

2010年フレッシュマン調査 ～ 社長にはなりたくない? ～

初任給の使い道は「貯金」が最も多いという堅実な意見が多数を占めるのは例年通り。今年のフレッシュマンは「社長にはなりたくない？」層が更に増加。社会人になってからの休日の過ごし方は「家でのおんびり」と上昇志向が低下？ 職場に求めるものと自分の将来像、そして不景気による就職難が調査結果に表れた結果といえるだろう。

■調査概要

- 調査期間 2010年2月12日～2010年2月14日
調査対象 今年の春、新社会人として就職する予定の18歳～24歳
調査実数 1,000サンプル
調査方法 インターネットによるWebアンケート
調査企画 ガリバー自動車研究所
調査協力 株式会社ヤフー・バリュー・インサイト

■主な設問

- あなたは、初任給をどのように使いたいですか？
- 今後1年程度の間、あなたは自家用車を購入する具体的な予定がありますか？
- 今、あなたが車を買おうとしたら、新車と中古車のどちらを買いますか？
- あなたは、自家用車購入費をどのように払う予定ですか？
- 現在、自家用車を購入するとしたら、選択の基準として、あなたが優先するのは何ですか？
- 自家用車購入の予算はいくらぐらいですか？
- 現在、自家用車を購入するとしたら、あなたはどのようなタイプの車が欲しいですか？
- 現在、自家用車を購入するとしたら、あなたはどのブランドの車が欲しいですか？
- あなたが社会人になったらどんな休日を過ごしたいですか？
- 将来出世して、あなたが所有したいと思う自家用車のブランドは何ですか？
- あなたは、これから働く社会で、どのくらいまで出世したいと思いますか？
- 自動車に対する関心・興味は下記のどの項目があてはまりますか？
- あなたが自家用車を購入したい理由は何ですか？以下の中からお選びください。
- あなたが仕事で求めるもの、会社に求めるものはなんですか？

■レポートに関するお問い合わせ

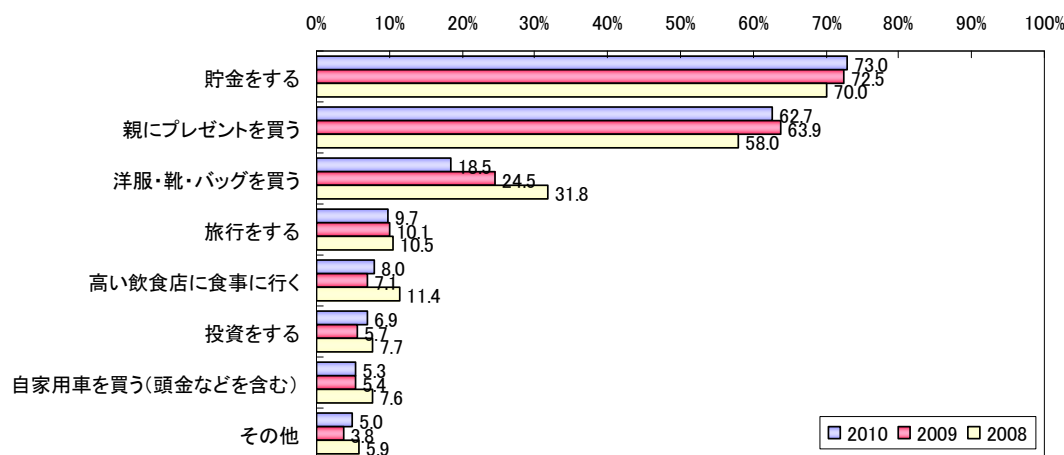
株式会社ガリバーインターナショナル 広報部
〒100-6425 東京都千代田区丸の内2-7-3 東京ビルディング25F
TEL 03-5208-5501 FAX 03-5208-5511

■レポート総合企画／制作 ガリバー自動車研究所 所長 鈴木詳一

2010年の新社会人 今年も「貯金」がNo.1

この春に学校を卒業し晴れて新社会人となる18歳から24歳までの若者に社会人となるための抱負を聞いてみた。まずは初任給の使い道だが、例年通り「貯金」がトップで、「親にプレゼント」が2番手と順当な結果に。不景気のあおりを受けてか、「洋服・バッグ」などファッション系への用途が減少し、ブランド品の消費意欲が減少していることがわかった。また、自動車の購入予定は1年以内で約2割という結果だった。

Q, 初任給の使い道は？ (n=1,000)

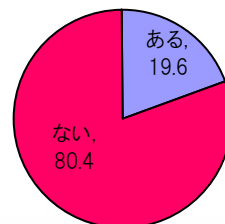


未曾有の危機といわれた2009年が過ぎ、世界各地では景気が回復傾向にあるが、日本は果たしてどうだろうか。2010年の新社会人はかつてない就職難を味わい、その結果最も影響したのは衣類などファッション系だった。

「初任給の使い道」を新社会人1,000人に聞いたところ、最も多いのは「貯金」73%とこれまでと変わらない結果に。そして「親にプレゼント」など続く順位は昨年同様だったが、注目されるのは同じ3位ながらも一昨年よりも13.3ポイントも下げた「洋服・バッグ」だ。不景気のあおりを受け、今もっているモノで間に合うものにはあまりお金をかけない。堅実さが表れている。

「自家用車を買う」は5.3%と昨年とほぼ同水準であり、郊外に就職するクルマが必要なユーザーは購入予定を示し、都市部に就職するユーザーは購入予定がないということだろう。また、既に自動車を所有しているユーザーは簡単には買い替えられないから、こちらは対象とならないだろう。

では、1年以内の購入予定を聞いてみたところ、「購入予定がある」と回答したのは19.6%と昨年の27.3%を下回った。昨年は各カーシェアリング会社が保有車両の拡充を図っており、クルマとの接し方が広がったことにより、「持たなくともよい」と考えるユーザーが増えたのではないかと。勿論、将来の不安も大きいだろう。

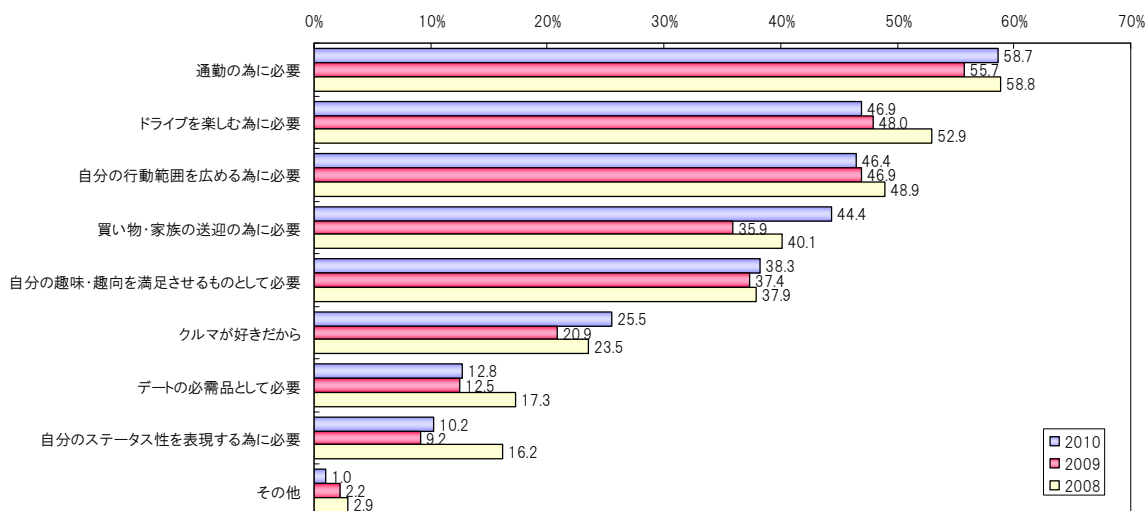


Q, 1年以内に自動車の購入予定は？

クルマが必要な“ワケ” 通勤が58.7%

1年以内に購入を予定する新社会人にクルマが必要なワケを聞いたところ、トップは「通勤」という結果で例年通りだった。また、一昨年のリーマンショック以降の不景気の影響か、新社会人達も「ドライブを楽しむ為」「デートの必需品」「自分のステータス性向上」などの贅沢な要素を回答する人は少なくなっている。

Q, クルマは何のために必要？ (n=196 [2009年n=273, 2008年n=272])



1年以内に自動車の購入予定がある196人にクルマが必要な理由を聞いた。日常の使用で最も多い「通勤の為」が58.7%とトップで昨年より3ポイント伸びた。そして「ドライブを楽しむ為」「自分の行動範囲を広げる為」が続き、それぞれ46.9%・46.4%と昨年並の結果となった。

昨年を大きく上回ったのが「買い物・家族の送迎の為」で44.4%と昨年を8.6ポイント上回った。クルマは実用的に扱いたいと考える新社会人が増えていることが予想出来るが、「クルマが好きだから」という回答も4.6ポイント上昇しており、クルマとの接し方が人によって明確になってきているかもしれない。

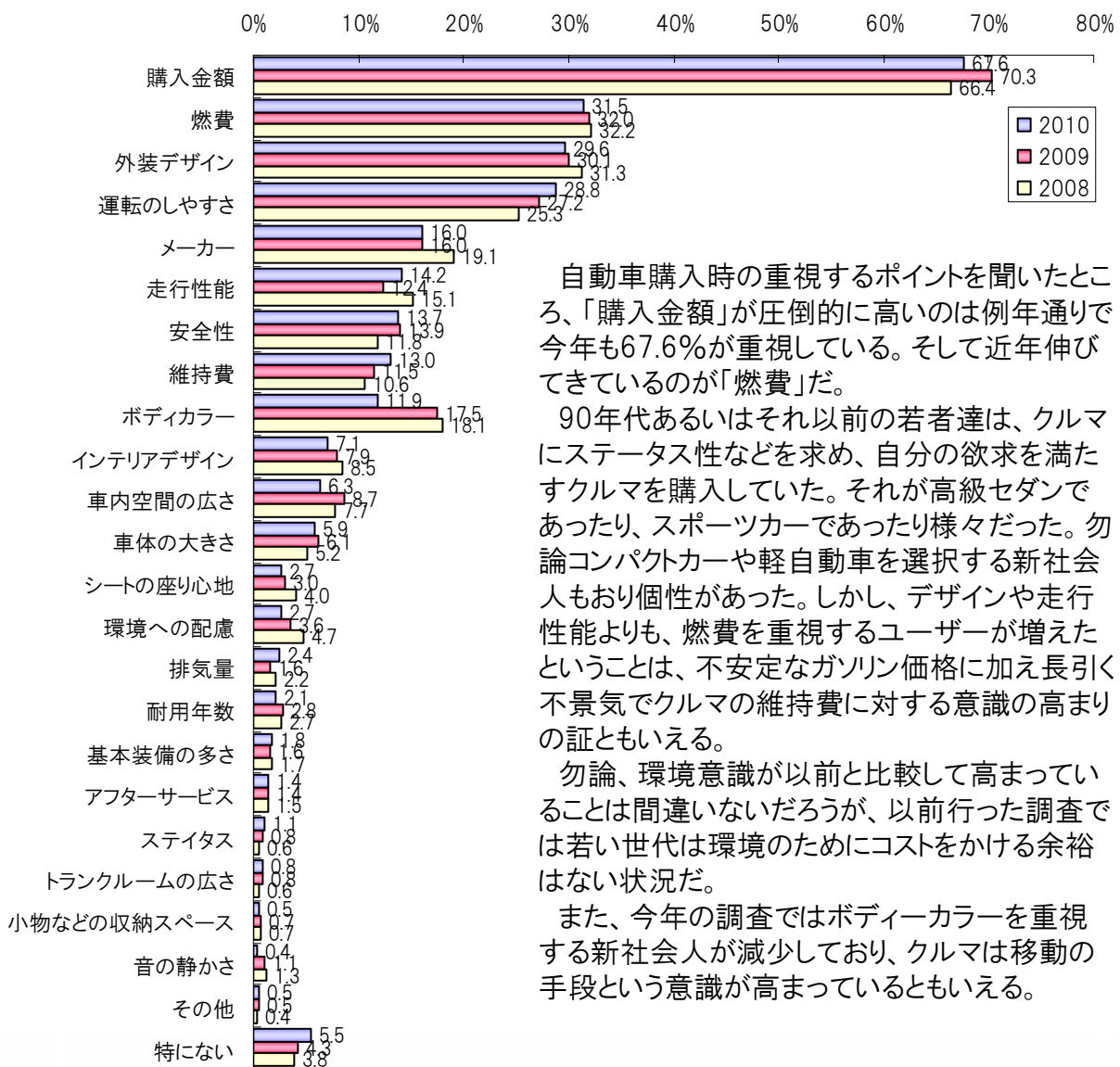
また、「デートの必需品」「自分のステータス性を表現する為」という回答は昨年を上回ってはいるものの、一昨年より低い結果となりクルマは移動のための手段のひとつとなってきたことが浮き彫りとなった。

そしてクルマの購入資金だが、こちらは昨年とほとんど変わらぬ結果となっており、自分ひとりで支払う予定があると答えた新社会人は68.3%に上り、親をあてにしないしっかり者が今年も多数いることがわかった。

クルマ購入時の重視点・・・「購入金額」がトップ

クルマを購入する際に重視する点は、購入金額がトップというのはどの世代でも同じ結果である。今年も昨年同様の結果で、大きく差が出たのはボディーカラーだった。昨年よりも5.6ポイント減少しており、「初任給の使い道」同様にファッション(カラー)に対する意識が変わってきたのかもしれない。

Q, クルマを購入するときに重視するポイントは？ (n=1,000)



自動車購入時の重視するポイントを聞いたところ、「購入金額」が圧倒的に高いのは例年通りで今年も67.6%が重視している。そして近年伸びてきているのが「燃費」だ。

90年代あるいはそれ以前の若者達は、クルマにステータス性などを求め、自分の欲求を満たすクルマを購入していた。それが高級セダンであったり、スポーツカーであったり様々だった。勿論コンパクトカーや軽自動車を選択する新社会人もおり個性があった。しかし、デザインや走行性能よりも、燃費を重視するユーザーが増えたということは、不安定なガソリン価格に加え長引く不景気でクルマの維持費に対する意識の高まりの証ともいえる。

勿論、環境意識が以前と比較して高まっていることは間違いないだろうが、以前行った調査では若い世代は環境のためにコストをかける余裕はない状況だ。

また、今年の調査ではボディーカラーを重視する新社会人が減少しており、クルマは移動の手段という意識が高まっているともいえる。

将来出世しても「トヨタ」を選ぶ20%

フレッシュマンがクルマを購入するなら「トヨタ」という回答が約3割となっているが、その支持率は年々下降している。今年は何れもプリウスのリコール問題真っ只中に調査を実施したためその影響も少なからずあっただろう。しかし、支持率は年々下降し、ダイハツ・スズキといった軽自動車ブランドの支持率が上昇し、若者の小型車意識が高まっているといえる。

Q, クルマ買うならどのブランド? (n=1,000)

2010			2009			2008		
Ranking	ブランド	Point	Ranking	ブランド	Point	Ranking	ブランド	Point
1位	トヨタ	27.9	1位	トヨタ	29.5	1位	トヨタ	32.7
2位	ホンダ	15.9	2位	ホンダ	16.5	2位	日産	16.5
3位	日産	13.4	3位	日産	15.8	3位	ホンダ	13.3
4位	ダイハツ	8.8	4位	ダイハツ	7.4	4位	スズキ	5.8
5位	スズキ	8.6	5位	スズキ	5.2	5位	ダイハツ	5.7
6位	マツダ	5.5	6位	マツダ	5.2	6位	マツダ	4.9
7位	スバル	2.8	7位	スバル	4.0	7位	スバル	3.6
8位	三菱	2.1	8位	三菱	3.2	8位	ミニ	2.1
9位	フォルクスワーゲン	2.1	9位	BMW	2.1	9位	三菱	2.0
10位	レクサス	1.8	10位	フォルクスワーゲン	1.8	10位	フォルクスワーゲン	1.8
	その他	11.1		その他	9.3		その他	11.6

Q, 将来出世してクルマ買うならどのブランド? (n=1,000)

2010			2009			2008		
Ranking	ブランド	Point	Ranking	ブランド	Point	Ranking	ブランド	Point
1位	トヨタ	20.0	1位	トヨタ	20.4	1位	トヨタ	24.0
2位	BMW	8.2	2位	BMW	9.6	2位	BMW	8.7
3位	レクサス	8.1	3位	ホンダ	7.1	3位	レクサス	7.7
4位	日産	7.9	4位	レクサス	7.0	4位	日産	7.1
5位	ホンダ	6.7	5位	日産	6.4	5位	メルセデス・ベンツ	5.3
6位	フォルクスワーゲン	5.0	6位	フォルクスワーゲン	4.4	6位	ホンダ	5.1
7位	メルセデス・ベンツ	3.4	7位	メルセデス・ベンツ	4.3	7位	フォルクスワーゲン	4.3
8位	ミニ	2.1	8位	フェラーリ	2.7	8位	フェラーリ	2.8
9位	ポルシェ	1.7	9位	プジョー	2.1	9位	プジョー	2.4
10位	フェラーリ	1.4	10位	ミニ	1.8	10位	ポルシェ	2.3
	その他	7.4		その他	9.8		その他	10.3
	特になし	28.1		特になし	24.4		特になし	20.0

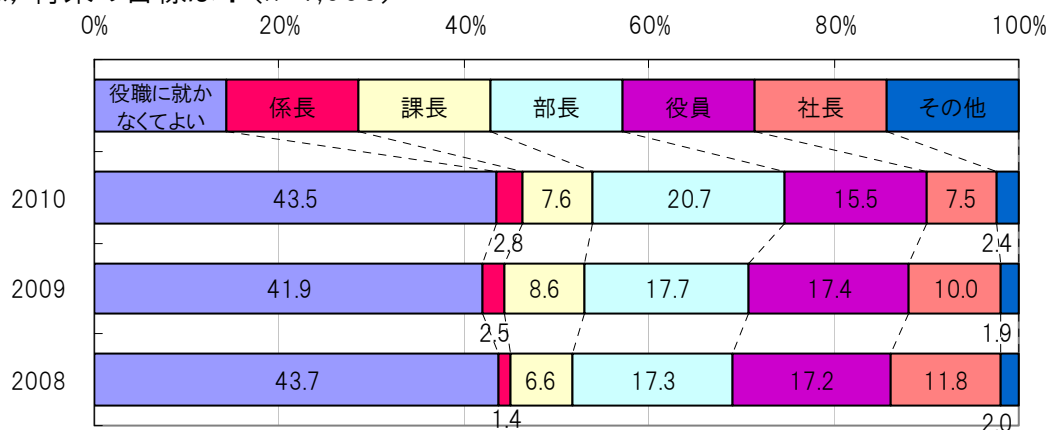
これまで殆どのユーザーが自動車の購入を未経験の中で、おそらくは家族のクルマに乗った経験や、CMなどの印象からブランドを選択しているだろう。1位のトヨタは親世代の影響が多いためか常にトップとなっているようだ。また、トヨタ以外でハイブリッドカーを実用化しているホンダが昨年に続き2位となるなど、エコカー戦略が欲しいブランドに繋がっているともいえる。しかし、そのトヨタも支持率は減少し、ダイハツなど軽自動車ブランドの支持率が上昇している。

また、将来出世して欲しいブランドでは2位が常連のBMWだ。高級車といえばメルセデスのイメージが高いが、メルセデスの高級感はおソドックスであり、先進的に見えるBMWの方が新社会人にウケるのだろう。

「社長」になりたい・・・3年連続減少の7.5%

今年もどこまで出世したいか聞いたところ、責任の重い「社長」職と回答するフレッシュマンは減少する結果となった。長引く不況で、安定した給与や終身雇用などを期待するフレッシュマンも増加傾向で、就職難の時代だからこそといえる結果だった。また、休日は「家でのおんびり」過ごしたいフレッシュマンも増加中だ。

Q, 将来の目標は？ (n=1,000)



Q, 社会人になってからの休日の過ごし方？ (n=1,000)

Ranking	2010	Point	集計母数	2009	Point	集計母数	2008	Point
1位	家でのおんびり過ごす	65.7	1位	国内旅行	66.0	1位	家でのおんびり過ごす	62.9
2位	国内旅行	63.8	2位	ショッピング	62.1	2位	デート	60.1
3位	ショッピング	60.6	3位	家でのおんびり過ごす	61.5	3位	国内旅行	59.7
4位	デート	58.5	4位	デート	59.9	4位	ショッピング	58.7
5位	ドライブ	45.5	5位	ドライブ	47.4	5位	ドライブ	49.7
6位	インターネット	43.2	6位	インターネット	42.4	6位	インターネット	42.4
7位	海外旅行	36.3	7位	海外旅行	37.1	7位	海外旅行	37.7
8位	スポーツ	33.5	8位	スポーツ	33.6	8位	スポーツ	31.9
9位	アウトドア	25.0	9位	アウトドア	26.1	9位	スポーツ観戦	24.0
10位	スポーツ観戦	22.7	10位	スポーツ観戦	25.6	10位	アウトドア	21.9
11位	その他	2.2	11位	その他	1.6	11位	その他	2.1

出世＝高収入ということで、普通に考えれば出世したいフレッシュマンが多いことが予想されるが、今年も4割強が出世を望まない層となった。また、責任の重い社長まで出世したいフレッシュマンはわずか7.5%に留まり、年々減少している結果となった。

休日の過ごし方も「家でのおんびり」が再びトップとなったが、旅行などのスコアも高く、もっているだけではなく、OnとOffを上手に使い分けてじっくり自分の将来を決めようとしているのではないだろうか。何れにせよ会社に求めるものも「働きやすい環境」や「安定した給与」という回答が多く、リスクをとって高い収入を求めるフレッシュマンが少なくなってきたといえる。長引く不況の結果が安定志向の高まりの要因ともいえる。