

ライオン

洗濯槽ケアを「落とす」から「防ぐ」に変えてヒット

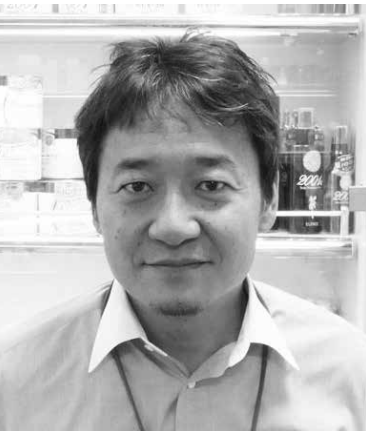
「NANOX 防カビボール」が計画比293%、カテゴリーも128%
ライオンが4月に発売した「NANOX 洗濯槽の防カビボール」が好調だ。4月8日～6月30日までの出荷実績は計画比293%となった。導入した販売企業5社では、洗濯槽クリーナーカテゴリーの販売金額も前年同期比128%となっている。特徴は、カビや汚れが発生してから「落とす」のではなく、普段の洗濯で発生を「防ぐ」発想にある。従来の洗濯槽ケアが事後対応を中心としていたのに対し、日常の洗濯に防カビを組み込む使い方を提案した。

「戦わなくていい」という発想

背景にあるのが、洗濯 最も嫌われる作業となった。掃除しても時間がたてばカビやニオイが発生。2023年9月に実施した調査（n=1132）で、3月～4月にかけて週



は、洗濯に関する行動の刊粧業が掲載した商品紹介記事（粧業日報3月23日）を「洗濯槽のカビ掃除、



マーナーコスメチックス株式会社 代表取締役社長

井田 勝康 氏



マーナーコスメチックスは、スキンケア、ボディケアの受注が堅調だったほか、海外向け輸出の増加も寄与し、2026年8月期は増収増益（前年比）で着地した。

こうした業績の一方で、異常気象の影響も受けた。サンスクリーンは、前年に比べて今年8月の千葉豪雨では、八街工場が浸水被害を受けた。製造機器への影響はなく、現在は通常通り稼働している。

この経験を踏まえ、井田勝康社長はリスク管理の重要性を改めて

もう「戦わなくていい」と表現。同記事を紹介した週刊粧業のX投稿は約129万回閲覧された。閲覧数と販売実績を直接結びつけることはできないが、「汚れをどう落とすか」ではなく「掃除する機会をどう減らすか」という商品の特徴を端的に示す言葉として注目された。

カテゴリー128%が示す 洗濯槽ケアの新たな動き

発売後の使用者調査で、比128%となった。既

商品には、抗菌成分と新消臭成分を配合した「抗菌スティック」を採用。洗濯槽に入れておく

にも取り組んでいる。井田社長は、今後、研究開発でのAI活用を進むとみる一方、「企業情報

を取り巻く環境が変化中、業務効率化の重要性が増している。同社でも、業務のワークフローを整備する

リスク管理の重要性を再認識

新工場の建設計画も進行



までも容器部品に採用し

アルビオン

異素材射出成形で高級容器の新意匠 DURABIOとPETを組み合わせて、貝殻のような質感を実現

アルビオンは、異なるプラスチック素材を組み合わせた射出成形による容器技術を開発した。三菱ケミカル

吉野工業所の協力を得ており、植物由来原料による環境配慮に加え、傷

を使うものから、日常の洗濯に組み込むものへと位置づけが変わる可能性がある。

ライオンの新商品は、洗濯槽ケアの競争を「どれだけ落とせるか」から「どうすれば汚れを発生させないか」へ移す1つの動きとして注目される。

今回の開発では、こうした素材特性を高級化粧品に生かした点に特徴がある。素材選択と成形技術

追求した。パール素材では安定した意匠再現が難しかったため、DURABIOとPETという異素材を組み合わせて、射出成形によって貝殻のような表情を実現した。