

2016年上半期のPCディスプレイ販売動向

GfKジャパン(東京:中野区)は、2016年上半期におけるPCディスプレイの販売動向※1を発表した。

【概要】

- ・2016年上半期のPCディスプレイ販売は数量前年比15%増と回復基調へ。
- ・ワイドディスプレイが約8割を占めるまでに拡大。大画面化が進展。

【回復基調に転じ、半期の販売台数は200万台超へ】

タワーパソコンとセット購入されるケースが多いPCディスプレイは2014年のXPサポート終了特需の反動から販売が大きく落ち込んでいた。ただし、15年第4四半期以降は回復基調にあり、16年上半期(1-6月)は数量前年比15%増、金額前年比23%増となった(図1)。タワーパソコンの販売は16年上半期も縮小していることから、PCディスプレイのこの回復はタワーパソコン向け需要のほかに、ノートパソコンやタブレット端末の外付けディスプレイとしての使用や、ディスプレイの複数台使用といった需要に支えられていると予想される。

PCディスプレイの販売形態を見ると、インターネット販売の存在感が増しており、市場における構成比は前年同期から4%ポイント拡大し16%に達した。個人市場に絞るとインターネット販売は14年以降過半を占めており、16年上半期では68%へ上昇した。

【大画面化の進展】

画面サイズをみると、作業領域の広いワイドディスプレイが主流となっており、数量構成比は前年同期の71%から79%に拡大した。従来5:4の構成比が高かった法人市場でもワイドディスプレイは14年上半期に過半を占め、16年上半期では69%となった。なお個人市場では97%に達した。

画面インチ別数量構成比でも大画面化は顕著にみられ、19インチ以下が前年同期から8%ポイント縮小した一方で、24インチ以上が4%ポイント拡大し20%を占めた(図2)。特に個人市場では24インチ以上が6%ポイント増加し34%に達した。24インチでは平均価格が前年同期を2割下回るなど、低価格化も後押しした。法人市場では19インチ以下が未だ37%を占めるが、21インチ超への大画面化が進んだ。

【4Kの拡大】

PCディスプレイは底堅い需要に支えられ16年下半期も堅調に推移するとみられる。今後注目される動きの一つとしては4Kがある。4Kはテレビでは金額ベースで5割近くを占めるが、PCディスプレイでは個人市場でも10%にとどまる。ただし、前年同期からは2%ポイント拡大しており、今後が期待される。

図1. PCディスプレイ 販売台数推移

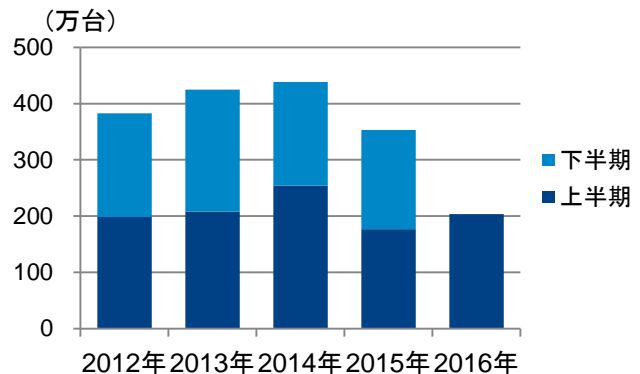
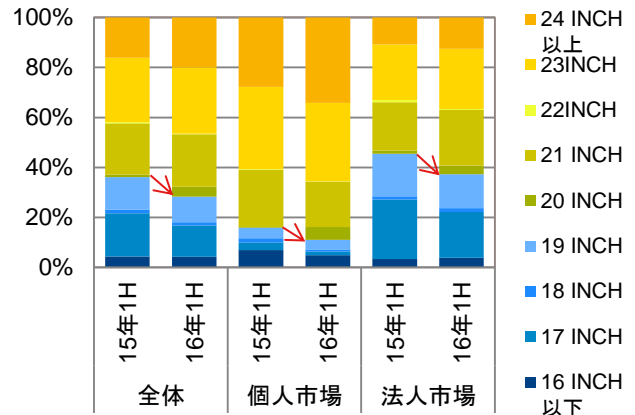


図2. 画面サイズ別 数量構成比



※1. 全国の有力家電・IT取扱店の販売実績(POS データ等)を基に市場規模相当に拡大推計した