

クルマを「利用」する時代の本格化

＜要旨＞

「若者の車離れ」は2000年代初頭に指摘され始め、2012年度版の国土交通白書ではクルマを「所有」する前に「利用」する層が現れつつあることが示された。

一般的に、乗用車保有率はライフステージによって変化する特徴がある。独身期は、元々クルマの保有率が2人に1人に留まり、車離れが指摘され始める前から大きく変わっていない。2000年代初頭以降「若者の車離れ」と言われていたのは、むしろ若者の未婚率上昇により、保有率の低い独身者の構成比が増えたことに原因があるとみられる。

それでは近年はどうか。今でも乗用車の保有率低下は続いており、その背景にあるのは若者のクルマに対する関心の低下である。かつての若者は、家族や仲間と一緒に移動することができ、好きな時に好きな場所へ行くことのできるクルマに魅力を感じていた。徐々に快適性やエンターテインメント性を増す機能にも、こだわりを持っていただろう。ところが現在の20代は、家で過ごす時間を大切にし、モノを所有することに強いこだわりを持たず、身の丈にあった消費を好む。クルマは彼らの価値観のなかで次第に魅力を失い、移動に「利用」できる交通手段のひとつに過ぎなくなってきている。

自動車産業は今までオーナーカーを中心とした産業構造を築いてきたが、今後はクルマを「利用」する層の増加を視野に、構造の再構築が求められる。いかに選ばれるサービスを提供するか、当面は模索が続くことになるだろう。

1. 「若者の車離れ」に潜む「保有」と「利用」

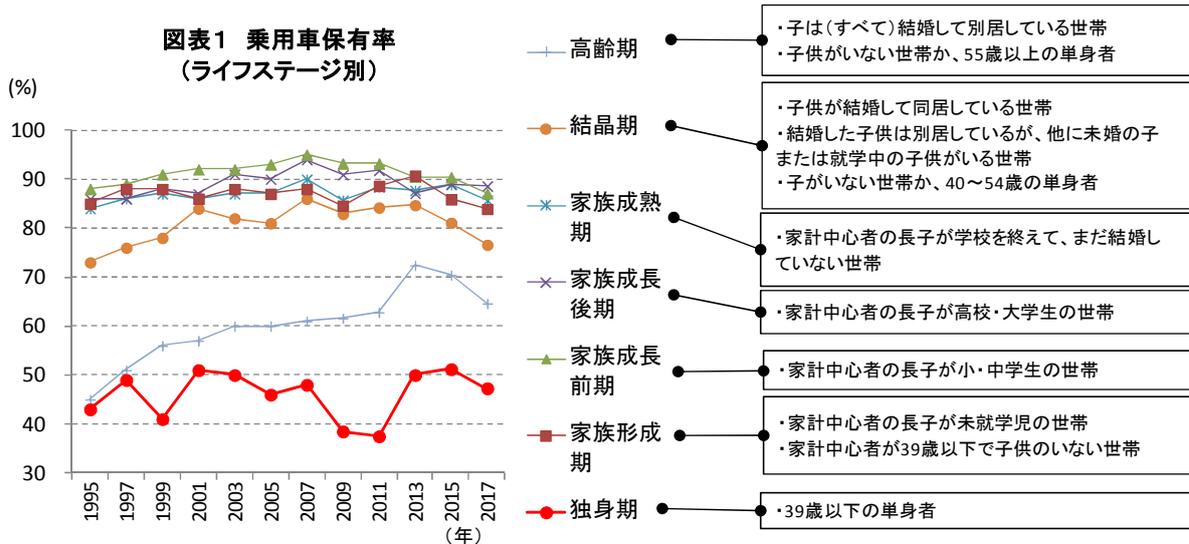
2012年度国土交通白書は、「若者の車離れ」を取り上げた。元々「若者の車離れ」は2000年代初頭から指摘され始めたが、白書では免許保有率の低下が乗用車保有率の低下に比べて緩やかであることから、「保有」と「利用」を分けて考えるべきであると指摘している。乗用車を買わない人は購入費や維持費の高さを挙げていることから、保有したい欲求はあるものの経済環境から保有を後ろ倒しし、一方でカーシェアリングなど車を「利用」したい層が現れてきているとした。そして、カーシェアリングを利用したことがある場合、クルマの購買意欲が急速に高まることから、「利用」は「保有」への移行期にあたる可能性を示唆していた。

このような点をふまえ、本レポートでは「若者の車離れ」を「保有」と「利用」の観点で整理し、近年見られる変化の兆しと今後の方向性を概観したい。

2. ライフステージと乗用車保有率との関係

(1) 未婚率上昇と若者の車離れ

乗用車の保有率は、ライフステージによる差異が大きい(次頁図表1)。日本自動車工業会が隔年で実施している「乗用車市場動向調査」(以下、調査)によれば、ライフステージが移る際に保有率の差異が大きいのは、独身期から2名以上の世帯となる家族形成期、家族成熟期から子供の



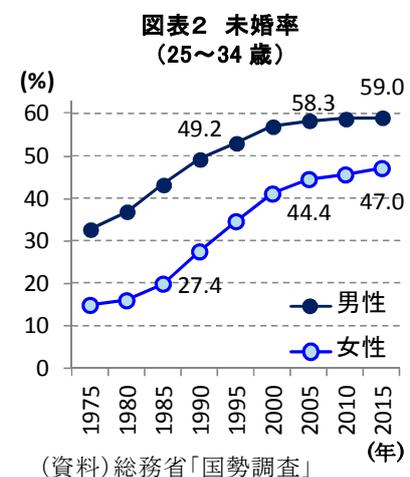
(資料) 日本自動車工業会「乗用車市場動向調査」

一部が独立を始める結晶期、そして結晶期から完全に子供が独立する高齢期への移行の3つのタイミングである。一方で家族形成期から家族成熟期までは、乗用車の保有率80～90%で推移し、ライフステージ間で大きな差異は見られない。生活の拠点がある程度固まり、移動が家族単位となることで、効率的に移動できるクルマの利便性が認められ、保有率が上昇するのだろう。

大部分の若者はまず独身期のステージに入り、結婚を経て他のステージに移行していくが、独身期のステージでは元々乗用車保有率が低く、2人に1人が車を保有していない。独身期は、「買わなくても生活できる」との意見が多く、2017年の調査では首都圏はもちろん地方圏でもこうした意見が相応にみられた。家族形成期以降のステージでは乗用車が生活必需品化するのに対し、独身期は生活するロケーションや移動の自由度から、必ずしもクルマを使う必要がない。移動の便の良いところに引っ越すことなど、抜本的に状況を変えることが比較的容易だからだ。さらに、過去に保有率が下がった時期を見ると、ITバブルがはじけた1999年、リーマンショック直後の2009年、東日本大震災の発生した2011年と、経済情勢が悪化したタイミングに重なっている。経済環境に応じて必ずしも所有に拘らず、公共交通と同じく必要なときだけ利用する傾向もあると見られる。

若者はライフステージの特徴から見ると、他の世代に比べクルマの保有率は低かったはずである。では、なぜ2000年代に入り「若者の車離れ」が、改めて取り沙汰されるようになったのか。

これには未婚率の上昇、つまり独身期のままの若者の増加が影響しているものと考えられる。1975年以降の25～34歳未婚率は、男性、女性とも上昇が続き、2005年時点で未婚率は男性58.3%、女性44.4%まで上昇した(図表2)。とくに人口のボリュームゾーンである1972年から1974年生まれの人たちが、免許取得可能な年齢である18歳にさしかかったのが1990年頃、30歳を超えたのが2005年頃である。世代の人口そのものが増えたことと未婚率上昇のダブルパンチで、独身期の人数が従来に比べ増加したのだろう。その結果、独身期の人口構成比率が高くなり、若者の車離れが急速に進んだように見えたのではないだろうか。



(2) ライフステージ別保有率の近年における気になる動き

近年も乗用車保有率の低下が続いている。しかしながら、未婚率の上昇はすでに落ち着いており、最近の保有率低下は未婚率の上昇といったライフスタイルの変化だけではなさそうである。

最近の動きで気になるのは、独身期の乗用車保有率ではなく、家族形成期以降の保有率である。家族形成期以降のステージでも、2010年前後から徐々に保有比率が低下している(図表3)。そのうち20代が含まれると想定されるライフステージを抜粋すると、家族形成期は2013年90.7%をピークに2017年には83.9%と6.8ポイントの低下、家族成長前期は2007年95.0%をピークに2017年には87.1%〜7.9ポイント低下している。2017年度実施の調査では20代のクルマに対する意識調査を行っているが、「クルマを買いたい」とする回答は、既婚の男性で76.0%、同じく女性では53.0%と、いずれも80%にも届いていない。家族を持つと同時に上昇する傾向にあった乗用車保有率だが、若者に限って言えば家族連れであっても車離れを起し始めている可能性がある。

図表3 乗用車保有率

	独身期	家族形成期	家族成長前期
1995	43.0%	85.0%	88.0%
1997	49.0%	88.0%	89.0%
1999	41.0%	88.0%	91.0%
2001	51.0%	86.0%	92.0%
2003	50.0%	88.0%	92.0%
2005	46.0%	87.0%	93.0%
2007	48.0%	88.0%	95.0%
2009	38.5%	84.6%	93.2%
2011	37.5%	88.6%	93.2%
2013	50.0%	90.7%	90.5%
2015	51.2%	85.9%	90.4%
2017	47.3%	83.9%	87.1%

(資料)日本自動車工業会
「乗用車市場動向調査」

3. 移動に関する価値観の変化

(1) 減少する外出

最近の20代の若者には、インドア派が増加している。外出率を見ると、1990年は平日(全国)で89.3%、休日(全国)は少し下がって71.4%だったのに対し、2015年は前者で80.6%、後者で55.5%に低下した(図表4)。通勤者が多いと見られる平日こそ80%以上を保ち1990年比▲8.7ポイントの低下に留めたが、休日は▲15.9ポイントも低下した。とくに地方都市圏の休日の外出率低下が大きく、1990年75.7%から2015年54.9%に低下している。4人に1人のインドア派が2人に1人に増えてしまった。

図表4 外出率(20~29歳)

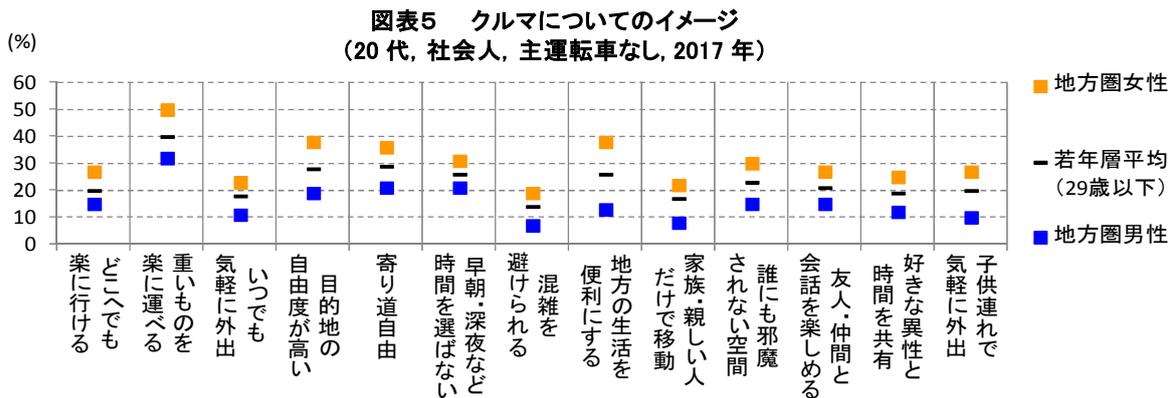
		1990	1995	2000	2005	2010	2015
平日	三大都市圏	89.4%	90.1%	88.7%	87.7%	88.8%	81.0%
	地方都市圏	89.3%	88.0%	86.7%	85.9%	88.0%	80.1%
	全国計	89.3%	89.0%	87.7%	86.8%	88.4%	80.6%
休日	三大都市圏	66.8%	66.2%	68.5%	63.7%	69.7%	56.1%
	地方都市圏	75.7%	71.0%	66.4%	63.7%	72.3%	54.9%
	全国計	71.4%	68.6%	67.4%	63.7%	71.0%	55.5%

(資料)国土交通省「全国都市交通特性調査」

博報堂生活総合研究所による意識調査「生活定点」の結果を見ても、「家の中よりも野外で遊ぶ方が好き」との回答は、2000年の48.5%から2018年には27.7%へ低下した。それと併せて「休日は家にいる方が好きだ」との回答は、22.7%から31.5%に上昇している。

余暇に対する意識が変化し、移動自体が減少する中、乗用車保有に消極的になるのは当然かもしれない。とくに地方圏の男性はクルマが持つ特性、例えば時間や場所を選ばず移動できる利便性や、個人や家族のプライベートが保たれる個室性をあまりメリットとして感じていない(図表5)。同じ地方圏の女性が、そうしたメリットを敏感に感じているのとは対照的である。地方圏は都市圏に比べてクルマの必要性が高い地域であり、保有率はそれなりに高いと想定されるが、特段の拘りを持たず移動できればよしとする、そんな傾向が強くなっているのではないかと推察される。

クルマは、人間の移動する欲求をより早く快適に満たすアイテムである。しかしながら、最近の若者のようにそもそも移動に関する欲求が低く、移動の距離や速さ、移動空間の自由度を求めることが減った時、クルマへの関心が薄れるのも不思議ではないだろう。



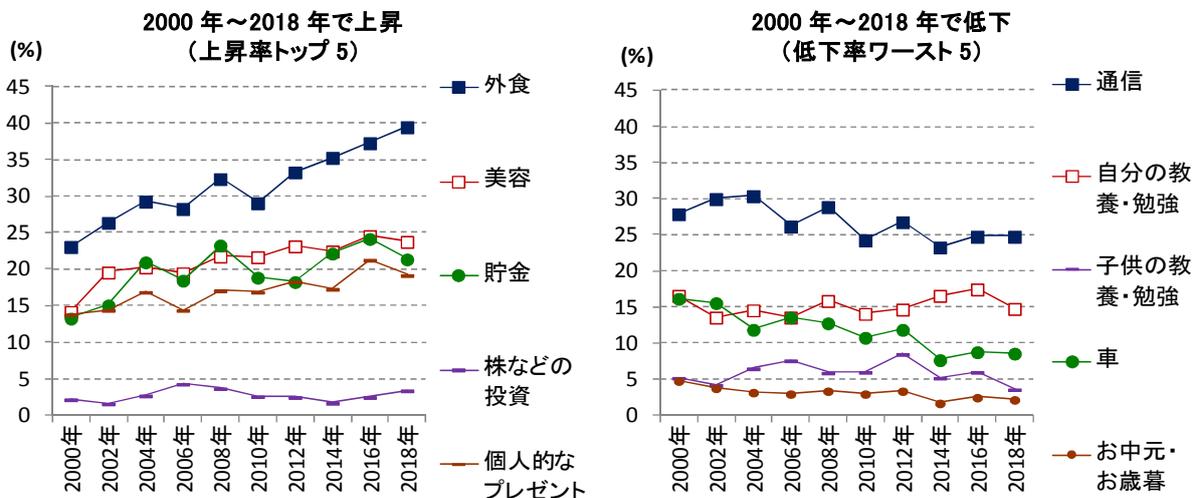
(資料) 日本自動車工業会「乗用車市場動向調査」

(2) お金の掛けどころ

それでは、20代はどんな欲求を持っているのか。

先に見た「生活定点」でお金を掛けているものを見ると、2000年から2018年の間で伸び率が高いのが①外食、②美容、③貯金、④株などの投資、⑤個人的なプレゼントとなっている(図表6)。一方、低下率が大きいのは①通信、②車、③自分の教養・勉強、④子供の教養・勉強、⑤お中元・お歳暮である。

図表6 お金を掛けたい物(20代)



(資料) 博報堂生活総合研究所「生活定点」

外食や美容など、明確な形としては残らないが、体験やその効果が自身のプラスになるものへお金を掛ける傾向が見られる一方、車のようにモノが残るものにはお金を掛けないようになってい

る。また、個人的なプレゼントは伸びる反面、お中元・お歳暮は減少している。社会そのものが変化している面もあるが、20代は慣行に捕らわれず、個人の思いからプレゼントを渡したいと思っている。その他にもお金を掛けたい物として「交際(飲食含む)」や「趣味」は上位に挙がっており、気心の知れた友達や仲間と時間や体験を共有し、イベント時は共に祝い、プライベートなコミュニティを大切にすることが伺える。

そして、上昇率が高いものの中で意外なのが「貯金」である。今も昔も、20代は将来の年金に不安を抱えており、徐々に自助努力を重ねてきた結果だろう。とくに近年の20代は、買物に対する意識調査で「買物でローンや借金はしたくない」(回答者の33%)、「貯金が増えていくことが単純にうれしい」(同26%)といった意見が上位に挙がっている。お金に対して堅実な姿勢が窺え、手の届く範囲でちょっとした特別を楽しみ、身の丈を超える買い物は望まない。かつてのように、オートローンを利用してまでクルマを手に入れるスタイルそのものが、この世代には違和感となるようである。

4. 自動車「利用」の広がり

現在の若者は外出することが減り、クルマ所有の利点をあまりプラスとして感じていない。しかも、お金の使い方は堅実で、借金をしてまで高額なものを買うことに違和感を覚える。これではクルマを「所有」するはずもなく、必要なときにサービスとして「利用」できれば十分と考えるだろう。

過去の「若者の車離れ」と「利用」の増加は、未婚率の増加というライフスタイルの変化が大きく影響していた。しかしながら、今後は遊びや買物といった生活に関する「価値観」の変化がキーワードになる。価値観はライフステージが変わっても大きく変わるとは考えにくく、今後はクルマをサービスとして捉える層の形成が見込まれるだろう。クルマの「保有」から「利用」へ、移行が本格化するのはいずれからか。

現在の自動車産業は、オーナーカーを前提とした産業構造になっており、各自動車メーカーは生産体制と全国に販売店網や整備網を張り巡らせている。今後は、こうした既存のネットワークをサービス提供にも活用できる構造に変え、さらには消費者に選ばれるサービスを提供していくことが求められる。現在、自動車産業は自動車の電動化や自動運転など製造面で次世代自動車への対応を迫られている。それに加えて、販売面でも構造の変化に直面しており、当分は産業構造再構築に向けた模索を続けることになるだろう。

(調査部 産業調査チーム 中井 希 : Nakai_nozomi@smtb.jp)

※ 調査月報に掲載している内容は作成時点で入手可能なデータに基づき経済・金融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、当社の公式見解を示すものではありません。