

—平成17年度—

自転車の消費者ニーズ

【調査結果報告書】

平成18年3月

財団法人 自転車産業振興協会

ま え が き

平成 12 年 6 月に我が国の自転車産業活性化を図る目的で、「自転車産業活性化対策研究会」が発足し、その専門部会である「需要拡大部会」において、本年度、自転車の利用実態、購入動向等、今後の自転車の販売・商品戦略等並びに自転車をめぐる社会問題の解決策につながる基礎資料を得るため「自転車消費者ニーズに関する調査」を実施いたしました。

過去、消費者の自転車に対する意識調査については、当協会が平成 13 年度に実施した同調査がありますが、その後 3 年間実施されておらず、その間、日本における社会情勢の変化により自転車業界においても、自転車を取巻く環境、自転車利用におけるライフスタイル等が変化し、自転車も単に、生活用移動手段としてのツールにとどまらず、スポーツ、レジャー及び健康維持・増進のための道具として多岐にわたり利用されている等、現在の消費者が自転車に対してどのような意識を持っているのかについて実態を調査の上、把握することは、極めて意義のあることと思われまます。

なお、今回実施した調査結果を基本に、現在の消費者ニーズに対応した自転車の商品開発、販売促進はもとより自転車利用促進、自転車によって生じている社会問題解決につながる諸施策立案の際の基礎資料として多岐に活用していただければ幸いです。

最後に調査にあたって、ご協力を戴いた有識者、関係各位、並びに調査を実施した株式会社日本メディアに対し、感謝の意を表す次第です。

平成 18 年 3 月

財団法人自転車産業振興協会
会長 阿部 毅一郎

【 目 次 】

序 章 調査概要	1
第一章 性・年代別を中心とする実態分析の部	
Ⅰ. 自転車の利用と所有実態	9
1. 自転車の利用実態	
(1) 自転車の利用状況	9
(2) 自転車の非利用理由／自転車非利用者ベース	10
(3) 現在の利用自転車台数／自転車利用者ベース	11
(4) 自転車の利用頻度／自転車利用者ベース	12
(5) 自転車の利用目的／自転車利用者ベース	13
2. 世帯所有自転車の所有実態	
(1) 家庭での自転車所有台数	14
(2) 最も多く利用する自転車の車種／世帯所有自転車利用者ベース	15
(3) 最も多く利用する自転車のメーカー認知度／世帯所有自転車利用者ベース	16
(4) 自転車の保管場所／新車購入者ベース	17
Ⅱ. 自転車の購買行動	18
1. 自転車の入手方法／世帯所有自転車利用者ベース	18
2. 自転車の購入チャネル／新車購入者ベース	19
3. 購入チャネルの選択理由／新車購入者ベース	21
4. 自転車の購入価格／新車購入者ベース	23
5. 購入時の検討行動／新車購入者ベース	25
6. 自転車購入時の選択理由／新車購入者ベース	27
7. 自転車購入時の店員の説明内容／新車購入者ベース	29
8. 購入自転車の満足度／新車購入者ベース	30
9. 自転車修理の状況	31
(1) 依頼先がなく困った経験／自転車利用者ベース	31
(2) 修理依頼先／自転車利用者ベース	32
(3) 修理許容金額／自転車利用者ベース	33
Ⅲ. 今後の自転車購入について	34
1. 今後の購入予定	34
2. 今後の購入予定自転車の利用目的／購入予定・可能性ある人ベース	35
3. 利用希望年数／購入予定・可能性ある人ベース	36
4. 次回購入時の自転車購入基準／購入予定・可能性ある人ベース	37
5. 次回自転車の購入／購入予定・可能性ある人ベース	40
6. 次回自転車の購入メーカー／購入予定・可能性ある人ベース	40
7. 次回自転車の購入価格／購入予定・可能性ある人ベース	41
8. 次回購入自転車の購入チャネル／購入予定・可能性ある人ベース	42
9. 次回購入自転車の購入チャネル選択理由／購入予定・可能性ある人ベース	43
10. 次回自転車購入時の情報源／購入予定・可能性ある人ベース	44
11. 次回自転車購入時の参考情報内容／購入予定・可能性ある人ベース	45

IV. 電動アシスト自転車について	46
1.電動アシスト自転車の認知度	46
2.電動アシスト自転車の選択理由／電動アシスト自転車現利用者ベース	47
3.電動アシスト自転車のアシスト力評価／電動アシスト自転車現利用者ベース	47
4.電動アシスト自転車への興味／電動アシスト自転車非利用者ベース	48
V. 自転車安全基準について	49
1.自転車安全基準の認知度比較	49
2.自転車安全基準の認知度：BAAマーク	50
3.自転車安全基準の認知度：JISマーク	51
4.自転車安全基準の認知度：SGマーク	52
5.自転車安全基準の認知度：TSマーク	53
6.購入時の自転車安全基準の参考度比較	54
7.購入時の自転車安全基準の参考度：BAAマーク	55
8.購入時の自転車安全基準の参考度：JISマーク	56
9.購入時の自転車安全基準の参考度：SGマーク	57
10.購入時の自転車安全基準の参考度：TSマーク	58
VI. 自転車の運転マナー	59
1.自転車運行ルール（道路交通法の規定）認知	59
2.夜間乗車時のライト点灯状況	60
(1) 夜間乗車時の点灯率／自転車利用者ベース	60
(2) 無灯火の理由／夜間無灯火ベース	61
3.片手運転の状況／自転車利用者ベース	62
4.乗車中の携帯電話使用状況／自転車利用者ベース	63
5.二人乗りの状況／自転車利用者ベース	64
VII. 公共的駐輪場の利用実態	65
1.公共的駐輪場の利用目的／自転車利用者ベース	65
2.駅周辺の駐輪場利用実態	66
(1) 駅周辺駐輪場の利用頻度	66
(2) 駅周辺駐輪場の利用金額／利用者ベース	67
(3) 駐輪場がない場合の駐輪場所／利用者ベース	68
VIII. 自転車の盗難・毀損被害	69
1.自転車の盗難・毀損被害経験	69
2.自転車の盗難場所／盗難等被害者ベース	70
3.盗難・毀損被害時の施錠有無／盗難等被害者ベース	70
4.被害自転車の防犯登録の有無／盗難等被害者ベース	71
5.個人での盗難保険の加入有無／盗難等被害者ベース	71
6.警察・自転車購入店への届出／盗難等被害者ベース	72

IX. 自転車乗車時の事故経験	73
1. 自転車乗車中の事故経験有無	73
2. 自転車事故をした時／事故経験者ベース	73
3. 事故内容／事故経験者ベース	74
4. 事故の相手／事故経験者ベース	75
5. 事故報告先／事故経験者ベース	76
6. 歩行者との接触事故	77
X. フリーアンサーの部	78
■第一章 性・年代別を中心とする実態分析の部 調査結果のまとめ	87
第二章 対象者クラスターによる分析の部	
1. 自転車関与度に基づくクラスターの分類	93
(1) 分析のフレーム	93
(2) 因子分析の結果	94
(3) 形成されたクラスター	94
(4) 自転車関与クラスターの特徴	95
2. 自転車に対する関与意識クラスター別分析	96
(1) 性・年代特徴	96
(2) 地域状況、世帯年収状況	97
(3) 自転車利用度	98
(4) 自転車利用頻度	99
(5) 自転車利用目的	100
(6) 自転車購入チャネル	101
(7) 自転車購入店選定理由	102
(8) 検討行動	103
(9) 商品選択理由	104
(10) 自転車への意識	105
(11) 新規自転車購入意向の有無	106
(12) 買いたい自転車の車種	107
(13) 新規購入時に欲しい情報の内容	108
(14) 生活意識	109
(15) 現在利用自転車のメーカー名認知度	110
(16) B A Aマークの認知度・購入参考度	111
(17) J I Sマークの認知度・購入参考度	112
(18) S Gマークの認知度・購入参考度	113
(19) T Sマークの認知度・購入参考度	114
(20) 夜間ライトの点灯率	115
(21) 携帯電話使用の有無	116
■第二章 クラスター分析の部 調査結果のまとめ	117
■付帯資料	121

【 調査概要 】

1. 調査の目的

(1) 調査実施の目的

- ① 自転車の利用状況、購入実態、自転車に関する意識及び知識、イメージなどを調査し、消費者の自転車に対するニーズを把握することにより、メーカー等が商品企画や販売戦略を検討する際の資料とすること。
- ② 自転車をめぐる社会問題(安全対策、放置問題等)の解決につながる基礎資料とすること。

■実態解明のフレーム

どのような人が・・・

- デモグラフィック(人口統計学的)属性
 - ・性、年齢、地域、職業、家族、住居
- サイコグラフィック(心理的)特性
 - ・自転車意識、生活意識、エコ認識
- 自転車の関与と関心
 - ・関心の有無、認知的関与の状況
- 自転車利用の社会的認識
 - ・放置自転車、盗難、インフラ設備 他

所有と利用の実態

- 所有状況
 - ・台数、年数、車種、メーカー、保管場所状況
- 利用状況
 - ・利用頻度、運転可否
- 利用シーン
 - ・利用目的、用途、健康など便益認識

購買経験および購入意向内容

- 購入プロセス
 - ・新車／中古、入手方法、購入店、購入店理由、検討行動、決定理由、重視点、購入時価格、購入時説明状況、現在の満足度、不満ポイント
- 購入意志と内容
 - ・購入意志有無、想定車種、選定の基準、新車／中古、想定予算、購入場所、店選定時の基準、検討情報源、必要情報
- 修理と買い替え
 - ・修理費用の上限(買い替え対抗)

阻害要因などの状況

- 盗難・毀損
 - ・経験有無、発生状況、対処方法、処理と結果
- ルールへの遵守と事故経験
 - ・夜間点灯などルール遵守状況、事故経験、時期、故障箇所、怪我状況
- 利用環境実態と評価
 - ・駐輪場などの環境評価、改善施策評価

新商品ジャンル評価

- 電動アシスト自転車認知の有無、利用意向

安全基準評価

- 安全保証マーク評価
 - ・認知の有無、購入参考度

2. 調査の概要

(1) 調査対象

15歳から79歳までの男女

(2) 調査地域

全国を対象

(3) 標本サイズ

回収サンプル目標 2,000サンプル(結果、最終有効回収数2,015サンプル)

(4) 標本抽出方法

全国の消費者モニターをマスターサンプルとし、概ね15歳から79歳までの平成16年10月1日現在(平成17年3月14日公表)の住民票基本台帳人口構成比(ブロック、男女、年代別)で無作為に割当てて設定サンプルを構成

(5) 調査方法

調査票郵送による自記式アンケート調査法(郵送による回収)

(6) 調査実施時期

2006年1月5日～1月18日

(7) 調査機関

株式会社 日本メディア

(8) 回答者属性

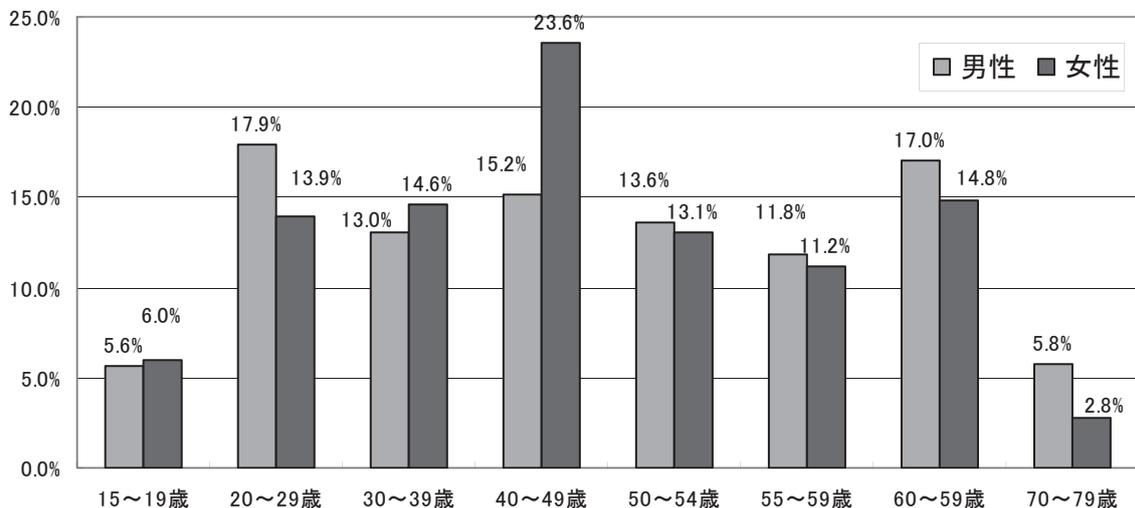
■性別×地域別、回答者分布

上段:度数 下段:%	サンプル 数	北海道	東北	関東	甲信越・ 北陸	東海	近畿	中国・四 国	九州・沖 縄	
合計	2015 100.0	107 5.3	157 7.8	615 30.5	144 7.1	239 11.9	329 16.3	198 9.8	226 11.2	
性別	男性	946 100.0	54 5.7	78 8.2	302 31.9	66 7.0	114 12.1	154 16.3	78 8.2	100 10.6
	女性	1069 100.0	53 5.0	79 7.4	313 29.3	78 7.3	125 11.7	175 16.4	120 11.2	126 11.8

■ 性・年代別×地域別、回答者分布

上段:度数 下段:%	サンプル 数	北海道	東北	関東	甲信越・ 北陸	東海	近畿	中国・四 国	九州・沖 縄	
合計	2015 100.0	107 5.3	157 7.8	615 30.5	144 7.1	239 11.9	329 16.3	198 9.8	226 11.2	
年代	15～19歳	117 100.0	6 5.1	9 7.7	40 34.2	9 7.7	10 8.5	14 12.0	15 12.8	14 12.0
	20～29歳	318 100.0	16 5.0	21 6.6	96 30.2	19 6.0	49 15.4	45 14.2	32 10.1	40 12.6
	30～39歳	279 100.0	14 5.0	15 5.4	90 32.3	21 7.5	27 9.7	54 19.4	28 10.0	30 10.8
	40～49歳	396 100.0	24 6.1	44 11.1	105 26.5	35 8.8	36 9.1	51 12.9	44 11.1	57 14.4
	50～54歳	269 100.0	17 6.3	31 11.5	60 22.3	25 9.3	40 14.9	27 10.0	33 12.3	36 13.4
	55～59歳	232 100.0	18 7.8	16 6.9	51 22.0	18 7.8	39 16.8	50 21.6	18 7.8	22 9.5
	60～69歳	319 100.0	9 2.8	17 5.3	143 44.8	11 3.4	26 8.2	70 21.9	24 7.5	19 6.0
	70～79歳	85 100.0	3 3.5	4 4.7	30 35.3	6 7.1	12 14.1	18 21.2	4 4.7	8 9.4
性別× 年代別	15～19歳:男性	53 100.0	3 5.7	4 7.5	17 32.1	5 9.4	5 9.4	7 13.2	6 11.3	6 11.3
	20～29歳:男性	169 100.0	9 5.3	12 7.1	57 33.7	10 5.9	25 14.8	21 12.4	16 9.5	19 11.2
	30～39歳:男性	123 100.0	6 4.9	8 6.5	40 32.5	8 6.5	12 9.8	26 21.1	13 10.6	10 8.1
	40～49歳:男性	144 100.0	9 6.3	11 7.6	42 29.2	12 8.3	16 11.1	24 16.7	7 4.9	23 16.0
	50～54歳:男性	129 100.0	13 10.1	19 14.7	28 21.7	13 10.1	12 9.3	16 12.4	12 9.3	16 12.4
	55～59歳:男性	112 100.0	8 7.1	11 9.8	26 23.2	10 8.9	21 18.8	22 19.6	5 4.5	9 8.0
	60～69歳:男性	161 100.0	4 2.5	11 6.8	74 46.0	5 3.1	14 8.7	27 16.8	15 9.3	11 6.8
	70～79歳:男性	55 100.0	2 3.6	2 3.6	18 32.7	3 5.5	9 16.4	11 20.0	4 7.3	6 10.9
	15～19歳:女性	64 100.0	3 4.7	5 7.8	23 35.9	4 6.3	5 7.8	7 10.9	9 14.1	8 12.5
	20～29歳:女性	149 100.0	7 4.7	9 6.0	39 26.2	9 6.0	24 16.1	24 16.1	16 10.7	21 14.1
	30～39歳:女性	156 100.0	8 5.1	7 4.5	50 32.1	13 8.3	15 9.6	28 17.9	15 9.6	20 12.8
	40～49歳:女性	252 100.0	15 6.0	33 13.1	63 25.0	23 9.1	20 7.9	27 10.7	37 14.7	34 13.5
	50～54歳:女性	140 100.0	4 2.9	12 8.6	32 22.9	12 8.6	28 20.0	11 7.9	21 15.0	20 14.3
	55～59歳:女性	120 100.0	10 8.3	5 4.2	25 20.8	8 6.7	18 15.0	28 23.3	13 10.8	13 10.8
	60～69歳:女性	158 100.0	5 3.2	6 3.8	69 43.7	6 3.8	12 7.6	43 27.2	9 5.7	8 5.1
	70～79歳:女性	30 100.0	1 3.3	2 6.7	12 40.0	3 10.0	3 10.0	7 23.3	-	2 6.7

■ 性別、年代別回答者構成比



■その他、回答者の属性

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

F4. 職業

	サンプル数	農林漁業の自営・家族従事者	商工サービスの自営・家族従事者	自由業	公務員	民間企業・団体の勤め人	民間企業・団体の役員	パート・アルバイト	生徒・学生	無職(専業主婦を含む)	その他	無回答
合計	2015 100.0	26 1.3	129 6.4	46 2.3	95 4.7	515 25.6	53 2.6	327 16.2	196 9.7	578 28.7	44 2.2	6 0.3
男性	964	1.7	9.5	3.0	8.0	42.6	4.3	3.7	10.8	13.2	2.6	0.5
女性	1069	0.9	3.6	1.7	1.8	10.5	1.1	27.3	8.8	42.4	1.8	0.1

F5. 自転車・バイクの利用状況

	サンプル数	現在、自転車を利用している	現在、バイクを利用している	現在、両方とも利用している	以前、自転車を利用していた	以前、バイクを利用していた	以前、両方とも利用していた	両方ともこれまで利用した経験がない	無回答
合計	2015 100.0	1242 61.6	71 3.5	111 5.5	371 18.4	22 1.1	137 6.8	41 2.0	20 1.0
男性	946	60.8	3.7	6.7	16.1	2.1	8.5	1.1	1.2
女性	1069	62.4	3.4	4.5	20.5	0.2	5.3	2.9	0.8

F5-1. 自転車運転技術をどう思っているか

	サンプル数	非常に得意	得意	どちらともいえない	不得手である	非常に不得手である	無回答
合計	1613 100.0	261 16.2	741 45.9	523 32.4	61 3.8	21 1.3	6 0.4
男性	728	18.3	51.9	28.2	0.8	0.7	0.1
女性	885	14.4	41.1	35.9	6.2	1.8	0.6

Q2. 自転車競技の参加経験

	サンプル数	参加した経験がある	経験はないが参加したい	参加したことも思っただこともない	その他	無回答
合計	2015 100.0	48 2.4	283 14.0	1673 83.0	7 0.3	4 0.2
男性	946	4.1	17.9	77.9	0.1	—
女性	1069	0.8	10.7	87.6	0.6	0.4

F6. 健康状態

	サンプル数	非常に健康	健康	注意する点はあるが、日常生活に支障はない	注意する点があり、日常生活に制限がある	病気がち・療養中	その他	無回答
合計	2015 100.0	332 16.5	977 48.5	616 30.6	45 2.2	32 1.6	2 0.1	11 0.5
男性	946	16.1	47.4	32.0	2.5	1.5	0.1	0.4
女性	1069	16.8	49.5	29.3	2.0	1.7	0.1	0.7

F7. 同居している人

	サンプル数	配偶者	子ども	兄弟姉妹	自分の親	配偶者の親	祖父母	子どもの配偶者	孫	その他親族	親族以外の人	同居している人はいない	無回答
合計	2015 100.0	1432 71.1	1162 57.7	205 10.2	446 22.1	107 5.3	60 3.0	60 3.0	75 3.7	13 0.6	8 0.4	125 6.2	11 0.5
男性	946	74.0	53.8	10.1	24.1	2.9	3.7	2.6	3.2	0.7	0.2	7.3	0.4
女性	1069	68.5	61.1	10.2	20.4	7.5	2.3	3.3	4.2	0.6	0.6	5.2	0.7

F8. 年収

	サンプル数	400万円未満	400万円以上600万円未満	600万円以上800万円未満	800万円以上1000万円未満	1000万円以上1500万円未満	1500万円以上2000万円未満	2000万円以上2500万円未満	2500万円以上3000万円未満	3000万円以上	無回答
合計	2015 100.0	445 22.1	565 28.0	394 19.6	289 14.3	188 9.3	46 2.3	8 0.4	8 0.4	6 0.3	66 3.3
男性	946	21.4	29.5	18.8	14.1	9.8	2.3	0.4	0.4	0.5	2.7
女性	1069	22.7	26.8	20.2	14.6	8.9	2.2	0.4	0.4	0.1	3.7

F9. お住まいのタイプ

	サンプル数	持家・戸建住宅	持ち家・集合住宅	賃貸・戸建て住宅	賃貸集合住宅	無回答
合計	2015 100.0	1277 63.4	263 13.1	102 5.1	356 17.7	17 0.8
男性	946	64.3	11.9	4.5	18.2	1.1
女性	1069	62.6	14.0	5.5	17.2	0.7

□大都市圏とその他分布

	サンプル数	東京都	大阪府	愛知県	その他	無回答
合計	2015 100.0	179 8.9	183 9.1	119 5.9	1338 66.4	196 9.7
男性	946	10.0	9.2	6.2	68.6	5.9
女性	1069	7.9	9.0	5.6	64.5	13.1

3. 調査結果の見方

- ・ **サンプル数** …… 実数値。%値算出の際の母数となる数値で、グラフや数表中にサンプル数と表示している。
- ・ **本問と付問** …… “本問”は、回答者全員を対象とした質問。“付問”は、本問に関連した質問で、本問の回答結果により回答する人を限定した質問。各質問の単純集計結果グラフにおいて、表のサンプル数が2,015の場合は本問、〇〇ベースと該当者の条件を示している場合は付問であることを示す。
- ・ **単一回答** …… 質問に主なものひとつだけ回答してもらおう。グラフではSA（シングルアンサー）と表記。
- ・ **複数回答** …… 質問に複数の回答を認めたもので、%値合計は100%を超えることが多い。グラフではMA（マルチアンサー）と表記。
- ・ **%値** …… コメントは、サンプル数を100%とし、原則として少数点第1位を四捨五入して整数で表示し、グラフは、原則として少数点第2位を四捨五入して表示した。
（注意）四捨五入の関係で個々を合計した%値と合わないことがある。
- ・ **0.0と—** …… 0.0は、%値が0または0.5に満たなかったもの。—は、サンプルがない項目。
- ・ **有意差** …… 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみた。5.0%以上はセルに濃く色付けし、マイナス5.0%以下はセルに薄く色付けして文字を斜体になっている。
- ・ **注目点** …… クラスタ分析に関して、顕著に現れている項目は、グラフに●●●●印をしている。



第一章



性・年代別を中心とする実態分析の部

第一章は、性・年代別を中心に、居住地別など必要に応じて他のデモグラフィック(人口統計学的)属性別も交えて分析を行ったものである。

デモグラフィック(人口統計学的)な分類による実態把握は、対象を特定しやすいために、利用者理解とともに、標的となる市場(顧客と需要)を特定して継続的なマーケティングを展開するターゲティングの基礎となる。

I. 自転車の利用と所有実態

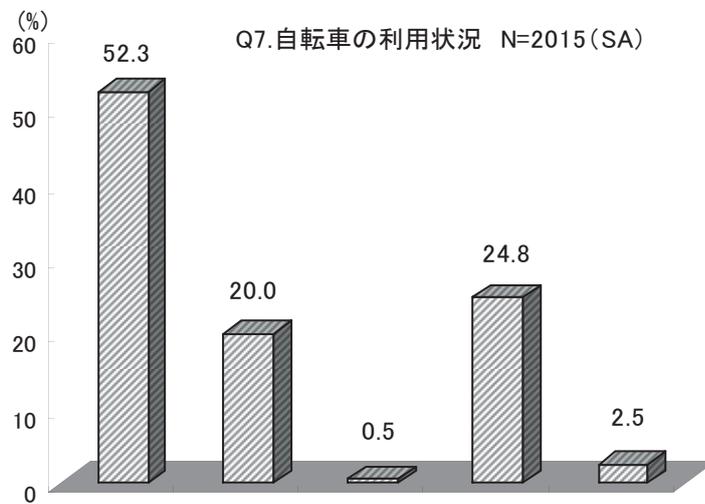
1. 自転車の利用実態

(1) 自転車の利用状況

Q7.あなたは自転車を利用していますか？レンタサイクルなどは除いてください。(○は1つだけ)

★自転車の利用者は、全体の73%。2人に1人の割合で、「自分専用」の自転車を所有している。

「自分専用の自転車」利用者は、全体の52%。特に、男性10代～20代、女性10代の若い世代では、専用が多い。また一般的に男性は女性に比べて、「家族と共有で」利用している傾向が高い。現在、自転車を利用していないのは、男性30代、女性20代、50代、70代で多い傾向が見られた。特に、20代の若い女性で自転車離れが見られる(「以前は利用していたが・・・」44%)。



	サンプル数	自分専用 の自転 車を 利用 して いる	家 族 と 共 有 で 利 用 し て い る	用 仕 事 先 の 自 転 車 を 利 用 し て い る	が 、 以 前 は 利 用 し て い な い た	と こ れ ま で 利 用 し た こ と が な い
合計	2015	52.3	20.0	0.5	24.8	2.5
男性	946	51.0	23.9	0.6	22.9	1.6
15～19歳	53	83.0	7.5	-	7.5	1.9
20～29歳	169	65.1	13.0	1.8	20.1	-
30～39歳	123	39.0	26.0	0.8	32.5	1.6
40～49歳	144	43.8	30.6	0.7	23.6	1.4
50～54歳	129	45.0	24.0	0.8	28.7	1.6
55～59歳	112	45.5	28.6	-	22.3	3.6
60～69歳	161	49.7	29.2	-	19.3	1.9
70～79歳	55	50.9	25.5	-	21.8	1.8
女性	1069	53.4	16.5	0.5	26.4	3.3
15～19歳	64	82.8	6.3	-	10.9	-
20～29歳	149	43.0	12.8	0.7	43.6	-
30～39歳	156	53.8	16.7	-	28.2	1.3
40～49歳	252	55.2	18.7	0.4	22.2	3.6
50～54歳	140	50.0	20.0	1.4	26.4	2.1
55～59歳	120	49.2	16.7	-	30.0	4.2
60～69歳	158	57.6	17.7	0.6	17.7	6.3
70～79歳	30	36.7	13.3	-	30.0	20.0

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位:%

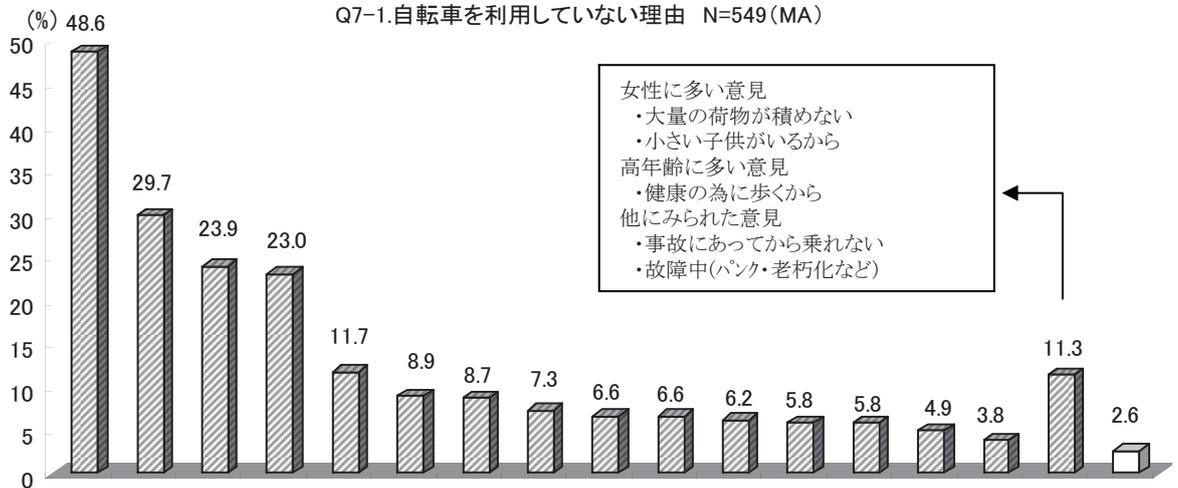
(2) 自転車の非利用理由／自転車非利用者ベース

Q7-1.現在、自転車を利用していない理由は何ですか？(○はいくつでも)

★非利用理由は、「自家用車(マイカー)利用」が合計では高いが、性・年代では理由に違いがみられる。シニア及び女性の中年層では運転不安、10代及び女性20、30代まではおしゃれへの気遣いが理由。

男性20代～40代、女性30代、及び50代は、「自家用車(マイカー)利用」が高い。男性10代、女性10代～30代といった、若い世代と女性では、「服装に気を使う」というおしゃれが理由として高くみられる。一方、男女とも60代以上の年輩層では、「坂道が多く、乗るのに適さない」「運転できなくなった」「自転車に乗れない」「自転車は安全性が低い」といった運転への不安が見られる。女性の中年層でも「道路事情が自転車にとって危険」という不安面が高い。

そのようなこともあり、20代～50代では、自家用車やバイク、スクーターの利用が高くみられる。



サンプル数	自家用車を利用	ある天候に利用制約が	のに適さなく、乗る	坂道が多く、乗る	足りける範囲で用が	歩ける範囲で危険	道路事情が自転車	れがある壊される恐	盗難や壊される恐	乗ること自体疲れ	バイクやスクーター	服装に気を使う	場がない所に駐輪	なつた運	今は運	自転車に乗れない	低い自転車は安全性が	機関を利用	ない自宅に保管場所が	その他	無回答
合計	549	48.6	29.7	23.9	23.0	11.7	8.9	8.7	7.3	6.6	6.6	6.2	5.8	5.8	4.9	3.8	11.3	2.6			
男性	232	51.7	29.7	21.6	25.4	9.5	9.1	7.8	8.6	3.0	6.0	6.0	0.4	3.9	4.7	4.7	11.6	3.0			
15～19歳	5	40.0	60.0	20.0	20.0	-	-	-	40.0	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20～29歳	34	58.8	26.5	5.9	23.5	2.9	8.8	-	8.8	2.9	2.9	-	-	-	-	-	8.8	2.9	2.9	2.9	
30～39歳	42	59.5	33.3	9.5	16.7	4.8	16.7	7.1	7.1	2.4	4.8	-	-	-	-	2.4	9.5	19.0	2.4	2.4	
40～49歳	36	55.6	33.3	27.8	30.6	13.9	11.1	11.1	5.6	-	16.7	-	-	-	2.8	5.6	8.3	16.7	-	-	
50～54歳	39	48.7	33.3	28.2	28.2	10.3	12.8	5.1	5.1	5.1	7.7	2.6	-	10.3	10.3	2.6	7.7	2.6	2.6	2.6	
55～59歳	29	51.7	24.1	24.1	24.1	13.8	3.4	17.2	17.2	6.9	3.4	10.3	-	6.9	6.9	-	6.9	6.9	6.9	6.9	
60～69歳	34	44.1	23.5	32.4	32.4	11.8	2.9	5.9	-	-	2.9	14.7	2.9	-	2.9	-	17.6	2.9	2.9	2.9	
70～79歳	13	30.8	23.1	30.8	23.1	15.4	-	15.4	23.1	-	-	38.5	-	15.4	7.7	-	7.7	7.7	7.7	7.7	
女性	317	46.4	29.7	25.6	21.1	13.2	8.8	9.5	6.3	9.1	6.9	6.3	9.8	7.3	5.0	3.2	11.0	2.2	2.2	2.2	
15～19歳	7	14.3	-	42.9	28.6	-	14.3	-	14.3	14.3	14.3	-	14.3	-	42.9	14.3	42.9	-	-	-	
20～29歳	65	52.3	46.2	26.2	18.5	6.2	10.8	10.8	6.2	16.9	9.2	3.1	-	3.1	6.2	7.7	13.8	4.6	4.6	4.6	
30～39歳	46	56.5	30.4	17.4	32.6	6.5	8.7	8.7	-	13.0	6.5	2.2	2.2	-	4.3	2.2	19.6	-	-	-	
40～49歳	65	50.8	23.1	23.1	20.0	18.5	10.8	13.8	4.6	9.2	6.2	1.5	9.2	6.2	3.1	3.1	9.2	-	-	-	
50～54歳	40	60.0	35.0	40.0	15.0	20.0	7.5	10.0	5.0	2.5	7.5	2.5	7.5	5.0	2.5	-	5.0	-	5.0	-	
55～59歳	41	58.5	29.3	19.5	19.5	19.5	12.2	7.3	-	4.9	7.3	12.2	9.8	17.1	2.4	2.4	4.9	2.4	2.4	2.4	
60～69歳	38	10.5	21.1	31.6	21.1	13.2	2.6	5.3	23.7	5.3	2.6	10.5	23.7	10.5	2.6	-	10.5	7.9	7.9	7.9	
70～79歳	15	6.7	6.7	13.3	20.0	13.3	-	6.7	6.7	-	6.7	40.0	46.7	26.7	13.3	-	-	-	-	-	

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

単位: %

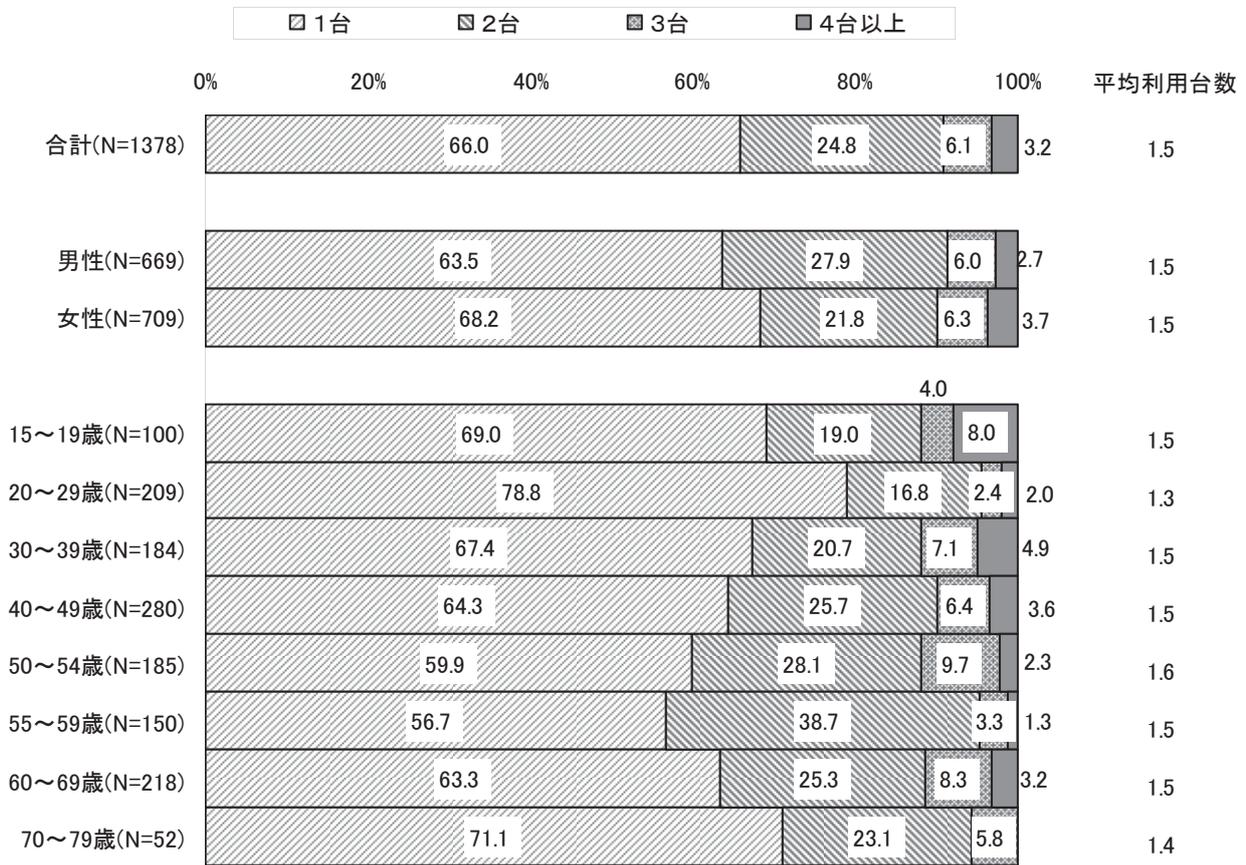
(3) 現在の利用自転車台数／自転車利用者ベース

Q9.あなたは現在、何台の自転車を利用していますか。共有のものも含めてお知らせください。(数字でお答えください)

★現在の自転車利用台数は、平均1.5台。

1台利用が多いのが、20代、複数台数利用が多いのが、50代。

Q9.現在の利用自転車台数／自転車利用者ベース(無回答のぞく) N=1378(SA)



* 無回答者除く自転車利用者ベース

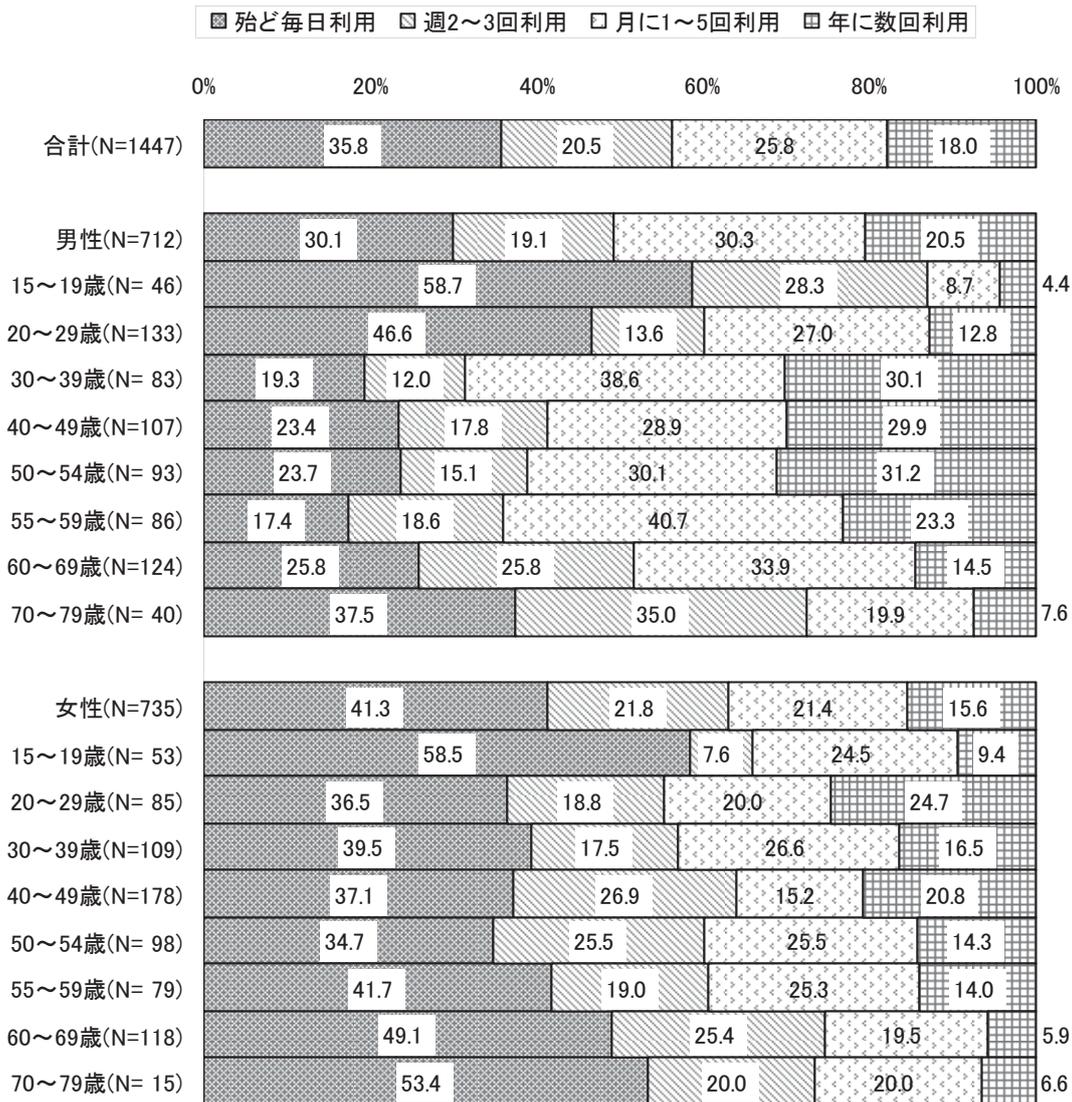
(4) 自転車の利用頻度／自転車利用者ベース

Q1.あなたご自身で自転車に乗ることがあるでしょうか。(○は1つ)

★利用頻度は男女とも10代が最多。逆に利用頻度が少ないのが、30代～50代男性の就労層。

自転車の利用頻度は、男性よりも女性の方が多い。
 年代では、最も利用頻度が高いのは、男女とも10代であった(「ほとんど毎日」59%)。
 男性の場合、次いで利用頻度が高い(「週2～3回」以上利用が多い)のは、70代、20代、60代。
 男性30～50代の就労者が多い世代は利用頻度が少なく、「月に1～5回」以下が58%～69%を占める。
 女性の場合、毎日利用は、60代女性(49%)、70代女性(53%)が高い。

Q1.自転車の利用頻度／自転車利用者ベース(非該当・無回答をのぞく) N=1447(SA)



* 非該当・無回答をのぞく自転車利用者ベース

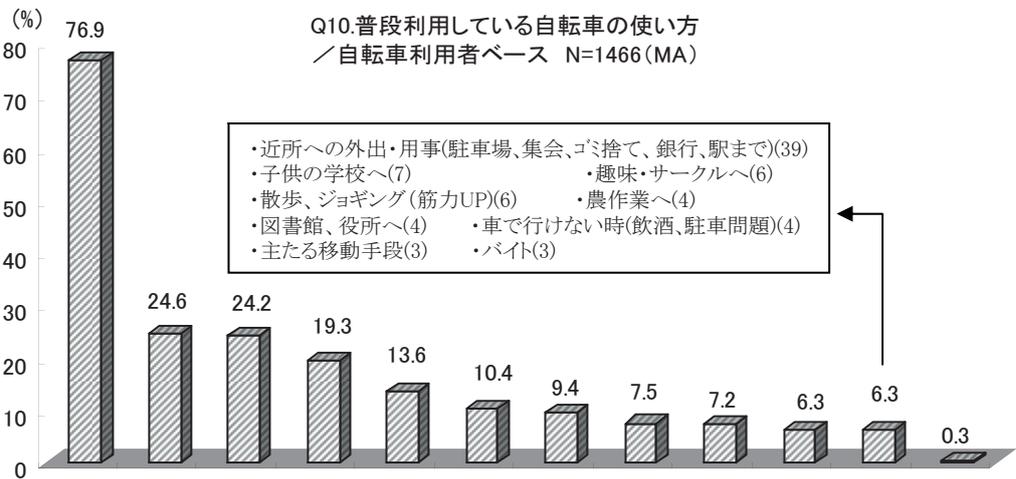
(5) 自転車の利用目的／自転車利用者ベース

Q10.その自転車は普段、主にどのような目的に使われていますか。(〇はいくつでも)

★20代以上の自転車利用目的のトップが「買物」。10代は「通学」「遊び」が高い。
また、30代女性「子供の送迎」、男性60代以上「軽い運動」利用が40%以上と高く見られる。

世代を共通して自転車の利用目的は「買物」が高い傾向となっているが、性・年代別で異なっている項目をみてる。

- ・女性40代以上と20代、男性70代で「買物」が高い。
- ・男性10代～30代、女性10～20代の若い世代で「遊び」が高い。
- ・男性20～50代、女性20代で「通勤」が高く、男女とも10代、20代で「通学」目的が高い。
- ・男性50代以上、女性70代の年輩層で「軽い運動」目的がみられる。特に男性60代以上では高い。
- ・女性50代以上と男性70代で「通院」目的が高い。
- ・10代と50代後半以上の女性で「塾・習い事」がみられる。
- ・30代女性では「子供の送迎」が43%と高くなっている。



	サンプル数	買物	遊び	通勤	軽い運動	通院	サイクリング	通学	塾、習い事	業務	子供の送迎	その他	無回答
合計	1466	76.9	24.6	24.2	19.3	13.6	10.4	9.4	7.5	7.2	6.3	6.3	0.3
男性	714	67.4	28.4	26.2	27.0	9.8	14.7	10.5	3.9	6.4	2.9	6.4	0.1
15～19歳	48	50.0	56.3	4.2	2.1	4.2	4.2	70.8	20.8	4.2	-	-	-
20～29歳	135	65.9	34.1	34.8	18.5	3.7	17.8	25.9	2.2	6.7	0.7	3.7	0.7
30～39歳	81	63.0	30.9	38.3	16.0	6.2	13.6	1.2	3.7	6.2	14.8	2.5	-
40～49歳	108	59.3	27.8	29.6	14.8	4.6	10.2	0.9	1.9	2.8	6.5	8.3	-
50～54歳	90	73.3	20.0	35.6	27.8	8.9	18.9	4.4	5.6	13.3	-	4.4	-
55～59歳	83	65.1	22.9	24.1	37.3	12.0	13.3	-	1.2	2.4	1.2	9.6	-
60～69歳	127	77.2	23.6	13.4	50.4	17.3	19.7	-	3.1	5.5	-	9.4	-
70～79歳	42	83.3	19.0	14.3	42.9	31.0	9.5	-	-	14.3	-	14.3	-
女性	752	85.9	20.9	22.3	12.0	17.3	6.4	8.4	10.9	7.8	9.6	6.1	0.5
15～19歳	57	64.9	57.9	7.0	5.3	8.8	10.5	70.2	31.6	5.3	-	1.8	1.8
20～29歳	84	82.1	33.3	31.0	14.3	16.7	4.8	15.5	4.8	4.8	9.5	1.2	1.2
30～39歳	110	80.0	17.3	23.6	8.2	12.7	3.6	-	4.5	5.5	42.7	7.3	0.9
40～49歳	187	86.1	18.2	27.8	7.0	11.8	4.8	2.7	7.0	9.1	7.5	8.0	0.5
50～54歳	100	90.0	10.0	22.0	10.0	22.0	5.0	4.0	8.0	8.0	-	9.0	-
55～59歳	79	93.7	17.7	19.0	21.5	20.3	7.6	1.3	17.7	12.7	-	6.3	-
60～69歳	120	93.3	15.0	18.3	18.3	25.8	10.8	-	15.0	7.5	2.5	5.0	-
70～79歳	15	100.0	6.7	6.7	26.7	40.0	6.7	-	13.3	13.3	-	6.7	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

単位: %

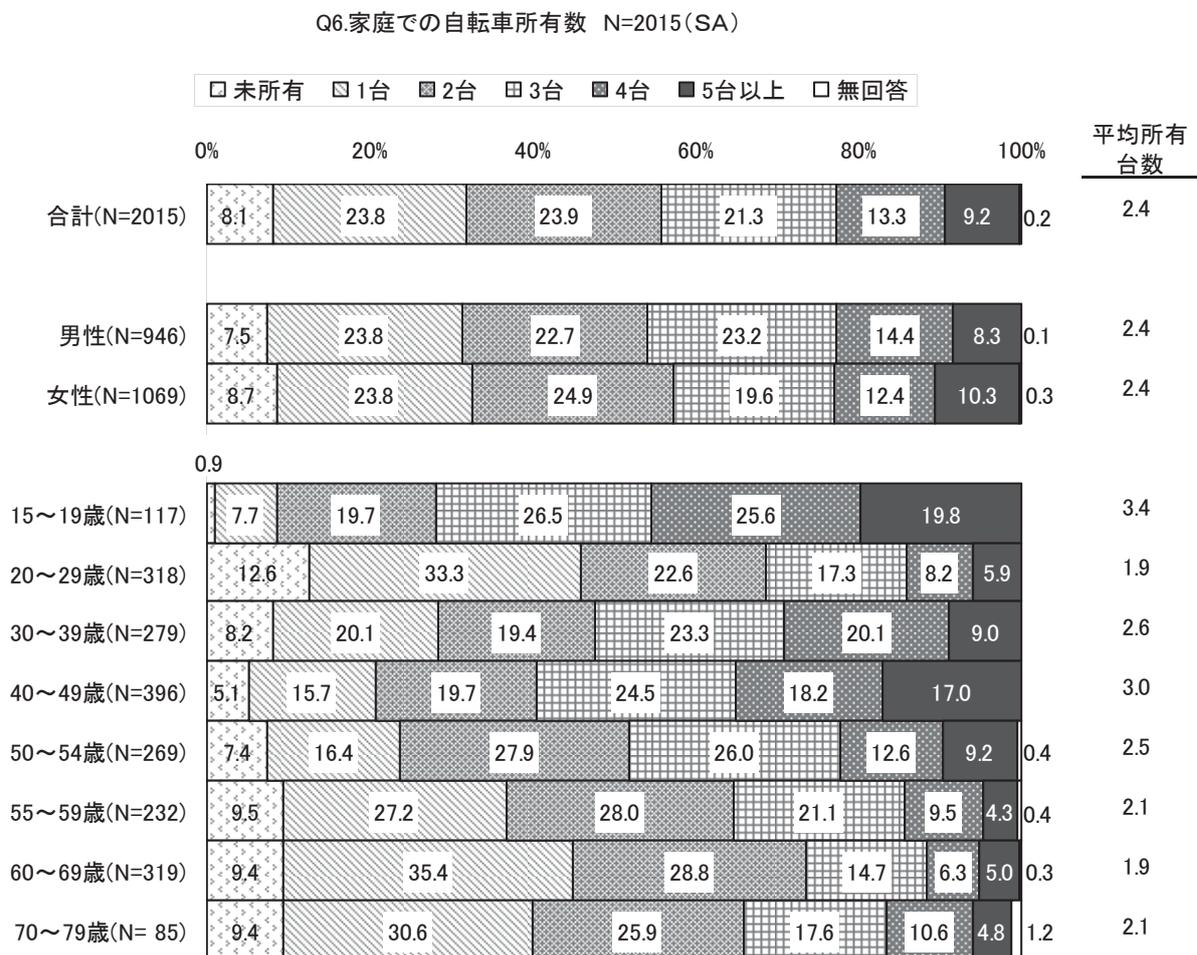
2.世帯所有自転車の所有実態

(1)家庭での自転車所有台数

Q6.あなたのご家庭では自転車を何台お持ちですか？一輪車は除いてください。(数字でお答えください)

★自転車所有率は9割、平均所有台数は、2.4台。

10代、40代では家庭の所有台数が3台以上と多い。
最も少ないのは、20代と60代。



(2) 最も多く利用する自転車の車種／世帯所有自転車利用者ベース

Q8. 一番よく利用されている自転車はどんな種類のものですか。(○は1つだけ)

★最もよく利用する世帯所有自転車の車種は「軽快車」。

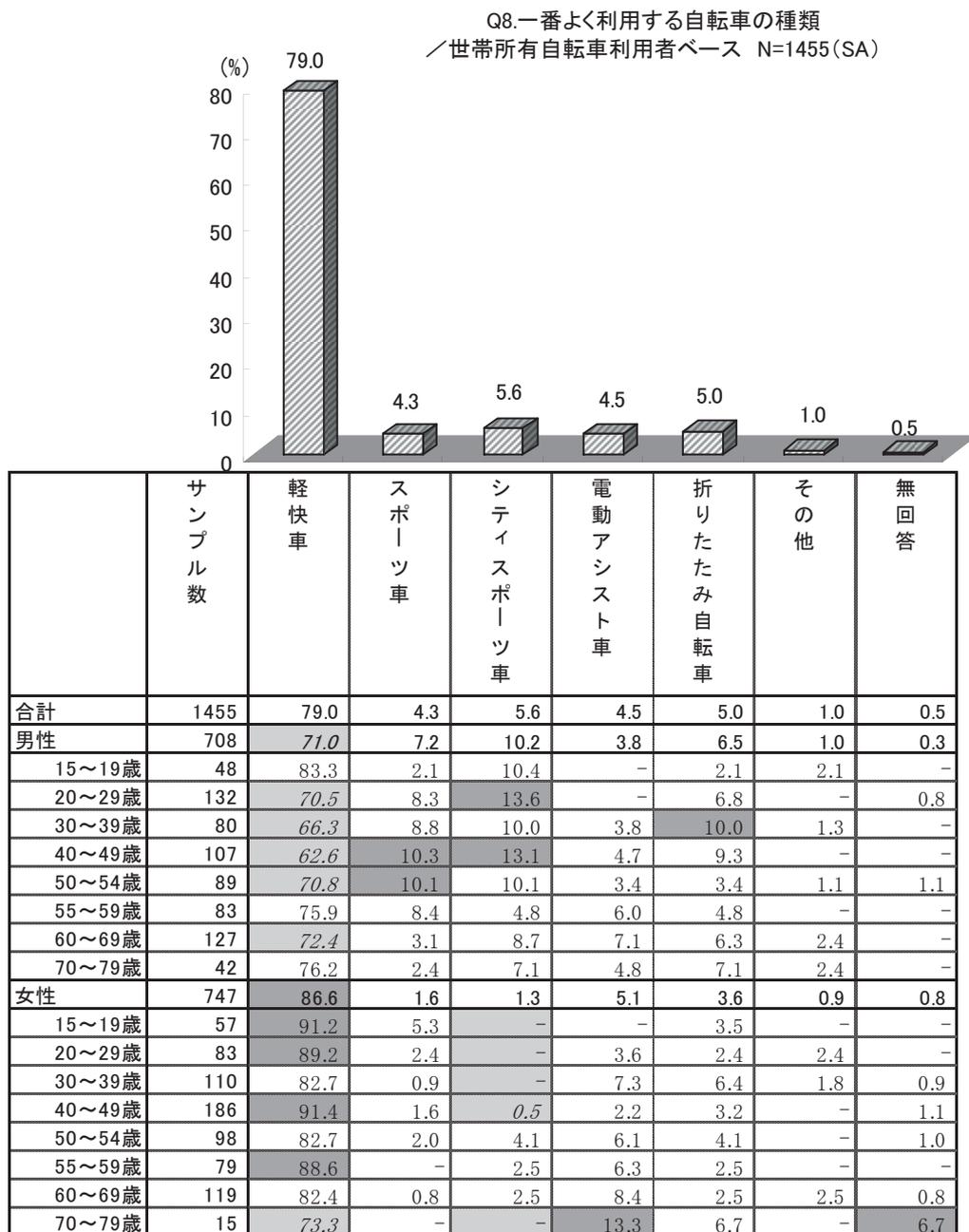
「軽快車」が79%と購入新車のほとんどを占める。その他の車種では、ほぼ同程度である。

性・年代別では、女性は「軽快車」が87%を占める。

「スポーツ車」は、男性40代～50代前半で目立っている。

「シティスポーツ車」は、男性20代と40代で、「折りたたみ自転車」は男性30代で目立っている。

「電動アシスト自転車」は、女性70代で目立っている。



注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位:%

(3) 最も多く利用する自転車のメーカー認知度／世帯所有自転車利用者ベース

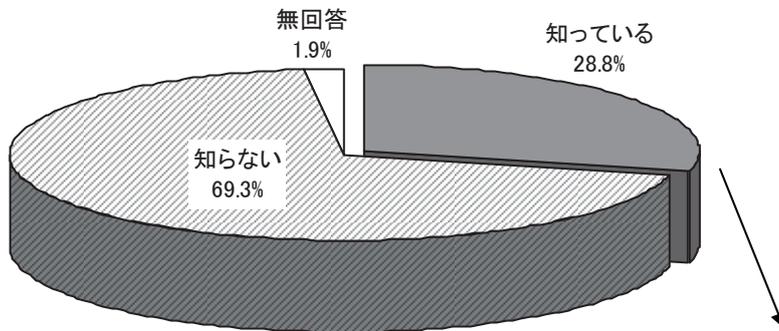
Q8-1.一番よく利用されている自転車は、どのメーカーのものかご存知ですか。(〇は1つだけ)

★車種によりメーカー認知率が大きく変わる。軽快車と折りたたみ自転車では、メーカー認知率は低く、メーカーが購入時の決定要因になりにくい。

メーカーの認知率は、全体で29%。特に、10代～30代は男女とも低い傾向がみられる。

車種別では、認知率に大きな差異があり、電動アシスト自転車は79%と高い。次いで、「スポーツ車」43%、「シティスポーツ車」が44%。「折りたたみ自転車」、「軽快車」は、「知らない」が73%と高く、メーカー名が購入の決定要因になりにくいことがうかがえる。

Q8-1.一番よく利用する自転車のメーカー認知度
／世帯所有自転車利用者ベース N=1455(SA)



単位:度数

	サンプル数	知っている	知らない	無回答
合計	1455	28.8	69.3	1.9
男性	708	27.8	70.5	1.7
15～19歳	48	14.6	83.3	2.1
20～29歳	132	25.0	73.5	1.5
30～39歳	80	21.3	77.5	1.3
40～49歳	107	26.2	72.0	1.9
50～54歳	89	27.0	71.9	1.1
55～59歳	83	36.1	61.4	2.4
60～69歳	127	34.6	63.8	1.6
70～79歳	42	33.3	64.3	2.4
女性	747	29.7	68.1	2.1
15～19歳	57	8.8	91.2	-
20～29歳	83	20.5	78.3	1.2
30～39歳	110	21.8	77.3	0.9
40～49歳	186	34.4	65.1	0.5
50～54歳	98	29.6	66.3	4.1
55～59歳	79	34.2	63.3	2.5
60～69歳	119	42.9	52.1	5.0
70～79歳	15	33.3	60.0	6.7

■最頻利用自転車種別

種別	サンプル数	知っている	知らない	無回答
軽快車	1150	25.3	73.3	1.4
スポーツ車	63	42.9	54.0	3.2
シティスポーツ車	82	43.9	53.7	2.4
電動アシスト自転車	65	78.5	20.0	1.5
折りたたみ自転車	73	11.0	86.3	2.7
その他	14	28.6	71.4	-
無回答	8	25.0	12.5	62.5

ブリヂストン	172
ナショナル(パナソニック等)	63
ミヤタ	44
ヤマハ	21
マルキン	14
丸石	13
トップバリュー(イオン)	7
無印良品	6
カワムラ	6
シマノ	6
サンヨー	5
ヨコタ	4
プジョー	3
フジ	3
ジャガー	3
ジャイアント	3
アサヒ	3
ルイガノ	2
ホンダ	2
ツノダ	2
タミヤ	2
スギムラ	2
シボレー	2
サイモト	2
GT	2

石橋	1
三和	1
安全	1
ヤマト	1
ヤマグチ	1
メリダ	1
マルエツ	1
ピアンキ	1
はっとり	1
トラビス	1
ツバメ	1
タケダ自転車	1
セオ	1
スポルディング	1
スペシャライズド	1
シキシマ	1
コイズミ	1
ゲーリーフィッシャー	1
カオス	1
オージョイフル	1
エビス自転車	1
ウエルビーサイクル	1
VAJIEOBE	1
WINNER	1
TREK	1
Toyo	1
TAUZIR	1
Swicth	1
shiga	1
OHSHIMA	1
epi	1
DEIKI	1
ARAYA	1

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

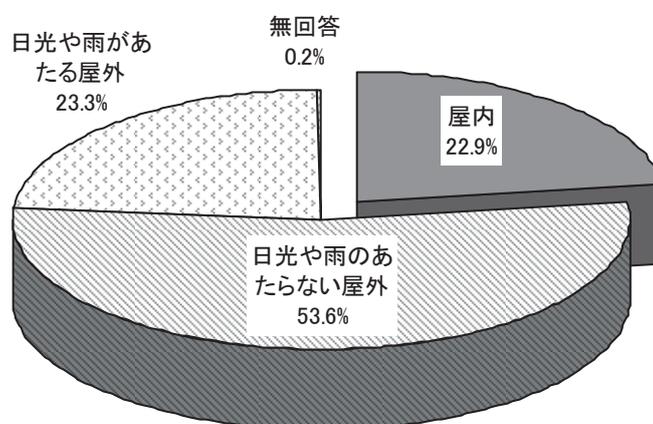
(4) 自転車の保管場所／新車購入者ベース

Q8-6.その新車で買った自転車は、普段どこに保管していますか。(〇は1つだけ)

★保管場所は、屋内が23%、屋外が77%(屋外の雨ざらしは23%)。

50代後半以上は「屋内保管」が高くみられる。30代は屋外の雨ざらしの場所での保管が高くみられる。車種別にみると、「スポーツ車」、「折りたたみ自転車」では屋内保管が高い。「電動アシスト自転車」は、屋外が多いものの、日光、雨の当たらない場所で保管されている。

Q8-6.自転車の保管場所／新車購入者ベース N=1197(SA)



単位: %

	サンプル数	屋内	日光や雨が当たらない屋外	日光や雨が当たる屋外	無回答
合計	1197	22.9	53.6	23.3	0.2
男性	560	23.9	53.8	22.3	-
女性	637	22.0	53.5	24.2	0.3
15～19歳	95	14.7	63.2	22.1	-
20～29歳	180	17.2	60.6	22.2	-
30～39歳	147	17.0	47.6	35.4	-
40～49歳	236	21.2	54.2	24.6	-
50～54歳	151	24.5	52.3	22.5	0.7
55～59歳	139	30.9	51.1	18.0	-
60～69歳	203	29.1	49.8	20.7	0.5
70～79歳	46	32.6	52.2	15.2	-
■自転車の種類別					
軽快車	970	20.8	53.7	25.3	0.2
スポーツ車	48	37.5	52.1	10.4	-
シティスポーツ車	65	27.7	53.8	18.5	-
電動アシスト自転車	53	24.5	60.4	15.1	-
折りたたみ自転車	44	47.7	43.2	9.1	-
その他	12	8.3	50.0	41.7	-
無回答	5	20.0	80.0	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

Ⅱ. 自転車の購買行動

1. 自転車の入手方法／世帯所有自転車利用者ベース

Q8-2. その一番よく利用している自転車は、どのようにして入手しましたか。(○は1つだけ)

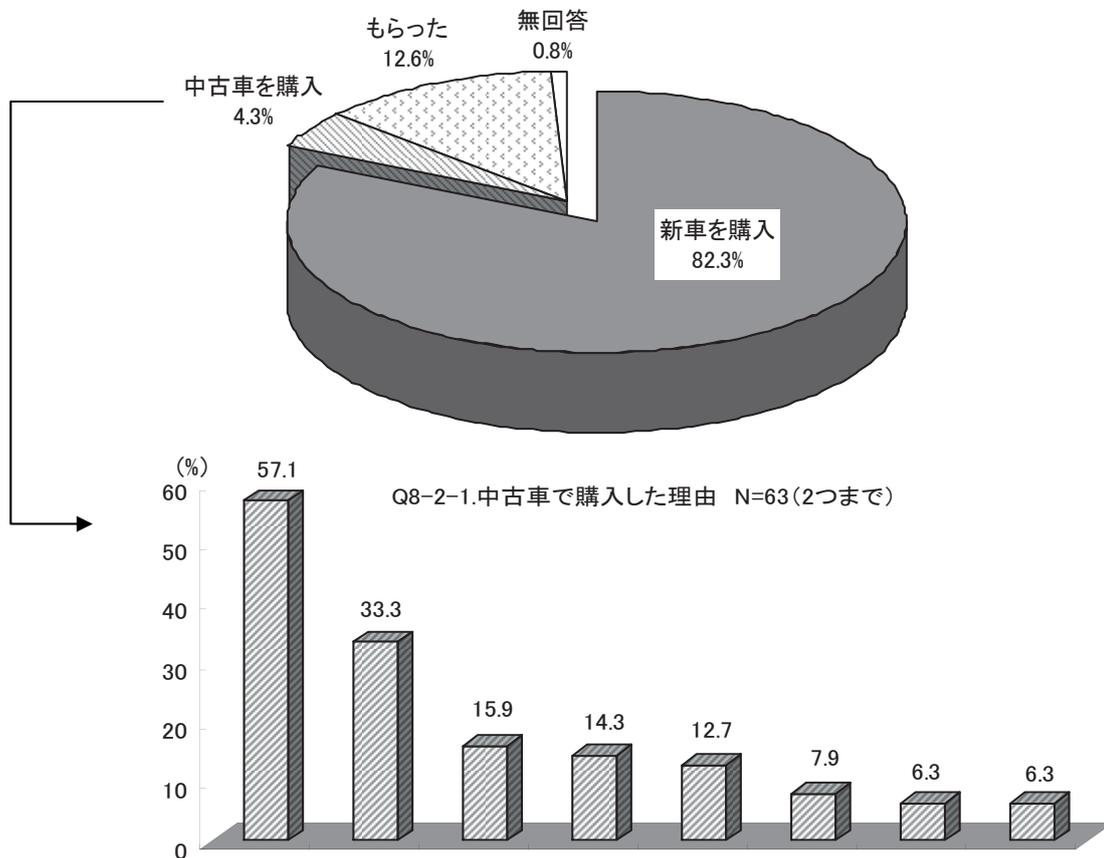
Q8-2-1. その自転車を中古車で購入された理由をお聞かせください。(○は2つまで)

★世帯所有自転車の入手方法は、新車購入が82%と高い。

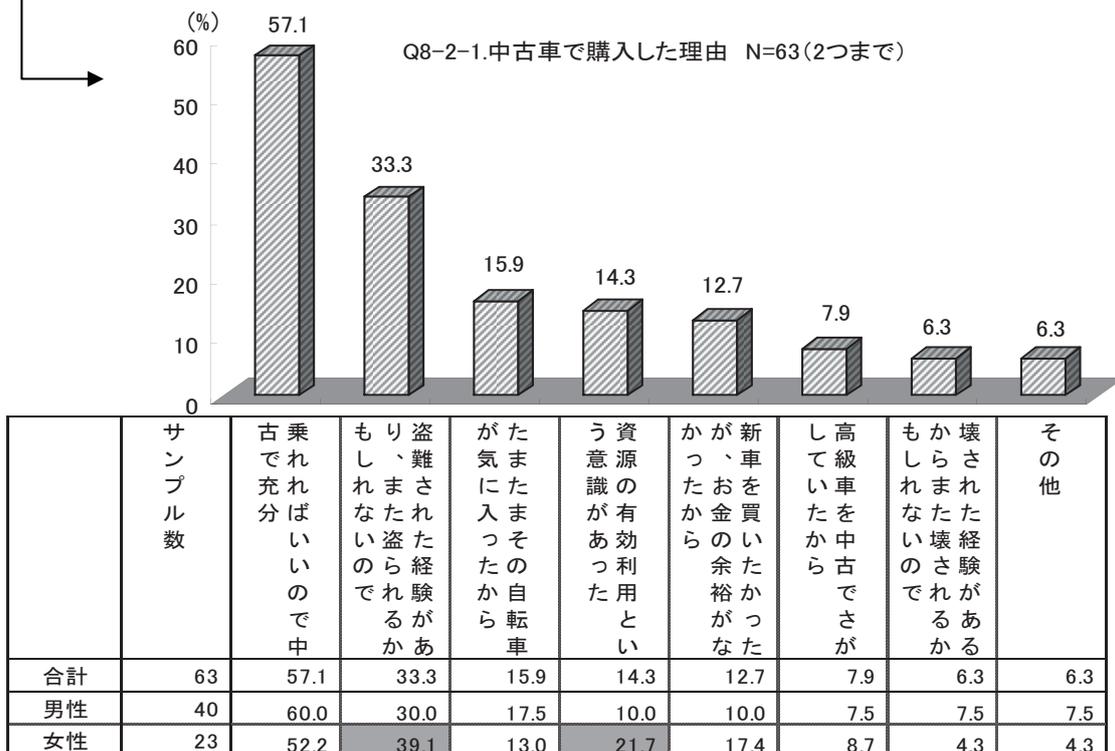
世帯所有自転車としては、新車購入が82%と最多。

中古車を購入した理由は、「乗ればよい」という実用重視意見が57%で最多であるが、「盗難経験」も33%と比較的高く、費用面以上に新車購入の阻害要因になっている。

Q8-2. 自転車の入手方法／世帯所有自転車利用者ベース
N=1455(SA)



Q8-2-1. 中古車で購入した理由 N=63(2つまで)



注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

単位: %

2.自転車の購入チャネル／新車購入者ベース

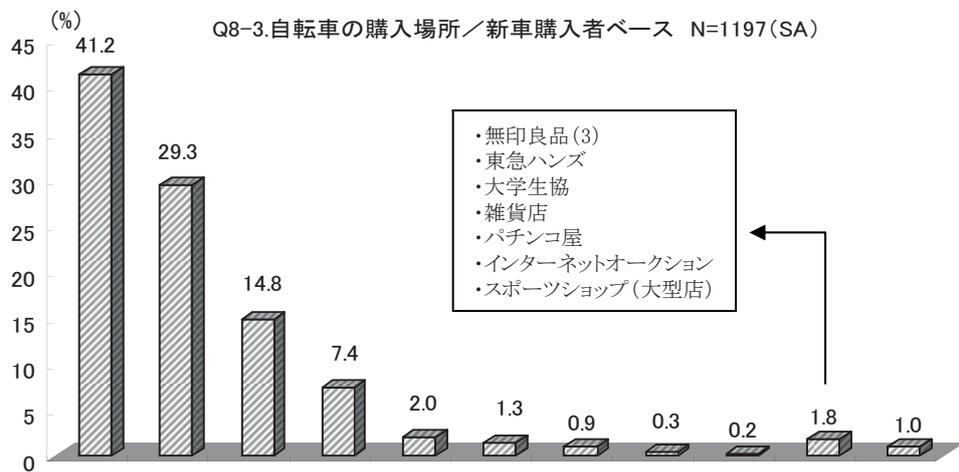
Q8-3.一番よく利用されている自転車は、どこで買われましたか。(〇は1つだけ)

★「自転車専門店」が41%でトップ。次いで「ホームセンター」が29%、「スーパー」が15%と続く。

「自転車専門店」での購入が41%とトップ。特に、男女とも60、70代といった年輩層で「自転車専門店」での購入が高くみられる。30、40代では、「ホームセンター」での購入が高くみられた(特に男性では40%)。

エリア別では、近畿では「自転車専門店」での購入が56%と高い。北海道、甲信越・北陸では、「ホームセンター」が高い。関東では「スーパー」、九州・沖縄では「ディスカウント店」が若干高い傾向がみられる。

車種別では、電動アシスト自転車、シティスポーツ車、スポーツ車といった高価格帯や専門性のある自転車では「自転車専門店」での購入が高くみられる。特に高価格の電動アシスト自転車は60%と高い。軽快車や折りたたみ自転車といった大衆車は「ホームセンター」での購入が高くみられる。また、スポーツ車と折りたたみ自転車では「インターネット」での購入が15%程度みられる。



	サンプル数	自転車専門店	ホームセンター	スーパー	ディスカウント店	インターネット	家電量販店	百貨店	通信販売	カー用品店	その他	無回答
合計	1197	41.2	29.3	14.8	7.4	2.0	1.3	0.9	0.3	0.2	1.8	1.0
男性	560	38.9	29.5	14.5	7.9	3.8	1.3	0.7	0.5	0.2	1.8	1.1
15～19歳	44	27.3	34.1	22.7	11.4	-	4.5	-	-	-	-	-
20～29歳	110	39.1	24.5	13.6	10.0	4.5	1.8	0.9	-	-	5.5	-
30～39歳	57	29.8	40.4	19.3	3.5	3.5	-	1.8	-	-	1.8	-
40～49歳	79	32.9	40.5	11.4	7.6	6.3	-	1.3	-	-	-	-
50～54歳	69	37.7	31.9	11.6	7.2	4.3	1.4	-	-	-	2.9	2.9
55～59歳	68	39.7	25.0	16.2	5.9	5.9	1.5	1.5	4.4	-	-	-
60～69歳	101	50.5	21.8	11.9	9.9	1.0	1.0	-	-	-	-	4.0
70～79歳	32	50.0	21.9	15.6	3.1	3.1	-	-	-	3.1	3.1	-
女性	637	43.2	29.2	15.1	6.9	0.5	1.3	1.1	-	0.2	1.7	0.9
15～19歳	51	41.2	25.5	13.7	9.8	-	3.9	2.0	-	-	2.0	2.0
20～29歳	70	41.4	31.4	8.6	8.6	1.4	1.4	1.4	-	1.4	4.3	-
30～39歳	90	40.0	35.6	14.4	5.6	-	2.2	-	-	-	2.2	-
40～49歳	157	38.9	29.3	19.7	7.6	-	1.3	1.3	-	-	1.9	-
50～54歳	82	42.7	28.0	18.3	8.5	-	-	-	-	-	-	2.4
55～59歳	71	46.5	29.6	9.9	4.2	-	1.4	4.2	-	-	2.8	1.4
60～69歳	102	49.0	25.5	15.7	5.9	2.0	-	-	-	-	-	2.0
70～79歳	14	71.4	21.4	7.1	-	-	-	-	-	-	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

単位：%

	サンプル数	自転車専門店	ホームセンター	スーパー	ディスカウント店	インターネット	家電量販店	百貨店	通信販売	カー用品店	その他	無回答
合計	1197	41.2	29.3	14.8	7.4	2.0	1.3	0.9	0.3	0.2	1.8	1.0

■地域別

北海道	54	18.5	59.3	11.1	1.9	7.4	-	1.9	-	-	-	-
東北	81	43.2	27.2	14.8	3.7	2.5	3.7	3.7	-	-	1.2	-
関東	427	36.3	26.5	20.1	10.8	0.9	1.9	0.5	-	0.2	1.6	1.2
甲信越・北陸	78	32.1	44.9	11.5	5.1	1.3	-	-	1.3	-	1.3	2.6
東海	135	43.7	28.1	14.1	5.9	1.5	0.7	-	0.7	0.7	4.4	-
近畿	208	55.8	22.1	13.5	1.9	1.4	1.0	1.4	0.5	-	1.0	1.4
中国・四国	110	48.2	32.7	5.5	5.5	4.5	0.9	-	-	-	1.8	0.9
九州・沖縄	104	38.5	27.9	10.6	15.4	2.9	-	1.9	-	-	1.9	1.0

■大都市区分別

東京	112	36.6	28.6	17.0	12.5	4.5	-	0.9	-	-	-	-
大阪	116	50.0	23.3	12.9	6.0	1.7	1.7	2.6	-	-	1.7	-
愛知	76	31.6	32.9	15.8	10.5	1.3	1.3	-	-	-	3.9	2.6
その他	781	40.2	30.0	15.2	6.8	2.0	1.0	0.9	0.4	0.3	2.0	1.2

■自転車種別

軽快車	970	40.6	30.8	15.6	7.8	0.4	1.1	0.9	-	0.2	1.3	1.1
スポーツ車	48	47.9	18.8	8.3	6.3	14.6	2.1	-	-	-	2.1	-
シティスポーツ車	65	52.3	20.0	7.7	9.2	7.7	-	1.5	-	-	-	1.5
電動アシスト自転車	53	60.4	9.4	15.1	1.9	-	5.7	1.9	1.9	-	3.8	-
折りたたみ自転車	44	13.6	43.2	13.6	2.3	15.9	-	-	4.5	-	6.8	-
その他	12	25.0	33.3	25.0	-	8.3	-	-	-	-	8.3	-
無回答	5	20.0	40.0	-	20.0	-	-	-	-	-	20.0	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

3.購入チャネルの選択理由／新車購入者ベース

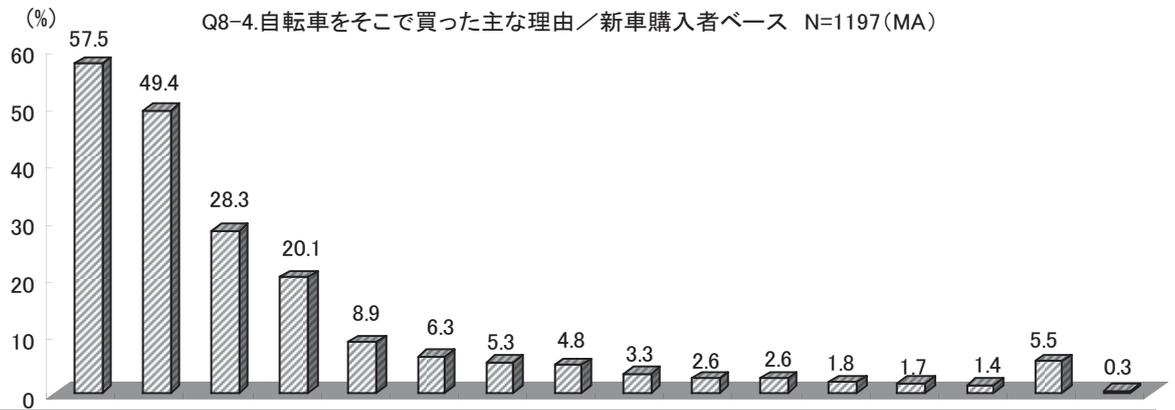
Q8-4.その自転車を、そこで買われた主な理由をお聞かせください。(〇はいくつでも)

★最寄性や価格志向が高く見られるが、購入車種により店舗への期待も大きく変わる。

「家の近くにあるから」58%、「価格が他店より割安だった」49%、「品揃えが豊富だった」28%と続く。男性30代、40代では、「価格志向」が高くみられた。55歳以上(男性60歳以上)になると「購入後、修理が頼みやすい」というアフターケアへの要望が高くみられるようになる。

車種別では、軽快車は「最寄性」が61%と、店舗への期待があまり高くはないことがうかがえる。スポーツ車やシティスポーツ車では、「品揃えの豊富さ」と、「店員の知識」、「相談できる」といったソフト面での対応が求められる。電動アシスト自転車の場合、「試乗」が13%みられることから、「試乗体験」は購入検討者には効果的と思われる。折りたたみ自転車では、「価格の安い店」が選ばれる。

チャネル別では、自転車専門店は、「価格志向」ではなく、「アフターケア」や「店員の専門性」が評価されていることがうかがえる。逆にディスカウント店やホームセンターなどは「価格志向」が強い。



	サンプル数	家の近くにあるから	価格が他店より割安だった	品揃えが豊富だった	購入後、修理が頼みやすい	店員の対応がよかった	店員の知識が豊富	自分にあつた自転車の選	から相談できたから	無料点検サービスがある	人に勧められたから	出張修理サービスがある	試し乗らせてくれた	店に出向く必要がないか	意を説明してくれた注	しつかりと使う上での注	下取りしてくれた	その他	無回答
合計	1197	57.5	49.4	28.3	20.1	8.9	6.3	5.3	4.8	3.3	2.6	2.6	1.8	1.7	1.4	5.5	0.3		
男性	560	58.4	50.9	28.8	19.8	9.3	7.9	5.9	5.0	2.7	2.9	2.7	2.5	2.5	1.3	6.1	0.4		
15～19歳	44	65.9	52.3	25.0	13.6	2.3	2.3	2.3	4.5	2.3	6.8	2.3	-	-	2.3	4.5	-		
20～29歳	110	53.6	50.0	20.0	16.4	8.2	8.2	7.3	3.6	3.6	0.9	2.7	2.7	0.9	0.9	10.0	-		
30～39歳	57	50.9	64.9	36.8	19.3	7.0	5.3	5.3	7.0	1.8	3.5	1.8	1.8	3.5	-	-	-		
40～49歳	79	48.1	57.0	32.9	12.7	10.1	8.9	3.8	5.1	-	3.8	1.3	2.5	3.8	2.5	5.1	-		
50～54歳	69	53.6	53.6	31.9	18.8	10.1	8.7	10.1	2.9	2.9	-	7.2	2.9	1.4	1.4	7.2	-		
55～59歳	68	64.7	52.9	19.1	16.2	8.8	5.9	4.4	4.4	2.9	4.4	2.9	4.4	1.5	2.9	8.8	-		
60～69歳	101	64.4	41.6	37.6	32.7	12.9	11.9	5.9	5.9	3.0	4.0	2.0	2.0	5.9	-	5.0	2.0		
70～79歳	32	81.3	31.3	25.0	28.1	12.5	6.3	6.3	9.4	6.3	-	-	3.1	-	-	3.1	-		
女性	637	56.7	48.0	27.9	20.4	8.6	4.9	4.9	4.7	3.8	2.4	2.5	1.3	0.9	1.6	5.0	0.3		
15～19歳	51	51.0	47.1	27.5	3.9	3.9	-	-	2.0	7.8	-	5.9	-	-	2.0	3.9	-		
20～29歳	70	60.0	47.1	21.4	8.6	5.7	5.7	2.9	2.9	4.3	-	4.3	1.4	-	-	10.0	-		
30～39歳	90	65.6	48.9	21.1	21.1	4.4	1.1	4.4	5.6	3.3	1.1	3.3	1.1	-	2.2	1.1	-		
40～49歳	157	50.3	51.6	31.2	15.3	7.0	3.8	3.2	3.8	4.5	1.3	2.5	-	0.6	1.3	8.3	-		
50～54歳	82	57.3	50.0	29.3	23.2	9.8	8.5	4.9	1.2	2.4	7.3	1.2	-	1.2	1.2	4.9	1.2		
55～59歳	71	66.2	47.9	28.2	29.6	15.5	7.0	4.2	7.0	2.8	4.2	1.4	2.8	5.6	2.8	1.4	-		
60～69歳	102	52.0	41.2	34.3	34.3	13.7	6.9	9.8	9.8	2.9	2.9	1.0	2.9	-	2.0	2.9	1.0		
70～79歳	14	57.1	50.0	14.3	28.6	7.1	7.1	21.4	-	-	-	-	7.1	-	-	7.1	-		

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

単位：%

	サンプル数	家の近くにあるから	価格が他店より割安だった	品揃えが豊富だった	購入後、修理が頼みやすい	店員の対応がよかった	店員の知識が豊富	自分にあった自転車の選 び方を相談できたから	無料点検サービスがある から	人に勧められたから	出張修理サービスがある から	試し乗りさせてくれた	店に出向く必要がないか ら	しっかりと使う上での注 意を説明してくれた	下取りしてくれた	その他	無回答
合計	1197	57.5	49.4	28.3	20.1	8.9	6.3	5.3	4.8	3.3	2.6	2.6	1.8	1.7	1.4	5.5	0.3

■自転車種別

軽快車	970	60.5	49.0	28.2	21.2	7.9	5.2	4.3	4.8	3.3	2.5	1.6	0.8	1.4	1.3	5.2	0.2
スポーツ車	48	33.3	52.1	33.3	12.5	22.9	20.8	16.7	8.3	4.2	2.1	2.1	6.3	2.1	2.1	6.3	-
シティスポーツ車	65	49.2	47.7	36.9	21.5	12.3	12.3	12.3	3.1	1.5	4.6	7.7	7.7	3.1	3.1	6.2	1.5
電動アシスト自転車	53	49.1	45.3	20.8	22.6	15.1	11.3	5.7	3.8	7.5	5.7	13.2	1.9	5.7	1.9	3.8	1.9
折りたたみ自転車	44	34.1	63.6	25.0	-	4.5	-	4.5	2.3	-	-	4.5	9.1	-	-	11.4	-
その他	12	66.7	33.3	16.7	16.7	-	-	8.3	8.3	-	-	-	8.3	-	-	16.7	-
無回答	5	80.0	80.0	20.0	20.0	20.0	20.0	-	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-

■チャネル別

自転車専門店	493	63.9	19.3	31.8	42.0	17.0	13.8	10.5	9.7	5.7	6.1	4.5	0.4	3.7	2.4	6.5	0.2
スーパー	177	62.7	66.7	26.6	7.9	3.4	0.6	1.1	1.1	1.1	-	1.1	-	-	0.6	2.8	0.6
ホームセンター	351	56.7	74.4	27.6	3.7	3.4	1.4	1.1	1.4	0.6	0.3	0.6	0.6	0.6	0.6	3.7	-
家電量販店	15	53.3	60.0	13.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.7	6.7	-
ディスカウント店	88	44.3	80.7	25.0	1.1	2.3	1.1	1.1	-	4.5	-	1.1	-	-	-	1.1	-
カー用品店	2	100.0	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
百貨店	11	27.3	54.5	18.2	-	18.2	-	18.2	-	9.1	-	-	9.1	-	-	9.1	-
インターネット	24	-	70.8	16.7	-	-	-	8.3	-	-	-	-	58.3	-	-	12.5	-
通信販売	3	-	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-	-	66.7	-
その他	21	28.6	33.3	28.6	4.8	-	-	4.8	4.8	9.5	-	19.0	9.5	-	4.8	33.3	-
無回答	12	41.7	50.0	16.7	33.3	8.3	-	-	16.7	-	-	-	-	-	-	8.3	16.7

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

■その他意見

- ・親戚、知人のお店(10)
- ・欲しかった車種を扱っていたから(6)
- ・何となく(6)
- ・気に入ったタイプがあったから(5)
- ・買物のついで(5)
- ・ちらし(3)
- ・勤務先、駐輪場の近くにあるから(3)
- ・自分にあったものがあった(2)
- ・バンク等の時、自転車を車で取りにきてくれるので便利
- ・価格だけで選んだ

4.自転車の購入価格／新車購入者ベース

Q8-5.その新車で買った自転車の価格はいくらくらいでしたか。(〇は1つだけ)

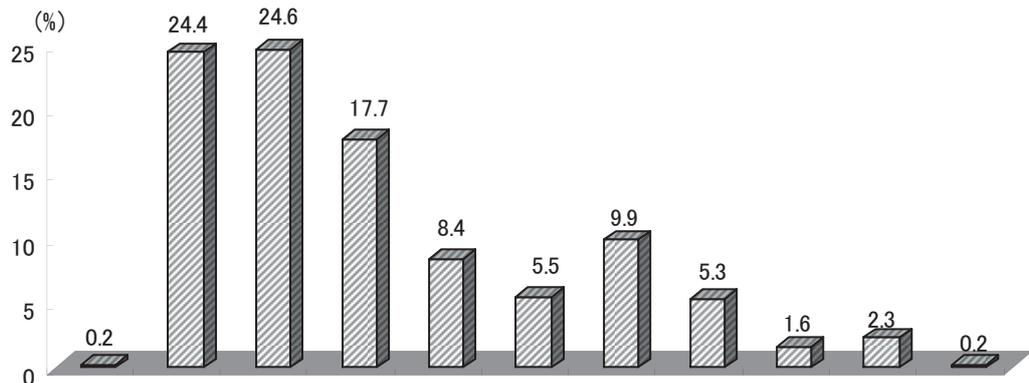
★最多価格帯は、5千円～1万5千円帯で全体の半数を占める。

最多価格帯は、「5千円～1万5千円」である(この価格帯で半数を占める)。男性の30代、40代は「5千円～1万円未満」が33%～38%と高い。「3万円以上」の自転車になると、女性70代が高い(電動アシスト自転車が多いためと思われる)。

車種別では、軽快車は「5千円～2万円未満」で73%を占める。折りたたみ自転車が最も低価格帯が多く、「1万円未満」が48%を占める。逆に、高い価格帯が多いのが、電動アシスト自転車、次いでスポーツ車である。シティスポーツ車は、「1.5～2万円未満」と「2.5～5万円未満」で多く、中間価格帯で幅広い。

チャンネル別では、自転車専門店の最多価格帯は「1.5～2万円未満」で「2～2.5万円未満」「3～5万円未満」も多い。スーパー、ホームセンター、ディスカウント店が「5千円～1.5万円」で65%～84%を占めるのに比べ、自転車専門店では中価格帯以上の自転車が購入されている。

Q8-5.自転車の購入価格／新車購入者ベース N=1197(SA)



	サンプル数	0.5万円未満	0.5～1万円未満	1～1.5万円未満	1.5～2万円未満	2～2.5万円未満	2.5～3万円未満	3～5万円未満	5～10万円未満	10万円以上	わからない	無回答
合計	1197	0.2	24.4	24.6	17.7	8.4	5.5	9.9	5.3	1.6	2.3	0.2
男性	560	0.2	25.2	24.6	19.1	6.6	6.6	8.2	6.1	1.8	1.4	0.2
15～19歳	44	-	22.7	27.3	29.5	4.5	4.5	9.1	-	-	2.3	-
20～29歳	110	-	26.4	26.4	20.9	7.3	7.3	3.6	7.3	-	0.9	-
30～39歳	57	-	33.3	26.3	15.8	7.0	3.5	8.8	1.8	1.8	-	1.8
40～49歳	79	1.3	38.0	15.2	16.5	3.8	8.9	6.3	7.6	2.5	-	-
50～54歳	69	-	21.7	27.5	13.0	5.8	8.7	13.0	7.2	2.8	-	-
55～59歳	68	-	19.1	27.9	25.0	5.9	2.9	7.4	8.8	-	2.9	-
60～69歳	101	-	17.8	23.8	16.8	8.9	7.9	11.9	5.9	4.0	3.0	-
70～79歳	32	-	21.9	25.0	18.8	9.4	6.3	6.3	6.3	3.1	3.1	-
女性	637	0.2	23.7	24.5	16.5	10.0	4.6	11.3	4.7	1.2	3.1	0.2
15～19歳	51	-	27.5	23.5	15.7	15.7	5.9	3.9	-	-	7.8	-
20～29歳	70	-	27.1	32.9	10.0	2.9	5.7	11.4	2.9	-	7.1	-
30～39歳	90	-	27.8	20.0	16.7	11.1	2.2	8.9	10.0	1.1	2.2	-
40～49歳	157	-	29.3	23.6	21.0	10.2	1.9	8.9	3.8	-	1.3	-
50～54歳	82	1.2	24.4	24.4	9.8	9.8	4.9	17.1	3.7	2.4	1.2	1.2
55～59歳	71	-	21.1	23.9	15.5	12.7	7.0	9.9	4.2	1.4	4.2	-
60～69歳	102	-	9.8	25.5	20.6	9.8	7.8	14.7	5.9	3.0	2.9	-
70～79歳	14	-	14.3	21.4	14.3	7.1	-	28.6	7.1	7.1	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

単位：%

	サンプル数	0.5万円未満	0.5~1万円未満	1~1.5万円未満	1.5~2万円未満	2~2.5万円未満	2.5~3万円未満	3~5万円未満	5~10万円未満	10万円以上	わからない	無回答
合計	1197	0.2	24.4	24.6	17.7	8.4	5.5	9.9	5.3	1.6	2.3	0.2

■自転車の種類別

軽快車	970	0.1	26.8	27.3	18.6	8.6	5.3	9.5	0.9	0.2	2.7	0.1
スポーツ車	48	-	4.2	16.7	16.7	10.4	-	16.7	27.1	4.2	4.2	-
シティスポーツ車	65	-	6.2	16.9	23.1	10.8	16.9	16.9	9.2	-	-	-
電動アシスト自転車	53	-	-	1.9	-	-	-	7.5	64.2	24.5	-	1.9
折りたたみ自転車	44	2.3	45.5	20.5	9.1	9.1	9.1	2.3	2.3	-	-	-
その他	12	-	41.7	-	33.3	-	-	8.3	8.3	8.3	-	-
無回答	5	-	20.0	-	20.0	40.0	-	20.0	-	-	-	-

■購入チャネル別

自転車専門店	493	-	6.3	14.2	20.7	13.8	9.7	20.3	8.5	2.8	3.4	0.2
スーパー	177	-	26.6	37.9	20.3	6.2	2.3	1.7	3.4	1.2	0.6	-
ホームセンター	351	0.3	44.4	30.5	15.1	2.0	2.8	1.7	0.9	0.3	2.0	-
家電量販店	15	-	6.7	33.3	33.3	6.7	-	-	20.0	-	-	-
ディスカウント店	88	-	46.6	37.5	8.0	1.1	1.1	2.3	2.3	-	1.1	-
カー用品店	2	-	-	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-
百貨店	11	-	27.3	-	27.3	27.3	9.1	-	9.1	-	-	-
インターネット	24	4.2	25.0	20.8	8.3	8.3	8.3	4.2	12.5	4.2	4.2	-
通信販売	3	-	-	33.3	33.3	-	-	-	33.3	-	-	-
その他	21	-	23.8	14.3	-	28.6	-	14.3	14.3	-	4.8	-
無回答	12	-	16.7	16.7	25.0	16.7	-	16.7	-	-	-	8.3

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

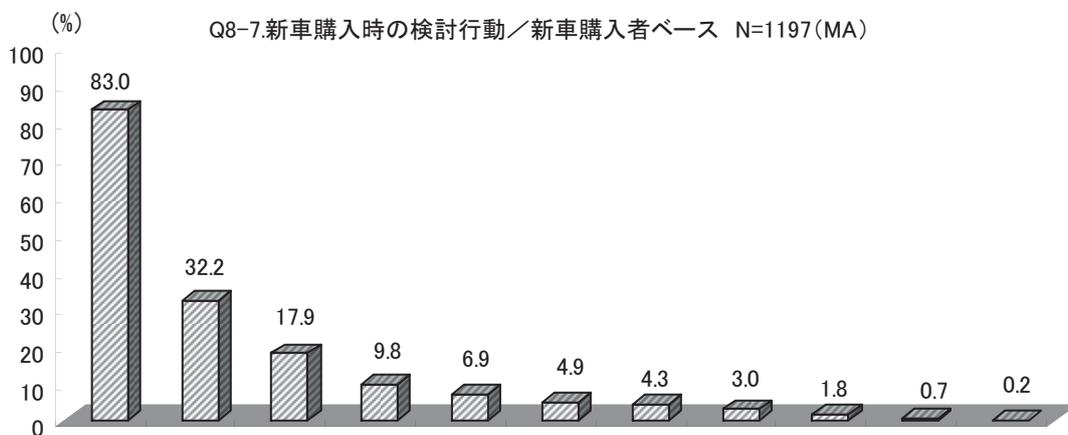
5.購入時の検討行動／新車購入者ベース

Q8-7.新車で自転車を買ったときにどのような検討行動をとられましたか。(〇はいくつでも)

★店頭での検討行動が中心である。但し、付加価値の高い自転車では事前検討行動も見られる。

「店に直接商品を見に行った」が83%と最多。次いで、「店員の説明を聞いた」が32%となり、店頭での検討が中心である。「雑誌などの広告やネット」などの事前検討行動は5%未満と低い。

「店員の説明」は、50代以上の年輩層で高い傾向がみられ、40代では「家族と相談した」が高くなっている。女性70代では「パンフレットをもらって検討した」が29%と高くみられる。この層は電動アシスト自転車など、高い価格帯を購入するためと思われる。女性の10、20代では「試乗」が14%～17%とやや高い。



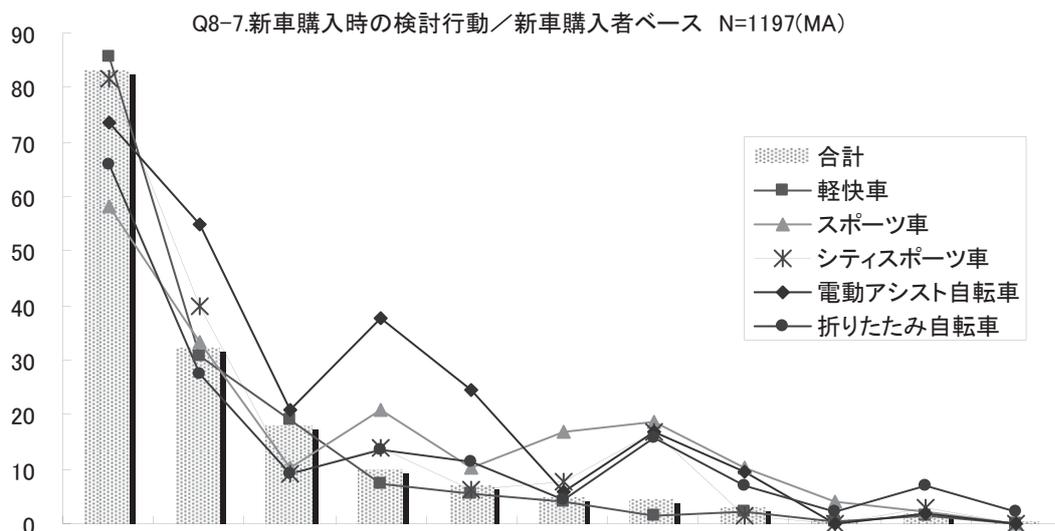
	サンプル数	店に直接商品を見に行った	店員の説明を聞いた	家族と相談した	パンフレットをもらって検討した	試乗させてもらった	雑誌などの広告を見た	インターネットで調べた	友人・知人に相談した	その他	メーカーなどに資料請求した	無回答
合計	1197	83.0	32.2	17.9	9.8	6.9	4.9	4.3	3.0	1.8	0.7	0.2
男性	560	81.1	34.3	16.3	9.8	5.5	5.2	6.8	2.5	1.6	0.9	0.2
15～19歳	44	86.4	34.1	25.0	4.5	4.5	9.1	-	-	-	-	-
20～29歳	110	78.2	30.9	11.8	10.0	6.4	5.5	10.9	6.4	1.8	0.9	-
30～39歳	57	78.9	22.8	15.8	7.0	3.5	14.0	7.0	1.8	-	-	-
40～49歳	79	75.9	25.3	26.6	8.9	3.8	5.1	8.9	-	2.5	2.5	1.3
50～54歳	69	76.8	37.7	15.9	10.1	10.1	7.2	7.2	2.9	2.9	-	-
55～59歳	68	86.8	36.8	10.3	11.8	4.4	1.5	10.3	4.4	2.9	-	-
60～69歳	101	86.1	42.6	13.9	12.9	5.9	-	3.0	1.0	-	2.0	-
70～79歳	32	81.3	50.0	15.6	9.4	3.1	3.1	-	-	3.1	-	-
女性	637	84.6	30.5	19.3	9.7	8.0	4.7	2.0	3.5	1.9	0.5	0.2
15～19歳	51	82.4	21.6	33.3	7.8	13.7	3.9	2.0	-	-	-	-
20～29歳	70	81.4	18.6	25.7	8.6	17.1	7.1	4.3	5.7	2.9	-	-
30～39歳	90	85.6	25.6	20.0	8.9	4.4	5.6	2.2	7.8	2.2	-	-
40～49歳	157	86.0	27.4	21.7	10.2	6.4	8.3	1.9	4.5	1.3	-	-
50～54歳	82	84.1	25.6	12.2	12.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
55～59歳	71	88.7	50.7	14.1	2.8	11.3	4.2	1.4	1.4	1.4	-	-
60～69歳	102	83.3	41.2	13.7	11.8	8.8	1.0	2.0	2.0	3.9	1.0	-
70～79歳	14	78.6	35.7	14.3	28.6	-	-	-	-	-	7.1	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

車種別では、事前検討行動が多いのが、スポーツ車、電動アシスト自転車といった専門性や機能のついた高付加価値自転車。また、これらの車種の購入者は「パンフレットでの検討」や「雑誌などの広告」、「ネット」、「友人・知人に相談」といった行動が見られる。

電動アシスト自転車は、「試乗」も25%と検討行動として高い。



	サンプル数	に行った直接商品を見	店に直接商品を見	店員の説明を聞いた	家族と相談した	パンフレットをもった	試乗させてもらった	雑誌などの広告を見た	インターネットで調べた	友人・知人に相談した	メーカーなどに資料請求した	その他	無回答
合計	1197	83.0	32.2	17.9	9.8	6.9	4.9	4.3	3.0	0.7	1.8	0.2	
軽快車	970	85.5	30.6	19.2	7.3	5.6	4.1	1.4	2.3	0.5	1.4	0.1	
スポーツ車	48	58.3	33.3	10.4	20.8	10.4	16.7	18.8	10.4	4.2	2.1	-	
シティスポーツ車	65	81.5	40.0	9.2	13.8	6.2	7.7	16.9	1.5	-	3.1	-	
電動アシスト自転車	53	73.6	54.7	20.8	37.7	24.5	5.7	17.0	9.4	-	1.9	-	
折りたたみ自転車	44	65.9	27.3	9.1	13.6	11.4	4.5	15.9	6.8	2.3	6.8	2.3	
その他	12	91.7	33.3	8.3	-	8.3	8.3	8.3	-	-	-	-	
無回答	5	80.0	40.0	20.0	20.0	-	-	-	-	-	-	-	

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

■その他意見

- ・特になにもしていない(6)
- ・折り込みチラシを見た(5)
- ・店におまかせ(2)
- ・本で使いやすさなどを調べ、自分に合うか検討した

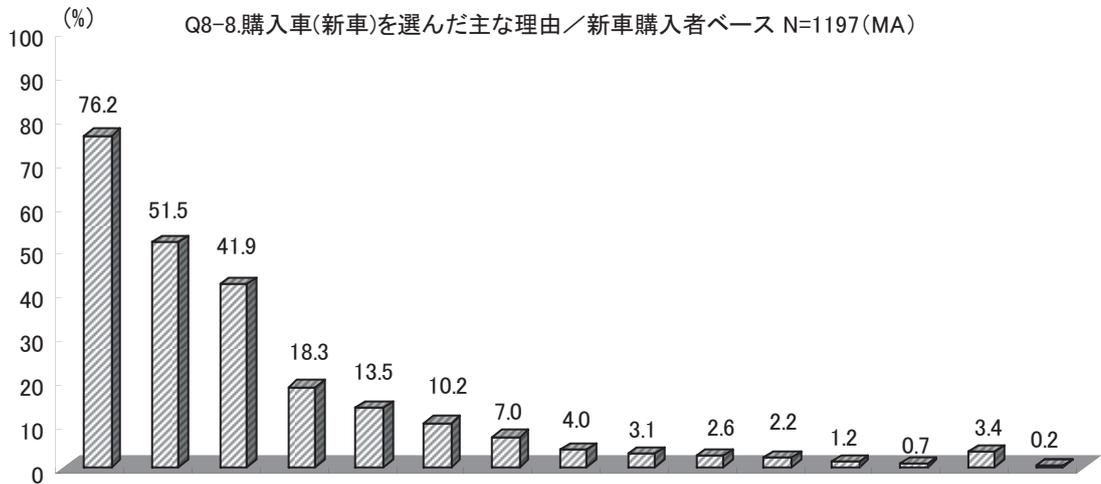
6.自転車購入時の選択理由／新車購入者ベース

Q8-8.その新車で買った自転車を選んだ主な理由をお聞かせください。(〇はいくつでも)

★車種により、選択理由は変わる。スポーツ車、シティスポーツ車では、ファッション性、機能、品質・耐久性などが、電動アシスト自転車では、メーカー品であることが選択理由として高い。

全体では、「妥当な価格だったから」が76%で最多。次いで「大きさ、軽さが適当だった」52%、「色やデザインが気に入った」42%と続く。

年代別では、「大きさ、軽さ」は女性40代以上で比較的高く、中高年の女性では大切な要素であることがうかがえる。「色やデザイン」は、男女とも10代、20代と若い世代に多く見られる。逆にこの年代は、「耐久性・品質が優れている」では低い傾向がうかがえる。「メーカー品で安心」は、50代以上に若干高くみられる。男性10代では、「機能がいろいろあるから」が18%と比較的高い。



	サンプル数	ら妥当な価格だったか	だ大きさ、軽さが適当	入ったデザインが気に入った	きたメーカー品で安心	ている耐久性・品質が優れている	たお店の人に勧められた	から機能がいろいろある	ら電動で坂道が楽だ	管場所などに困らない	持ち運びに便利で保	るスポーツに適している	盗難されにくい機能	部品の互換性がある	製品に配慮している	その他	無回答
合計	1197	76.2	51.5	41.9	18.3	13.5	10.2	7.0	4.0	3.1	2.6	2.2	1.2	0.7	3.4	0.2	
男性	560	76.8	49.1	37.7	17.3	14.5	9.6	7.7	3.6	4.8	4.6	2.3	1.4	0.5	2.5	-	
15～19歳	44	79.5	43.2	50.0	6.8	6.8	2.3	18.2	-	-	-	4.5	-	-	-	-	
20～29歳	110	80.0	44.5	50.9	10.0	10.9	5.5	3.6	-	3.6	6.4	0.9	1.8	-	3.6	-	
30～39歳	57	86.0	59.6	50.9	15.8	8.8	3.5	7.0	5.3	3.5	5.3	3.5	-	1.8	-	-	
40～49歳	79	72.2	49.4	34.2	16.5	20.3	5.1	11.4	3.8	6.3	2.5	3.8	-	-	1.3	-	
50～54歳	69	73.9	52.2	29.0	17.4	20.3	11.6	8.7	2.9	5.8	8.7	-	1.4	-	4.3	-	
55～59歳	68	76.5	41.2	26.5	23.5	13.2	11.8	10.3	4.4	4.4	4.4	2.9	1.5	-	-	-	
60～69歳	101	73.3	50.5	28.7	25.7	14.9	20.8	5.0	6.9	5.0	4.0	2.0	3.0	1.0	4.0	-	
70～79歳	32	75.0	59.4	31.3	21.9	21.9	12.5	-	6.3	12.5	3.1	3.1	3.1	3.1	6.3	-	
女性	637	75.7	53.5	45.7	19.2	12.7	10.7	6.4	4.4	1.6	0.8	2.0	0.9	0.8	4.2	0.3	
15～19歳	51	70.6	37.3	66.7	5.9	5.9	2.0	7.8	-	3.9	-	3.9	-	-	5.9	-	
20～29歳	70	77.1	30.0	55.7	8.6	7.1	8.6	8.6	2.9	-	-	1.4	-	1.4	5.7	1.4	
30～39歳	90	74.4	52.2	41.1	18.9	6.7	12.2	8.9	6.7	-	1.1	1.1	-	-	5.6	-	
40～49歳	157	77.7	59.2	45.2	13.4	10.2	7.6	5.7	1.9	1.9	1.3	1.9	1.3	-	5.1	-	
50～54歳	82	75.6	57.3	47.6	25.6	14.6	9.8	8.5	4.9	1.2	-	1.2	1.2	1.2	4.9	1.2	
55～59歳	71	81.7	69.0	32.4	25.4	15.5	11.3	4.2	5.6	2.8	-	-	1.4	-	1.4	-	
60～69歳	102	70.6	55.9	43.1	30.4	23.5	17.6	3.9	6.9	1.0	2.0	4.9	2.0	2.9	2.0	-	
70～79歳	14	78.6	57.1	28.6	35.7	28.6	28.6	-	14.3	7.1	-	-	-	-	-	-	

注)合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

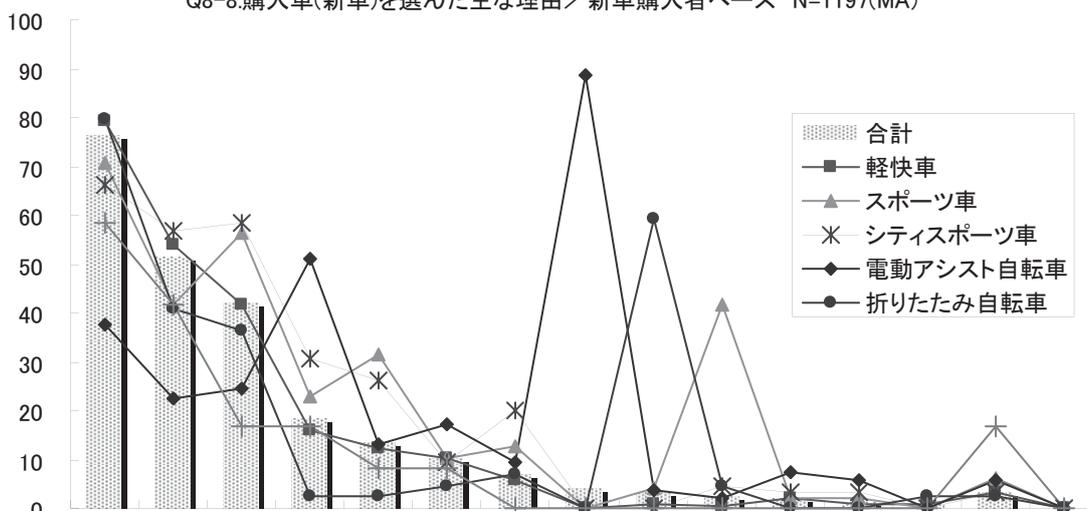
単位: %

車種別にみると、電動アシスト自転車では、当然ながら、「電動で坂道が楽だから」が89%と高い。また、「メーカー品で安心」が51%と高く、メーカー名が購入の際に安心を与えている。「価格の妥当性」は、あまり重要視されていない。

スポーツ車は、「色やデザインが気に入った」56%、「スポーツに適している」42%、「耐久性・品質が優れている」31%と高い。ファッション性と機能性、耐久性・品質が求められる。シティスポーツ車も、スポーツ用途としては考えられていないものの、スポーツ車と同様の検討がなされている。

軽快車と折りたたみ自転車では、「妥当な価格だったから」が79%~80%と高い。

Q8-8.購入車(新車)を選んだ主な理由／新車購入者ベース N=1197(MA)



	サンプル数	ら 妥 当 な 価 格 だ っ た か	ら 大 き さ 、 軽 さ が 適 当	入 っ た 色 や デ ザ イ ン が 気 に	き た メ ー カ ー 品 で 安 心 で	て い る 耐 久 性 ・ 品 質 が 優 れ	た お 店 の 人 に 勧 め ら れ	か ら 機 能 が い ろ い ろ あ る	ら 電 動 で 坂 道 が 楽 だ か	管 持 場 所 に 困 ら な い で 保	る ス ポ ー ツ に 適 し て い	が つ い て い る 盗 難 さ れ に く い 機 能	部 品 の 互 換 性 が あ る	製 品 環 境 に 配 慮 し て い る	そ の 他	無 回 答
合計	1197	76.2	51.5	41.9	18.3	13.5	10.2	7.0	4.0	3.1	2.6	2.2	1.2	0.7	3.4	0.2
軽快車	970	79.3	53.8	41.6	16.1	12.4	10.1	5.8	0.1	0.7	0.5	2.0	0.8	0.7	3.1	0.2
スポーツ車	48	70.8	41.7	56.3	22.9	31.3	10.4	12.5	-	4.2	41.7	2.1	2.1	-	6.3	-
シティスポーツ車	65	66.2	56.9	58.5	30.8	26.2	9.2	20.0	-	-	4.6	3.1	3.1	-	3.1	-
電動アシスト自転車	53	37.7	22.6	24.5	50.9	13.2	17.0	9.4	88.7	3.8	1.9	7.5	5.7	-	5.7	-
折りたたみ自転車	44	79.5	40.9	36.4	2.3	2.3	4.5	6.8	-	59.1	4.5	-	-	2.3	2.3	-
その他	12	58.3	41.7	16.7	16.7	8.3	8.3	-	-	-	-	-	-	-	16.7	-
無回答	5	80.0	40.0	40.0	40.0	20.0	20.0	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

- ・変速付だったから(7)
- ・子供乗せの機能が充実していたから(6)
- ・乗りやすかった(3)
- ・装備仕様が合ったから(3)
- ・とにかく自転車が必要だった(3)
- ・家族のすすめ(3)
- ・展示品で半額だったから。(2)
- ・サビに強いステンレス製だから
- ・ライトが自動的についたから
- ・4輪でたおれない
- ・無料で盗難保障や傷害保険が付いていたから

7.自転車購入時の店員の説明内容／新車購入者ベース

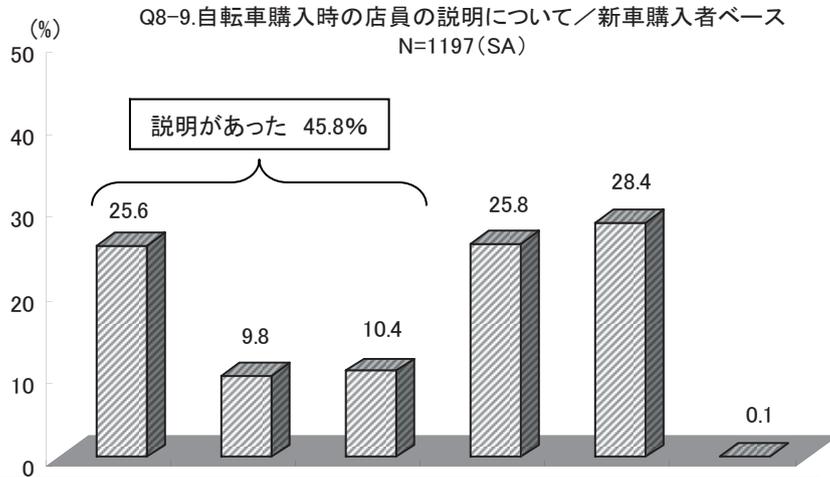
Q8-9.その自転車を買ったときに、お店の人から次のような説明を受けましたか。(○は1つだけ)

★使用方法及びアフターサービスの説明があった(記憶している)のは、ともに26%程度。
自転車専門店では、これらの説明が39%と高い。

全体では、「使用方法とアフターサービスについて説明」が26%、どちらか一方を説明が各10%である。

チャンネル別では、自転車専門店では「使用方法やアフターサービスの説明があった」のが、39%と高い。逆に、ホームセンター、家電量販店、ディスカウント店では、「全く説明がなかった」のが35%～42%と高い。

車種別では、スポーツ車、シティスポーツ車、電動アシスト自転車では、「両方とも説明があった」のが、40%～43%と高くみられる。電動アシスト自転車では「使用方法のみ」も28%と多く、「使用方法」については72%がきちんと説明されている。



	サンプル数	説明方法とアフターサービスについて	説明方法のみ	アフターサービスのみ	どちらもなかった	わからなかった	無回答
合計	1197	25.6	9.8	10.4	25.8	28.4	0.1

■購入チャンネル別

自転車専門店	493	38.5	12.2	10.3	12.0	27.0	-
スーパー	177	20.9	8.5	10.7	29.9	29.9	-
ホームセンター	351	14.8	8.3	10.3	34.8	31.9	-
家電量販店	15	26.7	13.3	6.7	40.0	13.3	-
ディスカウント店	88	10.2	8.0	12.5	42.0	27.3	-
カー用品店	2	-	50.0	-	-	50.0	-
百貨店	11	9.1	9.1	18.2	18.2	45.5	-
インターネット	24	25.0	4.2	-	66.7	4.2	-
通信販売	3	-	-	-	100.0	-	-
その他	21	28.6	-	9.5	33.3	28.6	-

■自転車の種類別

軽快車	970	22.7	8.6	11.5	26.8	30.3	0.1
スポーツ車	48	39.6	12.5	2.1	20.8	25.0	-
シティスポーツ車	65	40.0	9.2	10.8	21.5	18.5	-
電動アシスト自転車	53	43.4	28.3	3.8	9.4	15.1	-
折りたたみ自転車	44	31.8	15.9	2.3	31.8	18.2	-
その他	12	25.0	-	8.3	33.3	33.3	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

単位: %

8.購入自転車の満足度／新車購入者ベース

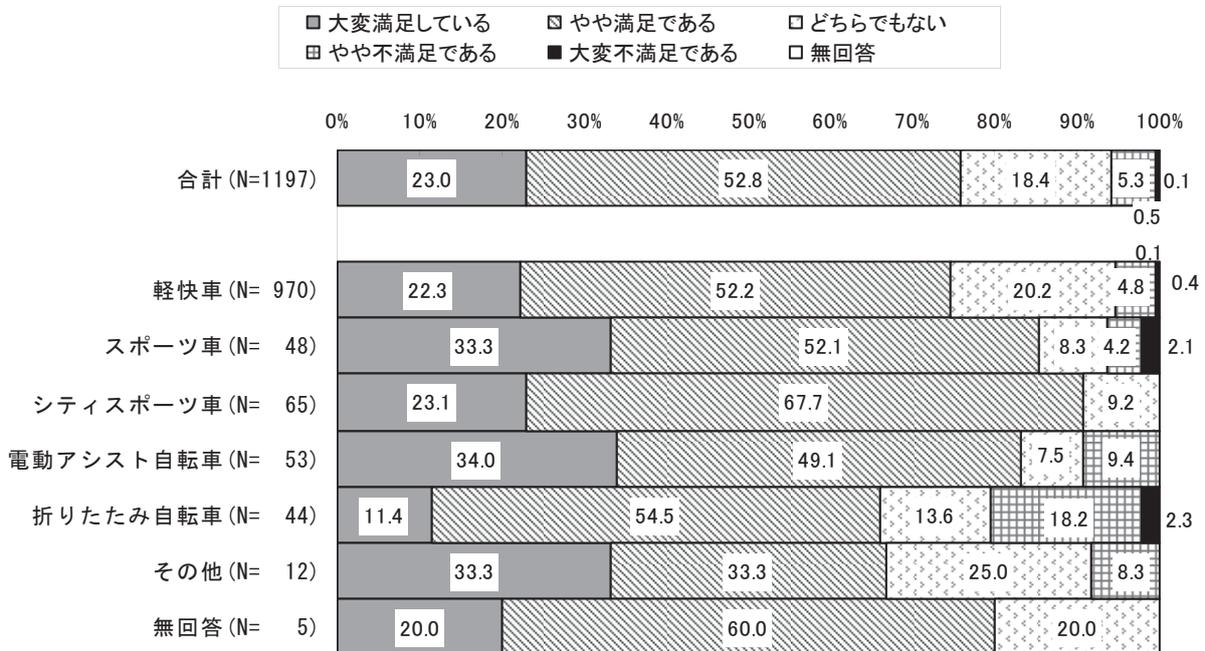
Q8-10.現在、その新車の自転車を購入されての満足度はいかがでしょうか。(○は1つだけ)

★購入新車については、概ね満足しているといえる。

全体では、満足している人が76%（「大変満足+やや満足である」）に上り、概ね満足している様子がうかがえる。（不満は5%程度）

高い満足度（「大変満足」）が見られるのが、スポーツ車と電動アシスト自転車。逆に、「不満」が高く見られるのが、折りたたみ自転車（不満は21%）。これは期待していたほど、品質、性能、使い勝手がよくなかったことがその理由としてあげられている。

Q8-10.購入自転車の満足評価／新車購入者ベース N=1197(SA)



Q8-10-1.不満の理由 (MA)

	サンプル数	購入商品の性能	購入商品の品質	購入商品の価格	購入商品の使い勝手	店の対応	その他	無回答
合計	69	47.8	2.9	36.2	8.7	21.7	-	-
軽快車	51	47.1	3.9	35.3	7.8	21.6	-	-
スポーツ車	3	66.7	-	33.3	-	33.3	-	-
電動アシスト自転車	5	40.0	-	20.0	20.0	20.0	-	-
折りたたみ自転車	9	55.6	-	55.6	-	22.2	-	-
その他	1	-	-	-	100.0	-	-	-

*サンプル数が少ないため、参考

単位: %

- ・パーツの交換が難しいと言われた
- ・サイズが小さい
- ・安物はやはり安物の価値しかない
- ・重い
- ・座席が高すぎて女房が使用出来ない
- ・カタログで見た色とちがう

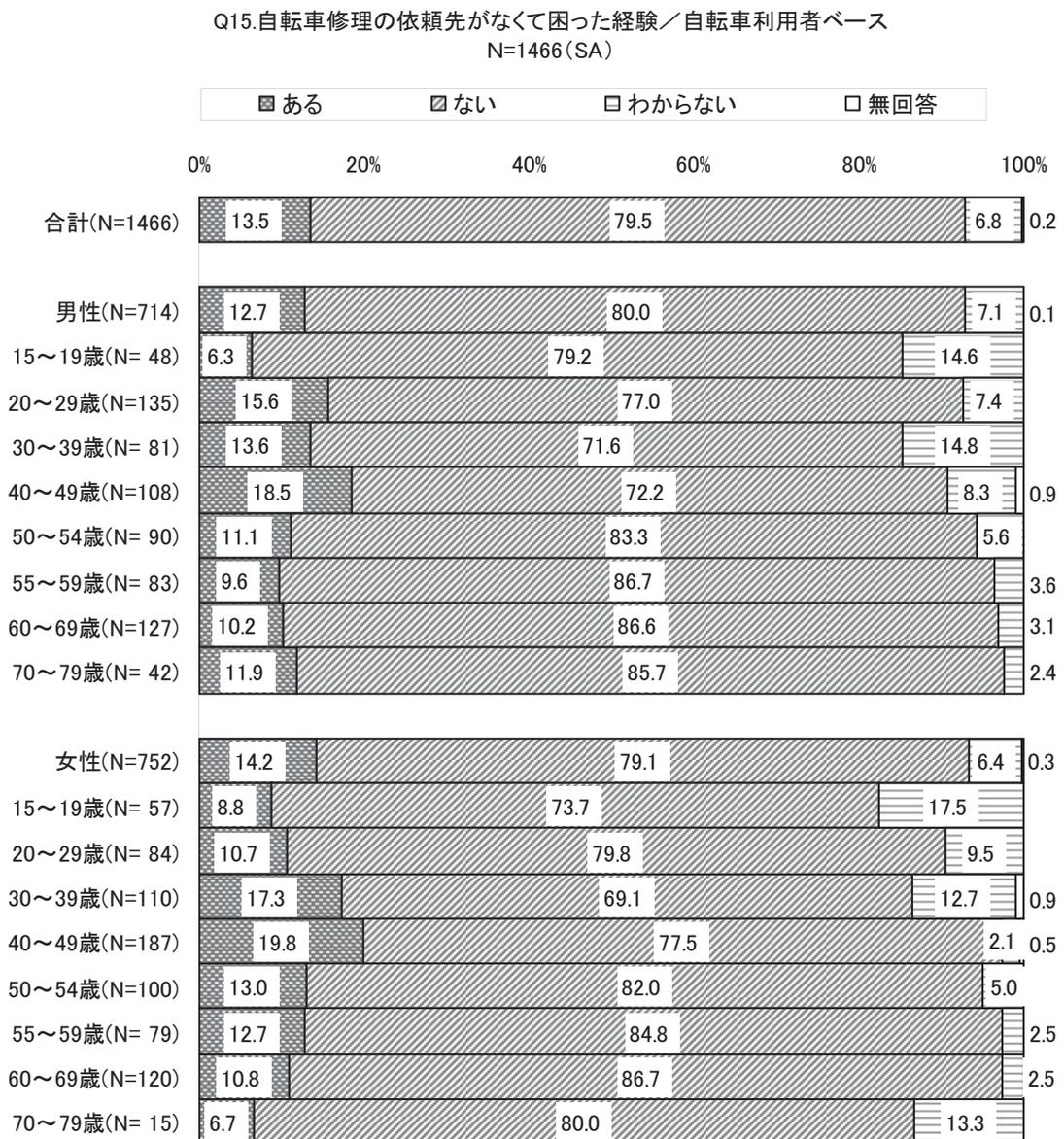
9.自転車修理の状況

(1)依頼先がなく困った経験／自転車利用者ベース

Q15.あなたはこれまで、自転車の修理を依頼するのに、依頼先がなく困ったことがありますか(○は1つだけ)

★自転車修理の依頼先がなく困った経験は14%と、あまり困った様子はない。

男女とも40代で19%～20%と若干高いものの、概ね困ったことはない様子である。



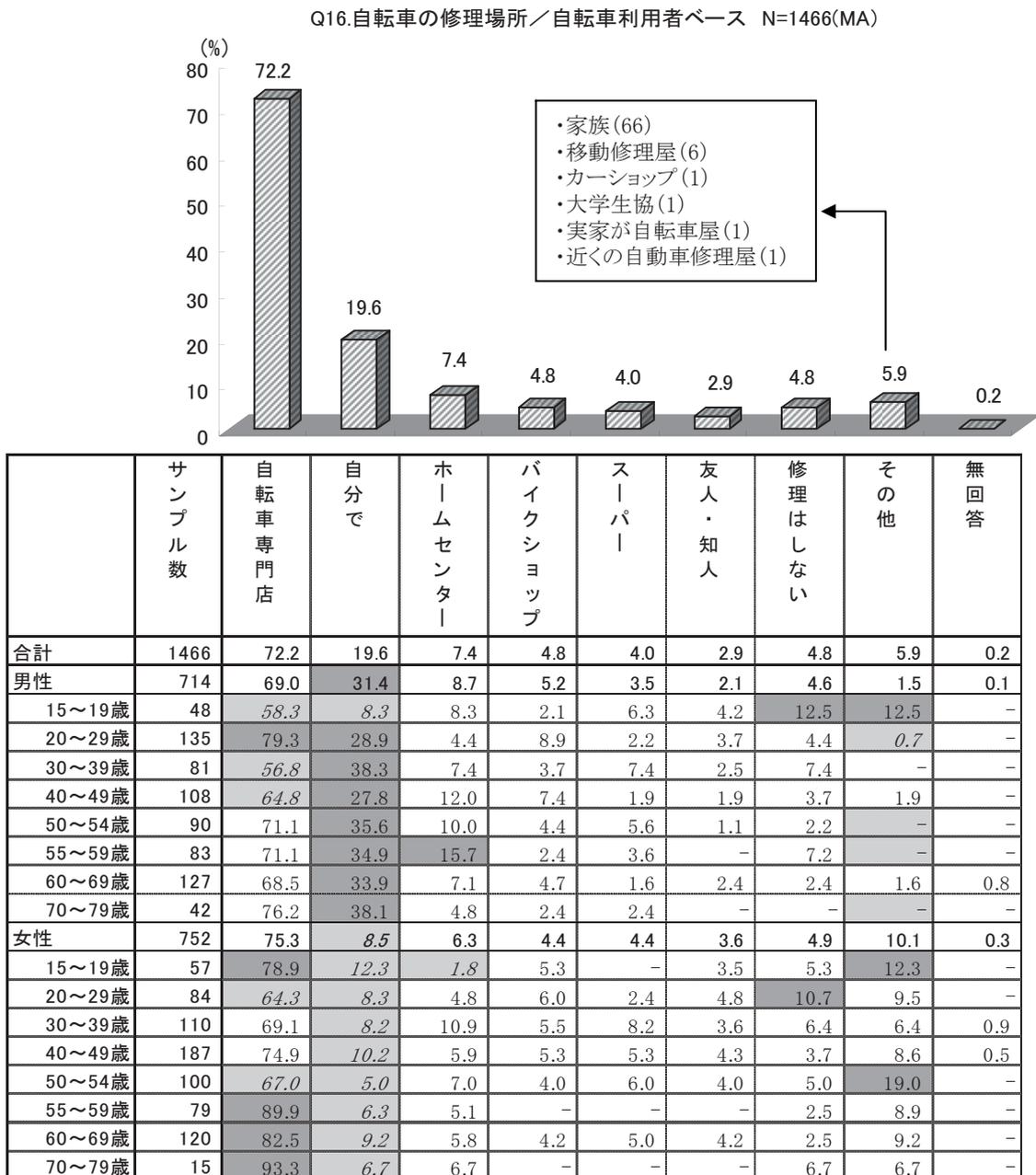
(2) 修理依頼先／自転車利用者ベース

Q16.では、あなたは自転車の修理をどこでされていますか。(〇はいくつでも)

★修理依頼先は、自転車専門店が72%。その他チャンネルは修理依頼先と考えられていない。

全体では、「自転車専門店」が72%で最多。その他チャンネルは6%で、アフターメンテナンスを依頼する先と考えてない様子が見える。

男性では、10代を除いて「自分で修理する」人が、29%～38%と高い。



注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位:%

(3) 修理許容金額／自転車利用者ベース

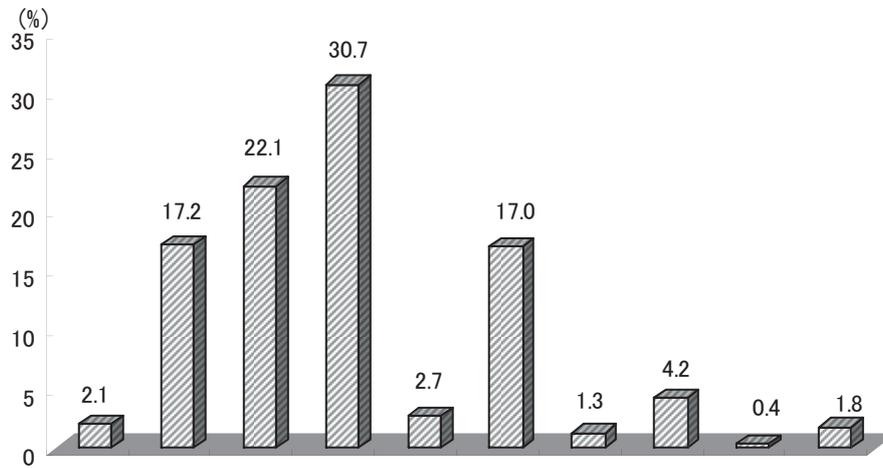
Q17. 自転車を修理する修理金額はいくらまでなら出しますか。「この修理金額までなら良い」と感じる金額をだいたいの感覚でお教えてください。(数字でお答えください)

★平均修理許容金額は、3,578円。20、30代では修理許容金額が低い。

55～59歳で平均修理許容金額が高いのは、一人マウンテンバイク競技者がおり、平均を押し上げているためである。

車種別には、「軽快車」の許容金額が一番低く、「スポーツ車」が一番高い。

Q17. 自転車修理許容金額／自転車利用者ベース N=1466



	サンプル数	10,000円未満	20,000円未満	30,000円未満	40,000円未満	50,000円未満	60,000円未満	70,000円未満	80,000円未満	80,000円以上	無回答	平均価格
合計	1466	2.1	17.2	22.1	30.7	2.7	17.0	1.3	4.2	0.4	1.8	¥3,578
15～19歳	105	1.9	19.0	20.0	31.4	2.9	16.2	0.0	3.8	1.0	2.9	¥3,322
20～29歳	219	2.8	24.2	24.7	26.5	1.8	13.2	2.3	3.7	0.0	0.5	¥2,888
30～39歳	191	2.1	25.1	26.1	26.7	3.1	10.5	0.0	5.2	0.0	1.0	¥2,846
40～49歳	295	3.1	13.2	21.0	32.2	2.4	22.4	1.0	1.7	0.0	1.4	¥3,173
50～54歳	190	1.1	14.7	22.1	34.7	3.7	15.8	2.7	4.7	0.0	-	¥3,332
55～59歳	162	1.2	16.7	20.3	27.8	3.1	25.3	1.2	1.2	1.2	1.9	¥6,394
60～69歳	247	2.0	10.9	21.0	33.6	3.2	15.8	0.8	7.3	0.8	3.6	¥3,633
70～79歳	57	1.8	17.6	17.6	31.6	0.0	12.3	1.8	8.8	1.8	7.0	¥3,951

軽快車	1150	2.3	17.7	23.5	31.6	2.7	16.2	1.7	2.4	0.3	1.7	¥2,974
スポーツ車	67	-	13.4	17.9	20.9	1.5	26.9	1.5	11.9	3	3	¥11,622
シティスポーツ車	84	1.2	8.3	23.8	28.6	3.6	15.5	6	9.5	1.2	2.4	¥3,988
電動アシスト自転車	65	3.1	13.8	7.7	24.6	3.1	23.1	1.5	21.5	-	1.5	¥4,600
折りたたみ自転車	83	1.2	20.5	19.3	28.9	3.6	18.1	1.2	4.8	-	2.4	¥3,118
その他	15	-	20	13.3	26.7	-	26.7	6.7	6.7	-	-	¥3,767
無回答	19	-	26.3	21.1	36.8	5.3	-	5.3	5.3	-	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

Ⅲ. 今後の自転車購入について

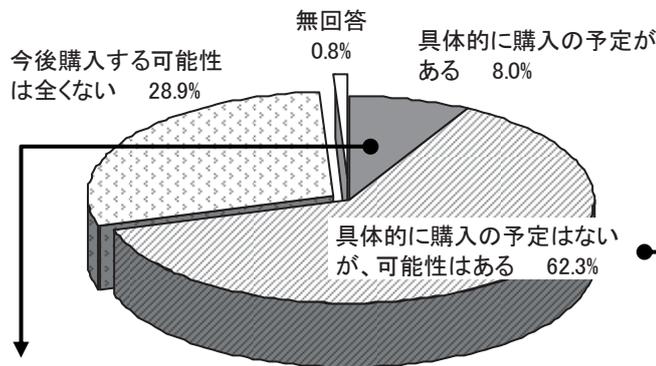
1. 今後の購入予定

Q20.あなたのご家庭で、今後、自転車を新しく買ったり、買い替えて乗る可能性はありますか。(○は1つだけ)

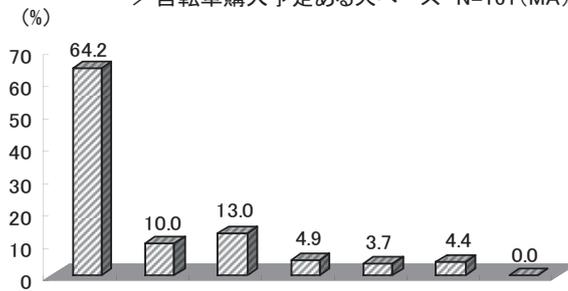
★「具体的に購入の予定がある」のが8%、「具体的に購入の予定はないが、可能性はある」が62%。

具体的に購入予定がある車種のトップは、軽快車64%、次いでシティスポーツ車13%、電動アシスト自転車10%、折りたたみ自転車5%と続く。

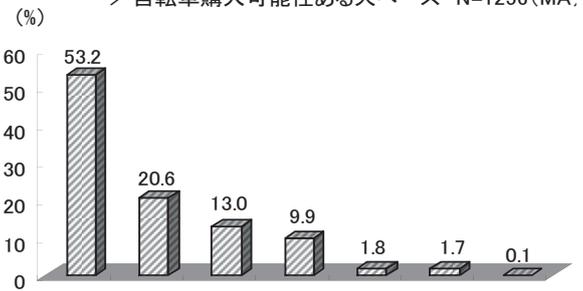
Q20.今後の自転車購入予定 N=2015(SA)



Q21.今度買うとしたらどんな種類か
／自転車購入予定ある人ベース N=161(MA)



Q21.今度買うとしたらどんな種類か
／自転車購入可能性ある人ベース N=1256(MA)



	具体的に購入の予定がある								具体的に購入の予定はないが、可能性はある							
	サンプル数	軽快車	電動アシスト自転車	シティスポーツ車	折りたたみ自転車	ポ格的な自転車	その他	無回答	サンプル数	軽快車	電動アシスト自転車	シティスポーツ車	折りたたみ自転車	ポ格的な自転車	その他	無回答
合計	161	64.2	10.0	13.0	4.9	3.7	4.4	-	1256	53.2	20.6	13.0	9.9	1.8	1.7	0.1
男性	72	55.6	8.9	18.9	6.7	2.2	7.8	-	599	48.3	17.3	18.4	11.5	3.5	0.9	0.1
15～19歳	3	75.0	25.0	-	-	-	-	-	30	72.2	8.3	8.3	8.3	2.8	-	-
20～29歳	9	57.1	-	14.3	21.4	7.1	-	-	108	47.6	9.7	22.8	14.5	5.5	-	-
30～39歳	8	54.5	-	18.2	9.1	-	18.2	-	79	51.0	9.6	16.3	15.4	6.7	1.0	-
40～49歳	23	46.4	7.1	28.6	7.1	-	10.7	-	88	49.2	10.3	22.2	11.1	4.8	2.4	-
50～54歳	9	40.0	10.0	30.0	-	10.0	10.0	-	83	43.4	18.6	23.0	9.7	3.5	0.9	0.9
55～59歳	9	88.9	-	-	-	-	11.1	-	68	46.2	19.8	18.7	14.3	1.1	-	-
60～69歳	8	55.6	33.3	11.1	-	-	-	-	104	43.4	32.6	13.2	9.3	-	1.6	-
70～79歳	3	60.0	20.0	20.0	-	-	-	-	39	53.1	32.7	10.2	2.0	2.0	-	-
女性	89	72.7	11.1	7.1	3.0	5.1	1.0	-	657	58.0	23.8	7.6	8.2	0.1	2.4	-
15～19歳	6	83.3	16.7	-	-	-	-	-	33	80.0	8.6	8.6	2.9	0.0	0.0	-
20～29歳	7	66.7	11.1	-	22.2	-	-	-	76	56.6	21.7	6.6	15.1	0.0	0.0	-
30～39歳	19	73.7	5.3	5.3	-	15.8	-	-	89	57.7	21.6	9.0	4.5	0.0	7.2	-
40～49歳	32	71.8	7.7	15.4	2.6	2.6	-	-	164	59.8	17.6	10.8	7.8	0.0	3.9	-
50～54歳	9	88.9	0.0	-	-	0.0	11.1	-	94	53.7	27.3	6.6	11.6	0.8	0.0	-
55～59歳	7	50.0	37.5	-	-	12.5	-	-	77	56.1	28.6	7.1	7.1	0.0	1.0	-
60～69歳	8	75.0	25.0	-	-	-	-	-	108	55.6	33.9	2.4	5.6	0.0	2.4	-
70～79歳	1	100.0	-	-	-	-	-	-	16	59.1	27.3	9.1	4.5	0.0	0.0	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

単位: %

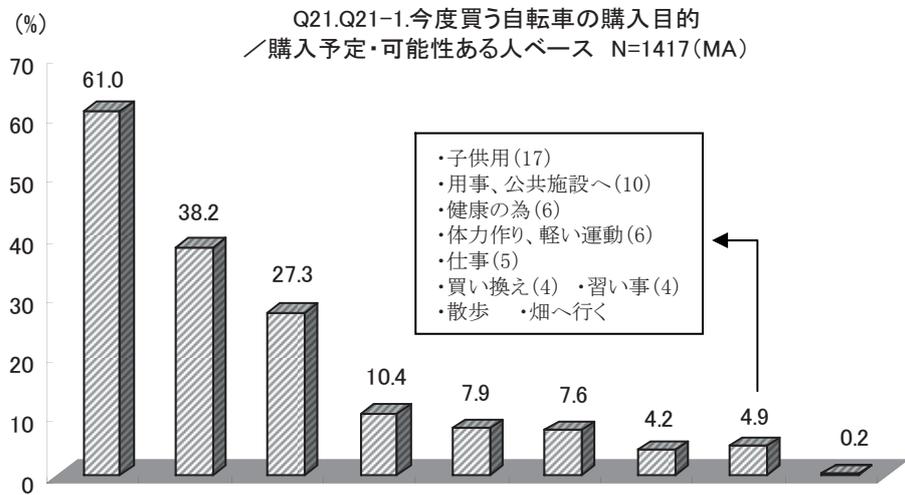
2.今後の購入予定自転車の利用目的／購入予定・可能性ある人ベース

Q21-1.今度買う自転車の、購入目的をお聞かせください。(〇はいくつでも)

★今後の自転車利用目的は、「買物」が61%で最多。次いで「通勤・通学」と続く。
「レジャー・遊び」「スポーツ」といった、用事以外の利用では、男性で高くみられる。

利用方法は性別、年代別で大きく異なる。

- ・男女とも、50代以上では、「買い物」が高い(男性50代後半以上、女性50代以上で71%～82%以上)。
- ・「通勤・通学」では、10代、20代、40代で多くみられる。
- ・「レジャー・遊び」では、男性が女性よりも高くみられる。女性10代も39%と高い。
- ・「病院への通院」が60代以上で25%～29%強と高くみられる。
- ・「スポーツ」利用は、男性50代、60代で20%みられる。



	サンプル数	買い物	通勤・通学	レジャー・遊び	病院への通院	スポーツ	プレゼント	子どもの送迎	その他	無回答
合計	1417	61.0	38.2	27.3	10.4	7.9	7.6	4.2	4.9	0.2
男性	671	55.3	38.5	37.4	9.1	11.8	7.3	1.9	4.2	0.3
15～19歳	33	54.5	69.7	24.2	3.0	3.0	-	-	-	-
20～29歳	117	51.3	60.7	39.3	1.7	12.0	3.4	2.6	-	-
30～39歳	87	40.2	40.2	41.4	1.1	10.3	18.4	5.7	5.7	1.1
40～49歳	111	35.1	43.2	37.8	3.6	5.4	14.4	4.5	1.8	-
50～54歳	92	50.0	41.3	41.3	8.7	10.9	3.3	-	2.2	1.1
55～59歳	77	71.4	28.6	35.1	6.5	19.5	5.2	-	6.5	-
60～69歳	112	78.6	11.6	39.3	25.9	19.6	1.8	-	9.8	-
70～79歳	42	71.4	19.0	23.8	26.2	4.8	9.5	-	7.1	-
女性	746	66.1	38.1	18.2	11.5	4.4	7.8	6.2	5.6	0.1
15～19歳	39	56.4	69.2	38.5	7.7	2.6	2.6	-	2.6	-
20～29歳	83	62.7	50.6	16.9	13.3	4.8	6.0	12.0	10.8	-
30～39歳	108	53.7	30.6	14.8	3.7	0.9	18.5	20.4	1.9	-
40～49歳	196	57.1	53.6	15.8	5.1	2.0	6.6	4.1	5.6	-
50～54歳	103	70.9	35.9	15.5	14.6	7.8	2.9	-	7.8	-
55～59歳	84	81.0	11.9	25.0	10.7	9.5	7.1	-	6.0	1.2
60～69歳	116	81.9	21.6	18.1	25.0	4.3	8.6	5.2	4.3	-
70～79歳	17	76.5	29.4	11.8	29.4	11.8	-	-	5.9	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

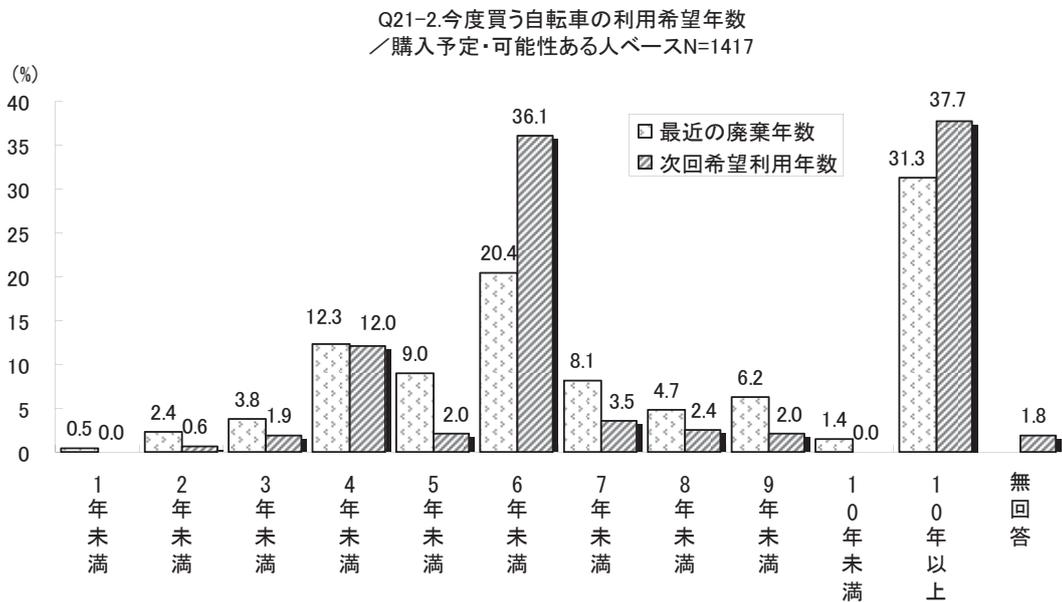
3.利用希望年数／購入予定・可能性ある人ベース

Q21-2.ところで、今度一番買いたい自転車は、何年位利用したいですか。(数字でお答えください。)

★ 希望利用年数は、平均7.1年。

車種別では、電動アシスト自転車、スポーツ車の希望年数は長く、価格に見合った耐久年数を求めている。

利用希望年数は、「5年」と「10年以上」に分かれたが、実際の廃棄年数と比較すると、平均7年間程度で変わっていない。電動アシスト自転車や本格的なスポーツ車の高価格帯自転車では、「10年以上」が47%～48%と多い。



Q21-2.今度買う自転車の利用希望年数

単位: %

	サンプル数	1年未満	1年未満 2年未満	2年未満 3年未満	3年未満 4年未満	4年未満 5年未満	5年未満 6年未満	6年未満 7年未満	7年未満 8年未満	8年未満 9年未満	9年未満 10年未満	10年以上	無回答
合計	1417	-	0.6	1.9	12.0	2.0	36.1	3.5	2.4	2.0	-	37.7	1.8
軽快車	981	-	0.6	2.0	12.6	2.1	36.1	3.6	2.7	1.9	-	36.4	1.9
電動アシスト自転車	351	-	-	0.6	6.8	1.4	37.9	2.6	1.4	2.0	-	46.5	0.9
シティスポーツ車	232	-	0.9	0.9	13.4	1.3	34.9	3.9	4.3	2.6	-	37.0	0.9
折りたたみ自転車	167	-	0.6	2.4	9.6	1.8	43.1	0.6	3.0	1.2	-	35.3	2.4
本格的なスポーツ車	31	-	-	3.2	9.7	3.2	29.0	-	-	-	-	48.4	6.5
その他	39	-	-	5.1	17.9	7.7	30.8	5.1	-	5.1	-	25.7	2.6
無回答	2	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

4.次回購入時の自転車購入基準／購入予定・可能性ある人ベース

Q21-3. 今度買う自転車を選ぶ時の主な基準は何になると思いますか。(〇はいくつでも)

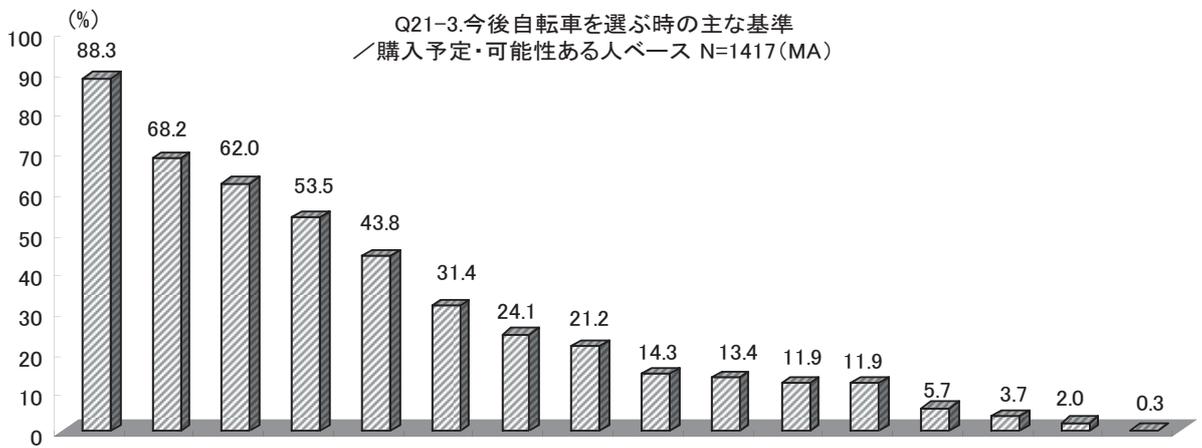
★現在利用の自転車購入時に比べ、「耐久性・品質が優れている」ことを選択ポイントとして重視している。

全体では、「妥当な価格であること」が88%で最多。次いで「大きさ、軽さが適当であること」68%、「耐久性・品質が優れていること」62%と続く。耐久性については、現在利用の自転車を選んだ理由14%に比べ、大変高くなっている。

性・年代別では、「大きさ、軽さ」は男性よりも女性で若干高い傾向がみられる。

「色やデザイン」は、男女とも10代、20代と若い世代に高く見られ、10代では、「機能性」も高くみられる。

「安全性が高い自転車」「メーカー品で安心できる」「電動で坂道が楽なこと」は女性50代以上、男性の70代で高い傾向がみられる。「部品の互換性のある」「環境に配慮している」といったことも、60、70代では高い。「環境」については10代男性も高い。



	サンプル数	妥当な価格であること	大きさ、軽さが適当なこと	耐久性・品質が優れていること	色やデザインが気に入ること	安全性の高い自転車であること	ついていていく機能	盗難されにくい機能	メーカー品で安心できること	電動で坂道が楽なこと	管場所に困らないこと	持ち運びに便利で、保	転車であること	部品の互換性のあること	と機能がいろいろあること	品であること	環境に配慮している	こと	スポーツに適している	お店の人の推薦である	その他	無回答
合計	1417	88.3	68.2	62.0	53.5	43.8	31.4	24.1	21.2	14.3	13.4	11.9	11.9	5.7	3.7	2.0	0.3					
男性	671	88.4	64.4	63.5	47.4	39.0	28.5	21.9	18.5	16.2	12.7	13.6	11.3	10.0	2.7	2.5	0.1					
15～19歳	33	100.0	69.7	66.7	75.8	45.5	27.3	18.2	9.1	12.1	18.2	36.4	27.3	6.1	-	3.0	-					
20～29歳	117	88.9	59.0	59.8	62.4	21.4	26.5	15.4	8.5	16.2	10.3	16.2	6.8	12.0	2.6	4.3	-					
30～39歳	87	89.7	69.0	58.6	57.5	29.9	33.3	21.8	11.5	18.4	9.2	21.8	9.2	14.9	2.3	-						
40～49歳	111	89.2	72.1	64.9	52.3	45.9	25.2	23.4	9.9	12.6	9.0	9.0	7.2	10.8	3.6	1.8	-					
50～54歳	92	81.5	55.4	62.0	39.1	33.7	20.7	25.0	19.6	13.0	8.7	6.5	7.6	10.9	1.1	2.2	-					
55～59歳	77	93.5	55.8	66.2	39.0	41.6	31.2	23.4	23.4	18.2	7.8	9.1	7.8	5.2	2.6	3.9	-					
60～69歳	112	86.6	66.1	65.2	30.4	48.2	28.6	19.6	35.7	16.1	21.4	14.3	19.6	8.9	4.5	3.6	-					
70～79歳	42	83.3	76.2	71.4	28.6	66.7	45.2	35.7	33.3	28.6	26.2	4.8	19.0	4.8	2.4	-	2.4					
女性	746	88.2	71.6	60.7	59.0	48.1	34.0	26.1	23.6	12.5	14.1	10.5	12.3	1.9	4.7	1.6	0.4					
15～19歳	39	82.1	56.4	59.0	82.1	43.6	35.9	15.4	10.3	12.8	7.7	38.5	10.3	-	7.7	5.1	-					
20～29歳	83	88.0	68.7	60.2	83.1	32.5	42.2	14.5	18.1	20.5	8.4	7.2	7.2	2.4	3.6	2.4	1.2					
30～39歳	108	91.7	72.2	50.0	66.7	43.5	30.6	24.1	16.7	7.4	11.1	15.7	13.9	2.8	4.6	0.9	-					
40～49歳	196	90.8	73.0	62.2	58.2	42.3	30.1	21.9	19.9	12.2	10.2	8.7	9.2	1.5	4.1	2.0	0.5					
50～54歳	103	88.3	67.0	63.1	53.4	45.6	30.1	30.1	22.3	15.5	17.5	13.6	10.7	2.9	7.8	1.9	1					
55～59歳	84	88.1	79.8	64.3	48.8	56.0	47.6	34.5	35.7	9.5	16.7	2.4	13.1	2.4	2.4	-	-					
60～69歳	116	82.8	74.1	62.9	44.0	68.1	31.9	34.5	35.3	9.5	24.1	5.2	19.8	0.9	4.3	0.9	-					
70～79歳	17	88.2	70.6	70.6	35.3	70.6	29.4	47.1	35.3	23.5	17.6	5.9	23.5	-	5.9	-	-					

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

Q21-3-1.そのうち最も重要な点は何になると思いますか。(○は1つだけ)

Q21-3-1今後自転車を選ぶ時の最も重視する基準／男性

単位：%

	合計	男性	15～19 歳	20～29 歳	30～39 歳	40～49 歳	50～54 歳	55～59 歳	60～69 歳	70～79 歳
サンプル数	1417	671	33	117	87	111	92	77	112	42
妥当な価格であること	36.1	37.6	51.5	44.4	39.1	35.1	43.5	36.4	29.5	21.4
耐久性・品質が優れていること	15.7	16.2	6.1	20.5	18.4	13.5	15.2	13.0	20.5	11.9
安全性の高い自転車であること	10.7	8.6	15.2	2.6	8.0	10.8	6.5	13.0	9.8	9.5
大きさ、軽さが適当なこと	10.4	10.9	6.1	5.1	8.0	11.7	9.8	11.7	13.4	28.6
色やデザインが気に入ること	8.5	7.7	9.1	17.1	11.5	10.8	5.4	-	1.8	-
電動で坂道が楽なこと	7.2	6.3	-	0.9	3.4	3.6	7.6	3.9	15.2	16.7
盗難されにくい機能がついていること	4.2	4.3	3.0	2.6	5.7	4.5	4.3	6.5	1.8	9.5
メーカー品で安心できること	1.8	1.5	3.0	-	1.1	0.9	3.3	5.2	-	-
持ち運びに便利で、保管場所に困らないこと	1.5	1.8	-	0.9	-	1.8	2.2	3.9	3.6	-
スポーツに適していること	1.0	1.6	-	2.6	2.3	0.9	2.2	1.3	1.8	-
機能がいろいろあること	0.9	1.2	3.0	0.9	1.1	2.7	-	1.3	0.9	-
部品の互換性のある自転車であること	0.3	0.1	-	-	1.1	-	-	-	-	-
環境に配慮している製品であること	0.1	0.3	-	-	-	-	-	1.3	-	2.4
お店の人の推薦であること	0.1	0.1	-	-	-	0.9	-	-	-	-
その他	1.0	1.2	3.0	1.7	-	1.8	-	2.6	0.9	-
無回答	0.4	0.4	-	0.9	-	0.9	-	-	0.9	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

Q21-3-1今後自転車を選ぶ時の最も重視する基準／女性

単位：%

	合計	女性	15～19 歳	20～29 歳	30～39 歳	40～49 歳	50～54 歳	55～59 歳	60～69 歳	70～79 歳
サンプル数	1417	746	39	83	108	196	103	84	116	17
妥当な価格であること	36.1	34.7	20.5	47.0	46.3	39.3	34.0	20.2	22.4	41.2
耐久性・品質が優れていること	15.7	15.1	20.5	6.0	6.5	17.9	19.4	14.3	18.1	29.4
安全性の高い自転車であること	10.7	12.6	7.7	8.4	11.1	9.2	10.7	16.7	21.6	23.5
大きさ、軽さが適当なこと	10.4	10.1	7.7	8.4	9.3	11.2	7.8	13.1	12.1	-
色やデザインが気に入ること	8.5	9.1	28.2	16.9	12.0	7.7	7.8	4.8	2.6	-
電動で坂道が楽なこと	7.2	8.0	-	2.4	5.6	6.1	9.7	16.7	12.9	5.9
盗難されにくい機能がついていること	4.2	4.2	7.7	2.4	4.6	4.6	5.8	6.0	0.9	-
メーカー品で安心できること	1.8	2.1	-	-	3.7	1.5	-	6.0	3.4	-
持ち運びに便利で、保管場所に困らないこと	1.5	1.2	-	4.8	-	0.5	1.9	1.2	0.9	-
スポーツに適していること	1.0	0.4	-	-	0.9	0.5	1.0	-	-	-
機能がいろいろあること	0.9	0.7	5.1	-	-	0.5	-	1.2	0.9	-
部品の互換性のある自転車であること	0.3	0.4	-	1.2	-	-	-	-	1.7	-
環境に配慮している製品であること	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
お店の人の推薦であること	0.1	0.1	-	-	-	-	-	-	0.9	-
その他	1.0	0.8	2.6	2.4	-	1.0	1.0	-	-	-
無回答	0.4	0.4	-	-	-	-	1.0	-	1.7	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

■その他意見

- ・ギア付き(男性 4)
- ・オートライト(3)
- ・軽量であること(2)
- ・鍵の開け閉めが楽にできること
- ・アフターケアを相談しやすい店舗やメーカー
- ・バッテリーの性能、持ち、価格(男性 3)
- ・国産品(2)
- ・汚れにくい塗料や手入れが楽
- ・パンクしづらいなど
- ・乗りやすさ(2)

Q21-3-1.そのうち最も重要な点は何になると思いますか。(○は1つだけ)

Q21-3-1今後自転車を選ぶ時の最も重視する基準／男性(車種別)

	合計	男性	軽快車	ト電動自転車	ポシテイス	折りたたみ自転車	ポ本格的なス	その他	無回答
サンプル数	1417	671	406	144	162	123	29	14	1
妥当な価格であること	36.1	37.6	43.6	35.4	28.4	45.5	24.1	7.1	-
耐久性・品質が優れていること	15.7	16.2	1.5	2.1	1.2	-	-	-	-
安全性の高い自転車であること	10.7	8.6	13.3	3.5	13.0	7.3	3.4	35.7	-
大きさ、軽さが適当なこと	10.4	10.9	17.7	12.5	23.5	12.2	20.7	-	-
色やデザインが気に入ること	8.5	7.7	6.2	2.8	12.3	10.6	13.8	14.3	-
電動で坂道が楽なこと	7.2	6.3	0.7	0.7	1.9	4.1	-	7.1	-
盗難されにくい機能がついていること	4.2	4.3	0.5	-	-	-	-	-	-
メーカー品で安心できること	1.8	1.5	0.7	27.8	1.2	1.6	-	-	-
持ち運びに便利で、保管場所に困らないこと	1.5	1.8	0.2	0.7	3.7	0.8	24.1	-	-
スポーツに適していること	1.0	1.6	0.2	2.8	1.2	8.9	3.4	-	-
機能がいろいろあること	0.9	1.2	0.2	-	0.6	-	-	-	-
部品の互換性のある自転車であること	0.3	0.1	4.2	3.5	1.9	1.6	3.4	7.1	100.0
環境に配慮している製品であること	0.1	0.3	9.6	6.9	9.9	6.5	-	14.3	-
お店の人の推薦であること	0.1	0.1	-	-	-	-	3.4	-	-
その他	1.0	1.2	1.0	0.7	1.2	0.8	-	14.3	-
無回答	0.4	0.4	0.2	0.7	-	-	3.4	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

単位: %

Q21-3-1今後自転車を選ぶ時の最も重視する基準／女性(車種別)

	合計	女性	軽快車	ト電動自転車	ポシテイス	折りたたみ自転車	ポ本格的なス	その他	無回答
サンプル数	1417	764	546	206	69	70	2	25	1
妥当な価格であること	36.1	37.6	40.1	28.2	30.4	28.6	-	12.0	10-
耐久性・品質が優れていること	15.7	16.2	0.5	1.0	2.9	-	-	-	-
安全性の高い自転車であること	10.7	8.6	11.0	4.4	13.0	1-	-	16.0	-
大きさ、軽さが適当なこと	10.4	10.9	16.5	11.2	15.9	14.3	50.0	24.0	-
色やデザインが気に入ること	8.5	7.7	9.7	6.3	14.5	8.6	-	16.0	-
電動で坂道が楽なこと	7.2	6.3	1.8	3.4	1.4	2.9	-	-	-
盗難されにくい機能がついていること	4.2	4.3	-	-	-	-	-	-	-
メーカー品で安心できること	1.8	1.5	2.6	26.2	1.4	4.3	-	-	-
持ち運びに便利で、保管場所に困らないこと	1.5	1.8	-	0.5	2.9	-	-	-	-
スポーツに適していること	1.0	1.6	0.4	-	-	12.9	-	-	-
機能がいろいろあること	0.9	1.2	0.2	-	-	-	-	-	-
部品の互換性のある自転車であること	0.3	0.1	3.5	5.8	5.8	1.4	-	4.0	-
環境に配慮している製品であること	0.1	0.3	11.9	12.1	11.6	15.7	-	24.0	-
お店の人の推薦であること	0.1	0.1	0.5	-	-	-	-	-	-
その他	1.0	1.2	1.1	0.5	-	1.4	-	4.0	-
無回答	0.4	0.4	0.2	0.5	-	-	5-	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

単位: %

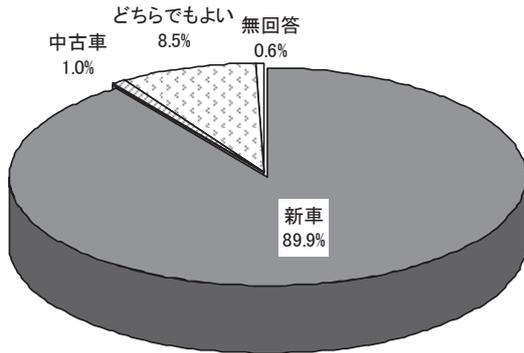
5.次回自転車の購入／購入予定・可能性ある人ベース

Q21-4.今度買うのは、新車と中古車のどちらがよいと思いますか。(〇は1つだけ)

★新車購入意向が90%と高い。

30代男性、20代女性で「どちらでもよい」が14%～15%みられるものの、全体的に新車購入意向が強い。

Q21-4新車・中古車購入意向
／購入予定・可能性ある人ベース N=1417(SA)



	サンプル数	新車	中古車	どちらでもよい	無回答
合計	1417	89.8	1.0	8.5	0.6
男性	671	88.4	1.2	10.0	0.4
15～19歳	33	93.9	3.0	3.0	-
20～29歳	117	92.3	-	7.7	-
30～39歳	87	86.2	-	13.8	-
40～49歳	111	85.6	1.8	12.6	-
50～54歳	92	84.8	2.2	13.0	-
55～59歳	77	88.3	1.3	9.1	1.3
60～69歳	112	90.2	0.9	7.1	1.8
70～79歳	42	88.1	2.4	9.5	-
女性	746	91.2	0.8	7.2	0.8
15～19歳	39	94.9	2.6	2.6	-
20～29歳	83	84.3	1.2	14.5	-
30～39歳	108	88.0	-	12.0	-
40～49歳	196	93.4	-	5.1	1.5
50～54歳	103	89.3	1.0	8.7	1.0
55～59歳	84	92.9	-	6.0	1.2
60～69歳	116	93.1	2.6	3.4	0.9
70～79歳	17	100.0	-	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

6.次回自転車の購入メーカー／購入予定・可能性ある人ベース

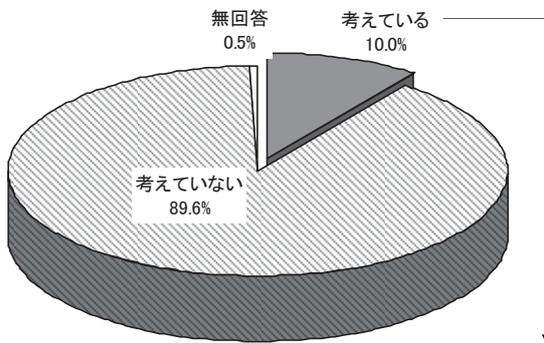
Q21-5.今度、一番買いたいのは、どこのメーカーの自転車とお考えですか。(〇は1つだけ)

★メーカーを考えていない人が90%と高い。

全体的に、メーカーを考えていない人が90%と高い。特に50代後半男性では、96%と高い。

一般的に、自転車はブランド志向が低い商品といえる。

Q21-5購入検討メーカーの有無
／購入予定・可能性ある人ベース N=1417(SA)



ブリヂストン	77	クライン	1	トップバリュ	1
ナショナル/パナソニック	19	コルナゴ	1	ピアンキ	1
ヤマハ	10	サンヨー	1	ピナレロ	1
ミヤタ	7	ジェイミス	1	ローバー	1
シマノ	4	シボレー	1	丸石	1
ブジョー	3	ジャガー	1	三菱	1
ジャイアント	2	ダンロップ	1	大友フオーグ	1
Bianchi	1	チェロキー	1	無印良品	1
BMW	1	ツノダ	1		

	サンプル数	考えている	考えていない	無回答
合計	1417	10.0	89.6	0.5
男性	671	10.7	88.8	0.4
15～19歳	746	9.2	90.2	0.5
20～29歳	33	6.1	93.9	-
30～39歳	117	15.4	84.6	-
40～49歳	87	8.0	92.0	-
50～54歳	111	10.8	89.2	-
55～59歳	92	3.3	95.7	1.1
60～69歳	77	15.6	84.4	-
70～79歳	112	11.6	87.5	0.9
女性	42	11.9	85.7	2.4
15～19歳	39	7.7	92.3	-
20～29歳	83	7.2	92.8	-
30～39歳	108	9.3	90.7	-
40～49歳	196	9.2	90.3	0.5
50～54歳	103	8.7	90.3	1.0
55～59歳	84	4.8	92.9	2.4
60～69歳	116	13.8	86.2	-
70～79歳	17	17.6	82.4	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

7.次回自転車の購入価格／購入予定・可能性ある人ベース

Q21-6. 今度、一番買いたい自転車は、いくらぐらいの価格をお考えですか。(〇は1つだけ)

★最多価格帯は、「1～1万5千円」。但し、現所有自転車購入時よりも若干高い価格帯が増えた。

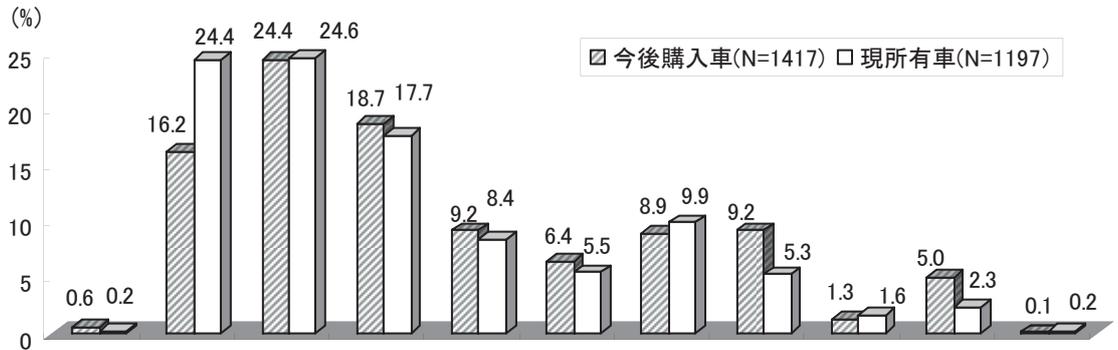
最多価格帯は、「1～1万5千円」で24%。次いで、「1.5～2万円」となる。

現利用自転車購入時よりも、「0.5～1万円」価格帯が若干減っている。

逆に、「5～10万円」が若干増え、特に、60、70代で顕著であり、電動アシスト自転車への移行と思われる。

また、男性30、40代では「0.5～1万円」の低価格帯で減って、ワンランク、ツーランク上の価格帯が増えた。

Q21-6. 今度自転車購入時の価格
／購入予定・可能性ある人ベース N=1417(SA)



	サンプル数	0.5万未満	0.5～1万未満	1～1.5万未満	1.5～2万未満	2～2.5万未満	2.5～3万未満	3～5万未満	5～10万未満	10万以上	わからない	無回答
合計	1417	0.6	16.2	24.4	18.7	9.2	6.4	8.9	9.2	1.3	5.0	0.1
男性	671	0.9	14.5	23.2	20.4	10.4	5.7	8.9	9.8	2.4	3.6	0.1
15～19歳	33	-	24.2	27.3	27.3	6.1	6.1	3.0	3.0		3.0	-
20～29歳	117	1.7	15.4	24.8	17.1	11.1	6.0	10.3	5.1	3.5	5.1	-
30～39歳	87	1.1	17.2	24.1	29.9	5.7	4.6	9.2	4.6	2.3	1.1	-
40～49歳	111	2.7	18.0	21.6	14.4	11.7	4.5	9.9	9.9	1.8	5.4	-
50～54歳	92	-	14.1	23.9	17.4	13.0	4.3	10.9	9.8	3.3	3.3	-
55～59歳	77	-	10.4	24.7	33.8	9.1	5.2	3.9	9.1	1.3	2.6	-
60～69歳	112	-	8.0	18.8	16.1	14.3	6.3	10.7	19.6	3.6	2.7	-
70～79歳	42	-	14.3	26.2	14.3	4.8	11.9	7.1	14.3		4.8	2.4
女性	746	0.4	17.7	25.5	17.2	8.0	7.1	8.8	8.6	0.2	6.3	0.1
15～19歳	39	-	28.2	25.6	17.9	10.3	2.6	2.6	5.1		7.7	-
20～29歳	83	2.4	26.5	33.7	13.3	7.2	6.0	7.2	2.4		1.2	-
30～39歳	108	-	25.9	28.7	15.7	8.3	4.6	1.9	10.2		4.6	-
40～49歳	196	-	18.9	27.6	17.9	8.2	5.6	8.7	5.1		8.2	-
50～54歳	103	-	13.6	28.2	14.6	9.7	7.8	9.7	9.7		5.8	1.0
55～59歳	84	-	13.1	17.9	16.7	8.3	14.3	9.5	11.9		8.3	-
60～69歳	116	0.9	6.9	16.4	22.4	5.2	8.6	16.4	14.7	1.8	6.9	-
70～79歳	17	-	5.9	23.5	17.6	11.8	5.9	17.6	11.8		5.9	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

単位: %

8.次回購入自転車の購入チャネル／購入予定・可能性ある人ベース

Q21-7. 今度買うとき、あなたはどこで購入しようと思いますか。(〇はいくつでも)

★「自転車専門店」での購入希望が増えた。

「自転車専門店」での購入希望が63%と最多。現所有車購入チャネルが「自転車専門店」で41%であったため、大きく増えた。

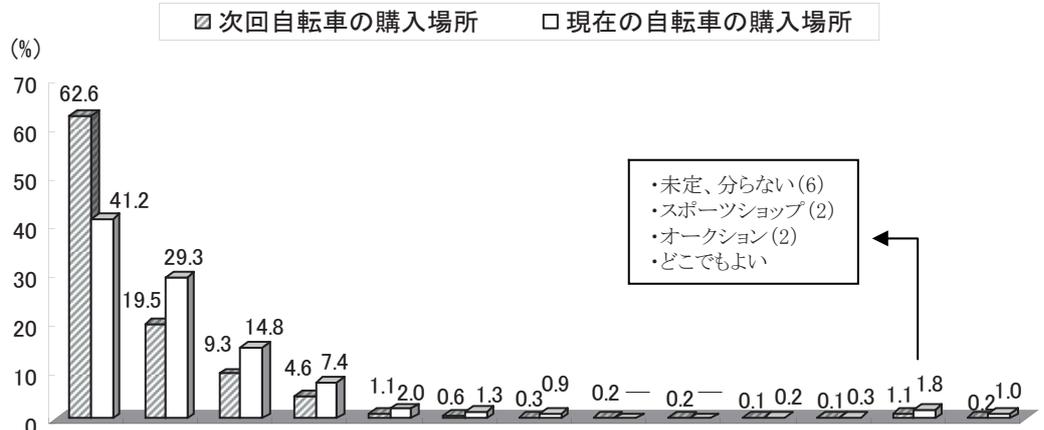
「ホームセンター」は20%で2番手であるが、現所有車の購入率29%より10ポイント近く低下している。

自転車専門店以外は、どのチャネルも概ね低下している。

このことから、店員の対応力、品揃え、アフターサービス等で優れた「自転車専門店」への期待が高いと考えられる。

*Q8-3はSA、Q21-7は複数回答であるが、Q21-7の実質の回答が単一回答であったため比較

Q21-7. 次回自転車の購入場所
／購入予定・可能性ある人ベース N=1417(MA)



	サンプル数	自転車専門店	ホームセンター	スーパー	ディスカウント店	インターネット	家電量販店	百貨店	マーケット・フリー	プライサイクルショップ	カー用品店	通信販売	その他	無回答
合計	1417	62.6	19.5	9.3	4.6	1.1	0.6	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	1.1	0.2
男性	671	61.3	20.0	7.9	5.1	1.9	0.6	0.4	0.3	0.3	0.1	0.1	2	0.4
15～19歳	33	51.5	27.3	15.2	3.0	-	3.0	-	-	-	-	-	-	-
20～29歳	117	63.2	20.5	3.4	6.8	2.6	0.9	0.9	-	-	0.9	-	0.9	-
30～39歳	87	58.6	25.3	5.7	5.7	-	-	1.1	-	-	-	-	2.3	1.1
40～49歳	111	64.9	19.8	4.5	5.4	1.8	-	0.9	1.8	0.9	-	-	-	-
50～54歳	92	57.6	19.6	9.8	5.4	2.2	1.1	-	-	-	-	-	3.3	1.1
55～59歳	77	67.5	15.6	10.4	1.3	3.9	-	-	-	-	-	-	1	-
60～69歳	112	58.9	16.1	11.6	5.4	2.7	0.9	-	-	0.9	-	0.9	1.8	0.9
70～79歳	42	61.9	21.4	9.5	4.8	-	-	-	-	-	-	-	2	-
女性	746	63.8	19.0	10.6	4.2	0.4	0.5	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.8	-
15～19歳	39	69.2	15.4	7.7	2.6	-	-	2.6	-	-	-	-	2.6	-
20～29歳	83	56.6	21.7	9.6	4.8	1.2	2.4	-	1.2	1.2	-	1.2	-	-
30～39歳	108	60.2	22.2	8.3	5.6	-	0.9	-	-	-	-	-	2.8	-
40～49歳	196	59.2	20.4	15.3	4.1	0.5	-	-	-	-	0.5	-	-	-
50～54歳	103	57.3	24.3	10.7	6.8	-	1	-	-	-	-	-	-	-
55～59歳	84	76.2	11.9	8.3	2.4	-	-	-	-	-	-	-	1	-
60～69歳	116	72.4	15.5	7.8	2.6	0.9	-	-	-	-	-	-	0.9	-
70～79歳	17	82.4	5.9	11.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けている。

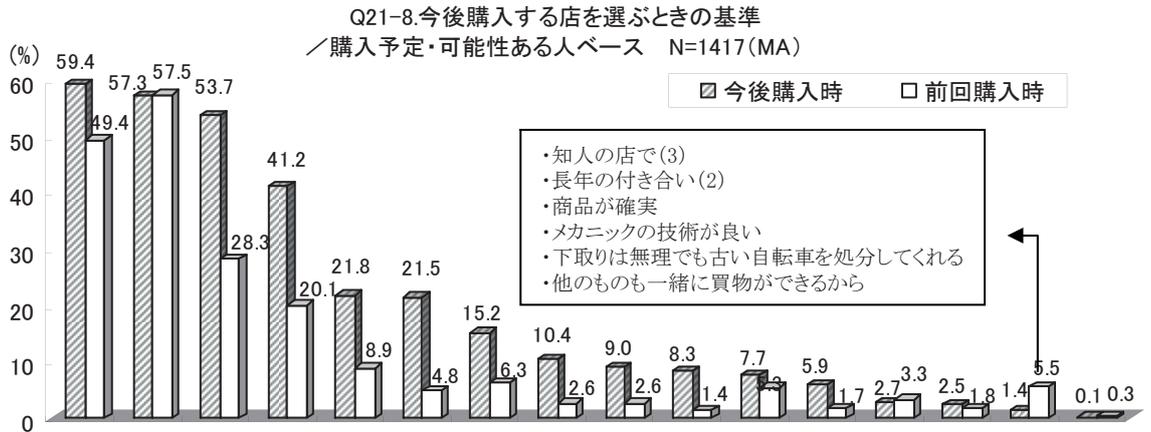
単位: %

9.次回購入自転車の購入チャネル選択理由／購入予定・可能性ある人ベース

Q21-8.今後買うお店を選ぶ時の主な基準は何になると思いますか。(〇はいくつでも)

★品揃えの豊富さ、購入後のアフターケアへの要望が高くなった。

「価格が他店より割安だった」59%、「家の近くにあるから」57%、「品揃えが豊富」54%と続く。重視ポイントとしては、現自転車購入時と傾向的には同じである。但し、「品揃えが豊富」「購入後、修理が頼みやすい」というポイントは大きく伸びた。性・年代別では、男女とも20代で、「低価格志向」が高くみられた(女性30代、男性10代も高く、若い世代が比較的高いといえる)。「最寄性」は、男性の10代、50代後半以上で高く見られる。「品揃え」は男女とも30代が多い。女性50代後半以上で「修理が頼みやすい」というアフターケアへの要望が高くみられる。



	サンプル数	価格が他店より割安	家の近くにある	品揃えが豊富	購入後、修理が頼みやすい	店員の対応がよい	無料で点検サービスがあるか	店員の知識が豊富	試し乗りさせてくれる	出張修理サービスがあるか	下取りしてくれる	方を相談できる	説明をしてくれたら	人に勧められるから	店に出向く必要がないから	その他	無回答
合計	1417	59.4	57.3	53.7	41.2	21.8	21.5	15.2	10.4	9.0	8.3	7.7	5.9	2.7	2.5	1.4	0.1
男性	671	58.4	58.9	50.8	36.2	21.2	18.3	17.7	9.2	7.9	5.8	7.2	5.7	2.4	3.4	1.6	0.1
15~19歳	33	66.7	69.7	60.6	21.2	18.2	18.2	9.1	15.2	12.1	3.0	15.2	6.1	-	6.1	-	-
20~29歳	117	70.1	50.4	47.0	37.6	22.2	18.8	22.2	10.3	5.1	2.6	7.7	4.3	7.7	2.6	0.9	-
30~39歳	87	52.9	48.3	63.2	34.5	23.0	21.8	13.8	8.0	6.9	3.4	8.0	5.7	1.1	-	2.3	1.1
40~49歳	111	59.5	61.3	51.4	39.6	24.3	22.5	20.7	11.7	9.0	9.0	7.2	6.3	0.9	2.7	0.9	-
50~54歳	92	64.1	52.2	43.5	31.5	18.5	12.0	17.4	5.4	8.7	-	5.4	4.3	1.1	6.5	2.2	-
55~59歳	77	51.9	67.5	46.8	37.7	24.7	18.2	16.9	6.5	5.2	5.2	7.8	5.2	1.3	6.5	5.2	-
60~69歳	112	54.5	66.1	54.5	37.5	17.0	15.2	17.0	9.8	8.9	12.5	3.6	7.1	0.9	2.7	0.9	-
70~79歳	42	38.1	69.0	40.5	42.9	19.0	21.4	16.7	9.5	11.9	9.5	9.5	7.1	4.8	2.4	-	-
女性	746	60.2	55.9	56.3	45.7	22.4	24.4	12.9	11.5	10.1	10.5	8.2	6.2	2.9	1.7	1.2	-
15~19歳	39	56.4	61.5	59.0	28.2	28.2	41.0	15.4	25.6	17.9	7.7	10.3	12.8	5.1	2.6	-	-
20~29歳	83	72.3	47.0	59.0	38.6	21.7	22.9	7.2	15.7	6.0	8.4	2.4	7.2	3.6	2.4	-	-
30~39歳	108	68.5	59.3	63.9	38.0	26.9	26.9	13.9	10.2	13.0	10.2	7.4	4.6	4.6	-	1.9	-
40~49歳	196	64.3	51.5	59.2	47.4	24.0	20.9	15.8	13.3	9.2	12.2	7.1	4.6	5.1	1.5	1.0	-
50~54歳	103	62.1	57.3	54.4	43.7	24.3	20.4	9.7	7.8	13.6	10.7	9.7	10.7	1.9	-	1.0	-
55~59歳	84	46.4	60.7	57.1	56.0	16.7	31.0	10.7	10.7	8.3	13.1	8.3	6.0	-	4.8	1.2	-
60~69歳	116	47.4	62.1	44.8	51.7	15.5	21.6	12.9	6.9	6.0	8.6	10.3	3.4	-	1.7	2.6	-
70~79歳	17	52.9	41.2	41.2	70.6	29.4	29.4	23.5	5.9	17.6	5.9	23.5	5.9	-	5.9	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

前回購入時	1197	49.4	57.5	28.3	20.1	8.9	4.8	6.3	2.6	2.6	1.4	5.3	1.7	3.3	1.8	5.5	0.3
-------	------	------	------	------	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

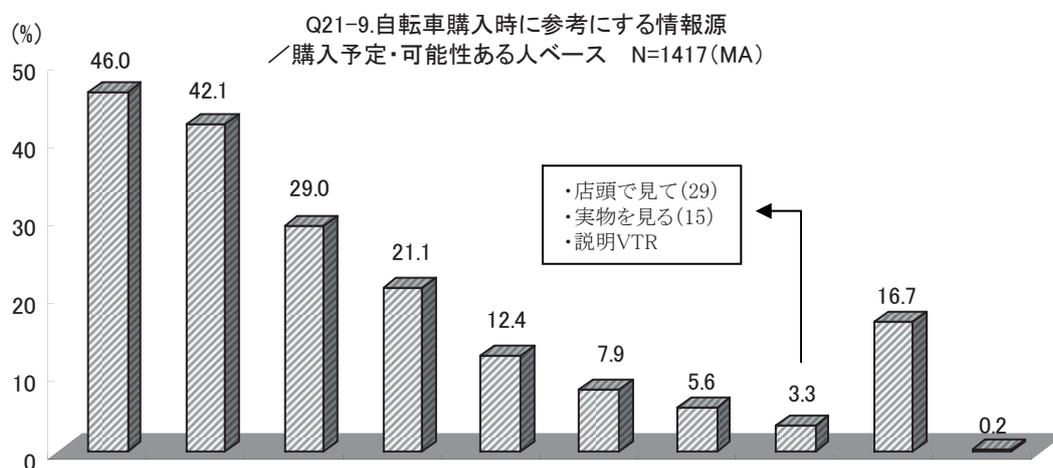
*前回購入時は、Q8-4.一番良く利用している新車自転車の購入店選択理由

10.次回自転車購入時の情報源／購入予定・可能性ある人ベース

Q21-9.では、自転車を購入する時に、あなたが参考にすると思われる情報源は何ですか。(〇はいくつでも)

★参考情報は、「チラシ」「販売員」が42%～46%と高く、次いで「カタログ」と続く。
 チラシは、40代以上の女性に高く、販売員、カタログは年輩層で高くみられた。

参考にする情報としては、「チラシ」46%、「販売員の話」42%、「カタログ」29%と続く。
 「チラシ」は、40代以上の女性で高くみられる。
 「販売員の話」は55歳以上の女性で高くみられる。
 「カタログ」は、60代以上男性、50代後半以上女性の年輩層で高くみられる。
 「インターネット」「ロコミ」は男女とも20代に多く見られる。
 男女10代、男性30代で「参考にするものはない」がやや高くみられる。



	サンプル数	チラシ	販売員の話	カタログ	インターネット	ロコミ	情報誌、自転車専門誌、一般	テレビCM	その他	特になく参考にするもの	無回答
合計	1417	46.0	42.1	29.0	21.1	12.4	7.9	5.6	3.3	16.7	0.2
男性	671	40.1	40.5	29.7	27.3	10.9	10.9	3.7	3.0	18.2	0.4
15～19歳	33	48.5	33.3	27.3	9.1	9.1	9.1	3.0	3.0	24.2	-
20～29歳	117	29.9	41.9	23.1	47.0	17.9	17.9	5.1	0.9	17.1	0.9
30～39歳	87	42.5	36.8	28.7	16.1	10.3	11.5	3.4	1.1	26.4	1.1
40～49歳	111	47.7	38.7	27.0	29.7	13.5	9.9	3.6	2.7	12.6	-
50～54歳	92	35.9	40.2	28.3	20.7	3.3	9.8	2.2	2.2	19.6	-
55～59歳	77	44.2	42.9	27.3	31.2	9.1	7.8	2.6	6.5	15.6	-
60～69歳	112	30.4	44.6	40.2	25.0	8.0	8.9	4.5	5.4	19.6	0.9
70～79歳	42	64.3	40.5	38.1	16.7	14.3	7.1	4.8	2.4	11.9	-
女性	746	51.3	43.4	28.4	15.5	13.8	5.2	7.2	3.6	15.4	-
15～19歳	39	30.8	33.3	28.2	7.7	5.1	10.3	10.3	2.6	33.3	-
20～29歳	83	41.0	32.5	18.1	32.5	22.9	4.8	9.6	1.2	19.3	-
30～39歳	108	50.9	38.9	19.4	12.0	16.7	6.5	8.3	4.6	16.7	-
40～49歳	196	60.2	44.4	26.5	16.8	16.8	2.0	7.7	4.6	13.3	-
50～54歳	103	58.3	40.8	30.1	11.7	11.7	4.9	3.9	5.8	11.7	-
55～59歳	84	52.4	53.6	35.7	17.9	8.3	3.6	8.3	4.8	15.5	-
60～69歳	116	44.0	50.0	37.9	10.3	7.8	7.8	6.0	-	14.7	-
70～79歳	17	52.9	58.8	47.1	5.9	17.6	17.6	-	5.9	-	-

注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位: %

11.次回自転車購入時の参考情報内容／購入予定・可能性ある人ベース

Q21-10. 自転車を購入するときに、どのような情報があつたらよいと思いますか。(〇はいくつでも)

★「自転車の値段による違い」が最多。価格への意識が強い。

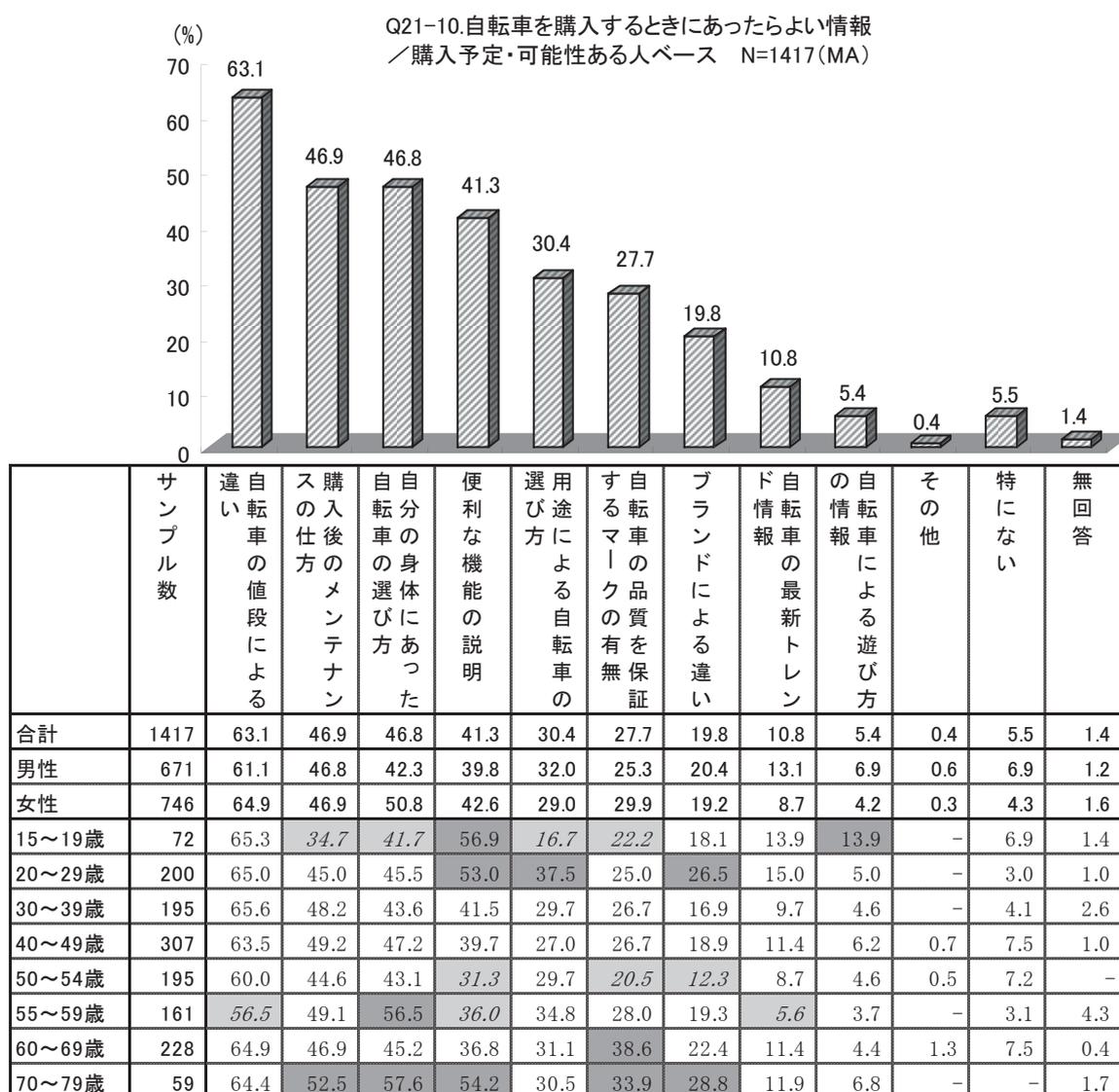
次いで、「購入後のメンテナンス」と「身体にあつた自転車の選び方」と続く。

男性に比べ女性では、「身体にあつた自転車の選び方」が若干高い傾向がみられる。

年齢では、70代の年輩層では、「メンテナンス」「身体にあつた選び方」「機能の説明」「品質マーク」等々求める情報量が多い。購入に際しては、じっくりと検討する様子が見られる。

また、60代、70代では、「品質を保証するマークの有無」も高くみられ、品質を保証するマークが購入に影響を与えると考えられる。

一方、10代、20代の若い世代では、「便利な機能の説明」が53～57%と高い。



注) 合計を基準に、±5.0%で有意性があるとみてセルに色付けしている。

単位:%