



価格が下がり、売れ行き好調のLED電球 (東京都千代田区のオノデン)

家の省エネ点灯 LED電球で

家庭の照明に発光ダイオード(LED)電球がとまり始めた。7月半ば以降、従来の約半分の価格の商品が次々と登場。消費電力の低さにひかれて、節約したい人や環境意識の高い人が飛びついた。日本経済新聞の調査では27%が購入したいと答えた。ただ価格は白熱電球の30倍以上といぜん高く、家全体を照らすほどの明るさはないようだ。

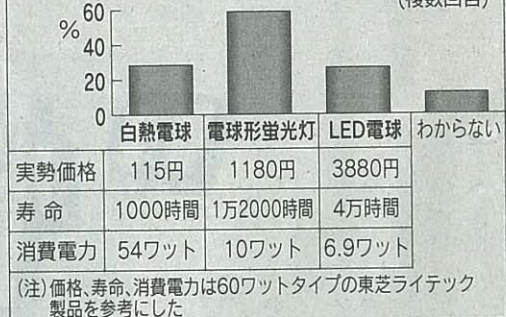
価格下がり「買いたい」27%

「太陽光だけで電気をまかなえるようにしたい」。東京・秋葉原の家電専門店オノデンを訪れた男性は、この半月でLED電球を6個買った。自宅に太陽光発電システムを取り付けたのをきっかけに、照明を切り替えることにしたという。

買い物 ウオッチ

LED電球の消費電力は従来の白熱電球の約10分の1、省エネに優れている電球形蛍光灯と比べても3分の2ですむ。同店によれば、7月半ばから8月1日までのLED電球の売り上げは100個以上にのぼった。1個も売れない日もあったLED電球が急に動き始めたのは、価格が下がったためだ。東芝ライテックは7月半ば、従来の半値以下となるLED電球を発売し

自宅でこれから電球を買う場合、どれを選ぶか (複数回答)



▼LED電球 電気を流すと光を放つ半導体素子(発光ダイオード)LEDを光源にした電球形の照明。家庭にある電球用ソケットにそのまま取り付けて使う。寿命が長く消費電力が小さいのが特徴だが、製品の種類が少なかつたうえ価格が高いため、これまで家庭ではほとんど使われていなかった。低価格化の口火を切っ

長寿命、低消費電力 従来の半額以下に

たのはシャープで、従来の半額以下の商品を7月15日に発売すると発表。その後、商品の生産が間に合わないとして8月1日に延期した。これに對抗して東芝ライテックが低価格品を7月半ばに発売した。今後はほかの大手メーカーも追随する見通しで、販売競争によって価格がさらに下がる可能性がある。

た。主力の60ワットタイプ「LED-AW6L/2」の店頭価格は4000円を切る。8月1日にはシャープも同程度の価格の商品を売り出した。値下がりした価格をもとに日本経済新聞が調査

したところ、27%がLED電球を買いたいと答えた。電球形蛍光灯(59%)には及ばないが、白熱電球(28%)に並んだ。LED電球には省エネ以外にも利点がある。その1つが夜に点灯しても虫を寄せ付けないことだ。2日に東京・秋葉原のヨドバシカメラを訪れ

た埼玉県在住の男性(50)は、外灯用にシャープの「D-L401L」(店頭実勢3880円)を2個買った。寿命が4万時間(1日8時間使うと14年弱)と長いため交換の手間がかからない。東京都世田谷区の商店街にある電器店のシグマ烏山では高いと

ころに手が届きにくい高齢者に好評で、この半月に10個近くが売れた。難点は価格の高さ。寿命を勘案すればほぼ同等だが、額面だけで見れば白熱電球の30~40倍、電球形蛍光灯の3~4倍する。日経の調査でもLED電球を買わないと答えた人の68%が「価格が高すぎる」と答えた。省エネ効果を実感しにくい面もある。自宅が持ち家と借家の場合で買いたい人の割合を比べると、それぞれ30%、19%だった。調査では「賃貸なので寿命の長い電球は必要ない」(50歳の主婦)という声が目立った。品ぞろえの少なさも課題だ。2日にシャンデリアを買った男性(46)はLED電球も考えたが、口金が変わらず電球形蛍光灯にした。LED電球は取り付ける側の半分が光らないため、明るさを不安に思う人も多い。調査は日経がマクロミルに依頼し、20~60歳代の10000人を対象に7月31日~8月3日にインターネットで実施した。