

欧州エレクトロニクス産業の概況

- デジタル家電および周辺機器・部品 -

ブリュッセル・センター

本レポートは、欧州エレクトロニクス産業の最新動向についての報告である。世界的な景気後退の影響から欧州のエレクトロニクス市場は 2000 年をピークに縮小したが、2004 年以降、徐々に回復に向かっている。品目別には最大シェアをもつ電子データ処理機器の回復が遅れる一方で、医療用・産業エレクトロニクス、家電の需要が順調に拡大している。

目 次

第1章 欧州のエレクトロニクス市場と生産規模	1
1. 世界のエレクトロニクス市場	1
(1) 世界の市場規模	1
市場規模の動向	1
市場の地域別構成比と成長率	2
(2) 世界の生産規模	3
生産規模の動向	3
生産規模の地域別構成比と成長率	4
2. 欧州のエレクトロニクス市場規模	5
(1) 西欧の市場規模	5
西欧各国の市場規模	5
西欧の製品分野別の市場規模	7
エレクトロニクス企業の売上とエレクトロニクス製品輸出入	11
(2) 中東欧・ロシアの市場規模	16
中東欧・ロシア各国の市場規模	16
中東欧・ロシアの製品分野別の市場規模	18
中東欧・ロシア各国のエレクトロニクス製品輸出入	23
3. 欧州のエレクトロニクス生産規模	26
(1) 西欧の生産規模	26
西欧各国の生産規模	26
西欧の製品分野別の生産規模	28
西欧の家電製品生産規模	32
(2) 中東欧・ロシアの生産規模	34
中東欧・ロシア各国の生産規模	34
中東欧・ロシアの製品分野別の生産規模	36
中東欧・ロシアの家電製品生産規模	39
4. 欧州電子部品産業の市場と生産	40
(1) 世界と欧州の電子部品市場	40
世界の電子部品市場	40
欧州の電子部品市場	41
(2) 欧州電子部品の分野別市場	44
アクティブ部品	44
パッシブ部品	46
電子機械部品	48
第2章 欧州の家電製品市場とその動向	50

1．世界の家電製品市場	50
(1) 世界の家電市場の規模	50
(2) ビジュアル製品とオーディオ製品の規模と動向	52
ビジュアル製品の動向	52
オーディオ製品の動向	54
(3) メーカー別シェアと動向	57
2．欧州の家電製品市場	59
(1) 西欧家電製品市場の動向	59
西欧各国の家電製品市場	59
各メーカーのシェアと販売チャネル	64
(2) 中東欧・ロシアの家電市場の動向	67
中東欧・ロシアの家電製品市場	67
各メーカーのシェアと販売チャネル	70
(3) 今後の成長製品と販売予測	73
世界の家電製品販売予測	73
欧州の家電製品販売予測	75
3．欧州主要国のビジュアル製品市場の動向と見通し	77
(1) 独英仏のテレビ・DVD 等の市場動向	77
独英仏のビジュアル製品販売規模	77
独英仏のメーカー別シェア	82
独英仏の販売チャネル	85
(2) 中欧 2 カ国のテレビ・DVD 等の市場動向	87
ポーランド・ハンガリーのビジュアル製品販売規模	87
ポーランドとハンガリーのメーカー別シェア	89
ポーランド・ハンガリーの販売チャネル	91

図表リスト

表 1： 世界のエレクトロニクス市場規模の推移	1
表 2： 世界のエレクトロニクス製品分野別の市場規模推移	2
表 3： 世界のエレクトロニクス生産高の推移	3
表 4： 世界のエレクトロニクス製品分野別の生産高推移	4
表 5： 西欧のエレクトロニクス市場の推移	5
表 6： 西欧 16 カ国のエレクトロニクス市場の推移	6
表 7： 西欧各国市場の成長率の推移	7
表 8： 西欧の製品分野別市場規模の推移	7
表 9： 欧州企業のエレクトロニクス売上高の順位	12

表 15 :	中東欧・ロシアの製品分野別市場規模の推移	18
表 16 :	欧州全体における中東欧・ロシア各国市場の製品分野別構成比 (2002 年)	22
表 17 :	中東欧・ロシア各国のエレクトロニクス製品輸出実績	24
表 18 :	中東欧・ロシア各国のエレクトロニクス製品輸入実績	25
表 19 :	西欧のエレクトロニクス生産高の推移	26
表 20 :	西欧 16 カ国のエレクトロニクス生産高の推移	27
表 21 :	西欧各国生産高の成長率の推移	27
表 22 :	西欧の製品分野別生産高の推移	28
表 23 :	西欧の家電製品生産高の推移	32
表 24 :	西欧 16 カ国の家電製品分野別の生産高推移	33
表 25 :	中東欧・ロシアのエレクトロニクス生産高の推移	34
表 26 :	中東欧・ロシア 10 カ国のエレクトロニクス生産高の推移	35
表 27 :	中東欧・ロシア各国生産高の成長率の推移	36
表 28 :	中東欧・ロシアの製品分野別の生産規模	37
表 29 :	欧州全体における中東欧・ロシア各国の製品分野別生産高構成比 (2002 年)	38
表 30 :	中東欧・ロシアの家電製品生産高の推移	39
表 31 :	中東欧・ロシア 10 カ国の家電製品生産高の推移	39
表 32 :	欧州電子部品の分野別市場規模 (販売額) の推移	41
表 33 :	欧州電子部品の用途別・国別市場規模 (販売額) の推移	43
表 34 :	アクティブ部品主要製品の国別市場規模 (販売額) の推移	45
表 35 :	パッシブ部品主要製品の国別市場規模 (販売額) の推移	47
表 36 :	電子機械部品主要製品の国別市場規模 (販売額) の推移	49
表 37 :	世界の家電販売台数の地域別推移 (1998 ~ 2003 年)	50
表 38 :	世界の家電販売金額の地域別推移 (1998 ~ 2003 年)	51
表 39 :	世界のビジュアル製品製品別販売台数の推移 (1998 ~ 2003 年)	53
表 40 :	世界のビジュアル製品製品別販売金額の推移 (1998 ~ 2003 年)	53
表 41 :	世界のオーディオ製品製品別販売台数の推移 (1998 ~ 2003 年)	55
表 42 :	世界のオーディオ製品製品別販売金額の推移 (1998 ~ 2003 年)	55
表 43 :	世界のビジュアル製品市場の製品別トップ 3 メーカー	58
表 44 :	西欧家電市場に占める各国の割合 (2003 年)	60
表 45 :	西欧各国の家電製品の 2003 年販売台数と成長率	61
表 46 :	西欧各国の家電製品の 2003 年販売金額と成長率	62
表 47 :	西欧のビジュアル製品販売台数のメーカー別シェア (2003 年)	65
表 48 :	西欧のオーディオ製品販売台数のメーカー別シェア	66
表 49 :	中東欧・ロシア各国の家電製品の 2003 年販売台数と成長率	68

表 50 :	中東欧・ロシア各国の家電製品の 2003 年販売金額と成長率	68
表 51 :	中東欧・ロシアのビジュアル製品販売台数のメーカー別シェア (2003 年)	71
表 52 :	中東欧・ロシアのオーディオ製品販売台数のメーカー別シェア (2003 年)	72
表 53 :	家電製品の世界販売台数の地域別予測 (2003 ~ 2008 年)	74
表 54 :	家電製品の世界販売金額の地域別予測 (2003 ~ 2008 年)	74
表 55 :	欧州主要市場の家電製品販売台数の予測 (2008 年)	76
表 56 :	欧州主要市場の家電製品販売金額の予測 (2008 年)	76
表 57 :	ドイツのビジュアル製品販売台数の推移 (1998 ~ 2003 年)	78
表 58 :	英国のビジュアル製品販売台数の推移 (1998 ~ 2003 年)	78
表 59 :	フランスのビジュアル製品販売台数の推移 (1998 ~ 2003 年)	78
表 60 :	フランスのビジュアル製品販売金額の推移 (1998 ~ 2003 年)	79
表 61 :	ドイツのビジュアル製品販売金額の推移 (1998 ~ 2003 年)	79
表 62 :	英国のビジュアル製品販売金額の推移 (1998 ~ 2003 年)	79
表 63 :	ドイツのビジュアル製品販売台数のメーカー別シェア (2003 年)	83
表 64 :	英国のビジュアル製品のメーカー別シェア (2003 年)	84
表 65 :	フランスのビジュアル製品のメーカー別シェア (2003 年)	84
表 66 :	ポーランドのビジュアル製品販売台数の推移 (1998 ~ 2003 年)	87
表 67 :	ハンガリーのビジュアル製品販売台数の推移 (1998 ~ 2003 年)	87
表 68 :	ポーランドのビジュアル製品販売金額の推移 (1998 ~ 2003 年)	88
表 69 :	ハンガリーのビジュアル製品販売金額の推移 (1998 ~ 2003 年)	88
表 70 :	ポーランドのビジュアル製品販売台数のメーカー別シェア (2003 年) ...	90
図 1 :	世界のエレクトロニクス市場規模の推移	1
図 2 :	世界のエレクトロニクス市場の地域別構成比 (2002 年)	2
図 3 :	世界のエレクトロニクス生産高の推移	3
図 4 :	世界のエレクトロニクス生産高の地域別構成比 (2002 年)	4
図 5 :	西欧のエレクトロニクス市場の推移	5
図 6 :	西欧市場における製品分野別の各国構成比 (2003 年)	8
図 7 :	主要 6 カ国の製品分野別の市場構成比	10
図 8 :	中東欧・ロシアのエレクトロニクス市場の推移	16
図 9 :	西欧と中東欧・ロシアの市場規模構成比の推移	17
図 10 :	中東欧・ロシア市場における製品分野別の各国構成比 (2002 年)	19
図 11 :	西欧のエレクトロニクス生産高の推移	26
図 12 :	製品分野別の西欧に占める各国の生産高構成比 (2003 年)	29
図 13 :	主要 8 カ国の製品分野別の生産高構成比	31

図 14 :	中東欧・ロシアのエレクトロニクス生産高の推移	34
図 15 :	西欧と中東欧・ロシアの生産規模構成比の推移	35
図 16 :	電子部品の地域別市場規模（販売額）（2003 年）	40
図 17 :	電子部品の用途別市場規模（販売額）（2003 年）	40
図 18 :	欧州の電子部品市場の国別内訳	41
図 19 :	欧州電子部品の用途別内訳（2002 年）	42
図 20 :	アクティブ部品の主要製品別内訳（2002 年）	44
図 21 :	パッシブ部品の主要製品別内訳（2002 年）	46
図 22 :	電子機械部品の主要製品別内訳（2002 年）	48
図 23 :	世界の家電販売台数の地域別内訳（2003 年）	51
図 24 :	世界の家電販売金額の地域別内訳（2003 年）	52
図 25 :	ビジュアル製品販売台数の地域別内訳（2003 年）	54
図 26 :	ビジュアル製品販売金額の地域別内訳（2003 年）	54
図 27 :	オーディオ製品販売台数の地域別内訳（2003 年）	56
図 28 :	オーディオ製品販売金額の地域別内訳（2003 年）	56
図 29 :	家電製品販売台数の世界市場でのメーカー別シェア（2003 年）	57
図 30 :	ビジュアル製品販売台数の世界市場伝メーカー別シェア（2003 年）	58
図 31 :	オーディオ製品販売量の世界市場でのメーカー別シェア（2003 年）	58
図 32 :	西欧家電市場の販売台数に占める各国の割合	59
図 33 :	西欧家電市場の販売金額に占める各国の割合	60
図 34 :	西欧のビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）	65
図 35 :	西欧のオーディオ製品販売台数の上位メーカー（2003 年）	66
図 36 :	西欧の家電製品販売量の販売チャネル別内訳	67
図 37 :	中東欧・ロシアのビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年） ..	71
図 38 :	中東欧・ロシアのオーディオ製品販売台数の上位メーカー（2003 年） ..	72
図 39 :	中東欧の家電製品販売量の販売チャネル別内訳	73
図 40 :	ドイツのビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）	83
図 41 :	英国のビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）	83
図 42 :	フランスのビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）	84
図 43 :	ドイツのビジュアル製品の販売チャネル別内訳（2003 年）	85
図 44 :	英国のビジュアル製品の販売チャネル別内訳（2003 年）	86
図 45 :	フランスのビジュアル製品の販売チャネル別内訳（2003 年）	86
図 46 :	ポーランドのビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）	90
図 47 :	ハンガリーのビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）	91
図 48 :	ポーランドのビジュアル製品の販売チャネル別内訳	92
図 49 :	ハンガリーのビジュアル製品の販売チャネル別内訳	92

第1章 欧州のエレクトロニクス市場と生産規模

1. 世界のエレクトロニクス市場

(1) 世界の市場規模

市場規模の動向

コンピューター関連や電子部品、通信など全世界のエレクトロニクス製品市場は、表1および図1に示したように2000年の約1兆3,600億ドルをピークに、世界的な景気後退により2001年は15%も減少した。徐々に回復しているものの2000年の水準に到達するのは2005年と予想されている。

表1： 世界のエレクトロニクス市場規模の推移

(単位：100万ドル)

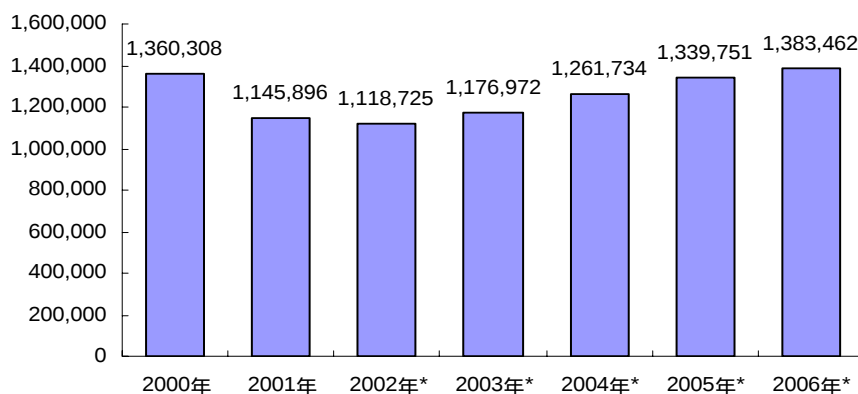
	2000年	2001年	2002年*	2003年*	2004年*	2005年*	2006年*
総計	1,360,308	1,145,896	1,118,725	1,176,972	1,261,734	1,339,751	1,383,462

(注) *2002年は速報値、2003～2006年までは予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

図1： 世界のエレクトロニクス市場規模の推移

(単位：100万ドル)



(注) *2002年は速報値、2003～2006年までは予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

製品分野別で表2のように、電子データ処理機器が最も多く2002年に約3,200億ドル、次が電子部品で2,950億ドルである。家電は約950億ドルだった。通信と電子部品は2001年に大きく減少したが、医療用・産業用エレクトロニクスは2001年も2000年を上回り、その後も拡大が続いている。家電は2001年に前年比5%減程度だが、今後の回復は速いと予想される。オフィス機器は2006年までに2000年の水準に回復しないとの予想が出ている。

表 2： 世界のエレクトロニクス製品分野別の市場規模推移

(単位：100 万ドル)

	2000 年	2001 年	2002 年*	2003 年*	2004 年*	2005 年*	2006 年*
電子データ処理機器	387,009	328,521	320,679	334,780	358,893	383,367	399,974
電子部品	408,753	302,278	294,674	321,517	358,624	388,482	401,663
無線電信・通信、レーダー**	175,776	165,607	163,755	171,562	181,663	192,122	198,071
テレコミュニケーション	140,350	116,652	102,884	103,538	106,958	110,028	110,987
家電	98,576	93,446	94,911	98,410	102,460	106,560	109,314
制御、計測・分析システム	92,342	82,877	84,024	87,212	90,625	94,142	96,306
医療用・産業用エレクトロニクス	41,614	42,903	44,702	46,837	49,151	51,555	53,537
オフィス機器	15,888	13,613	13,096	13,115	13,360	13,496	13,610
エレクトロニクス計	1,360,308	1,145,896	1,118,725	1,176,972	1,261,734	1,339,751	1,383,462

(注) *2002 年は速報値、2003～2006 年までは予測値。表は 2002 年をベースとし、項目別に数値が高い順で作成。以下、項目の順序の基準とした年については太字で示す。

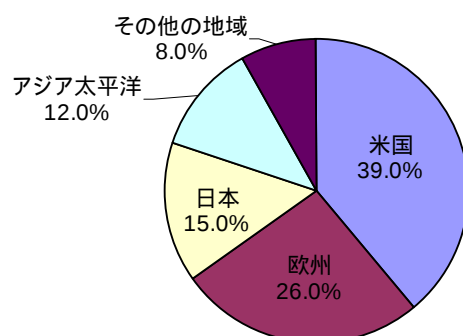
**携帯電話を含む。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

市場の地域別構成比と成長率

世界のエレクトロニクス市場は図 2 のように米国が 4 割を占めている。中東欧・ロシアも含めた欧州は世界で約 4 分の 1 を占めており、米・欧州・日本の 3 極で世界市場の 8 割に達する。しかし今後の成長率では、日本を除くアジア太平洋地域が毎年 10% 近い拡大を示すと予想される一方、欧州や日本の拡大は小幅にとどまることから、今後は地域別の構成比でもアジア太平洋地域の占める割合が増大することが予想される。

図 2： 世界のエレクトロニクス市場の地域別構成比（2002 年）



出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

(2) 世界の生産規模

生産規模の動向

前述のように世界的な需要後退により、世界中のエレクトロニクス生産高は表 3 および図 3 に示したように 2000 年の約 1 兆 3,680 億ドルが 2001 年には前年比 17% の減少となった。2002 年もさらに微減で約 1 兆 1,000 億ドルまで縮小したが、2003 年から回復に向かっている。

表 3： 世界のエレクトロニクス生産高の推移

(単位：100 万ドル)

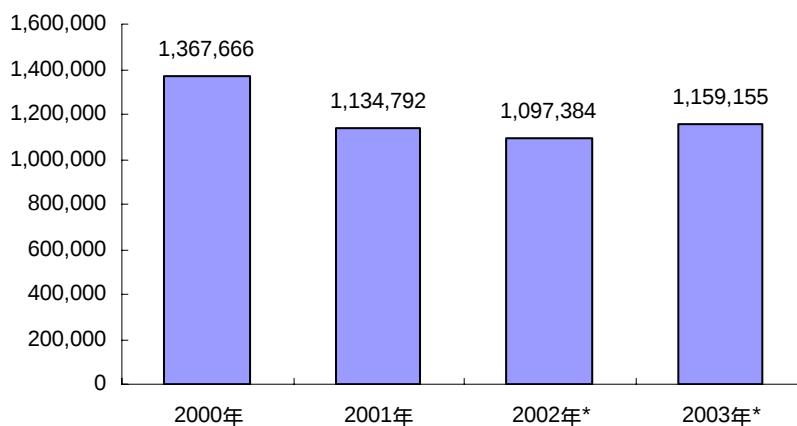
	2000 年	2001 年	2002 年*	2003 年*
総 計	1,367,666	1,134,792	1,097,384	1,159,155

(注) *2002 年は速報値、2003 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

図 3： 世界のエレクトロニクス生産高の推移

(単位：100 万ドル)



(注) *2002 年は速報値、2003 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

製品分野別の生産高は表 4 に示したようにそれぞれの製品需要の増減に対応し、電子データ処理機器が最も多く約 3,125 億ドルで、次が電子部品の約 2,920 億ドルである。家電は約 895 億ドルだった。2001 年に生産が減少した製品が多く、特に電子部品は 2001 年に前年比 28% 減で、その後の回復も鈍い。需要が増大している医療用・産業用エレクトロニクスは生産も着実に拡大している。家電は減少幅が小さく 2002 年からは生産も拡大に向かっ

ている。

表 4： 世界のエレクトロニクス製品分野別の生産高推移

(単位：100 万ドル)

	2000 年	2001 年	2002 年*	2003 年*
電子データ処理機器	377,229	319,632	312,434	333,417
電子部品	407,706	293,776	292,325	316,103
無線電信・通信、レーダー**	190,968	173,827	165,246	172,935
テレコミュニケーション	143,725	116,614	94,674	94,343
家電	97,358	88,687	89,439	92,950
制御、計測・分析システム	90,931	83,274	83,514	87,516
医療用・産業用エレクトロニクス	42,379	44,279	45,502	47,699
オフィス機器	17,370	14,703	14,249	14,191
エレクトロニクス計	1,367,666	1,134,792	1,097,384	1,159,155

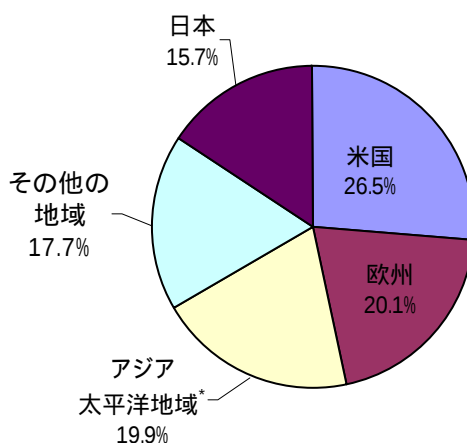
(注) *：2002 年は速報値、2003 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

生産規模の地域別構成比と成長率

生産高の地域別の構成比は図 4 のように米国が 26.5%、欧州は 20.1%である。これに日本の 15.7%を加えると、3 地域で 6 割強となる。一方、アジア太平洋地域と中国を含めたその他地域が全体の 4 割弱を占め、世界の中で生産基地としての役割を担っているのが分かる。今後、生産の比重は今後ますますアジア太平洋地域や中国にシフトすると予想される。

図 4： 世界のエレクトロニクス生産高の地域別構成比（2002 年）



(注) *アジア太平洋諸国：香港、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、韓国、台湾、タイ

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

２．欧州の電子市場規模

（１）西欧の市場規模

西欧各国の市場規模

西欧 16 カ国（旧 EU 15 カ国のうちルクセンブルクを除く 14 カ国とノルウェーおよびスイス）の電子市場規模は、表 5 および図 5 に示したように 2001 年に前年より落ち込んだ後、2002 年・2003 年も減少し、2003 年は 2,314 億ドルとなった。2004 年からは順調に回復し 2006 年には 2001 年の水準を超えると予測されている。

表 5： 西欧の電子市場の推移

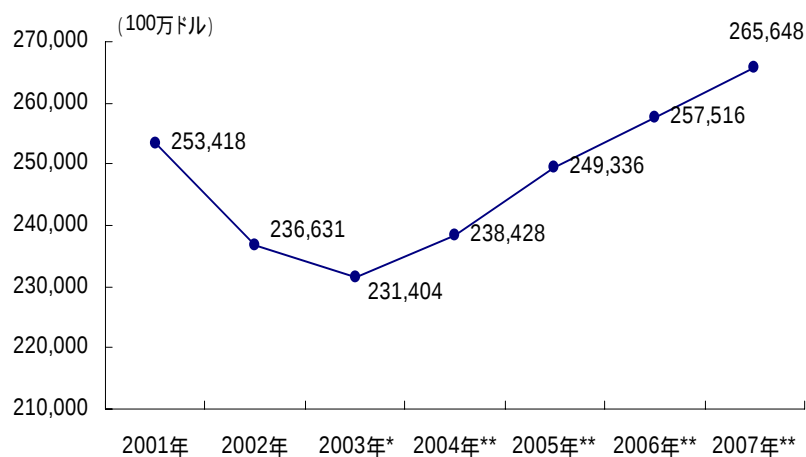
（単位：100 万ドル）

	2001 年	2002 年	2003 年*	2004 年*	2005 年*	2006 年*	2007 年*
市場規模	253,418	236,631	231,404	238,428	249,336	257,516	265,648

（注）* 2003 年は推定値（速報値）。2004 年から 2007 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

図 5： 西欧の電子市場の推移



（注）* 2003 年は速報値。** 2004 年から 2007 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

西欧各国のエレクトロニクス市場の推移を表 6 に示した。ドイツ、英国、フランスの順に大きく、3 大市場で西欧市場の約 55% を占めている。これにイタリアを加えると全体の 3 分の 2 となり、この 3 ～ 4 カ国で西欧市場全体の動向が決まる。市場の推移を見ると各国とも 2002 年に縮小したが、主要 4 カ国のうちドイツ市場やイタリア市場は 2003 年に順調に回復しているもののフランスはやや遅れをとっており、英国は 2007 年になっても 2001 年の水準は回復できないと予想されている。

表 6： 西欧 16 カ国のエレクトロニクス市場の推移

(単位：100 万ドル)

	2001 年	2002 年	2003 年*	2004 年*	2005 年*	2006 年*	2007 年*
ドイツ	58,267	54,490	54,168	56,777	58,688	60,370	62,302
英国	51,813	45,688	44,330	45,270	47,530	49,308	50,831
フランス	34,204	31,723	30,608	31,449	32,962	33,938	35,020
イタリア	26,379	25,455	24,708	25,225	26,357	27,203	27,973
オランダ	14,571	14,059	13,623	13,818	14,466	15,027	15,454
スペイン	14,106	13,652	13,401	13,706	14,415	14,961	15,391
スイス	8,558	8,434	8,106	8,231	8,631	8,968	9,204
スウェーデン	8,160	7,549	7,387	7,598	8,012	8,253	8,499
ベルギー	7,634	7,030	6,924	7,097	7,433	7,685	7,928
アイルランド	7,180	6,790	6,748	7,135	7,576	7,753	8,181
オーストリア	5,687	5,346	5,204	5,347	5,572	5,722	5,891
フィンランド	4,317	4,226	4,205	4,402	4,630	4,704	4,871
ノルウェー	3,289	3,386	3,298	3,350	3,502	3,633	3,745
ポルトガル	3,570	3,374	3,294	3,372	3,566	3,724	3,856
デンマーク	3,439	3,247	3,193	3,284	3,445	3,554	3,664
ギリシャ	2,243	2,184	2,207	2,366	2,552	2,714	2,838
計	253,418	236,631	231,404	238,428	249,336	257,516	265,648

(注) * 2003 年は速報値。2004 年から 2007 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

各国の市場規模の成長率を表 7 に示した。速報値では、2003 年に増加に転じたのは 1.1% 増のギリシャだけとなっている。減少幅の最も大きかったスイスが 3.9% 減、西欧全体では 2.2% の減少だった。2004 年は各国とも前年から拡大が予想されているが、欧州全体の年 3% を上回るのはギリシャの 7.2% を筆頭にアイルランド 5.7%、ドイツ 4.8%、フィンランド 4.7% となっている。2005 年以降も、西欧全体で 3% 強の伸びとなり、ギリシャやアイルランドなど一部の国を除けば、各国とも西欧全体の平均程度またはそれ以下の拡大にとどまると予想されている。

表 7： 西欧各国市場の成長率の推移

(単位：%)

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
ギリシャ	11.1	1.1	7.2	7.9	6.4	4.5
アイルランド	15.9	0.6	5.7	6.2	2.3	5.5
ドイツ	12.9	0.6	4.8	3.4	2.9	3.2
フィンランド	9.2	0.5	4.7	5.2	1.6	3.6
ベルギー	14.6	1.5	2.5	4.7	3.4	3.2
デンマーク	11.3	1.7	2.9	4.9	3.2	3.1
スペイン	12.3	1.8	2.3	5.2	3.8	2.9
スウェーデン	13.9	2.2	2.9	5.4	3.0	3.0
ポルトガル	14.5	2.4	2.4	5.8	4.4	3.5
ノルウェー	7.8	2.6	1.6	4.5	3.7	3.1
オーストリア	12.9	2.7	2.8	4.2	2.7	3.0
イタリア	11.1	2.9	2.1	4.5	3.2	2.8
英国	16.9	3.0	2.1	5	3.7	3.1
オランダ	11.6	3.1	1.4	4.7	3.9	2.8
フランス	13.7	3.5	2.7	4.8	3	3.2
スイス	9.4	3.9	1.5	4.9	3.9	2.6
計	13.4	2.2	3.0	4.6	3.3	3.2

(注) * 2003 年は速報値。2004 年から 2007 年は予測値。

出所: “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

西欧の製品分野別の市場規模

表 8 に西欧の製品分野別の市場規模を示した。電子データ処理機器が最も大きく 2003 年で 7,730 万ドルだが、減少後の回復は鈍いと予想されている。医療用・産業エレクトロニクスや家電は 2002 年以降、順調に需要が拡大しており、この傾向は今後も続く予想されている。

表 8： 西欧の製品分野別市場規模の推移

(単位：100 万ドル)

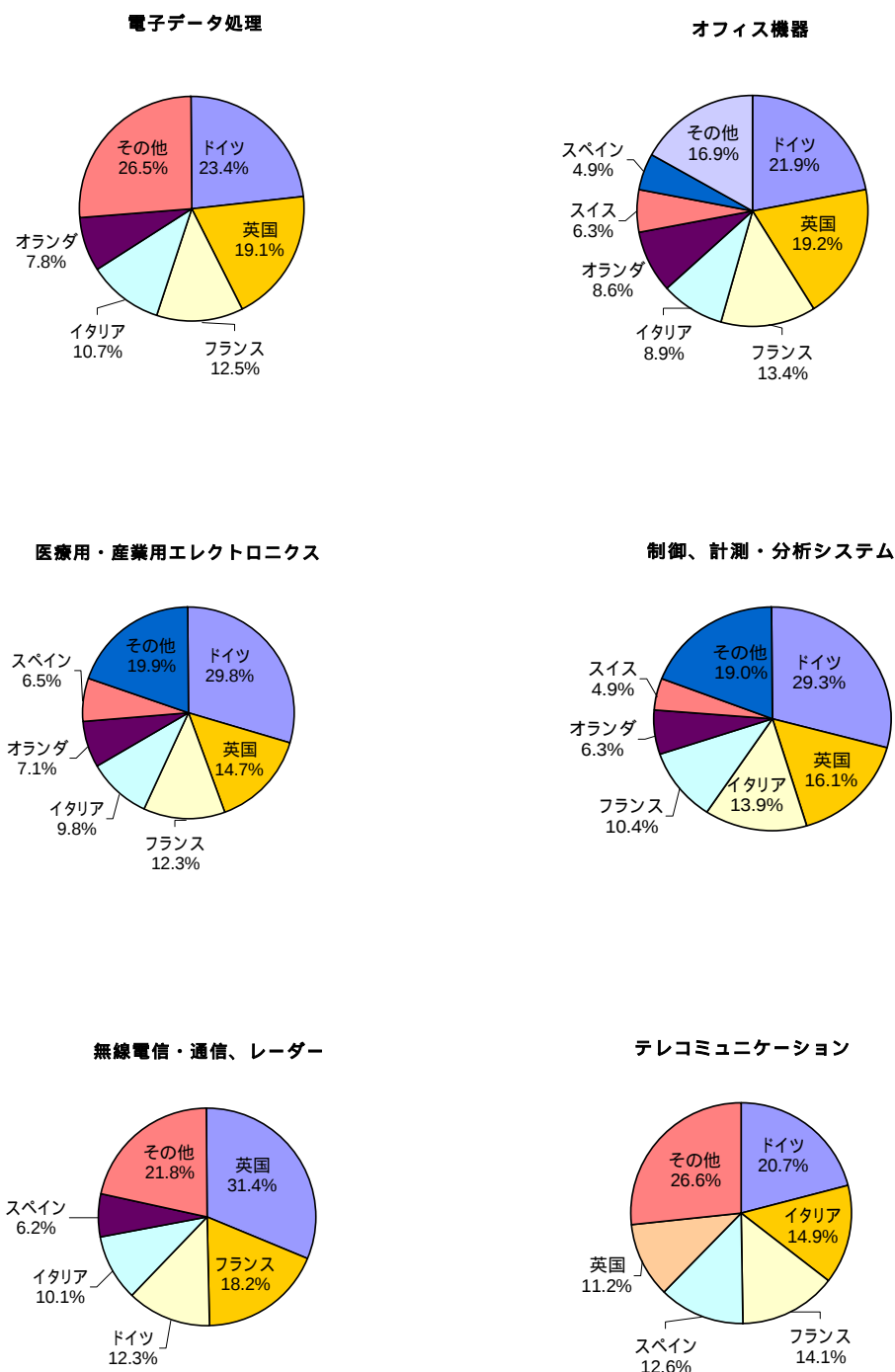
	2001 年	2002 年	2003 年*	2004 年*	2005 年*	2006 年*	2007 年*
電子データ処理機器	84,496	80,542	77,324	78,149	83,064	87,883	91,087
電子部品	54,167	48,341	47,568	51,855	53,527	53,048	55,075
無線電信・通信、レーダー**	31,690	28,840	28,119	28,696	30,725	32,550	33,934
家電	23,385	25,566	25,854	26,352	26,936	27,441	27,903
制御、計測・分析システム	23,433	23,519	23,498	23,895	24,502	25,063	25,539
テレコミュニケーション	23,329	16,429	15,661	15,897	16,686	17,370	17,747
医療用・産業用エレクトロニクス	9,202	9,822	9,882	10,095	10,405	10,689	10,937
オフィス機器	3,717	3,572	3,498	3,489	3,491	3,471	3,425
エレクトロニクス計	253,418	236,631	231,404	238,428	249,336	257,516	265,648

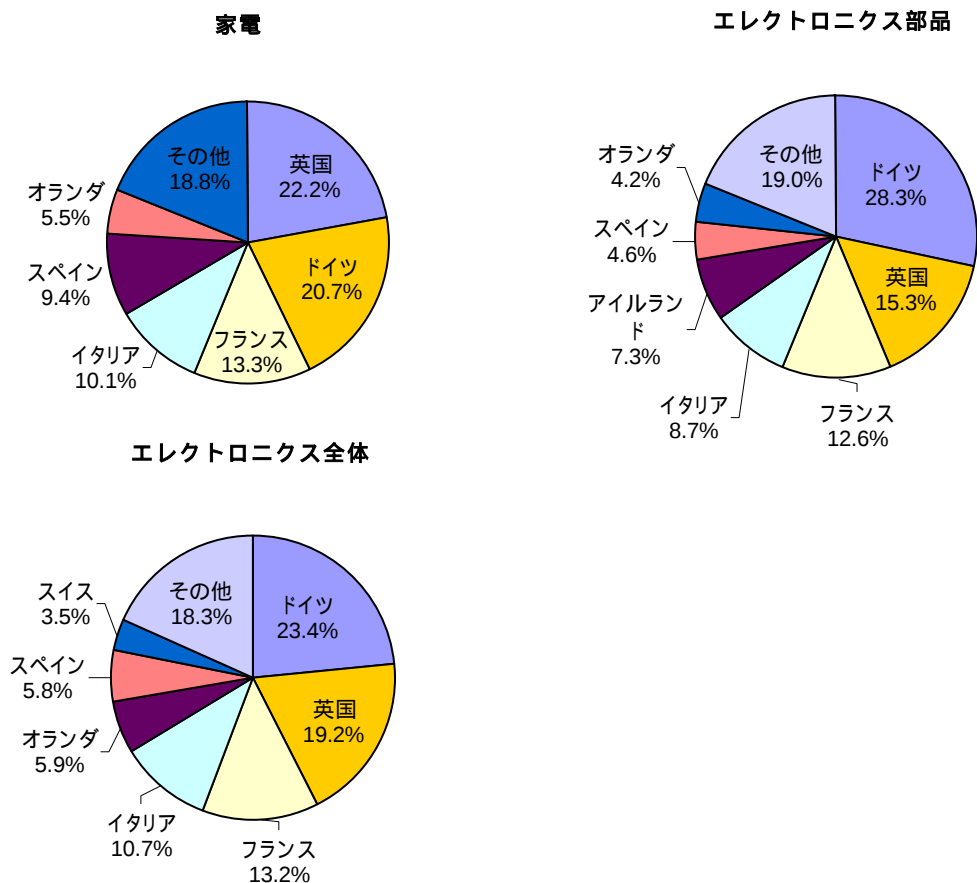
(注) * 2003 年は速報値。2004 年から 2007 年は予測値。**携帯電話を含む。

出所: “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

図 6 には各製品分野に占める各国の市場の割合を示した。ドイツ・英国・フランス・イタリアがほとんどの分野で上位 4 カ国となっているが、各分野別に各国の市場の特徴が出ており、特に電話やファックスなどテレコミュニケーション機器でイタリアとスペインの割合が目立っている。

図 6： 西欧市場における製品分野別の各国構成比（2003 年）

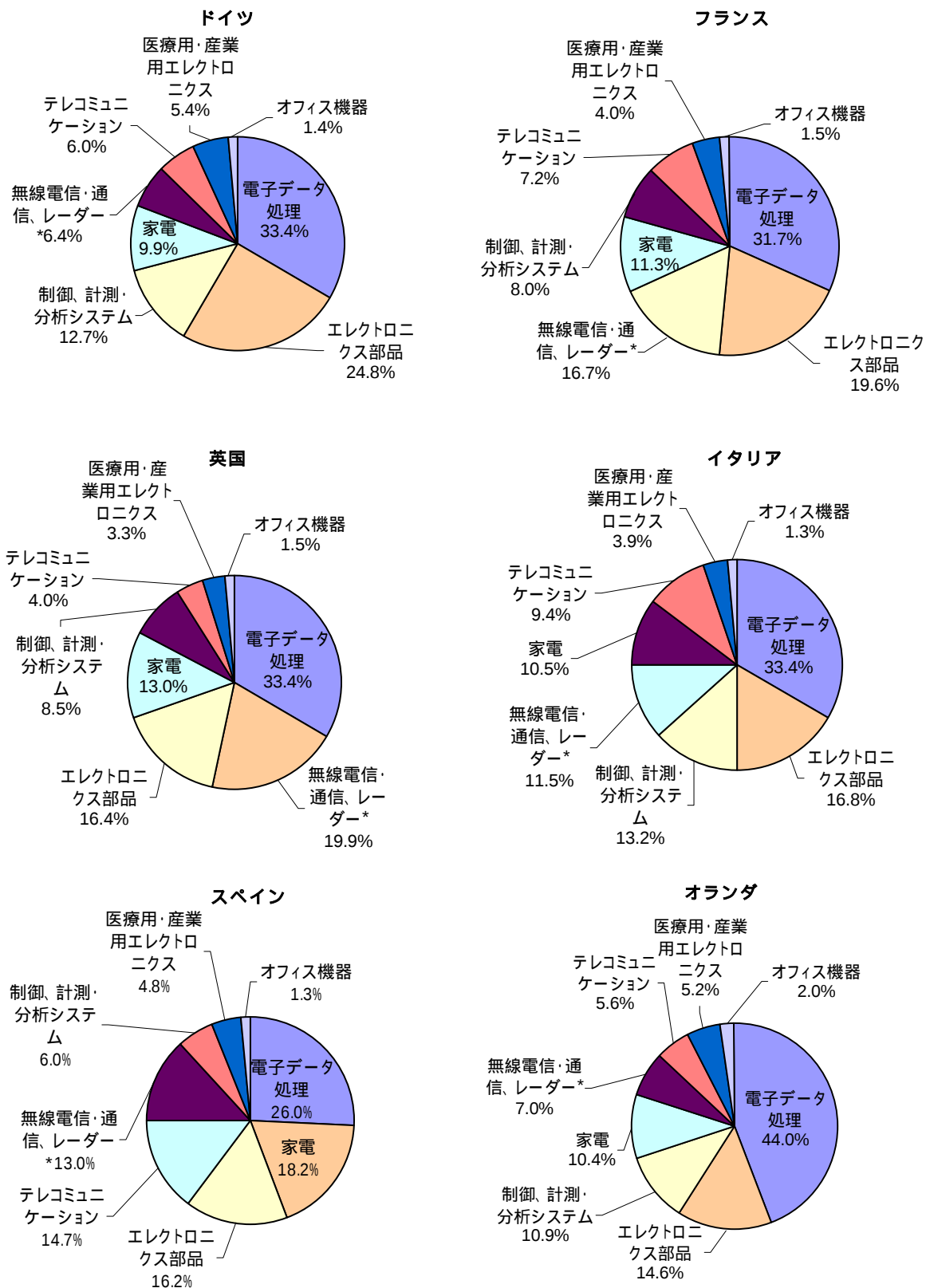




出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

エレクトロニクス市場でトップ6カ国のそれぞれの市場に占める製品分野の割合を図7に示した。各国でデータ処理が最大の割合を占め特にオランダで顕著である。3大市場の中でドイツとフランスでは電子部品(エレクトロニクス部品)が大きな割合を占めているが、英国ではこれと異なり無線電信・通信・レーダー分野が重要な地位を占めている。家電の占める割合は各国で10%弱から11%強だが、スペインでは家電が18%を超えている。これはスペインの市場規模がドイツの4分の1、フランスの2分の1と小規模なこと一因である。同様にスペインではテレコミュニケーション機器も15%弱と大きい。

図 7： 主要 6 カ国の製品分野別の市場構成比



出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

エレクトロニクス企業の売上とエレクトロニクス製品輸出入

欧州企業の売上

表 9 には欧州企業をエレクトロニクス分野の売上高の多い順に示した。自動車の電子部品を生産・販売する企業も多く含まれており、6 位のボッシュも自動車関連が多いほか 7 位のテーレ、17 位コンチネンタル、21 位ヴァレオ、26 位フィアットも自動車用電子部品の売上によるものである。欧州企業では、2 位ノキア、4 位アルカテル、5 位エリクソンのように、通信関連企業が上位を占めている。

エレクトロニクス輸出

表 10 のエレクトロニクス製品の輸出を各国別に見ると以下のような特徴がある。

- ・ 2002 年の輸出額で 1 位はドイツの 560 億ドル、2 位は英国の 455 億ドル、3 位はフィリピンの本拠地があるオランダで、フランスの 308 億ドルを上回った。
- ・ オランダは、電子データ処理製品ではトップの 184 億ドルで、オフィス機器でもトップ、医療用・産業用エレクトロニクス製品ではドイツに次いで 2 位である。オランダのエレクトロニクス産業で電子データ処理機器は 4 割以上を占めており、重要な輸出産業になっている。
- ・ 通信ではノキアの本拠地があるフィンランドが、ドイツ・フランス・英国の 3 カ国に次ぐ規模の輸出国となっている。
- ・ 家電では、ドイツが 30 億ドルでトップだが、2 位は 28 億ドルのスイスとなっている。これは電子時計などの製品が含まれるためである。3 位はフランス 22 億ドル、4 位はベルギーの 21 億ドルで、オランダも 20 億ドルで 5 位につけている。
- ・ 電子部品ではアクティブ部品¹で英国が 92 億ドルでトップだが、2 位のドイツのほか、3 位オランダが 68 億ドル、4 位アイルランドが 55 億ドルと目立っている。

エレクトロニクス輸入

表 11 のエレクトロニクス製品の輸入実績では以下のような特徴がある。

- ・ 西欧 16 カ国の輸入総額は 3,032 億ドルで、輸出額の 2,648 億ドルに比べて約 15% 多い。2002 年の輸入額は 1 位がドイツの 639 億ドルで、2 位が英国の 524 億ドル、3 位はオランダの 418 億ドル、4 位はフランスの 338 億ドルの順である。
- ・ オランダは輸入額でフランスを大幅に上回るうえ、データ処理が 219 億ドルでドイツに次ぐ規模であり、オフィス機器でもドイツに次ぎ 2 位となっている。
- ・ 16 カ国の中で、輸出額が輸入額を上回っているのはフィンランドとアイルランドの 2 カ

¹ アクティブ部品 (Active Components): 電子回路に組み込まれると、ソフトウェアやコントロール・コマンドからの命令を受けて回路の動きを変える複合構成物。半導体、集積回路、真空管など。

パッシブ部品 (Passive Components): 電子回路に組み込まれると、その存在により回路の動きを変えるごく小さなハードウェアの一種。電流の流れを変える抵抗器、コンデンサー、プリント配線板、コネクタ、センサーなど。

国だけである。フィンランドは通信分野、アイルランドは電子部品に強い。

- ・家電ではドイツ 67 億ドル、英国 56 億ドル、フランス 39 億ドルで 3 大市場がそのまま上位となったが、4 位は市場規模の小さいオランダが 31 億ドルとなっている。
- ・電子部品の輸入でもドイツ、英国、フランス、オランダが上位を占めている。

表 9： 欧州企業のエレクトロニクス売上高の順位

(単位：100 万ユーロ)

順位	企業名	国名	2001 年	2002 年		該当決算期
			電気製品 売上高	電気製品 売上高	総売上高	
1	Siemens	ドイツ	38,889	35,623	84,016	2002 年 9 月
2	Nokia	フィンランド	31,191	30,016	30,016	2002 年 12 月
3	Philips Electronics	オランダ	24,060	23,356	31,820	2002 年 12 月
4	Alcatel	フランス	25,353	16,547	16,547	2002 年 12 月
5	Ericsson	スウェーデン	25,064	15,914	15,914	2002 年 12 月
6	Bosch	ドイツ	12,591	13,999	34,997	2002 年 12 月
7	Thales	フランス	10,268	11,105	11,105	2002 年 12 月
8	Thomson multimedia	フランス	10,391	10,187	10,187	2002 年 12 月
9	STMicroelectronics	イタリア / フランス	7,095	6,678	6,678	2002 年 12 月
10	Infineon	ドイツ	5,671	5,207	5,207	2002 年 9 月
11	BAE Systems	英国	5,206	5,192	12,819	2002 年 12 月
12	EADS	ドイツ / フランス / スペイン	4,558	4,425	29,901	2002 年 12 月
13	Agfa	ベルギー	3,826	3,718	4,683	2002 年 12 月
14	Oce	オランダ	3,234	3,176	3,176	2002 年 11 月
15	Marconi Systems	英国	6,261	2,963	3,178	2003 年 3 月
16	ABB	スイス	3,245	2,901	19,339	2002 年 12 月
17	Continental AG	ドイツ	2,314	2,829	11,408	2002 年 12 月
18	Invensys	英国	3,936	2,788	7,965	2003 年 3 月
19	SAGEM	フランス	3,038	2,763	2,763	2002 年 12 月
20	Medion	ドイツ	2,117	2,627	2,627	2002 年 12 月
21	Valeo	フランス	2,579	2,608	9,803	2002 年 12 月
22	Finmeccanica	イタリア	2,181	2,451	7,588	2002 年 12 月
23	Schneider Electric	フランス	2,064	2,220	9,061	2002 年 12 月
24	Smiths Group	英国	2,199	2,113	5,117	2002 年 7 月
25	ASML Lithography	オランダ	1,589	1,959	1,959	2002 年 12 月
26	Fiat	イタリア	2,552	1,892	55,649	2002 年 12 月
27	Elcoteq	フィンランド	1,863	1,840	1,840	2002 年 12 月
28	MEMEC*	英国	2,344	1,691	1,691	2002 年 12 月
29	FCI Connect	フランス	1,966	1,560	1,560	2002 年 12 月
30	Bull	フランス	2,544	1,514	1,514	2002 年 12 月
31	Rheinmetall	ドイツ	1,358	1,472	4,571	2002 年 12 月
32	Ascom	スイス	1,860	1,333	1,333	2002 年 12 月
33	Epcos	ドイツ	1,905	1,312	1,312	2002 年 9 月
34	Premier Farnell	英国	1,169	1,150	1,150	2003 年 1 月
35	Swatch	スイス	1,152	1,132	2,764	2002 年 12 月
36	Electrocomponents	英国	1,101	1,127	1,127	2003 年 3 月
37	Cookson Group	英国	1,235	1,052	2,620	2002 年 12 月

*概算値

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

表 10： 西欧各国のエレクトロニクス製品輸出実績

(単位：100 万ドル)

	2001年	2002年	2001年	2002年	2001年	2002年	2001年	2002年
	電子データ処理		アクティブ部品		無線電信・通信、 レ-ダ-*		制御、計測・ 分析システム	
ドイツ	13,562	14,181	8,240	7,815	7,404	8,010	7,896	8,512
英国	17,351	14,663	9,141	9,181	7,874	7,012	4,226	4,003
オランダ	17,237	18,397	6,591	6,765	802	795	1,491	1,450
フランス	7,790	6,895	5,167	4,311	6,932	7,452	2,457	2,617
アイルランド	17,012	14,115	5,321	5,553	437	563	289	308
ベルギー	4,550	4,906	1,196	1,079	874	725	592	714
イタリア	3,065	2,930	1,217	1,346	748	1,018	1,413	1,389
フィンランド	339	312	313	458	4,682	5,707	449	472
スイス	946	478	510	438	411	320	1,638	1,732
スウェーデン	620	813	452	332	2,332	2,524	833	891
オーストリア	851	1,000	1,173	1,202	1,222	1,949	453	415
デンマーク	924	1,107	174	171	1,026	2,012	560	618
スペイン	1,318	926	437	342	393	508	414	390
ポルトガル	238	305	370	527	77	83	46	73
ノルウェー	312	264	71	78	392	392	294	324
ギリシャ	71	63	13	9	71	82	9	10
計	86,185	81,356	40,386	39,608	35,678	39,151	23,062	23,918
	テレコミュニケーション		家電		パッシブ部品		医療用・産業用 エレクトロニクス	
ドイツ	4,154	3,634	2,644	3,041	4,727	4,430	3,193	3,794
英国	6,184	4,218	1,912	1,530	2,657	2,273	754	801
オランダ	3,570	1,998	2,038	1,956	1,006	886	1,519	1,845
フランス	3,878	2,889	2,344	2,213	1,836	1,695	735	783
アイルランド	2,426	1,586	95	111	744	422	888	1,076
ベルギー	1,624	1,160	1,705	2,075	644	732	182	268
イタリア	2,146	1,121	363	485	1,469	1,335	518	536
フィンランド	2,188	1,554	153	157	322	340	393	443
スイス	370	304	2,804	2,830	856	704	821	1,227
スウェーデン	2,387	1,848	378	404	410	415	246	247
オーストリア	428	342	514	402	1,255	1,372	230	282
デンマーク	254	221	468	569	218	189	429	482
スペイン	788	439	1,512	1,558	499	495	96	117
ポルトガル	24	17	692	718	430	395	6	11
ノルウェー	165	200	25	31	40	29	95	123
ギリシャ	151	113	12	24	12	6	5	8
計	30,736	21,642	17,658	18,103	17,125	15,718	10,110	12,046

	2001年	2002年	2001年	2002年	2001年	2002年
	オフィス機器		その他		合 計	
ドイツ	328	392	2,255	2,232	54,403	56,042
英国	328	267	1,620	1,570	52,045	45,518
オランダ	993	964	1,058	1,374	36,304	36,430
フランス	238	394	1,429	1,563	32,804	30,813
アイルランド	64	28	279	347	27,555	24,110
ベルギー	125	111	722	754	12,215	12,525
イタリア	128	91	961	970	12,027	11,220
フィンランド	11	14	208	141	9,057	9,596
スイス	12	8	79	75	8,447	8,116
スウェーデン	17	23	279	208	7,955	7,703
オーストリア	28	29	517	431	6,671	7,424
デンマーク	41	34	481	459	4,576	5,862
スペイン	85	77	360	432	5,901	5,284
ポルトガル	2	2	263	206	2,149	2,337
ノルウェー	1	2	71	46	1,466	1,489
ギリシャ	1	1	8	12	354	329
計	2,400	2,438	10,589	10,819	273,929	264,799

出所： 同上

表 11： 西欧各国のエレクトロニクス製品輸入実績

(単位：100 万ドル)

	2001年	2002年	2001年	2002年	2001年	2002年	2001年	2002年
	電子データ処理		アクティブ部品		家電		無線電信・通信、 レ-ダ-*	
ドイツ	24,101	24,618	10,540	9,828	5,892	6,692	4,829	5,313
英国	22,439	20,531	9,703	8,373	4,899	5,575	5,736	5,200
オランダ	20,791	21,897	7,184	7,231	3,010	3,124	1,371	1,199
フランス	13,103	11,903	5,450	4,890	3,574	3,872	3,896	3,727
イタリア	6,767	6,609	2,820	2,602	2,426	2,792	1,959	2,295
ベルギー	5,740	6,093	1,636	1,475	1,571	2,154	1,170	1,011
アイルランド	10,074	7,742	3,523	3,824	251	319	513	675
スペイン	3,740	3,298	1,109	1,067	2,013	2,398	1,732	1,894
オーストリア	2,214	2,313	1,155	1,210	739	758	1,769	2,434
スイス	3,833	3,486	750	671	740	771	1,106	949
スウェーデン	2,581	2,702	1,230	914	894	1,127	710	767
デンマーク	1,932	2,133	401	380	543	657	769	1,529
フィンランド	1,162	1,206	1,196	1,325	305	322	754	1,137
ノルウェー	1,400	1,477	193	174	383	419	429	458
ポルトガル	972	885	339	393	380	407	424	513
ギリシャ	581	634	71	38	354	394	358	286
計	121,431	117,528	47,295	44,395	27,973	31,779	27,525	29,388

出所： “ The Yearbook of World Electronics Data 2004 ” , Reed Electronics Research

表 11 (続き) : 西欧各国のエレクトロニクス製品輸入実績

	2001年	2002年	2001年	2002年	2001年	2002年	2001年	2002年
	制御、計測・分析システム		テレコミュニケーション		パッシブ部品		医療用・産業用エレクトロニクス	
ドイツ	4,560	4,502	3,713	2,649	4,572	4,181	2,603	2,870
英国	3,387	3,125	5,784	3,943	3,057	2,321	955	976
オランダ	1,356	1,276	4,188	2,482	1,038	938	1,229	1,520
フランス	2,576	2,651	2,770	1,704	1,837	1,613	985	1,087
イタリア	2,152	2,064	2,371	1,840	1,664	1,380	712	759
ベルギー	896	1,025	1,637	1,159	610	679	309	356
アイルランド	286	261	1,533	1,058	939	713	319	88
スペイン	831	944	1,830	1,199	701	632	402	504
オーストリア	713	666	649	475	1,039	1,129	206	221
スイス	918	937	494	385	510	415	280	317
スウェーデン	757	742	859	640	838	709	253	236
デンマーク	276	318	700	487	315	308	202	204
フィンランド	327	325	455	359	661	597	254	314
ノルウェー	234	273	268	211	135	115	129	158
ポルトガル	198	189	311	185	258	250	104	103
ギリシャ	107	99	297	219	59	52	63	102
計	19,573	19,398	27,859	18,995	18,231	16,033	9,003	9,813
	オフィス機器		その他		合 計			
ドイツ	729	721	2,588	2,555	64,127	63,929		
英国	432	469	1,970	1,857	58,361	52,370		
オランダ	733	692	1,089	1,399	41,988	41,758		
フランス	504	627	1,713	1,756	36,405	33,829		
イタリア	273	302	783	850	21,926	21,494		
ベルギー	187	165	801	856	14,555	14,973		
アイルランド	58	45	229	208	17,724	14,933		
スペイン	163	183	677	748	13,197	12,868		
オーストリア	80	72	429	352	8,994	9,630		
スイス	192	180	190	177	9,014	8,288		
スウェーデン	81	90	332	286	8,534	8,211		
デンマーク	83	76	380	344	5,602	6,437		
フィンランド	46	55	154	149	5,313	5,790		
ノルウェー	65	63	132	126	3,369	3,474		
ポルトガル	46	44	371	308	3,404	3,276		
ギリシャ	63	42	84	85	2,036	1,950		
計	3,736	3,826	11,919	12,055	314,549	303,212		

(注) *携帯電話を含む。表は 2002 年をベースとし、国別と項目別の数値が高い順で作成。

出所 : “ The Yearbook of World Electronics Data 2004 ” , Reed Electronics Research

(2) 中東欧・ロシアの市場規模

中東欧・ロシア各国の市場規模

中東欧・ロシアのエレクトロニクス市場は、表 12 および図 8 のように 2001 年も前年を上回り市場は着実に拡大している。これは前述した西欧が、2001 年・2002 年と連続して前年に比べて減少したのとは対照的である。中東欧・ロシア全体の市場規模は 2006 年に 400 億ドルを上回って、2000 年の水準に比べて 43% 増とほぼ 1.5 倍の規模に膨らむと予想されている。

表 12： 中東欧・ロシアのエレクトロニクス市場の推移

(単位：100 万ドル)

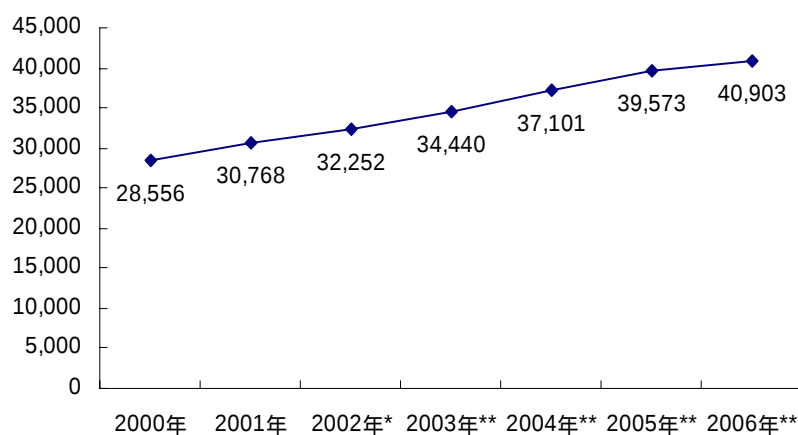
	2000 年	2001 年	2002 年*	2003 年*	2004 年*	2005 年*	2006 年*
10 カ国計	28,556	30,768	32,252	34,440	37,101	39,573	40,903

(注) *2002 年は推定値(速報値)。2003 年から 2006 年は予測値。

出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

図 8： 中東欧・ロシアのエレクトロニクス市場の推移

(単位：100 万ドル)

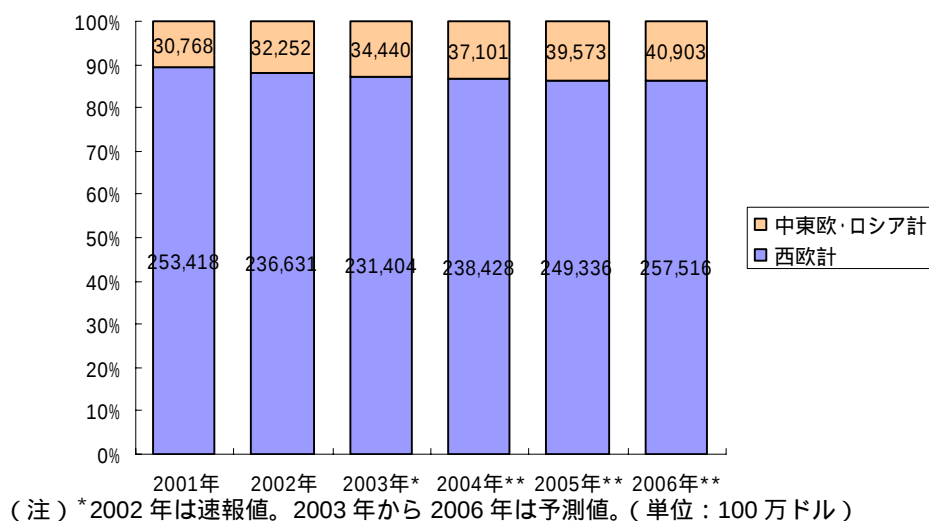


(注) *2002 年は速報値。**2003 年から 2006 年は予測値。

出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

中東欧・ロシアの市場は拡大を続けているものの、金額ベースで西欧市場と比べると依然として市場規模はかなり小さい。図 9 に示したように 2001 年で中東欧・ロシア 10 カ国の市場が西欧も含めた欧州 26 カ国の市場に占める割合は 11% 弱で、西欧 16 カ国の市場の 8 分の 1 に過ぎない。これはフランス 1 カ国の規模(340 億ドル)を下回る。2006 年でも中東欧・ロシア市場は、全欧州市場の 14% 弱程度と予想され、英国 1 カ国の規模(500 億ドル弱)には到達しない。

図 9： 西欧と中東欧・ロシアの市場規模構成比の推移



出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

表 13 のように各国別に見ると、2002 年に最大の市場はポーランドで、これにロシアとハンガリーが続き、4 位のチェコはやや規模が小さい。西欧と比較すると、2002 年のポーランドの市場規模は西欧ではアイルランド程度、ロシアの市場規模はオーストリア程度である。

表 13： 中東欧・ロシア 10 カ国のエレクトロニクス市場の推移

(単位: 100 万ドル)

	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年*	2004 年*	2005 年*	2006 年*
ポーランド	6,940	7,037	7,153	7,480	7,893	8,307	8,445
ロシア	5,389	6,239	6,680	7,114	7,565	8,048	8,398
ハンガリー	6,450	6,289	6,420	6,866	7,426	7,870	8,122
チェコ	3,326	3,869	4,029	4,223	4,592	4,895	5,066
ルーマニア	1,735	1,975	2,175	2,444	2,764	3,088	3,216
スロバキア	1,374	1,621	1,785	1,969	2,160	2,335	2,418
ウクライナ	1,346	1,542	1,688	1,824	1,985	2,135	2,240
スロベニア	967	980	1,002	1,084	1,174	1,257	1,299
クロアチア	588	707	772	834	897	958	994
ブルガリア	441	509	548	601	646	682	704
計	28,556	30,768	32,252	34,440	37,101	39,573	40,903

(注) *2002 年は速報値。2003 年から 2006 年は予測値。

出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

表 14 のように、各国の 2002 年の成長率は、ルーマニアとスロバキアが 10.1%でトップに並び、ウクライナの 9.5%とクロアチアの 9.2%が続いた。10 カ国の平均は 4.8%だった。2003～2005 年まで 10 カ国の平均は 7%前後で推移すると予想され、ロシアの市場規模は 2006 年にポーランドと同程度まで拡大すると予測されている。年率 10%前後の大幅な伸びが期待されるのはルーマニアとスロバキアである。

表 14： 中東欧・ロシア各国市場の成長率の推移

(単位：%)

	2001 年	2002 年	2003 年*	2004 年*	2005 年*	2006 年*
ルーマニア	11.3	10.1	12.4	13.1	11.7	4.1
スロバキア	15.3	10.1	10.3	9.7	8.1	3.6
ウクライナ	12.0	9.5	8.0	8.9	7.5	4.9
クロアチア	17.5	9.2	8.1	7.5	6.8	3.8
ブルガリア	12.8	7.6	9.8	7.4	5.6	3.3
ロシア	13.2	7.1	6.5	6.3	6.4	4.4
チェコ	13.7	4.1	4.8	8.8	6.6	3.5
スロベニア	0.9	2.3	8.2	8.3	7.1	3.4
ハンガリー	4.7	2.1	6.9	8.2	6.6	3.2
ポーランド	0.9	1.6	4.6	5.5	5.2	1.7
10 カ国計	5.3	4.8	6.8	7.7	6.7	3.4
東欧計	3.0	3.9	6.8	8.0	6.7	3.0
旧ソ連計	12.9	7.6	6.8	6.8	6.6	4.5

(注) *2002 年は速報値。2003 年から 2006 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

中東欧・ロシアの製品分野別の市場規模

表 15 に各製品分野の市場規模と今後の予想を示した。最も多いのは電子データ処理機器で 2002 年に約 92 億ドルで、次が電子部品の約 70 億ドルだった。家電は 2002 年に約 31 億ドル、全体に占める割合は 10%弱である。全ての製品分野で順調な需要の拡大が見込まれている。

表 15： 中東欧・ロシアの製品分野別市場規模の推移

(単位：100 万ドル)

	2000 年	2001 年	2002 年*	2003 年*	2004 年*	2005 年*	2006 年*
電子データ処理機器	7,903	8,597	9,209	9,974	10,955	11,831	12,314
電子部品	6,221	6,786	6,991	7,559	8,364	9,148	9,544
無線電信・通信、リーダー**	3,695	4,066	4,301	4,599	4,872	5,121	5,258
テレコミュニケーション	3,605	3,940	4,032	4,204	4,393	4,560	3,704
家電	2,907	3,013	3,145	3,297	3,452	3,604	3,704
制御、計測・分析システム	2,303	2,317	2,418	2,527	2,653	2,766	2,828
医療用・産業用エレクトロニクス機器	1,512	1,642	1,743	1,861	1,984	2,103	2,197
オフィス機器	410	407	412	418	428	438	445
計	28,556	30,768	32,252	34,440	37,101	39,573	40,903

(注) *2002 年は速報値。2003 年から 2006 年は予測値。

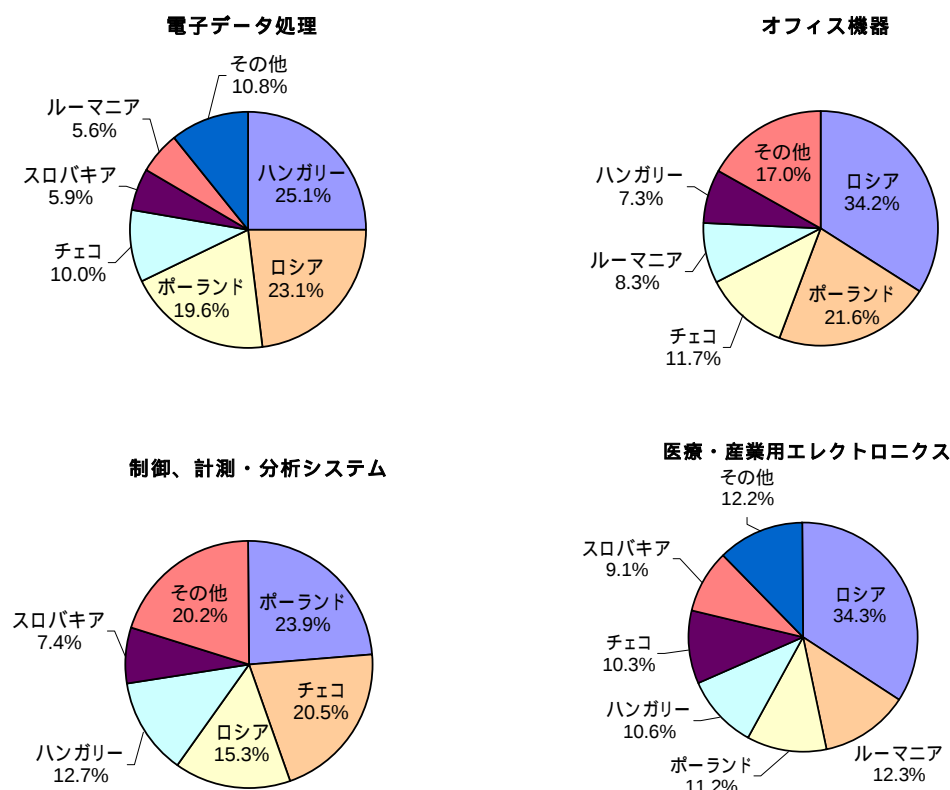
**携帯電話を含む。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

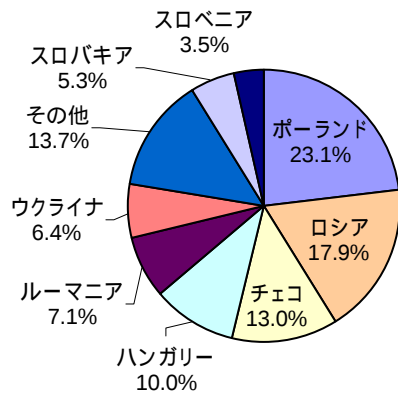
図 10 には、各製品分野で中東欧・ロシア市場における各国市場の割合を示した。エレクトロニクス全体では、ポーランド 22.2%、ロシア 20.7%、ハンガリー 19.9% とほぼ同規模で、3 カ国で 10 カ国全体の 3 分の 2 を占め、これにチェコを加えた 4 カ国では 75% となる。各製品分野では以下のような特徴が見られる。

- ・ オフィス機器および医療用・産業用エレクトロニクスではロシアが約 35% を占め他の国に比べて市場規模が圧倒的に大きい。
- ・ チェコは全体では 4 位だが、制御、計測・分析システムや無線・通信分野では中東欧内でポーランドに次ぐ大きな市場である。
- ・ ルーマニアは全体では市場が小さいものの、医療用・産業用エレクトロニクス市場では、ポーランド、ハンガリー、チェコを上回っている。
- ・ 家電では 1 位のロシアと 2 位のポーランドを合わせると中東欧・ロシア全体の半分以上を占め、これにチェコとハンガリーを加えると全体の 8 割に達する。
- ・ エレクトロニクス部品では、エレクトロニクス生産国となっているハンガリーが 35.7% と圧倒的に多く、ポーランドやチェコも規模が大きくこの 3 カ国で全体の 7 割を占めている。

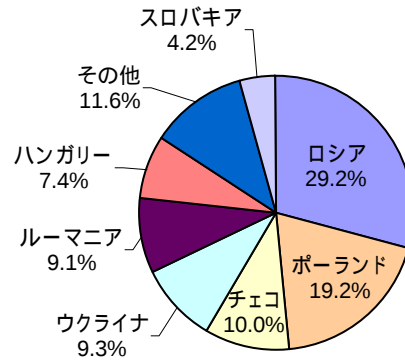
図 10： 中東欧・ロシア市場における製品分野別の各国構成比（2002 年）



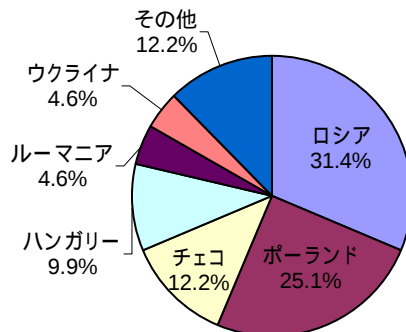
無線電信・通信、レーダー



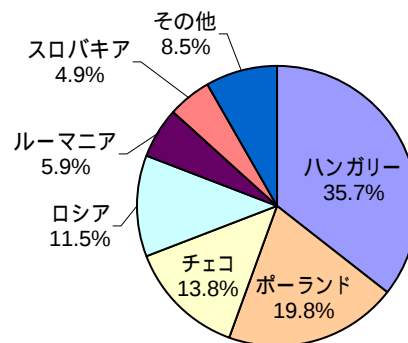
テレコミュニケーション



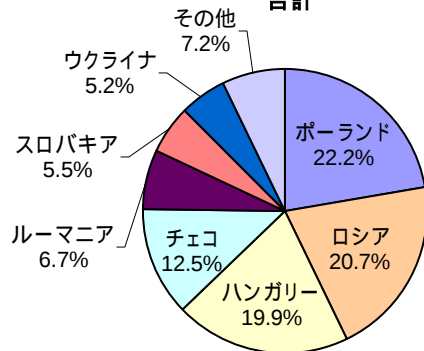
家電



エレクトロニクス部品



合計



出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

表 16 には、中東欧・ロシア 10 カ国の各国市場が、各製品分野で西欧 16 カ国を含めた欧州 26 カ国の市場に占める地位を示した。以下のような特徴が分かる。

- ・エレクトロニクス全体で中東欧・ロシアは欧州 26 カ国全体の 10.9%を占めるが、医療用・産業エレクトロニクスは 15.1%、テレコミュニケーションは 14.2%で割合が高い。逆に制御、計測・分析システムは 8.8%、電子データ処理機器は 9.2%で割合が低い。
- ・ロシアはオフィス機器で欧州全体の 3.3%を占め 8 位、医療用・産業用エレクトロニクスで 5.2%を占め 6 位と、それぞれ上位に入る市場規模である。
- ・ハンガリーは電子部品では欧州全体の 4.2%を占め順位では 6 位に食い込み、電子データ処理機器では欧州全体で 2.3%を占め 9 位である。
- ・ポーランドは無線・通信で 3.0%を占め 7 位、テレコミュニケーションでは 4.6%を占め 6 位である。
- ・家電ではロシアが欧州全体 3.6%を占め 7 位、ポーランドが 2.9%で 8 位と西欧内の中堅規模の国に並ぶ規模となっている。

表 16： 欧州全体における中東欧・ロシア各国市場の製品分野別構成比（2002 年）

	医療用・産業用 エレクトロニクス		テレコミュニケーション		無線電信・通信、レーダー		家電	
	構成比	(順位)	構成比	(順位)	構成比	(順位)	構成比	(順位)
ポーランド	1.75%	12	4.59%	6	2.96%	7	2.90%	8
ハンガリー	1.63%	15	1.17%	19	1.30%	15	1.13%	17
ロシア	5.15%	6	2.79%	10	2.18%	11	3.58%	7
チェコ	1.58%	18	1.51%	15	1.66%	13	1.40%	15
ルーマニア	1.89%	11	1.27%	17	0.84%	19	0.51%	22
スロバキア	1.31%	19	0.59%	22	0.62%	22	0.43%	23
ウクライナ	0.55%	23	1.38%	16	0.78%	20	0.52%	21
スロベニア	0.40%	26	0.45%	24	0.49%	24	0.40%	24
クロアチア	0.45%	24	0.44%	25	0.30%	25	0.29%	25
ブルガリア	0.43%	25	0.03%	26	0.25%	26	0.22%	26
合 計	15.14%		14.22%		11.38%		11.38%	

	電子部品		オフィス機器		電子データ処理		制御、計測・分析システム	
	構成比	(順位)	構成比	(順位)	構成比	(順位)	構成比	(順位)
ポーランド	2.23%	12	2.28%	11	1.89%	14	2.20%	11
ハンガリー	4.19%	6	0.70%	21	2.34%	9	1.13%	16
ロシア	1.28%	17	3.29%	8	2.07%	12	1.37%	14
チェコ	1.53%	15	1.14%	18	0.93%	19	1.87%	12
ルーマニア	0.62%	20	0.80%	20	0.48%	22	0.51%	22
スロバキア	0.53%	21	0.41%	22	0.52%	21	0.63%	19
ウクライナ	0.36%	22	0.36%	24	0.36%	23	0.48%	23
スロベニア	0.33%	24	0.27%	25	0.23%	25	0.45%	24
クロアチア	0.12%	25	0.39%	23	0.23%	24	0.17%	26
ブルガリア	0.11%	26	0.22%	26	0.13%	26	0.02%	25
合 計	11.29%		9.86%		9.18%		8.83%	

	合計	
	構成比	(順位)
ポーランド	2.48%	11
ハンガリー	2.22%	12
ロシア	2.20%	13
チェコ	1.36%	16
ルーマニア	0.70%	21
スロバキア	0.57%	22
ウクライナ	0.54%	23
スロベニア	0.35%	24
クロアチア	0.25%	25
ブルガリア	0.18%	26
合 計	10.85%	

別合計値の高い順で作成。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

中東欧・ロシア各国のエレクトロニクス製品輸出入

表 17 には中東欧・ロシア 10 カ国のエレクトロニクス製品の輸出実績を、表 18 には輸入実績を示した。以下のような特徴が見られる。

輸出

- ・中東欧・ロシアからの輸出額で最も大きいのはデータ処理で、2001 年の金額は 38 億 5,000 万ドルだった。家電が 2 位に入っており、2001 年の金額では 32 億ドルとなっている。
- ・輸出額を国別に見るとハンガリーが 77 億ドルで圧倒的に多く、中東欧・ロシア 10 カ国全体の約 50%を占めている。これに次ぐチェコは 33 億ドルでハンガリーの半分未満、ポーランドが 16 億ドル、ロシアが 11 億ドルで、ハンガリー・チェコ・ポーランドの 3 カ国で全体の 8 割、これにロシアを加えると全体の 9 割となる。
- ・ハンガリーは特に電子データ処理機器や無線・通信では中東欧・ロシアで随一の輸出規模である。
- ・家電でもハンガリーの輸出額が圧倒的に大きく 14 億ドルで、2 位がポーランドの 9 億ドル、3 位がチェコの 6 億ドルである。この 3 カ国で 10 カ国全体の家電輸出額 320 億ドルの 9 割を超えている。
- ・制御・計測・分析システムではロシアが強く、ハンガリー、チェコを加えた 3 カ国が輸出国である。

輸入

- ・中東欧・ロシア 10 カ国のエレクトロニクス製品輸入額は 2001 年に 260 億ドルで、輸出額の 156 億ドルに比べて 67%上回っている。
- ・輸入額で最も大きいのは電子データ処理機器で 2001 年に 81 億ドル、これに続いて無線電信・通信、レーダーが 34 億ドル、アクティブ部品が 32 億ドル、テレコミュニケーションが 24 億ドルである。電子データ処理機器の輸入額の全輸入額に占める割合は 31%となっている。
- ・10 カ国の中で、輸出額が輸入額を上回っているのは電子産業の発展が著しいハンガリーだけである。
- ・輸入額でもハンガリーが 61 億ドルで最も多く、ポーランドとロシアが各 50 億ドル、チェコが 45 億ドルでこれに続いている。
- ・家電の輸入額は中東欧・ロシア 10 カ国全体で 21 億ドルである。ロシアが 6.5 億ドルで最も多く、ポーランドが 4.4 億ドル、ハンガリーとチェコが各 2.8 億ドルとなっている。

表 17： 中東欧・ロシア各国のエレクトロニクス製品輸出実績

(単位：100 万ドル)

	電子データ処理		家電		無線電信・通信、 レーダー*		パッシブ部品	
	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年
ハンガリー	3,870	2,519	1,403	1,429	891	1,599	737	741
チェコ	472	1,002	243	575	118	130	874	678
ポーランド	89	86	642	908	22	37	59	60
ロシア	50	30	100	148	99	150	56	50
ルーマニア	127	73	2	4	146	112	32	41
スロバキア	101	78	69	95	29	39	55	75
スロベニア	16	18	49	36	12	13	124	101
ウクライナ	15	18	0	0	25	30	51	40
クロアチア	9	17	0	0	18	21	41	45
ブルガリア	8	8	0	0	3	4	20	22
計	4,757	3,849	2,508	3,195	1,363	2,135	2,049	1,853
	テレコミュニケーション		制御・計測・分析 システム		アクティブ部品		医療用・産業用 エレクトロニクス機器	
	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年
ハンガリー	79	329	146	231	197	383	17	17
チェコ	53	338	110	155	196	295	40	50
ポーランド	67	68	49	50	215	247	8	11
ロシア	22	14	336	559	201	112	48	24
ルーマニア	96	197	7	11	23	22	4	7
スロバキア	34	38	13	17	34	29	2	2
スロベニア	66	117	39	41	6	6	7	7
ウクライナ	42	50	23	25	10	20	6	7
クロアチア	40	58	26	43	3	4	0	3
ブルガリア	4	4	8	13	7	5	3	4
計	503	1,213	757	1,145	892	1,123	135	132
	オフィス機器		その他		合計			
	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年		
ハンガリー	0	1	462	480	7,802	7,729		
チェコ	14	11	104	106	2,224	3,340		
ポーランド	3	1	136	139	1,290	1,607		
ロシア	4	2	31	49	947	1,138		
ルーマニア	0	0	73	30	510	497		
スロバキア	2	2	43	58	382	433		
スロベニア	0	0	11	11	330	350		
ウクライナ	1	1	47	60	220	251		
クロアチア	0	1	15	12	152	204		
ブルガリア	3	4	5	7	61	71		
計	27	23	927	952	13,918	15,620		

注) *携帯電話を含む。表は 2001 年をベースとし、国別と項目別の合計値の高い順で作成。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

表 18： 中東欧・ロシア各国のエレクトロニクス製品輸入実績

(単位：100 万ドル)

	電子データ処理		無線電信・通信、 レーダー*		アクティブ部品		テレコミュニケーション	
	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年
ハンガリー	2,192	1,946	567	663	958	962	204	197
ロシア	1,343	1,664	438	740	195	252	393	626
ポーランド	1,472	1,473	794	745	720	831	598	601
チェコ	1,058	1,602	569	418	404	620	234	241
ルーマニア	257	304	150	211	219	162	129	164
スロバキア	272	322	99	132	143	178	56	80
ウクライナ	186	248	145	168	36	60	192	243
クロアチア	169	229	71	115	17	25	70	88
スロベニア	201	213	126	87	81	75	62	65
ブルガリア	106	115	62	85	27	20	35	58
計	7,256	8,116	3,021	3,364	2,800	3,185	1,973	2,363
	パッシブ部品		家電		制御、計測・分析システム		医療用・産業用 エレクトロニクス機器	
	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年
ハンガリー	1,011	1,007	199	277	312	291	60	69
ロシア	55	83	701	651	436	412	335	362
ポーランド	183	201	560	438	333	316	139	124
チェコ	517	584	240	275	311	359	101	114
ルーマニア	90	104	62	72	102	107	93	127
スロバキア	98	117	93	105	111	129	31	34
ウクライナ	100	95	105	108	70	83	23	34
クロアチア	29	48	51	76	34	47	18	25
スロベニア	87	74	56	50	48	47	17	19
ブルガリア	20	21	29	30	30	38	21	25
計	2,190	2,334	2,096	2,082	1,787	1,829	838	933

	オフィス機器		その他		合計	
	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年
ハンガリー	29	29	677	685	6,209	6,126
ロシア	40	53	134	184	4,070	5,027
ポーランド	65	55	237	228	5,101	5,012
チェコ	40	34	212	223	3,686	4,470
ルーマニア	19	18	67	59	1,188	1,328
スロバキア	7	8	43	50	953	1,155
ウクライナ	6	6	30	40	893	1,085
クロアチア	7	11	28	30	494	694
スロベニア	9	8	23	26	710	664
ブルガリア	5	6	18	25	353	423
計	227	228	1,469	1,550	23,657	25,984

(注) *携帯電話を含む。表は 2001 年をベースとし、国別と項目別の合計値が高い順で作成。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

3. 欧州のエレクトロニクス生産規模

(1) 西欧の生産規模

西欧各国の生産規模

西欧 16 カ国のエレクトロニクス生産高の推移を表 19 および図 11 に示した。需要減退に伴って 2001 年から 2003 年まで前年を下回ったが、2004 年の予測値では生産高が持ち直すと見られ、その後も増大が予想されている。西欧のエレクトロニクスの生産高は 2002 年が 1,982 億ドル、2003 年は 1,940 億ドルだが、これは 2002 年の市場規模 2,366 億ドル、2003 年の市場規模 2,314 億ドルをそれぞれ下回っている。市場規模が生産高よりも約 20% 大きく、単純化すると、これが輸入によって需要を満たしている部分にあたる。

表 19： 西欧のエレクトロニクス生産高の推移

(単位：100 万ドル)

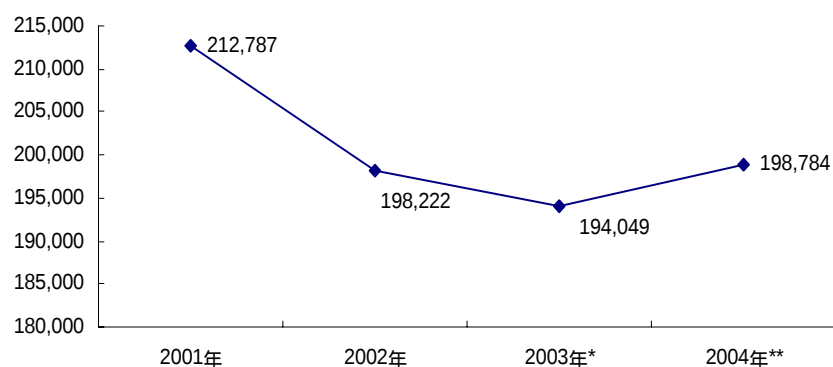
	2001 年	2002 年	2003 年*	2004 年*
生産高計	212,787	198,222	194,049	198,784

(注) 2003 年は速報値、2004 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

図 11： 西欧のエレクトロニクス生産高の推移

(単位：100 万ドル)



(注) 2003 年は速報値、2004 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

各国別の生産高とその推移を表 20 に示した。西欧内でトップはドイツで、以下英国、フランスの 3 カ国で全体の 6 割弱を占めている。電子部品や電子データ処理機器などの生産高が多いアイルランドがイタリアを上回って西欧内 4 位の生産国となっている。

表 20： 西欧 16 カ国のエレクトロニクス生産高の推移

(単位：100 万ドル)

	2001 年	2002 年	2003 年*	2004 年*
ドイツ	48,543	46,602	46,182	47,217
英国	45,497	38,839	37,539	38,373
フランス	30,604	28,707	27,870	28,460
アイルランド	17,012	15,967	15,784	16,516
イタリア	16,480	15,180	14,759	15,061
オランダ	8,887	8,730	8,516	8,579
スイス	7,992	8,262	8,175	8,360
フィンランド	8,049	8,032	8,068	8,399
スウェーデン	7,581	7,041	6,782	6,949
スペイン	6,810	6,068	5,908	6,033
ベルギー	5,294	4,583	4,414	4,501
オーストリア	3,364	3,140	3,016	3,074
デンマーク	2,413	2,672	2,682	2,745
ポルトガル	2,314	2,434	2,416	2,518
ノルウェー	1,386	1,401	1,375	1,412
ギリシャ	561	564	566	588
計	212,787	198,222	194,049	198,784

(注) 2003 年は速報値、2004 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

表 21 に生産高の成長率を示した。2002 年に 13.7%減となったが 2003 年は 2.1%減と減少幅が縮まった。3 大生産国の中では英国が 2002 年に前年比 20%近い減少を記録した。2004 年には各国とも増加に転じると予想されている。

表 21： 西欧各国生産高の成長率の推移

(単位：%)

	2001/02 年	2002/03 年	2003/04 年
ギリシャ	8.3	0.5	3.8
デンマーク	4.0	0.4	2.4
フィンランド	7.4	0.4	4.1
ポルトガル	4.8	0.7	4.2
ドイツ	10.6	0.9	2.2
アイルランド	16.5	1.1	4.6
スイス	4.9	1.1	2.3
ノルウェー	9.4	1.9	2.7
オランダ	10.0	2.5	0.7
スペイン	19.2	2.6	2.1
イタリア	15.1	2.8	2.0
フランス	12.7	2.9	2.1
英国	19.5	3.3	2.2
ベルギー	19.8	3.7	2.0
スウェーデン	13.5	3.7	2.5
オーストリア	13.6	3.9	1.9
計	13.7	2.1	2.4

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

西欧の製品分野別の生産規模

製品分野別に生産高を示したのが表 22 である。全生産高のうち電子データ処理機器が 430 億ドルで 22%を占め、電子部品が 414 億ドルで 21%、無線電信・通信、レーダーが 375 億ドルで 19%を占め、3 分野で全体の 6 割に上る。家電は 115 億ドルで全体に占める割合は 6 %弱である。全体の生産高は 2003 年まで減少したが、制御、計測・分析システムと医療用・産業用エレクトロニクスの生産高は拡大を続けている。

表 22： 西欧の製品分野別生産高の推移

(単位：100 万ドル)

	2001 年	2002 年	2003 年*	2004 年*
電子データ処理機器	49,250	44,370	42,992	44,016
電子部品	44,807	42,007	41,387	43,033
無線電信・通信、レーダー**	39,843	38,603	37,466	38,423
制御、計測・分析システム	26,921	28,039	28,218	28,835
テレコミュニケーション	26,206	19,076	18,132	18,459
医療用・産業用エレクトロニクス	10,309	12,054	12,302	12,672
家電	13,070	11,890	11,488	11,368
オフィス機器	2,381	2,184	2,064	1,978
計	212,787	198,222	194,049	198,784

(注) *2003 年は速報値、2004 年は予測値。

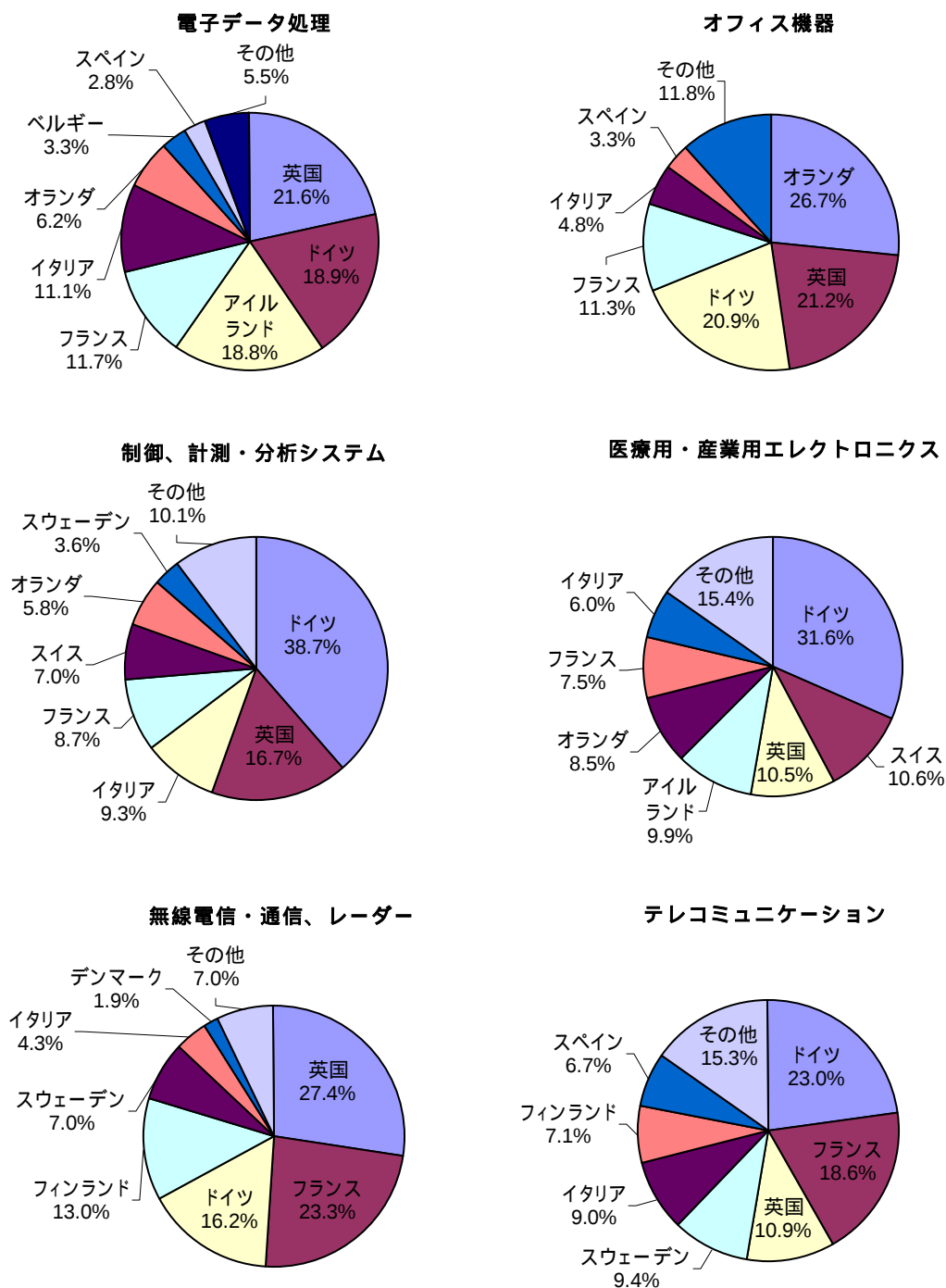
**携帯電話を含む。

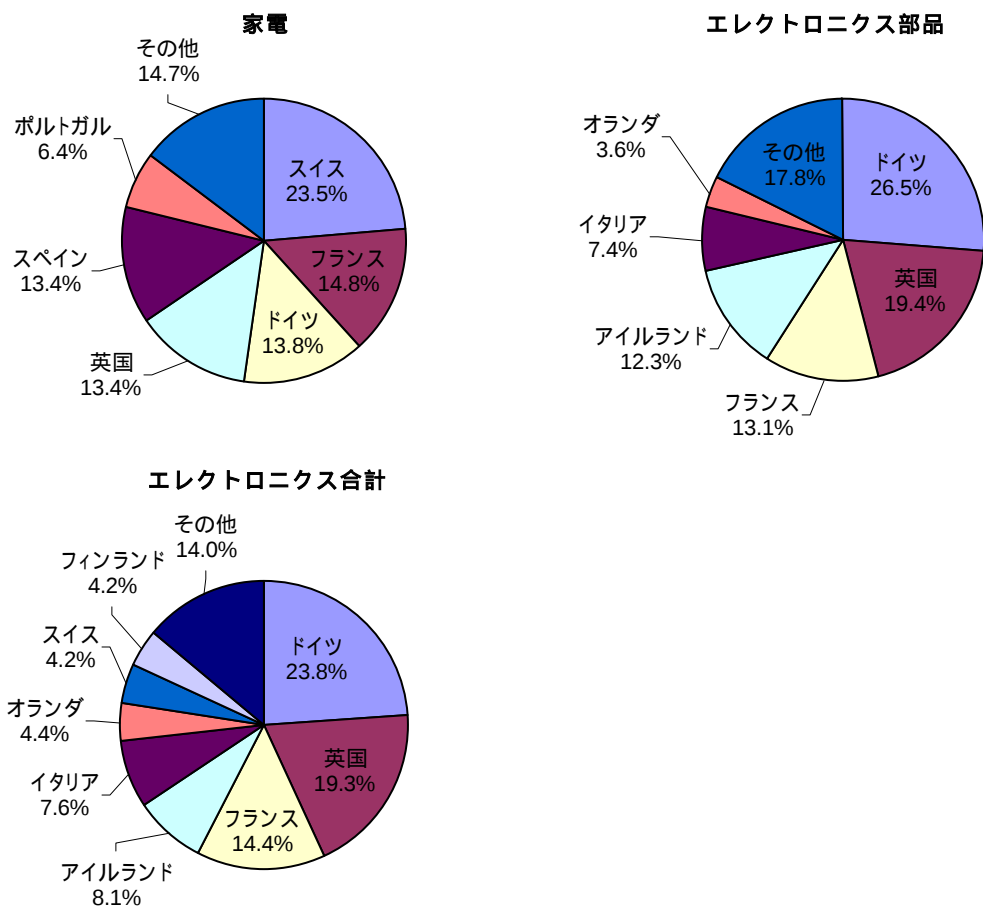
出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

図 12 には各製品分野の生産高で、各国の生産高の占める割合を示した。全体ではドイツ、英国、フランスの 3 大生産国で全体の 57.5%を占め、これにアイルランドとイタリアを加えて 5 カ国で西欧全体の約 73%を占めている。各製品分野では以下のような特徴がある。

- ・電子データ処理機器では英国が最大で、アイルランドはドイツと並ぶ生産規模となっている。
- ・オフィス機器ではオランダが最も多く、上位 4 カ国で欧州全体の 8 割を占めている。
- ・ドイツは制御、計測・分析システムと医療用・産業用エレクトロニクスで圧倒的強みを誇る。
- ・医療・産業用エレクトロニクスでは、スイスが英国を上回ってドイツに次ぐ生産規模である。
- ・無線電信・通信、レーダーでは英国とフランスが 2 大生産国で、2 カ国で西欧全体の半分以上を占めている。
- ・フランスはテレコミュニケーション分野にも強く、ドイツに次いで西欧内 2 位である。
- ・家電では、この統計では電子時計などもあってスイスが大きな割合を占めている。
- ・エレクトロニクス部品の上位国は、エレクトロニクス全体の上位国の割合に近似しているが、エレクトロニクス部品ではアイルランドの割合がかなり高く、フランスと大差がない。

図 12： 製品分野別の西欧に占める各国の生産高構成比（2003 年）



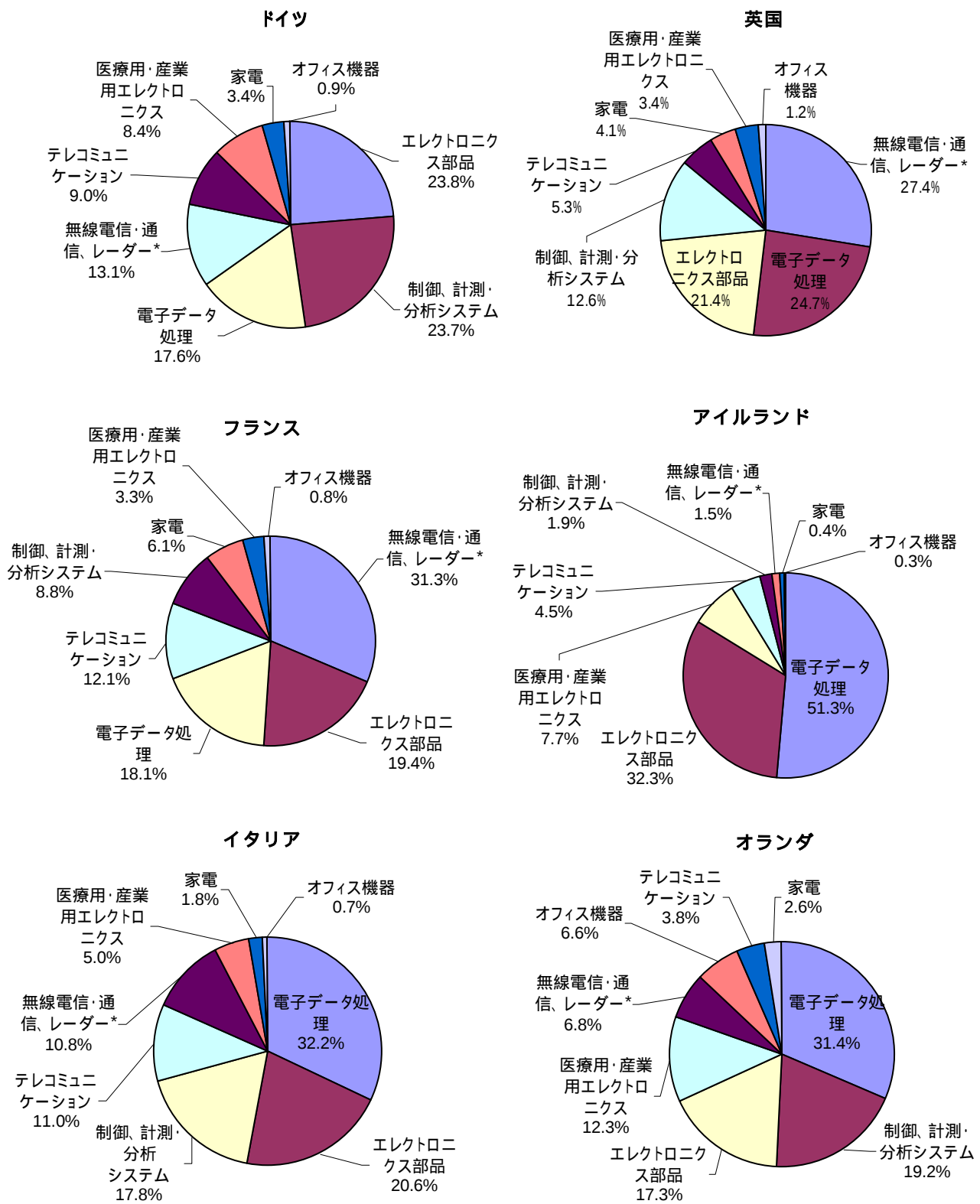


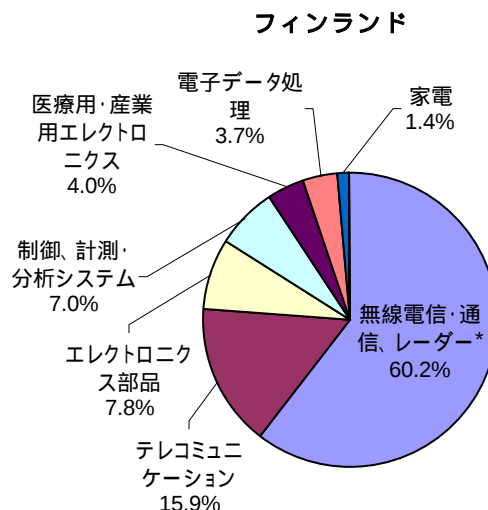
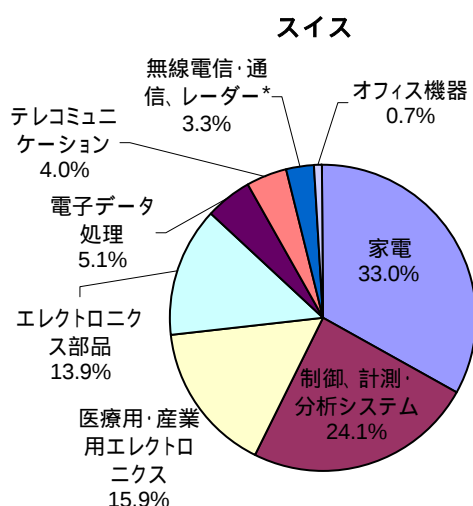
出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

図 13 には生産高の多い主要 8 カ国について、各国の生産高に占める製品分野の割合を示した。以下のような特徴が出ている。

- ・生産高トップのドイツではエレクトロニクス部品と制御、計測・分析システムの割合が高い。
- ・英国とフランスでは無線電信・通信、レーダーの生産規模が大きく、英国では 3 大生産国の中ではデータ処理の生産も目立っている。
- ・アイルランドは電子データ処理機器が全体の半分以上を占め、エレクトロニクス部品も 30% 以上で、両分野を合わせて 83.6% に達する。アイルランドに生産拠点を設けているコンピューターや半導体の外国企業が多いためである。
- ・スイスは家電の割合が高い。またフィンランドは、ノキアの拠点があることから携帯電話も含まれる無線電信・通信、レーダーの分野が全体の 60% を占めている。

図 13： 主要 8 カ国の製品分野別の生産高構成比





(注) *携帯電話を含む。

出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

西欧の家電製品生産規模

家電製品の市場規模については、「第2章 - 2. 欧州の家電製品市場と動向」で詳述した。ここでは生産規模について示す。表23には、西欧16カ国の家電製品の生産高について、ビジュアル製品、オーディオ製品、パーソナル消費製品の各金額と、ビジュアル製品の製品別生産台数を示した。パーソナル消費製品には電子時計や電子楽器などが含まれる。ビジュアル製品の生産金額が全体の半分以上を占め、オーディオ製品の2倍以上の規模となっている。ビジュアル製品の生産は2003年まで落ち込み2004年は微減、オーディオ製品は2002年に生産が拡大したが、それ以後は微減が続いている。パーソナル消費製品は、ほぼ横ばいで推移している。

表23: 西欧の家電製品生産高の推移

	単位	2001年	2002年	2003年*	2004年*
カラーテレビ	100万台	16,010	14,757	14,020	13,730
ビデオレコーダー	100万台	5,985	4,495	4,474	4,574
ビデオカメラ	100万台	1,130	1,030	1,041	1,103
ビジュアル製品計	100万ドル	7,574	6,099	5,873	5,811
オーディオ製品	100万ドル	2,230	2,509	2,426	2,349
パーソナル消費製品	100万ドル	3,265	3,282	3,189	3,208
家電製品計	100万ドル	13,070	11,890	11,488	11,368

(注) *2003年は速報値、2004年は予測値。

出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

表24には家電の3つの製品分野について、各国の生産高の推移を示した。ビジュアル製品では2001年まで英国が最大の生産国でこれにフランスが続いていたが、外国企業の生産拠点が集中したスペインが2002年から両国を上回った。オーディオ製品ではドイツとポルトガル、

フランスが主要生産国である。なおパーソナル消費製品では、スイスが圧倒的な生産高となっている。

表 24： 西欧 16 カ国の家電製品分野別の生産高推移

(単位：100 万ドル)

	2001 年	2002 年	2003 年*	2004 年*
ビジュアル製品				
スペイン	1,485	1,559	1,528	1,559
英国	2,235	1,485	1,411	1,354
フランス	1,496	1,203	1,155	1,155
ドイツ	824	639	620	613
ベルギー	518	356	338	321
イタリア	204	195	187	180
オーストリア	308	203	183	173
デンマーク	102	124	127	129
フィンランド	67	108	108	114
オランダ	98	90	88	86
ポルトガル	65	51	48	49
スウェーデン	136	49	44	40
ギリシャ	15	18	18	19
アイルランド	22	19	18	18
ノルウェー	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
スイス	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
ビジュアル製品計	7,574	6,099	5,873	5,811
パーソナル消費製品				
スイス	2,761	2,784	2,700	2,727
ドイツ	188	173	169	166
フランス	121	129	127	124
イタリア	68	74	72	71
オランダ	45	42	42	43
英国	42	40	39	38
オーストリア	12	11	11	11
ベルギー	11	12	11	11
アイルランド	4	6	6	5
ポルトガル	6	6	6	6
デンマーク	2	3	3	3
ギリシャ	2	2	2	2
スウェーデン	3	1	1	1
フィンランド	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
ノルウェー	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
スペイン	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
パーソナル消費製品計	3,265	3,282	3,189	3,208
オーディオ製品				
ドイツ	587	841	799	719
ポルトガル	659	698	684	705
フランス	378	425	416	408
ベルギー	162	126	120	118
オランダ	113	93	92	90
英国	100	91	89	88
デンマーク	79	83	81	81

	2001 年	2002 年	2003 年*	2004 年*
アイルランド	44	49	47	46
ギリシャ	48	46	45	46
オーストリア	35	33	31	30
ノルウェー	7	7	6	6
スペイン	8	7	6	6
フィンランド	4	5	5	5
イタリア	5	4	4	3
スウェーデン	1	1	1	1
スイス	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
オーディオ製品計	2,230	2,509	2,426	2,349

(注) *2003 年は速報値、2004 年は予測値。表は 2003 年をベースとし、国別と項目別の数値が高い順で作成。

出所: “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

(2) 中東欧・ロシアの生産規模

中東欧・ロシア各国の生産規模

生産高が 2001 年から 2003 年まで減少を続けた西欧とは異なり、中東欧・ロシアでは表 25 および図 14 に示したように順調に生産が拡大し、2002 年で 212 億ドルとなった。

表 25: 中東欧・ロシアのエレクトロニクス生産高の推移

(単位: 100 万ドル)

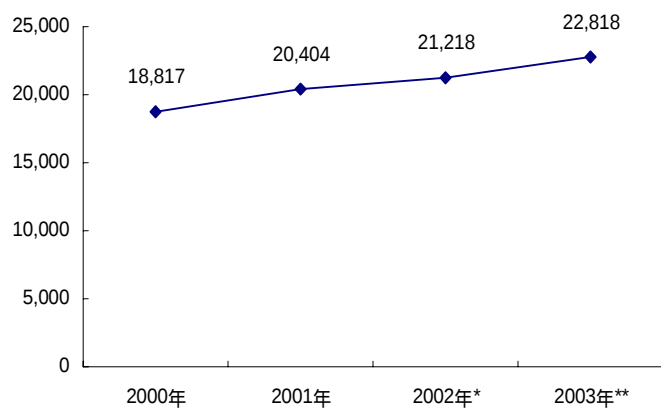
	2000 年	2001 年	2002 年*	2003 年*
中東欧・ロシア計	18,817	20,404	21,218	22,818

(注) *2002 年は速報値、2003 年は予測値。

出所: “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

図 14: 中東欧・ロシアのエレクトロニクス生産高の推移

(単位: 100 万ドル)

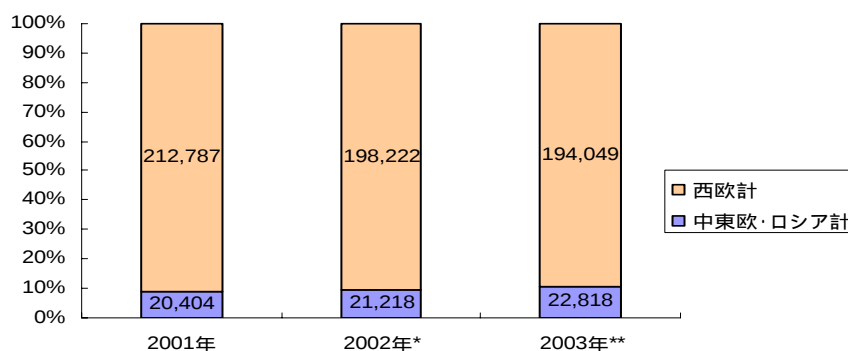


(注) *2002 年は速報値、**2003 年は予測値。

出所: “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

図 15 には中東欧・ロシアの生産規模と西欧の生産規模の構成比を示した。中東欧・ロシアの生産高は西欧に比べて小規模で、中東欧・ロシア 10 カ国の生産高が欧州 26 カ国全体の生産高に占める割合は 2002 年に 10.6% で、西欧の生産規模の 10 分の 1 程度である。これはフランス 1 カ国の生産高を下回り、アイルランドやイタリアを上回る規模となっている。

図 15： 西欧と中東欧・ロシアの生産規模構成比の推移



(注) *2002 年は速報値、**2003 年は予測値。(単位：100 万ドル)

出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

表 26 には中東欧・ロシア各国の生産高の推移を示した。外国企業がいち早く進出したハンガリーの生産高は抜きん出ており、2002 年に 79 億ドルで 10 カ国全体の 37% を占める。これにポーランド (18%)、チェコ (14%) を加えて 3 カ国で全体の 69% である。ハンガリーの生産規模は、西欧ではオランダをやや下回りフィンランドと同規模で、スペインを上回っている。

表 26： 中東欧・ロシア 10 カ国のエレクトロニクス生産高の推移

(単位：100 万ドル)

	2000 年	2001 年	2002 年*	2003 年*
ハンガリー	8,043	7,892	7,880	8,477
ポーランド	3,129	3,632	3,756	3,982
チェコ	1,864	2,739	3,032	3,223
ロシア	2,266	2,350	2,428	2,543
ルーマニア	1,057	1,144	1,276	1,486
スロバキア	803	899	1,000	1,107
ウクライナ	673	708	747	803
スロベニア	587	666	718	785
クロアチア	246	217	215	231
ブルガリア	149	157	168	182
10 カ国計	18,817	20,404	21,218	22,818

(注) *2002 年は速報値、**2003 年は予測値。

出所: "The Yearbook of World Electronics Data 2004", Reed Electronics Research

各国の生産高の成長率を表 27 に示した。中東欧で最大の生産国であるハンガリーは、クロアチアとともに 2001 年と 2002 年に生産が縮小している。ルーマニアとスロバキアは外国企業の進出によって 2 ケタ台の伸びとなっている。

表 27： 中東欧・ロシア各国生産高の成長率の推移

(単位：%)

	2001 年	2002 年	2003 年*
ルーマニア	5.8	11.5	16.5
スロバキア	9.4	11.2	10.7
チェコ	43.6	10.7	6.3
スロベニア	10.9	7.8	9.4
ブルガリア	3.0	6.8	8.3
ウクライナ	2.8	5.5	7.4
ポーランド	13.5	3.4	6.0
ロシア	1.4	3.3	4.7
ハンガリー	4.1	0.2	7.6
クロアチア	13.8	1.1	7.4
10 カ国平均	6.0	4.0	7.5
東欧平均	6.8	4.0	7.9
旧ソ連平均	1.7	3.8	5.4

(注) *2002 年は速報値、**2003 年は予測値。

出所: “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

中東欧・ロシアの製品分野別の生産規模

表 28 には中東欧・ロシアの製品分野別の生産高を示した。家電の生産額が最も大きく 2002 年には 44 億ドルで全体の 21% を占める。これは、家電生産が全体の 6 % 程度しかない西欧とは大きく異なっている。中東欧・ロシアで家電に次ぐ生産規模は電子データ処理機器で 2002 年に 41 億ドル、以下、電子部品 39 億ドル、無線電信・通信、レーダーが 31 億ドルである。西欧に比べて全体に占める割合が高いのは、家電の他にテレコミュニケーション (14%) や無線電信・通信、レーダー (14.6%) である。表に示されているように、電子データ処理機器とオフィス機器の生産は 2001 年に減少し、2002 年も電子データ処理機器は減少したが、その他の分野は好調に生産が拡大しており、家電の生産増大も目立っている。

表 28： 中東欧・ロシアの製品分野別の生産規模

(単位：100 万ドル)

	2000 年	2001 年	2002 年*	2003 年*
家電	3,319	4,126	4,425	4,742
電子データ処理機器	5,404	4,330	4,081	4,329
電子部品	3,630	3,645	3,903	4,222
無線電信・通信、レーダー**	2,037	2,837	3,096	3,412
テレコミュニケーション	2,135	2,790	2,966	3,225
制御、計測・分析システム	1,273	1,633	1,624	1,670
医療&工業機器	809	841	917	1,007
オフィス機器	210	202	206	211
エレクトロニクス計	18,817	20,404	21,218	22,818

(注) *2002 年は速報値、2003 年は予測値。

**携帯電話を含む。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

表 29 には中東欧・ロシアの各国の生産が、西欧 16 カ国も含めた全 26 カ国の中で占める割合と順位を製品分野別に示した。エレクトロニクス全体では中東欧・ロシアの生産高は欧州全体の 8.8%だが、家電は 24%で全体の 4 分の 1 が中東欧・ロシアで生産されている。またテレコミュニケーションも 10%近くを占めている。国別では、ハンガリーを筆頭にポーランド、チェコの生産高が高く、この 3 カ国は欧州全体でも中堅に位置することが分かる。特に家電ではハンガリーが 8.4%を占め 24 カ国中で 6 位、ポーランドは 7.2%で 7 位と目立っている。

表 29： 欧州全体における中東欧・ロシア各国の製品分野別生産高構成比（2002 年）

	家電		テレコミュニケーション		電子データ処理		電子部品	
	構成比	順位	構成比	順位	構成比	順位	構成比	順位
ハンガリー	8.42%	6	1.56%	13	5.14%	7	3.02%	7
ポーランド	7.20%	7	2.49%	10	0.71%	12	1.08%	17
チェコ	3.90%	10	1.78%	11	0.50%	16	1.18%	15
ロシア	2.59%	11	0.52%	22	0.56%	15	0.95%	18
ルーマニア	0.39%	20	1.31%	15	0.41%	18	0.29%	20
スロバキア	0.61%	17	0.41%	24	0.45%	17	0.27%	23
ウクライナ	0.17%	22	0.62%	18	0.20%	23	0.29%	21
スロベニア	0.53%	18	0.61%	19	0.03%	24	0.29%	22
クロアチア	0.00%	26	0.31%	25	0.01%	26	0.07%	25
ブルガリア	0.16%	23	0.05%	26	0.03%	25	0.07%	24
合 計	23.97%		9.66%		8.04%		7.51%	
	医療・工業		オフィス機器		無線電信・通信、レ-ダ-*		制御、計測・分析システム	
	構成比	順位	構成比	順位	構成比	順位	構成比	順位
ハンガリー	1.12%	15	0.40%	25	3.30%	7	0.80%	18
ポーランド	0.69%	20	1.54%	11	0.82%	12	1.05%	14
チェコ	0.96%	17	0.93%	13	0.72%	14	0.97%	16
ロシア	1.97%	11	3.28%	7	0.45%	18	1.75%	9
ルーマニア	0.76%	19	0.58%	16	0.47%	17	0.12%	24
スロバキア	0.99%	16	0.42%	18	0.31%	22	0.17%	22
ウクライナ	0.30%	21	0.39%	19	0.33%	20	0.23%	20
スロベニア	0.28%	22	0.12%	24	0.24%	24	0.38%	19
クロアチア	0.24%	23	0.23%	22	0.04%	25	0.14%	23
ブルガリア	0.09%	26	0.27%	21	0.01%	26	0.03%	25
合 計	7.40%		7.16%		6.69%		5.64%	
	合 計							
	構成比	順位						
ハンガリー	3.38%	9						
ポーランド	1.56%	13						
チェコ	1.17%	15						
ロシア	1.01%	17						
ルーマニア	0.49%	20						
スロバキア	0.39%	21						
ウクライナ	0.30%	22						
スロベニア	0.29%	23						
クロアチア	0.09%	25						
ブルガリア	0.07%	26						
合 計	8.75%							

順位と項目別合計値の高い順で作成。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

中東欧・ロシアの家電製品生産規模

表 30 には中東欧・ロシア 10 カ国の家電製品について、ビジュアル製品・オーディオ製品・パーソナル消費製品の 3 つの製品分野別に生産高の推移を示した。市場規模については「第 2 章—2. 欧州の家電製品市場と動向」で詳述した。ビジュアル製品の家電全体に占める割合は約 80%で、テレビやビデオ関連の製品生産が大部分となっている。また家電の生産高は順調に拡大している。表 31 には各国別の家電製品生産高の推移を示した。ハンガリーが最大で 2002 年は 15 億ドルで 10 カ国全体の 3 分の 1 を占めている。ポーランドで生産が急速に拡大しており、2002 年は 13 億ドルでハンガリーと並ぶ規模となってきた。これに 8 億ドルのチェコを加えた 3 カ国で全体の 8 割に達している。

表 30： 中東欧・ロシアの家電製品生産高の推移

(単位：100 万ドル)

	2000 年	2001 年	2002 年*	2003 年*
ビジュアル製品	2,494	3,293	3,552	3,823
オーディオ製品	679	675	705	740
パーソナル消費製品	146	158	168	180
家電合計	3,319	4,126	4,425	4,742

(注) *2002 年は速報値、2003 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

表 31： 中東欧・ロシア 10 カ国の家電製品生産高の推移

(単位：100 万ドル)

	2000 年	2001 年	2002 年*	2003 年*
ハンガリー	1,495	1,450	1,501	1,568
ポーランド	884	1,239	1,301	1,405
チェコ	346	672	798	874
ロシア	296	445	482	523
スロバキア	83	105	115	126
スロベニア	95	91	96	103
ルーマニア	64	67	74	83
ウクライナ	30	30	30	31
ブルガリア	25	27	28	30
クロアチア	1	0	0	0
計	3,319	4,126	4,425	4,742

(注) *2002 年は速報値、2003 年は予測値。

出所： “The Yearbook of World Electronics Data 2004”, Reed Electronics Research

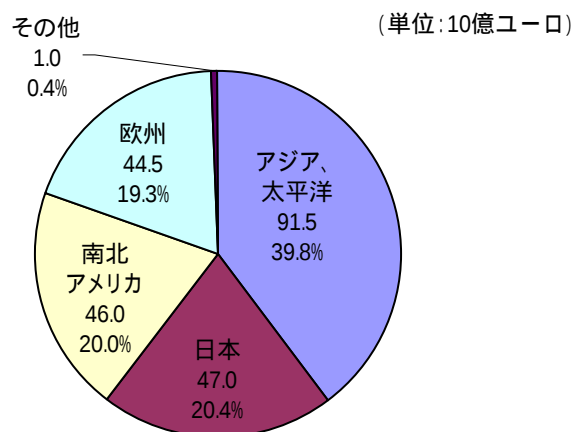
4．欧州電子部品産業の市場と生産

(1) 世界と欧州の電子部品市場

世界の電子部品市場

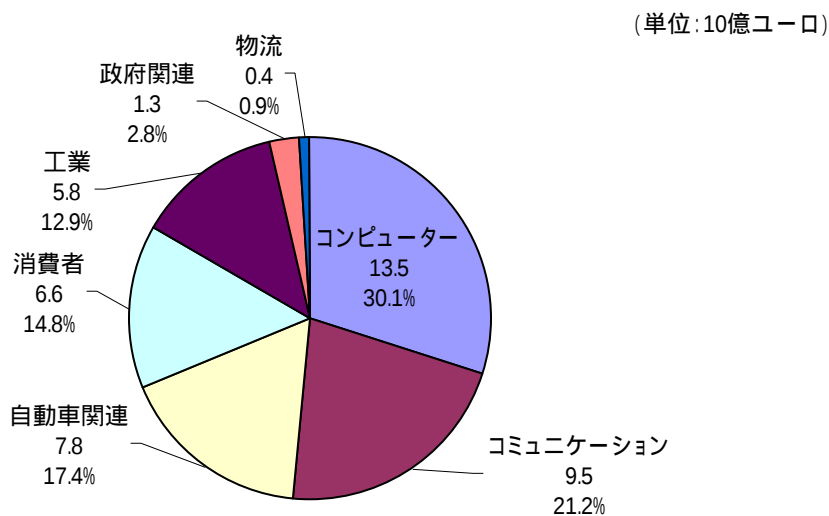
世界の電子部品市場は、図 16 のように、欧州・南北米州・日本の 3 地域がほぼ同じで全体の 6 割を占める。ただアジア太平洋地域が大きく伸びており、特に中国での生産が増大している。全体の市場規模は約 2,300 億ユーロである。図 17 では電子部品の市場を用途別に示した。世界的にコンピューター関連、コミュニケーション関連（携帯電話など）、自動車関連、消費者市場向け（テレビ・DVD プレーヤーなど）の順である。

図 16： 電子部品の地域別市場規模（販売額）（2003 年）



出所：EECA

図 17： 電子部品の用途別市場規模（販売額）（2003 年）



出所：EECA

欧州の電子部品市場

表 32 には、欧州電子部品製造協会（European Electronic Component Manufacturers Association/EECA）がまとめた電子部品の欧州市場規模の推移を分野別に示した。EU25 カ国に EU 以外の欧州諸国も含めた欧州全体の市場規模である。これによれば欧州の 2002 年の市場規模は 581 億ユーロで、アクティブ部品が全体の 70% を占めている。

表 32： 欧州電子部品の分野別市場規模（販売額）の推移

（単位：100 万ユーロ）

	1999 年	2000 年		2001 年		2002 年	
	販売額	販売額	成長率	販売額	成長率	販売額	成長率
アクティブ部品*	26,324	36,141	37.3%	37,513	3.8%	40,826	8.8%
電子機械部品	9,703	10,689	10.2%	10,795	1.0%	11,336	5.0%
パッシブ部品**	4,593	5,682	23.7%	5,749	1.2%	5,939	3.3%
総 計	40,620	52,512	29.3%	54,057	2.9%	58,101	7.5%

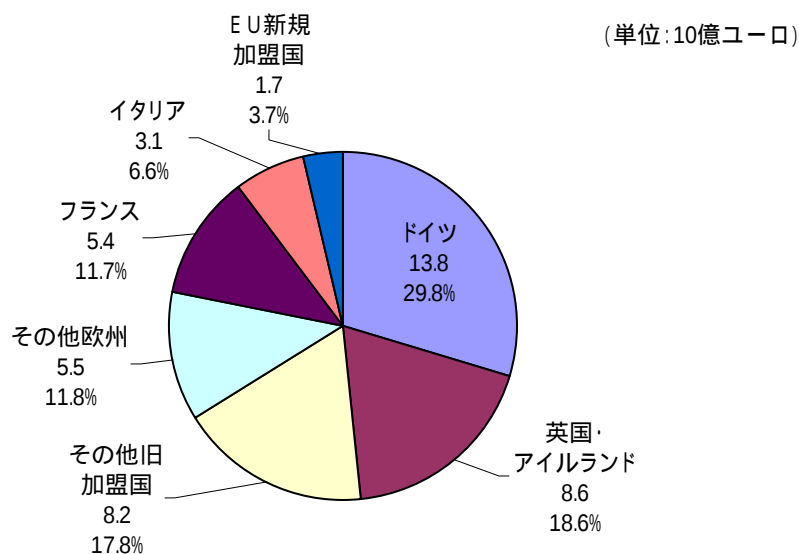
*：アクティブ部品（Active Components）：電子回路に組み込まれると、ソフトウェアやコントロール・コマンドからの命令を受けて回路の動きを変える複合構成物。半導体、集積回路、真空管など。

**：パッシブ部品（Passive Components）：電子回路に組み込まれると、その存在により回路の動きを変えるごく小さなハードウェアの一種。電流の流れを変える抵抗器、コンデンサー、プリント配線板、コネクタ、センサーなど。

出所：EECA

図 18 には国別の生産高の内訳を示したが、ドイツが約 30% で、英国およびアイルランドで 18.6% を占めている。ドイツ、英国、フランス、アイルランド、イタリアの上位 5 カ国で欧州全体の約 67% となる。ハンガリーやチェコ、ポーランドをはじめ EU 新規加盟国 10 カ国における電子部品市場規模の欧州全体に占める割合は 3.7% 程度にすぎない。

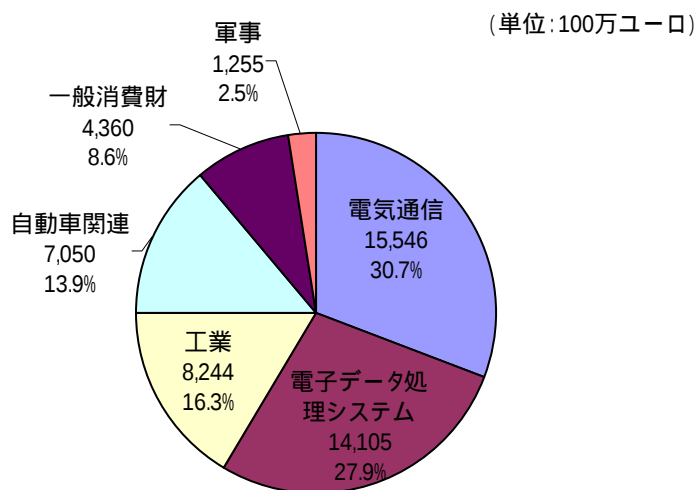
図 18： 欧州の電子部品市場の国別内訳



出所：EECA

図 19 には用途別の割合を示したが、欧州では電気通信関連が最も多く 30.7%で、コンピューターなど電子データ処理システムの 27.9%と合わせると 6 割近くとなる。自動車関連も 13.9%で高いが、消費者向け製品の部品は 8.6%でさほど多くはない。

図 19： 欧州電子部品の用途別内訳（2002 年）



出所：EECA

表 33 には用途別の市場規模について主要各国別に内訳を示した。全分野でドイツ・英国・フランスが上位を占めているが、家電など一般消費向けと電気通信では 3 カ国が同程度の市場規模であるのに対して、自動車関連と工業関連ではドイツが際立って多い。また電子データ処理システムでは英国がトップであり 2 位のドイツとともに抜きん出ている。

表 33： 欧州電子部品の用途別・国別市場規模（販売額）の推移

（単位：100 万ユーロ）

	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年
電気通信				
ドイツ	3471.0	5186.0	5007.0	5764.0
フランス	2316.0	4239.0	4524.0	5013.0
英国	2428.0	3522.0	3923.0	4328.0
オランダ	323.0	383.0	401.0	441.0
イタリア（推定値）	1147.0	1519.0	n.a.	n.a.
スペイン	305.0	338.0	n.a.	n.a.
計	9990.0	15187.0	13855.0	15546.0
電子データ処理システム				
英国	4922.0	5682.0	5837.0	6157.0
ドイツ	3238.0	4845.0	4758.0	5244.0
フランス	1220.0	1783.0	1869.0	1985.0
オランダ	522.0	620.0	651.0	719.0
イタリア（推定値）	830.0	633.0	n.a.	n.a.
スペイン	111.0	123.0	n.a.	n.a.
計	10843.0	13686.0	13115.0	14105.0
工業				
ドイツ	2817.0	3496.0	3670.0	3939.0
英国	1387.0	1801.0	1818.0	1920.0
フランス	975.0	1539.0	1661.0	1866.0
オランダ	398.0	462.0	474.0	519.0
イタリア（推定値）	277.0	396.0	n.a.	n.a.
スペイン	167.0	184.0	n.a.	n.a.
計	6021.0	7878.0	7623.0	8244.0
自動車関連				
ドイツ	3793.0	4525.0	4907.0	5414.0
フランス	723.0	972.0	1057.0	1144.0
英国	407.0	449.0	469.0	492.0
オランダ	0.0	0.0	0.0	0.0
スペイン	514.0	569.0	n.a.	n.a.
イタリア（推定値）	235.0	332.0	n.a.	n.a.
計	5672.0	6847.0	6433.0	7050.0
一般消費財				
フランス	1243.0	1403.0	1498.0	1564.0
ドイツ	1076.0	1276.0	1311.0	1394.0
英国	1369.0	1389.0	1343.0	1345.0
オランダ	49.0	55.0	54.0	57.0
スペイン	291.0	323.0	n.a.	n.a.
イタリア（推定値）	221.0	269.0	n.a.	n.a.
計	4249.0	4715.0	4206.0	4360.0
軍事、宇宙				
フランス	553.0	664.0	687.0	723.0
英国	546.0	534.0	527.0	532.0
イタリア（推定値）	55.0	16.0	n.a.	n.a.
ドイツ（電気通信に含まれる）	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
オランダ（データなし）	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
スペイン（工業に含まれる）	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
計	1154.0	1214.0	1214.0	1255.0

（注）オーストリア、ベルギーに関してはデータなし。

表は 2002 年をベースとし、国別と項目別の合計値が高い順で作成。

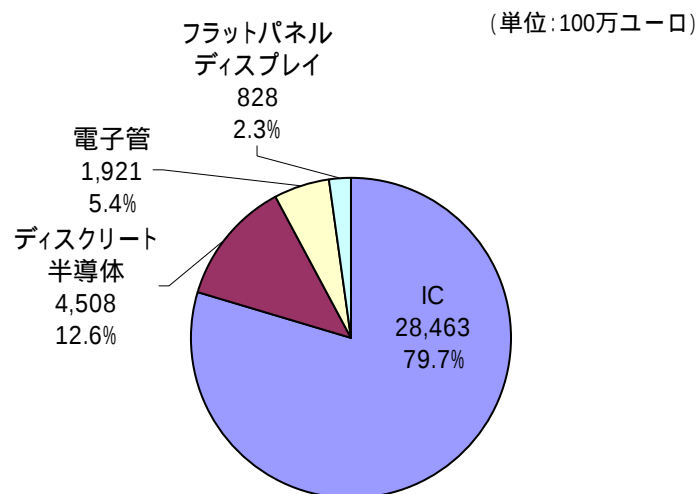
出所：EECA

(2) 欧州電子部品の分野別市場

アクティブ部品

欧州の電子部品の中で市場規模の7割を占めるアクティブ部品について、EECA がまとめたデータによれば、図 20 のようにIC が約 80%を占めている。ただし表 34 にも示されているように、2002 年の統計では欧州各国のデータが一部欠けているため、だいたいの目安となるものである。

図 20 : アクティブ部品の主要製品別内訳 (2002 年)



出所: EECA

表 34 にはアクティブ部品の各製品について、市場規模の主要国別内訳を示した。ドイツが IC をはじめ最も規模が大きくアクティブ電子部品市場全体の 40% 弱を占めている。これに英国とフランスを加えた 3 大市場で 9 割を超える規模となっている。オランダもこの 3 カ国に次ぐ市場規模である。

表 34： アクティブ部品主要製品の国別市場規模（販売額）の推移

（単位：100 万ユーロ）

	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年
IC				
ドイツ	6,780.0	10,260.0	9,960.0	11,265.0
英国	5,986.0	7,353.0	7,749.0	8,386.0
フランス	3,716.0	6,743.0	7,226.0	7,927.0
オランダ	567.0	726.0	771.0	885.0
オーストリア	487.0	545.0	560.0	n.a.
イタリア	1,212.0	1,412.0	n.a.	n.a.
スペイン	586.0	700.0	n.a.	n.a.
計	19,334.0	27,739.0	26,266.0	28,463.0
ディスクリート半導体				
ドイツ	1,477.0	1,995.0	2,194.0	2,589.0
英国	677.0	906.0	1,041.0	1,133.0
フランス	386.0	524.0	578.0	636.0
オランダ	118.0	134.0	136.0	150.0
イタリア	332.0	441.0	n.a.	n.a.
オーストリア（IC に含まれる）	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
スペイン（IC に含まれる）	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
計	2,990.0	4,000.0	3,949.0	4,508.0
電子管				
フランス	742.0	770.0	814.0	838.0
英国	901.0	936.0	852.0	783.0
ドイツ	207.0	230.0	246.0	266.0
オランダ	31.0	33.0	34.0	34.0
スペイン	245.0	257.0	n.a.	n.a.
イタリア	117.0	121.0	n.a.	n.a.
オーストリア	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
計	2,243.0	2,347.0	1,946.0	1,921.0
フラットパネルディスプレイ				
英国	504.0	619.0	722.0	794.0
オランダ	20.0	27.0	29.0	34.0
ドイツ	359.0	421.0	505.0	n.a.
イタリア	52.0	59.0		
オーストリア（IC に含まれる）	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
フランス	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
スペイン	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
計	935.0	1,126.0	1,256.0	828.0

（注）ベルギーに関してはデータなし。

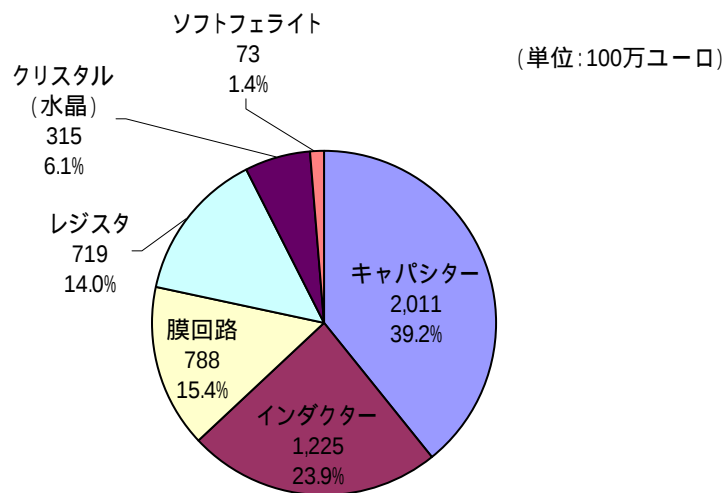
表は 2002 年をベースとし、国別と項目別の合計値が高い順で作成。

出所：EECA

パッシブ部品

図 21 には、欧州電子部品市場の 1 割を占めるパッシブ部品について、EECA がまとめたデータをもとに各製品の内訳を示した。キャパシターが全体の 39.2%、インダクターが 23.9%を占めている。表 35 では主要製品について各国別の市場規模を示した。2001 年と 2002 年では各国のデータが把握しきれていないが、アクティブ部品と同様にドイツ・英国・フランスの 3 カ国が大部分を占め、これにオランダが続いている。

図 21： パッシブ部品の主要製品別内訳（2002 年）



出所： EECA

表 35： パッシブ部品主要製品の国別市場規模（販売額）の推移

（単位：100 万ユーロ）

	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年
キャパシター				
ドイツ	492.0	858.0	912.0	967.0
英国	438.0	653.0	584.0	598.0
フランス	229.0	300.0	309.0	333.0
オランダ	100.0	107.0	109.0	113.0
イタリア	132.0	142.0	149.0	n.a.
オーストリア	156.0	185.0	n.a.	n.a.
スペイン	69.0	73.0	n.a.	n.a.
計	1,616.0	2,318.0	2,063.0	2,011.0
インダクター				
ドイツ	458.0	505.0	534.0	559.0
英国	267.0	337.0	345.0	363.0
フランス	218.0	232.0	246.0	262.0
オランダ	38.0	40.0	40.0	41.0
オーストリア（キャパシターに含まれる）	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
イタリア	10.0	10.0	10.0	n.a.
スペイン	77.0	80.0	n.a.	n.a.
計	1,068.0	1,204.0	1,175.0	1,225.0
膜回路				
ドイツ	390.0	373.0	391.0	428.0
フランス	118.0	129.0	139.0	151.0
英国	139.0	145.0	136.0	143.0
オランダ	58.0	63.0	64.0	66.0
オーストリア	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
イタリア	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
スペイン（インダクターに含まれる）	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
計	705.0	710.0	730.0	788.0
レジスタ				
ドイツ	270.0	347.0	359.0	368.0
フランス	109.0	135.0	138.0	147.0
英国	115.0	141.0	136.0	134.0
オランダ	64.0	68.0	68.0	70.0
オーストリア（キャパシターに含まれる）	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
イタリア	75.0	83.0	83.0	n.a.
スペイン	37.0	38.0	n.a.	n.a.
計	670.0	812.0	784.0	719.0
ソフトフェライト				
フランス	32.0	37.0	39.0	41.0
英国	14.0	16.0	17.0	18.0
オランダ	12.0	13.0	13.0	14.0
ドイツ	45.0	48.0	n.a.	n.a.
イタリア	5.0	6.0	6.0	n.a.
オーストリア（キャパシターに含まれる）	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
スペイン	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
計	108.0	120.0	75.0	73.0
クリスタル（水晶）				
フランス	103.0	145.0	150.0	166.0
英国	64.0	108.0	122.0	134.0
オランダ	13.0	14.0	14.0	15.0
ドイツ	90.0	92.0	97.0	n.a.
オーストリア	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
イタリア	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
スペイン	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
計	270.0	359.0	383.0	315.0

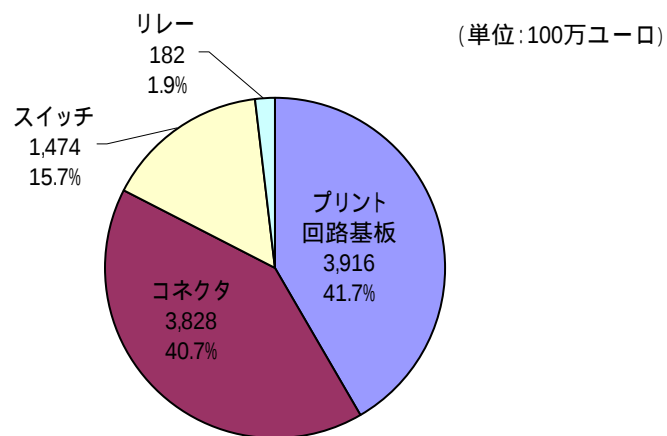
（注）ベルギーに関してはデータなし。表は 2002 年をベースとし、国別と項目別の合計値が高い順で作成。

出所：EECA

電子機械部品

図 22 には、欧州電子部品市場の 2 割を占める電子機械部品について、製品別の内訳を示した。プリント回路基板が 41.7%、コネクターが 40.7%を占めている。表 36 には電子機械部品の各製品について国別の市場規模内訳を示した。ドイツが圧倒的に多く、これに英国が続いている。

図 22： 電子機械部品の主要製品別内訳（2002 年）



出所：EECA

表 36： 電子機械部品主要製品の国別市場規模（販売額）の推移

（単位：100 万ユーロ）

	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年
プリント回路基板				
ドイツ	1,588.0	1,750.0	1,907.0	2,028.0
英国	812.0	941.0	987.0	1,031.0
フランス	557.0	652.0	683.0	741.0
オランダ	98.0	109.0	111.0	116.0
スペイン	155.0	162.0	n.a.	n.a.
オーストリア	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
イタリア	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
計	3,210.0	3,614.0	3,688.0	3,916.0
コネクター				
ドイツ	1,700.0	1,807.0	1,881.0	1,960.0
英国	775.0	919.0	927.0	964.0
フランス	626.0	701.0	733.0	786.0
オランダ	100.0	109.0	111.0	118.0
イタリア	318.0	336.0	336.0	n.a.
スペイン	219.0	227.0	n.a.	n.a.
オーストリア	177.0	187.0	n.a.	n.a.
計	3,915.0	4,286.0	3,988.0	3,828.0
スイッチ				
ドイツ	801.0	864.0	912.0	956.0
フランス	194.0	232.0	243.0	265.0
英国	179.0	201.0	199.0	202.0
オランダ	48.0	50.0	50.0	51.0
オーストリア	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
イタリア	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
スペイン	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
計	1,222.0	1,347.0	1,404.0	1,474.0
リレー				
英国	88.0	103.0	101.0	106.0
フランス	46.0	46.0	46.0	46.0
オランダ	26.0	29.0	29.0	30.0
ドイツ	319.0	329.0	n.a.	n.a.
イタリア	42.0	44.0	n.a.	n.a.
オーストリア	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
スペイン	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
計	521.0	551.0	176.0	182.0

（注）ベルギーに関してはデータなし。

表は 2002 年をベースとし、国別と項目別の合計値が高い順で作成。

出所：EECA

第2章 欧州の家電製品市場とその動向

1. 世界の家電製品市場

(1) 世界の家電市場の規模

世界の家電市場では、ビジュアル製品とオーディオ製品の両方でアナログからデジタルへの転換が進んでいるが、この転換には地域的な違いが出ており、販売台数・金額にこれが反映している。地域別の家電販売について表 37 には販売台数の推移、表 38 には販売金額の推移を示した。2003 年には各地域で販売が増大しているが、西欧では薄型テレビ、DVD プレーヤー、MP3 プレーヤーの各製品が家電販売の牽引役となった。西欧では表 38 に示したように販売金額での伸びが目立っているが、デジタル家電の新製品が比較的高価格なことに加えて、ユーロ高によりドル換算で増大したという要因もある。

販売台数でも販売金額でもアジア・太平洋地域で過去 6 年間の伸びが著しく、世界市場の 3 分の 1 を占めるまでになった。この地域では、中国市場が所得の伸びにより個人消費が全般的に拡大しているほか、2003 年は日本でも薄型テレビや DVD プレーヤー・レコーダーにより家電販売が伸びた。一方、北米市場では 2003 年も 2002 年に続いて数量が減少している。これは経済全体の低迷もあるが、デジタル製品の販売価格が高いため価格に敏感な北米市場では販売台数に響いたという面もあった。世界的には 1998 年から販売台数で 20% 弱、販売金額で 23% の拡大となったが、成長市場のアジア・太平洋地域や東欧での増大が目立っている。

表 37： 世界の家電販売台数の地域別推移（1998～2003 年）

（単位：100 万台）

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	1998～ 2003 年 増加率
アジア・太平洋	174.9	181.6	182.3	186.7	205.1	221.3	26.5%
西欧	133.8	137.5	144.0	143.6	149.8	157.1	17.4%
東欧	22.6	21.8	24.0	24.8	26.9	29.1	28.8%
欧州小計	156.4	159.3	168.0	168.4	176.7	186.2	46.2%
北米	132.7	151.5	167.9	165.6	160.5	150.7	13.6%
アフリカ、中近東	23.9	25.2	27.3	27.9	31.5	32.1	34.0%
南米	28.5	23.1	27.8	26.6	23.5	25.1	12.1%
オセアニア	5.5	5.7	6.0	6.8	7.5	8.2	50.0%
世界全体	522.0	546.3	579.4	582.0	604.8	623.7	19.5%

出所：Euromonitor

表 38： 世界の家電販売金額の地域別推移（1998～2003 年）

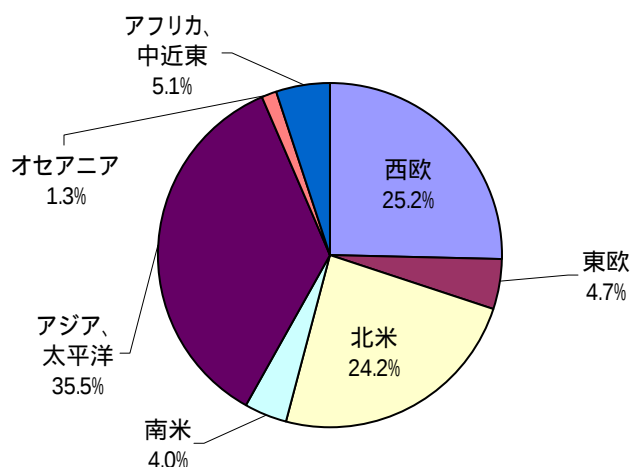
（単位：10 億ドル）

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	1998～ 2003 年 増加率
アジア、太平洋	42.5	46.8	47.2	47.0	50.9	56.4	32.7%
西欧	40.1	39.3	36.3	35.6	39.5	48.7	21.3%
東欧	4.7	4.4	4.9	5.3	6.2	7.1	50.3%
欧州小計	44.8	43.7	41.2	40.9	45.7	55.8	71.6%
北米	27.6	30.5	33.0	33.2	36.2	36.6	32.7%
アフリカ、中近東	10.5	12.3	12.0	12.0	11.8	11.9	13.6%
南米	11.8	8.2	10.1	7.8	7.3	7.3	37.8%
オセアニア	1.8	1.7	1.6	1.5	1.8	2.5	39.4%
世界全体	139.0	143.4	145.1	142.3	153.8	170.5	22.7%

出所： Euromonitor

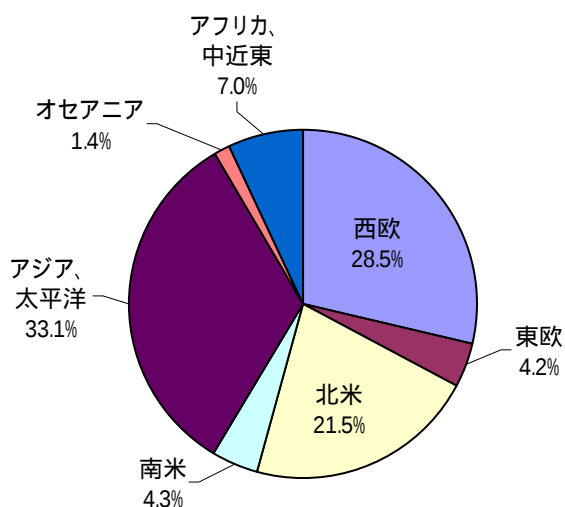
家電販売の地域別内訳を図 23 では販売台数について、図 24 では販売金額について示した。中国と日本を含むアジア太平洋地域が数量でも金額でも 3 分の 1 を占めている。西欧は数量と金額とも約 4 分の 1 で北米を上回っており、東欧も加えた欧州全体では世界の 3 分の 1 を占め、アジア・太平洋地域と並ぶ市場規模となっている。

図 23： 世界の家電販売台数の地域別内訳（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

図 24： 世界の家電販売金額の地域別内訳（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

（２）ビジュアル製品とオーディオ製品の規模と動向

ビジュアル製品の動向

世界市場におけるビジュアル製品とオーディオ製品の割合は、販売台数ではビジュアル製品 54%、オーディオ製品 46%、販売金額ではビジュアル製品 68%、オーディオ製品 32%となっている。

(a)テレビの高価格製品の販売増で販売金額が伸びる

表 39 および表 40 に示したように、ビジュアル製品の中では依然としてテレビが販売台数・金額とも最も多く、数量ではビジュアル製品の中で 48%、金額では 59%を占めている。デジタルテレビや液晶テレビまたはプラズマテレビといった高価格製品の販売拡大により、金額での伸びが目立っている。2003 年にアナログテレビは依然としてデジタルテレビの販売を上回っている。デジタル放送がまだ一部地域に限られているためだが、今後 5 年間でデジタル放送の普及と歩調を合わせて急速にデジタル化が進むと予想されている。

(b)DVD プレーヤーの販売が世界的に急増

低価格が魅力だったテレビとビデオの複合機は 2000～2001 年をピークに減少しており、テレビと DVD の複合機が登場してきたところである。DVD プレーヤーの販売拡大によってビデオカセットレコーダー（VCR）は減少しており、特に 2003 年は数量で前年比 30%減、金額

で 24%の減少となった。これに対して DVD プレーヤーはビジュアル製品の中で最も販売が急増している製品で、数量・金額とも毎年 30%を超える伸びを示している。

(c)カムコーダーでアナログからデジタルの転換が進展

カムコーダーの販売はほぼ横ばいだが、アナログ機からデジタル機への転換が進んでいる。急速に伸びていたデジタルカメラは、2003 年に入って世界の主要市場において飽和状態が始まっている。特にカメラ内蔵型携帯電話がデジタルカメラの市場を侵食する可能性があり、日本では 2003 年にカメラ内蔵型携帯電話がデジタルカメラの販売を数量で大幅に上回っている。

表 39： 世界のビジュアル製品製品別販売台数の推移（1998～2003 年）

（単位：100 万台）

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	98～2003 年 増加率
テレビ	145.0	146.5	149.0	144.4	153.6	160.3	10.6%
デジタルビデオ/多機能 DVD プレーヤー（DVD-R 含む）	7.1	12.6	21.8	36.5	60.2	79.5	1021.5 %
デジタルカメラ	3.7	6.6	12.5	18.8	29.4	40.0	966.7%
ビデオカセットレコーダー	59.9	64.5	62.2	54.1	42.1	29.4	-50.9%
カムコーダー	11.6	13.0	14.5	14.4	15.6	16.3	40.9%
テレビ複合機	8.8	8.7	9.8	9.7	9.6	8.3	-5.0%
ビジュアル製品合計	236.0	251.9	269.8	277.9	310.6	333.8	41.5%

出所： Euromonitor

表 40： 世界のビジュアル製品製品別販売金額の推移（1998～2003 年）

（単位：10 億ドル）

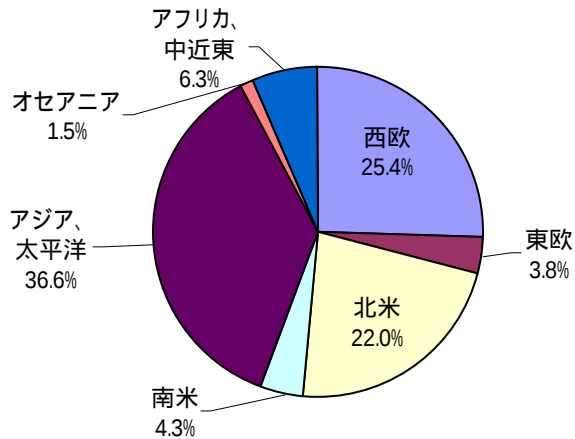
	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	1998～2003 年 増加率
テレビ	62.9	64.0	62.9	59.4	63.5	68.7	9.2%
デジタルビデオ/多機能 DVD プレーヤー（DVD-R 含む）	2.2	3.6	5.6	8.5	12.3	16.1	650.1%
デジタルカメラ	2.0	3.5	5.6	7.4	10.6	14.5	620.5%
カムコーダー	8.7	9.4	9.5	8.8	9.2	9.8	13.0%
ビデオカセットレコーダー	11.5	10.7	9.0	7.2	5.5	4.2	-63.5%
テレビ複合機	3.4	3.2	3.4	3.5	3.5	3.3	-3.3%
ビジュアル製品合計	90.6	94.5	96.0	94.8	104.7	116.6	28.7%

出所： Euromonitor

ビジュアル製品販売の地域別内訳について販売台数を図 25 で、販売金額を図 26 で示した。アジア太平洋地域は数量では全世界の 3 分の 1 以上、金額で 3 分の 1 を占めている。中国で家電製品の販売が急増しているのに加え、日本で DVD プレーヤー・レコーダーや薄型テレビなどの販売が好調なためである。西欧は地域別では世界 2 位の市場で、薄型テレビや DVD プレ

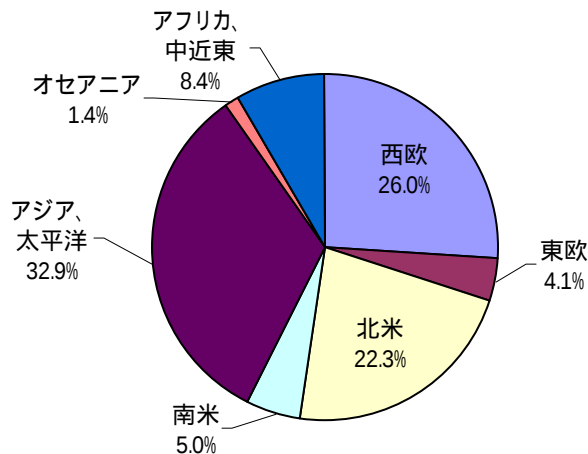
ーヤー、デジタルカメラの販売が伸びている。これに対して北米市場は 2003 年に数量で前年を下回り、金額でも 2.6% 増にとどまり、アジア・太平洋地域や西欧の伸びとは対照的となった。

図 25： ビジュアル製品販売台数の地域別内訳（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

図 26： ビジュアル製品販売金額の地域別内訳（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

オーディオ製品の動向

(a)ホームシネマ/ホームシアター・システムが成長商品として浮上

オーディオ市場ではホームシネマ/ホームシアター・システムが、DVD プレーヤーの販売の伸びに伴って新たな製品として浮上してきた。2003 年には全世界で 1,700 万台弱が販売され、増加率だけを見ると 1998 年から 370% も伸び、オーディオ分野での成長商品となっている。

ただ、表 41 に示したように家庭用オーディオ、個人・携帯型オーディオとも 2000 年をピークに販売台数は減少をたどっているが、表 42 のように金額では横ばいから微増となっている。家庭用オーディオが依然として伸びているのは東欧、アフリカ・中近東の地域で、西欧の中でも英国では販売が増大している。家庭用のハイファイ商品ではカセット・CD プレーヤーの割合が最も大きく、これも 2000 年をピークに販売台数は減少しているが、中国やインドネシアを中心にアジア太平洋地域では需要が大きい。

(b)MP3 プレーヤーが先進国の市場を皮切りに販売が拡大傾向

個人・携帯型オーディオではラジオ CD プレーヤーの割合が最大で 2003 年は販売台数の 39% を占めているが、2001 年から減少傾向にある。これに代わって販売が急増しているのが MP3 技術を用いたデジタル製品で、MP3 プレーヤーの販売台数は 2003 年に個人・携帯型オーディオ製品の 8.5% を占めるまでになった。販売が拡大しているのは主としてアップルの iPod (i-Pod) の成功によるものである。ただ 2003 年時点では、MP3 プレーヤーはまだ製品の成長段階としては初期的で、2004 年から世界各地で本格的な販売拡大が始まっている。

(c)カーオーディオは高度な製品への転換が進む

アフターマーケットのカーオーディオは数量・金額とも微増を示している。オーディオ製品全体の中ではニッチ市場といえるが、米国では大きな地位を占めており、米国の販売台数が 2003 年には全世界の 33% となっている。高度な機種への転換が進んでおり、米国ではカーオーディオに加えてカーテレビ・DVD 製品が販売を伸ばしている。

表 41： 世界のオーディオ製品製品別販売台数の推移（1998～2003 年）

（単位：100 万台）

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	98～03 年 増加率
家庭用オーディオ	126.5	132.0	140.0	138.1	136.5	137.1	8.4%
個人/携帯型オーディオ	123.7	124.8	129.8	126.6	117.2	112.4	9.1%
カーオーディオ	35.8	37.6	39.8	39.4	40.5	40.4	12.7%
オーディオ製品合計	286.0	294.4	309.6	304.1	294.2	289.8	1.4%

出所： Euromonitor

表 42： 世界のオーディオ製品製品別販売金額の推移（1998～2003 年）

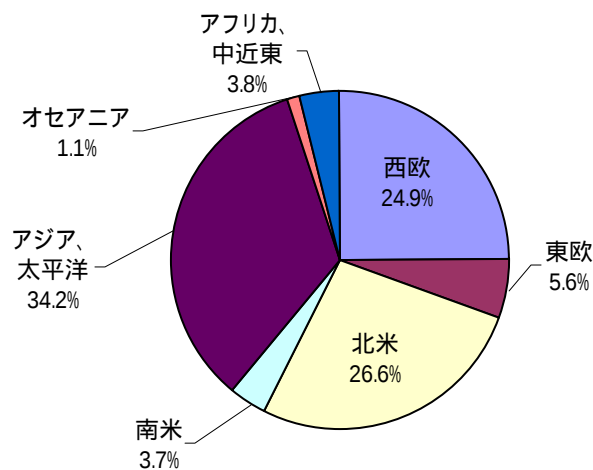
（単位：10 億ドル）

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	98～03 年 増加率
家庭用オーディオ	33.1	32.9	32.4	31.5	32.3	35.4	7.1%
カーオーディオ	7.6	8.0	8.4	8.1	8.9	9.7	26.6%
個人/携帯型オーディオ	7.7	7.9	8.3	7.9	8.0	8.8	14.8%
オーディオ製品合計	48.4	48.9	49.1	47.5	49.1	53.9	11.4%

出所： Euromonitor

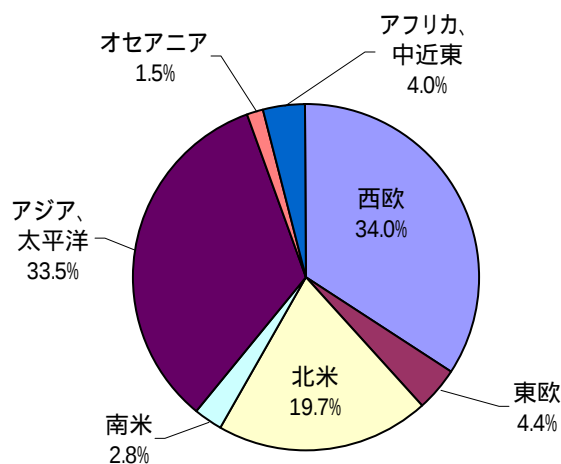
オーディオ製品販売の地域別内訳について図 27 では販売台数を、図 28 では販売金額を示した。アジア太平洋地域が数量・金額とも全世界の 3 分の 1 を占めており、中国での販売拡大がこれを支えている。一方、北米では家庭用オーディオ製品が 2003 年には販売台数で 11% 減を記録している。西欧は数量では全世界の 4 分の 1 を占める市場だが、フランスを中心に高価格製品も人気があるため販売単価が高く、金額ではアジア太平洋地域をわずかに上回り全世界の 3 分の 1 を占めている。東欧や南米、アフリカ・中近東を合わせても販売台数で全世界に占める割合は 13% 程度しかないが、販売台数の成長率が高い。

図 27： オーディオ製品販売台数の地域別内訳（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

図 28： オーディオ製品販売金額の地域別内訳（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

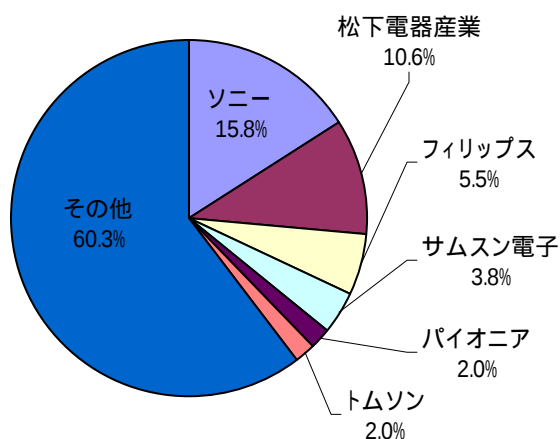
(3) メーカー別シェアと動向

主要メーカーの世界市場における販売台数のシェアを、図 29 では家電製品全体で、図 30 ではビジュアル製品で、図 31 ではオーディオ製品でそれぞれ示した。家電製品全体では、ソニーと松下電器のパナソニックのブランド力が依然として強力だが、低価格から中価格帯では韓国のサムスンやLGが伸びている。ビジュアル製品でもソニーと松下電器が世界の2大メーカーで、ソニーは東欧を除く各市場でブランドの強みを発揮しているが、この製品でも低・中価格帯を中心にサムスンやLGが追い上げている。

オーディオ製品ではソニーが約23%のシェアで、首位、同社は2位である松下電器の約2倍のシェアを持ち圧倒的な強さを誇っている。ソニーは各地域でも首位で特に北米市場では30%を超えているが、アフリカ・中近東では松下電器に次ぐ2位である。2003年には松下電器とフィリップスの世界シェアが縮小したが、これはサムスンなどの安価な製品およびアップルのMP3プレーヤーの販売拡大が要因となっている。

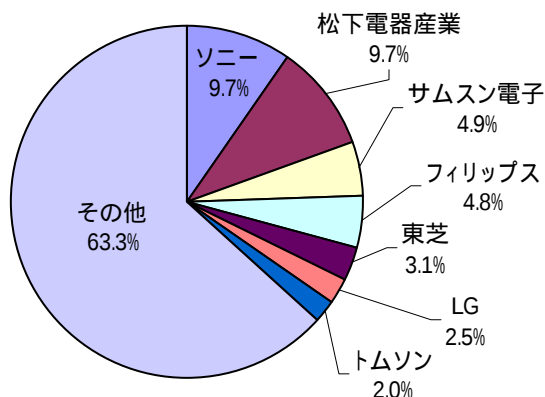
表 43 にはビジュアル製品の各製品別に世界のトップ3メーカーを示した。ここでもソニーと松下電器がトップと2位に並ぶが、低価格商品では3位にサムスンやフナイが入り、高価格商品ではフィリップスが3位となっている。なおデジタルカメラではキヤノンが強くソニーに次ぐシェアを持ち、これにオリンパスが続く。またカーオーディオではパイオニアが2位、ケンウッドが3位のシェアを持っている。

図 29： 家電製品販売台数の世界市場でのメーカー別シェア（2003 年）



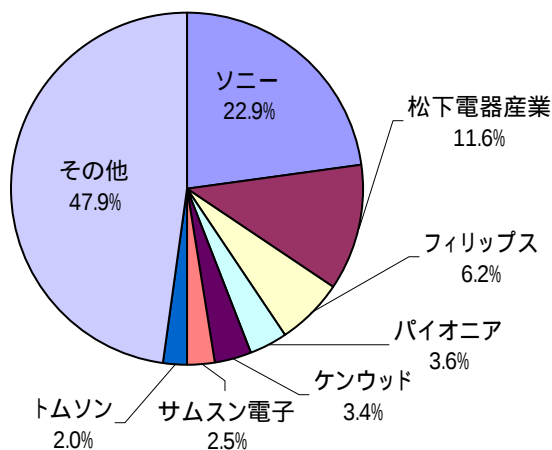
出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

図 30： ビジュアル製品販売台数の世界市場伝メーカー別シェア（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

図 31： オーディオ製品販売量の世界市場でのメーカー別シェア（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 43： 世界のビジュアル製品市場の製品別トップ3 メーカー

分野	1 位	2 位	3 位
ビデオ	ソニー	松下電器産業	サムソン電子
テレビ	ソニー	松下電器産業	サムソン電子
テレビ複合機	フィリップス	松下電器産業	フナイ
ビデオカセットレコーダー	松下電器産業	ソニー	フナイ
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー (DVD-R 含む)	松下電器産業	ソニー	フィリップス
カムコーダー	ソニー	松下電器産業	キヤノン
デジタルカメラ	ソニー	キヤノン	オリンパス
オーディオ	ソニー	松下電器産業	フィリップス
家庭用オーディオ	ソニー	松下電器産業	フィリップス
個人/携帯用オーディオ	ソニー	松下電器産業	フィリップス
カーオーディオ	ソニー	パイオニア	ケンウッド

出所： Euromonitor

2. 欧州の家電製品市場

(1) 西欧家電製品市場の動向

西欧各国の家電製品市場

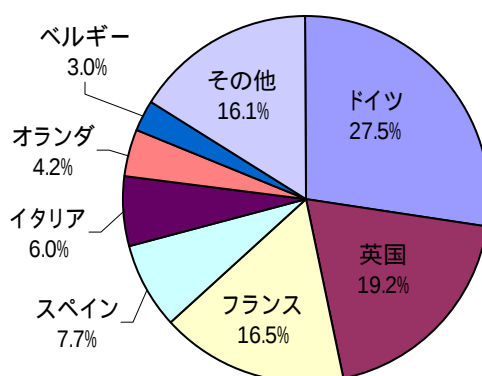
2003 年は経済的にドイツやフランス、イタリアなど主要市場において依然として厳しい状況が続いていたが、家電全体の販売台数では前年に比べて 4.9% 増で、金額では 23.4% 増となった。金額の大幅増は、ユーロ高によりドル換算で示した売上が膨らんだことも一因である。主要国では、ドイツ市場が 2003 年は経済不振もあって数量・金額とも落ち込んだが、デジタル化とデジタル家電の低価格化によりフランスやイタリアでは販売が伸び、英国では経済が比較的好調なことから可処分所得の上昇もあって、家電販売は好調を維持している。

(a) 家電市場全体の動向

・販売台数ではドイツ、販売金額ではフランスが首位

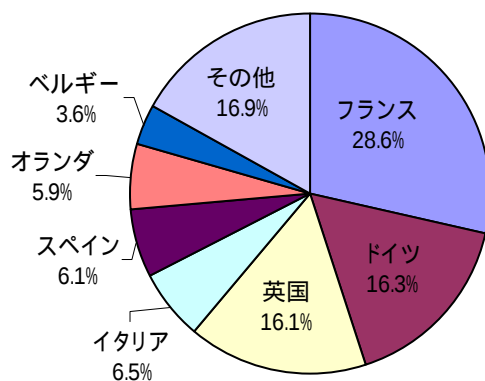
図 32 および表 44 に示したように、ドイツの家電市場は販売台数では西欧最大の 27.5% を占め、2 位英国の 19.2% と 3 位フランスの 16.5% を大きく引き離している。西欧ではこの 3 大市場で全体の 60% を超えており、3 カ国の市場規模とは大きく離れてイタリアとスペイン、オランダが続いている。ただ、図 33 と表 44 の販売金額で見ると販売台数とは違ってフランスが最大で 28.6% を占め、ドイツは 16.3%、英国は 16.1% とフランスを大きく下回る。これはフランスで 2003 年にアナログ家電からデジタル家電への転換が進み、高価格商品の売れ行きも好調だったためである。ドイツでは家電市場における価格競争が厳しく数量は大きいものの、フランスに比べて低価格商品の割合が高い。

図 32： 西欧家電市場の販売台数に占める各国の割合



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

図 33： 西欧家電市場の販売金額に占める各国の割合



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 44： 西欧家電市場に占める各国の割合（2003 年）

	ビジュアル・オーディオ 製品の販売台数	ビジュアル・オーディオ 製品の販売金額
フランス	16.5%	28.6%
ドイツ	27.5%	16.3%
英国	19.2%	16.1%
イタリア	6.0%	6.5%
スペイン	7.7%	6.1%
オランダ	4.2%	5.9%
ベルギー	3.0%	3.6%
スウェーデン	2.2%	2.7%
スイス	2.0%	2.4%
オーストリア	2.6%	2.0%
ノルウェー	1.7%	1.9%
デンマーク	1.4%	1.6%
トルコ	1.5%	1.5%
ギリシャ	1.1%	1.5%
アイルランド	1.2%	1.1%
ポルトガル	1.0%	0.9%
フィンランド	0.8%	0.7%
その他西欧	0.4%	0.5%

出所： Euromonitor

(b) ビジュアル製品とオーディオ製品の動向

西欧各国における 2003 年の家電販売の販売台数を表 45 に販売金額を表 46 に示した。

イ) 販売価格の低下が目立つビジュアル製品

ビジュアル製品は表 45 のように 1998～2003 年の過去 6 年間では、各国で販売台数が大幅に伸びている。2003 年も前年に比べて西欧全体では 29%を超える販売増となった。しかし販売金額は表 46 のように過去 6 年間で数量ほどの伸びを示しておらず、横ばいの国やドイツのように減少している国もある。これは販売価格が低下しているためで、特にドイツではこれが顕著となっている。ドイツ市場は価格に敏感で、価格と製品内容で最も値ごろ感の高いものが販売の中心となっているうえ、ドイツ経済の低迷と消費者の景況感の低下も家電販売に影響を与えた。

ロ) オーディオ製品はドイツで減少し、英国・フランスでは拡大

オーディオ製品は表 45 のように販売台数の伸びでは国によって違いが大きく、3 大市場ではフランスと英国が過去 6 年間で 20%以上増大しているのに対して、ドイツでは 18%弱の減少となった。表 46 のように、販売金額でもフランスと英国が 10%以上伸びたのに対して、ドイツでは約 19%の減少となっている。

表 45： 西欧各国の家電製品の 2003 年販売台数と成長率

(単位：1,000 台)

	ビジュアル 製品	ビジュアル 製品 98～03 年増加 率	オーディオ 製品	オーディオ 製品 1998～2003 年 増加率	ビジュアル製 品・オーディオ 製品合計
ドイツ	24,793.0	5.1%	18,371.6	17.7%	43,164.6
英国	18,050.0	86.7%	12,143.8	21.7%	30,193.8
フランス	11,942.3	48.3%	13,952.0	20.9%	25,894.3
スペイン	5,477.5	55.5%	6,579.3	21.1%	12,056.8
イタリア	5,618.4	33.5%	3,755.1	4.9%	9,373.5
オランダ	2,956.3	91.0%	3,598.2	7.3%	6,554.5
ベルギー	1,821.2	111.5%	2,834.0	25.2%	4,655.2
オーストリア	2,447.4	47.7%	1,644.6	4.9%	4,092.0
スウェーデン	1,743.2	81.5%	1,743.8	3.7%	3,487.0
スイス	1,490.7	85.6%	1,636.2	3.6%	3,126.9
ノルウェー	1,556.8	97.5%	1,180.7	22.0%	2,737.5
トルコ	1,845.7	20.4%	505.2	12.9%	2,350.9
デンマーク	1,350.9	75.5%	908.2	30.1%	2,259.1
アイルランド	871.1	25.7%	1,036.8	20.4%	1,907.9
ギリシャ	902.9	61.1%	877.6	19.7%	1,780.5
ポルトガル	903.1	38.0%	719.3	1.6%	1,622.4
フィンランド	697.8	49.1%	497.2	15.2%	1,195.0
その他西欧	332.4	92.6%	331.8	11.5%	664.2
西欧全体	84,800.7	40.1%	72,315.2	1.4%	157,115.9

出所： Euromonitor

表 46： 西欧各国の家電製品の 2003 年販売金額と成長率

(単位：10 億ドル)

	ビジュアル 製品	ビジュアル製品 98～03 年増加 率	オーディオ 製品	オーディオ製品 98～03 年増加 率	ビジュアル製 品・オーディオ 製品合計
フランス	7,403.3	25.0%	6,500.7	10.2%	13,904.0
ドイツ	5,052.3	21.9%	2,895.1	18.9%	7,947.4
英国	5,354.7	31.6%	2,487.9	13.8%	7,842.6
イタリア	1,997.0	8.6%	1,171.4	12.2%	3,168.4
スペイン	1,733.5	24.8%	1,244.6	3.3%	2,978.1
オランダ	2,033.0	50.3%	816.9	8.9%	2,849.9
ベルギー	1,095.0	96.9%	665.6	21.2%	1,760.6
スウェーデン	897.4	61.3%	428.1	6.7%	1,325.5
スイス	800.3	12.7%	372.1	28.5%	1,172.4
オーストリア	621.4	26.2%	338.0	2.0%	959.4
ノルウェー	663.3	17.9%	280.5	23.4%	943.8
デンマーク	547.7	13.2%	231.6	26.5%	779.3
トルコ	656.2	22.4%	90.9	32.6%	747.1
ギリシャ	392.3	63.8%	322.2	31.3%	714.5
アイルランド	323.0	0.6%	228.1	7.0%	551.1
ポルトガル	335.0	14.5%	115.7	2.4%	450.7
フィンランド	277.6	38.3%	84.5	14.3%	362.1
その他西欧	146.3	n.a.	79.0	n.a.	225.3
西欧全体	30,329.20	n.a.	18,352.9	n.a.	48,682.1

出所：Euromonitor

(c)主要国の販売動向

ドイツ——低・中価格帯の製品が主流、デジタルテレビは低迷

ドイツでは販売価格が品質と同程度かそれ以上に重要な要素となっており、販売台数が伸びても販売金額の増大には結びつくとは限らない。メディア・マルクト、プロ・マルクト、ザトゥルン、メディマックスといった大手販売チェーンが価格競争を繰り広げており、市場の動向を支配している。このためデジタルテレビの価格も、1998 年の平均 4,000 ユーロが 2003 年には 1,300 ユーロまで低下し、DVD プレーヤー・レコーダーの単価も低下が激しい。大きく伸びている DVD プレーヤーも中価格商品が中心で、JVC、パナソニック、LG の各ブランドが強い。DVD プレーヤーに比べてデジタルテレビの販売は依然として小規模で、デジタル放送が本格化するまで販売は上向かないと見られており、販売が増加するまでに今後 5 年間はかかると予想されている。

低・中価格帯の商品が主流というドイツ市場の特徴はオーディオ製品にも表れている。ビジュアル製品とは違ってオーディオ製品は趣味の製品あるいは贅沢品的な意識が消費者の間にあるため、より低・中価格商品に流れやすい。この中で MP3 プレーヤーの販売増は目立っているものの、アップルのアイポッドは高価格なため消費者の多くは同様な機能を持つ低価格のフ

ラッシュメモリ型 MP3 プレーヤーを購入する傾向が強い。前述のようにドイツでは 1998 年から 2003 年にオーディオ製品が販売台数・金額とも減少している。特にアフターマーケットのカーオーディオ製品の減少が大きい。これはドイツで販売される新車に最初から搭載されるオーディオシステムの品質が向上しており、アフターマーケットで購入する消費者が減っていることも一因となっている。

フランス——DVD プレーヤーとデジタルカメラが急増

ビジュアル製品の 2003 年の販売台数は前年に比べて 9 %弱増えて、ほぼ 1,200 万台となった。この拡大は DVD プレーヤーが 32 %増と好調だったこと、デジタルカメラが 101 %増と販売台数が倍増したことによるものである。ただ価格競争も激化しており、販売価格は低下している。

フランスのオーディオ製品販売で特徴的なのは販売単価が高いことで、平均 466 ドルというのはドイツの 3 倍、英国の 2 倍以上に相当する。フランスでは品質やイメージが重要な要素となっており、さらにホームエンターテインメントの人気の高まり、オーディオテープから MP3 への転換も進んでいるためである。CD/CDR プレーヤーの販売も強い。

英国——デジタル家電の新製品に人気が集まる

ビジュアル製品とオーディオ製品を合わせた家電全体で、2003 年には販売金額が 78 億ドルに達し、1998 年に比べて増加率は 37 %を超えている。販売台数も 3,020 万台で 1998 年より 53.7 %の増加となった。経済が好調に推移したことに加え、低金利によってクレジットカードなどでの購入が拡大したことも販売増に拍車をかけた。薄型テレビや DVD プレーヤー、MP3 プレーヤー、デジタルカメラなどデジタル技術による新製品の人気の急速に高まっていることも販売を支えた。

ビジュアル製品では 2003 年に DVD プレーヤーの販売が急増した。英国では 1 世帯でテレビや DVD プレーヤーを複数持つ例が多いことも好調な販売につながっている。デジタルカムコーダーのように一挙にアナログからデジタルに転換が進む製品がある一方で、転換が緩やかな製品もある。デジタルテレビはようやく販売が本格化し始めたところだが、これはセットトップボックスによる衛星放送など、デジタル放送受信との競合があるためである。また DVD レコーダーも販売は伸び悩んでいる。

オーディオ製品は販売台数・金額とも増大しているものの、家庭用オーディオ製品でも個人・携帯型オーディオ製品でも価格競争が強まっている。特に家庭用オーディオではホームシアターのシステムの登場で価格が影響を受けている。2003 年には MP3 の販売がぐいさ本格化し、2004 年以降に販売が拡大すると見られている。

イタリア——価格低下が販売を刺激、デジタル家電が販売のカギ

2002 年と 2003 年は消費者の景況感が低迷し個人消費は減退したものの、家電製品では価格低下もあって販売は増大し、2003 年は前年に比べて販売台数で 2.5% 増となった。デジタル家電が販売のカギとなっており、MP3 プレーヤー、DVD プレーヤー、デジタルカメラ、パーソナルビデオレコーダーの販売が伸びている。

スペイン——プライベート・ブランドが多くデジタル家電の価格が低下

2003 年の家電製品の販売台数は前年比 2.9% 増で、販売金額ではユーロで見ると 5.9% 増となっている。西欧全体の動きと同様にアナログからデジタルへの転換が急速に進んでいる。消費者のデジタル家電への需要も高く価格も低下してきているため、デジタル家電の普及が拡大しており、CD プレーヤーや DVD プレーヤー、デジタルカメラ、デジタルカムコーダーの販売が増えている。ただ、東南アジアなどで生産されたプライベート・ブランド製品によって、各メーカーは価格引き下げを余儀なくされており利益に響く結果となっている。2003 年にプライベート・ブランドのシェアは 6 % を超え、欧州はもちろん世界的に見てもシェアの割合では最大で、これに続くのはベルギーの 3 % 強、フランスの 1 % 強、オランダの 1 % 弱である。ただ、これがスペインの需要の増大につながっていることは事実である。

オーディオ製品は 2003 年に販売台数で 4.1% の減少となったが、販売金額では 4 % 増を記録している。これは高品質や先進技術の製品に対する需要が強いため、平均販売単価の上昇につながった。ホームシネマ製品や MP3 プレーヤーの販売が好調となっている。

各メーカーのシェアと販売チャネル

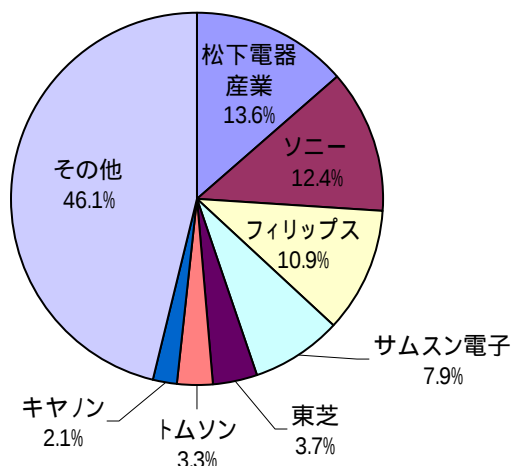
(a) ビジュアル製品のメーカーシェア

図 34 に西欧のビジュアル製品で販売台数の上位メーカーのシェアを示した。主要メーカーのシェアは表 47 の通りである。西欧は北米や東欧と並んで、松下電器のシェアがソニーのシェアを上回っている地域で、2003 年は松下電器の 13.6% に対してソニーは 12.4% だった。これはドイツを中心に低・中価格帯の製品に対する需要が強いため、ドイツでは松下グループの JVC とパナソニックのブランドが DVD プレーヤー・レコーダーでトップを占めている。英国ではソニーとフィリップスがリードしているものの、ブッシュやグッドマンズといったメーカーの低価格商品がテレビなどの販売を伸ばしている。

デジタルカメラとデジタルカムコーダーの販売増により、キヤノンやニコン、富士フィルム、イーストマン・コダック、オリンパス、そしてソニーのシェアが販売台数でシェアを伸ばした。西欧では従来のカメラの品質のイメージがデジタルカメラの販売にもつながっており、キヤノ

ンが販売台数でソニーを上回ってトップとなり、2位にソニー、以下、ニコン、富士フィルムの順となっている。安価なデジタルカメラも市場に数多く出ているものの、それほど成功していない。

図 34： 西欧のビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 47： 西欧のビジュアル製品販売台数のメーカー別シェア（2003 年）

メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
松下電器産業	13.6%	コダック	1.1%
ソニー	12.4%	オリンパス	1.0%
フィリップス	10.9%	SEG	1.0%
サムスン電子	7.9%	Arçelik AS	0.8%
東芝	3.7%	Vestel Elektronik AS	0.7%
トムソン	3.3%	パイオニア	0.7%
キヤノン	2.1%	Cyberhome Ltd	0.6%
アルバ	1.5%	三洋電機	0.5%
LG	1.3%	ヒューレット・パッカード	0.5%
ニコン	1.1%	プライベート・ブランド	1.2%
富士フィルム	1.1%	その他	33.0%

出所： Euromonitor

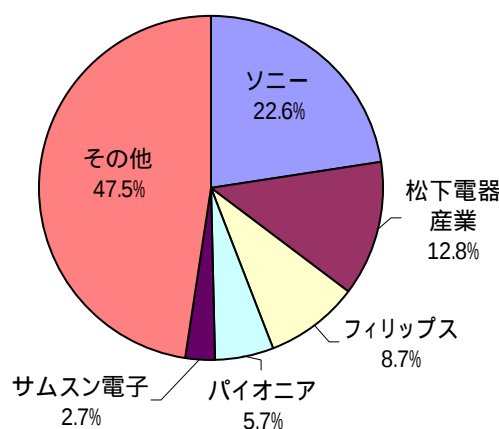
(b)オーディオ製品のメーカーシェア

図 35 に西欧のオーディオ製品で販売台数の上位メーカーのシェアを示した。主要メーカーのシェアは表 48 の通りである。西欧市場ではソニーが圧倒的な強さを誇っており、家庭用ハイファイシステムやホームシネマ/ホームシアター・システムで他社を大きくリードしている。一方、アフターマーケットのカーオーディオは専門的な分野であり、パイオニアが首位でクラ

リオンやボッシュも上位に入っている。

上位メーカーを追い上げているのがサムスンとパイオニアで、特にサムスンは商品開発への投資を進めて多様な商品展開でシェアを伸ばしている。ブランドイメージだけでは高価格商品を購入する動機にはなりにくくなっており、サムスンやパイオニア、トムソン、JVC が今後もシェアを伸ばすと予想されている。その際にシェアを侵食される可能性が高いブランドとしてパナソニックが挙げられている。

図 35： 西欧のオーディオ製品販売台数の上位メーカー（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 48： 西欧のオーディオ製品販売台数のメーカー別シェア

メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
ソニー	22.6%	コダック	1.2%
松下電器産業	12.8%	オリンパス	1.0%
フィリップス	8.7%	SEG	0.7%
サムスン電子	5.7%	Arçelik AS	0.6%
東芝	2.7%	Vestel Elektronik AS	0.6%
トムソン	2.0%	パイオニア	0.5%
キャノン	2.0%	Cyberhome Ltd	0.5%
アルバ	1.9%	三洋電機	0.4%
LG	1.8%	ヒューレット・パッカード	0.4%
ニコン	1.8%	プライベート・ブランド	0.7%
富士フィルム	1.6%	その他	29.8%

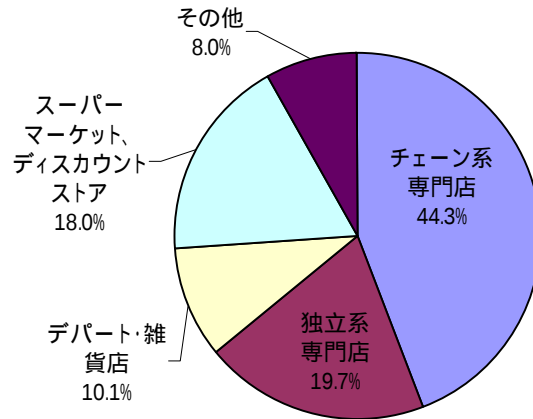
出所： Euromonitor

(c)販売チャネルの動向

世界的に家電の販売の比重は、独立系専門店やデパートから専門チェーンやスーパーマーケッ

トやハイパーマーケット、ディスカウントストアに移っているが、西欧でもこれが顕著である。図 36 に示したように、販売台数で見た専門チェーンのシェアは 44.3%に達している。スーパーやディスカウントストアと合わせると 6 割を超え、北米やアジア太平洋地域と比べても、この 2 つの販売チャネルへの集中が進んでいる。

図 36： 西欧の家電製品販売量の販売チャネル別内訳



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

(2) 中東欧・ロシアの家電市場の動向

中東欧・ロシアの家電製品市場

(a)家電市場全体の動向

・ウクライナを除いて順調に拡大

中東欧・ロシア各国の家電製品の販売状況について、表 49 では販売台数を、表 50 では販売金額を示した。販売台数では、経済的に厳しい状況が続いているウクライナを除いて各国で販売が伸びている。販売金額では、ドル換算という要因もあって数量の増大を必ずしも反映した増減率にはなっていない。中東欧・ロシアの市場では、販売台数の 55.2%、金額の 40.5%を占めるロシアがトップ。これに続くのがポーランドで数量 11.4%、金額 13.9%、チェコが数量 8.2%、金額 11.3%となっている。ウクライナは数量ではハンガリーの 3.8%を上回る 5.1%を占めているが、金額では 4.8%でハンガリーの 6.1%を下回っている。

中東欧・ロシアの消費者の間でも高品質・高価格製品に対する需要が高まっているため、低価格商品を提供していた中東欧・ロシアのメーカーの生き残りは厳しい状況となってきた。たと

えばポーランドの最後の国内メーカーとしてテレビを製造販売していた Trilux も 2002 年に製造を中止している。

表 49： 中東欧・ロシア各国の家電製品の 2003 年販売台数と成長率

(単位：1,000 台)

	ビジュアル製品	ビジュアル製品 1998～2003 年 増加率	オーディオ 製品	オーディオ製品 1998～2003 年 増加率	ビジュアル製品・ オーディオ製品 合計
ロシア	5,461.4	22.1%	10,623.3	17.3%	16,084.7
ポーランド	2,103.0	55.4%	1,125.4	18.3%	3,228.4
チェコ	1,363.9	227.4%	1,038.7	192.4%	2,402.6
ウクライナ	524.4	2.0%	951.1	21.8%	1,475.5
ハンガリー	615.2	49.8%	489.2	35.1%	1,104.4
ルーマニア	578.1	65.3%	444.3	54.8%	1,022.4
スロバキア	442.5	115.9%	290.3	60.6%	732.8
ブルガリア	264.0	50.0%	210.0	35.3%	474.0
その他中東欧	1,456.8	73.9%	1,152.4	31.5%	2,609.2
合 計	12,809.3	46.3%	16,324.6	17.7%	29,133.9

出所： Euromonitor

表 50： 中東欧・ロシア各国の家電製品の 2003 年販売金額と成長率

(単位：100 万ドル)

	ビジュアル製品	ビジュアル製品 1998～2003 年 増加率	オーディオ製品	オーディオ製品 1998～2003 年 増加率	ビジュアル製品・ オーディオ製品 合計
ロシア	2,080.70	136.3%	799.7	32.2%	2,880.4
ポーランド	702	13.0%	288.8	25.6%	990.8
チェコ	440.2	52.7%	362.6	87.4%	802.8
ハンガリー	262.5	12.0%	170.3	15.1%	432.8
ルーマニア	234.2	32.6%	151.4	28.5%	385.6
ウクライナ	248.6	111.6%	93.5	20.0%	342.1
スロバキア	134.9	6.7%	97	0.1%	231.9
ブルガリア	109.7	8.1%	71.1	11.1%	180.8
その他中東欧	520.6	-	338.2	-	858.8
合 計	4,733.60	-	2,372.70	-	7,106.3

出所： Euromonitor

(b)主要国の動向

ポーランド——デジタル家電の新製品に対する需要も増大

2003 年は経済の回復により家電市場も拡大し、販売台数で前年比 10.5% 増となった。金利引き下げと消費者クレジットの普及も家電販売を支えている。手頃な価格のデジタル家電が家電販売の増大につながっており、特にデジタルカムコーダーやデジタルカメラの販売が目立って

いる。

ビジュアル製品ではテレビが販売台数全体の3分の2を占めており、液晶の薄型テレビも消費者の手に届くようになりテレビの販売を押し上げている。この分野では特にLGが強みを発揮している。DVDプレーヤーの販売台数も2003年には前年の2倍以上となったが、価格の低下が大きな要因である。DVDプレーヤーは2004年も好調だが、DVDレコーダーは販売価格が高いことが普及を阻害している。

オーディオ製品では、2003年にホームシアター/ホームシネマ・システムの販売が好調となったものの、カーオーディオなど他のオーディオ製品の販売が縮小したため、販売台数では前年から0.6%減となった。ただし販売金額では2.8%増の2億8,900万ドルとなっている。ホームシアター/ホームシネマ・システムの販売は、サムスンとLGが手頃な価格帯の商品を投入したことで需要を喚起した。これにより家庭用オーディオの高価格商品の販売を縮小するメーカーも出ており、松下電器はテクニクス・ブランドの商品を絞りこみ、パナソニック・ブランドに集中している。MP3プレーヤーも2003年には前年比750%増という急増ぶりで、CDプレーヤーの販売低迷を招いている。

ハンガリー——DVDプレーヤーとデジタルカメラの販売が急増

2003年の家電販売は数量では前年比3.7%増で、金額ではほぼ横ばいだった。販売金額が伸びないのは、ハンガリー市場で価格競争がかなり激化してきたためである。過去6年間では所得や生活水準の上昇に伴って販売台数・金額とも着実に増大しており、最新技術を導入した製品も売れる市場となってきた。

ビジュアル製品では、ハンガリーでもDVDプレーヤーをはじめデジタルカムコーダー、デジタルカメラの販売が急増している。これらの製品は2001年から2002年に価格が低下しており、これが需要に火をつける形となった。ただ、こうしたデジタル家電への転換は都市部が中心で、農村部では依然として転換が遅れている。

一方、オーディオ製品では、ミニディスク・プレーヤーやMP3プレーヤー、ホームシアター/ホームシネマ・システムといった新製品が好調となっている。特に2003年は販売金額でMP3プレーヤーやホームシアター/ホームシネマ・システムの増大がめざましいが、販売単価の低下が始まっており、現在のような成長は今後維持できないとされている。

ロシア——高価格で伸び悩むデジタル製品もあり、需要拡大はこれから。1998年の経済危機以降の経済回復で個人消費が拡大し、家電市場も増加をたどっている。2003年の販売金額は29億ドル近くで、1998年からの成長率は93.9%とほぼ倍増となった。経済危機後2000年ま

では安価な商品だけが売れるという状況が続いたが、2000年から2001年に家電市場は大幅に向上し、買い替えも進んでいる。2001年からは消費者クレジットも拡大し、家電販売の約30%がクレジットによる購入となっている。このため2003年には高価格や高品質の商品の販売も増大してきた。

ビジュアル製品では、テレビが販売台数でも販売金額でもビジュアル製品全体の66%となっている。薄型テレビやデジタルテレビも人気が出ており、相対的に高価格なため販売は大きくないが、今後の拡大が期待されている。DVDプレーヤーは2001年にロシア市場に登場し、2003年には販売が最も伸びた製品のひとつとなった。ただしデジタル家電の中でもデジタルカムコーダーは、カムコーダーの販売台数全体の23%にすぎない。価格が高いことが障壁となって、急速な販売拡大には結びついていないためである。デジタルカメラの売れ行きは好調である。

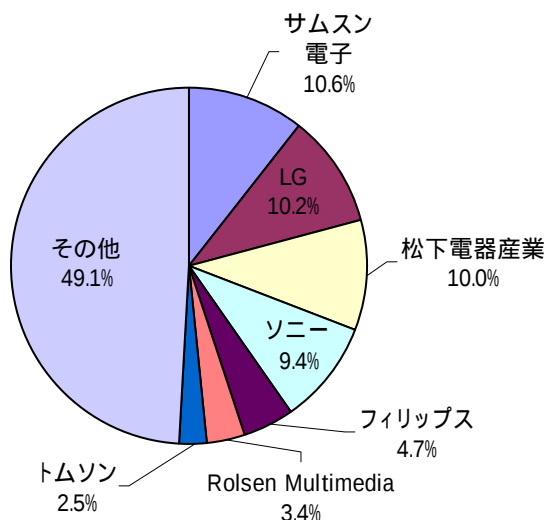
オーディオ製品ではMP3プレーヤーも含めてデジタル製品の販売が始まったとはいえ、依然としてアナログのカセットデッキや携帯ラジオなどが販売の主流となっている。ロシアはカセットの比重が高いのが特徴で、CDプレーヤーの普及も低い。これはプレーヤーの価格だけでなくCDの価格がカセットテープに比べて高いことも一因となっている。ミニディスク・プレーヤーやMP3プレーヤーは、高価格に加えて販売網も確立しておらず、現在のところ一部の専門店が扱う商品となっている。

各メーカーのシェアと販売チャネル

(a) ビジュアル製品のメーカーシェア

中東欧・ロシアにおけるビジュアル製品の販売台数で上位メーカーのシェアを図37に、主要メーカーのシェアを表51に示した。この地域では韓国メーカーが強く、2003年にはサムスンが10.6%、LGが10.2%のシェアを占めている。両社とも1990年代初めから中東欧で販売を進め、幅広い価格帯の商品を揃えていることと積極的な宣伝戦略が功を奏している。日本メーカーでは松下電器が10%で3位、ソニーが9.4%のシェアで、この上位4社はほぼ拮抗している。松下電器は中価格帯、ソニーは高価格帯での販売が中心である。

図 37： 中東欧・ロシアのビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 51： 中東欧・ロシアのビジュアル製品販売台数のメーカー別シェア（2003 年）

メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
サムスン電子	10.6%	SOKOL Bytovaya Elektronika TPK	0.6%
LG	10.2%	シャープ	0.6%
松下電器産業	10.0%	オリンパス	0.5%
ソニー	9.4%	Thakral Corp	0.3%
フィリップス	4.7%	ニコン	0.2%
Rolsen Multimedia	3.4%	Grundig AG	0.2%
トムソン	2.5%	カシオ コンピューター	0.1%
東芝	2.1%	ミノルタ	0.1%
大宇	1.2%	パイオニア	0.1%
Polar Co	1.1%	プライベート・ブランド	0.7%
キヤノン	0.6%	その他	40.7%

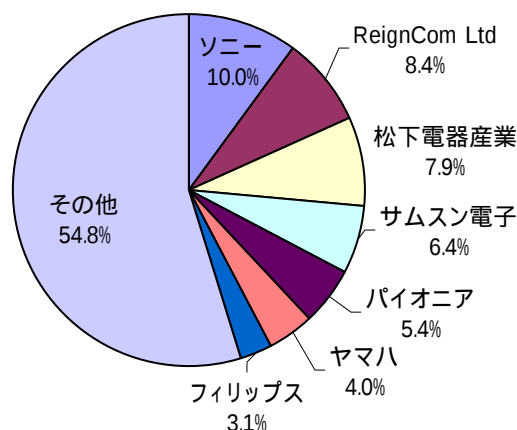
出所： Euromonitor

(b)オーディオ製品のメーカーシェア

中東欧・ロシアにおけるオーディオ製品の販売台数で上位のメーカーのシェアを図 38 に、主要メーカーのシェアを表 52 に示した。オーディオ製品ではソニーがトップで 10%のシェアを持つ。ReignCom が 2 位に入っているのは、最大のロシア市場でトップメーカーとなっているためである。松下電器はポーランド市場に強く、中東欧・ロシア地域全体でも 3 位となった。オーディオ製品と同様に、ソニーは高価格帯製品、松下電器は中価格帯製品が中心となっている。

なおロシア市場では、家庭用オーディオ製品は 2003 年に販売台数でトップが松下電器の 43%、サムスンが 32%、ソニーが 25%である。個人・携帯型オーディオ製品では ReignCom がトップとなっている。ホームシネマ・システムでは L G が最も強い。

図 38： 中東欧・ロシアのオーディオ製品販売台数の上位メーカー（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 52： 中東欧・ロシアのオーディオ製品販売台数のメーカー別シェア（2003 年）

メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
ソニー	10.0%	D&M Holdings Inc	1.3%
ReignCom Ltd	8.4%	Celestion International Ltd	1.3%
松下電器産業	7.9%	A-MAX Technology Co Ltd	1.3%
サムスン電子	6.4%	Digital Square Co Ltd	1.3%
パイオニア	5.4%	L G	1.2%
ヤマハ	4.0%	A&R Cambridge Ltd	1.1%
フィリップス	3.1%	HyunWon Inc	1.0%
Audio Products International Corp	2.1%	Audiovector	0.8%
B&K Components Ltd	1.9%	PanRam International Corp	0.6%
Digitalway Co Ltd	1.6%	プライベート・ブランド	0.2%
Ceratec Deutschland GmbH	1.6%	その他	37.4%

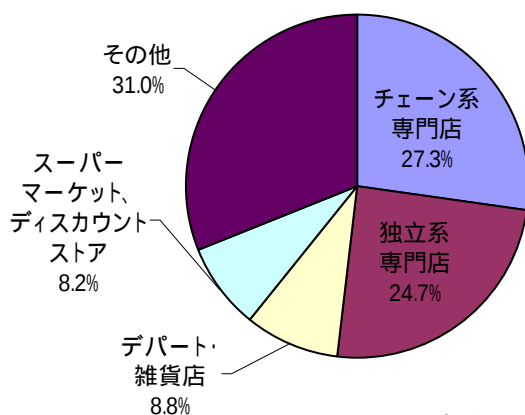
出所： Euromonitor

(c)販売チャネルの動向

中東欧・ロシア地域は西欧と違って独立系専門店の割合が依然として高い。ただ専門チェーンも増大しており、図 39 のように中東欧・ロシア地域全体でも販売台数の 27.3%を占めている。特にロシアではチェーン店の拡大が家電販売の伸びにつながっている。中東欧・ロシアでは従来からオープンマーケット（組織的でない販売ルート）による販売が多く、これが「その他」

の割合が高いことに示されている。ロシアでは 1998～2000 年の販売のうち 50～60%がこのオープンマーケットによるものとされているが、チェーン店の拡大に見られるように組織的な販売ルートの整備が進んでおり、2003 年にはオープンマーケットでの販売は約 27%まで低下している。今後は、専門チェーンの拡大でオープンマーケットのような販売ルートはますます縮小すると予想されている。

図 39： 中東欧の家電製品販売量の販売チャネル別内訳



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

(3) 今後の成長製品と販売予測

世界の家電製品販売予測

今後の世界の家電市場を取り巻く環境として、以下のような動きが予想されている。

- ・ ビジュアル製品、オーディオ製品、情報技術（IT）製品の間の統合や互換性が高まり、PCでのテレビ視聴などPCメーカーによる家電分野への進出が進む。
- ・ 家電製品においてデジタル記録・保管のようなハードドライブ技術の導入が進み、DVDレコーダーでは業界での技術標準の問題が解決すれば販売の急速な拡大につながる。
- ・ デジタル家電によって世界の市場で買い替え需要がさらに喚起される。特にデジタル家電の普及が遅れていた地域で今後の拡大が期待される。
- ・ 地上波のデジタル放送の導入が進むことで、ビジュアル製品の販売が加速される。
- ・ オンラインによる音楽ダウンロードサービスの拡大で、新製品が拡充する。
- ・ PCとブロードバンドの普及が世界的に進むことも、デジタル家電の需要を高める。
- ・ 家庭用オーディオのデジタル化が車搭載のオーディオ製品にも広がる。

こうした背景を基に出されている家電製品の世界的な販売予測を、表 53 に販売台数について、

表 54 に販売金額について示した。アジア太平洋地域、南米、西欧での大幅な伸びが予想されている。また北米でも家電製品の販売が着実に増大するもようである。

表 53： 家電製品の世界販売台数の地域別予測（2003～2008 年）

（単位：100 万台）

	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年		
						ビジュアル 製品	オーディオ 製品	AV 製品合計
アジア、太平洋	221.3	239.8	261.2	283.8	309.6	200.4	140.3	340.7
西欧	157.1	165.9	179.6	200.1	232.3	180.7	94.8	275.5
東欧	29.1	31.1	33.4	35.8	38.3	17.4	23.2	40.6
欧州小計	186.2	197.0	213.0	235.9	270.6	198.1	118.0	316.1
北米	150.7	153.3	157.9	165.1	174.3	102.9	81.8	184.7
アフリカ、中近東	32.1	35.2	38.8	42.2	45.9	38.9	12.4	51.3
南米	25.1	27.3	30.3	34.0	38.5	30.1	14.5	44.6
オセアニア	8.2	8.8	9.3	9.5	9.8	6.8	3.5	10.2
世界全体	623.7	661.4	710.3	770.5	848.7	577.2	370.6	947.8

出所： Euromonitor

表 54： 家電製品の世界販売金額の地域別予測（2003～2008 年）

（単位：10 億ドル）

	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年		
						ビジュアル 製品	オーディオ 製品	AV 製品合計
西欧	48.7	52.2	58.0	65.4	76.6	71.2	22.0	93.2
東欧	7.1	7.5	8.0	8.7	9.2	6.2	3.4	9.6
欧州小計	55.8	59.7	66.0	74.1	85.8	77.4	25.4	102.8
アジア、太平洋	56.4	61.3	67.4	74.5	82.7	67.3	26.7	94.0
北米	36.6	38.2	40.1	43.4	48.2	39.6	12.1	51.7
アフリカ、中近東	11.9	12.9	14.4	15.8	17.0	16.8	2.2	19.0
南米	7.3	8.0	8.9	10.1	11.5	10.9	2.3	13.2
オセアニア	2.5	2.8	3.2	3.6	4.1	3.1	1.6	4.7
世界全体	170.5	182.9	200.0	221.5	249.2	215.1	70.4	285.5

出所： Euromonitor

製品別に見ると以下のような動きが予想されている。

- ・ 液晶テレビやプラズマテレビによってテレビの販売が拡大する。特に今後の価格低下によって買い替えが加速される。
- ・ 先進国市場では高精細テレビ（HDTV）の導入が進む。デジタルテレビでは大幅なインタラクティブ・サービスを提供できるようになり、MP3 音楽ファイルやデジタルカメラ、デジタルカムコーダーによるデジタル画像に対応したテレビが拡大する。
- ・ DVD プレーヤーの普及でビデオカセットレコーダーは販売台数・金額とも縮小する。DVD

プレーヤーは価格低下に拍車がかかる。2008 年にはビジュアル製品の総販売量の 4 分の 1 に達し、2003 年から 5 年間の増加率は 80%を超えると予想される。

- ・ DVD レコーダーは製品規格の標準化の問題が解決し価格も低下することで、販売が急拡大することが予想される。
- ・ カムコーダーでは引き続きアナログからデジタルの転換が世界的に進む。
- ・ デジタルカメラは販売単価が低下する一方で、さらなる技術的向上が見込まれる。
- ・ オーディオ製品は 2003 年から 2008 年まで約 30%の拡大が予想されているが、この牽引役になるのがホームシネマ/ホームシアター・システムと MP3 プレーヤーである。
- ・ 地上波のデジタル放送サービスはまだ限られており、ホームシネマ/ホームシアター・システムも販売が始まったところで、今後の急速な伸びが見込まれている。2008 年には数量で 2003 年の 170%以上となるものの、価格低下により販売金額では 75%程度の増大になると予測されている。

欧州の家電製品販売予測

表 55 には欧州主要国の家電製品の 2008 年における販売台数の予測を示した。中国、米国、日本、韓国の各市場の予測値と比較している。また表 56 では、同様に販売金額について予測を示した。

欧州内で販売台数・金額とも大きな増加が見込まれている国はフランスで、世界的にも販売台数で中国と米国に次ぐ市場、販売金額では世界最大になると予想されている。フランスでは最先端で高価格のデジタル家電が伸びるとされているが、これは今までも DVD プレーヤー・レコーダーやデジタルカメラがフランス市場で好調だったことに基づいている。今後はホームシネマ/ホームシアター・システムと MP3 が高成長を支えと見られている。

英国も好調な伸びが見込まれている。デジタルテレビや薄型テレビの販売に拍車がかかることに加えて、英国でもホームシネマ/ホームシアター・システムの販売拡大が家電販売のカギとなってくる。英国では特にビジュアル・オーディオ製品と IT 製品との統合も進むと見られている。英仏の 2 カ国とは対照的にドイツ市場は、数量・金額とも減少が予想されている。オーディオ製品は増えるもののビジュアル製品の減少が大きいという見通しのためである。DVD プレーヤーがほぼ普及して今後の急拡大が望めないうえ、ドイツではデジタルテレビの需要増が 2008 年以降にずれ込むもようである。

中東欧・ロシアでは個人所得の増大に伴って個人消費の拡大が見込まれ、家電製品の販売増につながる。DVD プレーヤーの人気の高まっていることにも見られるように、今後はアナログからデジタルへの転換が加速されるもようである。ロシア市場も数量・販売とも大幅な伸びが

見込まれおり、市場規模は英国市場の半分程度まで膨らむと予想されている。

表 55： 欧州主要市場の家電製品販売台数の予測（2008 年）

（単位：100 万台）

	2008 年	2003～2008 年 増加率
フランス	113.5	338.3%
英国	44.0	45.6%
ドイツ	41.2	4.7%
ロシア	23.8	48.2%
スペイン	15.1	25.0%
イタリア	11.3	20.9%
オランダ	8.8	34.9%
ベルギー	7.8	68.1%
オーストリア	4.9	20.6%
中国	177.3	62.4%
米国	172.3	23.7%
日本	46.6	9.1%
韓国	26.3	103.9%

出所： Euromonitor

表 56： 欧州主要市場の家電製品販売金額の予測（2008 年）

（単位：100 万ドル）

	2008 年	2003～2008 年 増加率
フランス	51,399.7	269.7%
英国	9,872.3	25.9%
ドイツ	6,987.6	12.1%
ロシア	4,682.4	62.6%
オランダ	3,856.0	35.3%
スペイン	3,753.5	26.0%
ベルギー	3,530.3	100.5%
イタリア	3,143.9	0.8%
スウェーデン	1,645.9	24.2%
米国	47,151.3	44.3%
韓国	30,076.4	174.0%
中国	28,773.5	48.5%
日本	14,467.1	12.0%

出所： Euromonitor

3．欧州主要国のビジュアル製品市場の動向と見通し

(1) 独英仏のテレビ・DVD等の市場動向

独英仏のビジュアル製品販売規模

(a) 3カ国の市場の特性

ドイツ、英国、フランスの3大市場のビジュアル製品は欧州の家電市場で大きな割合を占めている。3カ国におけるビジュアル製品の各製品別の販売台数について1998年から2003年までの推移を表57、表58、表59に示した。また同様に販売金額については表60、表61、表62に示した。

大きな特徴は、数量で欧州最大のドイツ市場は金額では首位のフランスに大きく引き離されている点である。ドイツは米国や日本と異なり、新製品の浸透には時間がかかるとされている。技術革新が進んで価格が引き下げられ中価格や低価格の製品が登場するのを待つ消費者が多く、最新技術をいち早く購入するのは一部の新しいもの好きや高所得者層に限られているためである。このため金額では市場規模がフランスや英国よりも小さくなっている。

ドイツとは対照的にビジュアル製品で高価格帯の商品がよく売れるのがフランスで、ソニーやフィリップスの製品に人気がある。数量では3カ国中で最も小さいが、金額では最大である。しかしフランス市場も変わりつつあり、価格に敏感となってきており、後述するメーカーのシェアに見られるように低価格・中価格の製品を中心とするサムスン、トムソン、LGのシェアが伸びている。

一方、英国は1998年から2003年の時期に経済がドイツやフランスよりも好調に推移したことで個人消費も順調に拡大したため、ビジュアル製品の販売台数・金額とも3カ国の中で最も増加率が高かった。英国ではドイツと違って新技術を導入した製品に対する関心と需要は高く、価格が一定水準を下回ると劇的に販売が増加する傾向が見られる。DVDプレーヤーやデジタルカメラの販売急増にこれが表れている。

表 57: ドイツのビジュアル製品販売台数の推移 (1998～2003 年)

(単位: 1,000 台)

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	1998～ 2003 年 増加率
テレビ	11,036.9	11,064.6	11,271.1	11,124.0	10,801.1	10,801.1	7.8%
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー(DVD-R を含む)	4,318.9	4,887.6	5,764.7	6,227.6	7,138.5	7,916.7	83.3%
デジタルカメラ	304.4	667.4	1,373.8	1,906.7	2,535.7	3,173.0	942.4%
ビデオカセットレコーダー	6,565.8	6,480	5,503.4	4,792.3	3,850.0	2,320.0	64.7%
カムコーダー	1,312.3	1,332.5	1,369.0	1,302.0	1,156.1	1,142.1	13.0%
テレビ複合機	59.9	57.8	59.7	58.1	58.1	60.0	0.2%
合 計	23,598.2	24,489.8	25,341.7	25,410.7	25,539.4	24,793.0	5.1%

出所: Euromonitor

表 58: 英国のビジュアル製品販売台数の推移 (1998～2003 年)

(単位: 1,000 台)

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	1998～ 2003 年 増加率
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー(DVD-R 含む)	30.0	400.0	1,050.0	2,180.0	4,400.0	5,000.0	16,566.7%
テレビ	4,617.0	4,700.0	4,750.0	4,820.0	4,900.0	5,000.0	8.3%
デジタルカメラ	180.0	320.0	560.0	990.0	1,715.0	3,000.0	1,566.7%
ビデオカセットレコーダー	3,739.0	3,984.0	4,019.0	3,653.0	3,500.0	3,000.0	19.8%
テレビ複合機	520.0	600.0	700.0	850.0	1,080.0	1,300.0	150.0%
カムコーダー	580.0	610.0	645.0	680.0	720.0	750.0	29.3%
合 計	9,666.0	10,614.0	11,724.0	13,173.0	16,315.0	18,050.0	86.7%

出所: Euromonitor

表 59: フランスのビジュアル製品販売台数の推移 (1998～2003 年)

(単位: 1,000 台)

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	1998～ 2003 年増加率
テレビ	4,411.5	4,466.0	4,600.0	4,725.2	4,854.2	4,992.3	13.2%
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー(DVD-R 含む)	55.0	200.0	830.0	1,660.0	2,650.0	3,500.0	6,263.6%
ビデオカセットレコーダー	2,420.0	2,610.0	2,800.0	2,320.0	1,900.0	1,450.0	40.1%
デジタルカメラ	87.6	108.7	331.8	479.5	546.9	1,100.0	155.3%
カムコーダー	480.0	626.0	610.0	590.4	582.0	570.0	18.8%
テレビ複合機	600.0	570.0	540.0	500.0	410.0	330.0	45.0%
合 計	8,054.1	8,580.7	9,711.8	10,275.0	10,943.1	11,942.3	48.3%

出所: Euromonitor

表 60： フランスのビジュアル製品販売金額の推移（1998～2003 年）

（単位：100 万ユーロ）

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	1998～ 2003 年 増加率
テレビ	3,189.5	3,189.8	3,242.2	3,109.2	3,182.4	3,336.5	4.6%
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー(DVD-R を含む)	41.3	130.0	498.0	913.0	1,351.5	1,750.0	4,142.4%
デジタルカメラ	157.7	130.4	265.5	287.7	273.4	528.0	234.7%
カムコーダー	508.8	771.5	608.0	494.8	419.2	467.0	8.2%
ビデオカセットレコーダー	726.0	730.8	756.0	603.2	484.5	362.5	50.1%
テレビ複合機	240.0	216.6	199.8	182.5	147.6	115.5	51.9%
合 計	4,863.3	5,169.1	5,569.4	5,590.4	5,858.6	6,559.5	34.9%

出所： Euromonitor

表 61： ドイツのビジュアル製品販売金額の推移（1998～2003 年）

（単位：100 万ユーロ）

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	1998～ 2003 年 増加率
テレビ	2,759.3	2,777.3	2,795.4	2,669.9	2,473.7	2,148.6	22.1%
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー(DVD-R を含む)	799.0	826.0	882.6	903.0	935.1	981.7	22.9%
デジタルカメラ	82.5	168.2	325.6	425.2	532.5	634.0	669.4%
カムコーダー	678.0	660.0	650.4	636.0	477.3	446.1	34.2%
ビデオカセットレコーダー	998.0	972.0	798.0	623.0	452.0	253.6	74.6%
テレビ複合機	12.1	11.5	12.0	11.8	11.5	12.0	0.8%
合 計	5,328.9	5,415.0	5,464.0	5,268.9	4,882.2	4,476.5	16.0%

出所： Euromonitor

表 62： 英国のビジュアル製品販売金額の推移（1998～2003 年）

（単位：100 万ポンド）

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	1998～ 2003 年 増加率
テレビ	1,160.8	1,144.8	1,140.0	1,135.4	1,130.0	1,127.0	2.9%
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー(DVD-R を含む)	24.0	120.0	281.0	401.0	700.0	750.0	3,025.0%
デジタルカメラ	90.0	135.0	200.0	300.0	460.0	690.0	666.7%
ビデオカセットレコーダー	523.5	438.0	444.7	414.2	341.6	288.6	44.9%
カムコーダー	313.5	289.0	284.0	286.0	284.0	279.0	11.0%
テレビ複合機	130.0	132.0	140.0	149.0	161.0	145.0	11.5%
合 計	2,241.8	2,259.0	2,489.7	2,685.6	3,076.6	3,279.6	46.3%

出所： Euromonitor

(b)独英仏の各製品で見た市場の特徴

ドイツ

- ・販売台数・金額とも最も増大したのはデジタルカメラで、1998年から2003年の間に一挙に主流製品となった。トップブランドはキヤノン、コダック、ペンタコン(Pentax)で、それぞれ11%のシェアを持ち、これに続くのがイエノプティク(Jenoptik)とニコンで10%ずつとなっている。これらメーカーは中価格帯の製品だが、ディスカウントショップでは低価格製品が販売され販売台数を押し上げている。
- ・ドイツではDVDプレーヤーの普及は速かったが、低価格製品への需要が強くフィリップスとサムスンのシェアが伸びている。ただ2003年のシェアではトップブランドがJVCの17%、パナソニックが2位の15.5%である。JVCは低価格から中価格の製品が中心となっている。
- ・テレビは1998年から2003年の間に販売台数で7.8%減となり、価格低下が著しいことから販売金額では22.1%の減少となった。トップブランドはJVC、フィリップス、サムスン、SEGで、合わせて56%を占めている。地上波のデジタル放送は2004年から一部地域で始まり、2010年にはドイツ全土でデジタル放送に転換することになっているが、デジタルテレビの需要は伸びていない。プラズマテレビも2001年に発売されたものの、価格に敏感なドイツ市場では高価格のため販売は目立っていない。
- ・カムコーダーが減少しているのは、アナログ機が売れなくなった一方でデジタル機の普及が進んでいないためである。デジタルカムコーダーはドイツ市場では依然として贅沢品との意識が強いことが販売に影響している。カムコーダーではソニーが首位となっている。

英国

- ・2003年のデジタルテレビの販売量はテレビ全体のわずか3%だった。英国ではデジタル放送の受信方法として、衛星チャンネルやケーブルチャンネルを経由する方法が主流となっており、これに2003年末からは「フリービュー」というセットトップボックスを使えば見られる地上波デジタルサービスが加わった。このため2003年12月だけで50万台のセットトップボックスが販売されたという。英国では2006年から地上波のアナログ放送を縮小して2010年までにデジタルに完全に転換する計画である。しかし、デジタル放送の普及率は45%程度で大きく伸びておらず、デジタル放送への転換時期にも影響が出てくる可能性がある。
- ・ワイドスクリーンのテレビの販売が好調で、すでにテレビ販売の約40%を占めている。プラズマテレビや液晶テレビは2003年にはテレビ販売の5%程度であったが、2004年から販売が増大しており、今後もこれが加速すると予想されている。

- ・DVD プレーヤーの販売は 2000 年から 2003 年に急増したが、2003 年に DVD レコーダーの販売は伸びなかった。これは複数の規格があり、消費者が製品の先行きに不透明感を感じているため、これが払拭されれば急速に販売が拡大する可能性が高い。なお 2001 年にビデオカセットレコーダーから DVD への転換モデルとして両方の複合機が発売され、2003 年も DVD プレーヤー販売の 8 %を占めているが、今後これが減少に向かうのは確実である。
- ・カムコーダーのアナログからデジタルへの転換も急速に進んでおり、すでにカムコーダーの販売の 7 割はデジタルとなった。これは販売価格の低下により、デジタル機の価格がアナログ機とそれほど変わらなくなったためである。カムコーダーではサムスンがリードしており、JVC、パナソニック、シャープのブランドも強い。
- ・デジタルカメラはビジュアル製品の中で最も販売が増大した製品となった。デジタルカメラを購入した消費者が、技術の進歩に合わせて 1 年から 1 年半で買い替える動きも目立ち、価格の低下が新しい需要も生んでいる。デジタルカメラで大きなシェアを持つのは富士フィルムとキヤノンである。

フランス

- ・2003 年ではプラズマテレビと液晶テレビは依然として販売に拍車がかからなかったが、これは価格の要因によるもので、2004 年には販売価格の低下が進んで販売も増大しており、販売拡大は今後も続くと予想されている。テレビの販売台数ではフィリップスが最大で 19% のシェアを持つ。フィリップスの製品は品質が良いいう価値は手頃というブランドイメージがフランスで強いためである。ソニーは高品質だが高価格というイメージのため、2003 年は 2 位ながらシェアはやや縮小している。逆にサムスンとトムソンが、価格は手頃だが品質も良いという評価でシェアを伸ばしている。
- ・DVD プレーヤーは 2000 年から 2003 年に販売が急増し、ビジュアル製品で最大の成長商品となった。価格競争も激しくなっており、2003 年は低価格品による販売台数の伸びが目立ってきている。
- ・デジタルカメラは 2003 年に販売台数・金額とも大幅に伸びており、数量はほぼ倍増して 110 万台に達し、金額も前年比 93% 増の 5 億 2,800 万ユーロとなった。販売価格が低下してきたことが販売に拍車をかけている。フランスでは特に従来のカメラのブランド力がデジタルカメラの販売に影響を与えており、販売台数ではキヤノンが首位でこれにコダックとニコンが続き、ソニーは 4 位となっている。2003 年はカメラの販売が好調だったことから、ビジュアル製品全体に占めるカメラメーカーのシェアも上昇し、キヤノンは 0.7 ポイント増の

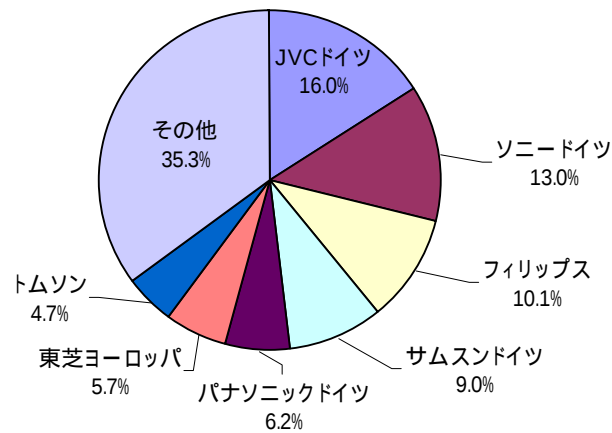
2.6%となった。コダックとニコンもそれぞれ 0.6 ポイントと 0.5 ポイント上昇して 1.1%ずつのシェアとなっている。安価なデジタルカメラも出回っているものの、あまり成功していない。安価な商品を購入した層でも高位機種に買い替える動きが目立っている。

独英仏のメーカー別シェア

3 カ国の各製品の説明でもメーカーのシェアについて触れたが、ここでは各国のビジュアル製品の販売台数全体に占める各メーカーのシェアを、ドイツ（図 40 と表 63）、英国（図 41 と表 64）、フランス（図 42 と表 65）の順に示した。各国で上位メーカーのシェアには違いがあり、以下のような特徴がある。

- ・ ソニーとフィリップスは 3 カ国で上位に入り 10%以上のシェアを占めている。
- ・ 松下グループは JVC とパナソニックを加えて、ドイツと英国では上位に入っているがフランスでのシェアは小さい。
- ・ サムスンドイツと英国では 4 位に食い込んでいる程度だが、フランスでは 2003 年にフィリップスを追い抜いて首位に立った。高価格商品が売れる市場とされていたフランスの変化を象徴するものである。
- ・ ドイツとフランスではトップ 4 ～ 5 社の占めるシェアが大きい、英国ではシェアが細分化している。
- ・ トムソンは自国のフランスでは 10%を超えるが、ドイツでは 4.7%で英国ではほとんどシェアがない。
- ・ 各国でデジタルカメラの販売が伸びたため、キヤノン、コダック、ニコン、富士フィルム、オリンパスといったカメラメーカーのシェアが上昇している。

図 40： ドイツのビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）



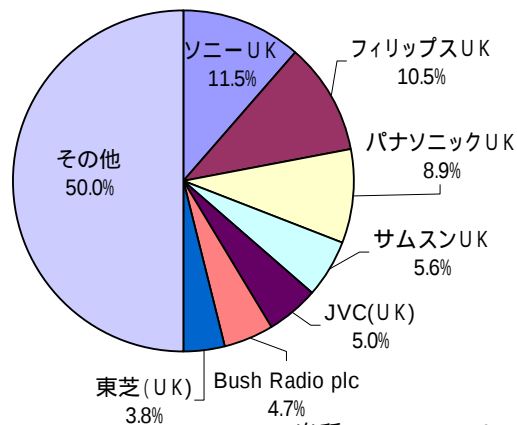
出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 63： ドイツのビジュアル製品販売台数のメーカー別シェア（2003 年）

メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
JVC ドイツ	16.0%	Pentacon GmbH	1.4%
ソニードイツ	13.0%	コダック	1.4%
フィリップス	10.1%	Jenoptik AG	1.3%
サムスンドイツ	9.0%	ニコン	1.3%
パナソニックドイツ	6.2%	Orion Electronics Ltd	1.2%
東芝ヨーロッパ	5.7%	オリンパスドイツ	0.9%
トムソン	4.7%	H P ag Kft	0.9%
SEG	3.3%	富士フイルムヨーロッパ	0.8%
Cyberhome Ltd	1.9%	プライベート・ブランド	0.7%
L G	1.6%	その他	17.2%
キヤノンドイツ	1.4%		

出所： Euromonitor

図 41： 英国のビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）



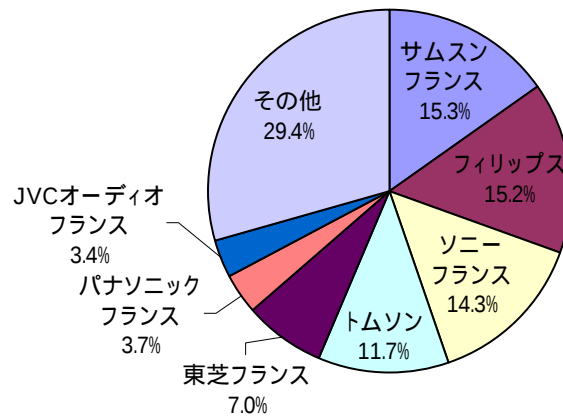
出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 64： 英国のビジュアル製品のメーカー別シェア（2003 年）

メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
ソニーUK	11.5%	富士フィルム（UK）	3.0%
フィリップスUK	10.5%	オリンパスUK	2.5%
パナソニックUK	8.9%	Goodmans Industries Ltd	2.2%
サムスンUK	5.6%	コダック	2.2%
JVC（UK）	5.0%	ニコンUK	1.8%
Bush Radio plc	4.7%	シャープUK	0.3%
東芝（UK）	3.8%	日立家電UK	0.2%
キャノン（UK）	3.1%	その他	34.7%

出所： Euromonitor

図 42： フランスのビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 65： フランスのビジュアル製品のメーカー別シェア（2003 年）

メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
サムスンフランス	15.3%	ニコン	1.1%
フィリップス	15.2%	富士フィルムフランス	0.7%
ソニーフランス	14.3%	ペンタックス	0.6%
トムソン	11.7%	コニカ、ミノルタホールディングス	0.6%
東芝フランス	7.0%	オリンパス	0.5%
パナソニックフランス	3.7%	H P	0.5%
JVC オーディオフランス	3.4%	カシオ コンピューター	0.4%
Goldstar France	3.1%	大宇	0.1%
キャノンフランス	2.6%	ミノルタ	-
パイオニアフランス	2.3%	Private Label	2.6%
JVC フランス	2.2%	その他	11.0%
コダック	1.1%		

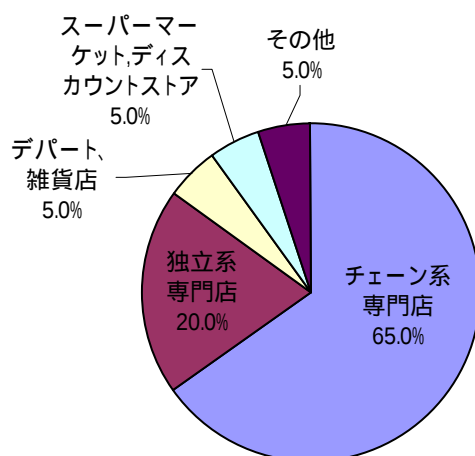
出所： Euromonitor

独英仏の販売チャネル

ドイツ、英国、フランスの3カ国におけるビジュアル製品の販売台数に占める販売チャネルの割合を図 43、図 44、図 45 に示した。各国で販売チャネルにはかなりの違いが出ている。

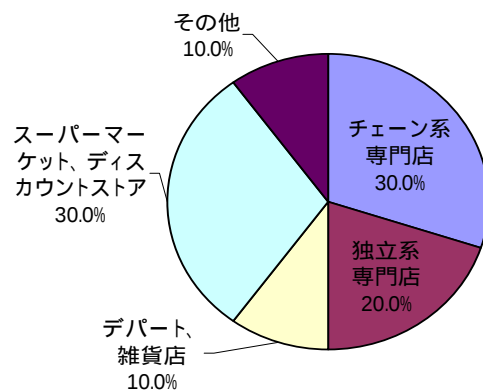
- ・ドイツでは、メトログループ傘下のメディア・マルクトとザトゥルンのほかプロ・マルクト、メディマックスといった専門チェーンのシェアが圧倒的に高い。これに対して独立系専門店のシェアは落ちている。スーパーやディスカウントストアのシェアは英国やフランスに比べてかなり小さいが、シェアは着実に拡大している。なお、その他の項目にはネット販売も含まれ、専門チェーンが展開するノーブランドの低価格製品のネット販売が今後増加すると見込まれている。
- ・英国では、ディクソンズやコメットなど専門チェーンとスーパーやディスカウントストアのシェアが拮抗している。スーパーなどは小型のテレビや DVD プレーヤー、デジタルカメラの販売が中心で、薄型テレビなどは今のところ独立系専門店やデパートでの販売が強い。英国ではカメラ専門チェーンがデジタルカメラの販売で大きな役割を果たしている。
- ・フランスでは専門チェーン以上にスーパーやハイパーマーケット、ディスカウントストアの割合が高くシェアも増大している。ハイパーマーケットなどは人気商品を中心に揃え、割安な価格で提供している。フランスではデパートのシェアも高く、わずかながら伸びている。独立系専門店は3カ国の中で最も割合が低いうえ、シェアは年々縮小している。

図 43： ドイツのビジュアル製品の販売チャネル別内訳（2003 年）



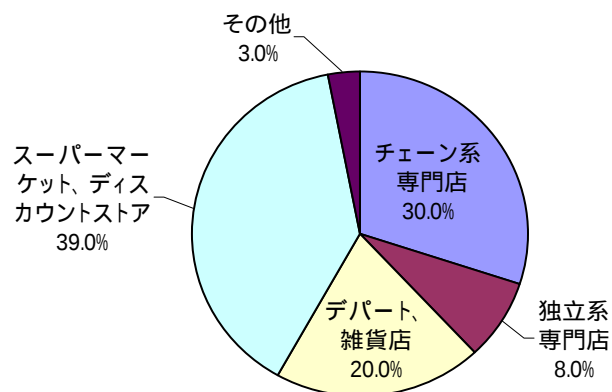
出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

図 44： 英国のビジュアル製品の販売チャネル別内訳（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

図 45： フランスのビジュアル製品の販売チャネル別内訳（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

(2) 中欧 2 カ国のテレビ・DVD 等の市場動向

ポーランド・ハンガリーのビジュアル製品販売規模

EU に 2004 年 5 月に新規加盟した中東欧諸国の中で、ポーランドは最大の家電市場であり、ハンガリーは規模ではチェコより小さいものの中東欧ではデジタル化が進んでいる市場である。この 2 カ国におけるビジュアル製品の販売台数の推移を表 66 と表 67 に、販売金額の推移を表 68 と表 69 に示した。両国とも 1998 年から 2003 年の間に販売台数は 50% 前後の伸びとなり、特にポーランドは 2003 年に 17.5% の成長となった。これはデジタルカメラがブームのように販売が拡大したことや DVD プレーヤーおよびデジタルカムコーダーの販売が好調だったことによる。両国の販売金額の伸びは販売台数の伸びに比べて低い、これは販売価格の低下によるものである。

表 66： ポーランドのビジュアル製品販売台数の推移（1998～2003 年）

（単位：1,000 台）

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	98～03 年 増加率
テレビ	993.0	1,016.0	1,050.0	1,129.5	1,209.1	1,307.0	31.6%
ビデオカセットレコーダー	338.0	345.5	326.0	344.0	337.0	330.0	2.4%
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー（DVD-R 含む）	n.a.	n.a.	22.0	68.0	107.0	240.0	n.a.
カムコーダー	6.0	12.0	29.0	41.0	91.0	121.0	1,916.7%
デジタルカメラ	0.4	0.6	2.0	9.0	31.0	93.0	23,150.0%
テレビ複合機	16.0	14.2	12.0	13.5	14.5	12.0	25.0%
合 計	1,353.4	1,388.3	1,441.0	1,605.0	1,789.6	2,103.0	55.4%

出所： Euromonitor

表 67： ハンガリーのビジュアル製品販売台数の推移（1998～2003 年）

（単位：1,000 台）

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	98～03 年 増加率
テレビ	347.0	358.5	371.6	391.6	415.2	431.8	24.4%
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー（DVD-R 含む）	n.a.	n.a.	50.8	53.4	56.9	60.0	n.a.
ビデオカセットレコーダー	52.1	53.0	54.0	54.8	55.6	56.4	8.3%
テレビ複合機	n.a.	n.a.	24.1	24.6	25.1	26.5	n.a.
カムコーダー	11.5	22.0	23.0	23.9	25.0	26.4	129.6%
デジタルカメラ	n.a.	11.5	12.1	12.7	13.5	14.1	n.a.
合 計	410.6	445.0	535.5	561.1	591.3	615.2	49.8%

出所： Euromonitor

表 68: ポーランドのビジュアル製品販売金額の推移 (1998～2003 年)

(単位: 100 万ズロチ)

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	98～03 年 増加率
テレビ	2,144.7	2,199.0	2,284.2	2,244.9	1,929.7	1,810.6	15.6%
カムコーダー	15.0	27.1	59.9	79.7	230.1	309.3	1,962. %
ビデオカセットレコーダー	267.0	241.5	221.0	238.0	241.4	256.2	4.0%
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー (DVD-R 含む)	n.a.	n.a.	35.2	88.4	102.7	213.6	n.a.
デジタルカメラ	1.6	2.4	5.7	19.6	57.9	123.0	7,587. %
テレビ複合機	23.4	22.1	17.8	18.9	19.1	17.6	24.8%
合 計	2,451.7	2,492.1	2,623.8	2,689.5	2,580.9	2,730.3	11.4%

参考: 2003 年平均レートで 1 ズロチ = 約 30 円

出所: Euromonitor

表 69: ハンガリーのビジュアル製品販売金額の推移 (1998～2003 年)

(単位: 100 万ハンガリーフォリント)

	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	98～03 年 増加率
テレビ	39,635	39,665	39,690	39,712	39,773	40,349	1.8%
カムコーダー	3,100	6,090	6,120	6,100	5,900	5,750	85.5%
デジタルビデオ、多機能 DVD プレーヤー (DVD-R 含む)	n.a.	n.a.	4,080	4,275	4,280	4,500	n.a.
ビデオカセットレコーダー	3,313	3,263	3,200	3,145	3,097	3,102	6.4%
デジタルカメラ	n.a.	2,500	2,600	2,700	2,750	2,710	n.a.
テレビ複合機	n.a.	n.a.	2,422	2,462	2,500	2,480	n.a.
合 計	46,048	51,518	58,112	58,394	58,260	58,891	27.9%

参考: 2003 年平均レートで 1 ハンガリーフォリント = 約 0.5 円

出所: Euromonitor

ポーランドとハンガリーの各市場において製品別では以下のような動きが出ている。

ポーランド

・2003 年にテレビの販売台数は前年比 8 % 増となったが、これには液晶の薄型テレビの増大が貢献している。L G が手頃な価格の製品を投入したことが一因で、L G のポーランドのテレビ販売は液晶テレビが 7 割を占めている。プラズマテレビに比べて安価なため液晶テレビの優位が続くもようである。ドイツの専門チェーンによるプライベート・ブランドのテレビも低価格帯で増えてきている。テレビ全体ではフィリップスがシェア 16% で最大だが、サムスンが追い上げており 2002 年の 9.2% から 2003 年には 15.4% に上昇した。低価格の商品と積極的な宣伝戦略によるものである。

・DVD プレーヤーの販売が 2002 年から拡大しており、2003 年には前年から倍増以上となっ

た。この傾向は 2004 年も続いており、ビデオカセットレコーダーを販売台数で上回ったもようである。ただ DVD プレーヤーの価格は消費者にとっては依然として高く、これが販売の阻害要因となりつつある。

- ・カムコーダーは 2003 年にデジタルへの転換が進んだ。カムコーダーではソニーがトップで 40% のシェアを持ち、パナソニックが 20%、サムスンが 13.5% を占めている。サムスンがシェアを伸ばす一方で、ソニーのシェアは落ちてきている。
- ・2003 年にデジタルカメラは数量で 3 倍増を達成し、最大の成長商品となった。2004 年も倍増のペースで拡大している。2002 年末に低価格商品が登場したことで、それまで低迷していたデジタルカメラの需要に火がついた。2003 年の販売量は、カメラ製品全体の約半分に達している。オリンパスがシェアトップで約 30% を持つ。これに続くのがソニーの約 25% で 2003 年にキヤノンを追い抜いた。3 位のキヤノンは約 20%、以下ニコンが 9% 弱、富士フィルムが約 6% となっている。

ハンガリー

- ・ハンガリーでは 2001 年から 2002 年に DVD プレーヤーやデジタルカムコーダー、デジタルカメラを中心に、ビジュアル製品のデジタル化が進展した。これは販売価格の低下による部分が大きい。
- ・2003 年にデジタルテレビが登場したものの需要は限られており、販売価格も高いためテレビ販売全体の 0.5% 未満にとどまった。
- ・デジタルカムコーダーは 2003 年も販売台数で前年比 7.8% 増を記録しており、デジタルへの転換がいっそう進んでいる。

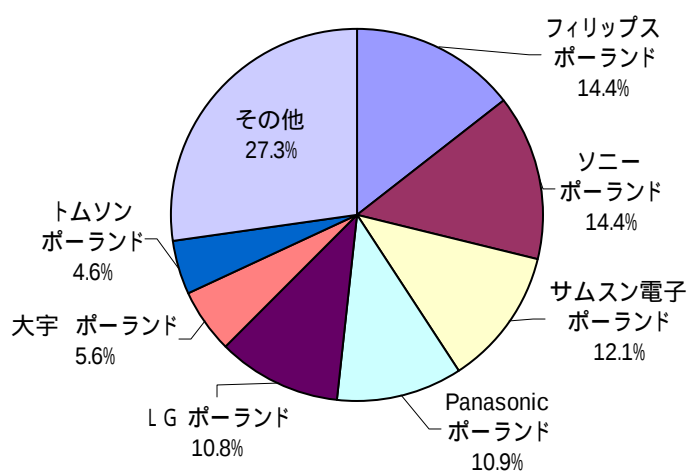
ポーランドとハンガリーのメーカー別シェア

ビジュアル製品の販売台数でポーランドにおけるメーカー別シェアを図 46 と表 70 に、ハンガリーにおけるメーカー別シェアを図 47 と表 71 に示した。

ポーランドではフィリップスとソニーが並んでおり、これをサムスンが追い上げている。この 3 社に続くのがパナソニックと LG である。韓国の大宇は DVD プレーヤーでポーランドでのシェアを拡大している。全体的に低価格から中価格の製品に強いブランドのシェアが大きく、シェアも拡大している。

ハンガリーでは、サムスントップにソニーとパナソニックの3社がほぼ同じシェアで並んでいる。これに続くフィリップスやJVC、オリオンはカラーテレビやDVDプレーヤーなどに強く、キヤノンやコニカ、オリンパスはデジタルカメラとカムコーダーでシェアを伸ばしている。デジタルカムコーダーではJVCがシェアを0.7ポイント上げて5.5%になった。ソニーとパナソニックもデジタルカメラやデジタルカムコーダーでシェアを上げており、サムスンとフィリップスのシェアが食われる形となっている。

図 46： ポーランドのビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）



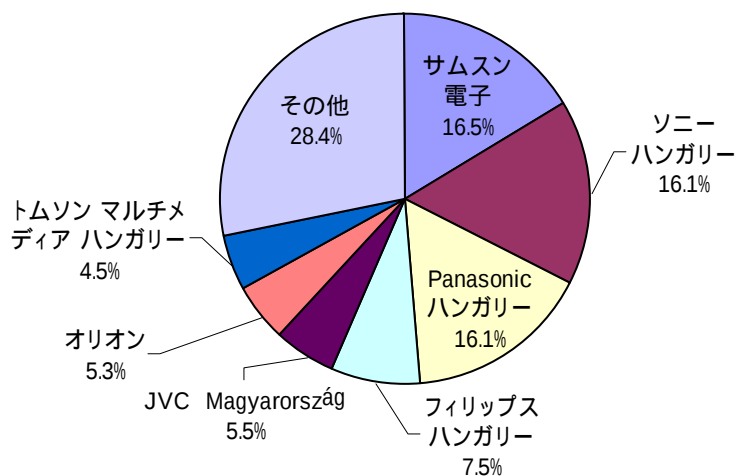
出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 70： ポーランドのビジュアル製品販売台数のメーカー別シェア（2003 年）

メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
フィリップスポーランド	14.4%	キヤノンポーランド	1.5%
ソニーポーランド	14.4%	Euro-Color Sp zoo	1.3%
サムスン電子ポーランド	12.1%	JVC ポーランド	0.8%
パナソニック ポーランド	10.9%	ニコンポーランド	0.4%
L G ポーランド	10.8%	富士フイルムポーランド	0.3%
大宇 ポーランド	5.6%	コダックポーランド	0.1%
トムソンポーランド	4.6%	プライベート・ブランド	3.6%
シャープ	3.2%	その他	16.1%

出所： Euromonitor

図 47： ハンガリーのビジュアル製品販売台数の上位メーカー（2003 年）



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

表 71： ハンガリーのビジュアル製品販売台数のメーカー別シェア（2003 年）

メーカー名	シェア	メーカー名	シェア
サムスン電子	16.5%	東芝	0.9%
ソニー・ハンガリー	16.1%	オリンパス・ハンガリー	0.7%
パナソニックハンガリー	16.1%	シャープ・ハンガリー	0.7%
フィリップス・ハンガリー	7.5%	コニカミノルタ	0.6%
JVCハンガリー	5.5%	オンキヨー	0.5%
オリオン	5.3%	三洋ハンガリー	0.4%
トムソン マルチメディア・ハンガリー	4.5%	H Pハンガリー	0.2%
Grundig	3.6%	プライベート・ブランド	3.1%
L G	3.5%	その他	13.1%
キヤノン・ハンガリー	1.1%		

出所： Euromonitor

ポーランド・ハンガリーの販売チャネル

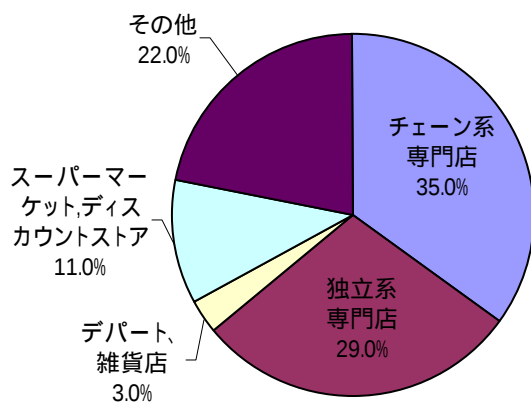
ビジュアル製品の販売台数について販売チャネルを見ると、図 48 と図 49 のようにポーランドでもハンガリーでも専門チェーンの割合が最も高くシェアを伸ばしており、独立系専門店はポーランドで比較的多いものの両国で減少している。

ポーランドではドイツから専門チェーンのメディア・マルクトが進出して積極的な出店攻勢で販売を拡大している。親会社のメトログループはさらに、ザトゥルンのチェーンの導入も進め

ている。ポーランド現地のチェーンではユーロネットがあり、国内に 85 店舗以上を展開している。ポーランドの特徴として独立系専門店では共同購入によりチェーンに対抗して価格競争力を持つようとしている。

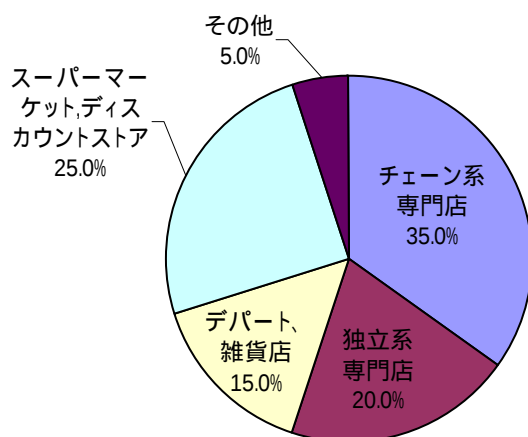
ハンガリーでは、ポーランドに比べてスーパーやハイパーマーケットのシェアが拡大しており、独立系専門店のシェア縮小も顕著である。ハイパーマーケットなどは価格だけでなく多様なブランドの品揃え、消費者クレジット、長期保証などで顧客を獲得している。ハンガリーでも専門チェーンとしてドイツのメディア・マルクトが進出しているほか、ケラビル、エレクトロワールドなどのチェーンが展開している。

図 48： ポーランドのビジュアル製品の販売チャネル別内訳



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成

図 49： ハンガリーのビジュアル製品の販売チャネル別内訳



出所： Euromonitor のデータを基にジェトロ作成