

調査月報

【精密機械】収益環境の悪化が予想されるデジタルスチルカメラ市場

デジタルスチルカメラ（以下、デジカメ）市場の高成長が続いている。デジカメの普及で先行してきた日本や北米市場が堅調に推移しているうえ、ここにきて欧州やアジア市場も急速に立ち上がっており、世界出荷額は、2003 年で 1 兆 2,000 億円に達している（図）。

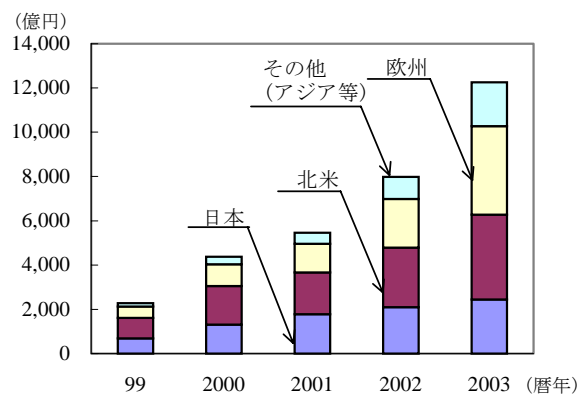
これは、デジカメの商品力が向上したことが大きい。まず、機能面では、半導体など基幹部品の性能向上により、①画質が、撮影した画像を A4 サイズに引き伸ばした場合、普及品でもフィルムカメラ並みの水準を維持できるようになったうえ、②被写体の動きの激しいシーンも撮影可能となった。また、価格面でも、量産効果や部品点数の削減などメーカー各社のコスト削減努力により、製品価格は年率 1 割ものペースで下落し、足許では、普及品で 3 万円前後と値頃感が増した。こうしたデジカメでは、わが国メーカーが、基幹部品での優位性を武器に世界市場で 8～9 割ものシェアを握り、新規需要の開拓や更新需要の掘り起こしを通じて、好業績を謳歌している。

ただ、今後については、中長期的に市場の頭打ち傾向が強まり、収益環境は悪化に向かうことになりそうだ。まず、デジカメの需要は、アジア・欧州こそ高成長が続こうが、日本・北米は普及一巡に伴い更新需要中心に移行することから、増勢鈍化が予想される。また、価格低下に拍車がかかる。各社は、機能向上や一眼レフタイプの投入などにより価格引き上げを狙っている

ものの、機能面では概ね十分なレベルに達しつつあるし、一眼レフタイプも一部マニア向けが中心とあって、効果は限定的とみられる。一方、メーカー間の競争は相当激化しそうだ。先行するわが国メーカーが、上位メーカーを中心として基幹部品やデジカメの生産能力を大幅拡大しているうえ、今後は、アジア勢など海外メーカーが、基幹部品の外部調達により、本格参入してくる公算が大きい。

こうしたなか、わが国メーカーについては、スケールメリットなどで優位に立つ上位メーカーこそ、引き続き事業基盤を維持できようが、下位メーカーは劣勢を強いられる虞が強く、事業戦略の転換を迫られよう。下位メーカーのなかには、基幹部品の技術開発力で相応の強みをもつところもあるだけに、基幹部品の外販に事業の軸足を移すなど、生き残りの道を模索することになりそうだ。（4.23 平野 剛士）

図：デジカメの世界出荷額の推移



(注) 出荷額はわが国メーカーの数値。わが国メーカーが市場の 8～9 割を占めるため、ほぼ世界市場とみて差し支えない。
(資料) 日本カメラ映像機器工業会