

拡大するデジタルカメラ市場

1995年には市場規模2～3万台と言われていた国内のデジタルカメラ市場が、2002年には2,000万台を突破する勢いで拡大している。従来のフィルムカメラに取って代わり、また、新しいマーケットを創出し、デジタルカメラ市場は一層の拡大を続けよう。

1. デジタルカメラ市場の動向

国内のデジタルカメラ市場は、2000年には1,000万台を超える規模に成長した。低価格で高画質の製品が市場に出回り、従来の銀塩カメラ¹と同じ感覚でデジタルカメラを使う時代に入ってきた。

デジタルカメラは、1981年にソニーが世界で初めて試作機を開発した。1986年頃からカシオ、コニカ等が市販を開始したが、非常に高価であったため、主として報道、業務用に使われていた。デジタルカメラが個人消費者に受け入れられるようになったのは、1995年3月にカシオが25万画素の「QV-10」を発売開始した頃からである。「QV-10」はメーカー希望小売価格が65,000円と当時としては破格の安値で話題を集め、大ヒット作となった。

一方、カメラメーカーは1990年代前半から、35ミリフィルムカメラ需要が頭打ちになることを想定し、従来のカメラに代わる新しい需要を創出するために、24ミリ新規規格フィルムに対応したAPS²カメラの開発を進め、1996年4月に発売を開始した。APSカメラ発売当初はカメラ全体の生産台数が伸びたものの、その後は従来の銀塩カメラとの明確な違いが打ち出せないまま、現在に至っている。

デジタルカメラ市場は家電メーカー等が先発し、カメラメーカーは後塵を拝した。特にAPSの共同規格を決めたキヤノン、ニコン、ミノルタの3社（残る2社は、フィルムメーカーの富士写真フィルム、コダック）は、APSの立ち上げを優先させたため、デジタルカメラのスタートが遅くなったが、キヤノンは同社の強力なカメラブランドとなった「IXY」シリーズ、ニコンは「クールピクス」シリーズで先行他社を追い上げた。また、ミノルタは大きく後手に回っていたが、「DimageX」を今年2月に発売した。「DimageX」は、211万画素で、光学3倍ズームを搭載したデジタルカメラとしては厚さ20mmと世界で最も薄く、重さも135gと軽い、携帯性を強調したモデルとして、市場の評価を得た。「DimageX」以後、カシオから「EXILIM」、富士フィルムアクシアから「eyeplate」と薄型製品が発売

¹ 従来のフィルムを使用するカメラ。フィルムに塗布する乳剤に使われたハロゲン化銀を銀塩と呼ぶことからきている。

² Advanced Photo System の略。

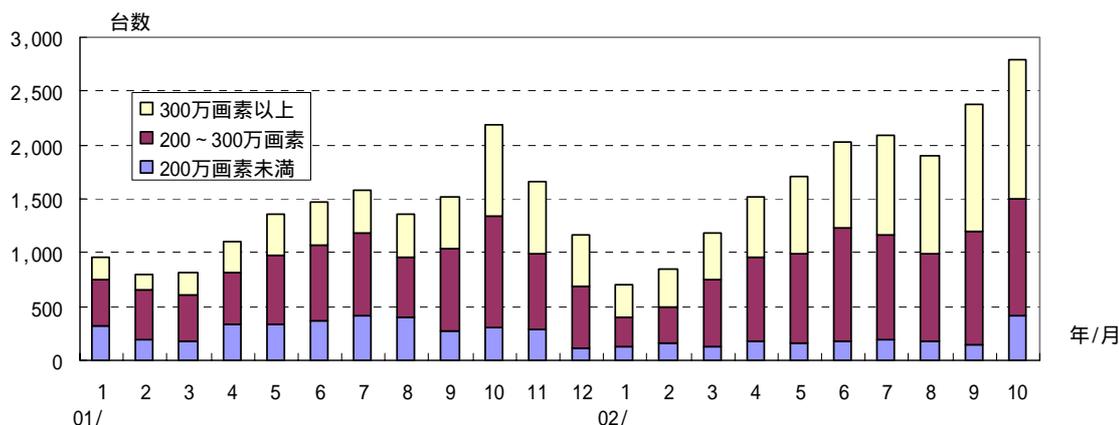
されたが、これらの製品は、31万～211万画素と画素数はそれほど多くはないが、操作しやすく、価格（1万円～5万円）が手頃である点で消費者の関心を引いている。

一般論として、普通のユーザーがデジタルカメラを楽しむには、200万～300万画素があれば充分用が足りる。高画素になると容量が大きくなり、パソコンに取り込む際やメールに添付する際に多くの時間がかかるなどの不便が生じるからである。

尚、メーカー各社はデジタルカメラの高画素数競争を続けており、現在ではプロ用で1,600万画素を超える製品が市場に投入されている。画素数に拘るのは、銀塩カメラに匹敵するプリントを実現するためである。従来は一眼レフカメラを使用し、デジタルカメラには高画素を求める本格ユーザーも存在する。

消費者のニーズに応えるべくデジタルカメラは、従来は銀塩一眼レフ等使用してきた本格ユーザー向けのハイエンドクラス（画素数500万超）、デジタルカメラに一定の画質と機能を求めるクラス（画素数300万～500万程度）、日常での使用に耐える画質と携帯性を重視するクラス（画素数200～300万）、入門あるいは遊び目的の低画素クラス（画素数200万未満）と多様化が進みつつ、市場を拡大させている。

図1 デジタルカメラの国内画素別生産台数



（資料）カメラ映像機器工業会

2. 市場ポテンシャル

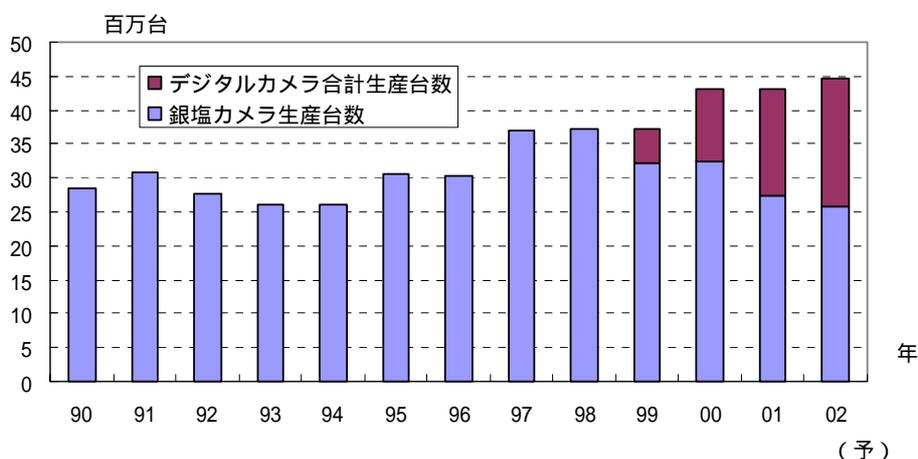
それではデジタルカメラの市場ポテンシャルは、どれくらいあるのだろうか。1995年にカシオが「QV 10」を発売開始した当時の国内市場規模について正式な統計はないが、2～3万台程度といわれていた。日本写真機工業会³が公表を開始した1999年には生産台数が506万台になり、2001年には1,596万台に達し、大幅な伸びを見せている。一方、銀塩

³ 日本写真機工業会は2002年6月に解散した。同年7月からは、カメラ映像機器工業会がカメラに係る統計を発表している。

カメラは、1990年前半は伸び悩みが続き、1996年のAPSカメラ発売開始により生産台数を増やしたものの、1998年に3,722万台で頭打ちになり、2001年には2,739万台まで落ち込んだ。デジタルカメラ・銀塩カメラの生産台数推移を勘案すると、デジタルカメラが銀塩カメラに取って代わろうとしている構図が見られ、銀塩カメラの市場規模ピーク時の3,700万台がデジタルカメラの市場規模を図る一つの目安とすることができる。

また、デジタルカメラで撮影された画像をパソコンに取り込んだり、安価なデジタルカメラが宴会やパーティの景品として利用されたりしていることを考えると、銀塩カメラ市場とは異なる、全く新しいマーケットを創出したと見ることもできる。デジタルカメラ・銀塩カメラの生産台数を合計すると、1999年3,745万台、2000年4,300万台、2001年4,335万台と、カメラ市場全体が4,300万台を越えるマーケットに成長していることがわかる。

図2 国内のカメラ生産台数推移



(資料) カメラ映像機器工業会

日本写真機工業会が今年1月に発表した予測によれば、2002年の銀塩カメラ生産台数は2,575万台で、デジタルカメラの生産台数は1,900万台だった。1～10月までの生産台数実績は、銀塩カメラが1,915万台、デジタルカメラが1,711万台と拮抗している。11～12月はボーナス・クリスマス商戦を当てこんだ生産もピークを過ぎているが、従来同様に生産台数が伸びると仮定すれば、2002年の生産台数着地見込は、銀塩カメラ2,298万台、デジタルカメラ2,053万台、合計4,351万台となる。銀塩カメラが年初予測ほどは台数が伸びない代わりに、デジタルカメラが予測を上回り、2,000万台を突破する可能性がある。

また、オリンパス光学工業は、世界のデジタルカメラの需要は2005年には4,000万台に達すると予測している。消費者の多様なニーズに応えつつ、デジタルカメラ市場は一層の拡大を続けよう。

以上

(森口: moriguchia@sumitomotrust.co.jp)