

4Kテレビの販売動向 家電量販店では金額ベースで5割を超過

GfKジャパン(東京:中野区)は家電量販店、総合量販店、地域家電店、インターネット販売における4Kテレビの販売動向を発表した※1。

【概要】

- ・2016年5月の4Kテレビの販売金額構成比は49%、家電量販店に絞ると同51%と初めて半数を超える
- ・2016年の4Kテレビ販売台数は85万台を見込む

【4Kテレビの拡大が継続】

衛星放送やインターネットでの4Kコンテンツの増加と認知度の向上に伴い4Kテレビの販売が伸長している。2016年5月の国内テレビ販売における4Kテレビの構成比は、数量ベースでは前月の17%から21%へ、金額ベースでは44%から49%へ上昇した。また、大画面テレビの販売比率が他チャンネルより高い家電量販店に絞ると、数量ベースで22%、金額ベースでは51%と月次で初めて過半に達した(図1)。

5月は新生活需要が落ち着くことで大画面テレビの販売比率が上がるが、大画面(46インチ以上)における4Kテレビの動向をみると、数量構成比で74%、金額構成比で85%に達した。大画面における主流は4Kであり、フルハイビジョンからの移行は今後も続くとみられる。

4Kテレビの平均価格は下落基調にあり、5月は179,000円と前年同月を11%下回った(図2)。テレビの平均使用年数は8年といわれるが※2、8年前(2008年)の平均価格は46-50インチのフルハイビジョンで290,000円であったのに対し、2016年5月では同サイズの4Kで157,000円であった。この8年で、画質等のスペックが向上したにもかかわらず価格は半分近くまで下がっており、買い替え時に値ごろ感があることも4Kテレビ伸長の一因といえよう。

2016年5月のテレビ全体販売は数量ベースでは前年比9%減となるも、4Kテレビの拡大や画面サイズの大型化により金額ベースでは同6%増と5カ月振りにプラス成長となった。

【2016年テレビ販売見通し】

スマートフォンやタブレットで映像を視る消費者が増え、テレビ視聴の機会が減少していることなどから、2016年年間のテレビ販売台数が前年を上回るのは難しいと見込む。2016年8月にリオデジャネイロ五輪が開催されるが、近年のこうしたイベントでは販売台数の押上げはほぼ見られず、今回もその効果は限定的と考えられる。ただし、高精細・大画面の映像を楽しめる4Kテレビの訴求機会にはなるだろう。2016年の4Kテレビの販売台数は前年比57%増の85万台を見込む。

※1. 家電量販店・総合量販店・地域量販店・インターネット販売における販売実績を基に市場規模相当まで拡大推計

※2. 内閣府 消費動向調査

図1. 家電量販店のテレビ販売における4Kテレビ構成比

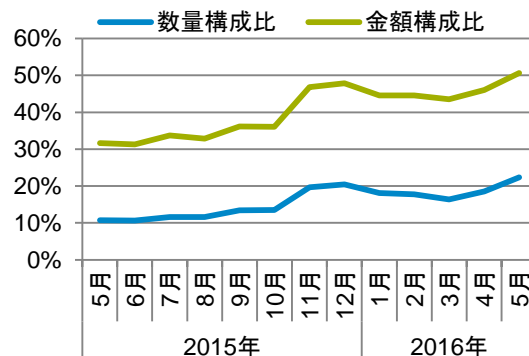


図2. 国内販売における4Kテレビの税抜き平均価格

