

日本リサーチセンター・NOS自主調査 シャンプー・ヘアケア製品についての調査

株式会社 日本リサーチセンター (Member of Gallup International Association)



代表取締役社長 鈴木 稲博

東京都中央区日本橋本町2-7-1 電話:03-6667-3400(代) / FAX:03-6667-3470

(担当: 日本リサーチセンター自主調査委員会) <http://www.nrc.co.jp/>

■日本リサーチセンター(NRC)では、

全国15～79歳男女1,200人を対象に、訪問留置のオムニバス調査(NOS)を、毎月定期的に実施しております。

9月のNRC自主調査のテーマは、「シャンプー・ヘアケア製品」です。

■主な結果の紹介は以下の通りです。

1. 利用しているヘアケア製品は・・・

ふだん使っている市販のヘアケアの使用率をみると、「シャンプー」が90%と多く、「リンスインシャンプー」は16%と少ない。
男女で比べてみると、「リンス・コンディショナー」「ヘアパック・トリートメント」の利用率は女性が多く、男性との差は30%以上ある。

一方、「リンスインシャンプー」「マッサージ・育毛剤」は男性の方がやや多い。

2. シャンプーを買う時の意識は・・・

シャンプーを買う時は、「特長優先」派が67%で、「価格優先」派の31%を上回る。

シャンプーについて「こだわりがある」派は62%で、「こだわりのない」派の36%を上回る。

シャンプーについて「自分で選ぶ」は66%で、「自分以外の人を選ぶ」の32%を上回る。

3. よく使っているシャンプーの評価構造は・・・

女性では、「スタリング・仕上がり感」「洗浄力」「商品イメージ」の順で総合評価に影響している。

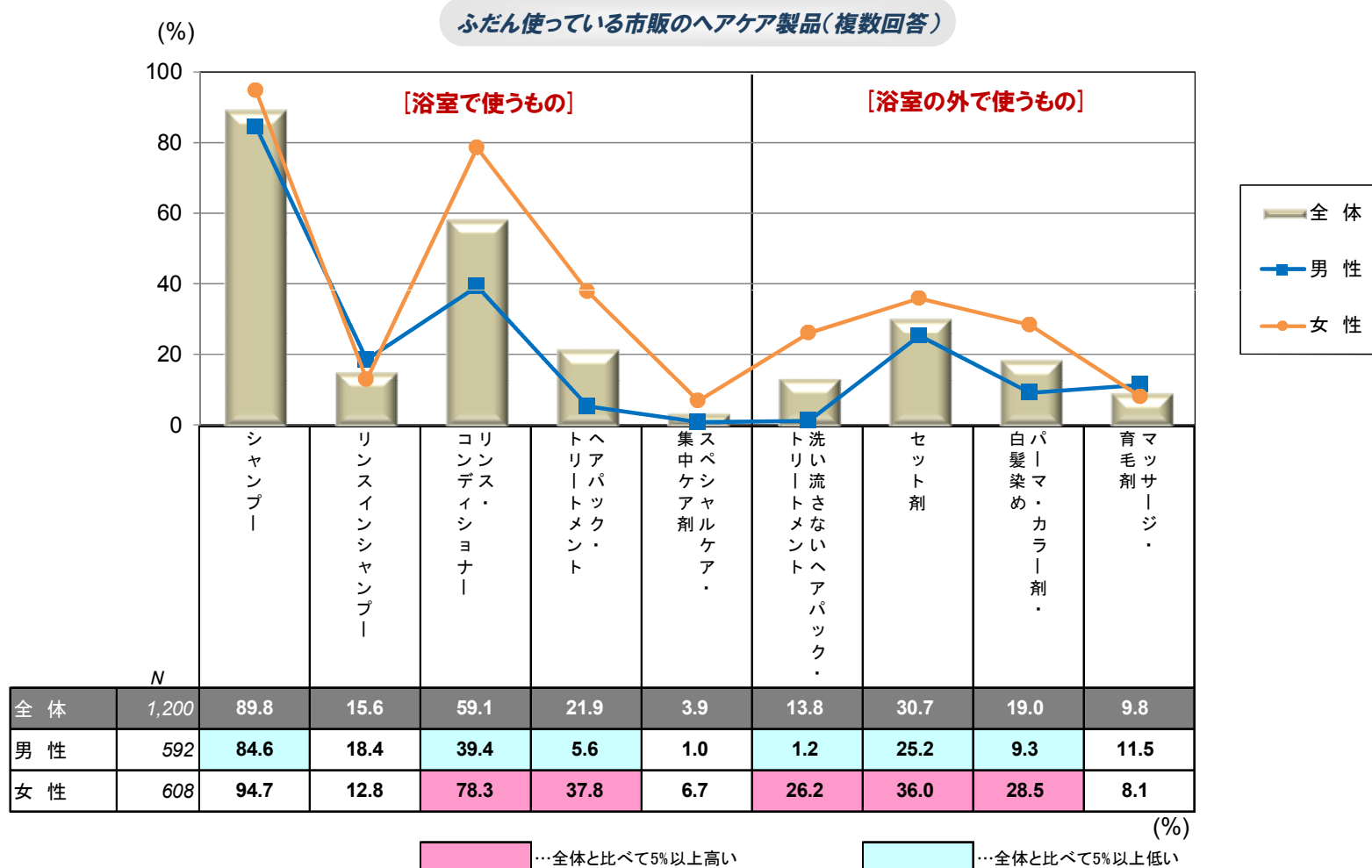
男性では、総合評価に影響しているのは「洗浄力」。

目 次

• 利用しているヘアケア製品は？	3
• 浴室で使うヘアケア製品/性年代別の違いは？	4
• 浴室の外で使うヘアケア製品/性年代別の違いは？	5
• シャンプーは特長優先か、価格優先か？	6
• シャンプーにこだわりあるか？	7
• シャンプーは自分で選ぶか？	8
• 主使用シャンプーの評価	9
• 構造方程式モデリングとは？	10
• 男性のシャンプー評価構造は？	11
• 女性のシャンプー評価構造は？	12
• 調査概要	13

利用しているヘアケア製品は？

- ふだん使っている市販のヘアケア製品の使用率をみると、「シャンプー」が90%で、「リンスインシャンプー」16%より多い。
- 「リンス・コンディショナー」は59%と「シャンプー」より少ないが、「ヘアパック・トリートメント」が22%、「洗い流さないヘアパック・トリートメント」が14%ある。
- 男女で比べてみると、「リンス・コンディショナー」「ヘアパック・トリートメント」は女性が多く、30%以上の差がある。
- 一方、「リンスインシャンプー」「マッサージ・育毛剤」は男性の方がやや多い。

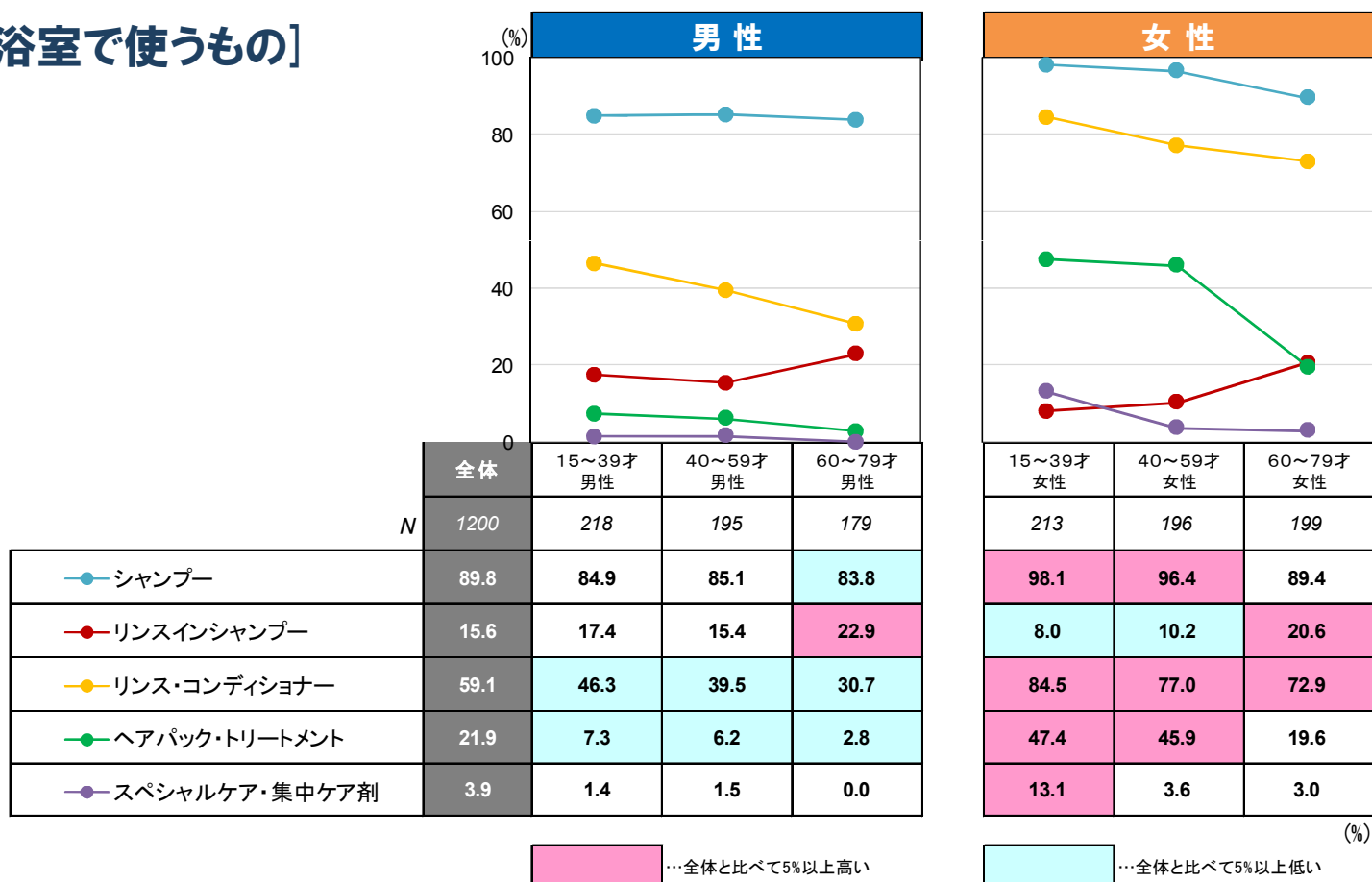


浴室で使うヘアケア製品／性年代別の違いは？

- 浴室で使うヘアケア製品について、性年代別で見てみた。
- 男性では、60～79才になると、「リンスインシャンプー」が多くなり、「リンス・コンディショナー」は少なくなる。
- 女性では、年代が上がるほど「リンスインシャンプー」が多くなり、「シャンプー」「ヘアパック・トリートメント」は少なくなる。

ふだん使っているヘアケア製品(複数回答)

[浴室で使うもの]

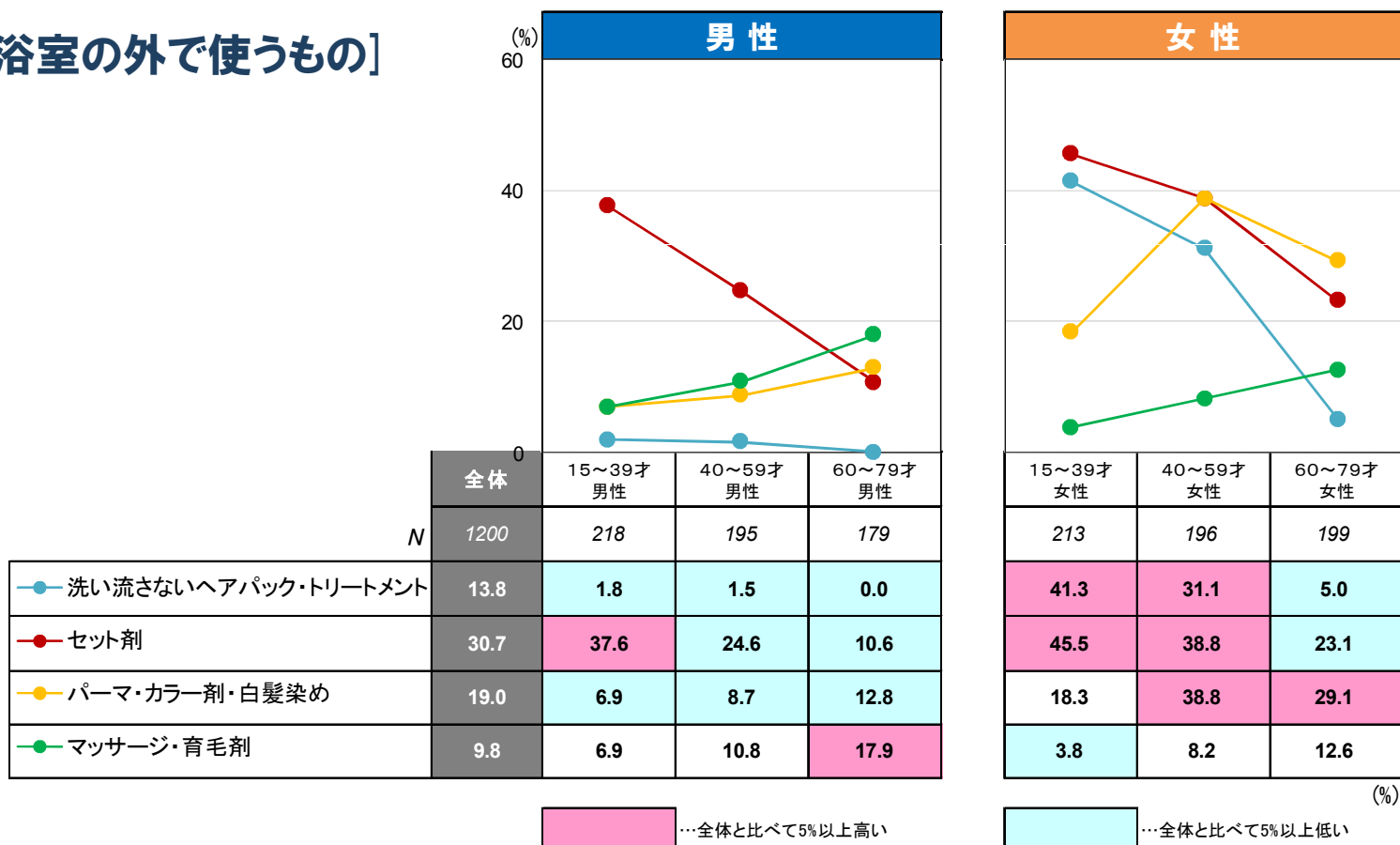


浴室の外で使うヘアケア製品は/性年代別の違いは？

- 浴室の外で使うヘアケア製品について、性年代別で見てみた。
- 男性では、「パーマ・カラー剤・白髪染め」「マッサージ・育毛剤」は年代が上がる则多くなり、「セツト剤」は少なくなる。
- 女性では、「マッサージ・育毛剤」は年代が上がる则多くなり、「洗ひ流さないヘアパック・トリートメント」「セツト剤」は少なくなる。また、「パーマ・カラー剤・白髪染め」は40～59才が、一番多い。

ふだん使っているヘアケア製品(複数回答)

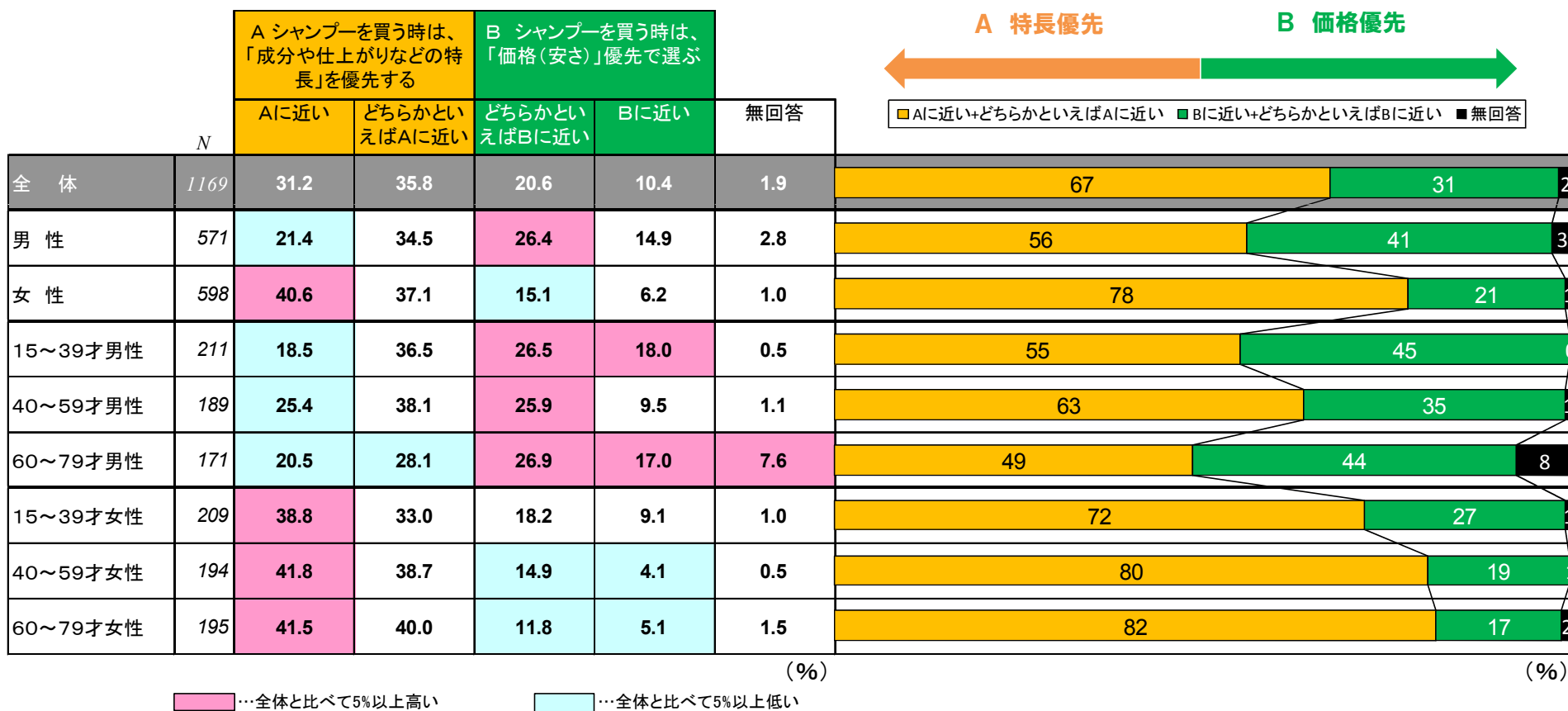
[浴室の外で使うもの]



シャンプーは特長優先か、価格を優先か？

- シャンプーを買う時は、「特長優先」派が67%で、「価格優先」派の31%より多い。
- 男女別では、女性ではさらに「特長優先」派が多くなり、男性と20%以上の差がある。
- 年代別の中では、「価格優先」派は15～39才男性が45%で一番多く、「特長優先」派は60～79才女性が82%で一番多い。

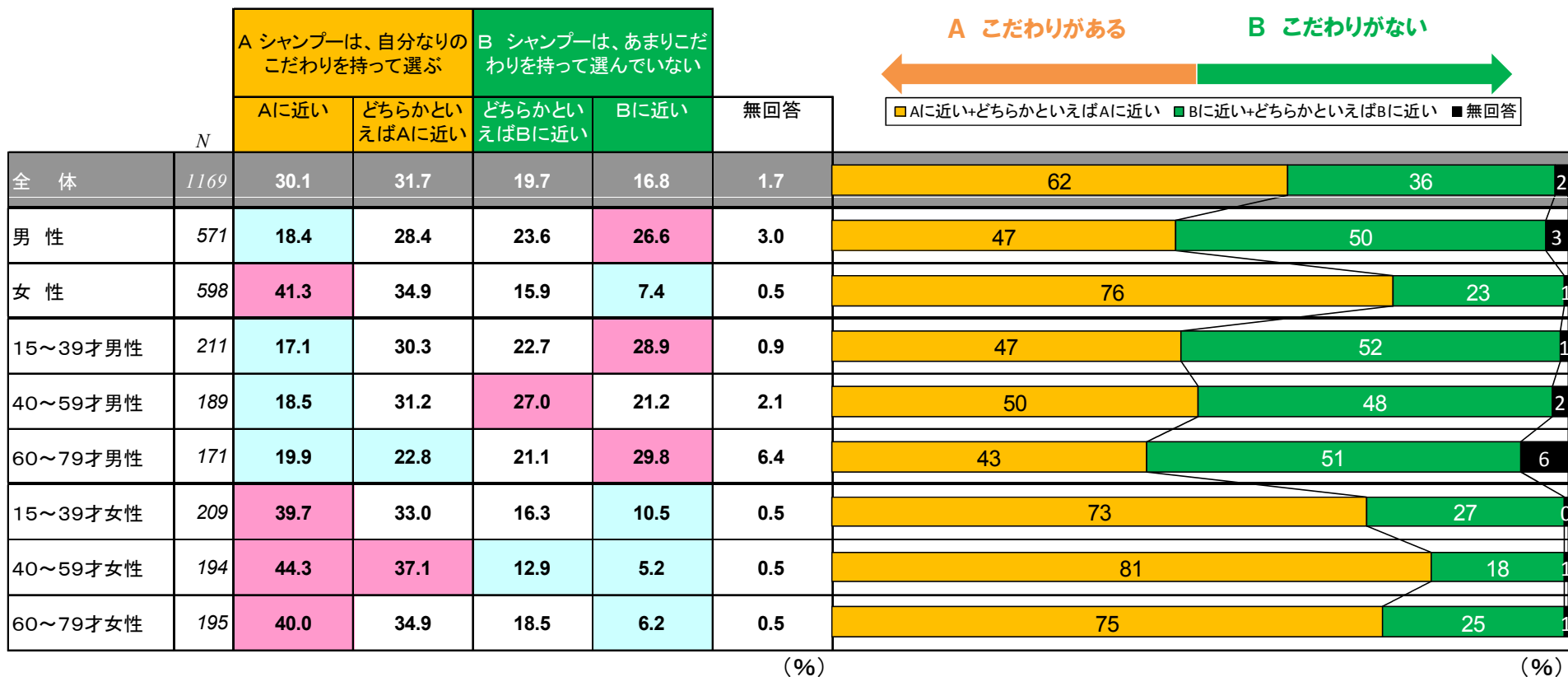
「特長優先」vs「価格優先」（単一回答：シャンプー、リンスインシャンプーの利用者ベース）



シャンプーにこだわりあるか？

- シャンプーについて「こだわりがある」派は62%で、「こだわりがない」派の36%より多い。
- 男女別では、女性ではさらに「こだわりがある」派が多くなり、男性と30%近い差がある。
- 年代別では、「こだわりがない」派は15～39才男性が52%で一番多く、「こだわりがある」派は40～59才女性が81%で一番多い。

「こだわりがある」vs「こだわりがない」(単一回答:シャンプー、リンスインシャンプーの利用者ベース)



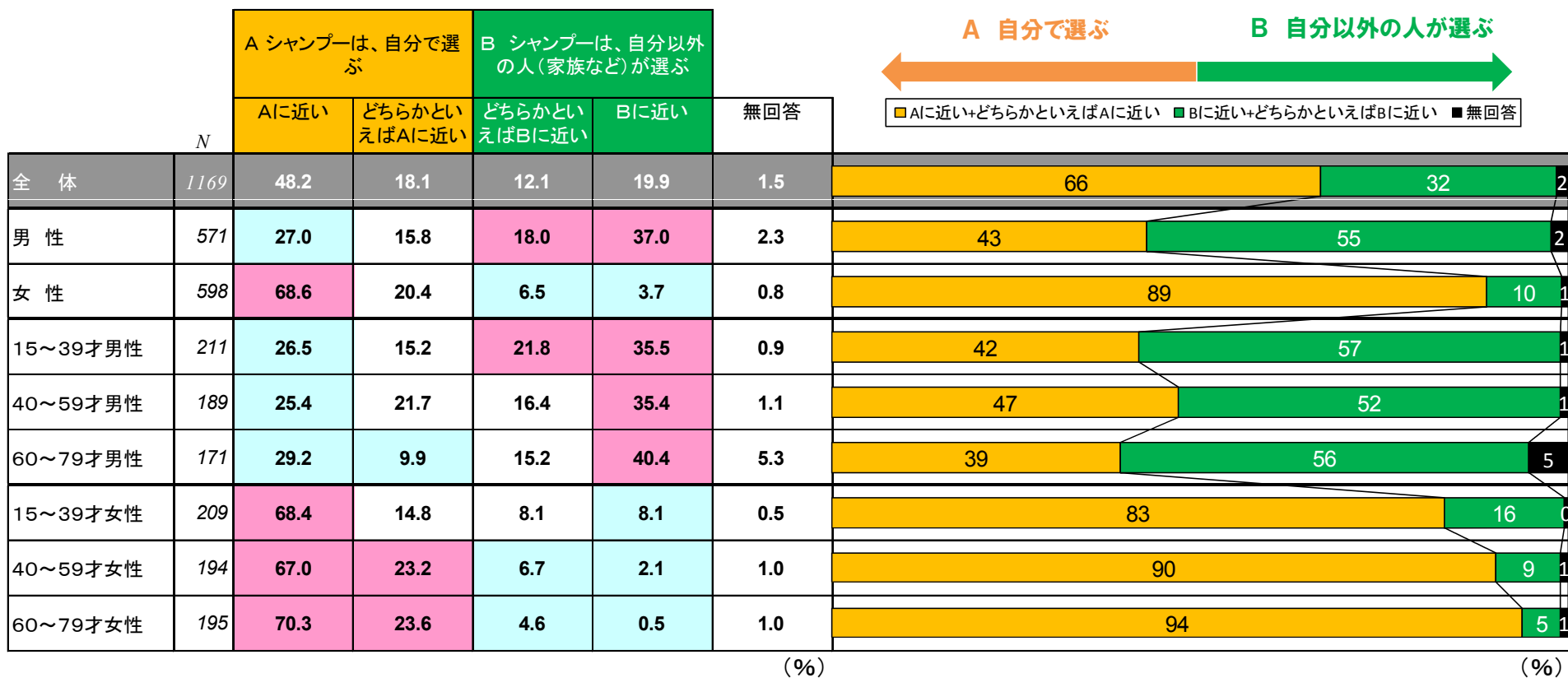
…全体と比べて5%以上高い

…全体と比べて5%以上低い

シャンプーは自分で選ぶか？

- シャンプーについて「自分で選ぶ」は66%で、「自分以外の人を選ぶ」の32%より多い。
- 男女別では、女性は特に「自分で選ぶ」が89%と多く、男性と40%以上の差がある。
- 年代別では、「自分以外の人を選ぶ」は15～39才男性が57%で一番多く、「自分で選ぶ」は60～79才女性が94%で一番多い。

「自分で選ぶ」vs「自分以外の人を選ぶ」(単一回答:シャンプー、リンスインシャンプーの利用者ベース)



…全体と比べて5%以上高い

…全体と比べて5%以上低い

主使用シャンプーの評価

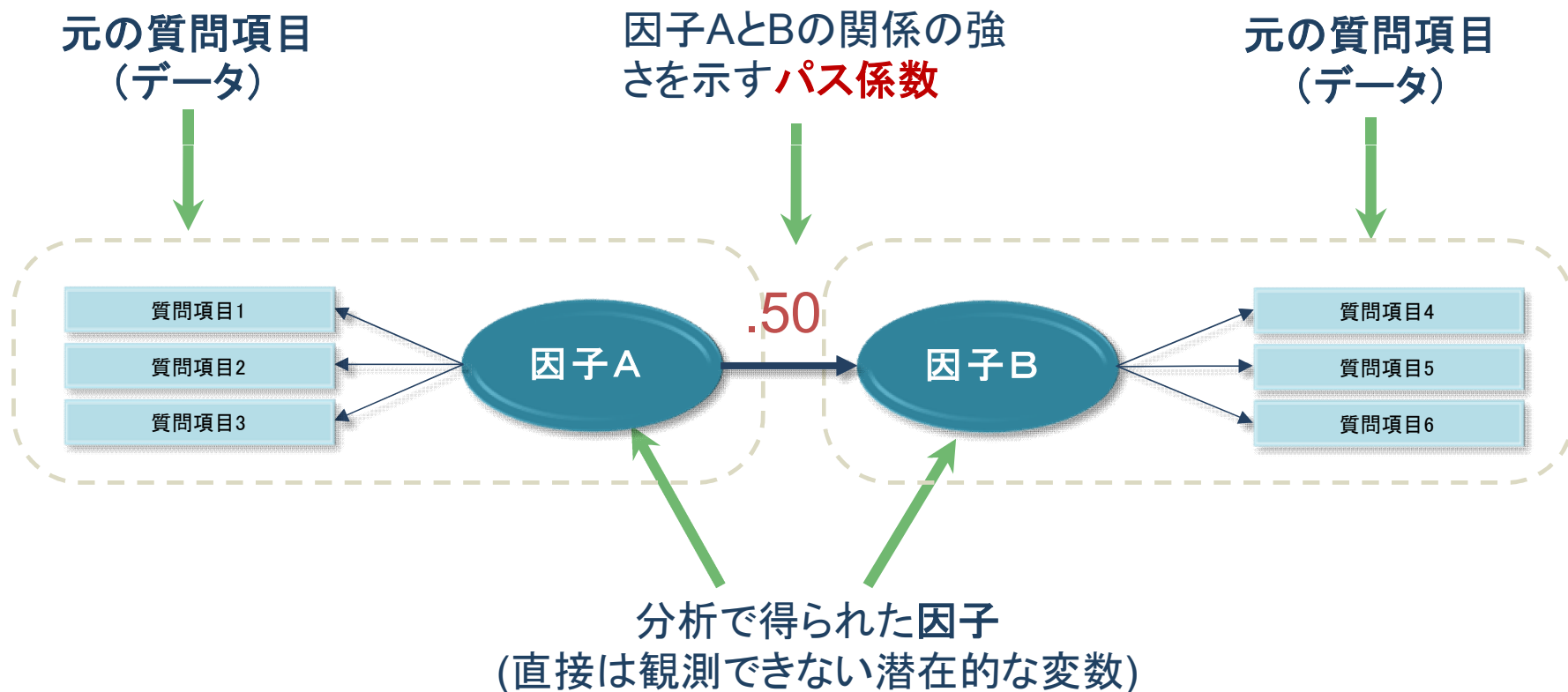
- 主使用のシャンプーの評価について、次の1～20の質問を行った。
- この質問を総合評価と4つの個別評価に分類して、構造方程式モデリング（共分散構造モデル）で分析をした。

主使用シャンプーの評価 / シャンプー、リンスインシャンプー利用者

分析で得られた 因子	設問	とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも いえない	あまり そう思わない	全く そう思わない	無回答
総合評価	1. 満足している	21.6	60.1	15.1	1.9	0.5	0.7
	2. また買いたい・使い続けたい	21.0	54.6	20.6	2.0	0.9	0.9
洗 浄 力	3. 頭皮の汚れがよく落ちる	12.6	48.0	33.8	2.8	1.1	1.7
	4. 頭皮や髪の毛の油っぽさが防げる	12.9	46.7	33.9	3.5	1.5	1.5
	5. 頭皮のフケや乾燥が防げる	13.4	43.9	36.2	3.4	1.5	1.5
	6. 髪の毛の汚れがしっかり落ちる	13.5	58.1	24.7	1.6	0.8	1.3
	7. 頭皮にやさしい	15.1	43.7	35.9	2.6	1.3	1.5
	8. 洗いあがりがスッキリする	17.7	51.6	25.2	3.1	1.3	1.1
	9. 配合されている成分がよい	11.6	29.7	50.6	4.4	2.1	1.6
スタイリング 仕上がり感	10. 髪にツヤが出る	10.0	34.9	45.5	6.1	2.1	1.5
	11. 髪がしっとりまとまる	11.0	36.0	42.3	7.1	2.0	1.5
	12. 髪がサラサラになる	11.0	39.9	39.0	6.2	2.1	1.6
	13. 髪にハリ・コシが出る	9.9	34.5	45.9	6.3	2.1	1.4
	14. 髪がゴワゴワにならない	12.7	45.8	33.0	5.0	1.6	1.9
商品イメージ	15. 洗練されている・おしゃれ	5.1	22.5	54.4	11.1	5.1	1.7
	16. リラックスできる・いやされる	8.0	27.6	50.7	8.3	3.8	1.5
	17. ボトルのデザインがよい	6.6	23.1	52.4	11.4	5.0	1.5
	18. 高級・ぜいたくな感じがする	6.3	19.4	51.1	16.3	5.5	1.5
	19. ナチュラルな感じがする	8.7	33.1	47.4	6.5	3.0	1.3
20. コストパフォーマンスがよい		6.5	22.9	54.0	9.5	4.5	2.6

構造方程式モデリングとは？

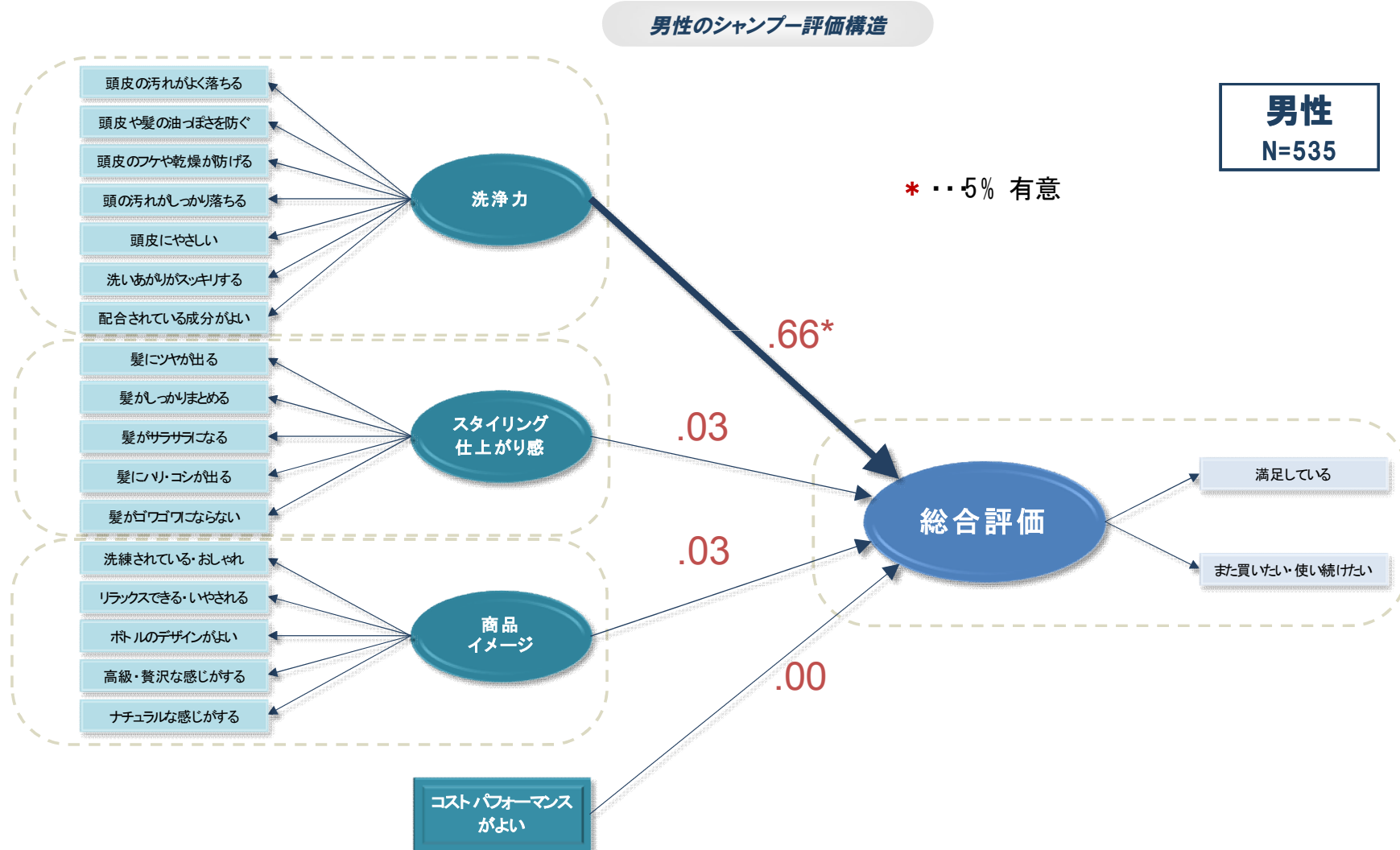
- 最もよく使っているシャンプーの銘柄に対する評価構造を明らかにするために、構造方程式モデリング(共分散構造モデル)で分析を行う。
- 構造方程式モデリングでは、複数の設問で測定された因子について、各因子同士の関係の強さを検証することができる。
- 矢印は因子Aが因子Bに影響していることを示し、その関係の強さはパス係数の値で示される。(赤い数字)
- 今回は男女間の評価構造の違いをみるために、分析は男女別に行った(無回答を含むサンプルを除く)。



男性のシャンプー評価構造は？

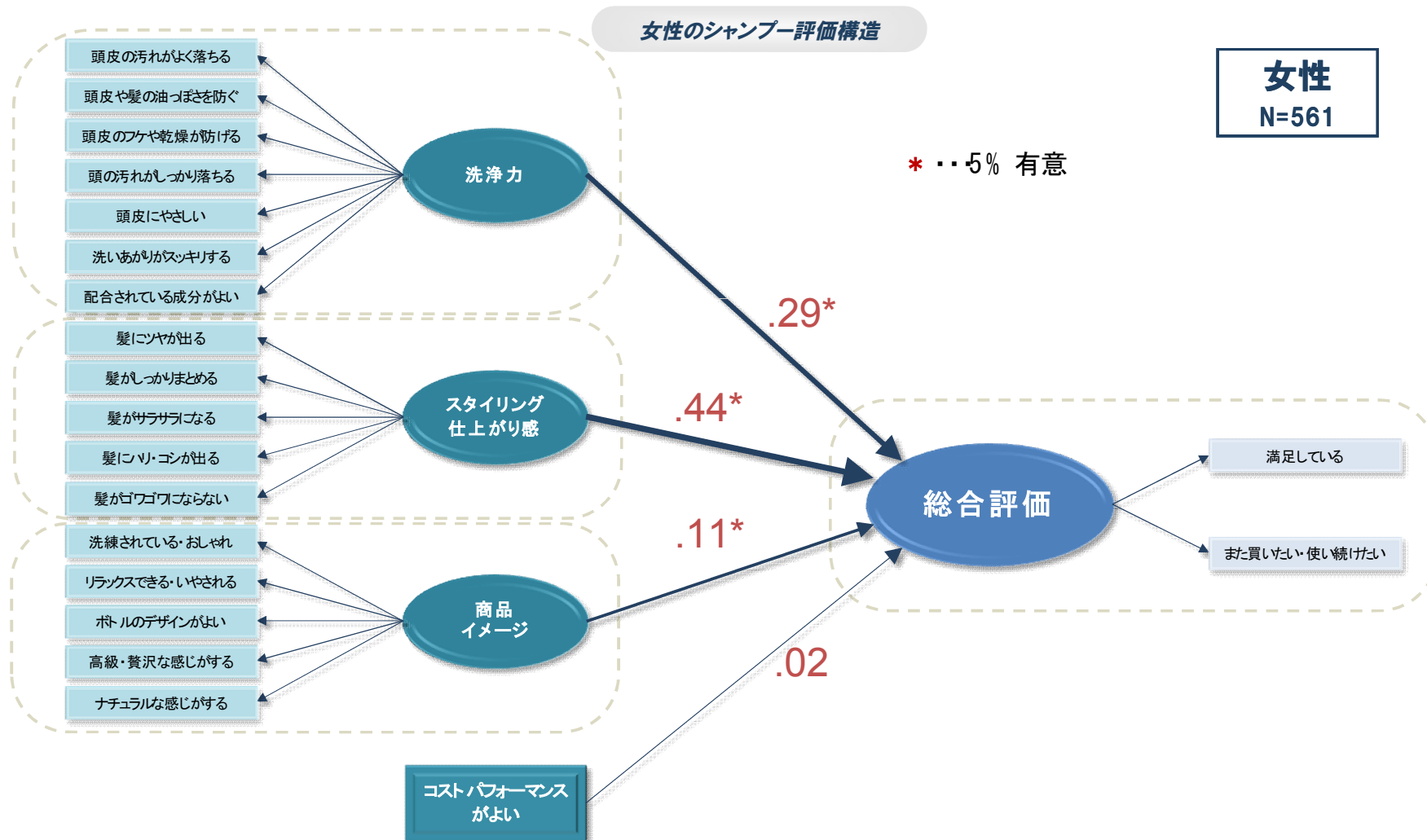
●以下は男性のシャンプーの評価構造である。

●男性では、4つの因子のうち「洗浄力」のみが5%有意になり、総合評価に大きな正の影響を与えているが、その他の項目(因子)はほとんど影響していない。



女性のシャンプー評価構造は？

- 以下は女性のシャンプーの評価構造である。
- 「コストパフォーマンスがよい」以外の3因子については、5%有意で総合評価への影響がみられた。
- 「スタイリング・仕上がり感」の影響度が一番大きく、次いで「洗浄力」「商品イメージ」の順となった。
- 女性では男性と異なり、「洗浄力」よりも「スタイリング・仕上がり感」の影響が大きいこと、また「商品イメージ」も評価に影響していることがわかる。



調査概要

調査方法

- NOS(日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイによる毎月調査)
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人

有効回収数

- 1200人(サンプル) ※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付実施

調査実施

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割当て

調査期間

- 2013/9/4 ~ 2013/9/16

NOS(日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ)について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、40年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式(オムニバス)の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法と言えます。

《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。
調査結果のグラフ・表をご利用の場合は、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。