

## 白物家電および小物家電33品目の世界市場を調査

－2017年予測（2011年比）－

- 東南アジア インドネシアを中心に生産量が増加、販売市場としても注目
- 冷蔵庫 新興国における普及率が低いため今後の需要拡大が期待 1億5,060万台（15.3%増）
- ルームエアコン 2013年以降回復基調に入り 1億7,040万台（8.5%増）

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、2012年11月から2013年1月にかけて白物家電および小物家電33品目の世界市場を調査し、その結果を報告書「グローバル家電市場総調査 2013」にまとめた。

この調査では、洗濯機や掃除機など衣住関連（7品目）、冷蔵庫や炊飯器など調理関連（11品目）、ルームエアコンや電気給湯器など空調・給湯関連（5品目）、ヘアドライヤーや血圧計などパーソナルケア関連（10品目）、合計4カテゴリー33品目について、国・地域別の各社の生産動向や市場予測等の分析を行った。

また、注目新興国の販売市場として、中国、インドネシア、インド、ブラジル、トルコ、ロシアを取り上げた。加えて、グローバル空調市場、国内美容家電市場、国内デザイン家電市場の最新動向の分析を行った。

なお調査対象エリアとして、日本、中国、韓国、東南アジア、インド、他アジア・オセアニア、北米、中南米、欧州・ロシア、中東・アフリカの10エリアに区分した。

### <注目市場の動向>

#### 1. 冷蔵庫【調理関連分野】

2012年	11年比	2017年予測	11年比
1億3,218万台	101.2%	1億5,060万台	115.3%

2012年は欧州経済の低迷や主要新興国における消費の鈍化などのマイナス要因を背景に、生産量増加にブレーキがかかり、2011年比1.2%増の1億3,218万台に留まった。

特に中国において、国内需要の停滞と共に輸出の減速が要因となり生産量が大きく落ち込んだ。販売についても、政府による優遇策の終了、消費の低迷による在庫調整が響き、下半期に省エネ製品購入補助の実施等により多少の回復は見られたものの市場拡大ペースは鈍化した。

一方、東南アジアが生産・販売の両面で好調である。特にインドネシアは、日系メーカーの新工場建設もあり生産量が拡大している。欧州市場の冷え込みは続いているものの、経済危機の影響が小さいトルコは堅調であり、現地財閥系メーカーや欧州メーカーの積極的な展開が見られる。

2013年以降、欧州市場の停滞は懸念材料であるものの、新興国での冷蔵庫普及率が低いため需要拡大が期待できる。2017年の世界生産は2011年比15.3%増の1億5,060万台が予測される。

#### 2. ルームエアコン【空調・給湯関連分野】

2012年	11年比	2017年予測	11年比
1億5,383万台	98.0%	1億7,040万台	108.6%

ルームエアコンの生産は、中国、東南アジア、インド、中南米、欧州、中東等に分散しており、有力参入メーカーは生産拠点への投資を進めている。2012年の世界生産は、新興国の消費鈍化や巨大市場・中国の落ち込みなどを背景に、2011年比2.0%減の1億5,383万台となった。

中国における国内消費の低迷や在庫処理の問題を背景とする生産・販売実績の落ち込みは、ルームエアコン市場縮小の大きな要因となった。中国は世界生産の8割弱を占めるが、2013年も引き続き微減が見込まれる。2014年以降は回復基調に入るが、2桁台の伸長は難しく世界生産における構成比は年々小さくなると予想される。

東南アジアは世界経済が低迷する中、市場が拡大している。特に巨大な人口を抱えるインドネシアは今後も2桁の成長が期待できる市場として注目される。また、2012年は消費の鈍化やインフレなどにより、期待されたほど伸長が見られなかったインド、ブラジルだが、両国では普及期に向かっており、今後も4～5%の市場成長が期待できる。

2013年以降は、市場拡大が鈍化している中国、横ばいの北米、縮小傾向にある欧州など、今後の見通しが厳しい地域がある一方で、インドネシア、インド、ブラジル、トルコなど需要が拡大することで、2017年のルームエアコン世界生産規模は2011年比8.6%の1億7,040万台が予測される。

### 3. 血圧計【パーソナルケア関連分野】

2012年	11年比	2017年予測	11年比
4,685万台	105.8%	6,355万台	143.5%

血圧計の生産は中国が約9割、東南アジアが約1割を占めている。2012年の世界生産は2011年比5.8%増の4,685万台となった。

2013年以降、生産・販売の両面で中国市場が注目される。沿岸部や大都市に需要は集中しているが、健康管理利用に加えて、高齢者への贈答品としての販売も増加し、堅調な市場拡大が予測される。ただし、人件費の高騰で生産コストが上昇しており、参入メーカーでは中国以外の新たな生産拠点を検討する動きが出始めている。

また、インドやブラジル、東南アジア等の新興国においても、家庭で利用される健康維持管理機器の需要は今後も高まると考えられる。特に若年層の人口比率が高いインドでは、中長期的に高齢者人口が増加するため、所得水準の向上に合わせて伸長が期待できる。世界的な需要の増加に伴い5～8%の伸長率で推移し、2017年には2011年比43.5%増の6,355万台が予測される。

#### <注目新興国の販売市場動向>

中国は伸長を続けるものの、他新興国に比べ調理関連、空調・給湯関連を中心に伸長率の鈍化が予測される。

インドネシアは高い人口増加率、旺盛な消費意欲を持つ中間層の台頭、低い家電普及率を背景に、衣住関連や調理関連を中心に今後も高い販売伸長率が期待できる。各参入メーカーでは生産・販売の両面でインドネシアに注目し、同国を中心に東南アジア諸国での実績拡大を狙っている。

インドは近年消費ペースに鈍化が見られるもの、12億超の巨大人口と家電普及率の上昇により、2013年以降も大幅な成長が期待される。衣住関連製品での堅調な需要をはじめ、将来的には理美容関連の需要が若年層を中心に増加すると予想される。韓国系メーカー、現地財閥系メーカーの存在感が強いが、日系メーカーも販売力をつけつつある。

ブラジルは、2億人の人口を抱え、消費意欲の高い中間所得層が増大している。またサッカーW杯や五輪を控えており需要拡大が期待されるが、一方で消費減速やインフレ等の不安要素も見られる。

トルコは経済危機の影響をあまり受けておらず、欧州は景気の冷え込みにより市場が停滞しているものの、中間層の拡大によって安定した成長が期待できる。

ロシアはリーマンショック以前のパワフルさには欠けるものの、パーソナルケアを中心に安定した成長が予想される。欧州メーカーの販売力が強いが、韓国メーカーも実績を拡大している。

近年、家電分野で苦戦を強いられている日系メーカーも新興国に注力しており、活路を見出すべく、生産投資や販売網の拡大、また企業買収など積極的な展開を進めている。

#### <調査結果の概要>

2012年の調査対象家電の生産量は、欧州経済の低迷、日本や北米等先進国の景気回復の遅れ、加えて中国経済の減速により、2011年と比べ伸長率は鈍化した。

特に中国経済の減速は顕著で、中国における家電生産にも大きな影響を与えた。世界の工場としての存在感を担っているものの、家電生産量は2011年と比べて微増に留まった。とは言え、世界の生産量に占める中国/台湾系メーカーの割合は依然として高い。その需要の大部分は中国国内を対象としているが、2012年は内需不振により海外市場への比重を強める傾向が見られた。

欧州は2010年の欧州ソブリン危機以降、経済活動が低迷しており、ロシアやトルコに成長が見られたものの生産量は減少した。今後も世界生産に占める構成比の低下が予想される

一方、東南アジアは欧州ソブリン危機による世界経済低迷の影響が比較的小さく、生産拠点としても販売市場と

しても注目を集めており、家電メーカー各社の生産設備投資が積極的に行われている。また、インドは2009年頃の爆発的な生産増と比べるとやや落ち着いたとはいえ、2012年も堅調に生産実績を拡大させた。

中国における生産量は2013年頃より回復し、2010年頃までのような2桁成長は難しいものの、2017年時点でも世界工場としての位置付けは変わらないと考えられる。

大幅な伸長を見せるのは、東南アジアとインドである。特に家電生産における東南アジアの位置付けは高まりつつあり、周辺の大市場への供給地としても注目地域となっている。特に洗濯機や冷蔵庫等の大型白物家電では、家電メーカーの東南アジアへの積極的な生産投資が行われている。2017年は、東南アジアは2011年比1.5倍、インドは2011年比2倍の生産量増加を予測する。

\* 2012年については調査時点での推定が一部含まれている

#### <調査対象>

衣住関連（7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、温水洗浄便座、LED電球
調理関連（11品目）
冷蔵庫、電子レンジ/電気オープンレンジ、IHクッキングヒーター、食器洗浄乾燥機、トースター、ジュース・ミキサー、コーヒーメーカー/エスプレッソマシン、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（10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、体温計、マッサージチェア

#### <調査方法>

富士経済専門調査員による調査対象企業及び関連企業、関連団体などへのヒアリング調査

#### <調査期間>

2012年11月～2013年1月

以上

資料タイトル	: 「グローバル家電市場総調査 2013」
体裁	: A4判 334頁
価格	: 書籍版 120,000円 (税込み126,000円) PDF版 120,000円 (税込み126,000円) 書籍版・PDF版セット 140,000円 (税込み147,000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12-5 小伝馬町YS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 : <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>