

多様化する機能性靴下・肌着

記者の



橋口侑佳 | 東京編集部
インナー・レッグウェア
ア担当

レッグ・インナーウェアの機能が多様化している。暑さ対策、防寒といった季節商品が大きな柱であることに変わりがなく、近年は消費者の生活防衛意識や異常気象で難しいかじ取りが続く。他方で、体の不調や悩みの改善に寄与する新商品が相次ぎ登場し、相対的に高価格でも売れている。セルフケアやウェルビーイングへの意識の高まりに加えて、フェムテック・フェムケア市場が成熟し女性の健康課題がオープンに語られるようになったことも背景にありそうだ。

厳しい市場環境

日本靴下協会によると、レ

セルフケア志向支えに高価格品動く

健康課題の深掘りで伸びしろ

レッグウェアの23年国内供給量は12億5244万足(前年比2.8%減)で、コロナ禍前(19年)を2億足以上、下回る。有力インナーメーカーで組織する日本ボディファッション協会の統計では、レディインナーウェアの23年出荷枚数は1億5853万枚(13

・6%減)。いずれも原材料の高騰や円安もあって単価は上昇し、数量は前年割れが続いている。厳しい市場環境下でも、高付加価値品は健康需要を捉えて伸びている。例えば、岡本が24年秋冬から販売する「おやすみスイッチ」。累計販売

数1500万足を突破した機能靴下「まるでコタツ」シリーズで、睡眠時のつま先の冷えに悩む女性が多いことに着目した。血管が集中する足裏とかかとのポイントを発熱素材で温め、つま先は熱がこもらないオープン設計で、寝る前に適した体温に導く。価格

更年期ケアに注目
フェムテック・フェムケアでは更年期ケアへの注目が高まっている。アツギは大人女性の体の「ゆらぎ」に寄り添うインナーブランドとして昨年「ユラギニ」を開発した。きっかけは出張したフェムテックイベントで寄せられた来訪者の声。急な発汗や寒暖差ストレスなどの悩みに対し、衣服内の温度変化を緩やかにする天然由来の機能素材や着心地の良さを追求した仕様を採用した。カップ付きタンクトップ(3850円)、吸水ショーツ(2530円)などを揃え、応援購入サービスのマクアケで先行予約を実施し、目標達成率25.7%と確かな手応えを得た。

しい姿勢をサポートして体形を整える。1月に放送されたQVCジャパンの番組では、5足8250円ながら1日で16万足を売り上げた。ナイガイの「整」(ととの)は、商業施設のミッテン府中にある直営店が売り上げをけん引している。肌側にプリントした人工鉱石の遠赤外線効果により、締め付けることなく血行促進できる商品で、レッグウォーマー(1760円)、腹巻き(2090円)などを揃える。売り場では前面に出し、顧客の悩みや要望を聞いて適したアイテムを紹介する。リピーターも多いという。ナイガイは今後介護関連も含むソリューション型のNBを強化する方針で、4月には「ナイガイパフォーマンス」の新作を発表予定だ。



砂山靴下は更年期の体調のゆらぎを改善する機能商品を集積し「おとゆら/f」として訴求

は税込み3500円と同社にとって挑戦だったが、暖冬の影響を受けながらも24年秋冬の販売は計画比4.3%増を確保した。補助の「美温活」シリーズも女性の健康問題に多い冷え性に焦点を当て、冷える部位や悩みに応じたインナー・レッグウェアを揃える。一番人気の「おふとん心地」は綿・カシミア・シルク混の起毛生地が肌を優しく包み込む。カップ付きタンクトップ3000円強、一分丈ボトム1980円と同社のインナーでは上位の価格帯。肌触りの柔らかさが評判を呼び、直営アウトレット店では昨年、半年分の在庫を2カ月で消化、百貨店を中心に卸先でも売売が続出した。

砂山靴下は25年秋冬から、更年期の女性に向けて「おとゆら/f」ブランドを打ち出す。更年期に生じやすい悩みを「汗」「冷え」「敏感肌」など6つに分け、それぞれ直接的、間接的に改善につながる商品を提案する。「体型」で仕掛けるアーチバランスソックスは、専門家監修のもと足関節や脚のテーピング理論を応用して考案したもの。足元の安定性を高め、美

レッグ・インナーウェアは実用衣料としての性格が強く、天候や気温に売り上げが左右されやすい。23年、24年の長く暑い夏で秋冬商戦のスタートが遅れ、苦戦を強いられた企業は多い。必要になったら買うという実用衣料のポジションにとどまらず、欠かさず身に着けておきたい必需品の開発が次の成長を加速させそうだ。