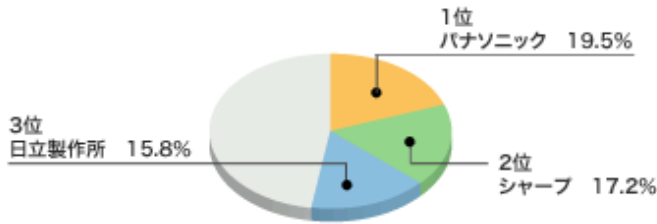
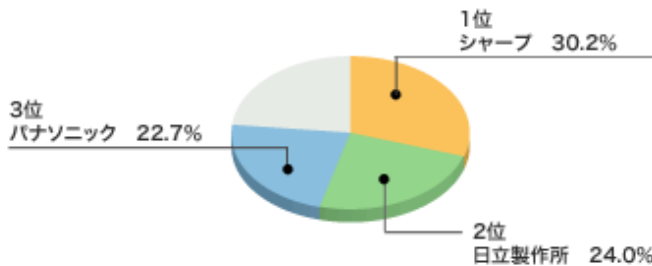


カテゴリ名／抽出	順位	メーカー名	年間シェア
冷蔵庫	1	パナソニック	19.5%
	2	シャープ	17.2%
	3	日立製作所	15.8%



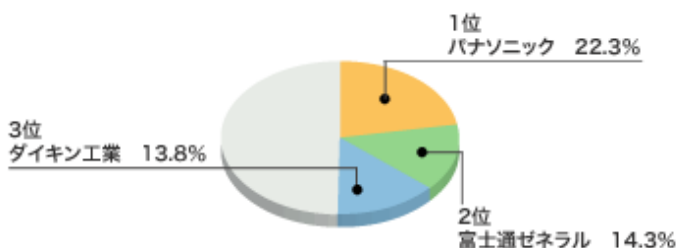
エコポイント制度や猛暑などの好要因が重なり、数量前年比17.6%増、金額前年比15.9%増と数量・金額ともに二桁成長となった。501L以上クラスの数値構成比は前年から2%ポイント伸張し16.2%と大容量化が進展した。パナソニックは1%ポイント増の19.5%で5年連続の首位を獲得。小容量（200L以下）から大容量（401L以上）まで、幅広く需要を取り込んだことが奏功した。2位のシャープは、これまで小・中容量（400L以下）が牽引していたが、2010年は大容量へも注力し前年と同位を確保した。日立は、大容量における省エネ性の高さを訴求ポイントとし、前年から引き続き3位となった。

カテゴリ名／抽出	順位	メーカー名	年間シェア
オープン電子レンジ	1	シャープ	30.2%
	2	日立製作所	24.0%
	3	パナソニック	22.7%



来店客数増加の恩恵に加え、内食ブーム・健康志向を背景に、2010年は数量前年比8.0%増と堅調に推移した。5年連続で1位となったシャープは30.2%と前年に続き3割以上のシェアを獲得した。過熱水蒸気搭載タイプの「ヘルシオ」に加え、ローエンドタイプのラインナップが充実していることが奏功した。日立は前年の3位から2位に上昇。値ごろ感のある過熱水蒸気搭載タイプを展開したことがシェア拡大に繋がった。なお、3位のパナソニックとあわせ、上位3社のシェアは76.9%と4分の3以上を占めた。

カテゴリ名／抽出	順位	メーカー名	年間シェア
炊飯電子ジャー	1	象印マホービン	23.6%
	2	タイガー魔法瓶	17.2%
	3	東芝	14.3%
セパレートエアコン (セパレート型エアコン)	1	パナソニック	22.3%
	2	富士通ゼネラル	14.3%
	3	ダイキン工業	13.8%



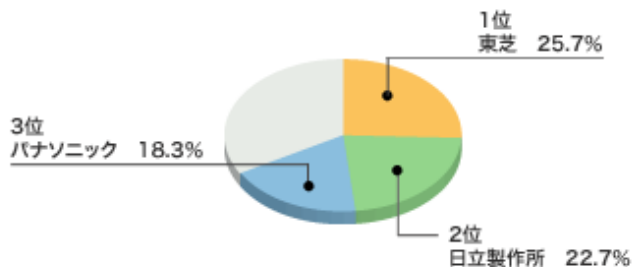
冷蔵庫以上にエコポイント制度・猛暑の恩恵を受け、数量前年比46.2%増と前年の約1.5倍に拡大した。買い替え需要に加え、個室などへの買い増し需要が高まったと考えられる。スタンダードモデルから高級モデルまで幅広く好調だったパナソニックは22.3%でトップを維持した。前年に引き続き2位となった富士通ゼネラルは省エネ性の高さ・低価格で人気を集めた。



GfK Japan Certified 2010

生活家電

カテゴリ名／抽出	順位	メーカー名	年間シェア
コーヒーメーカー	1	象印マホービン	29.3%
	2	タイガー魔法瓶	14.8%
	3	三洋電機	8.5%
電気ケトル	1	グループセブ ジャパン	45.7%
	2	タイガー魔法瓶	20.3%
	3	ドリテック	11.0%
電気プレート (ホットプレート・汎用鍋)	1	象印マホービン	25.0%
	2	山善	24.7%
	3	タイガー魔法瓶	18.1%
浄水器	1	東レ	30.3%
	2	パナソニック	29.9%
	3	三菱レイヨン	26.8%
クッキングヒーター	1	パナソニック	40.0%
	2	三菱電機	25.5%
	3	東芝	20.5%
ジュースー	1	テスコム電機	45.7%
	2	パナソニック	24.4%
	3	象印マホービン	18.0%
ミキサー	1	テスコム電機	34.6%
	2	象印マホービン	10.1%
	3	パナソニック	9.2%
食器洗い機	1	パナソニック	66.5%
	2	東芝	21.1%
	3	象印マホービン	12.2%
洗濯機 (全自動)	1	東芝	25.7%
	2	日立製作所	22.7%
	3	パナソニック	18.3%



昨年のマイナス成長から一転し、市場は数量前年比10.3%増のプラス成長となった。市場を牽引したのは縦型の乾燥機能つきタイプで、数量構成比は前年の52.9%から56.8%に伸張した。上位3社の順位は昨年から変動なく、2004年のCertified開始以来7年連続1位の東芝は縦型で安定した強さを発揮してシェア25.7%を獲得した。年間販売の上位3モデルは全て東芝の縦型モデルであった。2位の日立は、縦型とドラム式それぞれにおいてシェアを拡大し、首位との差を前年の5%から3%に縮めた。3位のパナソニックはドラム式の最上位モデル「NA-VR5600」が安定した人気で3位を維持した。

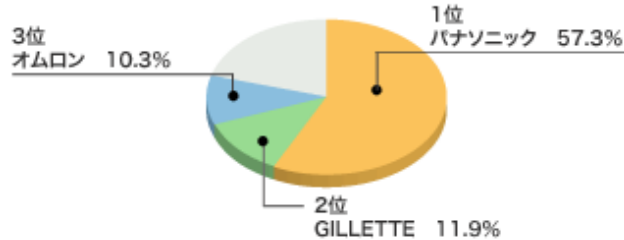
カテゴリ名／抽出	順位	メーカー名	年間シェア
アイロン (スチームアイロン)	1	パナソニック	33.8%
	2	東芝	30.9%
	3	三洋電機	15.3%
クリーナー	1	パナソニック	18.7%
	2	日立製作所	16.8%
	3	東芝	16.2%
男性用シェーバー	1	パナソニック	42.4%
	2	GILLETTE	20.8%
	3	日立製作所	10.6%
体脂肪計(体組成計)	1	タニタ	41.7%
	2	オムロン	33.9%
	3	パナソニック	11.8%



GfK Japan Certified 2010

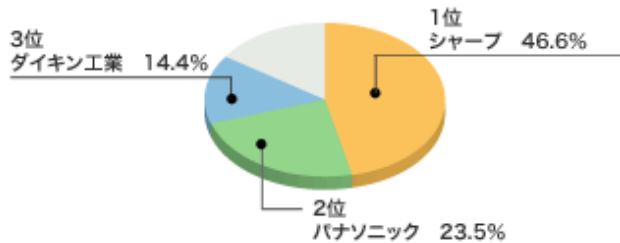
生活家電

カテゴリ名／抽出	順位	メーカー名	年間シェア
ドライヤー	1	パナソニック	42.0%
	2	テスコム電機	22.6%
	3	小泉	18.3%
電動歯ブラシ	1	パナソニック	57.3%
	2	GILLETTE	11.9%
	3	オムロン	10.3%



2010年4月に発売されたパナソニックの携帯用電動歯ブラシ「ポケットドルツ」は、デザイン・機能性・価格などバランスの良さが受けて爆発的な売れ行きを見せ、電動歯ブラシの市場規模を2倍以上に引き上げた。パナソニックのシェアは24.9%から57.3%と、30%ポイント以上の伸びを達成した。この急伸により、2位のGILLETTE、3位のオムロンをはじめ、他社はシェアこそ減少したものの販売数量では前年比プラスとなり、同商品により電動歯ブラシ全体の需要が高まったと言えよう。

カテゴリ名／抽出	順位	メーカー名	年間シェア
空気清浄機	1	シャープ	46.6%
	2	パナソニック	23.5%
	3	ダイキン工業	14.4%



上位3社のシェアは76.3%から84.5%に伸張し、更に寡占化が進んだ。特に市場の77.8%を占める加湿空気清浄機においては、同3社のシェアは約9割を占めた。1位のシャープは3%ポイント増加し46.6%、2位のパナソニックは6%ポイント増加し23.5%となり、それぞれ「プラズマクラスター」「ナノイー」の認知向上に伴って安定した販売に結びついた。市場全体の数量前年比は、2009年の「インフルエンザ特需」の反動によりマイナスとなったものの、季節商品としての位置付けから通年商品化への動きが見られ、今後も普及が進むことが見込まれる。関連商品であるイオン発生機も前年の約2.1倍まで成長し、清潔・健康志向による空質への意識が年々上がってきていると言えよう。

カテゴリ名／抽出	順位	メーカー名	年間シェア
温水洗浄便座	1	パナソニック	47.0%
	2	TOTO	24.1%
	3	東芝	15.6%
シーリングライト	1	パナソニック	38.4%
	2	日本電気	19.1%
	3	小泉	6.9%