

## カーセンサー中古車購入実態調査2018（分析編）

**中古車市場規模の推計は前年から約4,000億円増加し年間3兆4,396億円に。増加の要因は新車購入検討層が中古車を購入したことによる中古車購入単価の増加！**

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 柏村 美生）が企画制作する中古車情報メディア『カーセンサー』は、中古車の購入実態について詳細に把握するため、「カーセンサー中古車購入実態調査2018」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。

### ■中古車市場規模推計、中古車の支払総額・・・・・・・・P3

**中古車の購入にかけられた費用は3兆4,396億円で前年から約4,000億円増加。**

- 中古車購入にかけられた費用は3兆4,396億円、購入台数は261.9万台と推計。
- 中古車購入単価の平均は131.3万円で前年から10.4万円が増加した。
- 購入単価の増加は200～400万円の価格帯での購入者が増えたことによる。

### ■中古車の購入検討経験の有無・・・・・・・・P4

**中古車の購入検討経験では「経験したことがある（「1年以内に経験」と「1年より前に経験」の合計）」が年々上昇。**

- 「1年以内に中古車購入検討をした（2016年5.4% → 2018年5.8%）」、「1年より前に中古車購入検討をした（2016年37.9% → 2018年39.8%）」がそれぞれ上昇した結果、中古車購入検討経験者（「1年以内に経験」と「1年より前に経験」の合計）」が年々増加（2016年43.3% → 2018年45.6%）している。

### ■新車を購入しなかった理由・・・・・・・・P5

**新車の購入を検討したのに購入しなかった最も大きな理由のうち、「予算が足りない」が最も上昇。**

- 「最終的な総支払額に予算が足りない・なかったから（2016年19.0% → 2018年19.8%）」がこの質問を追加した2016年調査から最も上昇。次いで「中古車を購入した・しなくなったから（2016年4.5% → 2018年5.2%）」が上昇している。

### ■リクルート自動車総研所長 兼 カーセンサー編集長 西村 泰宏による結果の解説・・・P6

**中古車市場規模（推計）増加の要因は予算200～400万円で新車購入を検討していた層が中古車を購入し、中古車購入単価の平均を高めたと推察。**

- 中古車検討への心理的ハードルが年々低下する中、新車価格は上昇傾向。
- 当初新車購入を検討していた層が「予算が足りない」、「クルマの選択肢を増やしたい」といった理由で最終的に中古車を購入しているケースが増えている。

◆出版・印刷物へデータを転載する際には、「カーセンサー中古車購入実態調査2018 調べ」と明記いただけますようお願い申し上げます。

【本件に関するお問い合わせ先】  
[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ではこれからも、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。

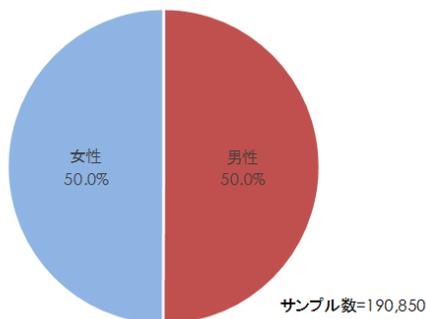
## 【調査概要】

- 【調査方法】 インターネットによる調査
- 【調査期間】 ■一次調査：2018年8月21日(火)～2018年9月10日(月)  
■二次調査：2018年8月24日(金)～2018年9月10日(月)
- 【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：190,850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区分に割付けて回収した。  
■二次調査：4,232件  
※一次調査の回答者の中から、一次調査の割付に加えて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付けて回収した。
- 全国10エリア：北海道・東北(青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県)、北関東(茨城県・栃木県・群馬県)、首都圏(埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県)、甲信越・北陸(新潟県・富山県・石川県・福井県・山梨県・長野県)、東海(静岡県・岐阜県・愛知県・三重県)、関西(滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県)、中国(鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県)、四国(徳島県・香川県・愛媛県・高知県)、九州(福岡県・佐賀県・長崎県・大分県・熊本県・宮崎県・鹿児島県)
- 【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ため、50歳代とまとめたセグメントで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。

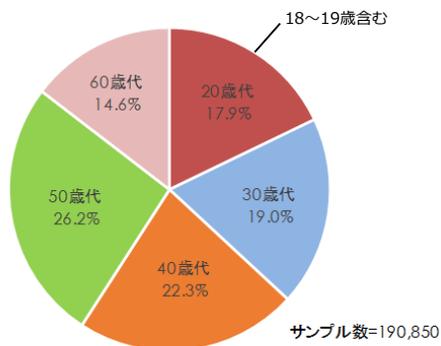
## 【回答者のプロフィール】

### ■一次調査 (全体/単一回答)

#### <性別>

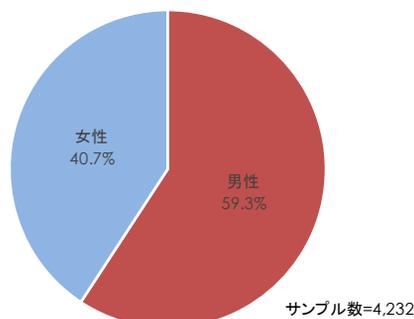


#### <年齢>

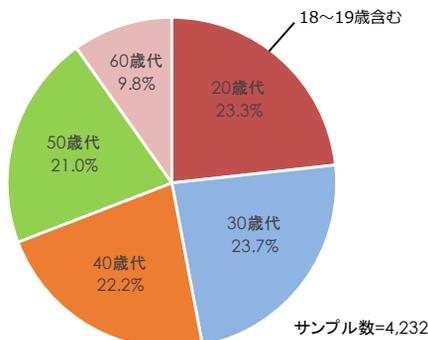


### ■二次調査 (全体/単一回答)

#### <性別>



#### <年齢>



前述のとおり費用総額（中古車市場規模）は2017年から増加し3兆4,396億円となった。中古車購入単価の平均は131.3万円で前年から10.4万円が増加した。購入単価の増加は200～400万円の価格帯での購入者が増えたことによる。

## ■中古車の購入台数、市場規模（推計値）

	H27国勢調査	調査結果			推計結果			
		人口 (万人)	1年間の 中古車購入率 (%)	中古車 購入単価 (万円)	延べ 購入台数 (万台)	中古車 市場規模 (億円)	1万人あたり購入台数	
		<A>	<B>	<C>	A*B=<D>	C*D	台数 (台)	全国値との 比較 (全国=1)
全国	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	3.8	140.6	152.9	21,492	375.3	1.17
	女性	4,067	2.7	118.5	109.0	12,922	268.1	0.83
年齢別	20歳代	1,460	4.2	124.5	60.7	7,560	416.0	1.29
	30歳代	1,542	3.8	144.0	59.1	8,510	383.2	1.19
	40歳代	1,820	3.1	130.6	56.2	7,332	308.6	0.96
	50歳代	1,527	2.8	117.5	43.0	5,053	281.7	0.88
	60歳代	1,792	2.2	149.8	39.2	5,866	218.5	0.68
エリア別	北海道	350	4.6	130.5	16.2	2,115	463.3	1.44
	東北	567	4.0	113.9	22.6	2,577	399.0	1.24
	北関東	446	4.5	123.5	19.9	2,463	447.5	1.39
	首都圏	2,437	2.3	156.9	55.4	8,695	227.4	0.71
	甲信越・北陸	516	4.4	107.0	22.9	2,446	443.4	1.38
	東海	971	3.5	136.5	33.7	4,599	346.8	1.08
	関西	1,337	2.4	142.8	32.7	4,672	244.8	0.76
	中国	463	3.4	116.5	15.7	1,831	339.5	1.06
	四国	237	3.4	116.5	8.1	938	339.8	1.06
九州	818	4.2	116.0	34.7	4,028	424.4	1.32	

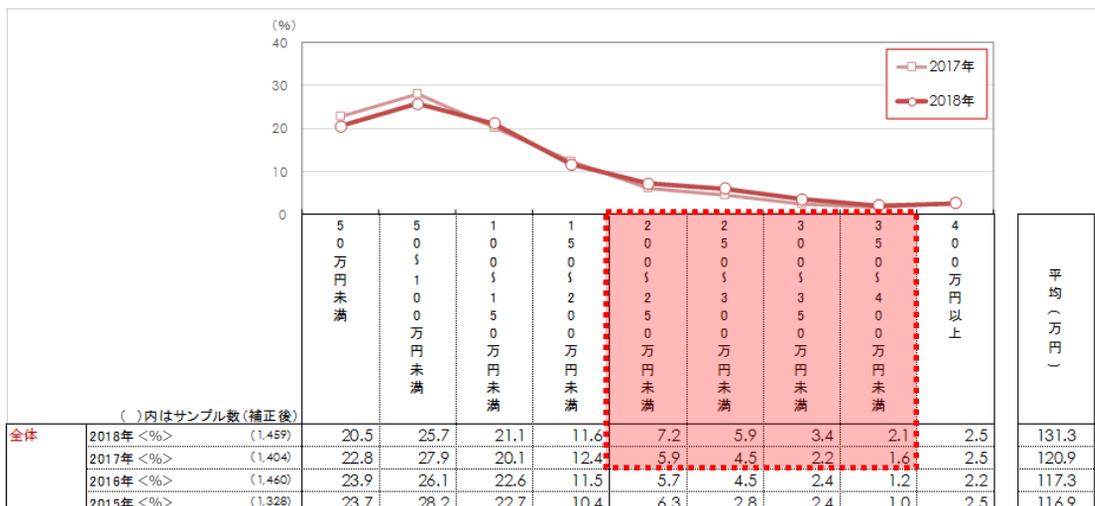
※人口：平成27年国勢調査（総務省）の結果に基づく、各エリアの対象年代（18～69歳）の人口（沖縄県を除く）

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、各性別年齢、各エリアの合計とは異なる

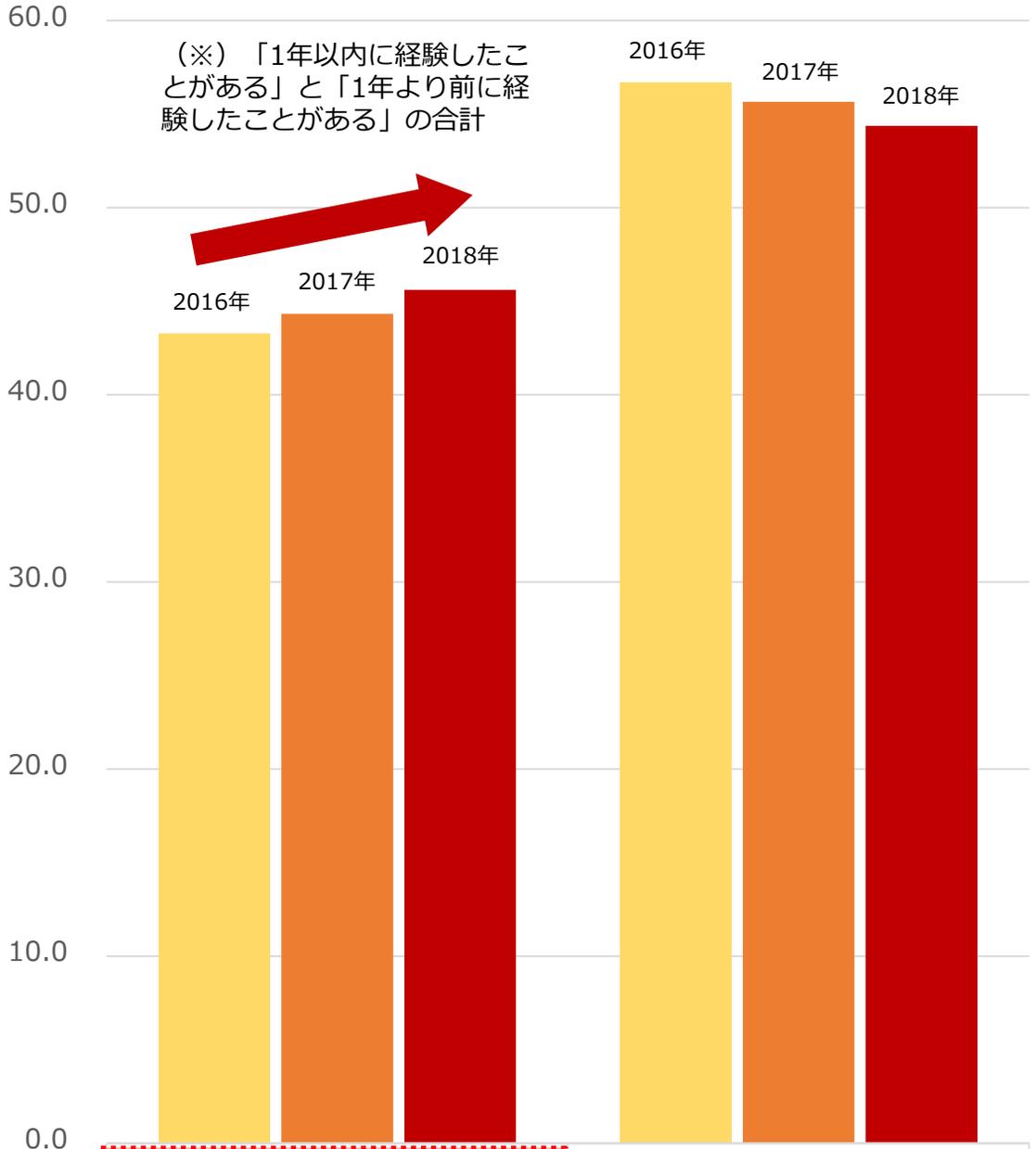
※「延べ購入台数」は「人口」に「1年間の中古車購入率」を乗じて算出しているが、この「1年間の中古車購入率」は1年間に1台以上中古車を購入した人の割合であるため、「延べ購入台数」には1年間に2台以上中古車を購入した人の2台目以降は含まれていない

## ■中古車の支払総額＜二次調査＞（中古車購入者のうち金額回答者のみ／数値回答）



「1年以内に中古車購入検討をした（2016年5.4% → 2018年5.8%）」、「1年より前に中古車購入検討をした（2016年37.9% → 2018年39.8%）」がそれぞれ上昇した結果、中古車購入検討経験者（「1年以内に経験」と「1年より前に経験」の合計）が年々増加（2016年43.3% → 2018年45.6%）している。

■中古車の購入検討経験の有無 <一次調査>（単一回答）



( )内はサンプル数

■ 2016年 (193,976)
■ 2017年 (177,286)
■ 2018年 (190,850)

新車の購入を検討したのに購入しなかった最も大きな理由のうち、「最終的な総支払額に予算が足りない・なかったから（2016年19.0% → 2018年19.8%）」がこの質問を追加した2016年調査から最も上昇。次いで「中古車を購入した・しなくなったから（2016年4.5% → 2018年5.2%）」が上昇している。

■新車の購入を検討したのに購入しなかった最も大きな理由＜一次調査＞（1年以内に新車の購入を検討したが、購入しなかった人のみ／単一回答）

( )内はサンプル数	2016年 <%> (10,093)	2017年 <%> (9,251)	2018年 <%> (10,323)	2016年と 2018年の 差
最終的な総支払額に予算が足りない・なかったから	19.0	19.0	19.8	0.8
中古車を購入した・しなくなったから	4.5	4.6	5.2	0.7
以前から付き合いのある販売店で売っていない・いなかったから	1.1	1.6	1.5	0.4
欲しいクルマの情報が手に入らない・入らなかったから	1.1	1.4	1.4	0.3
ローンの金利が高かったから	1.5	1.4	1.7	0.2
周りに相談できる人がいない・いなかったから	0.3	0.4	0.5	0.2
どこへ連絡していいのかわからない・わからなかったから	0.8	1.0	0.9	0.1
クルマの購入・手続き方法がわからない・わからなかったから	0.4	0.4	0.5	0.1
販売店や販売員を信頼できない・できなかったから	0.3	0.3	0.4	0.1
耐久性、故障する可能性に不安がある・あったから	1.5	1.5	1.5	0
家から近い販売店で売っていない・いなかったから	0.8	0.6	0.8	0
販売店のアフターサービスが充実していない・していなかったから	0.4	0.3	0.4	0
販売員の対応、接客態度が悪い・悪かったから	0.4	0.4	0.4	0
メディアや広告などの情報を信頼できない・できなかったから	0.1	0.1	0.1	0
保証がついていない・いなかったから	0.1	0.0	0.1	0
車検の負担が大きい・大きかったから	1.3	1.4	1.3	0
どこで販売しているのかわからない・わからなかったから	0.4	0.3	0.3	-0.1
クルマを探す方法がわからない・わからなかったから	5.3	5.3	5.2	-0.1
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	20.0	20.1	19.9	-0.1
修理、整備費用の負担が大きいと思ったから	1.3	1.3	1.2	-0.1
クルマの必要性がなくなったから	2.2	2.5	2.1	-0.1
ローンが組めなかったから	1.3	1.3	1.1	-0.2
購入後の維持管理費（ガソリン・駐車場代など）の負担が大きい・大きかったから	4.0	3.4	3.5	-0.5
欲しいクルマの状態に満足できない・満足できなかったから	6.6	6.7	6.1	-0.5
手続きが多すぎて面倒になったから	1.9	1.7	1.3	-0.6
クルマを買いたいという衝動が収まったから	13.7	13.0	13.1	-0.6
その他	9.6	9.7	9.8	0.2



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。

## ■中古車市場規模（推計）増加の要因

### <新車購入検討層が中古車購入へ流入したことで平均購入単価が上昇>

中古車市場規模（推計）は前年比で約4,000億円増加しました。主な要因は、中古車購入単価の平均が約10万円上がったことです。200~400万円で中古車を購入する層が増えており、その背景として、当初新車購入を検討していた層が「予算が足りない」「クルマの選択肢を増やしたい」などの理由から中古車購入へと流入していると推察します。流入している方々の心理としては下記の2点が挙げられます。

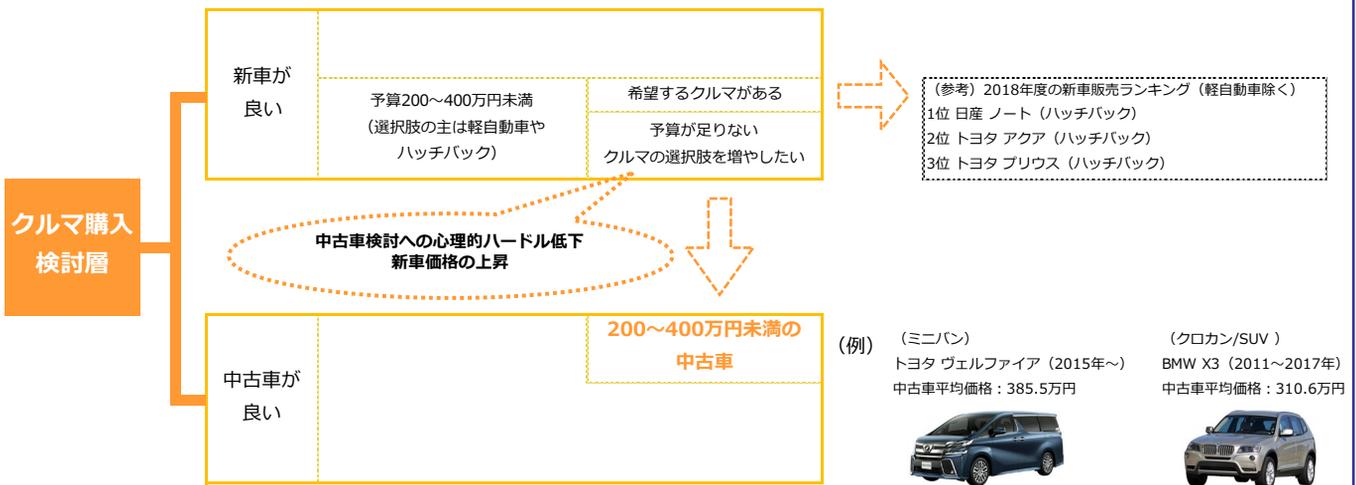
#### ①中古車検討への心理的ハードル低下（P4. 中古車の購入検討経験の有無）

中古車の購入検討経験において「中古車購入検討経験者（「1年以内に経験」と「1年より前に経験」の合計）」が年々上昇しています。年々クルマの性能が進化していく中、3~5年経過した中古車でも燃費の良いハイブリッド車や安全機能を装備するクルマたちを数多くの選択肢から選ぶことが可能です。加えて、消費活動全般のトレンドに目を向けても、フリマアプリやネットオークションの浸透により中古品への許容度合いは上がり、むしろ賢い消費活動と捉えられるようにもなりました。その影響がクルマにも及び、ユーザーの中古車への心理的ハードルは年々低下しているでしょう。

#### ②新車価格の上昇（P5. 新車を購入しなかった理由）

新車の購入を検討したのに購入しなかった最も大きな理由のうち、「最終的な総支払額に予算が足りない・なかったから」という項目が最も上昇しています。近年発売される新車は環境への配慮や安全性向上のための先進装備などにより、価格が上がってきています。そのため、以前と同じような車種を検討していたとしても、手が出しにくくなったと感じるケースが増えています。

次いで、「中古車を購入した・したくなかったから」という項目が上昇していることから、予算を鑑みて新車から中古車にシフトした心理がうかがえます。



実際に『カーセンサー』への問い合わせ数でも200~400万円の車種は2017年と2018年を比較して27%増加していることから、高価格帯の中古車への注目度上昇がうかがえます。

200~400万円の車種 問い合わせ指数	2017年	100
『カーセンサー』調べ (2017年の指数を100としてそれぞれ算出)	2018年	127