

## 乗用車需要の中期シナリオ

(1) ここ数年の乗用車の販売台数は、景気・震災・購入支援策の影響を受け大きく増減(図表1)。もっとも、2005年以降の趨勢をみると、販売台数はおおむね減少傾向。この背景には、所得環境の低迷、嗜好の変化のほか、少子高齢化による世帯構造の変化も指摘可能。今後も、世帯構造の変化が乗用車需要に大きな影響を及ぼす可能性。

(2) そこで、2009年の世帯主年齢別の乗用車購入率をベンチマークに、世帯主年齢・タイプ別の将来推計世帯数を反映させて、2025年までの乗用車販売台数を試算。これによれば、今後15年間、乗用車販売台数は減少を続けるという結果に(図表2)。

(3) この背景として、以下二つの世帯構造の変化を指摘可能。

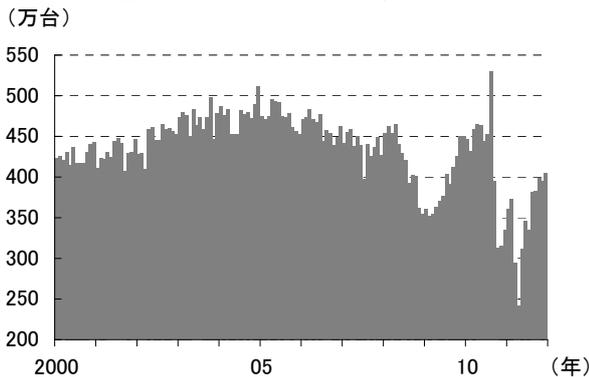
### ① 単身世帯の増加

単身世帯は二人以上世帯に比べて乗用車購入率が低水準(図表3)。2010年から2025年にかけて、二人以上世帯が267万世帯減少し、単身世帯が222万世帯増加することが、乗用車需要を押し下げ(図表4)。

### ② 高齢者世帯の増加

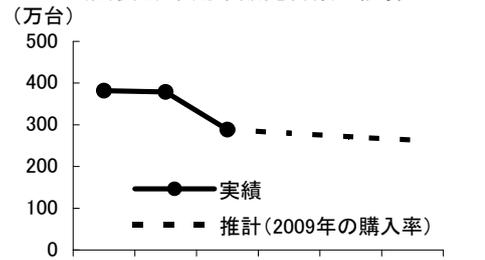
乗用車の購入は60代以下の世帯が中心で、70歳以上は急減。総世帯に占める70歳以上世帯のシェアが2010年の22%から2025年の30%にまで急上昇することが乗用車需要を押し下げ(図表5)。

(図表1) 乗用車販売台数(季調値、年率)



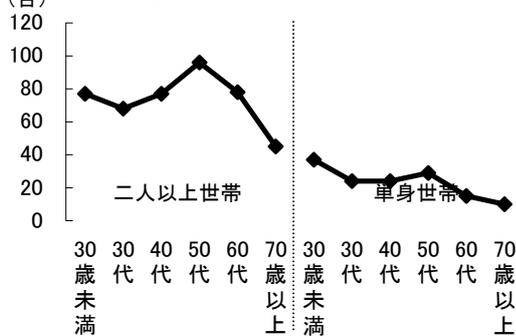
(資料) 日本自動車工業会「新車登録台数・軽自動車販売台数」

(図表2) 乗用車販売台数の試算



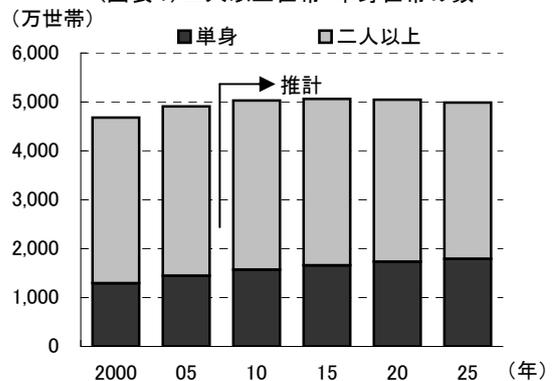
(資料) 総務省統計局「全国消費実態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「将来推計世帯数」より試算  
(注1) 販売台数 = 世帯数 × 一世帯あたり購入台数(年代別)  
(注2) 実績値は全国消費実態調査のデータであるため、図表1とは一致していない。

(図表3) 世帯主の年齢別  
千世帯あたりの新車購入台数(2009年)



(資料) 総務省統計局「全国消費実態調査」

(図表4) 二人以上世帯・単身世帯の数

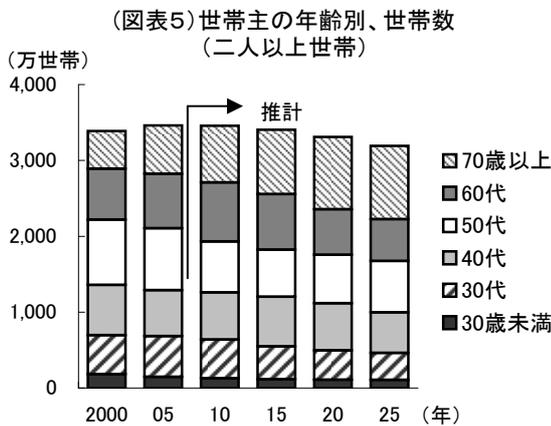


(資料) 国立社会保障・人口問題研究所「将来推計世帯数」

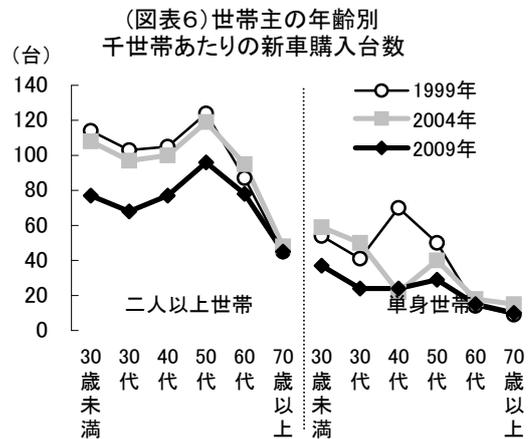
(4) もっとも、短期的にみれば、乗用車販売台数が増加する可能性も。2009年以降の乗用車購入率は、リーマン・ショック後の雇用・所得環境の悪化によって大幅に下振れ(図表6)。当面、所得環境の本格的な回復は期待薄ながら、将来不安等による過度なマインド萎縮に歯止めをかけることができれば、潜在需要の掘り起こしは可能。ちなみに、1999年・2004年平均の乗用車購入率をベンチマークに試算してみると、2009年の潜在需要は販売実績よりも85万台程度上回っているという結果(図表7)。

(5) さらに、若年層の「車離れ」を食い止め、家計の乗用車購入率を従来と同水準に維持することができれば、2025年まで比較的高水準の乗用車販売台数が期待可能。これは、ウェイトの大きい団塊ジュニア世代が、所得向上や子どもの乗用車取得のために乗用車購入率がピークとなる、50代にさしかかることが背景。実際、50代世帯の乗用車購入台数は、足許の乗用車購入率を前提にすれば2010年の70万台から2025年には74万台の小幅増にとどまるものの、1999年・2004年平均の購入率で試算すると、2025年に97万台と大幅に増加する見込み(図表8)。

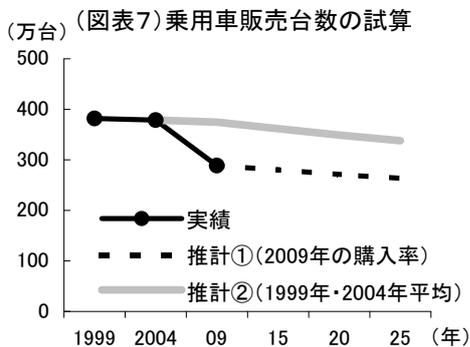
(6) 以上の分析を踏まえると、少子高齢化が中長期的な乗用車需要にマイナス影響を及ぼすことは避けられないものの、短期的には販売台数を引き上げることも十分に可能。雇用・所得環境の改善に加えて、エコカーとエコ住宅の橋渡し機能強化などの購入インセンティブを通じて、購入率が低下している50代以下世帯、とりわけ団塊ジュニア世代の購入意欲を高めることができれば、2025年までは大幅な減少には至らない見通し。



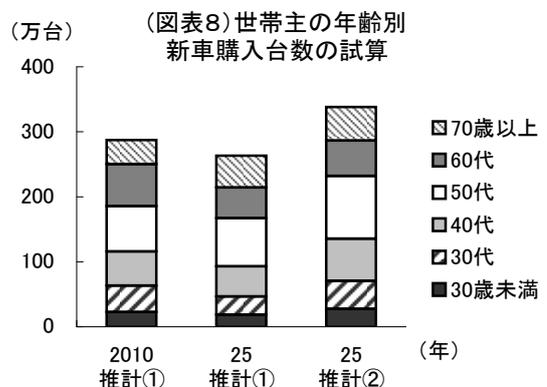
(資料) 国立社会保障・人口問題研究所「将来推計世帯数」



(資料) 総務省統計局「全国消費実態調査」



(資料) 総務省統計局「全国消費実態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「将来推計世帯数」より試算  
(注1) 販売台数 = 世帯数 × 一世帯あたり購入台数(年代別)  
(注2) 実績値は全国消費実態調査のデータであるため、図表1とは一致していない。



(資料) 総務省統計局「全国消費実態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「将来推計世帯数」より試算  
(注) 販売台数 = 世帯数 × 一世帯あたり購入台数(年代別)