

2022年アジア4か国カラーコンタクトレンズ市場動向 コロナ政策が需要の増減に響く

GfK Japan（東京：中野区）は、日本・中国・韓国・台湾の集計対象店舗^{*1}の販売実績を基に、2022年のアジア4か国におけるカラーコンタクトレンズ（サークルレンズ含む）の販売動向について2023年5月9日に発表した。

【概要】

- ・2022年のカラーコンタクトレンズ市場は、日本、韓国、台湾で前年を上回った。
- ・日本と中国ではオンラインでの販売が市場の成長を牽引。

【3か国でカラーコンタクトレンズの需要が回復傾向】

2022年のアジア4か国におけるカラーコンタクトレンズの販売動向は、日本・韓国・台湾の3か国で前年を上回る成長が見られた(図1)。

日本は4か国のうち前年比が最も高い20%増を記録し、新型コロナウイルス拡大以降、初めて前年を超えた年となった。韓国は前年比6%増となり、2年連続のプラス成長となっている。台湾は9%増で、日本と同様にコロナウイルス流行以来2年ぶりの増加に転じている。3か国とも規制が緩和・解除され、外出に対するハードルが下がったことが追い風となったと考えられる。一方、中国は異なった動きが見られ、前年比3%減と唯一2021年を下回っている。この背景には2021年の中国市場が非常に好調であったことに加え、ゼロコロナ政策が大きく影響している。カラーコンタクトレンズは装用機会が外出時となるユーザーが多く、コロナ政策により需要が左右されたようだ。

【日中でオンライン販売が牽引】

日本のチャネル動向を見てみると、オンラインが販売を市場を牽引している状況にある。販売チャネル構成比は、2019年に店頭とオンラインがほぼ同率であった。しかし店頭販売は減少が続き、オンラインが増加を続けたことで、2022年にオンラインが70%近くとなり、約20ポイントも拡大した。中国でもオンラインの好調さが目立ち、店頭での購入は縮小が進んでいる。

各チャネルの前年比を見ても、日本が2022年トータルで前年比増に転じたのはオンラインの貢献度が高い。中国は好調だった2021年でオンラインが大幅増となっており、非対面での購入が進みやすい傾向は日本以外でも見られている。

図1. カラーコンタクトレンズ販売枚数 前年比(%)

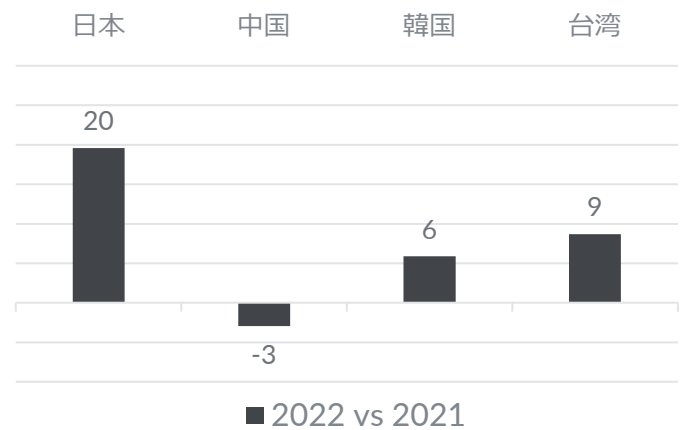
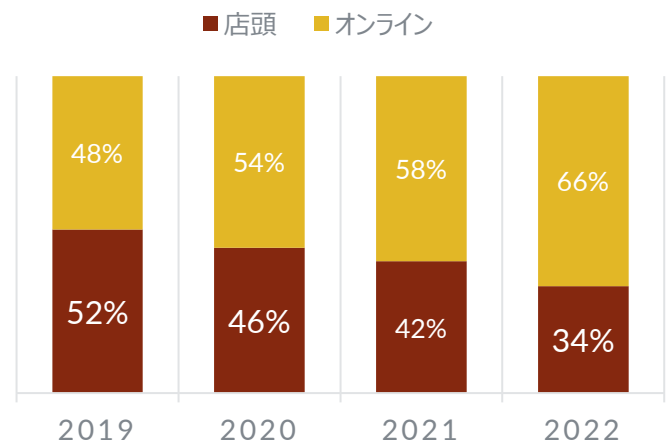


図2. 日本におけるチャネル構成比 (販売枚数ベース)



*1. コンタクトレンズ小売市場のうち、各国の集計対象は以下の通り。

日本：コンタクトレンズ専門店および眼鏡専門店（インターネット販売を含む）
中国：眼鏡専門店（インターネット販売を含む）

韓国：眼鏡専門店
台湾：眼鏡専門店、ドラッグストア