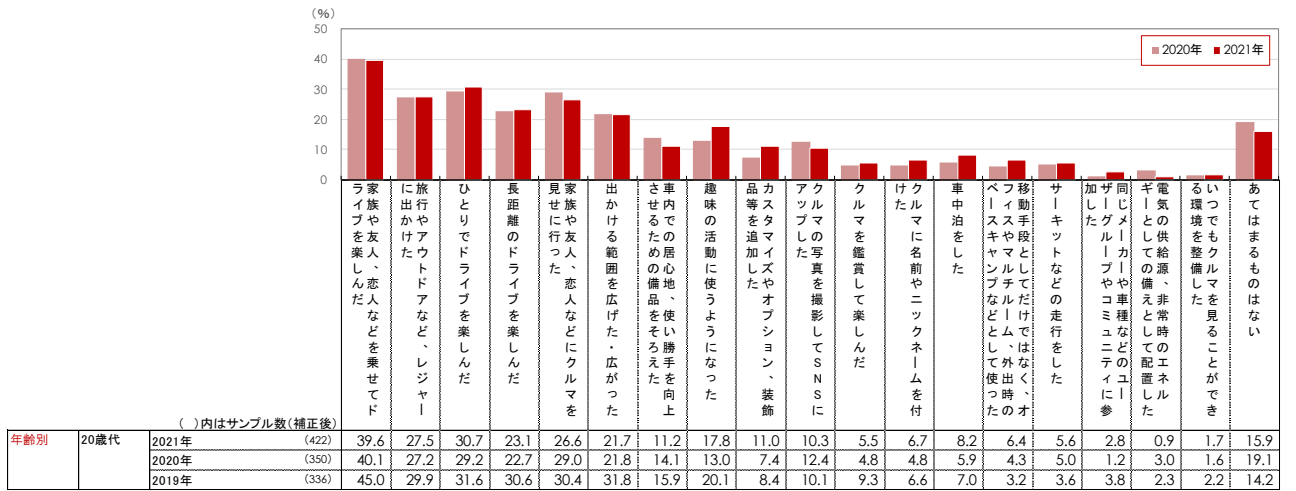
(構成比:%)

※表中—は回答者がなかったもの

8 中古車購入後の利用方法や楽しみ方 【年齢別経年】

■ 年齢別 中古車購入後のクルマの利用方法や楽しみ方の推移＜二次調査＞

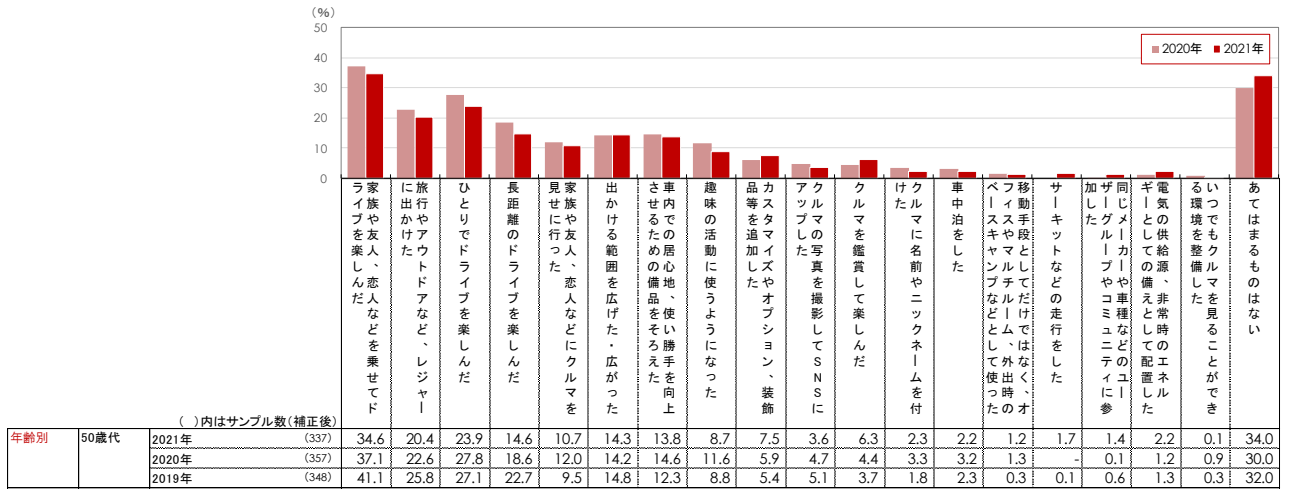
【1年以内に中古車を購入した人/複数回答】



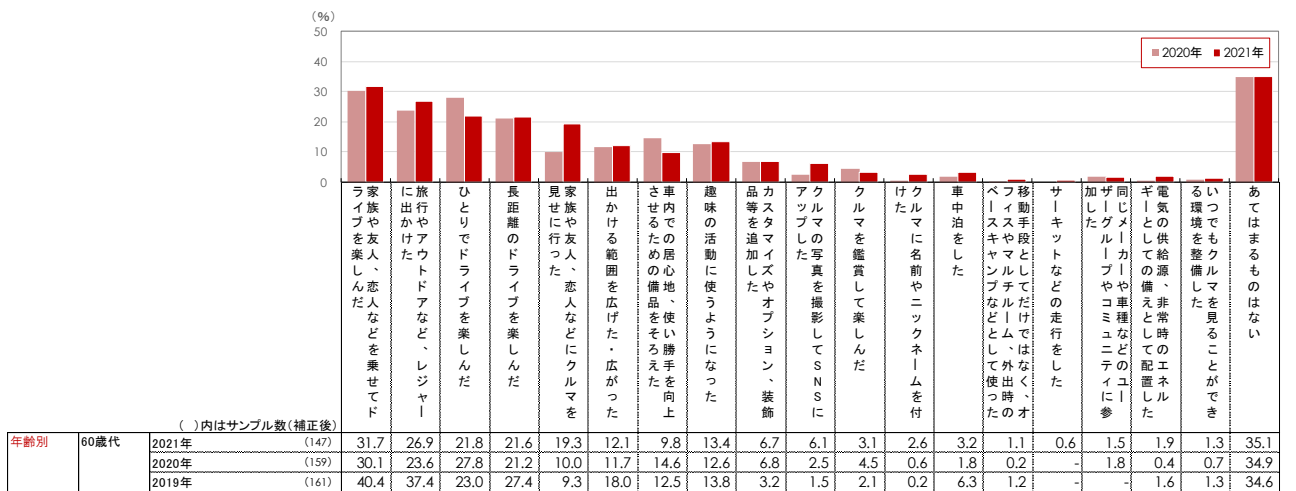
8 中古車購入後の利用方法や楽しみ方 【年齢別経年】

■ 年齢別 中古車購入後のクルマの利用方法や楽しみ方の推移＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人/複数回答】



(構成比・%)



(構成比・%)

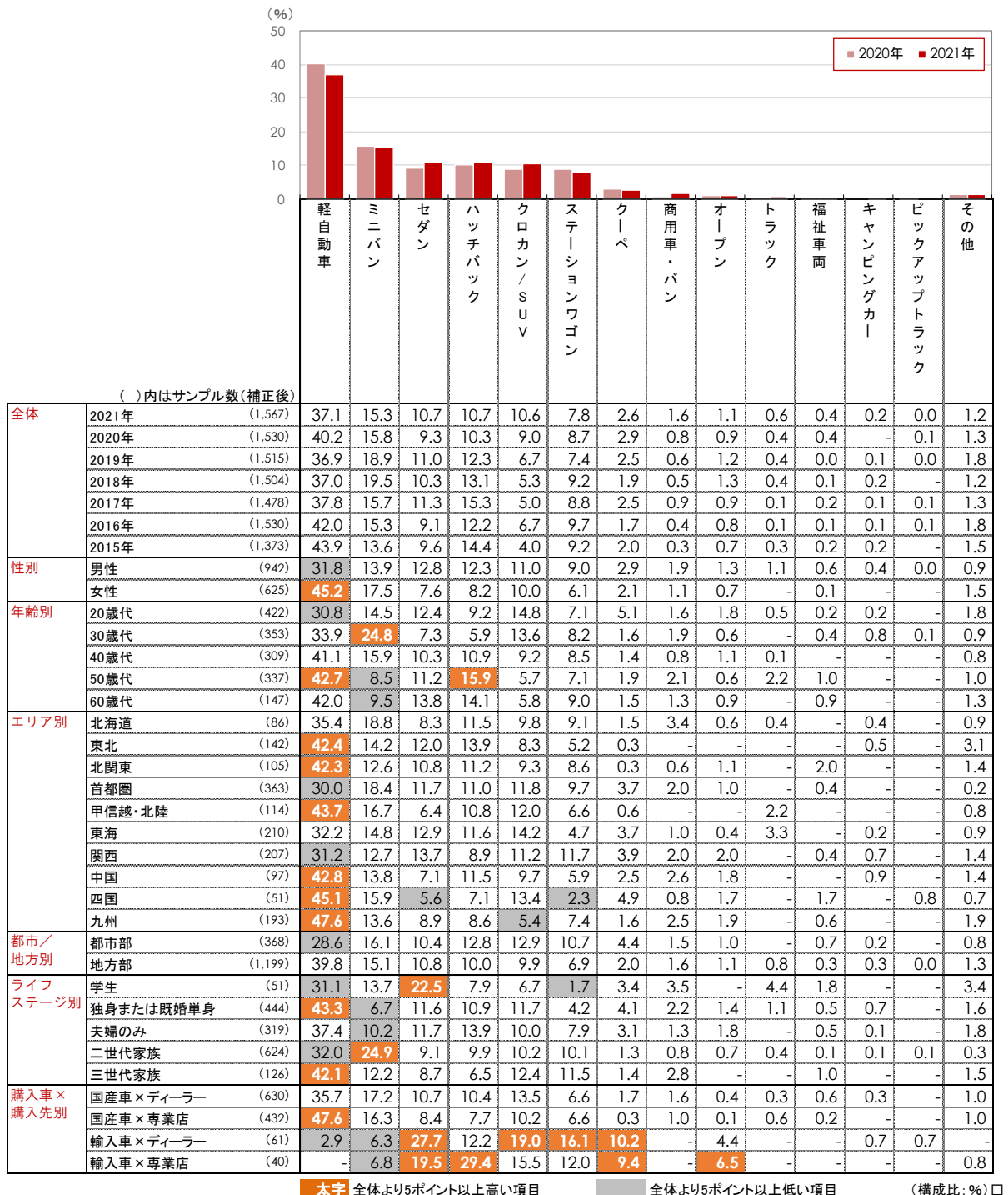
※表中一は回答者がなかったもの

9 直近で購入した中古車のボディタイプ

- 「軽自動車」(37.1%)は前年より3.1ポイント減少し、2019年、2018年の水準に戻った。
- 「クロカン/SUV」は2018年から4年連続の増加傾向。

■ 直近で購入した中古車のボディタイプ<二次調査>

【1年以内に中古車を購入した人/単一回答】



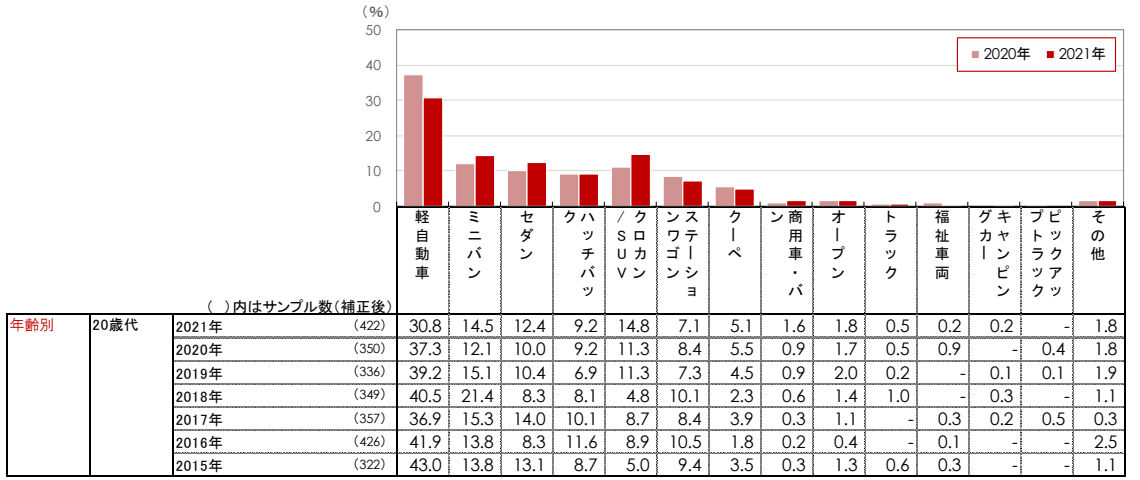
太字 全体より5ポイント以上高い項目 全体より5ポイント以上低い項目 (構成比: %) □

※表中-は回答者がなかったもの、0.0は表示単位未満のもの

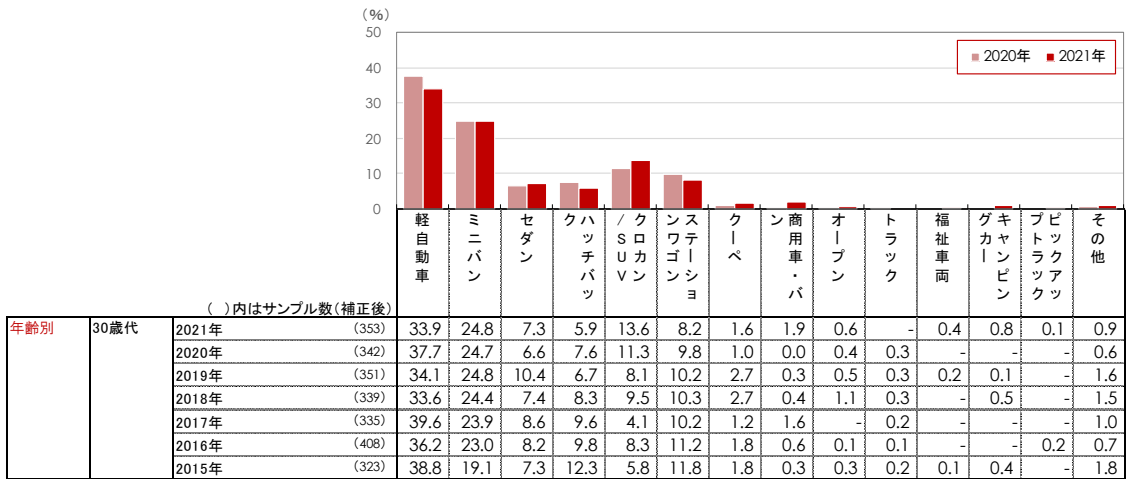
9 直近で購入した中古車のボディタイプ 【年齢別経年】

■ 年齢別 直近で購入した中古車のボディタイプの推移<二次調査>

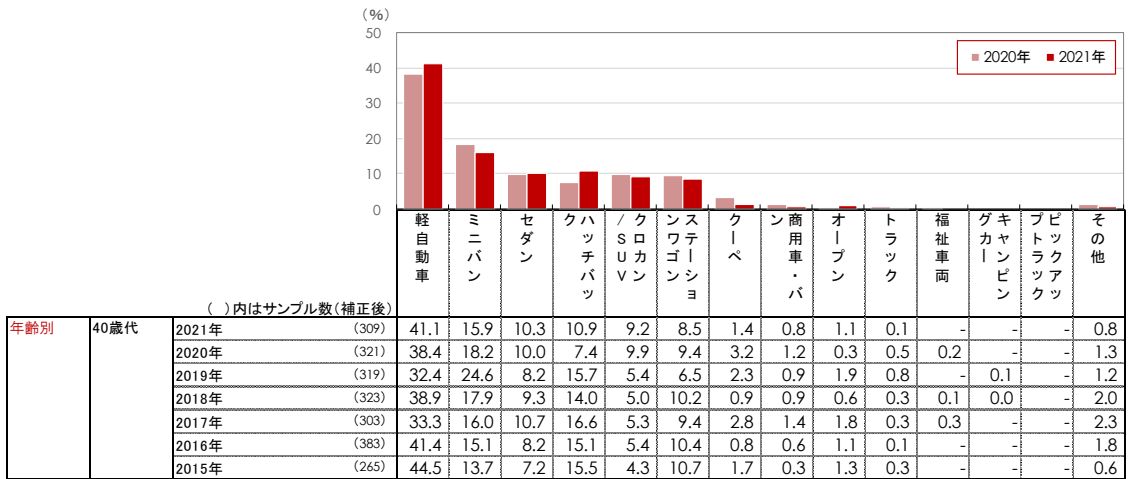
【1年以内に中古車を購入した人/単一回答】



(構成比:%)



(構成比:%)



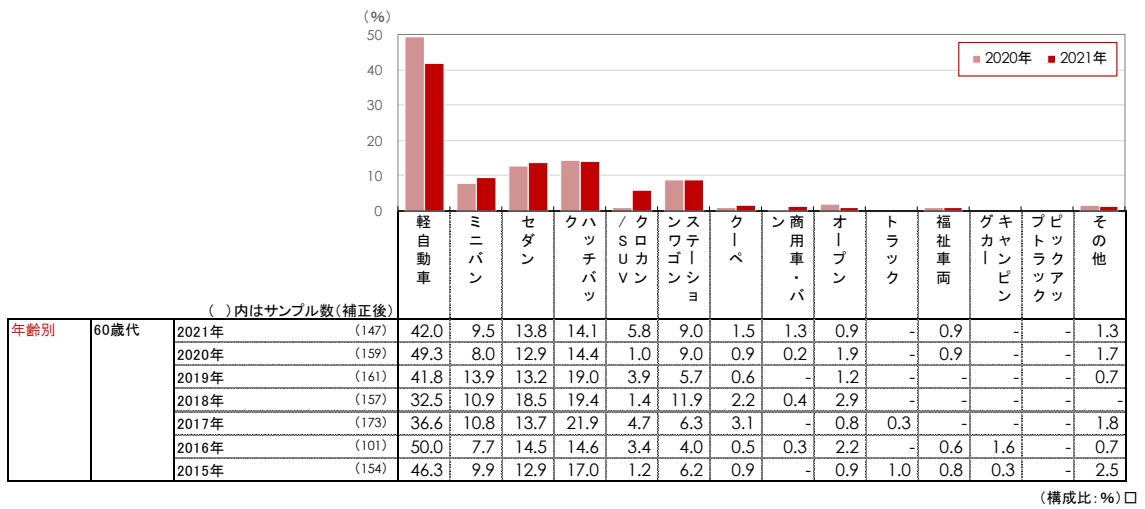
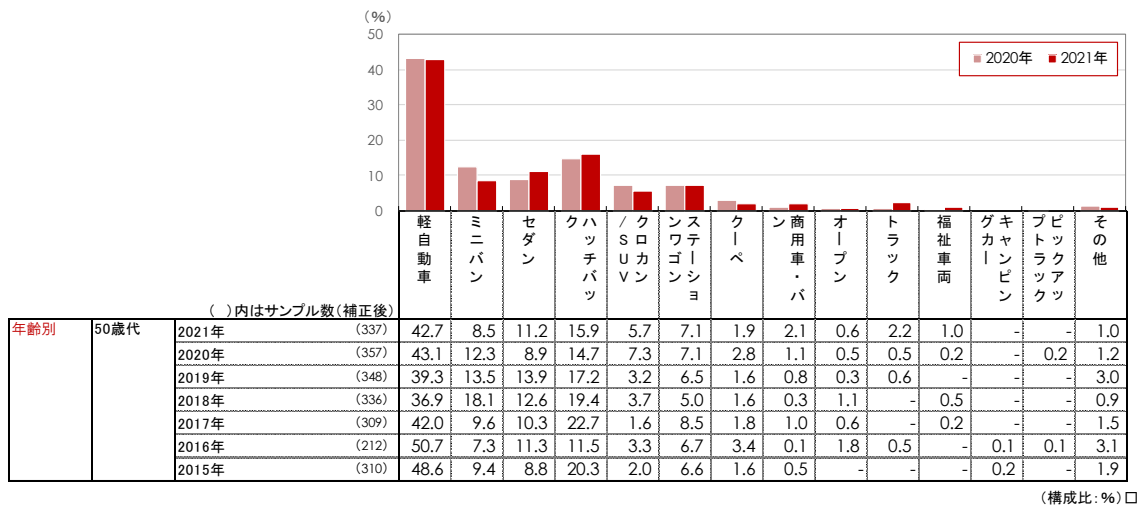
(構成比:%)

※表中-は回答者がなかったもの、0.0は表示単位未満のもの

9 直近で購入した中古車のボディタイプ 【年齢別経年】

■ 年齢別 直近で購入した中古車のボディタイプの推移<二次調査>

【1年以内に中古車を購入した人/単一回答】



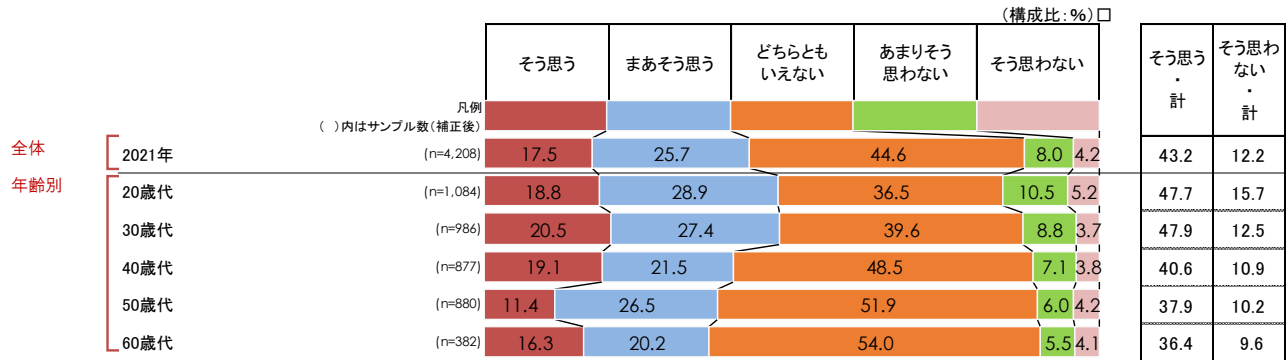
※表中一は回答者がなかったもの

10 次回の中古車購入意向

- 20歳代（47.7%）、30歳代（47.9%）の半数近くが「次も中古車を買おうと思う」と回答。30歳代以下の若い年代で、次回の中古車購入意向が高い。

■ 中古車に対する考え方「次も中古車を買おうと思う」＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人および購入を検討した人/単一回答】



※「そう思う・計」:「そう思う」「まあそう思う」のいずれかを回答した人を集計

※「そう思わない・計」:「あまりそう思わない」「そう思わない」のいずれかを回答した人を集計