

自家用車を持っている 20 歳～69 歳のドライバー 1,000 人に聞いた 「クルマ選びとクルマの利用に関する調査 2021」

Honda車をさらに魅力的・快適・安全にする製品を提供している株式会社ホンダアクセス(所在地:埼玉県新座市、代表取締役社長:白土 清成)は、2021年2月10日～2月12日の3日間、自家用車を持っている20歳～69歳のドライバー1,000人に対し「クルマ選びとクルマの利用に関する調査2021」をインターネットリサーチで実施し、有効サンプルを集計いたしました。(調査協力機関:ネットエイジア株式会社)

▶次にクルマを購入するときに重視したいこと

TOP3「価格」「燃費の良さ」「運転のしやすさ」

▶次に乗りたいクルマのボディタイプ 「軽自動車」「コンパクトカー」が突出

▶現在乗っているクルマの平均購入価格は 209 万円、
次に買うクルマの平均購入予算は 228 万円

▶新車購入時につけたい装備

TOP4「カーナビ」「ドライブレコーダー」「ETC」「バックモニター」

北海道・東北エリアのドライバーには「リモコンエンジンスターター」が人気

▶「クルマを購入する際に試乗をする」65%、

試乗率に地域差、関東では 72%、北陸・甲信越では 51%

▶20 代のクルマ選び 6 人に 1 人が「YouTube」を参考情報として活用

▶クルマの利用でパートナーがしっかりできていると好感度がアップすること
TOP3「運転マナー」「同乗者を不快にさせない運転」「他車への思いやり運転」

▶クルマが“サードプレイス”に

「クルマをひとり時間確保の場所として利用したことがある」40 代男性では 45%

▶完全自動運転車の利用意向

「シーン問わず常に利用したい」30%、20 代では 36%

▶高級車が似合う女性芸能人 1 位「米倉涼子さん」

▶スポーツカーが似合う女性芸能人 1 位「菜々緒さん」

▶スポーツカーが似合うアニメキャラ

1 位「ルパン三世」2 位「花形満」3 位「骨川スネ夫」

■ クルマ選び

p.3-10

- ・よく運転する自家用車のボディタイプ 1位「軽自動車」2位「コンパクトカー」3位「ミニバン」
- ・普段、クルマをどのような用途でよく使う? 1位「買い物」2位「通勤」3位「家族の送迎」
- ・現在のクルマを購入するときに意識したカーライフ 「日々の買い物」がダントツ
- ・次にクルマを購入するときに意識したいカーライフ TOP4「日々の買い物」「家族で乗る」「旅行」「ドライブ」
- ・現在のクルマを購入するときに重視したこと TOP3「価格」「ボディのタイプ」「運転のしやすさ」

お客様からの商品についてのお問合せ先:「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間: 9～12 時、13～16 時* (土日・祝日・弊社指定定休日は除く)

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

- ・次にクルマを購入するときに重視したいこと TOP3「価格」「燃費の良さ」「運転のしやすさ」
- ・次に乗りたいクルマのボディタイプ 「軽自動車」「コンパクトカー」が突出
- ・最近1年間で評価が一段と高まったクルマ 1位「軽自動車」2位「コンパクトカー」3位「SUV」
- ・現在乗っているクルマの平均購入価格は209万円、次に買うクルマの平均購入予算は228万円
- ・新車購入時に付けたい装備 TOP4「カーナビ」「ドライブレコーダー」「ETC」「バックモニター」
北海道・東北エリアのドライバーには「リモコンエンジンスターター」が人気
- ・「クルマを購入する際に試乗をする」65%、試乗率に地域差、関東では72%、北陸・甲信越では51%
- ・試乗時のチェックポイント TOP3「乗り心地」「前方の視界・見切りのよさ」「後方の視界・バックのしやすさ」
- ・クルマ選びでの参考情報 3位「自動車情報サイト」2位「販売店の営業担当者からの情報」、1位は？
男性と比べ女性のほうが「販売店の営業担当者からの情報」や「家族からのクチコミ」を参考にする傾向
- ・20代のクルマ選び 6人に1人が「YouTube」を参考情報として活用

■ クルマの利用

p.11-19

- ・クルマを利用して気になっている、何とかしたいと思っていること
TOP5「ボディのキズ・ヘコミ」「窓ガラスの汚れ」「燃費」「車内のホコリ」「車内のにおい」
- ・クルマ利用で自信を持っていること
TOP3「運転マナー」「歩行者への思いやり運転」「同乗者を不快にさせない運転」
- ・クルマの利用でパートナーがしっかりできていると好感度がアップすること
TOP3「運転マナー」「同乗者を不快にさせない運転」「他車への思いやり運転」
- ・「クルマの利用について、コロナ禍前から変化があった」51%
コロナ禍前から変化したこと TOP3「車内にマスク常備」「他人を乗せることに躊躇」「手を消毒してから乗車」
- ・クルマが“サードプレイス”に「クルマをひとり時間確保の場所として利用したことがある」40代男性では45%
- ・「車内ランチをしたことがある」56%、20代女性では70%
- ・「車内カフェをしたことがある」44%、40代男性では52%
- ・「車内テレワークをしたことがある」ビジネスパーソンの6%、40代男性では11%
- ・「車内シエスタをしたことがある」ビジネスパーソンの40%、40代男性では52%
- ・完全自動運転車の利用意向 「シーン問わず常に利用したい」30%、20代では36%
- ・「完全自動運転車を特定のシーンで利用したい」56%
利用したいシーンTOP5は「渋滞」「疲れているとき」「寝不足のとき」「高速道路」「駐車・車庫入れ」
- ・完全自動運転車で移動時に車内でしたいこと TOP3「睡眠」「ドラマ・映画の視聴」「ネットサーフィン」

■ クルマ選びと芸能人・アニメキャラ

p.20-21

- ・高級車が似合う女性芸能人 1位「米倉涼子さん」
- ・高級車が似合うアニメキャラ TOP3「ルパン三世」「骨川スネ夫」「花輪和彦」
- ・スポーツカーが似合う女性芸能人 1位「菜々緒さん」
- ・スポーツカーが似合うアニメキャラ TOP3「ルパン三世」「花形満」「骨川スネ夫」

本リリース内容の転載にあたりましては、
必ず「ホンダアクセス調べ」と記載いただけますよう、お願い申し上げます。

【本リリースに関する報道関係者のお問い合わせ先】
株式会社ホンダアクセス 広報ブロック TEL:048-477-8217
HondaAccessPR@n.hac.honda.co.jp

テレワーク期間中のため、メールでお問合せいただけますよう、協力をお願い申し上げます

お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」
受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）
*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

2

《クルマ選び》

■よく運転する自家用車のボディタイプ 1位「軽自動車」2位「コンパクトカー」3位「ミニバン」

■普段、クルマをどのような用途でよく使う？ 1位「買い物」2位「通勤」3位「家族の送迎」

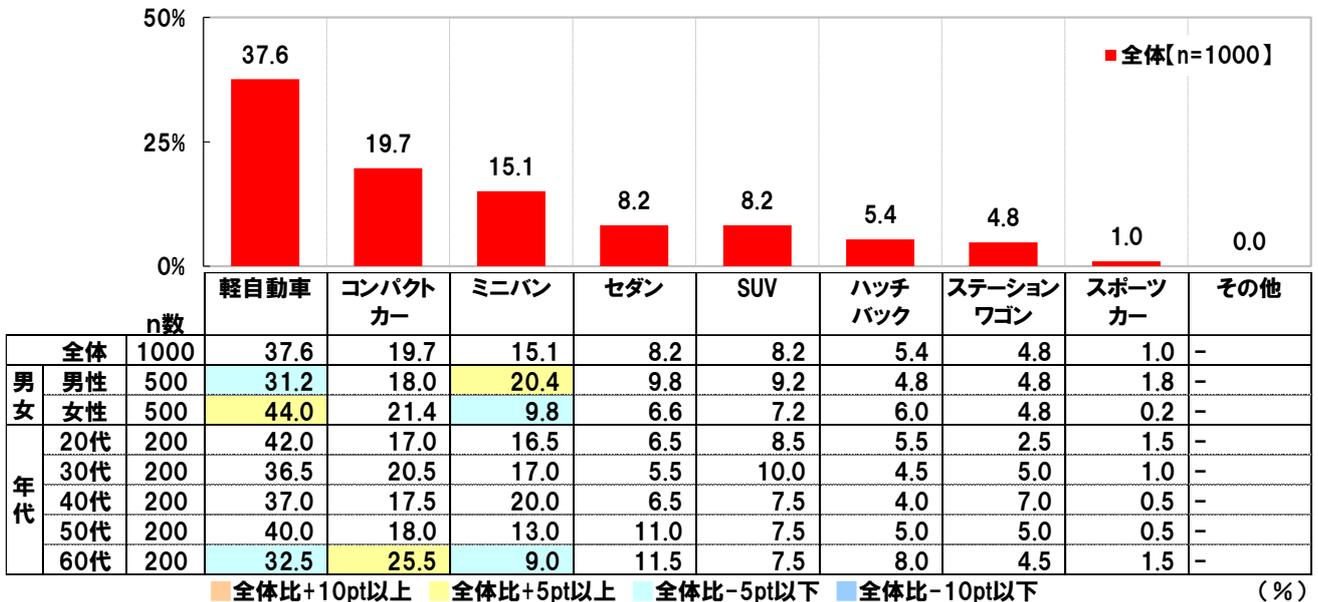
自家用車を持っている20歳～69歳のドライバー1,000名（全回答者）に、クルマ選びについて質問しました。

まず、全回答者（1,000名）に、自家用車（最も頻繁に運転するクルマ）のボディタイプを聞いたところ、「軽自動車」（37.6%）が最も高く、次いで、「コンパクトカー」（19.7%）、「ミニバン」（15.1%）、「セダン」「SUV」（いずれも8.2%）となりました。

男女別にみると、「軽自動車」（男性31.2%、女性44.0%）は男性と比べて女性のほうが12.8ポイント高く、「ミニバン」（男性20.4%、女性9.8%）は女性と比べて男性のほうが10.6ポイント高くなりました。

年代別にみると、60代では「コンパクトカー」（25.5%）が他の年代と比べて高くなりました。

◆自家用車（最も頻繁に運転するクルマ）のボディタイプ【単一回答形式】

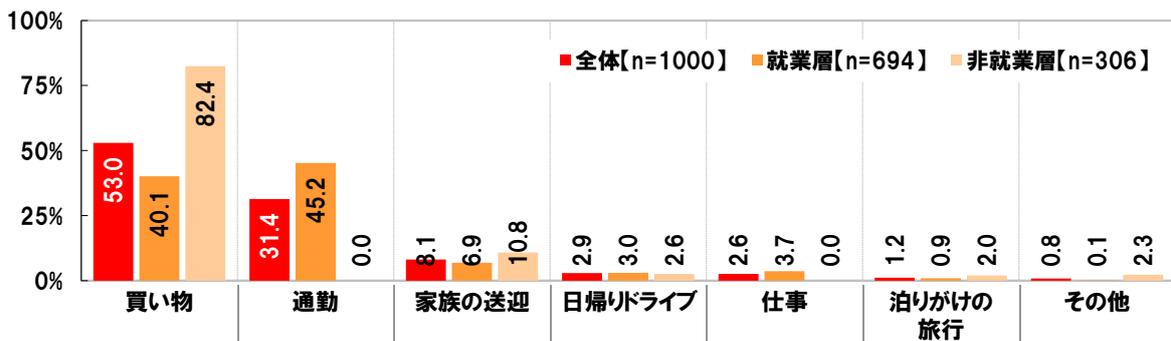


どのような用途でクルマを利用している人が多いのでしょうか。

普段、クルマを使う際の用途で、最も頻繁なものを聞いたところ、「買い物」（53.0%）が最も高く、以降、「通勤」（31.4%）、「家族の送迎」（8.1%）が続きました。

就業状況別にみると、就業層では「通勤」（45.2%）、非就業層では「買い物」（82.4%）が最も高くなりました。

◆普段、クルマを使う際の用途（最も頻繁なもの）【単一回答形式】



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

■現在のクルマを購入するときに意識したカーライフ「日々の買い物」がダントツ

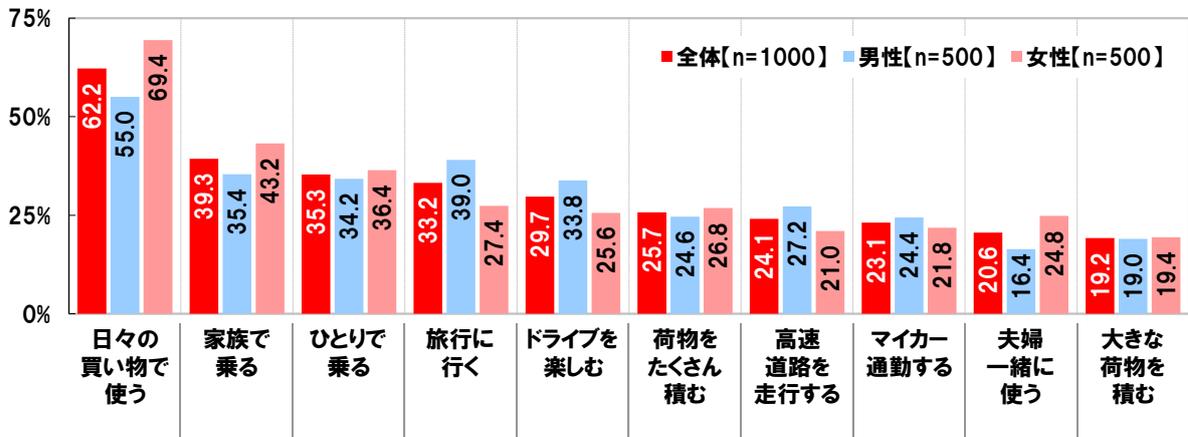
■次にクルマを購入するときに意識したいカーライフ TOP4「日々の買い物」「家族で乗る」「旅行」「ドライブ」

クルマの購入を考えたとき、どのようなカーライフをイメージしてクルマ選びをする人が多いのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、現在のクルマを購入する際に、どのようなカーライフを意識したか聞いたところ、「日々の買い物で使う」(62.2%)が最も高くなりました。以降、「家族で乗る」(39.3%)、「ひとりで乗る」(35.3%)、「旅行に行く」(33.2%)、「ドライブを楽しむ」(29.7%)が続きました。

男女別にみると、「旅行に行く」(男性39.0%、女性27.4%)は女性と比べて男性のほうが10ポイント以上高く、「日々の買い物で使う」(男性55.0%、女性69.4%)は男性と比べて女性のほうが10ポイント以上高くなりました。

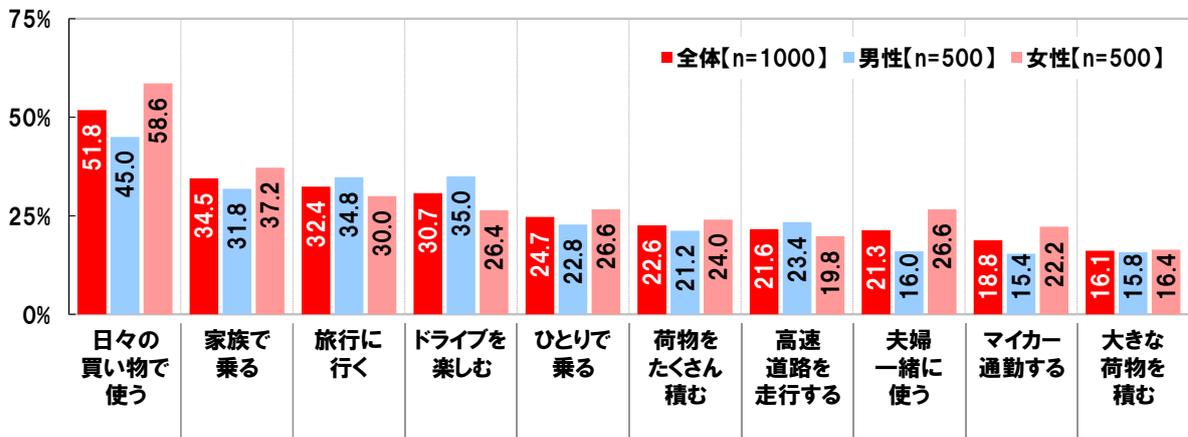
◆現在のクルマを購入する際に意識したカーライフ【複数回答形式】 ※上位10位までを表示



また、次にクルマを購入する際に、どのようなカーライフを意識したいか聞いたところ、こちらも「日々の買い物で使う」(51.8%)が最も高く、次いで、「家族で乗る」(34.5%)、「旅行に行く」(32.4%)、「ドライブを楽しむ」(30.7%)、「ひとりで乗る」(24.7%)となりました。次の愛車では旅行やドライブを楽しみたいと考えている人が多いようです。

男女別にみると、「日々の買い物で使う」(男性45.0%、女性58.6%)と「夫婦一緒に使う」(男性16.0%、女性26.6%)は男性と比べて女性のほうが10ポイント以上高くなりました。

◆次にクルマを購入する際に意識したいカーライフ【複数回答形式】 ※上位10位までを表示



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

■現在のクルマを購入するときに重視したこと TOP3「価格」「ボディのタイプ」「運転のしやすさ」

■次にクルマを購入するときに重視したいこと TOP3「価格」「燃費の良さ」「運転のしやすさ」

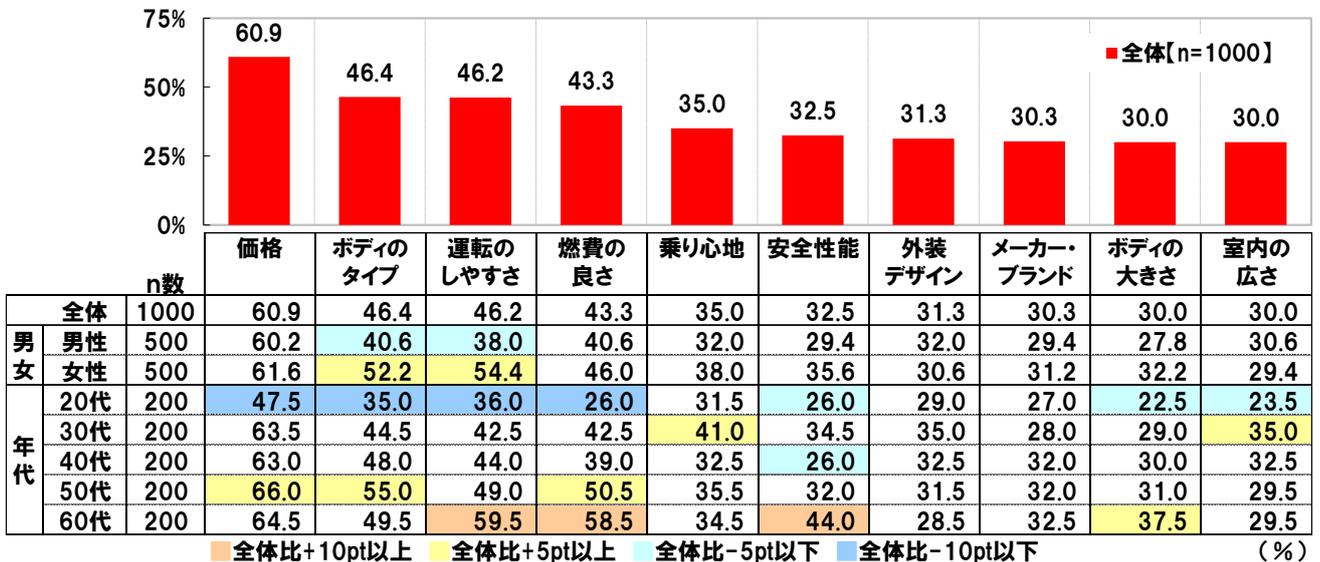
次に、クルマ購入時に重視するポイントについて質問しました。

全回答者(1,000名)に、現在のクルマを購入する際に、どのようなことを重視したか聞いたところ、「価格」(60.9%)が最も高く、次いで、「ボディのタイプ」(46.4%)、「運転のしやすさ」(46.2%)、「燃費の良さ」(43.3%)、「乗り心地」(35.0%)となりました。

男女別にみると、「ボディのタイプ」(男性40.6%、女性52.2%)と「運転のしやすさ」(男性38.0%、女性54.4%)は男性と比べて女性のほうが10ポイント以上高くなりました。

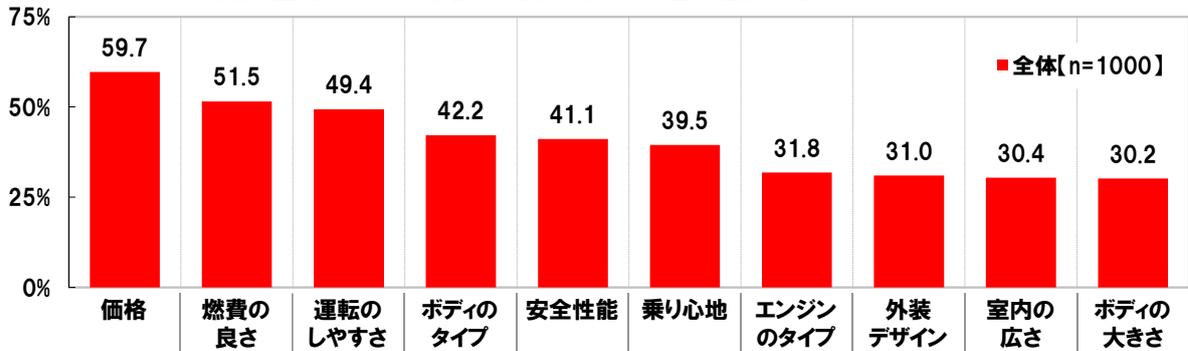
年代別にみると、60代では「運転のしやすさ」(59.5%)や「燃費の良さ」(58.5%)、「安全性能(エアバッグ、自動ブレーキ、レーンキープなど)」(44.0%)が他の年代と比べて高くなりました。

◆現在のクルマを購入する際に重視したこと [複数回答形式] ※上位10位までを表示



また、次にクルマを購入する際に、どのようなことを重視したいか聞いたところ、「価格」(59.7%)が最も高く、以降、「燃費の良さ」(51.5%)、「運転のしやすさ」(49.4%)、「ボディのタイプ」(42.2%)、「安全性能」(41.1%)が続きました。次のクルマを選ぶ際には燃費性能を重視したいという人が全体の半数を超えました。

◆次にクルマを購入する際に重視したいこと [複数回答形式] ※上位10位までを表示



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

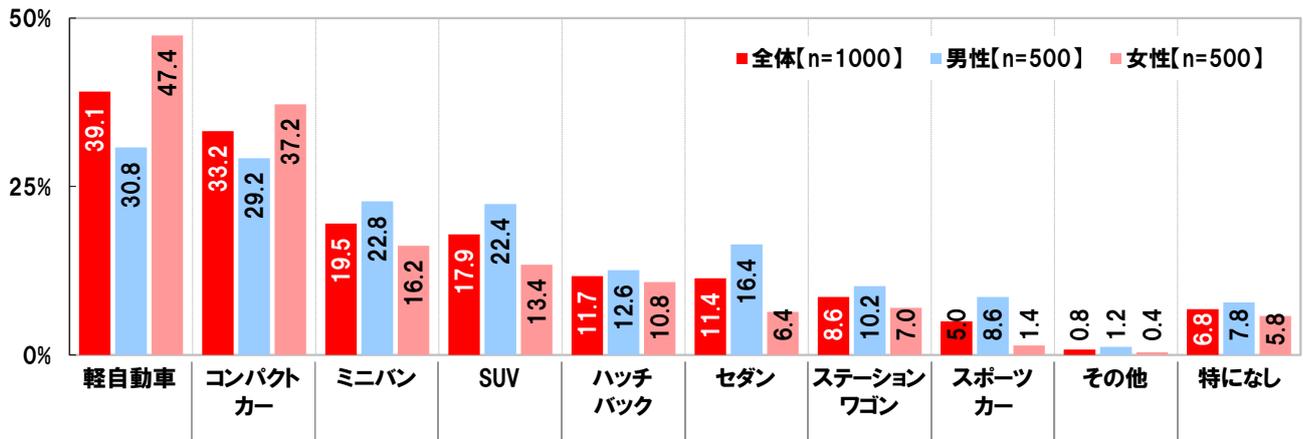
■次に乗りたいクルマのボディタイプ「軽自動車」「コンパクトカー」が突出

■最近1年間で評価が一段と高まったクルマ 1位「軽自動車」2位「コンパクトカー」3位「SUV」

全回答者(1,000名)に、次に乗りたいと思うクルマのボディタイプを聞いたところ、「軽自動車」(39.1%)が最も高く、次いで、「コンパクトカー」(33.2%)、「ミニバン」(19.5%)、「SUV」(17.9%)、「ハッチバック」(11.7%)となりました。

男女別にみると、「セダン」(男性16.4%、女性6.4)は女性と比べて男性のほうが10.0ポイント高くなりました。他方、「軽自動車」(男性30.8%、女性47.4%)は男性と比べて女性のほうが16.6ポイント高くなりました。

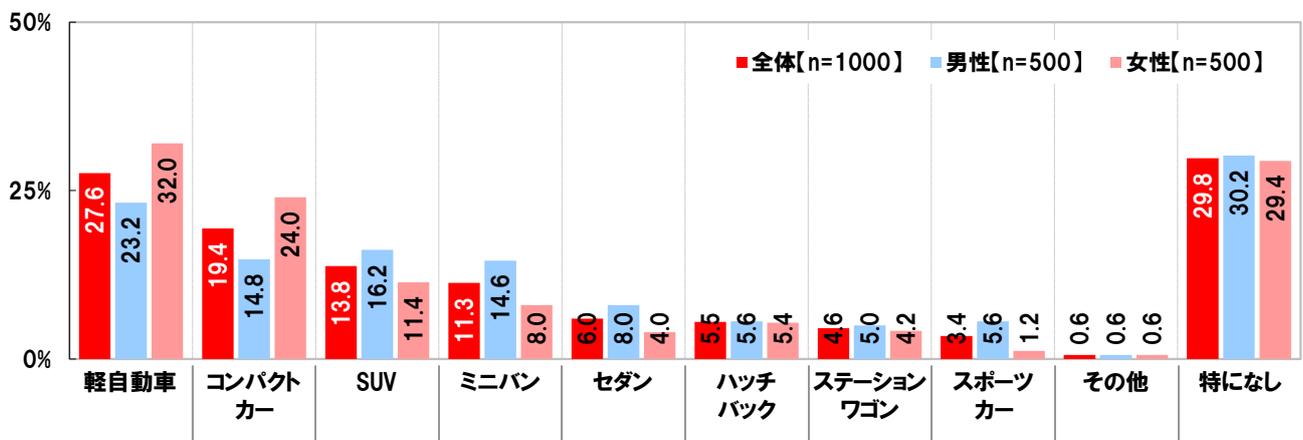
◆次に乗りたいと思うクルマのボディタイプ [複数回答形式]



また、最近1年間で、評価が一段と高まったクルマのボディタイプを聞いたところ、「軽自動車」(27.6%)が最も高く、次いで、「コンパクトカー」(19.4%)、「SUV」(13.8%)、「ミニバン」(11.3%)、「セダン」(6.0%)となりました。

男女別にみると、「ミニバン」(男性14.6%、女性8.0%)は女性と比べて男性のほうが5ポイント以上高くなりました。他方、「軽自動車」(男性23.2%、女性32.0%)と「コンパクトカー」(男性14.8%、女性24.0%)は男性と比べて女性のほうが10ポイント近く高くなりました。女性の小型車人気の高まりが明らかになりました。

◆最近1年間で、評価が一段と高まったクルマのボディタイプ [複数回答形式]



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

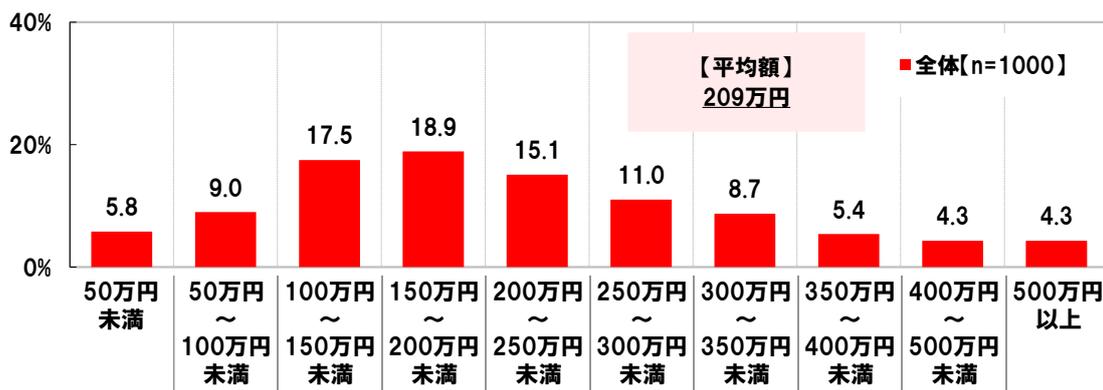
■現在乗っているクルマの平均購入価格は209万円、次を買うクルマの平均購入予算は228万円

クルマの購入価格について質問しました。

全回答者(1,000名)に、現在乗っているクルマをいくらくらいで購入したか聞いたところ、「100万円～150万円未満」(17.5%)や「150万円～200万円未満」(18.9%)、「200万円～250万円未満」(15.1%)に回答が集まり、購入価格の平均は209万円でした。

◆現在乗っているクルマの購入価格 [数値入力形式]

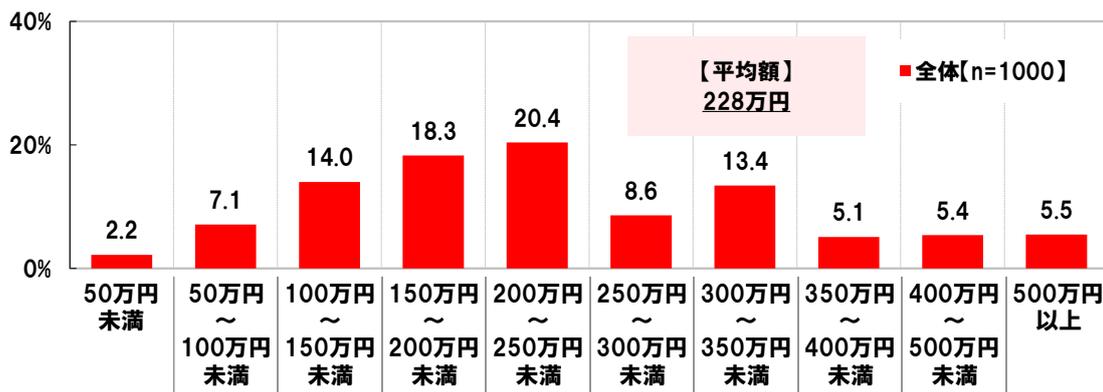
*車両本体価格だけではなく、「オプション価格」や「諸費用(税金や手続代行費用など)」を含む



次にクルマを買うとしたら、いくらくらいを予算として考えているか聞いたところ、「200万円～250万円未満」(20.4%)に多くの回答が集まったほか、「100万円～150万円未満」(14.0%)や「150万円～200万円未満」(18.3%)にも回答がみられ、購入予算の平均は228万円でした。

◆次を買うクルマの購入予算 [数値入力形式]

*車両本体価格だけではなく、「オプション価格」や「諸費用(税金や手続代行費用など)」を含む



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日を除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

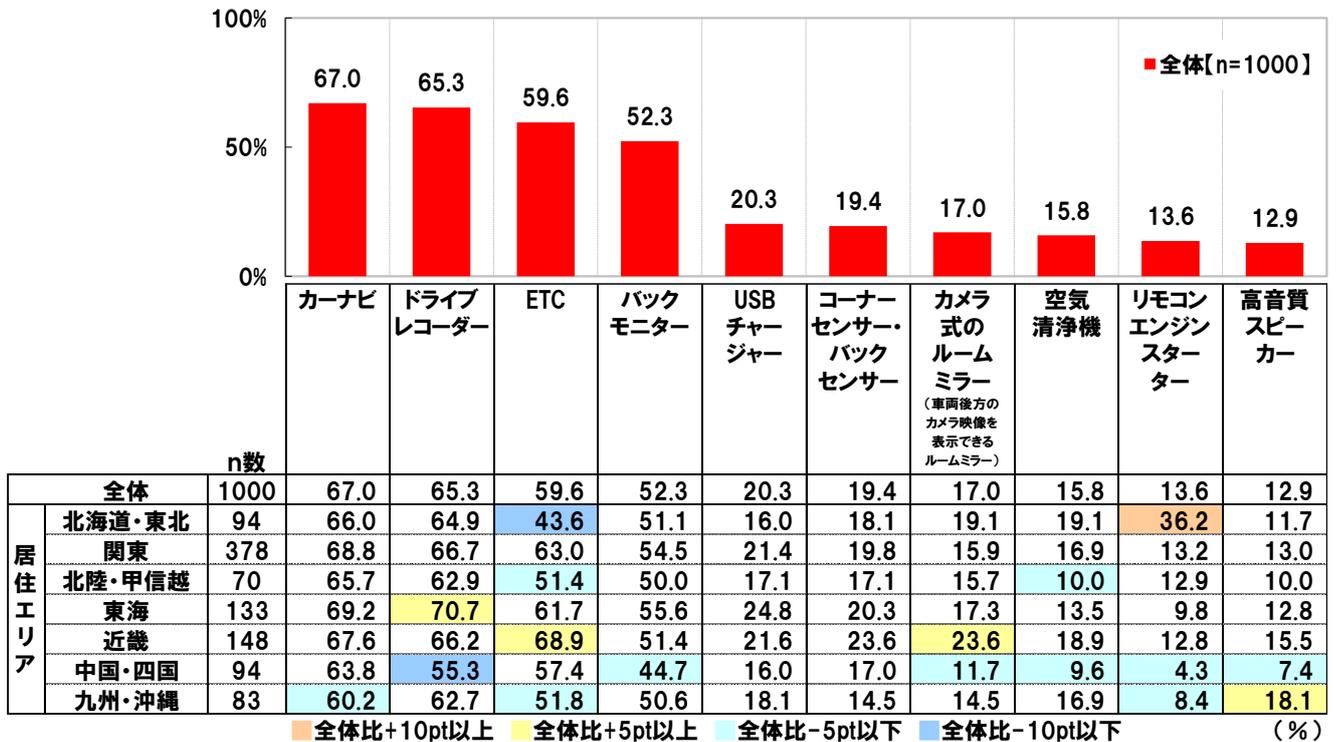
■新車購入時につけたい装備 TOP4「カーナビ」「ドライブレコーダー」「ETC」「バックモニター」
北海道・東北エリアのドライバーには「リモコンエンジンスタート」が人気

続いて、新車購入時につける装備について質問しました。

全回答者(1,000名)に、新車を購入するとき、どのような装備をつけたいと思うか聞いたところ、「カーナビ」(67.0%)が最も高く、次いで、「ドライブレコーダー」(65.3%)、「ETC」(59.6%)、「バックモニター」(52.3%)、「USBチャージャー」(20.3%)となりました。

居住エリア別にみると、北海道・東北では「リモコンエンジンスタート」(36.2%)が他のエリアと比べて突出して高くなりました。北海道・東北では、冷えた車内の温度を乗車前に上げるため、リモコンエンジンスタートが必須だと感じている人が多いのではないのでしょうか。また、東海では「ドライブレコーダー」(70.7%)、近畿では「ETC」(68.9%)と「カメラ式のルームミラー(車両後方のカメラ映像を表示できるルームミラー)」(23.6%)、九州・沖縄では「高音質スピーカー」(18.1%)が他のエリアと比べて高くなりました。

◆新車を購入するときにつけたい装備 [複数回答形式] ※上位10位までを表示



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

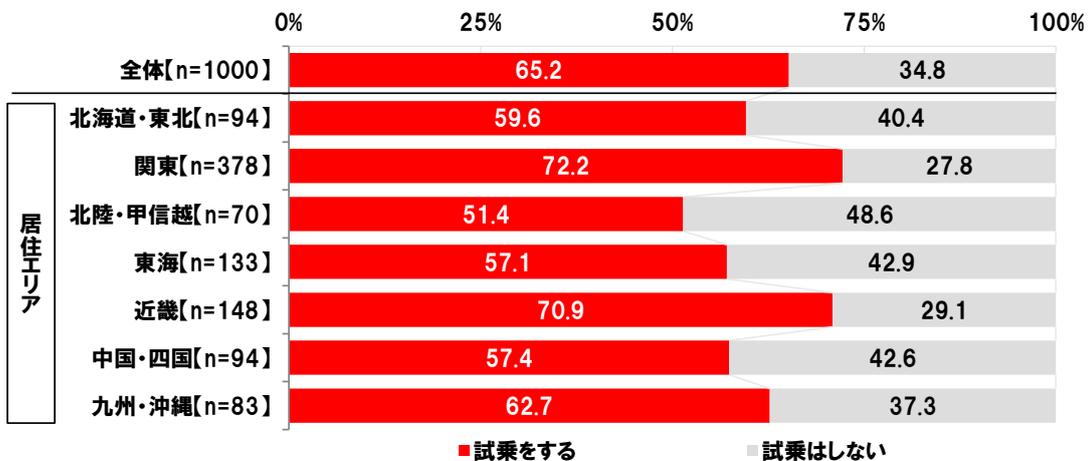
- 「クルマを購入する際に試乗をする」65%、試乗率に地域差、関東では72%、北陸・甲信越では51%
- 試乗時のチェックポイント TOP3「乗り心地」「前方の視界・見切りのよさ」「後方の視界・バックのしやすさ」

クルマ購入時の試乗について質問しました。

全回答者(1,000名)に、クルマを購入する際に試乗をするか聞いたところ、「試乗をする」は65.2%、「試乗はしない」は34.8%となりました。

居住エリア別にみると、クルマを購入する際に試乗をする人の割合は、関東(72.2%)と近畿(70.9%)では7割を超え、北陸・甲信越(51.4%)では約半数となり、地域差が大きいようです。

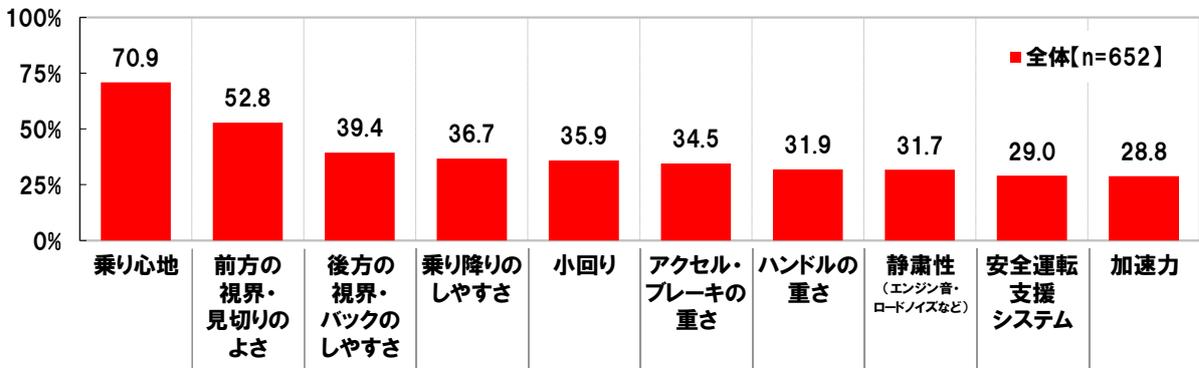
◆クルマを購入する際に試乗をするか



クルマを購入する際に試乗をしている人(652名)に、試乗時にチェックしているポイントを聞いたところ、「乗り心地」(70.9%)が最も高く、次いで、「前方の視界・見切りのよさ」(52.8%)、「後方の視界・バックのしやすさ」(39.4%)となりました。実際に運転をしてみて、乗り心地や視認性を確認している人が多いようです。以降、「乗り降りのしやすさ」(36.7%)、「小回り」(35.9%)が続きました。

◆試乗時にチェックしているポイント [複数回答形式] ※上位10位までを表示

対象:クルマを購入する際に試乗をしている人



お客様からの商品についてのお問合せ先:「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間: 9~12時、13~16時* (土日・祝日・弊社指定定休日は除く)

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

■クルマ選びでの参考情報 3位「自動車情報サイト」2位「販売店の営業担当者からの情報」、1位は？

男性と比べ女性のほうが「販売店の営業担当者からの情報」や「家族からのクチコミ」を参考にする傾向

■20代のクルマ選び 6人に1人が「YouTube」を参考情報として活用

どのような情報を参考にしてクルマ選びをしている人が多いのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、クルマ選びの際に、どのような情報を参考にしてているか聞いたところ、「メーカー・販売店のホームページ」(41.9%)が最も高く、次いで、「販売店の営業担当者からの情報」(37.4%)、「自動車情報サイト」(24.9%)、「カタログ・パンフレット」(24.8%)、「テレビCM」(20.0%)となりました。

男女別にみると、「メーカー・販売店のホームページ」(男性48.8%、女性35.0%)や「自動車情報サイト」(男性34.0%、女性15.8%)などは女性と比べて男性のほうが10ポイント以上高く、「販売店の営業担当者からの情報」(男性29.0%、女性45.8%)と「家族からのクチコミ」(男性5.6%、女性26.4%)は男性と比べて女性のほうが15ポイント以上高くなりました。

年代別にみると、20代では「YouTube」(16.5%)と「Twitter」(11.5%)、40代では「自動車情報サイト」(31.0%)と「クチコミ・レビューサイト」(25.0%)、60代では「販売店の営業担当者からの情報」(50.0%)と「カタログ・パンフレット」(39.5%)、「テレビCM」(25.5%)が他の年代と比べて高くなりました。また、20代では「メーカー・販売店のホームページ」(39.5%)や「販売店の営業担当者からの情報」(21.0%)、「カタログ・パンフレット」(13.0%)、「テレビCM」(16.0%)、「家族からのクチコミ」(14.0%)、「折込チラシ」(3.0%)が他の年代と比べて低くなりました。

◆クルマ選びの際に参考している情報 [複数回答形式] ※上位15位までを表示



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

《クルマの利用》

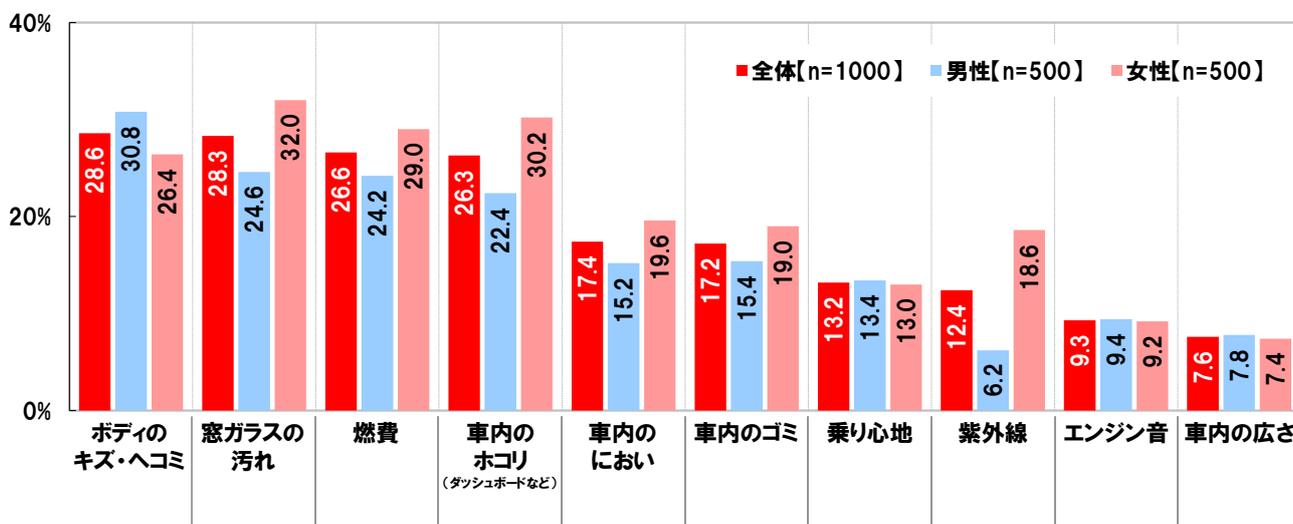
■クルマを利用して気になっている、何とかしたいと思っていること

TOP5「ボディのキズ・ヘコミ」「窓ガラスの汚れ」「燃費」「車内のホコリ」「車内において」

全回答者(1,000名)に、クルマを利用して気になっている(何とかしたいと思っている)ことを聞いたところ、「ボディのキズ・ヘコミ」(28.6%)が最も高く、次いで、「窓ガラスの汚れ」(28.3%)、「燃費」(26.6%)、「車内のホコリ(ダッシュボードなど)」(26.3%)、「車内において」(17.4%)が続きました。

男女別にみると、「紫外線」は女性では18.6%と、男性(6.2%)と比べて12.4ポイント高くなりました。女性ドライバーには、紫外線対策をクルマに施したいという人が多いのではないのでしょうか。

◆クルマを利用して気になっている(何とかしたいと思っている)こと [複数回答形式] ※上位10位までを表示



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

■クルマ利用で自信を持っていること

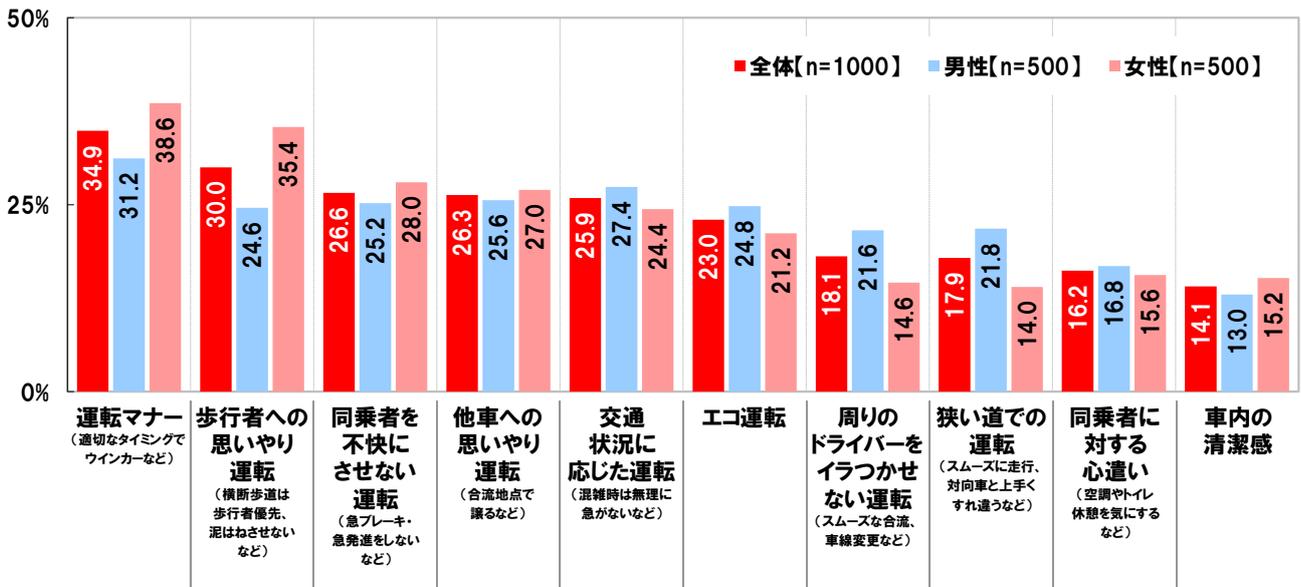
TOP3「運転マナー」「歩行者への思いやり運転」「同乗者を不快にさせない運転」

ドライバーがクルマの利用について自信を持っているのはどのようなことなのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、クルマの利用について、自信を持っていることを聞いたところ、「運転マナー(適切なタイミングでウインカーなど)」(34.9%)が最も高く、次いで、「歩行者への思いやり運転(横断歩道は歩行者優先、泥はねさせないなど)」(30.0%)、「同乗者を不快にさせない運転(急ブレーキ・急発進をしないなど)」(26.6%)、「他車への思いやり運転(合流地点で譲るなど)」(26.3%)、「交通状況に応じた運転(混雑時は無理に急がないなど)」(25.9%)となりました。

男女別にみると、「周りのドライバーをいらつかせない運転(スムーズな合流、車線変更など)」(男性21.6%、女性14.6%)と「狭い道での運転(スムーズに走行、対向車と上手くすれ違うなど)」(男性21.8%、女性14.0%)は女性と比べて男性のほうが5ポイント以上高く、「運転マナー」(男性31.2%、女性38.6%)と「歩行者への思いやり運転」(男性24.6%、女性35.4%)は男性と比べて女性のほうが5ポイント以上高くなりました。

◆クルマの利用について、自信を持っていること [複数回答形式] ※上位10位までを表示



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

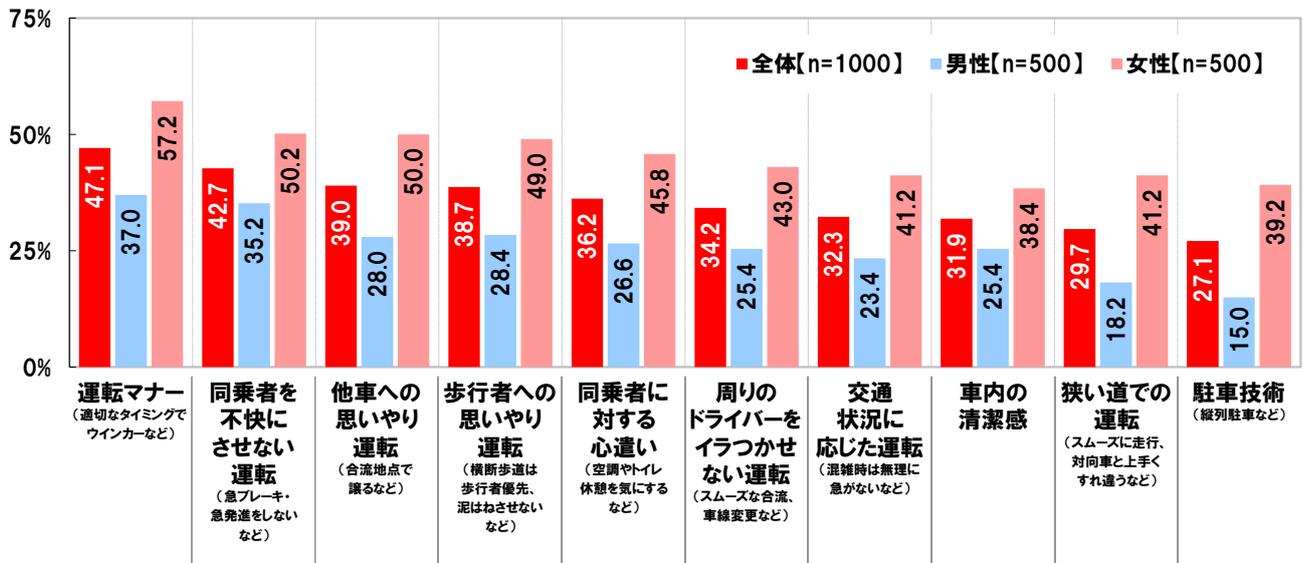
*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

■クルマの利用でパートナーがしっかりできていると好感度がアップすること
TOP3「運転マナー」「同乗者を不快にさせない運転」「他車への思いやり運転」

また、全回答者(1,000名)に、クルマの利用について、パートナー(恋人や配偶者)がしっかりできていると、好感度がアップすることを聞いたところ、「運転マナー(適切なタイミングでウインカーなど)」(47.1%)が最も高く、次いで、「同乗者を不快にさせない運転(急ブレーキ・急発進をしないなど)」(42.7%)、「他車への思いやり運転(合流地点で譲るなど)」(39.0%)、「歩行者への思いやり運転(横断歩道は歩行者優先、泥はねさせないなど)」(38.7%)、「同乗者に対する心遣い(空調やトイレ休憩を気にするなど)」(36.2%)となりました。

男女別にみると、「運転マナー」(男性37.0%、女性57.2%)と「他車への思いやり運転」(男性28.0%、女性50.0%)、「歩行者への思いやり運転」(男性28.4%、女性49.0%)、「狭い道での運転(スムーズに走行、対向車と上手くすれ違うなど)」(男性18.2%、女性41.2%)、「駐車技術(縦列駐車など)」(男性15.0%、女性39.2%)では男性と比べて女性のほうが20ポイント以上高くなりました。男性と比べて女性のほうが、運転マナーの良さや、他車・歩行者への思いやり、確かな運転技術に対し、好印象を抱く人が多いようです。

◆クルマの利用について、パートナー(恋人や配偶者)がしっかりできていると、好感度がアップすること [複数回答形式]
 ※上位10位までを表示



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」
 受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）
 *「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

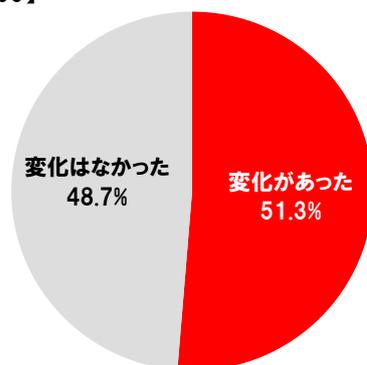
■「クルマの利用について、コロナ禍前から変化があった」51%

コロナ禍前から変化したこと TOP3「車内にマスク常備」「他人を乗せることに躊躇」「手を消毒してから乗車」

コロナ禍以降、カーライフに変化があったという人はどのくらいいるのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、クルマの利用について、コロナ禍前から変化があったか聞いたところ、「変化があった」は51.3%、「変化はなかった」は48.7%となりました。コロナ禍を受け、カーライフに変化が生じたという人は多いようです。

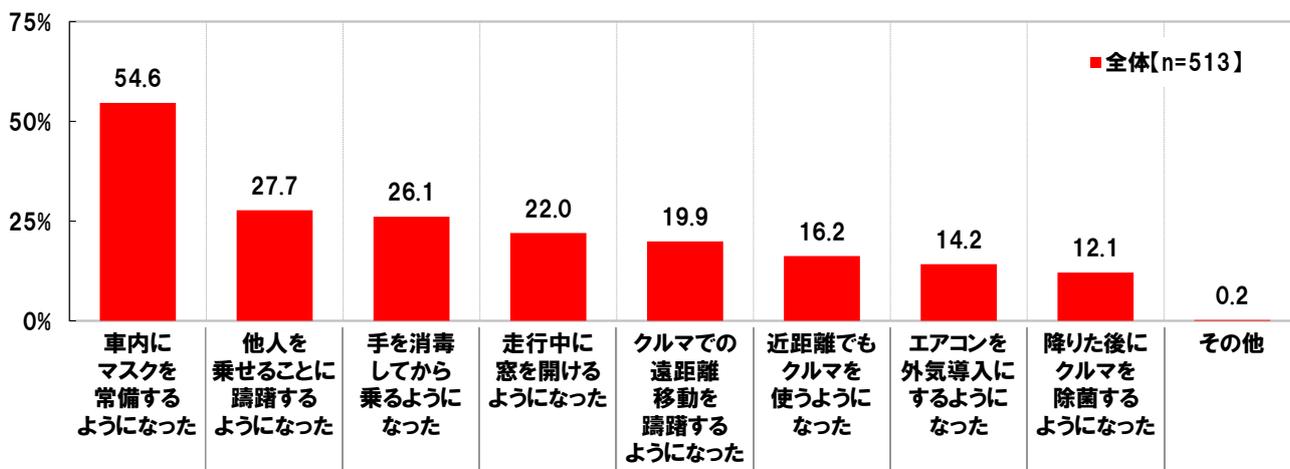
◆クルマの利用について、コロナ禍前から変化はあったか
全体[n=1000]



クルマの利用について、コロナ禍前から変化があった人(513名)に、どのような変化があったか聞いたところ、「車内にマスクを常備するようになった」(54.6%)が突出して高く、以降、「他人を乗せることに躊躇するようになった」(27.7%)、「手を消毒してから乗るようになった」(26.1%)、「走行中に窓を開けるようになった」(22.0%)、「クルマでの遠距離移動を躊躇するようになった」(19.9%)が続きました。

◆クルマの利用について、コロナ禍前から変化したこと [複数回答形式]

対象:クルマの利用について、コロナ禍前から変化があった人



お客様からの商品についてのお問合せ先:「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間: 9~12時、13~16時* (土日・祝日・弊社指定定休日は除く)

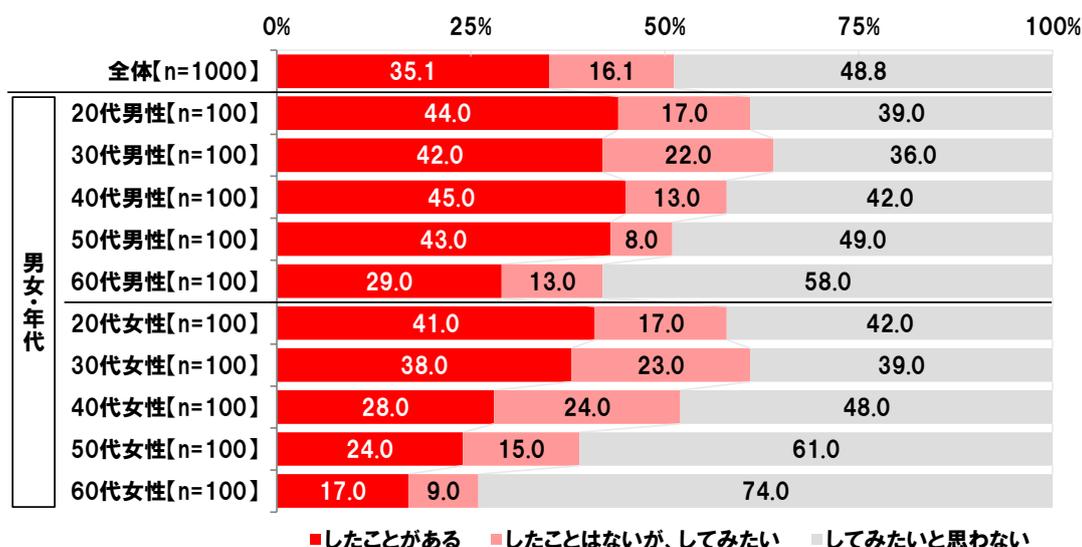
*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

■クルマが“サードプレイス”に「クルマをひとり時間確保の場所として利用したことがある」40代男性では45%

全回答者(1,000名)に、クルマを“ひとり時間の確保”のための場所として利用したことがあるか聞いたところ、「したことがある」は35.1%、「したことはないが、してみたい」は16.1%となりました。クルマを、“ひとり時間確保のためのサードプレイス(自宅でも職場・学校でもない第3の居場所)”として利用したことがあるという人は少なくないようです。

男女・年代別にみると、利用したことがある人の割合は、女性と比べて男性のほうが高くなり、40代男性(45.0%)が最も高くなりました。40代男性には、愛車の中で自分だけの時間を過ごす経験をした人が多いようです。

◆クルマを“ひとり時間の確保”のための場所として利用したことがあるか【単一回答形式】



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

■「車内ランチをしたことがある」56%、20代女性では70%

■「車内カフェをしたことがある」44%、40代男性では52%

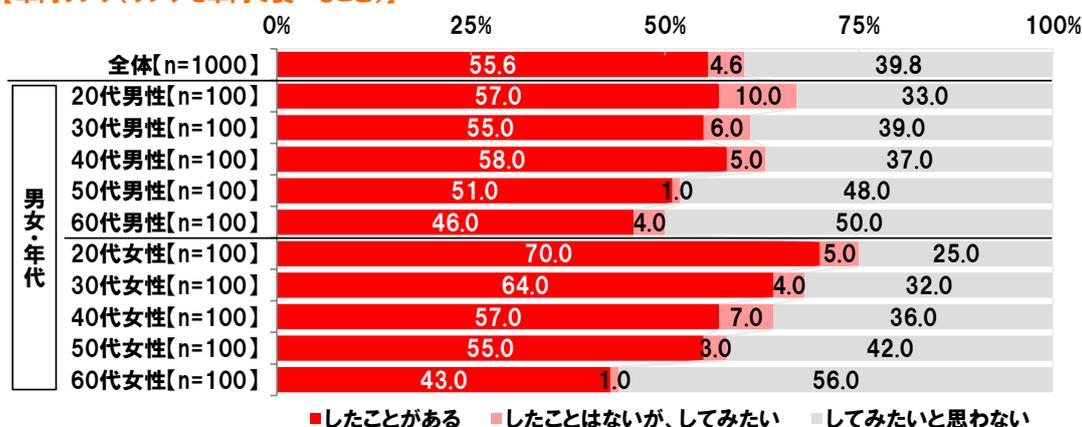
駐車スペースなど安全な場所で駐停車をしているときの車内の過ごし方について質問しました。

まず、全回答者(1,000名)に、車内を飲食する場所として利用した経験を聞いたところ、【車内ランチ(ランチを車内で食べること)】では、「したことがある」は55.6%、「したことはないが、してみたい」は4.6%となりました。

男女・年代別にみると、したことがある人の割合は、男性では40代男性(58.0%)が最も高くなりました。他方、女性では若年層ほど高い傾向がみられ、20代女性(70.0%)や30代女性(64.0%)が高くなりました。

◆以下のようなクルマの使い方をこれまでにしたことがあるか [単一回答形式]

【車内ランチ(ランチを車内で食べること)】

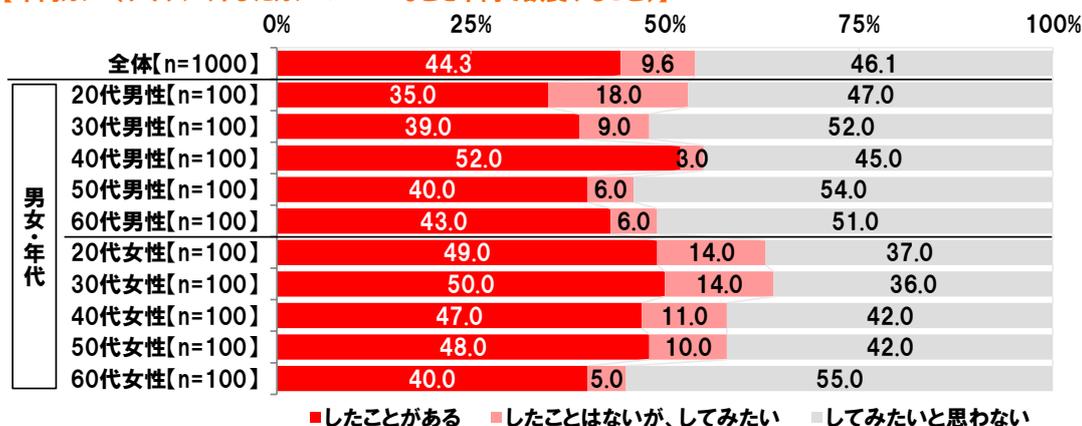


【車内カフェ(テイクアウトしたカフェメニューなどを車内で飲食すること)】では、「したことがある」は44.3%、「したことはないが、してみたい」は9.6%となりました。

男女・年代別にみると、したことがある人の割合は、40代男性(52.0%)や20代女性(49.0%)、30代女性(50.0%)が5割前後と高くなりました。40代男性や20代女性、30代女性には、車内ランチや車内カフェのひとつを楽しむ人が多いことがわかりました。

◆以下のようなクルマの使い方をこれまでにしたことがあるか [単一回答形式]

【車内カフェ(テイクアウトしたカフェメニューなどを車内で飲食すること)】



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

■「車内テレワークをしたことがある」ビジネスパーソンの6%、40代男性では11%

■「車内シエスタをしたことがある」ビジネスパーソンの40%、40代男性では52%

また、有職者(694名)に、車内で行うテレワークやシエスタについて聞きました。

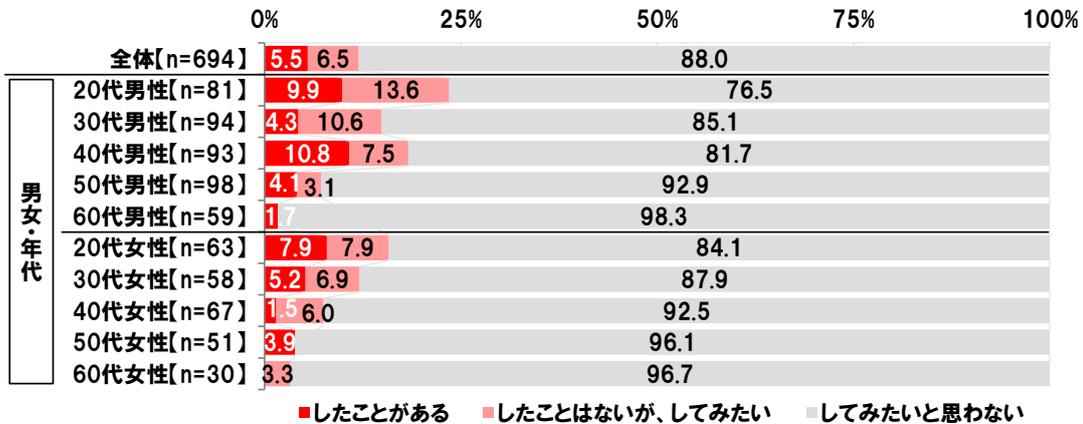
【車内テレワーク(テレワークを車内で行うこと)】では、「したことがある」は5.5%、「したことはないが、してみたい」は6.5%となりました。

男女・年代別にみると、したことがある人の割合は、40代男性(10.8%)が最も高く、次いで、20代男性(9.9%)、20代女性(7.9%)となりました。

コロナ禍以降、車内テレワークというスタイルは、柔軟な働き方の選択肢の一つになり始めているようです。

◆以下のようなクルマの使い方をこれまでにしたことがあるか [単一回答形式] 対象:有職者

【車内テレワーク(テレワークを車内で行うこと)】



■したことがある ■したことはないが、してみたい ■してみたいと思わない

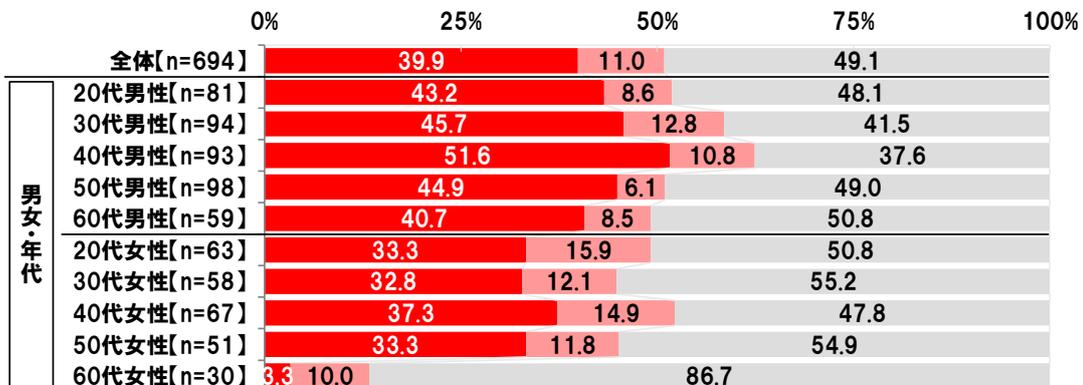
【車内シエスタ(短時間の昼寝を車内で行うこと)】では、「したことがある」は39.9%、「したことはないが、してみたい」は11.0%となりました。

男女・年代別にみると、したことがある人の割合は、40代男性(51.6%)が最も高くなりました。

多忙なビジネスパーソンには、クルマを休息スペースとして有効利用し、車内仮眠で仕事のパフォーマンス向上を図っている人がいるのではないのでしょうか。

◆以下のようなクルマの使い方をこれまでにしたことがあるか [単一回答形式] 対象:有職者

【車内シエスタ(短時間の昼寝を車内で行うこと)】



■したことがある ■したことはないが、してみたい ■してみたいと思わない

お客様からの商品についてのお問合せ先:「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間:9~12時、13~16時*(土日・祝日・弊社指定定休日は除く)

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

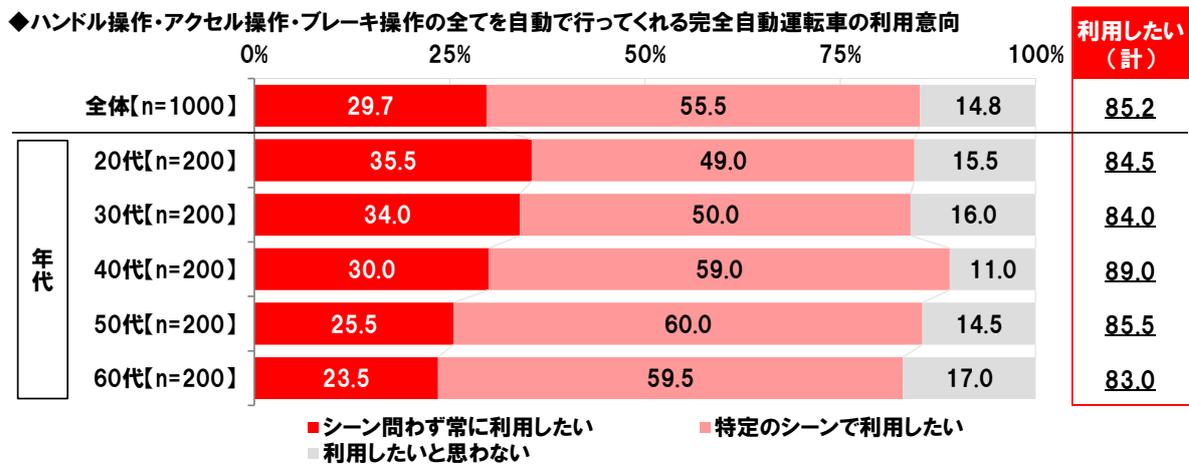
■完全自動運転車の利用意向「シーン問わず常に利用したい」30%、20代では36%

■「完全自動運転車を特定のシーンで利用したい」56%

利用したいシーンTOP5は「渋滞」「疲れているとき」「寝不足のとき」「高速道路」「駐車・車庫入れ」

全回答者(1,000名)に、ハンドル操作・アクセル操作・ブレーキ操作の全てを自動で行ってくれる完全自動運転車の利用意向を聞いたところ、「シーン問わず常に利用したい」は29.7%、「特定のシーンで利用したい」は55.5%で、合計した『利用したい(計)』は85.2%となりました。ドライバーの多くは、完全自動運転車の利用に前向きなようです。

年代別に見ると、「シーン問わず常に利用したい」と回答した人の割合は、若年層ほど高くなる傾向がみられ、20代では35.5%でした。

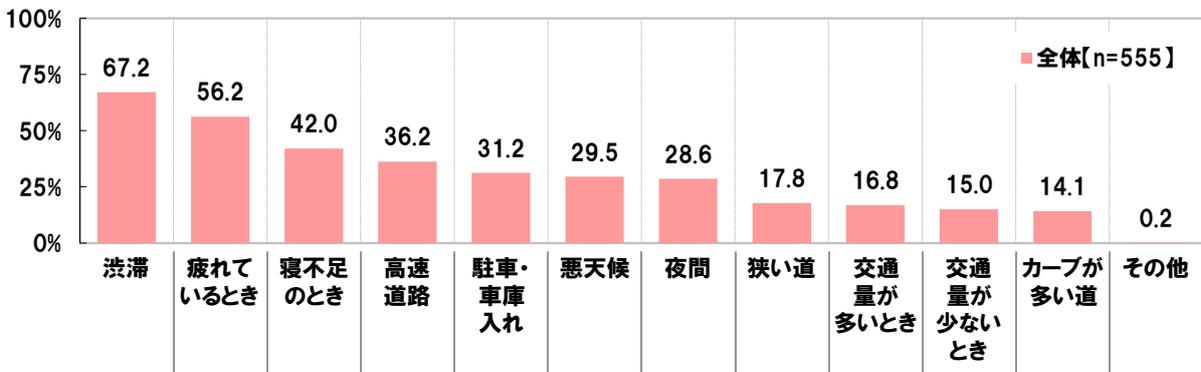


では、シーンを限定して利用したいと考えている人が利用したいのはどのようなときなのでしょう。

完全自動運転車を特定のシーンで利用したいと考えている人(555名)に、利用したいシーンを聞いたところ、「渋滞」(67.2%)が最も高くなりました。スムーズに進まない渋滞のときに、運転操作をシステムに任せることができたら、イライラせずにドライブを楽しめると感じている人が多いのではないのでしょうか。以降、「疲れているとき」(56.2%)、「寝不足のとき」(42.0%)、「高速道路」(36.2%)、「駐車・車庫入れ」(31.2%)が続きました。

◆完全自動運転車を利用したいシーン [複数回答形式]

対象:完全自動運転車を特定のシーンで利用したいと考えている人



お客様からの商品についてのお問合せ先:「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間: 9~12時、13~16時* (土日・祝日・弊社指定定休日は除く)

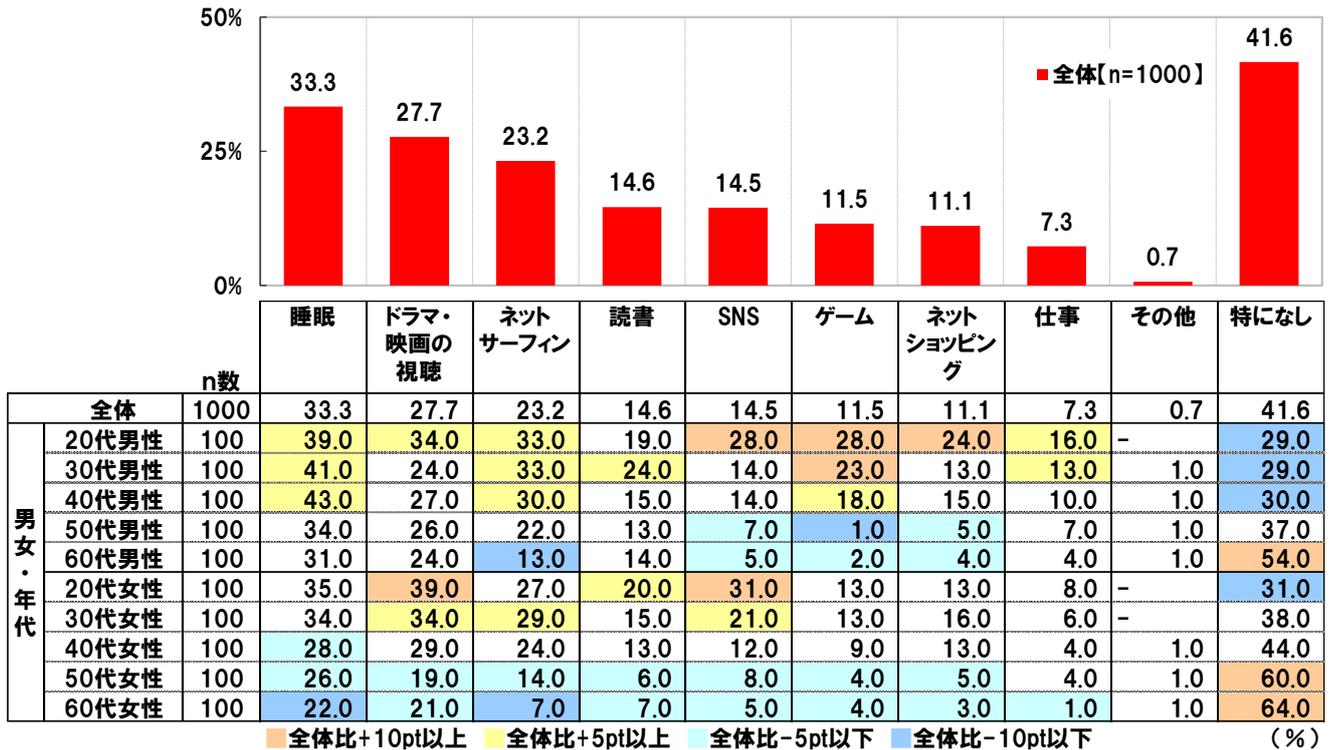
*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

■完全自動運転車での移動時に車内でしたいこと TOP3「睡眠」「ドラマ・映画の視聴」「ネットサーフィン」

また、全回答者(1,000名)に、完全自動運転車で移動する際、車内でどのようなことをしたいと思うか聞いたところ、「睡眠」(33.3%)が最も高く、次いで、「ドラマ・映画の視聴」(27.7%)、「ネットサーフィン」(23.2%)、「読書」(14.6%)、「SNS」(14.5%)となりました。

男女・年代別にみると、20代男性では「ゲーム」(28.0%)と「ネットショッピング」(24.0%)、20代女性では「ドラマ・映画の視聴」(39.0%)と「SNS」(31.0%)がそれぞれ他の層と比べて高くなりました。

◆完全自動運転車で移動する際、車内でしたいこと [複数回答形式]



お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

《クルマ選びと芸能人・アニメキャラ》

■高級車が似合う女性芸能人 1位「米倉涼子さん」

■高級車が似合うアニメキャラ TOP3「ルパン三世」「骨川スネ夫」「花輪和彦」

最後に、クルマ選びをテーマに、イメージに合う芸能人・アニメキャラについて質問しました。

全回答者(1,000名)に、高級車が似合う芸能人を聞いたところ、男性芸能人では1位「木村拓哉さん」、2位「GACKTさん」、3位「館ひろしさん」となりました。他方、女性芸能人では1位「米倉涼子さん」、2位「デヴィ・スカルノさん」、3位「天海祐希さん」となりました。ゴージャスなドレスで登壇することが多い米倉涼子さんは高級車が似合うと感じている人が多いようです。

◆高級車が似合う芸能人 [各自由回答形式] ※各上位5位までを表示
全体[n=1000]

男性芸能人			女性芸能人		
1位	木村拓哉	96件	1位	米倉涼子	62件
2位	GACKT	60件	2位	デヴィ・スカルノ	48件
3位	館ひろし	50件	3位	天海祐希	46件
4位	ビートたけし	32件	4位	北川景子	43件
5位	福山雅治	22件	5位	叶姉妹	41件

また、高級車が似合うアニメキャラを聞いたところ、「ルパン三世」がダントツ、2位「骨川スネ夫」、3位「花輪和彦」、4位「中川圭一」、5位「ゴルゴ13」となりました。作品中で高級車に乗っているキャラクターや、お金持ちのイメージの強いキャラクターがTOP5に挙がりました。

◆高級車が似合うアニメキャラ [自由回答形式] ※上位5位までを表示
全体[n=1000]

1位	ルパン三世	66件
2位	骨川スネ夫	27件
3位	花輪和彦	22件
4位	中川圭一	15件
5位	ゴルゴ13	14件

お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」
受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）
*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間に変更になっております

■スポーツカーが似合う女性芸能人 1位「菜々緒さん」

■スポーツカーが似合うアニメキャラ TOP3「ルパン三世」「花形満」「骨川スネ夫」

全回答者(1,000名)に、スポーツカーが似合う芸能人を聞いたところ、男性芸能人では1位「木村拓哉さん」、2位「GACKTさん」「所ジョージさん」となりました。他方、女性芸能人では1位「菜々緒さん」、2位「米倉涼子さん」、3位「天海祐希さん」「北川景子さん」となりました。クールでスタイリッシュな印象の菜々緒さんはスポーツカーが似合うと感じている人が多いようです。

◆スポーツカーが似合う芸能人 [各自由回答形式] ※各上位5位までを表示
全体[n=1000]

男性芸能人			女性芸能人		
1位	木村拓哉	59件	1位	菜々緒	53件
2位	GACKT	各25件	2位	米倉涼子	43件
	所ジョージ		3位	天海祐希	各24件
4位	反町隆史	21件	北川景子		
5位	近藤真彦	18件	5位	綾瀬はるか	18件

また、スポーツカーが似合うアニメキャラを聞いたところ、1位「ルパン三世」、2位「花形満」、3位「骨川スネ夫」、4位「冴羽獠」「中川圭一」と、作品中でスポーツカーに乗っているキャラクターが多く挙がりました。

◆スポーツカーが似合うアニメキャラ [自由回答形式] ※上位5位までを表示
全体[n=1000]

1位	ルパン三世	54件
2位	花形満	32件
3位	骨川スネ夫	18件
4位	冴羽獠	各14件
	中川圭一	

お客様からの商品についてのお問合せ先：「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間：9～12時、13～16時*（土日・祝日・弊社指定定休日は除く）

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております

◆調査概要◆

- ◆調査タイトル:クルマ選びとクルマの利用に関する調査2021
- ◆調査対象:ネットエイジアリサーチのモニター会員を母集団とする
自家用車を持っており、運転することがある20歳～69歳の男女
- ◆調査期間:2021年2月10日～2月12日
- ◆調査方法:インターネット調査
- ◆調査地域:全国
- ◆有効回答数:1,000サンプル(男女・各年代が均等になるように抽出)
- ◆実施機関:ネットエイジア株式会社

■報道関係の皆様へ■

本リリース内容の転載にあたりましては、
必ず「ホンダアクセス調べ」と記載いただけますよう、お願い申し上げます。

【本リリースに関する報道関係者のお問い合わせ先】

株式会社ホンダアクセス 広報ブロック TEL:048-477-8217

HondaAccessPR@n.hac.honda.co.jp

テレワーク期間中のため、メールでお問合せいただけますよう、協力をお願い申し上げます

■会社概要■

企業名 株式会社 ホンダアクセス
代表者 代表取締役社長 白土 清成
本社所在地 〒352-8589 埼玉県新座市野火止 8-18-4
設立 1976年(昭和51年)8月2日
資本金 20億円(本田技研工業株式会社 100%出資)
従業員数 767名(2020年4月1日現在)
事業内容 自動車用品の開発、生産、販売
U R L <https://www.honda.co.jp/ACCESS/>

ホンダアクセスから発信しています

ウェブサイト <https://www.honda.co.jp/ACCESS/>

Twitter https://twitter.com/Honda_Access (@Honda_Access)

Facebook <https://www.facebook.com/honda.hondaaccess>

YouTube <https://www.youtube.com/user/hondaaccessjp/>

カスタムで暮らしをカエるウェブマガジン「カエライフ」<https://kaelife.hondaaccess.jp/>

お客様からの商品についてのお問合せ先:「株式会社ホンダアクセス お客様相談室 0120-663521」

受付時間:9～12時、13～16時* (土日・祝日・弊社指定定休日は除く)

*「新型コロナウイルス感染症」による影響を考慮し、お問合せ時間が変更になっております