

自動車整備工場のイメージ に関するアンケート

結果報告書

平成29年3月

一般社団法人 日本自動車整備振興会連合会

目次

調査実施概要	3
回答者の属性	4
第1章 調査結果の概要	
整備事業場のイメージについて/保有車について 整備事業場に対する評価について/整備業界や事業場への要望について てんけんくんの認知について/オアシスマークの認知について 認証看板の認知について/過去実施の調査結果との比較について 今回調査結果からの所見として	7～12
第2章 調査結果の詳細	
1. 自動車整備工場のイメージ	14
1-1. 全体	
1-2. 自動車整備工場のイメージ -入りやすい	
1-3. 自動車整備工場のイメージ -親しみやすい	
1-4. 自動車整備工場のイメージ -信頼できる	
1-5. 自動車整備工場のイメージ -サービスが良い	
1-6. 自動車整備工場のイメージ -新しい	
2. 車の所有	20
3・4. 車の点検整備の依頼先	21
5. 依頼先の決定理由	22
6. 自動車整備工場に対する評価	23
6-1. 全体	
6-2. 自動車整備工場に対する評価 -現代の生活に欠かせない業種である	
6-3. 自動車整備工場に対する評価 -高い点検整備の技術力をもっている	
6-4. 自動車整備工場に対する評価 -リサイクルなどで地球環境保全に貢献している	
6-5. 自動車整備工場に対する評価 -専門家による点検整備は今後も必要である	
6-6. 自動車整備工場に対する評価 -地域に密着したサービス業である	
6-7. 自動車整備工場に対する評価 -自分にとって身近な存在である	
6-8. 自動車整備工場に対する評価 -店内や工場内は清潔で快適である	
6-9. 自動車整備工場に対する評価 -スタッフの対応が親切で快適である	
6-10. 自動車整備工場に対する評価 -欲しい商品やサービスがある	
6-11. 自動車整備工場に対する評価 -点検整備料金はリーズナブルである	
6-12. 自動車整備工場に対する評価 -営業活動に熱心である	
6-13. 自動車整備工場に対する評価 -広告宣伝やPRが上手である	
7. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと	36
7-1. 全体	
7-2. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -点検整備技術の向上	
7-3. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -先端・専門知識の習得	
7-4. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -気軽に入りやすい店づくり	
7-5. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -快適な店舗やきれいな工場環境づくり	
7-6. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -親切で気持ちの良い対応	
7-7. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -行き届いたサービスの向上	
7-8. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -点検整備メニュー（商品）の充実	
7-9. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -生保・損保商品の充実	
7-10. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -中古車販売の充実	
7-11. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -環境保全への努力	
7-12. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -わかりやすい料金体系	
7-13. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -点検整備料金の低価格化	
7-14. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -広告宣伝の充実	
7-15. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -ホームページの充実	
7-16. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -交換した部品（又はその写真）の提示などの分かり易い説明	
8. 「てんけんくん」の認知	52
9. 「オアシスマーク」の認知	53
10. 「認証看板」の認知	54
11. 車に関する考え	55
11-1. 全体	
11-2. 車に関する考え -車は自分にとって趣味の一つ	
11-3. 車に関する考え -多少無理をしても気に入った車を選ぶ	
11-4. 車に関する考え -日頃から車についての情報に敏感な方だ	
11-5. 車に関する考え -大手の信頼できる自動車メーカーを選ぶ	
11-6. 車に関する考え -斬新で個性的なデザインが好きだ	
11-7. 車に関する考え -車を飾ったりいじったりするのが好きな方だ	
11-8. 車に関する考え -車にはできるだけお金をかけたくない	
11-9. 車に関する考え -車を選ぶ際、ステータス性を重視する	
11-10. 車に関する考え -運転をするには、快適な乗り心地で安全性を重視する	
11-11. 車に関する考え -車を買うならこのメーカー、と決めている自動車メーカーがある	
11-12. 車に関する考え -車を買うならこの人から、と決めている人がいる	
12. 車関係全般に関する情報源	67
12-1. 車関係全般に関する情報源 -参考にする情報源（すべて）	
12-2. 車関係全般に関する情報源 -一番信頼のおける情報源（ひとつだけ）	
第3章 過去実施調査結果との比較	
現代の生活に欠かせない業種である/高い点検整備の技術力をもっている リサイクルなどで地球環境保全に貢献している/専門家による点検整備は今後も必要である 地域に密着したサービス業である/自分にとって身近な存在である 店内や工場内は清潔で快適である/スタッフの対応が親切で快適である 欲しい商品やサービスがある/点検整備料金はリーズナブルである 営業活動に熱心である/広告宣伝やPRが上手である 「てんけんくん」の認知	70～76
調査票	78～81

調査実施概要

1. 調査目的

本調査は、自動車ユーザーが自動車整備業（整備事業場）に対して抱いているイメージや期待・要望・不満などを把握し、「整備事業場のオアシス化」をはじめとする今後の業界活性化やイメージアップ施策立案・実施のための基礎資料を得ることを目的とする。

2. 調査項目

- ① 自動車整備工場（事業場）に対するイメージ
- ② 車の保有の有無
- ③ 自動車の点検整備依頼先決定に至る過程
- ④ 自動車整備工場（事業場）に対する評価
- ⑤ 自動車整備業、自動車整備工場（事業場）に対する要望
- ⑥ 「てんけんくん」マークの認知度
- ⑦ 「オアシスマーク」の認知度
- ⑧ 「認証看板」の認知度
- ⑨ 車に対する考え
- ⑩ 自動車整備業、自動車整備工場に対する要望、期待、不満（自由回答）

3. 調査対象

全国10代以上男女 ※運転免許保有者

4. 調査方法

インターネット調査

5. 調査期間

平成28年11月10日～平成28年11月11日

6. 調査票回収数

有効回収数 1,020票

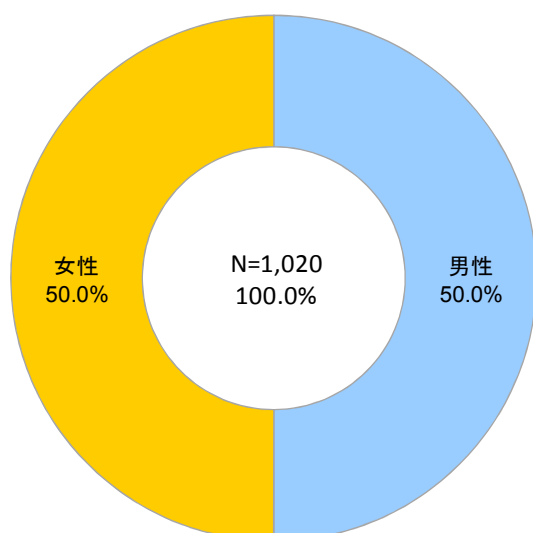
回答者の属性

性別 性年代 免許

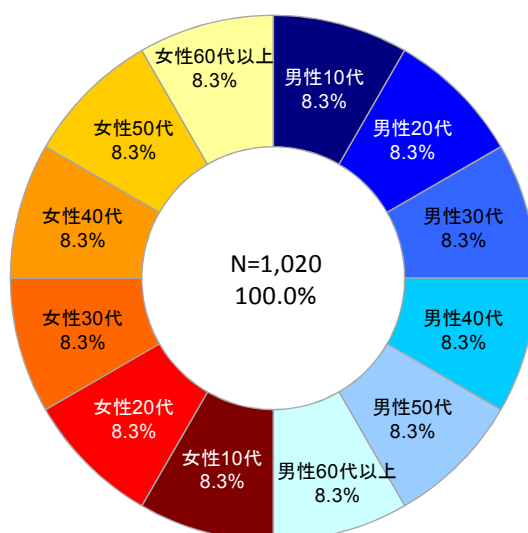
性別、性年代ともに均等に分散している
普通自動車免許取得者が7割以上を占める

- 性別では、男性が50.0%、女性が50.0%で男女同数となっている。
- 性年代では、男女とも10代、20代、30代、40代、50代、60代以上と6つの区分とも等しくなっている。
- 免許では、普通自動車運転免許が71.1%で最も高く、中型自動車運転免許が30.8%で続いている。

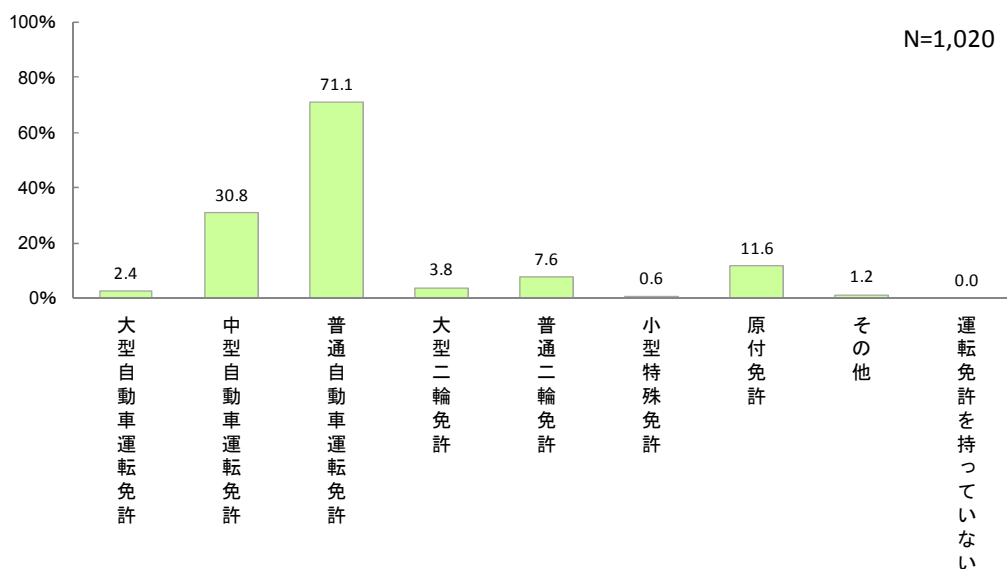
F1-1.性別



F1-2.性年代



F3.免許



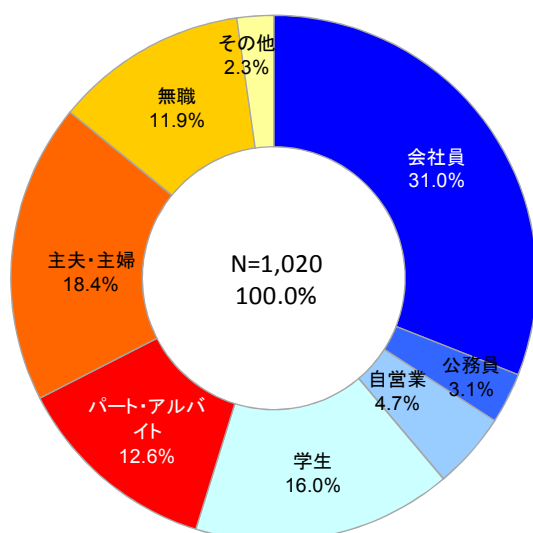
注) 中型自動車運転免許は、2007年6月2日以前の「普通自動車運転免許」取得者を含む。

職業 未既婚 居住地域

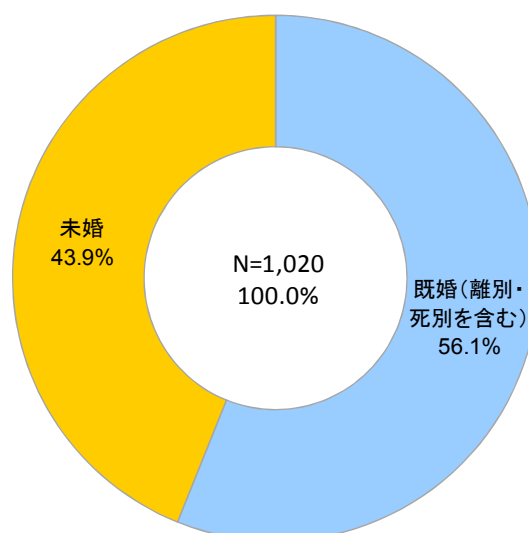
首都圏の居住者が全体の3割強
職業では、会社員が最も高い

- 職業では、会社員が31.0%で最も高く、主婦・主夫が18.4%が続いている。
- 未既婚では、既婚が56.1%、未婚が43.9%で既婚者の比率が高くなっている。
- 居住地域では、東京都が11.4%で最も高く、神奈川県が8.4%が続いている。

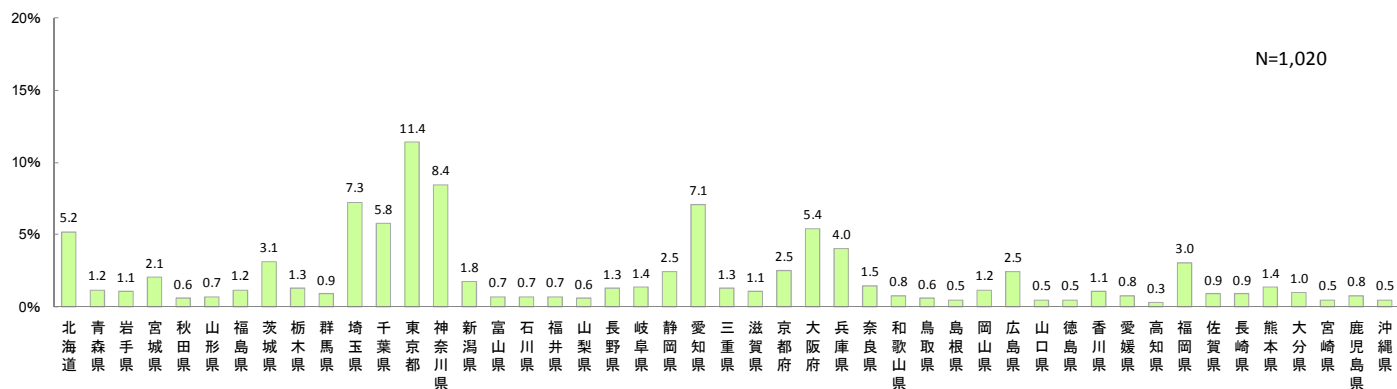
F2-1.職業



F2-2.未既婚



F4.居住地域



第1章 調査結果の概要

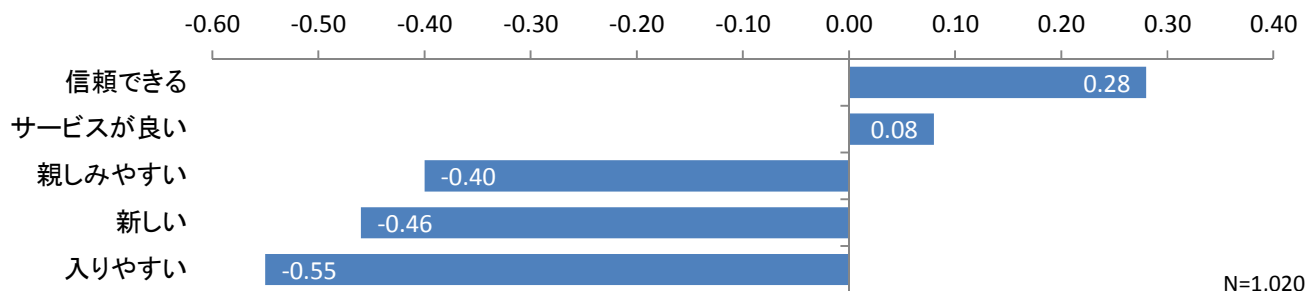
(※)加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

1. 自動車整備工場のイメージ【図表1～7、図表A】

若年層及び中高年層を中心に信頼度やサービスで相対的に評価されている一方、親しみやすさや入りやすさなどホスピタリティーにつながる項目や新しさについては評価が低い

- 「入りやすい」、「親しみやすい」、「信頼できる」、「サービスが良い」、「新しい」の5つの評価項目で最も評価が高かったのは、「信頼できる」で加重平均値ベースで0.28、次いで「サービスが良い」が0.08となっている。
- 逆に最も評価が低かったのは、「入りやすい」で-0.55となっており、以下、「新しい」-0.46、「親しみやすい」が-0.40となっている。
- 「信頼できる」では、〈男性〉の〈10代〉、〈20代〉、〈50代〉、〈60代以上〉、〈女性〉では〈50代〉、〈60代以上〉が相対的に高い。
- 「サービスが良い」のスコアが相対的に高いのは、〈男性〉の〈10代〉、〈20代〉、〈60代以上〉、〈女性〉では〈60代以上〉となっており、「信頼できる」、「サービスが良い」のいずれに関しても若年層及び中高年層の評価が高くなっている。
- 「入りやすい」、「親しみやすい」、「新しい」などの項目については、各属性を通じて評価は低くなっているが、特に〈女性〉でその傾向が強い。
- 全項目を通じて、「どちらでもない」の比率が30%台から50%を超える項目もあり、自動車整備工場に対するイメージや評価について判断できない人が多くなっている。

図表A. [参考]自動車整備工場に対するイメージ[加重平均値ベース]



Point

- 信頼度やサービスでは、男女とも若年層及び中高年層の評価が相対的に高い
- 性別でみると、女性では、信頼度やサービスではプラス評価もみられる一方で、その他の項目についてはいずれもマイナス評価であり、総じて男性に比べスコア差の面で評価が厳しい
- 自動車整備工場についてのイメージ、評価が曖昧な人が多い

2. 車の所有【図表8】

9割以上が世帯で車を所有。自分名義で車を所有しているのは男性が多く、50代以上で100%、女性では20代及び60代以上が多い

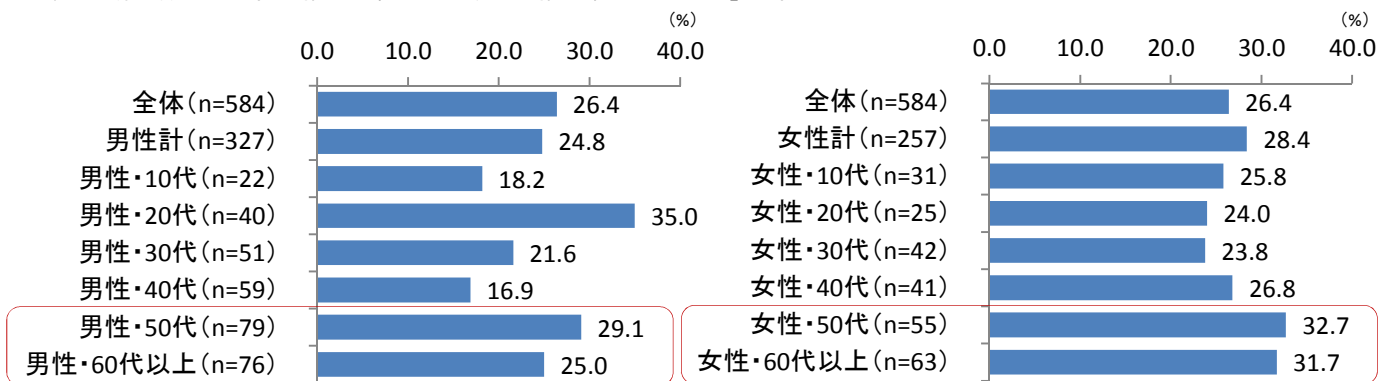
- 自分名義での車の所有率は、〈男性〉が〈女性〉に比べて高くなっている。
- 〈女性〉は、〈20代〉及び〈60代以上〉で所有率が他の年代に比べて高くなっている。

3. 車の点検整備の依頼先決定権及び依頼先【図表9～10、図表B】

点検整備の依頼先決定権は男性が女性に比べて高い。依頼先は自動車販売ディーラーが最も多く61.5%、自動車整備工場・モータースが26.4%で続いている。

- 車の点検整備の依頼先決定権は〈男性〉の方が〈女性〉に比べて高くなっており、年代別では男女とも年代が上がるにしたがって決定権を持つ人の比率が高くなる傾向がみられる。
- 車の点検整備の依頼先で最も高かったのが、「自動車販売ディーラー」で全体の61.5%、次いで、「自動車整備工場・モータース」が26.4%で続いている。
- 依頼先を性年代別でみると、男女とも30-40代が「自動車ディーラー」に依頼する人の比率が相対的に高いのに対し、「自動車整備工場・モータース」へは、男女ともに、〈50代〉、〈60代以上〉の比率が高くなっている。

図表B. [参考]車の点検整備の依頼先-「自動車整備工場・モータース」:全体／性別／年代別

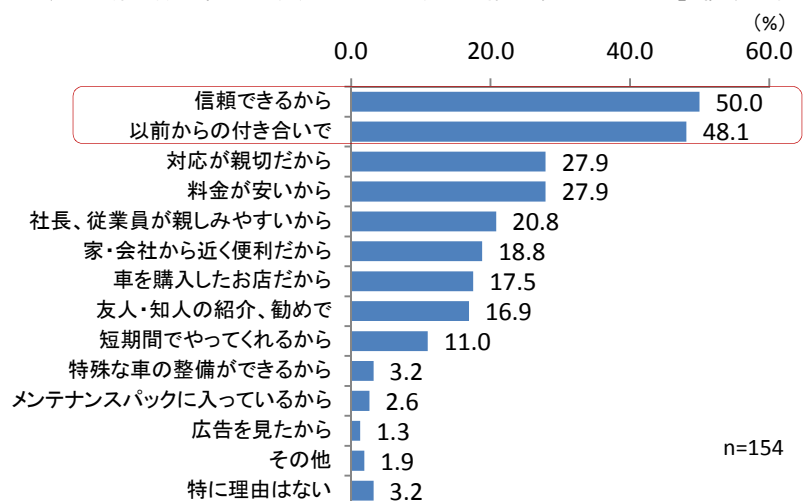


4. 依頼先の決定理由【図表11、図表C】

自動車整備工場・モータースへの依頼理由上位は「信頼できるから」、「以前からの付き合い」、次いで「料金が安い」、「対応が親切」が続いている

- 依頼先の決定理由を全体でみると、「信頼できるから」が65.8%で最も高く、次いで、「車を購入したお店だから」(35.3%)、「以前からの付き合いで」(31.2%)、「対応が親切だから」(24.5%)の順となっている。
- 「自動車整備工場・モータース」の決定理由上位は、全体結果同様、「信頼できるから」が最も高く50.0%、次いで、ほぼ同率で「以前からの付き合いで」が48.1%、以下、「料金が安いから」、「対応が親切だから」がそれぞれ27.9%で続いている。

図表C. [参考]依頼先の決定理由-「自動車整備工場・モータース」(複数回答)



Point

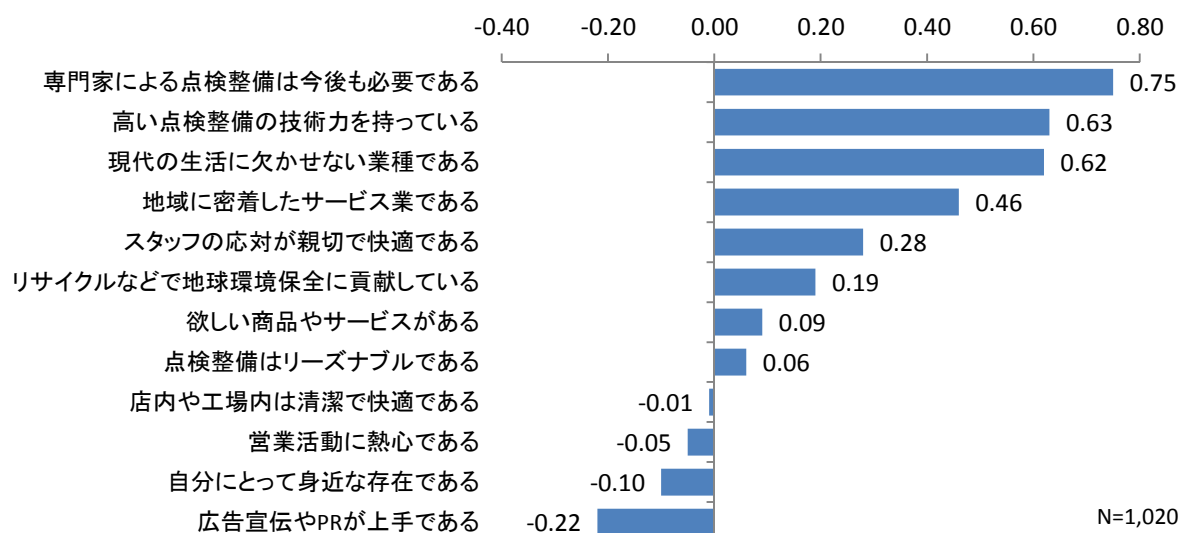
- ➡ 点検整備を「自動車整備工場・モータース」に依頼しているのは全体の3割弱
- ➡ 依頼先の決定理由上位は、「信頼できるから」、「以前からの付き合いで」となっており、付き合いの深度によって醸成された信頼感が反映された結果としてみることができる
- ➡ 「対応が親切」、「社長、従業員が親しみやすい」などの理由も比較的高く、全体イメージでは低い評価となったホスピタリティーの要素が「自動車整備工場・モータース」に依頼する人に限っていえば、『ホスピタリティーが高いからこそ依頼する』という結果となっている

5. 自動車整備工場に対する評価: 全体【図表12～24、図表D、E】

点検整備の必要性や高い技術力、現代の生活に欠かせない業種等、自動車整備工場の存在価値に対する評価が高い一方で、個々のサービスや事業活動に対する理解は得られていない

- 自動車整備工場に対する評価で、もっとも評価が高かったのは、「専門家による点検整備は今後必要である」(0.75)で、以下、「高い点検整備の技術力を持っている」(0.63)、「現代の生活に欠かせない業種である」(0.62)、「地域に密着したサービス業である」(0.46)が上位となっている。
- 一方、「広告宣伝やPRが上手である」(-0.22)、「自分にとって身近な存在である」(-0.10)、「営業活動に熱心である」(-0.05)、「店内や工場内は清潔で快適である」(-0.01)などの項目については、マイナス評価となっている。
- 「スタッフの対応が親切で快適である」(0.28)、「欲しい商品やサービスがある」(0.09)、「点検整備はリーズナブルである」(0.06)など、自動車整備工場の個々のサービスや事業に対する評価は、マイナス評価にはならなかったものの、相対的評価は低くなっている。

図表D. [参考]自動車整備工場に対する評価: 全体[加重平均値ベース]



自動車整備工場・モータースに車の点検整備を依頼している人は、自動車整備工場を身近に感じており、評価も高い

- 自動車整備工場に対する評価を、車の点検整備の依頼先で最も多い「自動車販売ディーラー」と2番目に多い「自動車整備工場・モータース」についてみたのが図表Eである。
- いずれの項目についても、「自動車整備工場・モータース」に依頼している人のスコアが高くなっており、全体ではマイナス評価となった「自分にとって身近な存在である」、「営業活動に熱心である」、「店内や工場内は清潔で快適である」などの項目がプラス評価となっているほか、「点検整備はリーズナブルである」、「欲しい商品やサービスがある」、「リサイクルなどで地球環境保全に貢献している」、「スタッフの対応が親切で快適である」、「地域に密着したサービス業である」などの項目についても、全体評価及び「自動車販売ディーラー」のスコアよりも高くなっている。

図表E. 自動車整備工場に対する評価-項目別評価:全体／自動車整備工場・モータース／自動車販売ディーラー〔加重平均値ベース〕

	全体 (N=1020)	自動車整備工場・ モータース (n=154)	自動車販売ディーラー (n=359)
専門家による点検整備は今後も必要である	0.75	0.92	0.76
高い点検整備の技術力を持っている	0.63	0.93	0.61
現代の生活に欠かせない業種である	0.62	0.92	0.59
地域に密着したサービス業である	0.46	0.84	0.53
スタッフの対応が親切で快適である	0.28	0.73	0.33
リサイクルなどで地球環境保全に貢献している	0.19	0.42	0.23
欲しい商品やサービスがある	0.09	0.47	0.12
点検整備はリーズナブルである	0.06	0.61	0.09
店内や工場内は清潔で快適である	-0.01	0.32	0.08
営業活動に熱心である	-0.05	0.10	0.00
自分にとって身近な存在である	-0.10	0.71	-0.04
広告宣伝やPRが上手である	-0.22	-0.06	-0.17

注) 青と緑の色がついたスコアは、全体のスコアよりも高いことを示している

Point

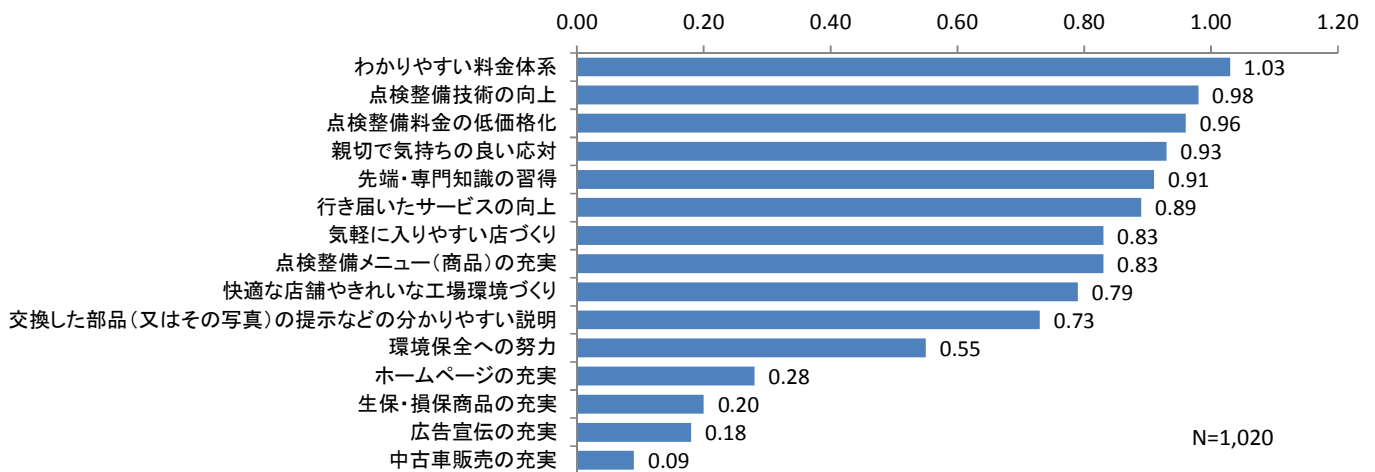
- 全体評価では、自動車整備工場の存在価値を評価しているものの、自動車整備工場を身近に感じている存在として意識しておらず(自動車販売ディーラーも同様)、サービスや事業内容に対する評価は総じて低くなっている
- 自動車整備工場・モータースに点検整備を依頼している人は、点検整備の必要性や高い技術力に加え、地域に密着したサービス業としての評価が高く、身近な存在として意識している。反面、地球環境保全や欲しい商品やサービス、営業活動、店内や工場内の清潔さ、快適さに対する評価は、マイナス評価ではないものの相対的に低くなっている。

6. 自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと【図表25～40、図表F、G】

わかりやすい料金体系と低価格化、技術や知識の向上、親切で気持ちの良い対応、行き届いたサービスの向上などに対する要望が高い

- 「わかりやすい料金体系」、「点検整備料金の低価格化」など、料金に対する要望が上位にランクされている。
- 「点検整備技術の向上」、「先端・専門知識の習得」など技術や知識に対する要望、「親切で気持ちの良い対応」、「行き届いたサービスの向上」など、ホスピタリティーにつながる項目も上位に挙げられている。

図表F. [参考]自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[加重平均値ベース]



- 自動車整備業界や自動車整備工場に望むことについて、自動車整備工場に対する評価と同様に、車の点検整備の依頼先で最も多い「自動車販売ディーラー」と2番目に多い「自動車整備工場・モータース」についてみたのが図表G(次ページ参照)である。
- 「自動車整備工場・モータース」では、「わかりやすい料金体系」と「点検整備技術の向上」が0.01ポイント差で上位2位を占め、「先端・専門知識の習得」、「点検整備料金の低価格化」が続いている。
- 依頼先による大きな違いはみられないものの、上位にランクされた項目に対するスコアは、全体結果や「自動車販売ディーラー」に比べ「自動車整備工場・モータース」の方が相対的に高くなっており、身近な存在であるだけに充実して欲しい点がよく認識されている結果として評価することができる。

Point

- ➡ 自動車整備業界や自動車整備工場に望むポイントは
 - (1)わかりやすい料金体系、点検整備料金の低価格化【料金・価格】
 - (2)点検整備技術の向上、先端・専門知識の習得【技術・知識】
 - (3)親切で気持ちの良い対応、行き届いたサービスの向上【ホスピタリティー】

図表G. [参考]自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと

-項目別評価: 全体／自動車整備工場・モータース／自動車販売ディーラー〔加重平均値ベース〕

	全体 (N=1020)	自動車整備工場・ モータース (n=154)	自動車販売ディーラー (n=359)
わかりやすい料金体系	1.03	1.18	1.04
点検整備技術の向上	0.98	1.17	1.02
点検整備料金の低価格化	0.96	1.11	0.98
親切で気持ちの良い対応	0.93	1.04	0.95
先端・専門知識の習得	0.91	1.15	0.94
行き届いたサービスの向上	0.89	0.98	0.91
気軽に入りやすい店づくり	0.83	0.99	0.84
点検整備メニュー(商品)の充実	0.83	1.01	0.86
快適な店舗やきれいな工場環境づくり	0.79	0.88	0.83
交換した部品(又はその写真)の提示などの分かりやすい説明	0.73	0.75	0.76
環境保全への努力	0.55	0.63	0.60
ホームページの充実	0.28	0.21	0.33
生保・損保商品の充実	0.20	0.23	0.12
広告宣伝の充実	0.18	0.16	0.18
中古車販売の充実	0.09	0.29	-0.06

注) 青と緑の色がついたスコアは、全体のスコアよりも高いことを示している

7. 「てんけんくん」、「オアシスマーク」、「認証看板」の認知【図表41～43】

「てんけんくん」：全体認知率12.0%

「オアシスマーク」：全体認知率3.7%

「認証看板」：全体認知率9.1%

- 「てんけんくん」、「オアシスマーク」及び「認証看板」の認知率はいずれも低い結果となった。
- 「てんけんくん」、「オアシスマーク」は、男女ともに10代、20代の認知率が相対的に高く、「認証看板」ではく男性・60代以上)で27.1%となっているものの、総じて認知率は低くなっている。

Point

- 「てんけんくん」、「オアシスマーク」及び「認証看板」の認知率はいずれも低く、何らかの対応策が必要。
- もっとも、自動車整備業界及び自動車整備工場に望む要望事項では、「ホームページの充実」や「広報宣伝の充実」などの項目は低いスコアに止まっていることから、どのような施策を展開していくのかを検討する必要がある。

第2章 調査結果の詳細

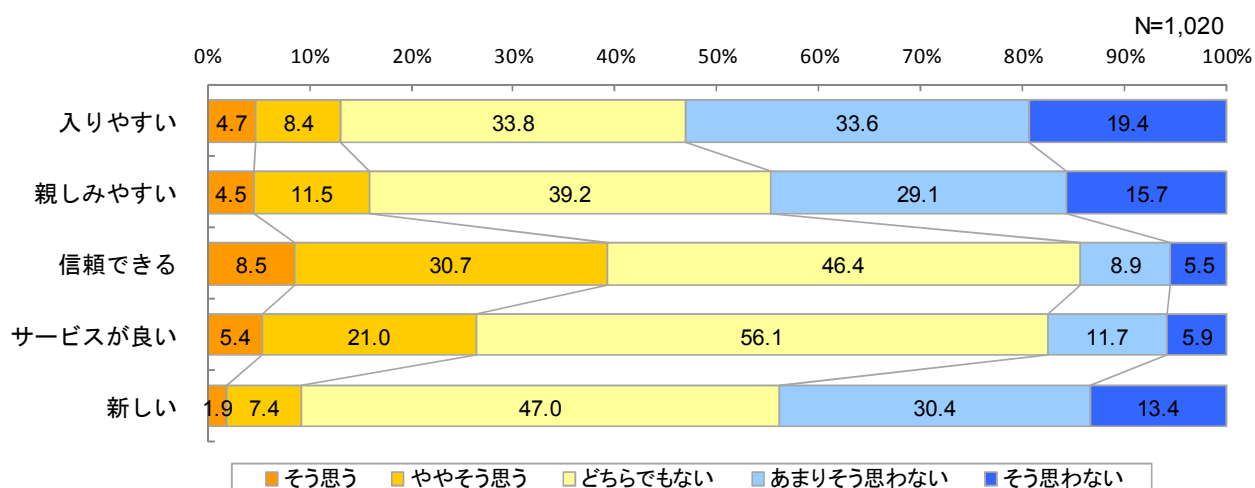
1. 自動車整備工場のイメージ

1-1. 自動車整備工場のイメージ

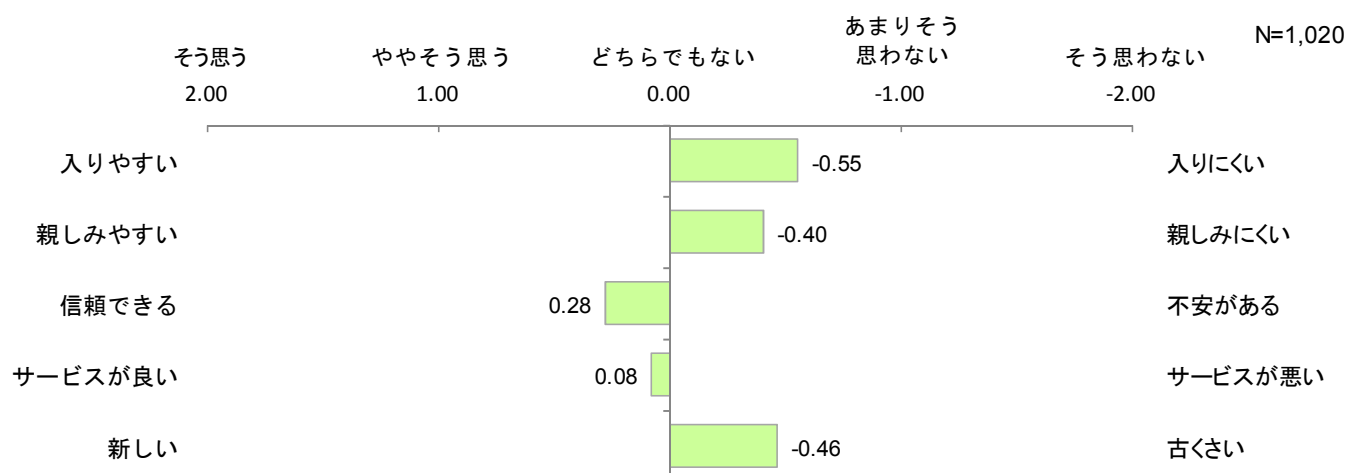
自動車整備工場は「古くさく」、「入りにくい」

- 自動車整備工場のイメージについて、「入りやすさ」、「親しみやすさ」、「信頼感」、「サービス」、「新しさ」の5つの項目を尋ねたところ、「信頼できる」と感じている人が「そう思う」、「ややそう思う」の単純合計比率で39.2%と最も高く、次いで「サービスが良い」が26.4%で続いている。
- 「そう思う」、「ややそう思う」の単純合計比率で最も低かったのは、「新しさ」で9.3%となっている。
- それぞれの項目の加重平均値を見てみると、「信頼感」、「サービス」でプラス認識、「入りやすさ」、「親しみやすさ」、「新しさ」でマイナス認識となっているが、いずれも±0点に近く、「どちらでもない」と感じている人が多い結果となっている。

図表1. 自動車整備工場のイメージ [Q1/全体]



図表2. 自動車整備工場のイメージ [Q1/加重平均]



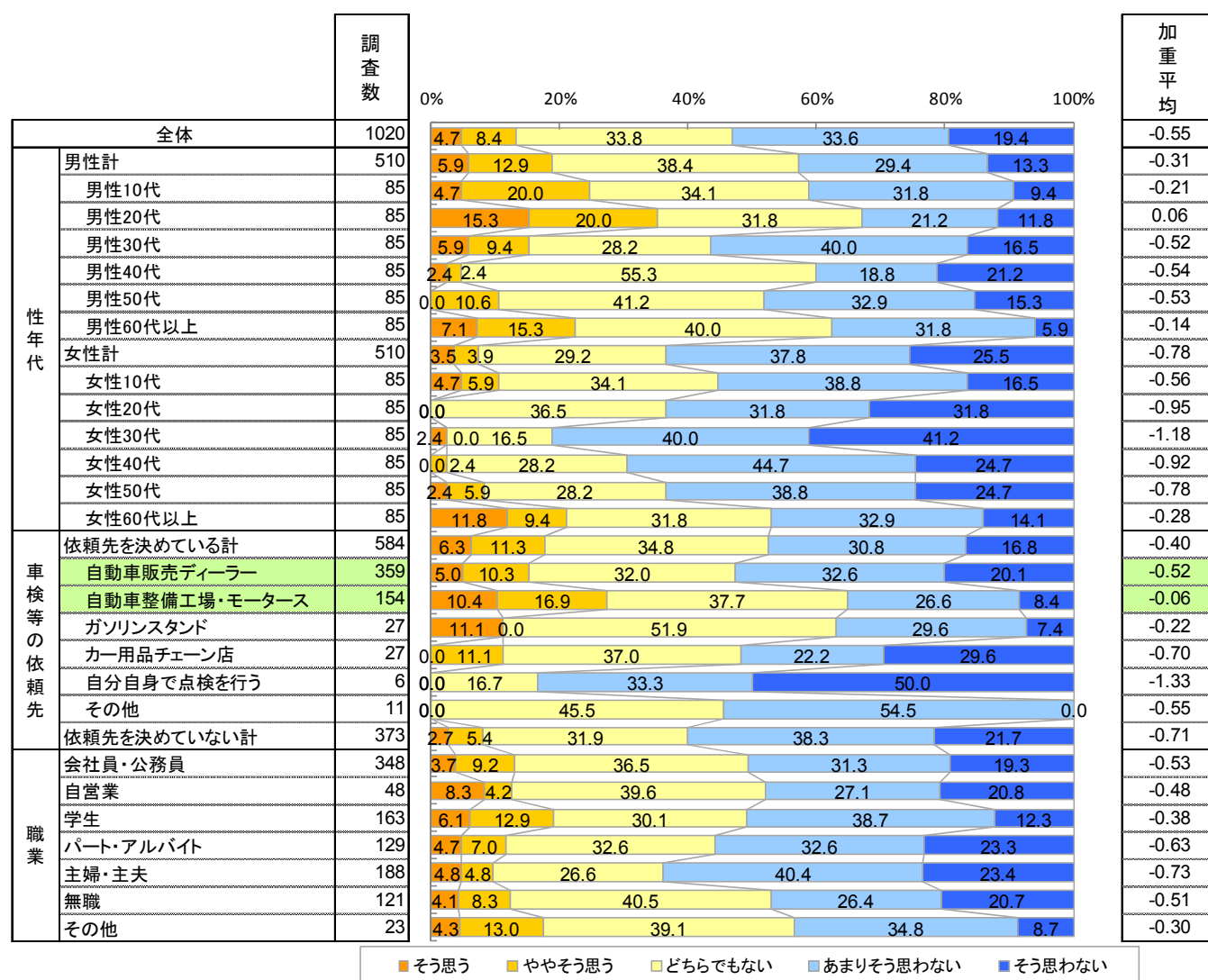
注) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

1-2.自動車整備工場のイメージ -入りやすさ

車検等の依頼先が自動車整備工場でも「入りにくい」と感じている中、 唯一「入りやすい」と感じている男性20代

- 全体で「入りやすい」と感じている人は、「そう思う」、「ややそう思う」の単純合計比率で13.1%、加重平均値で-0.55となっており、「入りやすい」と感じている人よりも、「入りにくい」と感じている人の割合が高くなっている。
- 性別では、女性は男性と比べて「入りにくい」と感じている人の割合が高くなっている。
- 性年代では、男性20代で「入りやすい」と感じている人の割合が最も高く、加重平均値で0.06と唯一プラス認識となっている。一方、女性20～40代は、加重平均値で-1前後と「入りにくい」と感じている人の割合が特に高くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースに依頼している人で「入りやすい」と感じている人の最も割合が高いものの、加重平均値で-0.06とマイナス認識となっている。自動車販売ディーラーに依頼している人は加重平均値で-0.52と「入りにくい」と感じている割合の人が高くなっている。

図表3.自動車整備工場のイメージ[Q1-1/属性別]



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

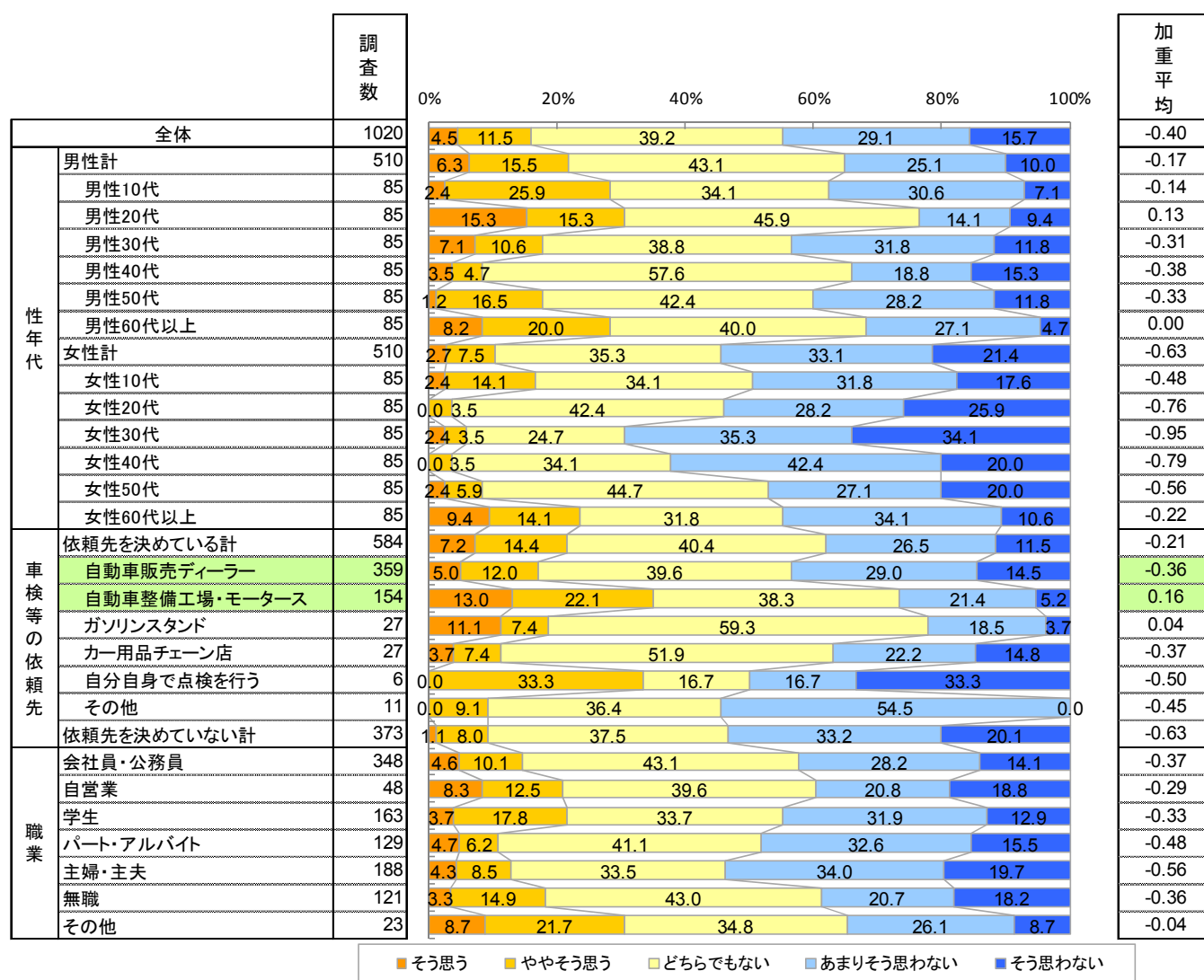
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

1-3.自動車整備工場のイメージ -親しみやすさ

職業別では、どの職業も「親しみにくい」と感じている

- 全体で「親しみやすい」と感じている人は、「そう思う」、「ややそう思う」の単純合計比率で16.0%、加重平均値で-0.40となっており、「親しみやすい」と感じている人よりも、「親しみにくい」と感じている人の割合が高くなっている。
- 性別では、女性は男性と比べて「親しみにくい」と感じている人の割合が高くなっている。
- 性年代では、男性20代で「親しみやすい」と感じている人の割合が最も高くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースに依頼している人で「親しみやすい」と感じている人の割合が最も高くなっている。一方、依頼先を決めていない人は、加重平均値で-0.63と「親しみにくい」と感じている人の割合が高くなっている。自動車販売ディーラーに依頼している人は加重平均値で-0.36と「親しみにくい」と感じている割合の人が高くなっている。
- 職業では、いずれの職業でも加重平均値でマイナス認識と「親しみにくい」と感じている人の割合が高くなっている。

図表4.自動車整備工場のイメージ [Q1-2/属性別]



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

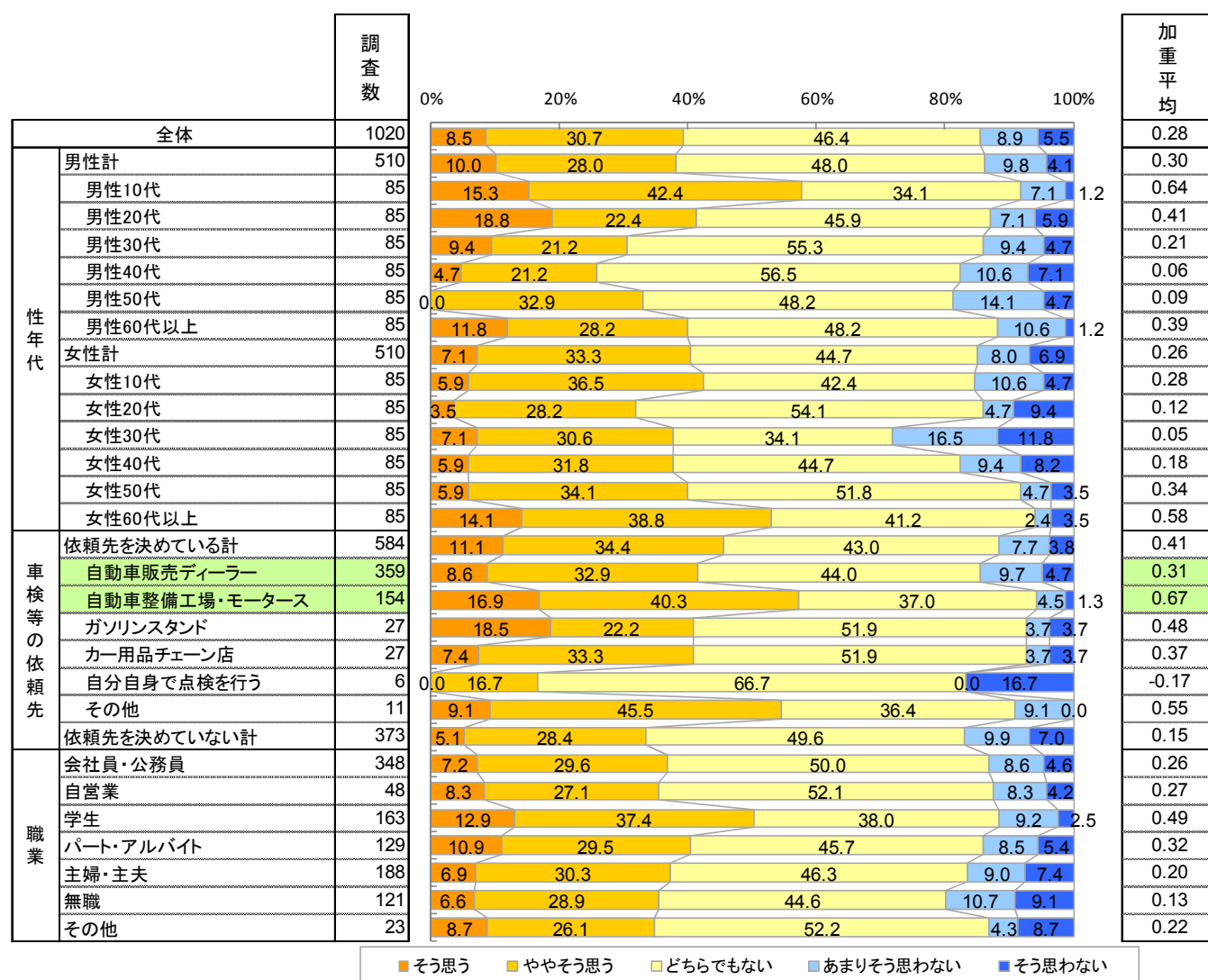
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

1-4.自動車整備工場のイメージ-信頼感

いずれの属性からもプラス評価 性年代別では男性10代から高い「信頼感」

- 全体で「信頼できる」と感じている人は、「そう思う」、「ややそう思う」の単純合計比率で39.2%、加重平均値で0.28となっており、「信頼できる」と感じている人の割合が高くなっている。
- 性別では、加重平均値で、男性は女性と比べて「信頼できる」と感じている人の割合が高くなっている。
- 性年代では、男性10代で「信頼できる」と感じている人の割合が最も高く、女性30代が最も低くなっている。いずれの性年代でも加重平均値でプラス認識と「信頼できる」と感じている人の割合が高くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースに依頼している人で「信頼できる」と感じている人の割合が最も割合が高くなっている。自動車販売ディーラーに依頼している人も加重平均値で0.31と「信頼できる」と感じている割合の人が高くなっている。

図表5.自動車整備工場のイメージ[Q1-3/属性別]



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

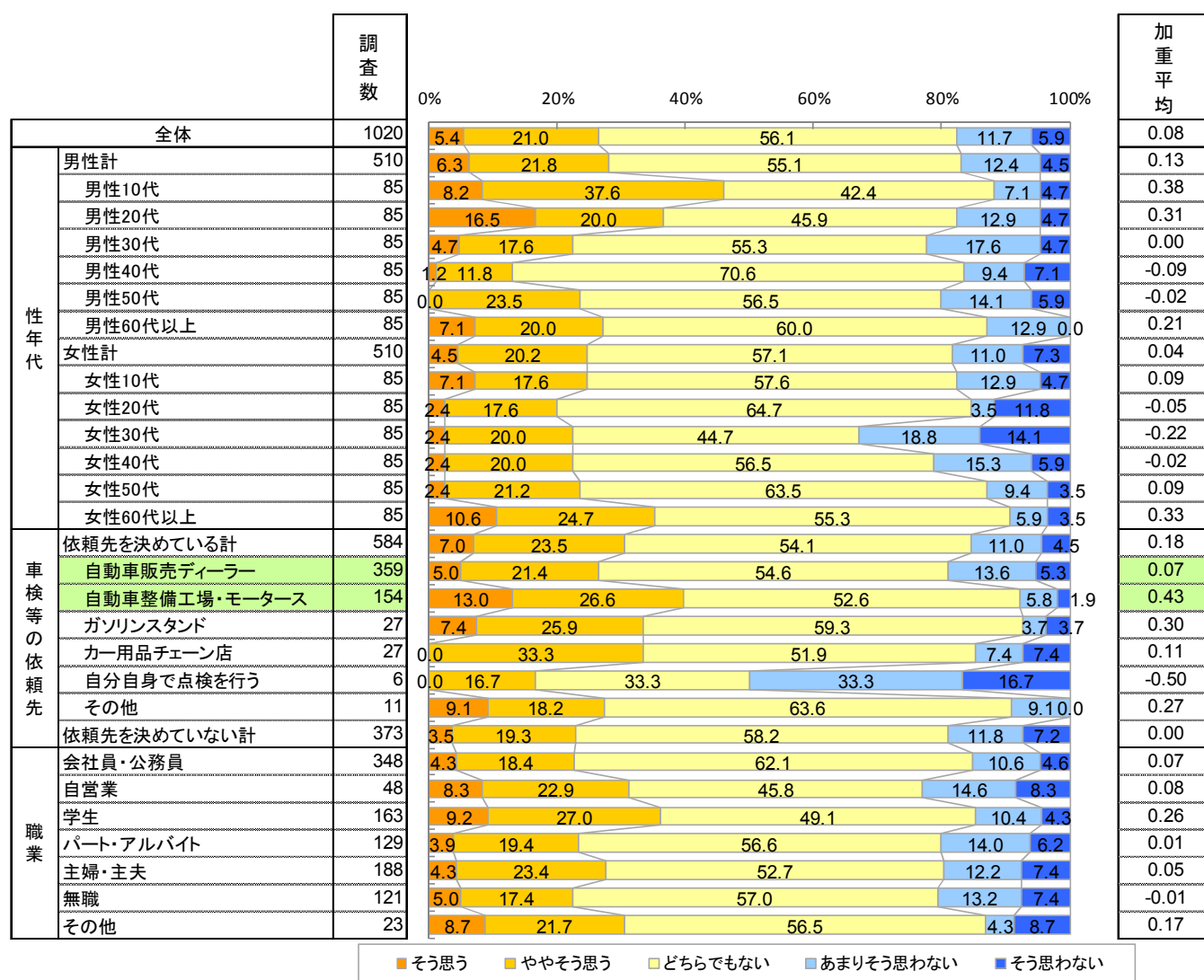
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

1-5.自動車整備工場のイメージ -サービス

性年代別では、男性は30～50代、女性は20～40代の評価が低く、女性30代の評価が最も低い。

- 全体で「サービスが良い」と感じている人は、「そう思う」、「ややそう思う」の単純合計比率で26.4%、加重平均値で0.08となっており、「サービスが良い」と感じている人の割合が多くなっている。
- 性別では、男性は女性と比べて「サービスが良い」と感じている人の割合が高くなっている。
- 性年代では、男性10代が加重平均値で0.38と「サービスが良い」と感じている人の割合が最も高くなっている。一方、女性30代は加重平均値で-0.22と「サービスが悪い」と感じている人の割合が高くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが「サービスが良い」と感じている人の割合が最も高くなっている。自動車販売ディーラーに依頼している人も加重平均値で0.07と「サービスが良い」と感じている割合の人が高くなっている。

図表6.自動車整備工場のイメージ[Q1-4/属性別]



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

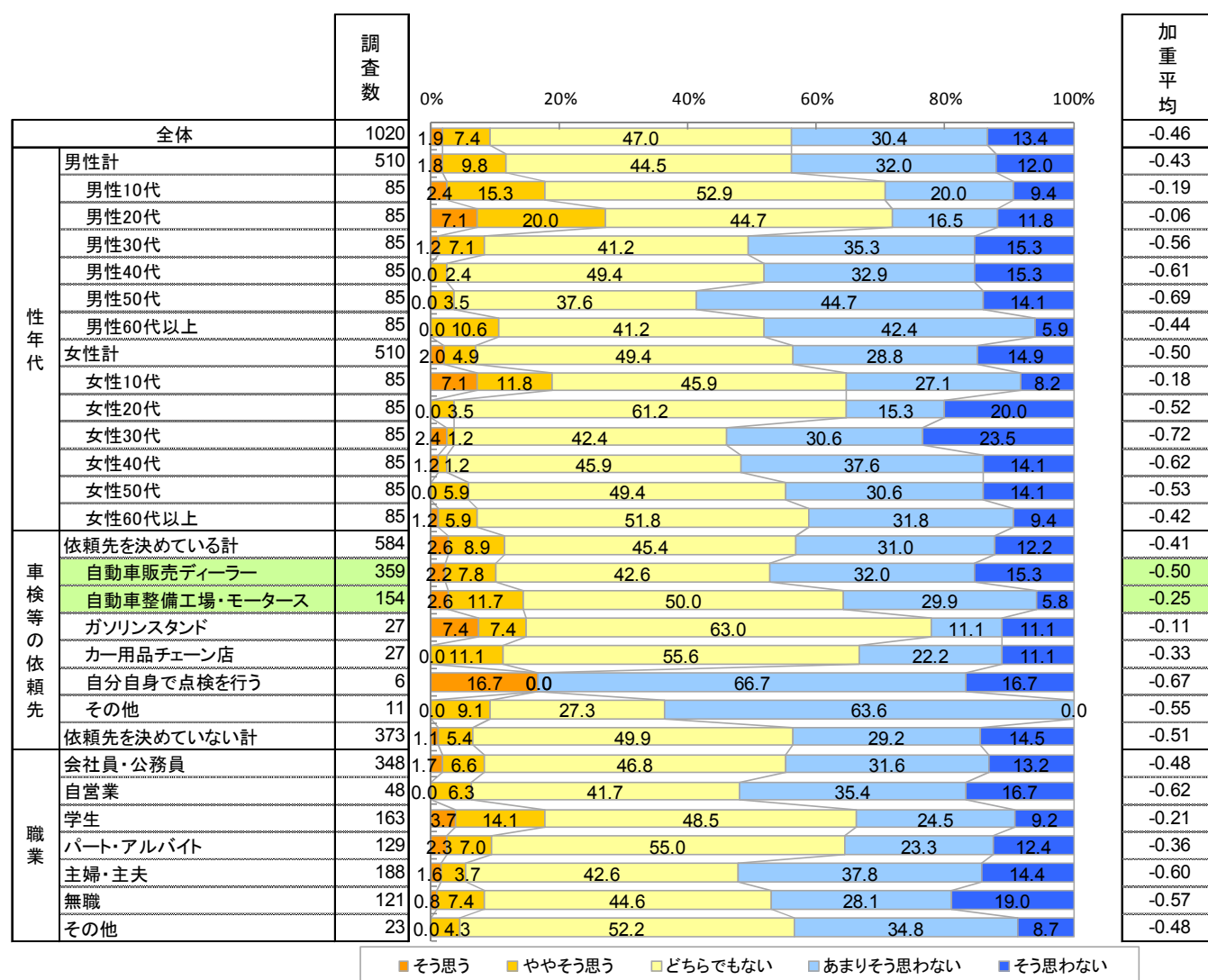
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

1-6.自動車整備工場のイメージ -新しさ

いずれの属性もマイナス評価 自動車整備工場に依頼している人も「古くさい」と感じている

- 全体で「新しい」と感じている人は、「そう思う」、「ややそう思う」の単純合計比率で9.3%、加重平均値で-0.46となっており、「新しい」と感じている人よりも、「古くさい」と感じている人の割合が多くなっている。
- 性別では、加重平均値で、女性は男性と比べて「古くさい」と感じている人の割合が高くなっている。
- 性年代では、男性20代で「新しい」と感じている人の割合が最も高いものの、加重平均値で-0.06とマイナス認識となっている。いずれの性年代でも加重平均値でマイナス認識と、「古くさい」と感じている人の割合が高くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースに依頼している人で「新しい」と感じている人の割合が最も高いものの、加重平均値で-0.25とマイナス認識となっている。自動車販売ディーラーに依頼している人も加重平均値で-0.50と「古くさい」と感じている割合の人が高くなっている。

図表7.自動車整備工場のイメージ〔Q1-5/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

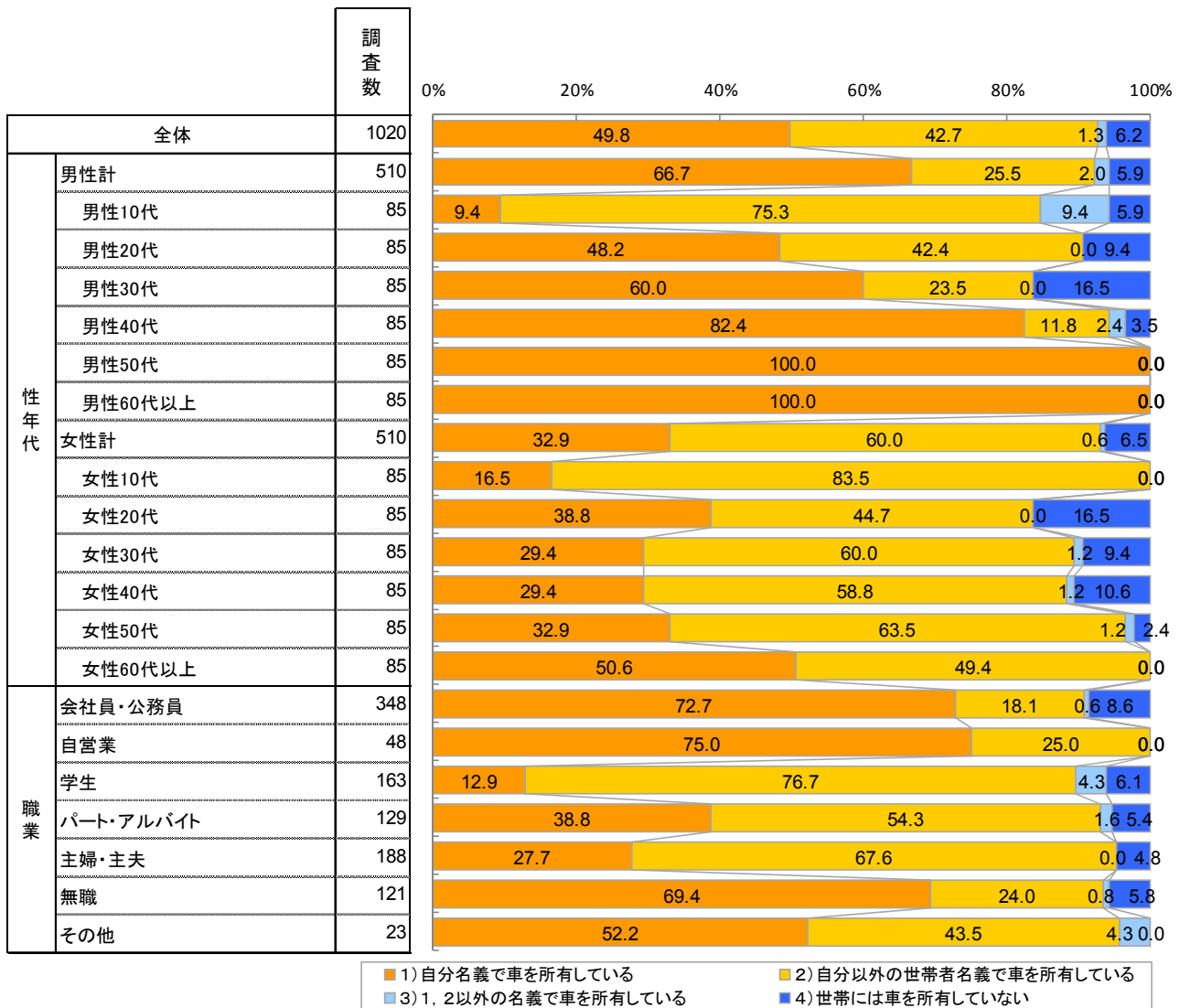
2.車の所有

2.車の所有

9割以上が世帯で車を保有
男性は「自分名義」、女性は「自分以外の世帯者名義」が6割を占める

- 車の所有については、全体で「自分名義で車を所有している」が49.8%、「自分以外の世帯者名義で車を所有している」が42.7%となっている。9割以上が世帯で車を所有している。
- 性別では、男女とも9割以上が世帯で車を所有しているものの、「自分名義で車を所有している」人は、男性が66.7%、女性が32.9%となっている。
- 性年代では、男性50代以上で「自分名義で車を所有している」人が100%となっている。
- 職業では、会社員・公務員と自営業で「自分名義で車を所有している」人が7割以上となっている。

図表8.車の所有〔Q2/属性別〕



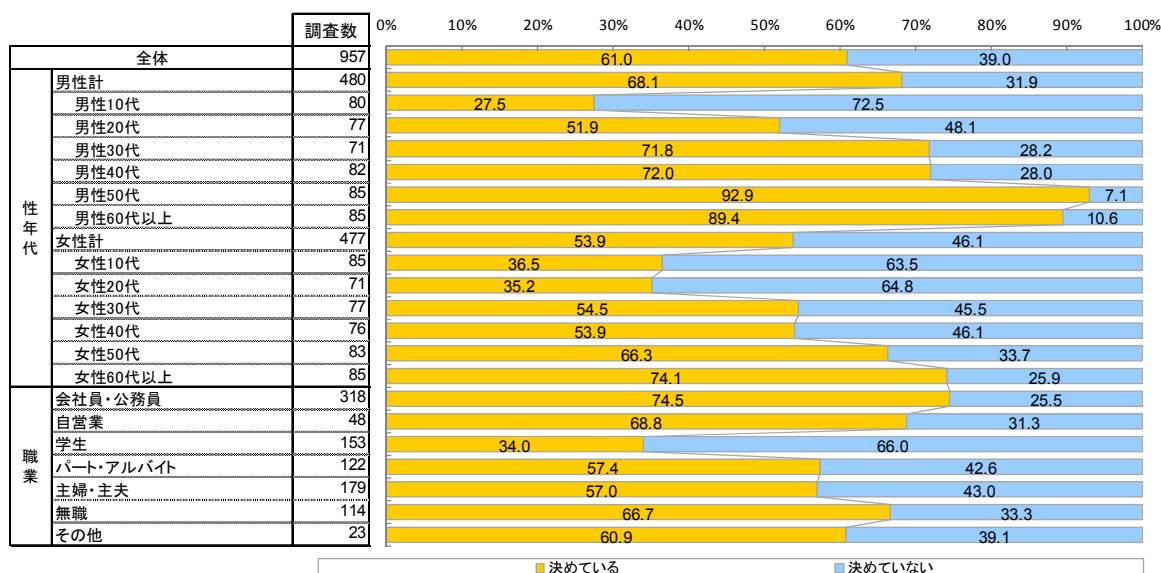
3・4.車の点検整備の依頼先

3・4.車の点検整備の依頼先

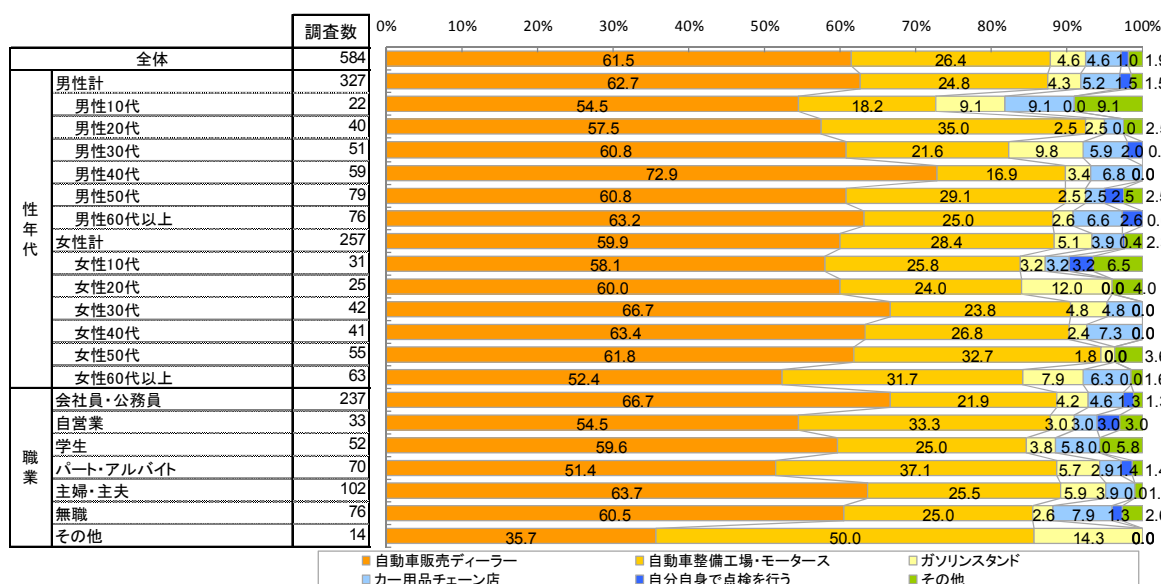
車の点検整備の依頼先は、ディーラー6割、自動車整備工場3割
自動車整備工場への依頼は男性よりも女性の方が多い

- 車の点検整備の依頼先決定権についてみると、全体で「決めている」61.0%、「決めていない」39.0%となっている。
- 性別では、男性は「決めている」が68.1%、女性は53.9%で、男性の方が依頼先の決定権を持っている割合が高くなっている。
- 車の点検整備の依頼先についてみると、全体で「自動車販売ディーラー」が61.5%で最も高くなっており、次いで「自動車整備工場・モータース」が26.4%で続いている。
- 性別では、「自動車整備工場・モータース」で男性が24.8%、女性が28.4%となっており、女性の方が「自動車整備工場・モータース」に依頼している割合が高くなっている。

図表9.車の点検整備の依頼先決定権〔Q3/属性別〕



図表10.車の点検整備の依頼先〔Q4/属性別〕



注) 図表10では、性年代で「男性10代」、「女性20代」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

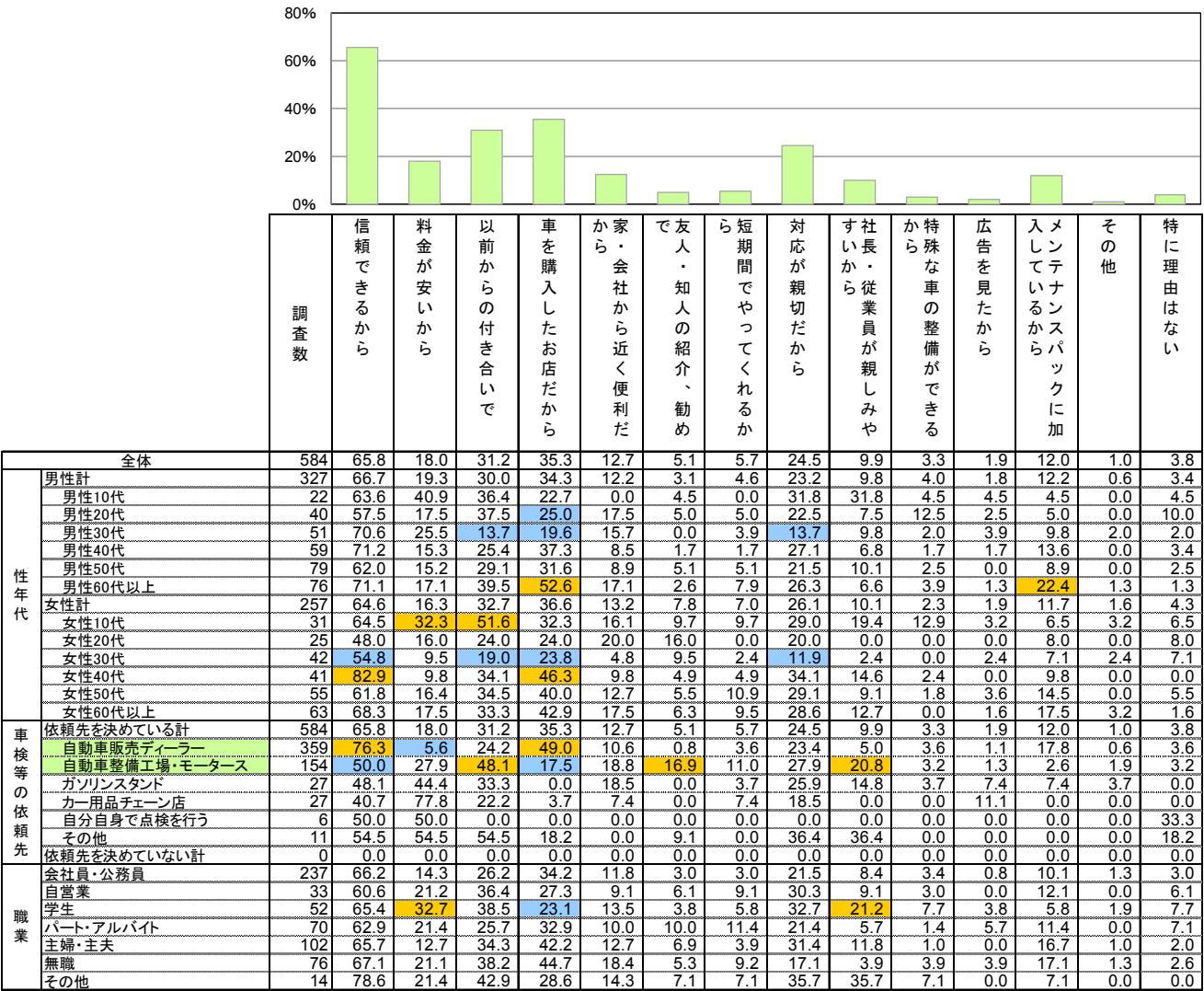
5.依頼先の決定理由

5.依頼先の決定理由

「信頼できるから」が6割以上を占める
「以前からの付き合いで」など縁故での決定比率が高い自動車整備工場

- 依頼先の決定理由については、全体で「信頼できるから」が65.8%で最も高くなっている。次いで「車を購入したお店だから」が35.3%、「以前からの付き合いで」が31.2%で続いている。
- 性年代では、女性40代で「信頼できるから」、「車を購入したお店だから」の比率が高くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースで「以前からの付き合いで」、「友人・知人の紹介、勧めで」、「社長・従業員が親しみやすいから」の比率が高くなっている一方、「信頼できるから」、「車を購入したお店だから」の比率は低くなっている。また、自動車販売ディーラーは「信頼できるから」、「車を購入したお店だから」の比率が高くなっている。
- 職業では、学生で「料金が安いから」、「社長・従業員が親しみやすいから」の比率が高くなっている一方、「車を購入したお店だから」の比率は低くなっている。

図表11.依頼先の決定理由[Q5/属性別]-複数回答



注1) 図表内の網がかかった数値は、各項目の全体と比べて、■が+10pt以上高い、■が-10pt以上低い。(調査数が30以下を除く)
注2) 性年代で、「男性10代」、「女性20代」、車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

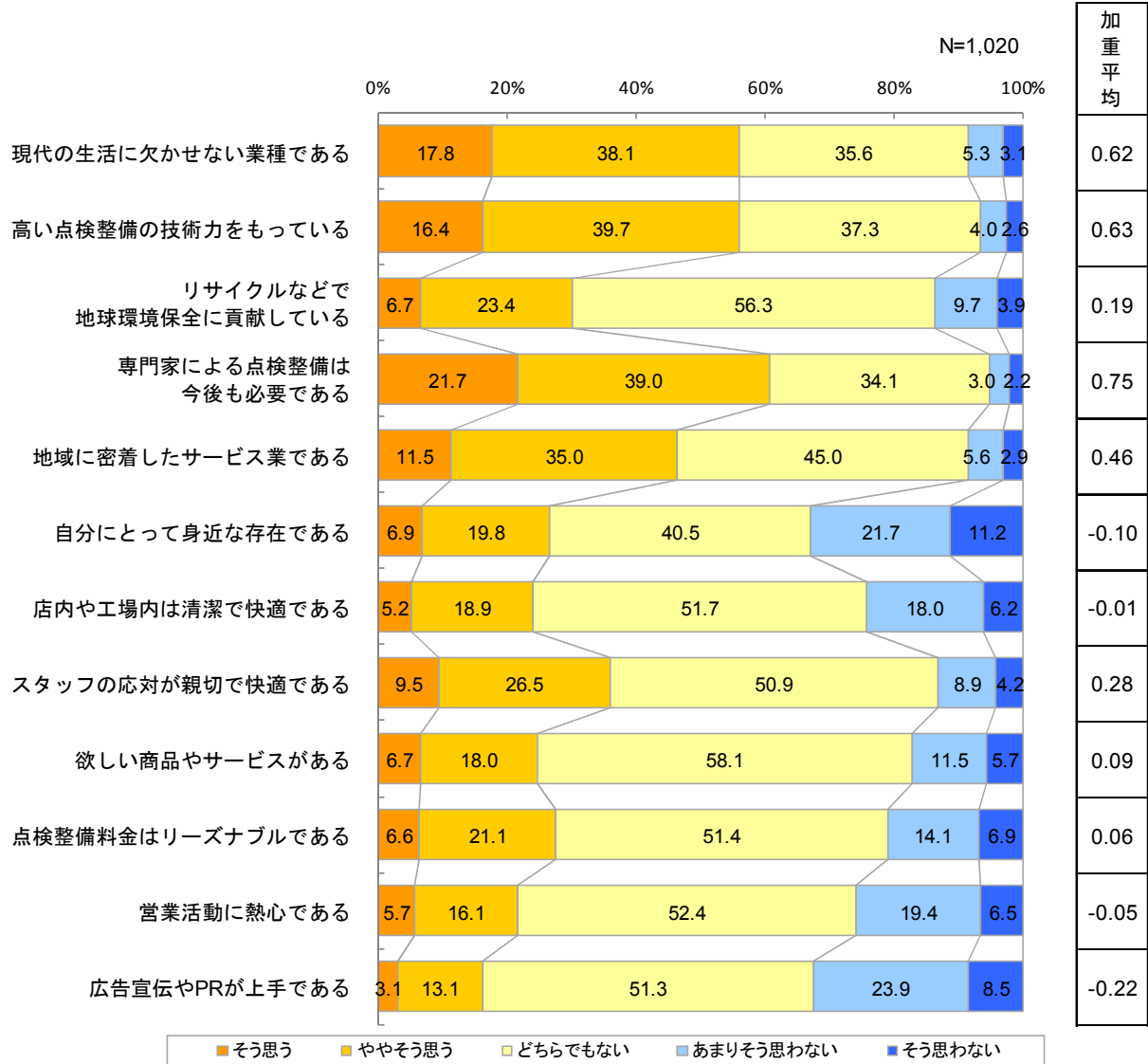
6.自動車整備工場に対する評価

6-1.自動車整備工場に対する評価

「専門家による点検整備の必要性」、「現代の生活に欠かせない業種」、「高い点検整備の技術力」を認識している人が多い

■ 自動車整備工場に対する評価について、12の項目を尋ねたところ、「専門家による点検整備は今後も必要である」が「そう思う」の比率で21.7%と最も高く、次いで「現代の生活に欠かせない業種である」が17.8%で続いている。以下、「高い点検整備の技術力をもっている」が16.4%、「地域に密着したサービス業である」が11.5%となっている。

図表12.自動車整備工場に対する評価〔Q6/全体〕



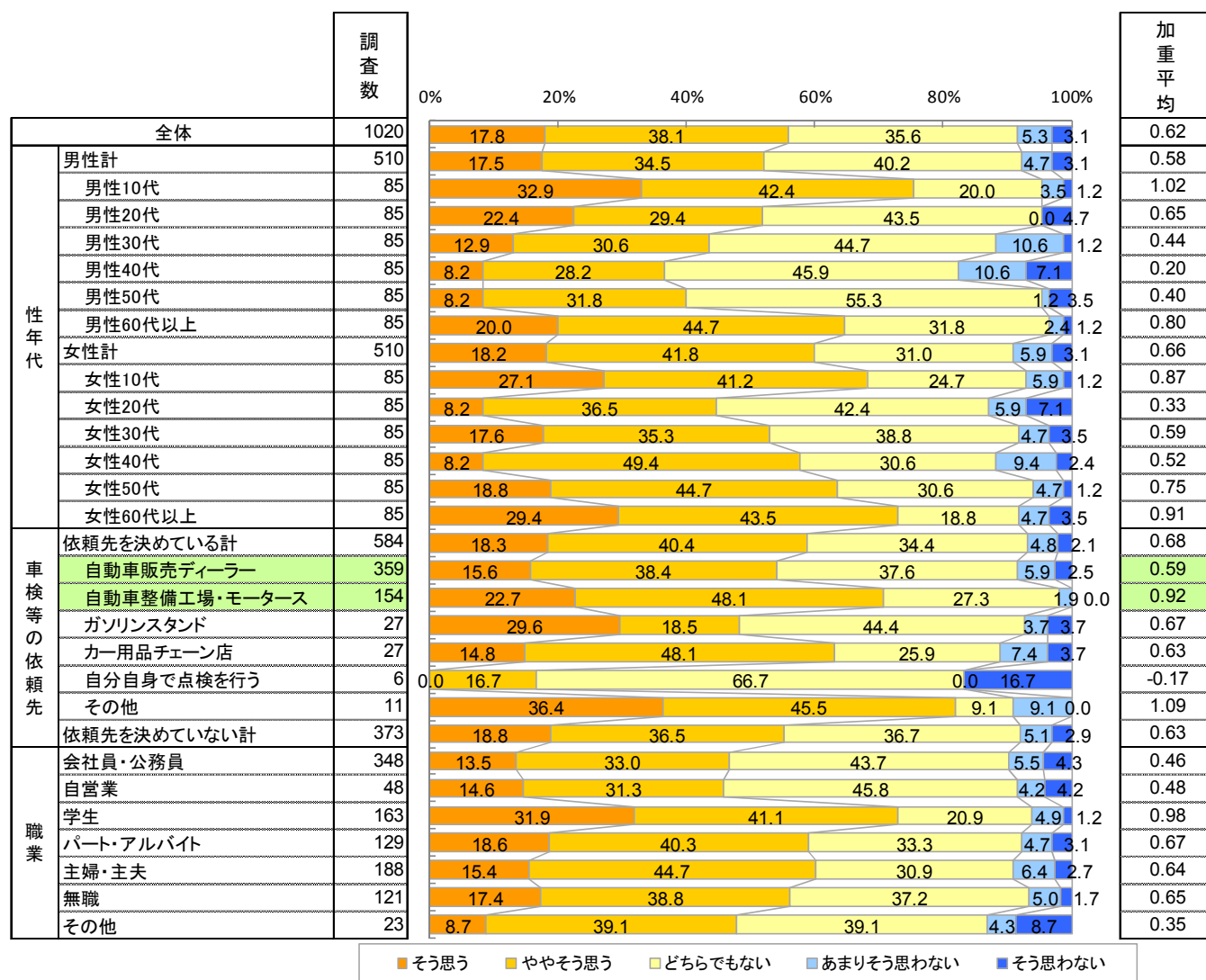
注) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

6-2.自動車整備工場に対する評価 -現代の生活に欠かせない業種である

過半数の人が「現代の生活に欠かせない業種である」と評価

- 「現代の生活に欠かせない業種である」については、全体で「そう思う」が17.8%、「ややそう思う」が38.1%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は55.9%、加重平均値で0.62となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が52.0%（加重平均値0.58）、女性は60.0%（0.66）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性10代で75.3%（1.02）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は36.4%（0.20）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが70.8%（0.92）、自動車販売ディーラーが54.0%（0.59）となっている。
- 職業では、学生で73.0%（0.98）と最も肯定層の割合が高く、学生の7割以上が「現代の生活に欠かせない業種である」と評価している。

図表13.自動車整備工場に対する評価【Q6-1/属性別】



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

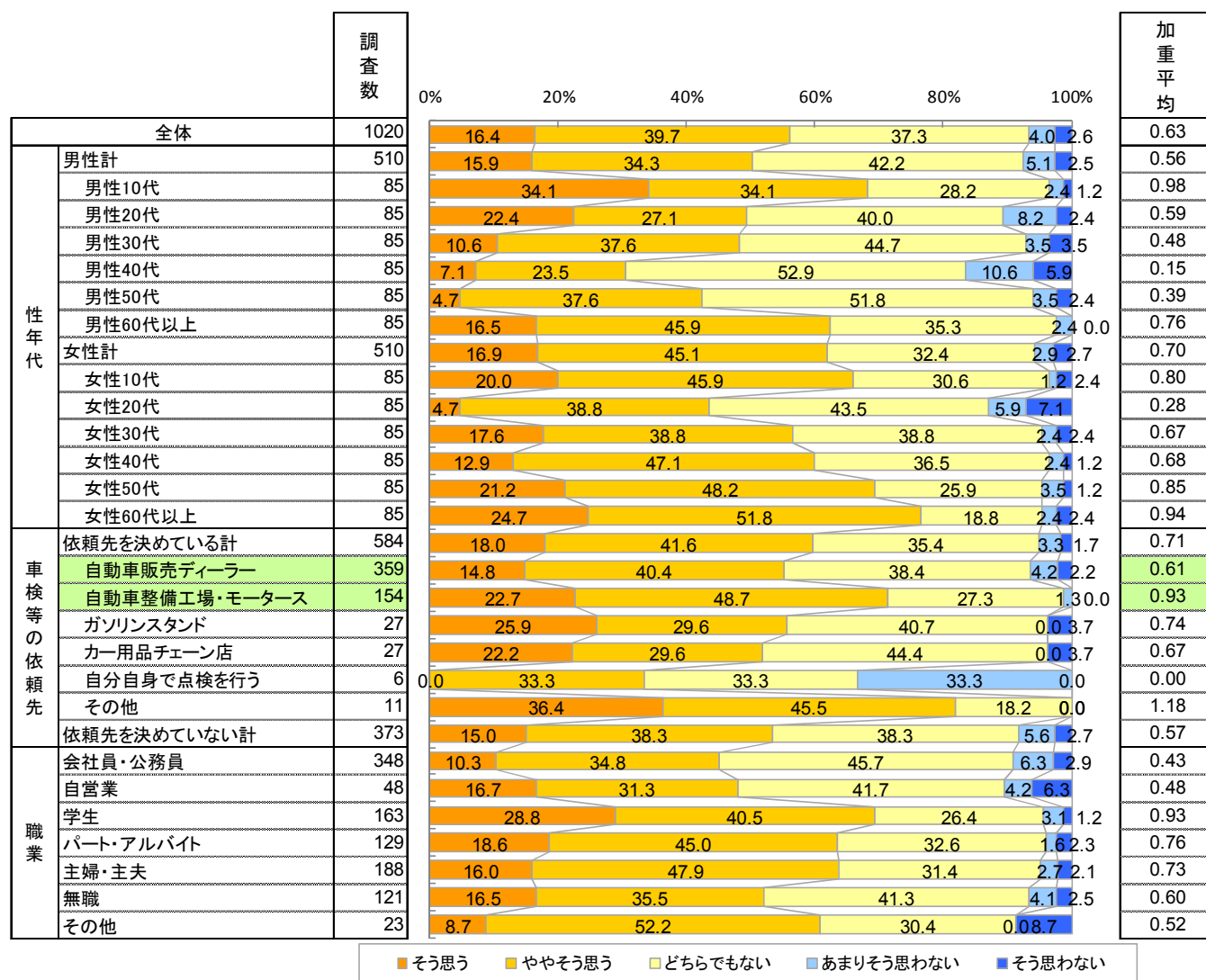
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-3.自動車整備工場に対する評価 -高い点検整備の技術力をもっている

5割以上の人が自動車整備工場は「高い点検整備の技術力をもっている」と認識している

- 「高い点検整備の技術力をもっている」については、全体で「そう思う」が16.4%、「ややそう思う」が39.7%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は56.1%、加重平均値で0.63となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が50.2%（加重平均値0.56）、女性は62.0%（0.70）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で76.5%（0.94）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は30.6%（0.15）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが71.4%（0.93）、自動車販売ディーラーが55.2%（0.61）となっている。
- 職業では、学生で69.3%（0.93）と最も肯定層の割合が高く、会社員・公務員は45.1%（0.43）で最も低くなっている。

図表14.自動車整備工場に対する評価〔Q6-2/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

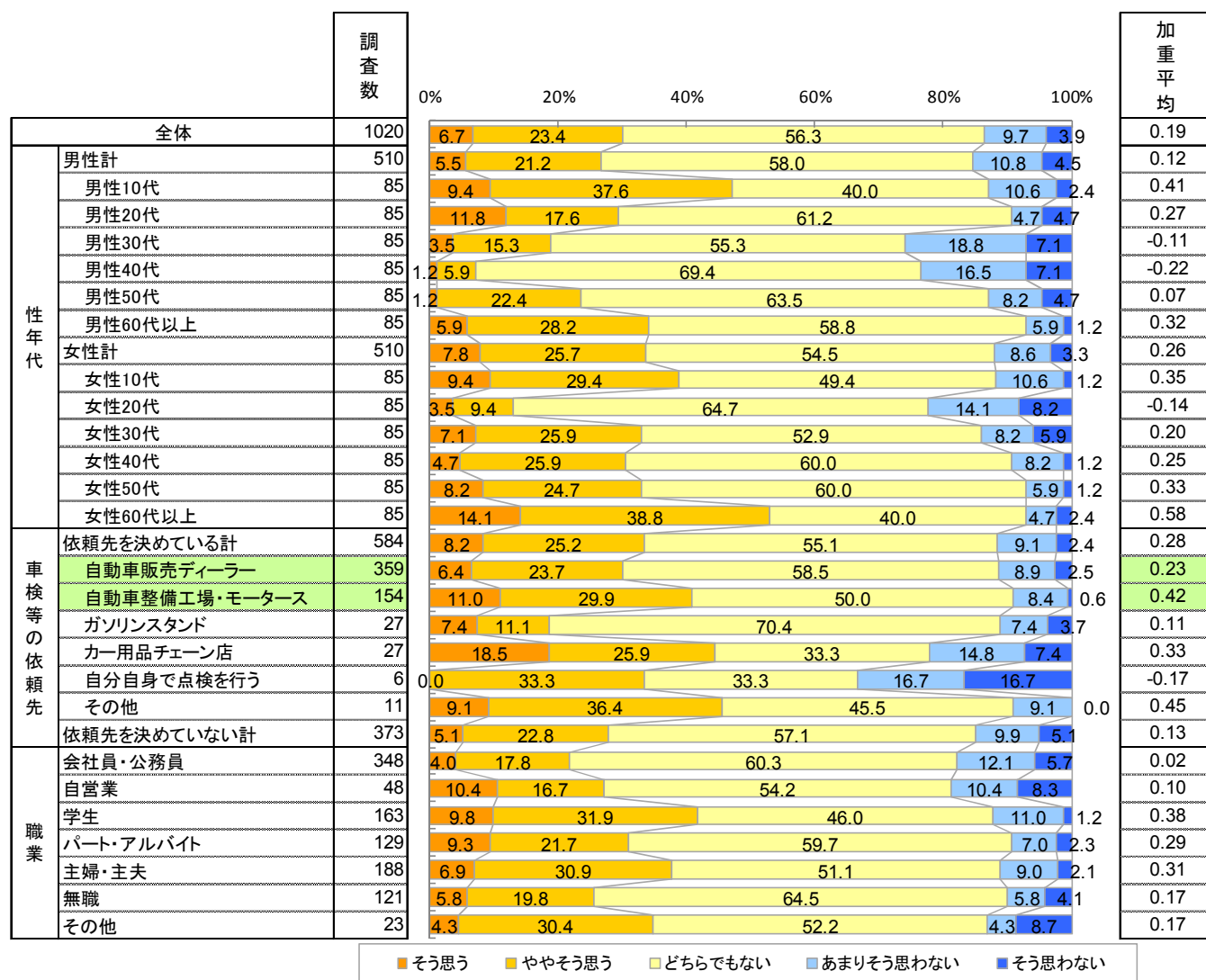
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-4.自動車整備工場に対する評価 -リサイクルなどで地球環境保全に貢献している

「地球環境保全に貢献している」と評価している人は全体の3割

- 「リサイクルなどで地球環境保全に貢献している」については、全体で「そう思う」が6.7%、「ややそう思う」が23.4%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は30.1%、加重平均値で0.19となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が26.7%（加重平均値0.12）、女性は33.5%（0.26）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で52.9%（0.58）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は7.1%（-0.22）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが40.9%（0.42）、自動車販売ディーラーが30.1%（0.23）となっている。
- 職業では、学生で41.7%（0.38）と最も肯定層の割合が高く、会社員・公務員は21.9%（0.02）で最も低くなっている。

図表15.自動車整備工場に対する評価〔Q6-3/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

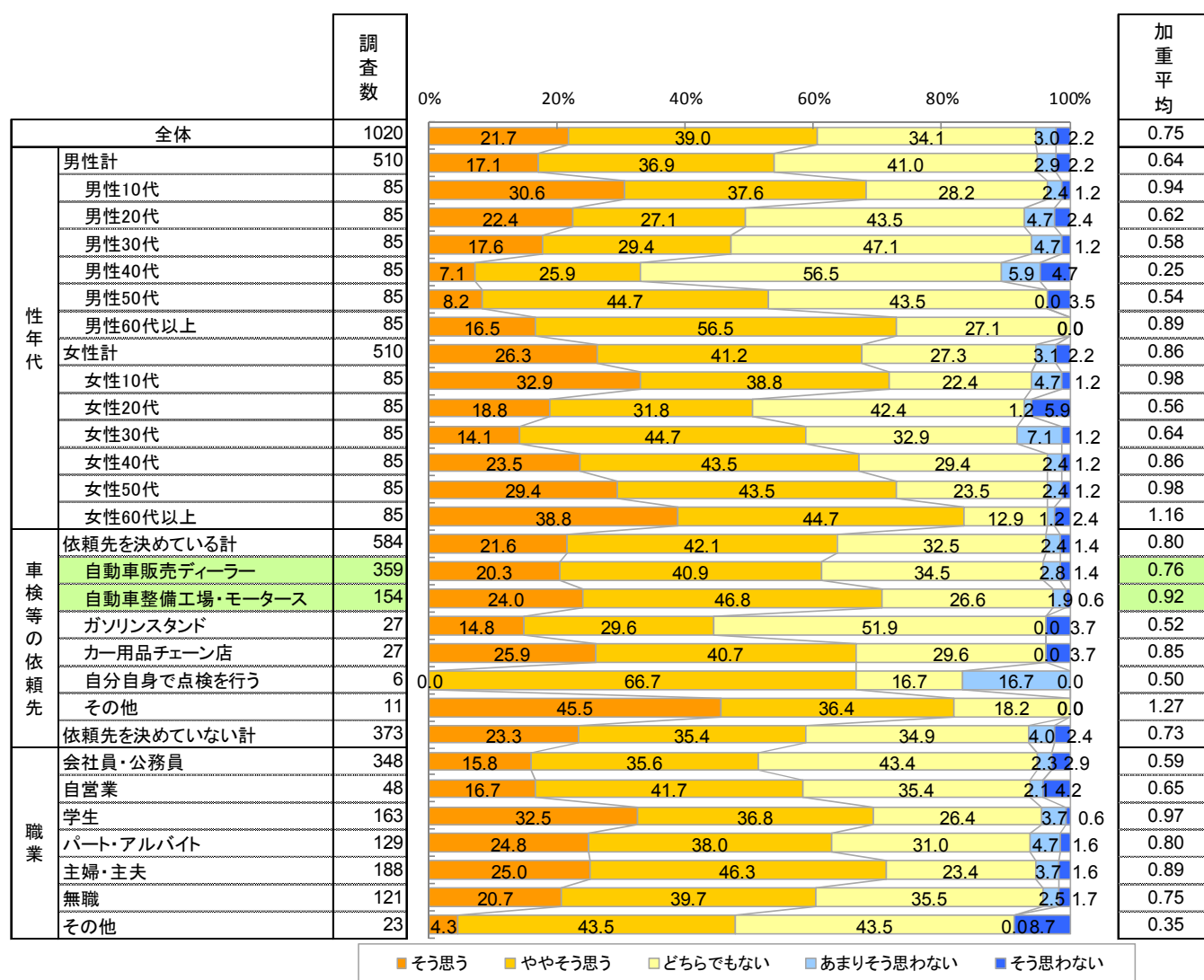
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-5.自動車整備工場に対する評価 -専門家による点検整備は今後も必要である

6割の人が「専門家による点検整備の必要性」を認識している

- 「専門家による点検整備は今後も必要である」については、全体で「そう思う」が21.7%、「ややそう思う」が39.0%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は60.7%、加重平均値で0.75となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が54.0%（加重平均値0.64）、女性は67.5%（0.86）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で83.5%（1.16）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は33.0%（0.25）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが70.8%（0.92）、自動車販売ディーラーが61.2%（0.76）となっている。
- 職業では、主婦・主夫で71.3%（0.89）と最も肯定層の割合が高く、会社員・公務員は51.4%（0.59）で最も低くなっている。

図表16.自動車整備工場に対する評価【Q6-4/属性別】



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

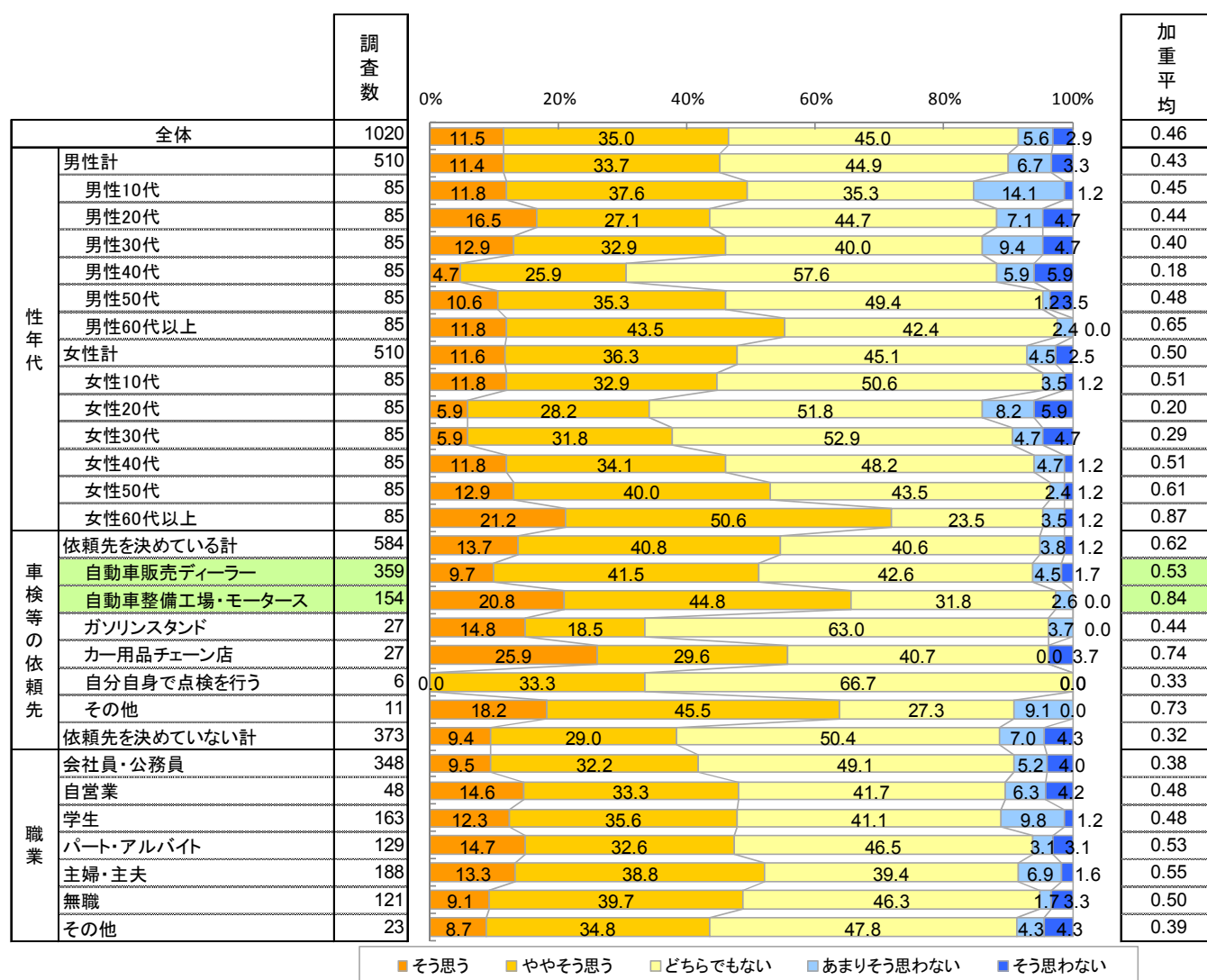
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-6.自動車整備工場に対する評価 -地域に密着したサービス業である

「地域に密着したサービス業である」と認識している人は5割に満たない

- 「地域に密着したサービス業である」については、全体で「そう思う」が11.5%、「ややそう思う」が35.0%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は46.5%、加重平均値で0.46となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が45.1%（加重平均値0.43）、女性は47.9%（0.50）で、僅差で女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で71.8%（0.87）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は30.6%（0.18）で最も低くなっている。男女とも他の年代と比べて60代以上で肯定層の割合が最も高くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが65.6%（0.84）、自動車販売ディーラーが51.2%（0.53）となっている。
- 職業では、主婦・主夫で52.1%（0.55）と最も肯定層の割合が高く、会社員・公務員は41.7%（0.38）で最も低くなっている。

図表17.自動車整備工場に対する評価【Q6-5/属性別】



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

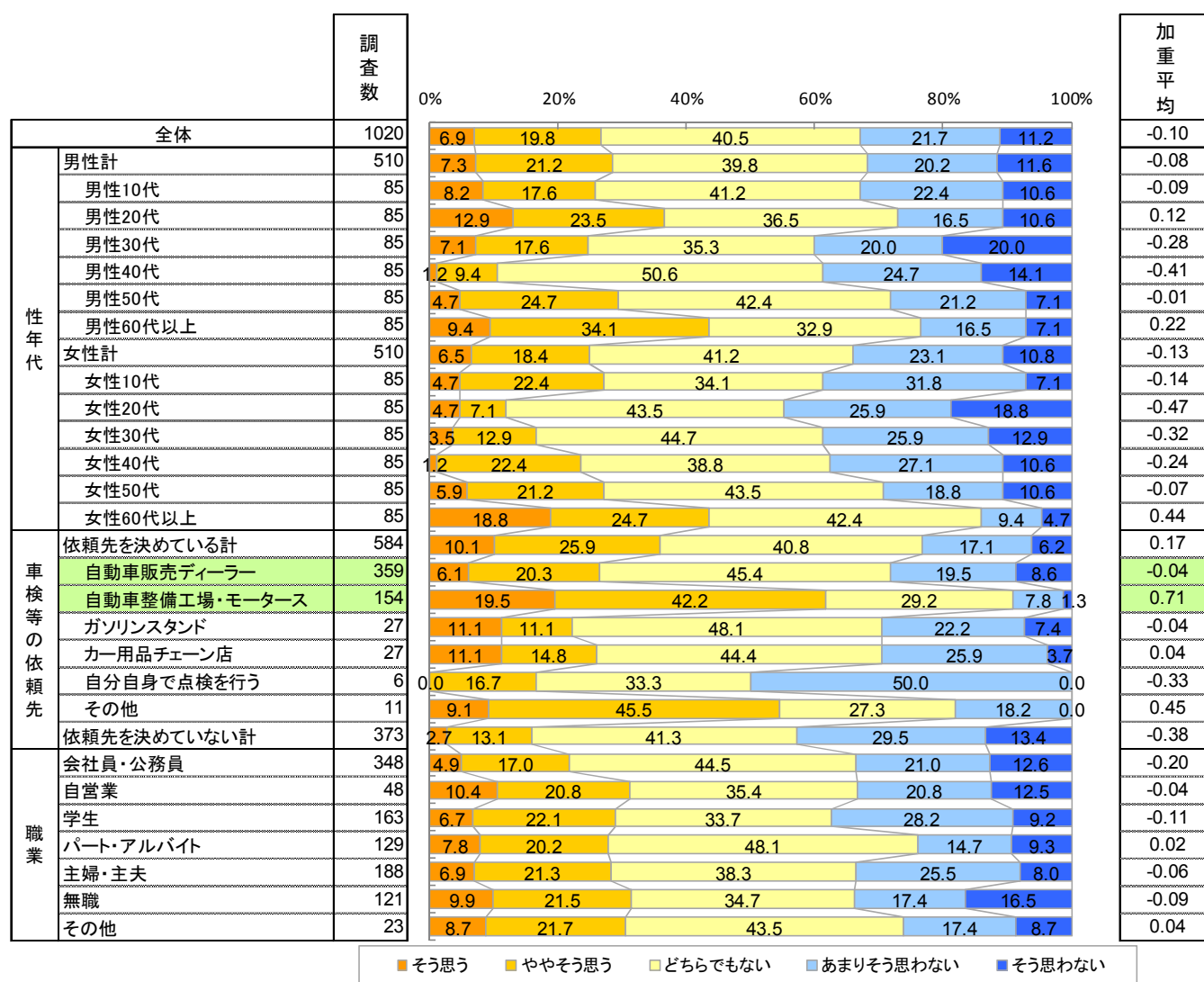
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-7.自動車整備工場に対する評価 -自分にとって身近な存在である

「自分にとって身近な存在である」と感じている人は3割未満

- 「自分にとって身近な存在である」については、全体で「そう思う」が6.9%、「ややそう思う」が19.8%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は26.7%、加重平均値で-0.10となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が28.5%（加重平均値-0.08）、女性は24.9%（-0.13）で、男性の方が高くなっている。
- 性年代では、男女60代以上で43.5%（男性60代以上0.22、女性60代以上0.44）と最も肯定率が高く、男性40代は10.6%（-0.41）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが61.7%（0.71）、自動車販売ディーラーが26.4%（-0.04）となっている。
- 職業では、会社員・公務員で21.9%（-0.20）と最も肯定層の割合が低くなっている以外では、属性による大きな差は見られない。

図表18.自動車整備工場に対する評価〔Q6-6/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

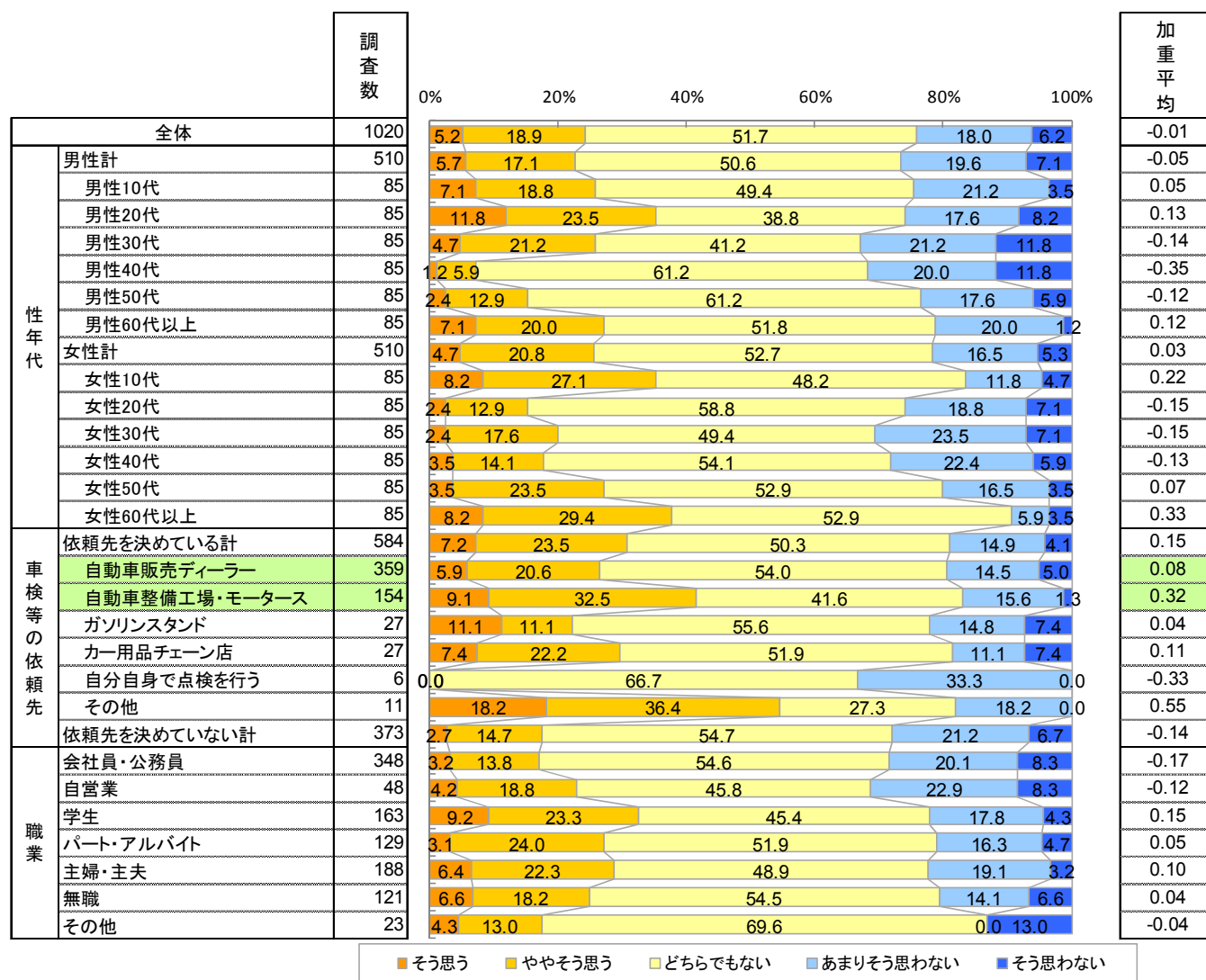
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-8.自動車整備工場に対する評価 -店内や工場内は清潔で快適である

「店内や工場内は清潔で快適である」と感じている人は2割強

- 「店内や工場内は清潔で快適である」については、全体で「そう思う」が5.2%、「ややそう思う」が18.9%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は24.1%、加重平均値で-0.01となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が22.8%（加重平均値-0.05）、女性は25.5%（0.03）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性20代と女性10代で35.3%（男性20代0.13、女性10代0.22）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は7.1%（-0.35）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが41.6%（0.32）、自動車販売ディーラーが26.5%（0.08）となっている。
- 職業では、学生で32.5%（0.15）と最も肯定層の割合が高く、会社員・公務員は17.0%（-0.17）で最も低くなっている。

図表19.自動車整備工場に対する評価〔Q6-7/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

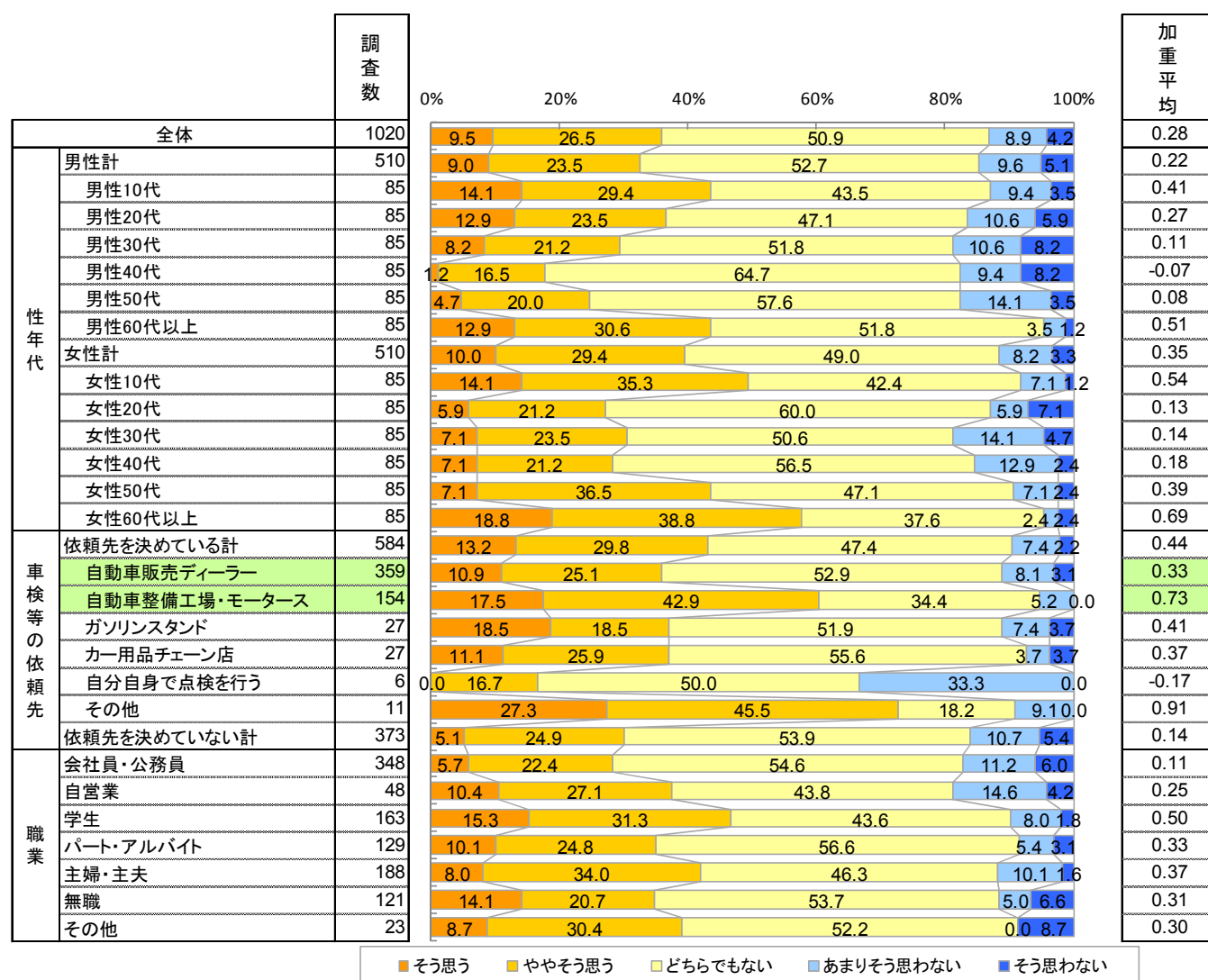
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-9.自動車整備工場に対する評価 -スタッフの対応が親切で快適である

4割近くの人が「スタッフの対応が親切で快適である」と評価している

- 「スタッフの対応が親切で快適である」については、全体で「そう思う」が9.5%、「ややそう思う」が26.5%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は36.0%、加重平均値で0.28となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が32.5%（加重平均値0.22）、女性は39.4%（0.35）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で57.6%（0.69）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は17.7%（-0.07）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが60.4%（0.73）、自動車販売ディーラーが36.0%（0.33）となっている。
- 職業では、学生で46.6%（0.50）と最も肯定層の割合が高く、会社員・公務員は28.1%（0.11）で最も低くなっている。

図表20.自動車整備工場に対する評価[Q6-8/属性別]



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

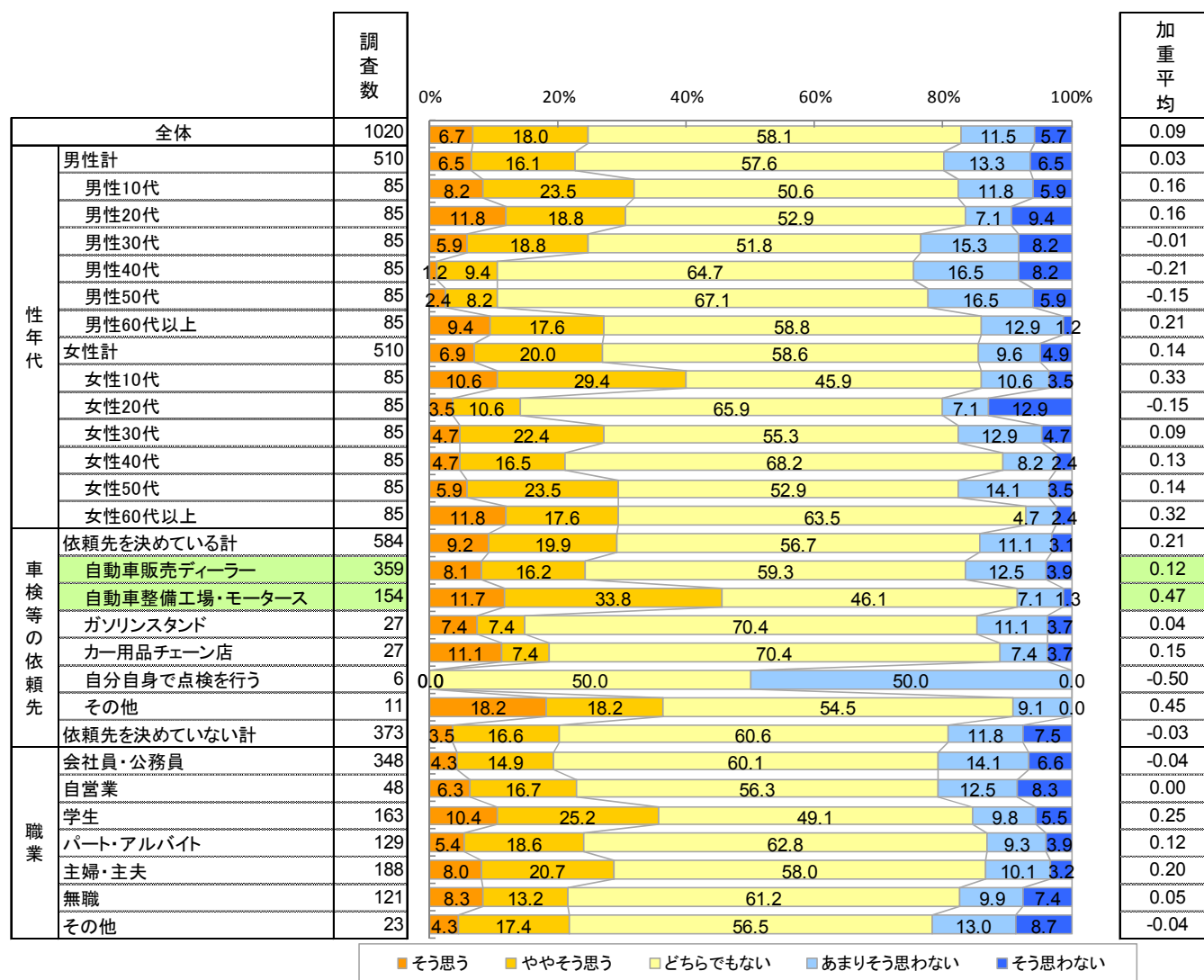
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-10.自動車整備工場に対する評価 -欲しい商品やサービスがある

「欲しい商品やサービスがある」と感じている人は全体の2割強

- 「欲しい商品やサービスがある」については、全体で「そう思う」が6.7%、「ややそう思う」が18.0%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は24.7%、加重平均値で0.09となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が22.6%（加重平均値0.03）、女性は26.9%（0.14）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性10代で40.0%（0.33）と最も肯定層の割合が高く、男性40～50代は10.6%（男性40代-0.21、男性50代-0.15）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが45.5%（0.47）、自動車販売ディーラーが24.3%（0.12）となっている。
- 職業では、学生で35.6%（0.25）と最も肯定層の割合が高く、会社員・公務員は19.2%（-0.04）で最も低くなっている。

図表21.自動車整備工場に対する評価〔Q6-9/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

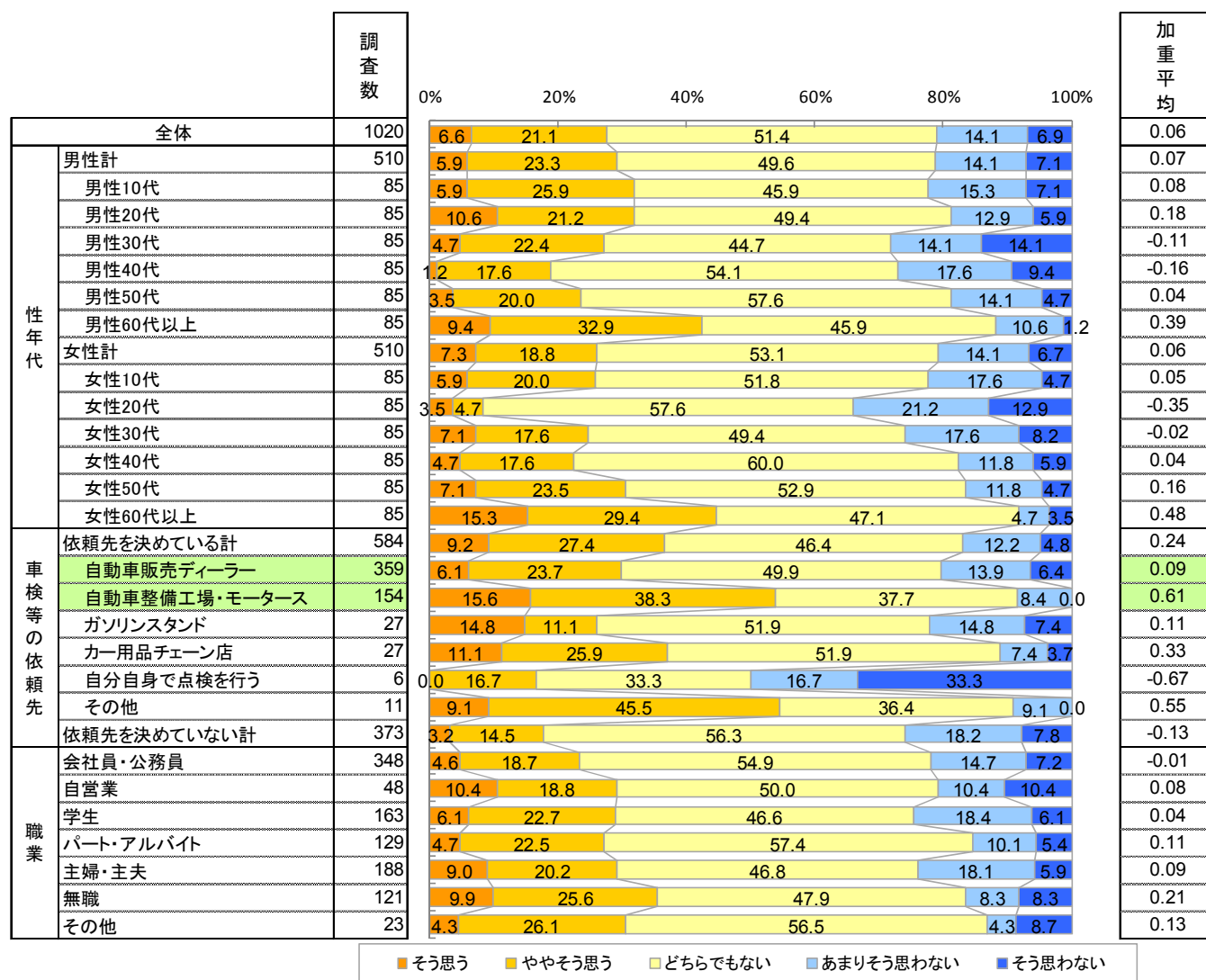
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-11.自動車整備工場に対する評価 -点検整備料金はリーズナブルである

「点検整備料金はリーズナブル」だと感じている人は3割

- 「点検整備料金はリーズナブルである」については、全体で「そう思う」が6.6%、「ややそう思う」が21.1%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は27.7%、加重平均値で0.06となっている。
- 性別では、男性の肯定率が29.2%（加重平均値0.07）、女性は26.1%（0.06）で、男性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性60代以上で42.3%（0.39）と最も肯定層の割合が高く、女性20代は8.2%（-0.35）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが53.9%（0.61）、自動車販売ディーラーが29.8%（0.09）となっている。
- 職業では、無職で35.5%（0.21）と最も肯定層の割合が高く、会社員・公務員は23.3%（-0.01）で最も低くなっている。

図表22.自動車整備工場に対する評価〔Q6-10/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

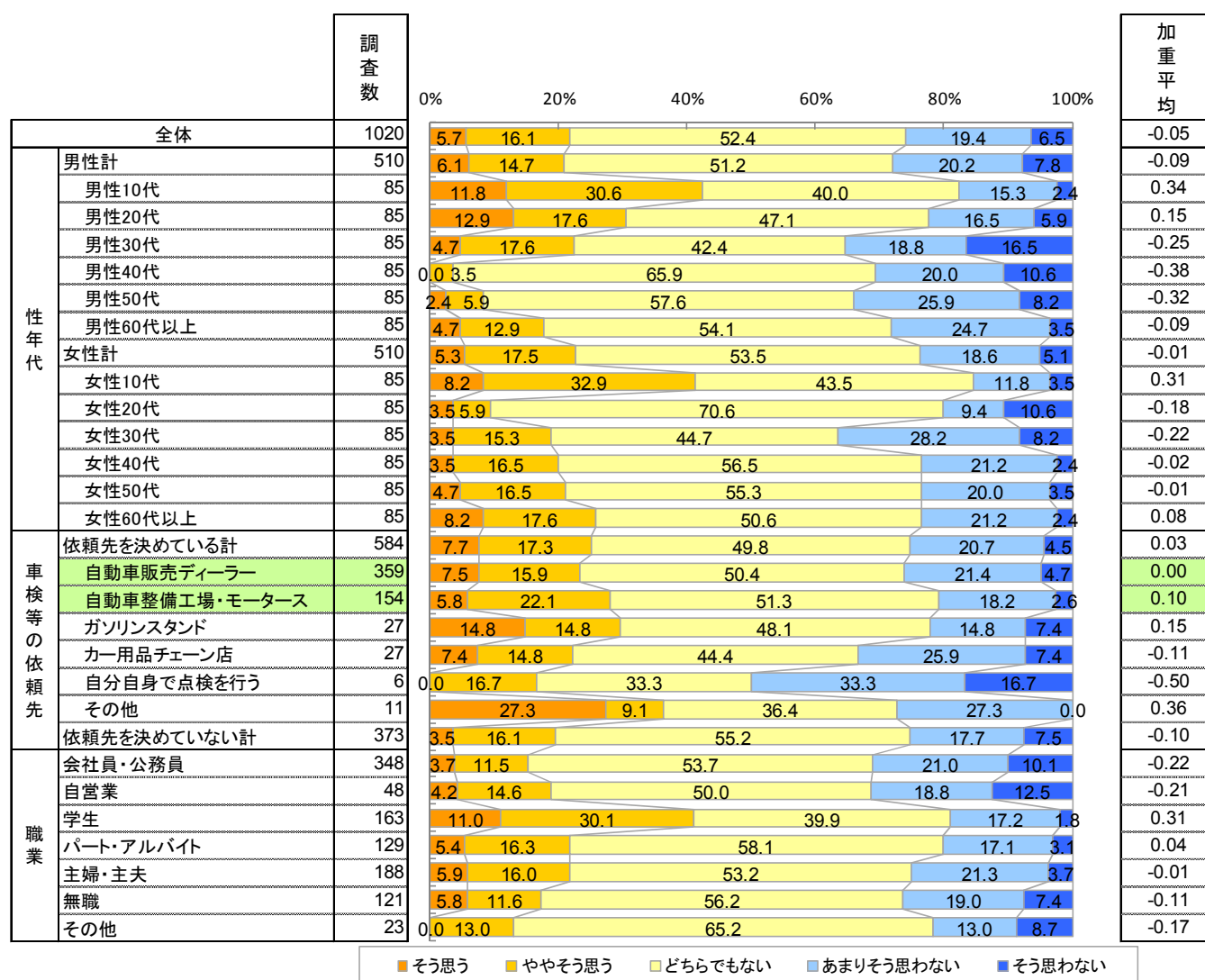
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-12.自動車整備工場に対する評価 -営業活動に熱心である

「営業活動に熱心である」と評価しているのは2割強

- 「営業活動に熱心である」については、全体で「そう思う」が5.7%、「ややそう思う」が16.1%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は21.8%、加重平均値で-0.05となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が20.8%（加重平均値-0.09）、女性は22.8%（-0.01）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性10代で42.4%（0.34）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は3.5%（-0.38）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが27.9%（0.10）、自動車販売ディーラーが23.4%（0.00）となっている。
- 職業では、学生で41.1%（0.31）と最も肯定層の割合が高く、会社員・公務員は15.2%（-0.22）で最も低くなっている。

図表23.自動車整備工場に対する評価〔Q6-11/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらとも言えない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

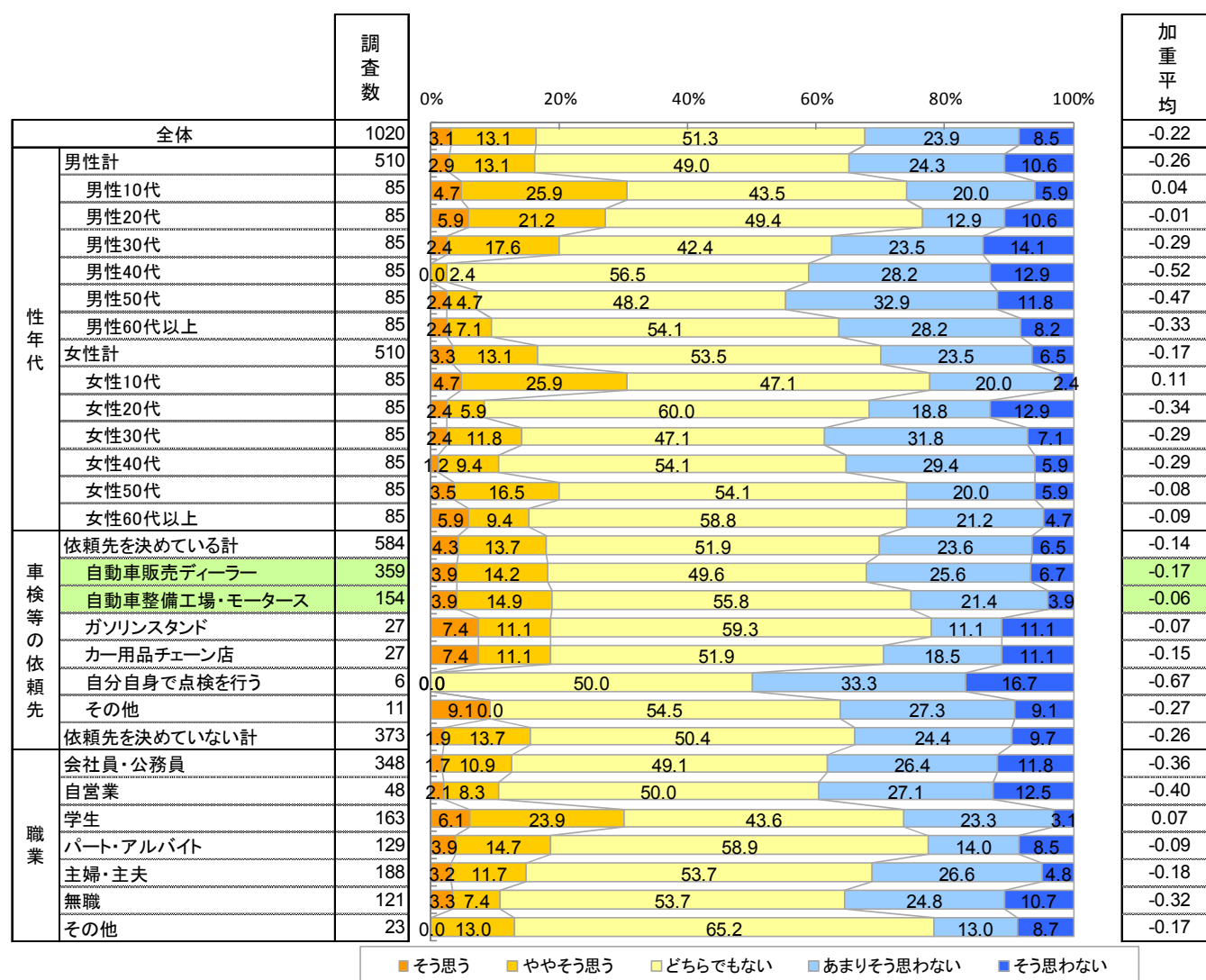
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

6-13.自動車整備工場に対する評価 -広告宣伝やPRが上手である

「広告宣伝やPRが上手である」に対して、否定層が肯定層の2倍

- 「広告宣伝やPRが上手である」については、全体で「そう思う」が3.1%、「ややそう思う」が13.1%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は16.2%、加重平均値で-0.22となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が16.0%（加重平均値-0.26）、女性は16.4%（-0.17）で、同水準となっている。
- 性年代では、男女10代で30.6%（男性10代0.04、女性10代0.11）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は2.4%（-0.52）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが18.8%（-0.06）、自動車販売ディーラーが18.1%（-0.17）となっている。
- 職業では、学生で30.0%（0.07）と最も肯定層の割合が高く、自営業は10.4%（-0.40）で最も低くなっている。

図表24.自動車整備工場に対する評価〔Q6-12/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「そう思う」に+2点、「ややそう思う」に+1点、「どちらとも言えない」に±0点、「あまりそう思わない」に-1点、「そう思わない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

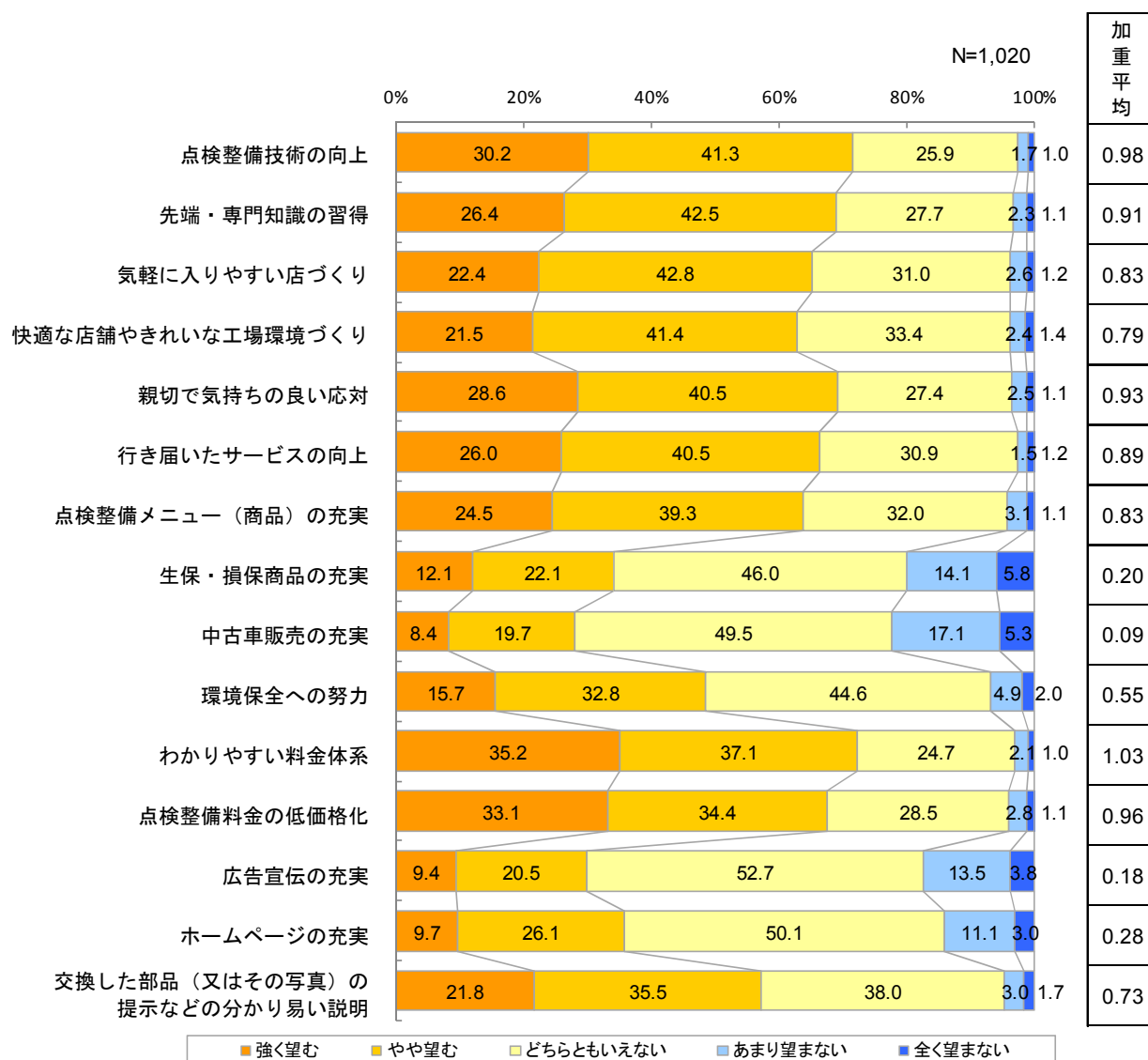
7.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと

7-1.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと

「わかりやすい料金体系」など15項目中9項目で、要望している人が6割以上を占める

- 自動車整備業界や自動車整備工場に望むことについて、15の項目を尋ねたところ、「わかりやすい料金体系」が「強く望む」の比率で35.2%と最も高く、次いで「点検整備料金の低価格化」が33.1%で続いている。以下、「点検整備技術の向上」が30.2%、「親切で気持ちの良い応対」が28.6%となっている。
- 「生保・損保商品の充実」、「中古車販売の充実」、「環境保全への努力」、「広告宣伝の充実」、「ホームページの充実」の5つの項目を除いて、要望層は6～8割程度に集中している。

図表25.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7/全体]



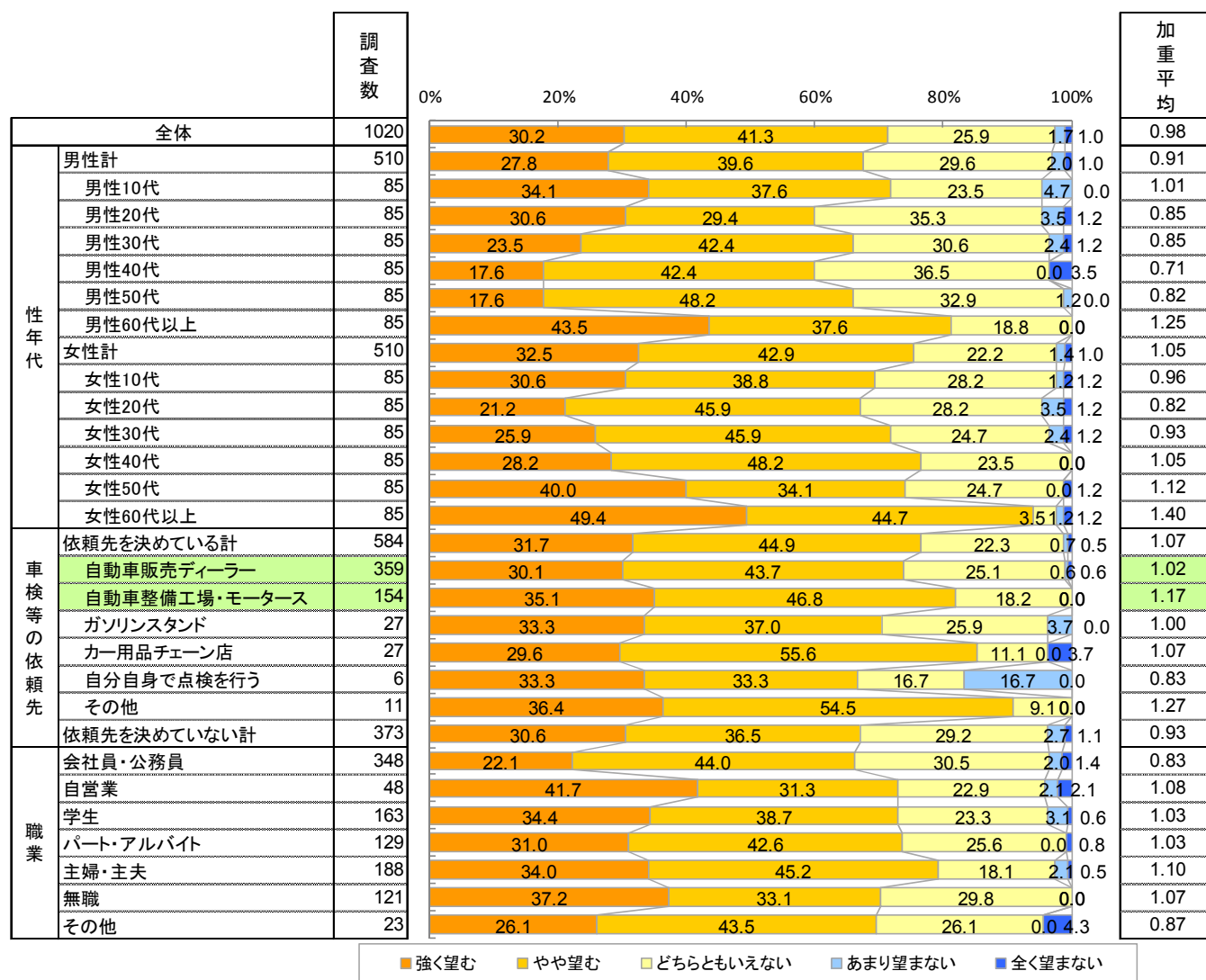
注) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」に-2点を配点し、サンプル数で除した値。

7-2.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -点検整備技術の向上

7割の人が「点検整備技術の向上」を望んでいる

- 「点検整備技術の向上」については、全体で「強く望む」が30.2%、「やや望む」が41.3%となっており、双方を合わせた要望層の割合は71.5%、加重平均値で0.98となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が67.4%（加重平均値0.91）、女性は75.4%（1.05）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で94.1%（1.40）と最も要望層の割合が高く、男性20代と40代は60.0%（男性20代0.85、男性40代0.71）で最も低くなっている。男女とも60代以上で要望層の割合が高くなっており、女性60代以上はほぼ100%に達する。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが81.9%（1.17）、自動車販売ディーラーが73.8%（1.02）となっている。
- 職業では、主婦・主夫で79.2%（1.10）と最も要望層の割合が高く、会社員・公務員は66.1%（0.83）で最も低くなっている。

図表26.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-1/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

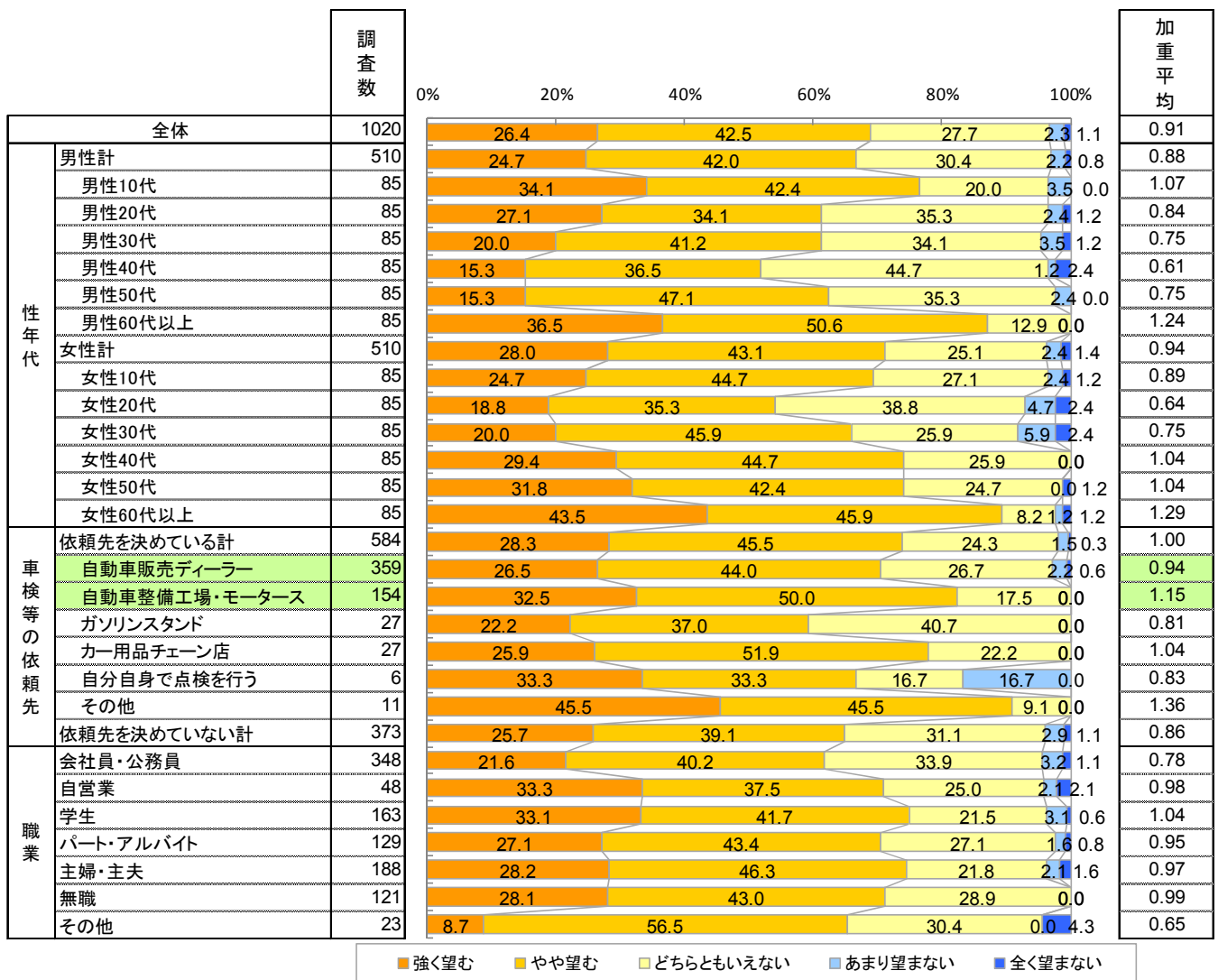
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-3.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -先端・専門知識の習得

「先端・専門知識の習得」を要望している人は7割

- 「先端・専門知識の習得」については、全体で「強く望む」が26.4%、「やや望む」が42.5%となっており、双方を合わせた要望層の割合は68.9%、加重平均値で0.91となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が66.7%（加重平均値0.88）、女性は71.1%（0.94）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で89.4%（1.29）と最も要望層の割合が高く、男性40代は51.8%（0.61）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが82.5%（1.15）、自動車販売ディーラーが70.5%（0.94）となっている。
- 職業では、学生で74.8%（1.04）と最も要望層の割合が高く、会社員・公務員は61.8%（0.78）で最も低くなっている。

図表27.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-2/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

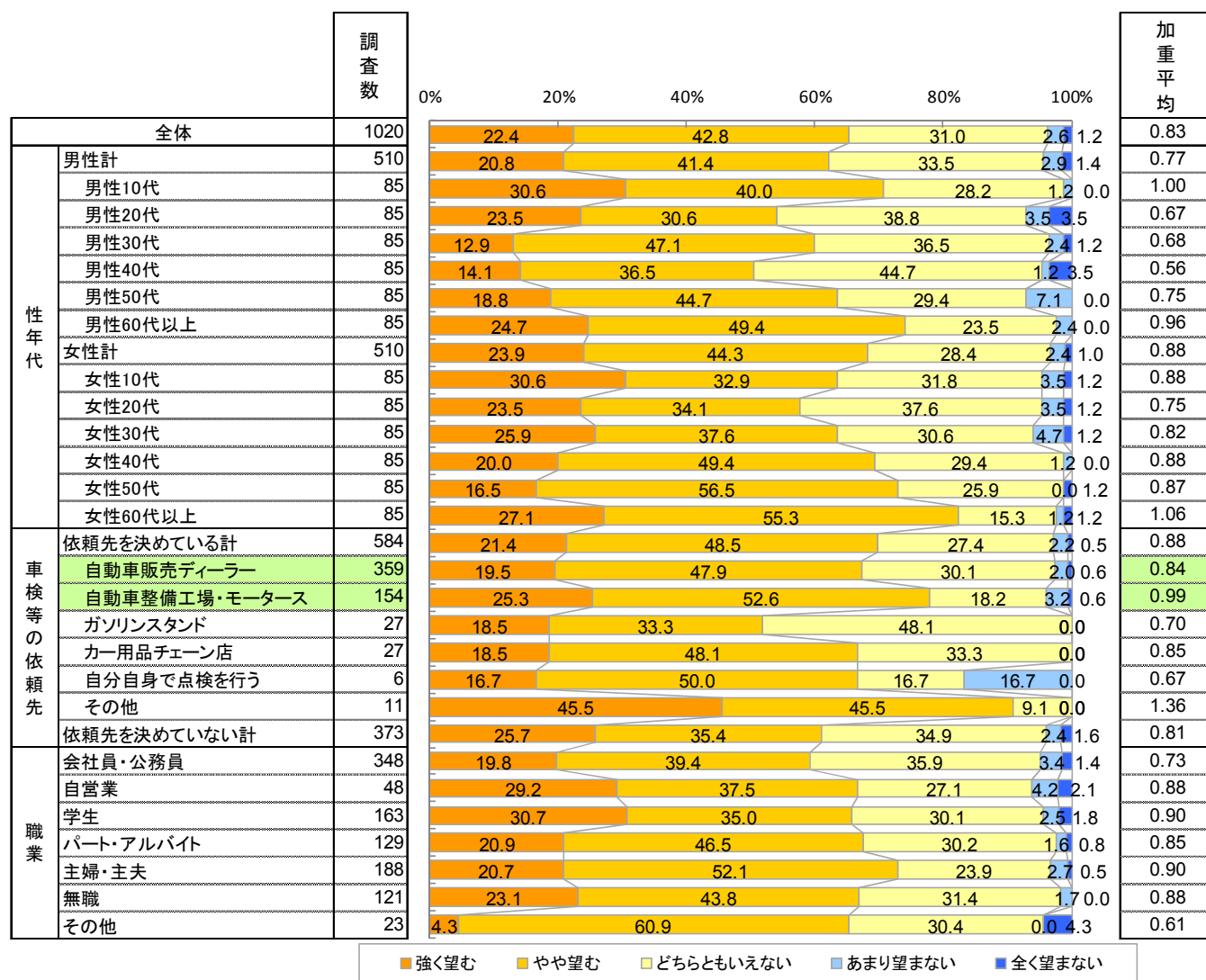
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-4.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -気軽に入りやすい店づくり

6割以上の人が「気軽に入りやすい店づくり」を求めている

- 「気軽に入りやすい店づくり」については、全体で「強く望む」が22.4%、「やや望む」が42.8%となっており、双方を合わせた要望層の割合は65.2%、加重平均値で0.83となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が62.2%（加重平均値0.77）、女性は68.2%（0.88）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で82.4%（1.06）と最も要望層の割合が高く、男性40代は50.6%（0.56）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが77.9%（0.99）、自動車販売ディーラーが67.4%（0.84）となっている。
- 職業では、主婦・主夫で72.8%（0.90）と最も要望層の割合が高く、会社員・公務員は59.2%（0.73）で最も低くなっている。

図表28.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-3/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

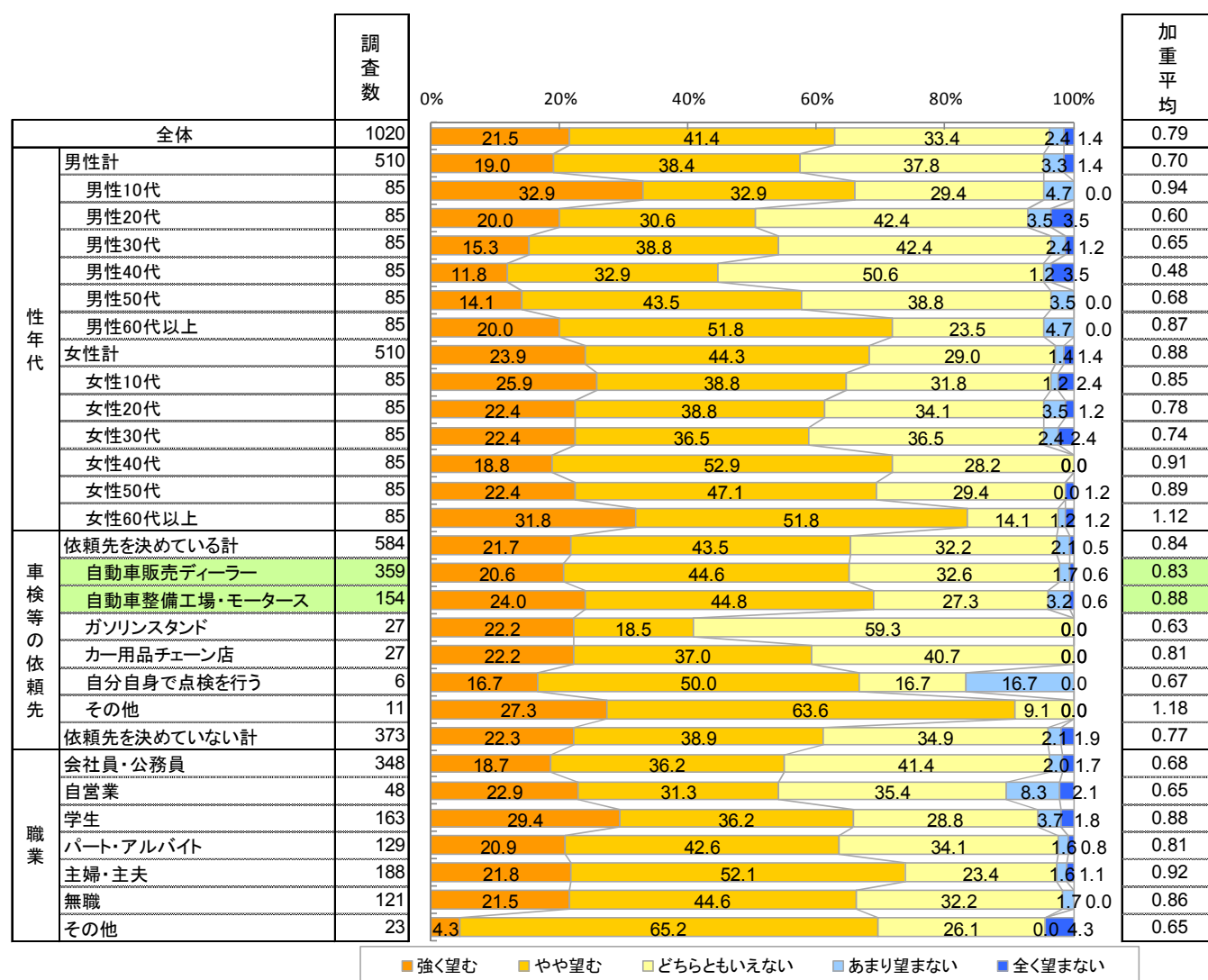
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-5.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -快適な店舗やきれいな工場環境づくり

6割以上の人が「快適な店舗やきれいな工場環境づくり」を望んでいる

- 「快適な店舗やきれいな工場環境づくり」については、全体で「強く望む」が21.5%、「やや望む」が41.4%となっており、双方を合わせた要望層の割合は62.9%、加重平均値で0.79となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が57.4%（加重平均値0.70）、女性は68.2%（0.88）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で83.6%（1.12）と最も要望層の割合が高く、男性40代は44.7%（0.48）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが68.8%（0.88）、自動車販売ディーラーが65.2%（0.83）となっている。
- 職業では、主婦・主夫で73.9%（0.92）と最も要望層の割合が高く、自営業は54.2%（0.65）で最も低くなっている。

図表29.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-4/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

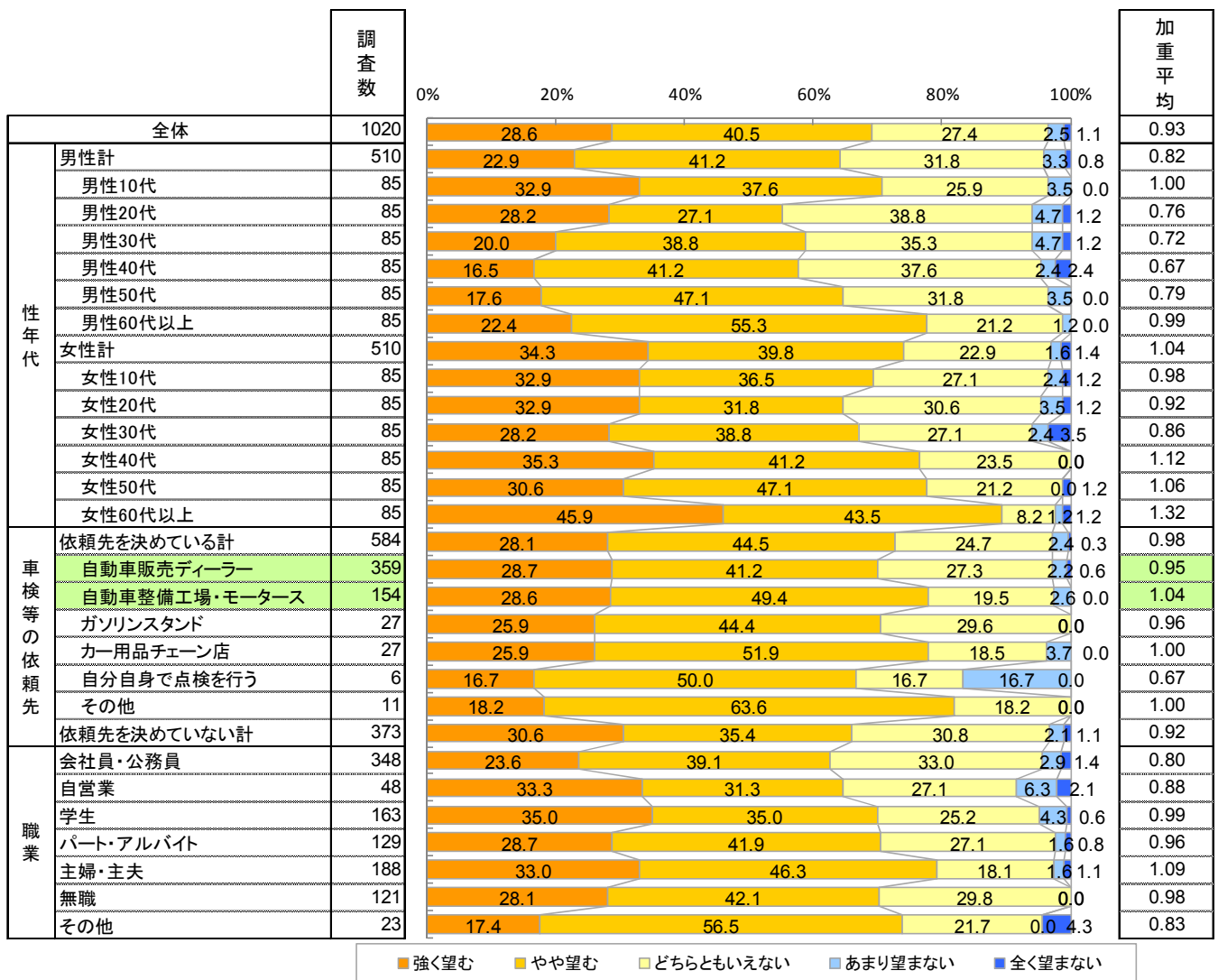
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-6.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -親切で気持ちの良い応対

「親切で気持ちの良い応対」を望んでいる人は全体の7割

- 「親切で気持ちの良い応対」については、全体で「強く望む」が28.6%、「やや望む」が40.5%となっており、双方を合わせた要望層の割合は69.1%、加重平均値で0.93となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が64.1%（加重平均値0.82）、女性は74.1%（1.04）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で89.4%（1.32）と最も要望層の割合が高く、男性20代は55.3%（0.76）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが78.0%（1.04）、自動車販売ディーラーが69.9%（0.95）となっている。
- 職業では、主婦・主夫で79.3%（1.09）と最も要望層の割合が高く、会社員・公務員は62.7%（0.80）で最も低くなっている。

図表30.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-5/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

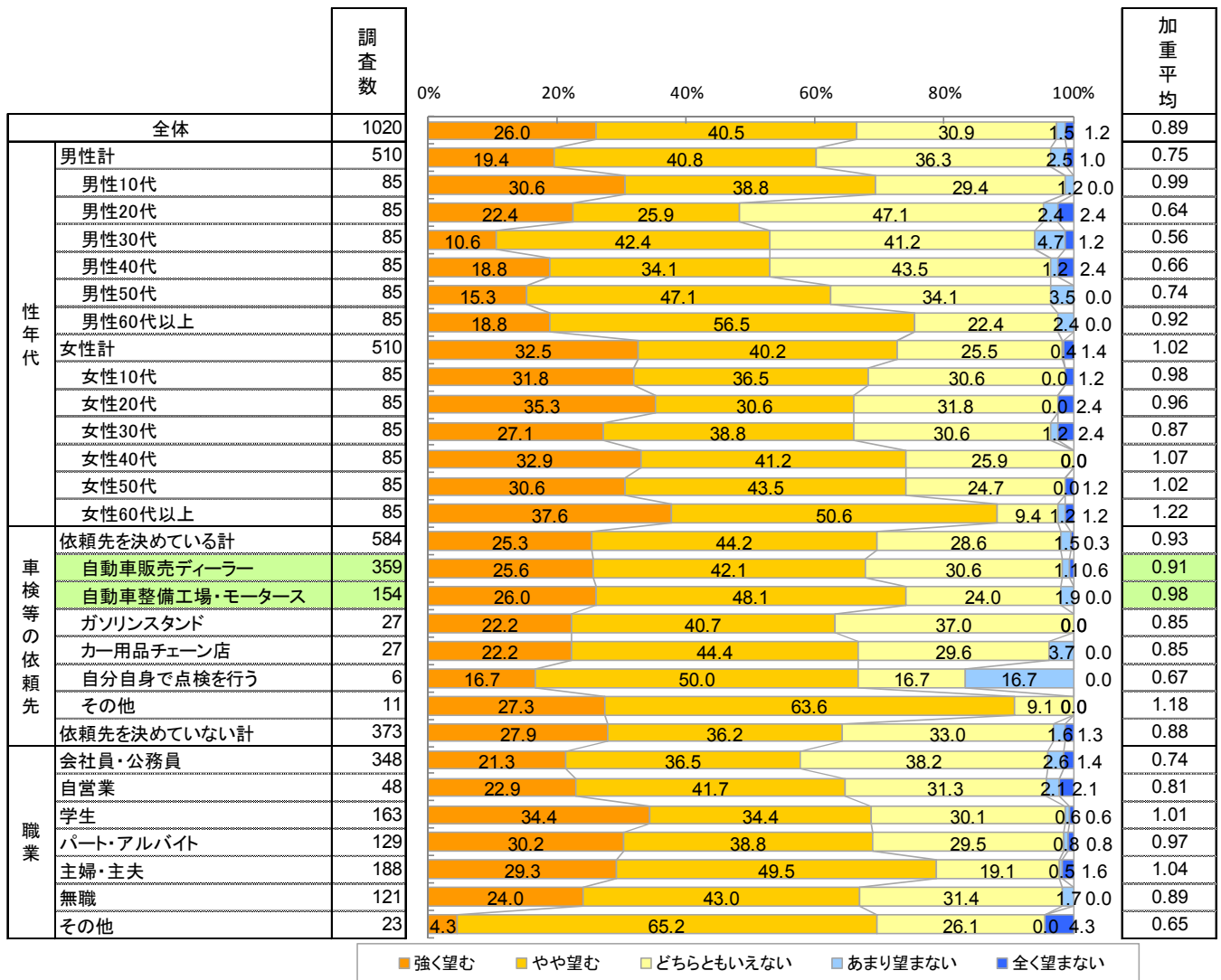
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-7.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -行き届いたサービスの向上

7割近い人が「行き届いたサービスの向上」を要望している

- 「行き届いたサービスの向上」については、全体で「強く望む」が26.0%、「やや望む」が40.5%となっており、双方を合わせた要望層の割合は66.5%、加重平均値で0.89となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が60.2%（加重平均値0.75）、女性は72.7%（1.02）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で88.2%（1.22）と最も要望層の割合が高く、男性20代は48.3%（0.64）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが74.1%（0.98）、自動車販売ディーラーが67.7%（0.91）となっている。
- 職業では、主婦・主夫で78.8%（1.04）と最も要望層の割合が高く、会社員・公務員は57.8%（0.74）で最も低くなっている。

図表31.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-6/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

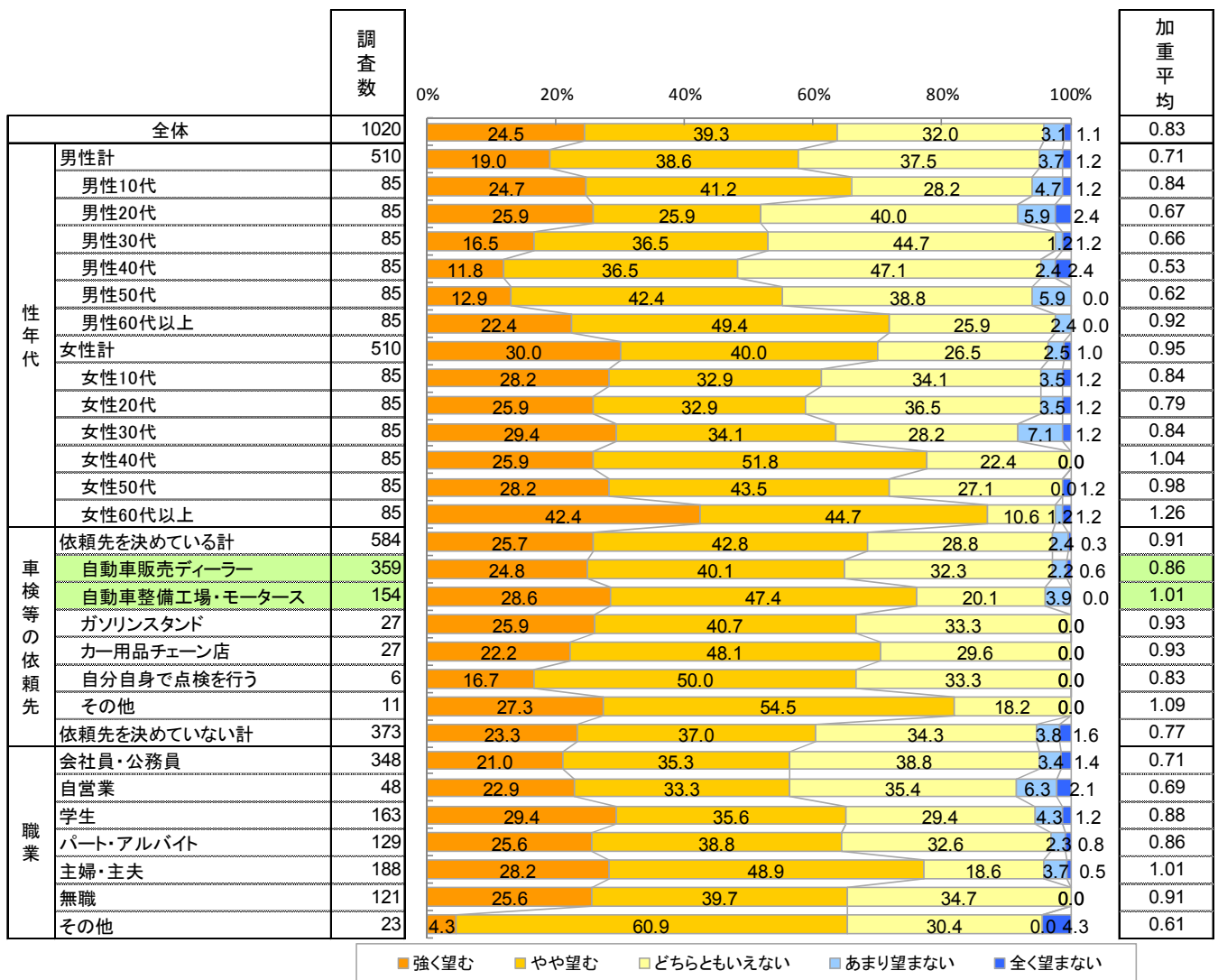
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-8.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -点検整備メニュー(商品)の充実

「点検整備メニューの充実」を望んでいる人は6割以上

- 「点検整備メニュー(商品)の充実」については、全体で「強く望む」が24.5%、「やや望む」が39.3%となっており、双方を合わせた要望層の割合は63.8%、加重平均値で0.83となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が57.6%(加重平均値0.71)、女性は70.0%(0.95)で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で87.1%(1.26)と最も要望層の割合が高く、男性40代は48.3%(0.53)で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが76.0%(1.01)、自動車販売ディーラーが64.9%(0.86)となっている。
- 職業では、主婦・主夫で77.1%(1.01)と最も要望層の割合が高く、自営業は56.2%(0.69)で最も低くなっている。

図表32.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-7/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

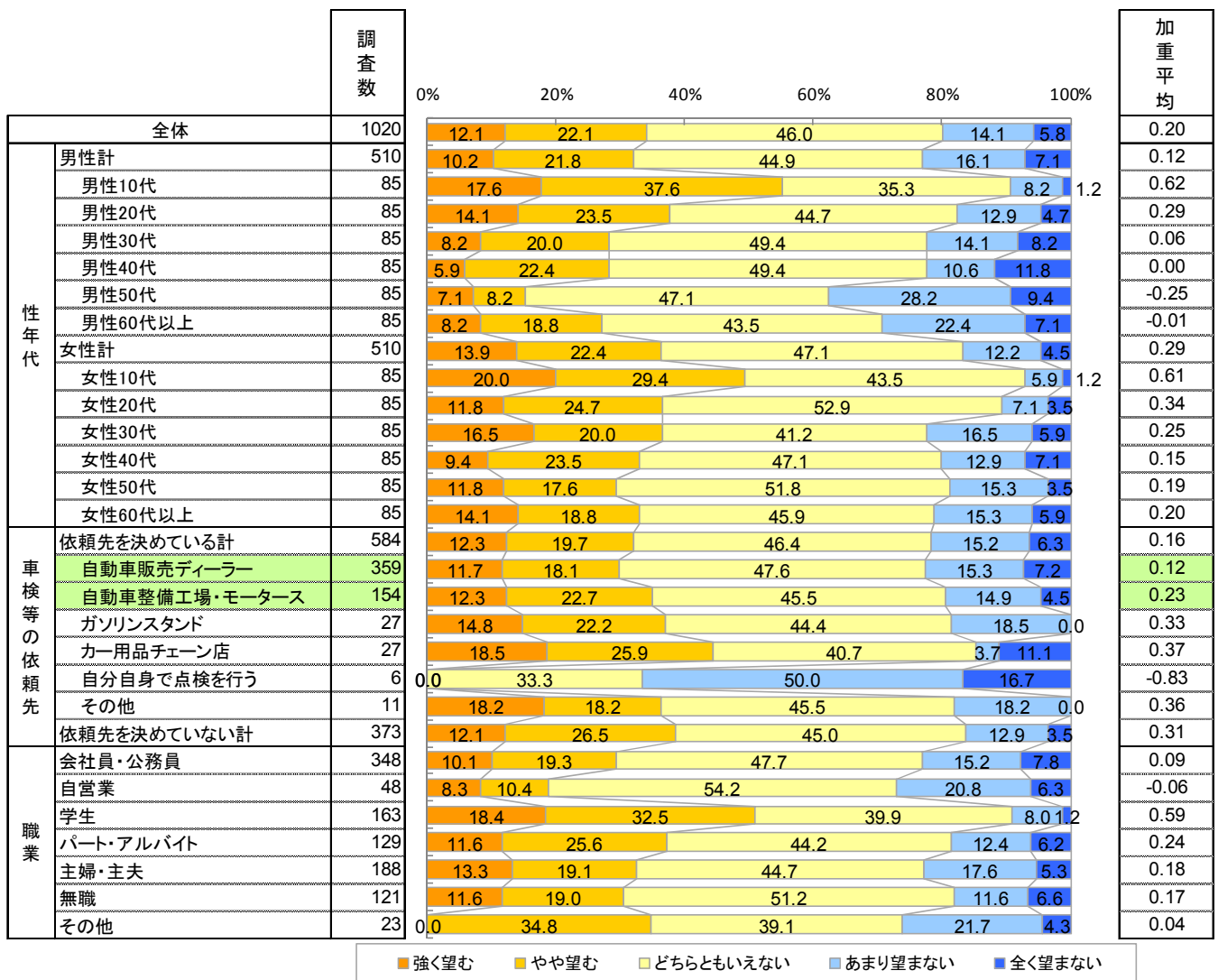
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-9.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -生保・損保商品の充実

「生保・損保商品の充実」を求めている人は4割に満たない

- 「生保・損保商品の充実」については、全体で「強く望む」が12.1%、「やや望む」が22.1%となっており、双方を合わせた要望層の割合は34.2%、加重平均値で0.20となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が32.0%（加重平均値0.12）、女性は36.3%（0.29）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性10代で55.2%（0.62）と最も要望層の割合が高く、男性50代は15.3%（-0.25）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが35.0%（0.23）、自動車販売ディーラーが29.8%（0.12）となっている。
- 職業では、学生で50.9%（0.59）と最も要望層の割合が高く、自営業は18.7%（-0.06）で最も低くなっている。

図表33.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-8/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

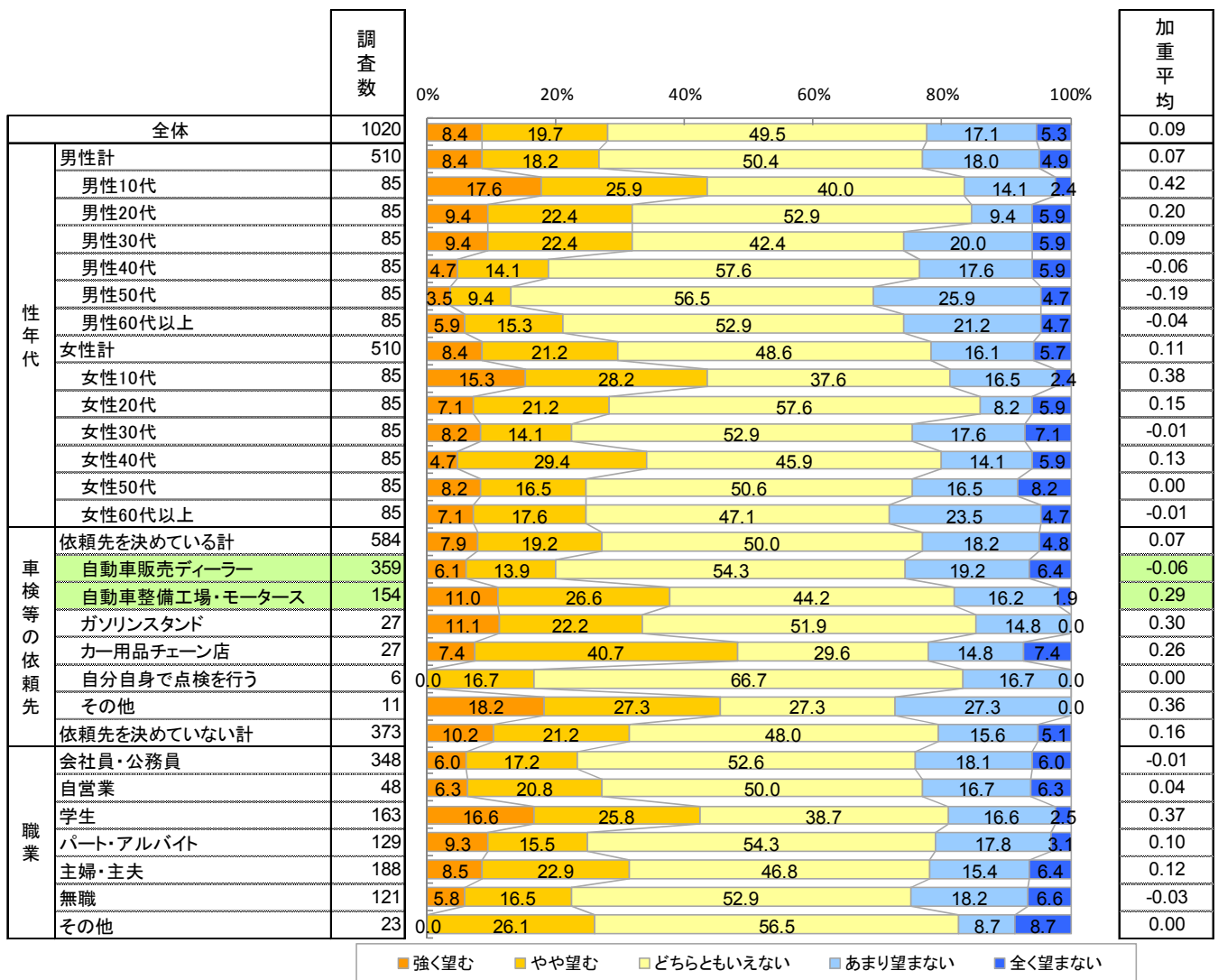
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-10.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -中古車販売の充実

「中古車販売の充実」を望んでいる人は全体の3割

- 「中古車販売の充実」については、全体で「強く望む」が8.4%、「やや望む」が19.7%となっており、双方を合わせた要望層の割合は28.1%、加重平均値で0.09となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が26.6%（加重平均値0.07）、女性は29.6%（0.11）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、男女10代で43.5%（男性10代0.42、女性10代0.38）と最も要望層の割合が高く、男性50代は12.9%（-0.19）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが37.6%（0.29）、自動車販売ディーラーが20.0%（-0.06）となっている。
- 職業では、学生で42.4%（0.37）と最も要望層の割合が高く、無職は22.3%（-0.03）で最も低くなっている。

図表34.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-9/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

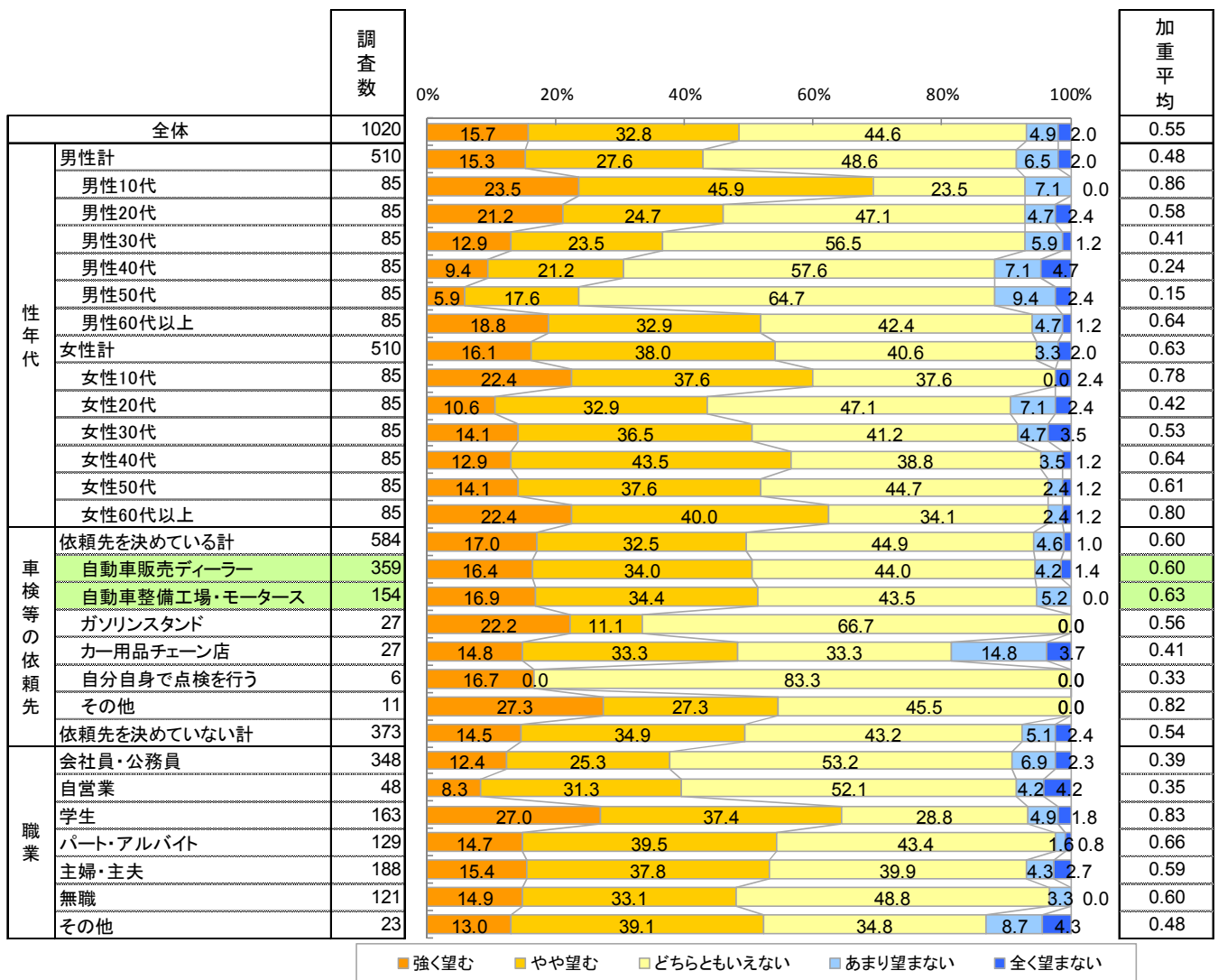
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-11.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -環境保全への努力

約半数の人が「環境保全への努力」を望んでいる

- 「環境保全への努力」については、全体で「強く望む」が15.7%、「やや望む」が32.8%となっており、双方を合わせた要望層の割合は48.5%、加重平均値で0.55となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が42.9%（加重平均値0.48）、女性は54.1%（0.63）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性10代で69.4%（0.86）と最も要望層の割合が高く、男性50代は23.5%（0.15）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが51.3%（0.63）、自動車販売ディーラーが50.4%（0.60）となっている。
- 職業では、学生で64.4%（0.83）と最も要望層の割合が高く、会社員・公務員は37.7%（0.39）で最も低くなっている。

図表35.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-10/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

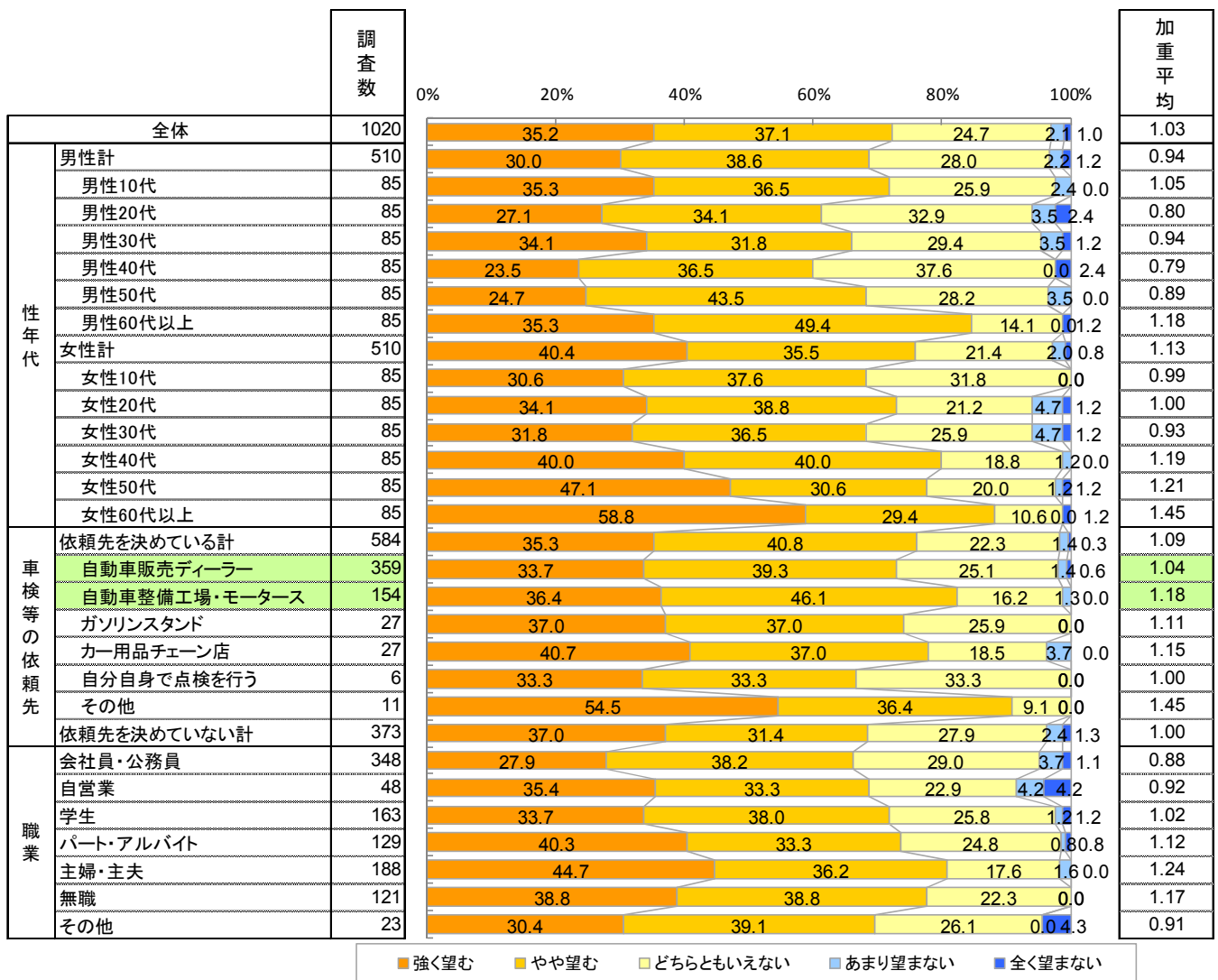
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-12.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -わかりやすい料金体系

7割強の人が「わかりやすい料金体系」を要望している

- 「わかりやすい料金体系」については、全体で「強く望む」が35.2%、「やや望む」が37.1%となっており、双方を合わせた要望層の割合は72.3%、加重平均値で1.03となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が68.6%（加重平均値0.94）、女性は75.9%（1.13）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で88.2%（1.45）と最も要望層の割合が高く、男性40代は60.0%（0.79）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが82.5%（1.18）、自動車販売ディーラーが73.0%（1.04）となっている。
- 職業では、主婦・主夫で80.9%（1.24）と最も要望層の割合が高く、会社員・公務員は66.1%（0.88）で最も低くなっている。

図表36.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-11/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

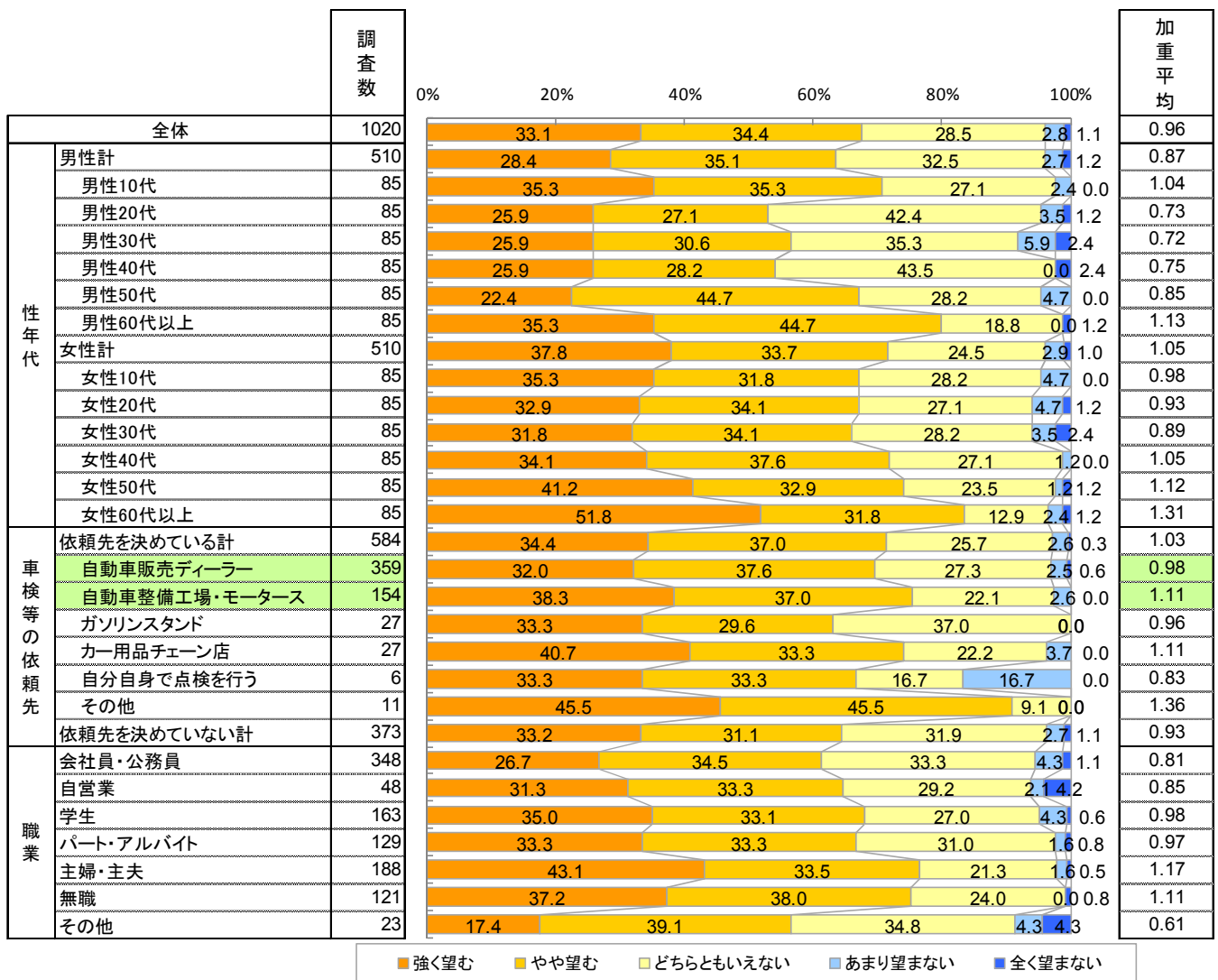
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-13.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -点検整備料金の低価格化

「点検整備料金の低価格化」を求めている人は全体の7割

- 「点検整備料金の低価格化」については、全体で「強く望む」が33.1%、「やや望む」が34.4%となっており、双方を合わせた要望層の割合は67.5%、加重平均値で0.96となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が63.5%（加重平均値0.87）、女性は71.5%（1.05）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で83.6%（1.31）と最も要望層の割合が高く、男性20代は53.0%（0.73）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが75.3%（1.11）、自動車販売ディーラーが69.6%（0.98）となっている。
- 職業では、主婦・主夫で76.6%（1.17）と最も要望層の割合が高く、会社員・公務員は61.2%（0.81）で最も低くなっている。

図表37.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-12/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

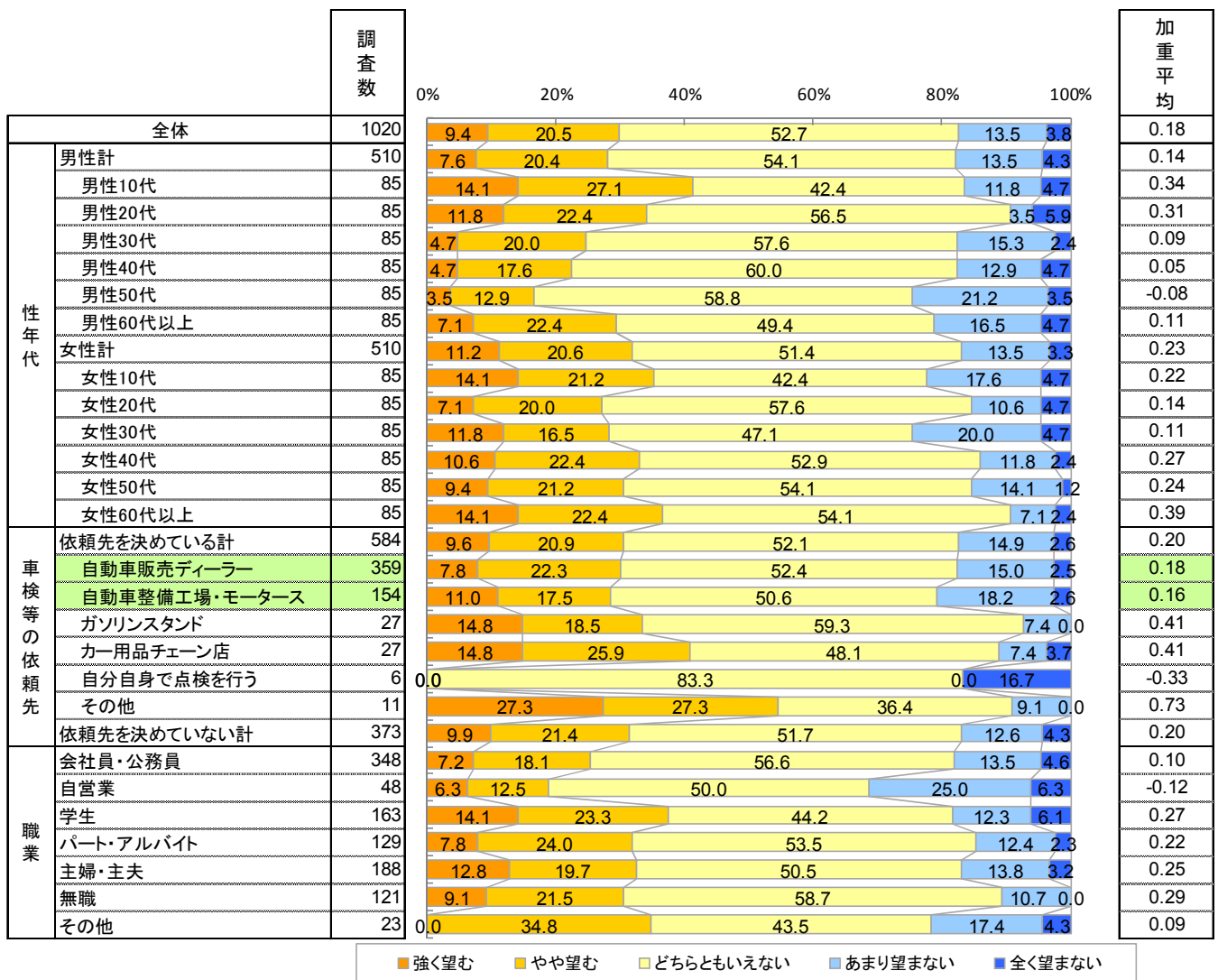
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-14.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -広告宣伝の充実

「広告宣伝の充実」を望んでいる人は3割に満たない

- 「広告宣伝の充実」については、全体で「強く望む」が9.4%、「やや望む」が20.5%となっており、双方を合わせた要望層の割合は29.9%、加重平均値で0.18となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が28.0%（加重平均値0.14）、女性は31.8%（0.23）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性10代で41.2%（0.34）と最も要望層の割合が高く、男性50代は16.4%（-0.08）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが28.5%（0.16）、自動車販売ディーラーが30.1%（0.18）となっており、僅差ではあるが、自動車販売ディーラーに依頼している人で要望層の割合が高くなっている。
- 職業では、学生で37.4%（0.27）と最も要望層の割合が高く、自営業は18.8%（-0.12）で最も低くなっている。

図表38.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-13/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

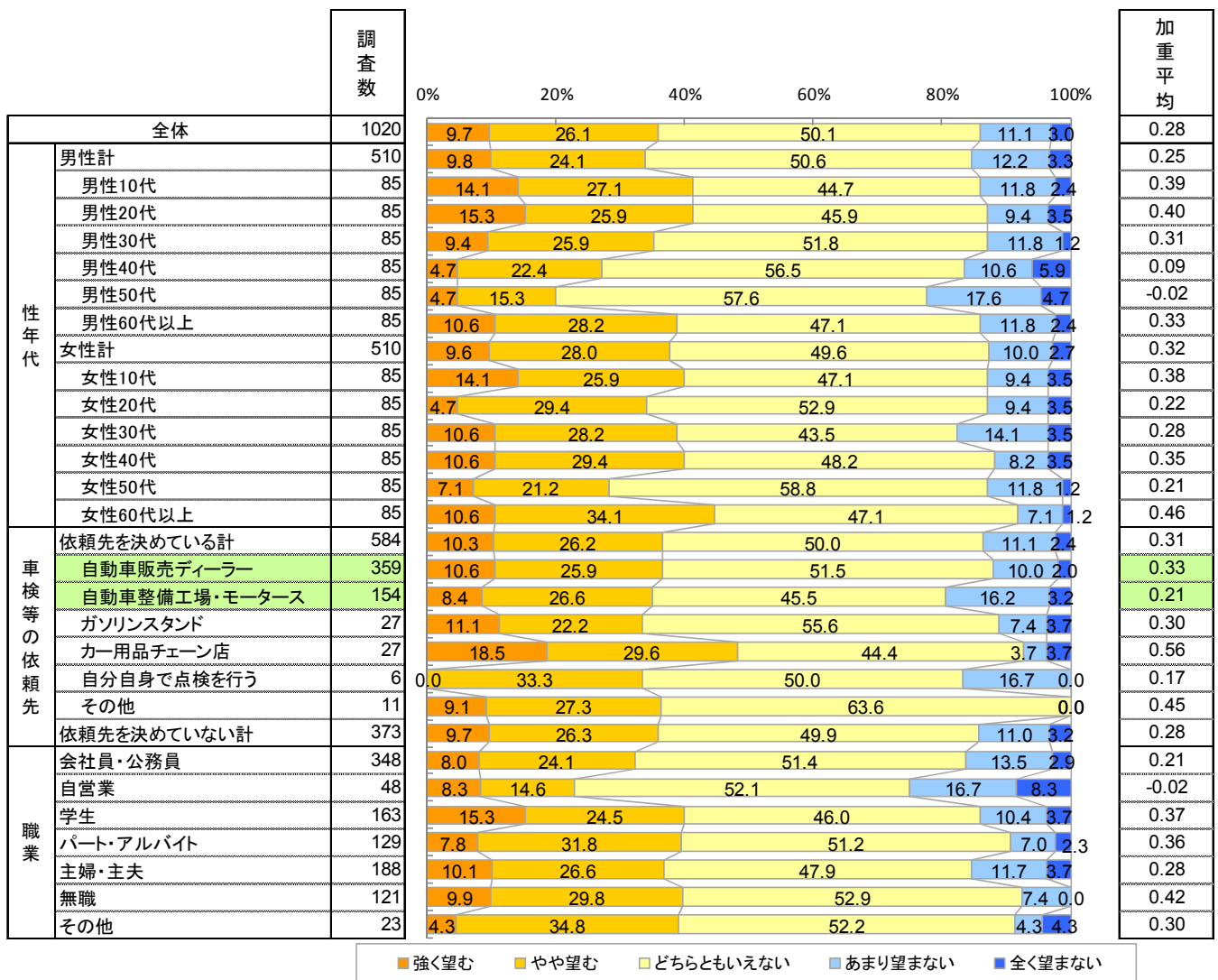
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-15.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -ホームページの充実

「ホームページの充実」を要望している人は4割未満

- 「ホームページの充実」については、全体で「強く望む」が9.7%、「やや望む」が26.1%となっており、双方を合わせた要望層の割合は35.8%、加重平均値で0.28となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が33.9%（加重平均値0.25）、女性は37.6%（0.32）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で44.7%（0.46）と最も要望層の割合が高く、男性50代は20.0%（-0.02）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが35.0%（0.21）、自動車販売ディーラーが36.5%（0.33）となっており、僅差ではあるが、自動車販売ディーラーに依頼している人で要望層の割合が高くなっている。
- 職業では、学生で39.8%（0.37）と最も要望層の割合が高く、自営業は22.9%（-0.02）で最も低くなっている。

図表39.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-14/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

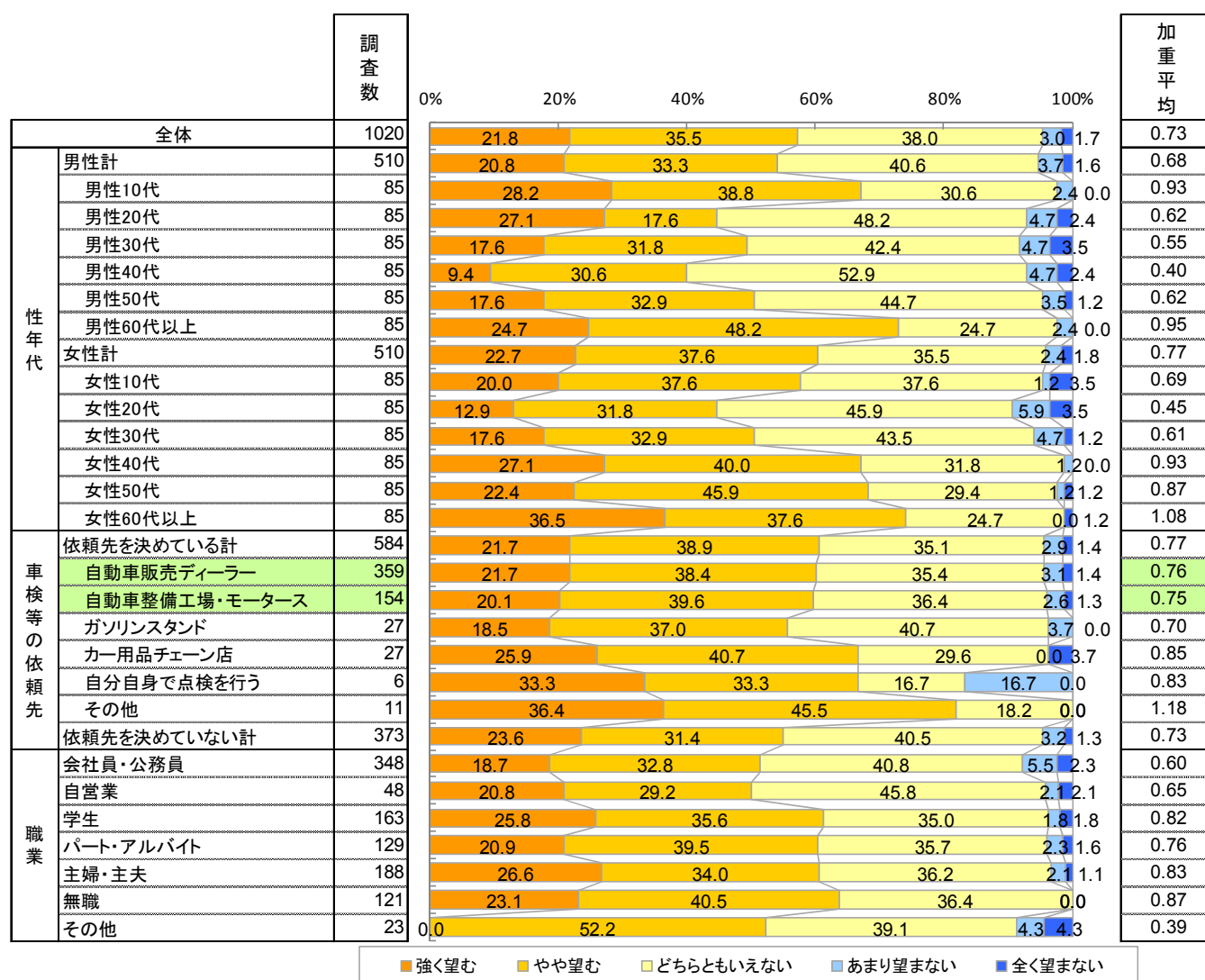
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

7-16.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと -交換した部品の提示などの分かり易い説明

6割の人が「交換した部品の提示などの分かり易い説明」を求めている

- 「交換した部品の提示などの分かり易い説明」については、全体で「強く望む」が21.8%、「やや望む」が35.5%となっており、双方を合わせた要望層の割合は57.3%、加重平均値で0.73となっている。
- 性別では、男性の要望層の割合が54.1%（加重平均値0.68）、女性は60.3%（0.77）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で74.1%（1.08）と最も要望層の割合が高く、男性40代は40.0%（0.40）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが59.7%（0.75）、自動車販売ディーラーが60.1%（0.76）となっている。
- 職業では、無職で63.6%（0.87）と最も要望層の割合が高く、自営業は50.0%（0.65）で最も低くなっている。

図表40.自動車整備業界や自動車整備工場に望むこと[Q7-15/属性別]



注1) 加重平均値とは、「強く望む」に+2点、「やや望む」に+1点、「どちらともいえない」に±0点、「あまり望まない」に-1点、「全く望まない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

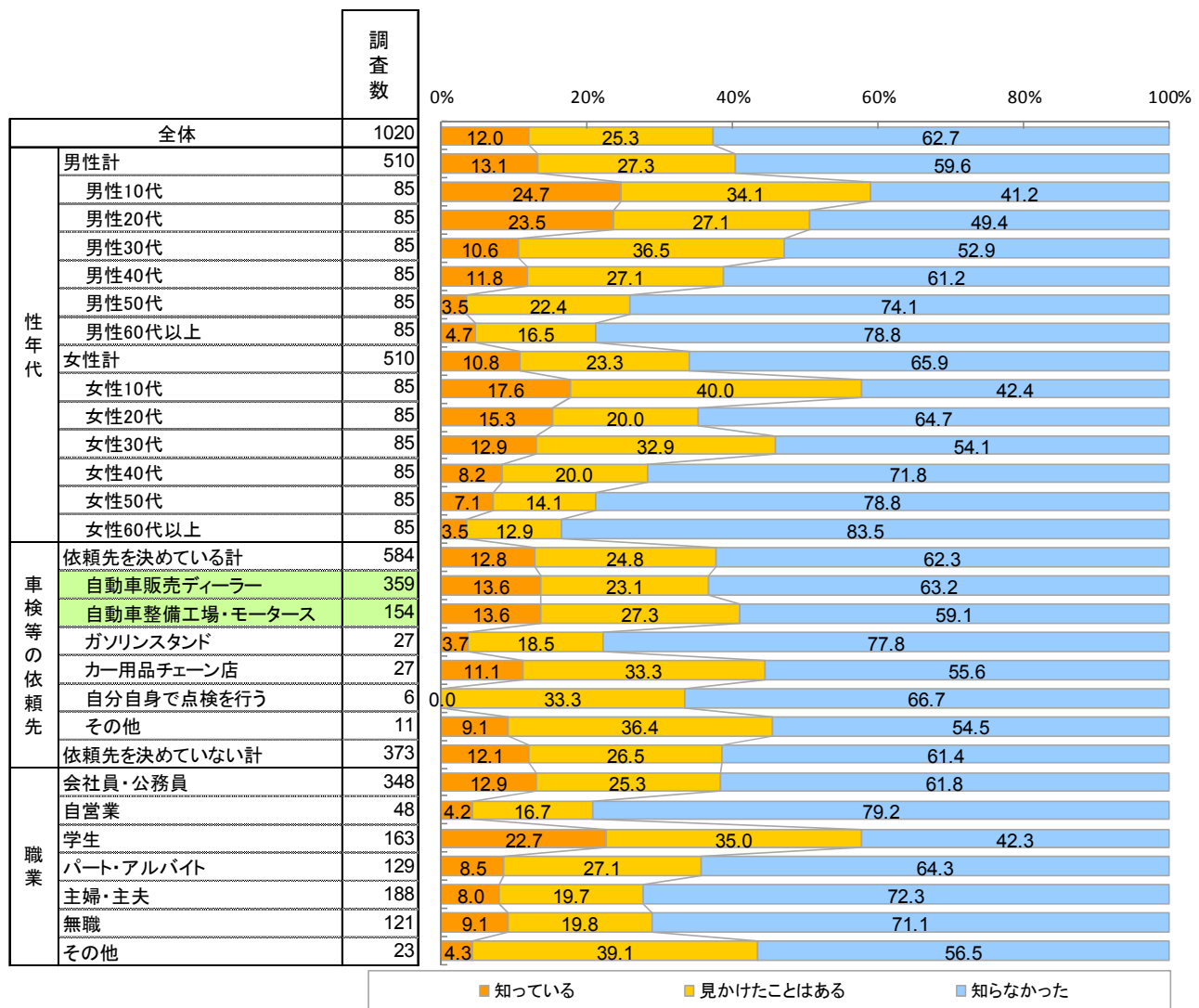
8.「てんけんくん」の認知

8.「てんけんくん」の認知

「てんけんくん」の認知率は12.0%、「知らなかった」は62.7%

- 「てんけんくん」の認知については、全体で「知っている」が12.0%、「見かけたことはある」が25.3%、「知らなかった」が62.7%となっている。
- 性別では、「知っている」と回答した人は、男性が13.1%、女性が10.8%と認知率は1割台に留まっている。
- 性年代別では、男性10代の認知率が24.7%で最も高く、男性50代、女性60代以上が3.5%で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータース、自動車販売ディーラーとも13.6%となっている。
- 職業では、学生の認知率が22.7%で最も高く、自営業が4.2%で最も低くなっている。

図表41.「てんけんくん」の認知[Q8/属性別]



注) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

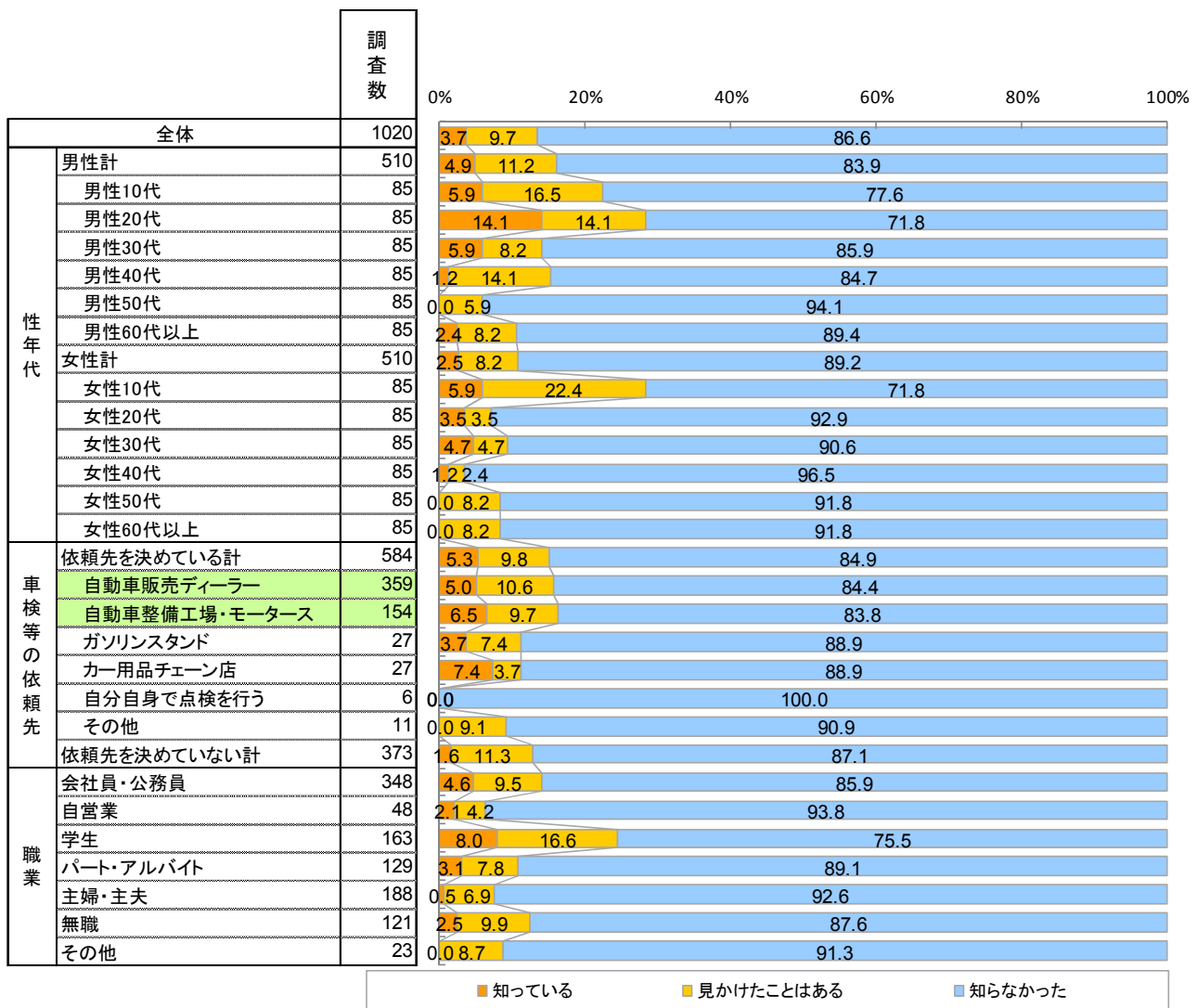
9.「オアシスマーク」の認知

9.「オアシスマーク」の認知

「オアシスマーク」の認知率は3.7%、「知らなかった」は86.6%
性年代では、男性50代、女性50代以上で認知率0%

- 「オアシスマーク」の認知については、全体で「知っている」が3.7%、「見かけたことはある」が9.7%、「知らなかった」が86.6%となっている。
- 性別では、「知っている」と回答した人は、男性が4.9%、女性が2.5%と認知している人はごく少数に限られる。
- 性年代別では、男性20代の認知率が14.1%で最も高く、男性50代、女性50代以上は認知率が0%となっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが6.5%、自動車販売ディーラーが5.0%となっている。
- 職業では、学生の認知率が8.0%で最も高く、主婦・主夫が0.5%で最も低くなっている。

図表42.「オアシスマーク」の認知[Q9/属性別]



注) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

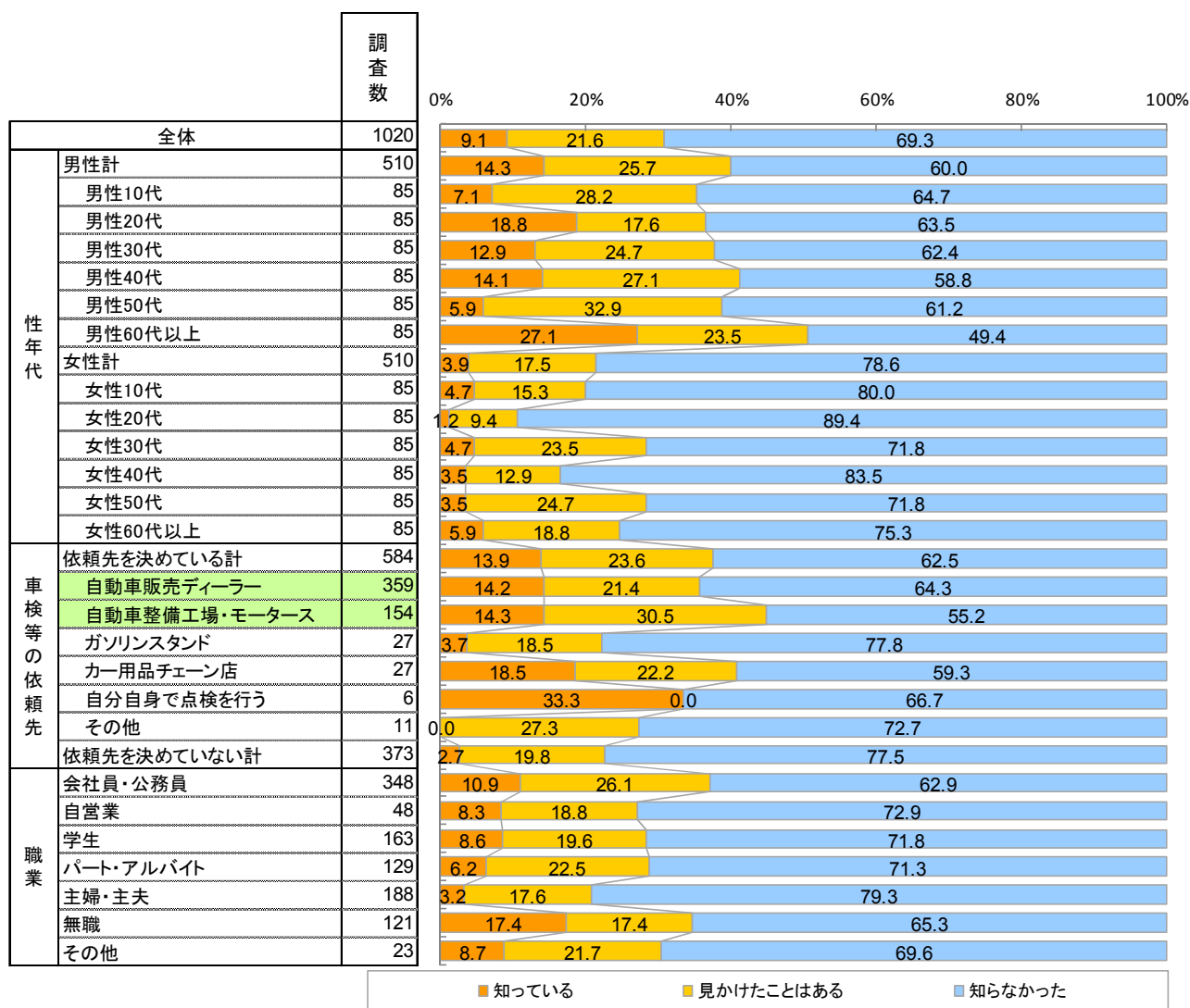
10.「認証看板」の認知

10.「認証看板」の認知

「認証看板」の認知率は9.1%、「知らなかった」は69.3%

- 「認証看板」の認知については、全体で「知っている」が9.1%、「見かけたことはある」が21.6%、「知らなかった」が69.3%となっている。
- 性別では、「知っている」と回答した人は、男性が14.3%、女性が3.9%となっており、男性の方が認知率が高くなっている。
- 性年代別では、男性60代以上の認知率が27.1%で最も高く、女性20代が1.2%で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが14.3%、自動車販売ディーラーが14.2%となっている。
- 職業では、無職の認知率が17.4%で最も高く、主婦・主夫が3.2%で最も低くなっている。

図表43.「認証看板」の認知[Q10/属性別]



注) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

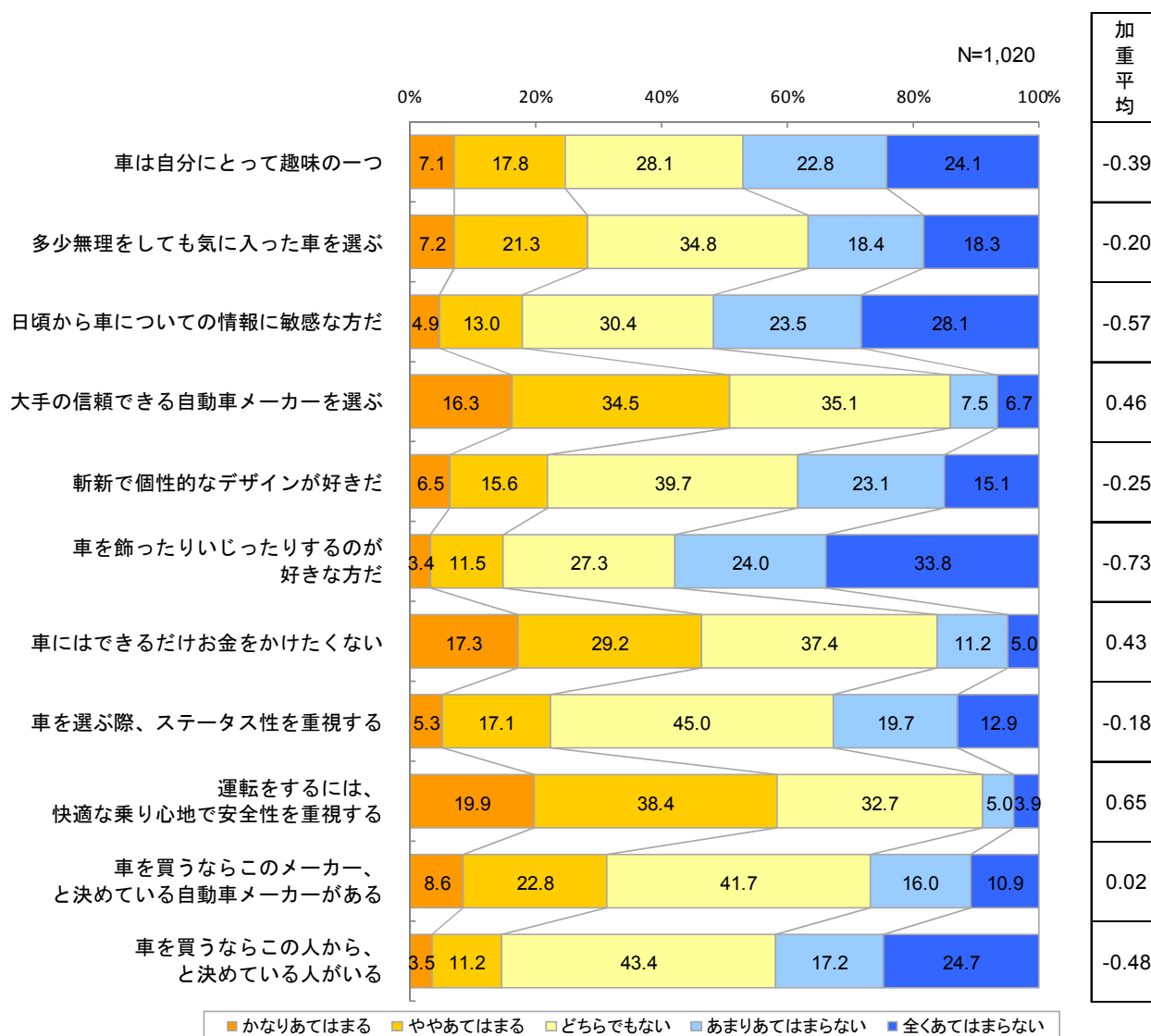
11.車に関する考え

11-1.車に関する考え

「運転をするには、快適な乗り心地で安全性を重視する」や「車にはできるだけお金をかけたくない」や「大手の信頼できる自動車メーカーを選ぶ」が多くなっている

- 車に関する考えについて、11の項目を尋ねたところ、「運転をするには、快適な乗り心地で安全性を重視する」が「かなりあてはまる」の比率で19.9%と最も高く、次いで「車にはできるだけお金をかけたくない」が17.3%、「大手の信頼できる自動車メーカーを選ぶ」が16.3%で続いている。

図表44.車に関する考え[Q11/全体]



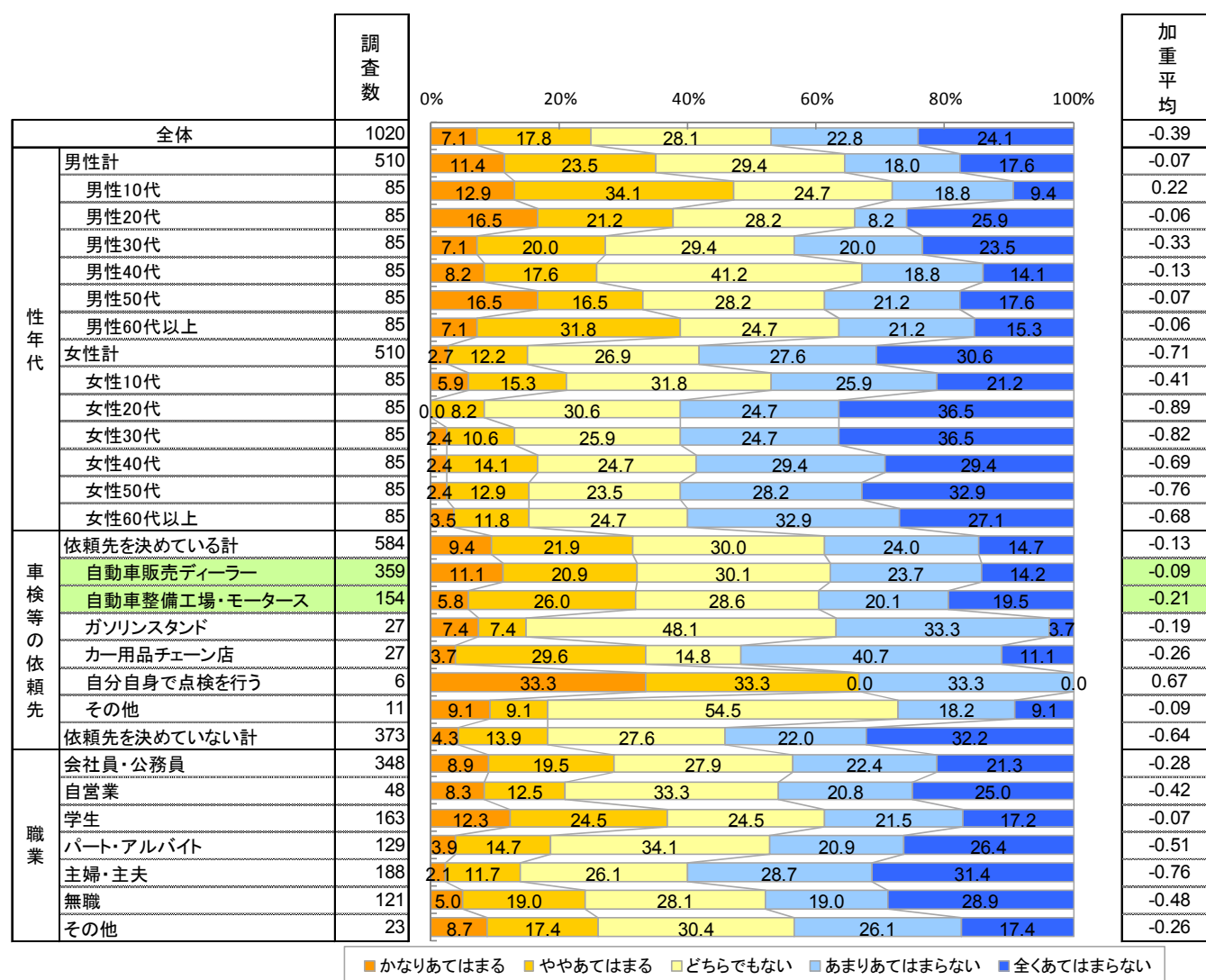
注) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

11-2.車に関する考え -車は自分にとって趣味の一つ

「車は自分にとって趣味の一つ」と考えている人は4人に1人

- 「車は自分にとって趣味の一つ」については、全体で「かなりあてはまる」が7.1%、「ややあてはまる」が17.8%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は24.9%、加重平均値で-0.39となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が34.9%（加重平均値-0.07）、女性は14.9%（-0.71）で、男性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性10代で47.0%（0.22）と最も肯定層の割合が高く、女性20代は8.2%（-0.89）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが31.8%（-0.21）、自動車販売ディーラーが32.0%（-0.09）となっている。
- 職業では、学生で36.8%（-0.07）と最も肯定層の割合が高く、主婦・主夫は13.8%（-0.76）で最も低くなっている。

図表45.車に関する考え〔Q11-1/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

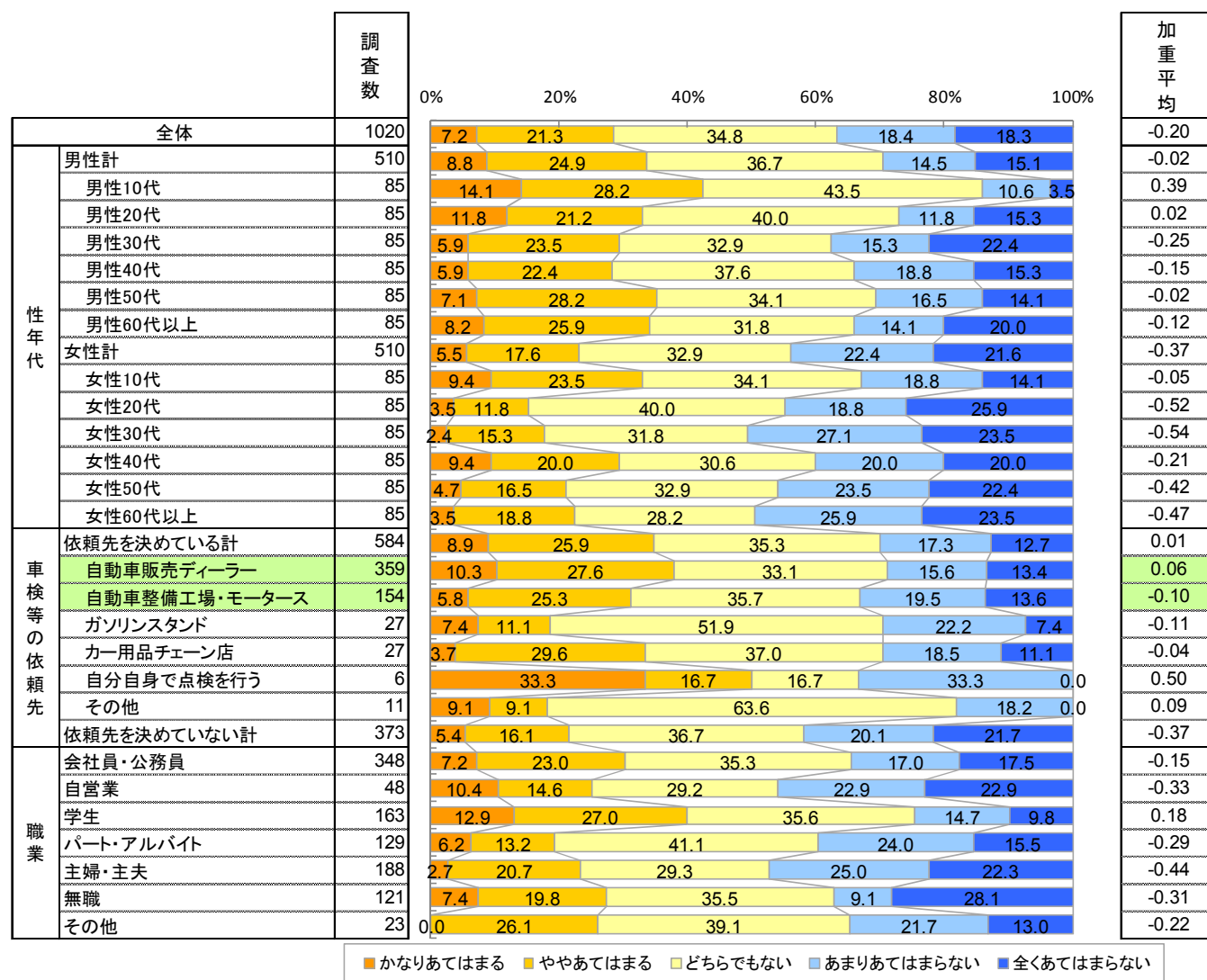
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

11-3.車に関する考え - 多少無理をしても気に入った車を選ぶ

3割の人が「多少無理をしても気に入った車を選ぶ」

- 「多少無理をしても気に入った車を選ぶ」については、全体で「かなりあてはまる」が7.2%、「ややあてはまる」が21.3%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は28.5%、加重平均値で-0.20となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が33.7%（加重平均値-0.02）、女性は23.1%（-0.37）で、男性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性10代で42.3%（0.39）と最も肯定層の割合が高く、女性20代は15.3%（-0.52）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが31.1%（-0.10）、自動車販売ディーラーが37.9%（0.06）となっている。
- 職業では、学生で39.9%（0.18）と最も肯定層の割合が高く、パート・アルバイトは19.4%（-0.29）で最も低くなっている。

図表46.車に関する考え〔Q11-2/属性性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

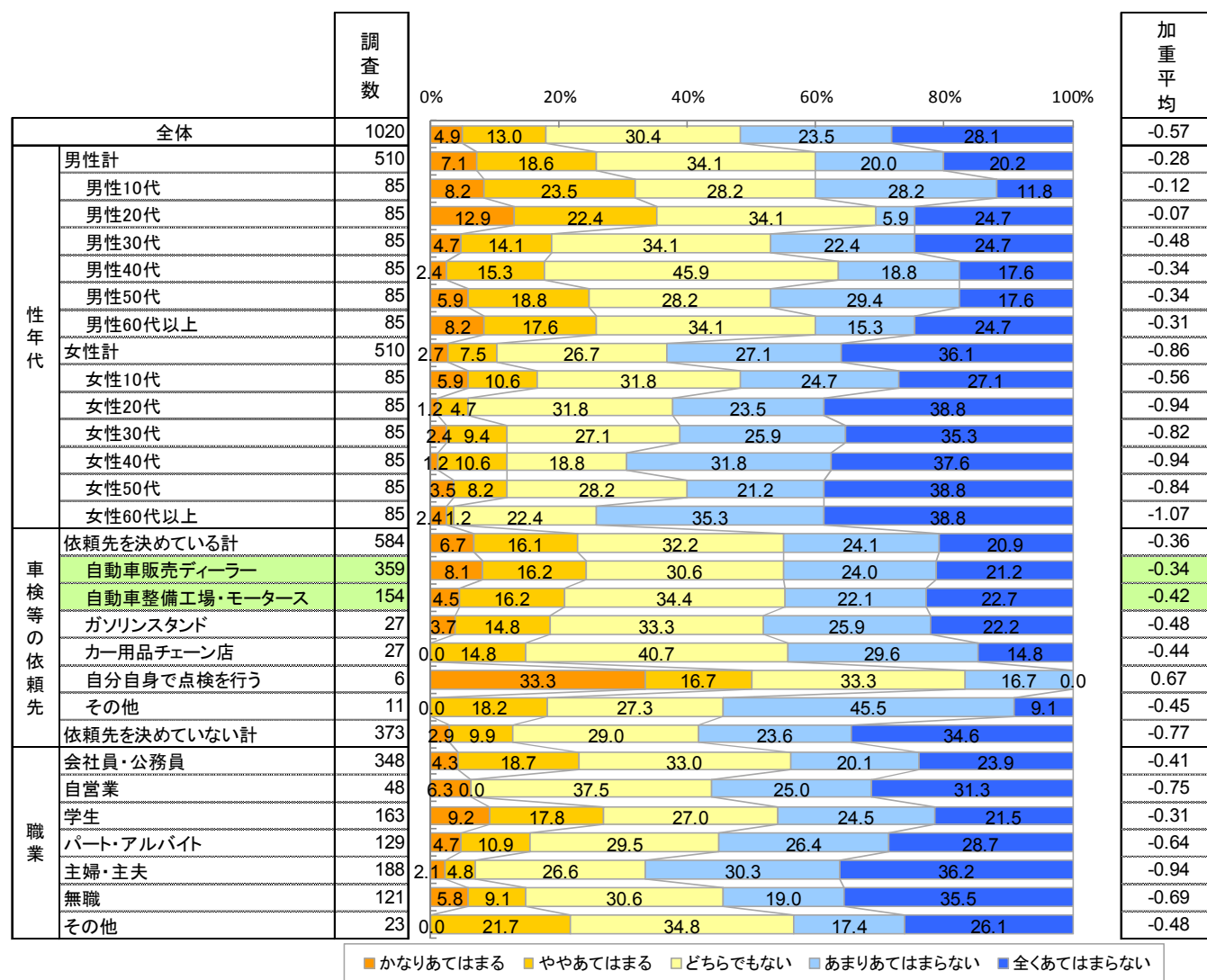
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

11-4.車に関する考え -日頃から車についての情報に敏感な方だ

「日頃から車についての情報に敏感な」人は1割台に留まる

- 「日頃から車についての情報に敏感な方だ」については、全体で「かなりあてはまる」が4.9%、「ややあてはまる」が13.0%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は17.9%、加重平均値で-0.57となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が25.7%（加重平均値-0.28）、女性は10.2%（-0.86）で、男性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性20代で35.3%（-0.07）と最も肯定層の割合が高く、女性60代以上は3.6%（-1.07）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが20.7%（-0.42）、自動車販売ディーラーが24.3%（-0.34）となっている。
- 職業では、学生で27.0%（-0.31）と最も肯定層の割合が高く、自営業は6.3%（-0.75）で最も低くなっている。

図表47.車に関する考え〔Q11-3/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

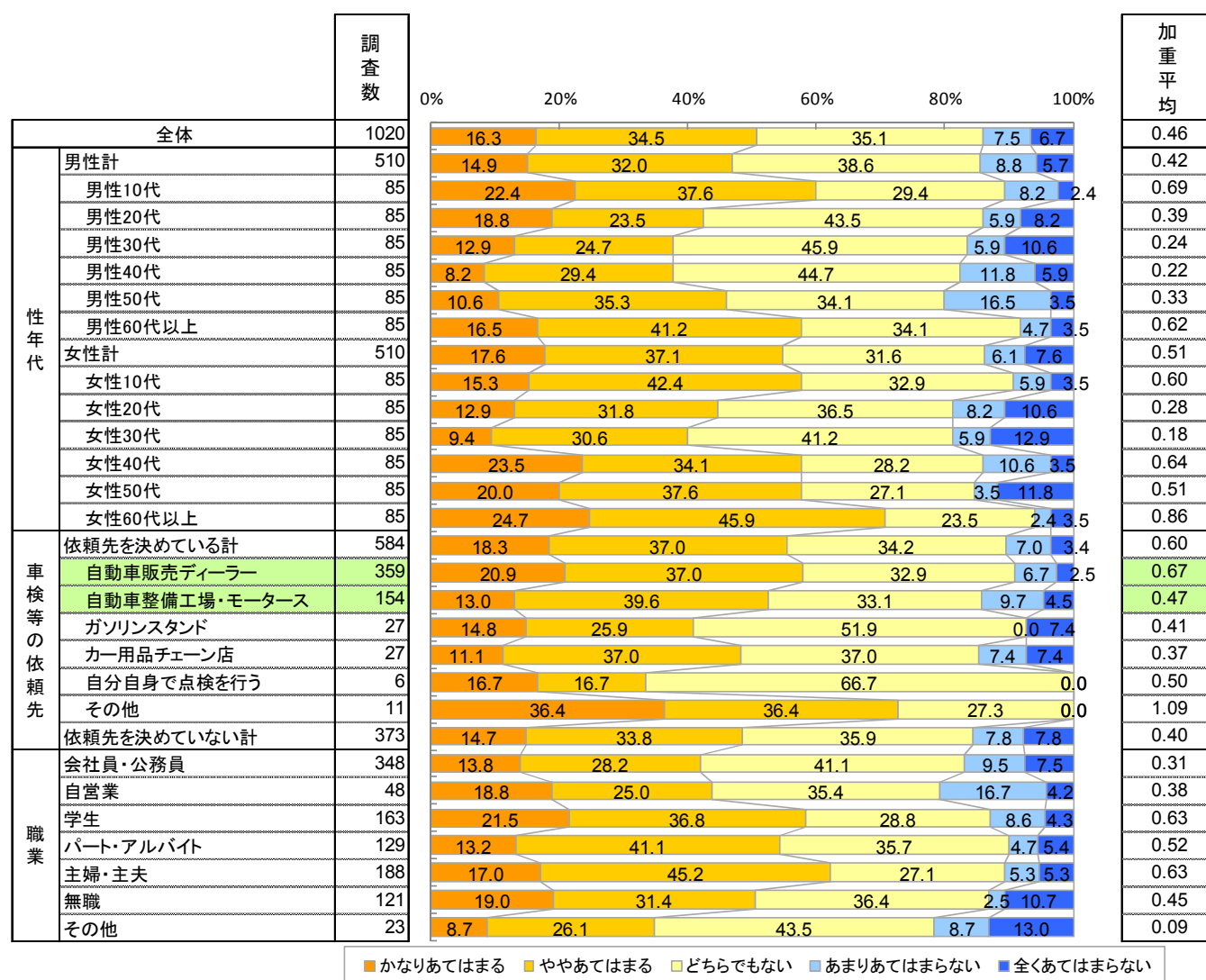
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

11-5.車に関する考え -大手の信頼できる自動車メーカーを選ぶ

過半数の人は「大手の信頼できる自動車メーカーを選ぶ」

- 「大手の信頼できる自動車メーカーを選ぶ」については、全体で「かなりあてはまる」が16.3%、「ややあてはまる」が34.5%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は50.8%、加重平均値で0.46となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が46.9%（加重平均値0.42）、女性は54.7%（0.51）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で70.6%（0.86）と最も肯定層の割合が高く、男性30・40代は37.6%（男性30代0.24、男性40代0.22）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが52.6%（0.47）、自動車販売ディーラーが57.9%（0.67）となっている。
- 職業では、主婦・主夫で62.2%（0.63）と最も肯定層の割合が高く、会社員・公務員は42.0%（0.31）で最も低くなっている。

図表48.車に関する考え〔Q11-4/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

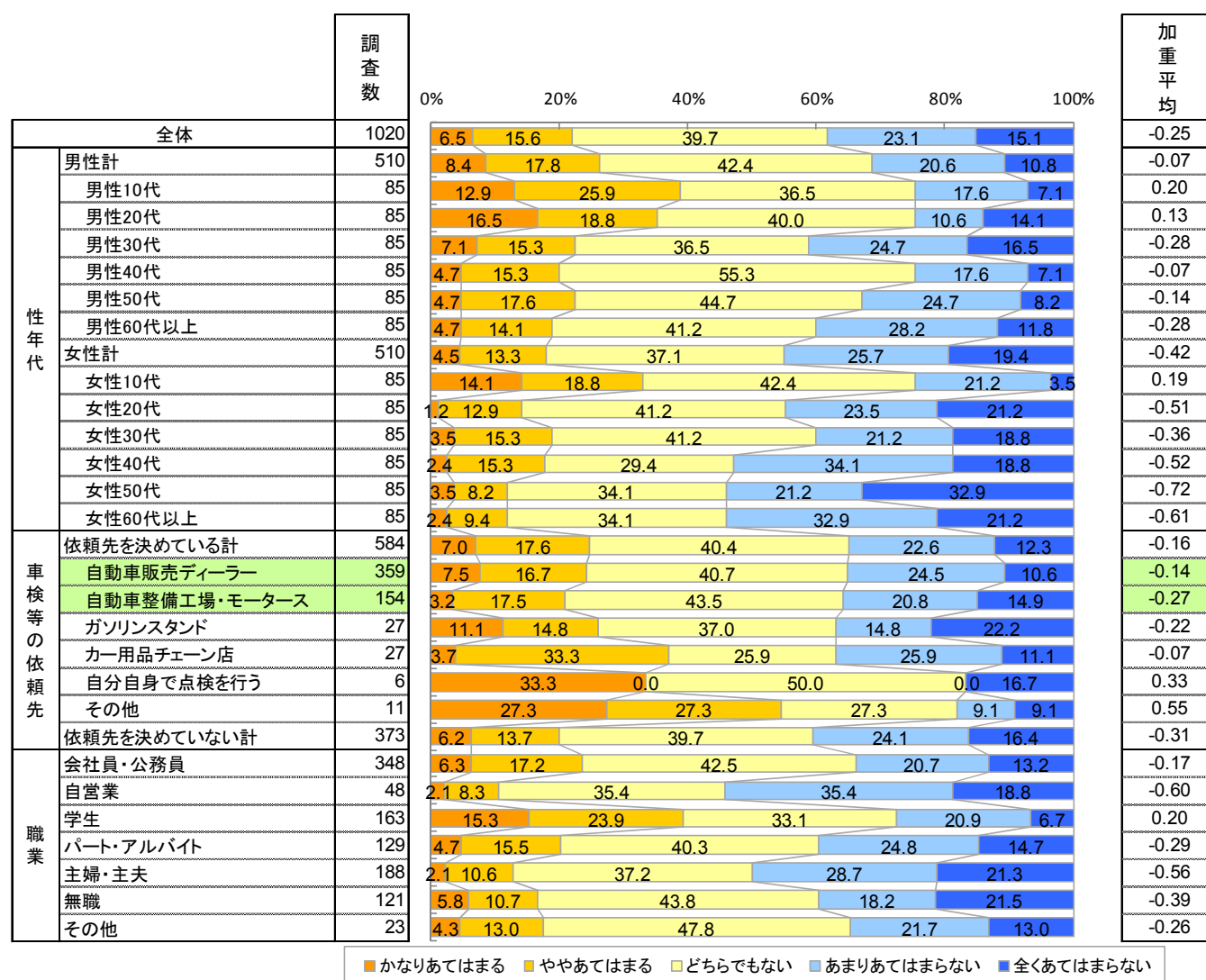
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

11-6.車に関する考え -斬新で個性的なデザインが好きだ

「斬新で個性的なデザインが好きだ」人は2割強

- 「斬新で個性的なデザインが好きだ」については、全体で「かなりあてはまる」が6.5%、「ややあてはまる」が15.6%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は22.1%、加重平均値で-0.25となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が26.2%（加重平均値-0.07）、女性は17.8%（-0.42）で、男性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性10代で38.8%（0.20）と最も肯定層の割合が高く、女性50代は11.7%（-0.72）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが20.7%（-0.27）、自動車販売ディーラーが24.2%（-0.14）となっている。
- 職業では、学生で39.2%（0.20）と最も肯定層の割合が高く、自営業は10.4%（-0.60）で最も低くなっている。

図表49.車に関する考え〔Q11-5/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

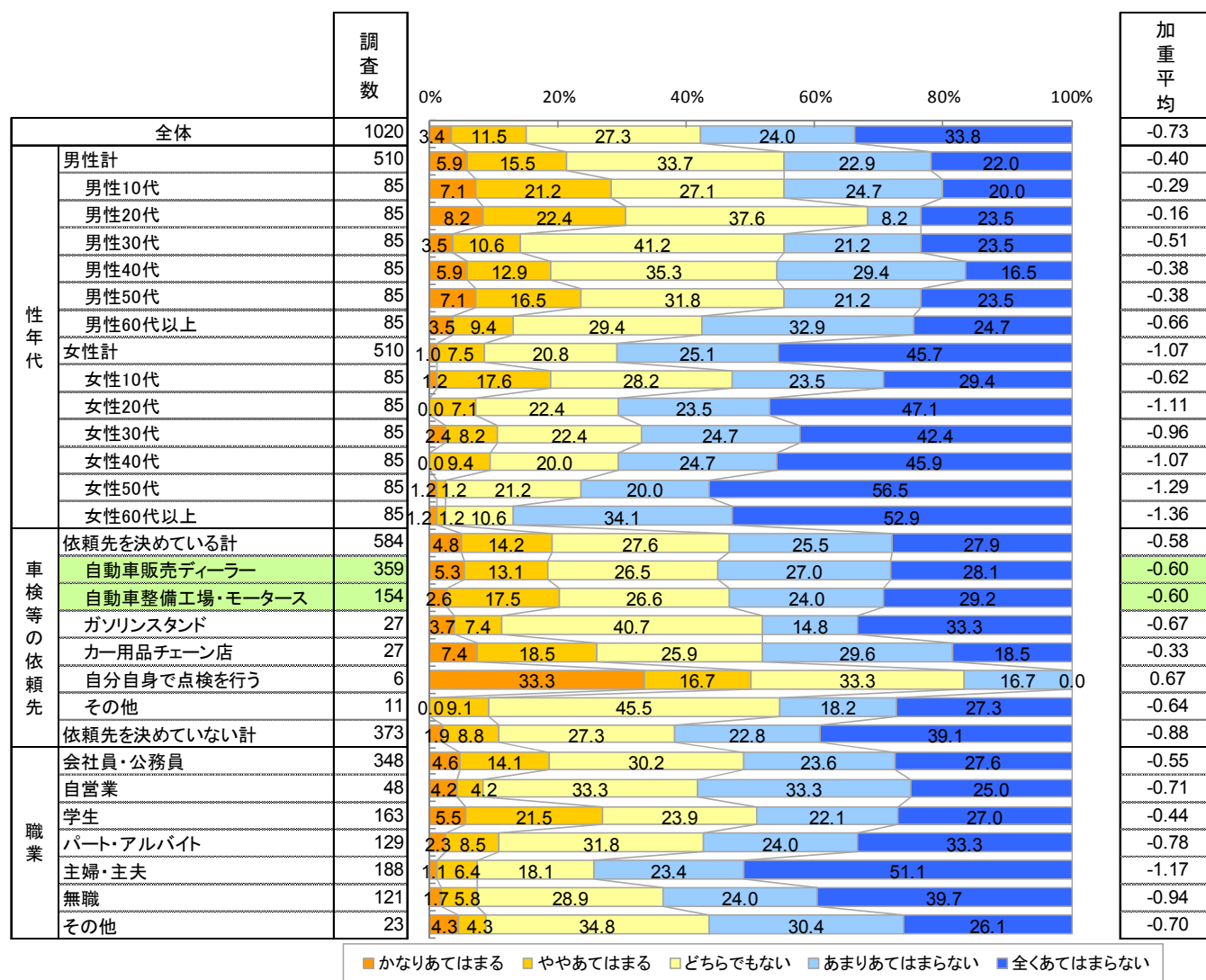
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

11-7.車に関する考え -車を飾ったりいじったりするのが好きな方だ

「車を飾ったりいじったりするのが好きな方だ」に対して、肯定層は1割強、否定層が6割

- 「車を飾ったりいじったりするのが好きな方だ」については、全体で「かなりあてはまる」が3.4%、「ややあてはまる」が11.5%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は14.9%、加重平均値で-0.73となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が21.4%（加重平均値-0.40）、女性は8.5%（-1.07）で、男性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性20代で30.6%（-0.16）と最も肯定層の割合が高く、女性50代以上は2.4%（女性50代-1.29、女性60代-1.36）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが20.1%（-0.60）、自動車販売ディーラーが18.4%（-0.60）となっている。
- 職業では、学生で27.0%（-0.44）と最も肯定層の割合が高くなっている。

図表50.車に関する考え〔Q11-6/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

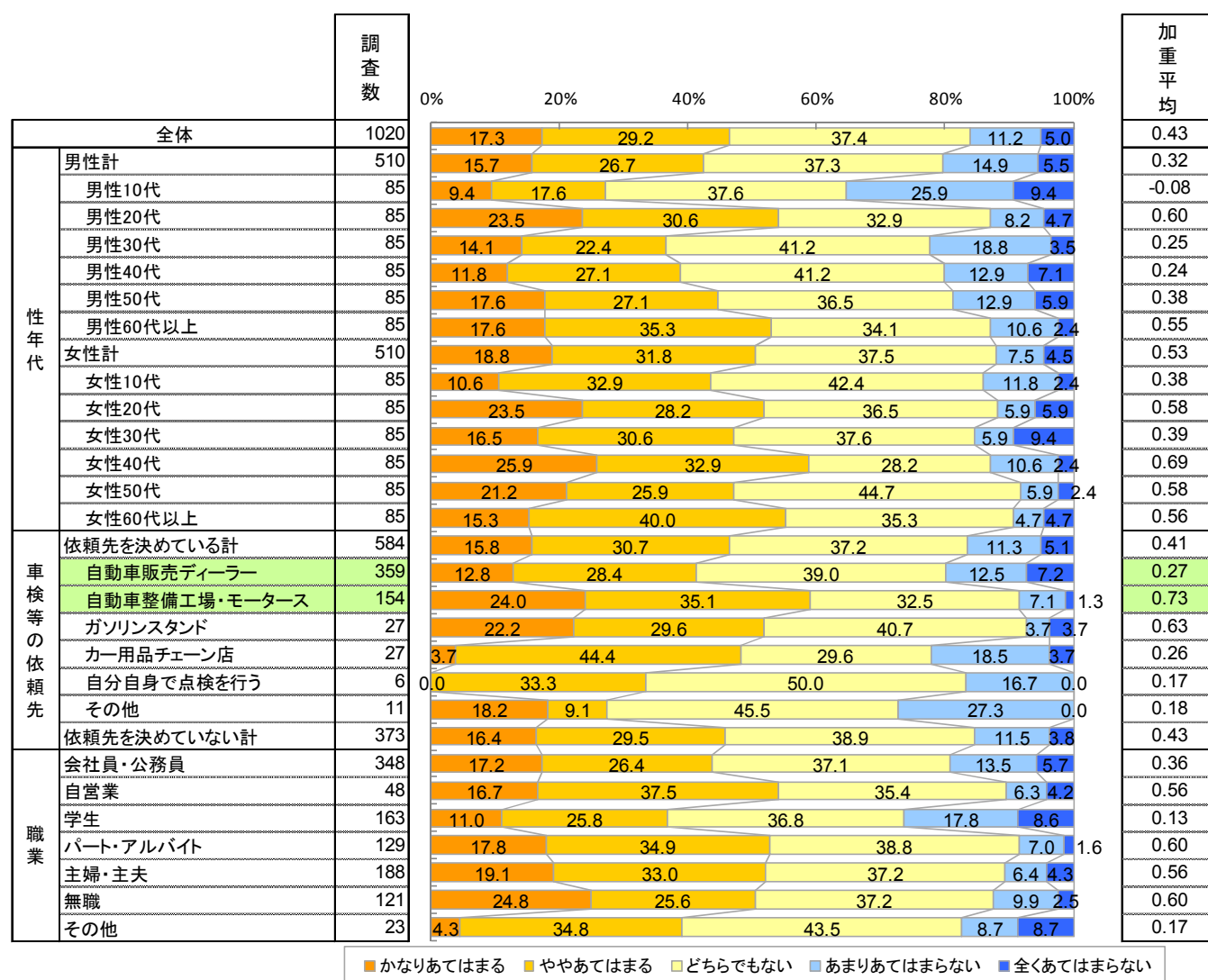
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

11-8.車に関する考え -車にはできるだけお金をかけたくない

約半数の人が「車にはできるだけお金をかけたくない」

- 「車にはできるだけお金をかけたくない」については、全体で「かなりあてはまる」が17.3%、「ややあてはまる」が29.2%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は46.5%、加重平均値で0.43となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が42.4%（加重平均値0.32）、女性は50.6%（0.53）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性40代で58.8%（0.69）と最も肯定層の割合が高く、男性10代は27.0%（-0.08）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが59.1%（0.73）、自動車販売ディーラーが41.2%（0.27）となっている。
- 職業では、自営業で54.2%（0.56）と最も肯定層の割合が高く、学生は36.8%（0.13）で最も低くなっている。

図表51.車に関する考え〔Q11-7/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

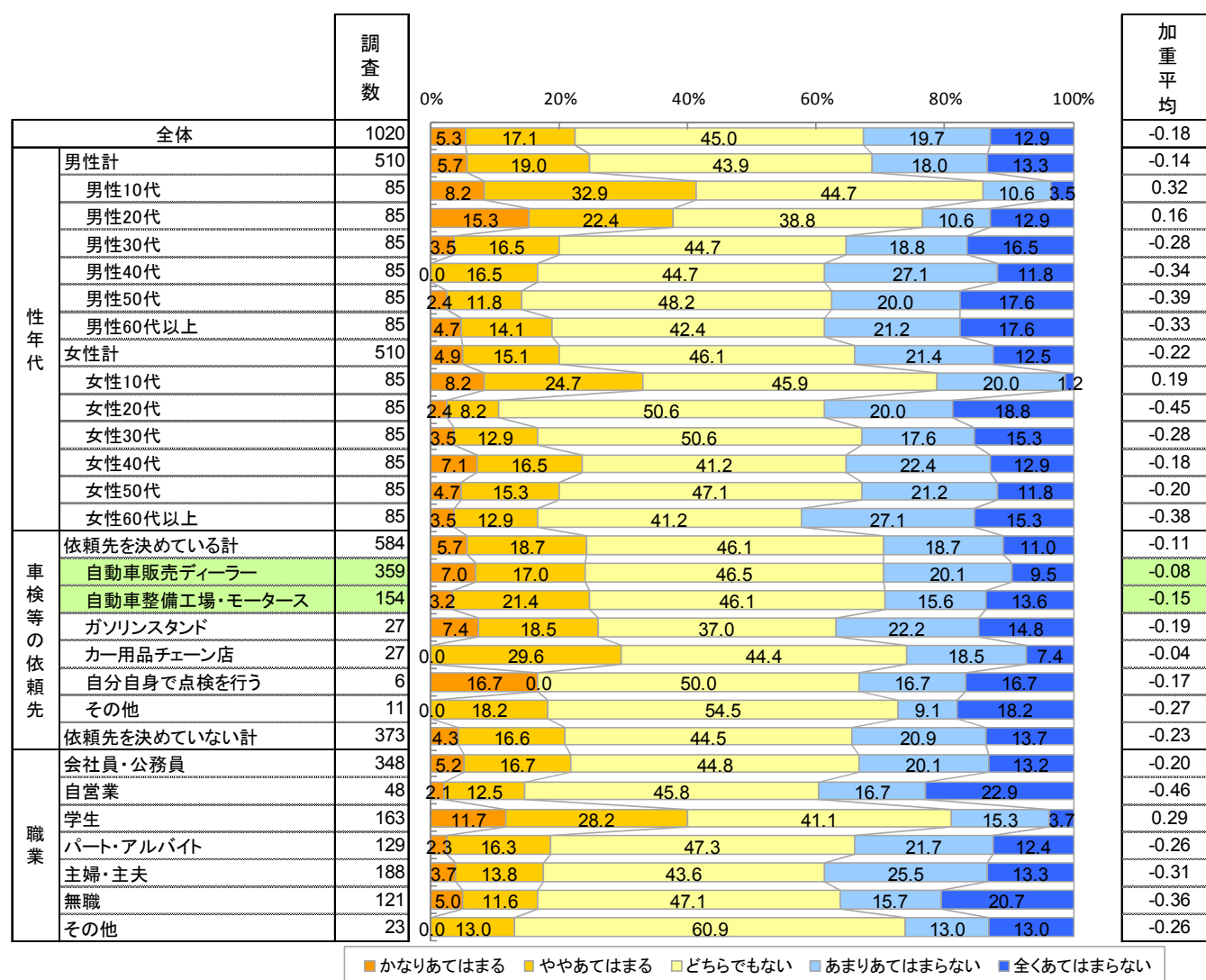
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

11-9.車に関する考え -車を選ぶ際、ステータス性を重視する

「車を選ぶ際、ステータス性を重視する」と考えている人は2割

- 「車を選ぶ際、ステータス性を重視する」については、全体で「かなりあてはまる」が5.3%、「ややあてはまる」が17.1%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は22.4%、加重平均値で-0.18となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が24.7%（加重平均値-0.14）、女性は20.0%（-0.22）で、男性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性10代で41.1%（0.32）と最も肯定層の割合が高く、女性20代は10.6%（-0.45）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが24.6%（-0.15）、自動車販売ディーラーが24.0%（-0.08）となっている。
- 職業では、学生で39.9%（0.29）と最も肯定層の割合が高く、自営業は14.6%（-0.46）で最も低くなっている。

図表52.車に関する考え〔Q11-8/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

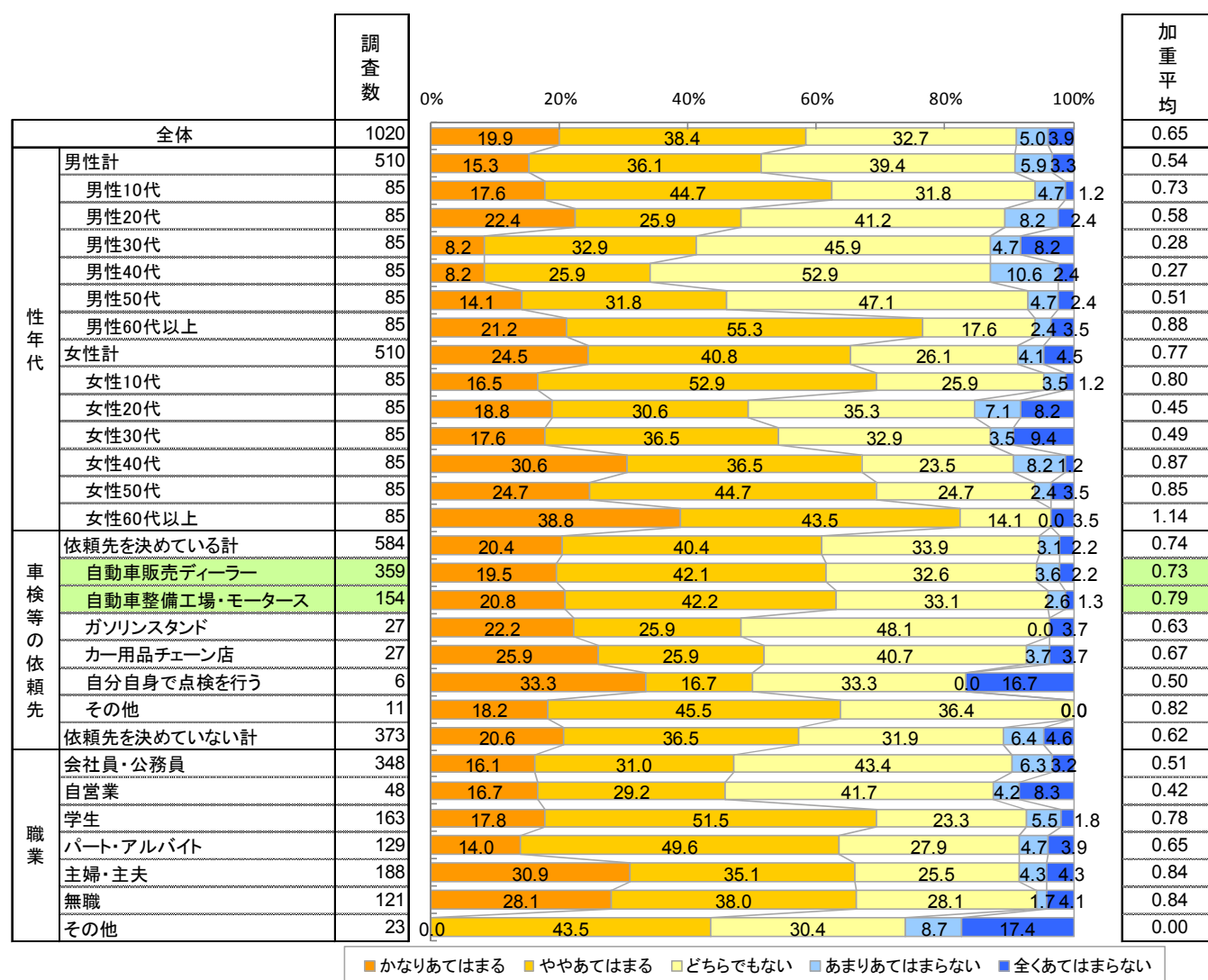
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

11-10.車に関する考え -運転をするには、快適な乗り心地で安全性を重視する

6割の人が「運転をするには、快適な乗り心地で安全性を重視する」

- 「運転をするには、快適な乗り心地で安全性を重視する」については、全体で「かなりあてはまる」が19.9%、「ややあてはまる」が38.4%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は58.3%、加重平均値で0.65となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が51.4%（加重平均値0.54）、女性は65.3%（0.77）で、女性の方が高くなっている。
- 性年代では、女性60代以上で82.3%（1.14）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は34.1%（0.27）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが63.0%（0.79）、自動車販売ディーラーが61.6%（0.73）となっている。
- 職業では、学生で69.3%（0.78）と最も肯定層の割合が高く、自営業は45.9%（0.42）で最も低くなっている。

図表53.車に関する考え〔Q11-9/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

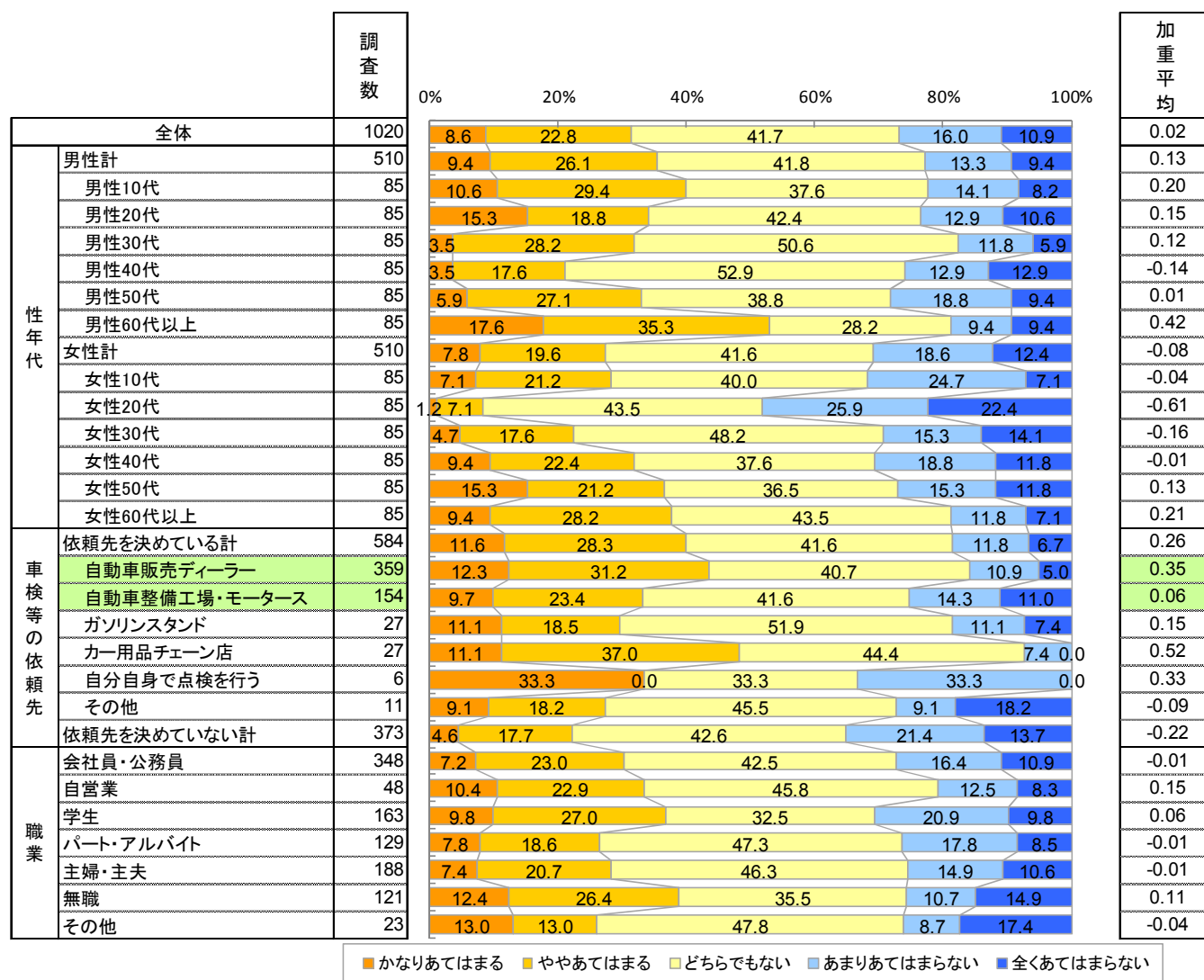
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

11-11.車に関する考え -車を買うならこのメーカー、と決めている自動車メーカーがある

「決めている自動車メーカーがある」人は全体の3割

- 「車を買うならこのメーカー、と決めている自動車メーカーがある」については、全体で「かなりあてはまる」が8.6%、「ややあてはまる」が22.8%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は31.4%、加重平均値で0.02となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が35.5%（加重平均値0.13）、女性は27.4%（-0.08）で、男性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性60代以上で52.9%（0.42）と最も肯定層の割合が高く、女性20代は8.3%（-0.61）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが33.1%（0.06）、自動車販売ディーラーが43.5%（0.35）となっている。
- 職業では、無職で38.8%（0.11）と最も肯定層の割合が高く、パート・アルバイトは26.4%（-0.01）で最も低くなっている。

図表54.車に関する考え〔Q11-10/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

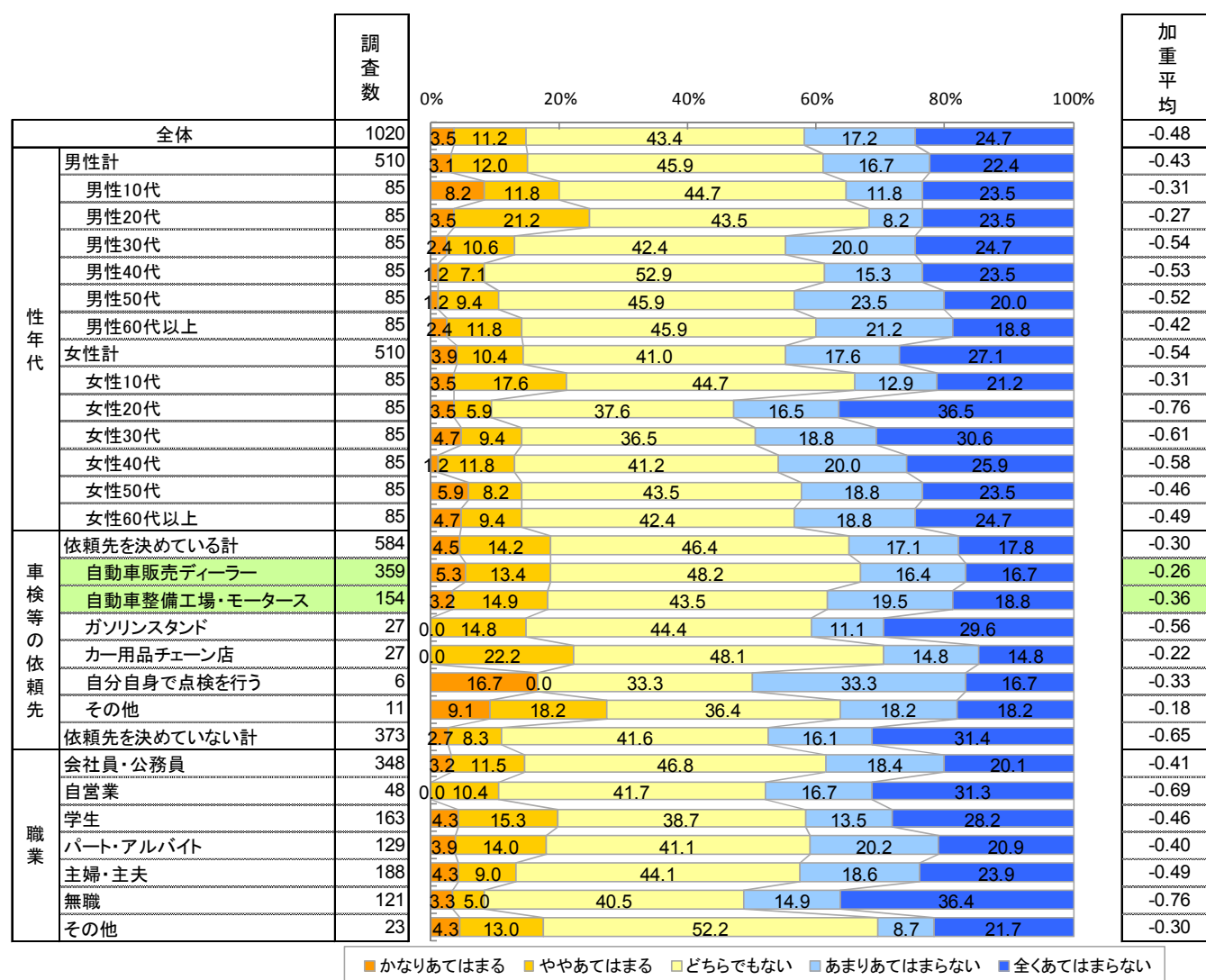
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

11-12.車に関する考え -車を買うならこの人から、と決めている人がある

「車を買うならこの人から、と決めている人がある」人は1割

- 「車を買うならこの人から、と決めている人がある」については、全体で「かなりあてはまる」が3.5%、「ややあてはまる」が11.2%となっており、双方を合わせた肯定層の割合は14.7%、加重平均値で-0.48となっている。
- 性別では、男性の肯定層の割合が15.1%（加重平均値-0.43）、女性は14.3%（-0.54）で、男性の方が高くなっている。
- 性年代では、男性20代で24.7%（-0.27）と最も肯定層の割合が高く、男性40代は8.3%（-0.53）で最も低くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車整備工場・モータースが18.1%（-0.36）、自動車販売ディーラーが18.7%（-0.26）となっている。
- 職業では、学生で19.6%（-0.46）と最も肯定層の割合が高く、無職は8.3%（-0.76）で最も低くなっている。

図表55.車に関する考え〔Q11-11/属性別〕



注1) 加重平均値とは、「かなりあてはまる」に+2点、「ややあてはまる」に+1点、「どちらでもない」に±0点、「ややあてはまる」に-1点、「全くあてはまらない」-2点を配点し、サンプル数で除した値。

注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

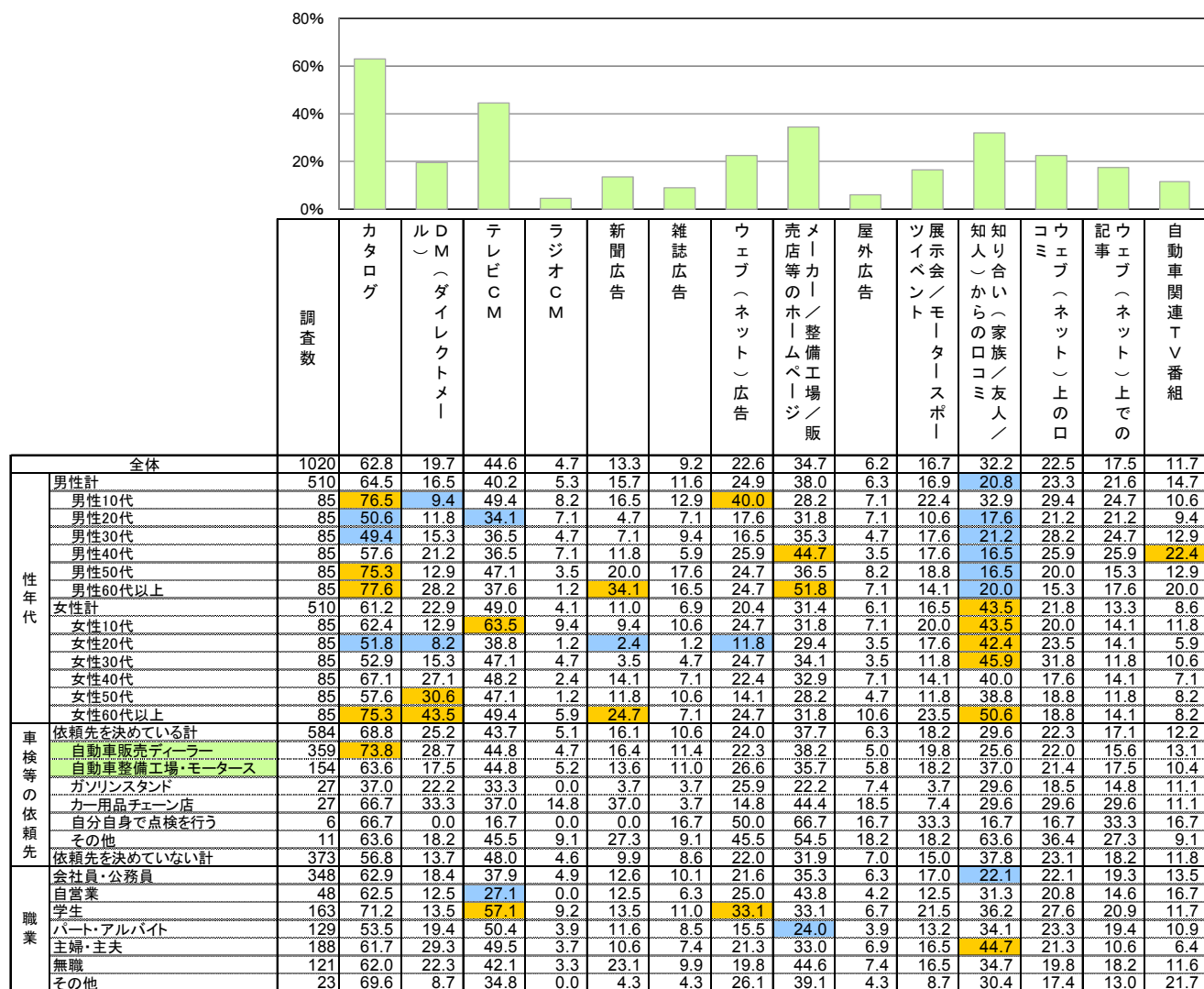
12.車関係全般に関する情報源

12-1.車関係全般に関する情報源 -参考にする情報源(すべて)

6割以上の人が「カタログ」を情報源としている
性別では、女性は「知り合いからの口コミ」の比率が高い

- 車関係全般に関する情報源について参考にする情報源は、全体で「カタログ」が62.8%で最も高くなっている。次いで「テレビCM」が44.6%、「メーカー／整備工場／販売店等のホームページ」が34.7%で続いている。
- 性別では、女性で「知り合い(家族／友人／知人)からの口コミ」の比率が高くなっている。
- 車検等の依頼先では、自動車販売ディーラーで「カタログ」の比率が高くなっている。
- 職業では、会社員・公務員で「知り合い(家族／友人／知人)からの口コミ」の比率が低くなっている一方、主婦・主夫は比率が高くなっている。

図表56.車関係全般に関する情報源[Q12-1/属性別]-複数回答



注1) 図表内の網がかかった数値は、各項目の全体と比べて、■が+10pt以上高い、■が-10pt以上低い。(調査数が30以下を除く)

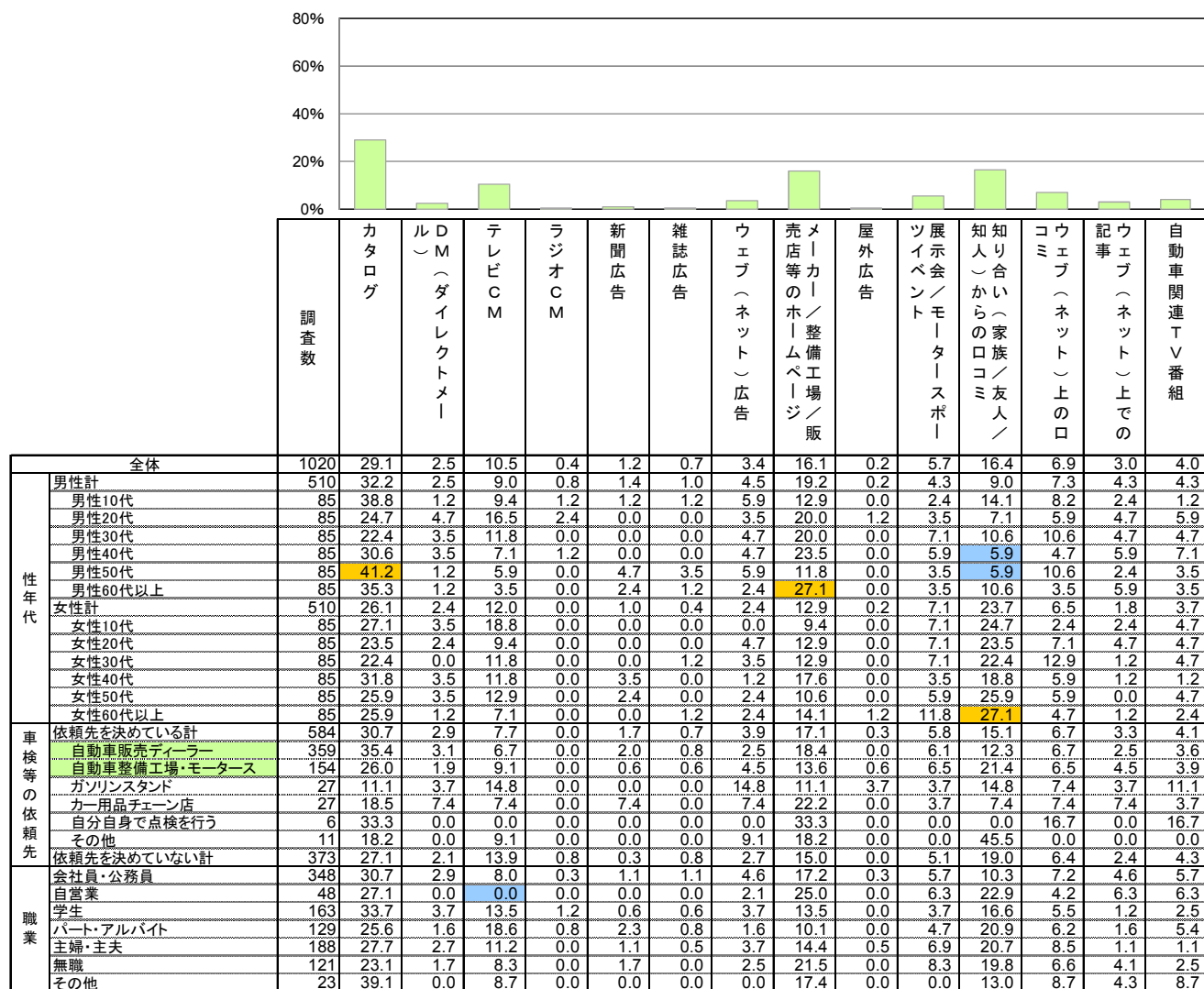
注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

12-2.車関係全般に関する情報源 - 一番信頼のおける情報源(ひとつだけ)

「カタログ」が3割、「口コミ」、 「ホームページ」が2割で続く

- 車関係全般に関する情報源について一番信頼のおける情報源は、全体で「カタログ」が29.1%で最も高くなっている。次いで「知合い(家族／友人／知人)からの口コミ」が16.4%、「メーカー／整備工場／販売店等のホームページ」が16.1%で続いている。
- 性年代では、男性50代で「カタログ」、男性60代以上で「メーカー／整備工場／販売店等のホームページ」、女性60代以上で「知合い(家族／友人／知人)からの口コミ」の比率が高くなっている。
- 職業では、自営業で「テレビCM」の比率が低くなっており、0%となっている。

図表57.車関係全般に関する情報源[Q12-2/属性別]



注1) 図表内の網がかかった数値は、各項目の全体と比べて、■が+10pt以上高い、■が-10pt以上低い。(調査数が30以下を除く)

注2) 車検等の依頼先で、「ガソリンスタンド」、「カー用品チェーン店」及び「自分自身で点検を行う」は、調査数が30以下のため、参考値として参照されたい。

第3章 過去実施調査結果との比較

○過去実施調査結果との比較の留意点について

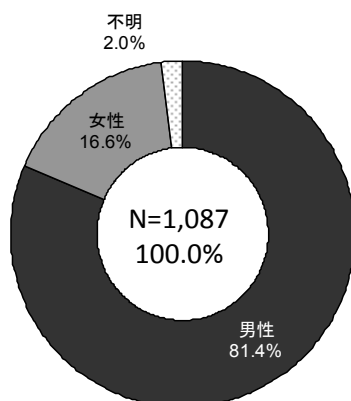
平成7年及び17年のアンケート調査は、東京モーターショー(千葉市幕張・幕張メッセ)来場者に自記入式調査票を配布し、回収しておりアンケートの実施条件が異なります。

については、回答者の属性(性別、年齢、居住地域等:注1参照)が偏っており、また、車に対する興味、関心が一般的な自動車ユーザーより高いと思われます。

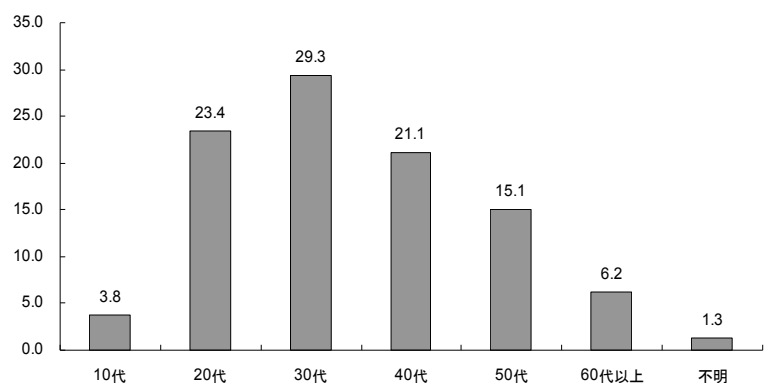
そうしたことから、本比較結果については偏りが生じておりますのでお含み置きください。

注1:平成17年調査概要

F1. 性別



F2. 年齢



過去実施調査結果との比較

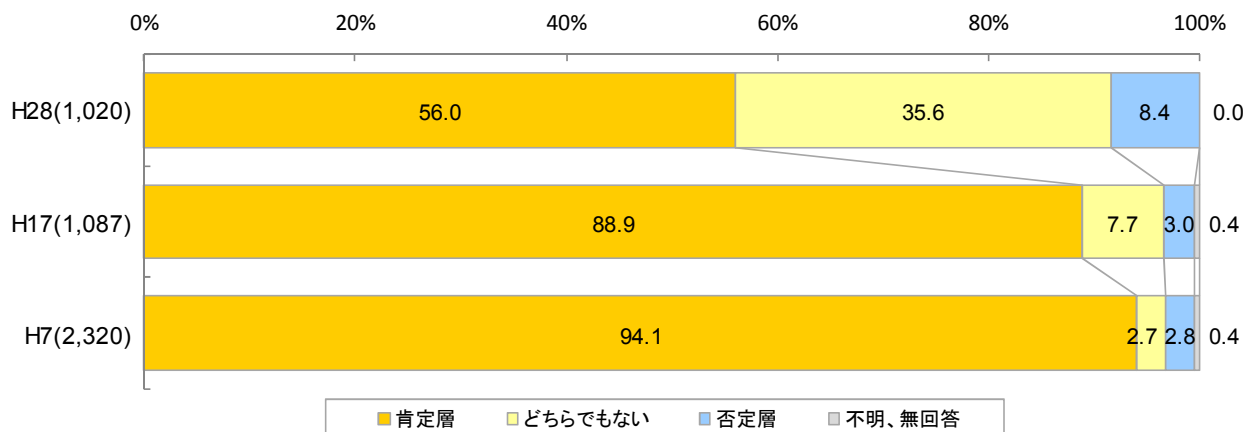
1.現代の生活に欠かせない業種である/高い点検整備の技術力をもっている

「現代の生活に欠かせない業種である」
「高い点検整備の技術力をもっている」

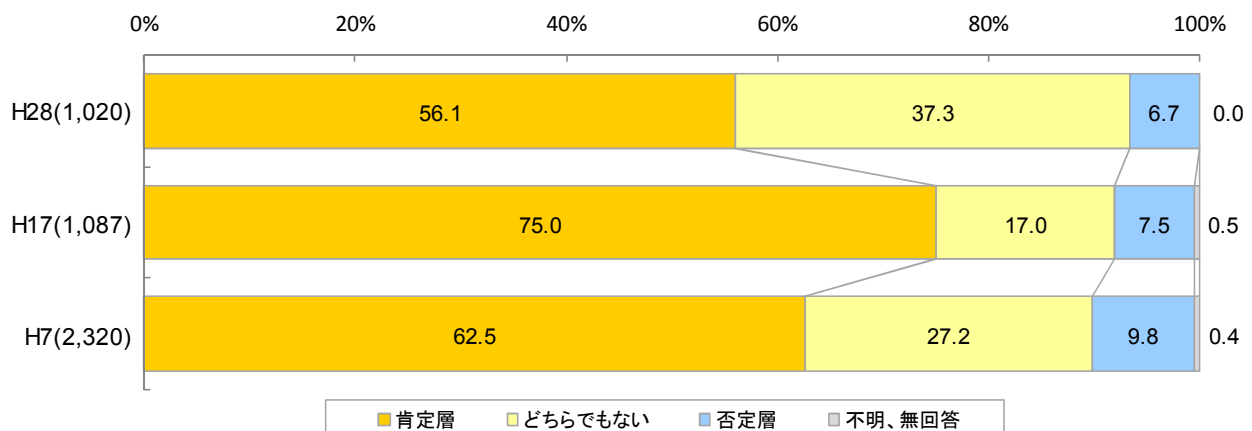
32.9ポイント減
18.9ポイント減

- 「現代の生活に欠かせない業種である」については、平成7年が肯定層の割合で94.1%、平成17年が88.9%、平成28年が56.0%となっている。平成7年から平成17年の5.2ポイント減少からさらに、平成17年から平成28年は32.9ポイントの減少となっている。平成28年は「どちらでもない」が35.6%と、平成17年の7.7%と比べ27.9ポイント増加したことが肯定層の割合が減ったことにつながっている。
- 「高い点検整備の技術力をもっている」については、平成7年が肯定層の割合で62.5%、平成17年が75.0%、平成28年が56.1%となっている。平成7年から平成17年は12.5ポイントの増加となっていたものの、平成17年から平成28年は18.9ポイントの減少となっている。

図表59.現代の生活に欠かせない業種である〔Q6-1/時系列〕



図表60.高い点検整備の技術力をもっている〔Q6-2/時系列〕



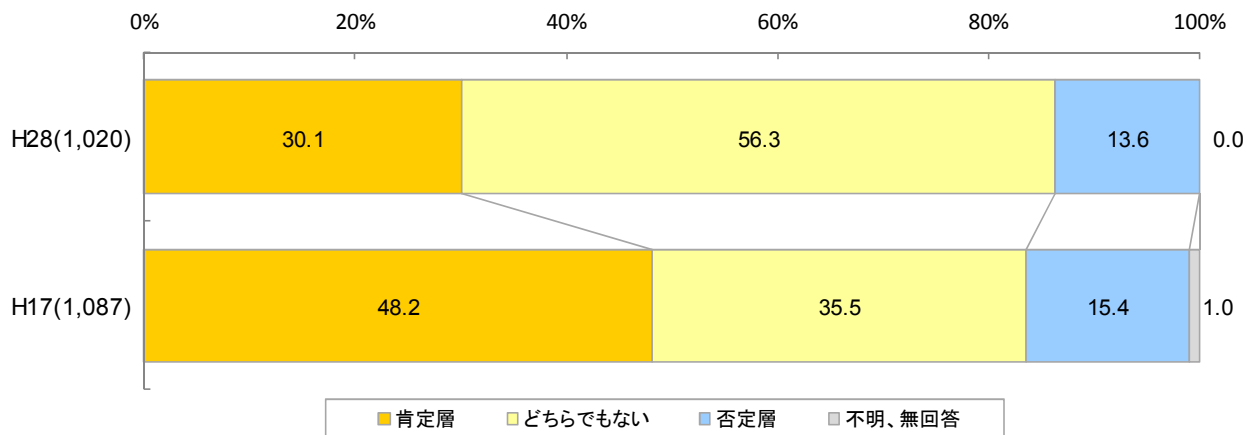
注) 平成28/17年の肯定層は「そう思う」＋「ややそう思う」の合計、否定層は「あまりそう思わない」＋「そう思わない」の合計。平成7年の肯定層は「そう思う」、否定層は「そうは思わない」。「どちらでもない」は、平成7年は「わからない」という選択肢であった。

2.リサイクルなどで地球環境保全に貢献している/専門家による点検整備は今後も必要である

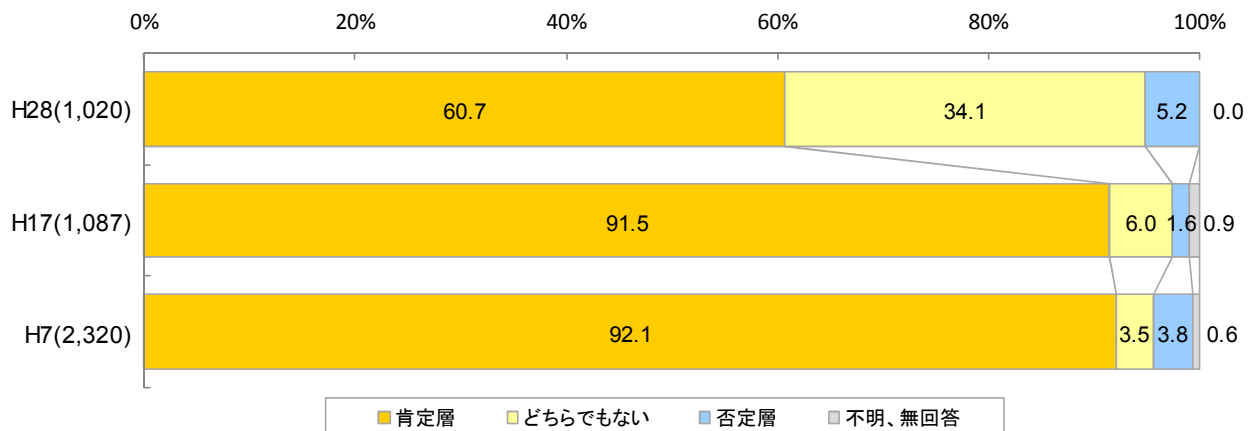
「リサイクルなどで地球環境保全に貢献している」 18.1ポイント減
「専門家による点検整備は今後も必要である」 30.8ポイント減

- 「リサイクルなどで地球環境保全に貢献している」については、平成17年が肯定層の割合で48.2%、平成28年が30.1%で、18.1ポイントの減少となっている。否定層の割合も平成28年は13.6%と、平成17年の15.4%と比べ1.8ポイントの減少となっている。
- 「専門家による点検整備は今後も必要である」については、平成7年が肯定層の割合で92.1%、平成17年が91.5%、平成28年が60.7%となっている。平成7年から平成17年は0.6ポイントとわずかな減少となっていたものの、平成17年から平成28年は30.8ポイントと大幅な減少となっている。

図表61.リサイクルなどで地球環境保全に貢献している〔Q6-3/時系列〕



図表62.専門家による点検整備は今後も必要である〔Q6-4/時系列〕



注) 平成28/17年の肯定層は「そう思う」＋「ややそう思う」の合計、否定層は「あまりそう思わない」＋「そう思わない」の合計。平成7年の肯定層は「そう思う」、否定層は「そうは思わない」。「どちらでもない」は、平成7年は「わからない」という選択肢であった。

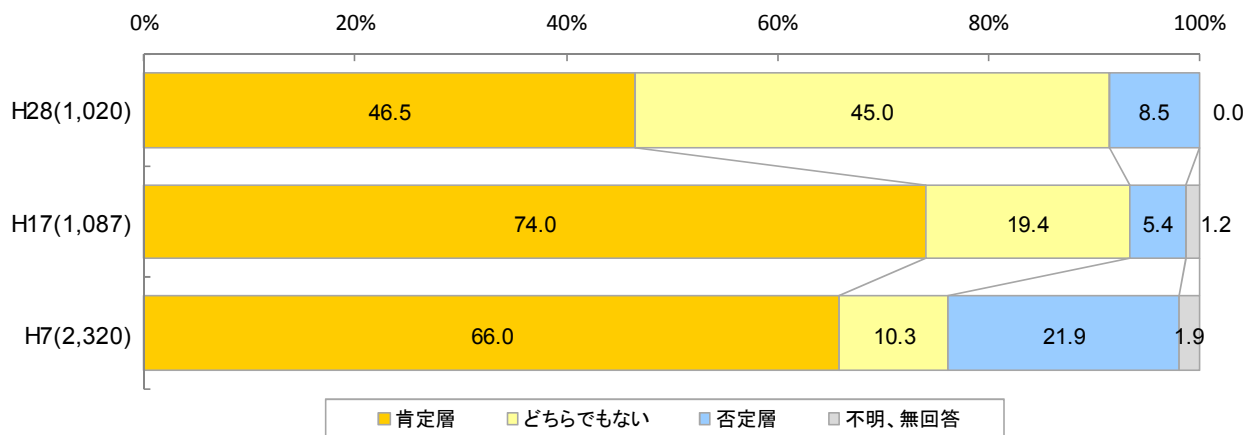
3.地域に密着したサービス業である/自分にとって身近な存在である

「地域に密着したサービス業である」
「自分にとって身近な存在である」

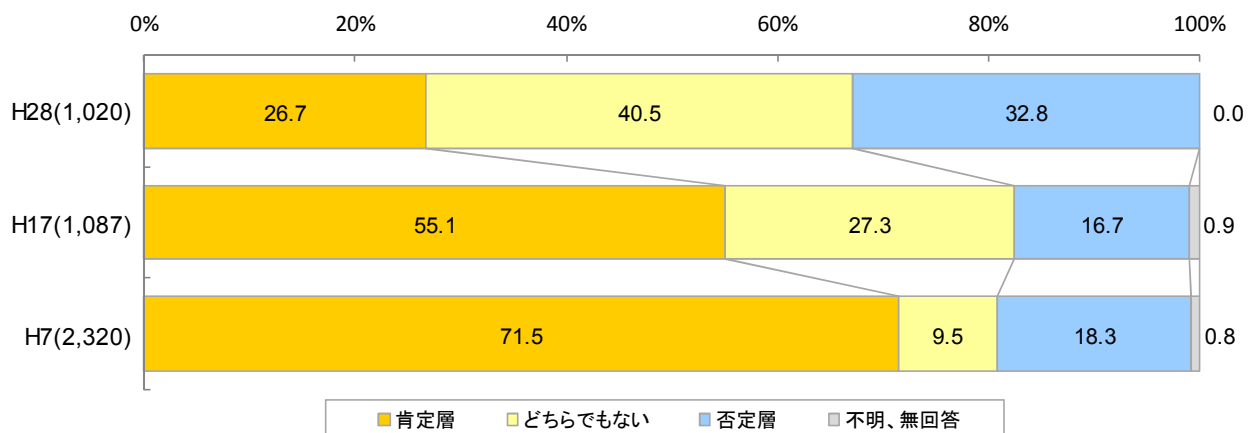
27.5ポイント減
28.4ポイント減

- 「地域に密着したサービス業である」については、平成7年が肯定層の割合で66.0%、平成17年が74.0%、平成28年が46.5%となっている。平成7年から平成17年は8.0ポイントの増加となっていたものの、平成17年から平成28年は27.5ポイントの減少となっている。
- 「自分にとって身近な存在である」については、平成7年が肯定層の割合で71.5%、平成17年が55.1%、平成28年が26.7%となっている。平成7年から平成17年の16.4ポイント減少からさらに、平成17年から平成28年は28.4ポイントの減少となっており、平成7年から平成28年で44.8ポイントの減少となっている。

図表63.地域に密着したサービス業である【Q6-5/時系列】



図表64.自分にとって身近な存在である【Q6-6/時系列】



注) 平成28/17年の肯定層は「そう思う」＋「ややそう思う」の合計、否定層は「あまりそう思わない」＋「そう思わない」の合計。平成7年の肯定層は「そう思う」、否定層は「そうは思わない」。「どちらでもない」は、平成7年は「わからない」という選択肢であった。

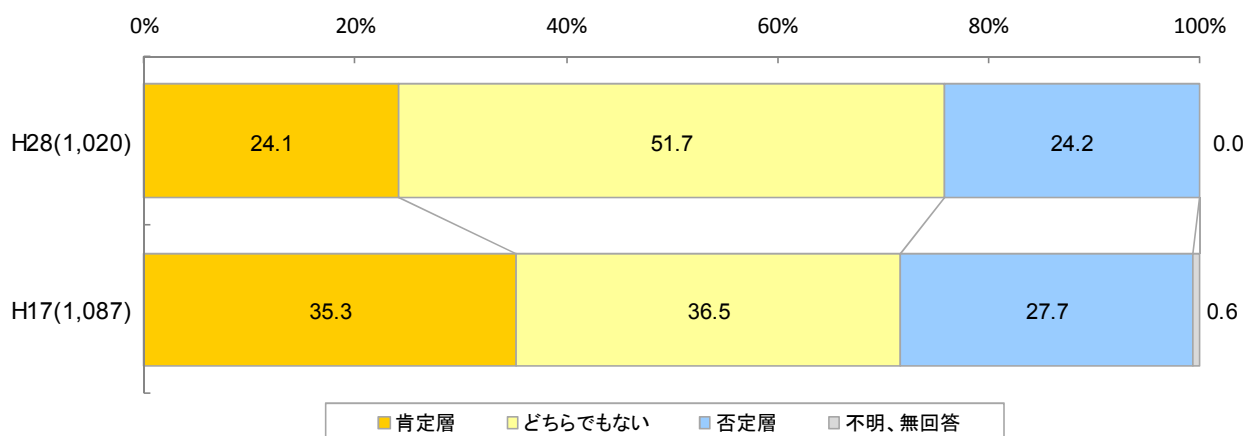
4.店内や工場内は清潔で快適である/スタッフの応対が親切で快適である

「店内や工場内は清潔で快適である」
「スタッフの応対が親切で快適である」

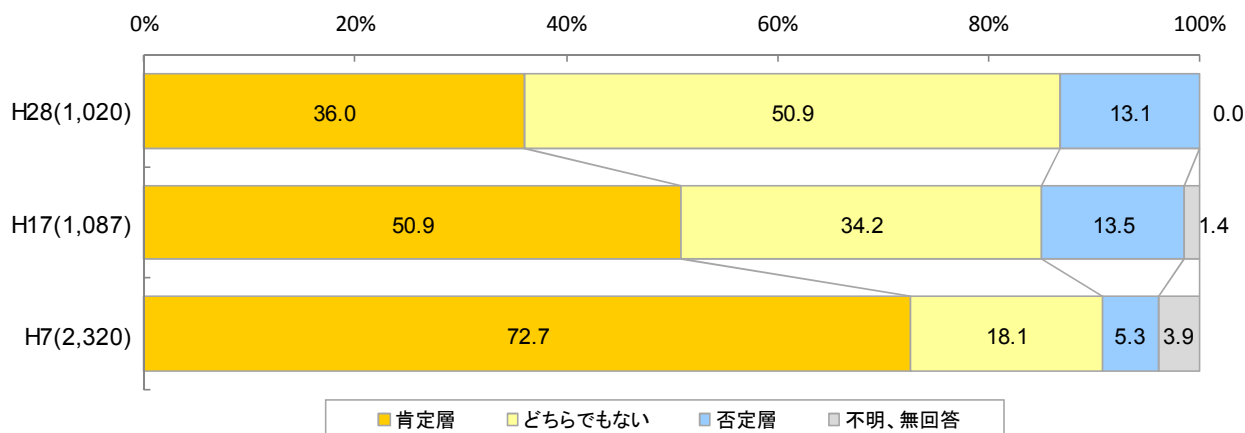
11.2ポイント減
14.9ポイント減

- 「店内や工場内は清潔で快適である」については、平成17年が肯定層の割合で35.3%、平成28年が24.1%となっており、平成17年から平成28年はポイントの11.2減少となっている。
- 「スタッフの応対が親切で快適である」については、平成7年が肯定層の割合で72.7%、平成17年が50.9%、平成28年が36.0%となっている。平成7年から平成17年の21.8ポイント減少からさらに、平成17年から平成28年は14.9ポイントの減少となっており、平成7年から平成28年で36.7ポイントの減少となっている。

図表65.店内や工場内は清潔で快適である〔Q6-7/時系列〕



図表66.スタッフの応対が親切で快適である〔Q6-8/時系列〕



注) 平成28/17年の肯定層は「そう思う」＋「ややそう思う」の合計、否定層は「あまりそう思わない」＋「そう思わない」の合計。平成7年の肯定層は「そう思う」、否定層は「そうは思わない」。「どちらでもない」は、平成7年は「わからない」という選択肢であった。

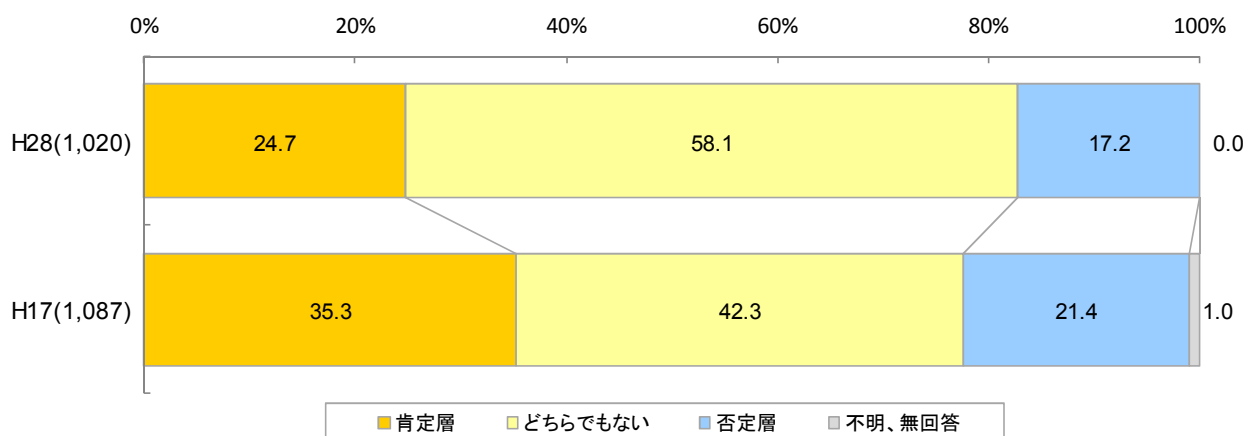
5. 欲しい商品やサービスがある/点検整備料金はリーズナブルである

「欲しい商品やサービスがある」
「点検整備料金はリーズナブルである」

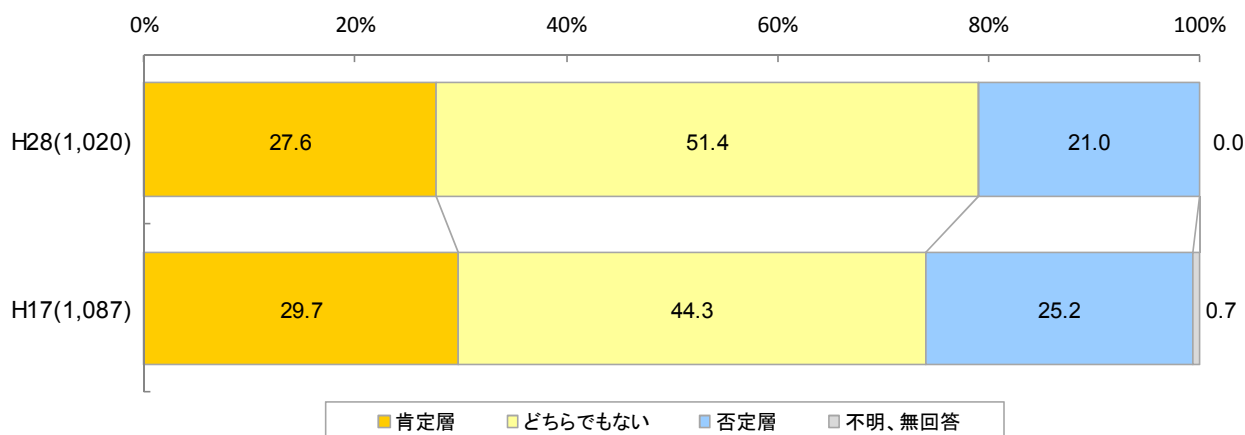
10.6ポイント減
2.1ポイント減

- 「欲しい商品やサービスがある」については、平成17年が肯定層の割合で35.3%、平成28年が24.7%となっており、平成17年から平成28年は10.6ポイントの減少となっている。否定層の割合も平成28年は17.2%と、平成17年の21.4%と比べ4.2ポイントの減少となっている。
- 「点検整備料金はリーズナブルである」については、平成17年が肯定層の割合で29.7%、平成28年が27.6%となっており、平成17年から平成28年は2.1ポイントの減少となっている。

図表67. 欲しい商品やサービスがある〔Q6-9/時系列〕



図表68. 点検整備料金はリーズナブルである〔Q6-10/時系列〕



注) 平成28/17年の肯定層は「そう思う」＋「ややそう思う」の合計、否定層は「あまりそう思わない」＋「そう思わない」の合計。平成7年の肯定層は「そう思う」、否定層は「そうは思わない」。「どちらでもない」は、平成7年は「わからない」という選択肢であった。

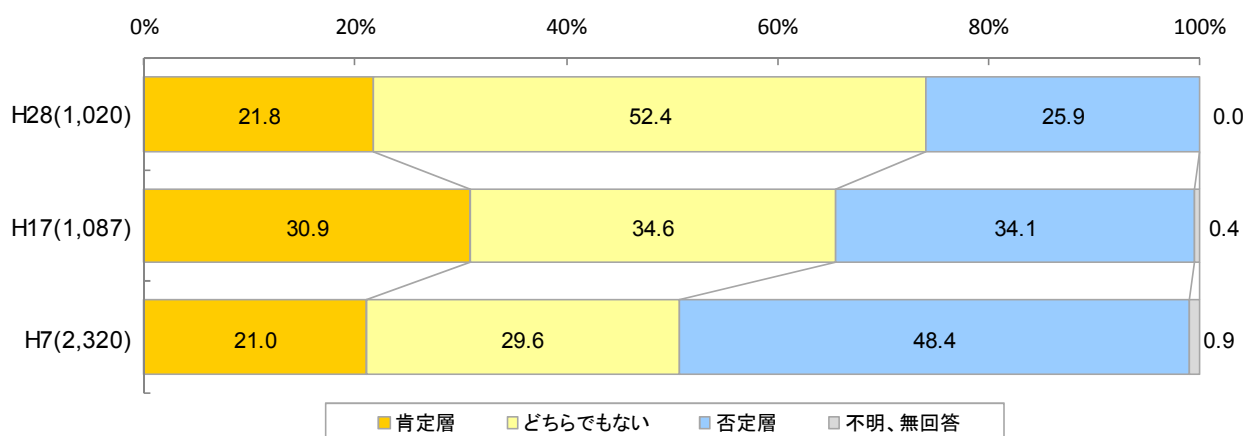
6.営業活動に熱心である/広告宣伝やPRが上手である

「営業活動に熱心である」
「広告宣伝やPRが上手である」

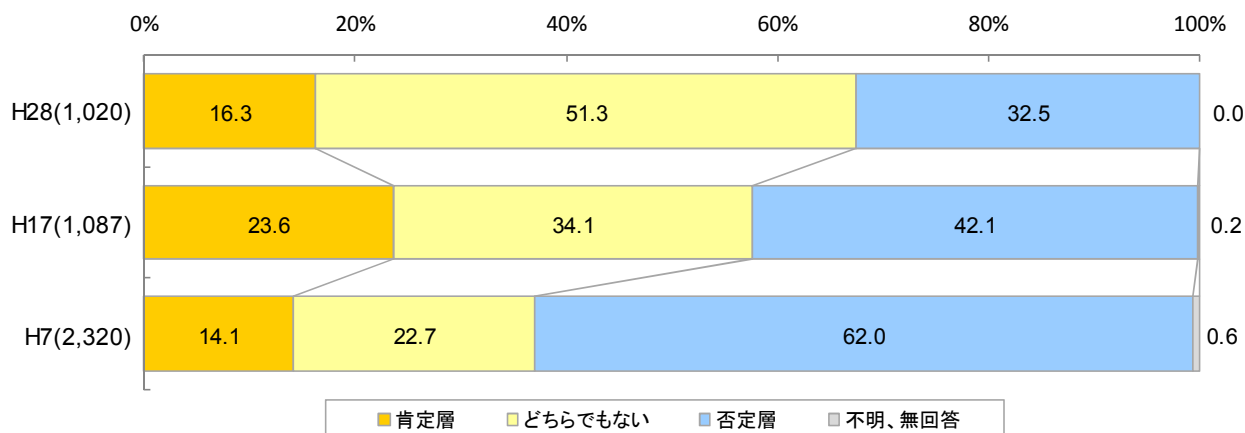
9.1ポイント減
7.3ポイント減

- 「営業活動に熱心である」については、平成7年が肯定層の割合で21.0%、平成17年が30.9%、平成28年が21.8%となっている。平成7年から平成17年は9.9ポイントの増加となっていたものの、平成17年から平成28年は9.1ポイントの減少となっている。平成7年から平成28年は0.8ポイントの増加となっている。
- 「広告宣伝やPRが上手である」については、平成7年が肯定層の割合で14.1%、平成17年が23.6%、平成28年が16.3%となっている。平成7年から平成17年は9.5ポイントの増加となっていたものの、平成17年から平成28年は7.3ポイントの減少となっている。平成7年から平成28年は2.2ポイントの増加となっている。

図表69.営業活動に熱心である〔Q6-11/時系列〕



図表70.広告宣伝やPRが上手である〔Q6-12/時系列〕



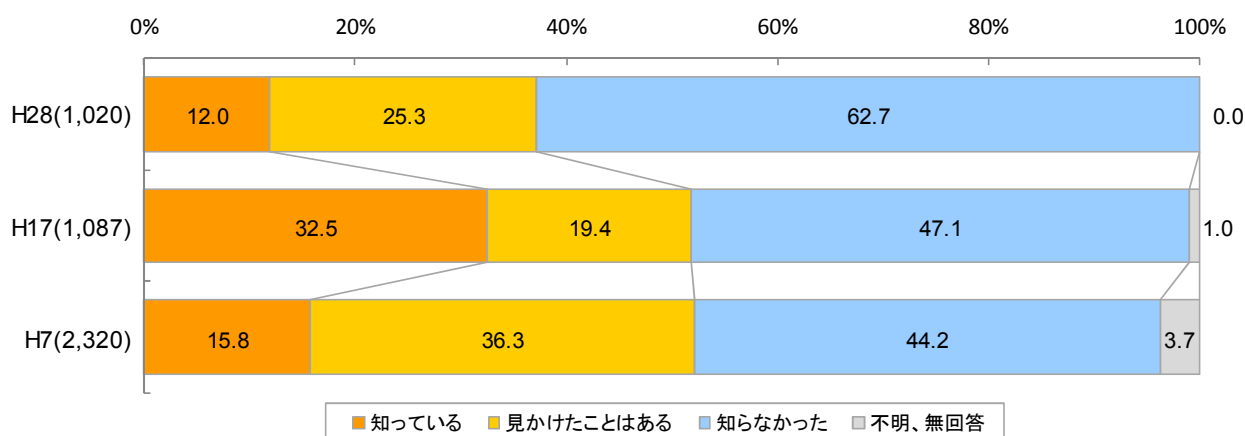
注) 平成28/17年の肯定層は「そう思う」＋「ややそう思う」の合計、否定層は「あまりそう思わない」＋「そう思わない」の合計。平成7年の肯定層は「そう思う」、否定層は「そうは思わない」。「どちらでもない」は、平成7年は「わからない」という選択肢であった。

7.「てんけんくん」の認知

「てんけんくん」の認知は20.5ポイントの減少

- 「てんけんくん」の認知については、「知っている」と回答した人が、平成7年は15.8%、平成17年は32.5%、平成28年は12.0%となっている。平成7年から平成17年は16.7ポイントの増加となっていたものの、平成17年から平成28年は20.5ポイントの減少となっている。
- 「知らなかった」と回答した人は、平成7年は44.2%、平成17年は47.1%、平成28年は62.7%となっており、平成17年から平成28年で15.6ポイントの増加となっている。

図表71.「てんけんくん」の認知[Q8/時系列]



注) 平成7年の「てんけんくん」の認知率に対する設問の選択肢は、「よく知っている」、「あまり知らない」、「全く知らない」、であり、平成28/17の選択肢に対し、それぞれ次のように対応させた。
「知っている」＝「よく知っている」、「見かけたことがある」＝「あまり知らない」、「知らなかった」＝「全く知らない」

調 査 票

調査票

スクリーニング設問

Qno	対象	回答形式	設問/項目/選択肢
SC1	全員	ひとつだけ	あなたの性別年代を教えてください。
			1 男性10代
			2 男性20代
			3 男性30代
			4 男性40代
			5 男性50代
			6 男性60代以上
			7 女性10代
			8 女性20代
			9 女性30代
			10 女性40代
			11 女性50代
			12 女性60代以上
SC2	全員	ひとつだけ	あなたの職業を教えてください。
			1 会社員
			2 公務員
			3 自営業
			4 学生
			5 パート・アルバイト
			6 主夫・主婦
			7 無職
			8 その他
SC2-2	全員	ひとつだけ	あなたの婚姻状況を教えてください。
			1 既婚(離別・死別を含む)
			2 未婚
SC3	全員	いくつでも	あなたがお持ちの免許証を教えてください。
			1 大型自動車運転免許
			2 中型自動車運転免許
			3 普通自動車運転免許
			4 大型二輪免許
			5 普通二輪免許
			6 小型特殊免許
			7 原付免許
			8 その他
			9 運転免許を持っていない
SC4	全員	ひとつだけ	あなたのお住まいを教えてください。
			※ (47都道府県から選択)

調査票

本調査設問

Qno	対象	回答形式	設問/項目/選択肢
Q1	全員	ひとつだけ	あなたは、自動車整備工場(モータース)にどのようなイメージをお持ちですか。
			a) 入りやすい
			b) 親しみやすい
			c) 信頼できる
			d) サービスが良い
			e) 新しい
			1 そう思う
			2 ややそう思う
			3 どちらでもない
			4 あまりそう思わない
			5 そう思わない
Q2	全員	ひとつだけ	あなたもしくはあなたの世帯は、車を所有していますか。
			1 自分名義で車を所有している
			2 自分以外の世帯者名義で車を所有している
			3 1.2以外の名義で車を所有している
			4 世帯には車を所有していない
Q3	Q2=1～3	ひとつだけ	あなたご自身が、車検・定期点検など車の点検整備の依頼先を決めていますか。
			1 決めている
			2 決めていない
Q4	Q3=1	ひとつだけ	車の点検整備の依頼先を教えてください。
			1 自動車販売ディーラー
			2 自動車整備工場・モータース
			3 ガソリンスタンド
			4 カー用品チェーン店
			5 自分自身で点検を行う
			6 その他
Q5	Q3=1	いくつでも	依頼先を決めた理由を教えてください。
			1 信頼できるから
			2 料金が安いから
			3 以前からの付き合いで
			4 車を購入したお店だから
			5 家・会社から近く便利だから
			6 友人・知人の紹介、勧めで
			7 短期間でやってくれるから
			8 対応が親切だから
			9 社長・従業員が親しみやすいから
			10 特殊な車の整備ができるから
			11 広告を見たから
			12 メンテナンスパックに加入しているから
			13 その他()
			14 特に理由はない

調査票

Qno	対象	回答形式	設問/項目/選択肢
Q6	全員	それぞれひとつ	あなたは自動車整備工場（モータース）に関する次の項目について、どのように思われますか。
			a) 現代の生活に欠かせない業種である
			b) 高い点検整備の技術力をもっている
			c) リサイクルなどで地球環境保全に貢献している
			d) 専門家による点検整備は今後必要である
			e) 地域に密着したサービス業である
			f) 自分にとって身近な存在である
			g) 店内や工場内は清潔で快適である
			h) スタッフの対応が親切で快適である
			i) 欲しい商品やサービスがある
			j) 点検整備料金はリーズナブルである
			k) 営業活動に熱心である
			l) 広告宣伝やPRが上手である
			1 そう思う
			2 ややそう思う
			3 どちらでもない
			4 あまりそう思わない
			5 そう思わない
Q7	全員	それぞれひとつ	あなたは、自動車整備業界や自動車整備工場にどのようなことを望みますか。
			a) 点検整備技術の向上
			b) 先端・専門知識の習得
			c) 気軽に入りやすい店づくり
			d) 快適な店舗やきれいな工場環境づくり
			e) 親切で気持ちの良い対応
			f) 行き届いたサービスの向上
			g) 点検整備メニュー（商品）の充実
			h) 生保・損保商品の充実
			i) 中古車販売の充実
			j) 環境保全への努力
			k) わかりやすい料金体系
			l) 点検整備料金の低価格化
			m) 広告宣伝の充実
			n) ホームページの充実
			o) 交換した部品（又はその写真）の提示などの分かり易い説明
			1 強く望む
			2 やや望む
			3 どちらともいえない
			4 あまり望まない
			5 全く望まない
Q8	全員	ひとつだけ	あなたは、自動車整備促進のマスコットキャラクターである「てんけんくん」をご存知ですか。
			1 知っている
			2 見かけたことはある
			3 知らなかった



調査票

Qno	対象	回答形式	設問/項目/選択肢
Q9	全員	ひとつだけ	あなたは、「オアシスマーク」をご存知ですか。
			1 知っている 2 見かけたことはある 3 知らなかった 
Q10	全員	ひとつだけ	あなたは、「認証看板」をご存知ですか。
			1 知っている 2 見かけたことはある 3 知らなかった 
Q11	全員	それぞれひとつ	車に関する以下の項目について、あなたの考えを教えてください。
			a) 車は自分にとって趣味の一つ b) 多少無理をしても気に入った車を選ぶ c) 日頃から車についての情報に敏感な方だ d) 大手の信頼できる自動車メーカーを選ぶ e) 新車で個性的なデザインが好きだ f) 車を飾ったりいじったりするのが好きな方だ g) 車にはできるだけお金をかけたくない h) 車を選ぶ際、ステータスを重視する i) 運転をするには、快適な乗り心地で安全性を重視する j) 車を買うならこのメーカー、と決めている自動車メーカーがある k) 車を買うならこの人から、と決めている人がいる 1 かなりあてはまる 2 ややあてはまる 3 どちらでもない 4 あまりあてはまらない 5 全くあてはまらない
Q12	全員	いくつでも/ひとつ	車関係全般について、参考にする情報源は何ですか。また、その中で一番信頼のおける情報源は何ですか。
			a) カタログ b) DM(ダイレクトメール) c) テレビCM d) ラジオCM e) 新聞広告 f) 雑誌広告 g) ウェブ(ネット)広告 h) メーカー/整備工場/販売店等のホームページ i) 屋外広告 j) 展示会/モータースポーツイベント k) 知り合い(家族/友人/知人)からの口コミ l) ウェブ(ネット)上の口コミ m) ウェブ(ネット)上での記事 n) 自動車関連TV番組 1 参考にする情報源 2 一番信頼のおける情報源
Q13	全員	自由回答	自動車整備業界や自動車整備工場への要望や期待すること、あるいは不満に思われていることなど、御意見がありましたらお聞かせください。
			()