

2024

MARKET
ANALYSIS

バスルーム金物 業界観点レポート

INDUSTRY PERSPECTIVES ON BATHROOM HARDWARE FITTINGS REPORT



01. 家具におけるハードウェア・アクセサリの重要性が高まる

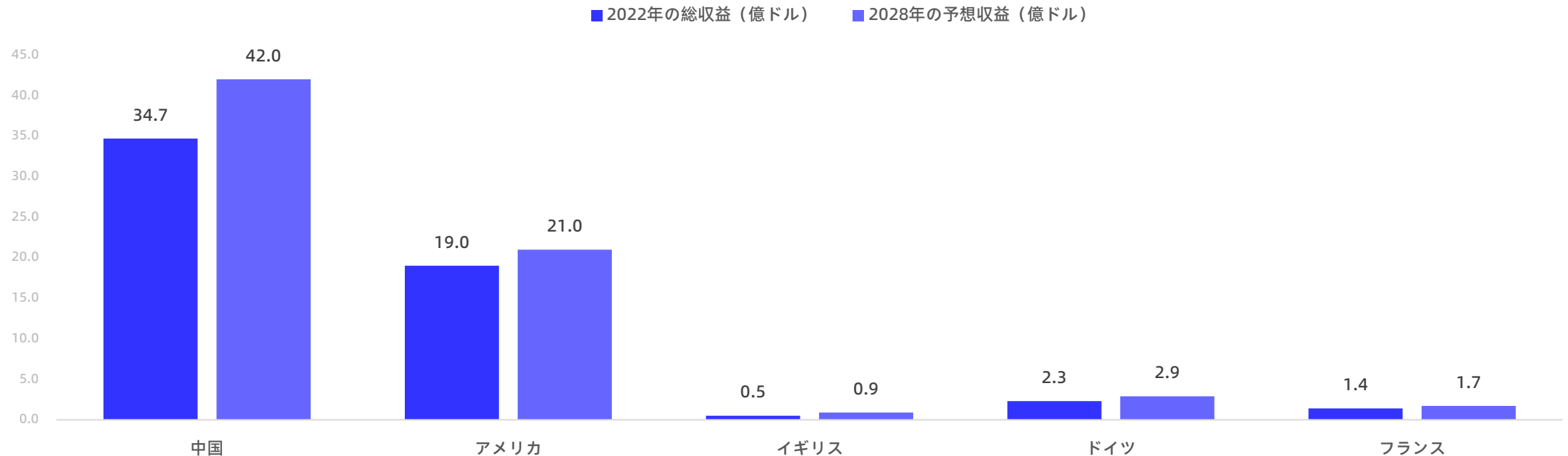
- 家庭用金物は一般的なものと特殊なものに分けられ、前者には蝶番、スライドレールなどがあり、後者には浴室金物やキッチンツールフックなどがある。
- 家具の価値におけるハードウェアアクセサリは5%であるが、使い心地における割合は85%を占め、その重要性を示している。
- バスルーム業界は、衛生陶器、水栓金具、バスルームキャビネット、浴槽、シャワールームなどの細分された分野で構成されている。
- 衛生陶器には、トイレ、スクワットトイレ、小便器、洗面器などが含まれる。
- 水栓金具には、シャワーヘッド、蛇口、床ドレン、フックなどが含まれる。



02. 中国、世界最大のバスルーム金物市場

- 金物が衛生陶器の重要な構成要素の一つであり、蛇口、フック、シンク、シャワーヘッドなどの製品を含む。近代的な水栓金具は、最初にヨーロッパで16世紀に登場し、その材料は徐々に加工が容易、抗菌性、耐食性などの利点を持つ真鍮に進化した。
- 中国の衛生陶器産業は2000年以降急速に発展しており、優れた製品品質、デザイン、職人技が国内外の消費者に支持されている。Statistaのデータによると、中国は2022年に世界最大のバスルーム金物市場にな

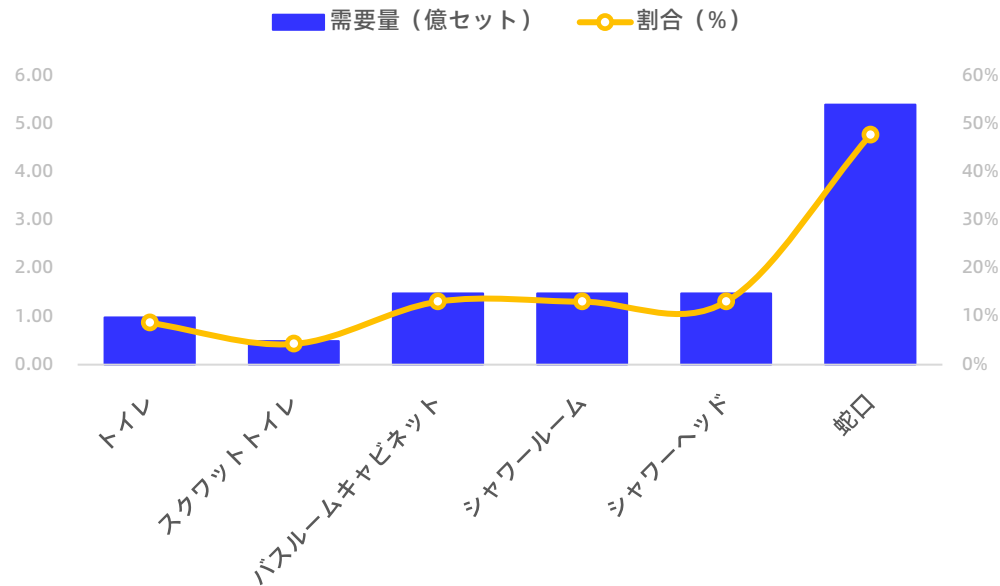
中国のバスルーム金物市場規模は世界トップ



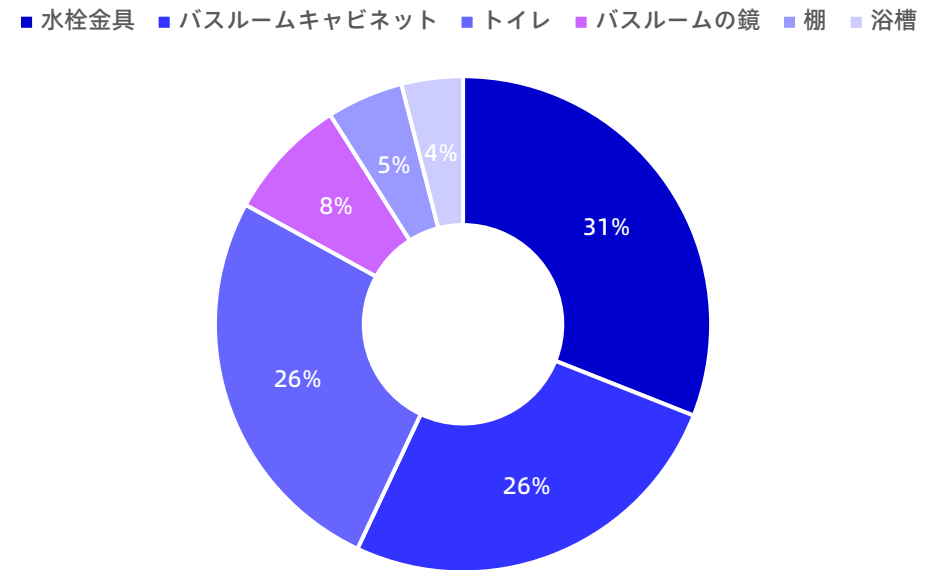
03. バスルーム金物の市場規模は1/3以上を占める

- 2023年、中国のバスルーム金物産業の生産量は約23,556,700トンで、前年比1.47%増加し、需要量は約14,878,200トンで、前年比2.62%増加した。中国のバスルーム金物製品は輸出が中心で、2023年には、累計で8,820,100トンの浴室金物が輸出され、141,700トンが輸入された。
- バスルーム金物産業の優位性は、市場需要の安定性とイノベーションの潜在力にあり、人々の生活水準と生活環境の向上に伴い、バスルーム金物製品に対する需要は伸び続けており、業界に広い発展空間を提供している。
- バスルーム金物業界はまた、市場での激しい競争、原材料価格の変動、環境保護と省エネに対する要求の高まりなどの課題に直面している。市場シェアの拡大とコスト削減のために製品の品質を犠牲にする企業もあり、消費者の体験に影響を与えている。

中国のバスルーム業界における細分化された製品の需要（単位：億）



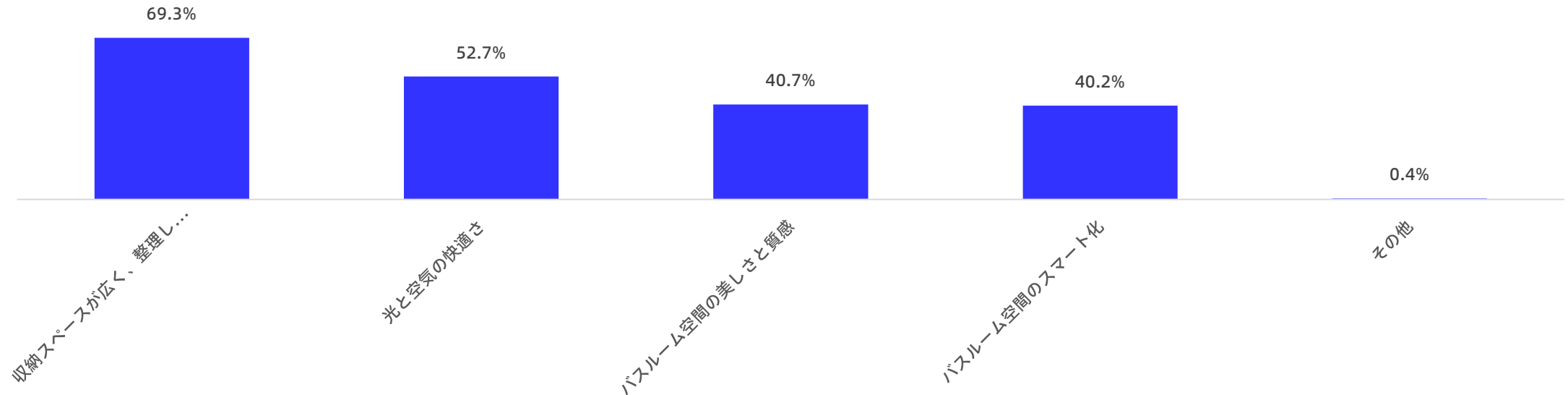
中国のバスルーム業界における細分化された製品の市場規模シェア



04. バスルーム金物がスマート化へ進展

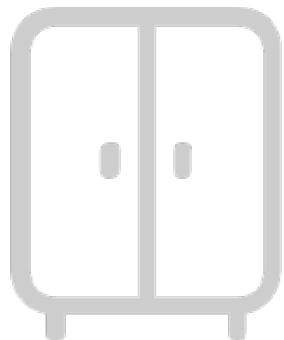
- スマートトイレ業界の継続的な拡大により、全体の市場が好調するとともに、バスルーム金物製品のスマート化が進むことが予想される。現在、市場にはすでにスマートシャワールーム、スマートタオルラック、スマートシャワーヘッドなどの製品が登場していた。スマートシャワールームは温度調整やLED動画機能などを追加し、ユーザーのシャワー体験を向上させ、スマートタオルラックは殺菌消毒や乾燥機能を備え、タオルを清潔で乾燥した状態に保つことができる。
- 収納スペースが広く、整理しやすく、掃除が簡単であることは、多くのユーザーがバスルームに求める課題と関心のポイントである。リビングや寝室に比べ、バスルームは湿気や高温が常に存在する環境であり、「清潔さ」と「収納」の重要性が特に高いと言える。
- ミラーキャビネットの収納は重要なポイントである。例えば、ミラーキャビネットの下部に取り付けられたカンガルーポケットは、取り出しやすい設計で、美観を損ねることなく、むしろ細部においてプラスの印象を与えた。

バスルーム空間がさっぱりになる要素



05. 住宅空間デザインの新潮流をリードするバスルーム金物

- 生活のスピードが加速するにつれ、消費者の生活態度も変化し、バスルーム空間のデザインも大きく変わろうとしている。消費者はもはや空間の基本的な機能に満足するのではなく、より高次のニーズを満たすことができる総合的な個人の生活空間を求めるようになり、究極の収納、家族のケア、身軽な楽しみというコンセプトは、この要求を具象的に解釈したものとなり、住宅空間設計の新しい潮流をリードしている。



「収納」
キーワードの販売実績

バスルームキャビネット [収納] の嗜好

2億3800万元

売上高

100%

前年比成長率

サーモスタット式シャワーヘッド
[棚] の嗜好

817.35百万元

売上高

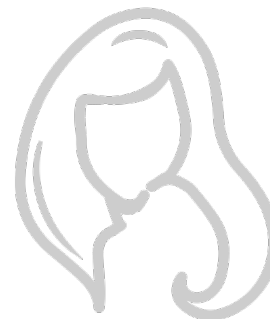
350%

前年比成長率

バスルームキャビネット
大容量の収納スペース



広い棚収納エリア
シャワーヘッド



「自分を楽ませる」
キーワード販売実績

バスルームキャビネット [化粧] の嗜好

436万元

売上高

270%

前年比成長率

サーモスタット式シャワーヘッド [レイン
シャワー] の嗜好

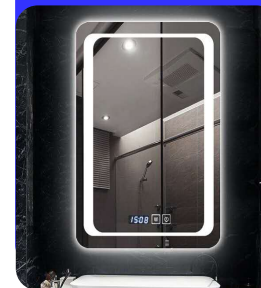
43.33万元

売上高

825%

前年比成長率

HDスキンケア/化粧



スムーズな水流のための
デュアルスケール除去



レインシャワー



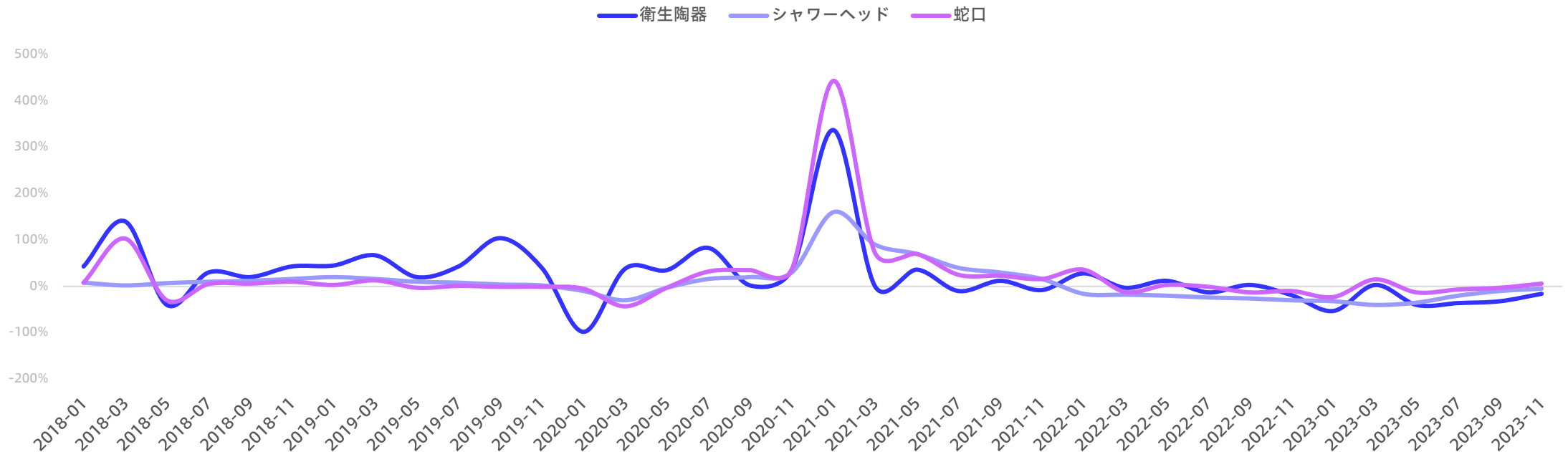
家族みんなで使いやすい
シャワーデュアルスタン



06. バスルーム金物の輸出が改善

- 2023年10、11、12月衛生陶磁器の輸出は前年同期比44.2%、31.1%、19.6%減少し、蛇口は前年同期比6.5%、7.9%減少した後、5.6%の増加に転じた。シャワーヘッドは、前年同期比18.6%、12.1%、5.3%減少した。
- 衛生陶器とシャワーヘッドの減少幅は明らかに縮小しており、蛇口の輸出はすでに回復基調にあるため、関連企業の受注の転換点が近づいており、2024年には在庫補充の成長段階に入ることが期待されている。

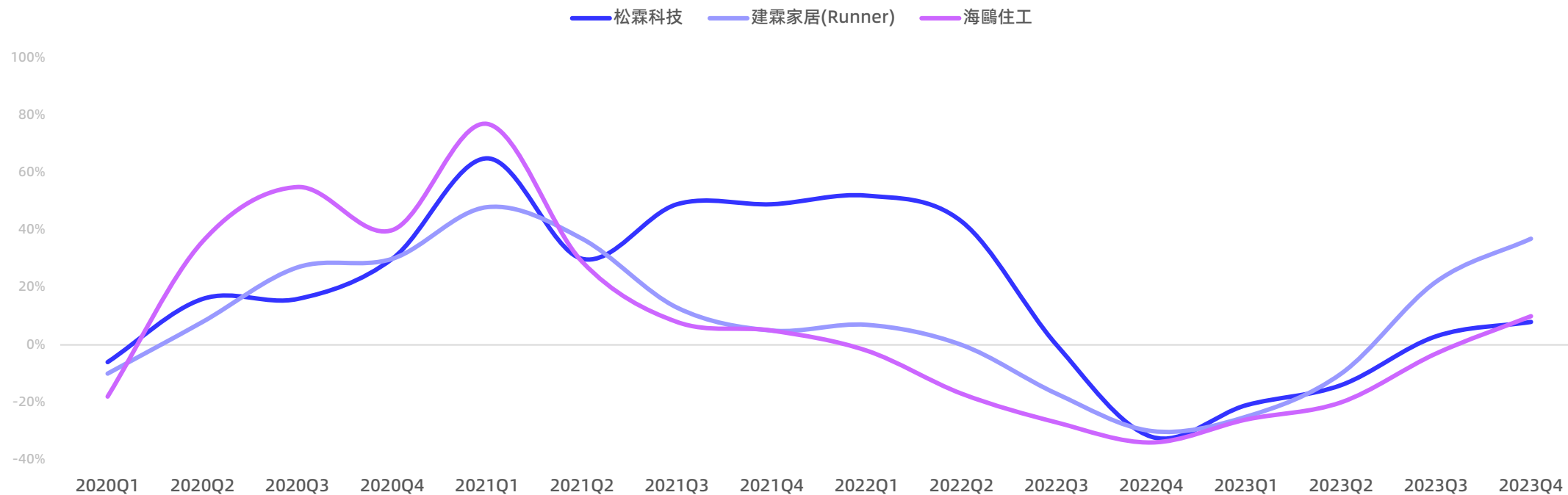
中国の衛生陶器、シャワーヘッド、蛇口の輸出額の前年比推移



07. バスルーム金物OEM企業、速い成長を維持

- 中国のバスルーム金物OEMの大手企業には、建霖家居(Runner)、松霖科技、海鷗住工、路達工業などがある。川下の顧客は主にモーエン、コーラーなどの国際的なバスルームブランドのトップである。九牧、箭牌(ARROW)など中国のヘッドバスルームブランドは、シャワーや蛇口の自己生産を達成することができる。
- 建霖家居(Runner)、松霖科技、海鷗住工は、海外売上高に基づいており、海外売上高は、それぞれ77%、68%、60%を占める。2020年～2021年に強い海外需要の恩恵を受け、三社の売上高はより速い成長であり、2022年海外脱在庫を受け、主事業が圧力下にある。

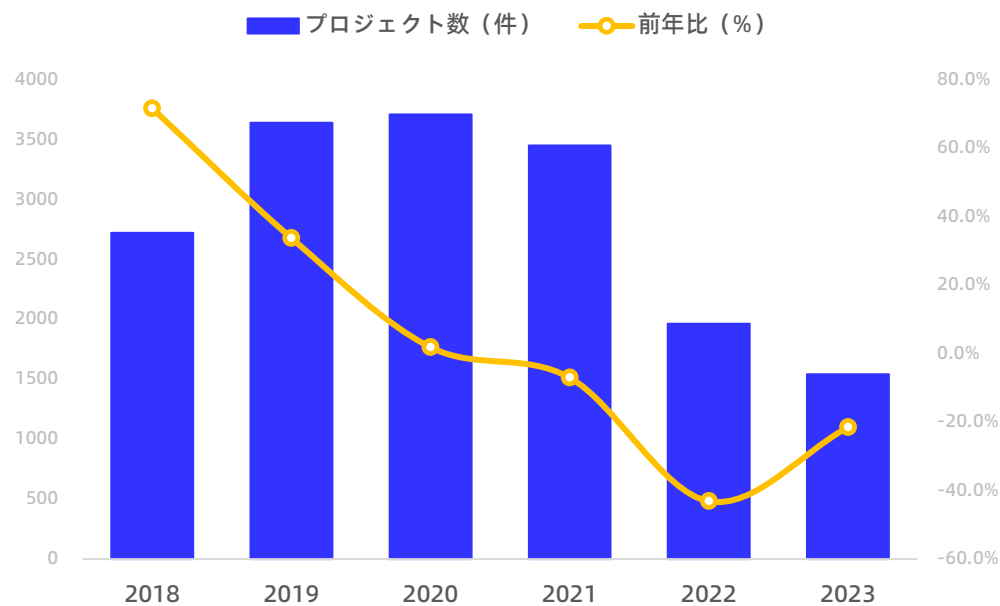
中国バスルーム金物OEM大手各社の単四半期売上高前年同期比成長率比較



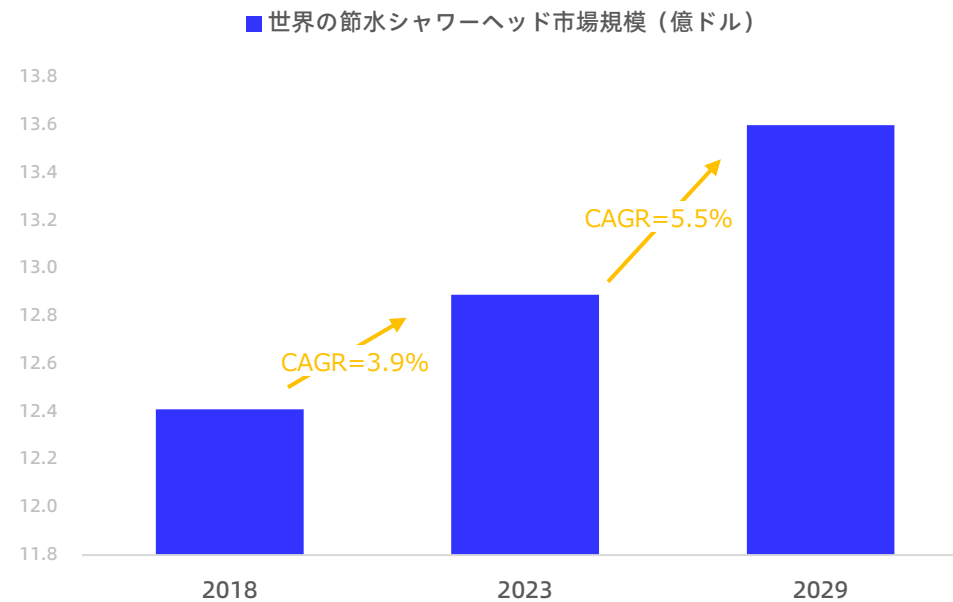
08. シャワーヘッド、精内装市場におけるバスルーム金物の標準スペック

- 2023年の丁寧な内装済み（中国語では「精装修」と書く、以下は「精装修」とする）市場におけるシャワーヘッド支援プロジェクト数は前年比21.5%減の1,543件、規模は前年比35.9%減の91万8,600セットであった。世界の節水シャワーヘッド市場規模は2029年に13.6億ドルに達し、今後数年間の複合年間成長率CAGRは5.5%と予測される。
- シャワーヘッドを浴室を装飾する要素の一つと考える人が増えており、全体的な装飾スタイルとの調和を望んでいる。同時に、インテリジェント技術の応用により、温度調節、自動感知などの機能を備えるシャワーヘッドへの人々の期待が高まっている。

精装修市場におけるシャワーヘッド支援プロジェクト数



世界の節水シャワーヘッド市場トレンド2018-2029



09. 中国は今後も世界のシャワールームの主要増量市場となる

- 現在、シャワールーム業界の集中度は非常に低く、企業のブランド、コスト、規模の優位性が徐々に現れ、市場の集中度はますます高くなる。また、シャワールームは海外ブランドが中国市場に進出しにくい唯一の家居カテゴリーとされ、「国産品の光」とも呼ばれている。
- 過去2年間、中国の不動産市場は比較的低迷していたが、全国の住宅ストックの観点から見ると、築10年以上の住宅は改築・改修需要が高い。今後、中国のシャワールーム市場の主な増加分は、古い住宅のリフォーム、改修市場の需要から来る可能性があり、中国は今後も世界のシャワールームの主な増量市場になると予想される。

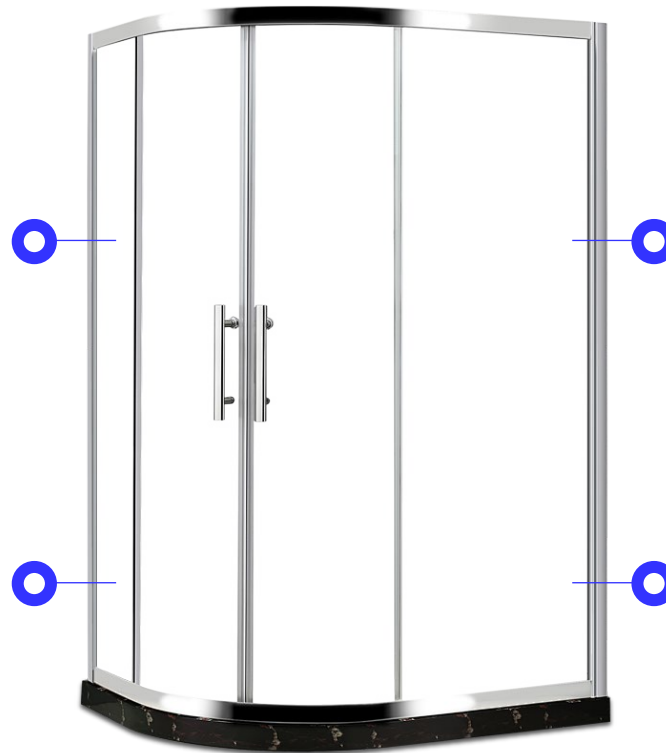
シャワールームの市場特性

シャワールーム業界は30年近く前から発展しており、業界の認知度もますます高くなっている。シャワールームは浴室内の乾湿分離問題を解決することができるため、浴室内装の急務となっている。同時に、シャワールームの継続的な人気と個人化需要の増加により、シャワールームの市場規模は拡大し続けるだろう。

広い業界スペース

調査によると、シャワールームの普及率は40%未満で、トイレやシャワーなどの衛生用品とは異なり、まだ成長の余地が非常に大きく、バスルーム業界の日の新興産業である。

新興産業



低い産業集中度

中国のシャワールーム産業は、製品のカスタマイズ需要が高く、現在中小企業が大半を占めており、原料生産、製品開発、製造、販売を統合した企業がないため、発展が遅れている。現在、シャワールーム業界の集中度は非常に低く、トップ企業のブランド、コスト、規模の優位性が徐々に現れるにつれて、市場シェアはますます高くなるだろう。

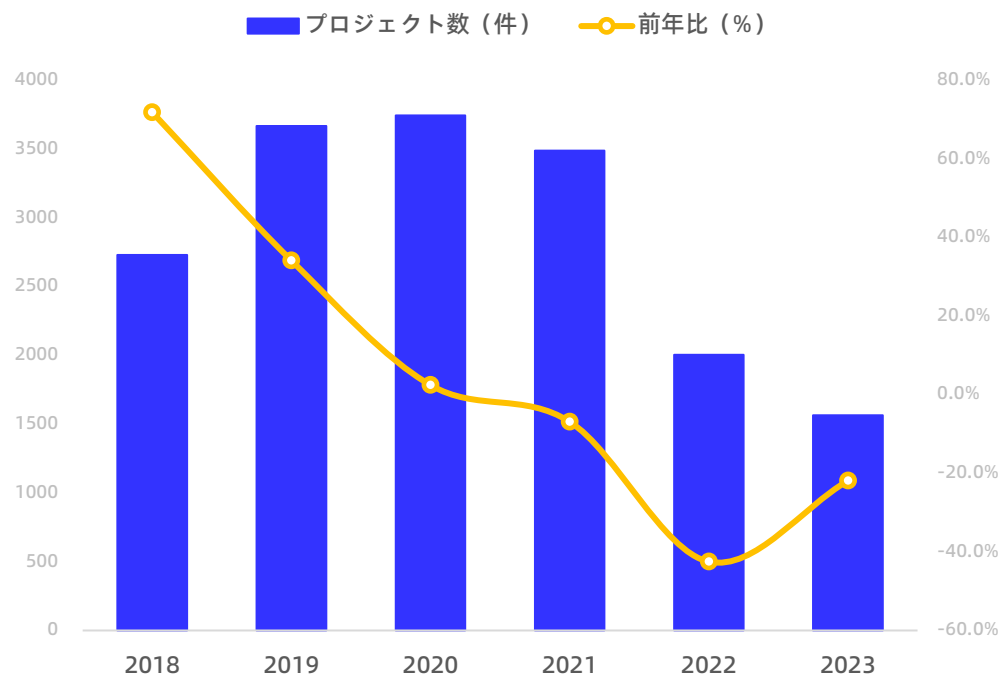
国産品の光

他のバスルームカテゴリは異なっており、中国ブランドのシャワールームは、業界のハイエンドに立ち、「国産品の光」となり、シャワールームはまた、海外ブランドが中国市場に進出しにくい唯一の家居カテゴリーとなる。

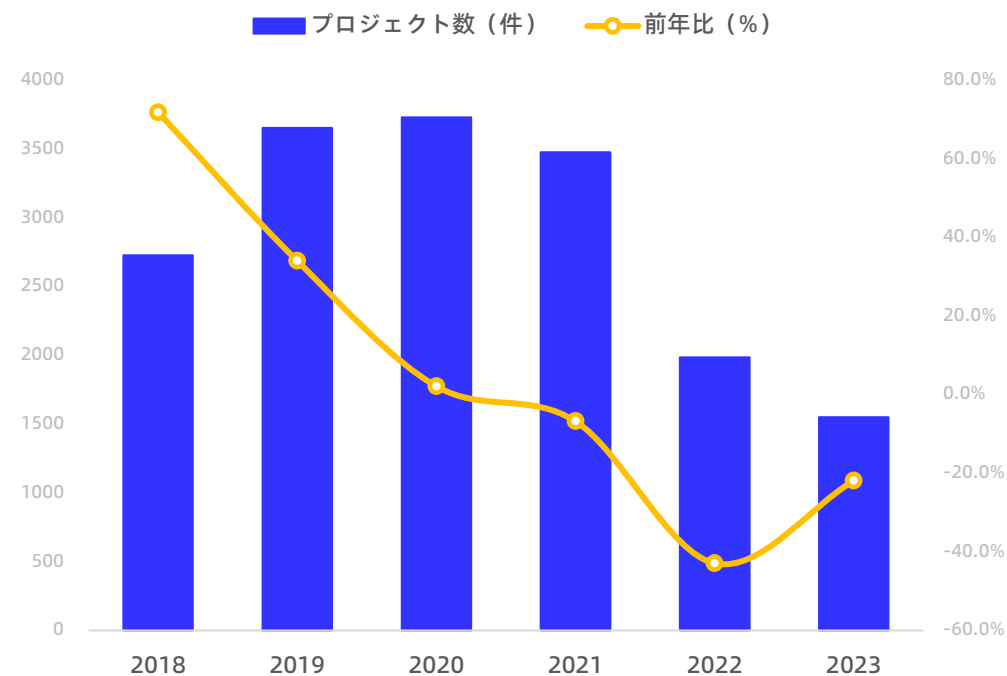
10. 精裝修市場、バスルーム金物の付帯数を牽引

- 既存住宅の大規模更新と住民の可処分所得の増加に伴い、衛生陶器製品の多くも徐々にインテリジェント衛生陶器に置き換えられ、関連バスルーム金物製品の継続的な成長につながる。
- 長期的に見て、非常に高い付帯率と徐々に上昇している精裝修の普及率が重なり、精裝修市場はバスルーム業界の大きな注目点となり、その中でシャワーヘッドの付帯率は99.3%に達していた。

2023年の精裝修プロジェクト数と前年比



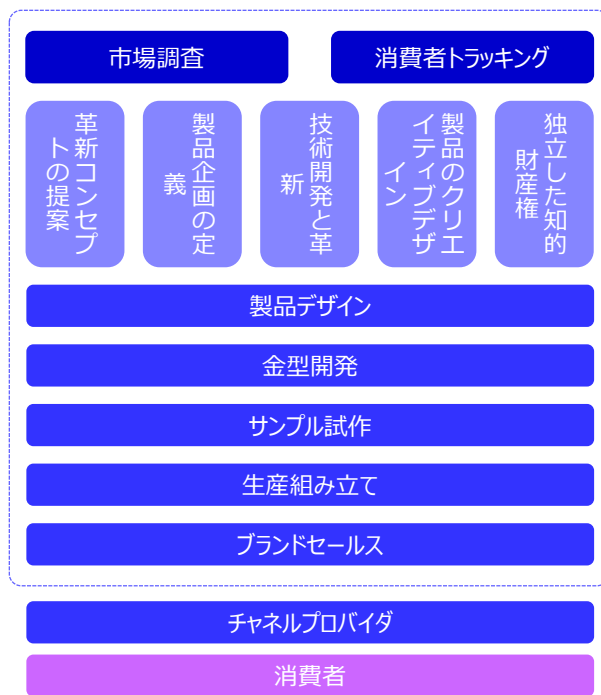
2023年精裝修市場における洗面台付帯プロジェクト数と前年比



11. 例: 松霖科技、初のIDMを創始

- 2004年にアモイで設立された松霖科技は、最初のIDM OEMモデル（Innovation Design Manufacturer、革新設計メーカー）であり、キッチン&バスと美容&健康の2つの主要事業を展開している。同社は中国におけるバスルームアクセサリ（主にシャワーヘッド、蛇口など）のトップOEMメーカーである。
- IDMは、伝統的なODMモデルのアップグレードであり、類似点はOBMモデルとは異なり、同社は独自に技術研究開発の革新、製品の創造的な設計、製品の製造などの重要な価値活動を完了する。通常、製品は会社の発明特許、実用新案特許、意匠特許などの独立した知的財産権を含む。

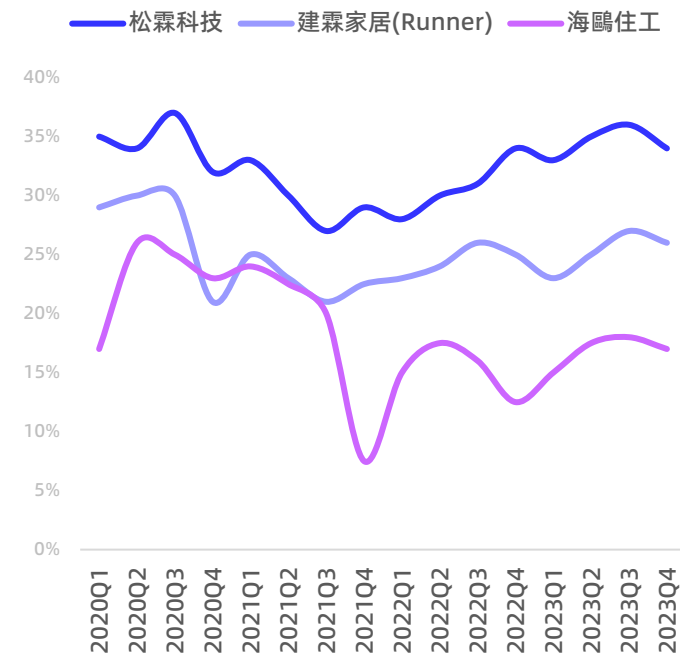
IDMモデルの概略図



松霖科技の主力製品



松霖科技の売上総利益率は同業他社より高い



12. バスルーム金物業界が直面する4つの課題

不動産需要が予想を下回る

都市化と旧市街地の変貌により、実需住宅と住宅改修の需要がさらに解放されるため、今後も住宅改修・装飾市場の需要が伸びると予想されるが、中国の不動産政策が引き締め傾向になれば、消費者の住宅購入・改修需要の伸びが鈍化し、バスルーム金物の販売にも悪影響が及ぶだろう。

01

スマートホームの普及率はまだ向上の余地がある

スマートホーム業界は現在普及率が低く、消費者の意識を改善する必要がある。スマートバスルームの普及率は、消費のアップグレード、消費概念の変化などと密接な関係がある。今後、消費動向と消費能力が変化した場合、関連製品の普及率が予想より低く、バスルーム金物企業の成長能力が抑制されることになる。

02

金物には長い間「バイアス」がある

金物チャネルの2つの典型的なラベルは「ローエンド」と「乱雑」である。また、ディーラーの権利と利益が保護されていない。一部の企業は「ディーラーが在庫を積ませる」のために金物チャネルを開発した。「在庫を積ませる」は短期的な行動であり、いかなる企業も、その存続と市場での地位を維持するために「在庫を積ませる」に頼ることはできない。

03

輸出需要の変動

バスルーム金物企業は川下の補充リズムと不動産需要の変化の影響を受ける。米連邦準備制度理事会（FRB）の利下げペースは不動産需要に大きな影響を与え、FRBの利下げが予想より少なければ、企業の経営に影響を与えるだろう。

04

13. バスルーム金物企業が注目する4つのトレンド

家具の一部から芸術品へ

かつての金物は家具の一部としてしか使えなかったが、今や消費者は金物に対する要求が高くなり、外観や使用感の要求に応え、芸術作品を作り上げることが望んでいる。

01

高級カスタムメイドから新たなチャンスを見出す

近年、住宅の高級カスタマイズは非常に人気がある。バスルーム企業は、バスルーム金物のハイエンド市場に入り、高級カスタマイズ家居、高級デザイナーの認識を獲得することを望んで、特徴的な金物製品の開発をスピードアップしている。

02

ビジネス市場から消費者市場への移行

中国におけるハードウェアアクセサリ企業のビジネス市場から消費者市場への移行は、ブランドの評判と市場でのポジショニングをさらに磨き、製品の品質、デザインレベルを向上させる必要があることを意味する。

03

直販とディストリビューターの共存

超大型の家具製造企業が増加する中で、金物部品企業の利益規模が縮小され、従来の単一のディストリビューターを通じた販売モデルから、直販とディストリビューターの二つのモデルを併用する方向へと変わらざるを得なくなっている。

04

著作権表示

本レポートは、上海嘉世营销咨询有限公司(MCR)の調査員がデスクトップリサーチを通じてまとめたレポートの簡易版です。詳細な調査については、mcr@chinamcr.comまたは021-52987060までお問い合わせください。

本レポートにおけるすべての内容（文字記事、写真、映像、イラスト、図表等の資料を含むがこれらに限定されない）は、『中華人民共和国著作権法』、『中華人民共和国著作権法実施規則』および万国著作権条約により保護されています。

本レポートの著作権は、MCRに帰属しており、転送、転載、引用が必要な場合は、出典を明記しなければならず、内容に関してはいかなる変更も行ってはなりません。

