

INFOQUEST LARGE SCREEN REPORT

月刊 大型映像レポート vol.24 (Jul.2003)

特 集

2002 年の自発光式大型映像国内市場
パート1 ハード・メーカー動向

株式会社 インフォクエスト

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 3-36-26-202

TEL/FAX 03(3401)7977

E-mail:hara@infoquest.co.jp

CONTENTS

特集. 2002 年の自発光式大型映像国内市場 パート1/ハード・メーカー動向

1.はじめに	1
2.自発光式大型映像装置の国内市場規模	2
3.発光素子の動向	3
4.画素ピッチの動向	5
5.垂直画素数の動向	7
6.表示画面サイズの動向	9
7.メーカー参入状況	10
1)全体動向	10
2)画素ピッチ別参入状況	11
3)アプリケーション別参入状況	13
8.2002 年のメーカーシェア	15
1)主要メーカーのシェア一覧	15
2)面積ベースの動向	16
3)台数ベースの動向	17
4)最近 3 年間のシェア上位 5 社	18
9.アプリケーション別.メーカーシェア	19
1)公営競技	19
2)体育施設	21
3)ビルボード	23
4)公共インフォメーション	25
5)民間インフォメーション	26
6)レンタル	28
NEWS	30
PRODUCTS	32
自発光大型映像装置の納入実績および納入予定(1998 年以降)	34
国内	34
海外(国内メーカーのみ)	50

特集 2002年の自発光大型映像国内市場

パート1 ハード・メーカー動向

需要の裾野広がり納入台数4年連続増 大型案件少なく面積ベースでは“谷間の年”

2002年の自発光式大型映像装置の国内市場は、表示面積ベースでワールドカップ特需に沸いた前年の半分以下に縮小したものの、台数ベースでは4年連続増を記録し、市場底辺の拡大を感じさせる展開となった。これに呼応するように製品面でも、サイン・ディスプレイ用途を意識したダイナミックな商品開発と高精細表示対応が併せて進展し、市場の多様化を印象づけている。また2002年は、発光素子が登場以来8年を経たLED方式のみとなり、デバイス転換が完了した節目の年ともなった。このレポートでは、2002年のマーケットにつき、ハードとメーカーの観点からまとめる。なお次号パート2で、アプリケーションと納入価格の動向、今後の市場を展望する。

1. はじめに

自発光式大型映像市場を概観するにあたり、下記の定義を用いた。

1) 対象システム

LED、CRT、FDTなどの高輝度発光素子を光源とし、輝度1000cd/m²以上、RGB64階調（表示色262,144色）以上、表示面積1m²以上の自発光式映像装置。

2) 用途分類

映像装置導入の主目的によって、用途を以下の7種に大別した。

用途分類	導入の主目的
公営競技	競馬、競輪、競艇、オートレースのレース場と場外投票券発売所における情報提供
体育施設	陸上競技場、野球場、体育館、プールなど各種体育施設における情報提供
ビルボード	複数の企業や団体から広告募集をする広告媒体
インフォメーション(民間)	単独の民間企業・施設の広告・広報
インフォメーション(公共)	官公庁・自治体の広報、または公共施設における情報提供
レンタル	イベントなど第三者へのレンタル
そのほか	上記いずれにも該当しないもの

3) 各年の市場規模

各年(暦年)に納入されたシステムの台数・面積を計上した。

2. 自発光式大型映像装置の国内市場規模

国内で 2002 年に納入された自発光式大型映像装置は計 131 台で、その合計表示面積は 2245.2 m²と推定される。台数ベースこそ前年比 6.5%増だったものの、面積ベースでは 53.2%減と大幅に減少した。これにともない金額ベースの国内市場規模も約 109 億円で前年比 50.3%減と推定される。

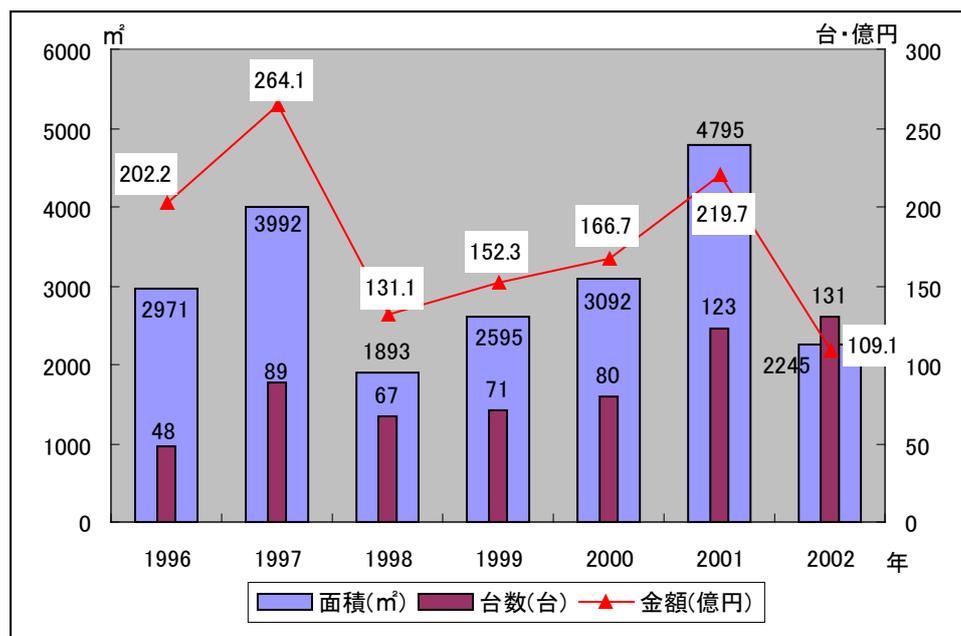
面積および金額ベースの市場規模が大幅に縮小したのは、前年の 2001 年が過去最高の「当たり年」であったことによるとみられる。2001 年はサッカーワールドカップ会場が続々と竣工したうえ、大型システムの基幹市場である公営競技関連の需要も堅調だった。表示面積 100 m²以上の物件は、2001 年 17 台、2002 年 3 台であり、この差異が 2002 年の市場に影を落としたと分析される。

一方、台数ベースでは 4 年連続で前年を上回っており、とくに 2001 年あたりから需要の裾野が急速に拡大しつつあることがわかる。おもにインフォメーション用途が牽引したとみられ、防災目的をはじめとする公共情報板やパチンコ店のイルミネーションなどが顕著に伸びている分野として特筆される。

自発光式大型映像の市場推移

年	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
項目							
台数(台)	48	89	67	71	80	123	131
前年比	-	185.4%	75.3%	106.0%	112.6%	153.8%	106.5%
面積(m ²)	2970.5	3992.0	1893.3	2595.8	3091.6	4794.5	2245.2
前年比	-	134.4%	47.4%	137.1%	119.1%	155.1%	46.8%
金額(億円)	202.2	264.1	131.1	152.3	166.7	219.7	109.1
前年比	-	130.6%	49.6%	116.2%	109.5%	131.8%	49.7%

(2003 年 6 月 / インフォクエスト調べ)



3. 発光素子の動向

1996年～2002年に納入された大型映像装置を発光素子で分類すると下表のとおりとなる。

自発光式大型映像の発光素子別推移

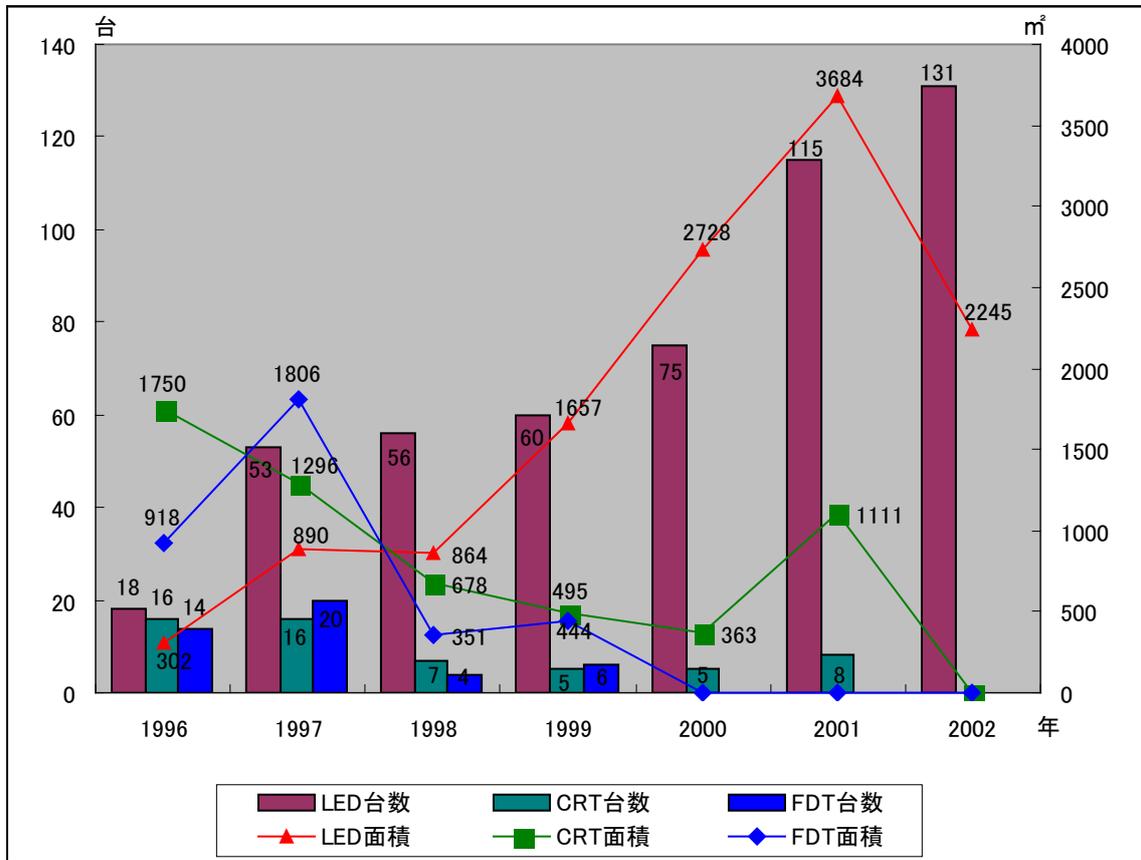
素子		年	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
LED	台数(台)		18	53	56	60	75	115	131
	構成比		37.5%	59.6%	83.6%	84.5%	93.7%	153.3%	113.9%
	面積(m ²)		302.4	889.8	864.2	1657.0	2728.2	3683.9	2245.2
	構成比		10.2%	22.3%	45.6%	63.8%	88.2%	76.8%	100.0%
CRT	台数(台)		16	16	7	5	5	8	0
	構成比		33.3%	18.0%	10.4%	7.0%	6.3%	160.0%	0.0%
	面積(m ²)		1749.7	1296.3	677.8	495.3	363.4	1110.6	0
	構成比		58.9%	32.5%	35.8%	19.1%	11.8%	23.2%	0.0%
FDT	台数(台)		14	20	4	6	0	0	0
	構成比		29.2%	22.5%	6.0%	8.5%	0.0%	0.0%	0.0%
	面積(m ²)		918.4	1805.9	351.3	443.5	0	0	0
	構成比		30.9%	45.2%	18.6%	17.1%	0.0%	0.0%	0.0%
合計	台数(台)		48	89	67	71	80	123	131
	面積(m ²)		2970.5	3992.0	1893.3	2595.8	3091.6	4794.5	2245.2

(2003年6月／インフォクエスト調べ)

2002年に納入された大型映像装置を発光素子別に分類すると、すべてがLED方式となり、デバイス転換が完了した年となった。フルカラーLEDは、1994年の市場投入以来、長寿命・低消費電力によるランニングコストの低減などが評価され、年々シェアを伸ばしてきた。これに押されるように2000年にFDT方式が、2002年にCRT方式が市場から姿を消し、LEDが登場から約8年で市場を完全に制圧した。

近い将来、高輝度ELやナノテクノロジーによる新型発光素子が登場するとの観測があるものの、今後しばらくはフルカラーLEDが自発光式大型映像装置の代名詞となりそうだ。

自発光式大型映像装置の素子別推移(1996年～2002年)



(2003年6月／インフォクエスト調べ)

4. 画素ピッチの動向

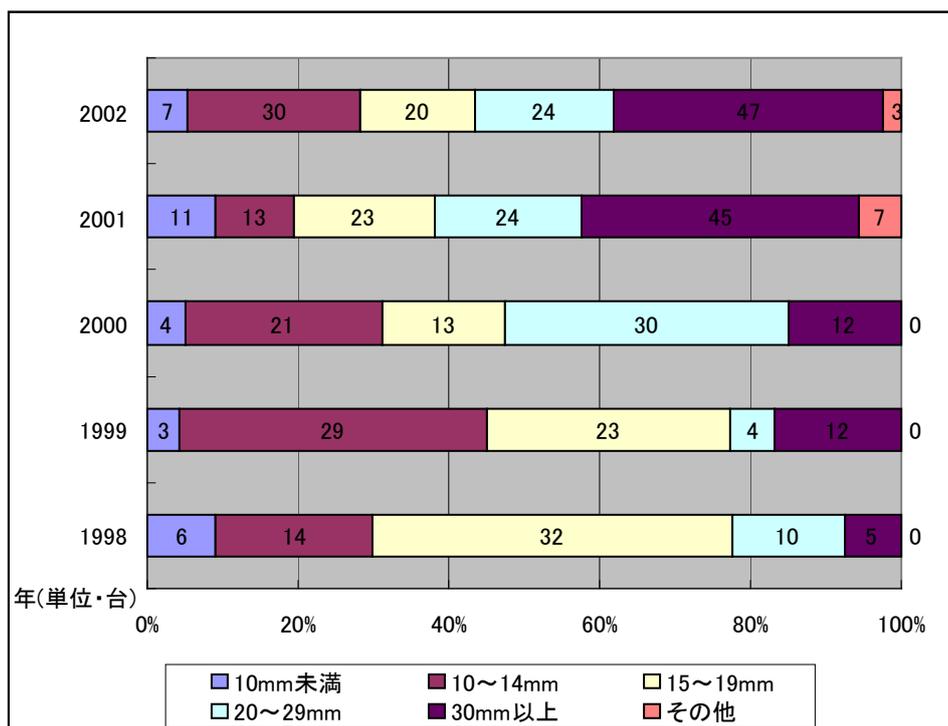
大型映像装置を画素ピッチ（各画素の中心間の距離・小さいほど解像度が高い）によって5段階に分類し、それぞれの納入実績をまとめると下表のとおりとなる。

自発光式大型映像装置の画素ピッチ別納入実績(台数ベース)

画素ピッチ	1998		1999		2000		2001		2002	
	台数(台)	構成比								
10mm未満	6	9.0%	3	4.2%	4	5.0%	11	8.9%	7	5.3%
10～14mm	14	20.9%	29	40.8%	21	26.3%	13	10.6%	30	22.9%
15～19mm	32	47.8%	23	32.4%	13	16.3%	23	18.7%	20	15.3%
20～29mm	10	14.9%	4	5.6%	30	37.5%	24	19.5%	24	18.3%
30mm以上	5	7.5%	12	16.9%	12	15.0%	45	36.6%	47	35.9%
その他	-	-	-	-	-	-	7	5.7%	3	2.3%
合計	67	100.0%	71	100.0%	80	100.0%	123	100.0%	131	100.0%

(2003年6月/インフォクエスト調べ)

自発光式大型映像装置の画素ピッチ別納入実績(台数ベース)



従来、画素ピッチは10mm～20mmが需要の核だったが、2001年と2002年は画素ピッチ「30mm以上」のディスプレイが3分の1強を占め、顕著な伸びを示した。この背景として、2001年がワールドカップ前年でスタジアムの大型ディスプレイ需要が多かったことに加え、イルミネーション用途、とくにパチンコ店がフルカラーLEDの市場として立ち上がったことが大きいとみられる。一方で、高速で走査することによって、画素一列に二列分の表示能力をも

たせる技術が一般化しつつあり、画素ピッチが大きくなった要因のひとつと分析される。

「30mm 以上」の製品面では、2001 年あたりから画素ピッチ 60mm 程度のディスプレイが複数のメーカー（アビックス、エムケー精工、富士通フロンテック、松下電器産業など）でラインアップされており、新たな製品群になってきた。サイン・ディスプレイ市場にどこまで踏み込んでいけるのか、今後の動向が注目される。

一方、これまで主軸の「10～14mm」「15～19mm」「20～29mm」も、年によってばらつきこそあるものの、絶対数でみると堅調に推移している。したがって単純に画素ピッチが粗くなる傾向にあるのではなく、新市場の需要上積みにもなって構成比が変化したとみるべきであろう。

もっとも高精細なクラス「10mm 未満」は、レンタルマーケットでマルチビジョンの代替需要などを中心に一定の市場を確保し、安定している。さらに公営競技の場外投票券発売所や屋外の大型映像ビルボードにおける採用が目につくようになっており、今後の展開が注目される。このクラスの個別の製品では、現在もっとも流通しているのが、東芝トランスポートエンジニアリング製の組立式 6mm ピッチ製品である。また松下電器産業が 4mm ピッチを製品化するなど、高精細化によって新市場開拓を目指す動きが活発化している。

なお「その他」は、残像現象を利用したディスプレイで、物理的画素ピッチの算出が不能なものである。

＜参考＞自発光式大型映像装置の画素ピッチ別納入実績(面積ベース)

年	1998		1999		2000		2001		2002	
	面積 (㎡)	構成比								
10mm 未満	22.3	1.2%	10.1	0.4%	34.9	1.1%	127.4	2.7%	82.6	3.7%
10～14mm	115.3	6.1%	299.9	11.6%	256.1	8.3%	234.8	4.9%	307.8	13.7%
15～19mm	810.0	42.8%	476.8	18.4%	191.8	6.2%	376.2	7.8%	337.4	15.0%
20～29mm	207.3	10.9%	103.6	4.0%	1443.2	46.7%	830.4	17.3%	645.8	28.8%
30mm 以上	738.4	39.0%	1705.4	65.7%	1165.6	37.7%	3170.5	66.1%	847.6	37.8%
その他	-	-	-	-	-	-	55.2	1.2%	24.0	1.1%
合計	1893.3	100.0%	2595.8	100.0%	3091.6	100.0%	4794.5	100.0%	2245.2	100.0%

(2003 年 6 月 / インフォクエスト調べ)

5. 垂直画素数の動向

1998年から2002年に国内で納入された大型映像装置を画面の垂直方向の画素数によって、5段階に分類し、台数ベースで集計すると下表のとおりとなる。

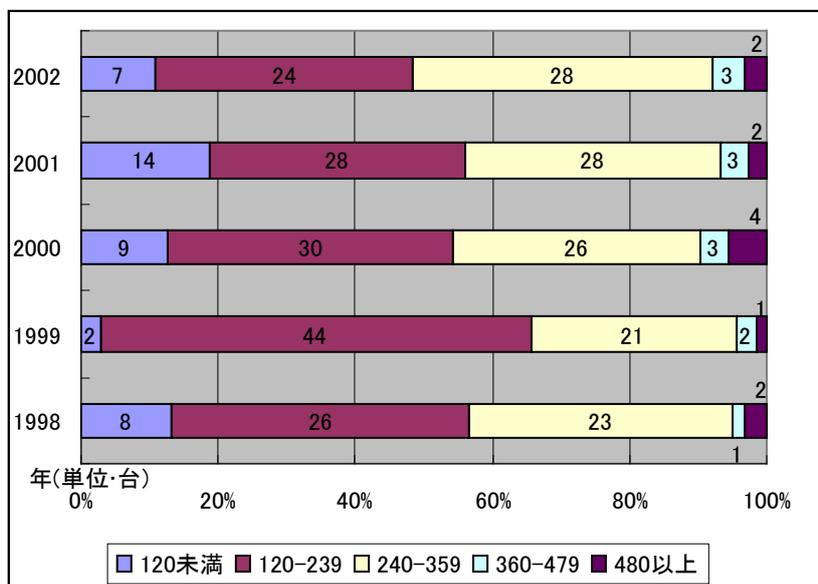
自発光式大型映像装置の垂直画素数推移

年		1998	1999	2000	2001	2002
120未満	台数	8	2	9	14	7
	構成比	13.3%	2.9%	12.5%	18.7%	10.9%
120-239	台数	26	44	30	28	24
	構成比	43.3%	62.9%	41.7%	37.3%	37.5%
240-359	台数	23	21	26	28	28
	構成比	38.3%	30.0%	36.1%	37.3%	43.8%
360-479	台数	1	2	3	3	3
	構成比	1.7%	2.9%	4.2%	4.0%	4.7%
480以上	台数	2	1	4	2	2
	構成比	3.3%	1.4%	5.6%	2.7%	3.1%
合計	台数	60	70	72	75	64
平均垂直画素数		215	212	232	210	229

*各画面の画素数は、画面の縦方向の長さを画素ピッチで割り、単純計算で算出

*組立式と計算不能なものを除いた

(2003年6月/インフォクエスト調べ)



フルカラーLEDは、用途やコンテンツ、設置環境によって要求スペックが大きく異なるため、画素数は幅広い。2002年に納入されたディスプレイの縦方向の画素数は、文字表示などを主眼としたものも含め、最低32、最大624だった。

全体的にはほぼ120以上にまとまっており、例年「120-239」と「240-359」がそれぞれ4割程度を占めている。年ごとにさほど大きな変化はないが、映像を重視するなら1/4VGA（縦方向の画素数240以上）をひとつの基準とする見解が有力になってきた。これを反映して、その構成比は年々増加傾向にあり、2002年は240以上が初めて半分以上になったことが注目される。

なお、ここでは物理的な画素ピッチをもとに画素数を算出しているが、高速で走査することにより、見かけの画素数を2倍程度とする技術が一般化しつつあり、それを加味すると高精細化傾向はさらに進んでいるとみられる。

また、フルカラーLEDではハイエンドにあたるフルVGA対応級の高精細ディスプレイの導入例を下表にまとめる。

高精細常設ディスプレイの導入例(1998～2003)

メーカー	年	納入先	素子	縦 m	横 m	面積 ㎡	画素 ピッチ	垂直 画素数 (推定)	用途	設置 環境	施主 区分
日本電気	1998	名古屋競輪場	LED	8.6	10.5	90.3	16	538	公営競技	屋外	公共
ソニー	1998	若松競艇場	CRT	10.1	21.9	221.2	17.5	577	公営競技	屋外	公共
赤見電機	1999	ハイパービジョン原宿	LED	6.1	8.1	49.0	13.5	448	ビルボード	屋外	民間
ビビノコマテック	2000	(不明)	LED	1.4	1.9	2.8	3	480	そのほか	屋内	民間
富士通フロンテック	2000	宮城県総合運動公園 陸上競技場	LED	9.6	19.4	186.6	20	480	体育施設	屋外	公共
富士通フロンテック	2000	サテライト水戸	LED	4.8	6.4	30.7	10	480	公営競技	屋内	公共
三菱電機	2000	札幌テレビ放送	LED	3.8	6.9	26.5	8	480	インフォメーション	屋内	民間
三菱電機	2001	スタジオアルタ <リプレース>	LED	7.4	13.1	96.9	16	464	ビルボード	屋外	民間
東芝 TE	2001	ポートピア岡部	LED	2.9	7.7	22.1	6	480	公営競技	屋内	公共
東芝 TE	2001	名古屋港水族館	LED	7.9	14.0	110.3	12	656	そのほか	屋外	公共
東芝 TE	2002	大阪屋通商西心斎橋ビル (アメリカ村)	LED	4.6	2.6	11.9	10	464	ビルボード	屋外	民間
松下電器産業	2002	アルタビジョン銀座	LED	5.0	8.8	44.1	8	624	ビルボード	屋外	民間
三菱電機	2003	東京競馬場 (ハドック、オッズ表示部)	LED	9.3	15.4	142.5	20	464	公営競技	屋外	公共
富士通フロンテック	2003	ひたちなか場外	LED	4.8	6.4	30.7	10	480	公営競技	屋内	公共
松下電器産業	2003	国立科学博物館 情報表示1(壁面映像)	LED	3.8	5.4	20.7	8	480	インフォメーション	屋外	公共
三菱電機	2003	MMC ショールーム	LED	2.9	3.8	11.1	6	480	インフォメーション	屋内	民間
パルコ	2003	フジテレビ	LED	3.1	5.8	18.0	6	517	インフォメーション	屋内	民間

*各画面の垂直画素数は、画面の縦方向の長さを画素ピッチで割り、単純計算で算出

*組立式と計算不能なものを除いた

(2003年6月/インフォクエスト調べ)

フルVGA対応クラスの自発光式大型映像装置は、1998年から2003年半ばまでで17台程度とみられる。納入先は、賭け式が多様化して高精細表示が求められるようになった公営競技6件のほか、いずれも映像クリエイティブの再現性が要求されるビルボード4件、テレビ局関連3件、ミュージアム2件などとなっている。なお、垂直画素数の最高は、名古屋港水族館(東芝TE製・12mmピッチ)の656で、フルSVGA対応を上回っている。

またここには含めなかったが、イベントレンタル用の組立式ディスプレイを用いてフルVGA以上の画面を構築しているケースが数多くある。テレビ局の再撮用モニターをはじめ、映像表現にシビアな環境で運用されることが背景にあるとみられる。

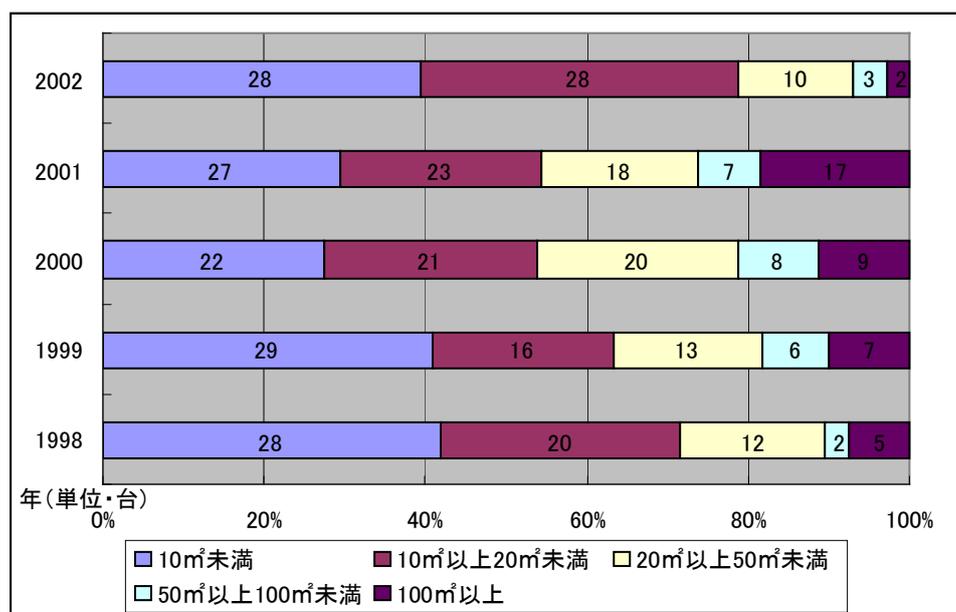
6. 表示画面サイズの動向

大型映像装置を画面サイズ別によって5段階に分類し、それぞれの納入実績を台数ベースでまとめると下表のとおりとなる。

自発光式大型映像装置の画面サイズ別実績

面積	1998		1999		2000		2001		2002	
	台数	構成比								
10㎡未満	28	41.8%	29	40.8%	22	27.5%	27	29.3%	28	39.4%
10㎡以上20㎡未満	20	29.9%	16	22.5%	21	26.3%	23	25.0%	28	39.4%
20㎡以上50㎡未満	12	17.9%	13	18.3%	20	25.0%	18	19.6%	10	14.1%
50㎡以上100㎡未満	2	3.0%	6	8.5%	8	10.0%	7	7.6%	3	4.2%
100㎡以上	5	7.5%	7	9.9%	9	11.3%	17	18.5%	2	2.8%
合計	67	100.0%	71	100.0%	80	100.0%	92	100.0%	71	100.0%

*画面サイズが明確なもののみを対象とした



(2003年6月／インフォクエスト調べ)

自発光式大型映像装置の画面サイズは、1998年から2001年にかけて年々大型化する傾向にあったが、2002年は様相が一変した。「10㎡未満」と「10㎡以上20㎡未満」がそれぞれ約40%を占め、20㎡以上のディスプレイは約2割にとどまった。2002年にパチンコ店を軸に店装用途の比較的小型のディスプレイ需要が増えたうえ、スタジアムや公営競技などの大型需要が少なかったことが背景とみられる。また前述の高精細化傾向も遠因と分析される。

今後もフルカラーLEDが身近な存在になるにつれて、画面サイズの小さいディスプレイの需要は増加傾向と推定される。一方で、画素ピッチ60mm級の製品が充実してきており、ネオンの代替などサイン・ディスプレイ市場の開拓によって様相が変わる可能性もある。

7. メーカー参入状況

1) 全体動向

1998年から2002年の5年間に、国内で自発光式大型映像装置を納入した企業は40社以上にのぼると推定される。1997年末時点で納入実績をあげていた企業は20社程度であったから、この5年間でおよそ2倍に増えたことになる。

この要因としては、前世代の高輝度発光素子（CRT、FDTなど）に比べてLEDランプ・パネルの入手が容易であること、用途や要求スペックが急速に多様化したこと、非メーカーの商社やSI会社が多数参入したことなどがあげられる。

なお一般に、市場参入は製品発売を告知した時点で成立するが、フルカラーLEDはほぼすべて受注生産であり、自社製品としてラインアップすること自体は容易である。そこでここでは、各企業の納入実績をもって参入状況の分析とする。

製品の特徴が出やすい画素ピッチとアプリケーション別に参入企業数を集計すると、下表のとおりとなる。

画素ピッチ別参入企業数

画素ピッチ	10mm未満	10-19mm	20-29mm	30-49mm	50mm以上
参入企業数	10社	25社	19社	14社	4社

(2003年6月/インフォクエスト調べ)

画素ピッチ別では、従来から需要の核だった「10-19mm」で25社、「20-29mm」で19社と、参入企業全体の半数もしくはそれ以上が実績をあげている。「30-49mm」もイルミネーション用途などで需要が伸びており、参入も増える傾向とみられる。超大型画面に適した「50mm以上」は、最近形成されつつある新カテゴリで、今後の動向が注目される。他方、ハイエンドといえる「10mm未満」もこの数年で市場性が確立し、今後も活性化が見込まれる。

アプリケーション別参入企業数

アプリケーション	公営競技	体育施設	ビルボード	公共 インフォメーション	民間 インフォメーション	レンタル
参入企業数	8社	7社	18社	16社	21社	11社

(2003年6月/インフォクエスト調べ)

アプリケーション別では、概してシステム規模が巨大な「公営競技」、「体育施設」の両分野への参入が難しいことがわかる。また「レンタル」も独自性の高い商品開発が要求されるため参入企業は少ない。

一方、「ビルボード」と公共・民間の「インフォメーション」はシステム構成が簡素で小規模なものも多く、比較的ビジネスチャンスを得やすいようだ。

2)画素ピッチ別参入状況

ここ5年間の自発光式大型映像装置の納入事例を企業・画素ピッチ別に整理すると下表のとおりとなる。

画素ピッチ別メーカー参入状況(1998-2002年)

会社名/画素ピッチ	10mm未満	10-19mm	20-29mm	30-49mm	50mm以上
赤見電機	○	○	○	○	
アコット(旧上越デバイス)			○		
アビックス				○	○
アンリツ		○			
岩崎電気		○			
エムケー精工		○		○	○
エンタープライズ21			○		
オー・イー・ジー		○	○		
沖電気工業			○		
オプトテック(台湾)		○	○		
クロストーク	○				
コンテンツ				○	
シャープ		○			
星和電機		○			
ソニー		○		○	
ダイナスキャン(台湾)					
東亜ネオン産業			○		
東京サンコー				○	
東芝トランスポートエンジニアリング	○	○	○		
東芝ライテック	○	○	○	○	
豊田合成・松下電器産業	○	○	○		
中村工社			○		
名古屋電機工業		○			
ニシムラ			○	○	
日本コンラックス		○	○		
日本電気		○		○	
日本トーター		○	○	○	
バルコ	○	○			
日立エンジニアリングサービス		○			
日立製作所四国支社		○			
ヒビノクロマテック	○				
富士通フロンテック	○	○	○	○	○
富士電工		○			
マックリサーチ		○			
松下電器産業	○	○	○	○	○
三菱電機	○	○	○	○	
みるぼーど			○		
山下電気		○	○	○	

*上表には倒産・撤退企業も含んでいる

(2003年6月/インフォクエスト調べ)

4つ以上のカテゴリで実績をあげている“オールラウンダー”は、赤見電機、東芝ライテック、富士通フロンテック、松下電器産業、三菱電機の5社。いずれもマーケットシェア上位争いの常連メーカーである。

高精細方向にシフトしているのは、東芝トランスポートエンジニアリング、バルコ、ヒビノクロマテックなどで、おもにレンタル市場に向けた商品開発に注力している。逆に、アビックス、エムケー精工などが、ピッチの大きい製品でパチンコ店をはじめとする店舗演出需要の開拓に取り組んでおり注目される。このほか、国土交通省関連に強い岩崎電気、星和電機などは、画素ピッチのラインアップをさほど広げずに、着実な実績をあげているのが目を引く。

3)アプリケーション別参入状況

ここ5年間の自発光式大型映像装置の納入事例を企業・アプリケーション別に整理すると下表のとおりとなる。

アプリケーション別メーカー参入状況(1998-2002年)

会社名/画素ピッチ	公営競技	体育施設	ビルボード*	公共インフォ	民間インフォ	レンタル
赤見電機			◎		○	○
アコット(旧上越デバイス)				○		
アビックス			○		◎	
アンリツ				○		
岩崎電気				◎		
エムケー精工			○		◎	
エンタープライズ21				○	○	
オー・イー・ジー			○			
沖電気工業				○		
オプトテック(台湾)			○		○	◎
クロストーク					○	
コンテンツ					○	
シャープ					○	
星和電機				◎		
ソニー	○	○	○			○
ダイナスキャン(台湾)			○		○	○
東亜ネオン産業					○	
東京サンコー					○	
東芝トランスポートエンジニアリング*	○	○	○	○	○	◎
東芝ライテック	○	◎	○			
豊田合成・松下電器産業					○	
中村工社			○			
名古屋電機工業				○		
ニシムラ				○	○	○
日本コンラックス			○			
日本電気	○	○	○	○		
日本トーター	◎					
バルコ					○	○
日立エンジニアリングサービス				○		
日立製作所四国支社				○		
ヒビノクロマテック					○	
富士通フロンテック	◎	◎	○	○	○	
富士電工				○	○	○
マックリサーチ			○			○
松下電器産業	◎	◎	◎	◎	◎	◎
三菱電機	◎	◎	○	◎	○	◎
みるぼーど			○			
山下電気			○		○	

*◎は各分野で1998-2002年の累計台数シェアが10%以上の有力メーカー

*上表には倒産・撤退企業も含んでいる

(2003年6月/インフォクエスト調べ)

すべてのアプリケーションで納入実績をあげているのは、東芝トランスポートエンジニアリング、松下電器産業、三菱電機の3社。なかでも松下電器産業は、6カテゴリ全部で最近5年間の累計台数シェアが10%を上回っており、幅広い分野に深くアプローチしていることがわかる。三菱電機は「公営競技」「体育施設」「公共インフォメーション」「レンタル」の4カテゴリで有力メーカーとなっており、比較的公共色の濃い分野に強い傾向が窺える。また富士通フロンテックも「レンタル」を除く5つの分野で実績をあげ、「公営競技」と「体育施設」の両分野ではとくに強い。

これとは対照的に、特定のアプリケーションに照準をしばった展開も目立つ。「公営競技」の日本トーター、「公共インフォメーション」の岩崎電気や星和電機、「民間インフォメーション」のアビックス、エムケー精工などが代表的である。リソースを得意分野に集中して効率的に市場開拓を進めている。

このほか、「ビルボード」では赤見電機が、「レンタル」では東芝トランスポートエンジニアリングが、最近5年間の累計台数シェアでトップとなっている。両社ともに、幅広く業務展開をしながら注力分野に頑丈な足場を築いている。

8. 2002 年メーカーシェア

1) 主要メーカーのシェア一覧

2002 年自発光式大型映像装置の国内市場における主要企業の納入実績は下記のとおりと推定される。

自発光式大型映像装置の各社国内納入実績(2002 年)

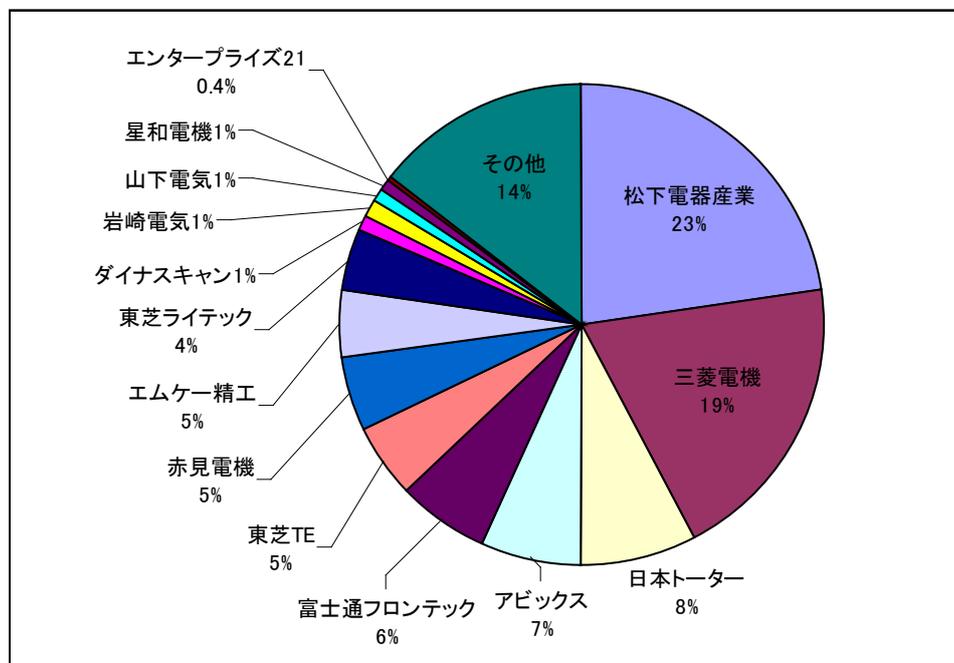
面積ベース				台数ベース			
順	会社名	面積 (㎡)	シェア	順	会社名	台数 (台)	シェア
1	松下電器産業	508.8	22.7%	1	エムケー精工	21	16.0%
2	三菱電機	436.3	19.4%	2	松下電器産業	20	15.3%
3	日本トーター	179.1	8.0%	3	三菱電機	12	9.2%
4	アビックス	150.0	6.7%	4	富士通フロンテック	11	8.4%
5	富士通フロンテック	135.7	6.0%	5	アビックス	10	7.6%
6	東芝トランスポートエンジニアリング*	113.7	5.1%	6	東芝トランスポートエンジニアリング*	9	6.9%
7	赤見電機	109.8	4.9%	7	赤見電機	6	4.6%
8	エムケー精工	100.0	4.5%	8	山下電気	5	3.8%
9	東芝ライテック	95.2	4.2%	9	エンタープライズ 21	4	3.1%
10	ダイナスキャン(台湾)	23.4	1.0%	9	日本トーター	4	3.1%
11	岩崎電気	23.0	1.0%	11	岩崎電気	3	2.3%
12	山下電気	20.0	0.9%	11	星和電機	3	2.3%
13	星和電機	18.1	0.8%	11	ダイナスキャン(台湾)	3	2.3%
14	エンタープライズ 21	9.8	0.4%	11	東芝ライテック	3	2.3%
	その他	322.3	14.4%		その他	17	13.0%
	合計	2245.2	100.0%		合計	131	100.0%

(2003 年 6 月 / インフォクエスト調べ)

2) 面積ベースの動向

納入面積ベースの2002年国内主要メーカーシェアをグラフ化すると下図のとおりとなる。

2002年自発光式大型映像装置の国内シェア(台数ベース)



シェアトップは、合計 508.8 m² で約 23% を占めた松下電器産業。お台場に新設されたパナソニックセンターに表示面積 252 m² (63mm ピッチ) におよぶ超大型ディスプレイを納入したほか、アルタビジョン銀座 (44.1 m²) などのビルボードや、新横浜の国交省河川表示板 (30.7 m²) をはじめとするインフォメーション分野などで実績を積み上げた。

2位の三菱電機(計 436.3 m²)は、平塚競輪場 (176.0 m²)、花月園競輪場 (70.0 m²) などの公営競技関連施設と、ジュビロ磐田スタジアム (44.2 m²)、西京極プール (42.2 m²) といった体育施設分野を軸に展開した。

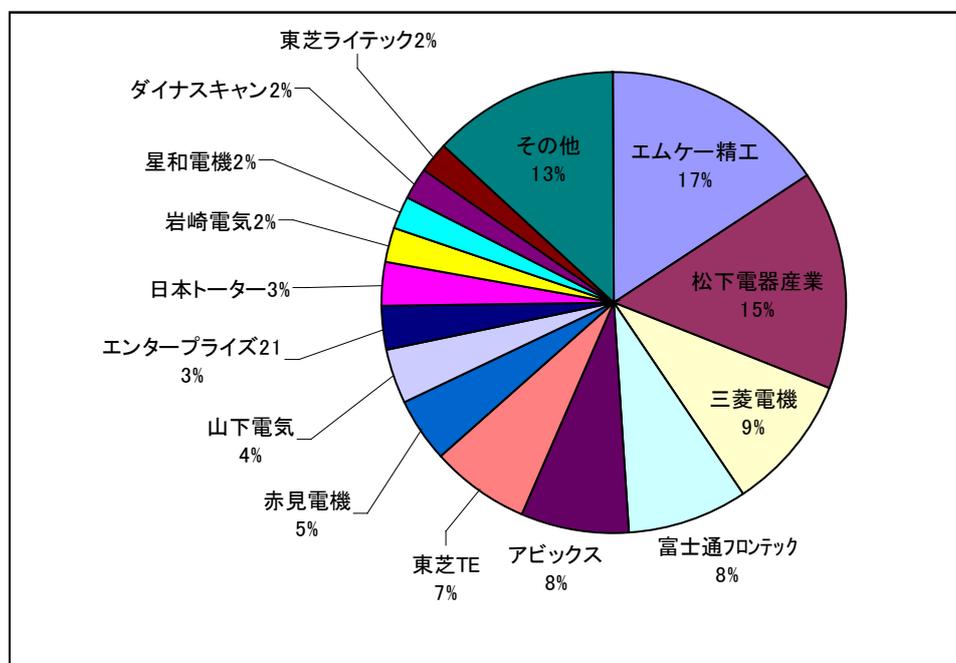
松下電器産業と三菱電機は毎年、面積ベースのシェアでトップ争いを演じているが、公営競技、体育施設などの大型画面が少なかった 2002 年は、両社にしては低調な年だったといえる。

続く日本トーター(計 179.1 m²)は、トーターゼータの地位をいかして公営競技市場のみに営業しており、浦和競馬場 (50.5 m²、7.7 m²)、岸和田競輪場 (86.4 m²)、静岡競輪場 (34.6 m²) の 3 件でシェア 3 位となった。4位アビックスは、パチンコ店やトヨタ系ディーラーなどに納入。5位富士通フロンテックは体育施設とビルボードを、6位東芝トランスポートエンジニアリングはレンタルを、7位赤見電機はビルボードを軸に展開した。なお赤見電機には複数の OEM 供給先があるとみられ、これを含めると 300 m² 以上の実績でシェア 3 位となる。

3) 台数ベースの動向

台数ベースの2002年国内メーカーシェアをグラフ化すると下図のとおりとなる。

2002年自発光式大型映像装置の国内シェア(台数ベース)



パチンコ店のみに営業を集中したエムケー精工が、全体の約17%にあたる21台を納入して初のトップシェアを獲得したとみられる。個々の画面サイズは比較的小型ながら、パチンコ店のフルカラーLED導入件数は急激に伸びており、ここ数年はホットな市場になりそうだ。

2位は20台(シェア約15%)を納入した松下電器産業。2002年は、インフォメーション(11台)、ビルボード(7台)を軸として受注を重ねた。

3位の三菱電機は12台でシェア約9%。例年通り公営競技(4台)を核としながら、体育施設、インフォメーションに3台ずつと各分野へ納入した。

4位の富士通フロンテックはこれまで公共案件を中心に展開してきたが、2002年は体育施設4台のほか、民間のビルボードで4台を受注し、計11台を達成。これに、民間インフォメーション分野に特化したアビックス(10台)、レンタル市場で急速に実績を伸ばしている東芝トランスポートエンジニアリング(9台)、ビルボードに強い赤見電機(6台)が続いた。なお赤見電機にはOEM供給もあり、メーカーとしては10台以上を納入したと推定される。実質的なシェアは4位相当とみられる。

4)最近3年間のシェア上位5社

自発光式大型映像装置のメーカーシェアは、各年の案件数や特殊なプロジェクトによって大きく変動するため、単年の数値が各メーカーの実力を必ずしもストレートに反映しない。そこで参考まで、最近3年間のシェア上位5社を一覧すると、下表のとおりである。

a)面積ベース

2000		2001		2002	
会社名	m ²	会社名	m ²	会社名	m ²
①松下電器産業	1297.3	①三菱電機	1274.8	①松下電器産業	508.8
②三菱電機	799.4	②松下電器産業	985.3	②三菱電機	436.3
③富士通フロンテック	363.2	③ソニー	615.5	③日本トーター	179.1
④ソニー	170.8	④富士通フロンテック	465.4	④アビックス	150.0
⑤赤見電機	110.4	⑤東芝ライテック	271.8	⑤富士通フロンテック	135.7

*赤見電機は、OEM供給分を含めると2000年4位、2001年5位、2002年3位とみられる

b)台数ベース

2000		2001		2002	
会社名	台	会社名	台	会社名	台
①松下電器産業	31	①松下電器産業	21	①エムケー精工	21
②三菱電機	16	②三菱電機	18	②松下電器産業	20
③富士通フロンテック	7	③東芝トランスポートエンジニアリング*	14	③三菱電機	12
④赤見電機	6	④赤見電機 ④エムケー精工 ④ダイナスキャン(台湾)	7	④富士通フロンテック	11
⑤東芝トランスポートエンジニアリング*	3	—	—	⑤アビックス	10

*赤見電機は、OEM供給分を含めると2000年3位、2001年4位、2002年4位とみられる

(2003年6月/インフォクエスト調べ)

9. アプリケーション別メーカーシェア

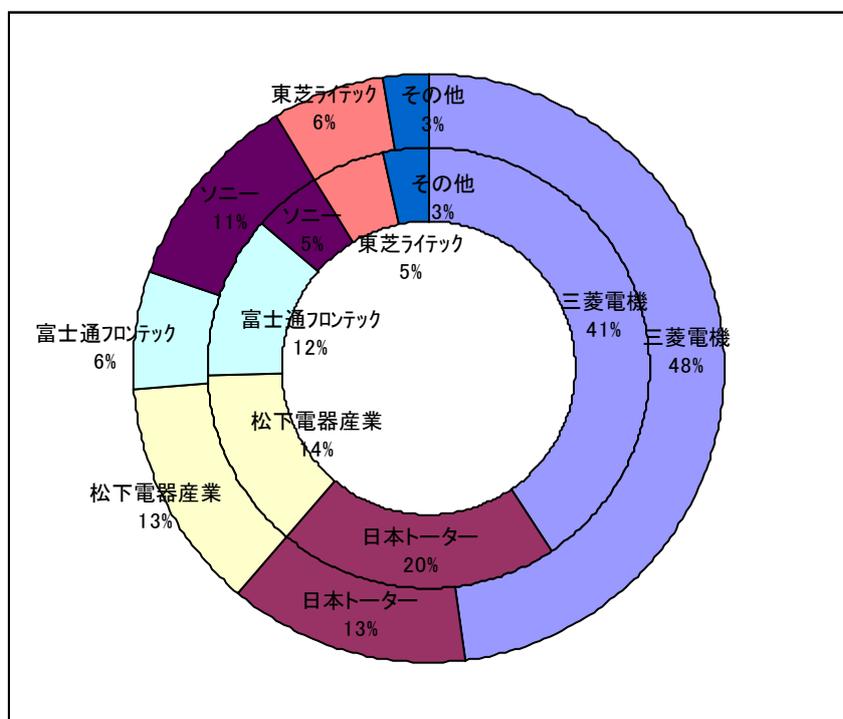
自発光式大型映像装置の用途は多岐にわたるため、メーカーにはディスプレイの製造だけでなく、さまざまなノウハウが求められる。この集積の度合いによって、一般に各メーカーには得意分野がある。そこで、最近5年間（1998年～2002年）の累計データをもとに「公営競技」「体育施設」「ビルボード」「公共インフォメーション」「民間インフォメーション」「レンタル」の各分野におけるメーカーシェアをまとめた。

1) 公営競技

公営競技分野におけるメーカーシェアは下表のとおりである。

公営競技分野のメーカーシェア(1998-2002 累計)

会社名	台数		面積	
	台	シェア	m ²	シェア
三菱電機	24	40.7%	2127.9	48.0%
日本トーター	12	20.3%	581.0	13.1%
松下電器産業	8	13.6%	568.8	12.8%
富士通フロンテック	7	11.9%	280.9	6.3%
ソニー	3	5.1%	493.1	11.1%
東芝ライテック	3	5.1%	271.0	6.1%
日本電気	1	1.7%	90.3	2.0%
東芝トランスポートエンジニアリング	1	1.7%	22.1	0.5%
合計	59	100.0%	4435.1	100.0%



内円: 台数ベース / 外円: 面積ベース (2003年6月 / インフォクエスト調べ)

この5年間に公営競技分野へ自発光式大型映像装置を納入したメーカーは、上表の8社とみられる。自発光式大型映像装置の基幹市場でありながら参入企業が少ないのは、概してシステムが大掛かりなうえ、トータリゼーションシステム、判定システムとの連動や、絶対の確実性が要求されることなどによると推定される。

この市場をいち早く開拓した三菱電機が今日に至るまで圧倒的な強さを維持しており、台数ベースで4割以上、面積ベースで半分近くを占めている。

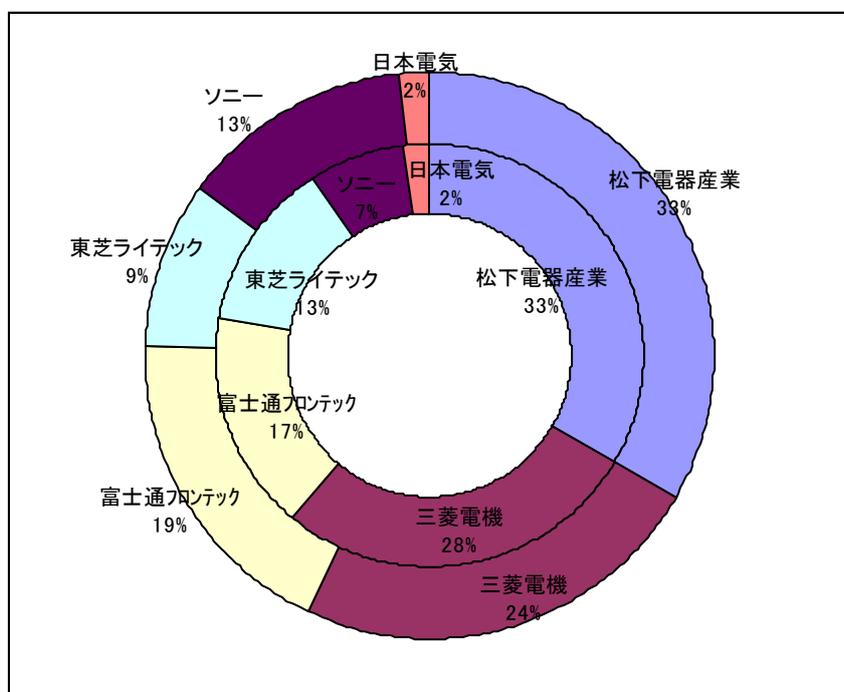
2位はトータリゼーションの日本トーターで、台数ベースで2割、面積ベースで1割強を獲得。これに、3位松下電器産業が続き、4位の富士通フロンテックは親会社富士通がトータリゼーションである。

2) 体育施設

体育施設分野におけるメーカーシェアは下表のとおりである。

体育施設分野のメーカーシェア(1998-2002 累計)

会社名	台数		面積	
	台	シェア	m ²	シェア
松下電器産業	18	33.3%	1448.0	33.3%
三菱電機	15	27.8%	1026.1	23.6%
富士通フロンテック	9	16.7%	812.2	18.7%
東芝ライテック	7	13.0%	402.7	9.3%
ソニー	4	7.4%	582.7	13.4%
日本電気	1	1.9%	70.5	1.6%
合計	54	100.0%	4342.2	100.0%



内円:台数ベース/外円:面積ベース (2003年6月/インフォクエスト調べ)

この5年間に体育施設分野で納入実績をあげたのは上記6社で、ほとんどがCRT、FDT方式の時代からこの分野にアプローチしてきた老舗メーカーである。自発光式大型映像装置のアプリケーションのなかで、もっとも受注企業が限られており、新規参入が難しいとされている。概してシステム構成が大規模なうえ、スポーツに特化した独特のノウハウが要求されるためとみられる。ソニーと日本電気が実質的にフルカラーLED事業から撤退しており、寡占化はさらに進みそうな気配だ。

この5年間の累計では、松下電器産業が台数、面積ともに3分の1を占めてトップ。これに台数、面積のおよそ4分の1を獲得した三菱電機が続いている。

最近では、松下電器産業、三菱電機、東芝ライテックといった、この分野のパイオニアの中に、新興の富士通フロンテックがワールドカップ会場整備を契機に割って入ったかたちとな

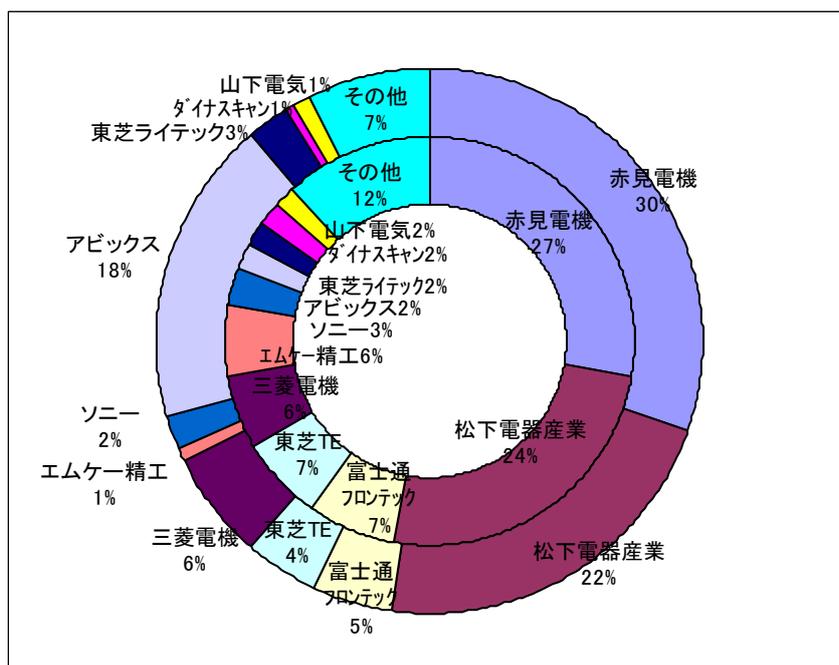
っている。さらに 2003 年に入ってから東芝トランスポートエンジニアリングが体育施設へ納入実績をあげており、今後の成り行きが注目される。

3)ビルボード

ビルボード分野におけるメーカーシェアは下表のとおりである。

ビルボード分野のメーカーシェア(1998-2002 累計)

会社名	台数		面積	
	台	シェア	m ²	シェア
赤見電機	29	27.9%	768.6	30.3%
松下電器産業	26	25.0%	559.3	22.0%
富士通フロンテック	7	6.7%	120.9	4.8%
東芝トランスポートエンジニアリング	7	6.7%	111.2	4.4%
三菱電機	6	5.8%	163.9	6.5%
エムケー精工	6	5.8%	17.9	0.7%
ソニー	3	2.9%	49.8	2.0%
アビックス	2	1.9%	456.5	18.0%
東芝ライテック	2	1.9%	63.6	2.5%
ダイナスキャン(台湾)	2	1.9%	15.6	0.6%
山下電気	2	1.9%	27.6	1.1%
その他	12	10.6%	184.6	7.3%
合計	104	100.0%	2539.5	100.0%



内円:台数ベース/外円:面積ベース (2003年6月/インフォクエスト調べ)

ビルボード分野は参入企業が多く、この5年間だけで18社が納入実績をあげたと推定される。しかしそんななかでも、赤見電機と松下電器産業が納入実績で群を抜き双壁をなしている。この両社を合わせると、台数、面積ともに日本全国のビルボードの50%を上回っている。

ビルボード事業には、広告営業、コンテンツ制作、ネットワーク配信など、多様なノウハウが要求される。両社は、こうした機能をもつ関連会社を有しており、周到に体制を整えて

市場開拓に取り組んだのが奏功したと分析される。

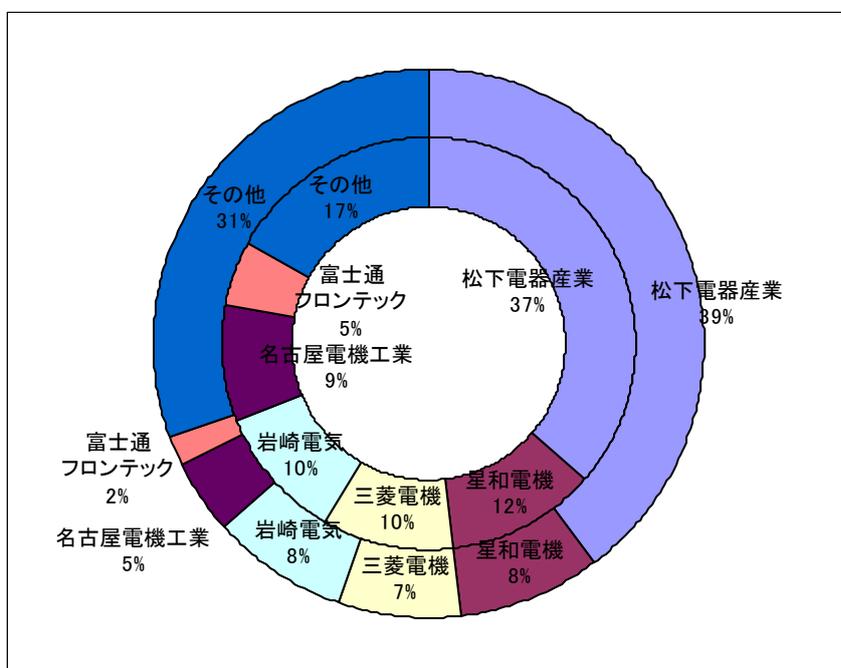
これに続くのが、2002年だけで4台のビルボードを受注した富士通フロンテックや、東芝トランスポートエンジニアリング、三菱電機など。また、面積ベースで3位のアビックスは、日本最大のビルボード「Q's eye」(446.5 m²)を納入して一躍名をはせた。

4) 公共インフォメーション

公共インフォメーション分野におけるメーカーシェアは下表のとおりである。

公共インフォメーション分野のメーカーシェア(1998-2002 累計)

会社名	台数		面積	
	台	シェア	m ²	シェア
松下電器産業	28	35.4%	290.9	38.8%
星和電機	9	11.4%	62.0	8.3%
三菱電機	8	10.1%	51.5	6.9%
岩崎電気	8	10.1%	58.7	7.8%
名古屋電機工業	7	8.9%	33.3	4.4%
富士通フロンテック	4	5.1%	11.3	1.5%
その他	13	16.9%	224.7	30.7%
合計	77	100.0%	732.4	100.0%



内円:台数ベース/外円:面積ベース (2003年6月/インフォクエスト調べ)

この5年間に公共インフォメーション分野で納入実績をあげた企業は16社と推定される。おもな納入先は、国土交通省、地方自治体、警察などで、各分野の情報システム構築で実績のある企業が受注する傾向が強い。地方自治体や警察の案件は地元の中小企業が請け負うケースも多く、参入企業が多い背景となっている。

シェアをみると、松下電器産業が台数・面積ともに全体の4割近くを占め独走している。警視庁のサインカー向けに7台を納入しているほか、近年活性化している国土交通省管轄の河川情報表示板のプロジェクトにも参画。自治体にも強く、文化施設・会館、役所の広報ボードなど、この分野の主要顧客すべてからバランスよく受注を重ねている。

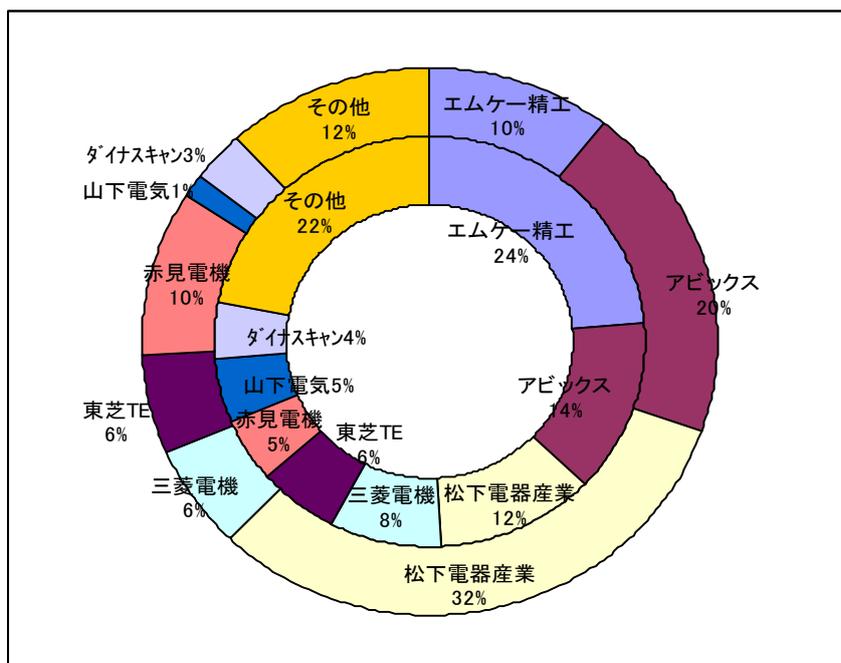
これに、国土交通省の河川や道路関連情報システムで実績のある星和電機、岩崎電気、名古屋電機工業の各社と、三菱電機などが続いている。

5) 民間インフォメーション

民間のインフォメーション分野におけるメーカーシェアは下表のとおりである。

民間インフォメーション分野のメーカーシェア(1998-2002 累計)

会社名	台数		面積	
	台	シェア	m ²	シェア
エムケー精工	28	23.7%	128.0	10.3%
アビックス	16	13.6%	250.0	20.1%
松下電器産業	14	11.9%	396.1	31.8%
三菱電機	10	8.5%	77.3	6.2%
東芝トランスポートエンジニアリング	7	5.9%	72.2	5.8%
赤見電機	6	5.1%	120.0	9.6%
山下電気	6	5.1%	17.8	1.4%
ダイナスキャン(台湾)	5	4.2%	39.0	3.1%
その他	26	22.0%	144.6	11.6%
合計	118	100.0%	1245.0	100.0%



内円: 台数ベース/外円: 面積ベース (2003年6月/インフォクエスト調べ)

ここ5年間に民間インフォメーション市場で実績をあげた企業は20社以上に及ぶとみられる。フルカラーLEDは多様な業種の店舗などに導入され、表示内容だけをとっても、文字情報、アニメーション、映像などニーズの幅が広い。さらに、小規模で簡素なシステムも目立つため、他の用途よりも参入が容易といえる。また、パチンコ店のフルカラーLED需要が急速に伸び、勢力図が一変しつつある。

台数ベースのシェアでは、2001年からパチンコ店に特化して営業展開したエムケー精工がこの2年間の実績だけでトップに躍り出た。続くアビックスもパチンコ店を重点としており、この市場の盛況振りが窺える。この2社に、幅広い顧客に納入実績をもつ松下電器産業、

三菱電機が続いている。このほか、東芝トランスポートエンジニアリングが証券会社の株価情報ボードで、赤見電機がネオン塔向けで、相当な実績をあげているが注目される。

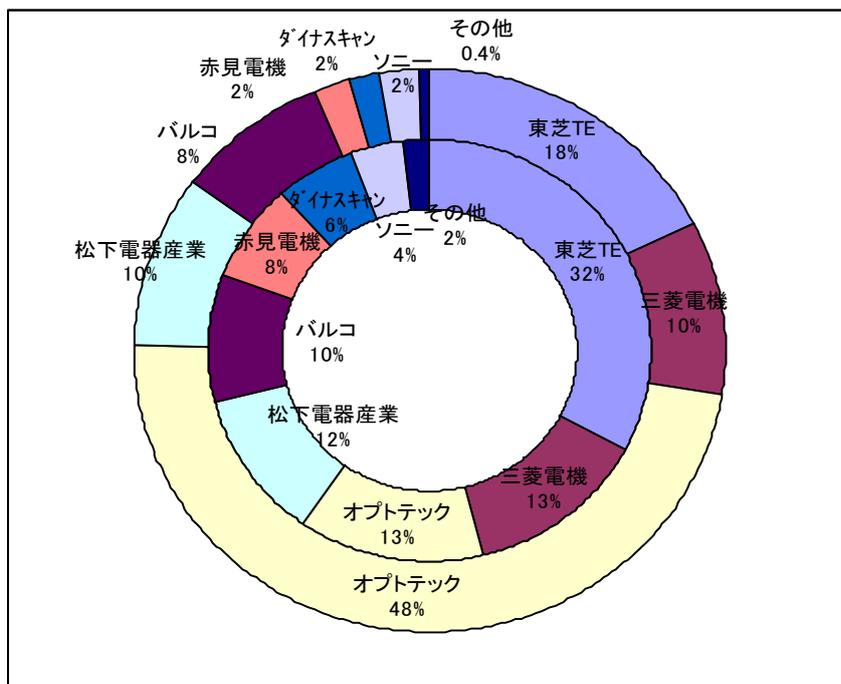
面積ベースでトップの松下電器産業は、お台場のパナソニックセンターに表示面積 252 m²の超大型ディスプレイを納入したのが大きい。

6) レンタル

レンタル分野におけるメーカーシェアは下表のとおりである。

レンタル分野のメーカーシェア(1998-2002 累計)

会社名	台数		面積	
	台	シェア	m ²	シェア
東芝トランスポートエンジニアリング	17	32.7%	241.7	17.5%
三菱電機	7	13.5%	139.8	10.1%
オプトテック	7	13.5%	657.8	47.6%
松下電器産業	6	11.5%	137.5	10.0%
バルコ	5	9.6%	116.0	8.4%
赤見電機	4	7.7%	26.8	1.9%
ダイナスキャン(台湾)	3	5.8%	23.4	1.7%
ソニー	2	3.8%	31.7	2.3%
その他	1	1.9%	6.1	0.4%
合計	52	100.0%	1380.8	100.0%



内円:台数ベース/外円:面積ベース (2003年6月/インフォクエスト調べ)

この5年間にレンタル市場へ自発光式大型映像装置を納入したのは11社。組立式、車載式ともに独特の商品開発が必要なうえ、さまざま活用局面に対応するきめ細かな配慮が要求されるため、参入企業は限られている。

台数ベースのシェアをみると、東芝トランスポートエンジニアリングが3分の1近くを占めてトップ。組立式の6mm、10mm、15mmピッチ製品で達成したもので、放送・イベント業界の要求にこたえる画質と、組み上げの簡便さ、可搬性のよさを兼ね備えた点が評価されているようだ。レンタル業界では数年前からマルチビジョンからフルカラーLEDへの移行が進み、このニーズに6mmピッチ製品がフィットしたのも大きな要因となっている。

これに続くのが、シミズビジュアル社への大量納入で実績をあげた台湾メーカーのオブテック。面積ベースでは50%近くのシェアで他を圧倒している。レンタルという限られたマーケットではあるが、日本で海外の大型映像装置がこれほどの実績をあげるのはきわめて異例である。

このほか、三菱電機、バルコは組立式で、松下電器産業は組立式と車載型双方で、赤見電機はおもに車載型で実績を重ねている。

▼バーチャルリアリティ展に多数の立体大型映像

第11回産業用バーチャルリアリティ展（リードエグジビションジャパン主催）が6月に開催された。大型映像関連では、プロジェクタを用いた立体映像システムが数多く出展された。

バーチャルリアリティの専門企業、ソリッドレイ研究所は、デジタルモックアップを手がけるアペックスと共同出展。2台のLCDプロジェクタ（NEC・GT6000）でリア投写した140型スクリーンに立体映像を映し出してアピールした。立体映像装置の構築を数多く手がける同社では、プロジェクタについて「最近ではDLPよりも価格の安価なLCDプロジェクタを選択する顧客が多い」と話した。展示システムは、位置センサ付グローブの動きを画面上のCGの手が追従し、あたかも自動車を運転しているかのような感覚を得られるものだった。



△ソリッドレイ研究所のブース



△日商エレクトロニクス社のブース

日商エレクトロニクスは、クリスティデジタルシステムズ社製の時分割式立体視対応DLPプロジェクタ「Mirage」3台の映像をブレンディングして半径3メートルの湾曲画面に投映した。「Mirage」シリーズは、左右の目への映像を高速で交互に出力する機能を内蔵し、これにシンクロさせた液晶シャッターメガネを介して立体映像が見えるしくみ。プロジェクタ1台で立体映像が提供できるため、位置合わせなどの手間が省け設置が簡便などの利点をセールスした。

住商エレクトロニクスとバルコの共同ブースでは、5000ANSI1mのプロジェクタ4台で横4.8m×縦2mの大型スクリーンに立体映像をリア投写。昨年の同展では液晶シャッターメガネを用いた時分割式ディスプレイを展示したが、「欧米で偏光式が増えている」ことから、今年は偏光メガネ方式に切り替えた。同社は、フライト、ドライビングなどのシミュレーションや自動車設計向けなどに、3D大型スクリーンを年間10セット程度納入しているという。

旭エレクトロニクスは、比較的安価に視点移動機能を備えた立体視を実現できるシステムを展示。光出力1300ANSI1mのLCDプロジェクタ2台、パソコン3台が基本構成で、ハードは1000万円～1200万円程度で提供できるという。映像を壁面2面と床面に広げることによって、より没入感が得られるように工夫した。自動車設計などの分野に手軽な立体視装置として売り込む一方、「簡便なシステムによって3D環境の裾野を広げたい」と話した。このほ

かに、同社ブースにはナムコが開発した密閉式 180 度半球型スクリーンシステムも展示され、長い順番待ちの列ができていた。



△住商エレクトロニクス・バルコのブース



△旭エレクトロニクスのブース

ICIDO.D. ジャパンは、欧州 VR 市場で豊富な実績をもつ ICIDO (本社ドイツ)社製 VR システムの日本総発売元として 2003 年 3 月に設立された。ICIDO のシステムは、リアルタイムで簡単に画面と対話可能な双方向性が大きな特徴。BMW、ダイムラークライスラー、プジョーなどの自動車メーカーや建築設計分野に数多くの納入例がある。日本の展示会初登場となった今回は、横 2m×縦 1.5m のスクリーンにクリスティデジタルシステムズ社製 LX33(3300ANSI1m)2 台による 3D 映像でプレゼンを行った。画面に CG のクルマなどを映し出し、その断面やパーツの検証が手軽にできる利点や、独自開発のボールメニューを使った操作性などについてアピールした。

このほか、日本 SGI は世界最大級の VR シアターとして話題になった「コパン遺跡」のコンテンツを上映するなどして、同社のソリューションを紹介。スリーディーは NEC ビューテクノロジーと共同で VR スクリーンシステムを、ミノルタプラネタリウムは設営が簡単な移動式ドームスクリーン「エアドーム・スクリーン」などを出展した。

同展の次回第 12 回は、2004 年 6 月 16 日から 3 日間、東京ビッグサイトで開催される。

PRODUCTS

▼ジェイケイアイズ、奥行き 67cm の韓国製直視型 LCD マルチディスプレイを発売

韓国ベンチャー企業の育成を支援するコンサルティング会社(株)ジェイケイアイズ(東京都中央区、03-5651-3715、<http://www.jkis.co.jp/>)は、韓国・エルポート社が開発した TFT-LCD マルチディスプレイ「Dz・Wall (ディーゼット・ウォール)」の販売を始めた。薄型軽量なうえ、多種多様な複数の映像ソースを同時に入力して、マルチディスプレイ特有の表示演出がリアルタイムで簡単にできるのが特長。交通機関や商業施設の映像情報板や監視ルームのモニタなどとして売り込んでいく。

「Dz・Wall」は、解像度 XGA の 15 型 TFT-LCD パネルを上下左右に複数接続して大画面を構成するしくみ。画面サイズは最小 30 型から最大 500 型まで拡張できる。LCD パネルの駆動回路を工夫してメジ幅 1cm 以下(縦 9.7mm、横 8.7mm)を実現したほか、各パネルの色調や明るさを自動制御し、従来から LCD マルチの課題とされてきた色ムラを抑えている。PDP などに比べてヤキツキが少ないのも特長。輝度は 250cd/パネル、コントラスト比 250:1、視野角(輝度半減)左右各 45 度。表示色は RGB 各 64 階調で約 26 万色。

映像信号は、RGB、NTSC、PAL に対応し、テレビ、パソコン、DVD など 8 種類の映像ソースを同時に入力・表示できる。各映像ソースの表示エリアは、制御パソコンから瞬時に変更可能で、スクリーン全体にひとつの映像を表示したり、単純な画面分割をしたりできるほか、ピクチャ・イン・ピクチャなどメジの存在をいかした各種映像効果も手軽に出せる。

日本国内でのメンテナンスは、ディスプレイ部を電気通信設備会社の栗原工業と國興システムズが、サーバ部を日立ソフトウェアエンジニアリングと日本アイ・ビー・エムが担当する。

価格は、140 型ディスプレイに制御用パソコンとソフト、メディアコントローラを付属させ、工事代金込みで一式 2500 万円。6 年リースなら月 40 万円程度で済むという。



▲「Dz・Wall」の導入例。ソウルのサッカーワールドカップ開会式(左)、韓国地下鉄構内(右)

エルポート社は 2002 年 2 月に「Dz・Wall」を商品化。サッカーワールドカップの開会式などで知名度を高め、103 型以上の大型だけで初年度 70 台を納入した。さらに 2003 年は中盤までで大型 350 台の納入が決まっており、年間 700 台程度の販売を見込んでいる。導入場所は、地下鉄、空港などの交通機関、商業施設や企業のエントランス、イベント会場、テレ

ビ番組のセットなど。ニューヨークの地下鉄に 30 型 2 枚を組み合わせたディスプレイ 6000 台の納入が決まるなど、韓国国外の需要も伸びているという。同社の売り上げも 2002 年の 30 億ウォンから 2003 年は 350 億ウォンに達する見通し。

ジェイケイアイズは、国内でもすでに 10 台程度の受注を得ており、8 月に東京経営者協会の広報板として 68 型画面が、9 月には八重洲地下街に 130 型、ベルビー赤坂に 103 型がそれぞれ登場することになっている。商業施設、公共施設、学校、病院などの映像情報提供装置や、駅や空港構内の広告媒体、ビルなどの監視用モニタ、イベント演出用ディスプレイなど、幅広い需要を見込み、初年度 60 台、約 12 億円の売り上げを目標としている。

同社は、エルポート社から同製品の国内独占販売権を取得しているほか、中国市場などへの売り込みも図っていく。また今後、2004 年に 750cd の高輝度モデル、2005 年にはレンズを用いたメジ無しタイプを投入する予定。

月刊「大型映像レポート」特集内容・予定

- vol.1 スタジアムにみる大型映像価格動向／フォトキナ 98
- vol.2 ビルボード事業の新動向
- vol.3 公営競技施設における大型映像導入状況
- vol.4 電鉄における映像ネットワーク
- vol.5 ITSと大型映像／韓国サッカーワールドカップ会場
- vol.6 1998年の自発光式大型映像の市場動向
- vol.7 1998年の高輝度プロジェクタ市場動向
- vol.8 1998年のマルチビジョン市場動向
- vol.9 インフォコム 99
- vol.10 高度化する屋外サイン
- vol.11 東京モーターショーの映像演出
- vol.12 動き出したデジタルシネマ
- vol.13 インフォコムジャパンの新製品
- vol.14 1999年の自発光式大型映像市場動向
- vol.15 インフォコム・インターナショナル 2000
- vol.16 1999-2000年のマルチビジョン国内市場
- vol.17 監視制御と大型映像
- vol.18 CEATEC2000の中大型ディスプレイ
- vol.19 シドニーオリンピックにおける大型映像
- vol.20 2000年の自発光式大型映像市場動向
- vol.21 中大型映像機器の製品ラインアップ
- vol.22 2001年フロントプロジェクタの新製品動向
- vol.23 東京モーターショーにおける大型映像演出
- vol.24 2002年の自発光式大型映像国内市場(パート1・ハード・メーカー編)
- vol.25 2002年の自発光式大型映像国内市場(パート2・アプリケーション・市場予測編)
- vol.26 パブリックスペースにおける映像ネットワーク事業の新展開
- vol.27 高臨場感大型映像の市場動向

特集内容は、読者の皆様のご要望を取り入れて企画しております。
ご希望などお気軽にお寄せいただきたく存じます。

月刊 大型映像レポート vol.24(2003年7月号)

発行 株式会社 インフォクエスト
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 3-36-26-202
TEL/FAX 03(3401)7977
発行人 原 啓起
編集 大型映像レポート編集室
購読料 年間 180,000円(税別)
6ヵ月 100,000円(税別)
