

2015年11月2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  
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>

広報部 TEL.03-3664-5697  
<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

## トイレタリー用品市場調査シリーズ(3)

### キッチン、殺虫剤、サニタリー関連30品目を調査

2015年見込

台所用洗剤 538億円(2014年比4.5%増)・・・新たな訴求の商品の発売により市場が活性  
ベビー用紙おむつ 1,437億円(同7.2%増)・・・インバウンド需要や商品ラインアップ拡充で好調

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、2015年5月から3回に分けてトイレタリー用品89品目を調査した。その第3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 2015 No.3](#)」にまとめた。

この報告書ではキッチン、殺虫剤、サニタリー関連30品目の国内市場を調査・分析した。既に発表した第1回目ではバス、オーラルケア、トイレ、冷感、シェービング関連など30品目、第2回目では衣料、スキンケア、ハウスホールド、ヘルスサポート関連29品目について調査・分析した。

キッチン、殺虫剤、サニタリー関連のトイレタリー市場、2014年はともに拡大したが、2015年は明暗が分かれるとみられる。キッチンでは台所用洗剤が、2014年秋以降上位ブランドが洗浄成分や洗浄力を全面的に改良されたことで、2015年も引き続き伸びている。殺虫剤関連では、空間用忌避剤が消費者庁からの措置命令を受け落ち込み、影響を及ぼしている。サニタリー関連ではインバウンド需要を取り込み拡大している。

#### < 調査結果の概要 >

	2014年	2015年見込	2014年比
キッチン	1,887億円	1,923億円	101.9%
殺虫剤	838億円	793億円	94.6%
サニタリー	4,351億円	4,478億円	102.9%

#### 2014年の市場動向

キッチン関連では、市場の3分の1以上を占める台所用洗剤が、秋以降上位ブランドが洗浄成分や洗浄力を全面的に改良されたことなどで伸びた。洗浄・除菌系ではクレンザーが伸び悩んでいるが、その他の品目は好調で、除菌剤もノロウイルスの流行により衛生意識が高まり、引き続き伸びた。調理系では、一部の品目が縮小したが、消費税増税前の駆け込み需要や、ペーパータオルが掃除や水切りなど汎用性の高さで需要を取り込み、トータルでは伸びた。

殺虫剤関連は、最需要期となる7月から8月にかけて多雨や気温が例年より低く害虫の発生が少なかったことで苦戦した。しかし、8月下旬にデング熱感染例が発生し媒介元となった蚊への防衛意識が高まり、ハエ・蚊用殺虫剤や忌避剤の需要が大幅に増えた。2015年は各社が売場の早期展開を促す取り組みを強化し売場全体の活性化に努めたが、空間用忌避剤が消費者庁から表記に対する措置命令を受け、また5月下旬以降天候不順も続いたため通年では前年実績を下回ると見込まれる。

サニタリー関連では、ベビー用紙おむつが従来輸出の中心であったテープタイプに加えて、パンツタイプも大量購入がみられ伸びた。高齢者人口の増加により需要が高まっている大人用紙おむつは消費税増税前の駆け込み需要の反動により伸びが鈍化したが、2015年は順調に伸びている。また、軽失禁ライナー・ナプキン(パッド)も伸びが小幅となったが、各社の積極的な啓発活動により需要の掘り起こしが進み、2015年以降も拡大が続くと期待される。

<注目市場>

台所用洗剤（キッチン）

2014年	2015年見込	2014年比
515億円	538億円	104.5%

市場は消費者の衛生意識の高まりと、食器洗い機の汚れ落ちに不満を抱いた層が再び手洗いに戻ってきていること、1回当たりの使用量が増えたことなどの要因により拡大している。

2014年は上位各社が台所用洗剤本来の洗浄機能に着目した処方リニューアルを実施し、TVCMをはじめとするマスプロモーションを強化したこともあり、市場は拡大した。2015年は「CHARMY Magica」（ライオン）が発売され、ナノレベルで汚れを分解し“サラサラと落ちる”を前面に押し出した訴求展開により需要を取り込んでおり、市場は引き続き拡大が見込まれる。

ペーパータオル（キッチン）

2014年	2015年見込	2014年比
167億円	175億円	104.8%

破れにくさを訴求する商品の投入や、単価ダウンによりキッチン周りの掃除などに使用する消費者が増加し、またクッキングペーパーから需要の流入も進み、2011年以降市場はプラス成長が続いている。2014年は商品の普及に加え継続使用率が高まり、商品面でも通常よりも1.5から2倍の長巻き商品の投入や付加価値訴求品などの投入により単価アップが図られ市場は拡大した。

2015年はシートタイプや柄プリントの商品などの投入が進み活性化が図られていることに加え、輸入品も増加しており、引き続き市場は拡大が見込まれる。

ベビー用紙おむつ（サニタリー）

2014年	2015年見込	2014年比
1,340億円	1,437億円	107.2%

2014年は中国を中心としたアジア諸国への並行輸出を意図した店頭での大量購入や訪日外国人観光客のインバウンド需要が増加したことに加え、1月から3月にかけて消費税増税前の駆け込み需要が大きく、その後の反動からの回復も早く好調であった。また、国内需要において比較的単価の高いパンツタイプは早くから使用するケースが増加したことも拡大に寄与した。

2015年は消費者では並行輸出を意図した店頭での大量購入が継続しており、一方で商品では肌ケアの訴求や新生児の低体重化を受けてサイズラインアップを拡充し需要獲得に努める動きもみられ、市場は引き続き拡大する見込みである。

軽失禁ライナー・ナプキン（パッド）（サニタリー）

2014年	2015年見込	2014年比
282億円	294億円	104.3%

市場は加齢による排泄ケアに加えて、出産や閉経など身体変化により尿漏れに悩む層をターゲットにしている。従来生理用品などで代用していた消費者が多かったが、近年では高齢者人口の増加に加えて参入各社の積極的な啓発活動により普及が進み、市場は拡大が続いている。

2014年の市場は消費税増税前の駆け込み需要の反動が大きかったため市場は微増となったが、商品認知の拡大によって消費者が増加したことに加え、上位各社から相次いで男性用商品の投入が進むなど明るい材料がみられ、2015年は順調に拡大すると見込まれる。

<調査対象>

キッチン	台所用洗剤、食器洗い(乾燥)機専用洗剤、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、アルミホイル、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、米びつ用防虫剤
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、忌避剤
サニタリー	生理用品、パンティライナー、軽失禁ライナー・ナプキン(パッド)、ベビー用紙おむつ、大人用紙おむつ、綿棒、ティシュペーパー

<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>

2015年8月~10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 2015 No.3**」

体 裁: A4判 224頁

価 格: 書籍版 100,000円+税

PDF/データ版 120,000円+税

書籍版・PDF/データ版セット 130,000円+税

書籍版・ネットワークパッケージ版セット 200,000円+税

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

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

[e-mail: info@fuji-keizai.co.jp](mailto:info@fuji-keizai.co.jp)

調 査・編 集: 東京マーケティング本部 第二部

TEL: 03-3664-5821

FAX: 03-3661-9514

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/](http://www.group.fuji-keizai.co.jp/)