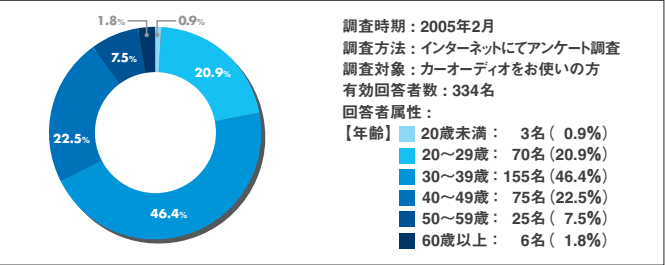


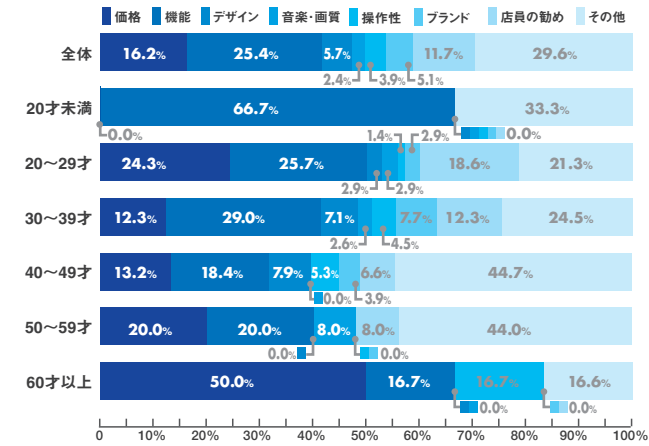
カーオーディオに関する調査



Q1. 現在お使いの機種を選定した理由は？

各年代とも「価格」を重視する傾向は変わらず、その中でも30～39歳は「機能」へのこだわりが見られる。また、20～29歳、30～39歳での「店員の勧め」のポイントが比較的高く、多機種と多機能化によりユーザーの選択範囲が広がっていると考えられる。

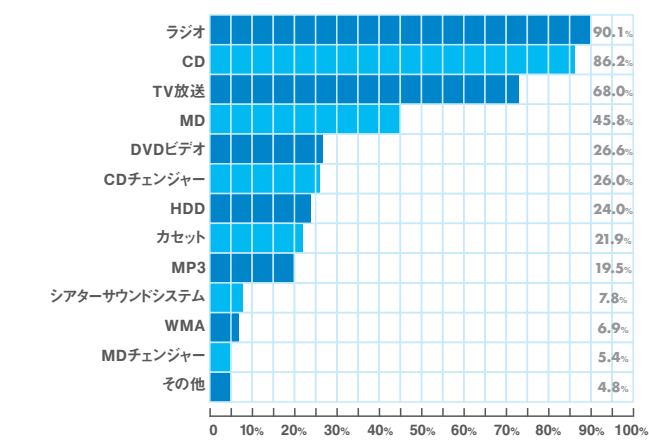
〈図3.市販カーオーディオの選定理由〉



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、前回6位8位であった「DVDビデオ」「HDD」が、それぞれ5位7位とランクアップとなった。

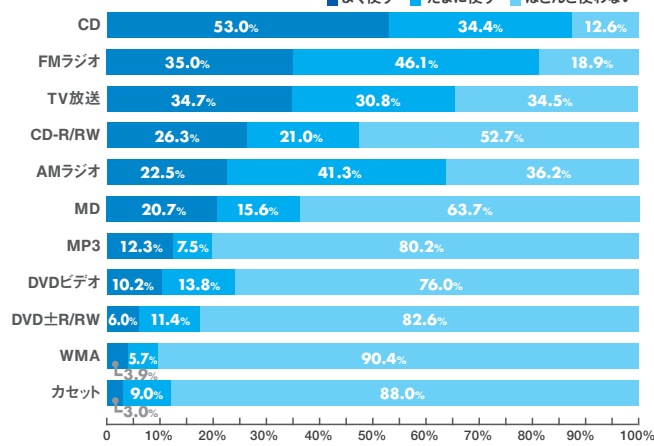
〈図4.現在搭載されているオーディオ機能〉



Q3. よく使うメディアは？

「CD」が最もよく使われ、次いで「FMラジオ」「TV放送」となった。そのほかのメディアについては、減少傾向にある。これは、HDD楽曲蓄積型の浸透や携帯デジタルオーディオなどの台頭によるものと考えられる。

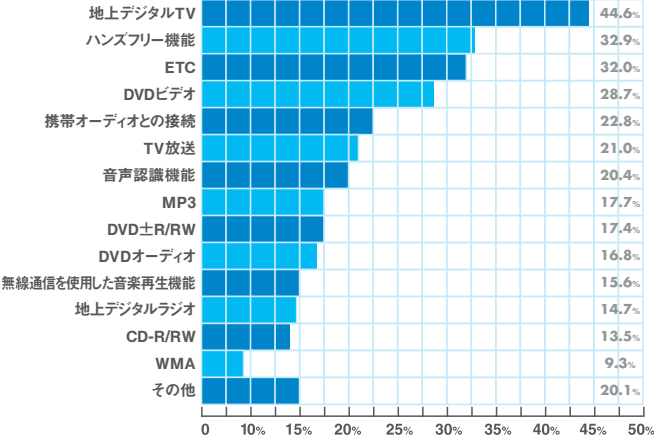
〈図5.保有カーオーディオメディア利用頻度〉



Q4. 今後追加したいオーディオビジュアル機能は?(複数回答)

昨年2位であった「地上デジタル放送」がトップとなった。TV放送デジタル化のインフラ整備が進む中、高画質な映像を楽しめるメリットが浸透していると思われる。また、今回質問項目を追加した「ハンズフリー機能」が2位を獲得。運転中の携帯電話使用について、昨今の道路交通法改正の影響が感じられる。

〈図6.今後追加したいオーディオ機能〉



「今後クルマに欲しいと思う夢の商品」調査

圧倒的に多かった回答は「自動運転装置」。その他にも、近い将来実現する可能性がありそうなものから、まさに夢の機能「空を飛ぶ」「渋滞の時に前の車を飛び越す」まで多様な回答となっている。

- ・自動運転装置
- ・衝突回避機能
- ・フロントガラスにカーナビ画面を表示する機能
- ・ドライブスルーなどで自動課金される電子マネーシステム
- ・ナビと会話できる

clarion

Car Audio & Car Navigation Report

Car Audio

カーオーディオの動向

2005年(平成17年)のカーオーディオの国内出荷実績は、742万台(前年比98.7%)と5年連続で減少した。

※ 国内出荷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
※ AV/ナビ一体機はカーナビとしてカウントするため、当該数値には含まない

1. 製品別の動向

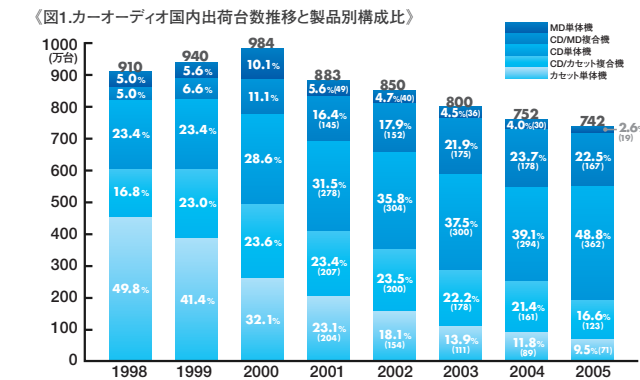
- カセット単体機が、71万台(前年比79.8%)と引き続き減少
構成比も9.5%(前年比▲2.3%)に減少
- CD/MD複合機が、167万台(前年比93.8%)と微減
構成比も22.5%(前年比▲1.2%)に減少
- CD/カセット複合機は123万台(前年比76.4%)と更に減少
構成比も16.6.%(前年比▲4.8%)に減少
- CD単体機(1枚差し、チェンジャー合計)が、362万台(前年比123%)と増加
構成比も48.8%(前年比+9.7%)に増加
- CD合計では、652万台(前年比103%)と微増
構成比も87.9%(前年比+3.7%)に増加
- MD単体機が、19万台(前年比63.3%)と大きく減少
構成比も2.6%(前年比▲1.4%)に減少

単体機

CD単体機合計は452万台(前年比109.4%)と増加。メディア別にみるとカセット単体機の出荷台数が71万台(前年比79.8%)と最も減少した。MD単体機が19万台(前年比63.3%)、CD単体機(1枚差し、チェンジャー合計)が362万台(前年比123.1%)となった。

複合機

複合機合計では290万台(前年比85.5%)と減少した。メディア別にみるとCD/MD複合機が167万台(前年比93.8%)と微減となり、CD/カセット複合機が123万台(前年比76.4%)と後退し、この結果複合機全体で減少した。オーディオとしての複合機は、AVナビ一体機の躍進もあり全体的に減少に転じている。



2. 市場別の動向

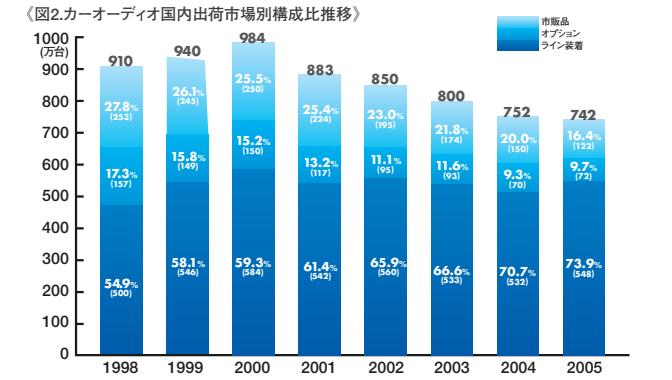
- 純正市場の出荷台数が、620万台(前年比103%)と増加
構成比が、83.6%(前年比+3.5%)と増加
- ライン装着品は548万台(前年比103%)と微増
構成比も73.9%(前年比+3.1%)と増加
- オプション品が、72万台(前年比102.9%)と微増
構成比も9.7%(前年比+0.4%)と増加
- 市販市場の出荷台数が、122万台(前年比81.3%)と減少
構成比が、16.4.%(前年比▲3.5%)と減少

純正品は微増

純正品の総出荷台数は620万台(前年比103%)と5年ぶり増加した。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548万台(前年比103%)となった。一方、ディーラーオプション品の出荷台数は、72万台(前年比102.9%)と2万台の微増となった。
※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。
※ディーラーオプション品は日本国内向けのみの数字。

市販品は減少

市販品の出荷台数は122万台(前年比81.3%)と大きく減少した。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16.4%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機器のカテゴリー全体は、縮小。但しそのスタイルが大きく変容しており市販のCDメディアとしての需要は安定且つ高いと考えられる。



今後の展望

減少傾向と再生メディアの多様化

全体需要のカーオーディオ商品群推移は2000年をピークに毎年前年比4～5%ダウンしていることから、機器としての需要は減少傾向にあり、今後もこの傾向は続くと思われる。カテゴリーとしてオーディオ商品群はこの傾向であるが、カーナビとオーディオの一体化傾向が続ぎ、カーオーディオ需要は出荷台数で捉えると今後の減少傾向が伺える。つまり再生メディア自体のスタイルが大きく多様化ははじめていると考えられる。

ライン装着品の横ばい傾向

このオーディオ減の傾向は、ディーラーオプション関連についても進むと考えられ、ナビゲーション一体化傾向は今後も続く。その中でライン装着が横ばい傾向であるのは、国内で小型車需要が強まり、特にオーディオが主流である軽自動車のライン装着が増加したことが要因と思われる。

多彩なメディアの出現による市場形成の初動化

オーディオ機器の主要な再生機能としてここ数年来CDメディアの安定化は見られるが、一方で外部機器との接続を主にする動きも出てきている。各カーオーディオメーカーでは、チェンジャー機能の代わりに他のストレージ(メモリ)機器へ接続することを昨今、謳っており、特にデジタルオーディオプレーヤー等がータブル民生機器との接続を主に発売し始めている。また同民生機器の普及帯マーケットの急進も受け、現在カーオーディオ市場はストレージ対応のコネクテビティ(接続性)を実現させるため圧縮フォーマットを広げた音楽データの対応もめざましく進んでいる。

Car Navigation

カーナビゲーションの動向

市場の拡大傾向続く

2005年(平成17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55万台増の406万台(前年比115.7%)と今年も増加した。カーナビの出荷実績は価格低下に伴い、年々増加してきている。特徴としては、市販の微増と純正装着率の増加、とりわけディーラーオプションが著しい増加。

純正品市場は堅調な拡大

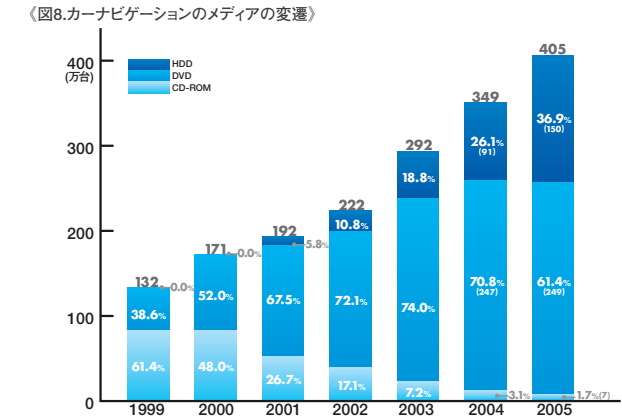
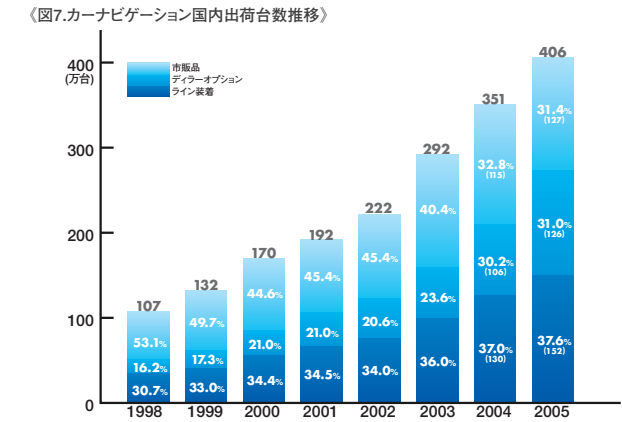
販売経路別ではライン装着品が前年比22万台増の152万台(前年比116.9%)、ディーラーオプション品が前年比20万台増の126万台(前年比118.9%)と純正品市場で前年比42万台増の278万台(前年比117.8%)を出荷した。全体市場の6割強を構成している。とりわけAV/ナビ一体機のラインナップも増加傾向である。

市販品は転じて増加

市販品は前年比12万台増の127万台(前年比110%)と増加。構成比は前年比▲1.4%になったが、2005年の市場傾向は、微増傾向であり、出荷台数は前年より増進した。市販品としての買い替え需要や、HDDタイプへのメディアの進化、価格低下が市場を牽引している。

HDDタイプの躍進

DVDタイプが構成比61.4%と減少に転じた。一方、HDDタイプは需要を伸ばしており、これは5年間でシェアが36.9%にまで上昇している数値からも明らかである。



今後の展望

カーナビゲーションの需要について

現在のカーナビゲーション(以下、カーナビ)は需要増の躍進が続いている。自動車の利便性を高める機能の一部としてではなく、外部との情報収集手段として一般的になってきた。1998年からの調査データを基点に累計2000万台弱まで出荷台数は伸び続けている。またメディア変遷はDVD媒体も合わせ、HDD化に伴う大容量化に対応した構成も昨今著しい伸びを示している。この需要増はETC(自動料金収受システム)のインフラ影響はもとより、リアルタイムの渋滞情報とあわせ統計データ等を収録したルート計算誘導の進化など、「より使えるナビ」の実現が拍車をかけていると考えられる。この利便性の高まりと需要について、切り離せないのが「消費者購入価格」とのバランスであり、カーナビ需要増に伴い、昨年の市販品の販売増は普及帯への市場構成が高まり、ここ数年横ばいであった出荷台数が増加。このことはライン装着、ディーラーオプションとも、市場全体へ好影響を与えていると考えられる。今後のマーケットトレンドは、市場から必要とされる商品アイテムとして、さらに増加傾向が続くと思われる。

ディスプレイの変化と多彩なメディア(機能・記録媒体)対応

AV/ナビ一体機のディスプレイ「7インチ化」等の大型化や「VGAパネル」による精細なディスプレイ搭載のモデルが市販品を筆頭に販売台数を伸ばしはじめている。各社市販品のラインナップではVGAパネルを搭載した機種構成比はまだ少ないが、ディスプレイの改善により操作性、視認性を高めたモデルが今後、需要の牽引になると予想される。また多彩なメディア(記録媒体)に対応するモデルも増加してきており、前項で述べたオーディオ機器と外部機器との接続性の強化や、デジタルオーディオプレーヤーなど、ポータブル民生機器とカーエレクトロニクス商品との接続性、操作性改善を図った点が市場の活性化につながっている。またナビゲーションでのHDDへの音楽録音は非常に重要な要素になっている。また「地上デジタル」放送対応のデジタルTVチューナーの需要が期待される。

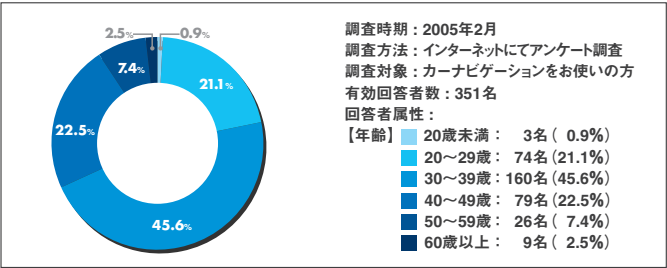
※VGA：高解像度のグラフィックシステム

CCDカメラの展望

「道交法改正」の影響や、「安全・安心」という志向と需要の高まりから毎年着実に出荷台数を伸ばしている。各自動車会社の純正採用が大きく、ミニバンやワゴンクラスの車輛販売増の影響もあり、より複数個のカメラを搭載したシステム採用も追い風となっている。市販品では小型化と高精細なレンズをもつモジュールシステムと普及帯の販売が堅調に続いていると考えられる。

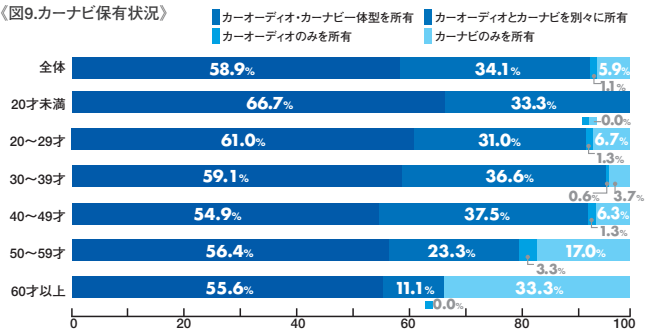
Car Navigation

カーナビゲーションに関する調査



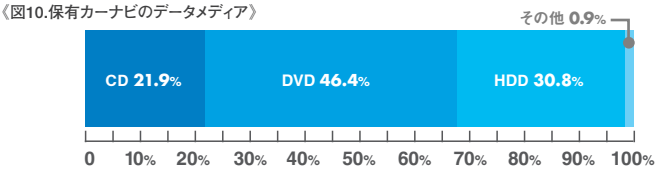
Q1. カーナビの形態は？

各年代ともに「カーオーディオ・カーナビ一体型」がトップとなっている。ナビゲーション機能に加え、充実した音楽環境を求めていると考えられる。



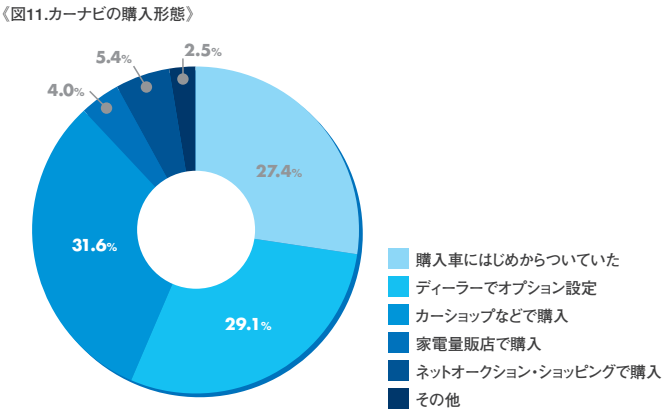
Q2. カーナビのメディアタイプは？

トップはDVDタイプだが、処理速度の速さやCD楽曲の書き込みが可能といったメリットから、HDDタイプが今後DVDタイプに取って代わられると思われる。



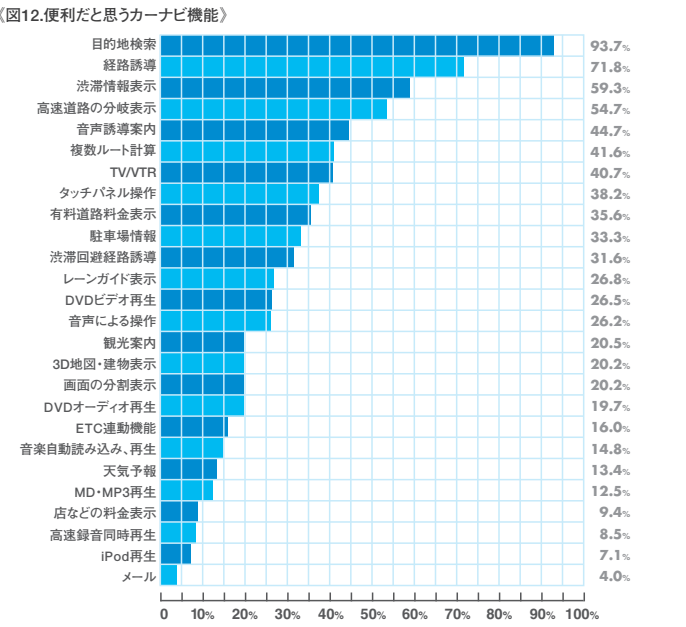
Q3. カーナビの購入形態は？

「カーショップ」(31.6%)、「ディーラーでオプション設定」(29.1%)、「購入車にはじめからついてた」(27.4%)と続いている。



Q4. カーナビの機能で便利だと思う機能は?(複数回答)

昨年同様「目的地検索」「経路誘導」「渋滞情報表示」がトップ3。各社カーナビの基本性能・機能が浸透し、安定期を向かえていると思われる。



Q5. 今後、カーナビに欲しいと思うアイテムは?(複数回答)

●「盗難防止機能」の人気は依然高い

昨年同様「盗難防止」をあげる人が多く、62.7%とトップをマーク。急増する車の盗難に備えた回答と考える

●「地上デジタル放送」ニーズ急増

民生映像機器のニーズも高まり、カーエレクトロニクスへの対応もますます増えてくるものと思われる。

