

デジタル家電の景気牽引力は本物か？

デジタル家電の定義：薄型テレビ、DVDプレーヤー（レコーダー）、デジタルカメラ

デジタル家電需要を支えるのは経済的にゆとりのある中高年層

- ・ 大型液晶テレビの購入者の8割以上が50歳以上の中高年層
(シャープ AQUOS GD1シリーズの場合、シャープ株式会社調べ)
- ・ 総務省『家計調査』でもデジタル家電の登場以降、中高年層の教養娯楽用耐久財支出の上昇が目立つ
- ・ デジタル家電は、「パソコン」でなく「家電」
- ・ 「団塊の世代」を中心とする豊かな中高年層はこれからも増えていく

デジタル家電需要は、見かけよりも波及効果は大

- ・ デジタル家電は国内生産比率が高い
- ・ デジタル家電産業の生産波及力は大きい(家電産業は50産業中第5位)
- ・ デジタル家電の生産波及効果の試算結果(2002年簡易産業連関表による)
2003年度 7952億円(GDPを0.07%程度押し上げる効果)
(参考)携帯電話 2003年度 1兆847億円(GDPを0.09%押し上げる効果)
携帯電話を含めた広義デジタル家電ではGDPを0.16%押し上げる効果があった
- ・ デジタル家電は周辺分野の需要を拡大させる
記録メディア(デジタルカメラ)、DVDメディア(DVDレコーダー)
セルDVD(DVDプレーヤー)
- ・ デジタル家電関連の設備投資は巨額である。
- ・ デジタル家電の技術は他の家電製品(例えば「白物家電」)へも及ぶ

日本のデジタル家電は世界市場でも強みを発揮

- ・ 日本のデジタル家電は世界市場でも大きなシェアをにぎる
2003年 液晶テレビ 60% DVD 71% デジタルカメラ 84%
- ・ しかもデジタル家電のキーデバイスを押さえている
2003年 液晶パネル 38% プラズマパネル 60% デジカメ用 CCD 100%
- ・ 韓国企業は日本企業と世界市場で激しい競争を展開しながら製造段階では協働・補完関係にある