

2017年度
二輪車市場動向調査

2018年3月

一般社団法人 自動車工業会

まえがき

この報告書は、一般社団法人 日本自動車工業会・調査部会の二輪車分科会が行った、「2017年度二輪車市場動向調査」の結果をまとめたものです。

本報告書は、以下の2つの調査により構成されています。

1. 新車購入ユーザー調査(新車購入ユーザーを対象として、基本的な時系列データを収集・分析することにより多様化する二輪車市場の変化を捉えるための調査)。
2. トピック調査(二輪車市場が直面している長期的な需要減少に関わる調査)。
今回は、新規購入者の拡大をねらいとして、「新規購入者の特性と購入プロセス」「二輪車購入の潜在層」「潜在層の特性と阻害要因」「情報・サービス期待」などの分析を行いました。

二輪車の国内需要台数は2013年度以降、緩やかな減少が続いています。

二輪車の新車購入ユーザーは、長期的に高齢化が進み、若いユーザーが減少傾向にあります。二輪車の使用状況をみると、使用日数、走行距離ともに減少しています。需要形態では、新規購入が減少し、一時中断・再度購入を下回る水準となりました。

市場の大きな傾向は変わりませんが、新規購入者(二輪車を初めて買ったユーザー)に目を転じると、若年層に加え女性のエントリーも進んでいる様子がうかがえます。新規購入者は、二輪車に乗ることで、行動範囲が広がり、大人になった気分を味わえるなどの、二輪車への期待感が高くなっています。新規購入者は、二輪車を使った遊びの実施意向や、アパレルの購入など周辺の商品・サービスへの期待が高い傾向があります。新規購入者の期待に応え、より二輪車を楽しめる環境づくりを、メーカーや周辺の商品・サービス提供者と協力し、業界をあげて取り組んでいくことが重要であると考えます。

新規購入者に変化がみられるなか、新車を購入する可能性のある人は幅広く存在しています。中古車ユーザー、レンタルユーザー、過去保有者、未保有層、潜在需要層です。これらの潜在層は、二輪車の購入意向が高く、将来の購入層として期待できますが、様々な阻害要因を抱えており、実際の購入には至っていません。二輪車にエントリーしやすい環境づくりや、イベントなどを通じたリアルな体験や、ネットを通じたコミュニケーションが期待されています。

これらの調査結果を生かし、今後も二輪車市場の回復へ向け、分科会としても積極的な取り組みを行っていく所存です。

最後に、本調査の企画・分析にあられた二輪車分科会の諸氏、日本自動車輸入組合および輸入車インポーターの方々、調査の実施・分析にご協力いただきました株式会社ジェイ・エム・アール生活総合研究所の方々に厚く御礼申し上げます。

2018年(平成30年)3月

一般社団法人 日本自動車工業会
調査部会・二輪車分科会
(主査会社 ヤマハ発動機株式会社)

**調査部会
二輪車分科会 参画会社**

分科会長	ヤマハ発動機株式会社
分科会副会長	株式会社カワサキモーターズジャパン
委員	川崎重工業株式会社
委員	スズキ株式会社
委員	株式会社ホンダモーターサイクルジャパン
委員	ヤマハ発動機販売株式会社
委託先	株式会社ジェイ・エム・アール生活総合研究所

目次

■ 本報告書を見るにあたっての留意点	8
■ 新車購入ユーザー調査	
I. 調査概要	
1. 調査目的	11
2. 調査設計	11
3. 回収結果	11
4. 調査票発送にご協力いただいた日本自動車輸入組合 組合員(五十音順)	11
5. 集計対象サンプル数	12
6. 調査の企画・分析	12
7. 調査結果の概要	13
II. 調査結果	
1. 二輪車をめぐる諸環境	
(1)二輪車の普及状況と人口の推移	17
(2)免許取得者の推移	18
2. 二輪車ユーザーの特性	
(1)運転者特性	19
①属性別購入二輪車	19
②運転者特性の変化	20
(2)免許併有状況	21
(3)二輪車複数保有状況	22
3. 使用状況	
(1)使用実態	23
①用途	23
②ツーリング相手	24
(2)使用頻度／月間走行距離	25
①購入二輪車別	25
②購入二輪車別変化	26
(3)他車両使用状況	27
4. 需要構造の変化	
(1)購入形態	28
①基本属性別	28
②タイプ別・排気量別	29
(2)現使用車と直前使用車の関係について	30
(3)直前使用車の状況(使用年数／処分方法)	31
(4)購入車以外の保有二輪車のタイプ・排気量	32
5. 購買行動	
(1)購入プロセス	33
①二輪車以外の乗り物との比較検討有無／比較検討内容	33
②購入車種の情報源	34
③購入車決定重視点	35
④新規購入時の周囲からの影響	36
(2)購入理由	37
①「新規」購入理由	37
②「代替」(買い替え)購入理由	38
③「増車」(買い増し)購入理由	39
④「再購入」(一時中断後の再購入)購入理由	40
(3)支払い方法と車両本体平均価格	41

6. 二輪車使用評価と課題	
(1) 二輪車使用時の課題	42
① 二輪車使用時の課題とその変化	42
② 属性別二輪車使用時の課題	43
(2) 購入後の期待度に対する満足度	44
① 購入二輪車期待	44
② 購入二輪車期待の変化	45
③ 属性別購入二輪車期待	46
④ 期待充足度	47
(3) 総合満足度	48
① 属性別総合満足度	48
② 属性別総合満足度要因	49
(4) 二輪車の駐車問題	50
① 二輪車の駐車で困った経験	50
② 二輪車の駐車場が確保できずに困ること	51
(5) 高速道路走行経験と課題	52
① 高速道路走行経験	52
② 高速道路走行に対する意識	53
7. 二輪車の楽しみ方と期待	
(1) レクリエーション実施経験と意向	54
(2) 洋用品の所有と意向	55
(3) 二輪車の楽しみ方情報源	56
(4) 二輪車のとらえ方	57
① 二輪車選択意識	57
② 二輪車イメージ	58
③ 二輪車での実現期待	59
(5) 二輪車周辺期待	60
① 施設・インフラ期待	60
② 商品サービス・情報期待	61
8. 今後の意向	
(1) 二輪車乗車意向	62
① 継続乗車意向	62
② 環境変化別二輪車保有・乗車意向	63
③ 買い替え・買い増し意向	64
④ 買い替え・買い増し意向二輪車	65
(2) 今後の上級免許取得意向	66
(3) 運転技術力向上意向	67
① 運転技術向上意向とライディングスクール受講	67
② 向上意向のある運転技術	68

■ トピック調査

I. 調査概要

1. 調査目的	71
2. 調査設計	71
3. 回収状況	72
4. 集計対象サンプル数	72
5. 調査結果の概要	73

II. 調査結果

1. 新規購入者の特性と購入プロセス	
(1)基本属性	76
(2)二輪車の魅力	77
(3)二輪車の購入プロセス	78
2. 二輪車購入の潜在層	
(1)基本属性	79
(2)二輪車への関心きっかけとイメージ	80
(3)二輪車への期待	81
3. 潜在層の特性と購入可能性	
(1)中古車ユーザー	82
①基本属性	82
②中古車の購入と使用状況	83
③新車購入の可能性	84
(2)レンタルユーザー	85
①基本属性	85
②レンタルバイクの使用状況	86
③二輪車購入の可能性	87
(3)過去保有層	88
①基本属性	88
②二輪車購入の阻害要因	89
(4)未保有・潜在需要層	90
①基本属性	90
②移動意識	91
③二輪車の購入意向	92
④非購入理由	93
⑤二輪車購入の阻害要因	94
4. 情報・サービス期待	
(1)マナーアップ活動の必要性	95
(2)プロモーションへの期待	96
①イベント参加状況と意向	96
②情報発信に対する期待	97
5. 新規ユーザー取り込みのための切り口	
(1)二輪車新規購入者特性	98
(2)二輪車潜在層特性	99
(3)新規二輪購入者・潜在層の情報・サービスニーズ	100

■ アンケート調査票

新車購入ユーザー調査	103
トピック調査	124

■ 本報告書を見るにあたっての留意点

新車購入ユーザー調査	使用した調査データ	<ul style="list-style-type: none"> ・郵送調査のデータを使用している。
	図表内集計ベース数値表記	<ul style="list-style-type: none"> ・集計の対象となった有効回答者数に対し、出荷台数に基づき、購入二輪車タイプ別×排気量別構成比によるウェイト補正をした(見せかけの)数値であり、灰字で表記している(詳細P.11参照)。 ・過去の調査においてベースが確認できない箇所については「-」と表記している。
トピック調査	使用した調査データ	<ul style="list-style-type: none"> ・Web調査のデータおよび、インタビュー調査の発言を使用している。
	図表内集計ベース数値表記	<ul style="list-style-type: none"> ・各分類における集計の対象となった有効回答のサンプル数である。
共通	図表内データの表記について	<ul style="list-style-type: none"> ・図表内の数値は、断りのない限り%である。 ・図表内の数値は、小数点第一位を四捨五入し表記している。そのため、項目の和が合計の数値と一致しないことがある。 ・本報告書内で、「△」「太字下線」がついているものは、有意水準5%の検定で集計ベース平均に対し+ (プラス)の有意差があるもの、「▽」がついているものは同様に- (マイナス)の有意差があるものである。 ・集計ベース数値が30サンプル未満の場合は、「*」印を付け、標本誤差が大きくなることを示している。
	各表現の定義について	<ul style="list-style-type: none"> ・平均値とはデータの合計値をデータ数で割った値のことをいう。 ・中央値とは回答結果を順に並べた時、全体の中央に位置する値のことをいう。 ・新車購入ユーザー調査を中心に、二輪車タイプは、出荷データを踏まえ以下のように分類をしている。 <p>スクーター 原付第一種(～50cc) スクーター 原付第二種(51～125cc) スクーター 軽二輪(126～250cc) スクーター 小型二輪(251cc～)</p> <p>ビジネス 原付第一種(～50cc) ビジネス 原付第二種(51～125cc)</p> <p>オンロード 原付第一種(～50cc) オンロード 原付第二種(51～125cc) オンロード 軽二輪(126～250cc) オンロード 小型二輪(251～400cc) オンロード 小型二輪(401cc～)</p> <p>オフロード 原付第二種(51～125cc) オフロード 軽二輪(126～250cc)</p>

■ 新車購入ユーザー調査

I . 調查概要

1. 調査目的

- ① 二輪車の新車を購入したユーザーの属性、需要構造、購入・使用の実態等を調査し、今後の市場動向を把握するための資料を得る。
- ② 今後の二輪車需要の維持・拡大に向けた取り組みの方向性を検討するための調査・研究とする。

2. 調査設計

新車購入ユーザー調査は以下のとおり実施した。

1. 調査手法	郵送調査法
2. 調査地域	全国
3. 調査対象者	2016年6月～2017年5月 二輪車新車購入者
4. 対象者抽出方法	<ul style="list-style-type: none"> ・調査応諾者より、タイプ別×排気量別に市場構成に合わせ対象者を割当、抽出 ・但し、輸入車は日本自動車輸入組合を通じ7社のインポーターから調査票発送のご協力を得た(7社は別記)
5. 調査期間	2017年8月15日～2017年9月28日

3. 回収結果

新車購入ユーザー調査の回収結果は以下のとおりである。

	出荷台数 (国内) ※	構成比	有効回答 サンプル数			構成比	ウェイト 補正值	補正後 表記 サンプル数 (仮想)	
			国内	輸入	計				
スクータータイプ	原付第一種(～50cc)	132,510	37.9%	1,517	1	1,518	30.0%	1.2638	1,918
	原付第二種(51～125cc)	66,936	19.1%	934	25	959	18.9%	1.0105	969
	軽二輪(126～250cc)	15,578	4.5%	187	13	200	4.0%	1.1277	226
	小型二輪(251cc～)	1,075	0.3%	73	4	77	1.5%	0.2021	16
ビジネスタイプ	原付第一種(～50cc)	35,308	10.1%	485	0	485	9.6%	1.0540	511
	原付第二種(51～125cc)	20,408	5.8%	303	0	303	6.0%	0.9751	295
オンロードタイプ	原付第一種(～50cc)	3,788	1.1%	124	0	124	2.4%	0.4423	55
	原付第二種(51～125cc)	7,592	2.2%	107	9	116	2.3%	0.9475	110
	軽二輪(126～250cc)	20,478	5.9%	292	9	301	5.9%	0.9850	296
	小型二輪(251～400cc)	9,550	2.7%	123	29	152	3.0%	0.9096	138
	小型二輪(401cc～)	25,672	7.3%	493	133	626	12.4%	0.5937	372
オフロードタイプ	原付第二種(51～125cc)	1,042	0.3%	90	0	90	1.8%	0.1676	15
	軽二輪(126～250cc)	9,701	2.8%	111	0	111	2.2%	1.2653	140
計	349,638	100.0%	4,839	223	5,062	100.0%	1.0000	5,062	

※ 日本自動車工業会 メーカーから販売店への新車卸売台数(2016年6月～2017年5月)

なお、本報告書の集計・分析にあたっては、タイプ別×排気量別構成比に合わせてウェイト補正を行っており、本報告書に表記されている集計ベースは上記表「補正後表記サンプル数(仮想)」に基づいている。本報告書では上記により見かけ上少なくなっている集計ベースを灰字で表記しているが、十分なサンプルを確保した値であり、参考値ではない。

4. 調査票発送にご協力いただいた日本自動車輸入組合 組合員(五十音順)

キムコジャパン株式会社/KTM Japan株式会社/ドゥカティジャパン株式会社/
トライアンフモーターサイクルズジャパン株式会社/ ハーレーダビットソンジャパン株式会社/
ピアッジオグループジャパン株式会社/ビー・エム・ダブリュ株式会社

5. 集計対象サンプル数

【全体】

2007年度	2009年度	2011年度	2013年度	2015年度	2017年度
5,057	5,575	5,150	5,669	5,159	5,062

【性別年代別(2017年度)】

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	計	合計
男性	74 (84)	242 (220)	401 (371)	913 (855)	1,292 (1,193)	919 (933)	337 (369)	4,178 (4,025)	5,062
女性	37 (45)	75 (83)	65 (73)	152 (167)	184 (214)	206 (252)	165 (203)	884 (1,037)	

()内はウェイト補正後表記サンプル数

6. 調査の企画・分析

調査の企画分析は、一般社団法人日本自動車工業会に設けられた調査部会・二輪車分科会があたり、調査の実施および報告書の作成は(株)ジェイ・エム・アール生活総合研究所に委託した。

本報告書に使用されている「タイプ」における参考提示車種は次のとおりである。

スクーター	ホンダ : トゥデイ、ディオ、PCX、フォルツァ、タクト ヤマハ : ビーノ、マジスティ、TMAX スズキ : レッツ、アドレス、スカイウェイブ など
ビジネス	ホンダ : スーパーカブ ヤマハ : ギア スズキ : バーディー など
オンロード	ホンダ : CB1300SF、NC750X、CRF1000L Africa Twin ヤマハ : ドラックスター、SR400 スズキ : GSR250、グラストラッカー カワサキ: Ninja 250、Ninja 1000 など
オフロード	ホンダ : CRF250L ヤマハ : セロー、WR250 カワサキ: KLX250 など

7. 調査結果の概要

今回の「新車購入ユーザー調査」では、「二輪車ユーザーの特性」「使用状況」「需要構造の変化」「購買行動」「二輪車使用評価と課題」「二輪車の楽しみ方と期待」「今後の意向」について時系列的な変化を調査した。

(1) 二輪車をめぐる諸環境

二輪車需要は13年度以降、緩やかな減少が続いており、新規免許取得者数の減少も継続している。

- ・二輪車需要台数は、排ガス規制やリーマンショックの影響をうけ、08年度～09年度に大幅に減少した。以降40万台で微増・微減が続いていたが、15年度以降は40万台を割り込んでいる。
- ・新規免許取得者数は、原付免許、普通・大型二輪免許ともに、持続的な減少が続いている。新規の免許取得者を増やし、需要を活性化していくことが求められる。

(2) 二輪車ユーザーの特性

長期的に高齢化が進み、若いユーザーが減少傾向にある。

- ・二輪車ユーザーの平均年齢は、52.7歳。前回(52.9歳)とはほぼ同水準であったが、長期的には徐々に高齢化している。二輪車のタイプのうち38%を占めるスクーター(～50cc)ユーザーの平均年齢は、54.4歳。他のタイプと比較して高齢化が顕著であり、平均年齢を押し上げている。
- ・保有免許の種類は、「四輪普通免許で原付」が31%、「大型二輪」が32%、「普通二輪免許限定なし」が23%となっている。前回から大きな変化はない。
- ・二輪車の世帯保有は、「1台(単数保有)」が61%と前回と比較して9ポイント増加。一方、複数保有の割合は31%と前回より減少。平均の保有台数は1.5台で、前回(1.7台)よりやや減少している。

(3) 使用状況

二輪車の使用日数、走行距離が減少。二輪車に乗る機会が減っている。

- ・二輪車の主な用途は、「通勤・通学で会社・学校まで」が最も高く30%を占める。次いで「買い物・用足し」が22%である。スクーターは小型二輪(251cc～)を除き、通勤・通学に最も多く使われており、「駅まで」「会社・学校まで」「買い物・用足し」を合わせると7～8割近くを占める。原付第一種(～50cc)を除くオンロードとオフロードでは「ツーリング」が多く、次いで「趣味・レジャー」が多い。
- ・二輪車の週間使用日数は、平均3.9日と前回よりも減少、月間走行距離も、平均265kmと前回よりも減少している。オンロード、オフロードで使用日数、走行距離の減少がみられる。

(4) 需要構造の変化

新規購入者が減少し、一時中断・再度購入者を下回る水準へ。

既存ユーザーの買い替え需要が顕著に多くなるなか、平均使用年数の長期化が需要を押し下げている。

- ・二輪車の購入形態は、「買い替え」が6割を占めるなか、「新規購入」が「一時中断・再度購入」を下回る水準となった。新規購入者が多いオンロードでも09年度から継続的に「新規購入」が減少している。
- ・直前使用車の使用年数は、平均6.5年と前回の6.3年からやや長期化が復調傾向である。「オンロード251～400cc」では3.3年から4.2年、「オンロード251～400cc」では3.3年から4.2年、「オンロード400cc～」では3.9年から4.2年に伸びている。直前使用車の処分方法は、「下取り」が13年度から徐々に伸びている。

7. 調査結果の概要(つづき)

(5) 購買行動

販売店に加え、ネット情報が購入に影響。新規購入者では、メーカーWebサイトが重要な情報源となっている。

新規購入者では、身軽に動ける、行動範囲が広がるなどを中心に、二輪車への期待感が前回から上昇している。

- ・購入二輪車の情報源は、「販売店での実物」と「販売店の店員の話」が最も高く、次いで「メーカーのWebサイト」が続く。女性は販売店の店頭、男性はWebサイトを活用して情報に接触している。若年層(29歳以下)は、家族や友人・知人からの情報やSNSからも情報を得ている。新規購入者では「メーカーのWebサイト」が最も高く、エントリー層の重要な情報源としての役割がみられる。
- ・新規購入理由は、「身軽に動ける」が最も高く、次いで「行動範囲が広がる」「移動の時間が短縮できる」「自転車より楽だと思う」が続く。ほぼすべての項目で前回は上回っており、二輪車への期待感が上昇していることがうかがえる。
- ・買い増し(増車)理由は、「現保有の二輪車と違うタイプに乗りたい」が最も高く、前回と比較して増加傾向である。次いで「現保有の二輪車と違う排気量に乗りたい」「場所の遠近で使い分けする」が続く。
- ・再購入理由(一時中断後の再購入ユーザー)は、「趣味として楽しみたい」が最も高く、次いで「操る楽しさがある」「今乗らないと二度と乗れなくなる」「交通の便の悪さを解消したくて」が続く。

(6) 二輪車使用評価と課題

購入二輪車に対する事前期待(購入したときに期待していたこと)は、自転車に比べて楽に移動できることがあがるが、新規購入者では、行動範囲が広がり、今まで行けなかったところに行ける、大人になった気分を味わえるなど、よりポジティブな期待があがる。

新規購入者では、仲間づくりが事前期待として上昇しているが、充足度は他の期待と比較すると相対的に低い。

実際の使用にあたっては、駐車場、高速道路料金などは改善傾向にあるとはいえ、ユーザーの不満は根強い。

- ・二輪車に対する事前期待は、「自転車に比べて楽に移動できる」「燃費がよい」「身軽に動ける」が6割を超えている。新規購入者では、上位は「自転車に比べて楽に移動できる」「身軽に動ける」「移動時間が短縮できる」の順となっており、いずれも7割を超えている。他と比較すると「以前に比べて行動範囲が広がる」「これまで行けなかったところに行ける」「大人になった気分を味わえる」が高い。
- ・新規購入者では、「二輪車を通じて新しい仲間や友人に出会える」が継続的に増加、仲間づくりに対する期待が高まっている。一方で、「タンデム走行が楽しめる」は低下している。期待充足度では、新規購入者でのみ「二輪車を通じて新しい仲間や友人に出会える」の期待充足度が7割に達しておらず、他の期待と比較して充足度に改善の余地がみられる。
- ・満足度が高いのは、「女性10代」「女性30代」「オフロード原付第二種」「オンロード小型二輪(251~400cc)」「オンロード軽二輪」である。満足度形成要因は、「二輪車を操る楽しさが味わえる」「乗っていて爽快感を得られる」「余暇時間が豊かになる」「自由を感じることができる」「高揚感を味わえる」など情緒的な要因である。
- ・二輪車使用時に、駐車場で困った経験は30%。前回(37%)と比較して減少している。駐車場所がないことに困った経験が多い東京23区は53%と高いが、前回(69%)と比較して減少している。ただ、減少したとはいえ、半数以上が感じる困りごとである。駐車場で困った場所では、「駅周辺」「繁華街」「自宅」が多い。
- ・高速道路走行での改善意向では、「高速道路料金を安くしてほしい」が最も高く、次いで「サービスエリアでの二輪の駐車場を増やしてほしい」があがる。高速道路料金が普通車の半額になった場合に想定される行動で最も高いのは「利用頻度が増える」で、次いで「利用距離が延びる」が高い。

7. 調査結果の概要(つづき)

(7) 二輪車の楽しみ方と期待

二輪車を使った遊びの実施意向が高い(一般的なツーリングに加え、サーキット体験走行や海外ツーリング)。アパレルの購入に対する意向が高い。新規購入者は様々な楽しみ方を期待して二輪車にエントリーしている。駐車場不足、高速道路料金や維持費の低減への改善期待が高い。

- ・実施したことがあるレクリエーションは、「日帰りのツーリング」が最も高く、次いで「峠道を走る」「宿泊してのツーリング」が高い。実施意向が高いのは一般的なツーリングが中心であるが、実施経験以上に意向が高いレクリエーションとしては「サーキットでの体験走行」「海外でのツーリング」があげられる。新規購入者では「宿泊してのツーリング」に加え、「カスタム・ドレスアップ」の意向が高い。
- ・所有している洋用品の上位は、「ライダー用グローブ」「バイクカバー」「ライダー用ジャケット」「盗難防止ロック」である。前回と比較すると「ライダー用ジャケット」「ETC」「アクセサリソケット」「インカム」の所有が上昇。所有意向では「ライダー用ジャケット」が最も高く、「ライダー用グローブ」「ライダー用レインウエア」などアパレルの購入意向が高い。
- ・二輪車の楽しみ方情報源は、「二輪車専門誌」「販売店の店員の話」「バイク仲間の話」「メーカーのWebサイトや会員向け情報サービス」「その他友人・知人の話」の順に高く、リアルな口コミとメーカー発信情報が上位にあがる。新規購入者では、「その他友人・知人の話」「家族の話」、加えて「有名人のSNSへの投稿やブログ」が全体と比較して高く、身近なところから情報を得ている様子がうかがえる。
- ・二輪車や二輪車に乗っている人のイメージは、「人生を楽しんでいる」「自由」が高い。新規購入者が感じるイメージは、「かっこいい」「男性的」「経済的に余裕がある」「スピーディー」「パワフル」「目立つ」などであり、他人からの視線を意識している様子がうかがえる。
- ・二輪車に乗ることで実現したいことは、「無駄な支出や時間を省いて便利な生活がしたい」といった効率的な生活の実現期待が上位にあがっている。一方で、ビジネス原付第二種、オンロードでは、「自由に動き回りたい」「気軽に自然と触れ合いたい」「できるだけいろいろなところに行きたい」「新しい体験ができるワクワク感を味わいたい」「何かに没頭できる生活をしたい」などが高く、生活をより楽しむためのものとしての二輪車期待が確認できる。
- ・施設やインフラに対する要望では、「任意保険料の低料金化」「施設・出かけ先、二輪専用駐車場の整備拡大」「高速料金の低料金化」が高い。
- ・製品・サービスに対する要望では「整備・部品費用の低価格化」が圧倒的に高く、次いで「任意保険サービスの拡充」「安全性／ファッション性をより高めた装備の開発・販売」であった。情報に対する要望では「修理・メンテナンス情報」「新製品・モデルに関わる情報」「駐車場情報」が上位にあがる。
- ・新規購入者では「安全性／ファッション性をより高めた装備の開発・販売」「バイク用スマートフォンアプリの充実」「ライダー向け運転・操作技術向上の講座開催情報」「修理・メンテナンス情報」「駐車場情報防犯・保管情報」「運転・操作技術に関わる情報」に対する期待が高い。

(8) 今後の意向

二輪車の継続乗車意向は根強いものの、今後、高齢化に伴い二輪車への乗車を断念せざるをえないユーザーが増えることが予想される。上級免許取得意向が減少するなか、大型二輪の取得意向は継続して高い。

- ・二輪車継続乗車意向は根強いが、男女とも60代を超えると「10年以内に乗らなくなる(乗れなくなる)と思う」「あと数年で乗らないようにするつもり」が高くなっているため、高齢化とともに二輪車を断念せざるをえないユーザーが増えることが予想される。
- ・今後の上級免許取得意向は27%、07年度以降継続的に減少している。取得意向が最も高いのは「大型二輪」の14%である。「大型二輪」免許取得の意向が高いのは、男性20～50代、新規購入者、女性の一部(126cc以上の新規購入ユーザー)である。

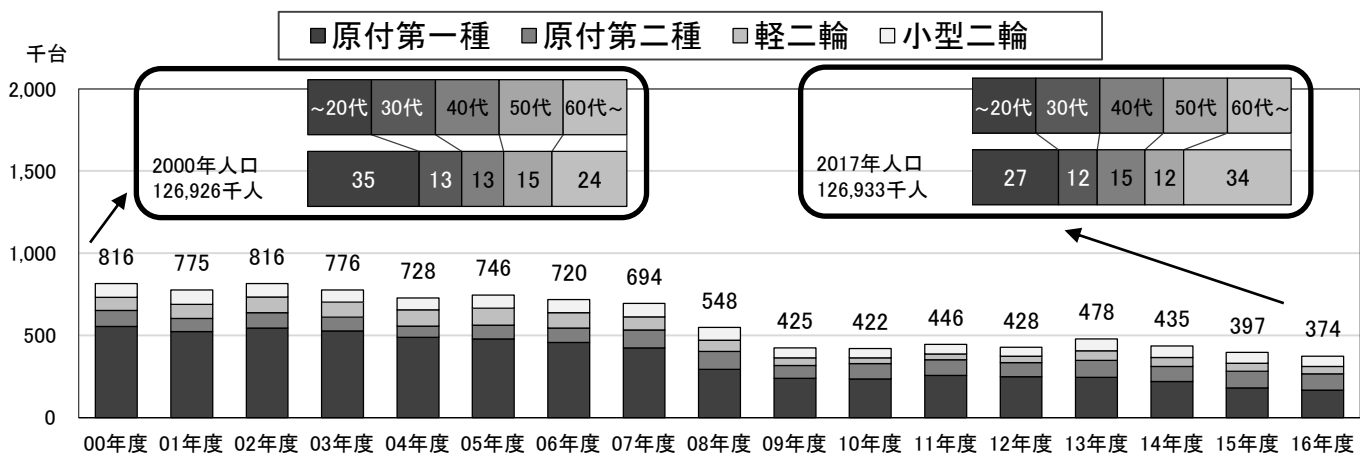
II. 調査結果

1. 二輪車をめぐる諸環境

(1) 二輪車の普及状況と人口の推移

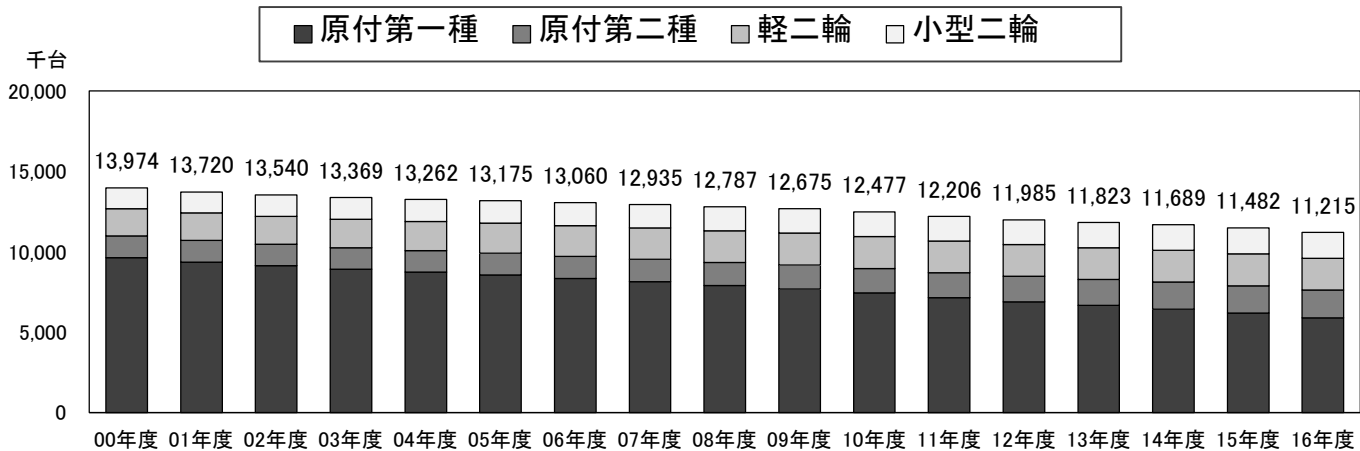
- <二輪車需要台数の推移>をみると、02年度以降、07年度まで緩やかな減少傾向が続いた。その後、08年度は違法駐車取り締まりによる深刻な駐車場不足、09年度は排ガス基準強化やリーマンショックの影響を受け、08年度は548千台、09年度は425千台と大きく減少した。以降は14年度まで横ばいの状況が続いていたが、15年度に00年度以降初めて400千台を下回った。
- <二輪車保有台数の推移>をみると、年々緩やかな減少傾向が続いており、特に「原付第一種」の減少が確認できる。
- <人口構成>をみると、15年以降総人口の減少傾向は続くと思われ。しかしながら、70代以上の人口は増加傾向にあり、高齢化がさらに進行することが予測される。

<二輪車需要台数の推移>



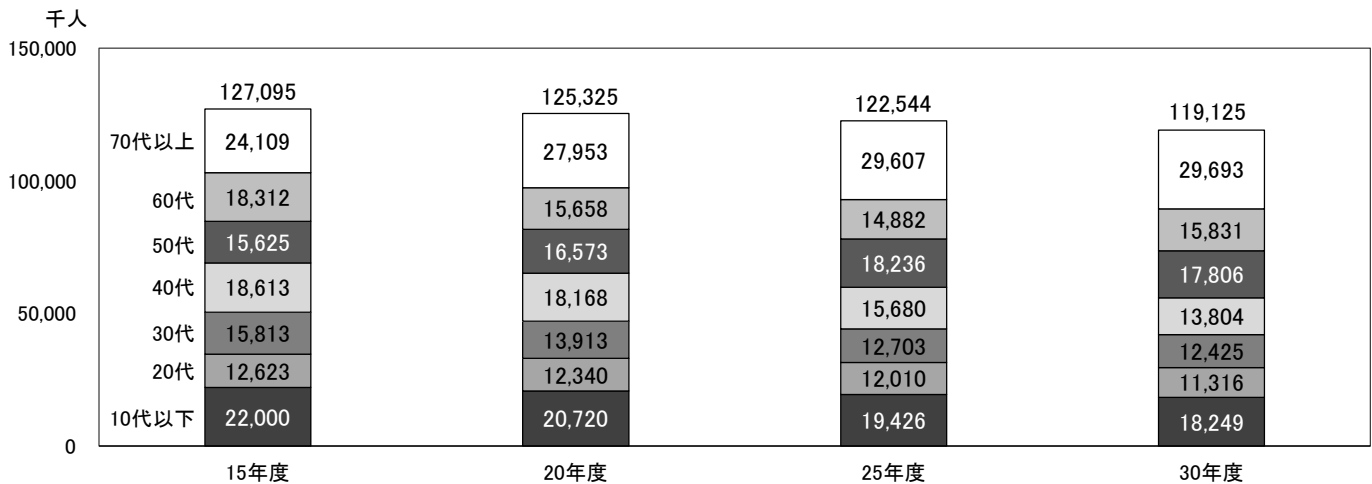
出所) 日本自動車工業会・全国軽自動車協会連合会
総務省統計局「全国 統計人口(総人口)」

<二輪車保有台数の推移>



出所) 国土交通省

<人口構成>

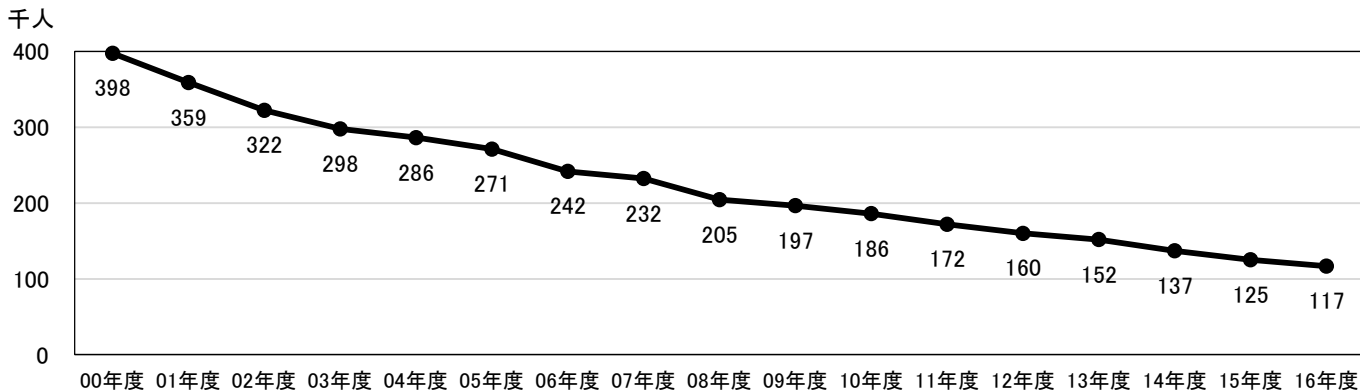


出所) 国立社会保障・人口問題研究所(中位推計)

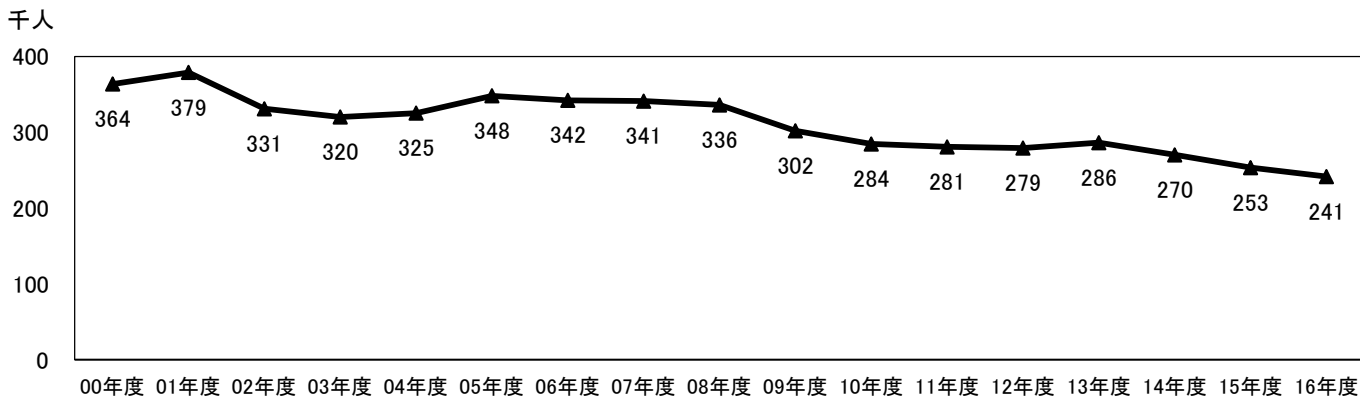
(2) 免許取得者の推移

- <新規免許取得者数の推移>をみると、原付免許は減少傾向が続く中、03年度に300千人、09年度に200千人を割り込み、16年度には10年前の半数以下となる117千人に減少。普通・大型二輪免許は02年度から8年度まで330千人前後の横ばいであったが、09年度にやや減少し、10年度には300千人を割り込んだ。以降は280千人前後の横ばいが続いたものの、16年度には241千人まで再び減少傾向で推移している。
- AT限定でみると、「普通二輪AT限定」は、08年度に13.8千人であったが年々減少し、16年度には3.4千人まで減少している。一方、「小型限定二輪AT限定」については、08年度の5.9千人と比べ、16年度は10.2千人まで増加しており、増加傾向にある。「大型二輪AT限定」は07年度以降、100人前後の横ばいが続く。

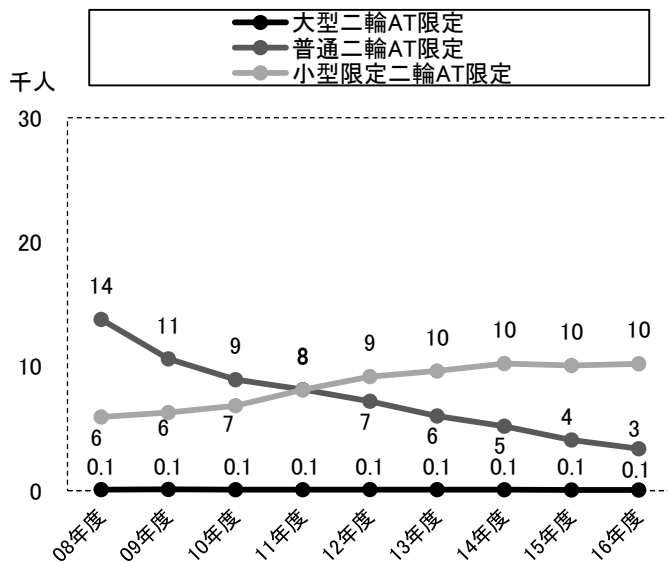
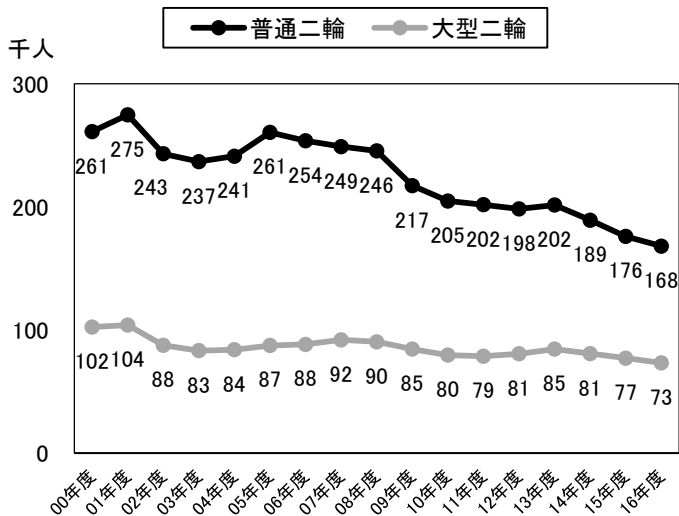
<新規免許取得者数の推移>(原付免許)



<新規免許取得者数の推移>(普通・大型二輪免許)



<新規免許取得者数の推移>(AT限定)



2. 二輪車ユーザーの特性

(1) 運転者特性

① 属性別購入二輪車

- <属性別購入二輪車>をみると、全体では「スクーター原付第一種(～50cc)」の38%が最も高く、「スクーター原付第二種(51～125cc)」の19%、「ビジネス原付第一種(～50cc)」の10%が続いている。
- 性別年代別にみると、男性10～20代の若年層は「オンロード軽二輪(126～250cc)」が多く、60代以上の高齢層では「ビジネス原付第一種(～50cc)」「ビジネス原付第二種(51～125cc)」が多い。女性では「スクーター原付第一種(～50cc)」がどの年代でも多いものの、女性20代で「オンロード軽二輪(126～250cc)」が高く、若い女性ライダーの特徴がみられる。
- 年収別では、200万円未満は「スクーター原付第一種(～50cc)」が多い。また、年収が上がるにつれ、「オンロード小型二輪(251～400cc)」が多くなる傾向がある。
- 職業別では、会社経営者は「オンロード小型二輪(401cc～)」が多い。
- 購入パターン別では、新規購入は「スクーター原付第一種(～50cc)」が最も多いものの、「オンロード軽二輪(126～250cc)」「オンロード小型二輪(251～400cc)」も高く、エントリー層にオンロード車が受け入れられていることがうかがえる。

<属性別購入二輪車>

％

		n	スクーター原付第一種	スクーター原付第二種	スクーター原付第一種	スクーター原付第二種	スクーター原付第一種	スクーター原付第二種	スクーター原付第一種	スクーター原付第二種	スクーター原付第一種	スクーター原付第二種	スクーター原付第一種	スクーター原付第二種	
全体		5,062	38	19	4	0	10	6	1	2	6	3	7	0	3
性別	男性	4,025	▽28	△22	△5	0	10	△7	1	3	△7	△3	△9	0	△3
	女性	1,037	△76	▽7	▽1	0	9	▽1	▽0	▽1	▽3	▽1	▽1	0	▽0
性別年代	男性10代(16歳以上)	84	△68	▽10	▽0	0	9	▽0	1	2	6	3	▽0	0	2
	男性20代	220	▽26	▽12	3	0	▽4	3	1	3	△23	△7	△14	1	3
	男性30代	371	▽22	23	5	0	▽5	4	1	3	△13	△5	△12	1	△6
	男性40代	855	▽22	△29	5	0	▽6	6	1	△4	7	△4	△10	0	△5
	男性50代	1,193	▽24	△26	△6	0	▽7	7	△2	△3	5	3	△12	0	△4
	男性60代	933	▽32	18	△7	0	△16	△10	1	▽1	4	2	▽4	0	2
	男性70代以上	369	△43	▽12	2	0	△27	△12	0	▽0	▽1	▽0	▽1	0	▽0
	女性10代(16歳以上)	45	△92	▽2	0	0	5	0	1	0	0	0	0	0	0
	女性20代	83	△63	▽10	1	0	6	2	1	0	△13	0	4	0	0
	女性30代	73	△69	▽7	0	0	12	1	1	4	4	0	2	0	0
	女性40代	167	△59	16	▽1	0	8	▽1	0	1	6	3	4	0	1
	女性50代	214	△74	▽11	▽1	0	7	▽1	0	1	▽1	▽0	▽1	0	1
	女性60代	252	△85	▽5	▽0	0	9	▽0	0	▽0	▽0	▽0	▽0	0	▽0
	女性70代以上	203	△87	▽0	▽1	0	11	▽0	0	▽0	▽0	▽0	▽0	0	▽0
年収	200万円未満	875	△61	▽10	▽1	0	△14	▽3	1	1	5	▽1	▽2	0	▽1
	200～400万円未満	1,373	38	17	5	0	△13	△8	1	2	7	3	▽5	0	2
	400～600万円未満	1,043	▽27	△24	△7	0	▽7	6	1	△3	7	3	△10	1	△4
	600～800万円未満	553	▽20	△28	5	0	▽6	5	2	3	7	3	△14	0	△6
	800～1000万円未満	250	▽20	△28	6	1	▽5	△9	2	3	6	3	△14	0	5
	1,000～1,500万円未満	138	▽27	18	6	△1	5	4	2	2	6	△7	△18	0	4
	1,500万円以上	51	27	20	△11	1	▽0	8	3	4	2	2	△22	1	0
職業	会社経営者	153	▽20	16	△10	1	9	8	△4	1	3	4	△20	0	5
	フルタイム勤務者	2,271	▽26	△25	△6	0	▽5	5	1	△3	△8	△4	△11	0	△4
	契約社員・アルバイト	849	△50	18	▽3	0	12	5	1	1	5	▽1	▽2	0	▽1
	自営業	369	▽26	▽14	4	0	△25	△10	1	2	4	3	7	0	3
	学生	185	△68	▽8	▽0	0	▽5	▽1	0	2	△12	2	▽2	0	▽0
	その他職業	217	40	18	6	0	7	6	1	2	7	2	8	0	2
	専業主婦・無職	789	△57	▽10	▽3	0	△15	7	1	▽1	▽2	▽1	▽2	0	▽0
購入パターン	新規購入	553	△49	▽10	▽3	0	11	▽3	1	▽1	△14	△5	▽3	0	2
	買い替え	2,682	△45	20	4	0	11	▽5	▽0	▽1	▽3	▽2	▽6	▽0	▽2
	複数所有買い替え	442	▽17	21	△7	1	9	8	1	△4	△9	3	△14	0	△6
	買い増し	601	▽19	19	5	0	▽5	△8	△4	△6	△8	△4	△14	△1	△7
	一時中断・再購入	698	▽28	22	5	0	12	△9	△2	3	6	3	▽5	0	3

注) △■:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

②運転者特性の変化

- <二輪車購入者年代>をみると、「50代」が28%と最も高く、「60代」が23%、「40代」が20%と続いている。平均年齢は52.7歳となっている。
- 性別をみると、男性は前回と比較するとほぼ同水準であったが、11年度から徐々に高齢化している。
- <排気量別年代>をみると、スクーター～50ccでは「70代以上」の占める割合が18%と、他の車種と比較して高い。オンロードをみると、126～250cc、251～400ccで60代が増加している。

<二輪車購入者年代>

凡例	n	%						平均年齢(歳)	女性比率(%)	
		10代	20代	30代	40代	50代	無回答			
07年度	5,057	5	12	18	21	44	0	—	22	
09年度	5,575	4	8	16	23	48	0	—	24	
11年度	5,150	4	7	14	23	51	1	(49.9)	21	
13年度	5,669	4	5	10	22	25	21	10	4 (51.4)	22
15年度	5,159	3	6	9	20	25	23	13	3 (52.9)	20
17年度	5,062	3	6	9	20	28	23	11	0 (52.7)	21

60代 70代以上

凡例	%						平均年齢(歳)	女性比率(%)
	10代	20代	30代	40代	50代	無回答		
07年度	5	10	19	22	43	0	—	—
09年度	4	8	18	25	45	0	—	—
11年度	3	7	15	25	49	0	(49.5)	—
13年度	3	5	10	24	28	21	9	0 (51.3)
15年度	3	6	9	22	28	22	11	0 (52.1)
17年度	2	6	9	21	30	23	9	0 (52.4)

男性

女性

凡例	%						平均年齢(歳)	女性比率(%)
	10代	20代	30代	40代	50代	無回答		
07年度	7	20	12	15	46	1	—	—
09年度	6	8	11	16	59	0	—	—
11年度	6	8	11	17	58	0	(51.2)	—
13年度	8	6	9	17	22	25	14	0 (51.7)
15年度	2	6	7	14	20	30	22	0 (56.1)
17年度	4	8	7	16	21	24	20	0 (54.0)

注)

13年度より

<年齢・性別>50代以上を「50代」「60代」「70歳以上」に分割
<年齢・排気量別>50代以上を「50代」「60歳以上」に分割

17年度より

<年齢・排気量別>60代以上を「50代」「60代」「70歳以上」に分割

注) 平均年齢の算出:09年度まで年齢は5歳刻みの年代で聴取していたため「-」で表示している

<排気量別年代>

凡例	%						平均年齢(歳)	女性比率(%)	
	10代	20代	30代	40代	50代	無回答			
07年度	8	11	15	18	48	0	—	31	
09年度	7	7	12	18	55	2	—	43	
11年度	6	5	11	21	56	2	(50.9)	33	
13年度	6	5	7	18	26	35	4	(52.1)	37
15年度	4	5	5	16	21	46	3	(55.2)	36
17年度	5	6	7	15	23	27	18	0 (54.4)	41

60代 70歳以上

凡例	%						平均年齢(歳)	女性比率(%)
	10代	20代	30代	40代	50代	無回答		
11年度	5	20	33	41	1	1	(47.6)	7
13年度	2	13	31	29	19	4	(49.6)	8
15年度	4	12	27	30	23	2	(50.2)	6
17年度	4	9	28	34	19	5	0 (51.5)	8

スクーター 51～125cc

凡例	%						平均年齢(歳)	女性比率(%)	
	10代	20代	30代	40代	50代	無回答			
07年度	4	26	23	23	23	0	—	15	
09年度	5	22	27	26	20	1	—	8	
11年度	5	25	22	26	22	0	(38.9)	18	
13年度	4	16	22	25	20	11	2	(42.2)	9
15年度	4	14	19	27	26	9	2	(42.7)	10
17年度	2	21	17	23	22	14	0	(43.2)	10

オンロード 126～250cc

凡例	%						平均年齢(歳)	女性比率(%)	
	10代	20代	30代	40代	50代	無回答			
07年度	3	27	29	22	19	0	—	13	
09年度	4	22	23	30	20	0	—	4	
11年度	3	23	21	29	24	0	(39.5)	4	
13年度	4	16	19	29	19	10	4	(41.9)	5
15年度	3	16	11	25	35	8	2	(44.4)	2
17年度	2	11	13	29	28	16	0	(46.6)	5

オンロード 251～400cc

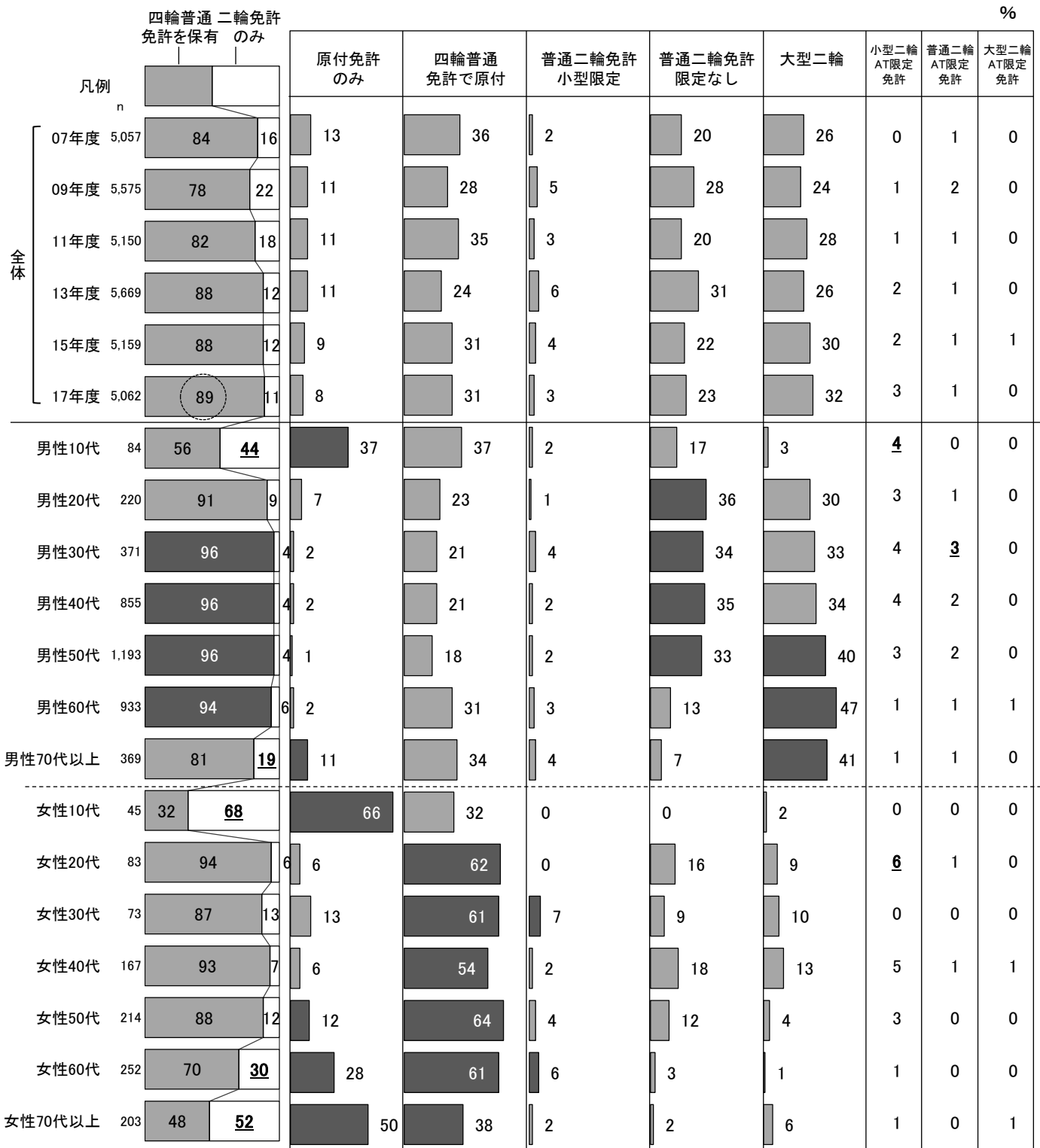
凡例	%						平均年齢(歳)	女性比率(%)
	10代	20代	30代	40代	50代	無回答		
07年度	13	32	38	17	0	—	—	2
09年度	12	30	33	23	1	—	—	2
11年度	12	19	36	32	0	(44.0)	—	3
13年度	6	15	33	32	10	3	(47.2)	5
15年度	8	12	30	37	12	1	(47.6)	3
17年度	9	13	26	40	11	0	(47.7)	4

オンロード 401cc～

(2) 免許併有状況

- <四輪普通免許の保有状況>をみると、「四輪普通免許を保有」は89%であった。13年度より大きな変化はない。
- 性別年代別の「二輪免許のみ」保有率では、男性は10代の44%、70代以上の19%、女性は10代の68%、60代の30%、70代以上の52%が高く、男女ともに10代、70代以上では、四輪車ではなく二輪車が重要な交通手段になっていることがわかる。
- <二輪免許の保有パターン>をみると、前回から大きな変化はみられない。
- 性別年代別では、男女ともに10代は「原付免許のみ」が高い。「四輪普通免許で原付」は、女性20代~70代以上で高い。「普通二輪免許小型限定」は、全体と比較して、女性30代と60代が高い。「普通二輪免許限定なし」は男性の20代~50代の免許保有率が高い。「大型二輪」は男性の50代~70代以上の保有率が高く、保有率は40%を超えている。

<四輪普通免許の保有状況> <二輪免許の保有パターン>

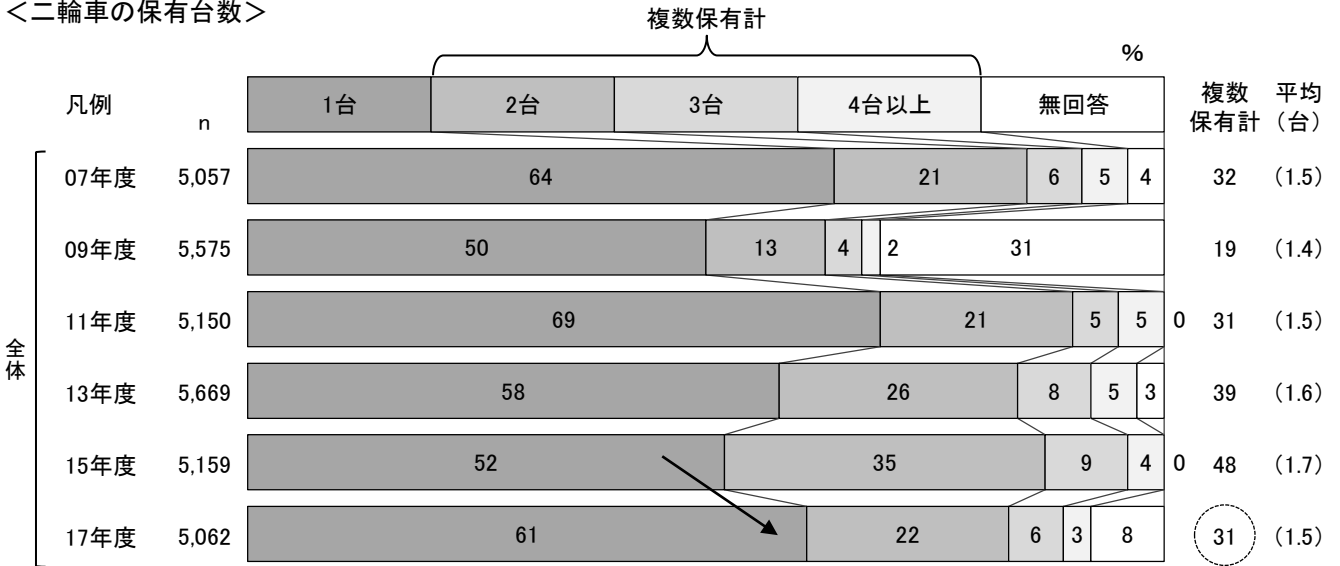


注) **太字**: 全体+有意差(5%水準) ■ : 全体+有意差(5%水準)

(3) 二輪車複数保有状況

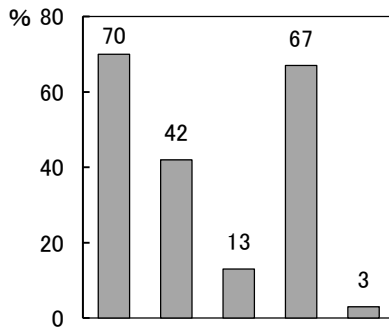
- <二輪車の保有台数>をみると、「1台(単数保有)」が61%と、前回の52%から増加している。一方、「複数保有」の割合は、31%と前回より大幅に減少している。保有台数の平均は1.5台であった。
- <二輪車以外の車両世帯保有状況>をみると、「普通・小型四輪車」が70%と最も高く、次いで「自転車」が67%、「軽四輪車」が42%となっている。普通・小型四輪車と軽四輪車、電動アシスト自転車の保有率は、13年度と比較すると増加している。
- 購入二輪車別では、スクーター原付第二種(51~125cc)では「普通四輪車」「電動アシスト自転車」「自転車」の併有が多い。ビジネスは原付第一種(~50cc)、原付第二種(51~125cc)ともに「軽四輪車」との併有が多い。オンロード軽二輪(126~250cc)やオフロードでは「普通四輪車」との併有が多い。

<二輪車の保有台数>



注) 二輪車の保有台数の平均(台)は、4台以上は4台として算出した

<二輪車以外の車両の世帯保有状況>



	世帯保有率 %				保有台数平均
	13年度	15年度	17年度	17年-13年差	
普通・小型四輪車	66	70	70	+4	1.3台
軽四輪車	36	40	42	+6	1.3台
電動アシスト自転車	10	12	13	+3	1.1台
自転車	69	70	67	-2	2.0台

	n	普通四輪車	軽四輪車	電動アシスト自転車	自転車	持っていない	
全体	5,062	70	42	13	67	3	
購入二輪車	スクーター 原付第一種(~50cc)	1,918	▽ 66	▽ 40	12	▽ 62	4
	スクーター 原付第二種(51~125cc)	969	△ 73	▽ 37	△ 16	△ 70	3
	スクーター 軽二輪(126~250cc)	226	70	▽ 34	△ 22	66	3
	スクーター 小型二輪(251cc~)	16	73	30	21	58	10
	ビジネス 原付第一種(~50cc)	511	▽ 60	△ 47	12	▽ 61	△ 5
	ビジネス 原付第二種(51~125cc)	295	67	△ 52	11	70	2
	オンロード 原付第一種(~50cc)	55	81	50	9	71	2
	オンロード 原付第二種(51~125cc)	110	69	50	12	△ 78	2
	オンロード 軽二輪(126~250cc)	296	△ 76	46	11	△ 73	2
	オンロード 小型二輪(251~400cc)	138	△ 79	45	10	69	4
	オンロード 小型二輪(401cc~)	372	△ 79	△ 49	12	△ 72	2
	オフロード 原付第二種(51~125cc)	15	82	58	10	73	0
	オフロード 軽二輪(126~250cc)	140	△ 84	42	10	△ 75	1

注) △■: 全体+有意差(5%水準) ▽: 全体-有意差(5%水準)
 灰字: 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

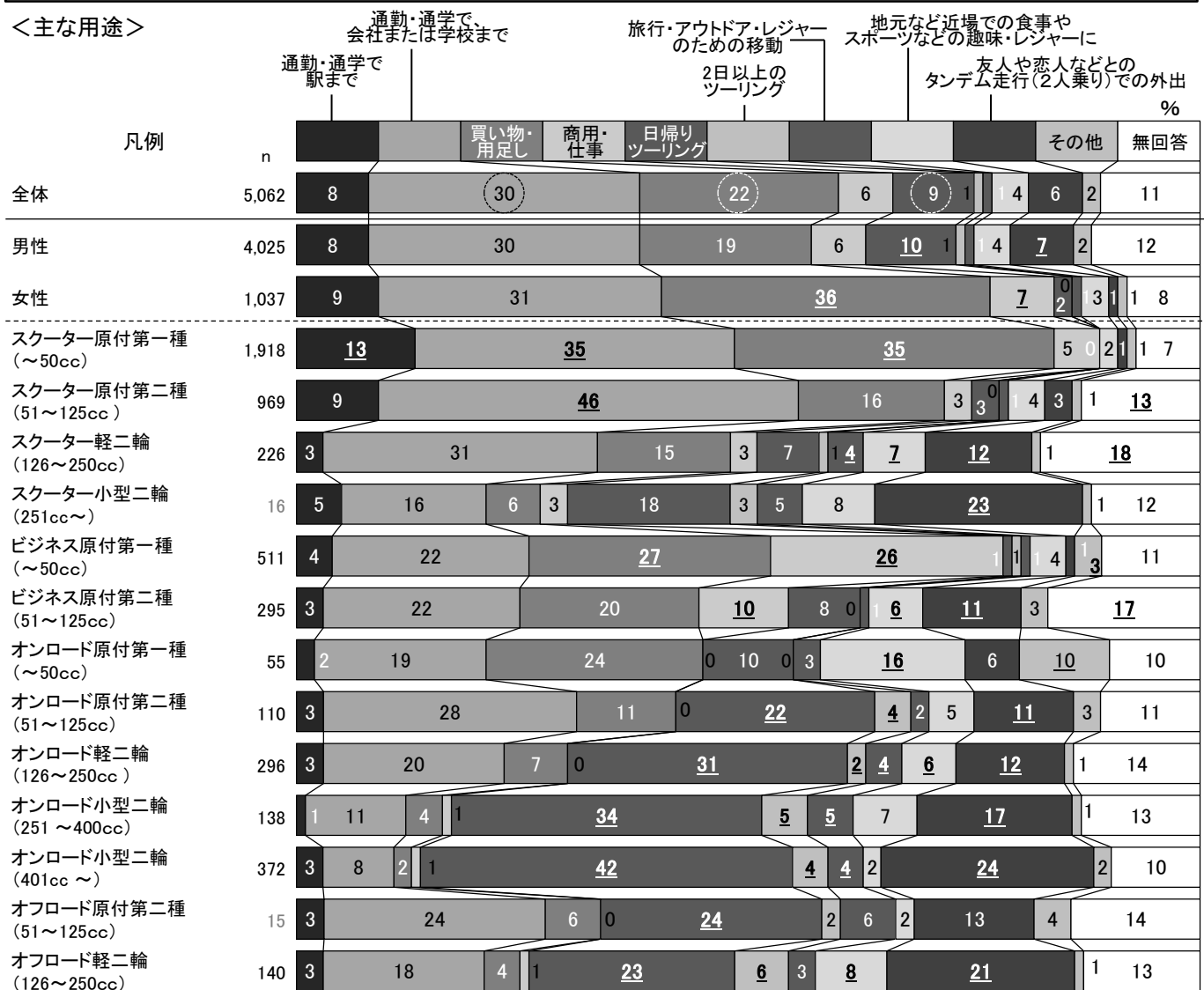
3. 使用状況

(1) 使用実態

①用途

- <主な用途>をみると、「通勤・通学で会社または学校まで」が最も多く30%を占める。次いで「買い物・用足し」が22%、「日帰りのツーリング」が9%であった。
- 性別では、男性は「日帰りのツーリング」や「友人や恋人などとのタンデム走行(2人乗り)での外出」が高い。女性は、「買い物・用足し」や「商用・仕事」が高い。
- 購入二輪車別では、スクーター原付第一種(～50cc)は「通勤・通学で会社または学校まで」「買い物・用足し」の35%が高い。スクーター原付第二種(51～125cc)では、「通勤・通学で、会社または学校まで」の46%が高い。オンロードでは、排気量が上がるにつれて「日帰りのツーリング」と「友人や恋人などとのタンデム走行(2人乗り)での外出」が高くなる傾向がある。

<主な用途>



<参考: 前回調査までの主な用途>

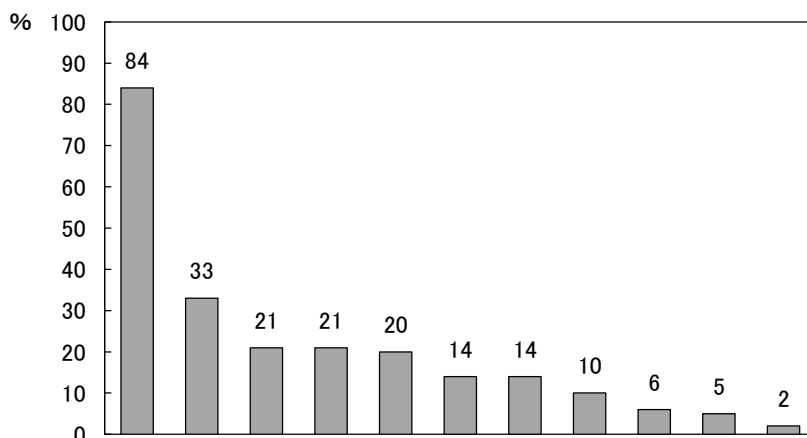
凡例	n	駅まで	会社・学校まで	買い物・用足し	商用・仕事	ツーリング	その他	無回答
07年度	5,057	9	39	30	7	9	4	3
09年度	5,575	8	37	30	7	10	3	4
11年度	5,150	12	45	22	8	9	4	1
13年度	5,669	10	38	30	7	11	3	1
15年度	5,159	9	40	18	9	17	3	4
17年度	5,062	8	30	22	6	10	13	11

注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

②ツーリング相手

- <ツーリング相手>をみると、「一人で」の84%が最も多い。次いで「友人・知人」が33%、「SNSで知り合った友人・仲間」と「自分の親・子」が21%であった。
- 性別では、女性は「配偶者」の44%、「恋人・好きな人」の27%が高いことが確認できる。
- 購入二輪車別では、スクーター原付第一種（～50cc）は「販売店の店長やスタッフ」の21%が高い。オンロード軽二輪（126～250cc）では、「友人・知人」「SNSで知り合った友人・仲間」が高く、オンロード小型二輪（401cc～）では、「友人・知人」「SNSで知り合った友人・仲間」「自分の親・子」「バイク関連以外のサークルや集まりなどの仲間」が多い。

<ツーリング相手>



		n	一人で	友人・知人	SNSで知り合った友人・仲間	自分の親・子	お店のツーリングイベントなどで知り合ったバイク関連の仲間	バイク関連のサークルや集まりなどの仲間	配偶者	販売店の店長やスタッフ	恋人・好きな人	バイク関連以外のサークルや集まりなどの仲間	その他
ツーリングを行う人		1,672	84	33	21	21	20	14	14	10	6	5	2
性別	男性	1,585	86	33	21	22	20	14	12	10	▽ 4	5	2
	女性	87	▽ 55	▽ 22	25	16	26	15	△ 44	14	△ 27	3	2
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	67	87	▽ 11	▽ 6	▽ 6	15	9	6	△ 21	6	6	2
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	281	85	▽ 22	▽ 10	▽ 15	△ 28	▽ 9	16	△ 14	▽ 3	4	1
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	133	85	▽ 23	▽ 9	19	23	▽ 7	△ 21	11	△ 10	4	3
	スクーター 小型二輪(251cc～)	13	77	31	16	36	23	20	28	11	6	6	2
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	57	87	▽ 17	▽ 7	▽ 9	17	▽ 4	11	△ 22	2	△ 11	2
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	151	87	30	▽ 13	20	18	▽ 8	▽ 7	14	▽ 1	6	3
	オンロード 原付第一種(～50cc)	19	81	19	19	19	21	16	7	21	5	5	0
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	82	92	31	21	22	28	9	14	10	5	5	0
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	256	83	△ 42	△ 28	19	18	13	15	7	6	3	3
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	125	82	36	25	23	▽ 13	12	12	▽ 4	7	4	3
オンロード 小型二輪(401cc～)	353	84	△ 43	△ 36	△ 30	17	△ 27	15	▽ 7	8	4	4	
オフロード 原付第二種(51～125cc)	11	85	35	26	24	31	16	15	9	6	3	3	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	124	81	41	21	△ 29	23	17	10	5	6	8	1	
購入パターン	新規購入	171	▽ 78	39	24	19	17	9	12	9	△ 9	4	2
	買い替え	647	86	30	19	18	20	13	12	11	6	4	2
	複数所有買い替え	226	81	39	△ 27	△ 27	25	△ 23	18	8	5	6	3
	買い増し	340	82	37	24	△ 28	23	△ 18	17	11	8	6	3
一時中断・再購入	268	△ 90	▽ 27	17	17	17	▽ 6	11	10	▽ 1	4	2	

注) △ ■ : ツーリングを行う人 + 有意差(5%水準) ▽ : ツーリングを行う人 - 有意差(5%水準)
 灰字: ウェイト補正による見せかけのベースであり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

(2) 使用頻度／月間走行距離

①購入二輪車別

- <週間使用日数>をみると、全体では「平均3.9日」と減少している。
- タイプ別では、「スクーター(～50cc)」が平均4.8日と最も多く、次いで「ビジネス(～50cc)」の4.7日が多い。最も少ないのは「オンロード(401cc～)」で1.0日となっている。
- <月間走行距離>をみると、全体では平均265kmと前回よりも減少している。
- タイプ別では、「オンロード(401cc～)」が平均400km以上と、他のタイプよりも長い。「ビジネス(～50cc)」は、平均200km以上とスクーター(～50cc)、オンロード(～50cc)と比較して長くなっている。

<週間使用日数>

<月間走行距離>

	凡例	n	%				平均 (日)
			毎日	5～6日	3～4日	それ以下	
全体	07年度	5,057	22	34	16	27	1 4.3
	09年度	5,575	22	32	19	26	0 4.3
	11年度	5,150	23	33	18	26	1 4.3
	13年度	5,669	23	34	16	26	2 4.4
	15年度	5,159	19	30	15	32	4 4.1
	17年度	5,062	20	31	14	35	1 3.9
スクーター	～50cc	1,918	27	38	16	18	1 4.8
	51～125cc	969	19	42	14	25	0 4.4
	126～250cc	226	13	28	15	45	0 3.3
	251cc～	16	16	22	14	48	0 3.2
ビジネス	～50cc	511	34	29	14	22	1 4.7
	51～125cc	295	18	27	16	38	1 3.7
オンロード	～50cc	55	3	11	7	78	1 1.4
	51～125cc	110	7	22	13	58	0 2.6
	126～250cc	296	9	11	9	71	0 2.1
	251～400cc	138	3	12	7	77	1 1.7
	401cc～	372	6	4		89	0 1.0
オフロード	51～125cc	15	3	20	14	62	0 2.1
	126～250cc	140	5	15	9	70	0 2.0

	凡例	n	%				平均 (km)
			～100km	～300km	～500km	それ以上	
全体	07年度	5,057	42	24	15	12	6 254
	09年度	5,575	42	27	15	15	1 270
	11年度	5,150	43	25	15	13	4 257
	13年度	5,669	39	27	15	15	4 274
	15年度	5,159	41	24	15	15	5 273
	17年度	5,062	38	26	16	14	6 265
スクーター	～50cc	1,918	54	24	10	6	7 176
	51～125cc	969	29	27	21	18	5 315
	126～250cc	226	30	30	18	20	4 315
	251cc～	16	17	23	21	30	9 420
ビジネス	～50cc	511	45	23	14	11	7 236
	51～125cc	295	25	28	19	20	8 341
オンロード	～50cc	55	64	18	5	6	8 154
	51～125cc	110	29	28	21	16	6 296
	126～250cc	296	21	34	21	20	4 341
	251～400cc	138	22	28	22	24	4 362
	401cc～	372	13	26	26	29	5 422
オフロード	51～125cc	15	39	30	17	12	2 253
	126～250cc	140	22	38	19	18	4 328

注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

②購入二輪車別変化

- <週間使用日数>をみると、平均使用日数は、スクーター～50ccで4.8日、スクーター51～125ccで4.4日である。オンロード126～250cc、オフロード126～250ccでは11年度以降、使用日数が減少している。
- <月間走行距離>をみると、スクーターでは前回から大きな変化はない。オンロード126～250ccでは、前回から「～100km以下」と501km以上を示す「それ以上」が減少し、「～300km」が増加した。平均走行距離は341kmと短くなっている。「オフロード126～250km」では、「～300km」が増加し、「それ以上」が減少した。平均走行距離は328kmと短くなっている。

<週間使用日数>

凡例		%					平均 (日)
n	毎日	5～6日	3～4日	それ以下	無回答		
スクーター～50cc	09年度	27	37	21	15	0	4.8
	11年度	27	34	20	17	1	4.7
	13年度	28	37	17	16	3	4.8
	15年度	25	36	16	20	4	4.6
	17年度	27	38	16	18	1	4.8
スクーター51～125cc	11年度	17	43	16	22	1	4.5
	13年度	18	41	18	22	1	4.4
	15年度	17	41	16	24	3	4.4
	17年度	19	42	14	25	0	4.4
オンロード126～250cc	09年度	5	21	14	59	0	2.9
	11年度	7	20	12	60	1	2.9
	13年度	6	18	13	62	1	2.8
	15年度	6	13	13	66	2	2.6
	17年度	9	11	9	71	0	2.1
オフロード126～250cc	09年度	5	16	13	65	0	2.7
	11年度	6	21	11	62	0	2.9
	13年度	5	18	9	67	1	2.7
	15年度	4	14	12	68	2	2.5
	17年度	5	15	9	70	0	2.1

<月間走行距離>

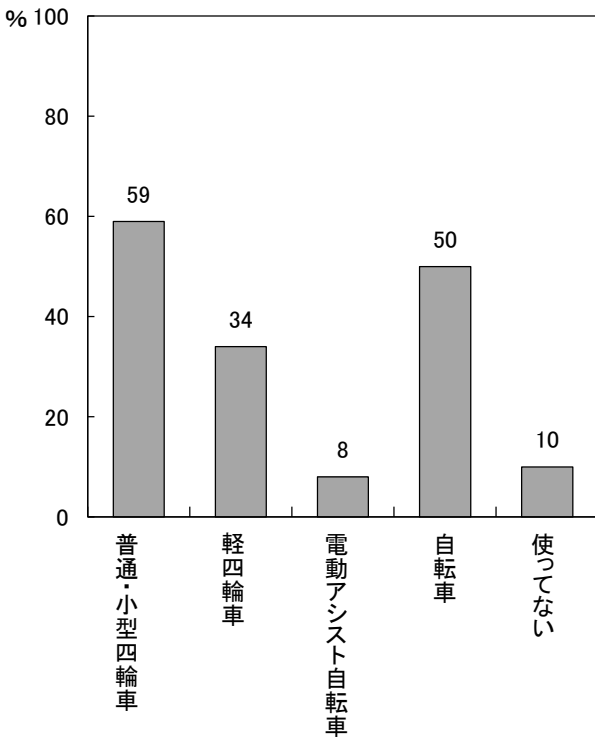
凡例		%					平均 (km)
n	～100km	～300km	～500km	それ以上	無回答		
スクーター～50cc	09年度	52	27	11	6	6	205
	11年度	54	24	11	7	4	187
	13年度	49	27	12	7	4	200
	15年度	54	23	11	7	5	186
	17年度	54	24	10	6	7	176
スクーター51～125cc	11年度	29	26	20	21	4	342
	13年度	30	27	19	20	4	332
	15年度	33	26	19	19	4	318
	17年度	29	27	21	18	5	315
オンロード126～250cc	09年度	27	29	21	23	1	356
	11年度	28	28	17	24	3	361
	13年度	23	25	24	27	2	395
	15年度	24	29	21	24	2	369
	17年度	21	34	21	20	4	341
オフロード126～250cc	09年度	19	32	23	26	0	393
	11年度	27	26	20	24	3	369
	13年度	23	32	22	22	2	363
	15年度	21	31	19	30	0	406
	17年度	22	38	19	18	4	328

注) 13年度以前のベースは不明なため「-」で表示している

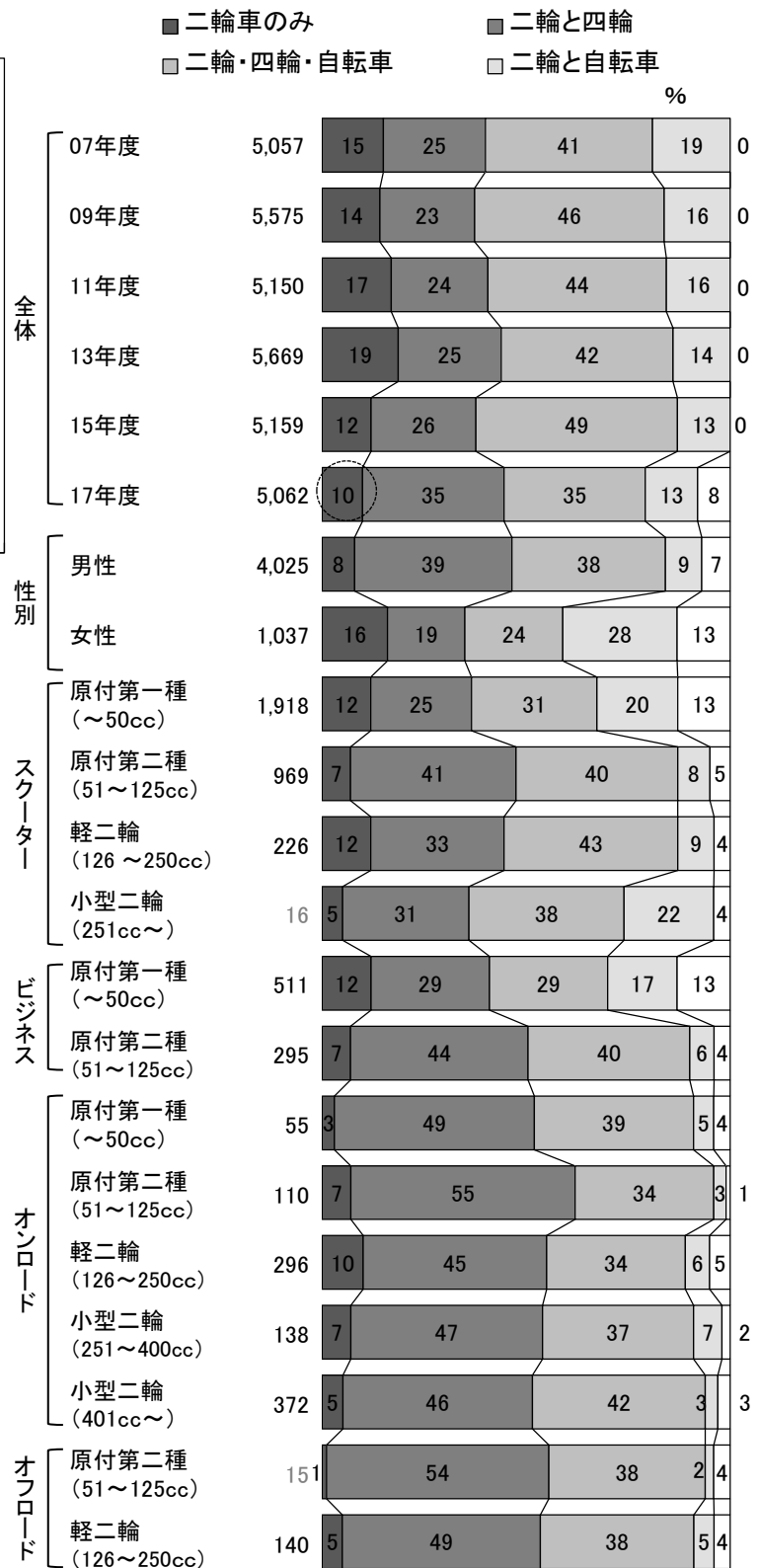
(3) 他車両使用状況

- <二輪車以外の車両使用状況>をみると、最も多いのは「普通・小型四輪車」の59%である。次いで「自転車」が50%、「軽四輪車」が34%と続く。
- <二輪車以外と他車の使用パターン>をみると、全体では「二輪車のみ」が10%と07年以降最も低くなっている。
- 性別では、男性は「二輪と四輪」、「二輪・四輪・自転車」の併用が高く、女性は、「二輪車のみ」と「二輪と自転車」が高くなっていることが確認できる。
- 購入二輪車別では、原付第一種(～50cc)は「二輪車のみ」と「二輪と自転車」が高い。原付第二種(51cc～125cc)は、「二輪と四輪」、「二輪・四輪・自転車」が高くなっている。オンロードでは、いずれの排気量でも「二輪と四輪」が高い。

<二輪車以外の車両使用状況(全体 n=5,062)>



<二輪車と他車の使用パターン>-本人-



注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値 (P.11参照)

4. 需要構造の変化

(1) 購入形態

① 基本属性別

- <購入形態>をみると、「買い替え」が53%と最も高く、次いで「一時中断・再購入」「買い増し」の順で高い。
- 性別では、男性は「複数所有買い替え」「買い増し」「一時中断・再購入」が高く、女性は「新規購入」「買い替え」が高い。
- 年収別では、400万円未満は「買い替え」が高く、年収400万円を超えると「複数所有買い替え」「買い増し」「一時中断・再購入」が高くなる傾向がみられる。
- 職業別では、会社経営者、自営業は「複数所有買い替え」「買い増し」が高く、フルタイム勤務者は「買い増し」「一時中断・再購入」が高い。契約社員・アルバイト、専業主婦・無職は「買い替え」が高い。
- 購入二輪車別では、オンロード軽二輪(126～250cc)は「新規購入」26%が最も高い。

<購入形態>

		n	新規購入	買い替え	複数所有買い替え	買い増し	一時中断・再購入	無回答
全体		5,062	11	53	9	12	14	2
性別	男性	4,025	▽ 10	▽ 50	△ 10	△ 13	△ 16	▽ 1
	女性	1,037	△ 15	△ 65	▽ 3	▽ 6	▽ 7	△ 3
性別年代	男性10代(16歳以上)	84	△ 89	▽ 6	▽ 0	▽ 2	▽ 3	0
	男性20代	220	△ 44	▽ 28	▽ 3	△ 18	▽ 7	0
	男性30代	371	△ 17	▽ 48	6	12	16	1
	男性40代	855	▽ 7	▽ 46	△ 11	△ 15	△ 20	1
	男性50代	1,193	▽ 4	▽ 47	△ 14	△ 18	△ 17	▽ 1
	男性60代	933	▽ 4	△ 59	10	▽ 10	16	1
	男性70代以上	369	▽ 4	△ 72	6	▽ 5	▽ 8	△ 5
	女性10代(16歳以上)	45	△ 97	▽ 0	▽ 0	3	▽ 0	0
	女性20代	83	△ 55	▽ 34	▽ 2	7	▽ 3	0
	女性30代	73	△ 26	48	5	13	8	0
	女性40代	167	△ 20	50	▽ 2	11	16	1
	女性50代	214	7	△ 71	5	▽ 7	▽ 8	2
	女性60代	252	▽ 0	△ 83	▽ 3	▽ 4	▽ 6	△ 5
女性70代以上	203	▽ 1	△ 84	▽ 2	▽ 3	▽ 2	△ 8	
年収	200万円未満	875	△ 16	△ 62	▽ 4	▽ 6	▽ 8	△ 3
	200～400万円未満	1,373	10	△ 58	▽ 7	11	13	2
	400～600万円未満	1,043	▽ 8	▽ 49	△ 11	△ 14	△ 16	1
	600～800万円未満	553	▽ 5	▽ 46	△ 14	△ 16	△ 17	1
	800～1000万円未満	250	8	▽ 45	△ 14	15	△ 19	▽ 0
	1000～1500万円未満	138	▽ 2	▽ 39	△ 15	△ 21	△ 23	0
	1500万円以上	51	13	▽ 25	△ 18	△ 23	21	0
職業	会社経営者	153	6	▽ 37	△ 16	△ 23	15	2
	フルタイム勤務者	2,271	▽ 9	▽ 48	10	△ 15	△ 17	▽ 1
	契約社員・アルバイト	849	▽ 9	△ 61	▽ 7	▽ 8	14	1
	自営業	369	▽ 5	53	△ 14	△ 16	11	1
	学生	185	△ 82	▽ 11	▽ 0	▽ 7	▽ 1	0
	その他職業	217	13	54	6	10	15	2
	専業主婦・無職	789	▽ 5	△ 70	▽ 6	▽ 6	▽ 9	△ 4
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	△ 14	△ 63	▽ 4	▽ 6	▽ 10	△ 2
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	969	▽ 6	56	10	12	16	1
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	▽ 7	49	△ 15	12	17	2
	スクーター 小型二輪(251cc～)	16	3	60	19	8	9	1
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	511	12	56	8	▽ 6	17	3
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	295	▽ 5	▽ 44	12	△ 16	△ 22	1
	オンロード 原付第一種(～50cc)	55	6	▽ 14	6	△ 44	△ 29	1
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	110	▽ 4	▽ 30	△ 15	△ 31	19	1
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	296	△ 26	▽ 31	△ 13	△ 16	14	0
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	△ 18	▽ 36	9	△ 19	16	1
	オンロード 小型二輪(401cc～)	372	▽ 5	▽ 45	△ 17	△ 23	▽ 10	1
	オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	9	▽ 14	10	△ 49	18	0
	オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	6	▽ 32	△ 19	△ 29	14	1

注) △ ▽ : 全体+有意差(5%水準) ▽ 全体-有意差(5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

②タイプ別・排気量別

- <購入形態の変化>をみると、前回から大きな変動はなく、「買い替え」が62%を占める。「新規購入」は低下しており、07年度以降最も低い11%となった。
- <購入形態・タイプ別>をみると、スクーターでは「買い替え」が66%と09年度から増加傾向が続いている。ビジネスでは「一時中断・再度購入」が19%と、前回の13%から増加している。オンロードは「新規購入」が13%と、09年度以降減少傾向が続いている。オフロードは「買い増し」が高い。
- <購入形態・排気量別>をみると、～50ccは「買い替え」が65%と09年度の57%から継続して増加している。51～125ccは前回とほとんど同様の結果となった。126～250ccは前回と大きな変化はなかった。251～400ccでは「新規購入」が減少し、「一時中断・再度購入」「買い増し」とほぼ横並びとなった。401cc～では「買い増し」23%と09年度以降最も高い。

<購入形態の変化>

凡例	n	新規購入			一時中断・再度購入			%
		買い増し	買い替え	無回答	買い増し	買い替え	無回答	
07年度	5,057	18	15	11			55	0
09年度	5,575	15	15	10			57	2
11年度	5,150	15	15	11			59	0
13年度	5,669	12	16	11			61	0
15年度	5,159	14	14	10			62	0
17年度	5,062	11	14	12			62	2

<購入形態・排気量別>

凡例	n	新規購入			一時中断・再度購入			%
		買い増し	買い替え	無回答	買い増し	買い替え	無回答	
07年度	-	21	16	9			54	0
09年度	-	19	14	7			57	3
11年度	-	19	14	8			59	0
13年度	3,493	14	16	7			63	0
15年度	2,834	17	13	6			64	0
17年度	2,484	13	12	7			65	2

<購入形態・タイプ別>

凡例	n	新規購入			一時中断・再度購入			%
		買い増し	買い替え	無回答	買い増し	買い替え	無回答	
07年度	-	19	15	10			55	0
09年度	-	15	14	8			60	2
11年度	-	15	14	10			61	0
13年度	3,957	13	17	9			62	0
15年度	3,404	14	13	7			65	0
17年度	3,129	11	12	8			66	2

凡例	n	新規購入			一時中断・再度購入			%
		買い増し	買い替え	無回答	買い増し	買い替え	無回答	
07年度	-	4	11	15			69	0
09年度	-	4	14	16			64	2
11年度	-	4	18	16			62	0
13年度	1,238	5	18	17			60	0
15年度	1,252	9	16	13			63	0
17年度	1,390	5	17	15			61	1

凡例	n	新規購入			一時中断・再度購入			%
		買い増し	買い替え	無回答	買い増し	買い替え	無回答	
07年度	-	11	12	11			66	1
09年度	-	11	15	14			56	3
11年度	-	11	18	12			59	0
13年度	880	6	13	12			68	0
15年度	787	12	13	10			64	0
17年度	807	9	9	9			60	2

凡例	n	新規購入			一時中断・再度購入			%
		買い増し	買い替え	無回答	買い増し	買い替え	無回答	
07年度	-	18	17	17			48	0
09年度	-	16	17	16			50	1
11年度	-	18	17	16			49	0
13年度	562	14	15	16			55	0
15年度	593	15	16	17			53	0
17年度	662	15	15	17			52	1

凡例	n	新規購入			一時中断・再度購入			%
		買い増し	買い替え	無回答	買い増し	買い替え	無回答	
07年度	-	22	18	19			41	0
09年度	-	21	18	18			42	2
11年度	-	21	18	15			46	0
13年度	749	17	17	17			49	0
15年度	880	16	16	20			48	0
17年度	971	13	14	22			50	1

凡例	n	新規購入			一時中断・再度購入			%
		買い増し	買い替え	無回答	買い増し	買い替え	無回答	
07年度	-	28	15	14			42	0
09年度	-	25	17	15			42	1
11年度	-	24	14	14			48	0
13年度	148	29	16	13			42	0
15年度	122	23	12	20			46	0
17年度	142	18	16	19			46	1

凡例	n	新規購入			一時中断・再度購入			%
		買い増し	買い替え	無回答	買い増し	買い替え	無回答	
07年度	-	10	17	21			53	0
09年度	-	8	11	24			57	0
11年度	-	7	17	26			50	0
13年度	84	6	16	27			51	0
15年度	87	5	17	30			49	0
17年度	156	7	14	31			48	1

凡例	n	新規購入			一時中断・再度購入			%
		買い増し	買い替え	無回答	買い増し	買い替え	無回答	
07年度	-	6	12	23			58	0
09年度	-	5	13	18			63	1
11年度	-	7	14	15			65	0
13年度	228	5	13	20			63	0
15年度	358	5	11	19			65	0
17年度	384	5	10	23			62	1

注) 買い替え: 「以前から1台持っていた二輪車の買い替え」「2台以上持っていた二輪車のうち、1台以上を買い替えた」

太字: 全体+有意差(5%水準)

11年度以前のベースは不明なため「-」で表示している

(2) 現使用車と直前使用車の関係について

- 「代替」ユーザーの<現在使用車(今回購入車)と直前使用車の関係について>みると、排気量別では、直前排気量が～50cc、51～125cc、126～250ccの買い替え者は、同排気量を購入している。直前使用車の排気量が251cc以上の買い替え者は、排気量DOWNが排気量UPを超える。
- タイプ別では、スクーターの同タイプからの移行が最も高く89%であった。直前使用車のタイプが「オフロード」のうち34%は「オンロード」に移行している。

<現使用車と直前使用車の関係について>

1) 排気量

%

	n	現使用車排気量								排気量UP計	排気量DOWN計	
		～50cc	51～125cc	126～250cc	251～400cc	401～750cc	751～999cc	1,000cc～	無回答			
買い替え者	3,124	52	27	11	2	2	2	3	0	-	-	
直前使用車排気量	～50cc	1,688	△ 88	▽ 11	▽ 1	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	0	12	-
	51～125cc	628	▽ 9	△ 77	12	▽ 1	▽ 1	▽ 0	▽ 0	0	14	9
	126～250cc	339	▽ 2	32	△ 42	△ 10	△ 6	4	4	0	66	34
	251～400cc	109	▽ 2	20	△ 31	△ 14	△ 7	△ 12	△ 15	0	34	53
	401～750cc	88	▽ 1	18	△ 32	3	△ 16	△ 16	△ 14	0	30	54
	751～999cc	68	▽ 1	▽ 10	△ 33	△ 6	△ 11	△ 24	△ 15	0	15	61
1,000cc～	116	▽ 2	▽ 8	△ 23	2	△ 10	△ 15	△ 41	0	-	60	

* 直前使用車の排気量推移

%

調査年度	07年度	-	68	13	9	3	1	1	2	3
	09年度	-	58	20	10	5	1	1	2	4
	11年度	-	64	17	9	3	2	1	2	3
	13年度	3,463	66	16	8	3	2	1	3	2
	15年度	3,189	59	20	10	3	2	1	4	2
	17年度	3,124	54	20	11	4	3	2	4	3

2) タイプ

%

	n	現在使用車のタイプ					
		スクーター	ビジネス	オンロード	オフロード	無回答	
買い替え者	3,124	67	16	15	2	0	
直前使用車のタイプ	スクーター	2,108	△ 89	▽ 7	▽ 4	▽ 0	0
	ビジネス	324	▽ 16	△ 83	▽ 2	▽ 0	0
	オンロード	497	▽ 15	▽ 8	△ 70	△ 6	0
	オフロード	115	▽ 25	11	△ 34	△ 31	0

* 直前使用車のタイプ推移

%

調査年度	07年度	-	71	14	11	3	2
	09年度	-	69	13	12	2	4
	11年度	-	70	14	10	3	3
	13年度	3,463	68	14	11	3	4
	15年度	3,189	67	13	14	3	3
	17年度	3,124	68	10	16	4	3

注) △■: 買い替え者+有意差(5%水準) ▽: 買い替え者-有意差(5%水準)
11年度以前のベースは不明なため「-」で表示している

(3) 直前使用車の状況(使用年数/処分方法)

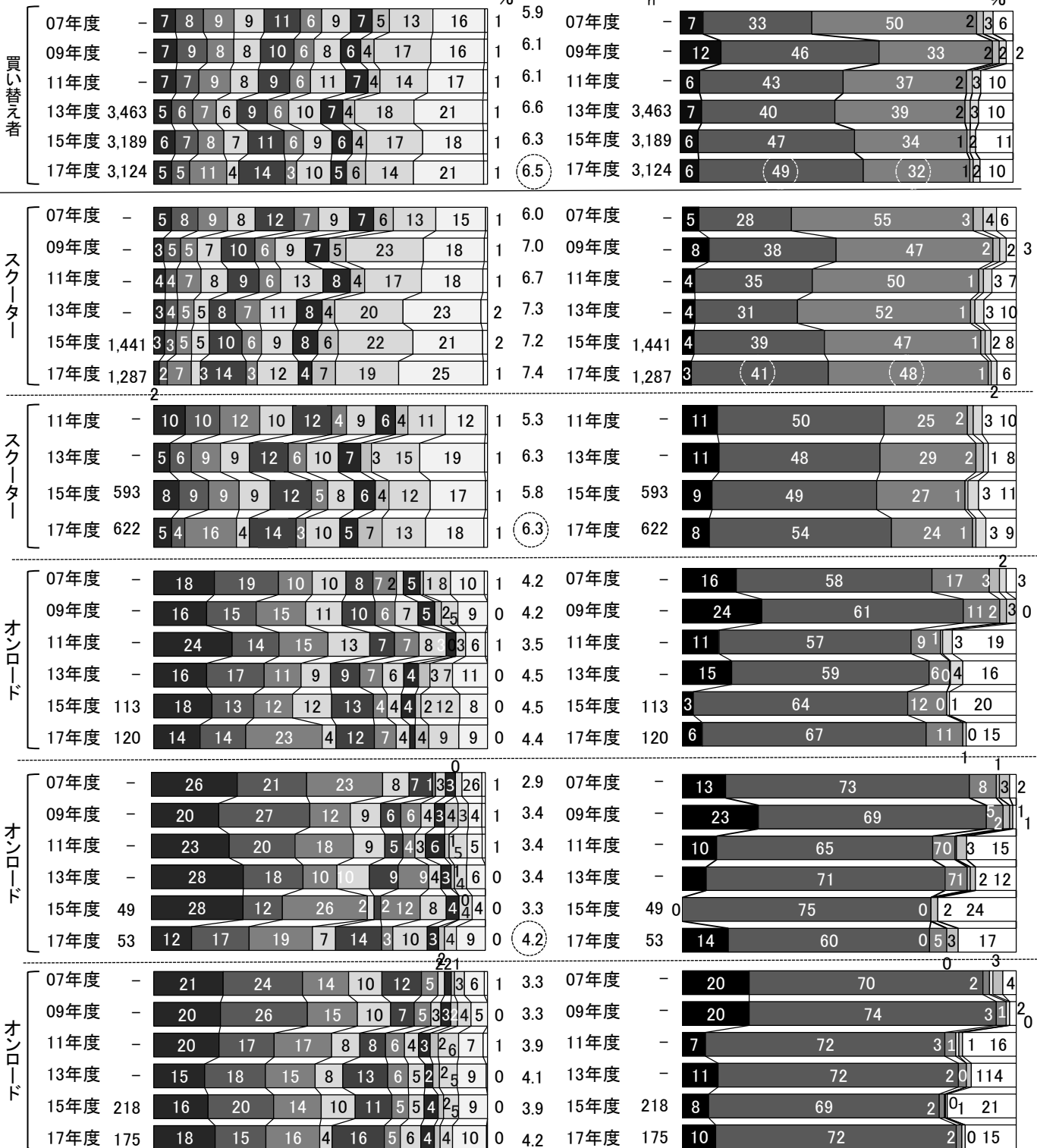
- <直前使用車の使用年数>をみると「平均6.5年」と前回から持ち直している。特にオンロード251～400ccとオンロード401cc～の平均年数使用年数が伸びており、スクーター51～125ccでは5.8年から6.3年、オンロード251～400ccでは3.3年から4.2年に伸びている。
- <直前使用車の処分方法>をみると、全体では「下取り」が13年度から徐々に増えている。一方、廃車は13年度以降減少しており、今回は32%と09年度以降最も低くなった。廃車で最も多いのはスクーター～50ccの48%であるものの、「下取り」の割合が41%と09年度以降最も高くなっている。

<直前使用車の使用年数>

■～1年 ■～2年 ■3年 □～4年
 ■～5年 ■～6年 □～7年 ■～8年
 ■～9年 □～10年 □それ以上 □無回答

<直前使用車の処分方法>

■販売・譲渡 ■下取り ■廃車
 □盗難 □事故 □その他・無回答



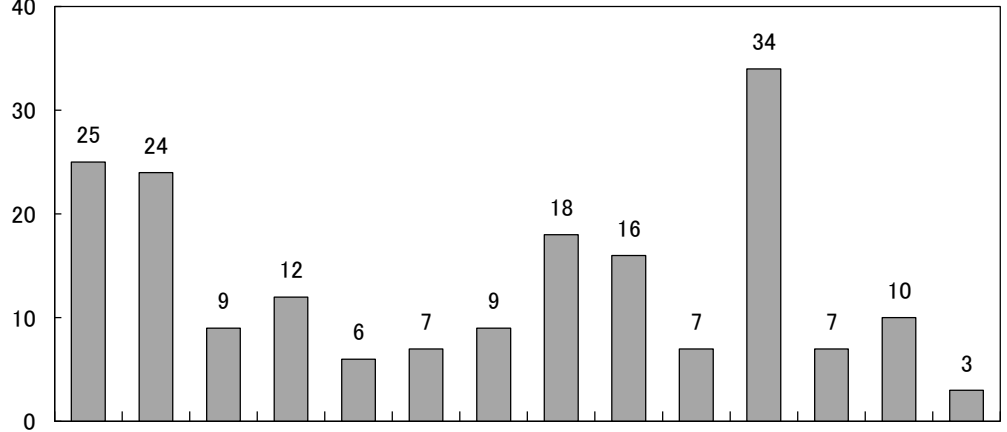
注) 11年度以前のベースは不明なため「-」で表示している

(4) 購入車以外の保有二輪車のタイプ・排気量

- <今回購入車以外の保有二輪車のタイプ>をみると、「オンロード小型二輪(401cc~)」の34%が最も高く、次いで「スクーター原付第一種(~50cc)」が25%、「スクーター原付第二種(51~125cc)」が24%と続く。
- 性別年代別では、男性30代は「オンロード小型二輪(251~400cc)」が高く、男性50代は「スクーター小型二輪(251cc~)」、男性60代は「オフロード軽二輪(126~250cc)」が高い。
- 年収別では、200~400万円未満では「オンロード原付第一種(~50cc)」が高く、400~600万円未満では「オフロード原付第二種(51~125cc)」、600~800万円未満では「オンロード小型二輪(401cc~)」が高い。
- 購入二輪車別では、オンロード小型二輪(401cc~)は、「オンロード軽二輪(126~250cc)」「オンロード小型二輪(401cc~)」「オフロード軽二輪(126~250cc)」が高い。

<今回購入車以外の保有二輪車のタイプ>

% 40



	n	スクーター原付第一種 (~50cc)	スクーター原付第二種 (51~125cc)	スクーター軽二輪 (126~250cc)	スクーター小型二輪 (251~400cc)	ビジネス原付第一種 (~50cc)	ビジネス原付第二種 (51~125cc)	オンロード原付第一種 (~50cc)	オンロード原付第二種 (51~125cc)	オンロード軽二輪 (126~250cc)	オンロード小型二輪 (401cc~)	オフロード原付第二種 (51~125cc)	オフロード軽二輪 (126~250cc)	オフロード小型二輪 (251~400cc)	無回答	
買い増し者	601	25	24	9	12	6	7	9	18	16	7	34	7	10	3	
性別年代	男性10代(16歳以上)	*2	49	51	0	51	0	0	0	51	0	0	51	0	0	
	男性20代	40	29	▽10	10	7	11	9	17	14	27	12	23	2	9	0
	男性30代	46	14	27	14	11	4	1	13	23	22	△18	31	8	12	3
	男性40代	125	23	26	6	11	6	9	9	24	14	5	39	10	6	1
	男性50代	215	22	28	10	△17	4	6	8	18	13	6	39	7	10	2
	男性60代	90	24	22	7	9	8	11	7	11	19	6	32	8	△17	4
	男性70代以上	*18	20	32	△19	0	△14	11	8	5	8	0	13	20	18	△29
	女性10代(16歳以上)	*1	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	女性20代	*6	41	35	18	18	0	0	0	46	31	18	14	0	0	0
	女性30代	*9	13	11	16	0	0	0	0	0	23	0	25	0	0	11
女性40代	*18	21	17	6	17	11	0	11	22	△35	5	46	0	13	0	
女性50代	*15	△74	13	0	7	0	15	13	13	3	0	21	0	0	0	
女性60代	*10	△100	21	0	0	0	0	0	0	0	0	▽0	0	0	0	
女性70代以上	*6	△62	0	0	0	17	0	0	0	0	0	0	0	0	△21	
年収	200万円未満	54	36	21	10	4	7	10	7	12	17	4	▽12	6	11	4
	200~400万円未満	146	30	28	10	14	9	6	△14	17	17	10	▽26	6	6	1
	400~600万円未満	151	20	24	9	12	6	9	6	18	14	7	35	△12	11	3
	600~800万円未満	90	22	25	5	11	4	6	5	24	16	3	△46	8	11	2
	800~1000万円未満	37	24	18	4	16	3	6	11	12	9	9	48	3	13	0
	1000~1500万円未満	29	18	21	17	12	9	10	7	15	15	9	33	7	8	4
	1500万円以上	*12	▽0	20	16	7	0	16	8	5	36	5	△69	1	△30	0
購入二輪車	スクーター 原付第一種 (~50cc)	116	△62	20	7	11	4	4	4	▽9	▽5	4	▽17	4	▽3	4
	スクーター 原付第二種 (51~125cc)	117	29	△53	6	△20	4	7	7	23	9	6	32	6	5	3
	スクーター 軽二輪 (126~250cc)	*27	▽4	21	△38	13	8	0	4	▽0	25	4	25	4	13	4
	スクーター 小型二輪 (251cc~)	*1	0	67	17	67	0	0	0	17	0	0	33	0	17	0
	ビジネス 原付第一種 (~50cc)	*28	30	▽4	0	11	△33	7	11	11	7	4	22	11	4	7
	ビジネス 原付第二種 (51~125cc)	48	14	14	4	10	△12	△31	6	18	8	6	31	10	12	4
	オンロード 原付第一種 (~50cc)	24	20	11	13	9	7	6	△30	9	17	2	37	2	15	4
	オンロード 原付第二種 (51~125cc)	34	22	22	6	▽0	0	0	△19	△53	6	6	39	3	3	0
	オンロード 軽二輪 (126~250cc)	47	17	23	15	6	2	8	17	21	△48	6	29	6	4	2
	オンロード 小型二輪 (251~400cc)	*26	14	17	7	17	3	7	14	21	17	△41	24	3	3	3
	オンロード 小型二輪 (401cc~)	84	▽4	▽14	5	14	1	6	7	15	△26	6	△62	6	△18	2
オフロード 原付第二種 (51~125cc)	7	7	20	2	11	5	5	0	36	14	5	66	△41	7	0	
オフロード 軽二輪 (126~250cc)	40	▽6	19	△19	6	3	3	3	13	25	3	47	△19	△41	0	

注) △■: 買い増し者+有意差(5%水準) ▽: 買い増し者-有意差(5%水準)
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)
 *: ベース30未満のため参考値

5. 購買行動

(1) 購入プロセス

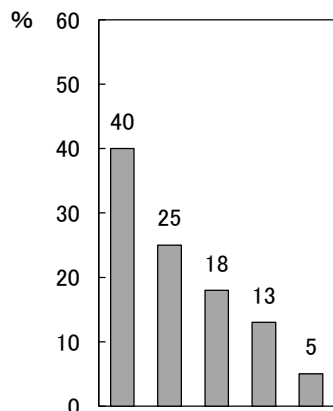
①二輪車以外の乗り物との比較検討有無／比較検討内容

- <他の乗り物との比較検討>をみると、「比較検討した」が8%と、前回よりも減少している。
- <比較検討した乗り物(二輪車以外)>では、「電動アシスト自転車」の40%が最も高く、次いで「軽四輪車」の25%が続いている。
- タイプ別では、オンロードは「普通四輪車」45%が最も高く、次いで「軽四輪車」が40%と高い。
- <他の乗り物にしないで二輪車にした理由>をみると、「維持費が安い」の46%が最も高く、次いで「機能や便利さのわりに価格が手頃」が42%、「他の乗り物にはない機能・便利さ」が42%、「燃費がよい」が41%と続いている。
- ビジネスでは「燃費がよい」の54%、オンロードでは「乗った時の爽快感」の57%、「カッコいいから」の41%が全体と比較して高くなっている。

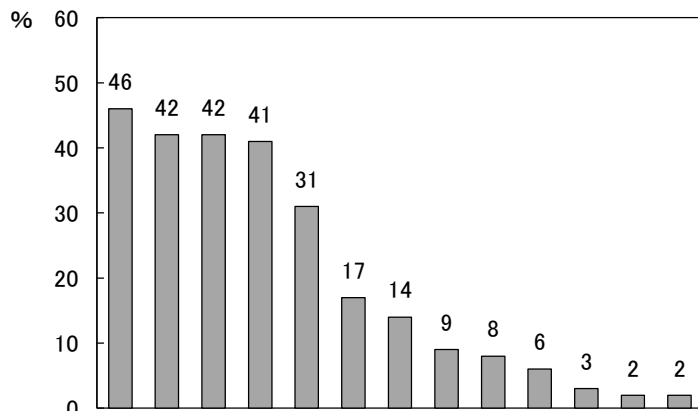
<他の乗り物との比較検討>

凡例	n	比較検討した	しなかった	無回答
07年度	5,057	8	88	5
09年度	5,575	11	85	3
11年度	5,150	10	84	7
13年度	5,669	21	79	0
15年度	5,159	13	83	4
17年度	5,062	8	88	4

<比較検討した乗り物>



<他の乗り物にしないで二輪車にした理由> (複数回答)



比較検討者	n	電動アシスト自転車	軽四輪車	普通四輪車	自転車	その他
		07年度	-	27	32	24
09年度	-	33	18	17	15	6
11年度	-	41	29	14	11	4
13年度	1,212	37	27	14	20	2
15年度	643	36	22	15	14	12
17年度	405	40	25	18	13	5
タイプ						
スクーター	282	45	21	16	14	4
ビジネス	77	43	25	12	11	8
オンロード	37	▽ 2	△ 40	△ 45	12	0
オフロード	*8	▽ 0	△ 66	15	2	17

比較検討者	n	維持費が安い	機能や便利さのわりに価格が手頃	他の乗り物にはない機能・便利さ	燃費がよい	いままで乗り慣れている	乗った時の爽快感	駐車場の制約があった	自分の持っている免許での制約があった	カッコいいから	環境に優しい乗り物だから	ファッション性があるから	目立つから	高速道路での走行が快適そうだった
		07年度	-	51	53	42	57	20	15	20	11	10	8	8
09年度	-	47	42	47	48	34	15	12	16	6	12	4	2	-
11年度	-	53	47	44	51	25	13	15	9	6	6	7	1	-
13年度	1,212	49	44	44	48	36	17	12	21	5	7	4	2	-
15年度	643	49	42	44	41	35	15	13	17	6	9	4	2	-
17年度	405	46	42	42	41	31	17	14	9	8	6	3	2	2
タイプ														
スクーター	282	44	45	42	39	33	▽ 11	14	8	▽ 4	6	3	0	2
ビジネス	77	54	41	46	△ 54	28	18	13	12	4	9	4	1	0
オンロード	37	43	▽ 23	32	27	17	△ 57	16	4	△ 41	3	6	△ 8	△ 7
オフロード	*8	68	32	34	68	15	30	4	0	△ 49	15	15	△ 15	0

※ ~15年度「利用価値からいって価格が手頃」

注) △■:比較検討者+有意差(5%水準) ▽:比較検討者-有意差(5%水準)

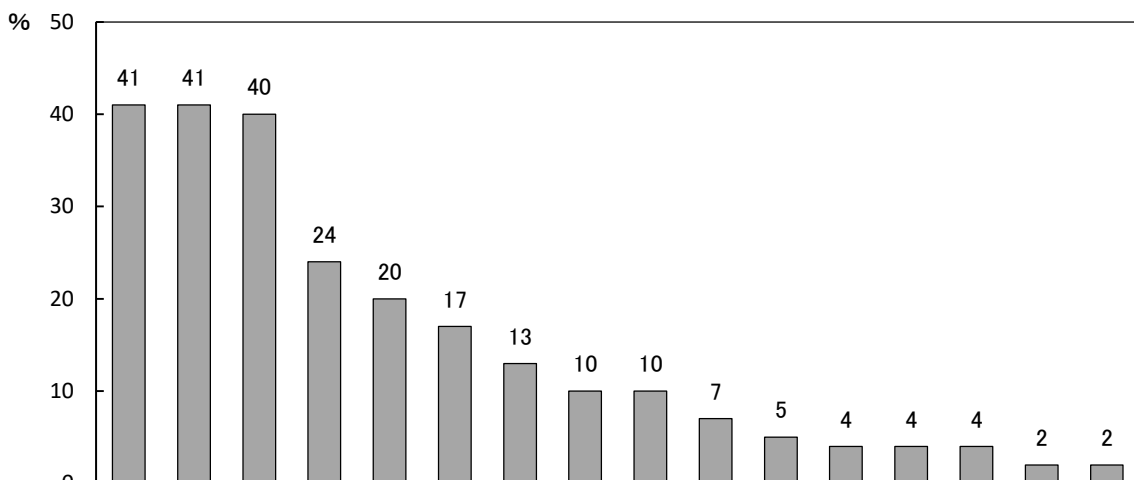
11年度以前のベースは不明なため「-」で表示している

*:ベース30未満のため参考値

②購入車種の情報源

- <今回購入車の情報源>をみると、「販売店での実物」と「販売店の店員の話」の41%が最も高く、次いで「メーカーのWebサイト」が40%で続く。
- 性別では、男性は「メーカーのWebサイト」や「その他のWebサイト」「二輪車専門の雑誌の記事・広告」を活用しているのに対し、女性は「販売店の実物」や「販売店の店員の話」を中心に情報収集を行っていることがわかる。
- また、年代別でみると、10代と20代では、「友人・知人が実際に乗っているのを見て」「家族から話を聞いて」が高く、身近なコミュニティから情報を得ていることがわかる。30代～50代は、「メーカーのWebサイト」「その他のWebサイト」を活用している。60代、70代では、販売店での実物に接触している割合が高い。
- 購入パターン別では、新規購入、一時中止・再購入は「メーカーのWebサイト」「実際に走っているのを見て」が高い。買い替えは、「販売店での実物」や「販売店の店員の話」から情報収集を得ており、積極的に販売店に足を運んでいることがわかる。

<今回購入車の情報源(その他除く27項目中上位2%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



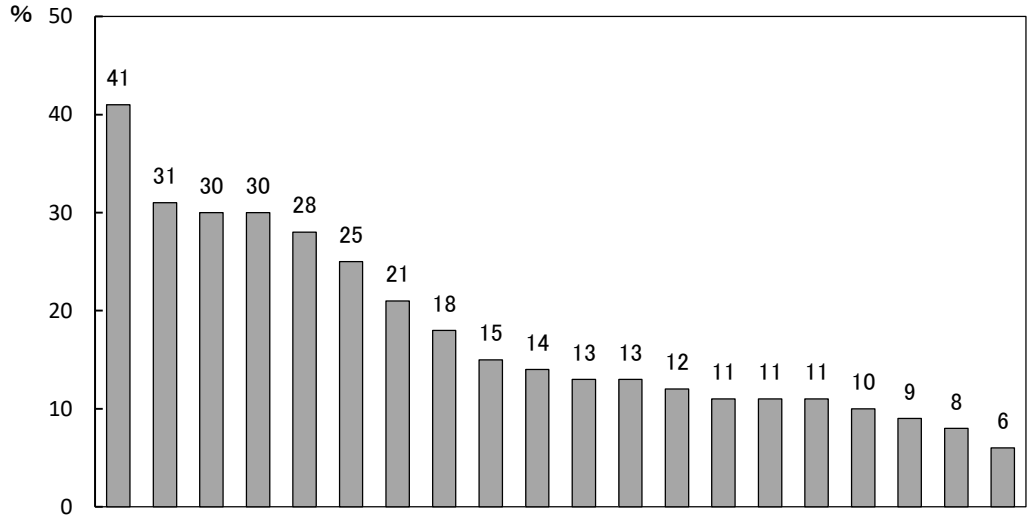
		n	販売店での実物	販売店の店員の話	メーカーのWebサイト	カタログ・パンフレット	その他のWebサイト	二輪車専門雑誌の記事・広告	街中で見かけて	販売店のWebサイト	実際に走っているのを見て	友人・知人から話を聞いて	販売店での試乗	SNS	友人・知人が実際に乗っているのを見て	家族から話を聞いて	折り込みチラシ	モーターサイクルショー
全体	複数回答	5,062	41	41	40	24	20	17	13	10	10	7	5	4	4	4	2	2
	単数回答	5,062	17	14	17	5	9	9	5	2	3	3	0	1	2	2	1	0
性別	男性	4,025	▽39	▽38	△45	24	△23	△21	14	10	10	7	5	△5	4	▽2	2	3
	女性	1,037	△48	△54	▽20	▽21	▽9	▽4	▽10	▽6	▽7	7	△7	▽2	5	△11	2	▽1
年代	10代(16歳以上)	129	39	40	41	19	16	▽4	11	7	9	10	7	6	△12	△34	1	0
	20代	303	40	46	△47	25	△28	19	16	△17	△15	△18	△9	△10	△7	△10	2	△5
	30代	444	39	39	△55	24	△31	△22	14	△15	9	△10	△8	△7	4	4	2	3
	40代	1,022	▽37	41	△55	25	△30	△23	△16	△14	11	8	6	6	4	▽2	2	3
	50代	1,407	40	▽37	△48	△28	△23	△22	14	11	10	▽6	5	5	4	▽2	1	3
	60代	1,185	△44	43	▽25	23	▽13	▽13	12	▽5	▽8	▽6	▽3	▽2	3	▽3	2	▽1
	70代	487	△46	△50	▽9	▽14	▽2	▽4	▽8	▽3	▽6	▽3	5	▽0	3	3	2	▽0
	80代以上	85	40	38	▽11	▽14	▽1	▽2	▽4	6	8	3	10	▽0	2	8	0	0
購入形態	新規購入	553	37	39	△46	23	△26	▽14	13	△17	△13	△16	6	6	△7	△16	2	2
	買い替え	2,682	△44	△46	▽33	▽22	▽14	▽13	12	▽7	▽8	▽5	5	▽3	▽3	▽3	1	▽1
	複数所有買い替え	442	▽35	▽35	△49	△28	△28	△32	11	▽7	9	7	7	6	△6	▽1	3	△5
	買い増し	601	▽36	▽30	△50	△29	△28	△31	15	9	△12	9	6	△7	5	3	2	△5
	一時中止・再購入	698	38	▽37	△51	26	△30	19	△17	△16	△12	8	4	5	3	3	2	2

注) △■:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

③購入車決定重視点

- <今回購入車の購入最重視点(複数回答)>をみると、「スタイル・デザイン」の41%が最も高く、次いで「燃費の良さ」が31%、「扱いやすい」「メーカー・ブランド」が30%で続く。
- 購入パターン別でみると、新規購入者は「スタイルデザイン」に加えて、「評判・ロコミ」などを重視している。
- タイプ別でみると、スクーター(～50cc)は「簡単な運転」「安全性」を重視している。オンロード(51～125cc)は「メーカー・ブランド」「維持費の安さ」を重視している。

<今回購入車の購入重視点(その他除く33項目中上位6%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



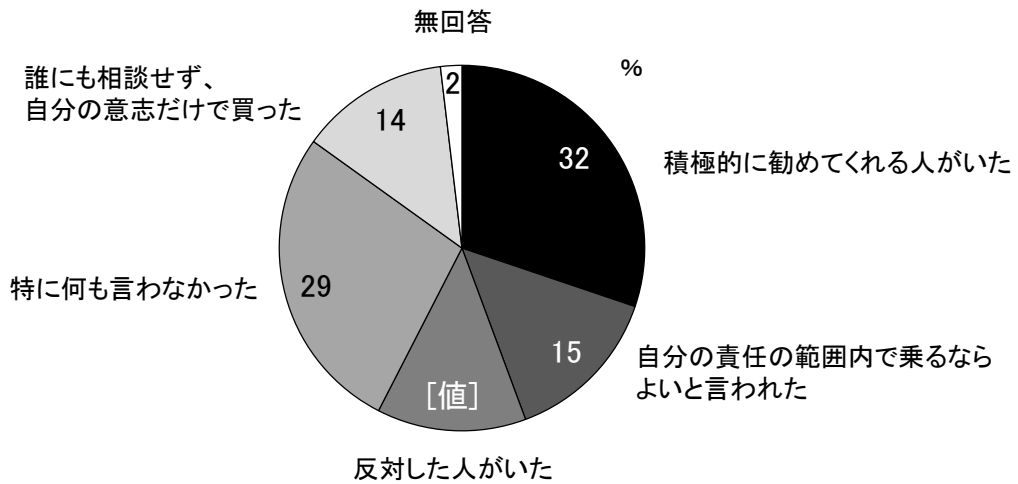
	n	スタイル・デザイン	燃費の良さ	扱いやすさ	メーカー・ブランド	排気量	価格の安さ	コンパクトさ	軽量な車体	維持費の安さ	足つき性の良さ	積載量・収納性	走行安定性	出足・加速の良さ	耐久性	簡単な運転操作	安全性	新製品であること	評判・ロコミ評価	エンジンのタイプ	製品ブランド・シリーズ	
全体	07年度 複数回答	5,057	37	36	34	24	26	33	24	21	20	12	11	15	12	12	21	10	8	-	13	-
	09年度 複数回答	5,575	36	36	34	25	29	29	23	23	19	13	16	15	13	13	22	10	10	-	10	-
	11年度 複数回答	5,150	38	39	34	25	29	28	23	22	22	13	15	14	11	13	20	10	10	-	7	-
	13年度 複数回答	5,669	35	37	35	26	30	31	23	23	22	14	15	14	11	12	22	9	8	-	7	-
	15年度 複数回答	5,159	36	36	34	26	32	27	22	22	21	14	15	15	12	11	19	10	10	-	8	-
	17年度 複数回答	5,062	41	31	30	30	28	25	21	18	15	14	13	13	12	11	11	11	10	9	8	6
	17年度 単数回答	5,062	20	6	6	7	4	9	3	3	2	2	4	2	2	2	2	1	1	1	1	1
パターン購入	新規購入	553	△ 54	▽ 27	27	30	▽ 22	22	▽ 17	▽ 14	15	14	▽ 10	▽ 9	▽ 7	11	13	12	11	△ 13	▽ 5	6
	買い替え	2,682	▽ 36	30	30	30	▽ 26	24	20	▽ 16	▽ 13	▽ 13	13	14	12	11	△ 12	11	10	▽ 6	▽ 6	▽ 5
	複数所有買い替え	442	△ 47	34	△ 37	34	△ 35	27	△ 31	△ 27	17	△ 18	△ 20	14	△ 17	△ 15	▽ 7	9	10	△ 12	△ 11	△ 9
	買い増し	601	△ 50	29	31	34	△ 32	24	△ 25	△ 24	18	△ 18	14	13	△ 14	12	▽ 7	8	11	△ 12	△ 12	7
一時中止・再購入	698	43	△ 40	30	28	△ 35	△ 31	21	16	△ 21	15	14	13	▽ 8	13	10	9	9	△ 13	9	7	
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	▽ 34	▽ 25	▽ 27	29	▽ 16	24	▽ 18	▽ 13	▽ 9	▽ 11	▽ 8	▽ 10	▽ 9	▽ 5	△ 15	△ 12	11	▽ 4	▽ 4	▽ 3
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	969	41	△ 39	▽ 26	▽ 26	△ 39	△ 36	△ 25	18	△ 21	▽ 8	△ 18	14	△ 16	▽ 5	▽ 7	▽ 8	11	△ 12	▽ 6	▽ 4
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	47	34	33	26	△ 53	23	△ 31	20	16	15	△ 23	12	△ 18	▽ 3	13	12	▽ 6	△ 17	▽ 4	▽ 3
	スクーター 小型二輪(251cc～)	16	55	▽ 5	13	29	34	4	8	4	1	17	△ 32	△ 38	△ 34	6	14	16	17	12	10	△ 18
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	511	▽ 19	△ 48	33	27	▽ 22	▽ 8	▽ 15	▽ 11	△ 20	14	△ 25	△ 19	▽ 5	△ 40	△ 17	△ 16	▽ 5	▽ 4	▽ 3	△ 9
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	295	▽ 35	△ 62	△ 45	26	△ 39	23	21	20	△ 38	15	△ 32	12	▽ 6	△ 46	△ 17	11	▽ 5	10	6	△ 13
	オンロード 原付第一種(～50cc)	55	△ 61	19	23	35	20	▽ 4	△ 57	△ 31	17	21	▽ 3	▽ 3	▽ 1	6	4	2	10	9	7	△ 19
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	110	△ 72	37	38	△ 47	△ 45	22	△ 47	△ 32	△ 38	△ 28	▽ 0	▽ 4	7	▽ 3	▽ 3	▽ 3	10	12	5	6
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	296	△ 62	28	△ 42	32	△ 41	△ 35	23	△ 30	18	△ 35	▽ 3	15	12	▽ 8	▽ 4	▽ 7	13	△ 19	△ 12	△ 10
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	△ 67	▽ 13	△ 41	△ 47	△ 39	▽ 17	14	19	▽ 1	△ 20	▽ 2	△ 22	14	11	▽ 1	7	11	△ 20	△ 22	△ 12
	オンロード 小型二輪(401cc～)	372	△ 63	▽ 13	30	△ 43	32	24	22	△ 26	▽ 2	△ 22	10	△ 19	△ 22	▽ 6	▽ 5	11	△ 16	△ 13	△ 30	△ 15
	オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	42	26	38	26	48	21	△ 46	△ 53	△ 37	28	1	3	0	3	4	2	0	7	6	8
	オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	△ 58	▽ 21	34	30	28	31	15	△ 41	△ 25	△ 23	▽ 4	10	11	15	▽ 5	▽ 3	11	△ 14	11	6

注) △■:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)
 灰字: 灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

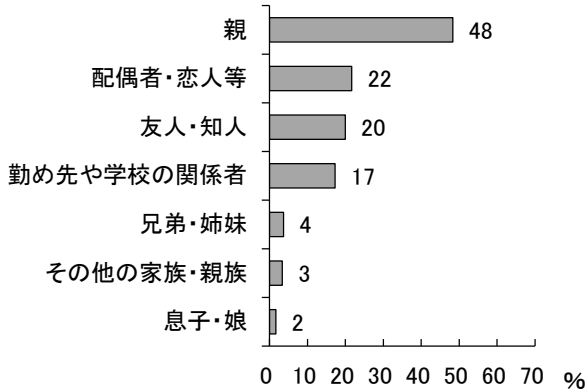
④新規購入時の周囲からの影響

- <初めて二輪車を購入した時の周囲の反応>をみると、「積極的に勧めてくれる人がいた」は32%、「反対した人がいた」は14%であった。
- 反対した人をみると、「親」の48%が最も高く、次いで「配偶者・恋人等」が22%、「友人・知人」が20%と続く。賛成した人をみると、同様に「親」の60%が最も高く、次いで「配偶者・恋人等」が32%、「兄弟・姉妹」が19%と続く。反対した人に比べ、賛成した人のほうが家族が含まれる割合が高い。
- 反対された理由をみると、「二輪車の事故が心配」の91%が圧倒的に多く、次いで「年齢が高すぎるから」が17%、「他の乗り物に乗ればよい」が14%と続く。

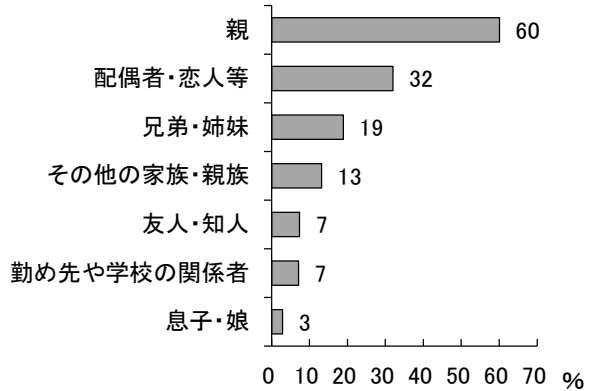
<初めて二輪車を購入した時の周囲の反応(新規購入者 n=553)>



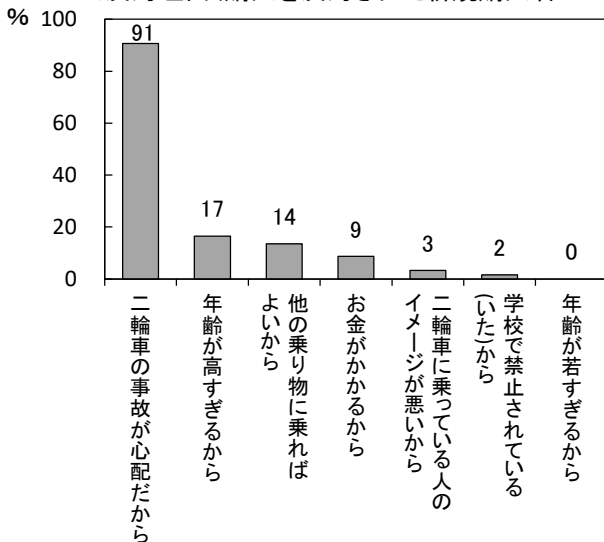
<反対した人(購入を反対された新規購入者 n=79)> (複数回答)



<賛成した人(購入を反対された新規購入者 n=174)> (複数回答)



<反対理由(購入を反対された新規購入者 n=79)> (複数回答)

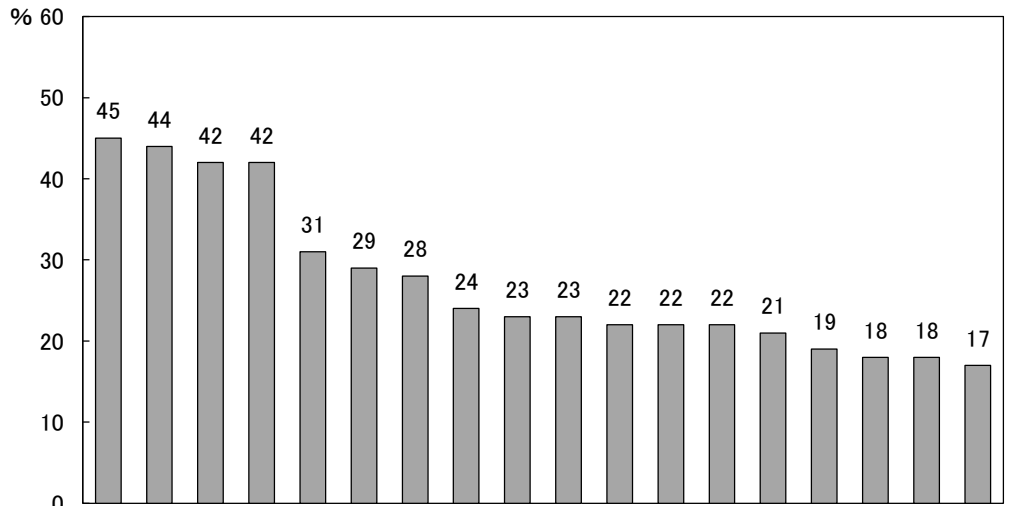


(2) 購入理由

① 「新規」購入理由

- <二輪車の新規購入理由>をみると、「身軽に動ける」の45%が最も高く、次いで「行動範囲が広がる」が44%、「移動の時間が短縮できる」「自転車より楽だと思う」が42%が続く。
- 購入二輪車別では、スクーター原付第一種(～50cc)は「移動の時間短縮」「自転車より楽」が高く、移動手段としての理由が高い。ビジネス原付第一種(～50cc)は「駐車スペースを気にしない」「値段が手頃」が高い。オンロード軽二輪(126～250cc)と小型二輪(251～400cc)は、ほぼ同じような理由で購入されている。

<二輪車の新規購入理由(その他除く27項目中上位17%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



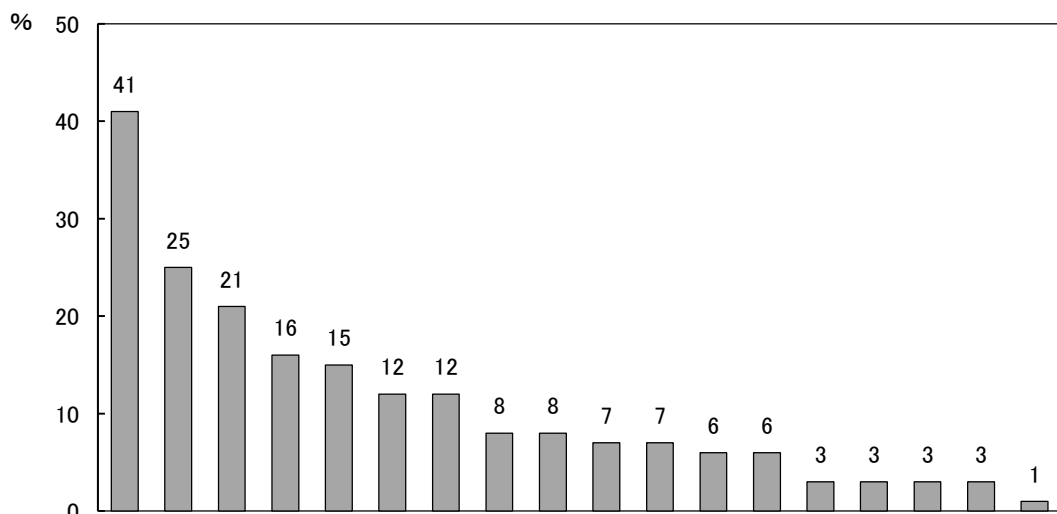
		n	身軽に動ける	行動範囲が広がる	移動の時間が短縮できる	自転車より楽だと思う	時間を有効に使える	趣味として楽しみたい	四輪車より維持費が安い	二輪車に乗ることに憧れていた	免許が取れる年齢になった	駐車スペースを気にしなくてもよい	交通渋滞を避けることができる	四輪車より燃費がよい	値段が手頃	交通機関の不便さを補える	仕事で必要になった	二輪車はカッコいいと思う	爽快感を得られる	他の交通機関より安い	
新規購入者	07年度 複数回答	-	40	44	52	56	33	21	-	18	13	19	21	-	26	32	8	15	18	27	
	09年度 複数回答	-	42	36	45	50	28	19	-	17	8	24	23	-	21	34	9	14	17	19	
	11年度 複数回答	-	47	35	42	47	25	17	-	13	8	20	19	-	18	26	15	15	18	18	
	13年度 複数回答	696	40	41	45	53	33	19	-	16	10	24	17	-	22	30	12	16	17	19	
	15年度 複数回答	730	31	28	34	34	20	20	-	14	8	13	15	-	14	20	9	14	13	15	
	17年度 複数回答	553	45	44	42	42	31	29	28	24	23	23	22	22	22	21	19	18	18	17	
	17年度 単数回答	553	6	10	2	2	8	12	3	10	11	4	4	6	9	2	0	2	1	1	20
新規購入者の購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	270	47	48	△53	△56	32	▽6	▽21	▽7	△32	25	21	18	27	22	△25	▽4	▽6	20	
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	55	48	31	54	37	39	19	△43	19	17	28	△37	△48	20	28	△30	13	11	24	
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	*15	54	54	46	▽15	31	△69	31	△46	15	23	31	23	▽0	23	15	15	△38	8	
	スクーター 小型二輪(251cc～)	*0	50	50	50	50	0	0	50	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50	0
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	59	48	36	45	△61	39	20	29	14	25	△38	25	20	△34	30	23	11	11	27	
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	*16	69	△69	31	31	19	31	△56	13	▽0	19	6	△44	31	25	6	6	0	31	
	オンロード 原付第一種(～50cc)	*4	25	25	25	0	13	50	50	25	25	25	13	38	38	13	0	38	38	13	
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	*5	80	60	40	60	40	△80	△80	△80	0	△80	△60	40	20	40	0	△60	△60	40	
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	77	38	51	▽19	▽12	28	△83	32	△71	▽6	▽6	15	23	▽9	▽10	▽3	△60	△53	▽4	
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	*25	▽14	▽21	▽7	▽11	14	△75	21	△57	14	▽4	11	11	18	▽4	▽4	△39	△36	4	
	オンロード 小型二輪(401cc～)	18	27	23	▽10	▽10	33	△73	13	△67	7	20	10	10	▽0	3	7	△50	△53	3	
	オフロード 原付第二種(51～125cc)	*1	38	50	25	0	25	63	13	75	13	50	0	13	0	13	0	63	38	13	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	*9	71	43	29	29	29	△71	29	29	14	29	14	14	14	14	0	43	43	14		

注) △■:新規購入者+有意差(5%水準) ▽:新規購入者-有意差(5%水準)
 灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)
 * :ベース30未満のため参考値
 11年度以前のベースは不明なため「-」で表示している

② 「代替」(買い替え)購入理由

- <二輪車の買い替え購入理由>をみると、「前の二輪車の調子が悪くなった」の41%が最も高く、次いで「今回買った二輪車が魅力的だった」が25%、「前の二輪車の修理代が高くつく」が21%と続く。
- 前回と比較すると、「前の二輪車の調子が悪くなった」は5ポイント、「前の二輪車の修理代が高くつく」は6ポイントそれぞれ減少しており、単純な調子の悪さでの買い替えは少なくなっている。
- 購入二輪車別では、オンロード、オフロード、スクーター軽二輪では「今回買った二輪車が魅力的だった」が最も高い。調子が悪くなったり、故障したりして買い替えるだけでなく、魅力的な二輪車との接触によって購入の意向が高まることがうかがえる。

<二輪車の買い替え購入理由(その他除く18項目中上位1%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



	n	理由																		
		前の二輪車の調子が悪くなった	今回買った二輪車が魅力的だった	前の二輪車の修理代が高くつく	前の二輪車が動かなくなった	前の二輪車が古臭くなった	前の二輪車より大排気量に乗りたい	前の二輪車と違うタイプに乗りたい	欲しいと思う新製品が出た	前の二輪車の性能機能が物足りない	前の二輪車は取り回しがきつい	前の二輪車は燃費が悪い	前の二輪車は維持費が高くつく	前の二輪車が事故にあった	趣味として楽しみたい	前の二輪車が車検のタイミングだった	スタイル・デザインに飽きた	値段の安い二輪車があった	前の二輪車が盗難にあった	
買い替える者	07年度 複数回答	-	49	-	28	16	-	8	11	8	11	3	9	4	8	7	-	5	8	3
	09年度 複数回答	-	48	-	30	16	-	11	11	11	11	4	11	5	7	8	-	4	5	3
	11年度 複数回答	-	46	-	28	20	-	10	10	10	10	4	9	5	9	7	-	4	4	3
	13年度 複数回答	3,463	49	-	27	18	-	9	10	9	9	5	9	6	8	6	-	3	6	2
	15年度 複数回答	3,189	46	-	27	18	-	11	11	12	11	6	8	6	7	7	-	4	4	2
	17年 複数回答	3,124	41	25	21	16	15	12	12	8	8	7	7	6	6	3	3	3	3	1
	17年 単数回答	3,124	27	9	8	12	6	6	3	3	2	3	1	2	5	1	1	0	0	1
買い替える者の購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,289	△ 57	▽ 10	△ 26	△ 24	△ 18	▽ 0	▽ 3	▽ 3	▽ 3	▽ 2	6	▽ 2	6	▽ 0	▽ 1	▽ 2	2	1
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	634	▽ 37	25	22	▽ 13	13	△ 21	▽ 9	8	△ 12	6	△ 9	7	△ 9	3	▽ 2	3	△ 5	1
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	143	▽ 28	△ 36	20	▽ 8	13	△ 29	13	9	11	△ 20	9	△ 15	5	5	△ 8	3	3	2
	スクーター 小型二輪(251cc～)	12	15	△ 51	7	0	7	△ 56	11	20	△ 26	8	0	2	2	8	7	3	0	0
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	325	△ 51	▽ 15	25	△ 22	△ 22	▽ 1	▽ 7	▽ 5	▽ 4	▽ 4	5	3	5	2	▽ 1	2	▽ 1	1
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	163	▽ 28	△ 34	16	▽ 6	16	△ 20	△ 22	5	8	△ 15	△ 11	△ 10	5	△ 11	2	4	4	1
	オンロード 原付第一種(～50cc)	*11	16	△ 64	8	4	16	8	△ 40	4	4	8	4	8	4	12	4	12	0	4
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	49	▽ 25	△ 48	21	▽ 2	10	10	△ 29	△ 23	15	13	△ 17	△ 17	6	△ 17	6	△ 8	2	0
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	130	▽ 20	△ 42	▽ 9	▽ 6	9	△ 20	△ 33	△ 13	11	△ 21	▽ 0	△ 16	5	△ 7	△ 12	5	4	0
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	62	▽ 13	△ 59	▽ 9	▽ 3	7	△ 53	△ 47	12	△ 26	10	3	6	6	7	7	△ 12	1	1
	オンロード 小型二輪(401cc～)	232	▽ 6	△ 67	▽ 7	▽ 1	▽ 5	△ 39	△ 33	△ 32	△ 21	△ 13	4	4	3	△ 6	△ 14	△ 7	1	1
	オフロード 原付第二種(51～125cc)	*4	18	50	9	5	9	14	27	14	5	9	5	18	9	14	0	5	0	0
	オフロード 軽二輪(126～250cc)	71	▽ 21	△ 57	16	▽ 4	▽ 5	7	△ 30	△ 21	△ 16	11	2	△ 16	5	4	7	2	2	4

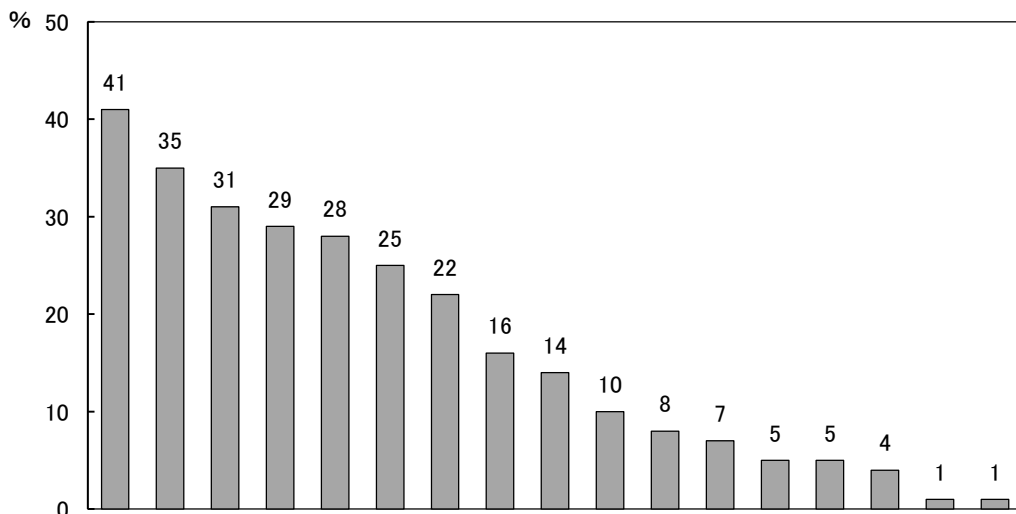
注) △■:買い替える者+有意差(5%水準) ▽:買い替える者-有意差(5%水準) 11年度以前のベースは不明なため「-」で表示している
 灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

*:ベース30未満のため参考値

③ 「増車」(買い増し)購入理由

- <二輪車の買い増し理由>をみると、「現保有の二輪車と違うタイプに乗りたい」が41%で最も高く、前回の36%から増加傾向である。次いで「現保有の二輪車と違う排気量に乗りたい」が35%、「場所の遠近で使い分けする」が31%と続く。
- 購入二輪車別では、スクーター原付第一種(～50cc)は「子供が二輪車に乗れる年齢になった」、スクーター原付第二種(51～125cc)は「場所の遠近使い分け」が最も高い。
- オンロード軽二輪(126～250cc)では、「現保有の二輪車と違う排気量に乗りたい」「二輪車を趣味として楽しみたい」「現保有の二輪車と違う性能・機能のものに乗りたい」が高い。オンロード小型二輪(251～400cc)では、「現保有の二輪車と違うタイプに乗りたい」の63%が最も高く、次いで「二輪車を趣味として楽しみたい」「現保有の二輪車と違う排気量に乗りたい」が高い。

<二輪車の買い増し理由(その他除く17項目中上位1%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



	n	理由																	
		現保有の二輪車と違うタイプに乗りたい	現保有の二輪車と違う排気量に乗りたい	場所の遠近で使い分けする	二輪車を趣味として楽しみたい	現保有の二輪車と違う性能・機能のものに乗りたい	日常生活と趣味で使い分け	現保有の二輪車とスタイル・デザインの違うものに乗りたい	欲しいと思う新製品が出た	子供が二輪車に乗れる年齢になった	現保有の二輪車の調子が悪い	家族と一緒にツーリングする	経済的に余裕ができた	現保有の二輪車の燃費が悪い	値段の安い二輪車があった	現保有の二輪車の維持費が高い	二輪車のレースに参加する	販売店が熱心に勧めてくれた	
買い増し者	07年度 複数回答	-	35	27	28	30	23	31	21	12	15	8	8	9	5	11	2	1	2
	09年度 複数回答	-	35	32	27	25	25	29	18	12	12	12	7	4	9	4	7	1	2
	11年度 複数回答	-	35	27	25	21	21	27	16	15	17	11	5	7	8	8	3	0	3
	13年度 複数回答	594	33	26	23	22	22	22	17	14	10	15	4	8	9	6	4	1	2
	15年度 複数回答	524	36	34	26	30	26	24	24	14	12	10	6	9	7	6	3	1	2
	17年度 複数回答	601	41	35	31	29	28	25	22	16	14	10	8	7	5	5	4	1	1
	17年度 単数回答	601	10	10	9	8	6	9	4	6	10	7	2	1	1	1	1	1	1
買い増し者の購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	116	▽12	▽9	▽20	▽7	▽9	18	▽11	▽8	△46	△20	▽2	▽2	3	5	▽0	0	2
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	117	34	30	△42	▽15	24	△37	▽15	▽9	▽6	10	10	9	7	△10	3	0	0
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	*27	38	38	38	21	38	25	17	13	13	4	△21	4	4	8	8	0	0
	スクーター 小型二輪(251cc～)	*1	67	67	67	67	50	50	17	33	0	0	33	0	0	17	0	0	0
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	*28	30	▽7	▽11	▽11	15	19	19	▽0	15	11	7	7	4	4	4	0	0
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	48	39	31	37	16	31	33	14	6	8	16	10	4	△18	2	8	0	0
	オンロード 原付第一種(～50cc)	24	50	26	22	46	28	22	37	△35	4	0	4	17	4	0	2	0	0
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	34	△64	△56	31	△53	36	33	36	△36	6	14	3	11	8	3	△11	△6	0
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	47	52	△67	35	△46	△46	23	△40	15	13	6	15	2	4	8	2	4	2
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	*26	55	△62	41	△62	38	24	34	17	10	7	14	3	0	7	0	0	3
	オンロード 小型二輪(401cc～)	84	△63	△51	33	△55	△43	▽13	△33	△37	▽2	▽3	9	△13	1	1	1	3	2
	オフロード 原付第二種(51～125cc)	7	△84	45	36	50	45	20	45	2	9	7	7	18	7	5	7	2	0
	オフロード 軽二輪(126～250cc)	40	△56	41	22	38	28	19	19	16	▽3	6	3	9	3	3	9	3	3

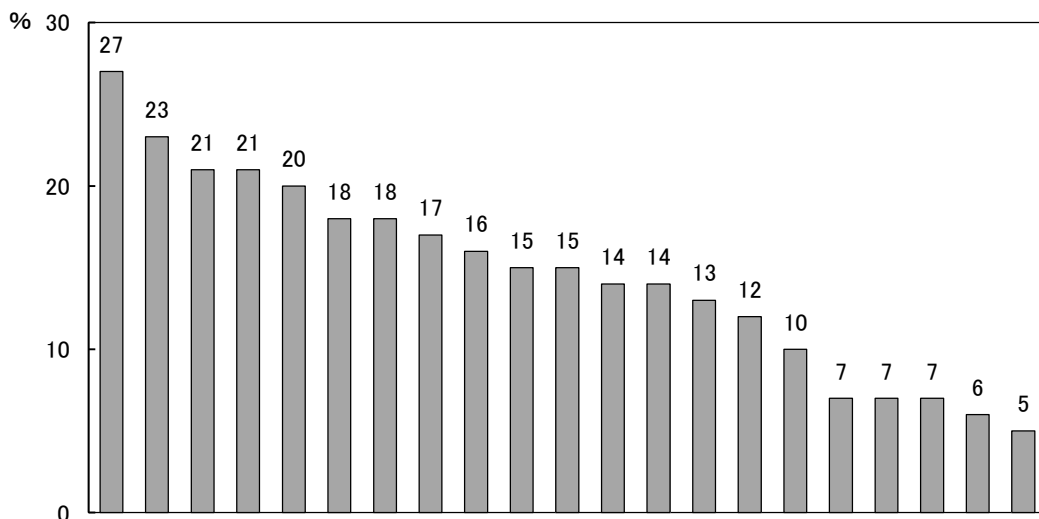
注) △■: 買い増し者+有意差(5%水準) ▽: 買い増し者-有意差(5%水準) 11年度以前のベースは不明なため「-」で表示している
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

*: ベース30未満のため参考値

④ 「再購入」（一時中断後の再購入）購入理由

- <二輪車の再購入理由>をみると、「二輪車を趣味として楽しみたくなった」の27%が最も高く、次いで「二輪車は操る楽しさがある」が23%、「今乗らないと二度と乗れなくなると思った」や「交通の便の悪さを解消したくて」が21%と続く。「二輪車は操る楽しさがある」は前回の30%から減少している。
- 購入二輪車別では、スクーター原付第一種（～50cc）は「交通の便の悪さを解消したくて」「仕事の関係で必要になった」など、必要に迫られて購入する割合が高いことがわかる。オンロードは軽二輪（126～250cc）や小型二輪（251cc～）で「二輪車を趣味として楽しみたくなった」や「二輪車は操る楽しさがある」「今乗らないと二度と乗れなくなると思った」が高い。

<二輪車の再購入理由(その他除く27項目中上位5%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



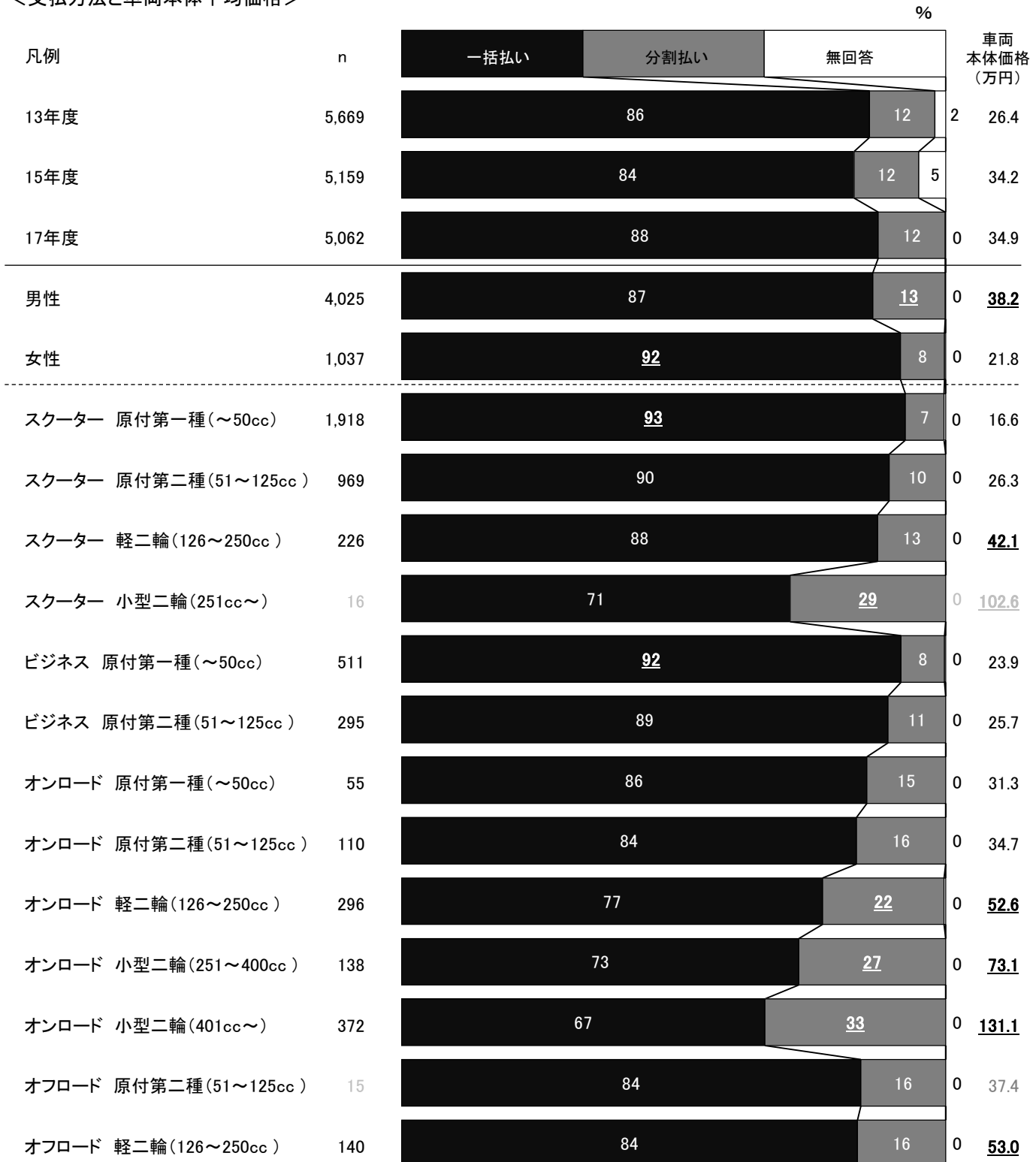
	n	二輪車を趣味として楽しみたくなった	二輪車は操る楽しさがある	今乗らないと二度と乗れなくなると思った	交通の便の悪さを解消したくて	以前に乗っていた頃のことを思い出した	経済的に余裕ができた	仕事の関係で必要となった	1人で移動できる機会が増えた	四輪車より燃費がよい	時間に余裕ができた	気に入った二輪車ができた	四輪車より維持費が安い	他の交通機関を利用するより安い	気持ちに余裕ができた	時間をもっと有効に使いたくて	五感を研ぎ澄ます楽しさがある	子育てから解放された	体力・気力の維持に役立つ	四輪車の場合、駐車場を捜すのが面倒	四輪車よりも楽だと思った	友達や家族などの周りの影響で	
再購入者																							
07年度 複数回答	24	22	22	21	9	24	14	9	15	16	14	13	12	10	7	8	18	8	18	8	18	8	
09年度 複数回答	25	22	21	21	10	23	19	10	16	15	15	14	13	12	10	15	17	11	17	11	17	11	
11年度 複数回答	25	25	21	21	9	21	14	9	14	18	15	14	13	12	10	5	6	13	5	13	5	6	
13年度 複数回答	914	22	25	19	10	24	18	10	24	18	15	14	13	12	10	6	8	13	6	13	6	8	
15年度 複数回答	716	26	30	17	15	21	21	15	21	21	15	14	13	12	13	14	7	8	12	7	8	12	
17年度 複数回答	698	27	23	21	21	20	18	18	17	16	15	15	14	14	13	12	10	7	7	7	6	5	
17年度 単数回答	698	9	3	9	9	4	3	13	3	3	3	4	5	3	2	3	0	0	1	1	1	1	
再購入者の購入二輪車																							
スクーター 原付第一種(～50cc)	197	▽6	▽7	▽3	△32	▽3	▽6	△29	15	16	▽4	▽7	15	19	▽4	12	▽4	0	1	▽3	8	10	
スクーター 原付第二種(51～125cc)	153	25	22	17	△30	17	19	16	20	△24	13	12	19	△22	9	△18	9	5	7	9	6	3	
スクーター 軽二輪(126～250cc)	37	△42	24	18	15	24	18	15	15	12	△30	18	24	15	12	21	15	6	3	0	3	6	
スクーター 小型二輪(251cc～)	*1	57	29	71	0	57	57	14	14	14	71	29	14	14	57	0	29	0	29	14	14	0	
ビジネス 原付第一種(～50cc)	85	▽12	15	▽11	16	12	11	△28	16	20	11	11	15	12	12	9	7	6	4	6	6	4	
ビジネス 原付第二種(51～125cc)	65	△40	△36	28	12	△34	13	10	22	△25	21	19	12	△24	15	△24	7	12	△15	7	3	3	
オンロード 原付第一種(～50cc)	16	△53	19	33	3	22	25	3	17	8	17	△36	3	3	19	3	8	0	6	3	6	6	
オンロード 原付第二種(51～125cc)	*21	45	41	41	5	36	9	9	9	9	9	△50	0	14	14	0	18	9	5	5	5	14	
オンロード 軽二輪(126～250cc)	41	△57	△57	△36	▽7	△43	△31	▽2	17	7	△33	14	▽2	▽0	△29	7	△21	△31	14	0	2	△12	
オンロード 小型二輪(251～400cc)	*23	△52	△52	△56	8	△44	△48	▽0	24	▽0	20	16	8	4	24	8	4	△20	12	4	0	△16	
オンロード 小型二輪(401cc～)	36	△56	△41	△57	▽2	△38	△49	▽2	15	5	△33	△36	8	▽0	△28	7	15	11	10	0	2	△18	
オフロード 原付第二種(51～125cc)	*3	44	38	44	25	44	44	13	6	6	13	13	6	6	6	6	25	19	13	0	13	6	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	*19	△73	27	△60	7	△47	△53	7	13	7	27	7	7	0	20	0	7	△27	△20	0	7	△20	

注) △■:再購入者+有意差(5%水準) ▽:再購入者-有意差(5%水準) 11年度以前のベースは不明なため「-」で表示している
 灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)
 *:ベース30未満のため参考値

(3) 支払い方法と車両本体平均価格

- 支払方法をみると、「一括払い」は88%であった。
- 車両本体価格は平均「34.9万円」と13年度以降上昇している。
- 性別でみると、男性は「分割払い」が多く、女性は「一括払い」が多い。車両本体価格は、女性「21.8万円」に対し男性が「38.2万円」と高くなっている。
- 購入二輪車別で支払い方法をみると、車両本体価格が比較的安いスクーター原付第一種(～50cc)、ビジネス原付第一種(～50cc)は、一括払いが高い。車両本体価格が50万円を超えるスクーター小型二輪(251cc～)、オンロード軽二輪(126～250cc)、オンロード小型二輪(251～400cc)、オンロード小型二輪(401cc～)は分割払いが高くなっている。

<支払方法と車両本体平均価格>



注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

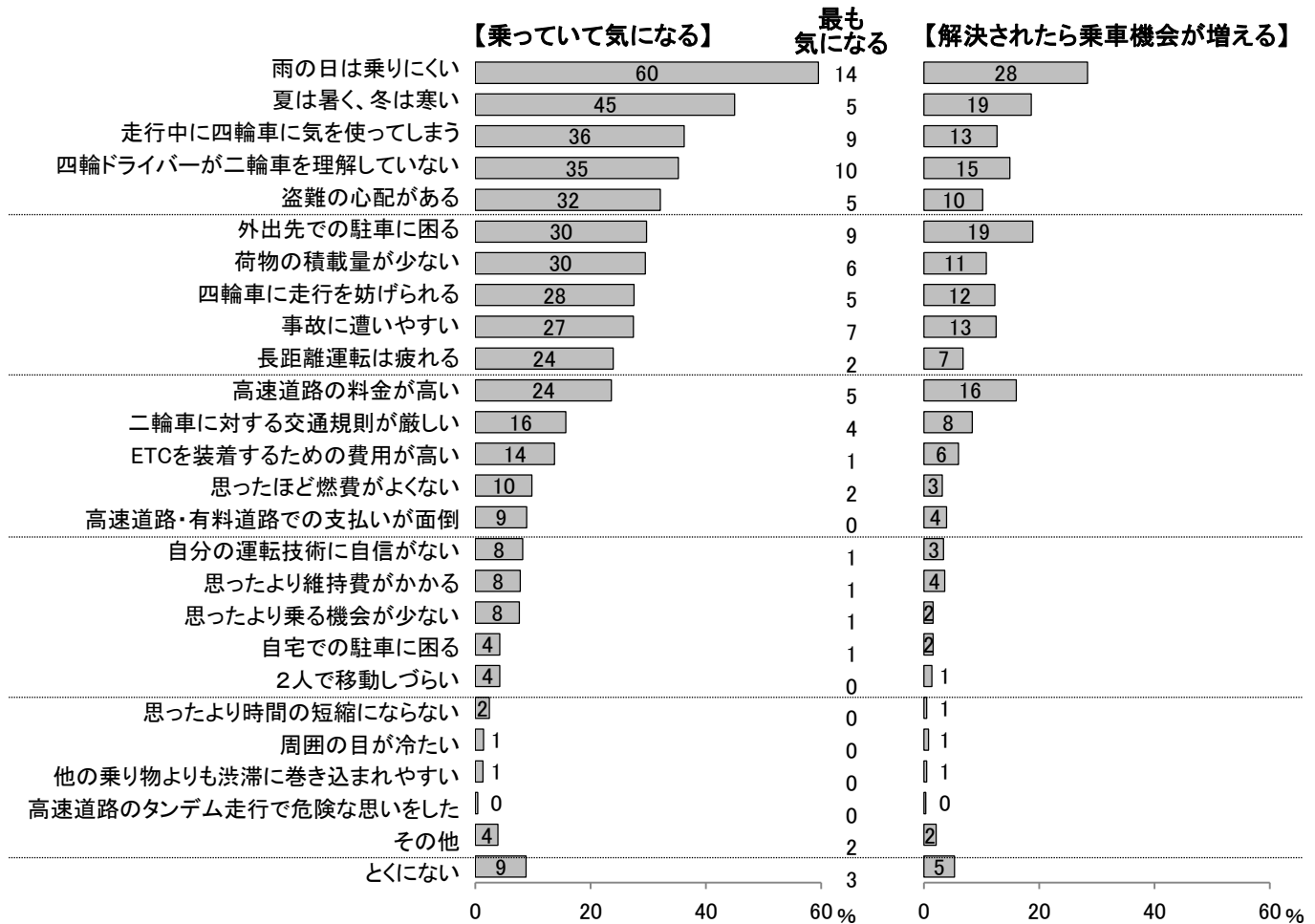
6. 二輪車使用評価と課題

(1) 二輪車使用時の課題

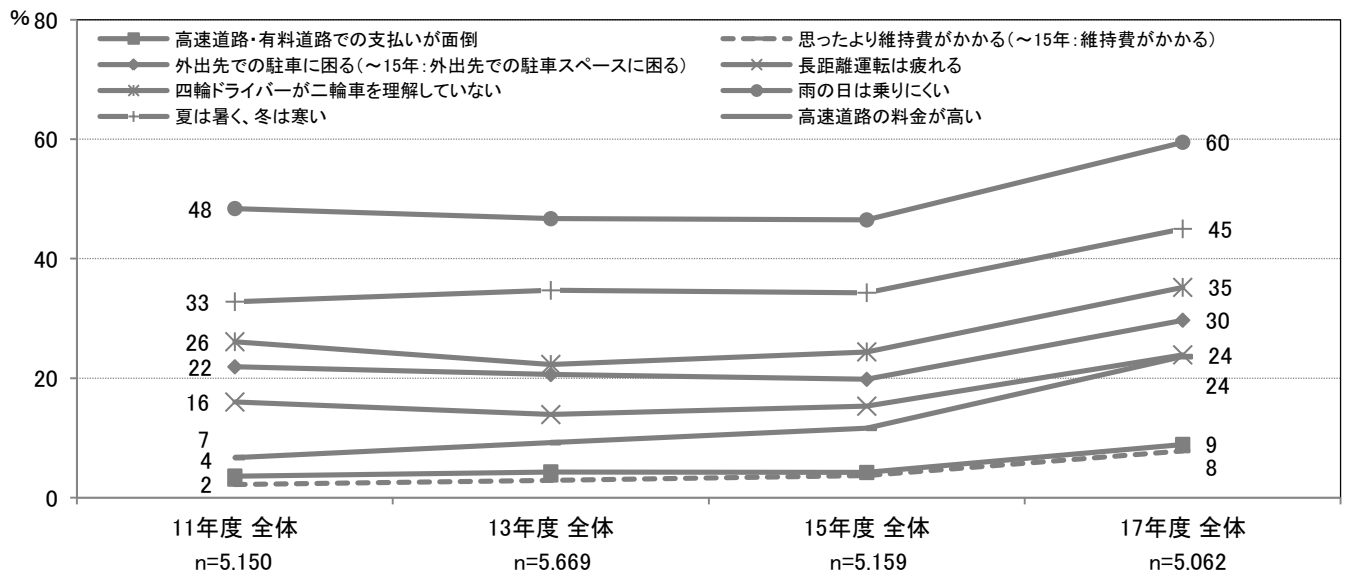
①二輪車使用時の課題と変化

- 乗っていて気になる点は「雨の日は乗りにくい」の60%が最も高い。次いで高いのは「夏は暑く、冬は寒い」の45%で、天候・気候による乗りにくさが上位にあがっている。
- 解決されたら乗車機会が増える点でも、気になる点同様「雨の日は乗りにくい」の28%が最も高く、次いで「夏は暑く、冬は寒い」が19%で続く。加えて「外出先での駐車に困る」の19%、「高速道路の料金が低い」の16%なども高く、課題となっている。
- 乗っていて気になる点の変化では、比較可能な19項目中8項目に5ポイント以上の変化が確認できた。いずれも11年度と比較して上昇している。
- とくに変化が大きかったのは「高速道路の料金が低い(+17ポイント)」「夏は暑く、冬は寒い(同12ポイント)」「雨の日は乗りにくい(同10ポイント)」であり、とくに高速料金、天候・気候課題が上昇していることが確認できる。

<二輪車使用時の課題(全体 n=5,062)> (複数回答)



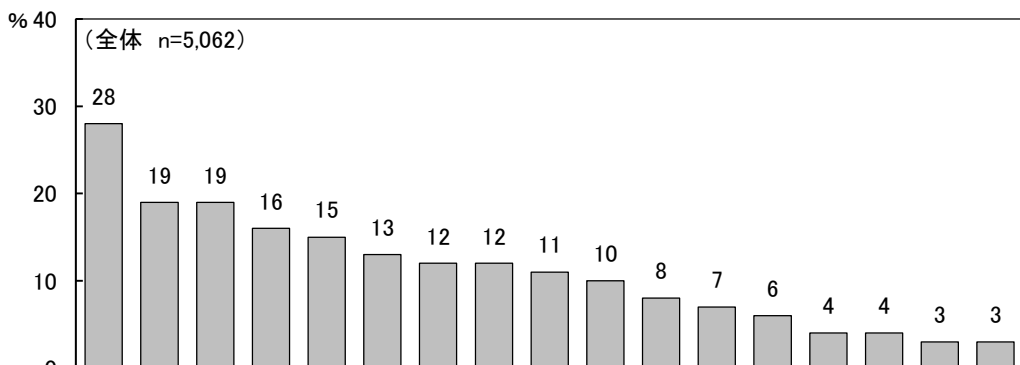
<二輪車使用時の気になる点の変化(比較可能な19項目中変化5ポイント以上8項目を抜粋)> (複数回答)



②属性別二輪車使用時の課題

- 課題として最も大きい「雨の日は乗りにくい」は、スクーター原付第一種(～50cc)、新規購入者、女性で高くあげられている。
- 「外出先での駐車に困る」「高速道路の料金が大きい」は、スクーター、オンロードの排気量が高いタイプの二輪車購入者で高い。
- オンロードの排気量が高いタイプの二輪車購入者では「ETCを装着するための費用が高い」も高くなっている。
- その他、「盗難の心配がある」が、買い増し者、再購入者、男性で高いという特徴がみられる。
- また、「自分の運転技術に自信がない」は、オンロードの排気量が高いタイプの二輪車購入者および女性で高く、課題となっていることが確認できる。

<属性別【解決されたら乗車機会が増える】(その他除く24項目中上位3%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



	n	課題																	
		雨の日は乗りにくい	外出先での駐車に困る	夏は暑く、冬は寒い	高速道路の料金が大きい	四輪ドライバーが二輪車を理解していない	走行中に四輪車に気を促してしまう	四輪車に走行を妨げられる	事故に遭いやすい	荷物の積載量が少ない	盗難の心配がある	二輪車に対する交通規則が厳しい	長距離運転は疲れる	ETCを装着するための費用が高い	思ったより維持費がかかる	高速道路・有料道路での支払いが面倒	思ったほど燃費がよくない	自分の運転技術に自信がない	
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	△ 32	▽ 14	18	▽ 3	▽ 10	△ 16	11	12	11	▽ 8	△ 12	▽ 6	▽ 2	▽ 2	▽ 2	3	▽ 2
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	969	29	△ 25	△ 21	14	△ 18	▽ 8	13	13	△ 13	11	▽ 6	8	6	3	4	3	2
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	24	△ 32	19	△ 40	12	9	10	10	10	9	▽ 4	△ 12	△ 20	5	△ 11	△ 8	4
	スクーター 小型二輪(251cc～)	16	19	△ 42	18	△ 45	19	6	6	6	9	12	5	4	6	△ 13	5	10	0
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	511	▽ 24	▽ 8	▽ 12	▽ 5	14	△ 18	14	13	▽ 7	10	5	▽ 1	2	▽ 1	2	3	3
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	295	31	▽ 14	20	17	△ 26	15	△ 18	15	9	9	7	7	7	4	5	2	2
	オンロード 原付第一種(～50cc)	55	18	29	12	16	15	15	10	12	5	△ 27	14	7	4	6	5	2	2
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	110	22	24	16	22	△ 24	8	13	9	△ 20	16	7	9	6	7	7	3	6
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	296	27	△ 26	20	△ 41	△ 24	10	12	13	△ 17	△ 15	▽ 5	8	△ 18	△ 6	△ 12	3	△ 10
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	21	△ 26	22	△ 40	13	▽ 5	11	16	11	12	5	9	△ 14	5	3	5	△ 9
オンロード 小型二輪(401cc～)	372	24	△ 26	22	△ 47	18	▽ 6	11	12	8	△ 17	7	6	△ 10	△ 8	4	4	△ 7	
オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	29	21	23	26	24	8	18	14	7	14	6	8	2	7	2	0	3	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	▽ 20	20	17	△ 41	17	14	13	14	9	14	▽ 4	10	△ 17	4	△ 7	1	3	
購入形態	新規購入	553	△ 36	21	19	▽ 9	15	14	14	△ 17	13	10	10	8	5	3	3	4	△ 9
	買い替え	2,682	28	18	▽ 17	▽ 11	▽ 13	13	12	12	10	▽ 9	8	▽ 5	▽ 4	3	3	3	▽ 2
	複数所有買い替え	442	28	20	22	△ 37	16	▽ 6	12	12	13	10	7	8	△ 13	△ 6	△ 7	3	3
	買い増し	601	▽ 23	21	19	△ 32	△ 18	▽ 10	12	12	10	△ 13	8	8	△ 11	△ 5	5	3	3
一時中断・再購入	698	31	19	△ 24	13	16	△ 18	14	13	13	△ 13	10	△ 10	6	3	4	3	4	
性別	男性	4,025	28	20	18	△ 19	△ 16	12	13	13	11	△ 11	9	7	△ 7	4	4	3	3
	女性	1,037	△ 32	▽ 16	20	▽ 4	▽ 10	△ 16	11	12	12	▽ 6	▽ 6	5	▽ 2	▽ 2	▽ 2	3	△ 5
性別年代	男性10代(16歳以上)	84	30	17	13	▽ 4	17	14	19	11	10	11	13	5	3	0	1	5	5
	男性20代	220	28	△ 29	15	20	17	▽ 5	16	13	14	△ 17	10	6	8	5	5	3	△ 6
	男性30代	371	△ 35	△ 28	22	18	18	10	12	13	11	△ 17	△ 13	8	△ 9	△ 6	5	3	4
	男性40代	855	28	△ 24	△ 22	△ 19	△ 18	▽ 10	14	13	13	△ 14	10	△ 9	7	△ 5	5	4	3
	男性50代	1,193	29	20	20	△ 27	17	11	12	14	11	11	10	7	△ 10	4	△ 5	3	2
	男性60代	933	▽ 23	▽ 15	▽ 15	16	14	△ 15	12	11	▽ 8	▽ 8	7	6	5	3	5	3	3
	男性70代以上	369	25	▽ 8	▽ 12	▽ 6	12	△ 16	10	12	8	▽ 4	▽ 4	5	▽ 2	▽ 1	▽ 1	3	▽ 1
	女性10代(16歳以上)	45	28	12	19	▽ 2	11	19	11	19	12	8	6	5	2	5	2	6	△ 19
	女性20代	83	△ 40	22	21	▽ 4	12	13	10	11	△ 19	6	10	4	2	2	1	3	△ 9
	女性30代	73	△ 43	28	△ 28	▽ 5	23	12	14	15	11	13	10	△ 14	4	2	4	2	△ 8
	女性40代	167	△ 37	△ 27	△ 31	▽ 8	▽ 9	△ 20	12	17	14	10	6	9	▽ 1	6	3	△ 6	△ 11
	女性50代	214	△ 35	18	20	▽ 3	11	16	13	14	9	▽ 6	9	8	▽ 0	3	▽ 1	4	5
	女性60代	252	27	▽ 10	16	▽ 2	▽ 8	13	8	10	11	▽ 6	▽ 5	▽ 3	▽ 2	▽ 0	3	2	2
	女性70代以上	203	23	▽ 7	▽ 11	▽ 2	▽ 7	△ 19	9	▽ 6	12	▽ 3	▽ 2	▽ 2	▽ 1	▽ 0	▽ 1	▽ 0	▽ 1

注) △ ■ : 全体+有意差(5%水準) ▽ : 全体-有意差(5%水準)

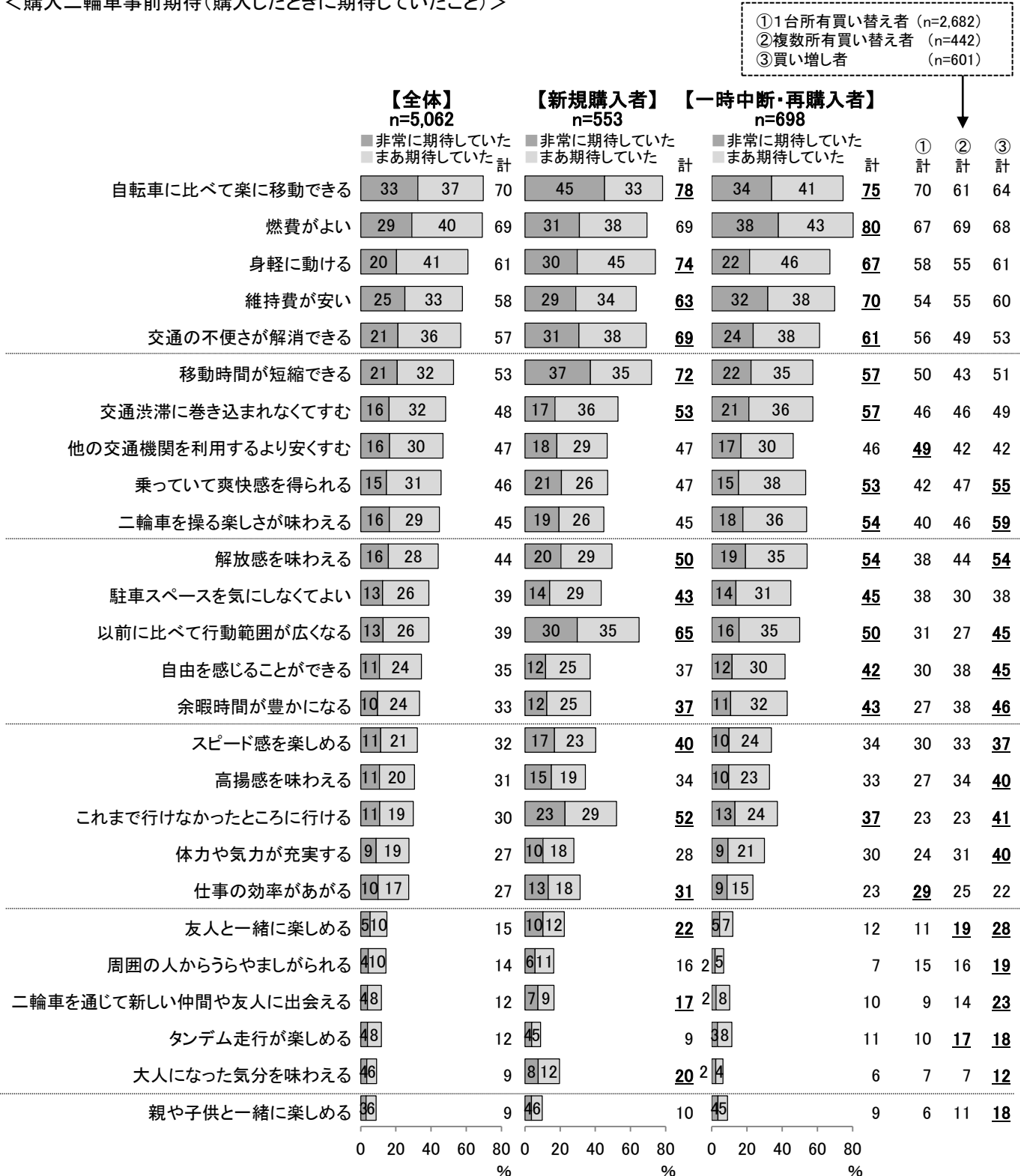
灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

(2) 購入後の期待度に対する満足度

①購入二輪車期待

- 購入二輪車に対する事前期待(購入したときに期待していたこと)は「自転車に比べて楽に移動できる」の70%、「燃費がよい」の69%、「身軽に動ける」の61%が6割を超え、とくに高い。
- 新規購入者では、上位は「自転車に比べて楽に移動できる」「身軽に動ける」「移動時間が短縮できる」の順となっており、いずれも7割を超えている。他と比較すると「以前に比べて行動範囲が広がる」「これまで行けなかったところに行ける」「大人になった気分を味わえる」が高いことも特徴となっている。
- 再購入者では「燃費がよい」の80%が特に高いという特徴がみられる。次いで高いのは「自転車に比べて楽に移動できる」「維持費が安い」であり、ランニングコストに対する期待がみられる。
- 買い増し者では、「体力や気力が充実する」「友人と一緒に楽しめる」「親や子供と一緒に楽しめる」など情緒的な側面の高さが特徴的である。

<購入二輪車事前期待(購入したときに期待していたこと)>



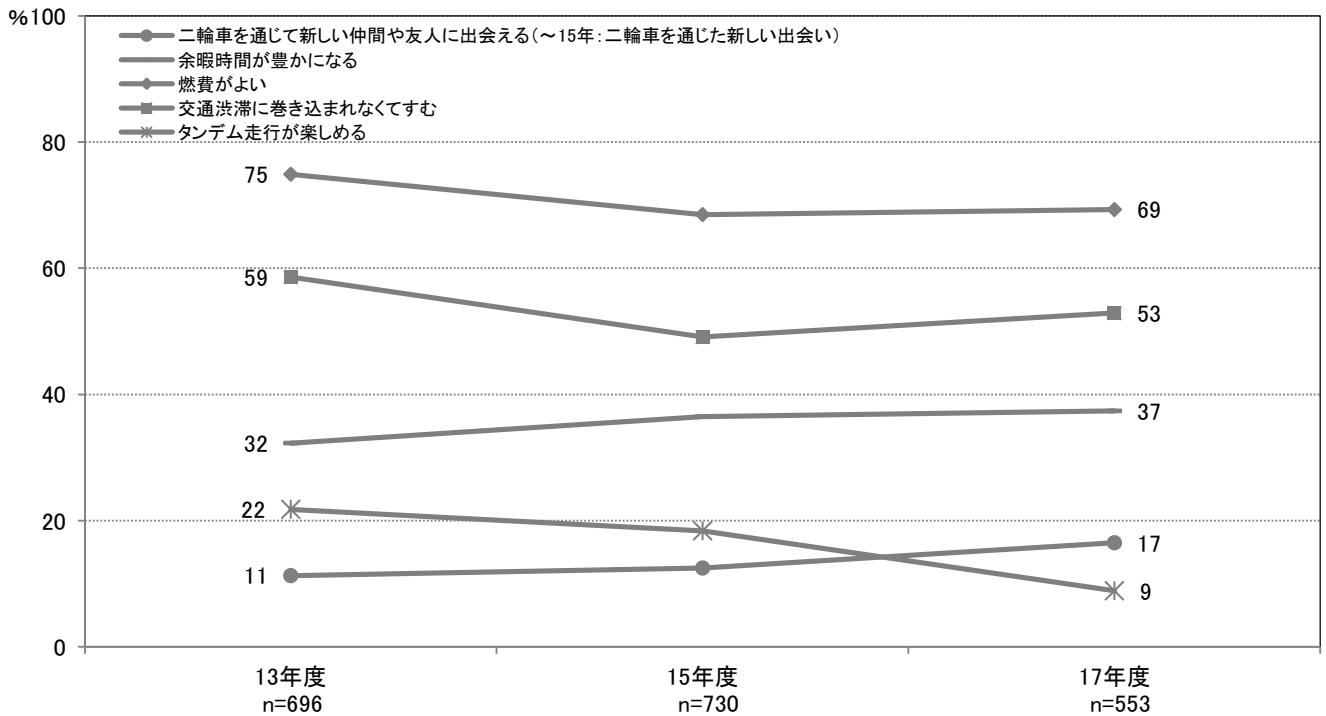
注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

②購入二輪車期待の変化

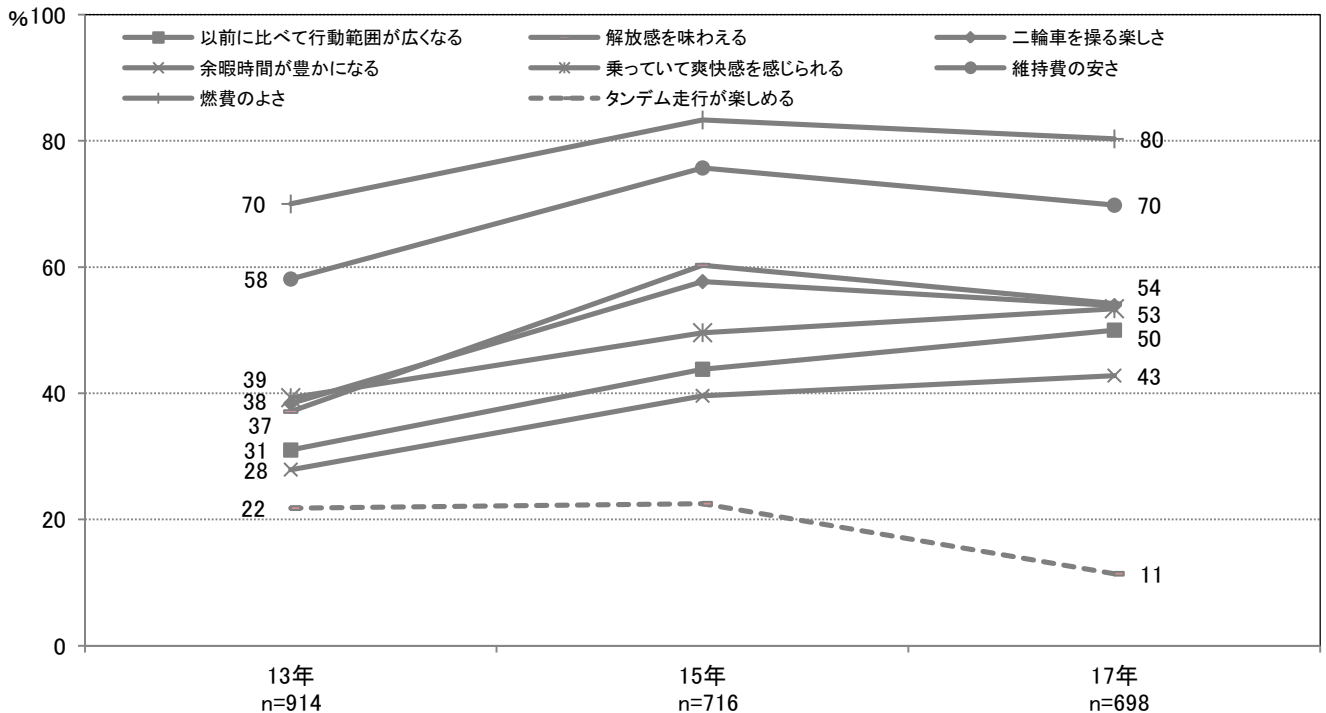
- 新規購入者では、比較可能な18項目中5項目で13年度から今回にかけて5ポイント以上の変化が確認できた。
- そのうち、継続的に上昇していると考えられるのは「二輪車を通じて新しい仲間や友人に出会える」であり、数値は小さいながら仲間づくりに対する期待が高まっている。
- 一方、継続的に低下しているのは「タンデム走行が楽しめる」であり、タンデム走行の魅力の低下の様子がうかがえる。
- 再購入者では、比較可能な18項目中12項目で5ポイント以上の変化が確認でき、そのうちとくに変化が大きかった8項目が下図のとおりである。
- 「以前に比べて行動範囲が広がる」「乗っていて爽快感を得られる」「余暇時間が豊かになる」に継続的な上昇が確認できる。「タンデム走行が楽しめる」は再購入者でも継続的に低下している。

<購入二輪車事前期待(非常に期待していた+まあ期待していた)の変化>

【新規購入者】(13年度～17年度で比較可能な18項目中変化5ポイント以上を満たした項目を抜粋)



【一時中断・再購入者】(13年度～17年度で比較可能な18項目中変化が大きい項目上位8項目を抜粋)



③属性別購入二輪車期待

- 上位の「自転車に比べて楽に移動できる」「身軽に動ける」など移動やその利便性に対する期待は、スクーター原付、女性で高い。
- 「燃費がよい」「維持費が安い」などランニングコストに対する期待は、スクーター原付第二種、ビジネス原付第二種、男性で高いといえる。
- スクーター126cc～、オンロード51cc～、オフロード軽二輪では「乗っていて爽快感を得られる」「解放感を味わえる」など走る心地よさが高くあげられている。
- オンロード、オフロードでとくに「二輪車を操る楽しさが味わえる」ことに対する期待が高いことも確認できる。

<属性別購入二輪車期待(非常に期待していた+まあ期待していた)>

		n	自転車に比べて楽に移動できる	燃費がよい	身軽に動ける	維持費が安い	交通の不便さが解消できる	移動時間が短縮できる	交通渋滞に巻き込まれなくてすむ	他の交通機関を利用するより安くすむ	得られている爽快感を乗っていて爽快感を得られる	二輪車を操る楽しさが味わえる	解放感を味わえる	駐車スペースを気になくす	広くなる	9%
全体		5,062	70	69	61	58	57	53	48	47	46	45	44	39	39	
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	△ 78	68	△ 65	58	△ 65	△ 58	50	△ 51	▽ 31	▽ 26	▽ 29	△ 43	▽ 34	
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	969	△ 74	△ 81	△ 66	58	△ 70	△ 64	△ 64	△ 57	47	45	46	△ 44	40	
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	66	69	62	52	63	55	△ 58	48	△ 54	△ 52	△ 53	▽ 32	42	
	スクーター 小型二輪(251cc～)	16	58	▽ 30	47	▽ 13	45	47	40	36	△ 73	62	△ 70	21	58	
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	511	72	73	57	62	▽ 51	▽ 47	▽ 41	50	▽ 26	▽ 31	▽ 28	41	▽ 29	
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	295	72	△ 85	△ 73	△ 76	56	47	52	△ 56	41	47	47	△ 46	44	
	オンロード 原付第一種(～50cc)	55	63	74	52	65	▽ 35	▽ 24	▽ 32	▽ 23	50	△ 62	56	43	▽ 23	
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	110	65	△ 81	68	△ 72	▽ 47	▽ 34	53	38	△ 69	△ 79	△ 58	47	36	
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	296	▽ 62	71	61	61	▽ 42	49	▽ 42	▽ 35	△ 78	△ 81	△ 79	▽ 31	△ 58	
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	▽ 51	▽ 45	▽ 45	▽ 22	▽ 30	▽ 41	▽ 31	▽ 26	△ 83	△ 83	△ 74	▽ 27	△ 53	
オンロード 小型二輪(401cc～)	372	▽ 37	▽ 33	▽ 31	▽ 12	▽ 19	▽ 31	▽ 20	▽ 16	△ 85	△ 84	△ 76	▽ 13	△ 44		
オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	67	86	76	78	44	37	54	40	63	△ 84	66	50	53		
オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	▽ 47	▽ 57	56	51	▽ 36	▽ 34	▽ 37	▽ 21	△ 70	△ 79	△ 61	▽ 22	43		
性別 男性		4,025	▽ 68	△ 71	60	△ 59	56	52	50	46	△ 48	△ 49	△ 47	38	39	
性別 女性		1,037	△ 76	▽ 62	△ 64	▽ 51	△ 62	△ 56	▽ 43	△ 51	▽ 37	▽ 30	▽ 31	40	39	

		n	自由を感じることができ	余暇時間が豊かになる	スピード感を楽しめる	高揚感を味わえる	これまでに行けなかったところに行ける	仕事の効率が上がる	体力や気力が充実する	友人と一緒に楽しめる	周囲の人からうらやましがられる	二輪車を通じて新しい仲間や友人に出会える	タンデム走行が楽しめる	親や子供と一緒に楽しめる	大人になった気分を味わえる
全体		5,062	35	33	32	31	30	27	27	15	14	12	12	9	9
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	▽ 21	▽ 20	▽ 18	▽ 16	▽ 22	△ 34	▽ 17	▽ 7	▽ 11	▽ 5	▽ 2	▽ 4	▽ 6
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	969	33	▽ 30	△ 39	28	30	29	25	▽ 11	12	▽ 8	△ 26	△ 15	9
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	△ 42	△ 41	△ 47	△ 37	△ 36	▽ 18	28	17	15	13	△ 25	12	▽ 5
	スクーター 小型二輪(251cc～)	16	52	△ 58	△ 70	△ 56	49	13	45	31	30	△ 29	△ 29	13	18
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	511	▽ 22	▽ 18	▽ 14	▽ 15	▽ 19	△ 41	▽ 18	▽ 5	▽ 10	▽ 6	▽ 2	▽ 4	▽ 6
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	295	39	△ 39	▽ 18	▽ 21	35	31	29	12	▽ 9	10	10	7	▽ 6
	オンロード 原付第一種(～50cc)	55	45	△ 46	▽ 13	35	19	▽ 6	35	12	△ 30	△ 22	▽ 1	15	9
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	110	△ 52	△ 54	41	△ 49	35	▽ 10	△ 49	△ 24	△ 22	△ 22	15	10	5
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	296	△ 58	△ 64	△ 67	△ 66	△ 53	▽ 14	△ 48	△ 38	△ 24	△ 28	△ 21	△ 16	△ 19
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	△ 64	△ 71	△ 77	△ 72	△ 47	▽ 9	△ 58	△ 41	△ 24	△ 34	△ 22	△ 14	△ 20
オンロード 小型二輪(401cc～)	372	△ 67	△ 65	△ 71	△ 74	△ 43	▽ 4	△ 53	△ 39	△ 29	△ 35	△ 19	△ 13	△ 19	
オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	56	△ 68	30	△ 54	△ 74	17	49	△ 34	19	△ 29	16	19	12	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	△ 68	△ 58	39	△ 58	△ 50	▽ 6	△ 55	△ 36	19	△ 23	11	13	10	
性別 男性		4,025	△ 37	△ 36	△ 35	△ 33	31	▽ 26	28	16	14	△ 13	△ 13	△ 10	9
性別 女性		1,037	▽ 26	▽ 24	▽ 23	▽ 21	27	△ 34	▽ 24	▽ 11	△ 17	▽ 7	▽ 5	▽ 5	8

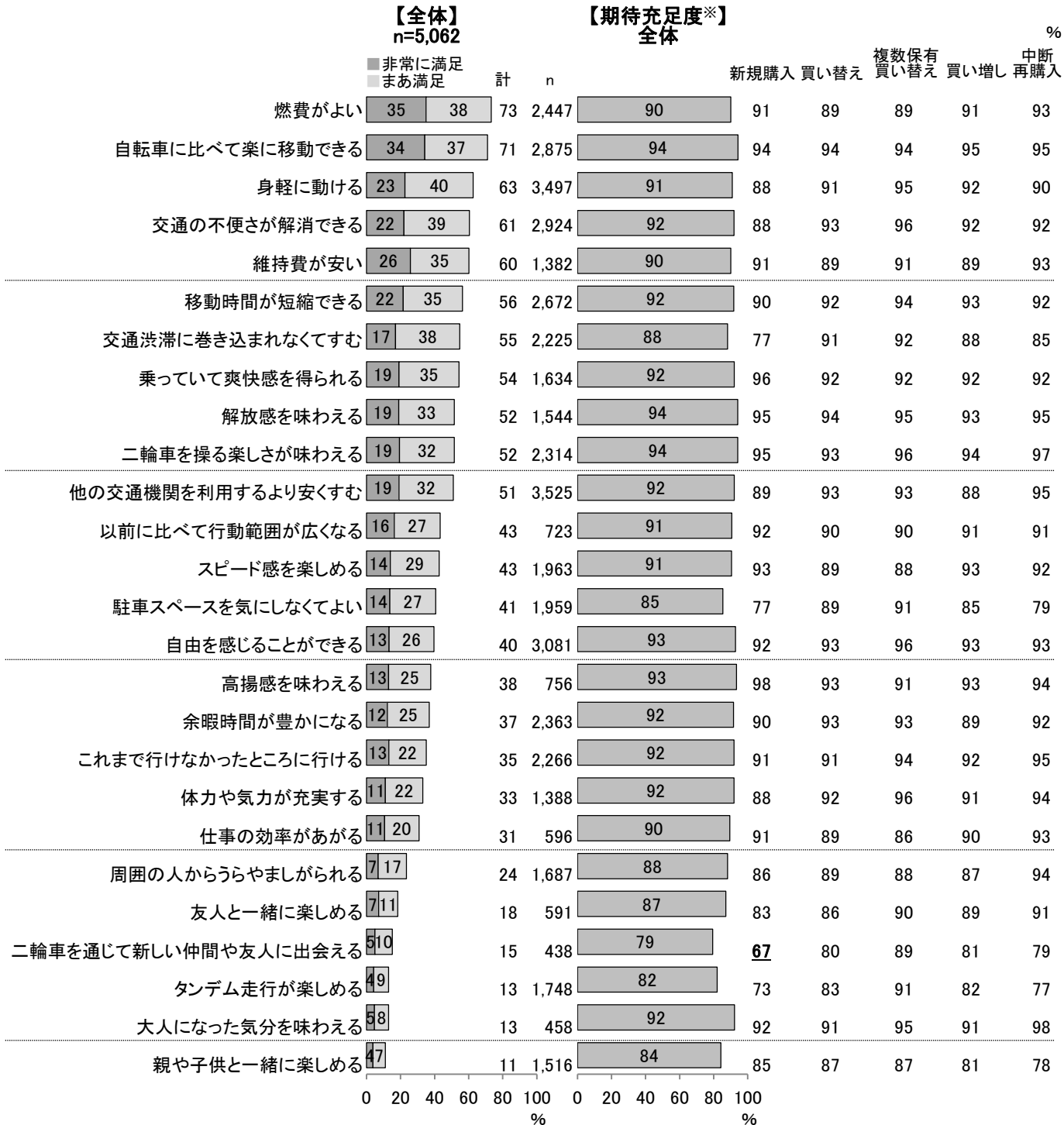
注) △■:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

④期待充足度

- 満足度が最も高いのは「燃費がよい」の73%、次いで「自転車に比べて楽に移動できる」の71%が高い。
- 期待充足度(購入したときに期待していた人の満足度)をみると、いずれの項目も8~9割であり、充足度は高いといえる。
- 期待充足度の中で唯一、新規購入者での「二輪車を通じて新しい仲間や友人に出会える」の期待充足度が7割に達しておらず、仲間づくりについては改善の余地がみられる。

<購入二輪車満足ポイント>



※ 「非常に満足+まあ満足/非常に期待していた+まあ期待していた」歩留まり

注) **太字**:70%未満
需要形態別のベース(n)は省略

(3) 総合満足度

①属性別総合満足度

- 「満足度」がとくに高いのは、女性10代の95%、オフロード原付第二種(51~125cc)の94%、オンロード小型二輪(251~400cc)の91%、オンロード軽二輪(126~250cc)の90%、女性30代の90%である。
- 逆に、「満足度」がとくに低いのは、男性70代以上の65%、女性70代以上の66%と高齢者、ビジネス原付第一種(~50cc)の69%となっている。

<購入二輪車総合満足度>

		凡例	n	非常に満足	満足	どちらともいえない	不満計	満足計	%
		全体	5,062	24	56		13	3	80
購入二輪車	スクーター 原付第一種(~50cc)	1,918	21	56		16	3	76	
	スクーター 原付第二種(51~125cc)	969	24	59		10	3	84	
	スクーター 軽二輪(126~250cc)	226	21	61		11	5	82	
	スクーター 小型二輪(251cc~)	16	21	58		13	5	79	
	ビジネス 原付第一種(~50cc)	511	22	47		20	4	69	
	ビジネス 原付第二種(51~125cc)	295	23	59		9	5	83	
	オンロード 原付第一種(~50cc)	55	25	56		15	2	81	
	オンロード 原付第二種(51~125cc)	110	26	61		5	6	87	
	オンロード 軽二輪(126~250cc)	296	35	56		5	4	90	
	オンロード 小型二輪(251~400cc)	138	34	57		7	1	91	
オンロード 小型二輪(401cc~)	372	32	56		6	4	88		
オフロード 原付第二種(51~125cc)	15	40	54		3	2	94		
オフロード 軽二輪(126~250cc)	140	32	57		8	2	89		
購入形態	初期購入	553	31	53		9	4	84	
	買い替え	2,682	21	56		15	3	77	
	複数保有買い替え	442	28	56		11	3	84	
	買い増し	601	31	55		8	3	86	
	一時中断・再購入	698	25	60		9	3	86	
性別	男性	4,025	24	57		12	3	81	
	女性	1,037	24	54		14	3	78	
性別年代	男性10代	84	35	42		12	10	77	
	男性20代	220	41	48		5	4	89	
	男性30代	371	36	48		10	4	84	
	男性40代	855	26	59		9	4	86	
	男性50代	1,193	22	62		10	4	84	
	男性60代	933	17	60		17	2	77	
	男性70代以上	369	20	45		20	3	65	
	女性10代	45	42	53		2	95		
	女性20代	83	34	52		10	4	86	
	女性30代	73	33	57		7	90		
	女性40代	167	27	61		10	88		
	女性50代	214	23	55		14	3	78	
	女性60代	252	20	53		19	3	72	
女性70代以上	203	19	47		16	4	66		

注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

②属性別総合満足度要因

- 購入した二輪車に非常に満足している人と満足していない人との差が大きい項目を満足度形成要因としてみると、全体での上位は「二輪車を操る楽しさが味わえる」「乗っていて爽快感を得られる」「余暇時間が豊かになる」「自由を感じることができる」「高揚感を味わえる」であることが確認できる。
- スクーターでは、全体上位5位にはなかった「以前に比べて行動範囲が広がる」が要因となっている特徴がみられる。
- ビジネスでは、原付第一種(～50cc)で「維持費が安い」、原付第二種(51～125cc)で「移動時間が短縮できる」などコストや時間に関わる点が満足度形成要因となっている。
- 新規購入者、買い替え者では「解放感を味わえる」が満足形成要因になっている様子が見られる。
- 女性では「他の交通機関を利用するより安くすむ」「身軽に動ける」「交通渋滞に巻き込まれなくてすむ」など利便性があがってくるのが特徴的である。また、男女70代以上では「体力や気力が充実する」が共通しており、満足度アップの鍵となっている可能性がうかがえる。

<総合満足度別個別満足度評価(26項目中各属性差の大きさ上位5項目を抜粋)>

	非常に満足 n	満足していない計 n	1位			2位			3位			4位			5位								
			項目	非常に満足 %	満足していない計 %	差	項目	非常に満足 %	満足していない計 %	差	項目	非常に満足 %	満足していない計 %	差	項目	非常に満足 %	満足していない計 %	差					
全体	1,227	795	二輪車を操る楽しさが味わえる	73	22	51	乗っていて爽快感を得られる	74	25	49	余暇時間が豊かになる	60	13	48	自由を感じることができる	62	15	47	高揚感を味わえる	60	13	47	
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	399	355	二輪車を操る楽しさが味わえる	57	13	44	以前に比べて行動範囲が広がる	59	16	43	解放感を味わえる	60	17	43	乗っていて爽快感を得られる	63	20	42	余暇時間が豊かになる	48	6	42
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	235	123	乗っていて爽快感を得られる	76	21	55	以前に比べて行動範囲が広がる	66	12	54	スピード感を楽しめる	72	22	50	二輪車を操る楽しさが味わえる	71	23	48	高揚感を味わえる	57	9	48
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	47	35	余暇時間が豊かになる	69	19	50	自由を感じることができる	69	19	50	解放感を味わえる	76	29	47	これまで行けなかったところに行ける	64	19	45	以前に比べて行動範囲が広がる	64	23	42
	スクーター 小型二輪(251cc～)	*3	*3	以前に比べて行動範囲が広がる	81	36	46	二輪車を操る楽しさが味わえる	94	50	44	自由を感じることができる	69	29	40	高揚感を味わえる	81	43	38	余暇時間が豊かになる	81	43	38
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	353	125	二輪車を操る楽しさが味わえる	49	12	37	乗っていて爽快感を得られる	45	15	30	以前に比べて行動範囲が広がる	43	15	28	解放感を味わえる	44	13	31	維持費が安い	71	40	31
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	69	42	二輪車を操る楽しさが味わえる	79	23	56	余暇時間が豊かになる	65	21	44	乗っていて爽快感を得られる	72	30	42	移動時間が短縮できる	62	21	41	これまで行けなかったところに行ける	55	14	41
	オンロード 原付第一種(～50cc)	*14	*9	高揚感を味わえる	74	10	64	二輪車を操る楽しさが味わえる	84	20	64	余暇時間が豊かになる	77	15	62	自由を感じることができる	71	10	61	体力や気力が充実する	68	10	58
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	28	*12	高揚感を味わえる	80	15	65	解放感を味わえる	80	23	57	余暇時間が豊かになる	83	31	53	自由を感じることができる	90	46	44	乗っていて爽快感を得られる	87	46	41
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	102	*26	自由を感じることができる	87	23	63	余暇時間が豊かになる	82	19	63	移動時間が短縮できる	67	8	60	高揚感を味わえる	89	31	59	スピード感を楽しめる	89	35	54
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	46	*12	スピード感を楽しめる	94	31	63	以前に比べて行動範囲が広がる	71	23	48	交通の不便さが解消できる	59	15	43	これまで行けなかったところに行ける	73	31	42	乗っていて爽快感を得られる	94	54	40
オンロード 小型二輪(401cc～)	118	38	体力や気力が充実する	76	28	48	自由を感じることができる	85	39	46	余暇時間が豊かになる	81	44	37	高揚感を味わえる	88	53	35	これまで行けなかったところに行ける	62	28	34	
オンロード 原付第二種(51～125cc)	*6	*1	周囲の人からうらやましがられる	56	0	56	二輪車を操る楽しさが味わえる	100	60	40	二輪車を通じて新しい仲間や友人に出会える	56	20	36	体力や気力が充実する	75	40	35	余暇時間が豊かになる	75	40	35	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	46	*14	体力や気力が充実する	78	9	69	乗っていて爽快感を得られる	92	27	64	余暇時間が豊かになる	78	27	51	高揚感を味わえる	72	27	45	スピード感を楽しめる	67	27	39	
購入形態	新規購入	172	70	二輪車を操る楽しさが味わえる	81	26	56	解放感を味わえる	86	32	54	自由を感じることができる	69	19	51	余暇時間が豊かになる	67	18	50	高揚感を味わえる	72	22	50
	買い替え	552	498	余暇時間が豊かになる	55	9	46	二輪車を操る楽しさが味わえる	65	20	45	乗っていて爽快感を得られる	69	24	44	解放感を味わえる	66	22	43	高揚感を味わえる	53	10	43
	複数所有買い替え	124	61	乗っていて爽快感を得られる	75	16	59	高揚感を味わえる	60	11	49	二輪車を操る楽しさが味わえる	73	26	47	自由を感じることができる	63	16	47	解放感を味わえる	66	22	44
	買い増し	187	65	二輪車を操る楽しさが味わえる	82	30	52	以前に比べて行動範囲が広がる	69	17	52	体力や気力が充実する	68	17	51	自由を感じることができる	71	22	49	これまで行けなかったところに行ける	62	14	48
	一時中断・再購入	175	84	二輪車を操る楽しさが味わえる	80	24	56	乗っていて爽快感を得られる	79	26	53	余暇時間が豊かになる	62	19	43	解放感を味わえる	77	34	43	スピード感を楽しめる	63	20	43
男性年代	男性10代(16歳以上)	29	*18	他の交通機関を利用するより安くすむ	100	44	56	これまで行けなかったところに行ける	100	44	56	二輪車を操る楽しさが味わえる	88	37	51	身軽に動ける	100	51	49	燃費がよい	92	44	47
	男性20代	91	*21	自由を感じることができる	85	33	52	高揚感を味わえる	87	41	46	余暇時間が豊かになる	80	36	44	二輪車を操る楽しさが味わえる	91	47	44	体力や気力が充実する	66	23	43
	男性30代	133	54	高揚感を味わえる	73	21	52	乗っていて爽快感を得られる	86	34	51	これまで行けなかったところに行ける	62	16	47	自由を感じることができる	71	25	46	体力や気力が充実する	63	17	46
	男性40代	224	106	二輪車を操る楽しさが味わえる	83	26	56	高揚感を味わえる	68	14	54	解放感を味わえる	79	25	54	乗っていて爽快感を得られる	79	27	52	自由を感じることができる	66	15	52
	男性50代	263	166	乗っていて爽快感を得られる	75	25	50	二輪車を操る楽しさが味わえる	76	28	48	自由を感じることができる	65	17	48	余暇時間が豊かになる	62	15	47	解放感を味わえる	73	27	47
	男性60代	159	179	二輪車を操る楽しさが味わえる	66	18	47	以前に比べて行動範囲が広がる	56	14	42	解放感を味わえる	66	25	41	自由を感じることができる	54	14	40	乗っていて爽快感を得られる	67	28	40
	男性70代以上	75	84	乗っていて爽快感を得られる	65	11	54	二輪車を操る楽しさが味わえる	58	9	49	余暇時間が豊かになる	49	4	45	体力や気力が充実する	48	4	44	高揚感を味わえる	46	3	43
女性年代	女性10代(16歳以上)	*19	*1	仕事の効率が上がる	61	0	61	維持費が安い	55	0	55	駐車スペースが広くてよい	40	0	40	交通の不便さが解消できる	100	100	0	移動時間が短縮できる	100	100	0
	女性20代	*28	*12	他の交通機関を利用するより安くすむ	76	11	66	乗っていて爽快感を得られる	71	19	52	高揚感を味わえる	57	8	49	交通渋滞に巻き込まれなくてすむ	59	11	48	解放感を味わえる	67	19	48
	女性30代	*24	*5	維持費が安い	79	25	54	仕事の効率が上がる	48	0	48	交通の不便さが解消できる	71	25	46	余暇時間が豊かになる	38	0	38	自由を感じることができる	38	0	38
	女性40代	45	*16	乗っていて爽快感を得られる	76	6	70	解放感を味わえる	73	6	67	余暇時間が豊かになる	62	0	62	身軽に動ける	74	14	60	自転車に比べて楽に移動できる	88	30	58
	女性50代	49	37	交通渋滞に巻き込まれなくてすむ	81	13	68	交通の不便さが解消できる	96	29	67	移動時間が短縮できる	88	23	65	身軽に動ける	92	34	59	体力や気力が充実する	60	3	57
	女性60代	49	56	他の交通機関を利用するより安くすむ	78	22	57	体力や気力が充実する	61	8	53	身軽に動ける	83	35	48	これまで行けなかったところに行ける	46	0	46	二輪車を操る楽しさが味わえる	58	12	45
	女性70代以上	39	41	体力や気力が充実する	53	15	38	余暇時間が豊かになる	41	6	35	乗っていて爽快感を得られる	59	25	35	二輪車を操る楽しさが味わえる	47	15	32	仕事の効率が上がる	56	24	31

注) ■:全体にない特徴的な項目

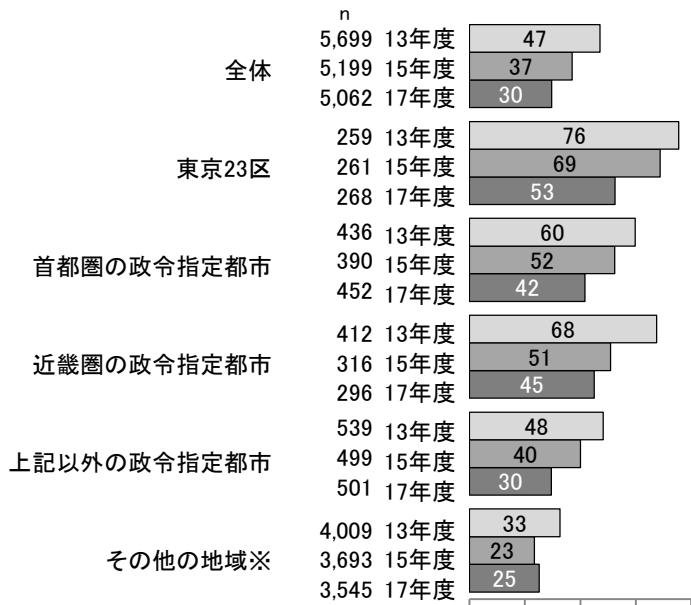
*:ベースが30未満のため参考値

(4) 二輪車の駐車問題

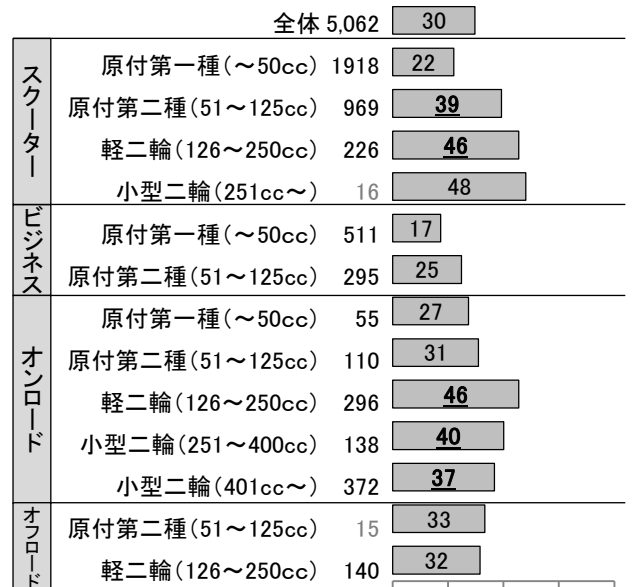
①二輪車の駐車で困った経験

- 「駐車で困った経験」は30%であった。13年度の47%から大きく減少している。
- とくに「駐車で困った経験」が高いのは東京23区の53%だが、13年度の76%と比較すると減少しており、全体同様改善がみられる。
- 購入二輪車別では、スクーター原付第二種以上(51cc～)の排気量、オンロード軽二輪以上(126cc～)の排気量のタイプで経験が高くなっている。
- 駐車で困った場所では、「駅周辺」の79% (駐車に困った経験者ベース)、「繁華街」の70%(同)、「自宅」の59%(同)が多い。
- 東京23区、首都圏の政令指定都市では「駅周辺」に加え、「自宅」が高いのが特徴である。
- オンロード軽二輪以上(126cc～)の排気量のタイプでは「観光地」が高いという特徴もみられる。

<駐車で困った経験の変化>

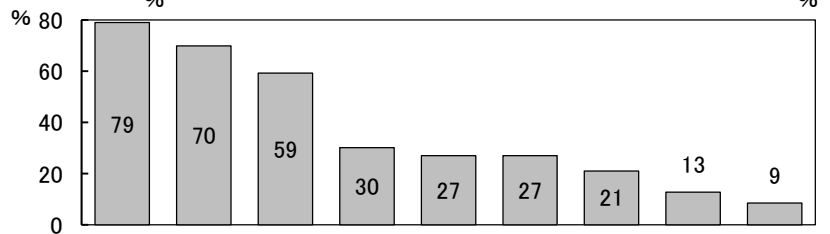


<購入二輪車別駐車場で困った経験>



注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

<駐車で困った場所> (複数回答)



		n	駅周辺	繁華街	自宅	住宅街	オフィス街	観光地	職場周辺の学校	自宅周辺	その他
駐りに困った経験者 13年度		2,672	68	61	10	10	22	-	9	3	8
駐りに困った経験者 15年度		1,910	73	70	11	13	23	-	11	4	10
駐りに困った経験者 17年度		1,502	78.9	69.9	59.2	30.2	27.0	27.0	21.0	12.8	8.6
居住地	東京23区	141	84	77	△ 75	28	30	30	19	15	7
	首都圏の政令指定都市	189	△ 86	72	△ 68	28	27	23	23	10	11
	近畿圏の政令指定都市	133	78	△ 78	62	29	△ 41	27	22	11	6
	上記以外の政令指定都市	148	▽ 71	77	57	30	26	▽ 19	△ 34	11	11
	その他の地域※	892	78	▽ 66	▽ 55	31	25	29	19	14	8
	購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	423	82	▽ 61	▽ 50	27	▽ 21	▽ 9	25	12
スクーター 原付第二種(51～125cc)		381	82	73	63	27	29	27	20	▽ 9	8
スクーター 軽二輪(126～250cc)		103	77	△ 82	△ 73	31	30	31	17	17	7
スクーター 小型二輪(251cc～)		7	81	87	65	32	32	△ 60	30	16	8
ビジネス 原付第一種(～50cc)		89	75	62	55	24	25	19	24	12	6
ビジネス 原付第二種(51～125cc)		73	76	72	69	21.3	△ 39	21	23	13	5
オンロード 原付第一種(～50cc)		15	71	56	53	52.9	15	35	21	15	9
オンロード 原付第二種(51～125cc)		34	▽ 61	78	67	△ 50	31	42	19	17	14
オンロード 軽二輪(126～250cc)		135	77	70	59	△ 42	30	△ 49	17	15	5
オンロード 小型二輪(251～400cc)		55	77	77	59	27.9	25	△ 49	13	15	3
オンロード 小型二輪(401cc～)		137	75	△ 80	60	△ 39	34	△ 46	18	16	11
オフロード 原付第二種(51～125cc)	5	83	87	60	27	27	50	7	17	10	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	44	74	69	69	31	26	37	29	△ 23	14	

※ 全国の政令指定都市と首都圏・近畿圏の全域を除く

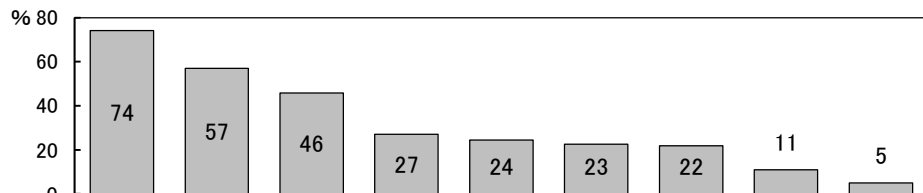
注) △ ■: 駐りに困った経験者+有意差(5%水準) ▽: 駐りに困った経験者-有意差(5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

②二輪車の駐車場が確保できずに困ること

- 二輪車の駐車場が確保できずに困ることでは「駐車禁止の取り締まりに遭う」の74%（駐車に困った経験者ベース）が最も高く、次いで「二輪車へのいたずらの不安がある」の57%（同）が高い。
- 「駐車禁止の取り締まりに遭う」はスクーター原付第二種（51～125cc）、同軽二輪（126～250cc）で、「二輪車へのいたずらの不安がある」「盗難の不安がある」はオンロードで高くなっている。
- その他、今回購入二輪車がスクーター原付第二種（51～125cc）、同軽二輪（126～250cc）、ビジネス原付第二種（51～125cc）、オフロード軽二輪（126～250cc）で「大きい二輪車が持てない」が高く、グレードアップへの障壁が意識されていることがわかる。
- <駐車場が確保できずに最もこまった場所で困ること>をみると、駅周辺では「駐車禁止の取り締まりに遭う」「確保できても狭くて使いづらい」、繁華街では「駐車禁止の取り締まりに遭う」「二輪車へのいたずらの不安がある」が高い。自宅で「二輪車が風雨にさらされる」に加え、「大きい二輪車が持てない」が高く、自宅駐車場が二輪車のグレードアップの鍵となっている様子が見えてくる。

<駐車場が確保できずに困ること>
(複数回答)

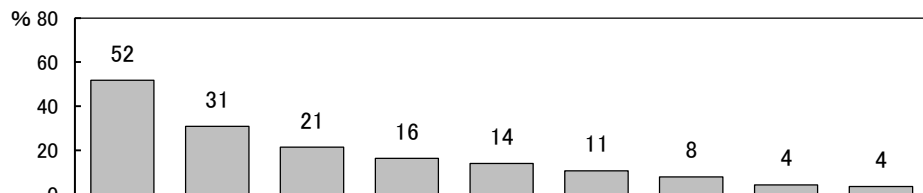


	n	駐車禁止の取り締まりに遭う	二輪車へのいたずらの不安がある	盗難の不安がある	確保できても遠い	狭くて使いづらい	交通の妨げになる	二輪車が風雨にさらされる	持てない二輪車がある	その他	
駐車に困った経験者	1,502	74	57	46	27	24	23	22	11	5	
購入二輪車	スクーター 原付第一種（～50cc）	423	▽ 68	▽ 45	▽ 37	31	23	22	21	▽ 2	5
	スクーター 原付第二種（51～125cc）	381	△ 84	58	41	27	26	22	▽ 13	△ 17	5
	スクーター 軽二輪（126～250cc）	103	△ 84	54	37	22	25	24	20	△ 18	6
	スクーター 小型二輪（251cc～）	7	78	62	41	35	46	24	24	22	3
	ビジネス 原付第一種（～50cc）	89	▽ 64	51	42	27	17	21	21	▽ 4	6
	ビジネス 原付第二種（51～125cc）	73	72	49	43	25	19	32	24	△ 20	3
	オンロード 原付第一種（～50cc）	15	▽ 50	73.5	△ 82	24	21	15	32	9	6
	オンロード 原付第二種（51～125cc）	34	81	△ 78	△ 75	22	28	22	△ 36	17	8
	オンロード 軽二輪（126～250cc）	135	71	△ 66	△ 61	25	23	22	△ 31	12	3
	オンロード 小型二輪（251～400cc）	55	71	△ 72	△ 59	25	25	20	30	13	3
オンロード 小型二輪（401cc～）	137	73	△ 80	△ 65	29	△ 34	21	△ 33	7	6	
オフロード 原付第二種（51～125cc）	5	83	80	63	13	13	40	30.0	13	7	
オフロード 軽二輪（126～250cc）	44	71	57	46	23	23	29	25.7	△ 23	9	

注) △ ▽ : 駐車に困った経験者 + 有意差 (5%水準) ▽ : 駐車に困った経験者 - 有意差 (5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値 (P.11参照)

<駐車場が確保できずに最もこまった場所で困ること>
(複数回答)



	n	駐車禁止の取り締まりに遭う	二輪車へのいたずらの不安がある	盗難の不安がある	狭くて使いづらい	確保できても遠い	交通の妨げになる	二輪車が風雨にさらされる	持てない二輪車がある	その他	
駐車に困った経験者	1,502	52	31	21	16	14	11	8	4	4	
もっとも困った場所	駅周辺	643	△ 57	28	21	△ 21	13	10	▽ 5	3	3
	繁華街	427	△ 57	△ 42	22	13	16	△ 14	6	5	3
	自宅	97	▽ 24	▽ 20	22	20	13	7	△ 31	△ 9	3
	観光地	89	44	△ 41	29	19	16	12	7	7	△ 11
	オフィス街	55	64	▽ 13	15	▽ 3	12	△ 19	2	0	3
	自分の学校・職場周辺	40	50	21	18	10	△ 32	5	15	5	0
	住宅街	*27	46	17	△ 37	▽ 0	8	17	4	0	5
	自宅周辺	*14	▽ 21	53	△ 50	19	29	0	△ 47	0	0
	その他	43	43	29	20	14	10	11	14	5	△ 22

注) △ ▽ : 駐車に困った経験者 + 有意差 (5%水準) ▽ : 駐車に困った経験者 - 有意差 (5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値 (P.11参照)

*: ベースが30未満のため参考値

(5) 高速道路走行経験と課題

①高速道路走行経験

- 高速道路走行経験は、全体でみると「高速道路走行未経験者」は42%、「対応免許なし」は14%であり、経験者は4割強となっている。
- 126cc以上の排気量の二輪車購入者では「高速道路走行未経験者」は10%で、約9割が走行経験者である。
- 「高速道路走行未経験者」が多いのは、スクーター軽二輪(126～250cc)、オンロード軽二輪(126～250cc)である。
- 購入した二輪車での「高速道路走行経験」は74%(126cc以上購入者ベース)、09年度からみると大きく増加している。
- <二輪車での高速道路走行理由>をみると、「目的地に早く着けるから」82%が高速道路走行の主な理由であることが確認できる。
- オンロード小型二輪(251～400cc)購入者では「道がわかりやすい」、オンロード小型二輪(401cc～)購入者では「疲労が少ない」「一般道路より安全に走れる」「高速走行が楽しめる」が高くあげられている。

<高速道路走行経験>

- 今回購入した二輪車で経験がある
- 今回購入した二輪車と別の二輪車両方で経験がある
- 今回購入した二輪車ではないが別の二輪車で経験がある
- 経験がない
- 高速道路等を走れる免許を持っていない
- 無回答

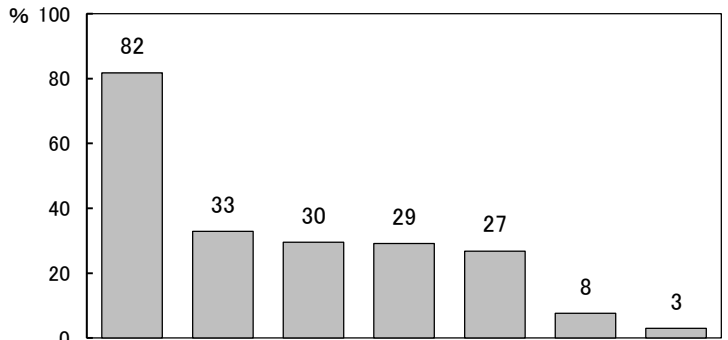
	n	経験状況					
		経験あり	経験なし	免許なし	経験あり(別)	無回答	
全体	5,062	10	9	24	42	14	2
126cc以上購入者	1,188	39	34	15	10	1	1
スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	37	29	19	15	1	1
スクーター 小型二輪(251cc～)	16	43	47	5	33		
オンロード 軽二輪(126～250cc)	296	43	25	15	16	2	
オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	50	31	7	9	3	
オンロード 小型二輪(401cc～)	372	41	47	9	31	1	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	22	33	32	13	1	

<今回購入した二輪車での高速道路走行経験の変化(126cc以上購入者)>

凡例	経験あり	経験なし	無回答
09年度	62	35	3
11年度	71	28	1
13年度	69	31	0
15年度	71	27	3
17年度	74	25	1

注) 太字: 126cc～購入者+有意差(5%水準)
 注) 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

<二輪車での高速道路走行理由>
(複数回答)



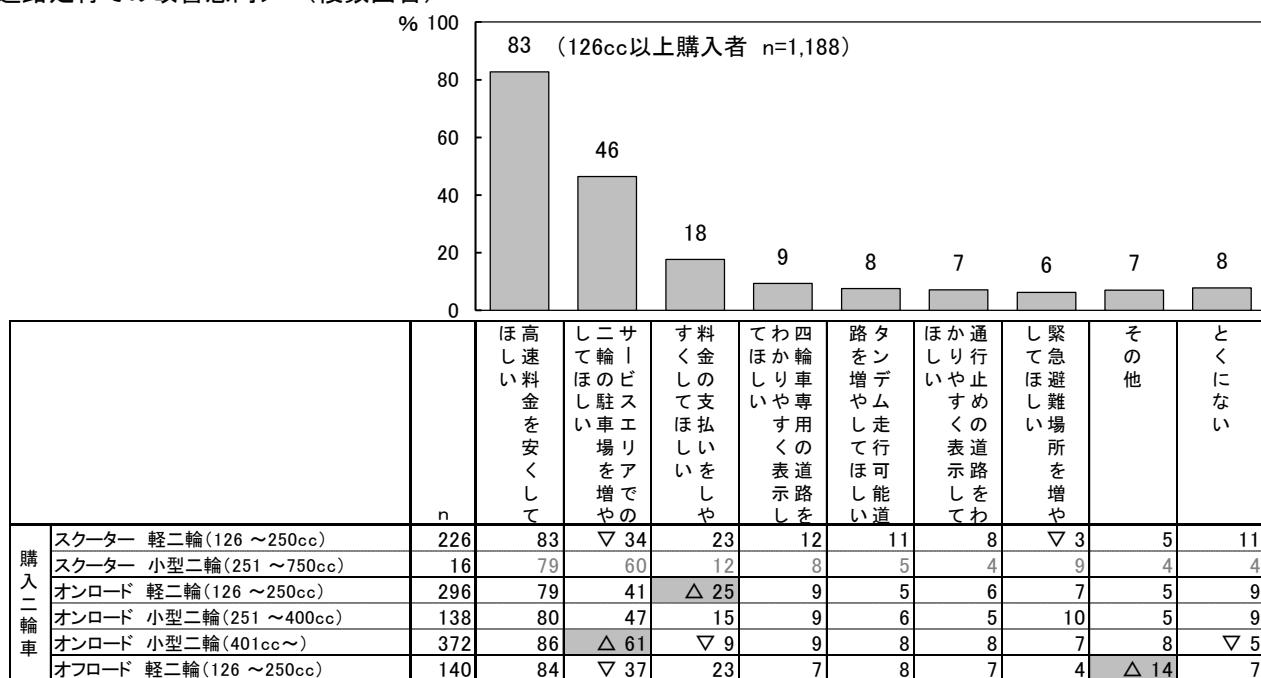
	n	目的地に早く着けるから	疲労が少ないから	一般道路より安全	道がわかりやすい	高速走行が楽しめる	魅力のあるエリアがあるから	その他	
126cc以上購入者・高速道路走行経験あり※	1,051	82	33	30	29	27	8	3	
購入二輪車	スクーター 軽二輪(126～250cc)	192	83	▽ 24	28	29	23	7	3
	スクーター 小型二輪(251cc～)	15	84	36	41	37	30	8	3
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	243	80	▽ 24	26	26	27	7	4
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	122	78	34	31	△ 38	30	10	2
	オンロード 小型二輪(401cc～)	358	85	△ 44	△ 36	30	△ 32	9	3
オフロード 軽二輪(126～250cc)	121	79	31	▽ 19	25	▽ 16	3		

※ 今回購入車以外の所有者を含めた高速道路走行経験者
 注) △■: 126cc以上購入者・高速道路走行経験あり+有意差(5%水準) ▽: 126cc以上購入者・高速道路走行経験あり-有意差(5%水準)
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)
 11年度以前のベースは不明なため「-」で表示している

②高速道路走行に対する意識

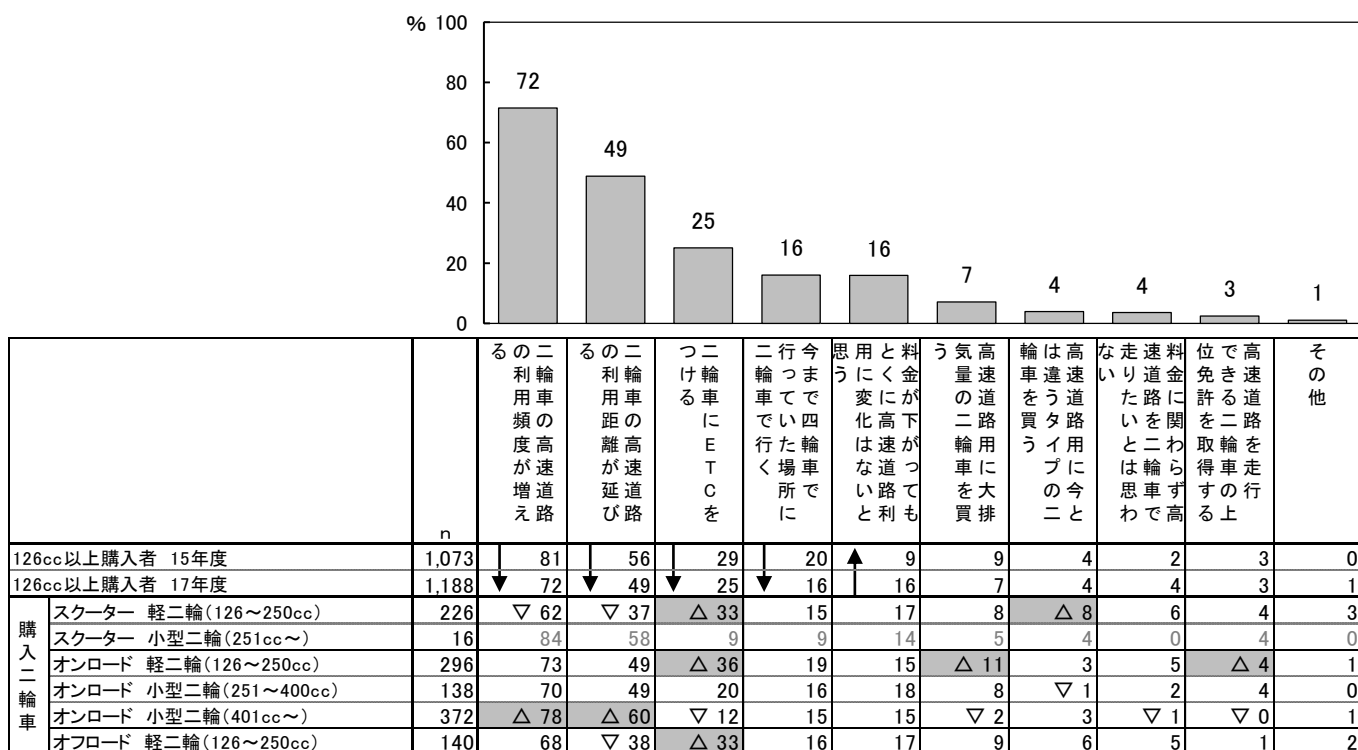
- 高速道路走行での改善意向としては「高速料金を安くしてほしい」の83% (126cc以上購入者ベース)が最も高く、次いで「サービスエリアでの二輪の駐車場を増やしてほしい」の46%(同)が高い。
- オンロード小型二輪(401cc～)で「サービスエリアでの二輪の駐車場を増やしてほしい」、オンロード軽二輪(126～250cc)で「料金の支払いをしやすくしてほしい」が高いという特徴がみられる。
- 高速道路料金が普通車の半額になった場合に想定される行動で最も高いのは「利用頻度が増える」の72% (126cc以上購入者ベース)で、次いで「利用距離が延びる」の49%(同)が高くあげられている。
- 「利用頻度が増える」「利用距離が延びる」が高いのは、オンロード小型二輪(401cc～)である。軽二輪(126～250cc)ではタイプに関わらず「ETCをつける」が高い。
- 前回からの変化をみると「利用に変化はない」が上昇しており、高速道路料金の影響が低下している可能性もみられる。

<高速道路走行での改善意向> (複数回答)



注) △■:126cc以上購入者+有意差(5%水準) ▽:126cc以上購入者-有意差(5%水準)
 灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

<高速道路料金が普通車の半額になった場合に想定される行動> (複数回答)



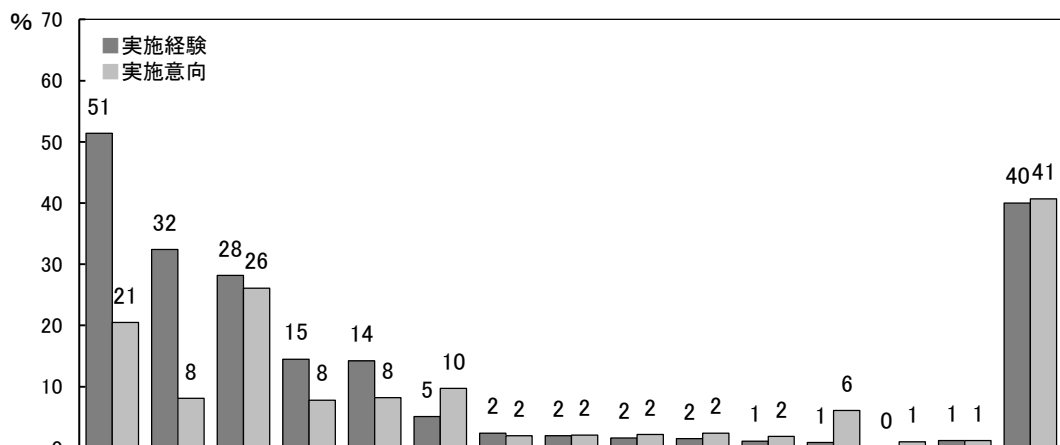
注) △■:126cc以上購入者+有意差(5%水準) ▽:126cc以上購入者-有意差(5%水準)
 ▲:上昇(変化)+3ポイント以上 ▼:低下(変化)-3ポイント以上
 灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

7. 二輪車の楽しみ方と期待

(1) レクリエーション実施経験と意向

- 実施したことがあるレクリエーションでは「日帰りのツーリング」51%が最も高く、次いで「峠道を走る」32%、「宿泊してのツーリング」28%が高い。
- 実施意向で最も高いのは「宿泊してのツーリング」26%、次いで「日帰りのツーリング」21%となっており、一般的なツーリングが中心である。
- 実施経験以上に意向が高いレクリエーションとしては「サーキットでの体験走行」10%、「海外でのツーリング」6%があげられる。実施意向に大きな変化はみられない。
- 新規購入者では「宿泊してのツーリング」に加え、「カスタム・ドレスアップ」の意向が高いという特徴がみられる。ビジネスでも原付第二種(51~125cc)では「ツーリング」や「カスタム・ドレスアップ」の意向が高く、二輪車を楽しむことへの関心があることがうかがえる。

<レクリエーション実施経験と意向> (複数回答)



下記数値は実施意向

		n	日帰りのツーリング	峠道を走る	宿泊してのツーリング	カスタム・ドレスアップ	林道でのツーリング	サーキットでの体験走行	レース	モトクロスレース	エンデューロレース	ロードレース	トライアル競技	海外でのツーリング	モタードレース	その他	どれもしたくない
全体	07年度	5,057	18	6	25	9	6	9	3	2	1	2	2	7	1	1	44
	09年度	5,575	22	8	25	9	8	9	3	2	1	2	2	8	1	1	41
	11年度	5,150	21	8	24	9	8	9	3	1	1	2	2	7	1	1	42
	13年度	5,669	21	7	24	7	7	8	2	1	1	2	1	6	1	1	51
	15年度	5,159	20	8	27	8	7	10	2	2	1	2	2	6	1	1	43
	17年度	5,062	21	8	26	8	8	10	2	2	2	2	2	6	1	1	41
	購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	▽15	▽4	▽12	▽3	▽3	▽3	1.6	▽1	▽0	▽1	▽1	▽1	▽0	0.9
スクーター 原付第二種(51～125cc)		969	▽29	▽11	▽36	10	10	10	3	2	1	3	2	7	1	1	▽29
スクーター 軽二輪(126～250cc)		226	▽27	▽13	▽39	7	10	9	2	2	3	2	2	8	0	0	▽27
スクーター 小型二輪(251cc～)		16	17	8	39	14	10	17	5	1	3	3	5	16	1	3	20
ビジネス 原付第一種(～50cc)		511	19	▽5	▽18	▽5	6	▽2	1	▽1	▽0	▽0	▽0	▽3	▽0	2	▽51
ビジネス 原付第二種(51～125cc)		295	△27	10	△34	▽12	△13	▽6	1	2	3	2	3	7	1	▽3	▽26
オンロード 原付第一種(～50cc)		55	30	11	37	▽18	11	11	△7	4	2	3	△6	6	2	2	▽21
オンロード 原付第二種(51～125cc)		110	△29	12	△40	▽24	10	△22	△5	3	△5	3	3	8	1	▽3	▽15
オンロード 軽二輪(126～250cc)		296	20	△15	△48	▽14	△12	△30	2	2	3	△7	2	△9	2	1	▽13
オンロード 小型二輪(251～400cc)		138	21	△15	△51	9	11	△30	1	2	3	5	△5	△11	1	▽3	▽15
オンロード 小型二輪(401cc～)	372	▽16	11	▽38	▽15	▽15	▽31	2	▽5	▽5	▽9	▽5	▽23	▽4	1.9	▽11	
オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	10	13	29	4	△30	23	7	△18	△11	9	6	10	4	1	▽9	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	22	11	32	10	△29	14	1	△20	△28	2	△10	△12	△6	1	▽9	
性別	男性	4,025	△23	△9	△31	△9	△10	△12	2	3	△3	3	△2	△7	1	1	▽34
	女性	1,037	▽12	▽3	▽9	▽3	▽3	▽3	▽1	▽1	▽0	▽1	▽0	▽2	▽0	1	△67
性別年代	男性10代(16歳以上)	84	△31	△14	33	11	13	10	4	3	3	3	3	3	1	0	46
	男性20代	220	23	△13	△38	△15	△19	△31	△5	△8	△8	△8	△5	△12	△4	0	▽17
	男性30代	371	22	9	△34	△13	△12	△19	△4	△4	△6	△7	3	△10	△3	1	▽26
	男性40代	855	20	10	△34	△12	△11	△16	△3	△3	△4	3	2	7	1	1	▽28
	男性50代	1,193	△28	9	△35	△11	10	△12	2	2	3	3	△4	△8	1	1	▽30
	男性60代	933	21	9	26	▽4	7	▽4	2	1	▽1	▽1	2	6	▽0	△2	42
	男性70代以上	369	▽16	5	▽11	▽0	▽4	▽1	▽0	▽0	▽0	▽0	▽0	▽1	0.2	2	△57
	女性10代(16歳以上)	45	▽6	6	▽6	1	▽0	2	5	0	0	2	0	4	0	0	△80
	女性20代	83	28	9	19	9	7	7	3	1	0	0	1	6	1	0	46
	女性30代	73	20	8	19	△14	3	6	0	2	0	2	0	5	0	0	49
	女性40代	167	15	5	18	▽4	8	6	3	2	0	2	0	4	0	1	△61
女性50代	214	18	▽2	▽9	▽4	▽2	▽2	▽0	1.3	▽0	▽0	▽0	▽2	0.0	2	△67	
女性60代	252	▽6	▽1	▽3	▽1	▽1	▽1	▽0	▽0	▽0	▽0	▽0	▽1	0.0	1	△77	
女性70代以上	203	▽2	▽2	▽1	▽0	▽1	▽0	▽1	▽0	▽0	▽0	▽0	▽0	0.0	1	△72	
購入形態	新規購入	553	24	10	△31	△10	8	10	2	1	1	2	1	5	1	1	39
	買い替え	2,682	19	▽7	▽21	▽6	▽7	▽7	2	▽2	▽1	▽2	▽1	▽4	▽0	1	△49
	複数所有買い替え	442	21	10	△34	9	△13	△15	3	△4	△5	△5	△4	△11	△2	2	▽30
	買い増し	601	21	△12	△35	10	△12	△19	△4	△4	△6	△6	△6	△11	△3	△2	▽22
	一時中断・再購入	698	23	9	△33	△10	9	9	2	2	2	2	2	6	0	2	▽34

注) 〇 ▲: 全体+有意差(5%水準) ▽: 全体-有意差(5%水準)

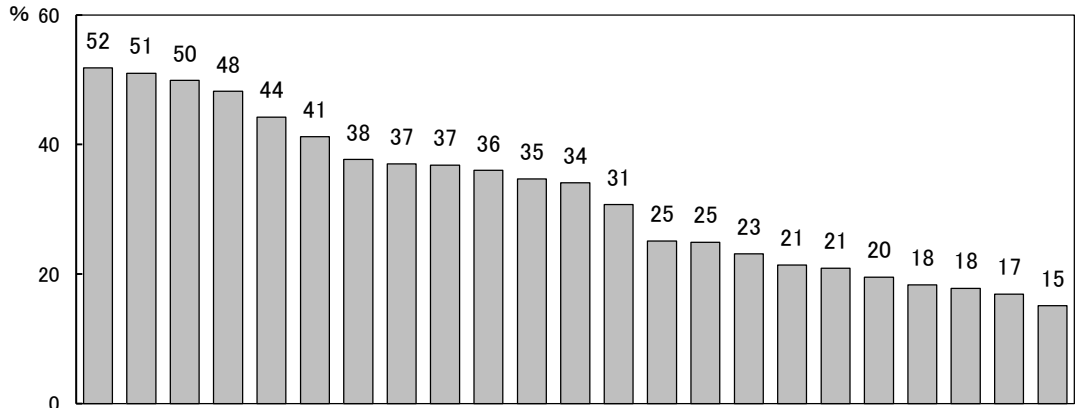
灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

(4) 二輪車のとらえ方

① 二輪車選択意識

- 二輪車の選択意識は「スタイルやデザインを重視する」52%、「燃費に優れたものがよい」51%、「維持費が安いものがよい」50%の順に高く、スタイル・デザイン、ランニングコストが上位にある。
- 「スタイルやデザインを重視する」が高いのは、スクーター原付第二種以上(51cc～)、オンロード、オフロード、男性10～50代、女性20～30代である。
- 「燃費に優れたものがよい」は、スクーター原付(～125cc)、ビジネス原付第一種(～50cc)、男性70代以上、「維持費が安いものがよい」は、スクーター原付第二種(51～125cc)、ビジネス原付第二種(51～125cc)、男性30代が高い。
- 新規購入者の特徴としては「スタイルやデザインを重視する」に加え、「安定感があるものがよい」「AT車がよい」があげられる。しかしながら、「スタイルやデザイン」は126cc以上購入者、「安定感」は女性、「AT車」は30代以上など、それぞれに特徴があることがわかる。

<二輪車選択意識(その他除く33項目中上位15%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



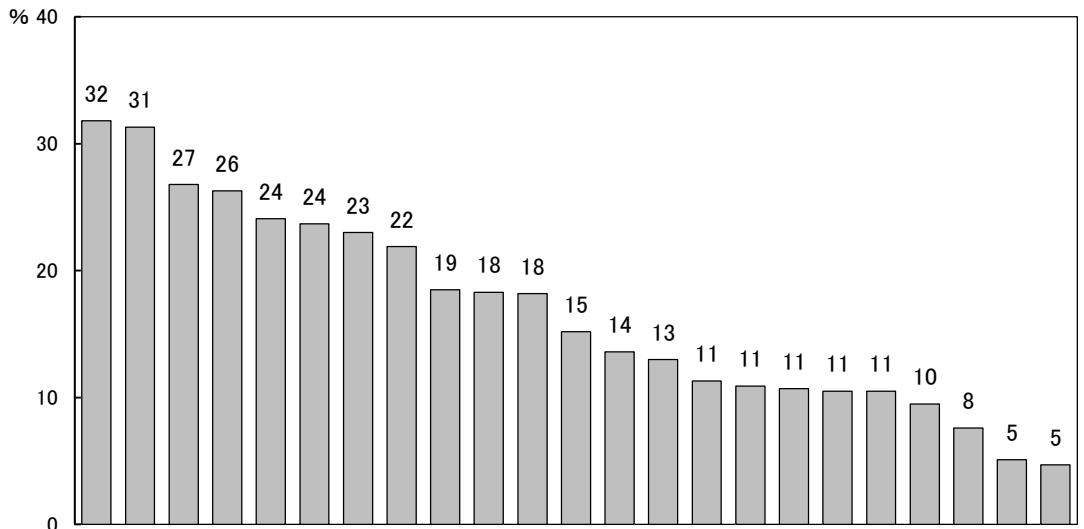
属性	n	選択意識項目																																
		価格が高くて欲しいものを選ぶ	二輪車の運転はスポーツだ	シンプルなのがよい	省スペースで駐車できるものがよい	メーカーやブランドを重視する	静粛性のあるものがよい	AT(オートマチック)車がよい	運転操作を楽しめるものがよい	多目的に使えるものがよい	ABSなどブレーキ操作補助システムが装着されているものがよい	メンテナン스가しやすいものがよい	車検のないものがよい	運転操作が簡単なものがよい	シートの座り心地がよいもの	格がよいものがよい	取り回ししやすいものがよい	運転姿勢の楽なものがよい	安定感があるものがよい	10年、20年と長く乗れるものがよい	気軽に乗れるものがよい	維持費が安いものがよい	燃費に優れたものがよい	スタイルやデザインを重視する										
全体	5,062	52	51	50	48	44	41	38	37	37	36	35	34	31	25	25	23	21	21	20	18	18	17	17	15									
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	▽38	△55	△51	△53	▽40	△43	▽33	▽24	△43	▽33	△49	▽28	▽28	▽15	▽18	▽8	△31	△24	▽14	△22	18	▽4	▽6									
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	969	△57	△57	△56	49	44	42	38	△46	38	△40	▽29	△48	△34	△34	△31	25	△26	22	20	△22	16	18	17									
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	△64	52	50	48	42	41	△50	△49	37	△46	32	△55	32	△40	△32	26	△33	△28	23	25	16	22	18									
	スクーター 小型二輪(251cc～)	16	70	32	42	40	42	49	45	43	22	39	29	27	26	△65	32	△47	38	22	27	14	13	△44	30									
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	511	▽25	△57	51	50	△49	▽37	▽32	▽25	35	▽25	△40	32	▽26	▽13	28	▽14	18	18	17	▽14	△24	▽6	▽8									
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	295	49	56	△61	54	△58	38	△45	△49	32	41	30	△44	△39	24	△39	△30	▽12	24	▽14	16	△28	18	15									
	オンロード 原付第一種(～50cc)	55	△73	▽31	41	45	△60	35	31	36	▽17	29	▽15	39	31	21	25	32	▽4	15	28	19	18	20	33									
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	110	△85	42	49	47	43	△28	45	46	▽27	△47	▽13	36	△42	25	28	△54	▽0	12	△35	19	16	△44	△34									
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	296	△79	▽37	48	▽40	45	42	41	△52	34	40	▽18	△41	33	△32	26	△50	▽2	16	△26	▽11	14	△39	△23									
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	△79	▽37	▽38	▽34	47	43	△48	△58	▽24	41	▽17	▽13	34	△53	22	△42	▽3	18	△38	▽12	14	△39	△27									
	オンロード 小型二輪(401cc～)	372	△81	▽28	28	▽31	43	42	△44	△49	▽22	37	▽15	▽8	28	△48	21	△51	▽5	10	△32	▽8	12	△44	△38									
オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	△79	▽26	31	31	54	32	34	40	24	33	12	28	29	32	28	△50	1	11	△40	8	10	△41	22										
オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	△79	▽39	44	▽39	52	▽30	39	△54	30	33	▽13	△45	32	△15	△37	△48	▽2	14	24	▽9	17	△48	△32										
性別																																		
男性	4,025	△55	51	51	▽46	△46	▽39	38	△40	37	36	▽29	▽37	31	△28	△27	△27	20	21	△21	▽17	17	△20	17										
女性	1,037	▽40	50	▽45	△57	▽37	△51	37	▽27	37	37	△57	▽22	29	▽14	▽17	▽8	△29	20	▽13	△24	20	▽4	▽8										
性別年代	男性10代(16歳以上)	84	△63	48	49	45	38	43	37	▽15	32	30	29	▽23	27	17	23	17	19	11	26	22	14	15	18									
	男性20代	220	△79	52	49	42	46	45	▽29	38	36	36	▽24	▽27	35	△31	△34	△39	▽13	16	△29	17	16	△30	△33									
	男性30代	371	△68	53	△56	△47	△54	42	39	37	36	△42	△24	△40	△40	28	△34	△34	▽14	18	△27	△23	17	△27	△24									
	男性40代	855	△64	49	52	▽43	△49	34	36	△41	39	35	▽23	△39	33	△28	△29	▽33	▽16	18	△23	20	▽15	△25	△19									
	男性50代	1,193	△60	49	49	▽44	△49	40	40	△44	34	39	▽25	△39	32	△32	26	△30	▽19	19	△23	▽16	17	△23	△18									
	男性60代	933	▽43	53	52	49	41	40	41	△41	38	34	34	37	28	27	24	▽19	△25	△26	▽17	▽14	19	▽13	▽12									
	男性70代以上	369	▽18	△58	51	52	▽34	37	33	▽29	40	▽27	△51	35	▽22	▽17	▽20	▽10	△26	△31	▽13	▽11	18	▽7	▽25									
	女性10代(16歳以上)	45	53	39	47	48	▽12	40	▽20	14	30	33	41	▽8	15	▽6	22	▽9	20	11	▽7	14	13	▽3	6									
	女性20代	83	△69	46	44	△62	51	△56	34	31	△49	30	38	26	30	22	△22	▽12	△33	▽10	13	23	17	9	15									
	女性30代	73	△68	62	47	44	55	50	44	28	40	42	△51	▽22	△43	22	20	▽9	△38	15	19	△32	16	▽3	17									
	女性40代	167	56	55	47	54	44	△54	42	34	33	35	△52	▽27	37	18	▽17	▽16	△34	20	18	△30	20	▽8	12									
	女性50代	214	▽42	56	49	△57	38	△50	43	39	35	△43	△64	▽27	△40	▽16	24	▽9	△33	21	▽14	△28	19	▽5	▽8									
	女性60代	252	▽23	49	44	△59	▽33	△53	36	▽20	41	38	△62	▽20	▽23	▽9	▽14	▽3	25	△22	▽12	21	22	▽2	▽3									
女性70代以上	203	▽20	△41	▽39	△60	▽28	47	33	▽16	31	34	△61	▽14	▽17	▽11	10	▽6	21	23	▽9	19	23	▽2	▽3										
購入形態	新規購入	553	△62	53	52	46	43	△46	38	▽32	40	35	39	▽29	33	26	28	21	△26	19	20	21	17	▽11	15									
	買い替え	2,692	△43	△54	51	△52	43	42	37	▽34	△43	39	37	△40	35	30	▽22	23	▽17	△25	△23	20	18	▽11	▽11									
	複数所有買い替え	442	△64	48	49	44	48	39	41	△47	35	37	▽22	35	33	△32	28	△40	▽13	21	△24	▽13	16	△33	△25									
	買い増し	601	△71	▽37	▽40	▽39	△49	▽37	37	△42	▽26	36	▽19	33	32	△32	27	△38	▽11	16	△27	▽14	16	△37	△32									
一時中断・再購入	698	△56	52	△54	48	45	39	38	△41	37	34	31	35	31	26	25	26	▽17	20	21	18	20	16	12										
新規購入者	男性10～20代	172	△69	52	51	42	40	42	34	▽25	39	31	30	▽23	28	24	31	25	▽17	11	25	19	14	18	△21									
	男性30代以上	223	58	56	56	45	48	44	41	39	40	37	38	39	△38	△33	△31	23	△27	△28	21	23	19	17	11	13								
	女性10～20代	89	61	41	44	51	▽31	△52	▽26	▽25	42	31	△45	▽16	▽21	▽13	23	▽10	28	▽10	▽9	13	16	▽4	▽6									
	女性30代以上	68	57	57	52	57	47	△54	△54	41	36	40	△54	30	△45	26	19	20	△39	18	21	△30	23	▽6	17									
	男性125cc以下	273	52	△59	△59	50	47	42	36	▽30	△45	32	38	33	34	24	△30	▽16	△30	21	18	△20	18	▽7	13									
	男性126cc以上	122	△86	44	41	▽30	39	46	44	38	▽27	41	▽26	31	32	△42	△33	△43	▽7	21	△33	12	14	△29	△24									
	女性125cc以下	136	56	49	47	53	37	△50	36	▽25	40	34	△50	▽22	28	12	19	▽9	△38	▽12	▽12	21	20	▽1	▽8									
	女性126cc以上	*22	△75	41	48	56	47	△70	53	△77	39	38	45	27	△55	△59	35	△45	▽0	20	24	20	14	26	28									

注) △ ▽ : 全体±有意差(5%水準) ▽ : 全体-有意差(5%水準)
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)
 *: ベースが30未満ため参考値

②二輪車イメージ

- 二輪車や二輪車に乗っている人のイメージの上位は「人生を楽しんでいる」の32%、「自由」の31%であった。
- オンロード原付第二種以上(51cc～)では、「人生を楽しんでいる」「趣味性の強い」「カッコいい」「スポーティー」「若々しい」「男性的」「モータースポーツ的」などが高く、オフロード軽二輪(126～250cc)でも同様の傾向がみられる。
- スクーター原付第一種(～50cc)、女性では「実用的」「身軽」「便利」「効率がよい」「ふつう」など、実用面での利便性イメージが高い。
- 新規購入者の特徴は「カッコいい」「男性的」「経済的に余裕がある」「スピーディー」「パワフル」「目立つ」などであり、他人からの視線を意識している様子がうかがえる。
- 新規購入者のうち、男女126cc以上購入者では「人生を楽しんでいる」「趣味性の高い」「カッコいい」「男性的」「個人的」「パワフル」「目立つ」が高いことがわかる。

＜二輪車や二輪車に乗っている人のイメージ(その他除く34項目中上位5%以上の項目を抜粋)＞ (複数回答)



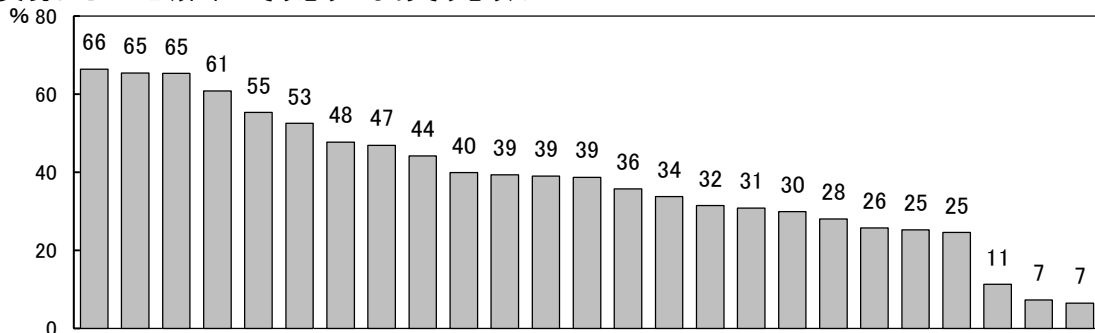
		n	人生を楽しんでいる	自由	趣味性の強い	カッコいい	実用的	身軽	便利	身近	スポーティ	若々しい	経済的	効率がよい	機能的	男性的	ふつう	経済的に余裕がある	個人的	おしゃれ	スピーディー	モータースポーツ的	パワフル	積極的	目立つ
全体		5,062	32	31	27	26	24	24	23	22	19	18	18	15	14	13	11	11	11	11	11	10	8	5	5
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	▽18	▽21	▽13	▽20	△29	△27	△29	▽22	▽14	▽13	△21	△18	△14	▽9	△16	▽8	▽5	▽9	10	▽5	▽6	▽4	▽3
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	969	32	30	28	26	△28	25	△27	24	21	20	△22	△18	△16	13	11	11	11	9	△13	9	7	6	5
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	37	35	32	28	28	21	24	25	21	23	17	19	△19	17	11	13	△15	15	9	6	5	5	5
	スクーター 小型二輪(251cc～)	16	49	44	△51	39	10	19	17	19	27	27	12	14	9	13	3	14	19	17	19	18	8	9	5
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	511	▽19	28	▽15	▽17	△33	25	27	21	▽14	▽13	△26	18	16	12	11	▽6	▽8	▽7	8	▽6	▽5	4	▽2
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	295	△40	△43	△35	△18	28	25	25	25	14	22	△23	17	17	14	▽7	10	14	9	9	11	8	6	6
	オンロード 原付第一種(～50cc)	55	55	35	△52	34	13	19	16	15	21	23	▽6	6	8	13	7	19	△19	△24	5	△19	10	2	7
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	110	△55	38	△48	△45	▽13	28	▽12	23	△28	△26	▽10	▽6	10	△22	6	△20	△17	△17	9	△20	10	6	△10
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	296	△54	△44	△49	△48	▽7	▽18	▽10	▽15	△27	△23	▽6	▽5	▽5	△21	▽7	△15	△17	14	13	17	9	7	△10
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	△60	△50	△59	△39	▽4	▽16	▽5	▽11	△34	△29	▽5	▽5	9	△20	8	14	△19	11	11	△17	△14	7	8
オンロード 小型二輪(401cc～)	372	△60	△49	△54	△41	▽6	▽13	▽6	23	△25	△31	▽4	▽4	▽8	△21	▽5	△24	△22	△16	11	△21	△17	7	△10	
オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	△60	49	△58	40	10	19	6	21	28	22	3	6	6	14	4	△27	20	19	12	22	12	3	8	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	△59	△53	△43	△41	▽5	18	▽4	26	△32	△25	▽5	▽5	12	15	▽3	△17	△17	12	7	△21	8	5	5	
性別	男性	4,025	△35	△33	△31	27	▽22	▽23	▽21	21	19	△20	19	14	14	14	11	12	△12	11	11	△11	7	5	5
女性	1,037	▽18	▽23	▽11	25	△31	△27	△31	24	▽15	▽13	16	△19	14	▽10	△14	▽7	▽6	9	10	▽4	△9	4	▽3	
性別年代	男性10代(16歳以上)	84	27	▽21	22	△54	18	24	28	16	21	12	13	14	▽6	△20	17	14	10	14	14	8	10	4	5
男性20代	220	△50	△41	△45	△50	▽14	24	▽16	▽16	△25	▽10	11	11	△32	10	△22	△17	13	△17	12	△16	△9	△13		
男性30代	371	△38	30	△40	△33	▽16	21	▽14	▽16	18	19	15	▽11	▽7	△21	13	△18	△16	△14	11	10	9	5	△9	
男性40代	855	△36	34	△36	△33	▽20	21	▽17	▽18	19	19	▽15	▽12	▽9	15	12	△13	10	12	12	△14	▽5	5	4	
男性50代	1,193	△40	△39	△35	26	▽21	▽21	▽18	23	△23	△23	18	▽13	14	13	10	△13	△13	△12	11	△14	8	6	5	
男性60代	933	33	32	▽24	▽18	27	26	25	23	16	18	△23	17	△18	▽10	9	▽7	11	▽8	▽8	▽7	▽6	5	4	
男性70代以上	369	▽17	▽17	▽9	8	△35	26	△36	△28	▽12	15	△32	△24	△23	▽6	9	▽4	▽5	▽6	▽7	▽6	▽3	4	3	
女性10代(16歳以上)	45	▽12	22	▽3	33	30	25	28	25	17	9	8	12	11	7	11	3	3	△19	9	6	9	5	3	
女性20代	83	▽20	28	30	△47	18	△34	24	▽12	21	10	11	14	7	20	14	13	8	12	△22	6	△16	1	9	
女性30代	73	28	22	23	30	20	32	18	15	17	▽9	14	15	17	△26	17	△21	9	11	16	4	10	5	8	
女性40代	167	27	30	▽18	27	25	▽17	23	23	21	12	▽11	15	13	17	16	11	7	6	10	7	9	8	3	
女性50代	214	▽18	▽23	▽12	25	28	△30	△32	20	15	14	22	19	12	▽7	14	8	7	8	13	▽4	9	6	2	
女性60代	252	▽13	▽19	▽6	▽19	△41	28	△39	△31	▽14	18	△23	16	▽4	15	▽3	▽4	9	8	12	2	11	3	▽2	
女性70代以上	203	▽12	▽24	▽3	▽19	△35	25	△35	27	▽9	15	16	△21	15	▽6	12	▽4	▽4	9	▽4	▽2	5	2	▽1	
購入形態	新規購入	553	31	28	25	△37	▽19	22	▽18	▽13	19	17	▽14	▽11	▽9	△19	△14	△14	12	13	△14	8	△10	6	△7
	買い替え	2,682	▽25	▽26	▽20	▽22	△29	△22	△25	▽16	▽16	△20	△18	△15	▽10	△13	▽9	▽8	▽9	10	▽7	▽6	▽4	▽3	
	複数所有買い替え	442	△47	△48	△41	28	▽18	24	▽19	△26	△24	△24	17	13	14	△17	9	△15	13	12	12	△15	△10	7	6
	買い増し	601	△52	△45	△46	△37	▽16	▽19	▽16	21	△24	△28	▽13	▽9	11	▽7	△16	△19	△16	12	△16	△11	△7	△7	
一時中断・再購入	698	33	30	△32	25	▽19	21	▽19	13	19	18	18	▽12	13	14	10	11	11	9	9	10	7	6	6	
新規購入者	男性10～20代	172	34	27	29	△51	▽16	22	20	▽15	20	14	▽11	11	▽8	△25	16	△19	11	14	△16	8	△12	△9	△10
	男性30代以上	223	35	29	27	24	20	21	▽15	▽9	19	21	22	12	▽9	15	15	11	△16	12	11	10	6	5	7
	女性10～20代	89	▽12	25	▽11	△42	23	28	27	17	18	11	▽7	12	9	13	13	11	7	16	17	4	13	3	6
	女性30代以上	68	35	31	24	△37	22	22	12	15	22	16	▽7	8	10	△28	9	13	11	8	14	9	13	9	1
	男性125cc以下	273	▽36	▽20	▽18	29	23	22	22	▽11	17	22	14	10	16	△20	9	12	11	13	7	7	6	7	
	男性126cc以上	122	△55	△45	△51	△52	▽7	19	▽5	▽13	25	20	▽6	▽6	▽5	△26	▽4	△28	△18	△17	14	15	△13	8	△11
	女性125cc以下	136	▽17	25	▽11	△36	26	28	23	18	19	▽12	▽8	12	11	17	12	11	▽4	12	△17	5	12	6	2
女性126cc以上	*22	△55	43	△53	△64	▽0	9	▽5	5	22	21	▽0	▽0	0	△32	5	19	△34	21	9	11	△22	3	△18	

注) △ ▽: 全体+有意差(5%水準) ▽ 全体-有意差(5%水準)
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)
 *: ベースが30未満ため参考値

③二輪車での実現期待

- 二輪車に乗ることで実現したいことでは、「なるべく無駄な支出をせずに生活したい」の66%、「できるだけ便利な生活がしたい」の65%、「自由に動き回りたい」の65%、「なるべく無駄な時間を省いて生活したい」の61%が6割を超え高く、効率的な生活の実現期待が上位にあがっている。上記に加え「なるべく無駄な体を使わず生活したい」「仕事の効率を上げたい」など、スクーター原付第一種(～50cc)、女性で効率的な生活の実現期待が高いことがわかる。
- ビジネス原付第二種(51～125cc)、オンロードでは、「自由に動き回りたい」「気軽に自然と触れ合いたい」「できるだけいろいろなところに行きたい」「新しい体験ができるワクワク感を味わいたい」「何かに没頭できる生活をしたい」などが高く、生活をより楽しむためのものとしての二輪車期待が確認できる。
- 数値は高くないものの、男女10～30代で「周りから特別な人に見られたい」が高いという意識が共通して高いことが注目される。

<二輪車に乗ることで実現したいこと(非常にそう思う+まあそう思う)>



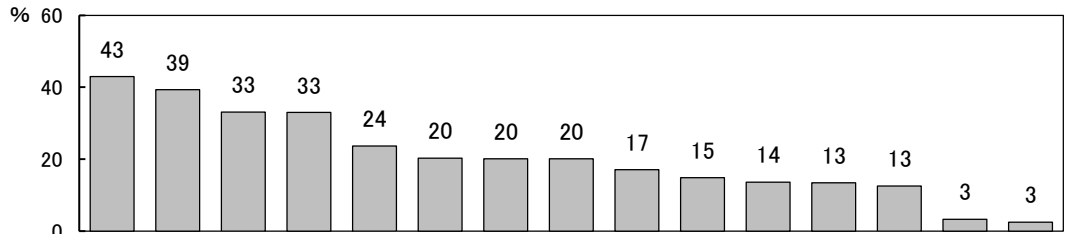
	n	なるべく無駄な支出をせずに生活したい	できるだけ便利な生活がしたい	自由に動き回りたい	なるべく無駄な時間を省いて生活したい	気軽に自然と触れ合いたい	できるだけいろいろなところに行きたい	なるべく無駄な体を使わず生活したい	仕事の効率を上げたい	一人になれる時間を大切にしたい	新しい体験ができるワクワク感を味わいたい	ふだんの生活を盛り上げたい	世界観を広げたい	何かに没頭できる生活をしたい	運転技術を磨いて達成感を味わいたい	自分らしさを表現したい	家族との時間を楽しみたい	友人との時間を楽しみたい	非日常を味わいたい	音楽しかつかなかった頃の自分を取り戻したい	長距離・長時間走行に挑戦して達成感を味わいたい	二輪を通じて新しい仲間・友人との出会いを楽しみたい	他の人にはない特別な感覚を味わいたい	異性にモテたい	周りから特別な人に見られたい	レースに挑戦して自分に自信をつけた		
全体	5,062	66	65	65	61	55	53	48	47	44	40	39	39	39	36	34	32	31	30	28	26	25	25	11	7	7		
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	△76	△77	▽54	△73	▽37	▽31	△60	△53	▽30	▽22	▽26	▽22	▽19	▽22	▽27	▽21	▽16	▽18	▽12	▽12	▽13	▽7	▽4	▽4		
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	969	△71	△71	△70	△66	△61	△60	△47	△48	△42	△40	△41	△39	△34	△35	△35	△30	△30	△33	△25	△25	△26	△12	△7	△6		
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	▽62	▽59	▽76	▽57	△65	△67	▽41	△41	△50	△50	△47	△45	△40	△37	△43	△32	△30	△38	△37	△37	△27	△27	△15	▽9	▽3	
	スクーター 小型二輪(251cc～)	16	△55	△53	▽77	△44	▽74	▽37	▽31	△44	△57	△64	△51	△62	△61	△57	△44	△44	△49	△43	△39	△56	△53	△39	△16	△10	△8	
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	511	△66	△68	▽54	△61	△44	▽34	△54	△53	▽33	▽27	▽33	▽26	▽31	▽22	▽25	▽22	▽20	▽19	▽23	▽16	▽14	▽17	▽7	▽5	▽3	
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	295	▽57	▽52	△73	▽48	△74	△66	▽34	△45	△54	△48	△42	△44	△47	△37	△35	△31	△29	△32	△37	△32	△28	△24	△10	△6	△5	
	オンロード 原付第一種(～50cc)	53	▽46	▽42	▽72	▽40	△71	△65	▽30	▽30	△56	△56	△52	△52	△56	△43	△55	△30	△32	△44	△48	△28	△34	△33	△15	▽9	▽9	
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	110	▽53	▽48	△81	▽47	△72	△78	▽36	△41	△62	△68	△64	△64	△65	△66	△53	△42	△46	△49	△40	△48	△47	△41	△24	△16	△12	
オンロード 小型二輪(251～400cc)	296	▽55	▽51	△78	▽42	△80	△83	▽35	▽41	△64	△68	△57	△68	△66	△71	△47	△43	△52	△53	△29	△51	△47	△42	△19	△13	△15		
オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	▽47	▽49	△80	▽38	△84	△88	▽27	▽35	△57	△71	△61	△70	△65	△70	△50	△36	△50	△60	△42	△62	△49	△49	△21	△14	△13		
オンロード 小型二輪(401cc～)	372	▽44	▽40	△83	▽33	△78	△89	▽25	▽32	△69	△76	△66	△71	△72	△76	△59	△42	△59	△60	△41	△53	△59	△52	△19	△14	△15		
オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	▽52	▽40	△88	▽39	△83	△89	▽27	▽30	△67	△71	△59	△71	△66	△73	△50	△40	△54	△58	△39	△43	△56	△46	△17	△16	△22		
オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	▽56	▽38	△87	▽49	△87	△85	▽27	▽35	△71	△70	△63	△76	△68	△72	△61	△37	△59	△58	△42	△41	△47	△52	△21	△14	△19		
性別																												
男性	4,025	△74	△62	△68	△57	△60	△58	△44	△44	△47	△44	△42	△43	△42	△38	△35	△32	△32	△33	△31	△29	△28	△27	△13	△8	△7		
女性	1,037	△76	△77	△55	△75	▽36	▽32	△64	△54	△48	△32	△24	▽30	▽25	▽25	▽25	△28	△30	△27	▽17	▽15	▽13	▽14	▽15	▽3	▽5	▽4	
性別年代	男性10代(16歳以上)	84	△72	△72	△80	△75	△51	△65	△61	△56	△41	△54	△52	△54	△49	△53	△39	△38	△48	△35	△22	△38	△38	△42	△28	△18	△17	
	男性20代	220	△68	△71	△84	△61	△72	△78	△49	△51	△59	△71	△63	△72	△69	△64	△55	△37	△60	△56	△28	△56	△48	△54	△33	△29	△17	
	男性30代	371	△69	△69	△72	△62	△63	△65	△49	△50	△56	△60	△48	△59	△51	△49	△39	△34	△40	△42	△27	△36	△35	△35	△23	△14	△11	
	男性40代	855	△64	△64	△74	△56	△62	△65	△42	△48	△53	△52	△46	△52	△47	△46	△37	△37	△37	△38	△32	△33	△32	△31	△16	△8	△9	
	男性50代	1,193	△62	△58	△71	△54	△65	△64	▽39	▽41	△51	△47	△43	△45	△46	△41	△39	△35	△35	△36	△37	△30	△32	△27	△12	△6	△7	
	男性60代	933	△64	△60	△61	△56	△56	△47	△42	△40	△40	△30	▽34	▽28	▽33	△24	△30	▽26	△20	△24	△31	▽20	▽17	▽19	▽7	▽4	▽3	
	男性70代以上	369	△62	△64	▽45	△63	▽42	▽27	△53	▽41	△26	▽19	▽23	▽15	▽18	▽17	▽18	▽16	▽12	▽12	▽20	▽11	▽11	▽10	▽3	▽1	▽2	
	女性10代(16歳以上)	45	△80	△87	△61	△89	▽36	△53	△77	△62	△39	△39	△41	△41	△30	△41	△44	△35	△44	△25	△12	△25	△25	△27	△8	△15	△11	
	女性20代	83	△82	△83	△66	△80	▽42	△56	△71	△60	△42	△38	△33	△48	△37	△37	△28	△30	△39	△26	△15	△24	△30	△28	△7	△14	△7	
	女性30代	73	△86	△79	△69	△74	△44	△54	△58	△54	△42	△37	△35	△41	△38	△37	△37	△36	△27	△28	△17	△22	△20	△27	△6	△14	△8	
女性40代	167	△77	△77	△64	△77	△40	△45	△57	△62	△37	△39	△41	△36	△32	△39	△36	△34	△27	△24	△15	△25	△25	△22	▽4	△4	△9		
女性50代	214	△82	△86	△62	△82	▽37	▽30	△72	△68	▽29	▽25	▽29	▽23	▽23	▽26	△28	△27	△21	△15	△16	▽10	▽12	▽14	▽2	▽3	▽2		
女性60代	252	△75	△76	△45	△72	▽32	▽20	△66	△60	▽27	▽13	▽23	▽13	▽16	▽12	△20	△29	△22	△11	△12	▽8	▽6	▽6	▽2	▽2	▽1		
女性70代以上	203	△62	△65	△41	△64	▽32	▽17	△53	△45	▽29	▽12	▽26	▽11	▽21	▽18	△23	△30	△29	△12	△16	△4	▽6	△8	▽1	▽1	▽2		
購入形態	新規購入	553	△71	△73	△72	△66	△56	△61	△57	△53	△44	△52	△48	△53	△45	△46	△36	△35	△40	△33	△17	△35	△32	△32	△15	△13	△11	
	買い替え	2,682	△71	△70	▽59	△66	▽49	△44	△52	△50	▽38	▽31	▽34	△30	△31	△28	△29	▽29	▽25	▽23	▽24	▽19	▽18	▽19	▽10	▽5	▽4	
	複数所有買い替え	442	▽57	▽56	△74	▽50	△69	△68	▽37	▽46	△51	△55	△43	△52	△51	△49	△42	△36	△43	△41	△33	△32	△32	△39	△31	△14	△8	
	買い直し	601	▽52	▽50	△77	▽46	△72	△73	▽37	▽39	△61	△59	△54	△56	△57	△56	△50	△41	△49	△49	△44	△43	△44	△41	△15	△13	△12	
	一時中断・再購入	698	△64	△62	△70	▽57	△60	△55	△42	△41	△48	△41	△41	△40	△41	△34	△34	△30	△25	△30	△37	△24	△24	△23	△11	▽5	△5	
	新規購入者	男性10～20代	172	△71	△73	△83	△70	△60	△72	△52	△55	△48	△61	△55	△63	△57	△56	△44	△37	△55	△43	△20	△48	△41	△45	△26	△25	△18
		男性30代以上	223	△67	△67	△69	△54	△62	△58	△50	△45	△46	△49	△45	△48	△43	△38	△31	△29	△30	△18	△32	△27	△25	△14	△7	△7	
		女性10～20代	89	△79	△88	△64	△85	▽38	△56	△79	△60	▽39	▽42	△40	△47	△33	△40	△35	△34	△46	△26	△13	△24	△29	△28	△8	△14	△9
		女性30代以上	68	△72	△76	△69	△74	△45	△56	△66	△61	△36	△50	▽47	△47	△40	△56	△37	△46	△31	△31	▽11	△26	△29	△28	▽0	△4	△8
		男性125cc以下	273	△72	△75	△71	△67	△52	△52	△56	△52	△40	△43	△38	△45	△38	△34	△29	△30	△26	△20	△27	△23	△23	△14	△9	△9	
		男性126cc以上	122	△61	▽57	△83	▽47	△84	△90	▽39	△44	△63	△80	△75	△77	△73	△73	△54	△42	△64	△57	▽16	△65	△56	△57	△31	△26	△17
女性125cc以下		136	△79	△88	△64	△87	▽35	△51	△78	△63	▽35	△38	△39	△40	△31	△40	△30	△36	△36	▽22	▽11	△18	△23	△21	▽5	▽9	△6	
女性126cc以上	*22	△55	△50	△82	△41	△84	△87	△45	△45	△51	△91																	

(5) 二輪車周辺期待

①施設・インフラ期待

- <施設やインフラに対する整備・改善期待>をみると、「契約(自宅)二輪車駐車場の確保」が最も高く43%、次いで「契約(自宅)二輪車駐車場の防犯強化」が39%と、常時利用する駐車場に対する期待が上位にあがった。
- スクーター原付第二種(51~125cc)、スクーター軽二輪(126~250cc)、オンロード原付第二種以上(51cc~)、男性でさまざまな施設・インフラへの期待が高くなっている。
- スクーター原付第一種(~50cc)、ビジネス原付第一種(~50cc)、男女10代、女性50代、新規購入者で「原付免許での運転可能排気量の拡大」が高いという特徴がみられる。

<施設やインフラに対する整備・改善期待> (複数回答)



	n	任意保険料の低料金化	施設の整備・出かせ先、二輪専用駐車場	高速道路の低料金化	大(50cc以下)の運転可能排気量の拡大	施設の低料金化	エコカー減税の二輪車への適用	二輪走行禁止区間の廃止	E T C 割引料金の導入	レンタルバイクの貸出しシステム	強化	契約(自宅)二輪車駐車場の防犯	時間の短縮	二輪免許取得の負担軽減・教習	契約(自宅)二輪車駐車場の確保	運転・操作を練習する場所の提供	リースをする場所の提供	その他
全体	5,062	43	39	33	33	24	20	20	20	17	15	14	13	13	3	3		
購入二輪車																		
スクーター 原付第一種(~50cc)	1,918	▽ 32	▽ 26	▽ 10	△ 50	▽ 16	▽ 12	▽ 9	▽ 6	16	▽ 10	12	▽ 8	▽ 7	▽ 1	2		
スクーター 原付第二種(51~125cc)	969	△ 50	△ 52	△ 38	▽ 17	△ 31	△ 27	△ 29	21	△ 20	△ 18	15	△ 16	▽ 10	3	3		
スクーター 軽二輪(126~250cc)	226	△ 54	△ 52	△ 71	▽ 17	△ 31	△ 34	△ 28	△ 46	20	19	12	△ 19	▽ 7	▽ 1	1		
スクーター 小型二輪(251cc~)	16	42	53	△ 75	16	38	32	27	△ 40	18	19	9	18	19	5	1		
ビジネス 原付第一種(~50cc)	511	▽ 28	▽ 22	▽ 11	△ 53	▽ 9	▽ 11	▽ 11	▽ 5	▽ 11	▽ 10	11	▽ 8	▽ 9	▽ 0	△ 4		
ビジネス 原付第二種(51~125cc)	295	△ 52	43	37	▽ 14	24	24	△ 29	21	21	11	12	14	12	4	4		
オンロード 原付第一種(~50cc)	55	45	44	32	42	21	19	19	19	10	23	14	15	15	3	5		
オンロード 原付第二種(51~125cc)	110	△ 55	△ 59	△ 51	▽ 23	30	△ 30	△ 40	26	21	△ 24	19	△ 28	△ 33	△ 9	3		
オンロード 軽二輪(126~250cc)	296	△ 58	△ 57	△ 69	▽ 15	△ 41	△ 30	△ 29	△ 52	△ 22	△ 22	△ 22	△ 20	△ 24	△ 8	1		
オンロード 小型二輪(251~400cc)	138	△ 62	△ 56	△ 68	▽ 14	△ 32	△ 30	26	△ 46	20	△ 24	△ 22	△ 23	△ 25	5	3		
オンロード 小型二輪(401cc~)	372	△ 57	△ 56	△ 80	▽ 16	△ 35	△ 29	△ 35	△ 45	17	△ 24	11	△ 20	△ 30	△ 10	1		
オフロード 原付第一種(51~125cc)	15	60	49	△ 64	14	32	36	30	32	20	19	14	11	26	△ 13	3		
オフロード 軽二輪(126~250cc)	140	△ 53	45	△ 70	▽ 19	△ 35	△ 27	△ 32	△ 53	15	△ 22	11	△ 21	△ 31	△ 21	4		
性別																		
男性	4,025	△ 46	△ 41	△ 39	33	△ 26	△ 23	△ 23	△ 24	17	15	△ 15	14	13	△ 4	2		
女性	1,037	▽ 30	▽ 31	▽ 10	32	▽ 16	▽ 10	▽ 8	▽ 5	17	13	▽ 7	▽ 10	▽ 1	3			
性別年代																		
男性10代(16歳以上)	84	36	29	32	△ 56	22	14	16	14	11	16	△ 22	16	17	3	2		
男性20代	220	△ 52	△ 54	△ 45	▽ 23	△ 41	△ 31	△ 33	△ 34	22	△ 32	△ 26	△ 38	△ 24	△ 10	2		
男性30代	371	△ 49	△ 52	△ 46	33	△ 35	△ 32	△ 29	△ 32	19	△ 28	△ 24	△ 25	△ 22	△ 9	1		
男性40代	855	△ 49	△ 48	△ 43	34	△ 31	△ 26	△ 29	△ 28	17	△ 21	△ 20	△ 18	△ 15	△ 6	3		
男性50代	1,193	△ 52	△ 46	△ 48	▽ 30	△ 28	△ 25	△ 26	△ 29	18	14	△ 16	13	12	3	3		
男性60代	933	42	▽ 32	32	△ 36	▽ 17	▽ 17	▽ 17	▽ 17	16	▽ 8	▽ 9	▽ 5	▽ 10	▽ 1	3		
男性70代以上	369	▽ 29	▽ 21	▽ 10	34	▽ 9	▽ 11	▽ 8	▽ 5	15	▽ 5	▽ 3	▽ 6	▽ 4	▽ 0	3		
女性10代(16歳以上)	45	▽ 22	▽ 20	▽ 13	△ 48	▽ 8	▽ 6	▽ 8	▽ 2	13	14	8	12	10	2	3		
女性20代	83	▽ 28	44	▽ 19	35	30	▽ 11	17	▽ 11	15	20	14	19	△ 27	1	3		
女性30代	73	▽ 27	49	▽ 15	32	28	16	▽ 11	▽ 8	23	△ 27	10	△ 25	13	0	2		
女性40代	167	▽ 32	43	▽ 19	39	20	16	▽ 11	▽ 12	18	19	9	16	15	2	3		
女性50代	214	▽ 36	38	▽ 11	△ 40	21	▽ 12	▽ 7	▽ 4	△ 24	13	▽ 6	▽ 8	11	▽ 1	2		
女性60代	252	▽ 35	▽ 22	▽ 3	29	▽ 11	▽ 7	▽ 5	▽ 2	16	▽ 8	▽ 4	▽ 6	▽ 4	▽ 0	3		
女性70代以上	203	▽ 20	▽ 13	▽ 4	▽ 19	▽ 6	▽ 4	▽ 4	▽ 1	▽ 9	▽ 6	▽ 4	▽ 4	▽ 5	▽ 1	4		
購入形態																		
新規購入	553	39	38	29	△ 40	24	19	17	19	15	△ 18	△ 21	△ 20	△ 20	3	2		
買い替え	2,682	▽ 40	▽ 36	▽ 25	34	▽ 22	▽ 18	▽ 16	▽ 14	17	▽ 13	▽ 11	▽ 11	▽ 10	▽ 2	3		
複数所有買い替え	442	△ 53	△ 49	△ 58	30	△ 32	△ 29	△ 30	△ 35	18	14	14	14	△ 17	△ 7	2		
買い増し	601	△ 54	△ 46	△ 59	30	△ 29	△ 28	△ 32	△ 37	19	△ 20	14	△ 17	△ 19	△ 8	2		
一時中断・再購入	698	42	41	32	31	23	21	△ 24	20	17	16	△ 16	13	▽ 10	2	3		
新規購入者																		
男性10~20代	172	43	39	33	39	30	18	19	21	17	△ 21	△ 27	△ 25	△ 19	6	1		
男性30代以上	223	44	39	34	△ 42	23	△ 26	20	24	14	16	△ 25	18	△ 19	3	2		
女性10~20代	89	▽ 28	30	▽ 15	42	21	▽ 6	▽ 10	▽ 5	13	16	10	16	19	1	1		
女性30代以上	68	▽ 31	38	23	31	16	13	11	14	21	20	9	16	△ 29	2	3		
男性125cc以下	273	38	▽ 32	▽ 21	△ 53	21	17	16	▽ 11	13	15	△ 25	17	14	3	2		
男性126cc以上	122	△ 56	△ 55	△ 62	▽ 14	△ 36	△ 35	△ 27	△ 50	19	△ 26	△ 27	△ 29	△ 31	△ 7	1		
女性125cc以下	136	▽ 28	▽ 30	▽ 12	△ 43	19	▽ 9	▽ 11	▽ 4	16	15	10	14	△ 20	1	2		
女性126cc以上	*22	37	52	△ 57	▽ 3	18	10	9	△ 41	17	△ 37	9	△ 30	△ 42	4	4		

注) △ ▽ : 全体+有意差(5%水準) ▽ : 全体-有意差(5%水準)

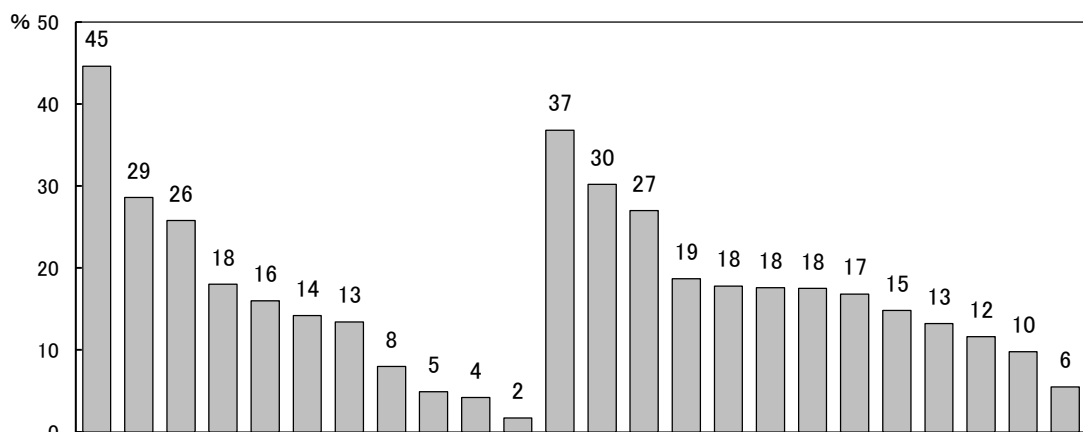
灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

* : ベースが30未満ため参考値

②商品サービス・情報期待

- <商品・サービスに対する整備・改善期待>をみると、「整備・部品費用の低価格化」の45%が圧倒的に高く、次いで「任意保険サービスの拡充」の29%、「安全性/ファッション性をより高めた装備の開発・販売」の26%が続く。
- 情報に対する整備・改善期待では「修理・メンテナンス情報」の37%、「新製品・モデルに関わる情報」の30%、「駐車場情報」の27%が上位にあがっている。
- さまざまな製品・サービス、情報への期待が高いのは、オンロード、男性20~50代である。
- 新規購入者では「安全性/ファッション性をより高めた装備の開発・販売」「バイク用スマートフォンアプリの充実」「ライダー向け運転・操作技術向上の講座開催情報」「修理・メンテナンス情報」「駐車場情報防犯・保管情報」「運転・操作技術に関わる情報」に対する期待が高い。女性20~30代でも同様な傾向がみられ、注目できる。

<商品サービス・情報に対する整備・改善期待(その他は非表示)> (複数回答)



	n	製品やサービスに対する整備・改善期待														情報に対する整備・改善期待										
		整備・部品費用の低価格化	任意保険サービスの拡充	安全性/ファッション性をより高めた装備の開発・販売	バイク用スマートフォンアプリの充実	二輪ツーリング向け宿泊施設の充実	技術向上の講座(初心者)・運転・操作	ツーリングサポートの拡充	二輪関連イベントの拡充	オナーズクラブの充実	二輪車通信販売の拡大	レースサポートの拡充	修理・メンテナンス情報	新製品・モデルに関わる情報	駐車場情報	二輪車向けコース・立ち寄りスポット	二輪車向け洋用品に関わる情報	二輪ツーリング向け観光情報	二輪ツーリング向け宿泊施設の情報	防犯・保管情報	運転・操作技術に関わる情報	二輪ツーリング向けグルメ情報	新製品などの試乗情報	二輪車のイベント情報	新製品などのレンタル情報	
全体	5,062	45	29	26	18	16	14	13	8	5	4	2	37	30	27	19	18	18	18	17	15	13	12	10	6	
購入二輪車	スクーター 原付第一種(〜50cc)	1,918	▽40	▽23	▽19	▽12	▽4	▽10	▽3	▽1	▽2	▽0	▽33	▽23	▽20	▽6	▽9	▽5	▽5	▽17	▽9	▽4	▽7	▽3	5	
	スクーター 原付第二種(51〜125cc)	969	△50	31	28	△24	△16	13	14	8	5	△6	△1	△43	△38	△36	19	19	18	17	18	14	14	13	9	△8
	スクーター 軽二輪(126〜250cc)	226	50	33	28	△25	△25	16	16	6	△8	4	▽0	▽30	35	△38	△27	△23	△30	△28	▽12	△21	13	10	7	
	スクーター 小型二輪(251cc〜)	16	42	26	29	27	31	16	△35	17	16	9	3	38	44	40	23	21	25	30	10	21	18	18	12	
	ビジネス 原付第一種(〜50cc)	511	▽39	▽22	▽18	▽7	▽7	▽9	▽5	▽2	4	3	0	36	△20	▽13	▽8	▽9	▽9	▽7	14	▽10	▽6	▽6	▽4	▽2
	ビジネス 原付第二種(51〜125cc)	295	39	△38	26	17	△22	13	16	7	5	5	1	41	27	20	23	18	△22	△24	▽10	16	16	9	10	6
	オンロード 原付第一種(〜50cc)	55	38	36	30	17	23	16	21	△17	△14	5	2	36	△44	25	21	25	20	17	△31	14	14	16	△20	10
	オンロード 原付第二種(51〜125cc)	110	△55	△43	△35	23	△33	△26	△22	9	△9	3	43	△47	△40	△34	△29	△30	△22	△17	△30	16	△18	△25	4	
	オンロード 軽二輪(126〜250cc)	296	49	△34	△38	△31	△36	△22	△31	△19	△8	4	△7	△39	△43	△41	△42	△33	△40	△39	20	△26	△29	△21	△22	6
	オンロード 小型二輪(251〜400cc)	138	△54	△36	△41	21	△34	△26	△36	△14	△9	△8	2	36	36	△39	△43	△33	△34	△36	△23	△28	△31	13	14	4
	オンロード 小型二輪(401cc〜)	372	△50	△36	△42	△30	△48	△25	△38	△27	△15	6	△6	39	△42	△36	△47	△37	△43	△50	△22	△29	△34	△28	△31	7
オフロード 原付第一種(〜50cc)	15	49	41	37	26	30	29	27	18	10	4	△9	42	37	34	38	27	34	30	18	21	22	17	22	3	
オフロード 軽二輪(126〜250cc)	140	51	31	△40	△25	△36	△25	△33	△17	△6	△10	△9	33	△44	30	△41	△34	△42	△41	16	△24	△31	△17	△28	9	
性別																										
男性	4,025	△46	△31	△28	△19	△16	△15	△16	△9	△6	5	2	△39	△33	28	△21	△20	△20	△21	17	16	15	△13	△11	6	
女性	1,037	▽38	▽20	▽18	▽13	▽5	▽12	▽4	▽3	▽1	▽2	▽0	▽30	▽19	▽22	▽9	▽9	▽7	▽6	15	▽11	▽5	▽6	▽4	4	
性別年代																										
男性10代(16歳以上)	84	51	31	△36	21	▽8	18	▽5	7	2	8	1	36	38	31	15	10	▽9	11	22	△23	9	14	▽3	6	
男性20代	220	△54	△36	△45	△47	△31	△19	△21	△16	△9	4	△8	△47	△41	△43	△35	△25	△31	△31	△33	△25	△29	△19	△17	6	
男性30代	371	49	32	△38	△33	△22	△20	△19	△17	△9	△7	△6	△47	△38	△41	△26	△22	△24	△22	△31	△20	△21	14	△16	6	
男性40代	855	△52	△30	△31	△22	△21	16	△18	△12	△7	5	2	△42	△39	△37	△27	△25	△23	△22	△20	17	△19	△14	△14	6	
男性50代	1,193	△50	△36	△27	19	△21	14	△20	△10	△7	△6	1	△41	△37	29	△24	△23	△23	16	17	△17	△15	△13	6		
男性60代	933	▽39	△28	△22	▽11	16	13	▽11	▽5	▽3	3	▽0	▽32	△26	▽17	▽15	▽15	17	19	▽10	▽12	▽9	▽9	▽8	6	
男性70代以上	369	▽33	▽21	▽13	▽5	▽7	▽9	▽5	▽1	▽2	2	▽0	▽26	▽16	▽9	▽6	▽8	▽8	▽8	▽9	▽4	▽5	▽2	4		
女性10代(16歳以上)	45	▽27	26	36	13	▽3	16	6	3	0	5	2	36	▽17	25	6	8	▽6	▽3	19	8	6	3	3		
女性20代	83	46	16	29	△34	18	△22	9	10	4	3	1	38	26	△43	18	13	16	△26	16	10	7	12	2		
女性30代	73	35	27	24	△29	11	△25	6	8	4	3	0	40	23	△47	14	20	19	△29	18	12	13	5	4		
女性40代	167	46	25	23	17	▽10	18	11	5	2	3	0	35	23	△35	16	15	▽11	▽10	20	13	△8	12	7		
女性50代	214	41	28	23	16	▽4	13	▽5	▽2	▽1	2	0	35	▽20	22	▽12	▽10	▽10	▽7	15	15	▽7	▽4	8		
女性60代	252	39	▽17	▽15	▽3	▽1	▽4	▽1	▽1	▽1	▽2	▽0	▽25	▽19	▽10	▽3	▽5	▽2	▽1	▽10	▽7	▽1	▽5	▽3	▽2	
女性70代以上	203	▽24	▽10	▽3	▽3	▽0	▽6	▽1	▽1	▽1	▽1	0	▽18	▽9	▽10	▽1	▽3	▽1	▽0	▽6	▽6	▽0	▽2	▽1	▽1	
購入形態																										
新規購入	553	▽40	29	△34	△27	14	△24	11	7	4	4	2	△41	30	△31	20	18	15	▽17	△22	18	14	11	9	5	
買い替え	2,682	43	26	22	▽14	▽11	▽12	▽10	▽6	▽3	4	▽1	▽35	△28	△25	▽14	▽14	▽13	▽17	▽15	▽12	▽9	▽10	▽7	▽5	
複数所有買い替え	442	△52	△34	26	△20	△28	15	△24	△14	△9	6	△5	38	34	30	△27	△26	△26	△30	16	△20	△22	△15	△18	7	
買い増し	601	△50	△35	△34	△23	△30	△18	△25	△17	△9	△6	△4	△39	29	△32	△27	△34	△31	19	△20	△25	△19	△21	7		
一時中斷・再購入	698	45	30	29	20	15	12	14	7	5	3	1	40	29	30	△22	19	18	△21	15	14	10	8	△7		
新規購入者																										
男性10〜20代	172	45	29	△35	△33	16	△21	10	9	4	4	△4	△44	36	32	△25	17	20	△22	△28	△21	18	14	7	4	
男性30代以上	223	39	△37	△36	△26	14	△24	13	7	6	5	1	42	35	30	20	22	16	15	21	19	14	11	12	5	
女性10〜20代	89	35	▽18	△37	24	10	20	7	2	3	1	35	▽18	35	12	10	▽8	10	23	13	8	▽4	5	3		
女性30代以上	68	38	20	18	19	16	△37	13	6	3	0	0	38	▽13	27	18	17	13	15	12	17	12	7	8		
男性125cc以下	273	39	33	29	22	18	15	▽6	▽4	3	4	1	42	32	29	▽13	▽12	▽9	▽9	△24	14	▽8	8	▽6	4	
男性126cc以上	122	48	34	△49	△45	△29	△35	△23	△16	△9	6	△6	△44	△43	△36	△45	△36	△37	△38	△25	△31	△34	△23	△17	7	
女性125cc以下	136	▽35	▽18	28	21	▽8	△25	▽6	▽3	▽1	2	1	38	▽15	31	▽7	▽10	▽7	▽8	19	15	▽7	8	▽3	5	
女性126cc以上	*22	43	25	34	33	△44	△43	△32	△30	12	5	0	25	21	34	△62	32	32	△41	14	16	22	5	△28	4	

注) △: 全体+有意差(5%水準) ▽: 全体-有意差(5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

*: ベースが30未満ため参考値

8. 今後の意向

(1) 二輪車乗車意向

① 継続乗車意向

- <二輪車継続乗車意向>をみると、「今後もずっと二輪車に乗り続けたい」が49%、「あと10年ぐらいいは乗ると思う」が24%であった。
- 「今後もずっと二輪車に乗り続けたい」は、スクーター原付第二種(51~125cc)、ビジネス原付第二種(51~125cc)、オンロード原付第二種(51~125cc)、オンロード軽二輪(126~250cc)、オンロード小型二輪(401cc~)、オフロード軽二輪(126~250cc)でとくに高い。
- 男女とも10~30代では「生活環境の変化等で一旦乗らなくなるかもしれないが、乗れる状況になったら乗るつもり」が多く、将来的なライフステージ変化を意識している様子がうかがえる。
- また、男女とも60代を超えると「10年以内に乗らなくなる(乗れなくなる)と思う」「あと数年で乗らないようにするつもり」が高くなっていくことも確認できる。参考値ではあるが、継続乗車意向に低下傾向がみられ、高齢化を背景に「乗らなくなる・乗らないようにする」人が増加していることがあると考えられる。

<二輪車継続乗車意向>

- 今後もずっと二輪車に乗り続けたい
- 生活環境の変化等で一旦乗らなくなるかもしれないが、乗れる状況になったら乗るつもり
- あと10年ぐらいいは乗ると思う
- 10年以内に乗らなくなる(乗れなくなる)と思う
- あと数年で乗らないようにするつもり
- 無回答

		n	%				
		全体 5,062	49	10	24	9	3 4
購入二輪車	スクーター 原付第一種(~50cc)	1,918	36	14	27	12	6 5
	スクーター 原付第二種(51~125cc)	969	56	9	23	7	2 4
	スクーター 軽二輪(126~250cc)	226	54	9	24	9	3 2
	スクーター 小型二輪(251cc~)	16	60	5	23	9	0 3
	ビジネス 原付第一種(~50cc)	511	41	9	26	12	5 7
	ビジネス 原付第二種(51~125cc)	295	59	5	24	10	2 2
	オンロード 原付第一種(~50cc)	55	57	10	23	7	2 2
	オンロード 原付第二種(51~125cc)	110	74	5	14	3	2 3
	オンロード 軽二輪(126~250cc)	296	61	10	18	8	1 2
	オンロード 小型二輪(251~400cc)	138	57	12	24	7	1 1
オンロード 小型二輪(401cc~)	372	69	5	19	6	1 1	
オフロード 原付第二種(51~125cc)	15	73	4	18	2	0 2	
オフロード 軽二輪(126~250cc)	140	76	3	17	3	1 1	
性別年代	男性10代(16歳以上)	84	39	35	10	4	7 5
	男性20代	220	60	26	8	2	1 2
	男性30代	371	65	17	13	1	3 3
	男性40代	855	70	12	15	1	0 2
	男性50代	1,193	59	7	27	4	1 2
	男性60代	933	37	6	34	15	4 4
	男性70代以上	369	26	5	21	9	1 1
	女性10代(16歳以上)	45	20	36	19	14	1 0
	女性20代	83	35	47	12	3	4 0
	女性30代	73	44	34	16	2	4 2
	女性40代	167	50	12	33	5	0 1
	女性50代	214	44	5	37	10	2 3
	女性60代	252	26	3	34	23	6 9
	女性70代以上	203	20	17	25	24	14

<参考:二輪車継続乗車意向の変化※>

凡例	継続乗車意向あり	継続乗車意向なし	無回答
07年度 5,057	89	5	6
09年度 5,575	92	6	2
11年度 5,150	87	7	6
13年度 5,669	88	12	0
15年度 5,159	86	11	4
17年度 5,062	84	13	4

※ 07年度~15年度

継続: 今後も二輪車に乗り続ける+しばらくは乗り続ける+あと1~2台は乗り続ける

非継続: 買い替えや買い増しはしない+今の二輪車が最後

17年度

継続: 今後もずっと二輪車に乗り続けたい+生活環境の変化等で一旦乗らなくなるかもしれないが、乗れる状況になったら乗るつもり+あと10年ぐらいいは乗ると思う

非継続: 10年以内に乗らなくなる(乗れなくなる)と思う+あと数年で乗らないようにするつもり

注) 太字: 全体+有意差(5%水準)

灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

②環境変化別二輪車保有・乗車意向

- <環境変化別二輪車保有・乗車意向>をみると、「保有を中止する」が最も高いのは「駐車スペースがなくなった時」、次いで「経済的に余裕がなくなった時」となっている。
- 「保有するが乗る機会が減る」が高いのは「二輪車に乗る時間に余裕がなくなった時」「体力に自信がなくなった時」となっている。
- 「交通の便がよくなった時」や「今の新車が盗難に遭った時」などは「今と同様に乗り続ける」が多く、比較的乗車の障壁にはなりにくいといえる。

<環境変化別二輪車保有・乗車意向(全体 n=5,062)>

凡例	%			
	保有を中止する	保有するが乗る機会が減る	今と同様に乗り続ける	無回答
駐車スペースがなくなった時	49	19	22	10
経済的に余裕がなくなった時	43	29	19	9
体力に自信がなくなった時	34	44	16	6
今の新車が修理できなくなった時	28	15	49	8
今の新車が事故に遭った時	25	22	46	9
家族・友人・知人など周囲の反対が強くなった時	21	35	33	12
今の新車が盗難に遭った時	20	15	55	10
二輪車に乗る時間に余裕がなくなった時	17	57	19	7
通勤・通学などの現在の用途がなくなった時	14	43	31	12
新しく電動アシスト自転車をお買いになった時	10	29	49	12
新しく四輪車をお買いになった時	7	33	47	13
交通の便がよくなった時	6	31	56	8
子供が生まれた時	5	26	50	19
結婚した時	4	23	54	19

③買い替え・買い増し意向

- 買い替え・買い増し意向は、「ぜひ買い替えや買い増しをしたいと思う」と「まあ買い替えや買い増しをしたいと思う」を合わせて33%である。
- オンロード、オフロード、男性、今回購入二輪車が買い替え・買い増しでより意向が高くなっている。
- 新規購入者では、男性126cc以上購入者で積極的な買い替え・買い増し意向が確認できる。

<買い替え・買い増し意向>

		凡例	n	ぜひ	まあ	どちらともいえない	あまり	まったく	無回答	%
										意向計
		全体	5,062	13	19	24	20	17	7	33
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	8	15	25	21	22	9	23	
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	969	16	23	24	19	12	7	38	
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	14	22	27	21	11	6	36	
	スクーター 小型二輪(251cc～)	16	23	31	18	18	4	5	55	
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	511	12	11	22	20	24	11	23	
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	295	14	20	19	23	18	6	34	
	オンロード 原付第一種(～50cc)	55	15	23	23	22	12	6	37	
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	110	22	27	22	14	10	6	49	
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	296	21	29	22	16	10	3	50	
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	13	18	26	19	17	6	32	
	オンロード 小型二輪(401cc～)	372	20	29	23	15	10	3	49	
	オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	30	26	20	10	10	4	56	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	18	28	22	16	9	7	46		
性別	男性	4,025	14	21	24	19	15	7	35	
	女性	1,037	9	15	23	21	23	10	24	
購入形態	新規購入	553	13	15	24	21	24	3	28	
	買い替え	2,682	12	18	25	21	17	8	30	
	複数所有買い替え	442	16	29	25	16	8	5	46	
	買い増し	601	20	27	22	15	10	6	47	
	一時中断・再購入	698	10	18	21	23	23	5	28	
新規購入者	男性10～20代	172	19	16	28	14	22	3	35	
	男性30代以上	223	13	18	21	23	20	5	31	
	女性10～20代	89	7	8	25	26	35		14	
	男性30代以上	68	7	15	23	25	28	2	22	
	男性125cc 以下	273	10	14	26	22	25	4	23	
	男性126cc 以上	122	27	25	21	12	11	4	52	
	女性125cc 以下	136	5	7	26	25	35	1	12	
	女性126cc 以上	*22	16	34	12	25	14		50	

注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)

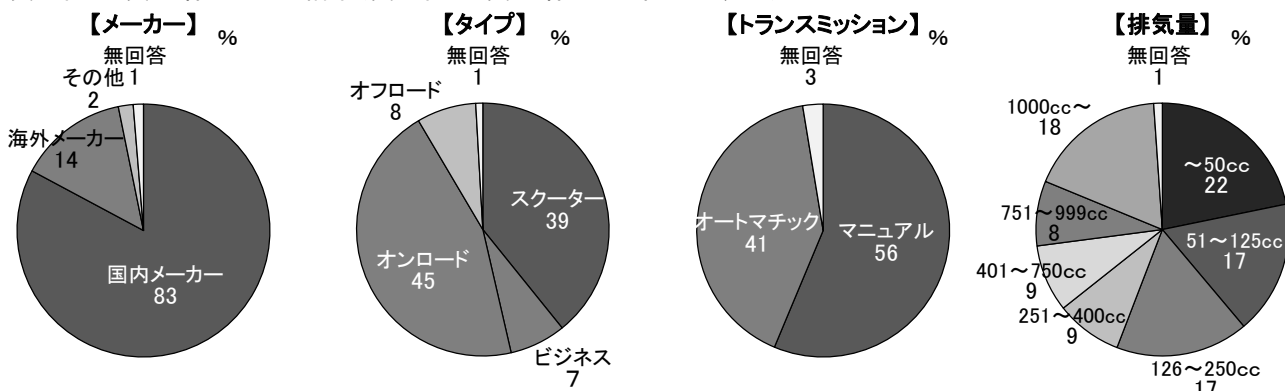
灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

*: ベースが30未満ため参考値

④買い替え・買い増し意向二輪車

- 買い替え・買い増し意向者の買い替え・買い増し意向二輪車をみると、メーカーでは「国内メーカー」の83%、タイプでは「オンロード」の45%、「スクーター」の39%、トランスミッションでは「マニュアル」の56%、排気量では「~50cc」の22%、「51~125cc」の17%、「126~250cc」の17%が高い。
- タイプと排気量を組み合わせてみると、最も意向が高いのは「オンロード401cc~」の30%で、「スクーター~50cc」の18%を大きく引き離している。
- 「オンロード401cc~」の意向が高いのは、今回購入二輪車オンロード原付第二種以上(51cc~)、オフロード軽二輪(126~250cc)、男性10~50代である。
- 男性70代、女性では「スクーター~50cc」の意向が高い。
- 女性でも、若い層や今回初期購入で126cc以上を購入した人ではオンロードの251cc以上に高い意向がみられる。

<買い替え・買い増し意向二輪車(買い替え・買い増し意向者 n=1,646)>



<属性別買い替え・買い増し意向二輪車>

	n	スクーター		ビジネス		オンロード				オフロード		無回答				
		50cc以下	51~125cc	50cc以下	51~125cc	50cc以下	51~125cc	126~250cc	251~400cc	401~750cc	751~999cc		1000cc以上			
買い替え・買い増し意向者	1,646	18	12	6	4	4	0	1	7	6	30	0	7	1		
購入二輪車	スクーター 原付第一種(~50cc)	447	△63	△15	▽3	3	▽1	▽0	△1	1	▽2	▽2	△4	0	▽2	△3
	スクーター 原付第二種(51~125cc)	372	▽0	△31	△13	5	▽0	3	0	2	7	8	▽25	0	6	1
	スクーター 軽二輪(126~250cc)	80	▽1	▽0	△30	△15	0	0	0	0	8	10	31	0	4	0
	スクーター 小型二輪(251cc~)	8	0	0	0	△45	0	0	0	0	0	0	50	0	5	0
	ビジネス 原付第一種(~50cc)	119	▽6	▽5	▽0	2	△45	△18	1	0	7	▽1	▽11	0	3	2
	ビジネス 原付第二種(51~125cc)	100	▽0	▽1	4	5	0	△26	0	3	11	6	28	△2	12	3
	オンロード 原付第一種(~50cc)	20	2	2	0	7	7	0	2	4	9	7	48	2	7	4
	オンロード 原付第二種(51~125cc)	54	▽0	2	2	0	0	0	0	△9	△21	7	△51	2	7	0
	オンロード 軽二輪(126~250cc)	147	▽0	▽0	2	1	▽0	1	0	1	△22	△15	△51	0	6	1
	オンロード 小型二輪(251~400cc)	44	▽0	▽2	0	2	0	0	0	0	2	△25	△60	0	8	0
オンロード 小型二輪(401cc~)	181	▽0	▽1	▽1	1	▽0	▽0	0	0	▽3	▽2	△77	0	△13	1	
オフロード 原付第一種(51~125cc)	8	2	0	0	0	0	2	0	4	12	8	52	△6	12	2	
オフロード 軽二輪(126~250cc)	65	▽0	▽0	2	0	0	0	0	2	8	6	△41	2	△39	0	
性別																
男性	1,398	▽10	12	6	4	3	4	0	1	8	7	△33	1	8	1	
女性	248	△60	11	▽2	▽1	4	▽1	0	1	▽2	4	▽10	0	▽2	2	
性別年代	男性10代(16歳以上)	*18	14	0	0	0	1	△7	0	18	6	△54	0	0	0	
	男性20代	101	▽3	8	2	1	0	2	1	0	△13	△13	△44	0	△13	0
	男性30代	146	▽8	7	5	5	▽0	2	1	△4	11	8	△42	1	5	2
	男性40代	346	▽6	△16	6	4	2	4	0	2	8	6	△38	0	8	2
	男性50代	473	▽7	12	7	5	3	4	0	1	7	7	△35	1	△10	1
	男性60代	243	17	11	△9	△6	△6	△7	0	1	8	5	▽21	1	6	2
	男性70代以上	71	△44	13	3	1	△15	△9	0	0	4	1	▽5	0	2	4
	女性10代(16歳以上)	*4	32	0	0	0	0	0	0	0	11	25	0	32	0	
	女性20代	*17	17	13	0	0	0	6	0	0	6	△24	19	0	15	0
	女性30代	*22	△46	12	6	0	0	4	0	0	4	0	23	0	5	0
	女性40代	56	△47	12	0	2	6	0	0	2	5	8	19	0	▽0	0
	女性50代	73	△70	12	5	1	4	2	0	1	▽0	▽0	▽4	0	▽0	0
	女性60代	50	△71	11	0	0	4	0	0	0	▽0	3	▽1	0	0	△10
	女性70代以上	25	△86	5	0	0	8	0	0	0	0	0	▽0	0	0	0
購入形態	新規購入	156	▽7	13	3	2	2	4	△2	3	8	△15	36	0	6	0
	買い替え	802	△29	△15	6	5	△5	4	0	1	▽5	▽4	▽18	0	▽5	2
	複数所有買い替え	201	▽9	▽5	7	3	3	3	0	1	6	4	△46	0	9	3
	買い増し	281	▽4	▽7	▽3	2	▽1	3	0	2	9	6	△49	△2	△13	0
	一時中断・再購入	195	▽6	13	9	3	2	4	0	2	△14	9	29	1	6	1
新規購入者	男性10~20代	60	▽4	8	2	2	0	0	△4	0	11	△16	△46	0	7	0
	男性30代以上	68	▽4	△20	4	3	2	6	0	△7	9	△12	29	0	3	0
	女性10~20代	*13	20	10	0	0	0	8	0	0	△21	23	0	18	0	
	女性30代以上	*15	24	8	0	0	7	7	0	0	1	17	36	0	0	0
	男性125cc以下	64	▽8	△27	5	0	2	7	△4	4	11	△14	▽16	0	3	0
	男性126cc以上	64	▽0	▽1	2	5	0	0	0	4	9	△14	△58	0	7	0
	女性125cc以下	*17	△36	15	0	0	6	12	0	0	1	16	▽6	0	7	0
女性126cc以上	*11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	△23	△68	0	9	0	

注)△■: 買い替え・買い増し意向者
+有意差(5%水準)
注)▽: 買い替え・買い増し意向者
-有意差(5%水準)
注)灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)
注)*: ベースが30未満ため参考値

(2) 今後の上級免許取得意向

- 今後の上級免許取得意向は27%、07年度以降継続的に減少している。
- 取得意向が最も高いのは「大型二輪」の14%である。
- 「大型二輪」免許取得の意向が高いのは、男性20～50代、新規購入者である。
- 女性の「大型二輪」免許取得意向は低い、126cc以上の二輪車新規購入者では、積極的な取得意向がうかがえる。

<今後の免許取得意向(上級免許)>

		n	普通自動車	普通二輪 小型限定	普通二輪 AT小型 限定	普通二輪 限定なし	普通二輪 AT限定	大型二輪 ↓	大型二輪 AT限定	取得意向 あり計	取得意向 なし計※
全体	07年度	5,057	6	4	1	14	3	22	1	50	50
	09年度	5,575	5	5	1	10	2	23	1	46	54
	11年度	5,150	3	4	3	12	2	21	1	46	54
	13年度	5,669	3	4	2	6	2	14	0	31	69
	15年度	5,159	3	3	1	5	2	14	1	29	71
	17年度	5,062	2	3	2	4	1	14	1	27	71
購入 二輪 車	スクーター 原付第一種(～50cc)	1,918	△ 5	△ 5	△ 4	△ 5	△ 2	▽ 4	▽ 0	26	70
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	969	▽ 1	▽ 0	▽ 0	4	△ 2	△ 23	1	△ 30	69
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	226	1	▽ 0	▽ 0	3	1	△ 21	△ 4	30	67
	スクーター 小型二輪(251cc～)	16	0	0	0	0	0	12	3	14	78
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	511	2	△ 8	2	△ 7	▽ 0	▽ 5	0	26	69
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	295	▽ 0	▽ 0	▽ 0	4	0	14	1	▽ 19	△ 79
	オンロード 原付第一種(～50cc)	55	1	5	0	9	0	20	1	35	63
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	110	0	0	0	3	0	△ 24	1	28	72
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	296	1	▽ 0	▽ 0	▽ 0	0	△ 40	0	△ 42	▽ 55
	オンロード 小型二輪(251～400cc)	138	1	▽ 0	0	▽ 0	0	△ 53	0	△ 54	▽ 43
オンロード 小型二輪(401cc～)	372	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	0	▽ 0	△ 98	
オフロード 原付第二種(51～125cc)	15	1	0	0	6	0	20	1	28	72	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	140	0	▽ 0	0	▽ 0	0	△ 21	1	22	77	
性別	男性	4,025	▽ 2	3	2	4	1	△ 16	1	△ 29	69
	女性	1,037	△ 5	4	△ 3	▽ 2	1	▽ 3	0	▽ 18	△ 76
性別 年代	男性10代(16歳以上)	84	△ 33	2	0	△ 15	0	15	2	△ 66	▽ 34
	男性20代	220	△ 6	1	2	△ 9	△ 4	△ 33	0	△ 55	▽ 44
	男性30代	371	▽ 1	3	1	△ 7	2	△ 25	1	△ 40	▽ 59
	男性40代	855	▽ 1	2	2	△ 5	△ 2	△ 24	1	△ 37	▽ 61
	男性50代	1,193	▽ 0	2	2	3	1	△ 19	△ 1	28	70
	男性60代	933	▽ 1	4	2	3	1	▽ 5	0	▽ 16	△ 82
	男性70代以上	369	▽ 1	▽ 1	1	▽ 1	0	▽ 0	0	▽ 6	△ 85
	女性10代(16歳以上)	45	△ 61	6	0	1	0	6	0	△ 73	▽ 24
	女性20代	83	△ 6	4	4	△ 10	0	11	0	△ 36	63
	女性30代	73	2	3	△ 7	△ 13	3	▽ 5	0	35	65
	女性40代	167	4	△ 6	△ 7	2	2	▽ 5	0	25	72
	女性50代	214	2	△ 7	2	▽ 1	1	▽ 2	1	▽ 16	△ 82
女性60代	252	1	2	2	▽ 1	1	▽ 1	0	▽ 8	△ 86	
女性70代以上	203	1	1	0	▽ 0	0	▽ 0	0	▽ 4	△ 80	
購入 形態	新規購入	553	△ 11	4	3	△ 9	2	△ 21	1	△ 51	▽ 47
	買い替え	2,682	▽ 1	3	2	4	△ 2	▽ 11	0	▽ 23	△ 74
	複数所有買い替え	442	▽ 0	▽ 1	▽ 1	▽ 1	0	▽ 10	1	▽ 13	△ 85
	買い増し	601	▽ 1	▽ 1	1	▽ 2	0	15	1	▽ 21	△ 77
	一時中断・再購入	698	▽ 1	4	△ 3	5	▽ 0	△ 21	1	△ 34	▽ 64
新規 購入 者	男性10～20代	172	△ 16	1	1	△ 12	△ 3	△ 28	1	△ 64	▽ 35
	男性30代以上	223	2	△ 5	3	△ 8	2	△ 23	△ 2	△ 47	▽ 52
	女性10～20代	89	△ 34	4	3	4	0	9	0	△ 53	▽ 44
	男性30代以上	68	0	3	4	△ 11	2	11	0	31	67
	男性125cc以下	273	△ 11	△ 5	△ 4	△ 14	△ 3	12	1	△ 51	▽ 48
	男性126cc以上	122	1	0	0	2	1	△ 55	2	△ 62	▽ 38
	女性125cc以下	136	△ 22	4	4	△ 8	1	▽ 5	0	△ 44	▽ 54
女性126cc以上	22	0	0	0	0	0	△ 40	0	40	55	
現保 有免 許	原付免許のみ	397	△ 25	▽ 1	2	2	0	▽ 2	0	△ 33	▽ 59
	四輪普通免許で原付	1,544	▽ 0	△ 9	△ 5	△ 8	△ 2	▽ 4	0	△ 31	▽ 66
	普通二輪免許小型限定	144	0	▽ 0	0	△ 13	△ 7	11	1	32	66
	普通二輪免許限定なし	1,147	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	△ 49	1	△ 51	▽ 49
	大型二輪	1,612	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 0	▽ 1	△ 96
	小型二輪AT限定免許	129	3	0	0	△ 23	△ 10	10	△ 2	△ 49	▽ 49
普通二輪AT限定免許	68	2	2	0	△ 16	0	17	△ 16	△ 54	▽ 43	
大型二輪AT限定免許	20	0	0	0	0	0	11	0	11	89	

※取得意向なしには「全て既に取得済み」を含む

注) △■:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)
 灰字:表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

(3) 運転技術力向上意向

①運転技術向上意向とライディングスクール受講

- 運転技術向上意向(運転技術を向上させたいという意向)は43%である。
- とくにオンロード原付第二種以上(51cc～)、オフロード、男性20～50代、新規購入者、複数所有買い替え者、買い増し者で高い。新規購入者のうち、女性126cc以上では100%に達している。
- ライディングスクール受講潜在層(経験あり・意向あり)は2%にとどまっている。オンロード原付第二種以上(51cc～)、オフロード原付第二種(51～125cc)、男性40～50代、複数所有買い替え者、買い増し者で高い。新規購入者での潜在層は高くないが、女性126cc以上購入者では、参考値ながら9%に達し、高くなっている。
- ライディングスクール受講潜在層(経験なし・意向あり)は13%である。スクーター小型二輪(251cc～)、オンロード小型二輪(251～400cc)、新規購入者の男女126cc以上購入者でとくに高いことが確認できる。

<運転技術力意向とライディングスクール受講構造>

n	■ 受講経験あり・受講意向あり					■ 受講経験なし・態度保留(わからない)					%
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
全体 5,062	2	3	13	8	21	51	3	43			
購入二輪車	スクーター原付第一種(～50cc)	1,918	1	4	8	16	68	3	22		
	スクーター原付第二種(51～125cc)	969	1	4	14	7	24	49	2	48	
	スクーター軽二輪(126～250cc)	226	1	4	18	9	18	50	2	48	
	スクーター小型二輪(251cc～)	16	5	4	33	5	25	27	1	71	
	ビジネス原付第一種(～50cc)	511	3	8	6	20	58	6	29		
	ビジネス原付二種(51～125cc)	295	1	4	14	7	23	49	3	46	
	オンロード原付一種(～50cc)	55	2	5	19	4	18	50	2	47	
	オンロード原付二種(51～125cc)	110	8	9	28	9	24	21	2	79	
	オンロード軽二輪(126～250cc)	296	3	2	30	11	30	23	1	75	
	オンロード小型二輪(251～400cc)	138	5	3	36	9	26	20	1	80	
購入二輪車	オンロード小型二輪(401cc～)	372	10	8	30	6	26	19	2	80	
	オフロード原付二種(51～125cc)	15	12	3	32	4	26	19	3	80	
購入二輪車	オフロード軽二輪(126～250cc)	140	3	9	25	9	30	22	3	76	
	性別		2	3	15	8	21	49	2	46	
性別	男性	4,025	2	3	15	8	21	49	2	46	
	女性	1,037	1	2	8	8	19	59	5	30	
性別年代	男性10代(16歳以上)	84	12	4	30	53	2	47			
	男性20代	220	2	3	24	11	32	27	2	70	
	男性30代	371	3	3	21	10	24	39	1	60	
	男性40代	855	3	3	19	6	26	42	1	57	
	男性50代	1,193	3	5	14	7	19	51	2	46	
	男性60代	933	1	3	10	8	16	60	3	34	
	男性70代以上	369	2	6	10	18	55	9	21		
	女性10代(16歳以上)	45	3	10	8	35	42	3	55		
	女性20代	83	2	11	11	27	47	2	50		
	女性30代	73	3	3	13	2	22	55	1	43	
	女性40代	167	2	3	14	1	22	56	1	44	
	女性50代	214	1	2	8	5	16	67	2	29	
	女性60代	252	5	9	15	65	6	18			
	女性70代以上	203	1	1	4	15	17	53	10	16	
購入形態	新規購入	553	1	1	18	7	30	41	2	56	
	買い替え	2,682	1	2	10	7	18	59	3	33	
	複数所有買い替え	442	5	7	17	7	21	43	1	54	
	買い増し	601	4	6	23	10	24	31	2	66	
	一時中断・再購入	698	1	3	13	8	24	51	2	45	
新規購入者	男性10～20代	172	19	7	30	42	3	57			
	男性30代以上	223	2	1	20	9	27	40	2	54	
	女性10～20代	89	1	1	10	8	36	43	1	55	
	女性30代以上	68	2	1	21	4	35	37	2	63	
	男性125cc以下	273	13	8	23	54	3	42			
	男性126cc以上	122	2	1	34	8	40	13	1	86	
	女性125cc以下	136	1	8	7	36	46	2	52		
	女性126cc以上	*22	9	3	56	32	100				

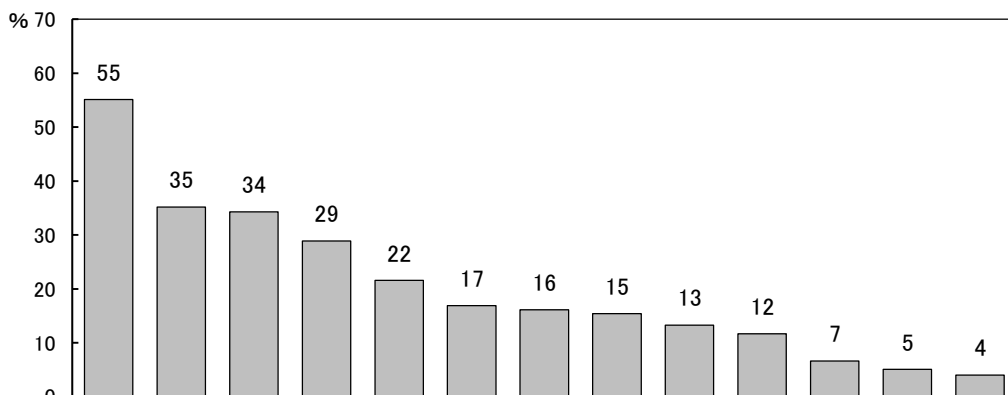
注) **太字**: 全体+有意差(5%水準)ただし「受講経験あり・受講意向あり」「運転技術向上意向」「受講経験なし・受講意向あり」のみ
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)

*: ベースが30未満ため参考値

②向上意向のある運転技術

- 技術を高めたい項目としては「思い通りのコーナリングができるようになりたい」が55%と最も高くあげられている。次いで「人やクルマの動きを予測した運転ができるようになりたい」の35%、「Uターンがスムーズにできるようになりたい」の34%が高い。
- 「思い通りのコーナリングができるようになりたい」は、オンロード原付第二種以上(51cc～)、男性20～40代、複数所有買い替え、買い増し者で高い。
- 「人やクルマの動きを予測した運転ができるようになりたい」が高いのは、スクーター原付第一種(～50cc)、ビジネス、女性、男性10代、新規購入者などであり、初心者である可能性がうかがえる。
- 新規購入者のうち、男女126cc以上購入者では、「Uターンがスムーズにできるようになりたい」「停車時の車体取り回しがスムーズにできるようになりたい」「加速・減速操作がスムーズにできるようになりたい」が高いという特徴がみられる。

＜向上意向のある運転技術＞（複数回答）



	n	思い通りのコーナリングができるようになりたい	人やクルマの動きを予測した運転ができるようになりたい	Uターンがスムーズにできるようになりたい	走りやすいようにしたい	停車時の車体取り回しがスムーズにできるようになりたい	加速・減速操作ができるようになりたい	姿勢が取れるようになりたい	ハンドルが軽く通じたい	スムーズに走りたい	止まる時、スムーズにしたい	マニュアル走行がスムーズにしたい	タンデム走行がスムーズにしたい	その他	
運転技術向上意向者	2,152	55	35	34	29	22	17	16	15	13	12	7	5	4	
購入二輪車	スクーター 原付第一種(～50cc)	427	▽35	△50	▽20	▽22	19	▽12	18	△30	△20	9	▽2	4	4
	スクーター 原付第二種(51～125cc)	461	53	36	▽23	27	▽13	▽10	13	16	11	10	9	4	4
	スクーター 軽二輪(126～250cc)	107	59	31	34	27	23	12	18	▽6	9	12	△15	5	2
	スクーター 小型二輪(251cc～)	11	73	27	35	27	20	9	9	7	9	13	13	7	0
	ビジネス 原付第一種(～50cc)	149	▽30	△48	▽21	27	21	△31	14	△26	13	16	4	9	4
	ビジネス 原付第二種(51～125cc)	135	51	△44	▽24	▽21	▽14	23	12	12	11	11	4	3	6
	オンロード 原付第一種(～50cc)	26	55	41	33	38	22	22	21	16	14	14	9	2	3
	オンロード 原付第二種(51～125cc)	87	△68	28	43	27	14	△25	17	14	18	17	10	5	4
	オンロード 軽二輪(126～250cc)	224	△74	29	△51	△36	△30	△26	△23	12	14	15	△12	8	2
オンロード 小型二輪(251～400cc)	110	△69	▽21	△60	△38	△30	△25	△25	▽8	12	△19	6	8	2	
オンロード 小型二輪(401cc～)	298	△73	▽21	△58	△38	△35	14	13	▽3	11	10	7	4	2	
オフロード 原付第二種(51～125cc)	12	65	28	49	44	22	11	14	7	8	10	0	3	8	
オフロード 軽二輪(126～250cc)	106	63	▽21	39	27	21	17	12	▽5	8	11	▽1	4	△17	
性別	男性	1,842	△58	33	35	31	21	17	16	▽13	12	12	7	5	4
	女性	310	▽37	△48	30	▽18	△28	16	16	△31	△20	▽7	▽3	5	4
性別年代	男性10代(16歳以上)	40	51	△58	27	25	25	△31	21	△32	△34	14	8	3	3
	男性20代	155	△66	36	△51	34	△34	△33	△28	16	16	△23	△16	△9	4
	男性30代	223	△62	35	38	△39	21	△23	17	13	15	11	△11	4	4
	男性40代	483	△62	32	30	30	▽15	16	17	15	12	12	7	5	4
	男性50代	552	59	▽29	38	30	21	▽13	▽12	▽8	▽10	11	6	4	5
	男性60代	312	51	36	31	25	21	13	16	13	▽9	13	▽3	3	5
	男性70代以上	76	▽34	36	▽21	35	22	12	12	16	16	5	1	△10	3
	女性10代(16歳以上)	*25	▽31	△80	19	18	16	26	29	△59	24	9	0	8	0
	女性20代	41	50	△52	41	20	△41	16	16	25	21	10	6	6	2
	女性30代	32	40	△52	37	15	30	30	18	△29	21	11	5	3	4
	女性40代	73	48	42	41	▽17	△34	15	13	△28	△22	9	8	4	4
	女性50代	62	▽39	△48	23	24	22	18	11	△41	21	6	▽0	2	6
	女性60代	45	▽19	41	▽17	▽14	21	8	16	16	14	5	0	10	3
	女性70代以上	33	▽19	37	19	19	23	▽0	19	25	18	▽0	0	8	7
購入形態	新規購入	311	52	△48	35	29	△28	△29	△25	△31	△21	△16	9	6	3
	買い替え	881	▽51	35	▽28	28	▽17	▽13	15	15	12	11	▽4	5	4
	複数所有買い替え	238	△64	▽25	△47	29	22	13	12	▽6	▽8	9	6	5	5
	買い増し	394	△64	▽29	△42	31	△26	▽12	15	▽10	12	11	△10	5	6
	一時中断・再購入	311	53	38	32	30	22	△23	16	15	17	13	8	6	2
新規購入者	男性10～20代	172	61	45	43	31	△35	△34	△27	△23	△21	△22	△12	8	4
	男性30代以上	223	51	43	30	△38	20	△28	△28	△27	17	△19	10	7	3
	女性10～20代	89	▽38	△67	31	▽13	27	21	24	△48	△24	7	5	8	0
	男性30代以上	68	50	△52	37	19	34	△32	16	△42	△25	6	2	0	5
	男性125cc以下	273	49	△57	▽21	26	20	△24	△26	△35	△21	16	6	5	5
	男性126cc以上	122	63	29	△53	△44	△35	△38	△30	15	16	△25	△16	△10	2
女性125cc以下	136	▽34	△76	▽20	▽10	19	23	18	△52	△26	7	3	3	2	
女性126cc以上	*22	73	▽9	△77	37	△66	△35	25	23	20	5	7	9	4	

注) △ ▽: 運転技術向上意向者+有意差(5%水準) ▽: 運転技術向上意向者-有意差(5%水準)
 灰字: 表記ベースはウェイト補正による見せかけの数値であり統計的に十分なサンプルを確保した値(P.11参照)
 *: ベースが30未満のため参考値

■ トピック調査

I . 調查概要

1. 調査目的

- ① 高頻度ユーザー、低頻度ユーザー、レンタルユーザー、過去保有層、潜在需要層の属性、二輪車の購入・使用の実態、意向等を調査し、今後の市場動向を把握するための資料を得る。
- ② 今後の二輪車需要の維持・拡大に向けた取り組みの方向性を検討するための調査・研究。

2. 調査設計

1. 調査手法	インターネットによる自記式質問紙調査 (Web画面に質問紙が表示され対象者自身が回答してデータを得る手法)
2. 調査地域	全国
3. 調査対象者	16～69歳男女個人
4. 調査対象者定義	<p>A.高頻度ユーザー： 現在二輪免許と二輪車を保有し、使用頻度が月に1回以上のユーザー</p> <p>B.低頻度ユーザー： 現在二輪免許と二輪車を保有し、使用頻度が月に1回未満のユーザー</p> <p>C.レンタルユーザー： 現在二輪免許を保有するが、二輪車は未保有 二輪車のレンタル使用頻度が年1回以上のユーザー</p> <p>D.過去保有層： 現在二輪免許を保有するが、二輪車は未保有 二輪車の保有経験と今後の購入意向がある人</p> <p>E.未保有層： 現在二輪免許を保有するが、二輪車は未保有 二輪車の保有経験はないが今後の購入意向がある人</p> <p>F.潜在需要層： 現在二輪免許は未保有だが、今後二輪車購入意向がある人</p>
5. 調査期間	2017年10月18日～2017年10月23日

また、若年層(29歳以下)の二輪車への興味・関心のきっかけ、二輪車購入の壁を把握するため、上記とは別に東京モーターショー2017においてヒアリングを行った。

1. 調査手法	インタビュー調査
2. 調査地域	東京ビッグサイト
3. 調査対象者	東京モーターショー2017に来場していた17～28歳男女個人(回収サンプル36s)
4. インタビュー方法	二輪車に興味があると思われる方に、調査員がインタビューを行った (1人10分程度)
5. 調査期間	2017年11月4日

3. 回収状況

						母集団 (S) ※	構成比 (%)	有効回答 サンプル数 (S)	構成比 (%)	ウェイト 補正值	補正後 表記 構成比 (%)
16-69歳全体						85,666,000	-	-	-	-	-
16-69歳かつ二輪車需要顕在層・潜在層						38,803,020	100.0	2,000	100.0		100.0
顕在層	二輪 免許 保有者	二輪車 保有	月一回以上 使用	二輪車 購入意向あり	高頻度ユーザー	11,215,300	28.9	600	45.0	0.64229	19.3
			月一回未満 使用		低頻度ユーザー			300		0.64229	9.6
潜在層	二輪 免許 非保有者	二輪車 非保有	月一回以上 使用		レンタルユーザー	24,912,666	64.2	200	40.0	1.60507	16.1
			月一回未満 使用		過去保有層			300		1.60507	24.1
				未保有層	300			1.60507		24.1	
-	二輪免許 非保有者	-	-	二輪車 購入意向なし	2,675,054	6.9	300	15.0	0.45960	6.9	
-	-	-	-	-	46,862,980	-	-	-	-	-	

※ 警察庁「運転免許統計平成28年版」の「大型二輪」「小型二輪」「原付」免許現在数、日本自動車工業会「二輪車保有台数」、トピック調査の二輪車購入意向比率から算出。

なお、本報告書の集計・分析にあたっては、ウェイト補正を行っている。

4. 集計対象サンプル数

凡例	n	<性別>			%	<年齢>					%
		男性	女性	その他		10~20代	30代	40代	50代	60代	
全体	2000	80			19	1	9	18	27	28	19
高頻度ユーザー	600	89			11	0	7	16	23	26	29
低頻度ユーザー	300	84			16	0	4	16	24	30	26
レンタルユーザー	200	77			23	1	13	23	27	23	16
過去保有層	300	85			15	0	3	16	27	36	19
未保有層	300	76			24	0	12	20	31	26	11
潜在需要層	300	60			40	0	20	25	22	16	17

5. 調査結果の概要

(1) 新規購入者の特性と購入プロセス

新規購入(初めて二輪車を購入)者の中で、ユーザーの質的な変化が起きている。新規購入者は、現ユーザー(二輪車保有者)と比較して、若年層(29歳以下)や女性が多く、近年は女性が拡大していることが確認できた。エントリーの背景要因には、二輪車にポジティブなイメージを持っていること(カッコいいなど)、二輪車への期待が大きいことがあげられる。

- ・ 現ユーザーのうち、新規購入は1割に留まる。
- ・ 現ユーザーは、9割を男性が占め50～60代が多いが、新規購入者は2割が女性であり、また男女ともに10～30代が多い。参考値だが、1～3年以内新規購入者では、男女の若年層だけでなく、女性の40代も多い。
- ・ 新規購入者は二輪車に「カッコいい」イメージをもっており、「自分一人で行きたいところに行ける」「自由に動き回れる」「いろいろなどところに行ける」など、潜在的な期待を持っている。

(2) 二輪車購入の潜在層

購入はしないものの二輪車に乗る人、新車を購入する可能性がある人は幅広く存在している。中古車ユーザー、レンタルユーザー、過去保有層、未保有層、潜在需要層である。未保有層(二輪免許を保有するが、二輪車の保有経験がない人)、潜在需要層(二輪免許は非保有だが、今後二輪車購入意向がある人)は、女性や若年層が多い。

- ・ 男性、60代、郊外居住には現ユーザーが多い。一方で、女性や若年層には、二輪車の需要可能性がある未保有層、潜在需要層が多い。
- ・ 興味関心をもったきっかけは、女性は「移動手段として必要になって」「家族が乗っていて」「後部座席に乗ってみて」、若年層は家族や友人などの身近な人からの影響に加え、「マンガやアニメを観て」「有名人が乗っているのを見て」「SNSやブログなどで見て」がきっかけになっている。
- ・ 二輪車への期待は、女性は「移動の時間を楽める」「世界観を広げられる」「便利な生活ができる」「無駄な時間を省いて生活できる」「自分の新たな一面を発見することができる」といった、便利な生活や自己拡大にあると考えられる。若年層は、「非日常を味わえる」「何かに没頭できる生活ができる」「自分の新たな一面を発見することができる」「自分らしさを表現できる」といった、二輪車で自分を見直すことにあると考えられる。

(3) 潜在層の特性と阻害要因

二輪車市場では、中古車ユーザー、レンタルユーザー、過去保有層、未保有層、潜在需要層など、潜在的な裾野が広い。上記にあげた5つの層は、二輪車の購入意向が高いが、実際の購入には様々な阻害要因を抱えている。

① 中古車ユーザー～中古車ならではの魅力でエントリーした若い男性

- ・ 現ユーザーのなかで中古車購入は3割を占め、中古車は、若年層の二輪車へのエントリー(新規購入)の受け皿になっている。
- ・ 中古車を購入する理由は、「新車を購入する経済的な余裕がないから」が34%と最も高いが、「欲しいモデルが中古車でしか販売していなかったから」「中古車のほうが探しやすいから」「中古車は取り扱いに気を使う必要がないから」「カスタムにお金をかけたかったから」など、中古車でしか味わえない魅力がある。
- ・ 今後、新車を購入したい中古車ユーザーは27%。欲しい情報は、「メーカー横断の二輪車の比較情報」「二輪車の運転技術向上のための講習会情報」である。

② レンタルユーザー～大都市潜伏ライダー

- ・ 30～40代、都市部居住、高所得層がレンタルバイクを使用。「旅行先での移動」「出張先での移動」「居住地からのツーリングや旅行」「気分転換としての二輪車の運転」を目的として使用されている。
- ・ レンタルユーザーの中で、二輪車を買いたい人は4割。購入に至っていないのは、「手頃な価格の二輪車がない」「気に入った二輪車がない」「駐車スペースがない」からである。
- ・ 二輪車の購入意向があるレンタルユーザーが期待するのは「二輪車の販売店の自由な見学」「二輪車の販売店での来店時プレゼント」「さまざまなメーカーの二輪車の中から自分に合うものを選んでくれる」「ツーリングサポートサービスの充実」である。

5. 調査結果の概要(つづき)

③過去保有層～購入の壁が大きい男性ミドル層

- ・二輪免許保有者のうち、過去保有層は26%にのぼる。現ユーザーと比較して、男性50代、子供がいる層、市街地居住が多い。
- ・二輪車を購入できないのは、「購入のためのお金がない」「維持費やガソリン代がかかる」「手頃な価格の二輪車がない」といった経済的な要因に加え、「二輪車に乗る必要や機会がない」「家族などに反対された」などが壁となっている。
- ・過去保有層が期待するのは、「新車の試乗」「憧れの二輪車の試乗」である。

④未保有層～移動欲求が高い男性

- ・未保有層は男性40代が多く、現ユーザーと属性が異なる。
- ・未保有層は、「まだ自分が知らないところへどんどん行ってみたい」など移動欲求が高い。「達成感」「体験」「世界観」「自分発見」が二輪車に乗りたい動機となっている。購入に至らないのはコストの問題が大きい。現ユーザーと比較すると、免許取得時に購入したい二輪車が決まっていない人が多い。
- ・欲しい情報をみると、未保有層は「燃料費や税金などの必要経費」「試乗できる場所」「新商品・商品ラインナップ」「二輪車の楽しみ方」「防犯・保管」「レンタルバイク事業所」があがる。

⑤潜在需要層～人との共有、身近な遊びをつくりたい女性

- ・潜在需要層は若い男女、都市部居住が多く、現ユーザーと属性が異なる。
- ・潜在需要層は、「予定外の行動はなるべく避けたい」「遠くに行くよりも身近なところでゆっくりしたい」「遠くの土地よりも、普段自分が住み慣れている土地で楽しみたい」など、身近な場所での遊びを求める。免許取得や購入に踏み出せないのは、「購入に必要な情報が少ない」「どのような二輪車があるかわからない」「二輪車がどこで買えるのかわからない」からである。
- ・欲しい情報をみると、潜在需要層は「新商品・商品ラインナップ」「メーカー横断の二輪車の比較」「燃料費や税金などの必要経費」があがる。未保有層と潜在需要層でも欲しい情報が異なっており、未保有層には必要経費と試乗機会・レンタルへの誘導、潜在層には商品情報など、段階的な対応が期待されていると考えられる。

(4) 情報・サービス期待

二輪車に乗る人の社会的イメージを向上させ、二輪車にエントリーしやすい環境づくりが求められる。イベントでのリアルな体験や、ネットを通じたコミュニケーションが期待されている。

- ・二輪車の潜在需要層は、ライダーを「すり抜けをしている人が多い」「空ぶかししている人が多い」「歩行者のそばを通り抜ける人が多い」と認識している。このようなイメージは、免許取得や購入意欲に少なからず影響を与えることが予測される。二輪車に乗る人の社会的イメージの向上が求められる。
- ・二輪車に関するイベントを認知、参加しているのは現ユーザーであり、未保有層や潜在需要層は認知率や参加率が低い。参加意欲が高く、潜在的な可能性はあるものの、「一人だけだと参加しづらい」「二輪車に詳しくないと参加しづらい」などの壁を感じている。
- ・未保有層・潜在需要層からは「テレビコマーシャル」「メーカーのWebサイト」からの情報発信が期待されている。特に若年層は、それらに加えて交通広告や屋外広告、SNSやブログからの情報発信を期待している。

(5) 新規購入者取り込みのための切り口

中古車ユーザー、レンタルユーザー、過去保有層、未保有層、潜在需要層など、二輪車の潜在的な需要層は幅広く存在している。新規購入者を拡大するとともに、潜在層に対しては阻害要因を軽減することで、バイクに乗る人を増やすための「ステップアップの促進策」が求められると考えられる。

- ・新規購入者は、現ユーザーと比較して若年層や女性が多く、近年は女性が拡大していることが確認できた。エントリーの背景要因は、二輪車にポジティブなイメージを持っていること、二輪車への期待が大きいことがあげられる。二輪車市場には、その他にも「中古車ユーザー」「レンタルユーザー」「過去保有層」「未保有層」「潜在需要層」が存在しており、市場拡大の余地が大きいといえる。
- ・各層を現ユーザーへと引き上げていくアプローチとしては、「レンタルユーザー」「中古車ユーザー」は新型車の試乗会(トライアル促進)、「過去保有層」は使用のきっかけづくり、「未保有層」や「潜在需要層」など二輪車の経験が浅いユーザーは免許教習所やインターネットなどの場で、エントリーへのきっかけとなるオープンな場づくりや、コミュニティを活用したサポートが求められると考えられる。

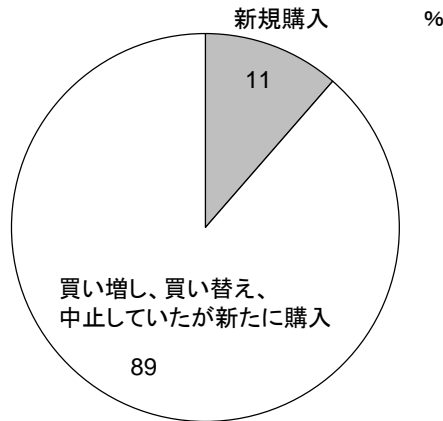
II. 調査結果

1. 新規購入者の特性と購入プロセス

(1) 基本属性

- <所有二輪車の入手状況>をみると、現ユーザー(二輪車保有者)のうち、新規購入(初めて二輪車を購入)は1割に留まる。
- <購入形態別 性別年代>をみると、現ユーザーでは9割を男性が占め、中でも「男性50代」「男性60代」が高いが、層別では、新規購入者は2割が女性であり、「男性10～20代」が12%、「男性30代」が19%、「女性10～20代」が10%、「女性30代」が8%と、男女ともに10～20代、30代が多いことがわかる。
- <購入時期別 性別年代>をみると、参考値であるが、二輪車新規購入者と比較して、1～3年以内新規購入者は「男性10～20代」の23%、「女性40代」の9%、4～5年以内新規購入者は「男性10～20代」の25%、「女性10～20代」の25%が高く、近年若年層が増加している可能性がうかがえる。

<所有二輪の入手状況(現ユーザー n=900)>



<購入形態別 性別年代>

凡例	n	%									
		男性 10～20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	男性 60代以上	女性 10～20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	女性 60代以上
現ユーザー	900	4	13	20	26	25	2	3	3	1	3
買い増し	144	1	13	23	29	29	2	2	4	2	4
買い替え	457	3	12	18	26	27	2	2	4	2	4
中止していたが購入	196	2	10	23	32	24	3	3	3	1	1
新規購入	103	12	19	21	12	10	10	8	4	0	5

<購入時期別 性別年代>

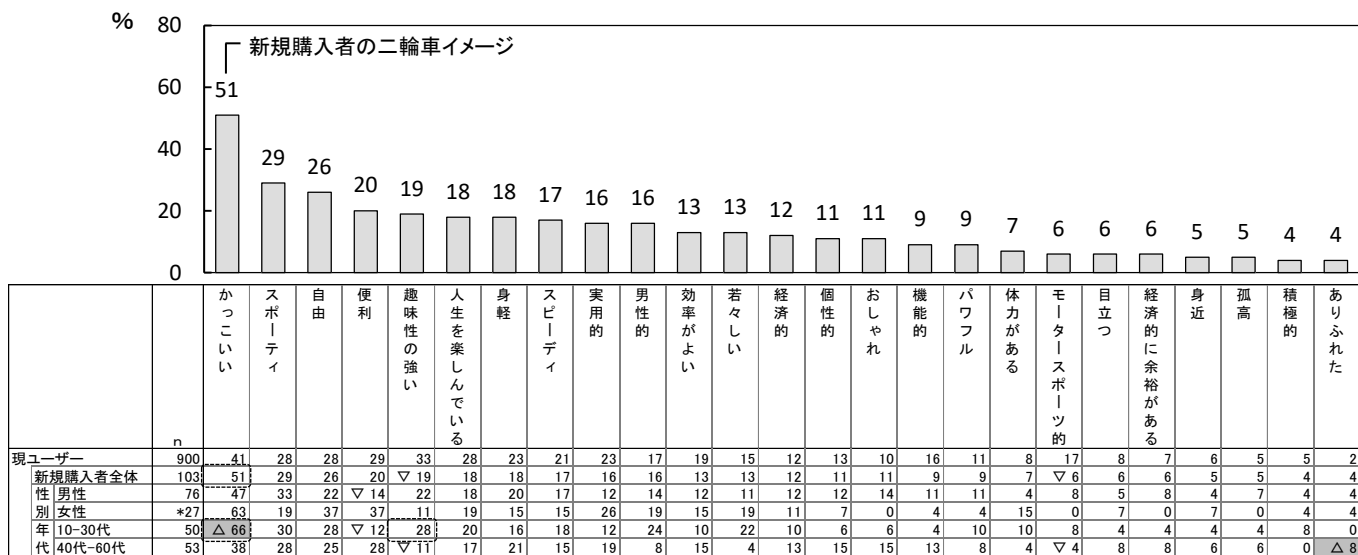
凡例	n	%									
		男性 10～20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	男性 60代以上	女性 10～20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	女性 60代以上
二輪車 新規購入者	103	12	19	21	12	10	10	8	4	0	5
1～3年以内 購入者	*22	23	9	23	9	5	9	9	0	5	
4～5年以内 購入者	*20	25	10	15	10	5	25	5	5	0	
6年以上前 購入者	61	3	26	23	13	13	5	8	2	7	

注) *:ベース30未満のため参考値

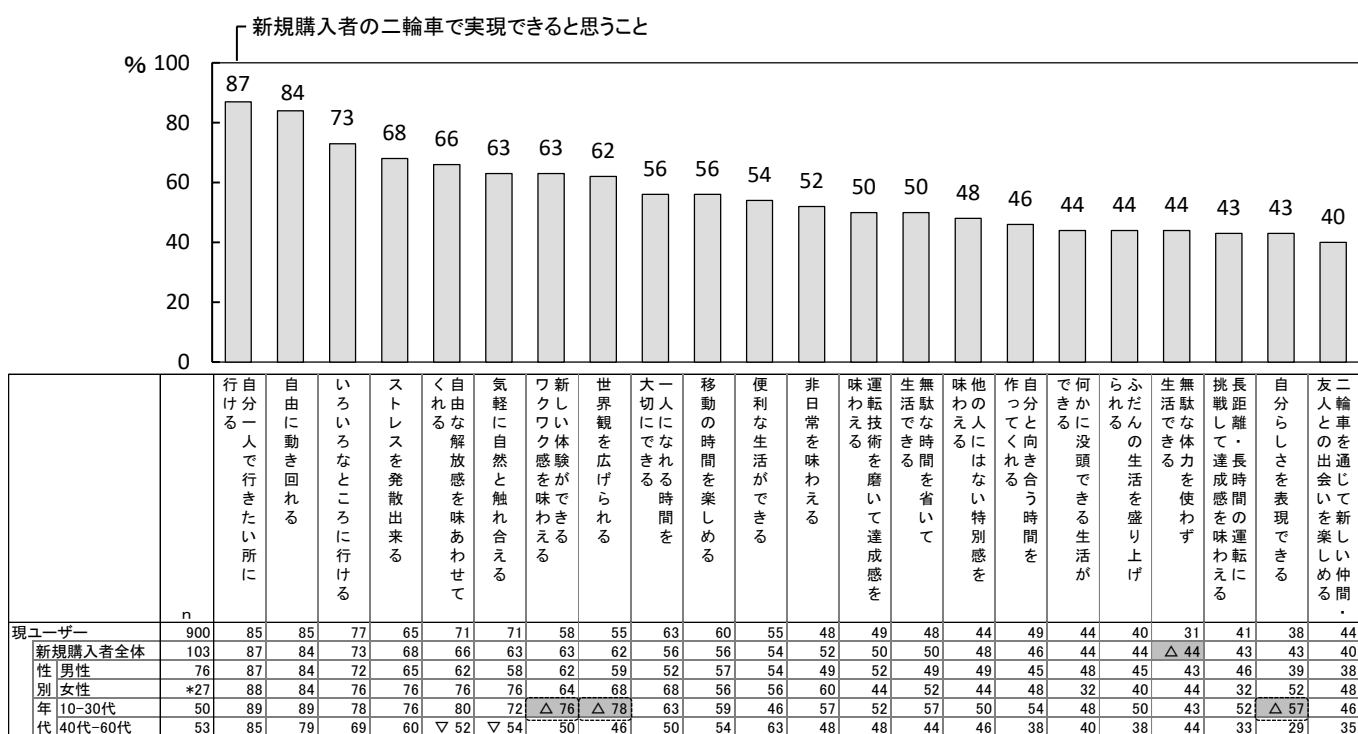
(2) 二輪車の魅力

- <二輪車イメージ>をみると、現ユーザーでは「かっこいい」が41%と最も高く、次いで「趣味性の強い」の33%、「便利」の29%が続く。新規購入者では「かっこいい」が現ユーザーと比較して高い。
- 性別では、参考値ながら女性は「かっこいい」が最も高く、次いで「自由」「便利」が現ユーザーと比較して高い。年代別では、10～30代で二輪車に「かっこいい」「趣味性の強い」といったイメージがある。
- <二輪車で実現できると思うこと>をみると、新規購入者では「自分一人で行きたいところに行ける」の87%、「自由に動き回れる」の84%、「いろいろなところに行ける」の73%が上位にある。
- 性別では、参考値ながら女性は新規購入者の上位3項目に加え、「ストレス発散できる」「自由な解放感を味わってくれる」「気軽に自然と触れ合える」が高い。年代別では、10～30代で「新しい体験ができるワクワク感を味わえる」「世界観を広げられる」「自分らしさを表現できる」といった項目が現ユーザーと比較して高い。

<二輪車イメージ(38項目中上位4%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



<二輪車で実現できると思うこと(33項目中上位40%以上の項目を抜粋)> (複数回答)

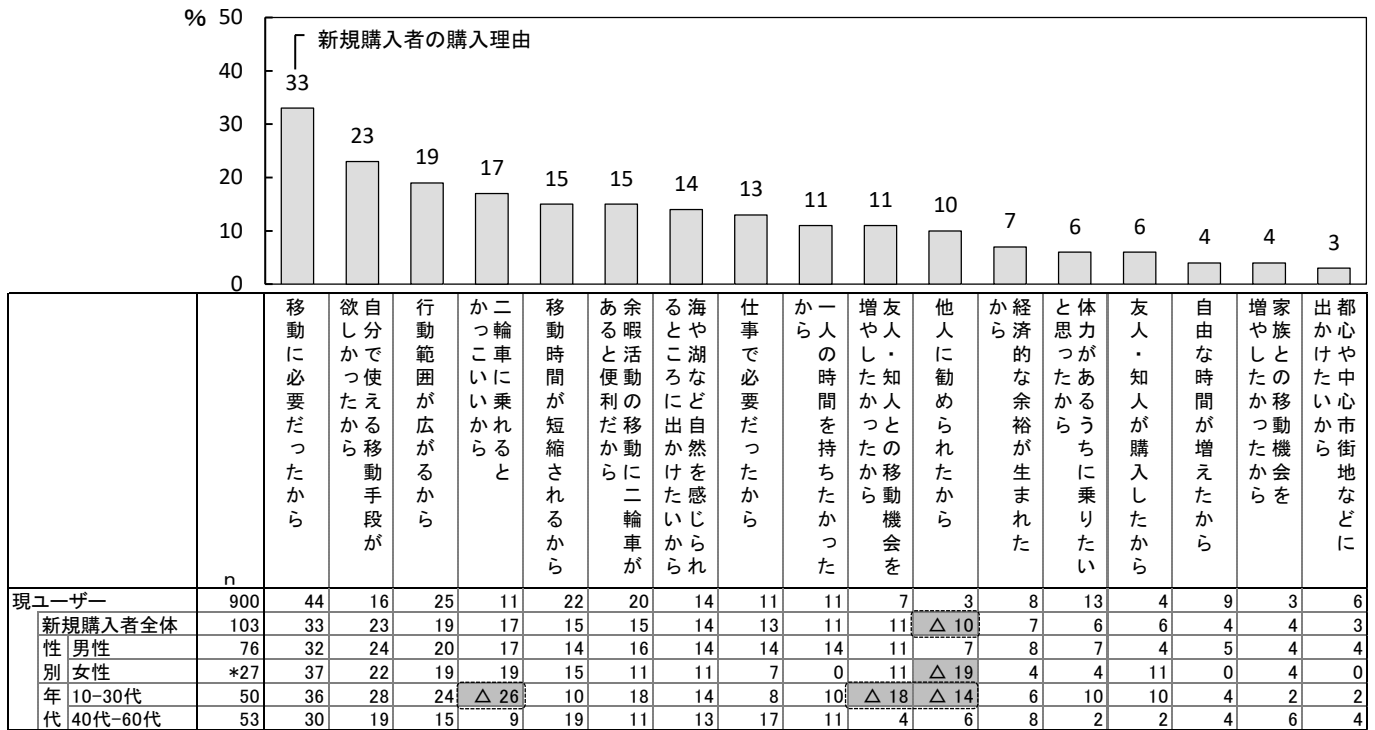


注) △■:現ユーザー+有意差(5%水準) ▽:現ユーザー-有意差(5%水準)
*:ベース30未満のため参考値

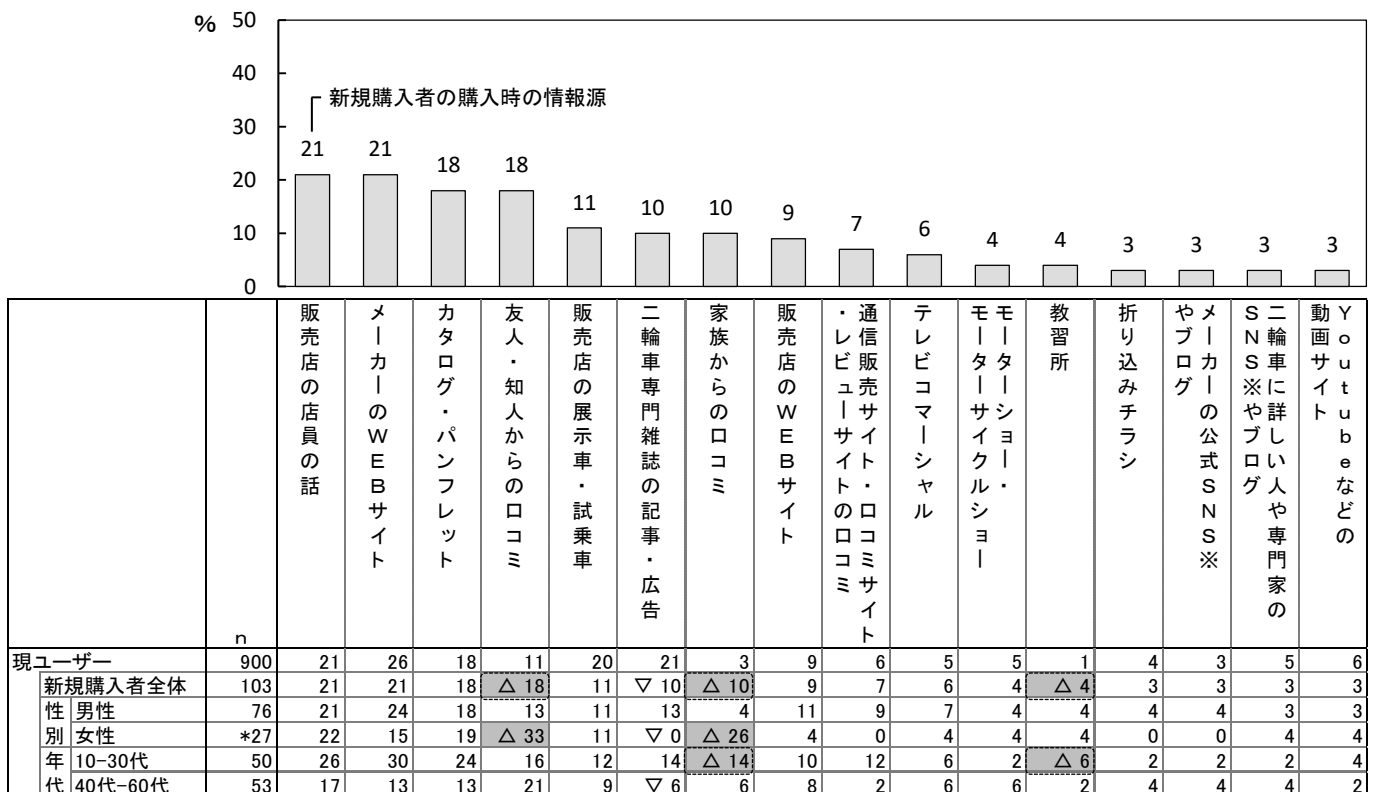
(3) 二輪車の購入プロセス

- <購入理由>をみると、現ユーザーでは「移動に必要なだったから」の44%、「行動範囲が広がるから」の25%、「移動時間が短縮されるから」の22%が上位にあがる。新規購入者では「他人に勧められたから」が現ユーザーよりも高い。
- 年代別にみると、10～30代で「二輪車に乗れるとカッコいいから」「友人・知人との移動機会を増やしたいから」「他人に勧められたから」といった項目が高い。
- <購入時の情報収集>をみると、現ユーザーでは「メーカーのWebサイト」が26%と最も高く、次いで「販売店の店員の話」「二輪車専門雑誌の記事・広告」の21%が続く。新規購入者では「友人・知人からの口コミ」「家族からの口コミ」「教習所」が現ユーザーと比較して高い。

<購入理由(21項目中上位3%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



<購入時の情報収集(29項目中上位3%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



注) △: 現ユーザー+有意差(5%水準) ▽: 現ユーザー-有意差(5%水準)
*: ベース30未満のため参考値

※SNSとは、ソーシャルネットワークサービス。具体的には、Facebook、Twitter、Instagram、LINEなどを指す。

2. 二輪車購入の潜在層

(1) 基本属性

- <各層の基本属性>をみると、性別では、全体と比較して男性は「現ユーザー」が31%と多く、女性は「未保有層」が30%、「潜在需要層」が14%と多い。
- 年代別では、10～20代は全体と比較して「レンタルユーザー」の23%、「未保有層」の33%、「潜在需要層」の16%が多い。性別年代別にみると、特に女性10～20代でそれらの層が多い。一方、60代では「現ユーザー」が42%と全体と比較して多い。「未保有層」「潜在需要層」は、女性や若年層が多く、今後二輪車需要につながる可能性がある層といえる。
- ライフステージ別では、子育て層は「レンタルユーザー」が21%と全体と比較して多い。
- 年収別では、300万円未満は「未保有層」、1000万円以上では「レンタルユーザー」が全体と比較して多い。
- 居住地の都会度別では、郊外と地方は「現ユーザー」、繁華街と市街地では「レンタルユーザー」が全体と比較して多くなっている。

<各層の基本属性>

		n	現ユーザー	新車ユーザー	中古車ユーザー	その他	レンタルユーザー	過去保有層	未保有層	潜在需要層	
全体		2,000	29	17	7	5	16	24	24	7	
性別	男性	1,601	△ 31	18	8	5	15	26	23	▽ 5	
	女性	396	▽ 19	▽ 12	▽ 5	3	19	▽ 18	△ 30	△ 14	
	その他	*3	0	0	0	0	44	0	44	13	
年代	10-20代	181	▽ 19	▽ 7	9	3	△ 23	▽ 8	△ 33	△ 16	
	30代	367	24	14	7	4	20	21	26	9	
	40代	504	26	15	6	4	16	24	△ 28	6	
	50代	527	29	18	7	4	13	△ 31	23	▽ 4	
	60代	421	△ 42	△ 25	10	△ 8	13	24	▽ 14	6	
性別年代	男性	10-20代	90	25	9	12	3	23	▽ 10	29	△ 14
		30代	248	30	17	9	4	21	20	22	8
		40代	409	27	15	7	5	15	26	28	▽ 4
		50代	478	30	19	7	4	13	△ 30	23	▽ 3
		60代	376	△ 42	△ 24	10	△ 8	13	26	▽ 14	6
	女性	10-20代	91	▽ 15	▽ 4	7	4	△ 24	▽ 7	△ 37	△ 18
		30代	118	▽ 14	▽ 8	▽ 3	3	18	23	△ 32	△ 13
		40代	95	20	15	4	1	19	16	31	△ 14
		50代	47	17	10	5	1	13	△ 39	20	11
		60代	45	△ 48	△ 35	7	6	19	▽ 5	14	15
ライフ	学生、独身社会人	616	▽ 25	15	7	3	18	▽ 18	△ 30	8	
	既婚子なし世帯	201	35	19	△ 12	4	11	28	▽ 18	8	
	子育て世帯	339	▽ 22	▽ 12	6	4	△ 21	23	26	8	
	子手離れ世帯	281	28	16	7	5	14	29	26	▽ 4	
	子独立世帯	458	△ 38	△ 23	8	△ 7	14	28	▽ 15	6	
性別ライフステージ	男性	男性・学生、独身社会人	485	28	17	8	3	17	21	△ 28	6
		既婚子なし世帯	150	△ 39	22	△ 13	4	10	29	▽ 15	6
		子育て世帯	240	26	14	8	5	19	24	24	6
		子手離れ世帯	251	29	16	7	6	14	29	26	▽ 3
		子独立世帯	395	△ 38	△ 23	8	△ 7	13	△ 29	▽ 15	5
	女性	女性・学生、独身社会人	129	▽ 15	▽ 10	4	2	21	▽ 9	△ 39	△ 16
		既婚子なし世帯	51	23	9	8	6	13	26	26	12
		子育て世帯	99	▽ 13	▽ 7	2	3	△ 25	20	29	△ 13
		子手離れ世帯	30	20	18	2	0	11	28	28	14
		子独立世帯	63	35	24	7	4	18	18	15	△ 15
年収	～300万未満	251	30	16	9	5	14	20	△ 30	7	
	300～500万未満	422	30	15	9	6	16	24	23	7	
	500～700万未満	352	30	18	8	3	14	26	25	6	
	700～1000万未満	397	27	16	5	5	19	26	22	7	
	1000万以上	256	26	17	4	4	△ 26	22	22	4	
都会度	繁華街(商業施設やオフィスが多く並ぶ地域)	86	20	11	7	2	△ 32	17	19	△ 12	
	市街地(繁華街の近くにある住宅街)	625	▽ 23	▽ 13	6	3	△ 21	23	26	8	
	郊外(繁華街から離れている住宅街)	1,087	△ 34	△ 20	8	5	▽ 11	26	23	6	
	地方(住宅があまりみられない地域)	182	29	16	7	6	15	24	29	▽ 3	
	その他	*20	17	7	10	0	△ 50	▽ 0	17	17	

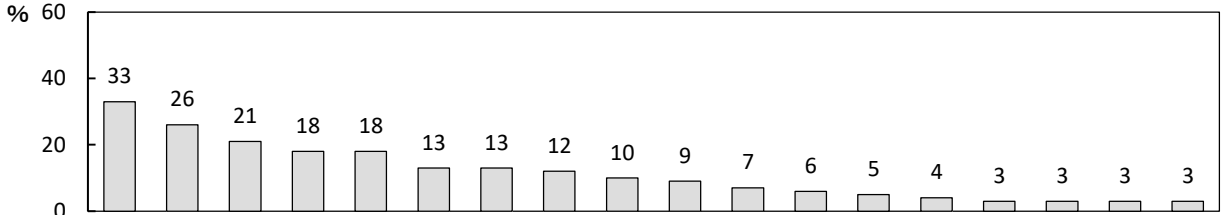
注) △■:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

*:ベース30未満のため参考値

(2) 二輪車への関心きっかけとイメージ

- <二輪車への関心のきっかけ>をみると、「友人・知人が乗っていて」の33%、「二輪車に乗っている人が楽しそうだったので」の26%、「移動手段が必要になって」の21%が上位にあがる。
- 性別では、女性は「移動手段として必要になって」の25%、「家族が乗っていて」の24%、「後部座席に乗ってみて」の9%などが関心のきっかけになっている。年代別にみると、若年層で「マンガやアニメを観て」「有名人が乗っているのを見て」「SNSやブログなどで見て」など、コンテンツやインターネット情報が高い。インタビュー結果からも、家族やインターネットの影響がうかがえる。
- <二輪車のイメージ>をみると、「カッコいい」の49%、「スポーティ」の29%、「趣味性の強い」の28%が上位にあがる。性別では、女性は「カッコいい」の54%、「おしゃれ」の19%、若年層は「カッコいい」「おしゃれ」のイメージが高く、「実用的」「機能的」なイメージは低い。

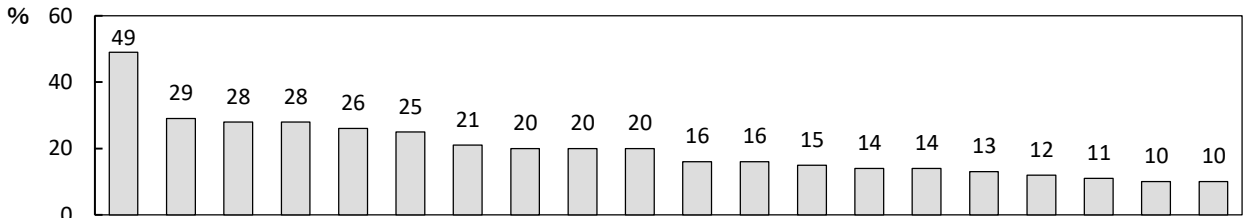
<二輪車への関心のきっかけ> (複数回答)



	n	乗友人・知人が乗っていたので	二輪車に乗っている人が楽しそうだったので	移動手段が必要になって	マンガやアニメを観て	デザイン性に惹かれて	映画を観て	家族が乗っていて	バイクレースを観て	テレビドラマで利用者の様子を見て	二輪車の良いところを見て	テレビ番組で観ているのを見て	有名人が乗っているのを見て	後部座席に乗ってみて	テレビやWEB記事などで見て	SNSやブログなどで見て	バイクショーに誘われて	モーターショーなどのイベント	その他
全体	2,000	33	26	21	18	18	13	13	12	10	9	7	6	5	4	3	3	3	3
性別																			
男性	1,601	33	27	20	19	19	13	13	13	9	10	7	6	4	4	2	4	3	3
女性	396	32	25	25	14	15	13	24	8	10	9	5	4	4	4	4	2	2	2
年代																			
10-20代	181	28	18	15	29	19	14	21	7	10	8	11	7	7	7	10	2	2	1
30代	367	35	25	20	22	23	16	15	10	14	14	10	7	7	7	3	4	1	1
40代	504	30	27	18	21	17	14	12	16	11	9	6	5	4	4	2	4	4	3
50代	527	36	25	20	18	17	12	11	12	8	7	7	5	4	1	1	3	3	3
60代	421	34	28	28	5	16	9	11	9	6	9	6	3	3	2	1	3	5	6
セグメント																			
高頻度ユーザー	600	37	23	28	13	15	11	13	12	6	7	5	4	4	3	2	3	3	4
低頻度ユーザー	300	40	23	22	14	20	8	15	11	5	6	3	3	5	0	0	4	3	5
レンタル層	200	27	24	12	26	14	21	12	12	18	9	15	10	8	11	8	5	6	1
過去保有層	300	39	33	25	18	21	12	15	16	8	8	6	4	4	1	1	4	2	4
未保有層	300	29	25	17	20	21	12	12	8	9	14	5	6	5	4	2	2	2	3
潜在需要層	300	20	21	18	18	10	18	11	8	15	12	11	6	5	6	4	3	2	0

インタビューでの発言	内容
身近な人から	・父が乗っていたので(同様の意見:5件) ・友人が乗っていたので(同様の意見:5件)
物心ついた時から	・小さい頃からバイクに興味を持っていたので(同様の意見:4件)
レースから	・レースをやっていたので(同様の意見:2件) ・レースを見て、興味を持つようになったので
インターネットから	・ネットで動画を見て、乗ってみたいと思ったので

<二輪車のイメージ(38項目中上位10%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



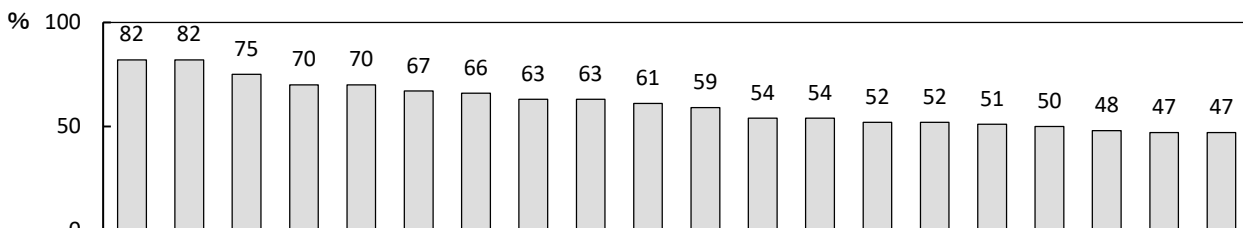
	n	カッコいい	スポーティ	趣味性の強い	人生を楽しんでいる	自由	便利	男性的	スピーディ	実用的	身軽	モータースポーツ的	若々しい	効率がよい	おしゃれ	個性的	パワフル	機能的	経済的	体力がある	経済的に余裕がある
全体	2,000	49	29	28	28	26	25	21	20	20	20	16	16	15	14	14	13	12	11	10	10
性別																					
男性	1,601	47	30	31	28	26	25	21	20	19	20	18	16	14	13	14	13	13	11	9	10
女性	396	54	25	16	26	25	29	20	19	23	20	9	15	19	19	13	14	9	12	11	11
年代																					
10-20代	181	61	25	22	23	21	20	24	19	11	18	11	12	9	15	10	13	4	11	10	15
30代	367	59	28	24	28	26	20	26	20	18	19	14	15	13	19	14	18	9	9	10	9
40代	504	52	26	30	25	24	25	20	21	18	22	18	15	16	13	12	12	11	11	8	11
50代	527	44	31	31	29	27	28	16	21	20	20	19	16	15	11	14	12	15	11	10	9
60代	421	36	34	26	33	28	32	21	19	27	20	14	21	17	13	18	14	17	14	11	9
セグメント																					
高頻度ユーザー	600	40	28	31	28	27	32	16	15	14	28	15	14	22	9	12	11	18	14	8	5
低頻度ユーザー	300	43	29	36	28	31	23	19	21	17	18	22	18	13	11	17	11	14	9	10	12
レンタル層	200	43	27	16	21	18	16	24	19	16	11	18	11	12	19	15	17	10	10	10	8
過去保有層	300	56	36	35	35	33	28	24	23	20	24	22	24	15	16	17	16	15	12	13	14
未保有層	300	57	27	27	30	23	25	19	17	17	19	10	14	12	12	11	13	7	11	8	12
潜在需要層	300	42	25	13	15	17	24	13	16	23	19	10	10	18	18	9	10	11	7	7	5

注) △■:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

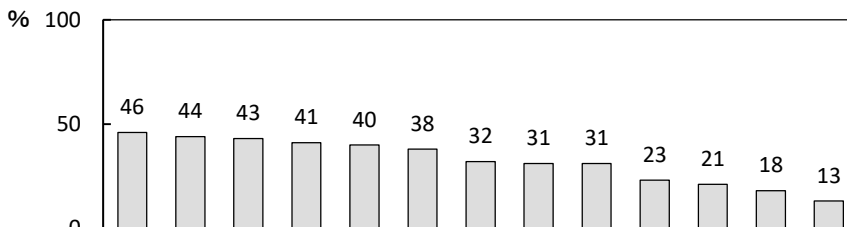
(3) 二輪車への期待

- <二輪車でできること>をみると、「自由に動き回れる」の82%、「自分一人で行きたいところに行ける」の82%、「いろいろなところに行ける」の75%といった、行動範囲の拡大が二輪車の魅力として受け止められている。
- 性別では、女性は「便利な生活ができる」の73%、「移動時間を楽しめる」の69%、「世界観を広げられる」の66%など、生活の利便性向上や自己拡大を魅力に感じている。
- 年代別では、若年層で「非日常を味わえる」「何かに没頭できる生活ができる」「自分の新たな一面を発見できる」「自分らしさを表現できる」といった項目が高く、自分を見直すことができることが二輪車の魅力であると感じている。インタビュー結果からは、「爽快感を得られる」「一人の世界を楽しめる」「交流できる」などが期待としてあげられている。

<二輪車で実現できること> (複数回答)



性別	年代	セグメント	n	自由に動き回れる	自分一人で行きたいところに行ける	いろいろなところに行ける	気軽に自然と触れ合える	自由な解放感を感じられる	ストレスを発散出来る	一人になれる時間を大切にできる	新しい体験が味わえる	移動の時間を楽しめる	世界観を広げられる	便利な生活ができる	達成感を味わえる	運転技術を磨いて作っていく	自分と向き合う時間を楽しむ	仲間・友人との出会い	二輪車を通じて新しい発見	昔楽しかった頃の自分を取り戻せる	無駄な時間を省いて生活できる	何かに没頭できる	盛り上げられる	ふだんの生活を特別感を感じられる	他の人にはない特別感を感じられる
				全体	2,000	82	82	75	70	70	67	66	63	63	61	59	54	54	52	52	51	50	48	47	47
男性	1,601	82	81	75	71	70	67	66	63	63	60	59	54	54	52	52	51	50	48	47	47	47	47	47	47
女性	396	82	82	77	67	70	67	64	65	69	66	64	60	55	53	54	52	50	46	49	49	52	47	46	47
10-20代	181	77	82	77	66	70	71	66	64	66	68	64	64	64	64	56	59	61	48	64	57	53	53	53	53
30代	367	84	81	75	71	75	71	68	72	70	71	65	58	58	59	57	51	50	59	54	60	54	57	54	
40代	504	81	83	77	66	69	69	64	66	65	64	59	59	59	59	53	55	55	52	49	53	50	50	47	
50代	527	83	81	77	73	69	66	64	60	59	59	59	51	50	52	47	50	50	42	42	42	41	41	42	
60代	421	81	81	69	72	66	58	60	56	58	48	60	43	49	45	46	52	48	36	38	44	44	44	44	
高頻度ユーザー	600	85	85	76	70	69	62	60	56	60	53	60	47	48	41	45	43	54	43	41	43	41	43	41	43
低頻度ユーザー	300	84	87	78	74	71	69	63	60	59	44	55	51	50	56	52	35	45	38	47	47	47	47	47	47
レンタル層	200	66	65	63	58	58	62	62	59	57	57	56	53	51	60	48	55	62	52	54	49	49	49	49	
過去保有層	300	86	84	79	75	74	74	74	68	69	64	57	58	51	57	58	57	58	43	51	48	51	48	51	
未保有層	300	85	86	78	72	72	67	67	66	69	63	58	63	58	56	52	53	43	48	46	51	47	47	47	
潜在需要層	300	77	75	72	66	60	63	55	63	56	60	71	50	49	48	45	40	63	46	47	47	47	47	47	



性別	年代	セグメント	n	運転感に挑戦できる	長距離・長時間の出来事	発見できる新たな一面	自分らしさを表現できる	仲間との一体感	友人・知人との時間を共に楽しむ	生活で支えをせざる生活	無駄な体力を使わずに生活	仕事の効率を上げる	自分の内面を磨くことができる	見られる特別な人になる	自分から自信を磨く	家族との時間を楽しくする	異性にモテる
				全体	2,000	46	44	43	41	40	38	32	31	31	23	21	18
男性	1,601	46	42	41	39	37	28	28	30	21	20	18	12	12	12	12	
女性	396	46	54	49	41	43	45	49	43	36	28	25	28	17	17	17	
10-20代	181	49	53	57	45	49	40	38	39	40	36	38	26	26	26	26	
30代	367	54	55	48	49	51	44	42	42	41	31	27	29	29	29	29	
40代	504	48	46	43	43	41	36	31	32	31	23	24	20	14	14	14	
50代	527	46	47	39	37	34	33	24	26	27	18	14	11	9	9	9	
60代	421	36	37	37	36	32	43	35	29	25	15	13	13	10	10	10	
高頻度ユーザー	600	39	34	39	35	36	45	34	34	26	17	17	16	10	10	10	
低頻度ユーザー	300	44	34	36	40	36	27	23	23	26	17	20	19	7	7	7	
レンタル層	200	49	50	51	51	49	54	48	44	46	39	35	38	30	30	30	
過去保有層	300	49	40	47	43	38	31	24	24	26	20	16	12	11	11	11	
未保有層	300	50	55	41	39	41	39	41	31	32	22	19	15	11	11	11	
潜在需要層	300	44	48	38	42	43	51	45	36	34	24	25	32	20	20	20	

インタビューでの発言	理由
爽快感を得られる	・風を楽しめるから ・エンジンをかけた時の音が爽快感だから
一人の世界を楽しめる	・1人でいきたい所に行けるから ・自分だけの世界に入りそうな走り方をしたいから
友人・知人と交流できる	・知人を乗せて走ったら、すごく楽しくワクワクしそうだから ・知人とついでで走ってみたいから

注) △■:全体+有意差(5%水準) ▽:全体-有意差(5%水準)

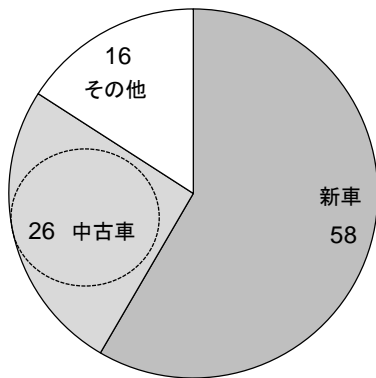
3. 潜在層の特性と購入可能性

(1) 中古車ユーザー

① 基本属性

- <新車・中古車購入状況>をみると、中古車購入は26%である。
- <保有二輪車排気量>をみると、中古車ユーザーは「126~250cc以下」が27%と、現ユーザーと比較して高い。
- 126cc以上の中古車ユーザーは「10代~20代」が12%と、現ユーザーと比較して高い。

<新車・中古車購入状況(現ユーザー n=900)>



<保有二輪車排気量>

凡例	n	%						
		50cc以下	125cc以下	250cc以下	400cc以下	750cc以下	999cc以下	1000cc以上
現ユーザー	900	27	27	20	6	6	3	11
新車ユーザー	526	27	30	17	5	7	4	12
中古車ユーザー	231	22	22	27	9	5	4	11
その他購入者	143	35	27	20	6	4	17	

<性別>

凡例	n	%	
		男性	女性
現ユーザー	900	87	13
125cc以下	487	83	17
126cc以上	413	92	8
新車ユーザー	230	94	6
中古車ユーザー	129	89	11
その他購入者	54	93	7

<年代>

凡例	n	%				
		10~20代	30代	40代	50代	60代
現ユーザー	900	6	16	24	27	28
125cc以下	487	6	13	23	26	33
126cc以上	413	6	19	25	29	21
新車ユーザー	230	3	19	23	34	21
中古車ユーザー	129	12	22	22	25	20
その他購入者	54	6	13	37	20	24

<ライフステージ(有効回答者)>

凡例	n	%				
		学生、 独身社会人	既婚 子なし	子育て	子離れ	子独立
現ユーザー	853	29	12	15	15	30
125cc以下	463	27	11	10	17	35
126cc以上	390	31	13	20	13	23
新車ユーザー	215	33	14	18	11	25
中古車ユーザー	124	32	15	18	14	21
その他購入者	51	22	8	29	20	22

<世帯年収(有効回答者)>

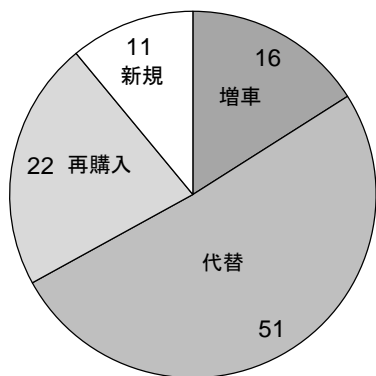
凡例	n	%				
		300万円 未満	~500万円 未満	~700万円 未満	~1000万円 未満	1000万円 以上
現ユーザー	749	15	26	22	22	15
125cc以下	400	16	28	19	24	13
126cc以上	349	15	23	25	21	16
新車ユーザー	194	14	20	25	21	21
中古車ユーザー	107	18	26	27	20	9
その他購入者	48	10	29	19	27	15

注) **太字**: 現ユーザー+有意差(5%水準)

②中古車の購入と使用状況

- <購入形態>をみると、「代替」が最も高く、半数を占める。次いで「再購入」の22%、「増車」の16%、「新規」の11%が続く。
- <購入形態別中古車比率>をみると、新規購入者のうち「新車」が51%、「中古車」が31%となっている。新規の年代別では、10～30代は中古車、特に「126～250cc」「251～400cc」が高い。中古車が若者の二輪車へのエントリーを支えていると考えられる。
- <中古車購入理由>をみると、「新車を購入する経済的な余裕がないから」が34%と最も高いが、「欲しいモデルが中古車でしか販売していない」「中古車のほうが探しやすい」「中古車は取り扱いに気をを使う必要がない」「カスタムにお金をかけたかった」など中古車でしか味わえない魅力もあがっている。
- <使用目的>をみると、「買い物・用足しに」が54%と最も高く、次いで「日帰りのツーリングに」の50%が続く。排気量別にみると、125cc以上では「日帰りのツーリングに」「旅行・アウトドア・レジャーのための移動に」などに使われている。

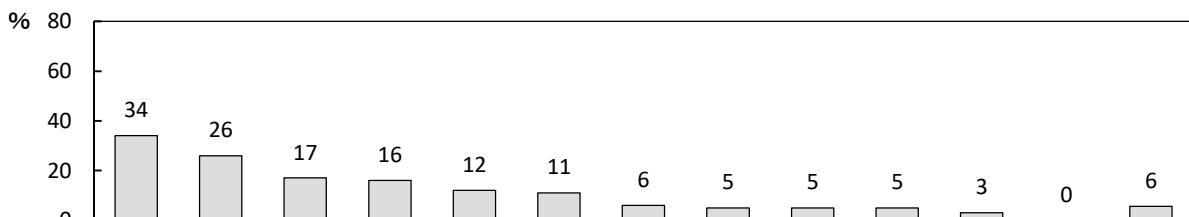
<購入形態(現ユーザー n=900)>



<購入形態別中古車比率>

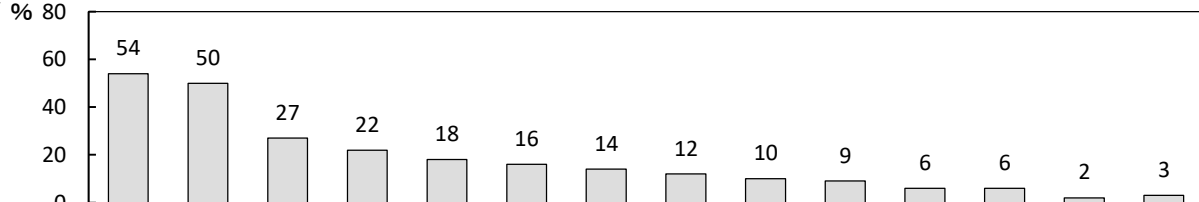
凡例	n	中古車						その他
		新車	50cc以下	125cc以下	250cc以下	400cc以下	401cc以上	
現ユーザー	900	58	6	6	7	2	5	16
増車	144	44	5	9	6	1	5	30
代替	457	70	4	5	5	2	6	8
再購入	196	46	7	7	9	3	5	23
新規	103	51	10	2	12	6	1	18
10-30代	50	50	10	4	16	10	0	10
40-60代	53	53	9	0	8	2	2	26

<中古車購入理由> (複数回答)



	n	新車を購入する経済的な余裕がないから	欲しいモデルが中古車でしか販売していないから	中古車の方が探しやすいから	新車も中古車も大きな差はないから	中古車は取り扱いに気をを使う必要がないから	安全性能に大きな差はないから	カスタム・ドレスアップにこだわりたいから	新しいモデルのデザインがいいから	乗り取りを気にせず乗りたいから	中古車の方が探しやすいから	あつたから不満の機能や新しいモデルの機能が	なるから手放すこと	就車などに途中	二輪車を手放すこと	その他
中古車ユーザー	231	34	26	17	16	12	11	6	5	5	5	3	0	0	0	6
50cc以下	51	39	10	12	16	20	8	2	2	10	2	2	0	0	0	6
51-125cc以下	51	22	24	20	18	6	12	10	6	2	8	0	0	0	0	6
126-250cc以下	63	44	24	17	16	14	13	5	11	3	8	8	2	2	5	6
251cc以上	66	29	41	18	15	8	11	6	2	5	3	0	0	0	0	5

<使用目的> (複数回答)



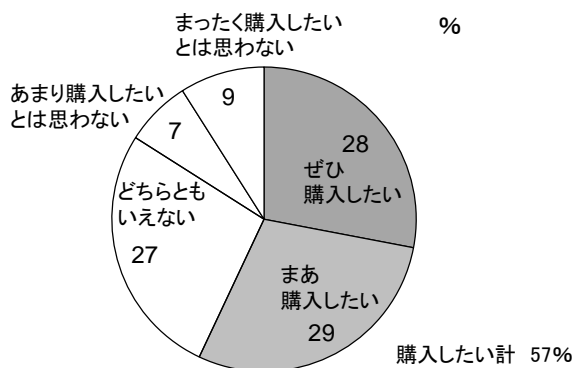
	n	買い物・用足しに	日帰りのツーリングに	通勤・通学で、会社または学校まで	旅行・アウトドア・レジャーのための移動に	2日間以上のツーリングに	通勤・通学で、駅まで	趣味やスポーツなどの食事や移動のための移動に	地元や近場での趣味や移動のために	峠道を走るために	商用・仕事に	林道でのツーリングに	2人乗りでの外出に	友人・知人などの乗りに	ドレスアップ	カスタム	モトクロス(ロードレース、レースなど)	その他
中古車ユーザー	231	54	50	27	22	18	16	14	12	10	9	9	6	6	6	6	2	3
50cc以下	51	73	8	38	5	0	28	18	3	8	0	0	0	0	5	0	0	8
51-125cc以下	51	69	27	27	13	7	27	11	9	18	7	4	2	0	0	0	0	0
126-250cc以下	63	55	68	38	42	23	8	19	11	6	19	8	6	6	6	6	6	4
251cc以上	66	29	81	10	24	36	8	8	22	8	10	8	10	10	10	2	0	0

注) △■: 中古車ユーザー+有意差(5%水準) △: 中古車ユーザー-有意差(5%水準)

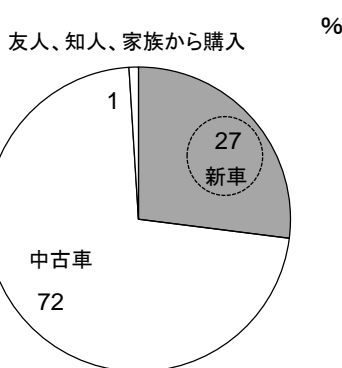
③新車購入の可能性

- <購入意向>をみると、中古車ユーザーのうち、今後、二輪車購入意向がある人は57%存在する。そのうち、新車で購入したいと考えている人は27%である。
- 中古車ユーザーのうち新車購入意向がある人は、中古車の継続購入意向層と比較して「10～20代」「50代・60代」「既婚子なし」「子独立」「年収500万円未満」が高い。
- <欲しい情報>をみると、中古車ユーザーで新車購入意向のある人は「メーカー横断の二輪車比較情報」「二輪車の運転技術向上のための講習会情報」が中古車購入意向者よりもやや高い。商品検索の容易さ、中古車ユーザーの運転技術を向上させることが新車購入に必要なと考えられる。

<購入意向(中古車ユーザー n=231)>



<購入方法(中古車保有かつ購入意向者 n=132)>



<性別>

凡例	n	性別		%
		男性	女性	
中古車保有かつ購入意向者	132	94	6	
新車購入意向者	35	91	9	
中古車購入意向者	96	95	5	

<年代>

凡例	n	年代					%
		10～20代	30代	40代	50代	60代	
中古車保有かつ購入意向者	132	11	19	25	26	19	
新車購入意向者	35	14	11	17	29	29	
中古車購入意向者	96	9	22	28	25	16	

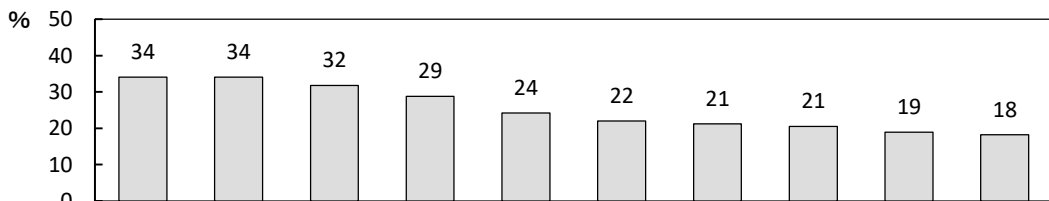
<ライフステージ(有効回答者)>

凡例	n	ライフステージ					%
		学生、 独身社会人	既婚 子なし	子育て	子離れ	子独立	
中古車保有かつ購入意向者	132	32	15	16	16	21	
新車購入意向者	35	28	22	6	13	31	
中古車購入意向者	96	35	12	18	17	18	

<世帯年収(有効回答者)>

凡例	n	世帯年収					%
		300万円 未満	～500万円 未満	～700万円 未満	～1000万円 未満	1000万円 以上	
中古車保有かつ購入意向者	132	15	31	25	19	10	
新車購入意向者	35	22	37	7	19	15	
中古車購入意向者	96	12	30	29	20	9	

<欲しい情報(27項目中上位18%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



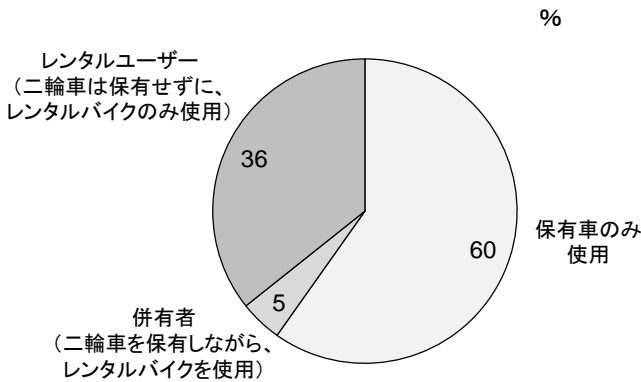
	n	かかる修理料やメンテナンス情報	自分で行える二輪車のパーツ	新商品・ラインナップ	二輪車の楽しみ方	二輪車力の比較断情報	二輪車ユーザー向け	二輪車ユーザー向け	二輪車ユーザー向け	近場で行っている教室の	試乗できる場所に
中古車保有かつ購入意向者	132	34	34	32	29	24	22	21	21	19	18
新車購入意向者	35	31	31	31	23	31	23	26	17	6	17
中古車購入意向者	96	35	35	31	31	22	22	20	22	24	19

(2) レンタルユーザー

①基本属性

- 二輪車レンタルサービス(以降、レンタルバイク)使用者には、「併有者(二輪車を保有しながら、レンタルバイクを使用)」の5%と「レンタルユーザー(二輪車は保有せずに、レンタルバイクのみ使用)」の36%という2つのユーザーが存在する。
- <性別><年代>をみると、レンタル使用者は「女性」「10~20代」「30代」、<ライフステージ>をみると、「学生・独身社会人」に加え、「子育て世帯」が高い。<年収>をみると、「1,000万円以上」、<居住地の都会度>をみると「繁華街」「市街地」などが高い。
- レンタルユーザーは、併有者と比較して「女性」「10~20代」「年収1,000万円以上」「繁華街」「市街地」が高くなっている。

<二輪車使用者比率 (現ユーザー、レンタルユーザー n=1,100)>



<性別>

凡例	n	%		
		男性	女性	その他
現ユーザー、レンタルユーザー	1,100	84	16	
保有車のみ使用	837	87	13	
レンタル使用者	263	79	21	
併有者	63	92	8	
レンタルユーザー	200	77	23	

<年代>

凡例	n	%				
		10~20代	30代	40代	50代	60代
現ユーザー、レンタルユーザー	1,100	8	18	25	26	23
保有車のみ使用	837	5	14	24	28	29
レンタル使用者	263	12	24	26	23	15
併有者	63	11	36	22	21	10
レンタルユーザー	200	13	22	26	23	16

<ライフステージ(有効回答者)>

凡例	n	%				
		学生・独身社会人	既婚・子なし	子育て	子手離れ	子独立
現ユーザー、レンタルユーザー	1,042	31	10	18	15	26
保有車のみ使用	790	28	12	13	16	31
レンタル使用者	252	35	7	26	13	19
併有者	63	36	6	37	10	11
レンタルユーザー	189	36	7	24	13	20

<世帯年収(有効回答者)>

凡例	n	%				
		300万円未満	~500万円未満	~700万円未満	~1,000万円未満	1,000万円以上
現ユーザー、レンタルユーザー	933	14	24	20	24	18
保有車のみ使用	691	15	28	22	21	14
レンタル使用者	242	12	21	17	26	24
併有者	58	14	9	21	39	17
レンタルユーザー	184	11	22	16	27	24

<居住地の都会度>

凡例	n	%				
		繁華街	市街地	郊外	地方	その他
現ユーザー、レンタルユーザー	1,100	5	31	54	9	
保有車のみ使用	837	3	24	63	10	
レンタル使用者	263	8	42	38	9	
併有者	63	6	44	43	5	
レンタルユーザー	200	9	41	38	9	

注) **太字**: 現ユーザー、レンタルユーザー+有意差(5%水準)

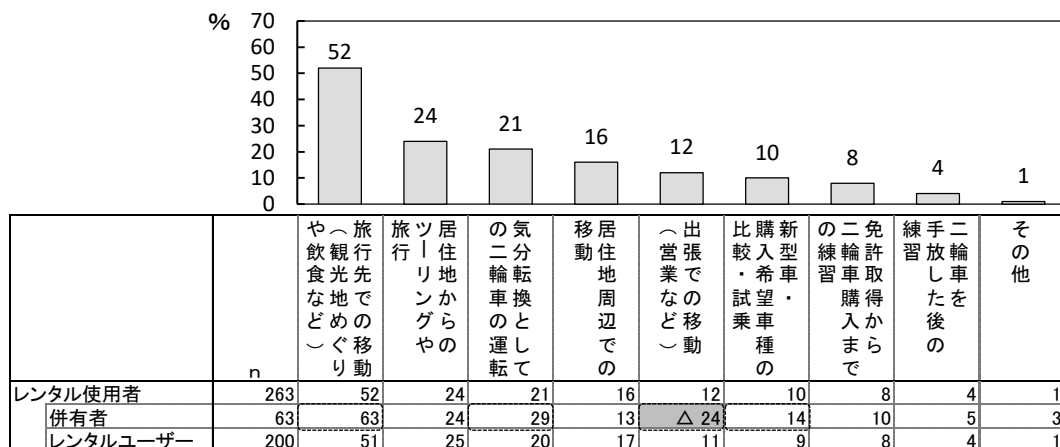
② レンタルバイクの使用状況

- <レンタルバイク使用頻度>をみると、「1年に1回程度」が23%と最も高いが、「1週間に1回以上」「月に2,3回程度」「月に1回程度」を合わせると、「月に1回以上レンタルバイクを使用する」層は45%におよぶ。
- <レンタルバイク使用目的>をみると、「旅行先での移動」や「出張先での移動」として活用している。併有者は、レンタルユーザーと比較して「出張での移動」に加え、「旅行先での移動」「気分転換としての二輪車の運転」「新型車・購入希望車種の比較・試乗」での使用がやや高い。
- <レンタルバイク使用理由>をみると、「行動範囲が広がるから」「行く先々で自由に使えるから」「様々な車種やモデルに乗る機会」に魅力が持たれている。レンタルユーザーの10～20代をみると、参考値ではあるが「購入することはできないが、二輪車に乗りたいから」がレンタル使用者と比較して高く、レンタルバイクが若年層の二輪車使用を下支えしていることがうかがえる。

<レンタルバイク使用頻度>

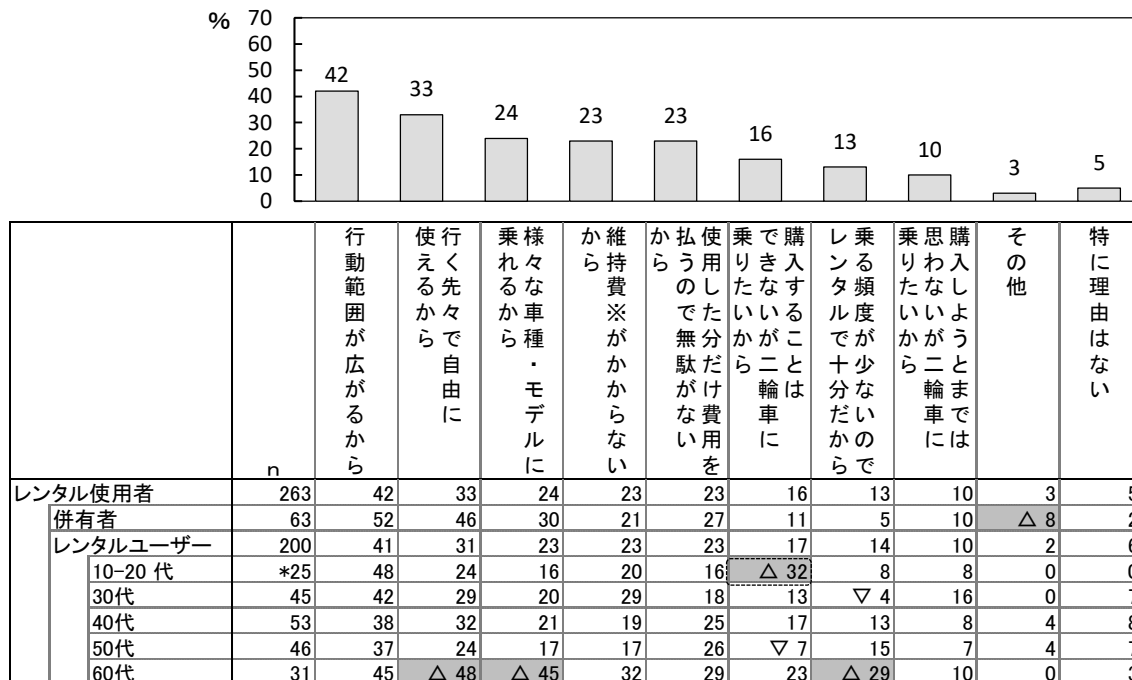
凡例	n	%					
		1週間に1回以上	月に2,3回程度	月に1回程度	2,3か月に1回程度	半年に1回程度	1年に1回程度
レンタル使用者	263	11	15	19	14	18	23
併有者	63	8	11	19	13	27	22
レンタルユーザー	200	12	15	19	15	17	23

<レンタルバイク使用目的> (複数回答)



使用目的	n	%	差分
レンタル使用者	263	52	24
併有者	63	63	24
レンタルユーザー	200	51	25

<レンタルバイク使用理由> (複数回答)



使用理由	n	%	差分
レンタル使用者	263	42	33
併有者	63	52	46
レンタルユーザー	200	41	31
10~20代	*25	48	24
30代	45	42	29
40代	53	38	32
50代	46	37	24
60代	31	45	48

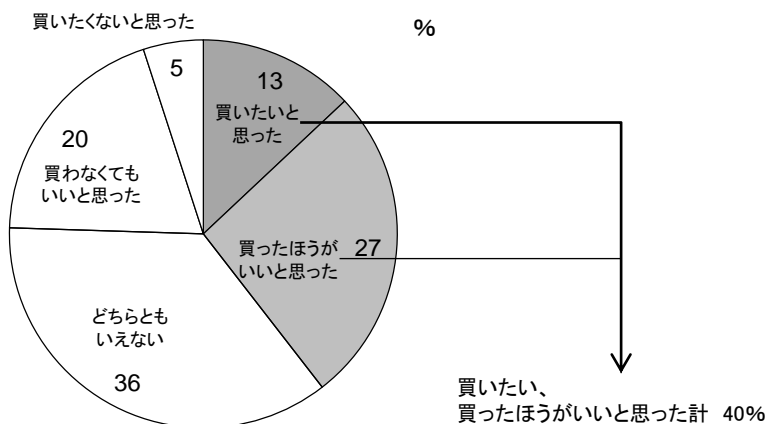
注) △■:レンタル使用者+有意差(5%水準) ▽:レンタル使用者-有意差(5%水準)
*:ベース30未満のため参考値

※ 維持費とは、二輪車を所有するためにかかる費用。
具体的には、税金、車検代、駐車場代などを指す。

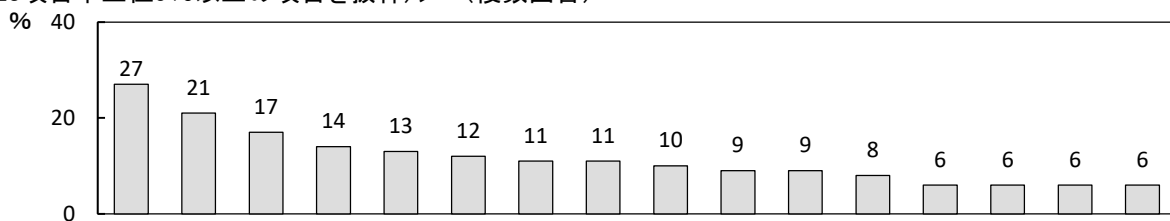
③二輪車購入の可能性

- <レンタルバイク使用による購入意向への影響>をみると、レンタル使用者の40%は「購入したい(買いたいと思った+買ったほうがいいと思った)」と答えている。
- <非購入理由>をみると、「手頃な価格の二輪車がないから」の27%、「維持費やガソリン代がかかるから」の17%といった、金銭的理由が上位にあがる。ただし、「気に入った二輪車がないから」の21%も上位にあがっており、二輪車を購入していない理由が金銭的理由だけでないことがわかる。
- <期待するサービス>をみると、レンタルユーザーのうち二輪車購入意向者は「二輪車の販売店の自由な見学」「二輪車の販売店での来店時プレゼント」「さまざまなメーカーの二輪車の中から自分に合うものを選んでくれる」「ツーリングサポートサービスの充実」などが高い。

<レンタルバイク使用による購入意向への影響(レンタルユーザー n=200)>

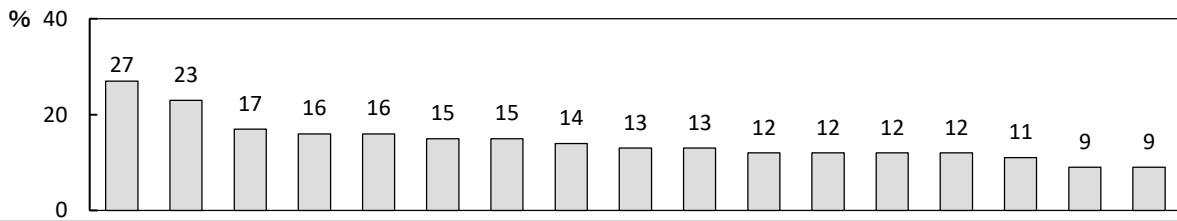


<非購入理由(23項目中上位5%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



理由	n	27	21	17	14	13	12	11	11	10	9	9	8	6	6	6	6
レンタルユーザー	200	27	21	17	14	13	12	11	11	10	9	9	8	6	6	6	6
二輪車購入意向あり	79	△ 41	27	20	19	△ 20	16	15	15	6	11	11	9	10	△ 10	4	9
二輪車購入意向なし	121	▽ 18	17	15	11	▽ 7	8	8	8	12	7	7	7	3	2	7	4
二輪車購入意向あり		23	10	5	8	13	8	7	7	-6	4	4	2	7	8	-3	5
二輪車購入意向なし																	

<期待するサービス(23項目中上位8%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



サービス	n	27	23	17	16	16	15	15	14	13	13	12	12	12	12	11	9	9
レンタルユーザー	200	27	23	17	16	16	15	15	14	13	13	12	12	12	12	11	9	9
二輪車購入意向あり	79	△ 46	29	△ 25	△ 27	19	△ 24	19	18	18	16	△ 18	△ 18	△ 18	△ 19	△ 19	△ 16	△ 15
二輪車購入意向なし	121	▽ 14	19	▽ 12	▽ 9	13	▽ 8	12	11	9	10	8	7	7	7	▽ 5	▽ 3	▽ 5
二輪車購入意向あり		32	10	13	18	6	16	7	7	9	6	10	11	11	12	14	13	10
二輪車購入意向なし																		

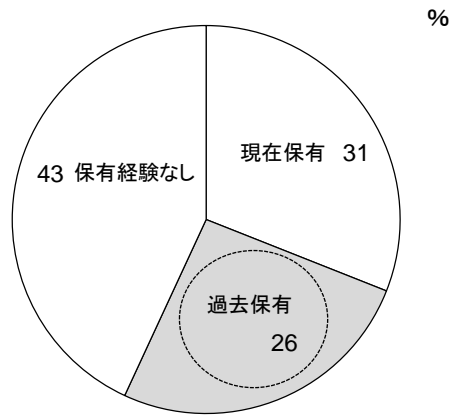
(注) △■:レンタルユーザー+有意差(5%水準) ▽:レンタルユーザー-有意差(5%水準)

(3) 過去保有層

①基本属性

- <二輪車保有経験>をみると、二輪免許保有者のうち「過去に二輪車を所有していて、現在持っていない人(過去保有層)」は26%にのぼる。
- 層別に<性別年代><ライフステージ><居住地の都会度>をみると、過去保有層は、現ユーザーと比較して「50代」「子育て・子手離れ」が高く、「市街地(繁華街の近くにある住宅街)」がやや高いという傾向がみられる。

<二輪車保有経験(二輪免許保有者 n=1700)>



<性別>

凡例	n	男性	女性	その他	%
二輪免許保有者	1700	82		18	0
現ユーザー	900	87		13	0
過去保有層	300	85		15	0

<年代>

凡例	n	10~20代	30代	40代	50代	60代	%
二輪免許保有者	1700	8	18	27	29	19	
現ユーザー	900	6	16	24	27	28	
過去保有層	300	3	16	27	36	19	

<ライフステージ>

凡例	n	学生・ 独身社会人	既婚・ 子なし	子育て	子手離れ	子独立	無回答	%
二輪免許保有者	1700	31	9	18	15	21	5	
現ユーザー	900	27	11	14	14	28	5	
過去保有層	300	24	11	17	18	25	5	

<居住地の都会度>

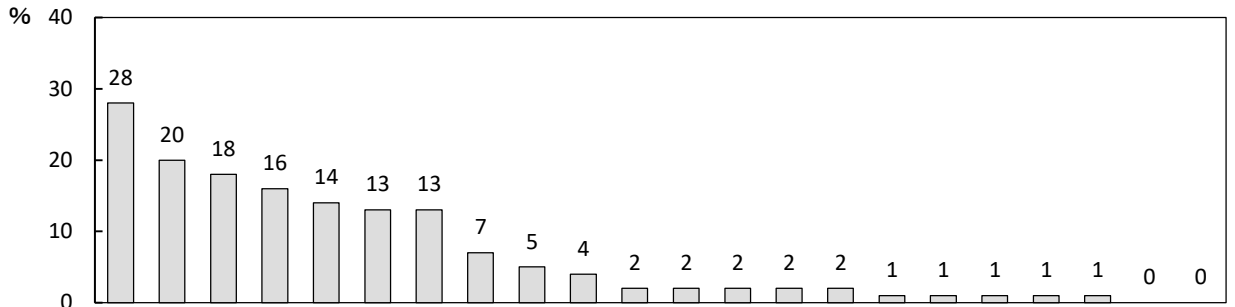
凡例	n	繁華街	市街地	郊外	地方	その他	%
二輪免許保有者	1700	4	32		53	10	1
現ユーザー	900	3	26		61	10	1
過去保有層	300	3	30		57	10	0

注) **太字**: 二輪免許保有者+有意差(5%水準)

②二輪車購入の阻害要因

- <非購入理由>をみると、過去保有層では「購入のためのお金がない」が28%と最も高く、次いで「維持費やガソリン代がかかる」の20%、「手頃な価格の二輪車がないから」の18%といった金銭面の理由がある。その他、「二輪車に乗る必要や機会がないから」の16%、「家族の反対」の14%が続いている。
- <期待するイベント>をみると、過去保有層では「新車の試乗」が24%と最も高く、次いで「憧れの二輪車の試乗」の19%、「二輪車の工場見学」の17%が続く。ライフステージ別にみると、学生、独身社会人は「新車の試乗」、既婚子なしは「オフロードの走行」、子育ては「家族みんなで二輪車を楽しめるイベント」、子手離れでは「二輪車を持っていない人が集うコミュニティイベント」、子独立では「カスタム・ドレスアップされた二輪車の見学」が高い。

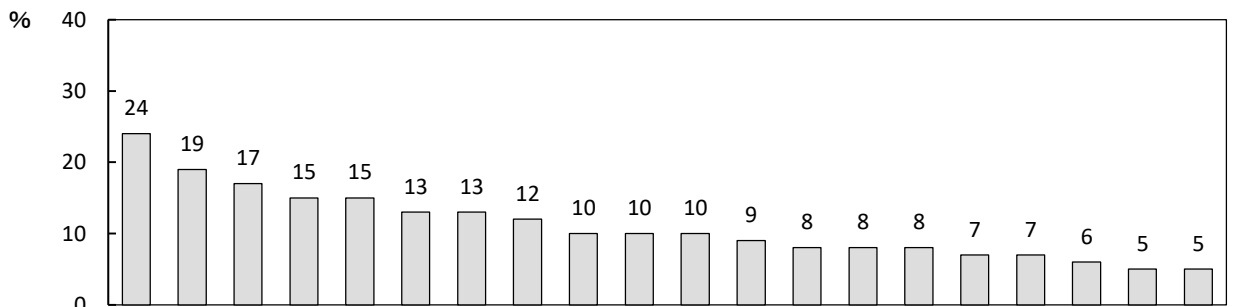
<非購入理由> (複数回答)



	n	購入のためのお金がないから	維持費※やガソリン代がかかるから	手頃な価格の二輪車がないから	二輪車に乗る必要や機会がないから	家族などに反対されたから	気に入った二輪車がないから	自宅や自宅周辺に駐車スペースがないから	自分が取得した免許では欲しい二輪車に乗れないから	見つけられることが大変だから	一緒に二輪車を楽しめる人がいないから	購入に必要な情報が少ないから	自分に合う二輪車が見つからなかったから	二輪車の販売店に行くのがめんどうだから	購入時の手続きがめんどうくさいから	二輪車の運転操作に自信がないから	二輪車がどこで買えるのかわからないから	二輪車がないから	レンタルバイクなどで借れてから自分の二輪車を購入したいから	友人・知人、家族からもらう予定だから	取得したのではないから	二輪車を選ぶのが面倒だから	二輪車の購入について相談出来る人がいないから	
過去保有層	300	28	20	18	16	14	13	13	7	5	4	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	0	0	
学生、独身社会人	71	30	18	21	13	▽ 3	15	18	3	7	3	0	3	1	1	4	1	0	0	1	1	0	0	
既婚子なし	33	33	27	18	12	9	9	6	9	3	6	3	△ 6	3	3	3	△ 3	3	0	0	0	0	△ 3	△ 3
子育て	51	37	△ 33	14	22	8	20	10	4	4	6	4	2	2	2	2	0	2	2	0	0	0	0	0
子手離れ	53	28	23	17	15	△ 23	8	15	6	6	4	2	0	0	4	2	0	△ 4	0	0	2	0	0	
子独立	74	22	▽ 9	20	14	19	18	8	△ 12	4	3	0	0	4	1	0	0	0	1	1	0	0	0	

※維持費とは、二輪車を所有するためにかかる費用。具体的には、税金、車検代、駐車場代などを指す。

<期待するイベント(32項目中上位5%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



	n	新車の試乗	憧れの二輪車の試乗	二輪車の工場見学	交流ツーリング仲間との	サーキットの走行	家族みんなで二輪車を楽しめるイベント	ご当地グルメめぐり	ライダー向け、コミュニティイベント	同年代や同世代など自分と似ている人が集うイベント	ご当地のレジャー体験	アウトドアイベント	二輪車を持っていない人が集うコミュニティイベント	二輪車初心者が集うコミュニティイベント	二輪車を見ながらくつろげるカフェ	メーカーが主催するファン感謝イベント	オフロードの走行	所有車の整備・清掃	カスタマイズ・清掃	二輪車向け洋用品の購入会	ヘルメットやウェアなど二輪車の見学	カスタム・ドレスアップされた二輪車の見学	観光地や景色きれいな場所での撮影会
過去保有層	300	24	19	17	15	15	13	13	12	10	10	10	9	8	8	8	7	7	6	6	5	5	5
学生、独身社会人	71	△ 32	24	18	14	14	▽ 0	10	17	8	7	6	7	11	7	7	6	4	8	4	8	4	6
既婚子なし	33	33	15	12	18	12	15	18	12	9	3	3	3	12	9	12	△ 15	3	6	6	6	3	3
子育て	51	29	27	22	14	12	△ 41	20	10	10	16	16	8	6	12	8	6	△ 14	8	8	6	△ 10	4
子手離れ	53	25	17	11	9	11	13	11	13	15	13	9	△ 15	13	9	9	2	6	4	4	▽ 0	4	10
子独立	74	▽ 12	15	20	16	19	7	12	8	9	11	11	9	▽ 3	5	9	8	8	8	4	△ 9	3	3

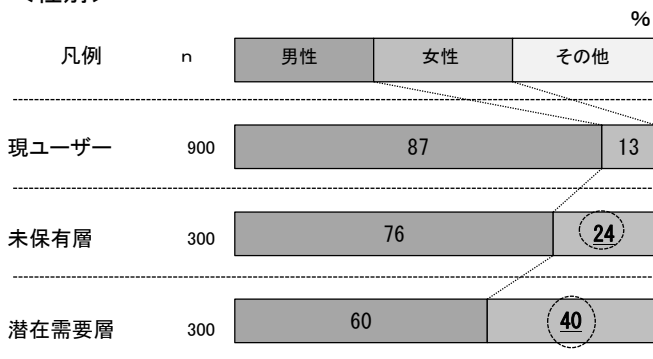
注) △■:過去保有層+有意差(5%水準) ▽:過去保有層-有意差(5%水準)

(4) 未保有・潜在需要層

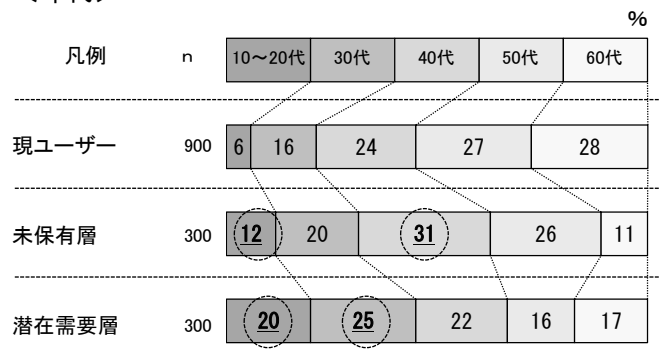
①基本属性

- 未保有層(二輪免許を持っているが、保有経験がない人)の特性をみると、現ユーザーと比較して「女性」「10～20代」「40代」「学生・独身社会人」「子育て」「市街地」が多い。
- 潜在需要層(二輪免許は持っていないが、二輪車の購入意向がある人)は「女性」「10～20代」「30代」「子育て」「学生・独身社会人」「子育て」「繁華街」「市街地」が多い。
- 未保有層、潜在需要層ともに、現ユーザーと比較して「女性」「10～20代」「学生・独身社会人」「市街地」が多いといえる。

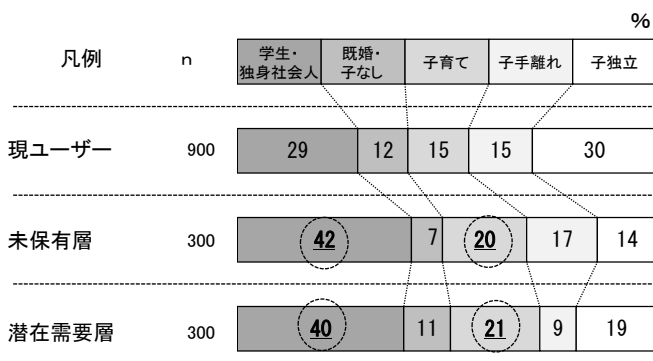
<性別>



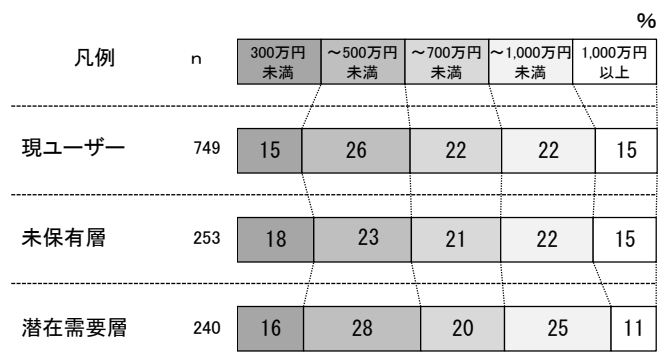
<年代>



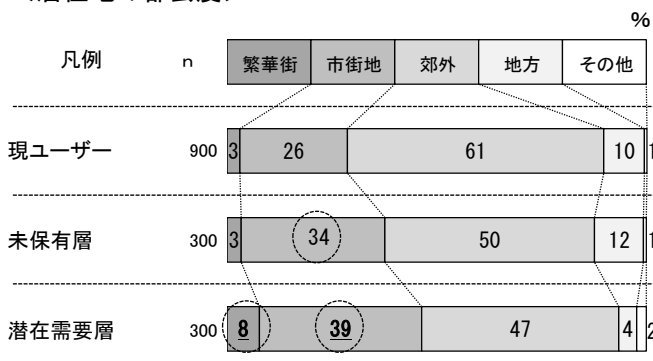
<ライフステージ(有効回答者)>



<年収(有効回答者)>



<居住地の都会度>

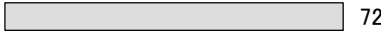



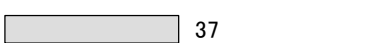




注) **太字**: 現ユーザー+有意差(5%水準)

②移動意識

- <移動意識>をみると、全体では「まだ自分が知らないところへどんどん行ってみたい」の75%、「色々なところへ出かけて新しい経験をしたい」の73%、「自由気ままに色々な場所に行ってみたい」の72%といった、色々なところへ行くことを楽しむ意識が上位にあがる。
- 層別にみると、未保有層は全体と比較して「まだ自分が知らないところへどんどん行ってみたい」「色々なところへ出かけて新しい経験をしたい」などが高くあがり、移動欲求が高いことがうかがえる。一方、潜在受容層は全体と比較して「予定外の行動はなるべく避けたい」「遠くに行くよりも身近なところでゆっくりしたい」「遠くの土地よりも、普段自分が住み慣れている土地で楽しみたい」などがあがり、人との共有や身近な場所での楽しさを求める傾向がある。

<移動意識(全体 n=2,000)> (複数回答)

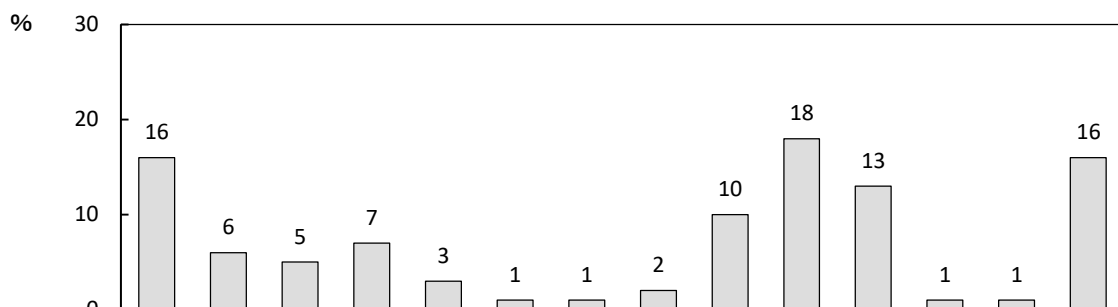
	0	20	40	60	80 %	二輪車 未保有層 n=300	潜在 需要層 n=300	
まだ自分が知らないところへどんどん行ってみたい						75	80	74
色々なところへ出かけて新しい経験をしたい						73	80	72
自由気ままに色々な場所に行ってみたい						72	78	70
移動している間も周囲の景色や自然を楽しみたい						71	77	62
時間の制約を受けずに移動したい						69	75	64
一人で自由に出かけたい						67	74	62
余暇に出かけるからには時間をかけてゆっくり楽しみたい						67	74	62
移動時には寄り道をするなど、予定外の行動もしたい						61	68	55
あまり時間がなくても、可能な限り余暇を楽しみたい						58	65	56
知らないところへ行くからには下調べを充分にしたい						56	64	59
出かけるときには十分に準備や持ち物を用意しないと不安である						52	58	53
目的のためなら多少お金がかかっても移動したい						46	49	44
なるべく遠くに移動したい						45	56	47
移動に時間がかかっても、直接会って話すほうが好きだ						44	46	44
家でゆっくりするよりも、外に出かけていくほうが好きだ						42	43	46
移動や余暇の楽しみは誰かと共有したい						38	41	46
出かけることや、余暇の目的先で新しい人との出会いを期待したい						37	42	39
目的地のことをよく知らないと不安になってしまう						35	41	42
一人よりも誰かと一緒に出かけたい						33	35	39
余暇の予定はきっちり決めて時間通りに動きたい						32	37	35
予定外の行動はなるべく避けたい						28	30	36
時間をかけて誰かに会いに行くよりも、メールや電話のほうが便利だ						27	29	33
遠くに行くよりも身近なところでゆっくりしたい						26	28	35
遠くの土地よりも、普段自分が住み慣れている土地で楽しみたい						24	26	35
移動や旅はお金をかけないと不安である						21	18	31
わざわざ会って話すよりもメールや電話の方が早くて、気持ちを伝えやすい						21	22	34
知らない土地に行くのは面倒である						17	17	27

注) 太字: 全体+有意差(5%水準)

③二輪車の購入意向

- <購入したい二輪車>をみると、未保有層、潜在需要層では「オンロード 小型二輪(251~400cc)」が18%と最も高く、次いで「スクーター原付第一種(~50cc)」の16%、「オンロード小型二輪(401cc~)」の13%が続く。二輪車は欲しいが「排気量や車種はわからない」という人が16%存在しており、欲しい二輪車をイメージできていない様子もうかがえる。
- 性別にみると、男性では「オンロード小型二輪(401cc~)」が高い。一方、女性では「スクーター原付第一種(~50cc)」「オンロード原付第一種(~50cc)」が未保有層、潜在需要層と比較して高く、50cc以下を求めていることがわかる。
- 性年代別にみると、男性10~20代は「オンロード小型二輪(126~250cc)」、男性30代は「オンロード小型二輪(251~400cc)」、男性40代は「オンロード小型二輪(401cc~)」が高い。女性10~20代は「オンロード原付第一種(~50cc)」に加え、「オフロード軽二輪(126~250cc)」も高くなっている。

<購入したい二輪車>



	n	スクーター原付第一種	スクーター原付第二種	スクーター軽二輪	スクーター小型二輪	ビジネス原付第一種	ビジネス原付第二種	オンロード原付第一種	オンロード原付第二種	オンロード軽二輪	オンロード小型二輪	オンロード小型二輪	オフロード原付第一種	オフロード原付第二種	オフロード軽二輪	排気量や車種はわからない
		(50cc)	(51~125cc)	(126~250cc)	(251~400cc)	(50cc)	(51~125cc)	(50cc)	(51~125cc)	(50cc)	(51~125cc)	(126~250cc)	(251~400cc)	(50cc)	(51~125cc)	(126~250cc)
未保有層、潜在需要層	600	16	6	5	7	3	1	1	2	10	18	13	1	1	1	16
層別																
未保有層	300	15	5	5	8	4	1	1	1	11	20	15	1	1	1	▽13
潜在需要層	300	22	10	7	3	2	1	1	4	5	▽11	▽4	0	2	△30	
性別																
男性	407	▽12	6	6	7	4	1	0	1	10	21	△16	1	1	1	▽12
女性	191	△26	7	▽2	5	1	0	△2	2	9	▽10	▽5	1	2	△27	
その他	*2	△78	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22
年代																
10-20代	95	9	5	2	7	2	0	△5	3	△19	15	6	0	3	23	
30代	134	17	7	5	5	3	0	0	1	9	19	13	2	2	19	
40代	159	13	9	7	6	4	1	0	2	7	20	17	0	1	13	
50代	127	19	4	5	6	5	2	0	1	10	21	10	1	1	14	
60代	85	△25	4	4	10	3	1	0	1	6	▽7	17	2	0	18	
性別年代																
男性	10-20代	41	▽3	8	3	11	4	0	1	4	△26	11	10	0	0	18
	30代	74	8	5	7	3	3	0	1	9	△27	20	2	1	14	
	40代	113	▽9	8	△9	6	5	1	0	1	6	24	△19	0	1	▽10
	50代	108	18	4	5	7	5	2	0	1	12	24	11	0	1	▽10
	60代	71	17	5	5	12	3	1	0	1	7	▽8	20	2	0	18
女性	10-20代	54	14	3	2	3	0	0	△8	2	14	18	▽3	0	△5	27
	30代	59	25	11	2	8	3	0	0	9	9	▽4	1	3	26	
	40代	46	26	12	2	6	0	0	0	4	9	8	10	0	0	24
	50代	*18	33	0	0	0	0	3	0	3	0	0	0	△11	0	△50
	60代	*14	△81	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	14

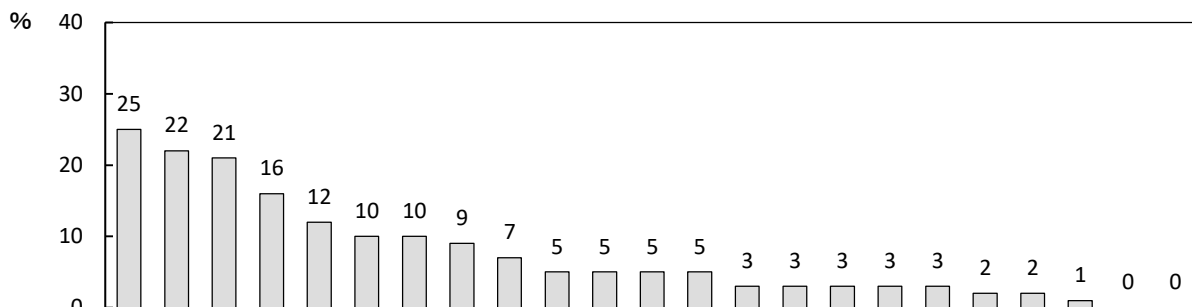
注) △■:未保有層、潜在需要層+有意差(5%水準) ▽:未保有層、潜在需要層-有意差(5%水準)

*:ベース30未満のため参考値

④非購入理由

- <非購入理由>をみると、未保有層、潜在需要層では「購入のためのお金がないから」が25%と最も高く、次いで「手頃な価格の二輪車がないから」の22%、「維持費やガソリン代がかかるから」の21%と、金銭的な理由が上位にあがる。
- 層別にみると、未保有層は「購入のためのお金がないから」「維持費やガソリン代がかかるから」、潜在需要層は「購入に必要な情報が少ないから」「どのような二輪車があるのかわからなかったから」「二輪車がどこで買えるのかわからないから」が高い。
- 年代別にみると、10～20代では購入のためのお金よりも「維持費やガソリン代がかかるから」購入に踏み切れていない。また、「二輪車の運転技術に自信がないから」「どのような二輪車があるのかわからなかったから」といった、運転技術や二輪車の情報不足が背景にあることも確認できる。
- インタビュー結果からも、金銭的な理由だけでなく家族の壁(親の反対)、選びづらさがあげられている。

<非購入理由> (複数回答)



	n	購入のためのお金がないから	手頃な価格の二輪車がないから	維持費やガソリン代がかかるから	自宅や自宅周辺に駐車スペースがないから	家族などに反対されたから	気に入った二輪車がないから	二輪車に乗る必要や機会がないから	欲しい二輪車に乗れないから	二輪車の運転操作に自信がないから	購入に必要な情報が少ないから	わからなかったから	自分に合う二輪車がないから	購入時の手続きがめんどくさいから	外出先などで駐車スペースを見つけないから	めんどくさいから	二輪車の販売店に行くのがめんどくさいから	二輪車の購入について相談しないから	一緒に二輪車を楽しめる人がいないから	二輪車が欲しいけど免許をわかんないから	二輪車がどこで買えるのかわかんないから	二輪車を選ぶのが面倒だから	レンタルバイクなどで慣れてから自分の二輪車を買いたいから	楽しめるから	予定だから、家族からもらう
未保有層、潜在需要層	600	25	22	21	16	12	10	10	9	7	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	2	2	1	0	0
層別																									
未保有層	300	28	23	23	17	13	9	10	8	8	4	4	4	5	2	2	3	3	3	1	1	1	0	0	
潜在需要層	300	▽15	19	▽14	10	6	14	9	△14	6	△8	8	5	4	△7	4	4	3	3	△5	4	1	0	0	
性別																									
男性	407	27	24	22	17	13	10	11	10	6	5	4	4	5	3	3	4	3	1	2	2	1	0	0	
女性	191	20	18	20	11	8	9	8	8	11	4	7	5	4	3	3	1	3	1	3	1	2	0	0	
その他	*2	78	0	0	0	0	0	22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
年代																									
10-20代	95	28	27	△33	13	5	11	8	12	△13	8	9	8	7	△7	6	2	5	△9	4	3	2	0	0	
30代	134	31	26	20	14	12	11	▽5	6	7	3	1	4	7	4	4	4	2	0	4	1	0	0	0	
40代	159	26	17	24	△23	11	9	11	9	5	7	4	5	2	1	5	2	3	1	1	2	0	0	0	
50代	127	21	24	19	12	15	9	12	9	▽3	1	3	4	▽1	1	4	1	4	0	1	4	1	1	0	
60代	85	16	18	▽8	13	10	10	14	13	6	8	8	2	4	4	1	4	1	3	3	0	1	1	0	
性別年代																									
10-20代	41	32	35	34	14	6	14	10	12	14	11	△13	10	6	△11	△14	4	7	6	△8	△7	0	0	0	
30代	74	34	31	23	19	18	13	4	5	7	4	1	3	10	4	1	7	4	0	4	1	0	0	0	
40代	113	29	19	25	△27	11	10	11	10	5	6	5	5	6	2	1	6	2	1	0	1	1	0	0	
50代	108	23	25	21	9	16	9	12	9	3	1	2	5	1	1	4	1	4	0	1	4	1	1	0	
60代	71	19	17	▽9	15	11	10	14	14	7	9	8	2	4	4	1	4	1	2	3	0	1	1	0	
10-20代	54	25	21	31	12	5	9	7	12	12	7	6	8	8	4	0	1	4	△12	1	0	3	0	0	
30代	59	25	19	17	7	6	9	5	7	2	2	6	4	4	△7	0	1	0	4	2	0	0	△1	0	
40代	46	18	11	23	10	14	8	14	6	△21	3	△13	1	4	2	1	0	0	△10	4	1	△5	0	0	
50代	*18	▽3	14	▽0	30	11	14	3	11	0	3	14	3	0	0	3	3	0	3	0	0	0	0	0	
60代	*14	0	26	0	0	0	14	9	5	0	5	5	5	0	5	0	5	0	5	0	0	5	0	0	

※維持費とは、二輪車を所有するためにかかる費用。具体的には、税金、車検代、駐車場代などを指す。

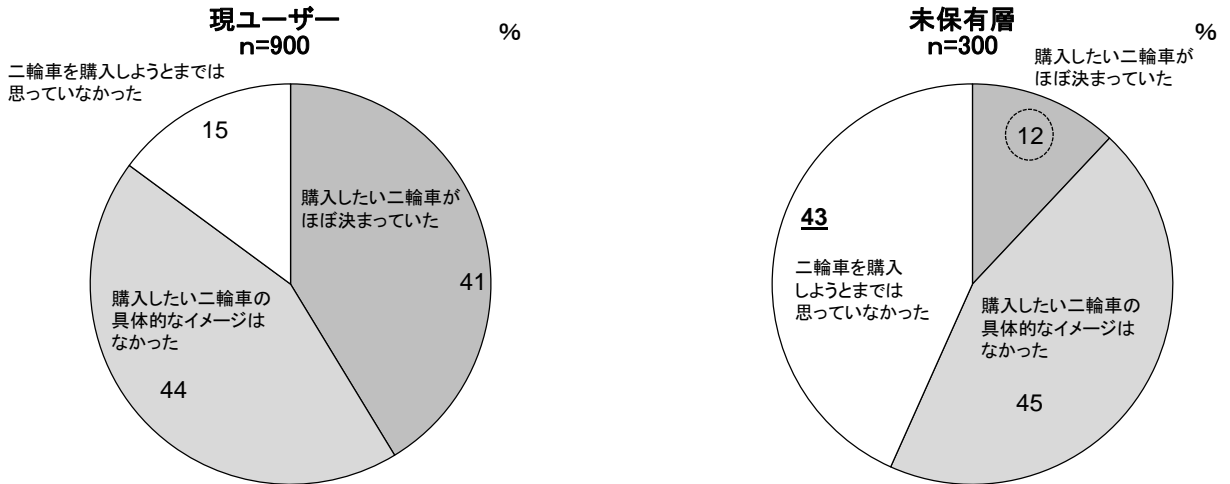
インタビューでの発言	非購入理由(二輪車未保有者)	
	金銭的な余裕がない	・お金貯まったらぜひ買いたい(同様の意見:6件) ・車にお金をかけてしまったから今はまだ買えない
	車のほうが便利・安心	・車のほうが便利だと思うから ・車のほうが安心だから
	親からの反対	・(二輪車は)危ないので親が反対するから
	二輪車保有までの壁(二輪車保有者)	
	資金を得るのが難しい	・買うためのお金を貯めるのに1年かかった(同様の意見:6件) ・お金を貯めるのに時間がかかるので、ローンを組んで買った(同様の意見:3件)
親の説得が大変	・親の説得	
好みの二輪車を選びづらい	・買う店が少ないので(二輪車を)選ぶのが大変だった	

注) △■:未保有層、潜在需要層+有意差(5%水準) ▽:未保有層、潜在需要層-有意差(5%水準)
*:ベース30未満のため参考値

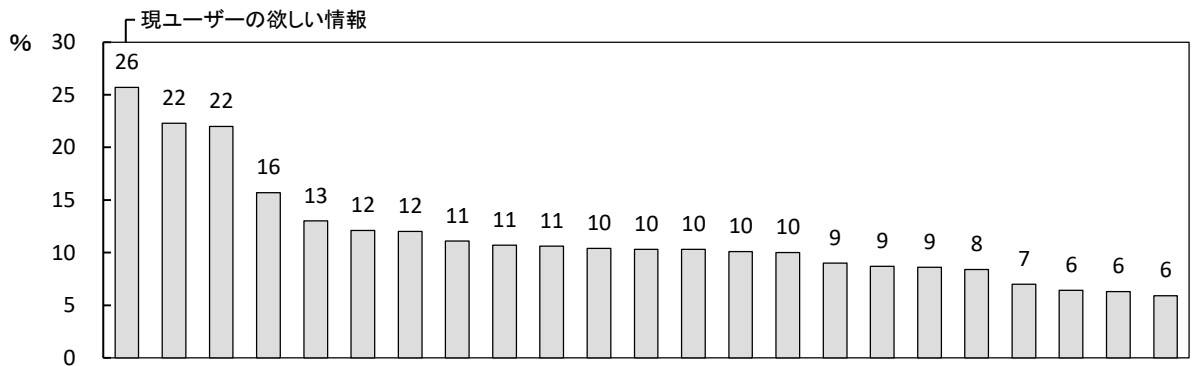
⑤二輪車購入の阻害要因

- <免許取得時の二輪車購入意向>をみると、現ユーザーは「購入したい二輪車がほぼ決まっていた」が41%であるが、未保有層は12%と低い。教習所の免許取得段階で、二輪車を購入するイメージをもっていないことがわかる。
- <欲しい情報>をみると、現ユーザーでは「新商品・商品ラインナップ情報」「修理やカスタマイズにかかる料金情報」「自分の二輪車につけられるパーツ情報」が上位にあがる。一方、未保有層は現ユーザーと比較して「燃料費や税金などの必要経費の情報」「試乗できる場所に関する情報」「新商品・商品ラインナップ情報」などが高い傾向がみられる。また、潜在需要層は現ユーザーと比較して「新商品・商品ラインナップ情報」「メーカー横断の二輪車の比較情報」「燃料費や税金などの必要経費の情報」などが高い。二輪車の選択、購入を後押しするような情報が不足していることがうかがえる。

<免許取得時の二輪車購入意向>



<欲しい情報> (複数回答)



	n	新商品・商品ラインナップ情報	修理やカスタマイズにかかる料金情報	自分の二輪車につけられるパーツ情報	メーカー横断の二輪車の比較情報	二輪車の楽しみ方情報	燃料費や税金などの必要経費の情報	二輪車の駐車スペース情報	自宅や自宅周辺、外出先などでの立ち寄りスポット情報	二輪車ユーザー向けコース・防犯・保管情報	二輪車ユーザー向け宿泊施設の情報	二輪車の運転技術向上のための講習会情報	二輪車の開発ストーリー	二輪車ユーザー向け観光情報	試乗できる場所に関する情報	開催の情報	モーターショー・モーターサイクルショー	ツーリング企画情報	二輪車ユーザー向けグルメ情報	近場で行っているイベントや教室の情報	バイカーファッション情報	二輪車が似合う風景や走行シーン	バイクレースの開催の情報	取り組み説明会情報	レンタルバイク事業所情報
現ユーザー	900	26	22	22	16	13	12	12	11	11	11	10	10	10	10	10	10	9	9	9	8	7	6	6	6
未保有層	300	35	23	13	17	21	27	13	10	18	8	12	7	9	21	10	6	8	13	9	6	4	7	14	
潜在需要層	300	37	19	13	22	18	19	11	9	11	6	6	12	6	15	9	4	7	12	12	8	4	7	7	
未保有層-現ユーザー		9	1	-9	1	8	15	1	-1	8	-3	1	-4	-1	11	0	-3	-1	5	1	-1	-2	1	8	
潜在需要層-現ユーザー		11	-4	-9	7	5	7	-1	-2	0	-4	-4	2	-5	5	-1	-5	-2	3	4	1	-2	1	1	

注) 太字: 現ユーザー+有意差(5%水準)

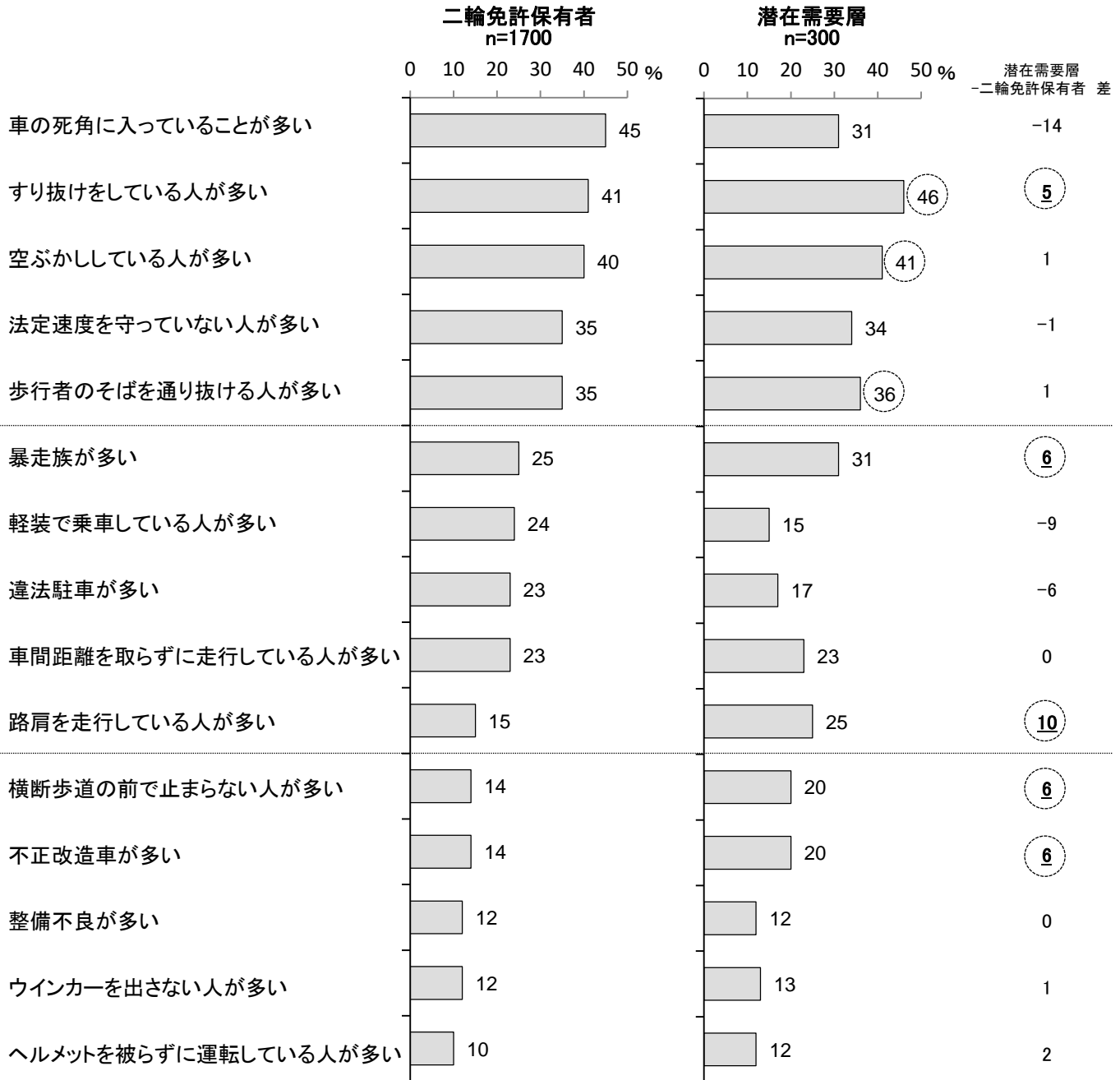
■: 各層-現ユーザーの差が5ポイント以上

4. 情報・サービス期待

(1) マナーアップ活動の必要性

- <マナー評価>をみると、二輪免許保有層は「車の死角に入っていることが多い」が45%と最も高く、次いで「すり抜けをしている人が多い」の41%、「空ぶかししている人が多い」の40%が続く。一方、潜在需要層は「すり抜けをしている人が多い」の46%、「空ぶかししている人が多い」の41%、「歩行者のそばを通り抜ける人が多い」の36%など、二輪免許保有層とは異なる項目が上位にあがる。
- 潜在需要層と二輪免許保有層の差をみると、「すり抜けをしている人が多い」「暴走族が多い」「横断歩道の前で止まらない人が多い」「不正改造車が多い」「路肩を走行している人が多い」で5ポイント以上の差がある。このような二輪車の社会的なイメージが、潜在需要層の免許取得や購入に少なからず影響を与えていることが予測される。

<マナー評価> (複数回答)



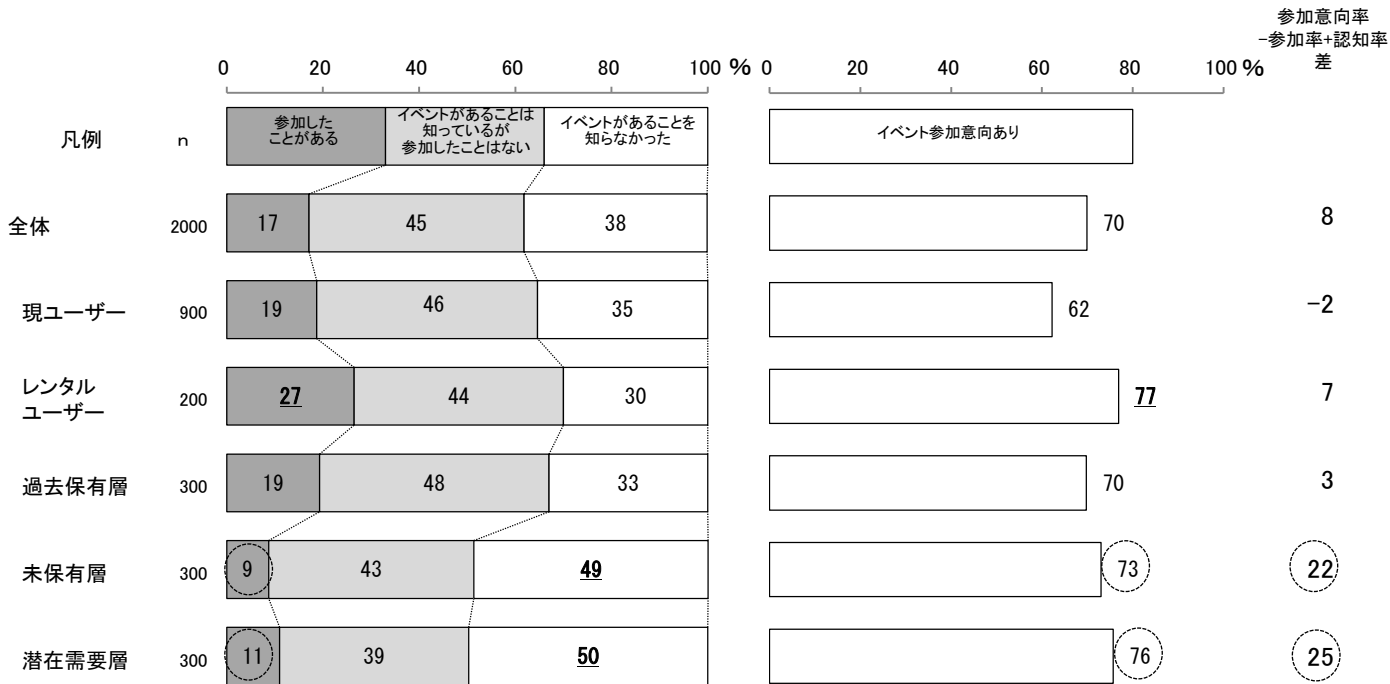
注) **太字**: 潜在需要層-二輪免許保有者の差が5ポイント以上

(2) プロモーションへの期待

① イベント参加状況と意向

- <イベント参加経験と参加意向>をみると、「(二輪車に関するイベントに)参加したことがある」が17%と高い。
- 層別にみると、現ユーザー、レンタルユーザー、過去保有層は「参加したことがある」が2割近くあるのに対し、未保有層、潜在需要層は1割程度と低い。一方で、未保有層、潜在需要層のイベント参加意向は現ユーザーよりも高く、7割に及ぶ。参加意向があるにもかかわらずイベントの存在を知らない人が多いため、潜在的な集客力は高いと予測される。
- <イベント評価>をみると、未保有層、潜在需要層ともに「一人だけだと参加しづらい」が最も高く、次いで「二輪車に詳しくないと参加しづらい」「二輪車を持っていないと参加しづらい」がある。参加に壁を感じていることがわかる。

<イベント参加経験と参加意向>



<イベント評価>

	n	一人だけだと参加しづらい	家族連れだと参加しづらい	参加する人の二輪車の話についていけない	二輪車に詳しくないと参加しづらい	二輪車が好きでないと参加しづらい	我慢できる二輪車でないと参加しづらい	二輪車を持っていないと参加しづらい	特定のメーカーや車種・モデルの二輪車を持っていないと参加しづらい	事前に申し込まないと参加できない	申し込むのが面倒	内容に興味が持てない	その他	特にな
イベントに参加していない人	1662	26	2	3	7	2	2	6	2	3	5	11	2	30
現ユーザー	489	▽ 20	1	2	5	1	2	▽ 1	2	2	6	△ 17	3	△ 38
レンタルユーザー	147	31	3	4	10	△ 4	1	6	△ 5	2	3	▽ 7	1	▽ 23
過去保有層	242	24	2	3	5	1	2	△ 9	2	△ 4	6	10	2	30
未保有層	274	28	3	3	9	2	1	△ 10	2	2	4	9	1	27
潜在需要層	267	33	2	2	11	3	3	8	1	1	4	6	1	24

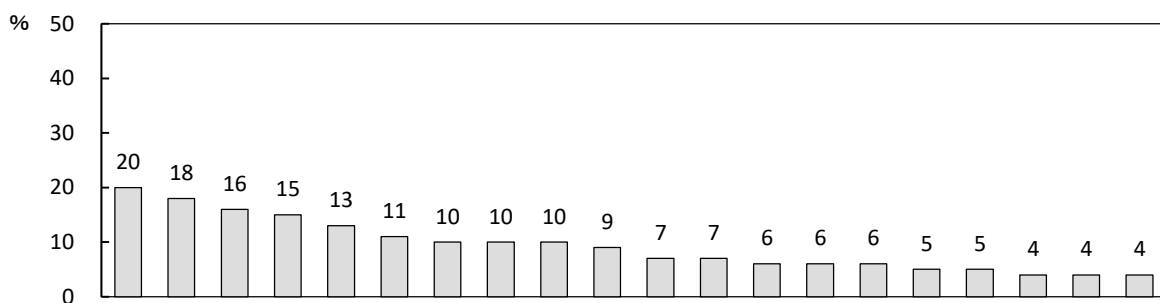
注) 太字: 全体+有意差(5%水準)

△: 全体+有意差(5%水準) ▽: 全体-有意差(5%水準)

②情報発信に対する期待

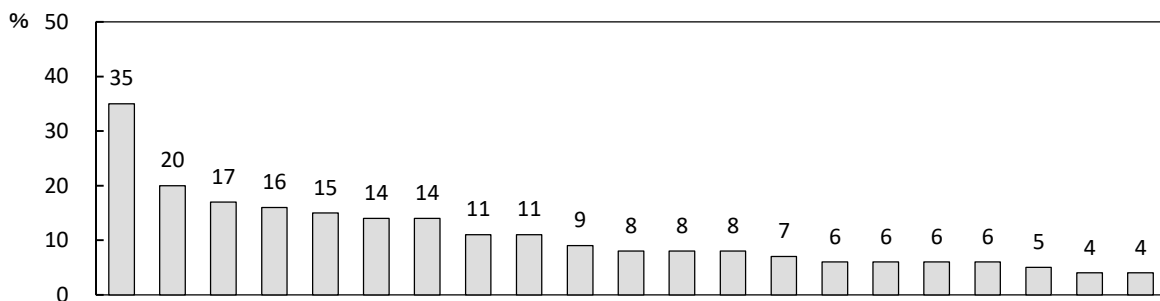
- <期待するイベント>をみると、「新車の試乗」の20%、「二輪車初心者が集うコミュニティイベント」の18%、「憧れの二輪車の試乗」の16%が上位にあがる。年代別にみると、10～20代からは「同性や同年代など自分と似ている人が集うコミュニティイベント」「ご当地の レジャー体験」など、親近感が持てる人とのイベントやレジャーを軸としたイベントが期待されている。
- <期待する情報発信源>をみると、二輪車に関して期待する情報源として「テレビコマーシャル」の35%、「メーカーのWebサイト」の20%、「テレビ番組」の17%と、テレビやメーカーからの情報が上位にあがる。年代別にみると、10～20代からは「テレビコマーシャル」だけでなく、「交通広告や屋外広告」の17%や、「メーカーの公式SNSやブログ」の19%、「二輪車に詳しい人や専門家のSNSやブログ」の12%、「有名人のSNSやブログ」の9%といった、SNSやブログからの情報発信が期待されている。

<期待するイベント(32項目中上位4%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



	n	新車の試乗	二輪車初心者が集うコミュニティイベント	憧れの二輪車の試乗	ご当地グルメめぐり	運転・操作技術向上の講座	ライダー向け、集うコミュニティイベント	二輪車を持っていない人がツーリング仲間との交流	同性や同年代など自分と似ている人が集うコミュニティイベント	ご当地のレジャー体験	二輪車の工場見学	サーキットの走行	アウトドアイベント	家族みんなで二輪車を楽しめるイベント	二輪車を見ながらくつろげるカフェ	家族みんなで二輪車を楽しめるイベント	二輪車に関するイベント	観光地や景色がきれいな場所での撮影会	オフロードの走行	メーカーが主催するファン感謝イベント	カスタマイズ・清掃	二輪車に関連するマンガ・アニメのイベント	音楽イベントとのコラボ
未保有層、潜在需要層	600	20	18	16	15	13	11	10	10	10	9	7	7	6	6	6	5	5	5	4	4	4	4
年代	10-20代	95	13	20	17	17	16	13	15	△ 21	△ 17	5	6	4	8	6	9	8	3	7	8	4	4
	30代	134	19	19	17	20	13	15	13	7	12	8	10	8	6	9	8	8	△ 9	4	6	△ 10	4
	40代	159	△ 26	21	△ 22	12	12	12	7	9	11	12	6	7	8	7	7	3	4	△ 7	5	4	4
	50代	127	17	15	▽ 8	14	12	7	7	8	6	11	5	8	▽ 2	5	5	4	6	▽ 0	1	1	1
	60代	85	19	10	12	10	16	6	8	6	▽ 2	6	6	6	6	4	2	5	2	1	2	2	2

<期待する情報発信源(25項目中上位4%以上の項目を抜粋)> (複数回答)



	n	テレビコマーシャル	メーカーのWebサイト	テレビ番組	折り込みチラシ	カタログ・パンフレット	ダイレクトメール・メールマガジン	インターネット上のニュースサイト	販売店のWebサイト	YouTubeなどの動画サイト	新聞記事・広告	交通広告や屋外広告	モーターサイクル・ショー	SNS※やブログ	メーカーの公式記事・広告	二輪車専門雑誌	レンタルバイク事業所	教習所	メーカーのスマートフォンなどのアプリケーション	SNS※やブログ	二輪車に詳しい人や専門家のSNS※やブログ	ラジオコマーシャル	販売店の店員の話	有名人のSNS※やブログ
未保有層、潜在需要層	600	35	20	17	16	15	14	14	11	11	9	8	8	8	7	6	6	6	6	6	5	4	4	4
年代	10-20代	95	△ 46	13	22	10	15	14	11	7	14	8	△ 17	4	△ 19	5	4	9	8	△ 12	9	2	△ 9	4
	30代	134	40	19	20	16	11	13	16	10	6	9	10	7	5	7	4	6	7	8	4	4	6	6
	40代	159	31	25	21	20	19	13	△ 20	15	12	12	8	7	8	10	7	8	7	7	4	5	3	3
	50代	127	34	21	▽ 9	15	11	13	▽ 6	10	11	4	▽ 3	9	9	5	5	3	5	5	2	3	2	2
	60代	85	26	18	16	16	23	△ 22	15	11	13	9	6	△ 15	2	6	7	5	3	1	3	2	2	1

※SNSとは、ソーシャルネットワークサービス。具体的には、Facebook、Twitter、Instagram、LINEなどを指す。

注) △■:未保有層、潜在需要層+有意差(5%水準) ▽:未保有層、潜在需要層-有意差(5%水準)

5. 新規ユーザー取り込みのための切り口

(1) 二輪車新規購入者特性

- <二輪新規購入者特性>をみると、新規購入者は現ユーザーと比較して、若年層や女性が多く、近年は女性が拡大している可能性があることが確認できた。
- エントリーの背景要因となる二輪車のイメージとしては、「カッコいい」といったポジティブなイメージを持たれていることがわかる。
- 二輪車で実現できることとしては、10代～20代のバイク新世代では、「新しい体験ができる、ワクワク感を味わえる」「世界感を広げられる」「自分らしさを表現できる」といった世界感の拡張や、成長をバイクに期待していることが確認できた。

<二輪車新規購入者特性(新車購入ユーザー、トピック調査より)>

顧客像(解釈)		特性	調査から確認できたこと
新規購入者	バイク新世代	10～20代男性 二輪車にポジティブなイメージを持つ世代 「自由」「体験」「非日常」「交流」「成長」「特別感」が二輪車の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ・ 二輪車イメージは、「カッコいい」「男性的」「経済的な余裕」。 ・ 二輪車の魅力は、 <ul style="list-style-type: none"> -自由(自由に動き回りたい、いろいろなところに行きたい) -体験(新しい体験・ワクワク感) -非日常(ふだんの生活を盛り上げたい、非日常を味わいたい) -人との交流(友人との時間を楽しみたい、新しい仲間・友人と出会いたい) -成長(世界観を広げたい、達成感を味わいたい) -特別感(他の人にはない特別感、異性にモテたい) ・ 情報源の特徴は、「バイク仲間・有名人のSNS投稿・ブログ」。 アプリを通じた情報を期待(二輪コース・スポット、修理・防犯情報)。
	趣味ミドル男性	30～40代男性 人生を楽しむ個性的な大人の趣味として楽しみたい 「自然」「体験」「成長」が二輪車の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ・ 二輪車イメージは、「人生を楽しんでいる」「趣味性」「個性的」。 ・ 二輪車の魅力は、 <ul style="list-style-type: none"> -自然との交流(気軽に自然と触れ合いたい) -体験(新しい体験・ワクワク感) -成長(世界観を広げたい、達成感を味わいたい) ・ 情報源の特徴は、「二輪車専門誌が運営するWebサイト」。
	新・バイク女子	10～20代女性 二輪車にポジティブなイメージを持つ世代 「スマート」「交流」「特別感」「リフレッシュ」が二輪車の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ・ 二輪車イメージは、「カッコいい」「自由」「便利」。 ・ 二輪車の魅力は、 <ul style="list-style-type: none"> -スマート(便利な生活、無駄な支出・時間・労力を省く) -交流(友人との時間を楽しみたい) -特別感(まわりから特別な人にみられたい) -リフレッシュ(ストレス発散、非日常) ・ 情報源の特徴は、「友人・知人からの口コミ」、「家族からの口コミ」。
	アクティブ女子	30～40代女性 二輪車を通じて時間を効率的に使い家族との交流や達成感を得たい 販売店を通じて二輪車生活が広がる	<ul style="list-style-type: none"> ・ 二輪車イメージは、「カッコいい」「男性的」。 ・ 二輪車の魅力は、 <ul style="list-style-type: none"> -スマート(無駄な時間・労力を省く) -交流(友人との時間を楽しみたい) -成長(運転技術を磨いて達成感を味わいたい) ・ 情報源の特徴は、「家族の話」、「販売店のSNS」「販売店のダイレクトメール、メルマガ」。

(2) 二輪車潜在層特性

- 二輪車市場は、中古車ユーザー、レンタルユーザー、過去保有層、未保有層、潜在需要層など、裾野は広い。需要拡大の鍵は、ユーザーの情報・サービス期待に応えていくことと考えられる。
- 二輪車潜在層としては、レンタルバイクを使用している「大都市潜伏ライダー」、中古車を購入した「中古車ならではの魅力でエントリーした若い男性」、過去に保有していた「購入の壁が大きい男性ミドル層」、現在未保有あるいは潜在需要がある「移動欲求が高い男性」と「身近な遊びをつくりたい女性」が存在している。

<二輪車潜在層 特性(トピック調査より)>

顧客像(解釈)		特性	調査から確認できたこと
レンタルユーザー	大都市 潜伏ライダー	都市部 30～40代高収入層 将来バイク購入意向あり オープンな接点と 購入時メリット 選択アドバイスを期待	<ul style="list-style-type: none"> 30～40代、都市部居住、高所得層がレンタルバイクを使用。 レンタルバイクは、「旅行先・出張先での使用」「ツーリング」「気分転換」で使用されている。 レンタルユーザーの中で、二輪車を買いたい人が4割。未購入なのは「手頃な価格の二輪車がない」「気に入った二輪車がない」「駐車スペースがない」など、欲しい二輪車がないこと、都市ならではの駐車場不足が原因。 二輪車を買いたいと思っているレンタルユーザーが期待するのは「二輪車の販売店の自由な見学」「二輪車の販売店での来店時プレゼント」「さまざまなメーカーの二輪車の中から自分に合うものを選んでくれる」「ツーリングサポートサービスの充実」。
中古車ユーザー	中古車ならではの魅力でエントリーした若い男性	中古が若年の受け皿に 経済的な要因だけでなく、中古車モデルの魅力 新車選択の手がかり、用途情報を期待	<ul style="list-style-type: none"> 中古車が、若年層の二輪車へのエントリー(新規購入)の受け皿に。 中古車を購入する理由は「新車を購入する経済的な余裕がないから」が34%と最も高いが、「欲しいモデルが中古車でしか販売していない」「中古車のほうが探しやすい」「中古車は取り扱いに気を使う必要がない」「カスタムにお金をかけたかった」など中古車でしか味わえない魅力もある。 今後、新車を購入したい中古車ユーザーは27%。欲しい情報は「メーカー横断の比較情報」「二輪車の楽しみ方」「運転技術の向上」。
過去保有層	購入の壁が大きい男性ミドル層	男性40～50代のミドル層 経済的な要因だけでなく、二輪の使用機会がない家族の反対が壁 新車へのトライアル、家族の説得に期待	<ul style="list-style-type: none"> 「男性40～50代」、「子手離れ・子独立」。 二輪車を購入できないのは「購入のためのお金がない」「維持費やガソリン代がかかる」「手頃な価格の二輪車がない」といった経済的な要因に加え、「二輪車に乗る機会がない」「家族の反対」などの壁。 「新車の試乗」「家族全員が楽しめるイベント」「ライダー向け運転・操作技術向上支援」を期待。
未保有層・潜在需要層	移動欲求が高い男性	男性シングル・ミドル層 移動欲求が高く、二輪免許は持っているのに、購入に至らないのはコスト以外に、接触機会不足	<ul style="list-style-type: none"> 「男性40～50代」、「独身社会人」。 高い「移動欲求(知らないところへ行ってみたい等)」。「達成感」「体験」「世界観」「自分発見」が動機。購入に至らないのはコストの問題。 免許取得段階で二輪車を購入するイメージがない。「初心者が集うコミュニティイベント」「憧れの二輪車の試乗」、若者からは「ご当地のレジャー体験」を期待。
	身近な遊びをつくりたい女性	若い女性 コンテンツの影響で二輪車に興味を持ったが、移動欲求なし、バイク情報なし、接触チャンスなし	<ul style="list-style-type: none"> 「女性10～30代」。「映画」「ドラマ」で二輪車に興味。 「遠くに行くより身近なところでゆっくりしたい」など、身近な場所での遊びを求める。 免許取得まで至らないのは、身の回りに二輪車に関する情報がない、車種・購入場所がわからないため。一人・初心者でも参加できるイベント、SNSやブログからの情報発信を期待。

(3) 新規購入者・潜在層の情報・サービスニーズ

- 二輪車市場は、購入可能性のあるユーザーが潜在化している市場である。新規購入層を拡大するとともに、潜在層に対しては阻害要因を軽減することで、現ユーザーへと引き上げていくアプローチができると考えられる。
- 各層の期待からみると、レンタルユーザー、中古車ユーザーは新型車へのトライアル促進(新型車への接触機会)、過去保有層は使用のきっかけづくり(レンタルなど)を求めていると考えられる。
- 一方で、未保有層、潜在需要者など、二輪車の経験が浅いユーザーには、免許教習段階からの誘導や、ネットとの連動によって、エントリーへのきっかけとなるオープンな場づくりや、コミュニティを活用したサポート(仲間づくり、情報支援)が求められると考えられる。

<新規二輪購入者・潜在層の情報・サービスニーズ>

バイクに乗る人を増やすための「ステップアップの促進策」

ユーザー構造	顧客像	情報・サービス期待と施策案
<p>新規購入層</p>	<p>バイクへの エントリー 新世代</p>	<p>○新たなエントリー層の象徴(シンボルへ)</p> <ul style="list-style-type: none"> -経験値向上 (世界観拡大、体験づくりなど) -関係創出 (新しい仲間・友人に出会える) -自己演出 (カッコいい、経済的な余裕) <p>友人・知人・有名人のSNS・ブログを通じた 新たなバイクユーザーとバイクライフの波及</p>
<p>レンタルユーザー 中古車ユーザー</p>	<p>大都市潜伏 ライダー 中古ならではの 魅力で エントリーした 若い男性</p>	<p>○レンタル・中古から新車購入へ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レンタルユーザーを購入者へ -二輪車の販売店の自由な見学 -自分に合うものを選んでくれる ex.オープンな顧客接点と購入アドバイス ・中古車ユーザーを新車ユーザーへ -メーカー横断の比較情報、楽しみ方など ex.Webによる情報プラットフォームの整備
<p>過去保有層</p>	<p>購入の壁が 大きい男性 ミドル層</p>	<p>○使用のきっかけづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> -経済的な要因 -二輪の使用機会がないこと、家族の反対が壁 <p>ex.レンタルユーザーへのステップアップ ex.旅行先・身近なプチツーリング訴求 ex.中古からのエントリー促進 ex.家族の説得(親子ライダー促進)</p>
<p>未保有層 (免許あり) (二輪購入意向あり)</p>	<p>移動欲求が 高い男性</p>	<p>○教習所から使用(レンタル)への誘導</p> <p>免許取得時に、欲しいバイクが決まっていない 「初心者が集うコミュニティイベント」「憧れ車種の試乗」 「ご当地レジャー体験」を期待。</p> <p>ex.教習段階からレンタルバイクへの誘導 ex.トライアル層づくり(ご当地体験などで集客し 初心者同士をコミュニティ化させる)</p>
<p>潜在需要層 (免許なし) (二輪購入意向あり)</p>	<p>人との共有 身近な遊びを つくりたい 女性</p>	<p>○ネットワーク(SNSなど)によるユーザー化</p> <p>二輪に関する情報がない、車種・購入場所がわからない 「一人」「初心者」でも参加できるイベントを期待</p> <p>ex.初心者・未保有者でも参加しやすいイベント ex.一人で参加したユーザーを仲間にして、 二輪車選択を手助け</p>

■ アンケート調査票

