

# トイレタリー市場に関する調査結果 2010

## 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にてトイレタリー市場の調査を実施した。

1. 調査期間：2010年4月～6月
2. 調査対象：トイレタリー製品メーカー、その他関連企業等
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

### <トイレタリー市場とは>

本調査におけるトイレタリー市場とは、主として日用雑貨ルートを通じて販売される製品を指し、「ホームケア・洗剤関連（13品目）」「ヘアケア関連（2品目）」「フェイス・ボディケア関連（9品目）」「オーラルケア関連（6品目）」「サニタリー関連（10品目）」5分野計40品目を対象として、メーカー出荷金額ベースにて算出した。

## 【調査結果サマリー】

### ◆ 2009年度のトイレタリー市場規模は前年度比101.6%の1兆7,456億円

2009年度のトイレタリー市場規模は、メーカー出荷金額ベースで前年度比101.6%の1兆7,456億円と推計する。各メーカーは脱コモディティ化を目指し、高付加価値製品の投入を活発化させている。また、“香り”などの情緒面を強調した製品や、高齢化に伴う製品カテゴリーの伸長が目立つ。

### ◆ 海外市場への進出が事業拡大のカギとなる

少子高齢化による人口減から、国内市場は大きな成長は望めそうになく、各メーカーは海外市場、特に成長著しい中国などのアジア市場への積極展開を図るとみる。国内メーカーは外資系メーカーに比べ海外市場でのシェアが低く留まっており、海外需要の取り込みが今後の市場拡大のキーポイントとなる。

### ◆ 資料体裁

資料名：「トイレタリー市場の展望と戦略 2010年版」  
発刊日：2010年6月30日  
体裁：A4判 187頁  
定価：110,250円（本体価格105,000円 消費税等5,250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/>）

（株）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](mailto: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. トイレタリー市場概況

2009年度のトイレタリー市場規模は、メーカー出荷金額ベースで前年度比101.6%の1兆7,456億円と推計する。近年のトイレタリー市場に関し、顕著な傾向としては以下のものが挙げられる。

製品面では、脱コモディティ化を目指した付加価値の高い製品の投入が活発化している。こうした傾向は今までもみられたが、従来と異なるのは、製品の機能性に加え情緒的価値(香り、デザイン性)などで差別化を図るメーカーが増加していることである。特に“香り”は、芳香・消臭剤はもちろんのこと、柔軟仕上げ剤、衣料用洗剤、防虫剤、ボディソープなどあらゆる製品において重要なキーワードである。

第二に、高齢化社会に対応した製品の伸長率が高くなっている。少子高齢化の進行に伴い、大人用紙おむつ、軽度失禁用品、白髪染めなどの製品が高成長率で推移している。

第三に、除菌や殺菌に関連する市場も伸長率が高くなっている。近年の除菌や殺菌に対する消費者の関心の高まりに加え、新型インフルエンザの流行に伴い家庭用マスク、ハンドソープ、台所用洗剤、台所用漂白剤などが好調に推移した。

流通・販促面においては、トイレタリー製品は店頭で購入製品(ブランド)を決定することが多いため、各種メディアでの広告と連動した売り場作りが重要となっている。

同市場の今後の動向としては、海外市場への積極展開が予測される。少子高齢化による人口減から、国内市場は大きな成長は望めそうになく、各メーカーは海外市場、特に成長著しい中国などのアジア市場への積極展開を図るとみる。国内メーカーは外資系メーカーに比べ海外市場でのシェアが低く留まっているのが現状であり、海外市場での地位の確立が今後の事業拡大に向けた必須条件となると考える。

### 2. 分野別の動向

#### 2-1. ホームケア・洗剤関連市場

2009年度のホームケア・洗剤関連市場規模は、メーカー出荷金額ベースで前年度比101.5%の5,747億5,000万円と推計する。

泡やジェルタイプ、緑茶やフルーツの成分を配合した高付加価値製品の投入により単価が上昇し、台所用洗剤市場が伸長した。また、衣料用合成洗剤市場全体では微減推移であったものの、液体タイプの伸びが目立った。

#### 2-2. ヘアケア関連市場

2009年度のヘアケア関連市場規模は、メーカー出荷金額ベースで前年度比102.8%の1,207億円と推計する。

一般用ヘアカラー、養毛・育毛剤市場ともに前年度比増で推移したが、一般用ヘアカラー市場のうち、白髪染め市場がとくに好調であった。今後は人口の多い団塊ジュニア世代の白髪染め需要が増加し、市場は堅調に推移する見通しである。

#### 2-3. フェイス・ボディケア関連市場

2009年度のフェイス・ボディケア関連市場規模は、メーカー出荷金額ベースで前年度比103.5%の2,185億6,000万円と推計する。

新型インフルエンザの影響により除菌に関心が高まったことで、2009年度はハンドソープ市場が前年度比1.5倍と大きく伸長した。

#### 2-4. オーラルケア関連市場

2009年度のオーラルケア関連市場規模は、メーカー出荷金額ベースで前年度比100.3%の1,541億5,000万円と推計する。

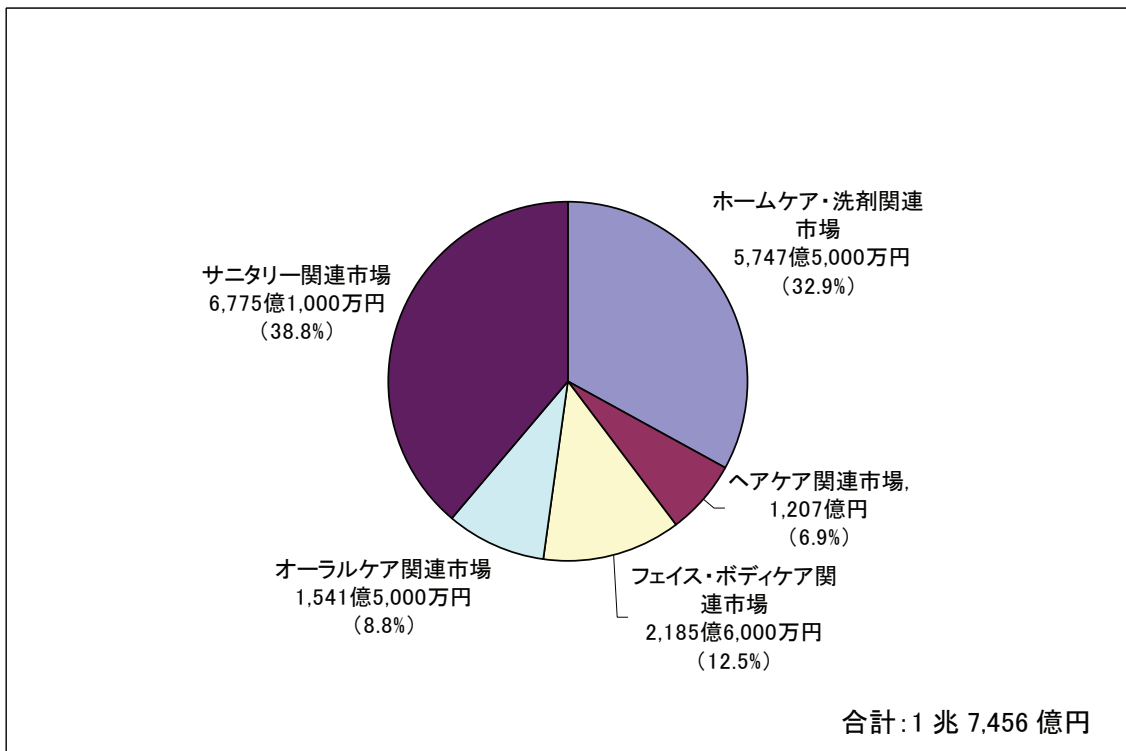
消費者のオーラルケア意識の向上により、洗口液やデンタル用品(歯間ブラシや糸ようじなど)の使用が習慣化され、市場は堅調に推移している。

#### 2-5. サニタリー関連市場

2009年度のサニタリー関連市場規模は、メーカー出荷金額ベースで前年度比101.3%の6,775億1,000万円と推計する。

高齢化の進行により大人用紙おむつ市場、軽度失禁用品市場が拡大した他、新型インフルエンザの流行で家庭用マスク市場が大きく伸長した。

図 1.トイレタリー市場規模分野別構成比(2009年度)



矢野経済研究所推計

注 1: メーカー出荷金額ベース