

PRESS RELEASE



報道関係各位

2026年2月9日

アライドアーキテクツ株式会社

【花粉症対策トレンド2026】「春になってから」はもう遅い

成長分野TOP3は「先回り」「室内」「肌ケア」～Kaname.ax調べ～

データとクリエイティブの力でマーケティングコミュニケーションを設計し、企業のマーケティングAXを支援するアライドアーキテクツ株式会社（本社：東京都渋谷区、取締役社長：村岡弥真人、証券コード：6081、以下「当社」）は、X（旧Twitter）における花粉症対策関連の言及データを分析し、2024年10月～2025年1月と2025年10月～2026年1月の生活者意識変化から2026年の花粉症対策トレンドを調査いたしました。

Kaname.ax 調査レポート

花粉症対策 トレンド2026

「春になってから」はもう遅い
成長分野TOP3は「先回り」「室内」「肌ケア」
Kaname.ax調べ



■調査の背景と目的

花粉症は日本人の4人に1人が悩まされているとされ、毎年春の重要な健康課題となっています。近年は秋花粉への意識の高まりや、症状が出る前からの予防的ケアの重要性が広まる中、花粉症対策関連での商品開発や販売促進のためには生活者の花粉症対策に対する意識がどのように変化しているかを定量的に解明することが重要です。

当社は、SNS上に蓄積された生活者の声（VOC：※1）から、花粉症対策における意識を定量的に解明し、2026年の花粉症対策トレンドを明らかにすることを目的に本調査を実施いたしました。当社のデータプラットフォーム「Kaname.ax（カナメ・エーエックス）」に搭載された特許出願中のAI技術を活用し、SNS上の生活者投稿からCEPs（カテゴリーエントリーポイント：生活者が商品・サービスを想起するきっかけや状況）を自動的に抽

出・分析することで、花粉症対策における生活者インサイトの構造的变化を可視化しました。

■調査概要

調査名称	: 花粉症対策に関する生活者意識調査
調査主体	: アライドアーキテクツ株式会社
調査期間	: 【期間①】2024年10月1日～2025年1月14日 【期間②】2025年10月1日～2026年1月14日(前年比較)
調査方法	: X(旧Twitter)における花粉症対策関連投稿の言及データ分析
分析対象数	: 各調査期間ごとの該当データから期間層化比例ランダムサンプリングした各2,000件を分析対象(信頼水準95%・誤差±2%を基準に設定)。分析結果は統計的手法により拡大推計を実施
分析軸	: CEPs(カテゴリーエントリーポイント)に基づく生活者インサイト分析
ランキング化	: 独自開発の「成長性スコア」に基づきランキング化。成長性スコアは、市場の成長度合いを数値化した指標で、50を基準とする偏差値で表現。過去と現在の言及数変化を評価し、データの信頼性に応じた補正を行うことで、より正確な成長トレンドを把握
分析ツール	: データプラットフォーム「Kaname.ax」(特許出願中のAI技術活用)

※本調査の内容を転載・ご利用いただく場合は「アライドアーキテクツ株式会社 Kaname.ax調べ」とクレジットを記載してください。

■調査結果サマリー

花粉症対策に関する生活者意識分析から、2026年の花粉症対策では大きなトレンド変化が見られます。最も成長している分野は「季節の変わり目」という早い段階から対策を始め「早めの対策で不安を解消できる」と感じるケースで、成長分野ランキング1位となりました。また「室内環境改善」が2位、「肌の予防的ケア」が3位にランクインするなど、2026年の花粉症対策は「症状が出てから対処」ではなく「症状が出る前に先回りして予防」へと本質がシフトしています。

■主要調査結果

▼【1位】「先回り対策」が最大の成長分野に

季節の変わり目を迎える前に、花粉症対策を先回りして始めることで不安を解消できると感じるケースが、最も成長している分野として1位にランクインしました。

この背景には、X上で「早期対策の重要性」を訴える声が増加していることがあります。「春の花粉症対策は12月から！そろそろ始めよう」「花粉症対策は11月ごろからやるのだ」といった具体的な時期を示す発言や、「早めに耳鼻科にも行って、花粉症対策します」など、経験に基づく実践が多く見られました。「花粉症は火事と同じ。春に大炎上してから消すのは大変ですが、今の火の粉の段階ならボヤで済みます」「敵が来る前に城壁(バリア)を固めることが勝利の鍵」といった表現からは、花粉が本格的に飛散する前の早い段階で対策を始めることが、症状軽減や不安解消につながるという認識が広がっています。

▼【2位】「室内環境改善で快適に過ごす」

室内環境を改善したいと考える生活者が、その行動を通じて清潔で快適な環境で過ごせると感じるケースが、成長分野ランキング2位となりました。2026年の花粉症対策では、外出時のマスクだけではなく「室内に花粉を持ち込まない」「室内の空気を清浄に保つ」という環境改善の意識が高まっています。

この背景には、X上で「室内環境の重要性」を語る声が増加していることがあります。「秋にも花粉症はある！帰宅後は洗顔・うがい・着替えを。空気清浄も忘れずに」「洗濯物は室内干し、帰宅時は衣類の花粉を払い落とす、空気清浄機の活用」といった具体的な室内対策の実践や、「家族みんなが過ごしやすいクリーンな空間を作りたいです」「空気清浄機を買ってから朝のくしゃみがなくなって一日目で効果を感じている」など、室内環境改善による効果実感の声が多く見られました。「家族が集まるリビングの空気を一年中快適に保ち、安心して過ごせる環境を整えたいです」「少しでも快適に過ごせるように健康な毎日サポートしてほしいです」といった表現からは、室内環境を清潔に保つことが快適な日常生活の基盤として認識されています。

▼【3位】「肌の予防的ケア」という新視点

予防的なケアを行いたいと考える生活者が、その行動を通じて健やかな肌状態を保てると感じるケースが、成長分野ランキング3位となりました。2026年の花粉症対策では、鼻や目の症状だけでなく「花粉による肌荒れ」への予防的ケアが新たな成長分野として浮上しています。

この背景には、X上で「花粉と肌荒れ」を結びつける声が増加していることがあります。「毎年秋は花粉で肌荒れしちゃうので、ぜひ対策に使わせていただきたい」「秋になって花粉や乾燥でバリア機能の衰えを感じるのでケアしたいです」「2月に入ったら肌荒れしだすから早めに対策したい」といった予防的なスキンケアへの意識や、「花粉でお肌が超絶敏感になってしまったので酷くなる前にお高めの良いパックでケア」など、花粉シーズン前からの肌ケアの重要性を訴える発言が目立ちました。

■特許出願中のAI技術で生活者インサイトを可視化：データプラットフォーム「Kaname.ax」

本調査では、当社のデータプラットフォーム「Kaname.ax（カナメ・エーエックス）」を活用しました。Kaname.axには、SNS投稿から生活者が商品・サービスを想起するきっかけや状況を示すCEPs（カテゴリーエントリー・ポイント）をAIによって自動的に抽出・分析する特許出願中の技術が搭載されており、今回の調査でも同技術を活用して生活者インサイトの構造的变化を可視化しています。

<Kaname.axについて>

「Kaname.ax」は、蓄積された顧客の声(VOC)データからコミュニケーションの「起点となるインサイト」を発見し、企業のマーケティングコミュニケーション設計を支援するデータプラットフォームです。SNS投稿、レビュー、EC購買者のアンケート、リサーチパネルの調査結果など、顧客の声を多角的にデータ収集・統合し、AIで一元的に解析することで、Who × What × HowのマーケティングフレームワークやCEPsに適応する形でデータ分析結果を出力します。

サービスサイト：<https://service.aainc.co.jp/kaname-ax>

■代表コメント

◆アライドアーキテクツ株式会社 取締役社長 村岡弥真人

当社のデータプラットフォーム「Kaname.ax」に搭載された特許出願中のAI技術により、花粉症対策に関するVOCデータを分析したところ、生活者の花粉症対策意識の構造的变化が明確に浮かび上がりました。独自の成長性スコアによる分析の結果、「季節の変わり目からの先回り対策」「室内環境改善」「肌の予防的ケア」という3つの分野が上位にランクインしており、花粉症対策が「症状が出てから対処する」時代から「症状が出る前に先回りして予防する」時代へと明確にシフトしていることが判明しました。特に、鼻や目の症状だけでなく「肌荒れ予防」という新しい視点が成長している点は注目に値します。今後、企業が持続的に成長するためには、こうした生活者の潜在的なニーズを先回りして捉え、予防的アプローチを訴求することが不可欠です。

当社は引き続き、VOCデータを起点とした企業のマーケティングAX支援を推進してまいります。

■参考データ

【成長分野TOP3ランキング】

順位	状況	体験価値	成長性スコア ※2(参考値)
1位	季節の変わり目を迎える時	早めの対策で不安を解消できる	107.17
2位	室内環境を改善したい時	清潔で快適な環境で過ごせる	97.43
3位	予防的なケアを行いたい時	健やかな肌状態を保てる	96.75

※2 成長性スコアは当社独自の指標

<アライドアーキテクツ株式会社 会社概要>

・代表者：代表取締役会長 田中 裕志

取締役社長 村岡 弥真人

・所在地：東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階

・URL：<https://www.aainc.co.jp>

・設立：2005年8月30日

・事業内容：マーケティングAX支援事業

<アライドアーキテクツ株式会社とは>

アライドアーキテクツ株式会社は、データとクリエイティブの力でマーケティングコミュニケーションを設計することで事業成果の向上に貢献するマーケティングAX(※3)支援企業です。2005年の創業以来培った6,000社以上のマーケティング支援実績とUGCを始めとする顧客の声データ資産を活かし、独自開発のSaaS・SN S・AI技術とデジタル・AI人材(※4)を組み合わせた統合ソリューションで、企業のマーケティングAX実現を加速しています。

*※1 Voice of Customer 顧客の声のこと。

*※2 成長性スコアは当社独自の指標(再掲)

*※3マーケティング領域におけるAIトランスフォーメーションのこと。AI技術やデジタル・AI人材(※4)によって業務プロセスや手法を変革し、データとAIの活用によって人と企業の新しい関係性を創出すること、と当社では定義しています。

*※4 主にAI技術、SaaS、SNSなどのデジタルマーケティングに関連する技術・手法に精通し、それらを活かした施策やサービスを実行できる人材(AIマーケティング戦略立案者、生成AIプロンプトエンジニア、SNS広告運用者、SNSアカウント運用者、エンジニア、Webデザイナー、クリエイティブ・ディレクター等)を指します。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテクツ株式会社 経営企画室 広報担当

TEL:03-6408-2791 MAIL:press@aainc.co.jp