

報道関係者各位
プレスリリース

2019年4月3日
ソフトブレイン・フィールド株式会社

男性の3割が紫外線対策をする、男女共に理由は「しみ・そばかす予防」が最多
～「紫外線（UV）対策に関するアンケート調査」～

[調査結果のポイント]

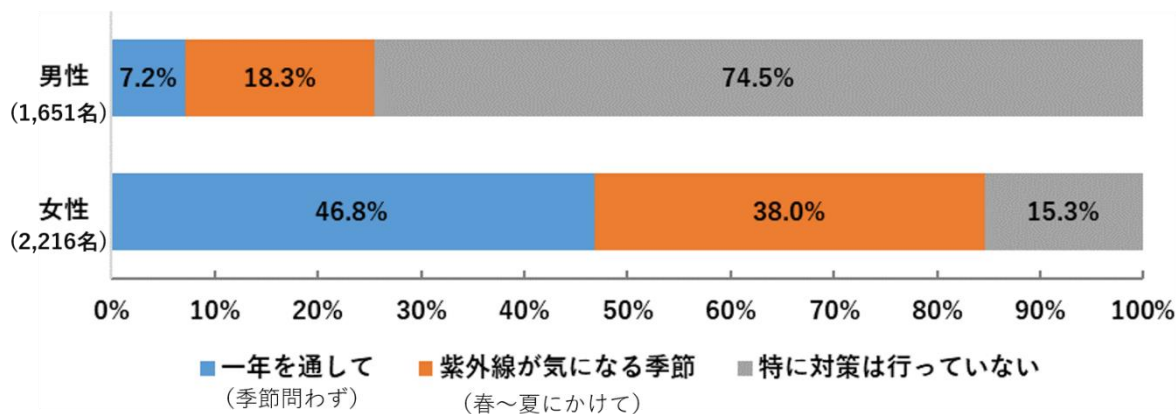
- ・紫外線（UV）対策をする時期を男女別で見ると、女性は「一年を通して」が46.8%、「紫外線が気になる季節」が38.0%と合わせてほとんどの方が紫外線（UV）対策を行う。男性は「一年を通して」が7.2%、「紫外線が気になる季節」の18.3%と合わせて、3割近くの男性が紫外線（UV）対策を行う。
- ・紫外線（UV）対策をする理由については、「しみ・そばかす予防」が82.8%で最多となり、「しわ・たるみの予防」の37.5%、「白い肌を保つため」の31.9%を大きく引き離す。女性では全年代で「しみ・そばかす予防」が8割を超える。年代別では20代～30代の若い女性は「白い肌を保つため」、40代以上は、「しわ・たるみの予防」が次に挙げられた。
- ・購入経験がある「日焼け止め」の商品タイプは、「乳液」や「クリーム」が6割を超え、「スプレー」が32.9%、「ジェル」が31.2%と続く。
- ・日焼け止めを購入する際に重視するポイントは、「SPF値が高い」が66.0%で最多となり、「塗り心地」が44.8%、「べたつかない」が43.1%と続く。
- ・「日焼け止め」を、8割近くの方が「ドラッグストア」で購入。一方で店頭以外の、「ネットショップ」が8.7%となり、「スーパー」の5.8%よりも多い結果となる。

4月18日は、「よ（4）い（1）おは（8）だ」（よいお肌）と読む語呂合わせから、よいお肌の日と制定されています。（株式会社明治制定）

春から強まる紫外線対策に向けて、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=3,867名 男女20代～60代）を対象に、「紫外線（UV）対策に関するアンケート」を2019年2月21日（木）～2月25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5P参照）

最初に、紫外線（UV）対策をしている時期について、調査をしました。

図表 1) 紫外線 (UV)対策をする時期について教えてください。



N = 3,867名、20代～60代男女POB会員

ソフトブレーン・フィールド調べ

紫外線 (UV) 対策をしている時期を男女別でみると、女性では「一年を通して」が46.8%、「紫外線が気になる季節」が38.0%となりました。また、男性では「紫外線が気になる季節」が18.3%、「一年を通して」の7.2%と合わせると、3割近くの男性が紫外線 (UV) 対策をしていることがわかりました。

次からは、紫外線 (UV) 対策をしている回答した方 (N = 2,298名男女) を対象に、調査をしました。

図表 2 - 1) 紫外線 (UV) 対策をする理由を、次の中からすべてお選びください。
(複数回答)

項目	全体 (%)
しみ・そばかす予防	82.8%
しわ・たるみの予防	37.5%
白い肌を保つため	31.9%
肌の炎症予防	27.3%
皮膚がんの予防	16.3%
眼の病気の予防	11.6%
髪が痛むのを防ぐ	8.0%
紫外線が体質に合わない	6.0%
その他	1.9%

N = 2,298名、紫外線 (UV) 対策をしている20代～60代男女POB会員

ソフトブレーン・フィールド調べ

まず、紫外線 (UV) 対策をする理由は、「しみ・そばかす予防」が82.8%でもっとも多く、「しわ・たるみの予防」の37.5%、「白い肌を保つため」の31.9%を大きく引き離す結果となりました。

図表 2 - 2) 紫外線(UV)対策をする理由を、次の中からすべてお選びください。(複数回答)

項目	20代女性 (%) 83名	30代女性 (%) 377名	40代女性 (%) 707名	50代女性 (%) 506名	60代女性 (%) 204名
しみ・そばかす予防	86.7%	89.4%	91.1%	89.5%	86.8%
白い肌を保つため	69.9%	46.9%	34.1%	30.6%	21.1%
しわ・たるみの予防	21.7%	31.3%	41.4%	47.4%	47.1%
肌の炎症予防	31.3%	26.8%	24.9%	26.3%	22.1%
皮膚がんの予防	8.4%	10.3%	13.3%	15.8%	27.0%
眼の病気の予防	2.4%	4.8%	8.5%	11.5%	19.6%
髪が痛むのを防ぐ	9.6%	8.2%	6.9%	8.1%	12.3%
紫外線が体質に合わない	4.8%	7.2%	5.5%	5.9%	4.4%
その他	1.2%	0.5%	1.8%	1.0%	2.9%

ソフトブレーン・フィールド調べ

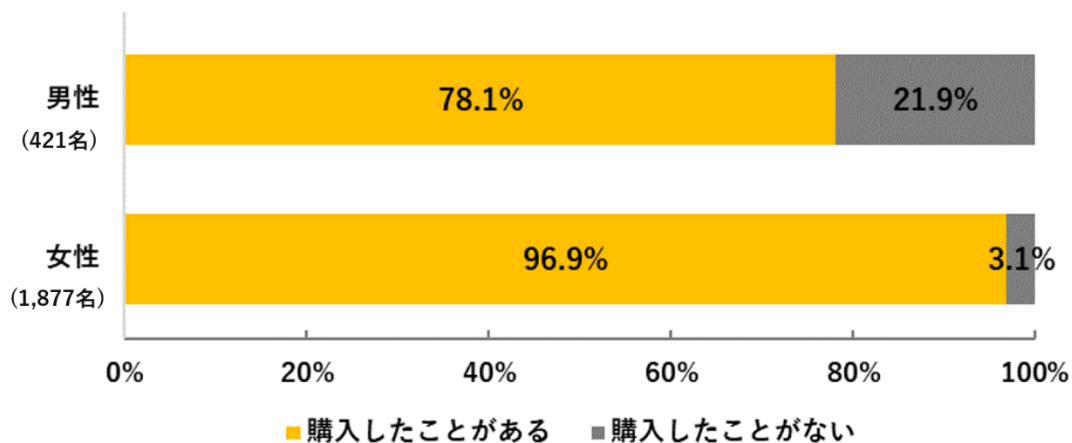
N = 1,877名、紫外線 (UV) 対策をしている20代~60代女性POB会員

女性のみ年代別で理由をみると、(図表 2 - 2) 全年代で「しみ・そばかす予防」が最多となり8割を超えました。

年代別での特徴は、20代~30代の若い女性は「白い肌を保つため」が次に挙げられ、20代が69.9%、30代が46.9%となりました。また、40代以上になると、「しわ・たるみの予防」が次に挙げられ、4割を超えています。また、年代が上がるにつれて、「皮膚がんの予防」や「眼の病気の予防」など、病気のリスクを避けるために紫外線対策を行う方が増えていることが伺えます。

次に、紫外線 (UV) 対策に効果的な「日焼け止め」について、購入したことがある商品タイプや、購入時に重視するポイントなどを調査しました。

図表 3) 紫外線 (UV) 対策に日焼け止めを購入したことはありますか？



ソフトブレーン・フィールド調べ

N = 2,298名、紫外線 (UV) 対策をしている20代~60代男女POB会員

図表4) 購入経験がある「日焼け止め」の商品タイプを、次の中からすべてお選びください。
(複数回答)

項目	全体 (%)
乳液	66.1%
クリーム	61.2%
スプレー	32.9%
ジェル	31.2%
パウダー	6.6%
ミスト	4.7%
シート	5.6%
その他	2.5%

ソフトブレーン・フィールド調べ

N=2,148名、日焼け止めを購入したことがある20代～60代男女POB会員

紫外線 (UV) 対策をしている方の「日焼け止め」の購入経験は、女性ではほとんどの方の購入経験があり、男性でも8割近くの方の購入経験がありました。購入経験がある「日焼け止め」の商品タイプは、「乳液」や「クリーム」が6割を超え、「スプレー」が32.9%、「ジェル」が31.2%と続きました。

次に、「日焼け止め」を購入する際に、重視するポイントを調査しました。

図表5) 「日焼け止め」を購入する際に、重視するポイントを教えてください。(複数回答)

赤字→女性のほうが割合が高い
青字→男性のほうが割合が高い

	全体 (%)	女性 (%)	男性 (%)	男女差 (pt)
SPF値が高い (※1)	66.0%	68.7%	53.7%	15.0pt
塗り心地	44.8%	49.3%	24.5%	24.9pt
べたつかない	43.1%	46.2%	29.2%	17.0pt
PA値が高い (※2)	42.1%	45.6%	26.6%	18.9pt
白くならない	40.7%	44.4%	24.2%	20.2pt
肌への刺激が少ない	33.1%	36.9%	15.9%	21.0pt
落としやすい	25.4%	29.0%	9.3%	19.7pt
汗や水に強い	24.4%	25.8%	18.1%	7.8pt
店頭でのPOP	9.4%	8.6%	13.1%	4.5pt
その他	5.1%	3.5%	12.4%	8.9pt

N=2,148名、日焼け止めを購入したことがある20代～60代男女POB会員

(1,877名)

(421名)

ソフトブレーン・フィールド調べ

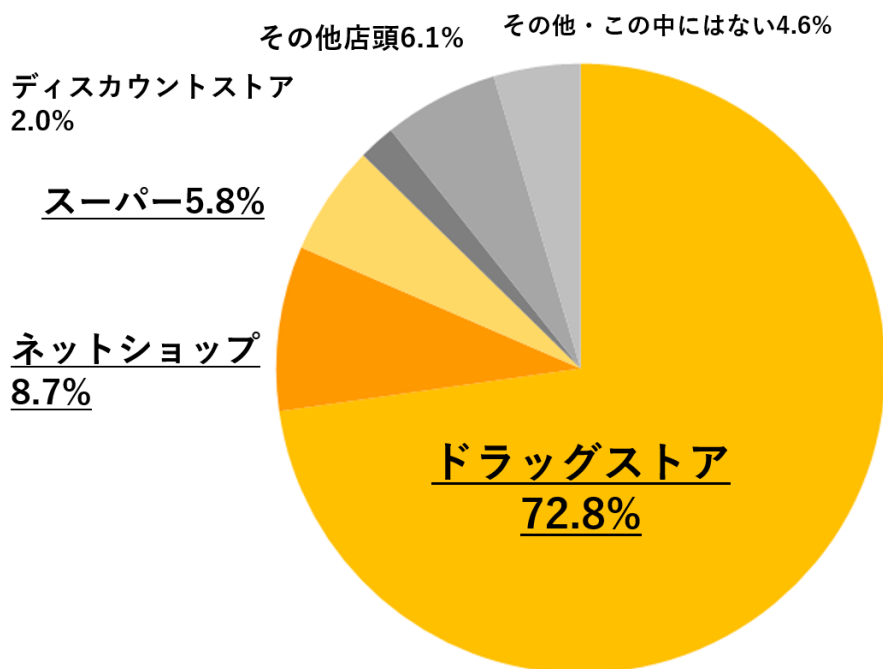
※1) 「SPF値」紫外線をどれだけカットできるかを示す数値。

※2) 「PA値」シミやたるみの原因となる紫外線A波をどれだけカットできるかを示す数値。

日焼け止めを購入する際に重視するポイントは、「SPF値が高い」が66.0%でもっとも多く、「塗り心地」が44.8%、「べたつかない」が43.1%と続きました。中でも、「塗り心地 (男女差24.9pt) 」や「肌への刺激が少ない (21.0pt) 」 「白くならない (20.2pt) 」といった項目は、男女差が20pt以上となり、男性よりも女性のほうが重視する傾向が高いようです。また、「店頭でのPOP」については、女性が8.6%に対し、男性が13.1%となり、女性よりも男性のほうが、POPなどの販促物が、購入の後押しとなっているようです。

次に、「日焼け止め」の購入チャネルについて、調査をしました。

図表6) 日焼け止めを購入する際の購入チャネルを教えてください。



ソフトブレン・フィールド調べ

N = 2,148名、日焼け止めを購入したことがある20代～60代男女POB会員

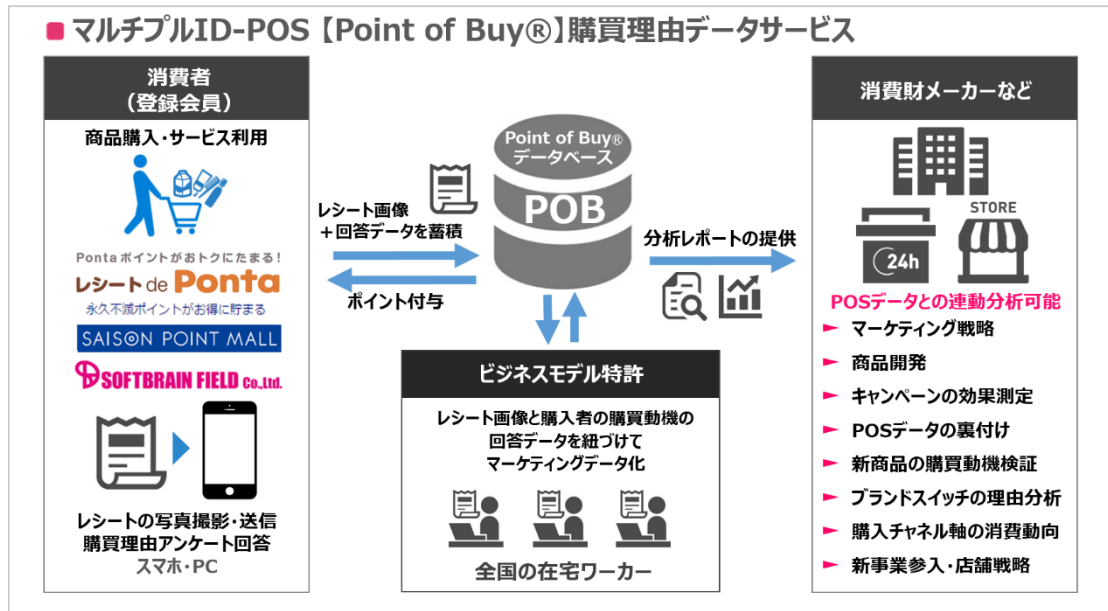
日焼け止めの購入チャネルは、8割近くの方が「ドラッグストア」で購入していました。一方で、店頭以外の「ネットショップ」が8.7%となり、「スーパー」の5.8%よりも多い結果となりました。

販売チャネルとしては、圧倒的に多くの方がドラッグストアで購入していますが、近年では、従来の「日焼け止め」以外にも、「飲む日焼け止め」が大手ドラッグストアやネットショップを中心に販売されています。まだ高額であり、商品の認知度も低く、購入経験がある商品タイプにはランクインしていませんが（図表4）、「日焼け止め」の購入経験がある方の3割近くの方が「機会があれば使ってみたい」と回答していました。

今回の調査では男性の3割が紫外線（UV）対策行っており、女性よりも男性のほうが「日焼け止め」購入時に販促物が購入の後押しとなる傾向がわかりました。男性向けのスキンケア商品も増えていることから、「日焼け止め」についても今後、男性をターゲットとした商品開発や販促活動が、需要の拡大につながる事が予想されます。

【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	107	436	815	601	257	2,216
男性	31	141	428	568	483	1,651
総計	138	577	1,243	1,169	740	3,867
調査日時	2019/2/21～2/25					
調査機関	ソフトブレン・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（さとう） / 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。