

トイレットリー用品市場調査シリーズ(2)

## ハンドソープやパンティライナーなどの市場を調査

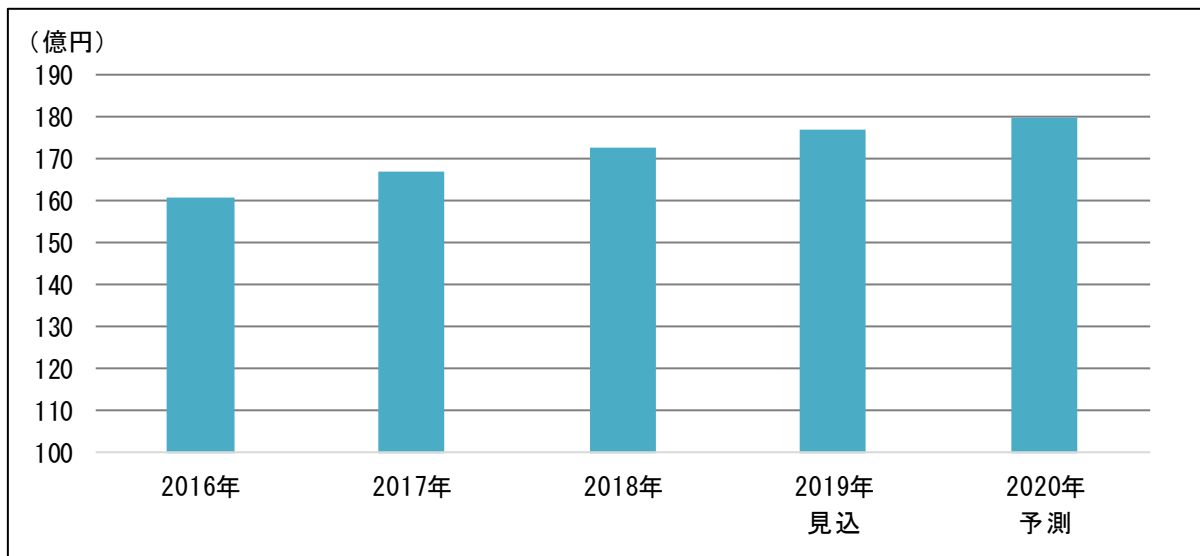
- 2020年にハンドソープ市場は180億円（18年比4.0%増）、  
パンティライナー市場は130億円（18年比2.4%増）の予測

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、衛生意識の高まりや商品認知度の向上により拡大しているハンドソープやパンティライナーの市場を調査した。その結果を「[トイレットリーグッズマーケティング要覧 2019 No.2](#)」にまとめた。

この調査では、パーソナルケア、オーラルケア、ベビーケア、フェミニンケアの4分野29品目の市場を調査分析した。

&lt;注目市場&gt;

## ■ハンドソープ



家庭用の手洗いを主目的とする液体タイプの洗浄料を対象とする。泡で出てくるプレフォームタイプや手をかざすだけで液体や泡が出てくる電子式も含む。

ハンドソープは消費者の衛生意識の高まりや、インフルエンザやノロウイルスなどの感染症対策として手洗いが奨励されていることで使用率が高まっている。また、簡便性が高いプレフォームタイプの定着や食品のにおい除去などの付加機能を訴求した商品の投入、商品名に利用シーンを提示した商品の投入など、市場は活況を呈している。今後も商品の利用シーンを広げる施策や、消費者の衛生意識の高まりによって世帯当たりの使用量は増加するとみられ、市場の拡大が予想される。

## ■パンティライナー

2019年見込	2018年比	2020年予測	2018年比
129億円	101.6%	130億円	102.4%

おりものの吸収を訴求する商品を対象とする。

清潔を保つ習慣や女性の社会進出の高まりに伴い、おりもののケアのために日常的にパンティライナーを使用するユーザーが増加しているほか、軽失禁ライナーを使うことに抵抗を感じる層からの需要を獲得しており、市場は拡大している。2019年はユニ・チャームから「ソフィ Kiyora 贅沢呼吸」や「ソフィ パンティライナ

ー オーガニックコットン 無香料」が新たに発売されたほか、小林製薬からも「サラサーティコットン 100 ワイド&ロング」が発売されるなど相次ぐ新商品の投入により市場は拡大するとみられる。“中高生向け”や“自然派志向向け”などセグメントの細分化によるパンティライナーの使用率向上が図られていることから、今後も市場拡大が予想される。

#### ■ベビー用スキンケア

2019年見込	2018年比	2020年予測	2018年比
146億円	100.7%	147億円	101.4%

ベビー用スキンケアとしてソープやシャンプー、オイル、ローション、クリーム、サンスクリーン（UVケア）、を対象とする。

ベビー用スキンケアは出生率の低下により対象人口が減少していたことから市場は縮小していたが、2000年代後半に簡便性の高い泡で出てくるプレフォームタイプの全身ソープが登場し、乳児を支えながらの入浴において利便性が非常に高いことが評価され市場が活性化した。近年は、ローションやクリームがインバウンド需要で伸びており、市場の拡大をけん引している。2019年は各企業が商品投入やリニューアルを積極的に実施していることから引き続き市場は拡大するとみられる。乳幼児にも使用できる大人用商品への需要分散や中国の電子商取引法施行によるインバウンド需要の減少により、長期的には市場は緩やかに縮小していくとみられる。

#### <調査結果の概要>

##### ■トイレタリーグッズ3分野の国内市場

	2019年見込	2018年比	2020年予測	2018年比
オーラルケア	1,882億円	102.4%	1,921億円	104.6%
ベビーケア	1,491億円	94.0%	1,478億円	93.1%
フェミニンケア	727億円	98.8%	720億円	97.8%

オーラルケアは主要ターゲットとなる中高年層の増加や、消費者のオーラルケア意識の高まりによって参入企業が高機能・高付加価値商品を強化しているため、単価アップが進み市場は拡大している。今後も参入企業による高機能・高付加価値商品のラインアップ強化は続くとみられる。また、利用シーンの多様化や機能・目的別の使い分けが浸透することでさらなる単価アップが進み市場の拡大に寄与するとみられる。

ベビーケア市場は出生率の低下によって長期的には縮小していくとみられる。数量ベースの縮小は免れないものの、高付加価値商品の提案が進み単価アップすることで市場縮小幅は小幅にとどまると期待される。

フェミニンケア市場は対象年齢の人口減により縮小している。潜在需要の取り込みや高付加価値商品投入による購入単価の引き上げが課題となっている。

#### <調査対象>

パーソナルケア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・洗顔料・クレンジング</li> <li>・化粧水・乳液</li> <li>・スペシャルケア</li> <li>・シートパック</li> <li>・ヘアケア3品目</li> <li>・ボディシャンプー</li> <li>・ボディローション・ミルク</li> <li>・ボディクリーム（含ハンドクリーム）</li> <li>・リップクリーム</li> <li>・サンスクリーン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・浴用剤</li> <li>・石鹸</li> <li>・ハンドソープ</li> <li>・替刃</li> <li>・ディスポーザブルカミソリ</li> <li>・シェービング料</li> <li>・汗拭きシート</li> <li>・制汗剤</li> </ul>
オーラルケア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・歯磨</li> <li>・美白対策用品</li> <li>・歯ブラシ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・義歯安定剤・洗浄剤</li> <li>・デンタルフロス（歯間清掃用具）</li> <li>・洗口液</li> </ul>
ベビーケア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ベビー用スキンケア</li> <li>・ベビー用紙おむつ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェットティッシュ</li> </ul>
フェミニンケア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生理用品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パンティライナー</li> </ul>

<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>

2019年7月～9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 2019 No.2」](#)  
体裁：A4判 306頁  
価格：書籍版 130,000円+税  
PDF+データ版 140,000円+税  
書籍/PDF+データ版セット 160,000円+税  
ネットワークパッケージ版 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：<https://www.fuji-keizai.co.jp/press/>