

## **消費者は健康や衛生状態を配慮して、家庭日用品を購入**

*世界的に消毒・除菌剤、洗剤、虫除け・殺虫剤の消費が伸びている*

2006年8月8日: 消費者の健康に対する意識が、家庭日用品の購入に大きく影響しています。殺菌・消毒など、消費者の健康に役立つ商品であるかどうか、家庭日用品を購入する際のポイントとなっていることが、エーシーニールセン(日本:港区六本木、代表取締役社長:マンゴ・ギルクリスト)の調査によって明らかになりました。

この調査は、「What's Hot around the Globe」と題し、世界66カ国のマーケットで、29カテゴリーを対象にして実施されました。今回は、消費者の家庭での暮らしを快適にする商品に着目し、台所用洗剤、衣料用洗剤、ハンドソープ、住居用掃除用品、消毒・除菌剤、漂白剤、食品包装用ラップフィルム、アルミオイル、食料保存バッグや電池等の家庭日用品の成長率を調査しました。

### **消費者の健康に対する懸念が、家庭日用品の成長を後押し**

世界全体の家庭日用品カテゴリー成長率は4%でした。29カテゴリーのうち、9カテゴリーが平均よりも早い成長を示しています。

カテゴリー成長率 トップ 10	2004-2005 成長率
1. クレンザーつきスポンジ	13%
2. 家庭用消毒・除菌剤	13%
3. ごみ袋	8%
4. しみ抜き	6%
5. 住居用洗剤	6%
6. 芳香・消臭剤	5%
7. 虫除け・殺虫剤	5%
8. 食料保存バッグ	5%
9. 衣料用柔軟仕上げ剤	5%

殺菌や病気を媒介する害虫駆除を目的とした、家庭用消毒・除菌剤、住居用洗剤や虫除け・殺虫剤など、健康状態や衛生面をケアする商品が伸びています。芳香・消臭剤カテゴリーの成長は、臭いの原因となる細菌を除去する消臭剤に支えられています。

世界中の消費者にとって、食品に関しても、また家庭内で使用する商品に関しても、健康がキーワードになっています。地域的、民族的、文化的な違いはありますが、消費者が健康的または衛生的な家庭環境を望んでいることは確かです。

### 消費者のニーズは利便性

掃除を簡単にしたり、作業を簡素化したりするのに役立つカテゴリーもまた成長傾向にあります。例えば、全自動食器洗い機用洗剤カテゴリーの、多機能洗剤\*が高い伸びを見せています。また、洗濯物を手洗するラテンアメリカの一部の消費者にとって、柔軟材入りの衣料用洗剤は根強い人気商品です。

\*多機能洗剤: 例えば洗剤作用、塩溶効果、泡切れを良くする作用などを3つの効果を含むもの

### メーカー側の技術革新が成長を助長

従来の家庭日用品を改良したり、技術的進歩を取り入れたりすることで、さらなる成長が期待できます。例えば、芳香・消臭剤カテゴリーの電池式、ろうそく式、スプレー式などの新しい形態の芳香剤は、成功例といえます。その他にも、住居用強力洗剤やスプレー式住居用洗剤が住居用洗剤カテゴリーの著しい伸びを後押ししています。酸素系のみみ抜きなどは、クリーニングに対する新しい革新的なアプローチといえるでしょう。

### 改良改善、技術革新により成長を遂げた商品セグメント

セグメント	カテゴリー	測定対象市場	成長市場	2004-2005 カテゴリー成長率
電池式芳香剤	芳香・消臭剤**	24カ国	20カ国	191%
消臭剤	芳香・消臭剤**	20カ国	16カ国	36%
ろうそく式芳香剤	芳香・消臭剤**	39カ国	21カ国	8%
住居用強力洗剤	住居用洗剤**	14カ国	12カ国	75%
スプレー式住居用洗剤	住居用洗剤**	24カ国	24カ国	11%
全自動食器洗い機用 多機能洗剤	全自動食器洗い機 用洗剤	21カ国	20カ国	20%
酸素系のみみ抜き	しみ抜き**	10カ国	7カ国	11%
充電式電池	電池	30カ国	29カ国	10%
家庭用消臭・除菌スプレー	家庭用消毒・除菌剤 **	19カ国	11カ国	10%
トイレ用紙クリーナー	トイレケア	15カ国	9カ国	8%

\*\*最も急成長しているカテゴリー

### 経済的に発展途上にあるマーケットが成長のカギを握る

発展途上にあるラテンアメリカ地域や新興成長市場地域が高い成長率を示す一方で、ヨーロッパおよび北アメリカ地域の成熟したマーケットは、平均以下の成長率を示しています。発展途上と成熟したマーケットが入り混じっているアジア太平洋地域では、平均よりやや高い成長率を示しています。インドやスリランカが4-9%の成長率を示す一方で、中国、インドネシア、タイ、ベトナムでは10%以上の成長率を記録しています。これらのマーケットにおけるメーカーや小売業者の拡大が、家庭日用品カテゴリーに大きな影響を与えることは間違いなく、今後もまだまだ成長していく可能性が高いと思われます。

「What's Hot around the Globe」調査:

調査対象期間: 2004年12月-2005年12月  
対象カテゴリー: 29カテゴリー  
対象国: 世界66ヶ国 (世界のGDPの90%以上、世界人口の75%以上を占める)  
北アメリカ、ラテンアメリカ、ヨーロッパ、アジア太平洋、新興成長市場の5地域  
過去の調査: 食品と飲料、パーソナルケア商品、プライベートブランド  
調査データ: 食料品店、ドラッグストア、量販店などのリテラーからの購買情報  
(キオスクや自動販売機の売上は除く)

この調査に関して、各国の詳細データを購入希望の方は、エーシーニールセン グローバルサービスまでご連絡ください。

営業担当: グローバルサービス 星野みなみ / 新沼俊哉  
Tel: 03-5573-9385 Email: [global\\_services@acnielsen.co.jp](mailto:global_services@acnielsen.co.jp)

エーシーニールセンについて: エーシーニールセンは、VNU社のメンバーとして、100カ国以上で一般消費財やサービス産業向けに市場調査、情報および分析サービスを提供している世界最大の市場調査会社です。独自の製品、分析ツール、また専門的なサービスを通じて、顧客の新規事業機会の見出し、またより収益性の高いマーケティング・営業活動のための支援をしています。詳しい情報は、ホームページをご覧ください。 <http://jp.acnielsen.com>

エーシーニールセン・コーポレーション株式会社  
広報担当: 上野由美子  
Tel: 03-5573-9353  
Email: [ueno.yumiko@acnielsen.co.jp](mailto:ueno.yumiko@acnielsen.co.jp)  
<http://jp.acnielsen.com/>