

AUTOMOTIVE

1958年9月13日 第3種郵便物認可 2011年5月1日発行
通巻 642号(毎月1日・月1回発行)ISSN 1346-0315



アフターマーケット

<http://www.jidoshashinbun.co.jp>

5

2011
May
No.642

特集

付加価値バッテリーの
新たな時代がやってきた！

充電制御や！SS
対応品が売れる！



詳報

トヨタ部品福岡共販の新社屋完成！

編集 一押 特集!!

間違いだらけのワイパー交換
ブレード交換を推進しよう！ラバー交換
だけでは本来の払拭性能は回復しません

7・24

アナログ停波まであとわずか!

地デジ化需要を捕捉せよ!

オートボックスセブンが本年1月に実施した「地上デジタル放送に関する意識調査」によれば、クルマの地デジ化率は44%となっている。家庭における対応テレビの9割超の普及率と比べ、遅れているのは明らかである。

だが同調査によれば、地デジ化していないユーザーの約半分が「地デジ化意向」を持っており、その時期について、6割弱が「アナログ停波前」と回答していた。これはすなわち7月24日に向け、ここ数ヶ月で「車載用地上デジタルテレビ受信機器」は、最大の商機が到来すると捉えることができるのではないだろうか。

そこで本稿では、車載用デジタルテレビ受信機器の中でも売上を伸ばしている後付け地デジチューナーにフォーカスを当ててみる。

フルセグモデル躍進の理由は
高画質ニーズと価格の適正化

車載用地上デジタルテレビ受信機器には、後付け地デジチュ

ーナーのほかに地デジ対応のカーナビなどがある。地デジ放送には、フルセグ（12セグ）とワンセグがあり、一時期までは安価なワンセグチューナーが売れていたが、最近ではフルセグチューナーが売れている。

この理由としては、カーナビの画面化や、家庭用テレビでフルセグの画質に見慣れてしまい、ワンセグでは物足りなくなってしまうこと、また、高価だったフルセグが購入しやすい価格帯に落ち着いてきたことが挙げられる。

フルセグは「4アンテナ×4チューナー（4×4）」と「2アンテナ×2チューナー（2×2）」が市場ではポピュラーなモデルである。当然ながら、アンテナとチューナーの数が多いほど広いエリアで安定した受信ができる。

同調査では地デジ化したユーザーの66%が「フルセグ」であった。実際に同社グループ店舗で販売しているカーナビや後付けチューナーの約8割はフルセ

地デジ化需要を捕捉せよ!

グであり、その中でも4×4タイプの高機能なチューナーが売れているという。

止まらぬ低価格化に チャンネル別の商品設定も

クルマを地デジ化するには、いくつか方法があるが、今後さらに加速すると思われるのが、後付け地デジチューナーによる地デジ化である。

実際に同調査でも地デジ化意向を持つユーザーの52%がナビやモニターに地デジチューナーを接続する方法を考えていた。

後付け地デジチューナーは、各社機能的な違いはあるものの、その点を訴求するのは難しく価格競争も激しい。かつては2×2でも5〜6万円くらいしていたが、いまでは3万円前後が相場となっている。

また、4×4も10万円前後で販売されていた時期があったが、4〜5万円の間で店頭に並んでいるのが現状だ。

データシステムの川田氏は価

格動向について「マーケット的にはまだ下がり続けており、春商戦あたりから4×4でも2万円台が出てきている」という。とりわけネット通販において低価格化が顕著となってきたため、メーカーによっては同仕様でも、チャンネル別に製品や品番を設定するなどして対応している。

ピークは年内に2回来る 台数の伸長は年度内続く

同調査では、地デジ化意向のあるユーザーに導入のタイミング

グについて調査している。それによれば「アナログ放送終了直前」が31%、「ゴールデンウィーク頃」が25%となっており、結果、地デジ化意向を持つユーザーの56%がアナログ停波前までに地デジ化を検討していることになる。

慶洋エンジニアリングの田中氏は販売の山場について「ひとつがGW前後、そしてもうひとつが7月からお盆前までの間」と年内にあと2回来ると見込んでおり、そこにあわせた生産体制を取っているという。

また一方でユニデンの米田氏

は「車載用は家庭用よりも普及が遅れていることもあり、アナログ停波以降、11年度内は販売台数の伸長は続く」としている。どちらにせよ、今年度が後付け地デジチューナーを販売する最大の商機であることに違いないだろう。

当編集部の推計では、カーナビを装着するクルマは国内市場におよそ3000万台あり、そのうち1500万台以上がまだアナログチューナーである。同調査結果を踏まえると420万台以上がアナログ停波までにならな

ディーラー探訪

地デジ販売～日産サティオ埼玉

日産サティオ埼玉では24店舗あるうちの10店舗でオプション販売を推進するチームをつくり、単価アップに取り組んでいる。これまではウィンドウ撥水やエアコンフィルターなどを推奨してきたが、現在では、地デジ関連商品として「後付け地デジチューナー」と「PND」を注力している。



各店舗の担当者はフロントやテクニカルスタッフなど様々。月1でミーティングを実施し、前月の反省や好事例を横展開するほか、ディスプレイの設置場所や見せ方などの意見交換もおこなっている。販売目標は2カ月ごとに設定。販売実績のほか見積もり件数などもカウントし、販売施策を練るのに役立っている。また、販売する商品についてもまとめて仕入れることで仕入れ価格を抑え、価格に反映させることで競争力アップを図っている。一つひとつの販売金額は大きくはないが、10店舗の販売実績の合計は車両販売の数台分に匹敵している。

同社では「チラシやDMでも地デジ関連商品をアピールしていることもあり、お客様からのお問い合わせもかなり増えてきている」とし、提案のタイミングについても「点検時に地デジ化されているかを工場で確認した上で、アナログ停波についての説明や見積もり作成をおこなっている」としている。

好調な販売を続けている同社の地デジ関連商品だが、中でも後付け地デジチューナーは各店舗で売上を伸ばしており、とりわけ「若者の食いつきがいい」という。一方、PNDは「ナビに不具合が出ているユーザーや8年超のクルマに乗っているユーザーに好評で、特に年配者が買い求める傾向が強い」としている。低年式車ユーザーにとっては、いまのナビに後付け地デジチューナーをつけるより、仮にクルマを買い換えた際にも載せ替えができるPNDが選ばれているようだ。

2大ナビメーカーの 後付け地デジチューナーは…

ナビメーカーのツートップといえばパイオニアとパナソニック。それぞれカロツツェリア、ストラダブランドの後付け地デジチューナーをラインアップしている。あるカー用品店スタッフは「カロツツェリアのナビにはカロツツェリアのチューナー、ストラダのナビにはストラダのチューナーが売りやすい。また商品自体の相性もいいようだ」と話す。なお、後付け地デジチューナーの販売シェアは純正やカー用品店のオリジナル商品など幅広く展開するパナソニックがトップとなっている。



パイオニアのGEX-900DTV。4本のアンテナと4基のチューナーを搭載しており、それぞれの受信状態の良い映像部分を合成する「4チューナーキャリア合成方式」の採用により安定した映像再生で高画質視聴を実現した車載用地上デジタルTVチューナー。

パナソニックのTU-DTX600。受信性能と使い易さにこだわった4×4モデル。デジタルハイビジョンテレビ「ビエラ」で採用中の高画質技術「ビエラ画質回路」を搭載し、クルマの中でも美しい画質を提供する。



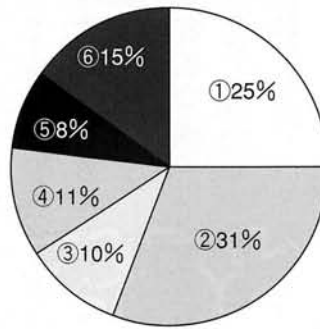
巷で話題の商品 コムテック WGA 8000

コムテックは、リモコンエンジンスタター・レーダー探知機・自動車盗難警報装置などを開発・製造するメーカー。車載用地上デジタルチューナーの販売が前年比約300%と絶好調となっており、この牽引役となっているのが4×4モデルのフルセグチューナー「WGA 8000」だという。



地上波デジタル放送規格に準拠したOFDM復調回路でブロックノイズ、ゴーストを大幅に低減。現在受信中のエリアから他のエリアへ移動した際に、自動的に同一の番組をサーチする自動放送局サーチ機能を搭載。1台のチューナーで2台のテレビ、またリアモニターへも接続が可能なAV出力2系統に対応。目立たない取り付けができる専用設計の高感度アースレスフィルムアンテナを採用。本体は164(W)×133(H)×22(D)mmのコンパクト設計。ボタンひとつで簡単チャンネルスキャンでき、知らない場所でも簡単に見たい番組を探せるなど充実の内容となっている。

車内“地デジ化”のために、チューナー等の
購入時期はいつ頃を検討していますか？



① 2011年のゴールデンウィーク頃
② アナログ放送が終了する直前
③ アナログ放送が終了した直後
④ 次回クルマを買い替える時
⑤ 次の車検を実施する時
⑥ 分からない

今回、後付け地デジチューナー

最終局面に美しく咲く
メーカー各社の最注力モデル

算できる。また、同調査によれば「どのくらい費用がかかるかわからない」が53%、「自身のクルマに取り付けできるものがあるかわからない」が25%となっており、地デジ化需要に対し、販売を加速していくには、これらの地デジ化に対する不安や疑問を解消する提案が必要だろう。

のメーカーである「ユニデン」「慶洋エンジニアリング」「データシステム」の3社を取材している。各社では市場ニーズの高い4×4のフルセグチューナーをラインアップの目玉に据えている。ユニデンでは、アンテナを既存機より高感度化および小型化し、4・9wの業界最高クラス省エネ設計を実現した「DTM430R」を今春より発売する。一方、慶洋エンジニアリングではRCA入力がない純正

ナビでも地デジ視聴が可能なワイヤレスチューナー「ANT009」を4月より市場投入。また、データシステムでは純正ステアリングスイッチに対する「HIT7700」の販売を推進している。最終局面を迎えつつある車載用後付け地デジチューナー市場において、純正ナビを強く意識した商品を展開してきている各社。次頁からはその動向に迫った。

地デジ化需要を捕捉せよ!



さらなる高感度化による総合性能アップを実現。リモコンの小型化や音量調整機能など、さらに使いやすくなった「DTM430R」。業界最高クラス4・9Wの省エネ設計となっている。

ユーザーの声をタイムリーに反映させた 地デジ化拡大を狙う新モデルを市場投入!

ユニデン

ユニデンは各種無線通信・応用機器、コードレス電話、IP電話、デジタルAV機器などの開発から製造、販売までをワールドワイドに手掛けるメーカーだ。

リーズナブルな家庭用地デジチューナーを展開しており、ユーザーの「クルマ用もほしい」という要望に応え、車載用地デジチューナーを開発。08年から発売を開始し、市場で高い評価を得ている。

車載用地デジチューナーのこれまでの事業展開についてデジタル家電事業本部の米田俊介氏はこう振り返る。

「初参入であった自動車関連市場において、当初弊社は知名度もなく、苦戦を強いられました。現在では市場で認知度を上げてきており、販売開始以来、前年度比200%超の伸長を年々続けています」

現ラインアップはフルセグ4×4を3モデル設定している。性能もさることながら、求めやすい価格が販売を伸ばす理由のひとつになっているという。

「2×2が主流の時から、市場はいずれ4×4へ移行していくと見越し、製造、販売を展開してきました。とはいえスペース的に

優れていてもブランド力のあるトップメーカーと競争するには価格競争力がなければ勝負できません。そこで2×2の価格で買える4×4として商品を開発しました」(米田氏)

ユーザーの声をすぐに商品に反映できる小回りの良い開発体制は同社の強みといえる。今春発売を開始する「DTM430R」もユーザーの要望に応え、アンテナを既存機よりさらに高感度化および小型化を実現。4・9Wの業界最高クラスの省エネ設計としている。またこのほか、大型車にも着けられる24V/12V車兼用の電源電圧仕様の「DTM500S」なども市場の評価が非常に高い。

アナログ停波は地デジチューナー販売の推進力となるといわれている。だが、米田氏は地デジチューナーの新たな可能性について言及する。

「家庭と同じ安定したデジタル放送をクルマでも見ることができず。今までカーTVを見なかつたユーザーをも掘り起こせる性能があります。車内でのエンターテインメントがさらに拡がりますし、



「DTM500S」は、バスやトラックなどの大型車に対応できる24V/12V仕様。また、大型車装着に配慮し、通常より長い7mのアンテナケーブルが同梱されている。

災害時においてもTVの豊富な情報をいち早く入手できる価値は大きいと考えます。そういった新たな価値を創造することでクルマの地デジ化をさらに広めていければと考えています」

今後の市場動向を睨み今年度の目標を米田氏は熱く語った。

「市場にはまだ1500万台以上地デジ化需要があり、その内の約3割は何らかの形で地デジ化すると見えています。車載用は家庭よりも普及が遅れていることもあり、アナログ停波以降、11年度内は販売台数の伸長は続くと思われまふ。弊社としてもこれまでの勢いをそのままに、昨年度のさらに倍の販売台数を目指したいと考えています」