

空気清浄機の販売動向 花粉・インフルエンザ対策で需要が拡大

GfKジャパン(東京:中野区)は、空気清浄機の国内販売動向を発表した。*1

【概要】

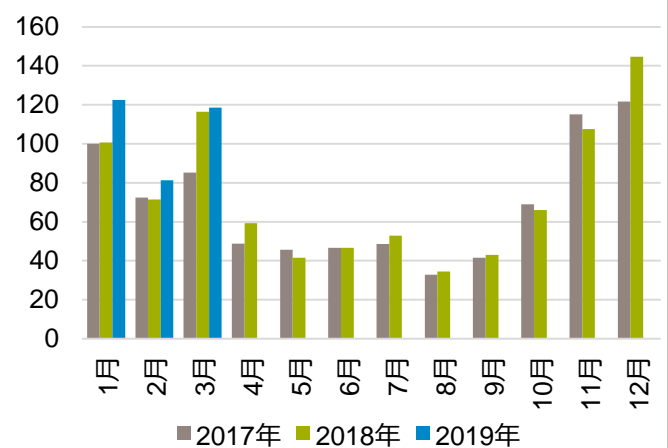
- ・2018年の空気清浄機の販売台数は前年比7%増。2019年第1四半期(1-3月)は同12%増と好調
- ・インフルエンザの流行を受け、加湿機能搭載タイプの需要が増加

【2018-19年の空気清浄機販売動向】

2018年における空気清浄機の販売台数は前年比7%増の220万台となった。空気清浄機の需要期は春と冬であり、花粉の飛散量やインフルエンザの流行といった外的要因にその販売が大きく左右される。2018年の春は前年よりも花粉飛散量が多く、スギ花粉の飛散ピークとなった3月の販売台数は前年比37%増、ヒノキ花粉のピークであった4月も同22%増と好調であった(図1)。また、冬はインフルエンザの流行入りが発表された12月に同19%増となった。

2019年に入っても販売は好調に推移しており、第1四半期(1-3月)の販売台数は前年比12%増となった。インフルエンザの報告患者数がピークとなった1月は同22%増と、集計開始以降の過去6年間で最多の販売台数を記録した。2月は全国的に気温が高く、スギ花粉の飛散が前年より早く促されたことで同14%増となり、3月も好調であった前年同月を2%上回った。

図1. 空気清浄機の月別販売台数
(2017年1月=100とした指数値)



【加湿機能搭載タイプが堅調】

機能面をみると、販売台数のうち7割を加湿機能搭載タイプが占め、主流となっている。同タイプの販売台数はここ数年縮小傾向にあったが、2017年にこの傾向が一服して前年並みとなり、2018年は市場全体の需要が盛り上がったこともあり前年の販売台数を7%上回った。さらに、2019年1月には同26%増と急伸した。1月はインフルエンザの流行に加え、全国的に降水量が少なく、乾燥した日が続いたことで加湿需要が高まったとみられる。この需要は加湿器の販売動向にも表れており、1月の加湿器の販売台数は同43%増と大幅な伸長をみせた。

【通年商品化の進展】

空気清浄機は花粉やウイルスだけでなく、ハウスダストやにおい対策としても底堅い需要がある。春と冬に販売が集中する季節商品であるものの、こうした季節を問わない需要を取り込むことで通年商品化すれば、更なる市場規模拡大が見込まれる。近年、空気清浄機は多機能化が進んでおり、衣類やタバコの消臭機能など需要期に縛られない付加価値機能を搭載した製品や、扇風機として使用できる製品などが展開され、徐々に通年商品化が進んでいる。通年商品としての空気清浄機の価値や必要性に対する消費者認知が広がり、通年使用のニーズが顕在化するかどうか、今後の市場拡大の鍵といえる。

*1. 全国の家電量販店、総合量販店、インターネット通販の販売実績を元に、国内市場規模相当に拡大推計