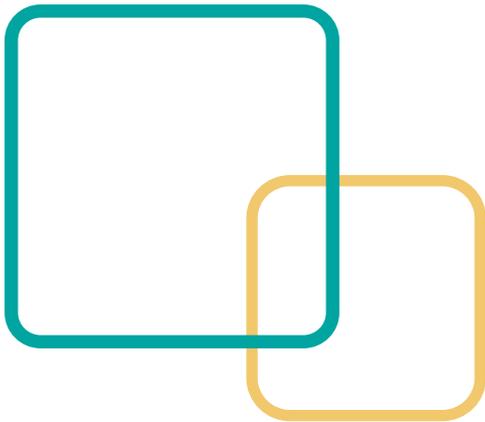


自転車購入動向調査 2022年4月～6月





目次

	page
第1章 調査設計の概要	
§1 調査設計の概要	p.4
第2章 調査結果の概要	
§1 自転車購入の概要	p.9
1. 自転車購入台数	p.10
2. 主使用者属性	p.11
3. 購入した車種	p.12
4. 自転車の購入時期	p.17
5. 購入価格	p.21
6. 購入した目的・用途	p.25
7. 購入先	p.32
8. 購入先選定理由	p.37
9. 追加購入したオプションの種類	p.42



第1章 調査設計の概要



§1 調査設計の概要

§ 1 調査設計の概要

調査方法

Web調査

調査対象

全国

調査時期

2022年9月1日（木）～ 9月8日（木）

調査回収数

1,000世帯

補正後サンプルサイズ 購入自転車台数 1,178台

把握内容：購入自転車の使用者属性、用途、価格などを把握

集計結果についての注意点

本報告書の集計結果は母集団補正集計のため、小数点付きデータであり、四捨五入で表記されている。
その結果、表記上の数値と計算値、n数合計値が一致しない場合がある。

§ 1 調査設計の概要

本調査

令和2年国勢調査結果の世帯数を元に、世帯人数別に構成比率を算出した。

R2国勢調査 母集団世帯数

ブロック名	同居人数				
	1人	2人	3人	4人以上	合計
北海道・東北	2,169,582	1,787,965	994,107	1,018,847	5,970,501
関東	8,259,997	5,372,596	3,284,273	3,215,456	20,132,322
中部・北陸	2,878,355	2,435,006	1,544,085	1,829,044	8,686,490
近畿	3,793,254	2,830,869	1,631,746	1,708,496	9,964,365
中国・四国・九州・沖縄	4,049,854	3,230,152	1,775,302	1,895,963	10,951,271
全国	21,151,042	15,656,588	9,229,513	9,667,806	55,704,949

R2国勢調査 母集団世帯数 構成比率

ブロック名	同居人数				
	1人	2人	3人	4人以上	合計
北海道・東北	3.9%	3.2%	1.8%	1.8%	10.7%
関東	14.8%	9.6%	5.9%	5.8%	36.1%
中部・北陸	5.2%	4.4%	2.8%	3.3%	15.6%
近畿	6.8%	5.1%	2.9%	3.1%	17.9%
中国・四国・九州・沖縄	7.3%	5.8%	3.2%	3.4%	19.7%
全国	38.0%	28.1%	16.6%	17.4%	100.0%

§ 1 調査設計の概要

算出した構成比率を元にサンプルサイズ1,000人の場合の推定値を算出した。

R2国勢調査 母集団世帯数 構成比率

ブロック名	同居人数				合計
	1人	2人	3人	4人以上	
北海道・東北	3.9%	3.2%	1.8%	1.8%	10.7%
関東	14.8%	9.6%	5.9%	5.8%	36.1%
中部・北陸	5.2%	4.4%	2.8%	3.3%	15.6%
近畿	6.8%	5.1%	2.9%	3.1%	17.9%
中国・四国・九州・沖縄	7.3%	5.8%	3.2%	3.4%	19.7%
全国	38.0%	28.1%	16.6%	17.4%	100.0%

本調査 1000人推定値

ブロック名	同居人数				合計
	1人	2人	3人	4人以上	
北海道・東北	39	32	18	18	107
関東	148	96	59	58	361
中部・北陸	52	44	28	33	156
近畿	68	51	29	31	179
中国・四国・九州・沖縄	73	58	32	34	197
全国	380	281	166	174	1,000

§ 1 調査設計の概要

1,000人の場合の推定値を本調査の調査値で割り、ウエイト値を算出した。
各サンプルのデータに算出されたウエイト値を乗じて集計する。

本調査 1000人推定値

ブロック名	同居人数				
	1人	2人	3人	4人以上	合計
北海道・東北	39	32	18	18	107
関東	148	96	59	58	361
中部・北陸	52	44	28	33	156
近畿	68	51	29	31	179
中国・四国・九州・沖縄	73	58	32	34	197
全国	380	281	166	174	1,000

本調査 1000人調査値

ブロック名	同居人数				
	1人	2人	3人	4人以上	合計
北海道・東北	39	21	25	22	107
関東	148	82	77	54	361
中部・北陸	52	28	35	41	156
近畿	68	40	29	42	179
中国・四国・九州・沖縄	73	36	39	49	197
全国	380	207	205	208	1,000

本調査 ウエイト値

ブロック名	同居人数				
	1人	2人	3人	4人以上	合計
北海道・東北	0.999	1.528	0.714	0.831	1.002
関東	1.002	1.176	0.766	1.069	1.001
中部・北陸	0.994	1.561	0.792	0.801	1.000
近畿	1.001	1.270	1.010	0.730	0.999
中国・四国・九州・沖縄	0.996	1.611	0.817	0.695	0.998
全国	0.999	1.358	0.808	0.834	1.000



第2章 調査結果の概要



§1 自転車購入の概要

1. 自転車購入台数

1,000世帯の購入台数は1,178台である。
以下の解析は 購入自転車についての使用者属性、用途、価格などを把握する。

Q1.2022年4月1日～6月30日の期間中にあなたもしくはあなたのご家族（同一世帯）は自転車（新車・中古車含む）を何台購入しましたか。（S A）

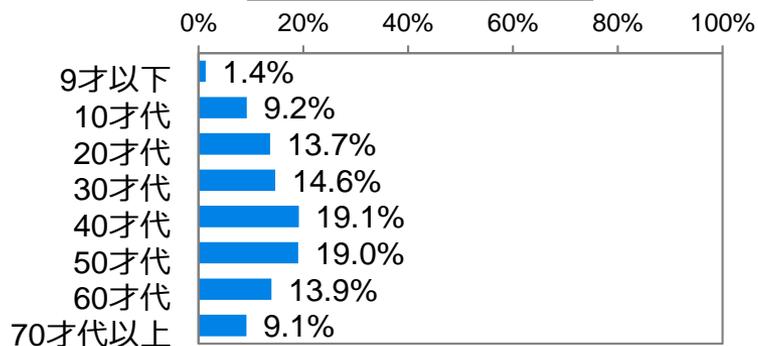
台数	世帯数	補正購入台数 (整数値)	補正購入台数
1台	866	866	865.50
2台	102	204	204.00
3台	21	64	63.86
4台以上	11	45	45.06
合計	1,000	1,178	1,178.36

※補正購入台数（整数値）は小数点以下を四捨五入して1,178台とした。

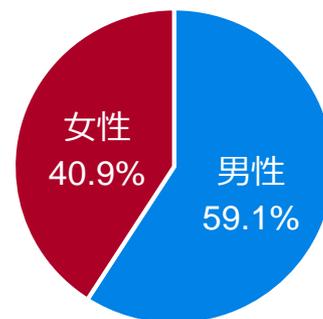
2. 主使用者属性

購入した自転車について主な使用者の属性を調べた。
「男性」59.1%、「世帯主」が57.7%で最も多い。

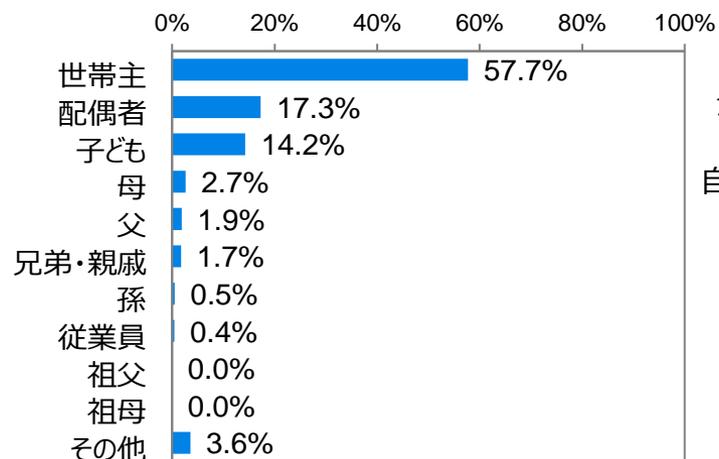
年齢別 (n=1,178)



性別 (n=1,178)

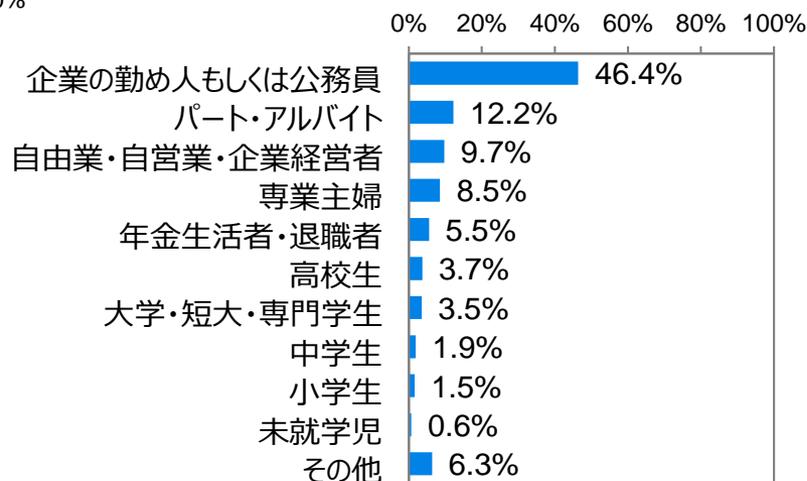


続柄別 (n=1,178)



※世帯主から見た続柄を回答

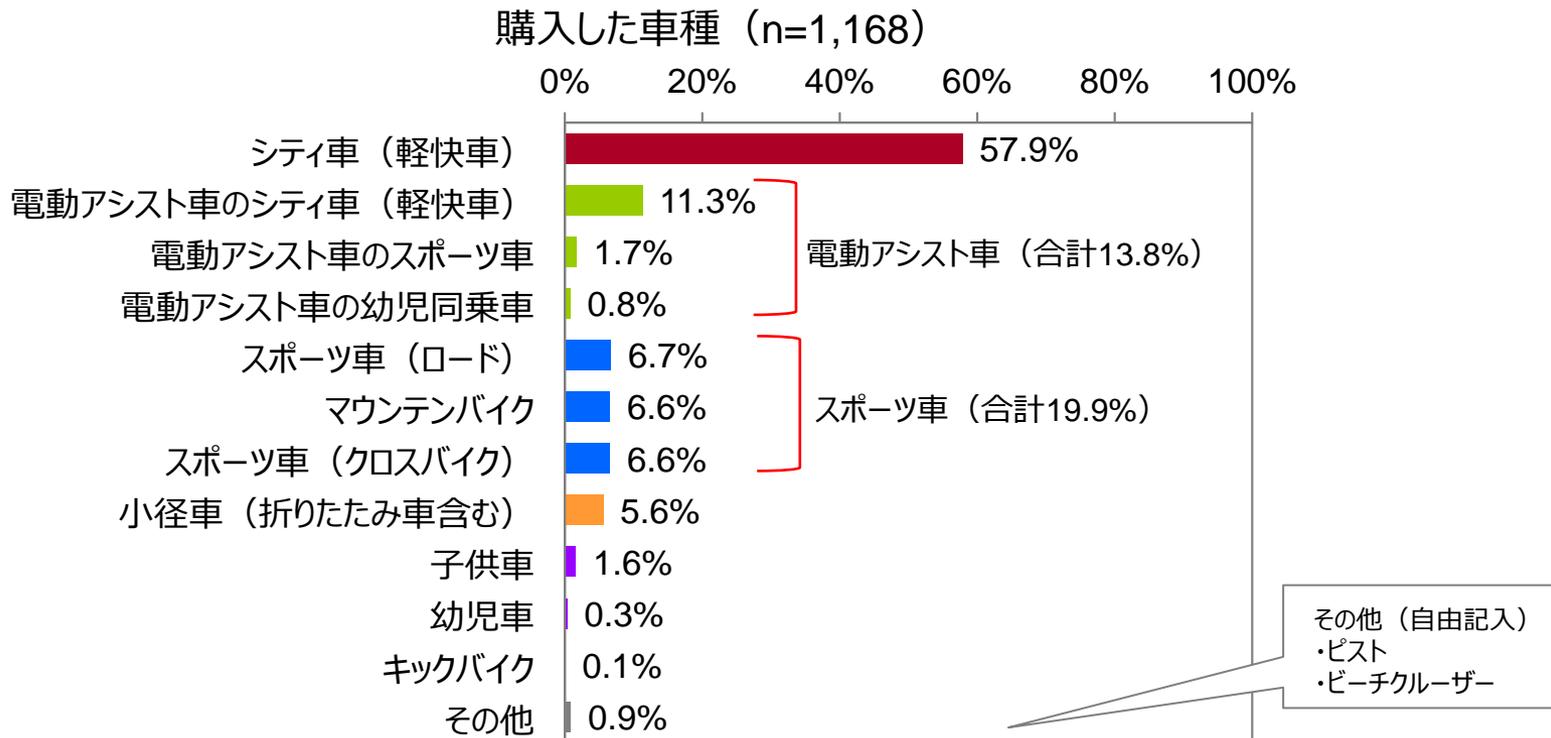
職業・教育期別 (n=1,178)



3. 購入した車種

購入した自転車1,168台について調べた。（矛盾回答 n = 10を除く）
最も多い車種は「シティ車（軽快車）」で57.9%と約半数を占めている。
電動アシスト車の合計は13.8%で「電動アシスト車のシティ車（軽快車）」が多くを占めている。
スポーツ車の合計は19.9%を占めている。

Q5～Q8.購入した自転車等の種類はどれですか。（S A）



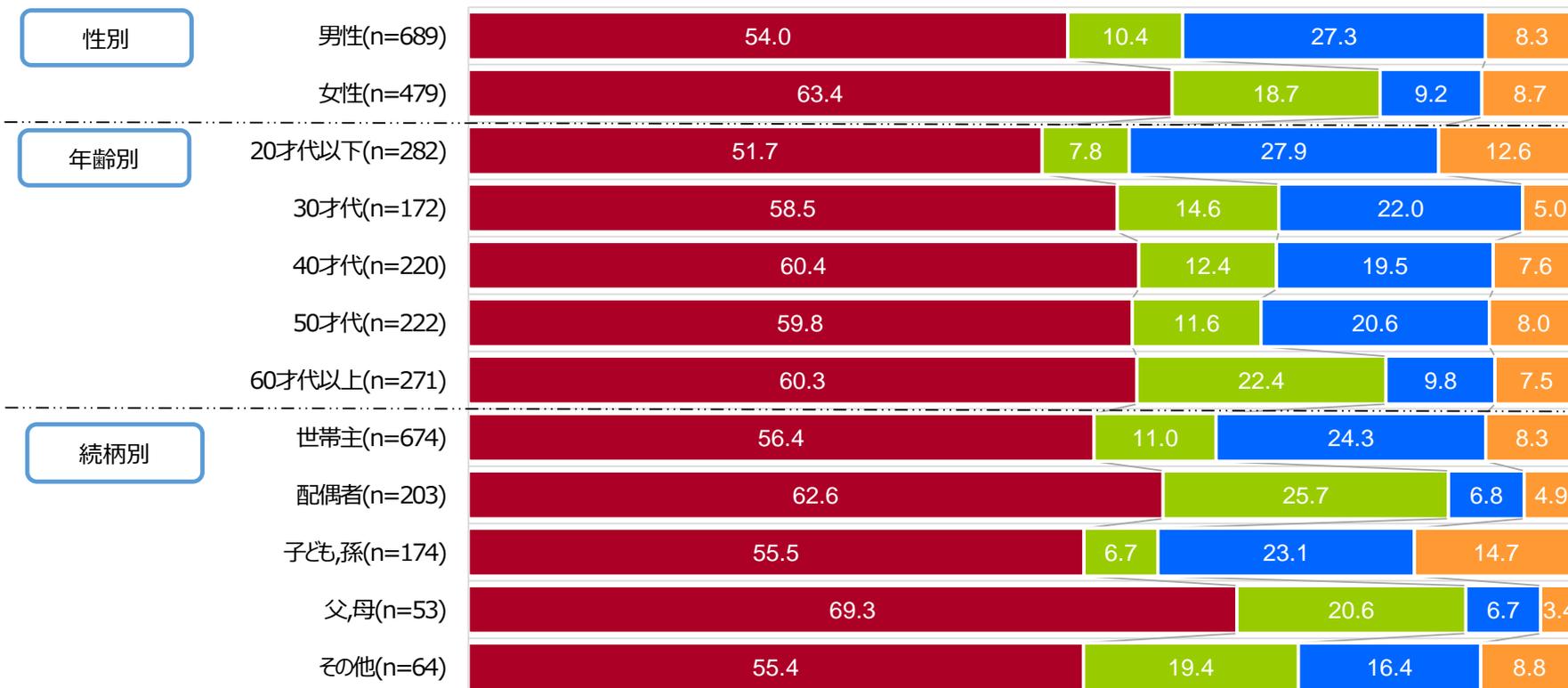
※矛盾回答 n=10を除く

3. 購入した車種 性別/年齢別/続柄別

シティ車（軽快車）の主な使用者の性別では「女性」63.4%、続柄別では「父、母」69.3%が多い。電動アシスト車の主な使用者の年齢別では「60才代以上」22.4%、続柄別では「配偶者」25.7%が多い。スポーツ車の主な使用者の性別では「男性」27.3%、年齢別では「20才代以下」27.9%が多い。

自転車の種類（n=1,168）

■ シティ車（軽快車） ■ 電動アシスト車 ■ スポーツ車 ■ その他

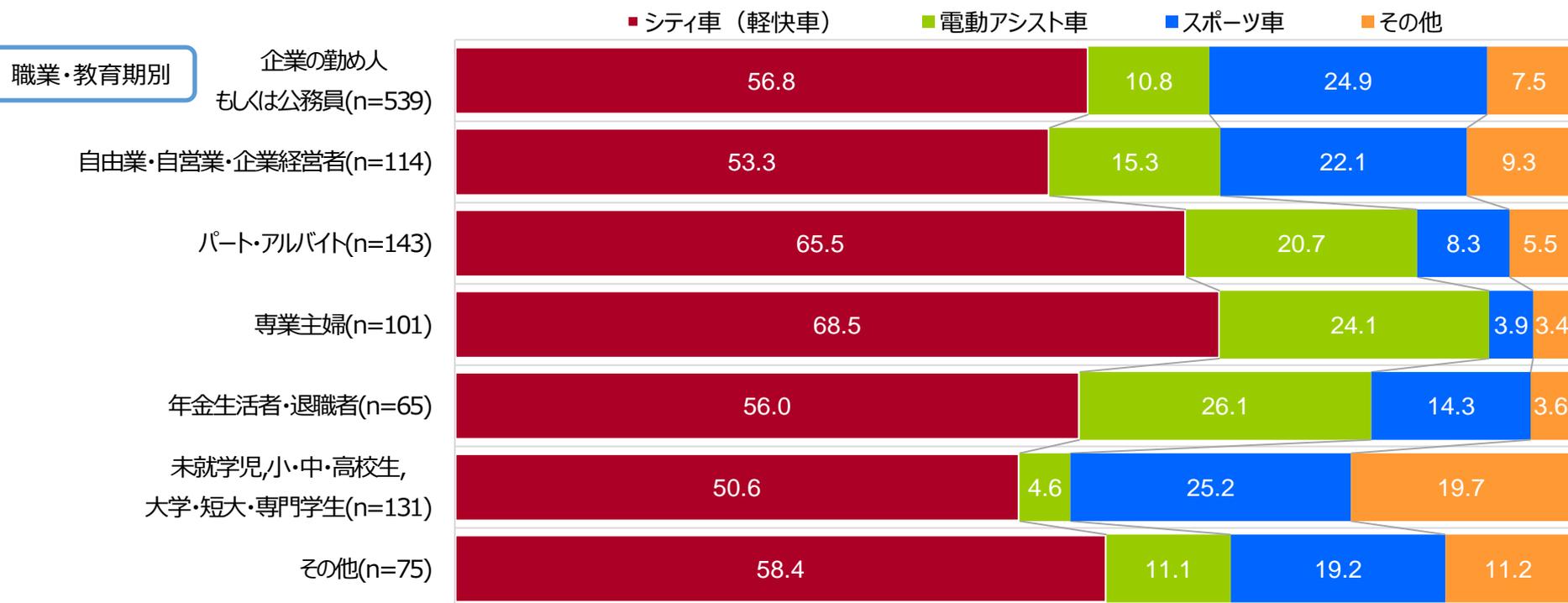


※矛盾回答 n=10を除く

3. 購入した車種 職業・教育期別

シティ車（軽快車）の主な使用者の職業・教育期別では「専業主婦」68.5%が多く、電動アシスト車の主な使用者の職業・教育期別では「年金生活者・退職者」26.1%が多い。

自転車の種類（n=1,168）



※矛盾回答 n=10を除く

3. 購入した車種 エリア別/世帯年収別

シティ車（軽快車）を購入した世帯の世帯年収別では、「400万円以上600万円未満」64.9%が多い。スポーツ車を購入した世帯のエリア別では「中国・四国・九州」27.5%が多い。

自転車の種類（n=1,168）

■ シティ車（軽快車） ■ 電動アシスト車 ■ スポーツ車 ■ その他

エリア別



世帯年収別



※矛盾回答 n=10を除く

3. 購入した車種 主な使用者属性別

(横%)

		自転車の種類											n	
		シティ車 (軽快車)	電動アシ スト車の シティ車 (軽快車)	電動アシ スト車の スポーツ 車	電動アシ スト車の 幼児同 乗車	スポーツ 車(ロー ド)	マウンテン バイク	スポーツ 車(クロ スパイク)	小径車 (折りた たみ車含 む)	子供車	幼児車	キックバイ ク		その他
全体		57.9	11.3	1.7	0.8	6.7	6.6	6.6	5.6	1.6	0.3	0.1	0.9	1,168
性別	男性	54.0	7.6	2.3	0.5	9.7	9.2	8.4	5.8	1.2	0.3	0.1	1.0	689
	女性	63.4	16.7	0.9	1.1	2.4	2.8	4.0	5.4	2.2	0.5	0.0	0.6	479
年齢別	20才代以下	51.7	4.6	2.5	0.7	10.5	8.9	8.4	4.2	6.3	1.4	0.3	0.4	282
	30才代	58.5	11.7	1.3	1.6	8.6	7.7	5.7	4.4	0.0	0.0	0.0	0.6	172
	40才代	60.4	9.7	1.9	0.8	5.4	6.7	7.4	7.6	0.0	0.0	0.0	0.0	220
	50才代	59.8	9.7	1.1	0.8	6.1	6.5	7.9	6.7	0.4	0.0	0.0	0.9	222
	60才代以上	60.3	20.7	1.4	0.3	3.1	3.4	3.4	5.2	0.0	0.0	0.0	2.3	271
続柄別	世帯主	56.4	9.3	1.2	0.5	7.7	8.6	8.1	7.3	0.0	0.0	0.0	1.0	674
	配偶者	62.6	21.8	2.2	1.6	4.4	0.8	1.5	3.2	0.4	0.0	0.0	1.3	203
	子ども,孫	55.5	5.1	1.0	0.6	7.1	8.1	8.0	2.9	9.2	2.3	0.4	0.0	174
	父,母	69.3	16.4	2.8	1.3	1.4	2.0	3.3	1.5	0.0	0.0	0.0	1.9	53
	その他	55.4	12.3	5.5	1.6	7.4	3.5	5.6	5.9	2.8	0.0	0.0	0.0	64
職業・教育 期別	企業の勤め人もしくは公務員	56.8	8.4	1.8	0.6	8.3	9.2	7.4	6.8	0.1	0.0	0.0	0.6	539
	自由業・自営業・企業経営者	53.3	11.7	3.6	0.0	7.5	7.4	7.1	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	114
	パート・アルバイト	65.5	17.7	0.5	2.5	3.6	1.0	3.7	3.0	0.0	0.0	0.0	2.5	143
	専業主婦	68.5	21.1	2.3	0.8	2.4	0.0	1.5	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	101
	年金生活者・退職者	56.0	23.8	1.2	1.1	1.8	5.9	6.6	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	65
	未就学児,小・中・高校生	49.2	2.0	1.1	0.0	5.2	6.9	9.0	1.8	19.7	4.3	0.8	0.0	90
	大学・短大・専門学生	53.6	7.9	0.0	0.0	13.8	7.1	13.4	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	40
	その他	58.4	8.7	1.1	1.3	8.0	5.9	5.3	6.5	0.0	0.0	0.0	4.8	75
エリア別	北海道・東北	60.7	5.0	1.3	0.6	3.0	8.4	9.6	4.2	5.2	1.1	0.0	0.8	128
	関東	59.7	13.5	1.3	0.8	6.2	5.7	5.1	6.6	0.6	0.0	0.2	0.5	411
	中部・北陸	55.1	9.9	3.5	0.8	4.9	6.9	7.7	6.1	2.5	0.4	0.0	2.1	193
	近畿	59.0	16.9	0.4	1.5	6.7	5.6	4.7	3.9	0.0	0.5	0.0	1.0	207
	中国・四国・九州	54.3	7.2	2.2	0.3	11.3	7.8	8.3	5.8	2.1	0.3	0.0	0.4	230
世帯年収別	200万円未満	62.1	6.7	3.3	0.7	6.3	6.7	4.2	7.3	0.0	0.0	0.0	2.7	96
	200万円以上400万円未満	55.0	14.7	1.0	0.3	3.4	6.7	5.8	8.1	2.4	0.0	0.0	2.7	242
	400万円以上600万円未満	64.9	8.4	0.9	0.0	5.9	6.5	6.5	5.3	1.3	0.3	0.0	0.0	234
	600万円以上800万円未満	53.9	11.3	1.2	0.5	10.2	7.1	7.6	5.4	1.7	0.5	0.5	0.0	145
	800万円以上	49.4	13.6	3.0	0.9	9.3	7.5	9.3	4.6	1.7	0.7	0.0	0.0	234
	答えたくない	63.5	10.4	1.5	2.2	6.4	5.0	4.9	3.6	1.5	0.4	0.0	0.5	217

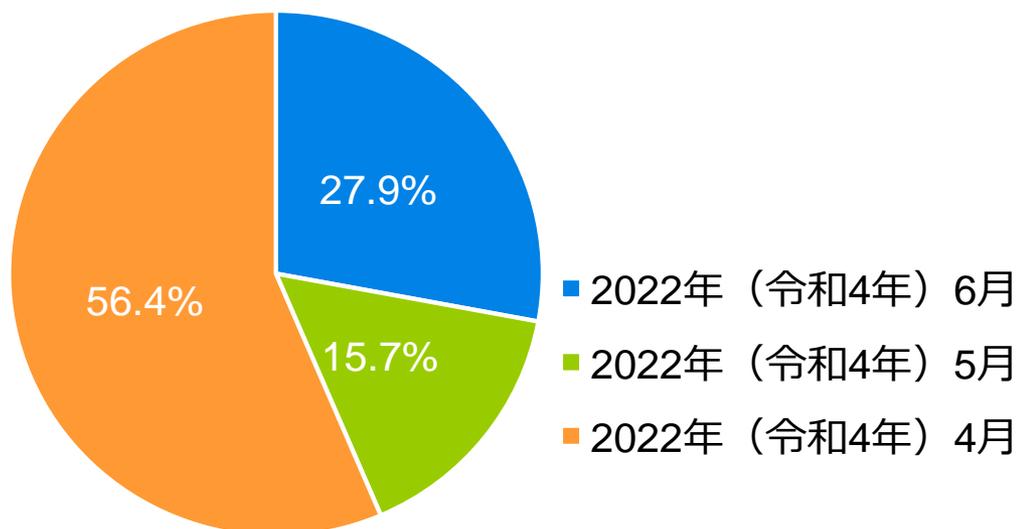
※矛盾回答 n=10を除く

4. 自転車の購入時期

自転車の購入時期は、「2022年（令和4年）4月」が56.4%で最も高い。

Q9.（2022年（令和4年）4月1日～6月30日）の期間中に購入された自転車は以下のどの月に購入しましたか。（S A）

自転車の購入時期（n=1,178）



4. 自転車の購入時期 性別/年齢別/続柄別

自転車の購入時期が「2022年（令和4年）4月」の主な使用者の年齢別では「60才以上」67.5%、続柄別では「子ども、孫」63.3%、「父、母」63.1%が多い。

購入時期（n=1,178）

■ 2022年（令和4年）6月 ■ 2022年（令和4年）5月 ■ 2022年（令和4年）4月

性別

男性(n=696)



女性(n=482)

年齢別

20才代以下(n=286)

30才代(n=172)

40才代(n=225)

50才代(n=224)

60才代以上(n=271)



続柄別

世帯主(n=680)

配偶者(n=203)

子ども、孫(n=174)

父、母(n=53)

その他(n=67)

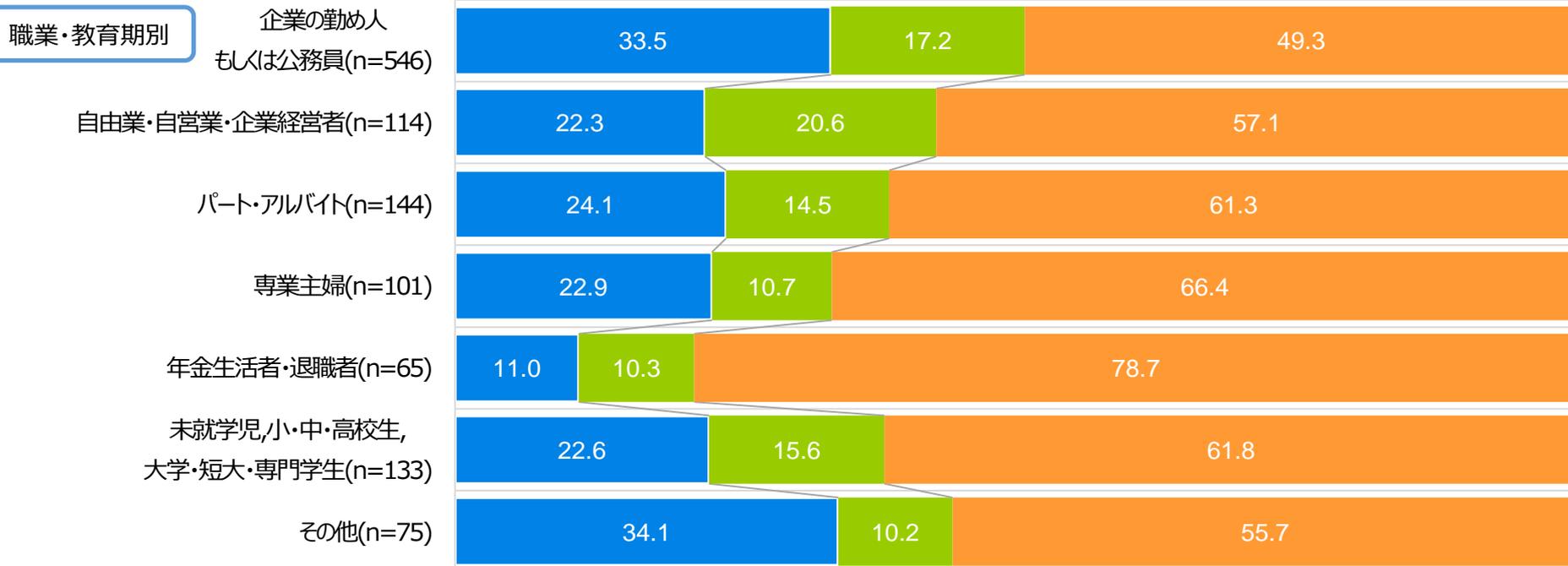


4. 自転車の購入時期 職業・教育期別

自転車の購入時期が「2022年（令和4年）4月」の主な使用者の職業・教育期別では「年金生活者・退職者」78.7%が多い。

購入時期（n=1,178）

■ 2022年（令和4年）6月 ■ 2022年（令和4年）5月 ■ 2022年（令和4年）4月

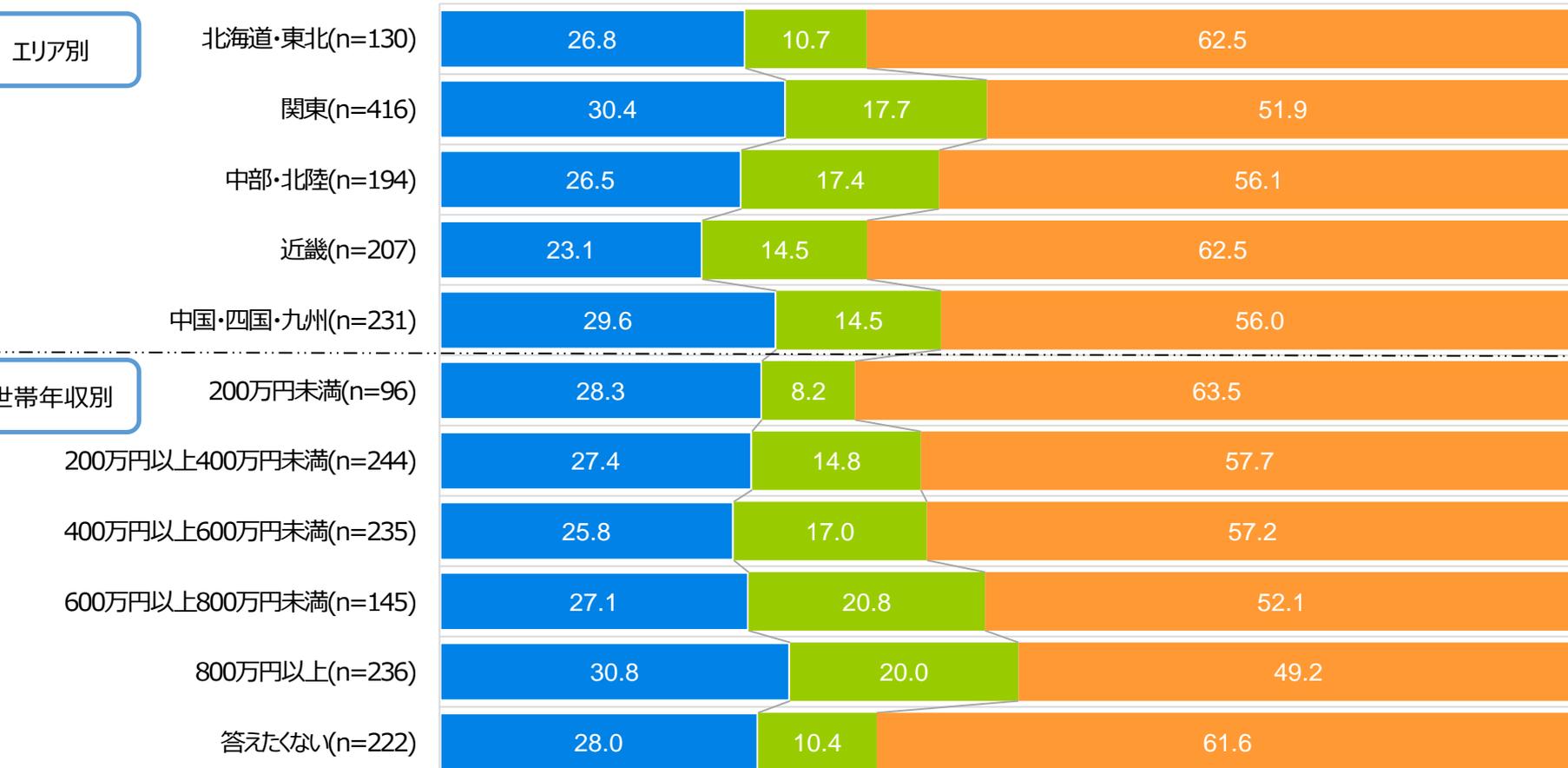


4. 自転車の購入時期 エリア別/世帯年収別

自転車の購入時期が「2022年（令和4年）4月」の世帯のエリア別では「北海道・東北」「近畿」が62.5%と多く、世帯年収別では「200万円未満」63.5%が多い。

購入時期（n=1,178）

■ 2022年（令和4年）6月 ■ 2022年（令和4年）5月 ■ 2022年（令和4年）4月



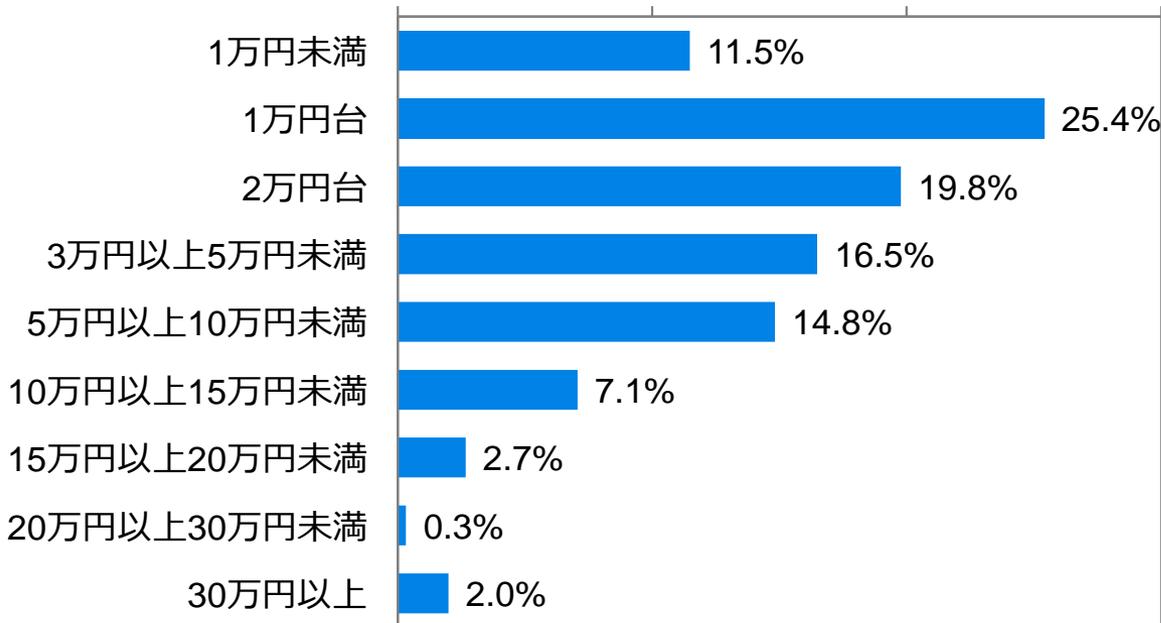
5. 購入価格

購入した自転車の価格は、「1万円台」が25.4%で最も高く、次いで、「2万円台」が19.8%、「3万円以上5万円未満」が16.5%と続く。平均購入価格は4.83万円である。

Q21.購入された自転車の購入価格はいくらぐらいでしたか。(S A)

購入価格 (n=1,178) 平均 4.83万円

0% 10% 20% 30%



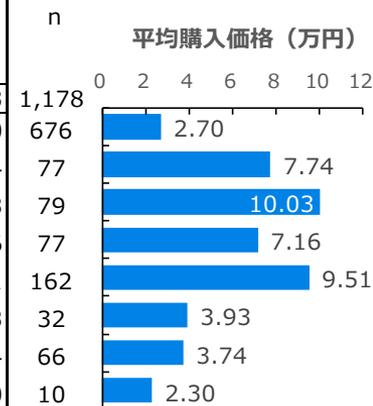
カテゴリー名	階級値
1万円未満	0.5
1万円台	1.5
2万円台	2.5
3万円以上5万円未満	4.0
5万円以上10万円未満	7.5
10万円以上15万円未満	12.5
15万円以上20万円未満	17.5
20万円以上30万円未満	25.0
30万円以上	35.0

5. 購入価格 自転車の種類別

自転車の購入平均価格の種類別では「スポーツ車（ロード）」が10.03万円で最も高く、次いで「電動アシスト車」9.51万円と続く。

(横%)

	購入価格										平均購入価格 (万円)	n
	1万円未満	1万円台	2万円台	3万円以上5万円未満	5万円以上10万円未満	10万円以上15万円未満	15万円以上20万円未満	20万円以上30万円未満	30万円以上	平均購入価格 (万円)		
全体	11.5	25.4	19.8	16.5	14.8	7.1	2.7	0.3	2.0	4.83	1,178	
自転車の種類別												
シティ車（軽快車）	14.8	36.0	24.7	17.3	5.6	0.7	0.3	0.0	0.6	2.70	676	
マウンテンバイク	8.6	6.4	18.2	27.9	21.3	5.5	2.8	0.0	9.3	7.74	77	
スポーツ車（ロード）	4.7	8.9	15.1	12.7	30.3	6.9	9.3	0.0	12.1	10.03	79	
スポーツ車（クロスバイク）	5.5	5.6	11.0	20.8	42.2	8.4	3.2	0.0	3.3	7.16	77	
電動アシスト車	4.4	5.2	3.7	6.1	32.8	36.5	10.2	1.1	0.0	9.51	162	
子供車,幼児車,キックバイク	11.2	22.2	25.1	25.6	10.3	2.4	0.0	3.3	0.0	3.93	32	
小径車（折りたたみ車含む）	11.6	35.5	18.9	14.5	12.3	4.2	1.5	1.5	0.0	3.74	66	
その他	19.7	9.9	50.7	19.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.30	10	



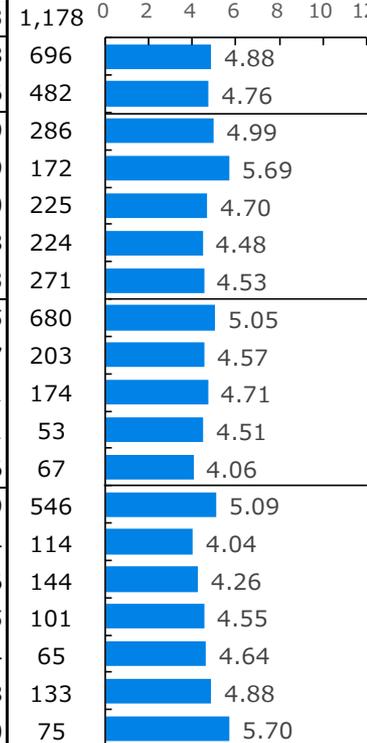
5. 購入価格 性別/年齢別/続柄別/職業・教育期別

自転車の購入平均価格の主な使用者の年齢別では「30才代」が5.69万円と高い。

(横%)

		購入価格									平均購入価格 (万円)	n
		1万円未満	1万円台	2万円台	3万円以上5万円未満	5万円以上10万円未満	10万円以上15万円未満	15万円以上20万円未満	20万円以上30万円未満	30万円以上		
全体		11.5	25.4	19.8	16.5	14.8	7.1	2.7	0.3	2.0	4.83	1,178
性別	男性	13.0	23.4	18.8	16.7	16.6	6.6	2.3	0.3	2.3	4.88	696
	女性	9.3	28.3	21.1	16.1	12.2	7.8	3.2	0.4	1.6	4.76	482
年齢別	20才代以下	7.4	24.6	21.2	22.4	15.4	3.3	1.9	0.7	3.0	4.99	286
	30才代	13.0	19.5	21.5	15.2	15.3	6.7	5.1	0.0	3.7	5.69	172
	40才代	11.3	28.1	17.7	15.9	14.9	7.0	3.3	0.4	1.3	4.70	225
	50才代	16.4	25.4	15.5	14.8	18.7	5.9	1.3	0.3	1.7	4.48	224
	60才代以上	10.9	27.8	22.3	13.0	10.6	12.3	2.6	0.0	0.6	4.53	271
続柄別	世帯主	13.1	26.0	18.1	15.7	14.8	6.5	2.4	0.4	3.1	5.05	680
	配偶者	9.3	25.1	21.0	16.6	12.8	13.1	2.1	0.0	0.0	4.57	203
	子ども、孫	4.6	19.3	24.4	25.1	20.0	2.9	2.2	0.0	1.5	4.71	174
	父、母	15.8	34.7	10.4	9.0	15.7	8.0	6.4	0.0	0.0	4.51	53
	その他	16.3	28.8	28.1	7.6	7.2	4.8	5.7	1.6	0.0	4.06	67
職業・教育期別	企業の勤め人もしくは公務員	9.9	25.7	18.3	17.3	17.6	5.3	3.0	0.3	2.7	5.09	546
	自由業・自営業・企業経営者	13.9	28.7	18.4	17.3	8.0	12.0	1.6	0.0	0.0	4.04	114
	パート・アルバイト	11.6	32.6	22.4	9.6	10.5	9.8	2.3	0.7	0.5	4.26	144
	専業主婦	15.5	22.0	18.3	18.1	10.4	11.6	4.2	0.0	0.0	4.55	101
	年金生活者・退職者	14.6	21.8	25.7	7.1	12.2	17.0	1.5	0.0	0.0	4.64	65
	未就学児、小・中・高校生、大学・短大・専門学生	3.5	18.0	25.9	28.1	18.3	1.3	2.2	0.8	2.0	4.88	133
	その他	25.0	25.3	13.8	7.9	15.3	2.4	2.7	0.0	7.5	5.70	75

平均購入価格 (万円)



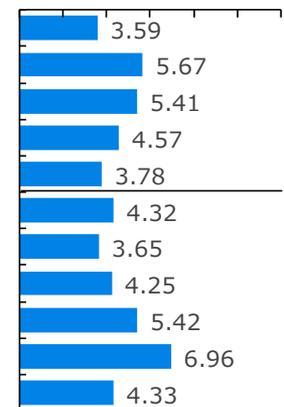
5. 購入価格 エリア別/世帯年収別

自転車の購入平均価格は購入した世帯のエリア別では「関東」が5.67万円と高く、世帯年収別では「800万円以上」6.96万円が高い。

(横%)

		購入価格										n
		1万円未満	1万円台	2万円台	3万円以上5万円未満	5万円以上10万円未満	10万円以上15万円未満	15万円以上20万円未満	20万円以上30万円未満	30万円以上	平均購入価格(万円)	
全体		11.5	25.4	19.8	16.5	14.8	7.1	2.7	0.3	2.0	4.83	1,178
エリア別	北海道・東北	12.9	24.1	30.6	16.5	9.9	3.8	1.4	0.0	0.8	3.59	130
	関東	10.1	24.2	18.3	17.2	15.9	6.3	3.4	0.9	3.7	5.67	416
	中部・北陸	9.9	23.9	17.7	15.9	18.4	7.9	3.8	0.0	2.5	5.41	194
	近畿	12.4	28.0	18.2	15.9	10.9	10.9	2.8	0.0	1.0	4.57	207
	中国・四国・九州	13.8	27.2	19.4	16.2	16.2	6.2	1.0	0.0	0.0	3.78	231
世帯年収別	200万円未満	25.6	34.5	15.0	8.1	5.5	5.3	1.0	0.0	4.9	4.32	96
	200万円以上400万円未満	11.0	31.6	22.2	14.1	14.2	5.3	1.5	0.0	0.0	3.65	244
	400万円以上600万円未満	7.9	29.2	23.2	19.1	11.5	4.6	3.4	0.0	1.2	4.25	235
	600万円以上800万円未満	6.4	20.9	17.3	18.3	22.0	9.5	5.0	0.0	0.5	5.42	145
	800万円以上	7.1	12.0	17.9	22.8	19.6	11.6	3.3	1.2	4.5	6.96	236
	答えたくない	17.7	27.8	19.0	12.1	13.3	5.8	1.7	0.5	2.1	4.33	222

平均購入価格(万円)



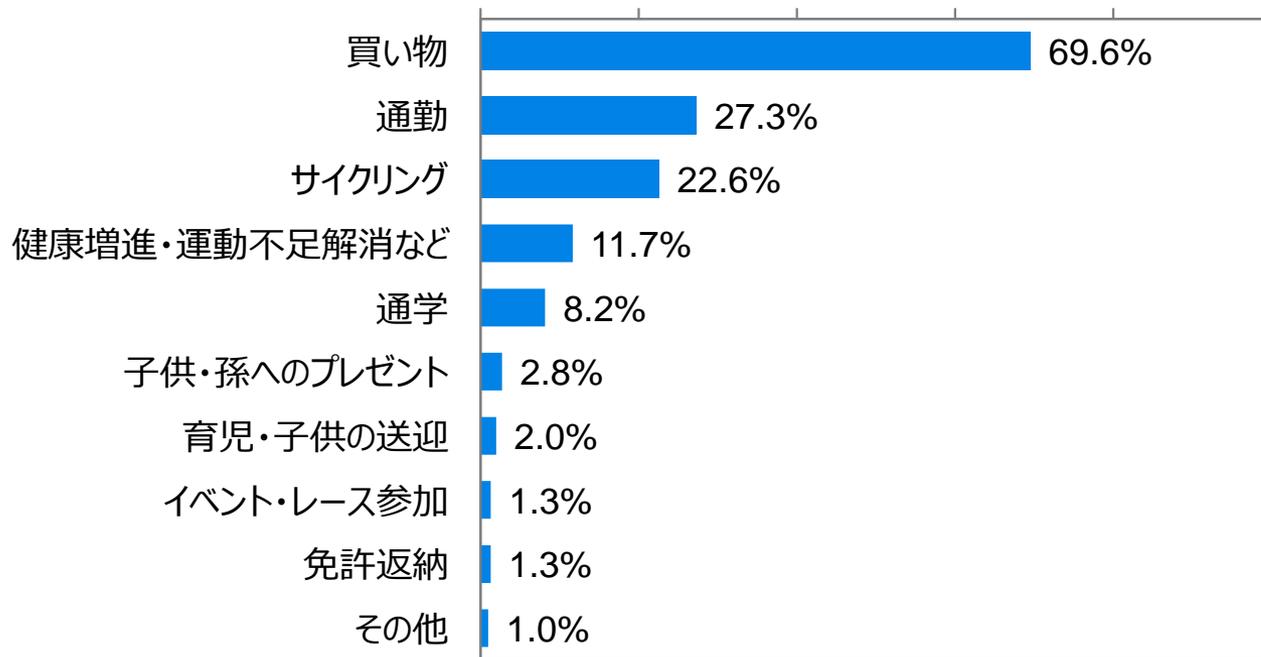
6. 購入した目的・用途

自転車を購入した目的・用途は、「買い物」が69.6%で最も高く、次いで、「通勤」が27.3%、「サイクリング」が22.6%と続く。

Q18.購入した自転車の購入目的・用途についてそれぞれお知らせください。（MA）

購入した目的・用途（n=1,178）

0% 20% 40% 60% 80% 100%

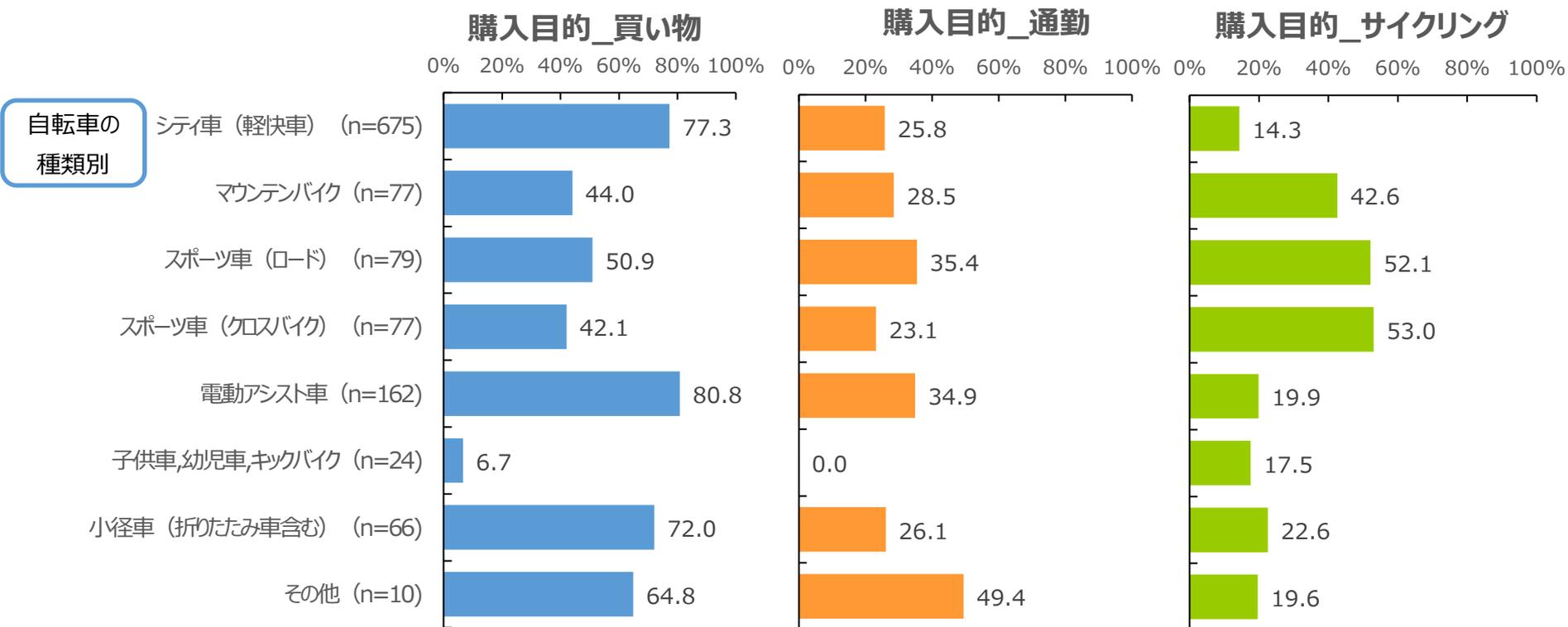


その他（自由記入）

- ・外出時、最寄駅まで行く 外出時に駅まで行く
- ・通院
- ・近所への用足し
- ・バイト
- ・大学合格祝い
- ・用事先
- ・金融機関への足として
- ・自動車に積載し旅先での軽移動手段に活用
- ・訪問介護
- ・車に積んで
- ・近場に行く時

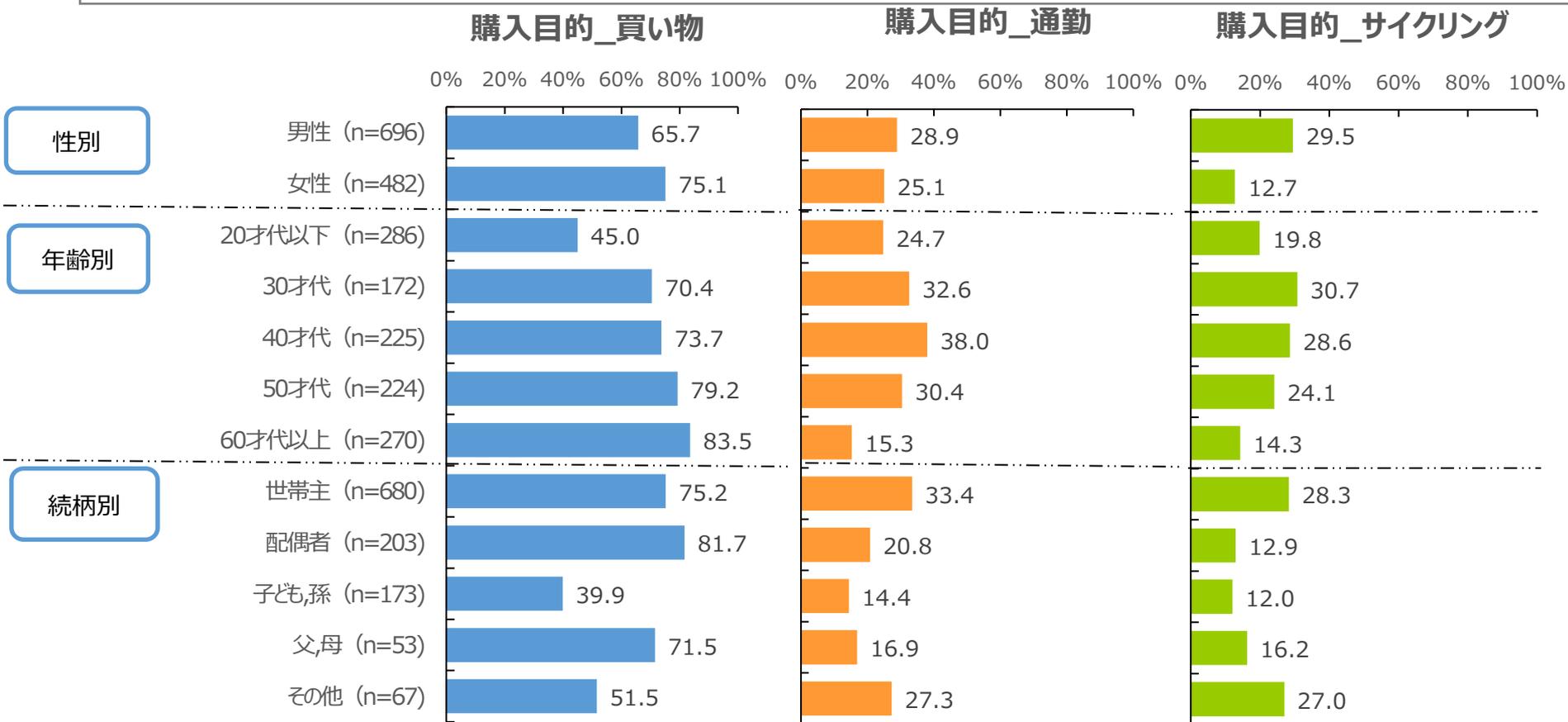
6. 購入した目的・用途 自転車の種類別

自転車を購入した目的・用途が「買い物」の自転車の種類別では「電動アシスト車」80.8%、「サイクリング」が目的・用途の自転車の種類別では「スポーツ車（クロスバイク）」53.0%、「スポーツ車（ロード）」52.1%が多い。



6. 購入した目的・用途 性別/年齢別/続柄別

自転車を購入した目的・用途が「買い物」の主な使用者の性別では「女性」75.1%、年齢別では「60才代以上」83.5%、続柄別では「配偶者」81.7%が多い。
「通勤」の主な使用者の年齢別では「40才代」38.0%、続柄別では「世帯主」33.4%が多い。



6. 購入した目的・用途 職業・教育期別

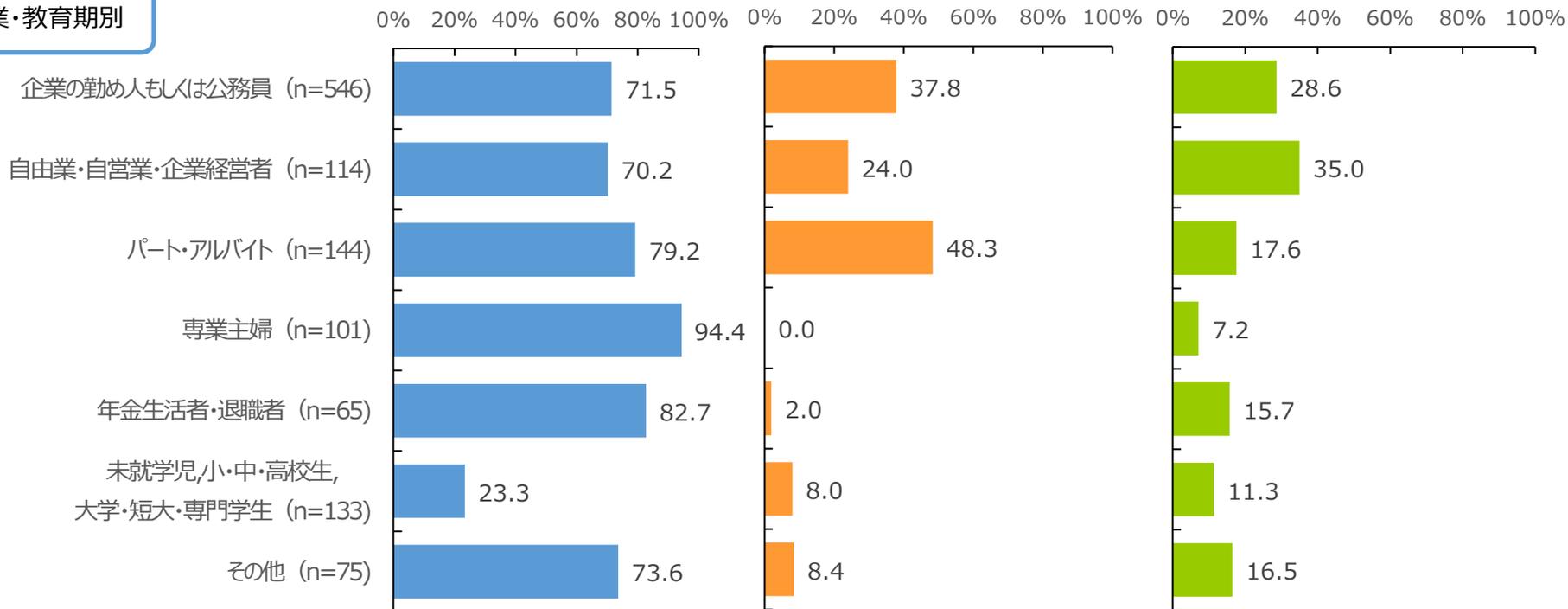
自転車を購入した目的・用途が「買い物」の主な使用者の職業・教育期別では「専業主婦」が94.4%と多く、「通勤」の主な使用者の職業・教育期別では「パート・アルバイト」48.3%が多い。

職業・教育期別

購入目的_買い物

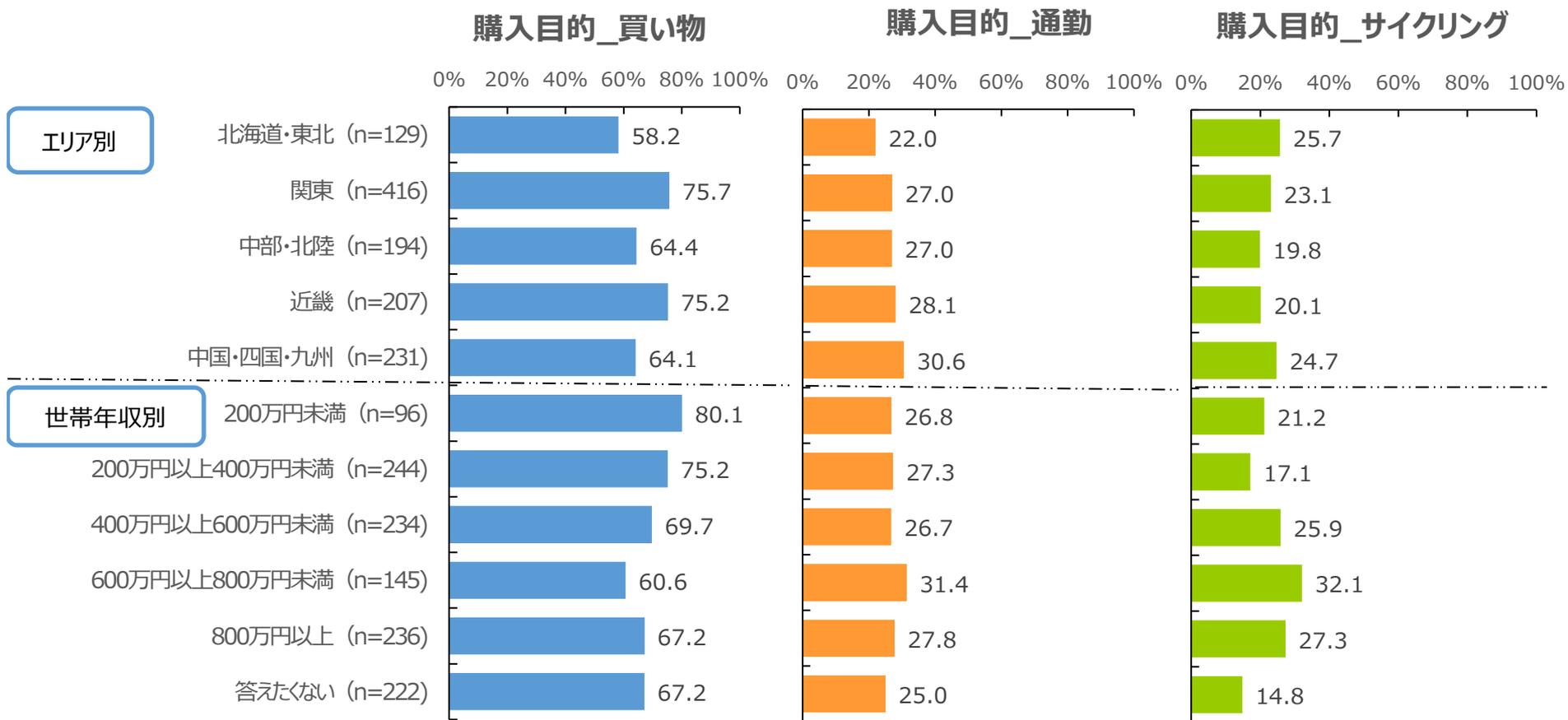
購入目的_通勤

購入目的_サイクリング



6. 購入した目的・用途 エリア別/世帯年収別

自転車を購入した目的・用途が「買い物」の世帯のエリア別では「関東」75.7%「近畿」75.2%が多く、世帯年収別では「200万円未満」80.1%が多い。



6. 購入した目的・用途 主な使用者属性別①

(横%)

		購入目的・用途										n
		買い物	通勤	サイクリング	健康増進・運動不足解消など	通学	子供・孫へのプレゼント	育児・子供の送迎	イベント・レース参加	免許返納	その他	
全体		69.6	27.3	22.6	11.7	8.2	2.8	2.0	1.3	1.3	1.0	1,178
自転車の種類別	シティ車（軽快車）	77.3	25.8	14.3	8.3	8.5	1.3	1.4	0.4	0.9	1.2	675
	マウンテンバイク	44.0	28.5	42.6	15.7	12.3	2.0	1.0	2.6	1.0	0.0	77
	スポーツ車（ロード）	50.9	35.4	52.1	11.0	8.3	1.0	1.0	4.8	2.4	1.0	79
	スポーツ車（クロスバイク）	42.1	23.1	53.0	25.4	18.3	0.0	3.0	3.5	0.0	0.0	77
	電動アシスト車	80.8	34.9	19.9	14.9	4.0	1.7	4.8	1.9	4.0	0.8	162
	子供車,幼児車,キックバイク	6.7	0.0	17.5	6.3	6.6	76.7	0.0	0.0	0.0	0.0	24
	小径車（折りたたみ車含む）	72.0	26.1	22.6	21.2	1.1	0.0	4.4	1.6	0.0	2.7	66
	その他	64.8	49.4	19.6	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10
性別	男性	65.7	28.9	29.5	13.1	7.9	1.9	1.3	1.6	1.3	0.9	696
	女性	75.1	25.1	12.7	9.6	8.7	4.0	3.1	1.0	1.4	1.1	482
年齢別	20才代以下	45.0	24.7	19.8	7.3	28.6	10.7	1.5	2.8	0.4	0.9	286
	30才代	70.4	32.6	30.7	10.9	2.5	1.0	6.1	2.6	1.5	0.6	172
	40才代	73.7	38.0	28.6	9.3	3.1	0.0	1.9	0.4	0.4	0.0	225
	50才代	79.2	30.4	24.1	9.1	0.9	0.0	1.5	0.9	0.5	2.2	224
	60才代以上	83.5	15.3	14.3	20.8	0.5	0.0	0.4	0.0	3.6	1.2	270
続柄別	世帯主	75.2	33.4	28.3	13.0	2.3	0.4	1.1	1.1	1.3	1.0	680
	配偶者	81.7	20.8	12.9	9.4	3.5	0.5	4.7	0.0	2.5	1.8	203
	子ども,孫	39.9	14.4	12.0	5.6	37.8	13.7	2.6	0.6	0.0	0.9	173
	父,母	71.5	16.9	16.2	21.8	3.0	0.0	2.0	0.0	2.9	0.0	53
	その他	51.5	27.3	27.0	12.8	9.7	7.3	1.6	10.5	0.0	0.0	67

6. 購入した目的・用途 主な使用者属性別②

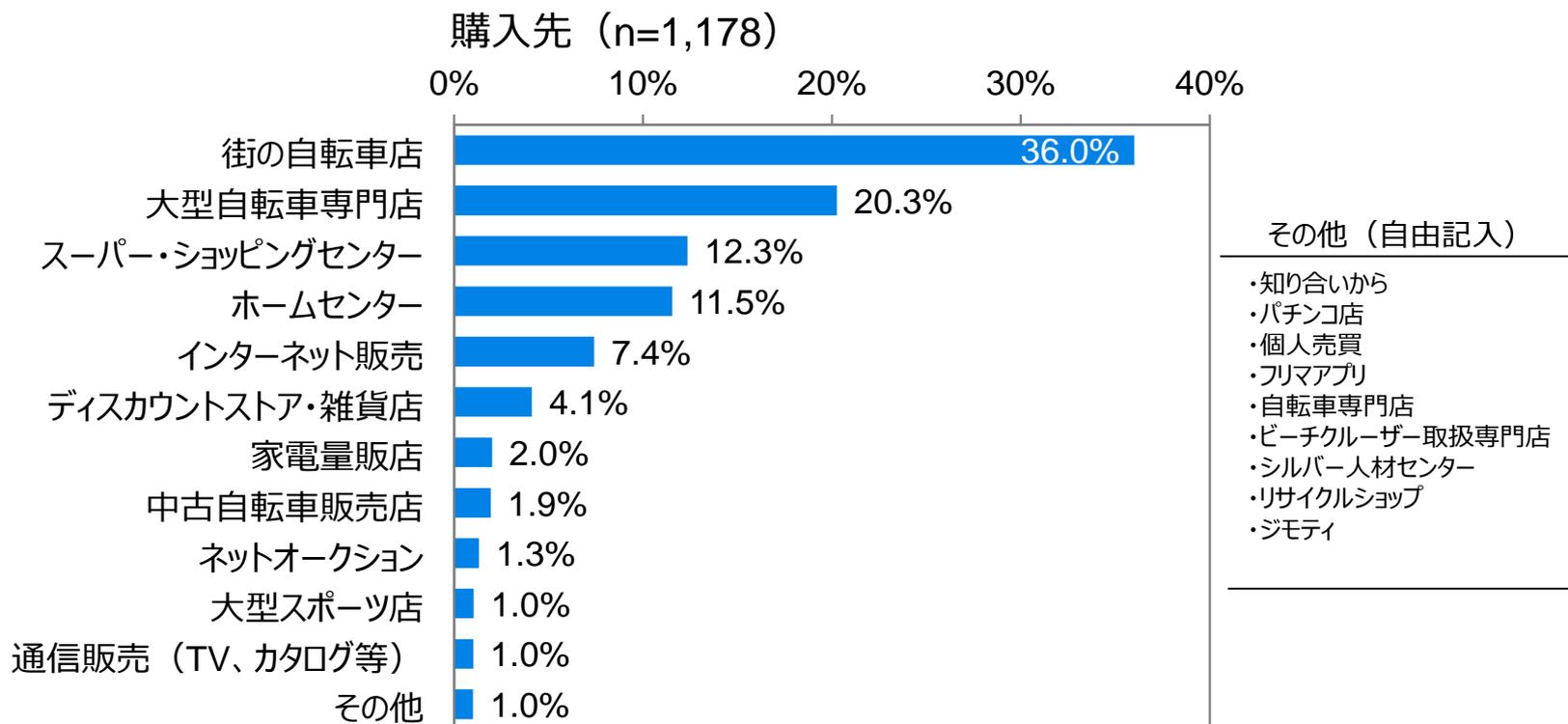
(横%)

		購入目的・用途										n
		買い物	通勤	サイクリング	健康増進・運動不足解消など	通学	子供・孫へのプレゼント	育児・子供の送迎	イベント・レース参加	免許返納	その他	
	全体	69.6	27.3	22.6	11.7	8.2	2.8	2.0	1.3	1.3	1.0	1,178
職業・教育 期別	企業の勤め人もしくは公務員	71.5	37.8	28.6	10.8	2.4	0.2	2.5	1.1	0.7	0.5	546
	自由業・自営業・企業経営者	70.2	24.0	35.0	14.3	1.9	0.0	0.0	0.9	2.1	2.3	114
	パート・アルバイト	79.2	48.3	17.6	11.2	3.5	1.2	3.8	1.2	1.0	0.0	144
	専業主婦	94.4	0.0	7.2	13.7	1.5	1.0	3.0	0.0	3.1	3.6	101
	年金生活者・退職者	82.7	2.0	15.7	27.8	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	1.8	65
	未就学児,小・中・高校生,大学・短大・専門学生	23.3	8.0	11.3	5.7	54.9	21.6	1.4	0.8	0.0	1.2	133
	その他	73.6	8.4	16.5	8.8	2.1	0.0	0.0	8.0	1.6	0.0	75
エリア別	北海道・東北	58.2	22.0	25.7	9.5	13.5	5.6	1.4	0.8	0.0	0.0	129
	関東	75.7	27.0	23.1	11.7	6.4	1.8	2.1	1.0	2.0	1.1	416
	中部・北陸	64.4	27.0	19.8	15.6	7.9	3.7	3.3	0.4	2.0	2.1	194
	近畿	75.2	28.1	20.1	8.1	6.4	2.0	1.2	4.4	0.7	0.6	207
	中国・四国・九州	64.1	30.6	24.7	12.8	10.3	2.7	1.9	0.3	0.7	0.7	231
世帯年収 別	200万円未満	80.1	26.8	21.2	10.4	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	96
	200万円以上400万円未満	75.2	27.3	17.1	14.9	6.3	3.1	0.8	0.0	2.2	0.9	244
	400万円以上600万円未満	69.7	26.7	25.9	14.4	8.5	3.2	1.8	0.7	0.7	1.0	234
	600万円以上800万円未満	60.6	31.4	32.1	9.8	8.8	2.7	1.8	1.4	2.8	1.6	145
	800万円以上	67.2	27.8	27.3	11.5	10.9	3.5	5.6	2.5	1.1	1.6	236
	答えたくない	67.2	25.0	14.8	7.3	7.6	2.4	0.8	2.7	0.7	0.4	222

7. 購入先

自転車の購入先は、「街の自転車店」が36.0%で最も高く、次いで、「大型自転車専門店」が20.3%、「スーパー・ショッピングセンター」12.3%と続く。

Q19.購入された自転車はどこで購入しましたか。（S A）



7. 購入先 性別/年齢別/続柄別

自転車の購入先が「大型自転車専門店」の主な使用者の年齢別では「20才代以下」26.1%、続柄別では「子ども、孫」27.1%が多い。「ホームセンター」が購入先の主な使用者の続柄別では「父、母」27.1%が多い。

購入先 (n=1,178)

■ 街の自転車店 ■ 大型自転車専門店 ■ スーパー・ショッピングセンター ■ ホームセンター ■ その他

性別



年齢別



続柄別



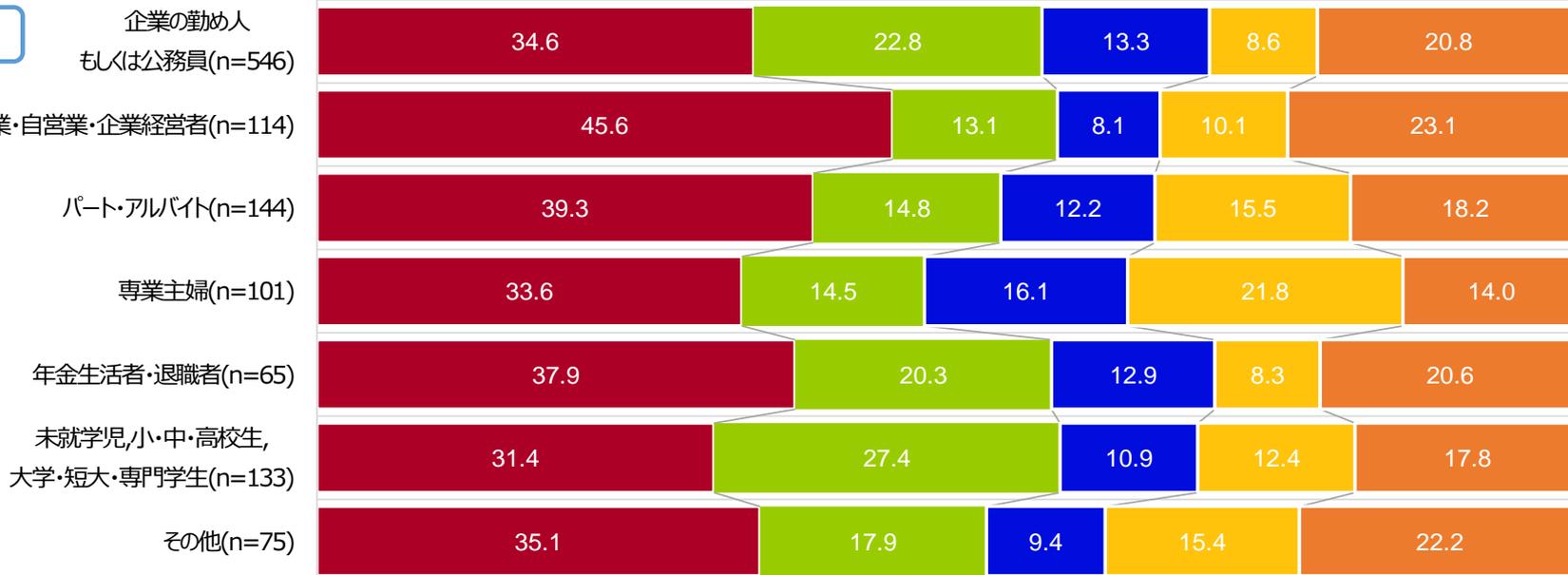
7. 購入先 職業・教育期別

自転車の購入先が「街の自転車店」の主な使用者の職業・教育期別では「自由業・自営業・企業経営者」45.6%が多い。

購入先 (n=1,178)

■ 街の自転車店 ■ 大型自転車専門店 ■ スーパー・ショッピングセンター ■ ホームセンター ■ その他

職業・教育期別

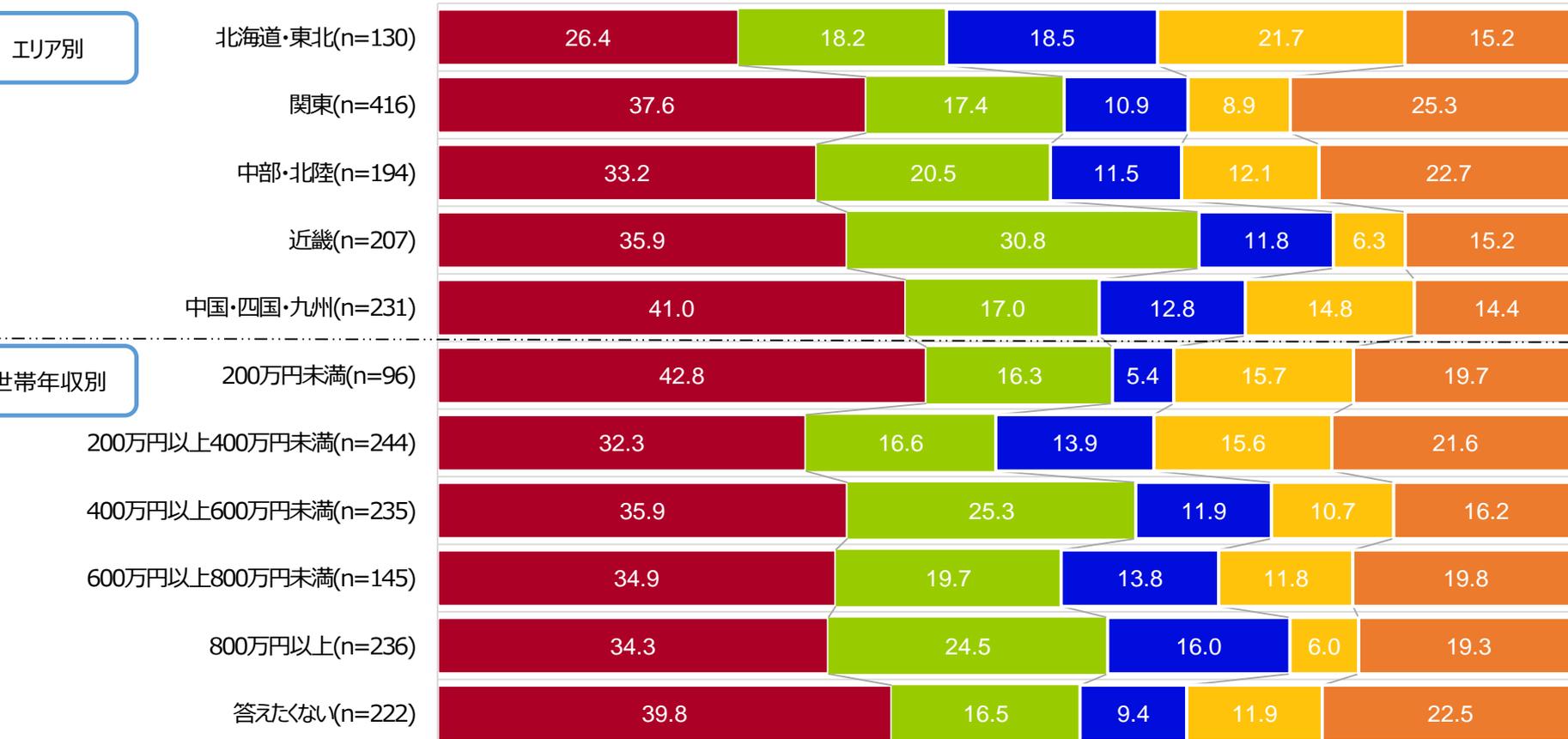


7. 購入先 エリア別/世帯年収別

自転車の購入先が「街の自転車店」の世帯のエリア別では「中国・四国・九州」が41.0%と多く、世帯年収別では「200万円未満」42.8%が多い。

購入先 (n=1,178)

■ 街の自転車店 ■ 大型自転車専門店 ■ スーパー・ショッピングセンター ■ ホームセンター ■ その他



7. 購入先 主な使用者属性別

(横%)

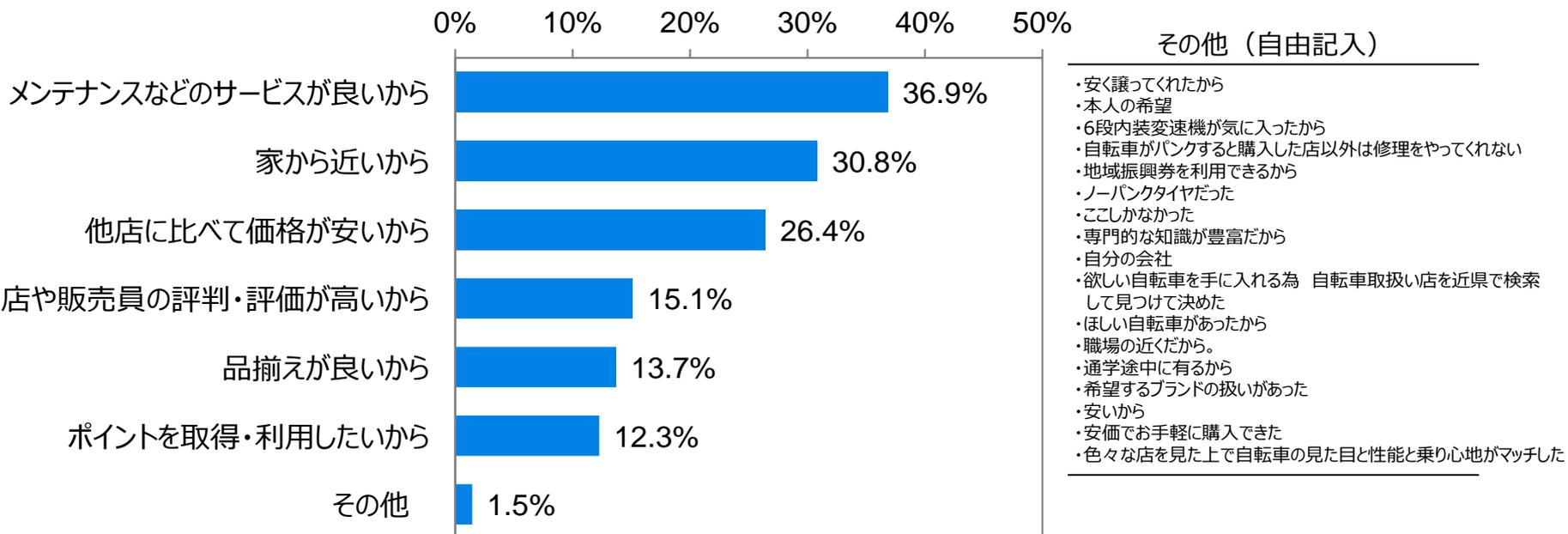
		購入先											n	
		街の自転車店	大型自転車専門店	スーパー・ショッピングセンター	ホームセンター	インターネット販売	ディスカウントストア・雑貨店	家電量販店	中古自転車販売店	ネットオークション	大型スポーツ店	通信販売 (TV、カタログ等)		その他
全体		36.0	20.3	12.3	11.5	7.4	4.1	2.0	1.9	1.3	1.0	1.0	1.0	1,178
性別	男性	35.1	21.3	11.8	9.5	8.7	4.8	2.0	2.3	1.2	1.1	0.6	1.5	696
	女性	37.3	18.8	13.1	14.5	5.5	3.1	2.0	1.4	1.4	0.9	1.6	0.3	482
年齢別	20才代以下	31.9	26.1	12.3	11.1	5.2	3.1	1.3	2.1	1.3	2.4	2.2	1.1	286
	30才代	38.4	18.8	11.7	6.5	9.9	5.4	2.4	2.4	0.7	2.2	0.6	0.9	172
	40才代	35.1	20.4	12.7	15.7	6.7	2.6	3.0	2.5	0.4	0.0	0.0	0.8	225
	50才代	39.4	16.6	11.7	10.2	8.6	3.5	2.0	1.7	3.0	0.0	1.4	2.1	224
	60才代以上	36.7	18.0	13.1	12.8	7.8	6.2	1.7	1.1	1.1	0.6	0.6	0.3	271
続柄別	世帯主	38.1	20.3	11.0	7.9	8.9	5.1	2.4	2.3	1.4	1.0	0.4	1.1	680
	配偶者	35.6	19.3	16.0	14.2	6.1	3.8	0.8	0.6	1.1	0.8	1.1	0.7	203
	子ども,孫	28.5	27.1	11.8	16.0	6.7	1.4	1.6	2.6	0.9	1.8	0.6	0.9	174
	父,母	34.2	9.8	15.0	27.1	2.0	3.3	3.4	1.4	3.6	0.0	0.0	0.0	53
	その他	36.4	13.1	13.6	16.2	2.7	2.8	1.7	1.1	0.0	1.6	9.1	1.6	67
職業・教育期別	企業の勤め人もしくは公務員	34.6	22.8	13.3	8.6	7.8	4.1	3.0	2.3	1.1	1.0	0.2	1.2	546
	自由業・自営業・企業経営者	45.6	13.1	8.1	10.1	12.2	5.7	1.9	0.0	0.9	0.0	0.0	2.4	114
	パート・アルバイト	39.3	14.8	12.2	15.5	6.1	5.5	1.4	1.4	2.6	0.0	0.0	1.2	144
	専業主婦	33.6	14.5	16.1	21.8	3.5	2.7	0.0	0.0	1.8	1.6	3.7	0.8	101
	年金生活者・退職者	37.9	20.3	12.9	8.3	5.3	6.6	2.5	4.7	1.5	0.0	0.0	0.0	65
	未就学児,小・中・高校生,大学・短大・専門学生	31.4	27.4	10.9	12.4	4.5	1.3	0.6	2.4	1.2	3.9	3.9	0.0	133
その他	35.1	17.9	9.4	15.4	12.1	3.7	1.4	2.4	0.0	0.0	2.7	0.0	75	
エリア別	北海道・東北	26.4	18.2	18.5	21.7	7.5	1.4	0.0	0.5	2.2	1.5	0.8	1.3	130
	関東	37.6	17.4	10.9	8.9	8.0	7.6	3.4	2.0	1.2	1.0	1.3	0.8	416
	中部・北陸	33.2	20.5	11.5	12.1	10.5	3.9	1.4	1.4	2.5	1.6	0.0	1.4	194
	近畿	35.9	30.8	11.8	6.3	6.1	1.8	1.6	2.6	0.5	0.0	1.9	0.7	207
	中国・四国・九州	41.0	17.0	12.8	14.8	5.0	1.6	1.5	2.4	0.7	1.3	0.7	1.1	231
世帯年収別	200万円未満	42.8	16.3	5.4	15.7	8.3	5.4	1.0	1.8	0.0	1.0	0.0	2.2	96
	200万円以上400万円未満	32.3	16.6	13.9	15.6	7.7	3.4	2.8	3.3	2.0	0.7	0.7	1.1	244
	400万円以上600万円未満	35.9	25.3	11.9	10.7	7.7	3.1	1.8	1.3	1.7	0.3	0.0	0.3	235
	600万円以上800万円未満	34.9	19.7	13.8	11.8	7.7	2.7	4.0	1.4	0.0	1.9	0.0	2.0	145
	800万円以上	34.3	24.5	16.0	6.0	6.2	5.5	0.8	0.7	2.1	1.0	2.2	0.7	236
	答えたくない	39.8	16.5	9.4	11.9	7.5	4.9	1.8	2.8	0.7	1.6	2.3	0.7	222

8. 購入先選定理由

販売店を選んだ理由は、「メンテナンスなどのサービスが良いから」が36.9%で最も高く、次いで、「家から近いから」が30.8%、「他店に比べて価格が安いから」26.4%と続く。

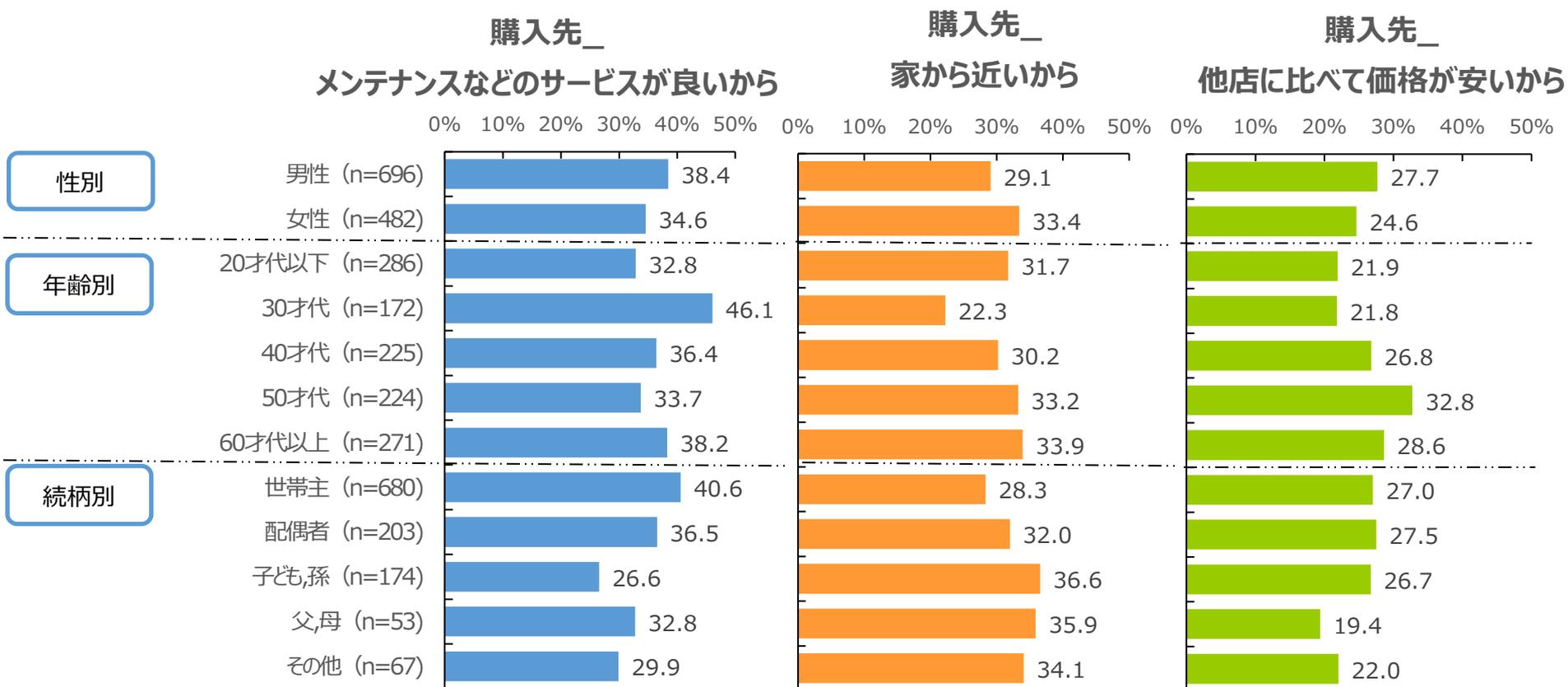
Q20.購入された自転車の販売店を選んだ理由をお知らせください。(MA)

購入先選定理由 (n=1,178)



8. 購入先選定理由 性別/年齢別/続柄別

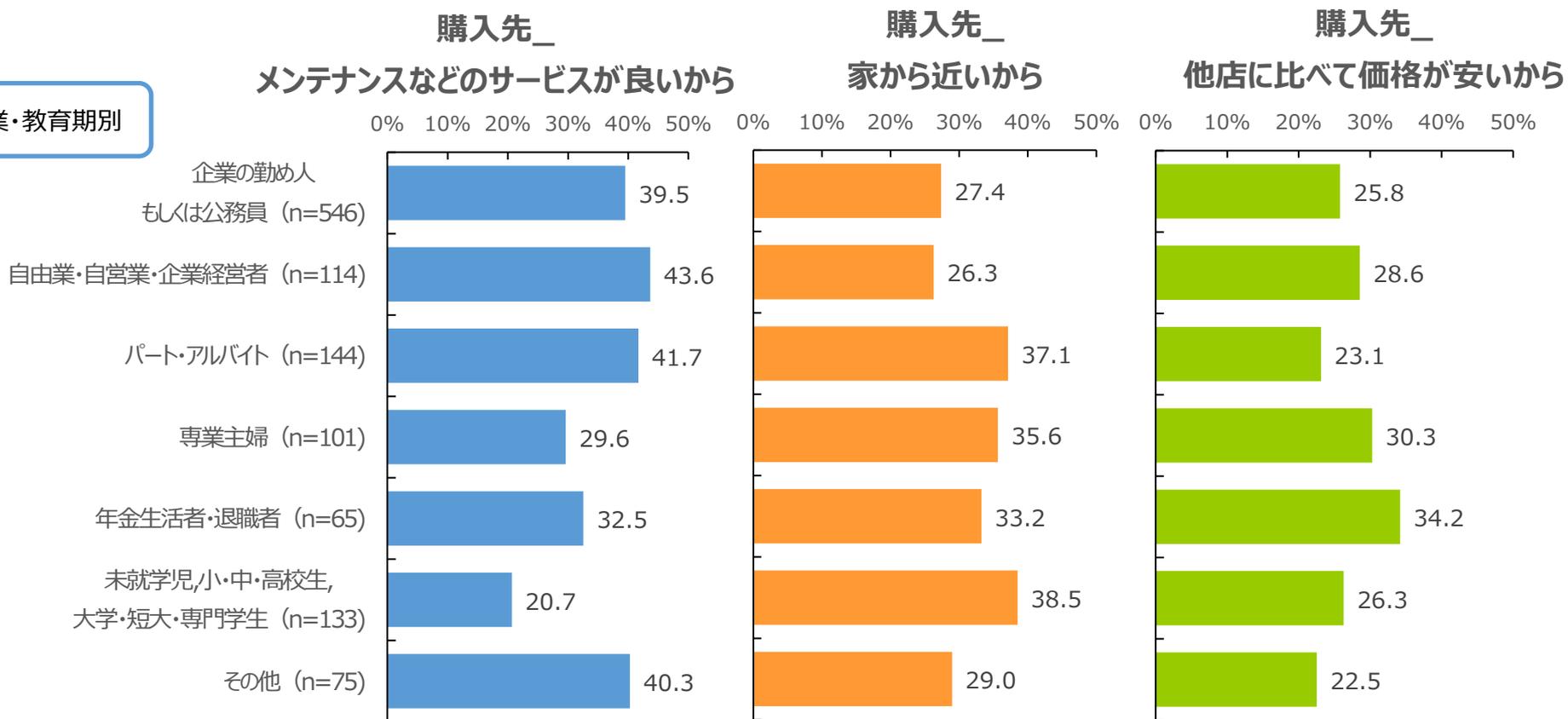
販売店を選んだ理由が「メンテナンスなどのサービスが良いから」の主な使用者の年齢別では「30才代」が46.1%、「家から近いから」を選んだ理由の主な使用者の続柄別では「子ども、孫」36.6%が多い。



8. 購入先選定理由 職業・教育期別

販売店を選んだ理由が「メンテナンスなどのサービスが良いから」の主な使用者の職業・教育期別では「自由業・自営業・企業経営者」43.6%、「家から近いから」が選んだ理由の主な使用者の職業・教育期別では「未就学児、小・中・高校生、大学・短大・専門学生」38.5%が多い。

職業・教育期別



8. 購入先選定理由 エリア別/世帯年収別

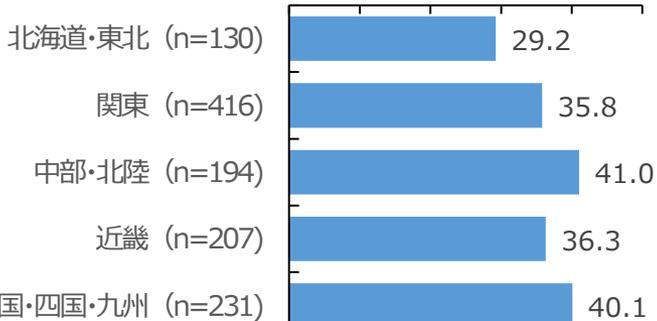
販売店を選んだ理由が「他店に比べて価格が安いから」の自転車購入世帯の世帯年収別では「200万円以上400万円未満」34.2%が多い。

購入先_
メンテナンスなどのサービスが良いから

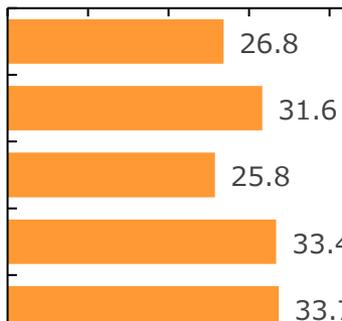
購入先_
家から近いから

購入先_
他店に比べて価格が安いから

エリア別

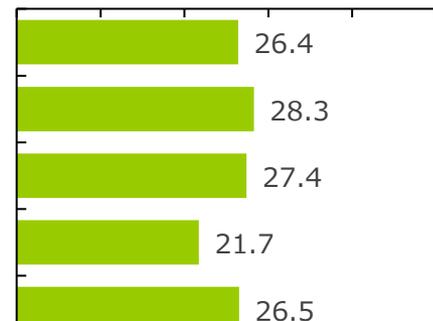


0% 10% 20% 30% 40% 50%

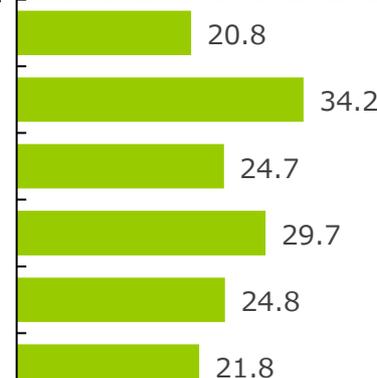
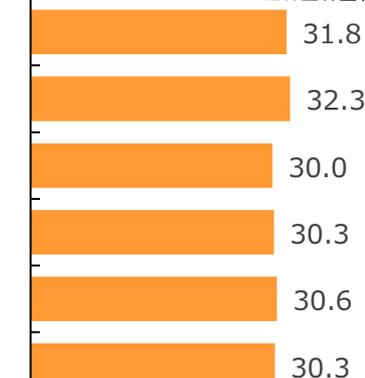
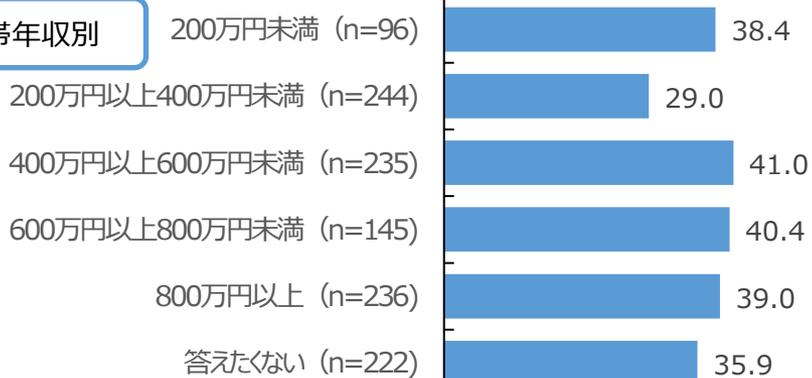


0% 10% 20% 30% 40% 50%

0% 10% 20% 30% 40% 50%



世帯年収別



8. 購入先選定理由 主な使用者属性別

(横%)

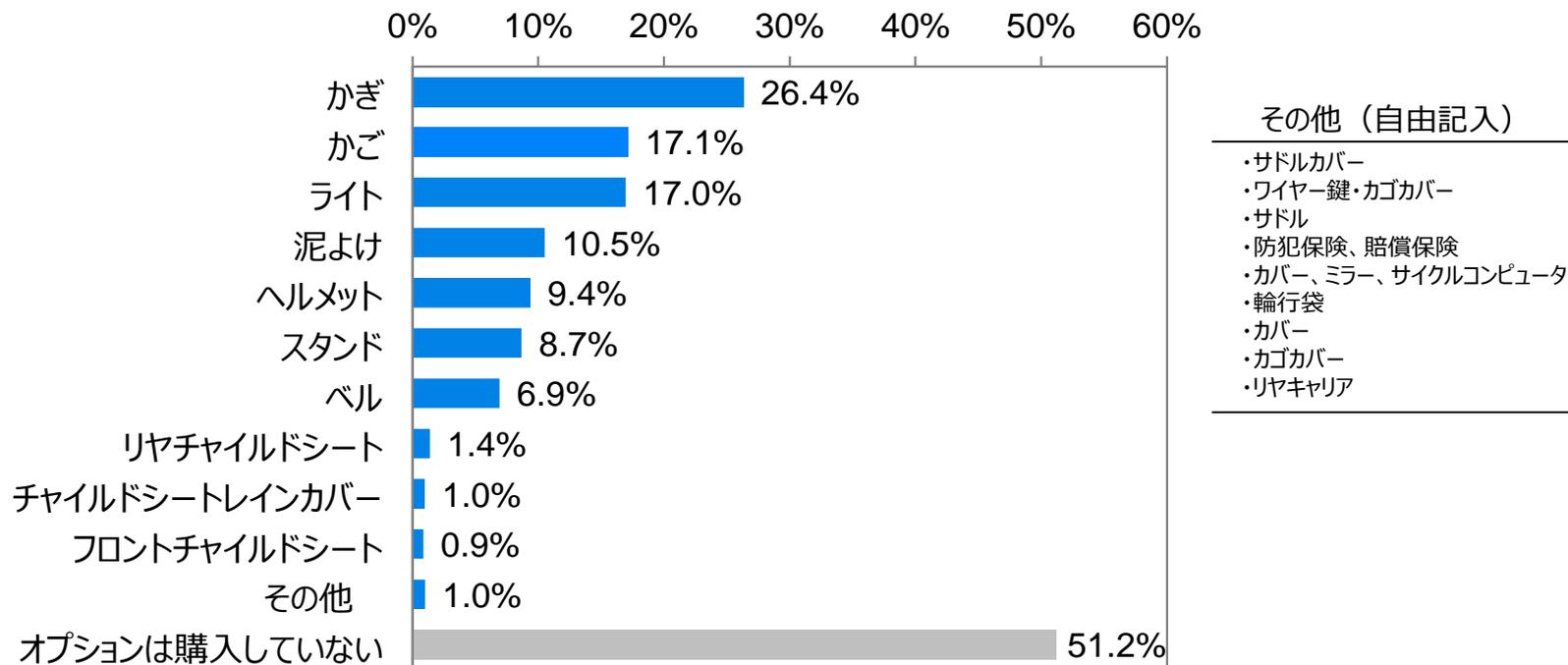
		購入先選定理由							n
		メンテナンスなどのサービスが良いから	家から近いから	他店に比べて価格が安いから	販売店や販売員の評判・評価が高いから	品揃えが良いから	ポイントを取得・利用したいから	その他	
全体		36.9	30.8	26.4	15.1	13.7	12.3	1.5	1,178
性別	男性	38.4	29.1	27.7	15.1	12.1	11.9	1.5	696
	女性	34.6	33.4	24.6	15.2	16.0	12.9	1.4	482
年齢別	20才代以下	32.8	31.7	21.9	13.2	16.5	11.3	2.2	286
	30才代	46.1	22.3	21.8	24.0	12.7	15.3	0.6	172
	40才代	36.4	30.2	26.8	14.7	10.6	12.6	0.8	225
	50才代	33.7	33.2	32.8	16.0	11.4	11.7	0.8	224
	60才代以上	38.2	33.9	28.6	11.2	15.9	11.6	2.4	271
続柄別	世帯主	40.6	28.3	27.0	15.2	11.6	12.9	1.2	680
	配偶者	36.5	32.0	27.5	20.0	15.8	10.3	1.4	203
	子ども,孫	26.6	36.6	26.7	10.9	19.9	9.1	3.0	174
	父,母	32.8	35.9	19.4	12.2	10.9	21.7	2.0	53
職業・教育期別	その他	29.9	34.1	22.0	13.3	14.9	12.4	0.0	67
	企業の勤め人もしくは公務員	39.5	27.4	25.8	18.3	11.7	14.1	1.1	546
	自由業・自営業・企業経営者	43.6	26.3	28.6	18.3	14.5	13.0	0.9	114
	パート・アルバイト	41.7	37.1	23.1	15.7	15.4	12.2	0.7	144
	専業主婦	29.6	35.6	30.3	14.6	14.9	12.7	2.7	101
	年金生活者・退職者	32.5	33.2	34.2	9.8	12.3	7.0	1.5	65
	未就学児,小・中・高校生,大学・短大・専門学生	20.7	38.5	26.3	6.9	22.3	10.8	3.2	133
その他	40.3	29.0	22.5	6.0	8.8	4.7	1.6	75	
エリア別	北海道・東北	29.2	26.8	26.4	15.6	20.4	13.1	2.6	130
	関東	35.8	31.6	28.3	14.5	13.7	13.0	1.9	416
	中部・北陸	41.0	25.8	27.4	13.2	11.8	11.7	1.3	194
	近畿	36.3	33.4	21.7	19.1	13.5	13.5	0.8	207
	中国・四国・九州	40.1	33.7	26.5	14.0	11.8	9.9	0.7	231
世帯年収別	200万円未満	38.4	31.8	20.8	13.0	5.8	14.2	2.1	96
	200万円以上400万円未満	29.0	32.3	34.2	12.4	12.9	13.8	1.9	244
	400万円以上600万円未満	41.0	30.0	24.7	18.3	14.2	12.1	0.9	235
	600万円以上800万円未満	40.4	30.3	29.7	16.8	17.2	17.0	2.4	145
	800万円以上	39.0	30.6	24.8	21.2	12.2	11.8	0.9	236
	答えたくない	35.9	30.3	21.8	8.1	16.9	7.3	1.3	222

9. 追加購入したオプションの種類

追加購入したオプションの種類は、「かぎ」が26.4%で最も高く、次いで、「かご」が17.1%、「ライト」が17.0%と続く。

Q14～Q17.自転車と同時に追加購入されたオプションについておうかがいします。オプションをご選択ください。(MA)

追加購入したオプションの種類 (n=1,178)



9. 追加購入したオプションの種類

性別/年齢別/続柄別

追加購入したオプションの種類が「かご」の主な使用者の年齢別では「60才代以上」が30.0%と多く、続柄別では「配偶者」33.2%が多い。

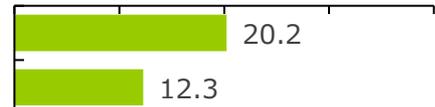
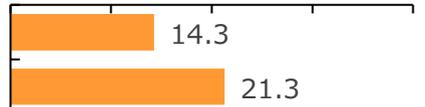
追加購入したオプションの種類_かぎ

追加購入したオプションの種類_かご

追加購入したオプションの種類_ライト

0% 10% 20% 30% 40%

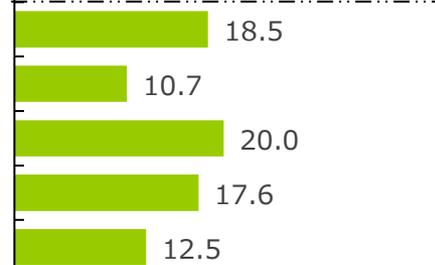
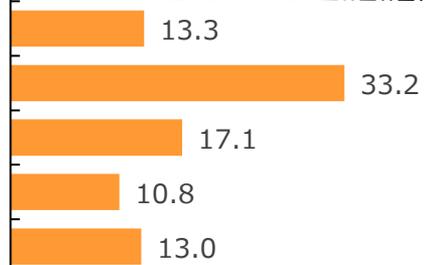
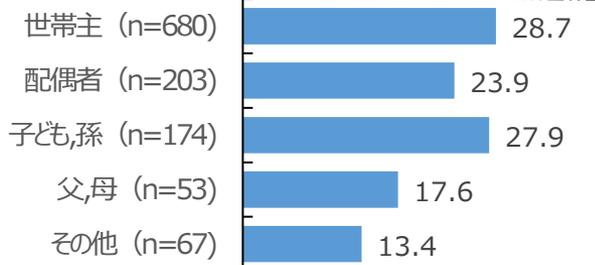
性別



年齢別



続柄別



9. 追加購入したオプションの種類 職業・教育期別

追加購入したオプションの種類が「かご」の主な使用者の職業・教育期別では「専業主婦」が36.8%と多く、「ライト」を追加購入した主な使用者の職業・教育期別では「自由業・自営業・企業経営者」26.5%が多い。

職業・教育期別

追加購入したオプションの
種類_かぎ

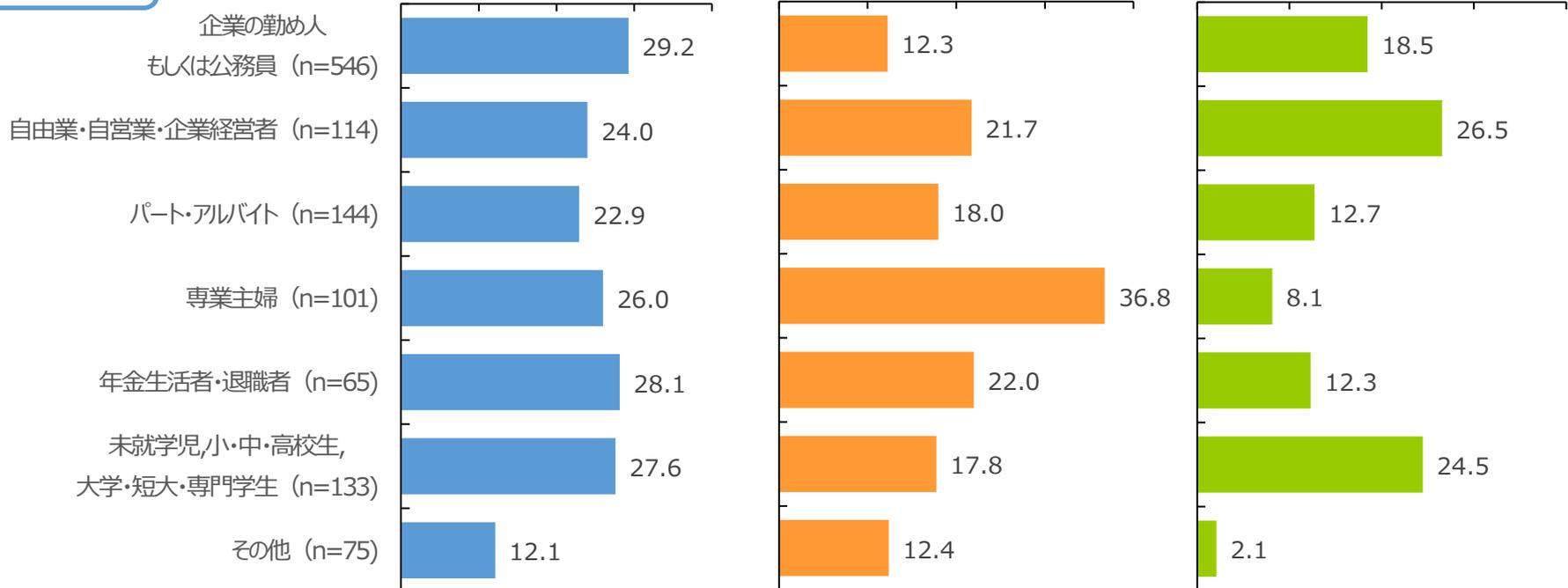
0% 10% 20% 30% 40%

追加購入したオプションの
種類_かご

0% 10% 20% 30% 40%

追加購入したオプションの
種類_ライト

0% 10% 20% 30% 40%



9. 追加購入したオプションの種類 エリア別/世帯年収別

追加購入したオプションの種類が「かぎ」の世帯のエリア別では「中国・四国・九州」が32.4%と多く、世帯年収別では「400万円以上600万円未満」32.6%が多い。

追加購入したオプションの種類_かぎ

追加購入したオプションの種類_かご

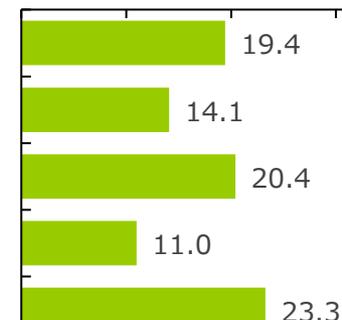
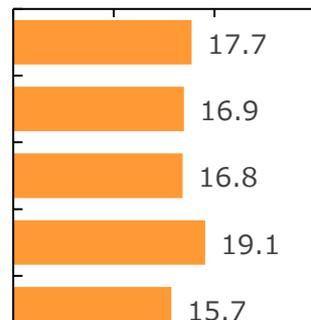
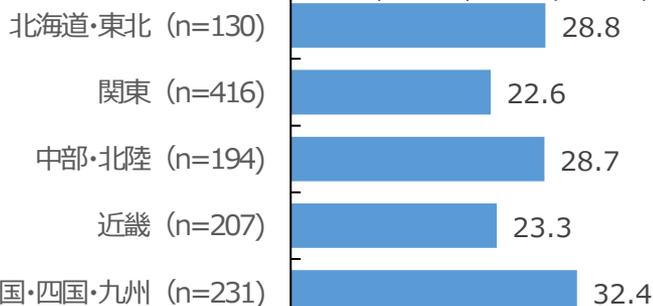
追加購入したオプションの種類_ライト

0% 10% 20% 30% 40%

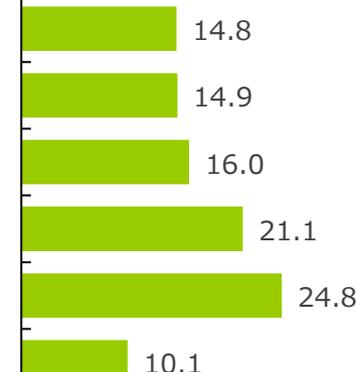
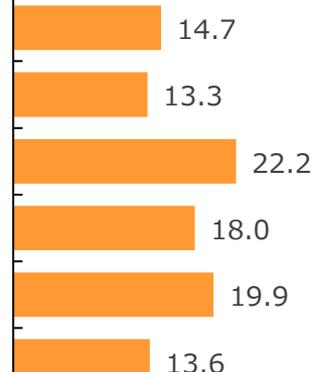
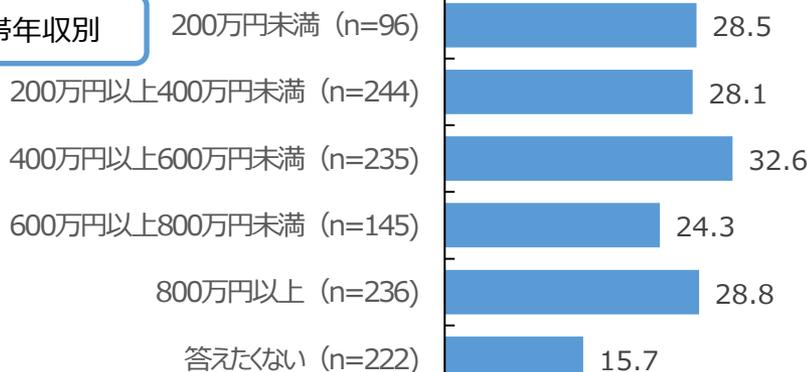
0% 10% 20% 30% 40%

0% 10% 20% 30% 40%

エリア別



世帯年収別



9. 追加購入したオプションの種類

主な使用者属性別

(横%)

		追加購入したオプション											n	
		かぎ	かご	ライト	泥よけ	ヘルメット	スタンド	ベル	リヤチャイルドシート	チャイルドシートレインカバー	フロントチャイルドシート	その他		オプションは購入していない
全体		26.4	17.1	17.0	10.5	9.4	8.7	6.9	1.4	1.0	0.9	1.0	51.2	1,178
性別	男性	26.3	14.3	20.2	12.5	10.1	9.7	7.3	1.5	1.1	1.0	1.0	49.5	696
	女性	26.4	21.3	12.3	7.6	8.4	7.2	6.4	1.3	0.8	0.7	0.9	53.6	482
年齢別	20才代以下	26.2	12.8	20.5	10.0	11.8	7.5	8.0	1.7	1.0	1.3	0.4	49.2	286
	30才代	29.0	12.2	17.4	12.1	11.0	10.8	6.9	3.8	3.3	2.7	0.6	46.1	172
	40才代	24.6	11.3	16.4	12.3	10.3	7.8	4.8	1.4	0.9	0.5	0.0	53.0	225
	50才代	23.9	16.8	17.6	12.0	10.0	9.0	5.9	0.9	0.0	0.3	0.9	57.3	224
	60才代以上	28.2	30.0	13.0	7.4	4.5	9.0	8.4	0.0	0.4	0.0	2.9	49.9	271
続柄別	世帯主	28.7	13.3	18.5	12.2	10.0	7.9	6.7	1.5	0.9	1.0	1.1	49.3	680
	配偶者	23.9	33.2	10.7	8.5	8.6	10.0	6.5	2.1	1.5	1.2	1.7	46.8	203
	子ども、孫	27.9	17.1	20.0	11.3	11.2	12.2	10.6	0.0	0.0	0.0	0.6	54.8	174
	父、母	17.6	10.8	17.6	2.9	6.3	5.8	4.3	2.0	1.9	0.0	0.0	61.2	53
	その他	13.4	13.0	12.5	3.5	2.8	5.8	3.5	1.5	1.6	1.6	0.0	65.8	67
職業・教育 期別	企業の勤め人もしくは公務員	29.2	12.3	18.5	13.6	10.3	9.9	6.9	2.4	1.2	1.4	0.7	49.2	546
	自由業・自営業・企業経営者	24.0	21.7	26.5	11.0	15.4	4.9	3.8	0.0	0.9	0.0	0.9	43.8	114
	パート・アルバイト	22.9	18.0	12.7	5.5	7.1	5.8	5.4	1.8	1.2	1.2	1.5	52.1	144
	専業主婦	26.0	36.8	8.1	6.3	6.3	11.3	8.3	0.8	1.0	0.0	1.2	51.9	101
	年金生活者・退職者	28.1	22.0	12.3	8.8	6.0	10.0	11.2	0.0	0.0	0.0	1.8	52.7	65
	未就学児、小・中・高校生、大学・短大・専門学生	27.6	17.8	24.5	12.7	11.0	11.6	12.2	0.0	0.8	0.8	0.0	50.0	133
	その他	12.1	12.4	2.1	0.0	1.7	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	75.3	75
エリア別	北海道・東北	28.8	17.7	19.4	12.3	11.6	8.7	7.0	2.7	2.8	1.3	0.0	45.7	130
	関東	22.6	16.9	14.1	8.0	8.7	8.2	5.3	1.6	1.0	1.0	2.1	53.2	416
	中部・北陸	28.7	16.8	20.4	13.5	9.3	9.6	8.9	0.5	0.0	0.0	0.5	50.2	194
	近畿	23.3	19.1	11.0	7.9	7.1	4.3	4.1	1.3	1.1	1.8	1.0	56.1	207
	中国・四国・九州	32.4	15.7	23.3	13.9	11.5	12.7	10.6	1.0	0.7	0.4	0.0	47.1	231
世帯年収 別	200万円未満	28.5	14.7	14.8	4.3	0.0	3.7	5.8	0.0	0.0	1.0	1.0	51.7	96
	200万円以上400万円未満	28.1	13.3	14.9	6.7	5.0	4.1	3.7	1.3	0.8	0.4	1.8	53.7	244
	400万円以上600万円未満	32.6	22.2	16.0	15.2	10.3	8.5	7.5	0.4	0.0	0.0	1.5	47.0	235
	600万円以上800万円未満	24.3	18.0	21.1	15.9	19.8	15.6	11.2	3.2	1.1	2.0	1.2	42.6	145
	800万円以上	28.8	19.9	24.8	14.6	15.4	15.4	9.0	2.9	3.3	1.8	0.5	39.7	236
	答えたくない	15.7	13.6	10.1	4.7	4.1	4.4	5.3	0.4	0.0	0.5	0.0	70.5	222



一般財団法人
自転車産業振興協会
Japan Bicycle Promotion Institute