

SOFTBRAIN FIELD Co., Ltd.

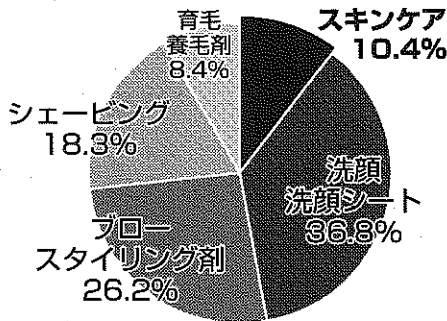
寄稿

購買データから「買う」を分析

user's
VOICE
VOL.28

《男性向け化粧品》

■ POB会員が購入したレシート枚数別男性向け化粧品
(レシート枚数6,036枚に対する割合)



調査期間：2019年1月～2019年12月 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アルタイム購買データのデータベース

順位	銘柄	(%)
1	マンダム キャツビー 薬用スキンケアアウォーター	5.3%
2	大塚製薬 ウル・オス スキンミルク	4.6%
3	大塚製薬 ウル・オス スキンローション	4.2%
4	花王 メンズビオレ 毛穴すっきりパック	4.0%
5	マンダム ルシード 薬用トータルケア乳液	4.0%
6	マンダム キャツビー 薬用アクスケアアウォーター	3.7%
7	資生堂 ウーノ クリームパーフェクション	3.5%
8	花王 ニベアメン スキンコンディションナーバーム	3.5%
9	資生堂 メンズ肌水	3.4%
10	ロート製薬 オキシモイストローション	3.2%

代理購入の「女性」を 意識したPRが重要

剤)の伸長が続いている。今回は同カテゴリの購買データから購買行動を分析した(調査期間2019年1月〜12月 レシート枚数6038枚)。

POB(マルチプルID-POS「Point of buy」)会員の男性向け化粧品の購入レシートを分析すると、洗顔シート

男性向け化粧品 や洗顔フォームなどの「ケアアウォーター」の購入。背景には、各化粧品メーカーから男性向け化粧品が継続々と販売されていることが挙げられる。スキンケアカテゴリの商品別レシート枚数シェアは、1位マンダム「キャツビー薬用スキンケアアウォーター」(5.3%)、2位大塚製薬「ウル・オス スキンミルク」(4.6%)、3位大塚製薬「ウル・オス スキンローション」(4.2%)と続いた。「キャツビー薬用スキン

「ケアアウォーター」の購入。背景には、各化粧品メーカーから男性向け化粧品が継続々と販売されていることが挙げられる。スキンケアカテゴリの商品別レシート枚数シェアは、1位マンダム「キャツビー薬用スキンケアアウォーター」(5.3%)、2位大塚製薬「ウル・オス スキンミルク」(4.6%)、3位大塚製薬「ウル・オス スキンローション」(4.2%)と続いた。「キャツビー薬用スキン

男性ターゲットの商

あっても、代理購入を女性を意識したPRが促進に効果的であることがわかる。

ソフトブレイン・フィールド 事業開発課