

中欧3ヶ国（ポーランド・チェコ・ハンガリー） 白物家電製品の販売動向調査

概要版

2005年3月



社団法人日本電機工業会

社団法人日本電機工業会(JEMA) 家電海外調査委員会では、中欧の白物家電市場の現状を把握するため、「中欧3ヶ国(ポーランド・チェコ・ハンガリー) 白物家電製品の販売動向調査」を実施し、報告書を発行したので、以下のその概要を紹介する。

【内 容】

1. 調査対象国 ポーランド、チェコ、ハンガリー

(EU 新加盟国の中で、人口、GDP規模の大きい3ヶ国を対象とした)

	人口(万人)	名目GDP(億ドル)	1人あたりGDP(ドル)
ポーランド	3,861(2000 年)	2,094(2003 年)	5,239(2003 年)
チェコ	1,020(2002 年)	854(2003 年)	8,367(2003 年)
ハンガリー	1,016(2002 年)	828(2003 年)	8,400(2003 年)

2. 調査対象品目 冷蔵庫、洗濯機、電子レンジ、掃除機の4品目

3. 調査方法

- ・デスクリサーチ(文献調査)
(イギリスの調査会社 Euromonitor 社ならびに ULTEX International 社の協力を得て実施)
- ・3ヶ国の家電販売店訪問面接調査
(対象: 合計 61 店舗、2004 年 10 月～11 月に実施)
- ・専門家(業界誌編集長等)へのヒアリング

4. 概 要

(1) 3ヶ国における白物家電市場の概況

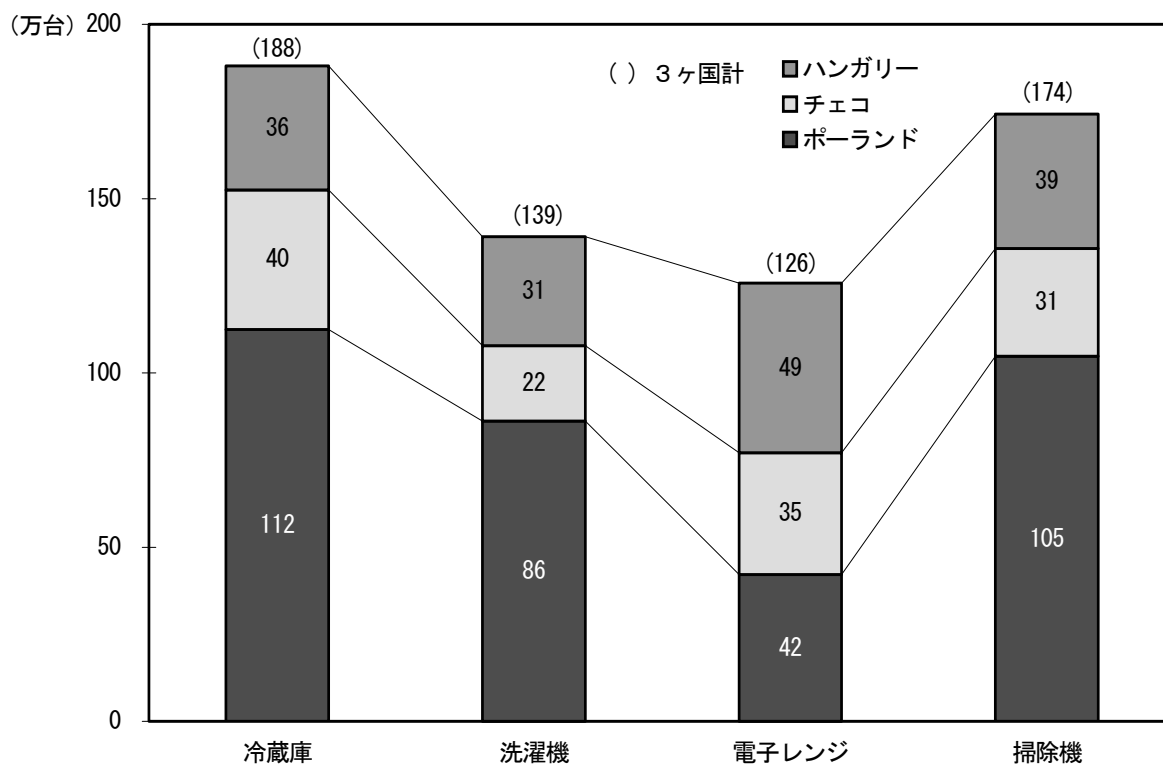
- ①ポーランド、チェコ、ハンガリーは、「西欧やロシアなどの大消費地に近いという地理的条件」や「比較的高い教育水準、質のよい労働力」、「工業国としての歴史的なバックグラウンド」、「政治的な安定」などから、中国に引けを取らない投資先として、注目されている。2004 年 5 月にEUに加盟し、拡大EUを含め4億 5,300 万人の市場の一員になったことにより、その期待がさらに膨らむとともに、現在では生産・流通・サービスの面で目覚ましい変化が起きている。
- ②調査結果をみると、市場経済への移行期である 1990 年代より拠点を設置し、ブランド浸透を進めてきた欧米の大手家電企業が高いシェアを獲得している現状が明らかとなった。
- ③その一方で、今のところ電子レンジを除き日本ブランドのシェアは低いものの、3ヶ国の家電販売店では、「品質・性能が優れている」、「技術が先進的である」といった好イメージを持たれていることもわかった。
- ④西欧諸国を上回る経済成長率、EU加盟によるメリット等を考慮すると、今後日本の家電企業にとって、この地域への事業展開を検討することは価値がある。2003 年～2008 年までの白物家電の市場規模伸張率は、3ヶ国合計で4～8%と高く、特にハンガリーでは4品目とも二桁の伸びが期待されている。
- ⑤日本ブランドがこの地域で成功するには、価格競争に陥ることなく、高収益を期待できるハイエンド市場にターゲットを絞る方が賢明との見方が、専門家へのヒアリング等より共通して示された。

(2) 市場規模

2003年の市場規模は、3カ国の中で人口の最も多いポーランドが大きく、冷蔵庫、掃除機は100万台を超えている。チェコとハンガリーは人口が近いので、市場規模も同じレベルである。

2003年～2008年の年平均伸張率(予測)は、3ヶ国合計で、冷蔵庫、洗濯機6%、電子レンジ8%、掃除機は4%となっており、中でもハンガリーは10%以上の高い伸びが予測されている。

2003年の3ヶ国の市場規模



(3) 2003年ブランド国籍別シェア 台数ベース

全般的に欧米ブランドのシェアが高い。日本は電子レンジで一定のシェアを獲得している。

		冷蔵庫	洗濯機	電子レンジ	掃除機
ポーランド	1位	ポーランド	アメリカ	韓国	ポーランド
	2位	イタリア	イタリア	アメリカ	オランダ
	3位	アメリカ	ポーランド	日本	スウェーデン
チェコ	1位	イタリア	イタリア	アメリカ	チェコ
	2位	スウェーデン	アメリカ	韓国	スウェーデン
	3位	アメリカ	ドイツ	日本	ポーランド
ハンガリー	1位	イタリア	アメリカ	韓国	スウェーデン
	2位	スウェーデン	イタリア	日本	ドイツ
	3位	ドイツ	ドイツ	イタリア	スペイン

(4)販売店の日本ブランドへのイメージ

4品目ともに高く評価されたイメージは、「品質・性能が優れている」と「技術が先進的である」で、特に冷蔵庫で高くなっている。(3ヶ国計のイメージ、網掛けは品目別上位3位)

単位:%	品質・性能が優れている	技術が先進的である	信頼性がある	使い勝手がよい	多機能である	デザインが優れている	高級感がある	消費者に定評・人気がある	価格設定が適切である	的確な納品力がある	価格が安い	有名なブランドが多い	販売網が整備されている	アフターサービスがよい	広告をよく見聞きする
冷蔵庫	69	67	48	33	34	26	43	14	17	3	3	26	10	12	5
洗濯機	53	50	29	34	28	31	47	7	9	9	2	22	3	10	0
電子レンジ	60	57	45	40	38	38	35	33	20	15	13	13	13	13	10
掃除機	55	58	42	40	32	23	50	17	12	10	10	23	3	5	5

【家電海外調査委員会 委員会社】

三洋電機(株)、シャープ(株)、東芝コンシューママーケティング(株)、(株)日立製作所、
松下電器産業(株)、三菱電機(株)(五十音順)

【調査委託先】 (株)博報堂

【報告書販売のご案内】

1. 報告書(A4・164 ページ、冊子のみ、PDF ファイルはありません)の販売価格は次の通りです。

JEMA会員(正会員・賛助会員):4,000 円、JEMA会員外:8,000 円

2. 購入される場合は、当会ホームページの「JEMA オンラインストア」をご利用下さい。お申し込み頂きましたら報告書ならびに請求書を宅配便にて送付します。宅配便代金として別途 400 円(1回の注文につき)を頂戴します。また振込み手数料をご負担頂きます。「JEMA オンラインストア」に関するお問合せがありましたら、次のメールアドレスまでお願いします。 hannbai@jema-net.or.jp

3. 当会ホームページアドレスは次の通りです。 <http://www.jema-net.or.jp>

報告書の内容に関するお問合せ先

社団法人 日本電機工業会

担当:家電部 調査企画課 萩原

〒102-0082 東京都千代田区一番町 17-4

TEL 03-3556-5887 FAX 03-3556-5891

E-mail tsutomu_hagiwara@jema-net.or.jp