

白物家電・小物家電の世界市場を調査

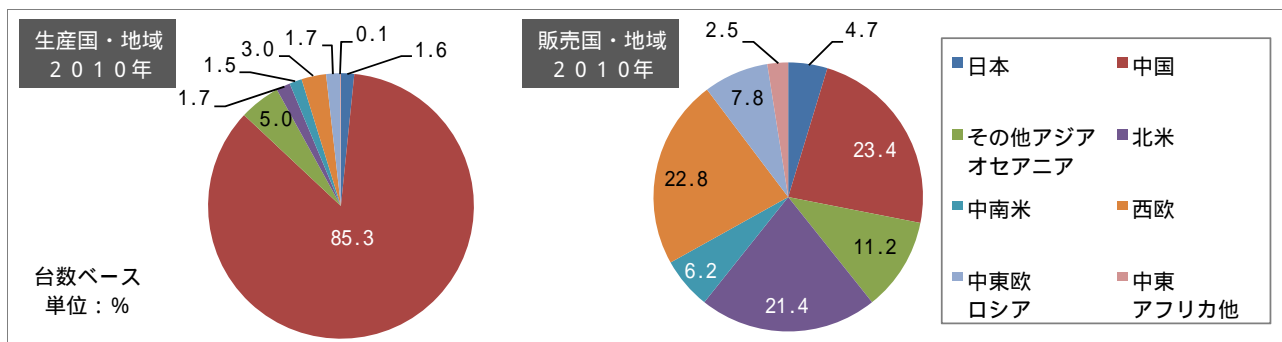
- ・“世界の工場” 中国の生産シェア85%、販売シェアも世界一の“巨大消費マーケット”に(10年)
- ・注目市場「電気ケトル」 日本などジャーポットからシフト需要、15年は10年比43%増の予測

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 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、衣食住関連の白物家電、小物家電について世界の生産市場及び販売市場を調査した。その結果を報告書「グローバル家電市場総調査 2011」にまとめた。

この調査では、洗濯機や掃除機など衣住関連(11品目)、冷蔵庫や電子レンジなど調理関連(12品目)、ルームエアコンや電気式給湯器など空調・給湯関連(7品目)、メンズシェーバーやヘアドライヤーなどパーソナルケア関連(13品目)の4カテゴリー計43品目の家電を対象に、生産と販売の両面から市場の現状を分析し今後を予測した。なお、国・地域別内訳は以下の8分類とした。日本、中国(香港、マカオ含む)、その他アジア・オセアニア、北米、中南米、西欧、中東欧・ロシア、中東・アフリカ他

< 調査結果の概要 >

対象43品目を合計した2010年の家電世界市場は、前年比6.9%増の31億5,448万台となった。世界的な景気後退の影響で2009年は需要が減少したものの、2010年はBRICsを中心に新興国・地域の需要が市場を牽引し前年を上回った。2011年は前年比7.4%増の33億8,652万台が見込まれる。日本や欧米など先進国では市場が成熟しており今後の大幅な成長は期待しにくい。新興国・地域は急速な経済発展に伴って需要が旺盛であり、2015年の市場は2010年比61.4%増の50億9,046万台に拡大すると予測される。



上図は2010年の家電世界市場における生産及び販売の国・地域別内訳である。生産シェアの85.3%を中国が占めており、“世界の工場”として他国・地域を圧倒している。同時に販売シェアでも中国が23.4%と北米や西欧を僅かに上回って世界一であり、急速な経済発展を背景に巨大な消費マーケットとしても台頭している。

一方、人民元切り上げや人件費高騰などを要因に、中国で生産するメリットも徐々に薄れつつある。また、政治的・外交的リスクも顕在化してきており、各メーカーは中国に依存しない生産体制を模索し始めている。“ポスト中国”としてインドや東南アジアなどへ生産拠点を移管する動きが見られる。これらの国・地域も経済発展が著しく販売が拡大していくことから、中国と同様に生産、販売両面での市場拡大が予測される。

中でも中国に匹敵する人口規模を擁するインドの市場拡大が期待されており、日系も含め各メーカーとも現地生産の動きが活発化している。また今後、オリンピックやサッカーワールドカップの開催が予定されているブラジルやロシアは、周辺国・地域も含めてビッグイベントに伴う需要喚起が期待される。

しかし、圧倒的規模の中国が今後も“世界の工場”であることに変わりはなく、輸出のみならず中国国内で生産し販売される“地産地消”も拡大していくことから、2015年には生産シェアの88.1%、販売シェアの26.6%を占めると予測される。 : 算出時に小数点以下2位を四捨五入しているため、合計値が100.0%にならない場合がある

< カテゴリー別市場動向 >

1. 衣住関連

中国への生産集約が続いていたものの、地域特性のある品目も多いことから、日本や北米、西欧でも一定数の生産がある。今後は、中国が巨大な消費マーケットとして台頭していることや、生活習慣の変化などで今まであまり需要の無かった製品も生産、販売されると考えられ、中国の存在感が増すと予想される。

2. 調理関連

高い技術力を必要とせず、また、グローバル化している製品が多いことから量産に向いており、中国が89.8%の生産シェアを占めている(2010年、以下同)。電気ケトルの数量が多く調理関連の63.0%を占めている。今後、新興国・地域に加え、日本など今まで電気ケトルの馴染みの薄かった国・地域の需要を取り込んでいくと予測される。

3. 空調・給湯関連

中国が生産シェアの80.3%、販売シェアの39.4%を占めている(2010年、以下同)。扇風機とルームエアコンを合せて空調・給湯関連の72.6%を占めている。扇風機は、省エネ志向や新興国・地域の所得向上を受けて順調に推移している。世界的な猛暑の影響で2010年に大きく伸ばしたルームエアコンは、今後も新興国・地域の需要で拡大が予測される。

4. パーソナルケア関連

中国が生産シェアの93.4%を占めている(2010年、以下同)。販売シェアは北米、西欧、中国が合わせて69.8%を占めている。先進国は成熟市場であるが、中国などの新興国・地域の市場が拡大している。特に、健康志向の高まりとそれに合わせた主要メーカーの事業展開を背景に、血圧計が伸ばしている。

< 注目市場 >

1. 電気ケトル【調理関連】

2010年	2011年見込	2015年予測	15年/10年比
9億8,790万台	10億5,800万台	14億1,210万台	142.9%

電気ケトルは、日本を始めアジアの一部でジャーポットから電気ケトルへ需要がシフトしているほか、比較的水質の悪い新興国・地域で簡単に沸騰消毒してお湯を沸かせることから、市場の拡大が続いている。構造が単純なことから量産しやすく、中国が生産シェアの99.3%を占めている(2010年、以下同)。販売シェアは西欧と北米で51.9%を占めている。

市場は世界的に拡大していく見通しで、8分類全ての国・地域の販売でプラス成長が予測される。特に中国、その他アジア・オセアニア、中南米、中東・アフリカ他の販売シェアが上昇すると予測される。

2. ルームエアコン【空調・給湯関連】

2010年	2011年見込	2015年予測	15年/10年比
1億3,042万台	1億3,570万台	1億5,283万台	117.2%

壁掛けスプリット型を始め家庭向けエアコンの各種形式を対象とした。2009年は景気後退の影響を受け前年割れとなったが、2010年は景気回復の兆しが見えてきたことに加え、世界的な猛暑も影響し、市場は前年比14.9%増と大きく拡大した。8分類全ての国・地域で前年比10%以上の増加と好調な販売であった。日本ではエコポイント制度も追い風となった。

中国が生産シェアの80.6%を占め、その他アジア・オセアニアが13.9%、日本が3.8%と続く(2010年、以下同)。販売シェアは中国が59.0%を占めている。今後、販売シェアが急上昇するのは中東・アフリカ他で、2010年の4.0%から2015年には12.0%へ拡大が予測される。

2. 浄水器【衣住関連】

2010年	2011年見込	2015年予測	15年/10年比
3,735万台	4,060万台	6,230万台	166.8%

蛇口直結型、据え置き型、水栓一体型、アンダーシンク型、ポット型の家庭用の浄水器を対象とした。日本や北

米、西欧では、小売店舗販売の買い替えと新築住宅への需要が中心で、成熟市場となっている。このため、大手メーカーは新興国・地域への展開を積極化している。

生産シェアは中国とその他アジア・オセアニアで55.1%を占めている(2010年、以下同)。販売シェアは西欧と北米で48.4%を占めている。新興国・地域では所得向上と飲用水の質に対する意識向上によって需要が急速に高まっており、中国、その他アジア・オセアニアなどで販売シェアの上昇が予測される。

4. 血圧計【パーソナルケア関連】

2010年	2011年見込	2015年予測	15年/10年比
3,445万台	3,765万台	5,430万台	157.6%

家庭用電子血圧計を対象とした。日本や北米、西欧は成熟市場で成長が鈍化している一方、健康ブームの続いている中国では好調な販売が続いており、今後も市場拡大が予測される。世界シェアトップのオムロンヘルスケアは、中国をはじめインド、ロシア、メキシコなど新興国・地域に注力している。また、中国に生産拠点を持つ台湾系メーカーのシェアが拡大しているほか、新たな中国系メーカーも現れている。

生産シェアは中国とその他アジア・オセアニア合せて99.3%を占めており、残り0.7%が日本である(2010年、以下同)。販売シェアは北米と西欧で49.9%を占めている。今後、中国、その他アジア・オセアニア、中東欧・ロシアなどで販売シェアの上昇が予測される。

以上

<調査対象>

カテゴリー	品目
衣住関連 (11品目)	洗濯機/洗濯乾燥機、衣類乾燥機、アイロン、掃除機、浄水器、アルカリイオン整水器、ディスポーザー、温水洗浄便座、テレビドアホン、LED電球、電動工具
調理関連 (12品目)	冷蔵庫、ガスレンジ、電子レンジ/オープンレンジ、IHクッキングヒーター、食器洗浄乾燥機、トースター、ジューサー・ミキサー、コーヒーメーカー、フードプロセッサ、電気ケトル、炊飯器、ホームベーカリー
空調・給湯関連 (7品目)	ルームエアコン、電気給湯器、換気扇、扇風機、空気清浄機、除湿機、加湿器
パーソナルケア関連 (13品目)	メンズシェーバー、レディースシェーバー/脱毛器、ヘアドライヤー、ヘアアイロン、電動歯ブラシ、血圧計、体重計/体組成計、体温計、歩数計/活動量計、心拍計、低周波治療器、マッサージチェア、ハンディ・マッサージャー

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入企業、関連企業への直接面接取材を中心に一部電話ヒアリングを実施

<調査期間>

2010年10月~12月

資料タイトル	: 「グローバル家電市場総調査 2011」
体 裁	: A4判 344頁
価 格	: 97,000円 (税込み101,850円)
調査・編集	: 富士経済 大阪マーケティング本部 第一事業部 TEL:06-6228-2020 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 TEL:03-3664-5811 (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/ https://www.fuji-keizai.co.jp/