



2018年 メガネ(フレーム・レンズ)市場動向

GfKジャパン(東京:中野区)は、全国のメガネチェーン店の販売実績を基に、2018年におけるメガネ(フレーム・レンズ)市場の販売動向について発表した。^{*1}

【概要】

- ・2018年のメガネ(フレーム・レンズ)小売市場の販売金額は前年から微減の3,210億円
- ・フレーム、レンズともに数量前年比1%増、金額前年比2%減

【2018年のメガネ小売市場】

2018年のメガネ(フレーム・レンズ)小売市場の販売金額は前年比2%減の3,210億円となった。販売金額のうち、フレームが45%、レンズが55%を占めた(図1)。

【メガネフレーム販売動向】

メガネフレーム販売は、数量前年比1%増、金額前年比2%減となった。カテゴリー別に販売数量をみると、男性用が43%、女性用が37%、ユニセックスが20%を占めた。男性用、女性用ともに前年の販売を下回ったものの、ユニセックスが数量前年比28%増と市場を下支えた。

価格帯別の販売数量構成比を見ると、10,000円以下が80%、10,001~30,000円が17%、30,000円超が3%を占めた。低価格帯の販売は堅調であったものの、30,000円超の高価格帯は数量前年比4%減となった。この結果、メガネフレームの税抜き平均価格は前年から250円下落し、8,150円となった。

2000年代以降、3プライス店を中心に手ごろな価格帯でのメガネフレーム販売が広がったことにより、消費者が趣向に合わせたメガネを購入しやすくなった。こうした背景があり、市場は数量ベースでは上昇基調にある。ただし、平均価格の低下をうけて金額ベースではここ数年微減が続いている。

【メガネレンズ販売動向】

メガネレンズ販売は、数量前年比1%増、金額前年比2%減となった。メガネレンズには、一般的に用いられる単焦点レンズと遠近両用レンズと呼ばれる累進レンズがあり、数量構成比ではそれぞれ81%、19%を占めた。

単焦点レンズは数量前年比3%増となった。特に高性能で薄型の非球面タイプが成長をけん引した。単焦点レンズにおける同タイプの数量構成比は前年から2%ポイント上昇し88%を占めた(図2)。

累進レンズは数量前年比3%減となった。累進レンズには遠近両用レンズ以外に中近レンズ、近近レンズがあり、それぞれの数量前年比は遠近両用レンズが3%減、中近レンズが2%減、近近レンズが11%減と、いずれのタイプも前年を下回った。この累進レンズの販売減には、遠近両用コンタクトレンズの販売拡大に加えて、メガネ型ルーペなど、メガネレンズ以外の視力補正手段の広がりが影響したとみられる。

図1. メガネ(フレーム・レンズ)小売市場規模(億円)

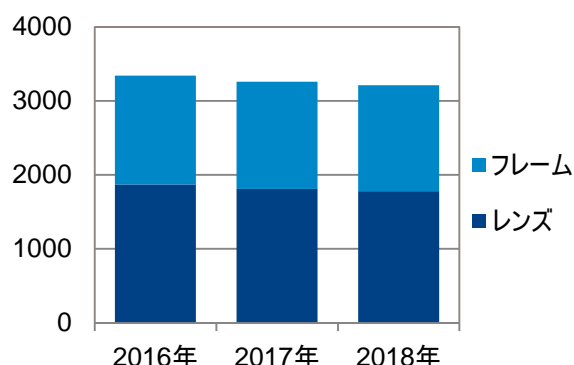
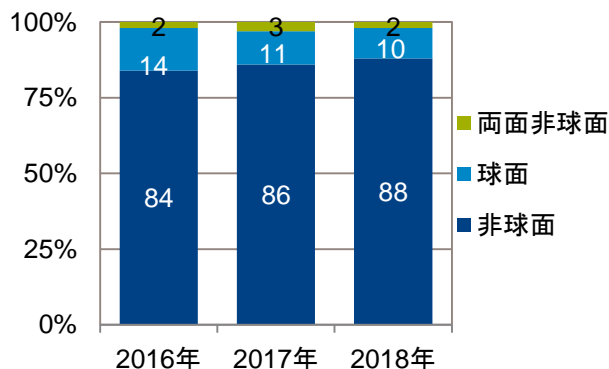


図2. メガネの単焦点レンズにおけるタイプ別数量構成比



^{*1} 全国のメガネチェーン店からPOS データ等を収集し、統計的な手法に基づき全国市場規模相当に拡大推計した