

リクルート自動車総研「中古車購入実態調査2022」 中古車市場規模は前年から縮小、中古車購入単価は引き続き上昇 平均購入単価が特に高いのは30歳代（174.2万円）、20歳代（165.0万円）

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2022」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>

2022年中古車市場規模は前年から縮小したものの、中古車購入単価は増加傾向（P5）

- 2022年の費用総額（中古車市場規模）は、3兆5578億円と推計。2015年の調査開始以降拡大傾向にあり前年は調査開始以降で最大の市場規模となったが、今年は6,121億円縮小に転じた。
- 1年間の中古車購入率は3.0%で、前年より0.3ポイント減少した。それにより、延べ購入台数（推計）は227.2万台で、前年より40万台超縮小したと推計。
- 中古車購入単価は156.6万円で、前年より1.6万円増加した。おおむね年々増加傾向にあり、過去8年間で39.3万円増加している。

中古車の支払総額は、低価格帯が減少し、「200～250万円未満」が増加（P6～8）

- 中古車の支払総額は、「50～100万円未満」が20.9%で最も高い。150万円未満の割合がおおむね年々減少傾向にある一方で、「200～250万円未満」がおおむね増加傾向にある。

前回購入したクルマの平均乗車期間は6.3年（P9～11）

- 直近「1年以内にクルマを購入した」人は7.2%で、前年より0.4ポイント減少。
- 前回購入したクルマがある人の平均乗車期間は6.3年。
- 20歳代は3.9年、30歳代は5.7年で、若い年代は平均乗車期間が短い傾向。

一時減少していた「ミニバン」が40・50歳代を中心に回復の兆し（P19～21）

- 「軽自動車」（36.7%）は前年より0.4ポイント減少。「クロカン/SUV」は2017年以降増加傾向にあったが、今年は落ち着いた。
- 40・50歳代を中心に「ミニバン」に回復の兆しがみられる。

「ハイブリッド」が過去8年間で最高（P22）

- 直近で購入した中古車のエンジンタイプは、「ガソリンエンジン」が70.5%で最も高いが、年々減少傾向。
- 「ハイブリッド」は2020年にやや減少したものの再び増加し、今年は過去8年間で最も高い。

次の中古車購入意向、20・30歳代は約半数が意向あり（P25）

- 20歳代は48.0%、30歳代は48.9%と約半数が「次も中古車を買おうと思う」と回答。年代が若い方が、次の中古車購入意向が高い。



『カーセンサー』統括編集長 兼 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に従事し、『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業務を担当。2017年4月に『カーセンサー』編集長就任。2018年4月よりリクルート自動車総研の所長（現職）、2021年4月より『CarsensorEDGE』編集長（現職）を兼任。現在は統括編集長として、本誌、ネットから動画、イベントまで多岐にわたるコンテンツプロデュースを統括している。社外では、2022-2023日本カー・オブ・ザ・イヤー実行委員として活動中。

■ コロナ禍での停滞、急拡大も一旦の収束

コロナ影響1年目の2020年調査では購買行動そのものが停止してしまった期間もあったため、マーケット全体は一時的に縮小。2年目の2021年はその反動もあって大きく市場規模が拡大しました。そして、3年目となる2022年は、昨年の急激な拡大から一転して落ち着きを見せたのか、規模としては縮小しています（掛け合わせとして用いる国勢調査の人口減少も影響）。一方、引き続き微増ですが単価は上がっており、「200～250万円」で購入する層が特に上昇しています。「50～100万円」での購買も一定のシェアを維持していることから、従来のリーズナブルな中古車を求める層と、それ以外の新車購入も十分視野に入る予算で中古車を購入する層と大きく2つに大別できます。

■ コロナ一段落で多人数乗車回復、検討サイクルもじっくり？

まだまだ完全収束とは言い難い新型コロナウイルス感染症ですが、購買行動及びその意思決定プロセスにおいては少しずつコロナ前に戻り始めている部分も見えています。まず、購入されているボディタイプですが、30代40代を中心に減っていたミニバン人気は回復傾向に。コロナ禍ではそもそも帰省しないというケースが増えたと思いますが、それに伴い3世代など多人数で乗車する機会が減りました。また、休日に友人や友人家族などを乗せて多人数で一緒に移動する機会も減っていました。結果として、ミニバンなど乗車人数が多いボディタイプは2020年、21年の過去2年で減りました。代わりに、少人数で乗りドライブやクルマいじりなど個別の活動として楽しむことができるスポーツカー（クーペ・オープン）のニーズが上がった2年でした。そのより戻しが見られており、少しずつコロナ前の日常を取り戻しているのか、2019年水準までミニバンのシェアが戻ってきています。また、この1年はノア・ヴォクシー、ステップワゴン、シエンタなど、各種人気のミニバンがフルモデルチェンジしたことにより、乗り換えによって起きた流通量や価格の変化が購入を後押ししたことも影響しているでしょう。また購入までの検討期間は、調査開始以降最も短い日数となった2020年、21年の過去2年から、2.3日間長くなりました。コロナで可能な限り検討行動がオンライン化されていた部分が、少し実車を現地に見に行く、いくつか比較検討する、などの行動として戻ってきたと推察されます。

■ 若者中心に「価値あるものを短サイクルで」乗り継ぐ購買行動

世代別に見ると引き続き30代が「174.2万円」、20代が「165.0万円」と購入単価が高く、全体の伸びを牽引しています。平均の乗車期間も20代が「3.9年」、30代が「5.7年」と全体平均を引き下げて乗り替えサイクルを早めています。今後も人口が減少していくことは変わりませんが、特に「単価やサイクル」を中心とした若者の購買行動に着目すると、市場全体を活性化させる鍵がありそうです。

調査概要（中古車購入実態調査2022）

- 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：2022年8月4日（木）～2022年8月25日（木）
二次調査：2022年8月18日（木）～2022年8月27日（土）
- 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
※令和2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（都市部以外）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：4,287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]

令和2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。

※回答の構成比（％）は小数第二位を四捨五入してあるため、構成比の合計が100％にならない場合がある。

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2022」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、一人ひとり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、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。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、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここ नाही、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）

- 2022年の費用総額（中古車市場規模）は、3兆5578億円と推計。2015年の調査開始以降拡大傾向にあり前年は調査開始以降で最大の市場規模となったが、今年は6,000億円を超える減少となった。
- 1年間の中古車購入率は3.0%で、前年より0.3ポイント減少した。それにより、延べ購入台数（推計）は227.2万台で、前年より40万台減少したと推計。
- 中古車購入単価は156.6万円で、前年より1.6万円増加した。おおむね年々増加傾向にあり、過去7年間で39.3万円増加している。

■ 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 (%) 	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	2022年	7,677	3.0	156.6	227.2	35,578	295.9	1.00
	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
性別	男性	3,851	3.6	161.7	137.3	22,208	356.6	1.21
	女性	3,827	2.3	148.9	89.9	13,376	234.8	0.79
年齢別	20歳代	1,410	4.1	165.0	58.3	9,625	413.8	1.40
	30歳代	1,362	3.6	174.2	49.3	8,586	361.8	1.22
	40歳代	1,774	2.9	152.7	52.2	7,971	294.3	0.99
	50歳代	1,613	2.3	140.1	37.5	5,254	232.5	0.79
	60歳代	1,519	1.9	140.0	28.4	3,973	186.8	0.63
エリア別	北海道	321	3.7	161.2	12.0	1,941	374.9	1.27
	東北	522	3.7	128.9	19.2	2,478	367.8	1.24
	北関東	415	3.9	130.5	16.1	2,104	388.7	1.31
	首都圏	2,376	2.3	186.4	53.9	10,051	226.9	0.77
	甲信越・北陸	476	3.3	165.4	15.8	2,613	331.8	1.12
	東海	917	3.2	156.8	29.3	4,589	319.0	1.08
	関西	1,251	2.4	154.3	30.6	4,726	244.9	0.83
	中国	427	3.6	139.2	15.5	2,160	363.4	1.23
	四国	214	3.3	137.5	7.1	973	330.6	1.12
九州	758	3.6	143.1	27.6	3,950	364.3	1.23	

※人口：令和2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、2016～2021年の人口は平成27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

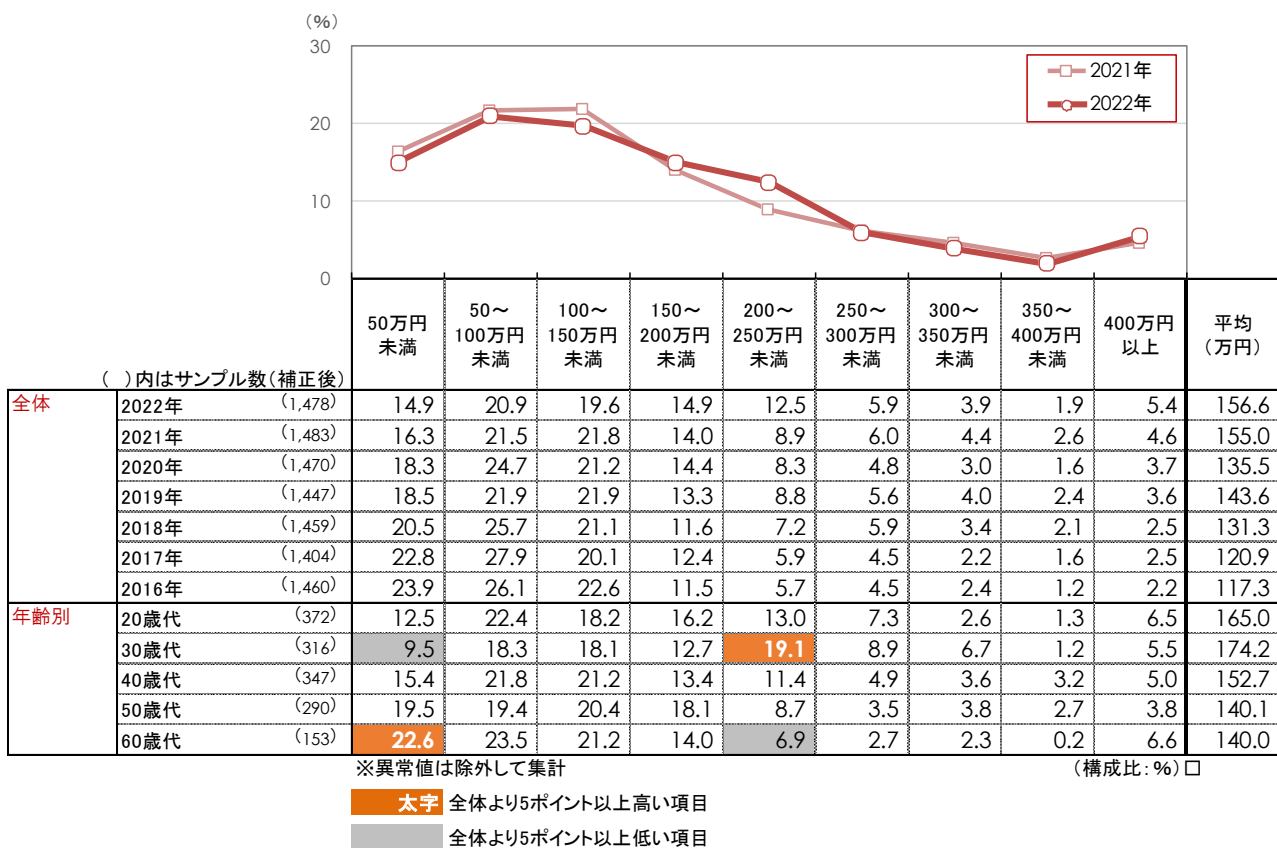
※「延べ購入台数」は「人口」に「1年間の中古車購入率」を乗じて算出しているが、この「1年間の中古車購入率」は1年間に1台以上中古車を購入した人の割合であるため、「延べ購入台数」には1年間に2台以上中古車を購入した人の2台目以降は含まれていない

2 中古車の支払総額

- 中古車の支払総額は、「50～100万円未満」が20.9%で最も高い。150万円未満の割合がおおむね年々減少傾向にある一方で、「200～250万円未満」がおおむね増加傾向にある。
- 年齢別の平均では30歳代が「174.2万円」と最も高く、次いで20歳代が「165.0万円」となっている。

■ 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】

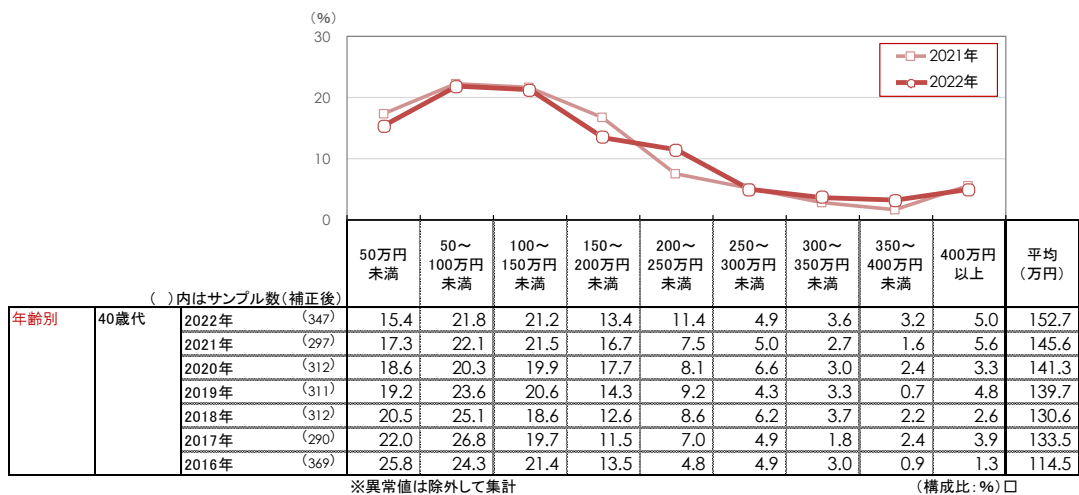
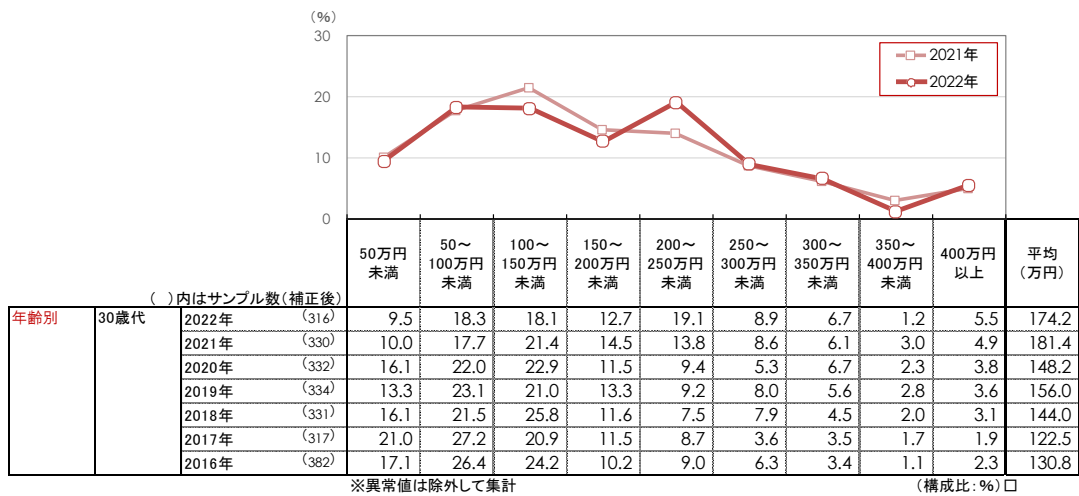
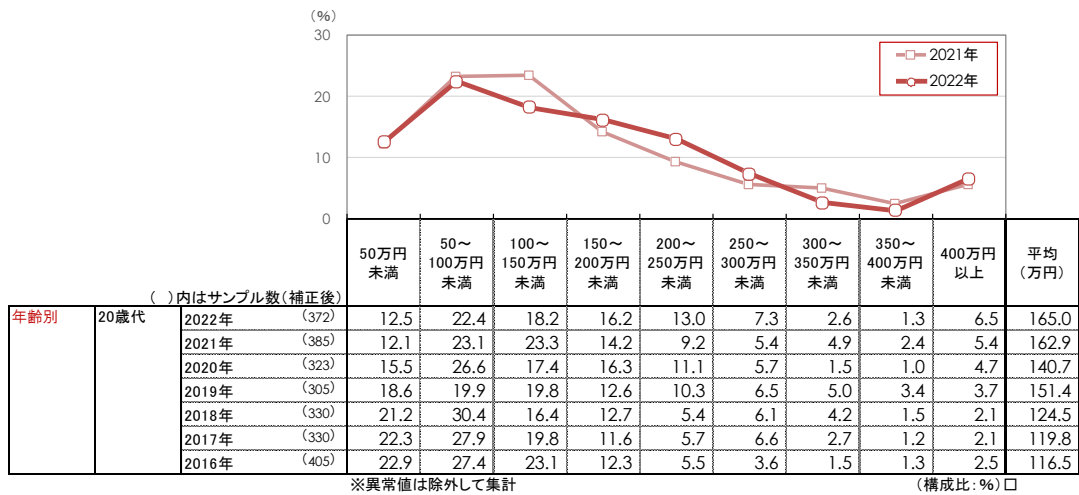


2 中古車の支払総額【年齢別】

- 中古車の支払総額の平均は、20歳代、40歳代、50歳代が過去7年間でそれぞれ最も高い。

■ 年齢別 中古車の支払総額＜二次調査＞

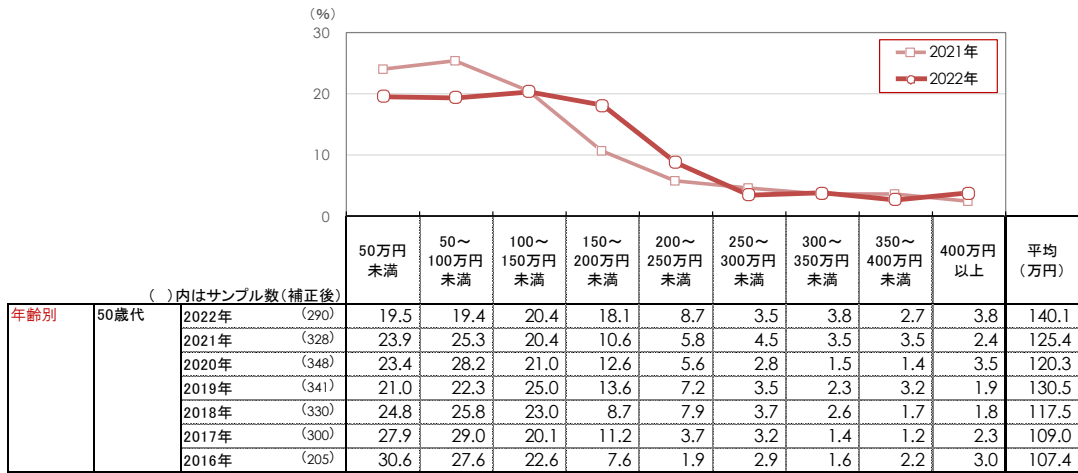
【1年以内に中古車を購入した人のうち、金額回答者のみ/単一回答】



2 中古車の支払総額【年齢別】

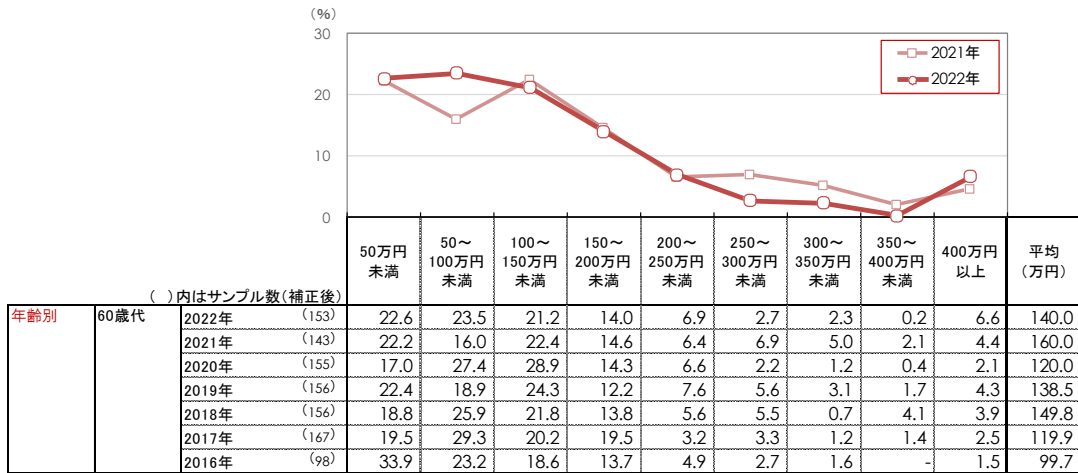
■ 年齢別 中古車の支払総額＜二次調査＞

【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】



※異常値は除外して集計

(構成比:%)



※異常値は除外して集計

(構成比:%)

※表中ーは回答者がなかったもの

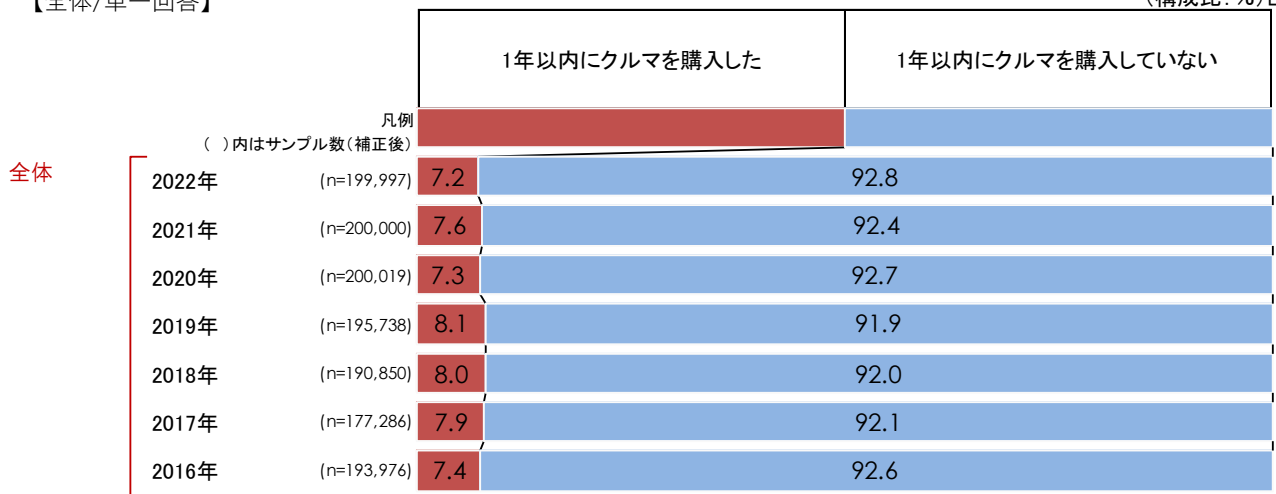
3 中古車購入行動の特性

- 直近「1年以内にクルマを購入した」人は7.2%で、前年より0.4ポイント減少。
- 前回購入したクルマがある人の平均乗車期間は6.3年。
- 20歳代は3.9年、30歳代は5.7年で、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＞

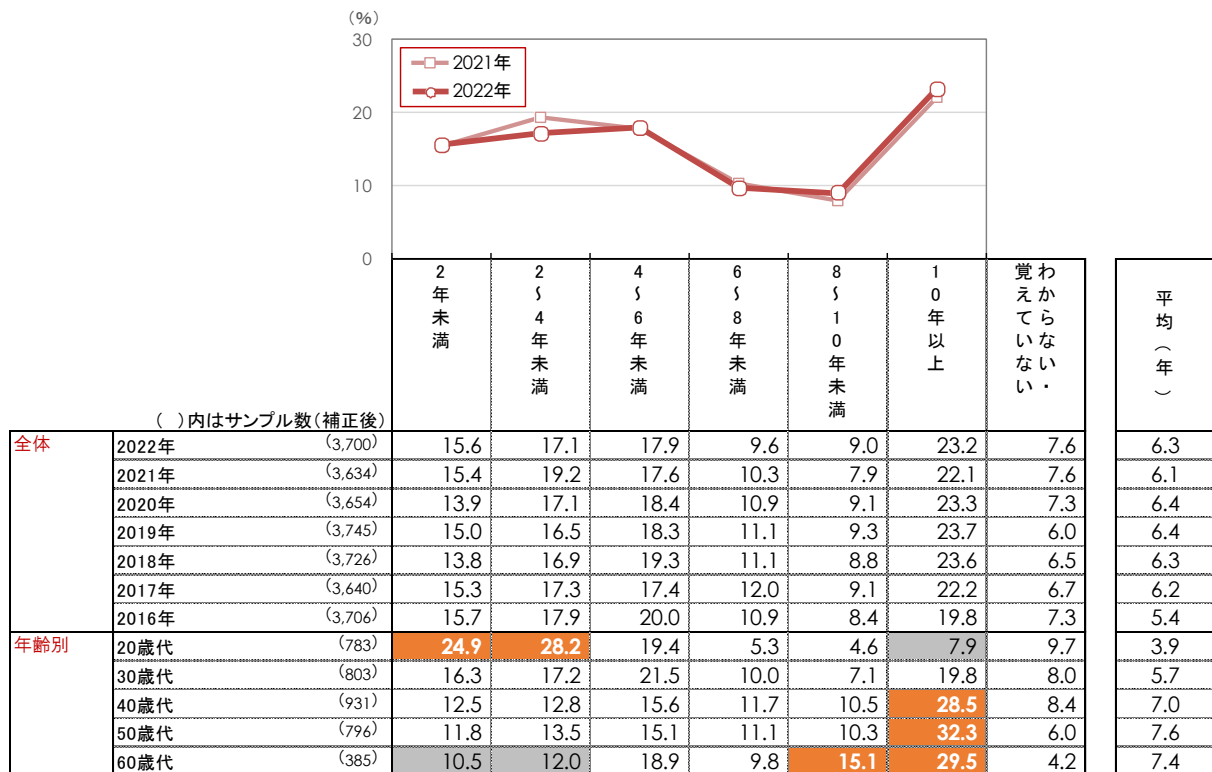
【全体/単一回答】

(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

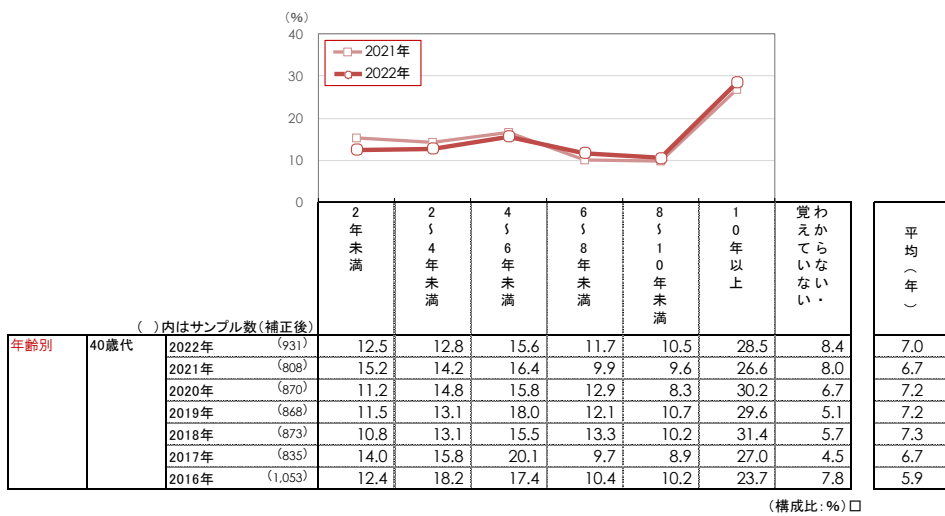
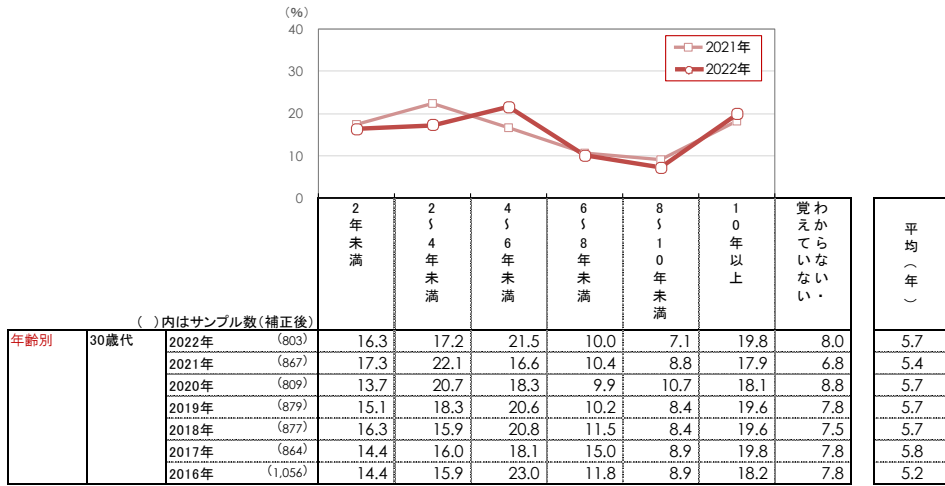
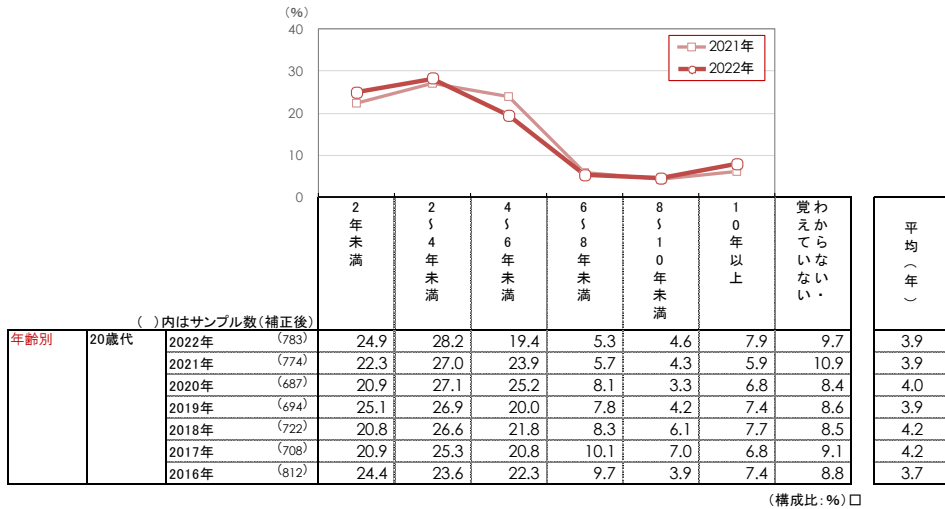
(構成比:%)□

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＞

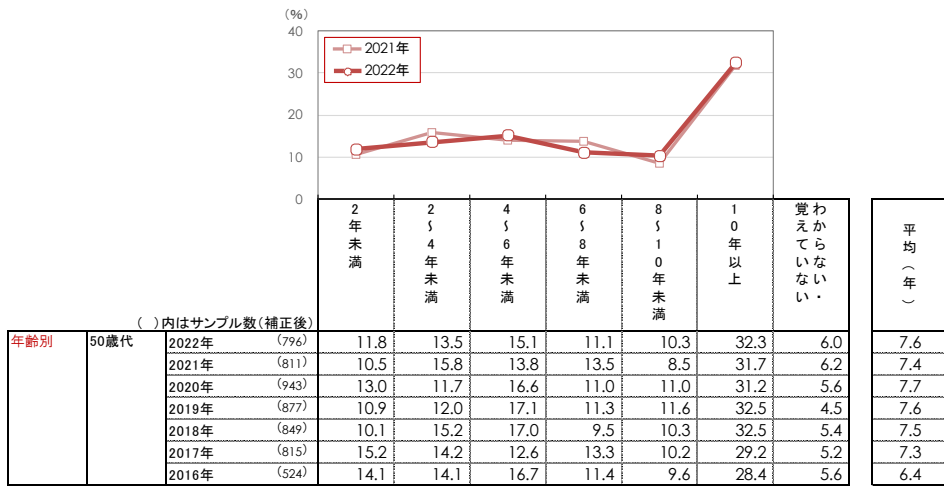
【前回購入したクルマがある人のうち、有効回答者/単一回答】



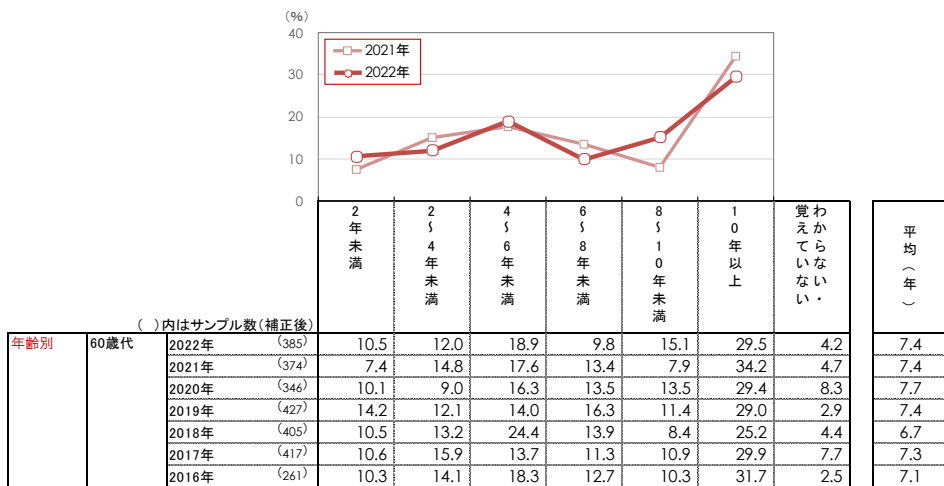
3 中古車購入行動の特性【年齢別】

■ 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: %) □



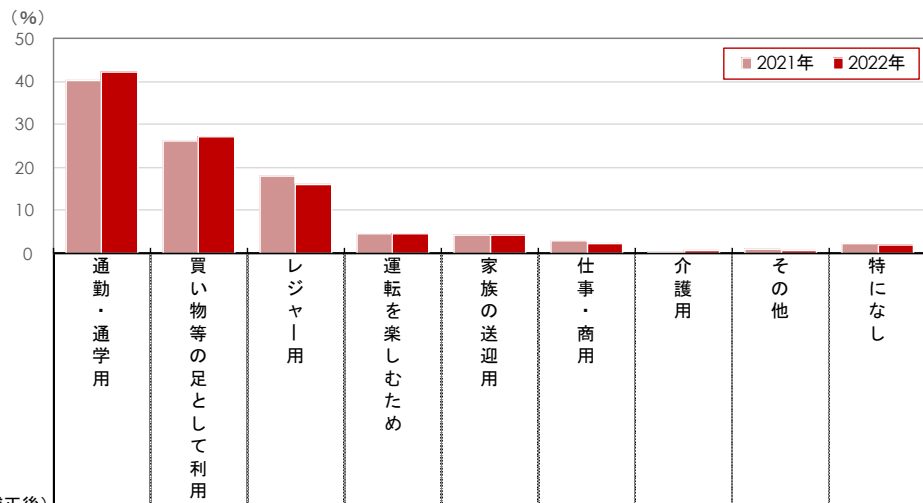
(構成比: %) □

4 中古車の主な購入目的

- 中古車の主な購入目的は、「通勤・通学用」が42.3%で、前年より2.2ポイント増加。都市/地方別でみると、都市部は地方部よりも「レジャー用」が11.7ポイント高く、「通勤・通学用」としての利用は地方部が18.4ポイント高い。

■ 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)

区分	年次	サンプル数	購入目的 (%)								
			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	2022年	(4,283)	42.3	27.0	15.9	4.7	4.3	2.3	0.5	0.8	2.0
	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
性別	男性	(2,577)	41.8	22.7	19.6	6.2	3.3	3.1	0.4	0.7	2.1
	女性	(1,706)	43.0	33.6	10.2	2.5	6.0	1.2	0.7	1.0	1.9
年齢別	20歳代	(1,080)	42.6	22.5	17.9	8.3	3.3	1.1	0.4	1.1	2.8
	30歳代	(947)	42.3	28.1	17.2	3.5	4.9	1.4	0.1	0.4	2.1
	40歳代	(1,015)	44.3	24.6	16.4	2.3	6.4	2.9	0.8	0.6	1.6
	50歳代	(840)	44.0	30.4	12.9	3.6	3.6	2.6	1.0	0.7	1.3
	60歳代	(401)	32.6	36.0	12.1	6.8	2.2	6.1	-	1.9	2.4
	エリア別	北海道	(212)	39.5	27.7	16.5	6.8	4.2	1.6	0.5	2.1
	東北	(359)	60.3	20.7	6.8	4.6	4.1	1.8	-	0.6	1.2
	北関東	(296)	57.6	21.3	6.9	5.6	3.1	2.1	-	0.6	2.8
	首都圏	(1,042)	22.2	35.4	26.8	5.7	5.0	2.6	0.3	0.4	1.6
	甲信越・北陸	(320)	57.4	19.7	10.6	4.6	2.9	2.2	0.3	0.3	2.0
	東海	(572)	49.4	24.9	12.5	3.1	4.0	2.2	0.5	1.0	2.3
	関西	(564)	31.3	31.8	20.7	5.3	5.6	1.3	1.4	0.5	2.0
	中国	(283)	50.2	22.9	12.0	5.7	3.0	2.0	1.0	1.6	1.7
	四国	(132)	53.5	19.6	10.2	2.7	3.3	1.7	-	0.6	8.3
	九州	(503)	50.4	23.4	10.2	3.0	5.0	4.4	0.6	1.5	1.6
都市/地方別	都市部	(1,083)	28.5	29.9	24.6	6.5	5.0	2.2	0.8	0.4	2.0
	地方部	(3,200)	46.9	26.1	12.9	4.1	4.1	2.4	0.4	1.0	2.0
ライフステージ別	学生	(141)	41.3	18.0	11.3	19.8	2.5	2.8	-	-	4.4
	独身または既婚単身	(1,257)	44.5	22.7	15.9	7.1	1.7	3.2	0.8	1.2	2.8
	夫婦のみ	(823)	38.5	32.8	14.9	4.7	1.7	3.5	0.5	1.2	2.3
	二世世代家族	(1,722)	41.2	28.0	17.2	2.4	7.8	1.3	0.4	0.5	1.4
	三世世代家族	(332)	49.3	28.6	13.3	2.0	3.4	1.7	0.5	0.6	0.8

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:%)

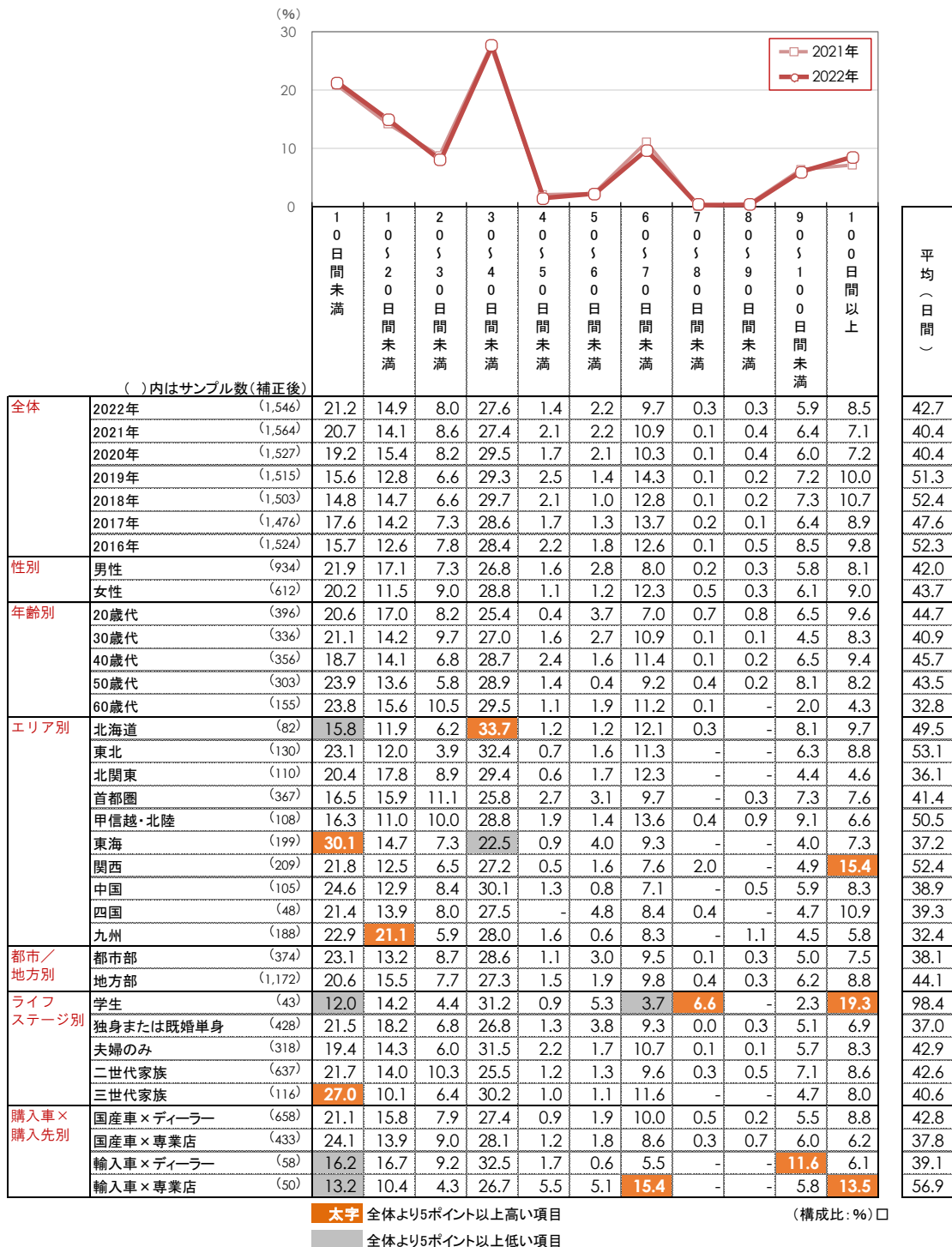
※表中-は回答者がなかったもの

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（42.7日間）は、2015年の調査開始以降で最も短い日数となった前年から、2.3日間長くなった。

■ 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】



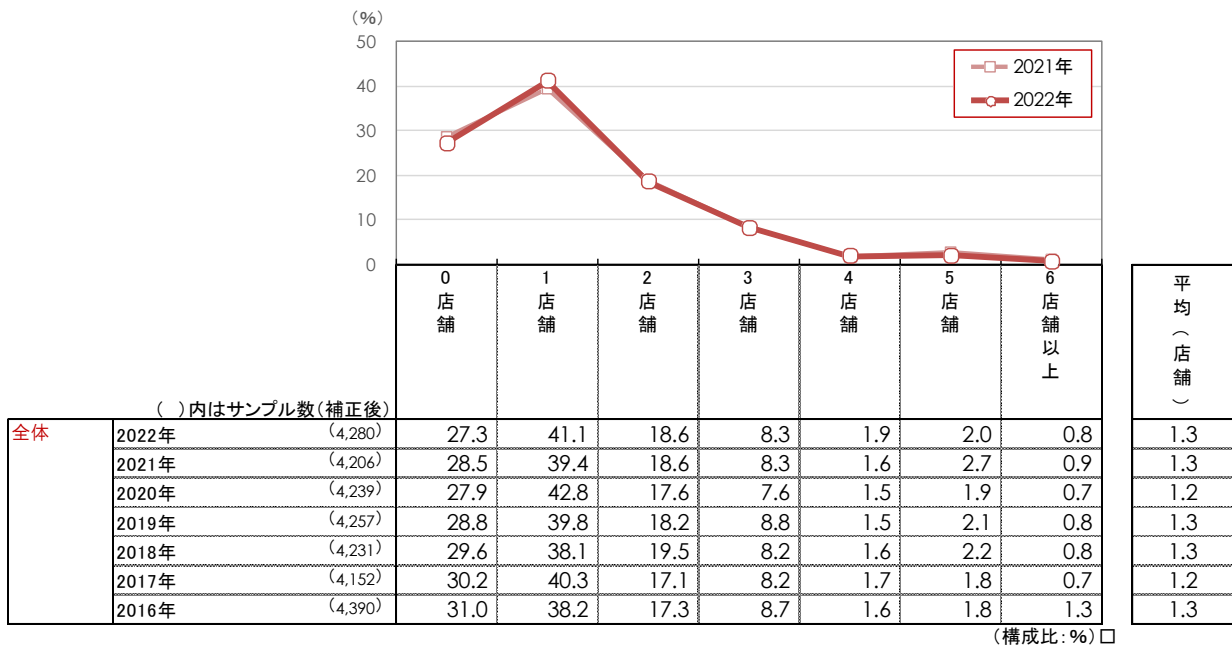
※表中一は回答者がなかったもの、0.0は表示単位未満のもの

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平均店舗数は1.3店舗。
- 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22.0%、「インターネット」が30.7%で、いずれも2016年以降最も高い。

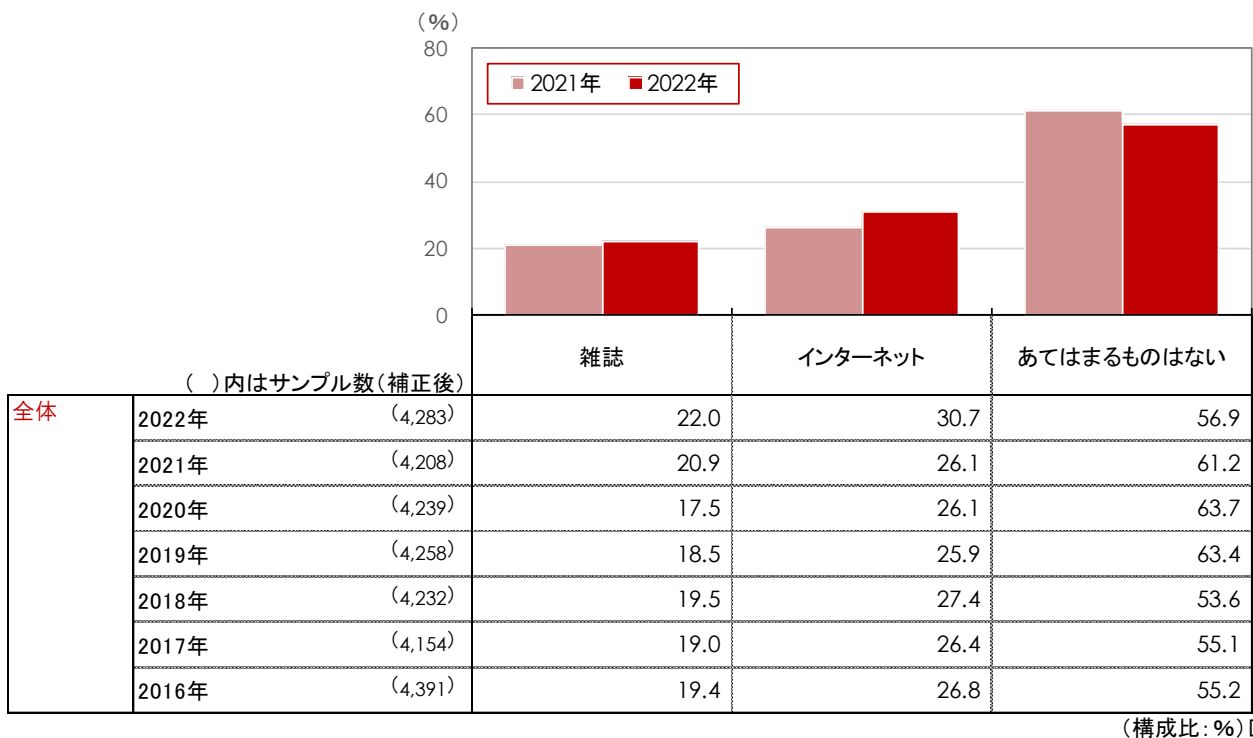
■ クルマ購入を思い立ってから契約までに問い合わせした店舗数＜二次調査＞

【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】

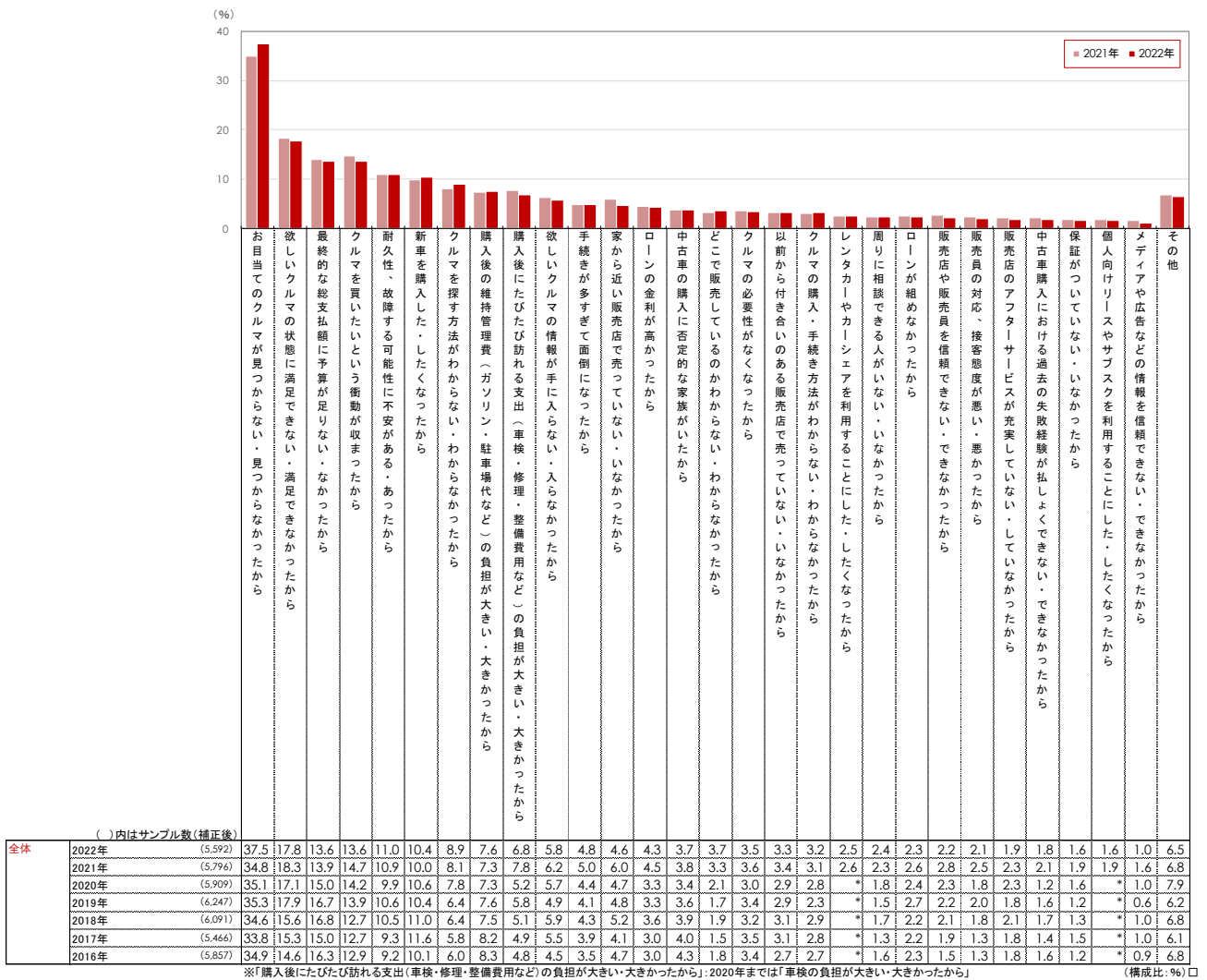


7 中古車購入を検討したが1年以内に購入しなかった理由

- 「お目当てのクルマが見つからない・見つからなかったから」という理由が前年から2.7ポイント増加し、一方で、「家から近い販売店で売っていない・いなかったから」という理由が前年から1.4ポイント減少。「クルマを買いきたいという衝動が収まったから」という理由は前年から1.1ポイント減少。

■ 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】



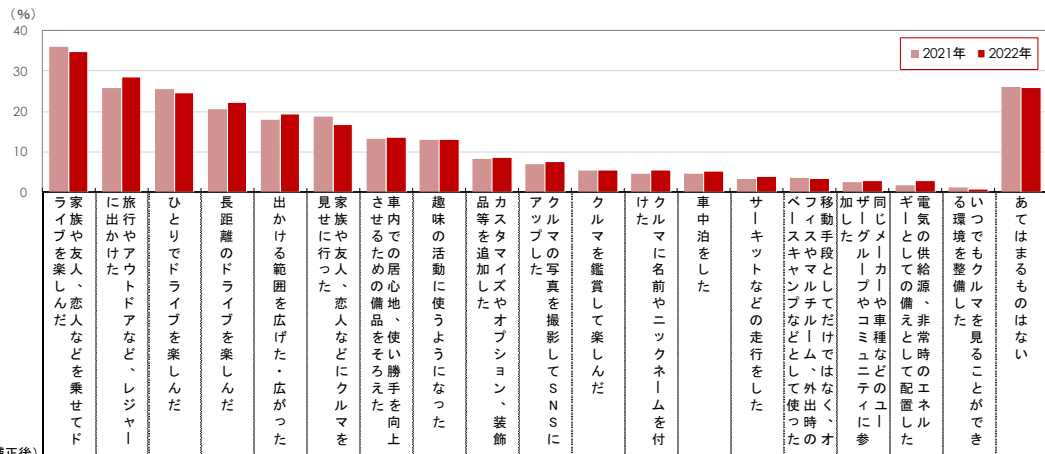
※表中*は該当する選択肢がなかったもの

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」「ひとりでドライブを楽しんだ」などが前年に引き続き減少。一方、「電気の供給源、非常時のエネルギーとしての備えとして配置した」が大きく増加。「旅行やアウトドアなど、レジャーに出かけた」「長距離のドライブを楽しんだ」「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」「カスタマイズやオプション、装飾品等を追加した」などもわずかに増加・回復がみられる。

■ 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)																			
		2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	
全体	2022年	(1,547)	34.8	28.4	24.6	22.3	19.4	16.7	13.5	13.2	8.5	7.6	5.6	5.4	5.3	3.9	3.5	3.0	2.9	0.9	25.8
	2021年	(1,567)	35.9	25.7	25.6	20.5	17.8	18.7	13.3	12.9	8.2	6.9	5.4	4.7	4.7	3.2	3.6	2.5	1.7	1.2	25.9
	2020年	(1,530)	38.7	25.3	26.2	21.9	17.2	18.3	15.4	11.4	6.9	6.9	5.0	3.3	4.1	1.8	2.2	1.0	1.5	1.2	25.2
	2019年	(1,515)	44.5	32.2	26.9	27.6	21.7	19.1	14.4	13.4	6.2	5.6	6.5	3.9	5.4	2.0	2.1	1.9	1.9	1.3	23.4
	2018年	(1,515)	44.5	32.2	26.9	27.6	21.7	19.1	14.4	13.4	6.2	5.6	6.5	3.9	5.4	2.0	2.1	1.9	1.9	1.3	23.4
性別	男性	(935)	33.0	28.5	29.1	22.5	17.9	16.7	12.9	16.5	10.6	9.4	6.7	5.4	6.8	4.4	4.2	3.6	3.4	0.9	24.6
	女性	(612)	37.5	28.4	17.8	22.0	21.9	16.7	14.4	8.2	5.3	4.8	4.0	5.5	3.0	3.1	2.4	2.1	2.1	0.9	27.8
年齢別	20歳代	(396)	35.5	25.4	30.4	23.9	26.6	21.5	10.8	18.0	8.9	13.8	9.0	7.1	5.3	7.2	4.2	4.1	4.9	1.2	18.5
	30歳代	(336)	36.5	32.4	19.1	20.8	23.5	19.4	12.8	12.6	8.5	7.1	4.2	6.4	5.7	4.5	5.7	3.7	1.8	0.3	19.4
	40歳代	(356)	33.6	31.9	24.8	25.2	16.5	15.7	14.8	12.2	10.3	5.4	4.7	6.1	4.7	2.8	2.6	3.0	2.5	1.1	28.5
	50歳代	(303)	36.6	25.8	24.2	22.6	14.7	12.5	18.2	10.2	7.9	4.9	4.5	4.0	7.4	1.9	2.5	1.3	2.5	0.7	32.1
	60歳代	(155)	28.2	24.8	22.4	13.9	8.6	9.4	9.8	10.9	4.6	2.6	4.4	-	2.1	0.3	0.9	1.9	2.0	1.4	40.3
	65歳代	(22)	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
エリア別	北海道	(82)	40.8	30.5	28.8	30.7	16.1	13.9	13.6	15.8	6.3	8.2	3.0	5.7	1.2	1.3	2.7	2.1	2.1	0.2	27.0
	東北	(130)	34.1	28.7	26.8	21.1	21.3	14.3	14.2	13.0	9.8	5.1	6.2	3.5	8.7	3.6	1.5	1.2	3.8	1.7	32.5
	北関東	(110)	38.3	31.7	21.7	22.2	17.0	17.3	16.2	11.4	8.1	8.3	4.4	8.1	4.2	2.7	2.7	2.7	5.1	0.5	25.2
	首都圏	(367)	35.6	30.8	19.4	23.1	23.7	17.1	12.0	16.3	8.8	6.3	3.1	8.3	5.1	7.3	4.5	3.4	2.6	1.1	22.1
	甲信越・北陸	(108)	32.0	21.2	26.6	22.1	21.4	20.7	18.2	7.9	7.7	5.7	8.8	4.6	4.7	2.4	4.5	3.3	0.5	1.5	28.0
	東海	(199)	26.2	24.6	26.9	20.8	17.6	18.2	10.3	12.2	7.4	11.2	10.2	3.8	6.6	1.9	2.9	3.9	2.4	0.7	29.0
	関西	(209)	36.0	28.8	27.3	19.0	18.9	14.1	16.9	11.9	12.1	10.9	6.3	5.3	5.7	5.6	6.0	4.6	6.0	0.2	22.1
	中国	(106)	33.3	24.7	23.9	22.6	16.2	14.6	12.1	13.7	6.9	7.0	3.3	4.6	3.5	1.0	2.0	0.8	2.2	-	33.4
	四国	(48)	43.6	27.5	34.1	16.9	12.2	18.4	10.4	11.3	9.9	4.2	4.9	7.1	1.7	0.9	2.5	1.6	-	1.8	23.9
九州	(188)	37.0	31.1	24.8	24.4	17.8	18.5	13.1	13.3	6.3	6.3	3.9	2.9	4.4	2.8	2.9	2.4	1.6	1.3	24.0	
都市/地方別	都市部	(374)	33.8	31.7	21.8	19.4	19.7	17.5	12.3	16.3	6.8	8.5	4.1	5.1	5.5	6.0	4.3	3.0	3.0	1.4	21.6
	地方部	(1,173)	35.1	27.4	25.6	23.2	19.4	16.5	13.9	12.3	9.1	7.3	6.1	5.5	5.3	3.2	3.2	3.0	2.9	0.8	27.2
ライフステージ別	学生	(43)	34.3	16.7	45.2	27.0	39.9	32.1	22.1	26.1	16.9	22.5	20.4	15.7	11.3	13.9	2.5	2.5	6.8	2.5	16.6
	单身または既婚単身	(428)	32.7	26.9	37.9	22.8	20.2	20.1	12.5	18.0	9.4	11.2	8.1	4.8	7.1	2.9	3.6	2.6	2.0	1.2	24.5
	夫婦のみ	(319)	36.7	30.2	17.7	22.6	17.1	12.3	12.9	12.8	5.9	3.8	2.6	5.1	3.5	2.2	1.7	2.0	1.7	1.8	31.2
	二世大家族	(638)	34.3	28.3	17.2	21.2	18.3	14.6	13.4	8.7	6.8	5.2	3.4	4.5	3.6	3.9	2.8	2.9	3.0	0.2	25.6
三世大家族	(116)	41.4	35.6	29.1	24.2	22.2	22.4	17.2	17.6	18.5	12.1	11.4	9.8	11.6	6.6	12.2	8.0	7.4	-	21.4	
購入車×購入先別	国産車×ディーラー	(658)	33.9	28.4	21.2	20.5	19.5	17.0	11.4	12.0	7.5	6.3	3.2	4.0	4.6	4.4	3.5	2.5	3.1	1.1	24.9
	国産車×専門店	(434)	35.2	28.1	26.8	23.3	17.4	16.3	16.1	12.7	8.5	5.7	5.3	6.3	5.3	3.2	3.3	1.4	1.0	0.4	27.2
	輸入車×ディーラー	(58)	43.6	36.3	32.5	21.9	17.5	24.9	12.8	14.7	8.5	20.1	15.5	9.1	-	1.1	0.5	7.3	2.8	-	14.8
	輸入車×専門店	(50)	48.8	50.1	42.7	30.1	21.1	22.6	21.6	26.8	15.5	23.7	23.6	3.3	18.8	2.0	1.4	13.3	3.2	2.4	18.4

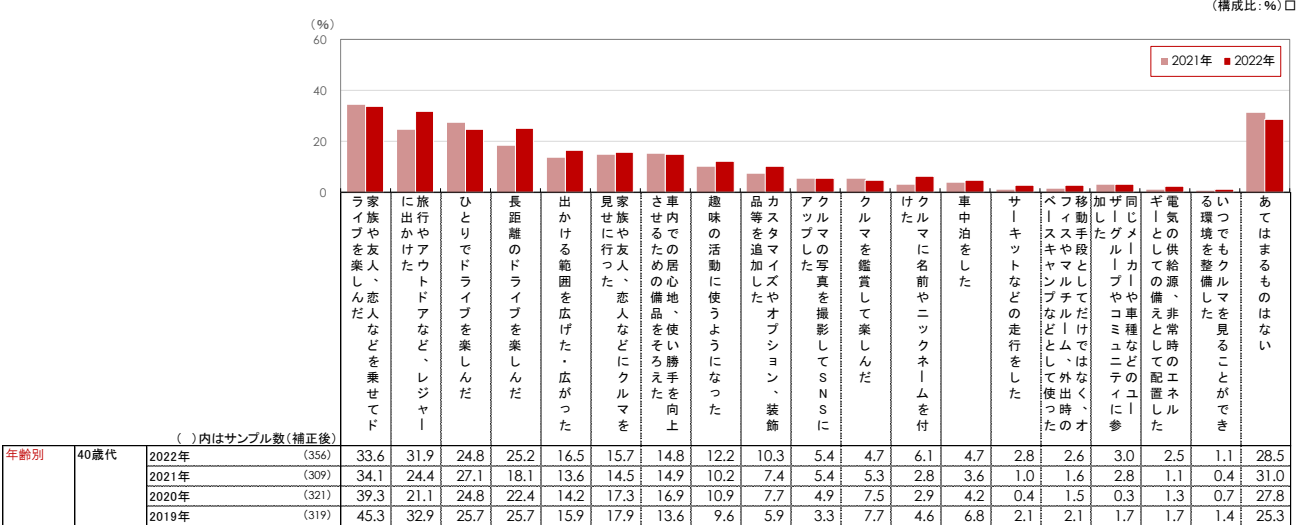
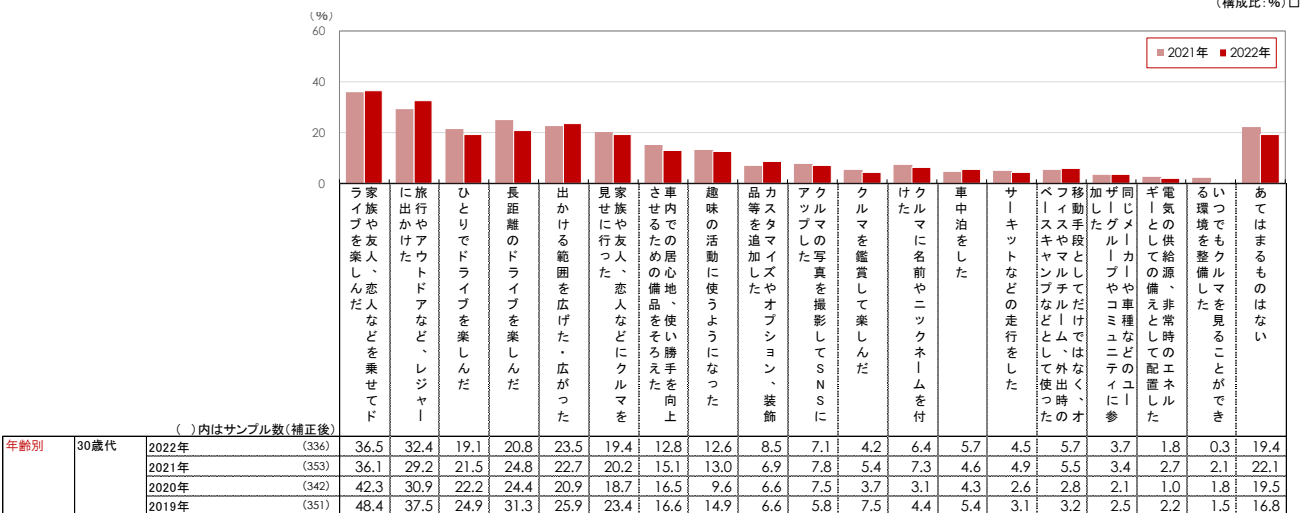
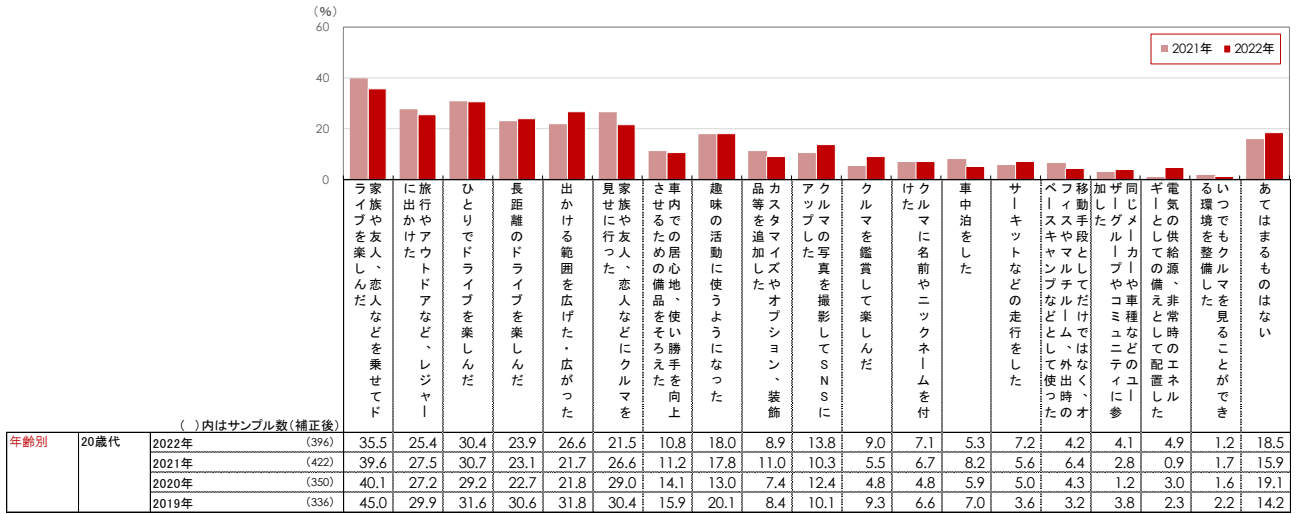
※「車内での居心地、使い勝手を向上させるための備品をそろえた」: 2020年までは「ゴミ箱や携帯電話ホルダーなどの備品をそろえた」 (構成比:%) □
太字 全体より5ポイント以上高い項目 全体より5ポイント以上低い項目

※表中ー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】

■ 年齢別 中古車購入後のクルマの利用方法や楽しみ方＜二次調査＞

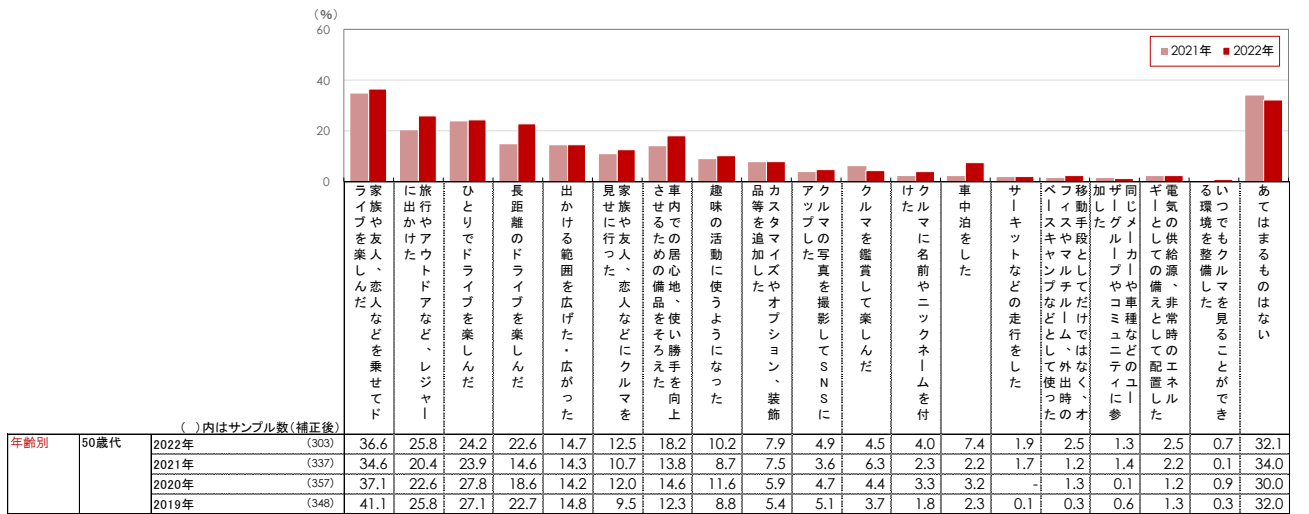
【1年以内に中古車を購入した人/複数回答】



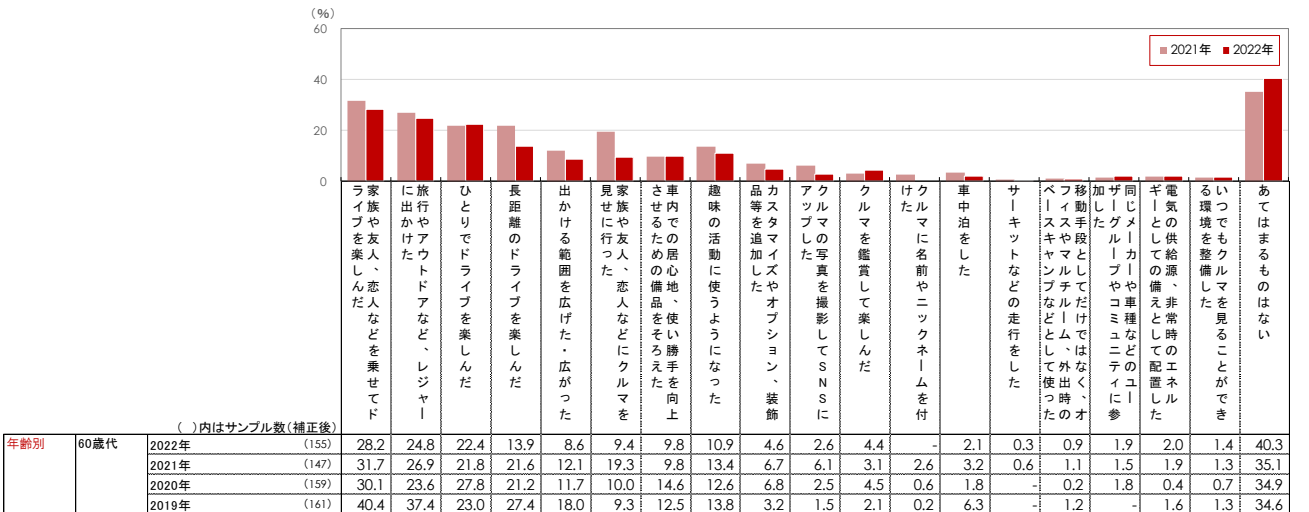
8 中古車購入後の利用方法や楽しみ方 【年齢別】

■ 年齢別 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】



(構成比: %)



(構成比: %)

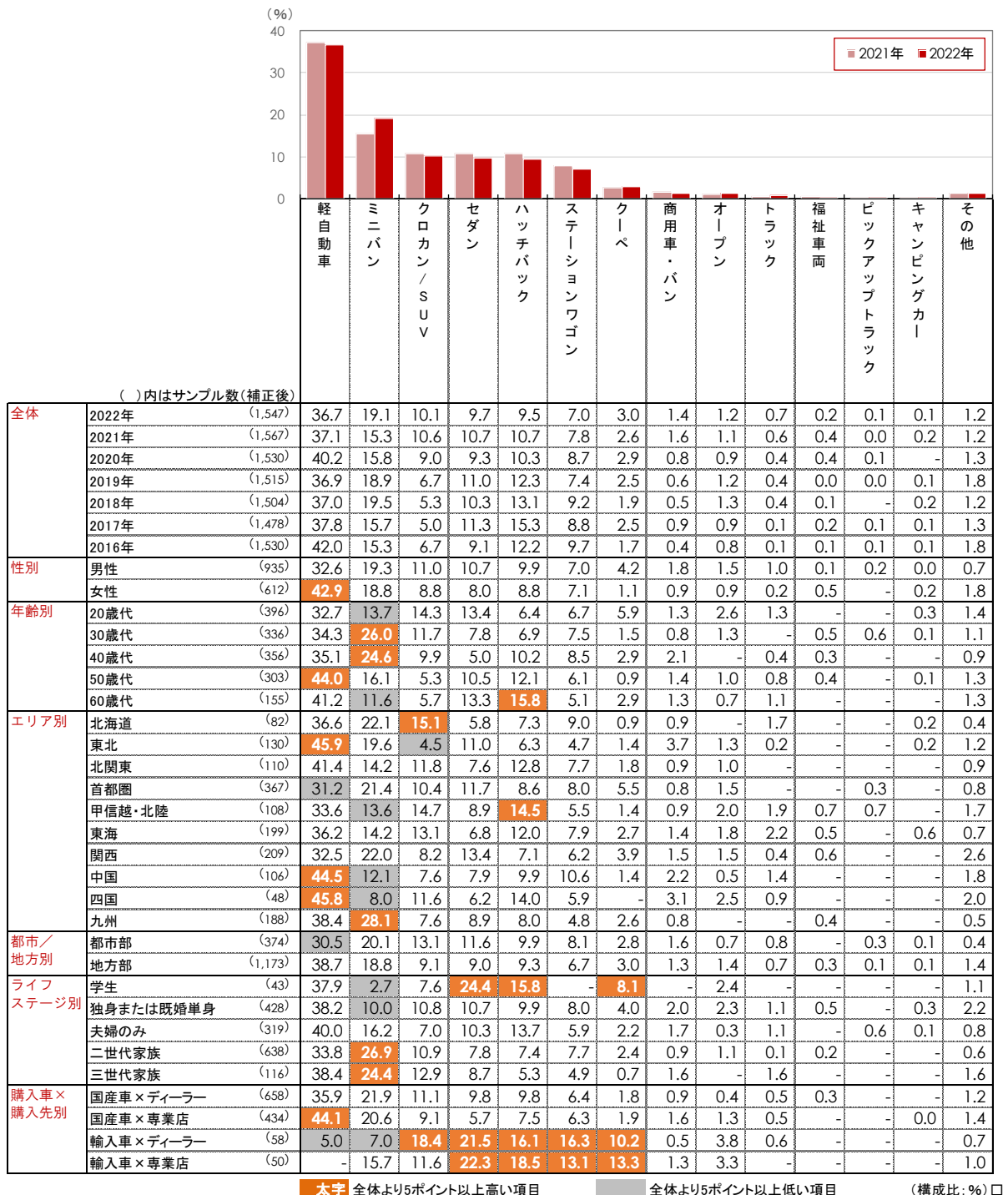
※表中一は回答者がなかったもの

9 直近で購入した中古車のボディタイプ

- 「軽自動車」(36.7%)は前年より0.4ポイント減少。「クロカン/SUV」は2017年以降増加傾向にあったが、今年は頭打ちとなった。
- 30歳代・40歳代を中心に「ミニバン」に回復の兆しがみられる。

■ 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】



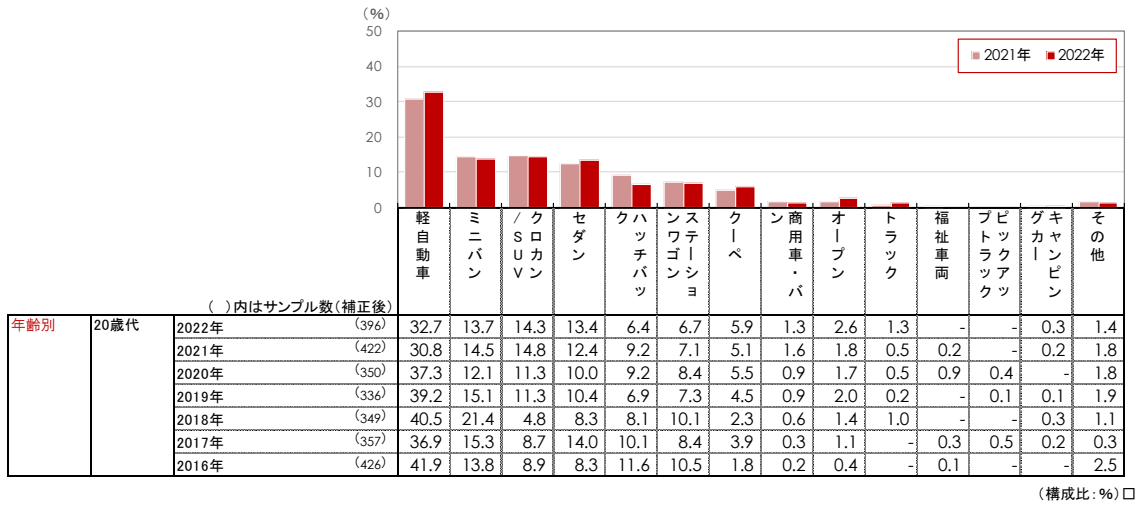
太字 全体より5ポイント以上高い項目 全体より5ポイント以上低い項目 (構成比:%)口

※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

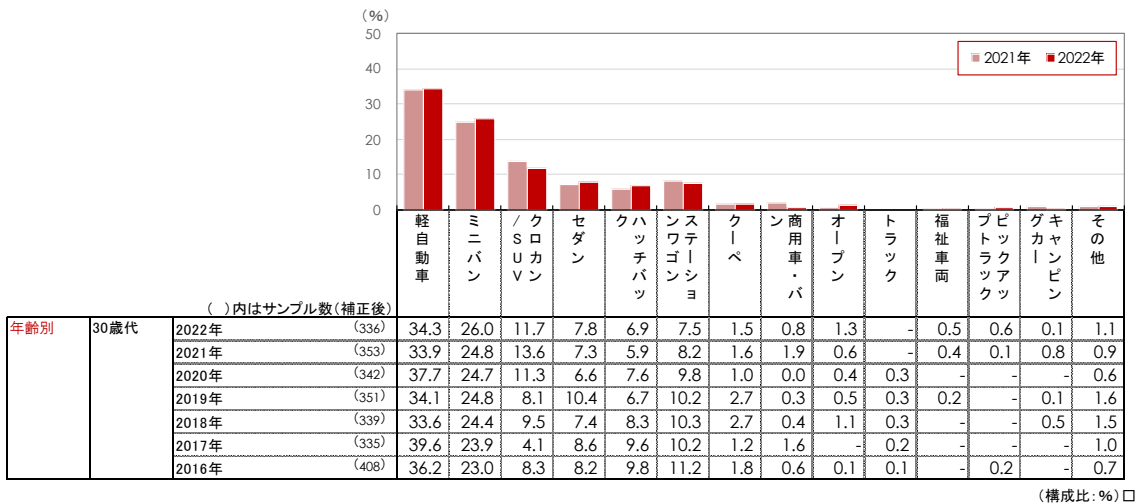
9 直近で購入した中古車のボディタイプ【年齢別】

■ 年齢別 直近で購入した中古車のボディタイプ<二次調査>

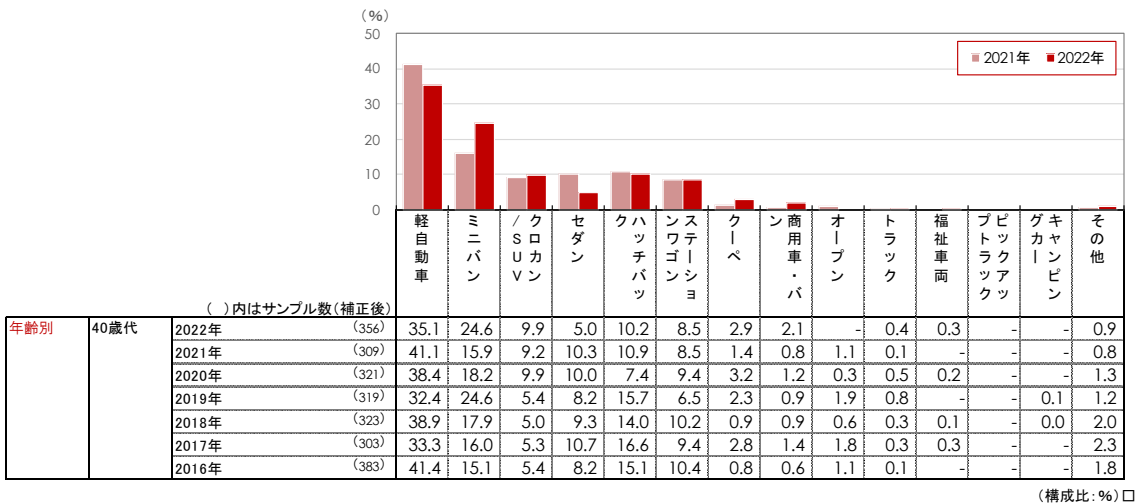
【1年以内に中古車を購入した人/単一回答】



(構成比:%)



(構成比:%)



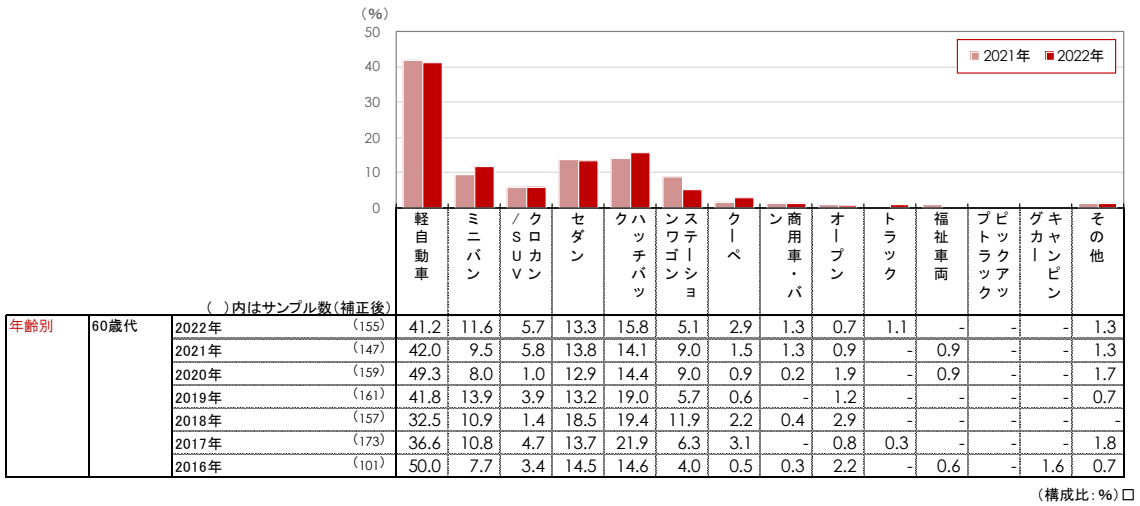
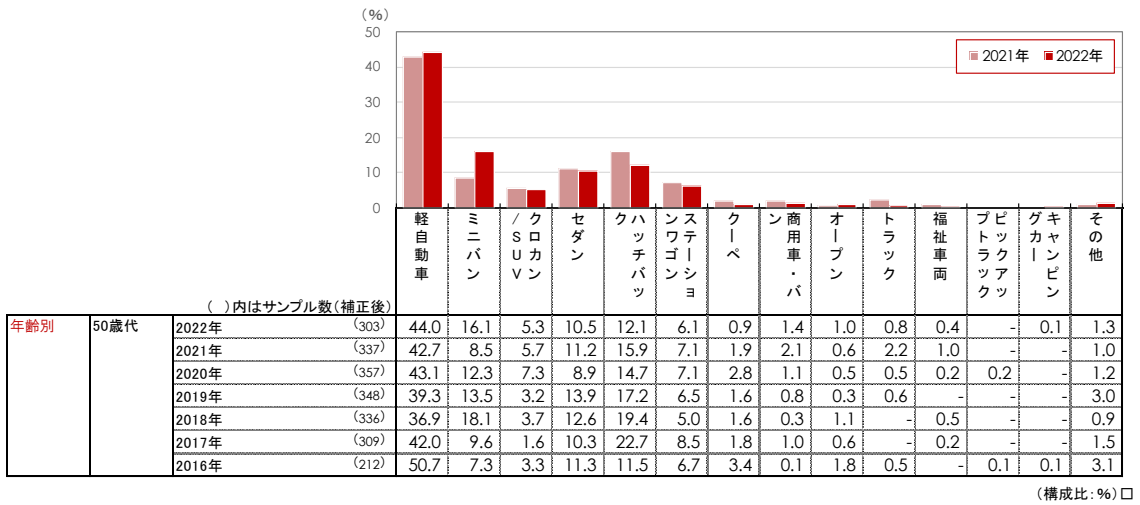
(構成比:%)

※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】

■ 年齢別 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】



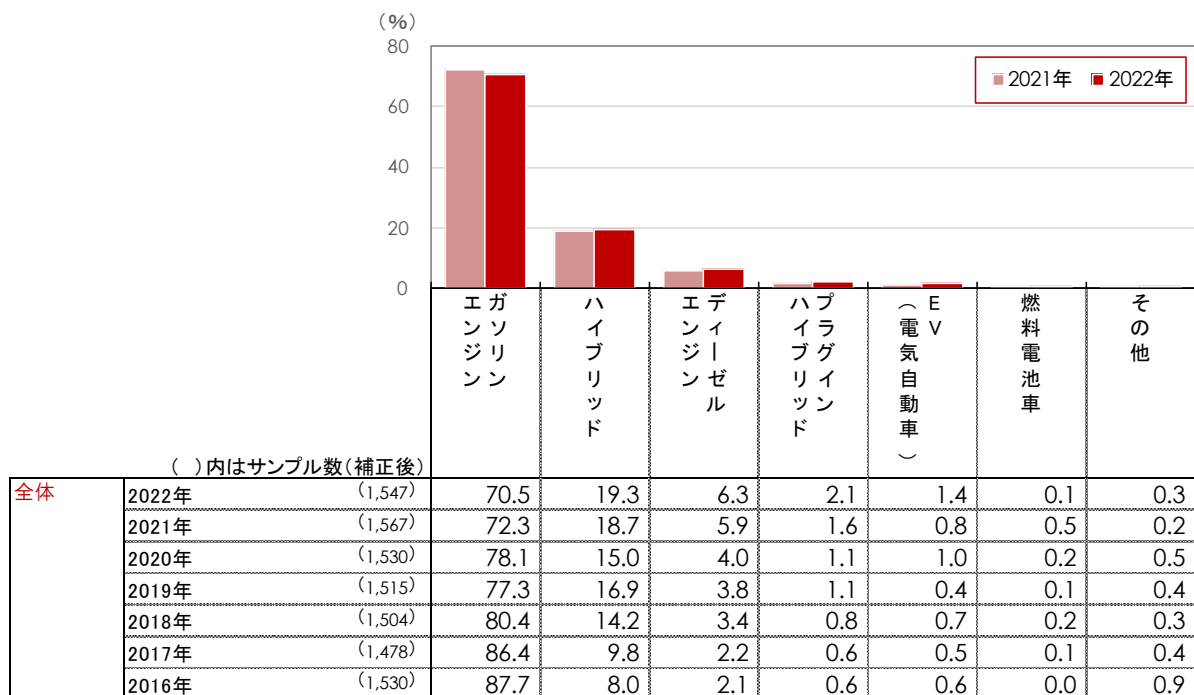
※表中一は回答者がなかったもの

10 直近で購入した中古車のエンジンタイプ

- 直近で購入した中古車のエンジンタイプは、「ガソリンエンジン」が70.5%で最も高いが、年々減少傾向。
- 「ハイブリッド」は2020年にやや減少したものの年々増加し、今年は過去7年間で最も高い。

■ 直近で購入した中古車のエンジンタイプ＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人/単一回答】



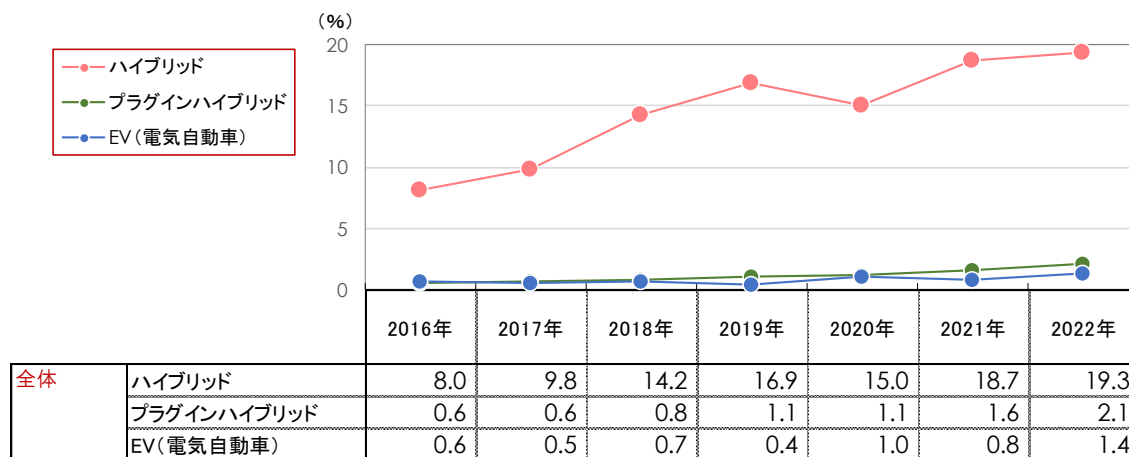
(構成比:%) □

※表中0.0は表示単位未満のもの

■ 直近で購入した中古車のエンジンタイプのうち、「ハイブリッド」

「プラグインハイブリッド」「EV (電気自動車)」の構成比推移＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人/単一回答】



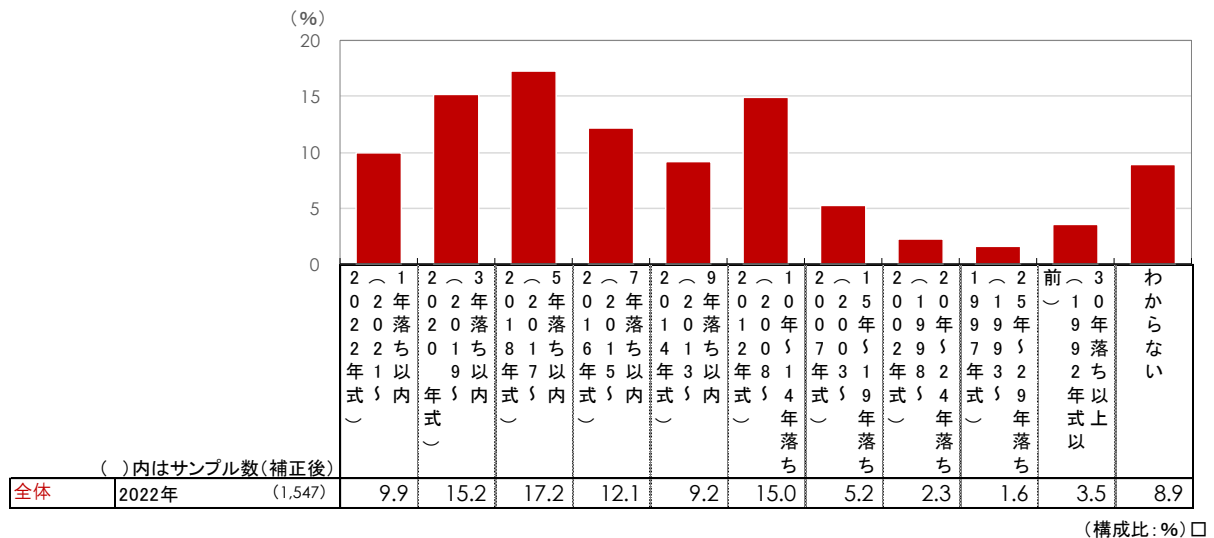
(構成比:%) □

11 直近で購入した中古車の年式

- 直近で購入した中古車の年式は、「5年落ち以内」までで4割超えを占める。
- 直近で購入した中古車の年式別に支払総額をみると、「1年落ち以内」が223.9万円で最も高く、次いで「3年落ち以内」が219.4万円、「5年落ち以内」が183.4万円が続く。

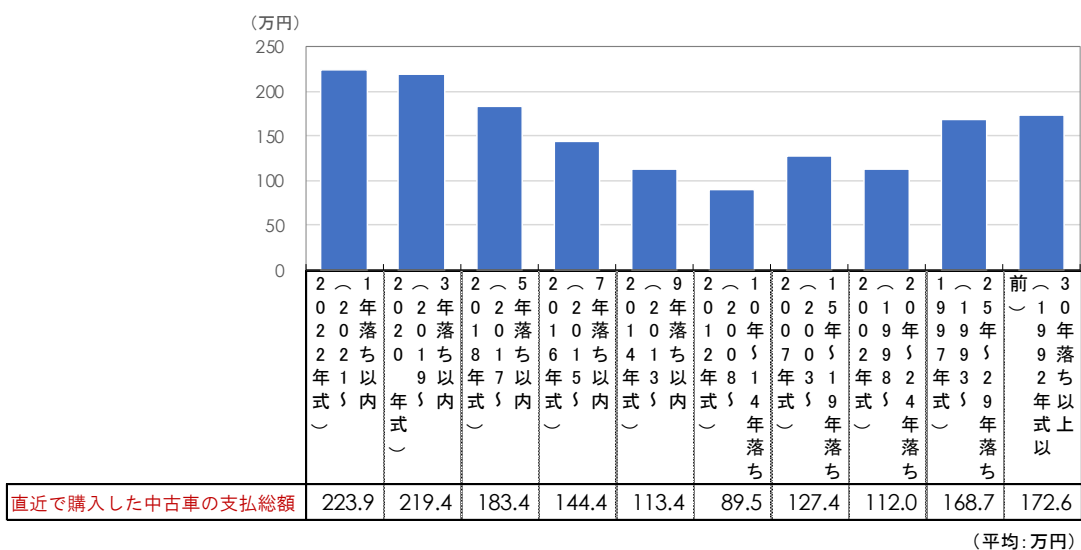
■ 直近で購入した中古車の年式＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人/単一回答】



■ 直近で購入した中古車の年式別 支払総額の平均＜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/単一回答】

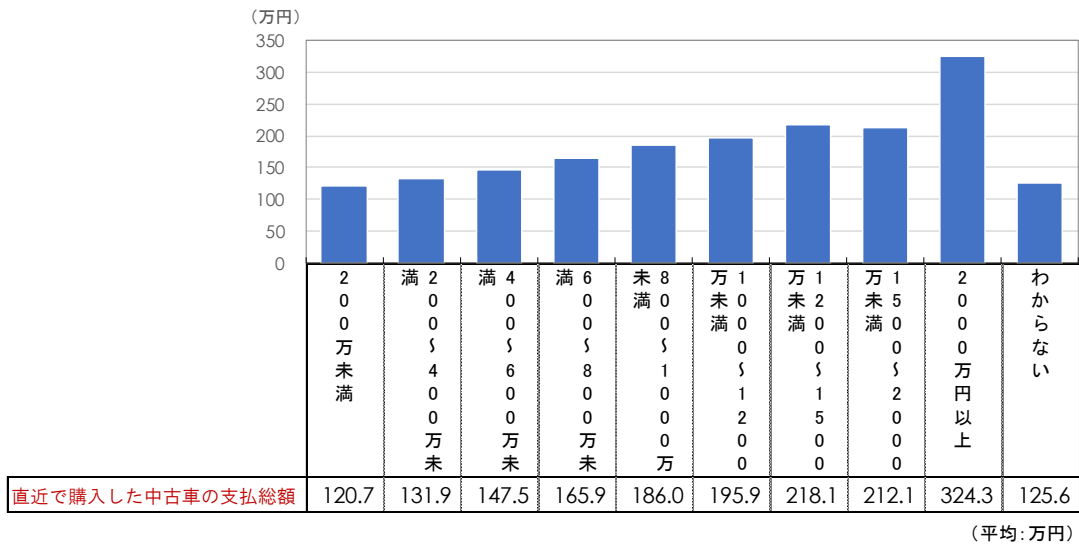


12 世帯年収と支払総額

- 世帯年収別に直近で購入した中古車の支払総額の平均をみると、年収が上がるほど、支払総額も増えている。

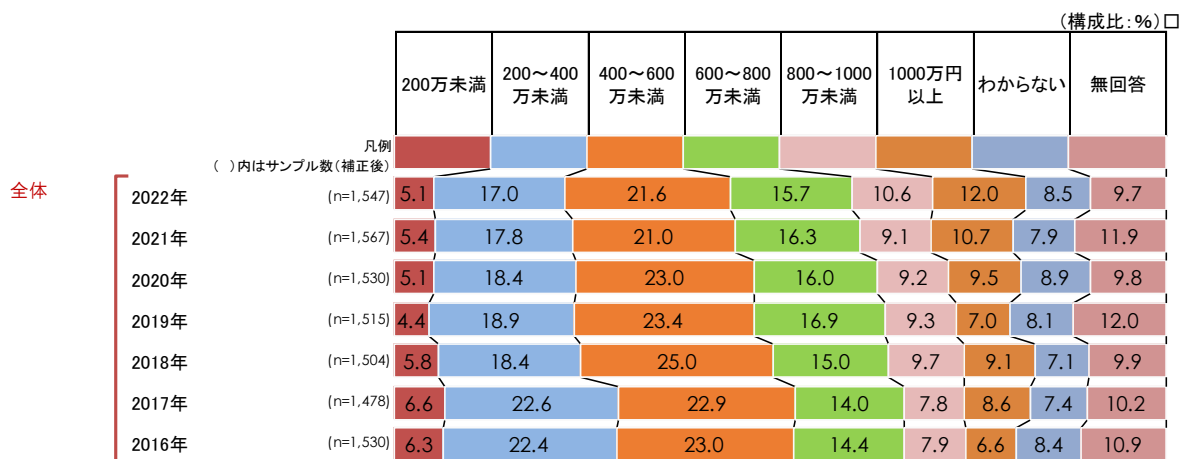
■ 世帯年収別 直近で購入した中古車の支払総額の平均＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人のうち、金額回答者/単一回答】



<参考> 中古車購入者における世帯年収の推移＜二次調査＞

【1年以内に中古車を購入した人/単一回答】

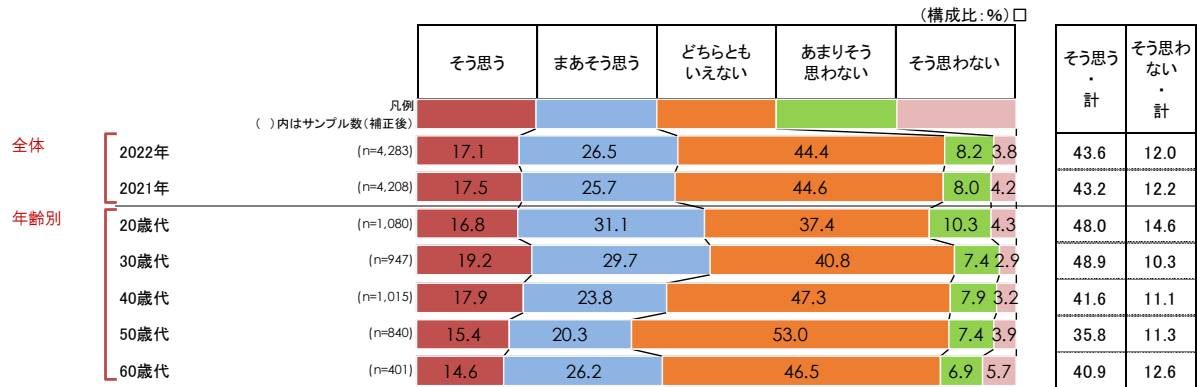


13 次回の中古車購入意向

- 20歳代は48.0%、30歳代は48.9%と約半数が「次も中古車を買おうと思う」と回答。年代が30歳代以下の若い層で、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