

# 照明市場に関する調査結果 2009

—注目集めるLED照明、“省エネ”の推進が追い風に—

## 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて照明市場の調査を実施した。

1. 調査期間：2009年09月～11月
2. 調査対象：照明市場参入企業、電設資材卸事業者、関連業界団体等
3. 調査方法：当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

### <照明市場とは>

本調査における照明市場とは、建築物に付随する照明や道路照明など、一般用途の照明を対象とし、自動車用途や産業用途、機械器具類等の照明は除く。

## 【調査結果サマリー】

### ◆ 2008年の一般照明用途の照明総市場規模は、前年比0.3%増の7,640億円

2007年には建築基準法の改正によって住宅・建築物の新設着工件数が減少、また2008年は同年秋以降の世界的な金融危機による景気悪化の影響で、新設着工件数はさらに低迷した。その流れを受けて2008年の照明市場は、照明器具市場は減少したものの、電球類市場の伸長がそれを補う形となり、一般照明用途の総市場規模は前年比0.3%増の7,640億円と微増となった。

### ◆ 高い省エネ性能や長寿命により注目が高まるLED照明

LED照明はその普及が始まってから既に数年を経ているが、これまで価格の高さ等から普及は限定的であった。しかし、2009年に入り、メーカー各社からLED電球が次々に発売され、またこれまで照明市場に参入していなかった大手メーカーが参入したこと等により、注目度が高まっている。

### ◆ “省エネ”の推進が照明市場の追い風に

短期的には景気の回復が見込みにくいこと、また長期的には少子高齢化による人口減により、需要量自体は減少すると考える。しかし、省エネ照明の採用等、省エネを推進する社会全体での取り組みが追い風となり、照明総市場も回復傾向に向かうとみる。しかし、人口の減少に伴う市場規模の縮小は避けられないことから、次世代光源等の新たな需要や付加価値を見出すことが必要となると考える。

### ◆ 資料体裁

資料名：「2009年版照明市場の展望と事業戦略」  
 発刊日：2009年11月27日  
 体裁：A4判 503頁  
 定価：126,000円（本体価格120,000円 消費税等6,000円）

### ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝  
 設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先（当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>）

㈱矢野経済研究所 営業本部 広報宣伝グループ TEL：03-5371-6912 E-mail: [press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報宣伝グループ迄お問合せ下さい。

## 【 調査結果の概要 】

### 1. 市場概況

2008年の一般照明用途の照明総市場規模は、前年比0.3%増の7,640億円と推計した。同市場は、2006年までは減少傾向で推移していたものの、2007年、2008年は微増に転じた。2009年の同市場規模は、前年比8.6%減の6,980億円と推計する。

照明市場は元来、建設需要に左右されやすい市場である。2007年には建築基準法の改正によって住宅・建築物の新設着工件数が減少し、2008年は同年秋以降の金融危機による世界的な景気悪化の影響を受け、新設着工件数はさらに低迷した。2008年の照明市場はその流れを受け、照明器具市場は減少したものの、省エネタイプへの切り替え等による電球類市場の伸長がそれを補う形となり、総市場規模としては微増となった。

### 2. 注目すべき動向

昨今照明市場では、LED照明が注目を集めている。LED照明は普及が始まってから既に数年を経ているものの、これまで価格の高さ等から普及は限定的であった。しかし、2009年に入り、メーカー各社から電球型LEDランプ（LED電球）が次々に発売され、またこれまで照明市場に参入していなかった大手メーカーが参入したこと等により、注目度が高まった。

LED電球は高い省エネ性能や長寿命により、確実に普及が進んでいるが、既存光源に比べて価格が高いという点は否めない。また異業種や海外企業からの新規参入が相次いでいることにより、安全性や“灯り”としての品質を懸念する声もある。

しかし、これまで設置に施工を伴うものが多かったLED照明に比べて、LED電球は従来の家庭用白熱電球から消費者自身が容易に置き換えられるという点もあり、その販売チャネルは、従来の電設資材卸チャネル等から、家電量販店やインターネット等が中心となりつつある。これらのチャネルは新規参入事業者でも比較的構築しやすいことから、今後も拡大が見込まれる。

こうした流れは既存の照明メーカーにとって脅威となりうるため、メーカー各社はこれまで蓄積してきたノウハウを活用し、より空間演出力を向上させた商品のラインナップ拡充や、提案力の向上、またエンドユーザー（消費者）やサブユーザー（住宅メーカーやマンションデベロッパー、ゼネコン、工事業者等）に対し、照明の重要性を説く啓蒙活動などに注力している。

### 3. 将来予測

照明市場の今後の見通しについては、短期的には景気の回復が見込みにくいこと、また長期的には少子高齢化による人口減により、需要量自体は減少していくと考える。そうした需要量の減少を食い止めるため、メーカー各社はリニューアル需要の掘り起こしや、既存照明をLED照明に切り替えることで単価を上昇させ金額ベースでの市場縮小を防ぐ等、業界が一体となって取り組んでいる。

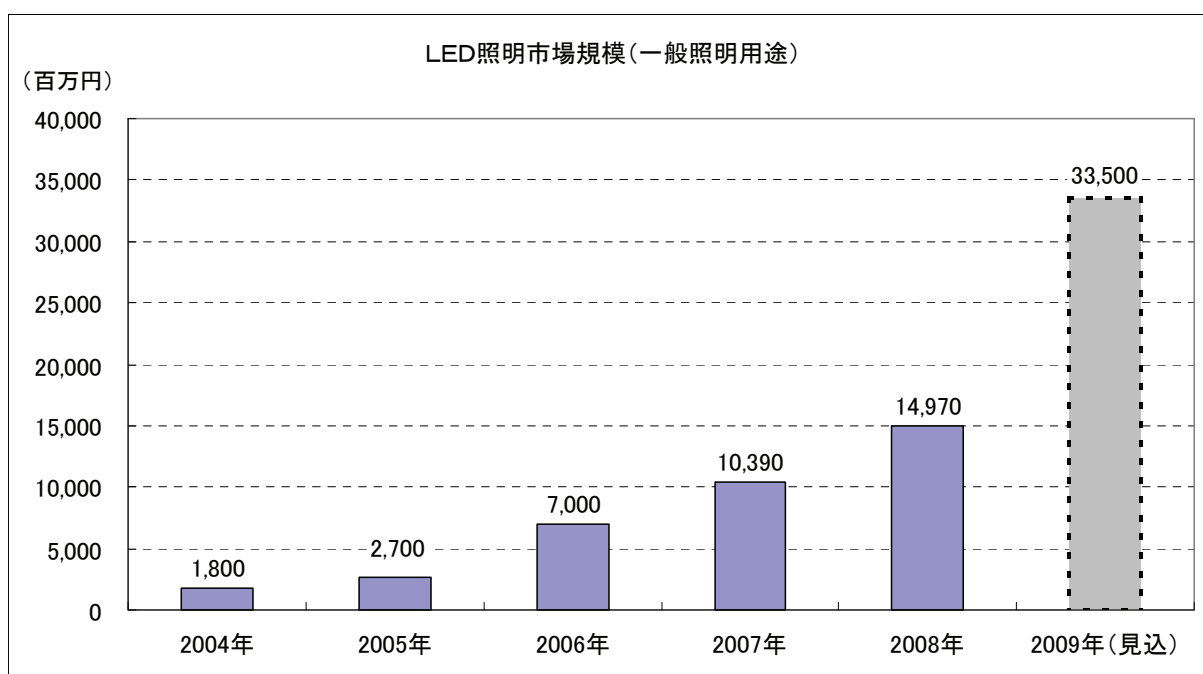
その点において追い風になると期待されるのが、省エネを推進する社会的な風潮である。すでに行政や公共施設においては、省エネ照明の採用が義務付けられているが、民間企業に向けても省エネ法の改正によるエネルギー管理の強化が図られており、また、一般家庭に向けても環境対策関連の税制整備が検討されている。こうした動きは、省エネ照明の採用に繋がる可能性が高い。

こうした流れに併せて、景気も徐々に回復傾向に向かうとみられることから、照明総市場も2009年の大幅な落ち込みから回復に向かうと推測する。しかし、従来の照明用途の範疇において、高付加価値化を図っても、長期的には人口の減少に伴い、市場規模も縮小に向かうと考える。そのため、前述したLED照明や、次世代光源といわれる有機EL照明による新たな需要や付加価値を見出すことが必要となるとみる。

**図 1. 照明総市場(一般照明用途)規模推移と予測**


矢野経済研究所推計

注 1: メーカー出荷金額ベース  
 注 2: (見込)は見込値

**図 2. LED照明(一般用途)市場規模推移と予測**


矢野経済研究所推計

注 3: メーカー出荷金額ベース  
 注 4: (見込)は見込値