

Rediscover Music

Technics

販促コンペ

10～30代の若年層が
テクニクスのワイヤレスイヤホンを
選びたくなるアイデア



パナソニック エンターテインメント & コミュニケーション株式会社

◆最終ページに課題概要シートがございます

本日のご説明内容

1. 会社概要
2. 完全ワイヤレスイヤホンについて
3. 募集テーマ

本日のご説明内容

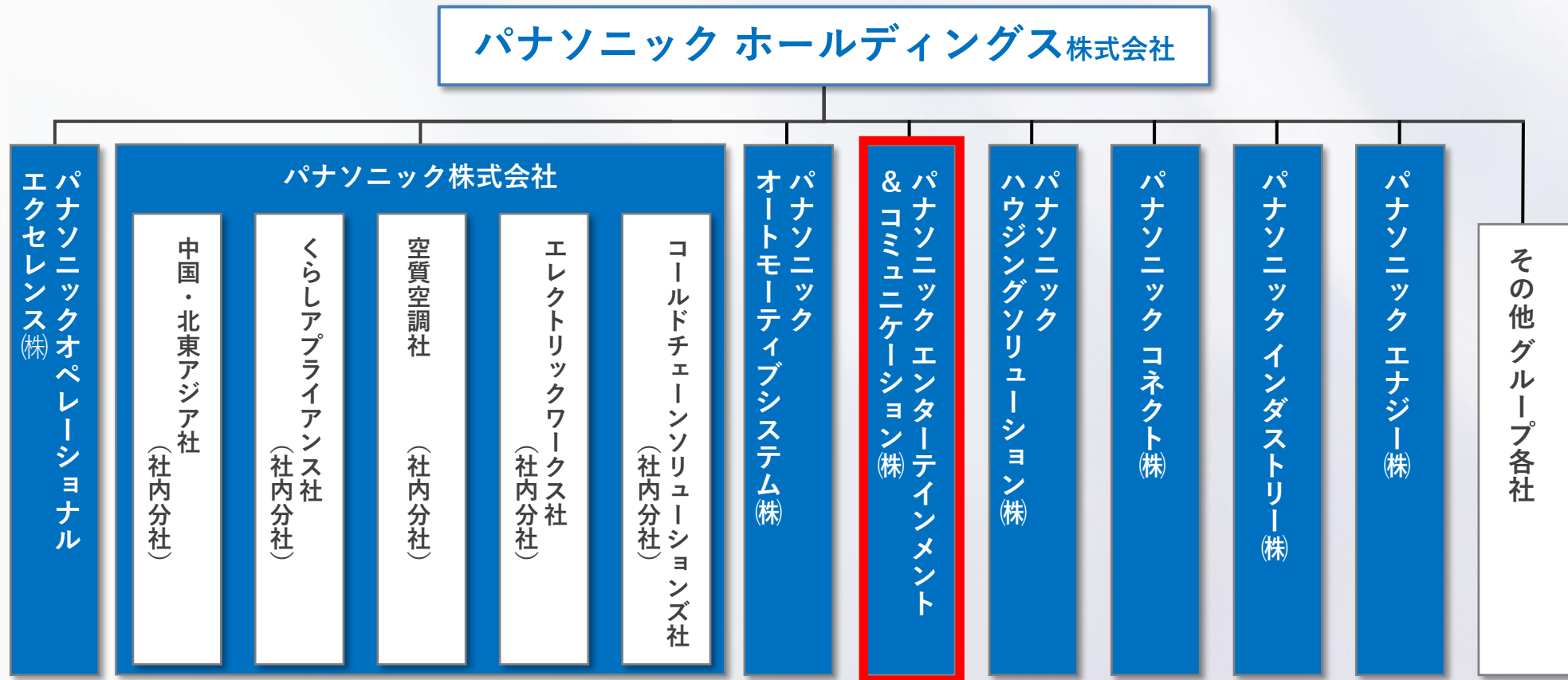
1. 会社概要

2. 完全ワイヤレスイヤホンについて

3. 募集テーマ

会社概要

パナソニックホールディングス傘下の8つの事業会社の内、
コンシューマー市場における **AVC家電商品** を主に取り扱う会社として2022年4月に設立。



会社概要

組織名 : パナソニック エンターテインメント & コミュニケーション株式会社

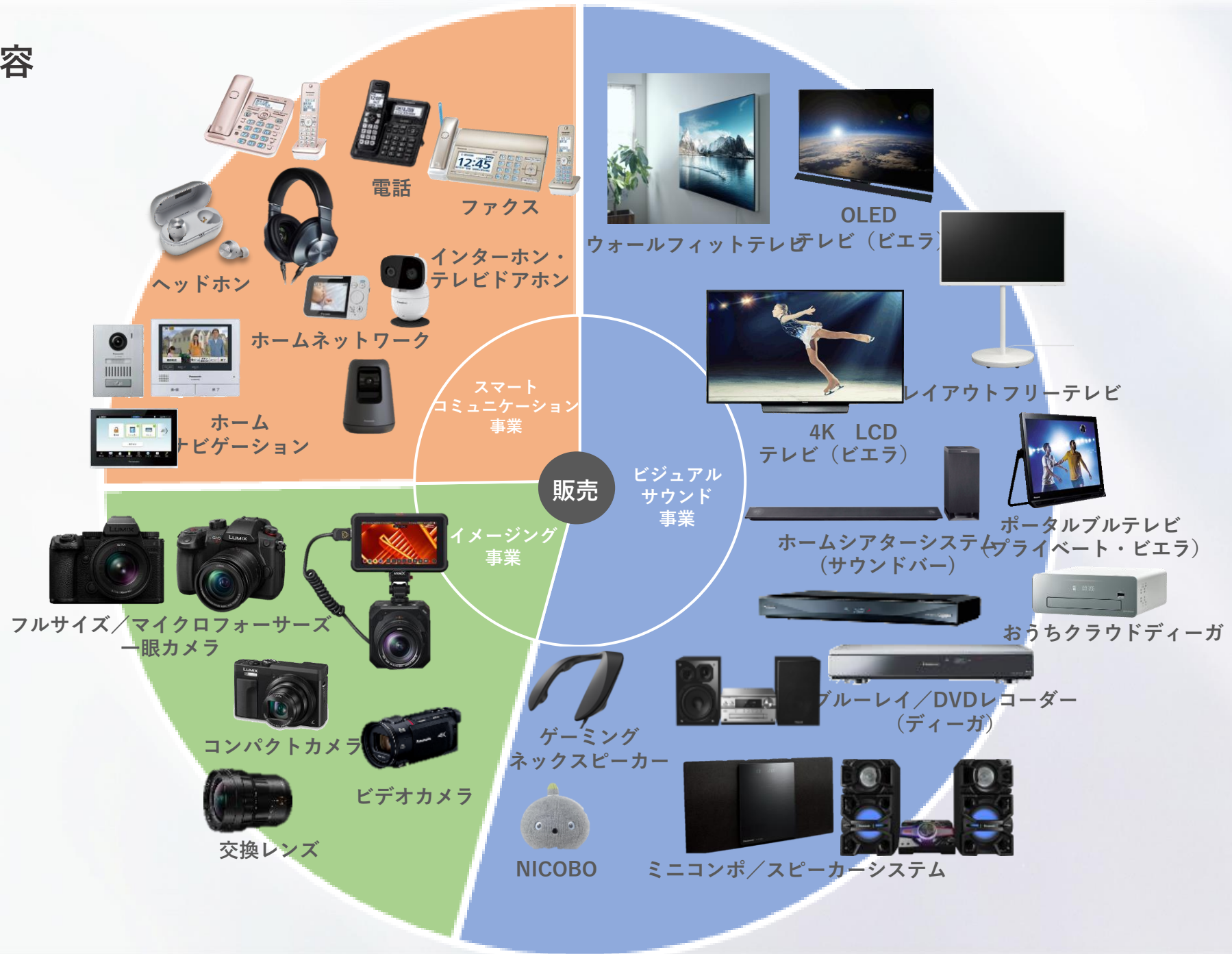
代表者 : 社長 豊嶋 明

所在地 : 大阪府守口市八雲東町1丁目10番12号

従業員数 : 約10,100人 (日本 2,100人、海外 8,000人) (2023年4月時点)

拠点数 : 国内主要5拠点 海外9拠点


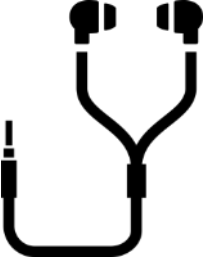
当社事業内容




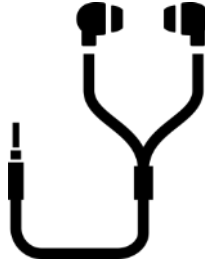

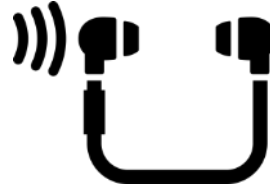

本日のご説明内容

1. 会社概要
2. 完全ワイヤレスイヤホンについて
3. 募集テーマ

完全ワイヤレスイヤホンとは？






	オーバーヘッドホン	インナーホン
有線	 <p>耳を覆うタイプ</p>	 <p>耳に入れ込むタイプ</p>

完全ワイヤレスイヤホンとは？

	オーバーヘッドホン	インナーホン
有線	 <p>耳を覆うタイプ</p>	 <p>耳に入れ込むタイプ</p>
無線 (ワイヤレス)	 <p>L側に無線で音声を送信 →R側へ有線で通信</p>	<p>L→Rへ有線で転送</p>  <p>L/R共に無線で転送</p> 

完全ワイヤレス(TWS)

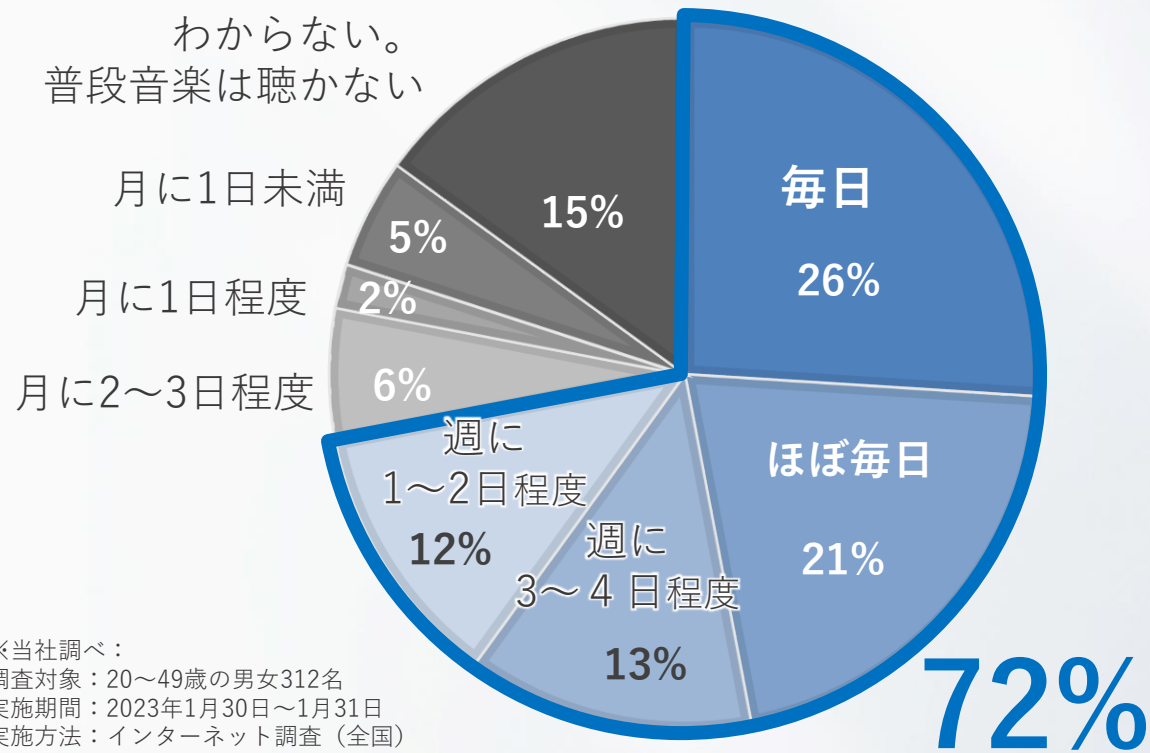
ヘッドホンの変遷

	1910s	1960s	1970s	2000s	2008	2017
代表モデル						
感性価値	公共					
	家中		場所の開放(好きな場所で)			
	不格好			スポーティ・ファッション		
	オプション			ファッションアクセサリ		
	オプション					スマホアクセサリ
機能価値	アナログ			デジタル(大容量化)		
	パッシブNC			アクティブNC		
	有線			コードレス		
						完全ワイヤレス

ワイヤレスイヤホン普及の背景

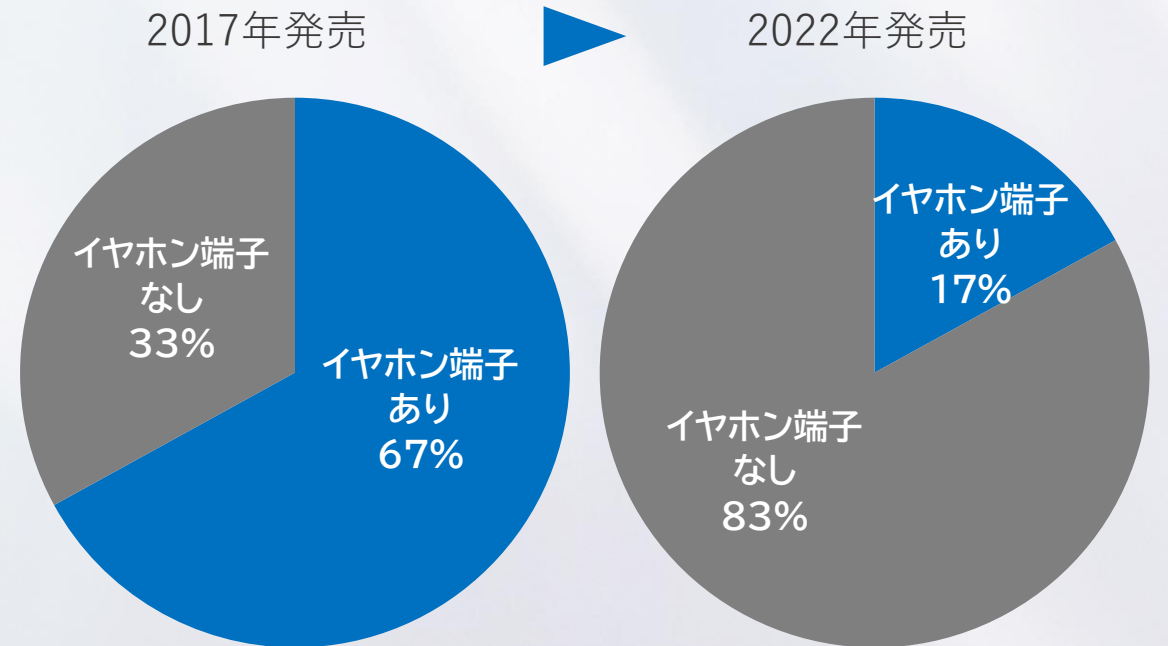
音楽を聴く習慣・文化は今も変わらない

音楽の視聴頻度に関するアンケート調査回答



でも、スマートフォンからイヤホン端子が消えていく

ハイエンドスマートフォンのイヤホン端子搭載率

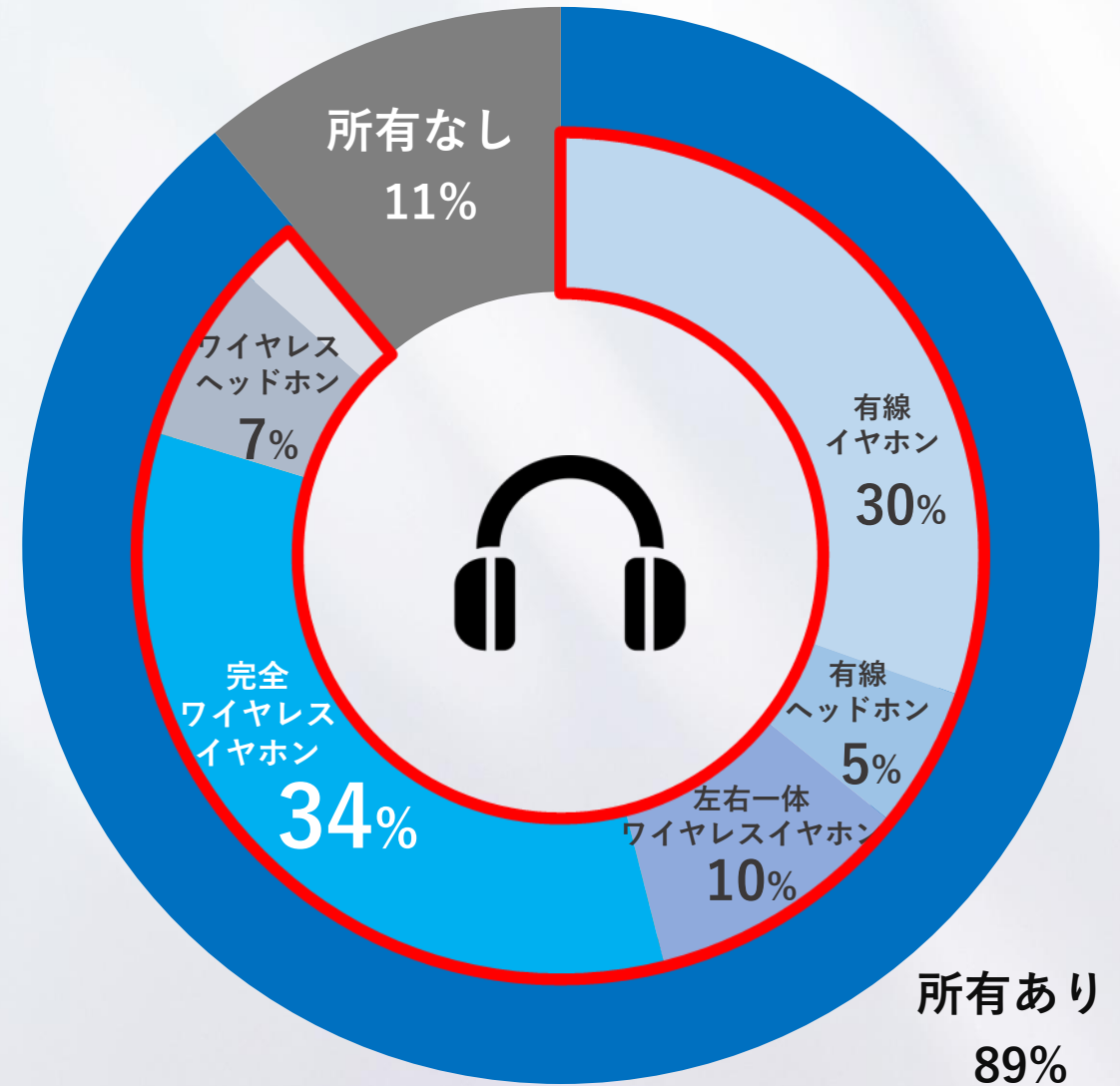


※当社調べ

ヘッドホン製品の所有率

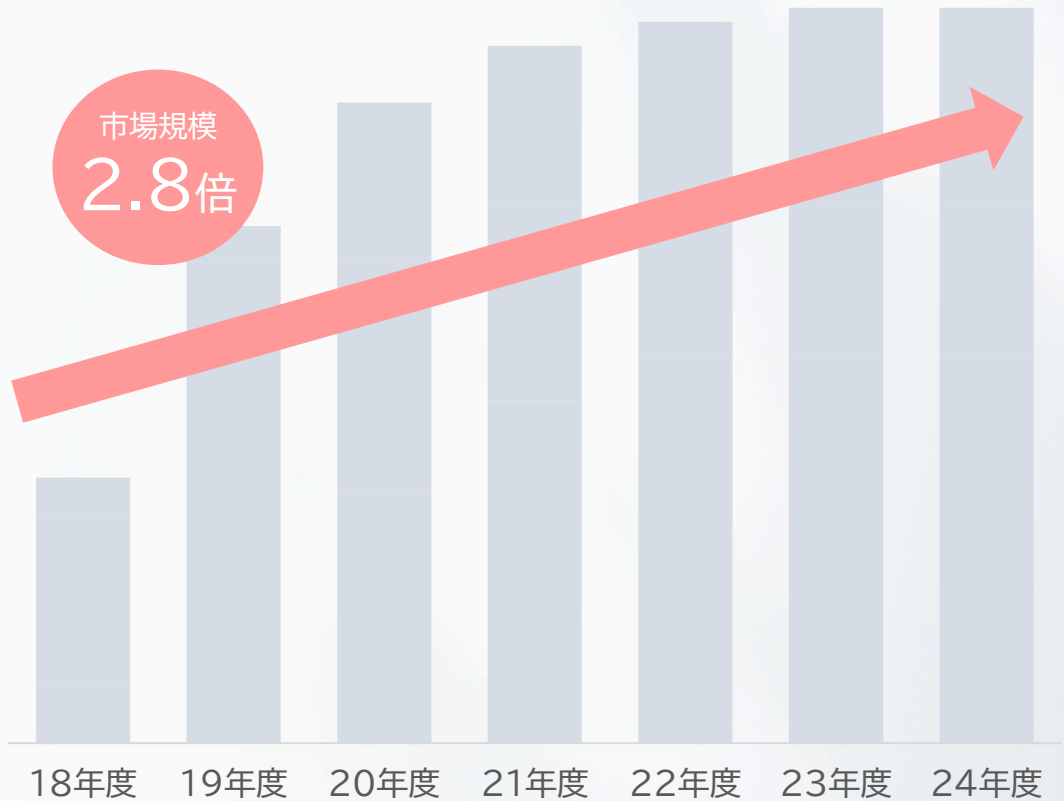
有線・無線を問わず、 ヘッドホン商品を保有していますか？

- ヘッドホン商品の**所有率は89%**にのぼり、生活者のほとんどが何らかの製品保有経験がある状況
- 所有している種別では、完全ワイヤレスイヤホンが最も多く、**ワイヤレス形式の製品利用が半数を超える**結果

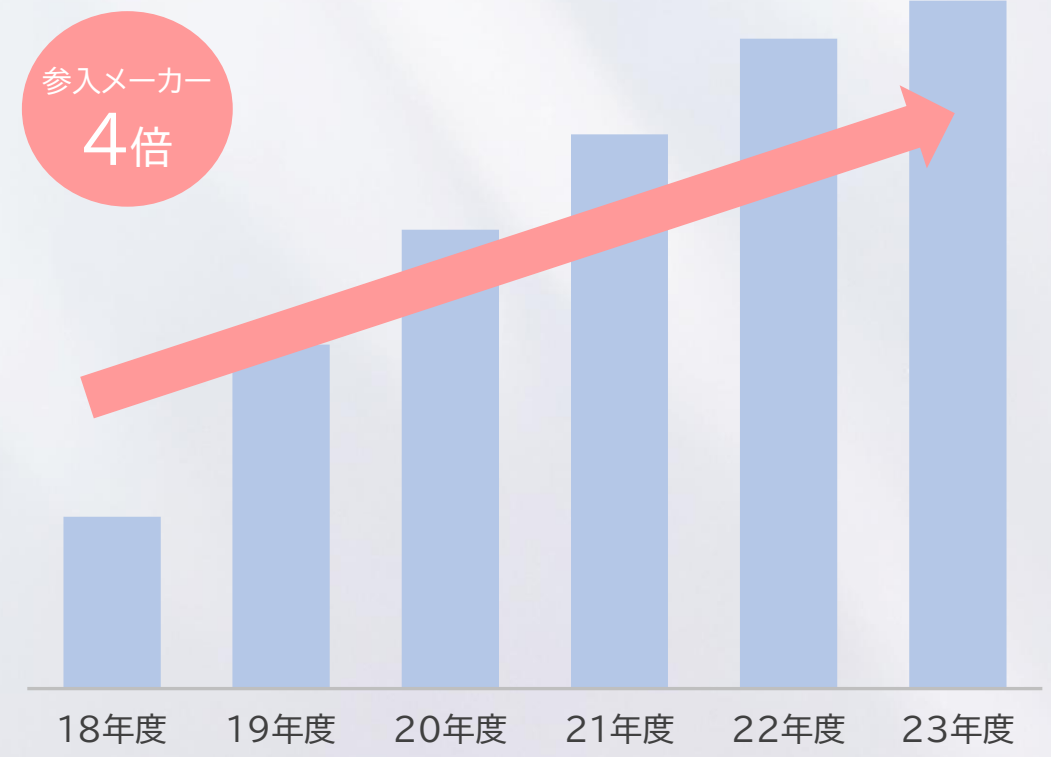


市場環境

完全ワイヤレスイヤホン 市場規模



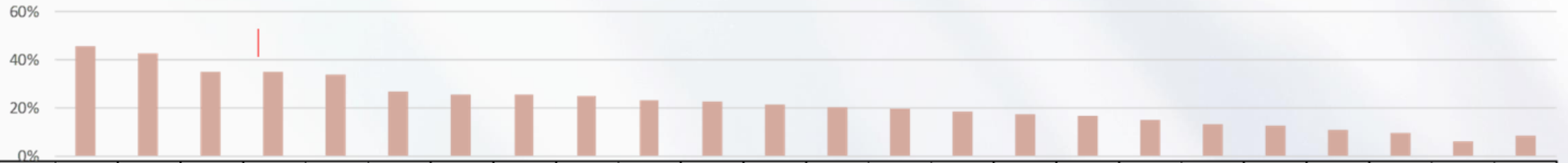
参入メーカー数推移



お客様の増加に伴い市場成長が継続する製品カテゴリ

完全ワイヤレスイヤホン購入重視点

音質・価格・バッテリーの寿命が商品検討時の大きなポイントになっている



	音質が良い	価格が妥当	音楽を聴くのに良い	バッテリー持続時間が長い	装着感が良い	ノイズキャンセリング機能に優れている	操作が簡単	クリアな音で細かい音まで聞ける	持ち運びしやすい	メーカー/ブランドが良い	防水対応	サイズが小さい/重量が軽い	重低音が優れている	デザイン(形状)が良い	聞き取る必要があるに聞こえる	周囲の音も必要に応じて聞き取ることができる	電車・バスなどの乗り物の中で使うのに良い	ハイレゾ音源対応 (Bluetooth等)	立体感/臨場感がある	カラーが良い	ジョギングなどにスポーツをするときに良い	マイク機能が良い	電話での通話時に自分の話す声だけを拾ってくれる	マルチポイント機能などの接続機能が優れている	よくわからない/特にない
男性20代	37.4	33.0	27.8	27.8	19.1	32.2	15.7	19.1	18.3	20.0	23.5	13.9	22.6	11.3	13.9	15.7	13.0	18.3	16.5	18.3	11.3	7.0	4.3	15.7	
男性30代	46.4	28.2	35.5	31.8	27.3	16.4	16.4	25.5	20.9	18.2	22.7	14.5	22.7	11.8	15.5	16.4	18.2	19.1	8.2	18.2	13.6	9.1	9.1	12.7	
男性40代	50.0	41.4	32.9	32.9	36.4	30.0	22.9	27.1	20.0	27.1	19.3	19.3	27.1	18.6	16.4	17.9	19.3	19.3	8.6	14.3	11.4	12.1	3.6	7.9	
男性50代	42.6	42.6	27.1	31.8	32.6	22.5	13.2	26.4	13.2	24.8	18.6	14.7	19.4	14.7	11.6	10.9	18.6	10.1	5.4	7.0	11.6	9.3	7.0	10.1	
男性60代	51.9	51.0	41.3	34.6	33.7	26.9	18.3	33.7	17.3	20.2	21.2	19.2	30.8	13.5	17.3	17.3	17.3	16.3	5.8	9.6	11.5	4.8	7.7	9.6	
女性20代	36.9	39.6	34.2	36.9	29.7	25.2	20.7	13.5	33.3	18.9	21.6	20.7	17.1	24.3	15.3	15.3	11.7	17.1	23.4	14.4	9.9	10.8	7.2	9.0	
女性30代	47.5	57.6	42.4	47.5	43.4	35.4	43.4	23.2	35.4	29.3	35.4	33.3	13.1	36.4	25.3	24.2	16.2	12.1	23.2	16.2	9.1	10.1	8.1	8.1	
女性40代	44.4	41.9	39.3	36.8	40.2	23.1	32.5	23.9	25.6	24.8	18.8	27.4	17.9	28.2	24.8	22.2	18.8	10.3	17.1	8.5	8.5	10.3	6.8	6.0	
女性50代	45.9	44.0	38.5	35.8	34.9	24.8	34.9	34.9	33.0	25.7	26.6	24.8	16.5	20.2	21.1	17.4	19.3	11.9	14.7	11.9	9.2	10.1	2.8	3.7	
女性60代	54.4	53.3	37.8	36.7	46.7	35.6	48.9	28.9	38.9	20.0	24.4	34.4	11.1	23.3	27.8	18.9	11.1	12.2	10.0	8.9	14.4	13.3	6.7	3.3	

本日のご説明内容

1. 会社概要
2. 完全ワイヤレスイヤホンについて
3. **募集テーマ**

ご提案いただきたい内容

課題

10～30代の若年層が
テクニクスのワイヤレスイヤホンを
選びたくなるアイデア



Technics

製品情報 詳しくは
テクニクス イヤホン 検索



10～30代の若年層が
テクニクスのワイヤレスイヤホンを
選びたくなるアイデアを募集します。

高い商品評価

フラグシップモデル(6月発売)



EAH-AZ80

ミドルクラスモデル(6月発売)



EAH-AZ60M2

エントリーモデル(10月発売)



EAH-AZ40M2



イヤホン大賞



金賞



金賞

Bluetooth完全ワイヤレスイヤホン
/ノイズキャンセリング
(3.5万円以上4万円未満) Bluetooth完全ワイヤレスイヤホン
/ノイズキャンセリング
(3.5万円以上4万円未満)



第1位

ワイヤレスイヤホン部門Ⅱ(2万円以上)



第1位

ワイヤレスイヤホン部門Ⅱ(2万円以上)



金賞

Bluetooth完全ワイヤレスイヤホン
/ノイズキャンセリング
(2.5万円以上3万円未満)



第1位

ワイヤレスイヤホン部門Ⅰ(2万円未満)



金賞

Bluetooth完全ワイヤレスイヤホン
/ノイズキャンセリング
(1万円以上1.5万円未満)

50年以上の長いブランド資産

Panasonic(旧松下電器産業株式会社)の中で
1965年から音響機器にかかわるモノづくりを行う
パナソニック内の独自ブランド。

2010年に一度休止したものの、2014年に復活。

50年以上音響機器の開発・展開し、
音質に関する高い開発ノウハウを蓄積。



パナソニックとしての流通網



全国 **47** 都道府県

約 **2,000** 拠点での販売取扱



ブランドの認知状況に課題

ブランド認知状況

■ このブランドを知っている ■ ブランド名は知らないが、商品を見たことがある



Panasonic／Technicsの間でブランド名称認知で乖離がみられ、
”Technicsってどういうブランド？” というお客様が多く発生する状況

提案にあたり

「新しい視点や切り口、幅広いアイデアをお待ちしています」

- ★ 店頭・WEBどちらの施策でも構いません
- ★ 必ずしも購入でなくても構いません

ただし以下についてはお控えください

- ※ブランド名をPanasonicに変える
- ※使用しない人を貶めるような表現
- ※芸能人の起用を前提とした企画
- ※商品・サービスの原材料や構成に大きく改良を加える
- ※薬機法など法律に抵触しない企画

Rediscover Music

Technics

Technics

10～30代の若年層が
テクニクスのワイヤレスイヤホンを
選びたいアイデア



応募される企画で解決したい課題

現状の課題	市場からの商品評価は高いがブランド認知がまだまだ少なく、それに伴って競合ブランドと比べてシェアが低い。
何を (商品、サービスなど)	Technics 完全ワイヤレスイヤホン (EAH-AZ80・EAH-AZ60M2・EAH-AZ40M2)
誰に (ターゲット)	10～30代の若年層
解決したい課題	1965年から続く歴史あるブランドだが、若年層における認知度が低く、ワイヤレスイヤホンの購入検討候補に挙がっていないという課題。独自の技術で圧倒的な高音質を実現しているものの、試聴してもらわないことにはその価値が伝わらない。

市場の背景/動向

- ・完全ワイヤレスイヤホン市場の成長は継続(2023年は2018年対比で277%)
- ・市場プレーヤーは継続して増加(2023年は2018年対比で183%)
- ・完全ワイヤレスイヤホン購入者の重視点第一位は「音質」
- ・各社フラグシップモデルは価格上昇傾向にある

商品サービスの特徴

- ・EAH-AZ80、EAH-AZ60M2、EAH-AZ40M2の3機種を展開
- ・「ワイヤレスでも、高音質をあきらめない」をコンセプトに、有線イヤホン派の方にも納得していただける解像度の高いクリアな音質を実現
- ・高精細かつ高解像度なハイレゾ音源に対応
- ・切替操作不要で3台までの機器を使い分けられる「3台マルチポイント接続」機能を搭載
- ・グローバル電話販売シェアNo.1のパナソニックの通話音声技術を活かした通信安定性と通話音質
- ・通話中の周囲のノイズと発話者の声を判別しノイズを低減することで自分の声だけをクリアに相手に届ける「JustMyVoice」テクノロジーを搭載

注意点

表現上のルールや トーン & マナー	<ul style="list-style-type: none"> ・使用しない人を貶めるような表現は避けてください。 ・芸能人や有名アーティストの起用を前提とした企画にしないでください。
商品・サービスの加工	<ul style="list-style-type: none"> ・商品・サービスの原材料や構成に大きく改良を加える(新たな製造ラインが必要になるようなものは避けてください。