

■<本紙アンケート調査>2011 年度壁紙需要先動向 非住宅向け 6.3 ポイント増加
 需要先別「住宅」62.5%、「非住宅」37.5%、「新築」62.9%、「リフォーム」37.1%
 推計需要量「住宅」417,200 千平米、「新築」419,716 千平米

本紙は4月上旬にブランドメーカー及び二次卸を対象に2011年度の需要先を聞くアンケートを実施。その結果、住宅向けが62・5%で、前回調査に比べ6・3%ポイント減少した。一方、住宅・非住宅を問わず、新築・リフォームの比率を聞いた結果は新築が62・9%となった。さらに11年度の壁紙出荷量を6億6、750万㎡と推計、需要先別構成比を当てはめた。住宅向け需要量は417、200千㎡、新築向けは419、716千㎡となった。

調査は例年通り、各社が売り上げた壁紙の需要先を、住宅向けと非住宅向けに分け、構成比を聞いた。併せて非住宅向けを4項目に分類し、非住宅全体を100%とした場合の比率も聞いた。新築・リフォーム向けの比率も聞いた。

需要先比率は表1の通り。全ての回答数値を回答社数で割った平均では、今回はブランドメーカーが住宅56・1%と前回より12・8%減少した。

また、非住宅向けの内訳を表2にまとめた。①から④までの構成比率は前述の通り。需要先別比率に出荷量を当てはめたのが表2。

表3は2011年度壁紙需要先比率新築リフォームをブランドメーカー、二次卸を平均した。

新築・リフォーム向けでは新築向け62・9%、リフォーム向け37・1%となった。

さらに表4は新築・リフォームの構成比と需要量を示した。

需要量は一般社団法人日本壁装協会発表の11年度壁紙出荷量（4月～2月まで）と3月の出荷量を推計したもの。

▽ ▽

アンケートは郵送で依頼。依頼先はブランドメーカー18社、二次卸52社の計70社。有効回答数は42社。サンプル数ブランドメーカー9社、二次卸33社。

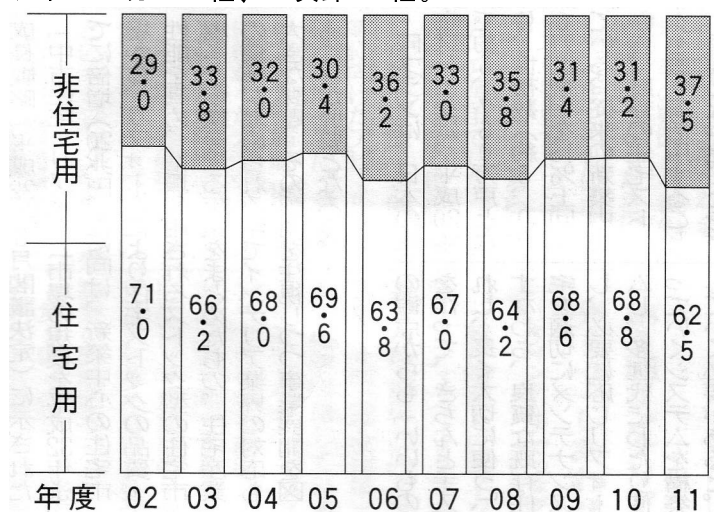


表1 2011年度壁紙需要先比率 住宅・非住宅(%)

	住 宅	非住宅
ブランドメーカー	56.1	43.9
二次卸	68.9	31.1
平均	62.5	37.5

表2 需要先別の壁紙需要の推移(2009-2011年度)

単位：％、千㎡

	2009年度		2010年度		2011年度	
	構成比	需要量	構成比	需要量	構成比	需要量
住宅用	68.6	405,400	68.8	422,800	62.5	417,200
非住宅用	31.4	185,500	31.2	191,700	37.5	250,300
①商業建築	50.4	93,500	49.6	95,100	44.2	110,600
②学校・病院等	15.9	29,500	20.2	38,700	21.1	52,800
③オフィス	20.7	38,400	19.3	37,000	21.7	54,400
④その他	13.0	24,100	10.9	20,900	13.0	32,500
合 計	100.0	590,900	100.0	614,500	100.0	667,500

①～④までの構成比は非住宅用を100%とした場合の比率。①商業建築はホテル、店舗、飲食店、結婚式場など②学校、病院等には体育館等スポーツ・教育施設を含む③オフィスには官公庁施設含む。需要量は、09年度と10年度は日本壁装協会統計をもとに算出した。11年度は本紙の推計による。

表3 2011年度壁紙需要先比率新築・リフォーム(％)

	新築	リフォーム
ブランドメーカー	70.0	30.0
二次卸	55.8	44.2
平均	62.9	37.1

表4 2011年度壁紙需要先比率と需要量(％、千㎡)

	構成比	需要量
新 築	62.9	419,716
リフォーム	37.1	247,784

注意)本書を無断で転載することを禁じます。