

2025年日本国内柔軟剤市場トレンド分析レポート

市場概況と売れ筋ランキング

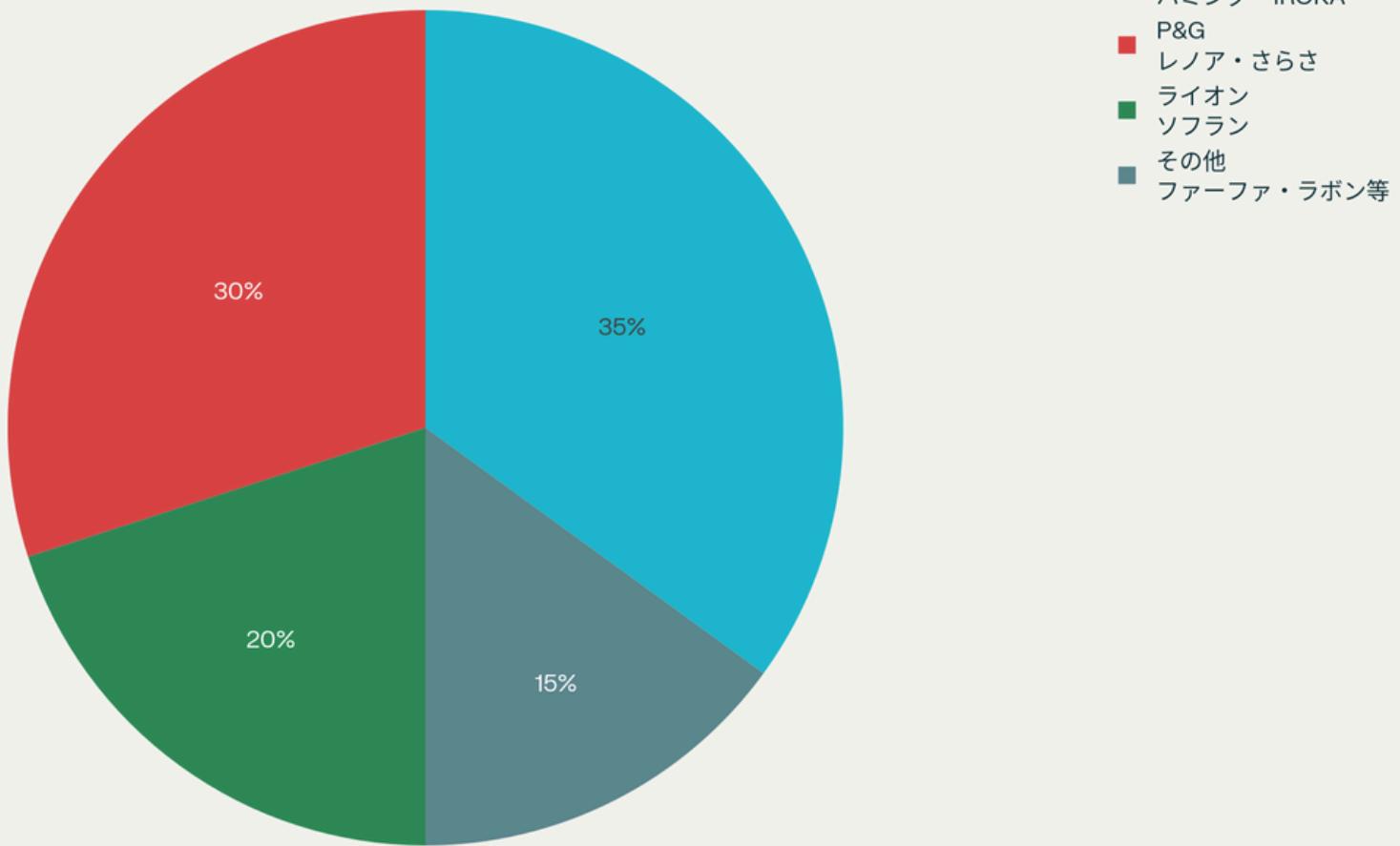
2025年の日本柔軟剤市場では、消臭・抗菌機能と香りの多様化が主要なトレンドとして定着している。

市場規模は約1400億円で前年比2%増の堅調な成長を続けており、特に部屋干し需要の拡大と共に働き世帯の増加が市場拡大を牽引している。

売れ筋TOP10ランキング

現在の売れ筋ランキングでは、P&Gの「レノア 超消臭 1WEEK フレッシュグリーンの香り」が1位を獲得している。この商品は消臭効果と香りの持続性を両立させた点が高く評価されている。2位の花王「ハミング フローラルブーケの香り」は控えめな香りと高いリピート率（27.36%）で根強い人気を維持している。

2025年日本柔軟剤市場シェア



メーカー別市場シェア分析

主要3社の戦略と特徴

花王（シェア35%）は総合力で市場をリードしており、
ハミングとIROKAブランドを展開。

植物由来成分を重視した製品開発で安全性と自然志向のニーズに対応している。

特にハミングシリーズは70-80代の高いロイヤリティを獲得している。

P&G（シェア30%）はレノアブランドで消臭技術と香り技術の革新を追求している。

2024年8月には「レノアリセットセラム」を発売し、衣類の美容液という新価値を提案している。
1週間香りが持続する独自技術により若年層の支持を拡大している。

ライオン（シェア20%）は2024年の「ソフラン エアリス」
廃番を機に脱マス戦略に転換。

ソフランブランドで消臭特化型や高残香タイプに注力し、
ニッチ市場での差別化を図っている。

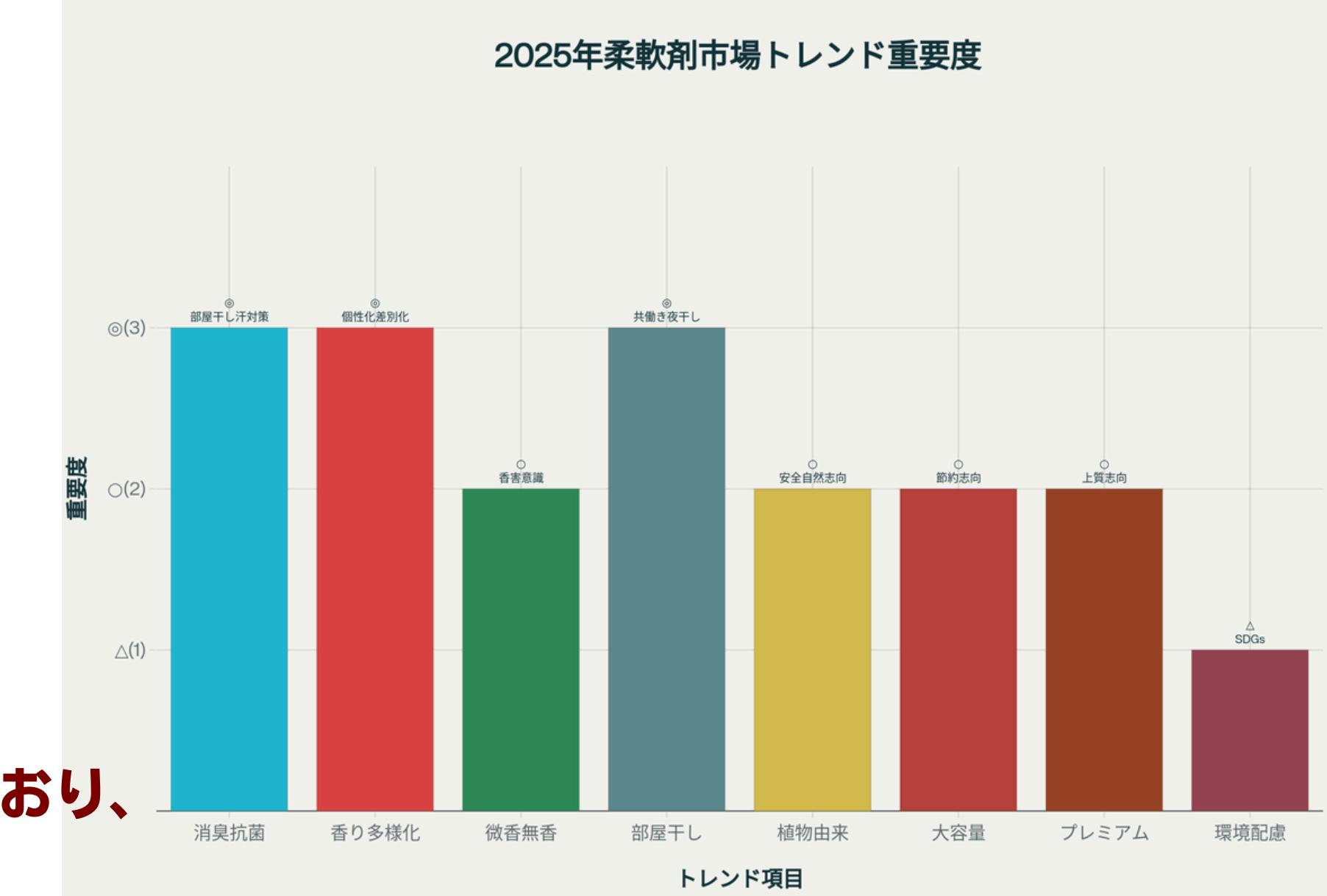
消費者意識の変化とトレンド

香りへの意識変化

2025年の消費者調査では、
香りの持続力と抗菌・消臭効果が選択の7割以上を
占める重要なポイントとなっている。
一方で香害への意識の高まりから、
「微香」や「自然な香り」にも注目が集まっている。
検索データ分析では、「無香料柔軟剤」
の検索量が2024年12月と2025年6月にピークを迎えており、
季節性のある需要変動が確認されている。

主婦層の選択基準

主婦層の柔軟剤選びでは以下の4要素が重視されている：
香りの持続力：一日中好きな香りを楽しめることを重視
消臭効果：部屋干しや汗臭対策への期待
価格・コスパ：大容量タイプや詰替用への需要
刺激の少なさ：敏感肌や赤ちゃん用品への配慮



口コミ・評価から見た人気要因

口コミ・評価から見た人気要因

高評価商品の共通点

口コミ分析から、人気商品には以下の特徴が共通している：

香りの持続技術：「香料マイクロカプセル」配合商品が高評価を獲得している。摩擦でカプセルが弾け、時間差で香りが放出される仕組みが「優しい香りが長持ちする」として支持されている。

消臭・防臭機能：特に夏場は汗ばむ季節の影響で消臭効果を重視する消費者が増加している。「部屋干しでも全然臭わない」「体臭が気にならない」という実用性重視の評価が目立つ。

肌触りの向上：「ふわふわ最強でタオルが生まれ変わる」「高級ホテルタオルのような肌ざわり」など、柔軟剤本来の機能への評価も高い。



注目の新ブランド・商品

TAILOR（ティラー）：2025年8月にbridgeから発売された新ブランドで、「新品級に仕立てる柔軟剤」をコンセプトとしている。

上質な香りと機能性を重視し、生活空間を彩るパッケージデザインも特徴的である。

レノアリセットセラム：P&Gが2024年8月に発売した革新的商品で、衣類のセラム（美容液）を配合し、洗えば洗うほど衣類を修復する新価値を提案している。

ソダテルラボ：「衣類を育てる」という新発想の柔軟剤で、洗うたびに衣類の質感が向上するというコンセプトが注目されている。

生活スタイル変化に伴う需要分析

共働き世帯の影響

共働き世帯の増加により、夜干し・部屋干し需要が定着している。これに対応して各メーカーは部屋干し専用商品を強化しており、「部屋干しOK」表示や抗菌効果を訴求する商品が増加している。

プレミアム化の進行

生活の質を重視する意識の高まりから、「手入れをして、良いものを長く使う」ライフスタイルが浸透している。これを背景に、従来の「消費」から「ケア」へのシフトが進み、衣類を長期間良好な状態で保つ高機能柔軟剤への需要が拡大している。

環境配慮への関心

SDGs意識の高まりを受けて、植物由来成分や生分解性の高い製品への関心が増している。ただし、価格や効果との兼ね合いから、環境配慮は補助的な選択要因に留まっているのが現状である。



市場展望

2025年の柔軟剤市場は、消臭・抗菌機能と香りの多様化を軸とした競争が継続すると予測される。香害への配慮と香りの持続性のバランスを取った製品開発が重要となり、消費者の多様化するニーズに応える細分化された商品展開が加速するものと考えられる。また、共働き世帯の拡大に伴う部屋干し需要や、高齢化社会における使いやすさの追求など、社会構造の変化に対応した製品開発が市場成長の鍵となるだろう。

