

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

花粉症になったのは「つい最近」 20、30代女性1,389人に花粉症の意識調査を実施

もはや国民病といっても差し支えない「花粉症」。最近では市販薬の種類も充実し、レーザー治療など新たな対処法も増えつつあります。さまざまな対処法があるなかで、現代女性たちはどのような選択をしているのでしょうか。また、今年には新型コロナウイルスの影響によるマスク不足が深刻ですが、例年と比較してマスク着用率に影響はあったのでしょうか。そして職場への影響は？ 1,389人の女性に意識調査を行いました。

<トピックス> ～花粉症編～

- 花粉症を自覚した時期は「つい最近」が最多
- 花粉症で最もつらい症状は「目のかゆみ」
- 選ぶ基準は「即効性」より「価格」。市販の内服薬1位は「アレグラ」
- 25%の人が「化粧が落ちるのが嫌」でマスクをしない
- マスクでの接客は「まったく気にならない」が67%

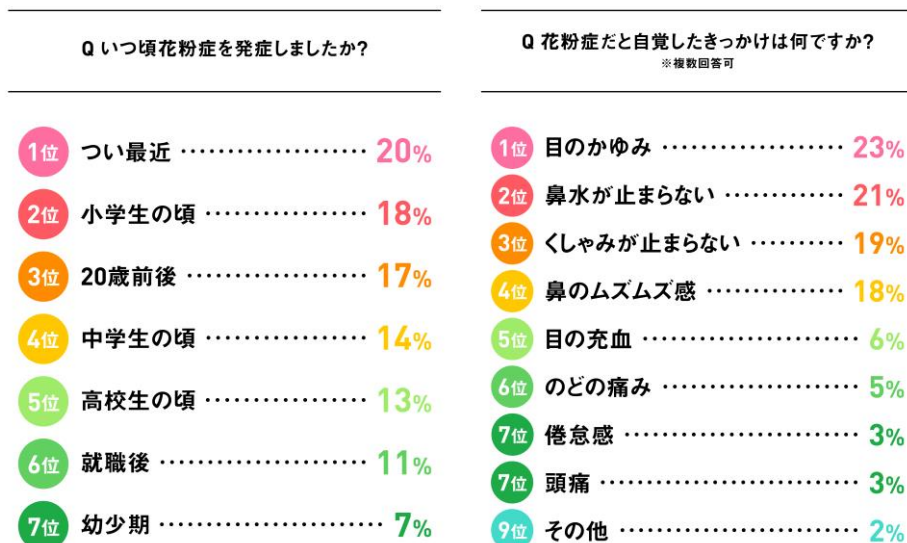
【調査概要：花粉症編】

- 調査日 : 2020年3月9日～2020年3月15日
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査人数 : 1,389名
- 調査対象 : 全国20～34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。

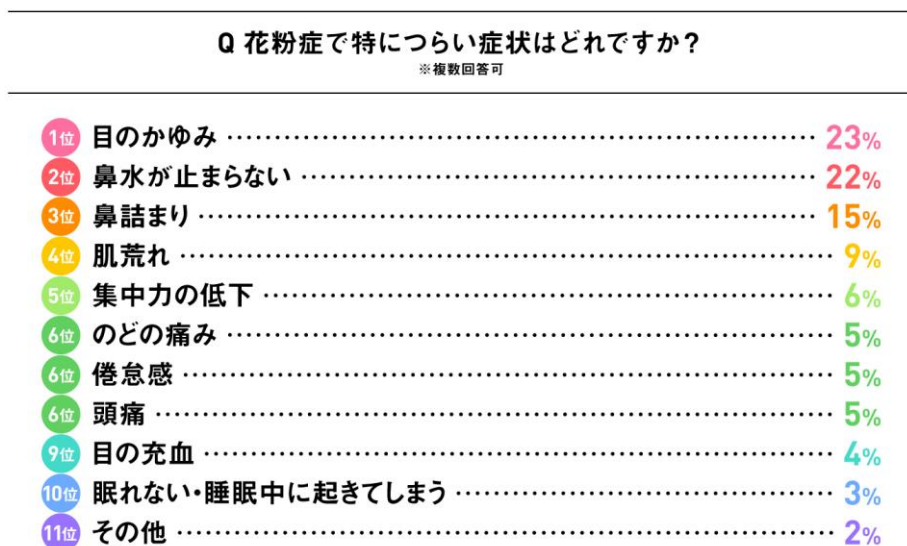
■ 花粉症を自覚した時期は「つい最近」が最多

はじめに、花粉症を発症した時期について聞きました。最も多かったのは、意外にも「つい最近」という回答。そこから「小学生の頃」「20歳前後」と続きました。花粉症と自覚したきっかけを聞くと、1位が「目のかゆみ」、2位が「鼻水が止まらない」、3位が「くしゃみが止まらない」でした。



■ 花粉症で最もつらい症状は「目のかゆみ」

現在の症状の程度について聞いたところ、「比較的軽度」と答えた人が最も多く43%。「仕事に支障をきたすレベル」と答えた人は8%でした。そんななか、特につらい症状1位は「目がかゆい」、2位は「鼻水が止まらない」、3位が「鼻づまり」という結果に。花粉は一年中飛散しているといわれています。対策を始める時期について聞いたところ、「症状が出始めたとき」が48%。次に「2月（23%）」「3月（11%）」と続きました。

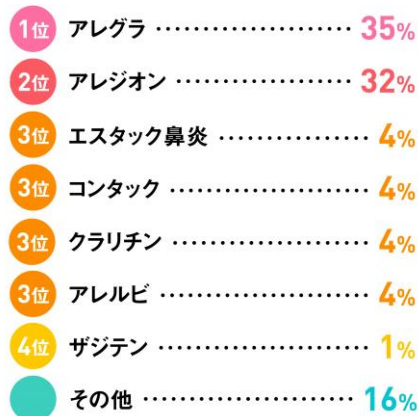


■ 選ぶ基準は「即効性」より「価格」。市販の内服薬1位は「アレグラ」

花粉症対策に薬を使用している人は58%いました。その内訳について調べたところ、「処方薬」が最も多く48%。次に「市販の内服薬（32%）」「市販の抗アレルギー点眼薬（12%）」が続く結果に。また、「市販の内服薬」と回答した人に具体的な商品名を聞いたところ、1位は「アレグラ」、2位は「アレジオン」という回答が得られました。市販薬を選ぶ基準として最も多かった回答は「値段」。2位は「眠くならないもの」、3位が「即効性」でした。

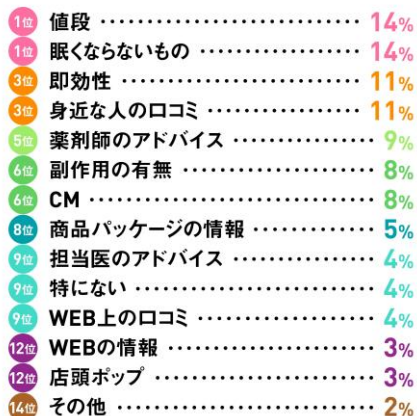
Q 花粉症対策に「市販の内服薬」を使用していると答えた方。
何を使っていますか？

※複数回答可



Q 市販薬を選ぶ基準は何ですか？

※複数回答可

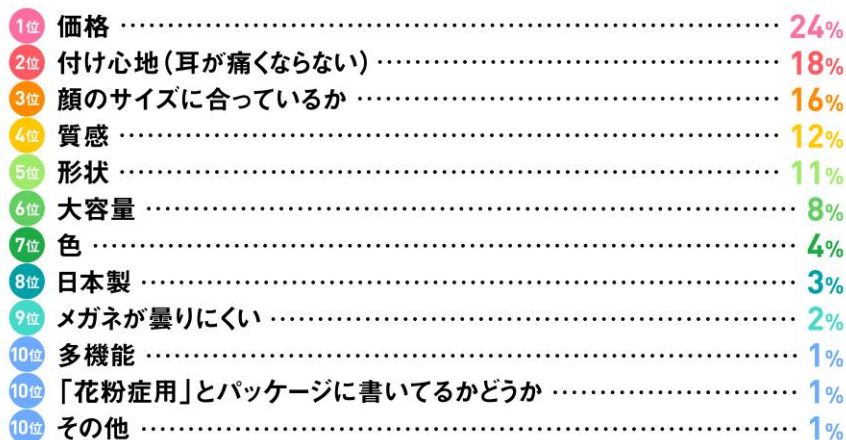


■ 25%の人が「化粧が落ちるのが嫌」でマスクをしない

最も手軽な花粉症対策といえるマスク。実際、花粉症対策として毎年マスクを使用していると回答した人は61%でした。使用しているマスクの種類は「家庭用簡易マスク（48%）」が1位。2位は「プリーツ型（26%）」、3位は「小顔タイプ（10%）」という結果に。また、マスクを選ぶポイントとして最も多かったのが「価格」。次に「つけ心地（耳が痛くならない）」「顔のサイズに合っているか」という回答が続きました。

Q マスクを選ぶときのポイントは何ですか？

※複数回答可

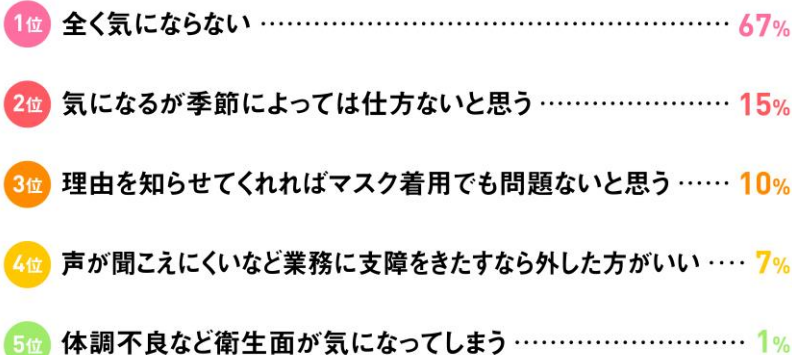


一方で、マスクを使用していない人に理由を聞いたところ、「化粧が落ちるのが嫌（25%）」「マスクは効果がないと思う（12%）」「わざわざ買うのがもったいない（9%）」「ファッションの邪魔になる（8%）」「似合うマスクがない（1%）」という回答がありました。

■ マスクでの接客は「まったく気にならない」が67%

接客中におけるマスク着用の是非が議論されていますが、マスク着用NGの職場で働く人に理由を聞くと、「仕事上NGだから」という回答が半数以上。該当する職種は接客業で、全体の7割を占めました。一方で、マスク着用OKな職場で働いている人は88%。そのなかで2020年以降からOKとなった職場は11%でした。また、マスクでの接客については「まったく気にならない」という回答が67%で、「気になるが季節によっては仕方ない」という回答が15%でした。

Q マスク着用での接客をどう思いますか？

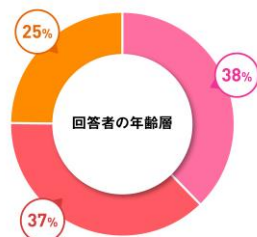


最後に、新型コロナウイルスが猛威を奮い、世界的な危機に陥るなか、例年に比べ今年（2020年3月時点）のマスク着用率に「変化があった」と答えた人は44%にのぼりました。そして今年、「マスクを大量購入したことがある」と回答した人は17%。その理由として「新型コロナウイルスの影響でマスクが足りなくなるという危機感から」という回答が60%を占めました。

▶記事詳細はこちら：<https://musee-marketing.com/topic/kafun/>

※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。

■ データ一覧 ～花粉症編～



■ 25歳～29歳 ■ 20歳～24歳 ■ 30歳～34歳

回答者の職業

会社員	55%
学生	19%
アルバイト・パート	14%
専業主婦	5%
その他	7%

Q 花粉症で病院を受診した理由は何ですか？

1位	処方薬が欲しかったから	57%
2位	きちんと診断してもらいたかったから	18%
3位	アレルギーテストを受けたかったから	10%
4位	周囲の人に勧められて	9%
5位	体調不良の可能性もあったから	4%
6位	なんとなく	1%
6位	その他	1%

■ データ一覧 ～花粉症編～

Q 症状を和らげる・治すためにしている生活習慣はありますか？

1位	何もしていない	26%
2位	空気清浄機を使用する	17%
3位	洗濯物を部屋干しする	13%
4位	ヨーグルトを食べる	12%
5位	家に入る前に花粉を払う	6%
6位	加湿器を使用する	5%
7位	就寝中にマスクをつける	4%
7位	外出を控える	4%
9位	鼻うがいをする	3%
10位	こまめに掃除する	2%
10位	睡眠をいつもより多くとる	2%
10位	食生活に気を付ける	2%
10位	その他	2%

Q 今後、花粉症対策に望むことは何ですか？

※複数回答可

1位	市販薬の進化	20%
2位	花粉症対策のコストダウン	15%
2位	マスクの進化	15%
4位	処方薬の進化	14%
5位	今ある以外の花粉症対策方法の誕生	11%
6位	新しく植えるスギやヒノキをきちんと管理してほしい	9%
7位	スギやヒノキの伐採	7%
8位	特になし	6%
9位	花粉の季節はリモートワークしてほしい	2%
10位	その他	1%

『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188(※)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381万人以上(※)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/>

MUSÉE
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たい”との想いを込め、2003年に誕生した、高品質の美容脱毛サロン。多くの女性の支持を受け、現在では全国に188(※)店舗を展開中。

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

MUSÉE
PLATINUM
ミュゼプラチナム

(※) 2020年3月末日時点