

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社
 問い合わせ先：広報グループ
 (TEL:03-5350-4632)

2015年上半期のドライブレコーダー販売動向 販売台数は前年同期の1.5倍。高画質モデルが伸長

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社(東京:中野区)は2015年上半期(1-6月)のドライブレコーダーの販売動向を発表した。

【概要】

- ・2015年上半期のドライブレコーダーの販売台数は前年同期比1.5倍の29万台。
- ・高画質モデル等の伸長により平均価格が上昇。金額規模は前年同期の1.86倍へ。

【販売台数は前年同期の1.5倍】

ドライブレコーダー市場は製品の認知度上昇と共に拡大を続けており、2015年上半期の販売台数は前年比50%増となる29万台に上った(図1)*1。参入メーカーも増加の一途にあり、2015年上半期の販売メーカー数は前年同期から1.3倍増え、50社を上回った。また、高機能化により平均価格が上昇しており、販売金額は前年比86%増に達した。

【高機能モデルが伸長】

ドライブレコーダーの主な購入目的は、交通事故等が起きた際の記録映像を残すことであり、高機能モデルの伸長が目立つ。自動車が大きな衝撃を受けた瞬間の前後十数秒を自動的に記録する衝撃検知機能を搭載する製品の数量構成比は、前年上半期の3割強から2015年上半期には倍増し、7割に迫った。また、高画質化も進んでおり、動画記録画素数200万画素以上の製品は前年同期の4割強から約6割を占めるまでに拡大した(図2)。売り場では、画質レベルによって陳列棚を分ける等、画質の差を明確にした提案も目立つ。また、メーカー各社も高画質化により前方や対向車のナンバープレートを正確に読み取れることに加え、ドライブ中の車外の風景を高画質で残せるといった訴求を積極的に行っている。

2015年に入り、カーナビやレーダー探知機等の車載用機器と連携する製品も増加しており、ドライブレコーダーのさらなる需要増加が見込まれる。ただし、自動車ユーザーを対象にした消費者調査*2によると、過去1年以内にドライブレコーダーを購入した消費者は6%にとどまる。また購入率は年代によって差が見られ、60歳代が8%である一方、30歳未満は3%と極めて限定的である。今後の拡大のためには、若年層への訴求も課題の一つと言えそうだ。

図1. ドライブレコーダーの販売台数推移

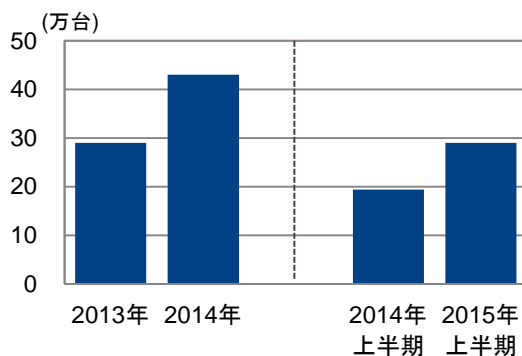
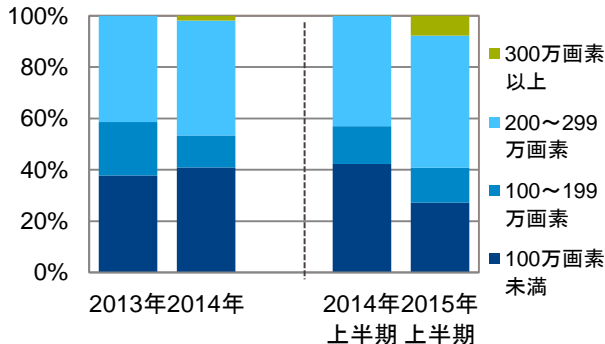


図2. 動画記録画素数別数量構成比



*1. 全国のカー用品量販店、家電量販店、インターネット等の販売実績を基に国内アフターマーケット市場規模を算出

*2. 調査期間 : 2014年11月~12月

調査方法 : インターネット調査、回答者 : 全国18歳以上の車利用者16,466名

調査項目 : タイヤ、カーナビ、ドライブレコーダー、エンジンオイル、バッテリーの購入状況、タイヤの購入経路・購入理由、取り付け状況等