

Future Technology

特集

2010

# 大予測

## 「家電業界の新技术&新商品」



### PART.1

#### デジタル家電分野の最新動向

- ▶ 薄型テレビ
- ▶ BDレコーダー
- ▶ ハイビジョンビデオカメラ

### PART.2

#### IT分野の最新動向

### PART.3

#### 生活家電分野の最新動向

- ▶ 白物家電
- ▶ オール電化／太陽光

薄型テレビ

録画TVと3DTVに商機

商品トレンドと今年の展望

2010年のテレビ市場は地上アナログ放送の停波(2011年7月24日)まで「あと1年」に迫る中で、アナログテレビからのリブレース需要に拍車がかかる。同時にエコポイント制度が2010年12月まで延長されることで、09年度に引き続き高水準の需要が見込まれる。09年度比で、実際どの程度の販売台数になるかについては、さまざまな見方がある。4月以降に実施される新エコポイント制度(仮称)は、09年度と対象商品の選定基準が異なり、エコポイントが与えられる機種数が09年度より減少する(35ページ参照)ためだ。

だが、6月にワールドカップ・サッカーが開催される一方、7月には地上アナログ停波まであと1年を切ることで、高水準の需要が期待でき、「エコポイントの基準改定で一時的に需要が落ち込んでも、2010年度トータルでは09年度以上の1,500万台近い需要が見込める」といった見方がメーカー関係者の間では強い。

そのような需要見通しの中、単価ダウン抑制

の起爆剤になるのが、市場が急拡大してきた録画テレビとLEDテレビ、3Dテレビなどの高付加価値商品だ。中でも録画テレビは2010年度、20V型前後の商品ゾーンが本格的に立ち上がることで500万台規模のマーケットに拡大する可能性がある。LEDテレビと3Dテレビは国内の大手メーカーが販促を強化することで、「垂直立ち上げ」が実現する可能性が大だ。

LEDテレビはこれまで韓国のサムスン電子に遅れを取ってきたシャープが世界市場を舞台に攻勢に転じる。シャープの動きに対抗して、ソニーや東芝などの液晶テレビ大手もLEDテレビの販売に注力するため、ビジネスチャンスが拡大する。3Dテレビについてはパナソニックが50V、54V、58V、65V型などの商品を春以降市場投入する。プラズマテレビの従来商品と比べて、市場売価5-7万円の価格アップで販売されるもようである。3Dソフトの再生に必要な3D対応のBDプレーヤーなどと合わせ、ビジネスチャンスが一気に拡大してくる。

販促のポイント

- ①大画面・高機能機にシフト
- ②2台目、3台目TVの提案

だった。2010年度は録画テレビやLEDテレビ、3Dテレビなどの高単価商材の販売構成比アップが収益確保の点では大きなポイントになる。一方2台目、3台目テレビとして中小型タイプの提案も有効だ。テレビメーカー各社が家庭内LANのDLNAを利用したシステム提案に注力するため、商機が拡大する。

テレビ販売の課題は単価ダウン対策だ。空前の高需要に沸いた09年度も、「台数ベースでは56.4%アップしても金額ベースでは32.2%増のレベル」(5月11日から11月15日まで、GfKジャパン調べ)

接客のための「薄型テレビ」最新キーワード

基準改定される「エコポイント」

09年度のテレビ国内市場は前年比40%増の1,410万台が見込まれている。

そのような大幅な需要拡大の起爆剤になったのが、エコポイント制度の実施である。

ところが2010年度は「エコポイントの基準が改定され、ポイントのつく商品の範囲が縮小する方向にある」(経済産業省の関係者)という。エコポイントの基準改定には①省エネ効率の基準自体の改定、②省エネ達成度と星の数の対応の見直しの2つのポイントがある。エコポイント対象商品の新基準は「今年の春をメドに策定される見通しだ」(経済産業省の関係者)という。

①の「基準改定」について、エコポイントの現行基準では04年度で省エネ効率が最も高かった機種に基づき、「08年度の達成目標」として定めたものだった。

それを2010年度の新基準では「2008年度の優良機種をベースに、2012年度の達成目標として算定した水準に改める」という。

その結果、「消費電力が少ない19V型などの小型テレビは現在より6%程度、それ以上の画面サイズの商品については3割程度基準が引き上がり、消費者の希望機種がエコポイントの対象外になる可能性がある」という。

そのため基準改定前に、それらの機種の駆け込み需要が発生する可能性が高い。

販売店は早期にそれらの情報を入手し、見込み客に商品提案することで、駆け込み需要の先取りを図ってみてはどうだろう。

②の「省エネ達成度と星の数の見直し」について、現行基準ではエアコンや冷蔵庫、薄型テレビの省エネ基準の達成度を1から5の星の数で表す「統一省エネラベル」が定められ、4つ星以上がエコポイントの対象になっている。

薄型テレビの場合は、省エネ効率143%以上を達成した機種が「4つ星」の評価を受けているが、4月以降はそのような達成率と星の数の関係が根本的に見直される。

薄型テレビの省エネラベル(星の数評価)改定は2008年4月にも行われたことがある。

「そのときは、4つ星以上の評価を受ける機種が半

減したが、2010年のエコポイント基準改定では全体の約50%を占めていた5つ星の機種数が数%程度まで減少する可能性もある」(経済産業省の関係者)という。なお、2010年に採用される新エコポイント制度では、実施期間が2010年12月まで継続される一方、LED(発光ダイオード)照明などの商品が新たに対象商品に加わる見通しだ。

「地上アナログ放送停波」

2011年7月24日には「地上アナログ放送」が終了し、地デジに全面的に切り替わる。

地デジの世帯普及率は09年末に約70%を超えているが、約1億台といわれるアナログ受信機のうち、デジタル機に切り替わったのは6,000万台程度。まだ、4,000万台のアナログテレビが国内に残っていると見られる。

2010年は「アナログ停波まであと1年」を切り、受信機の買い替え需要が拡大するとともに、アンテナ工事など付帯業務が大幅に増加する可能性が高い。

09年度は、前年比40%増という高水準の需要で推移してきた薄型テレビ(地デジチューナー搭載)に加え、チューナー単体商品にも勢いが出てきた。「実売価格1万円以下の地デジ専用機がけん引車になって、前年比数倍のレベルまで、チューナー商品の動きが活発化してきた」(アンテナメーカー各社)という。

ところが多くの家電量販店ではチューナー商品のコーナーがフロアの隅や柱の裏面など、目立たない場所にあり、商品の特徴をきめ細かく紹介する取り組みもできていない。

アンテナ工事まで対応できる地域店が有利なビジネスになっている。

アナログ停波直前に買い替え需要が集中しないようにする「需要の平準化」は、業界全体の課題だが、地域店にとっては商機を逃さないようにする意味でも、顧客への競合店に先駆けた提案が重要だ。

「3Dテレビ」

2010年は「3Dテレビ」(立体映像を画面表示)元年に位置付けられ、家電メーカーが一般家庭用の商品を市場導入する見通しだ。

3Dテレビの市場展開で先陣を切るのがパナソニ