

2026年 夏季特集 タイヤ・ホイール



軽商用車向けの12インチアルミホイールも人気だ

逆風下で問われる営業努力

加速する低価格志向

市販タイヤ

高付加価値製品と二極化

それでも市販タイヤ需要は、物価高に伴うユーザーの節約志向がジワリ

でも売れ筋は価格競争力のあるプライベートルラ

存在感を増す「全天候型」



認知度が高まっているオールシーズンタイヤ

2026年市販用タイヤ 夏・冬用需要見通し(販社販売)													
		2025年実績						2026年見通し					
		本数 年間	当初との 差異	前年比			当初との 差異 (年間)	本数 年間	当初との 差異	前年比			当初との 差異 (年間)
				上期	下期	年間				上期	下期	年間	
乗用車用	夏	31,191	88	101	99	100	0	31,327	228	103	97	100	0
	冬	14,795	168	149	99	102	1	14,857	223	106	100	100	0
	計	45,986	255	103	99	101	1	46,185	451	103	99	100	0
小型 トラック用	夏	8,402	▲10	103	94	99	▲0	8,348	▲31	97	103	99	▲0
	冬	4,354	▲9	126	100	103	▲0	4,370	76	107	99	100	2
	計	12,755	▲18	105	97	100	▲0	12,718	46	98	101	100	1
トラック ・バス用	夏	2,671	▲1	111	93	103	▲0	2,587	▲42	91	107	97	▲2
	冬	2,585	▲2	132	100	104	▲0	2,561	15	95	100	99	1
	計	5,256	▲3	114	98	103	▲0	5,148	▲26	91	102	98	▲0
四輪車用計	夏	42,263	77	102	97	100	0	42,262	155	101	99	100	0
	冬	21,734	157	139	99	102	1	21,789	315	105	100	100	1
	計	63,997	234	104	98	101	0	64,051	470	101	99	100	0

単位:千本、%、▲はマイナス。当初との差異は、2025年は実績見込みと実績値、2026年は当初見通しと修正値。会員輸入品を含む。本数は本単位で計算し、千本単位表示した数値。2024年より、会員会社7社で集計

出典:日本自動車タイヤ協会



市販タイヤ・ホイールは値上げ局面にあるが、需要は底堅い

値上げ影響 どこまで抑制

日本自動車タイヤ協会(JATMA)は7月、「2026年自動車タイヤ国内需要年見通し」を発表した。市販タイヤ(乗用車)については上期実績が夏用、冬用ともに前年実績を上回ったものの、下期は夏用がマイナス、冬用は前年並みと予想。それぞれ132万7千本(当初比22万8千本増)、148万5千本(同22万3千本増)に修正した。

「去年はタイヤメーカー各社の値上げがあり、今期は反動減を予想していたが何とか持ちこたえている」と(同)という販売実態が表れた格好だ。

◇

まもなく冬タイヤ商戦が始まるが、スタッドレスタイヤとのセット販売を含めた販促活動を進める上で、目下の課題となっているのが値上げだ。

中東紛争の長期化に伴い、原材料・エネルギー価格も高止まりする。用品店の担当者は「ホイールメーカの企業努力だけでは製造コストや人件費の上昇分を吸収できない難しい状況にある。今後

「いく必要がある」と警戒を強める。事業や販売環境は厳しいものの、メーカーや小売り各社は安定供給に努めていく。特に冬タイヤの供給不足や欠品は事故に直結しかねない。前出の担当者は「シーズン前に在庫の積み増しを含めた買付け、ホイールに

市販ホイール

売り場づくりにも工夫

一方で市販ホイール販売は守勢に立たされている。純正ホイールの大口径化やデザイン性の向上が背景にある。近年は軽

自動車で14、15インチ、登録車では21インチを履く車も出ており「ホイール交換ラインナップ」という構図はすでに過去のものとなりつつある。スポーツカー向けの高性能ホイールについても一定数のコアユーザーは存在する

ものの、市場の縮小傾向は続いている。一方、近年のSUVブームを背景にオフロード系の武骨感のあるホイールは販売を伸ばす。メーカー各社は新製品を相次ぎ投入、用品店では専用コーナーを設けアウトドアを感じさせる売り場づくりで購買意欲の掘り起こしを進めている。

守勢の中でSUVや軽用に光明

「去年はタイヤメーカー各社の値上げがあり、今期は反動減を予想していたが何とか持ちこたえている」と(同)という販売実態が表れた格好だ。

「いく必要がある」と警戒を強める。事業や販売環境は厳しいものの、メーカーや小売り各社は安定供給に努めていく。特に冬タイヤの供給不足や欠品は事故に直結しかねない。前出の担当者は「シーズン前に在庫の積み増しを含めた買付け、ホイールに

「いく必要がある」と警戒を強める。事業や販売環境は厳しいものの、メーカーや小売り各社は安定供給に努めていく。特に冬タイヤの供給不足や欠品は事故に直結しかねない。前出の担当者は「シーズン前に在庫の積み増しを含めた買付け、ホイールに

「いく必要がある」と警戒を強める。事業や販売環境は厳しいものの、メーカーや小売り各社は安定供給に努めていく。特に冬タイヤの供給不足や欠品は事故に直結しかねない。前出の担当者は「シーズン前に在庫の積み増しを含めた買付け、ホイールに

「いく必要がある」と警戒を強める。事業や販売環境は厳しいものの、メーカーや小売り各社は安定供給に努めていく。特に冬タイヤの供給不足や欠品は事故に直結しかねない。前出の担当者は「シーズン前に在庫の積み増しを含めた買付け、ホイールに

「いく必要がある」と警戒を強める。事業や販売環境は厳しいものの、メーカーや小売り各社は安定供給に努めていく。特に冬タイヤの供給不足や欠品は事故に直結しかねない。前出の担当者は「シーズン前に在庫の積み増しを含めた買付け、ホイールに

この広告はネット配信しておりません

さあ、つくろう。

自問自答を繰り返す。
何をつくりたいのか。
何処を目指しているのか。
ジブンらしい、ジブンだけのもの。
答えはいつもジブンの中にある。
さあ、つくろう。ワークで。

C. Tanaka



WORK COMPANY LIMITED Head Office 4-1-13, Nagatanishi, Higashiosaka, 577-0016 JAPAN.

OFFICIAL SITE <https://www.work-wheels.co.jp/>



マルカサービス(福岡直樹社長)の「MID WHEELS(ホイール)ブランドから登場した、トヨタ及レクサス専用設計アイテムを中心に展開する「Lefinada(レフィナーダ)シリーズの新作「MOTION6(モーションシックス)」。

Lefinada MOTION6



マルカサービス

市販ホイール 各社の製品

ミニバンやSUVの足元でも存在感

ルとして、ラインアップに加わった。モーション6は、上質さを追求した「オーガニックデザイン」を採用している。センターの丸みから外周のシャープな造形へと変化するメインスポークに、うねりを持たせたサブスポークを組み



ミニバンやSUVの足元でも存在感を放つ。サイズは17・21インチで、カラーは「グロスブラック」を設定した。ラグジュアリーな佇まいから、スポーティーなスタイルまで幅広くマッチするボリュームあるデザインは、存在感を高めながらも洗練された印象を足元から演出。クルマにワンランク上の上質さを与えてくれる。

日本自動車用品・部品アフターマーケット振興会(NAPAC)

田中 知加副会長

「安全・安心」「レース活動」「ドレスアップ」

3つの柱 明確に



イベントや展示会 効果的に訴求

「安全・安心」「レース活動」「ドレスアップ」の3つのキーワードで、アフターパーツ業界を盛り上げていく。安全で楽しいカーライフを、関連するイベントや展示会で効果的に訴求していくことが大切だ。

タイヤは、雨で選ぼう。



横浜ゴム株式会社 0120-667-520
www.y-yokohama.com/product/tire/

月に一度は空気圧の点検を。

詳しくはこちら



BluEarth AE-O1Fから
ADVAN dB V553に替えると
雨の日に
約20%短く
止まれる!

*詳しくはカタログ・HPをご覧ください。

青を刻め

まだ、走ったことのない道へ。

TOYO TIRES



ワーク（田中知加社長）のスポーツホイール「WORK EMOTION CR Shigoku」が、「日刊自動車新聞 用品大賞2026」のホイール部門賞を受賞した。同製品は、ワークエモーションブランドのロングセラー「CR Kiwami」を全面刷新した意欲的な新モデル。強度や軽さ、剛性などを高次元で共存させた卓越

WORK EMOTION CR Shigoku



ワーク

相反する強度と軽さ
高次元での共存実現

ワーク（田中知加社長）は「軽量化・剛性・機能美、そしてワークらしいデザインを提供したい」という一貫で開発した。今後はホイールを築く文化を世界へ届けるべく、製品づくりに挑戦し続ける」と語った。同モデルの特徴の一つは、カスタマイズユーザーの期待に応え、カーライフをより豊かにする「本物志向」の製品として、今後も注目を集めそう



が、強度と軽さの相反する要素の両立だ。最新の解析技術などを駆使し、CR Kiwami比で最大約700gの軽量化を実現しながら、耐荷重は700kgから720kgへと向上させた。

デザイン面

レイス（新渡部太郎社長）は、スポーツホイールブランド「VOLKRACING（ボルクラシング）」を代表する「TE37」の誕生30周年を迎え、ワンボックスカー用ホイール「TE37SB」の記念モデルを7月に発売した。初代意匠をオマージュしたスポーツステッカーや、アニメ「サライ」デザインを採用した特別な一本だ。同社はTE37の30周

TE37SB 30th ANNIVERSARY



レイズ

30周年記念 第2弾
初代意匠オマージュ

年を機に、シリーズ製品をベースとした記念モデルを続々とリリースしている。今回、第2弾4アイテムの一つとして、「TE37SB 30th ANNIVERSARY」を発売。第1弾を発表した際にも要望が多かったモデルだという。



る。さらに、同時に軽量化も追求しており、17×6.5Jサイズで約7.3kgという軽量化性能も備える。

記念モデルでは、フロント部に「30th ANNIVERSARY」の刻印を施し、初代と同じブルーカラーのバルブを採用。サイズは17、18、19インチ、カラーは「ホワイト」「ブロンズ（アルマイト）」を用意する。仕様は、初代を想起させる専用ステッカーを採用したステッカーパッケージと、旧ロゴをスポークに刻んだマシニングパッケージの2タイプとなっている。

39th 日刊自動車新聞 大賞
用品 2026

特別賞受賞

TE37 30th ANNIVERSARY MODELS



RAYS

株式会社レイズ <https://www.rayswheels.co.jp>



VOLKRACING
ORIGINAL

MADE IN JAPAN
ORIGINAL FORGING TECHNOLOGY **RAYS**
ENGINEERING

NAPACは「安全・安心」な
カスタマイズパーツを推奨します

NAPAC

Nippon Auto Parts
Aftermarket Committee



www.napac.jp

ご購入の際は安全基準を満たした証をご確認下さい。

ASEA基準
カスタマイズパーツ

カスタマイズパーツ選びの指針として、ASEA基準では法令遵守の「会員登録」、ホルトオン取付/交換と保安基準適合の「登録制度」、更に厳しい試験・評価をクリアした「認定制度」を制定。
製品には合格した制度に応じたASEA基準証が貼付または印刷されます。



JAWA基準
アルミホイール

安全・安心のアルミホイールには、国の安全基準適合を示す「JWL(T)」、第三者機関の確認試験合格と製品登録を示す「VIA」が表示され、それらを満たした会員製品には「JAWA品質認定証」が貼付されます。
「JAWAスリースター」は3つの安全指標を満たす証です。



JASMA基準
スポーツマフラー

騒音、排ガス、熱害等の基準に則ったスポーツマフラーの普及を目的に、保安基準より厳しいJASMA基準を満たした製品には「JASMAプレート」。
平成22年(2010年)4月以降の車両用には「H22規制JQR+JASMAプレート」が取り付けられます。



一般社団法人 日本自動車用品・部品アフターマーケット振興会(NAPAC)



静けさと、なめらかさと。
心地よさに包み込まれる。

ALENZA

SUV向けプレミアムタイヤ

株式会社ブリヂストン
[お客様相談室] フリーダイヤル: 0120-39-2936
受付時間: 月～金 (祝日および年末年始は除く) 9:00～17:00
www.bridgestone.co.jp

BRIDGESTONE
Solutions for your journey

イエローハット

タイヤ・ホイール課 係長 小川 善仁さん



販売状況や時流を考慮して 工夫凝らした 売り場づくり

「上期の販売状況は「直近(7～7月)のタイヤ販売は前年並みで推移している。去年はタイヤメーカー各社の値上げがあり、今期は反動減を予想していたが何となく持ちこたえている状況だ。ホイールに関しては前年同様、大きな落ち込みはなく数量ベースで前年並みで推移している」。

「タイヤ価格の値上げは「ユーザーニーズの動向は、タイヤ価格の値上げだけでなく、ユーザーの所得がさほど増加している状況ではないため、廉価ゾーンのタイヤや特に静音タイヤがよく売れている。静粛性やウェット性能などに優れた国内メーカーの高付加価値商品に関して、少し伸び悩みの傾向がある。SUV向けのタイヤなど」。

「「売れる側として難しいのは、オールシーズンタイヤが増えることによる総販売本数が減ってしまうことだ。オールシーズンタイヤだからといって交換サイクルが短いわけではない。夏タイヤもスタッドレスタイヤも販売本数が減る可能性がある。もちろん、ユーザーメリットがあり優れた商品ではあるが、単純に販売本数の減少につながる課題もあると見ている」。

「ホイール需要については「春・夏の時期は、ホイールが動きにくいタイミングではある。ただ、新車販売の4割を占める軽自動車は14、15インチサイズが大きな一方、軽商用車はまだ12インチのホイールが純正で装着されている。このカテゴリ

「「春夏・秋に売り場の見直しを図っており、販売状況や時流を考慮した売り場づくりを意識している。特にタイヤについては廉価ゾーンの販売ボリュームが大きい。そのため、店頭での取りこぼしがないように売れ筋サイズや商品ラインアップをその都度整理して、売れる側もスムーズにユーザーに提案できるような売り場を全店で展開している」。

「また冬タイヤ商戦が始まる」。

「スタッドレスタイヤの値上げだけでなく、原材料費が高騰しているホイールも値上げの状況にある。冬タイヤ商戦には少なからず影響が出てくる可能性がある」と見ている。ただその環境下でも、売れ場での品揃えを充実させ、来店されたユーザーに対する丁寧な接客、空気圧点検や残溝チェックなどを通じて、着実に販売を伸ばしていきたい

オートバックスセブン

タイヤ商品課 中野 大海さん / ホイール商品課 川俣 太陽さん

「タイヤの販売状況は「物価上昇によるユーザーの節約志向が続いている。その中でも安全性や快適性に対する意識は高く、プレミアムタイヤやSUV向け商品の構成比は年々高まっている。また車の長期保有を背景により快適に安全に乗り続けたいというニーズも強い。単なる価格重視ではなく、静粛性や低燃費性、ウェット性能も重視したコストパの高い商品も支持されている。結果として上期の販売は堅調に推移したが、トレンドとしては「極化が進んでいる」。

「ホイール市況の動向は「需要の下火傾向は変わっていない。中東問題に伴って金属類など原材料費が値上がりしており、メーカー各社の企業努力だけではコスト吸収が難しい局面もある。タイヤの値上がりも含めて、今後の動向を引き続き注視していく必要がある」。

「オールシーズンタイヤの認知度が高まっている。」「販売本数は年々増えているが、オールシーズンカテゴリー

「販売数量は伸び続けている。スポーツ系やインチャープを含めた需要は厳しい状況。ただ、コナ需要が一定数あるため、大型店舗ではこうした商品をしっかりと展示してお客さまの関心を広げなければならぬ」。

「さらなる拡販に向けた取

バイヤー・インタビュー

左「中野さん、右「川俣さん



より分かりやすく選びやすく ニーズに沿った丁寧な提案

「組み合わせは「タイヤに対するニーズは低価格帯でコストパフォーマンスの高い商品と、高付加価値商品の「二極化が進んでいる。そのため店舗では幅広い商品ラインアップを整え、ユーザーニーズに沿った丁寧な接客を行っている。また、車両安全技術が進化し、電動車両も増える中で専門的な商品提案が必要である。現物を見ながら販売できるリアル店舗ならではの強み、専門的な接客と確実な取り付けサービスを生かしながら、整備部門との連携も強化して交換需要の取り込みを図っていく」。

「ホイールの提案力強化については「売れ筋車種に限られるが『ドレスアップスタジアム』という販促ツールを店舗向けに提供している。ホイールの装着イメージを確認できるもので、2年ほど前から導入している。店舗スタッフが幅広い商品を効率的に提案でき、ユーザーがより分かりやすく選びやすい環境づくりに取り組んでいる。また、従来から作成している冊子についてもメーカーと連携を取りながら売れ筋や最新モデルをお買い得に選んでもらえるように展開を続ける」。

ホイールは、MID.



TVCM 放映中!



特設サイト TVCM

マルカサービス株式会社

A Member of RAYS Group

https://www.mid-wheels.com

