

2009年2月12日

株式会社 富士経済
 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
 2-5 F・Kビル
 TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
 URL: <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
 URL: <https://www.fuji-keizai.co.jp/>
 広報部 03-3664-5697

住宅設備、建材市場の調査を実施

新設着工戸数が低迷、2009年の住宅設備市場は前年比2.6%増の3兆85億円、建材市場は同1.3%減の2兆2,057億円の見込

2012年予測

ヒートポンプ式給湯器	4,480億円	(08年比179.2%)
住宅用火災警報器	3,688億円	(08年比293.2%)
住宅用太陽光発電システム	1,598億円	(08年比227.0%)

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済（東京都中央区日本橋小伝馬町 03-3664-5811 社長 阿部 界）は、新設着工戸数の低迷、景気後退など環境が悪化している住宅設備機器・建材の調査を実施した。その結果を報告書「2009年版 住設建材マーケティング便覧」にまとめた。今回の調査では、水廻り設備、水廻り関連機器、セキュリティ/電材、内装材（木質）、内装材（非木質）、断熱、給湯機、空調設備、創エネ、外部建具、屋根材・外装材関連、エクステリア、注目商品など13分野48品目の市場動向、住宅設備・建材メーカーの取り組みなどを分析し、将来を予測した。

< 調査結果の概要 >

新設着工戸数				
	2008年（見通し）	前年比	2009年（見込）	前年比
戸建住宅	540千戸	101.9%	540千戸	100.0%
集合住宅	553千戸	104.1%	554千戸	100.2%
合計	1,093千戸	103.0%	1,094千戸	100.1%

新設住宅着工戸数の動向は、住宅設備・建材市場に多大な影響を及ぼす。2007年6月に施行された改正建築基準法による建築確認業務の停滞が大混乱を招き、同年の新設住宅着工戸数は前年比17.8%減の106万741戸と大幅に減少した。2008年に入っても回復の遅れが目立ち、6月までは前年同月比で前年割れの月が続いた。7月以降は前年同月比で増加に転じて8月は同53.6%増、9月は54.2%増と急増したが、前年からの反動が原因で決して着工戸数自体が好調に推移しているとは言えない状況である。改正建築基準法の影響はほぼ収束しているが、景気悪化が着工戸数回復を妨げており、雇用、所得環境の悪化や住宅ローン審査の厳格化等により住宅の購買意欲が低下している。2008年は109万戸の見通しで、景気の先行き懸念から今後も住宅投資が積極化することは考えにくく、本格的な回復は2010年以降に持ち越されると思われる。

住宅設備・建材市場				
	2008年（見通し）	前年比	2009年（見込）	前年比
住宅設備	2兆9,323億円	101.3%	3兆85億円	102.6%
建材	2兆2,339億円	99.8%	2兆2,057億円	98.7%
合計	5兆1,662億円	100.7%	5兆2,142億円	100.9%

2008年の住宅設備・建材市場は、前年比0.7%増の5兆1,662億円となる見通しである。分野別にみるとセキュリティ/電材分野が前年比27.0%増と大きく増加している。住宅用火災警報器市場が、改正消防法による義務化から市場を急拡大していることが貢献している。創エネ分野は、太陽光発電システムが前年比9.0%増と市場を牽引しており、2009年以降は太陽光発電システムの導入支援補助制度の実施や、家庭用燃料電池の量産化などにより拡大が見込まれる。給湯機分野は

ヒートポンプ式給湯器市場の拡大により、前年比8.7%増と好調である。住まいの安全や環境配慮、エネルギー利用の効率化はますます求められてくる。

これらの成長分野に対し、他の分野の市場は微増しているものの、新設着工数の前年比3.0%増を下回る品目が多い。2007年の着工減の影響を2008年に持ち越した品目があることが要因のひとつとみられる。住宅の着工数の減少は2007年6月から始まっているが、戸建住宅向けの外装材などは2007年の夏ごろから、設備は2007年末から2008年初めにかけて、集合住宅向けの設備などは2008年に入ってから出荷量が減少している。

2007年に政府が打ち出した「200年住宅構想」では、「新築からストックへ」の流れが鮮明となっており、ハウスメーカーを中心に新たな事業展開を模索している。住宅設備・建材市場に対する影響は現状では不透明な部分もあるが、一層省エネ性や環境に配慮した製品開発、リフォーム対応が求められるのは間違いなく、住宅設備・建材メーカーは大きな転換期を迎えている。

<注目市場>

ヒートポンプ式給湯器 2012年(予測) 4,480億円(08年比)179.2%

CO₂を冷媒とする共通ブランド「エコキュート」を対象とする。ヒートポンプ式給湯器はCO₂排出量削減に直結することから国が導入支援を積極的に行っており、ランニングコストの低減に繋がることからユーザーの認知度、満足度も高い。2007年の市場は、新設住宅着工戸数が激減した影響を受けながらも、オール電化住宅の着工が堅調であったことから、数量ベースで前年比18.0%増の41万3,000台と好調で、2008年も51万台と高成長を維持する見通しである。オール電化住宅の普及とともに市場を急拡大させており、ガス給湯機市場、寒冷地で採用の多い石油給湯機市場を侵食している。新築住宅に占めるオール電化比率は年々増加する傾向にあり、2006年に新築住宅に占める割合が22%程度、2007年には27%程度まで上昇し市場を後押ししている。また近年は新築のみならず、既築住宅における採用率も増加傾向にあり、今後新設住宅着工戸数の大幅な増加が見込めない中でメーカー各社は家電販売店やリフォーム店ルートでの販売に注力している。

累計設置台数は、2007年9月に100万台を突破し、2007年度末には124万台に達している。ただし、業界の目標値2010年に520万台は難しいとする見解が多い。新設住宅着工数が落ち込む中で、ヒートポンプ式給湯器は数少ない成長品目であるが、競争激化により利益確保が厳しくなっている。今後新築中心から既築へと需要シフトが進む中で商品面での差別化がますます重要となり、ユーザーメリットを重視した商品開発と利益確保策がポイントとなりつつある。

住宅用火災警報器 2012年(予測) 3,688億円(08年比)293.2%

光電式住宅用火災警報器は、煙を感知して警報する。戸建、1住戸あたり4~5個設置されるため定温式より市場が大きい。定温式住宅用火災警報器は、熱を感知して警報する。戸建、1住戸あたり1個(台所のみ)設置されるが、自治体の条例により設置義務が課せられていないエリアもある。2006年の消防法改正により、同年6月より新築住宅の設置が義務付けられ、また、既築住宅については、各市町村条例により2011年までに義務化が定められている。現在は、新築住宅向けと既築の公営住宅向け需要を中心に市場が急拡大している。

2008年の市場は、数量ベースで前年比147.2%増の3,018万個となる見通しである。なお、総務省消防庁は、2008年6月時点での住宅用火災警報器の全国普及率を35.6%と推計している。この市場は、設置期限を迎える自治体の規模や数の影響を大きく受ける。2008年5月、6月には100万都市の名古屋市・さいたま市・札幌市を含む愛知県・埼玉県・北海道(札幌を含む一部地域)が設置期限を迎えた。このため同地域内の既築公営住宅向けの出荷が増え、市場が大きく拡大している。公営住宅では戸建住宅や分譲集合住宅などに比べて平均的に居室数が少なく、台所に定温式を設置する仕様を選択する自治体が多いため、戸建など他の住居タイプと比較して定温式の採用比率が高い傾向にある。最近では、自治体において音声式の警報器を指定する動きが強まりつつある。音声式は、以前はブザー式に比べ高価であったが、一部のメーカーがブザー式よりも低価格で販売する動きを見せていることから、自治体向け以外でも音声式のシェアが高まっている。各都道府県の市町村条例により定められる設置基準では、最長で2011年6月には全国の既築住宅に設置を義務付けている。そのため、既築公営住宅向けは2011年まで急増するとみられる。

住宅用太陽光発電システム 2012年(予測) 1,598億円(08年比)227.0%

住宅用補助金制度の廃止、改正建築基準法の影響による新設着工数の減少、モジュール販売価格が高い海外市場での需要増加に対応するため国内供給を見直したことなどから、市場は縮小傾向にあった。今後は、競争激化によるモジュール価格の低下や新設着工数の持ち直し、環境意識の向上による太陽光発電へ

の注目度アップ、2009年より予定される導入支援補助制度などのプラス要因を背景に、市場は拡大すると予測される。

従来太陽光発電システムはリフォーム需要に支えられてきたが、ハウスメーカーやパワービルダーでの新築採用が進んでおり、需要形態別にみると新築比率が上昇傾向にある。2008年現在、太陽光発電システム設置支援を行っている自治体は全国で309となっている。特に中部地区での施策が進んでおり同エリアでの導入率が高まっている。また、関東、北海道、東北地域でも需要が拡大している。

現在は、効率の高さなどの点から結晶シリコン型が主流となっているが、低コスト実現が見込まれる薄膜太陽電池の台頭、デザイン性、意匠性の高い色素増感型などの登場により、さらなる市場の活性化が期待される。薄膜、色素増感型などの次世代太陽電池は環境配慮住宅において注目度が高く、普及に向け軽量でより安価な太陽電池の開発が進められており、2013年以降は薄膜型が主流になると予測される。また、より高い変換効率を目指しタンデム型（利用波長の異なる太陽電池を複数積み重ねたもの）や微結晶シリコンカーボンなどの新材料の開発が進められている。

< 調査対象 >

分野	品目
水廻り設備	キッチン、洗面化粧台、浴室ユニット、温水洗浄便座/一体型温水洗浄便器、水栓金具
水廻り関連機器	ビルトインコンロ、食器洗浄乾燥機、浄水器/整水器、生ごみ処理機/ディスポーザー、レンジフード、浴室暖房乾燥機
給湯機	ガス給湯機、石油給湯機、電気給湯機
空調設備	ルームエアコン、床暖房、換気設備
創エネ	住宅用太陽光発電システム、コージェネレーションシステム
セキュリティ/電材	住宅用火災警報器、テレビドアホン、住宅用照明器具
内装材(木質)	フローリング材、室内ドア、収納部材、階段ユニット、造作材
内装材(非木質)	壁クロス、クッションフロア
断熱	住宅用断熱材、複層ガラス
外部建具	サッシ、玄関ドア、シャッター雨戸
屋根材・外装材関連	窯業系サイディング材、金属系サイディング材、外装タイル、ALC、樹脂サイディング材、新生瓦、プラスチック雨樋
エクステリア	門扉、フェンス、カーポート
注目商品	I Hクッキングヒーター(オールメタル対応)、多機能型エコキュート、家庭用緊急地震速報対応端末、節水トイレ

< 調査方法 >

富士経済専門調査員による対象先企業等への直接面接取材を基本に、電話ヒアリング等により補完。

< 調査期間 >

2008年10月～2009年1月

以上

資料タイトル	「2009年版 住設建材マーケティング便覧」
体 裁	A4判 220頁
価 格	95,000円(税込み99,750円)
調査・編集	富士経済 大阪マーケティング本部 第四事業部
	TEL:06-6228-2020(代) FAX:06-6228-2030
発 行 所	株式会社 富士経済
	〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル
	TEL03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165 e-mail:info@fuji-keizai.co.jp
	この情報はホームページでもご覧いただけます。
	URL: http://www.group.fuji-keizai.co.jp/
	URL: https://www.fuji-keizai.co.jp/