

2017年上半期の乗用車用夏タイヤの販売動向 値上げ前の駆け込み需要により販売本数は前年比1割増

GfK ジャパン(東京:中野区)は、全国のカー用品店、タイヤ専門店(メーカー系列を除く)、ガソリンスタンド、インターネットにおける乗用車用夏タイヤ^{*1}の販売動向^{*2}を発表した。

【概要】

- ・2017年上半期の夏タイヤ販売本数は前年から1割増加。5月は駆け込み需要により4割増を記録。
- ・軽自動車における13から14インチへの規格移行が進み、タイヤ販売でも同様の傾向が鮮明に。

【乗用車用夏タイヤ販売動向】

2017年上半期(1-6月)における乗用車用夏タイヤ販売は本数前年比10%増と大きく伸長した。

第1四半期(1-3月)は同2%増とほぼ前年並みで推移したが、第2四半期は、原材料費高騰により国内メーカー製品の値上げが6月1日から実施された影響で、販売状況が大きく変動した。4月は同11%増、店頭での値上げ前の需要喚起が本格化した5月は同40%増を記録した(図1)。店頭の値上げが始まった6月は大幅な反動減が予測されていたが、同1%減にとどまった。こうした結果、第2四半期(4-6月)としては同16%増となった。なお6月の税抜き平均価格は、先述の値上げから、前年同月を6%上回った。

【14インチの構成比拡大】

夏タイヤのリム径別販売本数構成比をみると、14インチが徐々に拡大し、17年上半期では27%を占めた(図2)。軽自動車の多くが、リム径を13インチから14インチへ上げてきているため、市販タイヤの構成比へも徐々に変化が表れてきている。

この14インチ夏タイヤを実売価格帯別にみると、本数構成比では4~5千円台が最も多く、2017年上半期では44%を占めるまでに拡大した(図3)。製品の店頭価格競争が激しさを増していることが伺える。

なお軽自動車の所有率が増えていくと、13インチや14インチといったリム径が小さいタイヤの販売構成比も高まる。平均販売単価が安くなることから、タイヤ市場の金額規模拡大という面では、今後、大口径製品の需要喚起や高付加価値化が一層必要とされるだろう。

^{*1} オールシーズンタイヤは夏タイヤに含む

^{*2} 全国のカー用品店、タイヤ専門店(メーカー系列を除く)、ガソリンスタンド、インターネットの販売実績を元に市場規模相当に拡大推計したデータ

図1. 乗用車用夏タイヤ 販売本数指数と平均価格

(販売本数指数=2016年1月を「100」とする)

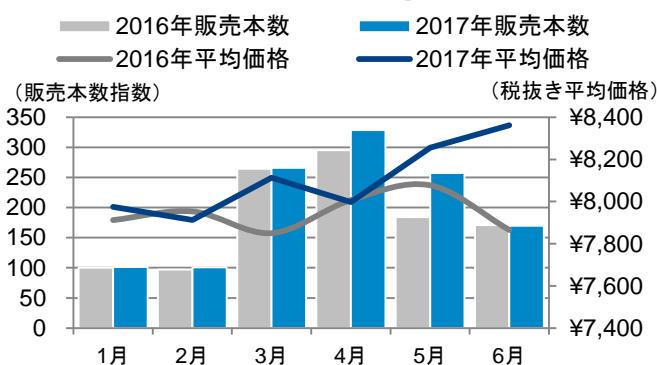


図2. 夏タイヤ リム径別販売本数構成比

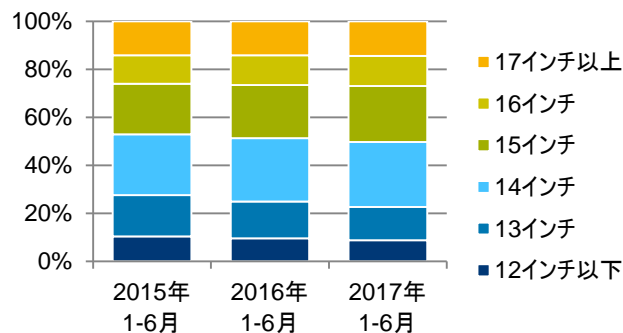
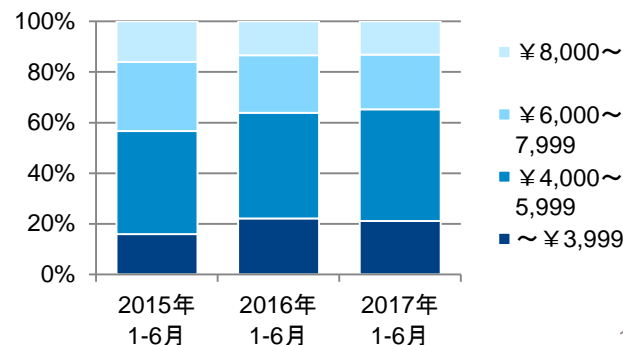


図3. 14インチ夏タイヤ 価格帯別販売本数構成比



※本リリースに関するお問い合わせ先

GfK ジャパン
広報グループ 茶野 絢子
tel : 03-5350-4623 Email : info.jp@gfk.com
<http://www.gfk.com/jp>