

2004年10月6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

## オーラルケア関連市場調査を実施

機能性ガム市場は2005年には1,157億円規模(対2003年比 119%)に

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、消費者の意識が向上しているオーラルケア関連市場の調査を6月～8月に亘って行った。その結果を調査報告書「オーラルケア関連市場マーケティング総覧 2004年」にまとめた。オーラルケア関連商品は、歯磨、歯ブラシ、医薬品などの成熟市場、機能性ガム、口中清涼剤などの成長市場、そして洗口液、歯間清掃具など使用率が低く潜在需要の開拓が期待される市場に分類される。

### < 調査結果の概要 >

#### 1. オーラルケア全体市場規模(トイレタリー、機器・用品類、食品、医薬品)

2003年実績 3,729億円 2005年予測 4,033億円(対2003年比108%)

オーラルケア関連製品市場は、主軸の歯磨、歯ブラシなどのトイレタリー製品に代わって食品市場が拡大を続けている。トイレタリー市場は、歯磨、歯ブラシが伸び悩み2004年は微増にとどまるとみられる。一方で食品は、成長が著しい機能性ガムを筆頭に高成長を続けている。機器・用品類では、電動歯ブラシの動向が鍵となっている。医薬品は、風邪やインフルエンザの流行の影響を受けやすく、2003年は含嗽剤にSARS特需が見られたが、2004年は、暖冬によって市場は伸び悩んだ。

#### 【トイレタリー市場(12品目)】

2003年実績 1,424億円 2005年予測 1,523億円(対2003年比 107%)

歯磨は、2004年、2005年に美白歯磨や虫歯予防歯磨市場の成長が見込まれる。歯ブラシは需要頭打ちで停滞状態にある。洗口液は、デンタルリンスが新製品、リニューアル製品の投入によって市場が伸長する見込みである。口中清涼剤は、口臭予防・除去ニーズの高まりや、新製品の投入などを背景に今後も拡大していくと考えられる。

#### 【機器・用品類(6品目)】

2003年実績 205億円 2005年予測 205億円(対2003年比 100%)

電動歯ブラシは2,000円以下の低価格品の落ち込みが激しく、2004年は数量ベースでは大幅な減少が見込まれる。2005年以降、参入各社は市場の停滞ムードの打破に向け新製品の投入、プロモーションの強化を進めている。歯間清掃具では、歯間ブラシが価格訴求やPB製品の影響を受け、横ばいで推移している。一方フロス市場は、新製品、リニューアル製品発売によって活性化している。

#### 【食品(8品目)】

2003年実績 1,712億円 2005年予測 1,951億円(対2003年比 114%)

機能性ガムが50%以上を占め、虫歯予防ガムを中心に二桁近い成長をすると予測される。機能性キャンディ市場は、のどの保護タイプの拡大で増加傾向にある。口中清涼菓子は前年並みに留まっているが、2004年以降は新製品の投入が盛んになり市場は増加傾向に向かうと見られる。

#### 【医薬品(6品目)】

2003年実績 387億円 2005年予測 354億円(対2003年比 91%)

医薬品カテゴリーでは鎮咳去痰剤が最大のウェイトを占めている。殺菌塗布剤、トローチ剤などが減少傾向にあり、増加傾向を示しているのは、歯周病薬と含嗽剤である。含嗽剤はSARS発生の影響で2003年は、前年比15.4%増の特需となった。

## 2・注目市場

### 【洗口液（デンタルリンス）】

2003年実績 54億円 2005年予測 73億円（対2003年比 134%）

歯磨、歯ブラシの普及率がほぼ100%に達し、市場規模も頭打ちとなっているのに対して、洗口液や歯間清掃具など使用率が30%未満の製品は、今後市場拡大の余地があり有望視されている。2004年は有力ブランドの新製品が投入されたこともあり、成長が見込まれる。今後も新製品の投入などによって、拡大していくとみられる。

### 【歯間清掃具（デンタルフロス）】

2003年実績 31億円 2005年予測 32億円（対2003年比 105%）

フロスは、新製品やリニューアル製品により種類が豊富になっており、ユーザーの選択肢が広がったことから、市場は拡大傾向にある。一方フロス&ピッグは横ばいもしくは微減の見込みである。近年オーラルケアや予防歯科への関心が高まっている事も拡大の要因としてあげられる。使用方法が難しいという点もあるが、歯科医の勧めによって使用を開始した場合には正しい使用方法を指導してもらえらるためリピート率が高い。

### 【機能性ガム（虫歯予防）】

2003年実績 614億円 2005年予測 754億円（対2003年比 123%）

歯の健康に対する意識の高まりを受けて、虫歯予防ガム市場は着実な成長を遂げている。歯科医と協力したメーカー側の活動もあり虫歯予防のイメージも消費者に浸透しつつある。今後は日常的にガムを摂取するヘビーユーザーを中心に安定した需要が続くと考えられる。現在は、特定保健用食品の承認を得、虫歯予防機能を全面に押し出した製品と、特保を取得せずにガム自体の味や爽やかさを訴求する製品が混在する。今後は特保表示許可を取得する製品が増え、様々なバリエーションの商品が開発されブランド間の競争がますます激しさを増すと考えられる。

### 【歯磨（美白）】

2003年実績 134億円 2005年予測 155億円（対2003年比 116%）

近年美白ニーズの拡大により、メーカー各社は美白訴求アイテムの拡充に力を入れており、汎用タイプから高級タイプまで幅広く展開されていることから市場は拡大している。一方で、アイテム数が増加することに伴い、競争関係が激しくなり、その結果店頭において値引き販売が進み、市場への悪影響が懸念される。今後は明確なコンセプトや効能を打ち出す事が、リピートユーザーを獲得する重要なポイントとなる。

## 調査対象

### 品目編

カテゴリー	調査対象品目
トイレットリー	歯磨（歯周病予防、美白、口臭予防、虫歯予防、その他） 歯ブラシ 洗口液（マウスウォッシュ、デンタルリンス） 義歯安定剤、義歯洗浄剤、口中清涼剤
機器・用品類	電動歯ブラシ、口腔洗浄器、歯間清掃具（デンタルフロス、歯間ブラシ） その他オーラルケア用品（歯垢チェック剤、舌クリーナー、ホワイトニング用品）
食品	機能性ガム（口臭除去、虫歯予防、清涼感・眠気防止、その他） 機能性キャンディ（のどの保護、清涼感、口臭除去） 口中清涼菓子
医薬品	歯周病薬、外用歯痛剤、殺菌塗布剤、トローチ、含嗽剤、鎮咳去痰剤

チャンネル編 歯科ルート、薬局/薬店、量販店、CVS

## 調査方法

富士経済専門調査員による面接、電話取材

資料タイトル：「オーラルケア関連市場マーケティング総覧 2004年」

体 裁：A4判 309頁

価 格：97,000円（税込み101,850円）

調査・編集：富士経済 大阪マーケティング本部 第三事業部

TEL:06-6228-2020（代）FAX:06-6228-2030

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>