

## 薄型テレビの販売動向と消費者動向 市場は回復基調、4Kテレビの販売拡大が継続

GfKジャパン(東京:中野区)は、家電量販店、総合量販店、インターネット通販※<sup>1</sup>における薄型テレビの販売動向と、購入者調査※<sup>2</sup>に基づく購入重視点や活用用途を発表した。

### 【概要】

- ・2018年1-5月の4Kテレビ販売台数は前年比26%増と拡大が継続
- ・薄型テレビ購入時に「画面の大きさ」を重視する割合は64%。「画質」「インターネット連携」の割合も上昇

### 【薄型テレビの販売動向】

薄型テレビ販売は、エコポイント制度や地デジ化による特需からの反動減により縮小が続いていたが、2017年に前年からプラス成長に転じた。足元の2018年1-5月の動きをみても、回復基調が続いている。特にこうした動きをけん引しているのが4Kテレビである。2018年1-5月の4Kテレビ販売は、数量前年比26%増、金額前年比16%増となった。結果、同期間の薄型テレビ販売における4Kテレビの構成比は、数量ベースで38%(前年同期29%)、金額ベースで68%(前年同期59%)に達した(図1)。

また2017年6月に国内メーカーが相次いで新製品を投入し、以降注目を集めている有機ELテレビの販売数量は、薄型テレビ全体における構成比では2%強とまだ大きくないが、前年比は約14倍と急伸した。加えて税抜き平均価格は約32万円であり、全体平均の約4倍と高価格であるため、金額構成比では全体の11%に達した。

### 【薄型テレビの購入重視点・活用用途】

2018年4月に薄型テレビ購入者約5,200名に対して実施した調査によると、購入時の重視点として最も多く挙げられたのは「画面の大きさ(インチ数)」で64%であった。2017年4月の調査結果(55%)から増加しており、大画面サイズへの需要は高まっていると言える。次いで回答率が高いのは「画質」で47%であった(図2)。

またテレビの活用用途をみると、「地上波の視聴・録画」が約9割と依然として高いが、インターネット配信動画を視聴する傾向も強まっている。実際、ネット配信動画を視聴すると回答した割合は2018年4月調査では24%と、前年同期の調査結果(21%)から上昇した。

2018年12月にはBS/110度CSの4K/8K実用放送(新4K8K衛星放送)を控えており、主要メーカーからは新4K8K衛星放送に対応した新製品投入が予定されている。2018年4月の購入者調査によれば、薄型テレビ購入者の4割以上が「BS/CS放送を視聴する」と回答しており、新4K8K衛星放送はテレビ市場を活性化する要因として期待される。

図1.薄型テレビ販売における  
4Kテレビの構成比

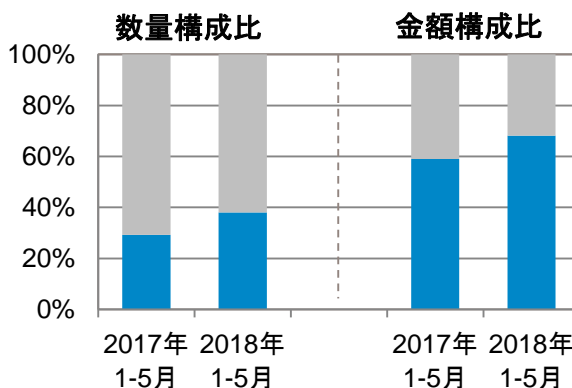
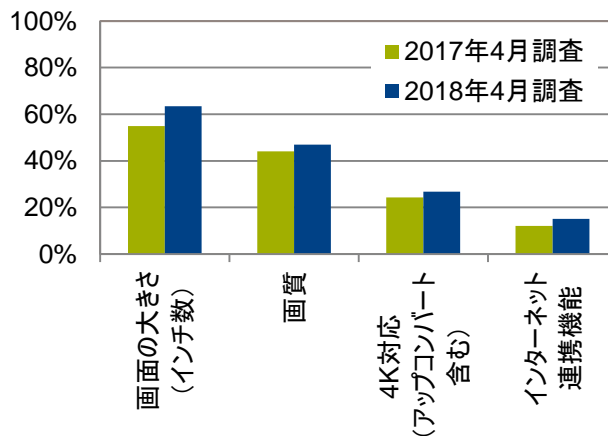


図2. 薄型テレビの購入重視点  
(複数回答)



※1. 全国の家電量販店・総合量販店・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.

#### 「家電製品購入者調査」概要

- 調査主体： GfK、インテージ
- 調査実施機関： インテージ
- 調査対象： 2017年4月実査(2017年1月～3月における家電製品購入者、サンプルサイズ約18,400名)  
2018年4月実査(2018年1月～3月における家電製品購入者、サンプルサイズ約18,300名)
- 調査方法： インターネット調査(調査手段：PC、スマートフォン)
- 回答者属性： 性、年代、居住都道府県、職業、世帯年収、家族構成、他
- 調査対象分類： テレビ、BDレコーダー、携帯音楽プレーヤー、交換式カメラ、コンパクトカメラ、デジタルビデオカメラ、アクションカメラ、ヘッドホン、スピーカー
- 調査内容： メーカー名、モデル名、比較検討メーカー名、購入前使用メーカー、購入価格帯、購入重視点、活用用途、他

※本リリースに関するお問い合わせ先

GfK ジャパン  
広報グループ

tel : 03-5350-4623    Email : [info.jp@gfk.com](mailto:info.jp@gfk.com)  
<http://www.gfk.com/jp>