

**■<本紙アンケート調査>2010年度壁紙需要先動向 住宅向け0.2ポイント増加
 需要先別「住宅」69%、「非住宅」31%、「新築」62%、「リフォーム」38%
 需要量推計「住宅」4億2千万平米、「新築」3億8千万平米**

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2010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68・8%で、前回調査に比べ0・2ポイント上昇した。一方、住宅・非住宅向を問わず、新築・リフォームの比率を聞いた結果は新築62・2%で0・1ポイント減少。さらに10年度の壁紙出荷量を6億1、450万㎡と推計、需要先別構成比を当てはめた。住宅向け需要量は4億2、280万㎡。新築向けは3億8、220万㎡となった。

調査は例年通り、各社が売り上げた壁紙（数量）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。さらに昨年に続き新築向け、リフォーム向けの比率も聞いた。

出荷量比率は表1の通り。今回はブランドメーカーと二次卸の差がほとんどないのが特徴。全ての回答数値を回答社数で割った平均では、住宅向けが68・8%、非住宅向けが31・2%となった。

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、非住宅全体を100%とした場合の比率となっている。

新築・リフォーム向けでは新築向けが62・2%、リフォーム向けが37・8%となった。需要先別比率に出荷量を当てはめたのが表2。

日本壁装協会発表の10年度壁紙出荷量（4月～2月まで）は平均して4%増加しているため、4%上乗せした数を当てはめ6億1、450万㎡と推計した。

▽ ▽ ▽

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32。回収率は46%。サンプル数ブランドメーカー9社、二次卸23社。

表1 2010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	68.9	31.1
二次卸	68.7	31.3
平均	68.8	31.2

表2 需要先別の壁紙需要の推移(2008-2010年度)

単位：%、千㎡

	2008年度		2009年度		2010年度	
	構成比	需要量	構成比	需要量	構成比	需要量
住宅用	64.2	412,700	68.6	405,400	68.8	422,800
非住宅用	35.8	230,100	31.4	185,500	31.2	191,700
①商業建築	53.7	123,600	50.4	93,500	49.6	95,100
②学校・病院等	18.2	41,900	15.9	29,500	20.2	38,700
③オフィス	18.1	41,600	20.7	38,400	19.3	37,000
④その他	10.0	23,000	13.0	24,100	10.9	20,900
合計	100.0	642,800	100.0	590,900	100.0	614,500

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08年度、09年度は日本壁装協会統計をもとに算出した。10年度は本紙の推計による。

表3 2010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	69.4	30.6
二次卸	59.3	40.7
平均	62.2	37.8

表4 2010年度壁紙需要先比率と需要量(%、千㎡)

	構成比	需要量
新築	62.2	382,200
リフォーム	37.8	232,300

注意)本書を無断で転載することを禁じます。