

令和2年度

ロシア地域貿易投資促進事業

ロシア新規市場開拓可能性調査

ロシアでのタンクレストイレ及び 温水洗浄便座製品需要

2021年3月

一般社団法人 ロシアNIS貿易会
ロシアNIS経済研究所

序 文

近年、生活の質が向上してきたロシアでは、高級感ある製品、生活において衛生面で向上の図れる商品やサービスへの関心が広く高まりつつある。また住居周りではデザイナー監修のバスルームが人気を博し、生活の場で使用される製品についても意匠面でのこだわりが見られるようになってきている。このような状況を踏まえ、ここ 10 年程の期間で日本企業が海外市場へ展開するようになったタンクレストイレについて、ロシアでどの程度の需要が見込まれるのか、市場分析を行うこととした。タンクレストイレは掃除のしやすさから衛生面で評価が高く、コロナ禍を受けて需要が高まることも見込まれる。そして、一定所得層以上の消費者や関連事業者を対象に詳細かつ大規模なアンケート調査を実施、市場開拓可能性についてより具体的な情報提供ができるようにも努めた。

これに加え、同じく衛生面で評価が高い、温水洗浄便座製品の需要調査も実施することとした。昨年度実施したロシアでの温水洗浄便座への認知度や需要に係る調査では、高所得層を対象とした高価格帯の製品展開が効果的である可能性があることが判明した。このため、温水洗浄便座製品に関し、今回は調査対象とする市場セグメントを絞り込んだ形で分析を行った。

本報告書作成にあたって実施したアンケート調査は、消費者 400 人、事業者 400 社を対象に大規模に実施されたものであり、居住都市、年収、家族構成、性別等によってある製品に対する嗜好や関心がどのように変わるのか、それを実証的に示した例ともなっている。したがって、本報告書は、タンクレストイレや温水洗浄便座市場に関心ある方のみならず、ロシアのエンドユーザー向け市場に関心のある、皆さまの一助となるだろうと考えている。

本報告書は、令和 2 年度ロシア地域貿易投資促進事業・ロシア新規市場開拓可能性調査の一環として、経済産業省の助成を得て刊行された。本事業の実施にあたり、多大なご協力を賜った経済産業省、調査の過程で貴重なご助言をいただいた専門家、企業関係者、当会会員、関係各位に改めて御礼申し上げたい。

2021 年 3 月

一般社団法人 ロシア N I S 貿易会
会 長 村山 滋

目次

1. 第一部 2017～2019年ロシアのタンクレストイレ市場分析および2024年までの市場予測 1
2. 第二部 2017年～2019年のロシア温水洗浄便座市場の分析と2024年までの市場予測 139

(第一部)

**2017～2019 年ロシアのタンクレストイレ市場分析
および 2024 年までの市場予測**

目次

分析 2017～2019 年のロシアにおけるタンクレストイレ市場の分析および 2024 年までの予測	9
1. ロシアにおけるタンクレストイレ市場概観	9
1.1. タンクレストイレについて	9
1.2. ロシア市場の主な特徴	10
1.3. 生産高	11
1.4. 市場における輸入品比率	12
1.5. 2017～2019 年の市場規模推移、潜在的市場規模	12
1.6. 調査対象市場の現在の傾向および発展の展望	13
1.7. 市場に影響を与える要因の評価	13
1.7.1. 社会的要因	13
1.7.2. 技術的要因	14
1.7.3. 経済的要因	14
1.7.4. 政治的要因	14
1.8. 市場の構成	15
1.8.1. タンクレストイレの種類別市場構成	15
1.8.2. 価格セグメント別市場構成(エコノミー、ミドル、アッパーミドル、プレミアム)	15
1.8.3. 地域別市場構成	16
1.8.4. 消費セグメント別市場構成(B2B/B2C)	17
2. 2017～2019 年におけるロシア・タンクレストイレ市場での輸入品の分析(コード TN VED 6910)	18
2.1. 2017～2019 年における輸入推移(数量ベースおよび金額ベース)	18
2.2. 価格セグメント別輸出構成の推移(エコノミー、ミドル、アッパーミドル、プレミアム)、2017～2019 年	20
2.3. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの輸入推移(数量および金額ベース)、2017～2019 年	21
2.4. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの輸入構成、2017～2019 年	22
2.4.1. 生産国別輸入構成(数量および金額ベース)	22
2.4.2. メーカー別輸入構成(数量および金額ベース)	23
2.4.3. 輸入元・企業別輸入構成(数量および金額ベース)	25
2.4.4. タンクレストイレのモデル別輸入構成(数量および金額ベース)	27

2.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属する輸入タンクレストイレのメーカー、輸入量、モデルラインアップ	29
2.6. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレ大手輸入業者および輸入量	35
3. ロシア市場に流通しているアッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ競合メーカー・トップ20の分析	37
3.1. 市場での競争レベル	37
3.2. 市場最大手プレイヤー	37
3.3. 大手メーカーの市場占有率	39
3.4. アッパーミドルおよびプレミアム価格帯のタンクレストイレ品目分析	40
3.5. 主要メーカーの超高価格帯(4万ルーブル以上)タンクレストイレ詳細分析	49
3.6. 競合各社の強みおよび弱み	52
4. アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレのディストリビューター上位10社の分析	56
4.1. 最大手市場プレイヤー	56
4.2. 製品品目の分析、価格セグメント	57
4.3. 製品流通チャネル	58
4.4. 競合企業のマーケティング活動	59
4.5. 競合企業の長所と短所	60
5. アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレの消費分析	61
5.1. 市場の飽和	61
5.2. ロシアにおける主要な消費トレンド	62
5.3. 消費分野別市場構成	62
5.4. 大手ユーザー	63
5.5. ターゲットユーザーの特徴	69
5.6. 実施された競争入札結果の分析	73
6. 危機下における当該分野の実態分析	75
7. 市場予測	76
7.1. 市場に存在する障害	76
7.2. 市場拡大の牽引役	77
7.3. 2024年までの市場発展予測	77
7.4. ロシア市場進出に関する提言	78

アンケート結果： アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレのユーザーとディストリビューター／供給元に対するアンケート調査	81
1. 対面調査(アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメント(2万 5,000 ルーブル以上)のタンクレストイレを買う可能性があり、世帯年収が 180 万ルーブルを超え、過去2年間にトイレのリフォーム経験のある者を対象とする)	81
1.1. 世帯年収、性別、年齢、居住地域	81
グラフ 1.2. 大手メーカーの ROCA、KOHLER、Vileroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche などへの認知度	83
1.3. 実際に購入したことがあるかどうかについて	85
1.4. 購入したことのある者への質問	85
1.4.1. 購入した時期、場所、購入価格、購入したブランド、購入数、購入品から得られた満足度(購入結果)	85
1.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントの製品への要望(自由回答質問)	93
1.6. これらの価格帯の製品を購入するとしたら1台につきいくらまでなら出せるか、またその価格で何台買うことを計画しているか	103
2. モスクワ市、モスクワ州およびサンクトペテルブルグに所在する、アッパーミドルおよびプレミアム価格帯(2万 5,000 ルーブル以上)のタンクレストイレの潜在的ユーザー／ディストリビューター／あるいは代理店 400 社に対する電話アンケート	104
2.1. 企業の種類、規模、活動地域	104
2.2. 大手メーカーの ROCA、KOHLER、Vileroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche などの認知度	106
2.3. 購入経験の有無	108
2.4. 購入した経験のある企業への質問	108
2.4.1. 購入時期、購入場所、購入額、購入したブランド、購入数、購入満足度(購入結果)	108
2.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントの製品に対する要望(自由回答質問)	117
2.6. 製品の選択・購入を決定する際、何に注目したか(自由回答質問)	127
2.7. 製品の選択と購入の決定を社内で任されている者の役職名(自由回答質問)	137
2.8. これらの価格帯の製品を購入するとしたら 1 台につきいくらまで出せるか、またその際に何台購入する可能性があるか	138

グラフィスト

図(グラフ)1 タンクレストイレおよび取付スタンド全体図	9
グラフ2 ロシアでのタンクレストイレ生産高の推移(100 万ルーブル、2017～2019 年)	11

グラフ3 ロシアのタンクレストイレ市場における輸入品とロシア製品の金額ベースシェア(％、2017～2019年)	12
グラフ4 タンクレストイレ市場規模の推移(100万ルーブル、2017～2019年)	12
グラフ5 タンクレストイレの種類別市場構成(％、2019年)	15
グラフ6 タンクレストイレ市場の価格セグメント別構成(％、2019年)	16
グラフ7 タンクレストイレ市場の企業・市場参加者の所在地域別構成(％、2019年)	16
グラフ8 タンクレストイレ市場の消費地域別構成(％、2019年)	17
グラフ9 タンクレストイレ市場の消費セグメント別構成(％、2019年)	17
グラフ10 ロシアでのタンクレストイレ輸入量の推移(数量ベース:台、2017～2019年)	18
グラフ11 2017～2019年におけるロシアへのタンクレストイレ輸入額推移(100万ドル)	18
グラフ12 ロシアへのタンクレストイレ輸入額推移(金額ベース:100万ルーブル、2017～2019年)	19
グラフ13 輸入タンクレストイレの価格セグメント別構成(台数ベース、％、2017～2019年)	20
グラフ14 輸入タンクレストイレの価格セグメント別構成(ドル建て金額ベース、％、2017～2019年)	20
グラフ15 アッパーミドルおよびプレミアム価格帯に属するタンクレストイレ輸入量推移(台、2017～2019年)	21
グラフ16 アッパーミドルおよびプレミアム価格帯に属するタンクレストイレの輸入量推移、100万ドル(輸入価格、2017～2019年)	22
グラフ17 ロシアにおけるタンクレストイレ市場最大手メーカーのシェア(金額ベース、％、2019年)	40
グラフ(図)18 ライフサイクルの観点から見た、アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ・ロシア市場の発展モデル	61
グラフ19 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ市場の消費部門別構成(％)	62
グラフ20 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ・ターゲットユーザーに関する特徴(％)	69
グラフ21 同上価格に属するタンクレストイレのターゲット(法人)ユーザーの項目別特徴(％)	71
グラフ22 2020～2024年におけるロシアのタンクレストイレ市場規模予測(100万ルーブル)	77
グラフ23 個人回答者の居住地域別分布、％	81
グラフ24 個人回答者の性別分布、％	81
グラフ25 個人回答者の年齢別分布、％	82
グラフ26 個人回答者の世帯年収別分布、％	82
グラフ27 ROCA、KOHLE、Villeroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche 各メーカーの認知度に関するアンケート回答の分布(％)	83

グラフ 28	温水洗浄便座やタンクレストイレの所有／購入経験に関する回答の分布(%)	85
グラフ 29	タンクレストイレ購入時期に関する回答の分布(%)	85
グラフ 30	タンクレストイレ購入場所に関する回答の分布(%)	86
グラフ 31	タンクレストイレの価格に関する回答の分布(%)	86
グラフ 32	購入したタンクレストイレのブランドに関する回答の分布(%)	87
グラフ 33	購入したタンクレストイレの台数に関する回答の分布(%)	87
グラフ 34	タンクレストイレ購入の満足度に関する回答の分布(%)	88
グラフ 35	温水洗浄便座とタンクレストイレをセット購入／別個に購入したかという質問に対する回答分布(%)	88
グラフ 36	温水洗浄便座とタンクレストイレのセット購入時期に関する回答分布(%)	89
グラフ 37	温水洗浄便座とタンクレストイレのセット購入場所に関する回答の分布(%)	89
グラフ 38	購入した温水洗浄便座とタンクレストイレのセット価格に関する回答分布(%)	90
グラフ 39	購入した温水洗浄便座とタンクレストイレのブランドに関する回答分布(%)	90
グラフ 40	購入した温水洗浄便座とタンクレストイレのセット数に関する回答分布(%)	91
グラフ 41	タンクレストイレ購入(温水洗浄便座とは別に購入)時期に関する回答分布(%)	91
グラフ 42	タンクレストイレ購入(温水洗浄便座とは別に購入)場所に関する回答分布(%)	92
グラフ 43	(温水洗浄便座とは別に)購入したタンクレストイレ購入の価格に関する回答分布(%)	92
グラフ 45	アッパーミドル、プレミアム価格セグメントタンクレストイレへの評価、要望・要求のまとめ(回答数)	102
グラフ 46	回答者がタンクレストイレ1台に払えるとする最大金額の回答分布(%)	103
グラフ 47	タンクレストイレの購入を予定している回答者が必要とする台数の回答分布(%)	104
グラフ 48	法人(企業)回答者の所在地別部分布(%)	104
グラフ 49	法人(企業)回答者の規模別分布(%)	105
グラフ 50	ROCA、KOHLE、Villeroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche 各メーカーの認知度に関する回答の分布(%)	106
グラフ 51	温水洗浄便座とタンクレストイレ購入経験の有無に関する回答分布(%)	108
グラフ 52	タンクレストイレ購入時期に関する回答分布(%)	108
グラフ 53	タンクレストイレ購入場所に関する回答分布(%)	109
グラフ 54	購入したタンクレストイレの価格に関する回答分布(%)	109
グラフ 55	購入したタンクレストイレのブランドに関する回答分布(%)	110

グラフ 56	購入したタンクレストイレ台数に関する回答分布(%)	110
グラフ 57	購入したタンクレストイレに対する満足度に関する回答分布(%)	111
グラフ 58	温水洗浄便座とタンクレストイレをセットで購入したか別々に購入したか(%)	111
グラフ 59	温水洗浄便座とタンクレストイレのセット購入時期に関する回答分布(%)	112
グラフ 60	温水洗浄便座とタンクレストイレのセット購入場所に関する回答分布(%)	112
グラフ 61	温水洗浄便座とタンクレストイレのセット購入価格に関する回答分布(%)	113
グラフ 62	購入した温水洗浄便座とタンクレストイレのブランドに関する回答分布(%)	113
グラフ 63	購入した温水洗浄便座とタンクレストイレのセット数に関する回答分布(%)	114
グラフ 64	タンクレストイレ購入(温水洗浄便座とは別に購入)時期に関する回答分布(%)	114
グラフ 65	タンクレストイレ購入場所(温水洗浄便座とは別に購入)に関する回答分布(%)	115
グラフ 66	タンクレストイレ購入(温水洗浄便座とは別に購入)価格に関する回答分布(%)	115
グラフ 67	(温水洗浄便座とは別に)購入したタンクレストイレのブランドに関する回答分布(%)	116
グラフ 68	タンクレストイレ購入台数(温水洗浄便座とは別に購入)に関する回答分布(%)	116
グラフ 69	アッパーミドル、プレミアム価格のタンクレストイレへの評価基準、要望、要求の回答数(%)	126
グラフ 70	タンクレストイレまたは同様の製品を選択、購入するときに企業が注目した事項(%)	127
グラフ 71	製品の選択と購入の決定を社内で任されている者の役職に関する回答分布(%)	137
グラフ 72	各企業がタンクレストイレ1台に支出できる上限額(ルーブル)	138
グラフ 73	タンクレストイレの購入予定がある企業が必要としているタンクレストイレの最大台数(%)	138

表リスト

表1	数量ベース(台)および金額ベース(ドル、輸入価格)でのアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの生産国別輸入構成(%, 2017~2019年)	22
表2	数量ベース(台)および金額ベース(ドル、輸入価格)でのアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレのメーカー別輸入構成(%, 2017~2019年)	23
表3	数量ベース(台)および金額ベース(ドル、輸入価格)でのアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの輸入元・企業別輸入構成(%, 2017~2019年)	25
表4	数量ベースおよび金額ベースでのアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレのモデル別輸入構成(%, 2019年)	27
表5	アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレのメーカー(グループ)別輸入(単位は表中に表示, 2017~2019年)	29

表6 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ大手輸入業者による輸入量(単位は表中に表示、2017~2019年)	35
表7 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ市場の大手プレイヤー	38
表8 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属する便器メーカートップ 20 のタンクレストイレモデル品目	40
表9 ロシア市場に投入されている超高価格帯(4万ルーブル以上)タンクレストイレ品目	49
表 10 アッパーミドル・プレミアム価格に属するタンクレストイレメーカーの長所と短所	52
表 11 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ市場のディスリビューター	56
表 12 アッパーミドル・プレミアム価格に属するタンクレストイレのディスリビューター・トップ 10 が取り扱う製品品目(2019年)	57
表 13 製品の流通チャネル	58
表 14 製品およびブランドのプロモーション方法	59
表 15 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ・ディスリビューターの長所と短所	60
表 16 大手法人ユーザー	63
表 17 2019年1月1日~2020年10月31日までの期間に締結されたタンクレストイレ競争入札契約(単位は表中に表示)	73
表 18 品目コード 6910000000 に関する輸入の 2019年1月~10月期と 2020年同期間との比較(%)	75
表 19 タンクレストイレ市場に投資上の魅力を与える諸要因と評価	78
表 20 温水洗浄便座とタンクレストイレの他メーカー名を尋ねた際の回答(回答数)	84
表 21 アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の製品への要望	93
表 22 調査対象法人(企業)の業種比率(%)	105
表 23 温水洗浄便座とタンクレストイレのメーカーの認知度に関する回答内訳	106
表 24 アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレに対する要望	117
表 25 タンクレストイレまたは同様の製品を選択、購入する際に企業が注目する事項	128

分析 2017～2019 年のロシアにおけるタンクレストイレ市場の分析および 2024 年までの予測

1. ロシアにおけるタンクレストイレ市場概観

1.1. タンクレストイレについて

近年、クラシカルな床置式や壁置式に代わり、タンクレストイレを選ぶ人がますます増えており、流行の兆しを見せ始めている。タンクレストイレの発祥の地は米国とされる。米国では公衆トイレに設備を適切に配備するために、20 年以上前にこのタイプの便器が選ばれたと言われる。その後、このタイプの設備を使用する利便性を分析し、米国人がこの便器をどこにでも設置するようになり、世界各国が追随した。また、この便器の人気が高まった背景には「ミニマリズム」のスタイルが流行したことがある。

図(グラフ)1 タンクレストイレおよび取付スタンド全体図



タンクレストイレの主な特徴は床面に接触していないことである。また、壁にも直接固定されていない。

取付には取付スタンドと呼ばれる金属製フレームが使用される。このフレームの内部には水洗トイレタンクや、便器に接続される排水管が取り付けられている。取付スタンドは仕上材で被覆されているため、便器が壁に固定されているかのような印象を与える。

タンクレストイレは以下のような重要な長所を備えている：

- 現代的で魅力的な外観。滑らかで平らな表面を有する縁なしの便器がひととき目を惹く。様々な形があるので、トイレの内装に合わせて便器を選ぶことができる。
- 床の清掃が容易である。便器が適度な高さに設置されているため、便器下の床を清掃できる。
- 床暖房が可能である。トイレにタンクレストイレが採用されていれば、床暖房を設置できる。
- 場所の節約。便器は壁に密着しているため、10～15 cmの使用可能面積を確保できる。これは狭いトイレにとっては重要である。
- 水洗システムの信頼性。水洗システムにアクセスできないので、多くのユーザーは保守点検できないことを心配する。しかし、タンクレストイレの場合には、水洗システムのメカニズムは通常の便器と比較して、信頼性が高く、寿命が長い。メーカーは水洗システムに5年間、あるいは10年間もの保証を付与している。しかも装置の耐用期間はメーカー保証期間よりはるかに長い。

- 配水管が視界に入らない。全てのパイプが隠れているので、タンクレストイレを採用したトイレのインテリアはより調和がとれ、魅力的である。
- 半分の水量で水洗するメカニズムなので、多くのモデルで水を節約できる。
- 取付スタンドには遮音層が追加されているので、便器からの騒音は少ない。

タンクレストイレには以下のような欠点がある：

- ✓ 高価格。取付スタンド付の便器の価格は通常の便器よりも高い。
- ✓ 据付が難しい。通常の便器であれば、自分でも取付が可能だが、タンクレストイレの据付には専門業者に依頼する必要がある、費用が余計にかかる。
- ✓ トイレの内装の手直しが必要になる。便器の据付にはトイレ内のリフォームを伴う。ただし、手直しが必要になるのは便器が取り付けられる1つの壁面のみである。
- ✓ 配水管へのアクセスが難しい。取付スタンドを覆っている化粧パネルが、パイプやバルブへのアクセスが必要な時にそれを遮っている。この場合、仕上材を全て撤去し、仕切りを解体し、修理後には、またそれらを元に戻さなければならない。

タンクレストイレには「水飛沫防止」システムなどの様々な器具を装着することができる。このような構造では排水口の中心がズラされて設置されており、排水時の水飛沫を減衰させる。便器ボウルには汚れ防止用の釉が塗布されており、ボウル内面に汚れの薄層や錆が付着するのを防止している。

タンクレストイレのいくつかのモデルには以下のようなオプション機能を追加で装備できる：

- エアレーション
- 内蔵温水洗浄機能
- ブロワー
- 乾燥
- 操作パネルによる水洗機能の遠隔操作
- 温度調節付きの便座暖房等

ただし、オプション機能はタンクレストイレのモデル価格に直接影響することを考慮せねばならない。

1.2. ロシア市場の主な特徴

ロシアにおけるタンクレストイレ市場の主な特色および特徴は以下の通りである：

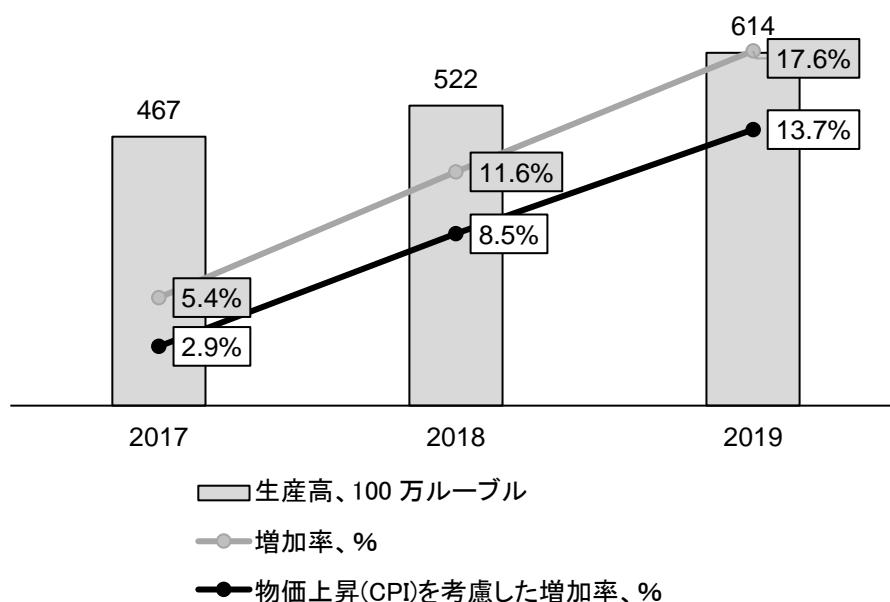
- ロシアにおけるタンクレストイレの市場は未発達の状態にあり、現状飽和状態には至っていない
- ロシアのバス・トイレ設備メーカーの製造品目にはプレミアムモデルが含まれているものの、現在のところ、こうしたラインアップは市場に投入されておらず、メーカー同士や輸入品メーカーとの間では、特に「エコノミー」、平均的な価格のセグメントでの競争が展開
- 市場では輸入品が優勢

- メーカーはエコノミー・セグメント（7,000～1万ルーブル）から高価格セグメント（90万ルーブル以上）までの様々な価格帯のタンクレストイレを販売
- 現在、タンクレストイレ市場へは、国民の実質所得の低下傾向をはじめとして、多くの否定的な要素が影響を及ぼしている
- タンクレストイレは生活必需品ではないため、需要弾力性のレベルがかなり高くなる。価格が高くなると、消費者はより安価なモデルを選ぶか、購入をまったく（あるいは一時的に）あきらめてしまい、累積需要が形成
- ロシアにおけるタンクレストイレの供給分布は全体としてはほぼ均等であるが、B2B および B2C での需要は住民の平均収入が高く、企業が密集している大都市に特に集中
- タンクレストイレ競合メーカーの集中レベルは低く、市場には多くの企業や多数のモデルが登場

1.3. 生産高

ロシアの OKPD 2（全ロシア経済活動業種による製品分類）コード分類では、タンクレストイレを示す個別コードが設けられておらず、生産高は OKPD 2 の総合コード：(23.42.1)「セラミック製バス・トイレ設備」に包含されている。タンクレストイレというサブグループを抜き出した製造（個数）に関する公式統計データがなく、数量での市場分析はきわめて困難である。そのため、生産高は主要な競合メーカーの売上高に関するロシア国家統計局のデータや、各社サイトに掲載された企業の製品品目から特定された、各競合メーカー売上高に占めるタンクレストイレ販売高の推定割合に基づいて算定した。以下のグラフは 2017～2019 年におけるロシアでのタンクレストイレ生産高の推移を示している。

グラフ2 ロシアでのタンクレストイレ生産高の推移(100万ルーブル、2017～2019年)



出所：ロシア国家統計局、GIDMARKET

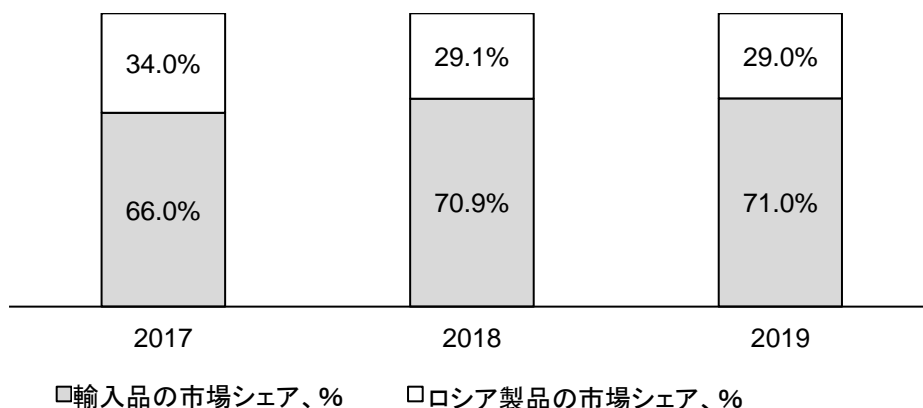
タンクレストイレ生産高の推移は直線的であり、毎年増え続けている。現行価格で最も高い伸びを示したのは 2019 年であったが、これはメーカーの価格の推移と、品目の拡大によるものであった。2019

年には生産高は6億1,400万ルーブルになり、現行価格では2018年比で17.6%伸び、物価上昇を加味した不変価格では2018年比で13.7%伸びた。

1.4. 市場における輸入品比率

タンクレストイレ市場における輸入品とロシア国産品シェアに関するデータをいかに示す。

グラフ3 ロシアのタンクレストイレ市場における輸入品とロシア製品の金額ベースシェア(%, 2017~2019年)



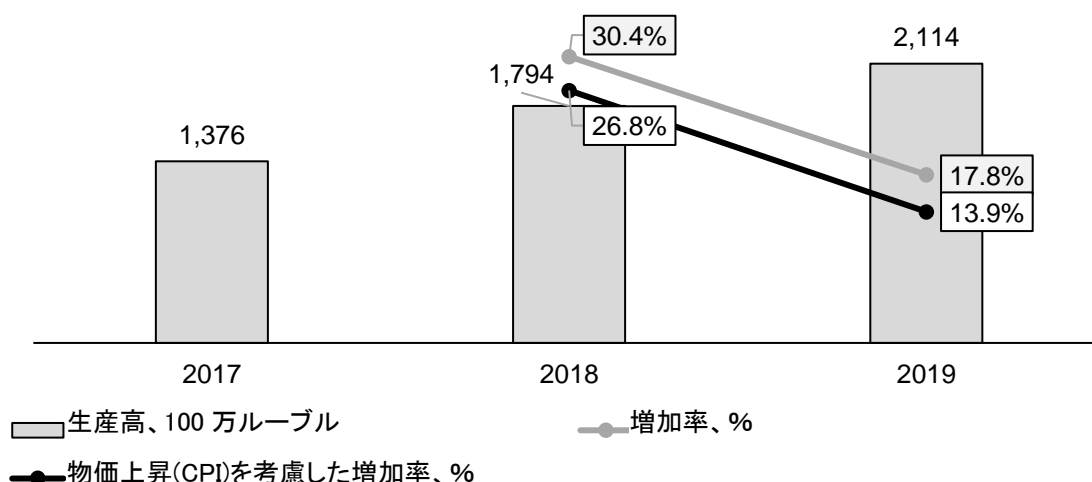
出所: ロシア国家統計局、連邦税関庁、GIDMARKET

価格面で見ると、2017年にロシア製品はタンクレストイレ市場で3分の1(34%)を占めていたが、2018年と2019年には輸入品がプレゼンスを強化、そのシェアは増加傾向を見せて70%を超えた。これはタンクレストイレのロシアへの輸入が生産成長率を上回って増加したことによるものである。

1.5. 2017~2019年の市場規模推移、潜在的市場規模

上述のように、分析対象の便器の国内生産量に関する統計がロシア全体でも、メーカー企業別でも存在しないために、数量による市場規模の分析はかなり難しい。価格面での市場規模を以下に示す。

グラフ4 タンクレストイレ市場規模の推移(100万ルーブル、2017~2019年)



出所: ロシア国家統計局、連邦税関庁、GIDMARKET

上記の期間において数値は毎年増え続けている。ただし、輸入が急速に伸びていることとその割合が大きいため、市場は生産指標の変化よりも活発に推移している。2019年に市場規模は約21億ルーブルとなり、現行価格では2018年比で17.8%伸び、不変価格では13.9%伸びた。

ロシアにてタンクレストイレの主要な競合製品であり、代替品となるのは床置便器である。床置便器の方が輸入台数が少ないにもかかわらず、ロシアメーカーの品目は壁掛式よりも、床置きの方がはるかに幅広い。当該商品グループの毎年の売上高において、壁掛式が床置きに部分的に取って代わるという想定のもとで、現地調査会社GIDMARKET社はタンクレストイレの潜在的な市場規模を現状の規模に対して「+50%」と評価している。つまり、2019年の物価水準で年間で約31~32億ルーブルとの規模である。大部分において、あるいは全面的に壁掛式が床置きに取って代わるという想定の下では、潜在的規模は「+100%」を超えるか、または2019年の物価水準で年間42億ルーブル以上の規模となる。

1.6. 調査対象市場の現在の傾向および発展の展望

ロシアにおけるタンクレストイレ市場には以下のような傾向と展望がある：

- 市場における輸入品のシェアが減少することはなく、この傾向は、おそらく、将来的にも続くと思われる。そこにはロシアメーカーの便器モデルが多様性に乏しいことが影響
- タンクレストイレは他の種類の便器から大きな圧力を受けているが、このような圧力を低下させる一定の傾向も見られる。それは新しいデザインが登場したこと、コンパクトであること、すっきりした外観、給水および排水システムが遮蔽されていることによるものである。将来的にも、タンクレストイレの人気は高まっていくであろう
- 便器に内蔵された温水洗浄機能や、温水洗浄便座として別途購入できる温水洗浄機能の人気が高まっており、それがタンクレストイレのターゲット顧客の拡大に貢献
- ロシアにおけるタンクレストイレの市場規模は価格面のみならず、数量においても増加する傾向にあり、中期的にはこの傾向は概ね維持
- 市場の発展には多くの要因が関係している。しかし、この多くの要因が市場発展を鈍化させてもいる。それは概ね、毎年のように変化する経済的、社会的、技術的、政治的要素によるものである。2020年にはネガティブなベクトルが優勢になったが、専門家は、中期的には国家経済および関連分野の発展テンポはゆるやかに回復すると予測

1.7. 市場に影響を与える要因の評価

マクロ経済的な要因はタンクレストイレの市場を含む、ロシア連邦の全ての経済分野に影響を及ぼす。その主なものは、経済的、社会的、技術的、政治的要因グループに分けられる。

1.7.1. 社会的要因

2024年までの予測によれば、高い予測シナリオの場合のみ人口が増加するが、経済危機の進展やコロナウイルスのパンデミックなどを考慮すると、この予測シナリオは実現しそうにない。マクロ経済指標の変化の一般的な傾向は、有効需要のレベルを左右する国民実質所得のような値によっても把握できる。

2014~2017年には国民の実質所得および生活水準が低下する傾向が見られた。2014年には国民の実質収入が前年比で1.2%減少し、2015年には2.4%、2016年にはさらに4.5%減少した。しかし、2017年

になると、この指標の下落率は 0.5%に減速した。ロシア国家統計局のデータによれば、2018 年の実質可処分所得の増加率は予測された 3.4%ではなく、0.1%にとどまり、国民の購買力の上昇は見られなかった。2019 年には実質所得の微増が見られた。2014～2019 年の増加率は 92.6%であった。この傾向は末端の消費者側（B2C セグメント）からも、企業側（B2B）からも多くの経済分野で需要の全般的な縮小を招いている。

ただし、便器タイプ選択に対する消費者の嗜好も変化し、デザイン、消費者特性、機能性、エルゴノミクスに対する要求が高まっていくことには注意を払うべきであろう。

1.7.2. 技術的要因

タンクレストイレ市場発展は建設市況に直接左右される。2016～2018 年には新規建設された宅地面積の規模は毎年減少していた（平均で年間 3.9%）。2019 年には 8,030 万 m²の住宅が建設され、これは 2018 年の規模を 6.1%上回るものであった。しかし、2014～2015 年の水準には達しなかった。

革新的技術および材料の使用 他方で、例えば最近はリムレス構造の人気の高まっている。これにより便器の表面を清潔に保つことが容易になり、便器のどの部分にも楽に手が届くようになる。

新しい便器に関しては、これまでとは異なる技術的アイデアの傾向に新しい表面加工技術の開発がある。例えば、いくつかのトイレ設備は現在 Keratec という技術を使って製造されている。この技術により、便器の表面は「釉をかけた」ようになり、汚れにも、経年劣化にも屈しないものとなる。このような加工を施された製品は 30 年間にも及ぶ耐用年数を誇る。また現在、市場には「スマート型」とも呼ばれる多くの便器モデルが投入されている。このような便器には洗浄機能を用いて、トイレットペーパーを節約する装置が取り付けられている。水は体温程度にまで自動的に温められ、所定のボタンを押すとシャワーが引き出されてくる。いくつかの最新式の便器にはエアドライヤーも装備されている。さらには、人が便器に近寄ると、カバーが自動的に開く便器も製造されている。もし数秒間座ろうとしなければ、便座も上がる。ここのような便器では、人が立ち上がると、水洗が自動的に行われ、便器の「作業」が終了すると、カバーが閉じる。

その他、スマートタイプの便器はリモートコントロールパネルを使って、便器の高度洗浄や殺菌をしたり、便座の温度を調節したりすることもできる。このような革新的な便器の多くのモデルには脱臭機能があり、自動的に軽音楽を流す機能も付いている。

1.7.3. 経済的要因

ロシア国家統計局のデータによれば、2020 年第 2 四半期のロシアの GDP 規模は現行物価水準で 23 兆 2,882 億ルーブルに達した。2020 年上半期の GDP 規模は 48 兆 6,058 億ルーブルで、2019 年上半期比では 96.6%であった。これに関して、ロシア中央銀行は 2020 年にロシアの GDP が 4～6%下落すると予測している。その後、ロシア経済は 2021 年には 2.8～4.8%、2022 年には 1.5～3.5%程度回復すると見込まれる。いずれにせよ、こうした景気動向それ自体もタンクレストイレの市場に肯定的、あるいは否定的な影響をもたらす得る。その他、通貨変動や電力・燃料価格の動向も関連事項として頭に入れておくべきであろう。

1.7.4. 政治的要因

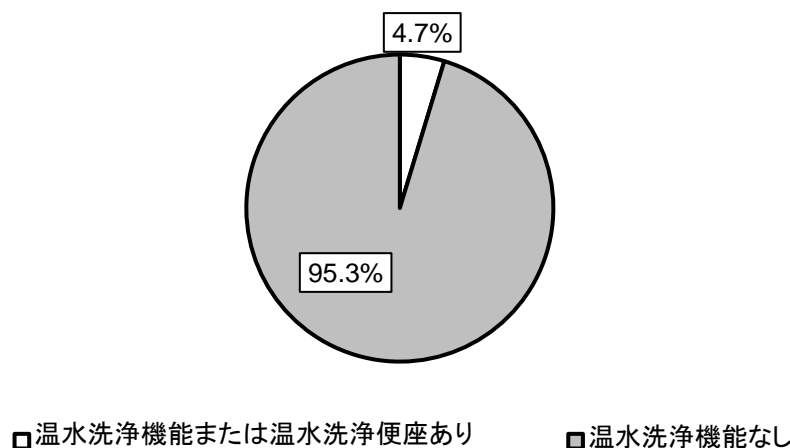
国際関係における緊張した政治的状況はロシア経済のすべての分野に悪影響を与える。現在のロシア国家活動の主要方針および戦略的課題は、米国および EU との新たな協力モデルの構築ならびに世界通貨システムにおけるロシアの自律性確保（ルーブルの安定）である。

1.8. 市場の構成

1.8.1. タンクレストイレの種類別市場構成

温水洗浄機能の有無（つまり、便器に内蔵の場合や、タンクレストイレが温水洗浄便座とセットで納入される場合）によるタンクレストイレ市場の構成を以下に示す。

グラフ5 タンクレストイレの種類別市場構成(%、2019年)



出所: 連邦税関庁、ロシア国家統計局、GIDMARKET

タンクレストイレ市場での温水洗浄機能付き便器のシェアはわずかで、2019年には金額ベースで4.7%しかなかった。市場で圧倒的多数を占めるのは温水洗浄機能が付いていないタイプである。

1.8.2. 価格セグメント別市場構成(エコノミー、ミドル、アッパーミドル、プレミアム)

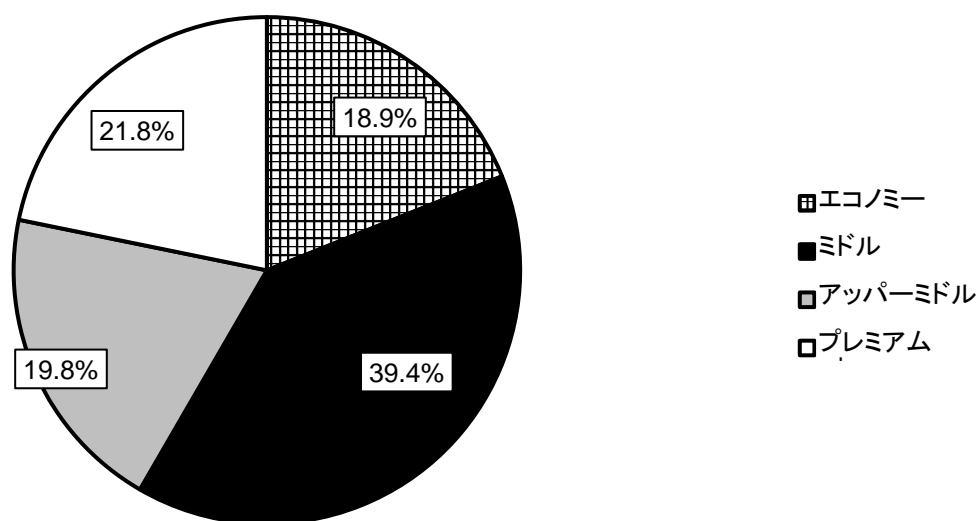
タンクレストイレ市場をセグメント化するべく、以下の価格カテゴリーを採用する。

- エコノミー: 7,000ルーブル以下
- ミドル: 7,000～1万5,000ルーブル
- アッパーミドル: 1万5,000～2万5,000ルーブル
- プレミアム: 2万5,000ルーブル以上

上記の価格は小売価格として分析された。輸入ブランドである ROCA、KOHLER、Vileroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM については、オンラインストアで販売されている商品の平均利幅レベルを算出し、上記のブランドについて、輸入価格に対する平均利幅率を算出し、その後、各輸入ブランドの全商品の小売価格を算出した。それによって、消費者価格セグメント別の市場構成が得られた。

ロシア製便器については、大手メーカーの品目が分析対象になった。その結果、ロシア製タンクレストイレで、圧倒的な割合を占めているのは「エコノミー」と「ミドル」カテゴリーで、「アッパーミドル」以上のカテゴリーの便器を提案できるのは1社だけ（本調査第3章参照）であることが分かった。2万5,000ルーブルを超える便器はロシアメーカーの品目にはない。

グラフ6 タンクレストイレ市場の価格セグメント別構成(%、2019 年)



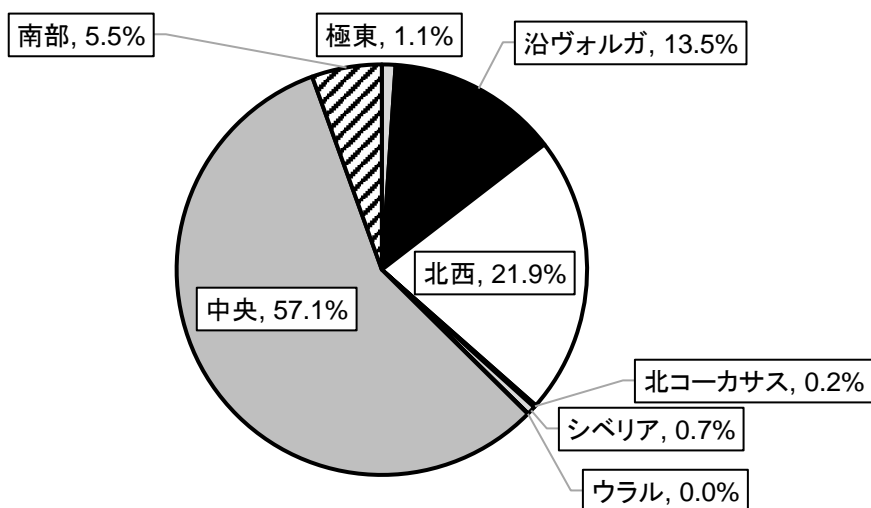
出所: 連邦税関庁、GIDMARKET

ロシアのタンクレストイレ市場で優勢を占めているのは「ミドル」セグメントの製品で、金額ベースのシェアは39.4%、その他のセグメントの割合は18.9~21.8%の範囲で拮抗している。

1.8.3. 地域別市場構成

タンクレストイレの輸入業者およびメーカーの所在地域に基づいて市場構成を見た場合、以下のようになる。

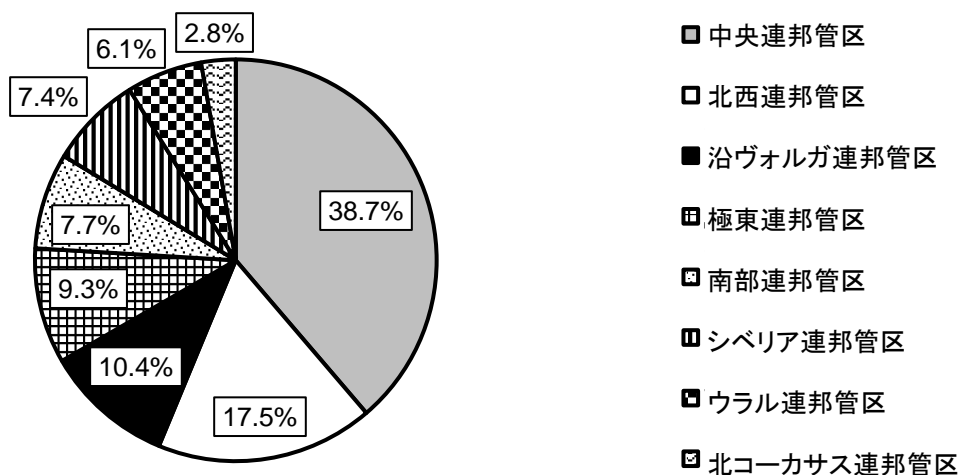
グラフ7 タンクレストイレ市場の企業・市場参加者の所在地域別構成(%、2019 年)



出所: 連邦税関庁、ロシア国家統計局、GIDMARKET

タンクレストイレ市場規模の半分以上は中央連邦管区に所在する組織が供給しており、その割合は57.1%を占める。また、沿ヴォルガ連邦管区および北西連邦管区も大量の製品を供給しており、その割合はそれぞれ13.5%、21.9%を占める。居住地域域ごとのタンクレストイレの消費規模に基づいて市場構成を見た場合は以下の通り。

グラフ8 タンクレストイレ市場の消費地域別構成(%、2019年)



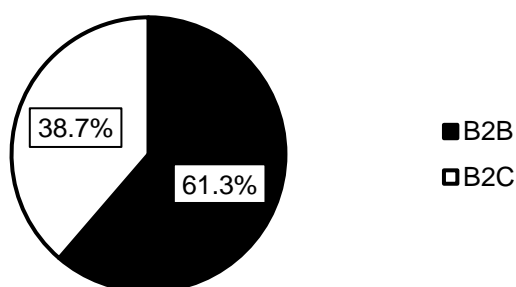
出所:ロシア国家統計局、GIDMARKET

市場構成を消費規模の観点から考えると、地域への供給は企業秘密である契約条件に基づいて行われるため、市場構成は市場データに基づいて計算できないことに留意する必要がある。したがって、グラフに用いられているデータは推定値である。推計によれば、タンクレストイレの消費量が最も多いのは以下の地域である：中央連邦管区が38.7%、北西連邦管区17.5%、沿ヴォルガ連邦管区10.4%である。

上記のうち、上位の2つの地域の割合が高い理由として、人口が密集していること、平均収入が高いこと、タンクレストイレの大手輸入業者やメーカーの所在地に近いことが挙げられる。

1.8.4. 消費セグメント別市場構成(B2B/B2C)

グラフ9 タンクレストイレ市場の消費セグメント別構成(%、2019年)



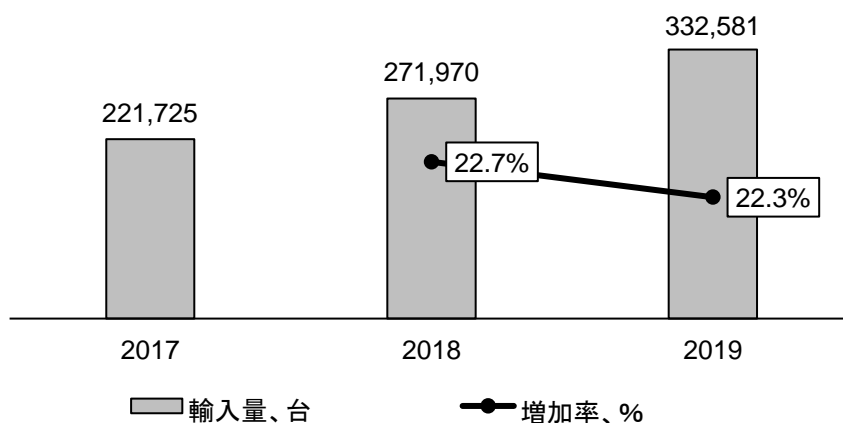
出所: 当会アンケート結果

タンクレストイレの市場構成を消費セグメント別に分析することは非常に困難である。その理由としては、国民への便器の販売取引(B2C)が国家統計機関に記録されておらず、一方、B2Bセグメントの販売は、大部分が企業秘密である契約に基づいて行われているためである。当会の推計によれば、ロシアのタンクレストイレ市場の61.3%が「Business-to-Business」のセグメントに相当し、その一方、「Business-to-Consumer」のセグメントは市場の38.7%にすぎない。

2. 2017～2019年におけるロシア・タンクレストイレ市場での輸入品の分析(コード TN VED 6910)

2.1. 2017～2019年における輸入推移(数量ベースおよび金額ベース)

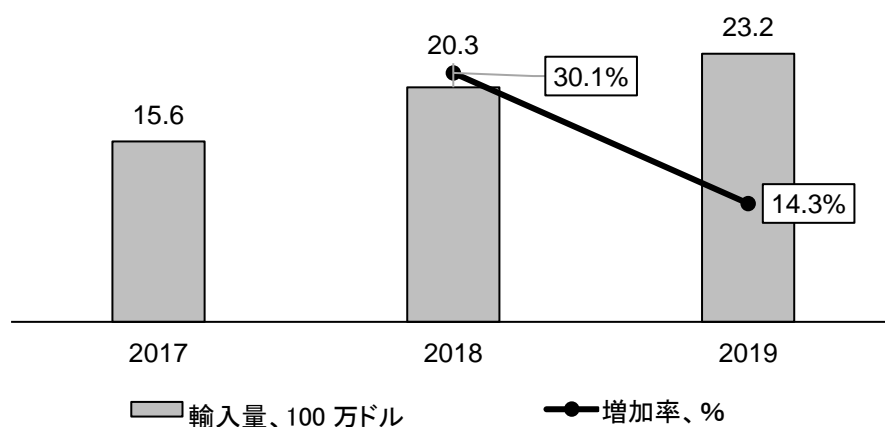
グラフ 10 ロシアでのタンクレストイレ輸入量の推移(数量ベース:台、2017～2019年)



出所: 連邦税関庁、当会調査

調査対象期間中における数量ベース(台)でのタンクレストイレ輸入の推移は直線的で、毎年増加し続けている。2019年の増加率は2018年比で22.3%、輸入台数は33万2,600台であった。

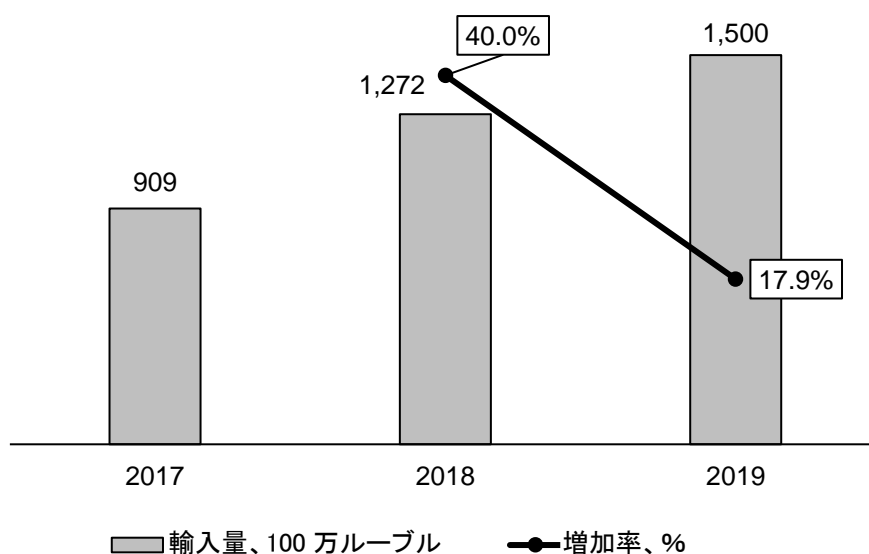
グラフ 11 2017～2019年におけるロシアへのタンクレストイレ輸入額推移(100万ドル)



出所: 連邦税関庁、当会調査

調査対象期間中における金額ベース(ドル)でのタンクレストイレの輸入の推移には数量ベースでの輸入と同様の変化があり、数値は上昇した。2019年には2,320万ドル相当のタンクレストイレが輸入され、2018年比で14%増加した。

グラフ 12 ロシアへのタンクレストイレ輸入額推移(金額ベース:100万ルーブル、2017～2019年)



出所:連邦税関庁、当会調査

調査対象期間中における金額ベース（ルーブル）でのタンクレストイレの輸入推移にはドル建てでの輸入と同様の変化があったが、2018年および2019年の増加率はドル建てでの変化率を上回っていることに留意する必要がある。それは当該期間におけるルーブルの為替レートの推移に起因するもので、2017年の年平均対ドル為替レートは58.3ルーブル/ドルで、2018年には62.7ルーブル/ドル、2019年には64.7ルーブル/ドルであった。2019年にはロシアには15億ルーブル相当のタンクレストイレが輸入された。

なお、重要な点を指摘しておく。以下の事情によりタンクレストイレの輸入分析は困難を極める。国外からロシアに輸入されるほとんどのタンクレストイレは個別の税関申告書に記載されるが、タンクレストイレの一部は、床置便器、小便器、水洗トイレタンク、温水洗浄、シンク（洗面ボウル）といった他の同種製品グループと一緒に申告書に記載されることがある。

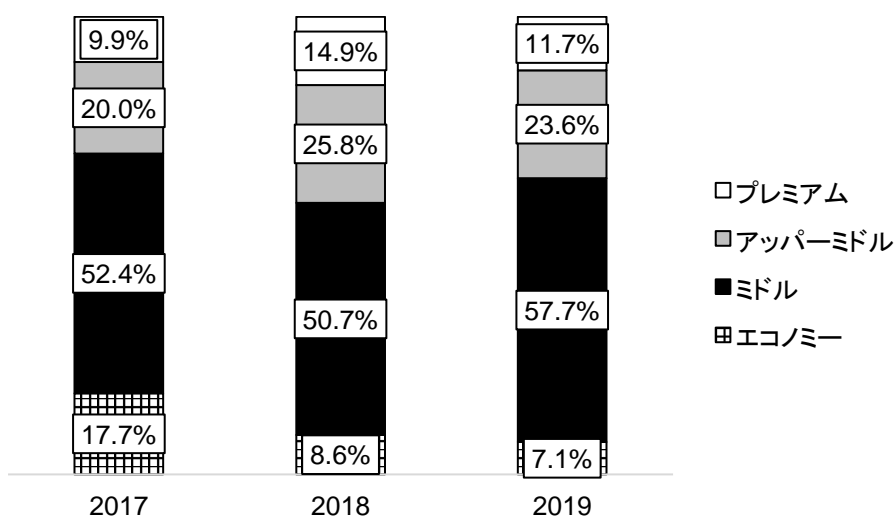
2017年にはこのような「混合申告」（その中には様々なカテゴリーのバス・トイレ設備が含まれる）の割合は当会推計では約14%、2018年には約10%、2019年には約10%であった。タンクレストイレの総量に占める輸入タンクレストイレの割合の構成の分析は最終結果に重大な誤差が生じさせるおそれがある。なぜなら、それぞれの申告書から輸入品の数量ベースおよび金額ベースで具体的なタンクレストイレの名称を抽出するのは不可能に近いからである。このため、また、タンクレストイレのみに関する情報を含む「専用」税関申告書の割合が2017～2019年間で推計で85%以上であったことを勘案し、これ以降の分析は、輸入品についてはこの申告書、つまり、タンクレストイレ以外の商品が含まれていない申告書のみに基づいて分析を行っている。

2.2. 価格セグメント別輸出構成の推移(エコノミー、ミドル、アッパーミドル、プレミアム)、2017～2019年

輸入タンクレストイレを以下のような価格カテゴリー（消費者価格）で分類した。

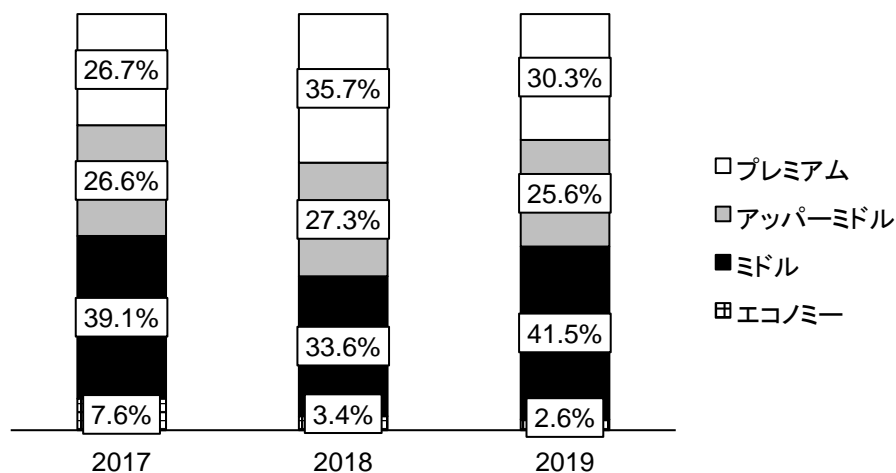
- エコノミー： 7,000 ルーブル以下
- ミドル： 7,000～1万5,000 ルーブル
- アッパーミドル： 1万5,000～2万5,000 ルーブル
- プレミアム： 2万5,000 ルーブル以上

グラフ 13 輸入タンクレストイレの価格セグメント別構成(台数ベース、%、2017～2019年)



出所: 連邦税関庁、各オンラインショップデータ、当会調査

グラフ 14 輸入タンクレストイレの価格セグメント別構成(ドル建て金額ベース、%、2017～2019年)



出所: 連邦税関庁、各オンラインショップデータ、当会調査

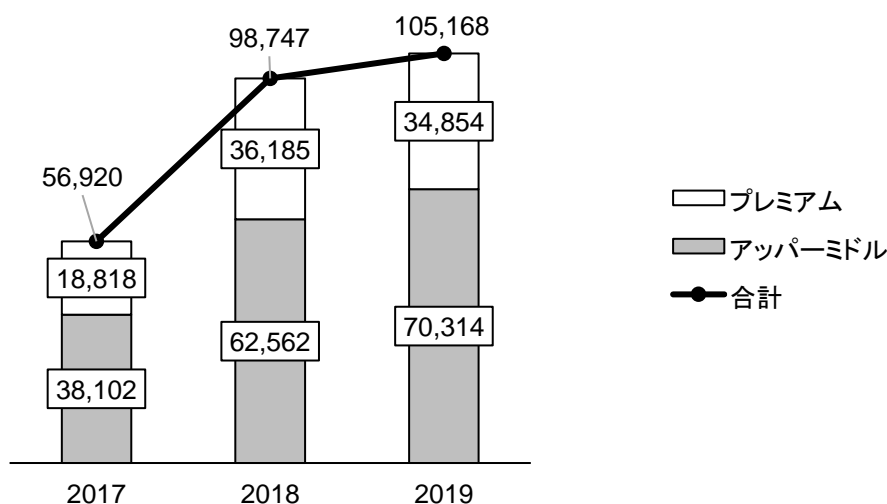
調査対象期間において、輸入タンクレストイレの構成には差異があり、以下の傾向が見られた。

- 「エコノミー」カテゴリーの割合が徐々に低下した。これは消費者選好の変化とも、また、純粋に便器モデルの価格要因とも関係しているようである。2017年に7,000ルーブル以下だった便器が2018年には値上がりし、さらに2019年には「ミドル」価格カテゴリーに昇格したのだ。
- その他の価格セグメントの割合の推移は波状になっている。「ミドル」セグメントの便器の輸入割合は最初は低下したが、その後上昇に転じた。高価格上位2つのセグメントの割合は当初上昇したが、後に2019年末へ向けて下降に転じた。
- 「アップーミドル」セグメントが相対的に安定していると言える。その割合は25.6%~27.3%（金額ベース）、20.0%~25.8%（数量ベース）の間で変動していた。
- 2019年に最も高い輸入シェアを占めたのは「ミドル」価格カテゴリーで、57.7%（数量ベース）、41.5%（金額ベース）を記録した。

2.3. アップーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの輸入推移(数量および金額ベース)、2017~2019年

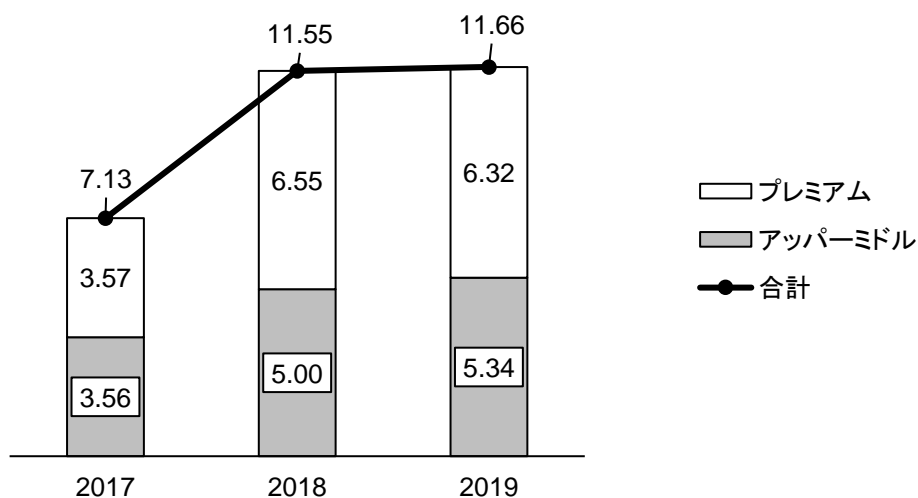
アップーミドル（1万5,000~2万5,000ルーブル）およびプレミアム（2万5,000ルーブル以上）価格セグメントに属するタンクレストイレの輸入量推移を以下に示す。

グラフ 15 アップーミドルおよびプレミアム価格帯に属するタンクレストイレ輸入量推移(台、2017~2019年)



出所: 連邦税関庁、当会調査

グラフ 16 アッパーミドルおよびプレミアム価格帯に属するタンクレストイレの輸入量推移、100 万ドル(輸入価格、2017～2019 年)



出所: 連邦税関庁、当会調査

2017～2019 年におけるアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメント・タンクレストイレの輸入量(数量および金額ベース)について、2018 年には 2017 年よりも 1.5 倍多く輸入(ドルベース、数量ベースともに)され、2019 年には一定の停滞が見られた。数量ベースでの伸びは 6.5%、金額ベースでの伸びは 1%にとどまった。

なお、他のバス・トイレ設備に関する情報も含まれている税関申告書から、当該の価格カテゴリーのタンクレストイレを抽出するのは不可能なので、2.3 項のグラフに記載されている数字は数量ベースで約 2%、金額ベースで約 10%程度、実際より低いものと解釈する必要があると判断している。

2.4. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの輸入構成、2017～2019 年

アッパーミドル(1万 5,000～2万 5,000 ルーブル)およびプレミアム(2万 5,000 ルーブル以上)価格カテゴリーに属するタンクレストイレに関して、各種パラメータ別の輸入構成を示す。

以下は、タンクレストイレ以外の商品グループや品目も含めて記載されている税関申告書を無視して、当会が推計したものである。

2.4.1. 生産国別輸入構成(数量および金額ベース)

表 1 数量ベース(台)および金額ベース(ドル、輸入価格)でのアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの生産国別輸入構成(%、2017～2019 年)

国名	数量ベースでの構成			金額ベースでの構成		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
ポーランド	18.1%	29.3%	22.8%	10.1%	16.5%	12.9%
中国	1.6%	3.1%	16.5%	3.8%	4.8%	13.5%
エジプト	11.9%	9.4%	11.6%	9.2%	9.1%	11.4%
フランス	16.9%	11.2%	8.8%	15.0%	10.5%	8.1%
ベトナム	0.1%	9.6%	7.9%	0.1%	8.2%	6.7%
イタリア	11.4%	6.5%	7.2%	11.5%	7.8%	9.7%

国名	数量ベースでの構成			金額ベースでの構成		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
ドイツ	14.2%	10.0%	5.0%	18.6%	16.2%	8.7%
スペイン	5.2%	3.0%	4.9%	5.7%	5.1%	6.4%
トルコ	7.8%	4.7%	3.7%	7.8%	4.4%	3.7%
スイス	5.0%	2.3%	2.1%	10.3%	5.5%	6.8%
チェコ	1.9%	2.9%	2.1%	1.4%	2.5%	1.7%
インド	0.0%	1.0%	1.6%	0.0%	0.7%	1.7%
ポルトガル	0.0%	1.4%	1.5%	0.0%	1.0%	1.0%
オーストリア	3.3%	2.2%	1.5%	2.9%	2.0%	1.5%
ルーマニア	1.0%	1.8%	1.5%	1.3%	2.1%	1.6%
タイ	0.2%	0.6%	0.6%	0.2%	0.8%	0.8%
ハンガリー	0.9%	0.5%	0.2%	1.0%	0.7%	1.7%
メキシコ	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
アラブ首長国連邦	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%
日本	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	1.6%	1.0%
ブルガリア	0.3%	0.3%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%
ノルウェー	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.3%
香港	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
韓国	0.1%	0.0%	0.0%	0.3%	0.1%	0.2%
リトアニア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
英国	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%
ロシア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
オランダ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
台湾(中国)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ベルギー	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
デンマーク	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
インドネシア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
フィンランド	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
スウェーデン	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

出所：連邦税関庁、当会調査

上表では、上位2つの価格セグメントに属するタンクレストイレの原産（生産）国別輸入構成をまとめた。ほぼ毎年、輸入で首位を占めるのはポーランドのメーカーであるが、2019年に限っては金額ベースで中国が首位に立ち、しかも、調査対象期間の中国のシェアは大幅に伸びた。ベトナム、インド、ポルトガルのシェアもプラス基調で推移したことも確認できる。他方、フランス、イタリア、ドイツ、トルコ、スイス、オーストリアで製造され、ロシアに輸入されたタンクレストイレのシェアは年々減少している。

2.4.2. メーカー別輸入構成(数量および金額ベース)

表2 数量ベース(台)および金額ベース(ドル、輸入価格)でのアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレのメーカー別輸入構成(%、2017～2019年)

メーカー	数量ベースでの構成			金額ベースでの構成		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
総計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

メーカー	数量ベースでの構成			金額ベースでの構成		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
GROHE AG	19.4%	20.2%	21.4%	19.6%	21.7%	22.0%
ROCA GROUP	27.7%	35.8%	27.8%	22.9%	24.7%	22.0%
KOHLER GROUP	17.3%	11.3%	9.3%	15.3%	10.6%	8.4%
VILLEROY&BOCH GROUP	7.0%	8.8%	4.1%	9.8%	14.8%	7.7%
GEBERIT GROUP	3.8%	2.3%	2.0%	6.4%	5.3%	5.3%
AM.PM. GROUP	0.3%	0.9%	6.3%	0.3%	0.6%	4.5%
TOTO GROUP	4.8%	4.0%	2.9%	6.4%	5.6%	4.5%
TANGSHAN IMEX INDUSTRIAL CO. LTD.	0.5%	0.8%	5.3%	0.3%	0.5%	3.8%
NOKEN DESIGN S.A.	2.1%	1.5%	1.5%	2.3%	1.7%	1.8%
TEKA SANITARY SYSTEMS. S.A.	0.0%	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%	1.6%
TECE GMBH	0.0%	0.3%	0.9%	0.0%	0.3%	1.6%
ARTCERAM S.R.L.	1.3%	1.3%	1.3%	1.5%	1.4%	1.5%
IDEAL STANDARD GROUP	3.9%	1.7%	1.2%	3.6%	1.7%	1.4%
GRUPPO SANITARI ITALIA S.P.A.	0.3%	0.6%	0.8%	0.4%	0.6%	1.1%
SIMAS S.P.A.	1.1%	0.7%	0.9%	0.9%	0.7%	1.1%
GUANGDONG HUAYI PLUMBING FITTINGS INDUSTRY CO.LTD.	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.9%
RAVAK A.S	0.0%	0.6%	1.1%	0.0%	0.5%	0.9%
CERAMICA GLOBO S.P.A	0.5%	0.4%	0.5%	0.6%	0.5%	0.8%
CERAMICA CIELO S.P.A	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.5%	0.7%
KERASAN S.R.L.	1.0%	0.3%	0.6%	1.0%	0.4%	0.7%
HUIDA SANITARY WARE CO., LTD.	0.0%	0.5%	0.7%	0.0%	0.4%	0.5%
CANAKCILAR SERAMIK SANAYI VE TICARET A.S.	0.5%	1.2%	0.9%	0.2%	0.5%	0.5%
CERAMICA CATALANO S.P.A	0.0%	0.1%	0.3%	0.0%	0.2%	0.5%
CHAOAN ZHONGTAO CERAMICS CO.. LIMITED	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.4%
SHANGHAI FLORY IMP.& EXP. CO..LTD.	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.4%
SANITANA - FABRICA DE SANITARIOS DE ANADIA. S.A.	0.0%	1.1%	0.5%	0.0%	0.8%	0.4%
JETS VACUUM AS	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.3%
SHENZHEN JIAJUESHI IMPORT AND EXPORT CO..LTD	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.3%
JAQUAR & CO. PVT. LTD	0.0%	0.8%	0.4%	0.0%	0.5%	0.3%
ANTONIO LUPI DESIGN S.P.A.	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%
REA SP. Z O.O.	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%
CERAMICA FLAMINIA S.P.A.	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%
HATRIA S.R.L.	0.7%	0.8%	0.2%	0.7%	0.7%	0.2%
CERAMICAS GALA S.A.	0.4%	0.2%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%
OLYMPIA CERAMICA S.R.L.	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%
KEY BANYO VE MUTFAK URUNLERI DIS TIC. A.S.	0.0%	0.4%	0.2%	0.0%	0.3%	0.2%
HONGKONG SUKE PATE INTERNATIONAL CO.. LIMITED	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.2%
DEVON&DEVON S.P.A.	0.2%	0.1%	0.1%	0.3%	0.1%	0.2%
IDEVIT SERAMIK SANAYI VE TIC. A.S	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.1%	0.2%
CERSANIT GROUP	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%

メーカー	数量ベースでの構成			金額ベースでの構成		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
DEANTE GROUP	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%
AZZURRA SANITARI IN CERAMICA S.P.A.	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%
RAK CERAMICS	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%
CERAMICA ALTHEA S.P.A.	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%
GALASSIA S.P.A.	0.4%	0.2%	0.1%	0.4%	0.3%	0.1%
SCARABEO CERAMICHE S.R.L.	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%
DURAVIT AG	0.5%	0.0%	0.0%	0.7%	0.1%	0.1%
GESSI S.P.A.	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.1%
BATH COLLECTION S.L	0.5%	0.2%	0.1%	0.5%	0.2%	0.1%
EXCELLENT PROFILE GRZYBCZYK. POGODA.SZCZEPOCKI. ZIEBICKI SPOLKA JAWNA	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%
その他の輸入タンクレストイレメーカー	4.2%	1.7%	0.8%	3.9%	2.2%	0.9%

出所: 連邦税関庁、当会調査

上表では 2019 年における輸入タンクレストイレメーカーのトップ 50 をまとめて記載した。全調査対象期間を通して、ロシアに輸入されたタンクレストイレ（アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメント）のリーディングメーカー（グループ）となったのは以下の通りである：

- ROCA GROUP—数量ベースでのシェアは 27.7～35.8%、金額ベースでは 22.0～24.7%で、2017～2018 年を通して首位を占め、2019 年には金額ベースで GROHE AG と首位を分け合った。
- GROHE AG—数量ベースでのシェアは 19.4～20.4%、金額ベースでは 19.6～22.0%で、シェアは拡大傾向を見せている。
- KOHLER GROUP—数量ベースでのシェアは 9.3～17.3%、金額ベースでは 8.4～15.3%で、シェアは縮小傾向を見せている。

2.4.3. 輸入元・企業別輸入構成(数量および金額ベース)

表3 数量ベース(台)および金額ベース(ドル、輸入価格)でのアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの輸入元・企業別輸入構成(%、2017～2019 年)

輸入元	数量ベースでの構成			金額ベースでの構成		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
総計	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
有限責任会社(LLC) GROHE	19.4%	20.0%	21.3%	19.5%	21.5%	21.8%
LLC ROCA ルス	27.0%	35.5%	27.4%	22.0%	24.1%	21.4%
LLC KOHLER ルス	17.3%	11.6%	13.8%	15.3%	10.7%	11.7%
LLC VILLEROY&BOCH	5.9%	8.0%	3.7%	7.9%	13.3%	6.9%
LLC GEBERIT ルス	3.7%	2.3%	1.9%	6.4%	5.2%	5.1%
LLC MITSUI & CO, モスクワ	0.0%	3.9%	2.6%	0.0%	5.4%	4.0%
株式会社タスコム	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%	2.9%
LLC サニムペクス	0.3%	0.0%	2.5%	0.3%	0.0%	1.9%
LLC .エコードウシュ	2.6%	0.9%	1.4%	2.5%	1.1%	1.7%

輸入元	数量ベースでの構成			金額ベースでの構成		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
LLC AM グループ	1.3%	1.3%	1.3%	1.4%	1.3%	1.5%
LLC テセ・システムス	0.0%	0.3%	0.9%	0.0%	0.3%	1.5%
有限責任会 SERGENAUX	2.9%	0.5%	1.0%	4.1%	0.5%	1.4%
LLC IDEAL STANDARD ルス	3.2%	1.2%	1.1%	2.9%	1.3%	1.3%
LLC EUROSTOCK	0.0%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	1.2%
LLC サネル	0.0%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.9%
LLC サンテフニクセンター	0.0%	1.0%	1.0%	0.0%	0.6%	0.7%
LLC プレミアムタイル	0.2%	0.7%	0.7%	0.3%	0.5%	0.6%
LLC CASTORAMA ルス	0.0%	0.5%	0.9%	0.0%	0.4%	0.6%
LLC コンフォート・トレード	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.6%
LLC サンタ	1.0%	1.1%	0.4%	0.9%	1.1%	0.5%
個人事業主ジャルコヴァ・スヴェトラーナ・ミハイロヴナ	0.5%	1.2%	0.9%	0.2%	0.5%	0.5%
LLC カンパニー・ヴオドレイスタイル	0.0%	0.1%	0.3%	0.0%	0.1%	0.5%
LLC ストロイグラナト	0.0%	0.1%	0.3%	0.0%	0.1%	0.4%
LLC ファントマス	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.4%
LLC ユーロサン	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.4%
LLC サンクリマト	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%	0.4%
LLC ALVARO-ルス	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.4%
LLC ネヴァ・トレーディング	1.3%	1.2%	0.5%	1.7%	0.8%	0.4%
LLC ケラモストロイ	0.2%	0.3%	0.3%	0.2%	0.3%	0.4%
LLC パリトラ	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.3%
LLC マックスレヴェル・エンジニアリング	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.3%
LLC ユニオン	0.4%	0.1%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%
ズヴェズダ・モルスキエー・テクノロジー、LLC	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.3%
LLC JAQUAR ルス	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.3%
LLC デ・ライト	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.2%	0.3%
LLC UFO-オプトトルグ	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.3%
LLC ジャイアントーケラミカ	0.2%	0.1%	0.2%	0.3%	0.1%	0.2%
LLC エリートートルグ	0.5%	0.1%	0.1%	1.0%	0.3%	0.2%
LLC エレオン	0.0%	0.1%	0.4%	0.0%	0.1%	0.2%
LLC 商社インテリア	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%
LLC BOCCHI ルス	0.0%	0.4%	0.3%	0.0%	0.3%	0.2%
LLC BAUCENTER ルス	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
LLC バルトプロムプロジェクトストロイ	0.5%	0.4%	0.1%	0.5%	0.5%	0.2%
LLC CERAMICA NOVA ルス	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.2%
LLC テルモデザイン	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%
LLC ヴァリウス	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
LLC ポリシャヤ・ストロイカ	0.3%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%
LLC サニリュクス	0.1%	0.2%	0.1%	0.3%	0.4%	0.2%
LLC インポルト・トレード	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.2%
LLC ノーヴィエ・レシェーニヤ	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%
その他の輸入元	10.7%	6.3%	2.7%	11.0%	7.8%	3.4%

出所：ロシア連邦税関庁、当会調査

上表には 2019 年における輸入タンクレストイレの輸入元トップ 50 がまとめて記載されている。全調査対象期間を通して、タンクレストイレ（アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメント）の輸入で上位となったのは以下の企業である。

- 有限責任会社（LLC） GROHE : 数量ベースでのシェアは 19.4~21.3%、金額ベースでは 19.5~21.8%で、シェアは増加する傾向が見られる。
- LLC ROCA ルス : 数量ベースでのシェアは 27.0~35.5%、金額ベースでは 21.4~24.1%であった。
- LLC KOHLER ルス : 数量ベースのシェアは 11.6~17.3%、金額ベースでは 10.7~15.3%であった。

2つの高価格帯タンクレストイレを輸入した企業のうち、金額ベースで1%以上のシェアを占めたのはわずか14社であった。また、2019年にタンクレストイレを輸入した企業は147社であった。

2.4.4. タンクレストイレのモデル別輸入構成(数量および金額ベース)

タンクレストイレのモデル別輸入構成の分析は以下のような事情によりきわめて困難である。

- タンクレストイレの税関申告書にモデル名が記載されていることは滅多に無く、たまに便器のシリーズ名だけの情報が記載されている程度であるが、それでも商品の具体的なモデル名または型番など記されていないなかったり、あるいは「エコノミークラス」、「コンフォートクラス」、「コンフォートデラックス」といった商品の主観的な「等級」が書かれていたりする。
- 1枚の税関申告書にシリーズの異なる、様々な価格帯のモデルが混在している。
- タンクレストイレ（2つの高価格カテゴリー）の税関申告書の枚数が多く、2019年には2,600枚以上、2018年には2,500枚以上、2017年には2,100枚以上提出された。

以下、主要メーカー5社のアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントの便器の輸入モデルのデータを示す。

表4 数量ベースおよび金額ベースでのアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレのモデル別輸入構成(%、2019年)

メーカー	ブランド名	モデル	数量ベースでのシェア	金額ベースでのシェア
ROCA GROUP	JIKA	DEEP BY JIKA WHITE	0.002%	0.002%
	LAUFEN	PRO RIMLESS LAUFEN	0.116%	0.239%
	ROCA	MERIDIAN-N (MAXI CLEAN)	0.010%	0.014%
	ROCA	NEXO COMPACT	0.002%	0.001%
	ROCA	MERIDIAN COMPACT	0.004%	0.010%
	JIKA	PURE	0.005%	0.007%
	ROCA	NEXO ROCA	0.014%	0.017%
	LAUFEN	PRO NORDIC	0.020%	0.029%
	JIKA	MIO RIMLESS JIKA	0.019%	0.025%
	JIKA	JIKA NORMA	0.013%	0.017%
	LAUFEN	PRO LAUFEN	0.030%	0.049%
	JIKA	SOFT CLOSE MIO RIMLESS JIKA	0.001%	0.002%
	LAUFEN	PALACE NEW LAUFEN	0.004%	0.009%

メーカー	ブランド名	モデル	数量ベースでのシェア	金額ベースでのシェア
	JIKA	LYRA PLUS	0.009%	0.006%
	JIKA	JIKA OLYMP	0.004%	0.005%
	LAUFEN	KOMPAS RIMLESS	0.002%	0.001%
	ROCA	ROCA IINSPIRA	0.004%	0.008%
	-	申告書にモデル名不記載	27.506%	21.545%
GROHE AG	GROHE	EURO CERAMIC	0.020%	0.057%
	GROHE	申告書にモデル名不記載	21.411%	21.965%
KOHLER GROUP	JACOB DELAFON	VOX	2.225%	1.795%
	JACOB DELAFON	STILLNESS	0.032%	0.041%
	JACOB DELAFON	PRESQU'ILE	1.715%	1.800%
	JACOB DELAFON	ESCALE	1.137%	1.189%
	JACOB DELAFON	ODEON UP	1.490%	1.369%
	JACOB DELAFON	OVE	0.407%	0.397%
	JACOB DELAFON	NOUVELLE VAGUE	0.094%	0.090%
	JACOB DELAFON	TERRACE	0.373%	0.353%
	JACOB DELAFON	REVE	0.293%	0.298%
	JACOB DELAFON	RODIN	0.126%	0.088%
	JACOB DELAFON	申告書にモデル名不記載	1.370%	1.010%
VILLEROY&BOCH GROUP	VILLEROY&BOCH	VICLEAN-I 100	0.111%	1.547%
	VILLEROY&BOCH	ARCHITECTURA	0.064%	0.165%
	VILLEROY&BOCH	O.NOVO	0.127%	0.243%
	VILLEROY&BOCH	SUBWAY 2.0	0.033%	0.094%
	VILLEROY&BOCH	AVENTO RIMLESS	0.014%	0.044%
	VILLEROY&BOCH	VENTICELLO	0.024%	0.054%
	VILLEROY&BOCH	申告書にモデル名不記載	3.722%	5.523%
GEBERIT GROUP	GEBERIT	AQUACLEAN MERA CLASSIC	0.027%	0.466%
	GEBERIT	AQUACLEAN MERA COMFORT	0.082%	1.294%
	GEBERIT	AQUACLEAN TUMA COMFORT	0.013%	0.112%
	GEBERIT	AQUACLEAN SELA	0.071%	0.652%
	GEBERIT	AQUACLEAN TUMA CLASSIC	0.012%	0.078%
	GEBERIT	AQUACLEAN TUMA	0.051%	0.443%
	GEBERIT	申告書にモデル名不記載	1.722%	2.260%

出所：ロシア連邦税関庁、当会調査

2.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属する輸入タンクレストイレのメーカー、輸入量、モデルラインアップ

表5 アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレのメーカー(グループ)別輸入(単位は表中に表示、2017~2019年)

メーカー	数量ベースでの輸入量(台)			輸入額(ドル)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
GROHE AG	11 044	19 934	22 539	1 394 484	2 506 923	2 568 279
ROCA GROUP	15 742	35 396	29 198	1 629 813	2 852 469	2 564 195
KOHLER GROUP	9 854	11 145	9 742	1 092 423	1 220 403	982 937
VILLEROY&BOCH GROUP	3 964	8 646	4 307	695 676	1 710 951	894 323
GEBERIT GROUP	2 151	2 283	2 081	458 600	609 725	618 630
AM.PM. GROUP	170	902	6 605	21 010	65 289	528 633
TOTO GROUP	2 705	3 901	3 090	458 137	641 059	527 643
TANGSHAN IMEX INDUSTRIAL CO. LTD.	300	742	5 586	22 341	60 078	440 314
NOKEN DESIGN S.A.	1 217	1 450	1 591	161 064	200 491	205 568
TEKA SANITARY SYSTEMS. S.A.	-	-	2 319	-	-	188 156
TECE GMBH	27	264	992	2 875	35 043	186 520
ARTCERAM S.R.L.	763	1 257	1 328	104 254	158 101	179 679
IDEAL STANDARD GROUP	2 240	1 664	1 309	259 208	192 052	164 400
GRUPPO SANITARI ITALIA S.P.A.	177	595	853	27 796	74 723	127 672
SIMAS S.P.A.	636	696	955	62 846	82 331	123 372
GUANGDONG HUAYI PLUMBING FITTINGS INDUSTRY CO.LTD.	-	-	1 479	-	-	110 441
RAVAK A.S	6	596	1 114	1 385	58 039	103 582
CERAMICA GLOBO S.P.A	282	346	569	45 914	59 915	92 487
CERAMICA CIELO S.P.A	134	275	359	22 031	57 194	85 368
KERASAN S.R.L.	582	330	610	70 587	45 235	81 131
HUIDA SANITARY WARE CO.. LTD.	-	527	753	-	40 776	58 471
CANAKCILAR SERAMIK SANAYI VE TICARET A.S.	265	1 190	970	16 021	61 860	58 134
CERAMICA CATALANO S.P.A	1	100	324	283	18 273	54 817
CHAOAN ZHONGTAO CERAMICS CO.. LIMITED	-	15	549	-	1 054	42 884
SHANGHAI FLORY IMP.& EXP. CO.,LTD.	-	-	646	-	-	42 744
SANITANA - FABRICA DE SANITARIOS DE ANADIA, S.A.	-	1 131	558	-	91 326	41 284
JETS VACUUM AS	5	-	58	4 023	-	35 266
SHENZHEN JIAJUESHI IMPORT AND EXPORT CO.,LTD	-	-	493	-	-	33 755
JAQUAR & CO. PVT. LTD	-	766	390	-	63 462	32 125
ANTONIO LUPI DESIGN S.P.A.	54	69	102	9 610	26 213	31 033
REA SP. Z O.O.	134	178	257	14 946	20 525	29 497
CERAMICA FLAMINIA S.P.A.	114	179	178	20 100	37 535	29 341
HATRIA S.R.L.	393	761	182	47 765	82 290	27 738
CERAMICAS GALA S.A.	227	221	327	19 363	17 894	24 962

メーカー	数量ベースでの輸入量(台)			輸入額(ドル)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
OLYMPIA CERAMICA S.R.L.	28	87	109	3 347	13 501	22 606
KEY BANYO VE MUTFAK URUNLERI DIS TIC. A.S.	11	349	229	1 214	33 454	20 496
HONGKONG SUKE PATE INTERNATIONAL CO., LIMITED	-	23	278	-	1 586	19 345
DEVON&DEVON S.P.A.	88	63	67	18 060	15 684	18 996
IDEVIT SERAMIK SANAYI VE TIC. A.S	-	116	184	-	11 471	18 038
CERSANIT GROUP	131	85	145	12 269	11 490	16 545
DEANTE GROUP	-	70	138	-	6 060	16 391
AZZURRA SANITARI IN CERAMICA S.P.A.	122	114	112	17 437	18 210	15 927
RAK CERAMICS	-	100	169	-	8 334	15 086
CERAMICA ALTHEA S.P.A.	-	25	70	-	4 859	13 503
GALASSIA S.P.A.	244	198	82	30 884	29 064	12 066
SCARABEO CERAMICHE S.R.L.	25	23	92	4 318	3 814	11 245
DURAVIT AG	300	46	30	51 060	14 025	10 633
GESSI S.P.A.	74	6	27	16 482	1 777	9 741
BATH COLLECTION S.L	299	218	72	34 963	28 594	9 313
EXCELLENT PROFILE GRZYBCZYK, POGODA,SZCZEPOCKI, ZIEBICKI SPOLKA JAWNA	-	-	88	-	-	8 440
MASSI SP. Z O.O.	-	39	71	-	4 687	7 684
GSG CERAMIC DESIGN SRL	-	9	45	-	1 418	6 842
IDEAL SERAMIK SIHHI TESISAT MALZEMELERI SANAYI VE	-	-	62	-	-	6 203
KAIPING EUOPEA PLUMBING APPARATUS CO LTD	-	-	45	-	-	5 559
ECZACIBASI YAPI GERECLERI SAN. VE TIC. A.S	251	205	17	33 976	24 395	5 378
SANIKEY SERAMIK SAGLIK GERECLERI SANAYI VE TICARET A.S.	-	-	62	-	-	5 192
HK BOHAI INTERNATIONAL CO., LIMITED	-	-	39	-	-	4 517
LUOYANG MEIDIYA CERAMICS CO.,LTD	-	-	22	-	-	4 128
MIGLIORE	125	145	42	10 252	10 025	4 104
OASIS S.R.L.	16	27	10	2 084	5 165	4 025
AGAPE S.R.L.	14	9	6	3 489	3 686	4 007
ALICE CERAMICA S.R.L.	42	22	39	4 161	2 346	3 897
A.E T. ITALIA SRL	6	11	38	688	1 077	2 650
BRAVAT (CHINA) GMBH	-	-	30	-	-	2 555
FOSHAN NANHAI EAGO SANITARY WARE CO., LTD	54	12	30	4 376	850	2 381
MATRIX SRL UNIPERSONALE	3	3	4	1 010	1 344	2 012
UBC S.R.O.	-	-	18	-	-	1 796
CHINA YIDA INVESTMENT CO., LTD	-	-	25	-	-	1 648

メーカー	数量ベースでの輸入量(台)			輸入額(ドル)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
SANIPEX LTD	3	9	9	423	1 380	1 644
OMNIRESP. Z.O.O.	-	-	18	-	-	1 539
KAME UAB	-	-	13	-	-	1 524
FRANZ KALDEWEI GMBH & CO. KG	4	11	9	699	1 688	1 494
HONGKONG NICO ECO PRODUCTS CO., LTD	-	9	18	-	683	1 369
ECZACIBASI BUILDING PRODUCTS INC.CO.	-	-	15	-	-	1 340
KNIEF & CO. GMBH	-	9	6	-	1 228	1 291
NOFER S.L.	-	7	4	-	2 124	1 265
SHENZHEN QIFENGYUAN TRADING CO., LTD	10	16	14	855	1 181	1 005
FELIX ITALIA SRL	9	1	7	883	122	984
GUANGDONG FOSHAN JINWEINA SANITARY WARE FACTORY	-	-	12	-	-	920
NOVOTERM SP. Z.O.O.	-	-	8	-	-	883
NEW TRENDY SP. Z.O.O.	-	-	7	-	-	850
ALCA PLAST S.R.O	-	3	5	-	813	772
TECMA S.R.L.	3	7	1	806	4 921	758
CHAOZHOU HONLI SANITARY WARE TECHNICAL CO.,LTD	-	-	10	-	-	718
DISEGNO CERAMICA S.R.L.	2	20	3	199	1 648	692
CERAMIC SANITARYWARE PLANT	-	-	10	-	-	690
GENTRY HOME S.R.L.	2	-	2	177	-	615
NIC SRL	2	3	3	500	755	595
MEKA HOME SUPPLIES CO.,LIMITED	-	-	3	-	-	579
BOFFI S.R.L.	2	-	4	2 528	-	557
SBORDONI S.R.L	-	-	1	-	-	470
BOCCHI S.R.L.	-	3	2	-	358	468
ISVEA S.P.A	-	-	4	-	-	409
VIEGA GMBH & CO. KG	-	-	2	-	-	381
CLOU B.V.	-	5	2	-	761	353
FOSHAN SOCO LIFE CO., LTD	-	-	4	-	-	300
FOSHAN PARHOME BUILDING MATERIALS CO., LTD.	-	-	3	-	-	260
DECORMARMI S.R.L.	-	-	3	-	-	256
PETRACER'S CERAMICS S.R.L.	2	2	1	287	474	204
CROSSWATER LTD	6	-	1	1 092	-	201
EURODESIGN S.R.L.	2	-	1	508	-	161
NOVELLO S.R.L.	-	13	1	-	1 521	128
KALE SRL	-	-	1	-	-	109
AGETAR S.A.	-	-	1	-	-	104
CHAOZHOU CHAOAN SUKE PATE CERAMICS CO., LTD	-	-	1	-	-	91
CANAKKALE CERAMIC FACTORIES CORPORATION	-	-	1	-	-	81

メーカー	数量ベースでの輸入量(台)			輸入額(ドル)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
INVENA S.A.	-	-	1	-	-	80
CHAOAN MEIZHI CERAMICS CO., LIMITED	-	-	1	-	-	77
EVAC	-	112	-	-	67 002	-
CEZARES SPA	906	277	-	81 235	24 145	-
GUANGDONG OULU SANITARYWARE CO. LTD	-	220	-	-	24 084	-
ROYALKING SANITARY WARE (H.K.) CO., LTD.	-	90	-	-	7 588	-
BAGNO PIU ITALIA SRL	-	38	-	-	5 629	-
ARMATURA KRAKOW S.A.	8	42	-	908	5 611	-
MILLDUE SPA	-	10	-	-	4 140	-
AXAONE S.R.L.	28	25	-	3 941	3 754	-
SANITARTECHNIK EISENBERG GMBH	-	24	-	-	3 410	-
DURASAN S.A. SPOLKA KOMANDYTOWA	70	32	-	6 363	3 198	-
VETUS B.V.	-	4	-	-	2 799	-
GAIA S.R.L.	20	13	-	2 183	1 949	-
YUSHAN COUNTY YUNIU IMPORT&EXPORT CO., LTD.	-	24	-	-	1 883	-
AYVA MAKINE INSAAT SANAYI TICARET LTD.STI	-	24	-	-	1 690	-
FIMA CARLO FRATTINI S.P.A.	-	5	-	-	1 482	-
IMPERIAL BATHROOM LTD.	-	7	-	-	1 402	-
AGORA S.P.A	-	2	-	-	1 136	-
BAZZURI S.R.L.	-	2	-	-	973	-
PALAZZANI.EU SRL	9	5	-	1 136	957	-
SANITOSCO 1984 S.R.L.	4	6	-	1 114	684	-
SAPHO S. R. O	3	8	-	268	614	-
FOSHAN CITY FAENZA SANITARY WARE CO.,LTD	-	5	-	-	601	-
CWS-BOCO INTERNATIONAL GMBH	1	4	-	152	594	-
TOP MANEL SRL	3	1	-	342	572	-
TANGSHAN AYERS BATH EQUIPMENT CO.,LTD	-	6	-	-	405	-
RUBINETTERIA GIULINI GIOVANNI S.R.L.	1	2	-	292	400	-
PIRRERA	-	4	-	-	370	-
POZZI GINORI	-	1	-	-	368	-
HONG KONG YIMENG TRADING COMPANY LIMITED	-	1	-	-	298	-
TANGSHAN HUALI CERAMICS CO., LTD.	-	4	-	-	287	-
BURLINGTON	1	1	-	96	269	-
ESEDRA	-	2	-	-	242	-
TURKUAZ SERAMIK SAN. VE.A.S.	2	2	-	181	241	-
KROVER SRL	-	2	-	-	233	-

メーカー	数量ベースでの輸入量(台)			輸入額(ドル)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
WATERGAME COMPANY	1	2	-	86	232	-
FOSHAN TILE CO.,LTD	-	3	-	-	207	-
KAROL S.R.L.	-	2	-	-	202	-
ANTONIO LOUREIRO MENDES & C.A, L.DA	-	1	-	-	188	-
HOESCH DESIGN GMBH	1	1	-	147	162	-
HIDRA CERAMICA S.R.L.	65	2	-	8 635	154	-
MAKRO	-	1	-	-	125	-
RIFRA MOBILI S.R.L.	-	1	-	-	109	-
SILVERDALE BATHROOMS LTD	2	1	-	255	102	-
LABOR LEGNO ' 90 S.P.A.	-	1	-	-	94	-
CATALINE CERAMICHE	393	-	-	39 626	-	-
AQSEPTENCE GROUP GMBH	12	-	-	16 025	-	-
ROYAL&CO.,LTD	24	-	-	6 930	-	-
CERAMICA AMERINA SRL	41	-	-	3 439	-	-
TEUCO	14	-	-	3 049	-	-
RIHO SZ, A.S.	17	-	-	2 166	-	-
TAKI	28	-	-	2 087	-	-
BAGNODESIGN LTD.	13	-	-	1 757	-	-
OSAGO HANDELSGESELLSCHAFT GMBH	11	-	-	1 572	-	-
THE IMPERIAL BATHROOM COMPANY LIMITED	3	-	-	1 311	-	-
NERO CERAMICA E UN MARCHIO IN USO ALLA AL.FA. CONSULTING SRL	16	-	-	1 278	-	-
BURGBAD	6	-	-	1 271	-	-
ASSOCIEXPORT S.R.L.	5	-	-	1 117	-	-
GIENGER MUENCHEN KG	10	-	-	1 079	-	-
F.LLI STOCCO S.R.L.	9	-	-	1 071	-	-
ARCADE LTD	3	-	-	838	-	-
V&B	7	-	-	772	-	-
LECHNER GMBH	4	-	-	758	-	-
DEANTE ANTCZAK SPOLKA	5	-	-	499	-	-
RIFRA MILANO SRL	4	-	-	446	-	-
CATALANO	2	-	-	439	-	-
HIELSCHER DESIGN GMBH	2	-	-	433	-	-
ARTESI S.R.L.	4	-	-	433	-	-
ISVEA EURASIA S.A.	4	-	-	429	-	-
SANITAR	1	-	-	349	-	-
ATMA CONSORZIO SRL	1	-	-	339	-	-
XIAMEN FULLRAIN SANITARYWARE TECH. CO., LTD.	4	-	-	330	-	-
DELLA	3	-	-	328	-	-
BC SANITAN	3	-	-	309	-	-
PVOUA S.R.L.	4	-	-	297	-	-

メーカー	数量ベースでの輸入量(台)			輸入額(ドル)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
PENTLER GMBH	2	-	-	291	-	-
KLUDI GMBH & CO. KG	1	-	-	270	-	-
BARNINI OSEO S.R.L.	1	-	-	259	-	-
IL TEMPO DEL SRL	1	-	-	234	-	-
PURIS BAD GMBH & CO	1	-	-	234	-	-
SCP ONE S.R.L.	2	-	-	198	-	-
GACON FETTO SAS	1	-	-	193	-	-
CERA SANITARYWARE LIMITED	1	-	-	182	-	-
GETRA FOTTI S.R.L.	2	-	-	171	-	-
COPASILLI GENTO S.R.L.	2	-	-	161	-	-
LOCATTI FASTO S.R.L.	2	-	-	147	-	-
PEDINI S.P.A.	1	-	-	135	-	-
ARBAT-WATERGAME	1	-	-	120	-	-
AQUAPRESTIGE	1	-	-	115	-	-
M & T LOGISTIC S.R.L.	1	-	-	106	-	-
SANINDUSA S.A.	1	-	-	102	-	-
SOCIETA' CERAMICHE PREGIATE S.R.L.	1	-	-	99	-	-
GLOBEX TRADE SRL	1	-	-	98	-	-
BENYUE CERAMICS CO.LTD	1	-	-	95	-	-
MAM CERAMICHE SALARIA SRL	1	-	-	76	-	-
KALE S.R.O.	1	-	-	74	-	-

出所:連邦税関庁、当会調査

2017～2019年にロシアへ最も多く輸入されたアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレは以下の外国メーカーの製品である。

- GROHE AG - 2019年に2万2,539台または257万ドル、2017～2019年には5万3,517台で、647万ドル相当が輸入された。
- ROCA GROUP - 2019年に2万9,198台または256万ドル、2017～2019年には8万336台で、705万ドル相当が輸入された。
- KOHLER GROUP - 2019年に9,742台または98万ドル、2017～2019年には3万741台で、330万ドル相当が輸入された。

上述のように、メーカーのランキングの算定には、タンクレストイレのみ（他の商品グループを除く）が記載された税関申告書しか採用していない。いくつかのメーカーが提出した申告書の多くにはタンクレストイレ以外の製品も記載されていた。こうした事情により、一部メーカーのランキング順位は実際よりも低くなったことを指摘しておく。

具体的には、以下のメーカーのシェアおよび輸入量は実際より低くなっている：

- ① DURAVIT AG 表には1万600ドル相当の便器30台が出荷されたと記載されているが、当会の推計（便器とともに他の商品グループも記載されていた送り状も考慮した場合）によれば、2019年の実際の出荷台数は1,500～1,600個で、金額にして20万ドルに相当する。
- ② GROHE AG 表には257万ドル相当の便器2万539個が出荷されたと記載されているが、当会の推計（便器とともに他の商品グループも記載されていた送り状も考慮した場合）によれば、2019年の実際の出荷台数は2万6,000台で、金額にして286万ドルに相当する。
- ③ VILLEROY&BOCH GROUP 表には89万ドル相当の便器4,307台が出荷されたと記載されているが、当会の推計（便器とともに他の商品グループも記載されていた送り状も考慮した場合）によれば、2019年の実際の出荷台数は6,800台で、金額にして127万ドルに相当する。
- ④ IDEAL STANDARD GROUP 表には16万4,400ドル相当の便器1,309台が出荷されたと記載されているが、当会の推計（便器とともに他の商品グループも記載されていた送り状も考慮した場合）によれば、2019年の実際の出荷台数は1,700～1,800台で、金額にして20万ドルに相当する。
- ⑤ GEBERIT GROUP 表には61万8,600ドル相当の便器2,081台が出荷されたと記載されているが、当会の推計（便器とともに他の商品グループも記載されていた送り状も考慮した場合）によれば、2019年の実際の出荷台数は2,500台で、金額にして66万ドルに相当する。
- ⑥ AM.PM. GROUP 表には52万8,600ドル相当の便器6,605台が出荷されたと記載されているが、当会の推計（便器とともに他の商品グループも記載されていた送り状も考慮した場合）によれば、2019年の実際の出荷台数は6,800台で、金額にして55万ドルに相当する。

市場に自社製品を出荷したメーカーの数は100社を超えており、多くの場合において、2.4.4項の表に示すように商品説明にはモデル名がないので、品目分析は大手メーカーに関する調査の項に記載する。

2.6. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレ大手輸入業者および輸入量

輸入企業のデータを表形式で示す。該当する企業はかなりの数となるので、表には輸入量での上位50社を掲載する。

表6 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ大手輸入業者による輸入量(単位は表中に表示、2017～2019年)

輸入元	輸入量(台)			輸入額(ドル)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
合計	56 920	98 747	105 168	7 129 669	11 546 228	11 662 331
LLC GROHE	11 037	19 775	22 365	1 388 349	2 481 053	2 536 876
LLC ROCA ルス	15 380	35 037	28 817	1 571 376	2 784 235	2 493 322
LLC KOHLER ルス	9 842	11 428	14 542	1 090 981	1 241 146	1 368 903
LLC VILLEROY&BOCH	3 347	7 917	3 920	564 636	1 534 350	806 707
LLC GEBERIT ルス	2 127	2 269	2 027	454 127	605 104	597 180
LLC MITSUI & CO, モスクワ	-	3 875	2 771	-	620 283	463 538
株式会社タスコム	-	-	4 224	-	-	342 353
LLC サニムペクス	170	9	2 678	21 010	1 469	215 754
LLC .エコードウシュ	1 481	883	1 449	178 559	124 690	196 690
LLC AM グループ	747	1 238	1 316	100 178	153 730	177 074
LLC テセ・システムス	27	263	906	2 875	34 677	176 485

輸入元	輸入量(台)			輸入額(ドル)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
LLC SERGENAUX	1 634	497	1 078	291 909	60 383	162 945
LLC IDEAL STANDARD ルス	1 816	1 232	1 134	206 248	147 263	145 984
LLC EUROSTOCK	-	-	1 719	-	-	141 553
LLC サネル	-	48	1 102	-	4 898	100 930
LLC サンテフニクセンター	-	950	1 038	-	69 851	78 013
LLC プレミアムタイル	119	651	773	20 943	63 283	74 594
LLC CASTORAMA ルス	-	527	903	-	40 776	68 306
LLC コンフォート・トレード	-	-	285	-	-	64 277
LLC サンタ	553	1 133	445	66 808	128 825	61 129
個人事業主ジャルコヴァ・スヴェトラナ・ミハイロヴナ	265	1 190	961	16 021	61 860	57 748
LLC カンパニー・ヴオドレイスタイル	-	88	323	-	14 542	54 600
LLC ストロイグラナト	-	85	291	-	10 869	49 058
LLC ファントマス	-	-	306	-	-	47 058
LLC ユーロサン	-	-	600	-	-	46 603
LLC サンクリマト	-	153	164	-	34 573	43 935
LLC ALVARO-ルス	-	-	646	-	-	42 744
LLC ネヴァ・トレーディング	732	1 148	558	124 622	94 251	41 284
LLC ケラモストロイ	90	278	267	10 866	30 601	41 226
LLC パリトラ	-	15	509	-	1 054	39 604
LLC マックスレヴェル・エンジニアリング	-	24	118	-	10 127	36 512
LLC ユニオン	215	52	345	18 264	4 236	36 336
ズヴェズダ・モルスキエー・テクノロジー、LLC	-	-	58	-	-	35 266
LLC JAQUAR ルス	-	-	394	-	-	33 038
LLC デ・ライト	-	12	87	-	17 847	32 288
LLC UFO-オプトトルグ	-	-	443	-	-	29 320
LLC ジャイアント-ケラミカ	107	80	166	22 652	17 269	27 071
LLC エリート-トルグ	260	100	106	73 946	29 877	27 005
LLC エレオン	-	134	381	-	9 979	25 907
LLC 商社インテリア	-	-	152	-	-	25 770
LLC BOCCHI ルス	11	349	291	1 214	33 454	25 688
LLC BAUCENTER ルス	-	-	244	-	-	23 828
LLC バルトプロムプロジェクトストロイ	312	349	110	37 914	53 044	23 284
LLC CERAMICA NOVA ルス	-	-	336	-	-	22 753
LLC テルモデザイン	43	96	140	6 080	15 301	22 644
LLC ヴァリウス	104	200	215	13 227	24 112	22 101
LLC ポリシャヤ・ストロイカ	199	182	192	20 810	20 633	22 101
LLC サニリユクス	82	181	87	21 830	44 649	20 933
LLC インポルト・トレード	-	23	278	-	1 586	19 345
LLC ノーヴィエ・レシェーニヤ	105	81	96	17 677	19 660	17 304
その他の輸入企業	6 115	6 195	2 812	786 546	900 686	397 364

出所：連邦税関庁、当会調査

2019年におけるアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに相当するタンクレストイレを輸入した大手輸入業者は以下の通りである。

- ① LLC GROHE：2019年におけるアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの輸入量は2万2,365台または254万ドルで、GROHEブランドの便器を輸入している。
- ② LLC ROCA ルス：2019年におけるアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの輸入量は2万8,817台または249万ドルで、JIKA、LAUFEN、ROCAブランドの便器を輸入している。
- ③ LLC KOHLER ルス：2019年におけるアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの輸入量は1万4,542台または137万ドルで、JACOB DELAFON、IMEX JIKAブランドの便器を輸入している。

3. ロシア市場に流通しているアッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ競合メーカー・トップ20の分析

3.1. 市場での競争レベル

ロシア連邦のタンクレストイレ市場にはロシアメーカーも外国メーカーも進出しているが、前述したように、輸入ブランドのシェアは70%を超えている。

各社間の競争について言えば：

- ① 産業分野の独占レベルを判定するために用いられるハーフィンダール・ハーシュマン指数（Herfindahl-Hirschman Index：HHI）によって市場プレイヤーの集中度を測定することができる。ハーフィンダール・ハーシュマン指数によって市場の3つのタイプが明らかになる：

タイプ I－高集中市場：1800 < HHI < 10000

タイプ II－中集中市場：1000 < HHI < 1800

タイプ III－低集中市場：HHI < 1000

タンクレストイレの市場については、当会推計によれば、ハーフィンダール・ハーシュマン指数は金額ベースで514 < 1000となり、市場は低集中市場に分類される。

- ② 2019年に市場で上位を占め、互いに競争し合っていたのは、モデル（定期的にラインアップが更新）や機能（温水洗浄機能付きの品目）においても、価格セグメントにおいても、幅広い品揃えを誇る多国籍企業であった。

- ③ ロシアメーカーが29～30%のシェアを占めるとは言え、小売価格が1万5,000ルーブルを超える品目はないに等しく、輸入品と競合するのは「エコノミー」と「ミドル」カテゴリーでしかない。

3.2. 市場最大手プレイヤー

アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレ市場に参入しているメーカーの概要を表に示す。

表7 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ市場の大手プレイヤー

社名	輸入量または生産量 ¹ (100 万ルーブル、2019 年)	所在地	サイト	事業分野
ROCA GROUP	229.6	8029, BARCELONA, AVDA DIAGONAL 513, スペイン	http://www.roca.com/	バス・トイレ設備(洗面ボウル、温水洗浄、便器、洗浄装置、小便器、浴室用家具およびアクセサリー)の製造
GROHE AG	215.5	58675, GERMANY, HEMER, HAUPTSTRASSE 137	https://www.grohe.com/	浴室のための総合デザインおよび台所設備
LLC サマルスキー・ストロイファルフォル	114.1	443528、サマラ州、ヴォルシスキー地区、ストロイケラミカ町	https://sanitaluxe.ru/	バス・トイレ設備(便器、洗面ボウル、小便器、アクセサリー、家具、タンクレストイレ用取付スタンド、その他)の製造
VILLEROY&BOCH GROUP	113.1	Saaruferstraße 1-3, Alte Abtei 66693 Mettlach	https://www.villeroyboch-group.com/en.html	磁器製品(容器、バス・トイレ設備)の製造
KOHLER GROUP	109.8	444 Highland Drive Kohler, Wisconsin, 米国	https://www.kohler.com/index.html	浴室用製品、バス・トイレ設備、エンジン、家具の製造
GEBERIT GROUP	74.6	CH-8645, JONA, SCHACHENSTRASSE, 77, スイス	https://www.geberit.com/en/	組立済み水洗システム、配管システム、浴室用システム(浴室用セラミック製品、家具、シャワーユニット、バスタブなど)、温水洗浄付便器用混合栓や調整装置の製造
AM.PM. GROUP	64.1	Berlin, Torstrasse 177, Germany	https://ampm-world.com/	バス・トイレ設備(混合栓、便器、温水洗浄、シャワーユニット、その他)の製造
IDEAL STANDARD GROUP	52.8	Gent Building Da Vincilaan 2 B-1935 Zaventem Belgium	https://www.idealstandard.com	浴室用製品(家具、洗面ボウル、混合栓、バスタブ、便器、温水洗浄、水洗トイレタンク、小便器、鏡、アクセサリー、その他)の製造
TANGSHAN IMEX INDUSTRIAL CO., LTD	43.4	No. 211 Tianyuanli District, Dali Road, Tangshan, China. P.C.: 063000	http://www.imexcera.com/ , http://www.imextiles.com/	浴室用製品(便器、温水洗浄、洗面ボウル、家具、タンクレストイレ取付スタンド、その他)の製造
TOTO	34.5	802-8601, KOKURAKITA-KU, KITAKYUSYU-SHI, 2-1-1, NAKASHIMA, 日本	https://www.toto.com/	バス・トイレ設備(バスタブ、便器、便座、温水洗浄便座、小便器、その他)、浴室用バルブ類、浴室用キャビネット、人工大理石製上板 Marbright、浴室用換気、暖房、乾燥システム、その他の製造
DURAVIT	20.7	78132, HORNBERG, WERDERSTR 36, ドイツ	duravit.com	バス・トイレ設備(バスタブ、便器、便座、温水洗浄便座、小便器、その他)、混合栓、アクセサリー、家具、その他の製造
NOKEN DESIGN S.A. - PORCELANOSA Grupo	15.0	Carretera Nacional 340, km 55,8 de 12540 Vila-real (Castellón, España)	https://www.noken.com/ , https://www.porcelanosa.com/ , https://www.porcelanosa.com/	浴室用製品(混合栓、シャワーシステム、シャワープレイスパン、タオルドライヤー、アクセサリー、鏡、バスタブ、便器、洗面ボウル、浴室用家具、その他)の製造
TEKA SANITARY SYSTEMS, S.A.	12.2	C/ Conquistador 2 07350 Binissalem スペイン	https://www.teka.com/	家庭用機器、バス・トイレ設備の製造

¹ 当会推計値。

社名	輸入量または生産量 ¹ (100 万ルーブル、2019 年)	所在地	サイト	事業分野
ART CERAM SRL	12.1	Via Monsignore F. Tenderini, 5, 01033 Civita Castellana VT, イタリア	https://www.artceram.it/	バス・トイレ設備(洗面ボウル、便器、シャワープレイスパン、バスタブ)の製造
TECE GMBH	12.1	Hollefeldstr. 57 D-48282 Emsdetten, ドイツ	https://www.tece.com/	バス・トイレ設備(バス・トイレ設備用骨組、配管システム、便器、水栓操作パネル)の製造
GRUPPO SANITARI ITALIA S.P.A.	8.3	Sp 150 km 3, 125 01035 Gallese (VT), イタリア	https://www.gsiceramica.it/	セラミック製品(洗面ボウル、便器、温水洗浄、小便器、シャワープレイスパン、バスタブ)の製造
SIMAS S.P.A.	8.0	Via Falerina Km. 3 - 01033 Civita Castellana (VT) Italy	https://www.simas.it/	浴室用セラミック製品(洗面ボウル、便器、温水洗浄、バスタブ)、浴室用家具、アクセサリーの製造
RAVAK A.S.	6.8	RAVAK as Obecnická 285 261 01 Pířbram I, チェコ共和国	https://www.ravak.com/	バス・トイレ製品(バスタブ、便器、シャワーユニット、ドア、ハイδροマッサージ付きバスタブ、洗面ボウル、浴室用家具、水栓、アクセサリー)の製造
CERAMICA GLOBO S.P.A	6.0	Castel Sant'Elia 01030 (VT) Località La Chiusa, イタリア	https://www.ceramica-globo.com/	洗面ボウル、便器、温水洗浄、シャワーユニット、家具、鏡、バスタブ、小便器、水栓システムの製造
CERAMICA CIELO S.P.A	5.8	Via Falerina, km 7.800, 01034 Fabrica di Roma VT, イタリア	https://www.ceramica-cielo.it/	バス・トイレ製品(洗面ボウル、家具、便器、温水洗浄、パン、バスタブ、鏡、小便器、アクセサリー)の製造

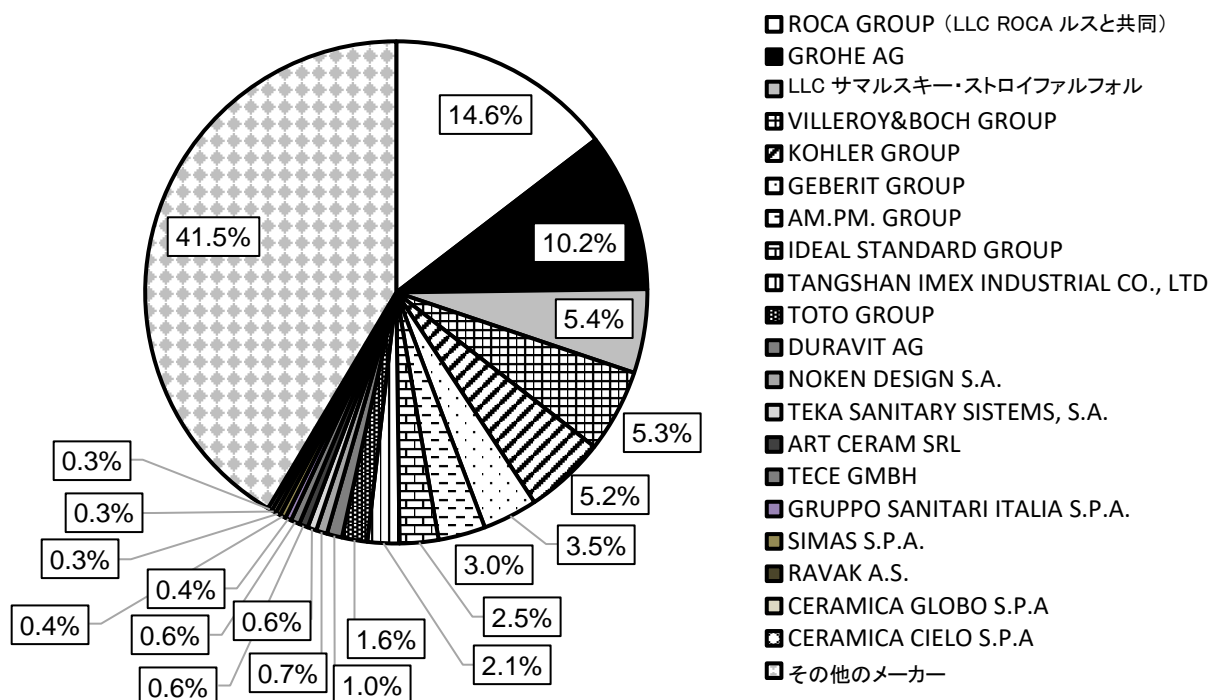
出所: ロシア連邦税関庁、各メーカーのデータ、<https://b2b-postavki.ru/>, www.investing.com

「アッパーミドル」および「プレミアム」価格セグメントのタンクレストイレのロシア市場に参入しているトップメーカーは米国、イタリア、スペイン、ドイツ、ベルギー、日本、スイス、ロシアなど世界各国を代表する企業である。そのうちの数社は国際的に事業を展開し、数カ国に生産拠点や現地法人を有している。

3.3. 大手メーカーの市場占有率

タンクレストイレ市場の各社のシェアは以下の順序で試算した。まず、「アッパーミドル」および「プレミアム」価格帯のタンクレストイレをロシアに供給、または製造する企業について、輸入量・生産量によるランキングを作成し、次に上位 20 社の全ての価格帯のタンクレストイレの総輸入・生産量を試算、その上でタンクレストイレ市場規模に係るデータを参照しつつ各社のシェアをはじき出した。

グラフ 17 ロシアにおけるタンクレストイレ市場最大手メーカーのシェア (金額ベース、%、2019 年)



出所: ロシア国家統計局、連邦税関庁、当会調査

「アッパーミドル」および「プレミアム」価格セグメントのタンクレストイレメーカーのトップ 20 社がタンクレストイレ市場において金額ベースの総計で 58.5%を占めている。2つの高価格帯の製品の価格が他の製品よりも高いため、これらの 20 社の数量ベースでのシェアはこれよりかなり低くなる。

様々な情報源のデータに基づく当会の推計によれば、ロシアのタンクレストイレ市場で首位を占めているのは ROCA GROUP であるが、同社はメーカーで、輸入業者でもあり、ロシアに工場を抱える子会社の LLC ROCA ルスとともに、約 14.6%のシェアを占めている。また、トップ 5 には GROHE AG (10.2%)、ロシア企業としてはただひとつ、高価格帯の便器メーカートップ 20 にランクインしている LLC サマルスキー・ストロイファルフォル (5.4%)、VILLEROY&BOCH GROUP (5.3%)、KOHLER GROUP (5.2%) がランクインした。

3.4. アッパーミドルおよびプレミアム価格帯のタンクレストイレ品目分析

トップ 20 のメーカーにおける各価格帯の製品全品目ラインを以下に示す。

表8 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属する便器メーカートップ 20 のタンクレストイレモデル品目

メーカー	ブランド名	価格セグメント	モデル
ROCA GROUP (および LLC ROCA ルス)	JIKA	エコノミー	ZETA
	JIKA	エコノミー	CUBITO
	JIKA	ミドル	DEEP BY JIKA
	JIKA	ミドル	PURE
	JIKA	ミドル/アッパーミドル	MIO RIMLESS JIKA
	JIKA	エコノミー	LYRA PLUS
	JIKA	ミドル	JIKA OLYMP
	JIKA	エコノミー	DINO

メーカー	ブランド名	価格セグメント	モデル
	LAUFEN	ミドル／アッパーミドル／プレミアム	PRO LAUFEN
	LAUFEN	アッパーミドル／プレミアム	PALACE
	LAUFEN	ミドル	Florakids
	LAUFEN	プレミアム	Cleanet Navia (温水洗浄機能付き)
	LAUFEN	プレミアム	Cleanet Riva (温水洗浄機能付き)
	LAUFEN	プレミアム	Palomba collection
	LAUFEN	プレミアム	Kartell by laufen
	LAUFEN	プレミアム	Living
	LAUFEN	プレミアム	Sonar
	LAUFEN	プレミアム	The New Classic
	LAUFEN	プレミアム	Libertyline
	LAUFEN	プレミアム	Ilbagnoalessi one
	ROCA	アッパーミドル	MERIDIAN-N (MAXI CLEAN)
	ROCA	アッパーミドル	MERIDIAN COMPACT
	ROCA	ミドル	NEXO
	ROCA	プレミアム	INSPIRA
	ROCA	プレミアム	INSPIRA IN-WASH (温水洗浄機能付き)
	ROCA	プレミアム	MERIDIAN IN-TANK
	ROCA	プレミアム	BEYOND
	ROCA	ミドル／アッパーミドル	THE GAP
	ROCA	アッパーミドル	ACCESS
	ROCA	プレミアム	HALL
	ROCA	プレミアム	DAMA
	ROCA	ミドル	DEBBA
	ROCA	ミドル	DAMA SENSO
	ROCA	ミドル	VICTORIA
ROCA	エコノミー	MATEO	
ROCA	プレミアム	KHROMA	
GROHE AG	GROHE	アッパーミドル／プレミアム	EURO CERAMIC
	GROHE	プレミアム	SENSIA ARENA (温水洗浄機能付き)
	GROHE	エコノミー／ミドル	Bau Ceramic
	GROHE	プレミアム	Essence Ceramic
	GROHE	プレミアム	Cube Ceramic
LLC サマルスキー・ストロイファルフォル	SANITA	エコノミー	ATTICA LUXE
	SANITA	エコノミー	BEST
	SANITA	アッパーミドル	RINGO
VILLEROY&BOCH GROUP	VILLEROY&BOCH	プレミアム	VICLEAN (温水洗浄機能付き)
	VILLEROY&BOCH	プレミアム	ARCHITECTURA
	VILLEROY&BOCH	プレミアム	O.NOVO

メーカー	ブランド名	価格セグメント	モデル
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	SUBWAY
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	AVENTO
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	VENTICELLO
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Memento
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Joyce
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Finion
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Antheus
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Hommage
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Collaro
KOHLER GROUP	JACOB DELAFON	アッパーミドル	VOX
	JACOB DELAFON	プレミアム	STILLNESS
	JACOB DELAFON	プレミアム	PRESQU'ILE
	JACOB DELAFON	プレミアム	ESCALE
	JACOB DELAFON	ミドル／アッパーミドル／プ レミアム	ODEON UP
	JACOB DELAFON	アッパーミドル	OVE
	JACOB DELAFON	アッパーミドル	NOUVELLE VAGUE
	JACOB DELAFON	プレミアム	TERRACE
	JACOB DELAFON	プレミアム	REVE
	JACOB DELAFON	アッパーミドル	RODIN
	JACOB DELAFON	ミドル	Elite
	JACOB DELAFON	ミドル	Structura
	JACOB DELAFON	エコノミー／ミドル	Patio
	JACOB DELAFON	アッパーミドル	Replay
	JACOB DELAFON	ミドル	Brive
JACOB DELAFON	プレミアム	Viragio	
GEBERIT GROUP	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN MERA CLASSIC (温水 洗浄機能付き)

メーカー	ブランド名	価格セグメント	モデル
	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN MERA COMFORT (温水洗浄機能付き)
	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN TUMA COMFORT (温水洗浄機能付き)
	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN SELA (温水洗浄機能付き)
	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN TUMA CLASSIC (温水洗浄機能付き)
	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN TUMA (温水洗浄機能付き)
	GEBERIT	アッパーミドル	Acanto
	GEBERIT	アッパーミドル/プレミアム	Citterio
	KERAMAG	アッパーミドル	Smyle
	GEBERIT	アッパーミドル	Smyle
	KERAMAG	プレミアム	Xeno2
	GEBERIT	プレミアム	myDay
	KERAMAG	ミドル	myDay
	GEBERIT	アッパーミドル	Geberit Bambini
	GEBERIT	エコノミー/ミドル	Renova
	KERAMAG	エコノミー/ミドル	Renova
	KERAMAG	プレミアム	Preciosa II
	KERAMAG	ミドル/アッパーミドル/プレミアム	iCon
	GEBERIT	アッパーミドル/プレミアム	iCon
	KERAMAG	ミドル	Silk
	IFO	ミドル	Sjoss
	IFO	ミドル	Grandy Rimfree
	IFO	エコノミー	Special
	IFO	ミドル	Sign
	IFO	エコノミー/ミドル	Orsa
	KOLO	エコノミー	Idol
	KOLO	エコノミー	Rekord
AM.PM. GROUP	AM.PM.	ミドル	Sense
	AM.PM.	ミドル/アッパーミドル	SPIRIT 2.0
	AM.PM.	ミドル/アッパーミドル	AWE
	AM.PM.	アッパーミドル/プレミアム	Inspire
	AM.PM.	アッパーミドル/プレミアム	Sensation
	AM.PM.	プレミアム	Inspire 2.0
	AM.PM.	アッパーミドル	Like
	AM.PM.	プレミアム	Clean Care Awe (温水洗浄機能付き)
	BURLINGTON	アッパーミドル	P10
	CREO	ミドル	Tours
	CREO	ミドル	Orleans
	CREO	ミドル	Archi
	CREO	アッパーミドル	Rennes
	CREO	ミドル	Brest

メーカー	ブランド名	価格セグメント	モデル
	CREO	ミドル	Decart
	CREO	ミドル	Paris
	CREO	ミドル	Project
	HUIDA	エコノミー／ミドル	HD247P
IDEAL STANDARD GROUP	IDEAL STANDARD	プレミアム	DEA Aquablade
	IDEAL STANDARD	プレミアム	TONIC II
	IDEAL STANDARD	プレミアム	VENTUNO
	IDEAL STANDARD	プレミアム	Strada SIMPLY U
	IDEAL STANDARD	エコノミー／ミドル	CONNECT
	IDEAL STANDARD	アッパーミドル	Connect (温水洗浄機能付き)
	IDEAL STANDARD	ミドル	Eurovit ECCO／EUROVIT
	IDEAL STANDARD	ミドル／アッパーミドル	Tempo
	IDEAL STANDARD	アッパーミドル	Tesi
	IDEAL STANDARD	ミドル／アッパーミドル	Esedra
	IDEAL STANDARD	ミドル	Ecco
	IDEAL STANDARD	プレミアム	STRADA II
	VIDIMA	エコノミー	SEVA FRESH
	VIDIMA	エコノミー	SIRIUS
TANGSHAN IMEX INDUSTRIAL CO., LTD	IMEX	ミドル	Grace
	IMEX	アッパーミドル	Arco
	IMEX	アッパーミドル	Genesis
	IMEX	ミドル	Liberty
	ALCORA	ミドル	Empire
	CEAMICA NOVA	ミドル	Play
	CEAMICA NOVA	ミドル	Moments
	CEAMICA NOVA	ミドル	New Day
	CEAMICA NOVA	ミドル	Mono
	CEAMICA NOVA	ミドル	Enjoy
	CEAMICA NOVA	ミドル	Metric
	CEAMICA NOVA	ミドル	Highlight
	CEAMICA NOVA	ミドル	Cubic
	GROSSMAN	アッパーミドル	Modern
	GROSSMAN	ミドル	Classic
	GROSSMAN	アッパーミドル	Comfort
TOTO GROUP	TOTO	プレミアム	SG
	TOTO	プレミアム	RP

メーカー	ブランド名	価格セグメント	モデル
	TOTO	プレミアム	SP
	TOTO	プレミアム	Jewelhex
	TOTO	プレミアム	MH
	TOTO	プレミアム	NC
	TOTO	プレミアム	NEOREST AC (温水洗浄機能付き)
	TOTO	プレミアム	NEOREST EW (温水洗浄機能付き)
	TOTO	プレミアム	CF
DURAVIT AG	DURAVIT	プレミアム	DURASTYLE RIMLESS + COVER SENSOWASH (温水洗浄機能付き)
	DURAVIT	プレミアム	Vero Air
	DURAVIT	プレミアム	Rimless Viu
	DURAVIT	プレミアム	ME by Starck
	DURAVIT	プレミアム	DuraStyle コンパクト Rimless
	DURAVIT	プレミアム	Architec (車椅子を利用する障害者用)
	DURAVIT	プレミアム	Architec
	DURAVIT	アッパーミドル	Basic
	DURAVIT	ミドル/アッパーミドル	D-Code
	DURAVIT	プレミアム	P3 Comforts
	DURAVIT	プレミアム	Darling New
	DURAVIT	プレミアム	SensoWash 用 DuraStyle Rimless
	DURAVIT	プレミアム	Starck 2
	DURAVIT	プレミアム	Starck 3
	DURAVIT	プレミアム	SensoWash 用 Happy D.2 Rimless
	DURAVIT	プレミアム	Happy D.2
	DURAVIT	プレミアム	1930 Series
	DURAVIT	プレミアム	Rimless® Viu
	DURAVIT	プレミアム	Vero
	DURAVIT	プレミアム	Colomba
DURAVIT	プレミアム	Duraplus Bambi	
NOKEN DESIGN S.A. (PORCELANO SA Grupo)	NOKEN	プレミアム	LOUNGE
	NOKEN	プレミアム	Essence-C
	NOKEN	プレミアム	ACRO COMPACT
	NOKEN	プレミアム	TONO
	NOKEN	プレミアム	FORMA
	NOKEN	プレミアム	NK CONCEPT
	NOKEN	アッパーミドル	HOTELS
	NOKEN	アッパーミドル	URBAN-C
	NOKEN	プレミアム	ARQUITECT
	NOKEN	プレミアム	ESSENCE C COMPACT
	NOKEN	プレミアム	VITAE
	NOKEN	プレミアム	ANTIC
	NOKEN	ミドル	CITY
TEKA SANITARY	TEKA	アッパーミドル	Manacor
	TEKA	アッパーミドル	Formentera

メーカー	ブランド名	価格セグメント	モデル
SISTEMS, S.A.	TEKA	アッパーミドル	Nexos
ART CERAM SRL	ARTCERAM	アッパーミドル/プレミアム	File 2.0
	ARTCERAM	プレミアム	Civitas
	ARTCERAM	プレミアム	Faster
	ARTCERAM	プレミアム	Gio Evolution
	ARTCERAM	プレミアム	Hi-Line
	ARTCERAM	プレミアム	The One
	ARTCERAM	プレミアム	Jazz
	ARTCERAM	プレミアム	Hermitage
	ARTCERAM	プレミアム	A16
	ARTCERAM	アッパーミドル	Ten
	ARTCERAM	アッパーミドル	Smarty
	ARTCERAM	プレミアム	Atelier
	ARTCERAM	プレミアム	Azuley
	ARTCERAM	アッパーミドル	Step
TECE GMBH	TECE	アッパーミドル	ULA
	TECE	プレミアム	TECEONE (温水洗浄機能付き)
	TECE	プレミアム	OPERA LAGUNA
	TECE	エコノミー	V04
GRUPPO SANITARI ITALIA S.P.A.	GSI	ミドル/アッパーミドル	City
	GSI	アッパーミドル/プレミアム	Pura
	GSI	アッパーミドル/プレミアム	Norm
	GSI	アッパーミドル/プレミアム	Kube
	GSI	アッパーミドル/プレミアム	Sand
	GSI	プレミアム	Community
	GSI	プレミアム	Color Elements
	GSI	アッパーミドル/プレミアム	CLASSIC
	GSI	アッパーミドル	MODO
SIMAS S.P.A.	SIMAS	アッパーミドル/プレミアム	BOHEMIEN
	SIMAS	アッパーミドル/プレミアム	EVOLUTION EVO
	SIMAS	アッパーミドル/プレミアム	FLOW
	SIMAS	プレミアム	FROZEN FZ
	SIMAS	アッパーミドル	LANTE LA
	SIMAS	アッパーミドル	LFT SPAZIO LFT
	SIMAS	アッパーミドル	LONDRA LO
	SIMAS	アッパーミドル	ARCADE AR
	SIMAS	アッパーミドル	BADEN-BADEN BB
	SIMAS	アッパーミドル	BORMIO
	SIMAS	アッパーミドル	GAMBASSI GA
	SIMAS	アッパーミドル/プレミアム	VIGNONI VI
	SIMAS	アッパーミドル	E-LINE EL
RAVAK A.S.	RAVAK	アッパーミドル/プレミアム	Uni Chrome Rim
	RAVAK	プレミアム	Chrome RimOff
	RAVAK	プレミアム	Uni Chrome RimOff

メーカー	ブランド名	価格セグメント	モデル
	RAVAK	アッパーミドル／プレミアム	Classic RimOff
CERAMICA GLOBO S.P.A	GLOBO	プレミアム	Forty3
	GLOBO	プレミアム	BOWL+
	GLOBO	プレミアム	Daily
	GLOBO	プレミアム	Grace
	GLOBO	プレミアム	4ALL
	GLOBO	プレミアム	Genesis
	GLOBO	プレミアム	Paestum
	GLOBO	プレミアム	Stone
	GLOBO	プレミアム	Stockholm
	GLOBO	アッパーミドル	Space Classic
	GLOBO	プレミアム	Relais
CERAMICA CIELO S.P.A	CIELO	プレミアム	Le Giare
	CIELO	プレミアム	Shui Comfort
	CIELO	プレミアム	Shui
	CIELO	プレミアム	Fluid
	CIELO	プレミアム	Smile
	CIELO	プレミアム	Opera
	CIELO	プレミアム	Karim
	CIELO	プレミアム	Enjoy
	CIELO	プレミアム	Era

出所：ロシア連邦税関庁、各オンラインショップのデータ、GIDMARKET

上表の情報を分析したデータに基づけば、主要な競合メーカー各社は様々な品揃え戦略を展開しており、以下のように特徴づけることができる：

- ① ROCA GROUP (および LLC ROCA ルス) – 複数のブランド／様々な価格セグメント／幅広いターゲットユーザーの取り込み／温水洗浄機能付き製品の販売
- ② GROHE AG – 1つのブランド／様々な価格セグメント／温水洗浄機能付き製品の販売／少ない品揃え
- ③ LLC サマルスキー・ストロイファルフォル – 1つのブランド／シンプルでポピュラーなモデルを中心にした狭い品揃え／温水洗浄機能付き製品が品目がない
- ④ VILLEROY&BOCH GROUP - 1つのブランド／プレミアムセグメントの製品の投入／温水洗浄機能付き製品の販売／豊富なラインアップ
- ⑤ KOHLER GROUP - 1つのブランド／様々な価格セグメント／温水洗浄機能付き製品が品目がない／幅広い品揃え
- ⑥ GEBERIT GROUP - 複数のブランド／様々な価格セグメント／幅広いターゲットユーザーの取り込み／温水洗浄機能付き製品の販売

- ⑦ AM.PM. GROUP - 複数のブランド／様々な価格セグメント／幅広いターゲットユーザーの取り込み／温水洗浄機能付製品の販売
- ⑧ IDEAL STANDARD GROUP - 複数のブランド／様々な価格セグメント／幅広いターゲットユーザーの取り込み／温水洗浄機能付き製品の販売
- ⑨ TANGSHAN IMEX INDUSTRIAL CO., LTD - 複数のブランド／中価格帯で提案／ロシアでは温水洗浄機能付き製品は販売されていない
- ⑩ TOTO GROUP - 1つのブランド／プレミアムまたは超高価製品の投入／温水洗浄機能付き製品の販売／豊富なラインアップ
- ⑪ DURAVIT AG - 1つのブランド／プレミアムまたは超高価製品を優先的に投入／温水洗浄機能付き製品の提案／豊富なラインアップ
- ⑫ NOKEN DESIGN S.A. (PORCELANOSA Grupo) - 1つのブランド／プレミアムまたは超高価製品を優先的に投入／温水洗浄機能付き製品が品目がない／豊富なラインアップ
- ⑬ TEKA SANITARY SYSTEMS, S.A. - 1つのブランド／「アッパーミドル」セグメントの製品のみを投入／温水洗浄機能付き製品が品目がない／狭い品揃え
- ⑭ ART CERAM SRL - 1つのブランド／高価格帯製品の投入／温水洗浄機能付き製品が品目がない／幅広い品揃え
- ⑮ TECE GMBH - 1つのブランド／高価格帯製品を優先的に投入／温水洗浄機能付き製品の販売／少ない品揃え
- ⑯ GRUPPO SANITARI ITALIA S.P.A. - 1つのブランド／高価格帯製品を優先的に投入／温水洗浄機能付き製品が品目がない／品揃えはかなり幅広い
- ⑰ SIMAS S.P.A. - 1つのブランド／高価格帯製品を優先的に投入／温水洗浄機能付き製品が品目がない／品揃えはかなり幅広い；
- ⑱ RAVAK A.S. - 1つのブランド／高価格帯製品を優先的に投入／温水洗浄機能付き製品が品目がない／少ない品揃え；
- ⑲ CERAMICA GLOBO S.P.A - 1つのブランド／プレミアムおよび超高価格帯製品を優先的に投入／温水洗浄機能付き製品が品目がない／品揃えは幅広い；
- ⑳ CERAMICA CIELO S.P.A - 1つのブランド／プレミアムおよび超高価格帯製品を優先的に投入／温水洗浄機能付き製品が品目がない／品揃えはかなり幅広い。

3.5. 主要メーカーの超高価格帯(4万ルーブル以上)タンクレストイレ詳細分析

表9 ロシア市場に投入されている超高価格帯(4万ルーブル以上)タンクレストイレ品目

メーカー	ブランド	価格セグメント	モデル	温水洗 浄機能 の有無	オンラインシ ョップでの価 格帯(単位: 千ルーブル)
ROCA GROUP (LLC ROCA ル ス)	ROCA	プレミアム	INSPIRA IN-WASH (温水洗浄機能付き)	+	80-130
	ROCA	プレミアム	BEYOND	-	80-90
	ROCA	プレミアム	KHROMA	-	60-70
	ROCA	プレミアム	MERIDIAN IN-TANK	-	150-190
	LAUFEN	プレミアム	Ilbagnoalessi one	-	90-100
	LAUFEN	プレミアム	Cleanet Navia (温水洗浄機能 付き)	+	180-190
	LAUFEN	プレミアム	Cleanet Riva (温水洗浄機能付 き)	+	360-370
	LAUFEN	プレミアム	Kartell by laufen	-	40-50
	LAUFEN	プレミアム	The New Classic	-	40-80
	LAUFEN	プレミアム	Sonar	-	40-70
LAUFEN	プレミアム	Libertyline	-	50-60	
GROHE AG	GROHE	プレミアム	SENSIA ARENA (温水洗浄機 能付き)	+	160-260
LLC サマ ルスキー・ ストロイフ アルフォル	4万ルーブル以上の便器は投入されていない				
VILLERO Y&BOCH GROUP	VILLEROY&BOC H	プレミアム	SUBWAY	-	30-60
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	ARCHITECTURA	-	30-50
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Memento	-	40-60
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	VICLEAN (温水洗浄機能付き)	+	190-280
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	VENTICELLO	-	30-70
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	AVENTO	-	40-70
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Joyce	-	40-60
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Finion	-	40-60
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Antheus	-	50-70
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Hommage	-	50-60
	VILLEROY&BOC H	プレミアム	Collaro	-	50-70
	KOHLER GROUP	JACOB DELAFON	プレミアム	STILLNESS	-

メーカー	ブランド	価格セグメント	モデル	温水洗 浄機能 の有無	オンラインシ ョップでの価 格帯(単位: 千ルーブル)
	JACOB DELAFON	プレミアム	TERRACE	-	40-60
GEBERIT GROUP	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN MERA CLASSIC	+	270-290
	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN MERA COMFORT	+	320-330
	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN TUMA COMFORT	+	160-180
	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN SELA	+	150-190
	GEBERIT	プレミアム	AQUACLEAN TUMA CLASSIC	+	100-110
	GEBERIT	プレミアム	Citterio	-	40-50
AM.PM. GROUP	AM.PM.	プレミアム	Inspire 2.0	-	60-70
	AM.PM.	プレミアム	Clean Care Awe (温水洗浄機 能付き)	+	60-80
IDEAL STANDA RD GROUP	IDEAL STANDARD	プレミアム	DEA Aquablade	-	80-90
	IDEAL STANDARD	プレミアム	TONIC II	-	60-70
	IDEAL STANDARD	プレミアム	Strada SIMPLY U	-	40-50
	IDEAL STANDARD	プレミアム	STRADA II	-	40-50
TANGSH AN IMEX INDUSTRI AL CO., LTD	4万ルーブル以上の便器は投入されていない				
TOTO GROUP	TOTO	プレミアム	SG	-	40-60
	TOTO	プレミアム	RP	-	40-60
	TOTO	プレミアム	SP	-	40-170
	TOTO	プレミアム	Jewelhex	-	40-50
	TOTO	プレミアム	NEOREST AC (温水洗浄機能 付き)	+	970-980
	TOTO	プレミアム	NEOREST EW (温水洗浄機能 付き)	+	660-670
DURAVIT AG	DURAVIT	プレミアム	SENSOWASH(温水洗浄機能 付き)便座つき DURASTYLE RIMLESS	+	170-200
	DURAVIT	プレミアム	Vero Air	-	50-80
	DURAVIT	プレミアム	Rimless Viu	-	30-70
	DURAVIT	プレミアム	ME by Starck	-	30-60
	DURAVIT	プレミアム	Architec (車椅子を使用する身 体障害者用)	-	40-60

メーカー	ブランド	価格セグメント	モデル	温水洗 浄機能 の有無	オンラインシ ョップでの価 格帯(単位: 千ルーブル)
	DURAVIT	プレミアム	P3 Comforts	-	30-70
	DURAVIT	プレミアム	Darling New	-	30-70
	DURAVIT	プレミアム	SensoWash 用 DuraStyle Rimless for	-	30-50
	DURAVIT	プレミアム	Starck 2	-	40-80
	DURAVIT	プレミアム	Starck 3	-	20-50
	DURAVIT	プレミアム	SensoWash 用 Happy D.2 Rimless	-	60-80
	DURAVIT	プレミアム	Happy D.2	-	30-50
	DURAVIT	プレミアム	1930 Series	-	70-90
	DURAVIT	プレミアム	Vero	-	40-50
NOKEN DESIGN S.A. - PORCEL ANOSA Grupo	NOKEN	プレミアム	LOUNGE	-	40-50
	NOKEN	プレミアム	Essence-C	-	60-90
	NOKEN	プレミアム	TONO	-	40-50
	NOKEN	プレミアム	FORMA	-	40-50
	NOKEN	プレミアム	VITAE	-	90-100
	NOKEN	プレミアム	ANTIC	-	50-60
TEKA SANITAR Y SISTEMS, S.A.	4万ルーブル以上の便器は投入されていない				
ART CERAM SRL	ARTCERAM	プレミアム	Civitas	-	40-60
	ARTCERAM	プレミアム	Hi-Line	-	70-80
	ARTCERAM	プレミアム	The One	-	30-90
	ARTCERAM	プレミアム	Jazz	-	30-60
	ARTCERAM	プレミアム	Hermitage	-	20-50
	ARTCERAM	プレミアム	A16	-	30-60
	ARTCERAM	プレミアム	Atelier	-	30-50
	ARTCERAM	プレミアム	Azuley	-	40-50
TECE GMBH	TECE	プレミアム	TECEONE (温水洗浄機能付き)	+	109-110
GRUPPO SANITARI ITALIA S.P.A.	GSI	プレミアム	Community	-	40-50
	GSI	プレミアム	Color Elements	-	40-50
SIMAS S.P.A.	4万ルーブル以上の便器は投入されていない				
RAVAK A.S.	4万ルーブル以上の便器は投入されていない				
CERAMIC	GLOBO	プレミアム	Forty3	-	30-60

メーカー	ブランド	価格セグメント	モデル	温水洗 浄機能 の有無	オンラインシ ョップでの価 格帯(単位: 千ルーブル)
A GLOBO S.P.A	GLOBO	プレミアム	BOWL+	-	40-50
	GLOBO	プレミアム	4ALL	-	30-60
	GLOBO	プレミアム	Paestum	-	40-50
	GLOBO	プレミアム	Stone	-	40-50
	GLOBO	プレミアム	Stockholm	-	50-60
CERAMIC A CIELO S.P.A	CIELO	プレミアム	Le Giare	-	60-70
	CIELO	プレミアム	Shui Comfort	-	40-80
	CIELO	プレミアム	Fluid	-	50-80
	CIELO	プレミアム	Smile	-	40-50
	CIELO	プレミアム	Opera	-	40-70
	CIELO	プレミアム	Era	-	40-70

出所: 各オンラインショップのデータ

このように、アッパーミドルとプレミアムセグメントのタンクレストイレのロシア市場でリーダー的存在である 20 社のうち、5 社の品目には 4 万ルーブル（消費者価格）以上の高価な便器はない。さらに別の 5 社の品目にはこのような便器は 1～2 種類しかない。20 社中 50%（10 社）のメーカーでは、特に超高価格帯の製品がかなり充実している。最も高価なモデルは TOTO と Geberit が販売している。

3.6. 競合各社の強みおよび弱み

以下、データで示す。

表 10 アッパーミドル・プレミアム価格に属するタンクレストイレメーカーの長所と短所

メーカー	長所	短所
ROCA GROUP (お よび LLC ROCA ル ス)	大手国際企業	2019 年に高価格帯便器の出荷数が 減少した
	複数ブランドがある	
	4つの全ての価格帯の商品を投入	
	ロシアでの自社生産	
	ロシアに自社の現地法人がある	
	ロシアのタンクレストイレ市場のリーダー	
	品目に温水洗浄機能付き便器を揃えている	
	ロシア語のサイトがある	
GROHE AG	2019 年に高価格帯便器の出荷数が増加した	少ない品揃え
	ロシア国内にパートナーの小売店、サービスセンターがある	
	ロシア語のサイトがある	
	品目に温水洗浄機能付き便器を揃えている	
	ロシアに自社の現地法人がある	
	大手国際企業	

メーカー	長所	短所
	4つの全ての価格帯の商品を投入	
LLC サマルスキー・ストロイファルフォル	ロシアの人気大手バス・トイレ用製品メーカー（トップ3にランクイン）	2つの価格帯のタンクレストイレしか投入していない
	ロシア語のサイトがある	品目に温水洗浄機能付き便器がない
	ロシアでの自社生産	
	ロシア国内にパートナーの小売店、サービスセンター、ディストリビューターあり	
	2019年の売上が増加した	
VILLEROY&BOCH GROUP	大手国際企業	1つの価格帯のタンクレストイレしか投入していない
	ロシア語のサイトがある	2019年に高価格帯便器の出荷数が減少した
	ロシアに自社の現地法人がある	
	品目に温水洗浄機能付き便器を揃えている	
	ロシア国内にパートナーの小売店、ディストリビューターがいる	
KOHLER GROUP	大手国際企業	品目に温水洗浄機能付き便器がない
	ロシア語のサイトがある	2019年に高価格帯便器の出荷数が減少した
	ロシアに自社の現地法人がある	
	4つの全ての価格帯の商品を投入	
	サービスセンターがある	
GEBERIT GROUP	大手国際企業	2019年に高価格帯便器の出荷数が減少した
	ロシア語のサイトがある	
	ロシアに自社の現地法人がある	
	温水洗浄機能付き便器の品揃えが充実している	
	現地法人、パートナーのディストリビューターがいる	
	4つの全ての価格帯の商品を投入	
	複数ブランドがある	
AM.PM. GROUP	複数ブランドがある	ロシアに自社の輸入業者、現地法人がない
	ロシアに混合栓製造工場をオープン	
	大手国際企業	
	ロシア語のサイトがある	
	サービスセンターがある	
	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	
	品目に温水洗浄機能付き便器がある	
	3つの価格帯の商品を投入している	
IDEAL STANDARD GROUP	サービスセンター、卸売、小売業のパートナーがいる	2019年に高価格帯便器の出荷数が減少した

メーカー	長所	短所
	大手国際企業	
	ロシア語のサイトがある	
	ロシアに自社の現地法人がある	
	複数ブランドがある	
	品目に温水洗浄機能付き便器がある	
	4つの全ての価格帯の商品を投入	
TANGSHAN IMEX INDUSTRIAL CO., LTD	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	中国に本拠があり、工場も中国にしかない
	セラミック、石材、大理石などを使った製品の大手メーカー。	温水洗浄機能付きスマート便器 IMEX Smart Toilet はロシア市場には投入されていない
	契約により、JACOB DELAFON、AM.PM.などの他社ブランドの製品を製造	ロシア語のサイトがない
	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	ロシアに自社の輸入業者、現地法人がない
	複数ブランドがある	2つの価格帯のタンクレストイレしか投入していない
TOTO GROUP	ロシアの大都市で消費者にアンケートを実施し、消費者の行動、嗜好の特徴を調査した	2019年に高価格帯便器の出荷数が減少した
	主要な輸入業者は有限会社 MITSUI & CO. MOSCOW	1つの価格帯の商品しか投入していない
	ロシアに駐在事務所、卸売、小売業のディーラーあり	
	品目に温水洗浄機能付き便器を揃えている	
	大手国際企業	
	ロシア語のサイトがある	
DURAVIT AG	品目に温水洗浄機能付き便器を揃えている	ドイツに本拠があり、工場もドイツにしかない
	ロシアに自社の現地法人がある	3つの価格帯の製品を投入しているが、ミドルおよびアッパーミドル価格帯の品揃えが充実していない。
	ロシア語のサイトがある	
	品目に温水洗浄機能付き便器がある	
NOKEN DESIGN S.A. - PORCELANOSA Grupo	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	スペインに本拠があり、工場もスペインにしかない
	ロシア語のサイトがある	ロシアに自社の輸入業者、現地法人がない
	卸売、小売業のパートナーがいる	品目に温水洗浄機能付き便器がない
	3つの価格帯の商品を投入している	ミドルおよびアッパーミドル価格帯の品揃えが充実していない。
TEKA SANITARY SISTEMAS, S.A.	2019年にロシアのタンクレストイレ市場に進出したが、その際、大量の製品を出荷した	ロシアの公式サイトには便器に関する情報がない
		1つの価格帯の商品しか投入していない
		便器の品揃えが貧弱である。

メーカー	長所	短所
		スペインに本拠があり、工場もスペインにしかない
		ロシアに自社の輸入業者、現地法人がない
		品目に温水洗浄機能付き便器がない
ART CERAM SRL	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	イタリアに本拠があり、工場もイタリアにしかない
		ロシアに自社の輸入業者、現地法人がない
		2つの価格帯の製品しか投入されていない
		品目に温水洗浄機能付き便器がない
		ロシア語のサイトがない
TECE GMBH	ロシアに自社の現地法人がある	ドイツに本拠があり、工場もドイツにしかない
	ロシア語のサイトがある	3つの価格帯の製品を投入しているが、品揃えが充実していない。
	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	会社規模が中程度である
	品目に温水洗浄機能付き便器がある	
GRUPPO SANITARI ITALIA S.P.A.	3つの価格帯の多数のモデル、バリエーションを投入している	ロシア語のサイトがない
	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	イタリアに本拠があり、工場もイタリアにしかない
		ロシアに自社の輸入業者、現地法人がない
		品目に温水洗浄機能付き便器がない
SIMAS S.P.A.	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	ロシア語のサイトがない
		イタリアに本拠があり、工場もイタリアにしかない
		ロシアに自社の輸入業者、現地法人がない
		品目に温水洗浄機能付き便器がない
		製品を投入は2つの価格帯のみ
RAVAK A.S.	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	品目に温水洗浄機能付き便器がない
	ロシアに自社の現地法人がある	チェコに本拠があり、工場もチェコにしかない
	ロシア語のサイトがある	2つの価格帯の製品を投入しているが、品揃えが充実していない。
CERAMICA GLOBO S.P.A.	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	イタリアに本拠があり、工場もイタリアにしかない
	ロシア語のサイトがある	ロシアに自社の輸入業者、現地法人がない

メーカー	長所	短所
		品目に温水洗浄機能付き便器がない
		プレミアム価格帯に優先的に製品を投入している
CERAMICA CIELO S.P.A	ロシア語のサイトがある	イタリアに本拠があり、工場もイタリアにしかない
	2019年に高価格帯便器の出荷数が増加した	ロシアに自社の輸入業者、現地法人がない
		品目に温水洗浄機能付き便器がない
		1つの価格帯の商品しか投入していない

出所： 当会調査

このように、各社にそれぞれの強みと弱みがある。強力なブランドを抱える大手国際企業はロシア市場で幅広く展開しており、その存在感は年々強まっている。その一方で、オリジナリティのある中・高価格帯のバス・トイレ製品を市場に提案するヨーロッパの中堅企業が成長する傾向も見逃せない。また、各社は徐々に人気が高まっている温水洗浄機能付きの便器を市場に投入することによって品揃えを拡充している。自前のサイトまたはオンラインショップを持ち、また、公式の小売、卸売ディストリビューターまたはディーラーを抱える企業が高い営業効率を発揮している。

4. アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレのディストリビューター上位 10 社の分析

4.1. 最大手市場プレイヤー

ロシアのタンクレストイレメーカーは「アッパーミドル」や「プレミアム」以上のセグメントには参入していないので、アッパーミドルやプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレの大手ディストリビューターとはつまり、こうした製品の輸入業者ということになる。

表 11 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ市場のディストリビューター

社名	輸入量 ² (1,000台/1,000 ドル、2019年)	2019年 の売上高 (100万 ルーブル)	所在地	サイト	販売タンクレストイレのブランド	備考
LLC GROHE	22.4/2 536.9	5 725.5	モスクワ	https://www.grohe.ru/ru_ru	GROHE	
LLC ROCA ルス	28.8/2 493.3	3 942.8	レニングラード州、トスノ	https://www.roca.ru	ROCA, JIKA, LAUFEN	
LLC KOHLER ルス	14.5/1 368.9	1 903.3	モスクワ	https://www.jacobdelafon.ru/ru	JACOB DELAFON, IMEX	
LLC VILLEROY&BOCH	3.9/806.7	1 130.3	モスクワ	https://www.villeroy-boch.ru	VILLEROY&BOCH, GUSTAVSBERG	
LLC GEBERIT ルス	2.0/597.1	2 125.9	モスクワ	https://www.geberit.ru	GEBERIT, KOLO, IFO, KERAMAG	
LLC MITSUI & CO. モスクワ	2.8/463.5	2 373.5	モスクワ	https://www.mitsui.com/ru/ru/company/index.html	TOTO	

² アッパーミドルおよびプレミアムセグメントに属するタンクレストイレの輸入量

社名	輸入量 ² (1,000台/1,000ドル、2019年)	2019年の売上高 (100万ルーブル)	所在地	サイト	販売タンクレストイレのブランド	備考
株式会社タスコム	4.2/342.4	1 419.2	カルーガ州、	https://www.tackom.ru/	AM.PM., CREO, MELANA, CERUTTI	ディストリビューターではなく、通関のみを行っている
LLC サニムペクス	2.7/215.8	2 079.5	サンクトペテルブルグ	データなし	AM.PM., MELANA, LUOYANG MEIDIYA CERAMICS	
LLC エコードウシュ	1.4/196.7	510.1	モスクワ州、ムイティシチ市	http://eco-dush.ru	TOTO, KERASAN, CERAMICA GLOBO, AZZURRA, SIMAS, GSI, DEVON&DEVON	TOTOのサイトには卸売業とあるが、DURAVITのサイトには小売業とある
LLC AMグループ	1.3/177.1	203.3	モスクワ州、ロブニャ市	https://am-group.ru	ARTCERAM	
LLC TECE システムズ	0.9/176.5	1 202.2	モスクワ州、クラスノゴルスキー地区	https://www.tece.com/ru/	TECE	

出所: 各社データ、ロシア国家統計局、連邦税関庁

上記のように、タンクレストイレの大手ディストリビューターは特定のブランド（メーカー）の外国製商品を輸入するために特別に設立された法人もあれば、複数ブランド（メーカー）を取り扱う企業もある。なお、ディストリビューター・トップ 10 にランクインした企業の1つ（株式会社タスコム）はサプライチェーンの物流リンクに過ぎず、通関と倉庫管理業務に従事しているのみである。

4.2. 製品品目の分析、価格セグメント

2019年に主なディストリビューター向けに出荷された製品（全価格セグメント）は以下の通り。

表 12 アッパーミドル・プレミアム価格に属するタンクレストイレのディストリビューター・トップ 10 が取り扱う製品品目(2019年)

社名	販売されるタンクレストイレのブランド	小売価格範囲 (1,000ルーブル/個)	該当価格セグメント
LLC GROHE	GROHE	6-298	エコノミー, ミドル, アッパーミドル, プレミアム, 超高価
LLC ROCA ルス	ROCA, JIKA, LAUFEN	6-360	エコノミー, ミドル, アッパーミドル, プレミアム, 超高価
LLC KOHLER ルス	JACOB DELAFON, IMEX	6-71	エコノミー, ミドル, アッパーミドル, プレミアム, 超高価
LLC VILLEROY&BOCH	VILLEROY&BOCH, GUSTAVSBERG	5-291	エコノミー, ミドル, アッパーミドル, プレミアム, 超高価
LLC GEBERIT ルス	GEBERIT, KOLO, IFO, KERAMAG	4-385	エコノミー, ミドル, アッパーミドル, プレミアム, 超高価
LLC MITSUI & CO. モスクワ	TOTO	25-924	プレミアム, 超高価
LLC サニムペクス	AM.PM., MELANA,	7-174	ミドル, アッパーミドル, プレミ

	LUOYANG MEIDIYA CERAMICS		アム, 超高価
LLC エコードウシュ	TOTO, KERASAN, CERAMICA GLOBO, AZZURRA, SIMAS, GSI, DEVON&DEVON	16-190	アッパーミドル, プレミアム, 超高価
LLC AM グループ	ARTCERAM	23-42	アッパーミドル, プレミアム, 超高価
LLC TECE システムズ	TECE	17-90	アッパーミドル, プレミアム, 超高価

出所: 各オンラインショップのデータ、当会調査、連邦税関庁

最も高価な TOTO ブランドの商品のディストリビューターである LLC MITSUI & CO. モスクワはプレミアムと超高価格セグメントのタンクレストイレしか出荷していない。当会の推計によれば、2019 年に 4 つの全ての価格帯（超高価格帯を個別のセグメントとしない）の商品を出荷したのは 5 社であった。

4.3. 製品流通チャネル

主要ディストリビューターによるタンクレストイレの販売チャネルに関する情報を以下に示す。

主なディストリビューターは輸入業者なので、流通チャネルとしての輸出はなく、全ての製品はロシア国内で販売されている。

表 13 製品の流通チャネル

ディストリビューター	自社のオンラインショップ	自社の小売店またはショールーム網、オフィス・現地法人ネットワーク	パートナーの小売店、サロン	卸売パートナー
LLC GROHE	+	-	+	+
LLC ROCA ルス	+	-	+	+
LLC KOHLER ルス	-	+	+	+
LLC VILLEROY&BOCH	+	-	+	+
LLC GEBERIT ルス	-	+	+	+
LLC MITSUI & CO. モスクワ	-	-	-	+
LLC サニムペクス	-	-	データなし	+
LLC.エコードウシュ(取引相手は法人のみ)	+	+	+	+
LLCAM グループ	-	-	+	+
LLCTECE システムズ	-	+	+	+

出所: GIDMARKET

上記の 4 つの流通チャネルのうち、各社が頻繁に活用しているのは 3 つであることが分かる。公開データによれば、LLC MITSUI & CO. モスクワが展開しているラインナップにはバス・トイレ製品の直接輸入が含まれるが、これら製品販売は専門の外部企業へ委託していると思われる。LLC サニムペクスは自社のサイトを設けておらず、商品の流通は別の卸売会社を通して行っている。

上記の 10 社のうち、6 社は自社のオンラインショップを持っていない。6 社はオフィス・現地法人または小売拠点を持っていない。全てのディストリビューターが卸売業の顧客、法人顧客、デザイン設計事務所との取引している。

4.4. 競合企業のマーケティング活動

表 14 製品およびブランドのプロモーション方法

ディストリビューター	購入時における割引・特典	顧客向けポイントプログラム	SMS およびメッセージングでのプロモーション	ブログの活用	新製品プレゼン	その他
LLC GROHE	+	データなし	Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube, Twitter, フコンタクテ	データなし	+	
LLC ROCA ルス	+	+	WhatsApp, Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube	データなし	+	プロフェッショナル向けトレーニングセンター
LLC KOHLER ルス	-	データなし	Facebook, Instagram, YouTube, フコンタクテ	データなし	+	カタログ
LLC VILLEROY&BOCH	+	データなし	Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, YouTube	データなし	+	販売および据付のためのトレーニング
LLC GEBERIT ルス	-	+ Для компаний-партнеров	Facebook, Instagram, YouTube	データなし	+	
LLC MITSUI & CO. モスクワ	データなし					
LLC サニムペクス	データなし					
LLC エコードウシュ (取引相手は法人のみ)	+	データなし	Facebook, Instagram, YouTube	データなし	+	
LLC AM グループ	-	データなし	Facebook, Instagram	データなし	+	デザイナーコンペ、関連業界展示会参加、マスコミおよびインターネットへの広告、デザイナーや建築家のためのレクチャーおよびマスタークラス、社員のトレーニング、パートナーの店舗でのデザインおよび展示デザイン

ディストリビューター	購入時における割引・特典	顧客向けポイントプログラム	SMSおよびメッセージングでのプロモーション	ブログの活用	新製品プレゼン	その他
LLC TECE システムズ	—	データなし	—	データなし	—	展示会への参加

出所： 当会調査

公開情報では、LLC MITSUI & CO. モスクワおよび LLC サニムペクスによるマーケティング対策やプロモーション対策に関する具体的なデータがなかった。ディストリビューター・トップ 10 のその他の企業は自社の個人客や法人客のための様々な商品プロモーションを活用し、ソーシャルネットワークを使ってブランドや商品のプロモーションを行い、新商品に関する情報を発信している。ブログを活用しているのはわずか1社のみである。自社の公式サイトで顧客向けのポイントプログラムを公表しているのは稀で、複数の企業がそれぞれの顧客やパートナーとの個別アプローチで協力を行っていると言っている。自社のマーケティング対策について最も詳細な情報を提供しているのは LLC AM グループで、自社のサイトに「当社マーケティングは関連業界のあらゆる展示会に参加することであり、マスコミおよびインターネットでの広告、デザイナーや建築家のためのレクチャーおよびマスタークラス、社員のトレーニング、パートナー店舗での展示である」と記載している。

4.5. 競合企業の長所と短所

主なディストリビューターに関する情報を長所と短所という視点から整理した。

表 15 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ・ディストリビューターの長所と短所

ディストリビューター	長所	短所
LLC GROHE	<ul style="list-style-type: none"> 大手国際企業の現地法人 ロシアに自社のオンラインショップがある ソーシャルネットワークの幅広い利用、顧客向けのプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> ブランドが1つのみ 自社の小売拠点および販売オフィスがない
LLC ROCA ルス	<ul style="list-style-type: none"> 大手国際企業の現地法人 パートナーとの協力 ロシアに自社のオンラインショップがある 製品のプロモーションおよびプレゼンテーション ソーシャルネットワークでのプロモーション ポイントプログラム 幅広い品揃え 	<ul style="list-style-type: none"> 自社の小売拠点および販売オフィスがない
LLC KOHLER ルス	<ul style="list-style-type: none"> 大手国際企業の現地法人 新製品のプレゼンテーション、カタログ ソーシャルネットワークでのプロモーション パートナーとの協力 自社の販売拠点 	<ul style="list-style-type: none"> オンラインショップがない サイトに顧客のためのプロモーションおよびポイントプログラムについての情報がない
LLC VILLEROY&BOCH	<ul style="list-style-type: none"> 大手国際企業の現地法人 パートナーとの協力 ロシアに自社のオンラインショップがある 製品のプロモーションおよびプレゼンテーション ソーシャルネットワークでのプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> ブランドが1つのみ 自社の小売拠点および販売オフィスがない
LLC GEBERIT ルス	<ul style="list-style-type: none"> 大手国際企業の現地法人 卸売および小売を介した流通 	<ul style="list-style-type: none"> ブランドが1つのみ ロシアに自社のオンラインショップがない パートナーのためのポイントプログラム
LLC MITSUI & CO. モスクワ	<ul style="list-style-type: none"> 大手国際企業の現地法人 事業の大幅な多角化 社員の競争選抜採用 	<ul style="list-style-type: none"> 分析対象市場では主に製品の輸入のみに従事する 1つの便器ブランドのみを取り扱う

ディストリビューター	長所	短所
LLC サニムペクス	<ul style="list-style-type: none"> 一様々な価格帯の複数のブランドを輸入している 	<ul style="list-style-type: none"> 一企業のサイト、オンラインショップがない 一おそらく、卸売企業のみとしか提携していない 一マーケティング活動に関する情報が少ない。分析対象市場では主に製品の輸入のみに従事する
LLC.エコードウシュ (取引相手は法人のみ)	<ul style="list-style-type: none"> 一ロシア市場にビジネス・プレミアムクラスの便器を輸入する大手輸入業者 一あらゆる種類のバス・トイレ製品の幅広い品揃え 一あらゆる流通チャネル駆使している 一製品のプロモーションおよびプレゼンテーション 一ソーシャルネットワークでのプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> 一個人客を対象にしていない
LLC AMグループ	<ul style="list-style-type: none"> 一高度なマーケティング活動 一パートナーとの協力 一ソーシャルネットワークでのプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> 一オンラインショップがない 一便器の品目に1つブランドしかない 一顧客のためのプロモーションおよびポイントプログラムについての情報が少ない
LLC TECE システムズ	<ul style="list-style-type: none"> 一大手国際企業の現地法人 一関連産業分野の展示会に参加 一パートナーとの協力、自社の現地法人ネットワークがある。 	<ul style="list-style-type: none"> 一1つのブランドの便器しか扱っていない 一ソーシャルネットワークにポイントプログラム、プロモーションに関する情報が少ない 一オンラインショップがない

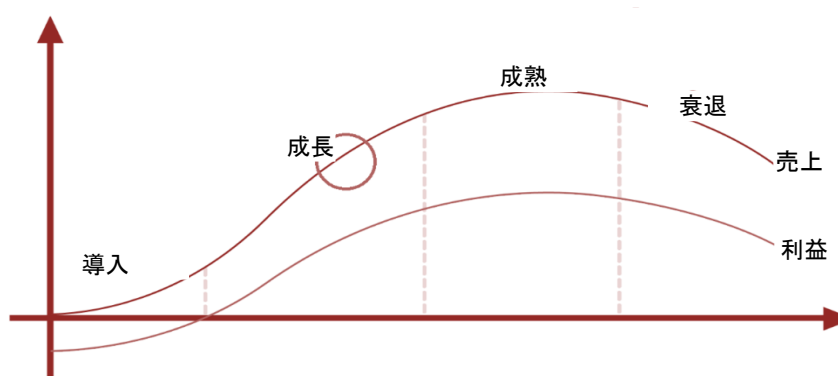
出所：当会調査、GIDMARKET

上記のように、企業ごとにそれぞれの事業での特異性があり、そのことが競合する各社の強みや弱みとなって現れている。ある企業は国際企業の現地法人であるがために、幅広い品目の便器を取り扱うことができない。その一方で、別の企業は複数のブランドを輸入していて、そのことが市場でのプレゼンスを強めるものとなっている。

5. アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレの消費分析

5.1. 市場の飽和

グラフ(図)18 ライフサイクルの観点から見た、アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ・ロシア市場の発展モデル



ロシア市場で最もポピュラーな便器は床置きコンパクト便器であるが、商品のライフサイクルとしては成熟期に入ってからかなりの時間が経過しており、タンクレストイレにとって直接的な代替品となり得る。床置便器の需要が現在も高いのは、設置が簡便で、同タイプの商品価格が安価なことによるものである。

タンクレストイレが導入されているのは一部公共の場のみである。一般消費者はこのようなシステム（便器と取付スタンドおよびその他の附属品）の設置方法やメンテナンスの方法がよく分からず、二の足を踏んでいる状態にある。また、輸入品の価格が高騰する一方で可処分所得が減少する現状では、関心があっても購入に踏み切れない。このように、市場は未飽和状態にあり、まだ潜在需要を満たす規模には達していない。

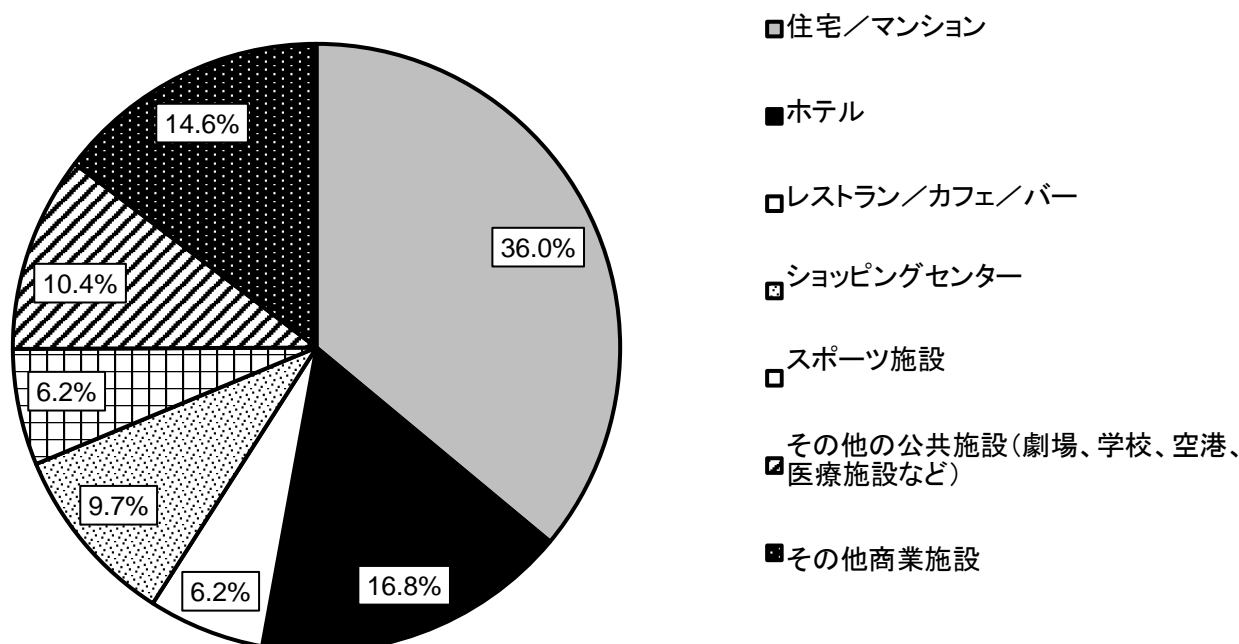
5.2. ロシアにおける主要な消費トレンド

ロシアにおける主要な消費トレンドは以下の通りである：

- B2B と B2C の双方のセグメントでターゲット顧客層を拡大するには、第一に新規施設での導入を働きかけること、第二に一般消費者の関心を惹くように試みることで、第三に住居のインテリアデザイン向上に役立つと PR することが肝要である。
- 商品の品質の点でも、外観の点でも、消費者側からの要求は高まっており、消費者が商品に対する自らの要求を最大限に満足させたいという志向はますます強くなっている。
- あらゆる消費者層の間での、技術発展および技術の認知度向上に対する全世界的な傾向はタンクレストイレ市場でも顕著になっている。タンクレストイレの電子モデルやタンクレストイレ用の温水洗浄便座に関する潜在的な消費者の認識は高まっており、それがこのような商品の需要増加の一因になっている。
- 消費者は通常の小売店だけでなく、オンラインショップ、スタジオ、ショールーム、外国メーカーの現地法人オフィスなど、拡大余地のある販売拠点でもタンクレストイレを入手できるようになることによりますます関心を寄せるようになった。
- 2014 年以降に見られる実質所得の低下傾向は、生活必需品以外への支出増を抑制する要因となっている。そして、2020 年に始まった危機は今後 1～2 年続くとも言われており、タンクレストイレ市場を含む輸入品需要にマイナスの効果をもたらす恐れがある。

5.3. 消費分野別市場構成

グラフ 19 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ市場の消費部門別構成(%)



出所：当会調査

公開情報には製品の販売分野に関する情報がないので、タンクレストイレの消費構成分析はきわめて困難である。それぞれのカテゴリーの購入者の割合を判定するにはアンケート結果のデータや重要なプロジェクトにおけるメーカーの情報が必要である。当会の推計によれば、「アッパーミドル」および「プレミアム」価格帯のタンクレストイレの3分の1強（約36%）は個人が購入し、自己所有のマンションや住宅のために活用されている。

それ以外の消費は様々な施設に分布している：16.8%がホテル、6.2%がレストラン、バー、外食産業、9.7%がショッピングセンター、6.2%がスポーツ施設・機関で、その他の公共施設が10.4%を利用している。また、その他商業施設が上記の価格帯のタンクレストイレ需要の約14.6%を占めている。

5.4. 大手ユーザー

メーカーおよびディストリビューターは大多数の場合において、その実施されたプロジェクトに関する参照リストに、納品される商品の品目のみならず、出荷される製品の商品群の名称さえも表示していないため、法人ユーザーの消費嗜好の分析はきわめて困難である。

いくつかのディストリビューターは実施されたプロジェクトに関するデータを一切記載していないか、一般的な文章に限定している。調査対象トップ20にランクインしたメーカー10社およびそのプロジェクト（参考まで、ロシア以外の事例も列挙した）に関するデータを示す。

表 16 大手法人ユーザー

メーカー	法人ユーザー	納入された商品	業種	所在地
TOTO	Lotte Hotel Moscow	データなし	ホテル	ロシア(モスクワ)
	Intercontinental Moscow Tverskaya	TOTO NC シリーズ一式：タンクレストイレ NC+カバーNC +ソフト閉止。壁掛温水洗浄 NC. NC シリーズ洗面ボウル	ホテル	ロシア(モスクワ)
	Fairmont Baku Flame towers	NC 床置便器+NC シリーズ 水洗タンク+温水洗浄	ホテル	アゼルバイジャン (バクー)
	Metropol development	データなし	ロシアの国際投資グループ	ロシア(モスクワ)
	Four Seasons (Hotels and Resorts)	データなし	ホテル	ロシア(モスクワ)
	Hyatt	TOTO NC シリーズ便器 +温水洗浄便座 Washlet GL	ホテル	ロシア(モスクワ)
	ガスプロム	データなし	ロシア国営エネルギー企業	ロシア(モスクワ)
	積水ハウス	データなし	大手住宅建設企業(日本)	日本
	Mitsui & Co., LTD	データなし	三井物産子会社	日本
	レストラン Marukame	床置便器 TOTO Neorest AH	レストラン	ロシア(モスクワ)
	The Peninsula Tokyo	床置便器 TOTO Neorest AH	ホテル	日本(東京)
	The Ritz-Carlton Kyoto	床置便器 TOTO Neorest AH	ホテル	日本(京都)
	国立エルミタージュオフィシャルホテル	タンクレストイレ TOTO MH シリーズ一式+温水洗浄便座 Washlet GL (Washlet EK2.0 および Washlet GL2.0 の前身モデル)	ホテル	ロシア(サンクトペテルブルグ)
	7132 Hotel	タンクレストイレ TOTO Neorest AC 2.0、タンクレストイレ TOTO Neorest EW 2.0	ホテル	スイス

メーカー	法人ユーザー	納入された商品	業種	所在地
	Le Meurice	タンクレストイレ TOTO Washlet SG 2.0、温水洗浄便座 TOTO Washlet 4732 + タンクレストイレ MH、温水洗浄便座 TOTO Washlet 4732 + タンクレストイレ NC、タンクレストイレ TOTO Washlet SG 2.0	ホテル	フランス(パリ)
	London Marriott Hotel Park Lane	タンクレストイレ TOTO NC シリーズ + 温水洗浄便座 Washlet EK	ホテル	英国(ロンドン)
	Rosewood Hotel	タンクレストイレ TOTO Neorest AC 2.0、タンクレストイレ TOTO Neorest EW 2.0	ホテル	英国(ロンドン)
	Sans Souci Wien	温水洗浄便座 Washlet GL + タンクレストイレ MH	ホテル	オーストリア(ウィーン)
	Generationen Kult Haus	便器 TOTO NC シリーズ + 温水洗浄便座 Washlet EK	オフィス・マンション群	ドイツ
	Park Hyatt Paris Vendome	便器 TOTO Neorest シリーズ LE	ホテル	フランス(パリ)
	Park Hyatt Zurich	便器 TOTO Neorest シリーズ LE、SE	ホテル	スイス
	レストラン L'Agape	便器 TOTO Neorest LE、洗面ボウル TOTO Luna	レストラン	フランス(パリ)
	コンセプトストア Colette	データなし	ブティック	フランス
	Schloss Elmau Luxury Spa & Cultural Hideaway	TOTO 温水洗浄便座 Washlet + 便器 Neorest	ホテル	ドイツ
Duravit	マンション群「パークリーパーク」	陶器製バス・トイレ製品 DURAVIT	マンション群	ロシア(モスクワ)
	ビジネスセンター「アクロン」	陶器製バス・トイレ製品 DURAVIT	ビジネスセンター	ロシア(モスクワ)
	映画館シネマスタープリンスプラザ	陶器製バス・トイレ製品 DURAVIT	映画館	ロシア(モスクワ)
	ショッピングレジャーセンターネットワーク「RIO」	陶器製バス・トイレ製品 DURAVIT	ショッピングセンター	ロシア(モスクワ、タンポフ、カルーガ、ロストフナドヌー)
	機関車車両基地「サブサン」	陶器製バス・トイレ製品 DURAVIT	機関車車両基地	ロシア(サンクトペテルブルグ)
	ビジネスセンター「ロトス」	陶製品 DURAVIT	ビジネスセンター	ロシア(モスクワ)
	Mercury City Tower	陶製品 DURAVIT	ビジネスセンター	ロシア(モスクワ)
	ドモジドヴォ空港、トランスアエロ	陶器製バス・トイレ製品 DURAVIT	空港	ロシア(モスクワ州)
	オフィスビル BOSCH	陶器製バス・トイレ製品 DURAVIT	オフィスビル	ロシア(モスクワ)
	ショッピングレジャーセンター「カルーガ 21 世紀」	陶器製バス・トイレ製品 DURAVIT	ショッピング・レジャーセンター	ロシア(カルーガ)
	シュレメチエヴォ空港、ターミナル D	セラミックス製品 DURAVIT	空港	ロシア(モスクワ州)
VILLEROY&BOCH	馬術競技場附属学校「オトラダ」	陶器製バス・トイレ製品 VILLEROY&BOCH	私立学校	ロシア(モスクワ州)
	ホテル「バルチュグ・ケンピンスキー」	陶製品 VILLEROY&BOCH	ホテル	ロシア(モスクワ)

メーカー	法人ユーザー	納入された商品	業種	所在地
	Almdorf Flachau	データなし	ホテル	オーストリア(ザルツブルク)
	OneOcean	洗面ボウル Memento	クラブ	スペイン(バルセロナ)
	Roncalli Grand Café	Hommage ラインアップ(便器を含む)	コーヒーショップ	ドイツ(ハンブルグ)
	CODA	便器 Subway 2.0	バー	ドイツ(ベルリン)
	eatDoori	Architectura ラインアップ	レストラン	ドイツ(フランクフルト)
	Henssler's Küche	プレミアムラインアップ Memento 洗面ボウル + Cult シリーズ混合栓	イベントスペース・料理学校	ドイツ(ハンブルグ)
	ホテル Seegarten	便器+温水洗浄 ViClean、バスタブ Squaro Edge 12	ホテル	ドイツ(ジュンデルン)
GROHE	ソスノヴァヤ・ロシチャ	SENSIA ARENA	ホテル	ロシア(ゲレンジク)
	ミラージュ5*	SENSIA ARENA	ホテル	ロシア(カザン)
	ART	SENSIA ARENA	ホテル	ロシア(カザン)
	シビルスキエ・ノメラー	SENSIA ARENA	ホテル	ロシア(カザン)
	ARARAT PARK HYATT MOSCOW	SENSIA ARENA	ホテル	ロシア(モスクワ)
	プーシキン	SENSIA ARENA	ホテル	ロシア(モスクワ)
	アジムト サンクトペテルブルグ	SENSIA ARENA	ホテル	ロシア(サンクトペテルブルグ)
	OST-WEST HOTEL	SENSIA ARENA	ホテル	ロシア(サマラ)
	ホテル スネジンカ	SENSIA ARENA	ホテル	ロシア(スネジンスク)
	NOVOTEL	SENSIA ARENA	ホテル	キルギス(ビシュケク)
	RAMADA PLAZA ASTANA	SENSIA ARENA	ホテル	カザフスタン(ヌルスルタン)
	ブリュッセル空港待合室 THE LOFT、THE SUITE	SENSIA ARENA	空港	ベルギー(ブリュッセル)
	CENTER PARCS	SENSIA ARENA	郊外住宅(ヴィラ)	オランダ(ウェスタホーヴェン)
ROCA GROUP	ボリショイ劇場	Hall、Meridian、Dama Senso ラインアップ、混合栓 Florentina	劇場	ロシア(モスクワ)
	YE'S Marata Apart-Hotel (パイオニアグループ)	Victoria ラインアップ	ホテル	ロシア(サンクトペテルブルグ)
	マンション「ライフ・クトゥゾフスキー」(パイオニアグループ)	Debba ラインアップ	マンション	ロシア(モスクワ)
	ハバロフスク国際空港新ターミナル	便器 Meridian、洗面ボウル Grand Berna、小便器 Euret	空港	ロシア(ハバロフスク)
	Quinta do Alferes	化粧タイル、家具	ホテル	ブラジル
	LearnLife	混合栓 Sprint、便器 Meridian または革新的なデザイン W + W	ビジネスセンター	スペイン(バルセロナ)
	Fundación Káldia	化粧タイル Rock-Art、洗面ボウル Sofia、コンパクト便器 Meridian、混合栓 Lanta、Targa ほか	病院	スペイン(バルセロナ)

メーカー	法人ユーザー	納入された商品	業種	所在地
	Edificio Portas do Sol	Inspira、L90、Atlas ラインアップ	住宅	ポルトガル
	Coca-Cola 本部	Hall、Access、L20、Instant ラインアップ	ビジネス センター	アルゼンチン
	コチナ・ヘルマノシュ・ト レス	Beyond、Insignia、Hotels、in-wall ラインアップ	レストラン	スペイン (バルセロナ)
	レストラン リリー	小便器 Spun、混合栓 Loft	レストラン	データなし
	ホテル Al Maryah Island Four Seasons	洗面ボウル Diverta	ホテル	アラブ首長国連邦、 アブダビ
	ソフィアホテル	ツイン洗面ボウル(鉱物系 テクスチャー Surfex®製)	ホテル	データなし
	カタロニア国立 美術館(MNAC)	洗面ボウル+上板 Neo Selene、 混合栓 Instant、便器 Meridian、 Access ラインアップ、アクセサリ	博物館 (美術館)	スペイン (バルセロナ)
	シェラトン湖州	モデル Khroma	ホテル	中国(湖州)
	アリーナ・パンタナル・ スタジアム	データなし	スタジアム	ブラジル
	ホテル Hostal de La Gavina Grand Luxe	Hall、Diverta и Kalahari、混合栓 Thesis シャワーヘッド Vintage	ホテル	スペイン
	Rafayel on the Left Bank Hotel & Spa	Roca Element、Diverta ラインアップ	ホテル	英国(ロンドン)
	ホテル W バルセロナ	混合栓 Moai、Loft、Sprint、 バスタブ Vythos、 洗面ボウル Diverta ラインアップ	ホテル	スペイン (バルセロナ)
	北京オリンピック選手村	データなし	ホテル チェーン	中国(北京)
	国立ウォーター スポーツセンター (ウォーター クラブ)	Khroma、Hall、 コンパクト便器 Oslo、 または小便器 Euret、混合栓 Loft-E	スポーツ センター	中国(北京)
	コルチナ・レジデンス	Meridian、The Gap、Element、 便器+温水洗浄 Xroma、W+W、M2、 Esmal、その他	住宅	ルーマニア (ブカレスト)
	エッフェル塔	Thesis、Meridian、Diverta、Access その他のラインアップ、	観光スポット	フランス(パリ)
LLC サマルス キー・ ストロイフ アルフォル	アイスパレス	データなし	スポーツ センター	ロシア (アンガルスク)
	ポリシャヤー アイスアリーナ	データなし	スポーツ センター	ロシア(ソチ)
	スポーツパレス	データなし	スポーツ センター	ロシア (マグニトゴルスク)
	アルテク 児童保健キャンプ	データなし	ホテル	ロシア(注:クリミア)
	インノポリス市	データなし	市営施設	ロシア (タタルスタン)
	周産期センター	データなし	病院	ロシア (バルナウール)
	国立住宅プロジェクト 「コシェレフ」	データなし	団地	ロシア(サマラ)
	オリンピック 選手村	データなし	ホテル	ロシア(カザン)

メーカー	法人ユーザー	納入された商品	業種	所在地
	建設運営会社「ノーヴィ・ゴロド」	データなし	マンション	ロシア (クラスノヤルスク)
	マンション群 「ルースキー・ドム」	データなし	マンション	ロシア(サンクトペテ ルブルグ)
	マンション群「ネオ」	データなし	マンション	ロシア(サンクトペテ ルブルグ)
	Hotel Marins	データなし	ホテル	ロシア(ニジニノヴ ゴロド)
	ホテル ノヴォテル	データなし	ホテル	ロシア(クラスノヤ ルスク)
	ホテルチェーン Ibis ロシア	データなし	ホテル	ロシア
	レストラン チャイカ	データなし	レストラン	ロシア(ソチ)
	ホテル トロイカ	データなし	ホテル	ロシア(モスクワ)
	スタジアム	データなし	スタジアム	ロシア(エカテリンブ ルグ)
	国立産院	データなし	病院	ロシア (ツヒンヴァリ)
	トムスク工科大学	データなし	総合大学	ロシア(トムスク)
	周産期センター	データなし	病院	ロシア(モスクワ)
	国立病院	データなし	病院	ロシア(エリスタ)
	建設運営会社「ナデジ ユダ」	データなし	マンション	ロシア (ブリャンスク)
	マンション群「タヴラ」	データなし	マンション	ロシア(サランスク)
	マンション群 「リャビノフカ」	データなし	マンション	ロシア(オムスク)
	連邦保安庁 職員住宅	データなし	団地	ロシア (オレンブルグ)
	個人住宅建設社 PZSP	データなし	住宅	ロシア(ペルミ)
	建設運営会社 「ナデジュダ」	データなし	マンション	ロシア (ポドリスク)
	ホテル プリボイ	データなし	ホテル	ロシア (ラザレフスコエ)
ホテルアナパ	データなし	ホテル	ロシア(アナパ)	
GEBERIT GROUP	Vodafone Arena	データなし	スタジアム	トルコ (イスタンブール)
	Kyalami Pit Building	データなし	スポーツセンター	南アフリカ (ミッドランド)
	Mall Of Africa	データなし	ショッピングセンタ ー	南アフリカ (ヨハネスブルグ)
	Beirut Terraces	データなし	マンション	レバノン (バイルート)
	Uptown Residences	データなし	マンション	トルコ (アンカラ)
	Cedre Villas	データなし	郊外住宅 (ヴィラ)	UAE(ドバイ)
	Raffles Istanbul, Zorlu Center	データなし	ショッピングレジヤ ー センター	トルコ (イスタンブール)
	クーブ	データなし	マンション	レバノン (バイルート)

メーカー	法人ユーザー	納入された商品	業種	所在地
	InterContinental Addis Hotel	データなし	ホテル	エチオピア(アディス・アベバ)
	Rixos Seagate	データなし	ホテル	エジプト(シャルム・エル・シェイク)
	G BY YOO	データなし	マンション	トルコ (イスタンブール)
	Epique Island Villas, Marina & Hotel	データなし	ホテル	トルコ (ボドルム)
	帆走ヨット Rhea	データなし	ヨット	トルコ (ボドルム)
	Casa De Suiza	データなし	スポーツ センター	メキシコ (メキシコシティ)
	タンクレド・ ネヴェス国際空港	データなし	空港	ブラジル (ペロオリゾンテ)
	ブリタムタワー	データなし	ビジネス センター	ケニア (ナイロビ)
	ヘッドオフィス Stats Sa	データなし	ビジネス センター	南アフリカ (プレトリア)
	Muraba Residences Palm Jumeirah	データなし	マンション	UAE(ドバイ)
	ルーブル	データなし	美術館	UAE(アブダビ)
	Musée Yves Saint Laurent	データなし	美術館	モロッコ (マラケシュ)
	Jumeirah Al Naseem Hotel / Madinat Jumeirah Resort	データなし	ホテル	UAE(ドバイ)
	Ibis Hotel Rabat Agdal	データなし	ホテル	モロッコ
	Five Palm Jumeirah	データなし	ホテル	UAE(ドバイ)
	Raffles	データなし	ホテル	UAE(ドバイ)
AM.PM. GROUP	ビジネスセンター「エリザヴェチンスキー」	混合栓 Clover (Damixa)	ビジネス センター	ロシア
	ホテル「ウクライナ」	混合栓 Venius (Damixa)	ホテル	ロシア (モスクワ)
	ビジネスセンター「モスコフスキー 94」	混合栓 Space (Damixa)	ビジネス センター	ロシア(サンクトペテルブルグ)
	レストラン Ginza Project	Admire、Inspire、5 O`Clock ラインアップ	レストラン	ロシア
	ホテル「モスクワ」	Sense ラインアップ	ホテル	ロシア(モスクワ)
	プール「アトランティカ」	Joy ラインアップ	スポーツ センター	ロシア(サンクトペテルブルグ)
	アヴェニューアパート	ラインアップ Spirit	ホテル	ロシア(サンクトペテルブルグ)
	ガラス博物館	Admire、Inspire ラインアップ	博物館 (美術館)	中国(上海)
	マンション群 ONLY	Spirit、Like ラインアップ	マンション	ロシア
IDEAL STANDAR D GROUP	Burj al arab	データなし	ホテル	UAE(ドバイ)
	Holiday INN シモノフスキー	データなし	ホテル	ロシア(モスクワ)
	Hilton レニングラツカヤ	データなし	ホテル	ロシア(モスクワ)
	ダゴムイス	データなし	ホテル	ロシア、ソチ

メーカー	法人ユーザー	納入された商品	業種	所在地
NOKEN DESIGN S.A. - PORCE LANOSA Grupo	Hilton Hotels	データなし	ホテル チェーン	世界各国
	AC Hotels Marriott	データなし	ホテル チェーン	世界各国
	ペントハウス	データなし	マンション	グレナダ
	アパートホテル Ashburn Gardens	データなし	ホテル	英国(ロンドン)
	レストラン Lakasa	データなし	レストラン	スペイン (マドリード)
	劇場「ゼニト」	データなし	劇場	アルジェリア (コンスタンチン)
	サッカークラブ 「ヴィジャレアル」 新スタジアム-エスタ ディオ・デ・ラ・ セラミカ	データなし	スポーツ センター	スペイン

出所: GIDMARKET

上記のように、購入規模の大きいユーザーとして頻繁に登場する法人は、ホテル、レストラン、ビジネスセンター、ショッピングセンター、空港、スポーツ施設、マンション、マンション群、そして、美術館や劇場などの公共施設である。

5.5. ターゲットユーザーの特徴

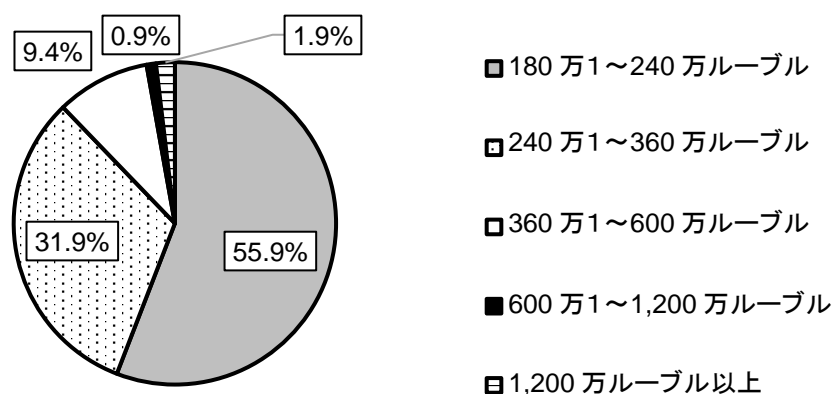
個人および様々な企業代表に対するアンケート結果による、アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに属するタンクレストイレのターゲットユーザーの特徴をまとめた（詳細な分析は本調査の「アンケート結果」に記載）。

ターゲットユーザーの特徴 - 個人

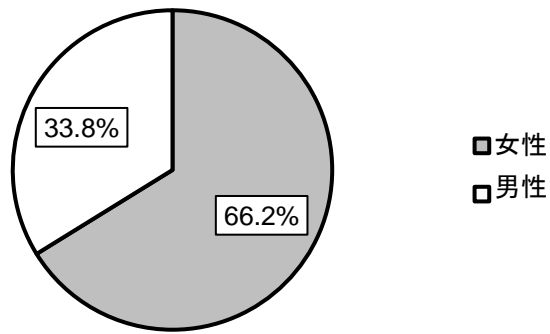
本調査の「アンケート結果」1.6章の表のデータによれば、当該価格帯（2万5,000ルーブル以上）のタンクレストイレを購入したいと回答したのは、400名中213名（53.3%）のみであった。

グラフ 20 アッパーミドルおよびプレミアム価格に属するタンクレストイレ・ターゲットユーザーに関する特徴(%)

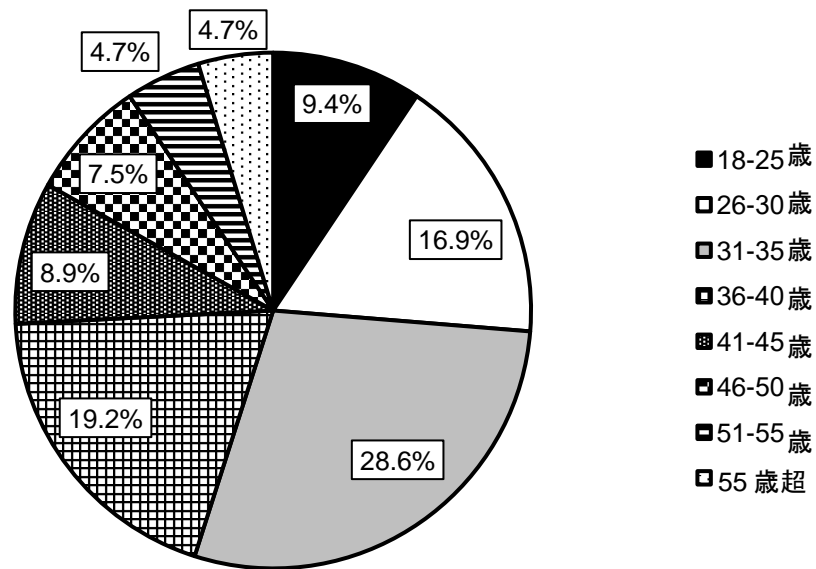
A. 世帯年収



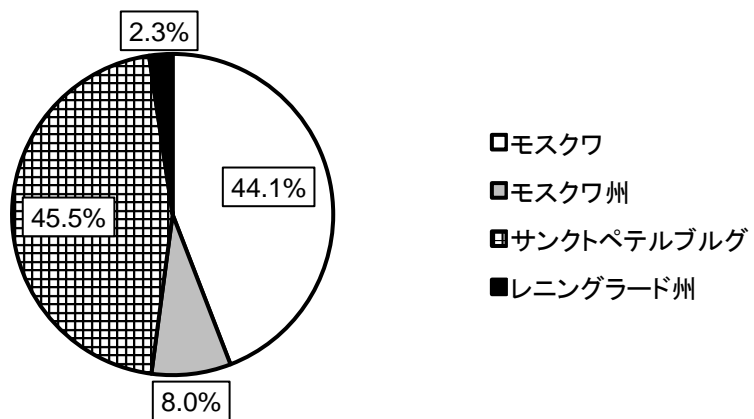
B. 性別



C. 年齢



D. 居住地



出所:個人ユーザー向けアンケート結果

ここで、回答者 400 名全員の構成と、1 台 2 万 5,000 ルーブル以上のタンクレストイレを購入する意思がある消費者の構成とを比較してみよう。

居住地域：全回答者 400 名について、モスクワ+モスクワ州とサンクトペテルブルグ+レニングラード州との割合は半々であった。プレミアム価格帯の製品を購入する意思のある消費者については、その構成はモスクワと近隣州の方でやや多く 52.1%で、サンクトペテルブルグとレニングラード州の割合は 47.9%であった。

年齢：全 400 名の回答者について年齢構成で比較すると、以下のことが明らかになった： アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレの購入に前向きなのは 31~35 歳および 36~40 歳の消費者であった。また、高価格の便器の購入に消極的だったのは 41~45 歳および 46~50 歳の消費者であった。

性別：高い便器を購入したいと考えるのは男性よりも女性が多い：このような女性の割合は 66.2%で、400 人のサンプル全体に占める女性の割合は 61.3%であった。

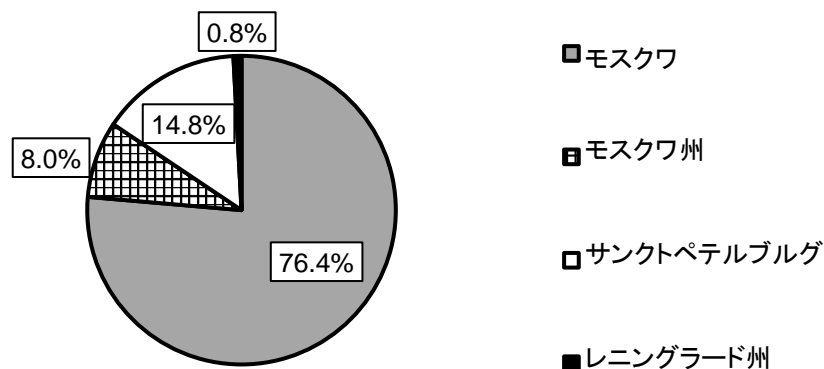
世帯年収：収入による回答者の全体構成と比較して、アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレの購入に消極的だったのは年収が 180 万~240 万ルーブルの消費者であった。一方、こうした製品により積極的な関心を寄せたのは世帯収入が 240 万~360 万ルーブルのカテゴリーであった。また、興味深いのは、回答者の収入がこれより高くなったからといって、プレミアム価格帯の便器の購入に対する関心が特に強まるわけではないという事実である： 収入が 360 万~600 万ルーブルの 44 名の回答者のうち、当該商品購入を希望するのは 20 名のみであった。収入が 600 万~1,200 万ルーブルの 4 名の回答者のうち、当該商品の購入を希望するのは 2 名のみであった。収入が 1,200 万ルーブル以上の 11 名の回答者のうち、当該商品購入を希望するのは 4 名のみであった。

ターゲットユーザーの特徴 - 法人

「アンケート結果」2.8 章の表のデータによれば、当該の価格帯（2 万 5,000 ルーブル以上）のタンクレストイレを購入したいと回答したのは、400 社中 237 社（または 59.3%）のみであった。

グラフ 21 同上価格に属するタンクレストイレのターゲット(法人)ユーザーの項目別特徴 (%)

A. 地域



事業規模：回答した全 400 社の事業規模別構成と比べると、以下のことが明らかになった：プレミアム価格帯のタンクレストイレの購入により関心があったのは零細企業と中堅企業であった。その一方で、高価な便器の購入に対する小規模企業と大企業の関心は低かった。

業種：プレミアム価格帯のタンクレストイレの購入により関心が高かったのは以下の業種であった：オンラインショップ、部屋、マンション、その他のスペースのリフォーム業者、デベロッパー（集合住宅、ショッピングセンター）およびデザイン設計事務所。プレミアム価格帯の便器の購入にそれほど関心がなかったのは以下の業種であった：公共施設、バス・トイレ設備製品・建設資材卸売、ホテル、設計業者、設計据付業者、製造業系企業。

5.6. 実施された競争入札結果の分析

2019年1月1日～2020年10月31日までの期間に、金額にして1万1,700～510万ルーブルのタンクレストイレ購入に関する12件の契約⁴が成立した。競争入札で調達される製品のリストには、タンクレストイレ以外に建設、修理のための製品、バス・トイレ製品も入っている（パッケージ調達を実施）。表に記載されている競争入札で、納入対象品にタンクレストイレが入っている競争入札は全て国家機関が公募（自治体企業、国営企業、単一企業からの発注）したものである。民間企業は、2019年および2020年の最初の10カ月間はタンクレストイレの入札を行っていない。

表 17 2019年1月1日～2020年10月31日までの期間に締結されたタンクレストイレ競争入札契約(単位は表中に表示)

No	契約日	競争入札の開始値(ルーブル)	合計契約額(ルーブル)	タンクレストイレの合計額(ルーブル)	単価(ルーブル)	数量	納入者	契約の対象	発注者
1	2020-09-29	4,303,595	2,827,855	21,600	3,600	6	個人事業主 カザコフ D.V.	タンクレストイレ	ビスク国立教育大学
2	2020-09-29	11,700	10,442	10,442	5,221	2	LLC サン テフスト ロイ	タンクレストイレ+ソフト閉 止便座	サントペテルブルグ建築建設 大学
3	2020-06-22	44,299	44,299	44,299	14,766	3	個人 事業主 モロゾフ D.V.	タンクレストイレ+ 取付スタンド一式; GOST 15167-93; 保証期間:発注者への納 品後10年間	ロシア連邦懲罰 執行庁 クラスノ ヤルスク地方 管理総局・ 連邦国営 機関第22 矯正収容所
4	2020-06-16	33,917	33,917	33,917	6,783	5	LLC レフプロ	タンクレストイレ	カンスク 工科大学
5	2020-05-29	5,082,061	5,031,240	25,403	5,081	5	個人 事業主 ザリャレ ーエフ R.G.	タンクレストイレ+便座	チタ技術・ビジネス 中等専門学校

⁴ 契約文書内には「タンクレストイレ」を意味する言葉の組み合わせが含まれていることが確認できるが、発注者は競争入札でのロットの名称に便器の種類（床置または壁掛）を記載しないことが多い。したがって、このような競争入札は分析の対象に含めなかった。

No	契約日	競争入札の開始値(ルーブル)	合計契約額(ルーブル)	タンクレストイレの合計額(ルーブル)	単価(ルーブル)	数量	納入者	契約の対象	発注者
6	2019-12-20	90,693	25,951	9,826	9,826	1	個人事業主 エフトウシェンコ E.A.	タンクレストイレ TesiAquablade	国家機関・施設 管理局
7	2019-10-08	922,102	290,316	30,445	10,148	3	個人事業主 ブリャディリシチコフ A.A.	タンクレストイレ+ 取付スタンド	V.I.ラズモフスキー 記念サラトフ 国立医科大学
8	2019-09-24	2,012,337	1,121,815	6,845	2,282	3	LLC アクヴァ スナブ	タンクレストイレ 商標なし ロシア(ロシア連邦)	V.I.ラズモフスキー 記念サラトフ 国立医科大学
9	2019-06-03	413,436	346,500	64,012	64,012	1	LLC アルマ テイ	タンクレストイレ Cielo Shui Comfort SHCOVS	国家機関・施設 管理局
				55,250	55,250	1		タンクレストイレ Globo Stone STS02	
10	2019-05-27	1,156,664	751,832	55,096	9,183	6	LLC スケル ストレード	タンクレストイレ	マリ・エル共和国 ズヴェンコヴォ 中央地区病院
11	2019-05-20	840,044	516,426	14,847	2,969	5	LLC アクヴァ スナブ	タンクレストイレ+便座	モスクワ州国立 専門教育機関・ エレクトロスター リ大学
12	2019-01-25	299,532	297,949	22,950	3,825	6	LLC プロムケ ーブル・ プラス	コンパクト壁掛 便器 「最新スタイル」	ロシア連邦 内務省イルクー ツク州管理総局 施設サービス支 援センター

出所: BiCo tender、調達分野統一情報システム

タンクレストイレの競争入札に関する公開情報を分析した結果、以下が明らかになった：

- 発注者が関心があるのは、他の種類のバス・トイレ製品、ツール、設備とセットで購入することで、便器だけを単独で購入することは滅多にない。また、調達した便器を使用する際の2つの主な傾向が見られる：ある機関は直接、設置して使用するが、ある機関（教育関係）は便器を教育業務設備として教育課程で使用している（例えば、上記表の1～5の購入例）。
- タンクレストイレ購入に関するデータが統一情報システムに掲載されることはきわめて稀で、1カ月に1回以下である。
- 一般的に、手続き終了時には、（入札開始価格からの）最終的な値引き額が「マイナス」71%になる場合があるが、値引き額は平均で27%である。値引きなしの入札もある。
- 手続きの条件から判断して、発注者は1回限りの納品の方に関心があると思われる。

6. 危機下における当該分野の実態分析

タンクレストイレ輸入数量について、独立した分析レポートは存在しないので、この分野の動向については全体的傾向を表すデータにより間接的に判断する以外にない。

1)住宅建設分野動向(新築物件供給数)

連邦政府が推進するプロジェクトの1つである「住宅および都市環境」の概要によれば、2020年の住宅供給目標は8,800万m²、2020年は9,800万m²、2021年は9,400万m²、そして2024年は記録的な1億2,000万m²の供給が予定されており、これにより500万世帯の住環境が向上する。ところが2019年の初めには既に、関係省庁の担当者らはこの計画の実現可能性に疑問を呈する状況にあった。

2020年はコロナ禍により複数のプロジェクトが停止され、住宅供給数の大幅な減少が見込まれていた。2020年の新規住宅供給数は最終的に前年比5～6%の減少になると予想されてもいた。この数値は、フスヌリン副首相が2020年9月17日に地方政府代表との間で実施したテレカンファレンスで述べたものである、なお、同副首相は「2カ月間経済活動が停止したも同然で、特に全国の住宅供給の20%を占めるモスクワ市とモスクワ州では竣工物件がゼロであったことを考慮するなら、よくこの程度で済んだというべきである。コロナ禍に際して建築分野で実施された支援対策により、住宅供給数の大幅な低下は抑えられた」とも述べていた。また、中期予測に関しては、スタシシン建設省次官が2020年7月に、「2024年までに毎年1億2,000万m²の住宅を供給するとして当初の連邦プロジェクトの目標値を、毎年1億m²に修正しなければならなくなるだろう」と述べていた。

しかしながら実際には、ロシア連邦統計局のデータによれば、2020年の1月から11月の間に、前年同時期を1.4%上回る6,441万9,200m²の住宅が供給された。政府からの支援もあり、建設省は結局、2020年全体の住宅供給量は前年を下回ることはないとの判断を示すに至った。フスヌリン副首相は「今年についてはまずまずである。来年は住宅供給量が大なり小なりもとに戻るようにできるだろう」と述べている。

ただし、モスクワ市とモスクワ州では2020年1～11月までの住宅供給量が前年より6.3%（総面積にして72万m²）減少していることには注意を払う必要がある。サンクトペテルブルグとレニングラード州を合わせると供給量は9.7%、総面積で37万7,000m²増加しているが、これはモスクワでの落ち込み量の半分にしかない。

2)輸入動向

ルーブル為替レートの低下やそれに伴う輸入品のルーブル建てでの価格上昇にも関わらず、品目コード6910000000、つまり「洗面ボウル、洗面台、浴槽、温水洗浄、洗水タンク、小便器および同様のセラミック製バス・トイレ製品」について、それらの輸入に減少は見られない。とはいえ、台数と重量でみた輸入の伸びがドルベースでの伸びを上回っており、需要が（ドル表示で）より安価な製品に移ったことが想起される。こうした製品はルーブル表示では15～20%の価格上昇となった。

表 18 品目コード 6910000000 に関する輸入の 2019 年 1 月～10 月期と 2020 年同期間との比較(%)

コード	単位	2019 1-10 月	2020 1-10 月	増加率 (%)
洗面ボウル、洗面台、バスタブ、温水洗浄、洗水タンク、小便器および同様のセラミック製バス・トイレ製品 (6910000000)	1,000 ドル	55,043	5,261	2.2%

洗面ボウル、洗面台、バスタブ、温水洗浄、洗水タンク、小便器および同様のセラミック製バス・トイレ製品(6910000000)	トン	24,174	25,284	4.6%
洗面ボウル、洗面台、バスタブ、温水洗浄、洗水タンク、小便器および同様のセラミック製バス・トイレ製品 (6910000000)	台	1,150,696	1,268,634	10.2%

出所: 連邦税関庁

3) 専門家の見解

BusinesStat 社の予測によれば、ロシアにおける家庭用バス・トイレ設備の供給は（台数ベースで）2020年に8.8%、2021年に0.5%落ち込むとの見通しである。アナリストが示すデータは、コロナウイルス感染防止対策やパンデミックがもたらした負の経済効果により、国内生産だけでなく輸入も減少することを示している。バス・トイレ設備のロシア市場への供給回復はその後になると見られる。

ポポフ・セラミック素材生産者協会理事長は、「パンデミックは国民の購買力を直撃し、モノがあまり売れなくなった。人々は危機が続く限りは支出に慎重になり、建築資材や内外装の材料となると購入を手控えることになろう」と述べている。

ソモフ・シリカ製品生産者協会理事長は、購買需要の落ち込みは平均すると（2020年8月の時点で）10%になると述べた。

投資会社「フリーダム・ファイナンス」のアナリストであるエメリヤノフ氏は、「ドル高が進むことによるリスクが、内装材や外装材—その中でも高級で複雑な材料のほとんどに及ぶことになる。タイル、塗料、壁紙、テンション構造材、バス・トイレ設備の大部分、電気製品、既成家具や製品、スマート家電やセンサー類がそれに相当する」と述べている。

家具・木工製品製造業協会（AMDPR）の発表によれば、建設分野ではかつてないほどの規模の財政支援措置のおかげで、住宅供給の増加も達成されたが、単位面積あたりの価格は上昇した。関連分野、例えば家具製造業などの状況は芳しくない。同協会によれば、「家具製造業などの関連分野では当初、若干の回復が起こるだろうと考えられていた。これには根拠がある。新築であろうと中古であろうと住宅を購入すれば部屋を新たに整えて住み易くするものである。しかし今回は建設部門が関連分野の成長牽引役とはならなかった。国家による財政支援も購入当事者の資金も、建設より先へは向かわなかったのである」とのことであった。

7. 市場予測

7.1. 市場に存在する障害

ロシアのタンクレストイレ市場における障害および問題点としては以下が挙げられる。

- 便器はいかなるカテゴリーの消費者にとっても最優先の商品ではない
- タンクレストイレの取付スタンドへの信頼性と便器ボウル部の品質とに対する消費者の懸念。「エコノミー」セグメントではその便器の品質に問題が生じることがあるようで、そうした個々人の経験が「タンクレストイレ」カテゴリー全体に対する消費者の否定的反応へと波及する可能性がある。「1度の不快な経験が分野全体の展望を損なう」という法則が現実になるかもしれない
- さらに低下しつつある消費者の実質所得に加え、多くの商品やサービスに対する需要の低下がもたらす売上の減少、規制への嫌気などが法人ユーザーの選好に悪影響を及ぼし得る

- 2020年における輸入品価格の急上昇。価格が戻る見込みはなく、市場は輸入品が主流なので、この影響は大きい。消費者の買い控え行動も懸念材料
- 2020年の不動産市場は投資目的が主であり、住み替えによる関連製品需要を惹起しない

7.2. 市場拡大の牽引役

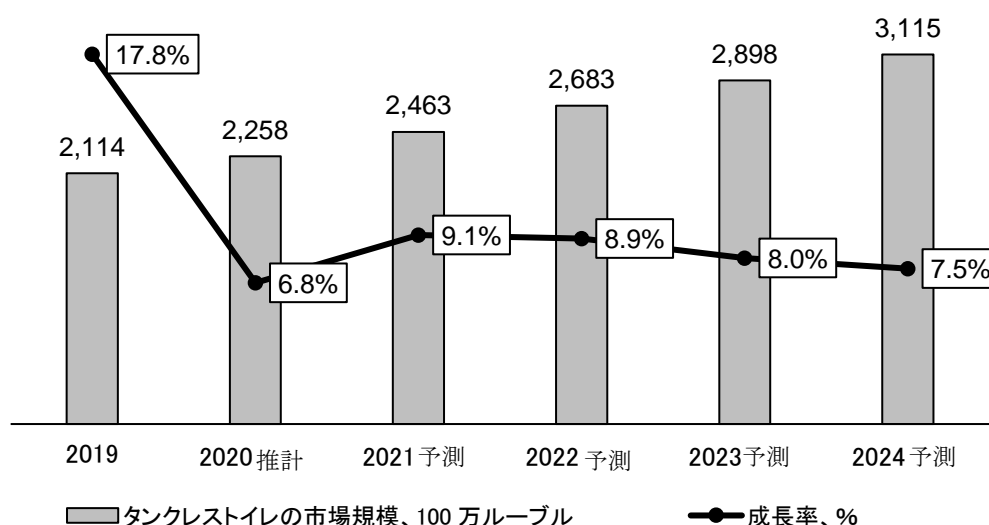
以下の要素がタンクレストイレの市場の牽引役となる：

- シンプルなインテリアにおけるミニマリズム、オリジナリティー、デザイン
- 1年～4年の中期スパンで需要を喚起する建設業支援プログラムと住宅ローン優遇金利
- 販売チャネルや電子商取引の発達、購入方法や場所の多様化、ディストリビューターやディーラーの顧客志向
- 家具の機能性や外観に対する要求の増大

7.3. 2024年までの市場発展予測

タンクレストイレ市場の発展予測については、統計情報を頼りとすることができない。なぜならば、第一にロシアにおけるタンクレストイレ市場は未だ成長期にあること、第二に市場規模の実績を調査できる期間が予測対象期間よりも短いこと（つまり、過去の実績から予測を立てることができない）、第三にタンクレストイレ部門は、ロシアの産業統計（OKPD2）においてもユーラシア経済同盟の品目分類（TN VED）においても独立したコードを付与されていないためである。本調査においては市場発展を、所得・価格・住宅建設・輸入・生産の推移という個々の要因や影響因子を複合的に分析し、それを統合することで予測数値を導き出した。当会は、公開されているロシア経済成長予測とタンクレストイレの人気度上昇ペースに基づき、2020年から2024年にかけての同市場拡大ペースを年率6.8～9.1%と予測している。2024年には市場規模は31億ルーブルを上回る可能性がある。住宅部門における住宅ローンの大幅な成長が見込まれるため、建設需要が増加するのではないかと見ている。

グラフ 22 2020～2024年におけるロシアのタンクレストイレ市場規模予測(100万ルーブル)



出所：当会試算

7.4. ロシア市場進出に関する提言

以下、ロシア市場への進出について、その魅力点を分析し、紹介する。

表 19 タンクレストイレ市場に投資上の魅力を与える諸要因と評価

要因グループ	要因の名称	要因の内容	影響のベクトル	影響力評価(点数)	係数	要因の重み(点数)
セールスポテンシャルから見た市場の魅力	市場規模(10億ルーブル)	当社の市場規模評価によれば2019年は21億ルーブル。ロシアの経済部門としては小規模	-	3.50	0.01	-0.04
	市場の成長率(%)	2019年の市場規模は金額ベースで前年比17.8%増	+	4.67	0.04	0.21
	部門の収益性(%)	バス・トイレ製品製造業(OKVED=全口経済活動別部門分類コード23.42)の売上総利益率23.3%、税引前利益率8.1%(2019年)。この数値は全体として平均的	+	3.10	0.04	0.12
	市場の成熟度	タンクレストイレの市場はライフサイクルでいう成長段階にある	+	4.32	0.27	1.16
	市場条件が変化する速度	市場の変化速度は平均的であり、適応コストは適度	+	3.34	0.01	0.04
需要面から見た市場の可能性	ターゲット集団の大きさ	潜在的購買層はロシアの成人のほぼ全員とトイレのある自社オフィスを有するほぼすべての企業	+	4.23	0.13	0.57
	購入頻度	高くはない。タンクレストイレが買われるのは通常、リフォームが行われるときである	-	3.76	0.02	-0.06
	隠れた需要	より高価で品質にすぐれた製品に対する隠れた需要が存在し、増えつつある	+	2.87	0.03	0.10
	消費者の所得レベル	現在の苦しい経済状況を受けて、潜在的ユーザーの所得水準が大きく低下	-	4.76	0.09	-0.42
	需要の弾力性	2014年～2016年および2020年の危機のとき、需要は価格弾力性を示した。このときの価格上昇に対し、消費者は低価格品に移るかできるだけ買い控えるか(または購入を無期延期)して対応	-	4.12	0.03	-0.12
部門内の競争条件と障害の存在	代替商品の存在	床置き式便器が競争するにしても、その人気はタンクレストイレの人気上昇に反比例するように下落	+	2.34	0.02	0.04
	プレイヤー数	国内外に大規模及び中小規模のメーカーが存在	-	4.50	0.07	-0.30

要因グループ	要因の名称	要因の内容	影響のベクトル	影響力評価(点数)	係数	要因の重み(点数)
	品揃えの多様性	基本的な型は決まっているが、新たなデザイン、新たな機能性の付与、素材の高級化、ニッチ分野の開拓により差別化が可能	-	3.23	0.03	-0.09
	有名ブランドの存在	存在する。ブランドの市場への影響力は平均より大きい	-	3.78	0.02	-0.08
	政府規制	政府規制は最小レベル	+	3.64	0.01	0.04
業界トレンドと将来性	購入層の規模	ロシアの人口増は2019年に止り、危機のなか廃業した企業多数	-	4.32	0.01	-0.06
	技術の変化	技術変革のペースは高まっている	-	2.56	0.01	-0.04
	マクロ環境	マクロ要因は全体的に見て中程度にネガティブ	-	2.95	0.01	-0.04
	新規プレイヤーが参入する可能性	新規プレイヤーが参入する可能性は中程度(主として中小企業)	+	4.85	0.05	0.26
製品競争力	商品品質	品質は価格セグメント次第であるが、「エコノミー」セグメント以外のメーカーは評判を気にしている	+	2.84	0.02	0.07
	ブランド力	ブランド名は選択肢としては中程度の力がある	+	3.37	0.02	0.06
	製品の販売促進	販売促進チャンネルに制限はない	+	2.43	0.02	0.05
	製品拡散性	販売経路は独占化されておらず、国内に平均して行き渡っている。	+	3.95	0.02	0.08
総合点						1.52

出所：当会による評価

最重要のプラス要因は、市場が未成熟である点にある・この分野はライフサイクルでいう成長段階にある(1.16点)。次にターゲット集団の大きさ：潜在的購買層はロシアの成人ほぼ全員とトイレのある自社オフィスを持つほぼすべての企業である(0.57点)。そして、市場の成長速度：2019年の市場規模は金額ベースで前年比17.8%増大した(0.21点)。なお、新規プレイヤーが参入する可能性は中程度である(主として中小企業)(0.26点)。

重大なマイナス要因は、そのプレイヤー数にある。国内外に大規模および中小規模のメーカーが存在している(マイナス0.30点)。次に消費者の所得レベル：現在の苦しい経済状況を受けて、潜在的ユーザーの所得水準は大きく低下している(マイナス0.42点)。第三に、需要の弾力性：2014年～2016年および2020年の危機のとき、需要は価格弾力性を示した。この際の価格上昇に対し、消費者は低価格品に移るかできるだけ買い控えるか(あるいは購入を無期延期)して対応した(マイナス0.12点)。

以上の結果、タンクレストイレ市場に投資上の魅力を与える要因の総合評価は 1.52 点となり、投資環境は中立的である。タンクレストイレ市場の投資環境のプラス要因は、マイナス要因を上回っている。これが意味するところは、この分野においては将来見込みと成長力が、企業の成長や新規プレイヤーの参入を抑制するような困難や問題点を凌駕しているということである。総合評価点が、投資環境が良好とされる境界を表す点数に近いことも指摘しておきたい（評価点が 1.67 を超えれば投資環境が良好であるとされる）。

タンクレストイレ市場へ参入する場合、以下のようにプラスの要因を最大化し、マイナス要因を最小化することが推奨される：

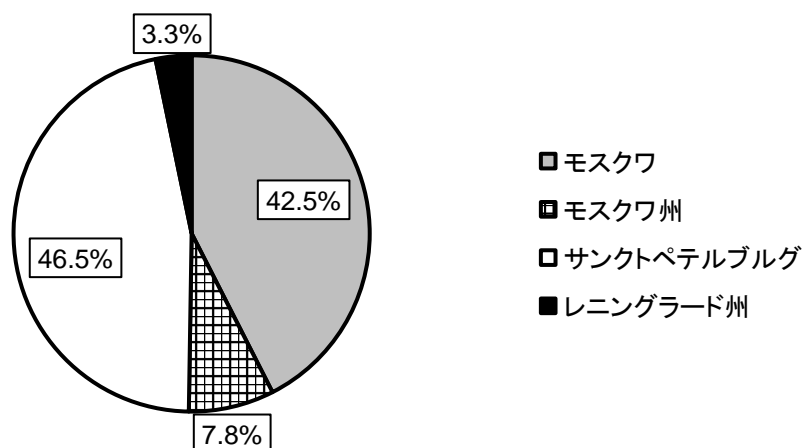
- 立地条件を詳細に検討してから、どの場所で参入するか決定する。最良の場所は、人口密度が高く、所得がロシアにおける平均水準を上回っている地域や都市である。
- 総合的に見て、現在は市場参入には比較的適している時期である。なぜなら、市場はライフサイクルでいう成長期にあり、より長期的に見れば（5年以上経てば）成熟期に入るので、今ある可能性を見逃さないことが肝要である。
- 市場に参入する際の価格政策としては、消費者にとっての受け入れやすさに加え、メーカー・輸入元・ディストリビューターなどから見た十分な採算性という2つの視点で最適化を図るべき。
- 市場環境が変化するスピードが速くないとしても、製造技術の進歩は十分に速く、新素材、電子コンポーネント、進歩した据付方法などが現れてくる。技術的に優れた最新式の製品を提供する企業が成功を収めることになるだろう。
- 便器一般および高価格の便器に対する需要は遅かれ早かれ顕在化する。公的統計に基づく予測がポジティブであることを考えればなおさらで、このことが中期的に市場を牽引する要素の一つとなろう。
- 便器需要は価格弾力性があるので、市場に参入している企業は多くの階層の人々の手に届くよう価格に多様性を持たせた商品を消費者に提供する必要がある、様々なユーザーロイヤリティプログラムや戦略を立てることが有効となる。
- 疑問を抱いている消費者には、床置式便器と比較した場合の優位性を強調しながらタンクレストイレの信頼性について説明をする必要がある。
- 市場が成熟期へ移行する前に、消費者のあいだにブランドに対するロイヤリティを確立し、市場においてブランドの認知性を高めておかなければならない。
- タンクレストイレは基本的には型の決まったものであるため、品揃えでできるだけ差別化を図り、標準品だけでなく、ニッチな商品も提供する必要がある。
- 絶えず高品質な商品を市場に提供し、否定的なレビューに対しては、購入者への対応とともに、製造過程を改善してクレームが出ないようにする。
- 販売促進のためのチャンネルは多岐にわたるため、できるだけ幅広くそれらを利用する。
- わかりやすく適切なロシア語のインターネットサイトを自社で開設し、様々な地域に有利な条件で商品を配送できるようなブランドネットショップを運営する。 **（分析は以上、以降はアンケート結果）**

アンケート結果： アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレのユーザーとディストリビューター／供給元に対するアンケート調査

1. 対面調査(アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメント(2万 5,000 ルーブル以上)のタンクレストイレを買う可能性があり、世帯年収が 180 万ルーブルを超え、過去2年間にトイレのリフォーム経験のある者を対象とする)

1.1. 世帯年収、性別、年齢、居住地域

グラフ 23 個人回答者の居住地域別分布、%

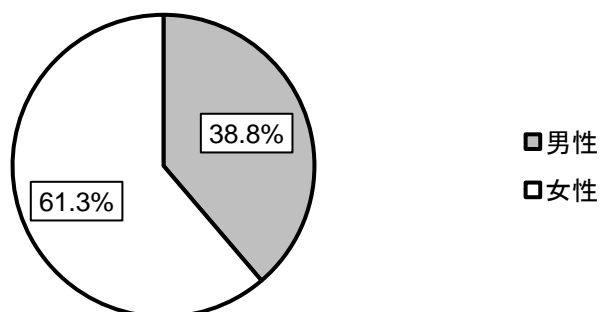


出所:個人ユーザー向けアンケート結果

当会は、モスクワ市とモスクワ州、サンクトペテルブルグ市とレニングラード州といった経済的に恵まれた住人 400 人に対してアンケート調査を行った。400 人 (100%) の個人回答者の 42.5% がモスクワ市、7.8% がモスクワ州、46.5% がサンクトペテルブルグ市、3.3% がレニングラード州に居住している。

アンケートの「過去2年間にトイレのリフォームをしましたか、便器の交換をしましたか」という質問に対し、全員 (100%) が「はい」と答えている。

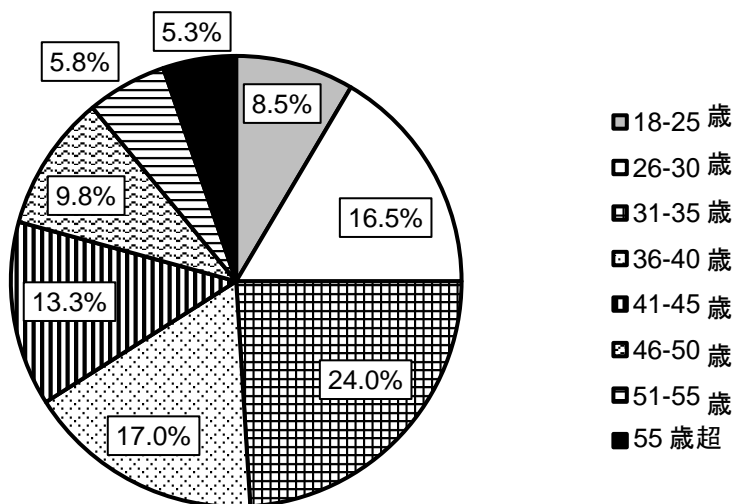
グラフ 24 個人回答者の性別分布、%



出所:個人ユーザー向けアンケート結果

回答者の過半数は女性で、61.3%であった。アンケートに参加した男性は少なく、38.8%にすぎなかった。

グラフ 25 個人回答者の年齢別分布、%



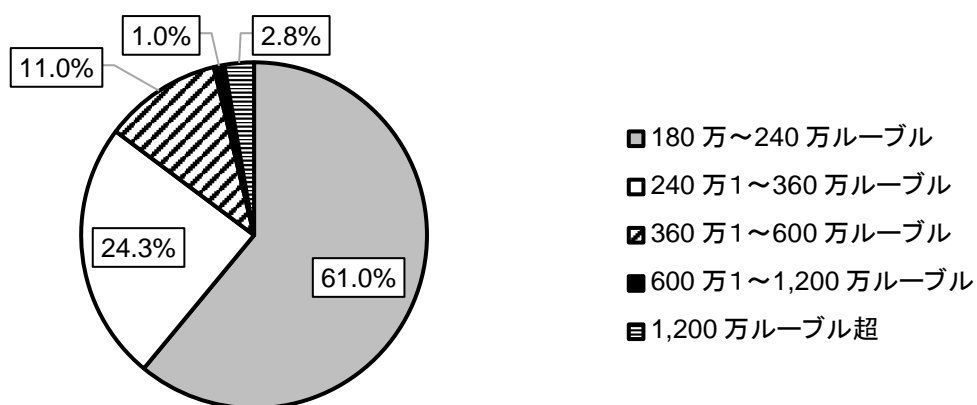
出所:個人ユーザー向けアンケート結果

回答者の年齢グループを人数の多い順に示すと：

- 31～35 歳 – 24.0%
- 36～40 歳 – 17.0%
- 26～30 歳 – 16.5%となる。

55 歳超、51～55 歳、18～25 歳の年齢グループはごくわずかであった。

グラフ 26 個人回答者の世帯年収別分布、%

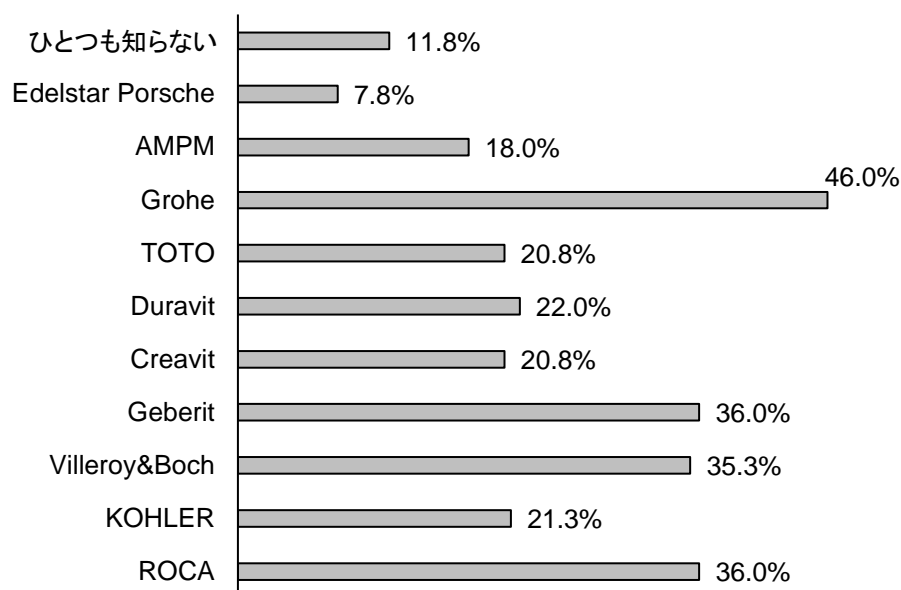


出所:個人ユーザー向けアンケート結果

回答者の3分の2弱（61%）の世帯年収が180万ルーブルから240万ルーブル、同じく4分の1（24.3%）が240万ルーブルから360万ルーブル、11%が360万ルーブルから600万ルーブルであった。600万ルーブルを超える年収の世帯は回答者のわずか3.8%である。

グラフ 1.2. 大手メーカーの ROCA、KOHLER、Villeroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche などへの認知度

グラフ 27 ROCA、KOHLER、Villeroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche 各メーカーの認知度に関するアンケート回答の分布(%)



出所:個人ユーザー向けアンケート結果

「温水洗浄便座とタンクレストイレ、およびそれらのメーカーのうちどの企業をご存じでしょうか」という質問に、アンケート回答者はいくつかの企業名を挙げた。

モスクワ市とモスクワ州、サンクトペテルブルグ市とレニングラード州の経済的に恵まれた住人のあいだで最も認知度の高いメーカーで最初に来るのは Grohe で、46%の回答者が知っていた。その次に Geberit の 36.0%、ROCA の 36.0%、Villeroy&Boch の 35.3%と続く。認知度の最も低いメーカーは Edelstar Porsche の 7.8%で、上位企業には大きく水をあけられている。

また、11.8%の回答者は例に挙げられたタンクレストイレと温水洗浄便座のメーカーのどれひとつとして知らなかった。

次は、アンケートに記された以外のメーカーで知っているものがあるかを問うもので、「日本、韓国、中国の温水洗浄便座やタンクレストイレメーカーのうち、アンケートの表にあるもの以外に知っているものは何か」と質問した。

400人のうち260人（65%）は無回答で、また77人は「知らない」、「思い出せない」と答えるか、または存在しないブランド名を挙げる、前の質問にあったメーカー名を挙げるなどした。以下の表に、前問にはなかったタンクレストイレと温水洗浄便座のブランド名を挙げた63名の回答を示す。

表 20 温水洗浄便座とタンクレストイレの他メーカー名を尋ねた際の回答(回答数)

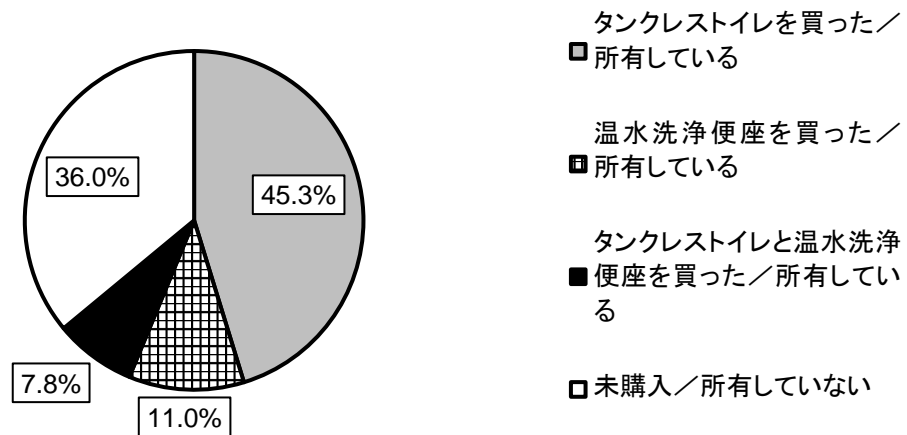
ブランド名	回答数
SensPa	18
Daewon	13
SATO	13
Xiaomi	6
Quoss	5
Izumi	4
Sanita	4
Cersanit	3
Hatria	2
Kale	2
Laufen	2
Nanobidet	2
Aquanet	1
Arcus	1
Coma	1
Eago	1
Grande home	1
Gustavsberg	1
Henan	1
Hydro	1
Iddis	1
INAX	1
Jacob Delafon	1
MELANA	1
Novita	1
Panasonic	1
Vello	1
Vitra	1
VOGO	1
Winia	1

出所:個人ユーザー向けアンケート結果

前問になかったメーカー（ブランド名）で（63名のあいだで）最も認知度が高かったものは、18名がその名を挙げた SensPa、次いで13名ずつが言及した Daewon と SATO であった。

1.3. 実際に購入したことがあるかどうかについて

グラフ 28 温水洗浄便座やタンクレストイレの所有／購入経験に関する回答の分布(%)



出所:個人ユーザー向けアンケート結果

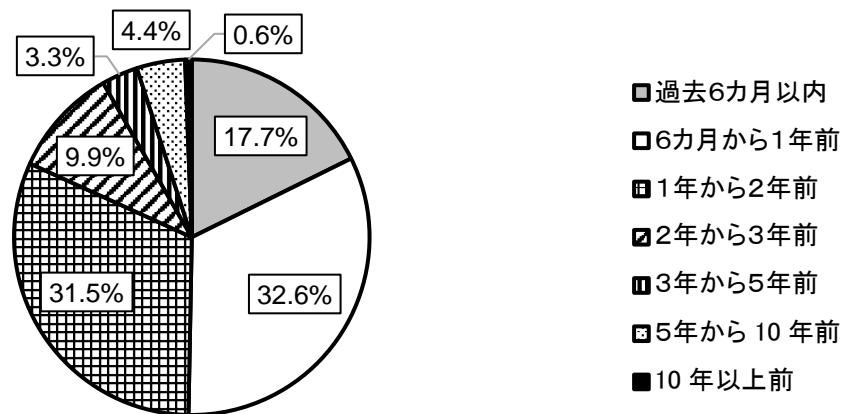
400 人の個人回答者 のなかでタンクレストイレを購入したことのある者／所有している者は 45.3% (181 人)、タンクレストイレと温水洗浄便座を購入したことのある者／所有している者は 7.8% (31 人) で、合わせて 212 人、53.0%となった。

1.4. 購入したことのある者への質問

1.4.1. 購入した時期、場所、購入価格、購入したブランド、購入数、購入品から得られた満足度(購入結果)

まず、タンクレストイレ単体を所有している 181 名に関するデータを紹介する。

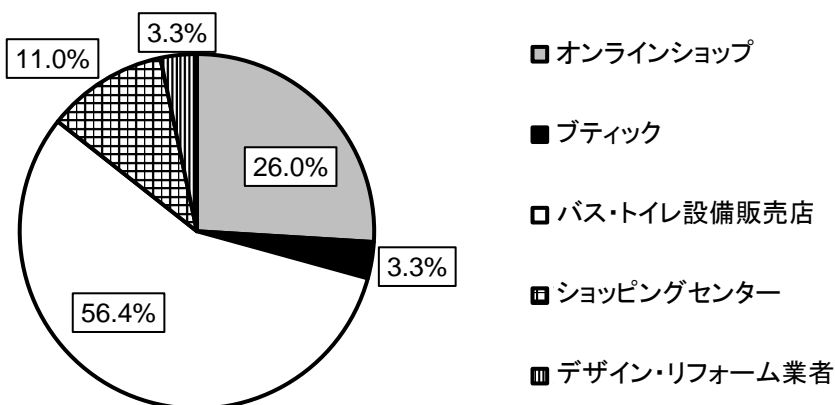
グラフ 29 タンクレストイレ購入時期に関する回答の分布(%)



出所:個人ユーザー向けアンケート結果

3分の1弱の回答者が半年から1年前までに、また1年から2年前までの期間にタンクレストイレを購入している。3番目に多かったのは「過去6カ月以内」の購入である。これらを合わせると、過去2年以内にタンクレストイレを購入した者は181人中148人(81.8%)となる。

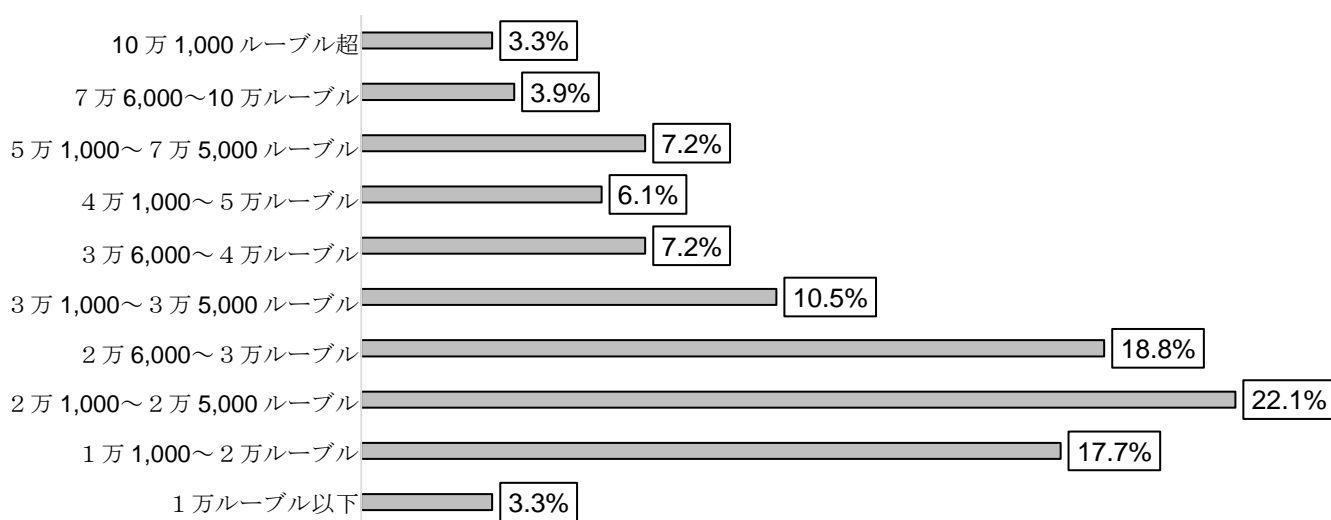
グラフ 30 タンクレストイレ購入場所に関する回答の分布(%)



出所:ユーザー(181人)アンケート結果

回答者の半数以上である 56.4%がバス・トイレ設備販売店で購入している。「オンラインショップ」と答えた者は2番目に多く 181人中47人、これは26%に当たる。その他の答えは極めて少なかった。

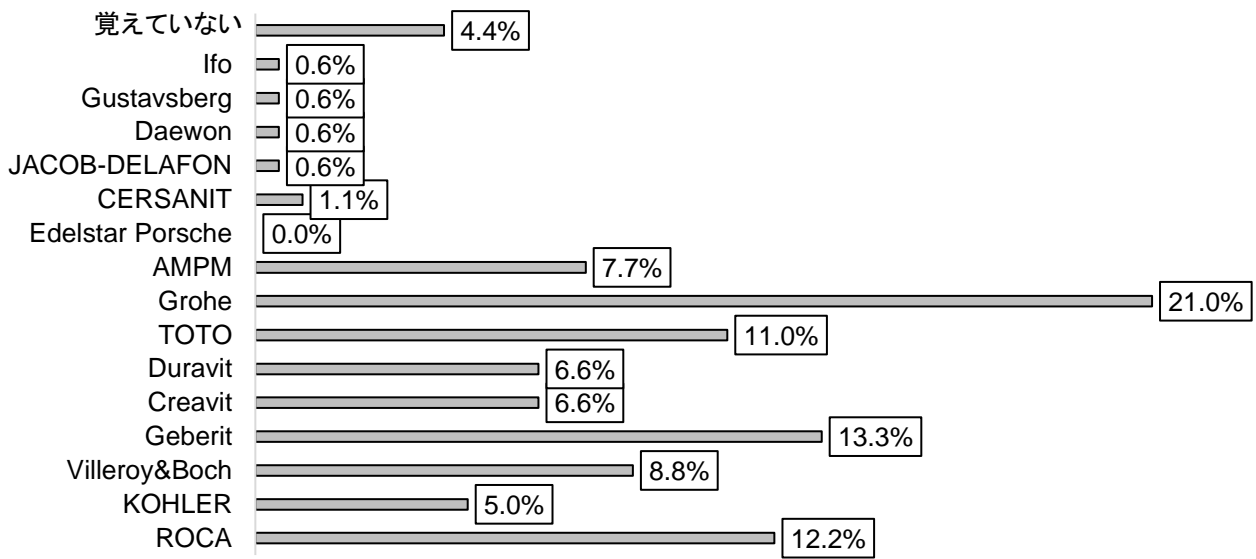
グラフ 31 タンクレストイレの価格に関する回答の分布(%)



出所:ユーザー(181人)アンケート結果

購入したタンクレストイレの価格帯で一番多かったのは、1万1,000円から2万円の間で17.7%、2万1,000円から2万5,000円の間で22.1%、2万6,000円から3万円の間で18.8%、これら3つの価格帯を合わせると購入したと回答した者の58.6%を占める。1万円以下とした回答はわずかであった。さらに高額になると、当然のことながら高ければ高いほど購入者は少なくなる。

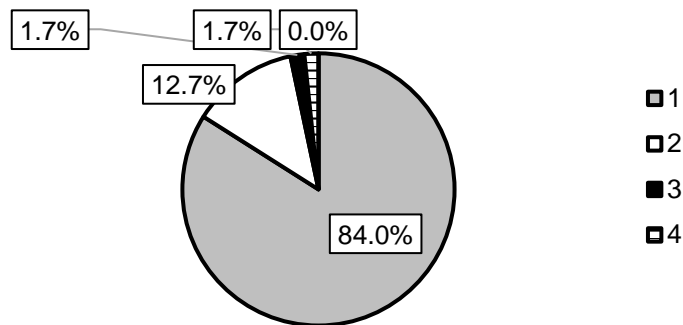
グラフ 32 購入したタンクレストイレのブランドに関する回答の分布(%)



出所:ユーザー(181人)アンケート結果

最も多く購入されたタンクレストイレのブランド名は Grohe で 181 人の 21.0% に当たる 38 人が購入している。Geberit が 24 人で 13.3%、ROCA が 12.2%、TOTO が 11.0% であった。

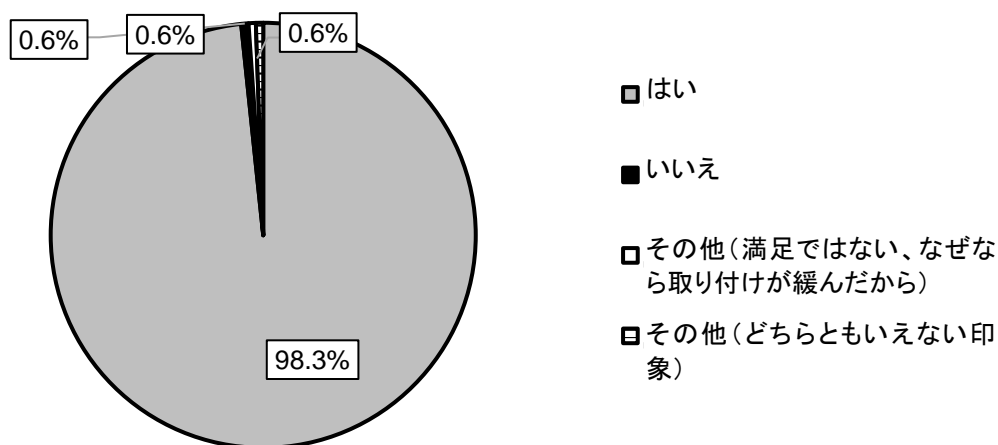
グラフ 33 購入したタンクレストイレの台数に関する回答の分布(%)



出所:ユーザー(181人)アンケート結果

タンクレストイレを 1 台だけ購入したのは 84%、2 台が 12.7%、3 台が 1.7%、4 台も 1.7% であった。「5 台以上」と答えた者はいなかった。

グラフ 34 タンクレストイレ購入の満足度に関する回答の分布(%)

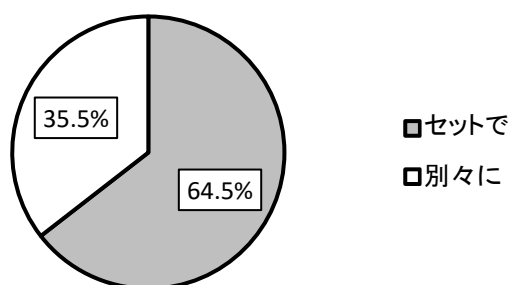


出所:ユーザー(181人)アンケート結果

回答者の大多数(98.3%)が購入に満足しており、不満は1人、どちらかわからないとしたのが2人であった。回答者のなかに問題点を詳述したものが1人いたところ、「ダーチャ(別荘)用に購入したが、その壁が木材でできていたために、便器の重さで取付部がたびたび緩む」との指摘があった。

ここからは温水洗浄便座とタンクレストイレを所有している31人についてのアンケート結果を紹介する。

グラフ 35 温水洗浄便座とタンクレストイレをセット購入/別個に購入したかという質問に対する回答分布(%)

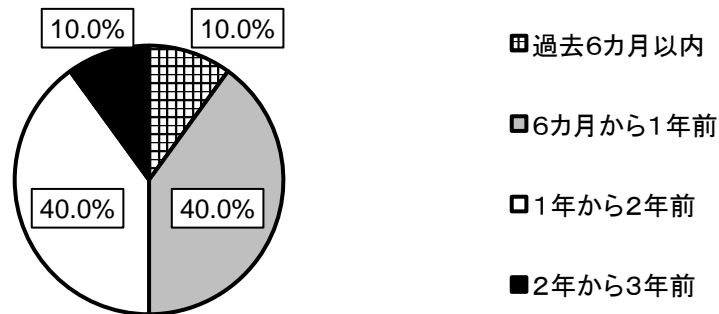


出所:ユーザー(31人)アンケート結果

温水洗浄便座とタンクレストイレを所有している31人に、「温水洗浄便座とタンクレストイレをセットで購入しましたか、それとも別々に購入しましたか」と質問したところ、3分の2強の回答者(20人)がセットで、3分の1(11人)が別々に購入していた。

ここで、温水洗浄便座とタンクレストイレをセットで購入した20人の回答を詳しく見てみよう。

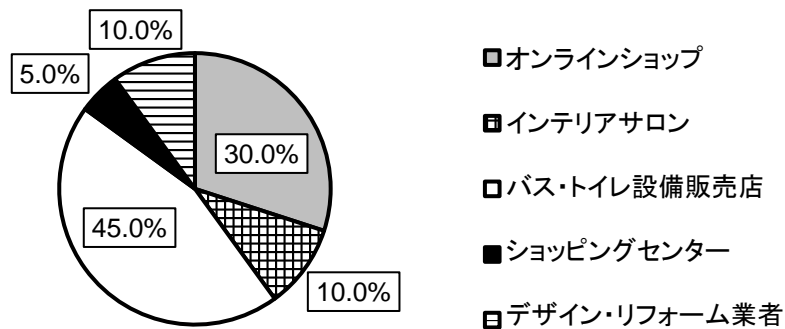
グラフ 36 温水洗浄便座とタンクレストイレのセット購入時期に関する回答分布(%)



出所:ユーザー(20人)アンケート結果

40%の回答者(20人中8人)が6か月から1年前に、同じく40%(8人)が1年から2年前に温水洗浄便座とタンクレストイレのセットを購入している。「6か月以内」および「2年から3年前」のケースは少なく、「3年から5年前」、「5年から10年前」、「10年以上前」という回答を選んだ者はひとりもいなかった。

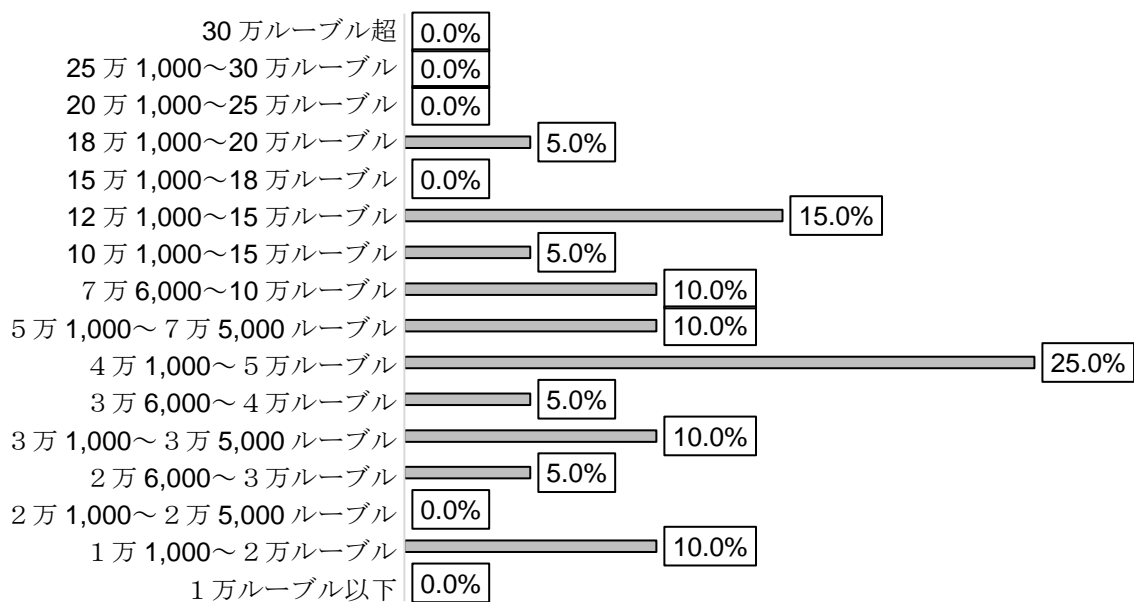
グラフ 37 温水洗浄便座とタンクレストイレのセット購入場所に関する回答の分布(%)



出所:ユーザー(20人)アンケート結果

温水洗浄便座とタンクレストイレのセットをバス・トイレ設備販売店で購入したと回答したものは半分弱(45%)で、オンラインショップと答えた者は30%であった。それ以外の回答は少なかった。

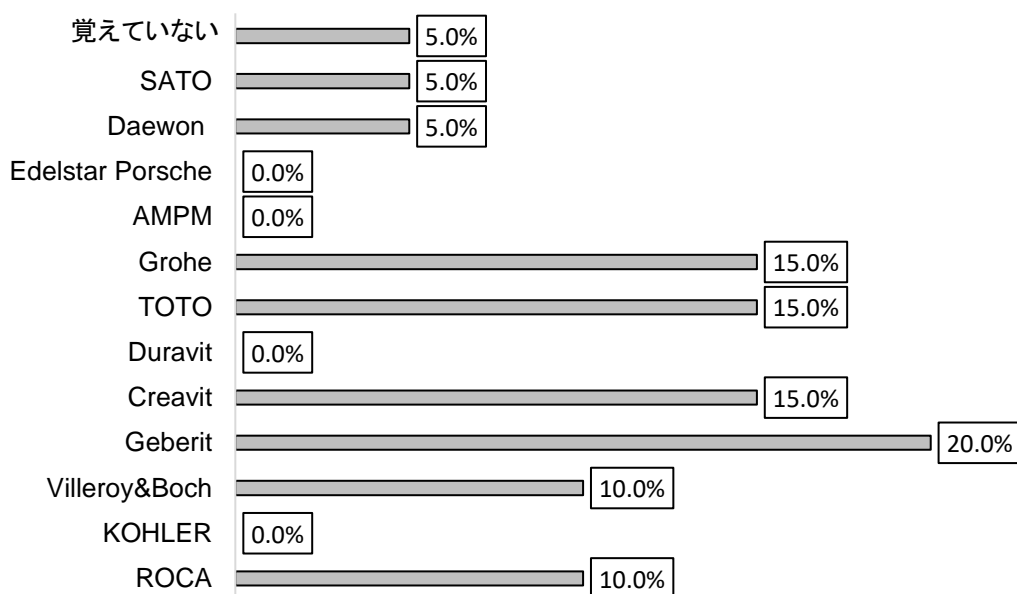
グラフ 38 購入した温水洗浄便座とタンクレストイレのセット価格に関する回答分布(%)



出所:ユーザー(20人)アンケート結果

温水洗浄便座とタンクレストイレのセットで最も多かった購入価格帯は4万 1,000 ルーブル～5万ルーブルで、25%つまり 20 人中5人の回答がこれに当てはまった。20 万ルーブルを超えるセットを購入したものはなかった。

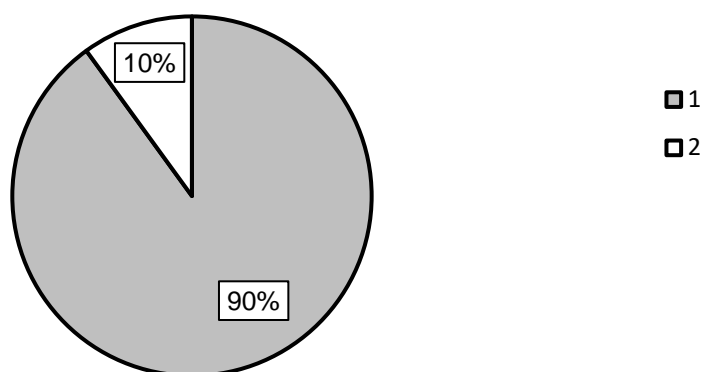
グラフ 39 購入した温水洗浄便座とタンクレストイレのブランドに関する回答分布(%)



出所:ユーザー(20人)アンケート結果

温水洗浄便座とタンクレストイレのセットで最もよく買われたメーカーは Geberit、Creavit、TOTO、Grohe であることがアンケート調査の結果判明した。

グラフ 40 購入した温水洗浄便座とタンクレストイレのセット数に関する回答分布(%)



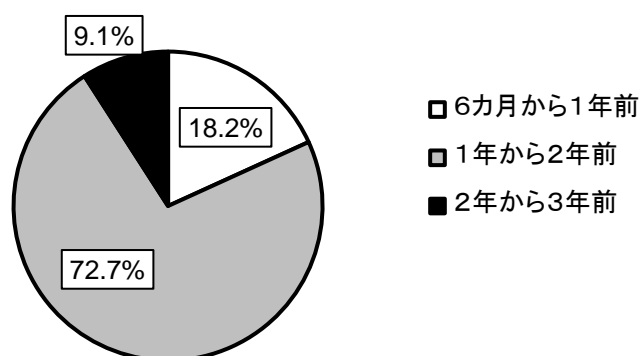
出所:ユーザー(20人)アンケート結果

90% (20人中 18人)の回答者が温水洗浄便座とタンクレストイレのセットを1セットだけ購入しており、2セット購入した者は2人(10%)にとどまる。3セット、4セットおよび5セット以上を購入した回答者はいなかった。

また、アンケートへの回答によれば、20人(100%)全員が購入結果に満足している。

ここからはタンクレストイレと温水洗浄便座を別々に購入した11人のアンケート回答者について述べる(回答内容はタンクレストイレの部分に関するものである)。

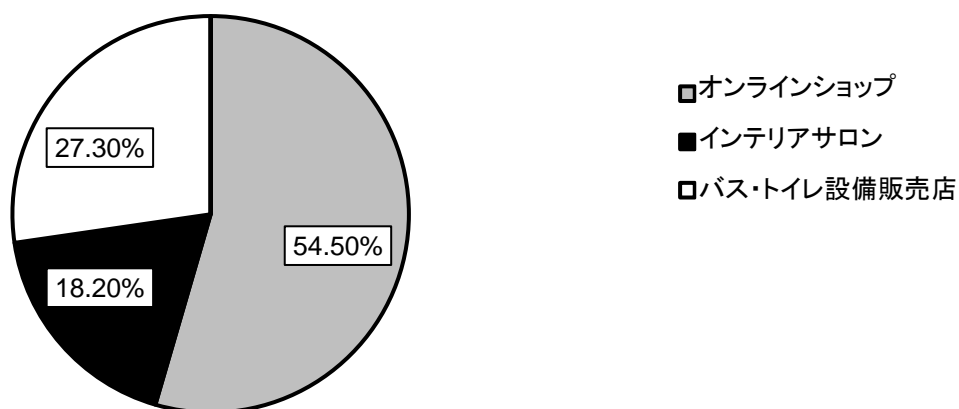
グラフ 41 タンクレストイレ購入(温水洗浄便座とは別に購入)時期に関する回答分布(%)



出所:ユーザー(11人)アンケート結果

3分の2強の回答者がタンクレストイレを1年から2年前に購入しており、11人全員が過去3年以内に購入していた。

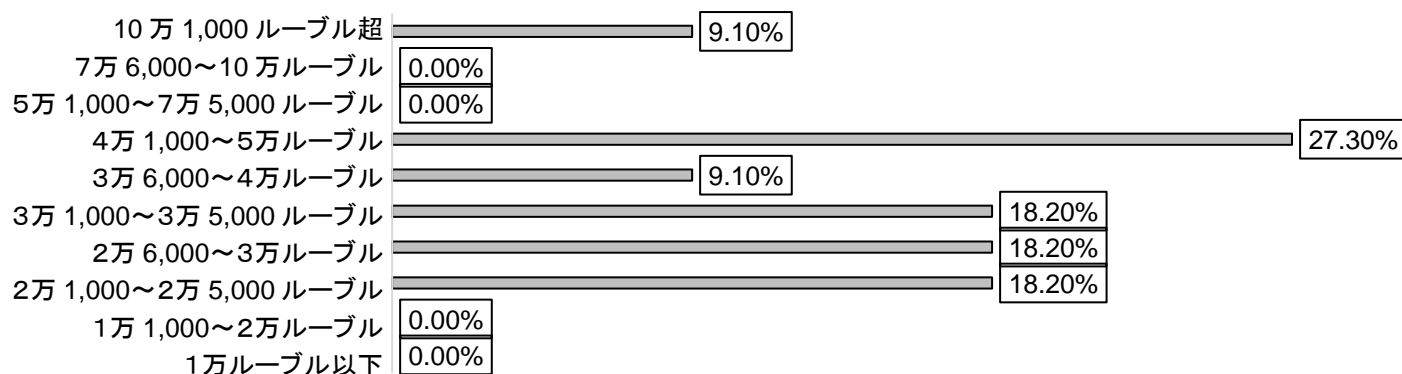
グラフ 42 タンクレストイレ購入(温水洗浄便座とは別に購入)場所に関する回答分布(%)



出所:ユーザー(11人)アンケート結果

オンラインショップからタンクレストイレ(温水洗浄便座も所有しているがセットでの購入はしていない)を購入した回答者は半数を超える。バス・トイレ設備販売店やインテリアサロンでも購入されている。「ショッピングセンター」や「デザイン・リフォーム業者」およびその他を選んだケースは皆無であった。

グラフ 43 (温水洗浄便座とは別に)購入したタンクレストイレ購入の価格に関する回答分布(%)

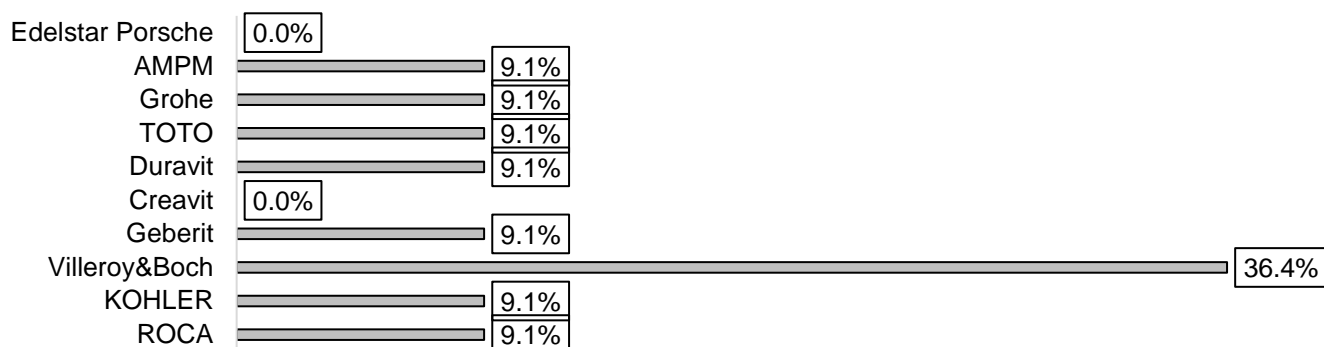


出所:ユーザー(11人)アンケート結果

最も好まれたタンクレストイレの価格帯は4万1,000ルーブル~5万ルーブルであった。これと同じく人気を分けたのは2万1,000ルーブル~2万5,000ルーブル、2万6,000ルーブル~3万ルーブル、3万1,000ルーブル~3万5,000ルーブルの価格帯である。

2万ルーブルより低い価格と5万1,000ルーブル~10万ルーブルの価格帯の便器は誰も購入していなかった。

グラフ 44 (温水洗浄便座とは別に)購入したタンクレストイレのブランド期に関する回答分布、%



出所:ユーザー(11人)アンケート結果

温水洗浄便座とは別にタンクレストイレを購入した回答者のあいだで最も多く選ばれたブランドは、Villeroy&Bochであった。11人の回答者のうち9人が便器を1台だけ購入しており、2台買った者は2人であるが、11人全員がタンクレストイレを買って満足している。

1.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントの製品への要望(自由回答質問)

400人のアンケート回答者全員に、アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレに対し何を期待/要望するかという質問に自由な形で答えてもらった。その結果を以下に示す。

表 21 アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の製品への要望

No	回答
1	6万~8万
2	製品の品質、使い心地、寿命の長さ、手頃な 価格
3	すべての価格帯での、ソフト閉止、ブロワー、乾燥
4	すべてよい
5	素材の品質
6	コンパクトなサイズ、使いやすさ、美しさ
7	清潔さ
8	考えなかった
9	なし
10	品質。使いやすさ。耐久性。実用性。
11	堅固な取り付け、すぐれた被覆、座り心地のよさ
12	品質と信頼性
13	機能性と快適さ
14	絶対的な品質があるべき
15	品質
16	標準的レベル
17	品質
18	バニラ色が欲しい、最大限の重さを支えられること
19	温水洗浄使用後の乾燥、自動化
20	取り付けが容易で手入れが不要なこと
21	これ以上なにもいらない
22	セルフ洗浄、暖房、スタイル、便利さ、高級感、自動
23	5万

No	回答
24	見た目の幾何学的美しさ、理想的な表面、欠陥、欠点がないこと、ボウルの優れた設計(飛沫が飛ばない)
25	デザイン。追加デバイス。使いやすさ
26	この種の製品を利用する予定はない
27	-
28	便利、心地よさ
29	場所を取らない、使いやすさ
30	使いやすい、美しい、機能的、静か
31	デザインと清掃の品質
32	堅牢性、信頼性、耐久性
33	素材の高い品質
34	デザイン、信頼性
35	場所を取らず、機能的で使いやすいとよい
36	信頼性、デザイン、エルゴノミクス
37	わからない
38	価格/品質/快適さ
39	構造の堅牢さ、簡潔なデザイン。
40	5万
41	有名ブランド、ネットでの良い評判、取付の容易さ、買いやすさ、故障せず機能する、エコ素材でできている
42	確実な作動、静か、座り心地、陶器製ではなく、磁器製であること
43	使いやすさ、手入れしやすさ
44	どれも同じ。異なる価格カテゴリーのブランドがあるのみ
45	品質
46	頑丈で美しいこと
47	なし
48	-
49	-
50	床に落ちないこと
51	使いやすく、実用的で、美しい
52	デザイン
53	耐久性と信頼性
54	使いやすさ、清掃しやすさ、信頼性と耐久性。安全性
55	スタイル、快適さ、使いやすい形
56	とにかく素晴らしい!!
57	使いやすさ
58	使いやすさと耐久性
59	快適さ
60	然るべく機能する
61	洗淨
62	使いやすさと外観
63	ブランドと品質と綿密さ
64	すぐれた水洗、すぐれた隔離
65	なし
66	清掃しやすさ、着脱式ライニング
67	飛沫が飛ばない、堅牢
68	信頼性、品質
69	スタイリッシュなデザイン、使用/清掃時のエルゴノミクスと使いやすさ

No	回答
70	デザイン、静音
71	自動開閉、暖房、柔らかさ、水洗、温水洗浄、パイプレーション
72	信頼性、使いやすさ、効果的
73	要求なし
74	信頼性
75	快適で頑丈
76	形、デザイン、耐久性、素材の高い品質
77	価格カテゴリー
78	品質と快適さ。長持ちする素材で、評判がよいこと
79	座り心地(便器の形)、美しさ、水洗とタンクへの給水の静かさ。内蔵機構が壊れないこと。
80	機能性
81	確実な水洗
82	品質
83	すばらしい
84	美しい、使いやすい
85	大きさと堅牢性
86	なし
87	品質、価格
88	信頼性
89	品質
90	使いやすい、重くない、かさばらない、時間がたっても変色、変質しない素材
91	つや
92	品質と価格との釣り合い
93	なし
94	錆や汚れの層ができないこと、使いやすさ
95	品質
96	信頼性、美しい外観、使いやすさ
97	使いやすさ、快適さ
98	実用性、スタイル、エルゴノミクス、耐久性、直観的操作
99	デザイン、すぐれた水洗、使いやすさ。
100	前部が深いボウル
101	水洗が十全であること
102	耐荷重性 500kg
103	信頼性
104	信頼性、使いやすさ、快適さ。
105	コンパクトさ
106	価格と品質
107	使いやすさ、高品質、デジタル技術装備
108	耐久性、使いやすさ
109	すべて気に入った、大変使いやすい
110	コンパクト、使いやすい、頑丈、美しい
111	耐久性、実用性
112	使いやすさ、機能性、外観
113	高品質な陶器／磁器、ストレート水洗、パイプ下方接続式、ボウル全体を水洗
114	デザイン
115	使いやすさ

No	回答
116	使いやすさ。余計なもののないシンプルなデザイン、自動水洗。追加洗浄システムがあってもよい。
117	水がゴボゴボいわないように、取付バーを高めに設置。
118	美しさ、ボタン類の耐久性、取り付けの容易さ、静か
119	使いやすさ、素材の品質
120	取り付けの堅牢さ
121	信頼性、品質、デザイン、25年保証
122	高品質の素材
123	耐久性
124	使いやすさ、快適さ
125	こわれず、他の家具のじゃまにならない
126	信頼性、堅牢性
127	品質、信頼性
128	取り付けの堅牢さ、使いやすくすぐれた洗浄
129	この問題は考えたことがない
130	すべてよい
131	機能性
132	使いやすさ
133	市場での名声、良い評判
134	スタイリッシュなデザイン、取付けやすさ
135	高品質の素材、機能性、各機構が長期間正しく作動すること
136	質が高く、長持ちして堅牢であること
137	品質
138	もう何にも驚かない
139	スタイルの簡潔さ、すぐれた、確実な水洗機構
140	快適さ
141	品質、現代的なデザイン、耐久性
142	品質
143	特に要求なし
144	素材の品質、信頼性
145	確実に取り付けられること
146	わからない
147	品質、スタイリッシュなデザイン、耐久性
148	信頼性!
149	美しくて使いやすい
150	使いやすさ
151	要求なし、高すぎず安すぎないこと
152	使いやすさ、信頼性、価格と品質の釣り合い
153	信頼性、堅牢性、美しさ、使いやすさ
154	品質、信頼性
155	使いやすさ
156	大きさ、色、価格、品質
157	大小別の水洗、形の美しさ、手入れしやすさ
158	信頼性、実用性、快適さ
159	質が高く、リムレス
160	使いやすさ、飛沫が飛ばない、便器の下の掃除が楽、有名ブランド
161	いまのところ購入の予定なし

No	回答
162	品質、使いやすさ
163	スムーズに作動すること、宇宙的 デザイン、除菌コーティング、寿命の長さ
164	なし
165	静音性
166	すべて気に入った
167	品質
168	高品質の素材、信頼性、保証
169	知らない
170	美しさ、使いやすさ、長い耐用期間
171	品質、長持ちすること
172	使いやすさ
173	素材の品質、白さ、輝き、仕上げに傷がないこと。興味深いデザイン、質の高いアクセサリ、メーカー保証
174	信頼性
175	品質
176	使いやすさ、掃除しやすい、信頼性
177	信頼性
178	使いやすさ。期待通りだった。
179	高品質な素材、数年間の保証、取り外し、洗浄が容易
180	快適さ、デザイン、簡単に使える、品質
181	タンクレストイレは気に入らない
182	美しい デザイン、使いやすさ
183	静か、すぐれた水洗、除菌コーティング
184	コンパクト
185	大きさ、色
186	ソフトなシャワーの効果、便座暖房、暖気による乾燥。
187	デザイン、スタイル
188	すべて OK
189	取り付けの容易さ、デザイン
190	漏れないこと
191	堅牢性、使いやすさ
192	欠けや傷がないこと
193	なし
194	知らない
195	大きさ、部品の 品質
196	木製への壁への取り付けの堅牢性、カスケード式水洗
197	品質
198	白さとユニークな形
199	使いやすさ、美しさ、洗浄しやすい
200	品質
201	快適さと 価格
202	品質、保守サービス、追加機能
203	重視しない
204	構造の堅牢さ
205	オリジナルな デザイン
206	飛沫が飛ばないこと
207	堅牢性、洗浄しやすさ

No	回答
208	なし
209	高品質な素材
210	価格
211	使いやすさ
212	ユニークな デザイン。エルゴノミクス。耐久性。
213	デザイン、衛生性
214	ない
215	品質、選択肢
216	信頼性。耐久性。
217	快適さ、清潔さ、信頼性、魅力的な外観
218	暖房、きしまないこと
219	10万までは堅牢で頑丈でなければならない
220	使いやすさ、清潔さ、衛生性
221	使いやすさ
222	わからない
223	落ちるおそれがないこと
224	使いやすさと簡単さ
225	場所をなるべく取らないこと
226	使いやすさ、デザイン、製品に使われている素材の品質
227	要求なし
228	なし
229	品質
230	要望なし
231	美しさ
232	すぐれた 品質と 機能性
233	品質、汎用的な サイズ、美しさ
234	堅牢性
235	品質
236	使いやすさ、適切な デザイン、素材の 品質
237	デザインが非常に美しく、独特でなければならない
238	要望なし
239	品質
240	大事なのは 快適で、便座の閉止を調整できること
241	内装デザインに調和すること、飛沫防止機能があることが大事
242	静音性、高品質な素材、取付の堅牢さ
243	使いやすくなければならない
244	形、大きさ、素材の 品質
245	すぐれた水洗、使いやすさ
246	頑丈な構造と使いやすさ。
247	デザイン
248	こわれないこと
249	ミニマリズム、使いやすさ、スタイル、色
250	暖房便座、飛沫がないこと、電子制御
251	子供にも使いやすいこと
252	美しさ、簡単に使える、手入れの容易さ。
253	うまく言葉にできない

No	回答
254	コンパクトさ、信頼性、美しさ - スタイル
255	静かな給水、便座のスムーズな閉止、暖められること
256	スタイリッシュなデザイン、確実な装備
257	軽量、美しい形、楕円形、角がないこと
258	信頼性
259	取り付けの容易さ、信頼性
260	4万 5,000 以下
261	耐久性
262	広い便座、身長の高い人でも座りやすいこと
263	動作保証、耐久性、静音性.
264	1カ月の使用後にこわれにくいこと
265	使いやすさと快適さ
266	美しさ
267	すべて気に入った.
268	使いやすさと品質
269	素材の高い品質、最新のテクノロジー
270	快適さ、使いやすさ
271	なし
272	快適さ、価格 - 品質の釣り合いがとれている
273	大変使いやすく、すべて気に入った
274	使いやすさ
275	品質
276	金額分だけのことはあると期待する
277	壁が重さに耐えること、漏らないこと
278	場所を取らない、内装によく調和する
279	使いやすさ
280	品質
281	使いやすさ
282	もっと使いやすく
283	エルゴノミクスに優れる
284	床が洗いやすい
285	使いやすさと信頼性
286	保証
287	美しいこと、水が飛び散らないこと
288	長持ち
289	快適さ
290	美しい
291	独特な色、暖房、音楽
292	わからない.
293	故障せずに長期間つかえること
294	わからない
295	正常に作動すること!
296	スタイリッシュなデザイン、リムレス、あまり重くない、取付の容易さ
297	使いやすさ、信頼性.
298	使いやすさ、信頼性
299	壁から外れないこと

No	回答
300	超高級感
301	使いやすさ
302	特に要求はなく、そもそも要求はメーカーが遵守している
303	使いやすくなければならない
304	すぐれた品質
305	簡単に快適に使えること
306	清掃しやすさ
307	品質、耐久性
308	私はこの種の製品のことはよくわからない
309	使いやすさ。
310	使いやすさ。便器の衛生処理がしやすい。
311	快適で、質が高い
312	信頼性と使いやすさ
313	頑丈、使いやすさ、暖房付
314	品質、エルゴノミクス
315	使いやすさと信頼性
316	頑丈、スタイリッシュ、調和がとれる、誰にとっても使いやすい
317	広く快適な暖房付便座、自動水洗、除菌素材、ミニマルなデザイン
318	コンパクトさ、人体によく合っている
319	品質と耐久性
320	外観(形、色、素材)
321	品質
322	美しいデザイン
323	使いやすさ、配管が見えないこと
324	なし
325	使いやすさ、静か、タンク容量が十分、便座の閉止
326	美しい
327	コンパクト、堅牢、十分な品質保証
328	心地よさ
329	品質、信頼性、堅牢性。
330	高い品質、2年以上の保証
331	130kgの夫に耐えること
332	品質と快適さ
333	美しさ、使いやすさ
334	スタイリッシュで、美しく、使いやすい形でなければならない
335	自動水洗、洗浄
336	品質
337	使いやすく、頑丈で、水洗も良好だった
338	使いやすさ
339	手入れしやすさ、確実な閉止
340	手入れしやすい
341	耐久性
342	スムーズに閉まる、美しさ
343	大きさ
344	リムレス、堅牢、美しいデザイン
345	非常に期待していた

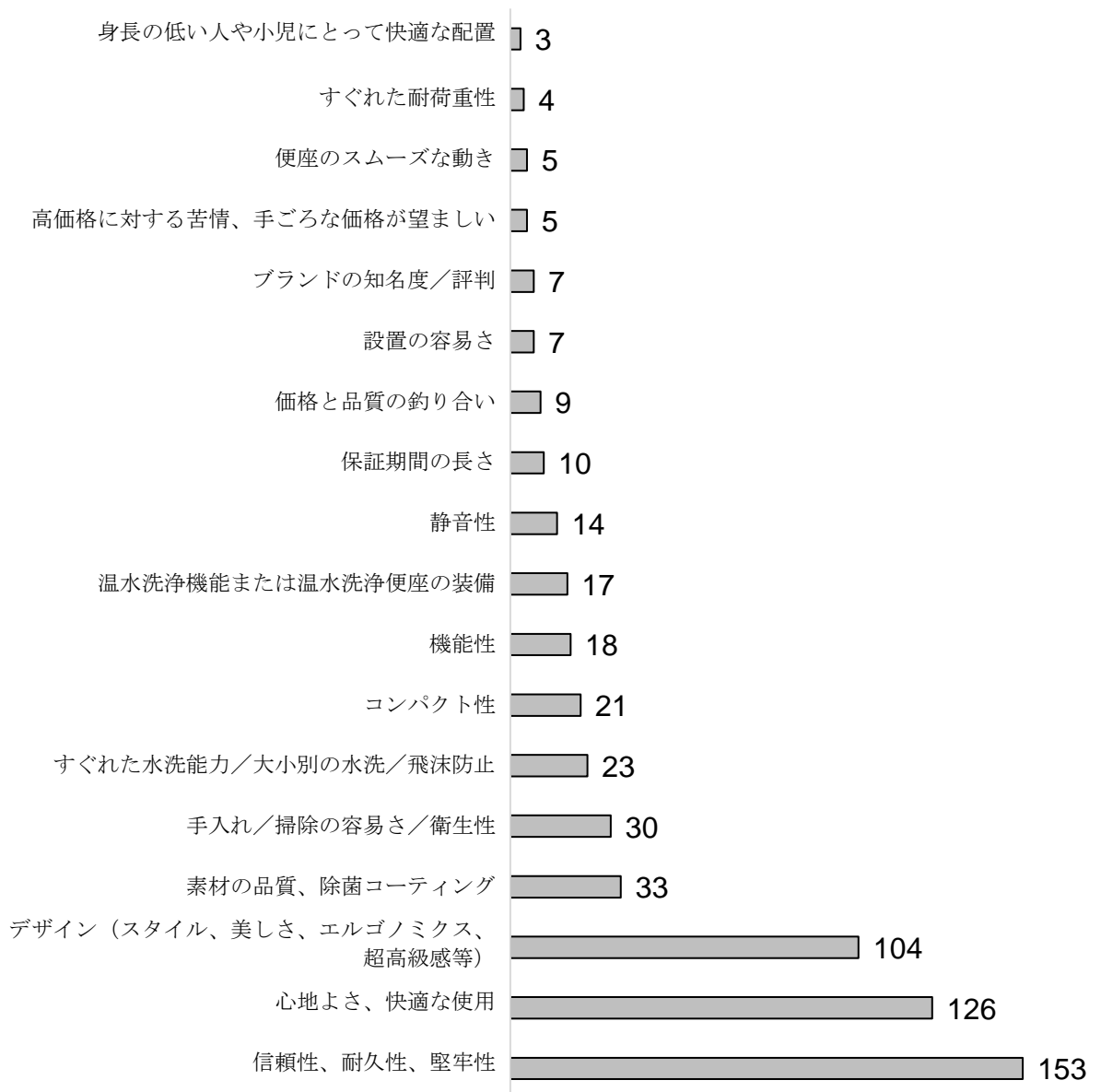
No	回答
346	プレミアム品質で、設置も容易
347	高級な素材でできている
348	美しい
349	トイレの高さにきちんと合うようにするには、正しく取り付けられなければならない。すぐれた品質の素材で作られていて、水は四方に飛び散らないように流される。
350	品質
351	完全に水洗できること。壁掛式で、ただ装飾的なだけでなく、掃除が楽になるとよい(高さが十分なのでモップでの掃除がきるとよい)
352	製品の堅牢性。デザイン。
353	素材のすぐれたテクスチャー、信頼性、美しさ
354	使いやすさ、快適さ
355	機能性、信頼性、デザイン
356	手ごろな価格でより良い 品質
357	より大きなスペースがとれる、使いやすさ
358	使いやすさ、スタイル
359	使いやすさ
360	とくになし
361	清掃しやすさ
362	基本的になし
363	わからない
364	デザイン
365	使いやすさ、見栄え、コンパクトさ
366	外観、構成
367	使いやすさ、機能性、すぐれた水洗、臭わないこと、手入れしやすさ
368	信頼性
369	手入れしやすさ。場所を取らない
370	すぐく使いやすい
371	使いやすさ、スタイル
372	2万～3万ルーブル
373	全体の洗浄、自動水洗
374	使いやすい形
375	すぐれた耐荷重性、品質、ビジュアル
376	品質
377	使いやすさ
378	外観
379	堅牢性。エナメル品質
380	品質
381	固定と各機構の保証5～10年以上
382	使いやすさと快適さ
383	高価でない
384	美しい デザイン、かさばらない、洗練されている、機能性
385	具体的にはとくにない
386	使いやすさ、魅力的な デザイン
387	頑丈で使いやすいこと
388	快適さ
389	ソフトなプラスチック
390	使いやすさ、堅牢性、耐久性

No	回答
391	理想的
392	便器と温水洗浄機能を兼ね備える
393	なし
394	高品質な素材
395	使いやすく、快適で、多機能で、ユニークでなければならない。
396	長持ち
397	使いやすさと快適さ
398	使いやすい 大きさと 品質
399	高い
400	-

出所:ユーザー(400人)へのアンケート結果

回答者の意見を総合すると、評価基準、期待および要求する事項のランキングは以下の通りとなる。

グラフ 45 アッパーミドル、プレミアム価格セグメントタンクレストイレへの評価、要望・要求のまとめ(回答数)



出所:ユーザー(400人)へのアンケート結果

回答者のうち 43 人 (10.8%) は自分が何を期待し要望しているかを整理できない、あるいは言いたくなかったため、「わからない」、「要求することはない」、「買うつもりがない」、「興味がない」などと回答していることを指摘しておく。

評価基準、期待や要望について述べた回答者の答えをまとめると以下のようになる。

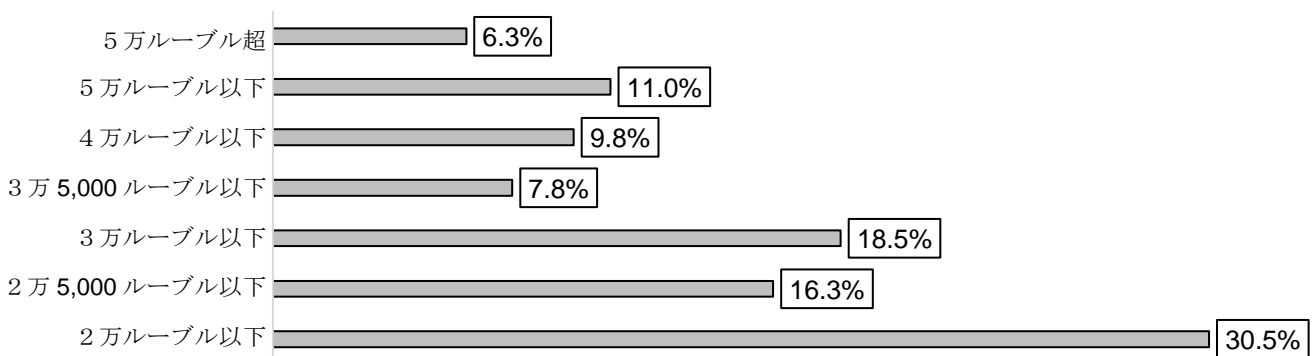
- 信頼性、耐久性、堅牢性がアップパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレの決め手になるとした回答者は 153 人 (38.3%)
- 使い心地や使いやすさと回答した者は 126 人 (31.5%)
- デザイン (スタイル、美しさ、エルゴノミクス、超高級感など) を挙げた者は 104 人 (26.0%)。

上記の 3 つと比べると他の項目を挙げたものはあまりいなかった。

付言すると、「高品質と信頼性」を要求項目に挙げた一定数の回答者 (33 人) が、高品質というのは便器の素材部分を指しているとのことであった。

1.6. これらの価格帯の製品を購入するとしたら1台につきいくらまでなら出せるか、またその価格で何台買うことを計画しているか

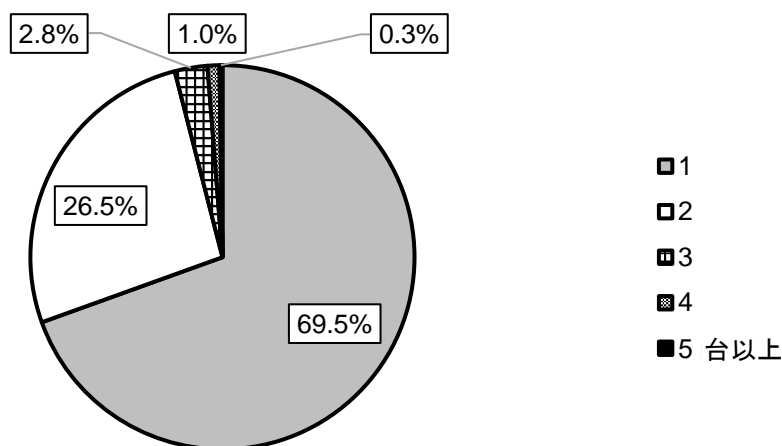
グラフ 46 回答者がタンクレストイレ1台に払えるとする最大金額の回答分布(%)



出所: ユーザー (400 人) へのアンケート結果

2 万ルーブルを超えるものは買わないと答えた者が約 3 分の 1 近く (30.5%) いた。次いで多かった答えは、2 万 5,000 ルーブルを上限とするが 16.3%、3 万ルーブルまでが 18.5%であった。5 万ルーブルを超えるタンクレストイレを買うのはわずか 6.3%、400 人中 25 人であった。

グラフ 47 タンクレストイレの購入を予定している回答者が必要とする台数の回答分布(%)



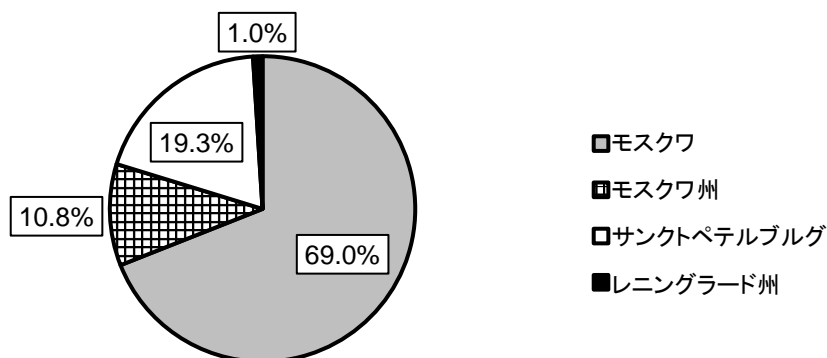
出所:ユーザー(400人)へのアンケート結果

購入数を1台と答えた者は3分の2強(69.5%)、2台は26.5%、3台は2.8%、4台は1.0%、5台以上は0.3%であった。

2.モスクワ市、モスクワ州およびサントペテルブルグに所在する、アッパーミドルおよびプレミアム価格帯(2万5,000ルーブル以上)のタンクレストイレの潜在的ユーザー/ディストリビューター/あるいは代理店400社に対する電話アンケート

2.1. 企業の種類、規模、活動地域

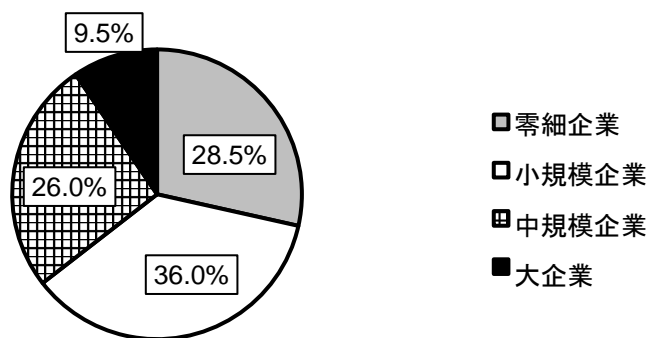
グラフ 48 法人(企業)回答者の所在地別部分布(%)



出所:ユーザー(400人)へのアンケート結果

当会は、モスクワ市、モスクワ州、サントペテルブルグ市、レニングラード州で活動している400の企業の担当者にアンケート調査を行った。400人(100%)の回答者のうち69%がモスクワ市、10.8%がモスクワ州、19.3%がサントペテルブルグ市、1.0%がレニングラード州で活動している。ここに挙げた複数の地域で活動していると答えたケースも多々あった。重複している地域としては「モスクワ市とモスクワ州」、「モスクワ市、サントペテルブルグ市およびこれらを包含する州」、「モスクワ、サントペテルブルグおよびその他のロシアの都市」などといった具合である。地域を跨いで活動している企業については、最初に列挙された場所、もしくは法人登記表記にしたがうものとした。

グラフ 49 法人(企業)回答者の規模別分布(%)



出所: ユーザー(400人)へのアンケート結果

調査対象となった企業規模で最も多いものは小規模企業 36.0%、次いで中規模企業 26.0%と零細企業 28.5%である。調査対象で最も少なかったのは大企業 9.5%である。

表 22 調査対象法人(企業)の業種比率(%)

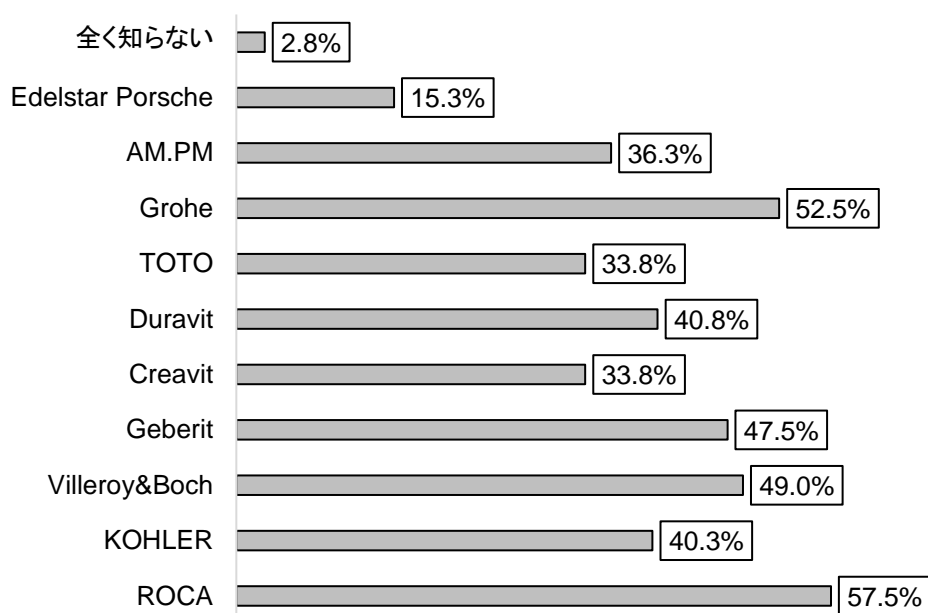
業種	企業数	比率 (%)
下水配管設備、建材およびセラミック(陶器)製サニタリー製品を扱うオンラインショップ	48	12,0%
リフォーム業者	29	7,3%
接客施設に関する設備の総合据付業	2	0,5%
公共施設	31	7,8%
不動産業	7	1,8%
下水配管設備、建材などの卸業	19	4,8%
ホテル	21	5,3%
設計施工業者	33	8,3%
製造業	22	5,5%
レストラン	22	5,5%
下水配管設備、建材などの小売店	32	8,0%
サナトリウム	6	1,5%
建設/デベロッパー企業(集合住宅、ショッピングセンターなど)	30	7,5%
建設業者(コテージ、マンション、戸建住宅)	25	6,3%
デザイン設計事務所	48	12,0%
民間病院	25	6,3%

出所: 400社に対するアンケート結果

当会は、それぞれ分野は異なるものの、バス・トイレ設備やそれに類する商品を扱う企業に対してアンケート調査を行った。なかでも多かったのはデザイン設計事務所(12.0%)、バス・トイレ設備、建材およびセラミック(陶器)製サニタリー製品を扱うオンラインショップ(12.0%)、設計事務所(8.3%)である。

2.2. 大手メーカーの ROCA、KOHLER、Villeroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche などの認知度

グラフ 50 ROCA、KOHLER、Villeroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche 各メーカーの認知度に関する回答の分布(%)



出所: 400 社に対するアンケート結果

「ここで紹介されている温水洗浄便座とタンクレストイレのメーカーのなかで知っているものがありますか」という質問に、回答者には複数回答がみとめられた。

結果によると、企業担当者に最も知られているメーカーは ROCA で、回答の 57.5% に及んだ。以下順に紹介すると、Grohe の認知度が 52.5%、Villeroy&Boch が同じく 49.0%、Geberit が 47.5% となる。回答者の認知度が最低だったメーカーは Edelstar Porsche で、その数値は大きく下がって 15.3% であった。

また 2.8% の回答者は選択肢に示されたタンクレストイレと温水洗浄便座のメーカー名をひとつも知らなかった。

アンケートでは、例示されたメーカー以外に知っているものがあるかを調べるために、「日本、韓国、中国の温水洗浄便座とタンクレストイレで表にないものを知っていますか」という質問も投げかけた。すると、ブランド名をメーカー名の代わりに挙げる者が多くいた。また、日韓中ではなく、ロシアなどのメーカーを挙げるものもいた。

表 23 温水洗浄便座とタンクレストイレのメーカーの認知度に関する回答内訳

ブランド名	回答数
それ以外のメーカーは知らない	277
Senspa	32
Daewon	21
SATO	18
Panasonic	11

ブランド名	回答数
Xiaomi	9
Quoss / Yo-Yo	6
Nanobidet	5
Jacob Delafon	4
Ceramalux	4
Vitra	4
Izumi	3
Jika	3
Kale	3
Grossman	3
Winia	3
Laguraty	3
Cersanit	2
Laufen	2
Santec	2
Gappo	2
OWL	1
Viega	1
Aquanet	1
Ideal	1
Simas	1
Santiline	1
B&C	1
Sanita	1
Sensea	1
Orange	1
Ortonica	1
Grande home	1
Jaquar Solo	1
Jacuzzi	1
Art&max	1
Toshiba	1
Catalano	1
Devon	1
Ssw	1
Cielo	1
Vello	1
Esbano	1
Iddis	1
Xenan	1
Bocchi	1
Berges Wasserhaus	1

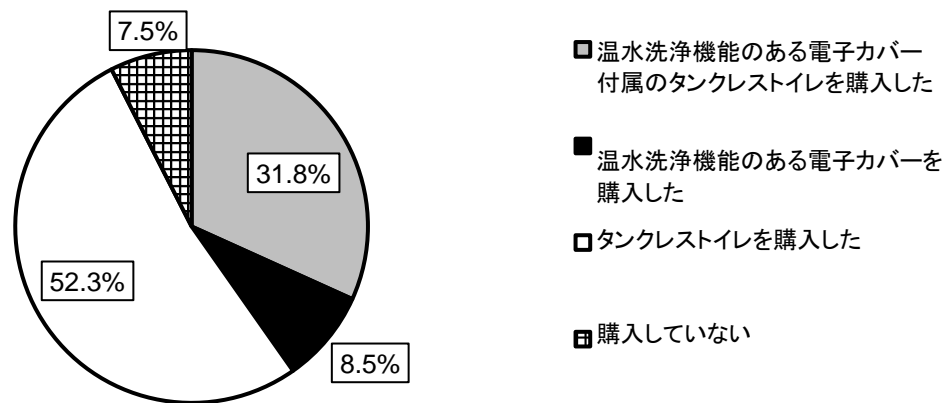
ブランド名	回答数
Rosa	1
Eago	1
Inax	1

出所: 400 社に対するアンケート結果

前問に例示されなかったメーカー（ブランド）を挙げた 123 人の間で、最も認知度の高かったものから示すと、SensPa を挙げた者が 32 人、Daewon が同じく 21 人、SATO が 18 人となる。

2.3. 購入経験の有無

グラフ 51 温水洗浄便座とタンクレストイレ購入経験の有無に関する回答分布(%)



出所: 400 社に対するアンケート結果

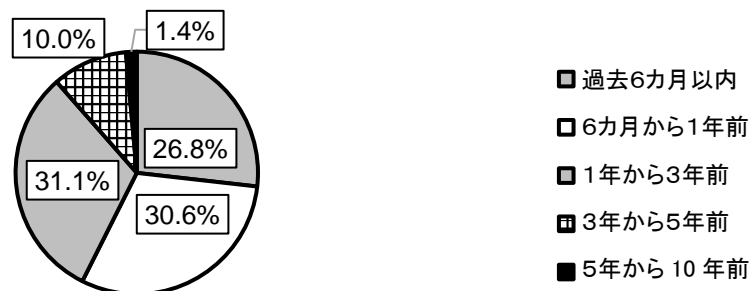
400 社のうちタンクレストイレを購入したと答えたのは 52.3% (209 社)、温水洗浄便座付きタンクレストイレを購入したと答えたのは 31.8% (127 社)、温水洗浄便座だけを購入したのは 8.5% で、合計すると 92.5% となる。

2.4. 購入した経験のある企業への質問

2.4.1. 購入時期、購入場所、購入額、購入したブランド、購入数、購入満足度(購入結果)

最初にタンクレストイレを単体で購入した 209 社の結果を紹介する。

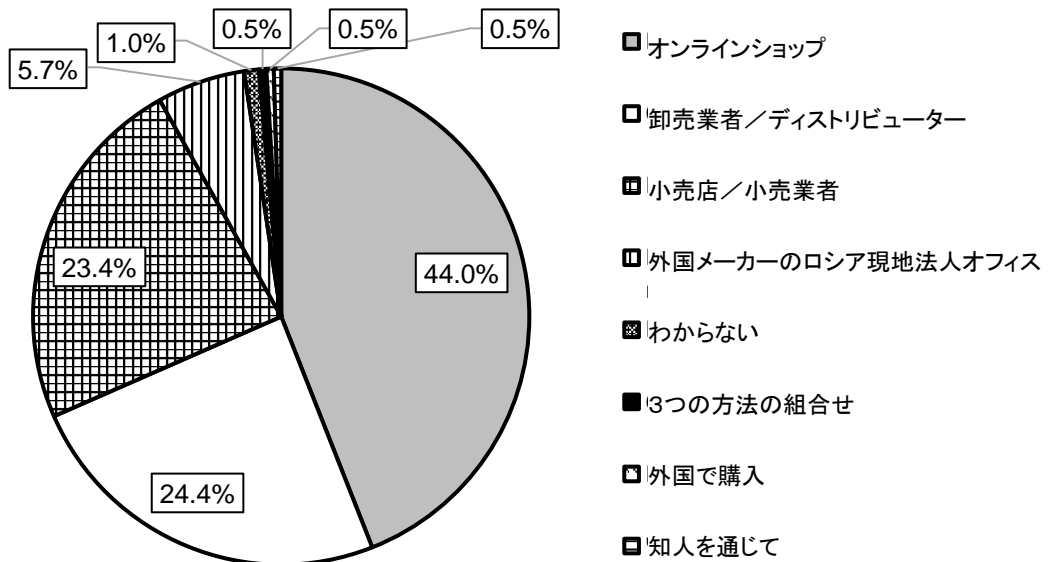
グラフ 52 タンクレストイレ購入時期に関する回答分布(%)



出所: 209 社に対するアンケート結果

直近の6カ月間、6カ月以前から1年前の期間（計6カ月間）、1年前から3年前の期間（計2年間）のそれぞれの期間にタンクレストイレを購入した企業数はほぼ同数であったことから、B2B の分野でもタンクレストイレ人気が高くなってきたことがわかる。5年前よりさらに遡る購入例は極めて少数であった。

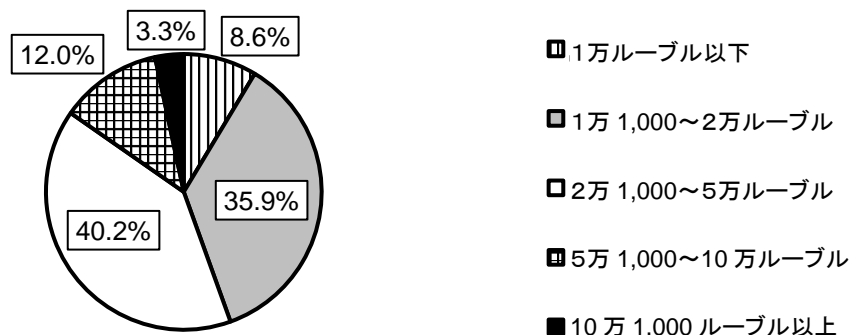
グラフ 53 タンクレストイレ購入場所に関する回答分布(%)



出所: 209 社に対するアンケート結果

44%の企業がオンラインショップでタンクレストイレを購入している。購入場所の第2位は「卸業者もしくはディストリビューター」で 24.4%、第3位は「小売店／小売業者」の 23.4%となる。これら以外の回答はかなり少なかった。

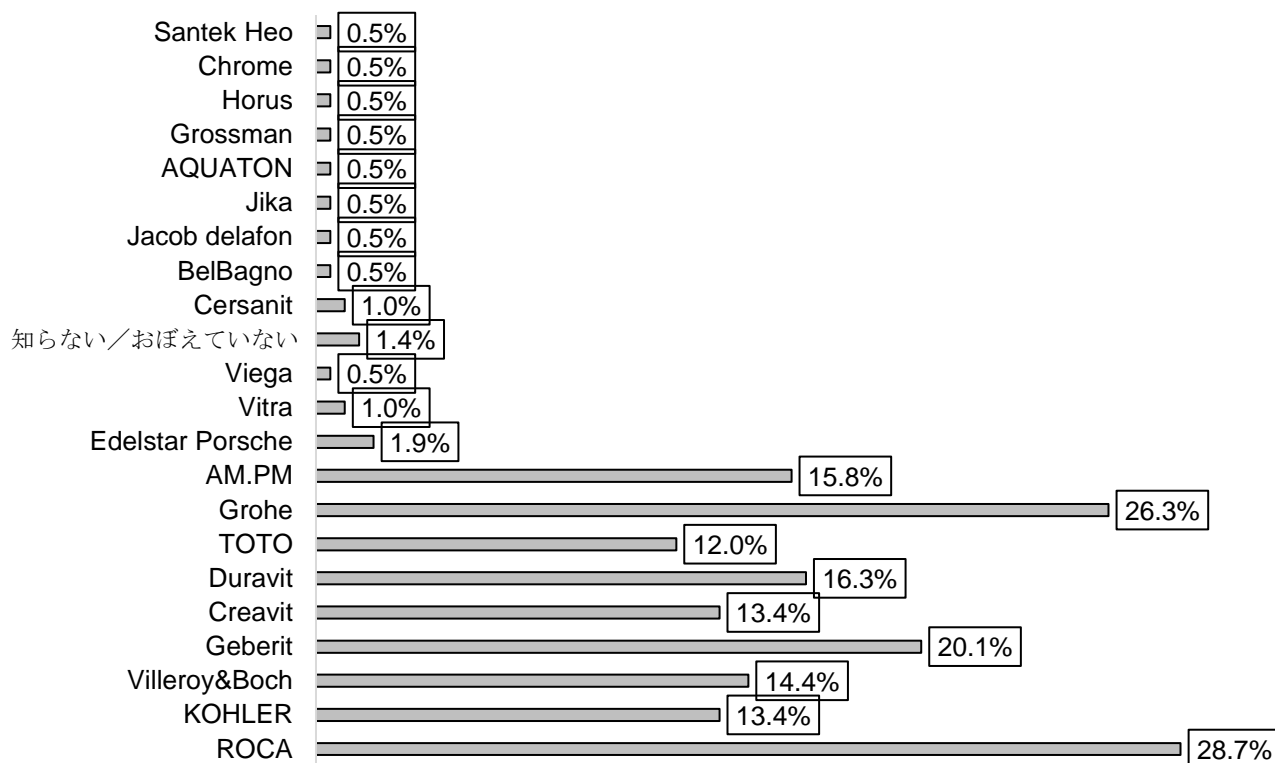
グラフ 54 購入したタンクレストイレの価格に関する回答分布(%)



出所: 209 社に対するアンケート結果

購入したタンクレストイレの価格帯で一番多かったのは1万 1,000 ルーブルから2万ルーブルの間で、購入したケースの 35.9%、2万 1,000 ルーブルから5万ルーブルの間は 40.2%、これら2つの価格帯を合わせると購入したという回答の 76%を占める。「1万ルーブル以下」および5万 1,000 ルーブル以上とした回答は非常に少なかった。

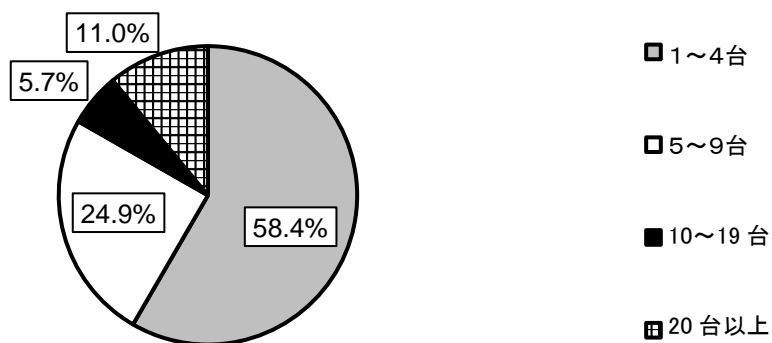
グラフ 55 購入したタンクレストイレのブランドに関する回答分布(%)



出所: 209 社に対するアンケート結果

企業が好むタンクレストイレのブランドの上位は、ROCA 28.7%、Grohe 26.3%、Geberit 20.1%である。

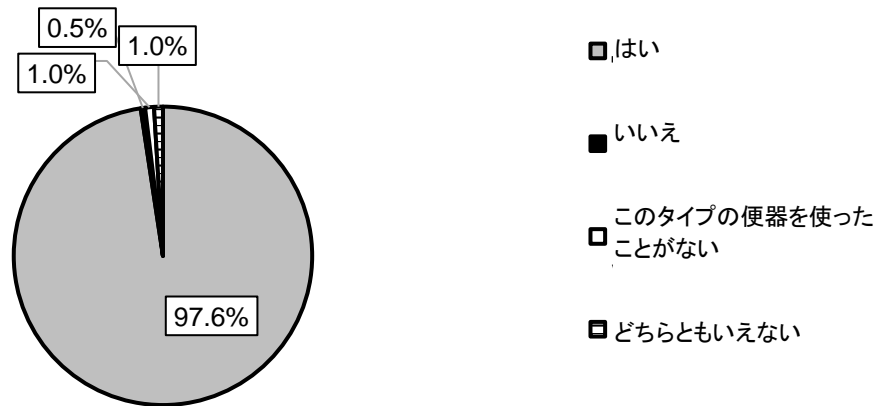
グラフ 56 購入したタンクレストイレ台数に関する回答分布(%)



出所: 209 社に対するアンケート結果

タンクレストイレの購入数は、半数以上（58.4%）の企業が1台から4台、24.9%の企業が5台から9台、5.7%の企業で10台から19台となり、20台以上購入した企業は11.0%であった。

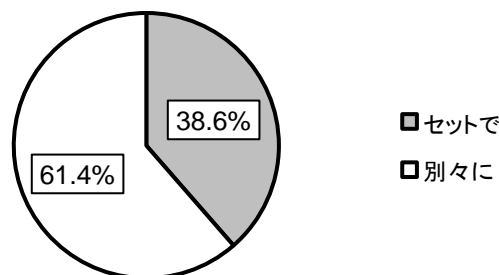
グラフ 57 購入したタンクレストイレに対する満足度に関する回答分布(%)



出所: 209社に対するアンケート結果

大多数の企業（97.6%）が購入に満足しており、不満と回答したのは1社、使ったことがなくわからないが2社、どちらとも言えないが1社あった。次は、温水洗浄便座とタンクレストイレを購入した127社について紹介する。

グラフ 58 温水洗浄便座とタンクレストイレをセットで購入したか別々に購入したか(%)

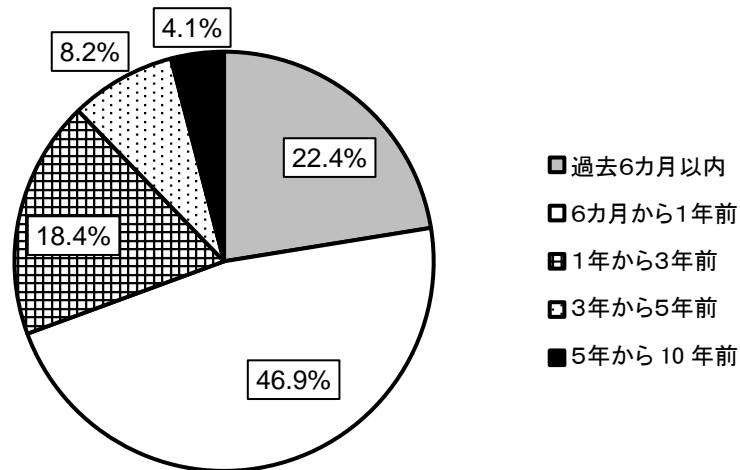


出所: 127社に対するアンケート結果

温水洗浄便座とタンクレストイレを所有している127社に、「あなたの勤務先では、電子式温水洗浄便座とタンクレストイレのセットで購入しましたか、あるいは別々に購入しましたか」と質問したところ、3分の2弱の回答者（78社、61.4%）が別々に、3分の1強（38.6%、49社）がセットで購入したと回答した。

ここで、温水洗浄便座とタンクレストイレをセットで購入した49社の回答を詳しく見てみよう。

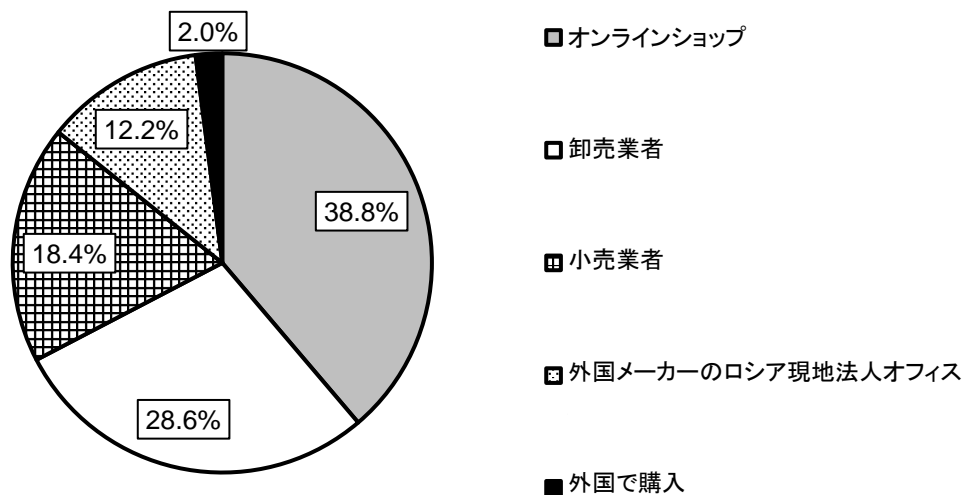
グラフ 59 温水洗浄便座とタンクレストイレのセット購入時期に関する回答分布(%)



出所:49社に対するアンケート結果

約半数(46.9%)の企業が温水洗浄便座とタンクレストイレのセットを6カ月から1年前までに購入し、また22.4%は過去6カ月以内に買っている。

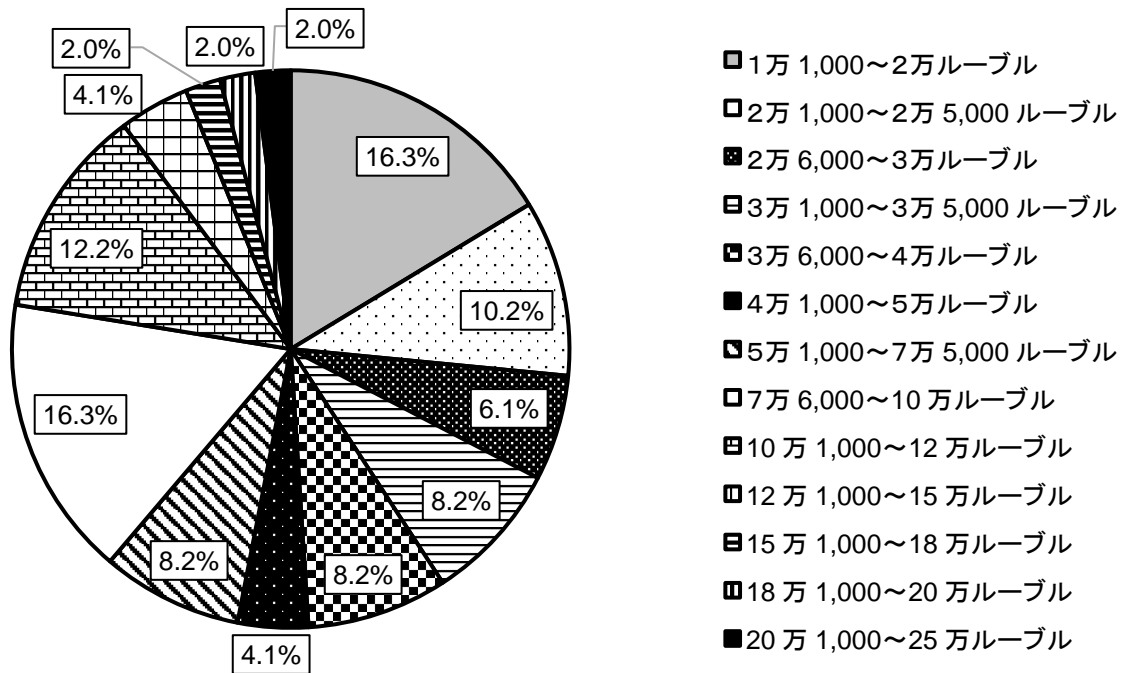
グラフ 60 温水洗浄便座とタンクレストイレのセット購入場所に関する回答分布(%)



出所:49社に対するアンケート結果

企業が温水洗浄便座とタンクレストイレを購入した場所で最も多かったのはオンラインショップの38.8%で、また卸業者と回答したケースも28.6%あった。

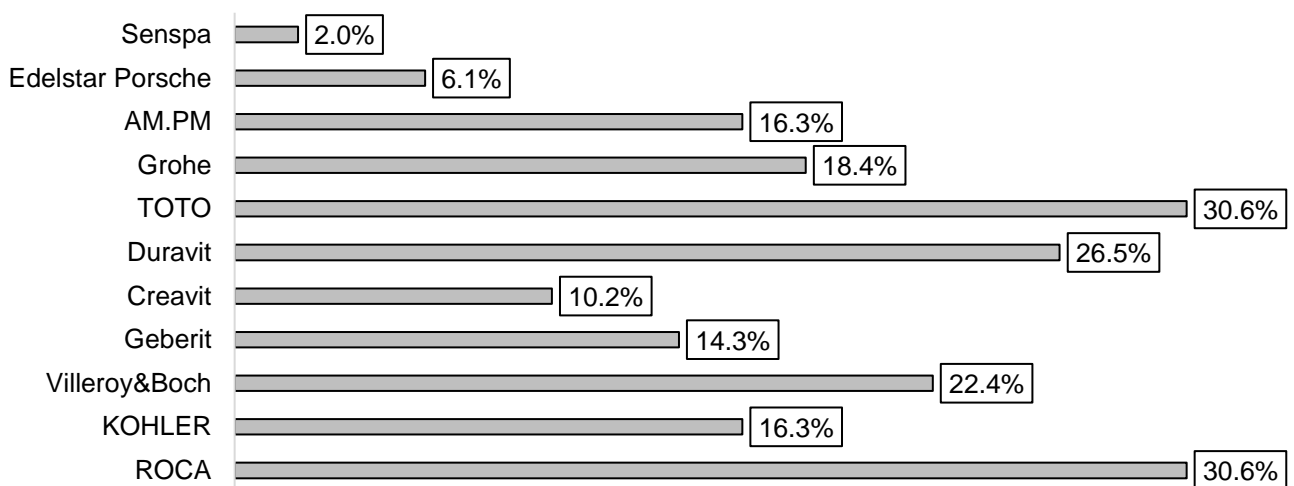
グラフ 61 温水洗浄便座とタンクレストイレのセット購入価格に関する回答分布(%)



出所: 49 社に対するアンケート結果

温水洗浄便座とタンクレストイレのセットの購入価格帯で最も多かったのは1万 1,000 ルーブルから2万ルーブルまでと7万 6,000 ルーブルから10万ルーブルまでで、どちらも16.3%であった。

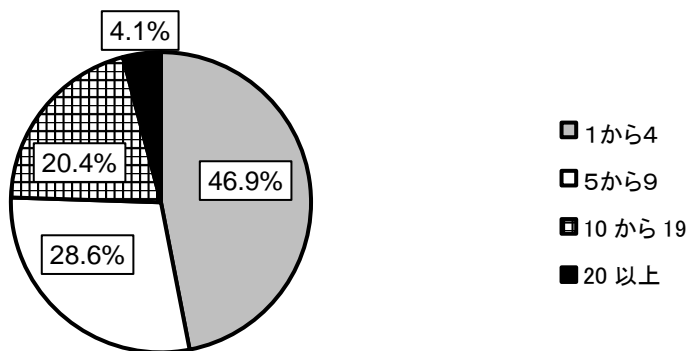
グラフ 62 購入した温水洗浄便座とタンクレストイレのブランドに関する回答分布(%)



出所: 49 社に対するアンケート結果

アンケートの回答によると、最もよく購入された温水洗浄便座とタンクレストイレのセットは TOTO と ROCA (どちらのブランドも 30.6%)、それに Duravit (26.5%) であった。

グラフ 63 購入した温水洗浄便座とタンクレストイレのセット数に関する回答分布(%)



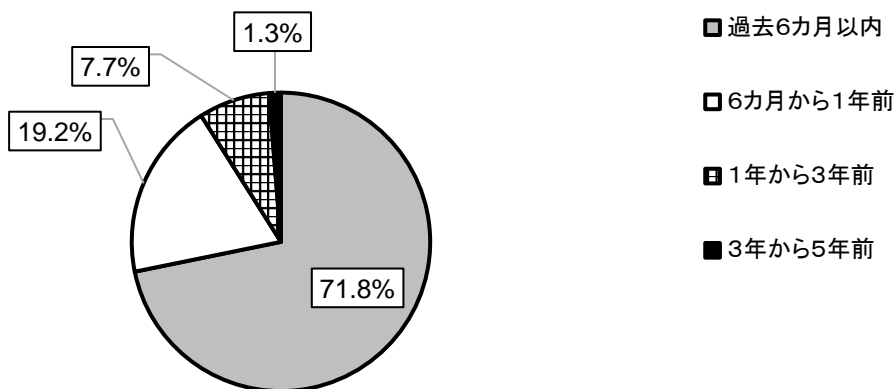
出所: 49 社に対するアンケート結果

46.9%の企業（49 社のうち 23 社）の購入数は4セット以下、28.6%は5セットから9セット、20.4%は10セットから20セットまでである。20セットを超えて購入されたケースは最も少なかった。

アンケートに答えた 49 社中 48 社（98%）の担当者が商品に満足していると言っており、満足していないとしたのは1社（2%）であった。

ここからは、タンクレストイレと温水洗浄便座を別々に購入していた 78 社の担当者回答を（タンクレストイレに限って）紹介する。

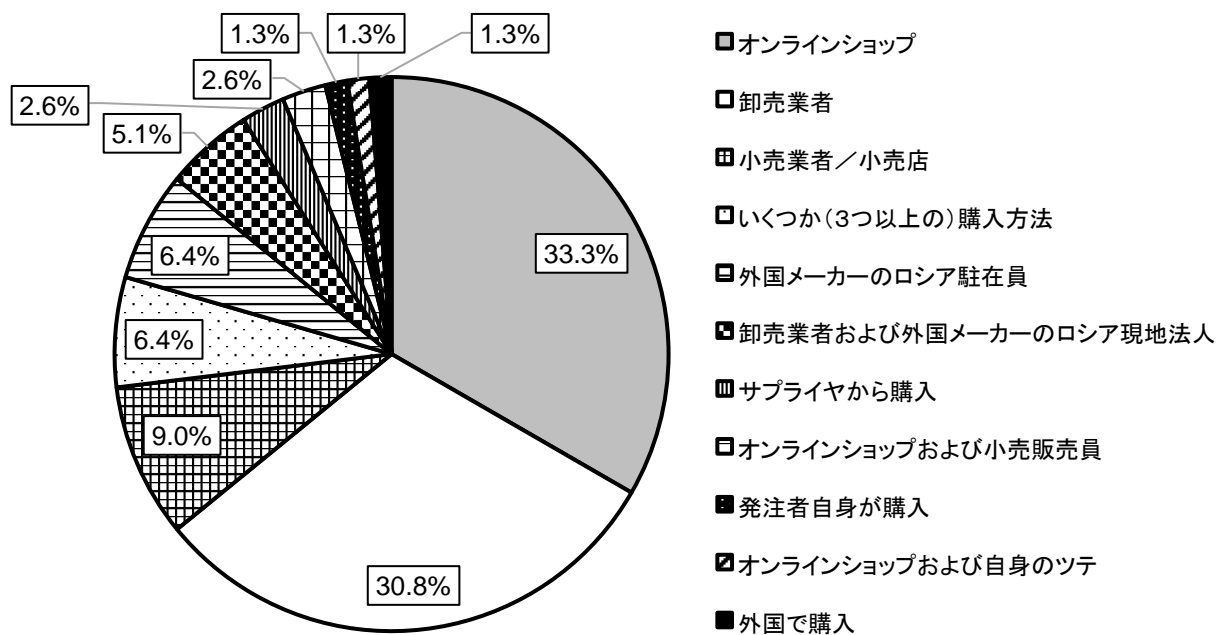
グラフ 64 タンクレストイレ購入(温水洗浄便座とは別に購入)時期に関する回答分布(%)



出所: 78 社に対するアンケート結果

3分の2強の企業（71.8%）が過去6か月以内にタンクレストイレを購入していた。調査対象になった 78 社の 90%強が過去1年以内にタンクレストイレを購入しているので、この商品の需要が増大していることがわかる。

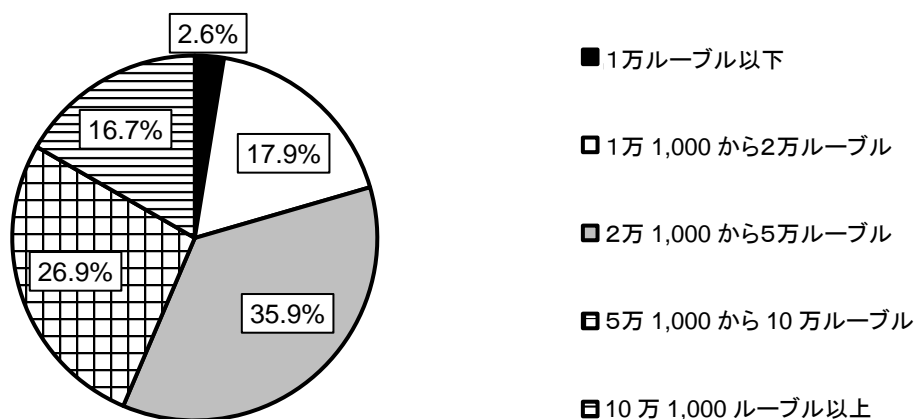
グラフ 65 タンクレストイレ購入場所(温水洗浄便座とは別に購入)に関する回答分布(%)



出所: 78 社に対するアンケート結果

3分の1 (33.3%) の企業がタンクレストイレ (温水洗浄便座は別個に購入) の購入場所としているのはオンラインショップであり、他の購入場所としては卸業者と小売店があった。複数回答もいくつかあった。2カ所以上から購入したケースが 6.4%、卸業者と国外メーカーのロシア現地法人 (駐在事務所) の両方から購入したケースが 5.1%ある。

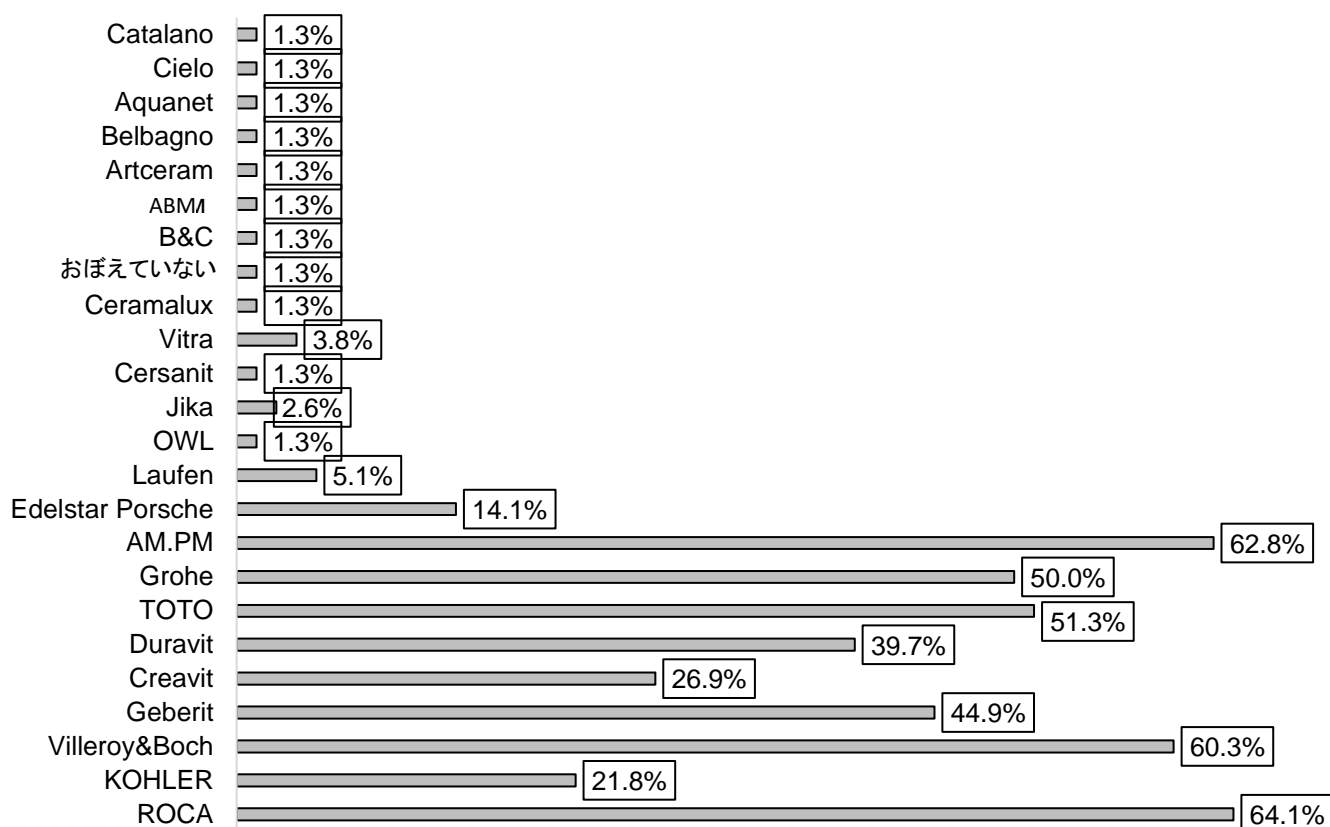
グラフ 66 タンクレストイレ購入(温水洗浄便座とは別に購入)価格に関する回答分布(%)



出所: 78 社に対するアンケート結果

タンクレストイレの購入価格帯で最も多かったのは 2 万 1,000 ルーブルから 5 万ルーブルまでである (購入件数の 35.9%)。また 26.9%が 5 万 1,000 ルーブルから 10 万ルーブルの価格帯を、17.9%が 1 万 1,000 ルーブルから 2 万ルーブルまでの価格帯を選択した。1 万ルーブル以下を選んだケースは極めて稀であった。

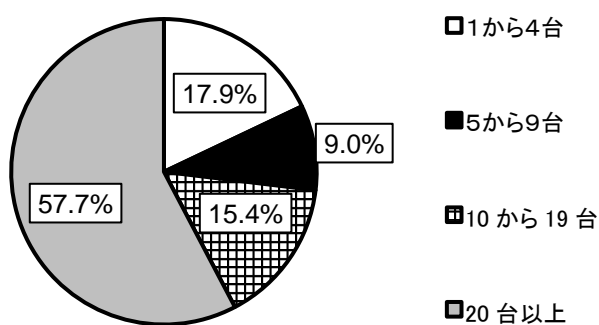
グラフ 67 (温水洗浄便座とは別に)購入したタンクレストイレのブランドに関する回答分布(%)



出所: 78 社に対するアンケート結果

タンクレストイレと温水洗浄便座を別々に購入した企業のあいだで最も多く選ばれたタンクレストイレのブランドは ROCA で 64.1% に及んだ。以下、AM.PM 62.8%、Villeroy&Boch 60.3% と続く。

グラフ 68 タンクレストイレ購入台数(温水洗浄便座とは別に購入)に関する回答分布(%)



出所: 78 社に対するアンケート結果

購入台数については 20 台以上を購入した企業が半分以上 (57.7%) となり、残る分は他の回答とその比率を分け合った。78 社のうち 75 社 (96%) が購入に満足しており、残り 3 社の担当者は自分では使用していないのでわからないと答えた。

2.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントの製品に対する要望(自由回答質問)

400 人のアンケート回答者全員に、アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレに何を期待／要望するかという質問に自由な形で答えるよう依頼した。その結果を以下紹介する。

表 24 アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレに対する要望

No	回答
1	保証とサービス
2	価格と品質の釣り合い
3	内蔵温水洗浄
4	すぐれた品質
5	顧客にとってはデザインが、我が社にとっては品質が重要
6	便器そのものと接する部分のすぐれた品質
7	衛生性
8	品質
9	マージン、製品の品質
10	使いやすさ、デザイン
11	デザイン、外観
12	品質、外観
13	製造品質
14	すぐれた水洗、価格と品質の釣り合い
15	部品結合部の品質
16	価格と品質の釣り合い
17	外観、堅牢性、素材、価格
18	デザイン、品質
19	デザイン、品質
20	デザイン
21	流行のデザイン、品質
22	価格と品質の釣り合い
23	デザイン、快適さ。
24	デザイン
25	デザイン
26	デザイン
27	デザイン、品質、取り付けやすさ
28	自動殺菌
29	トイレに行くときは体温を測らせる
30	わからない
31	デザイン
32	品質
33	デザイン
34	自動性、機能、衛生性
35	もうすこし安い方がよい
36	快適さ、簡単な使用方法
37	正しく作動すること
38	保証品質通りであること、ネガティブなレビューがないこと
39	信頼性、外観、素材の品質
40	色調、使いやすさ、信頼性

No	回答
41	デザイン、機能
42	耐久性、理想的な作動、長い耐用期間
43	使いやすさ、美しいボタン類、様々な調節が可能
44	デザイン、価格と品質の釣り合い。
45	信頼性、品質
46	品質
47	機能性、信頼性、デザイン
48	美しさ、使いやすさ、機能性、どのくらいの体重に耐えるか見てみよう
49	信頼性、取り付けやすさ、多様なモデルと色
50	衛生性、シンプルさ
51	品質
52	デザイン、素材の品質、有名メーカー
53	堅牢性、すぐれた素材、デザイン
54	デザイン、使いやすさ、堅牢性
55	デザイン
56	デザインと品質
57	品質、デザイン
58	デザイン、価格-品質
59	品質、信頼性
60	品質、堅牢性、高すぎない価格
61	品質、耐久性
62	現代的内装に調和すること
63	価格をもっと低く、品質
64	デザイン、価格と品質の釣り合い
65	私自身には要望はない、顧客が求めるものを売る
66	デザイン
67	顧客による認知度、デザイン
68	品質、サービス
69	おもしろいデザイン
70	デザイン
71	デザインと品質
72	堅牢性、耐久性、品質
73	デザイン、品質。
74	掃除しやすい、コンパクトさ、使いやすさ
75	-
76	デザイン、手入れと掃除がしやすい
77	確実な取り付け、使いやすさ、品質、美しさ
78	品質、空圧式便座閉止、水洗の清潔さ
79	使いやすさ、品質、美しさ
80	品質、保証、快適さ
81	デザイン、見えない部分の水洗
82	隠れた接合部、流線形
83	リムレス、隠れた接合部、薄い便座、防護／汚れ防止コーティング
84	デザイン、品質
85	デザイン
86	理想的な品質、欠陥がない、ビデオマニュアル付きのすぐれたコンテンツ、見えない部分のすぐれた水洗

No	回答
87	わからない
88	品質、保証サービス
89	自動洗浄、追加機能
90	確実な設置、品質
91	耐久性
92	信頼性、ただし選ぶのは顧客
93	知名度、品質
94	メーカー、サプライヤの保証、スペアパーツの在庫があり、すぐに購入して受け取れること
95	正常な動作と耐久性
96	スタイル、価格と品質の釣り合い
97	信頼性、サービス、マージン
98	メーカ保証、価格-品質の指標
99	外観、掃除しやすさ
100	数人向けのプログラム
101	信頼性と快適さ
102	価格と品質の釣り合い
103	水洗の作動
104	故障せずに作動すること
105	-
106	美しいデザイン。
107	美しい外観。使いやすさ。節水。手入れが容易。保証義務
108	機能性、デザイン、取り付けやすさ、確実な取り付け
109	普通の要望
110	すぐれた水洗、簡単に確実に取り付けられること
111	価格
112	コンパクトさ
113	使いやすさ
114	大人数での利用
115	使いやすさ、組立品質、素材
116	価格／品質
117	4万
118	美しいデザイン、きれいに見えること
119	使いやすさ、外観
120	快適さ
121	高い品質
122	シンプルさ
123	信頼性と外見の維持
124	取り付けやすさ
125	品質
126	耐久性、デザイン
127	漏れないこと、こわれないこと、錆びがたまらないこと、触感がよいこと
128	使いやすさ
129	水洗
130	この価格セグメントのタンクレストイレは他の製品に劣らず、長く使えること
131	基本的機能を有し、中流層にとって最適に見えること
132	堅牢性

No	回答
133	快適さと見た目の好ましさ
134	完全に私の期待通りだった
135	要望なし
136	品質をもっと向上させるべき、品質に問題があるというケースが一度ならずあった
137	品質、使いやすさ
138	使いやすさと 機能性
139	使いやすさ、能力
140	価格と 品質の釣り合い、素材の 堅牢性
141	使いやすさと品質
142	外観、品質、信頼性、使いやすさ
143	然るべき機能を果たさなければならない
144	正確に故障なく作動すること。現代的で進んだ デザイン
145	使いやすさと品質
146	使いやすく安全、美しい
147	頑丈
148	1年保証
149	耐久性
150	わからない
151	品質、機能
152	素材の堅牢性
153	品質
154	信頼性
155	使いやすさなど
156	場所を取らない、ミニマリズム、品質、快適さ
157	ポジティブ
158	すぐれた素材 コンピュータ化
159	基本的機能は悪くない品質
160	品質と 美しさ
161	取り付けやすさ
162	取り付けと清掃が容易で、我々のトイレには向いている、保証、品質 と環境にやさしい素材
163	価格、ソフトさ
164	使いやすさと品質
165	使いやすさ
166	信頼性、組立 品質、デザイン
167	面倒のないこと
168	使いやすさ、デザイン
169	品質
170	使いやすさ
171	おおむね良い
172	組立品質、多機能
173	信頼性と品質
174	美しさ、使いやすさ
175	使いやすさ、美しく スタイリッシュな デザイン、高品質な商品
176	品質。
177	品質
178	品質 、保証、使いやすさ

No	回答
179	耐久性と使いやすさ
180	信頼性と機能性
181	デザインとスタイル
182	故障しないで作動する
183	堅牢性
184	使いやすさ
185	汎用性
186	素材
187	美しさと信頼性
188	使いやすさ。保証。外観。自動
189	使いやすさ
190	保守サービス。使いやすさ
191	スタイル、品質、手入れしやすさ
192	快適さ
193	品質
194	取り付けやすさ、基本的機能を装備、掃除しやすさ
195	なし
196	デザイン
197	使いやすさ
198	使いやすさと廉価性
199	便座暖房、殺菌
200	かさばらない好ましいデザイン、上品な見た目。
201	使いやすさ、水洗システム
202	機能、色
203	信頼性、デザイン
204	使いやすく、流しやすくなければならない
205	ソフトさ、スムーズさ、品質
206	清潔さと衛生性
207	信頼性、使いやすさ、ブランド、価格 - 品質
208	機能
209	品質
210	セットにタンクレストイレとキーボードの設置、衛生キットを含める
211	快適さ
212	メーカー名、自動化
213	品質
214	すぐれた品質
215	品質、使いやすさ
216	使いやすさ
217	前問の答えと同じ
218	品質と価格
219	形、素材
220	耐久性、衛生性、流しやすさ
221	品質、メーカー、評判
222	保証 機構の品質
223	品質
224	取り付けやすさ、水の消費量、色の種類

No	回答
225	素材の品質
226	快適さ
227	節水
228	機能と素材
229	美しい、使いやすさ
230	使いやすさ、美しい外観
231	実用性
232	使いやすさ
233	使いやすさ、少ない機能、わかりやすさ
234	信頼性、美しい外観、品質
235	品質と実用性
236	快適さ
237	品質
238	使いやすさ、コンパクト、機能的
239	品質
240	5～10年故障せずに動く
241	使いやすさ
242	素材—磁器、現代的 デザイン、シンプルな形、高品質な素材、手入れしやすさ、複数の水洗モード、確実な取り付け、発注者の必要に応じて機能の追加が可能。
243	品質と美しさ
244	外観
245	少数の機能、高品質の陶器
246	品質
247	信頼性、衛生性
248	わからない
249	品質
250	飛沫がない
251	使用の信頼性。すぐれた水洗
252	標準的要求
253	堅牢性
254	手ごろな価格で悪くないデザインと品質、手動を排除、デザイナー個人のスタイル
255	シンプルな構造
256	ユニークな特徴と機能
257	品質
258	耐用期間 10～15年、スタイリッシュな デザイン、すぐれた 品質、最大 200kg に耐える
259	タンクレストイレの主な長所は軽量性とトイレ内の清潔維持が容易なことである。こうした便器を設置することでトイレ内のあらゆる場所の床が掃除できるようになる。 また、水洗タンクが隠れていることでデザインの可能性がひろがり、トイレの現代的な内装が可能になる。 タンクレストイレの長所としてはさらに 400kg までの荷重に耐える構造の堅牢性が挙げられ、これは肥満した人が利用する際には重要な点である。 タンクレストイレの設計者たちは水洗の品質にも特に留意する。内蔵の水流拡散器は水の流れを加速し、ボウル内表面への圧力を高め、全面積を洗浄する。
260	品質
261	堅牢性
262	組立品質
263	余り大きくなく、美しい白 色
264	小さいサイズ
265	すべて期待通り、とても使いやすい

No	回答
266	手で触らなくてよいところが大事
267	使いやすさ、外見の品質
268	中くらいの品質
269	品質と耐久性
270	品質
271	品質、重量、固定部
272	取り付けの堅牢性
273	ブランドの信頼性、仕上げ品質
274	価格
275	信頼性
276	無料配送
277	タンクの品質、エルゴノミクス、固定しやすさ
278	美しい現代的な外観
279	期待を上回った
280	超高級感
281	高品質の部品、使いやすさ
282	信頼できる良心的な品質。拡大保証。デザインや色の選択肢が豊富。
283	品質
284	高品質な素材、耐久性、使いやすさ
285	実用性
286	使いやすくデザインがよいこと
287	快適さ、シンプルさ、エレガントさ
288	品質。
289	品質と信頼性
290	シンプルさ
291	快適さ
292	堅牢性、水洗センサーボタン
293	美しくて使いやすく、価格-品質の釣り合い
294	簡単に使いやすい
295	使いやすさ、価格
296	わからない
297	品質、設置が容易で確実、よく知られたブランド
298	性能と信頼性
299	使いやすさ
300	確実な作動
301	使いやすさ
302	使いやすさ、快適さ
303	作動すること
304	品質
305	使いやすさ
306	信頼性
307	品質
308	良好な作動
309	エルゴノミクス、故障時の対応の早さ
310	優美さ、耐久性
311	品質

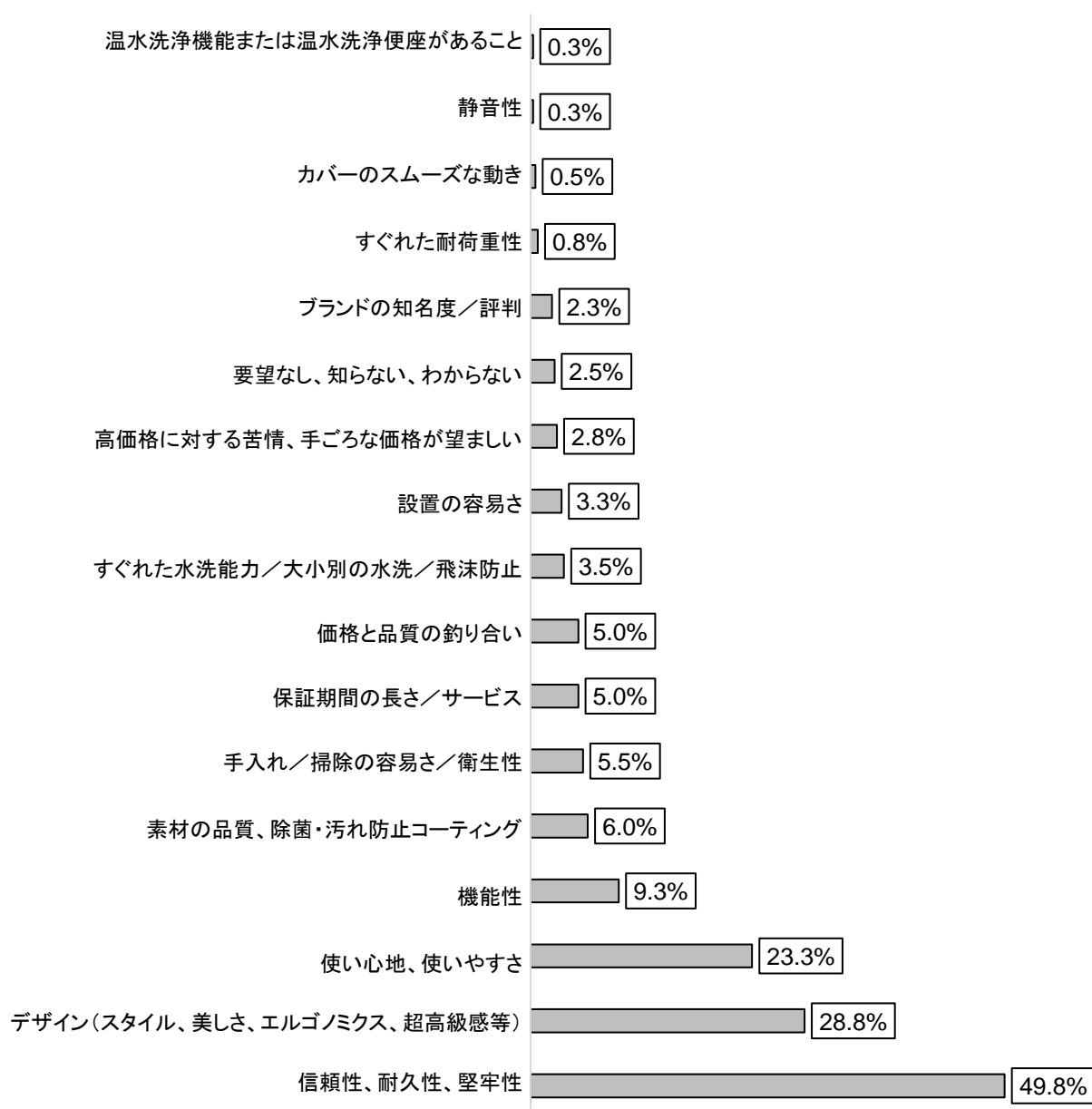
No	回答
312	耐用期間の長さ
313	最もシンプル
314	より安い価格セグメントに対する要求と同じ
315	取り付けの信頼性、堅牢性、使いやすさ
316	使いやすさ
317	コーティングの品質、すぐれた水洗
318	耐久性
319	さびない
320	5万
321	耐久性
322	信頼性
323	デザイン、機能
324	組立品質
325	堅牢性と耐久性
326	使いやすいこと
327	品質、最高の素材、環境へのやさしさ、最新機能
328	固定しやすいこと、大変使いやすい
329	3万
330	品質のみ
331	すべてが然るべく作動すること
332	使いやすさ、手入れのしやすさ、保証期間
333	保守のしやすさ、保証期間
334	品質、スタイル
335	高品質な素材、耐摩耗性
336	デザイン、陶器の品質、色、ボウルの形
337	デザイン、メーカー、使いやすさ
338	最高の品質と保証
339	現代的
340	信頼性
341	耐久性、使いやすさ
342	すぐれた耐摩耗性、プレミアムセグメントにふさわしい外観、サービスセンターの存在と迅速な修理、交換が可能であること
343	ソフトなコーティングがあってもよい
344	こわれないこと
345	使いやすさ、耐破壊性
346	外観、耐久性
347	価格 品質
348	保守しやすさ
349	製品の品質
350	信頼性
351	信頼性、デザイン
352	品質
353	構造のデザインと使いやすさ
354	快適さ
355	信頼性、快適さ、デザイン
356	構造の堅牢性
357	色、拡散ノズル、取り付けやすさ

No	回答
358	シンプルで確実な作動。機能はもっと少ない方がよい。ただし最高の品質。数は同じだが、もっと安価な仕様。
359	品質
360	使いやすさ
361	エルゴノミクス、美しさ
362	品質、機能性
363	信頼性。耐久性
364	外れないこと
365	品質と耐久性
366	こわれなければよい
367	現代的なスタイル、白さ、陶器、混合栓取付用の穴の位置が示されている
368	使いやすさ、十分な耐用期間
369	品質、手入れのしやすさ、手ごろな価格
370	3年以上の保証とサービス
371	高い品質、信頼性、経済性
372	品質、耐久性、使いやすさ
373	容易な取り付け、信頼性、素材、デザイン、耐久性
374	実用性と取り付けの容易さ
375	前問の回答と同じ
376	使いやすさと機能性
377	素材の品質
378	革新的商品
379	品質
380	長持ちすること。環境にやさしいこと
381	品質、使いやすさ
382	機能性
383	信頼性、デザイン
384	10万ルーブル以上のプレミアム価格セグメントと違い、それほど高品質な素材でなくてもよい。
385	品質が最高レベルであること
386	高品質なアクセサリ類
387	品質は理想的でなければならない
388	品質、信頼性
389	品質
390	20cmの距離
391	機構の信頼性、水洗の水圧、調節できること
392	信頼性。機能性
393	価格と品質の釣り合い
394	安全性、便利な取付穴
395	品質
396	品質
397	手入れしやすさ、汚れない表面
398	電子装置のスムーズな作動。静音性、便座の素材
399	使いやすさ、耐摩耗性
400	美しい外観

出所: 400社に対するアンケート結果

回答者の意見を総合すると、評価基準、期待および要望の順位付けは以下のようになる。

グラフ 69 アッパーミドル、プレミアム価格のタンクレストイレへの評価基準、要望、要求の回答数(%)



出所: 400 社に対するアンケート結果

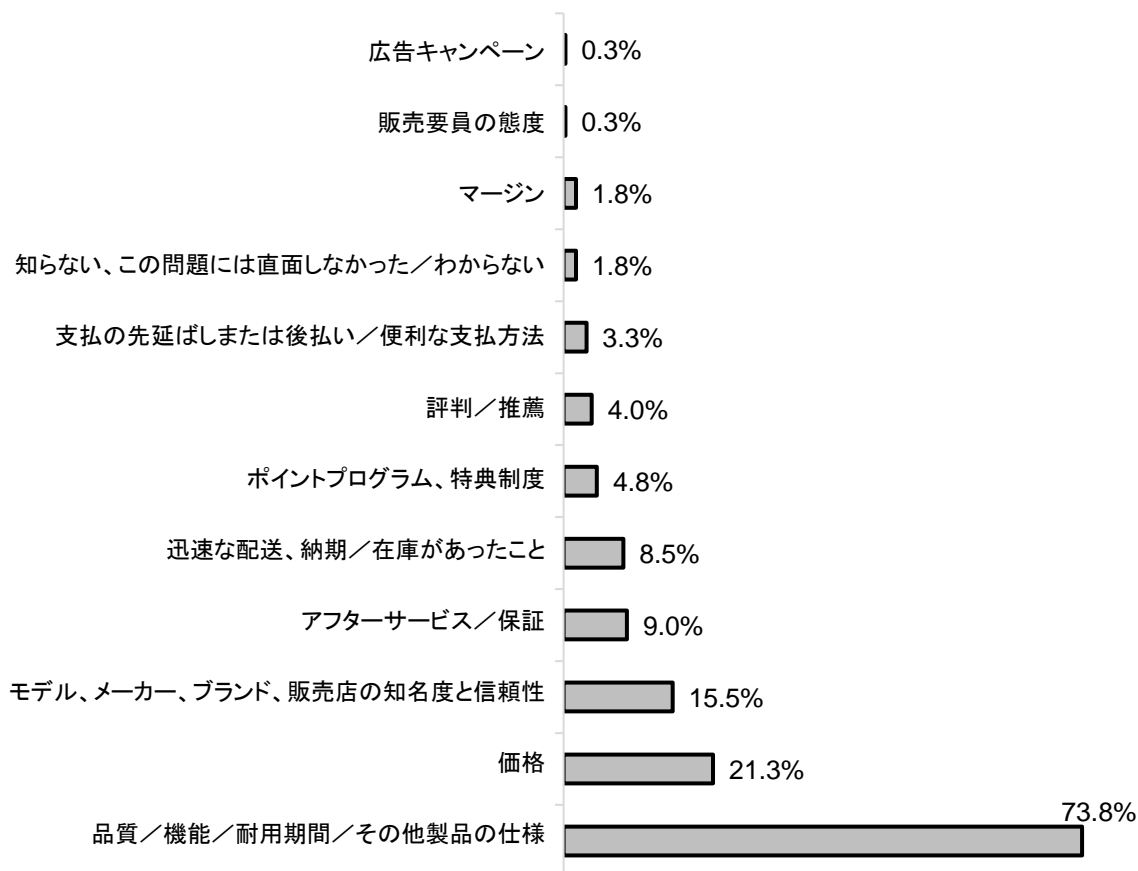
評価基準、期待および要求項目について意見した回答をまとめると以下のようになる。

- 信頼性、耐久性、堅牢性がアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントのタンクレストイレの決め手になるとした回答は 49.8%
- デザイン（スタイル、美しさ、エルゴノミクス、超高級感など）を挙げた者は 28.8%
- 使い心地、使いやすさと回答した者は 23.3%

上記以外には、回答者の 10%以上が挙げた項目はなかった。

2.6. 製品の選択・購入を決定する際、何に注目したか(自由回答質問)

グラフ 70 タンクレストイレまたは同様の製品を選択、購入するときに企業が注目した事項(%)



出所: 400 社に対するアンケート結果

ほぼ4分の3（73.8%）企業が、タンクレストイレを選ぶときに最重要視する点は品質と機能性（双方の各指標の組み合わせについては様々）であるとし、他のことにはあまり着目していない。また回答の5分の1（21.3%）は価格を、15.5%はメーカーや販売業者の知名度とブランドの信頼性を重視している。個々の回答内容を以下に示す。

表 25 タンクレストイレまたは同様の製品を選択、購入する際に企業が注目する事項

No	回答
1	支払猶予の長さ迅速な 配送
2	サービス、後払い
3	商標の知名度
4	配送、支払方法。残りは顧客の望み通りに
5	配送期日。
6	ボーナス、配送
7	顧客にとっての利便性
8	品質
9	協力条件
10	使いやすさ、デザイン
11	品質
12	品質、外観
13	互恵的な協力関係、迅速な配送、後払い
14	協力と配送の条件
15	協力ボーナス、迅速な納品
16	配送のスピード、我が社に推薦ボーナスを払ってくれる企業と協力する。
17	外観、堅牢性、素材、価格
18	品質、ユーザーレビュー
19	品質、信頼性
20	迅速な 配送、デザイナーへのボーナス
21	配送の速さ
22	販売ボーナス
23	配送、支払の使いやすさ
24	保証、信頼性、迅速な 配送。
25	ロシア連邦に所在
26	品質、デザイン、モスクワに所在
27	品質、デザイン、取り付けやすさ
28	価格、品質
29	品質
30	高くない価格、使いやすさ、ていねいさ
31	構成、デザイン、メーカー
32	配送
33	迅速な配送
34	大きさ、サイズ、衛生性、給排水
35	価格と品質の釣り合い
36	デザイン、快適さ、購入時の社員対応
37	デザイン、品質
38	デザイン、品質
39	取り付けやすさ
40	信頼性、広い選択肢、さざざまな価格帯、幅広い品揃え
41	価格、デザイン、外観、機能
42	信頼性、実用性、使いやすさ、人気
43	品質、アクセサリ
44	迅速な 配送
45	価格、品質、販売業者の信頼性

No	回答
46	価格、品質、販売業者
47	機能性、信頼性、デザイン
48	ガーグリング(ごぼごぼ音を立てること)防止システム、固定、便器内の流れやすさ、機能
49	色の選択肢、信頼性
50	扱いやすさ、使いやすさ
51	雇用者の要望、価格、品質
52	デザイン、素材の品質、メーカーの知名度
53	堅牢性、信頼性、デザイン
54	堅牢性、品質、デザイン
55	ブレンド、評判、迅速な配送
56	品揃えとデザイン
57	マージン
58	ロシアに所在、我が社にとってのボーナス
59	品質、メーカー
60	品質、耐摩耗性
61	企業の評判、ユーザーレビュー
62	価格、市場での知名度
63	欠けないこと、ロシア製、便器の信頼性、推薦されるメーカー
64	機能、店からのボーナス
65	マージン、サービスセンター
66	迅速な 配送、外観
67	サービス、品質
68	ロシアに在庫があること、マージン
69	デザイン
70	信頼性
71	迅速な 配送、デザイン、品質.
72	どんな企業か、品質、保証
73	デザイナーへのボーナス、デザイン、品質
74	色、形、素材、品質、メーカーの信頼性とランキング、購入しやすさ
75	-
76	色、形、素材
77	確実な設置、使いやすさ、品質、美しさ
78	外観、座り心地、「汚れなし」の水洗、便座のスムーズな動き
79	デザイン、価格
80	品質、保証、快適さ
81	マージン、品質.
82	外観、ブランドの知名度と品質
83	マージン
84	デザイナーとの仕事の好条件
85	価格と作業条件
86	ブランドで直接顧客を引き付ける、宣伝キャンペーン、マージン、ダンピングの排除
87	価格
88	信頼性、サプライヤー
89	デザイン、使いやすさ、機能性
90	品質
91	ブランドの信頼性とサプライヤーとの取引条件

No	回答
92	ブランドの信頼性
93	メーカー、取引条件、保証
94	便座の暖房
95	ブランド、品質
96	マージンと品質
97	モスクワまたはサンクトペテルブルグの倉庫、機能性
98	保証、迅速な 配送、支払の先延ばし、販売量に応じてメーカーからのボーナスを受け取れる
99	価格\品質、ブランドの知名度
100	ブランド
101	ブランド、価格、品質
102	価格と品質の釣り合い、注文するのは顧客であって我々ではない
103	価格
104	耐用期間
105	実用性
106	デザイン。
107	美しい外観。使いやすさ、節水
108	信頼できる企業、考えられた デザイン、オーガニックな形状
109	信頼性
110	コンパクトさ、デザイン、配水管の設置しやすさ
111	価格、使いやすさ
112	使いやすさ
113	使いやすさ
114	信頼性
115	前の価格帯に同じ
116	使いやすさ
117	品質
118	形、色、大きさ
119	価格、外観
120	信頼性
121	耐久性とメーカー・販売業者の保証
122	保証
123	納期、支払と配送の条件
124	品質
125	品質と信頼性
126	耐久性、デザイン
127	価格- 品質!!!
128	デザイン
129	すべて
130	品質、メーカー
131	使いやすさ。実用性。大きさ。機能。
132	堅牢性
133	品質
134	まず使いやすさ
135	ない
136	第一に 品質! 第二に 機能性!
137	快適さ

No	回答
138	使いやすさ
139	価格、品質、保証
140	品質保証
141	ユーザーレビュー
142	機能
143	価格
144	有名なブランド。ユーザーに好評。保証がある
145	品質
146	使いやすく安全で快適
147	快適さ
148	実用性
149	金額
150	わからない
151	美しさ、信頼性、機能
152	素材
153	価格
154	信頼性
155	信頼性
156	メーカー保証、有名な企業
157	品質
158	価格
159	どこの国のメーカーか
160	品質、美しさ
161	ブランド
162	設置の手伝い、配送、固定の保証
163	価格
164	価格と使いやすさ
165	使いやすさ、保証
166	価格と品質の釣り合い、デザイン、メーカー、評判
167	価格
168	価格、デザイン
169	品質
170	快適さと迅速さ
171	デザイン
172	組立品質、取り付けやすさ
173	品質、堅牢性、耐久性
174	信頼性
175	品質にすぐれたメーカー、美しくスタイリッシュなデザイン、商品保証、使いやすさ
176	メーカー
177	固定
178	品質
179	よごれにくい
180	機能性、信頼性と耐久性
181	ブランド、品質、信頼性。
182	評判
183	堅牢性

No	回答
184	品質
185	実用性
186	素材
187	使いやすさ
188	価格、品質
189	価格、品質
190	手頃さ。交換の容易さ
191	信頼性
192	価格と品質
193	品質
194	蓋、便座が自動的に開く、基本的機能が調節可能、操作が容易、掃除がしやすい
195	なし
196	信頼性
197	品質、使いやすさ、美しさ
198	使いやすい構造、手頃な 価格
199	デザイン、形、快適さ、使いやすさ
200	価格、機能、保証
201	メーカー、保証、耐用期間
202	色の選択肢
203	信頼性
204	信頼できる確かな企業
205	ソフトさ、スムーズさ、品質
206	快適さ
207	価格 - 品質。ブランド、評判
208	価格と機能
209	品質、国
210	現代的デザイン、取り外しが容易な便座、リムレスポウル、オープンで容易な取り付け
211	品質、価格
212	メーカー
213	一番大事なものは 品質
214	使いやすさ
215	品質 とデザイン
216	使いやすさ
217	機能性
218	品質と価格
219	素材、機能、製造
220	販売形式、モデル、価格。
221	評判
222	ブランド ユーザーレビュー
223	価格、品質
224	ブランドの知名度
225	素材の品質
226	快適さ
227	耐久性
228	価格と品質
229	使いやすさ、外観

No	回答
230	使いやすさ
231	外観
232	価格
233	代理店企業の保証義務、価格
234	価格、信頼性、品質
235	品質と価格
236	品質
237	信頼性
238	信頼性
239	信頼性と品質
240	製造品質
241	使いやすさ
242	信頼性、美しさ、オプション
243	品質
244	外観
245	信頼性、企業知名度
246	品質
247	信頼性、衛生性
248	わからない
249	品質
250	飛沫がないこと
251	水洗。固定。設置。便座が取り付けられること。使いやすさと外観
252	外観
253	保証
254	色、デザイン、素材、耐用期間
255	耐久性
256	機能性
257	使いやすさ
258	品質、保証
259	重要な指摘。今日タンクレストイレは主として外国メーカーの輸入品が店舗に納められている。我が国の水道の水の品質はこうしたタンクレストイレの部品が想定している使用条件より低いため、水道水を水洗タンクに引き込む前に、特別なフィルターを設置することが望ましい。それによってシステム全体の寿命を大きくのばすことができる。
260	座り心地
261	堅牢性
262	色と組立品質
263	デザイン
264	取り付けスタンド
265	価格、品質、機能
266	価格、品質
267	使いやすさ
268	品質と価格
269	ユーザーレビュー
270	価格
271	価格、評判
272	価格と品質、メーカー
273	保証と価格
274	価格

No	回答
275	信頼性とブランド
276	保証
277	確かめられたモデル、評判、キャンペーン
278	外観、機能性
279	価格
280	デザイン
281	適合証明書
282	ユーザーレビューと拡大保証。地位が確立されているメーカー
283	価格-品質
284	購入済みもの品を取り換える必要がある場合、小売網で入手可能
285	実用性、価格
286	品質が良いこと
287	信頼性
288	品質
289	品質と信頼性、社員が多いオフィスで使用可能なこと
290	シンプルさ
291	快適さ
292	メーカー
293	信頼性
294	便利で使いやすい
295	価格、使いやすさ、高品質
296	デザイン、内装に調和する
297	品質、信頼性、ブランド
298	性能と信頼性
299	使いやすさ
300	確実な作動
301	使いやすさ
302	使いやすさ、快適さ
303	作動すること
304	取り付けやすさ
305	取り付けやすさ
306	設置に必要なものがセットに入っていること
307	品質-価格
308	詳細な取説
309	価格
310	価格
311	色
312	価格と品質
313	最も普通の製品
314	各機構の堅牢性、機能性、デザイン、大きさと価格
315	メーカー保証
316	耐久性
317	コーティングの品質、すぐれた水洗
318	価格
319	素材、保証
320	品質

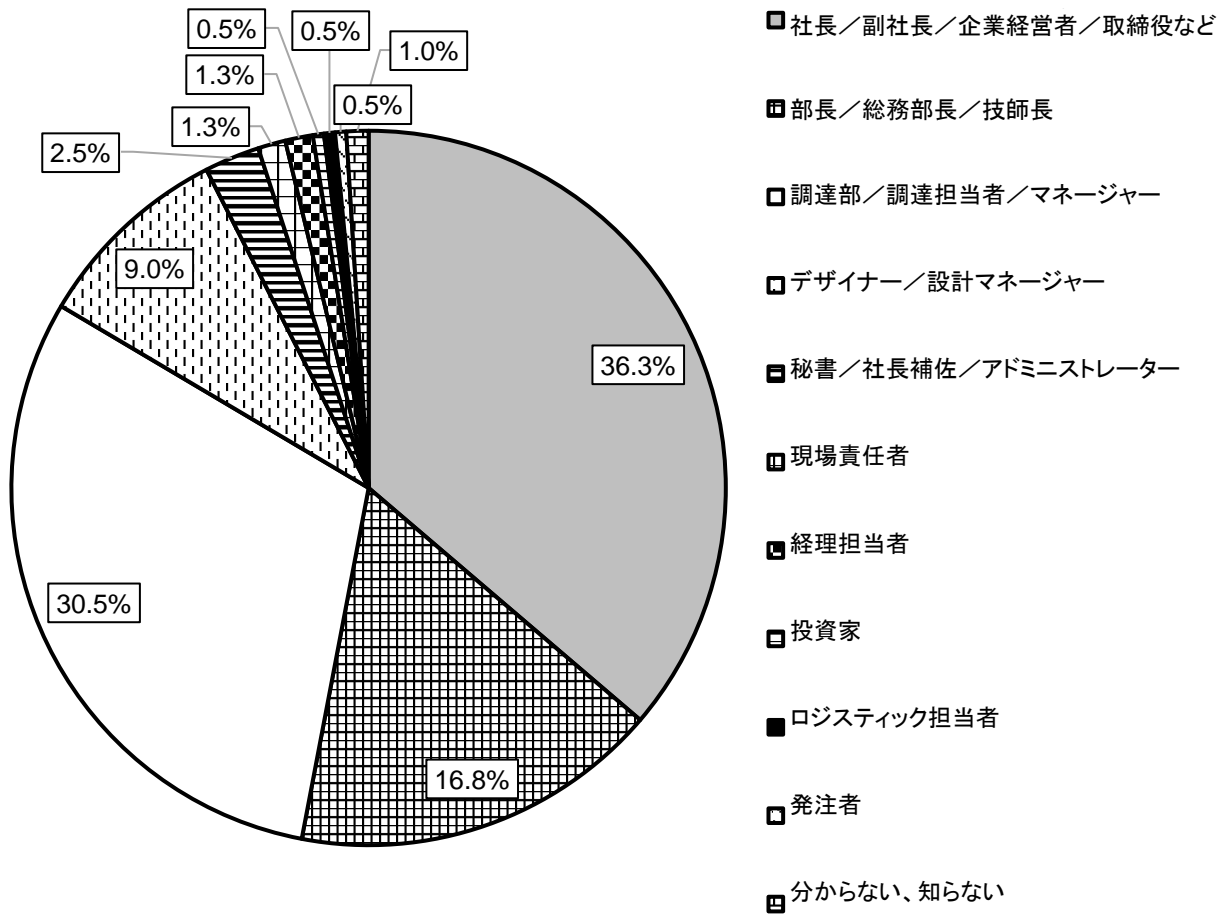
No	回答
321	品質
322	信頼性
323	企業、どここの国のメーカーか、機能
324	信頼性
325	ネットでの評判
326	使いやすさ、スタイリッシュ
327	メーカーのブランド
328	使いやすさ、スタイル、清潔さ
329	固定
330	取り付けやすさ
331	価格、品質、デザイン
332	使いやすさ、手入れのしやすさ、保証期間、節水
333	自分のためではなく顧客のために購入する。事前に価格と製品ブランドを合意しておく
334	品質、スタイル
335	価格、メーカー、品質
336	デザイン
337	デザイン、ブランド
338	品質、性能、保証
339	使いやすさ
340	価格に見合った品質
341	堅牢性、信頼性、耐久性、保証
342	サプライヤの名前、素材の品質、製品の評判、企業割引・サービスの有無、外観。
343	使いやすさ、モニタリング機能
344	形
345	1. メーカー、2. 保証、3. 価格、4. 購入条件
346	メーカー
347	価格、品質保証
348	保守しやすさ
349	各機構の作動の品質、保証。
350	これ以上知らない
351	品質
352	品質
353	納期、仕様
354	品質
355	価格と品質
356	価格
357	スタイル、色、コンパクトさ
358	耐摩耗性、手入れしやすさ
359	信頼性
360	信頼性と耐久性
361	デザイン
362	電子機器と部品の品質
363	特になし
364	品質
365	品質、耐久性、価格
366	信頼性と耐久性

No	回答
367	現代的なスタイル、白さ、磁器、混合栓取付用の穴の位置が示されていること
368	価格と品質の釣り合い、形、コントロールパネル
369	耐久性、使いやすさ、美しさ
370	ブランド、品質
371	保証期間
372	価格と品質
373	ブランド、品質、価格、デザイン
374	組立の容易さ、豪華な外観。
375	品質
376	価格
377	ブランド
378	外観、品質、使いやすさ
379	品質
380	企業。保証サービス
381	一つ目の質問と同じ
382	使いやすさ
383	価格、デザイン、信頼性
384	コミュニケーション(可動性)
385	メーカー、価格、品質.
386	トイレの内装に調和する、静かな水洗
387	品質と価格
388	商品名、ブランド、メーカー、品質、信頼性、使いやすさ。
389	ブランド
390	素材と色
391	使いやすさ、品質、価格
392	信頼性。機能性
393	機能の品質
394	使い心地、衛生性
395	評判
396	価格
397	設置、価格、サービス
398	機能数
399	使いやすさ、耐摩耗性
400	価格、美しさ

出所: 400 社に対するアンケート結果

2.7. 製品の選択と購入の決定を社内で任されている者の役職名(自由回答質問)

グラフ 71 製品の選択と購入の決定を社内で任されている者の役職に関する回答分布(%)

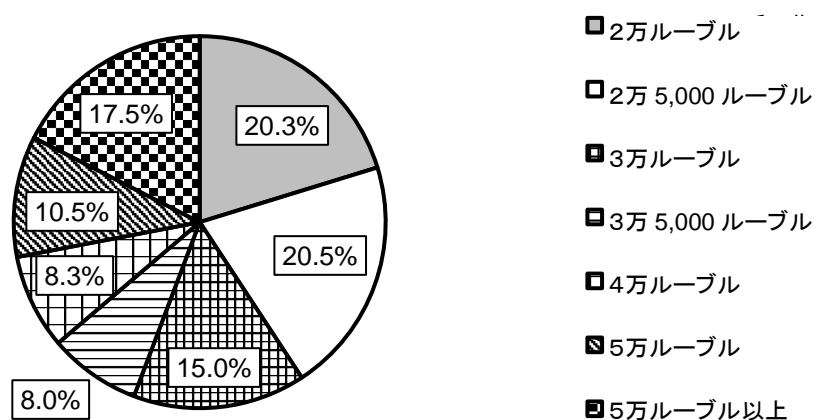


出所: 400 社に対するアンケート結果

選択と購入において、企業経営者かその実質的代行者（社長、オーナー、個人事業者、担当業務ごとの副社長など）が決定権を持っているケースが 36.3%と一番多い。その下のランクの管理者である部長、技師長、総務部長などに選択決定権がある企業は 16.8%となっている。ほぼ3分の1の企業で、調達部か同部の部長もしくは調達担当者に権限があり、9%の企業がデザイナーか設計マネージャーにまかせている。それ以外の回答は非常に少なかった。

2.8. これらの価格帯の製品を購入するとしたら1台につきいくらまで出せるか、またその際に何台購入する可能性があるか

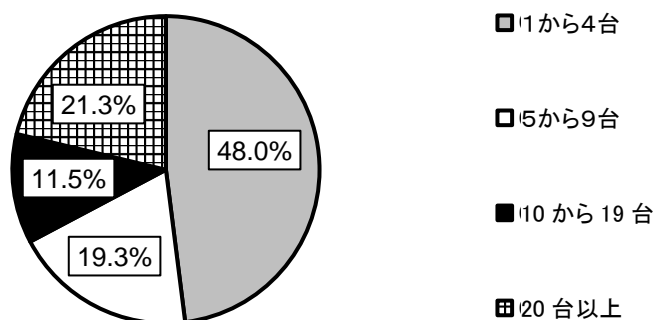
グラフ 72 各企業がタンクレストイレ1台に支出できる上限額(ルーブル)



出所: 400社に対するアンケート結果

3万ルーブルまでとする答えが全体の50%強(55.8%)を占めた。それより高額な3つの価格帯が選ばれるケースはかなり少なくなる。他方で、5万ルーブルを超えると逆に購入するという企業が多くなった(17.5%)。

グラフ 73 タンクレストイレの購入予定がある企業が必要としているタンクレストイレの最大台数(%)



出所: 400社に対するアンケート結果

ほぼ半数の企業(48.0%)が5台以下の購入で、19.3%の企業が5台から9台まで、11.5%が10台から20台程度を購入するであろうと答えた。20台を超える数のタンクレストイレを購入する可能性があるとした企業は21.3%であった。

(第一部は以上)

(第二部)

**2017年～2019年のロシア温水洗浄便座市場の分析と
2024年までの市場予測**

目次

分析 2017年～2019年のロシア温水洗浄便座市場の分析および2024年までの予想	147
1. ロシアにおける温水洗浄便座市場概観	147
1.1. 主な市場特性	147
1.2. 生産量	147
1.3. 2017年～2019年の市場規模推移 潜在的市場規模	148
1.4. 調査対象市場の発展傾向と展望	149
1.5. 市場構成	149
1.5.1. 温水洗浄便座の種類	149
1.5.2. 価格セグメント(エコノミー、ミドル、アッパーミドル、プレミアム(10万ルーブル以上))	150
1.5.3. 地域	151
1.5.4. 消費セグメント (B2B/B2C)	153
2. ロシアの温水洗浄便座市場における輸入の分析(TN VEDコード8516、2017年～2019年)	153
2.1. 輸入量の推移(実数ベースおよび金額ベース、2017～2019年)	153
2.2. 価格セグメント別に見た輸入構成の推移(エコノミー、ミドル、アッパーミドル、プレミアム、2017～2019年)	155
2.3. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量推移(実数ベースおよび金額ベース、2017～2019年)	157
2.4. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入構成(2017～2019年)	158
2.4.1. 生産国(実数ベースおよび金額ベース)	158
2.4.2. 製造企業(金額ベースおよび実数ベース)	159
2.4.3. 企業・代理店(実数ベースおよび金額ベース)	161
2.4.4. 温水洗浄便座モデル(実数ベースおよび金額ベース)	161
2.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の製造企業、輸入量、価格セグメント別に見た輸入洗浄便座のモデルラインナップ	165
2.6. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の最大手輸入業者とその輸入規模	167

3. ロシア市場に参入している、アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の競合メーカー上位 20 社の分析	168
3.1. 市場における競争水準	168
3.2. 市場の最大手プレーヤー	168
3.3. 最大手メーカーの市場占有率	170
3.4. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座ラインナップの分析	172
3.5. 主要メーカーの特に高い価格カテゴリー(18 万ルーブル以上)の温水洗浄便座に係る詳細分析	173
3.6. 競合各社の強みと弱み	174
4. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の販売業者上位 10 社の分析	176
4.1. 市場の最大手プレーヤー	176
4.2. 製品ラインナップ分析、価格セグメント	178
4.3. 製品販売ルート	181
4.4. 競合各社のマーケティング活動	182
4.5. 競合各社の強みと弱み	183
5. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の需要分析	184
5.1. 市場の飽和状態	184
5.2. ロシアにおける主な消費者動向	185
5.3. 消費部門別に見た市場構成	185
5.4. 大口顧客	186
5.5. ターゲットユーザーの特徴	188
5.6. 調達入札実施結果の分析	192
6. 危機下における当該分野の実態分析	193
7. 予測と結論	193
7.1. 市場に存在する障壁	193
7.2. 市場成長の原動力	193
7.3. 2024 年までの市場展開予測	194

7.4. 市場参入に関する提言	196
7.5. 調査結果要旨	198
アンケート結果 アッパーミドルおよびプレミアムの価格セグメント(10 万ルーブル以上)に該当する温水洗浄便座の消費者および販売代理店／供給者へのアンケート調査	200
1. 世帯所得が年間 180 万以上でかつ、過去2年間に洗面所の修理経験がある人々(アッパーミドルおよびプレミアム・セグメント(10 万ルーブル以上)の温水洗浄便座の潜在顧客)への対面アンケート調査	200
1.1. 年間世帯所得、性別、年齢、居住地域	200
1.2. ROCA、KOHLER、Vileroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche など、主要メーカーの認知度	200
1.3. 当該製品を購入したことがあるか	200
1.4. 購入経験がある人への質問	200
1.4.1. 購入時期、購入場所、購入価格、購入したブランド、購入した製品の台数、購入満足度(購入結果)	200
1.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の製品に対する要望(自由回答質問)	205
1.6. 将来的に下記価格帯の製品を購入する際に回答者が支払う用意のある製品 1 台あたりの最大金額、また何台の製品を購入する予定か	215
2. モスクワ市、モスクワ州、サンクトペテルブルグ市、レニングラード州における、アッパーミドル・プレミアム価格帯(10 万ルーブル以上)の温水洗浄便座に関する、400 名の潜在顧客／販売代理店／ディストリビューター及び関連事業者に対する電話アンケート調査	216
2.1. 業種、会社規模、活動地域	216
2.2. ROCA、KOHLER、Vileroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche など、主要メーカーの認知度	217
2.3. 購入経験の有無	217
2.4. 購入した経験のある企業への質問	217
2.4.1. 購入時期、購入場所、購入額、購入したブランド、購入数、購入満足度(購入結果)	217
2.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の製品に対する要望(自由回答質問)	223
2.6. 製品を選択し購入する際に重視すること(自由回答質問)	233
2.7. 製品の選定および購入決定に責任を負う社内担当者(自由回答質問)	233
2.8. 下記価格帯の製品を購入する際に支払う用意のある製品1台あたりの金額と購入台数	234

グラフリスト

グラフ 1	2017年～2019年の温水洗浄便座の市場規模推移(台)	148
グラフ 2	2017年～2019年の温水洗浄便座の市場規模推移(100万ルーブル)	148
グラフ 3	温水洗浄便座の種類(機能)別に見た市場構成(%、2019年)	150
グラフ 4	実数ベース(台)による価格別に見た洗浄便座の市場構成(%、2019年)	151
グラフ 5	金額ベース(ドル、輸入価格)による価格別に見た洗浄便座の市場構成(%、2019年)	151
グラフ 6	輸入企業・代理店の所在地別に見た市場地域(%、2019年)	152
グラフ 7	消費地域別に見た市場構成(%、2019年)	152
グラフ 8	消費セグメント別に見た温水洗浄便座の市場構成(%、2019年)	153
グラフ 9	温水洗浄便座のロシアでの輸入量推移(台、2017～2019年)	153
グラフ 10	温水洗浄便座のロシアにおける輸入額推移(1000ドル、2017～2019年)	154
グラフ 11	温水洗浄便座のロシアにおける輸入額推移(100万ルーブル、2017～2019年)	154
グラフ 12	実数ベース(台数)による価格セグメント別洗浄便座の輸入構成推移(%、2017～2019年)	155
グラフ 13	ドル建て輸入価格によるセグメント別洗浄便座の輸入構成の推移(%、2017～2019年)	156
グラフ 14	2017年～2019年のアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量推移(台、2017～2019年)	157
グラフ 15	アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量推移(1000ドル、2017～2019年)	157
グラフ 16	アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の生産国別輸入構成(台数ベース、%、2017～2019年)	158
グラフ 17	アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の生産国別輸入構成(ドル建て金額ベース、%、2017～2019年)	158
グラフ 18	実数ベース(台数)による、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座の製造企業(企業グループ)別輸入構成(%、2017～2019年)	159
グラフ 19	金額ベース(ドル)による、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座の製造企業(企業グループ)別輸入構成(%、2017～2019年)	160
グラフ 20	アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座のロシア市場における最大手メーカーのシェア(%、2019年)	170
グラフ 21	ロシア温水洗浄便座市場における最大手メーカーのシェア(%、2019年)	171

グラフ 22	消費部門別に見たアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の市場構成(%)	186
グラフ 23	アッパーミドル・プレミアム価格に該当する温水洗浄便座のターゲットユーザーのパラメータ別特徴(%)	189
グラフ 24	アッパーミドル・プレミアム価格帯の温水洗浄便座のターゲットユーザー(法人)のパラメータ別特徴(%)	191
グラフ 25	ロシアにおける温水洗浄便座市場規模の予測(100万ルーブル、2020~2024年)	195
グラフ 26	洗浄便座の購入時期に関する回答分布(%)	200
グラフ 27	洗浄便座の購入場所に関する回答分布(%)	201
グラフ 28	洗浄便座の購入価格に関する回答分布(%)	201
グラフ 29	購入した洗浄便座のブランドに関する回答分布(%)	202
グラフ 30	購入した洗浄便座の台数に関する回答分布(%)	202
グラフ 31	洗浄便座の購入満足度に関する回答分布(%)	203
グラフ 32	タンクレス便器に取り付けるべく、洗浄便座を購入した時期(セットではなく別々での購入)(%)	203
グラフ 33	タンクレス便器に取り付ける洗浄便座を購入した場所(セットではなく別々での購入)(%)	204
グラフ 34	タンクレス便器に取り付ける洗浄便座の購入価格(セットではなく別々での購入)(%)	204
グラフ 35	タンクレス便器に取り付けるために購入された洗浄便座のブランド(セットではなく別々での購入)(%)	205
グラフ 36	アッパーミドル・プレミアム価格セグメントの洗浄便座購入における判断基準、期待、要望(回答数)	214
グラフ 37	回答者が支払う用意のある洗浄便座 1 台あたりの最大金額(ルーブル)	215
グラフ 38	洗浄便座の購入を予定している回答者の住宅に求められる当該製品の台数(%)	215
グラフ 39	活動地域別に見た法人(企業)回答者の内訳(%)	216
グラフ 40	規模別に見た法人(企業)回答者の内訳(%)	216
グラフ 41	洗浄便座の購入時期に関する回答分布(%)	218
グラフ 42	洗浄便座の購入場所に関する回答分布(%)	218
グラフ 43	洗浄便座購入額に関する回答分布(%)	219
グラフ 44	購入した洗浄便座のブランドに関する回答分布(%)	219
グラフ 45	購入した洗浄便座の台数に関する回答分布(%)	220

グラフ 46 (タンクレストイレに取り付けるべく洗浄便座を購入した)時期に関する回答分布(%)	220
グラフ 47 タンクレス便器に取り付ける洗浄便座の購入額に関する回答分布(%)	221
グラフ 48 タンクレストイレに取り付けるために購入された洗浄便座ブランドに関する回答分布(%)	222
グラフ 49 タンクレストイレに取り付けるために購入された洗浄便座の台数に関する回答分布(%)	222
グラフ 50 タンクレストイレに取り付けるために購入された、洗浄便座の購入満足度(%)	223
グラフ 51 アッパーミドル・プレミアム価格帯の洗浄便座についての主な要望(%)	232
グラフ 52 温水洗浄便座または類似製品を選択し購入する際に企業は何を重視するか(%)	233

表リスト

表 1 実数ベースおよび金額ベースによる企業・代理店別に見た、アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入構成(%、2017～2019年)	161
表 2 2017年の実数ベースおよび金額ベースによる、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座のモデル別輸入構成(%)	162
表 3 2018年の実数ベースおよび金額ベースによる、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座のモデル別輸入構成(%)	163
表 4 2019年の実数ベースおよび金額ベースによる、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座のモデル別輸入構成(%)	164
表 5 製造企業(企業グループ)別に見た、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座の輸入規模(2017～2019年)	165
表 6 2017年に輸入されたアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座のモデルラインナップ	165
表 7 2018年に輸入されたアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座のモデルラインナップ	166
表 8 2019年にアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座のモデルラインナップ	167
表 9 最大手輸入業者による、アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量・輸入額(2017～2019年)	167
表 10 アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座市場における最大手プレーヤー	169
表 11 メーカー別に見た、アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する輸入温水洗浄便座のラインナップ(台、2019年)	172
表 12 ロシアに輸入された特に高い価格カテゴリー(18万ルーブル以上)の温水洗浄便座ラインナップとTOTOブランドモデル名(2019年)	173

表 13	アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座メーカーの強みと弱み	174
表 14	アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座市場における販売業者(2019年)	176
表 15	アッパーミドル・プレミアム価格に該当する温水洗浄便座の販売代理店上位 10 社の製品ラインナップ	178
表 16	製品販売ルート	181
表 17	製品およびブランドのプロモーション方法	182
表 18	アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の販売代理店の強みと弱み	183
表 19	大口企業顧客 (*参考までロシア以外の主な案件含む)	187
表 20	温水洗浄便座調達入札リスト	192
表 21	温水洗浄便座の市場展開に影響を及ぼす諸要因の評価(%、2020~2024年)	194
表 22	温水洗浄便座市場における投資魅力の要因評価	196
表 23	アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の製品に対する要望	205
表 24	業種別に見た法人(企業)回答者の内訳(%)	217
表 25	タンクレス便器に取り付ける洗浄便座をどこで購入したか、に関する回答分布(%)	221
表 26	アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の製品に対する要望	223

分析 2017年～2019年のロシア温水洗浄便座市場の分析および2024年までの予想

1. ロシアにおける温水洗浄便座市場概観

1.1. 主な市場特性

ロシアにおける洗浄便座市場の主な特徴および特性として、以下があげられる。

- ロシアの洗浄便座市場は未成熟であり、まだ飽和状態に達していない
- ロシアの衛生器具メーカーおよび電機メーカーは当該製品開発プロジェクトを実現していない
- 市場に出回っている製品が全て輸入品
- 外国メーカーがエコノミーセグメント（3万ルーブル以下）から非常に高価なセグメント（18万ルーブル以上）まで、様々な価格帯の洗浄便座を販売供給
- 住民の実質所得が低迷しているなど、数多くの要因が温水洗浄便座市場に否定的に作用
- 温水洗浄便座は生活必需品でないため、値上がりしたときに消費者が安いモデルを選ぶ、もしくは購入せずに繰延需要が発生する製品として、需要の価格弾力性が非常に高い
- ロシア国内の洗浄便座の供給分布が偏っており、有効需要および主要な供給地域がモスクワ、サンクトペテルブルグ、極東の大都市に集中
- 温水洗浄便座について競合メーカーが非常に多いが、オフライン店舗の小売販売では競争レベルがまだそれほど高くない。これは市場での製品ラインナップが限定的で、潜在顧客に当該製品が十分に周知されていないことによる。これに対してオンラインストアでは（各ストア内でも、ストア間でも）競争レベルが高い。これは各価格帯で提供されているモデル数が多いことが背景にある。

1.2. 生産量

現時点（2020年）でロシア国内では温水洗浄便座が生産されていない。市場では外国製品を販売供給する代理店や輸入業者が活動している。

このような洗浄便座商品を取り扱っているとロシアで表明しているメーカーは1社しかなく、LLC「Vitra santekhnika」のラインナップにスマート便器 Vitra V-care シリーズがあるのみである。ドイツのNOA StudioがデザインしたV-careシリーズは、様々なスタイルのバスルームに調和し、スタイリッシュなタンクレス便器のように見える特徴がある。V-careはVitraが提供する新世代の浴室用便器である。これは便器の機能と、ビデ特有の衛生機能を統合したものである。しかしながら連邦税関庁のデータによると、このモデルはトルコのECZACIBASI YAPI GERECLERI SAN. VE TIC. A.S.工場で作られた輸入品である。Market Operatorのデータによると、Vitraは、総取引高32億ドル、従業員数が1万人を超える、40社で構成される最大手ホールディングスEczacıbaşıのグループ企業である。

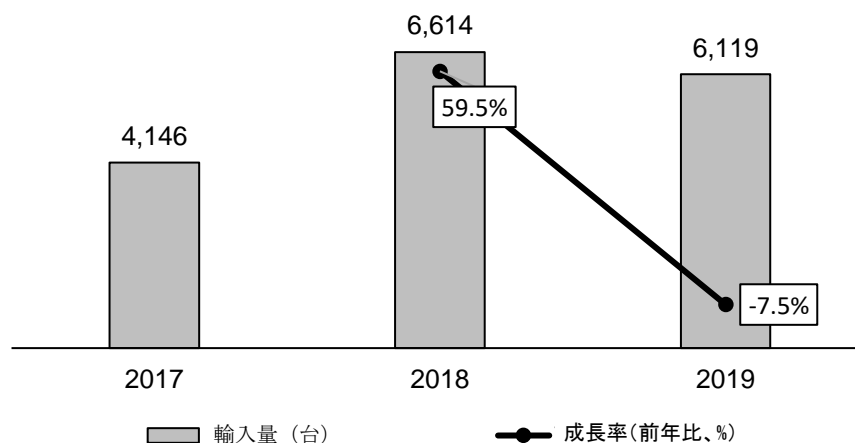
セルプホフ（モスクワ州）にて、ロシアで最初のVitraセラミックタイル製造工場が製品生産を始めたのは2011年のことである。生産量（計画）は、モザイク、セラミックタイル、セラミック花崗岩で年

間 300 万平方メートルであった。2014 年に同社はモスクワ郊外に衛生器具製造工場を追加で開設した。ここでは年間 25 万台の水回り製品が出荷、同経営陣は 2020 年までに 100 万台へ増やす計画だった。

1.3. 2017 年～2019 年の市場規模推移 潜在的市場規模

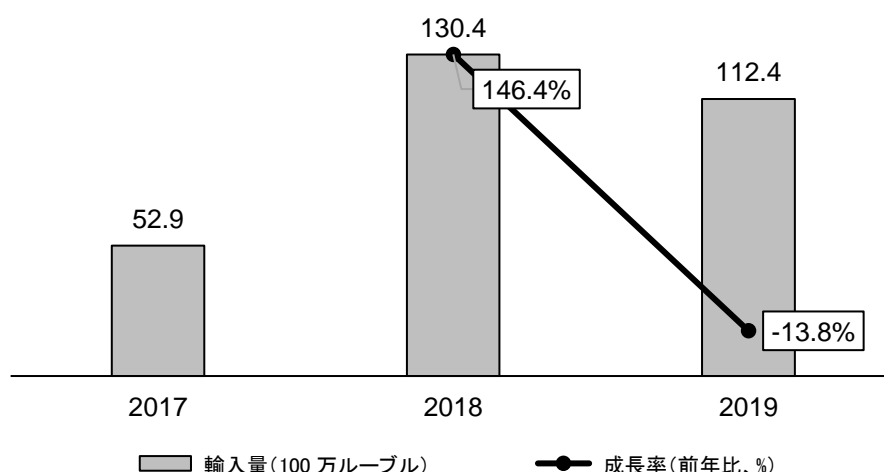
ロシアの温水洗浄便座市場には外国製品しか存在しない。ロシアでは温水洗浄便座は製造されておらず、その輸出も再輸出も行われていない。このためロシアにおける温水洗浄便座の市場規模はその輸入量と一致する（等しい）。

グラフ 1 2017 年～2019 年の温水洗浄便座の市場規模推移(台)



出所: 連邦税関庁

グラフ 2 2017 年～2019 年の温水洗浄便座の市場規模推移(100 万ルーブル)



出所: 連邦税関庁、ロシア連邦中央銀行

2017 年～2019 年のロシアにおける温水洗浄便座の市場規模推移は波のような形をしている。2018 年の指標は 6600 台または 1 億 3040 万ルーブルだった。これは 2017 年の水準と比べてそれぞれ 59.5% および 146.4% 多い。2018 年に比べて 2019 年は実数ベースで 7.5%、金額ベースで 13.8% 減少しているが、期間全体で見るとプラス傾向にあることがわかる。2019 年の市場は 2017 年の水準より台数で 1.5 倍、ドル

で 2 倍以上多かった。潜在的市場規模は追跡計算で評価することができる。ロシアの温水洗浄便座市場は比較的新しく、当該商品がロシア連邦に現れてからこれまで輸入された数は 5 万台に届かないだろう。ロシア連邦の人口は 1 億 4670 万人、1 世帯あたりの平均人数が 3 人で、ロシアでは約 4900 万世帯（家族）が生活している。ここから自宅に温水洗浄便座を有する世帯の割合は 0.102% という計算になる。

当会が 2019 年末に実施したアンケート調査によると、温水で洗浄する機能を有する便器を基本的に知らない回答者は僅か 11%、また 30% は知ってはいはいても極めて表面的な理解しか持ち合わせていない。その一方で、回答者の 60% がこうした製品を知っている、または使用したことがあり、総じてこうした回答者を洗浄便座市場のターゲット層と見なすことができよう。この数字を考慮すると、ロシアでは少なくとも 2900 万世帯が潜在顧客である。以上から、ロシアでは温水洗浄便座市場のポテンシャルは 0.5% 以下しか実現されていないとも言える。

1.4. 調査対象市場の発展傾向と展望

ロシアの温水洗浄便座市場では以下の傾向と展望を確認することができる。

- 輸入品の割合は安定して大きいままであろう。これはロシアメーカーのラインナップに同様な製品が存在せず、ロシアメーカーには（公開の情報源によると）こうした新製品を導入する計画がないため、今後もこの傾向が維持されることが背景にある。
- 温水洗浄便座は、ビデ機能が内蔵された便器やビデシャワーのような製品と競合する部分があるが、それは重大なものではない。これは洗浄便座の万能性と、住民や企業が既に保有している多くのモデルの便器に設置できることによる。将来的には洗浄便座の人気が増していくだろう。
- 清潔さの希求や感染症蔓延という背景が、トイレ使用時のビデ機能の人気上昇を後押ししており、ターゲット層を拡大させている。
- 洗浄便座の市場規模が 2019 年に縮小したとは言え、それは決定的なものではなく、将来的にはポジティブに推移するものと予想される。
- 経済情勢の趨勢については、長期的に見れば景気変動の枠組みの中で解釈できるだろう。2020 年は否定的なベクトルが優勢だったが、こうした傾向が永遠に続くわけではない。
- 温水洗浄便座の需要はハイテク製品需要が全般的に伸びていることで支えられており、モデルのラインナップ拡充は将来的に潜在顧客層を広げる追加要因となる。

1.5. 市場構成

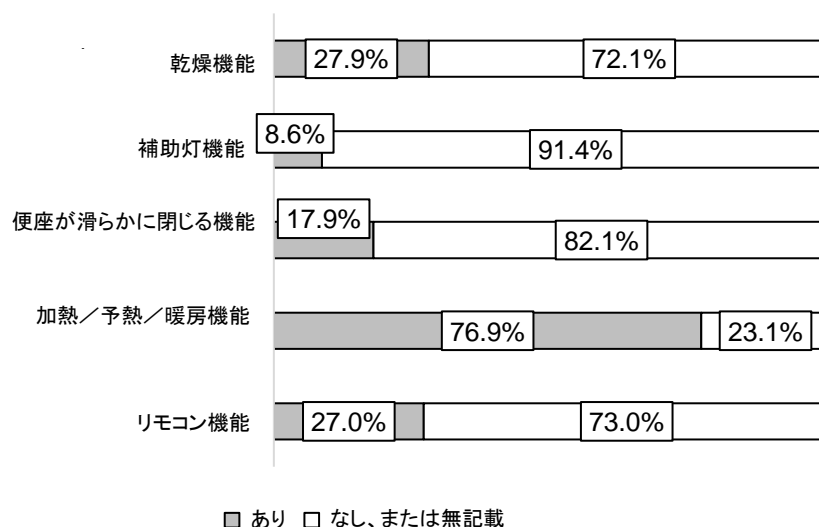
ロシアでは温水洗浄便座が生産されていないため輸入比率が 100% となり、当該便座市場の規模および構成は輸入の規模および構成と同一になるということを改めて指摘しておく。

1.5.1. 温水洗浄便座の種類

各製品の税関申告書には輸入価格、製造会社、原産国（生産国）のパラメータのみ記載されるのが常であるため、温水洗浄便座を製品別に見た市場構成の分析は非常に難しい。3 分の 2 以上のケースにおいて、洗浄便座のモデルおよび機能に関する情報が申告書に記されていない。ここに提示する構成は手

持ちの僅かなデータに基づいたものであり、分析データは全般的傾向を理解するためにのみ使用できることを、ご留意いただきたい。

グラフ 3 温水洗浄便座の種類(機能)別に見た市場構成(%、2019年)



出所: 連邦税関庁

輸入洗浄便座の記載から察するに、特に人気の高い機能は予熱であり、2019年に輸入された洗浄便座の品目の76.9%にこれが記されている。各パラメータにつき、他の機能の存在が記されているのは30%以下に留まり、つまり洗浄便座のモデルにその機能が備わっていないか、もしくは製品名にそれが記されていないだけということになる。

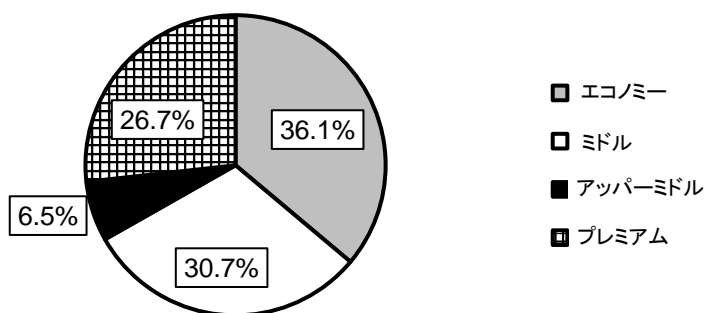
1.5.2. 価格セグメント(エコノミー、ミドル、アッパーミドル、プレミアム(10万ルーブル以上))

洗浄便座市場を細分化するため、以下のとおり価格セグメントを区分した。

- エコノミー：3万ルーブル未満
- ミドル：3万ルーブル以上6万ルーブル未満
- アッパーミドル：6万ルーブル以上10万ルーブル未満
- プレミアム：10万ルーブル以上

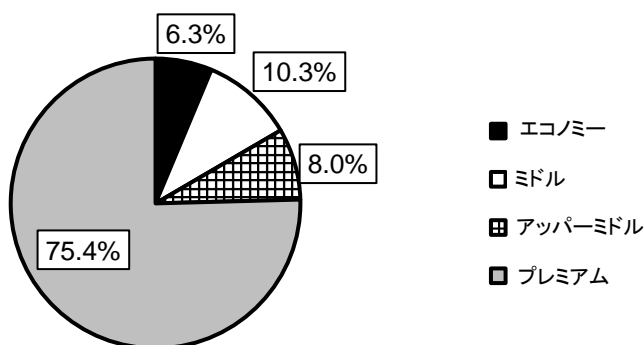
ここでは小売価格として分析した。各ブランドにつきオンラインストアに存在する商品ごとの平均額を算出、ここから各ブランド全品目の小売価格を整理した。これにより、小売価格から市場の段階的な構成を把握することとした。

グラフ 4 実数ベース(台)による価格別に見た洗浄便座の市場構成(%、2019年)



出所:連邦税関庁、オンラインストアのデータ、当会調査

グラフ 5 金額ベース(ドル、輸入価格)による価格別に見た洗浄便座の市場構成(%、2019年)



出所:連邦税関庁、オンラインストアのデータ、当会調査

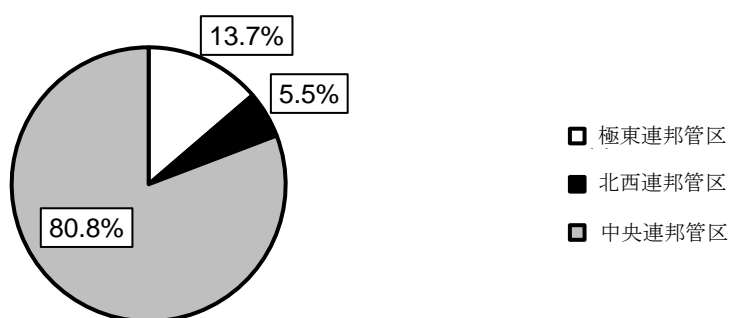
2019年には実数ベースで市場がエコノミー(36.1%)、ミドル(30.7%)、アッパーミドル+プレミアム(6.5%+26.7%=33.2%)の категорияで、ほぼ三等分された。金額ベースでは構成が全く異なり、市場の4分の3以上をプレミアムカテゴリーが占めている。

1.5.3. 地域

市場となる地域は2通りの方法で見ることができる。まず、ロシアでは市場が完全に輸入品で構成されているため、企業・代理店の所在地別に見るならば、連邦税関庁のデータによると中央連邦管区が80.8%、北西連邦管区が5.5%、極東連邦管区が13.7%となる。

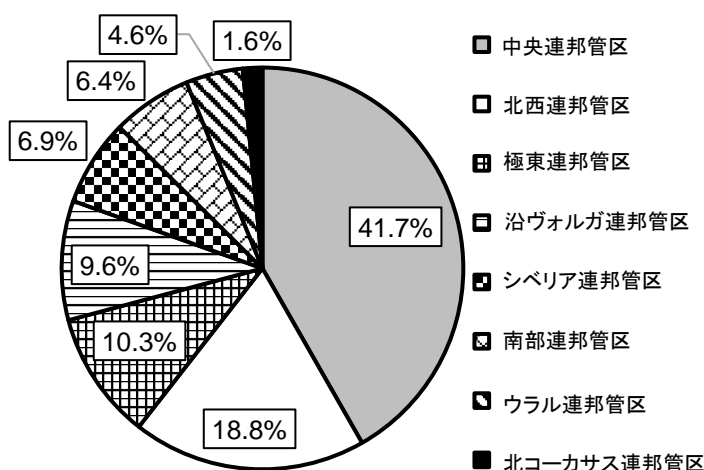
市場構成を消費量で見た場合、様相は全く異なる。これは、企業秘密が条件として課された契約にしたがって各地域への製品納入が行われているためである。このため、以下のグラフに記されたデータについては調査の過程で得られた情報を加味して作成されたものであることに留意願いたい。

グラフ 6 輸入企業・代理店の所在地別に見た市場地域(%, 2019 年)



出所: 連邦税関庁、当会調査

グラフ 7 消費地域別に見た市場構成(%, 2019 年)



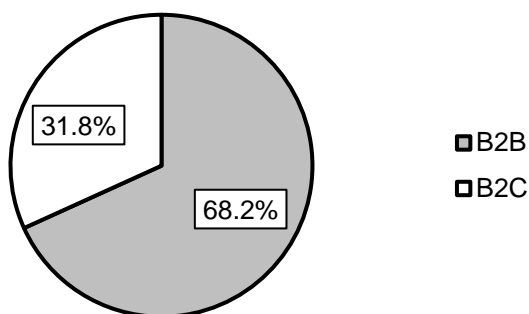
出所: 当会調査

当会調査によると、温水洗浄便座の使用量が特に多いのは次の地域となっている（中央連邦管区：41.7%、北西連邦管区：18.8%、極東連邦管区：10.3%）。

上記最初の2地域の割合が高いのは、人口が集中しており、平均所得が高く、洗浄便座の大手輸入業者が域内に多くあるためである。極東連邦管区の割合が高いのは、ロシアの平均値と比べて所得水準が高いこと以外に、洗浄便座の生産国に当該地域が近いという地理的要因、また輸入業者が集中していることで説明される。

1.5.4. 消費セグメント (B2B/B2C)

グラフ 8 消費セグメント別に見た温水洗浄便座の市場構成(%、2019年)



出所: GIDMARKET 及び当会調査

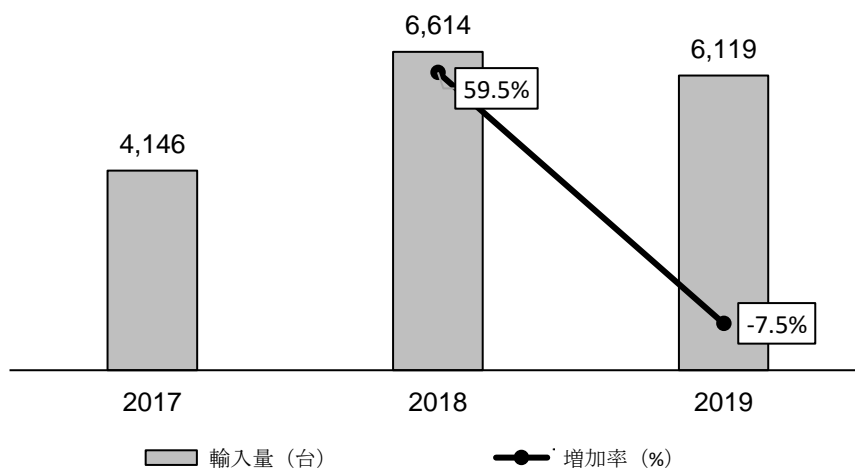
消費セグメント別に見た洗浄便座の市場構成を分析するのは極めて難しい。これは国民に当該製品を販売する事業 (B2C) を国営統計機関が記録しておらず、また圧倒的多数のケースにおいて企業秘密が条件として課される契約にしたがい、B2B セグメントでの販売が行われるためである。

当会の評価によると、ロシアでは温水洗浄便座市場の約 68.2% が business-to-business セグメントに該当し、これに対して Business-to-Consumer セグメントは僅か 31.8% でしかない。

2. ロシアの温水洗浄便座市場における輸入の分析(TN VED コード 8516、2017年~2019年)

2.1. 輸入量の推移(実数ベースおよび金額ベース、2017~2019年)

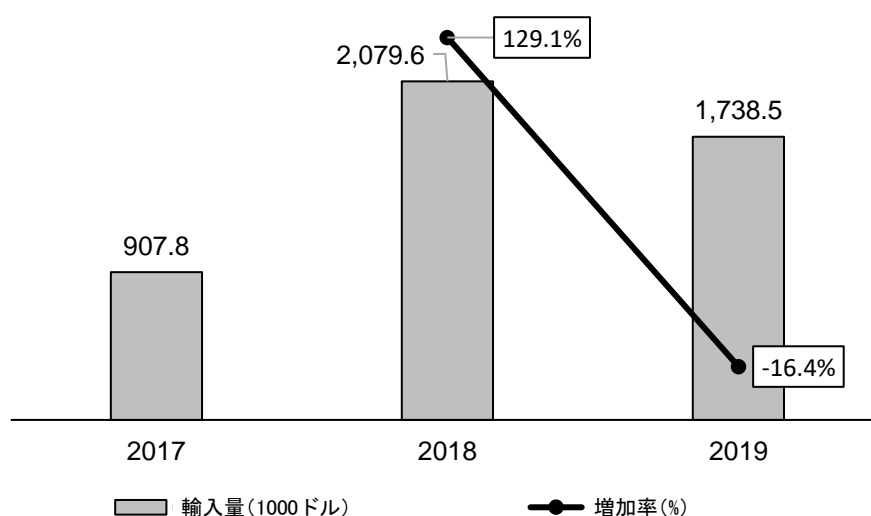
グラフ 9 温水洗浄便座のロシアでの輸入量推移(台、2017~2019年)



出所: 連邦税関庁

対象期間の実数ベース (台数) による温水洗浄便座の輸入推移は波のような形をしている。2018年には2017年から約60%増加した。2019年には僅かだが7.5%減少した。輸入量は6100台だった。

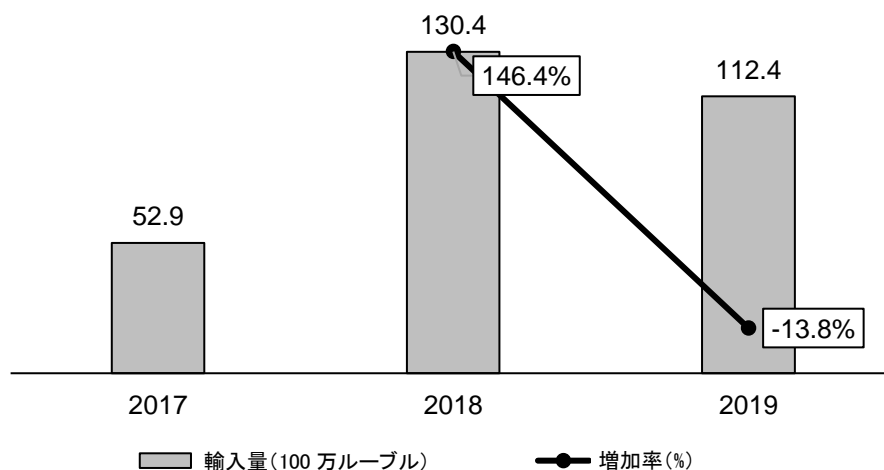
グラフ 10 温水洗浄便座のロシアにおける輸入額推移(1000ドル、2017～2019年)



出所: 連邦税関庁

対象期間の金額ベース（ドル）による温水洗浄便座の輸入推移は、実数ベースでの輸入推移と同じく、2018年に増加し、2019年に減少している。2018年の増加率（129%）は、実数ベースでの増加率（60%）を遥かに上回っている。これは平均輸入価格が1台あたり219ドルから314ドルに上昇した（輸入ラインナップの変更に伴うものを含む）ことによる。2019年に輸入された温水洗浄便座は計174万ドルで、2018年の水準より16%少なかった。

グラフ 11 温水洗浄便座のロシアにおける輸入額推移(100万ルーブル、2017～2019年)



出所: 連邦税関庁、ロシア連邦中央銀行

対象期間の金額ベース（ルーブル）による温水洗浄便座の輸入推移は、ドルでの輸入推移と同様だったが、2018年は増加率がドル建てでの増減率を超えており、2019年は減少率がドルより少なかった。これは当該期間にルーブルの対ドル為替レートが下げ基調で推移したためである（ドルの年間平均為替レートが2017年に1ドルあたり58.3ルーブル、2018年に62.7ルーブル、2019年に64.7ルーブル）。2019年にロシアに輸入された温水洗浄便座はルーブル建てで、計1億1240万ルーブルであった。

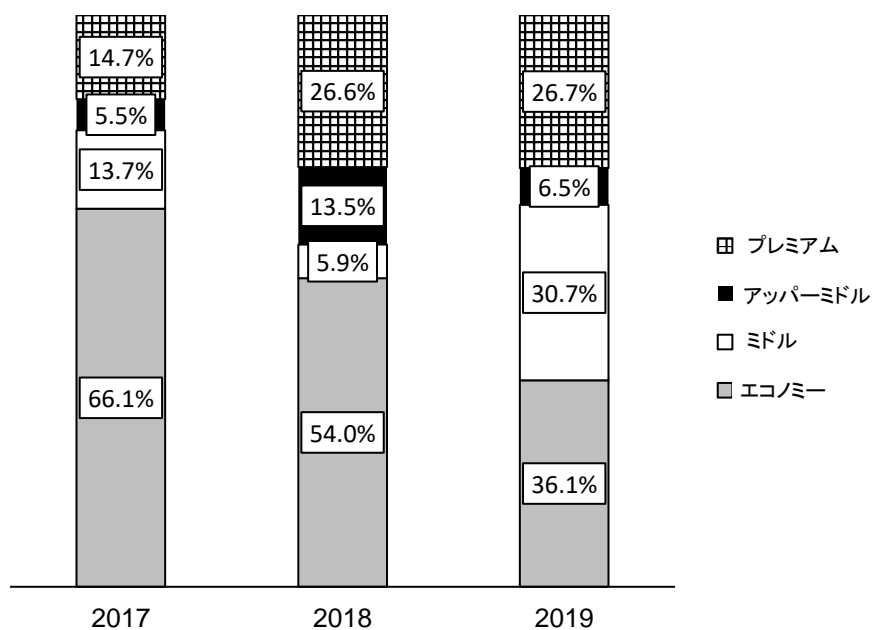
2.2. 価格セグメント別に見た輸入構成の推移(エコノミー、ミドル、アッパーミドル、プレミアム、2017～2019年)

洗浄便座市場を細分化するため、以下の価格セグメントを採用した。

- エコノミー：3万ルーブル未満
- ミドル：3万ルーブル以上6万ルーブル未満
- アッパーミドル：6万ルーブル以上10万ルーブル未満
- プレミアム：10万ルーブル以上

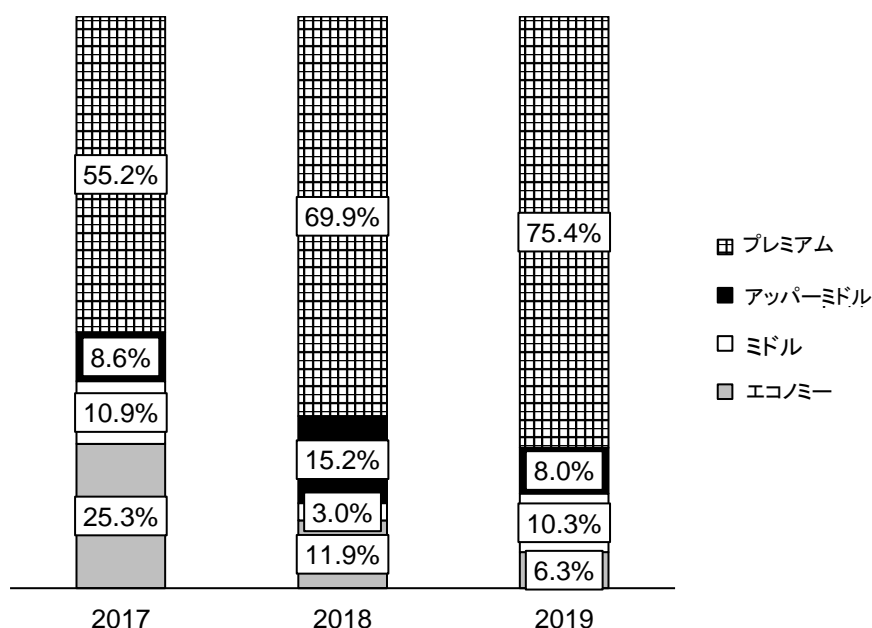
これらは小売価格ベースで取り扱う。各ブランドにつきオンラインストアに存在する商品ごとの平均額を算出し、そこにいくつかの数値から得られた判断を加味して上記数字を導き出した。これにより消費者価格セグメント別の構成を把握することが容易となった。

グラフ 12 実数ベース(台数)による価格セグメント別洗浄便座の輸入構成推移(%、2017～2019年)



出所：連邦税関庁、オンラインストアのデータ

グラフ 13 ドル建て輸入価格によるセグメント別洗浄便座の輸入構成の推移(%、2017～2019年)



出所: 連邦税関庁、オンラインストアのデータ

これら2つのグラフでは「ミドル」カテゴリー（3万～6万ルーブル）と「アッパーミドル」カテゴリー（6万～10万ルーブル）の間に明確な区分が存在せず、これら各カテゴリーの割合の増減にも確かな傾向は見られなかった。この場合、「ミドル」セグメントと「アッパーミドル」セグメントを纏めて分析するのが妥当だろう。

実数ベースおよび金額ベースで構成を分析したところ、

- 価格カテゴリー「プレミアム」（10万ルーブル以上）の洗浄便座は金額ベース（ドル）で増加傾向にあるが、2019年の実数ベース（台数）では2018年とほぼ同じ割合に留まっていることに注目したい。これは10万ルーブルおよび10万ルーブルを僅かに超える、より高価なプレミアム商品の人気が高まっていることを示している。
- 価格カテゴリー「エコノミー」（3万ルーブル未満）の洗浄便座は、金額ベース（ドル）でも実数ベース（台数）でも減少傾向にある。
- 「ミドル」カテゴリー（3万～6万ルーブル）および「アッパーミドル」カテゴリー（6万～10万ルーブル）の合算グループが占める各年の割合は、実数ベースで2017年が19.2%、2018年が19.4%、2019年が37.1%、金額ベースで2017年が19.5%、2018年が18.2%、2019年が18.3%となっている。以上から、割合が金額ベースで停滞しており、一方で台数では主に「ミドル」セグメントの洗浄便座により増加傾向にある。

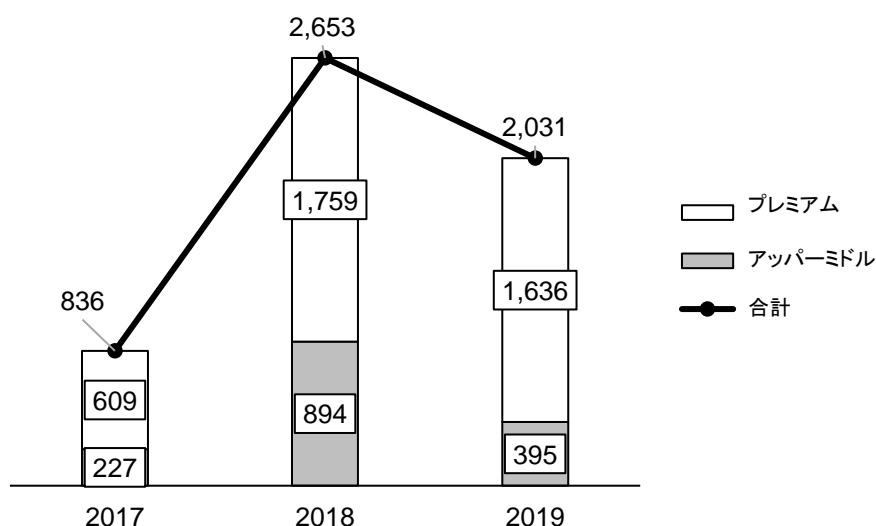
消費者ニーズが2019年に「エコノミー」セグメントから「ミドル」カテゴリーに移った可能性がある。

「プレミアム」カテゴリーと「アッパーミドル」カテゴリーを合わせてみると、2019年に台数では輸入量の3分の1（33.2%）を占め、またドル建て価格では83.4%を占めていた。

2.3. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量推移(実数ベースおよび金額ベース、2017～2019年)

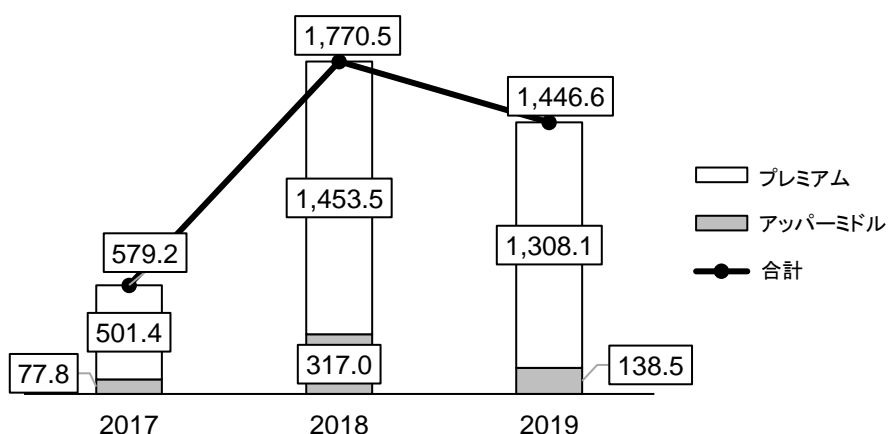
アッパーミドル（6万～10万ルーブル）およびプレミアム（10万ルーブル以上）の価格セグメントに該当する温水洗浄便座輸入推移を以下に示す。

グラフ 14 2017年～2019年のアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量推移(台、2017～2019年)



出所: 連邦税関庁、オンラインストアのデータ

グラフ 15 アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量推移(1000ドル、2017～2019年)



出所: 連邦税関庁、オンラインストアのデータ

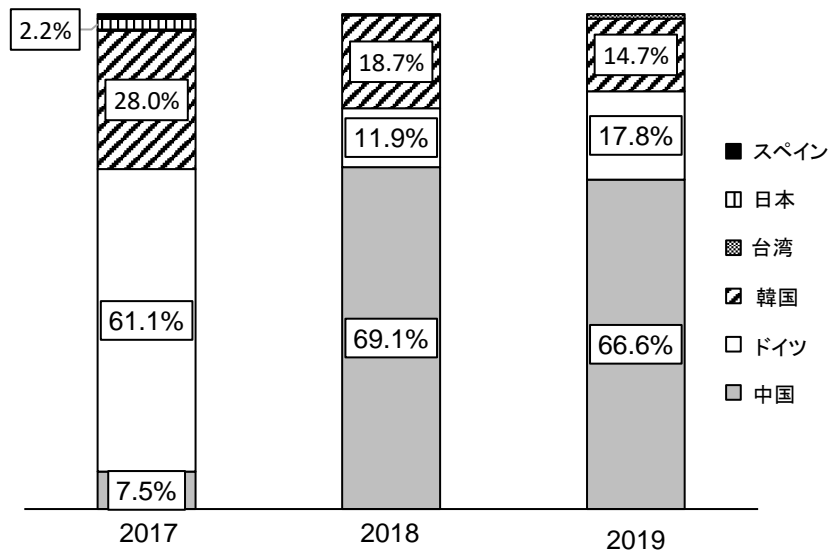
2017～2019年のアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量推移は、金額ベースでも実数ベースでも波の形をしている。2018年には2017年より3倍多く輸入され（ドル建て輸入額でも、台数でも）、2019年には輸入量が実数ベースで23%、金額ベースで18%、それぞれ減少した。

2.4. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入構成(2017～2019年)

「アッパーミドル」（消費者価格で6万～10万ルーブル）および「プレミアム」（10万ルーブル以上）価格に該当する洗浄便座の輸入構成を、各種パラメータにて以下示す。

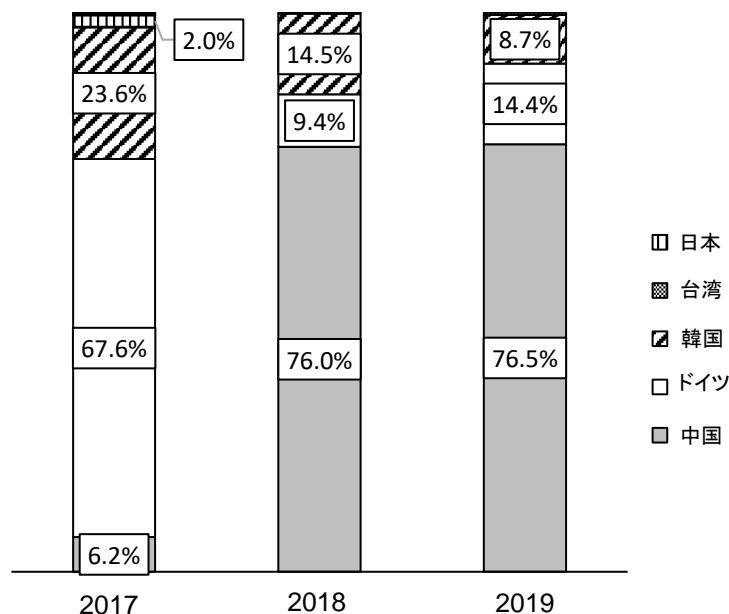
2.4.1. 生産国(実数ベースおよび金額ベース)

グラフ 16 アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の生産国別輸入構成(台数ベース、%、2017～2019年)



出所: 連邦税関庁、オンラインストアのデータ、当会調査
注) 2017年にはスペイン、2017～2019年には台湾からごく少量を輸入

グラフ 17 アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の生産国別輸入構成(ドル建て金額ベース、%、2017～2019年)



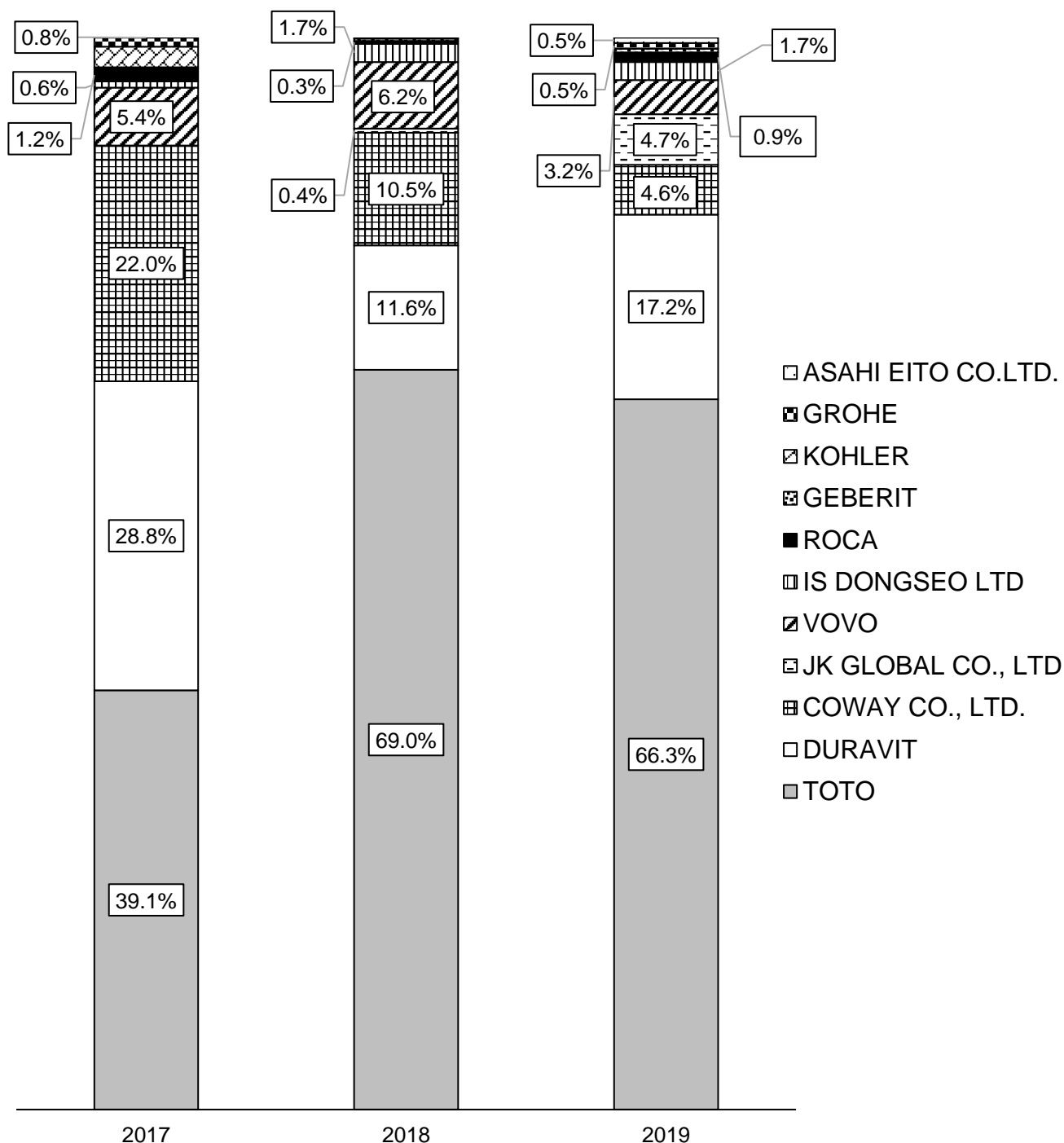
出所: 連邦税関庁、オンラインストアのデータ、当会調査

注) 2017～2019年には台湾からごく少量を輸入、金額ベースではスペインからの輸入額は非常に小さいのでここでは省いた。

グラフで示したのは、原産国（生産国）別に見た洗浄便座の価格セグメント上位2つの輸入構成である。2017年にはドイツ製の洗浄便座が輸入の3分の2以上を占めていたが、2018年および2019年に中国製洗浄便座の数および割合が急増した。韓国で生産されロシアに輸入される温水洗浄便座の割合は年々減少している。日本、スペイン、台湾の割合は、全期間を通して非常に小さい。

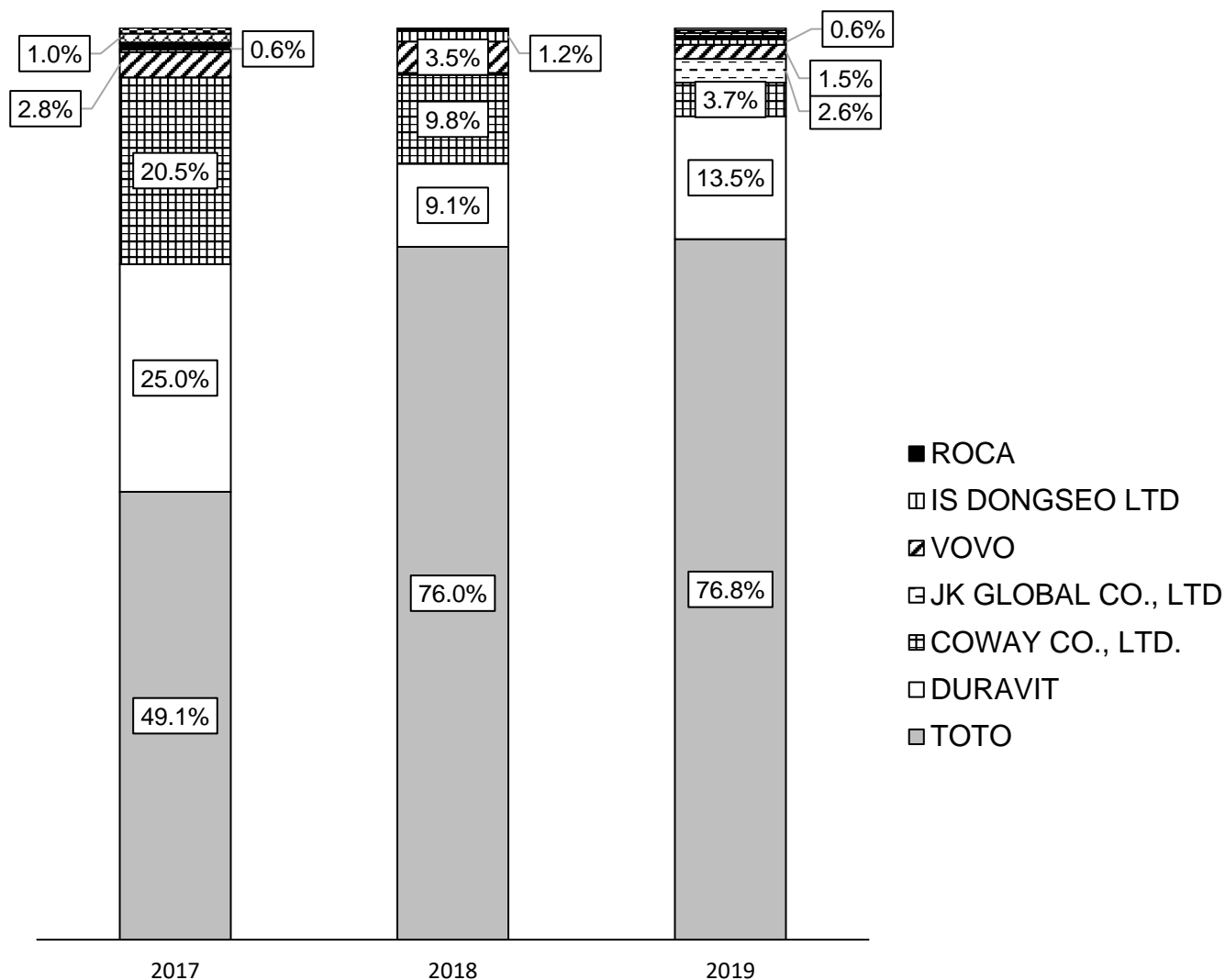
2.4.2. 製造企業(金額ベースおよび実数ベース)

グラフ 18 実数ベース(台数)による、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座の製造企業(企業グループ)別輸入構成(%、2017~2019年)



出所: 連邦税関庁、当会調査

グラフ 19 金額ベース(ドル)による、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座の製造企業(企業グループ)別輸入構成(%、2017~2019年)



出所:連邦税関庁、当会調査

注)ASAHI EITO、GROHE、KOHLER、GEBERIT はいずれの年も0.5%以下の割合だった。

全期間を通してロシア輸入された洗浄便座(アッパーミドルおよびプレミアム価格)の製造企業トップは、以下のとおり。

- TOTO : 2017年~2019年において文句なしのトップ企業、実数ベースでのシェアが39.1%~69.0%、金額ベースでのシェアが49.1%~76.8%と、期間を通してシェアが拡大。
- DURAVIT : 実数ベースでのシェアが11.6%~28.8%、金額ベースでのシェアが9.1%~25.0%で、期間を通してシェアが総じて低下。
- COWAY CO., LTD : 実数ベースでのシェアが4.6%~22.0%、金額ベースでのシェアが3.7%~20.5%で、期間を通してシェアが総じて低下。

総じてアッパーミドルおよびプレミアムセグメントの洗浄便座の輸入でVOVO社は安定したシェアを保っている。その他の企業は僅かなシェアしか確保していない。JK GLOBAL CO., LTD社は2019年に実数ベースで4.7%、金額ベースで2.6%を占めた。

2.4.3. 企業・代理店(実数ベースおよび金額ベース)

表 1 実数ベースおよび金額ベースによる企業・代理店別に見た、アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入構成(%、2017～2019年)

企業・代理店	輸入(%、台数)			輸入(%、ドル)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Mitsui & Co. Moscow LLC(有限責任会社)	0.0%	67.6%	58.5%	0.0%	73.6%	65.7%
LLC Duravit rus	28.8%	11.5%	17.2%	25.0%	8.9%	13.5%
LLC De Light	0.0%	0.5%	5.6%	0.0%	1.7%	9.5%
LLC J k Global Co.,ltd	6.0%	8.3%	4.9%	3.1%	4.8%	2.1%
LLC TK ARTITEKS	0.0%	0.0%	4.7%	0.0%	0.0%	2.6%
LLC Villeroy & Boch	22.0%	10.4%	4.6%	20.5%	9.7%	3.7%
LLC SERJANO	32.2%	0.0%	1.9%	42.5%	0.0%	1.3%
LLC ROCA RUS	1.2%	0.3%	0.9%	0.6%	0.1%	0.4%
LLC GROHE	0.8%	0.0%	0.5%	0.6%	0.0%	0.3%
LLC MATERIK	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.2%
LLC Geberit Rus	0.1%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	0.3%
LLC ECO-DUSH	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
LLC KOLORIT	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%
LLC Sanilux	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%
LLC Kohler RUS	1.9%	0.1%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%
LLC ASPA	2.6%	0.0%	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%
LLC GTLS INTERTRADE	2.0%	0.0%	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%
LLC Tece-Kaliningrad	1.8%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%
LLC MAXIMUM	0.4%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%
LLC JC-HOUSE	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

出所:連邦税関庁、当会調査

2017年に輸入洗浄便座が最も多く納品された行き先は、以下の各社である：有限責任会社（LLC）DURAVIT RUSが実数ベースで28.8%、金額ベースで25.0%、LLC VILLEROY & BOCHが実数ベースで22.0%、金額ベースで20.5%、LLC SERJANOが実数ベースで32.2%、金額ベースで42.5%。

2019年までに輸入構成が、以下3社のトップ輸入業者に集中する形で再構成された。MITSUI & CO. MOSCOW LLCが実数ベースで58.5%、金額ベースで65.7%、LLC DURAVIT RUSが実数ベースで17.2%、金額ベースで13.5%、LLC DE LIGHTが実数ベースで5.6%、金額ベースで9.5%。

2.4.4. 温水洗浄便座モデル(実数ベースおよび金額ベース)

対象期間中に輸入品の商品構成が変化し、またロシアに輸入された洗浄便座について、連邦税関庁からモデル別に提供されている詳細な情報が2017年のみであることから、年ごとの輸入比較分析が十分に信頼できるものとならない。以下に対象期間の年ごとの構成を個別に示す。

表 2 2017 年の実数ベースおよび金額ベースによる、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座のモデル別輸入構成(%)

モデル名	台数でのシェア(%)	ドルでのシェア(%)
DURAVIT		
DURAVIT - データなし	1.1%	0.9%
DURAVIT 61000002100200	0.2%	0.2%
DURAVIT 610001002000300	9.2%	8.2%
DURAVIT 610200002000300	7.2%	6.4%
DURAVIT 610300002000300	2.0%	1.9%
DURAVIT 611000002000300	4.2%	3.3%
DURAVIT 611200002000300	2.5%	2.0%
DURAVIT 611300002000300	0.1%	0.1%
DURAVIT 611500002000300	2.3%	2.1%
GEBERIT		
GEBERIT TUMA 146.274.SI.1	0.1%	0.2%
GROHE		
GROHE 14919000	0.8%	0.6%
JACOB DELAFON		
JACOB DELAFON - データなし	1.4%	0.7%
JACOB DELAFON 45559NK-0 модель C3-225'	0.5%	0.2%
PRINCESS		
PRINCESS PB707S	3.0%	1.6%
ROCA		
ROCA - データなし	0.1%	0.1%
ROCA A804004001 MULTICLEAN ADVANCE	0.1%	0.1%
ROCA A804006001 MULTICLEAN PREMIUM	0.3%	0.2%
ROCA A804007001 MULTICLEAN PREMIUM	0.2%	0.1%
ROCA A804008001 MULTICLEAN PREMIUM	0.2%	0.1%
ROCA A811505000 MULTICLIN PREMIUM SQUARE	0.1%	0.1%
SENSPA		
SENSPA PB707S	0.6%	0.3%
TANKLESS		
TANKLESS TCB080SA	2.4%	1.2%
TOTO		
TOTO - データなし	22.2%	32.2%
TOTO 4732 TCF4732G	0.4%	0.3%
TOTO TCF6532G	1.0%	0.9%
TOTO TCF892G	0.5%	0.4%
TOTO TCF9786JG	1.3%	3.0%
TOTO TCF99	0.5%	1.2%
TOTO WASHLET EK 2.0 TCF6632G	8.9%	4.2%
TOTO WASHLET GL 2.0 TCF6532G	0.5%	0.5%
TOTO WASHLET SG TCF403EGV1	3.9%	6.4%
VILLEROY&BOCH		
VILLEROY&BOCH - データなし	2.4%	2.2%
VILLEROY&BOCH VICLEAN-L4 V02EL401	19.6%	18.3%

出所: 連邦税関庁、当会調査

税関申告書に記載あるモデルで 2017 年にシェアが特に大きかったのは、実数ベースでは DURAVIT 610001002000300、TOTO WASHLET EK 2.0 TCF6632G、VILLEROY&BOCH VICLEAN-L4 V02EL401、金額ベースでは DURAVIT 610001002000300、DURAVIT 610200002000300、TOTO WASHLET SG TCF403EGV1、VILLEROY&BOCH VICLEAN-L4 V02EL401 である。

表 3 2018 年の実数ベースおよび金額ベースによる、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座のモデル別輸入構成(%)

モデル名	台数でのシェア(%)	ドルでのシェア(%)
DURAVIT		
DURAVIT - SENSOWASH HAPPY D.2, DARLING NEW	0.1%	0.2%
DURAVIT - データなし	11.2%	8.7%
DURAVIT SENSOWASH SLIMC ДУШЕМ STARCK	0.3%	0.2%
GEBERIT		
GEBERIT AQUACLEAN TUMA	0.2%	0.2%
JACOB DELAFON		
JACOB DELAFON - データなし	0.1%	0.0%
PRINCESS		
PRINCESS - データなし	1.7%	1.2%
ROCA		
ROCA - データなし	0.3%	0.1%
SENSPA		
SENSPA - データなし	4.9%	3.0%
SENSPA TCB080SA	1.1%	0.4%
SENSPA TCB8600	0.6%	0.2%
TOTO		
TOTO - データなし	10.1%	14.9%
TOTO EK 2.0	26.5%	14.2%
TOTO GL 2.0	10.6%	8.3%
TOTO SG	4.7%	7.1%
TOTO TCF6632G	0.9%	0.7%
TOTO WASHLET 4732	8.6%	8.9%
TOTO HEOPECT AC	2.3%	9.3%
TOTO HEOPECT AH	3.3%	7.0%
TOTO HEOPECT EW	2.0%	5.6%
VILLEROY&BOCH		
VILLEROY&BOCH - データなし	10.5%	9.8%

出所:連邦税関庁、当会調査

税関申告書に記載のあるモデルで 2018 年にシェアが特に大きかったのは、実数ベースでは TOTO EK 2.0、TOTO GL 2.0、TOTO WASHLET 4732、金額ベースでは TOTO EK 2.0、TOTO WASHLET 4732、TOTO HEOPECT AC である。

表 4 2019 年の実数ベースおよび金額ベースによる、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座のモデル別輸入構成(%)

モデル名	台数でのシェア(%)	ドルでのシェア(%)
ASAHI EITO		
ASAHI EITO DLNC120LW	0.5%	0.2%
DURAVIT		
DURAVIT - データなし	17.0%	13.3%
DURAVIT SENSOWASH SLIM	0.2%	0.1%
GEBERIT		
GEBERIT - データなし	0.0%	0.1%
GEBERIT AQUACLEAN TUMA	0.2%	0.2%
GEBERIT AQUACLEAN TUMA COMFORT	0.0%	0.1%
GROHE		
GROHE - データなし	0.5%	0.3%
ROCA		
ROCA - データなし	0.9%	0.4%
SENSPA		
SENSPA - データなし	9.6%	4.7%
TOTO		
TOTO EK 2.0	6.6%	3.6%
TOTO GL 2.0	6.0%	4.1%
TOTO RX	0.2%	0.1%
TOTO SX	5.2%	5.6%
TOTO WASHLET 4732	0.8%	0.8%
TOTO HEOPECT AH	5.2%	8.8%
TOTO HEOPECT EW	2.1%	5.2%
TOTO HEOPECT AC	2.2%	8.1%
TOTO - データなし	37.9%	40.4%
VILLEROY&BOCH		
VILLEROY&BOCH - データなし	4.6%	3.7%

出所：連邦税関庁、当会調査

2019 年には輸入された洗浄便座のモデルについて税関申告書に記載された情報が極めて少なかった。記載があった中で、2019 年にシェアが特に大きかったのは、実数ベースでは TOTO EK 2.0、TOTO GL 2.0、TOTO SX、TOTO HEOPECT AH、金額ベースでは TOTO SX、TOTO HEOPECT AH、TOTO HEOPECT AC である。

2.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の製造企業、輸入量、価格セグメント別に見た輸入洗浄便座のモデルラインナップ

表 5 製造企業(企業グループ)別に見た、アッパーミドルおよびプレミアムの価格に該当する温水洗浄便座の輸入規模(2017～2019年)

メーカー名	輸入量(台)			輸入量(ドル)		
	2017年	2018年	2019年	2017年	2018年	2019年
TOTO	327	1831	1346	28万4377	134万5069	111万1311
DURAVIT	241	308	350	14万4718	16万1427	19万4651
COWAY CO., LTD.	184	279	94	11万8728	17万2847	5万3745
JK GLOBAL CO., LTD		10	96		3403	3万7779
VOVO	45	165	65	1万6012	6万1289	2万2203
IS DONGSEO LTD	5	45	34	1706	2万418	8381
ROCA	10	7	18	3434	2443	5779
GEBERIT	1	6	7	873	2906	4305
KOHLER	16	2		5752	724	
GROHE	7		11	3627		5028
ASAHI EITO CO.LTD.			10			3446
合計	836	2653	2031	57万9227	177万525	144万6627

出所:連邦税関庁、当会調査

2017年～2019年にアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の中で最も多く輸入されたのは、以下の外国企業製品である。

- TOTO : 2019年に1346台または111万ドル、2017年から2019年までの期間に3504台(計274万ドル)が輸入された。
- DURAVIT : 2019年に350台(計19万ドル)、2017年から2019年までの期間に899台(50万ドル)が輸入された。
- COWAY CO., LTD : 2019年に96台(計5万ドル)、2017年から2019年までの期間に557台(計35万ドル)が輸入された。

(税関申告書にモデル名または型番が記された商品につき)価格セグメント別に見た輸入洗浄便座モデルラインナップのデータを示す。

表 6 2017年に輸入されたアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座のモデルラインナップ

メーカー	価格セグメント	モデル
COWAY CO., LTD.	プレミアム	VILLEROY&BOCH VICLEAN-L4 V02EL401
DURAVIT	プレミアム	DURAVIT 610000002100200
		DURAVIT 610001002000300
		DURAVIT 610200002000300
		DURAVIT 610300002000300
		DURAVIT 611000002000300

メーカー	価格セグメント	モデル
		DURAVIT 611200002000300
		DURAVIT 611300002000300
		DURAVIT 611500002000300
GEBERIT	プレミアム	GEBERIT TUMA 146.274.SI.1
GROHE	アッパーミドル	GROHE 14919000
IS DONGSEO LTD	アッパーミドル	SENSPA PB707S
KOHLER	アッパーミドル	JACOB DELAFON 45559NK-0 модель C3-225'
ROCA	アッパーミドル	ROCA A804004001 MULTICLEAN ADVANCE
		ROCA A804006001 MULTICLEAN PREMIUM
		ROCA A804007001 MULTICLEAN PREMIUM
		ROCA A804008001 MULTICLEAN PREMIUM
		ROCA A811505000 MULTICLIN PREMIUM SQUARE
TOTO	アッパーミドル	TOTO WASHLET EK 2.0 TCF6632G
	プレミアム	TOTO 4732 TCF4732G
		TOTO TCF6532G
		TOTO TCF892G
		TOTO TCF9786JG
		TOTO TCF99
		TOTO WASHLET GL 2.0 TCF6532G
		TOTO WASHLET SG TCF403EGV1
VOVO	アッパーミドル	PRINCESS PB707S
		TANKLESS TCB080SA

出所: 連邦税関庁

表 7 2018 年に輸入されたアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座のモデルラインナップ

メーカー	価格セグメント	モデル
DURAVIT	プレミアム	DURAVIT - SENSOWASH HAPPY D.2, DARLING NEW
		DURAVIT SENSOWASH SLIM C ДУШЕМ STARCK
GEBERIT	アッパーミドル	GEBERIT AQUACLEAN TUMA
TOTO	アッパーミドル	TOTO EK 2.0
	プレミアム	TOTO GL 2.0
		TOTO SG
		TOTO TCF6632G
		TOTO WASHLET 4732
		TOTO HEOPECT AC
		TOTO HEOPECT AH
		TOTO HEOPECT EW
VOVO	アッパーミドル	SENSPA TCB080SA
		SENSPA TCB8600

出所: 連邦税関庁

表 8 2019 年にアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座のモデルラインナップ

メーカー	価格セグメント	モデル
ASAHI EITO CO.LTD.	アッパーミドル	ASAHI EITO DLNC120LW
DURAVIT	プレミアム	DURAVIT SENSOWASH SLIM
GEBERIT	アッパーミドル	GEBERIT AQUACLEAN TUMA
	プレミアム	GEBERIT AQUACLEAN TUMA COMFORT
TOTO	アッパーミドル	TOTO EK 2.0
		TOTO RX
	プレミアム	TOTO GL 2.0
		TOTO SX
		TOTO WASHLET 4732
		TOTO HEOPECT AH
		TOTO HEOPECT EW
		TOTO HEOPECT AC

出所：連邦税関庁

先述のとおり、洗浄便座のモデルラインナップ情報が最も詳細に記されていたのは、2017 年の税関申告書であった。2018 年～2019 年は情報量がそれほど多くなかった。

2.6. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の最大手輸入業者とその輸入規模

リストの形で輸入業者のデータを示す。この種の企業は少ないのですべてをカバーできた。

表 9 最大手輸入業者による、アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量・輸入額（2017～2019 年）

輸入業者	輸入(台)			輸入(ドル)		
	2017 年	2018 年	2019 年	2017 年	2018 年	2019 年
MITSUI & CO. MOSCOW LLC	—	1794	1188	—	130 万 3151	95 万 974
LLC DURAVIT RUS	241	304	350	14 万 4718	15 万 7912	19 万 4651
LLC DE LIGHT	—	12	114	—	2 万 9974	13 万 7735
LLC JK GLOBAL CO.,LTD	50	220	99	1 万 7718	8 万 5110	3 万 584
LLC TK ARTITEKS	—	—	96	—	—	3 万 7779
LLC VILLEROY & BOCH	184	277	94	11 万 8728	17 万 1139	5 万 3745
LLC SERJANO	269	—	38	24 万 6134	—	1 万 8922
LLC ROCA RUS	10	7	18	3434	2443	5779
LLC GROHE	7	—	11	3627	—	5028
LLC MATERIK	—	—	10	—	—	3446
LLC GEBERIT RUS	1	6	7	873	2906	4305
LLC ECO-DUSH	—	—	6	—	—	3680
LLC KOLORIT	—	25	—	—	1 万 1944	—
LLCSANILUX	—	6	—	—	5222	—
LLC KOHLER RUS	16	2	—	5752	724	—
LLC ASPA	22	—	—	1 万 2633	—	—
LLC GTLS INTERTRADE	17	—	—	1 万 1390	—	—

輸入業者	輸入(台)			輸入(ドル)		
	2017年	2018年	2019年	2017年	2018年	2019年
LLC TECE-KALININGRAD	15	—	—	6650	—	—
LLC MAXIMUM	3	—	—	7235	—	—
LLC JC-HOUSE	1	—	—	334	—	—
計	836	2653	2031	57万9227	177万525	144万6627

出所：連邦税関庁、当会調査

2019年に、アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の最大手輸入業者だったのは、以下である。

1) MITSUI & CO. MOSCOW LLC：2019年のアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量は1188台（95万ドル）。同社はTOTOブランドの洗浄便座を輸入。

2.) LLC DURAVIT RUS：2019年のアッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントに該当する温水洗浄便座の輸入量は350台（19万ドル）。同社はDURAVITブランドの洗浄便座を輸入。

3.) LLC DE LIGHT：2019年のアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の輸入量は114台（14万ドル）。同社はTOTOブランドの洗浄便座を輸入。

3. ロシア市場に参入している、アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の競合メーカー上位20社の分析

3.1. 市場における競争水準

ロシアでは温水洗浄便座が生産されておらず、このためロシアの当該製品市場では外国企業間だけで競争が起きている。2019年にロシアに向けて出荷された洗浄便座の製造企業は僅か10社だった。アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する洗浄便座市場については、当会調査によると、市場は高位寡占型の状態にある。2019年にはTOTOが突出したトップ企業として市場の3分の2以上を占めており、順位が3位の企業ならトップ企業と部分的に競争できるとしても、それ以外の企業はシェアが各々5%以下でしかなく、その提供するラインナップもかなり乏しい。

3.2. 市場の最大手プレーヤー

アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座市場に参入している製造企業に関する概要を以下のリストに示す。

表 10 アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座市場における最大手プレーヤー

企業名	2019年の輸入量 ¹ (台/1000ドル)	所在地	サイト	事業分野
TOTO	1,346/1,111	日本	https://www.toto.com/	衛生器具(浴槽、便器、便座、洗浄便座、小便器など)、浴室用の洗面台・付属品、人工大理石の天板、浴室の換気・暖房・乾燥システムなどの製造
DURAVIT	350/195	ドイツ	duravit.com	衛生器具(浴槽、便器、便座、洗浄便座、小便器など)、混合栓、浴室用付属品などの製造
COWAY CO., LTD	94/54	韓国	http://www.coway.com/	VILLEROY & BOCH AG 社向け製品の製造、洗浄便座、空気清浄機、浄水器製造
JK GLOBAL CO., LTD	96/38	韓国	https://jkglobal.sourcingmore.com/	織物、衛生器具、洗浄便座、化粧品
VOVO	65/22	韓国	http://vovousa.com/	家電、空気清浄機、洗浄便座、便器
IS DONGSEO LTD	34/8	韓国	http://www.isdongseo.co.kr/main/	7つの事業セグメントがあり、基本は建築業。コンクリート部門、リース部門、賃貸物件、環境部門、海運部門がある。セラミック産業部門はタイル、衛生器具、ビデを製造販売している。
ROCA	18/6	スペイン	http://www.roca.com/	衛生器具製造(洗面器、ビデ、便器、流し台、小便器)、浴室用付属品
GEBERIT	7/4	スイス	https://www.geberit.com/en/	組立式洗浄システム、配管システム、浴室用システム(浴室装備品、セラミック、シャワー室および浴槽、バルブおよび制御弁、洗浄便座など)の製造
GROHE	11/5	ドイツ	https://www.grohe.com/	浴室用ソリューション、キッチン用品
ASAHI EITO CO.LTD	10/3	日本	http://www.asahieito.co.jp/	衛生器具、水洗便器、その他の関連装置、また化粧台・鏡、その他のトイレ関連器具の製造販売。同社は調理器具、倉庫ラックの製造販売も実施。

出所: 連邦税関庁、各社データ、<https://b2b-postavki.ru/>, www.investing.com

¹アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する洗浄便座

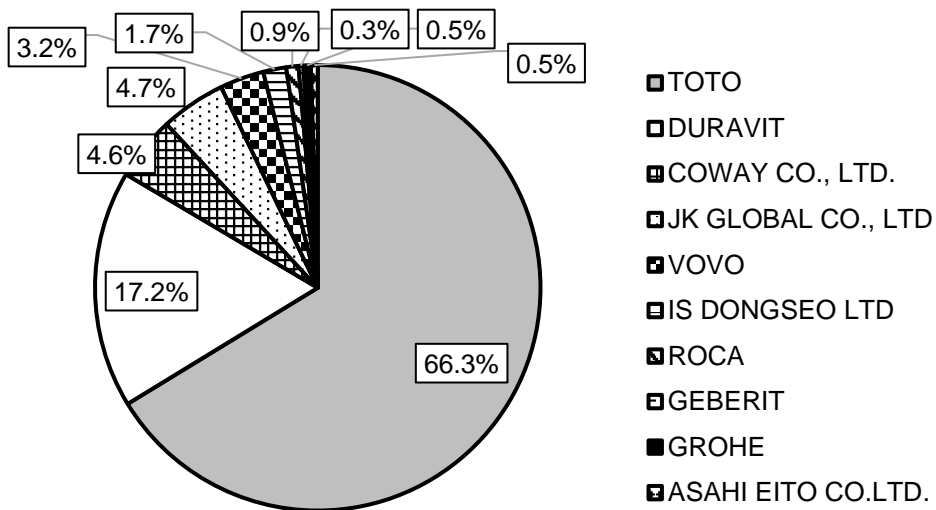
3.3. 最大手メーカーの市場占有率

以下2つの情報を整理して示す。

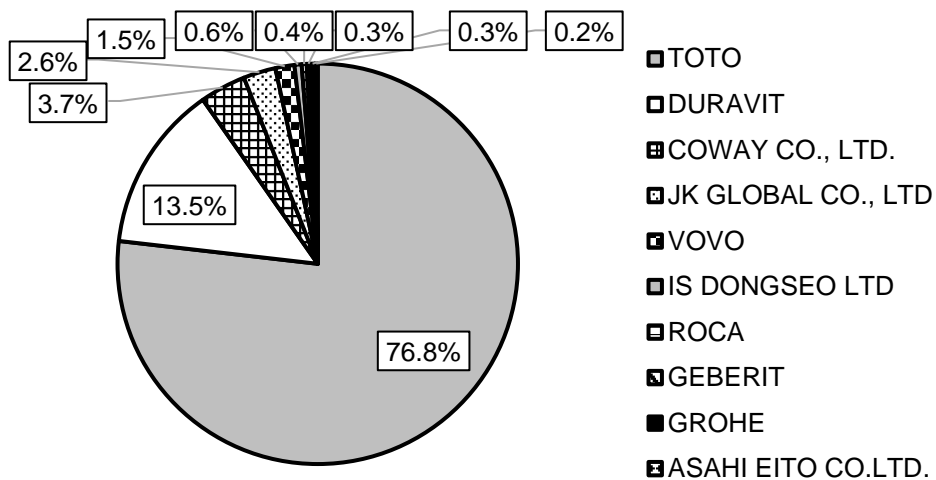
1. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の市場において、当該便座（つまり上位2つの価格セグメント）の市場規模（つまり輸入量）に占めるメーカーのシェア
2. アッパーミドルおよびプレミアムの洗浄便座をロシア市場に供給しているメーカーが洗浄便座の総市場規模に占めるシェア。こちらは製品すべての価格帯から産出したシェアとなる。

グラフ 20 アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座のロシア市場における最大手メーカーのシェア(%、2019年)

A. 台数



B. ドル

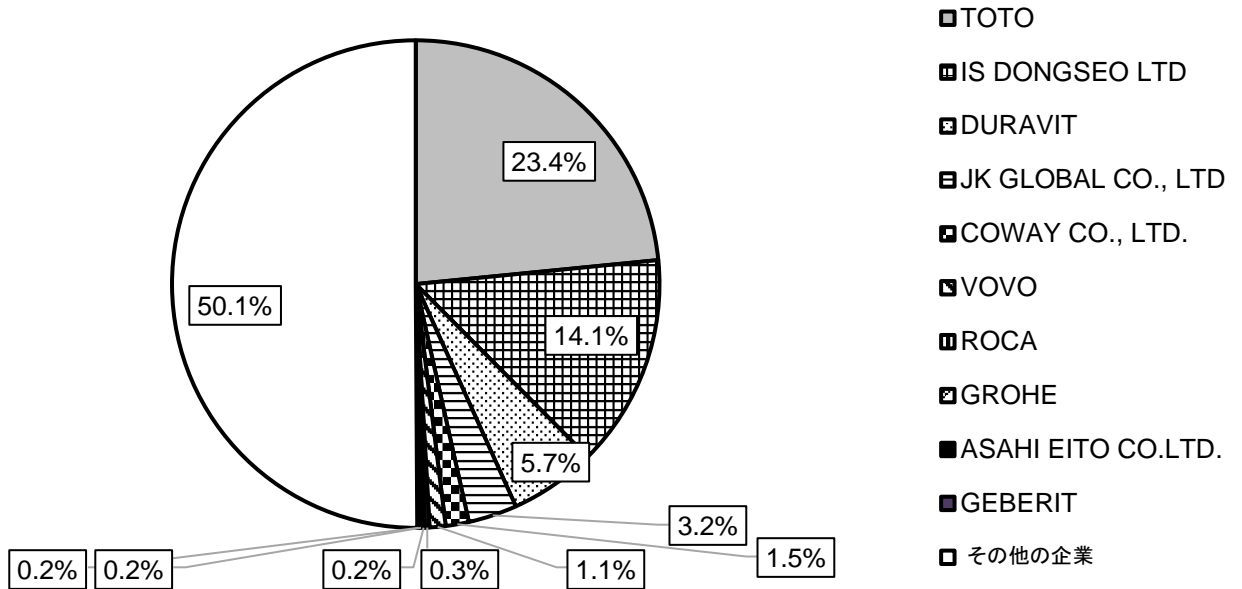


出所：連邦税関庁、当会調査

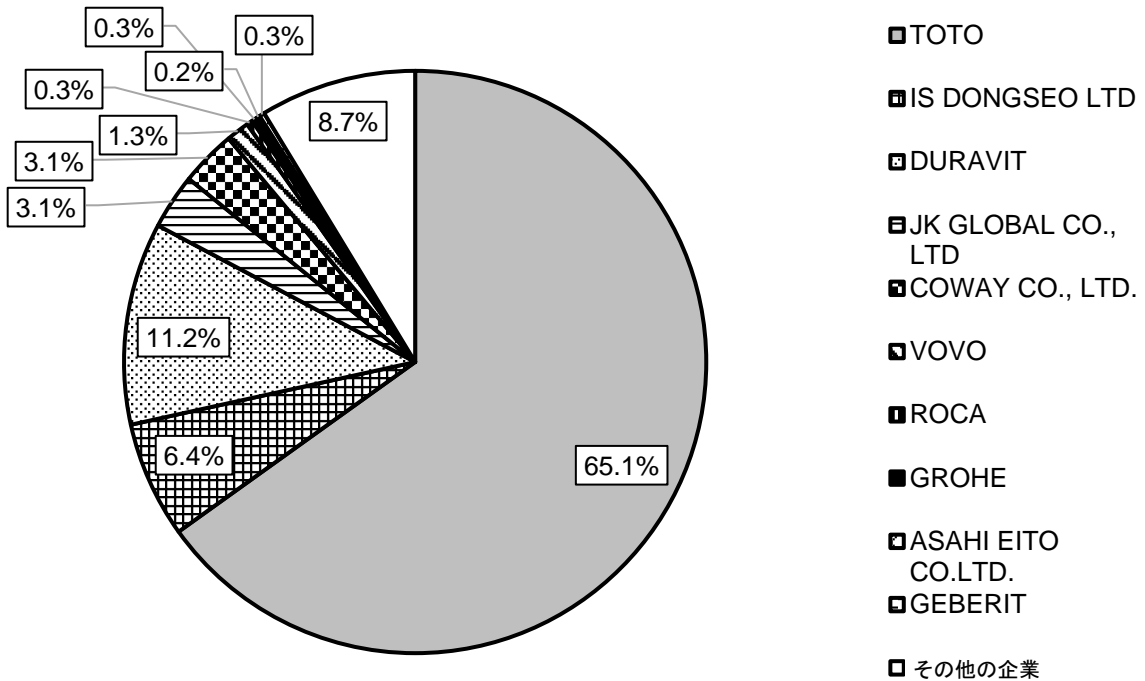
上位および中位セグメントの温水洗浄便座市場では、実数ベースで3分の2（66.3%）および4分の3以上（76.8%）を企業グループ TOTO が占めている。またトップ3には DURAVIT AG（17.2%および13.5%）、COWAY CO., LTD（4.6%および3.7%）が入っている。

グラフ 21 ロシア温水洗浄便座市場における最大手メーカーのシェア(%、2019年)

A. 台数



B. ドル建て輸入額



出所：連邦税関庁、当会調査

プレミアムおよびアッパーミドル価格帯の洗浄便座を商品として供給している企業のシェアを見ると、総じて当該セグメントの便座を供給している 10 社が、実数ベースで洗浄便座市場全体の 50%弱、金額ベースで 90%以上を占めている。

3.4. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座ラインナップの分析

ロシアでは税関申告書における各供給モデルの情報量が乏しいため、市場における温水洗浄便座のラインナップの分析は容易ではない。

表 11 メーカー別に見た、アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する輸入温水洗浄便座のラインナップ(台、2019 年)

企業/企業グループ	価格セグメント	モデル	輸入(台)
ASAHI EITO CO.LTD.	アッパーミドル	ASAHI EITO DLNC120LW	10
ASAHI EITO CO.LTD. 計			10
COWAY CO., LTD.	プレミアム	VILLEROY&BOCH - データなし	94
COWAY CO., LTD. 計			94
DURAVIT	アッパーミドル	DURAVIT - データなし	2
	プレミアム	DURAVIT - データなし	344
		DURAVIT SENSOWASH SLIM	4
DURAVIT 計			350
GEBERIT	アッパーミドル	GEBERIT AQUACLEAN TUMA	5
	プレミアム	GEBERIT - データなし	1
		GEBERIT AQUACLEAN TUMA COMFORT	1
GEBERIT 計			7
GROHE	アッパーミドル	GROHE - データなし	10
	プレミアム	GROHE - データなし	1
GROHE 計			11
IS DONGSEO LTD	アッパーミドル	SENSPA - データなし	34
IS DONGSEO LTD 計			34
JK GLOBAL CO., LTD	アッパーミドル	SENSPA - データなし	45
	プレミアム	SENSPA - データなし	51
JK GLOBAL CO., LTD 計			96
ROCA	アッパーミドル	ROCA - データなし	18
ROCA 計			18
TOTO	アッパーミドル	TOTO EK 2.0	134
		TOTO RX	5
		TOTO - データなし	23
	プレミアム	TOTO GL 2.0	122
		TOTO SX	106
		TOTO WASHLET 4732	17
		TOTO HEOPECT AH	105
		TOTO HEOPECT EW	42
		TOTO HEOPECT AC	45
		TOTO - データなし	747
TOTO 計		1346	
VOVO	アッパーミドル	SENSPA - データなし	30

	プレミアム	SENSPA - データなし	35
VOVO 計			65
総計			2031

出所: 連邦税関庁

このように 2019 年には、COWAY CO., LTD.、GROHE, IS DONGSEO LTD、JK GLOBAL CO. LTD、ROCA、VOVO といったメーカーの輸入洗浄便座のモデルに関するデータが完全に欠落している。DURAVIT については最小限の情報が提示されてはいるが、洗浄便座の 99%について供給モデルが不明である。提示された情報量が特に多いメーカーは次のとおり：ASAHI EITO CO.LTD（モデル ASAHI EITO DLNC120LW - 10 台）、GEBERIT の場合は供給された便座 7 台のうち 6 台について情報がある（同社市場シェアは最小）、TOTO については、モデルに関する情報が 1346 台のうち 576 台にて確認可能であり、全体の 43%となる。

以上から、アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座市場でトップシェアを占めるメーカーのうち、ラインナップ分析の対象とできるのは TOTO ブランドのみである。アッパーミドルセグメントで最も人気のあるモデルは TOTO EK 2.0、プレミアムセグメントでは TOTO GL 2.0 である。

3.5. 主要メーカーの特に高い価格カテゴリー(18 万ルーブル以上)の温水洗浄便座に係る詳細分析

特に高い価格カテゴリー（1 台あたり 18 万ルーブル以上）の輸入洗浄便座ラインナップは非常に少ない。連邦税関庁の情報に基づいて調査した当会データによると、こうした製品をロシア市場で供給したことがあるのは 2 メーカーのみである。

表 12 ロシアに輸入された特に高い価格カテゴリー(18 万ルーブル以上)の温水洗浄便座ラインナップと TOTO ブランドモデル名(2019 年)

モデル	輸入(台)	輸入(ドル)
TOTO HEOPECT AH	105	12 万 7302.2
TOTO HEOPECT EW	42	7 万 5536.9
TOTO HEOPECT AC	45	11 万 6960.4
総計	192	31 万 9799.5

出所: 連邦税関庁

先述のとおり、税関申告書において TOTO ブランドの商品で洗浄便座のモデル名が特定できたのは 43%のみであった。なお、2019 年にはロシア市場に DURAVIT 社製の「特に高い価格カテゴリー」の洗浄便座も輸入されていたことを指摘しておきたい。当該製品は 5 台あったことが確認できるが、閲覧できる出荷書類などからはモデル名を確認できなかった。

3.6. 競合各社の強みと弱み

次に、競合各社の強みと弱みの比較をリスト化した。

表 13 アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座メーカーの強みと弱み

メーカー	強み	弱み
TOTO	<ul style="list-style-type: none"> - 2017年～2019年のアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の市場における文句なしのトップ企業 - 6万ルーブルから50万ルーブルを超える価格帯まで洗浄便座のモデルが多样 - 浴室およびトイレの総合サポート、関連商品の豊富なラインナップ - 消費者の行動と好みの特徴を明らかにするため、ロシアの大都市部でアンケート調査を行っている - MITSUI & CO. MOSCOW LLC が主に輸入している。 - ロシアに駐在事務所、代理店がある 	<ul style="list-style-type: none"> - アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の供給量が、2019年に2018年度比で減少した - アッパーミドルおよびプレミアムのセグメントが中心となっている
DURAVIT	<ul style="list-style-type: none"> - 市場参加企業トップ3に入っている - アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の供給量が2019年に2018年度比で増加した - Duravit Aktiengesellschaft が、ロシアに商品を輸入するため子会社 LLC Duravit rus を開設した - 小売販売拠点／ディーラーのパートナーがいる - ロシア語の公式サイトがある 	<ul style="list-style-type: none"> - ラインナップにある温水洗浄便座が小売価格10万ルーブル以上のみとなっている
COWAY CO., LTD	<ul style="list-style-type: none"> - 金額ベースで市場参加企業トップ3に入っている - ロシアに商品を供給するための代理店がある、LLC VILLEROY & BOCH ブランドを契約生産している 	<ul style="list-style-type: none"> - アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の供給量が、2019年に2018年度比で減少した - ラインナップにある温水洗浄便座が小売価格10万ルーブル以上のみとなっている - COWAY 社にはロシア語のサイトがない - ロシアに事務所を持っていない

メーカー	強み	弱み
JK GLOBAL CO., LTD	<ul style="list-style-type: none"> - 実数ベースで市場参加企業トップ3に入っている - アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の供給量が、2019年に2018年度比で増加した - 全ての価格カテゴリーのラインナップがある - SensPaの商標権者としてロシアおよびCISで輸入販売を行う子会社LLC JK GLOBAL CO., LTDを設立 - 直営店および販売拠点がある 	<ul style="list-style-type: none"> - 製品ラインナップが低価格セグメントに集中している
VOVO	<ul style="list-style-type: none"> - SensPaの商標でLLC JK GLOBAL CO., LTD向けに契約生産している 	<ul style="list-style-type: none"> - 高い価格セグメントでの販売が乏しい - アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の供給量が、2019年に2018年度比で減少した - アッパーミドルおよびプレミアムのセグメントしかない - ロシア語のサイトがない
IS DONGSEO LTD	<ul style="list-style-type: none"> - SensPaの商標でLLC JK GLOBAL CO., LTDのために契約生産している 	<ul style="list-style-type: none"> - 高い価格セグメントでの販売が乏しい - アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の供給量が、2019年に2018年度比で減少した - 下位2つの価格帯が中心となっている
ROCA	<ul style="list-style-type: none"> - アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の供給量が、2019年に2018年度比で増加した - 外国から商品を提供するLLC Roka Rusロシア代表部がある - ロシア語のサイトがある - ロシア国内に提携小売店がある 	<ul style="list-style-type: none"> - 高い価格セグメントでの販売が乏しい - アッパーミドルのセグメントしかない
GEBERIT	<ul style="list-style-type: none"> - 外国から商品を提供するロシア子会社のLLC Geberit Rusがある - ロシア語のサイトがある - 現地総代表部以外に、ロシア6都市に支部がある 	<ul style="list-style-type: none"> - 高い価格セグメントでの販売が乏しい - 洗浄便座のラインナップが少ない

メーカー	強み	弱み
GROHE	<ul style="list-style-type: none"> - アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の供給量が、2019年に2018年度比で増加した - ロシア語のサイトがある - ロシア国内に提携小売店、サービスセンターがある 	<ul style="list-style-type: none"> - 高い価格セグメントでの販売が乏しい - 洗浄便座のラインナップが少ない
ASAHI EITO CO.LTD	<ul style="list-style-type: none"> - 2019年に同社の製品が初めてロシアに輸入された 	<ul style="list-style-type: none"> - 高い価格セグメントでの販売が乏しい - 洗浄便座のラインナップが少ない - ロシア語のサイトがない

出所：GIDMARKET

以上から、どの企業にも、ラインナップの特性、小売業者または卸売業者とのパートナー関係の有無、自社代表部または直営店の有無、便利なロシア語サイトの有無などによって左右される、長所と短所があることが分かる。

4. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の販売業者上位 10 社の分析

4.1. 市場の最大手プレーヤー

アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の最大手販売業者とは、すなわち当該製品の輸入会社（代理店）である。各社のデータおよび情報をリストに整理した。

表 14 アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座市場における販売業者(2019年)

企業名	輸入量 ² (台/1000ドル)	売上高(100万ルーブル)	所在地	サイト	取り扱い洗浄便座のブランド	備考
MITSUI & CO. MOSCOW LLC	1188/951	2373.5	モスクワ	https://www.mitsui.com/ru/ru/company/index.html	TOTO	
LLC DURAVIT RUS	350/195	323.8	モスクワ	https://ru.duravit.com	DURAVIT	
LLC DE LIGHT	114/138	73.7	サンクトペテルブルグ	https://delait-spb.ru/	TOTO	TOTO サイトには Project Dealer と記載
LLC JK GLOBAL CO.,LTD	99/31	33.0	モスクワ	http://jkglobal.ru	SENSPA	
LLC TK ARTITEKS	96/38	217.0	モスクワ	-	SENSPA	

² アッパーミドルおよびプレミアムの価格セグメントに該当する洗浄便座

企業名	輸入量 ² (台/1000ドル)	売上高(100万ルーブル)	所在地	サイト	取り扱い洗浄便座のブランド	備考
LLC VILLEROY & BOCH	94/54	1130.3	モスクワ	https://www.villeroy-boch.ru	VILLEROY&BOCH	
LLC SERJANO	38/19	281.8	モスクワ	-	TOTO	
LLC ROCA RUS	18/6	3942.8	レニングラード州 トスノ市	https://www.roca.ru	ROCA	
LLC GROHE	11/5	5725.5	モスクワ	https://www.grohe.ru/ru_ru	GROHE	
LLC MATERIK	10/3	12.9	サハリン州 ユジノサハリンスク市	-	ASAHI EITO	
LLC GEBERIT RUS	7/4	2125.9	モスクワ	https://www.geberit.ru	GEBERIT	
LLC ECO-DUSH	6/4	510.1	モスクワ州 ムイティシ市	http://eco-dush.ru	TOTO	TOTO サイトには卸売業者と記載、DURAVIT サイトには小売業者と記載
Credit Ceramica (LLC DIMARO)	-	705.9	モスクワ	https://www.ceramica.ru/	TOTO、DURAVIT	TOTO サイトには卸売業者、小売業者と記載
Hogart (LLC HOGART、LLC Hogart Art)	-	31.9 および 136.9	モスクワ	www.hogart.ru	TOTO、GEBERIT、DURAVIT	TOTO サイトには卸売業者、DURAVIT サイトには小売業者と記載
ドイツ製衛生器具 SAGT (LLC ドイツ製衛生器具)	-	432.7	モスクワ	https://new.sagt.ru	DURAVIT	DURAVIT サイトには小売業者と記載
LLC Omnisan	-	49.4	モスクワ	https://durastyle.ru	DURAVIT	DURAVIT サイトには小売業者と記載
LLC Maxlevel	-	1466.2	モスクワ	https://www.maxlevel.ru	DURAVIT、Villeroy&Boch	DURAVIT サイトには小売業者と記載
LLC ヨーロッパ衛生器具	-	101.5	モスクワ	https://www.san4u.ru	TOTO、GEBERIT、DURAVIT	DURAVIT サイトには小売業者と記載
LLC 企業グループ・衛生器具 Tut	-	会社登記日 2019年 10月7日	モスクワ州 ヒムキ市	http://durastore.ru	DURAVIT	DURAVIT サイトには小売業者と記載

企業名	輸入量 ² (台/1000ドル)	売上高(100万ルーブル)	所在地	サイト	取り扱い洗浄便座のブランド	備考
LLC Perfekto.Ru	-	184.1	モスクワ	https://www.perfekto.ru	DURAVIT、ROCA	DURAVIT サイトには小売業者と記載
LLC Blanche	-	121.5	モスクワ州 ムイティシ市	https://dushlux.ru/	GEBERIT、DURAVIT	DURAVIT サイトには小売業者と記載
LLC TRESTSAN	-	2018.7	モスクワ	https://www.vodoparad.ru/	DURAVIT	DURAVIT サイトには小売業者と記載
個人事業主 Konstantinov Mikhail Yurievich 他、 LLC ショッピングセンター-Afonya	-	1441.5 ³	サンクトペテルブルグ	https://www.afonya-spb.ru	GEBERIT、DURAVIT、TOTO、Villeroy&Boch、ROCA	DURAVIT サイトには小売業者と記載

出所：GIDMARKET、連邦国家統計局、連邦税関庁

ロシアでは製造企業がパートナーである小売店または卸売業者を自社公式サイトで紹介していることが多い。しかし、アッパーミドルおよびプレミアム価格帯製品のすべてがここに掲載されている代理店などにより販売されているわけではないことには留意が必要である。

4.2. 製品ラインナップ分析、価格セグメント

次に総売上高が特に大きい販売代理店 10 社に関するデータを以下の項で示す。

表 15 アッパーミドル・プレミアム価格に該当する温水洗浄便座の販売代理店上位 10 社の製品ラインナップ

会社名	サイト	取り扱い温水洗浄便座のブランド	温水洗浄便座のラインナップ	価格(1000ルーブル)と価格セグメント ⁴
MITSUI & CO. MOSCOW LLC	https://www.mitsui.com/ru/ru/company/index.html	TOTO	TOTO EK 2.0	82.5/アッパーミドル
			TOTO GL 2.0	130.4/プレミアム
			TOTO RX	122.4/プレミアム
			TOTO SX	134.7/プレミアム
			TOTO WASHLET 4732	156.4/プレミアム
			TOTO HEOPECT AH	292.6/プレミアム/特に高い
			TOTO HEOPECT EW	430.9/プレミアム/特に高い

³ LLC ショッピングセンター-Afonya の売上高

⁴ 市場価格から算出した数値またはオンラインストアのデータ

会社名	サイト	取り扱い温水洗浄便座のブランド	温水洗浄便座のラインナップ	価格(1000ルーブル)と価格セグメント ⁴
			TOTO HEOPECT AC	626.8/プレミアム/特に高い
LLC VILLEROY & BOCH	https://www.villeroy-boch.ru	VILLEROY&BOCH	Viclean	116.3/プレミアム
LLC ROCA RUS	https://www.roca.ru	ROCA	MULTICLEAN	73.6/アッパーミドル
			Advance MULTICLEAN Premium	81.4/アッパーミドル
LLC GROHE	https://www.grohe.ru/ru_ru	GROHE	データなし	データなし/アッパーミドル
LLC GEBERIT RUS	https://www.geberit.ru	GEBERIT	AquaClean Tuma Comfort	167.0/プレミアム
			AquaClean Tuma Classic	72.0/アッパーミドル
LLC ECO-DUSH	http://eco-dush.ru	TOTO	TOTO HEOPECT EW	406.6/プレミアム/特に高い
			TOTO RW	250.0/プレミアム/特に高い
			TOTO SG	226.4/プレミアム/特に高い
			TOTO WASHLET 4732	156.4/プレミアム
			TOTO SX	153.3/プレミアム
			TOTO RX	143.3/プレミアム
			TOTO GL 2.0	130.4/プレミアム
			TOTO RP	115.5/プレミアム
Credit Ceramica (LLC DIMARO)	https://www.ceramica.ru/	TOTO	TOTO EK 2.0	82.5/アッパーミドル
			TOTO GL 2.0	130.4/プレミアム
			TOTO HEOPECT EW	406.6/プレミアム/特に高い
			TOTO HEOPECT AC	591.4/プレミアム/特に高い
			TOTO WASHLET 4732	156.4/プレミアム
			TOTO SX	127.1/プレミアム
			TOTO HEOPECT AH	292.6/プレミアム/特に高い
			TOTO RX	115.5/プレミアム
		TOTO RW	250.0/プレミアム/特に高い	
		DURAVIT		
SENSOWASH Slim 611500002000300	135.5/プレミアム			
SensoWash 612000012000320	263.4/プレミアム/特に高い			

会社名	サイト	取り扱い温水洗浄便座のブランド	温水洗浄便座のラインナップ	価格(1000ルーブル)と価格セグメント ⁴
			SensoWash 612001012000310	199.6/プレミアム/特に高い
			SensoWash 610000002100200	142.1/プレミアム
			SensoWash 610001002000300	156.3/プレミアム
LLC Maxlevel	https://www.maxlevel.ru	DURAVIT	SensoWash 610001002000300	162.8/プレミアム
			SensoWash Slim 611300002000300	141.1/プレミアム
			DuraStyle 610200002000300	136.8/プレミアム
			SensoWash 610300002000300	162.8/プレミアム
			SensoWash 611000002000300	141.1/プレミアム
Villeroy&Boch	ViClean V02E L401	146.6/プレミアム		
LLC TRESTSAN	https://www.vodoparad.ru/	DURAVIT	SensoWash Starck C 610001002000300	156.3/プレミアム
個人事業主 Konstantinov Mikhail Yurievich 他、 LLC ショッピングセンター Afonya	https://www.afonya-spb.ru	TOTO	TOTO EK 2.0	60.6/アッパーミドル
			TOTO WASHLET 4732	165.0/プレミアム
			TOTO WASHLET GL 2.0	137.0/プレミアム
			TOTO WASHLET RX	123.5/プレミアム
			TOTO WASHLET SX	133.5/プレミアム
		Villeroy&Boch	ViClean-L V02EL401	116.3/プレミアム
		DURAVIT	SensoWash DuraStyle 610200002000300	156.3/プレミアム
			SensoWash 610001002000300	156.4/プレミアム
			SensoWash Starck 610300002000300	156.3/プレミアム
			SensoWash Slim 611000002000300	135.5/プレミアム
			SensoWash Slim 611200002000300	135.5/プレミアム
			SensoWash Slim 611400002000300	135.5/プレミアム
			SensoWash Starck 612001012000310	199.6/プレミアム/特に高い
			SensoWash Starck 612000012000320	263.3/プレミアム/特に高い
		GEBERIT	AquaClean Tuma Classic	97.7/アッパーミドル
			GEBERIT AquaClean TumaComfort	163.5-169.0/プレミアム
		ROCA	MULTICLIN 804001001	73.6/アッパーミドル
MULTICLIN 804008001	81.4/アッパーミドル			

出所: GIDMARKET、オンラインストア、連邦税関庁のデータ

このように洗浄便座の1ブランドのみを提供および販売する代理店もあれば、複数のブランドを供給する販売業者もある。なお、ブランドでも価格カテゴリーでもラインナップが最も豊富なのが、LLC ショッピングセンターAfonya（オンラインストア afonya-spb.ru）である。また Credit Ceramica 社（LLC DIMARO）もラインナップが比較的豊富である。

4.3. 製品販売ルート

主要代理店による温水洗浄便座の販売ルートに関する情報を整理した。市場に出回っている商品が全て輸入品であるため、販売ルートに輸出向けは存在せず、全ての製品が国内で販売されている。

表 16 製品販売ルート

販売代理店	自社オンラインストア	自社チェーン店またはショールーム、オフィス	提携小売店、サロン	卸売パートナー
MITSUI & CO. MOSCOW LLC	-	-	-	+
LLC VILLEROY & BOCH	+	-	+	+
LLC ROCA RUS	+	-	+	+
LLC GROHE	+	-	+	+
LLC GEBERIT RUS	-	+	+	+
LLC ECO-DUSH(法人のみを対象とする)	+	+	+	+
Credit Ceramica (LLC DIMARO)	+	+	+	+
LLC Maxlevel	+	+	-	+
LLC TRESTSAN	+	+	-	+
個人事業主 Konstantinov Mikhail Yurievich 他、LLC ショッピングセンターAfonya	+	+	-	+

出所:GIDMARKET

上記4種の製品販売ルートのうち、3つまたは4つ全てを利用している代理店が多い（MITSUI & CO. MOSCOW LLCのように多様な卸売商流を有している企業もある）。上記10社のうち2社は自社オンラインストアを持っていない。4社はオフィス／代表部または小売拠点を持っていない。卸売顧客、法人顧客、デザイン事務所等との業務は、全ての販売代理店が行なっている。

4.4. 競合各社のマーケティング活動

表 17 製品およびブランドのプロモーション方法

販売代理店	値下げまたは景品	顧客ロイヤリティプログラム	SNS でのプロモーション	ブログ	新製品の紹介	その他
MITSUI & CO. MOSCOW LLC	データなし					
LLC VILLEROY & BOCH	+	データなし	Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, YouTube	データなし	+	販売および設置の訓練
LLC ROCA RUS	+	+	WhatsApp, Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube	データなし	+	研修センター
LLC GROHE	+	データなし	Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube, Twitter, VKontakte	データなし	+	
LLC GEBERIT RUS	-	+ パートナー企業向け	Facebook, Instagram, YouTube	データなし	+	
LLC ECO-DUSH(法人のみを対象とする)	+	データなし	Facebook, Instagram, YouTube	データなし	+	
Credit Ceramica (LLC DIMARO)	+	+	Facebook, Instagram, VKontakte	データなし	+	製品研修およびマーケティング支援、これには営業所の開設に関するものも含まれる
LLC Maxlevel 社	+	+	Facebook, Instagram, VKontakte	データなし	+	展示会への参加
LLC TRESTSAN	+	データなし	Facebook, Instagram, VKontakte	+	+	
個人事業主 Konstantinov Mikhail Yurievich 他、LLC ショッピングセンター Afonya	+	+	Facebook, Instagram, VKontakte, YouTube	データなし	-	

出所: GIDMARKET、当会調査

公開情報には MITSUI & CO. MOSCOW LLC の マーケティング活動およびプロモーション活動に関する具体的なデータがなく、分析は困難である。販売代理店の上位 10 社に含まれる他の企業は、個人顧客および法人顧客のために商品について様々な活動を行うことが多く、ソーシャルネットワークでブランドおよび商品のプロモーションを展開し、新製品情報を公開している。ブログを持っているのは 1 社のみである。実施中の顧客ロイヤリティプログラムに関する情報を自社公式サイトに掲載している企業は少なく、個人向け割引システムがあると表明したのは LLC ショッピングセンター Afonya」だけである。

4.5. 競合各社の強みと弱み

主要販売代理店の強みと弱みに関する分析情報を以下にまとめた。

表 18 アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の販売代理店の強みと弱み

販売代理店	強み	弱み
MITSUI & CO. MOSCOW LLC	<ul style="list-style-type: none"> - 大手国際企業の代表部 - 会社の事業が非常に多角化している - 競争による人材採用 	<ul style="list-style-type: none"> - 分析対象市場につき、主に輸入品を扱っている - 洗浄便座で1ブランドしか取り扱っていない
LLC VILLEROY & BOCH	<ul style="list-style-type: none"> - 大手国際企業の代表部 - パートナーとの業務 - ロシアに自社オンラインストア - 製品の活動と紹介 - ソーシャルネットワークでのプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> - 洗浄便座のラインナップが乏しく、1ブランドしか取り扱っていない - 自社の小売拠点および営業所がない
LLC ROCA RUS	<ul style="list-style-type: none"> - 大手国際企業の代表部 - パートナーとの業務 - ロシアに自社オンラインストア - 製品の活動と紹介 - ソーシャルネットワークでのプロモーション - ロイヤルティプログラム 	<ul style="list-style-type: none"> - 洗浄便座のラインナップが乏しく、1ブランドしか取り扱っていない - 自社の小売拠点および営業所がない
LLC GROHE	<ul style="list-style-type: none"> - 大手国際企業の代表部 - ロシアに自社オンラインストア- 顧客活動、ソーシャルネットワークでの広範な発信 	<ul style="list-style-type: none"> - 洗浄便座のラインナップが乏しく、1ブランドしか取り扱っていない - 自社の小売拠点および営業所がない
LLC GEBERIT RUS	<ul style="list-style-type: none"> - 大手国際企業の代表部 - 卸売および小売パートナーを介した販売 	<ul style="list-style-type: none"> - 洗浄便座のラインナップが乏しく、1ブランドしか取り扱っていない - ロシアに自社オンラインストアがない - パートナー向けのロイヤルティプログラム
LLC ECO- DUSH (法人の みを対象とする)	<ul style="list-style-type: none"> - ロシア市場へのビジネスおよびプレミアムクラス衛生器具の大手輸入業者 - あらゆる種類の衛生器具の広範なラインナップ - あらゆる販売ルートを活用 - 製品の活動と紹介 - ソーシャルネットワークでのプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> - 個人を対象としていない - 洗浄便座で1ブランドしか取り扱っていない
Credit Ceramica (LLC DIMARO)	<ul style="list-style-type: none"> - あらゆる種類の衛生器具の広範なラインナップ - 最も人気がある2ブランドの洗浄便座の広範なラインナップ - あらゆる販売ルートを活用 - 製品の活動と紹介 - ソーシャルネットワークでのプロモーション - ロイヤルティプログラム 	<ul style="list-style-type: none"> - 不明
LLC Maxlevel	<ul style="list-style-type: none"> - あらゆる種類の衛生器具およびその他の修理用品の広範なラインナップ - ロシアに自社オンラインストアがある - あらゆる方面で活発なマーケティング活動 	<ul style="list-style-type: none"> - プレミアムセグメントの洗浄便座しか取り扱っていない - 提携販売拠点が無い
LLC TRESTSAN	<ul style="list-style-type: none"> - ロシアに自社オンラインストア - 衛生器具および暖房器具の広範なラインナップ - 製品の活動と紹介 - ソーシャルネットワークでのプロモーション - ブログの実施 	<ul style="list-style-type: none"> - 洗浄便座のラインナップが乏しい - 他の小売拠点との提携がない

販売代理店	強み	弱み
個人事業主 Konstantinov Mikhail Yurievich 他、 LLC ショッピング センター Afonya	- ロシアに自社オンラインストア - 分析した企業のなかで洗浄便座のラインナップが最も広い - 自社小売ネットワーク - 個人および法人向けのロイヤルティプログラム、顧客活動	- 他の小売拠点との提携がない - サイトに新製品の情報が無い

出所: GIDMARKET

このように各社の事業には特徴があり、これが競合各社の強みと弱みになっている。一部の企業は国際企業の代表部であり、このことが洗浄便座のラインナップに限られる原因を生んでいる一方、小売セグメントが非常に発展している企業はバスルーム・トイレ用品の高価なセグメントに特化することも、事業で様々なアプローチを組み合わせることも、所得の高くない消費者から大手ユーザー企業および提携デザイン事務所に至る、非常に広範なターゲットオーディエンスを対象にすることもできる。

5. アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の需要分析

5.1. 市場の飽和状態

温水洗浄便座は 2010 年以前にロシアに登場した。過去 10 年間で（ライフサイクルの観点から）市場はまだ全域での形成期を終えておらず、急成長期に入っていない。ロシアにおける温水洗浄便座市場の展開期から急成長期への移行を大きく妨げたのが、2014 年～2015 年の出来事である。とりわけビジネス部門（B2B）において市場は見込み企業顧客の収益性が低下、その上、実質所得が継続的に減少する問題に消費者（B2C セクター）が直面した。

地理的に見ると、特に発展した大都市圏（モスクワ、サンクトペテルブルグ）では個人および企業の間で洗浄便座の消費者層が既に形成されている。これは、これら都市の成長速度が速いこと、当該市街地で配送を行なっているオンラインストアでも小売店でも販売されていることが要因となっている。また洗浄便座は極東の主要都市で普及率が高く、これは当該地域が生産国から近いことで説明される。しかし、その他の地域では、高い価格セグメントの温水洗浄便座の市場参入度が非常に低い。このように、最初の都市圏グループでは洗浄便座市場のライフサイクル段階を「成長」と評価できるのに対して、その他の地域では「展開」の段階からまだ脱していない。

企業需要の観点では、こうした新技術製品の存在が一定の「ステータス」となる大企業が大きな関心を示しうる。このような企業はシステム全体の導入および総合的な屋内設備を発注する可能性がある。しかし、ロシアでこのような支出をする用意がある企業はまだ少ない。現在、輸入機器を用いて実施されるプロジェクト効率の指標が低下している。ルーブル切り下げが及ぼす悪影響の事例として、TOTO ブランドの商品を販売するオンラインストアのデータをあげることができる。<https://totorus.ru> のデータによると、2021 年から 10～15% の再値上げが予定されている。

とはいえ、現在でも、大口顧客を対象とした事業、また消費者側からのスポット需要への対応が、最も有望な戦略となっている。飽和はしていないが、躍進もまだ起きてはいないという市場環境にある。

5.2. ロシアにおける主な消費者動向

ロシアにおける温水洗浄便座の主な消費者動向として、以下があげられる。

- B2B および B2C の両セグメントにおけるターゲットオーディエンスの拡大：第一に、新しい需要が喚起され、デザイン志向のルームタイプ購入へと誘導される例の増加、第二に、製品の革新性、健康問題、住宅インテリアにおけるデザイナーズソリューションの人気上昇により、当該製品に対する個人の関心の高まりがある。
- 製品の品質、またその外見について、消費者側からの要求が拡大しており、消費者が製品に対する要求を可能な限り満足させようとするが増えている。
- 世界的傾向として、技術が発展し、全ての消費者カテゴリーで高機能機器の人气が上昇していることが衛生器具および関連製品の市場にも影響を与えている。温水洗浄便座に対する潜在顧客の認知度が上がり、当該商品に対する需要が増える要因の1つとなっている
- 洗浄便座が複雑な装置であるにもかかわらず、消費者はメーカーおよび価格カテゴリーの種類が豊富なオンラインストアで当該商品を購入することを好む傾向がある。
- 2014年～2016年の経済危機の余波（実質所得および企業の事業収益性の低下）で、消費者（個人および法人）は2017～2019年にかけて必需品以外の製品の購入を控えざるを得なかった。また2020年に始まり、更に1～2年続くと専門家が予想しているコロナ禍も、洗浄便座市場が含まれる輸入部門にとって新たな障害となっている。

5.3. 消費部門別に見た市場構成

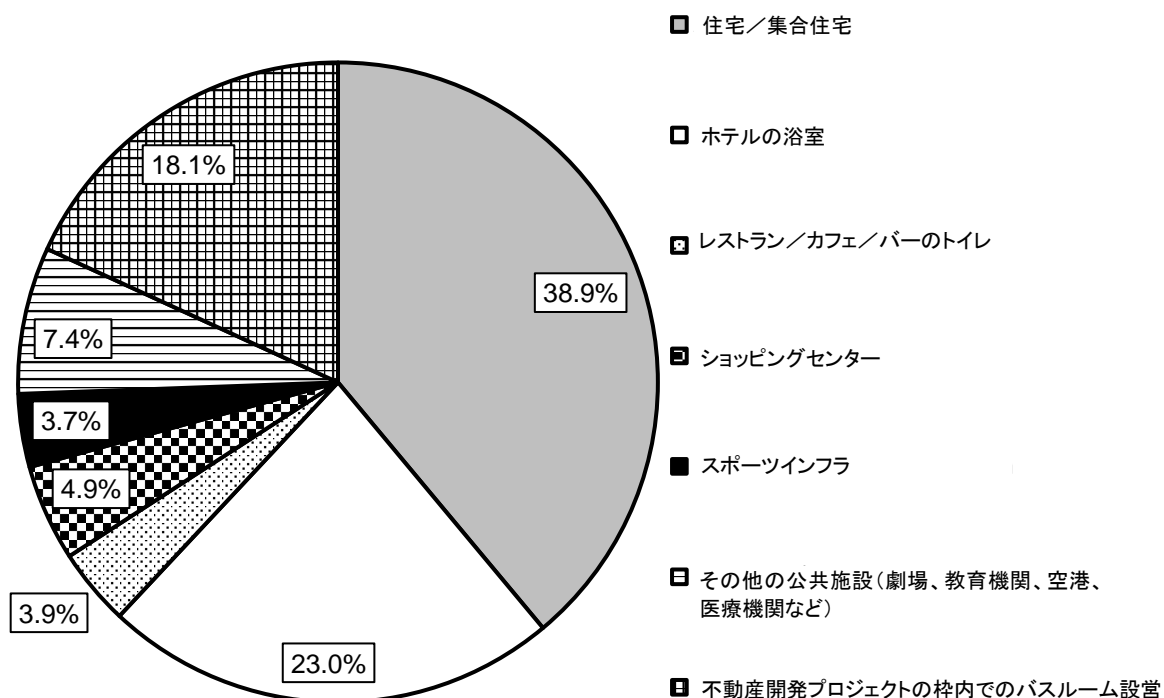
企業（法人）向け洗浄便座の納入契約に基づく取引が企業秘密であること、また個人消費者への販売量を国家統計機関が記録していない。このため、以下の分析は公開情報に基づいて整理したものである。

当会が調べた限りでは、アッパーミドルおよびプレミアム価格カテゴリーの洗浄便座の3分の1以上（約39%）が、個人が自宅で使用するために購入されたものである。

残りは様々な組織で使用されており、高い価格セグメントの洗浄便座の23.0%がホテル、3.9%がレストラン、バー、飲食店、4.9%がショッピングセンター、3.7%がスポーツ施設、約7.4%がその他の公共施設、約18.1%がその他開発プロジェクトで使用されている。

newtoto.ru のデータによると、TOTO 洗浄便座である Washlet および自動便器 Neorest は、「デラックス」クラス（5つ星以上）の大手国際ホテルチェーンで最大の人気を誇っている。世界各国からの来客にとって衛生と清潔さの感覚はもはや当たり前となっていると言えよう。

グラフ 22 消費部門別に見たアッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の市場構成(%)



出所：GIDMARKET、当会アンケート調査

5.4. 大口顧客

大部分のケースにおいて、メーカーおよび販売代理店の（実施プロジェクトに関する）参照リストには、納入品のラインナップだけでなく、出荷品目の名称も記されておらず、このことが企業顧客の消費者選好分析を非常に難しくしている。

また、分析を非常に難しくしている別の要因として、ロシア市場では洗浄便座がまだ標準的な商品となっておらず、こうした製品を取得するのに企業が入札情報を公示しないことがあげられる。洗浄便座の輸入は販売代理店によって行われ、大口顧客が直接行うのではない。

一部の販売代理店は実施済みプロジェクトに関するデータを全く公開していないか、もしくは共通のフレーズで一部言及するに留めており、例えば Maxlevel 社は「当社の実施済みプロジェクトの中には、ロシアおよび欧州におけるホテルおよび集合住宅、オフィスビルおよびレストラン、個人住宅、マンションおよびアパートがある」という情報しか開示していない。

表 19 大口企業顧客 (*参考までロシア以外の主な案件含む)

ブランド	企業顧客	納入品	部門	所在地
TOTO	Lotte Hotel Moscow	データなし	ホテル	ロシア(モスクワ)
	Intercontinental Moscow Tverskaya	TOTO セット NC シリーズ: NC タンクレス便器+ソフト閉止機能付き NC 便座、NC タンクレスビデ、カウンター据置洗面器 NC シリーズ	ホテル	ロシア(モスクワ)
	Fairmont Baku Flame towers	タンク付き床上便器 NC およびビデ NC シリーズ	ホテル	アゼルバイジャン(バクー)
	Metropol development	データなし	ロシアの国際投資産業グループ	ロシア(モスクワ)
	Four Seasons (Hotels and Resorts)	データなし	ホテル	ロシア(モスクワ)
	Hyatt	便器 TOTO NC シリーズおよび洗浄便座 Washlet GL	ホテル	ロシア(モスクワ)
	ガспロム	データなし	ロシア国営エネルギー企業	ロシア(モスクワ)
	積水ハウス	データなし	大手住宅メーカー	日本
	三井物産	データなし	大手総合商社	日本
	レストラン Marukame	床上便器 TOTO Neorest AH	レストラン	ロシア(モスクワ)
	The Peninsula Tokyo	床上便器 TOTO Neorest AH	ホテル	日本(東京)
	The Ritz-Carlton Kyoto	床上便器 TOTO Neorest AH	ホテル	日本(京都)
	国営エルミタージュ美術館オフィシャルホテル	タンクレス便器セット TOTO MH シリーズおよび洗浄便座 Washlet GL (Washlet EK 2.0 および Washlet GL 2.0 セットの旧モデル)	ホテル	ロシア(サンクトペテルブルグ)
	7132 Hotel	タンクレス便器 TOTO Neorest AC 2.0、タンクレス便器 TOTO Neorest EW 2.0	ホテル	スイス
	Le Meurice	タンクレス便器 TOTO Washlet SG 2.0、洗浄便座 TOTO Washlet 4732 + タンクレス便器 MH、洗浄便座 TOTO Washlet 4732 + タンクレス便器 NC、タンクレス便器 TOTO Washlet SG 2.0	ホテル	フランス(パリ)
	London Marriott Hotel Park Lane	タンクレス便器 TOTO NC シリーズおよび洗浄便座 Washlet EK	ホテル	イギリス(ロンドン)
	Rosewood Hotel	タンクレス便器 TOTO Neorest AC 2.0、タンクレス便器 TOTO Neorest EW 2.0	ホテル	イギリス(ロンドン)
	Sans Souci Wien	洗浄便座 Washlet GL とタンクレス便器 MH	ホテル	オーストリア(ウィーン)
	Generationen Kult Haus	便器 TOTO NC シリーズおよび洗浄便座 Washlet EK	オフィス併設集合住宅	ドイツ
	Park Hyatt Paris Vendome	便器 TOTO Neorest LE シリーズ	ホテル	フランス(パリ)

ブランド	企業顧客	納入品	部門	所在地
	Park Hyatt Zurich	便器 TOTO Neorest LE および SE シリーズ	ホテル	スイス
	レストラン L'Agape	便器 TOTO Neorest LE、洗面器 TOTO Luna	レストラン	フランス(パリ)
	コンセプトチュアル ショップ Colette	データなし	ブティック	フランス
	Schloss Elmau Luxury Spa & Cultural Hideaway	洗浄便座 Washlet および便器 Neorest TOTO	ホテル	ドイツ
Duravit	集合住宅 «Barkli Park»	衛生陶器 DURAVIT	集合住宅	ロシア(モスクワ)
	ビジネスセンター «Alkon»	衛生陶器 DURAVIT	ビジネスセンター	ロシア(モスクワ)
	映画館 Cinema Star Prince Plaza	衛生陶器 DURAVIT	映画館	ロシア(モスクワ)
	ショッピングモールチェーン«RIO»	衛生陶器 DURAVIT	ショッピングセンター	ロシア(モスクワ、タンボフ、カルーガ、ロストフ・ナ・ドヌー)
	鉄道車庫「サブサン」	衛生器具 DURAVIT	鉄道車庫	ロシア(サンクトペテルブルグ)
	ビジネスセンター «Lotos»	陶器 DURAVIT	ビジネスセンター	ロシア(モスクワ)
	Mercury City Tower	陶器 DURAVIT	ビジネスセンター	ロシア(モスクワ)
	ドモジエドヴォ空港、トランスアエロ	衛生陶器 DURAVIT	空港	ロシア(モスクワ州)
	オフィスビル BOSCH	衛生陶器 DURAVIT	オフィスビル	ロシア(モスクワ)
	ショッピングモール「カルーガ XXI 世紀」	衛生陶器 DURAVIT	ショッピングモール	ロシア(カルーガ)
	シレメチエボ空港、ターミナル D	セラミック DURAVIT	空港	ロシア(モスクワ州)

出所: rutoto.ru, newtoto.ru, hogart.ru

参考までに、公開情報を基に TOTO および DURAVIT ブランドの衛生器具設置案件を整理した。ロシアの施設に注意を向けると、顧客にホテル、大手ホールディングス、レストラン、ビジネスセンター、ショッピングセンター、空港が含まれていることが分かる。しかし、繰り返すが、設置される製品のラインナップに関するデータが大部分のケースで欠落しているため詳細は分からないところが多い。

5.5. ターゲットユーザーの特徴

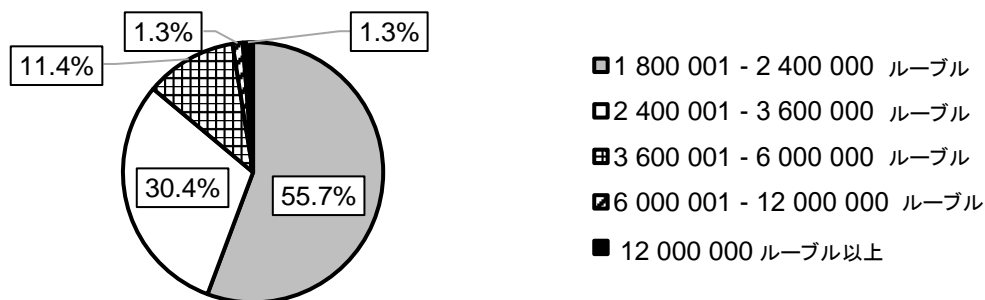
アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座のターゲットユーザーの特徴を、個人および法人代表者へのアンケート調査結果に基づき作成した（アンケート結果それ自体は本稿後半にまとめた）。

ターゲットユーザーの特徴 - 個人

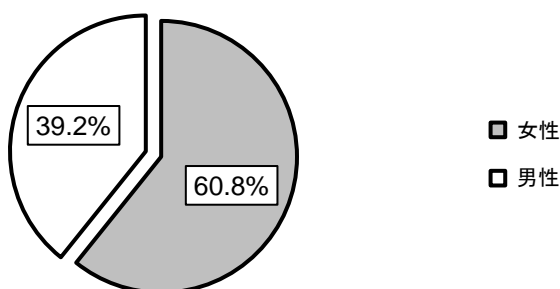
アンケート回答者 400 名のうち僅か 79 名（または 19.8%）が、10 万ルーブル以上するプレミアムセグメントの洗浄便座を購入する用意があるとしている。回答者のデータを以下に記す。

グラフ 23 アッパーミドル・プレミアム価格に該当する温水洗浄便座のターゲットユーザーのパラメータ別特徴(%)

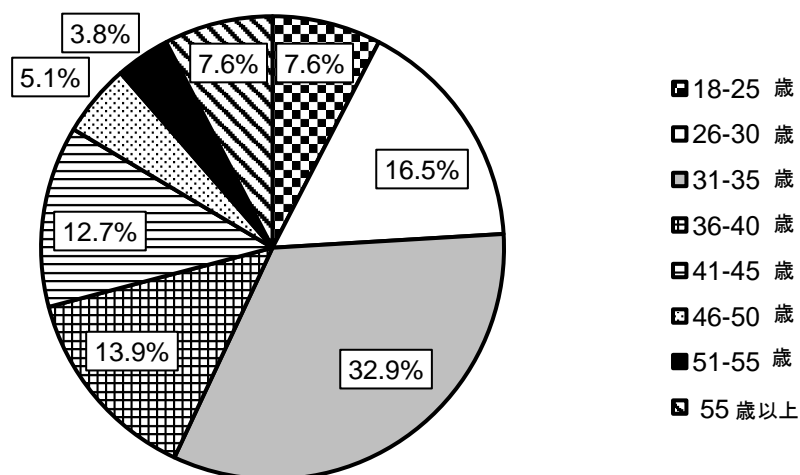
A. 世帯年収



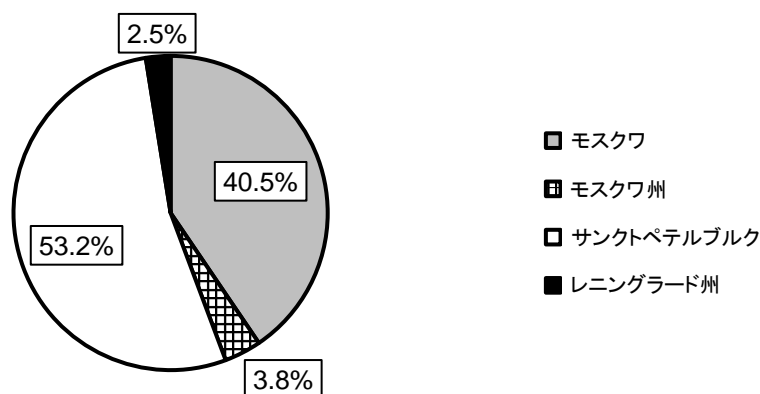
B. 性別



C. 年齢



D. 居住地域



出所: 個人 79 名のアンケート回答

ここでは 1 台 10 万ルーブル以上の洗浄便座を購入する用意のある消費者の構成と、回答者 400 名全体の構成を比較した結果を伝える形が分かりやすいだろう。

居住地域 全体（回答者 400 名）ではモスクワ+モスクワ州とサンクトペテルブルグおよびレニングラード州の間で比率が 50%・50%に分かれた。プレミアムセグメントの製品を購入する用意のある消費者に関して言えば、サンクトペテルブルグおよび近隣の州が 55.7%で、モスクワおよびモスクワ州の 44.3%より多かった。

年齢 全回答者 400 名の年齢構成を比較すると、31 歳～35 歳および 55 歳以上の消費者ではプレミアムセグメントの洗浄便座の購入を望む傾向が強く、36 歳～40 歳および 46 歳～50 歳までの消費者では高価な洗浄便座をあまり購入する気のないことがわかる。

性別 全回答者 400 名の構成とプレミアム製品を購入する用意ある回答者の構成には、殆ど差異がない。

世帯年収 収入から比較すると、年収 180 万～240 万ルーブルの消費者ではプレミアム洗浄便座を購入する意欲があまりない。一方で当該品に対して高い関心を示したのは、世帯年収 240 万～360 万ルーブルのカテゴリーである。興味深いことに、より高収入の回答者でプレミアム洗浄便座に対する大きな関心は認められなかった。年収 360 万～600 万ルーブルの回答者 44 名のうち当該品を購入する用意があるのは僅か 9 名、年収 600 万～1200 万ルーブルの回答者 4 名のうち当該品を購入する用意があるのは僅か 1 名、年収 1200 万ルーブル以上の回答者 11 名のうち当該品を購入する用意があるのも同じく僅か 1 名だった。

ターゲットユーザーの特徴 - 企業(法人)

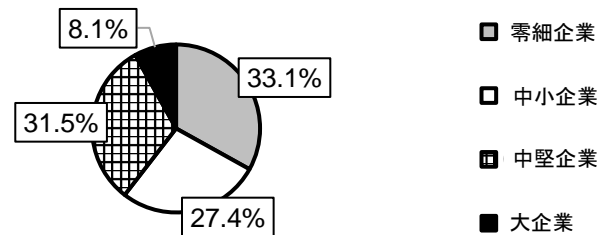
回答者 400 社のうち僅か 124 社（または 31%）が、10 万ルーブル以上のプレミアム価格帯にある洗浄便座を購入する用意があるとしている。

グラフ 24 アッパーミドル・プレミアム価格帯の温水洗浄便座のターゲットユーザー(法人)のパラメータ別特徴(%)

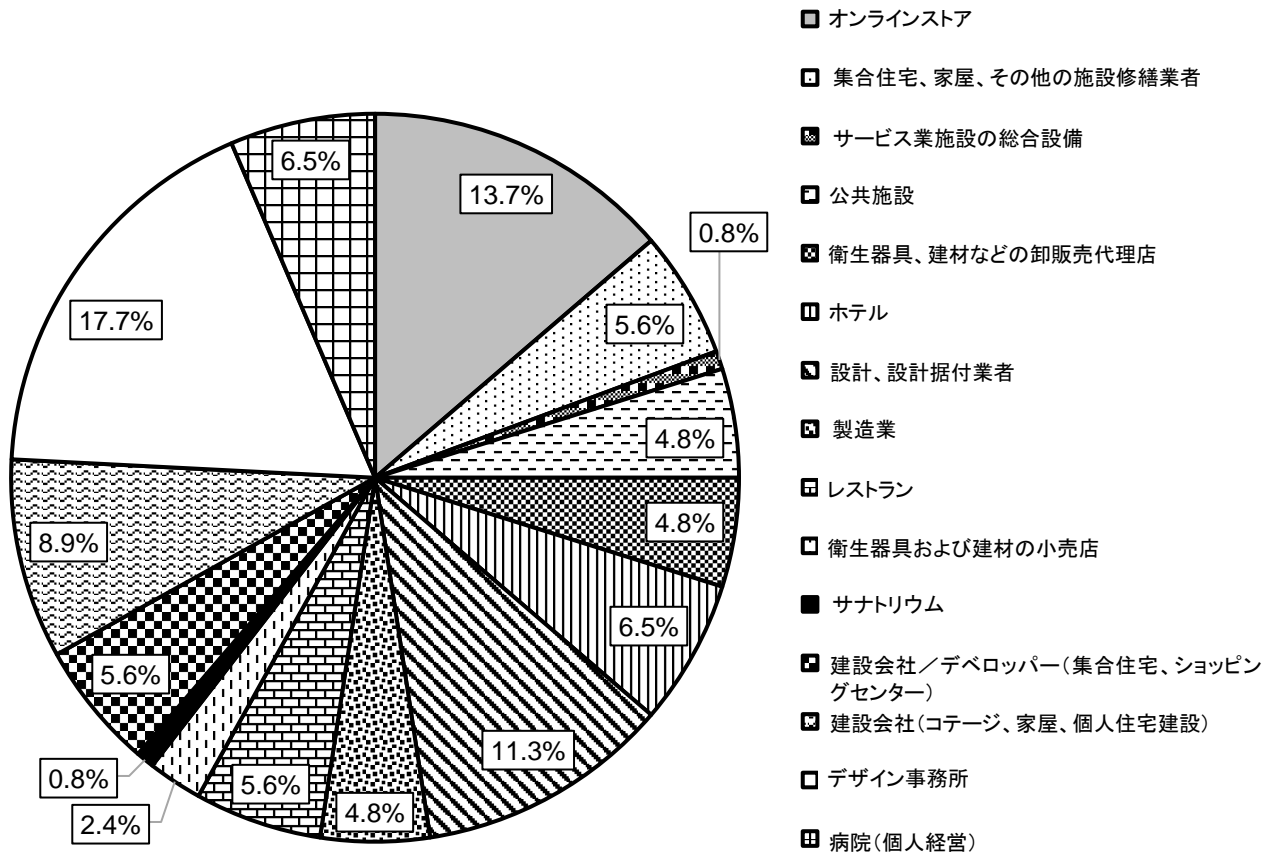
A. 地域



B. 事業規模



C. 業種



出所:124社のアンケート回答

1台10万ルーブル以上の洗浄便座を購入する用意のある企業の構成と、全回答者である400社の構成を比較した結果を伝えるのが分かりやすいだろう。

活動地域 全体との比較において、1台10万ルーブル以上の洗浄便座を購入する用意のある企業に限った場合、主要ターゲットオーディエンスであるモスクワの比率が増加し（7.6%増）、この一方でモスクワ州（4.3%減）およびサンクトペテルブルグ（3.9%減）の比率は減少した。

事業規模 全回答者400社の事業規模を比較すると、零細企業および中堅企業にプレミアムセグメントの洗浄便座の購入を望む傾向が強く、この一方で中小企業では高価な洗浄便座をあまり購入する意欲のないことがわかる。

業種 プレミアム洗浄便座の購入を望む傾向が強いのは、オンラインストア、ホテル、設計・設計据付業者、建設会社（コテージ、家屋、個人住宅建設）、デザイン事務所といった業種である。プレミアム洗浄便座を購入する意欲があまりないのは、集合住宅、家屋、その他の施設を修理する業者、公共施設、衛生器具および建材小売店、建設会社/デベロッパー（集合住宅、ショッピングセンターなど）、不動産関連企業といった業種である。

5.6. 調達入札実施結果の分析

当会が調査した限り、ロシアにおいては温水洗浄便座の調達入札が殆ど実施されていない（極めて稀にしか入札対象にならない）。2011年以降では、2011年に1件、2012年に1件、2017年に1件の、計3件の入札情報が見つかった。

表 20 温水洗浄便座調達入札リスト

契約締結日	契約総額 (ルーブル)	洗浄便座の 合計額(ルーブル)	台数	価格 (ルーブル/台)	納入業者	製品名	発注者
2017年 12/11	192,000	23,259	1	23,259	LLC Laborantmed	温水洗浄便座	コミ共和国 公営 Maksakovka
2012年 9/3	154,000	154,000	8	19,250	LLC EI Skan	便器用洗浄便座 Geberit AquaClean 4000	公営予防治療機関第2診療所
2011年 11/11	496,000	35,000	1	35,000	個人事業主 Rogaryov Aleksei Yurjevich	温水洗浄便座	太平洋国立医科大学(国立)

出所: 調達分野統一情報システム、Rostender、BiCo-tender

これらの入札では全てのケースにおいて連邦機関および公営機関が発注者であり、民間企業は温水洗浄便座の調達入札を実施しなかった。これら3件の入札のうち2件では僅か1台の洗浄便座しか調達されておらず、その価格はそれぞれ2万3300ルーブルおよび3万5000ルーブルであった。なお、これらのケースでは、洗浄便座はセットで入札対象となった品目の一つにすぎず、各種衛生器具、管などの製品と一っしょに調達された。3例目（2012年）では、1台あたりの価格が1万9,300ルーブルの洗浄便座8台が同時に購入された（この調達では洗浄便座のみが対象とされた）。

6. 危機下における当該分野の実態分析

本項の分析については、本報告書第一章「2017～2019年ロシアのタンクレストイレ市場分析および2024年までの市場予測」の75ページからの部分と同内容となる。第一章の該当ページを参照されたい。

7. 予測と結論

7.1. 市場に存在する障壁

温水洗浄便座市場の今後を展望する上での、主な障壁および問題は以下のとおりとなる。

- X世代（1967年から1984年に生まれた人々）の影響。これらの人々は経済的および政治的な変化への適応力が高い。しかし、テクノロジーの世界における変化についても同じことが言えるとは限らない。この世代はインターネットの登場とこれに続くSEOプロモーションまたはコンテンツ連動型広告によるサービス形態でのマーケティング転換を簡単には受容できなかった。また、テクノロジーに関して保守的な見方を維持している。
- 洗浄便座は全てのカテゴリーの消費者にとって必需品ではない。
- 実質所得が国民全体で継続して減少
- コロナ禍発生後に導入された検疫措置により、また多くの商品およびサービス需要の低下とこれに伴う関連企業の売上低下により、企業（法人顧客）の収益性が低下。
- 2020年に輸入品が激しく値上がりし、値下がりする見込みがない。温水洗浄便座市場には輸入品しか存在しないため、影響は大きい。
- 消費者の買い控えにより繰延需要が拡大
- 2020年の不動産投資が投資目的にあり、住居更新に伴う消費は期待できない。

7.2. 市場成長の原動力

温水洗浄便座市場が拡大する上での主な原動力として、以下があげられる。

- 企業および日常生活で新しいテクノロジーを好む世界的嗜好
- Y世代（1984年～2000年に生まれたミレニアル世代）の影響。このカテゴリーの人々は、ペレストロイカ、戦争、エピデミックという非常に困難な時期に育った。しかし、情報技術におけるグローバルな進歩という肯定的な変化から多くを享受した。Y世代は、スマートフォンを使い、片手の指1本でメッセージを入力した最初の人々であることから「親指世代」とも呼ばれたことがある。ミレニアル世代に顕著な特徴の1つに、インターネットサイトから情報を入手することへの依存性があげられる。この世代は時代遅れの学習方法に関心がない。過去には教師からしか得られなかった情報が、いまでは自由にアクセスできるインターネットに存在する。これは望ましいことだが、その一方で、

ミレニアル世代はインターネットリソースから得られる情報について、その正しさを確かめず信じすぎる傾向がある。このように、この世代は変化に対し肯定的に反応し、新しいものを恐れない。流行のガジェットにも詳しい。この世代は成長市場における主要なターゲットオーディエンスである。

7.3. 2024 年までの市場展開予測

ロシアにおける温水洗浄便座市場は、第一にまだ形成途上にあり、第二に市場規模の分析期間が予測対象となる期間よりも短く、第三にまだ市場規模が主に幾つかの大都市での消費によってのみ決まるため、推計に統計的手法を用いることができない。本調査では市場展開予測を立てるため、成長初期で形成途上にある市場向けに GIDMARAKET が開発した分析手法を援用することとした。

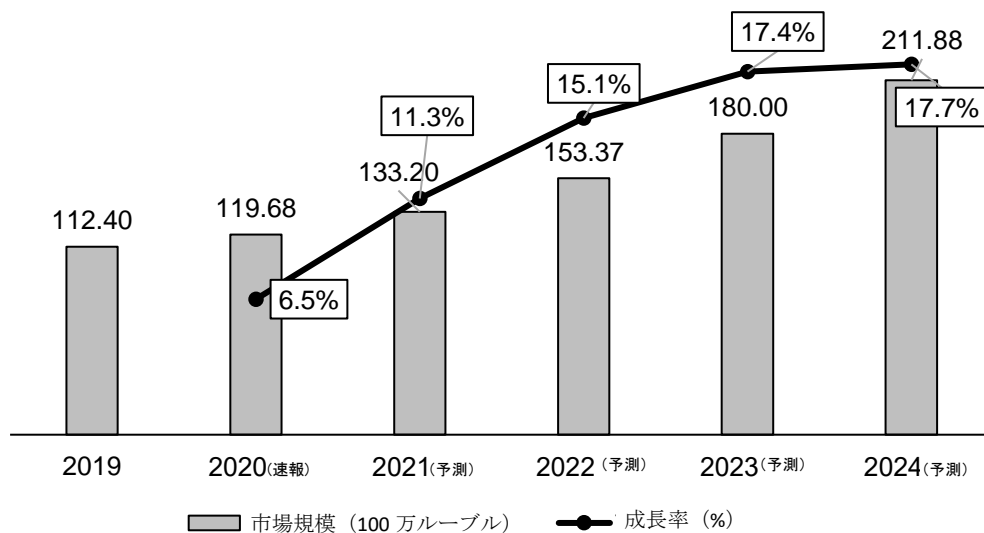
表 21 温水洗浄便座の市場展開に影響を及ぼす諸要因の評価(％、2020～2024 年)

市場展開の原動力／要因	特徴	重要性係数	1つの要因のみが市場に影響を与える場合の要因の影響評価、増加率(%)					要因が市場展開に与える影響の総合評価、増加率(%)				
			2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
ロシアでの経済状況の安定化、実質国民所得の動向	ロシア政府の予測によれば、2021～2022年に経済が回復、2023～2024年に安定することのこと。	0.184	-10	20	30	40	40	-1.8	3.7	5.5	7.4	7.4
住宅建設の拡大	2020年の住宅竣工量は8000万m ² で不振だったが、2024年までに1億または1億2000万m ² まで徐々に増加	0.046	0	10	15	20	20	0.0	0.5	0.7	0.9	0.9
「繰延需要」の具体化	2015年～2016年および2020年のコロナ危機によって停止／延期されていた案件の実施、また個人が先延ばしにしていた需要の具体化	0.092	20	15	20	15	15	1.8	1.4	1.8	1.4	1.4
成功した設計プロジェクト実施経験の蓄積、消費者による経験の蓄積	情報交換、連携の推進、肯定的な反応	0.053	5	10	20	20	25	0.3	0.5	1.1	1.1	1.3
価格動向	インフレ率、またドルおよびユーロの為替相場の動向により、価格が毎年上昇すると予想	0.273	20	10	5	5	5	5.5	2.7	1.4	1.4	1.4
市場が展開期から成長期へ移行	ロシア国内の消費分布がまだ均一でないことから、新しいロケーションが市場規模の伸び率に影響を与える	0.061	5	10	15	15	20	0.3	0.6	0.9	0.9	1.2

市場展開の原動力／要因	特徴	重要性係数	1つの要因のみが市場に影響を与える場合の要因の影響評価、増加率(%)					要因が市場展開に与える影響の総合評価、増加率(%)				
			2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
温水洗浄便座市場の概念形成	現時点で、大都市圏以外では商品の知名度が低い	0.168	10	15	15	15	10	1.7	2.5	2.5	2.5	1.7
企業の資力	必需品でない製品を購入するには企業の自己資金が不足している	0.123	-10	-5	10	15	20	-1.2	-0.6	1.2	1.8	2.5
各年市場規模の予想成長率（前年度比%）								6.5	11.3	15.1	17.4	17.7

出所：GIDMARAKET、当会調査

グラフ 25 ロシアにおける温水洗浄便座市場規模の予測(100万ルーブル、2020～2024年)



出所：GIDMARAKET、当会推計

以上から、2024年の市場規模は2億1000万ルーブルを超える可能性がある。2022年～2024年にロシアで新たな経済危機が起こらないと仮定すれば、市場は予測期間の終わりまでに成長期へと完全移行する可能性がある。これには、現状の市場が非常に小さいという「土台の低さ」が影響している。

7.4. 市場参入に関する提言

この市場への参入に係る魅力度を理解するため諸要因を整理、分析した。

表 22 温水洗浄便座市場における投資魅力の要因評価

要因群	要因名	特徴	影響のベクトル	影響力評価 (評価点)	重要性 係数	総合評価
販売ポテンシャルから見た市場魅力	市場規模 (10億ルーブル)	当会調査によると、2019年の市場規模は1億1240万ルーブルだった。これはロシア経済においては小さな市場である	-	3.50	0.03	-0.10
	市場成長率 (%)	2019年には金額ベースで市場規模が2018年度比で13.8%縮小した。	-	4.67	0.03	-0.16
	部門収益率 (%)	総じて平均的	+	3.10	0.04	0.12
	市場成熟度	洗浄便座市場は、展開期～成長初期段階にある	+	4.32	0.27	1.16
	市場環境の変化速度	市場環境の変化速度は中程度	+	3.34	0.01	0.04
需要から見た市場ポテンシャル	ターゲットオーディエンスの規模	ロシアのほぼ全ての成人、また自社スペースおよび洗面所を有するほぼ全ての企業が、潜在顧客である	+	4.23	0.07	0.28
	使用頻度	使用頻度は高くない。温水洗浄便座は、通常、修繕工事に際して、または既存品との交換の際に購入される	-	3.76	0.02	-0.06
	潜在需要	潜在顧客への認知度の向上に伴い、市場拡大の可能性	+	3.78	0.13	0.51
	消費者の所得水準	現在の困難な経済状況下において潜在顧客の所得水準は大きく下落	-	4.76	0.05	-0.25
	需要弾力性	2014年～2016年および2020年の危機の影響から得られた結論として。値上がりすると消費者は値段の安い同様な物を選ぶか、または可能であれば購入を諦める(または購入を無期限に延期)	-	4.12	0.03	-0.11
部門の競争環境と障壁	代替品の存在	ビデ機能搭載便器およびビデそのものが競合品となるが、既に便器を持っている消費者にとって洗浄便座は興味深い	+	3.98	0.02	0.07
	プレーヤー数	2019年にロシア向けに出荷された洗浄便座のメーカーは僅か10社である	+	4.78	0.09	0.43
	ラインナップの多様性	新しい設計ソリューション、新しい性質の追加、新素材の使用により差別化が可能。また特定の消費者に向けたニッチな製品を出す手法もあり得る	-	3.23	0.01	-0.05
	有名ブランドの存在	存在する。市場に与えるブランドの影響力は中以上である。	-	3.78	0.04	-0.17

要因群	要因名	特徴	影響のベクトル	影響力評価 (評価点)	重要性 係数	総合評価
	国の規制	国による規制はほとんどない	+	3.64	0.01	0.04
部門における 事業のトレンドと展望	オーディエンス数	ロシアの人口増加はほぼ横ばい	-	4.32	0.02	-0.08
	技術の変化	技術的变化の速度は上がっている	-	2.56	0.02	-0.05
	マクロ環境要因	マクロ要因の影響は中程度にマイナス	-	2.95	0.02	-0.06
	新規プレイヤーが参入する可能性	新規プレイヤーが参入する可能性は高くなく、市場の主要プレイヤーが特定	+	4.85	0.02	0.11
製品の競争力	製品の品質	品質は価格セグメント次第だが、外国企業は評判を維持している	+	2.84	0.02	0.07
	ブランド力	ブランドは選択時に徐々に影響する	+	3.37	0.01	0.05
	製品のプロモーション	製品のプロモーションルートは多様	+	2.43	0.01	0.03
	製品の配分	販売ルートは独占されていないが、国内の製品分布は均一でない	-	3.95	0.01	-0.05
合計						1.76

出所:GIDMARKET

特に重要な肯定的要因は、市場成熟度：洗浄便座市場は展開期～成長初期にある（1.16点）。潜在需要：潜在顧客への認知度の向上に伴い、市場拡大する（0.51点）。プレイヤー数：2019年にロシア向けに出荷された洗浄便座のメーカーは僅か10社である（0.43点）。

特に重要な否定的要因は、市場成長率：2019年には金額ベースでの市場規模が2018年度比で13.8%縮小した（マイナス0.16点）。消費者の所得水準：現在の困難な経済状況下において潜在顧客の所得水準は大きく下落している（マイナス0.25点）。有名ブランドの存在：市場に与えるブランドの影響力は中以上である（マイナス0.17点）。

以上から、温水洗浄便座市場の投資魅力の要因を総合評価すると1.76点となるが、この数値は投資環境が良好であることを示している。温水洗浄便座市場の投資環境の肯定的要因は、否定的要因を上回っていると言える。つまり、将来性およびポテンシャルが、既存事業者の発展や新規事業者の参入を抑制する可能性を上回っていることを意味する。

ロシアの温水洗浄便座市場に参入予定の企業は、以下の点に注意を払うべきであろう。

- 進出口ケーションを入念に判断する。特に魅力的なのは、人口密度が高く、所得水準がロシアの平均値を上回っている地域および都市である。

- 市場参入の時期としては比較的時宜にかなっている。これは市場が展開期にあり、長期的展望（5年以上）においてもまだ成長が見込まれるためである。
- 市場参入する場合に価格戦略は柔軟でなければならず、価格は商品の品質および機能に見合ったものでなければならない。
- 潜在需要は遅かれ早かれ顕在化し始める。ロシア政府機関のポジティブな予測をベースとするなら、こうした商品の存在に関するオーディエンスの認知度が上がるのに伴い、販売も拡大することだろう。
- 需要に価格弾力性があることから、参入企業は、さまざまな階層へのアプローチを意識して、多様な価格バリエーションを顧客に供給する必要がある。このとき、消費者、デザイン会社などを対象とした各種ロイヤルティプログラムや特別価格キャンペーンも提供できるとなお望ましい。
- 温水洗浄便座を購入した後の流れ、つまり工事の必要性や取り付けの方法を広く潜在顧客に周知する必要がある。
- 市場での存在感を高めるためブランドの知名度を向上に取組む必要がある。
- ラインナップをできるだけ差別化し、標準的な製品もニッチな製品も提供する必要がある。
- プロモーションルートおよび販売ルートが非常に多様であることから、様々な広報媒体での情報提供を心がけ、機会があれば最大限活用するよう試みるのが重要である。
- ロシア語で構成された分かりやすく便利な自社サイトや、様々な地域に有利な条件で届けることができるオンラインストアを持つことも戦略の一つである。

7.5. 調査結果要旨

ロシアでは温水洗浄便座が生産されておらず、その輸出も再輸出も行われていない。ロシアにおける温水洗浄便座の市場規模は輸入量に一致し（等しく）、市場での輸入比率が100%である。

2017～2019年のロシアにおける温水洗浄便座の市場規模推移は波のような形をしている。2018年の指標は6600台または1億3040万ルーブルだった。これは2017年の水準と比べてそれぞれ59.5%および146.4%多い。2018年に比べて2019年は実数ベースで7.5%、金額ベースで13.8%減少しているが、期間全体で見るとプラス傾向にあることがわかる。2019年の市場は2017年の水準より台数で1.5倍、ドルで2倍以上多かった。ロシアの洗浄便座市場は非常に若く、まだ飽和状態に達していない。

ただし、ロシアの温水洗浄便座市場に対するマクロ要因の影響は、中程度にマイナスであると評価できる。否定的な影響を与えているものとして、GDPの低下、2020年の工業生産指数の動態、電力や燃料の価格上昇、国民の消費力低下、人口減少、少ない住宅竣工量などがあげられる。肯定的な影響を与えているものには、金融政策、消費者選好、革新的技術および素材使用、感染症対策への取組みがある。

温水洗浄便座は生活必需品でないため、値上がりが見られる場合は、消費者が安いモデルを選ぶか、もしくは購入せずに繰延需要が発生する製品である。

温水洗浄便座については競合メーカーが非常に多いが、オフライン店舗の小売販売では競争レベルがまだそれほど高くない。これは市場での製品の品揃えが限定的で、潜在顧客に当該製品が十分に周知されていないことによる。これに対してオンラインストアでは（各ストア内でも、ストア間でも）競争レベルが高く、これは各価格帯で提供されているモデル数が多いことがその背景にある。

現在、市場は高位寡占型の状況にある。2019年時点ではTOTOが突出したトップ企業として市場の3分の2以上を占めており、順位が2位の企業であれば部分的に競争できるとしても、それ以外の企業はシェアが各々5%以下でしかなく、提供しているラインナップも乏しい。

アッパーミドルおよびプレミアム価格に該当する温水洗浄便座の最大手販売業者とは、すなわち当該製品の輸入会社である。

ロシアにおける温水洗浄便座市場の展開期から急成長期への移行を大きく妨げたのは、2014～2015年の国際政治レベルでの軋轢である。とりわけ商業部門（B2B）において市場では見込み企業顧客の収益性が低下、そして実質所得が継続的に減少する問題に消費者（B2Cセクター）は直面した。

地理的に見ると、特に発展した大都市圏（モスクワ、サンクトペテルブルグ）では個人および企業の間で洗浄便座の消費者層が既に形成されている。この背景には、これら都市の成長速度が速いこと、当該市街地で配送を行なっているオンラインストアでも、また小売店でも関連製品が販売されていることがある。なお、洗浄便座は極東連邦管区の大都市で普及率が高いが、これは当該地域が生産国から近いことで説明される。

企業需要の観点では、こうした新技術製品の存在が一定の「ステータス」となると感じる大企業が大きな関心を示しうる。このような企業が内装更新の際に発注する可能性はある。しかし、ロシアでこのような支出の用意がある企業はまだ少ない。

ロシアの施設に目を向けると、主要顧客にホテル、大手ホールディングス、レストラン、ビジネスセンター、ショッピングセンター、空港が含まれていることが分かる。

当会調査によると、温水洗浄便座市場の投資魅力の要因を総合評価すると1.76点となり、投資環境は良好である。温水洗浄便座市場の投資環境の肯定的要因は、否定的要因を凌駕している。これは当該部門においては、発展の将来性およびポテンシャルが、部門企業の発展や新規事業者の参入を抑制する問題や困難を上回っていることを意味する。

温水洗浄便座市場に参入予定の企業には、肯定的要因の影響を最大にするよう配慮し、否定的要因の影響を最小限に抑えるよう提言したい。

ロシアの公的な経済発展予測のデータ、経験蓄積速度、消費者の資力、成長期への移行などを考慮し、当会は2020年～2024年の温水洗浄便座市場の成長率を年間6.5～17.7%と予測している。以上から、2024年の市場規模は2億1000万ルーブルを超える可能性がある。

2022年～2024年にロシアで新たな経済危機が起こらない場合、市場は予測期間の終わりまでに成長期へと完全移行する可能性がある。市場規模の程々に高い予測成長率は、現在の市場規模が10～20年後に達成される可能性のある潜在需要の数分の1しかないという、いわゆる「ベースの低さ」によるところがある。
(分析は以上。以降はアンケート調査結果)

アンケート結果 アッパーミドルおよびプレミアムの価格セグメント(10万ルーブル以上)に該当する温水洗浄便座の消費者および販売代理店/供給者へのアンケート調査

1. 世帯所得が年間180万以上でかつ、過去2年間に洗面所の修理経験がある人々(アッパーミドルおよびプレミアム・セグメント(10万ルーブル以上)の温水洗浄便座の潜在顧客)への対面アンケート調査

1.1. 年間世帯所得、性別、年齢、居住地域

本項については、本報告書第一章「2017～2019年ロシアのタンクレストイレ市場分析および2024年までの市場予測」の81ページからの部分と同内容となる。第一章の該当ページを参照されたい。

1.2. ROCA、KOHLER、Vileroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche など、主要メーカーの認知度

本項については、本報告書第一章「2017～2019年ロシアのタンクレストイレ市場分析および2024年までの市場予測」の83ページからの部分と同内容となる。第一章の該当ページを参照されたい。

1.3. 当該製品を購入したことがあるか

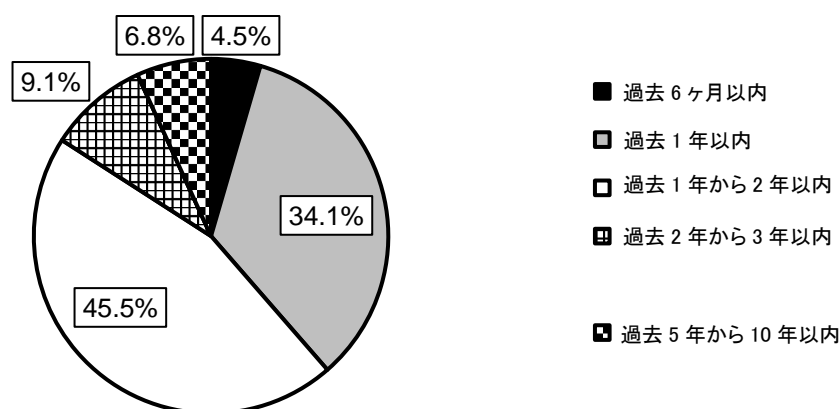
本項については、本報告書第一章「2017～2019年ロシアのタンクレストイレ市場分析および2024年までの市場予測」の85ページ部分と同内容となる。第一章の該当ページを参照されたい。

1.4. 購入経験がある人への質問

1.4.1. 購入時期、購入場所、購入価格、購入したブランド、購入した製品の台数、購入満足度(購入結果)

最初に、洗浄便座のみを所有している回答者44名のデータを示す。

グラフ 26 洗浄便座の購入時期に関する回答分布(%)

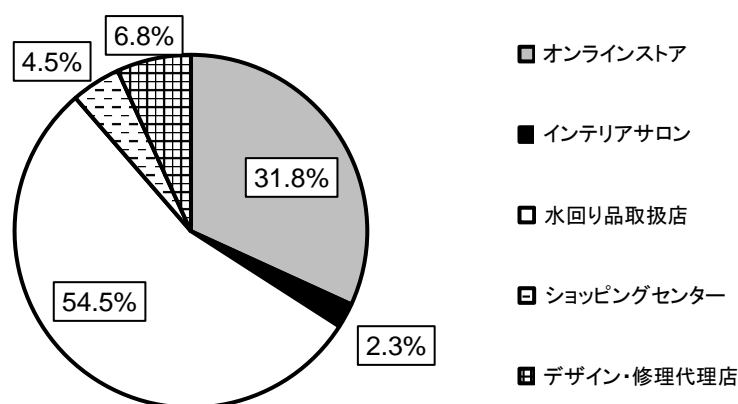


出所: ユーザー(44人)アンケート結果

消費者の50%弱(44.5%または20名)が1年から2年以内の間に洗浄便座を購入しており、更に34.1%が半年から1年以内の間に購入している。回答者44名のうち計37名(または84%)が過去2年以

内に洗浄便座を購入していた。「過去3年から5年以内」および「10年以上前」の選択肢を選んだ回答者は1人もいなかった。

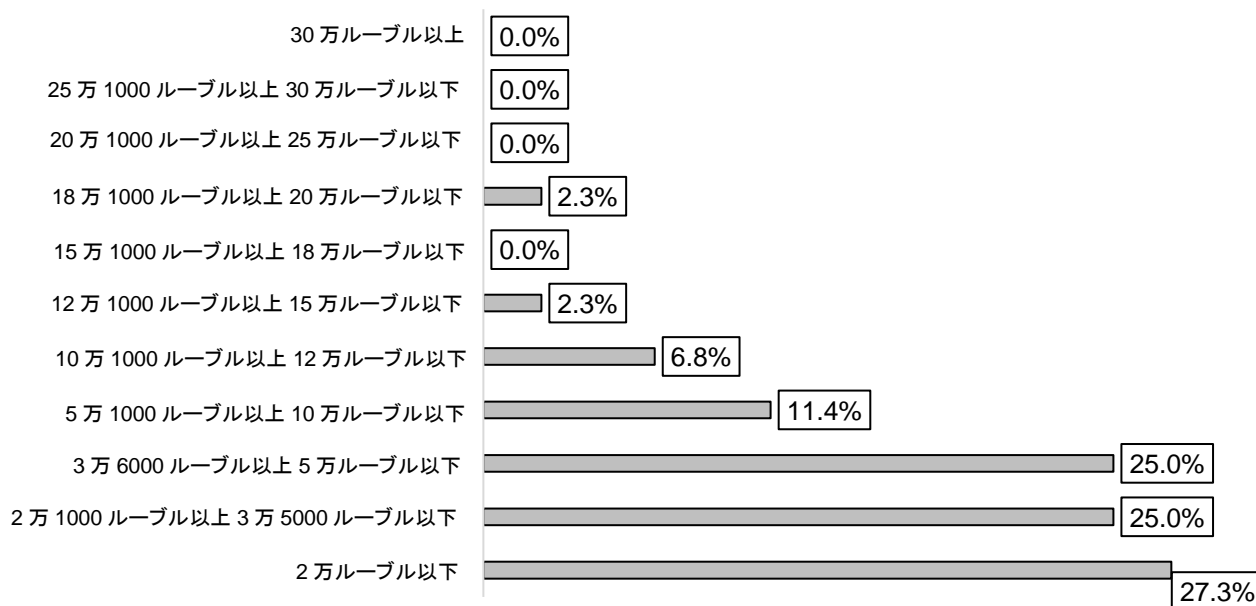
グラフ 27 洗浄便座の購入場所に関する回答分布(%)



出所: ユーザー(44人)アンケート結果

回答者の半数以上(54.5%)が洗浄便座を水回り品取扱店で購入していた。2番目に多かった回答は「オンラインストア」で、44名のうち14名(31.8%)がこのように回答した。その他の回答はかなり少数派だった。

グラフ 28 洗浄便座の購入価格に関する回答分布(%)

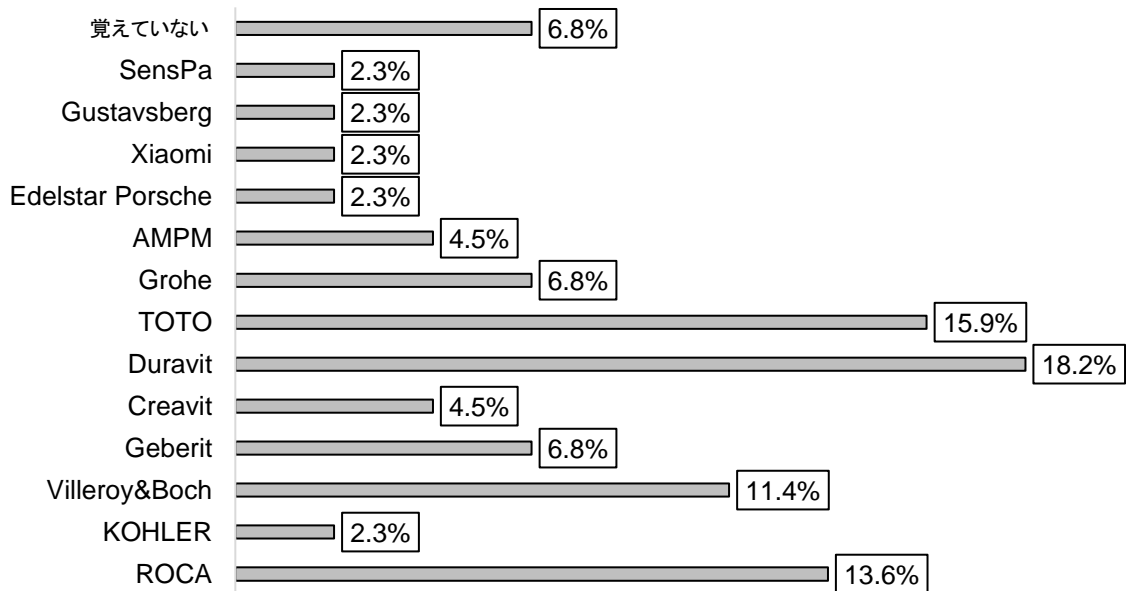


出所: ユーザー(44人)アンケート結果

最も安価な洗浄便座の3つの選択肢で回答がほぼ等分され、2万ルーブル以下、2万1,000ルーブル以上3万5,000ルーブル以下、3万6,000ルーブル以上5万ルーブル以下、の便座を購入したという回答が、それぞれ4分の1を占めた。ここから先は洗浄便座の価格が上がるのに伴い、消費者の間で人気

下がっていく。12万1,000ルーブル以上15万ルーブル以下、18万1,000ルーブル以上20万ルーブル以下の便座は、それぞれ1人しか購入していなかった。20万ルーブルを超える最も高価3つの選択肢では、誰も洗浄便座を購入していなかった。

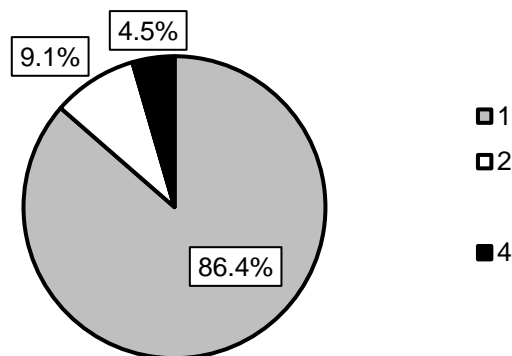
グラフ 29 購入した洗浄便座のブランドに関する回答分布(%)



出所: ユーザー(44人)アンケート結果

回答者が購入した洗浄便座のブランドで多かったのは Duravit (18.2%または44名中8名)、TOTO (15.9%または44名中7名)、ROCA (13.6%) である。

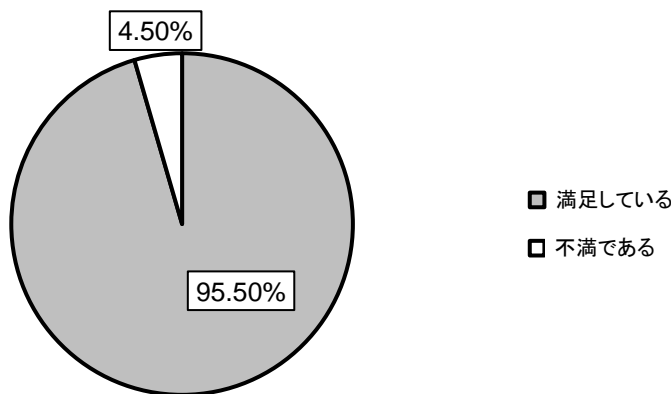
グラフ 30 購入した洗浄便座の台数に関する回答分布(%)



出所: ユーザー(44人)アンケート結果

回答者の約86%が計1台の洗浄便座を、9.1%が2台の洗浄便座を、4.5%が4台の洗浄便座を購入していた。「3台」「5台以上」と回答した回答者は1人もいなかった。

グラフ 31 洗淨便座の購入満足度に関する回答分布(%)



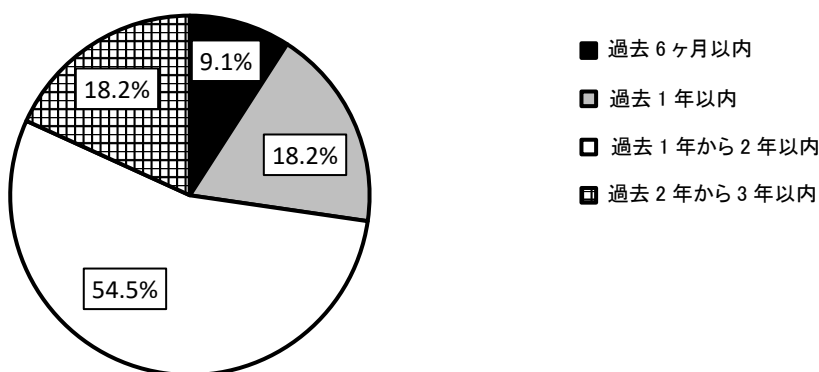
出所: ユーザー(44人)アンケート結果

44名の回答者のうち2名(4.5%)だけが購入に満足しておらず、残りの42名は満足していた。

洗淨便座およびタンクレス便器の両方を購入した回答者31名のデータ(このうちセットで購入したものの20名)については、本報告書第一章「2017~2019年ロシアのタンクレストイレ市場分析および2024年までの市場予測」の89~92ページにて説明した。第一章の該当ページを参照されたい。

次にタンクレス便器と洗淨便座の両方を所有しているが、これらを別々に購入したと答えた11名の回答を分析する(洗淨便座に関する回答の分析)。

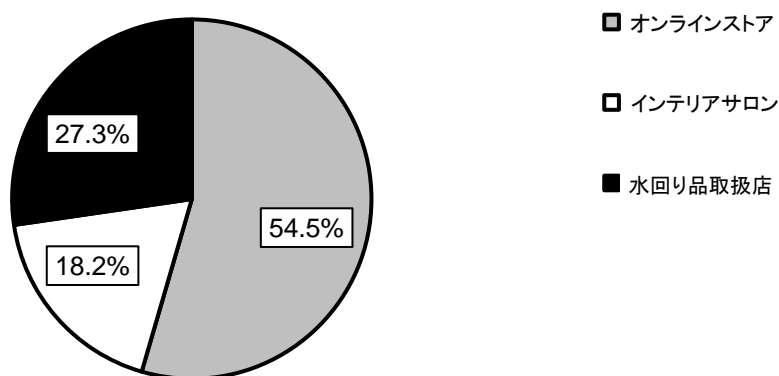
グラフ 32 タンクレス便器に取り付けるべく、洗淨便座を購入した時期(セットではなく別々での購入)(%)



出所: ユーザー(11人)アンケート結果

回答者の半数以上がタンクレス便器用に洗淨便座(但しセットではない)を過去1年から2年以内の間に購入していた。なお、この11名全員が過去3年以内に洗淨便座を購入している。

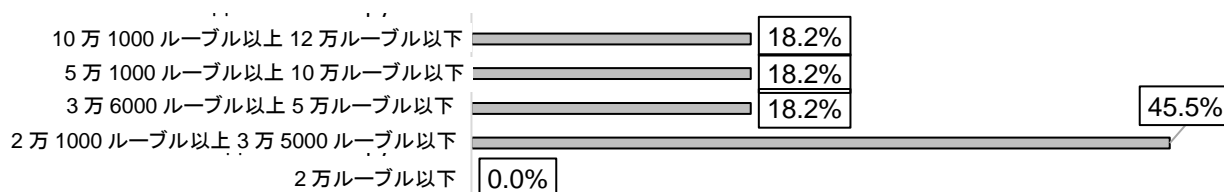
グラフ 33 タンクレス便器に取り付ける洗浄便座を購入した場所(セットではなく別々での購入)(%)



出所:ユーザー(11人)アンケート結果

回答者の半数以上がタンクレス便器用に洗浄便座（但しセットではない）をオンラインストアで購入、他には水回り品取扱店やインテリアサロンでも購入している。なお、「ショッピングセンター」「デザイン・内装修繕業者」を選んだ回答者は1人もいなかった。

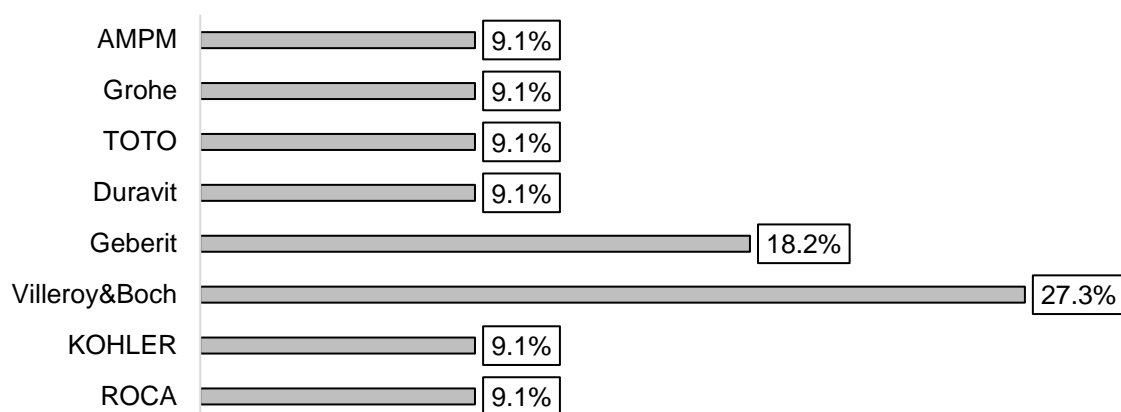
グラフ 34 タンクレス便器に取り付ける洗浄便座の購入価格(セットではなく別々での購入)(%)



出所:ユーザー(11人)アンケート結果

タンクレス便器に取り付ける洗浄便座（セット購入ではない）を2万1,000ルーブル以上3万5,000ルーブル以下の価格で購入した回答者が最も多かった。また3万6,000ルーブル以上5万ルーブル以下、5万1,000ルーブル以上10万ルーブル以下、10万1,000ルーブル以上12万ルーブル以下、で購入した回答者が同数だった。2万ルーブル以下および12万ルーブルを超える製品については回答皆無であった。

グラフ 35 タンクレス便器に取り付けるために購入された洗浄便座のブランド(セットではなく別々での購入)(%)



出所:ユーザー(11人)アンケート結果

最も多く購入されていた洗浄便座のブランドは Villeroy&Boch および Geberit である。なお、回答者 11 名のうち 10 名が各 1 台の洗浄便座を、1 名が 2 台の洗浄便座をタンクレス便器用に購入していた。全 11 名の回答者が購入に満足していた。

1.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の製品に対する要望(自由回答質問)

本アンケート調査の回答者全 400 名に、アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の洗浄便座に何を期待/要望するか、という質問に自由回答してもらった。以下データを示す。

表 23 アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の製品に対する要望

No	回答
1	6万~10万ルーブル
2	素材の品質、寿命、サイズ、使いやすさ、妥当な価格
3	子供用モード、また全価格セグメントの洗浄便座にセルフクリーニング機能があること
4	全て良い
5	耐久性
6	こうした製品を見たことがないので答えられない
7	清潔さ
8	自動で持ち上がる機能
9	こうした製品を知ったばかりで、特に期待していることはない
10	品質、便利さ、静音性
11	全てが素晴らしい、自分で自分を洗っている
12	便利さ、品質、信頼性
13	快適性
14	全てが作動すること
15	品質
16	普通
17	品質
18	操作の調整がしやすいこと
19	複数の洗浄モードがあること、手頃な価格、確かなブランド
20	便器自体はどこも問題ない。ただ設置が難しかった。

No	回答
21	笑えるプレゼントとして買った
22	便利な便座、蓋が自動で上がる、消毒機能、暖房
23	20000
24	理想的な形状、素材の滑らかさと暖かさ、均一な色
25	プラスチックの品質、開けるために掴みやすくして欲しい
26	簡単に使用できて便利なこと、自動温水
27	-
28	便利
29	便利さ、最高の外観、場所を取らない
30	便利、暖かい、静か、美しい
31	デザイン、掃除のしやすさ
32	故障せずに作動し、沢山の洗浄モードがあること
33	高品質の素材と金具
34	快適性、信頼性
35	場所を取らず、多機能で、便利であって欲しい
36	滑らかに閉じること、信頼性、エルゴノミクス
37	わからない
38	価格と品質
39	シンプルなデザイン、部屋のインテリアに馴染む
40	下降シグナル付き
41	設置しやすく、使いやすく、壊れず、洗いやすく、最新のハイテク発明品であること
42	どう表現すれば良いのか分からないが、快適かつコンパクトであって欲しい
43	快適に使用できること
44	上位価格セグメントはプラスチックが薄い。中位価格セグメントはプラスチックが厚く、スイッチを押すと開く。プレミアムはLEDセンサーで開く。
45	全く値段を知らない
46	見た目が優美であること。私が望む色があることなど。
47	なし
48	洗浄便座に期待していることは何もない。ビデは使っていない。
49	価格
50	洗浄便座には興味がない
51	便利、純白
52	価格が手頃で便利なこと
53	理想的なデザイン、できるだけ設置しやすいこと
54	使いやすさ、掃除のしやすさ、信頼性、耐久性
55	快適性
56	とても満足している!!
57	機能が多いこと
58	便利さと耐久性
59	快適性
60	自らの機能を果たすこと
61	ヒーター、マッサージ
62	機能的
63	価格／品質／素材
64	ヒーター
65	何も期待していない
66	使っていない
67	自動洗浄(ドレスデンで見た)

No	回答
68	高い品質だけでなく、ヒーターも欲しい
69	長寿命、品質、スタイリッシュなデザイン
70	品質、信頼性
71	自動開閉、ビデ、洗浄
72	信頼性、効果的、便利さ
73	期待していない
74	わからない
75	確かで、便利で、機能的
76	多機能、抗菌コート
77	価格
78	快適性、素材の品質、エルゴノミクス、価格。購入者の評価や企業の評判も十分に考慮する
79	故障せずに全てが正確に作動すること
80	機能的
81	頑丈で亀裂が生じないプラスチック
82	品質と価格が手頃なこと
83	便利さ
84	期待していない
85	十分な機能
86	なし
87	頑丈さ、機能的、価格
88	信頼性
89	品質
90	簡単に接続できること、漏れ防止
91	耐久性のある陶器
92	品質
93	なし
94	錆びずに、正常に作動すること
95	私の期待に答えている
96	使ったことがないので、わからない。できれば買いたい
97	便利さ、快適さ
98	エルゴノミクス、直感的操作、耐久性、実用性
99	使用したことがない
100	使っていない
101	蓋の当たる音がしないこと
102	そのような要望を考えたことがない
103	快適性
104	信頼性、便利さ、快適さ
105	美しい
106	価格と品質
107	スマート照明、ヒーター
108	耐久性、便利さ
109	全て気に入っている
110	自動で開閉すること
111	耐久性、実用性
112	便利さ、シンプルなデザイン、機能的
113	必要性を感じない
114	ドライヤーが欲しい
115	快適な便座

No	回答
116	便利さ、余計なものがないニュートラルなデザイン、自動洗浄
117	作動して、尻を温めること
118	美しさ、機能的、耐久性、衛生的
119	便利さ、素材の品質、色
120	ヒーター
121	品質、25年保証
122	良質の素材
123	滑らかな形状
124	素晴らしい製品!とても気持ちいい!
125	美しさ、デザイン、機能的(長期にわたって故障しないこと)
126	信頼性、便利さ、品質
127	快適である
128	便利、エコ、美しい
129	この質問について調べていない
130	全く問題ない
131	便座であることに変わりはない
132	期待に応えている
133	滑らかに下りること
134	使ったことがない製品に何を期待できるのか分からない
135	わからない
136	品質が良いこと
137	価格
138	全て満足している。価格と品質
139	頑丈な素材、幅広い価格帯、スタイリッシュ
140	快適性と信頼性
141	品質、耐久性、デザイン
142	品質
143	温度を調節できる
144	信頼性、操作が簡単、直感的操作
145	座りやすさ
146	わからない
147	品質、効果的、寿命が長い
148	特に期待していることはない
149	美しいこと
150	便利さと耐久性
151	何よりも自動で閉じること、そして暖かいこと
152	便利さ、価格と品質
153	頑丈、美しい、便利、信頼性
154	何も期待していない、これについて聞いたことがない
155	何も不満はない
156	白いこと
157	滑らかに下りること、便利さ
158	快適性、実用性、信頼性
159	品質
160	便利、冷たくない、衛生的
161	わからない
162	品質
163	基本的に期待どおりだった。何も特別なことはない。

No	回答
164	なし
165	全てが理想的
166	色の選択肢がもっと欲しい
167	品質
168	表面に傷がつかず、外して洗うことができる
169	わからない.
170	便利さ、美しさ
171	品質
172	ハイテク
173	十分な水圧があり、できるだけ水垢がつかない
174	信頼性
175	良質の素材、新しいテクノロジー
176	便利さ、汚れがよく落ちる、信頼性
177	耐久性、使い方が簡単
178	この便座に値段ほどの価値があるとは思えない
179	重い、密着、楽に洗えて取り外せる
180	便利さ、簡単さ、信頼性、耐久性、快適性
181	この製品について何も知らない
182	暖房便座、送風、音楽
183	快適性、洗浄、乾燥、子供用
184	汚れがよく落ちる、信頼性
185	サイズ、蓋(便座)が自動で閉じること、色
186	貯湯式、水圧、向きと強さの調整、脱臭
187	エルゴノミクス、使いやすさ
188	全て良い
189	便利さ、子供でも簡単に使えること、耐久性。もちろんデザインと色の種類
190	全てが良質であること
191	便利さ
192	頑丈で品質が良いこと
193	なし
194	わからない
195	我が家にビデを設置する予定がないので、何も期待していない
196	温水、ドライヤー、脱臭機能
197	品質
198	白くて個性的な形をしていること
199	便利で、よく流れること
200	品質
201	便利さと価格
202	品質、アフターサービス
203	そのような細かいことを気にしたことがなかった
204	頑丈さ
205	高品質
206	何もないが、美しい外観
207	便利さ、洗いやすさ
208	何もない
209	冷たくなって、ソフト閉止機能が付いている
210	価格と品質
211	ただ快適であること

No	回答
212	適温の温水が出ること、使いやすさ、エルゴノミクス、確実に作動すること
213	静音性、衛生的
214	興味ない
215	品質、単純さ、価格
216	使いやすさ、防音
217	清潔さ、信頼性
218	考えたことない、高すぎる
219	頑丈で、静かに便座が閉じる機能があり、価格が2万ルーブル以内であること
220	沢山の機能があり、便器が自動で洗い流し、清々しく、清潔であること
221	使いやすさ
222	わからない
223	便器が完全に閉じること
224	便利さ
225	なし
226	使いやすさ、デザイン、素材の品質
227	要望はない
228	わからない
229	全てが正常に作動すること
230	ソフト閉止機能は必須
231	エルゴノミクス、スタイリッシュ
232	正常に作動すること
233	子供モード、殺菌、シャワー
234	木製
235	品質
236	製品に使用されている素材の品質
237	全て気に入っている。価格と品質を満たしている
238	何も期待していない
239	快適性
240	使っていない
241	必ず自動で滑らかに閉じること、また洗面所のスタイルにマッチすること
242	コンパクト、センサー付き
243	立派でなければならない
244	素材および開閉機構の品質
245	商品知らない
246	機能的、便利さ
247	便利さ、デザイン、静音性
248	頻繁に故障しないこと
249	便利さ、スタイル
250	考えたことがない
251	使いやすさ
252	静か、温かい、滑らかに、しかし速やかに閉じること、エルゴノミクス
253	いまのところ特に要望はない。言うことはない。
254	品質／信頼性、便利さ
255	空気の脱臭、イオン化、音楽、暖房便座、自動
256	エコ素材、頑丈、便利、美しいデザイン
257	エレガント、簡単に交換できる、青色が望ましい
258	信頼性
259	素材の品質、信頼性

No	回答
260	2万 2,000 ルーブルまでなら出せる
261	耐久性
262	柔らかく閉じ、素早く開き、便座に埃が付かないように蓋がピッタリで、水を流すときに細菌も排除する
263	エコ、動作保証、静か、衛生的
264	料理／洗濯／掃除ができること
265	便利さ
266	確実に作動し、操作しやすいこと
267	何も不満はない
268	便利なこと
269	高品質素材、最新テクノロジー
270	便利で、快適で、とても良いこと
271	何もない
272	快適性、価格と品質のバランスが良い
273	もっと安くして欲しい
274	便利
275	信頼性
276	気に入っている
277	長持ち、価格に見合っている
278	使いやすさ、デザインにマッチしている
279	便利さ
280	全てが良質であること
281	ヒーター
282	便利
283	防汚コーティング、非多孔質、心地よいプラスチック、ドライヤー付き
284	興味ない
285	信頼性!!! すぐに壊れないこと
286	もっとオプションが付くと思っていた
287	パタンと閉じず、ガタガタしない
288	信頼性
289	デザイン、快適性、衛生的
290	美しいこと
291	ヒーター付き
292	わからない
293	高い信頼性、正常に作動すること、長持ち
294	わからない
295	正常に作動すること。これ以外に特別な要望は一切ない
296	豊かな白色、ソフト閉止機能
297	便利さ、信頼性
298	便利さ
299	使いやすさ
300	美しさ、便利さ、デザイン
301	洗いやすさ
302	全てが作動し、見た目が良いこと
303	装置が便利で、品質が良いこと
304	品質の良さ
305	快適性と便利さ
306	開きやすさ、使用時に蓋の表面が乾いていること
307	便利さ、美しさ

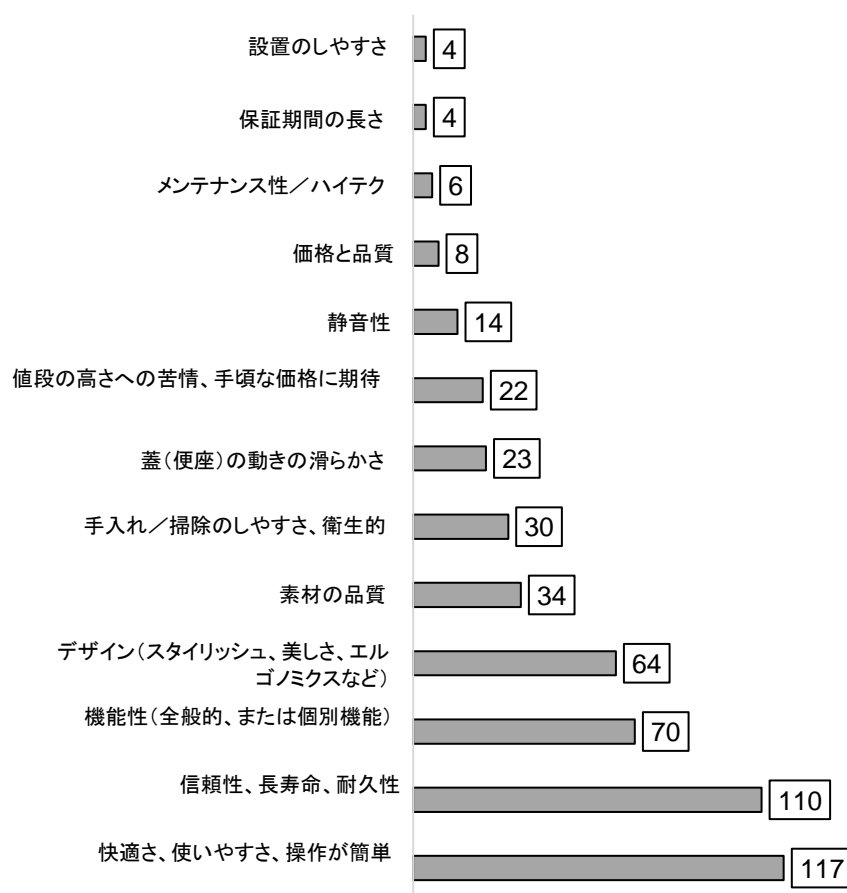
No	回答
308	まだわからない
309	設置のしやすさ
310	快適性、便利さ
311	便利さ、快適性、美しさ
312	使いやすさ以外に、特に要望はない
313	ヒーターは必須
314	良質の素材
315	快適さと心地よいデザイン
316	便利、美しい、機能的、家庭向け
317	滑らかに蓋(便座)が閉じる、脱臭、衛生的、抗菌、触感が良い素材、水温調節
318	要望はない、このような製品を知らない
319	品質
320	快適性、外観、色、形状
321	品質
322	価格と品質
323	わからない。費用対効果がよく理解できない
324	わからない
325	検討したことがない
326	ソフト閉止機能付き
327	わからない
328	品質
329	品質、信頼性、機能的
330	長期保証、故障せずに作動する、良質の素材
331	スマート便座だけ...
332	便利さ
333	美しさ、使いやすさ
334	エルゴノミクスで、非常に使いやすく、速やかに、しかし静かに閉じること
335	18,000~30,000 ルーブル
336	低価格
337	開閉しやすく、滞らないこと
338	品質が良い、使いやすい
339	滑らかに閉じる、蓋(便座)が固定してある付近の洗いやすさ
340	便利なりモコン
341	耐久性
342	滑らかに閉じる、心地よい素材
343	妥当な価格
344	機能的、デザイン、信頼性
345	期待
346	プレミアム品質、使いやすさ
347	高品質素材
348	美しさ
349	品質、頑丈さ、機能的
350	全てが理想的であること
351	全く何も期待していない。このような物があることに驚いたが、それ以上ではない。
352	便座自体の品質、コーティングが均一、実用性
353	心地よい素材の触感、美しさ、頑丈さ
354	スタイル、デザイン、品質
355	故障せずに作動すること、心地よいデザイン

No	回答
356	高品質であること
357	便利、温かい、快適
358	便利さ
359	便利さ
360	温水混合栓
361	具合の良い便座、汚れが溜まらない、掃除しやすい
362	温水
363	何とも言えない
364	品質、便利さ
365	要望はない
366	取り扱いやすさ、頑丈で洗える素材
367	期待していない、商品知らない
368	滑らかな動作
369	暖房便座
370	快適性
371	自動で下降する、洗いやすい
372	2万 5,000～4万ルーブル
373	静音運転、自動洗浄、マッサージ洗浄、センサー
374	変色しない良質のプラスチック
375	便利さ、品質、素材
376	閉じやすさ
377	快適性
378	柔らかく閉じる
379	要望はない
380	外れ落ちないこと
381	ソフトタッチコーティング、滑らかに便座が動く、5年以上の保証
382	最高レベルの衛生と快適さ
383	便器
384	美しいデザイン、外観
385	もっと安く
386	信頼性、手入れのしやすさ
387	頑丈で便利であること
388	わからない
389	10,000 ルーブルでほしい
390	エルゴノミクス
391	便利さ
392	理想的
393	内蔵脱臭機能
394	なし
395	ヒーター、自動で開く
396	頑丈で、信頼性があり、快適に使えるものでなければならない
397	一生涯使えること
398	ホテルで使用した。便利だった。何も特別なことはないが、便利である。
399	良質の材料
400	高い

出所：ユーザー（400 人）アンケート結果

回答者の意見を総合すると、判断基準、期待、要望の順位は以下のとおりとなる。

グラフ 36 アッパーミドル・プレミアム価格セグメントの洗浄便座購入における判断基準、期待、要望(回答数)



出所:ユーザー(400人)アンケート結果

なお、65名の回答者(16.3%)は「知らない」「要望はない」「何とも言えない」「興味ない」「必要性を感じない」などと回答している。

これら回答から、主に以下の判断基準および期待／要望を窺うことができる。

- 快適さ、使いやすさ、操作が簡単 : 117名(回答者の29.3%)が、アッパーミドルおよびプレミアム価格セグメントの洗浄便座にとって重要と考えている

- 構造の信頼性、耐久性、品質、長寿命 : 110名(27.5%)

これら上位2つのパラメータに続くのは以下である。

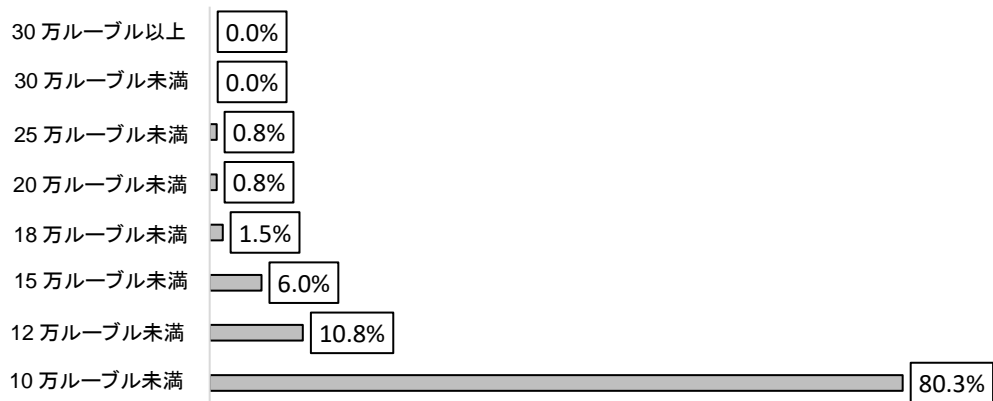
- 機能全般および個別機能に関する要望 - : 70名(17.5%)

- デザイン、スタイリッシュ、美しさ、エルゴノミクス - 64名(16.0%)

また一部の回答者（34 回答）は要望として、単に「洗浄便座の品質」ではなく、その素材の品質をあげた。この他 22 名が、洗浄便座の価格が高すぎると指摘した。

1.6. 将来的に下記価格帯の製品を購入する際に回答者が支払う用意のある製品 1 台あたりの最大金額、また何台の製品を購入する予定か

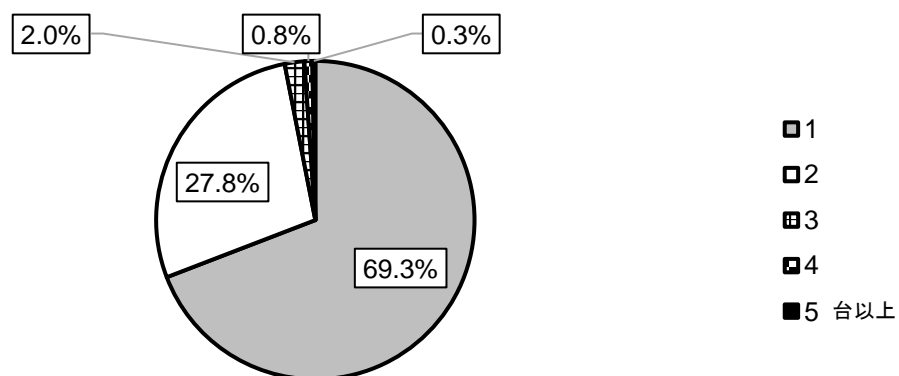
グラフ 37 回答者が支払う用意のある洗浄便座 1 台あたりの最大金額(ルーブル)



出所: ユーザー (400 人) アンケート結果

回答者の 5 分の 4 (80.3%) が洗浄便座に支払う用意があるのは 10 万ルーブル未満だが、アンケートの質問では 10 万ルーブルが最小値となっているため、より具体的な価格選好の分析ができない。更に回答者の 10.8% が 10 万~12 万ルーブル、6.0% が 12 万~15 万ルーブルを支払う用意がある。総じて、モスクワおよびサンクトペテルブルグの生活に余裕がある消費者でも洗浄便座に 15 万ルーブル以上を支払う用意はないと結論づけることができる。

グラフ 38 洗浄便座の購入を予定している回答者の住宅に求められる当該製品の台数(%)



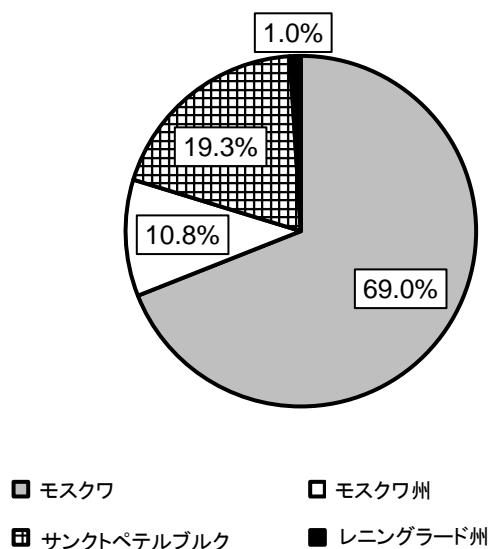
出所: ユーザー (400 人) アンケート結果

3 分の 2 以上 (69.3%) が 1 台のみ、27.8% が 2 台、2.0% が 3 台、0.8% が 4 台、0.3% が 5 台以上の洗浄便座を購入するだろうと回答した。

2. モスクワ市、モスクワ州、サンクトペテルブルグ市、レニングラード州における、アッパーミドル・プレミアム価格帯（10万ルーブル以上）の温水洗浄便座に関する、400名の潜在顧客／販売代理店／ディストリビューター及び関連事業者に対する電話アンケート調査

2.1. 業種、会社規模、活動地域

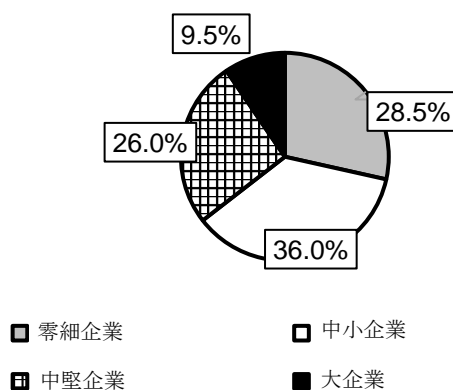
グラフ 39 活動地域別に見た法人(企業)回答者の内訳(%)



出所: 400社に対するアンケート結果

当会は、モスクワ市、モスクワ州、サンクトペテルブルグ市、レニングラード州で活動する企業 400社を対象にアンケート調査を実施した。回答した 400社（100%）のうち 69%がモスクワ、10.8%がモスクワ州、19.3%がサンクトペテルブルグ、1%がレニングラード州で活動している。なお、「モスクワおよびモスクワ州」「モスクワ、サンクトペテルブルグ、モスクワ州、レニングラード州」または「モスクワ、サンクトペテルブルグ、ロシア他都市」など、複数の活動地域を示した企業も少なくなかった。企業を区分するにあたり、法人の登記地（またはアンケートで最初に記載した地域）を採用した。

グラフ 40 規模別に見た法人(企業)回答者の内訳(%)



出所: 400社に対するアンケート結果

回答者で最も多かったのは中小企業の 36.0%、中堅中企業（26.0%）と零細企業（28.5%）がほぼ同数だった。アンケート調査への参加が最も少なかったのは大企業（9.5%）であった。

表 24 業種別に見た法人(企業)回答者の内訳(%)

業種	企業数	割合 %
衛生器具、建材、衛生陶器を取り扱うオンラインストア	48	12.0%
集合住宅、家屋、その他の施設修繕業者	29	7.3%
サービス業向け総合設備業者	2	0.5%
公共施設	31	7.8%
不動産業者	7	1.8%
衛生器具、建材などの卸販売代理店	19	4.8%
ホテル	21	5.3%
設計、設計据付業者	33	8.3%
製造業	22	5.5%
レストラン	22	5.5%
衛生器具および建材の小売店	32	8.0%
サナトリウム	6	1.5%
建設会社/デベロッパー(集合住宅、ショッピングセンターなど)	30	7.5%
建設会社(コテージ、家屋、個人住宅建設)	25	6.3%
デザイン事務所	48	12.0%
病院(個人経営)	25	6.3%

出所: 400 社に対するアンケート結果

アンケートに回答した法人の中で多く見られた業種は、デザイン事務所（12.0%）、オンラインストア（12.0%）、設計業者（8.3%）である。

2.2. ROCA、KOHLER、Vileroy&Boch、Geberit、Creavit、Duravit、TOTO、Grohe、AMPM、Edelstar Porsche など、主要メーカーの認知度

本項については、本報告書第一章「2017～2019 年ロシアのタンクレストイレ市場分析および 2024 年までの市場予測」の 107～109 ページ部分と同内容となる。第一章の該当ページを参照されたい。

2.3. 購入経験の有無

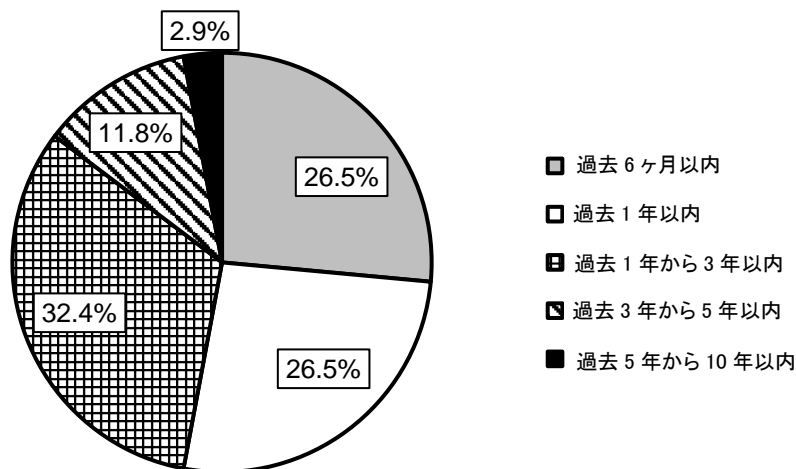
本項については、本報告書第一章「2017～2019 年ロシアのタンクレストイレ市場分析および 2024 年までの市場予測」の 109 ページ部分と同内容となる。第一章の該当ページを参照されたい。

2.4. 購入した経験のある企業への質問

2.4.1. 購入時期、購入場所、購入額、購入したブランド、購入数、購入満足度(購入結果)

最初に洗浄便座のみを購入した 34 社のデータを示す。

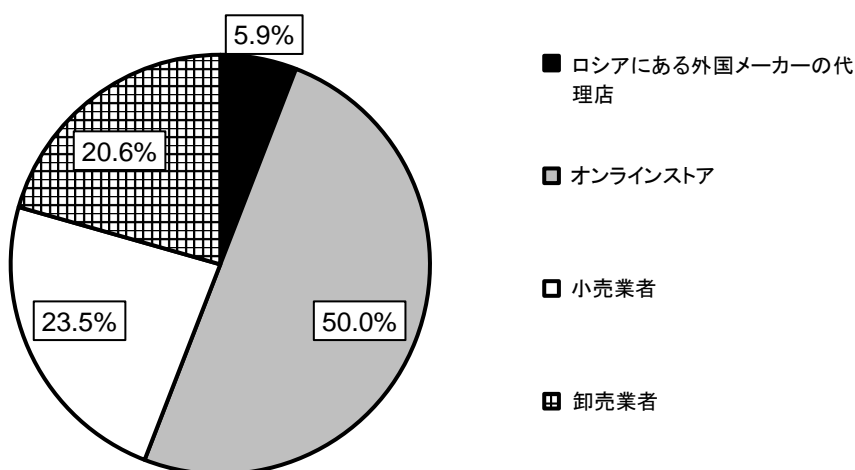
グラフ 41 洗浄便座の購入時期に関する回答分布(%)



出所: 34 社に対するアンケート結果

3つの選択肢でほぼ同数の回答が得られた。洗浄便座を過去6ヶ月以内に購入した企業が(34社中)26.5%、また同じ割合(26.5%)が半年から1年以内の間に購入していた。そして、32.4%が洗浄便座を1年から3年以内の間に購入していた。その他の選択肢は少数派だった。

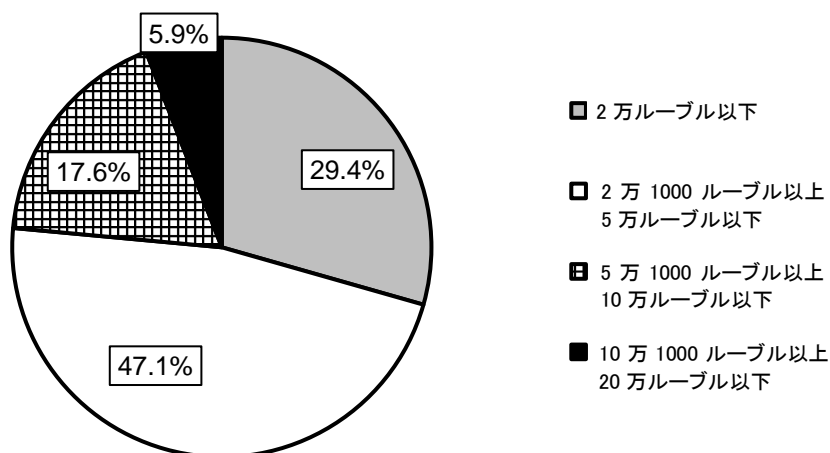
グラフ 42 洗浄便座の購入場所に関する回答分布(%)



出所: 34 社に対するアンケート結果

企業の半数が洗浄便座をオンラインストアで購入していた。2番目に多かった回答は「小売業者」で、34社のうち8社(23.5%)がこのように回答した。その他、20.6%が卸売業者から購入していた。

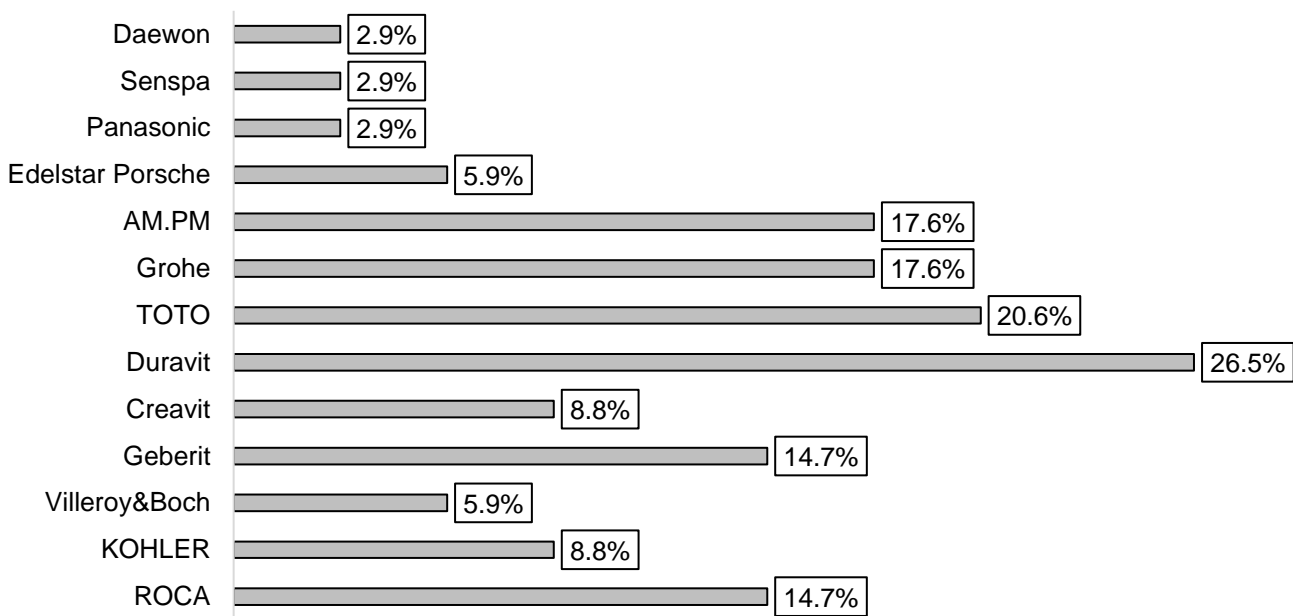
グラフ 43 洗淨便座購入額に関する回答分布(%)



出所: 34社に対するアンケート結果

半数近くの企業（47.1%または16社）が2万1,000ルーブルから5万ルーブルで製品を購入していた。2番目に多かった回答は「2万ルーブル以下」で、29.4%の回答者がこのように回答した。

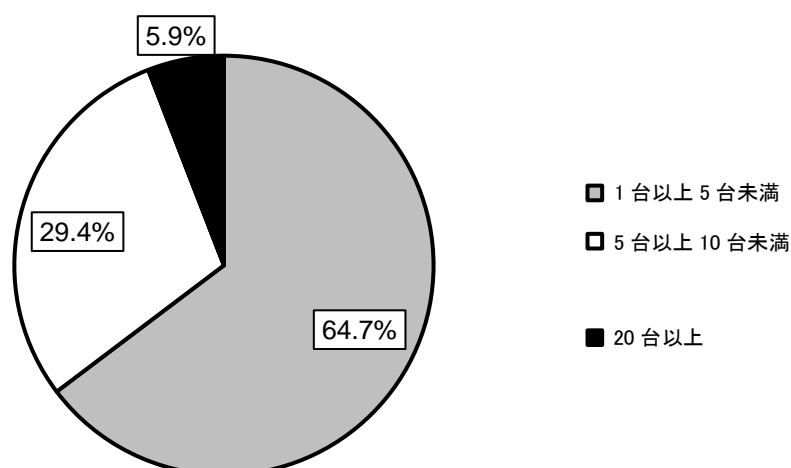
グラフ 44 購入した洗淨便座のブランドに関する回答分布(%)



出所: 34社に対するアンケート結果

企業が購入した洗淨便座のブランドで最も名前が挙がることが多かった企業は、Duravit（26.5%または34社中9社）、次点でTOTO（20.6%または34社中7社）だった。

グラフ 45 購入した洗浄便座の台数に関する回答分布(%)



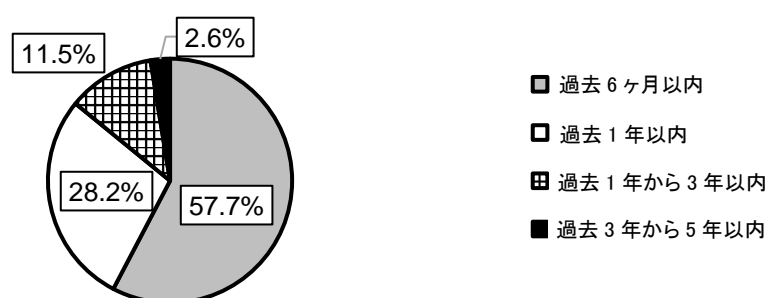
出所: 34社に対するアンケート結果

約3分の2(64.7%)が5台未満、29.4%が5台以上10台未満、5.9%が20台以上の洗浄便座を購入した。「10台以上20台未満」と答えた企業は1社もなかった。

なお、洗浄便座およびタンクレス便器を購入した企業127社、そして洗浄便座とタンクレス便器をセットで購入した49社の回答内訳については、本報告書第一章「2017～2019年ロシアのタンクレストイレ市場分析および2024年までの市場予測」の112～115ページ部分と同内容となる。第一章の該当ページを参照されたい。

次に洗浄便座をタンクレストイレとは別に購入したと回答した78社のアンケート結果を説明することとする(洗浄便座製品に限定した回答)。

グラフ 46 (タンクレストイレに取り付けるべく洗浄便座を購入した)時期に関する回答分布(%)



出所: 78社に対するアンケート結果

半数以上がタンクレストイレを購入後、それへの設置用として洗浄便座を別途、過去6ヶ月以内に購入していた。全体としてしてみると、86%が過去1年以内に(タンクレストイレとは別途)洗浄便座を購入している。

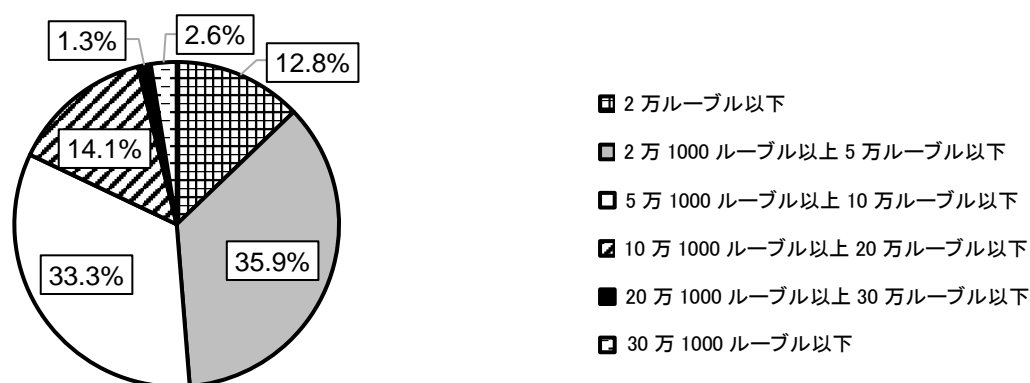
表 25 タンクレス便器に取り付ける洗浄便座をどこで購入したか、に関する回答分布(%)

購入／発注場所	回答数	比率、%
オンラインストア	31	39.7%
卸売業者	25	32.1%
小売店／販売員	10	12.8%
ロシアにある外国メーカーの代理店および卸売業者	3	3.8%
ロシアにある外国メーカーの代理店	2	2.6%
仲介業者経由	1	1.3%
ロシア国内で取り得るあらゆる購入経路	1	1.3%
オンラインストアおよび小売店	1	1.3%
発注者が自分で購入した	1	1.3%
記憶にない	1	1.3%
卸売、オンラインストア、小売	1	1.3%
国外で購入	1	1.3%

出所: 78 社に対するアンケート結果

3分の1以上（39.7%）がタンクレストイレ用に洗浄便座をオンラインストアで購入しており、また卸売業者および小売店でも購入していた。一部の回答者は、標準的な回答以外に、自社の例を示し、それは購入方法を組み合わせたものが多かった。例えば3社は、卸売業者からも購入する一方で、ロシアにある外国メーカーの代理店からも購入していた。

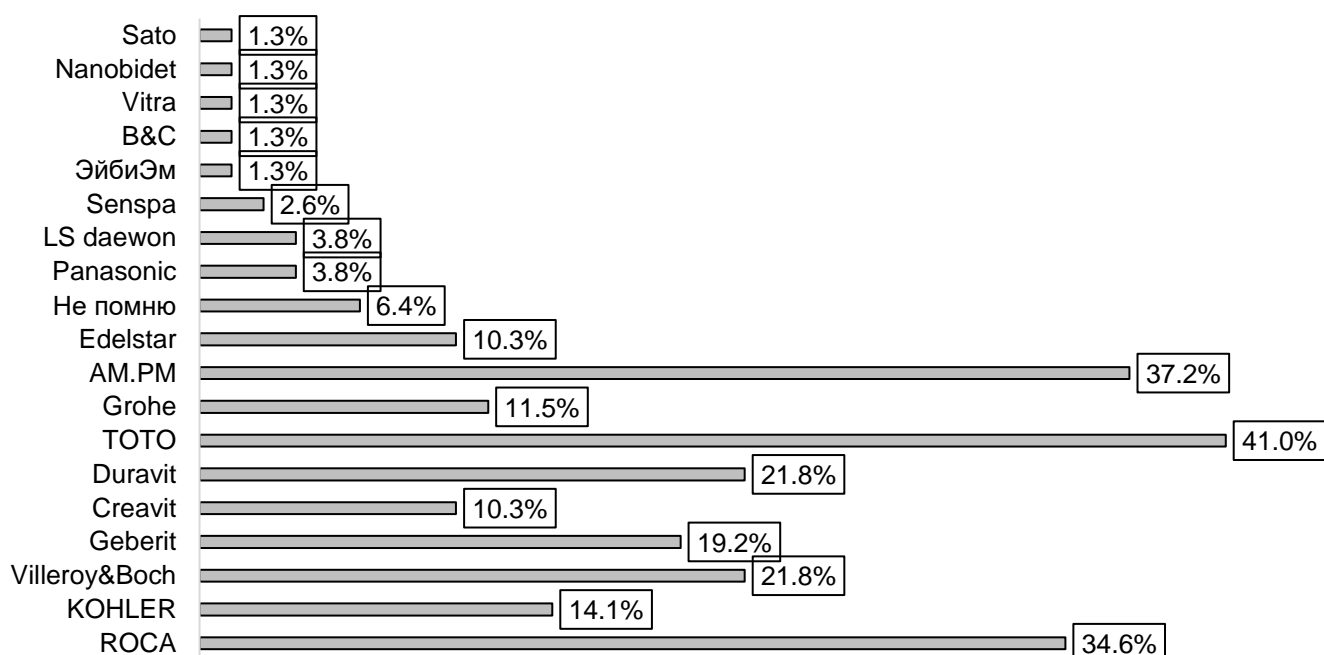
グラフ 47 タンクレス便器に取り付ける洗浄便座の購入額に関する回答分布(%)



出所: 78 社に対するアンケート結果

タンクレストイレに取り付ける洗浄便座は2万1,000ルーブル以上5万ルーブル以下および5万1,000ルーブル以上10万ルーブル以下の価格帯で購入されることが最も多かった（それぞれ、35.9%と33.3%の回答）。

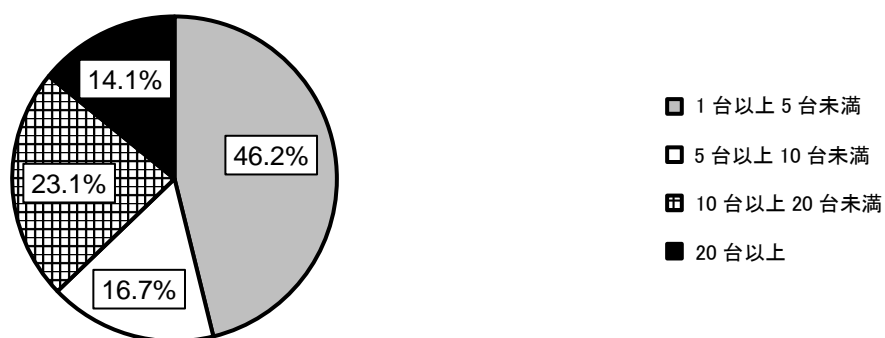
グラフ 48 タンクレストイレに取り付けるために購入された洗浄便座ブランドに関する回答分布(%)



出所: 78 社に対するアンケート結果

多く選ばれた洗浄便座のブランドは、TOTO (41%)、AM.PM (37%)、ROCA (35%) である。

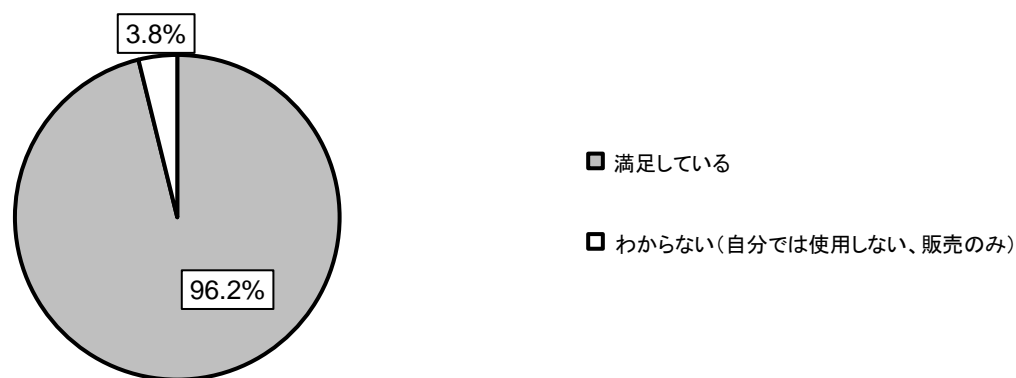
グラフ 49 タンクレストイレに取り付けるために購入された洗浄便座の台数に関する回答分布(%)



出所: 78 社に対するアンケート結果

46.2%の企業がタンクレストイレ取付用に 5 台未満の洗浄便座を、16.7%が 5 台以上 10 未満の洗浄便座を、23.1%が 10 台以上 20 台未満を、更に 14.1%の企業が 20 台以上の製品を購入した。

グラフ 50 タンクレストイレに取り付けるために購入された、洗浄便座の購入満足度(%)



出所: 78 社に対するアンケート結果

多数の企業が洗浄便座を購入して（自身または顧客が）満足していると回答した。なお、回答者の 3.8%は、この製品を販売しているが自分では使用しないため回答できないと答えた。

2.5. アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の製品に対する要望(自由回答質問)

本アンケート調査対象の 400 社に、アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の温水洗浄便座に何を期待/要望するか、という質問へ自由回答してくれるよう依頼した。回答は以下リストのとおり。

表 26 アッパーミドルおよびプレミアム価格帯の製品に対する要望

No	回答
1	保証とサービス
2	耐久性、修理が求められない、殺菌に関すること全て
3	凄い
4	特に期待していることはない。簡単に使えて、よく出来ている。
5	耐久性
6	頑丈、多機能
7	衛生
8	品質
9	特殊なコーティング、耐久性
10	素晴らしい品質と頑丈さ
11	決して壊れないこと
12	見たことない
13	上質な外観、故障せず長寿命であること
14	これを超える万能便座はない
15	多機能、プレミアム品質
16	防汚コーティング
17	決して壊れないこと
18	決して壊れないこと! 絶対に!
19	信頼性、購入者の評判が良いこと
20	品質とメーカー保証
21	外観、保証
22	最大限の機能

No	回答
23	長寿命、最大限の機能
24	デザイン、顧客の願望
25	美しいデザインと品質
26	素晴らしい品質
27	品質、素晴らしいデザイン、非常に長く使えて壊れないこと
28	わからない
29	最大限の機能
30	わからない
31	スタイリッシュなデザイン、使いやすいこと
32	品質
33	品質、機能
34	自動、リラックス、音楽、衛生的
35	全てがある
36	快適性、使い方の分かりやすさ
37	何も不満はない(要望なし)
38	品質に優れ長く使えること、クレームが来ないこと
39	信頼性、外観、素材の品質
40	高い信頼性
41	質感が非常に高いこと、素材、機能的
42	並外れた美しさ(わからない)
43	機能的、快適性
44	品質、デザイン
45	「機能性
46	品質
47	機能的、信頼性
48	わからない
49	信頼性、設置の容易さ
50	わからない
51	品質、故障時における良質のサービス
52	電子システムの信頼性、構造の頑丈さ
53	信頼性、耐久性、優れた電子システム
54	便利さ、壊れないこと
55	品質
56	延長保証、面白いデザイン
57	品質と機能
58	非の打ち所がない品質
59	品質
60	品質、耐久性、頑丈さ
61	品質、デザイン、耐久性
62	美しいデザイン、使いやすさ
63	もっと安く、品質
64	デザイン、品質、機能
65	わからない
66	このような便座を買ったことがない。わからない。
67	機能、理想的な品質
68	機能
69	多機能、品質
70	優れた外観、多機能

No	回答
71	理想的な品質
72	品質
73	デザイン、多機能
74	便利さ、温水洗浄便座は便利で衛生的
75	-
76	わからない
77	品質、快適性
78	品質、清潔さ、流しやすさ、便座のガスリフト(滑らかに下降・上昇するように)
79	信頼性、品質、美しさ
80	品質、保証サービス
81	機能的、外観、信頼性
82	どの便器に合うかが明記されていること、一部の顧客はリモコン操作を望んでいる
83	洗浄、乾燥、暖房 - 機能的、便器に合うこと、便座が便器に合わないのが問題
84	機能、サービス、信頼性
85	プレミアム便器に合うこと、ドライヤー
86	理想的な品質、不良品がないこと、優れたビデオコンテンツ
87	わからない
88	品質、保証サービス
89	快適性、温かい、洗浄機能
90	品質
91	使いやすさ
92	顧客の要望
93	手頃なラインナップ、機能的、便座ヒーター
94	メーカーおよびサプライヤーの保証、アフターサービス、交換部品の速やかな供給
95	期待に応えること
96	スタイル、品質
97	信頼性、サービス、マージンの大きさ
98	機能的、メーカー保証、外観
99	わからない
100	提案はない
101	職場用に購入する意味がない
102	価格に見合っていること
103	綺麗に洗えること
104	故障せずに作動すること
105	-
106	便座の固定が悪い。時間が経つとガタつく。
107	温水、乾燥、自動オン・オフ、オーディオインジケータ、殺菌、芳香、暖房、マッサージ洗浄、音楽
108	確実かつ正確に作動し、自動で殺菌・洗浄する
109	当たり前に見えること、便座に何を期待できるのか?
110	温水洗浄便座が何なのか知らない
111	使いやすさ、素材の品質
112	-
113	30,000 ルーブル以内
114	信頼性
115	これだけの金額で何が出来るのか知らない
116	快適性、使いやすさ
117	50,000 ルーブルで!
118	自動で開閉し、何も触らなくていい

No	回答
119	便利さ、豪華さ
120	満足
121	耐久性
122	快適性、清潔さ、自動洗浄
123	安定して静かに作動すること
124	故障せずに作動すること、優れたエルゴノミクス
125	価格をもっと安くできるのではないかと
126	耐久性、デザイン、価格
127	金色のボタンと永久保証
128	価格と品質
129	価格と品質のバランス
130	期待に完全に応えている
131	自動洗浄の追加機能を期待する
132	価格次第
133	信頼性
134	とても便利。品質への期待に全て応えてくれた
135	品質の向上を期待する
136	価格が期待に応えるものであって欲しい。便座の購入は私の人生で最も重要な買物の1つだから
137	メンテナンス性、便利さ、最高に快適であること
138	全ての基準を満たす
139	便利で長持ちする
140	価格と品質が一致していること、加えてスタイリッシュな外観、ラインの簡素さ
141	良質の素材、確かな電子系統
142	品質、安全性、設置、価格、ブランド
143	きちんと機能すること
144	実際は期待を上回るものだった! だが設置が難しかった
145	便座の自動開閉
146	便利、快適、実用的
147	快適
148	パーツ、コーティングの品質
149	耐久性
150	使っていないので、まだ何も言えない
151	良質の素材、人のあらゆる要求を解決する
152	高い品質
153	品質
154	答えられない
155	信頼性、頑丈さ
156	何よりも健康への配慮、手入れやメンテナンスのしやすさ
157	信頼性
158	便器に近づくと自動で上がり、使用後に周囲を自動で殺菌する
159	多機能、掃除のしやすさ、メーカーの確かさ
160	清潔で暖かい洗浄便座
161	交換が楽なこと
162	ロシアの排水管に合うように楽に設置でき、洗うときや掃除するときに我が国の洗剤を問題なく普通に使用でき、清掃や拭き掃除がしやすく、殺菌できること
163	柔らかさ
164	高品質と耐久性
165	便利さ、滅菌

No	回答
166	信頼性、デザイン
167	全てがきちんと作動すること
168	デザイン
169	品質
170	快適、便利、理解できる、お手頃
171	とても良い!
172	自動洗浄があること
173	製造品質
174	品質、速さ
175	スタイリッシュなデザイン、製品保証、優れた機能、使いやすさ、安全性、衛生的
176	便利さ
177	便利さ
178	品質、便利さ、保証
179	工程が自動化されていること、プログラムレベルで清潔が保たれること
180	豪華さ
181	コンパクト、信頼性
182	高価で効果的でない
183	価格
184	何よりも使いやすいこと
185	美しく調和が取れていること、つまり組み合わせが良いこと
186	品質
187	万能
188	静音性
189	品質、使いやすさ
190	操作が簡単、簡単に交換できる
191	信頼性、設置しやすい、メンテナンス
192	快適性と外観
193	品質
194	使いやすさ、掃除のしやすさ、時と共に黄ばまないこと、近代的なデザイン、蓋と便座が取り外せること
195	なし
196	信頼性
197	便利さ
198	素晴らしい構成、優れた品質
199	いまのままで誰もが満足している、非常に優れたもの
200	便利、快適な便座、スタイリッシュなデザイン
201	快適性、便利さ、メンテナンス性、長寿命
202	もっと機能を増やして欲しい、遠隔操作、自動洗浄
203	丈夫で洗しやすいこと
204	柔らかく、滑らかなこと
205	柔らかさ、滑らかさ、品質
206	清潔、衛生
207	品質、便利さ、信頼性、快適性
208	価格と機能
209	動作品質、故障が少ないこと、美しい外観
210	シンプルな構造、コンパクトサイズ、リモコンがあること、長寿命、価格と品質のバランス
211	品質、快適性、価格
212	ヨーロッパか日本で製造された、完全に自動化されたもの
213	品質は欠かせない

No	回答
214	品質と信頼性
215	使いやすい、メンテナンスが楽、頑丈な素材で作られている
216	長寿命
217	非常に便利で高品質
218	全て良い
219	リモコン操作、暖房便座
220	多機能、耐久性、優れたデザイン、実用性
221	滑らかに下がること
222	使いやすさと設置のしやすさ、信頼性
223	値段に期待できない
224	ヒーター、人感センサー、補助照明
225	素材の品質
226	品質
227	耐久性、節水
228	高機能、素材の品質、使い方の分かりやすさ
229	快適であること
230	快適性、品質、便利さ
231	便利さ、美しさ
232	素晴らしい
233	快適性、多機能、使いやすさ、静音性、衛生的、ビデ使用後に便器周りが清潔なこと
234	使い方の分かりやすさ、信頼性、きちんと作動すること
235	品質と実用性
236	デザイン、快適さ
237	堅牢性
238	実用性、経済性
239	信頼性と品質
240	10年以上故障せずに使えること
241	清潔さと便利さ
242	美しさ、信頼性、機能的
243	品質、確実に使えること
244	プレミアム性
245	水と便座を自動で温める、殺菌、自動化、換気、警報、補助照明
246	全て気に入っている
247	ソフト閉止機能、補助照明
248	高品質、長寿命
249	品質
250	便利で、何より重要なのは便座が温かいこと
251	洗浄便座は、利用者が去ったら便器の便座を自動でクリーニングしなければならない
252	製品にすっかり満足している
253	保証
254	リモコンのようなものは必要ない、紛失する、その場のほうが便利だし、掃除婦が掃除するのにもその方が良く、そして重要なのは耐久性と信頼性であり、基本的なことが理解できるように機能を減らす
255	使いやすさ
256	特性と機能が個性的であること
257	自動洗浄
258	蓋(便座)の開閉、上昇レベル、Bluetooth、Wi-Fiへの接続、便座用アプリ、必要に応じた追加洗浄
259	スイッチを入れるとノズルが移動して液体を噴出し始め、スイッチを切ると元の場所に収まる。 装置を操作するための専用パネルが横にあり、これにより水温やノズル位置を調節できる、新たにオプションを追加することが可能

No	回答
260	高品質
261	ぴったりしていること
262	高価すぎる
263	正常に作動し、インテリアにマッチすること
264	LED ディスプレイ、抗菌コート、補助照明
265	全てが期待に答えている、とても便利な便器である
266	とても快適
267	電子制御
268	高品質
269	品質、頑丈さ
270	機能
271	正常に作動すること、設置のしやすさ
272	全てが含まれていること
273	品質と信頼性、ブランドの評判が良いこと、3年以上の保証
274	信頼性
275	信頼性
276	ショールーム、無料配達
277	温度と水圧を調節できること、ノズルの自動洗浄、脱臭機能
278	表面の自動クリーニング
279	とても満足している
280	高品質、機能的
281	良質の素材、洗しやすいこと
282	最大限の快適性と品質。色の選択肢が豊富なこと、静音運転、スマート電子運転
283	賢く、経済的
284	ハイテク製品でありながら、簡単に使用でき、論理的であること
285	信頼性、品質、長持ちする
286	簡単で便利であること
287	便利さ
288	品質
289	値段が高すぎて、検討したこともない
290	便利さ、単純さ
291	快適性と便利さ
292	乾燥、ヒーター、モードの多さ
293	便利さ
294	使いやすくて快適
295	便利さ、快適、静かに作動する
296	わからない
297	わからない
298	動作信頼性
299	便利さ
300	なし
301	便利で機能的
302	便利さ、快適性
303	作動すること
304	価格を安く
305	快適性
306	全て良い
307	品質

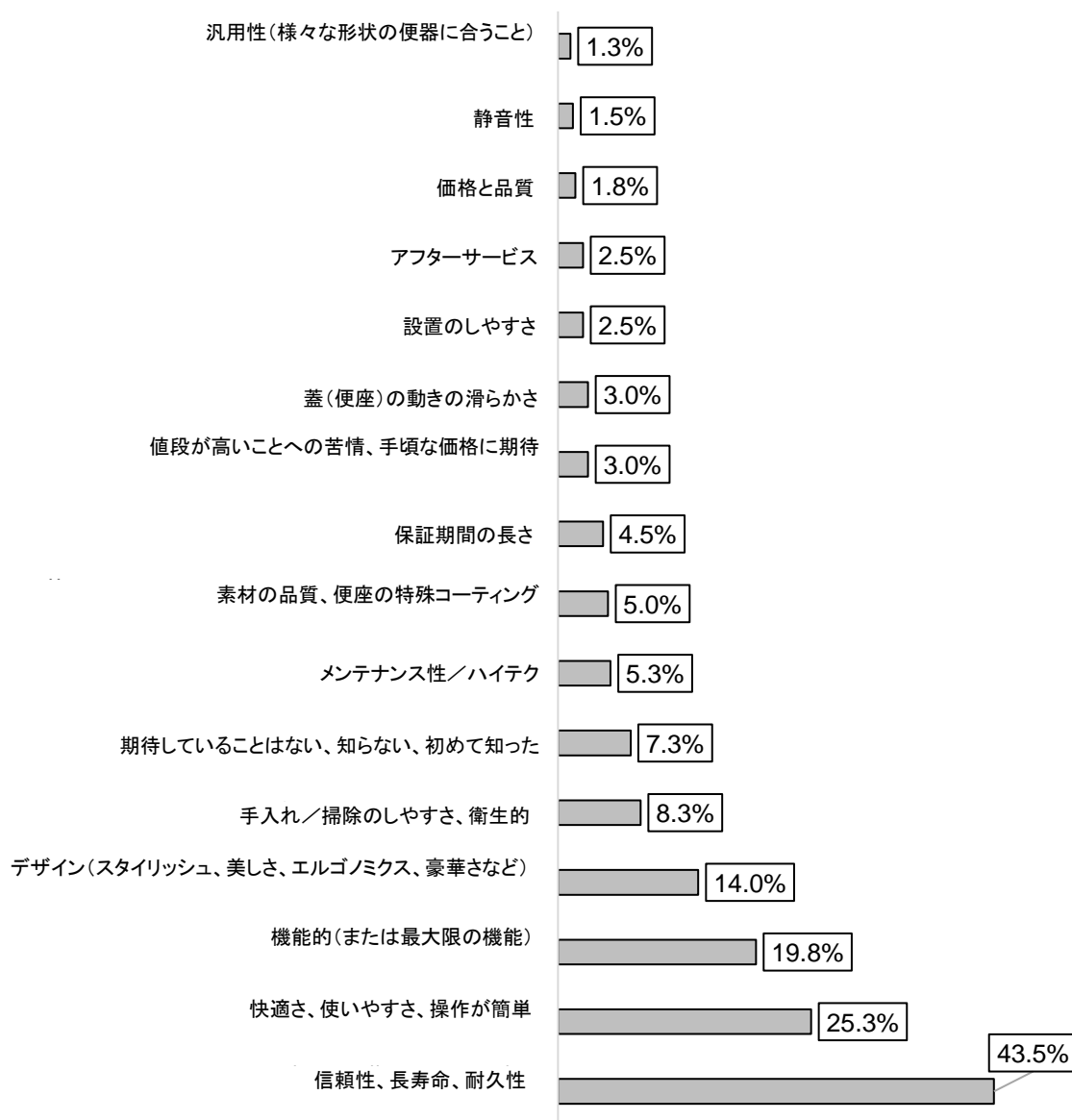
No	回答
308	保証、品質
309	確実に作動する
310	優美、耐久性
311	頑丈さ
312	良質の素材、耐久性、使いやすさ、修理費が高くない、保証期間
313	快適で見た目が良いこと
314	有名ブランドで高品質
315	芳香機能、暖房便座と温水、殺菌
316	運転性能
317	ヒーター、マッサージ、殺菌、子供モード、夜間モード
318	耐久性
319	品質
320	価格
321	理想的であること
322	どういうものか分からない
323	乾燥、空間の殺菌、便座ヒーター
324	全自動
325	一切のメンテナンスなしで長期にわたり作動すること
326	他の家具に馴染み、高価に見えること
327	快適性、高品質、最新テクノロジー
328	必要とする機能が全て故障せずに稼働すること
329	価格
330	品質、快適、価格
331	全てが作動すること
332	10年以上の保証、10～15年の寿命
333	最高に快適であること
334	品質、スタイル
335	快適性、衛生的
336	快適性、ウォッシャーがあること、操作しやすさ、大きくないサイズ、デザイン
337	快適で、凄くて、メンテナンス性が高いこと
338	高品質、保証、生産性
339	時代に相応しい
340	信頼性がある
341	頑丈で長持ちすること
342	優れた耐久性と素材の品質、外観、プレミアムレベルに相応しいこと、頻繁に故障しないこと
343	ヒーター、健康状態のモニタリング機能
344	温めて、壊れないこと
345	7～10年間、故障せずに作動すること
346	外観、機能
347	高品質
348	品質
349	このような高価な衛生器具を使ったことがないので、わからない
350	わからない、特にない
351	未来的な外観、信頼性、修理およびアフターサービスがあること
352	メンテナンス性
353	故障せずに作動すること
354	便利、快適でプロフェッショナル
355	信頼性、快適性

No	回答
356	信頼性、保証付き、経済的、壊れにくい
357	多言語音声操作で全てが自動で行われること
358	快適性、サービス
359	快適性
360	インテリジェント制御
361	美しさ
362	品質、快適性
363	何の期待も要望もない
364	静かに開閉すること
365	品質、しっかり梱包されていること、信頼性
366	オフィスにとって便利、大人数に対処できる。対応の速さ
367	滑らかに閉じる機能(soft-close)、抗菌コート、リモコン、選べる便座ヒーター
368	マニュアルの完全ロシア語翻訳、便利で直感的に操作できる操作パネル、良質の素材
369	通常、洗浄便座には、水フィルター、便座ヒーター、女性用および共通の温水洗浄、温風乾燥、脱臭、芳香、滅菌、ソフト閉止機能(ゆっくり閉じる)、夜間補助照明など、一連の追加機能がある
370	高品質で長く使えるものでなくてはならない
371	高品質、信頼性、経済的
372	品質、使いやすさ、多様な機能
373	品質、イノベーション、快適性、デザイン
374	とても便利で、コンパクト。風格があり、相応のレベルに達している。
375	品質、信頼性、快適さ
376	何よりも便利であること。設置が難しくなるので重たくないこと。現実的価格、抗菌性
377	アフターサービス
378	良質の製品
379	製品の品質
380	信頼性、静音性、品質、保証サービス、エコ
381	品質、簡単さ、イノベーション
382	コンパクト
383	省資源、利用者にとって超快適、信頼性
384	快適で便利
385	品質が価格に見合ったものであること
386	便利、信頼性、良質な素材でできている
387	理想的な品質であること、耐久性があること
388	品質、信頼性
389	音声操作
390	床から便器までの高さが 20cm 以上あること
391	滑らかな稼働メカニズム、便座ヒーター
392	速やかに設置できること
393	衛生器具の品質
394	最新技術との結合。公共の場所に合っている。
395	便利さ、快適さ、経済的
396	使いやすさ
397	便利さ、ヒーター、あらゆる電子コネクタ
398	静かなリフト、速やかな反応、脱臭機能、沢山のシステムと機能、陶器
399	エコ、洗いやすさ、設置が容易で使いやすいこと
400	使いやすさ、美しい外観、耐久性

出所: 400 社に対するアンケート結果

回答者の意見を総合すると、判断基準、期待、要望の順位は以下のとおりとなる。

グラフ 51 アッパーミドル・プレミアム価格帯の洗浄便座についての主な要望(%)

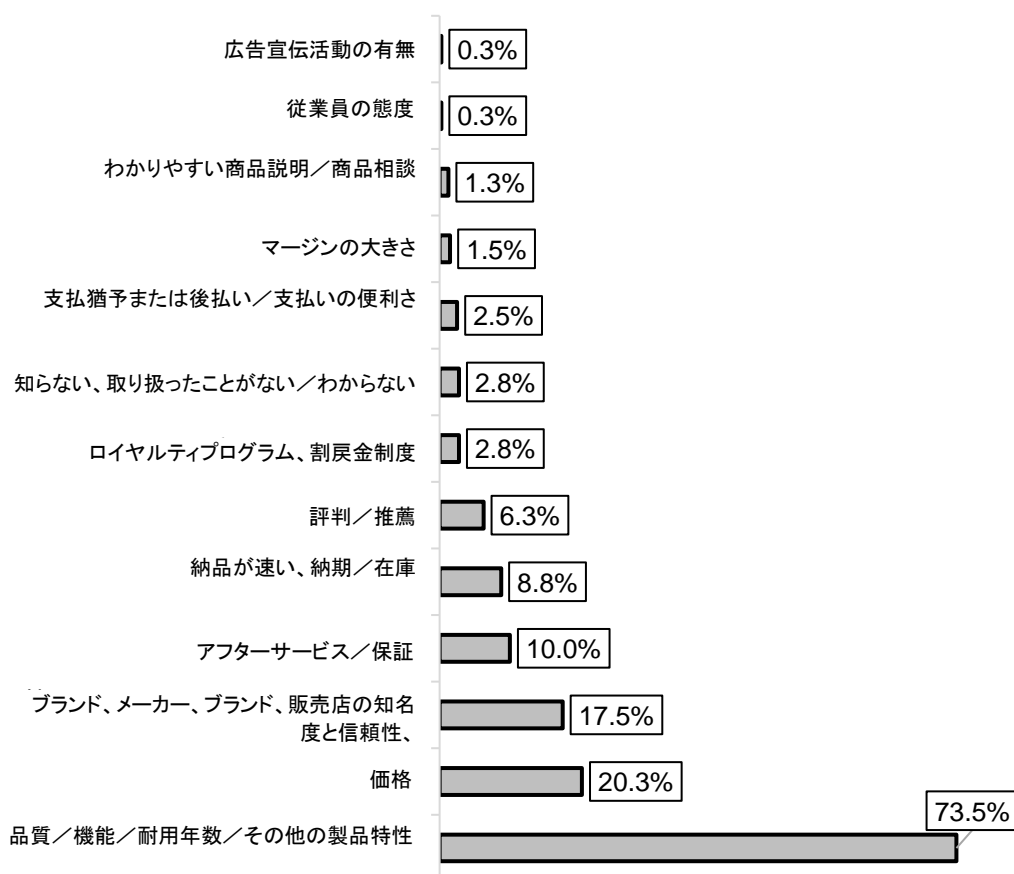


出所: 400 社に対するアンケート結果

2.6. 製品を選択し購入する際に重視すること(自由回答質問)

洗浄便座を選択する際に、大半の企業（73.5%）が重視しているのは、その品質・機能・耐用年数であり、これ以外の側面は購入に際してそれほど重要視されていない。回答した企業の5分の1（20.3%）は価格も重視、また17.5%はメーカーまたは販売店のブランド（ブランド）の知名度および信頼性にも注目している。

グラフ 52 温水洗浄便座または類似製品を選択し購入する際に企業は何を重視するか(%)



出所: 400社に対するアンケート結果

2.7. 製品の選定および購入決定に責任を負う社内担当者(自由回答質問)

選定と購入決定は、企業幹部によって行われることが多い（36.3%）。16.8%の企業では、課長、チーフエンジニア、主任レベルが選定に責任を持ち、決定を下している。その他、約3分の1では、調達部、調達部長または調達責任者の職務とされている。また9%の企業ではデザイナーまたはプロジェクトマネージャーが担当している。その他の回答例は極めて少数だった。

2.8. 下記価格帯の製品を購入する際に支払う用意のある製品1台あたりの金額と購入台数

洗浄便座1台あたりの購入に際して用意できる金額に関し、3分の2以上（69%）が10万ルーブル未満しか調達の用意がないとの回答であった。13.8%の企業は「12万ルーブル未満」の回答を選択した。30万ルーブル以上の洗浄便座を購入する用意がある企業は5.5%だった。

最後に台数については、半数以上（57.5%）が5台未満の洗浄便座を、23.8%の企業が5台以上10台未満、9.3%が10台以上20台未満の洗浄便座を購入したいと回答した。20台以上の製品を購入する可能性がある企業は9.5%だった。

（第二部以上）

令和2年度
ロシア地域貿易投資促進事業
ロシア新規市場開拓可能性調査

ロシアでのタンクレストイレ及び 温水洗浄便座製品需要

2021年3月発行

編集・発行

一般社団法人ロシアNIS貿易会
ロシアNIS経済研究所
東京都中央区新川1-2-12
電話 (03) 3551-6218

© 禁無断転載