Fuji Keizai Group
PRESS RELEASE

第２３００９号

２０２３年１月２６日

株式会社 富士経済
〒103-0027 東京都中央区日本橋三丁目
９番１号 日本橋三丁目スクエア
TEL.03-3241-3470 FAX.03-3241-3471
https://www.fuji-keizai.co.jp/

広報部 TEL.03-3241-3473
https://www.fuji-keizai.co.jp/press/

オーラルケア、パーソナルケア、ヘルスケアなどの生活用品の市場を調査

―２０２２年国内市場見込（２０２１年比）―
●冷却関連用品　１０１億円（１２．２％増）
～外出機会の増加に加え、気温が高い日が続いたことから、冷感スプレーの需要が増加～
●使い捨てカイロ　１６６億円（５．１％増）
～最需要期である１～３月の気温が低く、春先も低温が続いたため需要が高まる～

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　社長　菊地　弘幸　03-3241-3470)は、高機能・高価格帯商品が増加している歯磨などオーラルケアや、冷却関連用品が外出機会の増加により好調なヘルスケア用品などの生活用品（トイレタリーグッズ）の国内市場を調査した。その結果を「トイレタリー&ライフスタイルグッズマーケティング要覧 2022-2023 No.2」にまとめた。

この調査では、オーラルケア６品目、除菌・ウイルス対策６品目、パーソナルケア９品目、ベビーケア３品目、シルバー・介護用品３品目、フェミニンケア２品目、ヘルスケア６品目の計７カテゴリー３５品目の市場を調査・分析したほか、消費者アンケート調査を実施し、新型コロナウイルス感染症流行の長期化による生活・行動の変容やコロナ禍での購入チャネルの変動などを捉えた。

なお、第一弾の調査では、ランドリー・ファブリックケア用品、芳香・消臭剤、ハウスホールド用品、クッキング用品、殺虫剤・忌避剤、ガーデニング用品の計６カテゴリー４６品目を対象に調査・分析した。

＜調査結果の概要＞
■カテゴリー別市場動向

	２０２１年	前年比	２０２２年見込	前年比
オーラルケア	１，８７９億円	１０１．５％	１，９１１億円	１０１．７％
除菌・ウイルス対策	３，７７１億円	７２．８％	３，３１０億円	８７．８％
パーソナルケア	２，０６１億円	９８．１％	２，１０３億円	１０２．０％
ベビーケア	１，２０６億円	９３．９％	１，１６４億円	９６．５％
シルバー・介護用品	１，２３４億円	１０５．７％	１，２８９億円	１０４．５％
フェミニンケア	７３１億円	９８．７％	７２７億円	９９．５％
ヘルスケア	５０７億円	１０１．６％	５３３億円	１０５．１％

２０２１年のオーラルケアは、消費者のオーラルケア意識の高まりや歯磨の平均単価が向上したことなどから、市場は拡大した。２０２２年は、パーソナル化の流れを受けて高機能・高付加価値化が進んでいるほか、上位メーカーが展開するロングセラーブランドの大型リニューアルや新商品の投入などにより市場が活発化している。また、外出自粛の影響により低調だった義歯安定剤・洗浄剤や平均単価が上昇している歯ブラシが回復に向かうことにより、市場は前年比１．７％増が見込まれる。

２０２１年の除菌・ウイルス対策は、度重なる緊急事態宣言の発出により消費者の除菌・消毒ケア意識は高まったものの、特需となった前年と比較すると対策商品の使用頻度が低下したことから全ての品目が減少し、市場は大幅に縮小した。２０２２年も引き続き使用頻度が下がることから市場は縮小が予想される。

２０２１年のパーソナルケアは、ボディシャンプーや浴用剤は伸長したものの、前年にハンドソープの品薄により代替需要を獲得した石鹸が、ハンドソープの供給正常化により需要減となったほか、外出機会の減少により汗拭きシートが大幅減、さらに替刃を中心としたグルーミングケア用品が低調だったことから市場は前年比１．９％減

となった。２０２２年は外出制限の緩和により外出機会が増加し、汗拭きシートや制汗剤、グルーミングケア用品が回復に向かうほか、プレフォームタイプのボディシャンプーの好調により市場拡大が予想される。

２０２１年のベビーケアは、出生数の減少などによりベビー用紙おむつやおしりふき（ベビー用ウェットティシュ）がマイナスとなったことから市場は縮小した。２０２２年も出生者数の減少により市場は縮小するものの、ベビー用紙おむつでは新商品投入が相次いでおり単価アップがみられるほか、前年と比較して外出機会が増加していることから前年ほどの落ち込みには至らないと予想される。

２０２１年のシルバー・介護用品は、ワクチン接種が進んだことなどからアクティブシニア層の外出機会が増加し、軽失禁ライナー・パッドや軽度向け大人用紙おむつが伸長したことなどから、市場は前年比５．７％増となった。２０２２年も外出機会の増加や、各社の積極的な新商品投入により市場拡大が予想される。

２０２１年のフェミニンケアは、パンティライナーが認知度の高まりや各社の積極的な商品改良により伸長したものの、生理用品は前年のまとめ買いによる特需が消失したことでマイナスとなり、市場は縮小した。２０２２年は、オーガニックコットンを採用した肌への負担軽減を図った商品の投入など各社積極的なてこ入れを行っており、パンティライナーは続伸するとみられる。しかし、生理用品は対象人口の減少や低価格／大容量商品へのシフトにより低調であるため、市場は微減が予想される。

２０２１年のヘルスケアは、外出機会の減少により冷却関連用品が減少したものの、その他の品目は伸長し、市場は前年比１．６％増となった。２０２２年は全ての品目が伸長しており、市場は前年比５．１％増が見込まれる。特に、冷却関連用品の伸びが大きく、外出機会の増加や夏場に気温が高い日が続いたことで需要が高まっている。

＜注目市場＞

●冷却関連用品（冷却シート、冷感スプレー、冷用枕、冷却パック）

２０２１年	前年比	２０２２年見込	前年比
９０億円	９１．８％	１０１億円	１１２．２％

２０２０年はコロナ禍における発熱時の対策用品として需要が増加した一方、インバウンド需要の消失と外出自粛によるレジャー時の使用機会減少がマイナス要因となり、市場は微増にとどまった。２０２１年は、発熱時や新型コロナワクチンの副反応対策としての需要がみられたものの、前年に引き続きレジャー需要の低迷や冷感スプレーの落ち込みにより、市場は前年比８．２％減となった。２０２２年は外出機会が増加していることに加え気温が高い日が続いていることで、特に冷感スプレーの需要が増加しており、冷用枕や冷却シートも好調なことから市場は前年比二桁増が予想される。

●使い捨てカイロ

２０２１年	前年比	２０２２年見込	前年比
１５８億円	１０８．２％	１６６億円	１０５．１％

２０１８～２０１９年にかけて暖冬が続いたことで市場は縮小したものの、２０２０年は最需要期である１～３月、１１～１２月が前年と比較して気温が低かったことから需要が増加し、市場は拡大に転じた。２０２１年は、年初が暖冬だったため低調であったものの、１０月以降は前年より気温が低い日が続いたことで市場は前年比８．２％増となった。２０２２年も１～３月の気温が低く、春先も低温が続いたことから好調だったため、市場は拡大が予想される。

●ボディシャンプー

２０２１年	前年比	２０２２年見込	前年比
６３３億円	１０２．１％	６４９億円	１０２．５％

２０２０年は新型コロナの流行により消費者の衛生意識が向上し、各社が高単価プレフォームタイプへ注力したことや、在宅時間の増加によるケア意識の高まりを受け無添加訴求商品のニーズが高まったこと、また、ハンドソープが供給不足となった際の代替需要獲得により市場は拡大した。２０２１年はハンドソープの代替需要は消失したものの、各社によるプレフォームタイプの拡販や、前年好調だった無添加訴求商品のリピート需要の獲得な

どによる販売単価の上昇などから、市場は前年比２．１%増となった。２０２２年も引き続き各社がプレフォームタイプに注力することから、高単価な同タイプの売り場における店頭占有率が増加し、市場は引き続き拡大が予想される。

●歯磨

２０２１年	前年比	２０２２年見込	前年比
９１２億円	１０１．７%	９２７億円	１０１．６%

新型コロナ流行が追い風となり、消費者のオーラルケアへの意識が向上しているほか、歯科医師の啓発活動によって、コロナ禍でも市場は堅調に拡大している。また、各社が高機能・高価格帯商品に注力しており、５００円以上の商品の構成比が増加している。

訴求別でみると、歯周病ケアはロングセラー商品が多数あることや、各社の注力度が高い訴求であることから最も市場規模が大きい。口臭ケアは、新型コロナの影響により消費者のマスク着用が常態化したことで需要が増えている。また、若年層の口臭ケアニーズも高まっており、今後も堅調な伸びが期待される。

＜調査対象＞

オーラルケア		
・歯磨	・洗口剤	・歯間ブラシ
・歯ブラシ	・デンタルフロス	・義歯安定剤・洗浄剤
除菌・ウイルス対策		
・家庭用マスク	・手指消毒剤	・除菌剤
・ウェットティシュ	・ウイルスブロック用品	・ハンドソープ
パーソナルケア		
・ボディシャンプー	・浴用剤	・替刃
・ハンドクリーム	・汗拭きシート	・ディスポーザブルカミソリ
・石鹸	・制汗剤	・シェービング料
ベビーケア		
・ベビー用スキンケア	・ベビー用紙おむつ	・おしりふき（ベビー用ウェットティシュ）
シルバー・介護用品		
・大人用紙おむつ	・軽失禁ライナー・パッド	・介護用口腔ケア用品
フェミニンケア		
・生理用品	・パンティライナー	
ヘルスケア		
・使い捨てカイロ	・冷却関連用品	・着圧ソックス
・温熱シート・パッド	・サポーター（腰用／関節用）.	・足用シート

＜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＞

２０２２年７月～１１月

―　消費者アンケート調査　―

＜調査対象＞２０～６９歳の１，０００名

＜調査方法＞インターネットサーベイ

＜調査期間＞２０２２年９月２８日～９月２９日

以上

本件に関するお問合せ：広報部　（Tel.03-3241-3473　Fax.03-3241-3487またはmail address：koho@fuji-keizai.co.jp）

資料タイトル ：	「トイレタリー＆ライフスタイルグッズマーケティング要覧 2022-2023 No.2」
体　　裁 ：	Ａ４判　３２５頁
価　　格 ：	書籍版　１６５，０００円（税抜１５０，０００円） 書籍／ＰＤＦ＋データ版セット　２０９，０００円（税抜１９０，０００円） ネットワークパッケージ版　３３０，０００円（税抜３００，０００円）
発　行　所 ：	株式会社　富士経済 〒１０３－００２７　東京都中央区日本橋三丁目９番１号　日本橋三丁目スクエア ＴＥＬ：０３－３２４１－３４７０（代）　ＦＡＸ：０３－３２４１－３４７１ URL：https://www.fuji-keizai.co.jp/　　e-mail：info@fuji-keizai.co.jp
調査・編集 ：	コンシューマービジネス事業部

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/