

2004 年

カーオーディオ・カーナビゲーション資料集

〈目 次〉

I カーオーディオの動向

1. 概要	1
2. 製品別の動向	2
3. 市場別の動向	3
4. 今後の展望	6
5. カーオーディオに関する調査	7

II カーナビゲーションの動向

1. 概要	10
2. 今後の展望	12
3. カーナビゲーションに関する調査	13

※ 本文中の数値は弊社推定、年度表示は暦年（1～12 月）にもとづくものです。

発行：2005 年 3 月
クラリオン株式会社
広報・ブランド戦略推進室

I.カーオーディオの動向

1. 概要

2004 年（平成 16 年）のカーオーディオの国内出荷実績は、752 万台（前年比 94.0%）と 4 年連続で減少した。

※ 国内出荷台数にはカーメーカーの海外輸出向け日本国内生産車の分も含む

参考：2004 年の国内生産車両の国内向けと海外輸出向けとの比率は 53：47

※ AV/ナビ一体機はカーナビとしてカウントするため、当該台数には含まない

(1) 製品別の出荷

- ・ カセット単体機が 89 万台（前年比 80.2%）と減少
- ・ CD/MD 複合機が 178 万台（前年比 101.7%）と微増
- ・ CD/カセット複合機は 161 万台（前年比 90.4%）と引き続き減少
- ・ CD 単体機（1 枚差し、チェンジャー合計）が 294 万台（前年比 98.0%）と微減
- ・ CD 合計では 633 万台（前年比 96.9%）と減少
- ・ MD 単体機が 30 万台（前年比 83.3%）と減少

(2) 製品別出荷台数の構成比

- ・ カセット単体機が 11.8%（前年比▲2.1%）と減少
- ・ CD/MD 複合機が 23.7%（前年比+1.8%）と増加
- ・ CD/カセット複合機が 21.4%（前年比▲0.8%）と減少
- ・ CD 単体機（1 枚差し、チェンジャー合計）が 39.1%（前年比+1.6%）と増加
- ・ CD 合計では 84.2%（前年比+2.6%）と増加
- ・ MD 機が 4.0%（前年比▲0.5%）と減少

(3) 市場別出荷台数

- ・ 純正市場の出荷台数が 602 万台（前年比 96.2%）と減少
 ーライン装着品は 532 万台（前年比 99.8%）と横ばい
 ーオプション品が 70 万台（前年比 75.3%）と減少
- ・ 市販市場の出荷台数が 150 万台（前年比 86.2%）と減少

(4) 市場別出荷台数の構成比

- ・ 純正市場の構成比が 80.1%（前年比+1.9%）と増加
 ーライン装着品が 70.8%（前年比+4.2%）と増加
 ーオプション品が 9.3%（前年比▲2.3%）と減少
- ・ 市販市場の構成比が 19.9%（前年比▲1.9%）と減少

2. 製品別の動向

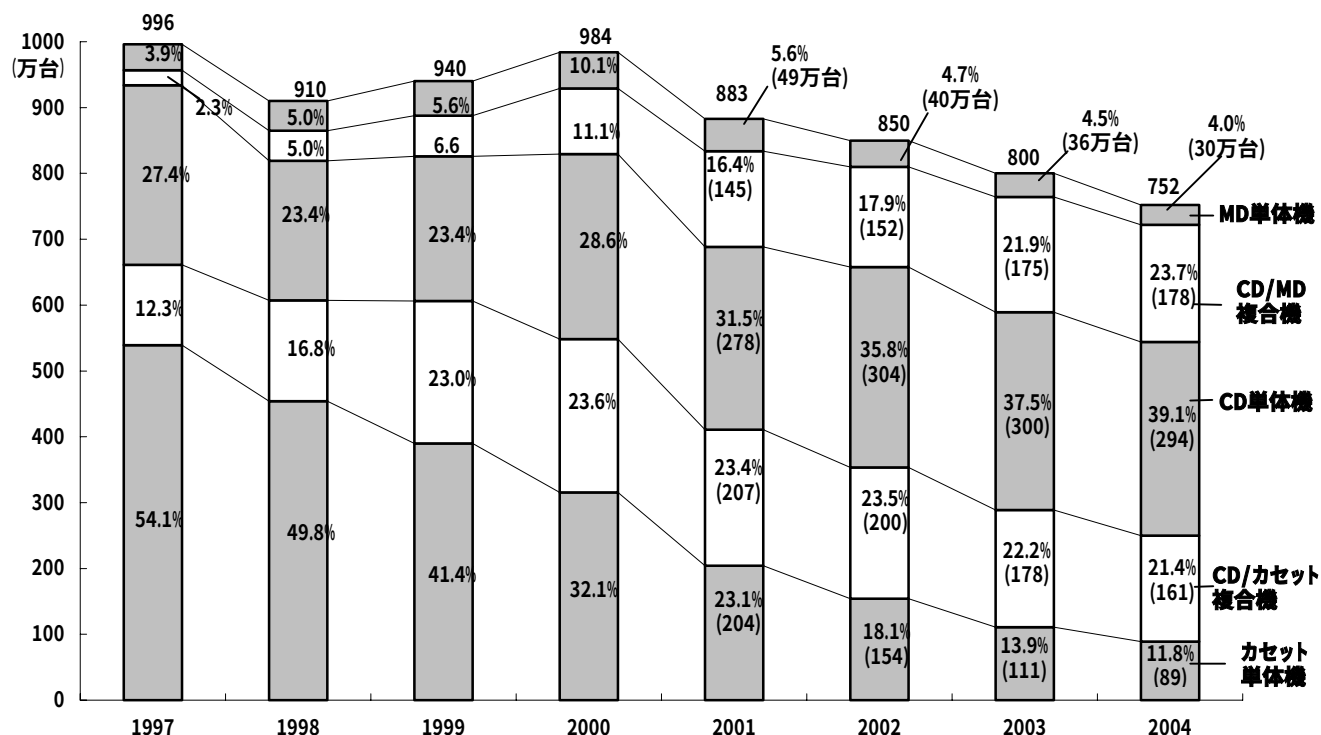
(1) 単体機

単体機合計は 413 万台（前年比 92.4%）と減少の流れは変わらない。メディア別にみるとカセット単体機の出荷台数が 89 万台（前年比 80.2%）と最も減少し 5 年前の 4 分の 1 をも下回った。MD 単体機が 30 万台（前年比 83.3%）、CD 単体機（1 枚差し、チェンジャー合計）が 294 万台（前年比 98.0%）と、いずれのメディアも減少した。ただし最近急速に普及している AV/ナビ一体機には CD 機能が付属しているが、これらはオーディオの台数にはカウントされないため、ここでの数値には含まれておらず、CD そのもののニーズは減少していないと思われる。

(2) 複合機

複合機合計では 339 万台（前年比 96.0%）と減少した。メディア別にみると CD/MD 複合機が 178 万台（前年比 101.7%）と微増となったが、CD/カセット複合機が 161 万台（前年比 90.4%）と後退し、この結果複合機全体では減少した。従来複合機の主流であった CD/カセット複合機は、いよいよ CD/MD 複合機にその座を渡したと考えられる。

《図1. カーオーディオ国内出荷台数推移と製品別構成比》



3. 市場別の動向

(1) 純正品は減少

純正品の総出荷台数は 602 万台（前年比 96.2%）と 4 年連続で減少した。

製品別では、カセット単体機が 82 万台（前年比 81.2%）、CD/カセット複合機が 157 万台（前年比 92.4%）とカセット対応機の大幅減少傾向は変わらない。CD 単体機は 228 万台（前年比 99.1%）とほぼ横ばい、CD/MD 複合機は 126 万台（前年比 111.5%）と唯一増加。

①ライン装着品は前年比 99.8%

純正品のうち、工場装着となるライン装着品（標準装備およびメーカーオプション）の出荷台数は 532 万台（前年比 99.8%）と横ばいとなった。

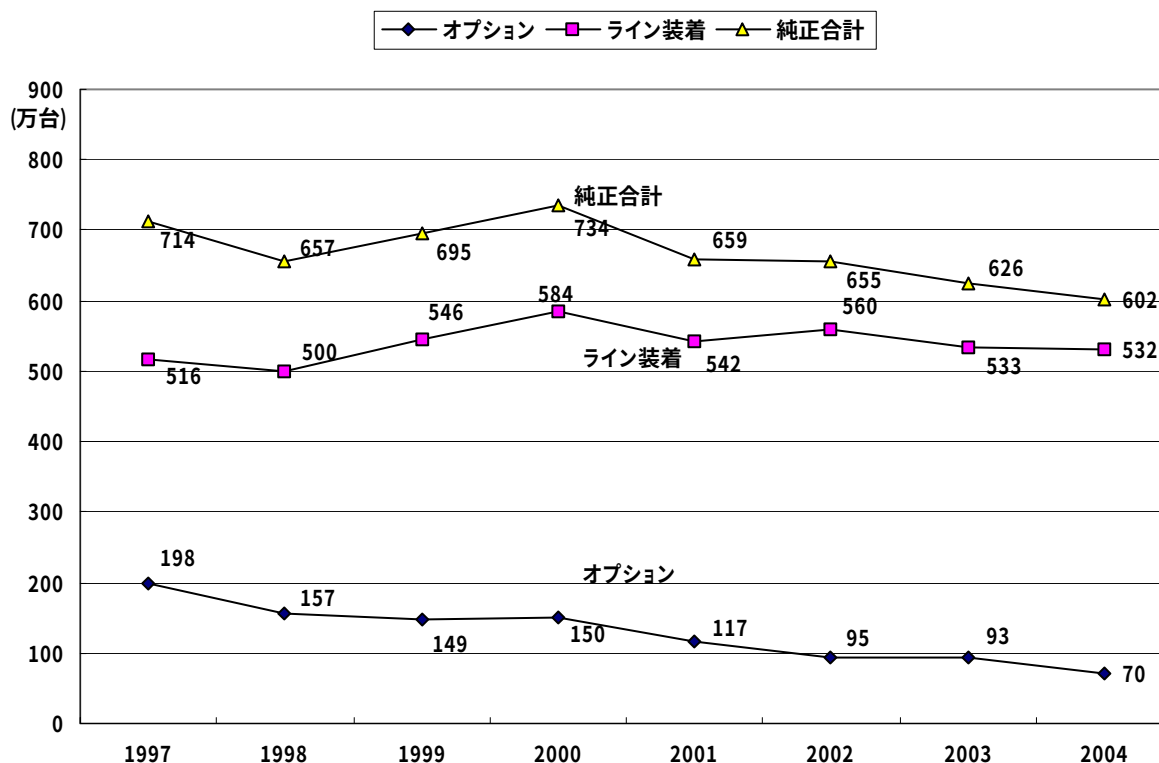
※ライン装着品には海外輸出向け日本国内生産車の分を含む

②ディーラーオプション品は前年比 75.3%

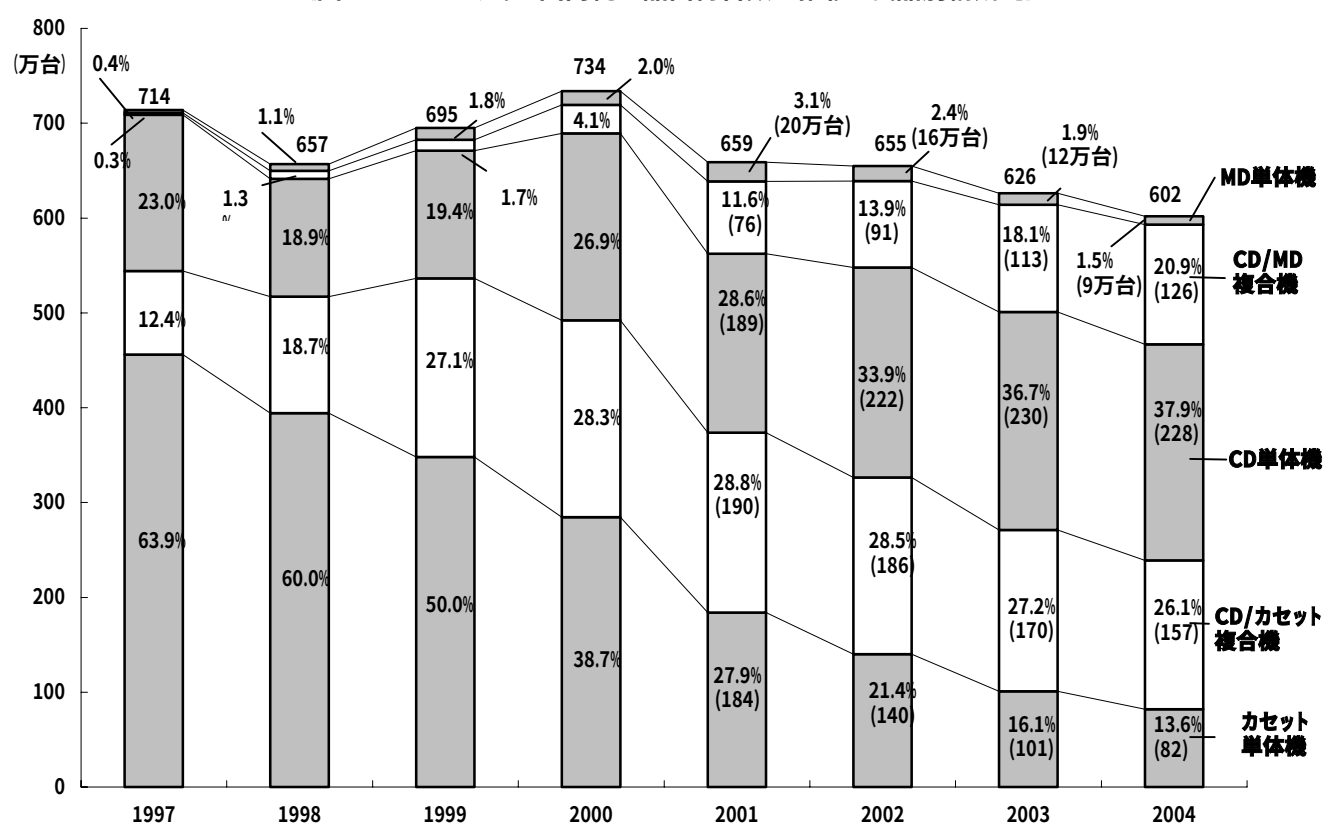
一方、ディーラーオプション品の出荷台数は、70 万台（前年比 75.3%）と 23 万台の大幅減となった。純正品における同品の比率は 1996 年の 30.9%を最高に年々減少し、昨年一旦は下げ止まり感があったものの、今回は 11.6%、カーオーディオ全体では 9.3%とついに 1 割を割り込み、オプション装着の低下が顕著となった。

※ディーラーオプション品は日本国内向けのための数字

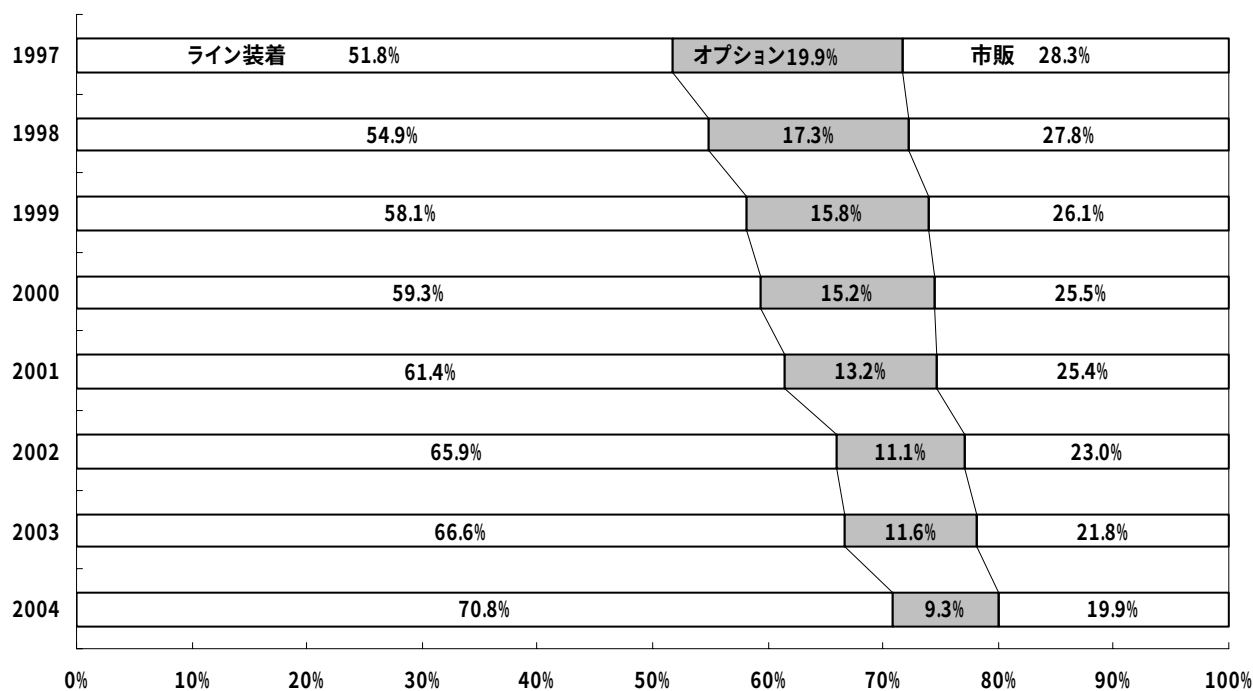
《図2. 純正市場の出荷台数の推移》



《図3. カーオーディオ国内純正品出荷台数の推移と製品別構成比》



《図4. 販売経路別構成比推移》



(2) 市販品の出荷台数は前年比 86.2%

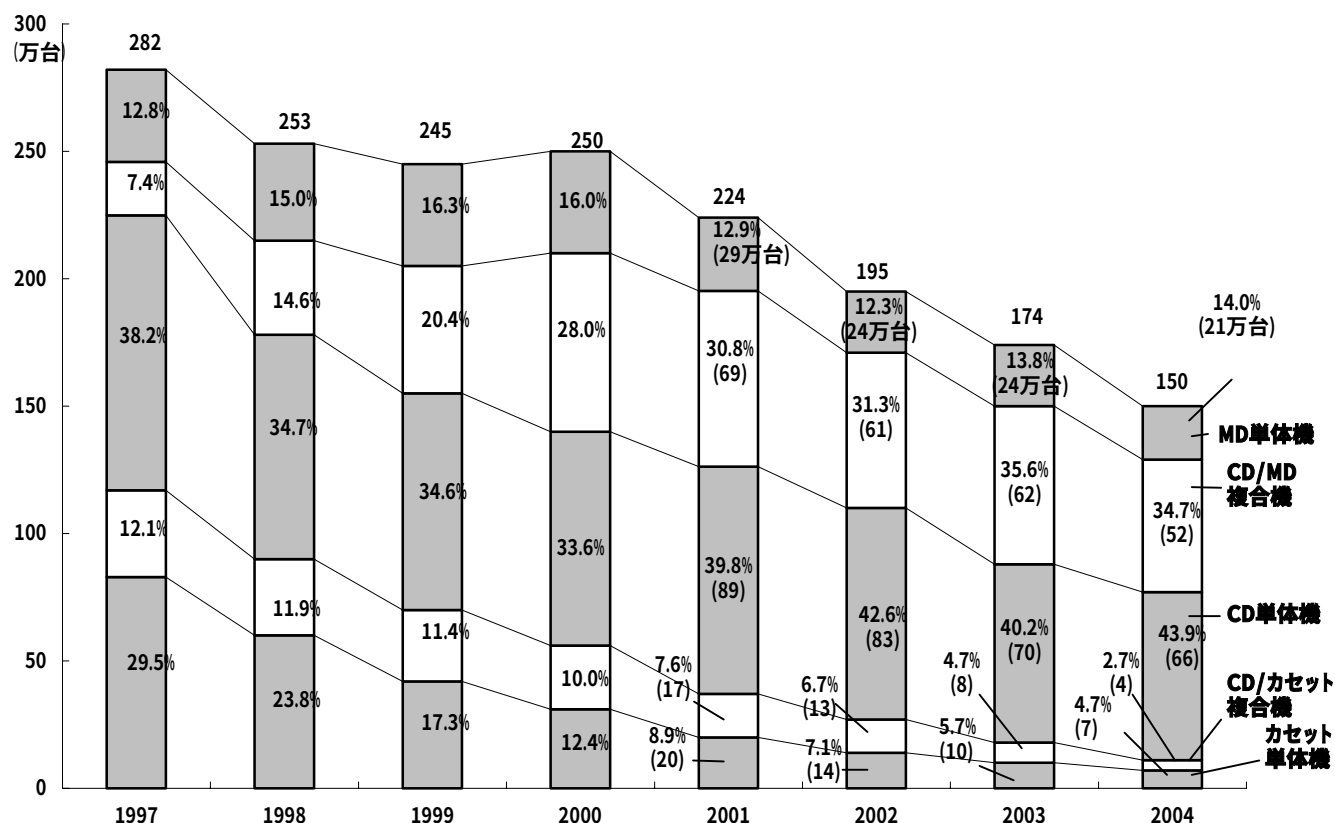
市販品の出荷台数は 150 万台（前年比 86.2%）と大きく減少した。

製品別ではカセット単体機が 7 万台（前年比 70.0%）、CD/カセット複合機が 4 万台（前年比 50.0%）とカセット対応機が大きく減少し、カセット対応機の市販品に占める割合は前年の 10.3%からいよいよ 7.3%にまで下がった。

また、昨年まで市販カーオーディオの中心的存在である 2DIN サイズの CD/MD センターユニットが市販市場を牽引していたが、その CD/MD 複合機も 52 万台（前年比 83.9%）と減少に転じた。

カーオーディオ全体に占める市販品の構成比が、1997 年の 28.3%をピークに今年は 19.9%にまで下がるなど減少傾向が続くとともに、AV/ナビ一体機（統計上カーオーディオには分類しない）への需要シフトにより、市販カーオーディオの категорияは一層縮小していくものと考えられる。

〔図5. カーオーディオ国内市販品出荷台数推移と製品別構成比〕



4. 今後の展望

カーオーディオ・カーナビ一体化が進み、カーオーディオ単体機は減少傾向

カーナビゲーション需要が堅調に高まっている中、その操作性や省スペース性、コストメリットからカーオーディオとの一体機の増加傾向が続いている。その反動により、カーオーディオ単体機の需要はあきらかな減少傾向にある。ただし、カーDVD 単体機に限っては前年比 125%（13 万台）と増加傾向にあり、まだ数量が少ないながらも新たな分野が開けてきた感がある。音楽 DVD に加え家庭での DVD ビデオの急速な普及に伴い、リアエンターテインメントに対する認識が高まりつつあることもその要因と思われる。

純正比率が加速する

カーオーディオの市場別シェアは確実に純正品が増加し、市販品が減少する傾向が顕著となった。近年純正品も市販品と比べ機能・音質面で遜色が無くなっていること、市販品の新技術の導入が一段落し一方で純正製品のラインナップが充実してきたこと、また、車室内のインテリアとデザインをマッチさせた専用機（含む AV/ナビ一体型）の搭載率のアップなどにより、ライン装着率（含む AV/ナビ一体型）も 72.9%に達した。今後も純正品のシェアの増加傾向は続くものと思われる。

新たなメディアの台頭（圧縮音源蓄積型の増加）

カセット単体機、CD/カセット複合機が大幅に減少し、一方で、CD/MD 複合機が、純正品を中心に増加している。録音メディアが、カセットから MD へのシフトしている傾向に大きな変化はないといえる。

カーナビゲーションでは HDD に圧縮音源を記録できるタイプのものが多いが、カーオーディオ単体機においても HDD 搭載の高級機に加え、低価格の固体メモリーによる圧縮音源蓄積型のものも登場している。この機能に対する市場の評価は高い。これまで純正品では 2DIN サイズに CD チェンジャーを入れ込んだスタイルが普及してきたが、圧縮音源蓄積型の品質が安定してきたこと、省スペースのメリット、また操作性の面からも、圧縮音源蓄積型採用へのトレンドは確かなものと思われる。しかし、この動き以上に注目されるのは、iPod を代表とする携帯デジタルオーディオプレーヤーの爆発的普及である。これらの影響を受け、今後は車内音楽環境においての多様な録音メディア対応が求められると考えられる。

5. カーオーディオに関する調査

クラリオンでは当社ホームページ上でカーオーディオに関するアンケートを実施しました。以下はその集計結果です。

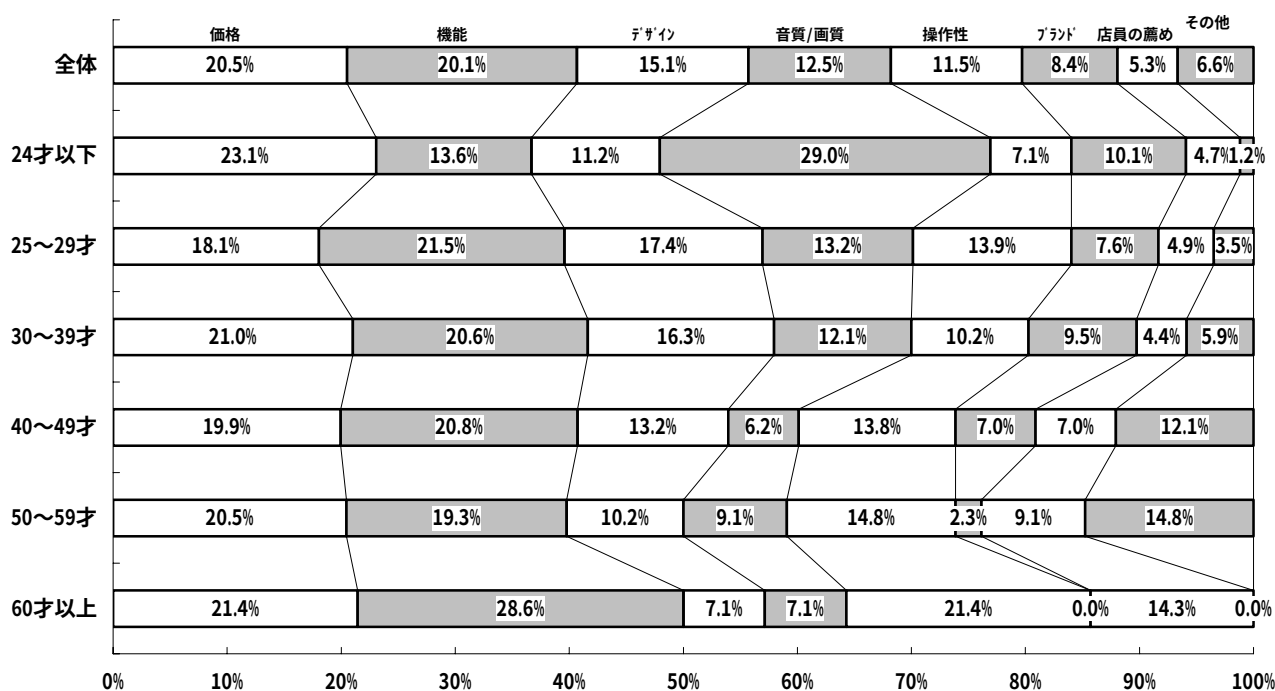
調査時期	2005 年 2 月 1 日～28 日		
調査方法	当社ホームページにてアンケート調査		
調査対象	カーオーディオをお使いの方		
有効回答者数	840 名		
回答者属性【年齢】	24 才以下	63 名	(7.5%)
	25～29 才	123 名	(14.6%)
	30～39 才	407 名	(48.5%)
	40～49 才	188 名	(22.4%)
	50～59 才	49 名	(5.8%)
	60 才以上	10 名	(1.2%)

Q1. 現在お使いの機種を選定した理由は？(複数回答)

上位は「価格」「機能」「デザイン」「音質/画質」「操作性」「ブランド」の順番となった。昨年から「価格」を重視する傾向は続いている。新たな特徴点としては、「デザイン」が「音質/画質」を逆転したことで、24 才以下の「音質/画質」へのこだわりがあげられる。

また、総じて「店員の薦め」は以前から低位にあるが、40 才台を境に、「ブランド」と「店員の薦め」が逆転することは興味深い。

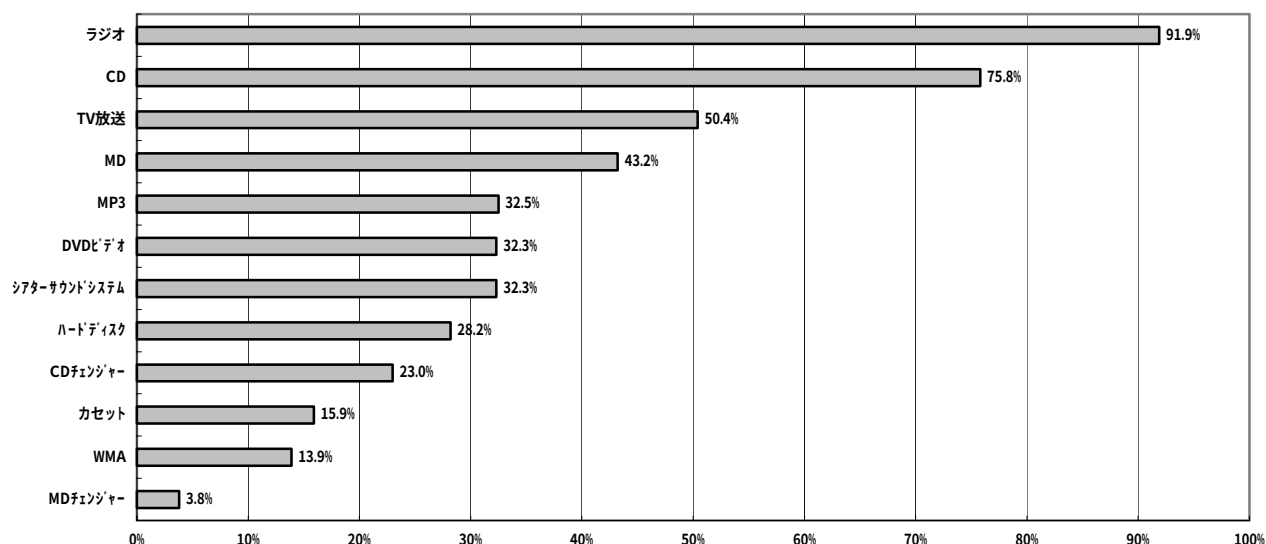
〔図6. 市販カーオーディオの選定理由〕



Q2. 現在ついているオーディオ機能は？（複数回答）

「ラジオ」を除いては、今回も「CD」が他を引き離してトップをキープ。以下「TV」「MD」と続くが、「カセット」が前年比▲6.6%といよいよ2割を切った以外は、装着状況に大きな変化は見られない。

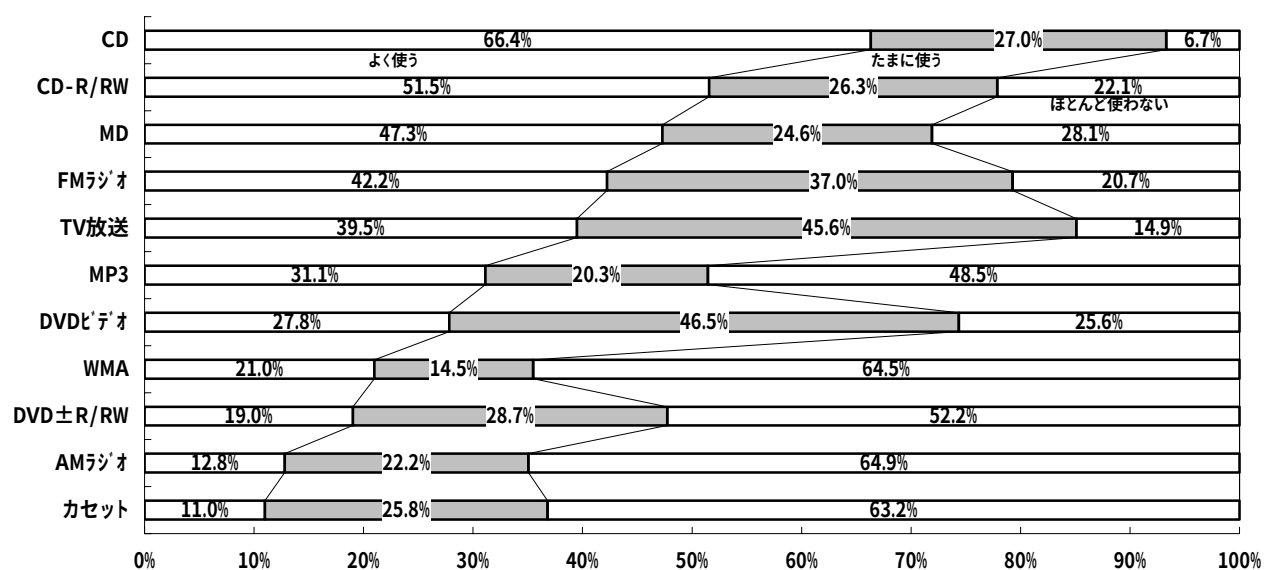
〔図7. 現在ついているオーディオ機能〕



Q3. よく使うメディアは？

「CD」「CD-R」「MD」という順番になった。なお、「MP3」「WMA」は、『よく使う』ユーザーが増えている一方で、『ほとんど使わない』ユーザーも依然多い。「CD-R」の普及や HDD 楽曲蓄積型も広く浸透するなど、録音メディアの多様化が進んでいる中で、ユーザーそれぞれがある特定メディアを重用する傾向にあると考えられる。

〔図8. カーオーディオのメディア別利用度〕

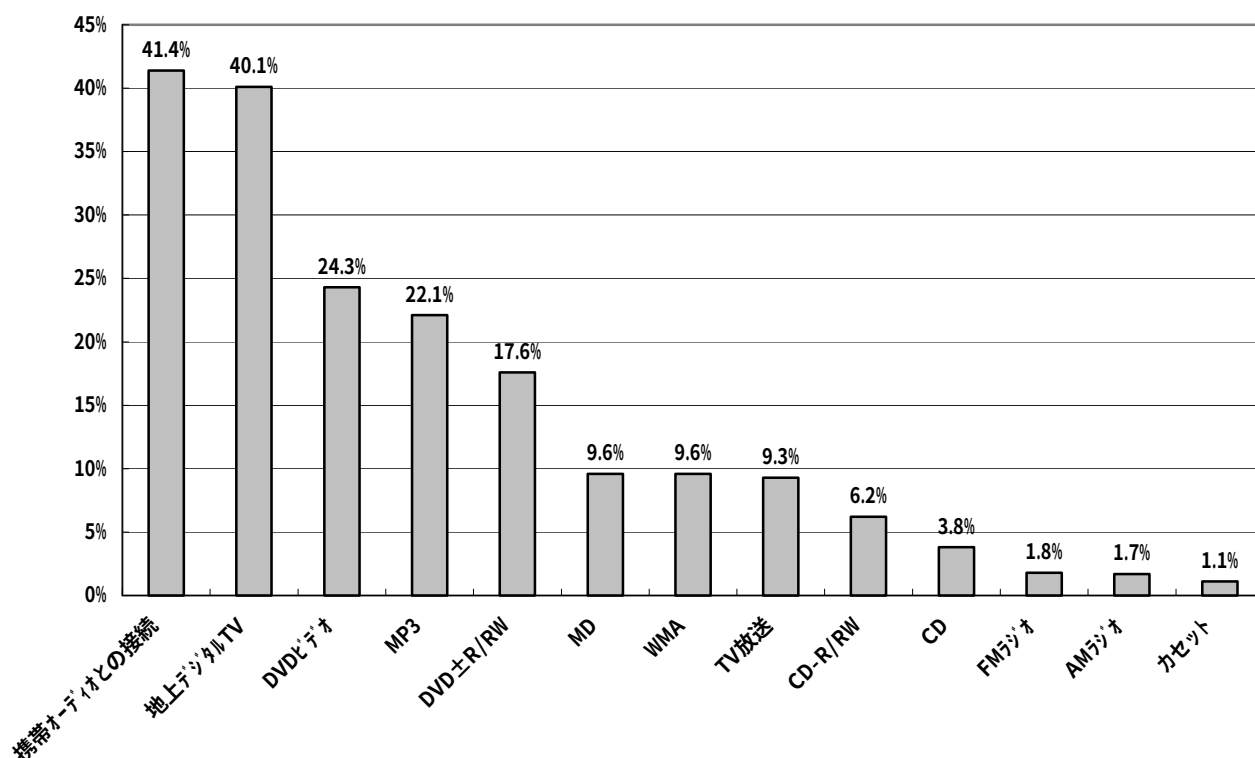


※当数値はそれぞれの機能をもつ人のみを対象として比率を算出している

Q4. 今後追加したいオーディオ機能は？(複数回答)

今回質問項目を追加した「HDD/メモリー携帯オーディオとの接続」がトップとなった。iPodをはじめとするこれらの携帯オーディオの急速な伸びに呼応して、音楽視聴に関する車内外のシームレス化に対する要望の高まりを感じられる。また昨年 1.8%であった「地上デジタル放送」が 40.1%といきなり第二位に躍り出た。TV 放送デジタル化のインフラが整いつつあるという時期的な要因だけでなく、同じく「いつでも、どこでも、同質（高品位の）」というシームレス視聴環境を求めるニーズの表れともとれる。

(図9. 今後追加したいオーディオ機能)



II.カーナビゲーションの動向

1. 概要

市場の拡大傾向続く

2004 年（平成 16 年）のカーナビゲーション（以下カーナビ）の国内出荷実績は、前年比 59 万台増の 351 万台（前年比 120.2%）と今年も大幅に増加した。カーオーディオが減少化する一方でカーナビの出荷実績は年々増加してきている。特徴としては、市販の頭打ちと、純正装着率の増加である。

特に純正品市場が大きく拡大

販売経路別では、ライン装着品が前年比 25 万台増の 130 万台（前年比 123.8%）、ディーラーオプション品が前年比 37 万台増の 106 万台（前年比 153.6%）と純正品市場で前年比 62 万台増の 236 万台（前年比 135.6%）を出荷した。各自動車会社ではカーナビを車載情報通信機器の中核と捉えるようになってきており、標準装着が進むとともに、ユーザー側も既存新規を問わずカーナビの装着ニーズが高くなり、新車購入時の装着率向上につながっている。

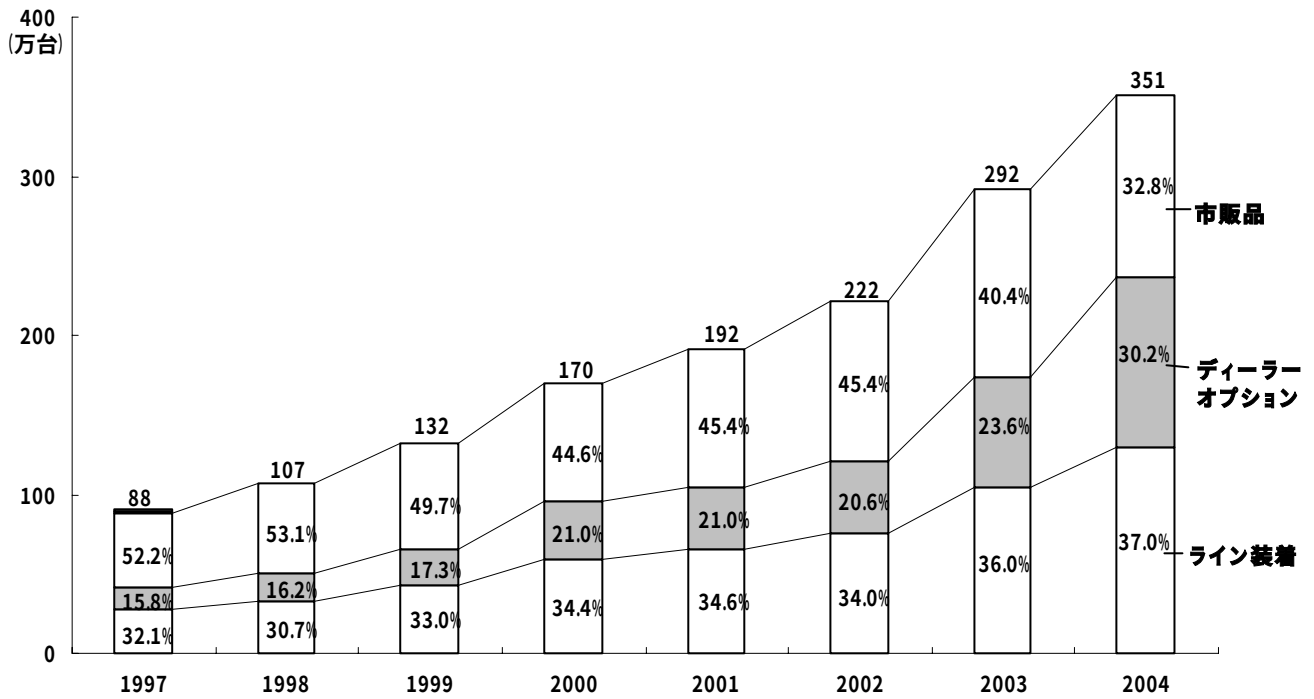
市販品は依然としてシェアダウン傾向

市販品は前年比 3 万台減の 115 万台（前年比 97.5%）とついに増加が止まり、カーナビ全体の出荷台数に占めるシェアも 32.8%と 3 分の 1 までにダウンした。これは、純正装着が増えてきたこと、純正品のみ装着可能な専用造形の車が増えてきたこと、これまで市販市場中心に展開されていた HDD ナビが純正品にも拡大採用されたことなどが原因と考えられる。

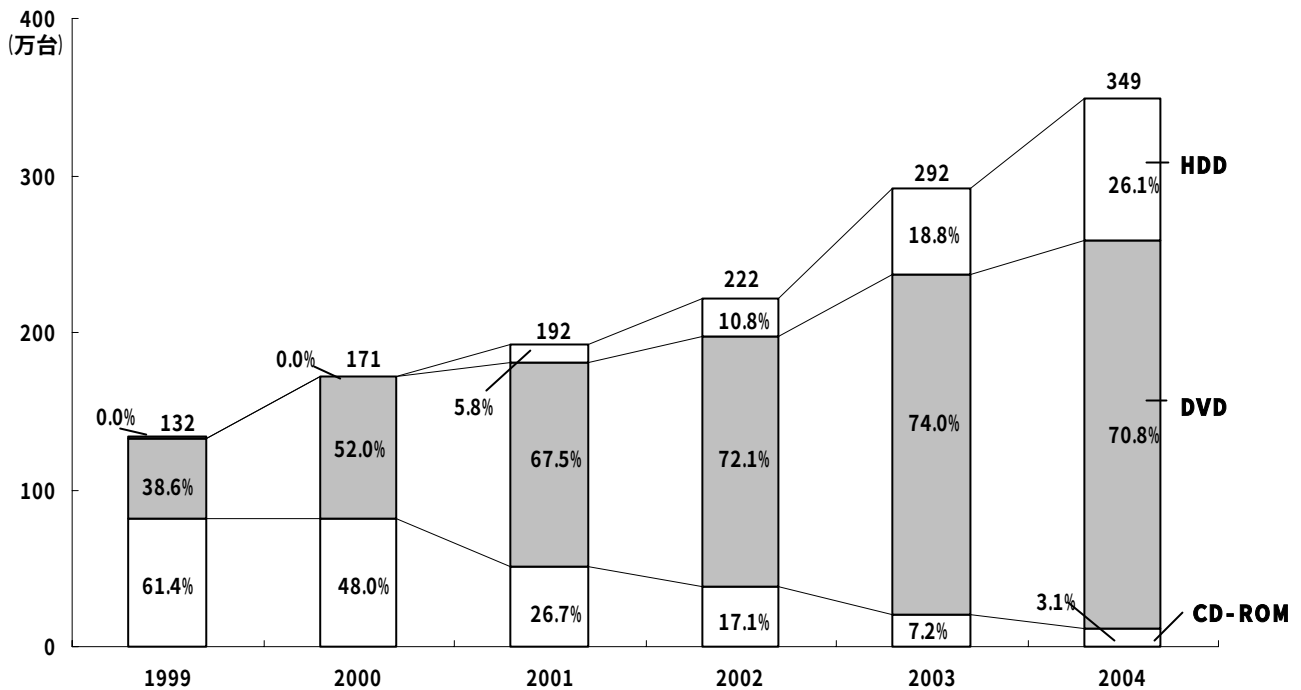
HDD タイプの躍進

DVD タイプが 70.8%と依然の中心メディアとなっているが、HDD タイプは処理速度の速さやデータの追記や更新、さらには CD 楽曲データの書き込みが可能といったメリットからその需要を伸ばし、2001 年には 5.8%だったシェアが 26.1%にまで上昇している。今後更に増加していくものと考えられる。

〔図10. カーナビゲーション国内出荷台数推移〕



〔図11. カーナビゲーションのメディアの変遷〕



2. 今後の展望

ますます高まる純正比率

カーナビの認知度は非常に高くもはや特別な機能ではなくなった。その結果、車の機能の一部としての地位を確立しつつある。そして、自動車各社はカーナビを車載情報通信の中核機器と位置付けると同時に、テレマティクスサービスの提供を通して、車自体の商品性を高めるツールとしても重視しており、このことがカーナビの標準装着を推進している。よって、純正装着率は益々高くなっていくと思われる。

これまで、先進技術は市販品で提案され成熟し、そののち純正品へ展開するというパターンが一般的であった。新技術も一段落した感があるカーナビにおいて、市販品が復権するには時代の最先端をいく新たな技術の提案が不可欠といえる。

HDDナビの拡大

これまでは市販品のウェイトが高かった HDD ナビだが、ここに来て純正品にも HDD ナビを採用するケースが増えてきた。処理速度の速さ、情報の追記や更新、スペースメリット、さらには楽曲データの書き込みが可能といったメリットに加え、HDD 自体の低価格化により製品価格も下がり、テレマティクスなどの高機能を有する機種はもとより AV/ナビ一体機の主役になると考えられる。

しかし一方で、軽自動車やコンパクトカーへの搭載は、依然低価格帯が占めており、DVD ナビの需要もしばらくは続くものと考えられる。

ポータブル型ナビの需要は堅調

「脱着可能で持ち運びができる」特徴をもつポータブル型カーナビだが、今後もその一定した需要は堅調に推移するものと思われる。また、初めてカーナビを購入する入門機としての地位も高い。通信販売での購入が可能なこともその要因といえる。

ナビ普及が CCD カメラ普及に拍車を

道交法改正の影響もあり前後左右を幅広く視認するために複数個の CCD カメラを搭載する車も現れるなど、自動車各社において CCD カメラの純正採用が増えている。また、カメラの画像情報とカーナビの地図情報とのドッキングにより、より高度な安全や便宜を享受できるシステムも立ち上がり始めている。

そして、CCD カメラには画像出力のためモニターが不可欠であるが、限られた車内空間においてはナビゲーション画面との共用が標準的である。昨今のカーナビ全体の普及が、CCD カメラの廉価化や安全志向の高まりを追い風に、CCD カメラ・システム需要を拡大していくと考えられる。

5. カーナビゲーションに関する調査

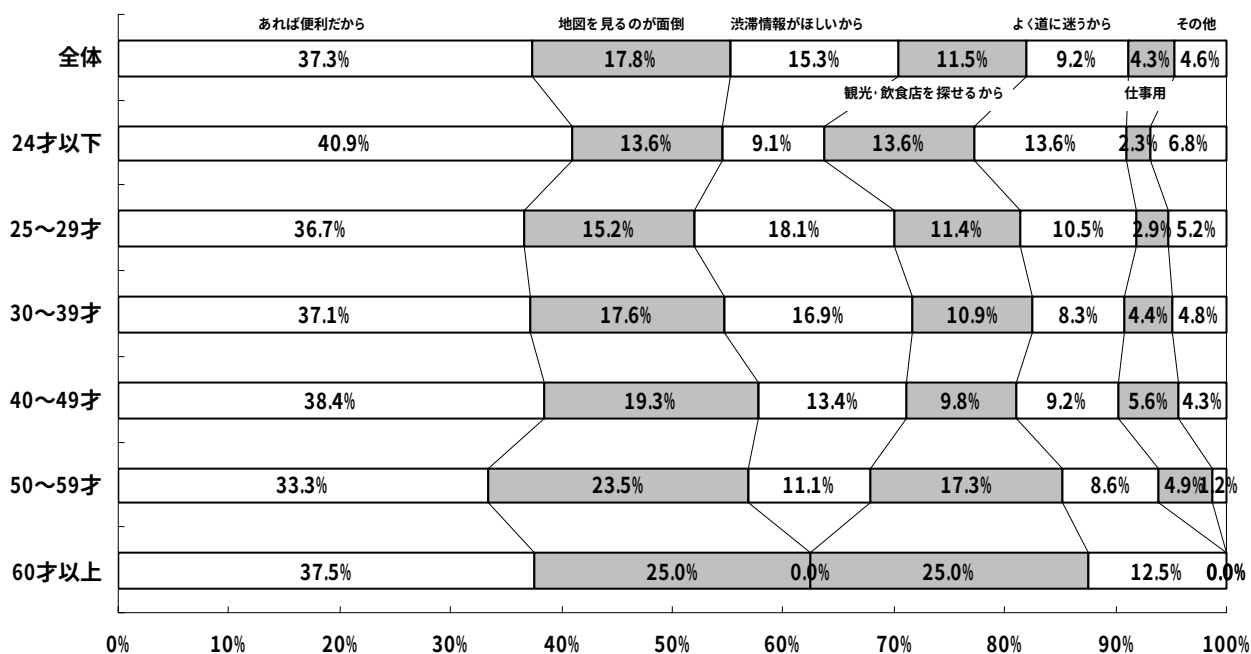
クラリオンでは当社ホームページ上でカーナビゲーションに関するアンケートを実施しました。以下はその集計結果です。

調査時期	2005 年 2 月 1 日～28 日		
調査方法	当社ホームページにてアンケート調査		
調査対象	カーナビゲーションをお使いの方 ※ Q 8、Q 9 についてはカーナビをお使いでない方にも ご回答を頂いております		
有効回答者数	671 名		
回答者属性【年齢】	24 才以下	45 名	(6.7%)
	25～29 才	95 名	(14.2%)
	30～39 才	336 名	(50.1%)
	40～49 才	152 名	(22.7%)
	50～59 才	37 名	(5.5%)
	60 才以上	6 名	(0.9%)

Q1. カーナビを購入した動機は？(複数回答)

「あれば便利だから」(37.3%)、「地図を見るのが面倒」(17.8%)、「渋滞情報がほしいから」(15.3%) と続く。

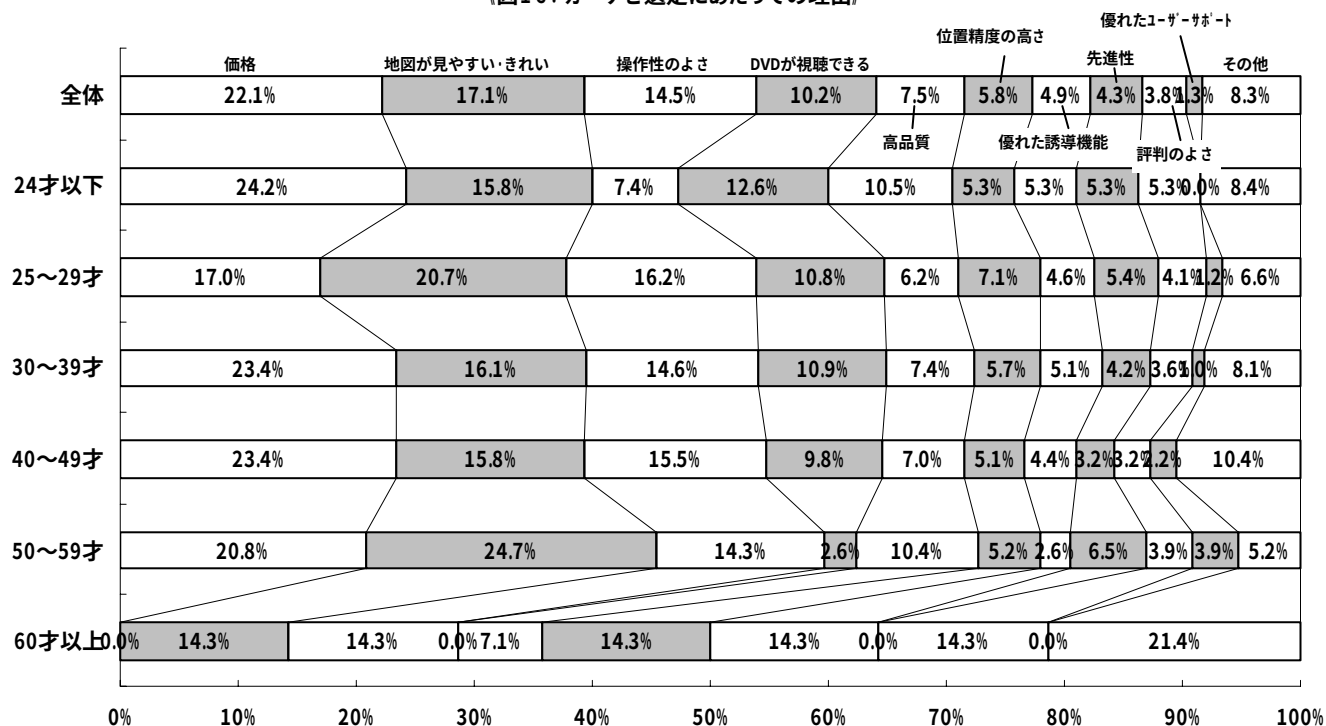
〔図12. カーナビ購入動機〕



Q2. 現在お使いの機種を選定した理由は？（複数回答）

カーオーディオでも同様の傾向が見られたが「価格・検索機能」が他の理由を抜いて第一位となった。また、昨年第一位であった「優れた誘導機能」は大きく後退し、「地図の見やすさ・きれい」（17.1%）、「操作性のよさ」（14.5%）が上位となった。カーナビの選定では、カタログ等に表示された機能よりも、価格や見やすさなど売り場で実感できる項目が上位を占めたと考えられる。

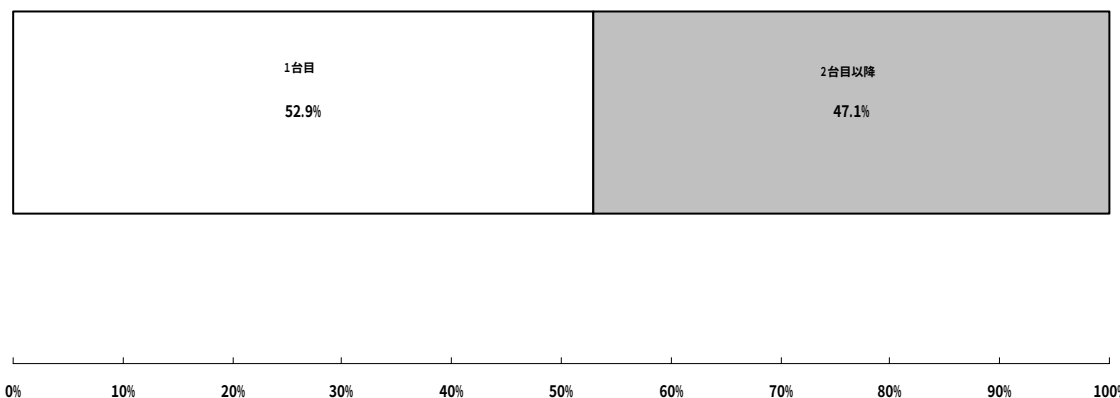
（図13. カーナビ選定にあたっての理由）



Q3. 現在お使いのカーナビは何台目？

「1台目」が52.9%、「2台目以降」が47.1%と約半数が既に関換えを行っている。

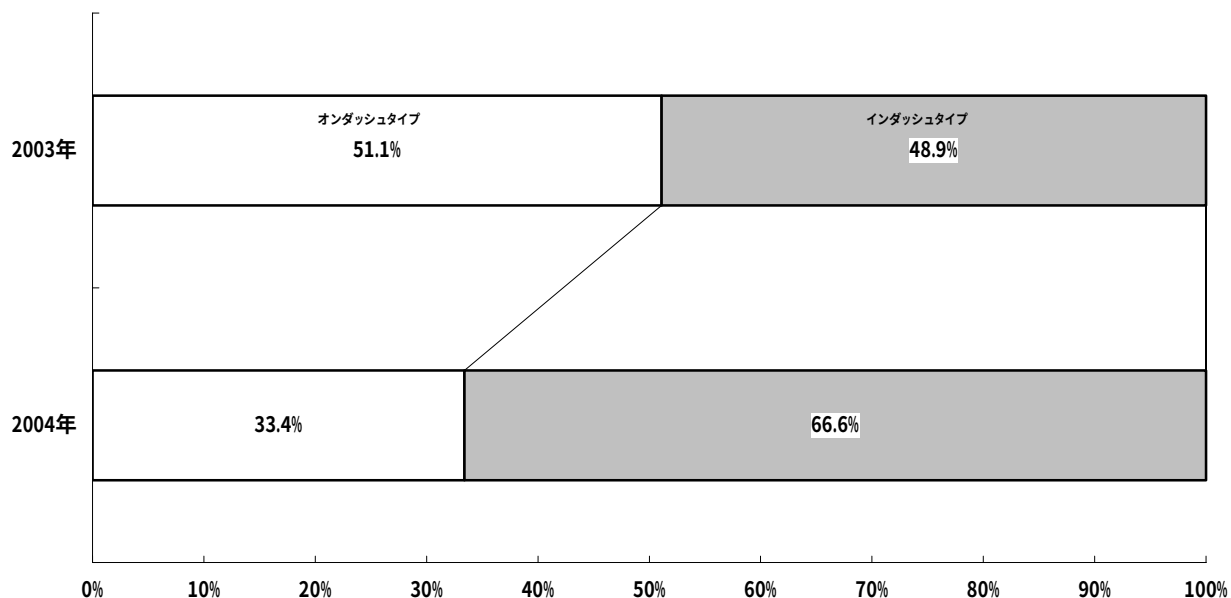
（図14. 現在のカーナビは何台目ですか）



Q4. 現在お使いのナビゲーションモニターの取り付け位置は？

「インダッシュタイプ」が増加しているが、これは純正品の増加による要因も大きいと推察される。また、グラフでは示していないが、インダッシュタイプの内訳ではカーナビ単体機は16.3%と最も少なく、AV/ナビ一体機「2DIN モニター一体型」が67.3%で最も多い。

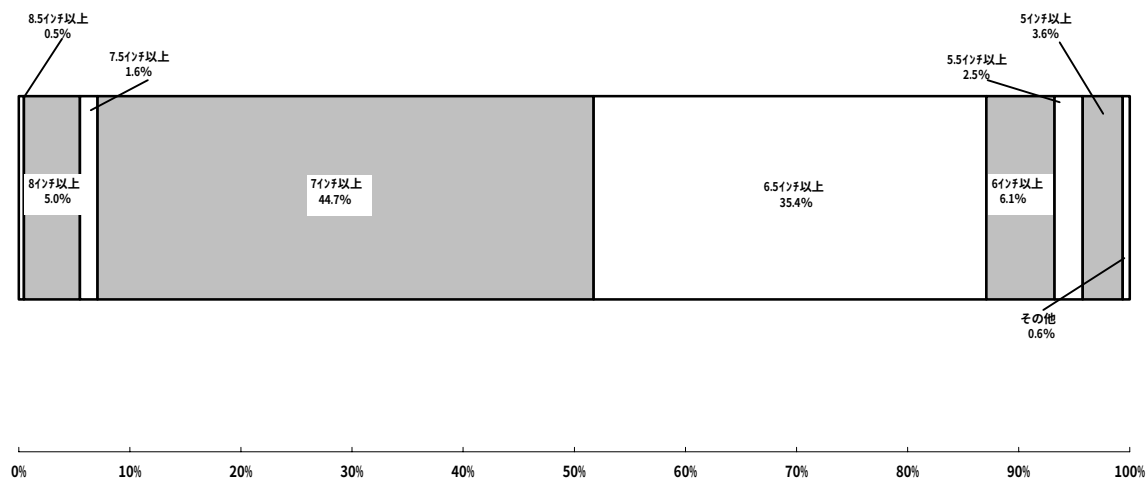
〔図15. カーナビの取り付け位置〕



Q5. 現在お使いの機種種のモニターサイズは？

カーナビモニターサイズの主流は、昨年の「6.5 インチ」から「7 インチ」へ移ったといえる。ただし、インダッシュタイプの普及とモニターサイズの拡大は技術的に相反する点もあり、モニターの拡大傾向は今後一定のサイズで落ち着くものと見られる。

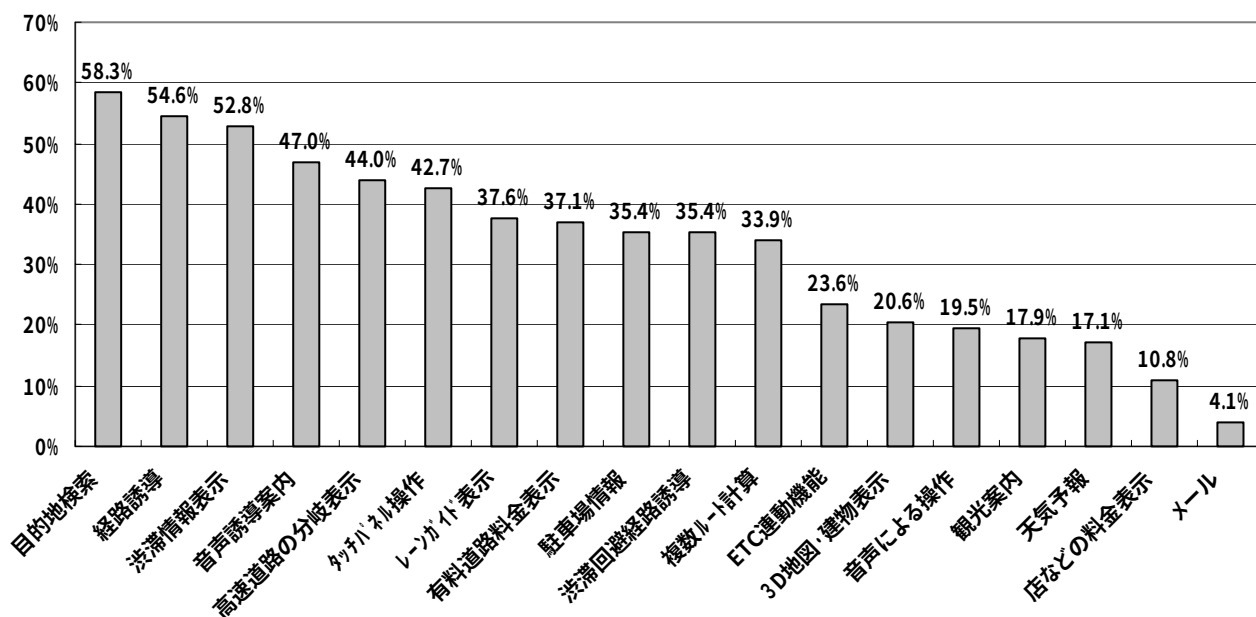
〔図16. カーナビのモニターサイズは〕



Q6. カーナビの機能で便利だと思う機能は？（複数回答）

「目的地検索」「経路誘導」「渋滞情報」がトップ3。特徴としては、項目それぞれが前回調査より上回っていること。各社カーナビの操作性向上とともに機能の理解度・利用度が増し便利さを実感できた結果だと考える。

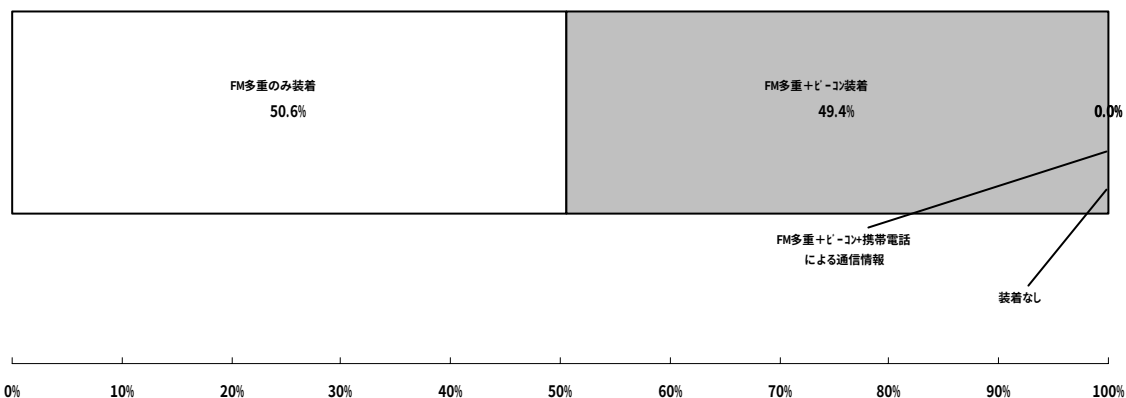
（図17. カーナビの便利と思う機能）



Q7. VICSを装着しているか？

「FM 多重のみ」(50.6%)、「FM 多重+ビーコン」(49.4%)と VICS 装着率がついに 100.0%という結果になった。なお、アンケート回答者の中には携帯電話と連動したタイプはなかった。

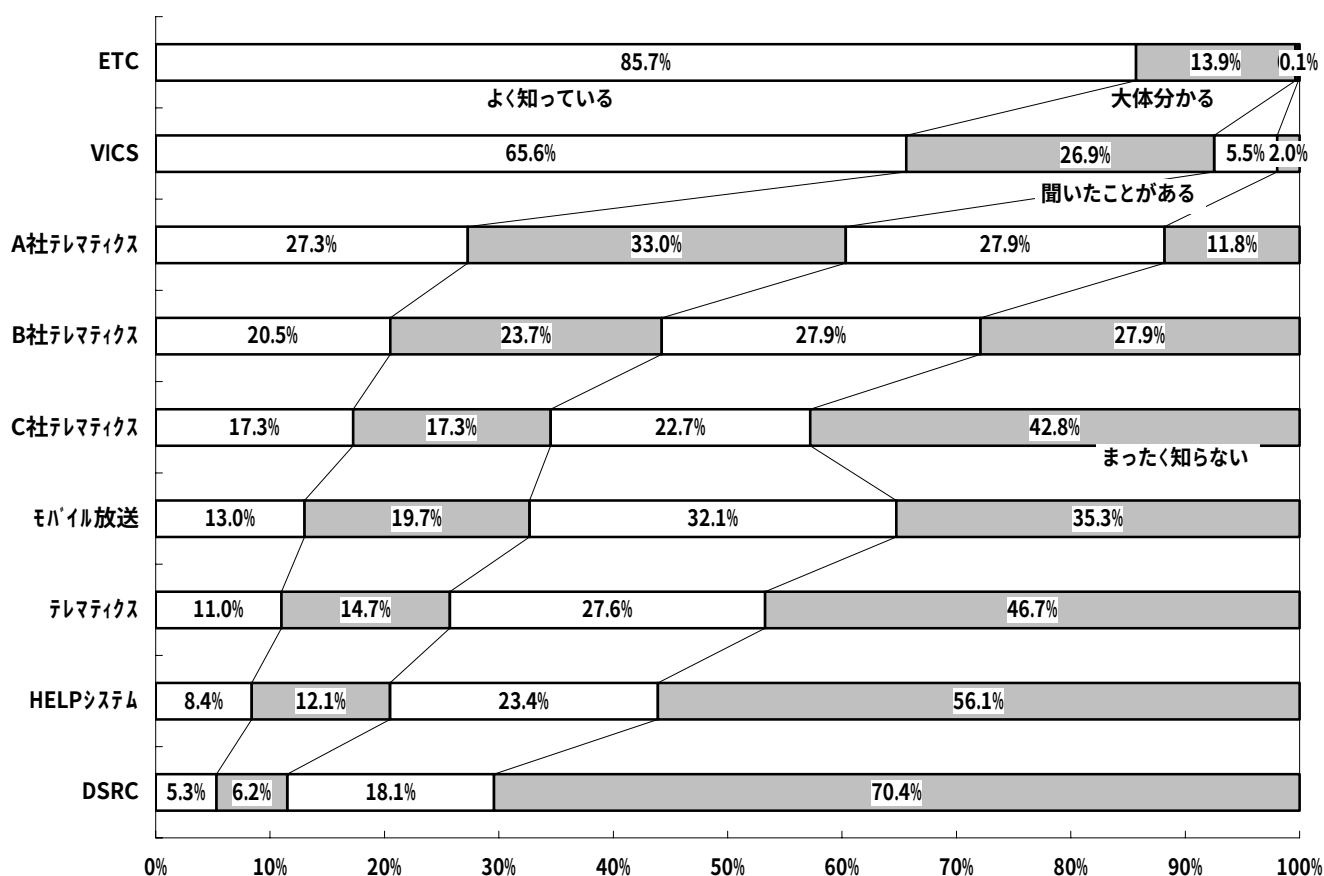
（図18. VICS等の装着状況）



Q8. 次の言葉を知っていますか？

- ・「ETC」の認知度は非常に高い
「ETC」については機器購入助成制度や高速道路料金の割引、機器の値下がり等が広くマスコミでも報じられ、認知度は非常に高い。
- ・「VICS」の認知度も高い
前問でカーナビ装着者の100.0%がVICSを装着していると回答した通り、「VICS」は普及そのものが進んでおり、「よく知っている」(65.6%)、「大体わかる」(26.9%)と認知度はETCに次いで高い。
- ・「テレマティクス」という言葉の認知度はまだ低い
自動車各社が主導になり普及促進をしている「テレマティクス」だが「よく知っている」(11.0%)、「大体わかる」(14.7%)と昨年から伸びていない。しかし、各自動車会社が行っているテレマティクスサービスの名称については宣伝広告の効果もあり、テレマティクスという言葉に比べ認知度は高い。

〔図19. 次の言葉を知っていますか？〕



Q9. 次のなかで今後車に欲しいと思うアイテムは？（複数回答）

- ・「盗難防止装置」の人気の非常に高い
近年急増している車の盗難に備え、「盗難防止装置」をあげる人が43.9%と、昨年に引き続きトップとなった。販売店では多くの種類の商品が売られ、各自動車会社でも純正の盗難防止装置を設定するなどその注目度はきわめて高いものとなっている。
- ・「ETC」は急伸の兆しか
前問の認知度上位に加え、欲しいアイテムの上位にも上がっている。市場ではETC機器の価格下落傾向もあり、今後大きく普及していくものとみられる。
- ・「携帯オーディオとの接続」ニーズ急増
カーオーディオの章でも述べたとおり、HDD/メモリー携帯オーディオとの接続を望む声が急増している。
- ・「後方確認カメラ」ニーズも堅調
「後方確認カメラ」はカーナビ用モニターを利用し取り付けできるとあって、最近装着率が上昇している。純正でのバリエーションも増え、人気が高まってきている。
- ・車外との情報通信機能の人気の依然低迷
「インターネット」「メール」「テレマティクス」といった外部との情報通信機能は、まだまだ高い支持を得なかった。インターネットやメールは携帯電話でもやり取りができ、またテレマティクスについては前問のとおり、まだ言葉自体の認知度が低いと思われる。

（図20. 今後、車に欲しいと思うアイテム）

