

2017-2018年シーズンにおける乗用車用冬タイヤの販売初動 初動は駆け込み需要で前年比1.6倍

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冬タイヤの販売動向^{*1}を発表した。

【概要】

- ・値上げ前の特需により冬タイヤ商戦の初動(8月第1週～9月第4週)における販売本数は前年の1.6倍。
- ・値上げ直前の8月第4週では前年の4.5倍を記録。

【今季の冬タイヤ商戦初動と昨年の降雪予報の影響】

2017-18年シーズンの冬タイヤ商戦は例年より早い立ち上がりとなった。夏タイヤに続き、冬タイヤの小売り価格も9月に引き上げられることになり、駆け込み需要が発生したためである。冬タイヤの販売本数は価格引き上げ直前の8月第4週(8月28日～9月3日)には前年の4.5倍となり、8月第1週から9月第4週までの累計(8月7日～10月1日)としても前年の1.6倍となった(図1)。ただ、この特需は需要の先食いともいえる。本格的な商戦期となる10月、11月に、早期の降雪等によって特需の反動減をどのくらい補えるかが注目される。

昨シーズンの販売動向を振り返ると、首都圏では16年第47週(11月21日～27日)に販売本数が一気に増加した。降雪の可能性があるとの予報が数日前から出され、12月以降の降雪を見据えて冬タイヤへ履き替えようとする動きが多くみられた。この予報によって、首都圏における2016年11、12月の冬タイヤの販売本数は約2割押し上げられたと推計される。

なお、昨シーズン(2016年8月～2017年2月)の冬タイヤ販売は本数前年比3%増と拡大基調にあった。ただし、乗用車の保有台数ベース^{*2}で考えると、冬タイヤの販売(新規・既存の買い替え)が発生した車は全国でも僅か6%であったと計算される(図2)。早期の降雪予報で需要が喚起された首都圏であるが、割合は更に低く4%にとどまった。稼働台数ベースで考えると、これらの割合はやや高まるが、それでも冬タイヤ販売の成長の余地は大きいといえるだろう。

図1. 冬タイヤ 週次販売本数推移

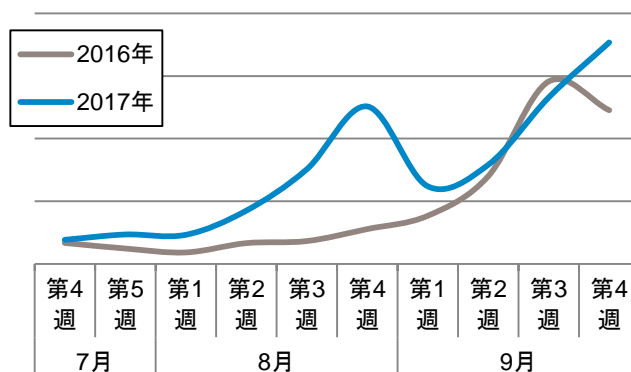
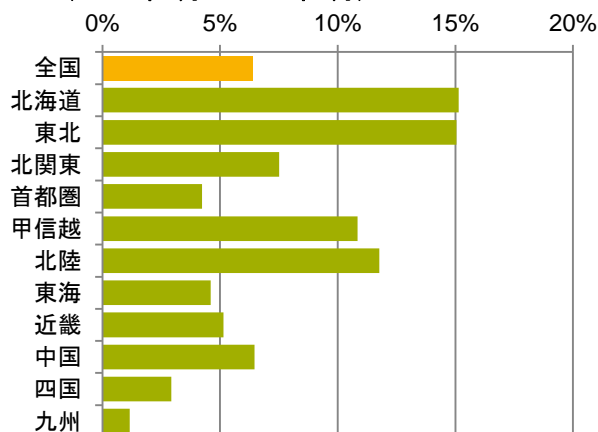


図2. 16-17年シーズンに冬タイヤを買い替えた乗用車の割合
(2016年8月～2017年2月)



※1. 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

※2. 一般財団法人自動車検査登録情報協会発表の自動車保有台数