

8. 家電



業界動向

今後の見通し

海外市場動向～堅調推移も、半導体不足の影響懸念

2021年のグローバル家電市場は、新型コロナウイルス感染者数が再拡大したものの、コロナ対策に係る給付金が追加支給された米国や、早期に経済活動が回復した中国に牽引される格好で、出荷台数は前年比+7.8%と堅調に推移しました。但し、2022年はサプライチェーンの混乱や、世界的な半導体不足の影響が懸念され、販売が鈍化する可能性があります。

国内市場動向～暫くは巣籠需要の反動減が継続

国内の家電出荷額をみれば、2021年度上期は巣籠需要やオリンピック開催によるテレビの買換え需要を背景に好調となった一方、下期は反動減に転じ、前年同期を下回って推移しました。2022年度も上期は巣籠需要の反動減が続く見通しですが、売行き好調な高価格帯冷蔵庫・洗濯機等が下支える格好で、年度を通じてみれば、ほぼ前年度並みとなる見通しです。

製品開発動向～住宅起点のデジタル化の主役、「スマートホーム」

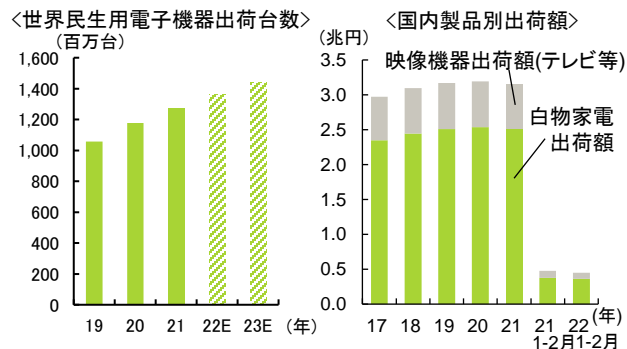
コロナ禍による在宅時間長期化等を背景に、IoT・AI機能を搭載した家電同士を連携させ、暮らしをより便利にする住宅(スマートホーム)のニーズが高まっています。岸田首相が推進する「デジタル田園都市国家構想」にもスマートホームが盛り込まれる等、政府も後押しする姿勢を鮮明にしており、住宅起点のデジタル化の主役として、各社の開発動向に注目が集まっています。

主要プレイヤーの動き～競争力強化に向けた組織改革が進む

大手家電メーカーは、中国・韓国メーカーが台頭する中、迅速な意思決定による競争力強化や中長期的な成長性・収益性向上が喫緊の課題となっており、組織改革の取組みを進めています。例えば、パナソニックは2022年4月に持株会社制に移行し、各事業の競争力強化(「専鋭化」)を目指す他、日立製作所は経営のシンプル化を目的に、事業体制を3セクターに集約しました。今後も、家電メーカー各社で組織改革による競争力強化に向けた取組みが進むとみられます。

図表1 家電市場推移

～巣籠り需要の反動減が継続



出所: (左) Gartner®リサーチより発行作成。Gartner, Semiconductors and Electronics Forecast Database, Worldwide, 1Q22 Update, Ben Lee et al., 31 March 2022 (民生用電子機器=Consumer Electronics)
GARTNERは、Gartner Inc.または関連会社の米国およびその他の国における登録商標およびサービスマークであり、同社の許可に基づいて使用しています。All rights reserved.
(右) 日本電機工業会、電子情報技術産業協会より発行作成

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を占める

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発行作成

図表3 主要プレイヤーの動き

～事業体制強化に向けた組織改革事例

企業名	時期	内容
パナソニック	22/4月	持株会社制へ移行。分社化された各事業会社が迅速な意思決定を行うことで、各事業の競争力強化を目指す。
日立製作所	22/4月	「デジタルシステム&サービス」、「クリーンエナジー&モビリティ」、「コネクティブインダストリーズ」の3事業体制に集約し、特性の近い部門間の連携強化・成長の加速を図る。
ソニー	21/4月	ソニーがグループ本社機能とエレクトロニクス事業の本社機能を兼ねる体制を解消(グループ本社機能に特化)し、「ソニーグループ」に社名変更。グループ全体の運営合理化の観点から、長期的な価値向上を目指す。

出所: 各社プレスリリースより発行作成