

## 2021年上半期 タイヤ・エンジンオイル・自動車用バッテリーの販売動向

GfK Japan（東京：中野区）は、全国のカー用品店、タイヤ専門店、ガソリンスタンド、ホームセンター、インターネットの販売実績データ等を元に、2021年上半期（1-6月）のタイヤ、エンジンオイル、自動車用バッテリーの販売動向を発表した。

\* 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、ホームセンター、インターネットの販売実績データ等を収集し、統計的な手法に基づき全国市場規模相当に拡大推計した。

### ■ タイヤ

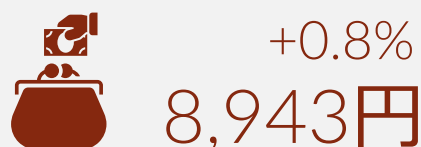
#### 販売本数前年比



#### 販売金額前年比



#### 税抜き平均価格



- 数量前年比は全体で9.6%増。店頭販売は3.3%増、インターネット販売は19.6%増。
- 税抜き平均価格は全体で前年同期比0.8%増の8,943円。店頭販売は同1.5%増の9,729円、インターネット販売は同1.6%増の7,864円。
- 金額前年比は全体で10.5%増、店頭販売は4.9%増、インターネット販売は21.5%増。
- 大口径製品が伸長、18インチ以上の製品は全体で数量前年比23.2%増。店頭販売は11.6%増、インターネット販売は29.8%増。

#### 【店頭：カー用品店、タイヤ専門店（メーカー系列除く）、ガソリンスタンド】

##### 〈市場概況〉

2021年上半期の店頭販売は数量前年比3.3%増と堅調であった。月別にみると、1月は冬タイヤが好調であったこと、4月は前年の緊急事態宣言に伴う販売減の反動があったことにより、それぞれ13.1%増、19.7%増と2桁成長を遂げた。また大口径製品が伸長しており、18インチ以上では数量前年比11.6%増、特に4月では同31.5%増に達した。タイヤ全体での平均価格は、前年同期から1.5%上昇し9,729円となり、その結果、金額前年比は4.9%増であった。

##### 〈夏タイヤ：タイヤサイズ別動向〉

最も販売規模が大きいのは155/65/14で、数量構成比は20.1%を占めた。155/65/14は数量前年比でも5.8%増と拡大しており、このサイズへの集中がさらに強まったといえるだろう。次いで145/80/12が数量構成比11.3%、195/65/15が同6.5%であった。ただ195/65/15は数量前年比2.7%減と縮小した。前年から販売を伸ばしたサイズとしては、165/55/15（数量前年比15.5%増）、205/60/16（同5.6%増）、225/45/18（同14.5%増）などがあげられる。

## 【インターネット】

### 〈市場概況〉

2021年上半期のインターネット販売は数量前年比19.6%増と好調であった。夏タイヤの数量前年比は19.4%増、冬タイヤでは17.7%増と、それぞれ販売を伸ばした。ただ直近ではその伸長は鈍化しつつあり、6月では前年を大きく割り込んだ。インターネットでも大口径製品は伸長しており、18インチ以上の数量前年比は29.8%増に達した。タイヤ全体の平均価格も店頭同様に上昇しており、前年同期から1.6%上昇の7,864円であった。結果、金額前年比は21.5%増となった。

### 〈夏タイヤ：タイヤサイズ別動向〉

店頭同様、155/65/14の販売が最も多かったが、数量構成比は11.0%と店頭（20.1%）を下回った。次いで165/55/15が7.1%、195/65/15が4.6%であった。特に165/55/15は急伸しており、数量前年比は45.7%増に達した。同様に前年比が伸びたサイズとしては、205/60/16（22.6%増）、185/60/15（33.6%増）、225/45/18（27.3%増）などがあげられる。またインターネットでは大口径製品の販売比率が高く、2021年上半期、18インチ以上の数量構成比は16.5%で、店頭の6.0%を大きく上回った。

## ■エンジンオイル

### 販売量前年比



+5.8%

### 販売金額前年比



+1.5%

### 税抜き平均価格



-4.1%

674円

- 販売量前年比は全体で5.8%増。店頭販売は5.6%増、インターネット販売は9.6%増。
- リットルあたりの税抜き平均価格は全体で前年同期比4.1%減の674円。店頭販売は同4.6%減の667円、インターネット販売は同3.6%増の774円。
- 金額前年比は全体で1.5%増、店頭販売は0.7%増、インターネット販売は13.5%増。
- インターネットでは全合成油の需要が高まっており、販売量前年比15.0%増。

## 【店頭：カー用品店、ガソリンスタンド、ホームセンター】

### 〈市場概況〉

2021年上半期の店頭販売は、販売量前年比5.6%増と堅調であった。月別にみると、4月、5月は、前年の緊急事態宣言に伴う販売減の反動減があったことにより、それぞれ11.5%増、16.9%増と大きく伸長した。ただ鉱物油の構成比が増えたこともあり、1リットル当たりの平均価格は667円と前年から4.6%下落し、その結果、販売金額ベースでの前年比は0.7%増にとどまった。

### 〈粘度別動向〉

店頭販売で最も販売が多いのは0W-20で、販売量構成比22.1%を占め、5W-30が同18.0%で続いた。0W-20、5W-30ともに、部分合成油の販売が最も多く、その販売量構成比はそれぞれ48.0%、46.9%と半数近くを占めた。前年から販売を伸ばした粘度としては、0W-30（販売量前年比19.6%）、0W-16（同20.6%）があげられる。ただ両者のベースオイルの構成は対照的で、0W-30では鉱物油が71.7%、0W-16では全合成油、部分合成油が89.4%を占めた。

### 【インターネット】

#### 〈市場概況〉

2021年上半期のインターネット販売は、販売量前年比9.6%と好調であった。ただ月別にみると変動が大きく、3月には同48.9%と大きく伸長した一方、6月には同11.2%減と大きく落ち込んでおり、直近では伸長率は鈍化しているように見受けられる。ベースオイル別にみると、鉱物油は6.0%減とマイナス成長であったものの、全合成油は販売量前年比15.0%増、部分合成油は同16.4%増と2桁成長を遂げた。これにより平均価格は前年同期から3.6%上昇し774円となり、金額前年比は13.5%増に達した。

### 〈粘度別動向〉

インターネット販売で最も販売が多いのは5W-30で、販売量構成比33.5%を占めた。5W-40が同17.8%で続き、店頭で最も販売が多い0W-20は14.8%にとどまった。インターネットでは全合成油の比率が高い傾向にあり、5W-30では販売量構成比44.7%、5W-40では同95.2%、0W-20では同66.2%に達した。多くの粘度が前年から販売を伸ばしたなか、その伸長が著しかったのは5W-40（販売量前年比27.1%）、0W-30（同25.5%）であった。0W-30は店頭でも大きく販売を伸ばしたが、インターネットでは部分合成油の販売増がその成長に貢献した。

## ■ 自動車用バッテリー

#### 数量前年比



+1.4%

#### 販売金額前年比



+4.4%

#### 税抜き平均価格



+3.0%

11,747円

- 数量前年比は全体で1.4%増。店頭販売は0.7%減、インターネット販売は5.7%増。
- 税抜き平均価格は全体で前年同期比3.0%増の11,747円。店頭販売は同2.7%増の12,996円、インターネット販売は同5.9%増の9,255円。
- 金額前年比は全体で4.4%増、店頭販売は2.0%増、インターネット販売は11.9%増。
- ハイブリッド車用製品の需要が高まっていることから、全体で数量前年比18.2%増。店頭販売は28.2%増、インターネット販売は8.3%増。

## 【店頭：カー用品店、ガソリンスタンド、ホームセンター】

### 〈市場概況〉

2021年上半期の店頭販売は数量前年比0.7%減と微減であった。月別にみると、需要期の1月のみ19.1%増とプラス成長であり、以降は前年割れが続いた。店頭販売ではハイブリッド車用製品への需要が高まっており、数量前年比28.2%増と大きく伸長した。この影響もあり、平均価格は12,996円と前年から2.7%上昇し、その結果、金額ベースでの前年比は2.0%増であった。

### 〈JIS規格別動向〉

店頭販売で最も販売が多いのはB19で、数量構成比40.6%を占めた。B24が同14.2%で続き、これらでバッテリー全体の過半を占める結果となった。前年から販売を伸ばしたJIS規格としては、B20（数量前年比22.7%増）、D26（同7.5%増）があげられる。好調の要因としては、B20、D26ともにアイドリングストップ（ISS）車対応製品の構成比が高いことが挙げられ、それぞれ87.4%、38.9%であった。

## 【インターネット】

### 〈市場概況〉

2021年上半期のインターネット販売は、数量前年比5.7%増と好調であった。月別にみると1月と3月で二桁増と大きく伸ばした一方で、2月と4月、6月では前年を下回る結果となった。バッテリータイプ別にみると、標準車用製品は1.5%減と前年を下回ったものの、ハイブリッド車用製品は数量前年比8.3%増、ISS車対応製品においては同29.8%増と2桁成長を遂げた。これにより平均価格は前年同期から5.9%上昇し9,255円となり、金額前年比では11.9%増に達した。

### 〈JIS規格別動向〉

インターネット販売で最も販売が多いのはD23で、数量構成比20.4%と店頭で最も販売の多いB19（同19.0%）を上回った。次いでD26が同14.7%とインターネットでは比較的大きいサイズのバッテリーの構成比が高かった。販売の伸長が著しかったのはB20（数量前年比22.9%）、D26（同19.7%）であった。