

電源不要・長期化する夏のニーズを捉えた「シンカトリ」

KINCHO ブランドで知られる大日本除虫菊株式会社は、2024年2月、次世代型屋内蚊取り「シンカトリ」を発売。これは同社にとって蚊取り剤としては実に14年ぶりの新商品で、ネーミングどおりの画期的商品である。

1. 「置くだけ」で火や電源も不要

商品概要は以下のとおりである。

①部屋に置くだけで蚊を駆除

室内はドア・窓の開閉、エアコン、人の出入りや動きなどで常に気流が発生している。その室内で発生する自然な空気の流れを利用し、部屋に薬剤を拡散させる独自の非加熱式薬剤拡散システム（エアフローリリース技術）を採用。これにより置くだけで、蚊のいない屋内空間となる。1個で6畳の範囲に効果があり、部屋の広さに応じて2個、3個と追加して使用する。

②電源不要

窓の近くなど、空気の流れがある場所の風上に置く、またはエアコンや扇風機で室内の空気を攪拌させるとより効果的で、電気代がかからず、コンセントや電池も不要。火や電源を使用しないのでリビング、寝室、子供部屋などに置いても安全で、蚊が気になる場所なら、どこでも使用が可能。

■「シンカトリ」効果的な使用方法



出所：KINCHO 大日本除虫菊 HP

③オン・オフは上下逆さまにするだけ

スイッチはなく、開閉シャッター方式なので、オン・オフの切り替えは、容器を上下逆さまにするだけの簡単操作。

■「シンカトリ」オン・オフの状態



出所：「シンカトリ」リリース

2. 既存技術の応用による開発成果

この電源が不要な技術、非加熱式薬剤拡散システムの源泉は、1983年に同社が発売した衣類用防虫剤の「タンスにゴン」に利用されていた、常温で薬剤を広げる技術である。この時はまだ効果範囲が衣類収納内にとどまっていたものを、より広範囲に拡散させる方法や薬剤を長年研究し続けた結果、今回の技術開発につながった。

また、「シンカトリ」は樹脂製のメッシュに薬剤を練り込み、メッシュが空気に触れると薬剤が徐々に広がっていく仕組みだが、これは同社の空間用虫よけ剤「虫コナーズ」で採用されている「3D立体構造メッシュ」を活用したものである。

このように自社のヒット商品で採用した技術を活用しながら研究を重ねた結果、「シンカトリ」は6畳という広範囲で、1日12時間使用した場合、200日間効果を持続させることができる機能を得た。

効果もプラグ式と同等（同社比）であり、まさに蚊取りの理想形といえる商品ではないだろうか。

3. 成熟市場の救世主になり得るか

商品は2種類。オープン価格だが、「シンカトリ 200日無臭セット」は1,300円程度（税込）、「シンカトリ 120日無臭セット」は1,100円程度（税込）となっており、それぞれ取替え用カートリッジ単体のラインナップもある。

■「シンカトリ」商品ラインナップ



出所：KINCHO 大日本除虫菊 HP

市場での評価も高い。需要期に合わせて投入された歌舞伎役者の尾上松也、落語家の桂二葉を起用したTVCMでは、見た目「本当に効くのかな」という消費者が抱きそうな気持ちとともに、商品特長を説明。シンプルなセットにシンプルな語り、表情やちょっとしたしぐさにアクセントをつけながら、ユーモアあふれるKINCHOらしいものに仕上がっている。

このCMも話題となり、発売から9月までの約7か月間で約270万個を出荷するヒットとなった。

発売当初の購入者層をみると、多かったのは、50～60代の女性。この世代は蚊取り線香を含めた従来型の設置型蚊取りを長年使用してきた世代だが、この層が「設置型なのに電源不要」という魅力にいち早く反応し、抵抗なく新商品へとシフトしたとみられる。

また、現代の家庭生活ではスマホの充電器やパソコン、家電などのプラグが増加し、コンセントの穴が不足する問題が起こりがちだ。そのため、夏季だけとはいえ、コンセントの穴を1つ使用するプラグ式の電子蚊取りはどこにでも置ける環境になかった。この問題を解決した点も消費者心理に響いたと思われる。

口コミ評価でも、「置いた瞬間から蚊がいなくなった!」「電源不要なのでどこにでも置けるのが便利!」といった好意的評価が多く、特に女性購入者から多く支持されているようだ。200日用の長期間使用モデルも手軽さから人気を集めている。

しかしながら、効果に関しては使用環境によってはマイナス評価もみられ、風通しの悪い場所や、天井が高い部屋では効果を感じにくいという声も見受けられる。対照的に寝室やリビングなど、密閉性の高い空間では効果を実感しやすいという報告が多数寄せられている。同社が推奨する6畳程度の広さであれば効果をより感じやすいが、大型の部屋や空間では複数個使用しないと、当然ながら効果は低くなるようだ。

「シンカトリ」は、消費者の潜在的なニーズを捉え、成熟市場であった設置型蚊取り市場のまさに“カンフル剤”となった。2025年はリピーター、新規ユーザーの取り込みによる、さらなる拡販に向けて真価が問われる年となりそうである。