

# マレーシア次世代 トイレ市場レポート

作成者：Soon Zheng Dong  
作成日：2026年2月8日

※為替換算：1 MYR  $\approx$  30 円で試算（概算）

# 目次

目次	1
1. 市場の大枠（重要）	2
サニタリー市場（トイレ・洗面・バス周り全体）	2
スマートトイレ／スマートバス市場（電子ウォシュレット含む）	2
2. 使用率・普及状況（マレーシア特有）	2
手動ビデ（ホース型＝バムガン）	2
電子ウォシュレット／スマートトイレ	2
3. ホテル・商業施設の状況	3
ホテル（狙い目）	3
オフィス／モール／公共施設	3
4. 価格帯（ざっくり）	4
手動ビデ（ホース）	4
通常の陶器トイレ	4
電子ビデシート（便座タイプ）	4
一体型スマートトイレ	4
施工費（目安）	4
5. 主要競合（マレーシア）	5
プレミアム	5
ミドル（市場の中心）	5
低価格で拡大中（脅威）	5
競合分析：COWAY（コーウェイ）のサブスクリプションモデル	5
COWAY 特有のサービス「HEART SERVICE」の分析	6
6. 売り方（流通モデル）	7
一番お金が大きい：開発案件（B2B）	7
リテール（ショールーム）	7
オンライン（SHOPEE/LAZADA）	7
サブスク（新しいモデル）	7
7. 顧客が重視するポイント	8
一般消費者	8
開発会社（デベロッパー）	8
8. 市場予測の超シンプル例（考え方）	9
9. ビジネス結論	9
10. リスク（重要）	9

## 1. 市場の大枠（重要）

### サニタリー市場（トイレ・洗面・バス周り全体）

---

- 2024年：約 RM 63.36B（約 1 兆 9,008 億円）
- 2029年：約 RM 83.16B（約 2 兆 4,948 億円）見込み
- 成長率：年 5～6%程度（安定成長）

👉 建設・不動産開発に連動する「安定型市場」です。

### スマートトイレ/スマートバス市場（電子ウォシュレット含む）

---

- 成長率：年 12～16%（かなり速い）
- 2025年→2031年：約 RM 16.72B（約 5,016 億円）  
→ 約 RM 42.24B（約 1 兆 2,672 億円）へ拡大予測

👉 高付加価値・高成長セグメントです。

## 2. 使用率・普及状況（マレーシア特有）

### 手動ビデ（ホース型＝バムガン）

---

- マレーシアでは水洗浄がほぼ文化
- 住宅での普及は非常に高い（体感 80～95%+）

👉 数量がとて大きい（ボリューム市場）。

### 電子ウォシュレット/スマートトイレ

---

- 一般家庭の普及率はまだ低め（推定 5～10%未満）
- ただし、伸びやすい層：
  - 高級コンドミニアム
  - 富裕層住宅
  - 日本人/韓国人など外国人需要

👉 単価が高く利益率が高い「プレミアム市場」。

## 3. ホテル・商業施設の状況

### ホテル（狙い目）

---

- マレーシアのホテルの約\*\*36～40%\*\*にビデ設備あり（何らかの形）
- 4～5つ星は導入率が高い（ほぼ標準化に近い）

👉 最初の顧客として最も狙いやすいB2B市場。

### オフィス／モール／公共施設

---

- 手動ビデはあることが多い
- スマートトイレはまだ少ない
- ただし、タッチレス（自動洗浄・自動水栓）は増加中

👉 今後伸びるが、導入はホテルより遅い傾向。

## 4. 価格帯（ざっくり）

### 手動ビデ（ホース）

---

- 小売：RM20～RM100（約 600 ～ 3,000 円）
- プロジェクト大量発注：RM10～RM50（約 300 ～ 1,500 円）

👉 市場は大きいですが、利益率は薄く価格競争が激しい。

### 通常の陶器トイレ

---

- ローカル：RM300～RM1,000（約 9,000 ～ 30,000 円）
- 輸入ミドル：RM1,000～RM3,000（約 30,000 ～ 90,000 円）

### 電子ビデシート（便座タイプ）

---

- 中国／韓国：RM1,000～RM2,000（約 30,000 ～ 60,000 円）
- 日本（TOTO 等）：RM3,000～RM6,000（約 90,000 ～ 180,000 円）

👉 スタートアップが狙いやすい価格帯（成長しやすい）。

### 一体型スマートトイレ

---

- ミドル：RM5,000～RM10,000（約 15 万 ～ 30 万円）
- 高級（TOTO Neorest 等）：RM20,000～RM30,000（約 60 万 ～ 90 万円）

👉 高利益だが、対象顧客は限られる（ホテル・高級物件向け）。

### 施工費（目安）

---

- スマートトイレ：RM600～RM2,000（約 18,000 ～ 60,000 円）
- 通常トイレ：RM100～RM300（約 3,000 ～ 9,000 円）

## 5. 主要競合（マレーシア）

### プレミアム

---

- TOTO（日本）
- Kohler（米）
- Grohe（独）

### ミドル（市場の中心）

---

- Johnson Suisse / Roca（ローカル製造あり）
- American Standard（LIXIL系）
- Inno / Clayton（マレーシア）

### 低価格で拡大中（脅威）

---

- 中国系（JOMOO、Arrow、Mideaなど）
- ローカルが中国OEMをリブランドして販売

👉 価格競争が強くなるポイント。

### 競合分析：Coway（コーウェイ）のサブスクリプションモデル

---

マレーシアで浄水器シェア No.1 の Coway は、その顧客基盤と月額課金ノウハウを活かし、電子ビデ（便座）市場でも急速にシェアを拡大している。

- 代表製品：BATERI BIDET (BA35-A)
- 販売モデル
  - 一括購入：RM 1,520（約 45,600 円）
  - レンタル（サブスク）：月額 RM 30（約 900 円）～
- 戦略的特徴
  - 乾電池駆動：電源工事不要で、古い住宅や賃貸物件でも即日設置可能。
  - 低価格エントリー：月額 900 円という圧倒的な低価格で「手動ホース（バムガン）」からの切り替えを促進。

# Coway 特有のサービス「HEART Service」の分析

Coway がマレーシア市場で圧倒的なシェアを誇る要因は、単なる製品力ではなく、「HEART Service」と称される独自のアフターサービス網にある。

このビジネスモデルを分析することは、日本ブランドの参入戦略において不可欠である。

## 1. Cody（コーウェイ・レディ）による定期訪問

- 内容：2～4ヶ月に一度、専門教育を受けたスタッフ（Cody）が自宅を訪問し、フィルター交換、ノズル洗浄、本体の除菌清掃を行う。
- 効果：消費者は「水回りの電化製品は故障しやすい、不衛生になりやすい」という不安を抱えているが、この定期訪問が「安心感」というブランド価値に直結している。

## 2. 7年間の長期メンテナンス保証

- 内容：レンタル契約期間中（最大7年）故障修理や消耗品交換の費用がすべて月額料金に含まれる。
- 効果：一度買ったら壊れるまで放置ではなく「常に最良の状態を使い続けられる」という体験を提供し、顧客を長期間囲い込んでいる。

## 3. 100% Halal（ハラル）認証の取得

- 内容：製品だけでなく、洗浄に使用するフィルターや工程においてもハラル認証を取得。
- 効果：イスラム教徒が多数を占めるマレーシアにおいて、衛生面での絶対的な信頼を勝ち取っている。

## 6. 売り方（流通モデル）

### 一番お金が大きい：開発案件（B2B）

---

- コンドミニウム・ホテル・商業施設は大量購入
- 値引き 10~30%が普通
- “採用される”と一発で大きい

### リテール（ショールーム）

---

- 家庭用、改装需要

### オンライン（Shopee/Lazada）

---

- 伸びているが、安価品が強い

### サブスク（新しいモデル）

---

- Coway などが便座を月額で提供

👉 導入障壁（初期費用）を下げられる強いモデル。

## 7. 顧客が重視するポイント

### 一般消費者

---

- 価格
- 清潔さ（衛生）
- デザイン
- メンテの安心（保証・修理）
- 若い層はスマート機能も興味
- 宗教的・衛生的信頼（ハラール認証）

### 開発会社（デベロッパー）

---

- 1台あたりコスト
- 故障率の低さ
- 保証・部品供給
- 高級物件は「ブランド価値」も重視

## 8. 市場予測の超シンプル例（考え方）

- マレーシアの世帯数：ざっくり 約 800 万世帯
- 仮に電子ビデが 5% だけ普及すると：
  - 40 万台
- 平均単価 RM2,000 なら：
  - RM8 億規模（約 250 億円 目安）

さらに B2B（ホテル・デベロッパー案件）を取れると市場はもっと大きくなります。

## 9. ビジネス結論

- 手動ビデ：巨大市場だが低利益&競争激しい
- 電子ビデ便座：伸びやすく価格も現実的（おすすめ）
- スマート一体型：高利益、まずはホテル・高級物件から

## 10. リスク（重要）

- 中国低価格品の流入で価格競争が激化
- 施工・アフターサービスが弱いと悪評が出やすい
- 一般層は「高い=不要」と思われやすい（教育が必要）
- デベロッパーは価格に厳しい