

2 0 0 4 年 4 月 1 6 日

株式会社 富士キメラ総研
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
2-5 F・Kビル
TEL.03-3664-5841 FAX.03-3661-7696
URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

広報部 03-5614-1078
mail address : koho@fuji-keizai.co.jp

主要電子機器・部品 5 0 品目の世界市場動向を調査

< 2 0 0 7 年の生産推定 >

D V D レコーダの生産は 5, 5 5 0 万台で対 0 3 年比 1 2 倍、方式間のせめぎ合い混沌
L C D T V の生産は 2, 5 0 0 万台で対 0 3 年比 6 倍、P D P - T V の生産は 6 4 0 万台で 5 倍
家庭用電子レンジの生産は 8, 8 6 0 万台で対 0 3 年比 1 6 % 増、中国・韓国メーカー急成長

総合マーケティングビジネスの(株)富士キメラ総研(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長表良吉 03-3664-5841)は、2 0 0 4 年 1 月から 3 月にかけて、注目される電子製品・部品 5 0 品目について世界市場における日系メーカー、外資系/ローカルメーカーの生産実績、市場動向、将来性などを詳細に調査分析した。その結果を調査報告書「2 0 0 4 ワールドワイドエレクトロニクス市場総調査」にまとめた。弊社では 1 9 9 4 年より毎年電子製品・部品の世界市場における生産動向の調査結果を発表してきた。

< 注目される市場 >

(1) T V

世界全体市場では 2 0 0 7 年まで主流は C R T - T V である。日本や北米など先進国では L C D や P D P - T V が普及期に入って C R T - T V は急速に縮小してきているが途上国で依然 C R T - T V 市場の拡大が継続しており、先進国の縮小分を吸収して世界全体では、C R T - T V は微増ながらも成長傾向にある。

L C D - T V

2 0 0 3 年には 4 0 0 万台 (前年比約 3 倍) 2 0 0 7 年予測は 2, 5 0 0 万台に成長 (対 0 3 年比 6 倍)

* 対角 1 0 インチサイズ以上の L C D を搭載した液晶 T V を対象とし、モニタ付きポータブル D V D や携帯型液晶 T V 、車載 T V は除外)

2 0 0 1 年まではシャープが市場をけん引して来たが、2 0 0 2 年にはソニー、S A M S U N G (韓国)、L G (韓国)、松下電器産業などが機種を強化し黎明期から成長期に移行した。2 0 0 3 年には、I T 系メーカーも参入した。

2 0 0 3 年における生産の主流は 2 0 インチ以下の小型 T V でありセカンド T V としての需要が中心。T V メーカー、パネルメーカーともにより利益率の高い 3 0 インチ以上の量産化、増産に力を入れており、0 5 - 0 6 年にはリビング向けとして 3 0 / 3 2 インチが主流になる。

日系メーカーはコストダウンのため台湾へ委託生産を増やしつつあり、日本国内生産のウェイトを大幅に減少していく。日本では地上デジタル放送の開始にともない、薄型デジタル T V 需要が急増すると見込まれ、同時に価格競争も激化していく。

P D P - T V

2 0 0 3 年には 1 2 2 . 5 万台 (前年比 2 . 5 倍) 2 0 0 7 年予測は 6 4 0 万台まで成長 (対 0 3 年比 5 倍)

* P D P (プラズマディスプレイパネル) を使った T V のうち民生用途を調査対象とする。

2 0 0 1 年に 3 2 インチに安値が設定されて以降、一般家庭に浸透してきた。まず、日本で普及し、その後欧米地域に広がっていった。2 0 0 3 年には中国、台湾メーカーによる O E M 生産が活発化して低価格化が進み、市場拡大の大きな要因となった。生産地域も多様化が進んでいる。中国、メキシコ、スペイン、イギリス米国など需要のある近隣地域での生産にシフトしつつある。

2 0 0 3 年の P D P - T V の世界市場の総生産台数は 1 2 2 . 5 万台、前年比 2 . 5 倍の伸びであった。P D P - T V はモニタを含めた P D P セット市場 1 7 5 万台のうち 7 割を占めており、その比率は今後も拡大し 2 0 0 7 年には少なくとも P D P セット市場 7 0 0 万台の 9 割にあたる 6 4 0 万台まで成長していくと予想する。

(2) 携帯電話

2003年現在、GSM方式がアジア、特に中国市場で拡大傾向にあり、中国での現地開発、生産が展開されている。市場が拡大している中国市場に対して各携帯電話メーカーでは、次世代携帯電話方式のWCDMA市場をにらんだ提携を進めている。東欧も含めた欧州の需要もGSM方式が中心に広がっているが、次第にCDMA方式に代替が進んで行く。

GSM方式 2003年には3億3,841万台(前年比30%増) 2007年予測は3億5,280万台に成長(対03年比4%増)

この方式は欧州、アジア地域など世界の広い地域で採用されている。特に、中国市場で需要が拡大し、現在の携帯電話のグローバルスタンダード方式となっている。この方式ではカラー液晶、カメラ搭載の高級機種のパッケージが展開されており、アジア、欧州地域で市場を拡大する要因となっている。従来の音声電話機能からデータ通信などコンテンツサービスの付加による市場成長が要因として挙げられる。

PDC方式 2003年には2,890万台(前年比16%減) 2007年予測は1,700万台(対03年比41%減)

この方式は日本国内デジタル携帯電話の独自方式である。この方式はコンテンツサービスなどが豊富であり、世界の携帯電話の中では他方式に比べサービスで先行しており、カメラ搭載、カラー液晶、GPS機能搭載など世界の携帯電話ビジネスのフラッグシップ役を展開してきた。

日本国内では世界に先駆けてサービスが開始されたWCDMA、2000-1xとの競合・共存が進んでおり、キャリア最大手のNTT docomoではWCDMAへの展開を目指している。この方式はWCDMA、cdma 2000-1x市場でのデュアル化などの製品が一部展開されているが、次第に第3世代への切り替えが進んでいくものとみられ、市場はゆるやかに減少傾向を辿ると予測される。

CDMA方式 2003年には1億1,165万台(前年比40%増) 2007年予測は1億8,500万台に成長(対03年比66%増)

CDMA方式はcdma-One及びcdma 2000-1x、WCDMAを含む。

このサービスはすでにアジア地域では韓国、香港、フィリピン、日本などで開始されているほか、米国、欧州などでも開始されている。需要の中心は韓国、米国市場である。現在運用されているのは2000-1x、cdma-oneなどとWCDMA方式である。2003年にはWCDMAのサービスが欧州などでも展開されており、今後この第3世代方式の市場拡大が期待される。

CDMA方式は通話品質、高速データ伝送が可能などの特徴があり、付加機能が少ないGSM方式に対して優位性があり、デファクトスタンダードとして主力の方式となっていくものと見られる。特に、WCDMAは第3世代携帯電話として注目を集めてきており、国内を初めとして今後の市場への受け入れが進んでいくことが予想される。

<調査のまとめ>

電子製品・部品の世界生産状況(2002-2007年)を4分野に分けて、その市場推移をみると、

(1) AV機器(LCD/PDP/CRT-TV、VTR、DVD、などAV機器製品15品目)

2003年のトータルの市場規模としては6億台を超えたが、大半の製品で相互に競合関係にあることから、成長率については製品によって大きく異なっている。この分野で2007年にかけて減少に向かうのは、ラジカセ、VTR、家庭用ゲーム機などである。

VTRからの代替として市場が拡大していくDVD関連製品では、プレーヤに加えてレコーダが前年より500%以上(2003年)の伸長となっており、デジタル家電の中では今後の市場成長が期待される。

母数は小さいもののLCDやPDP-TVに対しての期待が大きく、ホームシアター市場の加熱、アテネオリンピック開催に合わせた需要の拡大が期待されている。今後のAV機器市場では、デジタル化をテーマに付加価値の高い製品が投入され市場が復興すると期待できる。

(地域別)

アジアでの生産が圧倒的に多く、全体の77%を占める。中国大陸へのシフトが進んだためである。中国をはじめとするアジア地域は生産拠点としても魅力的な安価な労働力を有しているが、市場としても多大な需要が潜在しているため、低価格製品の生産がこの地域にシフトしている。

(2) 家電製品(電子レンジ、ルームエアコン、冷蔵庫、洗濯機、掃除機の5品目)

対象製品の2003年におけるトータル市場は3億492万台となった。この家電5品目は、先進国ではすでに普及率が高く成長が見込めないが、日本ではリサイクル関連でのエコ商品への買い替え需要が期待される。東南アジア、中南米、中東、北アフリカなど普及率の低い地域では、新規需要が期待されており、潜在需要の掘り起こしの影響が大きい。

(地域別)

家電5品目は、東南アジア、中南米、中近東、北アフリカなど普及率の低い地域の需要が期待される。日系メーカーだけでなく、ローカル需要に特化していた中国メーカーまでその生産拠点を中国、アセアン地域だけでなく、北アフリカ、インドなどグローバルに展開している。生産拠点地域は、エアコンと冷蔵庫はタイ、インド、中近東、洗濯機は北アフリカ、中近東が挙げられる。

(3) 情報通信機器(携帯電話、パソコン、プリンタ中心に18品目)

2001年には一時市場が落ち込んだが、2002年には8億8,987万台へ回復、2003年には10億台を突破し10億8,792万台となり、成長傾向に転じた。この分野で2007年にかけて減少に向かうのは、CRTモニタ、ファクシミリ、スキャナ、携帯電話(PDC方式)などである。

パソコン関連市場ではCRTからLCDへの代替が急速に展開しているが、パソコン本体の新規、買い替え需要に支えられ市場は拡大傾向である。通信関連では携帯電話やカーナビゲーションシステムなどで高い成長率が見込まれている。

(地域別)

かつては台湾がパソコン関連の生産でアジアの中心であったが、より生産コストを抑えられる中国大陸に生産をシフトしている。アジア地域ではローエンド製品に限らず、ミドルからハイエンド製品も手掛けるようになっており、量的なシフトだけでなく、質的なシフトも進んでいると見られる。

(4) ユニット製品/部品(TFT、PDP、HDD、光ピックアップなどパソコン周辺機器中心に12品目)

多くの製品は情報通信市場と密接に関わるため全体平均では年率10%前後で推移すると予測される。

製品ごとに見ると、CRTからTFT-LCDパネル、FDDやCD-ROM/R/RWからDVDへの世代交代の様相がはっきりとしている。TFT-LCDモジュール及びDVD系がこの分野の成長率を高めるけん引役となっており、しばらくは市場の拡大が期待できる。2007年にかけて世代交代して減少に向かうのは、CRT、フロッピーディスクドライブ、CD-ROM/R/RWなどである。

(地域別)

アジアでの生産比率が極めて高い分野で、8割に迫る勢いで生産が集約されている。セット製品の生産がアジア地域へと移行しているのに合わせての移行で、TVやモニタ用のCPT(TV用ブラウン管)やCDT(ディスプレイ用ブラウン管)、光ストレージのピックアップなどのアジアへの集約が著しく、相乗効果によってアジアシフトを加速させている。

<調査の背景>

電子製品・部品の世界市場は2002年のIT市況は穏やかな回復に続き2003年後半からは本格的な回復を見せ始めた。2004年のIT市況回復は本物と言われ始めている。この背景には好調なパソコンと情報家電の予想以上の伸びがある。

本格普及期に入ったDVDレコーダやデジタルカメラなどのデジタルAV機器がIT市況回復のけん引役として期待される。TVでもフラット化、デジタル化が進んでいる。昨年12月から地上デジタル放送が始まった日本や先行する欧米に続いてアジアにもデジタル化の波が広がり放送のデジタル化は世界的な流れとなっている。これらデジタルAV機器は製造業の中でも最も活気ある産業のひとつとなってきた。

AV機器、情報家電に代表される電子製品の生産は、世界同時発売、人件費や関税対策といったコスト競争となりつつあり、生産拠点の海外移転・グローバル化による適地生産をより徹底する方向に進んでいる。高付加価値いわゆるオンリーワン製品は国内生産、付加価値が多少高くてもコスト競争が激しい製品は中国などアジアへの生産移転といったトレンドが明確になってきた。

<調査対象部品> 4分野50品目

AV機器分野15品目、家電製品分野5品目、情報通信機器分野18品目、ユニット製品/部品分野12品目

<調査方法> 富士キメラ総研の専門調査員による、各国公式データ収集・集計と国内および海外取材・分析。

<調査対象地域> 日本、アジア(中国/香港、台湾、韓国、フィリピン、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、インド、その他)、北米、欧州(東欧、ロシアを含む)、中南米、その他(アフリカ、オセアニア、中近東など)

<調査対象メーカー> AV機器、家電製品、情報通信機器、ユニット製品/部品メーカー(日系および外資系/ローカルメーカー)

以上

資料タイトル:「2004ワールドワイドエレクトロニクス市場総調査」

体 裁 : A4判 401頁

価 格 : 97,000円 (税込み101,850円)

調査・編集 : 富士キメラ総研 研究開発本部 第一研究開発部門

TEL 03-3664-5815 FAX 03-3661-5134 e-mail: info@fcr.co.jp

発 行 所 : 株式会社 富士キメラ総研

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL03-3664-5841 (代) FAX 03-3661-7696

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL: <http://www.group.fuji-keizai.co.jp>