

家庭日用品 21 品目、家電 10 品目市場の調査を実施

2008年度予測

調理・台所用品 10 品目の市場は 944 億円 (08/06 年度比 9.5%増)

日用家電品 10 品目の市場は 3,941 億円 (08/06 年度比 7.8%増)

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、「価格訴求」と「機能/付加価値開発」の2極展開が進む家庭日用品、家電市場の調査を行った。その結果を報告書「家庭日用品マーケティング総覧 2007」にまとめた。この報告書では、調理・台所用品 10 品目、バス・トイレ用品 6 品目、生活機能用品 5 品目、日用家電品 10 品目の合計 31 品目の市場及び開発動向、チャネル別販売動向について現状の分析と今後の方向性を明らかにしている。

<注目市場>

1. 掃除ロボット

2006年度	2007年度見込	2008年度予測	08/06年度比
12.8億円	16.0億円	19.0億円	148.4%

家庭用自走式の掃除ロボットを対象としている。掃除ロボットには掃除機と同じようにゴミを吸引する数万円～20万円台の高価格な高機能型と、フレームの底に取り付けたダストシートがゴミを吸着する数千円程度の低価格な簡易機能型に分けられる。06年度の掃除ロボット市場は前年度比56.1%増の12.8億円であった。市場形成期にあり今後の成長が期待される分野である。数が多いが部屋そのものは狭いという日本の住宅事情には効率性を欠くため、普及には懐疑的な声も聞かれるが、参入を考える国内メーカーも少なくない。現在は米国・iRobot社が市場の80%近くを占めているが、高い技術力を擁する日本の家電メーカーの参入により、一気に市場が活性化する可能性もある。

2. ポット型浄水器・ピッチャー型浄水器

2006年度	2007年度見込	2008年度予測	08/06年度比
10.0億円	11.5億円	13.0億円	130.0%

ポット型浄水器・ピッチャー型浄水器の市場は、ミネラルウォーターを利用していた消費者からの移行もあり、近年急成長している。ペットボトル廃棄の削減ができることやコスト面でも安価であることなどが需要拡大の要因となっている。安全性やデザイン性、環境性、経済性などをテーマに、使いやすい形状、キッチンに馴染むデザイン、そしておいしい水を作ることができるポットが開発のポイントとなっている。現在、この浄水器を利用している多くは30～40代の女性であるが、それ以外の層への拡大や、家庭用だけでなくレストラン等の業務用にも拡げることができれば市場拡大の余地は十分残されている。

3. 卓上IH調理器

2006年度	2007年度見込	2008年度予測	08/06年度比
41億円	46億円	50億円	122.0%

卓上IH調理器は火を使用しない故の安全性や、電源の切り忘れ防止機能・鍋無し検知機能などソフト面での安全性、耐熱ガラス採用で掃除がしやすいといった衛生面などの優位性に加え、IHクッキングヒーター普及によるIH対応の調理器具への移行、卓上カセットコンロからの買い替えなどから、ここ数年市場は2桁増となっている。高価格商品と低価格商品の2極化が進みつつあるが、全体的に単価は下降しており、数量ベースの伸びほど金額ベースの伸びは見込めないものの、オール電化の流れに乗り、今後も順調に拡大すると予測される。

4. 電磁調理対応鍋

2006年度	2007年度見込	2008年度予測	08/06年度比
240億円	260億円	285億円	118.8%

一般家庭におけるIHクッキングヒーターの普及に伴い電磁調理(IH)対応鍋の市場も拡大している。06年度の市場規模は240億円で、トップシェアはビタクラフトジャパンであり、グループセブジャパン、イワタニ・フィスラーと、何れも海外製品となっている。主力チャンネルは金額ベースでスーパーが33.3%を占めるが、数量ベースでは平均単価の低いホームセンターがスーパーを上回る。

07年度も引き続き拡大しており、前年度比8.3%増の260億円が見込まれる。一般家庭におけるIHクッキングヒーターの普及率はまだ10%程度と低く、低価格化による需要喚起と安全性を求めて今後も普及が進むと見られるため、IH対応鍋の需要も拡大していくと予想される。

5. 機能性シャワーヘッド

2006年度	2007年度見込	2008年度予測	08/06年度比
6.5億円	6.8億円	7.1億円	109.2%

節水機能や塩素除去等の浄水機能、マッサージやマイナスイオン効果をもたらず美容機能を持つシャワーヘッドを対象としている。消費者の環境への意識の高まりなどにより、節水機能を持つシャワーヘッドは増加傾向にあるが、耐久品であり、買い替え頻度が少ないため06年度は前年度比4.8%増の6.5億円であった。ホームセンターを中心に低価格商品がよく売れる一方で、高いデザイン性を兼ね備えた高価格商品が求められる傾向にある。

6. 炊飯器

2006年度	2007年度見込	2008年度予測	08/06年度比
993億円	1,040億円	1,070億円	107.8%

家庭用の電気炊飯器を対象としており、ガス式、機械式の炊飯器は含めていない。近年はIHによる加熱方式を採用した機種が主流となっている。特に高級IH炊飯器は内釜の素材に注力している。06年度の市場は前年度比7.6%増の993億円であった。象印マホービンと松下電器産業がトップシェアを争っており、他企業もそれぞれ独自性を追求した高級モデルで、激しいシェア争いを展開している。数量ベースでは買い替え需要を中心に微増であるが、機能の向上や内釜素材の高級化を求める需要の拡大で、価格が10万円前後の高級機種の売上構成が高まっている。今後も団塊世代を中心に、おいしく炊けるより付加価値の高い製品への需要の高まりによる平均価格の上昇で、金額ベースが数量ベースを上回る伸びを示すと予想される。

7. 収納ケース

2006年度	2007年度見込	2008年度予測	08/06年度比
390億円	398億円	405億円	103.8%

押入れやクローゼット向けと移動性やデザイン性を意識したリビング向けなどの収納ケースを対象としている。押入れやクローゼット向けは需要が一巡しており、数量ベースでは微減となっているが、単価の高いリビング向けやキッズ向け収納ケースが好調で、06年度の収納ケース市場は前年度比2.1%増の390億円であった。押入れやクローゼットのスペースが少ない近年の住宅収納様式の変化に伴い、リビングなどオープンスペースに置ける収納ケースの需要が増加している。高価格な収納ケースの増加と原材料価格の高騰による一部商品での値上げによる平均単価上昇により、僅かではあるがプラス成長を続けると予測される。

<調査結果の概要>

	2006年度	2007年度見込	2008年度予測	08/06年度比
調理・台所用品	862億円	899億円	944億円	109.5%
バス・トイレ用品	264億円	269億円	273億円	103.4%
生活機能用品	907億円	905億円	906億円	99.9%
日用家電品	3,657億円	3,832億円	3,941億円	107.8%

調理・台所用品は定番商品の包丁やまな板をはじめ、IHクッキングヒーター用の鍋やフライパンなど10品目を対象としており、06年度の市場は前年度比8.6%増の862億円であった。料理に使用する水や飲み水に対してこだわりを持つ消費者の増加を背景にポット型浄水器・ピッチャー型浄水器が最も伸びている。次いで、IHクッキングヒーターの普及に伴い電磁調理対応鍋や電磁調理対応フライパンが好調である。

バス・トイレ用品はバス清掃具やトイレブラシ、浴用ボディタオルなど6品目を対象としており、06年度は前年度比1.5%増の264億円であった。浴用ボディスポンジを除く他5品目が拡大しており、特に浴用ボディタオル、トイレブラシ、風呂蓋、バス清掃具は高機能化による平均単価の上昇により金額ベースで好調ある。浴用ボディタオルはエキス配合商品や泡立ち訴求の商品が売れているほか、浴用ボディスポンジからの需要の移行もある。バス清掃具はブラシの柄が樹脂製からアルミなどの金属製へ、トイレブラシはケース型へ、機能性シャワーヘッドはデザイン性の向上や浄水・美容機能を付加した商品に移行している。

生活機能用品は収納ケースや分別ダストボックス、洗濯ハンガー類など5品目を対象としており、06年度は前年度比3.0%減の907億円であった。分別ダストボックスは行政によるゴミの分別回収強化により需要が拡大し、洗濯ハンガー類は金属製のハンガーなどの高付加価値商品が浸透している。収納ケースは高価格なりビング収納が伸びていることから数量ベースでは減少しているものの、金額ベースでは増加している。

日用家電品は炊飯器や電気ポット、掃除機など10品目を対象としており、06年度の市場は前年度比8.6%増の3,657億円であった。過熱水蒸気オープンや卓上IH調理器、掃除ロボットは市場を形成している段階であり、特に過熱水蒸気オープンは通常の電子レンジに比べると非常に高価な製品であるが、健康を重視するシニア層を中心に支持されている。炊飯器やホットプレート/グリル鍋、布団乾燥機は買い替え需要が中心であるが、ライフスタイルの変化に対応した高付加価値製品の人気が高く、一定の市場規模を保っている。

<調査対象>

家庭日用品	調理・台所用品 10品目	電磁調理対応鍋、電磁調理対応フライパン、包丁、まな板、キッチンスポンジ、ふきん、電子レンジ調理容器、キッチンスケール、蛇口直結型浄水器、ポット型浄水器・ピッチャー型浄水器
	バスタイレ用品 6品目	浴用ボディスポンジ、浴用ボディタオル、機能性シャワーヘッド、風呂蓋、バス清掃具、トイレブラシ
	生活機能用品 5品目	収納ケース、分別ダストボックス、スタンド式室内物干し、洗濯ハンガー類、枕
	日用家電品 10品目	炊飯器、電気ポット、過熱水蒸気オープン、ホットプレート/グリル鍋、卓上IH調理器、掃除機(キャニスター型)、掃除機(スティック/ハンディ型)、掃除ロボット、アイロン、布団乾燥機
流通チャネル	ホームセンター	コーナン、コメリ、ケーヨーデイツー、ダイキ、ロイヤルホームセンター
	ドラッグストア	マツモトキヨシ、サンドラッグ、スギ薬局、セガミメディックス、キリン堂
	ディスカウントストア	ドン・キホーテ、ジャパン、ナカユキヤ
	通信販売	楽天、千趣会、ヤフー、ディノス、フェリシモ、ムトウ

<調査方法>

富士経済専門調査員による調査対象企業及び関連企業・団体等へのヒアリング調査及び関連文献、社内データベースを併用

<調査期間>

2007年7月～11月

以上

資料タイトル：「家庭日用品マーケティング総覧 2007」
体 裁 : A4判 230頁
価 格 : 95,000円(税込み99,750円)
調査・編集 : 富士経済 大阪マーケティング本部 プロジェクト 日用品チーム TEL:06-6228-2020 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/ https://www.fuji-keizai.co.jp/