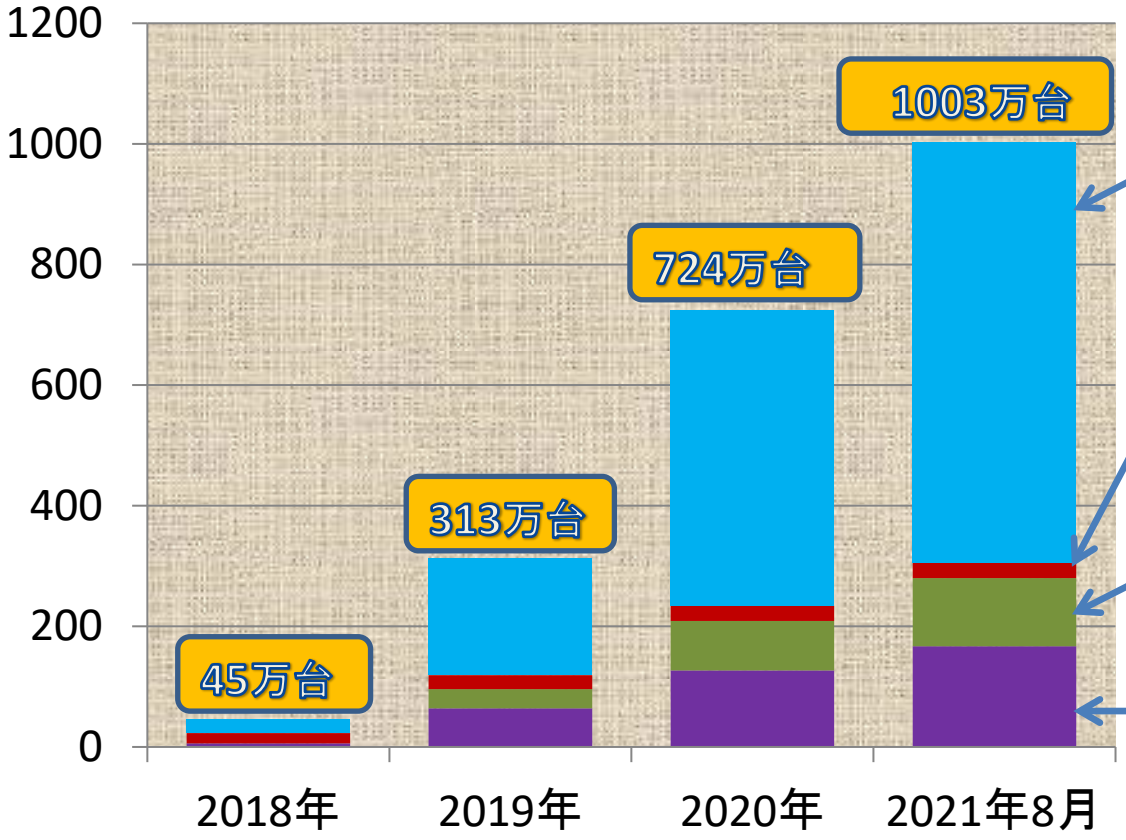
【1】新4K8K衛星放送の視聴可能機器台数
（2021年8月末までの集計値）

＜単位：千台＞

分類		8月分	8月末累計
直接受信	① 新チューナー内蔵テレビ	207	6,971
	② 外付け新チューナー	0	257
	③ 新チューナー内蔵録画機器	24	1,131
CATV受信	④新チューナー内蔵STB	45	1,667
合計		276	10,026

（注）・①②③：JEITA発表出荷台数、④：JCTAヒアリングによる設置台数

【2】これまでの累計台数の推移



<各商品別コメント>

①新チューナー内蔵テレビ
全体の7割を占め、普及推進の屋台骨的な存在。
最近1年間では月平均27万台で推移。

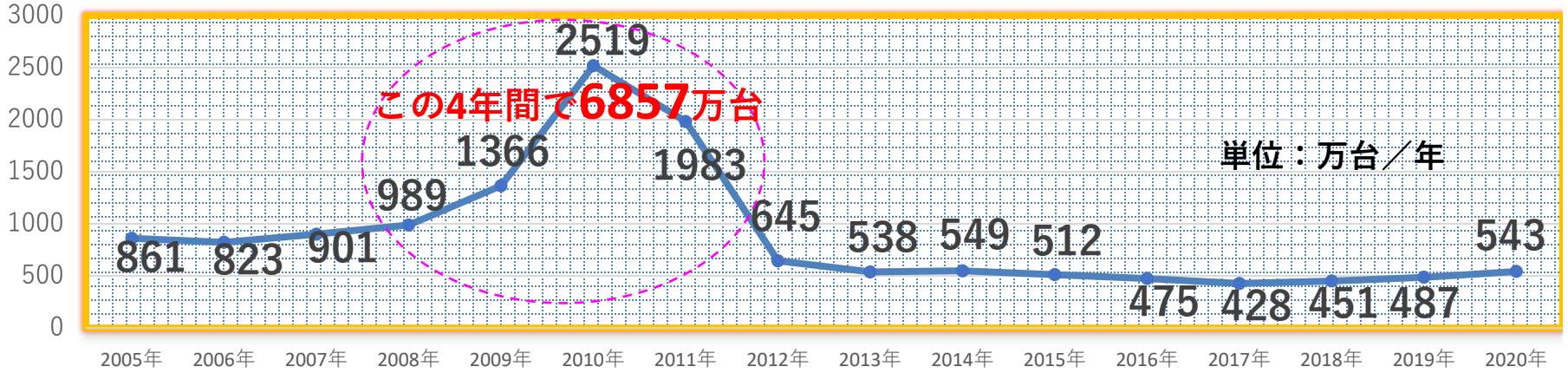
②外付け新チューナー
全体の3%ではあるが、スタート当初は「4K対応テレビ」の4K化に貢献。

③新チューナー内蔵録画機器
全体の11%を占める。
毎月安定して3.5万台程度で推移。

④CATV・新チューナー内蔵STB
毎月安定して5万台程度の実績で、全体の17%を占める。今後拡大に期待。

【3】放送開始後2年9カ月で1000万台達成できた背景の整理

①アナログ放送終了時購入されたテレビが10年を過ぎて、買替時期に



②買替時には、共通したユーザーマインドが顕著となっていた

◆これから先のことを考えると、やはり“新4K8K衛星放送”を視聴出来るテレビを
◆もっと大きな画面で視聴をしたい（40型以上が全体の約7割）
◆特に、この1年間は、「スティホーム」と「東京オリパラ視聴マインド」が後押しとなり、
　前年同月比3～4割増が連続するなど、需要拡大を支えた

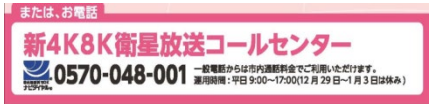
③ラインナップも充実し、顧客の選択肢が増えた

現在、下記の14社が市場に参入 （市場参入順）
TVS　REGZA（旧東芝映像ソリューション）、三菱電機、シャープ、ピクセラ、ハイセンス、パナソニック、LGエレクトロニクスジャパン、ソニー、船井電機、ORION/ドウシシャ、ドン・キホーテ、アイリスオーヤマ、TCLジャパンエレクトロニクス、maxzen（MOA）

◆商品の多機能化により、バリエーションが豊富になった一方で、低価格化も進み、お客様の選択肢が格段に増えた
◆特に、最近目立つ動きは「有機ELテレビが好調」(この半年で内蔵テレビ」の2割強に）

④A-PABとしても、周知広報・普及拡大策を展開

◆番組の魅力をPRするリーフレットや映像を　全国の販売事業者に 4回/年程度、継続配布を行う他、2K4K比較動画、視聴方法POP　など店頭での顧客PR用各種ツールを提供
◆ ホームページで、4K8Kの魅力を訴求し、正しく視聴出来るよう情報提供
◆集客が見込まれる各地区での展示会にも参加し、顧客に直接、実機での魅力をPR
◆ 顧客の4K8K関連質問に答えられるように「コールセンター」を運用
◆右左旋共用受信システムの普及のための地道な活動を展開
◆年2回程度、周知広報・普及促進のための実態調査により、定量的なデータを確保・分析



<ご参考>
店頭での周知・普及ツール例

4K 8K
BS・CS110

お客様へ

2018年12月から開始される
新4K8K衛星放送は、このテレビに別途、
今後発売予定の「対応チューナー」などを
追加することで視聴できます。

詳しくは、関連のホームページをご覧ください。
放送サービス高度化推進協会（A-PAB）の4K8Kサイト

上記のような、NHK・BS民放5社による共同キャンペーンと連動した「番組ガイド」も発行

【4】想定通り、東京オリパラ開催期間中に“累計1,000万台達成”の意味づけ

①4Kの放送局が新たな好循環のスタートラインに着くことが出来る

民放はCM/有料契約の獲得が視野に

↓

ピュア4Kコンテンツがこれまでより増加に期待

↓

4K放送の魅力を今まで以上に店頭でお客様に訴求しやすくなる

②マーケティング理論的にも、いよいよ「本格普及の段階」へ進める

イノベータ（2.5%） → アーリーアダプタ（13.5%） → アーリーマジョリティ（34%）＜現在、入口に位置＞

【5】次の普及目標は？

2024年7月開催予定のパリのオリパラまでに、2500万台達成