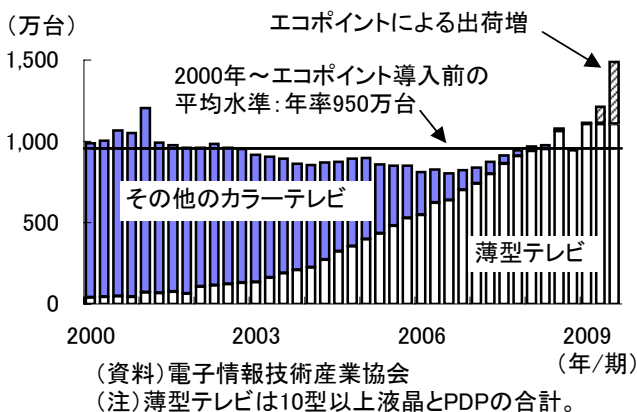


エコポイント制度が薄型テレビ需要に与える影響 ～2010年度以降、大幅反動減の可能性～

- (1) 2009年5月以降、薄型テレビの出荷台数が急増。足元の水準は年率1,470万台（図表1）。主因はエコポイント制度の施行（図表2）。薄型テレビの需要増だけで、7～9月期の実質個人消費を年率0.7%、実質GDPを同0.4%押し上げた見込み。
- (2) 今年度中はエコポイント制度が続くため、薄型テレビ販売は高水準で推移する公算大であり、2009年度の薄型テレビ販売は1,410万台に達する見込み。これにより、2009年度の実質個人消費は0.4%、実質GDPは0.2%押し上げられる見通し。
- (3) もっとも、来年度以降は政策効果の剥落によるマイナス影響が現れる見通し。今年度末でエコポイント制度が終わり、需要が元の水準に戻るとすれば、2010年度のテレビ需要は2009年度に比べ450万台減少することに（図表3）。
- (4) さらに、減少幅は一段と拡大する可能性も。過去10年間のテレビ出荷台数が、景気変動にかかわらずほぼ横ばいであったことを踏まえれば、足元の販売増は「需要の先食い」の公算大。今年度中のエコポイント制度を主因とする需要の上振れ分が、2010年度に需要の反動減として顕現化する可能性。この反動減を織り込んで試算すれば、2010年度のテレビ需要は2009年度比半減。この場合、実質個人消費を0.8%、実質GDPを0.5%押し下げるインパクトに。

(図表1) テレビ国内出荷台数の推移
(季調値・年率)



(図表2) エコポイント制度の概要
(地上デジタル放送対応テレビのケース)

テレビサイズ(インチ)	エコポイント数(点)
46V以上	36,000
42V、40V	23,000
37V	17,000
32V、26V	12,000
26V未満	7,000
買い替えをしてリサイクルを行う場合	さらに 3,000

(資料) グリーン家電エコポイント事務局、財団法人省エネルギーセンター
(注) 2008年度達成目標として国が定めた省エネ基準に対する達成率143%以上の製品。エコポイントは1ポイント=1円相当の商品券などに交換可能。

(図表3) テレビ国内出荷台数の試算

