

東日本大震災の影響は軽微、

## 国内の住宅設備・建材市場を調査

11年は前年比5.9%増の4兆9,031億円 15年予測は11年比13.2%増の5兆5,494億円  
 創エネ/スマートハウス、水廻り設備、断熱分野に期待市場

総合マーケティングビジネスの(株)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、エネルギーバランスの見直しや分散型電源ニーズなど東日本大震災の影響を踏まえた国内の住宅設備・建材市場を調査した。この調査では、住宅設備6分野と建材市場6分野の主要50品目の9年から11年にかけての概況を調査して住設建材の全体市場を俯瞰し、中長期の展望予測を行った。特に(1)業界再編(2)海外進出(3)エネルギー(4)流通変化に重点を置いた。主要住設建材50品目については、市場規模、メーカーシェア、開発動向、流通動向などを継続的にフォローし品目に応じて素材、タイプなどセグメント別市場も算出した。

その結果を報告書「2012年版 住設建材マーケティング便覧」にまとめた。

### <調査結果の概要>

#### 1. 住宅設備・建材全体市場

	2011年	前年比	2012年見込	前年比	2015年予測	11年比
住宅設備	2兆8,658億円	106.7%	3兆 191億円	105.3%	3兆4,544億円	120.5%
建材	2兆 373億円	104.9%	2兆 959億円	102.9%	2兆 950億円	102.8%
合計	4兆9,031億円	105.9%	5兆1,150億円	104.3%	5兆5,494億円	113.2%

新設住宅着工戸数は10年にはリーマンショックから回復し11年は83万4,117戸と前年から2.6%増加した。11年3月の東日本大震災後は、一時的に工期の遅れや部材調達が混乱したものの、新設住宅着工戸数への影響は軽微に留まった。施主が価格のみならず耐震機能を重視する傾向が見られるようになった。中長期的には、購入層の減少による着工戸数の減少が見込まれるほか、民主党政権下で議論されている14~15年の消費税率引き上げが住宅市場に影響することが懸念される。

11年の住宅設備・建材市場全体は、前年比105.9%、4兆9,031億円に拡大した。そのうち住宅設備市場は、前年比106.7%の2兆8,658億円となり、創エネ/スマートハウス関連分野が市場全体を増加に導いた。数量ベースではまだ僅かに留まる同分野の家庭用蓄電池やHEMSも、増加幅は大きく、今後のスマートハウス化や分散電源化を支えることは間違いない。また09年から急拡大している住宅用太陽光発電システムと組み合わせ得られるシナジー効果も期待できる。この分野は15年には11年比2.5倍の8,429億円に拡大すると予測する。

11年3月の東日本大震災で、水廻り設備分野は一部メーカーの生産ラインが停止して供給不足も見られ、水廻り関連機器分野はオール電化を自粛してガスへの回帰なども見られ、ガスタイプ商品の需要が大きく伸びた。震災後のユーザー意識の変化によって市場も変化した。

また11年の建材市場は、前年比104.9%、2兆373億円になり、25品目全分野で前年を上回った。特に断熱分野が好調であり、新築住宅着工戸数の回復と住宅エコポイント制度の導入をきっかけに住宅の断熱性能の向上を求めたことが要因である。

#### 東日本大震災の影響

東日本大震災は、警察庁緊急災害警備本部広報資料(12年4月11日発表)によると、全・半壊家屋計38万5,141戸の被害をもたらした。本格的な復興は政府の対応遅れから12年以降に持ち越され、11年は小規模な修繕・補修の需要に留まった。この業界では、東北を拠点とするメーカーも多く、被災被害のほか、製品によっては関連する部材や部品の調達が困難になり、計画停電やインフラ復旧の遅れで生産ラインが停止する被害が出た。

特に住宅エコポイント制度の影響で品不足であった住宅用断熱材、東北沿岸部に拠点が多い部品メーカーが被災

したユニットバスなどが入手困難になった。但し各社の復旧は早く影響は比較的軽微に留まった。震災後、一部仮設住宅向けの需要、修繕・修復需要が発生し、11年後半には職人不足から着工や工期の遅れが深刻化した。原子力発電所の停止と計画停電の結果、施主の節電意識から、ヒートポンプ式給湯機やIHクッキングヒーターなどのオール電化機器は同年後半には急激に市場が縮小し、ガスや石油などの熱源に回帰する傾向が見られた。また省エネ対応や非常時に備える分散型電源の確保を目的に、太陽光発電システムや家庭用燃料電池などの創エネ機器、蓄電池システム、HEMSを採用したスマートハウスが注目され、各社前倒しで商品化に踏み切る動向もあった。

建材では遮熱塗料、日射調整フィルムなどが堅調に推移し、耐震・免震関連部材の需要が拡大した。

#### <注目分野>

##### 1. 水周り設備分野 (キッチン、化粧洗面台、浴室ユニット、温水洗浄便座/一体型温水洗浄便座、水栓金具)

	2011年	前年比	2012年見込	前年比	2015年予測	11年比
金額	9,114億円	109.1%	9,608億円	105.4%	1兆386億円	114.0%

11年の市場は9,114億円となり、前年から9.1%拡大の見通しである。システムキッチンは、メーカーの新商品効果やリフォーム需要の回復により、前年比116.3%と数年ぶりに中高級品が堅調に推移した。

浴室ユニット、洗面化粧台、一体型温水洗浄便器なども11年の新築住宅着工数の回復にともなって、戸建向けを中心に回復の見込みである。戸建用システムバスは旺盛な新築需要に支えられ同103.3%と順調に回復した。集合住宅用ユニットバスは新築分譲マンション向け需要が大幅回復して、同106.8%と拡大した。

一体型温水洗浄便器は、タンクレスタイプが好調で同111.2%となった。最近各社が開発した節水機能が特に支持を集めている。節水トイレは主要各社のキャンペーンにより認知度を高め、震災後には省エネや環境にやさしい設備として需要を伸ばした。

12年以降、この分野は消費税増税の行方如何により大きく変動する可能性はあるが、復興需要や住宅着工増・リフォーム需要の持ち直し、各種住宅優遇税制の効果によって2~3%程度伸びていくと見込まれる。15年の市場は11年比114%、1兆386億円と予測する。

##### 2. 断熱分野 (住宅用繊維系/発泡系断熱材、複層ガラス、遮熱塗料、日射調整フィルム)

	2011年	前年比	2012年見込	前年比	2015年予測	11年比
金額	2,335億円	107.2%	2,474億円	106.0%	2,754億円	117.9%

11年の断熱分野は住宅エコポイント制度の影響を受け前年比7.2%増であった。住宅用繊維系断熱材は、10年は住宅エコポイント制度の施行や税制優遇施策の実施により、次世代省エネルギー基準を満たす新築住宅の着工増を受けて、同年6月以降に需要が拡大し前年比17.3%増となった。その需要は11年も続き、東日本大震災も大きな影響を与えた。仮設住宅向け需要が急増したため1万トンレベルの輸入品が流入したと見られる。繊維系の15年予測は、11年比121.5%、1,140億円に拡大する。住宅用発泡系断熱材は、震災直後こそ堅調な推移を見せたが、7月以降は目立った需要増加がなく11年は前年比で微減と見込まれる。

遮熱塗料は非住宅向けを含めた建築用途市場で、省エネ、節電意識の高まりを受けて需要が急増したことで、11年実績は158億円で前年比2倍近くに拡大した。さらに15年には、11年比194.9%、308億円に拡大すると予測する。

#### 住設建材市場の最新動向

##### 1. 業界再編 (LIXILの誕生とパナソニックグループの総合事業化)

2010~11年は、住設建材業界でメーカー間、異業種間の合併や提携が相次いだ。その主な目的は(1)事業効率化、収益確保(2)リフォーム市場の開拓(3)海外進出、海外市場の開拓(4)省エネ/環境対応型製品の開発である。

住生活グループは、国内外を合わせた大規模な経営統合や業務提携を広範囲に行った。トステム、INAX、新日軽、サンウエーブ工業、東洋エクステリアの5社がLIXILに統合されて巨大グループが誕生し、業界構造が大きく変化を遂げつつある。

住設建材の総合メーカーとして品揃えを強化し、省エネ商品への対応を他社と提携して強化する。

一方、パナソニックグループも12年からパナソニックがパナソニック電工を吸収合併、三洋電機の事業の大半を統合して住宅設備、建材、家電など総合的な販売を指向している。横断的事业組織としてエコソリューションズ社を設立し、水廻り設備や内外装材、照明器具、エネルギー関連機器などを一括で扱う体制とした。

## 2. 海外進出

住宅設備分野では、11年は幅広い分野で海外進出が目立った。中国への進出や中国の生産設備を増強する動きが多いが、水廻り設備や水廻り関連機器では台湾、インドネシア、インドなどの新興国、創エネ分野では欧州や韓国など事業展開エリアは年々拡大している。

注目のLIXILは中国を最重点地域とし、16年には1兆円の海外売上高を目標とする。水廻り設備は、LIXILの中国拠点での販売に加え、INAXが買収したアメリカンスタンダード アジア・パシフィック部門と、11年に提携した中国大手家電メーカー・ハイアール社の販路を積極的に活用する。さらにハイアール社と合併会社を設立、12年にはシステムキッチンの生産を開始する。

本田技研工業が創エネ機器でガスコージェネレーションシステムの海外販売に注力しており、07年の米国に続いて11年からはドイツ市場に参入する。現地の暖房・給湯機器メーカー・パイラント社との共同開発品の販売で、ホンダが現地の気温や湿度を考慮して改良したガスエンジンにパイラント社の給湯ユニットを組み合わせて戸建住宅向けに販売する。

11年には建材分野でも日系メーカーの海外進出が加速した。内装材(木質)分野では、パナソニック、永大産業、大建工業、ニホンフラッシュなど主要メーカーの動向が目立った。パナソニックは中国でも、内装工事とともに建材や住宅設備、家電などの一括販売を指向し、12年度には億達集団と提携して大連市に5,000戸レベルの省エネ型住宅の供給を予定している。システムキッチン、LED照明、食器洗浄乾燥機、冷蔵庫なども供給する予定で内装材を含めた一括販売を計画している。

断熱分野では、グローバルで事業展開を行うガラス業界が新たな設備投資を図っており、旭硝子がブラジル・サンパウロ州の新工場を設立して拡大する新興国市場を狙う。

### < 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、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/スマートハウス関連	住宅用太陽光発電システム、太陽熱利用システム、ガスコージェネレーションシステム、スマートメータ、家庭用蓄電池、HEMS
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	住宅用繊維系断熱材、住宅用発泡系断熱材、複層ガラス、遮熱塗料、日射調整フィルム
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、塩ビ雨樋
エクステリア	門扉、フェンス、カーポート

### < 調査方法 >

富士経済専門調査員による参入企業、業界関連企業、関連団体への直接面接取材、電話によるヒアリング、社内データベースの活用

< 調査期間 > 2011年11月～2012年2月

以上

<p>資料タイトル:「2012年版 住設建材マーケティング便覧」          体 裁 : A4判 242頁          価 格 : 95,000円(税込み99,750円)          CD-ROM付価格 : 115,000円(税込み120,750円)          調査・編集 : 富士経済 大阪マーケティング本部 第二事業部          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:03-3664-5821 (代) FAX:03-3661-9514 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:<a href="http://www.group.fuji-keizai.co.jp/">http://www.group.fuji-keizai.co.jp/</a> <a href="https://www.fuji-keizai.co.jp/">https://www.fuji-keizai.co.jp/</a></p>
--