

【物価高騰下におけるクルマのサブスク利用意向に関する意識調査】

物価高騰・商品価格の値上げの波を受けて、2人に1人の消費行動が変化！

クルマにかかるお金を節約したい **63.5%** クルマのサブスク利用意向(検討層) **5割以上**

「お得感」を求めて、クルマのサブスクが本格普及期へ!?

～「新車購入の懸念点や不満点」や「クルマのサブスク魅力度No.1」も明らかに～

株式会社KINTO（本社：愛知県名古屋市、代表取締役社長：小寺 信也）は、20～50代の男女400名を対象に、「物価高騰下におけるクルマの利用意向」に関する意識調査を実施いたしました。近年の物価高騰の波を受けて、2人に1人の消費行動に変化があることや、クルマにかかるお金を節約したいという意向を持つ人が63.5%いることが判明しました。物価高騰・商品価格の値上げで消費行動が変化中、クルマに対する消費の在り方も変化していることが分かりました。主な調査結果は、以下の通りです。

■ 調査サマリー

物価高騰下におけるクルマのサブスク利用意向に関する意識調査

TOPIC

01

物価高騰で**2人に1人**の消費者行動が変化！

20代男女は6割超えの顕著な結果に。クルマにかけている

お金を節約したいという意向を持つ人が**63.5%**！

TOPIC

02

生活用品のサブスクサービスの中、クルマのサブスクが**認知率No.1**に。クルマを所有していない人のクルマのサブスクの利用希望者は**51.0%**で、

「積極採用派」が多い結果に。

TOPIC

03

クルマのサブスク魅力度トップ2は「**初期費用が少なく済むこと**」、「**税金、****任意保険料などのクルマに関わる費用が一括で含まれていること**」

SUMMARY



■ 調査概要

調査概要：物価高騰下におけるクルマのサブスク利用意向に関する意識調査

調査方法：楽天リサーチによるインターネット調査

調査期間：2022年11月22日～同年11月24日

有効回答：全国20～59歳の男女400名

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはなりません。

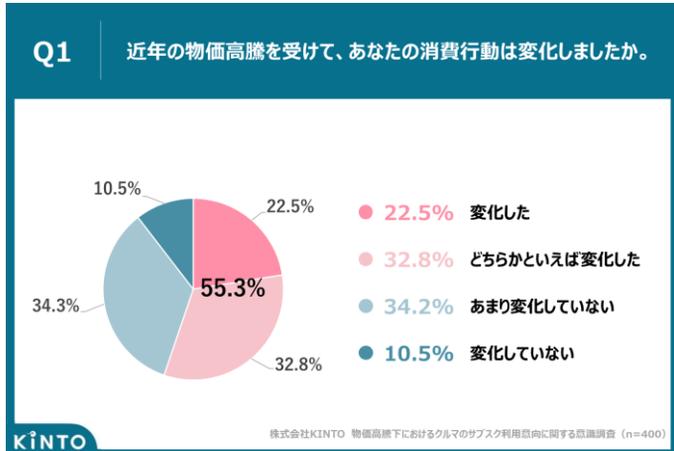
<本資料に関するお問い合わせ先>

株式会社KINTO 広報：岡部

<https://kinto-jp.com/customer/contact/corporation>

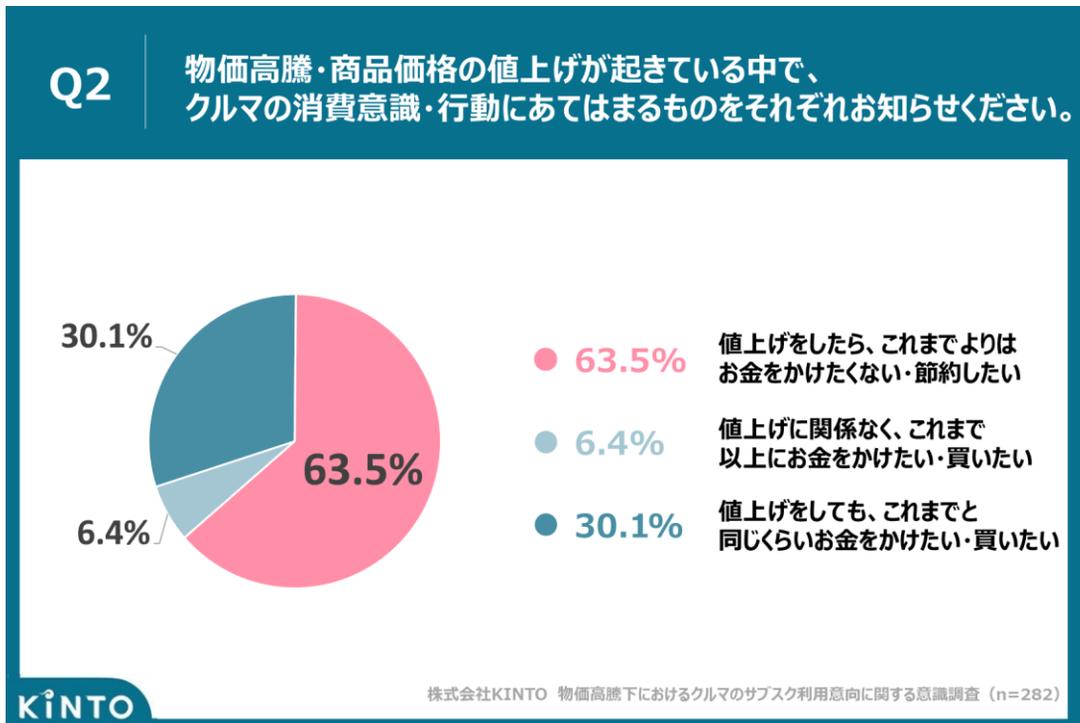
Q1.物価高騰で2人に1人の消費者行動に変化！20代男女は6割超えの顕著な結果に。

「近年の物価高騰の状況を受けて、あなたの消費行動は変化しましたか。」と質問したところ、「変化した」が22.5%、「どちらかといえば変化した」が32.8%という結果になりました。全体的な傾向として、5割以上の人の消費行動が変化していることが分かりました。特に、20代男女では6割以上が消費行動が変化していると回答しました。



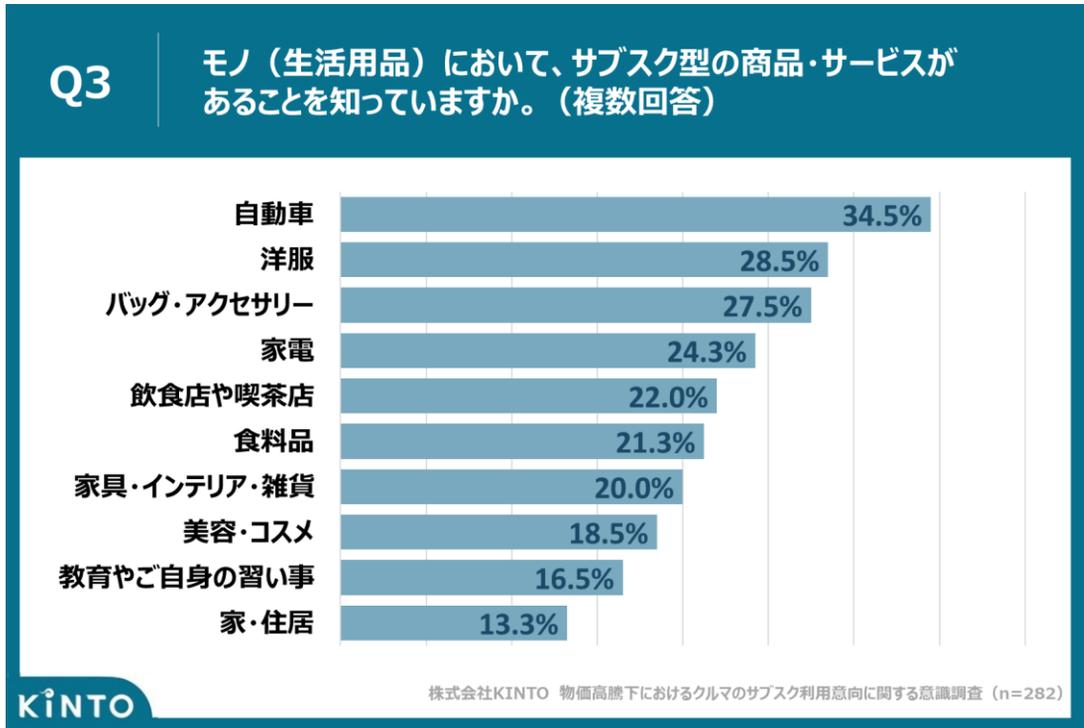
Q2. クルマにかけているお金を節約したいという意向を持つ人が63.5%！

「物価高騰・商品価格の値上げが起きている中で、クルマの消費意識・行動にあてはまるもの」を質問したところ、クルマに対して「値上げをしたら、これまでよりはお金をかけたくない・節約したい」と回答した人は63.5%という結果になりました。



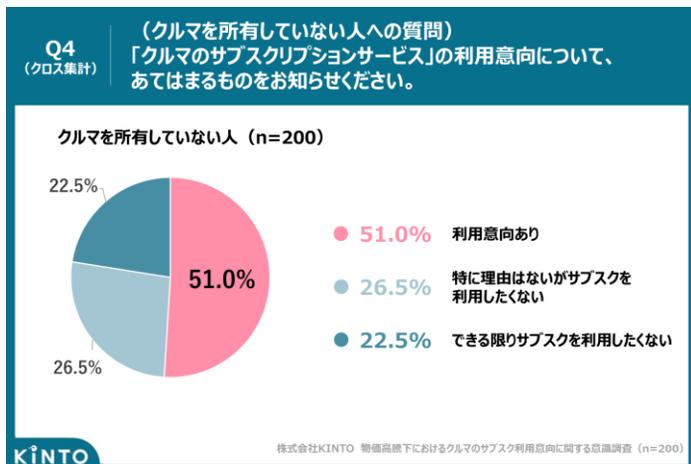
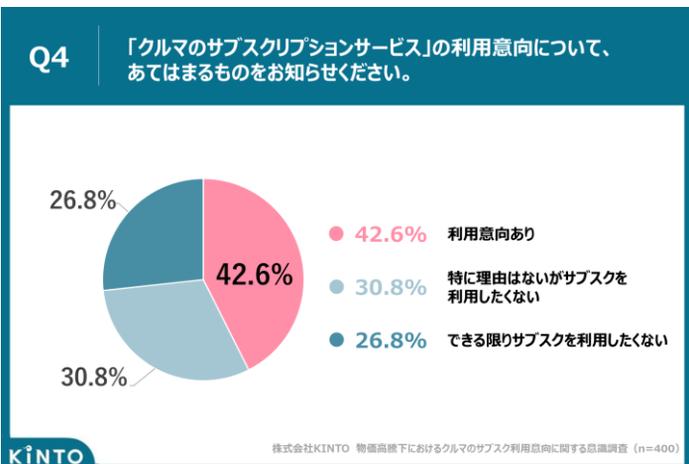
Q3. 生活用品のサブスクリプションサービスの中、クルマのサブスクが認知率No.1に。

「以下の商品・サービスにおいて、サブスク型のものがあることを知っていますか」と質問したところ、「クルマのサブスク型の商品・サービスがあることを知っている」と回答した人は、34.5%と全10商品・サービスの中で最も多い数値となりました。



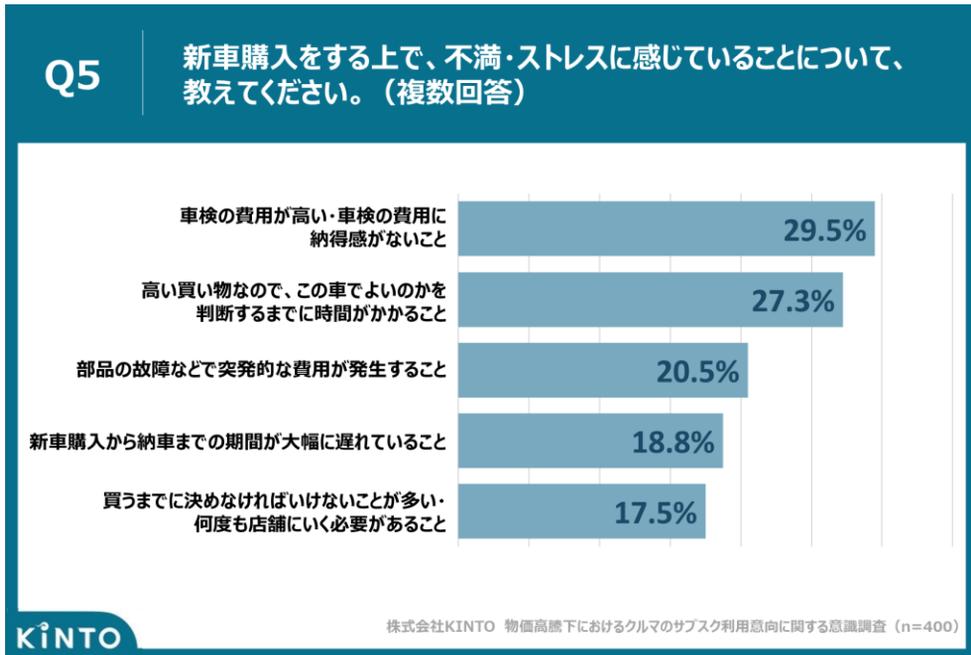
Q4. クルマのサブスク利用意向は42.6%！クルマを所有していない層においては、5割以上はクルマの利用意向ありという結果に。

「クルマのサブスクの利用意向について、あてはまるものをそれぞれお知らせください。」と質問したところ、「利用意向あり（できる限り利用したい+いいものがあれば利用したい）」が42.6%という結果になりました。また、現在クルマを所有していない人においては、「利用意向あり（できる限り利用したい+いいものがあれば利用したい）」と回答した人は、51.0%と半数以上がクルマのサブスクリプションサービスの利用に対してポジティブな意向を示しました。



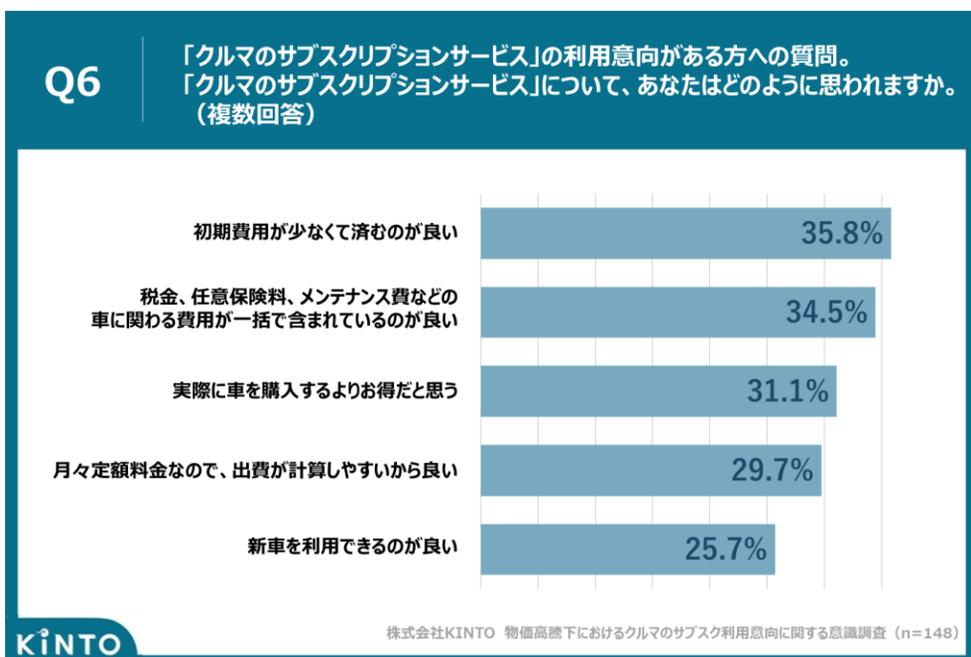
Q5.新車を購入する上で不満・ストレスに感じていること、「車検費用が高い・金額に納得感がない」「高額な買い物なので、判断するまでに時間がかかる」が上位に。

「新車購入する上で、不満・ストレスに感じていること」を調査したところ、「車検の費用が高い・車検の費用に納得感がないこと」が29.5%で最も多く、続いて「高い買い物なので、このクルマでよいのかを判断するまでに時間がかかること」が27.3%、「部品の故障などで突発的な費用が発生すること」が20.5%、「新車購入から納車までの期間が大幅に遅れていること」が18.8%、「買うまでに決めなければならないことが多い・何度も店舗に行く必要があること」が17.5%という結果になりました。クルマを購入することで発生する固定費や、今後長期間乗ることになるクルマの様々な「選択」を迫られることに、ストレスを感じていることが判明しました。



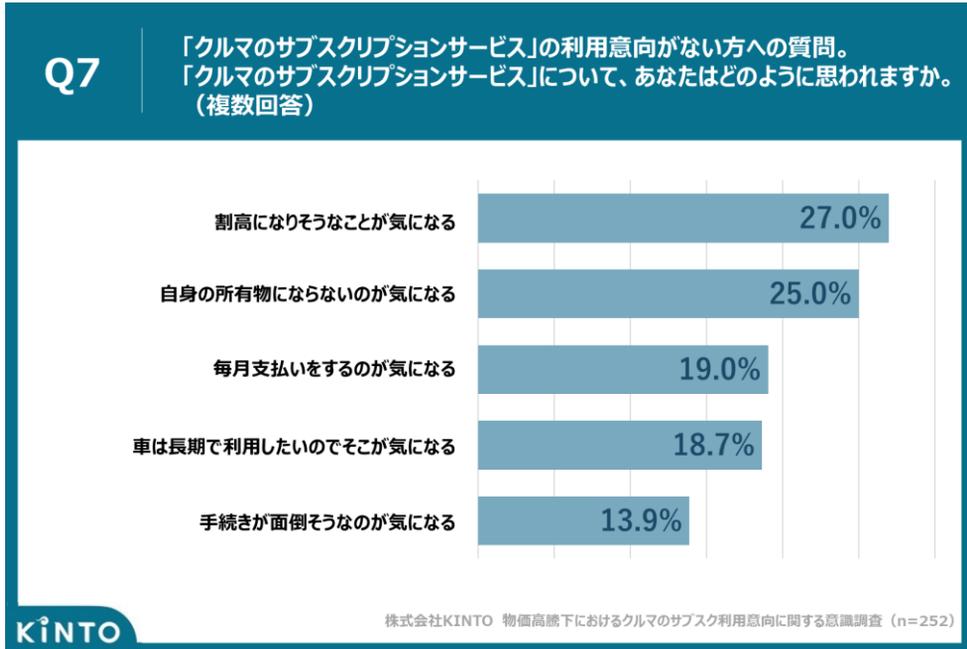
Q6.クルマのサブスク魅力度トップ2は「初期費用が少なくて済むこと」、「税金、任意保険料などのクルマに関わる費用が一括で含まれていること」

「『クルマのサブスク』に関する特徴について、魅力的・メリットと感じたこと」を質問したところ、「初期費用が少なくて済むのが良い」が35.8%、「税金、任意保険料、メンテナンス費などのクルマに関わる費用が一括で含まれているのが良い」と回答した人が34.5%という結果になりました。全体的な傾向として、価格のお得感を魅力に感じる人が多いことが分かりました。



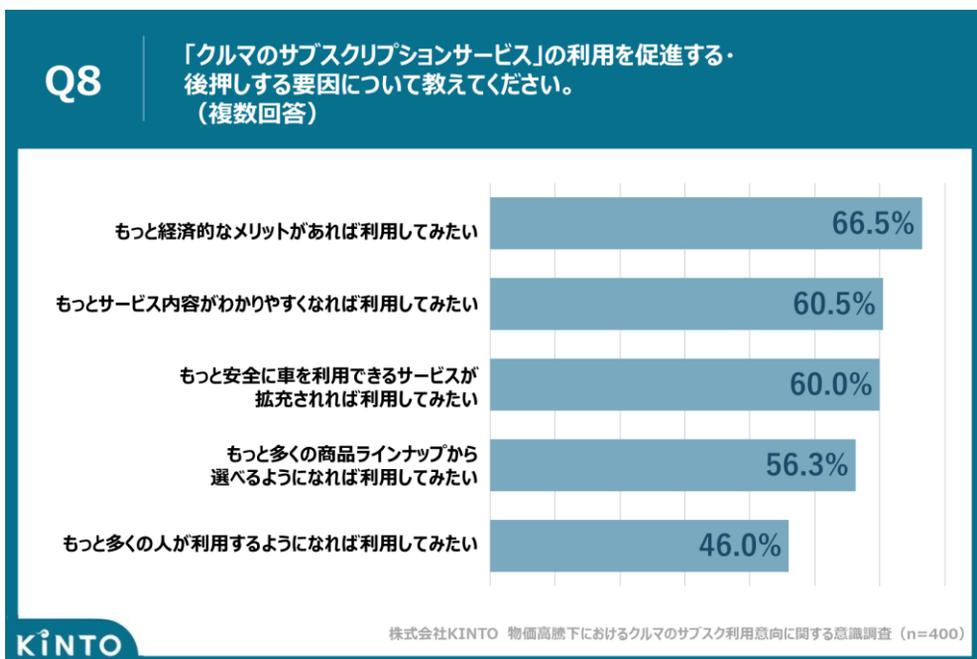
Q7.クルマのサブスクを利用しない理由は「割高になりそうなことが気になる」がトップに。 クルマの所有よりも割高、支払いや手続きが面倒になると思われていることが判明。

『クルマのサブスク』の利用意向がない方へ『クルマのサブスク』を採用しない理由を調査したところ、「割高になりそうなことが気になる」が27.0%、「自身の所有物にならないのが気になる」が25.0%、「毎月支払いするのが気になる」が19.0%、「クルマは長期で利用したいのでそこが気になる」が18.7%、「手続きが面倒そうなのが気になる」が13.9%という結果になりました。全体的な傾向として、クルマを購入するよりも、割高になってしまうのではないかと・毎月の支払いや手続きが面倒になると思われていることが分かりました。



Q8.クルマのサブスク利用を促進する・後押しする要因として、 最も多かった回答は、「もっと経済的なメリットがあれば利用してみたい」

「クルマのサブスクリプションサービスの利用を促進する・後押しする要因」を調査したところ、「もっと経済的なメリットがあれば利用してみたい」が66.5%と、クルマのサブスクにお得感を求める回答が多くありました。その他の要因として、「もっとサービス内容がわかりやすくなれば利用してみたい」が60.5%など、消費者が追及するのは「お得感」と「分かりやすさ」だといえます。また、クルマを所有するよりお得感を感じられるサブスクサービスであったとしても、仕組みの複雑さ・分かりにくさがボトルネックになっている可能性があります。



■まとめ

今回は、近年の記録的な物価高騰下における、クルマの利用意向について調査いたしました。物価高騰で2人に1人の消費行動が変化し、クルマにかけるお金を節約したい人が多いことがわかりました。また、生活用品のサブスクリプションサービスの中、クルマのサブスクが認知率No.1となり、クルマのサブスクが浸透していることがわかりました。特にクルマを所有していない層のクルマのサブスク利用意向は5割以上で、サブスクリプションサービスの利用に対してポジティブな意向を示しました。

そんなクルマのサブスク魅力度No.1は「初期費用が少なくて済むこと」だった一方、クルマのサブスクを利用しない理由は「割高になりそうなのが気になる」ことが挙がっており、新車価格が値上がりする中、「お得感の訴求」することでクルマのサブスクをさらに加速させることが予想されます。

■クルマの進化により、月額利用料がもっとお得になる「KINTO Unlimited」

株式会社KINTO（以下、KINTO）は、新たなサブスクリプションサービスとして「KINTO Unlimited」を2022/12/7に立ち上げました。今冬発売する新型プリウスの一部グレード*1よりご提供を始めます。

「KINTO Unlimited」では、KINTOのサブスクリプションサービス*2を基盤に、新たに、クルマをお届けした後の「進化」と「見守り」という付加価値を追加します。それによりクルマの価値を維持し、その分を、サブスクの月額利用料の引き下げにあらかじめ充当します。

URL：<https://kinto-jp.com/lp/prius/>

*1 新型プリウスのグレード体系の詳細は今冬発売の際に公表します

*2 自動車保険、自動車税、定期メンテナンス、故障修理、登録諸費用・税金、車検費用（5年／7年プランの場合）などの諸経費をパッケージ化した月額定額サービス



公式Twitter	: https://twitter.com/KINTO_JP
公式Instagram	: https://www.instagram.com/kinto_jp/
公式Facebook	: https://www.facebook.com/KINTOJP/
公式YouTube	: https://www.youtube.com/channel/UC3ap_PduzYM6MINNeFLRonA
公式LINE	: https://line.me/R/ti/p/%40733wvygu
公式note	: https://about.kinto-jp.com/

■会社概要

会社名	: 株式会社KINTO（KINTO Corporation）
設立	: 2019年1月
代表取締役社長	: 小寺信也
URL	: https://corp.kinto-jp.com/

※文中に記載されている会社名、商品名は各社の商標または、登録商標です。

<本資料に関するお問い合わせ先>

株式会社KINTO 広報：岡部

<https://kinto-jp.com/customer/contact/corporation>