

年末年始売れ筋商品 そのワケをソニーが調査

デジタルフォトフレーム好調 背景には“強まる家族との絆”

年末年始は家族と一緒に写真で一年を振り返る— 80%

不況の影響で伸び悩んでいる市場が多い中、デジタルフォトフレーム市場が引き続き今年も好調な伸びを見せています。デジタルカメラや携帯電話などで撮影したデータを、PCに取り込まなくてもすぐに表示させることができるという手軽さから、玄関やリビングなどに飾るインテリアとしての楽しみの他、従来の写真プリントと比べ手軽に思い出を共有できるコミュニケーションツールとしてのニーズも高まってきています。

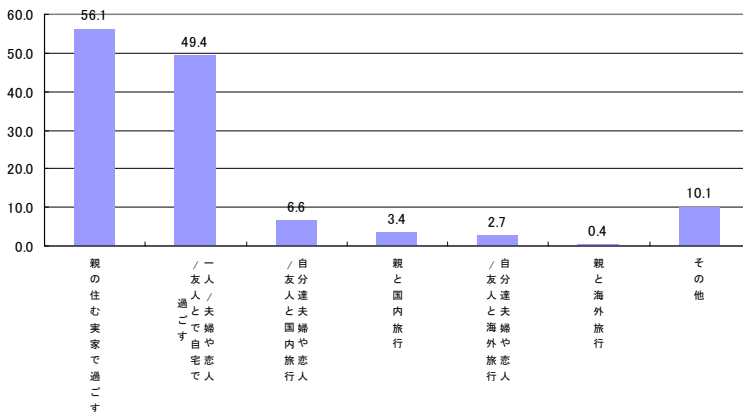
つづく不況の影響もあり、帰省による家族とのコミュニケーション機会の増加が見込まれる09年・年末年始。デジタルフォトフレーム販売シェアNo.1の“S-Frame”を販売するソニーでは、首都圏在住の30、40代の男女1,000人を対象に、好調なデジタルフォトフレーム市場とこうした家族の絆の強まりとの関連性に関する調査を実施しました。

強まる家族との絆 — 「年末年始は実家で過ごす」

安・近・短の影響からか、今年の年末年始に予定していることの第1位として「親の住む実家で過ごす」56.1% (表1)という結果になっており、実に半数以上が“実家での年越し”を予定しています。

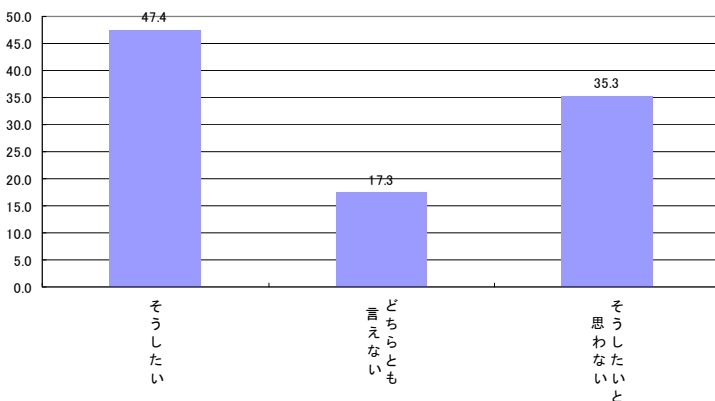
また例年は年末年始に親と過ごすことのない人のうち47.4%が今年には親と過ごしたい(表2)と考えており、家族との絆を重視する傾向が読み取れる調査結果になりました。

(表1) Q.今年の年末年始の予定として考えていることをお知らせください。



(表2) Q.「実家に帰ったり」、「親と過ごす」ことをおこなっていない方にお伺いします。

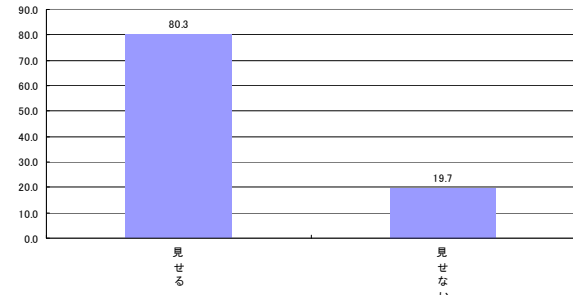
「実家に帰ったり」、「親と旅行等にいったり」することをどの程度やってみたいという気持ちがありますか。



一年を振り返る時に「写真を見せ合う」80.3%

さらに「親と過ごす」時間の中で、その一年を振り返る時には写真を見せ合うという回答者は80.3%に上りました。家族の絆を結びつけるものとして、写真は最適なアイテムと言えるのではないのでしょうか。

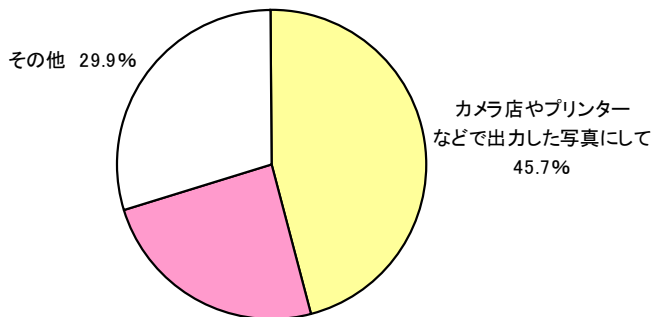
(表3) Q.年末年始に「親と過ごす」時間に、その一年を振り返るときに、写真を見せ合ったりしますか。



「今年一年の思い出をデジタルフォトフレームで」24.4%

なかでも一年間の思い出を親と共有するツール(写真をプレゼントするツール)として、デジタルフォトフレームを贈りたい回答した人は24.4%にのぼり(表4)、思い出を贈るギフト商品として顕在化してきています。

(表4) Q.写真をプレゼントするとしたら、具体的にはどのようなカタチでプレゼントする予定ですか。

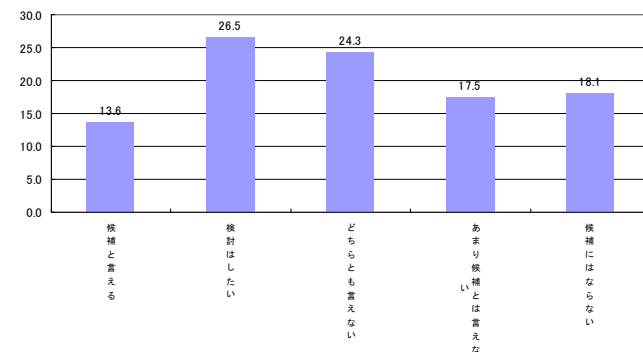


デジタルフォトフレームに写真を収録して 24.4%

「デジタルフォトフレーム、親への贈り物に」40%が検討

親への贈り物として検討したいと回答した人は40%を超え(表5)、デジタルフォトフレームが親子の絆をつなげるギフトとしての可能性を示唆する結果となりました。

(表5) Q. 年末年始の親への贈り物として、「デジタルフォトフレーム」をどのように思いますか。



【総括】 家族の絆を結ぶヒット商品、“S-Frame”

「家族と過ごす時間」という旧来の年末年始の家族のかたちが、図らずも不況の影響も手伝って顕在化。その中においてヒットしているソニーのデジタルフォトフレーム“S-Frame”も、そうした時世を反映したヒット商品と考えられます。

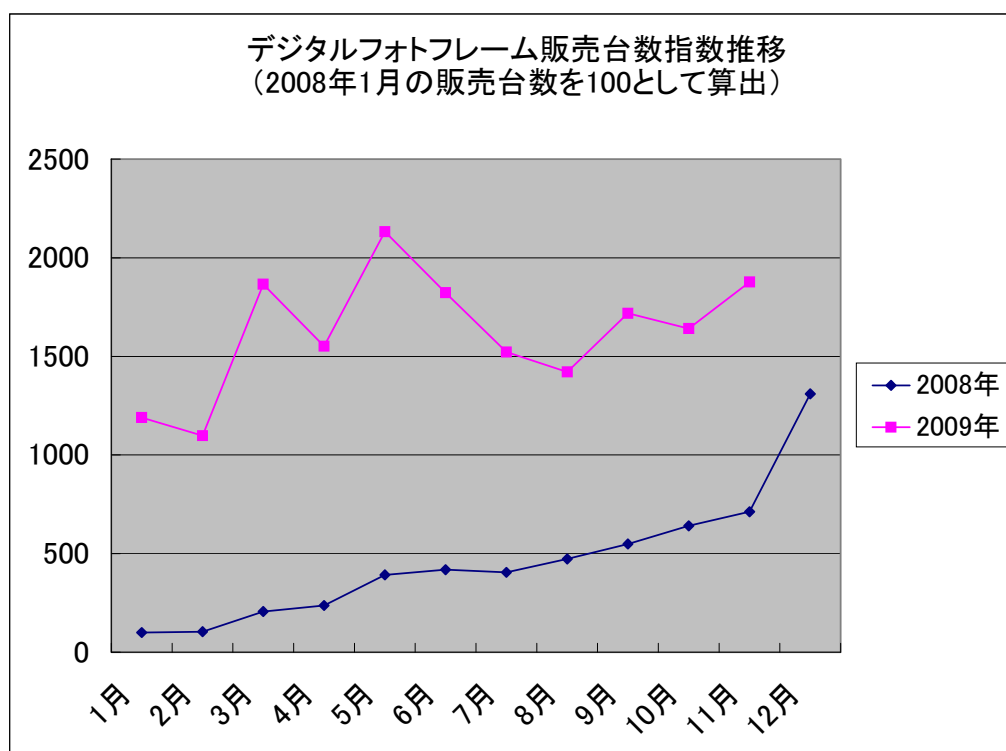
また写真自体のありかたも、従来の紙に出力・現像などの手法に加え、手軽に持ち運びができ、かつ高画質で写真を表示できるデジタルフォトフレームは新たなコミュニケーションツールとして今後もニーズが高まると考えられます。

“家族の絆”を結びつける新たな写真コミュニケーションツール！ ソニー デジタルフォトフレーム“S-Frame”

お手持ちのデジタル写真を高画質に多彩な表示機能で楽しめるデジタルフォトフレーム。
年末年始の帰省の際には、一年間の思い出を詰め込み、新たな写真コミュニケーションツールとして活用してみたいはいかがでしょうか！



■デジタルフォトフレーム市場について



※出展BCNランキング<標準パネル>

2008年は年間を通じて順調に販売台数を伸ばし、特に7月頃から年末にかけて大きく売上げを伸ばしました。2009年においては08年と比較し、08年1月を基準とする販売台数指数では1月～3月において約10倍と飛躍的に数字を伸ばしました。また指数の推移をみますと、3月の卒業・新生活、5月の母の日、9月のシルバーウィークなど“家族”や“仲間”との絆を深め、再認識する時期に売上げが顕著に伸びていることが分かります。

間もなく迎える年末年始は、多くの生活者が帰省するため、“親へのプレゼント”や“今年を振り返る際のコミュニケーションツール”のひとつとしてデジタルフォトフレームのニーズがより高まる時期になります。今年も昨年に引き続き、年末年始に売上げが伸びることが予想され、今後もデジタルフォトフレームの市場は拡大していくと考えられます。

<本件に関するお問い合わせ先>

ソニーマーケティング(株) “WONDERFUL MOMENT”PR事務局(株)アンティル
担当: 宮崎 / 森 TEL: 03-5572-6063 FAX: 03-5572-6065