

## 2016年上半期 照明器具の販売動向 LEDタイプが9割超へ

GfKジャパン(東京:中野区)は、家電量販店・総合量販店・ホームセンター・インターネット通販等の販売実績データを基に屋内家庭用照明器具<sup>※1</sup>の国内販売動向を発表した<sup>※2</sup>。

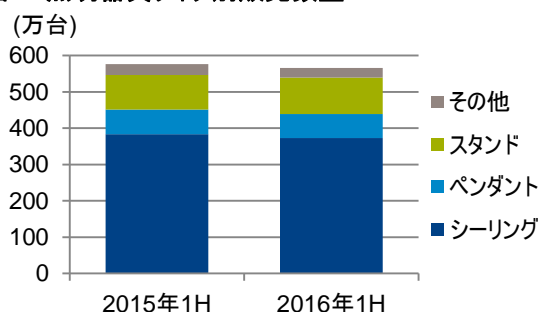
### 【概要】

- ・2016年上半期の屋内家庭用照明器具の国内販売台数は前年比2%減。スタンドライトは同6%増と好調。
- ・LED化が進展。シーリングライトでは販売台数の95%がLEDタイプに

### 【市場全体では微減となるも、スタンドライトはプラス成長】

2016年上半期における屋内家庭用照明器具<sup>※1</sup>の国内販売台数は前年比2%減の570万台となった(図1)。市場の65%を占めるシーリングライトは、LEDタイプへのシフトにより2011年頃から急拡大したが、ここ数年はそうした需要も落ち着いており、数量前年比3%減となった。また、ペンダントライトも同2%減と減少した。この一方でスタンドライトは同6%増となり、100万台に達した。従来のスタンドライトの平均価格を大きく下回る2,000円前後の低価格帯が好調に推移し販売台数を押し上げた。

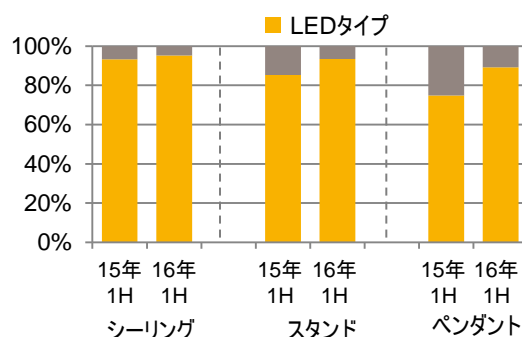
図1. 照明器具タイプ別販売数量



### 【LEDの伸長】

屋内家庭用照明器具はLED化が進展しており、上半期に販売された照明器具の93%がLEDタイプ<sup>※3</sup>であった。電球販売ではLED電球は4割程度にとどまることを考えると照明器具はLED化が著しいといえる。照明器具別にLEDタイプの数量構成比をみると、シーリングライトでは前年同期の93%から95%へ、スタンドライトでは85%から93%へ拡大した。LED化がやや遅れていたペンダントライトにおいても、総合量販店での取り扱い拡充や低価格帯のランナップ増加により前年同期の75%から89%に達した。照明器具のLED化が進む中、LEDタイプの平均価格は下落傾向にある。税抜き平均価格みると、シーリングライトでは前年同期から8%、スタンドライトでは11%、ペンダントライトでは14%低下した。

図2. LEDタイプの数量構成比



価格面では購入障壁が低くなっているLED照明器具だが、普及率は2014年時点で33%<sup>※4</sup>にとどまるとされる。故障するまで器具を使い続ける人が多いことや、取り付けに電源工事が必要となるケースがあることなどが伸び悩みの背景にあるとみられる。政府は地球温暖化対策の一つとして「COOL CHOICE」を旗印に省エネ性能に優れた照明製品への推進を行っており、官民が一体となった今後の訴求が注目される。

また、市場の金額面での押し上げ材料としては付加価値機能の搭載が注目される。生活シーンに合わせて光の色を変えられる調色機能の搭載は、ペンダントライトやスタンドライトではわずかだが、LEDシーリングライトにおいては販売台数の40%を占めるまでに拡大した。この他、直接光と間接光を切り替えられる配光機能やスマートフォン連携など様々な付加価値機能が登場しているが、販売はまだ限定的である。利便性と新たな価値提供が認知されることで、今後徐々に拡大するとみられる。

※1 屋内家庭用照明器具・・・シーリングライト、ペンダントライト、デスクスタンド、フロアスタンド、クリップライトを対象とする。管球類は含まない。

※2 全国有力家電量販店・総合量販店・ホームセンター・インターネット通販等の販売実績を基に国内市場規模相当に拡大推計

※3 LED光源が内蔵されているもの ※4 総務省 消費実態調査(二人以上の世帯)