

2014年10月21日

株式会社 富士経済
 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
 12-5 小伝馬町YSビル
 TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>
 広報部 03-3664-5697

香り訴求の商品が好調

トイレタリー用品29品目の国内市場を調査

2014年見込

柔軟仕上剤:香り訴求商品が引き続き好調。2013年比1.6%増の709億円

温熱シート・パッド:継続的な販促活動により同9.1%増の48億円

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 清口 正夫 03-3664-5811)は、2014年4月から3回に分けてトイレタリー用品89品目について、調査を行っている。その第2回目の調査結果を「トイレタリーグッズマーケティング要覧 2014 No.2」にまとめた。

この報告書では衣料、スキンケア、ハウスホールド、ヘルスサポートなど29品目の国内市場を調査分析した。なお、第1回目では、バス、オーラル、トイレ、冷感、シェービング、その他を発表した。第3回目はキッチン、殺虫剤、サニタリーの市場を調査分析し、結果を発表する。

<注目の品目市場>

	2013年	2012年比	2014年見込	2013年比
合成洗剤	1,565億円	100.2%	1,578億円	100.8%
粉末コンパクト	455億円	90.8%	431億円	94.7%
液体コンパクト	626億円	106.6%	641億円	102.4%
柔軟仕上剤	698億円	107.1%	709億円	101.6%
ハンドクリーム	203億円	106.8%	205億円	101.0%
温熱シート・パッド	44億円	112.8%	48億円	109.1%

粉末コンパクト、液体コンパクトは合成洗剤の内数

合成洗剤

2013年は花王が時短洗濯を訴求した「ウルトラアタックNeo」を発売し需要を集め、P&Gジャパンも洗浄力訴求の「アリエール」と香り訴求の「ボールド」のリニューアルを行ったことで実績が拡大し、全体で0.2%増の1,565億円となった。

粉末コンパクトタイプは根強い需要があるものの店頭では価格訴求商品となっており、またドラム式や節水型の洗濯機の普及によって液体タイプの需要が伸びていることから縮小が続いている。

液体コンパクトタイプは容器のコンパクト化や1回すすぎの時短、節水効果、洗浄力の高さなどを訴求した商品を、各メーカーが投入したことで2013年は拡大したが、価格訴求の液体レギュラータイプへの回帰もあって伸び率が鈍化した。2014年は4月にP&Gジャパンが「アリエール」からジェルボールタイプの商品を発売し、簡便性による需要の掘り起こしを図っている。9月には花王が介護の悩みとなっている尿臭対策を訴求した商品を発売したことで、需要の開拓が期待され、前年比0.8%増の1,578億円が見込まれる。

合成洗剤市場は将来的な人口の減少によって消費量の伸び悩みも予想されるが、洗浄力の向上のほかに、抗菌、消臭、香り付加、剤型、自然派原料、容量などによっても細分化して、消費者の志向に合った商品を開発することで単価の向上を図っている。今後も新規性のある商品の投入により市場は微増していくとみられる。

柔軟仕上剤

柔軟仕上剤市場は洗濯物の柔軟効果に加えて香りを楽しむといった需要により消費量が増加している。ほのかな香りから濃厚な香りまで品ぞろえが充実しているほか、香調の定期的な入替えによって、近年市場の拡大が続いている。

2013年は香りに対する需要が引き続き高く、定番ブランドでの香り訴求商品の追加や、新香調の追加、またオーガニック成分配合の「ランドリン」(ネイチャーラボ)など高価格帯商品の投入が見られ、前年比7.1%増

の698億円となった。

2014年も香りに対する需要は高く、香りが濃厚なタイプを中心に、積極的に新商品の発売や新香調の追加がみられ、前年比1.6%増の709億円が見込まれる。

今後はより高品質、高価格な商品が徐々に増加していき、需要の開拓が進むことで単価アップが図られ、さらなる市場の拡大が期待される。

ハンドクリーム

近年は女性を中心にボディやハンドのケア意識が高まっており、スキンケア機能に加えて、香りやパッケージにおいても女性を意識した新商品投入が活発に行われている。しかし、ほぼ普及しきっていることから、メーカー側では市場拡大のために、単価アップや消費者一人あたりの使用アイテム数の増加を図っている。

2013年はオーガニックや香りを訴求した付加価値商品の投入が増加したことに加え、ニベア花王から夜の使用を訴求した「アトリックス ビューティーチャージ ナイトスペリア」などヒット商品がみられた。また、「ニベアクリーム」(ニベア花王)が化粧品の口コミサイトや美容雑誌においてフェイスクケアとして効果があると話題になったことで需要が急激に高まり、前年比6.8%増の203億円となった。

2014年は引き続き香りや高保湿、オイル配合などを訴求した付加価値品の拡販に注力することで単価アップが図られており、前年比1.0%増の205億円が見込まれる。

温熱シート・パッド

温熱シート・パッド市場は2005年に花王が「めぐリズム 蒸気温熱パワー」、桐灰化学が腰やひざの血流改善を目的としたシートタイプの「血流改善」を発売したことで市場形成が進み、2007年には花王が目の疲れを癒す「めぐリズム 蒸気でホットアイマスク」を発売し、市場が本格的に立ち上がった。以後、桐灰化学が2008年に「あずきのチカラ 目もと用」を発売し、さらに、首肩用に広がりを見せた。

2013年は花王からメントール成分を配合し、リラックス効果だけでなくリフレッシュ効果も得られる「めぐリズム 蒸気でホットアイマスク 気分ほぐしてシャキ」が発売され、新たに男性需要の開拓が進んだほか、桐灰化学から目もとをオイルラップ効果で温める「ホットオイルアイマスク」が発売となり、目もとのリラックス効果訴求のバリエーションが広がったことで市場は前年比12.8%増の44億円となった。

2014年は花王が継続的な販促活動による使用啓発に努めて実績を拡大させているなど、前年比9.1%増の48億円が見込まれる。

<注目のカテゴリー市場>

ヘルスサポート

2013年	2012年比	2014年見込	2013年比
442億円	95.9%	472億円	106.8%

ヘルスサポートは鼻腔拡張テープ、使い捨てカイロ、温熱シート・パッド、インソール、腰用・関節用サポーターを対象とする。

2013年は使い捨てカイロを除く4品目で拡大した。腰用サポーターは加齢による腰痛の軽減を目的とする高齢者の需要が高く、参入メーカーが販促活動に注力したことで商品認知が進み、急激に拡大した。また、鼻孔拡張テープも継続的な販促活動が奏功し、商品認知度も徐々に高まり、引き続き拡大した。しかし、2013年は暖冬となったことや、2011年と2012年に市場が大きく拡大した反動から使い捨てカイロが大幅に縮小し、ヘルスサポート全体で前年比4.1%減の442億円となった。

2014年は2月が寒波により記録的な大雪になるなど、例年よりも降雪量が多く、気温も低温であったため使い捨てカイロ市場が好調であることから、9月以降の天候次第ではあるものの市場は回復するとみられ、ヘルスサポート全体で前年比6.8%増の472億円が見込まれる。

< 調査対象 >

衣料	合成洗剤、洗濯用石鹼、ファッション洗剤、洗濯糊(アイロン仕上剤含)、柔軟仕上剤、洗濯助剤、漂白剤、専用洗剤、衣料用防虫剤、衣料用消臭スプレー、防水剤
スキンケア	ハンドクリーム、ウェットティッシュ、汗拭きシート、制汗剤、ベビー用スキンケア
ハウスホールド	室内用芳香・消臭剤、除湿剤、住居用クリーナー、家庭用ワックス、ディスポーザブルクリーナー、ディスポーザブルモップ、洗濯槽クリーナー
ヘルスサポート	鼻腔拡張テープ、使い捨てカイロ、温熱シート・パッド、インソール、腰用サポーター、関節用サポーター

< 調査方法 >

富士経済専門調査員による参入企業及び関連企業・団体などへのヒアリング及び関連文献調査、社内データベースを併用

< 調査期間 >

2014年5月～7月

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 2014 No.2」
体裁	A4判 236頁
価格	書籍版 100,000円+税 PDF/データ版 110,000円+税 書籍版・PDF/データ版セット 120,000円+税
調査・編集	株式会社富士経済 東京マーケティング本部 第一統括部 第二部 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12-5 小伝馬町YSビル TEL:03-3664-5811(代) FAX:03-3661-0165 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/