

報道関係者各位
プレスリリース

2017年4月28日
ソフトブレン・フィールド株式会社

今どきの日焼け止めは、コスパと機能性で選ぶ！

～日焼け止めに関するアンケート～

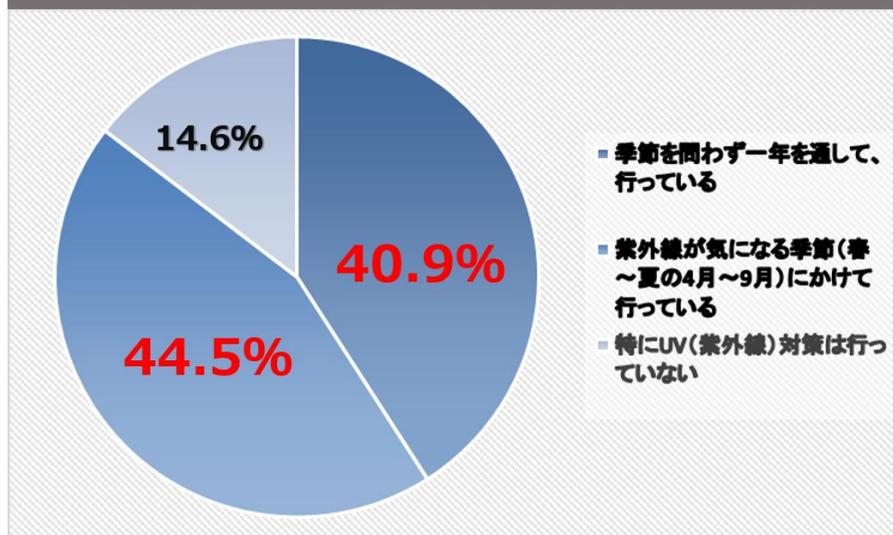
フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、株式会社クレディセゾンとの共同事業として運営している「レシートで貯める」（<https://aqfpob.com/>）のアンケートモニターのうち、主に紫外線対策をしている可能性の高い20代～60代の女性会員に「日焼け止めに関するアンケート」を2017年4月17日に実施しましたので、その結果をご報告いたします。

【調査実施概要】

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
女性 (N)	112	620	1367	945	408	3,452
%	3.2%	18.0%	39.6%	27.4%	11.8%	100.0%
調査方法	インターネットを利用したアンケート調査					
調査期間	2017年4月17日					
調査対象者	「レシートで貯める」アンケートモニター会員 3,542名（女性）					

Q1、あなたが普段、紫外線対策を行っている時期について、最も近いものを1つお選びください。

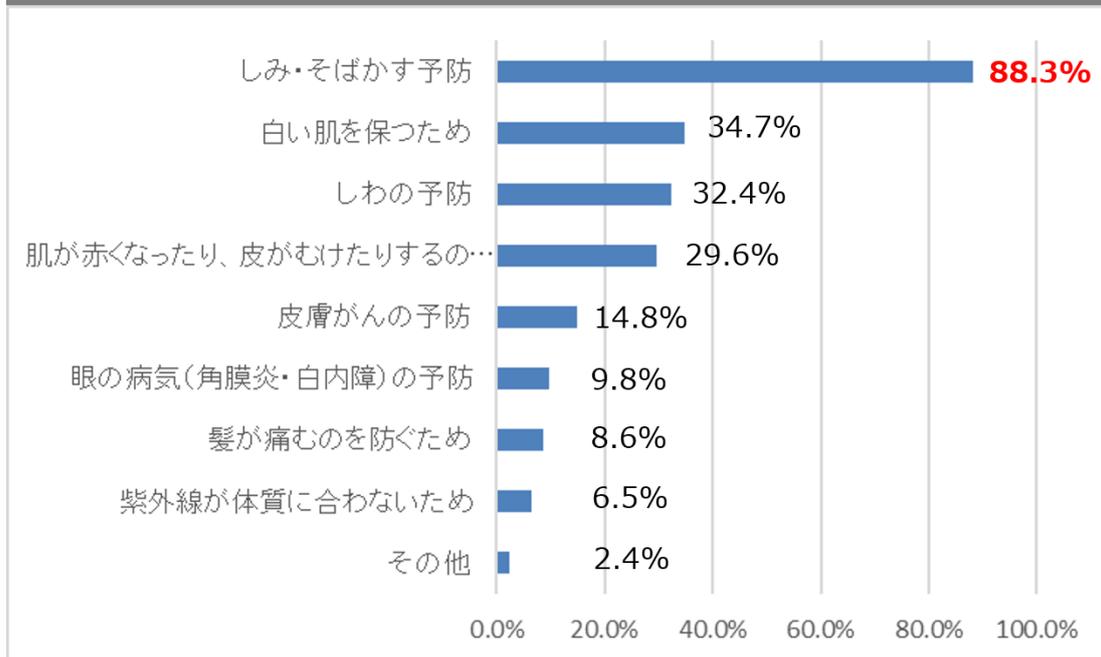
単一回答 N=3,452



紫外線対策をしている季節について、40.9%の方が、「季節を問わず一年中を通して行う」と回答し、「紫外線が気になる季節（春～夏：4月～9月）にかけて行っている」という方が、約44.5%、「特に紫外線対策は行っていない」という方が、約14.6%となりました。紫外線対策をする方が、（通年・紫外線が気になる季節）全体の8割以上を占める結果となりました。

Q2.あなたが紫外線対策を行う理由を教えてください。(複数回答)

回答者=紫外線対策をしている人 N=2,948

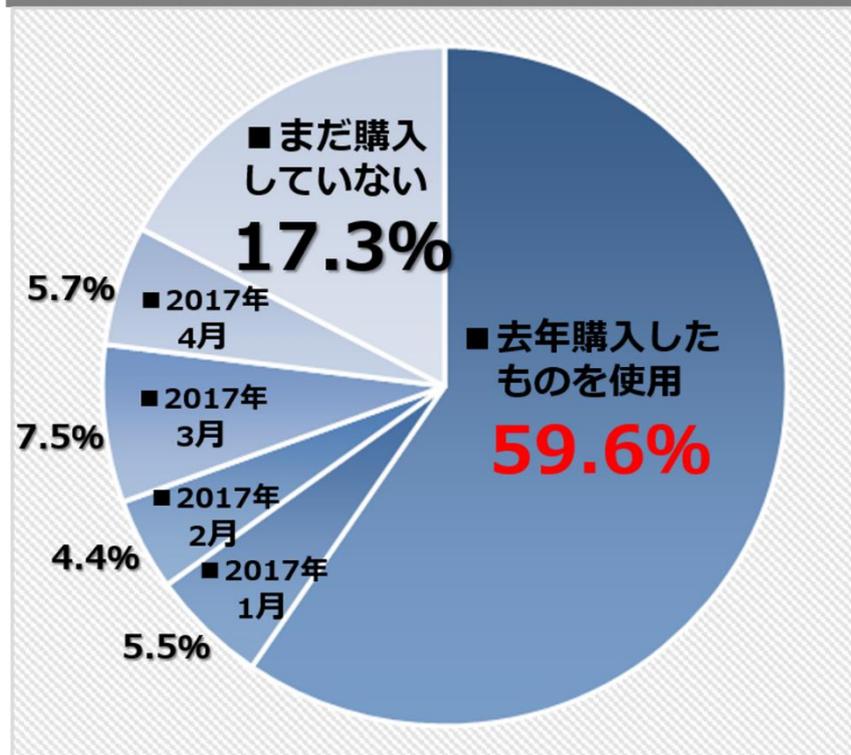


紫外線対策を行う理由については、9割近くの方が、「しみ・そばかす予防」のためと答え、次いで「白い肌を保つため」34.7%、「しわの予防」32.4%と続き、多数の女性が白く美しい美肌を保つために紫外線対策を行っていると回答しました。

Q3.今年使用する日焼け止め(下地・ファンデーション・BB等を除く)

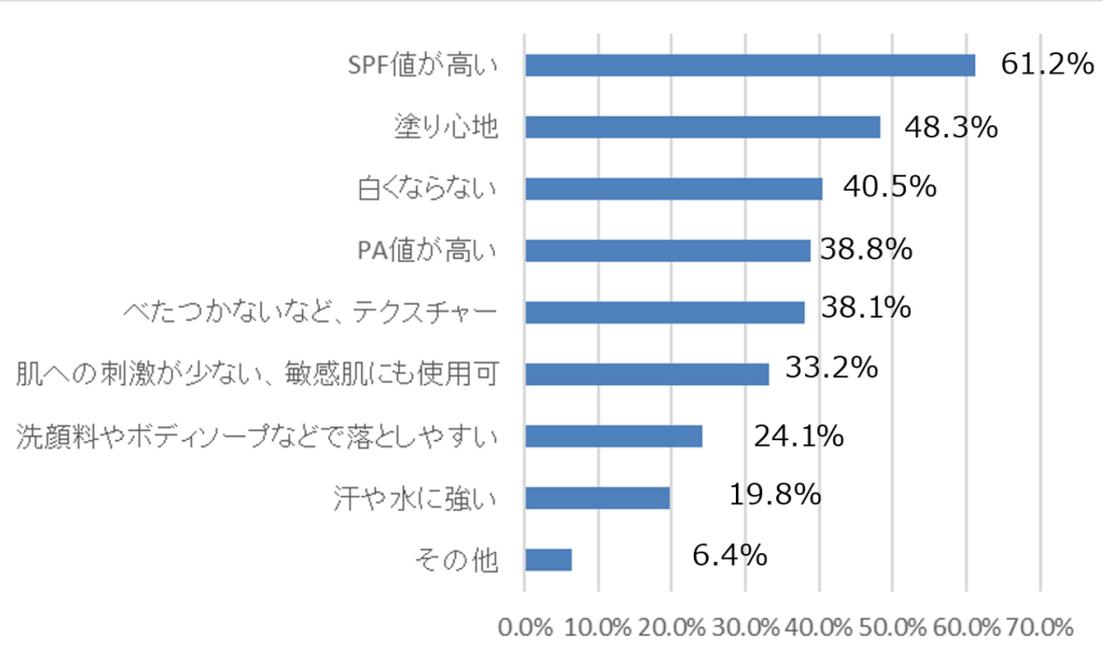
を購入したのはいつですか?(単一回答)

回答者=紫外線対策を行っている人 N=2,948



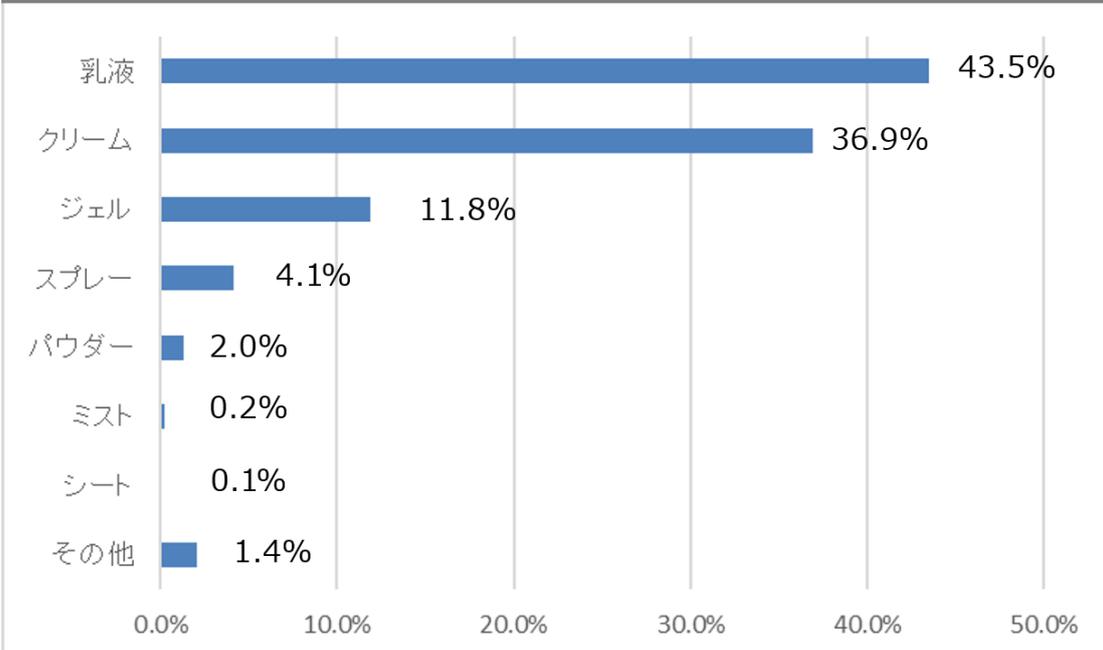
今年使用する日焼け止めの購入時期については、「去年購入したものを使用」するが最も多く、59.6%でした。今年の購入では紫外線が強くなる「3月に購入」が7.5%で最も多く、続いて「4月に購入」が5.7%、「1月に購入」が5.5%、「2月に購入」が4.4%という結果になりました。「まだ購入していない」という方も、17.3%という結果となり、紫外線が気になる季節になってから購入する方も多いようです。

Q4.日焼け止め（下地・ファンデーション・BB等を除く）を購入する際のポイントは？
（複数回答） 回答者＝紫外線対策を行っている人 N=2,948



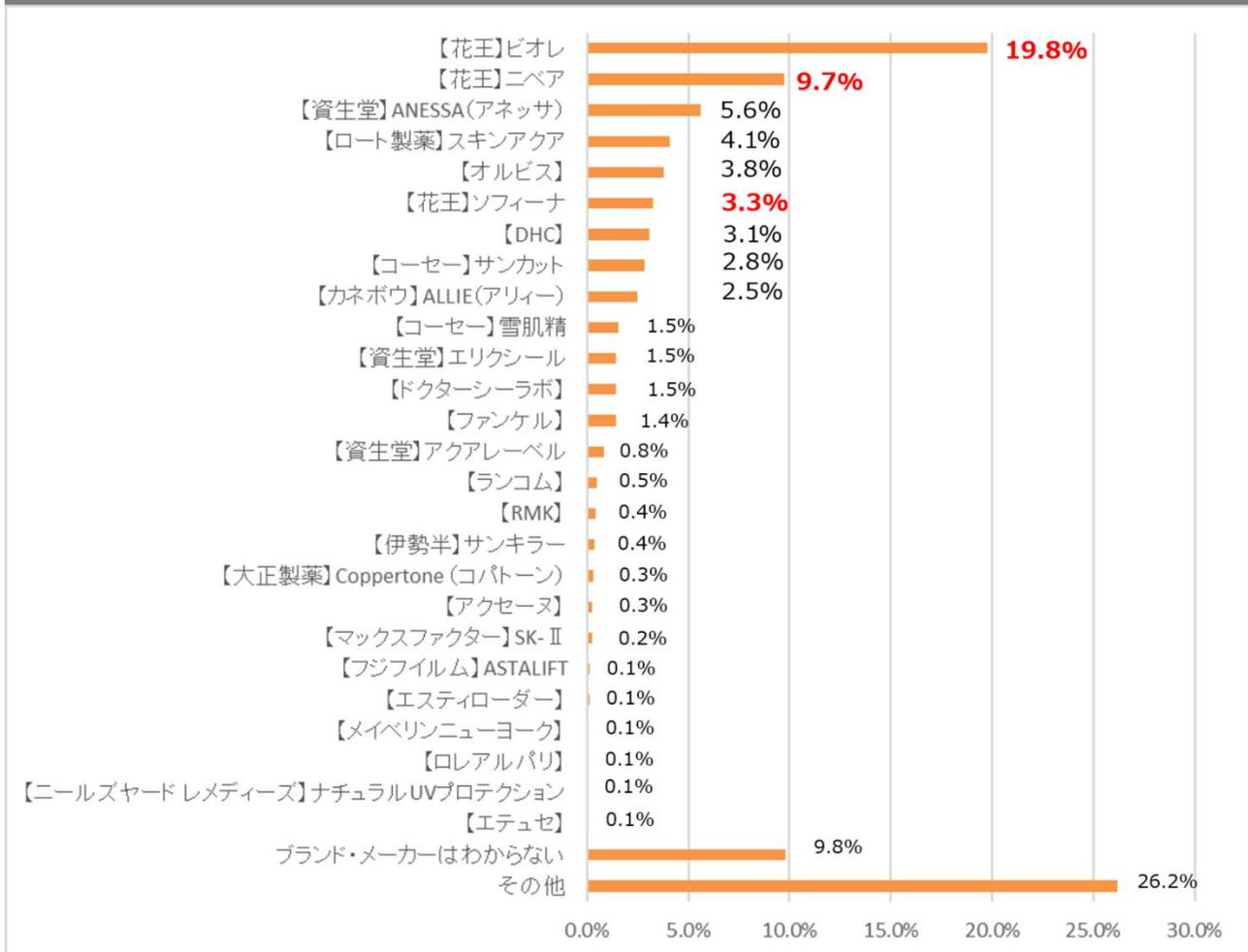
日焼け止めを購入する際のポイントとしては、「SPF 値が高い」が 61.2%と最も多く、「塗り心地」48.3%、「白くならない」40.5%、「PA 値が高い」38.8%、「べたつかないなどのテクスチャー」38.1%、「肌への刺激が少ない、敏感肌にも使用可」33.2%と選択する方が多く、まずは、「日焼け止めの効果」を重視し、その次に「使用感」を重視する方が多いことがわかりました。また、「SPF 値が高い」が 61.2%に対し、「PA 値が高い」が 38.8%と、22.4%の差があることがわかりました。一般的に SPF 値に関する認知は広まっているが、PA 値に関する認知が浸透していない可能性があるのかもしれない。

Q5.現在一番よく使用されている日焼け止め（下地・ファンデーション・BB等を除く）のタイプを教えてください。（単一回答）
 回答者＝紫外線対策を行っている人 N=2,948



現在一番よく使用する日焼け止めについては、43.5%が「乳液」、36.9%が「クリーム」を使用しているという回答が多く、続いて、「ジェル」11.8%、「スプレー」4.1%。少数派としては、「パウダー」2.0%、「ミスト」0.2%、「シート」0.1%と回答がありました。乳液やクリームなどポピュラーで塗りやすいものが好まれる傾向が考えられます。

Q6.現在一番よく使用されている日焼け止め（下地・ファンデーション・BB等を除く）のブランド・メーカーを教えてください。（単一回答） 回答者＝紫外線対策を行っている人 N=2,948



様々な商品タイプやブランドを展開している「花王」と答えた方が、全体の3割以上を占める結果となりました。続いて、「資生堂<ANESSA>」や「カネボウ<ALLIE>」など、広告出稿が多いメーカーや、「DHC」「ファンケル」「オルビス」「ドクターシーラボ」といった主に通販を販売チャネルとするメーカーの回答も目立ちました。上位のメーカーからは、1,000円以下の商品でも、SPF値やPA値が高いことはもちろんのこと、美容液成分や美白といった女性にうれしい効果がプラスされた商品が発売されていることがわかりました。日焼け止めは毎日使う商品だからこそ、コストパフォーマンスにも気を遣い商品を選ぶ傾向があることが考えられます。

【日焼け止め商品に期待すること】

20代～60代の幅広い女性から「保湿・美白効果が高ければ毎日でも使用したい」「一日1回塗れば一日中効果が持続するものがあれば使用したい」「洋服についてもシミにならず家庭で簡単に落とすことができる日焼け止めがあれば」「白くならない」といった声が多数ありました。他にも、「30代女性：敏感肌用でも肌が荒れずSPF値やPA値が高い商品があれば使用したい」といった肌にやさしくても高い効果を望む声や、「20代女性：制汗と汗のニオイ防止を備えた日焼け止め」といった付加価値のあるもの、「50代女性：日焼け止めは通年使用するので、大容量のボトルのものがあると嬉しい」という意見に対し、「50代女性：毎年余らせてしまうので、小さめのボトルが複数入ったものであれば、毎年フレッシュな状態で使用できると思う」という、容器に関する意見などがありました。

■「レシートで貯める」とは？

「レシートで貯める」は、普段のお買い物で購入した食品・飲料などの商品について、購入理由などを回答し、レシート画像を送るだけで、ポイントモール『永久不滅.com』で利用できるアクションポイントが貯まるサービスです。

- サービス名：「レシートで貯める」
- URL：<https://aqfpob.com/>
- 対象者：クレディセゾンのネット会員約 1,300 万人(2017 年 4 月時点)をはじめとした「永久不滅.com」をご利用のお客様
- サービス利用方法はこちら：<https://aqfpob.com/explanation>
- サービスのご紹介「Point of Buy®購買理由データ提供サービス」概要



■ Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データのデータベースです。

同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く”を企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ 64 種類 約 6,000 ブランド、飲食利用カテゴリ 10 種類約 200 チェーン（2017 年 4 月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

- 当事業の特長：
 - 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
 - 「永久不滅.com」会員と「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約 18 万人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
 - 週次 POS データとの連動分析を可能とする週次購買理由データ
- サービス詳細参照ページ：<https://www.sbfield.co.jp/service/pob.html>

【ソフトブレイン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレイン・フィールド株式会社は、ソフトブレイン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約63,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など120,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査な

ど)を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。「木名瀬 博のフィールド虎の巻」(URL : <https://www.sbfield.co.jp/column/>)

本社所在地 : 東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立 : 2004年7月 / 資本金 : 151,499,329円

代表取締役社長 : 木名瀬 博

URL : <https://www.sbfield.co.jp/>

【会員登録について】

・パソコン用登録 URL : <https://www.sbfield.co.jp/pc/>

・携帯用登録 URL : <https://www.sbfield.co.jp/m/>

会員登録いただくと、当社からお仕事情報を配信いたします。スーパーマーケットやドラッグストアなどの量販店、公共施設や遊戯施設、専門サービスを提供する全国チェーンのお店から飲食店まで、あなたの生活圏がそのままお仕事のフィールドとなります。

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソーシャルデータソリューション部

堀 (ほり) / 神谷 (かみたに)

TEL : 03-6328-3883 FAX : 03-5561-8599

お問い合わせフォーム : <https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

コーポレート・コミュニケーションプロジェクト

広報担当 坂本 (さかもと) / 山室 (やまむろ)

TEL : 03-6328-3630 FAX : 03-6328-3631 MAIL: solution@sbfield.com