

แปรงสีฟันไฟฟ้าราคาสูง ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศญี่ปุ่น

- กระแสตื่นตัวรักสุขภาพ ดันแปรงสีฟันไฟฟ้าราคาสูง ยอดจำหน่ายเพิ่มสูง สวนกระแส COVID-19 -

ข้อเท็จจริง

แปรงสีฟันไฟฟ้าได้รับความนิยมอย่างสูง โดยสินค้ารุ่นใหม่ ๆ ในตลาดญี่ปุ่น มักเน้นฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น แม้ว่าราคาเฉลี่ยของสินค้า ที่จำหน่ายที่ร้านค้าปลีก เครื่องใช้ไฟฟ้าจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าก็ตาม โดยสาเหตุของราคาที่เพิ่มขึ้น มีที่มาจากกระแสระบาดของ COVID-19 ซึ่งทำให้ผู้บริโภคว่า "พวกเขาเริ่มกังวลเกี่ยวกับกลิ่นปาก ภายหลังจากการใส่



หน้ากากอนามัย" เช่นเดียวกับ "โอกาสที่ไปหาหมอพื้นลดลง" จึงมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ราคาสูง มาจำหน่ายหลายรายการ ในยุคปัจจุบันที่ผู้คนใช้ชีวิตภายใต้การใส่หน้ากากอนามัยที่ปกคลุมฟันและปากจะเป็นเรื่องปกติก็ตาม แต่ก็ทำให้คนตระหนักถึงกลิ่นปากและสุขภาพช่องปากและฟันเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้ตลาดสินค้าดูแลตัวเอง (Self-care product) คึกคักขึ้นทันใด

ในเดือนมิถุนายน บริษัท Philips Japan ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ชื่อ "Sonic Care 9900 Prestige" ซึ่งเป็นแปรงสีฟันไฟฟ้ารุ่นท็อปโมเดล ราคาจำหน่ายที่หน้าเคาน์เตอร์ของร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าอยู่ที่ประมาณ 45,540 เยน (ประมาณ 13,800 บาท) " ซึ่งเป็นแปรงสีฟันไฟฟ้าตัวแรกของ Philips ที่มีราคาในช่วง 40,000 เยน แต่กลับจำหน่ายได้ดีกว่าที่คาดไว้" Kayoko Maebashi จากแผนกสุขภาพกล่าวว่า จุดเด่นของสินค้า คือ มีเซ็นเซอร์ถูกติดตั้งบนส่วนที่จับด้วยมือเพื่อวัดแรงกดและการเคลื่อนไหวของแปรงที่กระทบฟัน หากมีแรงเกินไป หลอดไฟจะสว่างขึ้น เพื่อแจ้งเตือนผู้ใช้ ว่ากันว่าใช้งานได้กับแอปสมาร์ตโฟน จะทำให้มีพลังจัดคราบพลัคมากกว่าการแปรงฟันด้วยมือถึง 20 เท่า

Procter & Gamble Japan (P & G Japan) ได้เปิดตัวแปรงสีฟันไฟฟ้าแบบชาร์จไฟ "Oral B iO" รุ่น ท็อปจากแบรนด์ดูแลช่องปาก "Oral B by Braun" ในเดือนตุลาคม 2020 ราคาจำหน่ายหน้าเคาน์เตอร์ของ "Oral-B iO9" อยู่ที่ประมาณ 35,820 ถึง 43,780 เยน ผู้อำนวยการอาวุโสของ Oral Care Asia.นาย มาซากิ โอภาวะกล่าวว่า ประสิทธิภาพการทำงานของรุ่นนี้ ดีเหมือนทำความสะอาดฟันโดนทันตแพทย์ จากที่บ้าน แม้ว่าราคาของเครื่องจะเป็นช่วงราคาที่สูงมากเกิน 30,000 เยนก็ตาม แต่ก็มียอดขายน่าประทับใจ

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

นอกจากนี้ จากข้อมูลของ Bic Camera ราคาซื้อแปรงสีฟันไฟฟ้าเฉลี่ยที่ร้านของบริษัท ในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2019 อยู่ที่ 6,000 เยน ในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2020 สินค้าราคาถูกได้รับความนิยมและลดลงเหลือระดับ 5,000 เยน แต่ในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2021 ช่วงราคาเพิ่มขึ้นเป็น 8,000 - 9,000 เยน แม้ว่าจะขาดแรงซื้อจากนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือ Inbound ก็ตาม

Kazumi Tamagawa ผู้ดูแลอุปกรณ์ความงามที่ร้าน Bic Camera สาขา Yurakucho กล่าวว่า "ผู้ที่ไม่ได้ใช้แปรงสีฟันไฟฟ้า ให้ความสนใจและซื้อแปรงสีฟันไฟฟ้าใหม่หรือเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์รุ่นประสิทธิภาพสูงขึ้น" ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า จิตสำนึกด้านสุขภาพ ซึ่งเกิดจากการเจ็บป่วยจาก COVID-19 ได้เพิ่มความสนใจในสุขภาพช่องปากด้วยเช่นกัน เมื่อเร็ว ๆ นี้ ผลิตภัณฑ์ในช่วง 20,000 เยน กำลังเป็นที่นิยม

บริษัท INTAGE ได้ทำวิจัยตลาดและสำรวจราคาซื้อแปรงสีฟันไฟฟ้า โดยเฉลี่ยราคาที่ร้านค้าปลีก (ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายยา ร้านขายของตกแต่งบ้าน) พบว่าราคา ในปี 2020 อยู่ที่ 1,756 เยน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 4.4 จากปีก่อนหน้า สำหรับยาสีฟัน ผลิตภัณฑ์ประสิทธิภาพสูงและราคาสูงมีผลยอดขายที่ดีขึ้น ใน ปี 2020 มีราคาซื้อเฉลี่ยอยู่ที่ 359 เยน เพิ่มขึ้น 5% จากปีก่อนหน้า แม้ว่าผลิตภัณฑ์สำหรับโรคปริทันต์เป็นที่สนใจมานานแล้ว แต่ก็ผู้คนจำนวนไม่น้อยที่ ต่างก็ซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้ หลังเกิดภาวะการแพร่ระบาดของ COVID-19 เนื่องจาก ความต้องการผลิตภัณฑ์ดูแลลิ้นปากเพิ่มขึ้น ในช่วงใช้ชีวิตภายใต้หน้ากากอนามัยเช่นกัน นอกจากนี้ นาย โทชิมิตสึ คิจิ นักวิเคราะห์จาก INTAGE ยังกล่าวว่า จำนวนเงินที่ใช้ไปเกี่ยวกับการแปรงฟันนั้น มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยไม่คำนึงถึงช่วงวัยหรือเพศ

จากข้อมูลของกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ ประเทศญี่ปุ่น จำนวนรายรับจากทันตกรรม (กองทุนจ่าย / สหพันธ์ประกันชาติ) ในเดือนเมษายน 2020 ภายหลังจากมาตรการขอความร่วมมืองดออกนอกเคหสถาน เนื่องจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 พบว่ายอดลดลงร้อยละ 20 จากเดือนเดียวกันของปีก่อน. หลังจากเมษายน 2020 ยกเว้นตุลาคม 2020 สถิติก็ยังคงต่ำกว่าปีก่อนหน้าจนถึงกุมภาพันธ์ 2021 จากนั้น ในเดือนมีนาคม 2021 ตัวเลขเริ่มกลับมาเฉกเช่นเดียวกับ สถานการณ์ก่อนการแพร่ของ COVID-19 อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ แปรงสีฟันไฟฟ้าระดับไฮเอนด์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น จากการให้ความสำคัญกับการดูแลตนเอง ภายหลังจากที่ได้รับการตรวจโดยผู้เชี่ยวชาญทางทันตกรรม

Megumi Ushikubo นักวิจารณ์เกี่ยวกับช่วงอายุและเทรนด์วิเคราะห์ว่า "เนื่องจากวิกฤตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างยิ่งใหญ่ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตื่นตัวด้านสุขภาพมากขึ้น จึงส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายเงินไปกับการดูแลสุขภาพมากขึ้นยิ่งไปกว่านั้น ผลกระทบจาก “การงดเว้นการเดินทางทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวลดลง และแทนที่ด้วยการใช้เงินไปกับการซื้อเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในบ้าน รวมถึงการบริโภคเครื่องใช้เพื่อความงามและสุขภาพเพิ่มขึ้น” ซึ่งคาดว่าจะทำให้ตลาดสินค้าดูแลสุขภาพขยายตัวต่อไป

ที่มาข่าวและรูปภาพ : เข้าถึง วันที่ 10 สิงหาคม 2564

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC20AVP0Q1A720C2000000/>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา
ระหว่างวันที่ 8 – 14 สิงหาคม 2564