

消臭・脱臭・除菌市場に関する調査結果 2009

—付加価値製品の提案など需要喚起に向けた取り組みに注目—

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて消臭・脱臭・除菌市場の調査を実施した。

1. 調査期間：2009年6月～12月
2. 調査対象：消臭・脱臭・除菌市場に関連する企業・団体
3. 調査方法：当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

<消臭・脱臭・除菌市場とは>

本調査における消臭・脱臭・除菌市場とは、業務用分野（業務用消臭・脱臭機器市場、VOC処理装置市場）、家庭用分野（トイレ用芳香・消臭剤市場、衣類・布製品用芳香・消臭剤市場、室内用芳香・消臭剤市場）、自動車用分野（自動車用芳香・消臭剤市場）の3分野6市場を対象とした。

【調査結果サマリー】

◆ 2008年度の消臭・脱臭・除菌市場は1,139億円、前年度比98.0%と微減推移

2008年度の消臭・脱臭・除菌市場は、売上金額ベースで1,139億円（前年度比98.0%）であった。分野別内訳は、業務用分野が254億円（構成比22.3%）、家庭用分野が760億円（同66.7%）、自動車用分野が125億円（同11.0%）となった。

◆ 2009年度1,130億円、付加価値製品の提案など需要喚起に向けた取り組みに注目

景気後退による需要低迷が続くことから、2009年度の消臭・脱臭・除菌市場は前年度比99.2%の1,130億円と予測する。今後は、付加価値製品の提案、潜在需要の開拓など、需要喚起に向けた取り組みが注目される。

◆ 資料体裁

資料名：「消臭・脱臭・除菌市場の展望と戦略 2009年版」
発刊日：2009年12月28日
体裁：A4判 322頁
定価：157,500円（本体価格150,000円 消費税等7,500円）

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝

設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先（当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>）

㈱矢野経済研究所 営業本部 広報宣伝グループ TEL：03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報宣伝グループ迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況

消臭・脱臭・除菌市場規模は、2005年度に1,000億円(売上金額ベース)を突破するなど、2007年度まで好調に推移していた。しかし、2008年度は景気の悪化の影響を受け縮小に転じ、1,139億円(前年度比98.0%)となった。分野別内訳は、業務用分野が254億円(構成比22.3%)、家庭用分野が760億円(同66.7%)、自動車用分野が125億円(同11.0%)となった。

1-1.業務用分野

業務用消臭・脱臭機器の市場は、対象産業界の底堅いニーズを背景に堅調な推移を辿ってきた。しかし、2008年秋以降の景況悪化を背景として産業界の消臭・脱臭分野への企業投資は、低下傾向にある。ただ、オゾン関連機器においては、医療分野を中心に需要が拡大し、関連施設・機関への普及が進んでおり、業務用分野では注目される領域である。

一方、VOC(揮発性有機化合物:Volatile Organic Compounds)処理装置市場は、大気汚染防止法一部改正(2006年4月施行)による、VOC排出規制の影響により順調に拡大してきたが、景気悪化に伴い新規発注が先送りされる傾向が顕著である。

1-2.家庭用分野

家庭用分野は、トイレ用芳香・消臭剤市場、衣類・布製品用芳香・消臭剤市場、室内用・芳香消臭剤市場いずれにおいても、既存ユーザーのリピー需要と新規ユーザーの獲得が市場拡大のための必須の課題である。各社では、既存ブランドのリニューアルや期間限定品による訴求、デザイン性の追及など、消費者の購買意欲を高める動きが顕著である。ただし、低単価の詰替え用商品購入による単価の下落、所得低下による消費者の買い控えもマーケットボリュームに大きく影響している。

1-3.自動車用分野

自動車用芳香・消臭剤市場では、各社から定期的に新製品が提案され、芳香剤だけでなく消臭剤の認知度も向上しつつある。近年では、輸入雑貨を扱う企業が参入し、多種多様な製品をラインナップして幅広い需要の取り込みを図る動きもある。しかし、家庭用分野同様に製品単価の下落、消費者の買い控え等の影響もある。

2. 将来展望

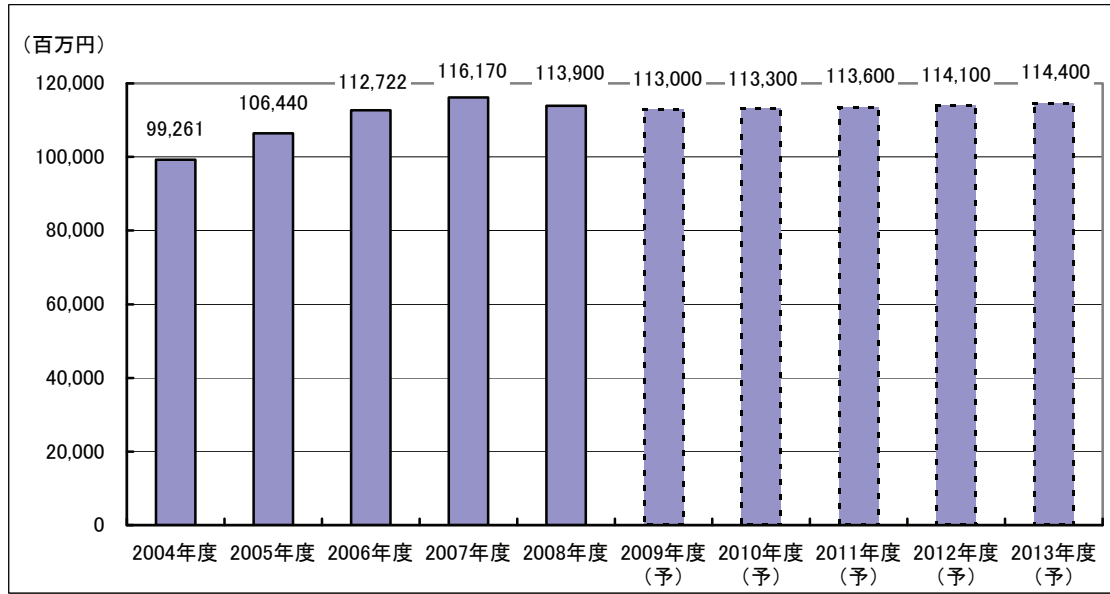
景気後退による需要低迷が続くことから、2009年度の消臭・脱臭・除菌市場は前年度比99.2%の1,130億円と予測する。なお、今後の各分野の需要動向に大きな影響を及ぼすと考えるキーポイントは以下のように集約されよう。

まず、業務用分野では、悪臭防止法を背景に人々の快適な生活、働き方、ライフスタイルへのアプローチ、そして健康増進に向けた市場の広がり、景気回復に伴う需要拡大が大きいだろう。

また、家庭用分野では、基本の(芳香・消臭)機能の向上とともに、どのような付加価値によって新規・リピー需要を獲得していくかが重要なポイントと考える。

最後に、自動車用分野では、既存リピー需要に加え、自動車用芳香・消臭剤未使用ユーザーを対象とした新規需要獲得がそれぞれポイントとなる。

図1. 消臭・脱臭・除菌市場の市場規模推移

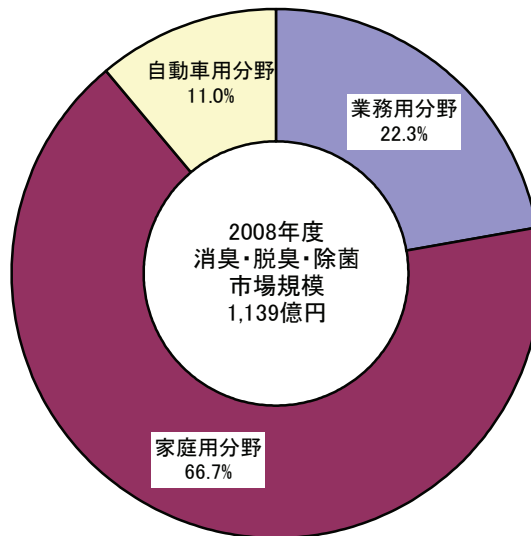


矢野経済研究所推計

注1: 事業者売上高ベース

注2: (予)は予測値

図2. 消臭・脱臭・除菌市場の分野別構成比



矢野経済研究所推計

注3: 事業者売上高ベース