

デリケートゾーンに悩みのある30歳～69歳300人に聞いた
「デリケートゾーンのケアに関する調査」

デリケートゾーンの悩み「かゆみ」が62.0%でトップ ケア商品「使用したことはないが興味はある」41.3%

健康美容ビジネスのコンサルティング(リーガルマーケティング)事業を手がける株式会社薬事法ドットコム(本社：東京都新宿区、代表取締役社長：斎藤 敬志、以下 薬事法ドットコム)は、世の中の健康美容の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行っております。今回、2013年7月24日(水)～7月25日(木)の2日間にデリケートゾーンに悩みのある全国の女性300人を対象に「デリケートゾーンのケア」をテーマにしたインターネットリサーチを実施いたしました。

【調査背景】

暑い季節になると、ムレやニオイなど女性がこっそり悩んでいるデリケートゾーン。多くの女性が悩んでいるものの、ケアできていないのではないのでしょうか。そこで、「デリケートケア商品を使用していますか」など、デリケートゾーンのケアについて調査いたしました。以下、調査データをお送りいたしますので、報道のご参考にしていただければ幸いです。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングの運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：デリケートゾーンに悩みのある全国の30代～60代の女性
3. 有効回答数：300人
4. 調査実施日：2013年7月24日(水)～7月25日(木)

主な設問と回答

◆あなたがデリケートゾーンで悩んでいることは？

- 1位「かゆみ」62.0%
- 2位「ニオイ」50.3%
- 3位「おりもの」41.3%

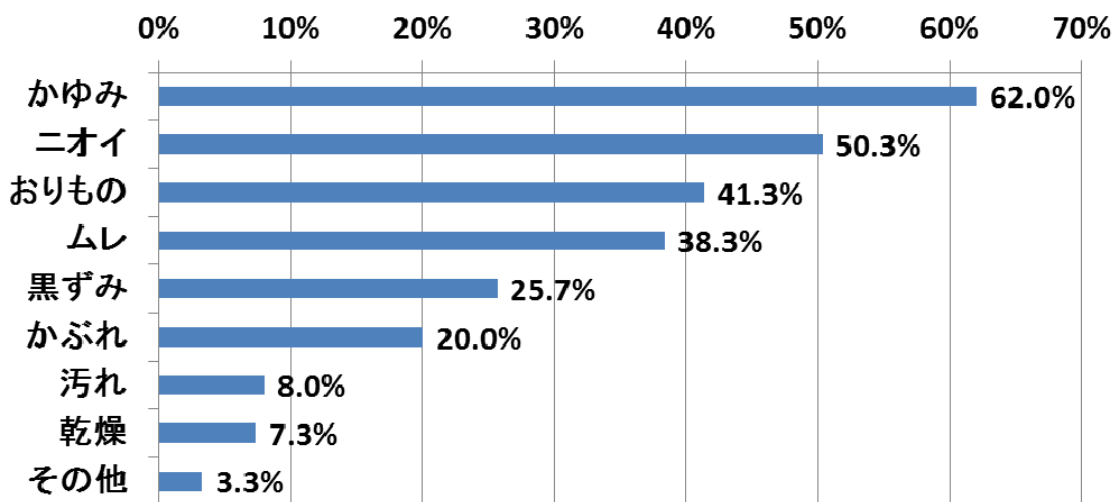
◆デリケートケア商品を使用したことがある？

- 「現在使用している」26.7%、「過去に使用していた」30.0%
- 「使用したことはないが興味はある」41.3%、「使用したことも興味もない」2.0%

～報道関係者様へのお願い～

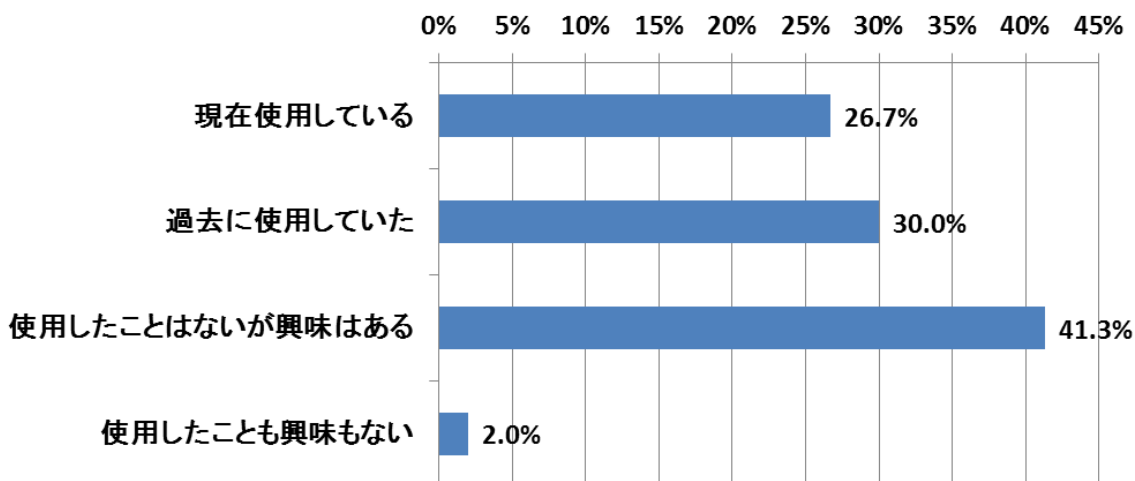
本内容の転載にあたりましては、「薬事法ドットコムマーケティング研究所調べ」と付記のうえご使用いただきますようお願い申し上げます。

Q1 あなたがデリケートゾーンで悩んでいることを教えてください。(複数回答 N=300)



デリケートゾーンで悩んでいることをお聞きしたところ、最も多かった回答は「かゆみ」の 62.0% という結果となりました。次いで「ニオイ」50.3%、「おりもの」41.3%となりました。半数以上の方が、「かゆみ」や「ニオイ」で悩んでいるようです。

Q2 あなたはデリケートケア商品を使用したことがありますか。(単数回答 N=300)



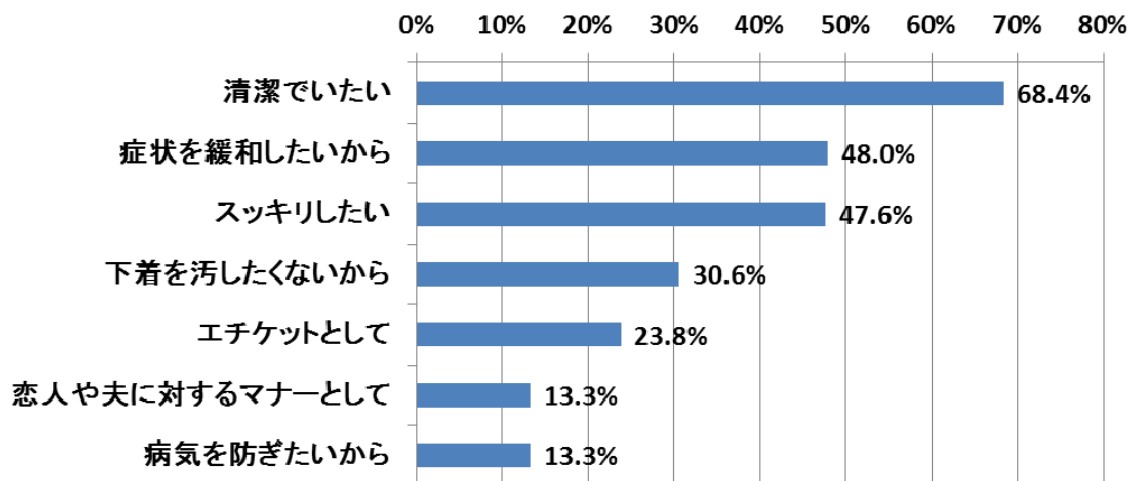
デリケートケア商品を使用したことがあるかお聞きしたところ、最も多かった回答は「使用したことはないが興味はある」の 41.3%という結果になりました。「現在使用している」と言う方は 26.7% しかいなかったものの、「使用したことも興味もない」という方は 2.0%のみとなり、多くの方が興味はあるものの、使用したことがないということがわかりました。

・・・本リリースに関するお問い合わせ先・・・

「薬事法ドットコムマーケティング研究所」広報事務局 (one 内) 担当：松田

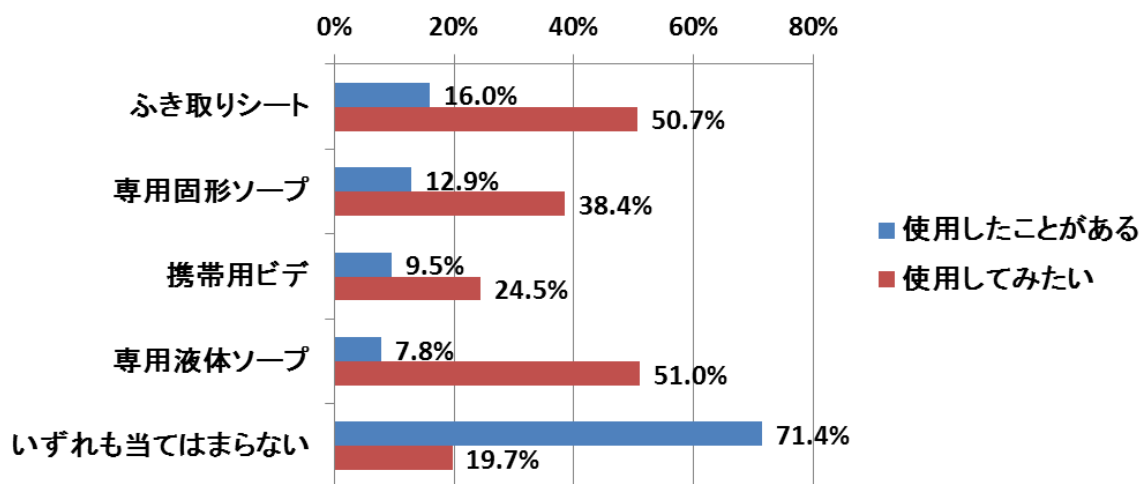
TEL : 03-6328-2883 / E-mail : press@one-pr.net

Q3【Q2「あなたはデリケートケア商品を使用したことがありますか。」で、「使用したことも興味もない」と回答した方以外にお伺いしました。】その理由を教えてください。(単数回答 N=294)



Q2「あなたはデリケートケア商品を使用したことがありますか。」で、「使用したことも興味もない」と回答した方以外に、理由をお聞きしたところ、最も多かった回答は「清潔でいたい」が半数以上の68.4%という結果となりました。次いで「症状を緩和したいから」の48.0%、「スッキリしたい」の47.6%という結果になっています。

Q4 以下の項目について当てはまると思うものを教えてください。(複数回答 N=300)



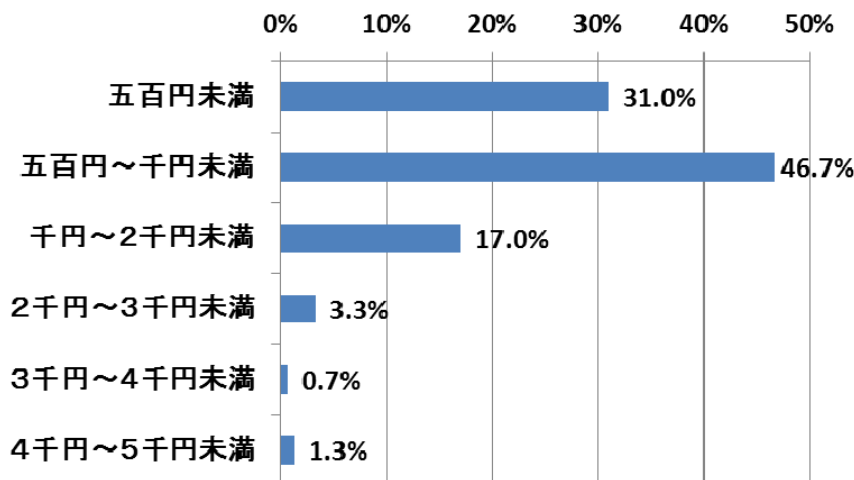
デリケートゾーンのケア商品についてお聞きしたところ、【使用したことがある】1位は「ふき取りシート」の16.0%となりました。しかし【使用してみたい】では、1位は「専用液体ソープ」の51.0%となっています。この結果から、「専用の液体ソープ」は使用してみたいものの、抵抗があるのではないかと予想されます。

・・・本リリースに関するお問い合わせ先・・・

「薬事法ドットコムマーケティング研究所」広報事務局 (one 内) 担当：松田

TEL：03-6328-2883 / E-mail：press@one-pr.net

Q5 デリケートケア商品に出しても良いと思う金額を教えてください。(単数回答 N=300)



デリケートケア商品に出しても良いと思う金額をお聞きしたところ、最も多い回答は「五百円～千円未満」の46.7%、次いで、「五百円未満」31.0%という結果になりました。合わせて77.7%と、多くの方が千円未満ならばデリケートケア商品に出しても良いと思っていることがわかりました。

【林田先生からのコメント】



デリケートゾーンの悩みとして「かゆみ」が62%もあるのは驚きでした。もっとSEX系の回答が多いと思いきやシリアスな悩みが多いというのは興味深い事実です。

デリケートゾーン商品に対する法規制は厳しく「膣の中に少しでも入れば医薬品ないし医療機器になる」「生理用品は化学系商品でなければならない」など壁があります。もっとこの分野にフォーカスして、フランクに使えるような商品が出て来るようになると、この分野に対する注目も高まり、規制も徐々に緩んで来るようになるかもしれません。

一般財団法人リーガルマーケティング研究財団理事長

株式会社薬事法ドットコム 特別顧問

林田 學武

東大法大学院卒、法学博士。大学教授、弁護士を経て現職

◆株式会社薬事法ドットコム概要

会社名 : 株式会社薬事法ドットコム
 設立 : 2009年8月
 代表者 : 齋藤敬志
 本店所在地 : 〒160-0023 東京都新宿区西新宿 3-2-27 3階
 電話番号 : 03-6279-0350
 事業内容 : 健康・美容に関するコンサルティング業務、健康・美容に関する情報提供サービス
 会員企業 : 現在、130社超(2013年7月現在)
 延べ600社超
 H P : <http://www.yakujihou.com/> (YDC)、
 <http://www.yakujihou.co.jp/> (YDC 研究所)

・・・本リリースに関するお問い合わせ先・・・

「薬事法ドットコムマーケティング研究所」広報事務局 (one 内) 担当: 松田

TEL: 03-6328-2883 / E-mail: press@one-pr.net