



## 慶應義塾大学ビジネス・スクール

# ニトリと大塚家具

5

## 家具・インテリア小売店の市場環境・業界特性

家具を含むインテリアの市場規模（小売額ベース）は、バブル崩壊以降減少を続け、2001年には約4兆円規模だったものが、リーマンショックの影響で2009年には3兆円を割り込んでしまった<sup>[1]</sup>。その後徐々に回復しているが、2014年において3兆5千億円ほどとなっている。この市場を細分化すると、「ベッドリネン・寝具」、「タオル製品」、「ナイトウェア・ホームウェア」、「ホームファニチュア」、「ホームライティング」、「インテリアファブリックス」、「キッチン・テーブルウェア」に分類することができる（図表1参照）。このなかでもっとも市場規模が大きいのが「ホームファニチュア」であり、約1兆円となっている。

10

15

図表 1. ホームファッション 7 分野別詳細品目

主要 7 分野	主要品目
ベッドリネン・寝具	シーツ、各種カバー類、布団類、毛布類、まくら類等
タオル製品	タオル製品、タオル地
ナイトウェア・ホームウェア	パジャマ、ネグリジェ、ローブ、ラウンジウェア等
ホームファニチュア	箆笥類、椅子類、棚類、ベッド、ソファ、ダイニングテーブル等
ホームライティング	据置型、卓上型、ペンダント型、等各種照明器具
インテリアファブリックス	カーテン、ブラインド、スクリーン、絨毯、カーペット、壁紙等
キッチン・テーブルウェア	陶磁器、ガラス、カトラリー、調理器具等

20

25

出所：矢野経済研究所

[1] 矢野経済研究所『ホームファッション市場に関する調査結果 2015』

本ケースは、慶應義塾大学ビジネス・スクール准教授 村上裕太郎がクラス討議資料として作成した。ケース内の記述は公表資料にもとづき作成している。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話 045-564-2444、e-mail: case@kbs.keio.ac.jp）。また、注文は <http://www.kbs.keio.ac.jp/> へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。

30

Copyright © 村上裕太郎（2016年12月作成）