

2008年10月10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/>  
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>  
広報部 03-3664-5697

## 家庭用マスク、台所用洗剤などトイレタリー用品30品目の市場を調査

2008年見込み

家庭用マスク市場は、花粉対策と新たな使用目的の増加で、前年比10.2%増の141億円

食器洗い(乾燥)機専用洗剤市場は、高付加価値商品の商品投入が相次ぎ、07年比8.8%増の74億円

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、08年7月~8月にかけて、トイレタリー用品30品目の市場調査を実施した。その結果を調査報告書「トイレタリーグッズマーケティング要覧 2008 No.3」にまとめた。

この報告書では台所用洗剤や食器洗い(乾燥)機専用洗剤などのキッチン関連17品目、アウトドア関連(使い捨てカイロ)1品目、ハエ・蚊用殺虫剤など殺虫剤関連4品目、家庭用マスクや大人用紙おむつなどサニタリー関連8品目、計30品目のトイレタリー用品の国内市場動向を明らかにした。

<注目市場>

### 1. 家庭用マスク(サニタリー関連)

2007年 128億円 2008年見込 141億円(前年比110.2%)

家庭用マスク市場は、03年にユニ・チャームが花粉症対策用の「超立体マスク」を発売し、ヒットしたのを機に急拡大した。その後も花粉症対策に留まらずインフルエンザや風邪の予防対策としてマスクをするユーザーが増加し、市場は拡大を続けている。

07年は、花粉の飛散量は少なかったが、早い時期から花粉の飛散が観測されシーズンが長期化したことに加え、インフルエンザの流行を懸念する報道などが装着するユーザーを増加させ、市場は前年比15.3%増の128億円となった。

08年は、前年に花粉の飛散量が07年比2倍と予測されたことからマスクを装着するユーザーが更に増加した。また、乾燥したオフィスや就寝時に“乾燥から喉を守る”といった新たな訴求の商品も増えており、使用目的が増加したことで、市場は前年比10.2%増の141億円が見込まれる。

### 2. 食器洗い(乾燥)機専用洗剤(キッチン関連)

2007年 68億円 2008年見込 74億円(前年比108.8%)

食器洗い(乾燥)機の普及率上昇に伴い、専用洗剤の市場も2桁成長が続いている。香りが追加されたタイプやクエン酸配合で庫内洗浄が同時に行なえるタイプ、剤型を液体にしたタイプなど、既存商品と差別化した商品の投入が活発化している。

07年は花王が大幅に実績を伸ばしたことで、市場は前年比11.5%増の68億円となった。花王は06年に発売した「食器洗い乾燥機専用キュキュット クエン酸効果」と、07年に発売した液体タイプの「キュキュット パワージェル」が好調で、実績が前年比ほぼ倍増となっている。08年も花王が「食器洗い乾燥機専用キュキュット クエン酸効果 オレンジ配合」エステーが新ブランド「フレッシュアップ」を発売するなど、商品投入が相次いでいることから引き続き市場は拡大し、前年比8.8%増の74億円が見込まれる。

需要は拡大しており、参入メーカー間の競争も激化している。今後は洗浄機能や除菌の効果を高めた商品、液体タイプといった高付加価値商品が増加すると見られる。

### 3. 大人用紙おむつ(サニタリー関連)

2007年 734億円 2008年見込 774億円(前年比105.4%)

07年は上位のユニ・チャーム、白十字、花王が好調に実績を伸ばし、市場は前年比5.2%増の734億円と

なった。交換が容易で利便性の高いパンツタイプが市場の6割を占めている。08年は参入メーカー各社より新商品の投入が活発化している。ユニ・チャームは「ライフリー」のパンツシリーズの“やわらかさ”を向上させてリニューアル発売している。大王製紙は「アテント」の長時間用やわらかタイプ、うす型すっきり爽快パンツを発売している。

今後も高齢化の進行に伴い需要そのものの増加を背景に、高機能・高付加価値商品の投入が続くと見られ、市場の拡大は続くと思われる。

07年にP&Gジャパンより事業譲渡されている。

#### 4. ティッシュペーパー（サニタリー関連）

2007年 1,195億円 2008年見込 1,250億円（前年比104.6%）

07年はインフルエンザの流行が例年並みで、花粉の飛散量も例年に比べ少なかったことから数量ベースでは縮小したものの、原材料価格の高騰を受け大手参入メーカー各社が2度の価格上方修正を行ったことで、市場は前年比10.0%増の1,195億円となった。

ティッシュペーパーは普及率が極めて高く、汎用品での新規の需要獲得が難しいため、参入メーカーは品質やパッケージを改良したプレミアム訴求の高付加価値商品により需要の取り込みを図っている。プレミアム訴求商品は07年時点で市場の約5～8%に留まっているものの、プレミアム訴求商品の構成比は年々高まっている。08年には王子ネピアより「ネピア ジャパンプレミアム」、日本製紙クレシアより「クレシア 美空圏」などが発売されたことでプレミアム訴求商品の構成比は更に高まり、市場は前年比4.6%増の1,250億円が見込まれる。

#### 5. 台所用洗剤（キッチン関連）

2007年 518億円 2008年見込 528億円（前年比101.9%）

台所用洗剤市場は、飽和に達していることに加え、店頭価格の下落、単価の低い詰替え用需要の拡大に伴い、縮小が続いていた。しかし、07年に「スーパー泡ジョイ」（P&Gジャパン）「チャーミー泡のチカラ パワーフォーム」（ライオン）といった泡タイプの高付加価値新商品が発売され、好調であったことから市場は回復に転じ、前年比5.1%増の518億円となった。市場投入されている商品の洗浄力は一定水準に達していることから、近年は除菌機能、ハーブやフルーツの香り、泡が持続する（持続する泡により注ぎ足しの必要がない）などの機能を付加した商品が発売されている。

08年は店頭価格の下げ止まりにより販売価格が安定していることに加え、07年に好調であった「スーパー泡ジョイ」、「チャーミー泡のチカラ パワーフォーム」が通年実績となることから、市場は前年比1.9%増の528億円が見込まれる。

#### < 調査結果の概要 >

	2007年	2008年見込	前年比
キッチン関連	1,780億円	1,805億円	101.4%
アウトドア関連	200億円	245億円	122.5%
殺虫剤関連	699億円	687億円	98.3%
サニタリー関連	4,277億円	4,409億円	103.1%

#### キッチン関連

07年の市場は、前年比2.6%増の1,780億円となった。台所用洗剤やラッピングフィルムをはじめ、ペーパータオル、家庭用手袋など、大半の品目が伸びた。特にパイプクリーナー、食器洗い（乾燥）機専用洗剤は前年比10%以上の高い伸び率であった。台所用洗剤は単価の高い泡タイプが好調であった。ラッピングフィルムは特に原材料価格の高騰による価格引き上げが発表されたことによる特需で伸びた。ペーパータオルは主にキッチン周りの掃除に使用されていたが、油切り機能を付加したことでクッキングペーパーとしての用途が広がり、ヘルシー志向の消費者需要を獲得した。家庭用手袋は家事や掃除に使用されていたが、介護や動物のケアなどへも用途が広がったことが伸びた要因である。

08年も引き続き台所用洗剤やラッピングフィルムなどの売上規模の大きな品目が伸び、市場は前年比1.4%増の1,805億円が見込まれる。

#### アウトドア関連（使い捨てカイロ）

07年の市場は、1～3月と10～12月の最需要期に気温が高く需要が減少し、市場は前年比2.4%減の2

00億円となった。08年は1～3月の気温が低かったことから市場の回復が見込まれる。

カイロは「暖を取る」のが主目的であるが、体のケアを目的とする使用も一定のウエイトを占めている。冷えによる体調不良や肩・腰の痛みを緩和することを目的とする使用は通年需要を見込めるため、参入メーカー各社は商品開発に注力すると見られる。

#### 殺虫剤関連

07年の市場は、前年比0.9%増の699億円となった。ゴキブリ用殺虫剤は防虫目的の需要増からベイト剤（毒餅剤・ホウ酸団子）が好調で、ダニ・不快害虫用殺虫剤は凍らせて殺虫する「バルサン氷殺ジェット」（ライオン）がヒット商品となり大幅拡大となった。しかし、市場構成比の最も高いハエ・蚊用殺虫剤が、最需要期7月の低温でハエ・蚊の発生が少なく、需要が低迷し前年割れとなった。

08年もハエ・蚊用殺虫剤は、薬剤を使わずにハエ・蚊等を忌避する虫除け剤に需要がシフトしていることから大きな伸びは見込めず、ダニ・不快害虫用殺虫剤も一部の製品に発火事故による製品回収、販売終了があったことから大幅な縮小が考えられるなど、市場は前年比1.7%減の687億円と見込まれる。

#### サニタリー関連

07年の市場は、前年比4.1%増の4,277億円となった。市場構成比が2番目に高いベビー用紙おむつと、生理用品（ナプキン）が少子高齢化の影響により縮小が続いているものの、市場構成比の最も高いティシュペーパーや、大人用紙おむつ、家庭用マスク、軽失禁ライナー・パッドが大きく伸びたことが市場拡大の要因である。

ティシュペーパーは原材料価格高騰による販売単価の上昇、大人用紙おむつも高齢化の進行を背景に、既存品の品質やパッケージのリニューアル、新製品の発売を定期的に行っていることから堅調に伸びている。また、家庭用マスクは花粉対策やインフルエンザ予防として装着するユーザーが増加し、軽失禁ライナー・パッドは利用対象者の増加と、上位企業が既存ブランドのラインアップを拡充したことで伸びた。

08年は、プレミアム訴求商品が年々増加しているティシュペーパーや、利用対象人口が増加している大人用紙おむつや軽失禁ライナー・パッドなどが伸び、市場は前年比3.1%増の4,409億円と見込まれる。

以上

#### <調査対象>

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、ティシュペーパー

#### <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、公的統計等による補完

#### <調査期間>

2008年7月～8月

資料タイトル：「トイレタリーグッズマーケティング要覧 2008 No.3」

体 裁：A4判 226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 Cosmetic Div.

TEL:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514

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 03-3661-9514 e-mail:info@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/>