

## ● 調査レポート

### 自動車（クルマ）が売れない！？～埼玉県の人口・世帯構造変化から考察する～

#### はじめに

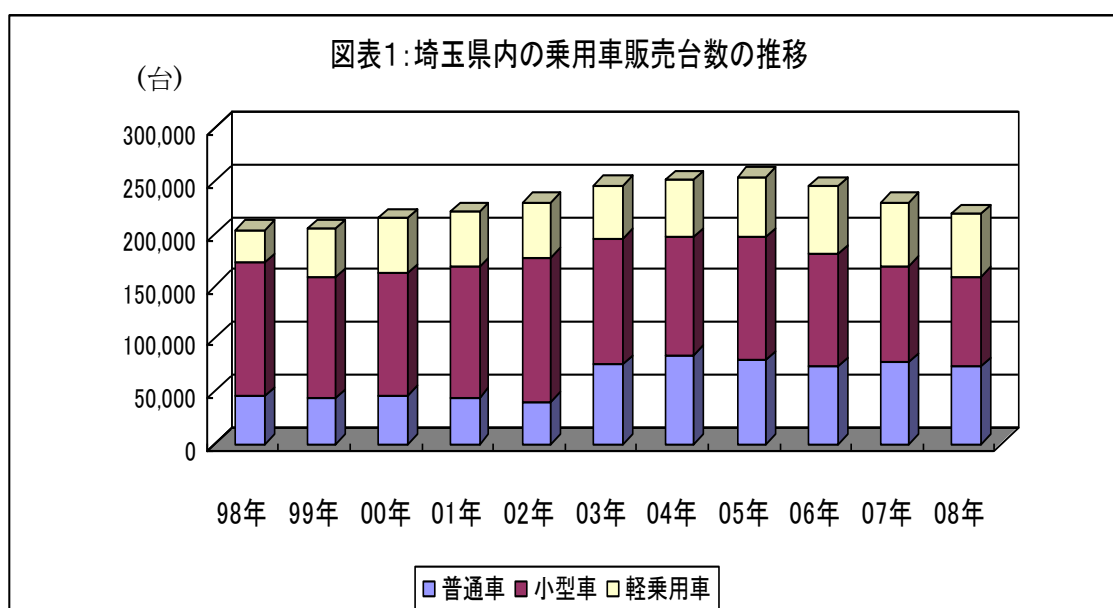
自動車（本稿では“クルマ”と表記を統一した）が売れなくなっている。埼玉県内で1年間に販売される乗用車台数（軽自動車を含む）は、2005年の254,045台をピークに2008年には218,978台と約15%減少している。また県内の登録車数（軽自動車を除く）も、2002年の2,597千台をピークに減少し、2008年には2,360千台と約10%減少している。

なぜ売れなくなってきたのか、その現象は昨年言われたガソリン価格の高騰による買い控え以前から現れており、ガソリン価格高騰はこれに拍車をかけたに過ぎない。「消費者の買いたい車種がない」「クルマを持たないライフスタイルへの転換」「クルマはステータス・シンボルの役目を終えた」など様々なことが言われている。かつて聞いたあのCM「いつかはクラウン」、「ケンとメリーのスカイライン」は既に遠い過去のものとなってしまったのだろうか。

本稿では、少子・高齢化、人口減少などによる人口構造や世帯構造の変化にも大きな要因があるのではないかと考えた。クルマが社会構造の変化から消費動向を分析するツールの一例になればと考える。

#### I. クルマ購入の実情

##### 1. クルマが売れない！



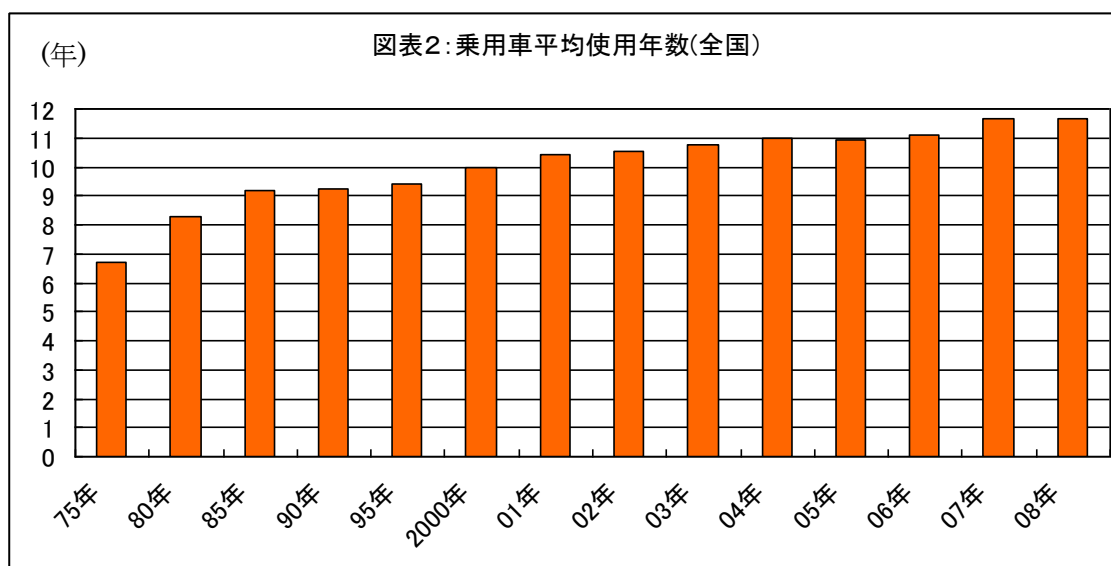
出所：関東経済産業局などより当研究所作成

最近の埼玉県内のクルマを巡る消費動向を見てみよう。図表1は最近の県内乗用車販売台数（軽自動車を含む）の推移である。1998年に203,645台であったが、2005年には251,061台と23.2%まで伸びた。しかしながらその後の減少は急で2008年にはガソリン価格の急騰も拍車をかけ218,978台に落ち込んでいる。そのような状況下で98年から08年に軽乗用車が3万台から6万台とほぼ倍増となっていることは特筆すべき現象である。この要因分析は本稿の主題ではないので詳細については触れないが、クルマに対する消費者の意識変化の表れでともいえる。

別の指標が県民のクルマ離れの現象をハッキリ見せている。最近の県内登録車台数と人口、世帯数の変化を見ると、県内登録車は、1998年2,320千台から、その後の増加により2002年には2,597千台となった。しかしながらこれをピークに減少が始まり、2008年には10年前と同水準の2,360千台へ落ちてきている。この間、埼玉県町（丁）字別人口調査では、県内人口は約300千人、世帯数は約441千世帯増加をしており人口や世帯増加が、必ずしもクルマ購入に結びついていかない現実がある。

## 2. “長寿化”するクルマ年齢

もう一つ押さえておきたいが、クルマ年齢の長寿化である。言い換えれば「消費者がなかなかクルマを買い換えなくなった」現実である。「クルマ自体の性能が大幅に向上し長期間乗ることができる」、「またモデルチェンジの度に買い換える消費行動の減少」などが要因と推察もできる。国内統計によると1975年6.72年、10年後の85年に9.17年、2001年には初の10年超となる10.40年と長寿化が続き、昨年は11.67年となっている。これでは確かにクルマが売れないわけである。



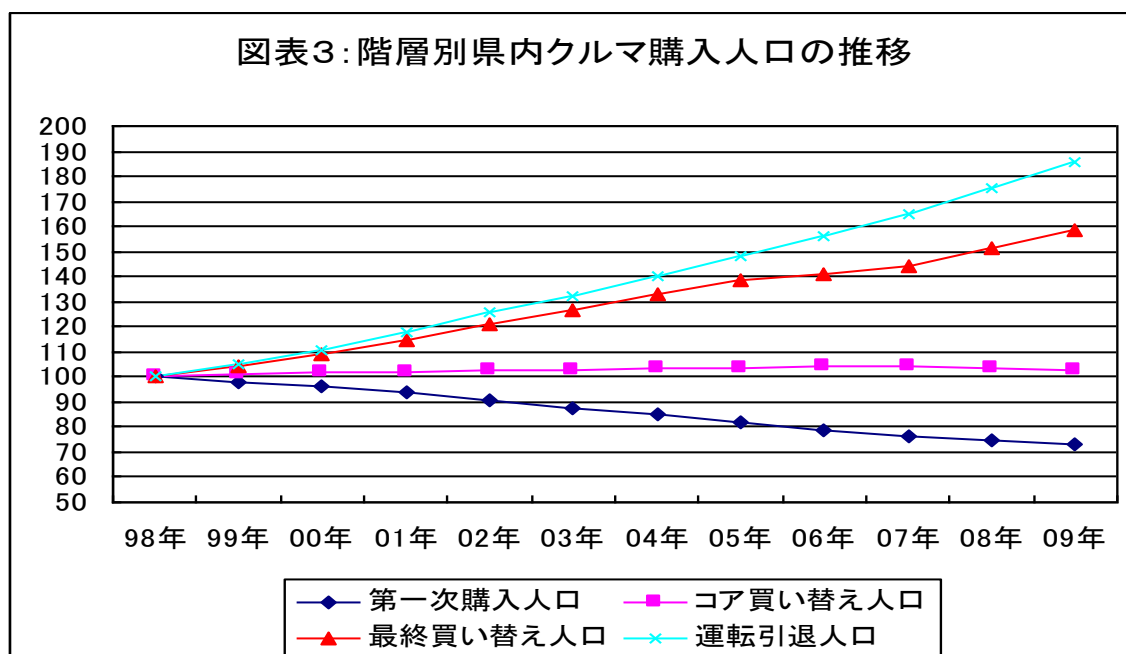
出所：財団法人自動車検査登録情報協会より当研究所作成

\*平均使用年数とは、国内で新規（新車）登録されてから抹消登録されるまでの期間の平

均年数で、人間の平均寿命に相当する。

## Ⅱ. 年齢階層別に見るクルマ購入

人口構造からクルマ購入の実態を推察するべく県民人口を年齢階層別に4つに分類した。免許取得時や就職時等に購入する確率が高い若年齢層を第一次購入人口：(18歳～29歳)とした。続いて結婚や子育て、転勤などのさまざまな社会的な変化を要因としてクルマを買い換えることが多い年齢層をコア買い替え人口：(30歳～59歳)、次に子供たちの独立や定年退職から、多くのドライバーが運転引退年齢としている75歳直前までの最終買い替え人口：(60歳～74歳)、そしてクルマの運転をしなくなる高齢者層の運転引退人口：(75歳以上)とし、それぞれの1998年を100とし最近の人口の推移を見たのが図表3である。



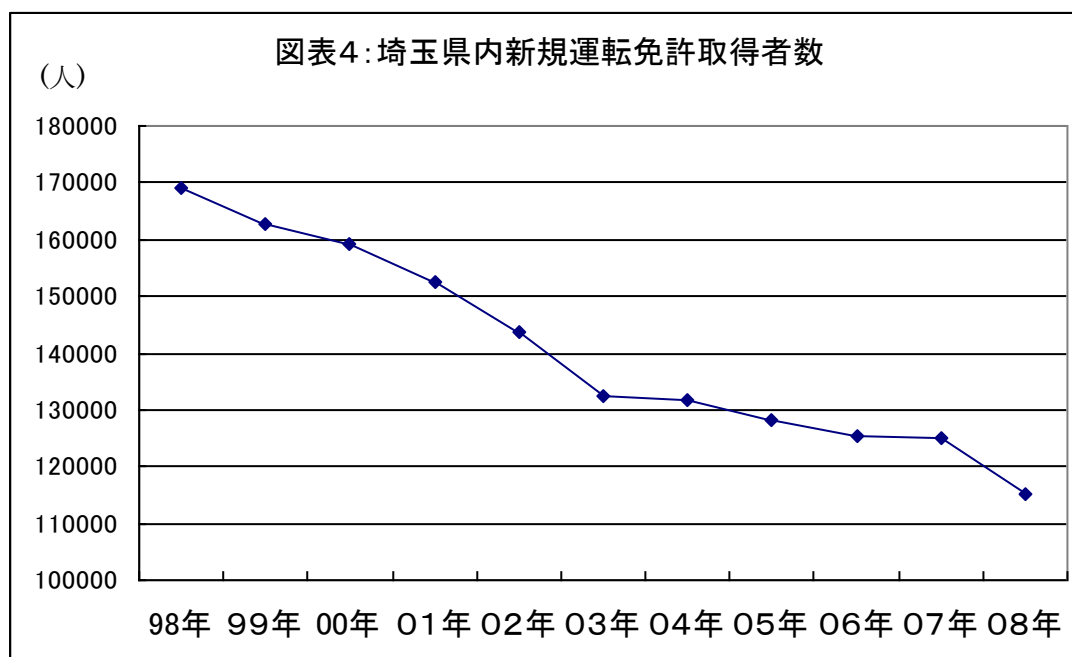
出所：埼玉県町（丁）字別人口調査より当研究所作成

### 1. 若者は車を買わない？免許取得者年齢の減少

まず免許を取得し、その後初めてクルマを購入するだろう若年層の人口変化を見てみたい。1998年の1,379千人を100とすると2009年まで減少を続け1,012千人と4分の3を下回る73.39まで減少している。クルマ市場への新規参入人口が激減してきていることは、大きな要因である。とかくクルマが売れない原因として「若者のクルマ離れ」がマスコミを賑わしているが、その若者自体が大幅に減少していることが大きな問題である。

またあわせて、クルマ購入の基本的前提となる運転免許取得状況を見てみよう。図表4は、最近の県内新規運転免許取得者数の推移を見たもので、1998年169,161人であったも

のが、2008年には115,200人にまでほぼ4割減少していることがわかる。



出所：埼玉県警察運転免許センターより当研究所作成

## 2. karoujite横ばい コア買い替え人口

次はコアとなるクルマ購入年齢となる30歳～59歳の年齢構造を見たい。この年齢層は働き世代である働き世代（生産年齢人口）の中心であり、結婚や子育て等家族構成の変化がクルマの購入や買い替えのきっかけとなることが多い世代である。子供の成長等によっては複数のクルマを持つことにもなる“頼みの世代”である。この間、埼玉県内の人口が増加しているにもかかわらず、働き世代の人口はほぼ変わっていない。他の年齢層より年間収入が多く、本来であればクルマ購入のコア（中心）と期待される年齢層が最近10年で横ばいとなっていることはクルマ市場を考えるといささか心もとない。

## 3. 最終買い替え人口がクルマ市場を支えている？

60歳～74歳までをクルマの最終買い替え年齢層とした。これは定年退職、結婚等による子供世代の独立、また75歳を越えると免許保有人口が大幅に減少することから逆算して最終的な買い替え年齢層と考えられる。この年齢層は1998年の868千人を100とすると2009年には158.25となる1,373千人まで増加している。しかしながら先ほど触れたようにクルマの寿命が平均11年余りでもあり、大半の買い替え層は60歳～65歳までの前半部分に集中するのではないだろうか。大量の団塊世代を抱える県内では、これからの4～5年余りは、クルマ買い替え増が期待できるようにも考えられる。

#### 4. 運転引退人口の急増

75歳以上の県内人口は1998年280千人から2009年は518千人となり、県内総人口に占める割合は約7%に増加している。この世代は免許保有をしても新しいクルマの購入はほとんど期待できない。2007年に日本経済新聞が実施したインターネットアンケート調査によると「75歳までに運転をやめる」と回答した方は78.4%で8割近い人が運転をしなくなることが見込まれる。この層の人口はこれまで以上に急速に増加を続けることになる。埼玉県は高齢化スピードが全国トップレベルで団塊世代がこれらに加わる時点からそのスピードがますます加速され、クルマが売れなくなってしまう時代を迎えることが懸念される。

### Ⅲ世帯構造から見るクルマ購入

#### 1. クルマを持たない世帯

次に世帯構造からクルマの購入について考察してみたい。図表5は最近の埼玉県内の1世帯当りの普及台数を見たものである。県全体で2005年と2008年を比較すると2,926,722台から2,997,793台へと71,071台増加（増加率2.4%）しているが、世帯数は同期間2,695,437世帯から2,827,608世帯へと132,171世帯増加（増加率4.9%）したため、1世帯当たりの乗用車普及台数は2005年の1.086台から2008年1.060台へと低下することになった。詳細は後述するが世帯数が増加しつつも構成人員の減少や世帯主の高齢化等により“クルマを持たない”ことを選択する世帯が明らかに増加していることがわかる。

図表5：最近の埼玉県の1世帯当り乗用車普及台数

	2005年	2006年	2007年	2008年
保有台数	2,926,722	2,964,782	2,987,190	2,997,793
世帯数	2,695,437	2,740,244	2,781,143	2,827,608
世帯当り普及台数	1.086	1.082	1.074	1.060

出所：財団法人自動車検査登録情報協会

保有台数＝登録車と軽自動車

#### 2. 広がる所得格差でクルマが売れない

次に世帯年収からクルマの購入を見るため世帯年収ごとのクルマの保有台数を見てみよう。図表6は1,000世帯当りの自動車保有台数で年間収入が200万円未満の場合985台、年間収入が1,500万円以上では1,894台であることを示している。クルマの保有台数に関しては、購入代金はもちろんのこと、ガソリン代、駐車場代、保険・税金等の維持コストも伴うため、当然のことながら年間収入と比例していることがわかる。これを踏まえて以下の2点を考察したい。

図表 6：埼玉県年収別自動車保有台数（1000 世帯当り）

年間収入	保有台数	年間収入	保有台数
200 万円未満	985	800～1,000 万円	1,493
200～300 万円	842	1,000～1,250 万円	1,631
300～400 万円	1,142	1,250～1,500 万円	1,730
400～500 万円	1,148	1,500 万円以上	1,894
500～600 万円	1,258	全世帯平均	1,311
600～800 万円	1,280		

出所：平成 16 年全国消費実態調査より当研究所作成

### 3. 急増する高齢者世帯

図表 7： 都道府県別の高齢者世帯数と増加率

順位	都道府県名	高齢者世帯数	2005－1980 増加 (単位：倍数)
1	東京都	432,031	3.75 倍
2	大阪府	325,214	4.43
3	神奈川県	295,267	6.17
4	北海道	263,946	4.27
5	愛知県	223,567	5.92
6	兵庫県	213,316	3.97
7	埼玉県	209,242	8.54
8	千葉県	193,483	7.55
9	福岡県	175,391	3.80
10	広島県	118,670	3.38

高齢者世帯＝夫 65 歳以上、妻 60 歳以上の一般世帯

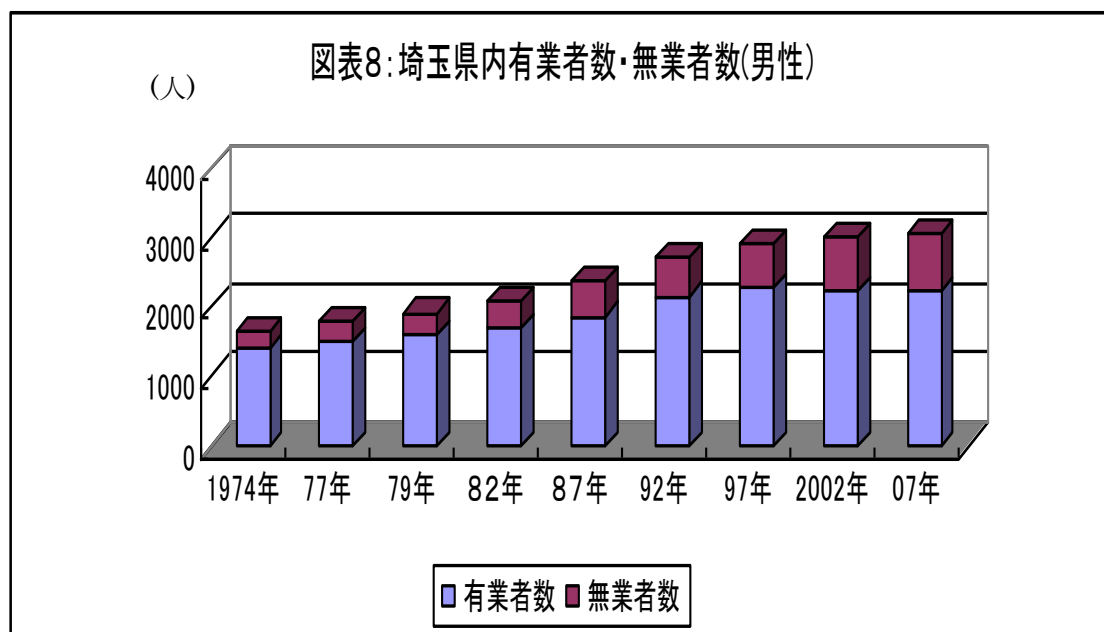
出所：国勢調査より当研究所作成

図表 7 は、都道府県別の高齢者世帯（夫 65 歳以上、妻 60 歳以上の一般世帯）の世帯数と 1980 年から 2005 年までの増加率を見たものである。埼玉県は 2005 年の高齢者世帯数は 209,242 世帯と 7 位にとどまっているものの、80 年から 05 年までの増加倍数は 8.54 倍と群を抜いており、近県の神奈川、千葉県とともに驚異的な伸びとなっている。このデータは 2005 年までであるが、それ以降もこの傾向は大きくこそなれ、小さくならないことが容易に推察できるものである。

参考データとなるが、2007 年住宅・土地統計調査によると埼玉県内で夫婦ともに 65 歳以上の夫婦、136,800 世帯において年収 300 万円未満が 45%、年収 400 万円未満が 72%を

占めており、平均的なクルマ購入コストである 200 万円前後の出費となると慎重にならざるを得ないであろう。このことは前半部分で紹介したクルマの最終買い替え人口と運転引退人口が増加を示していることに加え、定年退職後に収入が減少することがクルマ購入の減少につながる原因となるのではないだろうか。

#### 4. 増加する県内の男性無業者数



出所：就業構造基本調査より当研究所作成

世帯構造と収入との関連について考える場合、県内で男性無業者数が急増していることもクルマ購入の減少と関連しているのではないだろうか。ニートやフリーターなど無業の若年層或いは年金収入に限られた世帯においては、現有のクルマは維持こそすれ、買い替えや台数を増やすのは考えづらいことだ。無業者の増加は高齢世帯の急増とあいまって、クルマのみならず、個人消費全般に影響してくるのではないだろうか。図表8は埼玉県内の男性(15歳以上)有業者数と無業者数の推移を見たものである。1974年は有業者数1,420千人、無業者数261千人で有業者の占める割合は84.5%であったが、2007年には有業者数2,237千人と57.5%増加しているものの、無業者数も828千人と増加率417.1%となっていることがわかる。クルマ購入はどちらかと言えば男性がイニシアティブをとってきた商品と考えられるが、このように男性無業者が増加してくるとなかなか購入に踏み切れないのではないか。ただ女性に関しては有業者が同期間に540千人ほど増えている。このあたりは軽自動車売り上げを伸ばしている要因とも考えられる。

## おわりに

クルマ購入という消費行動がまさに少子化・高齢化社会の象徴的なものとなっている。少子化によって新規免許取得人口の減少がおこりマーケット参入人口が減ってきている。その上、高齢化によって運転リタイア人口が増加、マーケット退出口が県内では加速度的に増えている。加えて巷間言われているようにライフスタイルの転換によりクルマを持たないことを選択する世帯も増えている。もはやこの流れを変えることはできないであろう。まさに“冬の時代”が近づいていると言わざるを得ない状況にある。

最近注目されているハイブリッド車や電気自動車等新しいコンセプトによる商品提供が、従来のガソリン車への買い替え需要からの横滑りではなく、クルマ市場の純増、拡大に繋がるかは注視していく必要がある。また各世代のニーズにあったデザイン、機能性に富んだクルマを提供できるかなど課題は大きいものと思える

本稿の作成において、埼玉県総務部統計課より統計資料の提供をいただき、また活用についても意見交換の場を設けるなど協力を得たことに謝意を表します。

(2009年6月24日 調査事業部 松本 博之)