

ドライブレコーダーの需要変化と危険運転の実態調査 10月以降販売が急伸。非所有者の半数が今後の購入を検討

GfKジャパン(東京:中野区)は、販売実績調査※1に基づくドライブレコーダーの需要変化と危険運転に関する消費者調査※2の結果を発表した。

【概要】

- ・ドライブレコーダーの販売台数は10月以降、前年同月の2.5倍前後に急伸。
- ・運転中にあおられた経験があるドライバーは約9割。
- ・危険運転の自衛策としてドライブレコーダーに最も求める機能は「前方・後方の両方にカメラが付いていること」

【ドライブレコーダーの販売急伸】

全国のカー用品量販店、家電量販店、GMS、インターネット通販における2017年のドライブレコーダーの販売台数は、9月までは前年をわずかに上回る程度で推移していたが、10月は前年同月の2.6倍、11月は2.4倍と急伸した(図1)。危険運転が発端とされる事故の報道によって、自衛手段としてのドライブレコーダーの有効性が広く認識されるようになったためだ。

【危険運転の実態とドライブレコーダーに求める機能】

2017年11月に全国のドライバー約13,500人に実施した調査では、危険運転が発端とされる事故の報道を受けて、7割のドライバーが安全運転により気を使うようになったと回答した。また、ドライブレコーダー非所有者の半数近くが今後の購入を検討していることが明らかになった。

高い関心を集める背景には、危険運転に遭遇したことがあるという自身の体験があると考えられる。運転中にあおられた経験があるかを尋ねたところ、「よくある」が5%、「たまにある」が35%、「ほとんどないが、経験はある」が51%となり、あおられた経験があるドライバーは9割に達した(図2)。あおられた場所は、62%が一般道、27%が高速道路、その他/覚えていないが11%となった。どのようにあおられたかを尋ねたところ、割合が最も高かったのは「車間距離を詰めた異常接近・追い越し」で78%、次いで、「ハイビーム」(10%)、「幅寄せ」(6%)、「クラクションによる威嚇」(4%)となった。

こうしたあおり運転の被害にあわない為にドライブレコーダーに求める機能についても調査した。最も求められていた機能は「前方・後方の両方にカメラがついていること」で55%、次いで、「夜間・暗所対応」(47%)、「360度カメラ」、「長時間録画」(共に41%)となった(図3)。販売実績を見ると、現在は前方のみ撮影可能な1カメラタイプの製品が販売台数の9割超と主流で、前後撮影可能なタイプや360度撮影可能なタイプは1割に満たない。一般乗用車のドライブレコーダー設置率は1割未満と推計されるが、今後の普及過程ではより全方位的な映像記録ができる製品の増加が見込まれる。

図1. ドライブレコーダー 2017年販売台数前年同月比

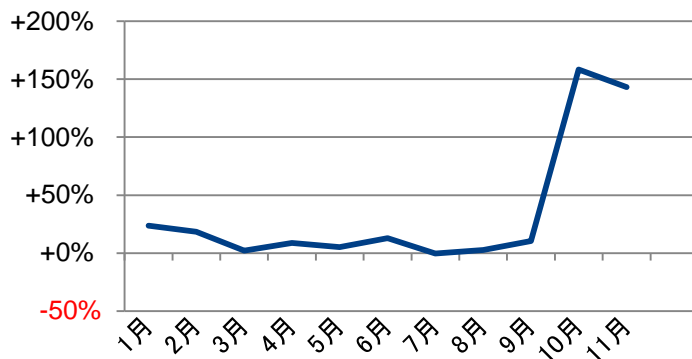


図2. 運転中にあおられた経験

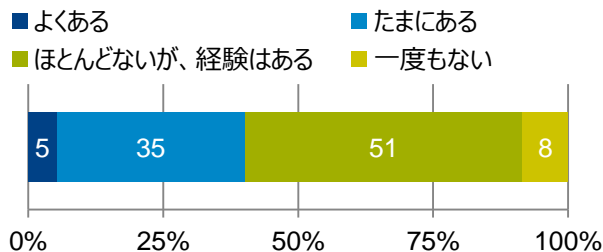
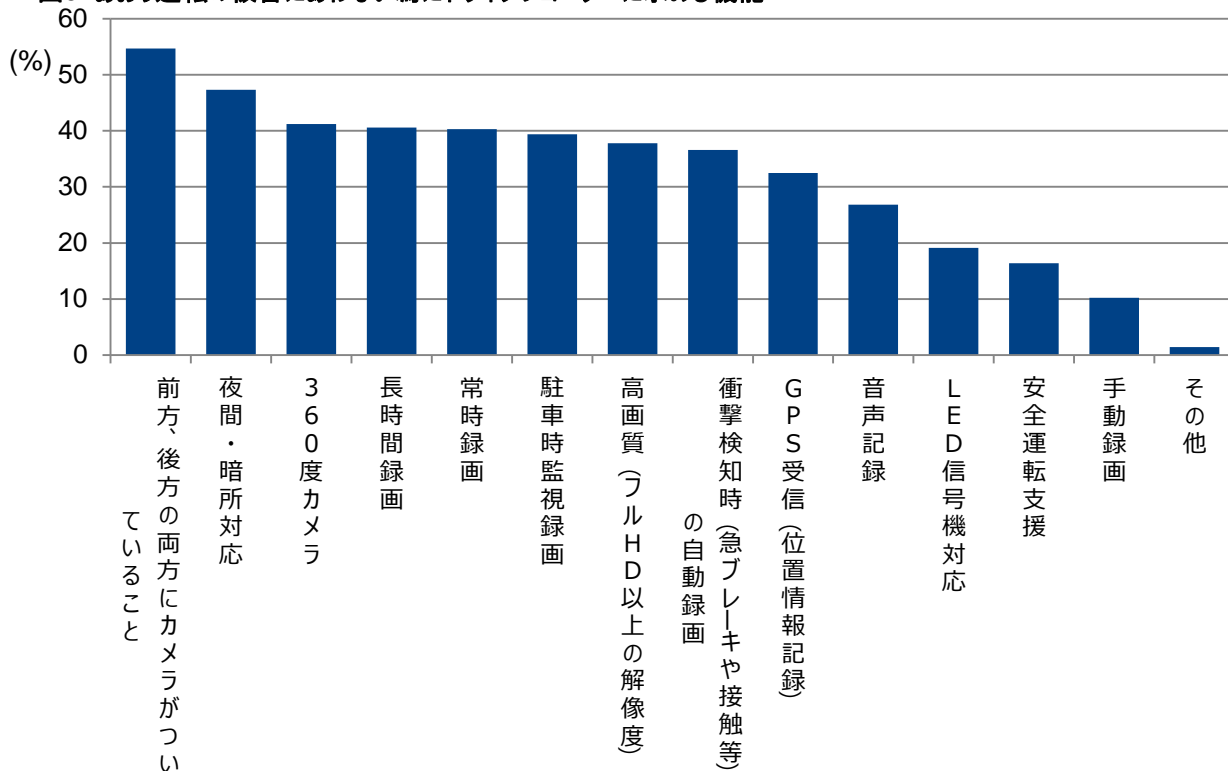


図3. あおり運転の被害にあわない為にドライブレコーダーに求める機能



※1.全国のカー用品量販店、家電量販店、GMS、インターネット通販等の販売実績を基に市場規模相当に拡大推計

※2.「危険運転に関する調査」概要

- 調査期間： 2017年11月13日～11月26日(計14日間)
- 調査対象： 自動車保有者 約13,500名(ノンウェイト集計)
- 調査方法： インターネット調査
- 回答者属性： 性、年代、居住都道府県
- 車関連情報： 保有車情報(車種、ボディタイプ、新古)、運転用途、運転頻度
- 調査内容： ドライブレコーダーの購買行動(購入時期、購入理由)、運転中にあおられた経験(時期、時間帯、場所、方法、交通事故に繋がったか、ドライブレコーダーで記録したか)、あおり運転に関する報道を受けての変化(運転に関する意識、ドライブレコーダーに求める機能、ドライブレコーダー購入有無等)

※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>