

チェックポイント

業界のトレンドを解説する図表が充実。押さえておくべきキーワードも掲載

職種ガイド

業界の花形職種や、その業界ならではの注目の職種や資格を紹介

地図

業界の主要プレイヤーの勢力関係が一目で把握できる

業界規模

世界、日本それぞれの市場規模などで業界の大きさをつかめる

110 トイレタリー【日用品】

業界規模 国内 815億円⇒(洗剤・ボディケア)

※取得し競合との差別化を図ろうとする日用品メーカーに、研究者は会社の宝、商品開発に直結するものから、素材や生物などを研究する基礎研究まで幅広い

業界規模 国内 815億円⇒(洗剤・ボディケア)

四季報記者のチェックポイント!

3社で市場を寡占
— 衣料用液体洗剤のメーカー別国内シェア —
その他5%

2018年
ライオン 22%
P&G 37%
花王 36%

(注)販売金額ベース、タブレット型を除く(出所)ユーロモニター
液体、粉末、固体とある衣料用洗剤だが、今やその約8割を液体洗剤が占める。その液体洗剤ではとくにP&Gと花王がともにシェア4割近くと圧倒的だ。ここ数年は、消費者の時短ニーズを意識した高付加価値製品の投入合戦となっている

豪雨、酷暑の二重苦で害虫もお休み

— 国内の虫ケア用品市場規模 —

(注)ネズミ駆除剤を含む
(出所)アース製薬の資料を基に業界経済作成
殺虫剤など虫ケア用品を扱う各メーカーの業績は、梅雨の夏にハエ・蚊がどたばた飛び回るに左右される。ポイントは気温だ。冷夏ではハエ・蚊が少なく、逆に暑すぎてもあまり飛ばない。2015年の夏は最高気温が例年を下回る日が続き苦戦。18年は酷暑に豪雨が加わり、市場規模がここ10年間で最低水準に落ち込んだ

もうけの仕組み

花王は卸・物流を自前で展開

	花王	日社
素材開発	自社	自社&素材メーカー
商品開発	自社	自社
卸・物流	自社系列販売・物流会社	卸会社、物流会社
小売り	ドラッグストア、スーパーなど	

卸・物流部門を自社系列で行うのが花王の特長。人件費はかさむが、商品価値を小売りに伝えやすく、シェア拡大に結び付くというメリットがある

業界キーワード

脱プラスチック 日用品の容器や原材料の多くはプラスチックだ。花王は長年、使用量削減のため詰め替え容器の軽量化に取り組んできた。2018年には再生プラを100%使用した「パッケージリサイクルリノベーション」を発表。ユニ・チャームは自治体と連携、使用済み紙おむつのリサイクルを進める

おすすめ情報源

日本石鹸洗剤工業会 <https://jsda.org/w/index.html>
各種製品の安全性に関わる自主基準や、製品販売先などを掲載
花王ミュージアム(東京都墨田区)
洗浄に焦点を当てた展示物のほか、製品群の歴史を解説

殺虫剤中

11年、エステーにアマキラーの株を売却

大日本除虫菊

殺虫剤国内2位
キンチョー、カトリス

アマキラー【498】

殺虫剤国内1位、大塚製薬グループ、法人向けに害虫駆除事業も
ノーマット、こきぶひ、ホイホイ、モンダミン

売上高 1,811億円↑
営業利益 10億円↓

NSファーマ・ジャパン

洗濯用洗剤、柔軟剤中堅

売上高 412億円↓
営業利益 11億円↓

5% 12年買収

バスクリン

入浴剤大手

売上高 1,811億円↑
営業利益 10億円↓

白元アース

14年に経営破綻、防虫剤を軸に再生中

売上高 412億円↓
営業利益 11億円↓

14年事業譲渡

エステー【495】

除菌剤、防虫剤、芳香剤に強い。ユニークなCMも話題
消臭カ、ムシューダ

売上高 477億円↓
営業利益 28億円↓

小林製薬【496】

芳香剤や、医薬品、スキンケアも展開。訪日外国人客が「神薬」として清肺湯「ダスマック」を愛用。ニッチ商材に強み
消臭元、船さまシート、サカムケア

売上高 1,674億円↑
営業利益 262億円↑

10% 25% 完全子会社

美容室向け専門

コタ【492】

サロン向けのトイレタリーが軸

売上高 69億円↑
営業利益 13億円⇒

ミルボン【499】

美容室向けに染毛剤、パーマ剤、シャンプーなどを扱う

売上高 351億円↑
営業利益 62億円↑

流通系のプライベートブランド

イオン【029】

TOPVALU

マツモトキヨシHD【3008】

手頃な価格と高価格の両輪で攻めるアルジェラン

(注)順位は販売金額ベース、業界経済統計。殺虫剤はユーロモニター調べ

注目の会社

業界内で今後期待が持てる動きを見せる企業などをピックアップ。投資にも役立つ

後にもまたまた続きそう。

注目の会社

業界内で注目される経営者や商品、サービスなど業界内でのやりを紹介

注目の会社

業界をもっと深掘りしたい人にオススメのウェブサイトやスポット、書籍を掲載

もうけの仕組み

業界のビジネスモデルや知られざる利益構造を平易に図解

注目の会社

19年 3月

「こすらず」シリーズ

19年 3月 P&Gが台所用洗剤「JOY」を刷新。こすらず汚れが落ちるスプレーを導入。ライオンも汚れを落とせる浴室用洗剤を販売中だ。時短ニーズを意識した製品はこれからも増えそう

注目の会社

19年 6月

資生堂

化粧品国内最大手。トイレタリーもヘアケア、剃り刃など幅広く扱うツバキ、マジェリ、専科、シーブリーズ、ウーン

売上高 1兆9,948億円↑
営業利益 1,083億円↑

注目の会社

19年 7月

コーセー

ヘアケア高級品が充実。主力は化粧品 スティーブソール、ソフィモ、ジュレーム

売上高 3,329億円↑
営業利益 746億円↑
部門利益 50億円↓
(コスメタリー事業)

注目の会社

19年 7月

クラシエホールディングス

カネボウから日用品部門などが分離独立。「フリスク」など食品も ナイフ、いちご、ラムラン

売上高 989億円↑
営業利益 51億円↓

注目の会社

19年 7月

マンダム

男性向け製品首位級。化粧品も キャットピー、ルシード

売上高 789億円↓
営業利益 71億円↓

注目の会社

19年 7月

ホーユー

家庭用ヘアカラーで国内首位 ビガン、ビューティーラボ、シエロ

売上高 494億円↑
営業利益 38億円↓

注目の会社

19年 7月

ロレアル

化粧品で世界首位。トイレタリーも高級ヘアケアを中心に複数ブランドを展開 キールズ、クラスタセ

売上高 1兆8,551億円↓
営業利益 3,734億円↓
(プロフェッショナル化粧品とエッセンスの合計)

2020年版 業界地図の見方

業界Link

業界同士の従来とは違う、新たなつながりを示す。業界番号と短縮業界名を記載

身体洗剤用) 1,864億円 ↓ (合成洗剤(洗濯用)、メーカー出荷額ベース、2018年、経済産業省)

国内4位 ユニ・チャーム [8113]

紙おむつ、生理用品で国内首位級。新興国をはじめ、海外に強いムニー、マミーポコ、ソフィ、超立体マスク

国内売上 5,992億円 ↑
海外売上 848億円 ↑
(パーソナルケア部門)

国内5位 花王 [4452]

販社が強い。カネボウ化粧品を2006年に買収し、化粧品にも注力。「ヘルシア」など機能性飲料も手がける

アタック、メリース、マジックリン、キョキョット、ロリエ、ブローネ

国内売上 1兆5,080億円 ↑
海外売上 1,536億円 ↑
国内利益 6,118億円 ↑
海外利益 991億円 ↓
(ヒューマンヘルスケアとファブリック&ホームケアの合計)

国内3位 ライオン [4912]

口腔ケア国内首位。「パファリン」の商標権、タイ、韓国など海外もトップ、クリニカ、システム、NONIO

国内売上 3,494億円 ↑
海外売上 256億円 ↑

サンスター

歯ブラシなど口腔製品が得意。MBOで07年に上場廃止

オーラツ、G・U・M

国内売上 613億円 →
海外売上 36億円 ↓

海外大手

国内2位 ユニリーバ (英蘭・オランダ)

食品から日用品まで幅広く展開し、日本ではヘアケア、ホディケアなどトイレタリーを中心に扱う

ラックス、ダヴ、ドメスト、モッズヘア

国内売上 3兆7,305億円 ↓
海外売上 6,416億円 ↓
(ユニリーバ・パーソナルケア・ホームケアの合計)

国内2位 P&G (プロクター&ギャンブル)

180カ国で展開。欧米、新興国ともに高いシェアを誇る、日用品メーカーに広がる世界トップ企業。

自社にない技術には積極的に買収を仕掛ける。外部から吸収

ジョイ、アリエール、ボールド、パンパース、パンテーン、ジレット、ブライト

国内売上 7兆2,379億円 ↑
海外売上 1兆0,559億円 ↓

国内4位 ヘンケル

日本ではあまり見かけないが、洗濯用洗剤、香り付け剤などが欧米で高シェア

ヴァーネル、パールシ、サイオス

国内売上 1兆2,577億円 ↓
海外売上 1,891億円 ↑
(ビューティケアとランドリー&ホームケアの合計)

110 トイレタリー「日用品」

季節商材とインバウンドが不安要素、高付加価値品シフト進む

平均年収・年齢

ユニ・チャーム 82.1万円・40歳
花王 85.5万円・40歳
ライオン 70.8万円・43歳
P&G 43.4万円・23歳
ユニリーバ 41.7万円・21歳
ヘンケル 42.4万円・21歳

業界天気予報

19年度後半 晴れ

20年度 薄曇り

高価格帯製品の好調持続。だが天候に左右される季節商材の商材やインバウンド商材はやや悪行が怪しい

業界天気予想

6つの天気図で2019年度後半～20年度の業界の動向を予測。業界間の比較も簡単

- 快晴** 市場が急拡大し、大半の企業が利益を伸ばしている絶好調の状態
- 晴れ** 市場は堅調に拡大傾向。上位企業を中心に安定的に成長している
- 薄曇り** 停滞期(曇り)を抜けて、市場に好転の兆しが現れている
- 曇り** 市場が横ばい。成長余地に乏しく、各社の利益が低迷、または低水準
- 雨** 市場が縮小傾向。一部企業を除いて多くの企業で減益
- 大雨** 市場が大幅に縮小しているか、構造的な不況状態。多くの企業が赤字や大幅減益に

業績数値、証券コード

注記がない場合は、各社の直近決算期末の数値を掲載しています。▲は赤字が減少を表しています。社名横の【 】内の4桁の数字は上場企業の証券コードです。米国および欧州株式市場に上場している企業のデータは、原則としてS&P グローバル・マーケット・インテリジェンス (旧 S&P Capital IQ と SNL Financial) から提供を受けています。

為替レート

メインの地図内および業界規模の外国通貨は日本円に換算して表示しています。原則として2019年6月1日の下記のレートを基に換算しています。1桁以下は小数第2位まで。第3位を切り捨て。ほかは小数第1位を四捨五入

通貨名	国名	換算レート	通貨名	国名	換算レート
1ドル	米国	108.3円	1クローナ	スウェーデン	11.4円
1ユーロ	欧州	121.3円	1クローネ	デンマーク	16.2円
1元	中国	15.7円	1リヤル	サウジアラビア	28.9円
1ウォン	韓国	0.09円	1ディルハム	UAE(アラブ首長国連邦)	29.5円
1台湾ドル	台湾	3.44円	1レアル	ブラジル	27.6円
1ルピー	インド	1.56円	1ルーブル	ロシア	1.65円
1ルピア	インドネシア	0.0076円	1リラ	トルコ	18.5円
1バーツ	タイ	3.44円	1ペソ	フィリピン	2.08円
1シンガポールドル	シンガポール	78.8円	1ペソ	メキシコ	5.52円
1豪ドル	豪州	75.2円	1リンギット	マレーシア	2.6円
1カナダドル	カナダ	80円	1ランド	南アフリカ	7.45円
1ポンド	英国	136.8円	1香港ドル	香港	13.8円
1フラン	スイス	108.3円			

国名

企業の国籍は国旗で表記する下の8カ国・地域を除き、原則として企業名の後の()内に表示しています(オーストラリアは「豪州」と表記)。



略称

ページによっては以下の略称を使うことがあります。
HD: ホールディングまたはホールディングス (持ち株会社)
FG: フィナンシャルグループ

出資・提携関係

「→」は企業間の出資や買収、合併などの資本関係(パーセンテージは原則として間接所有を含む出資比率、小数点以下切り捨て)を表します。「—」は業務提携、取引関係などを表します。

前年度比増減の矢印

業界規模と国内上場企業などの全社業績の前年度比増減を、矢印で表しています。増加(改善)↑、減少(悪化)↓、横ばい⇔、比較不能-。数値が10億円未満なら変化が±10%以上、10億円以上なら変化が±1%以上で増減があったと見なします。会計基準変更や変則決算があった場合、比較不能としています。外国企業と業界規模(世界)の矢印は現地通貨ベースです。

本文

『会社四季報』の業界担当記者が確かな視点で業界の現状を解説

2018年度のトイレタリー市場は低調だった。とくに苦戦したのが季節商材。18年は防虫剤が不況の影響で販売量が減少した。また、インバウンド客の減少も影響している。一方で、高付加価値品へのシフトが進み、一部の企業は堅調な成長を遂げている。業界全体の競争は依然として激しいが、消費者のニーズの変化に対応する企業は好成績を挙げている。

平均年収・年齢

主な企業の平均年収と平均年齢に加え、総合職の大卒・院卒の平均初任給を掲載。業界間の比較も簡単(『会社四季報』による)

11月に5つの新技術を発表。主力の衣料用洗剤では、少量で油を落とす「ゼロ」に実装。今後も新技術の商品化に注力する