

07年、ベビー用紙おむつは10年で14%減の1,190億円の見込み 少子化が影響  
 07年、大人用紙おむつは10年で69%増の740億円の見込み 高齢化が影響

## 2007年のトイレタリー用品30品目市場を調査

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 阿部 界 03-3664-5811)は、トイレタリー用品市場11分野の主要89品目について06年実績、07年見込み、メーカーシェア、新製品動向、今後の方向性などを4~8月にかけて調査した。

このたび、「キッチン」、「サニタリー」など4分野30品目について、その結果を「トイレタリーグッズマーケティング要覧2007 No.3」にまとめた。

今回まで3回に亘り調査結果を公表してきたなかで、これまでに注目した主な市場は、シャンプー、合成洗剤、衣料用消臭スプレー、汗拭きシート、室内用消臭・芳香剤、ヘアトリートメント、洗顔料、自動車用芳香・消臭剤、デンタルフロスなどであった。

### 今回の調査で注目される市場 サニタリー用品

|             | 06年     | 前年比    | 07年見込   | 97年比     |
|-------------|---------|--------|---------|----------|
| ベビー用紙おむつ    | 1,190億円 | 1.2%減  | 1,190億円 | 13.5%減   |
| 大人用紙おむつ     | 698億円   | 11.1%増 | 740億円   | 68.9%増   |
| 軽失禁ライナー・パッド | 125億円   | 25.0%増 | 150億円   | *219.1%増 |

\*軽失禁ライナー・パッドは、01年比

10年スパンで見ると高齢化や少子化によって、明暗が際立っている。大人用については1997年から07年見込みまでの推移(軽失禁市場は01年より)が今後さらに際立つと予測される。

ベビー用紙おむつ市場は、既に普及が上限に達していること、少子化の影響で需要が減少していることから1990年代後半から縮小を続けている。高単価のパンツタイプに注力しても、少子化の進行や、競争が激化し低価格化が進んで歯止めがかからない。

06年、トップメーカーのユニ・チャームはプレミアムタイプその他、トレーニング用、おねしょ対策用など複数のブランドを展開し、P&Gジャパンは「パンパース 卒業パンツ」を投入してテコ入れ、花王は「メリーズパンツ」などが好調に推移した。07年は王子ネピアが20年振りの新ブランド「ネピア GENKI!」を投入し好調であることや、パンツタイプの単価が低下したことで需要が回復した。その結果、4年ぶりに市場の縮小傾向に歯止めがかかり、市場規模は横ばいになる見込みである。パンツタイプは使用期間が延びて数量は増加するものの、少子化の進行や競争激化による低価格化の影響を受け販売金額は伸びないと見込まれる。

各メーカーは高単価のパンツタイプの新商品やリニューアル品を次々と投入することで収益の確保に努めているものの、今後もベビー用紙おむつ市場の拡大は困難な状況が続くと予測する。

大人用紙おむつは、介護を必要とする人が利用する尿漏れ対策商品を対象としており、介護を必要としない人が利用する失禁対策用は軽失禁ライナー・パッドとしてまとめる。

1962年に白十字が商品を投入しこの市場が形成された。1980年代から高齢化が進行して一般向け商品が投入され家庭に広く普及した。以後01年を除き拡大が続いている。パンツタイプが市場を牽引して、市場が拡大している。パッドタイプは特に尿漏れ機能を強く訴求することで需要は年々拡大している。パンツタイプは交換が容易であることから介護者・被介護者双方にとって利便性が高いことで、広く受け入れられ、現在は市場の約60%を占める商品となっている。

トップメーカーのユニ・チャームは主力ブランド「ライフリー」にパッドタイプの新商品を投入しており、商品の販売に合わせた試供品の提供や積極的なTVCMの投下などの販促活動を展開し実績を拡大した。白十字は07年3月に「応援介護」にパンツタイプの新商品を投入しており実績が伸びる見込みである。花王は06年に在宅被

介護者を対象としてパンツとテープ両タイプで活用ができる初心者向け商品を投入し、既存商品と共にTVCMなどの販促活動を展開して実績が拡大した。07年6月にP&Gジャパンが大人用紙おむつ事業を大王製紙へ譲渡すると発表しており、大王製紙はユニ・チャームに次いで市場で2位のシェアとなる見込みである。

高齢化がさらに進行するため、大人用紙おむつ市場は今後も拡大を続ける見込みであるが、テレビなどのマス広告ではその機能や使い方などを的確に消費者に伝えることが難しいため、ドラッグストアやGMS・SMで販売員を通じた情報提供が重要となっている。

軽失禁ライナー・パッドは、介護を必要としない人が利用する尿漏れ対策商品である。

1990年に花王が「リリーフパッド」を投入して市場が形成された。各メーカーが次々と商品を投入し、03年頃からユニ・チャームや花王が宣伝活動を積極的に展開したことで急速に認知度が高まり、男性の需要も獲得して市場は順調に拡大し続けている。軽失禁ライナー・パッドは購入する際に消費者が抵抗を感じるが多いため、メーカーと販売店が一体となって買いやすい売場作りを進めており、高齢者の増加と共に市場は拡大を続ける見込みである。

06年はユニ・チャーム、花王、大王製紙が新商品やリニューアル商品の投入を行ったことや、代用品で対処していた消費者がこの商品にシフトしたことで市場は引き続き拡大した。

トップメーカーのユニ・チャームはライナーとパッドの両タイプで独自にブランドで展開しており、市場の50%弱のシェアを獲得している。07年4月にはパッドタイプの新商品を投入、TVCMなど宣伝活動を積極的に行っており、引き続き実績は拡大する見込みである。花王もライナータイプとパッドタイプの両ブランドを展開し、特にライナータイプである「フリーデイ」の拡販に注力して、実績/シェアともに伸びた。日本製紙クレシアは「ポイズ」ブランドを展開し、07年は4月に銀イオンを配合して消臭効果を強化した「ポイズパッド」を投入しており、実績を拡大させる見込みである。

軽失禁ライナー・パッドは各社が商品の認知度向上に向けた取り組みを積極的に展開した結果、消費者に徐々に認知されてきており、前年比20%前後の市場規模の拡大が続いている。07年以降も市場の拡大はしばらく続くと予測する。

#### 台所用洗剤と食器洗い(乾燥)機専用洗剤

|               | 06年   | 前年比    | 07年見込 | 97年比    |
|---------------|-------|--------|-------|---------|
| 台所用洗剤         | 493億円 | 3.1%減  | 483億円 | 19.1%減  |
| 食器洗い(乾燥)機専用洗剤 | 61億円  | 17.3%増 | 73億円  | 244.3%増 |

台所用洗剤は、普及率や使用量が上限に達して市場の縮小が続いている。原油をはじめとする原料の高騰から店頭価格は下げ止まりつつあり、ブランドを絞込み、主力ブランドに販促を集中する傾向が見られる。また06年、食器洗い(乾燥)機の普及が20%弱になりその専用洗剤が台所用洗剤全体の13%を占めるまでに拡大してこの市場縮小の大きな要因となっている。一方、食器洗い(乾燥)機の販売台数は04年をピークにここ2年はやや減少したが、毎年80万台規模をキープすると見られ、食器洗い(乾燥)機専用洗剤市場もしばらくは拡大が続くと見込まれる。食器洗い(乾燥)機専用洗剤市場は、食器洗い(乾燥)機の普及に伴い毎年2桁の高い伸びを示している。

食器洗い(乾燥)機専用洗剤のトップメーカーであるP&Gジャパンは06年、花王やライオンの新商品にシェアを奪われ実績を落としたが、07年はブランドのリニューアルを行い、洗浄力アップに加え配合成分別にご飯用、魚焼きグリル用、庫内の臭い取り用などのアイテムを豊富に揃えることで、実績を拡大する見込みである。食器洗い(乾燥)機専用洗剤市場では、需要の拡大に合わせて06年は多くの新商品が発売されており、最大の訴求点である洗浄力のほか、でんぷんやたんぱく質汚れ、油汚れへの強化、機器内の臭い除去やガラスなどの曇り取りなどの機能が追加されている。

今後洗剤の使用量が少なくて済む機器の開発や洗剤価格の低下なども予想されるが、家電、トイレタリーメーカーともに関連商品の開発・販売に力を入れており、しばらくは市場が拡大してゆくと予測する。

#### 食品保存用品

|        | 06年  | 前年比   | 07年見込 | 97年比   |
|--------|------|-------|-------|--------|
| 食品保存用品 | 70億円 | 2.9%増 | 71億円  | 91.9%増 |

食品保存袋に加えて、食品保存シートと簡易型の食品保存コンテナを合わせた食品保存用品市場を対象とする。食品保存袋は食品を常温で保存するストックバッグと冷蔵庫内で品質・鮮度維持や食品等の小分けを目的として使用されるフリーズバッグの2タイプがある。食品保存シートは食品の鮮度を保つシートであり、05年ユニ・チャ

ーム「クックアップ シャキッと食感シート」によって本格的に市場が形成された。食品保存コンテナは食品保存容器のうち、電子レンジの使用が可能な簡易型の保存容器を対象とする。

食品保存袋・シートは30代の主婦層を中心に需要が伸びており、特にまとめ買いした食品の冷凍保存時に使用されるフリーズバッグが伸びている。冷凍から電子レンジの解凍まで使用できるものであり、まとめ買いした肉や魚の冷凍保存では一般的となっており、また保存・冷蔵用にも使用できるのでより汎用性が高く需要が伸びている。

食品保存シートは野菜の余分な水分を吸収して鮮度を保つユニ・チャームの「クックアップ シャキッと食感シート」が実績の大半を占めるが、発売3年目の07年には市場にかなり浸透したが実績は横ばいの見込みである。

簡易型の食品保存コンテナは液体の保存や蓋をしたまま電子レンジ加熱が可能などの利便性を訴求しているが、まだ十分に利用されておらず普及が拡大しない。

トップメーカーの旭化成ホームプロダクツは06年3月に「ジップロック」についてリニューアルを実施し拡大したが、競合商品もリニューアルや低価格品が増えており07年は横ばいが見込まれる。

クレハは「キチントさん」シリーズとして冷蔵用、冷凍用共に実績を伸ばしており、07年3月に黒を採用したシックなデザインにパッケージをリニューアルしており、また使い方の提案によって実績を拡大している。

#### 調査の概要

<調査期間> 2007年6月～8月

<調査方法>

富士経済専門調査員によるトイレタリー企業約120社の面接および電話取材をメインに、経済産業省「石鹸・洗剤等の生産・販売実績」「化粧品出荷実績」などの関係公表資料を参考に集計・分析

<調査対象> 30品目

|       |                                                                                                                                             |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| キッチン  | 台所用洗剤 キッチンクリーナー クレンザー パイプクリーナー 家庭用排水口洗浄剤 ペーパータオル クッキングペーパー ラッピングフィルム 食品保存用品 レンジ・オープンシート 家庭用手袋 食用油処理剤 水切り袋 冷蔵庫用脱臭剤 除菌剤 食器洗い(乾燥)機専用洗剤 米びつ用防虫剤 |
| アウトドア | 使い捨てカイロ                                                                                                                                     |
| 殺虫剤   | ハエ・蚊用殺虫剤 ゴキブリ用殺虫剤 ダニ・不快害虫用殺虫剤 燻煙・燻蒸剤                                                                                                        |
| サニタリー | 生理用品 パンティライナー 軽失禁ライナー・パッド ベビー用紙おむつ 大人用紙おむつ 綿棒 家庭用マスク ティッシュペーパー                                                                              |

以上

資料タイトル:「トイレタリーグッズマーケティング要覧2007 3」

体 裁 : A4判 221頁

価 格 : 100,000円(税込み105,000円)

調査・編集 : 富士経済 東京マーケティング本部 第二事業部

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/>

URL: <https://www.fuji-keizai.co.jp/>