2026 年 11 月 24 日（火）

報道関係各位
プレスリリース

株式会社SkyDrive

【空飛ぶクルマの利用ニーズ調査】
空飛ぶクルマ、約 3 人に 2 人が「乗ってみたい」。よく知る人の 9 割超が利用意向
～2028 年頃のサービス開始後を想定。よく知る層は「ぜひ」が全体の 3 倍超、
利用したい 20 代の 3 人に 1 人が「ぜひ」～

コンパクトな「空飛ぶクルマ」（※1）の開発・製造・販売を行う株式会社SkyDrive（本社：愛知県豊田市、代表取締役CEO 福澤知浩、以下「SkyDrive」）は、全国の 20 代～60 代の男女 2,206 名を対象に、「空飛ぶクルマの利用ニーズに関するアンケート調査」を実施いたしました。

本調査では、空飛ぶクルマの認知度に加え、既存交通手段の課題や移動時間・費用に対する価値観、利用目的、そして 2028 年頃のサービス開始を想定した利用意向について多角的に検証を行いました。その結果、全回答者の約 3 人に 2 人（65.7%）がサービス開始後に空飛ぶクルマに「乗ってみたい」と回答し、空飛ぶクルマをよく知る人ほど利用意向が高いことが明らかになりました。



01 約3人に2人が「空飛ぶクルマに乗ってみたい」。

02 空飛ぶクルマを「よく知っている」人の92.4%が利用意向。
「ぜひ乗ってみたい」は54.6%で全体の3倍超。

03 利用したい20代の32.4%が「ぜひ乗ってみたい」。

調査期間：2026年10月28日～29日 / 有効回答数：2,206名
※01は、全回答者2,206名のうち「利用してみたい」と回答し、サービス開始後も「乗ってみたい」と回答した1,449名の割合（65.7%）。02の「ぜひ」・03は利用意向者（1,584名）ベース。

■ 調査概要

- 調査概要：空飛ぶクルマの利用ニーズに関するアンケート調査
- 調査対象： 全国の 20 歳～69 歳の男女
- 調査期間： 2026 年 10 月 28 日～10 月 29 日
- 調査方法： インターネット調査
- 有効回答数： 2,206 サンプル
- 実施主体： 自社調査

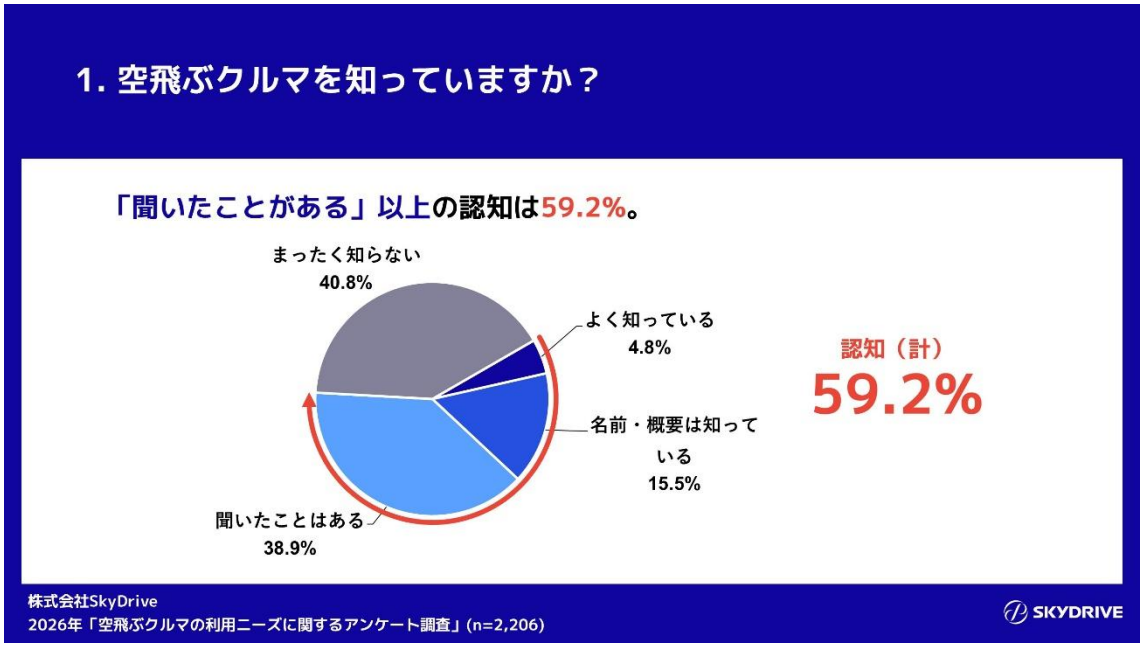
※構成比は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計は必ずしも 100 とはなりません。利用したい場面、利用時に重視すること、利用にあたっての不安・懸念、総合的な利用意向の各設問は、空飛ぶクルマを「利用してみたい」と回答した 1,584 名を対象としています。

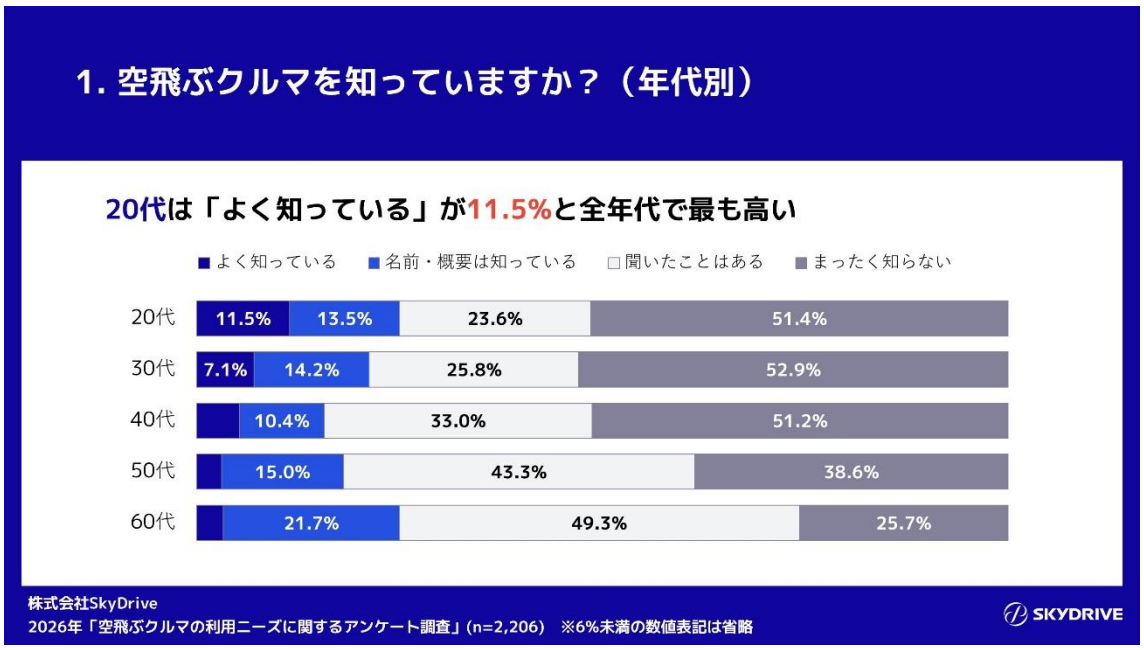
※「約 3 人に 2 人」（65.7%）は、全回答者 2,206 名のうち、「利用してみたい」と回答し、さらにサービス開始後も「乗ってみたい」と回答した 1,449 名の割合です。

■ 調査結果

1. 空飛ぶクルマの認知度：約 6 割が「聞いたことがある」以上。20 代は「よく知っている」が全年代で最も高い

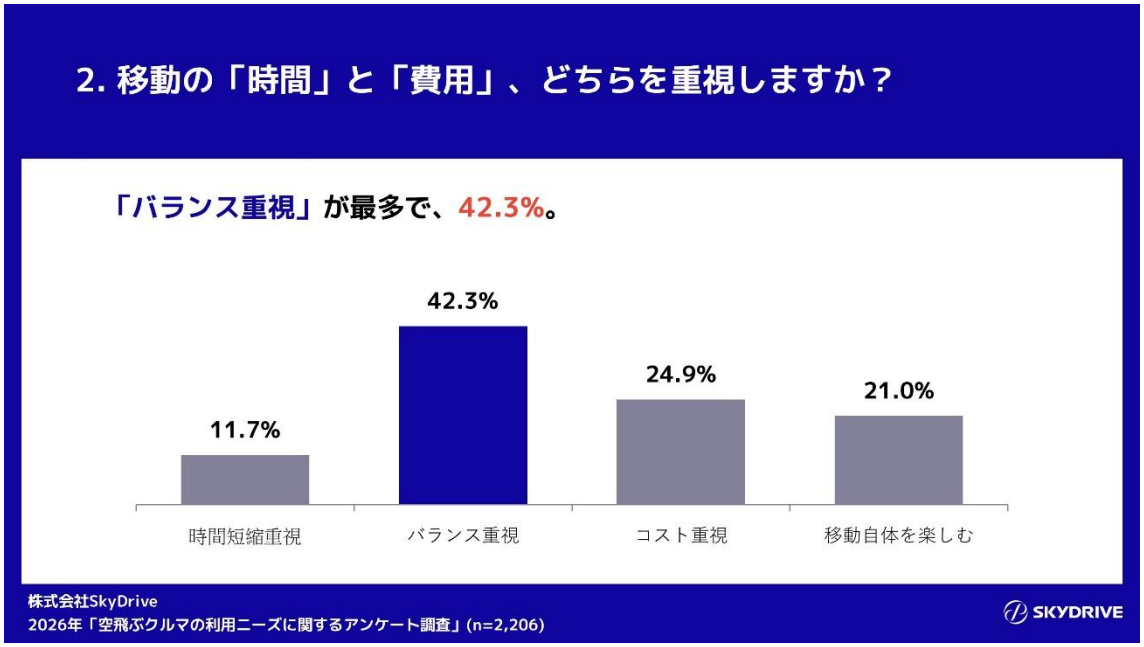
空飛ぶクルマ（eVTOL）を知っているか聞いたところ、「よく知っており、どのような乗り物かも理解している（4.8%）」「名前や概要は知っている（15.5%）」「聞いたことはあるが、よく知らない（38.9%）」を合わせ、59.2%が空飛ぶクルマを認知しており、「まったく知らない」は 40.8%でした。年代別では、「よく知っており、どのような乗り物かも理解している」の割合は 20 代が 11.5%と全年代で最も高く、全体（4.8%）の約 2.4 倍となりました。





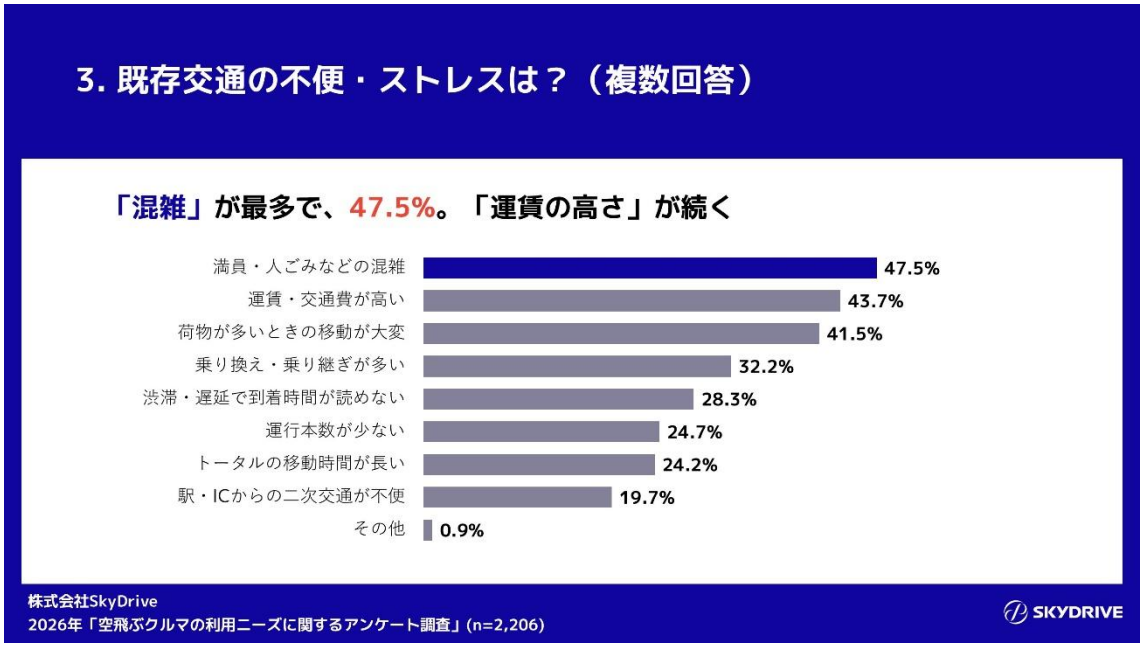
2.　移動の「時間」と「費用」に対する価値観：「バランス重視」が 42.3%で最多

遠出・観光・ビジネスなどで移動する際の「時間」と「費用」に対する考え方を聞いたところ、「時間短縮と価格のバランスを見て、納得できれば高い手段も使いたい（バランス重視）」が 42.3%で最多となり、「時間がかかっても、費用（運賃・ガソリン代等）をできるだけ抑えたい（コスト重視）（24.9%）」「時間や費用より、移動中の景色や体験の楽しさを重視したい（移動自体を楽しむ）（21.0%）」「費用が多少高くても、移動時間を大幅に短縮できる手段を選びたい（時間短縮重視）（11.7%）」が続きました。「バランス重視」と「時間短縮重視」を合わせた 54.1%が、納得できれば時間短縮に費用をかけるという意向を示しました。



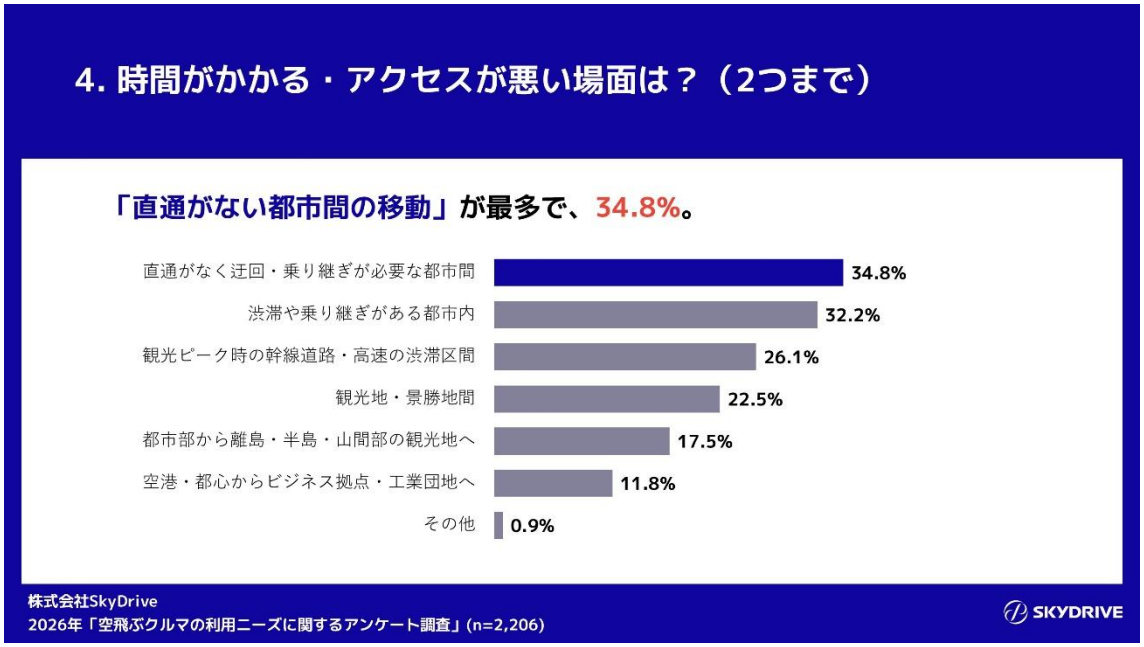
3.　既存交通手段の不便・ストレス：「混雑」が 47.5%で最多、「運賃の高さ」が続く

既存の交通手段（新幹線・特急・高速道路・フェリー・路線バス等）を利用する際の不便やストレスを聞いたところ、1 位「満員・人ごみなどの混雑（47.5%）」、2 位「運賃・交通費が高い（43.7%）」、3 位「荷物が多いときの移動が大変（41.5%）」、4 位「乗り換え・乗り継ぎが多い（32.2%）」となりました。



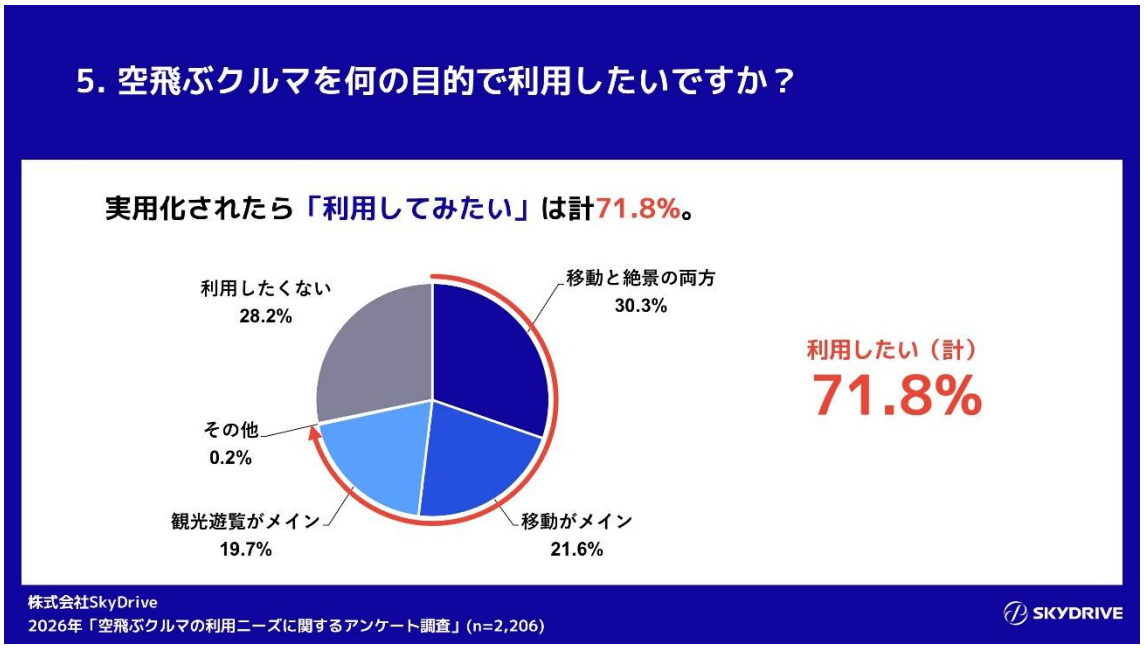
4.　既存交通手段の時間がかかる・アクセスが悪い場面：「直通がない都市間の移動」が 34.8%で最多

移動で特に「時間がかかる」「アクセスが悪い」と感じる場面を聞いたところ、1 位「直通がなく、迂回や乗り継ぎが必要な都市間の移動（34.8%）」、2 位「渋滞や乗り継ぎがある都市内の移動（32.2%）」、3 位「観光ピーク時の幹線道路・高速道路の渋滞区間（26.1%）」となりました。都市間・都市内のいずれの移動にも、空を使うことで時間を短縮できる余地があることがうかがえます。



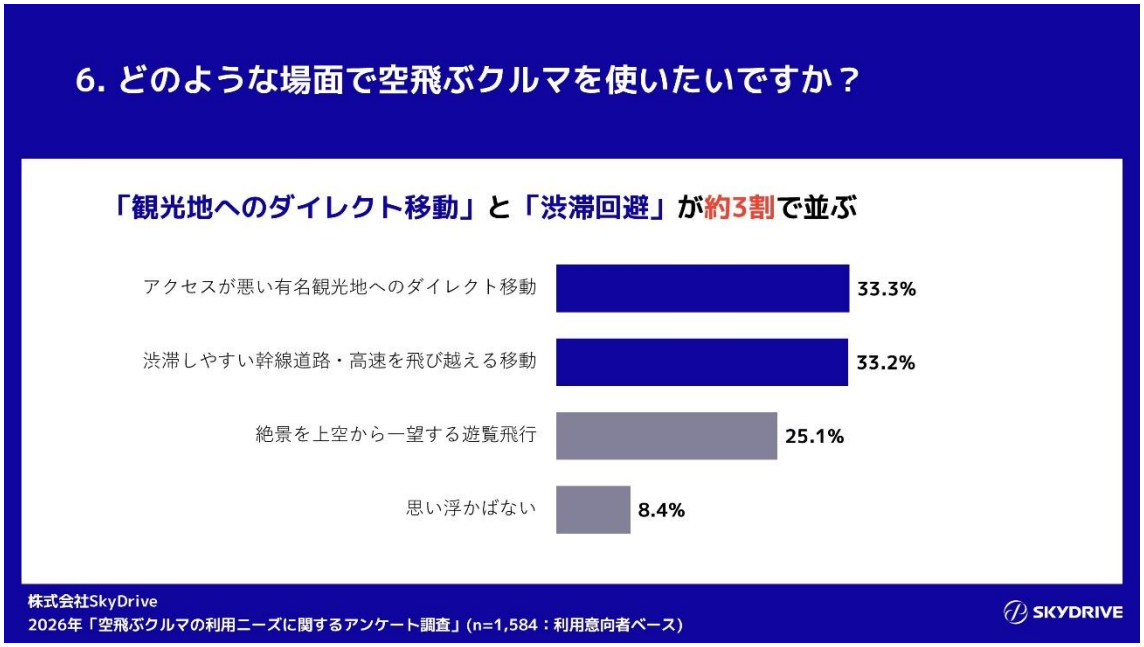
5.　利用目的：実用化されたら「利用してみたい」は計 71.8%。「移動と絶景の両方」が最多

空飛ぶクルマが実用化された場合の利用目的を尋ねたところ、「移動と絶景体験の両方を兼ねて利用したい（30.3%）」が最多となり、次いで「移動メイン（21.6%）」「観光遊覧メイン（19.7%）」となりました。「利用したくない（28.2%）」を除く 71.8%が利用に前向きな姿勢を示し、利用意向者（1,584 名）に限ると 69.7%が『上空からの絶景体験』を利用目的に含めています。



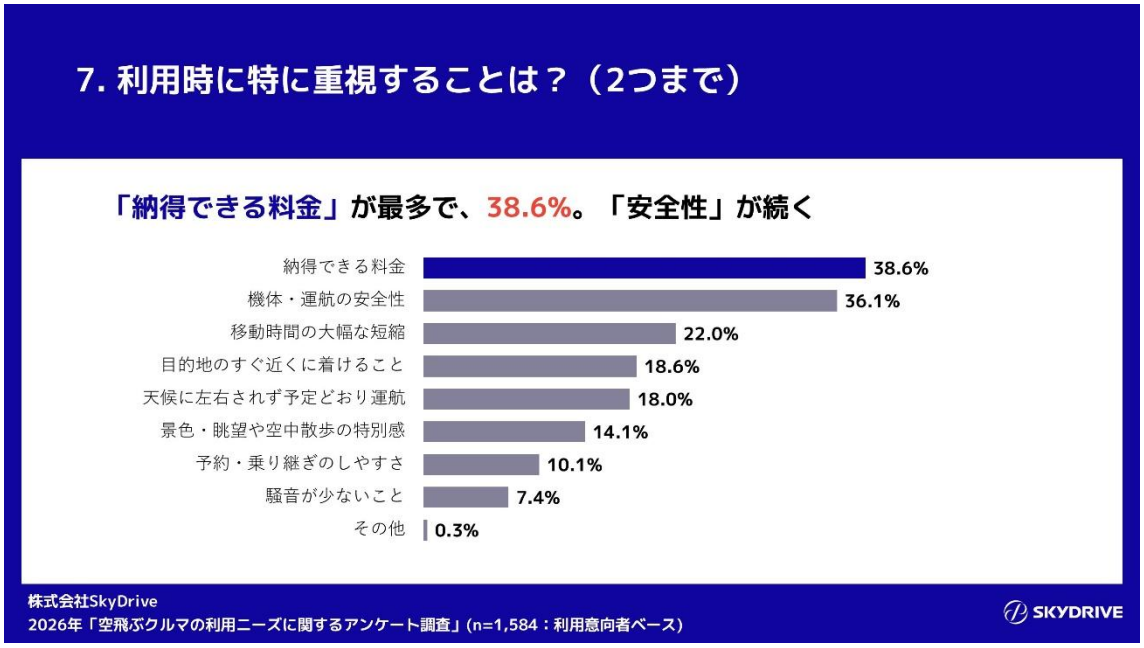
6.　利用したい場面：「観光地へのダイレクト移動」と「渋滞回避」が約 3 割で並ぶ

利用意向者（1,584 名）に具体的に利用したい場面を聞いたところ、1 位「アクセスが悪い有名観光地へのダイレクト移動（33.3%）」、2 位「渋滞しやすい幹線道路・高速道路を飛び越える移動（33.2%）」がほぼ同率で並び、3 位「景勝地や海岸線、山間部などの絶景を上空から一望する遊覧飛行（25.1%）」が続きました。観光と日常の移動の両方で、空飛ぶクルマの具体的な活用イメージが描かれていることがわかります。



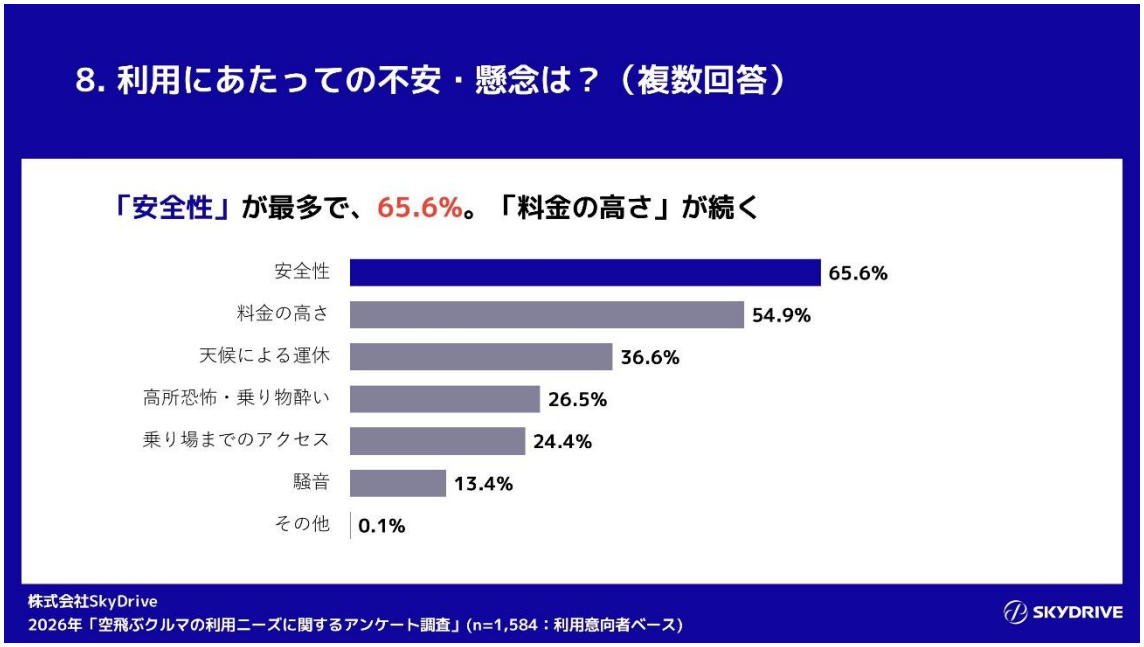
7.　利用時に重視すること：「納得できる料金」が 38.6%で最多、「安全性」が続く

利用意向者（1,584 名）に、空飛ぶクルマを利用する際に特に重視するものを聞いたところ、1 位「納得できる料金（38.6%）」、2 位「機体・運航の安全性（36.1%）」が他を大きく引き離し、3 位「移動時間の大幅な短縮（22.0%）」、4 位「目的地のすぐ近くに着けること（18.6%）」が続きました。



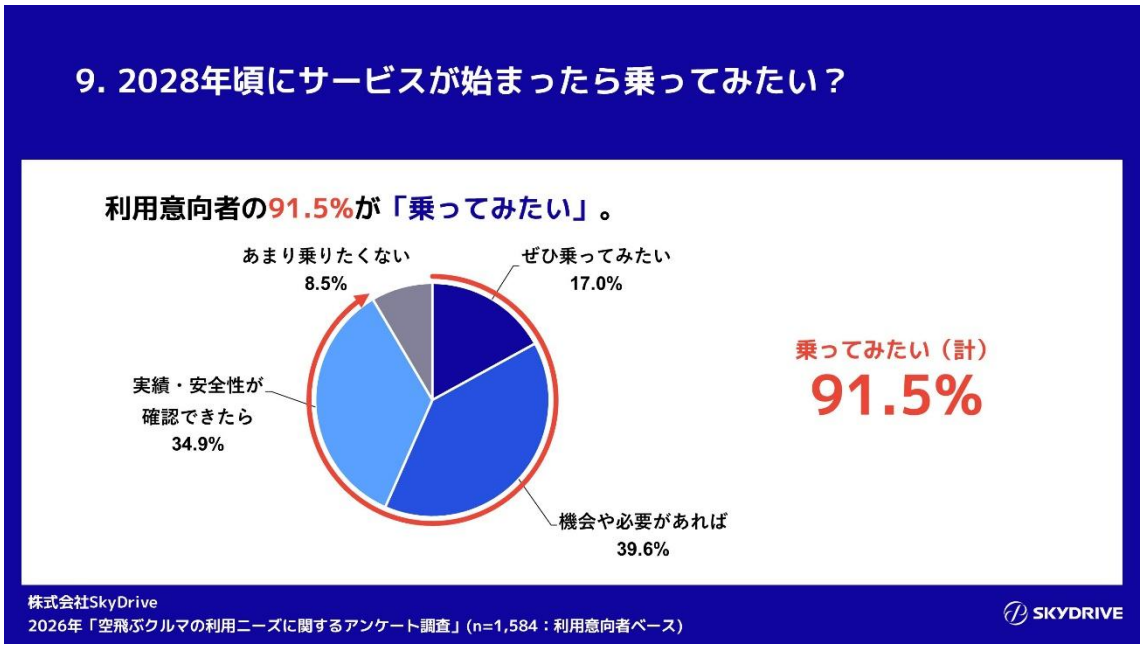
8.　利用にあたっての不安・懸念：「安全性」が 65.6%で最多、「料金の高さ」が続く

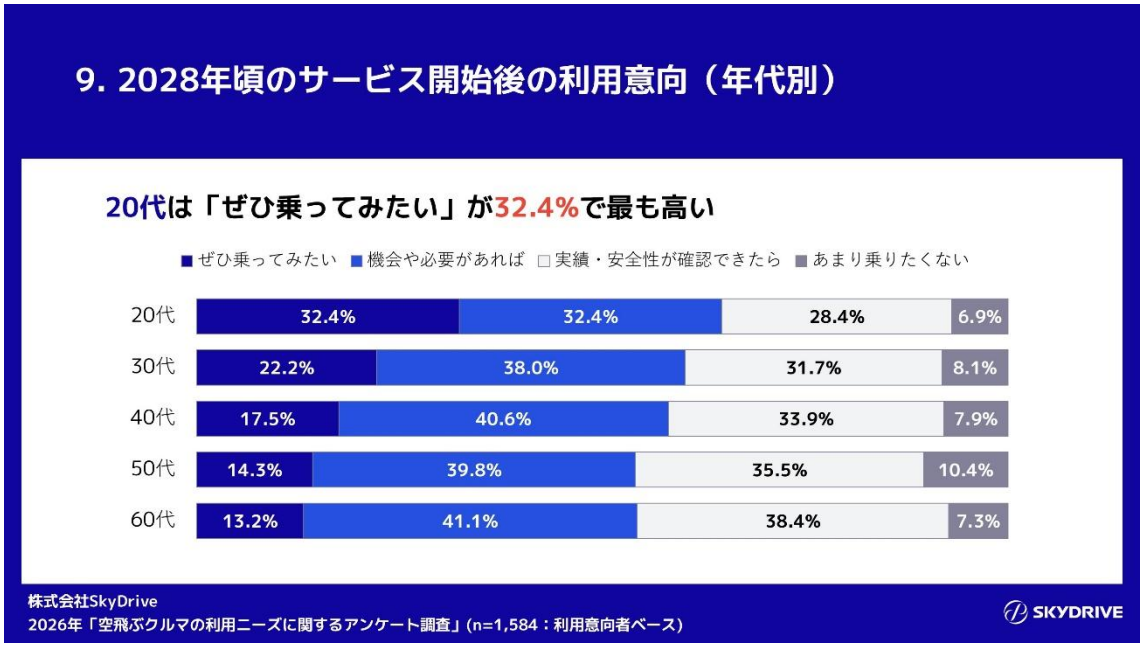
利用意向者（1,584 名）に、空飛ぶクルマの利用について不安や懸念を感じる点を聞いたところ、1 位「安全性（65.6%）」、2 位「料金の高さ（54.9%）」、3 位「天候による運休（36.6%）」となりました。安全性への信頼と利用しやすい料金設計が、普及に向けた重要なテーマであることが改めて示されました。



9.　総合的な利用意向：利用意向者の 91.5%がサービス開始後に「乗ってみたい」。20 代は「ぜひ」が 32.4%

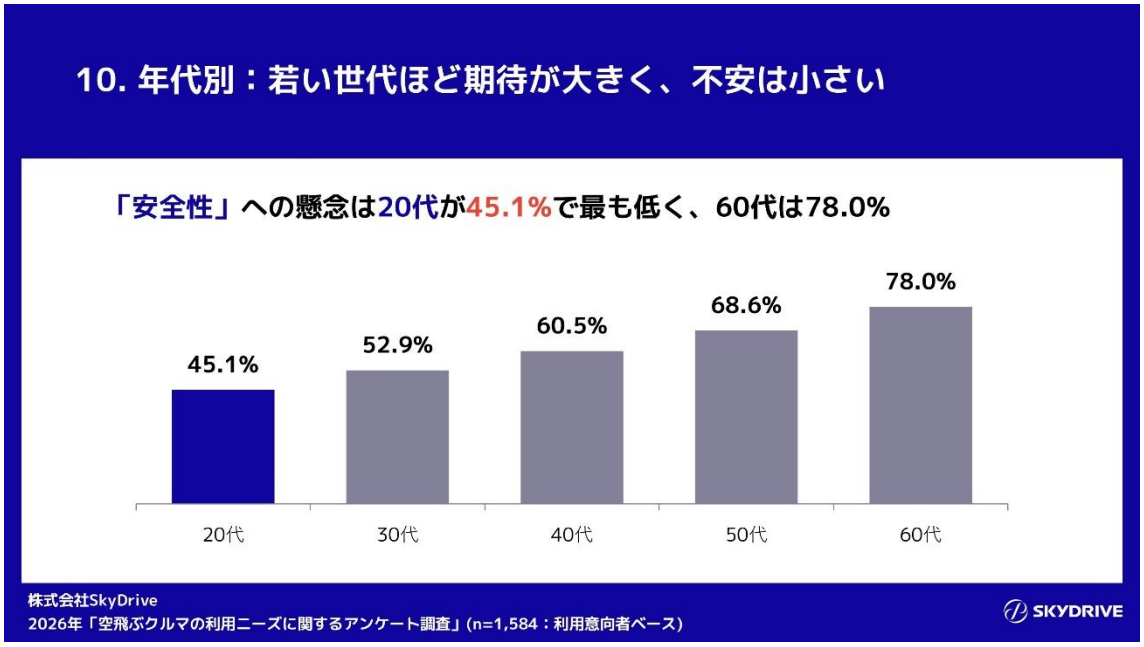
利用意向者（1,584 名）に、2028 年頃から都市部や観光地で空飛ぶクルマ（エアタクシー）のサービスが順次始まった場合の利用意向を聞いたところ、「ぜひ乗ってみたい（17.0%）」「機会や必要があれば乗ってみたい（39.6%）」「他の人の利用実績や安全性が確認できたら乗ってみたい（34.9%）」を合わせ、91.5%が「乗ってみたい」と回答しました。全回答者ベースに換算すると 65.7%となり、約 3 人に 2 人が「乗ってみたい」と回答したことになります。年代別では、20 代の 32.4%が「ぜひ乗ってみたい」と回答し、全年代で最も高くなりました。





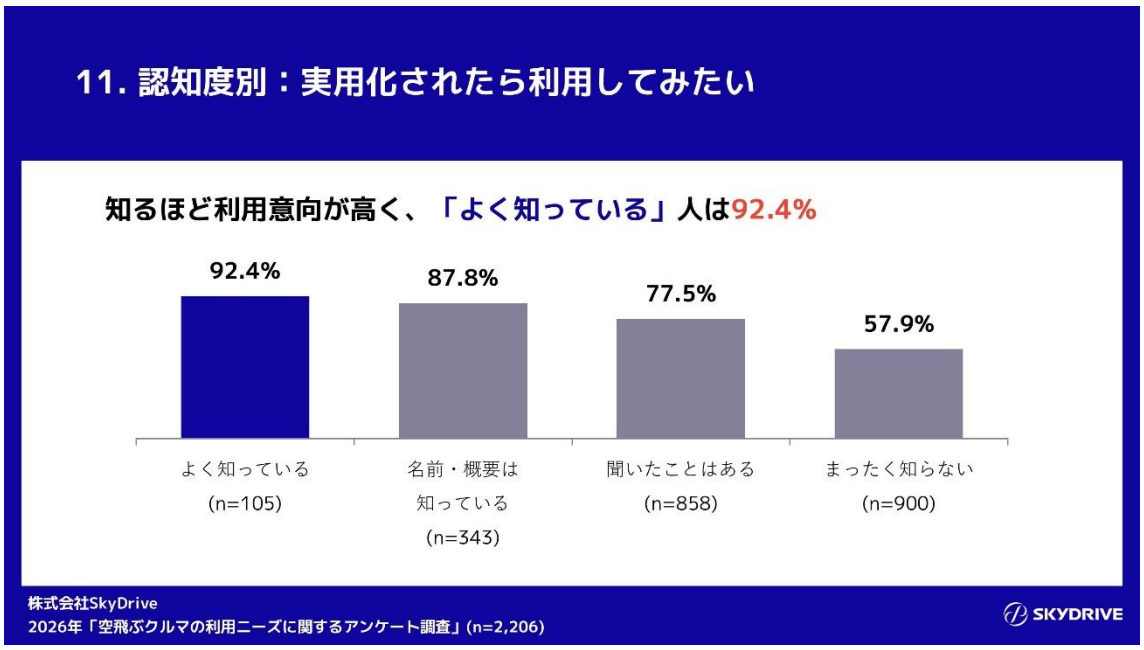
10. 【クロス集計】若い世代ほど期待が大きく、不安は小さい。20 代の 32.4%が「ぜひ乗ってみたい」

利用意向者（1,584 名）を年代別に見ると、2028 年頃のサービス開始後に「ぜひ乗ってみたい」と回答した割合は 20 代が 32.4%で最も高く、30 代 22.2%、40 代 17.5%、50 代 14.3%、60 代 13.2%と、若い世代ほど高くなりました。一方、利用時の懸念として「安全性」を挙げた割合は 20 代の 45.1%に対し 60 代では 78.0%、「料金の高さ」も 20 代の 43.1%に対し 60 代では 60.4%と、いずれも若い世代ほど低い結果となりました。また、「他の人の利用実績や安全性が確認できたら乗ってみたい」という様子見の回答も 20 代が 28.4%で最も少なく、若い世代を中心に、空飛ぶクルマを新しい移動手段として前向きに受け止める姿勢がうかがえます。シニア層に向けては、安全性の実証が特に重要になると考えられます。



11. 【クロス集計】知るほど「乗ってみたい」。空飛ぶクルマを「よく知っている」人は、利用意向が突出して高い

空飛ぶクルマの認知度別に利用意向を見ると、「よく知っている」層（n=105）では 92.4%が実用化されたら「利用してみたい」と回答し、「名前や概要は知っている」層（n=343）では 87.8%、「聞いたことはあるが、よく知らない」層（n=858）では 77.5%、「まったく知らない」層（n=900）では 57.9%と、認知度が高いほど利用意向も高い結果となりました。「よく知っている」層は「まったく知らない」層を 34.5 ポイント上回っています。また、利用意向者のうち「よく知っている」層（n=97）では、2028 年頃のサービス開始後に「ぜひ乗ってみたい」が 54.6%と、利用意向者全体（17.0%）の 3 倍以上となりました。※「よく知っている」層はサンプル数が少ないため、参考値としてご覧ください。



■ 本調査における考察

本調査結果から、生活者が空飛ぶクルマに求めている価値は、実用的な「移動時間の短縮（交通アクセス）」だけでなく、「上空からの絶景を楽しむ観光遊覧（体験価値）」にもあることが明らかになりました。2028 年頃のサービス開始を想定した利用意向では、利用意向者（1,584 名）の 9 割超、全回答者ベースでも約 3 人に 2 人が「乗ってみたい」と回答しており、空飛ぶクルマへの期待の高さがうかがえます。

一方で、利用意向者の利用時の懸念では「安全性」が 65.6%で最多となり、利用意向者の約 3 人に 1 人が「他の人の利用実績や安全性が確認できたら乗ってみたい」と回答しました。また、移動に対する価値観では 5 割超が「納得できれば時間短縮に費用をかける」という意向を示した一方、利用時に重視することでは「納得できる料金」が最多となっており、安全性の実証と納得感のある料金設計が普及に向けた鍵になると考えられます。

SkyDrive は、2025 年の大阪・関西万博でのデモフライトを経て、2028 年のサービス開始に向けた取り組みを加速させています。空飛ぶクルマをよく知る人ほど利用意向が高いという結果は、情報発信が利用意向の向上につながる可能性を示しています。今後も安全性の確保と情報発信を通じて社会受容性を高めるとともに、空港や都市部と観光地を結ぶ移動路線に加え、景勝地での遊覧飛行を組み合わせた運航モデルの検討を進め、「日常の移動に空を活用する」未来の実現を目指してまいります。

※1 空飛ぶクルマとは：電動化、自動化といった航空技術や垂直離着陸などの運航形態によって実現される、利用しやすく持続可能な次世代の空の移動手段です。諸外国では、Advanced Air Mobility（AAM）や Urban Air Mobility（UAM）と呼ばれています。

引用元：国土交通省（令和 8 年 3 月付）https://www.mlit.go.jp/koku/content/001994084.pdf

≪株式会社SkyDrive　概要≫

設立	2018 年 7 月
代表者	代表取締役 CEO　福澤知浩
ＵＲＬ	https://skydrive.co.jp/
所在地	豊田本社：愛知県豊田市挙母町 2-1-1 豊田開発センター：愛知県豊田市西中山町山ノ田 20-2 豊田テストフィールド：愛知県豊田市足助地区 名古屋空港オフィス：愛知県西春日井郡豊山町大字豊場 県営名古屋空港 2F 東京オフィス：東京都千代田区平河町 1-3-13 平河町フロントビル 3F 大阪オフィス：大阪府大阪市北区梅田 1-3-1-800 大阪駅前第一ビル 8F 山口テストフィールド：山口県山口市阿知須
子会社	株式会社 Sky Works：静岡県磐田市 SkyDrive America, Inc. ： Beaufort, South Carolina 29902, U.S.A. 株式会社 AlterSky：愛知県豊田市
事業内容	「100 年に一度のモビリティ革命を牽引する」をミッションに掲げ、「日常の移動に空を活用する」未来の実現を目指しています。2018 年 7 月の設立以来、愛知県豊田市を主拠点にコンパクトな「空飛ぶクルマ」を開発し、静岡県磐田市のスズキグループ工場で製造を開始しています。官民協議会の構成員として制度設計にも関与し、2020 年には日本初となる公開有人飛行試験に成功、2025 年の大阪・関西万博でのデモフライトを経て、2028 年のサービス開始に向けた取り組みを加速させています。

本件に関するお問い合わせ

≪株式会社 SkyDrive≫
広報　石井
Tel:090-6389-3584
Email: info@skydrive.co.jp
https://skydrive.co.jp/contact