

ハイセンスジャパンテレビ新商品・販売方針発表会

ハイセンスジャパン株式会社（本社：神奈川県川崎市、以下：ハイセンス）は、「新商品・販売方針発表会」を2020年4月27日（金）13時にYouTube上で公開いたしました。

ハイセンスジャパンは、2020年に会社設立10周年を迎えます。それにあたり、ハイセンスジャパン株式会社 代表取締役社長 李文麗より、10周年の歩みについてお話し、ご挨拶をさせていただきました。また、執行役員副社長 磯辺 浩孝より、2020年の目標、販売方針を発表いたしました。続いてマーケティングマネージャー 小林 英治より、マーケティング強化についての説明と、ブランドアンバサダーに綾野剛さんが就任することを発表いたしました。そして、商品担当 西野類より、5月21日（木）より順次発売する、新型液晶テレビ「U8Fシリーズ（75・65・55・50型）」と「U7Fシリーズ（65・55・50・43型）」の特徴を説明しました。

【日本市場参入10周年、顧客中心の商品開発とサービス展開を宣言：代表取締役社長 李文麗】

ハイセンスジャパンは、2011年にテレビ販売からスタートを切り、2015年に冷蔵庫、2016年には洗濯機市場にも参入いたしました。エントリーモデルの商品から始まり、徐々にユーザーの皆様にも信頼され、商品ラインナップもミドル、さらにハイエンドへと拡がり、売上げ、マーケットシェアともに着実に右肩上がりです。また、2018年には、東芝映像ソリューション株式会社をグループの傘下におさめ、東芝レグザの伝統を受け継ぐ画質エンジン「NEOエンジン」を共同開発し、日本基準画質の商品を提供できるようになりました。さらに、2019年には、エアコンの販売もスタートしました。総合家電メーカーとして、常に新しい技術を追い求め、より快適で、感動を与える商品を生み出していくことにより、より良い生活を提案していくことを目指しています。

そして、2020年にハイセンスジャパンは設立10周年を迎えます。今後はさらに、顧客中心の商品開発を行い、顧客が満足する、高いレベルのサービスを提供してまいります。ますます愛されるブランドになれるよう、チャレンジしてまいります。

【2020年日本国内テレビ出荷台数シェア目標、具体戦略を発表：執行役員副社長 磯辺浩孝】

ハイセンスは、日本国内テレビ出荷台数シェアが順調に推移し、2019年に8%強となりました。そして、2020年は、12%の突破を目標として掲げます。ハイセンスブランドが、すべてのユーザーにベストな選択として選ばれる商品となることを目指します。また、日本のテレビ業界の中心にハイセンステレビの確固たるポジションを確立し、更なる販売アップを目指していきます。

2020年の主要な戦略としては、大きく三つ掲げます。

一つ目は、商品ラインナップの強化及び販売方針です。昨年販売を開始し好評を得た、「U7Eシリーズ」と「E6800シリーズ」の後継機として「U8Fシリーズ」と「U7Fシリーズ」を2020年5月下旬より順次販売を開始いたします。そして、大型インチ、NEOエンジン搭載モデルの比率の拡大に注力してまいります。売上金額比率の観点では、大型インチは2019年は50インチ以上が48%、49インチ以下が52%でしたが、2020年は50インチ以上を60%まで拡大させます。また、2019年はNEOエンジン搭載モデルの商品が40%となりましたが、2020年は55%まで拡大させることを目指します。

二つ目に、「顧客満足度向上」の取り組みを高い水準で実施してまいります。

顧客が満足する「高品質」を継続できる取り組みとして、ハイセンスジャパンは『不良率0%』を目指すべく、2019年に社長直轄の組織として品質部を新設しました。品質の問題等に対応する組織として、各商品の製造部門と連携をはかり品質改善を迅速に行うことが可能です。また各国で起きた情報を品質部に集約し、日本未発生の問題も未然に対策を行うことができます。さらに、2020年には、第2新座サービスセンターを開設し、2つのサービスセンターで、お客様のニーズに迅速に対応できることが今まで以上に可能となります。また、顧客の窓口であるコールセンターもさらに強化し、2019年11月より、365日コール受付を開始しました。年間を通していつでも相談できる窓口を設けることで、お客様がより一層の安心感を持ってご購入いただけてと考えております。最後に、お客様が安心して使える仕組みとして、「メーカー3年保証」も実施しています。他社に先駆けて2015年に開始し、今後も継続してまいります。

【マーケティング戦略について：マーケティングマネージャー 小林 英治】

マーケティング戦略のコミュニケーションワードは、“switch your sense Hisense”。日本の消費者に新たな価値観を打ち出していきます。「大画面、高画質、品質、買い求めやすさ」という「良いもの」の基準を変え、価値基準革命を一気に広めていきたいと考えています。

また、今回新たにブランドアンバサダーとして綾野剛さんを起用させていただきます。2020年6月7日よりスタートするテレビCMでは、コンセプトである“switch your sense Hisense”を打ち出し、グローバル時代の新基準を訴求していきます。さらに今後は、ブランドアンバサダーを中心に、テレビCMだけでなく、店頭演出、インターネット広告、YouTube 広告、ホームページ、SNS、販売キャンペーンなど、マルチプロモーション展開を行い、マーケットにおける認知拡大に努めてまいります。

■CM 概要

タイトル : 「Switch your sense Hisense」15 秒・30 秒
出演者 : 綾野剛
放映開始日 : 2020年6月7日（日）～
放映エリア : 全国

■CM ストーリー

美しく幻想的な森の中を歩き、光に照らされる綾野剛さん。森の中には過去の古く小さいテレビが雑然と置かれている。テレビ画面には「1 インチ 1 万円の時代があった」「テレビは国産しか考えられなかった」「画面の大きさは贅沢の象徴だった」など今までの常識・固定概念が写し出されている。綾野剛さんが力強くカメラを見据えると今までの古いテレビが消え、森に光が差し込み美しい草原へと変化。綾野剛さんの正面には大画面の鮮やかなハイセンスのテレビが現れ、グローバル時代の新たな新基準となることを表しています。

■起用理由

綾野さんは、俳優として、話題作に次々と出演し、その演技力・存在感が異彩を放っています。常にストイックな姿勢で既成概念を打ち壊し、「本物」を追求し続ける実力派俳優です。その個性的な才覚で、新たなものを生み出し続けてきた綾野さんだからこそ、従来の枠組みを壊し、価値観も、考え方も、テレビの「枠」を大きく広げるといふ、ハイセンスのコンセプト「switch your sense」を表現いただけると考え、今回の起用に至りました。