

アナリストの眼

堅調な出荷額が続く白物家電業界

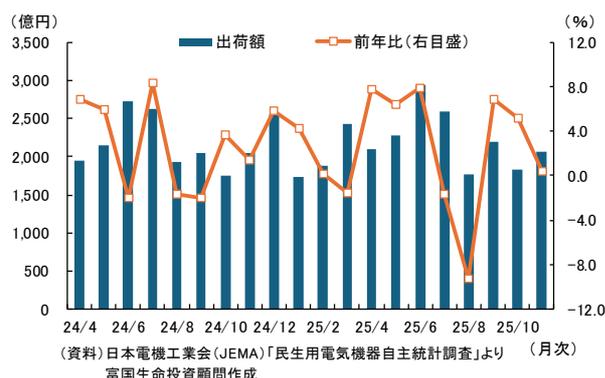
【ポイント】

1. 白物家電の金額ベースでの国内出荷額が堅調である。過去の中国人観光客の爆買いやコロナ禍の巣ごもり特需とは違った動きが見られる。
2. ルームエアコンの伸長と高単価商品がけん引している一方、電気冷蔵庫や電気洗濯機などは低迷している。
3. 「時短」、「省エネ」、「健康」など付加価値のついた商品が人気となっている。AIの活用など、革新的な商品が出てくるかが今後のカギとなつてこよう。

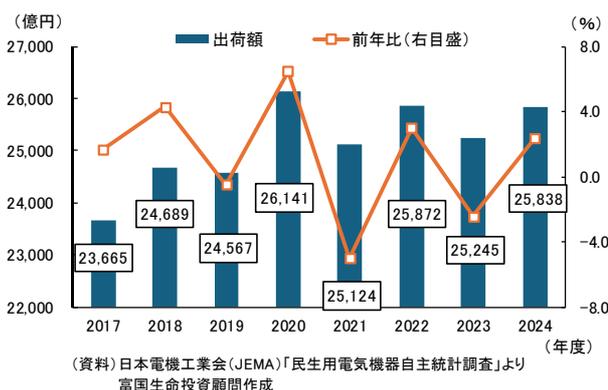
1. 白物家電出荷額が増加傾向

国内の白物家電出荷額が好調である。日本電機工業会（JEMA）が発表している「民生用電気機器国内出荷統計」によると、2025年4～11月の累計出荷実績は、国内出荷金額ベースで1兆7,806億円（前年同期比+3.3%）となった。2024年度に同出荷額が2兆5,838億円（同+2.4%）と2年ぶりにプラスに転じて以来、堅調な動きが続いている（図表1）。国内出荷金額は、2020年度に新型コロナ禍での巣ごもり需要増加（調理家電、空気清浄機等）と特別定額給付金支給などによる押し上げ効果で、金額ベースで2兆6,141億円（同+6.5%）と高水準を記録した。その後2021年度～2024年度はプラスマイナスが交互に続いていたが、2025年度は久しぶりに2年連続プラスとなる可能性が高まっている（図表2）。

図表1. 白物家電出荷額（月次）



図表2. 白物家電出荷額（年度）



白物家電は、2013～2014年頃に、中国人観光客など訪日外国人中心に、炊飯器や理美容家電など特定品目の大口購入（いわゆる爆買い）により、出荷額が伸びた時期があったが、2015年度をピークにその動きは徐々に沈静化していった。その後新型コロナウイルスの流行による2020年度の巣ごもり特需とその後の反動を経て、現在の好調な動きはまたそれらとは違った様相が見られる。

2. 季節家電が好調の一方で、買い替えサイクルの長い商品は低迷

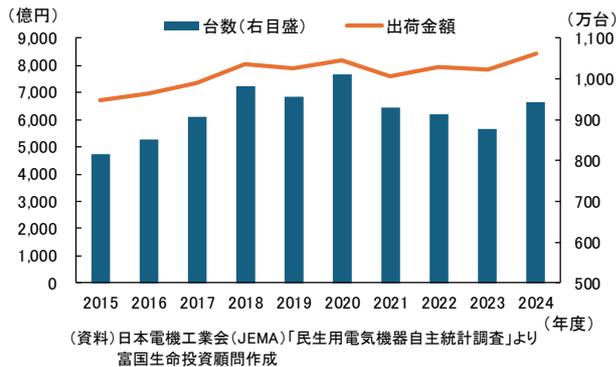
最近の動向を品目別で見ると、いくつかの傾向がみられる。

① ルームエアコンの好調

白物家電売上全体の中で約3割強を占めるルームエアコンが、夏の猛暑により販売台数と出荷金額が伸びていることが大きく寄与している（図表3）。ルームエアコンの2025年4～11月の累計出荷台数は前年比+4.1%、累計出荷金額は+8.9%と他の白物家電よりも上昇幅が大きい。電気代上昇による省エネ需要の高まりなどから、単価の高い高付加価値品の出荷が好調なことが金額ベースの押し上げにつながっていると考えられる。

実際にルームエアコンの平均単価は、2020年度は8万1千円だったが、2024年度は8万9千円台、2025年度は11月までで9万5千円台に上昇している（図表4）。出荷台数は気候変動に左右されるものの、近年は秋の残暑など例年の平均気温を上回ることが多くなっており、2025年11月の売上台数も前年比+1.5%となった。ルームエアコンは2020年の新型コロナ禍で、在宅勤務の定着などにより年間出荷台数が1,000万台を超えたことがあったが、その後も870万台～940万台程度の高水準の出荷台数を継続している。気温に左右されやすい商品だが、定期的買い替え需要が発生して消費者のエコ志向もあるため、今後も堅調な出荷台数、出荷金額が期待できそうである。

図表3. ルームエアコン出荷台数・金額



図表4. ルームエアコン平均単価



② 電気冷蔵庫、電気洗濯機などは低迷

一方で、電気冷蔵庫（2025年4～11月の累計出荷金額前年比▲5.2%）や電気洗濯機（同▲1.0%）は金額ベースでマイナスとなっているが、どちらも出荷台数ベースではプラスで推移している。電気冷蔵庫は401ℓ以上の大容量が台数ベース、金額ベースともマイナス幅が大きい一方で、単価の低い中容量、小容量クラスが比較的堅調である。また電気洗濯機も低価格帯の需要増や、大手ホームセンターなどが手頃な10万円台のドラム式電気洗濯機を発売するなど競争が激しくなったことが金額ベースでのマイナスに繋がっている。加えて単身・二世帯の増加や実質賃金が伸び悩んでいる影響なども考えられる。

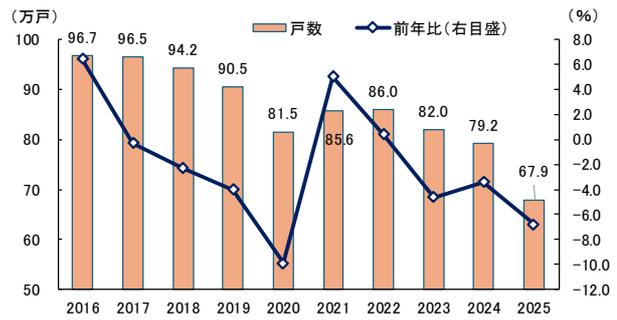
また電気冷蔵庫の平均使用年数は13.5年、電気洗濯機は10.0年（内閣府「消費動向調査2025年3月調べ」、図表5）と買い替えまでの期間が長期化する中で、白物家電の買い替え動機の先行指標と言われている新設住宅着工件数が、中期的に減少傾向にあることも低迷の一因と見られる（図表6）。引っ越し件数も緩やかに減少傾向にあるため、買い替え動機が喚起されにくい。国内の少子高齢化や人口減少による市場規模縮小、建設業界の人手不足問題等を考えると、件数ベースで見ると短期的に大幅な伸びは期待しづらいであろう。

図表 5. 主要耐久財の買い替え状況

品目	平均使用年数(年)	買替え理由(%)			
		故障	上位品目への移行	住居の変更	その他
ルームエアコン	14.2	72.1	9.9	4.3	13.7
電気冷蔵庫	13.5	65.7	11.0	9.7	13.6
カラーテレビ	10.5	66.8	21.3	5.1	6.7
電気洗濯機	10.0	76.0	6.8	6.8	10.3
パソコン	7.6	48.5	27.6	0.4	23.4
電気掃除機	7.2	71.0	15.9	3.0	10.2
携帯電話	4.3	38.7	24.3	0.3	36.6

(資料)内閣府「消費動向調査」より富国生命投資顧問作成

図表 6. 新設住宅着工戸数推移



(資料)国土交通省「新設住宅着工戸数」より富国生命投資顧問作成 (備考) 2025年は1~11月までの累計値

③ 高機能品、時短家電など高付加価値商品の好調

その他品目では二極化の動きが見られる。まず食器洗い乾燥機、ジャー炊飯器 (IH 炊飯器等)、空気清浄機などは出荷額の伸びが目立っている。これらは金額ベースだけでなく数量ベースでも前年同期比プラスで推移しており、単価の高い商品の購入が目立つ (図表7)。消費者は、高価格を受け入れる代わりに、「時短」、「省エネ」、「健康」といった付加価値のついた商品を積極的に購入する動きが見られている。

一方で、「小物白物」とも言える電気アイロン、トースター、ホットプレートなどは、数量、金額ともにマイナス幅が大きい。これらは平均単価が数千円~1万円程度で大きな機能的進歩がないため値上げがしにくく、故障しない限り買い替え動機も起こりにくい。付加価値をつけにくい商品であることが、出荷額が弱い一因となっている。

図表 7. その他品目の出荷台数、出荷金額、平均単価 (2025 年 4~11 月累計値)

品目	数量(千台)	前年比(%)	金額(百万円)	前年比(%)	平均単価(円)
食器洗い乾燥機	503	3.9	34,332	13.2	68,254
ジャー炊飯器	2,794	0.4	68,821	6.3	24,632
空気清浄機	990	13.2	33,055	12.7	33,389
電気アイロン	451	▲9.8	2,235	▲11.5	4,956
トースター	1,055	▲7.2	7,014	▲4.0	6,648
ホットプレート	284	▲6.5	2,982	▲5.0	10,500

(資料)日本電機工業会(JEMA)「民生用電気機器自主統計調査」より富国生命投資顧問作成

3. 今後の見通し

国内白物家電市場は、少子高齢化や普及率の高さ、買い替えサイクル長期化により成熟市場と言え、「数量を追う」時代から「金額と利益率を追求する」時代へと移行している。夏の猛暑や新型コロナ禍の衛生意識の高まりのような外的要因がない限り、今後も数量ベースで大幅なプラス成長を狙うのは難しいと見られる。

昨今は原材料高や物流費高騰を価格転嫁する動きも見られる中で、付加価値の高い高単価商品へのシフトが金額ベースでの増加に貢献した。今後は白物家電も価格に見合う革新的な価値 (AI の活用による完全自動化やメンテナンスフリー等) を消費者に提供できるかどうか数量ベースの落ち込みを補い、好調を維持する鍵となってきた。

(富国生命投資顧問 (株) チーフアナリスト 佐野 淳)