

2006年10月27日

株式会社 富士経済
 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
 2-5 F・Kビル
 TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
 URL: <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
 URL: <https://www.fuji-keizai.co.jp/>
 広報部 03-3664-5697

デジタルカメラ、ビデオカメラなど世界のカメラ市場調査を実施

日本のデジタル一眼レフ市場 2006年は前年比27%増、70万台の見込

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 代表取締役 阿部英雄 03-3664-5811)は、このほど、デジタルカメラ、ビデオカメラ、医療用カメラなどのカメラ市場とカメラ部材・モジュール市場の調査を実施した。その結果を報告書「2006 カメラ総市場の現状と将来展望」にまとめた。

日本のデジタルカメラ市場は成熟期に入ったが、北米、欧州、そしてBRICsなど銀塩フィルムカメラが多く残る地域では市場が拡大し続けている。コンパクトデジタルカメラは、画素競争から手振れ防止、そして『高感度』、1000万画素クラスの『高画素』へと進んでいる。デジタル一眼レフでは、ソニーがコニカミノルタの事業を受け継ぎ、松下電器がオリンパスと共同開発するなど、業界地図が大きく変わろうとしている。新たに参入したエレクトロニクスメーカーと、これを迎え撃つ光学機器メーカーという構図である。

< 調査結果の概要 >

1. デジタルカメラ市場

| | | | | |
|--------|---------|---------|---------|------------------|
| 世界市場 | 2006年見込 | 8,160万台 | 2011年予測 | 8,820万台(伸長率108%) |
| 一眼レフ | 2006年見込 | 480万台 | 2011年予測 | 830万台(伸長率173%) |
| コンパクト等 | 2006年見込 | 7,680万台 | 2011年予測 | 7,990万台(伸長率104%) |

デジタルカメラの世界市場は2005年に約7,600万台、2006年には約8,200万台に達すると見込まれる。

2005年のデジタル一眼レフ市場は、キヤノンのエントリーモデルEOS Kiss Digital NやニコンのD50が市場を牽引し、前年比52%増の378万台となった。2006年は、伸び率がやや低下するがそれでも前年比27%増の480万台の見通しである。2005年は、欧州市場でフィルム式からの買い替え需要が目立ち、2006年も同様の傾向で推移する見通しである。銀塩一眼レフが残る北米市場は、巨大な市場を持つが日本や欧州程の高い伸びは示していない。

コンパクト他は、北米市場では2005年まではコンパクトタイプへの買い替え需要により急増したが、2006年にはやや鈍化しており、2007年をピークにマイナスへと転じる見込である。欧州市場は、コンパクトタイプの普及率が低い南欧、そして東欧やロシアで買い替え、買い増し需要が増え、2008年までは市場は拡大すると予測される。アジアでは、高度経済成長を続ける中国を中心に急拡大しており、2011年以降も拡大傾向と予測される。

| | | | |
|------|---------|---------------|-----------------|
| 日本市場 | 2006年見込 | 850万台 | 2,350億円 |
| | 2011年予測 | 785万台(伸長率92%) | 2,220億円(伸長率94%) |

日本のデジタルカメラ市場はすでに成熟市場となっており、台数では年間800万台から850万台で推移している。金額ベースでは2003年の2,500億円弱から徐々に減少しており2011年の市場は約2,200億円と予測される。

コンパクトデジタルカメラでは、ボリュームゾーンである実勢価格3~4万円台の機種は600万画素クラスが主流となり、手振れ補正機能も付加されている。また、液晶サイズの大形化や高感度など機能を高め、“簡単に綺麗な写真が撮れる”製品が次々に投入されている。コンパクトデジタルカメラの2005年の市場は前年比3.8%減の約510万台、2006年は2%減の500万台が見込まれ、2011年には490万台と市場は緩やかに縮小すると予測される。価格の下落傾向はみられるものの、一時に比べ下げ止まり感がみられる。

デジタル一眼レフ市場では、2006年にソニーがコニカミノルタの事業を受け継ぎ『100』を投入した。また、松下電器産業はオリンパスと事業提携し、レンズ交換式の『LUMIX DMC L1』を発売した。成熟期に入り単価下落や開発サイクルの短期化により収益が悪化するコンパクトデジタルカメラ市場に比べて、交換レンズやアクセサリーなどによりユーザーの囲い込みができ、高い収益性を維持できるデジタル一眼レフ市場にエレクトロニクスメーカーが参入したことで、今後の市場の勢力図も変化するとみられる。2005年の国内市場は前年比49%増の55万台で、2006年は、ソニーと松下電器産業の参入が起爆剤となり、前年比27%増の70万台になる見込である。デジタル一眼レフの価格低下によりコンパクトデジタルカメラやレンズ一体式（ネオ一眼）からの買い替え、買い増し需要も拡大し、年率10%強で市場は拡大し、銀塩一眼レフの最盛期であった年間127万台と同程度まで市場は拡大すると予測される。

その他のタイプでは、レンズ一体式（ネオ一眼）市場がデジタル一眼レフカメラのとの相乗効果で市場が拡大している。ただし、ネオ一眼以外では、ソニーや松下電器産業がレンズ交換式デジタル一眼レフに新規参入したことから、2006年以降に高級機モデルのマイナス幅が拡大すると予測される。

2. 医療用カメラ（内視鏡）

世界市場 2006年見込 45万台 2011年予測 540万台（12倍）

日本市場 2006年見込 2.8万台 2011年予測 83万台（約30倍）

一般型内視鏡には、自在に曲がる管状の「軟性鏡」と硬い筒状の「硬性鏡」がある。軟性鏡は、胃カメラに代表され、口から挿入する経口タイプと鼻から挿入する経鼻タイプがある。カプセル型内視鏡は、カプセルの中にカメラ、レンズ、発光ダイオード、ボタン電池、発信器等が内蔵されている。カプセルを飲み込むと消化器内を「ぜん動」により進みながら画像を撮影、その後カプセル自体は便と一緒に排出される。自在にコントロールできないことが課題となっている。

一般型内視鏡はメンテナンスが必要なため、サービス体制の構築が必要である、しかし一旦サービス体制を築けばユーザーの囲い込みが可能となる。日本の市場はオリンパスメディカルシステムが70%程度を占め中心的存在となっている。現在は経口タイプがメインであるが、患者の負担が少ない経鼻タイプが徐々に増えていく傾向にある。

カプセル型は1回使い切りのため、メンテナンスが不要で新規参入メーカー、ユーザーであるドクターそれぞれにメリットがあり、また患者にとっても苦痛が和らぐなどのメリットがある。現在の単価1万円が、2008年には8千円程度に、そして2011年には5千円程度に下がり、また、2008年以降電池内臓から無線給電、誘導自走式となり2011年頃には自動診断や自動検出機能が備わってくるとみられる。日本ではまだ認可されていないが、認可後の普及は速いとみられ、2007年初頭に認可されれば2011年にはカプセル型が80万個の市場に達すると予測される。世界市場では、2001年以降欧米でギブソニメージング社のカプセル型内視鏡が認可され、2005年の内視鏡市場19.6万台の内、カプセル型内視鏡が15万台程度を占めるとみられる。

3. 上記以外のカメラ世界市場概要

カムコーダー（民生用）

北米市場では、300ドル以下の低価格モデルの需要が圧倒的に多く、1,000ドルを上回るハイビジョンは日本と同じようには普及が進まず、2008年の時点でHDモデルが北米市場の10～15%程度と予測される。欧州市場でも普及ペースは低く同程度とみられ、ハイビジョンタイプは、日本を除き2011年以降に本格化すると予測される。BRICSでは、低価格モデルが人気のため価格競争が激化するとみられ、カードスロットを省いたエントリーモデルの投入が必要となろう。

カムコーダー（業務用）

北米市場はハイビジョンタイプの浸透により、横ばいから微増へと推移する見通しである。欧州市場では、制作用途においてはハイビジョンタイプに切り替わりつつあるが、他の用途では日米に比べてハイビジョンタイプの需要が伸び悩み、2011年までは横ばい推移の見通しである。中国では北京オリンピックを控え、ブロードバンド制作会社ではハイビジョンタイプへの切り替えが急速に進んでいる。

PCカメラ

ブロードバンド環境が比較的早い段階で整備されてきた米国やドイツ、イギリス、韓国や台湾などアジアの一

部の国では、インターネットによる画像や音声を用いたコミュニケーションが発達しており、それに伴いPCカメラの需要も拡大している。

車載カメラ

世界市場は2005年で160万台と日本市場の158万台とほとんど変わらない。海外カーメーカーには視界補助としての考え方が余りないことと、モニタ付きカーナビゲーションが余り普及しておらずインフラが整っていない事が大きな要因である。しかし、今後カーナビゲーションは海外でも普及が見込まれ、また、車内監視用（エアバック制御の法規制化）としてのカメラ需要が見込まれることから、海外市場は徐々に拡大するとみられる。

監視カメラ

2005年の世界市場は700万台である。エリア別にみると日本58万台（8.3%）、北米210万台（30%）、欧州210万台（30%）、アジア200万台（28.6%）、その他22万台（3.1%）である。日本メーカーでは松下電器産業、日本ビクターが国内出荷量の約3倍を輸出し、三菱電機は国内販売のみとなっている。

産業用カメラ（エリアセンサカメラ）

カラー化、デジタル化、高画素化、高フレームレート化が進展しているが、まだ白黒カメラが全体の80%を占める。電子部品実装装置、半導体製造装置関連で50%を占めている。産業用カメラの販売先企業は、自動車、鉄鋼、半導体産業のある欧州、北米に集中していたが、最近では中国、韓国、台湾等のアジアに於けるウエイトが年々高くなる傾向にある。

<調査対象>

| | |
|------------------|--|
| カメラ本体 | デジタル一眼レフ、デジタルカメラ（コンパクト等）、カムコーダー（民生用）、カムコーダー（業務用）、PCカメラ、車載カメラ、監視カメラ、医療用カメラ、産業用カメラ |
| カメラ部材 / カメラモジュール | 撮像素子、画像処理LSI、レンズ、交換レンズ、ローパスフィルター、電子シャッター、カメラ用モーター、ジャイロセンサ、カメラモジュール |

<調査方法>

弊社専門調査員による関係企業、研究機関、官公庁等への直接面接取材を基本に、電話ヒアリング、文献調査により補完

<調査期間>

2006年7月～9月

以上

資料タイトル：「2006 カメラ総市場の現状と将来展望」
体 裁 : A4判 224頁
価 格 : 120,000円（税込み126,000円）
調査・編集 : 富士経済 名古屋マーケティング本部
TEL:052-232-9200(代) FAX:052-232-9191
発 行 所 : 株式会社 富士経済
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2 - 5 F・Kビル
TEL03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165 e-mail:info@fuji-keizai.co.jp
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/
URL:https://www.fuji-keizai.co.jp/