

主要家電の世界市場を調査

2016年予測(11年比)

中国 “世界の工場” 生産量シェア84%、“世界の巨大市場” 販売量シェア34%に
 インド 外資系メーカー進出で生産量 2.8倍、販売量2.8倍と中国を凌駕
 ルームエアコン 世界生産は32%伸びて1億9,900万台 インドの販売4倍、2,200万台
 冷蔵庫 新興国で伸びて生産量1億4,985万台、インドの販売2.5倍と抜群に拡大

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、2011年10月から12月にかけて主要家電35品目の世界市場を調査した。

この調査では世界市場で競争が激化する、洗濯機や掃除機など衣住関連(9品目)、冷蔵庫や炊飯器など調理関連(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(5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(9品目)の4カテゴリー計35品目を対象に、主要国・地域別の生産と販売の実績を調査し、今後を予測した。

なお調査は、世界市場を、日本、中国(香港、マカオ含む)、東南アジア(タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム他)、インド、他アジア・オセアニア、北米、中南米(メキシコ、ブラジル)、欧州・ロシア(西欧、中・東欧、トルコ)中東・アフリカ地域を9区分して行った。

その結果を報告書「グローバル家電市場総調査 2012」にまとめた。

<主要品目の市場>

ルームエアコン【空調・給湯関連】

2010年	2011年	2016年予測	16年/11年比
1億3,688万台	1億5,099万台	1億9,900万台	131.8%

11年の世界市場での牽引役は新興国であり、特にインドの需要は前年比38.4%増と急拡大している。今後数年も30%以上の高成長が続くと予測する。また、北米では、従来のダクト空調から省エネ効果の高いダクトレス式へのシフトもみられ、日本メーカーのシェア拡大の契機となっている。日本は、住宅着工の持ち直しや省エネ空調への人気の高まりにより同3%とわずかに成長した。

中国が世界全体需要の50%以上を占める最大市場となっており、今後も緩やかな伸びが予想される。東南アジアの需要は前年比20%弱の拡大を続けると予測する。

中国ではインバータ化が空調の省エネ規制見直しや格力、美的、海爾など大手メーカーがインバータエアコン生産にシフトして急激に拡大している。また、欧州のインバータ化率も大きく伸び、16年の世界市場全体ではインバータ化が60%以上になると見込まれる。

洗濯機/洗濯乾燥機【衣住関連】

2010年	2011年	2016年予測	16年/11年比
9,932万台	1億 316万台	1億2,496万台	121.1%

家庭用の洗濯機および乾燥機付き洗濯機を対象とする。日本は今後、景気低迷の影響が残り大きな伸びは期待出来ない。一方、新興国では好調な伸びが見られる。特にインドは人口が多いうえ普及率が低いため、11年は前年比18%増と世界市場を牽引している。中国の勢いは大都市では市場が飽和して、同7%増と陰りを見せている。

BRICSが世界市場に占める割合は、15年に50%を超えると予測する。中では中国のシェアが高く、またインドの伸びも著しい。16年市場を11年と比較すると、インド、東南アジアなど新興国の伸びは著しく、インドは2倍以上の市場拡大を遂げると予測する。一方で、日欧米といった先進国は横ばいを予測する。

日本のインバータ化率は70%と高いが、中国はまだ5%程度、欧米の普及率はさらに低い。しかし今後は確実に拡大し16年には世界のインバータ化率は18%以上になると予測する。既に東南アジアでは日本や韓国メーカ

ーがインバータ対応製品を市場投入して20%程度となっている。

冷蔵庫【調理関連】

2010年	2011年	2016年予測	16年/11年比
1億1,692万台	1億2,118万台	1億4,985万台	123.7%

普及率の低いインドやインドネシアなどの新興国では大きな成長が見られる。ただ急成長を続けていた中国では販売ペースが鈍化しており、今後参入企業の淘汰が進むと見られる。タイの洪水被害の影響で、一部部品の調達が出来ず、発売が遅延されるなどの影響が見られた。

BRICSの世界販売市場シェアが14年には50%を超えると予測する。特にインドの伸びは群を抜いており、16年の需要は11年比245%と急拡大を、日本・欧州など先進国では横ばいが予測される。

16年の世界市場のインバータ化率は17.3%と予測する。欧米はノンインバータが主流であるが、日本ではハイエンド機はインバータが主流で、全体市場のインバータ比率が高まりつつあり、中国も省エネ意識の高まりに合わせて比率が高まると予測する。

<調査結果の概要>

生産ベース	2010年	2011年	2016年予測	16年/11年比
全世界合計	20億4,821万台	21億8,502万台	35億2,122万台	161.2%
中国	16億6,653万台	17億8,695万台	29億6,907万台	166.2%
インド	2,906万台	3,543万台	9,896万台	279.3%
東南アジア	8,574万台	9,637万台	1億2,986万台	134.8%
中南米	3,694万台	3,961万台	5,045万台	127.4%
日本	4,196万台	3,973万台	3,877万台	97.6%

今回の調査対象全体の生産量は、11年実績では、21億8,502万台、そして16年は35億2,122万台と予測した。世界の家電製品は、中国が11年17億8,695万台、世界全体の80%を超える最大の生産地となっている。今後も家電製品の生産は中国に集中し続けるが、エアコン、洗濯機、冷蔵庫の三大白物家電は世界の需要地向けに、中国、東南アジア、インド、欧州（東欧）、メキシコ、ブラジルなど各地域での生産体制が確立され、需要は新興各国で急速に拡大すると予測する。

近年は中国の人件費上昇などの影響を受け、徐々に東南アジアへ生産を移すメーカーも増えているが、生産量全体での比率は4%強とまだ低い。インドでは、需要地としての市場拡大や外資系メーカーの事業強化などにより生産量が増加している。

11年から16年への生産量の伸びは、インドが中国を上回ると予測する。需要の伸びも、インドの同181%増を始め、東南アジア、ブラジルが中国(同88%増)を上回ると予測する。

昨年は、東日本大震災、タイの大洪水、中東諸国の情勢不安、そして、ギリシャが発端となった欧州経済危機と世界経済に大きな影響を及ぼす出来事が相次いだ。そのような中でも中国は、前年の急拡大から若干減速気味ながら依然拡大し続けている。またインド、ブラジル、およびインドネシアなどの新興国は引き続き成長が見られる。

LGやSamsungなど韓国メーカーは、新興国市場で更にシェア拡大を図っている。LGは10年にはルームエアコン、11年には洗濯機や冷蔵庫も1,000万台以上の生産実績をあげている。また中国メーカーは今まで国内中心に販売を拡大して来たが、11年には米エアコン大手メーカーの南米事業や、三洋電機の白物家電事業を買収して海外市場への進出意欲が表面化してきた。今後世界家電市場における新興国の存在感は増すばかりである。更に次世代市場と目される中東・アフリカでも既に韓国や中国メーカーが合併やM&Aなどにより販売基盤を着々と構築している。

日本メーカーは、インドでの本格的な販売拡大、ブラジルでの販売拡大の動きを更に活発化している。販売のみならず、両国では生産拠点の確保も順調に進めている。各社ともそれぞれの地域における現地化政策や現地生産の必要性がますます高まる。また昨年の教訓から、各社の部品調達のリスク分散体制もコストダウンと並行して検討スピードを速めている。

カテゴリー別生産動向

1. 衣住関連（中国：11年シェア69.5% 16年予測12億5,710万台、11年比386.8%）

地産地消傾向の強い浄水器や、日本が主要市場の温水洗浄便座、トップシェアメーカーが米本国で生産を続けているディスポージャーなど一部の品目を除き、中国や東南アジアなどで大量生産する製品が多く、中国が全体の約70%を占める生産地となっている。特にアイロンやLED電球は、中国での生産が80%以上を占めている。

需要地は欧州、米国そして中国が3大市場となっている。特にLED電球市場は急拡大しており、世界の全地域

で比較的高い成長を予測する。東南アジア、インド、ブラジルなどは、現時点での需要シェアは12%であるが、今後大幅な拡大が続き16年には21%を占めると予測する。

2. 調理関連 (中国: 11年シェア80.0% 16年予測 5億9,769万台、11年比113.6%)

大量生産向きの小物家電も多く、中国の生産が全体の80%を占めている。但し高成長が続くインドでも、生産量が増加しているおり、徐々に中国での生産比率は減少している。

需要拡大が続く中国が世界全体の30%強を消費する最大市場となっている。今後インドやブラジル、東南アジアなどの新興国も高成長が続き、一層新興国の販売シェアは高まると予測する。

3. 空調・給湯関連 (中国: 11年シェア81.6% 16年予測 4億8,953万台、11年比131.5%)

安価な労働力と需要地としてのニーズ拡大を背景に、中国が全体の80%以上を占める。またルームエアコンは、生産シェアの高い企業が中国に集中している。地産地消を基本としているメーカーも少なくないため、市場が拡大中の東南アジアなども重要な生産地となりつつある。また北米や西欧から中南米などへの生産シフトも進んでいる。

人口増加や生活水準向上が続く中国が需要地全体の約40%を占める最大の市場である。また、インドや東南アジアなどその他新興国においても、今後高い成長が期待される。

4. パーソナルケア関連 (中国: 11年シェア93.4% 16年予測6億2,419万台11年比111.4%)

日本や欧州で生産されるメンズシェーバーや電動歯ブラシのハイエンド製品などを除き、普及価格帯製品はほぼ中国で生産する傾向が続いている。中国メーカーは日本や欧米メーカーへのOEM/ODM供給を中心に成長してきたが、近年自社ブランド製品を展開し急拡大するメーカーも増えている。但し中国の労働賃金上昇を受け、オムロンヘルスケアなど一部企業では中国から東南アジアへ生産地を移す動きも見られる。

欧州、北米、中国が主要需要市場となっている。欧州や北米は、すでに成熟市場化しているうえ近年の景気低迷の影響から、今後も需要は横ばいが続くと予測する。今後普及余地の大きいBRICsでは、16年には11年比25%近くの成長を予測する。16年には中国がシェア14%の巨大な消費市場として台頭して、生活習慣の変化などでその存在感が増すとも予測する。

<調査対象>

カテゴリー	品目
衣住関連 (9品目)	洗濯機/洗濯乾燥機、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
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、エスプレッソマシーン、フードプロセッサー、電気ケトル、炊飯器、ホームベーカリー
空調・給湯関連 (5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
パーソナルケア関連 (9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、歩数計/活動量計、マッサージチェア

<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> 2011年10月~12月

以上

資料タイトル	: 「グローバル家電市場総調査 2012」
体 裁	: A4判 304頁
価 格	: 97,000円(税込み101,850円) 電子版セット 117,000円(税込み122,850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(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 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: https://www.fuji-keizai.co.jp/