

サポ一タ一市場

サポーター市場が好調だ。高齢化に伴う整形外科疾患の増加やスポーツ人口の拡大に加え、日常動作におけるパフォーマンス向上を求めるニーズが追い風になっている。製品差別化が進む開発段階では、繊維業が持つ素材力や技術と結び付きやすく、連携の機会が広がる。

(甘利昌史)

国内サポーター市場は用途別に「医療」「スポーツ」向けブランド「ザムスト」のサポーター製品は野に大別される。サポーター部位の細分化、高上の成長が続いてい

る国内先発メ
ーカーが各分
野で一歩抜き
ん出る。一方
で安価な海外
製やプライベ

「 α 」の機能で差別化
成長続くも競争激化
子市場の攻略が課題
トプラー」と言う。

サポーター專業製造
卸のD&M(新宿区)
は、スポーツの中でも
バレーボール向けでシ
エア上位を維持する。
開発者が現場に足を運
び、選手の声を製品に
反映させる徹底した
「ユーザーファースト」
が強い。軽さや速乾機
能も支持されており、
9割以上のアイテムが
品質信頼度の高い国産
だ。

今後はジュニア、男
子化した「ウレコン」に
よると、サポーター売
り上げフンキンクで上
位を独占する状態が常
態化している。

強みは、医薬品で培
った「バンテリン」のブ
ランド力を背景に、テ
ーピング構造による機
能性と、日常生活で使
いやすい快適性を軸
に、さまざまな関節、筋
肉に対応したラインア
ップだ。固定・高通気・
保温といった付加機能
の拡充も図っている。

先月発売したバンテ
リンコーワサポーター
太もも用は、筋肉のブ
レを抑え、脚の運びを
スムーズにすること
で、階段の昇降や長時
間歩行などを楽にする
“進化形サポーター”
を目指した。同社は「生
活者のQOL向上」に
貢献する製品展開を今
後も進めていく方針
だ。

ユーザーがサポーター

子市場の攻略が課題だ。機能性を高めた上位ブランドも投入しサポーター機能の深化を図る。18年に加わったライザップグループ間のシナジー効果の創出も探る。

一方、ドラッグストアなどを主戦場とする



サポーター開発の知見を生かし開発したトレーニングギア（日本シグマックス）