

ネットユーザー行動分析トレンド report 【洗濯・衣類フレグランススプレー編】

— 香り好きは通販、美容、テレビ好き？ネット行動からみる「香りづけ派」のプロファイル —

- ◆ 成人女性の2人に1人が「ほぼ毎日」柔軟剤を使用。重視点は「香りの良さ」がトップ
- ◆ 手軽に使える衣類用フレグランススプレーは、特に20代の女性若年層で使用頻度が高い
- ◆ フレグランススプレー使用者は、通販・美容・TVメディアのサイト閲覧量が多い傾向あり

2014年8月6日
株式会社ヴァリユーズ

昨今、洗濯用の柔軟剤や衣類用フレグランススプレーで、香りを手軽に日常生活に取り入れ、楽しむ人が増えています。ネット行動分析サービスを提供する株式会社ヴァリユーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：辻本 秀幸、以下ヴァリユーズ）は、一般ネットユーザーの行動ログとデモグラフィック（属性）情報を用いたマーケティング分析サービス「VALUES eMark+」を使用して、柔軟剤や柔軟仕上げ剤に関するアンケート調査を実施し、衣類用フレグランススプレーを使用する消費者のネット行動特徴を分析しました。

【調査・分析概要】

ヴァリユーズが保有する全国のモニタのうち、20歳以上の女性を対象として、2014年6月9日～13日に、柔軟剤・柔軟仕上げ剤・衣類用フレグランススプレーの購買行動調査を実施し、その回答者6,461人をネット行動分析の対象としました。

※ネット行動はPC上の行動ログを分析対象としています。また、サイト分類カテゴリはヴァリユーズが独自に定義しています。

●結果サマリー●

- ◆ 成人女性の2人に1人が「ほぼ毎日」柔軟剤・柔軟仕上げ剤を使用して洗濯。
重視ポイントは「香りの良さ」がトップ、次いで「ふんわり感」「価格」も。

ヴァリユーズのモニタ会員のうち20歳以上の女性に「衣類の洗濯」をする際に使用する洗剤を尋ねたところ、最も多かったのは「洗濯用洗剤（液体・ジェル）」で、次いで「柔軟剤・柔軟仕上げ剤」「おしゃれ着用洗剤」でした。また、「柔軟剤・柔軟仕上げ剤を使用した洗濯」の頻度については「ほぼ毎日」と回答した人が、約5割にのぼっています。柔軟剤・柔軟仕上げ剤を購入する際に重視するポイントは、「香りの良さ」を選んだ人が最も多く、「仕上がり（ふんわり感）」「価格」と続きました。

- ◆ 20代女性では、半数以上が衣類用フレグランススプレーの使用経験あり。
4人に1人が「時々～ほぼ毎日」利用と回答し、他の世代よりも使用頻度が高い。

同じく20歳以上の女性に衣類用のフレグランススプレーを使用頻度について尋ねたところ、約55%が「使用したことはない」と回答しましたが、年代別にみても、20代では半数以上が衣類用フレグランススプレーの使用経験があることがわかりました。また、20代では「ほぼ毎日使用」が2.8%、「時々使用」が23.8%で、合わせると4人に1人が「時々～ほぼ毎日」使用していることになり、他の世代よりも使用頻度が高い傾向が出ています。

- ◆ フレグランススプレー使用者は、通販・美容・TVメディアのサイト閲覧量が多い傾向あり

フレグランススプレーの使用者、非使用者でサイト閲覧傾向に差があるか調査したところ、使用者はNAVERまとめやブログの閲覧量が多い他、ベルメゾンやニッセンなどの通販サイト、@cosmeや資生堂など美容関連、TV局サイトへの閲覧率も高いことがわかり、情報感度の高さがうかがえました。

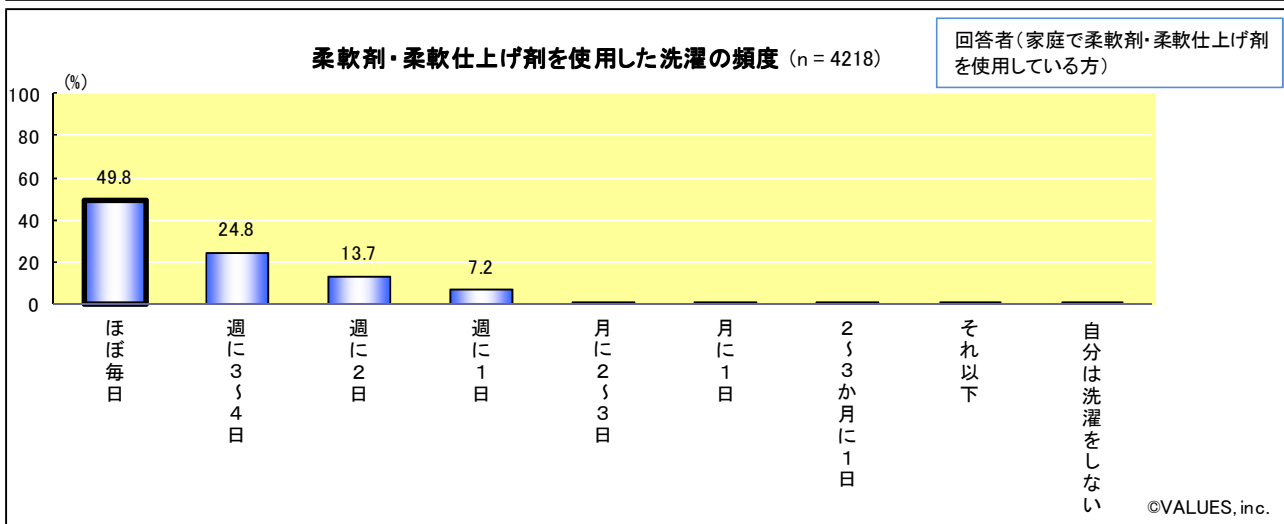
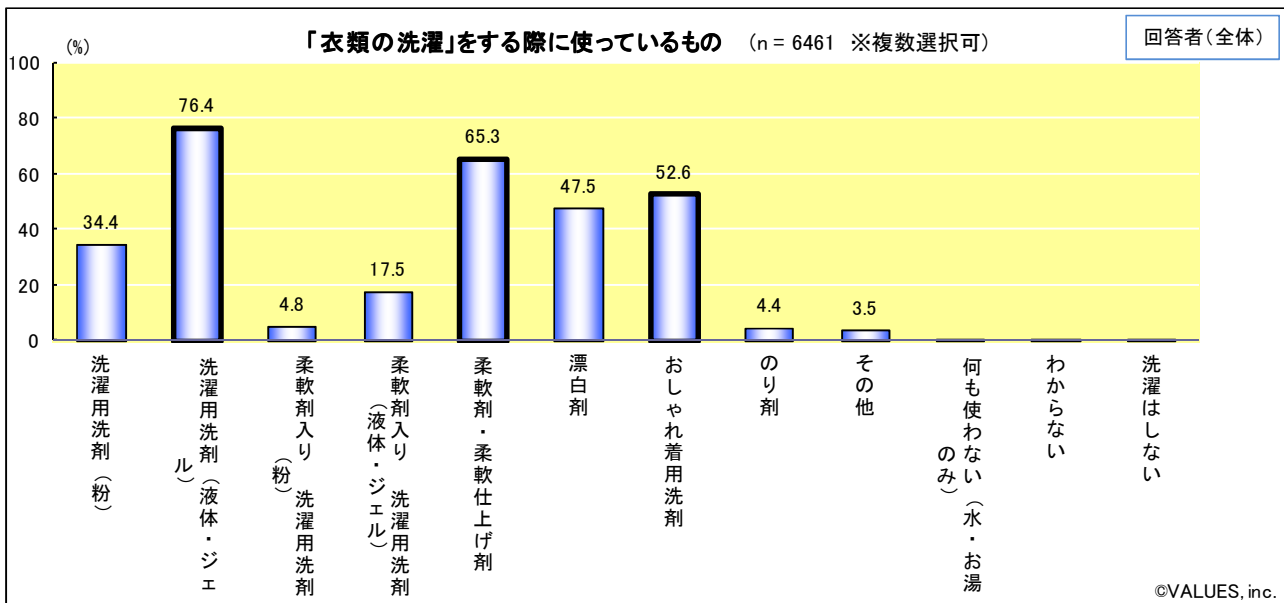
● 結果概要 ●

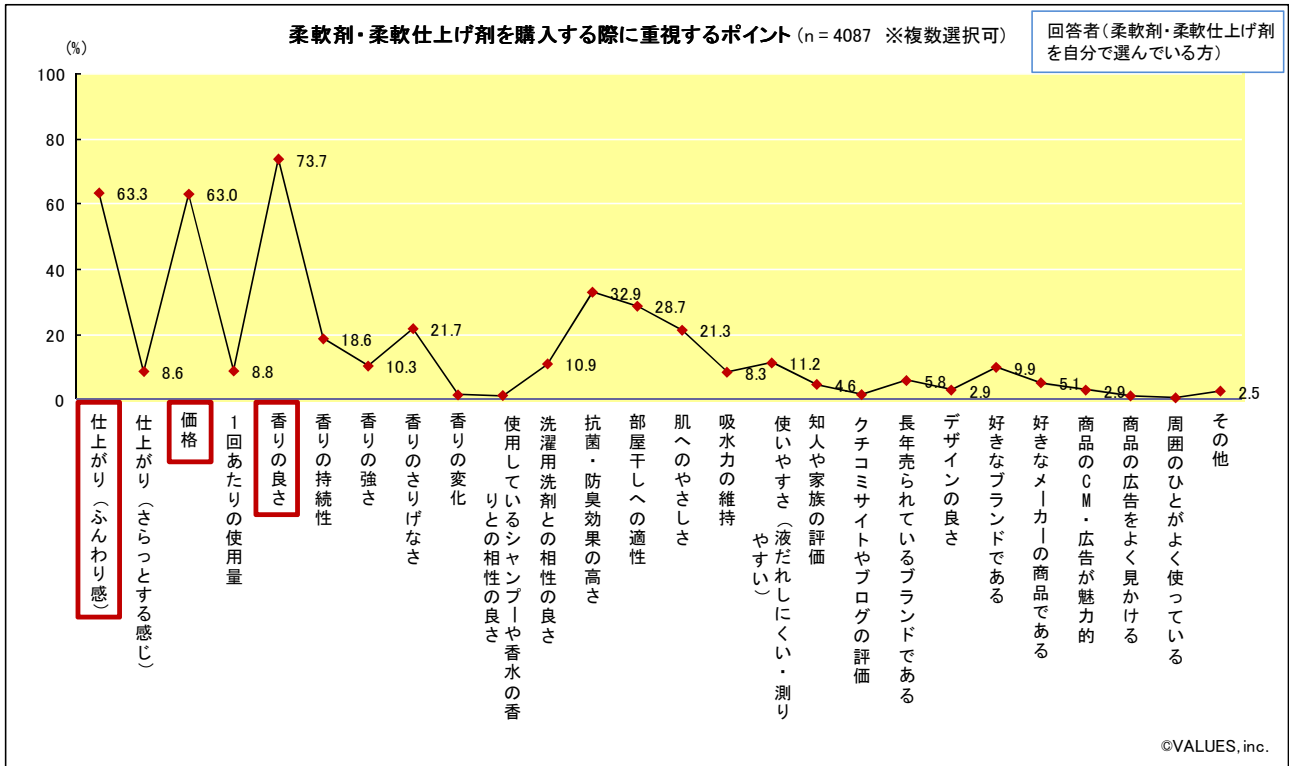
- ◆ 成人女性の2人に1人が「ほぼ毎日」柔軟剤・柔軟仕上げ剤を使用して洗濯。
重視ポイントは「香りの良さ」がトップ、次いで「ふんわり感」「価格」も。

6月9日～13日に、全国のヴァリユーズモニタのうち、20歳以上の女性を対象に実施したアンケートで、自宅の洗濯機で「衣類の洗濯」をする際に、使用している洗剤を尋ねたところ（複数回答可）、「洗濯用洗剤（液体・ジェル）」と回答した人が76.4%と最も多く、次いで「柔軟剤・柔軟仕上げ剤」（65.3%）、「おしやれ着用洗剤」（52.6%）という結果でした。全体的に、粉末洗剤よりもジェル・液体洗剤の使用率の方が高くなっています。また、柔軟剤入りの洗濯用洗剤を含めると、合計で87.6%の人が、柔軟剤の働きをもつ洗剤を使用しています。

次に、どのくらいの頻度で「柔軟剤・柔軟仕上げ剤を使用した洗濯」をしているか尋ねたところ、「ほぼ毎日」と回答した人が半数を占めました。成人女性の2人に1人が「ほぼ毎日」柔軟剤・柔軟仕上げ剤を使って洗濯していることとなります。

最近では抗菌効果や香りのバリエーションが豊富な柔軟剤が増えています。女性消費者は柔軟剤に対してどのような点を重視し、購買する商品を選んでいるのでしょうか？柔軟剤・柔軟仕上げ剤を購入する際に重視するポイントをアンケートで尋ねたところ（複数回答可）、「香りの良さ」を選んだ人が73.7%と最も多く、「仕上がり（ふんわり感）」（63.3%）、「価格」（63.0%）と続きました。

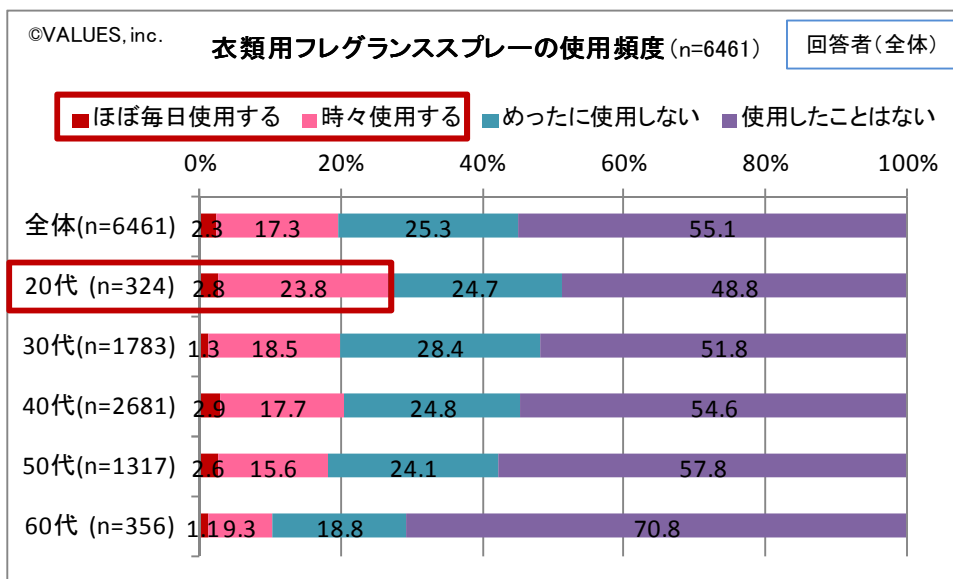




◆ 20代女性では、半数以上が衣類用フレグランススプレーの使用経験あり。

4人に1人が「時々～ほぼ毎日」利用と回答し、他の世代よりも使用頻度が高い傾向。

続いて、手軽に使用できる衣類用フレグランススプレーの使用について調査しました。同じく20歳以上の女性に衣類用のフレグランススプレーを使用頻度について尋ねたところ、「使用したことはない」と回答した人が最も多く、55.1%と半数を上回りました。しかし年代別にみると、20代では、「時々使用する」の割合が23.8%と他の世代に比べて高く、「ほぼ毎日使用する」を合わせると4人に1人が「時々～ほぼ毎日」使用していることがわかりました。フレグランススプレーの場合、ワンピースやスカートなど家庭では洗濯できないアイテムにも手軽に香りづけできたり、スプレー回数で香りの強さを調整できるため、仕事やデートなどオンとオフで香りの強さを換えられる利便性が若年層に支持を得ていると考えられます。



◆ フレグランススプレー使用者は、通販・美容・TVメディアのサイト閲覧量が多い傾向あり

最後に、衣類用フレグランススプレーの使用者と非使用者でサイト閲覧傾向に差があるか調査しました。

アンケートの回答結果から衣類用フレグランススプレーを使用したことがある人（「使用者」 $n=2904$ ）と、使用したことがない人（「非使用者」 $n=3557$ ）に分類し、2014年6月度のPCでのサイト閲覧状況をネット行動ログから集計。使用者と非使用者で閲覧率に差が大きい順にランキング化しました。

フレグランススプレー使用者は非使用者に比べて、NAVERまとめやブログ、Yahoo!ニュースの閲覧量が多くなっています。また、楽天市場、ベルメゾンネット、Yahoo!ショッピング、ニッセンなどEC接触率も高く、ネット通販に対しても積極的なようです。@cosmeや資生堂など美容関連のサイトも、非使用者との差が開いており、香りとの親和性が高いコスメへの興味度も高い様子が見えられます。

衣類用フレグランススプレー使用者がよく閲覧するサイトランキング【全体】（2014年6月）

衣類用フレグランススプレーを使用したことがない人（非使用者）と比較して、使用者の接触が多いサイトランキング

順位	サイトタイトル	ドメインURL	カテゴリ	UU推計 (モニタ全体)	使用者 接触率①	非使用者 接触率②	非使用者 との差 (①-②) ポイント
1	楽天市場	www.rakuten.co.jp	ショッピング	33,800,000	81%	60%	21.5%
2	NAVER まとめ	matome.naver.jp	コンテンツ共有	22,200,000	60%	39%	21.2%
3	アメーバブログ	ameblo.jp	ブログ	23,300,000	60%	41%	18.9%
4	COOKPAD	cookpad.com	コンテンツ共有	10,700,000	36%	19%	17.0%
5	Yahoo! 知恵袋	chiebukuro.yahoo.co.jp	Q&A	27,300,000	65%	48%	16.7%
6	YouTube	youtube.com	コンテンツ共有	26,900,000	64%	48%	16.2%
7	ベルメゾンネット	www.bellemaison.jp	ショッピング	6,960,000	27%	12%	15.0%
8	Yahoo! ニュース(トピックス)	dailynews.yahoo.co.jp	ニュース	28,300,000	65%	50%	14.7%
9	Yahoo! ショッピング	shopping.yahoo.co.jp	ショッピング	21,400,000	52%	38%	14.6%
10	@cosme(アットコスメ)	www.cosme.net	クチコミ・掲示板	3,700,000	21%	7%	14.4%
11	Yahoo!ニュース	headlines.yahoo.co.jp	ニュース	27,100,000	62%	48%	14.4%
12	Yahoo! ニュース	news.yahoo.co.jp	ニュース	24,300,000	57%	43%	14.2%
13	Twitter	twitter.com	ブログ	15,700,000	42%	28%	14.0%
14	教えて! goo	oshiete.goo.ne.jp	Q&A	15,300,000	41%	27%	14.0%
15	D.U.O. スキンケア化粧品通販	www.duo-cosmetics.com	ショッピング	2,230,000	17%	4%	13.3%
16	livedoor ブログ	blog.livedoor.jp	ブログ	18,600,000	46%	33%	13.2%
17	Yahoo! メール	mail.yahoo.co.jp	Webメール	18,000,000	45%	32%	13.0%
18	Amazon.co.jp	www.amazon.co.jp	ショッピング	33,700,000	73%	60%	13.0%
19	FC2 ブログ	blog.fc2.com	ブログ	26,100,000	59%	46%	13.0%
20	ニッセン	www.nissen.co.jp	ショッピング	6,300,000	24%	11%	12.9%
21	食べログ.com	tabelog.com	クチコミ・掲示板	12,500,000	35%	22%	12.7%
22	my Rakuten	my.rakuten.co.jp	Webツール	11,500,000	33%	20%	12.6%
23	資生堂	www.shiseido.co.jp	製品・サービス	3,170,000	18%	6%	11.9%
24	Facebook	facebook.com	コミュニティ	21,000,000	49%	37%	11.9%
25	ウィキペディア (Wikipedia)	ja.wikipedia.org	辞書・辞典	23,100,000	52%	41%	11.7%

©VALUES, inc.

※UU推計：該当ウェブサイトを訪問したと思われるUnique User人数。VALUES保有モニタ(全体)での出現率を基に、国内ネット人口に則して推測。

また、特にメーカー系サイト（「製品・サービス」）に絞って、使用者と非使用者でサイト接触率の差をみてみたところ、上位10サイトにフジテレビ、TBS、NHK、日本テレビなどTV局サイトが多数ランクインしました。まとめサイトやニュース、TV局サイト等メディアの閲覧量が多いことから、フレグランススプレー使用者は情報感度が高い傾向があらわれています。

衣類用フレグランススプレー使用者がよく閲覧するサイトランキング【メーカー編】 (2014年6月)

衣類用フレグランススプレーを使用したことがない人(非使用者)と比較して、使用者の接触が多いサイトランキング

順位	サイトタイトル	ドメインURL	カテゴリ	UU推計 (モニタ全体)	使用者 接触率①	非使用者 接触率②	非使用者 との差 (①-②) ポイント
1	資生堂	www.shiseido.co.jp	製品・サービス	3,170,000	18%	6%	11.9%
2	ユニクロ	www.uniqlo.com	製品・サービス	4,910,000	20%	9%	11.6%
3	ゆうびん(日本郵便)	www.post.japanpost.jp	製品・サービス	9,540,000	28%	17%	11.1%
4	フジテレビ	www.fujitv.co.jp	製品・サービス	3,870,000	15%	7%	8.6%
5	TBSテレビ	www.tbs.co.jp	製品・サービス	3,840,000	15%	7%	8.6%
6	日本放送協会(NHK)	www.nhk.or.jp	製品・サービス	10,200,000	26%	18%	8.4%
7	ヤマト運輸	kuronekoyamato.co.jp	製品・サービス	8,780,000	24%	16%	8.4%
8	日本テレビ放送網(NTV)	www.ntv.co.jp	製品・サービス	4,130,000	14%	7%	7.0%
9	Kao 花王	www.kao.com	製品・サービス	2,010,000	10%	4%	6.8%
10	楽天カード	www.rakuten-card.co.jp	製品・サービス	7,300,000	19%	13%	6.1%

©VALUES, inc.

※UU推計: 該当ウェブサイトを訪問したと思われるUnique User人数。VALUES保有モニタ(全体)での出現率を基に、国内ネット人口に則して推測。

※カテゴリに「製品・サービス」に絞りランキング集計。

■株式会社ヴァリュースについて

株式会社ヴァリュースは、マーケティングノウハウとIT先端技術を活用して、新たな市場価値の創造をサポートする、事業成長支援企業です。20万人規模の一般インターネットユーザーの行動ログとデモグラフィック(属性)情報を活用した次世代マーケティング手法「VALUES eMark+」(ヴァリュース イーマークプラス) サービス提供のほか、経営課題のコンサルティングから、課題解決、販売促進の支援まで、独自のノウハウとソリューションで多くの企業を支援しています。

株式会社ヴァリュース ホームページ <http://www.valuesccg.com/>

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ヴァリュース 子安 (こやす)

TEL: 03-6277-6812 E-mail: press@valuesccg.com