

2004年7月12日

株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町

2-5 F・Kビル

TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165

URL : http://www.group.fuji-keizai.co.jp/

広報部 03-3664-5697

## トイレタリーグッズ市場調査を実施

- 2004年見込み、シャンプー市場が持ち直しを見せて市場拡大傾向に -  
 今年の夏場に向けて、制汗剤・汗拭きシートもマーケットの拡大を期待

総合マーケティングビジネスの株富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 原 務 03-3664-5811)は、このほど日常生活に密着しているトイレタリーグッズを2004年3月～7月に亘って調査し、その結果を報告書「トイレタリーグッズマーケティング要覧 2004 No.1～No.3」にまとめた。3巻構成の報告書で市場規模や、メーカーシェア、新製品動向、今後の方向性などについて合計90品目の調査を行った。

### トイレタリーグッズについて

トイレタリーグッズという商品ジャンルは法的な規定があるものではなく、弊社において約35年前よりマーケティング的な見地から定義し命名した分野である。

### トイレタリーグッズの概念

人体(医薬品、化粧品(コスメティック))を除く、衣類、住居などの健康・衛生・快適のために用いられる商品

原則として消耗品であり、リピート買いの可能な商品

説明不要、特殊な使用方法ではなく、誰にでもわかりやすく使用できる商品

素材的には化学品を原料としているもの(一部、金属・紙の商品も含むが、荒物雑貨的なものは除く)

単価は2,000円以内程度の商品

<トイレタリーグッズ(90品目)調査結果(2004年見込み)>

### 2004年90品目全体市場規模見込み 1兆9,426億円

トイレタリーグッズは価格訴求の傾向が強いドラッグストアやホームセンターで幅広い需要がある。2003年も引き続き両チャネルは好調に推移しており、価格訴求だけではなく、業態特性や各店舗の立地条件に合わせた取り扱い品目の選定がなされるなどしている。

2003年のトイレタリーグッズ市場は、価格が購買の決定の理由になっている品目と、割高でも高機能の製品が伸長している品目とに二極化している。これまで、詰替用の需要拡大や価格競争によって市場縮小傾向が続いていたシャンプー市場が、消費者の潜在需要に合致した商品開発と的確なプロモーション展開によって8年ぶりに金額ベースで前年を上回った事が後者の代表的な例にあげられる。

| トイレタリーグッズ市場規模 上位10品目<br>(2004年見込み) |          | 対前年比 上位10品目<br>(2004/2003) |         |
|------------------------------------|----------|----------------------------|---------|
| 合成洗剤                               | 1,500 億円 | 衣料用消臭スプレー                  | 124.8 % |
| シャンプー                              | 1,400    | しみ抜き剤                      | 113.8   |
| トイレットペーパー                          | 1,300    | 食器洗い機専用洗剤                  | 108.9   |
| ベビー用紙おむつ                           | 1,200    | 制汗剤                        | 108.7   |
| ティッシュペーパー                          | 1,100    | ヘアトリートメント                  | 107.6   |
| 生理用品(ナプキン)                         | 700      | 替刃                         | 106.8   |
| 歯磨                                 | 650      | 汗拭きシート                     | 106.1   |
| 浴用剤                                | 600      | 食品保存袋                      | 104.3   |
| 大人用紙おむつ                            | 580      | ダニ・不快害虫用殺虫剤                | 103.6   |
| リンス                                | 580      | 使い捨てカイロ                    | 103.2   |

## <主要市場概況>

### 衣料用消臭スプレー

2003年市場規模 129億円 2004年見込み 161億円

衣料用消臭スプレー市場は、90年代後半より大手トイレタリーメーカーの参入によって急激に拡大した市場である。近年では、シワ取り機能を付加した製品「衣類のキレイキレイしわとり消臭スプレー（ライオン）」など、消臭効果にさらなる機能を持たせた製品の登場によって、製品の差別化が進み、使用シーンの多様化が期待され今後も堅調な推移が見込まれる。

### シャンプー

2003年市場規模 1,374億円 2004年見込み 1,415億円

シャンプー市場は詰替需要の拡大や低価格化の進行によって減少傾向にあった。2003年に日本人の髪質に対応し配合成分にもこだわったプレミアム性の高い「アジエンス(花王)」の新発売と、「パンテーン(P&G F.E.I.)」のリニューアルなどによって持ち直しを見せた。また、2004年には、高付加価値により価格競争に影響されない「フィーノ(エフティ資生堂)」、「レシェ(カネボウホームプロダクツ)」、「ハーバルエッセンス(P&G F.E.I.)」などの新製品が投入されたことで市場は活況を呈している。

### 制汗剤

2003年市場規模 189億円 2004年見込み 206億円

制汗剤市場は、冬場の暖房による発汗対策やブーツによる足の臭いの対策としての使用も徐々に普及しつつあり、一年を通しての需要が見込まれる。しかし依然として需要が集中する5月の連休前と夏場の気温に市場が左右される。2004年は、春先より高めの気温で推移している事と、「ドゥ・アン・ビィ(エフティ資生堂)」など、主力ブランドが商品面でのテコ入れを積極的に行うとともに新規参入も見られ市場は拡大傾向に向かっている。

### 汗拭きシート

2003年市場規模 66億円 2004年見込み 70億円

汗拭きシートは、制汗剤と同じく、夏場を最需要期とした市場となっている。特に汗を拭き取るとともに爽快感を求める男性層からの支持が高く、現在では中高生からサラリーマン層まで幅広い年代からの需要獲得に成功している。10代から30代の臭いに対するケア意識は男女を問わず高まっており、汗拭きシートの簡便性は今後も継続使用者の増加に加えて新規需要の拡大が見込まれる。

### ダニ・不快害虫用殺虫剤

2003年市場規模 84億円 2004年見込み 87億円

ダニ用殺虫剤は、ダニによるアレルギーが大きく報道されたことで、消費者のダニに対する意識が高まりを見せ一般消費者用の製品を投入し市場が拡大した。またガーデニングの定着によって、アリ・ハチ・ナメクジなど不快害虫の駆除ニーズも高まり市場は伸長を続けている。

資料タイトル：「トイレタリーグッズマーケティング要覧 2004 No.1～No.3」

体 裁：A4判 No.1 224頁、No.2 223頁、No.3 255頁

価 格：各巻100,000円(税込み105,000円)  
3巻セット価格 270,000円(税込み283,500円)

調査・編集：富士経済 東京マーケティング本部 ヘルスケア研究部

TEL:03-3664-5831 (代) FAX:03-3661-9778

発 行 所：株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165 e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL:<http://www.group.fuji-keizai.co.jp>