

2019年春 マーケティング戦略説明会

2018年12月18日

常務執行役 事業統括部門担当

紺田 司



□ 成長の種まきから育成へ

- ✓ 既存事業シェアNO.1へ
- ✓ 新分野・新市場
- ✓ サーモケア
- ✓ 海外事業
- ✓ 成長に向けた体制作り



□ マーケティング戦略

✓ プレミアム路線

⇒ 付加価値品による単価UP

✓ 強いブランドの更なる強化

⇒ シェアNO.1(収益基盤の強化)

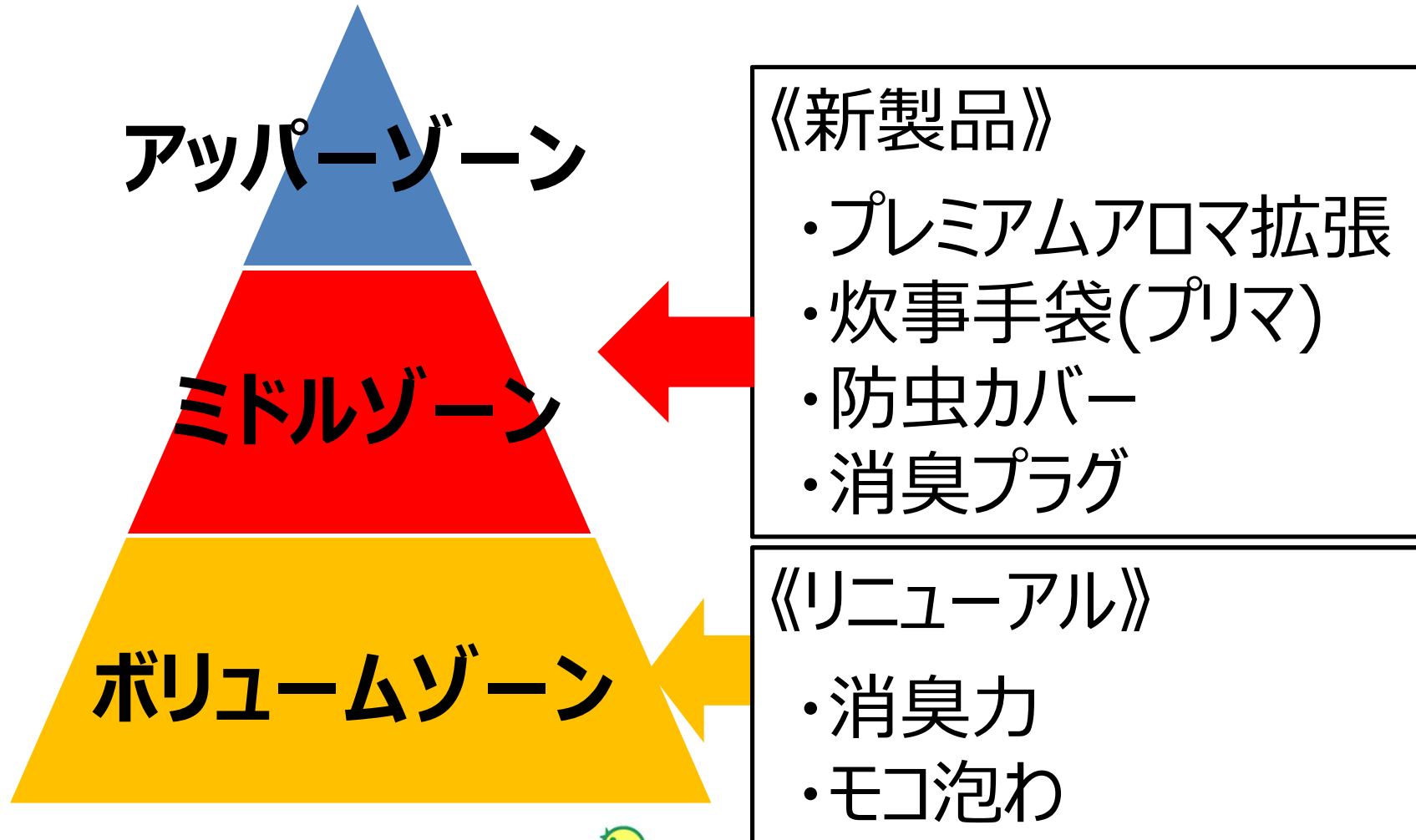
✓ 新分野の商品拡充

⇒ ブランド認知度アップ



ロ プレミアム路線

【新製品の方向性】



□ 強いブランドの更なる強化

市場規模とシェアの状況

カテゴリ	推計販売規模(市場)		マーケットシェア		順位
	金額(百万円)	前年比(%)	シェア(%)	前年差(%)	
防虫剤	18,053	96.0	54.6	2.5	1位
消臭芳香剤	60,356	102.0	25.3	-0.4	2位
使い捨てカイロ	35,200	109.0	16.3	-0.3	2位
家庭用手袋	10,880	102.2	24.6	0.8	2位
除湿剤	8,229	100.3	39.6	0.5	1位
脱臭剤	2,826	95.8	80.9	2.4	1位
食品用防虫剤	1,500	96.9	84.4	2.6	1位

SRI-M 期間：2017年11月－2018年10月

防虫剤：人形用除く

消臭芳香剤：車用含む。衣類用・ウイルス対策を除く

カイロ：温熱医療機器除く

手袋：家庭用手袋のみ

脱臭剤：冷蔵庫用のみ



□ 新分野の商品拡充(クリアフォレスト)

『クリアフォレスト』は「成分・技術ブランド」と再定義
二つの事業軸で展開中

自社製品展開
「MoriLaboモリラボ」

香りによるヘルスケア分野へ挑戦

花粉バリアスティックから



花粉大量飛散の予報！新聞等へ続々露出中



原料販売
「オープン・イノベーション」

トドマツ樹木精油／樹木水／針葉粉体

業務用ディフューザー／業務用空調フィルターなど



11/21日経本誌で全面広告→

原料販売によるオープン・イノベーション商品続々発売決定



□ 新分野の商品拡充

ブランド	状況
クリアフォレスト	原料販売先の拡大
Mori Labo	花粉バリアスティックの計画通りの配荷実現に向け活動中
エールズ	配荷拡大を進行中
アロマサプリ	プチっとアロマ発売により、新規顧客獲得に注力
その他	オープンイノベーションで新市場の参入を目指す

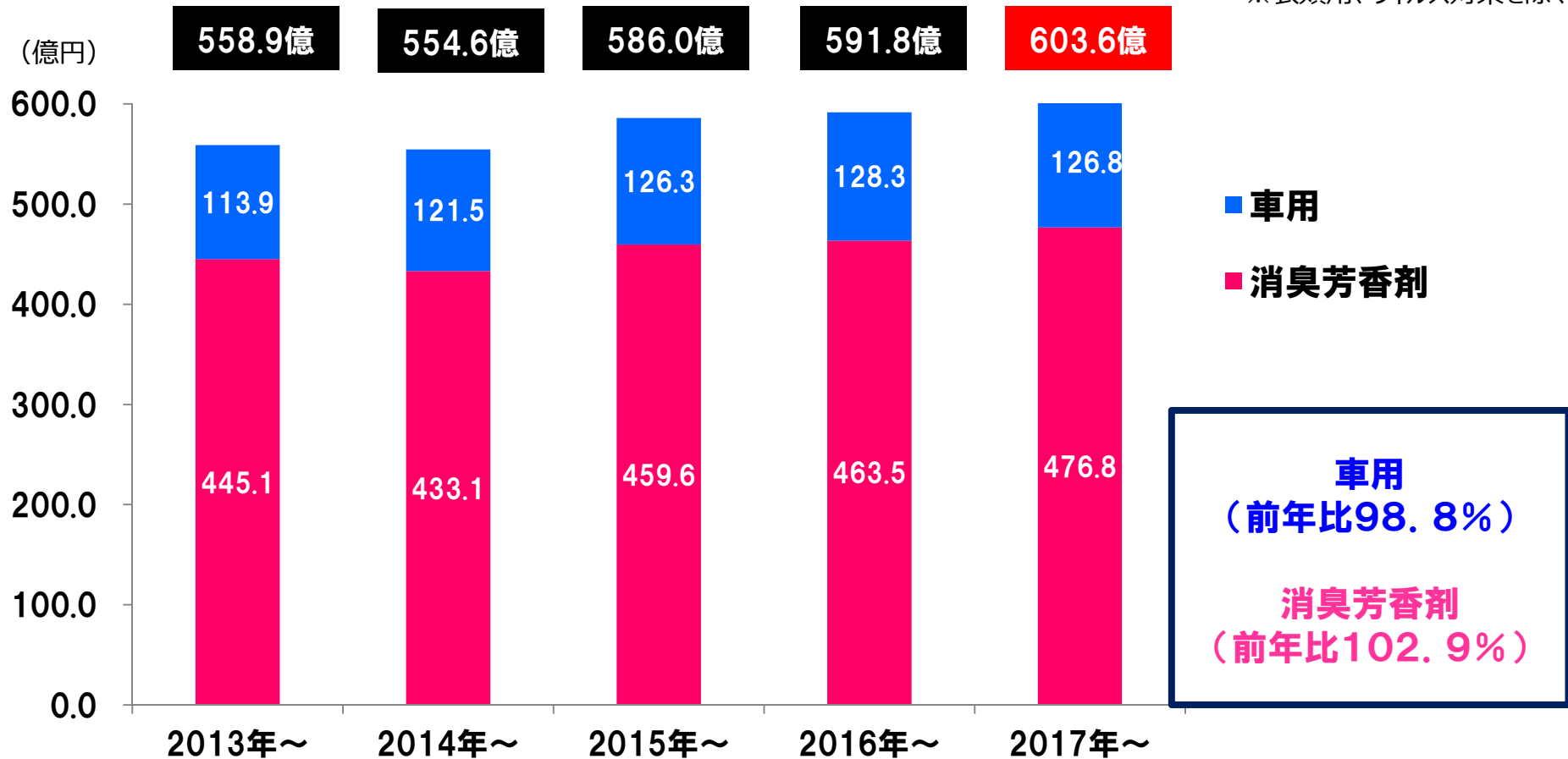


エアケア事業部



市場規模・年間トレンド【消臭芳香剤(車含む)】

DS：(株) インテージ
 SRI-M 11-10月
 消臭芳香剤(車含む)
 ※衣類用、ウィルス対策を除く

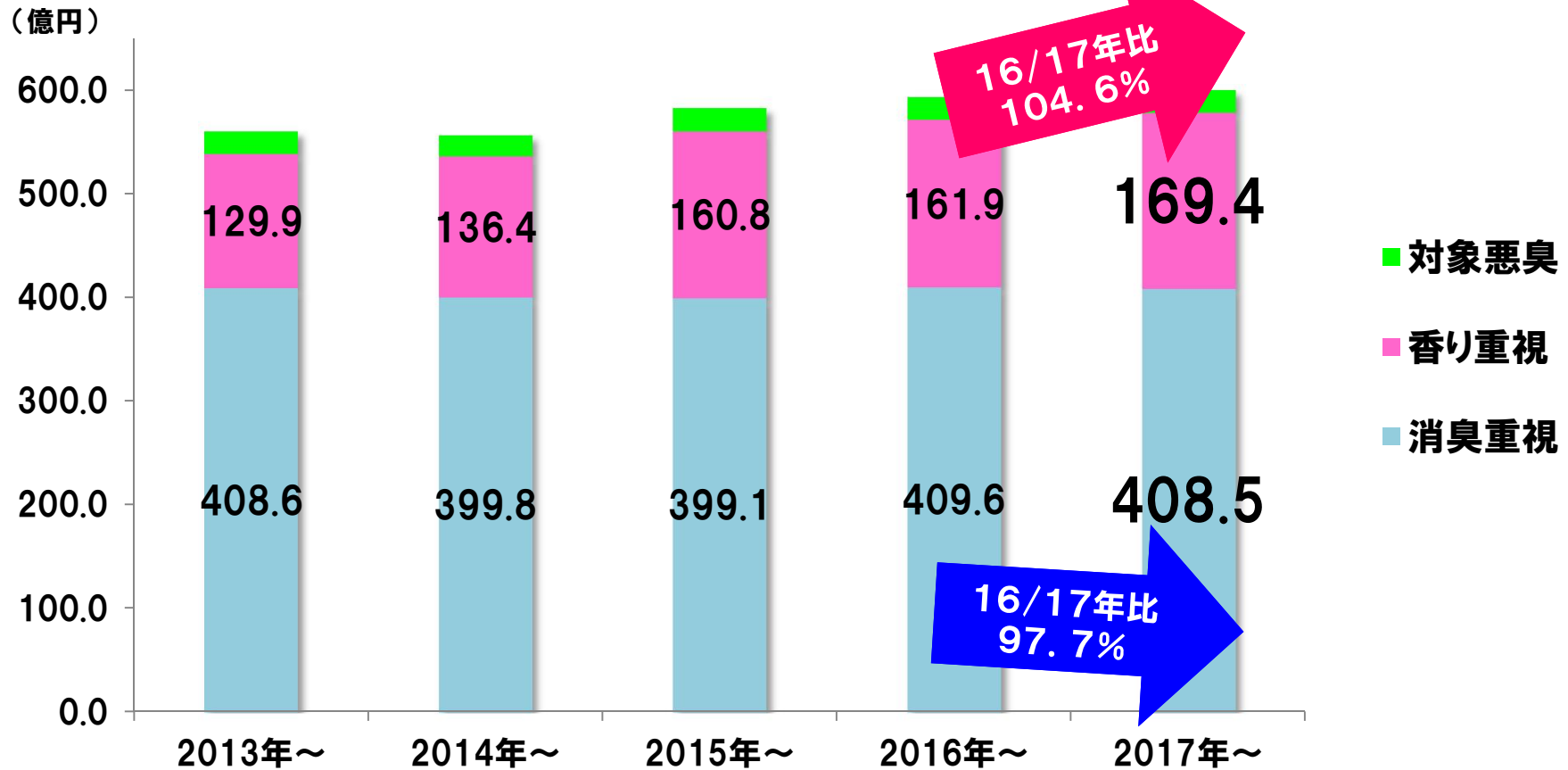


消臭芳香剤(車含む)前年比102.9%
 マーケットは回復基調



■マーケット状況【市場トレンド】

DS：(株) インテージ SRI-M 10-9月
 消臭芳香剤(車含む) 推計販売規模(金額)
 ※衣類用、ウイルス対策を除く・POSナビ連動



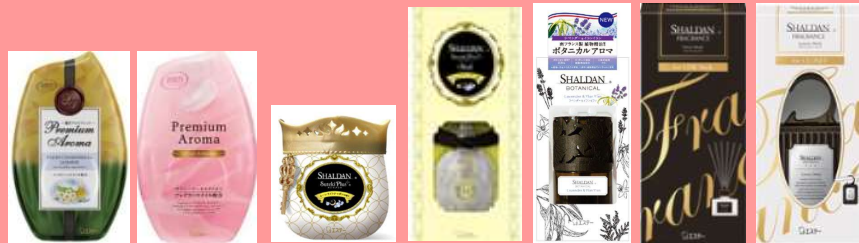
売上ボリュームが大きい「消臭重視」が前年金額を下回る
 引き続き好調な「香り重視」が牽引。



19年春 エアケア戦略

伸長マーケット

強いブランドでフルカバー・既存ユーザー育成
『SHALDAN』『Premium Aroma』



創造するマーケット

住環境の変化に対応する
『消臭力・機能プラスシリーズ』



ベースとなる既存売上



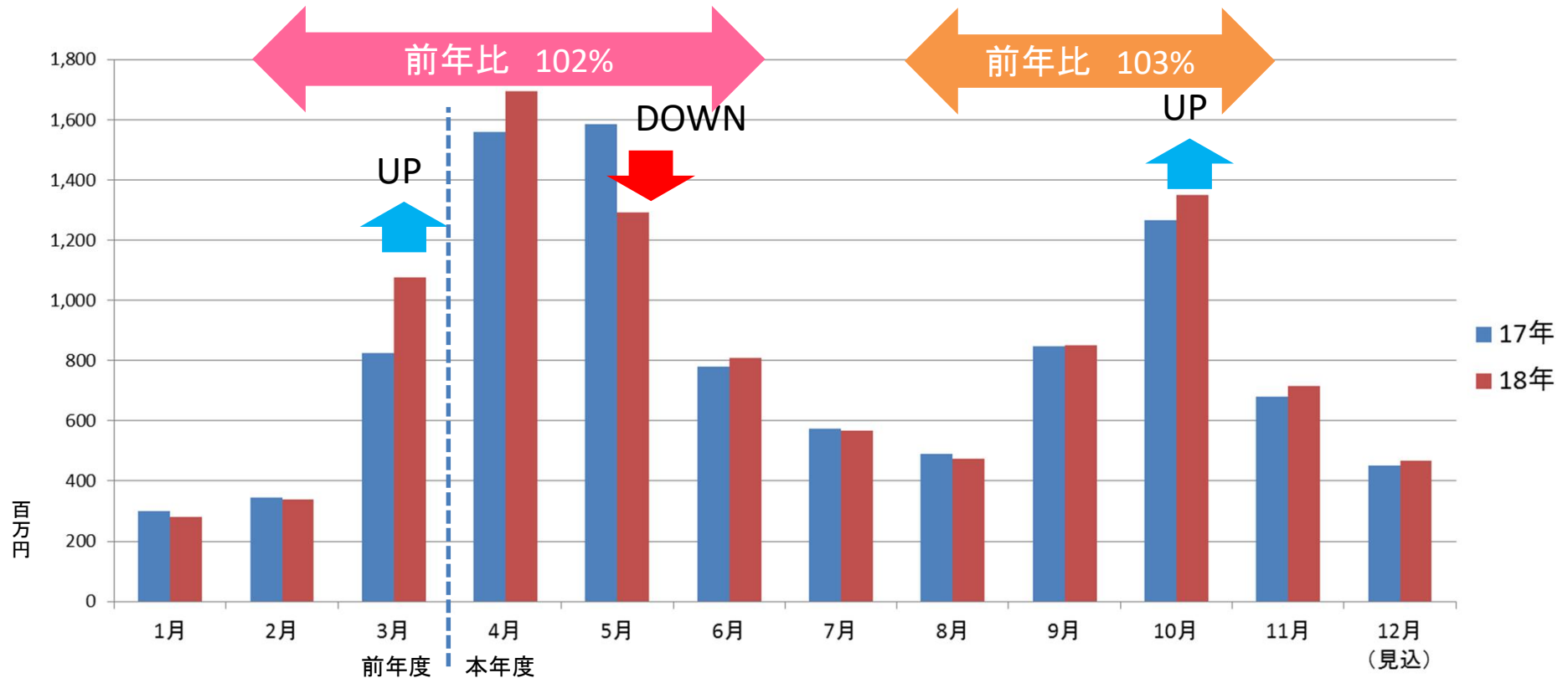
防虫衛生事業部 (防虫事業)



販売動向

DS:SRI-M 推定販売金額

●エステー防虫剤月別販売金額



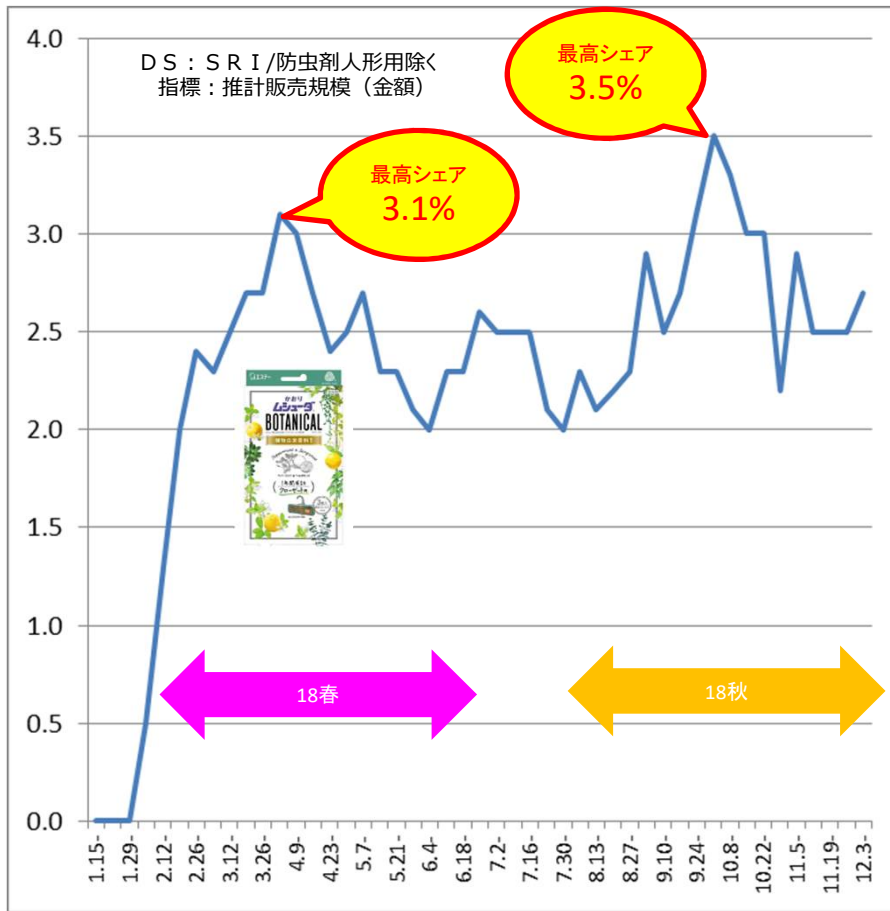
2018年通期：前年比103%の見込み（シェア52%→55%）
本年度（4月～12月）進捗：前年比100%の見込み



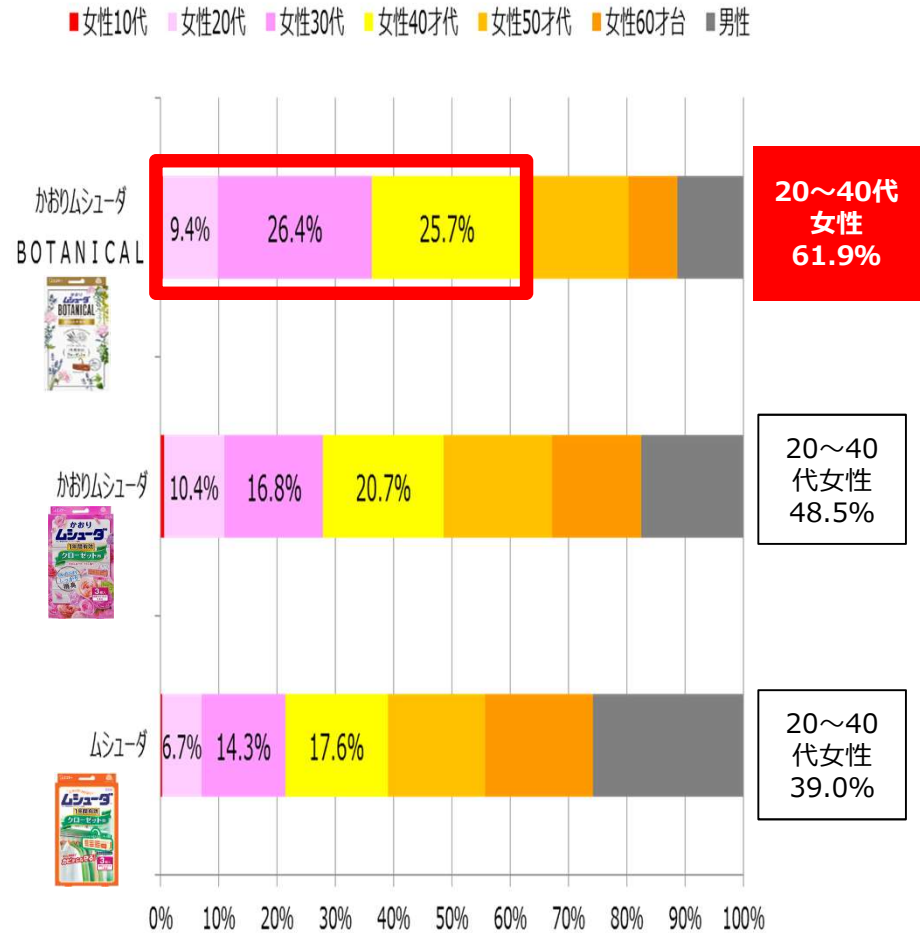
□ かおりムシューダBOTANICALシェア動向

若年女性を取り込み、秋シーズンも引き続き好調に推移

●シェアトレンド



●購入者属性



□ 19春の戦略

市場の維持拡大

① 収納形態の変化に対応

② 若年女性の購入喚起

③ おとりかえ促進





ビジネス開発事業部





介護用品「エールズ」

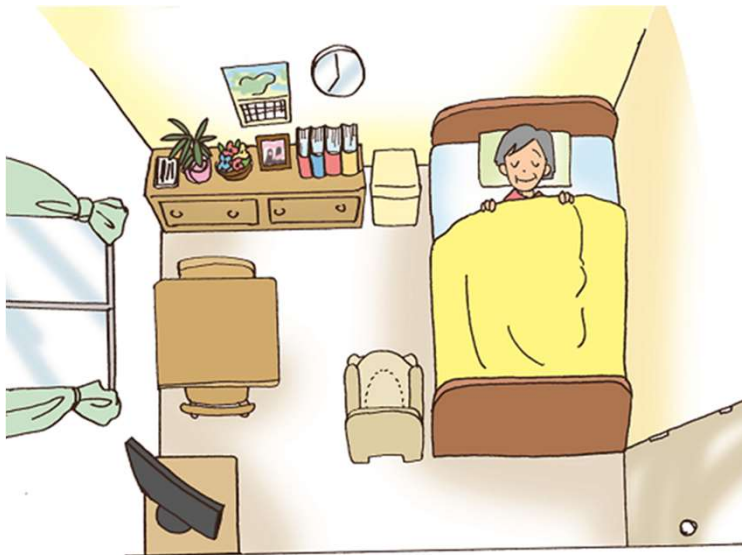


介護用消臭剤市場でNo. 1へ 「エールズ」認知拡大で事業を加速化



■介護臭の研究成果と商品戦略

- 2017年5月“しみつき尿臭”を解決 : 部屋用、ふとん用
 // “放置臭(尿臭)”を解決 : ポータブルトイレ用
 2018年9月“オムツ臭”を解決 : ビニール袋、ゴミ箱用
 2018年11月“複合臭”を解決 : 部屋用、ふとん用(R)
 2019年1月“放置臭(便臭)”を解決 : ポータブルトイレ用(R)



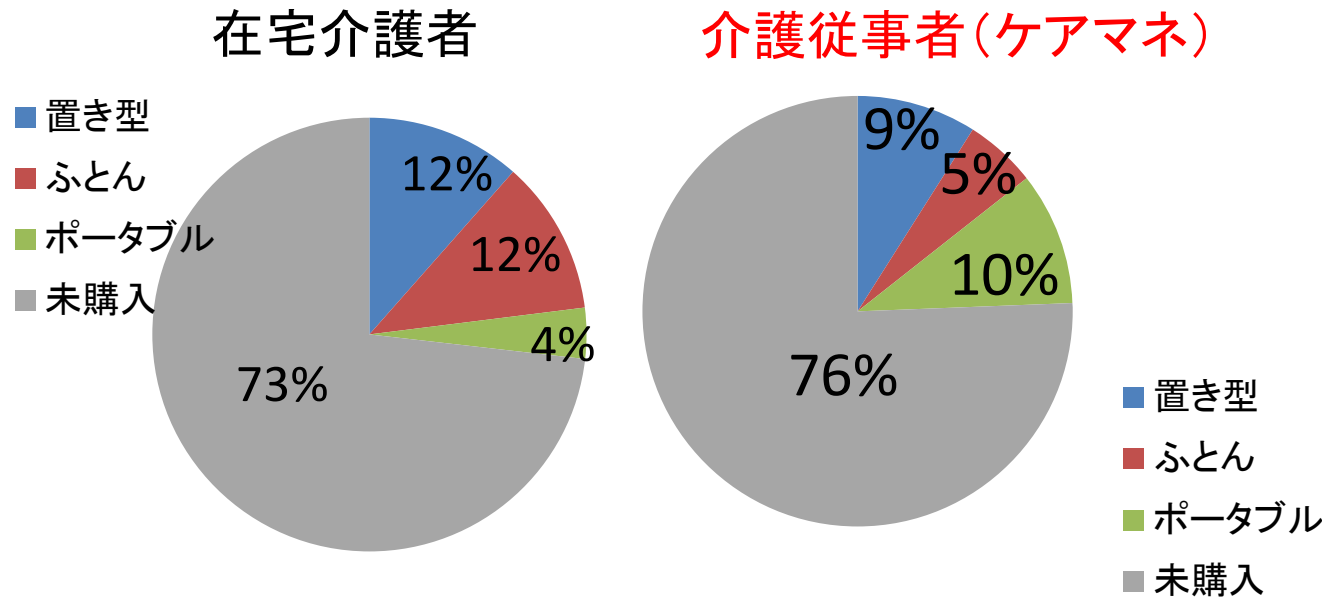
**研究成果を活かした商品開発で、
 顕在化する使用シーンを解決。**



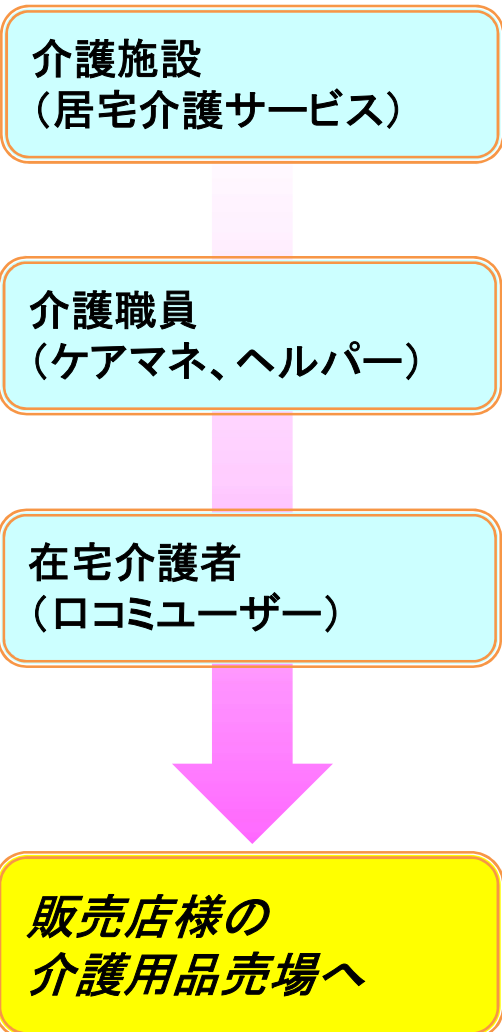
「エールズ」認知度アップ施策

「エールズニオイとり紙」試供品サンプリング
 DS: 安心介護による (n=52)
 DS: ケアマネドットコム (n=221)

＜試供品サンプリングによる次回購入率＞



試供品サンプリング活動は、
 在宅介護者はもとより、
 介護従事者の次回購入にもつながる！





クリアフォレスト





自社製品展開 & 原料販売の両軸 による事業加速化



2018年12月発売 「モリラボ 花粉バリアスティック」

森の研究成果を暮らしに活かす
ヘルスケア製品ブランド
『MoriLabo』
誕生！

モリラボ 第一弾 「花粉バリアスティック」
特許第6124340号

「アレルギー活性低減剤及びこれを利用したアレルギー低減化方法」

商品のメカニズム



花粉がトドマツの香りがする範囲に入ると、トドマツの香り成分が花粉に取り付く事で、抗原・抗体反応（アレルギー）を起こし難くなる効果を発見しました。



■原料販売ビジネスの成果 → さらに加速！

DAIAN SERVICE INC. 業務用空調フィルター



Clearforest Leaf Powder

オフィス空間の
空気環境改善



業務用 デフューザー



樹木精油
Clearforest Essential Oil

介護・病院の
空気環境改善



ご清聴ありがとうございました。

