

F1層のリアルをミュゼマーケティングが調査！
MUSEE MARKETING News Letter
～生理編～

**9割が「男性は生理を理解していない」と回答
女性1,114人の生理事情を調査**

全国336万人(※)のミュゼプラチナム女性会員組織を活用し、F1層のマーケティングに特化したミュゼマーケティングが「生理」に関するアンケート調査を実施。生理周期の管理方法や生理に対する悩み、生理用品の選び方まで、全国女性1,114名の実態をリサーチしてみました。

<トピックス>
～生理編～

- 生理周期の不順は82%が経験。半数以上は生理がこなくても「何も対処しない」と回答
- ナプキンを選ぶポイントは値段と機能性
- 男性は生理についてどれだけ理解してくれている？

【調査概要：生理編】

- 調査日 : 2018年7月5日(木)～2018年7月17日(火)
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査人数 : 1,114名
- 調査対象 : 全国 16～49歳の女性

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミュゼマーケティング調べ】とご明記ください。

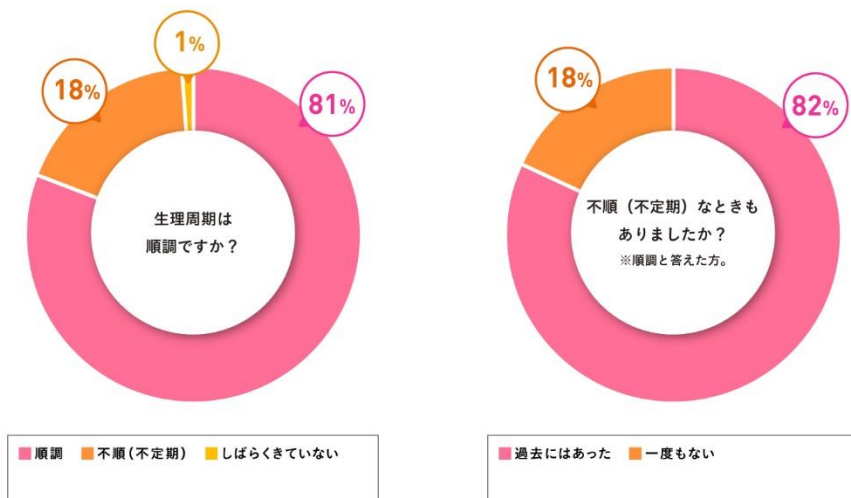
【本件に関するお問い合わせ先】

(株)ミュゼプラチナム 広報・PR担当 柳沼・渡辺
TEL : 03-3486-2097 FAX : 03-3486-2081

■ 生理周期の不順は82%が経験。

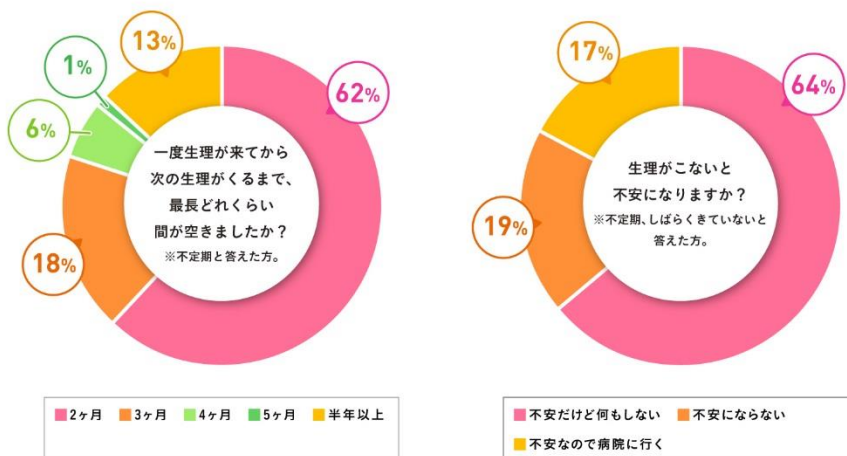
半数以上は生理がなくても「何も対処しない」と回答

生理サイクルについて聞いてみると、81%は順調であると回答。しかし、順調と答えた人でも、過去に不順（不定期）であったことがあるか尋ねたところ、82%が不順を経験していることが判明しました。



また、現在不定期であると回答した人に最長どのくらい期間が空いたか聞いたところ、「2か月（62%）」と答えた人が一番多く、「3か月（18%）」「半年以上（13%）」と続きました。

現在、生理周期が不順（不定期）の人のうち64%が「不定期で不安だけけど何もしない」と答え、「不安にならない」も19%いました。何も対処をしない人は20代半ばまでの女性に多くみられました。しかし、20代後半、30代半ばで「病院に行く」という人は17%で、全体のなかでも高めの結果に。身体の変化を感じる年齢で、生理不順を意識して行動する人が多いようです。

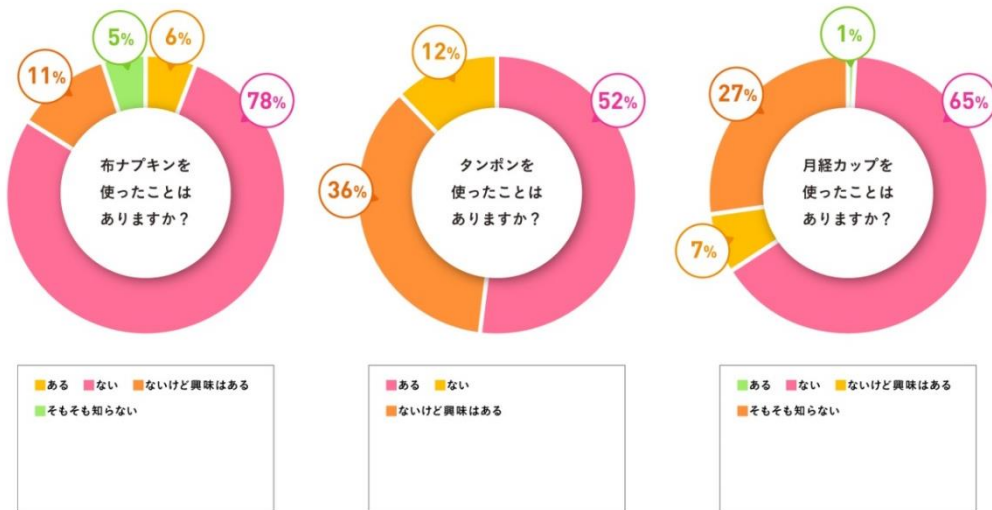


■ ナプキンを選ぶポイントは値段と機能性

続いて「生理用品」について質問してみたところ、59%がお気に入りのナプキンブランドがあると回答しました。選ぶポイントは、1位「値段（27%）」2位「吸水性（25%）」3位「肌触り（23%）」という結果となり、まずは値段で判断し、あとは機能性重視で選んでいることがわかりました。

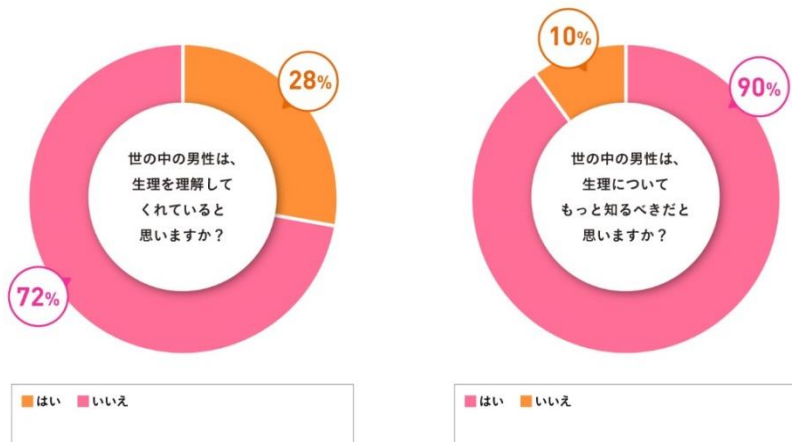
薬局などのお店で生理用品を購入するときの心理としては、多くが「何とも思わない（46%）」と、抵抗を感じていない一方で、「生理だと思われるのは多少なりとも恥ずかしい」と考える人が24%いることもわかりました。また、男性店員ではなく、女性店員のレジで購入するようにしている人も30%いました。

生理用品には、ナプキン以外にも布ナプキン、タンポン、月経カップなどがありますが、タンポン以外は、使用したことがない人が大多数を占め、「そもそも存在を知らない」という人もいました。

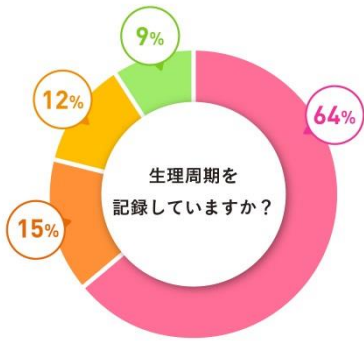


■ 男性は生理についてどれだけ理解してくれている？

男性たちの生理の理解度についても聞いてみました。結果、「男性は生理を理解していない（72%）」と、大多数の女性が男性の理解度に難色を示しました。さらに、「男性は生理についてもっと知るべき（90%）」と理解度に関わらず、まずは知ってほしいという意見がほとんどでした。



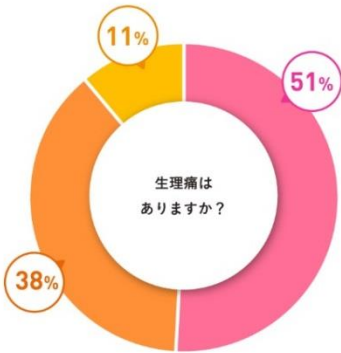
データ一覧 ～生理編～



- アプリで管理
- 手帳で管理
- 記録していない
- 携帯のカレンダーで管理



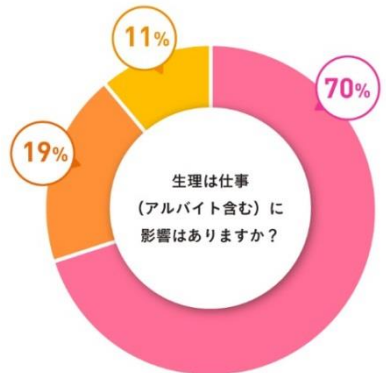
- 名前や使い方はなんとなく知っている
- 名前は知っているが詳しく知らない
- ビルを服用している
- 何も知らない



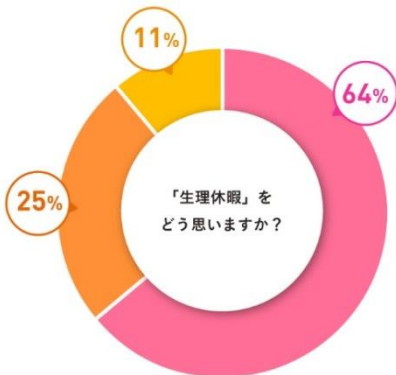
- 少しある
- かなりある
- ない

Q どのような症状が出ることが多いですか?
※かなりある、少しあると答えた方。

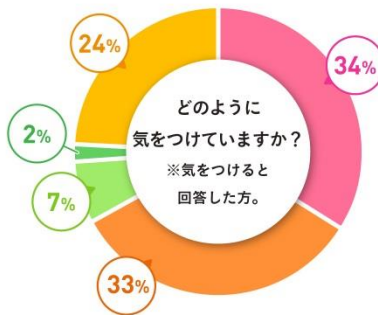
- 1位 腹痛 46%
- 2位 腰痛 32%
- 3位 頭痛 20%
- 4位 その他 2%



- 体調の面で影響があると思う
- 精神面で影響があると思う
- 特にない



- 必要だと思う
- 恥ずかしいからあっても使わない
- 必要ない



- 食事の量を調整する
- 貧血防止に鉄分豊富な食材を食べる
- むくみ防止に水をたくさん飲む
- カフェインを摂って眠気をやわらげる
- その他

※生理前後/生理中は意識的に食事に気をつけますか?という設問に対し、「気をつける」と回答した女性(全体の23%)への設問です。

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミュゼマーケティング調べ】とご明記ください。

『ミュゼマーケティング』について

美容意識の高い女性を中心とした会員層を有し、自社デジタルメディアと全国175(※)店舗のサロンによるクロスメディアアプローチが特徴のメディアサービスです。店頭サンプリング、商品モニター、リサーチ、デジタル広告やメールマガジンによるサービス告知などを提供しています。

F1層をコアとした全国336万人以上(※)の会員さまへ向け、自社サービスの認知拡大、継続的な収益モデルを検討したい企業様は、ミュゼマーケティングへお問い合わせください。

▶サービスの詳細・資料ダウンロードはこちら：<https://musee-marketing.com>



MUSEE
MARKETING

美容脱毛サロン『ミュゼプラチナム』について

“全ての女性のキレイをお手伝いしたい”との想いを込め、2003年に誕生した、高品質の美容脱毛専門サロン。多くの女性の支持を受け、現在では全国に175(※)店舗を展開中。

▶ミュゼプラチナム ホームページ：<https://musee-pla.com/>

(※) 2018年7月末日時点



MUSEE
PLATINUM
ミュゼプラチナム

【本件に関するお問い合わせ先】

(株) ミュゼプラチナム 広報・PR担当 柳沼・渡辺
TEL : 03-3486-2097 FAX : 03-3486-2081