

## カーセンサー

2019年3月13日

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ

### 平成の終わりにセダン人気は20代で復活の兆し

### 親世代の流行×親子関係が影響か

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ（本社：東京都品川区 代表取締役社長：山口 文洋）が企画制作する中古車情報メディア『カーセンサー』は、保有するデータと新規で実施した外部調査をもとに自動車のトレンドを分析しましたので、ご報告します。

#### ■調査と分析結果の概要

- ① 2017年のセダン購入者（中古車のみ）を世代別に見ると20代が1位
- ② 20代はクルマ選びで親のおススメやアドバイスを受け入れやすい（「親から特定の車種をおススメされた場合、検討する」などで20代が1位）
- ③ 20代は親と仲の良さを感じたりクルマについての影響を受けやすい（「親と仲が良い」、「親と過ごしたような家族生活を送りたい」、「親の影響でクルマが好きになった」などで20代が1位）
- ④ セダン人気は20代で復活の兆しを見せているのは「親世代の流行」×「現代の親子関係（仲が良い、共感しやすい、影響を受けやすい）」により起きていると推察

【『カーセンサー』親子関係とクルマ選びについてのアンケート概要】

期間：2019年2月15日～18日 サンプル数：600名

手法：クルマの購入を検討している20代・30代・40代の各年代200名（男性100名、女性100名）に対しインターネット調査を実施

#### ①2017年のセダン購入者（中古車のみ）を世代別に見ると20代が1位

「カーセンサー中古車購入実態調査2017※1」で2017年に中古車でセダンを購入した人を世代別にみると、20代が14.0%と1位になっています。

セダンと言えば昭和から平成にかけて人気を誇ったクルマですが、そんなセダンが今なぜ20代で注目を集めているのか分析を行いました。

※1: 出典：http://www.recruit-mp.co.jp/news/180516\_01.pdf

※2: 1年以内に中古車を購入した人/SA/N=1,478



#### ②調査結果：20代はクルマ選びで親のおススメやアドバイスを受け入れやすい

今回『カーセンサー』にて、親子関係とクルマ選びについてアンケートを実施。「親から特定の車種をおススメされた場合、検討しますか？」という質問で肯定的な反応を示したのは世代別で20代が1位（55.0%）。また「親が過去に乗っていた／憧れていたクルマと同様のボディタイプ／車種を購入車として検討できますか？」についても、世代別で20代が1位（44.2%）となりました。

その理由について「親のアドバイスも聞くことで、自分に合うクルマが分かってくると思うから。（20代男性）」「セダンは車らしくてカッコ良かったから（20代男性）」「好みが見てるから（20代女性）」という回答が挙がっています。

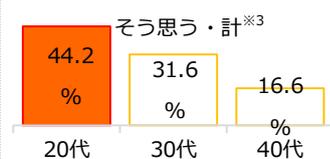
また、「実際にクルマを購入する際、親のアドバイスや助言を求めますか？」という質問でも20代が1位（58.0%）、クルマを購入する際の親の関与で「親からアドバイスや要望がある」と回答したのも20代が1位（37.0%）となりました。

※3: 「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」計

親から特定の車種をおススメされた場合、検討しますか？ (SA)



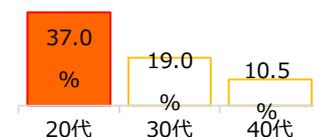
親が過去に乗っていた／憧れていたクルマと同様のボディタイプ／車種を購入車として検討できますか？ (SA)



実際にクルマを購入する際、親のアドバイスや助言を求めますか？ (SA)



クルマを購入する際の親の関与 (MA) 「親からアドバイスや要望がある」を選択



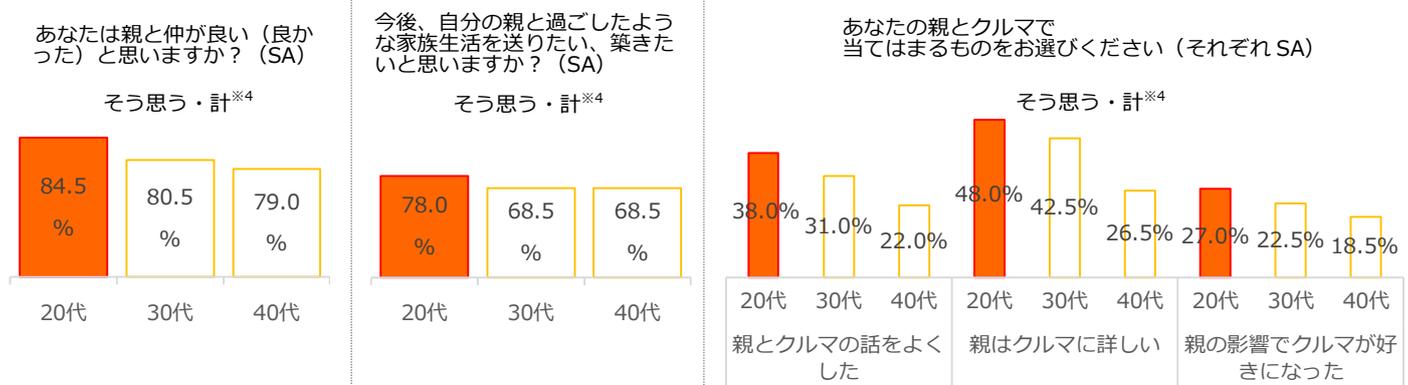
【本件に関するお問い合わせ先】  
株式会社リクルートマーケティングパートナーズ  
[https://www.recruit-mp.co.jp/support/press\\_inquiry/](https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/)

リクルートマーケティングパートナーズはこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指していきます

### ③調査結果：20代は親と仲の良さを感じたりクルマについての影響を受けやすい

さらに、「あなたは親と仲が良い（良かった）と思いますか？」という質問では84.5%、「今後、自分の親と過ごしたような家族生活を送りたい、築きたいと思いますか？」では78.0%の20代が「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」と回答し年代別で最も高い結果となりました。

また、「あなたの親とクルマで当てはまるものをお選びください」という質問では、「親とクルマの話をよくした」（38.0%）、「親はクルマに詳しい」（48.0%）、「親の影響でクルマが好きになった」（27.0%）の3項目で20代がそれぞれ1位となっています。



※4: 「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」計

### ④カーセンサー編集長 西村 泰宏の見解

#### <セダン人気は20代で復活の兆しを見せているのは“親世代の流行”×“現代の親子関係”>

『トヨタ カローラ』が1969年から2001年まで33年もの間、日本国内発売台数トップだったことを記憶している方も多いと思います。現在の40～50代にとって幼少期から20～30代の頃に圧倒的に支持されていたセダンは、まさに思い出のクルマと言えます。また、この世代はスーパーカーや世界的なクルマのレースに熱狂した経験を持ち、クルマに対する興味関心が高い層でもあります。一方、その子ども世代である20代は自他共に認める“仲よし親子”世代。ライフスタイルにも親の嗜好や意見を積極的に取り込み、クルマ選びの際に親へ助言を求める。その結果、親は自身の思い出であるセダンをおススメする…ということが日本各地の家庭で起こっているのかもしれない。

#### <20代に人気のセダン車種とその背景>

メーカー	車種 (生産年)	2019年1月の平均価格 ( ) 前年同月比
スバル	インプレッサ STI (2000～2007年)	148.8万円 (-5.0万円)
スバル	レガシィ B4 (2003～2009年)	51.0万円 (-7.5万円)
BMW	3シリーズ (2012～2019年)	276.1万円 (-29.1万円)
マツダ	アクセラ (2013年～)	151.4万円 (-25.1万円)
マツダ	アテンザ (2012年～)	178.7万円 (-34.2万円)

『カーセンサー』調べ



スバル インプレッサ STI



BMW 3シリーズ



スバル レガシィ B4



マツダ アクセラ



マツダ アテンザ

セダンで20代に人気の車種を見てみると、「スバル インプレッサ STI」、「スバル レガシィ B4」、「BMW 3シリーズ」などが挙がってきます。いずれもスポーティな走りでの人気の高かったモデルです。価格を見ると世の中全体のセダンに対する人気低迷もあってか、1年前と比較してどの車種も下落しています。親からセダンをおススメされた20代が性能と価格のバランスに目を付け、お得感を見出して購買意欲を高めているのかもしれない。



リクルート自動車総研所長 兼 カーセンサー編集長 西村 泰宏 (にしむら やすひろ)

2005年新卒でリクルートに入社。2015年、自動車事業本部 編集グループに異動。『カーセンサー』本誌の編集とリニューアルプロジェクトの推進を行う。ネットコンテンツなども含め、全体のデスク業務を担当。2017年4月よりカーセンサー編集長、2018年4月よりリクルート自動車総研所長に就任。