

**カレコ・カーシェアリングクラブ 会員アンケート2015 結果発表**

～ 30代・40代の既婚男性を中心にマイカー&レンタカーの代替利用で需要は拡大基調 ～  
～ カーシェアリングの年間平均利用回数はレンタカーの3.46倍 ～

- 男女共20代のカーシェアリング利用意向が最も高い(男性41.5%、女性44.8%)
- カーシェアリングを利用後、マイカー購入意向が増加(利用前21.9% ⇒ 利用後38.7%)
- 特に男女共20代はマイカーの購入意向が高く(男性63.9%、女性53.1%)、「車に触れる機会」を欲している

三井不動産リアルティ株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:山代 裕彦)100%出資子会社のカーシェアリング・ジャパン株式会社(以下「CSJ」、本社:東京都渋谷区、代表取締役:黒川 伸吾)は、2015年11月～12月に、全3回に分けたアンケート調査を実施しました。今回の調査では、以下の3つのグループを対象に、全グループ共通の設問と、グループ特性にあわせた個別設問を用意し、その結果を集計しています。

- ① カレコ・カーシェアリングクラブ会員(※以降、「カレコ会員」で統一)
- ② カーシェアリングユーザー(※以降、「ユーザー」で統一)
- ③ 一般ドライバー(※以降、「一般」で統一)

本調査により、カーシェアリングの市場動向、消費者ニーズと利用実態、性別・年代別の傾向までが明らかになりました。当社では、本調査により得られた傾向をもとに、ますます利用者の皆様にとって利便性の高いサービスを展開してまいります。

CSJは、企業理念である「楽しくてスマートなライフスタイルのために」を念頭に、カーシェアリングがより一層身近で使いやすいサービスとなることを目指すとともに、カーシェアリングを通じて、より楽しい時間を過ごしていただけるよう、東京都23区を中心に“カレコ・カーシェアリングクラブ”としてサービスを展開しています。

また、三井不動産リアルティ株式会社が展開する駐車場「三井のリパーク」へのカレコ・カーシェアリングステーションの設置を進めており、2016年4月末時点で、約800ステーション/約1,000台の規模で、カーシェアリング事業を展開しております。

調査結果については、次項以降をご覧ください。

※本件につきましては、国土交通記者会、自動車産業記者会へ資料を配布しております。

～ 本件に関するお問い合わせは ～

カーシェアリング・ジャパン株式会社

経営管理室 植野 TEL03(5456)6402

# I. 主な調査結果・主旨

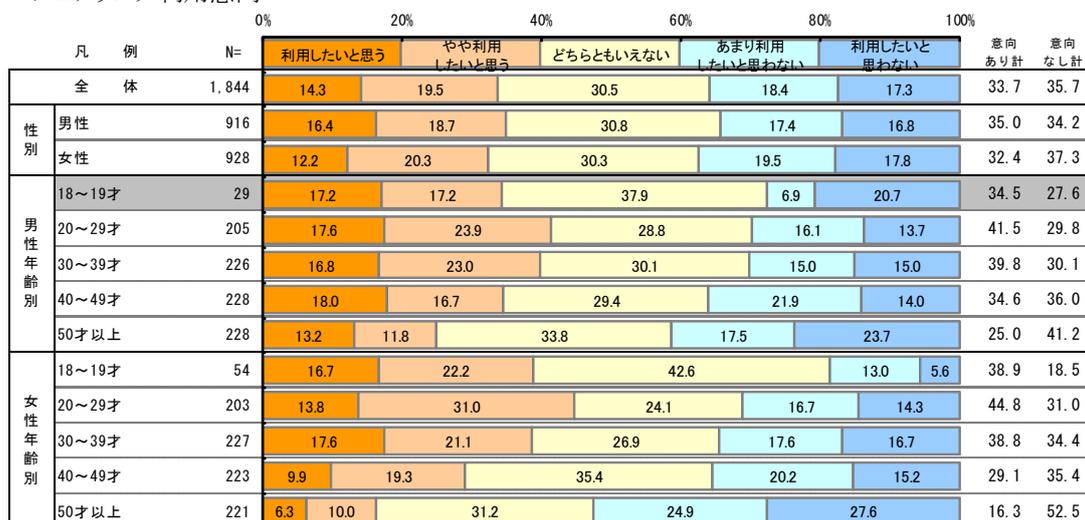
	主な調査結果	調査対象		
		カレコ会員	ユーザー	一般
1	カーシェアリングの利用意向は確実に高まっており、男女共20代の利用意向が高い！			●
2	カーシェアリングユーザーは30代～40代既婚男性が中心であるが、20代が増加傾向に！	●	●	
3	20代ではカーシェアリング利用後、マイカー購入意向が、大幅に高まる傾向に！	●		
4	カーシェアリング利用の2大動機は、「マイカーの代替」=56.6%、「レンタカーの代替」=53.4% 20代では男女ともに、「車に触れる機会」を欲している傾向に！	●		
5	カーシェアリングの2大メリットは、「合理性」と「コスト」 20代男性カレコ会員では、「乗りたい車(車種)がある」が高い	●	●	
6	シェアしたい車は、女性では「コンパクトカー」が一番人気 男性では「SUV」「スポーツカー」などに分散し、特に男性20代では、「SUV」「スポーツカー」が目立って高い	●		
7	カーシェアリングの2大利用目的は、「郊外の大型商業施設への買い物」と「レジャーやドライブ」	●	●	
8	カーシェアリングの年間平均利用回数は、レンタカーの3.46倍に上る！			●
9	カーシェアリングの認知は高まっているものの具体的な中身は知られておらず、カーシェアリングの説明文提示後は、利用意向が1.42倍上昇！ 特に20代・30代男性、10代～30代女性の利用意向は大幅に上昇！			●
10	カーシェアリングユーザーであっても、サービス理解が不十分？ 長時間利用料金プランを提示すると魅力度と利用意向が大幅に増加！	●	●	
11	全体の約8割がスマートフォン経由でステーション検索・予約 利用開始・終了時の手段も同様	●		

# II. 調査結果・詳細

## 1. カーシェアリングの利用意向は確実に高まっており、男女共 20 代の利用意向が最も高い！

一般に対して、カーシェアリングを今後利用したいと思うかについて聞いたところ、「利用したいと思う」は全体の33.7%に留まりましたが、2014年3月の数値(25.0%)と比較すると、8.7pt アップしています。また、性別・年代別で比較すると、男女共に20代の利用意向が最も高く、男性で41.5%、女性は44.8%という結果となりました。

※一般/カーシェアリング利用意向

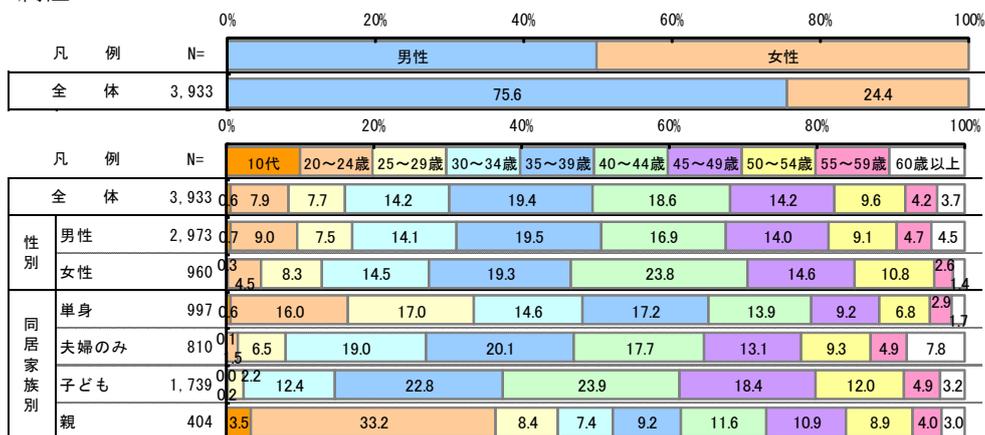


■ : N=30未満

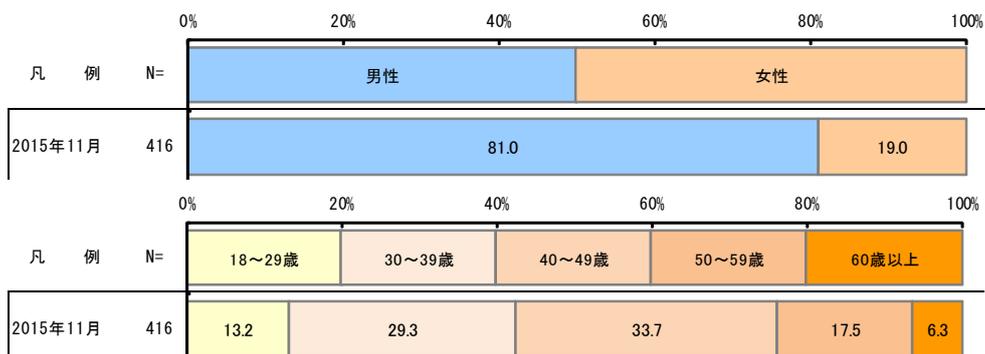
## 2. カーシェアリングユーザーは30代～40代既婚男性が中心であるが、20代が増加傾向に！

カーシェアリングユーザーの属性については、カレコ会員・ユーザー共に、男性比率が約8割（※カレコ会員＝75.6%、ユーザー＝81.0%）と圧倒的に高く、年代では30代～40代が全体の6割～7割程度（※カレコ会員＝66.4%、ユーザー＝63.0%）と中心であることがわかりました。既婚者の比率はそれぞれ全体の約6割（※カレコ会員＝64.5%、ユーザー＝60.3%）で、カーシェアリングユーザーは、30代～40代の既婚男性が中心であることがわかりました。また、カレコ会員では、20代の会員が全体の15.6%に留まりましたが、2015年の1年間に入会した20代の会員は全体の22.0%となり、20代の入会が増加傾向にあることがわかりました。

※:カレコ会員／属性



※ユーザー／属性

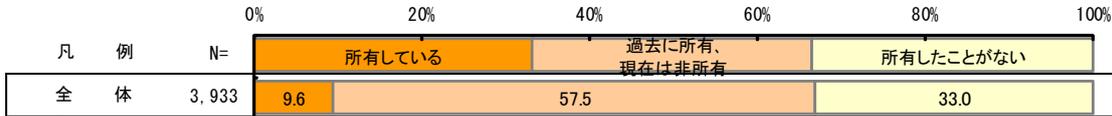


### 3. 20代ではカーシェアリング利用後、マイカー購入意向が大幅に高まる傾向に！

カレコ会員のマイカー所有率は9.6%、マイカーを所有していないカレコ会員(90.4%)のカーシェアリング利用後のマイカー購入意向は38.7%に(うち、カーシェアリング利用前から購入意欲ありは21.9%)

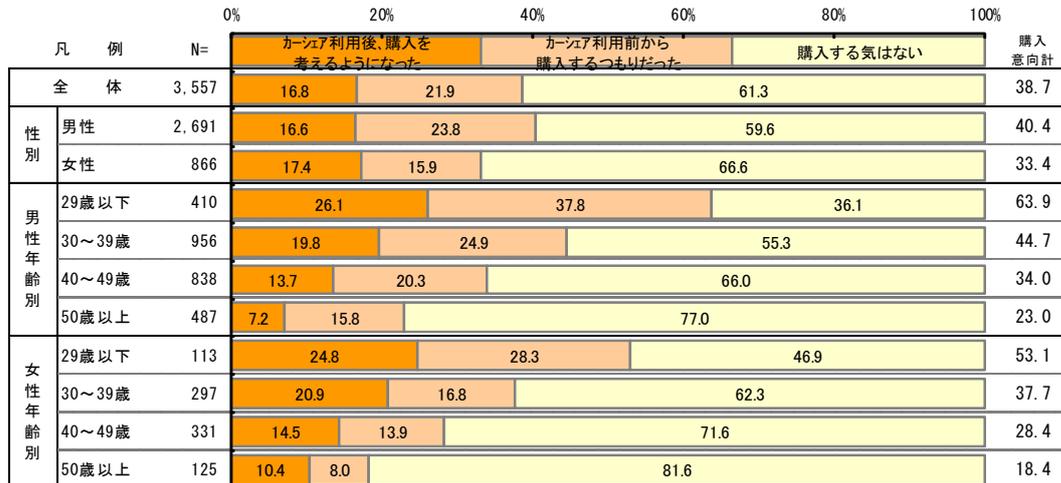
カレコ会員のマイカー所有状況について確認したところ、「所有している」の回答は全体の9.6%でした。

※カレコ会員／マイカー所有率



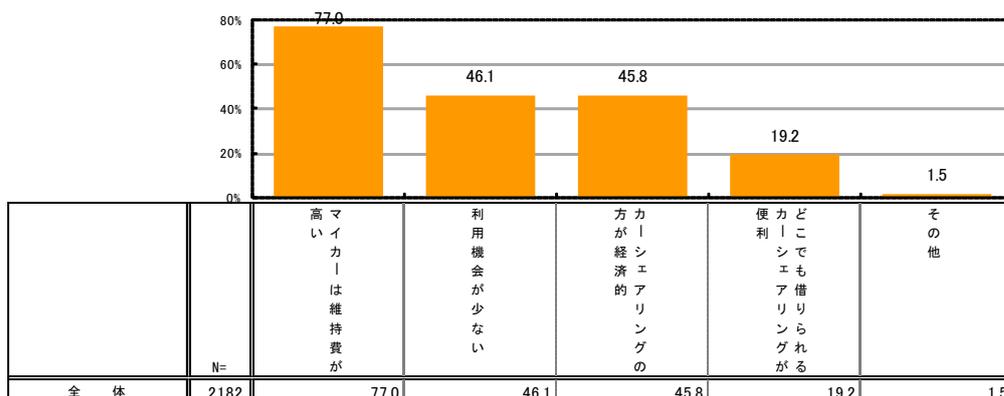
現状マイカーを所有していないカレコ会員(全体の90.4%)に、「将来的に車を購入したいと考えているか」について聞いてみたところ、16.8%の人が「カーシェアリング利用後、購入を考えるようになった」と回答しました。この結果を年代別で比較してみたところ、男性・女性共に年齢が若いほどマイカー購入意向が高まる傾向にあり、29歳以下の男性では63.9%(26.1ptアップ)、女性でも53.1%(24.8ptアップ)と大幅に上昇していることがわかりました。

※カレコ会員／マイカー購入意向



「購入する気はない」と回答したカレコ会員に購入しない理由について聞いてみたところ、最も多かったのは「マイカーは維持費が高い」で全体の77.0%、以降「利用機会が少ない(46.1%)」、「カーシェアリングの方が経済的(45.8%)」、「どこでも借りられるカーシェアリングが便利(19.2%)」と続きました。車の利用機会が少ない状況に対して、維持費がマイカー購入の最大のネックとなっており、より経済的なカーシェアリングを利用している実態が浮き彫りとなりました。

※カレコ会員／マイカー非購入意向理由



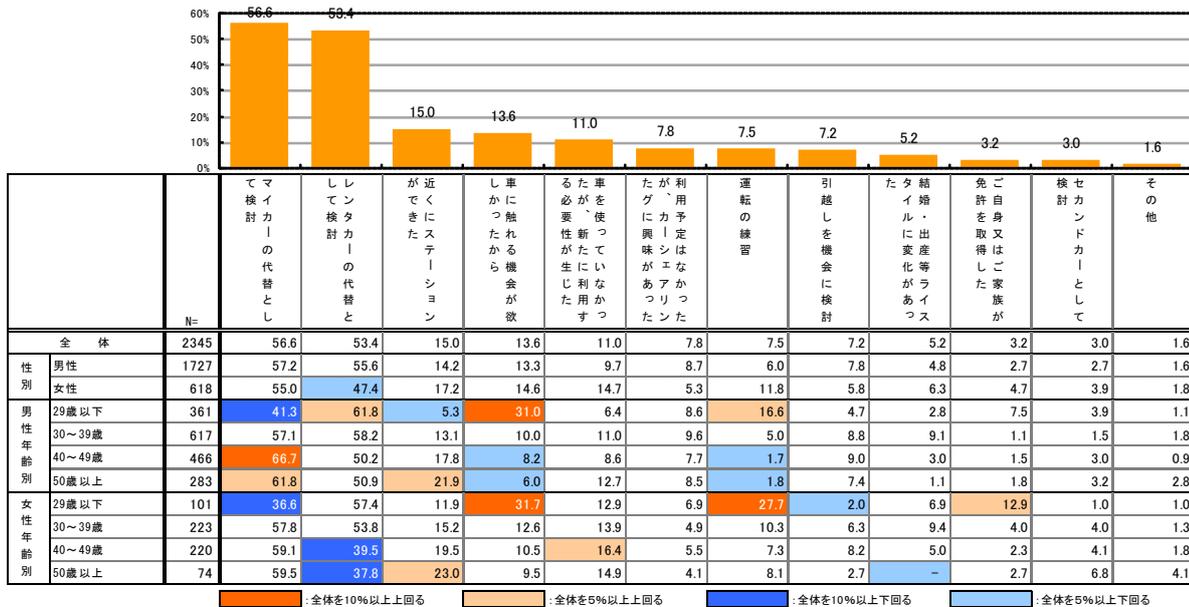
#### 4. カーシェアリング利用の2大動機は、

「マイカーの代替」=56.6%、「レンタカーの代替」=53.4%

29歳以下では男女ともに、「車に触れる機会」を欲している傾向に！

カレコ会員に、「カーシェアリングを検討したきっかけ」について聞いてみたところ、「マイカーの代替として検討(56.6%)」と「レンタカーの代替として検討(53.4%)」が共に過半数となり、カーシェアリングを利用する2大動機になっていると言えます。以降、「近くにステーションができた」=15.0%、「車に触れる機会が欲しかった」=13.6%、「車を使っていなかったが、新たに利用する必要性が生じた」=11.0%と続きました。

※カレコ会員／カーシェアリングを検討したきっかけ

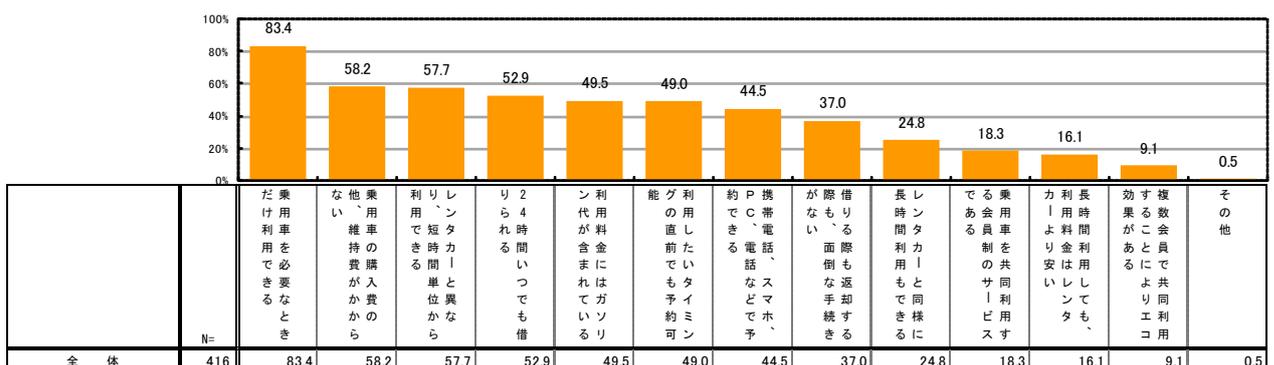


前項の「マイカー購入意向」と同様、この項目でも年代別に大きく差が出ました。29歳以下の回答結果では、「レンタカーの代替として検討」と「マイカーの代替として」が多い状況は他の年代と同様でしたが、次いで多かったのは「車に触れる機会が欲しかったから」で、男女共に3割強(※男性=31.0%、女性=31.7%)となりました。若年層は、車への関心の高さから、より経済的なカーシェアリングを接触機会としている様子が見られました。

#### 5-1. カーシェアリングの2大メリットは、「合理性」と「コスト」

次に、ユーザーに対して「カーシェアリングのメリット」を聞いてみたところ、最も高かったのは「乗用車を必要なときだけ利用できる」=83.4%、となりました。2位以降は「乗用車の購入費の他、維持費がかからない」=58.2%、「レンタカーと異なり、短時間単位から利用できる」=57.7%、「24時間いつでも借りられる」=52.9%、「利用料金にはガソリン代が含まれている」=49.5%など、利用料金に関するメリットが支持を集めました。

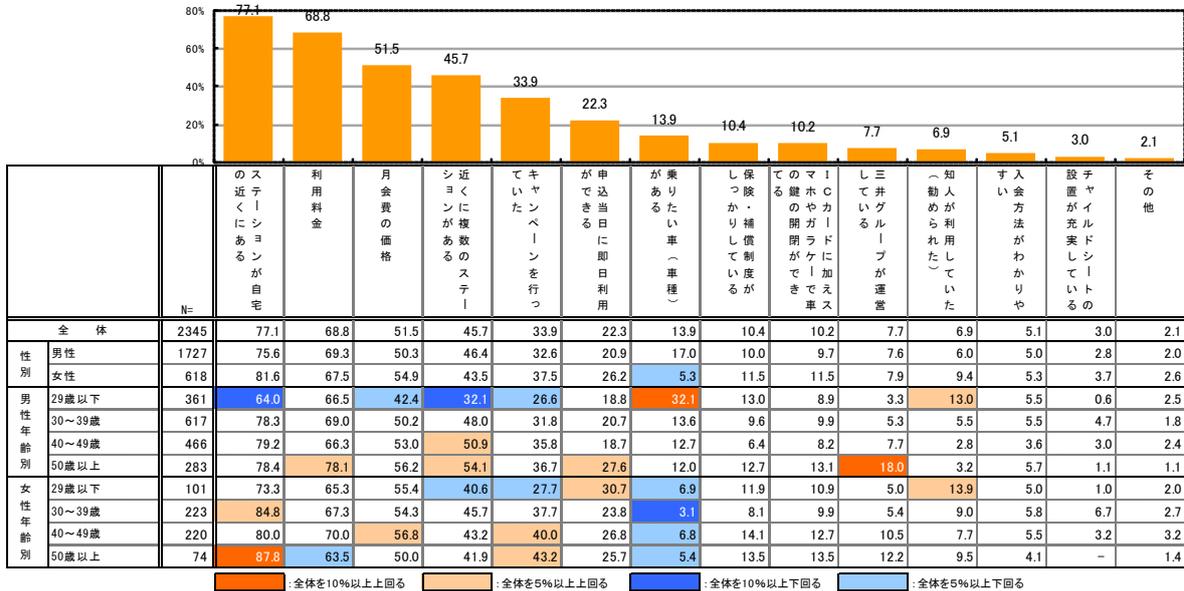
※ユーザー／カーシェアリングのメリット



## 5-2. 29歳以下の男性カレコ会員では、「乗りたい車(車種)がある」が高い

カレコ会員に対して「カレコに入会した理由」を聞いてみたところ、「ステーションが自宅の近くにある(77.1%)」が最も高く、次いで、「利用料金(68.8%)」、「月会費の価格(51.5%)」と続きました。こちらも年代別で比較してみたところ、29歳以下の男性では、「乗りたい車(車種)がある」が32.1%と他の年代に比べ高い結果となっています。

※カレコ会員/カレコ入会理由



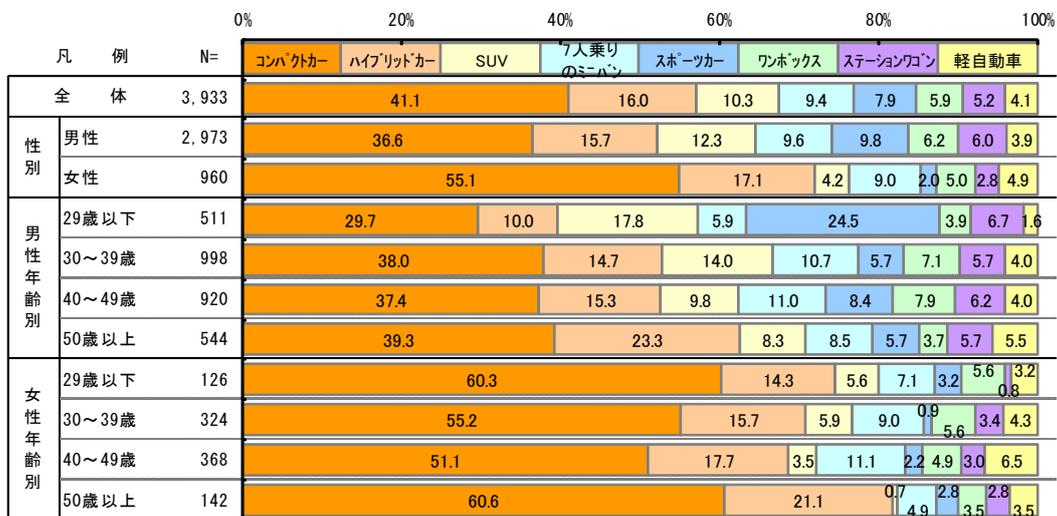
## 6. シェアしたい車は、女性では「コンパクトカー」が一番人気

男性では「SUV」「スポーツカー」などに分散し、

特に男性29歳以下では、「SUV」「スポーツカー」が目立って高い

カレコ会員に、カレコでシェアしたい車のタイプ(1位)を答えてもらったところ、性別・年代を問わず「コンパクトカー」が41.1%と首位となりました。2位以降は「ハイブリッドカー(16.0%)」、「SUV(10.3%)」、「7人乗りのミニバン(9.4%)」、「スポーツカー(7.9%)」、「ワンボックス(5.9%)」、「ステーションワゴン(5.2%)」、「軽自動車(4.1%)」と続きました。こちらを性別・年代別で比較してみたところ、女性は「コンパクトカー」が55.1%と高くなっています。男性はSUVやスポーツカーがそれぞれ高くなっており、29歳以下の男性ではその傾向が顕著に出ています。

※カレコ会員/カレコでシェアしたい車のタイプ

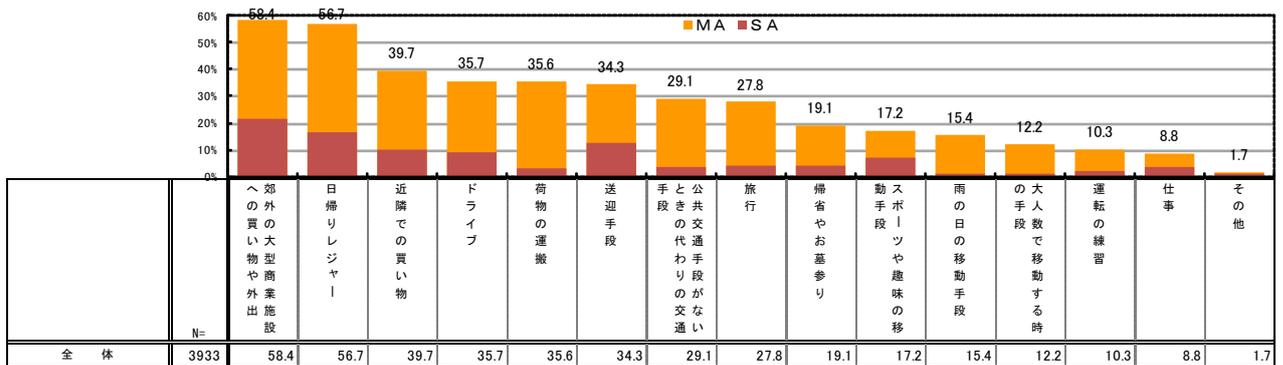


## 7. カーシェアリングの2大利用目的は「郊外の大型商業施設への買い物」「レジャーやドライブ」

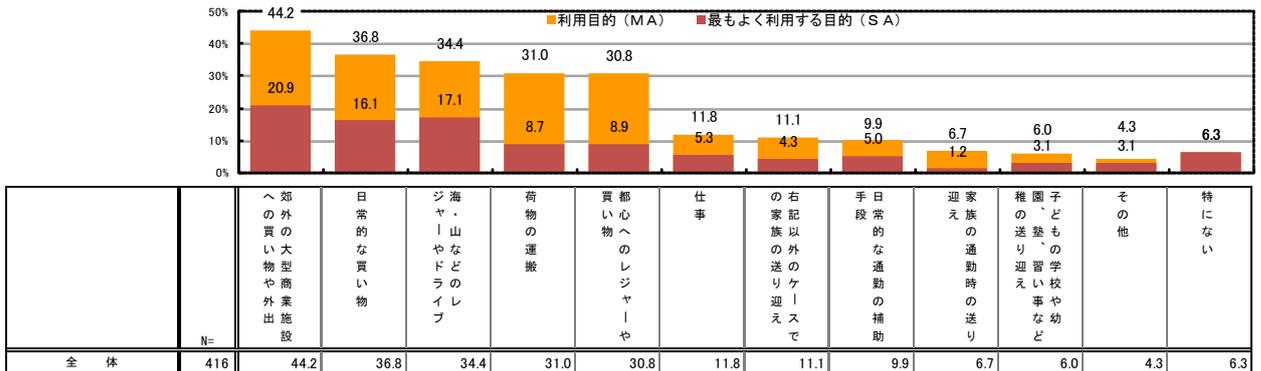
カレコ会員とユーザーに、カーシェアリングの利用目的について聞いてみたところ、共通して最も多かったのは「郊外の大型商業施設への買い物」となっています。次いで、カレコ会員では「日帰りレジャー」、ユーザーでは「海・山などへのレジャーやドライブ」となっており、「郊外への大型商業施設への買い物」「レジャーやドライブ」がカーシェアリング利用の2大目的と言えそうです。

その他、カレコ会員では「近隣での買い物」「送迎手段」、ユーザーでは「日常的な買い物」「荷物の運搬」なども上位に並び、日常生活シーンでも利用されている様子が見えます。

※カレコ会員／カーシェアリング利用目的



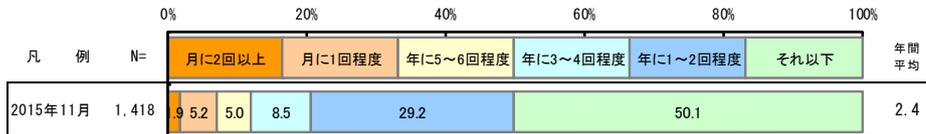
※ユーザー／カーシェアリング利用目的



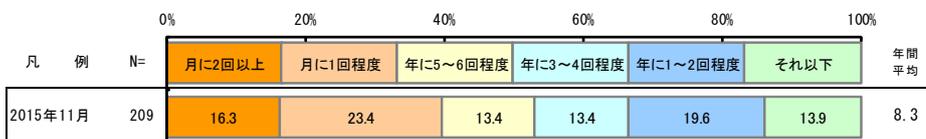
## 8. カーシェアリングの年間平均利用回数では、レンタカーの3.46倍に上る！

レンタカー利用者とカーシェアリング利用者の年間平均利用回数を比較してみると、レンタカーが2.4回であるのに対して、カーシェアリングでは、8.3回と実にレンタカーの3.46倍に上ることがわかりました。

※一般／レンタカー利用頻度



※一般／カーシェアリング利用頻度



## 9. カーシェアリングの認知は高まっているものの具体的な中身は知られておらず、

カーシェアリングの説明文提示後は、利用意向が 1.42 倍上昇！

特に 20 代・30 代男性、10 代～30 代女性の利用意向は大幅に上昇！

一般に対して、カーシェアリングに関する説明文を提示した後に利用意向を聞いてみたところ、「利用したいと思う」の回答は全体で 47.9%（※「利用したいと思う（17.2%）」と「やや利用したいと思う（30.8%）」の合計）と、説明文提示前（1 項の調査結果）の 1.42 倍に上昇しました。また、性別・年代別で比較してみたところ、男性は 20 代・30 代、女性は 10 代～30 代で「利用したいと思う」率が大幅に上昇しました。

※一般／カーシェアリング利用意向

凡 例	N=	0% 20% 40% 60% 80% 100%					意向あり計	意向なし計	事前意向	アップ率	
		利用したいと思う	やや利用したいと思う	どちらともいえない	あまり利用したいと思わない	利用したいと思わない					
全 体	1,970	17.2	30.8	27.0	13.9	11.2	47.9	25.1	33.7	14.2	
性別	男性	962	18.1	29.5	27.4	13.7	11.2	47.6	24.9	35	12.6
	女性	1,008	16.3	31.9	26.6	14.0	11.2	48.2	25.2	32.4	15.8
男性年齢別	18～19才	40	17.5	30.0	25.0	17.5	10.0	47.5	27.5	34.5	13.0
	20～29才	220	20.0	39.5	21.8	8.6	10.0	59.5	18.6	41.5	18.0
	30～39才	234	21.4	33.3	22.6	11.5	11.1	54.7	22.6	39.8	14.9
	40～49才	234	17.5	21.4	32.9	17.1	11.1	38.9	28.2	34.6	4.3
	50才以上	234	13.7	24.4	32.5	16.7	12.8	38.0	29.5	25	13.0
女性年齢別	18～19才	80	30.0	37.5	13.8	13.8	5.0	67.5	18.8	38.9	28.6
	20～29才	234	23.1	37.6	21.8	9.0	8.5	60.7	17.5	44.8	15.9
	30～39才	234	20.9	33.3	22.2	13.7	9.8	54.3	23.5	38.8	15.5
	40～49才	234	9.4	32.5	31.6	15.0	11.5	41.9	26.5	29.1	12.8
	50才以上	226	6.6	22.1	35.4	18.6	17.3	28.8	35.8	16.3	12.5

## 10. カーシェアリングユーザーであってもサービス理解が不十分？

長時間利用料金プランを提示後、魅力度と利用意向が大幅に増加！

カレコ会員・ユーザー共にレンタカー利用率は相応に高い状況ですが（※カレコ会員＝「利用したことがある（72.0%）」、ユーザー＝「1年以内に利用した（61.5%）」）、カレコ会員のレンタカー利用理由では「長時間利用の場合は料金が安い」が 54.4%と最も多く、ユーザーでも「長期・長時間の利用ではレンタカーを利用する」という意見が多くを占めています。

そこで、カレコ会員・ユーザーそれぞれに、カーシェアリングでコンパクトカーを 48 時間借りて、往復約 200km 走行した場合の料金プランを提示し、その後、カレコ会員には「長時間利用料金プラン」に魅力を感じるかどうかを、ユーザーには利用意向が上がるかどうかをそれぞれ聞いてみました。

提示した長時間利用料金プランに「魅力を感じる」と回答したカレコ会員は全体の 76.8%（※「非常に魅力を感じる（30.9%）」と「やや魅力を感じる（45.9%）」の合計）、ユーザーでは「利用意向があがる」という意見が全体の 78.6%（※「利用意向が非常にあがる（33.4%）」と「利用意向がややあがる（45.2%）」の合計）と圧倒的多数となりました。カーシェアリングの内容に対する理解度が不十分であり、理解が進むほど利用意向が高まることが推察されます。

※カレコ会員／長時間利用料金プラン提示後のカーシェアリングの魅力度

凡 例	N=	0% 20% 40% 60% 80% 100%					魅力あり計	魅力なし計
		非常に魅力を感じる	やや魅力を感じる	どちらともいえない	あまり魅力を感じない	魅力を感じない		
全 体	3,933	30.9	45.9	15.7	5.5	2.0	76.8	7.6

※ユーザー／長時間利用料金プラン提示後のカーシェアリング利用意向

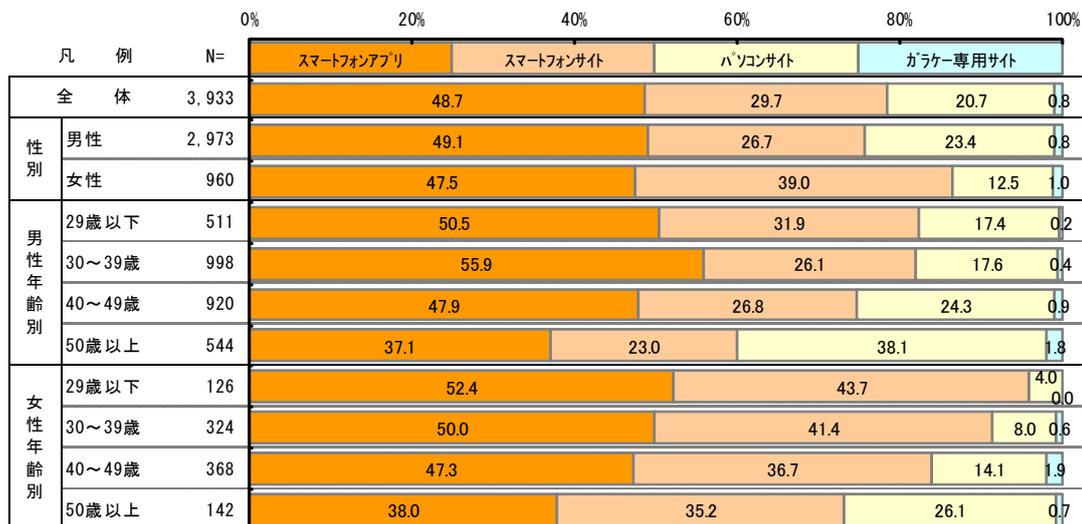
凡 例	N=	0% 20% 40% 60% 80% 100%			意向アップ計
		利用意向が非常にあがる	利用意向がややあがる	利用意向に変化はない	
全 体	416	33.4	45.2	21.4	78.6

## 11. 全体の約8割がスマートフォン経由でステーション検索・予約

### 利用開始・終了時の手段も同様

最後に、カレコ会員がステーション検索や、予約などを行っているデバイスについて聞いてみたところ、「スマートフォンアプリ」が48.7%で最も多く、次いで「スマートフォンサイト(29.7%)」となり、全体の約8割がスマートフォン経由でカーシェアリングを利用していることがわかりました。また、年代が若いほどスマートフォンでの利用が高い傾向にありました。

※カレコ会員/ステーション検索・予約時の主な手段



今回のアンケート調査で、カーシェアリングが、現状どのように利用され、属性毎にどのような特性があるのかがわかりました。CSJでは、企業理念である「楽しくてスマートなライフスタイルのために」を念頭に、カーシェアリングがより一層身近で使いやすいサービスとなることを目指すとともに、カーシェアリングを通じて、より楽しい時間を過ごしていただけるよう、今後もサービスを充実してまいります。

## Ⅲ. アンケート調査実施概要

### 1) カレコ・カーシェアリングクラブ会員

実施期間 :2015年12月10日～20日

対象者 :カレコ・カーシェアリングクラブの現会員

サンプル数 :3,933 (新規会員:2,345、既存会員:1,588)

※「新規会員」=2014年10月1日以降に会員になられた方

※男性:75.6%、女性:24.4%

※10代:0.6%、20代:15.6%、30代:33.6%、

40代:32.8%、50代:13.8%、60代以上:3.7%

調査内容 :カーシェアリング検討理由、カレコ選択理由、利用実態、満足度、など

## 2) カーシェアリングユーザー

実施期間	:2015年11月27日～30日
対象者	:カーシェアリングの現会員 (スクリーニング調査は、極力人口構成比に合わせて配信)
サンプル数	:416 ※男性:81.0%、女性:19.0% ※10代～20代:13.2%、30代:29.3%、40代:33.7%、 50代:17.5%、60代以上:6.3%
調査内容	:利用しているカーシェアリング業者・選択理由、利用実態、満足度、など

## 3) 一般ドライバー

実施期間	:2015年11月27日～30日
対象者	:18歳以上のドライバー ※運転免許保有者で、「運転しない／ほとんど運転しない」人を除外 ※尚、出現の厳しい18歳～29歳については「運転免許保有者」に緩和
調査対象エリア	1:東京都心(中央区、港区、千代田区、新宿区、渋谷区、文京区) 2:城東地区(葛飾区、墨田区、江東区、江戸川区、足立区、台東区) 3:城西地区(杉並区、中野区、世田谷区) 4:城南地区(大田区、品川区、目黒区) 5:城北地区(板橋区、北区、荒川区、豊島区、練馬区) 6:東京都下 7:神奈川県横浜市 8:神奈川県川崎市 9:埼玉県川口市
サンプル数/割付	:2,250 ※性別×年代/10代、20代、30代、40代、50代以上で均等割付 ※1エリア250サンプル×9エリア
調査内容	:カーシェアリングの浸透度、利用意向、利用実態、業者選定基準、など

## IV. 会社概要

会社名	: カーシェアリング・ジャパン株式会社
本社	: 東京都渋谷区恵比寿西1丁目7番7号 EBSビルディング3階
代表者	: 代表取締役 黒川 伸吾(くろかわ しんご)
設立	: 2008年8月
資本金	: 1億円
事業内容	: 会員制カーシェアリングサービス「カレコ・カーシェアリングクラブ」の提供
ウェブサイト	: <a href="https://www.careco.jp/">https://www.careco.jp/</a>