



2019年6月10日
株式会社京王百貨店

“日傘男子”の次の一手

紳士の暑さ対策商品が好調です

◆京王百貨店新宿店 5階 メンズビジネス売場/カジュアル・スポーツ用品売場

年々、暑さが厳しくなる日本の夏。外に出れば強い日差しと耐え難い暑さ、電車に乗れば満員電車、と夏の暑さと不快感は、男女問わず、悩みの種に。昨年の猛暑の影響もあり、男性も快適さを求め、日傘や扇風機などの暑さ対策商品への関心が強くなっています。そこで新宿店5階の紳士フロアでは、男性の暑さ対策に、夏を快適に過ごせるアイテムを強化し、好調に推移しています。父の日のプレゼントとしても注目です。

■「紳士晴雨兼用パラソル」を強化します ●メンズビジネス売場

今年は、日本百貨店協会と環境省が連携し、夏の熱ストレスを一人ひとりの工夫で低減する適応策として効果的な「日傘」の使用を推奨しています。「日傘男子」という言葉が出てきた昨年は営業担当など外回りの多い30～40代のビジネスマンを中心に需要が急速に拡大し、種類や入荷数にも限りがあるなか、同売場の晴雨兼用パラソルの売上は、**前年比約1.8倍**と大きく伸長しました(18年4月～9月)。

今年もすでに、5月の連日の真夏日の影響も合わさり、早くも日傘の売上が前年の**約3倍**と好調に推移しています(19年4月～5月)。

また、父の日に向け、商品数が増える予定となっており、商品ラインアップは、紳士日傘需要のさらなる高まりを予測して、昨年の約1.5倍に拡大展開します。

■ポケットにすっぽり入るスマート扇子「通勤扇」 ●メンズビジネス売場

通常の扇子に比べて小さいサイズで、ワイシャツの胸ポケットに収まり、出し入れが容易な「通勤扇」。今やリュック通勤が定番になりつつある日本のビジネスマンが電車内などの狭いところで扇ぐのにいいと、好評です。

■濡らして冷たい! 「クーリングタオル」 ●カジュアル・スポーツ用品売場

冷感素材を使用し、水に濡らすことで気化熱による冷却効果を実感できるクーリングタオル。昨年の猛暑の影響で、売上は好調に推移。今年は、バリエーションを増やして全6種類展開します。スポーツ時の利用のほか、普段の熱中症対策に購入するお客様が多いです。

ミッション「クーリングタオル」(2,592円)は、1カ月で約100個を売上(昨年7月実績)。

昨年はメーカー在庫切れになるほどの人気商品。

■ハンズフリーで使える「ポータブル扇風機」 ●カジュアル・スポーツ用品売場

今年5月から同売場で新しく展開を始めた「ポータブル扇風機」。首にかけて使用するハンズフリーのタイプは、アウトドアシーンなどではもちろん、日常の移動時にも活用できる、と幅広い世代の方に人気です。

「ハンズフリーダブルファン」(3,240円)



▲日傘を差した紳士トルソーでの

ディスプレイは初の試み

