

■電機■



テレビ事業再構築へ

CESの目玉になつたソニーの4K有機ELテレビ

高精細・大画面に活路

価格競争を強いられ、かつての輝きを失つた日本家電メーカー。中でも苦境に立つのがテレビ事業だ。各社は台数勝負の土俵から降り、高精度、大画面に活路を見いだそうとしている。果たして巻き返しはあるのか。

今年1月に米国の大企業で開催された国際家電見本市「コンシヨーマー・エレクトロニクス・ショー(CES)」。

「かつてのソニーが帰ってきた」。来場したディスプレーの多くが相次いで口にした言葉だ。

ソニーが展示したのはフルハイビジョンの4倍の解像度を持つ4Kの映像表示できる56型有機ELテレビ・ルミネックス(E)。多くの調査会社やアナリストは「これまでの有機ELテレビの開発品を過去のものにした」と絶賛。

4K有機ELで先行

HD TV with PC



東芝も大画面、高精細化を急ぐ(4Kテレビ)

有機ELで提携するパナソニックが出品した4K有機ELと並び、CES全体の目玉になつた。昨年 CESで有機ELテレビは「3年は追いつける」と胸を張る。

規模より収益性重視

テレビ産業を取り巻く環境は厳しさを増す。米調査会社のNPDディスプレイセサチの調べでは

12年の世界のテレビ出荷台数は2億370万台の見通し。11年に比べ4%程度の減少が見込まれおり、13年も大きな回復を見込まないのが現状だ。電機業界に詳しい証券アナリストは「アジアや中東など新興国では10%弱の成長が見込めるが、先進国では欧州の経済危機もあり、需要を喫んでしまう。価格下落のすさまじさから日本の主要メーカーが収益性を重視したことによって、台数の伸びの鈍化につながっている」と指摘する。

テレビは新製品でも販

開発がその象徴だが、他

の企業は、

すでにその効果は表れつつある。家電量販店関係者によると、「昨年の秋以降、販売不振が続く日本市場でソニーや東芝のテレビの値崩れに歯止めかけた。ソニーやパナソニックの4K有機ELの大型化高画質化の高付加価値路線で生き残りを始めた」と、

「ビュリオ」として「アクオス」の上位ブランドの位置づけで展開

開始。最高級ブランド投入。今春以降に58型と65型を投入し、ラインアップ拡充を急ぐ。シャープも4Kテレビの販売を

コスト意識を重視した製

投入。今春以降に58型と

65型を投入し、ラインア

ップ拡充を急ぐ。シャー

プも4Kテレビの販売を

規模より収益性重視

社も高付加価値化シフト

を急ぐ。

東芝は11年12月に世界

初の55型の4Kテレビを

発売。同年以降に58型と

65型を投入し、ラインア

ップ拡充を急ぐ。シャー

プも4Kテレビの販売を

規模より収益性重視

を急ぐ。

東芝は11年12月に世界

初の55型の4Kテレビを

発売。同年以降に58型と