

2016年9月5日

株式会社 富士経済
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
1番5号 PMO 日本橋江戸通
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/>

新たな使用シーンの提案や機能性商品の発売により需要喚起が進む

衣料用・台所用洗剤、衛生材、芳香・消臭剤の国内市場を調査

2016年市場見込

芳香・消臭剤分野 700億円 ...室内用、自動車用が女性ユーザーを獲得
家庭用マスク 280億円 ...秋以降も外出時のすっぴん隠しや日焼け防止需要の増加に期待
大人用紙おむつ 737億円 ...肌への優しさや吸水力の高さを訴求した機能性商品が市場拡大をけん引

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、2016年6月から2回に分けて80品目のトイレタリー用品の市場を調査している。その第1回目の結果を報告書「**トイレタリーグッズマーケティング要覧 2016 No.1**」にまとめた。

この報告書ではランドリー・ファブリックケア、芳香・消臭剤、ハウスホールド、クッキング、衛生材サニタリーの5分野38品目の市場について現状を調査・分析し、将来を予測した。なお、第2回目ではパーソナルケア、ベビーケア、チャーム用品、オーラルケア、ヘルスケアの5分野42品目を調査する予定である。

トイレタリー用品は成熟した市場が多いものの、参入メーカーは洗浄力や除菌・抗菌など機能性を訴求した高付加価値品の投入や新たな使用シーンの提案による需要喚起に努めており、品目によっては市場が拡大している。

< 調査結果の概要 >

芳香・消臭剤分野

	2015年	2016年見込	2015年比
室内用	320億円	325億円	101.6%
トイレ用	161億円	157億円	97.5%
自動車用	210億円	218億円	103.8%
合計	691億円	700億円	101.3%

2015年は室内用、自動車用で若年女性をターゲットに香りやデザイン性を訴求した商品が投入されたことにより、新規顧客の開拓および単価の上昇が進み好調だった。それにより、トイレの機能向上の影響で需要が減少しているトイレ用の縮小をカバーし、市場は拡大した。2016年も引き続き室内用、自動車用で女性ユーザーの獲得が進むとみられる。

室内用や自動車用で香りやデザイン性を訴求した商品の投入が活発であるが、柔軟仕上剤や衣料用スプレーなど他分野では香りブームは一段落しているため、中長期的には除菌をはじめとした機能性訴求など、新しい提案が必要になるとみられる。

ハウスホールド分野

	2015年	2016年見込	2015年比
洗浄系	970億円	983億円	101.3%
非洗浄系	1,583億円	1,608億円	101.6%
合計	2,552億円	2,591億円	101.5%

数字は四捨五入して億円単位にしている。

除湿剤、家庭用手袋、トイレトーパーを非洗浄系、これら以外を洗浄系とした。単身世帯や共働き世帯の増加により“短時間で簡単に掃除したい”といったニーズが高まっており、商品選択の際に使いやすさを重視するユーザーが増えている。近年は各メーカーがそのニーズに応える商品を積極的に投入したため市場は活性化している。洗浄系は、便器掃除で使用するスタンプタイプのクリーナーや、リビングなどで使われる汎用性の高いディスポ

ーザブルクリーナーなど、変化する生活シーンに適応した新たな商品がけん引し、市場が拡大している。また、風呂釜洗剤はTVCMや企画商品によるプロモーション強化が需要を喚起し、近年伸びている。

非洗浄系は、トイレットペーパーが価格は正効果や消臭・芳香機能などの付加価値商品の投入により単価が上昇し、市場が拡大している。家庭用手袋は使い捨てタイプの使用シーンの広がりにより需要が増加している。

衛生意識の高まりや住居環境の変化により、除菌、漂白、消臭、香りなどの付加価値を訴求する商品の需要が増えている。今後、メーカーによっては独自の技術や原材料などの活用、人気キャラクターとコラボレーションした限定商品などによる差別化が図られるとみられる。

<注目市場>

家庭用マスク

2015年	2016年見込	2015年比
265億円	280億円	105.7%

綿や不織布を主素材とし、薬局・薬店・ドラッグストアやコンビニエンスストアなどで販売される家庭用の商品を対象とする。2015年は春季の花粉の飛散量が全国的に少なく、冬季もインフルエンザの流行がみられなかったため、高機能品の伸び幅は鈍化したものの、就寝時の保湿や「だてマスク」といった用途の広がりにより通年使用が増えたため市場は拡大した。

2016年はインフルエンザの流行や、春季の花粉飛散量が前年を上回ったことにより好調である。秋季も女性の外出時のすっぴん隠しや日焼け防止などの需要が増加するとみられ、市場の伸びが期待される。今後も、夏季の使用を主目的とする商品や、装着した際に小顔に見える商品など防塵機能以外を訴求した商品投入が活発なため市場拡大が予想されるが、100円均一やPBでもお徳用パックが発売されているため価格低下が懸念材料となっている。

大人用紙おむつ

2015年	2016年見込	2015年比
722億円	737億円	102.1%

介護を必要とする人が使用する尿漏れ対策商品で市販用を対象とする。2015年はパンツタイプとパッドタイプを併用するユーザーが増加し市場は拡大した。2016年は各メーカーが投入した肌への優しさや吸水力などの機能性を訴求した商品が需要を取り込んでおり、市場拡大が見込まれる。

高齢者の増加や介護保険制度の改正により在宅介護サービスの利用者が年々増加していることから、さらなる市場拡大が予想される。また、各メーカーは介護レベルによって多様な商品を投入している。中度・重度介護者向けでは介護者と被介護者双方の負担を軽減するため交換しやすいタイプの商品や、交換頻度を減らした長時間使用タイプで吸水量の多さや肌への優しさを訴求した商品、アクティブシニア層に対しては“フィット感の良さ”“動きやすさ”を中心コンセプトとした商品を投入して、需要を喚起する方針である。

軽失禁ライナー・ナプキン(パッド)

2015年	2016年見込	2015年比
298億円	323億円	108.4%

介護を必要としない人が自分で使用する尿漏れケア商品を対象とする。近年は妊娠・出産、更年期、老化などによって軽い尿漏れ症状を抱えている人を対象に、各メーカーが積極的な啓発活動に取り組んでいるため、使うことへの抵抗感の解消や認知度の向上が進み、市場は拡大を続けている。今後はトライアルユーザーの囲い込み、また、潜在需要が大きい男性向けへの展開によるユーザー開拓が期待される。

種類別では、ライナータイプは軽い尿漏れをケアする商品が主力である。購入する際の抵抗感の解消を図り、生理用品やパンティライナーと同じ棚で陳列することにより需要の獲得につなげている。また、各メーカーから新商品が活発に投入されており市場は活性化している。ナプキン(パッド)タイプは長時間の外出など使用時間が長いユーザー向けで、吸収量が中量から多量の商品で構成されている。量販店では大人用紙おむつの周辺で販売される

ケースが多く、ライナータイプでは対応できないが大人用紙おむつに抵抗感がある層の需要を取り込み伸びている。

合成洗剤

2015年	2016年見込	2015年比
1,588億円	1,595億円	100.4%

衣類用洗剤を対象とし、洗濯用石鹼や用途を限定したベビー用や作業着用・靴用などの商品は対象外とする。種類別では粉末レギュラー、粉末コンパクト、液体レギュラー、液体コンパクト、ジェルボール、洗濯助剤がある。ドラム式洗濯機の登場や、部屋干しやまとめ洗いの増加など、洗濯環境の変化により単価の高い高付加価値商品の需要が増えている。

2015年は単価の下落が著しい粉末洗剤から液体洗剤への需要シフトが加速したものの、市場構成比の高い液体レギュラーの単価が下がったため市場は縮小した。2016年は上位メーカーが単価の高い液体コンパクトの拡販に努めて店頭でのフェイスが拡大したのに加え、液体コンパクトの持つ節水メリットなどの認知も高まったため需要が増加しており、市場は拡大が見込まれる。また、上位メーカーが“第3の洗剤”として積極的にプロモーションするジェルボールは、部屋干し対応商品や新香調商品の投入により伸びている。

<調査対象>

ランドリー・ファブリックケア	・合成洗剤（含洗濯助剤） ・洗濯用石鹼 ・ファッション洗剤 （含ドライマーク洗剤）	・洗濯糊（含アイロン仕上剤） ・柔軟仕上剤 ・衣料用漂白剤 ・専用洗剤	・洗濯槽クリーナー ・衣料用防虫剤 ・衣料用消臭スプレー
芳香・消臭剤	・室内用芳香・消臭剤	・トイレ用芳香・消臭剤	・自動車用芳香・消臭剤
ハウスホールド	・トイレ洗剤 ・トイレトーパー ・除湿剤 ・住居用クリーナー	・クレンザー ・パイプクリーナー ・家庭用排水口洗剤 ・家庭用手袋	・ディスポーザブルクリーナー ・ディスポーザブルモップ ・風呂釜洗剤 ・防カビ・カビ取り剤
クッキング	・台所用洗剤 ・食器洗い（乾燥）機専用洗剤 ・調理用ペーパー	・ラッピングフィルム ・食品保存用品 ・アルミホイル・クッキングシート	・冷蔵庫用脱臭剤 ・台所用漂白・除菌剤 ・米びつ用防虫剤
衛生材サニタリー	・家庭用マスク ・ティシュペーパー	・軽失禁ライナー・ナプキン（パッド）	・大人用紙おむつ

<調査方法>

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

<調査期間>

2016年6月～8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 2016 No.1 」	
体裁	A4判 242頁
価格	書籍版 130,000円+税
	PDF/データ版 140,000円+税
	書籍版・PDF/データ版セット 160,000円+税
	書籍版・ネットワークパッケージ版セット 260,000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1番5号 PMO日本橋江戸通 TEL:03-3664-5811(代) FAX:03-3661-0165 URL: https://www.fuji-keizai.co.jp/ e-mail: 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/	