



報道関係者各位

株式会社BCN

〒113-0033 東京都文京区本郷 3-18-14本郷ダイヤビル6F

TEL 03-4236-5200 FAX 03-3818-3006

本件に関するお問い合わせは下記をお願いします。

BCN総研 西尾 治親

<http://ranking.computernews.com/>

薄型テレビに関するアンケート調査 低消費電力などに対するイメージは、液晶テレビがプラズマテレビを大幅に上回る

株式会社BCN（本社：東京都文京区、代表取締役社長 奥田喜久男）の市場調査部門であるBCN総研では、Web上で薄型テレビに関するアンケート調査を行った。その結果、薄型テレビに対するイメージとしては、液晶テレビ、プラズマテレビともに「画質が良い」、「大画面である」をあげる割合が高くなっているが、「低消費電力である」、「筐体が薄い」、「製品寿命（パネル寿命）が長い」とする割合は、プラズマに比べ、液晶テレビで圧倒的に高くなっており、両者のイメージに大きな相違があることがわかった。また、薄型テレビユーザーにおける薄型テレビに対する満足度は総じて高く、なかでも、プラズマテレビでの満足度が高くなっている。

薄型テレビ市場は、値頃感がでてきたことから、市場は一段と拡大してきている。特に液晶テレビは市場の9割台半ばを占め、他のプラズマテレビなどを圧倒している。これまで37型以上では液晶テレビを凌駕していたプラズマテレビは、大画面の液晶テレビに押されつつあり、棲み分けの構図も崩れてきている。また、ソニーがプラズマテレビから撤退するなど、供給サイドでの再編の動きもみられ、プラズマテレビの薄型テレビ市場での存在感が薄れてきている。しかし、プラズマテレビユーザーの満足度は高いことなどから、プラズマテレビは依然伸びる要素を有していると考えられ、今後は液晶テレビに比べ劣っているイメージの部分の払拭や、製品特性などの訴求といった取り組みが重要になってくよう。

* BCN総研は、全国のパソコン専門店、家電販売店17社（アロシステム、エイデン、大塚商会、ギガスケーズデンキ、グッドウィル、さくらや、上新電機、ソフマップ、ZOA、九十九電機、T・ZONEストラテジィ、デオデオ、ニノミヤ、100満ボルト、ビックカメラ、ピーシーデポコーポレーション、ラオックス=50音順）1,581店舗（2005年4月末現在）の日次配信データをデイリーで集信し配信するBCNランキングを公表しています。このデータをもとに、PCリテール市場の動向を分析したニュース配信を行っています。

BCN総研では4月下旬、Web上で薄型テレビに関するアンケートを行った。薄型テレビの認知状況では、「知っている」とする回答が96.2%を占めるものの、薄型テレビのタイプ別では認知度合いにばらつきがみられる。「よく知っている」又は「概ね知っている」とするのは、液晶テレビ、プラズマテレビともに過半数を占め、液晶テレビは6割台後半と、最も高くなっている（図1、2）。ただ、リアプロジェクションテレビについては、「全く知らない」が5割強を占めており、認知度の向上が大きな課題となっているようだ。

また、薄型テレビに対するイメージについては、「画質が良い」、「大画面である」とする割合は、液晶テレビ、プラズマテレビともに過半数を占めている。「筐体が薄い」、「低消費電力である」、「製品寿命（パネル寿命）が長い」とする割合は、液晶テレビがプラズマテレビを大幅に上回っており、特に「低消費電力である」は42.9ポイント差となっている（図3）。なお、リアプロジェクションテレビでは「コストパフォーマンスが良い」が29.3%を占め、液晶テレビ、プラズマテレビを大きく上回っており、認知度は低いものの、他の薄型テレビに比べ割安であることなどのイメージは伝わっているようだ。

薄型テレビの最近の販売動向をBCNランキングでみると、薄型テレビ市場は、販売価格は下落傾向にあるものの、依然増勢傾向で推移している（図4、5）。なお、薄型テレビのタイプ別販売数量構成比では、液晶テレビが9割以上と圧倒的割合を占め、さらにその割合を拡大してきている。

図1 薄型テレビの認知状況

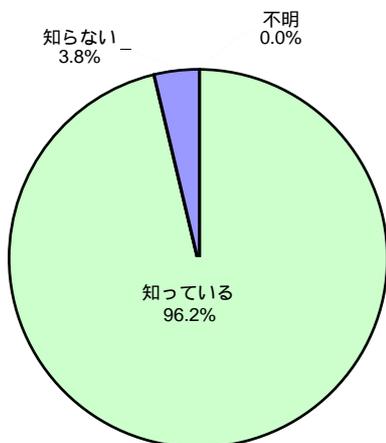


図2 薄型テレビの認知度合い

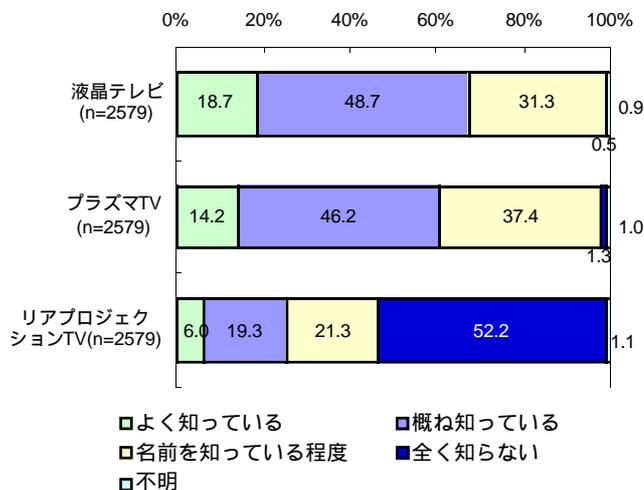
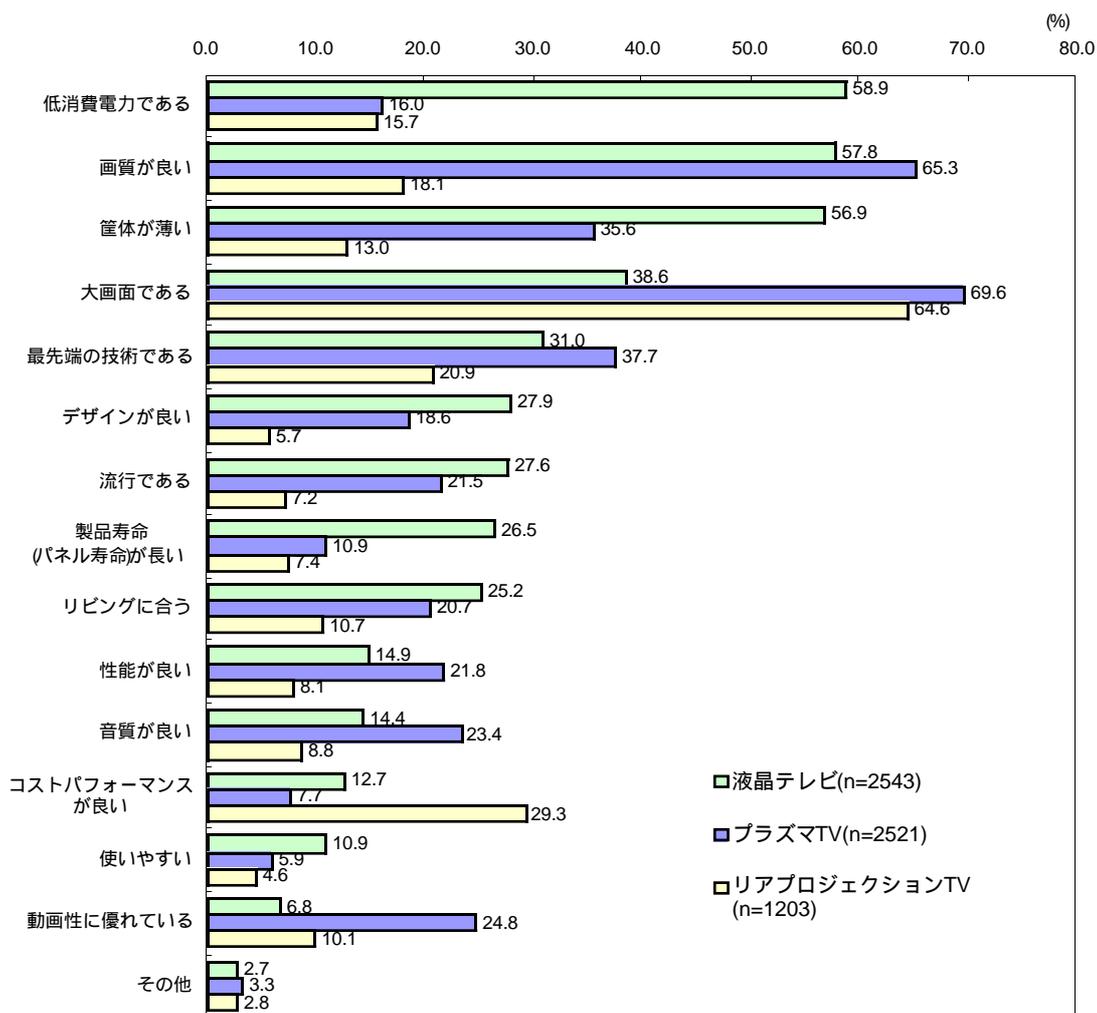


図3 薄型テレビに対するイメージ（複数回答）

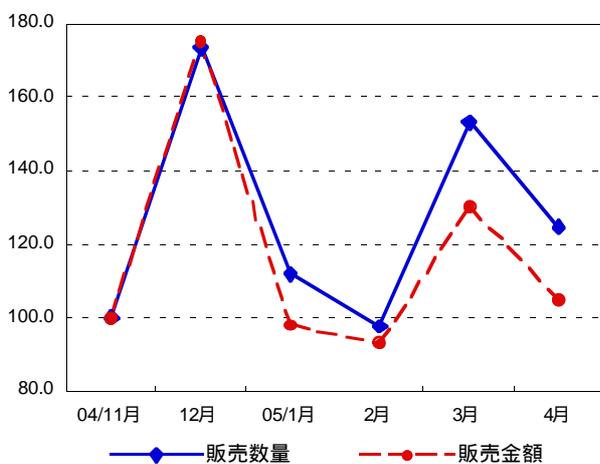


注) 各タイプの薄型テレビの認知度合いについて、「よく知っている」、「概ね知っている」、「名前を知っている程度」とした回答者のみ回答。

News Release

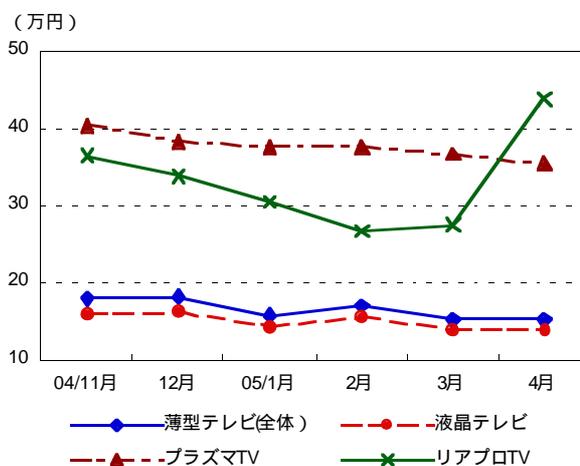
液晶テレビに押されがちなプラズマテレビではあるが、薄型テレビユーザーにその満足度合いを尋ねたところ、「非常に満足している」又は「やや満足している」とする割合は、プラズマテレビが最も高く8割強を占めている（図6）。アンケートの中で、プラズマテレビは、液晶テレビに比べ、画質の良さや画面の大きさなどに関しては良いイメージがあるものの、消費電力や製品寿命などの点で劣っているイメージを抱かれていた。液晶テレビに圧倒的シェアを握られているとはいえ、プラズマテレビユーザーのプラズマテレビに対する評価は高く、市場で伸びる要素を内包していると思われる。今後は、液晶テレビに比べ劣っている消費電力や製品寿命などのイメージについて払拭を図るほか、プラズマテレビの製品特性をより明確にアピールしていくことが必要と考えられる。

図4 薄型テレビの販売動向の推移
(04/11月=100とした指数)



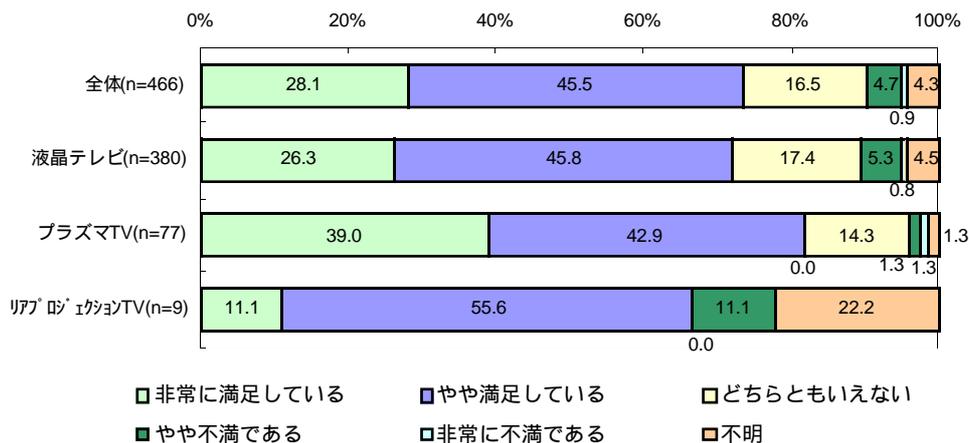
注) BCNランキング

図5 薄型テレビの平均販売価格の推移



注) BCNランキング

図6 所有の薄型テレビに対する満足度合い



調査概要

調査期間：2005年4月22日～25日
調査方法：弊社ホームページ(WebBCN)でのアンケート
回答数：2,680件

回答者のプロフィール

性別：男性 57.8% 女性 42.2%
年齢：30歳未満 17.7% 30～40歳未満 31.9% 40～50歳未満 32.0% 50～60歳未満 13.4% 60歳以上 5.0% (平均 39.8歳)
PC利用歴：5年未満 22.7% 5～10年未満 37.0%
10～15年未満 19.2% 15～20年未満 9.4%
20年以上 11.6% (平均 9.1年)

本リリースについて、今後メールでの配信をご希望の方がいらっしゃれば、対応させていただきます。

お名前・会社名をメールにてお知らせ下さい。

お問い合わせ先：release@bcn.co.jp