

低価格化、大型化が進む液晶テレビ、
 購入平均価格 9 万円以下が約 3 割、主流は 32 インチから 40 インチ超へ
 ~ エコポイント効果も後押し、2011 年までに 9 割以上に普及見込み ~
<http://kakaku.com/research/backnumber031.html>

株式会社カカコムが運営する購買支援サイト「価格.com (<http://kakaku.com/>)」が実施したユーザーへの意識調査「価格.comリサーチ」より、第31回調査『薄型テレビアンケート！ -最新購入状況-』から、結果を一部抜粋の上、ご案内します。

2011年の地上アナログ放送の終了まであと2年に迫った現在、実際に液晶テレビやプラズマテレビなどのいわゆる「薄型テレビ」というのはどの程度普及しているのかを、保有サイズや今後の購入意向などとあわせて調査を行いました。

一部結果は、過去に実施した薄型テレビに関する調査結果と比較もしています。

【調査方法・ユーザーパネルについて】

調査エリア：全国 調査対象：価格.comID 登録ユーザー

調査方法：価格.com サイトでの Web アンケート調査

回答者数：9,470 人 男女比率：男 89.3%：女 10.7% 調査期間：2009/6/16(火)~2009/6/22(月)

7 割近くが薄型テレビを所有

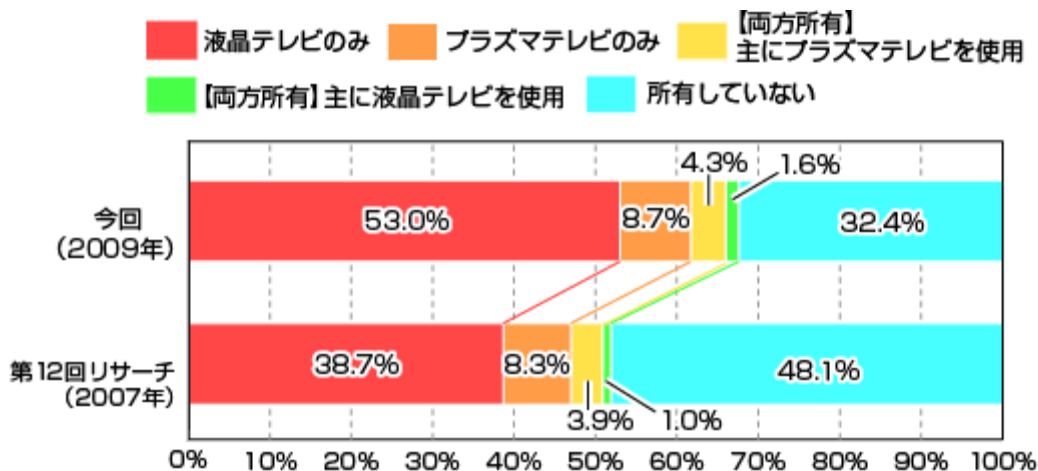
薄型テレビの所有率と種別について聞いたところ、液晶テレビの所有率はすでに半数を超える 53.0%となっており、2 年前の 2007 年に行った同様の調査と比べると、15 ポイントも上昇している。この 2 年間で液晶テレビの普及はかなり進んだといえる結果だ。これに対して、プラズマテレビの所有率は 8.7%で 2 年前よりわずかに 0.4 ポイント増えたのみにとどまる。相次ぐ国産メーカーの市場撤退などもあり、薄型テレビの主流は完全に液晶テレビへとシフトしていることがわかるだろう。

その他、両方の種類を持っているという人も含めると、薄型テレビ全体の所有率は 67.6%となり、すでに 7 割近い人が薄型テレビを所有しているという結果になった。今年 2 月に総務省が発表した資料によれば、「地上デジタルテレビ放送対応受信機の保有状況」(デジタルチューナーやレコーダーも含む)は 49.1%ということで 5 割を切っていたが、それに比べると今回の調査の対象者はかなり高い比率で薄型テレビを所有していることになる。

参考) 総務省「デジタルテレビ放送に関する移行状況緊急調査(平成 21 年 1 月)」の結果

http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/090217_7.html

【図 1】薄型テレビ(プラズマテレビまたは液晶テレビ)所有率

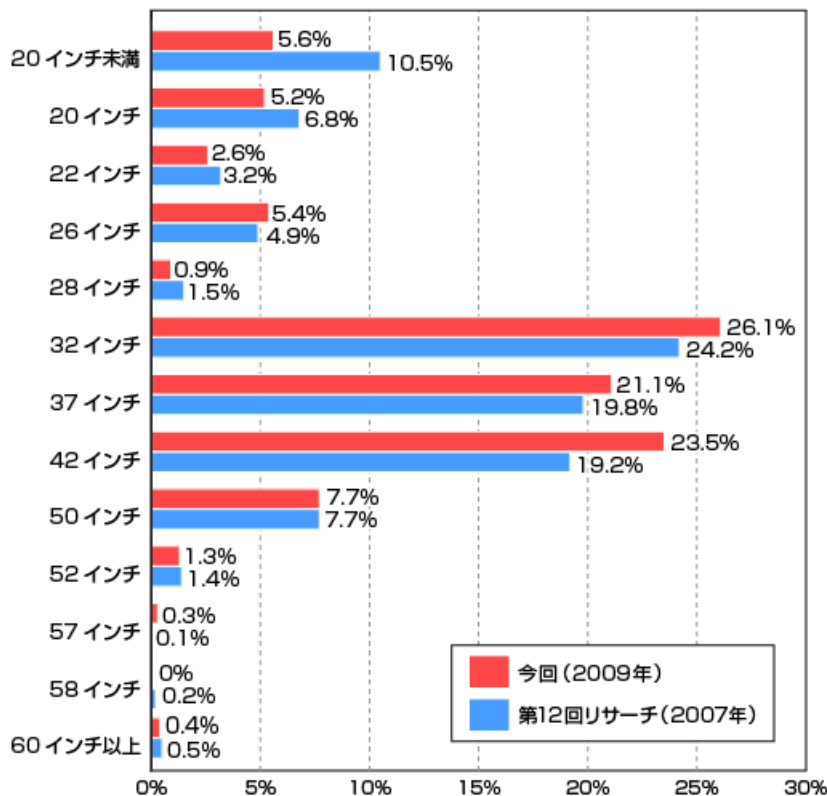


**液晶の大型化が着実に進行
画面サイズの主流は32インチ。42インチもシェアを伸ばす。**

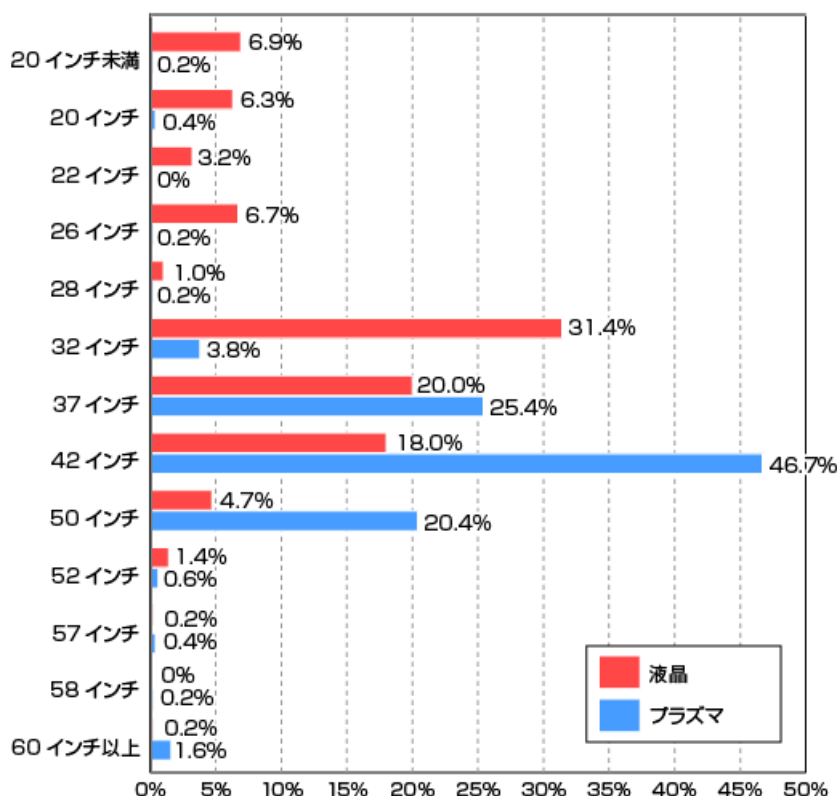
所有している薄型テレビをサイズ別にまとめたところ、もっとも普及している画面サイズは「32インチ」だが、その上のクラスである「37インチ」「42インチ」も、32インチに迫る勢いで普及してきていることがわかる。2年前の前回調査と比べて、特にシェアを伸ばしているのは42インチのクラスで、19.2%から23.5%へと4.3ポイントも上昇している。

逆に50インチ以上のクラスはさほど変化がないことから、42インチクラスのサイズが大きさとしては手ごろという感覚が、ユーザーの間でも定着してきたものと思われる。

【図2】所有している薄型テレビの画面サイズ



【図3】液晶テレビとプラズマテレビでの所有率の比較(今回)

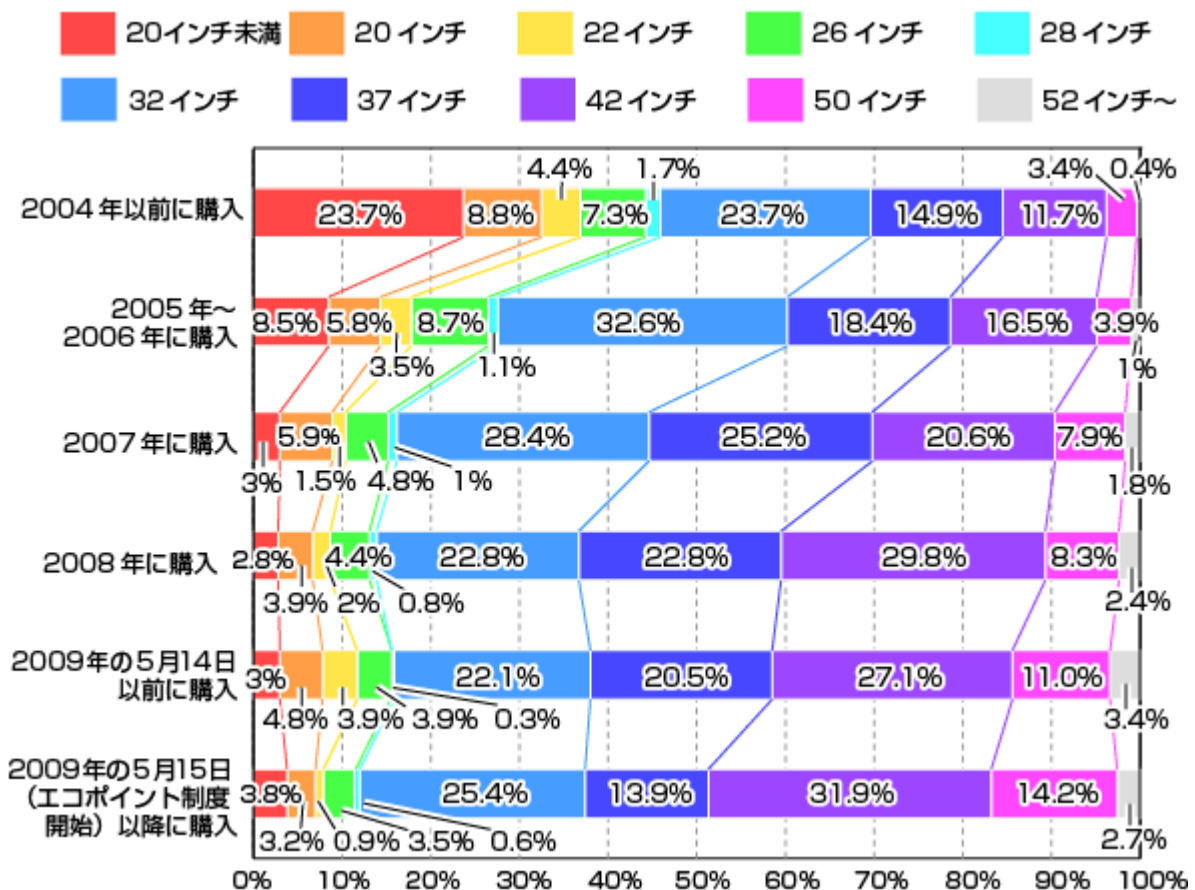


購入時期から見る画面サイズ、 エコポイント制度の前後で、37インチと50インチが逆転

薄型テレビを購入した時期とサイズとの相関関係（図4）を見ると、時期を追うごとに、薄型テレビの画面サイズが大型化してきていることがわかる。2005～2006年時点では、32インチクラスが32.6%と主流であったが、時期を追うごとにシェアが減少していき、直近の購入では25.4%までポイントを下げている。これに対して、ポイントを上げてきているのが、42インチクラスで、2005～2006年時点では16.5%に過ぎなかったものが、直近の購入では31.9%にまでポイントを上げており、最大シェアとなっている。また、その上のクラスである50インチクラスも、直近のシェアでは14.2%にまでポイントを上げており、37インチクラスを追い抜く勢いだ。

もっともこの傾向は、5月15日からの製品購入に適用される「エコポイント」の影響を無視できない。エコポイントでは、画面サイズによって還元ポイント変わり、大きなサイズの製品ほど還元率が高くなる。この機会に還元率の高い大画面テレビを購入しようという消費者も少なからずいるようで、それを裏付けるように、エコポイント導入以前の購入シェアでは、37インチクラスのポイントも20.5%と高く、エコポイント導入後に大きく変化しているという結果が出ている。

【図4】所有しているテレビの購入時期と画面サイズ



薄型テレビの販売価格は下落の一途 平均購入金額、2004年以前の234,002円から2009年は145,713円、4割近く減少 2009年では、購入金額9万円未満が約3割も

薄型テレビのおおよその購入金額を聞いたところ、年を追って薄型テレビの販売価格は下がっているため、消費者側が支払った額も減少してきている。2004年以前に薄型テレビを購入した人の平均購入金額は234,002円だったが、2009年には145,713円にまで下がってきている。【図5-1参照】

なお、エコポイント導入後は購入するテレビの画面サイズがアップしてきていることもあり、若干購入金額も上昇し、149,206円となっているが、大筋では減少の一途をたどっているといえるだろう。

2004年以前は、薄型テレビはまだまだ高額な商品であり、35万円以上が27.9%で最大シェアとなっていた。18万円以上という価格レンジで区切ってみると、半数を超えていることがわかる。

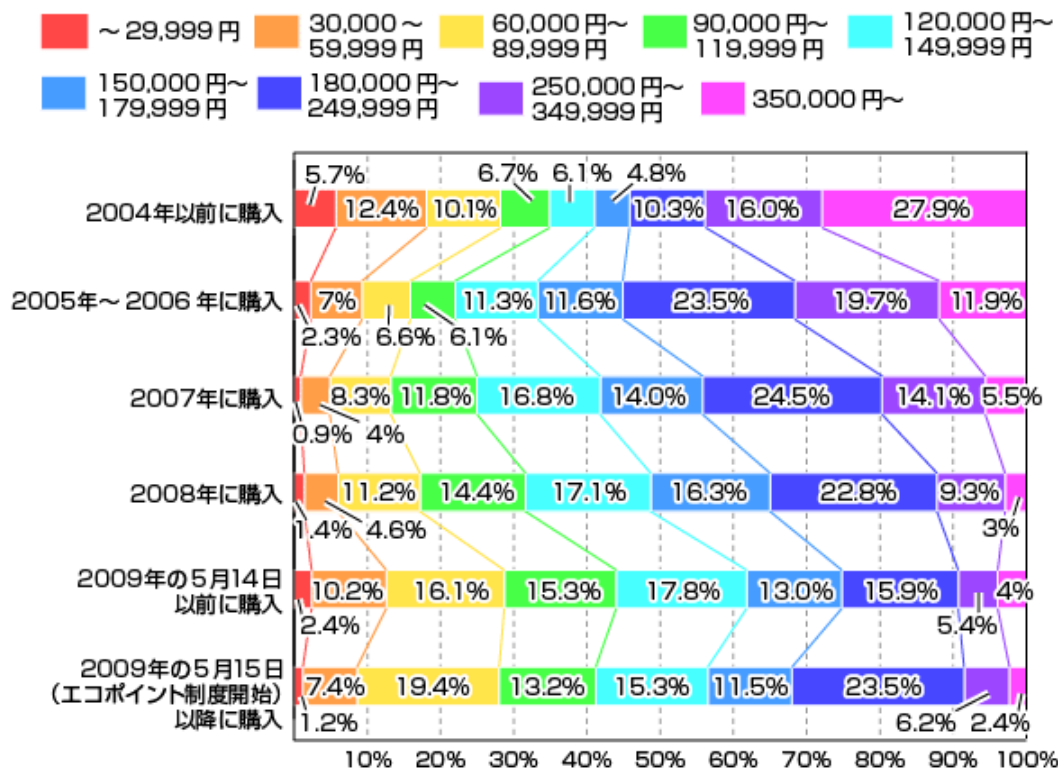
その後、徐々に薄型テレビの価格は低下していき、2009年（エコポイント導入以前）の段階では、18万円以上は25.3%にまで減ってきている。つまり、4分の3が18万円以下と回答しており、かなり手ごろな価格で

購入可能になってきていることが読み取れる。さらに、9万円未満という回答も28.7%に達しており、10万円以下で購入できる商品がかなり多くなっていることが見てくる。

【図 5-1】 所有しているテレビの購入時期と平均購入金額

購入時期	平均購入金額(円)
2004年以前	234,002
2005年～2006年	209,761
2007年	183,057
2008年	163,548
2009年の5月14日以前	145,713
2009年の5月15日(エコポイント 制度開始)以降	149,206

【図 5-2】 所有しているテレビの購入時期と購入金額



主流は完全に液晶テレビ

次に薄型テレビを購入する場合、液晶、プラズマ、有機 EL などの中からどんなパネル種類を選ぶかを聞いた。結果としては、液晶テレビが全体の61.8%を占めた。2年前の前回調査と比べ、プラズマ、有機 EL ともポイントを下げており、もはや主流は完全に液晶テレビに移ったと見て間違いなさそうだ。現在所有しているテレビの種別ごとに見た結果でも、全般的に液晶テレビの人気が高まっており、比較的画質にうるさく固定ファンが多いと思われるプラズマテレビ所有者でも、次に買うなら液晶テレビというユーザーが41.3%に達しているの印象的だ。

薄型テレビを買い換え、または新規購入するとしたら購入したい画面タイプ、所有している画面タイプ別の次に購入したい画面タイプに関する調査結果『今回および前回(2007年)』は、以下 URL からご確認ください。

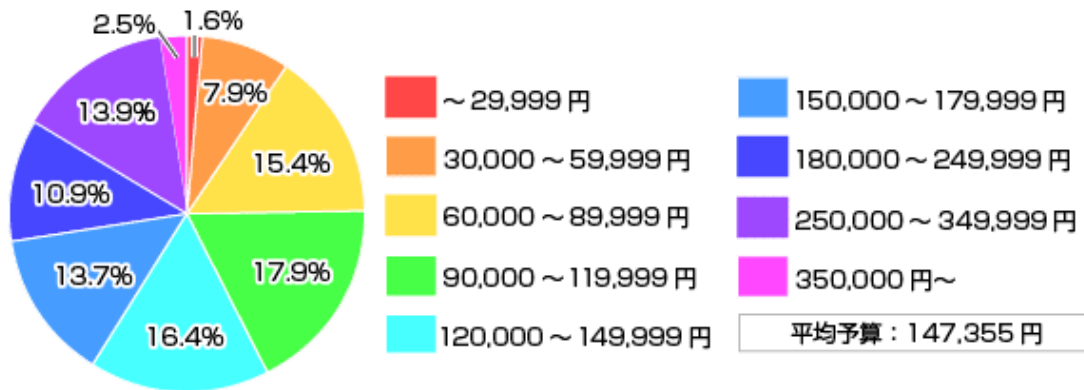
<http://kakaku.com/research/backnumber031.html>

**薄型テレビの購入金額、平均予算は 147,355 円。
6 万円～35 万円の全レンジでほぼ均等に分布**

次に薄型テレビを購入する際に、かける金額を聞いたところ、6 万円～35 万円の全レンジでほぼ均等にシェアが分かれてた。なかでももっとも多かったのは、9 万円～18 万円のレンジで、現在主流となっている 37 インチ～42 インチクラスの製品が購入できる金額だ。

しかし、注目したいのは、それ以上の金額を想定しているユーザーが意外と多い点だ。18 万円～25 万円というレンジが 13.7%、25 万円～35 万円というレンジが 10.9%あり、高性能・高画質・大画面の製品に対する需要もいまだかなり多く存在することがうかがえる。

【図 7】薄型テレビを買い換え、または新規購入する場合の予算



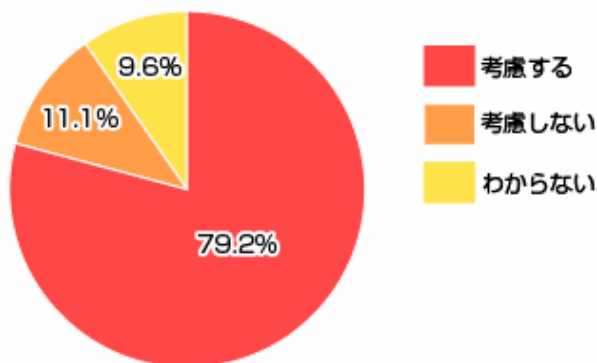
エコポイント制度実施後、薄型テレビ購入者の約 8 割がエコポイントを考慮

5 月 15 日以降、購入した製品に還元されると決まった「エコポイント」について、購入のきっかけになったかどうかを聞いた。

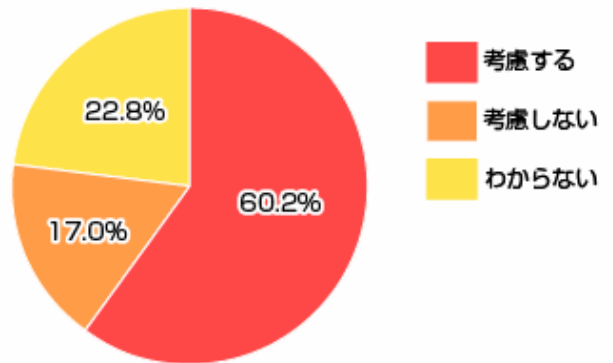
まずエコポイント制度実施後に薄型テレビを購入した人に聞いた結果では、実に 8 割近い 79.2%の人が「エコポイント対象であるかどうかを考慮した」と答えている。デジタル放送に対応する薄型テレビについては、かなり有利なエコポイント還元が行われるということもあり、エコポイントを薄型テレビ購入のきっかけとした人も少なからずいるということがうかがえる結果だろう。

ただ、今後薄型テレビを購入する場合にエコポイントを考慮するかという質問については、60.2%の人が「考慮する」と答えてはいるものの、その割合は、直近で購入した人に比べるとやや減少している。これは、エコポイント制度の実施自体が時限的なものであり、薄型テレビを購入したいと思う時期と必ずしも一致しない、あるいは予定がわからないということが大きく影響しているものと思われる。

【図 8-1】エコポイント開始後の薄型テレビ購入に、エコポイント対象かを考慮したか



【図 8-2】今後薄型テレビ購入時にエコポイント対象かを考慮するか



2011 年の薄型テレビの普及率は 9 割を超える！？

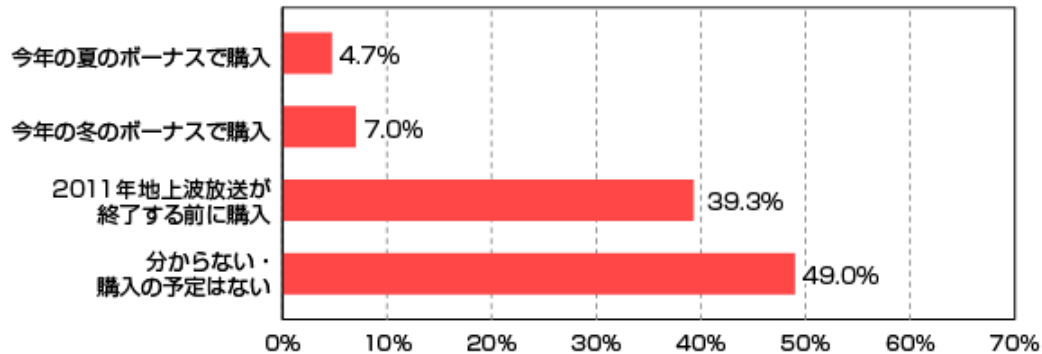
薄型テレビを所持しない人の 8 割が、2011 年地上波アナログ放送終了までに購入予定

次に薄型テレビを購入したいと思っている時期を聞いたところ、まず、すでに薄型テレビを所有している 7 割近いユーザーについては、「購入の予定はない」と答えた人が半数近くいるが、さらに買い換えあるいは買い増しを考えているユーザーも半数近くいた。中には、初期の地上アナログチューナーのみ搭載の液晶テ

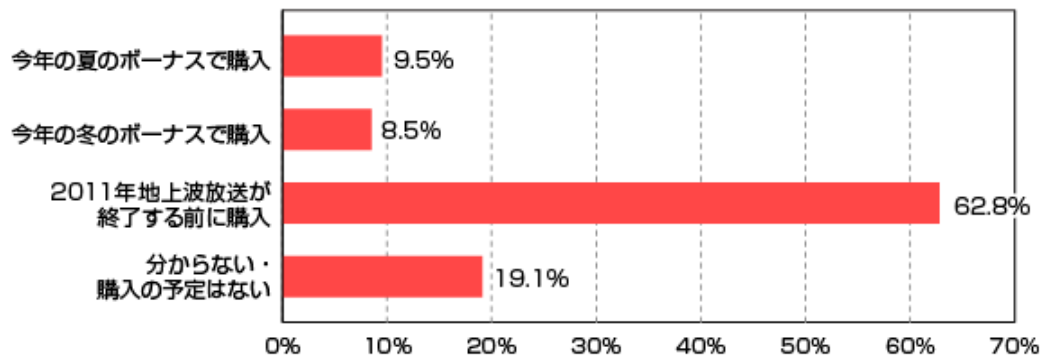
レブを購入したユーザーなどが含まれるが、薄型テレビの価格が安くなってきたことで、買い増しを考えているユーザーも相当数に上るものと思われる。

また、現在薄型テレビを持っていない3割程度の人に絞ってこの結果を見ていくと、地上アナログ放送が終了する「2011年までに購入」と答えた人は62.8%、「今年の夏・冬のボーナスで購入」と答えた人を含むと、8割以上の80.8%の人が「購入予定あり」と回答しており、2011年までにはほとんどの消費者がなんらかのデジタル放送対応の薄型テレビを購入する予定としているようだ。

【図9-1】現在薄型テレビを所持している人が、薄型テレビ買い換え、または買い増しを考えている時期



【図9-2】現在薄型テレビを所持していない人が、購入を考えている時期



総評より抜粋

今回の調査結果から、薄型テレビ、特に液晶テレビへの人気・購入意欲はいまだに高い水準にあることがわかった。42インチを超える大型サイズの商品が、手ごろな価格で買えるようになってきたことに加え、5月15日購入分より還元されるエコポイントの影響もあって、42インチクラスの大型サイズの商品が好まれる傾向が出ている。

今後も主流となるのは「40～42インチの液晶テレビ」となることが予想され、これまで主流だった32インチの液晶テレビからの、サイズシフトが加速していきそうな勢いだ。

詳細結果、総評全文および過去のリサーチアーカイブは以下 URL をご参照ください

<http://kakaku.com/research/>

【価格.com データ】(2009年5月末現在)

月間利用者 1,842 万人、月間ページビュー 7 億 1,193 万 PV、累計クチコミ件数約 960 万件。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社カカコム 広報担当 甲斐 内山

e-mail: pr@kakaku.com Tel:03-5805-7511