

<参考資料>

■ハイセンスジャパン 2020 年度の主要戦略 ―創立 10 周年を迎えて―

1. ハイセンスジャパン 10 年のあゆみ

ハイセンスジャパン株式会社（以下、「当社」）は 2010 年 11 月、コンシューマーエレクトロニクス製品を世界展開するハイセンスグループの日本法人として創立されました。翌 2011 年、当社はテレビ販売で日本市場に参入。その後、2018 年に東芝映像ソリューション株式会社がハイセンスグループの一員となり、東芝のテレビブランド「REGZA（レグザ）」の伝統を受け継ぐ画質エンジン「NEO エンジン」を同社と共同開発するというエポックメイキングな出来事もあり、徐々にユーザーの皆さまの認知・信頼を得て、当初エントリーモデルから開始した商品ラインアップはミドルクラス、さらにはハイエンドモデルへと広がっています。さらに、テレビ販売を皮切りに冷蔵庫（2015 年）、洗濯機（2016 年）、エアコン（2019 年）と白物家電を相次いで投入し、市場展開を拡大。こうして総合家電メーカーへと成長した当社は現在、常に新技術を追い求め、より快適で、感動を与える商品を生み出し、ユーザーの皆さまによりよい生活を提案していくことを目指しています。

2. 2020 年度 テレビ事業の主要戦略

当社のテレビ販売は、日本市場で徐々にブランド認知を得て着実に伸長しており、2019 年には台数ベースでシェア 8% 超（2016 年比で約 2 倍）を達成。創立 10 周年を迎える 2020 年度、当社は日本市場におけるハイセンステレビの確固たるポジションを確立すべく、さらなる販売拡大を図り、台数シェア 12% 超を目指しています。

その実現に向け、2020 年度におけるテレビ事業の主要戦略として、「商品ラインアップの強化と大画面化」、「CS 顧客満足度向上」、「マーケティング強化」を推進しています。

●商品ラインアップの強化と大画面化

①商品ラインアップの強化―2020 年は BS/CS 4K チューナー内蔵 液晶テレビのラインアップを前年比 2 倍に拡大

②大画面化―2020 年は 50 インチ以上の構成比（金額ベース）を 60% に拡大（前年：48%）

2020 年は、50 インチ以上の大画面モデルに注力し、最新モデルを中心に商品構成比（金額ベース）で 60%（前年は同 48%）に拡大します。

③高画質モデルのラインアップ強化―2020 年は高画質エンジン搭載モデルの構成比（金額ベース）を 55% に拡大（前年：40%）

2020 年は高画質エンジン搭載モデルのラインアップを強化し、構成比（金額ベース）で 55%（前年は同 40%）に拡大します。

●CS 顧客満足度向上

①トップ直轄の品質部が製造部門と連携し「不良率 0%」を目指す

当社は 2019 年、市場からの品質問題等に対応する組織として、社長直轄の「品質部」を新設。品質部は、各商品の製造部門と連携し、迅速な品質改善の実施を可能にしました。

②カスタマー対応の強化

・2020 年、第二サービスセンターを新設。2 センター体制に強化し、ユーザーニーズに迅速に対応します。

・コールセンター受付窓口の 365 日対応（2019 年 11 月開始）を継続。ユーザーの安心感の向上につなげます。

・メーカー 3 年保証（2015 年開始）を継続。

●マーケティング強化

当社のマーケティング戦略のキーコミュニケーションワードは“switch your sense Hisense”です。

国内ユーザーに、「画質、品質、買い求めやすさ」という「良いもの」の価値基準を提案し、選択基準の変化を目指します。

また、マーケティングの強化により、ブランド価値の向上も図っていきます。

①2020年のブランドアンバサダーとして綾野剛さんを起用

2020年4月より、新たにブランドアンバサダーとして俳優の綾野剛さんを起用。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。

②ブランドアンバサダーを中心としたマルチプロモーションを展開

2020年、当社はブランドアンバサダーを中心としたマルチプロモーションを展開しています。

ブランドアンバサダーの綾野剛さんをプロモーションの中心に据え、テレビCM、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、マルチにプロモーションを展開し、国内市場での認知拡大を図ります。

③スポーツマーケティングの強化

ハイセンスグループは、スポーツ分野でスポンサー活動に注力しており、最近ではフランスのプロサッカークラブ「パリ・サンジェルマンFC」のグローバルスポンサーになるなど、ワールドワイドに多数の実績があります。当社も日本国内で独自のスポンサー活動を行っており、現在は、国内プロサッカーのJ1クラブ「サンフレッチェ広島F.C」のクラブトップパートナー（2019年～）や、日本女子ソフトボール1部リーグの「ビックカメラ高崎BEE QUEEN」の2020オフィシャルスポンサーを務めています。

[参考]

●ハイセンスグループのスポーツ分野におけるスポンサー活動の主な事例

- ・テニス「全豪オープン」公式スポンサー（2008年）
- ・「2018 FIFA ワールドカップ ロシア」オフィシャルスポンサー
- ・「UEFA EURO 2016」、「UEFA EURO 2020」オフィシャルパートナー
- ・プロサッカークラブ「パリ・サンジェルマンFC（Paris Saint-Germain F.C.）」（フランス）グローバルスポンサー（2020年）
- ・F1 チーム「レッドブル・レーシング（Red Bull Racing Limited）」のチームスポンサー（2015年）ほか