

8. 家電



業界動向

今後の見通し

海外市場動向～巣籠り需要のピークアウトにより伸びが鈍化

世界の家電市場では、白物家電は新型コロナウイルス流行に伴う巣籠り需要や衛生志向の高まりなどを背景に、空気清浄機や調理家電など多くの製品が好調に推移。薄型テレビなど黒物家電も、好調な米国の巣籠り需要を背景に堅調に推移しました。但し今後は、巣籠り需要がピークアウトし、2021年末から2022年にかけて需要の伸びが鈍化する懸念があります。

国内市場動向～巣籠り需要一巡、定額給付金特需反動減

国内の家電需要を見れば、2020年から続くコロナ禍による巣籠り需要に、東京オリンピック開催に伴うテレビ買替需要が加わる格好で、2021年前半は堅調に推移しました。一方で、足元では巣籠り需要が一巡し、定額給付金支給による特需の反動減もあって、2021年6月以降は出荷額が前年を下回る月も出るなど減速しており、今後は需要の落込みが見込まれています。

技術革新動向～主戦場はスマートホームへ

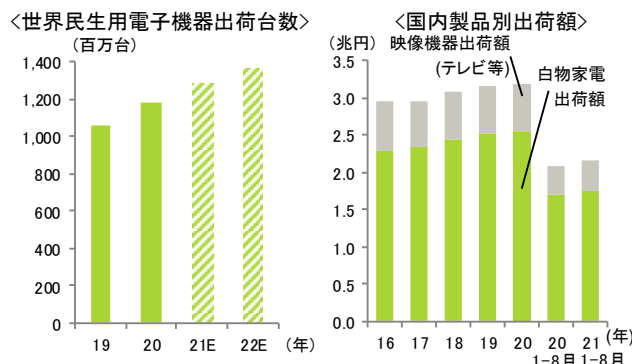
ライフスタイルの変化に伴いスマートホームへのニーズが高まるなか、メーカー各社はAI・IoTを搭載したスマート家電の開発に注力しています。特に、中国・韓国メーカーは独自のエコシステムを構築しIoT家電を低価格で販売、フードテック企業を買収しAI・IoT対応製品を開発するなど、積極的な開発・投資事例が見られます。日本メーカーにおいてもIoT技術の開発に力を注ぐ動きが見られるなど、引続き開発動向に注目が集まっています。

脱炭素に関する主要プレイヤーの動き～国内主要プレイヤーにおける削減目標

各国でカーボンニュートラル目標が設定され、CO2排出量の削減が進められるなか、家電業界でも、メーカー各社が削減目標を掲げています。自社事業所で使用する全エネルギーを太陽光発電等の再生可能エネルギーに転換する動きや、サプライチェーンをITシステムの活用で効率化し環境負荷を軽減する動きなどが見られ、今後もこうした取組が加速していくことが考えられます。

図表1 家電市場推移

～巣籠り需要は一巡し成長鈍化へ



出所: (左) Gartnerリサーチより弊社作成。Gartner, Semiconductor Forecast Database, Worldwide, 3Q21 Update, Ben Lee et al., 4 October 2021 (民生用電子機器=Consumer Electronics)
(右) 日本電機工業会、電子情報技術産業協会より弊社作成

図表2 世界の家電売上高上位10社(2020年)^(注)

～中韓メーカーが上位

順位	企業名	国	売上高 (億円)
1	サムスン電子	韓国	45,861
2	美的集団	中国	45,371
3	LG電子	韓国	33,692
4	海爾集団	中国	33,304
5	格力電器	中国	27,075
6	パナソニック	日本	25,926
7	日立製作所	日本	22,403
8	シャープ	日本	21,628
9	ワールプूल	米国	20,137
10	ソニー	日本	19,207

注: サムスン電子、LG電子、パナソニック、日立製作所、シャープ、ソニーは白物家電、AV機器を含むセグメント売上高

出所: 各社アニュアルレポートより弊社作成

図表3 脱炭素に関する主要プレイヤーの動き

～国内主要プレイヤーにおける削減目標

企業名	削減目標
パナソニック	2030年までにCO2排出を実質ゼロにする目標を発表。「純水素型燃料電池」を活用し、自社の事業所の脱炭素化を拡大。
日立製作所	自社のCO2排出量を2030年度までにゼロにする目標に加え、サプライチェーン全体でも2050年度までに実質ゼロにすると発表。
ソニー	2010年に2050年までに事業活動による環境負荷をゼロにする長期ビジョンを発表。2025年度までにGHG排出量5%削減。

(参考)海外メーカー取組事例

サムスン電子	2020年に米国、中国、欧州の全事業所の電力を全て再生可能エネルギーに転換。
美的集団	新エネルギー車向け部品分野に参入すると発表。

出所: 各社プレスリリースより弊社作成