

**【セミナーレポート】GfK Japan 主催
カー用品・電動アシスト自転車・ゴルフ用品・眼鏡の市場動向に関する
オンラインセミナーを2022年8月26日開催**

GfK Japan（東京：中野区）は、カー用品・電動アシスト自転車・ゴルフ用品・眼鏡の4つのカテゴリーについてオンラインセミナーを2022年8月26日（金）に実施致しました。コロナ禍によって市場がどのように変化したか、将来の見通しも含め市場動向をお伝えする、GfKだけがお届けできる最新情報に関するセミナーを200名を超す参加者が視聴されました。参加者からのコメントには、異業種の市場動向を知ること、各業界の動向を理解することができて新しい発見ができた、内容が分かりやすかったなど好評の声が多くあり、継続してセミナー実施を期待する声もいただきました。

ここに各セッションの注目する内容を抜粋してお伝えいたします。

■ **POSデータと消費者調査からみるカー用品市場：タイヤ販売はインターネットで著しく拡大**

2022年上半期 夏タイヤ販売概況における注目ポイントは、店頭・インターネットともにプラス成長、特にインターネットの拡大が著しい点。店頭では17インチ以上、インターネットでは14インチ以下が伸長。エンジンオイルの店頭販売は減少傾向が見られる中、インターネット販売は拡大。バッテリー市場はアイドリングストップ車向け、ハイブリッド車向けのバッテリーが拡大した。ドライブレコーダー市場は2019年をピークに販売は減少しているものの、ミラー一体型の需要が増加している。

■ **POSデータから見る電動アシスト自転車市場の変化：原材料高騰で販売金額が前年比7%増**

2022年上半期の販売数量は続伸しており、特に75km以上の走行が可能なモデルが拡大している。通勤・通学モデルではブラウンやグレーのボディカラーが多く、特に折りたたみ可能モデルが急増している。原材料の高騰から、主要シリーズの実売価格は前年比4%上昇しており、販売金額は前年比7%増となった。

■ **コロナ禍におけるゴルフ用品市場への影響：ゴルフブームも供給間に合わず、販売数伸び悩み**

コロナ禍により行動制限が求められる中、比較的感染リスクが低いレジャーとしてゴルフが注目された結果、ゴルフブームが到来し、同時にゴルフ用品市場にも変化をもたらした。コロナ禍により製造の停滞と輸送への時間を有するなどの影響により、供給が間に合わず、販売数が伸び悩みコスト上昇の結果、単価も上昇している。

■ **コロナ禍における視力矯正用メガネ市場概況：おうち時間増で、老視用メガネの購入率は2019年から2.3%増**

コロナ禍以降、視力矯正用メガネ市場は店舗休業や外出規制により苦戦が続いた一方、生活の変化により、メガネの使用時間は増加傾向を示している。おうち時間の増加により、室内用メガネの需要が高まり、老視用メガネの購入率が2019年から2.3%増加した。今後は外出自粛等の要請が無い前提で金額前年比が増加する見込みである。

【GfKについて】

GfKはドイツを本社として、85年以上の歴史をもつグローバルマーケティングリサーチ企業です。日本拠点であるGfK Japanは、家電・IT製品を中心に、ゴルフ、玩具、眼鏡・コンタクトレンズ、ミュージック、自動車関連など幅広い分野において小売店パネル調査（POSTラッキング）や消費者調査で信頼と実績を有しております。市場のグローバル化が進む今、GfKのグループ力を活かし、日本のみならず世界の市場と消費者の最新動向を提供しています。

<https://www.gfk.com/ja/home>