

## 家電量販店の動向

家電販売額は01年より減少に転じた。各社とも業績を悪化させ、合従連衡が急速に進んでいる。また、ヤマダ電機、ヨドバシカメラ、コジマ、エディオンなどへの上位寡占が進んでいる。03年も家電販売額はマイナス成長と予測され、家電量販店の淘汰は益々進むものと予測される。

### 1. 家電販売動向

98年にWindows98の発売により、パソコン需要が拡大、パソコン販売台数は前年比で98年+27.3%、99年+53.4%、00年+51.3%と大幅に増加した。また、99年から携帯電話が急速に普及し始めた。99年から00年にかけては大規模小売店舗立地法の経過措置期間である01年1月までに、家電量販店が大量に出店したこと、また、家電リサイクル法施行(01年4月)前に対象商品であるテレビ、エアコン、冷蔵庫、洗濯機の駆け込み需要等から、家電販売額は、NEBA<日本電気大型店協会>によると、99年、00年は前年比で増加した(表1)。

しかし、01年後半にパソコン販売が失速、前年までの大量出店や家電リサイクル法施行前の駆け込み需要の反動などから、01年の家電販売額はマイナスに転じた。

02年は春先にパソコンが値上げされ、パソコン販売台数は前年比 21.6%と減少幅が拡大した。02年6月のサッカーワールドカップ(W杯)日本開催により、プラズマTV、液晶TVなどAV関係商品が販売増となるが、他製品の落ち込みをカバーするには至らず、全体の家電販売額は前年比のマイナス幅が拡大した。03年は昨年のW杯効果の反動や、牽引する商品が見当たらないこと、引き続き消費減退の懸念などから、昨年同様、家電販売額は前年比マイナスとなるものと予測される。

表1 家電販売動向と環境

	(前年比%)				
	98年	99年	00年	01年	02年
販売額	1.1	6.5	8.8	▲ 1.7	▲ 8.5
パソコン販売台数	27.3	53.4	51.3	▲ 14.2	▲ 21.6
販売動向	Win98でパソコン需要拡大	携帯電話普及	→	後半パソコン失速	・春先の値上げでパソコン大幅減 ・W杯効果でプラズマ、液晶TV増

(資料)NEBA

### 2. 家電量販店の業績動向

01年度の各社業績は、パソコンの低迷や、家電リサイクル法施行前の駆け込み需要の反動などから大幅に悪化し、星電社、そうご電器、第一家庭電器が破綻した。

公開企業 20 社の内、増収増益はヤマダ電機、ケーズデンキの 2 社、減収増益はピーシーデポコーポレーションの 1 社、増収減益はベスト電器、デンコードー、ギガスカンサイの 3 社、その他 14 社は全て減収減益となり、内 7 社が経常赤字となっている。

02 年 3 月、デオデオとエイデンは事業統合しエディオンを形成、他に上新電機、ミドリ電化、デンコードー、サンキューが業務提携で参画している。03 年 3 月にはギガスカンサイもエディオンとの事業統合に合意、04 年 4 月までにエイデンに吸収合併される予定である。一方、中川無線電機は総合ディスカウントへ業態転換した。

02 年度決算予想では、公開企業 18 社（中川無線電機の業態転換、デオデオ・エイデン事業統合により 2 社減）の内、増収予想は 6 社で、更に増収増益予想はヤマダ電機、コジマ、エディオン、ケーズデンキの 4 社のみである（エディオンはエイデン、デオデオの合算との比較）。減収額合計 799 億円に対し、ヤマダ電機はイトーヨーカ堂より買収したダイクマ分の 1,000 億円を除いても、1,402 億円の増収と減収額合計を上回り、突出している。また、カメラ量販店のヨドバシカメラも 800 億円強の増収予想となっている。

02 年度の売上高ランキングは、ヤマダ電機に次いで、ヨドバシカメラがコジマを抜いて 2 位、コジマが 3 位、エディオン 4 位、ベスト電器 5 位となる予想である（表 2）。

表2 家電専門店の02年度業績予想

(単位:億円)

順位	会社名	01年度			02年度予想				
			売上高	経常利益		売上高	前期比	経常利益	前期比
1	ヤマダ電機	02/3	5,609	183	03/3	8,011	2,402	225	42
2	コジマ	02/3	4,960	20	03/3	5,070	110	39	19
3	エディオン	02/3	4,254	36	03/3	4,450	196	89	53
4	ベスト電器	02/2	3,686	1	03/2	3,600	▲ 86	38	37
5	上新電機	02/3	2,379	▲ 49	03/3	2,250	▲ 129	6	55
6	ケーズデンキ	02/3	1,711	51	03/3	1,970	259	59	8
7	ラオックス	02/3	1,798	▲ 9	03/3	1,710	▲ 88	▲ 8	1
8	デンコードー	02/3	1,203	37	03/3	1,220	17	35	▲ 2
9	ソフマップ	02/2	1,311	▲ 4	03/2	1,205	▲ 106	▲ 3	1
10	マツヤデンキ	02/3	1,224	1	03/3	1,090	▲ 134	14	13
11	ノジマ	02/3	903	▲ 11	03/3	850	▲ 53	8	19
12	ギガスカンサイ(単体)	02/3	675	14	03/3	655	▲ 20	16	2
13	八千代ムセン電機(単体)	02/3	662	4	03/3	652	▲ 10	14	10
14	ワットマン(単体)	02/3	463	0	03/3	406	▲ 57	2	2
15	オーエーシステムプラザ*(単体)	01/9	344	0	02/9	270	▲ 74	1	1
16	ピーシーデポコーポレーション	02/4	299	6	03/3	360	61	6	0
17	マツモト電器	02/3	212	▲ 5	03/3	175	▲ 37	▲ 4	1
18	真電	02/3	112	▲ 2	03/3	107	▲ 5	▲ 1	1
	ヨドバシカメラ	02/1	4,321	NA	03/1	5,156	835	NA	NA

(資料)各社の有価証券報告書、電波新聞

### 3. 今後の動向

家電販売のポイントは、店舗立地、品揃え、価格である。各社とも製品の長期保証制度導入や、中古パソコン販売も行ない、製品自体の差別化も難しい。メーカーと組んでオリ

ジナル商品販売も進めているが、メーカー側より数量保証の買取を求められるケースもあり、売り切ることが必須である。またカメラ量販店等で導入しているポイント還元の原資は、メーカーからの販促奨励金（リベート）であり、順調に売上が拡大し、利益計上出来る間でなければこの制度は続かない。店舗の集客力や販売員のセールス力にかかっている。

今後も駅前に圧倒的な大型店舗を出店するヨドバシカメラ、郊外型で大型・中型店を展開するヤマダ電機、コジマ、提携を進めナショナルチェーン化を図るエディオンに優位性がある。各社とも売場面積が大きく、品揃え豊富であり、集客力がある。企業規模の大きさから、物流センターの整備や、オリジナル商品開発などで粗利を高めることが出来る。

03年度も家電販売はマイナス成長の予想であり、上位企業の積極的な展開から益々上位寡占が進むものと予測される。競合する他社は、生き残りの為のリストラ策推進や、エディオンなど大手企業への傘下に入るなどの選択が迫られている。

（各社の動向）

ラオックス

03年1月に秋葉原のデジタル館を閉鎖した。パソコン需要拡大を見越して、99年1月に開店したが（売場面積3,400㎡）急激なパソコン失速により、僅か3年で閉鎖となった。また、05年の秋葉原駅前再開発地区とは離れており、顧客の導線が変わること、同地区にヨドバシカメラが出店する計画があることも要因の一つである。

03年4月には、同社最大の売場面積（9,100㎡）を有する仙台店も大幅に縮小する。隣接するヨドバシカメラなどとの競合により黒字化の目処が立たない為であり、家電売場は5分の1とし、物販・飲食のテナントを入れる予定である。98年に仙台駅前に開店したが、ヨドバシカメラに対抗して導入したポイント還元制度が利益率を圧迫したものである。

一方、家電販売減少を補う為、02年10月に新事業として、総合エンターテイメントショップ「アソビットシティ」（売場面積5,000㎡）を秋葉原に開店した。秋葉原の地域性を捉え、TV・PCゲームソフト、玩具、マニア向けフィギュア等のホビー関連や、アダルト関連の品揃えをした。また、家電店については、今後は競合の少ない都内小都市圏への出店に切り替える予定である。

T・ZONE（旧亜土電子工業 97年度売上高1,323億円で第9位）

ラオックス同様、パソコン販売を主体としていた同社は、生き残りを模索している。亜土電子工業時代の97年度は、パソコン主体といった特色から、店舗数27店舗、売上高1,323億円と家電量販店の売上高ランキング9位に位置していたが、パソコン失速から大幅に縮小している。

03年2月には従業員半数を削減、パソコン本体販売から撤退した。03年3月期は部品販売が主体の5店舗で、売上高は125億円の予想と97年度比で10分の1へ縮小する。ま

た、5店舗の内、4店舗ある秋葉原の地域性を考え、家電事業とは異なる、コスプレ喫茶事業を開始した（2店舗開店）。

#### マツヤデンキ

バブル期に出店した、1,000㎡クラスの中型店が不芳であり、閉鎖を進めている。また、ブランド雑貨販売も撤退した。他社大型店との競合から、中型店では黒字が見込めない為、今後、500㎡以下の小型店へシフトする計画である。地域密着型店舗とし、御用聞きスタッフが巡回訪問をし、高齢者需要なども取り込む予定である。地域家電型の家電専門店を目指すものである。

表3 家電量販店の最近の動き

最近の動き	
2002年1月	星電社、民事再生法申請
2月	そうご電器、民事再生法申請
3月	デオデオ、エイデンの事業統合により 持株会社エディオン設立、上場
4月	ヤマダ電機、イトーヨーカ堂からダイクマ買収 第一家庭電器、民事再生法申請
5月	ビックカメラ、新宿西口店開店（売場面積12,200㎡）
7月	ソフマップ、ヤマギワのソフト部門買収 マツヤデンキ、星電社支援決定
9月	ベスト電器、エディオングループ離脱 サンキュー、デンコードーが参加
10月	ラオックスが新業態「アソビットシティ」を開業
11月	ヨドバシカメラが博多店開店（売場面積17,500㎡）
12月	ヤマダ電機、ダイエー家電売場へテナント出店
2003年1月	ラオックス、秋葉原デジタル館閉鎖 ヤマダ電機、ダイエーとの提携解消
2月	オーエシステムズ、豊栄家電と業務提携
3月	ギガスカンサイ、エディオンと事業統合に合意
	04年4月までにエイデンに吸収合併される予定

以上

（宮川：[miyagawah@sumitomotrust.co.jp](mailto:miyagawah@sumitomotrust.co.jp)）