

11

キッチン用スポンジ

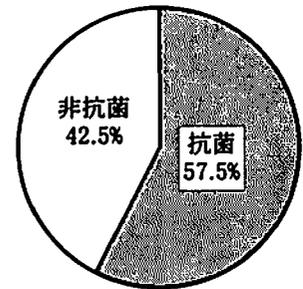
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・ 一般家庭用のキッチンで主に食器洗い用に使用される製品を対象とする。
- ・ 素材は、ポリウレタンフォームを中心に、ナイロン不織布、アクリル繊維、環境配慮型のセルロース等である。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・ 1個売り製品については、ほぼ100%抗菌加工製品といえる状況である。
- ・ 3個や5個パック等のディスカウントショップ等で取り扱われている安価な製品については、非抗菌製品が多い。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

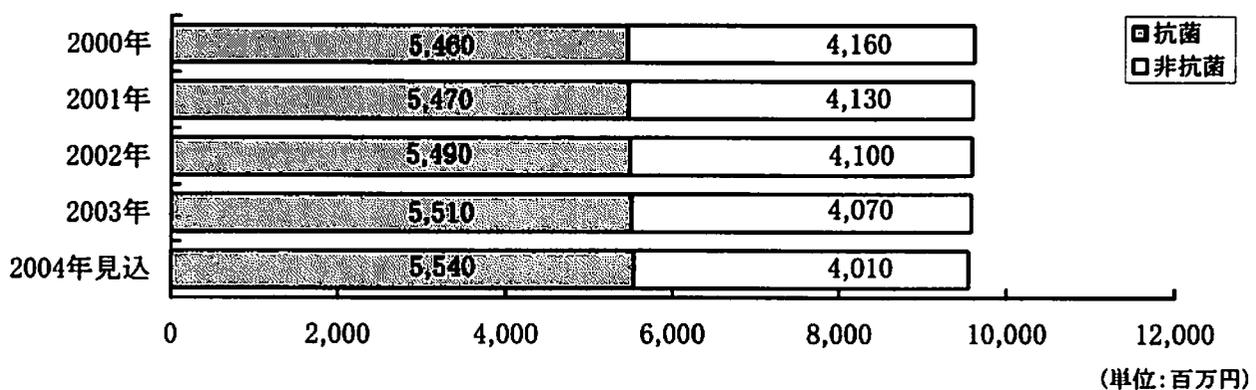
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	9,620	9,600	9,590	9,580	9,550
(伸長率)	(100.0)	(99.8)	(99.7)	(99.6)	(99.3)
抗菌	5,460	5,470	5,490	5,510	5,540
(伸長率)	(100.0)	(100.2)	(100.5)	(100.9)	(101.5)
非抗菌	4,160	4,130	4,100	4,070	4,010
(伸長率)	(100.0)	(99.3)	(98.6)	(97.8)	(96.4)

[富士経済調べ]

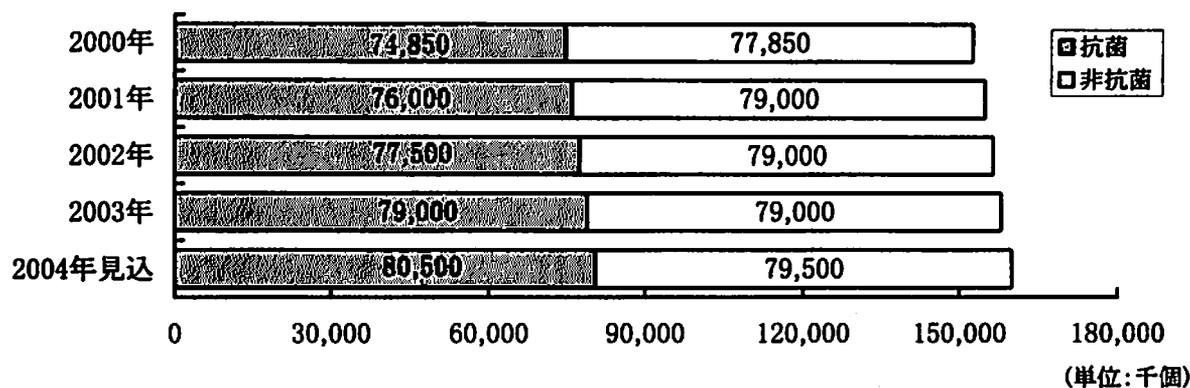


＜数量ベース＞

(単位: 上段; 千個、下段; %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	152,700 (100.0)	155,000 (101.5)	156,500 (102.5)	158,000 (103.5)	160,000 (104.8)
抗菌 (伸長率)	74,850 (100.0)	76,000 (101.5)	77,500 (103.5)	79,000 (105.5)	80,500 (107.5)
非抗菌 (伸長率)	77,850 (100.0)	79,000 (101.5)	79,000 (101.5)	79,000 (101.5)	79,500 (102.1)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ キッチンスポンジは消耗品であるため、市場全体(数量ベース)は微増で推移している。しかし、安価な海外メーカー品がディスカウントショップを中心に回っており、単価の下落の一因となっているため、金額ベースでは微減傾向となっている。
- ・ 3個パックや5個パック等の安価な製品は、中国等のアジアからの輸入製品である。
- ・ 国内メーカーの自社工場や協力工場等、日本の技術を持ち込んで製造している製品が多いが、低価格製品を求めて中国をはじめとする海外メーカー品をそのまま輸入している業者が近年見られる。
- ・ 尚、ほとんどの国内メーカーは、中国などの海外の自社工場で生産している。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ 製品全体	・ ポリウレタンフォーム ・ ナイロン不織布 ・ アクリル繊維 ・ セルロース 等
防汚	—	—	—
防臭	○	・ 製品全体	・ ポリウレタンフォーム ・ ナイロン不織布 ・ アクリル繊維 ・ セルロース 等
その他(防カビ)	○	・ 製品全体	・ ポリウレタンフォーム ・ ナイロン不織布 ・ アクリル繊維 ・ セルロース 等

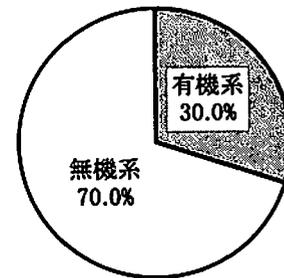
- ・ 抗菌を中心に防臭、防カビ加工が施されている。
製造時に抗菌剤を素材自体に練りこんで製造するため、スポンジ全体に抗菌加工が施されている。
ネット入りスポンジについては、ネットには抗菌加工が施されていないケースが主流となっている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	30.0
無機系	70.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ポリウレタンフォーム等には、加工性と食器を洗うため人体への影響の少なさから無機系抗菌剤が、環境配慮型のセルロース繊維採用スポンジは、加工性の面から有機系抗菌剤が使われている。
- ・数的にポリウレタンフォームが多いため、キッチン用スポンジは無機系が多くなっている。
- ・有機系は、安全性が確認されている第4級アンモニウム塩が使われている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本製と同様である。 ・ ポリウレタンフォーム ・ナイロン不織布 ・アクリル繊維 ・セルロース等
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本メーカーの自社工場や協力工場は、中国や韓国などにある。 ・ 中国の生産地は、賃金の安い奥地へと広がりつつある。 ・ 近年安価な製品を求める業者が、中国などの海外メーカー品をそのまま輸入しているケースも見られる。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千個、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	9,580	100.0	158,000	100.0	→
海外輸入品市場	4,700	49.1	78,000	49.4	→
抗 菌	※	※	15,500	9.8	→

※…僅少

- ・ 日本では海南系メーカーを中心に有力企業が海外自社工場等で製造していることから、海外輸入品の割合は、日本国内市場全体(数量ベース)の50%近くに達している。
- ・ 但し、輸入品の抗菌加工製品は、数量ベースでも日本国内市場の約10%と見られており、金額ベースでは僅少となっている。
- ・ 海外輸入品の抗菌加工製品市場規模(金額ベース)が僅少となっている理由は、単価が日本製の半値以下であるためである。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・日本メーカーの技術が投入された工場で製造された製品については、日本製と同様、無機系を中心とした抗菌剤が採用されている。 ・海外メーカー品の一部は、使用薬剤は明記されていない。
抗菌JIS規格対応状況	<ul style="list-style-type: none"> ・日本メーカー系(自社工場等)工場の製品は、抗菌JIS規格に適合している。しかし、海外メーカー品は、抗菌JIS規格に適合していない製品が多いとされている。

3)海外における抗菌加工製品の動き.

- ・海外では、キッチン用スポンジは、使い捨て製品ということもあり、抗菌加工化の必要性を感じていないため、日本程の普及率ではないと見られている。
- ・しかし、SARS等の影響から衛生面への関心が高まり、キッチン用スポンジをはじめキッチン用品の抗菌加工製品は増加していくものと見込まれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・価格競争が激しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・抗菌加工等の付加機能を有した1個売り製品と非抗菌加工の3個パックや5個パック等の安価な製品の二極化が更に進行するものと見込まれている。

12

ふきん

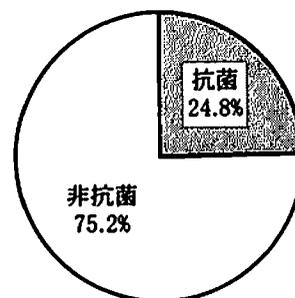
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・一般家庭用のキッチン用ふきんを対象とした。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・1990年代後半の「抗菌ブーム」時は、金額ベースで約40%に達していたと見られる抗菌加工製品の割合も、現在は約25%にとどまっている。
- ・各メーカーは品揃えの一つとして抗菌加工製品を取り扱っているが、抗菌加工は「ケミカル」イメージがあり、あまり選択されていないと見られている。
- ・また、ふきんは直接食器等を拭くため、一般ユーザーは比較的安全なイメージがある「天然素材」を好む傾向がある。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

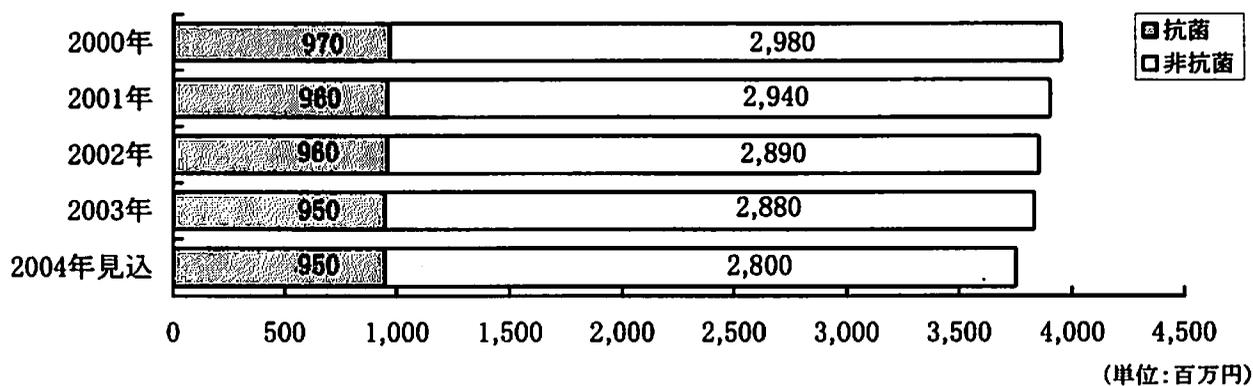
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	3,950	3,900	3,850	3,830	3,750
(伸長率)	(100.0)	(98.7)	(97.5)	(97.0)	(94.9)
抗菌	970	960	960	950	950
(伸長率)	(100.0)	(99.0)	(99.0)	(97.9)	(97.9)
非抗菌	2,980	2,940	2,890	2,880	2,800
(伸長率)	(100.0)	(98.7)	(97.0)	(96.6)	(94.0)

〔富士経済調べ〕



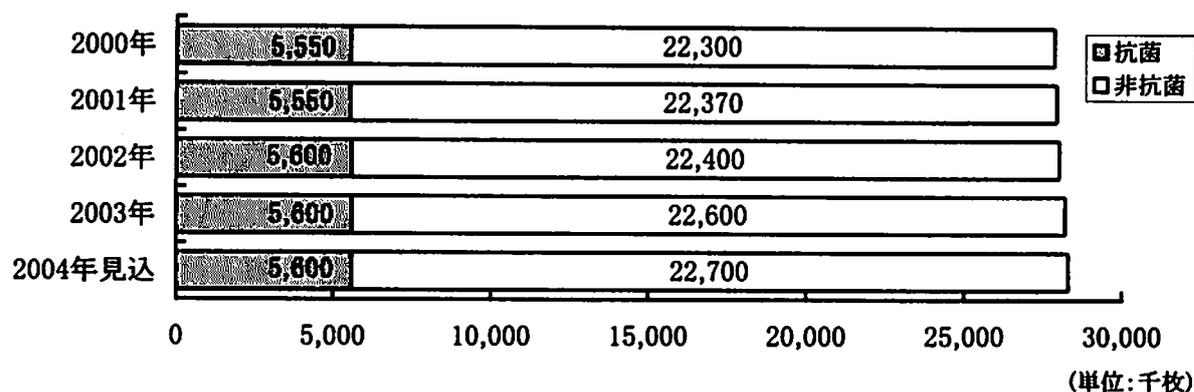
(単位: 百万円)

<数量ベース>

(単位:上段;千枚、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	27,850 (100.0)	27,920 (100.3)	28,000 (100.5)	28,200 (101.3)	28,300 (101.6)
抗菌 (伸長率)	5,550 (100.0)	5,550 (100.0)	5,600 (100.9)	5,600 (100.9)	5,600 (100.9)
非抗菌 (伸長率)	22,300 (100.0)	22,370 (100.3)	22,400 (100.4)	22,600 (101.3)	22,700 (101.8)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ 全体市場は、成熟市場ということもあり、数量ベースではほぼ横這いで推移している。
- ・ しかし、金額ベースについては、中国などの海外で生産することによってコストダウンを図ることで低価格化に対応してきていることから、縮小化傾向で推移している。
- ・ 抗菌加工製品市場は、全体市場と同様の傾向となっている。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ 全体	・ 綿 ・ 麻 ・ ポリエステル ・ レーヨン ・ 混紡 他
防汚	—	—	—
防臭	—	—	—
その他(一)	—	—	—

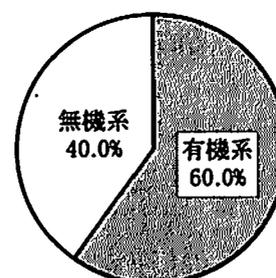
- ・ 抗菌剤によって加工方法は、後処理加工法や練りこみ法と様々である。
- ・ 天然素材を原料とした抗菌剤や、環境配慮などの様々な機能を持たせた新繊維の開発等も行われており、原料も多岐に渡ってきている。
- ・ 繊維に抗菌剤を紡いだ製品は、抗菌機能の持続性が高いといわれている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	60.0
無機系	40.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ ふきんは、直接食器や食物に触れるため、「衛生」効果の他、「安全」という穏やかなイメージも重要視されている製品である。
- ・ 有機系では、天然系のキトサンや合成系の第4級アンモニウム塩などが使用されている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材質	・ 綿 ・ 麻 ・ ポリエステル
生産地やメーカーの特徴	・ 日本メーカーが海外に自社工場を設立し、生産しているケースが多い。 ・ ボンスター販売等、元来問屋であった業者が中国を中心としたアジアに生産拠点を置き、自社ブランド製品を生産するといったケースが出てきている。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千枚、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	3,830	100.0	28,200	100.0	→
海外輸入品市場	1,000	26.1	16,000	56.7	→
抗菌	250	6.5	3,000	10.6	→

- ・ 海外輸入品は、日本国内市場全体(数量ベース)の約60%となっている。
- ・ 参入メーカーの中には、コストを低く抑えるために、数量ベースで80%以上の製品を海外工場で製造しているメーカーもあり、今後も海外輸入品市場は拡大していくものと推測されている。
- ・ また、生産拠点を海外に移転してきているため、海外輸入品における抗菌加工製品の占める比率は、高まっていくものと見込まれている。

② 使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・ 日本製とほぼ同様である。 ・ これは、日本メーカーが海外の自社工場で生産しているからである。 ・ 有機系 ・ 無機系
抗菌JIS規格対応状況	・ 日本メーカーの海外生産分は、抗菌JIS規格に適合している。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 海外市場においても抗菌ふきんは、業務用を中心に微増傾向にある。
- ・ 今後、定着していくかどうかは不明であるものの、SARSや鳥インフルエンザ等の影響から、家庭用においてもある程度まで普及していくものと考えられている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ ふきん市場全体を活性化させるためには、抗菌加工等の付加機能を有した製品の定着化が重要となる。 ・ 消費者に対して、ふきんの衛生面に対する啓蒙活動を併せて行っていく必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 抗菌加工製品は、「ケミカル」イメージがあることから、あまり選択されていない傾向が見られるが、環境配慮等の点からキッチン・キトサンを使用した製品が近年発売されてきており、抗菌加工に対するイメージも若干変化してきている。 ・ 今後抗菌加工製品は、天然系抗菌剤採用を中心に伸びていく可能性がある。

13

ラップフィルム

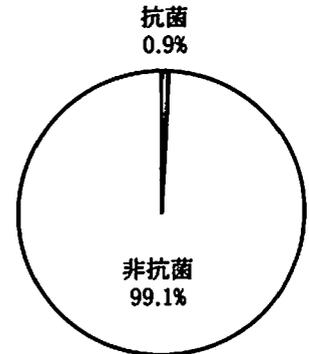
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・ラップフィルムとは、食品の鮮度や品質を衛生的に保護することを目的に使用される食品用ラップフィルムとする。
- ・当該調査においては、業務用ストレッチフィルム等は対象外とする。
- ・主な素材は、ポリ塩化ビニリデンや、ポリ塩化ビニル、ポリエチレン、ポリプロピレンなどである。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・ラップ面に付着した雑菌の繁殖を抑制することを目的として製品化され、O-157が発生した1990年代後半は、需要が拡大した。
- ・現在も抗菌加工製品は販売されているが、シェアの高いメーカーが抗菌加工製品を取り扱っていないことから、全体市場において抗菌加工製品が占める比率は、金額ベース、数量ベースともに約1%と極めて低くなっている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

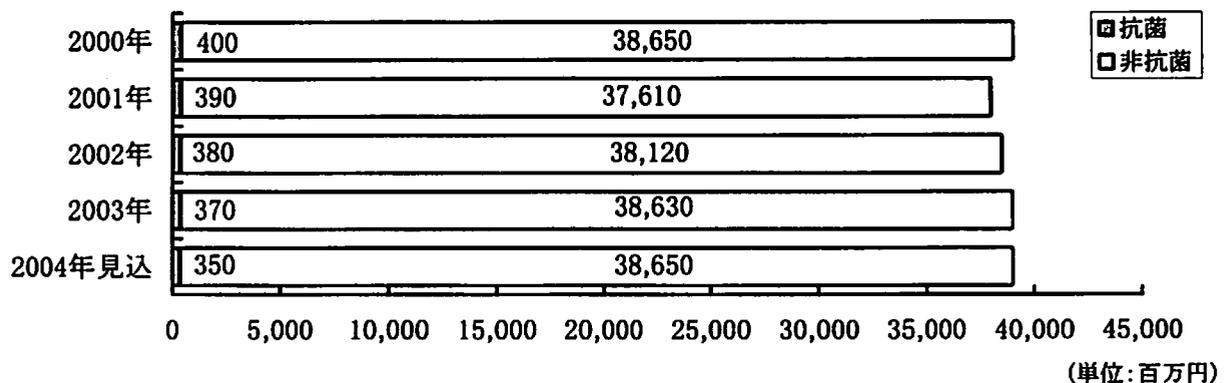
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円, 下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	39,050 (100.0)	38,000 (97.3)	38,500 (98.6)	39,000 (99.9)	39,000 (99.9)
抗菌 (伸長率)	400 (100.0)	390 (97.5)	380 (95.0)	370 (92.5)	350 (87.5)
非抗菌 (伸長率)	38,650 (100.0)	37,610 (97.3)	38,120 (98.6)	38,630 (99.9)	38,650 (100.0)

[富士経済調べ]



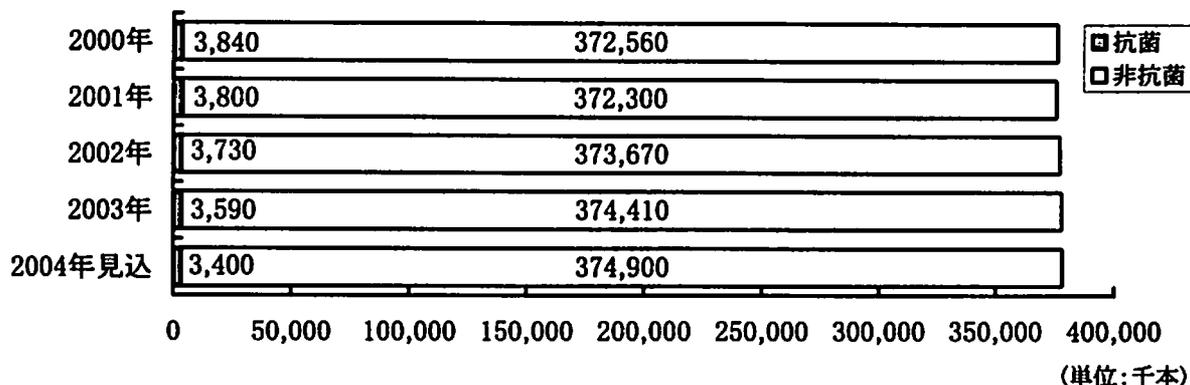
(単位: 百万円)

<数量ベース>

(単位:上段;千本、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	376,400 (100.0)	376,100 (99.9)	377,400 (100.3)	378,000 (100.4)	378,300 (100.5)
抗菌 (伸長率)	3,840 (100.0)	3,800 (99.0)	3,730 (97.1)	3,590 (93.5)	3,400 (88.5)
非抗菌 (伸長率)	372,560 (100.0)	372,300 (99.9)	373,670 (100.3)	374,410 (100.5)	374,900 (100.6)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ラップフィルムの家庭への普及率は、ほぼ 100%と非常に高く、市場は成熟期となっているが、ライフスタイルや食生活の変化の影響により、電子レンジの使用機会や、冷凍冷蔵庫等で食品を保存する機会が増加していることから、数量ベースは微増で推移している。
- ・一方、全体市場(金額ベース)については、量販店やドラッグストアにおいてお買い得商品として取り扱われるなど、価格競争が激化していることから、横這いで推移している。
- ・抗菌加工製品については、ユーザーの抗菌ニーズがほとんどないことを理由にシェアの高いメーカーが抗菌加工製品を取り扱っていないことから、認知度が低い。また、ユーザーの抗菌に対する関心も年々低迷してきていることから、抗菌加工製品の市場規模は、金額ベース、数量ベースともに縮小傾向の一途を辿っている。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・フィルム	・ポリ塩化ビニリデン ・ポリ塩化ビニル ・ポリエチレン
防汚	—	—	—
防臭	—	—	—
その他(—)	—	—	—

- ・抗菌加工方法は、樹脂に抗菌剤を練り込む方法を採用している。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	—
無機系(銀)	100.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 無機系(銀)の採用率が100%となっている。
- ・ 無機系(銀)を採用している理由として、人体への影響の少なさと、抗菌性能の安定性が挙げられている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材質	・ 塩ビ樹脂 等
生産地やメーカーの特徴	・ 日本メーカーは、海外生産を行っていない。 ・ また、海外メーカー品は、日本でほとんど流通していないといわれている。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の特徴)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千本、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	39,000	100.0	378,000	100.0	→
海外輸入品市場	※	※	※	※	→
抗菌	0	0.0	0	0.0	→

※…僅少

- ・ 日本メーカーは、海外で生産していない。
- ・ また、海外メーカー品は日本でほとんど流通していないことから、海外輸入品市場規模は、日本国内市場全体の1%未満といわれている。
- ・ 加えて、抗菌加工が施されている海外輸入品が日本で流通しているという実態は把握されていない。

② 使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・ 抗菌加工製品なく、該当しない。
抗菌JIS規格対応状況	・ 抗菌加工製品なく、該当しない。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 日本と同様に、海外においても抗菌加工製品に対する需要は少ない。
- ・ しかし、中国におけるSARSの発生を機に、海外市場では抗菌加工製品に対する関心が高まりつつあるといわれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 抗菌加工製品の認知度が低い。 ・ ユーザーの抗菌加工に対する関心が薄れてきている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 抗菌加工製品市場は、今後も減少傾向で推移していくものと推定されている。 ・ 製品開発ポイントは、現状と同様に、「耐熱性」や「環境性」を訴求していく方向性にあるといわれている。 ・ 今後、より抗菌加工製品を普及させていくためには、大手メーカーの参入と、製品認知度を高めるためのPRの展開、抗菌加工製品の優位性を訴求していくことが必要であると考えられている。

14

水回り3品(水切りバスケット/洗い桶/水切りコーナー)

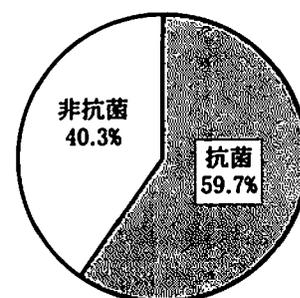
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査では、家庭用キッチンでの洗い場にて使用される水切りバスケット/洗い桶/水切りコーナーの3品の総計を「水回り3品」とする。
- ・また、素材については、プラスチック製、ステンレス等の金属製の全素材を対象とする。
- ・調査対象である3品の各々の金額ベースでの比率は、水切りバスケット:洗い桶:水切りコーナーで、6:3:1程度となっている。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・水回り3品において、プラスチック製品とステンレス等金属製品の割合は7:3と、プラスチック製品が主流となっている。
- ・近年、水回り製品では抗菌加工が標準化してきており、プラスチック製品の80~90%(金額ベース)が抗菌加工製品といわれている。
- ・金属製においては、ステンレス製をはじめ非抗菌製品が大半を占めている。
- ・これは、ステンレス製品が菌を繁殖しにくいことと、「きれい」なイメージが消費者にもあるためと考えられている。
- ・プラスチック製品のうち抗菌加工が施されていない10~20%(数量ベース)の製品は、ディスカウントショップ等で販売されている製品を中心とした低価格製品となっている。
- ・近年、全体市場(数量ベース)における抗菌加工製品の占める割合は、プラスチック製品を中心に約60%と安定してきている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

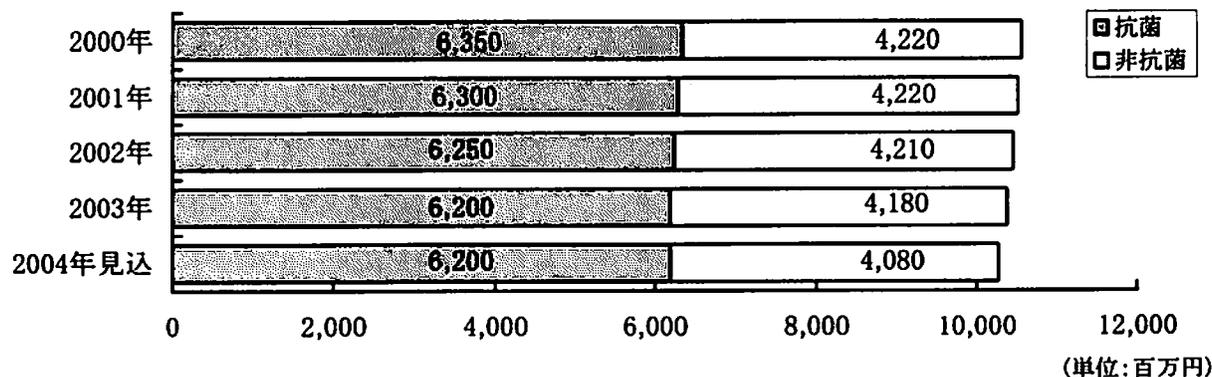
1) 全体市場と抗菌加工品の市場規模推移(2000年~2004年見込)

<金額ベース>

(単位:上段;百万円、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	10,570	10,520	10,460	10,380	10,280
(伸長率)	(100.0)	(99.5)	(99.0)	(98.2)	(97.3)
抗菌	6,350	6,300	6,250	6,200	6,200
(伸長率)	(100.0)	(99.2)	(98.4)	(97.6)	(97.6)
非抗菌	4,220	4,220	4,210	4,180	4,080
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(99.8)	(99.1)	(96.7)

[富士経済調べ]



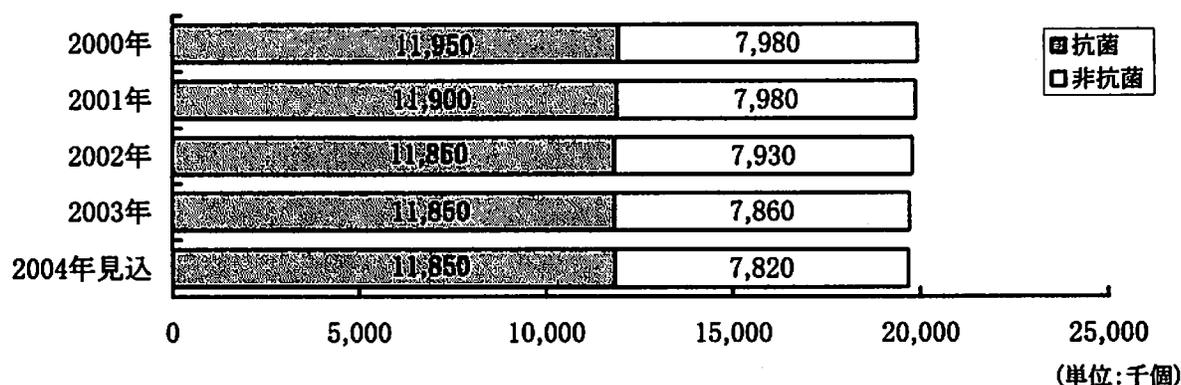
(単位:百万円)

<数量ベース>

(単位:上段;千個、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	19,930 (99.8)	19,880 (99.7)	19,780 (99.2)	19,710 (98.9)	19,670 (98.7)
抗菌 (伸長率)	11,950 (100.0)	11,900 (99.6)	11,850 (99.2)	11,850 (99.2)	11,850 (99.2)
非抗菌 (伸長率)	7,980 (100.0)	7,980 (100.0)	7,930 (99.4)	7,860 (98.5)	7,820 (98.0)

〔富士経済調べ〕



2)市場の動きの特徴とその要因

- ・ システムキッチン及び食器洗い乾燥機等の普及に伴い、全体市場は減少傾向にあるものの、洗い桶と水切りバスケットは、ある程度の買い替え、買い足し需要が見られるため微減にとどまっている。
- ・ ディスカウントショップ等の低価格製品やステンレス等の金属製品の値崩れにより、平均売価は下落傾向にある。
- ・ 抗菌加工製品市場は、プラスチック製品を中心に安定した推移となっている。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ 製品全体	・ ポリプロピレン
防汚	○	・ 製品全体	・ ポリプロピレン
防臭	—	—	—
その他(—)	—	—	—

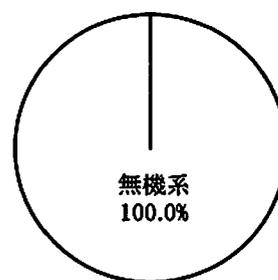
- ・ 抗菌加工製品のほとんどが、プラスチック製品である。
- ・ プラスチック製品は、樹脂に抗菌剤を練り込んでいるため、製品全体に抗菌加工が施されている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	—
無機系	100.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・加工のし易さ、持続性、人体に与える影響などを重視して無機系(銀系)が採用されている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	<ul style="list-style-type: none"> ・ 金属製(ステンレス) ・ ポリプロピレン ・ ポリエチレン
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一部の日本メーカーは、中国等に生産拠点を置いている。 ・ また、低価格製品については、協力工場への発注、若しくは海外での買い付けが行われている。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千個、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	10,380	100.0	19,710	100.0	→
海外輸入品市場	1,800	17.3	6,000	30.4	→
抗 菌	※	※	※	※	→

※…謹少

- ・ 海外メーカー製品は、日本国内市場全体(数量ベース)の約 20%であるとされているが、日本メーカーが海外に自社工場や協力工場を開設して生産していることが多く、それらを含めると約 30%が海外輸入品であるといわれている。
- ・ 海外拠点では、低価格製品の生産を行う傾向にあるため、抗菌加工製品はほとんどないとされている。

② 使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本製と同様である。 ・ 無機系(銀系)
抗菌JIS規格対応状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 抗菌JIS規格に適合している。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 海外においては、抗菌加工を施すという考え方があまりないため、抗菌加工製品はほとんど流通していないといわれている。
- ・ しかし、SARSや鳥インフルエンザ等の影響から、衛生面への関心が高まってきており、今後抗菌加工製品は増加していくものと見込まれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ ディスカウントショップが一般的になり、量販店においても低価格化で対抗しようとしており、メーカー側の利幅が小さくなり、苦しい状況が続いている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ディスカウントショップ等で取り扱われている低価格製品が更に普及していくことで、平均価格が更に下落していく可能性がある。 ・ 小売価格を抑えるために、コストを更に抑えて生産することとなっていくとみられており、抗菌加工が低価格製品にまで広がっていく可能性は低い。

15

水切りネット／排水ネット

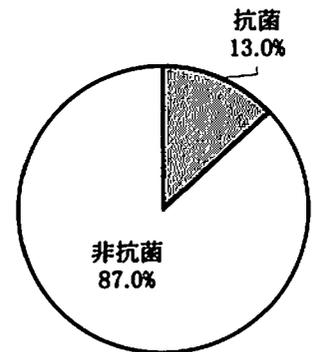
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査における「水切りネット／排水ネット」は、キッチンでの排水口、三角コーナー用水切り袋と専用ホルダーを利用するタイプの水きり袋を対象とする。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・水切りネット／排水ネットは、1日1～2回取り替えを行うユーザーもいる消耗品であるため、一般ユーザーは抗菌化を求める製品ではないと考えている傾向が強い。
- ・また、一般的に当該製品は、「消耗品＝廃棄物」というイメージがあるため、「環境配慮型」というイメージが前面に打ち出されている。
- ・抗菌加工を訴求する場合「ECOマーク」が取得できないため、抗菌加工を施さないメーカーが多い。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

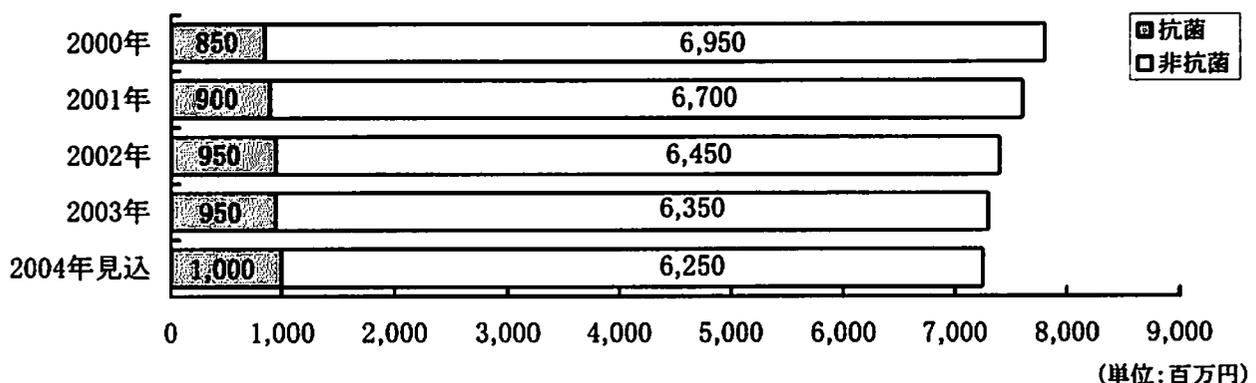
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位:上段:百万円、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	7,800	7,600	7,400	7,300	7,250
(伸長率)	(100.0)	(97.4)	(94.9)	(93.6)	(92.9)
抗菌	850	900	950	950	1,000
(伸長率)	(100.0)	(105.9)	(111.8)	(111.8)	(117.6)
非抗菌	6,950	6,700	6,450	6,350	6,250
(伸長率)	(100.0)	(96.4)	(92.8)	(91.4)	(89.9)

[富士経済調べ]



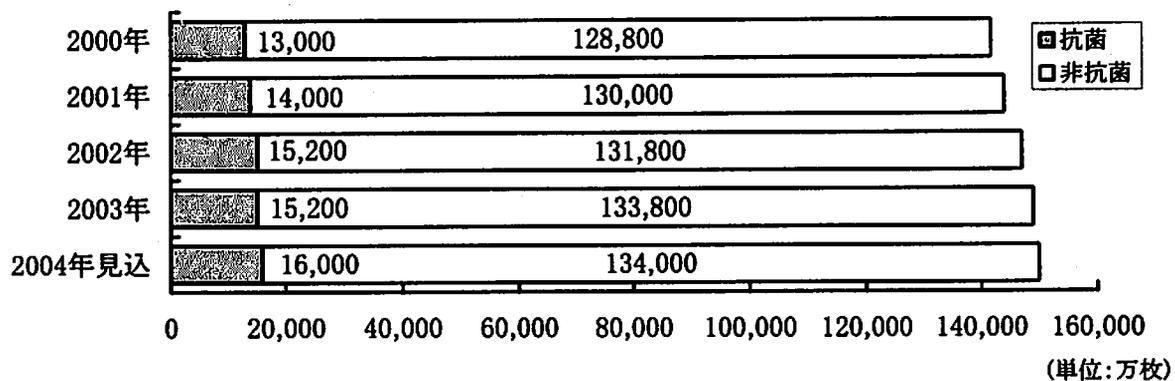
(単位:百万円)

＜数量ベース＞

(単位:上段:万枚、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	141,800 (100.0)	144,000 (101.6)	147,000 (103.7)	149,000 (105.1)	150,000 (105.8)
抗菌 (伸長率)	13,000 (100.0)	14,000 (107.7)	15,200 (116.9)	15,200 (116.9)	16,000 (123.1)
非抗菌 (伸長率)	128,800 (100.0)	130,000 (100.9)	131,800 (102.3)	133,800 (103.9)	134,000 (104.0)

〔富士経済調べ〕



2)市場の動きの特徴とその要因

- ・水切りネット／排水ネットは交換頻度が高い製品であるため、全体市場(数量ベース)は拡大の傾向にある。
- ・消耗品であることからイニシャルコストの低さが期待されるため、値崩れが進行しており、金額ベースは縮小傾向にある。
- ・しかし、抗菌加工製品については、キトサン配合製品の発売により市場で認識され始め、徐々に構成比を高めてきている。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・製品全体	・ポリエステル ・レーヨン不織布 ・ストッキング素材
防汚	—	—	—
防臭	○	・製品全体	・ポリエステル ・レーヨン不織布 ・ストッキング素材
その他(—)	—	—	—

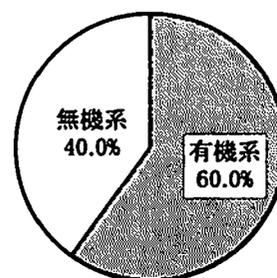
- ・加工対象材に抗菌剤を配合して練りこみ製造するため、製品全体が抗菌となっている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位: %)

薬剤タイプ	構成比
有機系	60.0
無機系	40.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 環境配慮のために、廃棄した際に分解し易い天然系のキトサンを採用しているケースもある。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	・ 日本製と同様である。 ・ ポリエチレン ・不織布 ・ナイロン 等
生産地やメーカーの特徴	・ 日本メーカーが、生産拠点を中国やタイ等に置いているケースが多い。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位: 百万円、%、万枚、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	7,300	100.0	149,000	100.0	→
海外輸入品市場	1,500	20.5	75,000	50.3	→
抗 菌	0	0.0	0	0.0	→

- ・ コストを抑えるため、海外に生産拠点を持つメーカーが多く、日本国内市場全体(数量ベース)の約 50% が海外製品といわれている。
- ・ また、参入メーカーの中には、年間生産量の 90% 以上を海外拠点で生産しているメーカーも見られる。
- ・ ポリエチレン製ネットは、ほぼ 100% が海外輸入品となっている。
- ・ 海外で抗菌加工製品は生産されていない。

② 使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・ 抗菌加工製品なく、該当しない。
抗菌JIS規格対応状況	・ 抗菌加工製品なく、該当しない。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 抗菌加工に対する関心の高い日本市場においても、水切りネット／排水ネットへの抗菌加工は近年始まったばかりである。また、海外においても衛生面への配慮といった形で今後品揃えはされてくるのではないかと考えられている。
- ・ しかし、海外においては、ゴミに対する考え方の相違から、抗菌加工はさることながら、排水ネット自体の定着化も難しいのではないかと考えられている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 水切りネット、排水ネットのような消耗品は、「いかに捨てやすいか＝自然に戻りやすいか」といった環境配慮と、価格が課題となっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 製品開発の主要ポイントは、環境配慮と低価格化にある。 ・ また、「ECOマーク」を取得するためには抗菌加工が施せないことから、抗菌加工製品を定着化させるのは難しいものと考えられている。

16

保存用密閉容器

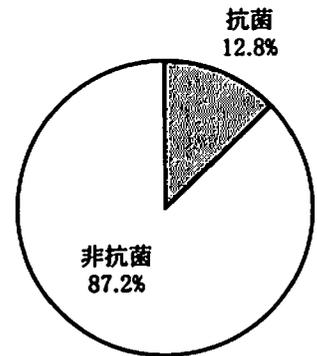
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

・ 家庭用の冷蔵庫や、冷凍庫等での食品保存や、調味料、乾物、粉類等の湿気防止用途などに使用される密閉容器を対象とした。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

・ 保存用密閉容器市場(金額ベース)の50%以上のシェアを占めるメーカーをはじめ、抗菌加工製品を取り扱っていないメーカーが多い。
 ・ 「PLマーク」を貼付することで、製品の衛生面や健康面に対する安全性の確保を訴求しているメーカーも見られる。
 ・ 抗菌加工製品を取り扱っているメーカーも数社見られるが、消費者が抗菌効果を実感しにくく、抗菌剤自体が高価なこともあり、現状では採用が減少傾向にある。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

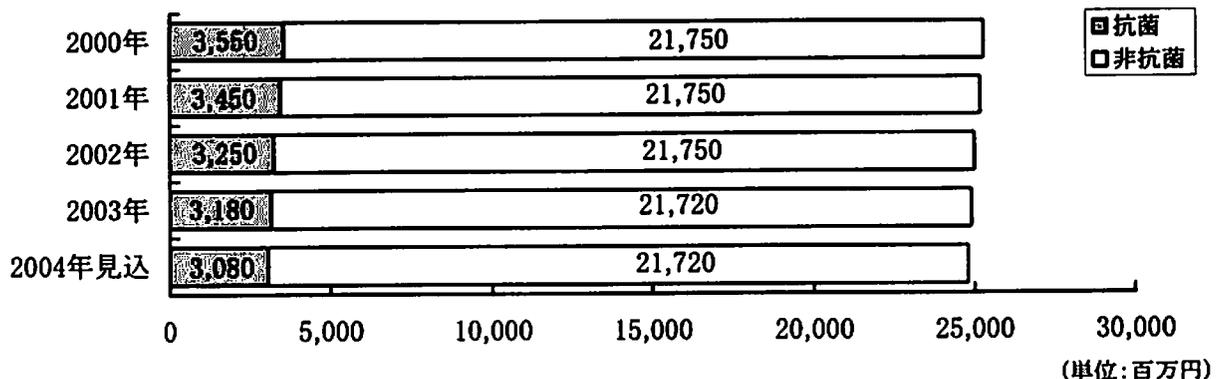
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	25,300 (100.0)	25,200 (99.6)	25,000 (98.8)	24,900 (98.4)	24,800 (98.0)
抗菌 (伸長率)	3,550 (100.0)	3,450 (97.2)	3,250 (91.5)	3,180 (89.6)	3,080 (86.8)
非抗菌 (伸長率)	21,750 (100.0)	21,750 (100.0)	21,750 (100.0)	21,720 (99.9)	21,720 (99.9)

[富士経済調べ]

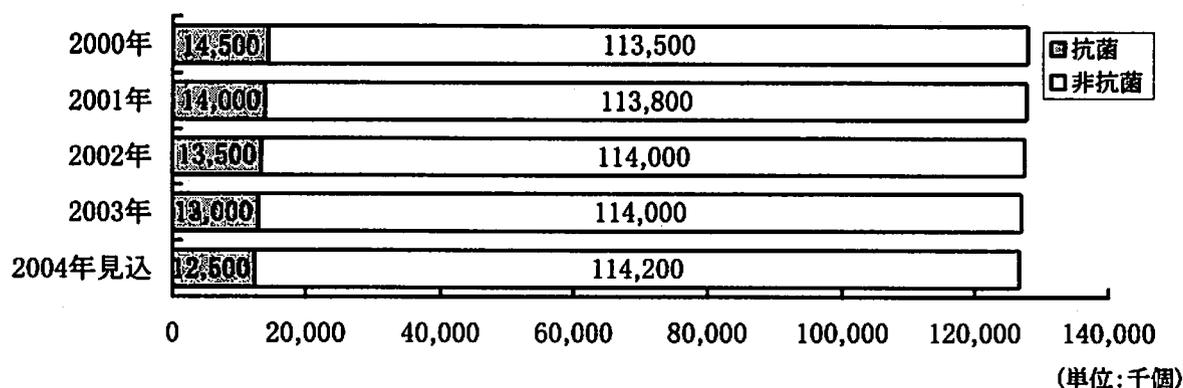


<数量ベース>

(単位: 上段: 千個、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	128,000 (100.0)	127,800 (99.8)	127,500 (99.6)	127,000 (99.2)	126,700 (99.0)
抗菌 (伸長率)	14,500 (100.0)	14,000 (96.6)	13,500 (93.1)	13,000 (89.7)	12,500 (86.2)
非抗菌 (伸長率)	113,500 (100.0)	113,800 (100.3)	114,000 (100.4)	114,000 (100.4)	114,200 (100.6)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ 全体市場は、新規需要の獲得が期待しにくい市場であり、買い替え需要が中心となっているため、微減傾向で推移している。
- ・ プラスチック製品については、抗菌効果が目に見えにくいため、抗菌加工製品よりも安価な製品に需要が集中しがちである。
- ・ そのため、ディスカウントショップ等の安価な製品を中心としている非抗菌製品市場については、ほぼ横這いを維持している。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的	抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○ ・ 容器本体 ・ ふた ・ パッキン	・ ポリプロピレン
防汚	—	—
防臭	—	—
その他(—)	—	—

- ・ プラスチック成型品は練りこみ加工のため、容器本体が抗菌加工となっている製品が大半を占めている。
- ・ しかし、ふたを含むもの、または一部にパッキンのみが抗菌加工された製品も見られる。

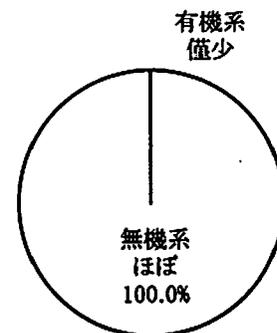
4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位: %)

薬剤タイプ	構成比
有機系	※
無機系	ほぼ 100.0
その他(—)	—

※…僅少



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 環境や人体への配慮と、直接食品に触れる製品であるため銀系無機抗菌剤を採用している。
- ・ 天然系抗菌剤についても、効果が高く安全であるともいえるが、万が一抗菌剤が溶け出して人体に入った場合を考慮し、無機系抗菌剤を採用している。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本製と同様である。 ・ ポリプロピレン等の樹脂
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ ディスカウントショップ等の製品を中心に、韓国やマレーシアからの低価格品の輸入が増加傾向にある。 ・ 中国等に自社工場を持つ日本メーカーも見られる。日本から原料を供給し、生産技術の指導も行っている。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位: 百万円、%、千個、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	24,900	100.0	127,000	100.0	→
海外輸入品市場	7,000	28.1	50,000	39.4	→
抗 菌	85	0.3	500	0.4	→

- ・ 日本国内市場全体(数量ベース)の約 40%が海外輸入品と考えられているが、その半分以上は、日本メーカーの自社工場の製品であるとされている。
- ・ また、海外生産拠点では抗菌加工製品の生産を行っていないケースが多く、国内市場全体における抗菌加工製品の割合は、金額ベース、数量ベースともに 1%未満と低くなっている。
- ・ 加えて抗菌加工製品は、コストアップに繋がるため、減少傾向にある。
- ・ 安価な抗菌加工製品を求めて現地メーカーへ買い付けに行くケースもあり、厳密な抗菌作用は疑問視される製品もあるといわれている。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本メーカーの海外生産分は、日本製と同様である。 ・ 無機系（銀系） ・ 海外メーカー品の中には、使用している抗菌剤が不明な製品もあるともいわれている。
抗菌JIS規格対応状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本メーカーの海外生産分は、抗菌JIS規格に適合している。 ・ 海外メーカー品の中には、厳密な抗菌作用は疑問視される製品があるといわれている。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 海外メーカー品には、通常抗菌加工は施されていない。
- ・ 日本市場でいわれているように、抗菌効果が目に見えにくいため、抗菌加工の必要性が特にないとされている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 抗菌加工に対するニーズが低くなってきており、保存用密閉容器の訴求ポイントは、蓋がいかにかに開閉し易く丈夫であるかなどといった機能性にある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在の市場の傾向にも現れているように、抗菌加工製品市場は更に減少していくものと見られている。 ・ しかし、抗菌加工製品を求めるユーザーも一部に存在しているため、市場がなくなることはないものと推定されている。

17

ボウル

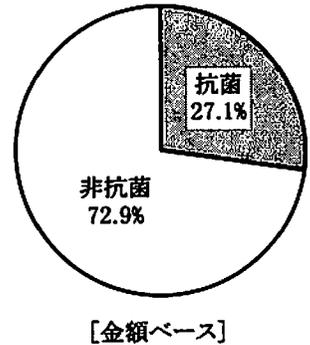
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・ 一般家庭で使われるキッチン用ボウルを対象とする。
- ・ また、プラスチック、ステンレス、ガラスと全ての素材を含む。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・ ボウルではプラスチック製品とステンレス等金属製品、ガラス製他の比率は66:33:1程度となっており、金属製品が主流となっている。
- ・ 抗菌加工は、プラスチック製品への加工が主となっており、プラスチック製品の80~90%が抗菌加工製品となっているが、全体市場(金額ベース)では約30%となっている。
- ・ ガラス製では電子レンジで調理可能な製品が多く、またステンレス製品に関しては衛生的なイメージから抗菌加工に対するニーズが減少しているため、抗菌化は進まないものと考えられている。



2. 国内市場規模推移

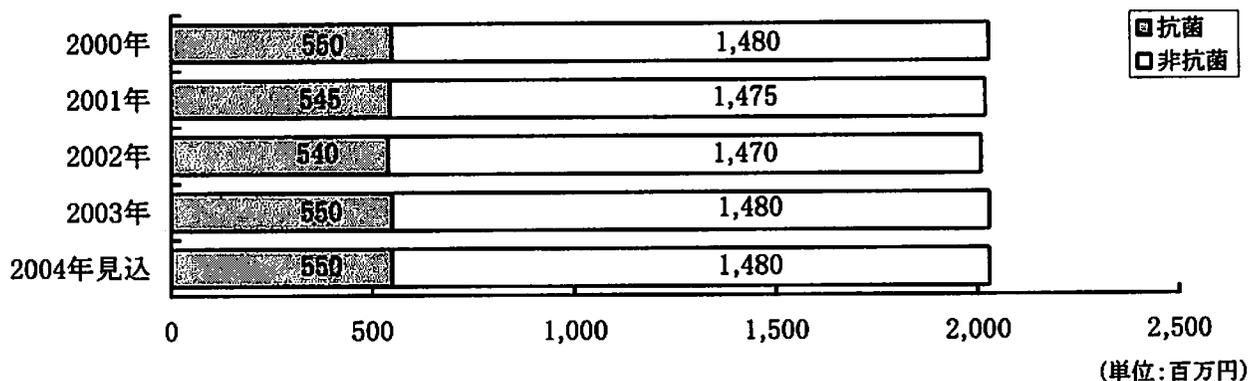
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年~2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	2,030	2,020	2,010	2,030	2,030
(伸長率)	(100.0)	(99.5)	(99.0)	(100.0)	(100.0)
抗菌	550	545	540	550	550
(伸長率)	(100.0)	(99.1)	(98.2)	(100.0)	(100.0)
非抗菌	1,480	1,475	1,470	1,480	1,480
(伸長率)	(100.0)	(99.7)	(99.3)	(100.0)	(100.0)

[富士経済調べ]

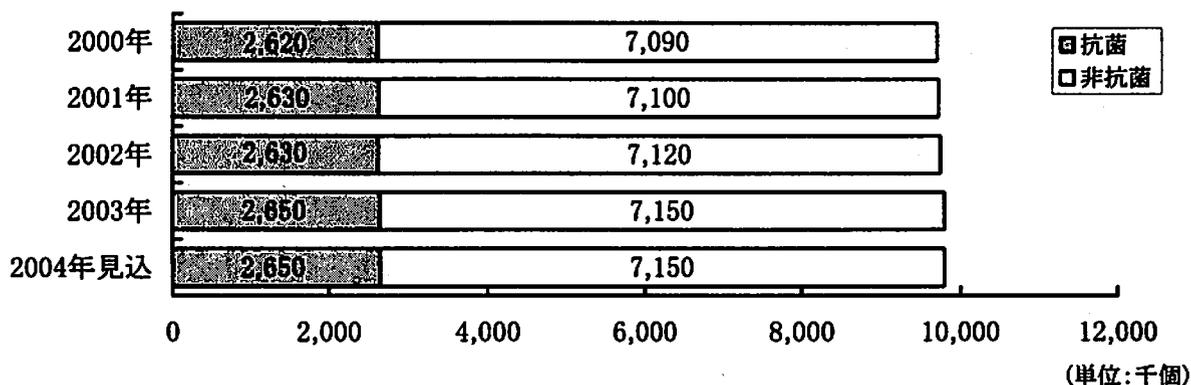


<数量ベース>

(単位:上段;千個、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	9,710 (100.0)	9,730 (100.2)	9,750 (100.4)	9,800 (100.9)	9,800 (100.9)
抗菌 (伸長率)	2,620 (100.0)	2,630 (100.4)	2,630 (100.4)	2,650 (101.1)	2,650 (101.1)
非抗菌 (伸長率)	7,090 (100.0)	7,100 (100.1)	7,120 (100.4)	7,150 (100.8)	7,150 (100.8)

(富士経済調べ)



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ サイズ展開や素材も金属製、プラスチック製、ガラス製と豊富なため、買い足し需要が期待できる市場であり、全体市場は安定した市場といえる。
- ・ 抗菌加工製品は、プラスチック製品を中心に展開している。また、プラスチック製品において抗菌加工は、ほぼ標準化しつつある。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ 製品全体	・ ポリプロピレン
防汚	○	・ 製品全体	・ ポリプロピレン
防臭	—	—	—
その他(—)	—	—	—

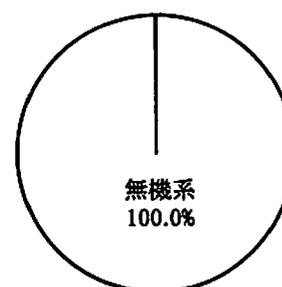
- ・ 抗菌加工製品の大半が、プラスチック製品である。
- ・ プラスチック成型品は、樹脂に抗菌剤を練り込んでの加工となるため、製品全体が抗菌となっている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位: %)

薬剤タイプ	構成比
有機系	—
無機系	100.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・加工のし易さや持続性、人体への影響度の低さ等の扱い易さから、無機系(銀系)を採用している。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	<ul style="list-style-type: none"> ・ステンレス等金属 ・ガラス ・ポリプロピレン ・ポリエチレン等樹脂
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・日本メーカーは、中国等に生産拠点を置き生産している。 ・低価格製品については、協力工場への発注や海外での買い付けが行われている。 ・また、欧米等からの直輸入品も一部見られる。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位: 百万円、%、千個、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	2,030	100.0	9,800	100.0	→
海外輸入品市場	400	19.7	2,500	25.5	→
抗 菌	※	※	※	※	→

※…謹少

- ・日本メーカーは海外の自社工場や協力工場で生産していることが多く、日本国内市場全体(数量ベース)の約30%が海外輸入品となっている。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・日本製と同様である。 ・無機系
抗菌JIS規格対応状況	<ul style="list-style-type: none"> ・抗菌JIS規格に適合している。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・海外製品においては抗菌加工を施すという考え方があまりないため、ほとんどないものとされている。
- ・しかし、SARSや鳥インフルエンザ等の影響から、衛生面への関心が高まってきており、今後抗菌加工製品は増加していくものと見込まれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ディスカウントショップが一般的になり、量販店においても低価格化で対抗してきていることから、メーカー側の利幅は縮小傾向にあり、苦しい状況が続いている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・全体市場は、平均価格が更に下落していく可能性があるが、ボウルにおいてはデザイン性が向上してきているため、ザルと組み合わせる等して食器と同様に食卓に並ぶケースも見られてきており、市場は買い足し需要の増加も見込まれている。 ・しかし、抗菌加工製品が主流となっているプラスチック製品では、ディスカウントショップ等で販売されている廉価な非抗菌製品を補助的に使用するというユーザー意識が定着してきており、今後更に抗菌加工製品の買い替えや買い足し頻度が低くなり、需要の拡大は期待しにくいものと見られている。

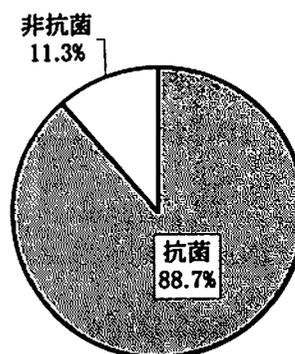
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査における家庭用手袋とは、主に炊事、洗濯、掃除、園芸等を目的に使用される一般的な家庭用手袋とディスポーザブル手袋とし、業務用の作業手袋や工業用手袋は対象外とする。
- ・家庭用手袋は、手袋の厚みによって「厚手」「中厚手」「薄手」「極薄」に分類される。
- ・主な素材は、塩化ビニルや天然ゴムであるが、天然ゴムについては、水溶性たんぱく質(ラテックスタンパク質)によるアレルギーが生じることが問題視されており、近年では脱たんぱく質素材が注目されている。また、ダイオキシンが発生しないニトリル製の品揃えも充実しつつある。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・国内全体市場における抗菌加工製品の占める割合は、数量ベース、金額ベースともに約90%となっている。
- ・当該製品にとって抗菌加工は、既に基本機能の一つとしての位置付けが確立されている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

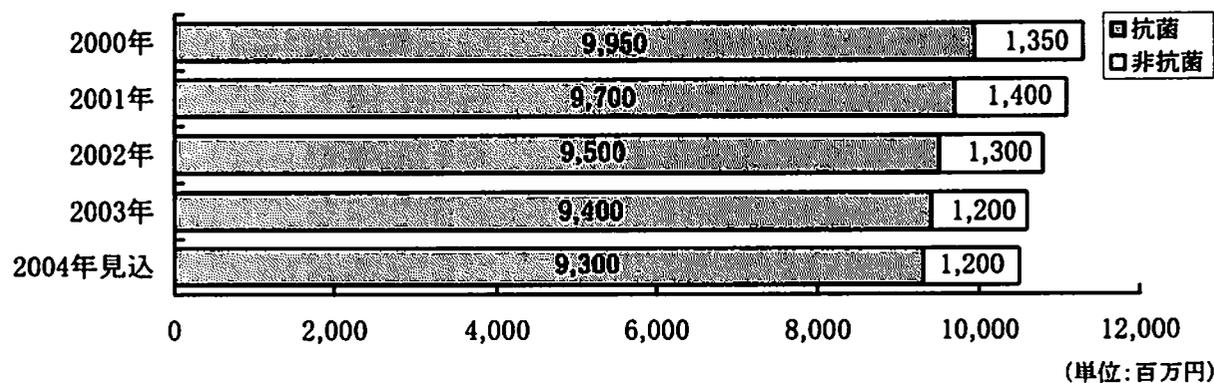
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	11,300	11,100	10,800	10,600	10,500
(伸長率)	(100.0)	(98.2)	(95.6)	(93.8)	(92.9)
抗菌	9,950	9,700	9,500	9,400	9,300
(伸長率)	(100.0)	(97.5)	(95.5)	(94.5)	(93.5)
非抗菌	1,350	1,400	1,300	1,200	1,200
(伸長率)	(100.0)	(103.7)	(96.3)	(88.9)	(88.9)

[富士経済調べ]



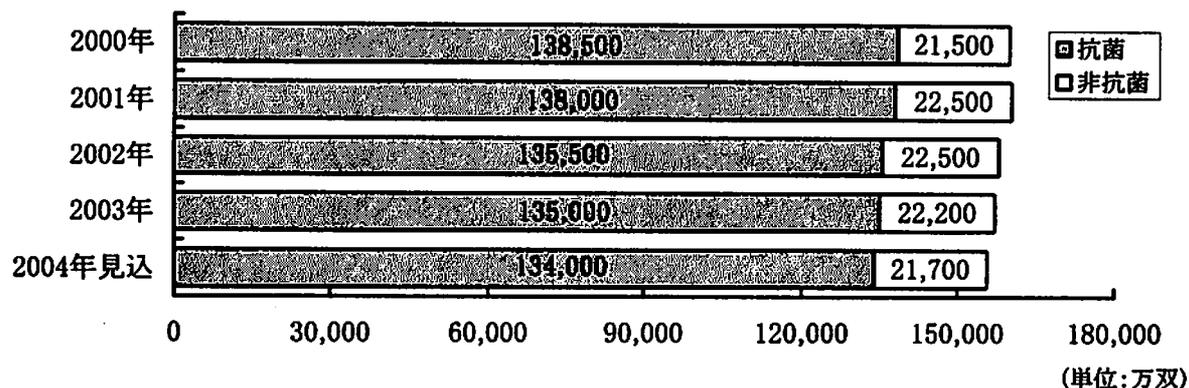
(単位: 百万円)

<数量ベース>

(単位:上段;万双、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	160,000 (100.0)	160,500 (100.3)	158,000 (98.8)	157,200 (98.3)	155,700 (97.3)
抗菌 (伸長率)	138,500 (100.0)	138,000 (99.6)	135,500 (97.8)	135,000 (97.5)	134,000 (96.8)
非抗菌 (伸長率)	21,500 (100.0)	22,500 (104.7)	22,500 (104.7)	22,200 (103.3)	21,700 (100.9)

〔富士経済調べ〕



2)市場の動きの特徴とその要因

- ・全体市場は、成熟市場のため微減傾向となっている。
- ・しかし、小売店での低価格販売の影響を受け、金額ベースでの成長率は鈍化している。
- ・抗菌加工製品市場については、全体市場における抗菌化率が金額ベース、数量ベースともに約90%となっていることから、ほぼ全体市場と同様の傾向となっている。
- ・近年は、1990年代後半に発生したO-157をはじめ、BSEやSARS、鳥インフルエンザなどの食の安全性や病原菌に対するユーザーの関心や意識が高まってきているが、全体市場と同様に抗菌加工製品市場は微減傾向で推移していくものと見込まれている。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・手袋内面 ・一部手袋両面	・塩化ビニル ・天然ゴム ・ポリエチレン ・ニトリルゴム
防汚	—	—	—
防臭	○	・手袋内面 ・一部手袋両面	・塩化ビニル ・天然ゴム ・ポリエチレン ・ニトリルゴム
その他(防カビ)	○	・手袋内面 ・一部手袋両面	・塩化ビニル ・天然ゴム ・ポリエチレン ・ニトリルゴム

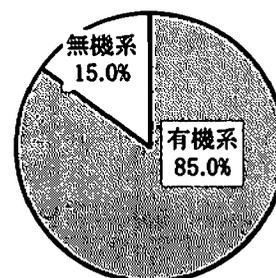
- ・家庭用手袋では、抗菌防臭加工材で裏毛や裏布の繊維をコーティングする抗菌加工方法と、素材に抗菌剤を配合する加工方法が採用されている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位: %)

薬剤タイプ	構成比
有機系	85.0
無機系	15.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 有機系の採用率が85%、無機系の採用率が15%となっている。
- ・ 使いまわしをする塩化ビニル製の手袋については、防カビ機能も必要なことから有機系が採用されているケースが多いといわれている。一方、ポリエチレン製の使い捨て手袋については、使用后長期間に渡り保管することがないため、使用時に菌の発生を抑制するだけでよいことから、防カビ機能を有していない無機系の採用率が高いといわれている。
- ・ 前回調査時は、無機系の採用率が90%となっていたが、近年は低コストである有機系の採用率の方が高くなっている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	・ 塩化ビニル ・天然ゴム ・ ポリエチレン ・ニトリルゴム
生産地やメーカーの特徴	・ タイや台湾などのアジアでの生産が中心となっている。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

①海外輸入品市場規模(2003年)

(単位: 百万円、万双)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	10,600	100.0	157,200	100.0	→
海外輸入品市場	10,400	98.1	154,100	98.0	→
抗 菌	8,800	83.0	131,000	83.3	→

- ・ 日本で流通している製品の大半は、海外生産品となっている。
- ・ また、抗菌加工製品についても海外拠点で生産されている。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・ 日本製と同様である。 ・ 有機系 ・無機系
抗菌JIS規格対応状況	・ 抗菌JIS規格に適合している。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 海外においても、抗菌加工製品は取り扱われている。
- ・ 近年は、SARSの影響から中国などで需要が高まりつつあるといわれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 製品差別化が図れていないことから、低価格訴求が進行している。 ・ 「ECOマーク」の取得と、抗菌加工化のいずれを選択するかが、マーケティング上の課題となっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 抗菌加工は、既に基本機能の一つとしての位置付けが確立されていることから、全体市場における抗菌加工製品の割合は、今後も 80～90%で推移していくものと推定されている。 ・ 従って、現状の課題である製品差別化を図るべく、各社美容効果や癒しなどの高付加価値製品の開発に今後も注力していくものと考えられている。

19

プラスチック製まな板

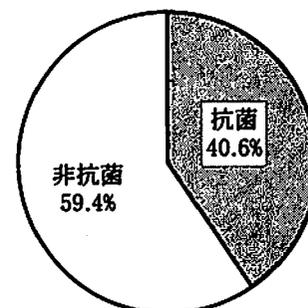
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査では、家庭用のプラスチック製まな板を対象とする。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・1990年代後半のO-157対策や抗菌ブームが要因となり、抗菌タイプを中心に急激な伸びをみせた。
- ・しかし、現在全体市場(金額ベース)において抗菌加工製品の占める比率は、約40%にとどまっている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

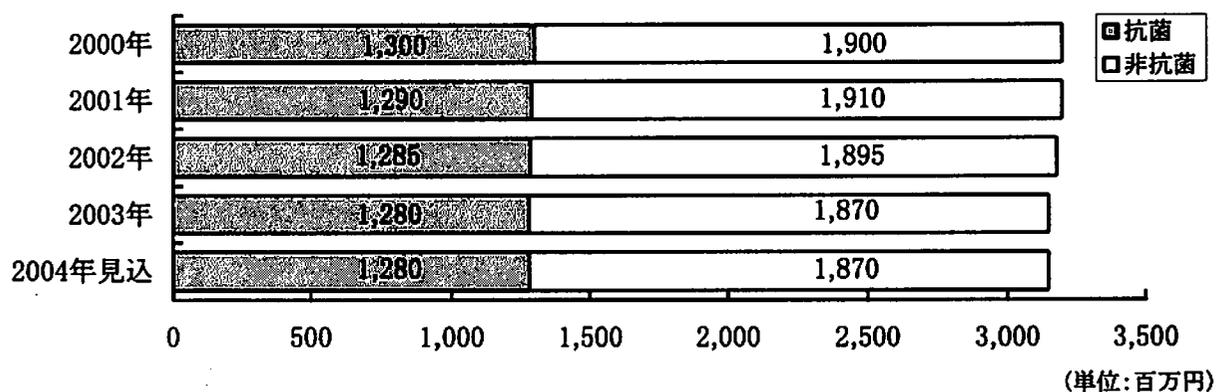
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位:上段:百万円、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	3,200	3,200	3,180	3,150	3,150
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(99.4)	(98.4)	(98.4)
抗菌	1,300	1,290	1,285	1,280	1,280
(伸長率)	(100.0)	(99.2)	(98.8)	(98.5)	(98.5)
非抗菌	1,900	1,910	1,895	1,870	1,870
(伸長率)	(100.0)	(100.5)	(99.7)	(98.4)	(98.4)

[富士経済調べ]



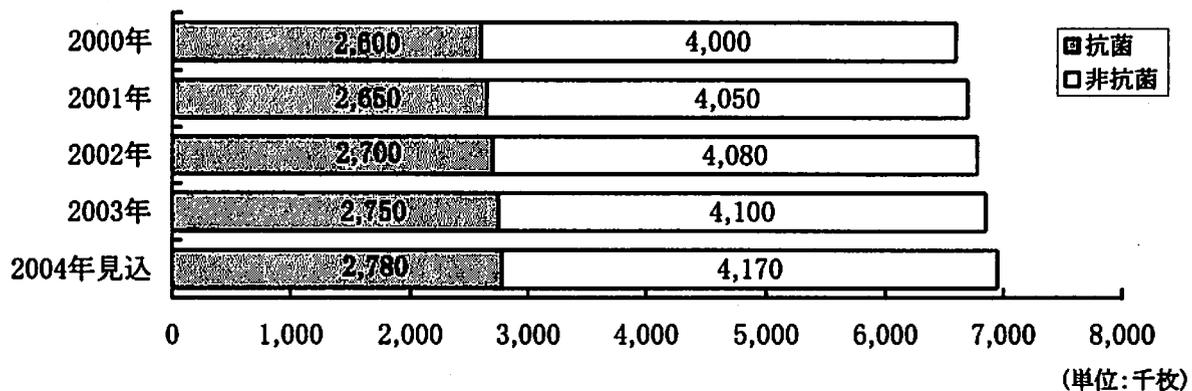
(単位:百万円)

＜数量ベース＞

(単位:上段;千枚、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	6,600 (100.0)	6,700 (101.5)	6,780 (102.7)	6,850 (103.8)	6,950 (105.3)
抗菌 (伸長率)	2,600 (100.0)	2,650 (101.9)	2,700 (103.8)	2,750 (105.8)	2,780 (106.9)
非抗菌 (伸長率)	4,000 (100.0)	4,050 (101.3)	4,080 (102.0)	4,100 (102.5)	4,170 (104.3)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ O-157対策がきっかけとなった抗菌ブーム時は、抗菌タイプを中心に急激に全体市場は拡大したが、一過性のものとなり、近年は消費低迷の影響も受けて、横這いで推移している。
- ・ 数量ベースでは、今後も買い替えの需要を中心に安定した推移が予測されるが、販売単価の低下により金額ベースでは微減傾向となっている。
- ・ 抗菌加工製品市場は、金額ベース、数量ベースともに横這いで推移している。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的	抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ まな板全体
防汚	—	—
防臭	—	—
その他(—)	—	—

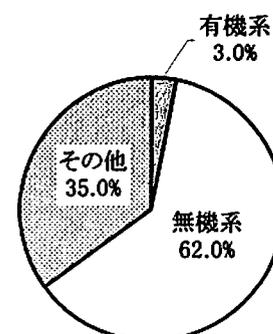
- ・ プラスチック製まな板は、原料のポリエチレンに抗菌剤を練り込んで成型、製造するため、まな板全体が抗菌化されている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	3.0
無機系	62.0
その他(有機・無機混練)	35.0



〔数量ベース〕

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・無機系(銀系)抗菌剤の採用が比較的多くなっている。
- ・直接食物に触れる製品であるため、環境ホルモンもイメージされる有機系(合成系)を避ける傾向が強くなっている。有機系については、竹などを使用した天然系抗菌剤が主である。
- ・無機系は、効果は持続するが高コストであり、有機系は持続性に欠けるが低コストであるといった各々の特徴を活かし、抗菌剤を混合することによって調節する「有機・無機混練」といった方法が近年多くなってきている。(これは社内で抗菌剤を生産することが可能なメーカーにおいて主となっている)。
- ・このようなメーカーでは価格、抗菌剤の効果等、顧客のニーズに合わせた抗菌剤を配合する方法を採っている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	・ ポリエチレン
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 海外製品を取り扱う商社の参入により、関東を中心に販売価格が下落しているという声もある。 ・ 問屋や量販店を中心にPB製品として韓国や台湾の製品を取り扱っているケースも増加傾向にある。 ・ 日本メーカーは、中国や韓国での生産量は少ないが、マレーシアを中心に海外の自社工場で生産するケースが増加傾向にある。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千枚、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	3,150	100.0	6,850	100.0	→
海外輸入品市場	1,400	44.4	3,400	49.6	→
抗 菌	750	23.8	1,700	24.8	→

- ・販売価格の低価格ニーズに伴い、海外輸入品の比率が高くなってきている。
- ・日本メーカーは、コストを抑えるために海外に生産拠点を移転してきているため、日本メーカーの海外生産分も含めると、現在では50%程度(数量ベース)が海外輸入品であるといえる。
- ・海外輸入品のうち抗菌加工製品の占める割合は、日本国内市場全体(数量ベース)の約50%であると推測されている。
- ・海外メーカー品において抗菌加工製品は少ないとみられているが、一部の海外輸入品に抗菌剤ではない薬剤が使用されている製品があるといわれている。

② 使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本製と同様である。 ・ 無機系(銀系)の割合が高い。
抗菌JIS規格対応状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 抗菌JIS規格に適應している。 ・ これは、日本メーカーの海外拠点(自社工場)での生産が多いためである。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 輸入製品の状況から見ると、抗菌加工品はほとんど流通していないものと見られている。
- ・ しかし、鳥インフルエンザやSARS等の影響や、欧米での抗菌技術の発達により、抗菌加工製品は増加していくものと推測されている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 全体市場の低価格化を阻止するべく新しい付加価値を有した製品の開発が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 低価格化が進んでいるため、今後も海外の協力工場や自社工場での生産割合は高くなっていくものと見られていることから、抗菌加工製品は大きく伸びないものと見込まれている。

20

包丁

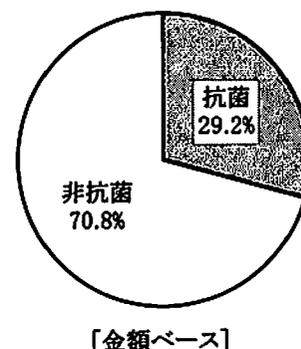
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査における包丁とは、家庭用包丁とし、業務用は対象外とする。
- ・包丁は、大きく「和包丁」と「洋包丁」に二分される。
- ・和包丁とは、「菜切り包丁」「出刃包丁」「刺身包丁」の総称であり、洋包丁は、「三徳包丁」「剣型包丁」「薄型包丁」「ペティナイフ」「パン切り包丁」「冷凍包丁」の総称である。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・全体市場における抗菌加工製品の割合は、金額ベース、数量ベースともに約30%となっている。
- ・ユーザーの衛生面に対する意識は高まっているが、近年は、「使い易さ」や「デザイン」を重視する傾向にあることから、O-157が発生した1990年代後半に比べると、抗菌加工製品に対する需要は減少している。



2. 国内市場規模推移

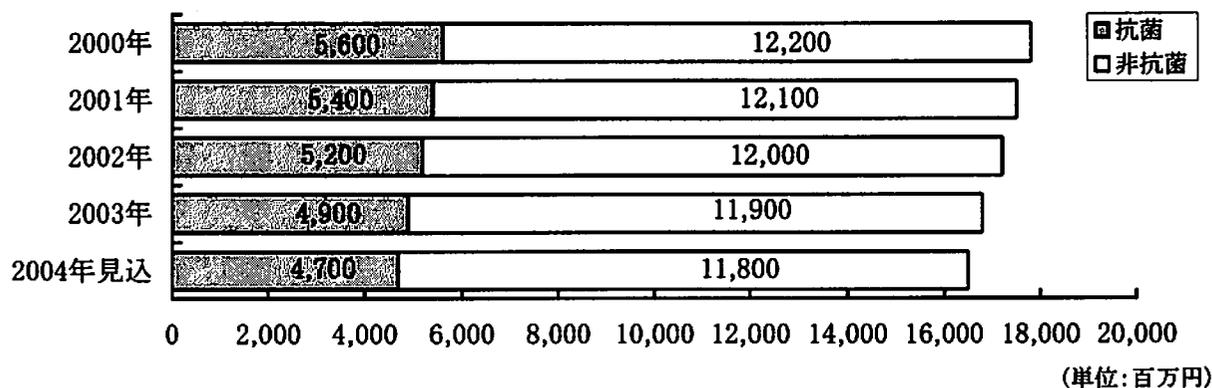
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段; 百万円、下段; %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	17,800 (100.0)	17,500 (98.3)	17,200 (96.6)	16,800 (94.4)	16,500 (92.7)
抗菌 (伸長率)	5,600 (100.0)	5,400 (96.4)	5,200 (92.9)	4,900 (87.5)	4,700 (83.9)
非抗菌 (伸長率)	12,200 (100.0)	12,100 (99.2)	12,000 (98.4)	11,900 (97.5)	11,800 (96.7)

[富士経済調べ]

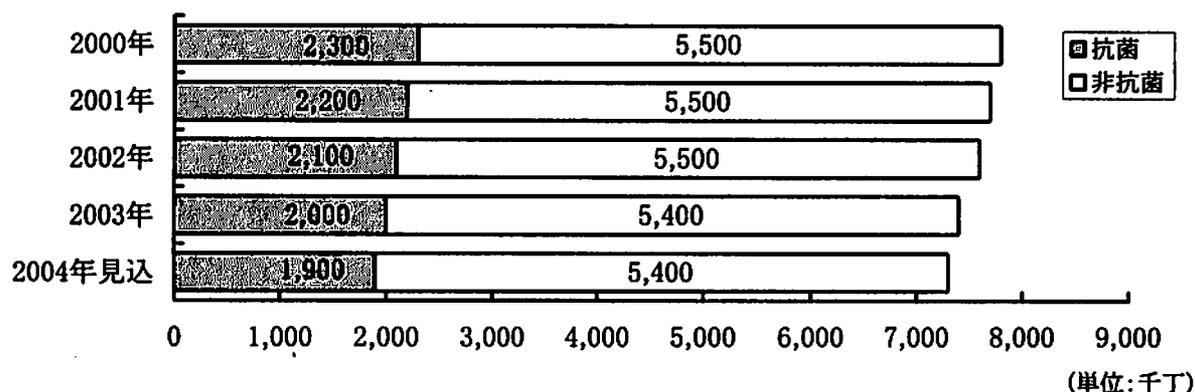


＜数量ベース＞

(単位:上段;千丁、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	7,800 (100.0)	7,700 (98.7)	7,600 (97.4)	7,400 (94.9)	7,300 (93.6)
抗菌 (伸長率)	2,300 (100.0)	2,200 (95.7)	2,100 (91.3)	2,000 (87.0)	1,900 (82.6)
非抗菌 (伸長率)	5,500 (100.0)	5,500 (100.0)	5,500 (100.0)	5,400 (98.2)	5,400 (98.2)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・全体市場は、既に成熟期となっており新規需要の開拓が困難であることに加えて、ディスカウントショップでの販売など安価な製品が増加していることから、金額ベース、数量ベースともに微減傾向にある。
- ・また、全体市場が微減傾向にある要因として、食生活や家族構成、ライフスタイルの変化といった様々な社会的背景の影響により、家庭における調理機会が減少していることから、包丁に対する需要も減少しているという見解も挙げられている。
- ・抗菌加工製品市場については、ユーザーの抗菌加工に対する関心が薄れてきていることに加えて、製品の重視ポイントとして抗菌加工の他に、「使い易さ」や「デザイン」等も着目されてきていることから、金額ベース、数量ベースともに縮小傾向で推移している。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ 柄(ハンドル)	・ 樹脂(エストラマー樹脂、ABS樹脂、ポリプロピレン樹脂等) ・ 積層強化木 ・ ステンレス
		・ 刃	・ ステンレス ・ セラミック
防汚	—	—	—
防臭	—	—	—
その他(—)	—	—	—

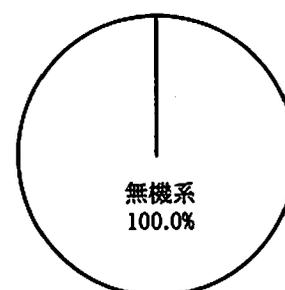
- ・ 樹脂やステンレス等の素材に抗菌剤を練り込む方法を採用している。
- ・ 積層強化木を素材とした柄については、ほとんど抗菌加工を施しているというメーカーも見られる。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	—
無機系	100.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 無機系の採用率が 100%となっており、大半が銀であるといわれている。
- ・ 無機系を採用する理由として、他の抗菌剤に比べて人体に対する影響度と安定性に優れている点が挙げられている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	・ 樹脂 ・ ステンレス ・セラミック
生産地やメーカーの特徴	・ 主な海外生産地は、中国、台湾、韓国等のアジアである。 ・ 貝印は、中国の自社工場て日本向け製品を生産している。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

①海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千丁、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	16,800	100.0	7,400	100.0	→
海外輸入品市場	6,600	39.3	3,000	40.5	→
抗 菌	740	4.4	300	4.1	→

- ・ 日本国内市場全体が微減傾向にあるため、海外輸入品及び海外の抗菌加工製品市場も微減傾向にある。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・ 無機系
抗菌JIS規格対応状況	・ 日本メーカーの海外生産分は、抗菌JIS規格に適合している。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 欧米や、中国などのアジアでは、包丁の抗菌加工製品の普及率は日本に比べて低く、抗菌加工製品に対する関心度もあまり高まっていない。
- ・ 従って、包丁の抗菌加工製品に対する需要は大きくないとされている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 包丁市場全体が低迷している。 ・ O-157が発生した当時に比べて、ユーザーの抗菌加工に対する関心や重視度が低下している。 ・ ユーザーが抗菌効果を実感しにくい。 ・ ユーザーニーズが、抗菌加工から「使い易さ」や「デザイン」に移行してきている。 ・ 抗菌加工を施すことによりコストは高くなるが、抗菌加工製品であることを訴求しても売上増には繋がらないため、主力商品として取り扱われていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 抗菌加工は、既に機能の一つとして捉えられていることから、製品差別化を図るための訴求ポイントとして重視されることはあまりないものと見込まれている。 ・ また、ユーザーの衛生面に対する意識は高まってきたが、抗菌加工に対する関心や重視度は低下してきていることから、高コストな抗菌加工製品の開発は積極的に行われたいものと考えられている。 ・ 従って、抗菌加工製品市場は、今後も微減傾向で推移していくものと推定されている。

21

風呂ブタ(防カビ加工製品)

1. 市場概況

1) 対象商品の定義(・海外輸入品の動向)

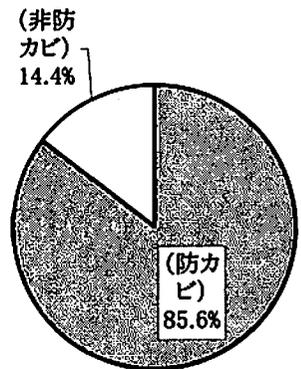
- ・家庭用の風呂ブタを対象としており、浴槽メーカーへのOEM品も含むものとする。
- ・シャッター式、組み合わせ式の2タイプがある。

2) 抗菌製品の対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・風呂ブタについては、「防カビ加工」である。
- ・防カビ剤においては、チオベンダゾールの採用率がほぼ 100%となっているものと考えられている。
- ・全体市場(数量ベース)の約 70%を占めていると考えられている「SGマーク製品」には、全て防カビ加工が施されている。

<参考>

- ・防カビ剤による防カビ加工を広義の抗菌として捉えた場合、抗菌加工製品の市場規模は、2003年時点で、金額ベースで77億5千万円、数量ベースで407万個の規模と推定されている。
- ・抗菌(防カビ)化率は、金額ベースで85.6%となっている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

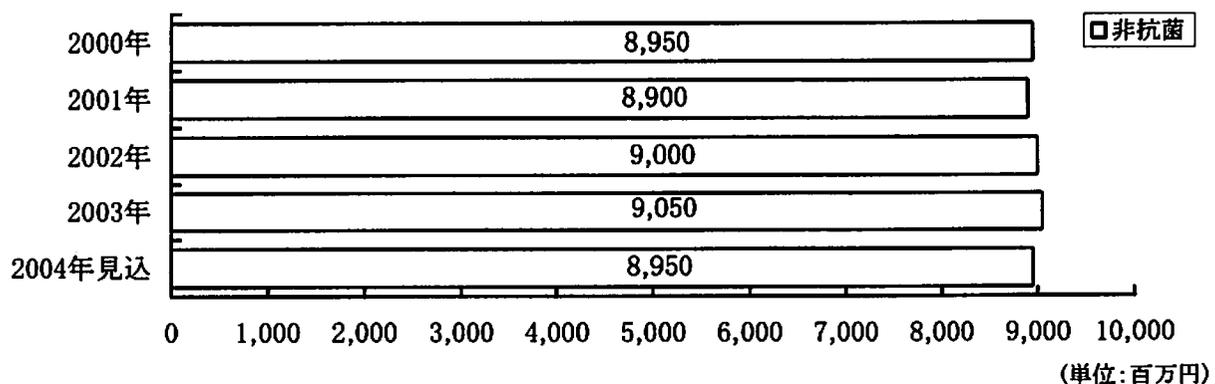
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	8,950	8,900	9,000	9,050	8,950
(伸長率)	(100.0)	(99.4)	(100.6)	(101.1)	(100.0)
抗菌	0	0	0	0	0
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
非抗菌	8,950	8,900	9,000	9,050	8,950
(伸長率)	(100.0)	(99.4)	(100.6)	(101.1)	(100.0)
<参考>防カビ	7,600	7,550	7,700	7,750	7,750
(伸長率)	(100.0)	(99.3)	(101.3)	(102.0)	(102.0)

[富士経済調べ]

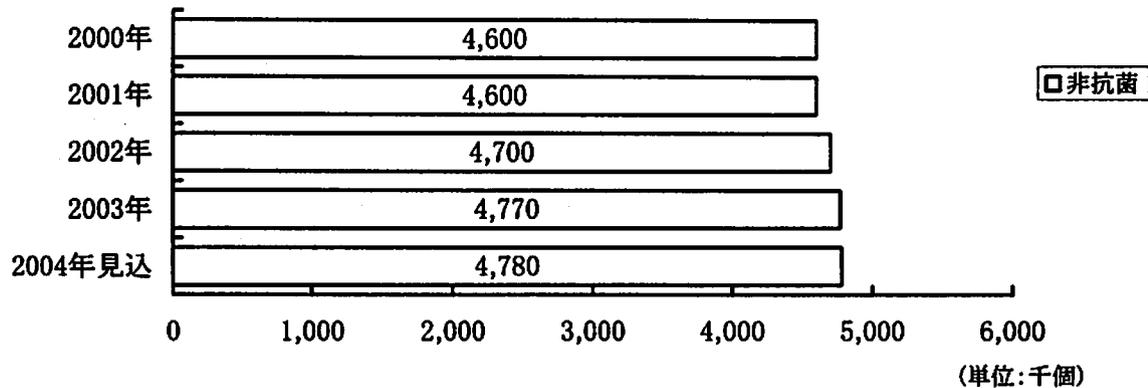


<数量ベース>

(単位:上段:千個、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	4,600 (100.0)	4,600 (100.0)	4,700 (102.2)	4,770 (103.7)	4,780 (103.9)
抗菌 (伸長率)	0 (100.0)	0 (100.0)	0 (100.0)	0 (100.0)	0 (100.0)
非抗菌 (伸長率)	4,600 (100.0)	4,600 (100.0)	4,700 (102.2)	4,770 (103.7)	4,780 (103.9)
<参考>防カビ (伸長率)	3,900 (100.0)	3,900 (100.0)	4,000 (102.6)	4,070 (104.4)	4,080 (104.6)

[富士経済調べ]



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・シャッター式風呂ブタは、結合部分が劣化し割れることが多いため、メーカーでは約2～3年間隔で買い替え需要が見込まれているが、実際は5年に1度程度となっており市場全体は伸び悩んでいる。
- ・防カビ加工製品は、市場全体(数量ベース)の約85%を占めており定着している。

<参考>

- ・また、防カビ加工製品が定着してきている中、防汚を目的とした撥水加工製品を差別化製品として品揃えしてきているメーカーも見られる。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	—	—	—
防汚	—	—	—
防臭	—	—	—
その他(防カビ)	○	・風呂ブタ全体(本体、ふち)	・ポリプロピレン ・ポリエチレン ・ABS樹脂 他

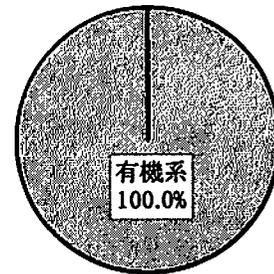
- ・当品目については、防カビ剤を使用した「防カビ加工」製品となっている。
- ・ポリプロピレン等の樹脂製品については材料に防カビ剤が練り込まれている。
- ・組み合わせ式製品については、アルミ樹脂複合板等となっており、アルミに抗菌剤を練りこんだ樹脂をコーティングするような形で加工している。

4. 使用抗菌剤の特徴(※防カビ剤)

1) 薬剤タイプ

(単位: %)

薬剤タイプ	構成比
有機系	100.0
無機系	—
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 防カビ剤においては、有機系のチオベンダゾールが100%を占めているとされている。
- ・ チオベンダゾールは、安全設計上のデータも豊富な上、少量で大きな効果が得られるというコストパフォーマンスが採用するにあたっての大きなポイントとなっている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材質	・ ポリプロピレン
生産地やメーカーの特徴	・ 日本メーカーが海外に自社工場を設置し、生産している。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位: 百万円、%、千個、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	9,050	100.0	4,770	100.0	→
海外輸入品市場	3,500	38.7	2,600	54.5	→
抗菌	0	0.0	0	0.0	→

- ・ 風呂ブタは日本固有の風呂文化に対応したアイテムであるため、海外メーカー品は見られない。
- ・ 日本メーカーが生産拠点を海外に置いていることが多く、約55%(数量ベース)が海外輸入品である。
- ・ また風呂ブタには、抗菌加工製品は存在しない。

② 使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況(※防カビ剤)

使用薬剤の特徴	・ 日本製と同様である。 ・ 有機系合成防カビ剤が中心となっている。
抗菌JIS規格対応状況	・ 防カビ剤のため該当しない。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 風呂ブタは日本固有の風呂文化に対応したアイテムであるため、海外では見られないといわれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 製品が丈夫になり、軽量化もすすみ、防カビ等の機能により汚れ落ちも良くなってきているため、買い替え需要の減少傾向が見られており、売れ筋商品の単価を高く設定していくことで利益を確保していく必要性が高まっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 形状等のデザイン性で差別化を計りにくい製品であるため、「撥水加工」のような新たな機能が求められている。 ・ 安価な無機系抗菌剤の開発等があれば、今後安全性を訴求した抗菌加工製品が品揃えされてくるのではないかと考えられている。

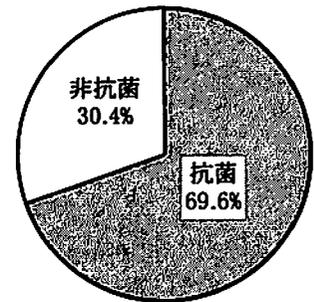
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査における湯上りバスマットとは、浴室から出た際に体に付着している水を拭き取るために使用するマットとする。
- ・主な素材は、吸水性に優れているアクリルである。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・全体市場において抗菌加工製品が占める割合は、金額ベース、数量ベースともに約70%となっている。
- ・湯上りバスマットは、水分を吸収する製品であることから雑菌が繁殖しやすい環境にあるため、抗菌化率が高くなっており、抗菌加工の基本機能としての位置付けが確立されつつある。



【金額ベース】

2. 国内市場規模推移

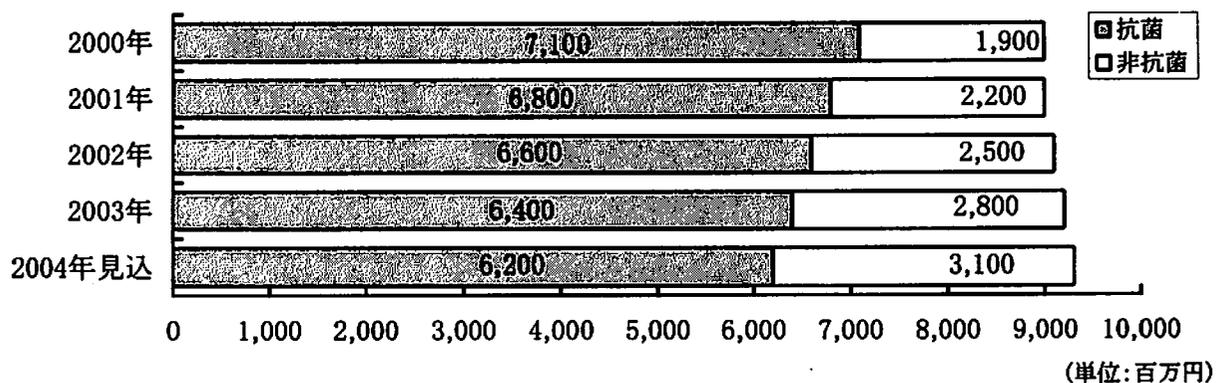
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	9,000	9,000	9,100	9,200	9,300
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(101.1)	(102.2)	(103.3)
抗菌	7,100	6,800	6,600	6,400	6,200
(伸長率)	(100.0)	(95.8)	(93.0)	(90.1)	(87.3)
非抗菌	1,900	2,200	2,500	2,800	3,100
(伸長率)	(100.0)	(115.8)	(131.6)	(147.4)	(163.2)

【富士経済調べ】



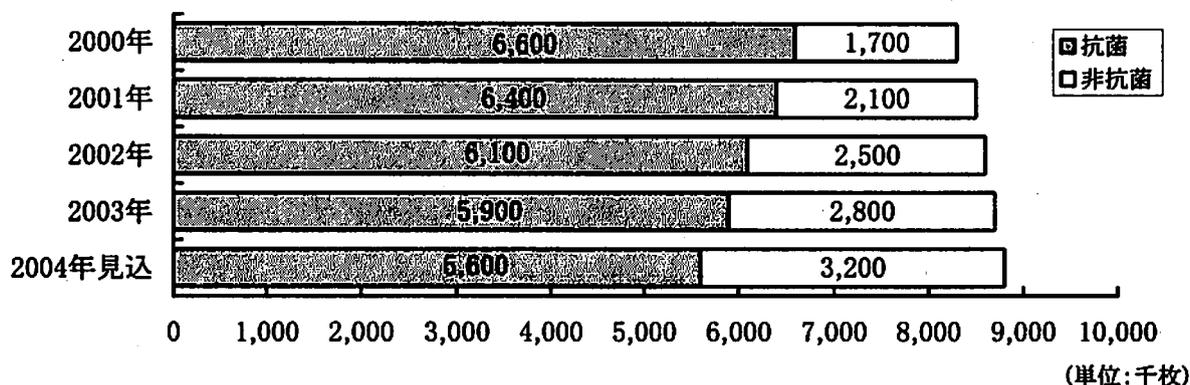
(単位: 百万円)

＜数量ベース＞

(単位: 上段:千枚、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	8,300 (100.0)	8,500 (102.4)	8,600 (103.6)	8,700 (104.8)	8,800 (106.0)
抗菌 (伸長率)	6,600 (100.0)	6,400 (97.0)	6,100 (92.4)	5,900 (89.4)	5,600 (84.8)
非抗菌 (伸長率)	1,700 (100.0)	2,100 (123.5)	2,500 (147.1)	2,800 (164.7)	3,200 (188.2)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ 安価な海外輸出品が増加してきたことにより、買い替え頻度が高まってきていることから、全体市場は、金額ベース、数量ベースともに拡大傾向にある。
- ・ しかし、抗菌加工製品市場については、1990年代後半から起きた「抗菌ブーム」と比較すると、ユーザーの抗菌に対する関心が薄れていることに加えて、非抗菌の低価格製品が増加傾向にあることが影響し、市場規模は縮小傾向にある。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ パイル	・ アクリル ・ポリエステル ・ 綿
防汚	—	—	—
防臭	○	・ パイル	・ アクリル系 ・ポリエステル ・ 綿
その他(—)	—	—	—

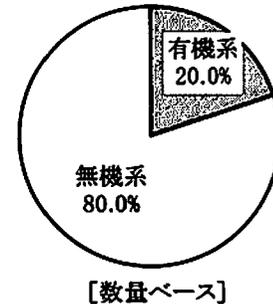
- ・ 抗菌加工方法は、アクリル等の繊維に抗菌剤を練り込む加工方法が主流となっている。
- ・ 繊維上に発生する白癬菌や緑濃菌などの増殖を抑制するとともに、防臭機能も兼ね備えている製品が多く見られる。
- ・ 主に使用されている素材は、吸収性や耐久性に優れているアクリルである。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位: %)

薬剤タイプ	構成比
有機系	20.0
無機系	80.0
その他(—)	—



2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 無機系の採用率が80%、有機系が20%となっている。
- ・ 無機系を採用する理由として、表面分布させれば少量で広範囲に効果が現れるという特性を有していることや、人体に与える影響度が低いことなどが挙げられている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	<ul style="list-style-type: none"> ・ アクリル ・ ポリエステル ・ 綿 等
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主な生産地は、中国である。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位: 百万円、%、千枚、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	9,200	100.0	8,700	100.0	→
海外輸入品市場	6,500	70.7	6,100	70.1	→
抗 菌	3,300	35.9	3,100	35.6	→

- ・ 生産コストが低い中国などのアジアでの生産が増加傾向にある。
- ・ 日本国内市場全体における抗菌加工製品の占める割合は、金額ベース、数量ベースともに約40%となっている。

② 使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 無機系(銀) ・ 有機系(第四級アンモニウム塩)
抗菌JIS規格対応状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本メーカーの海外生産分は、抗菌JIS規格に対応している。 ・ 海外メーカー品の一部には、厳密な抗菌作用は疑問視される製品があるとされている。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・近年の中国において湯上りバスマットの抗菌加工製品に対する需要動向には特に変化は見られず、横這いで推移しているといわれている。
- ・しかし、SARSの発生を機に、衛生面に対する関心が高まっていることや、抗菌加工製品をはじめとする高付加価値が備わった商品が高級所得者のステイタスとなりつつあることから、抗菌加工製品市場は今後拡大していくのではないかと見込まれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 抗菌JIS規格に適合していない製品の流入。 ・ ユーザーの抗菌加工に対する重視度の低下。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 湯上りバスマット市場において抗菌加工は、基本機能の一つとして捉えられているが、抗菌ニーズの低下や、低価格製品の増加により、抗菌加工製品市場は、数量ベース、金額ベースともに微減傾向で推移していくものと見込まれている。

23

風呂こしかけ

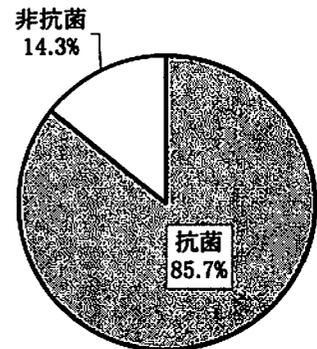
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査における風呂こしかけとは、浴室内で使用する樹脂製や木製の椅子とする。
- ・但し、背もたれや、肘掛のついた椅子タイプの製品については、対象外とする。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・抗菌以外の機能として、雑菌やカビの繁殖を抑制することにより、黒ずみやぬめりを防止する機能が付与されている。
- ・全体市場における抗菌加工製品の占める割合は、約86%となっている。
- ・風呂こしかけ市場において抗菌加工は、標準機能としての位置付けが確立されつつある。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

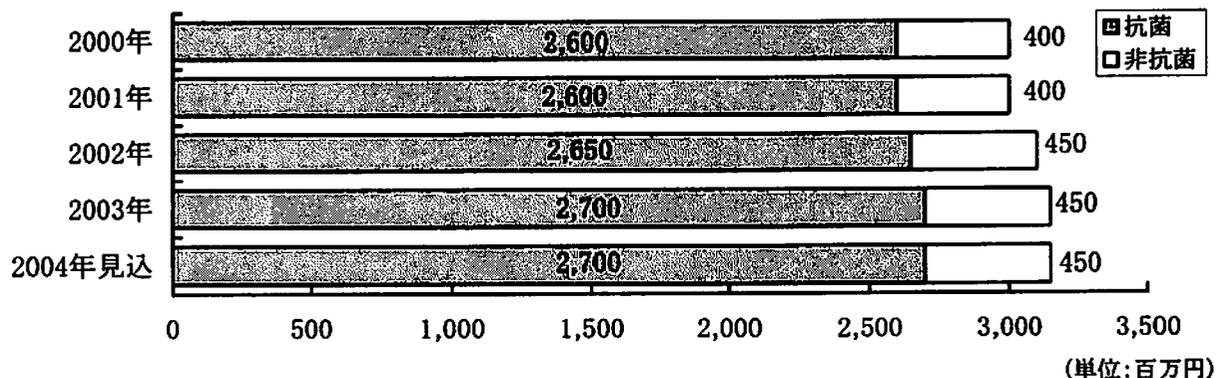
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	3,000	3,000	3,100	3,150	3,150
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(103.3)	(105.0)	(105.0)
抗菌	2,600	2,600	2,650	2,700	2,700
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(101.9)	(103.8)	(103.8)
非抗菌	400	400	450	450	450
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(112.5)	(112.5)	(112.5)

[富士経済調べ]

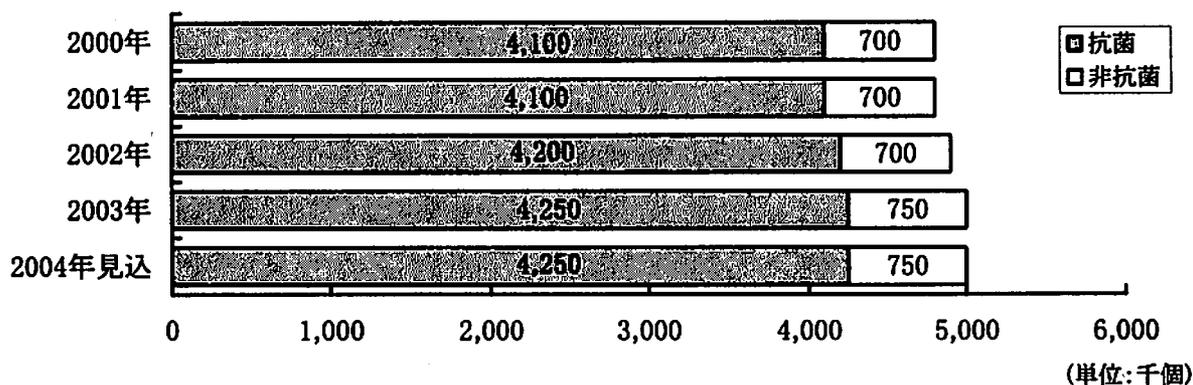


<数量ベース>

(単位:上段:千個、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	4,800 (100.0)	4,800 (100.0)	4,900 (102.1)	5,000 (104.2)	5,000 (104.2)
抗菌 (伸長率)	4,100 (100.0)	4,100 (100.0)	4,200 (102.4)	4,250 (103.7)	4,250 (103.7)
非抗菌 (伸長率)	700 (100.0)	700 (100.0)	700 (100.0)	750 (107.1)	750 (107.1)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ 全体市場は、ある程度一般家庭に普及している製品であるため、新規需要よりも買い替え需要が中心となっていることから、金額ベース、数量ベースともに近年は横這いで推移している。
- ・ 抗菌加工製品市場については、全体市場における抗菌加工製品の占める割合が約90%となっていることから、金額ベース、数量ベースともに全体市場と同様の傾向を見せており、ほぼ横這い傾向で推移している。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ 滑り止めゴム以外	・ 樹脂(ポリプロピレン等)
防汚	—	—	—
防臭	—	—	—
その他(—)	—	—	—

- ・ 風呂こしかけの主な材質は、ポリプロピレン樹脂である。
- ・ 樹脂に抗菌剤を練り込む方法で、抗菌加工が施されている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	—
無機系	100.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 無機系抗菌剤の採用率が100%となっており、大半が銀であると推測されている。
- ・ 無機系抗菌剤を採用している理由として、人体への影響度の低さが挙げられている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	・ 樹脂(ポリプロピレン等)
生産地やメーカーの特徴	・ 中国で生産しているメーカーもあるが、日本国内のみの生産で需要に対応しているメーカーも見られる。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

①海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千個、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	3,150	100.0	5,000	100.0	→
海外輸入品市場	2,650	84.1	4,200	84.0	→
抗 菌	2,350	74.6	3,750	75.0	→

- ・ 日本国内市場全体における海外輸入品の占める割合は、数量ベース、金額ベースともに約84%となっている。
- ・ また、日本国内市場全体における海外輸入品の抗菌加工製品の占める割合は、金額ベース、数量ベースともに約75%となっている。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・ 無機系(銀)
抗菌JIS規格対応状況	・ 海外メーカー品の一部には、抗菌JIS規格に適合していない製品も見られる。

3)海外における抗菌加工製品の動き

- ・風呂こしかけの家庭への普及率は日本程高くないが、中国などの海外においても取り扱われている。
- ・但し、海外において流通している製品が抗菌加工製品であるかは不明とされている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
・ 買い替え需要が低迷している。	・ 今後も抗菌加工は施されていくものと見込まれており、抗菌加工の標準機能としての位置付けは変わらないものと考えられている。

24

風呂用マット/スノコ(防カビ加工製品)

1. 市場概況

1) 対象商品の定義

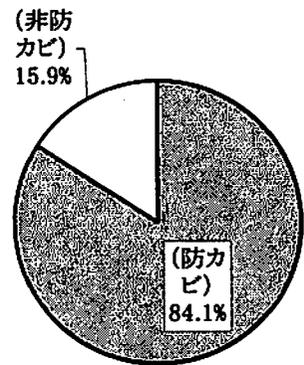
- ・ 浴室内に敷くことを目的としたマット類、スノコ類を対象とする。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・ 風呂用マット/スノコにおいて採用されている薬剤のほとんどが、チオペンダゾールであるといわれている。
- ・ 当該製品は、浴室で使用するため、防カビ機能が重要となっており、低価格製品を除くほとんどの製品に防カビ加工が施されている。

<参考>

- ・ 防カビ剤による防カビ加工を広義の抗菌として捉えた場合、国内全体市場における抗菌化率は、金額ベースで84.1%となっている。
- ・ 2003年の抗菌加工製品の市場規模は、金額ベースで34億5千万円、数量ベースで500万枚と推定されている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

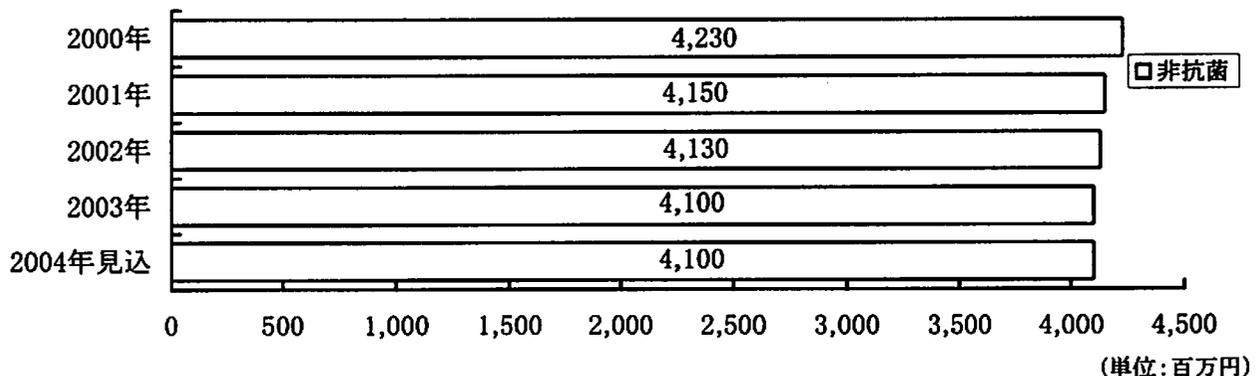
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	4,230	4,150	4,130	4,100	4,100
(伸長率)	(100.0)	(98.1)	(97.6)	(96.9)	(96.9)
抗菌	0	0	0	0	0
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
非抗菌	4,230	4,150	4,130	4,100	4,100
(伸長率)	(100.0)	(98.1)	(97.6)	(96.9)	(96.9)
<参考>防カビ	3,600	3,550	3,500	3,450	3,450
(伸長率)	(100.0)	(98.6)	(97.2)	(95.8)	(95.8)

[富士経済調べ]

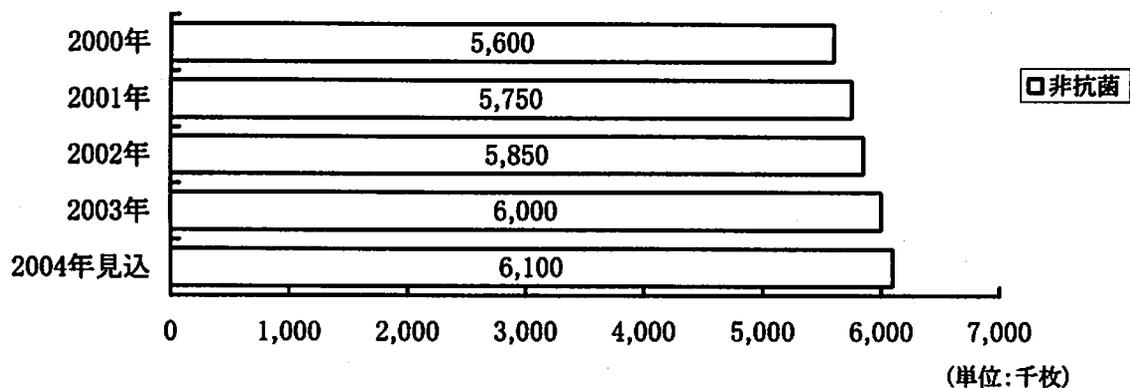


<数量ベース>

(単位:上段:千枚、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	5,600 (100.0)	5,750 (102.7)	5,850 (104.5)	6,000 (107.1)	6,100 (108.9)
抗菌 (伸長率)	0 (100.0)	0 (100.0)	0 (100.0)	0 (100.0)	0 (100.0)
非抗菌 (伸長率)	5,600 (100.0)	5,750 (102.7)	5,850 (104.5)	6,000 (107.1)	6,100 (108.9)
<参考>防カビ (伸長率)	4,750 (100.0)	4,850 (102.1)	4,900 (103.2)	5,000 (105.3)	5,050 (106.3)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ 全体市場は、低価格化が著しい発砲ポリエチレン製マットと、防カビ加工等の機能性が高くなっているEVAの高級風呂マットに二極化する傾向が強まっている。
- ・ 価格の低下が著しい発砲ポリエチレンマットにおいても防カビ加工を施している製品も見られるが、主要となっている製品は、消耗品感覚で手軽に購入できる非抗菌の低価格製品である。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	—	—	—
防汚	—	—	—
防臭	—	—	—
その他(防カビ)	○	・ スノコマット全体	・ EVA樹脂 ・ 発砲ポリエチレン

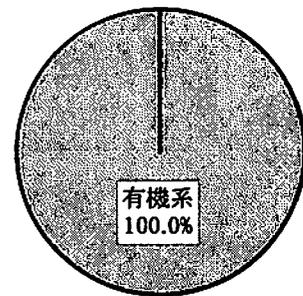
- ・ 防カビ剤の採用がほとんどである。
- ・ 素材に練り込んで加工するために製品全体への加工となる。

4. 使用抗菌剤の特徴(※防カビ剤)

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系(合成系)	100.0
無機系	—
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・風呂用スノコ/マットでは、抗菌加工ではなく、防カビ加工となっている。
- ・極少量で抗菌効果を示す有機系抗菌剤(防カビ剤)チオペンダゾールは、低コストであることから採用されているケースが多いといわれている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	<ul style="list-style-type: none"> ・日本製と同様である。 ・発砲ポリウレタン ・EVA 等
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・海南系メーカーをはじめとする参入メーカーは、中国を中心としたアジアに自社工場を開設しており、技術を投入して生産している。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

①海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千枚、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	4,100	100.0	6,000	100.0	→
海外輸入品市場	700	17.1	1,200	20.0	→
抗 菌	0	0.0	0	0.0	→

- ・海外輸入品市場は、日本メーカーの海外生産分のみとなっている。
- ・2003年現在、海外輸入品の市場全体に占める割合は、数量ベースで20%となっており、抗菌加工製品は見られない。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・抗菌加工製品なく、該当しない。
抗菌JIS規格対応状況	・抗菌加工製品なく、該当しない。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 風呂用マット/スノコは、日本独自の製品であるため海外での需要はほとんどないといわれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ EVAマット等の比較的高額な製品で利益を確保する。 ・ 買い替え購入時に消費者が重視するポイントである安全性や、軽量化をアピールするパッケージングの工夫などが重要となる。 ・ バスシステム化が進み、床が樹脂製であるため、マットを必要としない消費者が増加するものと考えられている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 風呂マットや、スノコに対する需要は減少していくものと考えられている。 ・ 現状でも見られるような屋外用マット等の別用途で使用されるケースが増加していくものと考えられており、防カビ加工や抗菌加工が施される可能性は低くなると見られている。

25

ボディスポンジ

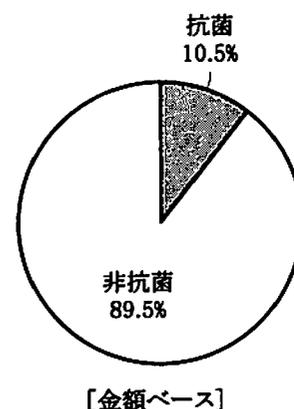
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・浴室で入浴の際に肌を洗うために使用するスポンジを対象とする。
- ・素材はポリウレタンフォーム(スポンジ)を中心に、綿、ポリエステル、ナイロン等の素材でスポンジを包む形の製品が増加している。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・ボディスポンジは、直接肌を洗うためのものであるため、「ケミカルなものが配合されている製品を選びたくない」といったユーザーの心理が強い製品である。
- ・そのため、全体市場(金額ベース)における抗菌化率は10.5%と低く、上位4社の中でも抗菌加工製品を取り扱っているのは、1社のみとなっている。
- ・ユーザーの抗菌加工製品へのニーズも市場の動向と同様に約10%とされており、他社の参入も見られない。
- ・キトサンやアロエ等、抗菌目的ではなく「肌にやさしい」や「潤い成分」等の他の目的として採用されている製品が多く見られる。



2. 国内市場規模推移

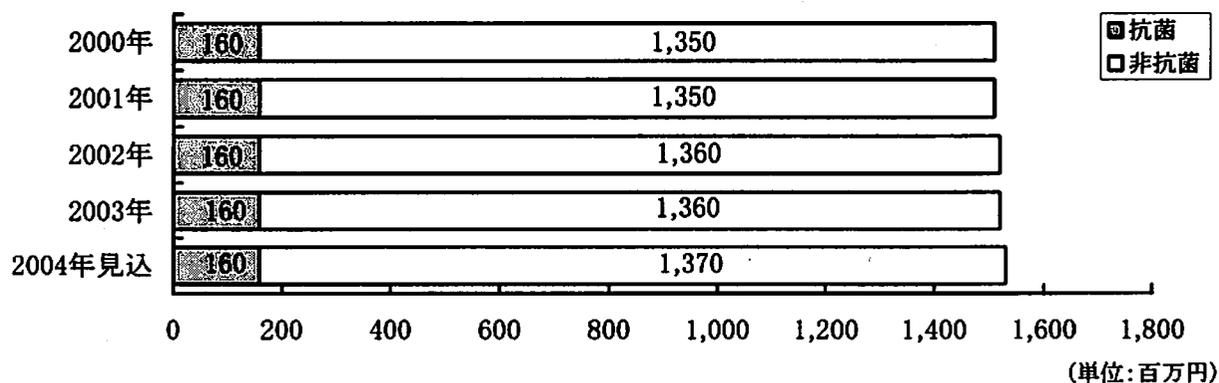
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	1,510 (100.0)	1,510 (100.0)	1,520 (100.7)	1,520 (100.7)	1,530 (101.3)
抗菌 (伸長率)	160 (100.0)	160 (100.0)	160 (100.0)	160 (100.0)	160 (100.0)
非抗菌 (伸長率)	1,350 (100.0)	1,350 (100.0)	1,360 (100.7)	1,360 (100.7)	1,370 (101.5)

[富士経済調べ]

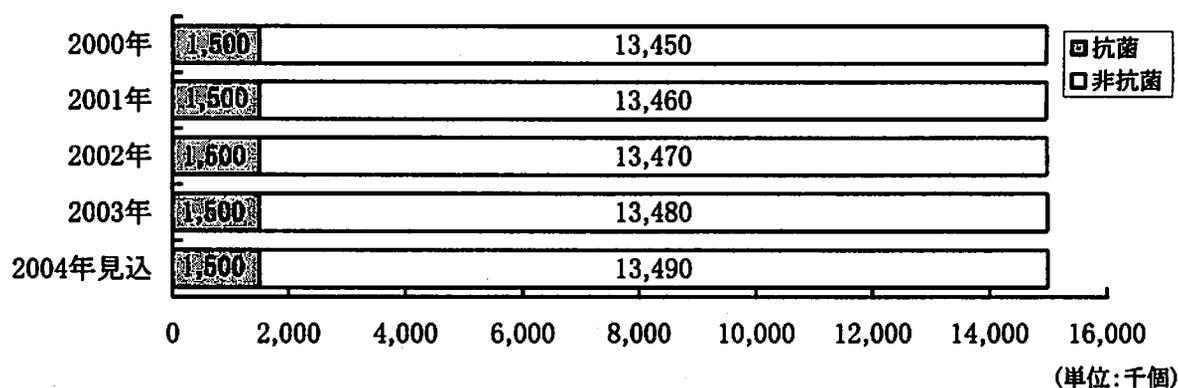


＜数量ベース＞

(単位:上段:千個、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	14,950 (100.0)	14,960 (100.1)	14,970 (100.1)	14,980 (100.2)	14,990 (100.3)
抗菌 (伸長率)	1,500 (100.0)	1,500 (100.0)	1,500 (100.0)	1,500 (100.0)	1,500 (100.0)
非抗菌 (伸長率)	13,450 (100.0)	13,460 (100.1)	13,470 (100.1)	13,480 (100.2)	13,490 (100.3)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ ボディスポンジは、ボディタオルほど普及しておらず、市場の動きは活発ではない。
- ・ 全体市場は、店頭価格が比較的安定していることから、暫らくは安定した推移となるものと見込まれている。
- ・ 抗菌加工製品市場は、全体市場の数量ベース、金額ベースともに約 10%の規模ではあるが、近年は安定した需要をみせている。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的	抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○ ・ 製品全体 (スポンジ、袋素材)	・ ポリウレタンフォーム ・ ナイロン ・ 綿 ・ ポリエステル 等
防汚	—	—
防臭	○ ・ 製品全体 (スポンジ、袋素材)	・ ポリウレタンフォーム ・ ナイロン ・ 綿 ・ ポリエステル 等
その他(—)	—	—

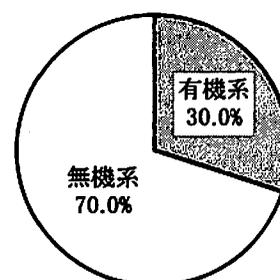
- ・ 生産時に素材自体に抗菌剤を練りこんで製造する為、スポンジ全体が抗菌加工されている。
- ・ スポンジをナイロンや綿等の袋で包んだタイプの製品では、外側の袋素材にも抗菌加工が施されている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系(天然系)	30.0
無機系(銀系)	70.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 抗菌作用が穏やかな無機系(銀系)と天然系抗菌剤が使われている。
- ・ 天然系(ヒノキチオール等)を採用している製品は、環境性や、肌にやさしい植物性を訴求している。
- ・ 無機系(銀系)を採用している製品においては、人体に与える影響度が低い点が訴求されている。
- ・ 有機系と無機系のいずれを採用した場合も、「SEKマーク」を取得した抗菌剤が採用されている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本製と同様である。 ・ ポリウレタンフォーム ・ナイロン ・ポリエステル ・ナイロン ・綿 等
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本メーカーの自社工場や協力工場は、中国や韓国などに設置されている。また、生産地は賃金の安い奥地へと広がりつつある。 ・ 近年安価な製品を求めた業者が、主に中国等の海外メーカー品をそのまま輸入しているケースも見られる。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

①海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千個、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	1,520	100.0	14,980	100.0	→
海外輸入品市場	120	7.9	1,200	8.0	→
抗 菌	0	0.0	0	0.0	→

- ・ 日本メーカーでは、海南系メーカーを中心に海外の自社工場で製造していることから、海外輸入品の割合は金額ベース、数量ベースともに約8%である。
- ・ しかし、海外輸入品に抗菌加工製品は見られない。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・ 抗菌加工製品なく、該当しない。
抗菌JIS規格対応状況	・ 抗菌加工製品なく、該当しない。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 海外メーカーのボディスポンジに抗菌加工製品は見られない。
- ・ 一般的に海外において抗菌剤自体が高価であることが、抗菌化が進まない要因の一つとなっているのではないかと見られている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 家族の個別化が進み、「お風呂で体を洗うもの」が各家族1つではなくなってきた等、買い替えや、買い足し需要が増加する要因があるにもかかわらず、その需要はボディタオルに流れている。 ・ ボディスポンジ市場は大きく変動しない市場であるため、品揃えがパターン化していることから、新しい訴求ポイントを有した製品企画が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ボディスポンジユーザーの抗菌加工に対するニーズは高くなく、今後も抗菌加工製品市場は現状と同様の傾向で推移していくものと見られている。

26

トイレブラシ

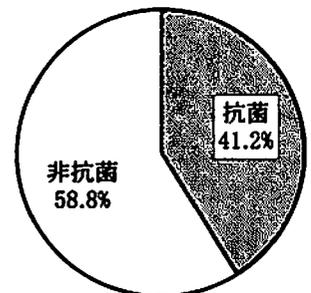
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査では、ケース付きを含むトイレ洗浄用ブラシを対象とする。
- ・近年好評な売れ行きとなっているコーナーポットや、洗剤、小物入れと組み合わせたオールインワンタイプの製品も調査対象とする。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・トイレ用コーナーポットと同様、1990年代後半の抗菌ブーム時には抗菌化率は90%(金額ベース)を超えたが、現在は約40%となっている。
- ・トイレ用製品は「臭い」や「汚い」といったイメージがあることから、少しでも清潔性を保持したいため、1製品を長く使用するよりも、ディスカウントショップ等で販売されている低価格製品で買い替え頻度を高めるといった使用スタイルに変化してきている。
- ・このように低価格製品が急速に増加してきたことから、抗菌加工製品についても価格を下げざるを得ない状況になってきており、市場的には数量並に金額ベースは伸びないと見られている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

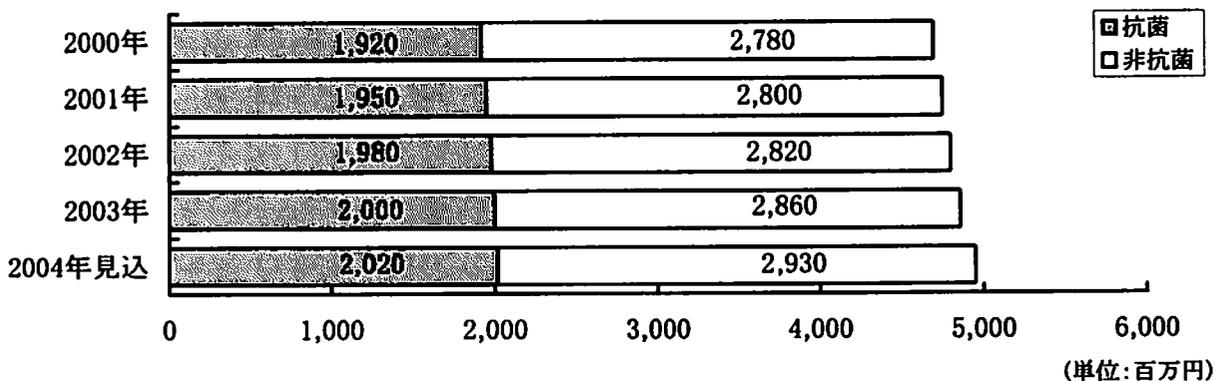
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	4,700 (100.0)	4,750 (101.1)	4,800 (102.1)	4,860 (103.4)	4,950 (105.3)
抗菌 (伸長率)	1,920 (100.0)	1,950 (101.6)	1,980 (103.1)	2,000 (104.2)	2,020 (105.2)
非抗菌 (伸長率)	2,780 (100.0)	2,800 (100.7)	2,820 (101.4)	2,860 (102.9)	2,930 (105.4)

[富士経済調べ]

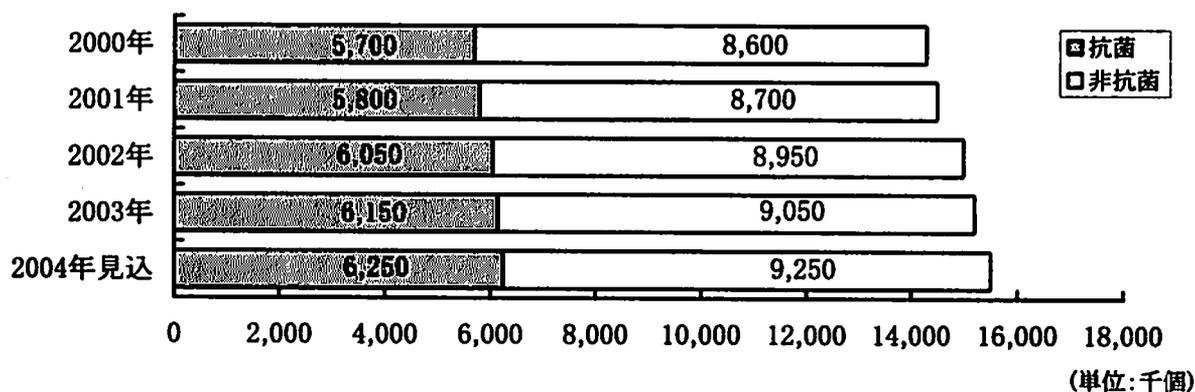


＜数量ベース＞

(単位:上段;千個、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	14,300 (100.0)	14,500 (101.4)	15,000 (104.9)	15,200 (106.3)	15,500 (108.4)
抗菌 (伸長率)	5,700 (100.0)	5,800 (101.8)	6,050 (106.1)	6,150 (107.9)	6,250 (109.6)
非抗菌 (伸長率)	8,600 (100.0)	8,700 (101.2)	8,950 (104.1)	9,050 (105.2)	9,250 (107.6)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ 上位メーカーが、トイレポットや小物入れ等と一体化させた多機能のシステムタイプの高価格製品を品揃えしており、順調な売れ行きを見せているため、全体市場(金額ベース)は増加傾向となっている。
- ・ しかし、トイレブラシを消耗品として考えるユーザーは、低価格製品を選択している傾向が強まっているといわれており、高級志向と低価格志向の二極化が進行しているといえる。
- ・ 抗菌加工製品市場については、微増で推移している。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ 製品全体(ブラシ部、柄、植毛台、ケース)	・ 柄、植毛台:ポリプロピレン等 ・ ブラシ部:ナイロン、ナイロン不織布、ポリプロピレン、ポリエステル、コイアファイバー等 ・ ケース:ABS樹脂、ポリプロピレン等
防汚	—	—	—
防臭	○	・ 製品全体(ブラシ部、柄、植毛台、ケース)	・ 柄、植毛台:ポリプロピレン等 ・ ブラシ部:ナイロン、ナイロン不織布、ポリプロピレン、ポリエステル、コイアファイバー等 ・ ケース:ABS樹脂、ポリプロピレン等
その他(一)	—	—	—

- ・ プラスチック成型品は、素材に抗菌剤を練りこんで抗菌加工を行うケースが一般的であるため、抗菌加工の部位は全体となっている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	—
無機系	100.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 無機系抗菌剤は、抗菌効果の持続性に優れていることが採用の要因となっている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本製と同様である。 ・ 柄・植毛台:ポリプロピレン 等 ・ ブラシ部:ナイロン、ナイロン不織布、ポリプロピレン、ポリエステル 等 ・ ケース:ABS樹脂、ポリプロピレン 等
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本メーカーは、中国をはじめとしたアジアの自社工場や協力工場で生産している。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千個、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	4,860	100.0	15,200	100.0	→
海外輸入品市場	1,100	22.6	7,500	49.3	→
抗 菌	※	※	※	※	→

※…謹少

- ・ 日本国内市場全体(数量ベース)の約50%が海外輸入品と見られている。
- ・ 海南系メーカーのみならずプラスチック製品メーカーは、中国をはじめとしたアジアに設立した自社工場や協力工場での生産が多い。
- ・ 海外工場で生産されている抗菌加工製品は数%程度であり、日本で生産しているケースが多くなっている。
- ・ 低価格製品を求めて海外工場への委託生産や買い付けを行っている日本メーカーも一部見られるが、数量ベース、金額ベースともに僅少となっている。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・日本メーカーの海外生産分は、日本製と同様である。 ・無機系(銀系)
抗菌JIS規格対応状況	<ul style="list-style-type: none"> ・日本メーカーの海外生産分は、抗菌JIS規格に適合している。

3)海外における抗菌加工製品の動き

- ・現状では抗菌加工製品は多く見られないものの、今後は増加していくものと見込まれている。
- ・これは、近年のSARS等の影響から、衛生面に対する関心の高まりに起因するものと見られている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・トイレそのものの抗菌化に伴い汚れにくくなってきていることに加えて、ブラシの耐久性や品質向上により買い替え需要が減少傾向にある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現状と同様に、高機能のシステムタイプや抗菌防臭タイプといった比較的高価格な製品と、買い替え需要を中心とするディスカウントショップ等で販売されている低価格製品との二極化が更に進行するものと見込まれている。

27

トイレ用コーナーポット

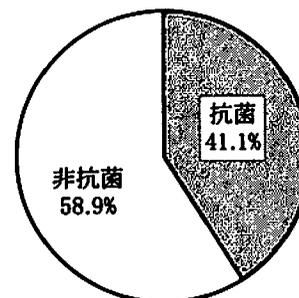
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・プラスチック製のトイレ用のコーナーポットを対象とする。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・トイレブラシと同様、1990年代後半の抗菌ブーム時には抗菌化率は90%(金額ベース)を超えていたが、現在は約40%となっている。
- ・その要因の一つには、ディスカウントショップ等で販売されている低価格製品が急速に増加してきたことが挙げられている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

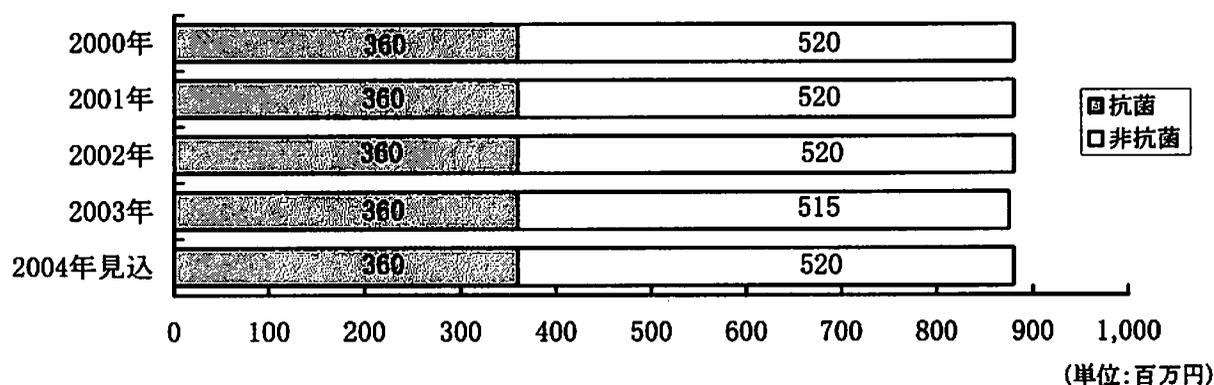
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	880	880	880	875	880
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(99.4)	(100.0)
抗菌	360	360	360	360	360
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
非抗菌	520	520	520	515	520
(伸長率)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(99.0)	(100.0)

[富士経済調べ]



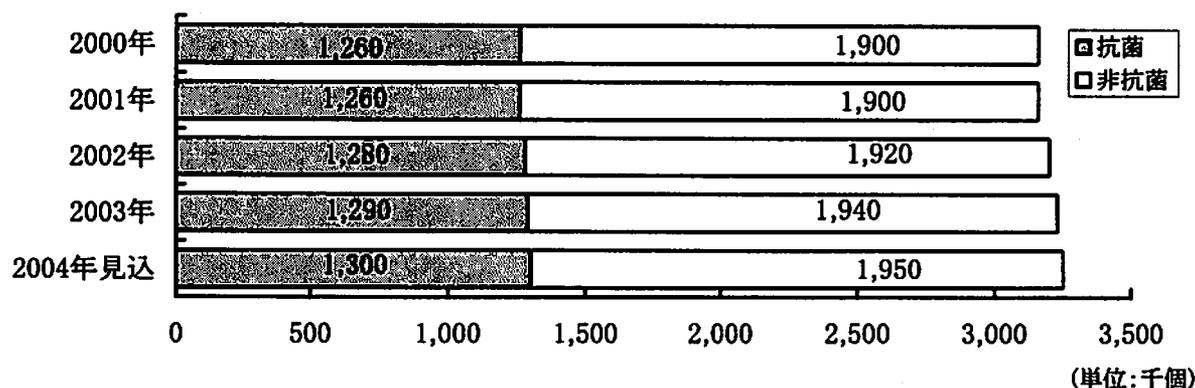
(単位: 百万円)

<数量ベース>

(単位:上段:千個、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	3,160 (100.0)	3,160 (100.0)	3,200 (101.3)	3,230 (102.2)	3,250 (102.8)
抗菌 (伸長率)	1,260 (100.0)	1,260 (100.0)	1,280 (101.6)	1,290 (102.4)	1,300 (103.2)
非抗菌 (伸長率)	1,900 (100.0)	1,900 (100.0)	1,920 (101.1)	1,940 (102.1)	1,950 (102.6)

〔富士経済調べ〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ 新築集合住宅の増加に伴い全体市場は安定してきたが、買い替え需要が期待できる製品ではないため、今後は厳しい状況が続くと見られている。
- ・ また、全体市場は成熟市場であるため、価格帯も安定した推移となっている。
- ・ 抗菌加工製品市場についても、全体市場と同様に横這いで推移している。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ 製品全体	・ ポリプロピレン ・ ABS樹脂
防汚	—	—	—
防臭	○	・ 製品全体	・ ポリプロピレン ・ ABS樹脂
その他(防カビ)	○	・ 製品全体	・ ポリプロピレン ・ ABS樹脂

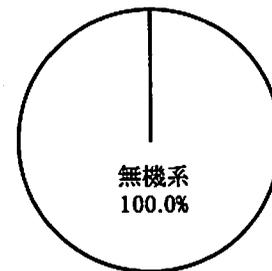
- ・ 抗菌・防カビ加工製品は多く見られるが、一部防臭加工も施している製品も見られる。
- ・ プラスチック成型品は、素材に抗菌剤を練りこんで抗菌加工を行うケースが一般的であるため、抗菌加工の部位は製品全体となっている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	—
無機系	100.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 抗菌効果の持続性に優れていることから、無機系抗菌剤の採用率が100%となっている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本製と同様である。 ・ ポリプロピレン ・ABS樹脂
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本メーカーは、中国をはじめとするアジアに設立している自社工場や協力工場で生産している。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

①海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千個、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	875	100.0	3,230	100.0	→
海外輸入品市場	300	34.3	1,500	46.4	→
抗 菌	※	※	※	※	→

※…僅少

- ・ 日本国内全体市場(数量ベース)の約46%が海外輸入品と考えられている。
- ・ 海南系メーカーのみならずプラスチック製品メーカーは、中国をはじめとしたアジアに設置している自社工場や協力工場で生産しているケースが多い。
- ・ 抗菌加工製品のうち海外工場で生産されている製品は数%程度であり、日本で生産するケースが増加傾向にある。
- ・ 低価格製品を求めて海外工場への委託生産や、海外メーカー品の買い付けを行っている日本メーカーも一部見られるが、日本での流通量は僅少といわれている。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本メーカーの海外生産分は、日本製と同様である。 ・ 無機系(銀系)
抗菌JIS規格対応状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本メーカーの海外生産分は、抗菌JIS規格に適合している。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 近年発生したSARS等の影響から、衛生面に対する関心は高まっているといわれている。
- ・ また、現状では抗菌加工製品は多く見られないものの、今後徐々に増加していくものと推定されている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ トイレブラシと色やデザインを統一して購入するという消費者の購入スタイルに合わせた製品展開をメーカー側は行ってきたが、トイレブラシほどの買い替え需要がない製品であるため、新しいコンセプトの製品が開発されにくい傾向にある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 近年、トイレブラシ等と組み合わせたオールインワンタイプの製品が好評な売れ行きとなっている。 ・ 抗菌加工製品などの高付加価値製品についても、トイレブラシに牽引される形で上市されてきたが、今後もベーシックな低価格製品を基調に展開していくと見られている。

28

靴下

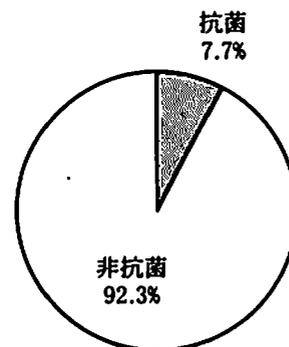
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査における靴下は、ソックス及び、パンティストッキング、タイツを対象とする。
- ・靴下は、綿、ナイロン、ポリウレタン、ウールなどを主な素材としている。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・抗菌加工製品は、革靴を履く機会が多い男性サラリーマンの足のムレによる臭いを防止することを目的として製品化され始めた。
- ・現在では、女性のパンティストッキングなどにも抗菌加工が施されているが、国内全体市場における抗菌加工製品の割合は、金額ベース、数量ベースともに7~8%にとどまっている。
- ・但し、男性用靴下のみについてみると、抗菌加工製品が占める割合は、約20%に達しているといわれている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

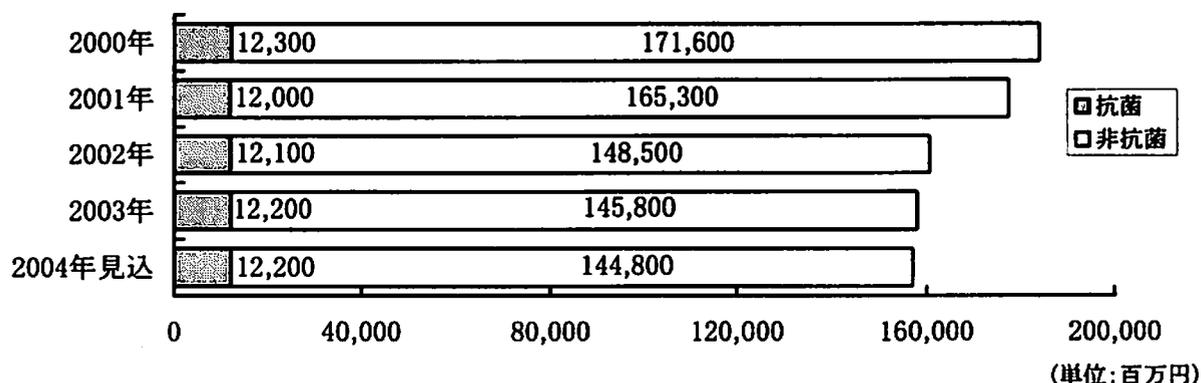
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年~2004年見込)

<金額ベース>

(単位:上段;百万円、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	183,900	177,300	160,600	158,000	157,000
(伸長率)	(100.0)	(96.4)	(87.3)	(85.9)	(85.4)
抗菌	12,300	12,000	12,100	12,200	12,200
(伸長率)	(100.0)	(97.6)	(98.4)	(99.2)	(99.2)
非抗菌	171,600	165,300	148,500	145,800	144,800
(伸長率)	(100.0)	(96.3)	(86.5)	(85.0)	(84.4)

[『繊維・生活用品統計年報』を基に推定]

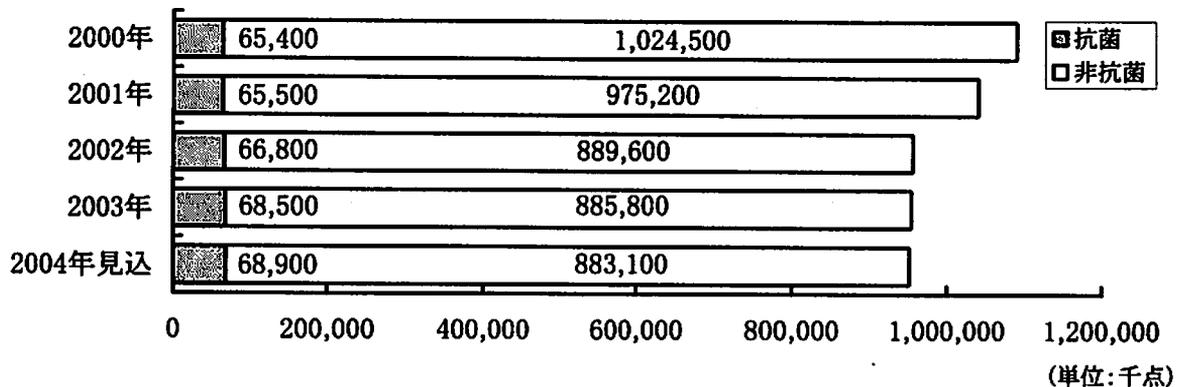


＜数量ベース＞

(単位:上段;千点、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	1,089,900 (100.0)	1,040,700 (95.5)	956,400 (87.8)	954,300 (87.6)	952,000 (87.3)
抗菌 (伸長率)	65,400 (100.0)	65,500 (100.2)	66,800 (102.1)	68,500 (104.7)	68,900 (105.4)
非抗菌 (伸長率)	1,024,500 (100.0)	975,200 (95.2)	889,600 (86.8)	885,800 (86.5)	883,100 (86.2)

〔『繊維・生活用品統計年報』を基に推定〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・女性のパンツスタイルの増加など、ファッションの流行の影響により、パンティストッキングやタイツに対する需要が年々減少してきており、全体市場は縮小傾向にある。
- ・また、製品が高品質化していることから、買い替え需要が減少していることも、市場規模が縮小している要因の一つとして挙げられている。
- ・抗菌加工製品市場については、安価な海外輸入品が普及してきたことにより、数量ベースは微増傾向となっているが、金額ベースは、横這いで推移している。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・表糸 ・裏糸	・ナイロン ・ポリエステル ・アクリル ・綿 ・ウール ・絹
防汚	—	—	—
防臭	○	・表糸 ・裏糸	・ナイロン ・ポリエステル ・アクリル ・綿 ・ウール ・絹
その他(一)	—	—	—

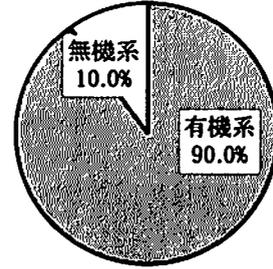
- ・加工方法は、製品に後から抗菌剤を付着させる「後加工」と、繊維自体に抗菌剤を練り込ませる「練り込み」があるが、当該市場については、後加工が主流となっている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	90.0
無機系	10.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 有機系(第四級アンモニウム塩)は、無機系よりもコストが低いことから、採用率が高くなっている。
- ・ また、素材別でみると、ナイロンやポリエステルなどの合成繊維は、有機系の採用率が高いが、一部で熱に強い無機系(銀)が採用されているケースもみられる。
- ・ 一方、綿やウールなどの天然系の素材については、素材自体が熱に弱いことから、有機系の採用率が圧倒的に高くなっている。
- ・ 近年は、ユーザーの自然志向に訴求するべく、安全なイメージの高い天然系抗菌剤を採用している製品も増加傾向にある。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	・ ナイロン ・ポリエステル ・ 綿 ・ウール
生産地やメーカーの特徴	・ 中国や、タイ、マレーシアといったアジアでの生産が中心となっている。近年では、日本と国民性が似ているベトナムでの生産が増加傾向にあるといわれている。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千点、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	158,000	100.0	954,300	100.0	→
海外輸入品市場	146,900	93.0	878,000	92.0	→
抗 菌	7,800	4.9	43,900	4.6	→

- ・ 中国などのアジアで生産した場合、一足あたりのコストは、日本で生産した場合の約3分の1~2分の1に抑えることができることから、日本メーカーの海外生産が急増しており、日本国内市場全体における海外輸入品が占める割合は、金額ベース、数量ベースともに90%を超えている。
- ・ 以前は、海外で靴下を生産し、抗菌加工は日本で行うケースが主流であったが、近年は、抗菌加工まで海外で行われているケースが増加しており、一般化している。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・有機系(第四級アンモニウム塩 等) ・無機系(銀)
抗菌JIS規格対応状況	<ul style="list-style-type: none"> ・日本メーカーの海外生産分については、抗菌JIS規格に適合している。 ・一方、海外メーカー品は、抗菌JIS規格の基準に達する技術がまだ発達していないため、抗菌JIS規格に適合していない。また、一部の海外メーカー品の抗菌加工製品については、抗菌表示の根拠に曖昧なものがあるとされている。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・欧米については、日本の気候とは異なり比較的湿気が少ないことから、細菌が発生しにくいため、抗菌加工製品に対する需要が日本に比べて低いといわれている。
- ・また、中国においても抗菌加工に対する需要があまりないが、今後高所得者層に普及する可能性があると見込まれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・抗菌表示の根拠に曖昧な海外製品の流入。 	<ul style="list-style-type: none"> ・海外生産が増加し、抗菌加工製品の価格が普及価格帯になってきていることから、今後も抗菌加工製品の占める比率は高まっていくものと見込まれている。

29

肌着・下着

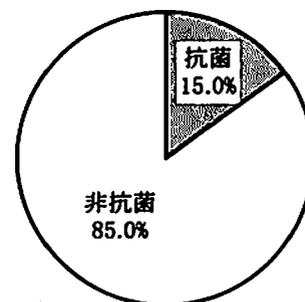
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査における肌着・下着では、織物製とニット製下着を対象とし、補整着は対象外とする。
- ・肌着・下着は、製品群別で大分類すると、アンダーシャツ・クレープシャツ及び、ストリップ・ペチコート類、パンツ類、その他下着に分類される。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・皮膚表面にとどまった汗や、肌着・下着に吸収された汗に細菌が繁殖することにより悪臭が発生しているため、悪臭の原因である細菌の繁殖を抑制することを目的として抗菌加工が施されている。
- ・抗菌加工製品は、女性用よりも男性用に多くみられる。
- ・抗菌加工製品の商品展開を積極的に行っていない大手メーカーもあり、全体市場における抗菌加工製品が占める割合は、金額ベース、数量ベースともに約15%となっている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

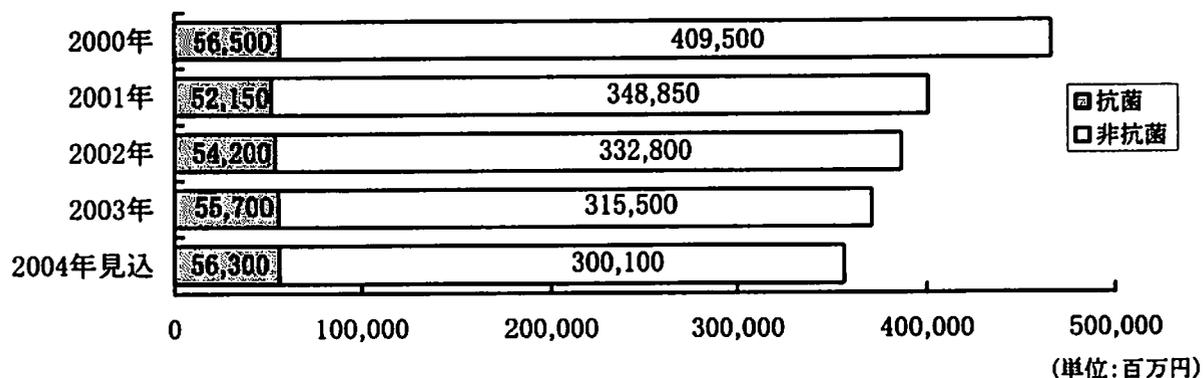
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段; 百万円、下段; %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	466,000	401,000	387,000	371,200	356,400
(伸長率)	(100.0)	(86.1)	(83.0)	(79.7)	(76.5)
抗菌	56,500	52,150	54,200	55,700	56,300
(伸長率)	(100.0)	(92.3)	(95.9)	(98.6)	(99.6)
非抗菌	409,500	348,850	332,800	315,500	300,100
(伸長率)	(100.0)	(85.2)	(81.3)	(77.0)	(73.3)

[『繊維・生活用品統計年報』を基に推定]

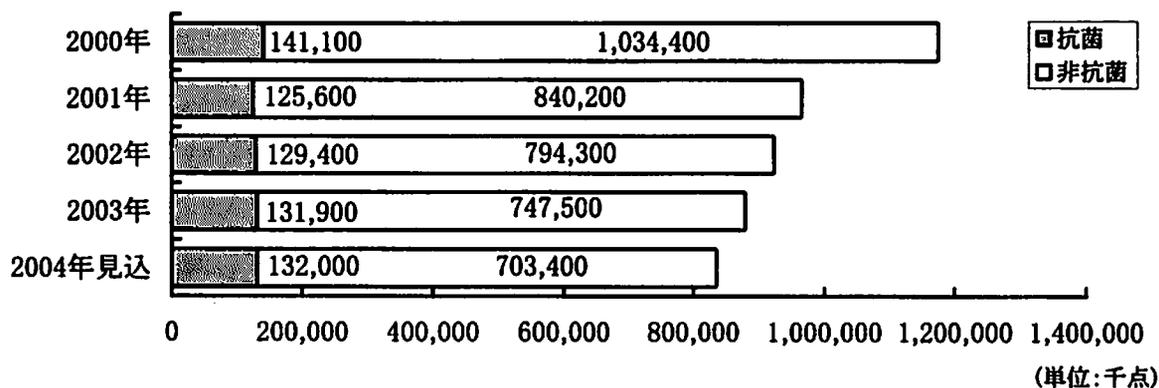


<数量ベース>

(単位:上段;千点、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	1,175,500 (100.0)	965,800 (82.2)	923,700 (78.6)	879,400 (74.8)	835,400 (71.1)
抗菌 (伸長率)	141,100 (100.0)	125,600 (89.0)	129,400 (91.7)	131,900 (93.5)	132,000 (93.6)
非抗菌 (伸長率)	1,034,400 (100.0)	840,200 (81.2)	794,300 (76.8)	747,500 (72.3)	703,400 (68.0)

〔『繊維・生活用品統計年報』を基に推定〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・全体市場は、シャツやショーツといった基本アイテム以外の需要が低迷していることが影響し、減少傾向となっている。
- ・また、中国などでの海外生産品が大半を占めてきていることから、金額ベースについても減少傾向となっている。
- ・抗菌加工製品市場については、1990年代後半までは、抗菌ブームが追い風となって増加傾向にあった。
- ・しかし、近年は、抗菌加工のほかに、「速乾」や「消臭」などの他の機能が付加されてきているといった動向も見られることから、市場規模は微増で推移するものと見込まれている。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・製品全体	・綿 ・天竺 ・レーヨン 等
防汚	○	・製品全体	・綿 ・天竺 ・レーヨン 等
防臭	○	・製品全体	・綿 ・天竺 ・レーヨン 等
その他(一)	—	—	—

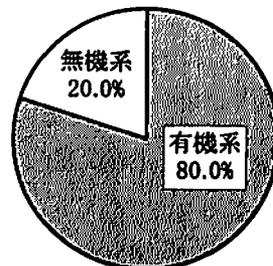
- ・抗菌加工製品については、防臭、若しくは消臭加工も併せて施されているケースが多くみられる。
- ・抗菌加工方法としては、繊維に抗菌剤を付着させる方法と、繊維に抗菌剤を練り込む方法が採用されている。繊維の段階で抗菌剤を練り込むとコストが高くなるため、繊維に抗菌剤を付着させる後加工の方が主流となっている。
- ・子供用肌着は、抗菌と防汚を目的として抗菌加工が施されている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	80.0
無機系	20.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 無機系よりも有機系の採用率の方が高くなっている。
- ・ 有機系を採用する理由として、低コストと加工性の容易さが挙げられている。
- ・ また、有機系については、現状では合成系が主流となっているが、ユーザーの自然志向の高まりに伴い、天然系の採用率が増加傾向にあるといわれている。
- ・ 天然系抗菌剤としては、柿から抽出される「エコペルモン」や、青森ヒバから抽出される天然抗菌成分「ヒノキチオール」、「竹」、「キトサン」等が採用されており、消臭機能も期待できるものとなっている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	<ul style="list-style-type: none"> ・ 綿 ・天竺 ・ レーヨン など
生産地やメーカーの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本メーカーの主な海外生産地は、中国や、タイ、韓国、シンガポール、ベトナム、インドネシア、フィリピンといったアジアとなっている。 ・ また、大きなサイズでもデザイン性に優れている欧米メーカー品が、日本国内で流通している。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千点、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	371,200	100.0	879,400	100.0	→
海外輸入品市場	315,600	85.0	747,500	85.0	→
抗 菌	47,300	12.7	112,100	12.7	→

- ・ 生産コストの低いアジアでの生産が中心となっており、日本国内市場全体における海外輸入品の割合は、金額ベース、数量ベースともに85%に達している。
- ・ 日本での需要が低迷していることから、海外輸入品市場規模も縮小傾向にある。
- ・ 国内市場全体における抗菌加工製品の占める割合は、金額ベース、数量ベースともに約13%となっている。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・有機系 ・無機系
抗菌JIS規格対応状況	<ul style="list-style-type: none"> ・抗菌JIS規格に適合している。

3)海外における抗菌加工製品の動き

- ・海外においても抗菌加工製品に対する関心は高まりつつあるといわれている。
- ・しかし、比較的清潔性に対する関心が高い日本においても抗菌加工が標準仕様には至っていないことから、海外での需要の顕在化は認められていない。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ユーザーが抗菌効果を実感しにくい。 ・コストが高くなる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・男性の抗菌加工下着の開発は、今後も進められていくといわれている。 ・全体市場が低迷してきている中、抗菌加工製品市場を拡大させていくためには、女性の需要を取り込んでいく必要があると考えられている。

30

ユニフォーム

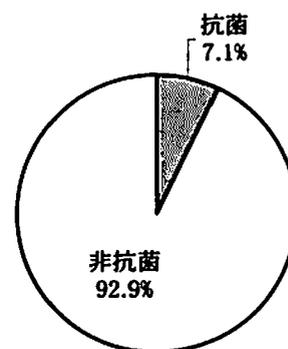
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査におけるユニフォームは、オフィスウェア及びサービスウェア、作業着、白衣を対象とする。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・全体市場における抗菌加工製品の割合は、金額ベース、数量ベースともに約7%となっている。
- ・定番商品では商品差別化が図れなくなってきた近年、抗菌加工は付加価値をつけるための手段の一つとして捉えられてきており、全体市場における抗菌加工製品の占める割合は高まってきている。
- ・但し、医療用白衣や食品工場用白衣については、院内感染(MRSA)やO-157が社会的問題となったことから、「抗菌加工」ではなく、「制菌加工」が一般的となっている。この傾向は、特に医療用白衣で顕著に見られる。
- ・従って、抗菌加工は、食品工場用白衣や、作業着、オフィスウェア類に施すケースが多いといわれている。



[金額ベース]

2. 国内市場規模推移

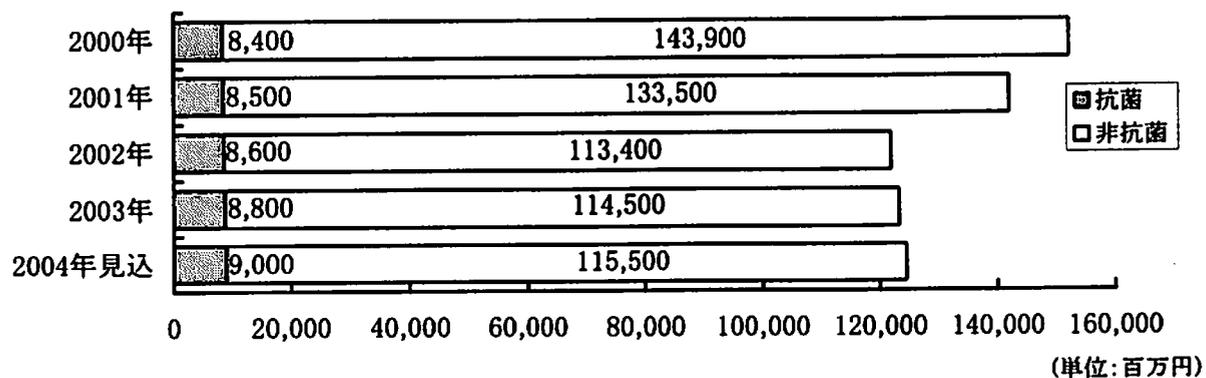
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位:上段:百万円、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	152,300	142,000	122,000	123,300	124,500
(伸長率)	(100.0)	(93.2)	(80.1)	(81.0)	(81.7)
抗菌	8,400	8,500	8,600	8,800	9,000
(伸長率)	(100.0)	(101.2)	(102.4)	(104.8)	(107.1)
非抗菌	143,900	133,500	113,400	114,500	115,500
(伸長率)	(100.0)	(92.8)	(78.8)	(79.6)	(80.3)

[『繊維・生活用品統計年報』を基に推定]



(単位:百万円)

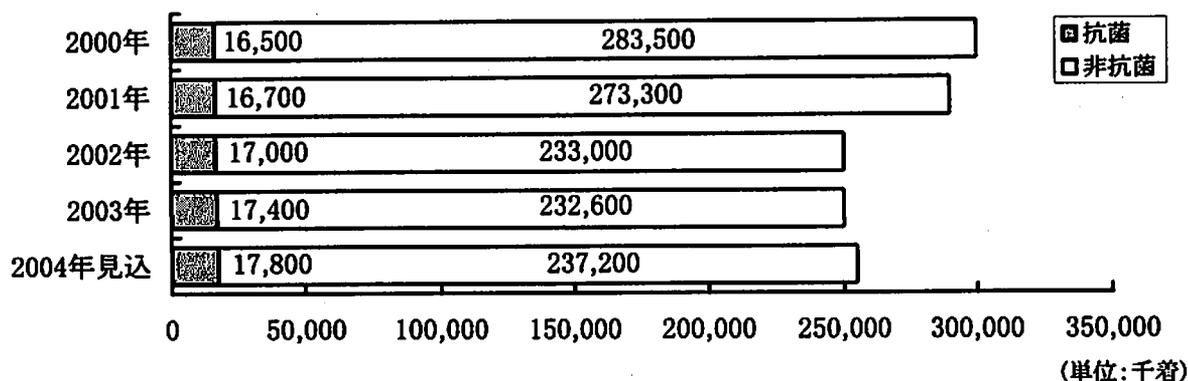
<数量ベース>

(単位:上段;千着、下段;%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	300,000 (100.0)	290,000 (96.7)	250,000 (83.3)	250,000 (83.3)	255,000 (85.0)
抗菌 (伸長率)	16,500 (100.0)	16,700 (101.2)	17,000 (103.0)	17,400 (105.5)	17,800 (107.9)
非抗菌 (伸長率)	283,500 (100.0)	273,300 (96.4)	233,000 (82.2)	232,600 (82.0)	237,200 (83.7)

〔『繊維・生活用品統計年報』を基に推定〕

〔上衣 2,500 円、下衣 1,500 円で換算〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ 全体市場は、企業の倒産や、生産拠点の海外への移転などの社会的要因が影響し、微減傾向で推移していた。
- ・ しかし、昨年頃から抗菌加工をはじめとする高付加価値製品が積極的に展開されるようになってきたことにより需要が喚起され、回復の兆しを見せている。
- ・ また、抗菌加工製品は、特に新商品や、作業着の春夏商品において増加傾向にあり、市場規模は微増傾向にある。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ 製品全体	・ ポリエステル ・綿 等
防汚	—	—	—
防臭	○	・ 製品全体	・ ポリエステル ・綿 等
その他(—)	—	—	—

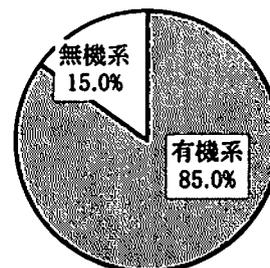
- ・ ユニフォームに使用されている素材は、ポリエステルと綿の混合が主流となっている。
- ・ 抗菌加工製品は、バインダー固着式や、加工剤吸尽式等が採用されている。
- ・ 繊維の段階で抗菌剤を練り込むよりも、生地での後加工の方がコストが低いことから、当該市場においては、後加工が主流となっている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	85.0
無機系	15.0
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 有機系の採用率が85%、無機系が15%となっている。
- ・ 有機系では、第四級アンモニウム塩や、ピグアナイド、カルボン酸、ピリジン等が採用されており、無機系では、銀や、光触媒加工するために酸化チタンが採用されている。
- ・ 有機系抗菌剤を採用する際のポイントとして、コストの低さのほか、抗菌効果の即効性や、生地の見栄え、肌触り、着心地の良さなどが挙げられている。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材質	・ ポリエステル ・ナイロン ・レーヨン ・ 綿 ・毛 等
生産地やメーカーの特徴	・ 主な生産地は、中国やベトナムなどのアジアである。 ・ 資材の供給については、日本から資材を供給しているケースと、日本の生地メーカーの海外拠点から調達しているケースがある。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千着、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	123,300	100.0	250,000	100.0	→
海外輸入品市場	80,100	65.0	162,500	65.0	→
抗菌	5,600	4.5	11,400	4.6	→

- ・ 人件費等の生産コストの低い中国やベトナムなどのアジアで縫製を行うケースが一般的となっており、全体市場における海外輸入品の占める比率は、金額ベース、数量ベースともに65%となっている。
- ・ また、海外輸入品の抗菌加工製品のシェアは、日本国内市場全体(数量ベース)に対して4.6%であり、海外輸入品市場に対しては7%に達している。日本において抗菌加工製品の普及率が高まりつつあることから、海外の抗菌加工製品の生産量は拡大傾向にあるといわれている。

② 使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・ 有機系(第四級アンモニウム塩など) ・ 無機系(酸化チタン等)
抗菌JIS規格対応状況	・ 日本メーカーの海外生産分については、抗菌JIS規格に適合している。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 中国においては、SARSが発生した影響から、医療用及び食品工場用白衣において抗菌加工製品の需要が高まりつつあるといわれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 抗菌加工を施すことによりコストが割高となっているが、定番商品と同等の価格での販売となっているケースが多いため、利幅が減少している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後は、より抗菌機能が基本機能として捉えられてくると思われることから、抗菌加工製品市場は、微増傾向で推移していくものと見込まれている。

31

カーテン

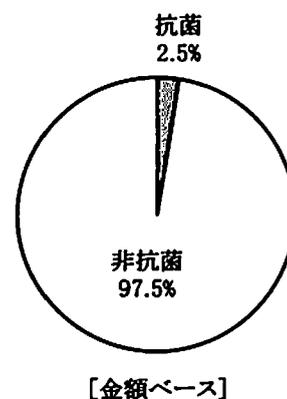
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・住宅用カーテンを対象とする。
- ・先染や、後染、レース・ケースメントの品種を含むものとする。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・近年カーテン市場において、海外製品を中心に、単に抗菌剤を入れているだけで抗菌JIS規格には対応していない抗菌加工製品の増加により、抗菌加工製品の割合が把握しにくくなっている状況にある。
- ・国内外の規制に対応している製品でみると、国内市場全体における抗菌加工製品の割合は、金額ベース、数量ベースともに2～3%とされている。
- ・参入メーカーは、抗菌加工製品を製品ラインナップの一つとして取り扱っているものの、壁装材等と同様に、インテリアに関する一般ユーザーの選択ポイントが「デザイン」と「価格」に集中しているため、若干でも高価格帯となる傾向のある抗菌加工等の高付加価値製品は、あまり選択されない傾向が強い。
- ・一般家庭用で抗菌加工を訴求したとしても、抗菌効果を数値化する等、視覚的に実感することができないため、製品訴求力に欠けると考えられている。



2. 国内市場規模推移

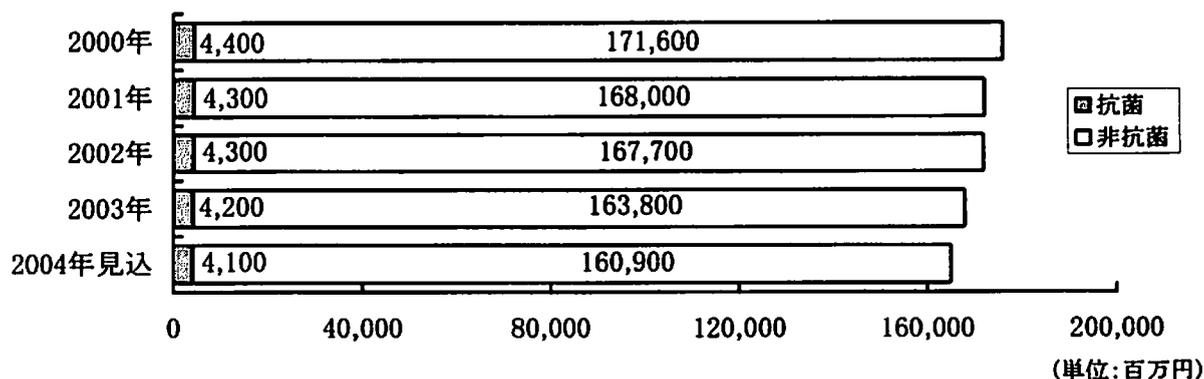
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位:上段:百万円、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	176,000	172,300	172,000	168,000	165,000
(伸長率)	(100.0)	(97.9)	(97.7)	(95.5)	(93.8)
抗菌	4,400	4,300	4,300	4,200	4,100
(伸長率)	(100.0)	(97.7)	(97.7)	(95.5)	(93.2)
非抗菌	171,600	168,000	167,700	163,800	160,900
(伸長率)	(100.0)	(97.9)	(97.7)	(95.5)	(93.8)

[『平成14年度のインテリアファブリックス事業の概況』を基に推定]

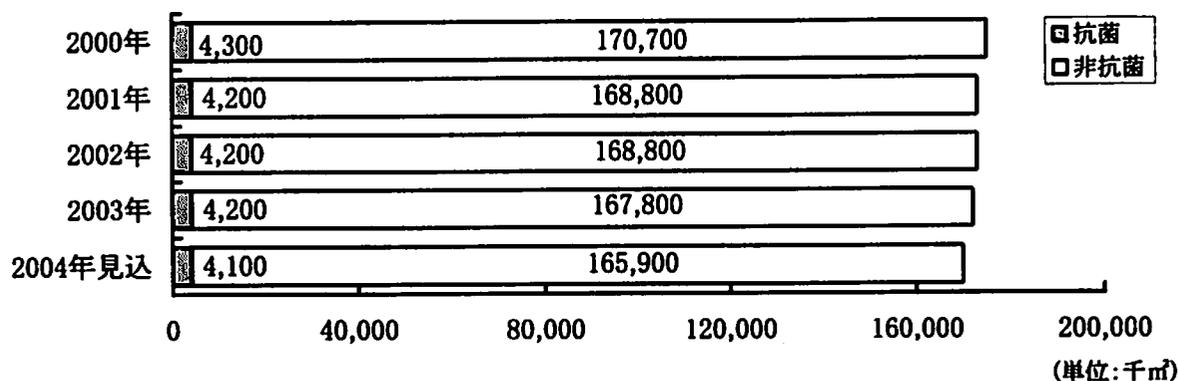


＜数量ベース＞

(単位:上段:千㎡、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	175,000 (100.0)	173,000 (98.9)	173,000 (98.9)	172,000 (98.3)	170,000 (97.1)
抗菌 (伸長率)	4,300 (100.0)	4,200 (97.7)	4,200 (97.7)	4,200 (97.7)	4,100 (95.3)
非抗菌 (伸長率)	170,700 (100.0)	168,800 (98.9)	168,800 (98.9)	167,800 (98.3)	165,900 (97.2)

〔『平成14年度のインテリアファブリックス事業の概況』を基に推定〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ 新設住宅着工戸数の減少傾向に回復の兆しが見られないことと、近年マンションの契約率の減少傾向が続いていることもあり、全体市場は縮小傾向にある。
- ・ カーテン市場(金額ベース)をオーダーメイドと既製品別で見ると、オーダーカーテンが90%、既製品が10%程度となっている。
- ・ 近年は、低価格な海外製の既製品が増加しており、平均価格帯は低下傾向にある。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ カーテン全体	・ ポリエステル ・レーヨン ・ ナイロン ・綿 ・絹 ・ 麻 等
防汚	—	—	—
防臭	○	・ カーテン全体	・ ポリエステル ・レーヨン ・ ナイロン ・綿 ・絹 ・ 麻 等
その他(—)	—	—	—

- ・ 近年、カーテンにもウォッシュブル機能が必需となってきたため、効果の持続し易い素材への練りこみ加工が多くなってきている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位:%)

薬剤タイプ	構成比
有機系	※
無機系	ほぼ 100.0
その他(—)	—

※…謹少



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・ 効果の持続性を考慮し、無機系抗菌剤を採用しているケースが多いが、素材により有機系を採用するケースもある。
- ・ カーテンは窓際を飾る製品であることから、日光を利用した光触媒加工が施された製品も多くなっている。
- ・ 光触媒は、抗菌のみならず消臭についても有効である。また、安全性や持続性の高い素材練りこみ型のタイプが主流となってきたため、近年重視されている「ウォッシュャブル機能」にも有効である。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	・ ポリエステル ・レーヨン ・ナイロン ・ 綿 ・絹 ・麻 等
生産地やメーカーの特徴	・ 参入メーカーは、欧米から輸入品を取り扱っている。 ・ ホームセンターをはじめとした流通業者が、中国等の海外製品を直輸入しているケースが増加傾向にあるといわれている。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位:百万円、%、千㎡、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	168,000	100.0	172,000	100.0	→
海外輸入品市場	20,000	11.9	30,000	17.4	→
抗 菌	※	※	※	※	→

※…謹少

- ・ 近年、卸業者やメーカーを経由しない直輸入形態が急増していることから、日本国内市場全体(数量ベース)における海外輸入品の占める割合は、現在 17%以上に達している。
- ・ 海外輸入品の抗菌加工製品は、ほとんど皆無に近い状況であるといわれている。
- ・ また、一部の海外輸入品には、抗菌加工は施されているものの、厳密な抗菌作用は疑問視される製品があるといわれている。

②使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・ 薬剤、抗菌効果ともに不明であることが多い。
抗菌JIS規格対応状況	・ 抗菌JIS規格に適合していないと見られている。

3)海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 家庭用のカーテンに対する抗菌加工は、日本特有のものと考えても良い状況とみられている。
- ・ しかし、SARS等の影響により、今後は業務用製品での抗菌加工の採用が先行し、家庭用製品へと広がっていく可能性はあるといわれている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 「抗菌加工製品」とされる製品の中には、「抗菌」と表記しているだけの低価格な製品も見られており、見極めが難しくなっている。 ・ また、メーカー側も機能を付加する際に、抗菌加工より重視する機能(防炎等)が他に数多くある。 ・ また、加工の際抗菌加工素材や防炎などの、他の機能をもたらす薬剤と相反することもあるため、抗菌機能を施せないケースもある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者の選択ポイントは、今後も「デザイン」と「価格」に置かれるのではないかと推察されている。 ・ しかし、機能の一つとして抗菌加工に対するニーズもあり、市場規模が拡大していく可能性はあると考えられている。

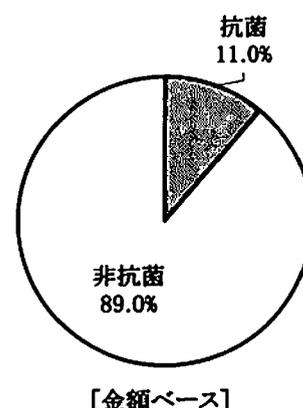
1. 市場概況

1) 対象商品の定義

- ・当該調査におけるカーペットとは、居住空間を快適にするために床面に敷く絨毯である。
- ・カーペットは、用途によって住居用及び、商業用、輸送施設用、スポーツ用に分類される。当該調査では、全ての用途を対象とする。
- ・また、品種によって、タフデット及び、タフデットタイル、織じゅうたん、平織、フックドラグ、ニードルパンチ等に分類される。
- ・尚、防ダニ加工については、抗菌剤を使用していないため対象外とする。

2) 対象品目市場での抗菌加工製品の位置付け

- ・全体市場における抗菌加工製品の占める比率は、金額ベース、数量ベースともに約10%となっている。
- ・1990年代後半に日本全体が抗菌ブームとなった頃から抗菌加工製品は普及し始め、現在は医療施設やシルバー向け施設といった清潔性が重視される施設で主に採用されている。
- ・また、住居用においても、清潔志向の高まりや、気管支喘息などのアレルギー(化学物質過敏症等)対応としての需要も高まってきているといわれている。



2. 国内市場規模推移

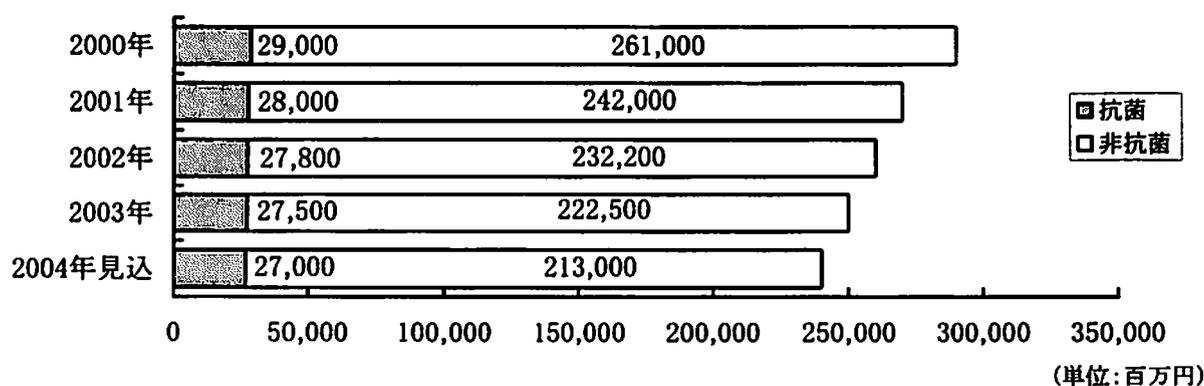
1) 全体市場と抗菌加工製品の市場規模推移(2000年～2004年見込)

<金額ベース>

(単位: 上段: 百万円、下段: %)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体	290,000	270,000	260,000	250,000	240,000
(伸長率)	(100.0)	(93.1)	(89.7)	(86.2)	(82.8)
抗菌	29,000	28,000	27,800	27,500	27,000
(伸長率)	(100.0)	(96.6)	(95.9)	(94.8)	(93.1)
非抗菌	261,000	242,000	232,200	222,500	213,000
(伸長率)	(100.0)	(92.7)	(89.0)	(85.2)	(81.6)

[『平成14年のインテリアファブリックス事業の概況』を基に推定]

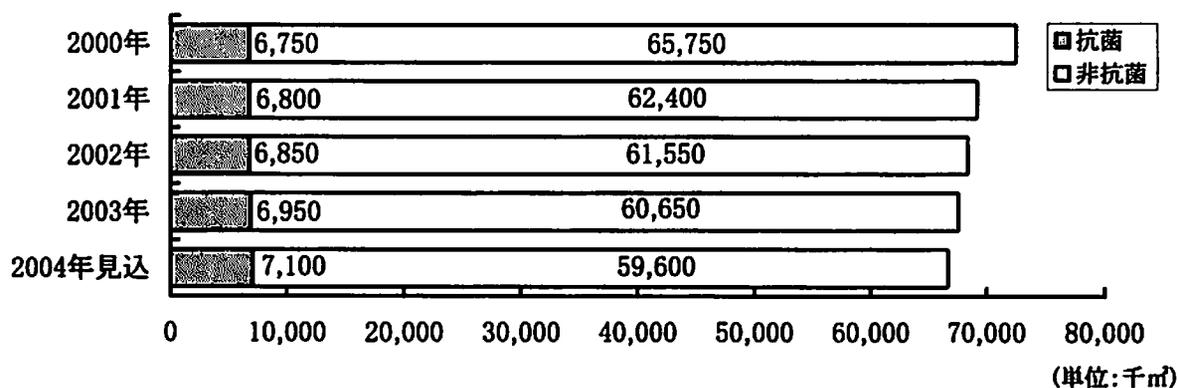


<数量ベース>

(単位:上段:千㎡、下段:%)

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年見込
全体 (伸長率)	72,500 (100.0)	69,200 (95.4)	68,400 (94.3)	67,600 (93.2)	66,700 (92.0)
抗菌 (伸長率)	6,750 (100.0)	6,800 (100.7)	6,850 (101.5)	6,950 (103.0)	7,100 (105.2)
非抗菌 (伸長率)	65,750 (100.0)	62,400 (94.9)	61,550 (93.6)	60,650 (92.2)	59,600 (90.6)

〔『平成14年のインテリアファブリックス事業の概況』を基に推定〕



2) 市場の動きの特徴とその要因

- ・ 全体市場は、新築着工戸数の減少や、市場価格の低価格化などの影響により、数量ベース、金額ベースともに微減傾向となっている。
- ・ 商業用の抗菌加工製品は、医療施設やシルバー向け施設における需要が中心となっているが、財政難による買い替え頻度の低下などの影響により、金額ベースは伸び悩んでいるといった状況にある。
- ・ 一方、住居用の抗菌加工製品については、機密性が高く菌の発生しやすい住環境となっていることが影響し、需要は微増で推移していると見られている。

3. 抗菌加工の特徴

抗菌加工の目的		抗菌加工の部位	抗菌加工対象材質の特徴
抗菌	○	・ パイル	・ アクリル ・ ナイロン ・ ポリエステル ・ 毛 ・ 綿
防汚	—	—	—
防臭	○	・ パイル	・ アクリル ・ ナイロン ・ ポリエステル ・ 毛 ・ 綿
その他(—)	—	—	—

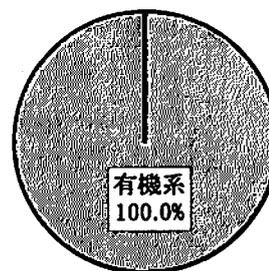
- ・ 繊維に抗菌剤を練り込む方式で、抗菌加工が施されている。

4. 使用抗菌剤の特徴

1) 薬剤タイプ

(単位: %)

薬剤タイプ	構成比
有機系	100.0
無機系	—
その他(—)	—



[数量ベース]

2) 多い抗菌剤の特徴とその採用ポイント

- ・カーペットに使用されている抗菌剤は、有機系が100%となっている。
- ・一般的には、合成系の抗菌剤が使用されているが、ユーザーの自然志向や、アレルギー(化学物質過敏症等)に対応するべく、天然系を採用しているケースも見られる。

5. 対象品目における海外輸入品の動向

1) 輸入品の全般的特徴

材 質	・ アクリル ・ナイロン ・ ポリエステル ・ 毛 ・綿 等
生産地やメーカーの特徴	・ 海外輸入品の40%以上が中国で生産されているといわれている。 ・ 中国のほか、タイや、ベルギー、インド、米国などで生産されている。

2) 海外輸入品市場(抗菌加工製品の動向)

① 海外輸入品市場規模(2003年)

(単位: 百万円、%、千㎡、%)

	金額	構成比	数量	構成比	近年の動向
国内市場全体	250,000	100.0	67,600	100.0	→
海外輸入品市場	118,000	47.2	32,800	48.5	→
抗 菌	0	0.0	0	0.0	→

- ・ 日本国内市場全体(金額ベース)における海外輸入品の占める割合は、数量ベース、金額ベースともに約50%となっている。
- ・ 日本メーカーが海外で生産している製品は、付加価値の備わっていない普及価格帯の製品であるため、海外輸入品の抗菌加工製品市場は形成されていないと見られている。

② 使用薬剤の特徴と抗菌JIS規格対応状況

使用薬剤の特徴	・ 抗菌加工製品なく、該当しない。
抗菌JIS規格対応状況	・ 抗菌加工製品なく、該当しない。

3) 海外における抗菌加工製品の動き

- ・ 海外で抗菌加工製品が使用されているといった動向は把握されていない。
- ・ 海外で抗菌加工製品が普及していない要因として、カーペットに対する抗菌加工の必要性が感じられていないことが挙げられている。

6. 現状の課題と今後の方向性

現状の課題	今後の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 新築着工戸数が減少傾向にあることから、全体市場が縮小傾向にある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当業界では、「SEKマーク」を取得している材料を使用している製品のみ抗菌加工表示をするということが徹底して行われていることから、品質が問題視されるような製品は、今後も流通しないものと考えられている。 ・ 近年は、住環境が高気密化してきていることから、菌が発生し易くなっているため、抗菌加工製品に対するニーズも高まってきており、全体市場における抗菌化率は高まっていくものと見込まれている。