

2018年 衣類スチーマーの販売動向

GfKジャパン(東京: 中野区)は、家電量販店における衣類スチーマー※1の販売動向※2について発表した。

【概要】

- ・2018年(1-11月)の衣類スチーマー販売台数は前年比14%増と好調
- ・高機能モデルの販売拡大により、平均価格は前年同期から7%上昇

【衣類スチーマー市場は右肩上がりでの拡大】

家電量販店における衣類スチーマーの販売台数は年々拡大しており、2013年からの4年間で10倍弱の成長を記録した。2018年(1-11月)においても前年比14%増の2桁増となった(図1)。

製品の特長として、電源を入れてからの立ち上がり早く、衣類をハンガーにかけたままでも使用できるといった使い勝手の良さがあげられ、「家事をより手軽に、短時間でやりたい」という需要の高まりが市場拡大の背景にあるとみられる。

機能面をみると、アイロンのようなかけ面があり、スチームだけでなくプレスしてしわを伸ばすこともできるアイロン対応モデルが主流となっている。2013年に販売されたモデル数は10以下であったが、2018年では30以上に増加し、衣類スチーマーの販売台数に占める割合は9割に達した。また、しわを伸ばすことだけでなく、スチームによる脱臭や除菌を訴求したモデルも多くみられ、こうした点で従来のアイロンとの差別化につながっている。

市場の押し上げに大きく貢献しているのは、多量のスチーム噴射や素早い起動により、短時間でしわ取りが可能な高機能モデルである。こうしたモデルの拡大をうけ、2018年(1-11月)における衣類スチーマーの税抜き平均価格は約8,000円と、前年同期から7%上昇した。その結果、金額前年比は22%増と大幅に伸長した。

【衣類スチーマーとアイロンの販売動向】

一方で、従来のアイロンの販売は年々減少しており、2018年(1-11月)は台数・金額ともに前年比11%減となった。ただし、深いしわや長時間の使用など、アイロンの利用が適したシーンも多く、依然として根強い需要があるとみられる。衣類スチーマーとアイロンの販売台数比では43:57とアイロンの割合が上回った。

月別の販売台数を比較すると、アイロンは3月、衣類スチーマーは4月と、新生活期の前後にピークが分かれた(図2)。新生活に備えた事前購入が多いアイロンに比べ、衣類スチーマーは新生活開始後に必要を感じて購入されるケースが多いとみられ、「より手軽にしわを伸ばしたい」という消費者の支持を集めていることがうかがえる結果となった。

この秋にはコードレスタイプの衣類スチーマーが登場した。コードの取り回しが不要なコードレスタイプは、アイロン市場で販売台数の7割を占めている。時短や手間軽減に対する消費者のニーズが高い状況にある中、衣類スチーマーの利便性を追求したコードレスタイプが、今後市場の新たな活性化要素となるか、注目が集まる。

※1. 乾電池式を除く ※2. 全国の家電量販店約4,000店の販売実績集計

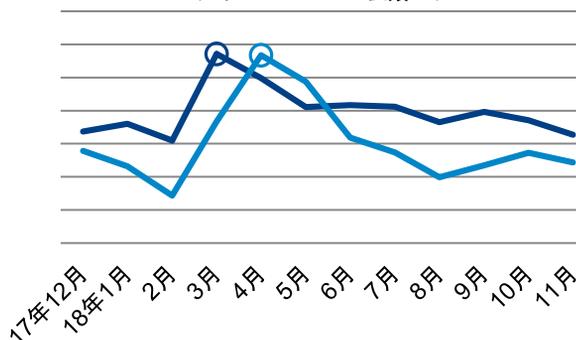
図1. 衣類スチーマーの販売台数指数

(2013年=100とする)



図2. 衣類スチーマー・アイロンの月別販売台数

— アイロン — 衣類スチーマー



※本リリースに関するお問い合わせ先

GfK ジャパン
広報グループ

tel : 03-5350-4623

Email : info.jp@gfk.com

<http://www.gfk.com/jp/>