



ジーエフケー マーケティングサービス ジャパン株式会社
 代表取締役社長 朝比奈 進
 問い合わせ先: 広報グループ
 (TEL: 03-5350-4632)

2011年 家電・IT市場動向

ジーエフケーマーケティングサービス ジャパン株式会社(東京:中野区)は、2011年の家電およびIT市場の販売動向を発表した※。

【国内家電市場概況: 市場は2009年とほぼ同規模に】

2011年の国内家電小売市場規模は、約8兆5,000億円で、2009年とほぼ同規模になったと見込まれる。エコポイントの駆け込み需要により異例の市場規模となった2010年の9兆4,000億円には及ばないものの、節電志向の高まりによる省電力製品への需要増加や、アナログ停波による映像機器の買い替え需要に支えられた。販売チャネル別ではホームセンターが節電需要を追い風に好調な推移となった他、販売形態別ではインターネット通販が拡大した。家電市場全体におけるインターネット通販の構成比は前年から1%ポイント増加し、7.5%となったと見込まれる。

【薄型TV: エコポイント制度、アナログ停波が牽引し、2千万台に達す】

薄型TV市場は2,081万台と、2010年に次ぐ国内TV市場2番目の販売規模となった。エコポイント制度、アナログ停波が原動力となり、エコポイント制度終了直前の3月は282万台、アナログ停波直前の7月には413万台の販売台数を記録した。特に2、3台目のアナログテレビの買い替えニーズから小型TVに対する需要が高まり、26インチ以下の数量構成比は40%と前年から6%ポイント増加した。2012年は故障等による買い替え需要がメインとなると考えられ、市場規模は1,100万台程度を見込む。

【DVD/Blu-ray: BDレコーダーが牽引。レコーダー・プレーヤー市場は1千万台超】

数量前年比13%増の1,021万台となった。レコーダー市場は同19%増の708万台、内Blu-ray Disc(以下、BD)レコーダーは同35%増の615万台の販売を記録した。アナログ停波直前期には駆け込み需要が発生、7月のBDレコーダー販売台数は月間で過去最高となる104万台となった。BDレコーダーでは内蔵HDDの大容量化が進んでおり、500GBクラスの数量構成比は前年から17%ポイント増の58%となった。

【パソコン: リテール市場は5年連続、リセラー市場は2年連続の販売増】

市場全体では数量前年比4%増の1,504万台となった。リテール市場は同6%増の670万台。平均価格の下落が買い替え・買い増し需要を喚起したと見られ、数量ベースでは5年連続のプラス成長となった。しかしながら、金額前年比は6%減と、前年のプラス成長からマイナス成長に転じた。リセラー市場は数量前年比3%増の504万台。リプレース需要に加え、震災後の節電対策やBCP(Business Continuity Plan:事業継続計画)対策も市場を押し上げた一因とみられる。平均価格の下落により金額前年比は1%減となった。

【Webbooks*1(タブレット端末): モデル数や取扱い店舗の増加に伴い大幅成長】

市場全体では、数量前年比160%増の138万台と大幅な拡大となった。家電量販店・インターネット市場は、同132%増の68万台となった。年初は震災の影響もあり販売は一時的に落ち込んだが、4月に発売されたiPad2が前モデルを上回る販売で推移、更に夏以降にモデル数が増えたAndroid OS搭載端末が市場を押し上げた。その他の市場は、携帯専門店、法人向けやメーカーダイレクト等の合計で70万台となった。携帯専門店における取扱い店舗の増加や、法人での導入加速に伴い、これらの市場は高い成長を記録している。

*1 Webbooks(タブレット端末)定義: スマートフォンとネットブックの中間に位置する機器。タッチスクリーンを備え、iOSやAndroidといったパソコンとは異なる軽量OSを搭載。

※ 全国の有力家電・IT取扱店(家電量販店、地域家電店、総合量販店、カメラ専門店、携帯電話専門店、総合ネット通販等)からPOS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ています。

【PCディスプレイ：市場は微減。リテール市場ではLEDバックライト搭載や3D対応モデルが増加傾向】

市場全体では、数量前年比4%減の380万台となった。リテール市場は、同5%減の92万台、大画面モデルへの買い替え需要が一巡したことなどから、2010年に続き前年割れとなった。大画面化に続き、LEDバックライト搭載モデルや3D対応モデルが増加傾向にある。LEDバックライトの数量構成比は、2010年の12%から40%へ大幅に拡大した。リセラー市場は、買い替えサイクルの長期化により数量前年比3%減の175万台となった。

【デジタルカメラ：コンパクトカメラ、レンズ交換式カメラ共にマイナス成長】

数量前年比9%減の957万台と、2年ぶりのマイナス成長となった。コンパクトカメラは同10%減の817万台、レンズ交換式カメラは同1%減の141万台と、共に前年を下回った。東日本大震災の影響に伴う販売減や、タイ洪水による一部製品の品薄など、年間を通して苦しい条件下にあった。しかしながら、システムカメラ(ミラーレス一眼)は数量前年比45%増の49万台に拡大、レンズ交換式カメラに占める販売数量構成比は、前年から11%ポイント増加し35%に達した。

【携帯電話：2年連続プラス成長。フィーチャーフォンからスマートフォン*2へのシフトが進む】

数量前年比6%増の3,739万台と2年連続プラス成長となった。スマートフォンが同140%増の1,641万台となり、全体に占める数量構成比は前年から24%ポイント増の44%となったのに対し、フィーチャーフォンは数量前年比26%減の2,097万台となった。スマートフォンへのシフトが加速した背景には、日本特有の機能・サービス(ワンセグ、おサイフケータイ、赤外線通信)への対応が進んだ事が挙げられる。これらの機能に対応したモデルの数量構成比は第3四半期にはスマートフォン販売の半数に達した。

*2 スマートフォンの定義：フルタッチスクリーン、またはフルキーボードを有し、オープンOSまたはそれに準ずるOSを搭載している携帯電話

【冷蔵庫：前年特需の反動減が見られるも、節電志向が市場を下支え】

数量前年比8.5%減の478万台となった。エコポイント制度による需要急増の反動減から2010年比ではマイナスとなったが、震災後の節電対策として消費電力の少ない最新モデルへの買い替えが市場を下支えした結果、2008年比では3%増、2009年比では5%増となった。

大容量クラス(401L以上)では、より容量の大きいモデルへの移行が進展。451L以上クラスの数量構成比はラインナップ拡充に伴い前年から約2%ポイント増の24%となった。また、年間消費電力300kWh以下クラスの数量構成比は前年の40%から63%まで拡大した。

【クリーナー：2台目需要を取り込み、2年連続のプラス成長】

数量前年比4%増の788万台と前年に続きプラス成長となった。市場の70%を占めるシリンダタイプ(キャニスタータイプ)は前年並みの販売で推移し、スティックタイプやロボットタイプが2台目需要等を取り込み市場を押し上げた。ロボットタイプの数量構成比は前年から1%ポイント増の3%、スティックタイプは同2%ポイント増の13%となった。また、シリンダタイプにおいては、サイクロン式がラインナップ拡充により販売を伸ばし、同タイプにおける数量構成比は前年の36%から42%に伸長した。

【コーヒーメーカー：エスプレッソマシンが拡大を維持し、前年に続きプラス成長】

数量前年比9%増の166万台となった。数量構成比で8割を占めるドリップ式は、数量前年比2%増と堅調に推移した。ステンレスポットタイプが増加しており、ドリップ式における数量構成比は前年から6%ポイント増の22%となった。一方、エスプレッソマシンは数量前年比65%増を記録した。ラインナップの拡充に加え店頭での取り扱いが増加したことから市場全体における数量構成比は14%へ拡大した。また、ポーションタイプの数量構成比はエスプレッソマシンの94%に達した。