

# 存在感が高まるペイントプロテクションフィルム、その導入を考える

## 日本のPPF市場の広がり

2025年1月に発売されたトヨタ・アルファードハイブリッドスペーシャスラウンジの架装オプションにて、ボデーへのペイントプロテクションフィルム(以降、PPF)が採用された。また、8月には日産が発売したキャラバンのアクセサリパッケージ「SOTOASO-BIパッケージ」でフロント部分に「プロテクションシールド・艶消しブラック」と称して、同社開発の純正PPFが採用されるなど、耐傷性・防汚性が評価され、カーメーカーでの採用が見られ始めた。

ボデー用フィルムには大きく分けて2種類あり、先に挙げたPPF(TPU素材)と、装飾目的でカラーチェンジに使用されるラッピング(塩ビ素材)とがあるが、今回は特に近年注目を集めるこのPPFをメインに触れていく。

まず海外市場に目を向けると、特に近年中国での市場の拡大が目覚ましく、同国の大手PPFメーカー・Shanghai Nainv Technology社によ

れば、2024年度の統計で新車販売台数2,300万台に対して、そのうちの約400万台がプロテクションフィルムを装着しているという。その要因について、近年までハイクラスの高級車オーナーがユーザー層だったが市場競争により施工価格が低下したことで、ミドルクラス・一般乗用車の層の手が届く価格となり施工台数が大きく増加したと分析している。そして日本でも同様のことが起こると予想し、日本市場への進出を図っているという。

それでは実際の日本市場はどうだろうか。特にPPF施工の対象になりやすい輸入車の市場を確認してみる。

自動車検査登録情報協会によれば、2024年時点の保有乗用車(6,197万8,954台)のうち、424万9,525台が輸入車にあたる。さらに日本自動車輸入組合の調査で新規登録台数は2024年は22万5,518台だった。フルラッピングの施工料金を100万円として施工車両はその10倍の価格、1,000万円以上を対象として考えた場合、2024年の1,000万円以上の車両の新規登録台数を参照すると3万9,614台だった。

だが日本にも価格を抑えたフィルムの製品が登場しているほか、国内の施工店においても、これまでフルラッピングが1台あたり100～150万円前後で推移していたところを大きく下回る90万円未満で施工する店舗が登場するなど価格競争が進み、施工対象車両を増やそうという傾向が見られる。一段低い車両価格帯(400～999万円)の登録台数を参照すると13万

8,629台。1,000万円以上の車両と合わせて合計約18万台。もちろんこのすべての車両がフルラッピングの需要であると言うつもりはない。だが飛び石防止のためのフロントセクションへの施工や、ディーラーオプションでも見られるドアカップやステップへの施工という選択肢もある。車格にあった価格帯のサービスメニューとして十分に通用するのではないだろうか。

## 鈹金塗装工場がPPFを導入する意義

日本カーラッピング協会(JCWA、苅谷伊会長)が主催するプロテクションフィルムの施工技術者の練度を競う大会、「全日本プロテクションフィルム選手権」は今年10月に第4回大会が開催されるが、2022年の第1回の参加人数が30人ほどだったが今では70人を超え、20～30代の技術者も多く、海外からも参加するなど盛り上がりを見せている。

一方、鈹金塗装工場にとってPPF施工は主流のサービスメニューとは言い難い。本誌が行った読者アンケートでも「PPFを施工している」と回答した工場は全体の約4.5%にとどまる。

だがそれでも、PPF需要に対して鈹金塗装工場には様々な訴求力がある。

その大きな理由は特定整備認証を取得していること、そして鈹金塗装の技術そのものだ。PPFはフィルムであれば施工作業時に部品脱着することは少ないものの、センサー類にエラーが発生した場合にはやはり部品を外しての確認が必要だ。また、入庫時点で塗膜



プレカットフィルムの施工。パネルの形にカットされたものを貼り付ける

## 工場事例

元钣金職人の実務経験に見る  
PPF事業参入の現実的な商機

1都3県を中心に個人でPPF施工業を営む。38歳

磯 真仁 氏

## Rocky shore

短キャリアで高収入  
独立性の高い職人業

複数の工場で約15年間钣金塗装技術者を務めた磯氏が、ペイントプロテクションフィルム（PPF）施工に携わり始めたのは2020年。所属工場での配置転換で、当時は戸惑いを覚えた振り返る。ただその後、市場の成長とともに施工経験を積み、22年にPPF施工とデントリペアの2つの技術を持って独立。23年には業界団体が開催する施工技能の競技会で優勝するなど、短期間で実績を積み上げた。

現在はまだ自社ショップを構えず、他社からの施工ヘルプを請け負う磯氏。「日当3～5万円がPPF施工ヘルプの相場のように、同じフィルム貼りの建物内装クロスなどと比較しても高水準。今年はデントリペアよりもPPFの比重が高かった」と依然として続くPPF市場の活況ぶりを話す。

高単価相場に陰り？  
将来展望には慎重な見方

ただ、市場の将来展望には現実的な

見方も示す。「ここ1、2年ほどで相場より安い価格を打ち出す施工店が増えてきた印象。元々高級車が中心で対象の台数規模は少なく、その既存顧客は先行する専門店にリピートしている。今後の広がった裾野市場では、従来より相場が下がるのでは」と現況を分析。

また、施工者の育成における課題も指摘する。「年々施工品質が高まる中、外部の講習を受講しただけでは顧客満足を得られる水準に至らず、反復的な施工経験の積み重ねが必要。ただ新規参入の場合、その経験となる顧客の確保に苦慮するジレンマに陥りがちで、法人では育成したスタッフの独立もリスク。また新しいゆえに製品や施工法の変化が激しく、一方でカーメーカーの整備マニュアルや車協、日整連のような公式な技術情報もないため、日常的な情報収集も欠かせない」と、事業収益化のハードルを説明する。

補修や脱着など  
“車体のプロの技術”に期待も

事業の競争環境が激しさを増す中、車体整備の技術の利活用へも高い期待

を示す。「強力な接着層で貼るPPFはキレイにはがせるのが売りだが、施工や塗膜状態などによりはく離など塗装トラブルが絶えないのも実情。一部の施工では部品脱着を伴う中でセンサー類など電子制御装置の故障発生のリスクも高まっている。今後の市場拡大では、貼る技能だけでなく、塗装や車体に精通した知見も必要」と磯氏。

前述の通り、PPF事業の新規参入のハードルは決して低くない。その中で「裾野が広がれば、特にドアカップ・エッジやヘッドライト保護など、安価で満足度の高い部分施工のニーズは高まる。新規参入する場合は、まずは小規模な施工から経験を積むと同時に、先行する外部の専門事業者との連携もうまく活用することで、参入コストと収益への期待を両立できる可能性は大いにあるのでは」と事業の成長性を提唱。また職人個人の観点でも、「短いキャリアだが、幸いなことに他者から高く評価してもらいながら仕事できている」と、始めた当初の戸惑いとは一転、高いモチベーションをもたらすPPF施工業の魅力を明かしてくれた。



23年に優勝した競技会。24年も4位入賞を果たした



特にパネル端では一定の塗装トラブルのリスクも



カラー PPFなど新素材の勉強会にも積極的に参加