


「4Kは日本の家電を救うか」 テレビの話です

二週間のご無沙汰でした。二つの台風  は甚大な被害をもたらして去っていきました。代わりにやってきたのが「秋」。ようやく涼しくなったと思ったら今度は例年より温度の低い晩秋。このまま冬に突入でしょうか。光陰矢のごとし、今年もあと2か月です。もたもたしているうちに年を越えそうな感じです。

さて今回のお題は「4K」なんのこっちゃ？という方も多いかと思います。前号が「愛ある賃貸」でしたから、**賃貸住宅の新しい間取り**の提案かと思われるかもしれませんが全く違います。これはテレビの画素数の規格の名前です。ようやく落ち着いた地デジ移行。しかしもう次の規格の開発が始まっているのです。現在のハイビジョンは約200万画素。**4Kはその4倍800**



万画素の超ハイスペックなのです。

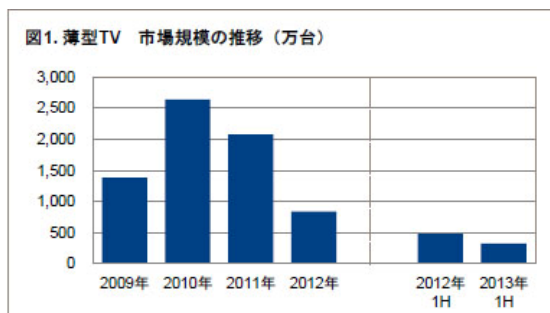
実はすで

に販売されています。大きな家電量販店に行くと、「夢の規格4K」を体験しませんか、というコーナーがあります。試作品ではなくきちんとした商品として売られています。価格は最安でも50インチ50万円、84インチ120万円。現在販売されている薄型テレビは1インチ1000~3000円くらいです。4Kがいかに高いかお分かりいただけるとと思います。

かつて出始めのころの「薄型テレビ」くらいでしょうか。いかに高精細とはいえ45インチ以下のサイズだと現在のハイビジョンとあまり変わらなくなります。**4Kは大画面テレビでこそその力を発揮します**。私も見ました。80インチくらいだと思いますが、「圧倒的に美しい」。この大きになっても画素を点としてとらえることはできません。しかし、だれが買うんだらうか、と思います。現在、4K放送は始まっていませんしディスクもありません。つまりソフトはゼロ。では何のために購入するのか。実は現在のハイビジョン放送を4Kにアップコンバートして見ることでさらに画像を美しくすることが出来るからです。

それはそうとして80インチ、120万円。現在の購買者は富裕層かマニア（私の友人で一人います）でしょうね。しかし、全国の大型テレビの販売状況をまとめているBCNの調べでは50インチ以上の薄型テレビの内**4K対応は販売台数ベースで7%、販売金額ベースでは19%**となっています。意外に身近になってきているとお感じになられませんか？地上波デジタルに完全移行を果たして以来、低迷を続ける日本の弱電業界を救う救世主になってくれるやもしれません。

地デジ完全以降のテレビの販売は激減しています。エコポイントが終了したことも大きな原因



ですが、地デジバブルの崩壊です。

テレビは家電の中では最も価格が高いせいもあり、買い替えの期間が長い商品なのです。平均で9年強。2012年にアナログが停波していますから2020年前後に次の買い替えのピークが来るこ



とが予測できます。2020年？そう、あの年なのです。東京オリンピックの年です。

いやこれは天からの賜物以外の何物でもないでしょう。大チャンスです。現在の価格はまだ高いものの、あと7年あれば量産効果が働き価格もかなり安くなっているものと思います。世界の市場でサムスンに敗れたパナソニック、シャープ等の弱電業界にとってはまさに大チャンスなのです。しかし、勝負を長引かせれば薄型テレビの二の舞になる。圧倒的な技術力で世界を席巻した日本の薄型テレビ。しかし技術力で追いつかれ新興国の安い製品に世界の市場を取られてしまいました。今や「サムスン」のブランド価値は世界8位、トヨタが9位であることを考えればいかに世界で知れ渡っていることが分かります。

この時の轍を踏まないためには一刻も早く「4Kテレビ」を普及させることが日本のメーカー



にとっては急務なのです。しかも来年はブラジルワールドカップ。ここに力を入れようと政府も後押しをします。2014年にはまずはCSから4K試験放送が始まります。まずここを起爆剤に日本市場を取りましょう。


しかし、考えなければいけないのは「4K」対応テレビを買う（買い替える）価値・必然性はあるのかということでしょう。地上波がアナログからデジタル（ハイビジョン）になって、「画質の美しさ」に驚かれた方は多いはず。以前のアナログ品質に戻るなんてとてもできません。しかし「うちは4Kじゃなくて今のテレビでいいよ」という方が現状では多いでしょう。前述しましたが45インチ以下のサイズではあまり変わらないのです。自分の部屋に80インチのテレビが鎮座している光景を思い浮かべてください。「うん、こりゃいい」と思われた方は少数でしょうね。80インチはともかく60インチくらいなら可能性はないでもない。しかし、何を見るので




しょうか。映画、紀行番組、スポーツ くらいでしょうか。ニュースやバラエティ番組を見るのには 50 インチでも大きすぎる。前述した 3 分野、私には **BS マーケット** だと思えるのです。地上波には 60 インチはいらないのです。そう考えてみると 60 インチ以上の 4K テレビに買い替える層はあまりいないようにも思えてきます。私？「買います！」映画が好きで紀行番組が好きでスポーツが好きだからです。2002 年の日韓ワールドカップの時にはプロジェクターを自宅に買い、ハイビジョンで投影して見ていました。こんなことする人あんまりいないですよ。あれ？大丈夫か 4K・・・市場は思ったよりも小さいかも

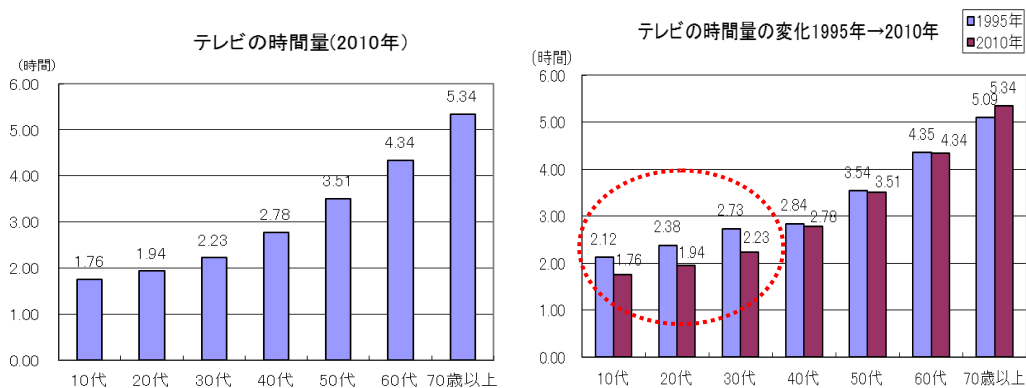
しかし、ハイビジョンの時も同じようなことを言われていた覚えがあります。アナログ時代、主流は 26 インチ程度でした。「40 インチのテレビなんて考えられない」、いらないそんなもの。ところが実際に入れてみると慣れるんです。我が家も 48 インチが何ということなしにリビングの壁を占領しています。それほどの圧迫感を感じません。60 インチもそのうち慣れるかもしれない^^; **楽観論で行きましょう。**

また、4K の放送が本格的に流される国は先進国限定でしょう。発展途上国では必要とされない。明らかに過剰スペックだからです。またハイビジョンの時もそうでしたが、電波を確保すればいいというわけではなく、**放送局側が 4K 対応する必要があります。**この設備投資は莫大でテ

レビ局にとっては厄介な  問題です。局側としてはテレビ画面の品質を上げてても経営的には何のメリット也没有。ハイスペックだから CM の料金を上げてくれとは言えないからです。それでも国策でやれる国は限られます。すなわち先進国だけ。あれれ？あんまり市場としては大きくないような気もしてきました。最大の市場は景気が回復しつつある米国。貯蓄性向が低く、

ががが消費をする米国 。ここが主戦場でしょう。がんばれ！4K！

しかし、そもそも話で行けば、テレビ離れが進んでいます。年齢が若い人ほどテレビを見なくなっています。今、テレビを昼間から熱心に見ているのは高齢者です。時間はたっぷりある、しかしそんなに金はない、そんな彼らにとって最高の娯楽はテレビです。NHK の「日本の生活時間 2010」によると **60 代以上のテレビ視聴率（一日一回でも見る）は 90% を超えています。**対して 10 代～20 代では 8 割程度。時間量で見ると 60 代以上では約 5 時間。**10 代～20 代では 2 時間を切っています。**さらにこの層ではインターネットへの接触が 30% 近く、ネットは年々その割合を上げていますのでテレビに接触する時間は減るものと思われま。また民放を中心にコンテンツ（番組）の質が低下していると感じます。どこの局を選んでも同じような雑壇芸人によるバラエティばかり。これらの番組を「4K」で見る価値があるか。



4Kテレビの特徴を考えると、従来型の民放番組を中心に考えると無理がありそうです。ニュースやバラエティを大画面で見る必然性はほとんどありません。むしろ気持ち悪い(笑)。映画、スポーツ、紀行もの以外に4Kに向く番組がないとするとどうしたらよいか。部屋の壁紙として好きな絵や光景が自然の音とともに流れるというのはどうでしょう。無理がありますか？

単体で駄目なら何かと組み合わせるといことは考えられないか？既に業界が大きな期待を寄



せた「3D」は壊滅的な失敗に終わっています。残るのは「スマートTV」でしょう。

テレビの画面をインターネットにつなげることによって様々なサービスを今の大きなスクリーンで楽しむことができます。鳴り物入りで登場した「googleTV with SONY」、これはもはや消えました。原因のうち最大のものは放送局の協力を全く得られなかったことです。それはそうですよね。ネットにつないだ途端、テレビ局が作った番組を見る時間は確実に減ります。二番目に



はリモコン、これはダメでしょ。(笑)。リモコンはスマホでよいのでは。

八方ふさがりに見える「4K」。しかし、「スマートTV」との組み合わせ以外にはないように思います。冷静に考えれば考えるほど「4K」の将来は明るくありません。最大の問題点はそんなに大きな画面のテレビは必要とされておらず「今のハイビジョンで十分」とする消費者が大部分を占めるということかもしれません。次回の買い替えの際に課題になるのは「価格」。ハイビジョンとの価格差です。20%以内なら「どうせならきれいな画面で」が許容されると思います。50%高かったら購入者は大幅に減る。しかし、2割しか乗せられない価格ではメーカーは儲からない。う〜ん、パナソニック、シャープがんばれ！

いかがでしたが？なかなか厳しい「4K」。お仕事の発注も引き続きお待ちしております。

株式会社アール・リサーチ 代表 柳本信一

Tel 042-300-0533 mobile 090-7428-8999 mail: ryubon@kkd.biglobe.ne.jp