

ネットリサーチDIMSDRIVE
第316回公開調査
「柔軟仕上げ剤(柔軟剤)に関するアンケート」

2013年8月23日
インターワイヤード株式会社

インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチのDIMSDRIVEでは、「柔軟仕上げ剤」についてアンケートを行い、お気に入りの銘柄、銘柄選びの基準、満足度、香り見本などについてまとめました。調査は2013年7月25日（木）～8月1日（木）にかけて実施し、DIMSDRIVEモニター7,697人から回答を得ています。

調査結果の詳細

<http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2013/130823/>

調査概要

調査方法	インターネットを利用したアンケート調査				
調査期間	2013年7月25日～8月1日				
調査対象者	DIMSDRIVEモニター 7,697人				
回収方法	DIMSDRIVEのモニターサイトにURL記載（配信なし）				
性別	N	%	同居人数	N	%
男性	4494	58.4	1人暮らし	1140	14.8
女性	3203	41.6	2人	2322	30.2
			3人	1940	25.2
			4人	1556	20.2
			5人以上	739	9.6
年代	N	%			
10代	22	0.3			
20代	316	4.1			
30代	1267	16.5			
40代	2409	31.3			
50代	2076	27.0			
60代	1158	15.0			
70代以上	449	5.8			

CONTENTS

- 毎日洗濯をする人は28.9%
- 「柔軟仕上げ剤」使用者は半数。「柔軟剤入り洗濯用洗剤」使用者は2割
- 使用者の“お気に入り率”、1位「レノアプラス さわやかフレッシュグリーンの香り」、2位「抗菌ハミング」
- 【香りの良さ】はレノアハピネス、ダウニー。【ふんわり】はソフラン。PBは【価格】がお気に入りの理由
- 銘柄スイッチに繋がるのは「価格」と「増量」。半数は安さが興味のきっかけに
- 14.8%が目安量よりも「多めに」、10.5%は「適当に入れてる」
- 復活してほしい銘柄は？

調査項目

- ・洗濯について（洗濯頻度、洗濯機の種類）
- ・洗濯時に使用するアイテム
- ・柔軟仕上げ剤のブランドについて（使用銘柄、お気に入り銘柄）
- ・お気に入り銘柄 評価（お気に入り理由、項目別満足度）
- ・柔軟仕上げ剤の使い方（量）
- ・銘柄のスイッチ（スイッチ度合、スイッチに繋がるポイント）
- ・香り見本について
- ・復活してほしい柔軟仕上げ剤 ブランド・香り（自由回答）
- ・柔軟仕上げ剤 使用しない理由（非使用者）

毎日洗濯をする人は28.9%

■毎日洗濯をする人は28.9%

衣類の洗濯頻度(自分で洗濯)は、「ほぼ毎日」と回答した人が28.9%で最も多い。
ただ、性年代別にみるとその頻度には差がある事が分かる。

<性年代別>

男性では、「ほぼ毎日」という人は11~15%にとどまっている。
洗濯を自分でしない人も3~4割ほどおり、自分で選択する割合が最も低いのは【70代以上】の59.0%であった。
一方、女性は【20代】・【70代以上】を除いて5~6割が「ほぼ毎日」と回答。『洗濯は女性が担っている』家庭が多いことが伺える。

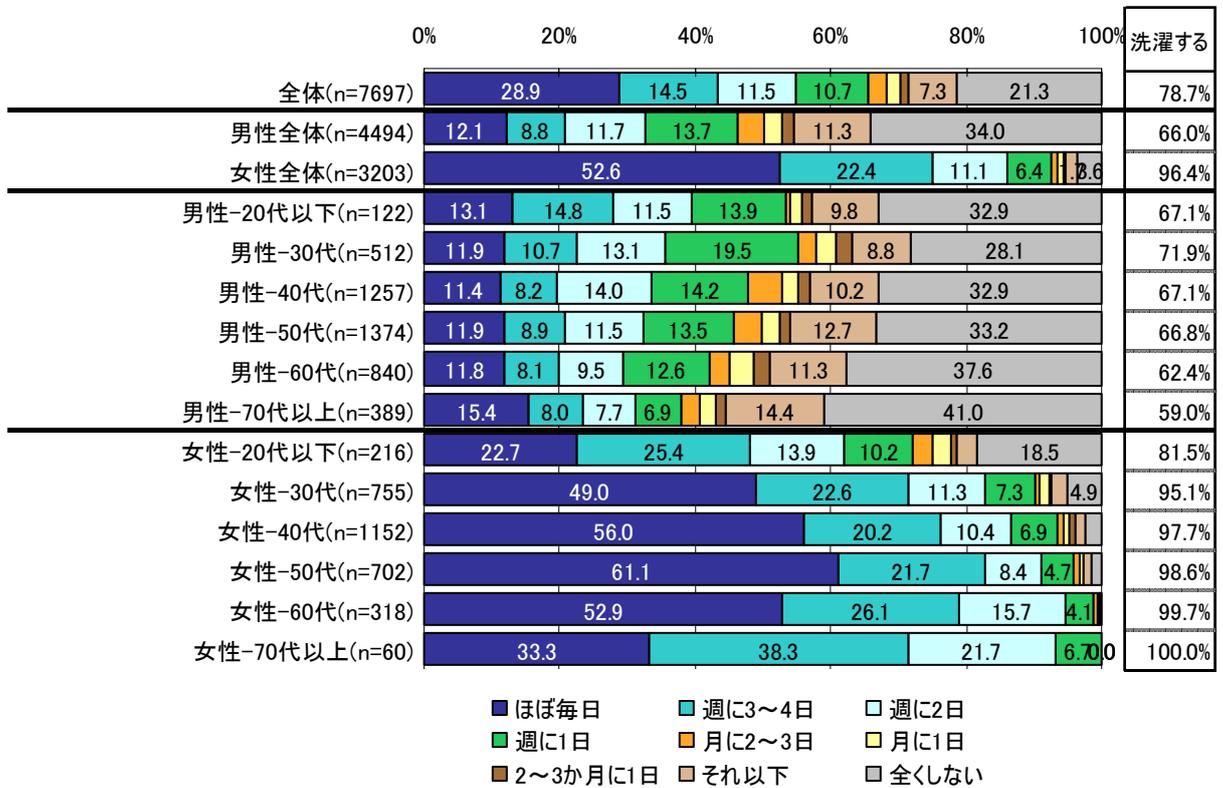
<1人暮らしの洗濯>

【1人暮らし男性】では、さらに頻度が低く、「ほぼ毎日」は8.0%で「週に1日」が33.1%と3割を占める。
ただし、自分で洗濯をする割合は高く、97.5%とほぼ全員である。
【1人暮らし女性】でも、やや頻度は低めであり、「週に2日」31.5%、「週に3~4日」31.1%と続く。

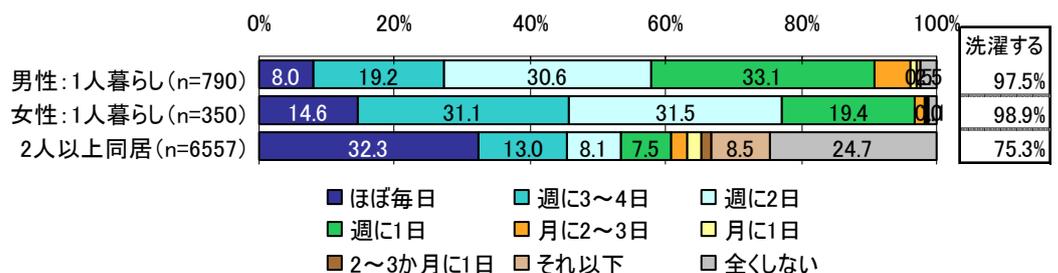
回答者: 全員

N=7,697

あなたは、普段、どのくらいの頻度で「衣類の洗濯」をしていますか。(単一回答)



■男女1人暮らしの回答



「柔軟仕上げ剤」使用者は半数。「柔軟剤入り洗濯用洗剤」使用者は2割

■柔軟剤使用率は50.4%

洗濯機で洗濯をする際に使用している洗剤や柔軟剤などについては、「柔軟仕上げ剤」を使用している人は50.4%と半数である。

洗剤については、「粉」49.6%よりも「液体・ジェル」63.6%の方が使用者が多い。
また、「柔軟剤入り洗剤(液体・ジェル)」は2割が使用していることがわかった。

<男女別 柔軟剤利用率>

男性は37.2%と4割に満たない。一方で女性は63.0%が使用している。

<女性:年代別 使用アイテム>

アイテムによって、使用する年代の傾向がみられる。

【洗剤(粉)】は年代が上がるほど使用率が高く、【柔軟剤入り洗剤(液体・ジェル)】は年代が若いほど使用率が高い。

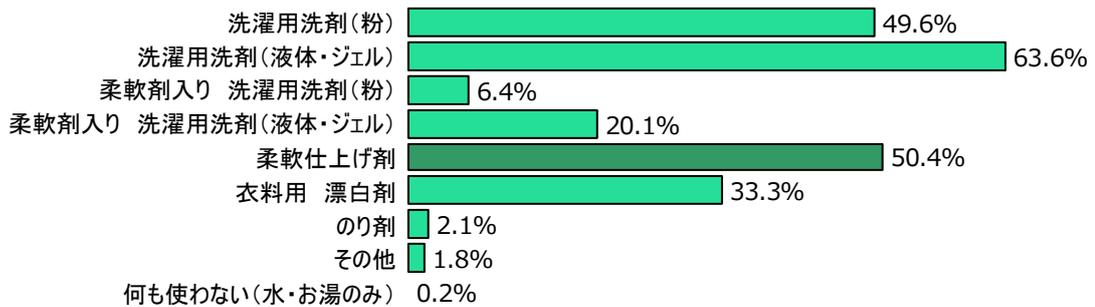
【洗剤(液体・ジェル)】、【柔軟仕上げ剤】、【漂白剤】は50代の利用が最も高い。

【柔軟仕上げ剤】は、30～60代では6割を超えているが、20代以下・70代以上では半数ほどである。

回答者:ご自身で、かつ洗濯機で洗濯している人

N=6,002

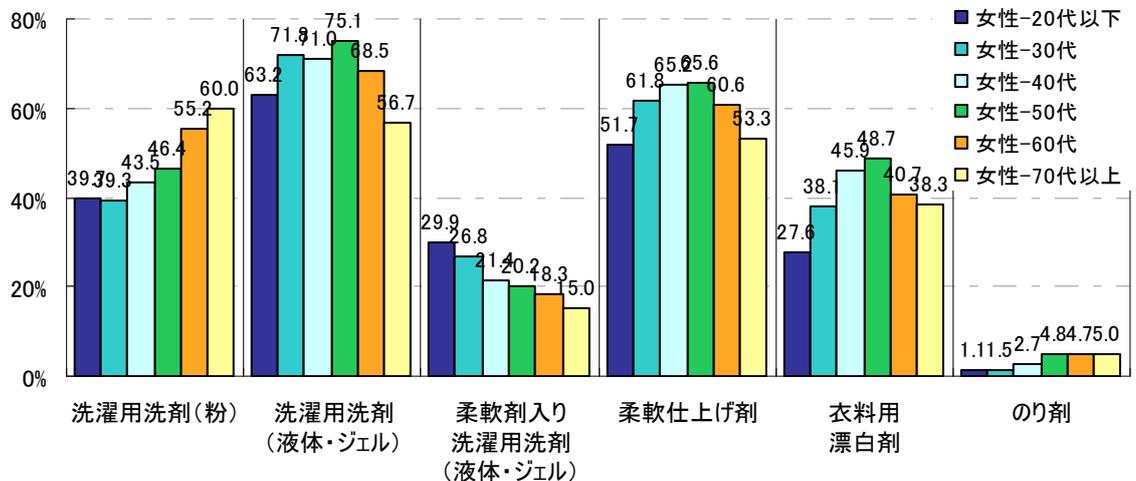
ご自宅の洗濯機で洗濯をする際に、使っている物をお選びください。(複数回答)



◆男女別 柔軟仕上げ剤 利用率



◆女性:使用アイテム (年代比較)



使用者の“お気に入り率”、1位「レノアプラス さわやかフレッシュグリーンの香り」、2位「抗菌ハミング」

■使用ブランド

使用している「柔軟仕上げ剤」のブランドについては、「ハミング(ハミングNeo含む)が最も多く39.0%、次いで「レノアプラス」20.9%、「香り」とデオドラントのソフラン」16.1%、「フレアフレグランス」11.7%、「ダウニー」11.1%と続いた。
PB商品については4.1%である。

※ブランドの集計は、銘柄単位での質問の結果を、まとめたものです

■使用銘柄

使用“銘柄”については、「【レノアプラス】さわやかフレッシュグリーンの香り」が最も多く13.0%、「【ハミング】(ふつうの)」11.9%、「【ハミング】レギュラー濃縮タイプ」7.6%、「【レノアプラス】ふんわりリラックスアロマの香り」7.5%、「【フレア フレグランス】フローラル&スウィート」7.1%という順であった。

■お気に入り度(ブランド別)

その銘柄を使用している人のうち、“最もお気に入りである”と回答した人の割合(=お気に入り率)を見てみると・・・
「レノアプラス」80.1%、「ハミング(Neo含む)」80.0%については8割の人が『最もお気に入り』と回答した。

「フレアフレグランス」は66.9%であった。

「レノアハピネス」は67.7%で、「レノアプラス」に比べると、お気に入り率はやや低めである。

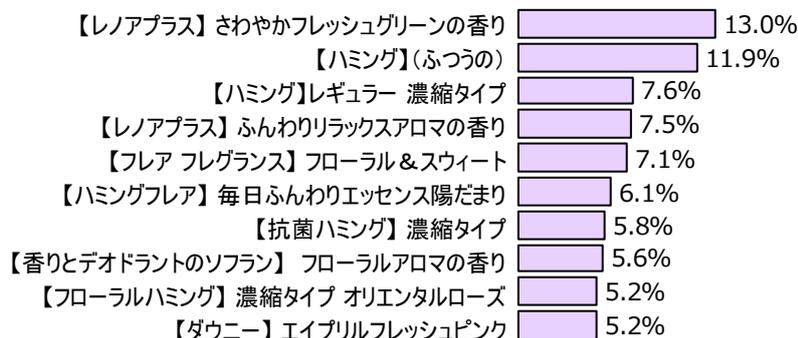
使用している「柔軟仕上げ剤」のブランドはどれですか。(複数回答)

最も気に入って使用している「柔軟仕上げ剤」のブランドはどれですか。(単一回答)

	使用ブランド	お気に入りブランド	使用者のお気に入り率
ハミング(ハミングNeo含む)	39.0%	31.2%	80.0%
レノアプラス	20.9%	16.7%	80.1%
香り」とデオドラントのソフラン	16.1%	11.3%	69.7%
フレアフレグランス	11.7%	7.8%	66.9%
ダウニー	11.1%	8.2%	73.8%
ソフラン	9.3%	5.7%	61.2%
レノアハピネス	8.3%	5.6%	67.7%
ファーファ	5.6%	3.1%	54.7%
PB(イオン、セブンアンドアイなど)	4.1%	3.1%	76.0%
ソフター	2.3%	1.0%	43.7%
※ ランドリン	0.4%	0.3%	66.7%

※ランドリンはN数が50に満たない為、参考値

■銘柄別、使用率 TOP10



■お気に入り度(銘柄別)

銘柄別でも「【レノアプラス】さわやかフレッシュグリーンの香り」75.2%が最も高く、使用率でもお気に入り率でも1位で、強い。2位は「【抗菌ハミング】濃縮タイプ」73.1%である。

1位・2位で、『防臭効果』の高い銘柄が並び、『防臭効果』は、香り以外の面で柔軟剤を気に入るポイントとして考えられそうである。また、使用率ではTOP10に入らなかった「トップバリュ」が、“お気に入り”の4位となっており、『価格面』もお気に入りのポイントと言えそうである。

■銘柄別、使用者のお気に入り度 TOP20

順位	銘柄	お気に入り度
1	【レノアプラス】さわやかフレッシュグリーンの香り	75.2%
2	【抗菌ハミング】濃縮タイプ	73.1%
3	【ハミング】(ふつうの)	71.7%
4	【PB商品】トップバリュ	71.0%
5	【ダウニー】エイプリルフレッシュピンク	67.3%
6	【ハミング】レギュラー 濃縮タイプ	62.4%
7	【ハミングフレア】毎日ふんわりエッセンス陽だまり	62.0%
8	【ハミング Neo】ベビーパウダーの香り	61.4%
9	【ハミング Neo】ホワイトフローラルの香り	61.3%
10	【ハミング Neo】シルキーソープの香り	61.2%
11	【レノアプラス】ふんわりリラックスアロマの香り	59.9%
12	【フレア フレグランス】フローラル&スウィート	59.3%
13	【ソフラン】ふんわり ソフラン	58.4%
14	【フローラルハミング】濃縮タイプ オリエンタルローズ	57.0%
15	【香り&デオドラントのソフラン】フレッシュフルーツアロマの香り	56.3%
16	【ランドリン】エレガントフローラル	55.6%
17	【香り&デオドラントのソフラン アロマリッチ】Annie(アニー)	55.3%
18	【レノアハピネス】ラグジュアリー & ピンクフローラルの香り	55.2%
19	【フレア フレグランス】パッション&ベリー	54.4%
19	【ダウニー】クリーンブリーズブルー	54.2%

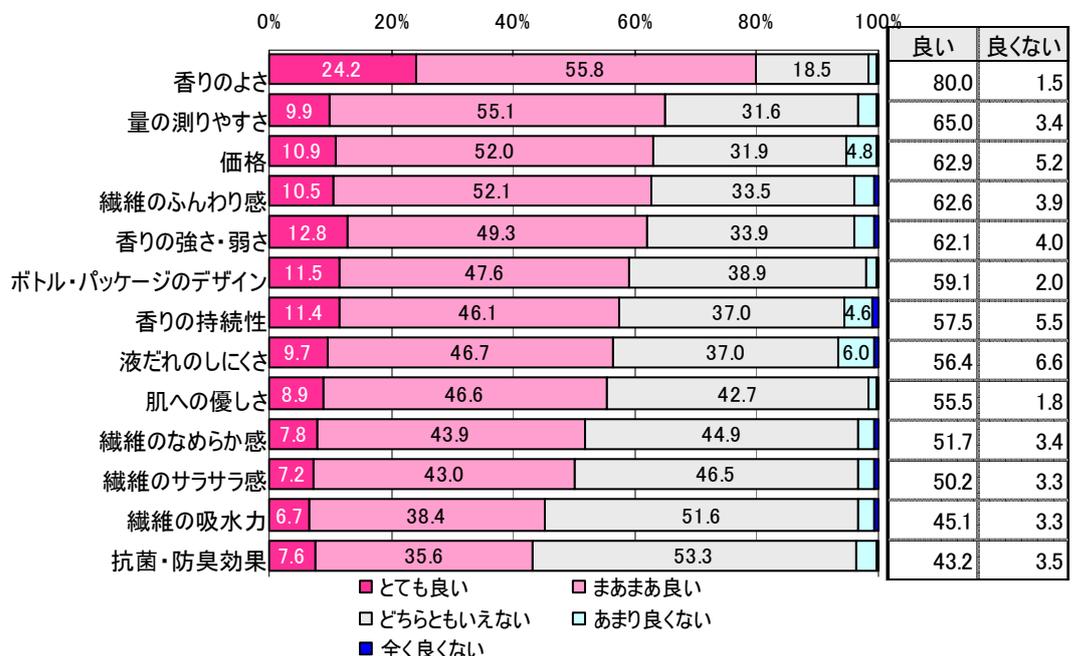
■項目別満足度

項目別満足度に関しては、下記のグラフのとおりである。
【香りが良い】の満足度が最も高く、特に「とても良い」と強く思っている人の割合が24.2%と高い。

香りの項目が飛びぬけて高い→「香りを基準に選んでいるために、他の項目の不満点については我慢している」という見方もできそうである。

回答者:柔軟剤使用者 N=3,028

その柔軟仕上げ剤について、下記の項目にはどの程度満足していますか。(単一回答)



【香りの良さ】はレノアハピネス、ダウニー。【ふんわり】はソフラン。PBは【価格】がお気に入りの理由

■お気に入りポイント

お気に入りの理由については、「香りが良いから」が57.5%と圧倒的。

次いで「価格がお手頃だから」31.4%、「ふんわり仕上がるから」22.4%、「香りが長続きするから」19.1%「香りがほのかだから」15.3%と続いた。その後、「抗菌・防臭効果が良いから」11.6%が続く。

柔軟剤なのに、「ふんわり」は3番目という結果に・・・。

上位5項目のうち、3項目が『香り』に関するもので、『香り』はお気に入りのポイントとして非常に重要であることが分かる。

<ブランド別 上位6項目比較>

非常にブランドの特徴を捉えた結果となった。

【香りが良いから】は「レノアハピネス」88.2%が最も高い値。「ダウニー」84.7%、「フレアフレグランス」84.4%、「香り」とデオドラントのソフラン」82.1%も高い値である。

【価格がお手頃だから】は、「PB」86.3%が圧倒的である。

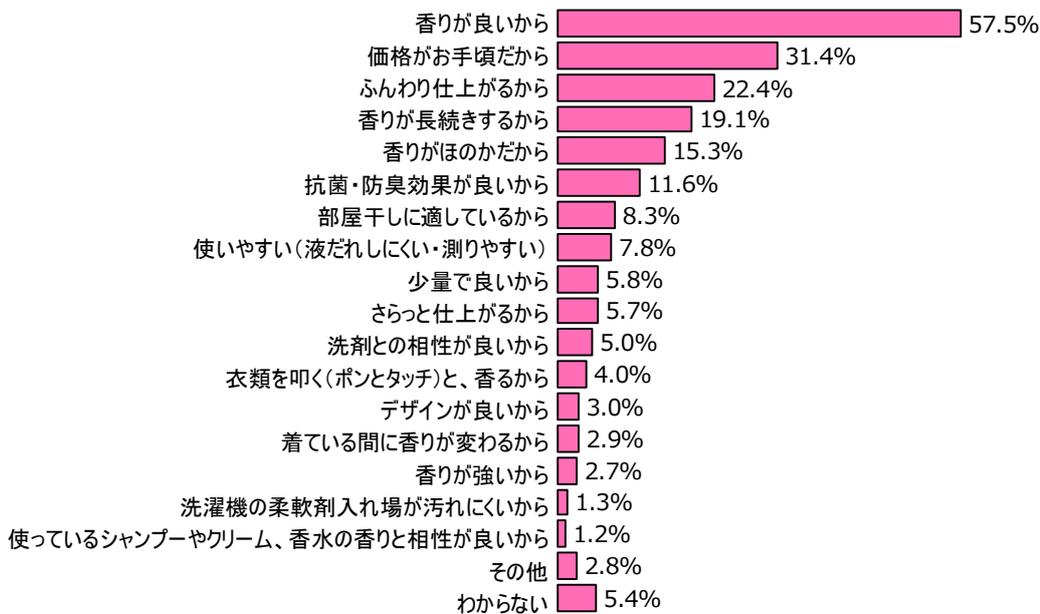
【ふんわり仕上がるから】は「ソフラン」34.9%が最も高く、【抗菌・防臭効果が良いから】は「レノアプラス」24.5%が最も高い。

「ハミング」に関しては、飛びぬけて高い値の項目は無かったが、『香り』に関する項目以外は、高めの値である。

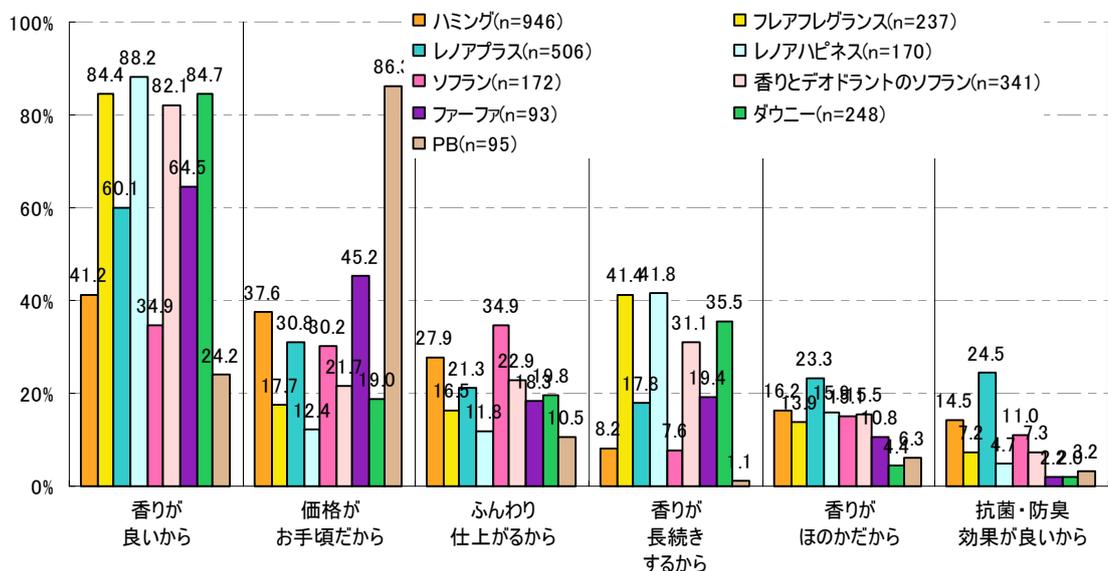
回答者：柔軟剤使用者

N=3,028

その柔軟仕上げ剤を、なぜ気に入っているのですか。(複数回答)



■ブランド別 お気に入りポイント(上位6項目抜粋)



銘柄スイッチに繋がるのは「価格」と「増量」。半数は安さが興味のきっかけに

■柔軟剤の「銘柄」の選び方

固定のブランドを購入するのか、都度気に入ったものを選ぶのか、については「購入するブランドも、香りも、決まったものを買う事が多い」という人は40.3%、「購入するブランドは決まっており、その中から香りは気分です選ぶ事が多い」は21.4%であった。上記2つを合わせた『ブランド固定派』は61.7%である。

一方、「ブランドに関係なく、好きな香りを選ぶ事が多い」という人は27.5%で、3割近くは銘柄を決めていないことが分かる。

<男女1人暮らしの回答>

1人暮らしの男性は女性に比べて【決まったブランド+決まった香り派】が多く、45.3%である。また、「その他」の購入方法が多い。(最安値の物を買う、など)

一方で1人暮らしの女性は「気分や香りです選ぶ」人が男性よりも多い。【ブランドに関係なく、好きな香りを選ぶ】という香り重視の人は33.7%であった。

■銘柄スイッチに繋がる、「興味を引かれるポイント」

新しいブランドの商品や、香り違いの商品を「買ってみよう」と思う、興味を引かれるポイントについて尋ねたところ、最も多かったのは「価格の安さ」で51.4%であった。「価格」が銘柄スイッチのきっかけになる、という人は半数である。次いで「増量中」34.1%が続き、『お得感』がきっかけになる人が多いようである。

以下、「香り見本」28.6%、「限定の香り」23.3%、「名前から想像がつく香り」12.8%と続いた。「テレビCM」は11.5%、「ボトルの可愛さ」は11.0%であった。

■香り見本の利用

香り見本の利用については、「必ず嗅ぎ、吟味する」人は22.3%、「参考に嗅ぐ程度」は37.6%と、見本を参考にする人は59.9%である。5.9%の人は「直接ボトルを開けて嗅ぐ」と回答。34.2%は「嗅ぐことはしない」と回答している。

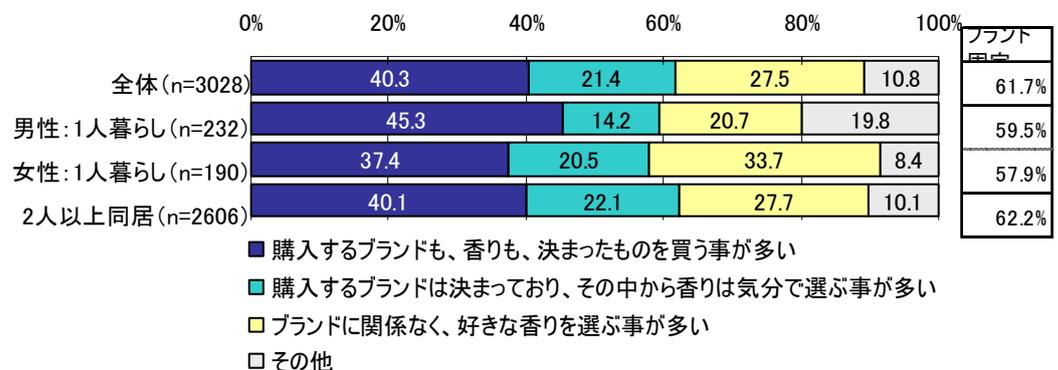
■直接ボトルを開けて嗅ぐ理由

直接ボトルを開けて嗅ぐ、という人の理由については、「香り見本が無いから」が68.0%で最も高く、「香り見本と、実際の商品の香りが違うから」38.8%、「香り見本がずっと店頭にあって香りが褪せてしまっているから」28.7%と続いた。

回答者：柔軟剤使用者

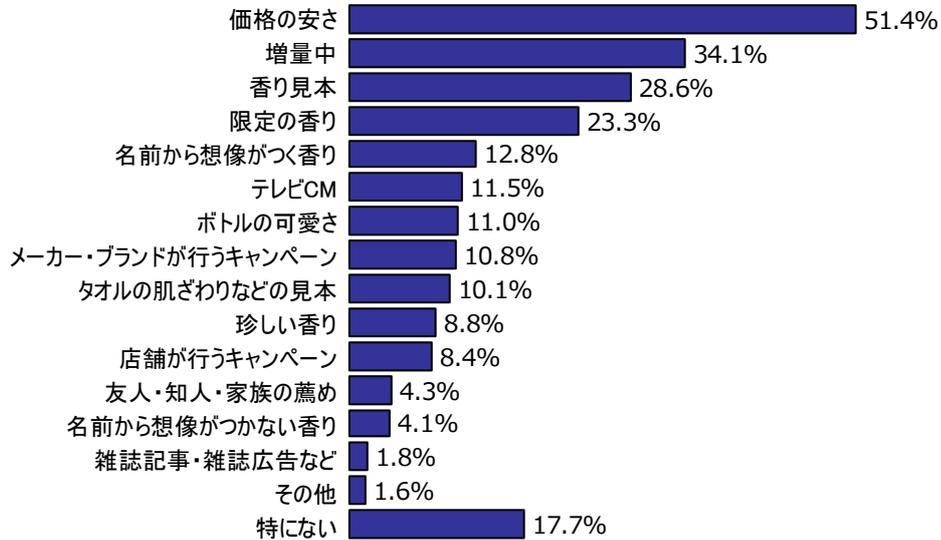
N=3,028

購入する柔軟仕上げ剤を選ぶとき、あなたはどのように選びますか。(単一回答)



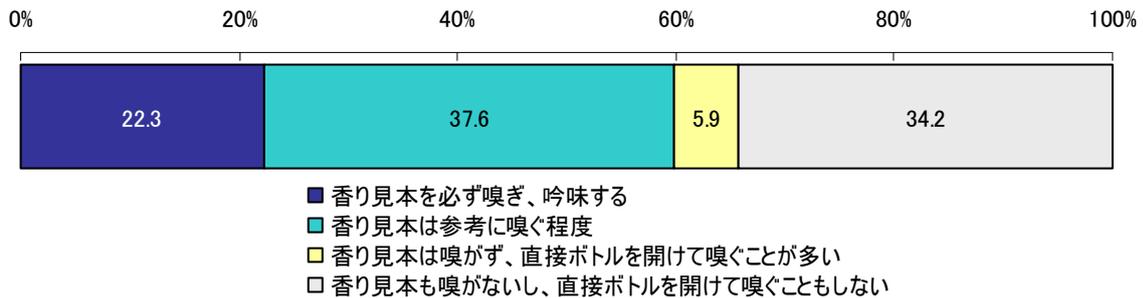
回答者:柔軟剤使用者 N=3,028

新しいブランドの商品や、香り違いの商品を「買ってみよう」と思う、興味を引かれるポイントは何ですか。(複数回答)



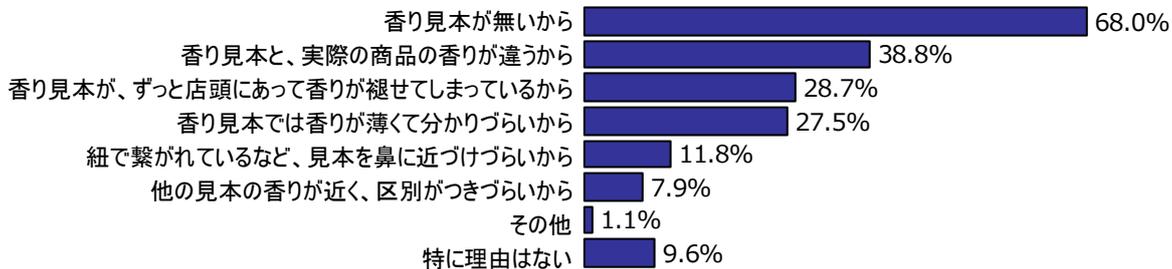
回答者:柔軟剤使用者 N=3,028

柔軟仕上げ剤を購入する際、店頭にある「香り見本」を参考にしますか。(単一回答)



回答者:「ボトルを開けて香りを嗅ぐ」と回答した人 N=178

なぜ、直接ボトルを開けて香りを嗅ぐ(確かめる)のですか。(複数回答)



14.8%が目安量よりも「多めに」、10.5%は「適当に入れている」

■ 目安量を守ってる？

パッケージに書いてある“目安量”については、57.7%が「だいたい守っている」と回答。一方で12.2%が「少なめにすることが多い」、14.8%が「多めにすることが多い」と回答。さらに10.5%は「適当に入れている」という事がわかった。

回答者：柔軟剤使用者

N=3,028

その柔軟仕上げ剤は、どのように使っていますか。(単一回答)



- パッケージに書いてある「目安量」をだいたい守っている
- パッケージに書いてある「目安量」よりも少なめにすることが多い
- パッケージに書いてある「目安量」よりも多めにすることが多い
- パッケージに書いてある「目安量」を考慮せず、適当に入れている
- 洗濯機の洗剤・柔軟剤設定機能に従って入れている
- その他

復活してほしい銘柄は？

復活してほしいと願う銘柄については、色々な回答が挙げられたが、目立った回答は下記のとおりである。

回答者：柔軟剤使用者

N=3,028

今はもう売られていないが、「ぜひ復活してほしい！」という柔軟仕上げ剤のブランド・香りがあればご記入ください。(自由回答)

ソフラン	しわすっきりソフラン
ハミング	ハミングフレア フレグランス・コレクション シエスタ ハミングフレアフレグランス フルーティーフレッシュ ハミングフレアフレッシュハーブ フローラルハミング南国リゾート
レノア	レノアハピネス おひさまの香り レノアのグリーン系の最初の製品の香り レノアプラス フレッシュグリーンの昔の香り。
ソフト&ドライ	ソフト&ドライ
名前は覚えていないが・・・	前にレモンの香りのがあったけど、何かは不明・・・アレがよかった。 名前は覚えていないが石鹸の香りで吸水性を謳った柔軟剤がお気に入りだった
香り要望	香りのしないものが良い ソーダ きつくない香 ミモザの香り 是非 ミントの香り 柑橘系の香り 柔軟剤入り洗剤と同じ香りのもの 鈴蘭の香りや百合のカサブランカの香り 現在使用中の「スパイシーエレガンス」が限定なのでこれを通常の販売にして欲しい

■ ネットリサーチのDIMSDRIVEについて ■

インターワイヤード株式会社が運営する『DIMSDRIVE』は、全国に18万人のモニターを擁し、インターネットリサーチを通じて調査企画・設計から分析・提案までを提供する、マーケティングのトータルソリューションサービスです。

広告効果測定やライフスタイル分析など、目的に応じた調査でお客様の戦略立案をサポートしています。

◆ DIMSDRIVEホームページ <http://www.dims.ne.jp/>

■ インターワイヤード株式会社について ■

<所在地> 東京都品川区東品川2-2-25 サンウッド品川天王洲タワー3F

<TEL> 03-5463-8255

<代表者> 齊藤 義弘

<事業内容> ネットマーケティングリサーチサービス「DIMSDRIVE」運営

● 調査結果に関するお問い合わせは ●

インターワイヤード株式会社 DIMSDRIVE事務局(ディムスドライブ事務局)

TEL: 03-5463-8256

Email: timely@dims.ne.jp