

報道関係者各位
プレスリリース

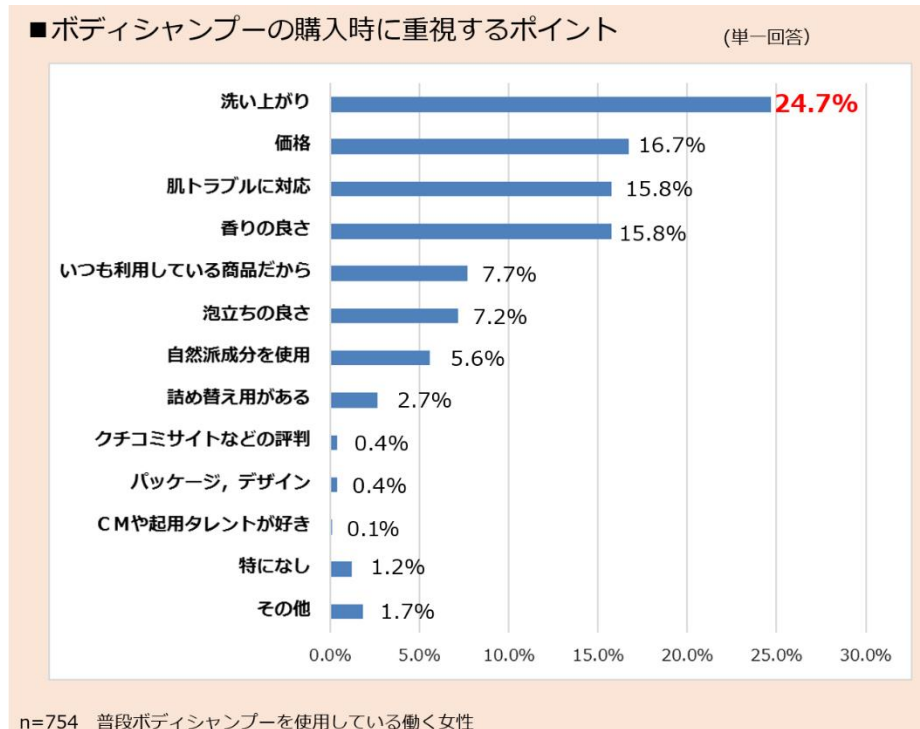
2017年9月26日
ソフトブレイン・フィールド株式会社

「働く女性のリアルライフ」ボディシャンプー編

働く女性に支持される身近なアイテムと行動を徹底調査

仕事と家庭を持つ女性は、一人二役、三役とこなすめまぐるしい毎日ですよね。そんな忙しい日々を送る女性たちが、時間と家計をやりくりしながら選び、使っている身近なアイテムは何か？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イン・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、当社に登録している女性会員を対象にアンケートを実施しました。第1回目に調査したアイテムは、「ボディシャンプー」です。その結果をご報告いたします。

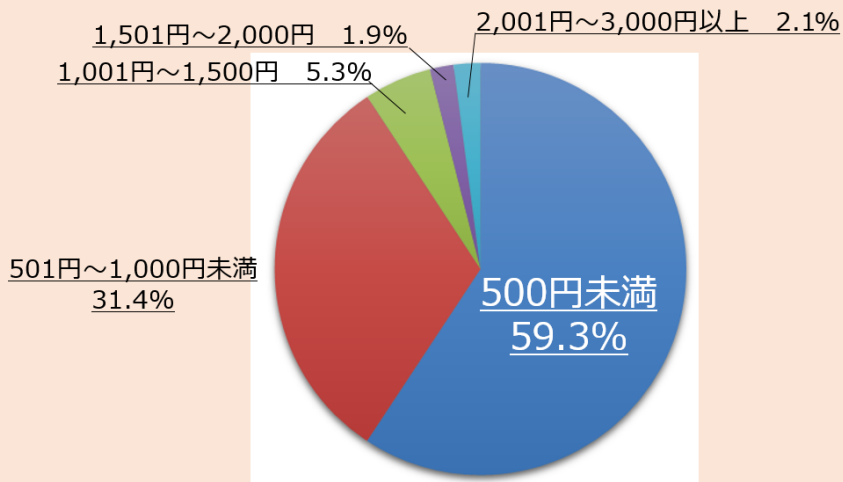
対象	ソフトブレイン・フィールド（株）にキャスト登録しているアンケートモニター（女性）					
調査方法	インターネットを利用したアンケート調査					
調査地域	全国					
調査期間	2017年8月29日 ~ 2017年9月4日（6日間）					
回答者の属性	20代	30代	40代	50代	60代以上	総計(N)
女性	68	199	429	280	51	1,027
%	6.6%	19.4%	41.8%	27.3%	5.0%	平均年齢:45歳



ボディシャンプーの購入時にもっとも重視されていたのは、「洗い上がりの感触」と回答した方が、24.7%、続いて「価格」と回答した方が、16.7%、「敏感肌・乾燥肌への対応」と「香りのよさ」と回答した方が、それぞれ15.8%でした。

次に、気になる価格帯を聞いてみました。

■ボディシャンプーの価格帯 (単一回答)

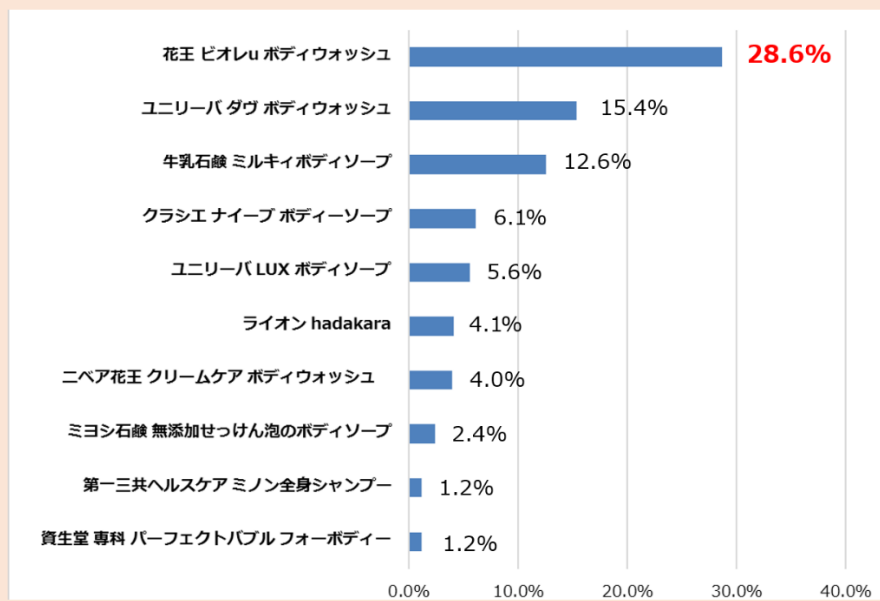


n=754 普段ボディシャンプーを使用している女性

「500円未満」と回答した方が、59.3%と半数以上を占める結果となりました。ボディシャンプーは、毎日使用するので、手軽な価格帯を、みなさん賢く選んでいるようですね。

次に、現在使用中のボディシャンプーの銘柄と、その商品の魅力について聞いてみました。

■現在使用中のボディシャンプーの銘柄 (単一回答)



n=754 普段ボディシャンプーを使用している女性 (上位10銘柄)

1位は、「花王ビオレu ボディウォッシュ」。

親しみやすい香りのラインナップと、「うるおいしっとり」「さっぱりさらさら」など、洗い上がりの好みでも選ぶことができ、「弱酸性なので家族で使える」(30代)、「肌に優しく、お手軽価格。たっぷり使える」(40代) など、子どもから大人まで使いやすいロングセラーは不動の人気でした。

2位は、「ユニリーバ ダヴ ボディウォッシュ」。

肌を包み込むようなきめ細かな泡立ちで、乾燥肌や敏感肌などの、肌の状態や、香りなどで幅広い商品を展開する「ダヴ」。「泡立ちがよく、洗い上がりがしっとりしている」(30代)、「肌にやさしく敏感肌でも使える」(40代) などの声がありました。

3位は、「牛乳石鹸 ミルキーボディソープ」。

国産石けん成分生まれで、100年以上やさしさにこだわって作られたブランドへの安心感は、「日本製で昔からあるので安心して使える」(40代)、「牛のマークが昔から馴染みがあり家族で使用」(50代) などの声がありました。

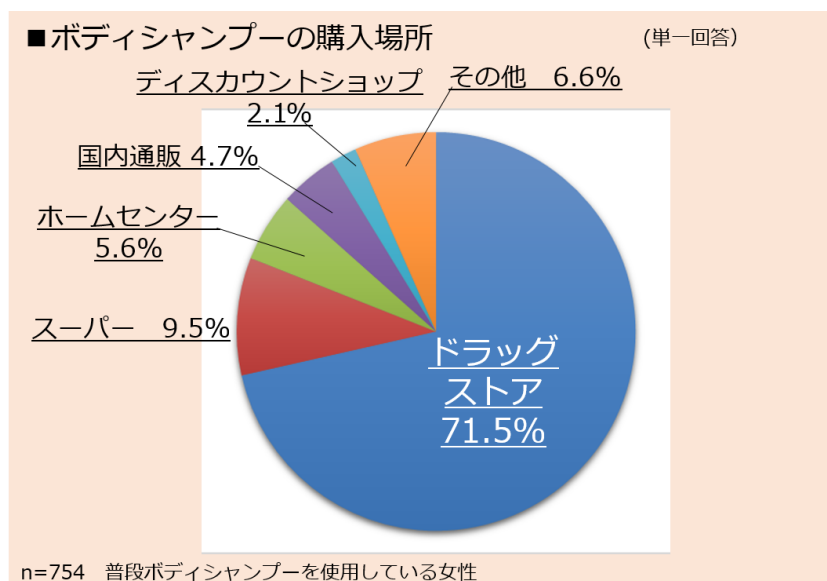
次に、「こんなボディシャンプーがあったらいいな」も聞いてみました。

こんなボディシャンプーがあったら・・・

- ・ 香りが長続きする物がほしいです (50代)
- ・ 肌に優しく、メイク落とし&洗顔も出来るボディソープが欲しい (30代)
- ・ 加齢臭対策ができる手頃な価格のボディソープがあると嬉しいです (40代)
- ・ ボトルの残量がわかりやすくなるとよいです (40代)
- ・ 冬用に肌が温まるようなものがあると新しいなと思う (30代)

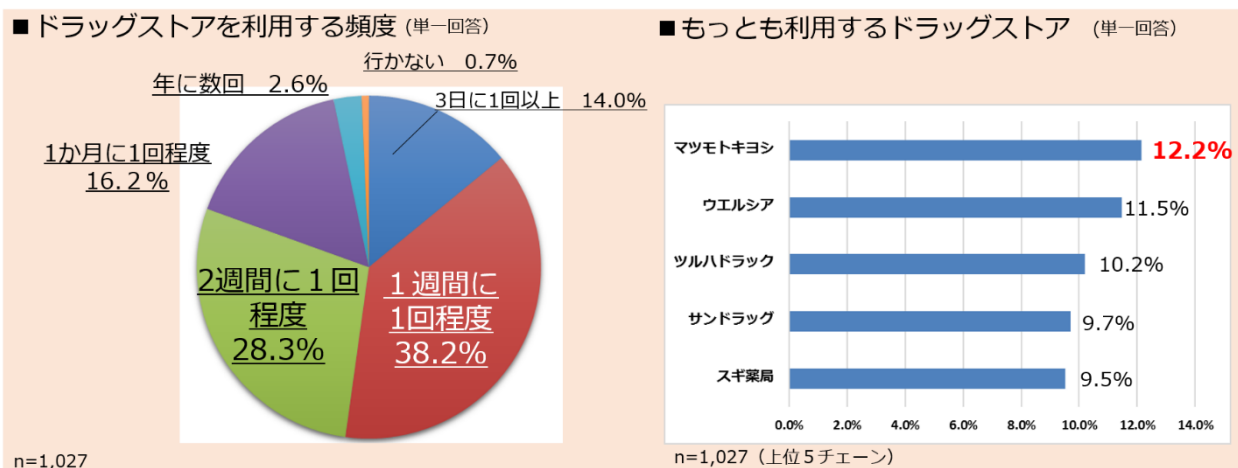
香りや使いやすさといった要望だけでなく、「加齢臭対策」「肌が温まる」など、思わず笑顔で頷いてしまうような要望も。また、「メイク落とし&洗顔もできる」のほか、「髪も洗えるボディシャンプー」といった声もあり、時間に追われる女性たちの「時短で満足できるものが欲しい」といった気持ちが垣間見えました。

次に、ボディシャンプーの購入場所について聞いてみました。



購入場所はダントツで、「ドラッグストア」と回答した方が 71.5%で、次に続く「スーパー」と回答した方の 9.5%を大きく引き離していました。

そんな普段のお買い物に欠かせない「ドラッグストア」の利用の仕方についても聞いてみました。



ドラッグストアの利用頻度は、「3日に1回以上」と回答した方が、14.0%、「1週間に1回程度」と回答した方が、38.2%で、半数以上の方が、週に1回、もしくはそれ以上足を運んでいることがわかりました。利用するドラッグストアのチェーンは、地域でばらつきがありました。マツモトキヨシ」と回答した方が、12.2%でもっとも多く、続いて「ウエルシア」と回答した方が 11.5%、「ツルハドラッグ」と回答した方が、10.2%、「サンドラッグ」と回答した方が 9.7%、「スギ薬局」と回答した方が 9.5%でした。

最近では、薬や日用品だけにとどまらず、特に若い世代での食材の購入にもドラッグストアを利用する傾向が見られ、30代で23.8%、40代でも18.0%の方が、ドラッグストアで食材を購入するというデータがあります。（2015年10月28日当社リリース参照※）食材など、日々の生活に必要なものが購入できるドラッグストアは、多忙な女性たちの様々なニーズに応えてくれる頼もしい存在になっているようです。

いかがでしたか？「働く女性のリアルライフ」は、今後もシリーズとしてご紹介します。次回は、プチプラコスメ編（10月下旬リリース予定）をぜひお楽しみに。

※参照）

・30代以下主婦4人に1人がドラッグストアで食材を購入 <https://www.sbfield.co.jp/press/20151018-11780>

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（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65,000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/toranomaki>

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/>

【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

経営企画部

広報担当 坂本（さかもと）/石井（いしい）

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