

2002年のデジタルカメラ店頭市場 ソニー、激戦制し「BCN AWARD」4冠獲得

株式会社コンピュータ・ニュース社（本社：東京都文京区、代表取締役 奥田喜久男）の市場調査部門であるBCN総研は、「BCNランキング」から、デジタルカメラ店頭市場の販売動向をまとめた。激戦となった市場において年間トップシェアを制したのはソニー。小型軽量・カラーバリエーションを豊富に取り揃えたラインナップでシェアを大きく伸ばした。需要の裾野拡大を続けるデジタルカメラ市場だが、ニーズの多様化とともにシェア争いはますます激化するものと予想される。

BCN総研は、東名阪のパソコン大手販売会社16社（エイデン、大塚商会=αランド、グッドウィル、コンプ100満ボルト、コンプマート、さくらや、上新電機、ソフマップ、九十九電機、T・ZONE、デンコードー、ニノミヤ、ピーシーデポコーポレーション、ビックピーカン、ラオックス、ワンダーコーポレーション=50音順）729店舗（2002年10月01日現在）の日次販売データをデイリーで収集し配信する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（毎月第2、第4金曜日の発行となります）。

激戦が続いた「BCN AWARD 2003 デジタルカメラ部門」*のトップベンダーは、2002年シェア16.7%を獲得したソニーであった。BCN AWARD創設以来、同部門で3年連続受賞の実績を持つ富士写真フイルムを下し、また、12月中旬時点までトップをキープしていたキヤノンを年末商戦の土壇場において僅か0.1ポイントの差で逆転した。ソニーはデスクトップPC、ノートPC、携帯情報端末部門でもトップシェアを獲得しており、最多の11部門受賞を獲得したメルコに次ぐ4冠を達成した。

2002年におけるデジカメのベンダーシェアを月次推移でみると（図1）、4月～5月に2ヵ月連続でトップシェアを獲得したキヤノンを最後に、6月以後はトップベンダーが毎月入れ替わるという激戦市場であったことがわかる。ソニーのシェアは、2002年上半期は10%台前半で推移していたが、中盤よりじわじわと上昇、8月、10月と、年末商戦の12月に21.8%を占めトップになり、年間シェアを押し上げた。

2002年12月の売れ筋モデルの傾向を昨年同月と比較すると（表1）、高画素、低価格化とともに、軽量化が進行していることがわかる。ソニーは、小型軽量モデルを次々と投入し、さらにはカラーバリエーションを豊富に取り揃えたことで、女性や初心者層なども大きく取り込んだものとみられる。

2003年のデジタルカメラ市場は、高画素、低価格化の一層の進行とともに、光学ズームや動画などの付加機能もますます強化され、ユーザーの選択の幅は一段と広がりそうだ。様々なニーズに対応すべく、弛まぬ新製品投入、シェア争いは今後更に激しくなることが予想される。

* コンピュータ・ニュース社では、BCN AWARD 2003にて選定されたベンダー40社様、およびPOSデータ提供販売店様、等をお招きし、2003年1月31日（金）青山ダイヤモンドホールにて「BCN AWARD 2003表彰式」を開催いたします。

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。
赤島までご連絡下さい（akashima@bcn.co.jp）。

図1 2002年デジタルカメラ市場の月次ベンダーシェア推移（12月上位5社）

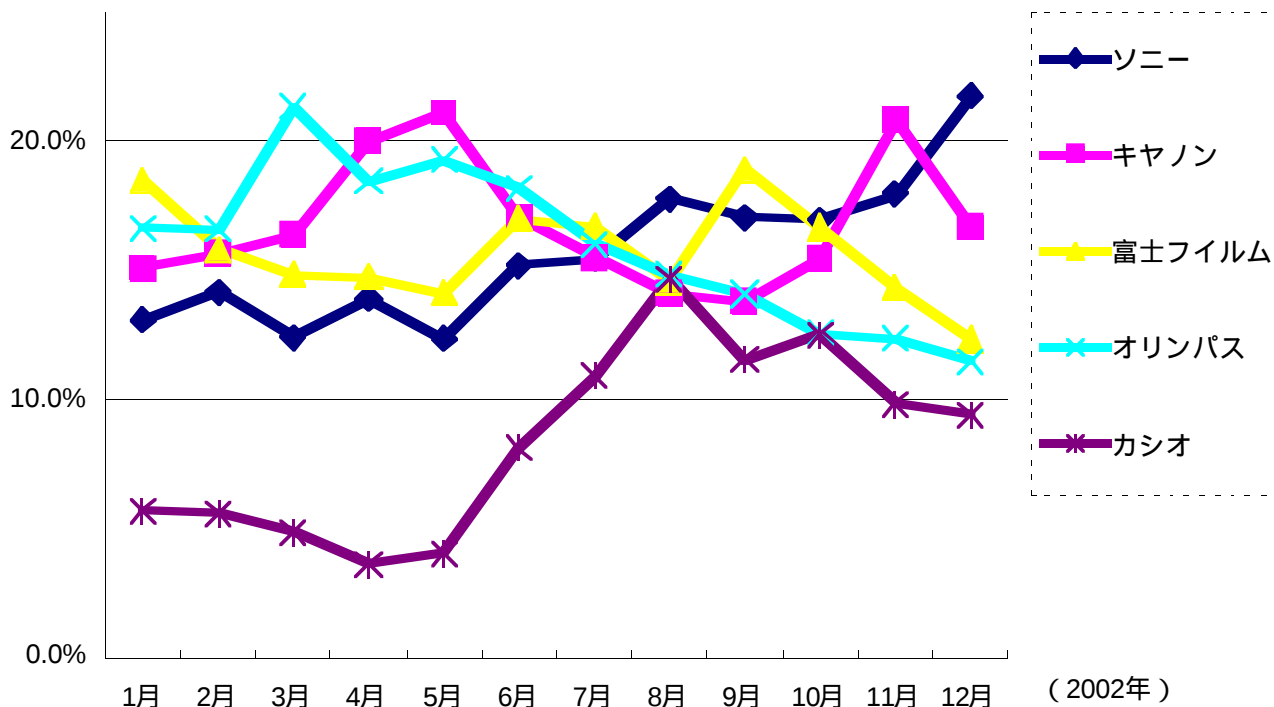


表1 デジタルカメラ市場の売れ筋比較（2002年12月、2001年12月）

	2001年12月	2002年12月
平均販売単価		
・ 3～5万円未満	42%	57%
・ 5～7万円未満	25%	22%
・ 1～3万円未満	16%	16%
画素数		
・ 200～300万画素未満	48%	40%
・ 300～400万画素未満	24%	32%
・ ～200万画素未満	23%	14%
光学ズーム機能		
・ 3倍～4倍未満	46%	56%
・ 無し	32%	26%
・ 2倍～3倍未満	14%	12%
動画機能		
・ 動画機能あり	86%	98%
記録メディア		
・ スマートメディア	38%	25%
・ コンパクトフラッシュ	29%	23%
・ メモリースティック	15%	22%
重量（除電池）		
・ 100～200g未満	46%	62%
・ 200～300g未満	33%	16%
・ ～100g未満	9%	14%