

# 第2回学生アンケート集計結果

Check!  
📄

## PDF内容

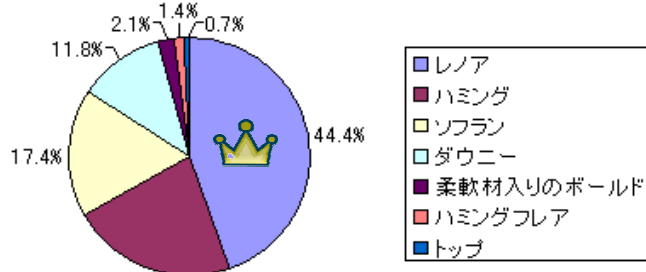
- |       |     |  |
|-------|-----|--|
| 1 ページ | Q1. | 現在、使用している柔軟剤は何ですか？また、商品選びの基準は何ですか？               |
| 2 ページ | Q2. | ボディソープと固形石鹸、どちらを好んで使用していますか？<br>商品名も分かる方はお書き下さい。 |
| 3 ページ | Q3. | 市場でどちらが人気であるのか気になる商品でもあるファブリーズとリセッシュ、どちらがお好きですか？ |
| 4 ページ | Q4. | 毎日使用するティッシュペーパーは何を基準に購入しますか？                     |
| 5 ページ | Q5. | 使用している制汗剤は何ですか？                                  |
| 6 ページ | Q6. | 使用している洗顔料は何ですか？                                  |
| 7 ページ | Q7. | Q.1～Q.6の商品をよく購入するお店はそれぞれどこですか？                   |
| 8 ページ | Q8. | Q.1～Q.6の商品をよく購入するお店までの距離と手段、それぞれお答え下さい。          |
| 9 ページ | Q9. | Q.1～Q.6の商品をよく購入するお店までの時間をそれぞれお答え下さい。             |

# Q 1. 現在、使用している柔軟剤は何ですか？また、商品選びの基準は何ですか？

解答結果を表とグラフでまとめました。

| 商品名          | 票数         | 状況           |
|--------------|------------|--------------|
| レノア          | 64         | 39.8%        |
| ハミング         | 32         | 19.9%        |
| ソフラン         | 25         | 15.5%        |
| ダウニー         | 17         | 10.6%        |
| 柔軟材入りのボールド   | 3          | 1.9%         |
| ハミングフレア      | 2          | 1.2%         |
| トップ          | 1          | 0.6%         |
| 未使用          | 7          | 4.3%         |
| 不明(無記入も含む)   | 10         | 6.2%         |
| <b>有効総票数</b> | <b>144</b> | <b>89.4%</b> |

有効総票数に対する票数割合



## 商品選びの基準

| 基準          | 票数         | 状況           |
|-------------|------------|--------------|
| 香り          | 84         | 45.7%        |
| 仕上がりの柔らかさ   | 49         | 26.6%        |
| 価格          | 32         | 17.4%        |
| 知名度         | 2          | 1.1%         |
| その他※        | 3          | 1.6%         |
| 未使用         | 7          | 3.8%         |
| 無記入         | 7          | 3.8%         |
| <b>有効総数</b> | <b>170</b> | <b>92.4%</b> |

※その他・・・添加物未使用、量、家族のお勧め

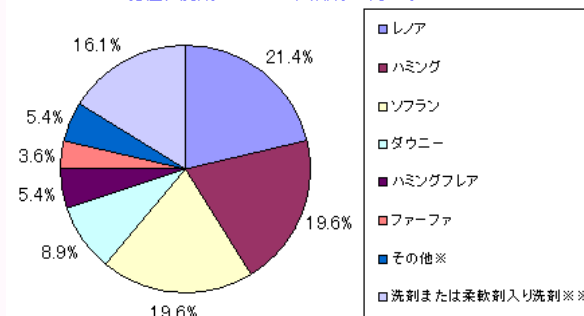
## ～Q1.まとめ～

結果は、レノア、ハミング、ソフラン、ダウニーの順と驚きの順になりました。なぜ、驚きの順かと言いますと、前回の弊社52名の女性従業員対象に行った'現在、使用している柔軟材は何ですか？'のアンケート結果と上位4位が、全く同じ順位になったからです。また、商品選びの基準も女性従業員アンケート集計結果と同様、香りが圧倒的に多くなっています。

(下に前回の女性従業員対象のアンケート結果を載せます。詳細につきましては、イーライフニュースページの女性従業員アンケート集計結果P1をご覧ください。)

票数の割合は異なっていますが、前回と①年代が異なる②性別が異なる(女性だけでなく男性もいる)③地域が異なる(鹿児島・佐賀県以外の学生も多数)などの異なる条件下の元で実施したにも関わらず、順位が全く同じということは、この結果は高確率で市場のニーズと一致するのではないかと思います。学生さんの中には一人暮らしの方だけではなく、実家暮らしの方もいらっしゃるかと思います。実家でしたら、柔軟材はお母様が購入してくるという家も多いのではないのでしょうか。そのような場合、学生さんよりお母様の年代の人気順となり、弊社の女性従業員のアンケート結果と同じになることも頷けます。この結果は、様々なパターンをイメージできる面白い結果になったのではないのでしょうか。

現在、使用している柔軟剤は何ですか？



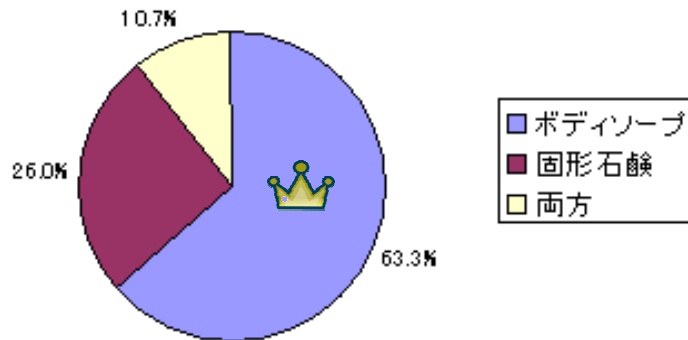
※女性従業員アンケート集計結果より

# Q2. ボディソープと固形石鹸、どちらを好んで使用していますか？商品名も分かる方はお書き下さい。

解答結果を表とグラフでまとめました。

| 好み          | 票数         | 状況           |
|-------------|------------|--------------|
| ボディソープ      | 95         | 62.5%        |
| 固形石鹸        | 39         | 25.7%        |
| 両方          | 16         | 10.5%        |
| 無記入         | 2          | 1.3%         |
| <b>有効総数</b> | <b>150</b> | <b>98.7%</b> |

有効総票数に対する票数の割合



| 商品名          | 票数        | 状況           |
|--------------|-----------|--------------|
| ビオレ          | 27        | 17.8%        |
| ダヴ           | 17        | 11.2%        |
| 牛乳石鹸(COW)    | 14        | 9.2%         |
| Lux          | 5         | 3.3%         |
| ナイーブ         | 4         | 2.6%         |
| 植物物語         | 4         | 2.6%         |
| みつばちマーチ      | 2         | 1.3%         |
| その他*         | 11        | 7.2%         |
| 不明(無記入も含む)   | 68        | 44.7%        |
| <b>有効総票数</b> | <b>84</b> | <b>55.3%</b> |

\*その他・・・メリット、シャボン玉石鹸、バウンシア など。

～Q2.まとめ～

結果は、1位 ボディソープ 2位 固形石鹸 3位 両方 になりました。こちら、前回の弊社52名女性従業員対象に行った同等質問アンケート結果と順位が全く同じになりました。

(下に前回の女性従業員対象のアンケート結果を載せます。詳細につきましては、イーライフニュースページの女性従業員アンケート集計結果p5をご覧ください。)

票数の割合を比較すると、女性従業員:ボディソープ52% に対して 学生:63.3% であり、約11%も増加しています。一昔前は、石鹸といえば固形石鹸が主流になっていましたが、現在はボディソープ人気が上がってきています。これから先、若い人達には固形石鹸よりボディソープの需要が高まるかもしれないという可能性も捨てきれません。

学生さんに好まれている商品は、表のようになっています。(固形石鹸かボディソープかの区別はつけていません)

固形石鹸同士・ボディソープ同士を使用して、使用後の比較を行い、特長を書いたPOPを展開しても面白いかもしれません。

固形石鹸とボディソープどちらを好んで使用していますか？

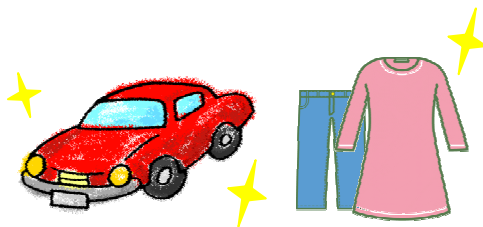


※女性従業員アンケート集計結果より

# Q 3. 市場でどちらが人気であるのか気になる商品でもあるファブリーズとリセッシュ、どちらがお好きですか？

解答結果を表でまとめました。

| 商品名      | 票数  | 状況    |
|----------|-----|-------|
| 👑 ファブリーズ | 100 | 66.2% |
| リセッシュ    | 36  | 23.8% |
| 両方       | 2   | 1.3%  |
| 未使用      | 11  | 7.3%  |
| 無記入      | 2   | 1.3%  |
| 有効総票数    | 138 | 91.4% |



| ～ファブリーズとリセッシュの使用個所と商品種類の一例～ |  |
|-----------------------------|--|
| <b>ファブリーズ</b>               | <p>メーカー名：プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社</p> <p>使用個所：洗にくいもの、頻繁に洗えない布製品、車、スポーツ/アウトドア用品、ベビー用品、ペット用品、部屋干ししている洗濯物 など</p> <p>商品種類：そよぐ草原の香り、くつろぐフローラルブーケの香り、ふんわりおひさまの香り、ファブリーズダブル除菌、緑茶成分入りファブリーズダブル除菌</p> |
| <b>リセッシュ</b>                | <p>メーカー名：花王株式会社</p> <p>使用個所：リビングや居間、寝室、クローゼット、こども部屋、キッチン&amp;ダイニング、バス・トイレ、玄関、車・カーポート など</p> <p>商品種類：シャインシトラスの香り、フラワーシャワーの香り、森林浴の香り、除菌EX香り残らない、除菌EXほのかな緑茶の香り</p>                              |

～Q3.まとめ～

ファブリーズとリセッシュ、どちらが人気なのだろうと気になり、アンケートに入れさせていただいたこの質問。結果は、ファブリーズが圧倒的に票を集めました。

2つの商品の使用方法や使用個所、成分などについてはあまり差のない印象があります。ファブリーズが先に発売されたということもあり、人の認識の上で優位に立っているのかもしれませんが。そして、パッケージの好み、香りの好みなどの要素にもより、人それぞれ選んでいるのではないのでしょうか(中にはメーカー名が好きという理由で選んでいる人もいるかもしれません)。

今回は学生さん目線のアンケート結果です。また違った年代の方を対象にしたアンケートでは結果が変わってくるかもしれません。弊社ではガチンコ対決というイベントも実施しております。この先、この2つの商品を対決させる機会がくるかも！？乞うご期待を。(今までに行ったガチンコ対決結果の詳細は、イーライフニュース「話題の商品 ガチンコ対決」のページよりご覧下さい。

# Q4. 毎日使用するティッシュペーパーは何を基準に購入しますか？

解答結果を表でまとめました。

| 基準       | 票数  | 状況    |
|----------|-----|-------|
| 価格       | 118 | 71.5% |
| 紙質       | 34  | 20.6% |
| デザイン     | 6   | 3.6%  |
| メーカー     | 1   | 0.6%  |
| 枚数       | 1   | 0.6%  |
| 環境に優しい商品 | 1   | 0.6%  |
| 香り       | 1   | 0.6%  |
| 無記入      | 3   | 1.8%  |
| 有効総票数    | 162 | 98.2% |

～エコなティッシュペーパーの選び方～

## 1.原料が古紙100%であるもの

古紙を再利用することは、ごみを減量化し、焼却や埋立てなどの廃棄物処理による環境負荷を低減することができ、資源の有効利用につながります。

## 2.白色度が過度に高くない

ティッシュペーパーに過度な白色度を求めれば、脱墨剤や漂白剤の使用削減、中低級古紙の利用促進、エネルギーの削減などに貢献し、生産コストの削減にもつながります。

HP エコ商品ネット様より

～Q4.まとめ～

ティッシュペーパーは、私たちの生活で必要不可欠な商品であり、頻繁に消費されています。そのような馴染みのある商品、そして購入頻度の高い商品の1つであるティッシュペーパーは、何を基準にして選ばれているのでしょうか。

結果は、2位の紙質と大きな差をつけて、価格が1位になりました。頻繁に消費されているものだからこそ、選ばれる一番大きな基準は価格になっていることが顕著に表れています。

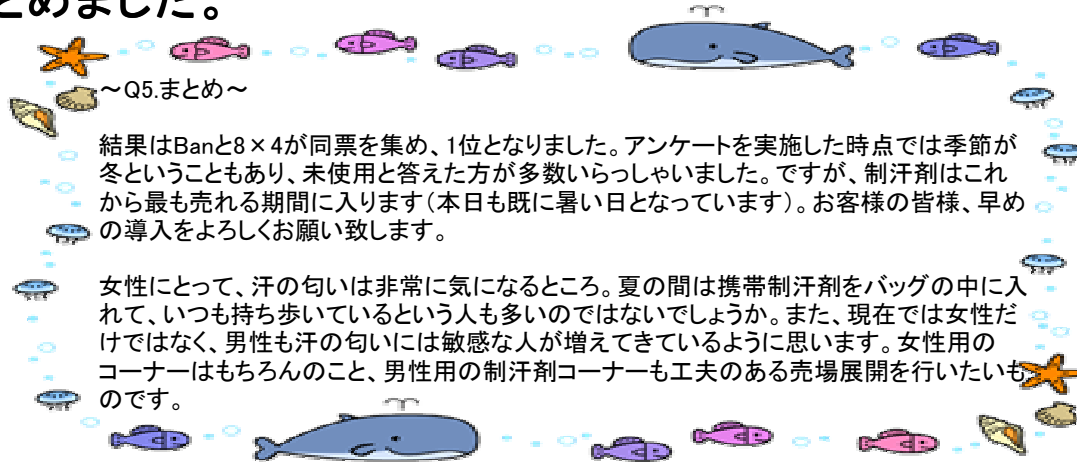
特売実施の際、ティッシュの価格をいくらに設定するかという部分は、非常に大事なものになってくることが伺えます。

商品を選ぶ基準で'環境に優しい商品'と答えた学生さんが一人いらっしゃいました。その学生さんは、リサイクル紙を使用した商品、または箱ではなくビニルで包まれている商品を購入しているそうです。現在、様々な分野で環境に優しいものが注目を集めています。環境に優しいグッズを集めたコーナーを作って展開してみたいかでしょうか。

# Q 5.使用している制汗剤は何ですか？

解答結果を表でまとめました。

| 商品名          | 票数         | 状況           |
|--------------|------------|--------------|
| Ban          | 36         | 23.7%        |
| 8×4          | 36         | 23.7%        |
| AG+          | 22         | 14.5%        |
| レセナ          | 7          | 4.6%         |
| ギャツビー        | 2          | 1.3%         |
| シーブリーズ       | 2          | 1.3%         |
| リフレア         | 1          | 0.7%         |
| 未使用          | 43         | 28.3%        |
| 無記入          | 3          | 2.0%         |
| <b>有効総票数</b> | <b>106</b> | <b>69.7%</b> |



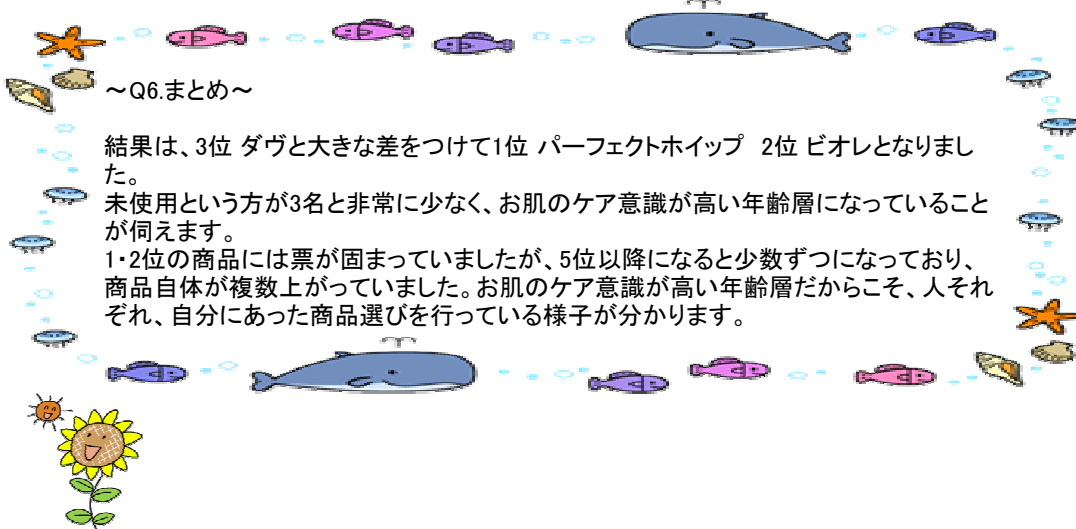
～Q5.まとめ～

結果はBanと8×4が同票を集め、1位となりました。アンケートを実施した時点では季節が冬ということもあり、未使用と答えた方が多数いらっしゃいました。ですが、制汗剤はこれから最も売れる期間に入ります(本日も既に暑い日となっています)。お客様の皆様、早めの導入をよろしくお願い致します。

女性にとって、汗の匂いは非常に気になる場所。夏の間は携帯制汗剤をバッグの中に入れて、いつも持ち歩いているという人も多いのではないのでしょうか。また、現在では女性だけではなく、男性も汗の匂いには敏感な人が増えてきているように思います。女性用のコーナーはもちろんのこと、男性用の制汗剤コーナーも工夫のある売場展開を行いたいものです。

# Q 6.使用している洗顔料は何ですか？

| 商品名          | 票数         | 状況           |
|--------------|------------|--------------|
| パーフェクトホイップ   | 33         | 21.2%        |
| ビオレ          | 24         | 15.4%        |
| ダヴ           | 12         | 7.7%         |
| oxy          | 12         | 7.7%         |
| ソフティモ        | 8          | 5.1%         |
| マンダム         | 8          | 5.1%         |
| ナイーブ         | 4          | 2.6%         |
| オルビス         | 3          | 1.9%         |
| 茶のしずく        | 3          | 1.9%         |
| ギャツビー        | 2          | 1.3%         |
| 石鹸           | 2          | 1.3%         |
| お茶石鹸         | 2          | 1.3%         |
| DHC          | 2          | 1.3%         |
| エテュセ         | 2          | 1.3%         |
| その他          | 26         | 16.7%        |
| 未使用          | 3          | 1.9%         |
| 無記入          | 10         | 6.4%         |
| <b>有効総票数</b> | <b>143</b> | <b>91.7%</b> |



～Q6.まとめ～

結果は、3位 ダヴと大きな差をつけて1位 パーフェクトホイップ 2位 ビオレとなりました。

未使用という方が3名と非常に少なく、お肌のケア意識が高い年齢層になっていることが伺えます。

1・2位の商品には票が固まっていますが、5位以降になると少数ずつになっており、商品自体が複数上がっていました。お肌のケア意識が高い年齢層だからこそ、人それぞれ、自分にあった商品選びを行っている様子が分かります。

# Q 7. Q.1~Q.6の商品をよく購入するお店はそれぞれどこですか？

解答結果を表でまとめました。

| お店名          | Q1. | Q2. | Q3. | Q4. | Q5. | Q6. | 計   |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| コスモス薬品       | 38  | 30  | 34  | 25  | 26  | 31  | 184 |
| ドラッグイレブン     | 22  | 18  | 23  | 17  | 22  | 20  | 122 |
| ミドリ薬品        | 14  | 11  | 8   | 9   | 5   | 8   | 55  |
| ドラッグストアモリ    | 10  | 11  | 10  | 10  | 6   | 9   | 56  |
| タイヨー         | 8   | 9   | 9   | 16  | 5   | 3   | 50  |
| セガミ薬局        | 9   | 8   | 9   | 5   | 9   | 8   | 48  |
| マツモトキヨシ      | 4   | 5   | 4   | 3   | 8   | 10  | 34  |
| ダイレックス       | 3   | 5   | 5   | 5   | 3   | 3   | 24  |
| ダイエー         | 4   | 4   | 4   | 5   | 3   | 3   | 23  |
| ミスターマックス     | 4   | 1   | 4   | 4   | 2   | 1   | 16  |
| トライアル        | 1   | 0   | 3   | 6   | 2   | 0   | 12  |
| Aコープ         | 2   | 1   | 1   | 4   | 1   | 2   | 11  |
| 通販           | 0   | 1   | 0   | 0   | 0   | 10  | 11  |
| Sunny        | 2   | 1   | 1   | 6   | 0   | 0   | 10  |
| ニシムタ         | 1   | 2   | 1   | 2   | 1   | 1   | 8   |
| ドンキホーテ       | 2   | 3   | 2   | 0   | 0   | 1   | 8   |
| コクミンドラッグ     | 1   | 2   | 1   | 0   | 2   | 1   | 7   |
| マルキョウ        | 1   | 2   | 1   | 3   | 0   | 0   | 7   |
| ジャスコ         | 0   | 2   | 2   | 3   | 0   | 0   | 7   |
| ワズ           | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 6   |
| スーパーキッド      | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 6   |
| サンキュー        | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 5   |
| 新生堂薬局        | 2   | 1   | 1   | 0   | 1   | 0   | 5   |
| エレナ          | 1   | 1   | 1   | 2   | 0   | 0   | 5   |
| ジャスコイオン      | 3   | 0   | 0   | 0   | 0   | 2   | 5   |
| 山形屋ショッピングプラザ | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 0   | 4   |
| タカミ          | 1   | 1   | 0   | 1   | 1   | 0   | 4   |
| ルミエール        | 0   | 1   | 0   | 1   | 1   | 1   | 4   |
| ラッシュ         | 0   | 3   | 0   | 0   | 0   | 1   | 4   |
| サティ          | 0   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 4   |
| サンドラッグ       | 1   | 1   | 0   | 0   | 0   | 1   | 3   |
| カミシンプラザ      | 1   | 0   | 1   | 1   | 0   | 0   | 3   |
| ワカサ薬局        | 1   | 0   | 0   | 1   | 0   | 1   | 3   |
| マミーズ         | 0   | 1   | 0   | 1   | 1   | 0   | 3   |
| マックスバリュ      | 0   | 0   | 1   | 2   | 0   | 0   | 3   |
| イオン          | 0   | 0   | 0   | 3   | 0   | 0   | 3   |
| その他          | 2   | 7   | 2   | 4   | 1   | 17  | 33  |
| 無記入          | 12  | 17  | 20  | 10  | 47  | 14  | 56  |
| 有効総票数        | 142 | 137 | 133 | 144 | 103 | 137 | 796 |

- Q1.柔軟材
- Q2.ボディソープまたは固形石鹸
- Q3.ファブリーズまたはリセッシュ
- Q4.ティッシュペーパー
- Q5.制汗剤
- Q6.洗顔料

～Q7..まとめ～

Q1～Q6.の質問を行う中で、ついでに購入するお店もアンケートしてみました。

結果は左の表です。日用品についての同質問を弊社女性従業員アンケートでも実施したところ、1位 タイヨー 2位 コスモス薬品の順になっていましたが(詳細につきましては、イーライフニュースページの女性従業員アンケート集計結果p6をご覧ください)、今回は上位4位までドラッグストアとなりました。

学生さんが特に利用するお店はドラッグストアだということが分かります。女性従業員の皆さんは、食料を購入するついでに日用品を購入する頻度が高い、学生の皆さんは純粋に日用品を購入する頻度が高いのかもしれないという仮定も立てられる結果となりました。

# Q8. Q.1～Q.6の商品をよく購入するお店までの距離と手段、それぞれお答え下さい。

解答結果を表でまとめました。

| 距離           | Q1. | Q2. | Q3. | Q4. | Q5. | Q6. | 計   |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 0km※         |     |     |     | 1   | 0   | 0   | 1   |
| 1km未満        | 29  | 25  | 31  | 36  | 18  | 21  | 160 |
| 1km          | 38  | 39  | 36  | 39  | 23  | 28  | 203 |
| 1.5km        | 8   | 6   | 6   | 5   | 5   | 9   | 39  |
| 2km          | 23  | 21  | 22  | 23  | 18  | 14  | 121 |
| 2.5km        | 3   | 3   | 3   | 3   | 1   | 3   | 16  |
| 3km          | 8   | 4   | 5   | 5   | 6   | 5   | 33  |
| 4km          | 4   | 4   | 3   | 2   | 2   | 5   | 20  |
| 5km          | 12  | 12  | 12  | 9   | 10  | 8   | 63  |
| 6km          | 1   | 3   | 1   | 2   | 0   | 3   | 10  |
| 7km          |     | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 4   |
| 8km          | 1   | 0   | 0   | 0   | 1   | 1   | 3   |
| 10km         | 4   | 4   | 4   | 4   | 2   | 4   | 22  |
| 12km         |     |     |     |     | 1   | 0   | 1   |
| 15km         |     |     |     |     |     | 1   | 1   |
| 40km         |     | 1   | 0   | 0   | 0   | 0   | 1   |
| 無記入          | 23  | 31  | 29  | 24  | 63  | 48  | 218 |
| <b>有効総票数</b> | 131 | 123 | 124 | 130 | 87  | 103 | 698 |

※生協宅配と答えた方

| 手段           | Q1. | Q2. | Q3. | Q4. | Q5. | Q6. | 計   |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 車            | 61  | 55  | 56  | 58  | 39  | 43  | 312 |
| 徒歩           | 31  | 27  | 26  | 35  | 18  | 23  | 160 |
| 自転車          | 20  | 16  | 16  | 16  | 11  | 15  | 94  |
| バス           | 2   | 3   | 4   | 1   | 6   | 8   | 24  |
| バイク          | 5   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 21  |
| 地下鉄          | 1   | 1   |     | 1   | 2   | 2   | 7   |
| 電車           |     | 1   |     |     | 2   | 2   | 5   |
| 自宅※          |     |     |     | 1   |     |     | 1   |
| 無記入          | 34  | 47  | 48  | 39  | 69  | 55  | 292 |
| <b>有効総票数</b> | 120 | 107 | 105 | 115 | 81  | 96  | 624 |

※生協宅配と答えた方

- Q1.柔軟材
- Q2.ボディソープまたは固形石鹸
- Q3.ファブリーズまたはリセッシュ
- Q4.ティッシュペーパー
- Q5.制汗剤
- Q6.洗顔料

～Q8.まとめ～

商品をよく購入するお店までの距離は、どの商品も1kmまでの距離が多くなっており、皆さんある程度近いお店を利用されているようです。ですが、中には12・15km更には40kmと答えた学生さんもいて、自分の気に入っている商品であるならば遠くても購入しに行くという方もいるということが分かります。

また、最近では宅配サービスを利用して購入されていると答えた方もいました。

手段に関しましては、左表をご参考にさせていただきます。

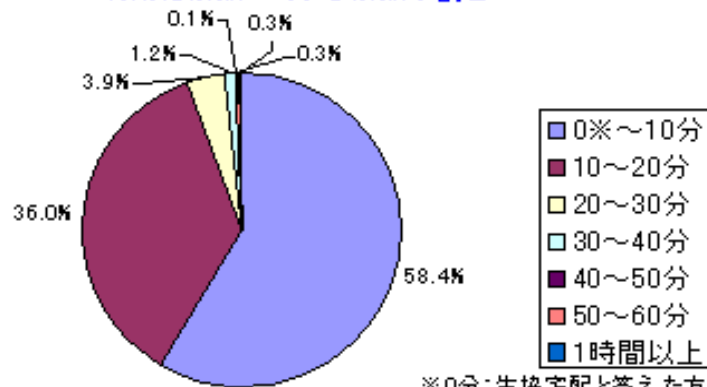
# Q9. Q.1～Q.6の商品をよく購入するお店までの時間をそれぞれお答え下さい。

解答結果を表でまとめました。

| 時間           | Q1.        | Q2.        | Q3.        | Q4.        | Q5.        | Q6.        | 計          |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 0分*          |            |            |            | 1          |            |            | 1          |
| 1分           | 3          | 3          | 3          | 2          | 3          | 3          | 17         |
| 2分           | 6          | 6          | 10         | 12         | 4          | 7          | 45         |
| 3分           | 25         | 23         | 22         | 24         | 14         | 15         | 123        |
| 4分           |            | 2          | 1          |            | 1          |            | 4          |
| 5分           | 47         | 41         | 40         | 46         | 30         | 31         | 235        |
| 6分           |            |            | 1          |            | 1          | 2          | 4          |
| 7分           | 2          | 2          | 1          | 4          | 3          | 3          | 15         |
| 8分           | 2          | 1          | 2          | 2          | 1          | 1          | 9          |
| 10分          | 41         | 38         | 37         | 35         | 29         | 35         | 215        |
| 15分          | 11         | 13         | 11         | 15         | 3          | 11         | 64         |
| 20分          | 4          | 2          | 4          | 2          | 6          | 8          | 26         |
| 25分          |            |            | 1          |            | 2          | 1          | 4          |
| 30分          |            | 2          |            | 1          | 3          | 3          | 9          |
| 40分          |            |            |            |            |            | 1          | 1          |
| 50分          |            | 2          |            |            |            |            | 2          |
| 1時間          | 1          | 0          |            |            |            |            | 1          |
| 2時間          |            |            |            |            |            | 1          | 1          |
| 無記入          | 12         | 19         | 20         | 10         | 50         | 29         | 140        |
| <b>有効総票数</b> | <b>142</b> | <b>135</b> | <b>133</b> | <b>144</b> | <b>100</b> | <b>122</b> | <b>776</b> |

\*生協宅配と答えた方

有効総票数に対する票数の割合



\*0分：生協宅配と答えた方

- Q1.柔軟材
- Q2.ボディソープまたは固形石鹸
- Q3.ファブリーズまたはリセッシュ
- Q4.ティッシュペーパー
- Q5.制汗剤
- Q6.洗顔料

～Q8.まとめ～

よく購入するお店まで掛かる時間は、1位 0～10分 2位 10～20分となり、'皆さんある程度近いお店を利用されている'ということがこの質問からも分かります。商品をよく購入するお店までの距離は1kmまでが多い'という結果と連動した結果となりました。地域に密着した経営がいかに大事かということが分かります。