

報道関係者各位

プレスリリース

2019年3月6日

ソフトブレイン・フィールド株式会社

花粉症対策「マスクをする」が最多、花粉症対策の新商品 7割が購入経験なし

～「花粉症に関するアンケート調査」～

[調査結果のポイント]

- ・「花粉症である」と回答した方の花粉症の発症年齢は「20代」が29.9%でもっとも多く、「10代」が22.0%、「30代」が22.2%と続き、半数以上の方が20代までに花粉症を発症している。
- ・花粉症対策については、「マスクをする」が60.5%でもっとも多く、「医者処方された内服薬を飲む」41.7%、「手洗い・うがいをこまめにする」41.1%よりも上回る。
- ・「花粉症で医療機関を受診したことがある」方は、7割近くに上る。
- ・POB会員の「使い捨てマスク購入レシート（約2,000枚）」による売れ筋は、1位ユニ・チャーム「超快適マスク（14.7%）」、2位玉川商材「フィットシルキータッチモア（4.5%）」、3位奥田薬品「息がしやすいマスク ふつう（4.4%）」であった。
- ・POB会員の「鼻炎薬（約1,100枚）」による売れ筋は、1位久光製薬「アレグラFX（14.7%）」、2位佐藤製薬「ナザールスプレー（10.5%）」、3位エスエス製薬「アレジオン20（9.2%）」であった。
- ・花粉症対策グッズ（医薬品も含む）の新商品について、8割近くの方が「購入経験がない」と回答。新商品よりいつも愛用しているアイテムが選ばれる傾向が高い。

3月に入り、各地でスギ花粉飛散のピークを迎えようとしています。本格的な花粉症シーズンを前に、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、「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」（以下POB）アンケートモニター（n=4,400名 男女20代～60代）を対象に、「花粉症に関するアンケート」を2019年2月1日（金）～2月4日（月）にかけて実施しましたので、報告いたします。（調査概要 5 P参照）

まずアンケートでは、「自身が花粉症であるか」を聞き、今回「花粉症である」と回答した方は1,807名でした。（40代～50代が中心：平均年齢49歳）「花粉症である」と回答した方を対象に、発症年齢や、対策について調査をしました。

図表1) ご自身が花粉症を発症したのはいつですか？

花粉症であると回答した方のうち、半数以上の方が20代までに花粉症を発症している

年代	%
0～9歳	3.9%
10代	22.0%
20代	29.9%
30代	22.2%
40代	13.8%
50代以上	8.1%

N = 1,807名、自身が花粉症であると回答した方

ソフトブレン・フィールド調べ

まず、花粉症の発症年齢を聞くと、「20代」が29.9%でもっとも多く、「10代」が22.0%、「30代」が22.2%と続き、半数以上の方が20代までに花粉症を発症していることがわかりました。

次に、花粉症対策について調査をしました。

図表2) 花粉症対策のためにあなたが行っていることを教えてください。(複数回答)

項目	(%)
マスクをする	60.5%
医者に処方された薬を飲む	41.7%
手洗い・うがいをこまめにする	41.1%
洗濯物を外に干さない	27.9%
市販の薬を飲む	27.2%
医者に処方された外用薬を使用する(点眼薬・点鼻薬)	22.9%
空気清浄機を使用する	20.6%
衣類や髪に付着した花粉を払ってから家に入る	19.0%
こまめに掃除をする	18.1%
市販の外用薬を使用する(点眼薬・点鼻薬)	14.4%

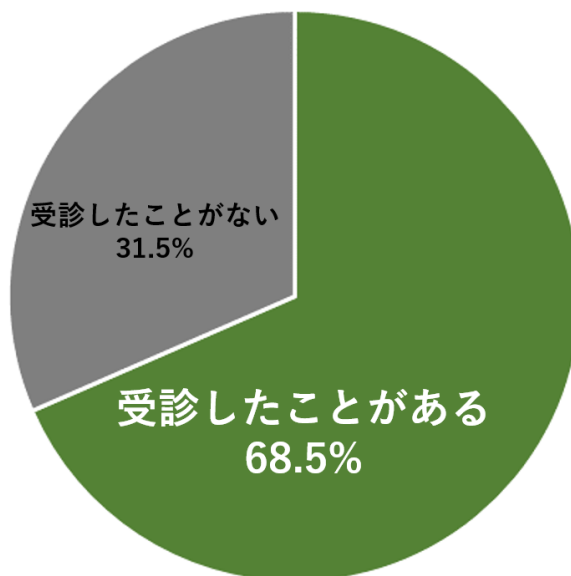
N = 1,807名、自身が花粉症であると回答した方

ソフトブレン・フィールド調べ

花粉症対策については、「マスクをする」が60.5%でもっとも多く、「医者に処方された薬を飲む」41.7%、「手洗い・うがいをこまめにする」41.1%よりも上回ります。コメントをみると、「花粉を寄せ付けないスプレーを顔やマスクにたっぷり噴射している」、「隙間の少ない、使い捨てマスクとサングラスを着用している」など、マスクと他のアイテムと併用している方が多いことが伺えます。

また、花粉症に効果的な内服薬や外用薬について着目すると、手軽な市販品よりも、医者に処方されたものを利用する方が多いことがわかります。その裏付けとして(図表3)、「花粉症で医療機関を受診したことがある」と回答した方は、7割近くに上っていました。

図表3) 花粉症で医療機関を受診したことはありますか？



ソフトブレン・フィールド調べ

N=1,807名、自身が花粉症であると回答した方

次に、当社独自に収集するレシートデータから、花粉症の対策関連商品の「使い捨てマスク」と、「鼻炎薬（外用薬含）」に注目して、POB会員のレシートからトレンドを分析します。（調査期間2018年1月～12月）

POB会員の「使い捨てマスク購入レシート（約2,000枚）」による売れ筋は、1位ユニ・チャーム「超快適マスク（14.7%）」、2位玉川衛材「フィットシルキータッチモア（4.5%）」、3位奥田薬品「息がしやすいマスク ふつう（4.4%）」となります。

参考①) POB会員の購入レシートからみる「使い捨てマスク」ランキング

No.	商品名	(%)
1	ユニ・チャーム 超快適マスク	14.7%
2	玉川衛材 フィットシルキータッチモア	4.5%
3	奥田薬品 口元に空間 息がしやすいマスクふつう	4.4%
4	玉川衛材 フッティ 7DAYSマスクEX	3.8%
5	ローソンセレクト 不織布マスク	3.1%
6	興和 三次元マスク	2.3%
7	BMC フィットマスク	1.7%
7	白元アース 快適ガードプロ プリーツタイプ	1.7%
9	TOPVALU 花粉・ほこり対応不織布マスク ふつう	1.2%
9	ダイソーセレクト 不織布マスク	1.2%

ソフトブレン・フィールド調べ

調査期間：2018年1月1日～2018年12月31日 マルチプルID-POS「Point of Buy」より
 ※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、実際の飲食店ごとのレシート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

1位のユニ・チャーム「超快適マスク」をセレクトし、購買理由を分析すると、「長時間使用しても耳が痛くならず、肌触りがよい（40代女性）」や、「プリーツタイプで顔にフィットするのに、息苦しくない（40代男性）」などの、使用感の良さで選ばれています。また、「子ども用に購入。大きさもちょうどよくフィットして使いやすい（50代女性）」など、大人から子どもまで、選べるサイズ展開もポイントとなります。他にも、「小顔に見えるとパッケージに書いてあり、マスクを付けるなら小顔に見えた方が良

いから（30代女性）」や、「女性用のピンク色のマスクが目に入ったので購入（40代）」など、ビジュアル面に力を入れた点が評価されており、多様化する女性のニーズを取り込む商品企画は重要視されていると言えます。

また、全体の傾向をみると、PBのように価格重視の商品だけではなく、高付加価値の商品もランクインしていることから、使用感や機能性、目的にあった様々な商品がしのぎを削っていることがわかります。

次に、「鼻炎薬（外用薬含）」のPOB会員のレシートからトレンドを分析します。

POB会員の「鼻炎薬（約1,100枚）」による売れ筋は、1位久光製薬「アレグラFX（14.7%）」、2位佐藤製薬「ナザールスプレー（10.5%）」、3位エスエス製薬「アレジオン20（9.2%）」、4位大正製薬「パブロン鼻炎カプセルSa（8.2%）」、5位佐藤製薬「ストナリニS（8.0%）」となり、1位～5位までの商品で全体の購入レシートシェアの5割を占めています。

参考②) POB会員の購入レシートからみる「鼻炎薬」ランキング

No.	商品名	(%)
1	久光製薬 アレグラFX	14.7%
2	佐藤製薬 ナザールスプレー	10.5%
3	エスエス製薬 アレジオン20	9.2%
4	大正製薬 パブロン鼻炎カプセルSa	8.2%
5	佐藤製薬 ストナリニS	8.0%
6	皇漢堂製薬 アレルビ	2.5%
6	大正製薬 パブロン鼻炎アタックJL<季節性アレルギー専用>	2.5%
7	奥田製薬 リコリプラス点鼻薬クール	2.4%
8	グラクソ・スミスクライン 新コンタック600プラス	2.1%
9	大正製薬 パブロン鼻炎速溶錠	2.0%

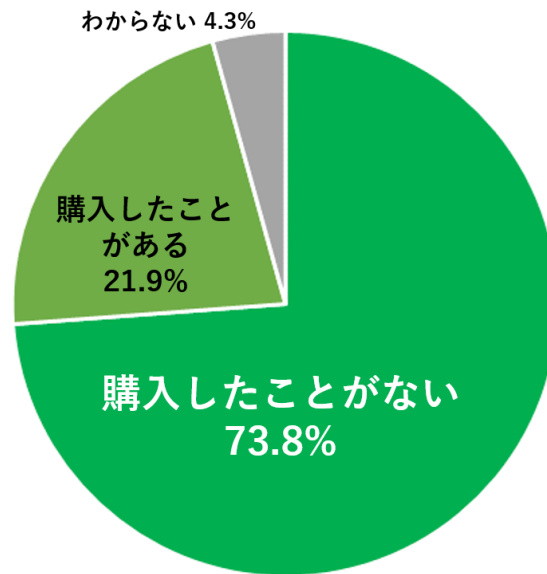
ソフトブレン・フィールド調べ

調査期間：2018年1月1日～2018年12月31日 マルチプルID-POS「Point of Buy」より
 ※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、実際の飲食店ごとのレシート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

購入者のコメントをみると、「アレグラFX」や「アレジオン20」については、「医療用と同じ成分で飲んですぐ効き目がわかり、もう数年飲み続けている（30代男性）」など、確かな効き目が多くの方の支持を集め、「ストナリニS」については、「つらい花粉症でも実際に1日1回で確実な効き目がある（40代男性）」など、手軽さと持続性で選ばれていました。

花粉症対策の市販薬や、今までの対策にプラスαで簡単に対策できるグッズなど、毎年各社から様々な新商品が発売されていますが、花粉症対策グッズ（医薬品も含む）の新商品の購入経験を調査すると8割近くの方が「購入経験がない」と回答しています。（図表4）

図表4) 花粉症対策グッズ(医薬品も含む)の新商品を購入したことはありますか?



N=1,807名、自身が花粉症であると回答した方

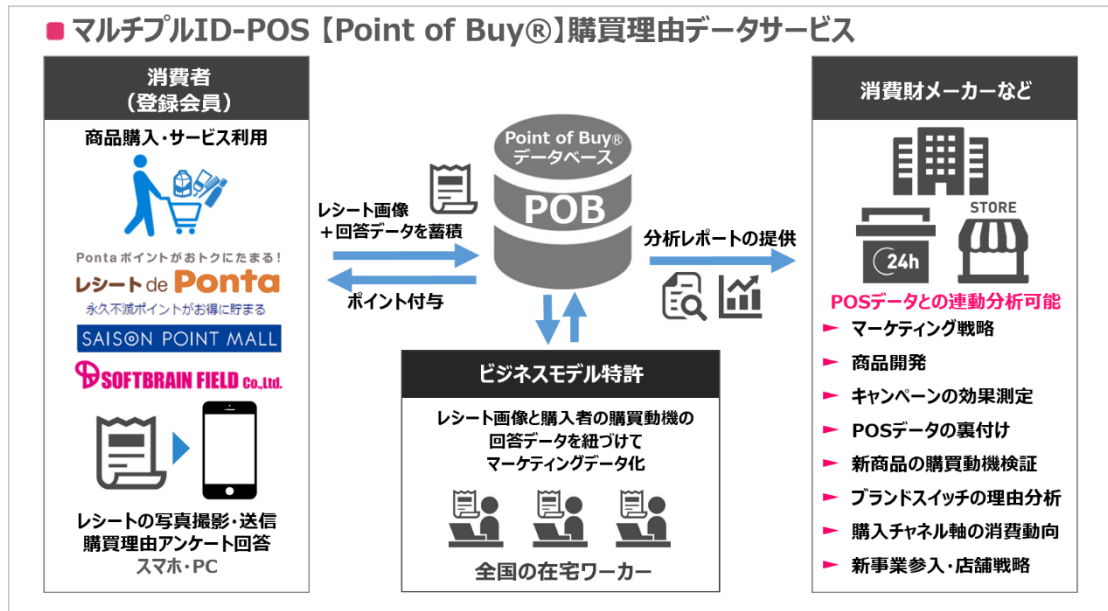
ソフトブレーション・フィールド調べ

今回の調査では、新商品よりも、いつも愛用しているアイテムが選ばれる傾向が高いことがわかりました。

その理由については、ここ数年で花粉症対策商品である「使い捨てマスク(参考①図)」や「鼻炎薬(参考②図)」において、高品質の商品が充実したことにより、自分の症状や体質に合う愛用できるアイテムが選ばれていることが、理由として考えられるのではないのでしょうか。

【調査概要】

調査対象	全国のPOB会員アンケートモニター					
調査方法	インターネットリサーチ					
行ラベル	20代	30代	40代	50代	60代以上	総計
女性	102	494	931	707	292	2,526
男性	37	163	482	641	551	1,874
総計	139	657	1,413	1,348	843	4,400
調査日時	2019/2/1~2/4					
調査機関	ソフトブレーション・フィールド株式会社					



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” 企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ68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（2018年1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
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「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20万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
- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター（※JICFS/IFDBベース）を生成
詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>
※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース（一財）流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ：

- ・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシート de Ponta <https://ponta-receipt.jp/>
- ・レシーポ <https://receipo.com/>

【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90,000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169,000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/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 経営企画部 事業開発課 佐藤（さと） / 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/contact/contact-corporation>

【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

当社調査リリースに取材協力していただける企業を募集しています。くわしくは、press@sbfield.com よりお気軽にお問い合わせください。