

デジカメ・メーカーの厳しい経営環境

～ デジカメ事業の販売下方修正 ～

デジタルカメラの国内大手メーカーが、2012年度の年間販売計画を2度も下方修正しました。

1度目の下方修正は2012年秋で、当初計画比で1割弱に相当する合計1,050万台を削減しました。2度目が2013年3月で、6社合わせて600万台の削減となりました。(右の表参照)

デジカメの売上不振の大きな理由は2つあります。

1つは、堅調に売上を伸ばすことができると考えていたBRICs(ブラジル、ロシア、インド、中国)、特に中国の売上が低迷したことです。中国での日本ブランドの不買運動は収まってきましたが、急速に伸びてきた経済の失速が影響しました。

もう1つの理由は、消費者が写真を撮影するためにデジカメではなくスマートフォンを利用するようになったことです。スマートフォンのカメラ機能の性能が非常に高くなったため、デジカメの売上は打撃を受けました。スマートフォンの急速な普及によって、デジカメだけでなく携帯型ゲーム機やパソコンも売上の下方修正を余儀なくされています。電子部品や半導体なども含め、既存のデジタル製品のメーカーは収益モデルの再構築を迫られているのです。

2013年度もデジカメ市場の縮小が予想される中で、キャノンとニコンの大手2社は、高性能画像センサーを搭載し画素数で2000万を超えるような高級機の品ぞろえを強化します。

ソニーはスマートフォンのように無線経由でネットに接続し画像加工ソフトなどをダウンロードできる機種で攻勢をかけます。また、オリンパスは販売台数の9割がコンパクトカメラで収益性が厳しく、カメラ事業は160億円の営業赤字となっているため、機種の絞り込みを進めて高採算のミラーレスカメラに集中する計画です。

デジカメ6社の2012年度
世界販売台数見通し (万台)

	12年度計画・実績 (前回計画比)	11年度実績
キャノン	2,650(▲130)	2,600
ソニー	1,500(▲100)	2,100
ニコン	2,400(▲10)	2,211
富士フィルム	1,000(▲100)	1,170
パナソニック	650(▲150)	968
オリンパス	620(▲110)	815
6社合計	8,820(▲600)	9,864

(注)キャノンの12年度は12年12月期実績。他5社は13年3月期計画。前回計画は12年10～11月に公表した数値。▲はマイナス。コンパクトとレンズ交換式の合計。ソニーはレンズ交換式含まず。(出所:『日本経済新聞』2013年3月5日付)