

「自動車の安全技術」に関する インターネットモニターアンケート実施結果

目的

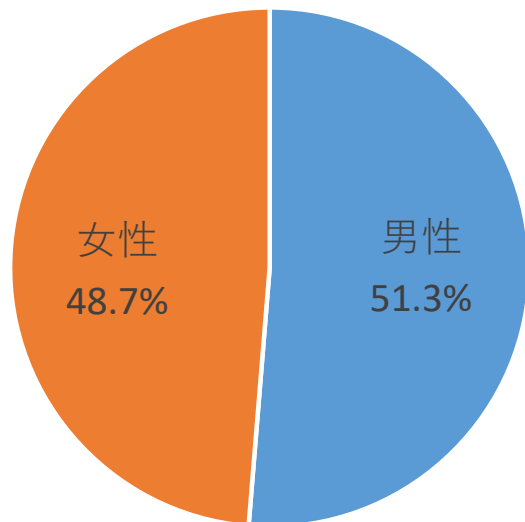
- 国土交通行政インターネットモニター制度登録者を対象に、自動車の安全技術に関する理解状況の把握と、先進安全自動車(ASV)推進計画及び自動車アセスメント事業の広報活動に活用するため実施。
- 当該資料は自動車アセスメントに関する項目を抜粋。

＜参考＞国土交通行政インターネットモニター 一般用閲覧ページ
<https://www.monitor.mlit.go.jp/Read/Default.aspx>

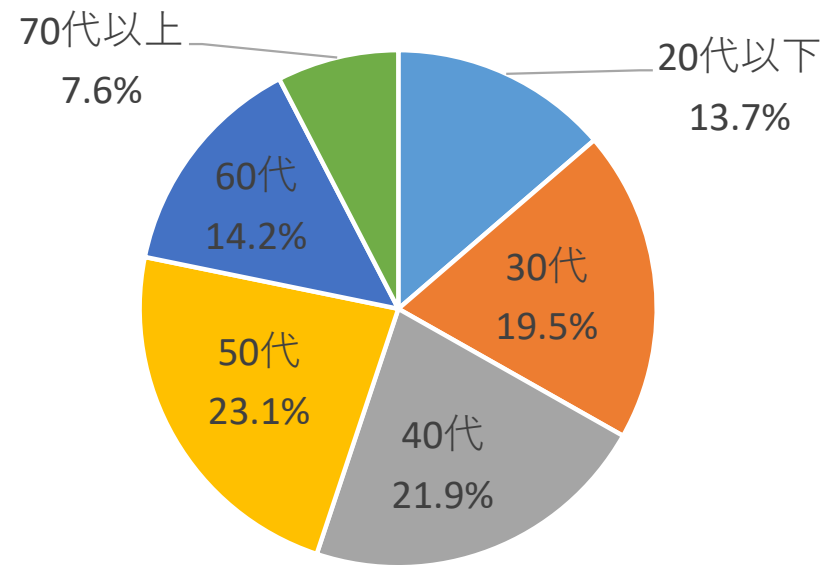
対象者	・国土交通行政インターネットモニター制度登録者(対象者:1,071人)
回答状況	・回答者991人(回答率92.5%)
項目	・あなたは免許を持っていますか ・運転する頻度はどのくらいですか ・車の使用用途はどれに該当しますか ・現在、車をご自身、あるいは家族が所有していますか ・その車に先進安全技術が搭載されていますか 等 (設問数は21問)
調査期間	令和5年9月1日(金)～9月21日(木)

回答者の属性

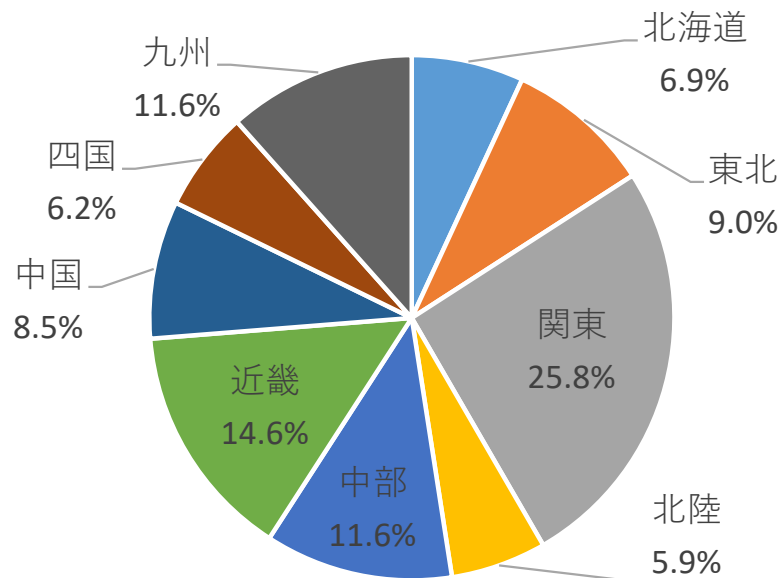
<性別>



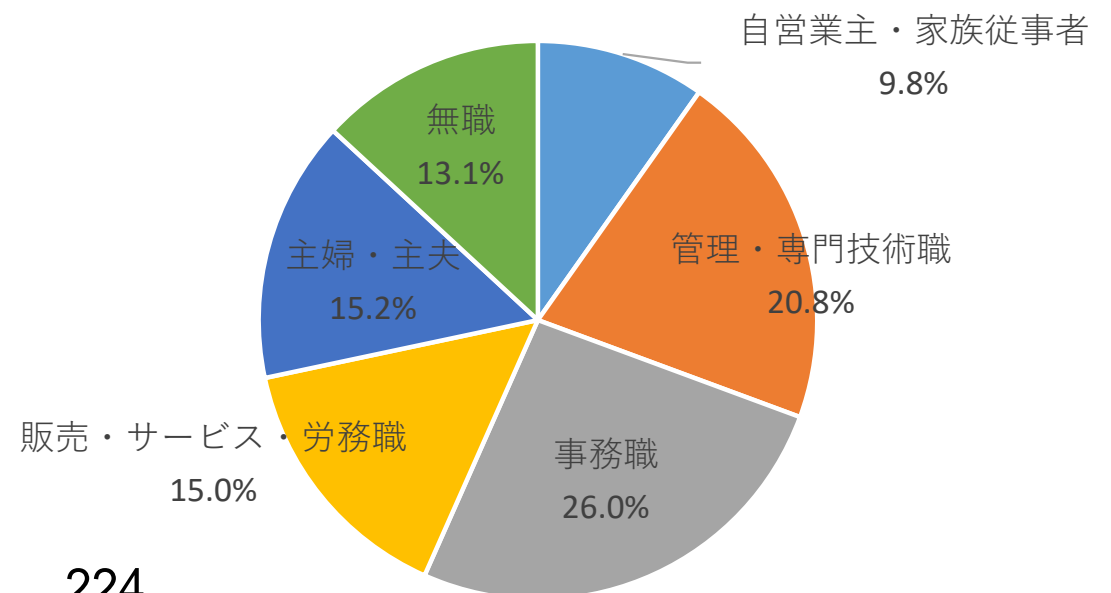
<年代別>



<ブロック別>

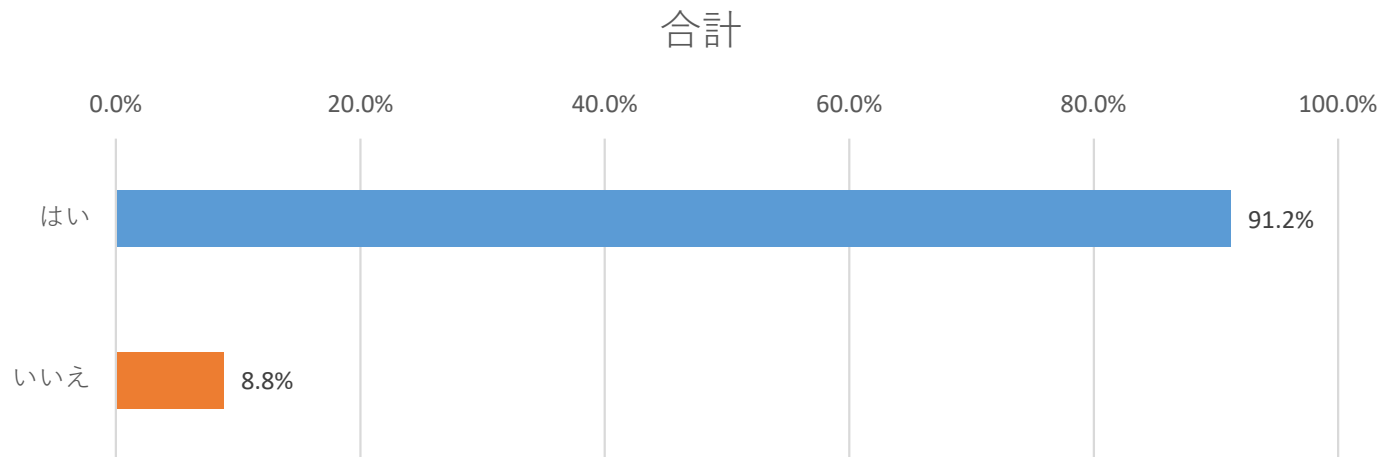


<職種別>



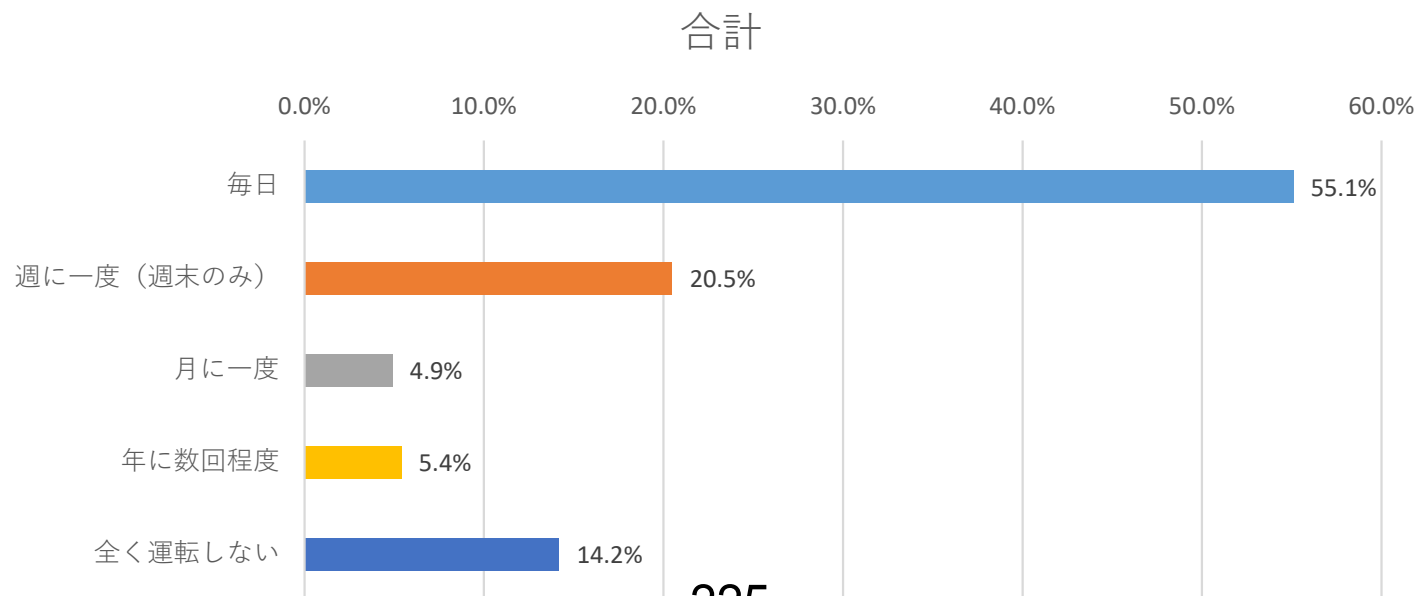
(参考)調査結果

問1. あなたは免許を持っていますか ※n=991



問2. 運転する頻度はどのくらいですか(最も近いものを選んでください) ※n=904

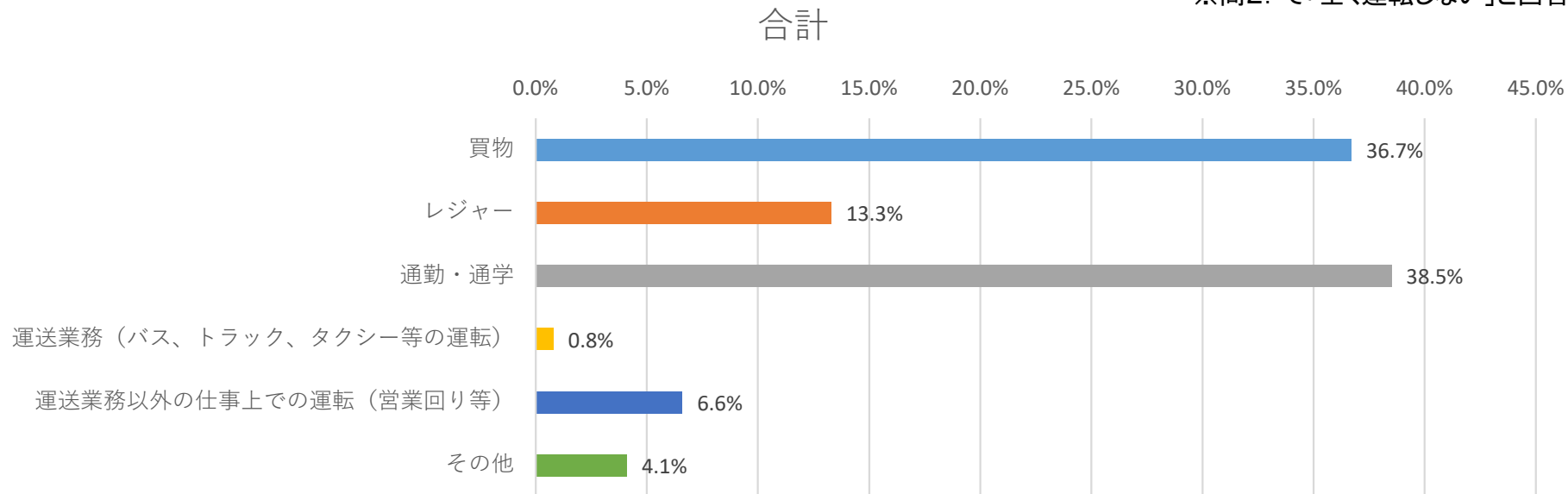
※問1. で「はい」と回答された方が対象



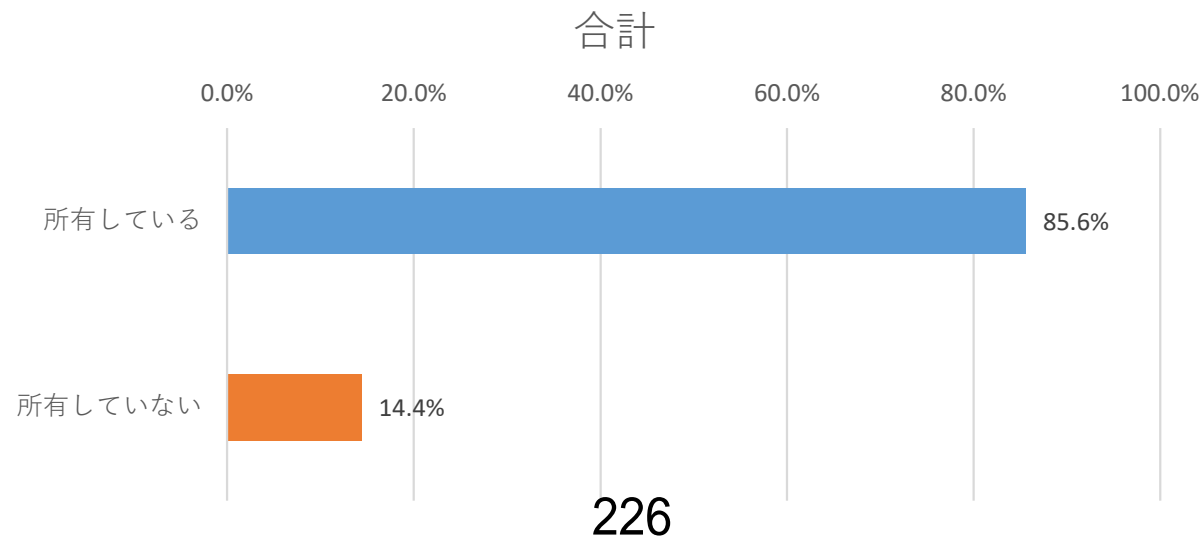
(参考)調査結果

問3. 車の使用用途はどれに該当しますか(最も多いものを選んでください) ※n=776

※問2. で「全く運転しない」と回答された方以外が対象

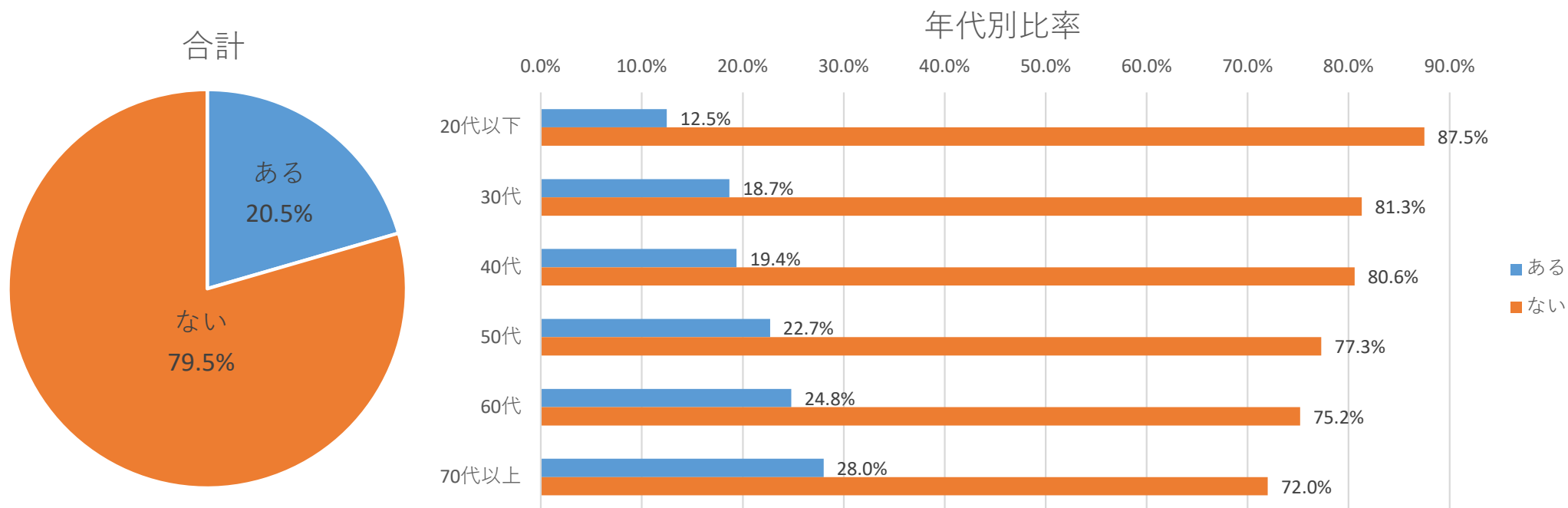


問4. 現在、車をご自身、あるいは家族が所有していますか ※n=991

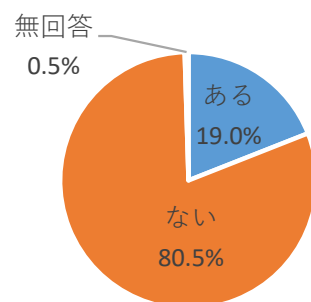


調査結果

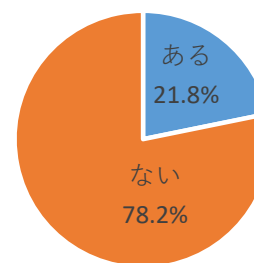
問18.「自動車アセスメント」という言葉を聞いたことがありますか ※n=991



(参考) R3年度 n=1008



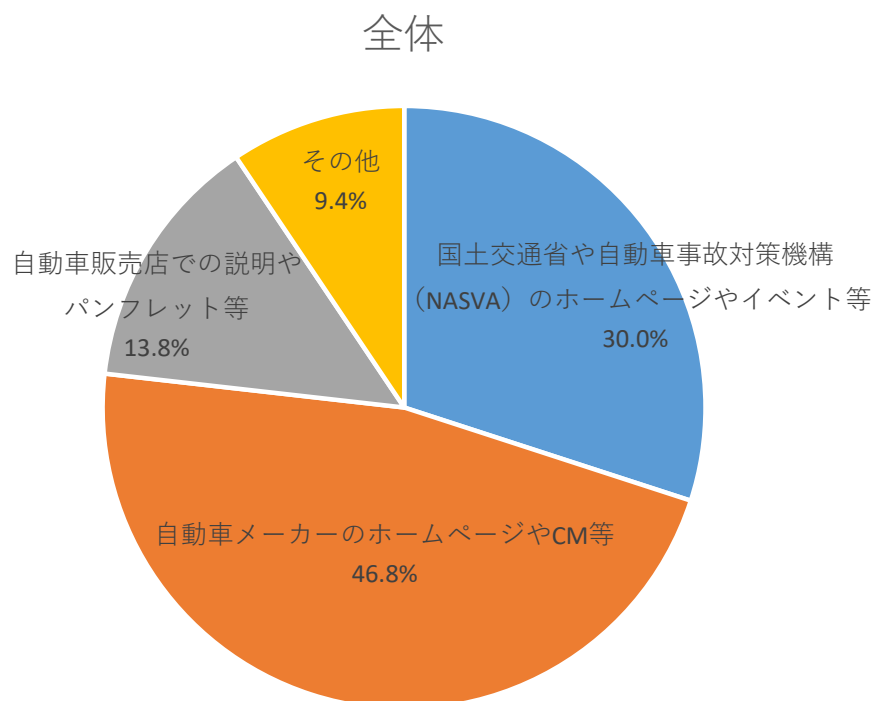
(参考) R4年度 n=998



- ・自動車アセスメントの認知度はR3年度:19.0% → R4年度:21.8% → R5年度:20.5%と横ばい
- ・20代以下、30代、40代では20%を下回る結果となった

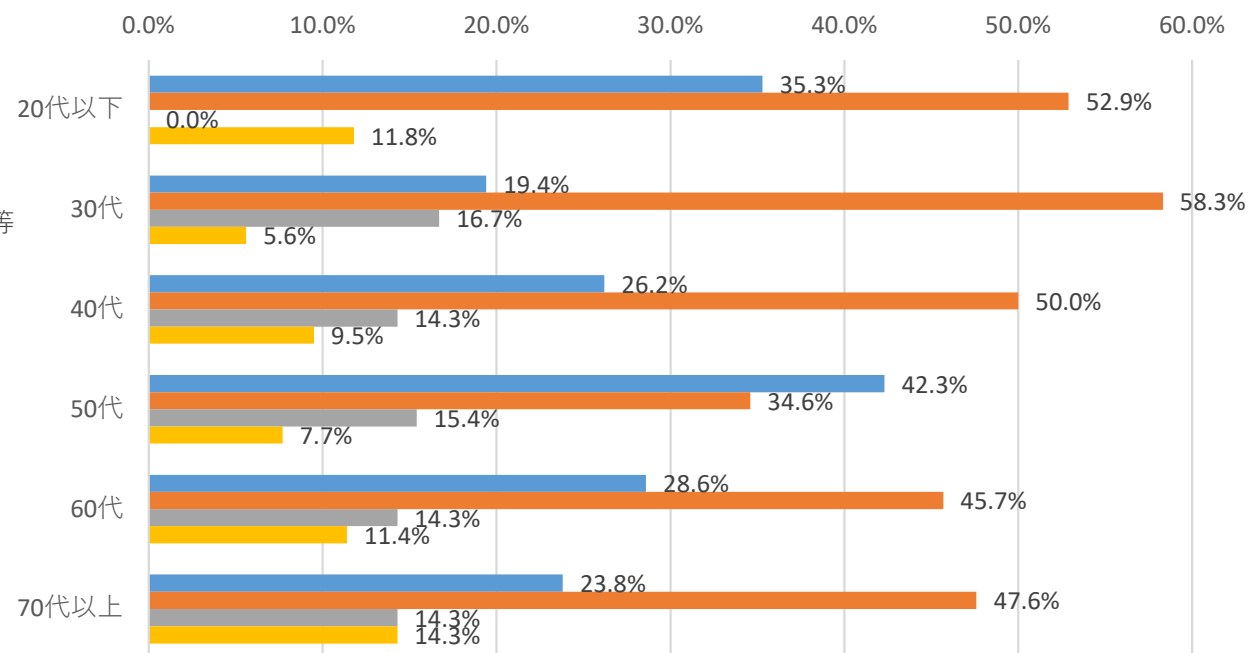
調査結果

問19.「自動車アセスメント」について、何で知りましたか ※n=203



※問18. で「ある」と回答された方が対象

年代別比率



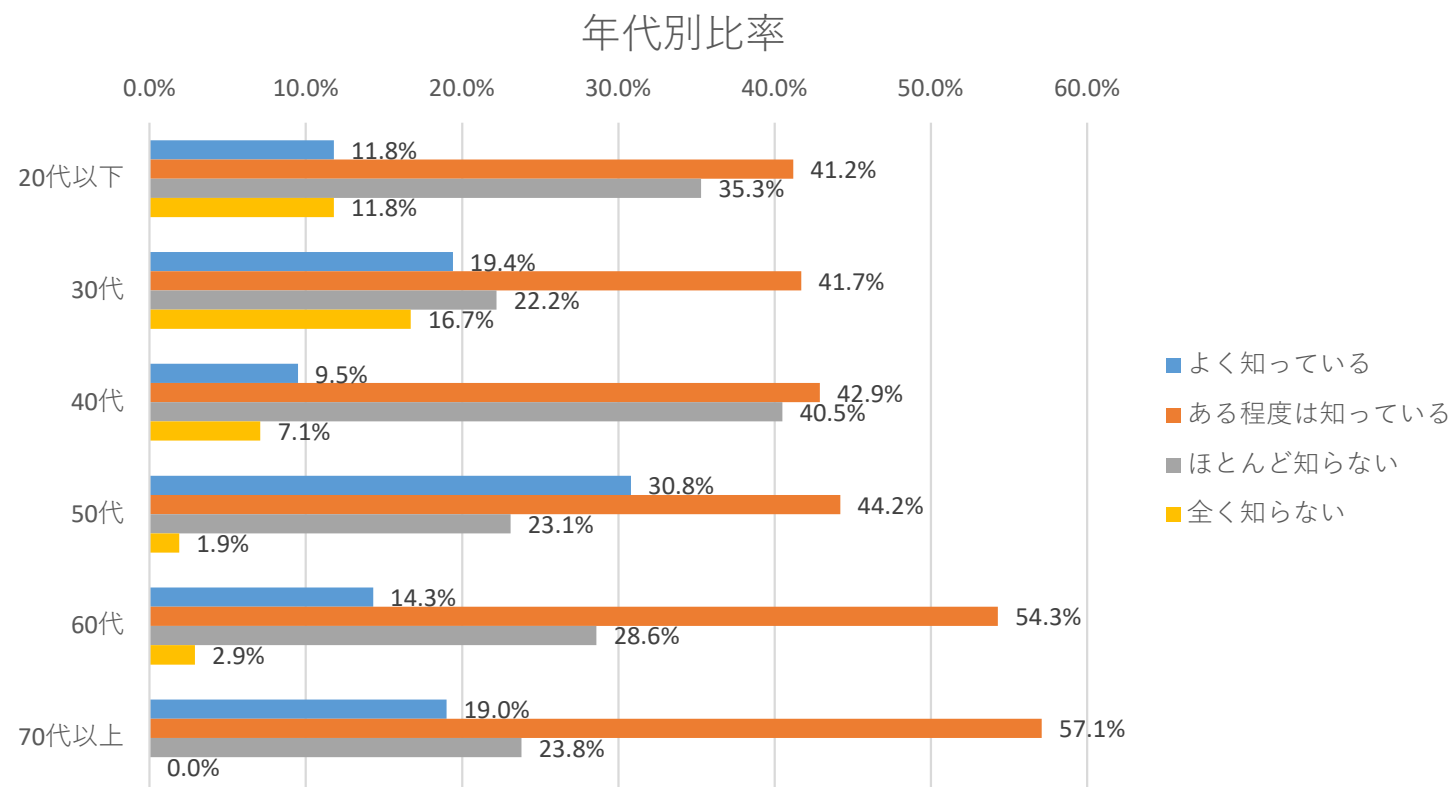
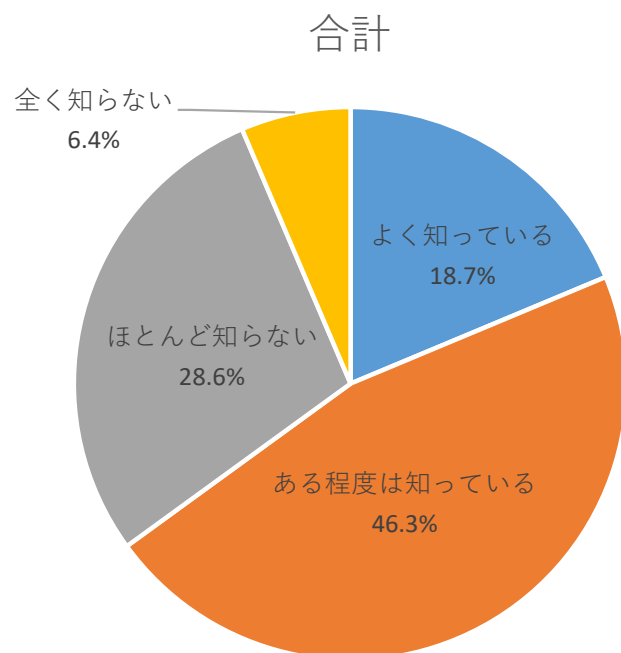
- 国土交通省や自動車事故対策機構（NASVA）のホームページやイベント等
- 自動車メーカーのホームページやCM等
- 自動車販売店での説明やパンフレット等
- その他

- ・自動車アセスメントを知ったきっかけの約5割が「自動車メーカーのホームページやCM等」であり、過去2年のアンケート結果でも同様の傾向となっている
- ・自動車購入意思や自動車に興味を持ってメーカーHPを見ている方の目に触れる機会が多いと考えられる
- ・国交省やナスバのHPやイベントでの訴求、自動車販売店でのPRが課題

調査結果

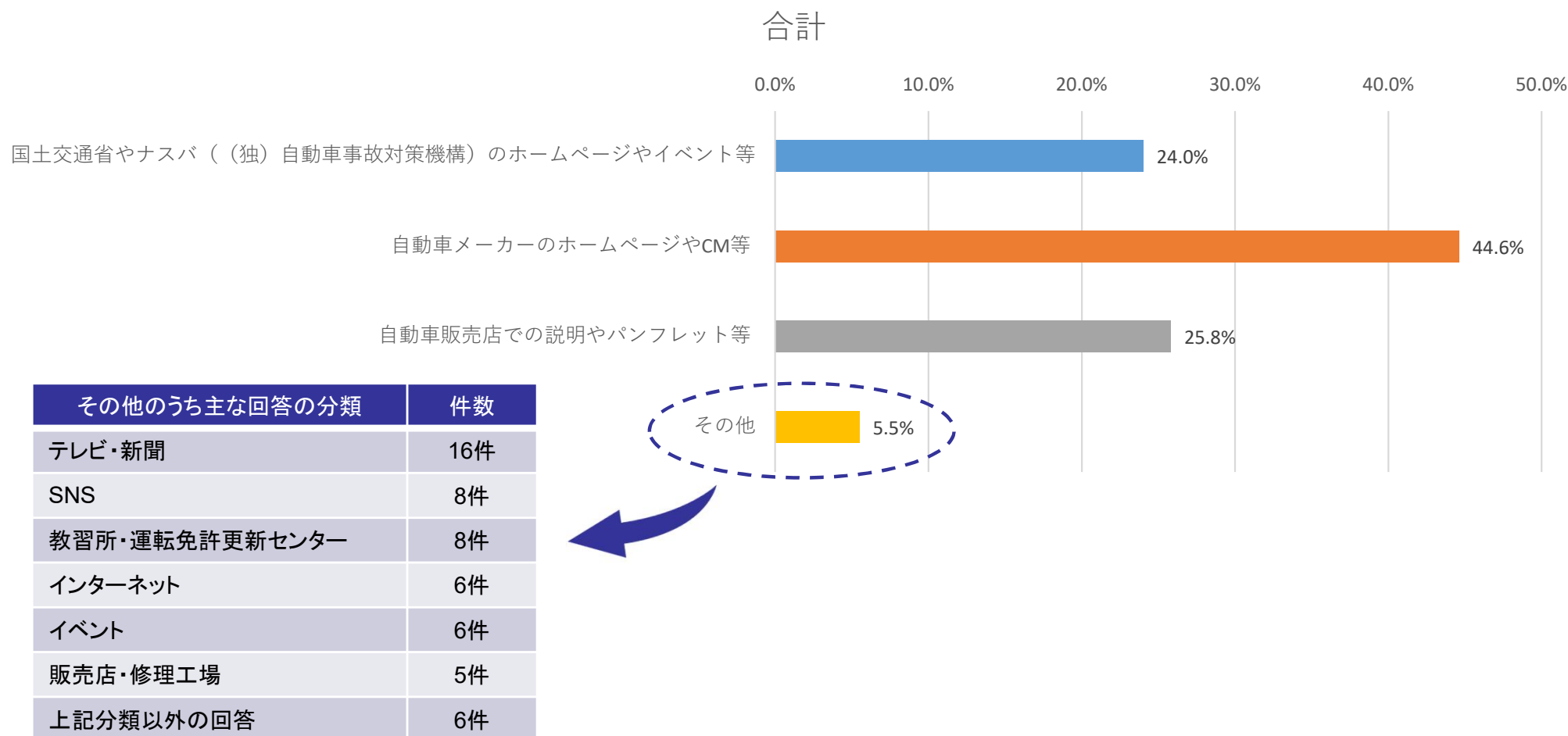
問20.「自動車アセスメント」が、市販されている自動車の安全性能を評価・公表している事業であることを知っていますか ※n=203

※問18. で「ある」と回答された方が対象



・「よく知っている」と「ある程度は知っている」を合わせた割合では70代以上(76.1%)、50代(75%)、60代(68.6%)の順に多く、40代と20代以下は約50%であった

問21. 自動車の安全性能に関する情報をどこで知りたいですか ※n=991



- ・「問19.「自動車アセスメント」について、何で知りましたか」の結果と同様の傾向で、約5割の方が自動車メーカーのHPやCM等で知りたいと回答
- ・「その他（フリーコメント形式）」の回答を分類したところ、上位ではテレビ・新聞、SNS、教習所・運転免許更新センターの順に多く、全体の約6割を占める結果となった

まとめ

- ・自動車アセスメントの知名度はR3年度からR5年度までに大きな変化は無く、約20%で推移している
- ・年代が上がるごとに知名度も上がる傾向があり、若年層へのPRがより一層の課題
- ・「自動車メーカーのホームページやCM等」が知ったきっかけ、知りたいと思う情報源として最も高い割合であり、有効なPR手段と考えられることから、今後も自動車メーカーのHP等で活用して貰えるような働きかけを行うことが必要
- ・自動車アセスメントの存在を広く知ってもらうためには、ユーザーが無意識的に自動車アセスメントの情報に触れることが出来るチャネルの活用が必要だと考えられる
 - ⇒ テレビ、新聞やSNS、インターネット、教習所・運転免許更新センター等
- ・自動車アセスメントの事業内容を知ってもらうためには、国交省やナスバのHPへの誘導（＝まずはサイトを訪れてもらうこと）、自動車販売店へPRの働きかけなどが必要だと考えられる