



今日のキーワード 高まる『美容家電』市場の拡大期待

かつて家電で高シェアや高い競争力を有した国内企業は、デジタル化の進展や中国企業などの台頭に伴い、一部の白物家電などを除くと、自社生産の撤退など縮小傾向が続いています。こうした中、技術やブランドによる差別化や美容液など消耗品販売での安定的な利益が期待される『美容家電』へ、新規参入する企業が増加しています。付加価値の高い新商品の投入による『美容家電』市場の拡大期待が高まっています。

ポイント1 家電の次の有望商品として『美容家電』への注目が高まる

- 家電は価格競争が激しく国内企業は一部の白物家電などを除くと、自社生産から撤退するなど縮小傾向が続いています。こうした中、次の有望商品として『美容家電』に対する注目が高まっています。
- 『美容家電』で国内シェア首位に立つパナソニックに加え、花王が独自技術を使った同社初となる新製品を発売したほか、その他の企業も開発を加速しており、『美容家電』を巡る取り組みが熱を帯びてきました。

ポイント2 花王など『美容家電』に新規参入

- パナソニックはドライヤーやシェーバーなどの国内シェア首位で、これまで『美容家電』をリードしてきました。特にドライヤーは2005年に独自の微粒子「ナノイー」を搭載し、髪に潤いを与える「ナノケア」シリーズがヒットしたことで、2018年には世界販売台数が累計1,000万台を突破しました。また9月11日まで独ベルリンで開かれた欧州最大の家電見本市で、同社は、展示の目玉に『美容家電』を据えました。欧州ではテレビやデジタルカメラが中心でしたが『美容家電』などを強化する方針です。
- 花王は同社初となる『美容家電』を12月4日から発売しました。高性能噴射機器によりつくられる極薄膜と美容液を組み合わせ、極細繊維を直接肌に吐出し、肌上に極薄膜をつくる独自の技術を応用した小型機器です。肌に噴射するだけで、寝ている間も肌を乾燥から守り、保湿効果が高まります。噴射機器はパナソニックと共同で開発しました。コーサーもカシオ計算機と共同でネイルプリンターの商品化を進めています。



今後の展開 付加価値の高い商品の投入による『美容家電』市場の拡大を期待

- 家電で競争の激しいテレビなどに代わる商品として『美容家電』の期待が高まっています。今回発売された花王の製品は独自性の高い技術や、継続使用される化粧品で稼ぐビジネスモデルとなっている点などが注目されます。参入企業が価格競争と一線を画し、消費者の購買意欲を誘う付加価値の高い商品を投入して『美容家電』を消費者に浸透させ、市場を拡大していけるか注目されます。

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

ここも
チェック! 2019年12月11日 国内で『ウェアラブル』機器の医療への活用が広がる
2019年 8月19日 高まる『アシストスーツ』の市場拡大期待

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友DSアセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。■当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。■当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。■当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。■当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。■当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。■当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。