

中古車販売市場の将来は如何に

<要旨>

昨今、若者や都心に住む人の自動車離れということをよく耳にするが、意外にも国内の乗用車保有台数に目立った減少は見られない。人口に比べてピークが後ずれしている世帯数がこれを支えていることに加え、毎年の販売台数では中古車が新車を上回り続けているなど、中古車への需要が根強いことも大きい。この中古車需要の背景には、賃金が伸び悩む中で新車価格が大幅に上昇してきたため、相対的に低価格な中古車に優位な状況があることや、耐久性を含む自動車の品質向上がある。

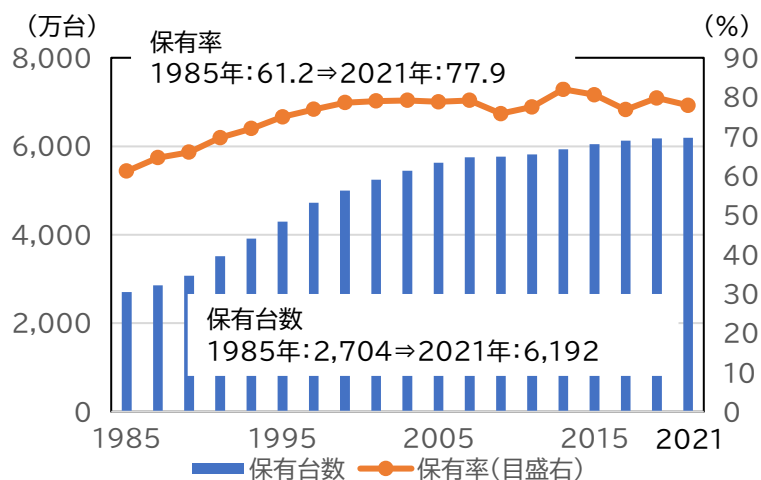
これらの要因は、この先も中古車への需要を支えると予想するが、車を保有する中心的な年齢層の世帯が減っていく影響はどうしても避けられない。他方、自動車業界に生じている電動化という、行方を予想しづらい大きな変革の波は、単に市場の拡大や縮小という以外の観点でも、中古車市場に様々な影響をもたらすであろう。

1. 乗用車の保有状況と販売市場

(1) 乗用車の保有台数と保有率

我が国の中古車市場の先行きを考えるにあたり、まずは新車と中古車とを合わせた、乗用車全体の保有状況を確認する。図表1は、国内における乗用車の保有台数と、世帯ベースの保有率に関する、1985年から2021年までの36年間の推移である。このデータからは、乗用車の保有台数は現在に至るまではほぼ一貫して増え続けていること、保有率は2000年頃まで上昇し、その後も多少上下しつつ80%前後の高い水準で推移していることが分かる。

図表1 乗用車保有台数と世帯あたり保有率

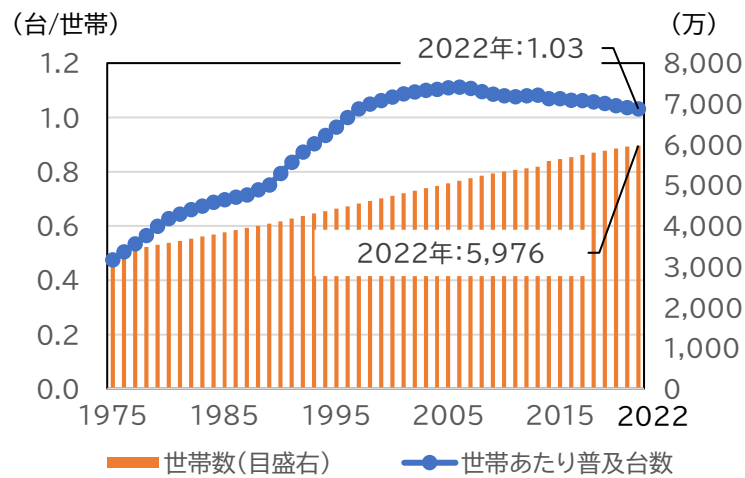


(資料)一般社団法人日本自動車工業会「2021年度乗用車市場動向調査」
一般財団法人自動車検査登録情報協会「自動車保有台数データ」

昨今、若者や都心に住む人の車離れ、高齢者の免許返納、車を所有せず必要な時に借りるスタイルの普及など、保有台数や保有率にとってマイナスの話題をよく耳にする。しかし、前頁図表1のデータからは、車の保有台数が大幅に減少したり、保有率が急激に低下しているわけではないことが分かる。

こうした保有台数の推移の背景には、世帯あたりの自動車保有台数や世帯数の推移が関係している。図表2は、世帯あたりの自家用乗用車普及台数と世帯数の推移である。世帯あたりの自家用乗用車普及台数を示す折れ線グラフを見ると、1975年時点で0.5台程度であったものが、2022年にはおおよそ2倍の1.03台、つまり統計上では各世帯に1台の水準に達している。トレンドとしては2005年頃をピークに緩やかに減少しているものの、世帯数の増加が寄与し全体の保有台数を押し上げている。

図表2 自家用車の世帯あたり普及台数と世帯数

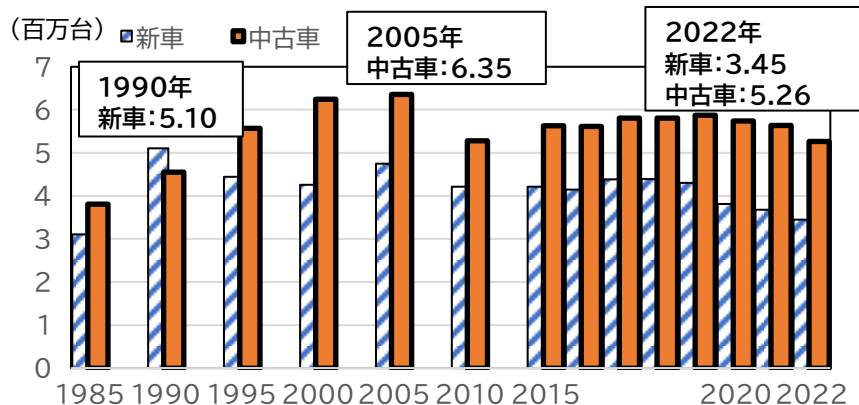


(資料)一般財団法人自動車検査登録情報協会
「自家用乗用車の世帯普及台数」

(2) 新車と中古車の販売台数

乗用車の保有台数が増えてきた過程で、新車と中古車の販売はどのような状況であったのか、それぞれに分けてフローとしての販売推移を見てみたい。図表3は、国内における新車と中古車の年間販売台数の推移である。

図表3 国内の新車と中古車の年間販売台数



(注) 販売台数集計対象は普通乗用車、小型乗用車、軽自動車(乗用)
(資料) 一般社団法人日本自動車工業会「日本の自動車工業 2023年版」

1985年以降のデータからは、バブル景気下の1990年を除き、中古車の販売台数が新車の販売台数を上回っていることを確認できる。1990年時点では、バブル好景気の下で一時的に新車が中古車を凌駕したものの、その後は景気悪化で再び中古車優位の平常の状態に戻ったことを読み取れる。なお、2020年から2022年にかけて新車、中古車とも緩やかに減少している要因には、コロナ禍における自動車生産停滞の影響も含まれている。

このような販売状況と前述した乗用車保有台数の増加推移を考え合わせると、新車販売は1990年をピークに伸び悩んでいるものの、相対的に堅調な中古車の販売が乗用車のストック、つまり保有台数を下支えしている要因のひとつと解釈できる。

2. 中古車販売市場に関連する重要ファクター

(1) 新車販売価格と給与の推移

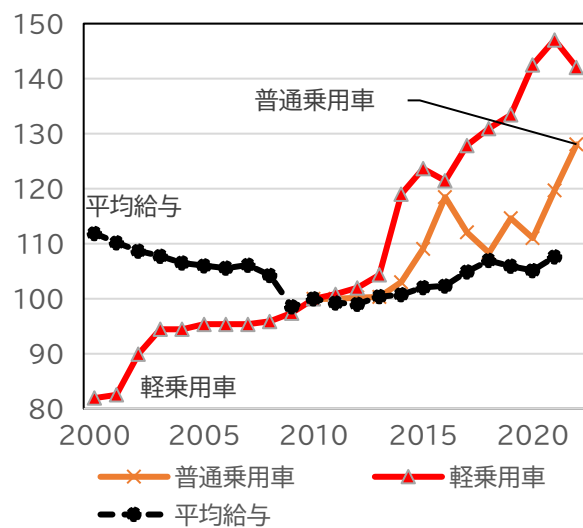
図表4は、総務省小売物価統計調査に基づく普通乗用車と軽乗用車の新車販売価格、国税庁の統計調査に基づく年間平均給与それぞれの推移である。公表データの関係から普通乗用車のみ2010年以降の推移だが、2010年を100として各指標を比較すると、平均給与が伸び悩む一方、乗用車の価格は概ね長期的な上昇トレンドにある。もともと高価な自動車の新品価格が、ここ10年程度の期間に3～4割も上昇した一方、給与水準は殆ど上がっていない現実を再確認できる。このような、新車価格と賃金の動きの格差によって、相対的に価格水準の低い中古車購入のインセンティブが高まり、中古車市場を支える要因のひとつになったと考えられる。

なお、中古車のオークション落札価格などを参照すると、コロナ禍で自動車生産サプライチェーンに混乱が生じ、新車が供給不足に陥った際には、中古車の価格も上昇した。しかし、そのうえでも中古車の価格水準は、依然として新車よりかなり低いということを念のため述べておきたい。

(2) 平均使用年数

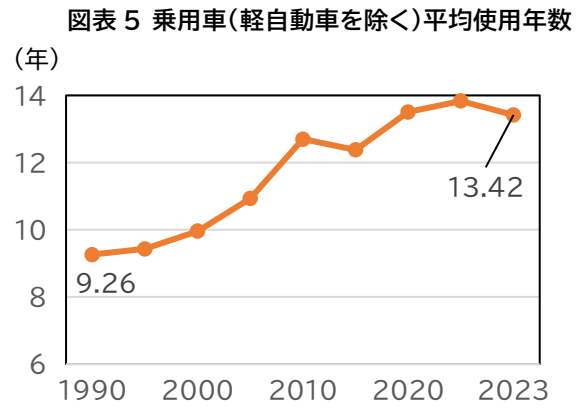
もう一つは、次頁図表5に示す自動車の平均使用年数の長期化である。平均使用年数とは、自動車が新規登録されてから抹消登録されるまでの平均年数である。おおよそのイメージとしては、新車を使用し始めてから廃車にするまでの期間と考えてよい。この平均使用年数を見ると、1990

図表4 新車価格と平均給与の推移(2010年=100)



(注)普通自動車のみ2010年以降のデータ使用
(資料)総務省「小売物価統計調査」
国税庁「民間給与実態統計調査結果」

年時点で 9.26 年であったものがほぼ一貫して伸び、2023 年時点には 13.42 年となっている。背景には、給与水準が上がらない中、いったん購入した自動車をできるだけ長く乗り続けるインセンティブが強くなっていることや、長く乗り続けることのできる自動車の耐久性、品質の向上が関係していると考えられる。



(資料)一般財団法人自動車検査登録情報協会「わが国の自動車保有動向」

3. 中古車販売市場の将来像考察

(1) 基本的な見方

前節に挙げた二つの要因は、引き続き中古車の需要を支えると考えられる。足元では給与引上げ気運が高まり、今年の春闘では大企業を中心に昨年以上の賃上げ率となる見込みもあるとはいえ、ここ 10 年余りで新車価格が 3～4 割も上昇していることを考えると、それを覆すほどの賃金水準に至るには未だ乖離幅が大きい。前掲図表 3 で示したように、新車販売台数が中古車のそれを上回ったのはバブル景気のピークに近い時期だけだったという事実も、こうした見方の背景にある。また、耐久性や品質の向上による使用年数の長期化とも相俟って、引き続き中古車市場を支えよう。

ただし、先々の人口や世帯数の減少を無視できないのは言うまでもない。ここでは世帯数に加えて、世帯のライフステージという切り口も踏まえて、自動車のコア保有層の将来を考察したい。図表 6 は、一般社団法人日本自動車工業会の調査に基づく、国内の世帯ライフステージ別の乗用車保有率である。これによると、保有率 8 割超の高い水準にあるコア保有層は、家族形成期から家族成熟期、ライフステージで言うと未就学児のいる世帯から、高校・大学を卒業して間もない子供がいる世帯くらいまでである。

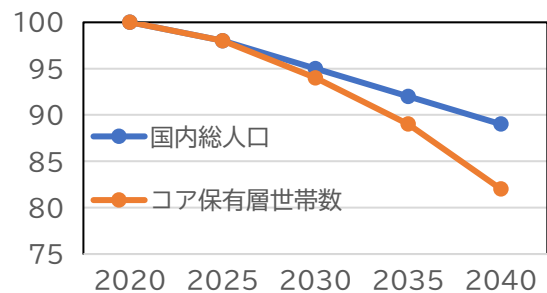
さらにこのデータをベースに、国立社会保障・人口問題研究所による世帯数の将来予想も用いて、前述した家族形成期から家族成熟期までの世帯数の先行きトレンドを当社にて試算した。子育てをするコア保有層として、単身世帯と世帯主 65 歳以上を除いたうえで、2020 年から 2040 年までの世帯数の推移を試算すると、図表 7 のようになった。

図表 6 世帯ライフステージ別の乗用車保有率

	2017	2019	2021
独身期	47.3%	47.2%	43.4%
家族形成期	83.9%	81.6%	80.5%
家族成長 前期	87.1%	88.5%	90.9%
家族成長 後期	88.6%	90.0%	86.2%
家族成熟期	85.7%	87.9%	86.4%
結晶期	76.6%	78.0%	76.9%
高齢期	64.6%	72.0%	70.7%

(資料)一般社団法人日本自動車工業会「2021 年度乗用車市場動向調査」

図表 7 コア保有層の将来推計(2020 年=100)



(資料)国立社会保障・人口問題研究所

このコア保有層と仮定した世帯の数は、2040年には2020年に比べ2割近い減少が見込まれ、減少幅も年を追うごとに大きくなると想定される。これまでは世帯あたりの自動車普及台数と世帯数そのものの増加が、中古車を含む自動車の保有や販売市場を支える要因となっていた。しかし、世帯あたりの自動車普及台数は既にピークアウトし、さらに世帯数の減少トレンド加速も予想されるとなると、これらは最大のネガティブ要素になるだろう。

先述した通り、既に日本の人口がピークを過ぎて少子高齢化が目に見えて進んでいる中においても、8割近い世帯保有率が大きく下がっていない現状や、中古車の需要を支える要因が残っていることも踏まえると、この先の中古車販売市場は、人口や世帯数の減少に引きずられつつも、緩やかに縮小していくというのが基本的な見方になるだろう。

(2) 混乱要因としての電動化

中古車販売市場の将来像を考察する際、もうひとつ加えるべき重要な視点は、自動車の電動化である。仮に電動化の全面的な導入となれば、自動車の構造や素材、製造工程がかなり変わると想定され、これらは価格と使用年数にも影響するはずである。価格については、水準そのものや新車と比べた値ごろ感が、中古車需要にとって重要なポイントとなる。また、素材や重要パーツの耐久性は、自動車の使用年数に大きく影響する。

もうひとつ重要な切り口として、エンジン車規制などの法制度の影響を挙げておきたい。2050年の脱炭素達成を目標に電動化を推進するのであれば、エンジン車は徐々に規制されて需要も縮小するであろう。そうした場合、中古車販売市場にストックされたエンジン車の価格は下がると思われる。一方で電気自動車については、ユーザーにひと通り行きわたって一巡するまでは、中古車のストック不足や価格高騰も想定される。

現時点でこうした電動化の先行きを想定するのはなかなか難しい。とは言え、バッテリーなど新たなパーツや素材を開発するには技術革新に加え、自動車サプライチェーン各社による相当大きな先行投資とその回収が必要になるため、新車を低価格で供給し普及させることは容易ではない。最近では英国がガソリン車とディーゼル車の全面禁止時期を2030年から2035年に後ろ倒しにしたことや、欧州の大手自動車メーカーが新車の全面EV化時期を遅らせる方向に至った事実なども踏まえると、電動化の道のりはなかなか険しく、その分、中古車販売市場に対する影響も少しずつ生じてくるだろう。

(調査部 次長 林 信行)

※ 本レポートは作成時に入手可能なデータに基づく情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解ではありません。ご質問等はchosainfo@smtbjpまでご連絡ください。