

## 生活家電の色トレンドに変化 — 美容家電や調理家電で黒色が拡大、生活家電の色はシック傾向に —

GfK Japan（東京：中野区）は、全国の家電量販店の販売実績データを基に、生活家電における色トレンドを発表した\*1。

### 【概要】

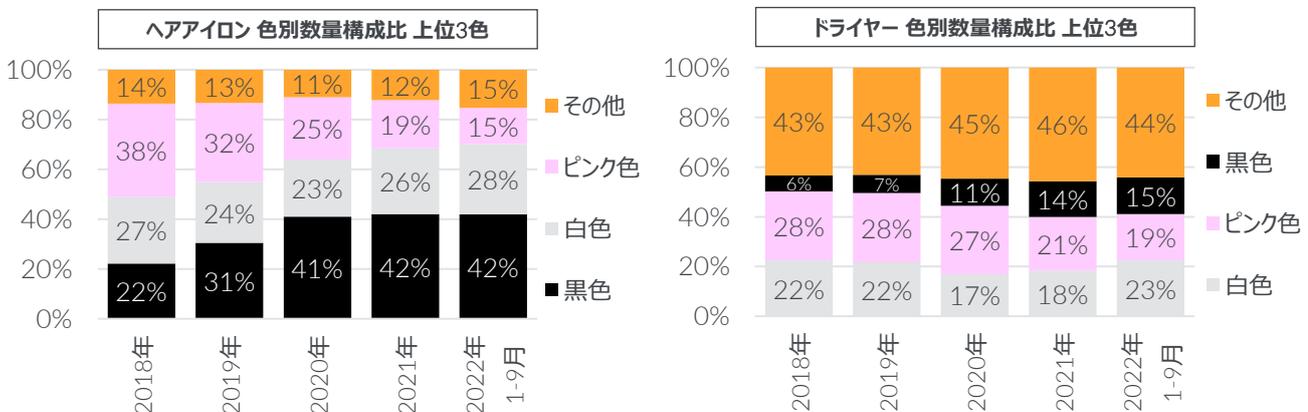
- ・美容家電や調理家電で黒色の数量構成比が拡大
- ・ヘアアイロン市場では 2020年以降、黒色の数量構成比が約4割を占め、過去主流だったピンク色は縮小傾向
- ・炊飯器市場ではここ数年で黒色が伸長し、22年1-9月期では過去主流だった白色を上回る規模に拡大

### 【美容家電でピンク色が縮小、代わって黒色が存在感】

ヘアアイロン市場では、黒色の数量構成比が18年の22%から22年1-9月には42%にまで拡大した。18年時点ではピンク色の構成比が38%を占め、2位の白色に10%ポイント以上の差をつけ1位だった。しかし年々構成比を減らし、22年1-9月においては15%にまで縮小した。ドライヤー市場においても、黒色の構成比は18年の6%から22年1-9月には15%に拡大した。対照的にピンク色の構成比は縮小し、18年の28%から22年1-9月には19%となった。

背景として、性別や年齢などのイメージにとらわれない考え方の広がりがあると考えられる。男性の美容意識の高まりはその一例だ。また、女性はピンク色が好きだという固定概念が変わりつつあることも、美容家電市場でシックな色が選ばれる傾向が強まってきた要因の一つとみられる。

図1. 美容家電の色トレンド



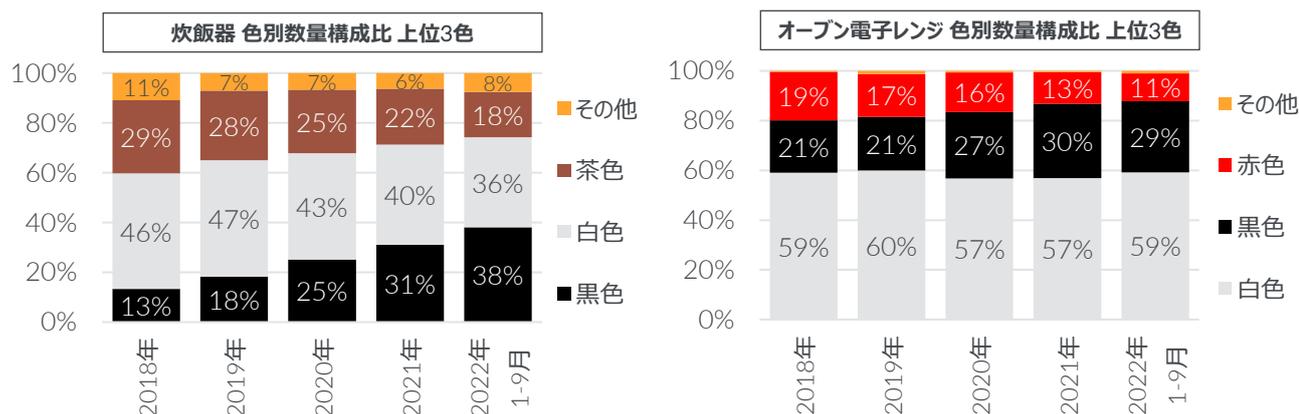
### 【複数の調理家電で黒色が伸長、白色以上の構成比も】

炊飯器市場では、黒色の数量構成比は18年の13%から22年1-9月には38%にまで拡大し、色別構成比で1位となった。18年時点では白色の構成比が46%を占めていたが、22年1-9月では36%に縮小した。

オープン電子レンジ市場\*2では白色の構成比が依然として高いが、20年以降黒色が伸長した。18年時点では21%だった黒色の構成比は22年1-9月には29%にまで拡大した。電気ケトルも白色の構成比が高い家電だが、ここ数年で黒色の構成比が徐々に伸長傾向にある。

黒色伸長の要因と考えられるのは、料理をする人に性別の垣根がなくなってきたことや、対面式キッチンの普及による調理家電のインテリア化が進んだことだと考えられる。調理家電がリビングから見えやすい住環境になったことで、キッチンの統一感を出すため、よりシンプルで洗練されたデザインが求められるようになったとみられる。

図2. 調理家電の色トレンド



### 【他の家電への広がり】

シックな色の広がりや冷蔵庫などでも見られる。冷蔵庫は機能性が重視されやすい家電ではあるが、色も購入決定に際して考慮されることが多い。弊社が実施した購入者調査\*3によると、デザイン面での購入重視点として28%の人が色と回答した。その冷蔵庫市場で、21年に入ってからシックな色の代表格であるグレーが規模は小さいながらも伸長した。

ライフスタイルや価値観の変化に伴って色のトレンドが変化する中、家電市場においてもこれまで以上に色が重要になる可能性があり、継続して市場動向に注視する必要があると言える。

\*1. 全国の家電量販店約4,000店の販売実績を集計した調査に基づく

各家電の販売実績のうち、色が不明なものは計算対象から除外

\*2. オープン機能付きの電子レンジ。オープン機能が無い単機能電子レンジは含まない

なお電子レンジは弊社定義で大型生活家電に分類されるが、本リリースでは便宜的に調理家電として扱った

\*3. gfknewron consumer 概要

■ 調査主体：GfK

■ 調査実施機関：GfK

■ 本調査対象：2021年7月~2022年6月における主要家電購入者（うち冷蔵庫購入者は約3,800名）

■ 調査方法：インターネット調査

■ 回答者属性：性、年代、就業状況、世帯年収、家族構成、他

■ 調査内容：メーカー名、比較検討メーカー名、購入前使用メーカー、購入重視点、購入店舗、参考にした情報源、他

gfknewron consumerはgfknewronが提供するソリューションの一つであり、冷蔵庫以外の主要家電でも調査を実施しています。2018年から四半期に一度調査を実施しており、最新の消費者動向をいち早く把握することができるプラットフォームです。

#### gfknewronについて

AIを搭載したソフトウェア「gfknewron」は、シングルプラットフォームによって得られるデータや市場調査などを活用して意思決定者がビジネスパフォーマンスの概要を瞬時に把握することを可能にします。新しいターゲット市場の検証から、顧客のニーズに応じた配架調整、将来の市場予測まで、社内の複数のチームが同時にいつでもアクセスでき、同じデータを使って部門間の問題に対処することができます。更に早い段階で課題を特定し、戦略的な計画を立てるのに役立ちます。AIがサポートする予測は、市場競争で優位に立つために、正確な情報に基づく迅速な意思決定に役立ちます。

