

市場構造の転換点：大王製紙「キレキラ！」の破壊的イノベーションと花王「クイックル」独占体制への挑戦

Gemini 3 pro

エグゼクティブサマリー

2026年初頭、日本のホームケア市場はかつてない地殻変動の只中にある。長年にわたりフロアワイパー市場の「絶対王者」として君臨してきた花王の「クイックル」ブランドに対し、製紙業界の巨人・大王製紙(エリエール)が投じた一石——「キレキラ！ワイパードライ×ウエットシート」が、市場の力学を劇的に変容させつつあるからだ。2025年10月の発売以降、当初計画比200%という驚異的な出荷実績を記録し、日経トレンドの「2026年ヒット予測100」にも選出されたこの製品は、単なる新商品ではなく、成熟しきったと思われていた清掃用品市場に隠されていた巨大な「ホワイトスペース（未開拓領域）」を顕在化させた¹。

本レポートは、2026年1月8日の日経クロストrend記事および関連する市場データを起点に、この現象を多角的に分析するものである。特筆すべきは、エリエールが採用した「ドライとウエットの物理的統合」というアプローチが、従来の「機能細分化」による性能向上競争とは全く異なる次元の戦い——すなわち「掃除プロセスの再設計」を消費者に提案している点にある。

本稿では、花王が築き上げた強固な城塞の構造的弱点、大王製紙がベビー用おむつ技術を転用して実現した技術的ブレイクスルー、そして「タイパ(タイムパフォーマンス)」を至上命題とする現代消費者の深層心理を紐解きながら、2026年以降のホームケア市場における競争優位の源泉がどこへ移行していくのかを詳らかにする。これは単なる製品レビューではなく、コモディティ市場におけるチャレンジャー企業の生存戦略と、技術資産のクロスボーダー活用に関する詳細なケーススタディである。

第1章 王者「花王クイックル」の覇権構造とイノベーションのジレンマ

1.1 カテゴリー創出者としての絶対的優位性

日本の住居用掃除シート市場において、花王の「クイックルワイパー」は、単なるトップシェアブランド以上の意味を持つ。1994年の発売以来、雑巾がけという重労働を「立ったまま、手軽に」行うスタイルへと一変させた同製品は、カテゴリーそのものを創出したパイオニアであり、事実上の市場標準(デファクトスタンダード)として君臨し続けてきた。

2025年時点においても、その支配力は盤石に見える。その源泉は、花王が誇る圧倒的な化学技術と、界面活性剤のノウハウを活かした「捕集力・洗浄力」へのあくなき追求にある。特に、「クイックルワイパー 立体吸着ウエットシート ストロング」に代表される高機能ラインナップは、フロア用掃除シートの完成形とも称され、油汚れやこびりつき汚れに対する強力な洗浄力で、消費者からの絶大な信頼を勝ち得ている³。市場データを見ても、売上ランキングの上位は常にクイックルシリーズが独占しており、競合他社が正面からの性能勝負でその牙城を崩すことは、長らく不可能に近い課題とされてきた⁵。

1.2 「最適解」の提供が生んだ複雑性の罠

花王の製品戦略は、清掃対象や汚れの種類に応じて機能を極限まで細分化し、それぞれのシチュエーションにおける「最適解」を提供するというものである。この戦略は、論理的かつ合理的である。

- ドライシート: 静電気とマイクロ繊維によるホコリ・髪の毛の捕集に特化。
- ウエットシート: 洗浄成分と保水構造によるベタつき・皮脂汚れ除去に特化。
- ストロング: 頑固な油汚れや消臭ニーズに対応。
- マグネットワイパー: 物理的な吸着力を強化したハードウェア。

このように、花王は「ドライ」と「ウエット」を明確に異なる機能として定義し、それぞれを別々の製品として進化させてきた。この「機能細分化戦略」は、掃除を徹底的に行いたいという完璧主義的なニーズには合致するものの、同時に消費者に対して「使い分けの煩雑さ」や「複数種類の在庫管理」というコストを強いる結果となった。

市場を「プロセスの単純さ(統合化 vs 細分化)」と「清掃機能の深度(徹底的 vs 日常的)」の2軸で分析すると、花王の立ち位置が明確になる。花王は、ドライシートによる「日常的な軽清掃」と、ストロングシート等による「徹底的な深層清掃」の双方をカバーしているが、それらはあくまで「細分化されたプロセス」として提供されている。つまり、消費者は掃除のたびに「今はホコリを取るべきか、汚れを拭くべきか」という意思決定を行い、適切なシートを選び、装着するという手間を負っているのである。この「機能の最適化」が進行すればするほど、掃除という行為の「プロセス」は分断され、複雑化していく――これこそが、絶対王者が抱える構造的な「イノベーションのジレンマ」であり、エリエールがつけ込む隙となったアキレス腱であった。

エリエールはこの間隙を突き、花王が空白にしていた「プロセスの統合化・簡便化」という領域に、強力な一手を打ち込んだのである。

第2章 エリエールの「奇策」: 技術的クロスオーバーによる解

2.1 常識への挑戦: 物理的矛盾の解決

2025年10月1日、大王製紙が全国発売した「キレキラ! ワイパー ドライ×ウエットシート」は、業界の常識を覆す製品であった⁷。その最大の特徴は、製品名が示す通り、「表面がドライ、裏面がウエット」という、物理的に相反する機能を一枚のシートに共存させた点にある。

通常、不織布やパルプを用いた掃除シートにおいて、片面に水分(薬液)を含ませれば、重力や毛細管現象によって水分は全体に拡散・浸透してしまう。そのため、片面だけを完全な乾燥状態(ドライ)に保ちながら、もう片面を湿潤状態(ウエット)にするということは、技術的に極めて困難であった。花王をはじめとする既存メーカーが、ドライとウエットを別製品として展開してきた背景には、こうした物理的な制約も存在したのである。

2.2 技術的ブレイクスルー: ベビー用おむつの防水技術の応用

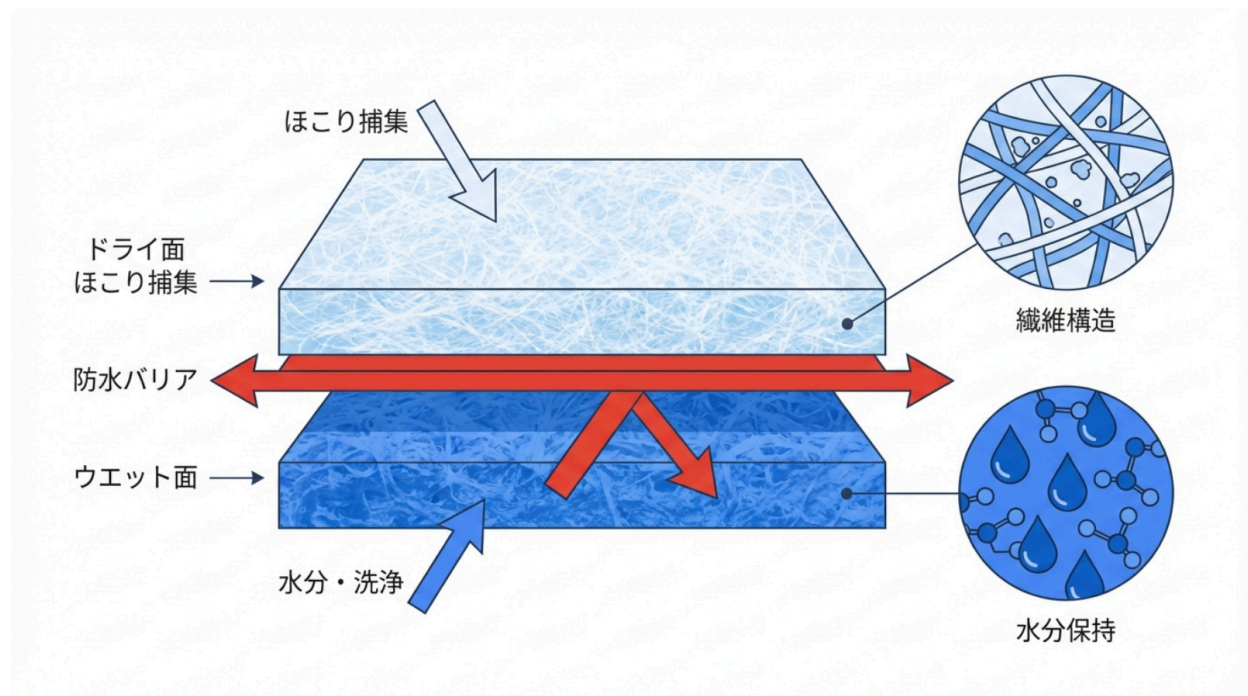
エリエールはこの難題を、自社が持つ全く異なるカテゴリーの技術資産を転用することで解決した。それが、主力ベビー用おむつブランド「グーン(GOO.N)」で培われた高度な防水シート技術である⁹。

この製品は、独自の「3層構造」を採用することで、機能の分離と統合を同時に実現している。

1. 第1層(ドライ面): ホコリ、髪の毛、パンくず、砂ボコリを物理的に絡め取る厚手の繊維層。ここには花王のような薬剤による吸着ではなく、繊維構造による物理的な捕集力が求められる。
2. 第2層(中間層・防水): おむつ技術由来の防水フィルム層。ここが技術の核(コア)であり、ウエット面に含浸された洗浄液がドライ面に移行するのを物理的に遮断する「壁」の役割を果たす。
3. 第3層(ウエット面): 洗浄成分をたっぷりも含んだ保水層。皮脂汚れやベタつきを除去し、99.9%の除菌・ウイルス除去効果も発揮する¹¹。

この構造により、消費者は「まずドライ面で床のホコリや髪の毛を取り、シートを裏返すだけで、即座にウエット面での仕上げ拭きやベタつき除去を行う」という、シームレスな掃除体験を享受できるようになった。これは単なる「リバーシブル」ではなく、紙メーカーとしての素材加工技術の粋を集めたイノベーションである。

技術解剖：不可能を可能にした「3層ハイブリッド構造」



中央に配置された「紙おむつ由来の防水シート」が水分の移行を完全に遮断。これにより、高い捕集力を持つドライ面と、洗浄力に優れたウェット面の共存が実現した。

2.3 化学の花王 vs 物理の大王

この「3層構造」という解決策は、競合である花王の強みとの対比において非常に興味深い示唆を含んでいる。花王は「化学メーカー」としての強みを活かし、洗浄液の成分改良や、繊維への薬剤塗布技術(化学的吸着)によって性能を高めてきた。対して大王製紙は、「製紙・素材メーカー」としての強みを活かし、シートの積層構造や防水フィルムの挟み込みといった「物理的・構造的アプローチ」で課題を解決した。

このアプローチの違いこそが、花王が容易に追従できない参入障壁となっている可能性がある。化学的処方と同様の機能を実現しようとすれば、例えば「乾燥時はドライだが、圧力や水分で機能が変化する」ような複雑なマイクロカプセル技術などが必要になるかもしれないが、大王製紙は「防水シートを挟む」というシンプルかつ堅牢な物理的解法を提示したのである。

第3章 消費者心理の深層:「もやもや」の解消とタイパ需要

3.1 潜在的ペインポイント「もやもや」の正体

日経クロストrendの記事やプレスリリースにおいて、エリエールのマーケティングチームが強調しているのが、消費者が抱える掃除に対する「もやもや(未消化の不満)」への着目である¹。市場調査によれば、既存の掃除プロセスには、以下のような心理的・物理的な摩擦(フリクション)が存在していた。

- 「もったいない精神」のパラドックス: ウエットシートを使って掃除をした際、まだシートに水分が残っているのに捨てなければならない罪悪感。あるいは逆に、ドライシートで掃除をした後に食べこぼしなどの汚れを見つけた際、「ウエットシートを使いたいが、その一点のために新しいシートを開封するのはもったいない」という躊躇。
- 工程分断による心理的負荷: 従来の掃除では、「ドライシートで全体を拭く」→「汚れたシートを外して捨てる」→「ウエットシートを取りに行く」→「パッケージから取り出して装着する」→「汚れを拭く」という、多くの工程が必要であった。この工程の多さが、掃除に取り掛かる前の心理的ハードルを高めていた。

エリエールの新製品は、この複雑な心理的葛藤を、「シートを裏返す」という極めて単純なワンアクションで解消した。これは単なる機能追加ではなく、消費者の掃除行動における意思決定コストと作業コストを劇的に削減する、プロセスの再設計(Process Re-engineering)であったと言える。

3.2 「ちょこっと掃除」と「タイパ」至上主義

2026年の消費トレンドを語る上で欠かせないのが、「タイパ(タイムパフォーマンス)」への強烈的な希求である。共働き世帯の増加やライフスタイルの多様化に伴い、休日にまとめて行う「大掃除」から、気になった時にサッと済ませる「ルーチンとしての掃除(ちょこっと掃除)」へと、掃除のスタイルは不可逆的にシフトしている¹²。

「キレキラ! ドライ×ウエット」は、このトレンドに合致する以下の具体的な利用シーンを提供した。

- 1部屋完結型の掃除: 子供部屋や洗面所など、特定のエリアだけを掃除したい場合、ドライでホコリを取り、そのままウエットで仕上げることで、他の道具を持ち出す必要がなくなる¹⁴。
- 突発的な汚れへの対応: 床に落ちた髪の毛(ドライ案件)と、飲み物のシミ(ウエット案件)を同時に処理したいというニーズへの即応。
- 収納スペースの圧縮: ドライ用とウエット用の2種類のストックを持つ必要がなくなり、収納スペースが限られる都市部居住者のニーズを満たす¹⁵。

発売直後の出荷が計画比200%に達したという事実は、この製品がニッチなアイデア商品ではなく、マス層が抱えていた切実な「タイパ」ニーズを正確に射抜いたことを証明している²。Nikkei Trendyのヒット予測100で16位にランクインしたことも、この製品が持つ社会的影響力の大きさを示唆している¹。

第4章 大王製紙の企業戦略: H&PC事業の構造改革と「プロ仕様」の民主化

4.1「3つのウェルビーイング」とマーケットインへの転換

本製品の成功は、単発的なヒットではなく、大王製紙が進める全社的な構造改革の成果として捉えるべきである。同社は長期ビジョンとして「衛生 (Hygiene)」「人生 (Life)」「再生 (Regeneration)」の3つのウェルビーイングを掲げ、経営資源を集中させている¹⁷。

かつて製紙業界は、巨大な装置産業としての側面が強く、稼働率を維持するための大量生産・大量販売(プロダクトアウト)が主流であった。しかし、デジタル化によるペーパーレス化で国内の紙需要が減退する中、大王製紙はH&PC(ホーム & パーソナルケア)事業を成長の柱と位置づけ、消費者の微細なニーズを拾い上げる「マーケットイン」型の開発体制へと大きく舵を切った¹⁸。

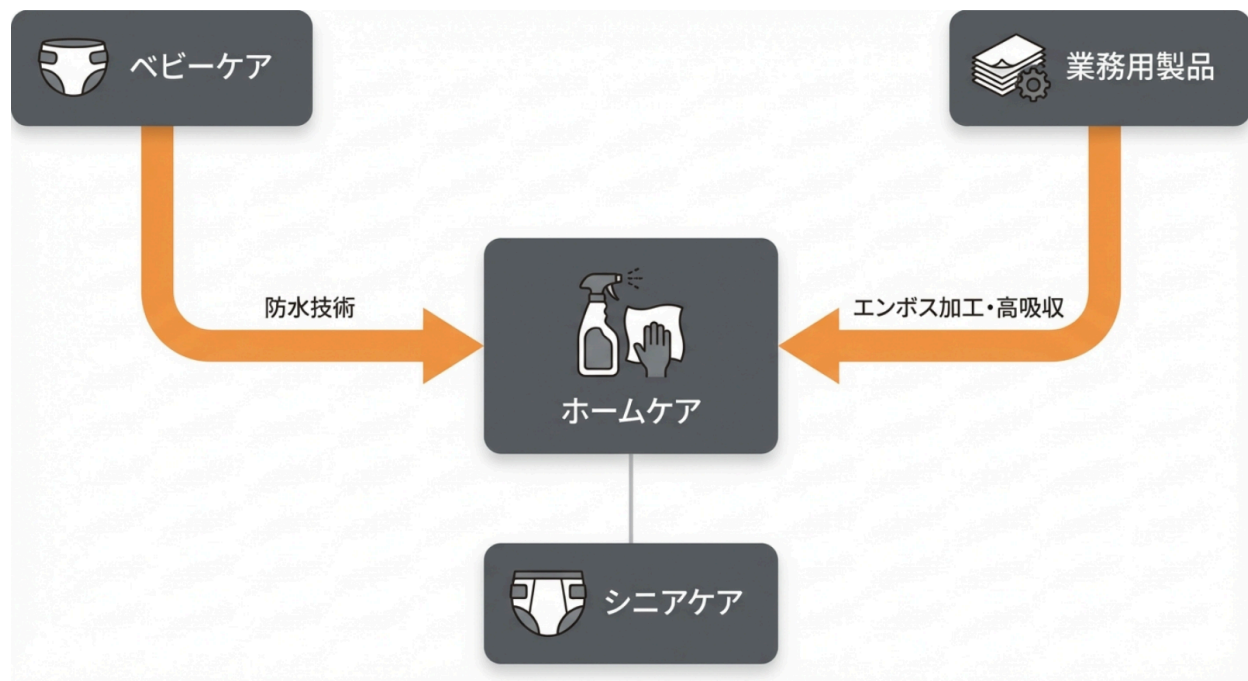
4.2 技術資産のクロスボーダー活用戦略

エリエールの戦略におけるもう一つの重要な柱は、社内には存在する多様な技術資産(IP)を、事業部の壁を越えて活用する「クロスボーダー戦略」である。

2025年9月には、「エリエール ペーパータオル セレクト シングル」を発売し、業務用製品で培った高い吸水性と強度を持つペーパータオル技術を一般家庭向け製品に転用した²⁰。そして今回の「キレキラ！」におけるおむつ技術の転用も、全く同じ文脈にある。

すなわち、大王製紙は自社が持つ産業用・業務用・衛生用品の高度な技術資産を、家庭用品カテゴリーに移植することで、競合他社が容易に模倣できない差別化を図っているのである。これは、単なるマーケティング主導の商品開発とは一線を画す、技術主導型のイノベーション戦略である。

戦略概念図：エリエールの「技術クロスオーバー戦略」



大王製紙は、ベビーケア（おむつ）や業務用製品（ペーパータオル）で培った高度な技術資産をホームケア分野へ積極的に移植。単なる「紙メーカー」から「高機能素材メーカー」への脱皮を図っている。

第5章 競争環境の未来予測：王者の死角と次なる一手

5.1 花王の死角：サプライチェーンとカニバリゼーション

一方、迎え撃つ花王にも死角がないわけではない。2025年、花王は新製品「クイックル 洗面ボウルクリーナー」がSNSを中心に爆発的なヒットとなり、想定の10倍の売れ行きで一時的な供給停止に追い込まれた²³。これは花王の企画力が依然として強力であることを証明しているが、同時に、近年のSNS主導型の需要急増に対するサプライチェーンの脆弱性や、ヒット予測の難しさも露呈した。

また、クイックルブランドはあまりにも巨大化・細分化しすぎたため、エリエールのような「統合型製品」を投入することは、自社の既存主力製品（ドライ専用シート、ウェット専用シート）の売上を侵食する「カニバリゼーション（共食い）」を引き起こすリスクがある。既存ビジネスが強固であればあるほど、破壊的なイノベーションには慎重にならざるを得ない。持たざる者であるエリエールの方が、リスクを恐れずに統合製品を投入できるポジションにあったと言える。

5.2 2026年の市場展望：ハイブリッドの標準化

エリエールの成功により、「ドライとウエットの融合」は、今後のフロアワイパー市場における新たな標準(ニューノーマル)となる可能性が高い。特に、インフレによる物価高が続く中で、「1枚で2役」という経済合理性は、消費者にとって強力な購買動機となり続けるだろう。

今後の競争の焦点は以下の点に移行すると予測される。

1. 競合の追随: ユニ・チャームやレックといった他のプレイヤーも、同様のハイブリッド製品を投入し、ドラッグストアの棚割りを巡る競争が激化する。
2. 花王の反撃: 化学的花王が、物理的大王に対していかなる「化学的アプローチ」で反撃するか。例えば、乾燥状態ではドライ機能を持ち、水に触れるとウエット機能が発現するような新素材の開発などが考えられる。
3. 自動化への対応: ロボット掃除機の普及に伴い、人間が手で行うワイパー掃除は「ロボットが入れない隙間」や「突発的な汚れ」へと役割を特化させていく。その際、臨機応変に対応できるハイブリッドシートの優位性はさらに高まる。

5.3 製品仕様比較と市場ポジション

最後に、両社の主要製品の仕様と市場ポジションを比較整理する。

特徴・要素	エリエール キレキラ！ドライ×ウエット	花王 クイックルワイパー 立体吸着ウエット	花王 クイックルワイパードライ
構造・技術	3層構造(ドライ繊維 / 防水フィルム / ウエットパルプ)	3層構造(洗浄液キープ層 / 汚れ捕集層)※化学的保水	立体構造(マイクロ繊維)※静電気・物理捕集
主な機能	1枚で乾拭き・水拭きの両立、裏返すだけで機能切替	ベタつき・バイ菌除去、高洗浄力、消臭	ホコリ・髪の毛の捕集、ハウスダスト除去
ターゲット層	時短・効率重視、ちょこっと掃除層、1部屋完結ニーズ	リビング全体の徹底掃除、皮脂汚れ重視、衛生志向層	日々のホコリ取り、静音掃除ニーズ、ペットオーナー
解決課題	2種類のシートを用意する手間、シート交換の手間、在庫管理	掃除機では取れないベタつきの除去、菌・ウイルス対策	掃除機を出さずに済む手軽さ、排気ゼロ
技術的源泉	ベビー用おむつの防	界面活性剤技術、立	繊維加工技術、不織

	水技術（物理的遮断）	体成型技術（化学的制御）	布技術
市場価格帯	16枚入 400～500円前後（オープン価格）	16枚入 500～600円前後	20枚入 300～400円前後
ユーザー評価	準備・片付けの手間がない、経済的。ただしドライ面の厚みや凹凸感は専用品に劣るとの声もあり 27	洗浄力・水分保持力は圧倒的。最後まで乾かない	髪の毛の捕集力が高く、定番としての安心感がある

この比較からも明らかなように、エリエールは花王の既存製品がカバーしていなかった「統合・効率」という空白地帯を正確に射抜いている。一方で、絶対的な洗浄力や捕集力といった「専用品の性能」においては、依然として花王に一日の長がある。エリエールの課題は、この「便利さ」を入り口に、いかにして清掃性能への信頼を積み上げ、リピーターを定着させるかにあるだろう。

結論

エリエールの「キレイラ！ワイパードライ×ウエットシート」は、単なるアイデア商品のヒットではない。それは、消費者の潜在的なペインポイントを深く洞察し、社内の異分野技術を巧みに組み合わせることで実現した、高度な戦略的イノベーションである。絶対王者・花王クイックルに対し、正面からの「性能競争」ではなく、「プロセスの変革」という別次元の戦いを挑んだ点に、エリエールの勝機があった。

2026年、ホームケア市場の覇権争いは、機能の高さだけを競う時代から、生活者の時間をいかに創出するかという「生活提案競争」へと、新たなフェーズに突入したと言える。大王製紙のこの「奇策」は、成熟市場におけるチャレンジャーがいかにして巨人を揺るがすことができるかを示す、極めて示唆に富んだケーススタディである。

引用文献

1. 初回出荷※1が計画比200%を突破！「キレイラ！ワイパードライ ...」, 1月 14, 2026にアクセス、<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000714.000001310.html>
2. 忙しいあなたの味方！「キレイラ！ワイパードライ×ウエットシート ...」, 1月 14, 2026にアクセス、
<https://osaka.publishing.3rd-in.co.jp/article/ebad932c-b87e-11f0-9619-9ca3ba0a67df>
3. 【相違点】「クイックルワイパー 立体吸着ウエットシート ...」, 1月 14, 2026にアクセス、
<https://www.kao.com/jp/qa/detail/16714/>

4. 花王 | 製品Q&A | 【相違点】「クイックルワイパー ウエットシート ...」, 1月 14, 2026にアクセス、<https://www.kao.com/jp/qa/detail/16289/>
5. 使い捨て紙クリーナー類 の市場ランキング - ウレコン, 1月 14, 2026にアクセス、<https://urecon.jp/categories/%E6%97%A5%E7%94%A8%E5%93%81/%E6%97%A5%E7%94%A8%E9%9B%91%E8%B2%A8/%E4%BD%8F%E5%B1%85%E7%94%A8%E6%B4%97%E5%89%A4%E9%A1%9E/%E4%BD%BF%E3%81%84%E6%8D%A8%E3%81%A6%E7%B4%99%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%83%8A%E3%83%BC%E9%A1%9E/212917>
6. 【2025年】流せるトイレクリーナーのおすすめランキング。破れ ..., 1月 14, 2026にアクセス、<https://360life.shinyusha.co.jp/articles/-/10028>
7. 「キレイラ！ワイパードライ×ウエットシート」新発売 - 大王製紙, 1月 14, 2026にアクセス、<https://www.daio-paper.co.jp/news/%E3%80%8C%E3%82%AD%E3%83%AC%E3%82%AD%E3%83%A9%E3%83%AF%E3%82%A4%E3%83%91%E3%83%BC-%E3%83%89%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%82%A6%E3%82%A8%E3%83%83%E3%83%88%E3%82%B7%E3%83%BC%E3%83%88%E3%80%8D/>
8. 新発想の「キレイラ！ワイパー」で手軽にお掃除、時短に貢献！, 1月 14, 2026にアクセス、<https://tokyo.publishing.3rd-in.co.jp/article/7af33358-7332-11f0-8efa-9ca3ba0a67df>
9. 初回出荷※1が計画比200%を突破！「キレイラ！ワイパードライ ...」, 1月 14, 2026にアクセス、<https://adv.tokyo-np.co.jp/prtimes/article85324/>
10. ドライとウエットが裏表で1枚になった画期的なワイパーシートで ..., 1月 14, 2026にアクセス、<https://adv.tokyo-np.co.jp/prtimes/article54334/>
11. キレイラ®！ワイパードライ×ウエットシート - エリエール, 1月 14, 2026にアクセス、<https://www.elleair.jp/kirekira/wiper/>
12. 「キレイラ！トイレクリーナー 招き猫デザイン」数量限定発売, 1月 14, 2026にアクセス、<https://www.daio-paper.co.jp/news/%E3%80%8C%E3%82%AD%E3%83%AC%E3%82%AD%E3%83%A9%E3%83%AF%E3%83%88%E3%82%A4%E3%83%AC%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%83%8A%E3%83%BC-%E6%8B%9B%E3%81%8D%E7%8C%AB%E3%83%87%E3%82%B6%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%80%8D/>
13. ホコリもベタつきもこの1枚できれいに！画期的な「ワイパーシート ...」, 1月 14, 2026にアクセス、<https://kufura.jp/life/clean-up/697369>
14. エリエール キレイラ！ワイパードライ×ウエットシート ... - LOHACO, 1月 14, 2026にアクセス、<https://lohaco.yahoo.co.jp/store/h-lohaco/item/ake0157/>
15. エリエール キレイラ！ワイパードライ×ウエットシート 16枚, 1月 14, 2026にアクセス、<https://shop.elleair.co.jp/products/dsi21001727>
16. 大王製紙 エリエール キレイラ！ワイパードライ×ウエットシート 1 ..., 1月 14, 2026にアクセス、<https://store.shopping.yahoo.co.jp/tanomail/4612054.html>
17. Shaping an Abundant and Affable Future for the World, 1月 14, 2026にアクセス、https://www.daio-paper.co.jp/wp-content/uploads/DAIO_2024_1_EN.pdf
18. Daio Paper Group Integrated Report, 1月 14, 2026にアクセス、https://www.daio-paper.co.jp/wp-content/uploads/pdf/ir/m_web_9032587912001.pdf

19. PDF, 1月 14, 2026にアクセス、
https://www.daio-paper.co.jp/wp-content/uploads/DAIO_2024_3_EN.pdf
20. 涼やかなマリンスティックのすみっこたちと夏のトイレ空間をすみっこ ..., 1月 14, 2026にアクセス、<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000675.000001310.html>
21. 「エリエール ペーパータオル セレクト シングル」新発売 - 大王製紙, 1月 14, 2026にアクセス、
<https://www.daio-paper.co.jp/news/%E3%80%8C%E3%82%A8%E3%83%AA%E3%82%A8%E3%83%BC%E3%83%AB-%E3%83%9A%E3%83%BC%E3%83%91%E3%83%BC%E3%82%BF%E3%82%AA%E3%83%AB-%E3%82%BB%E3%83%AC%E3%82%AF%E3%83%88-%E3%82%B7%E3%83%B3%E3%82%B0%E3%83%AB/>
22. 『エリエール ペーパータオル セレクト シングル』新発売, 1月 14, 2026にアクセス、
https://www.elleair.jp/_var/pdf/20250902_paper-towel_selectsingle.pdf
23. 花王『クイックル 洗面ボウルクリーナー 本体 100ml』出荷再開の ..., 1月 14, 2026にアクセス、<https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2025/20251031-001/>
24. バズりすぎて出荷停止 ついに販売再開の花王「クイックル 洗面 ...」, 1月 14, 2026にアクセス、https://www.huffingtonpost.jp/entry/story_jp_690a9f1ee4b09953a605a49d
25. 花王、「クイックル 洗面ボウルクリーナー」出荷再開～タイパ重視 ..., 1月 14, 2026にアクセス、https://www.syogyo.jp/news/2025/10/post_042522
26. 花王クイックル最強ガイド:ドライ→ウェットの正解順 - note, 1月 14, 2026にアクセス、
<https://note.com/motokoku/n/n4ab5dd57e83a>
27. 大王製紙 キレキラ！ ワイパー 徹底キレイドライシート 20枚 ..., 1月 14, 2026にアクセス、
<https://review.kakaku.com/review/K0001021097/>