

POBで見る購買者動向

「除菌」はもはや常識に 「スプレー」「速乾」が好調の食器用洗剤

台所用洗剤は「洗浄力」だけではなく、近年では各社が付加価値の提案をスタートさせています。今回は当社独自に収集するPOB会員の「台所用洗剤」の購買データ（レシート枚数／約9,000枚：調査期間2018年1月～2019年2月）から、トレンドについて分析します。

ソフトブレン・フィールド 石井 麻美



この記事はデジタルメディアMD NEXTの2019年5月24日配信記事に加筆・修正し、コラムを加えたものです。POBとはソフトブレン・フィールド株式会社が運営する「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」の略称。全国の消費者から実際に購入、利用したレシートを収集し、ブランド、カテゴリー、利用サービスなどに関して、実際の小売店ごとのレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース。

台所用洗剤は約半数がDgSで購入 スーパーでのついで買いも多い

まずは、POB会員の「台所用洗剤」購入チャンネルを調査してみました。POB会員の購入チャンネルは、「ドラッグストア (DgS)」が49.4%で半数近く、「食品スーパー」が35.4%となります(図表1)。

参考までに、同じ洗剤カテゴリーである「柔軟剤」「衣類用洗剤」の購入チャンネルと比較すると「食品スーパー」で購入する人が比較的多く、食料品などの日々の買物と合わせて、必要なときに「ついで買い」されるケースが多いことがいえます(図表2)。

購入者コメント(食品スーパーで台所用洗剤を購入)からは、「チラシ掲載のヨーグルトを目当てにスーパーに行き、キュキュットが特売されていたのでついでに購入(40代男性)」や、「レジ近

くで特売品として陳列されており、お得に感じて、買物ついでに購入(40代女性)」といった声がありました。

人気トップは除菌タイプ 食洗機専用も上位に食い込む

次に「台所用洗剤」のトレンドを調査します。

POB会員の購入レシートからトレンドを見ると、1位は洗浄力と除菌力、さらに香りを選ぶことができる「花王 キュキュット(19.7%)」であり、2位の「P&G 除菌ジョイコンパクト(13.2%)」と、6ポイント以上の差をつけ、購入された「台所用洗剤」のうち、2割近くのシェアを占めています。3位は「花王 キュキュット クリア除菌(10.6%)」、4位は「ライオン CHARMY Magica 除菌+(プラス)(9.5%)」となりました。

ほかにも、7位「花王 食器洗い乾燥機専用キュキュット クエン酸効果(3.4%)」、8位「ライオンCHARMY クリスタクリアジェル(3.3%)」、9位「レキットベンキーザー・ジャパン フィニッシュパワー&ピュア パウダー(2.4%)」といった食洗機専用洗剤が支持を集めています。いまや子供を持ち働く女性がいる世帯は7割を超え※、ライフスタイルの変化を捉えた商品がランクインしています。

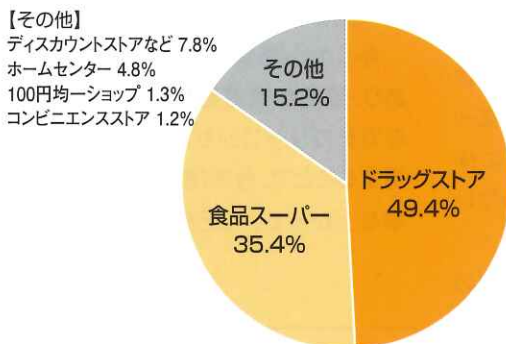
※厚生労働省「平成29年 国民生活基礎調査の概要」

泡スプレーや速乾など、 多様化する悩みに対応する時代に

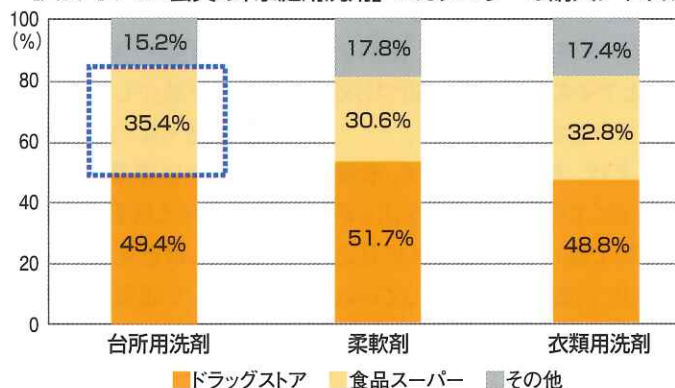
今までの調査結果から、「台所用洗剤」のトレンドを整理します。

まず1点目は、台所用洗剤に求める効果として「除菌」が重要な消費者

【図表1】 POB会員の「台所用洗剤」購入チャンネル



【図表2】 POB会員の「家庭用洗剤」3カテゴリーの購入チャンネル



(図表1,2 ソフトブレン・フィールド調べ 調査期間：2018年1月1日～2019年2月28日 「マルチプルID-POS購買理由データ[Point of Buy®]より」)