

報道関係者各位

2013年11月20日

ソフトブレイン・フィールド株式会社

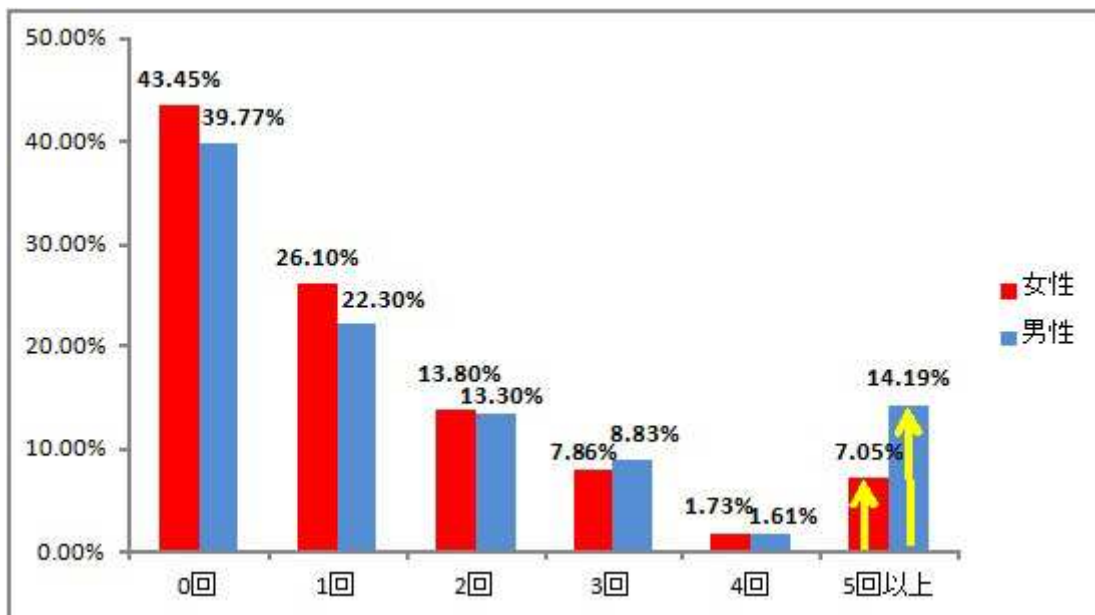
～インフルエンザ予防 4200人アンケート～
インフルエンザ予防で心がけていることは男女とも「手洗い・うがい」がトップ
予防接種経験率は男女とも70%弱も今シーズンは受けない人が約半数

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレイン・フィールド株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:木名瀬博)は、株式会社クレディセゾンとの共同事業として、2013年2月1日にサービスを開始した「レシートで貯める」のアンケートモニターを対象にインフルエンザ予防に関するアンケート調査を行いました。

厚生労働省が「今冬のインフルエンザ総合対策」を取りまとめ、11月8日に発表しましたが、そのような中で消費者のインフルエンザ予防意識の実態について20代～80代の男女4,271名(女性2,594名、男性1,677名)を対象に2013年11月9日に調査を実施しました。

◆インフルエンザ罹患経験0回が男女とも約4割を占める

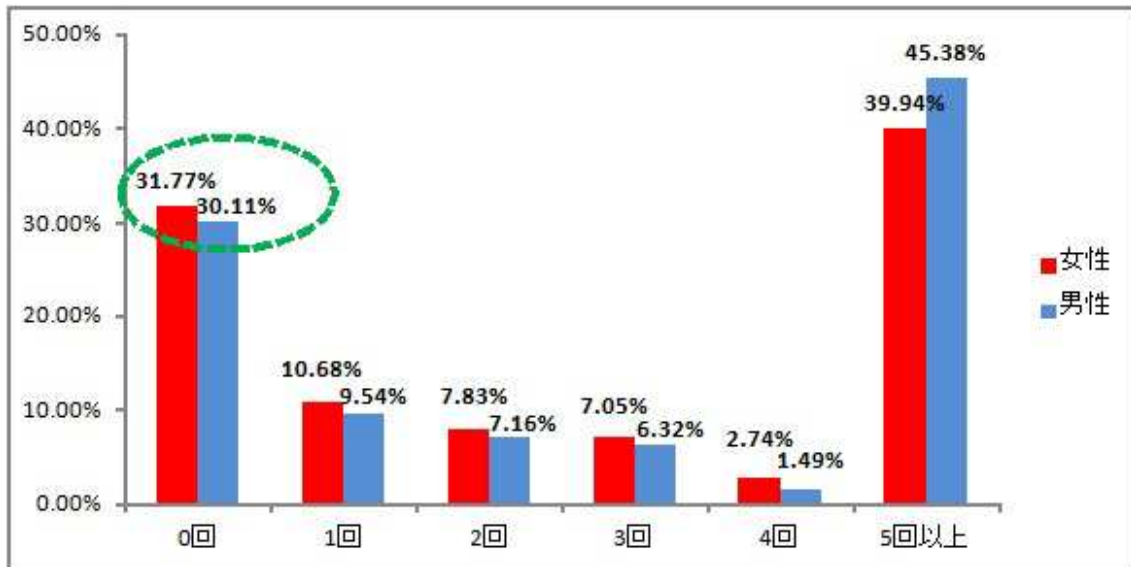
図表1.これまでにインフルエンザにかかった回数(n=4,271)



これまでインフルエンザにかかった回数について質問したところ、女性は43.45%が、男性は39.77%が罹患経験0回でした。男女で大きく数字が別れたのが5回以上の罹患経験者で、女性は7.05%に対し、男性は14.19%となりました。

◆3割以上の消費者がインフルエンザの予防接種未経験

図表 2.これまでにインフルエンザの予防接種を受けた回数(n=4,271)

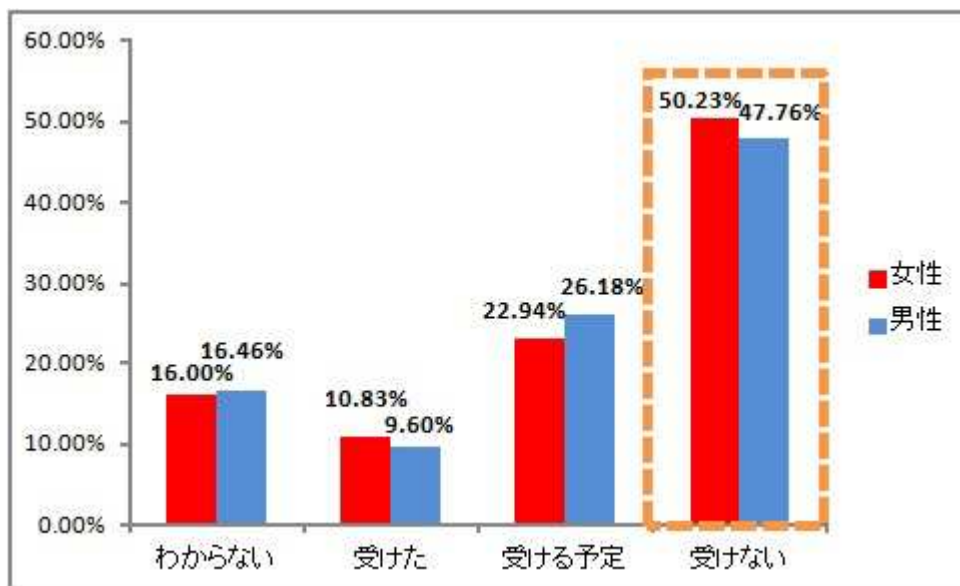


アンケートの回答者に、これまでインフルエンザの予防接種を受けたことがあるかを聞いたところ、5回以上受けたことがあると答えた人が女性は39.94%、男性は45.38%でそれぞれトップとなりました。

その一方で、予防接種を受けたことがないと答えた人が男女とも3割を占めており、まだまだ予防接種によるインフルエンザ予防の啓蒙が必要だと言えそうです。

◆女性の半数以上が今年には予防接種を受けない予定

図表 3.今年の予防接種の予定(n=4,271)



今年にはインフルエンザの予防接種を受けるのかについて聞いたところ、女性では既に受けた方および受ける予定と答えた方の合計が33.77%、男性では35.78%と、これまで予防接種を受けたことがある人が7割を超えるにもかかわらず、30%台に留まる結果となりました。逆に受けないと答えた方

は女性では 50.23%、男性では 47.76%と半数近い数字を占めました。

◆マスク装着による予防意識に男女で差

図表 4.インフルエンザ予防のためにやっていること【複数回答】(n=4,271)

予防のためにやっていること	女性	男性
手洗いうがいをする	82.61%	77.34%
十分な睡眠をとる	49.27%	40.43%
マスクをする	45.26%	28.32%
栄養のある食事をとる	38.01%	30.41%
人ごみを避ける	32.58%	21.41%
十分な水分をとる	28.18%	25.46%
マスクを消毒する	24.79%	14.85%
部屋の湿度を保つ	22.09%	12.40%
予防接種を受ける	19.55%	18.13%
空気清浄機をつける	14.92%	10.44%
こまめに喚起する	13.61%	6.14%
ストレスをためない	12.57%	10.38%
運動をする	12.34%	13.30%
特にない	8.44%	13.30%
なるべく外出しない	7.32%	4.59%
厚着をする	6.94%	3.70%

インフルエンザを予防するためにやっていることでは、「手洗いうがいをする」が男女ともにトップとなりました。男女で大きく差が開いたのは「マスクをする」、「人ごみを避ける」、「部屋の湿度を保つ」、「こまめに喚起する」などの予防行動で、いずれも女性が男性を大きく上回りました。そのほかの項目を見ても、「運動をする」以外の項目では女性が男性を上回っており、インフルエンザの予防について、男性よりも女性の方が意識が高いことがうかがえます。

逆に「特にない」と回答した方は女性では 8.44%、男性では 13.30%でした。「特にない」と答えた方に、なぜインフルエンザの予防をしないのかを確認したところ、「しなくてもかからない」(40 歳男性・既婚)、「母親がインフルエンザにかかってもうつらなかつたので、私はかかりにくいと思っている」(38 歳女性・未婚)、「生まれつき体が強いのかインフルエンザにかからないので、よくないことはわかっているがとくに対策はしていない」(45 歳男性・未婚)というように、これまでインフルエンザに罹患したことがないため、予防を行っていない方や、「何をしてもなるときはなるものだと思っているので特に対策はしていないが、小学生以来かかったことはない」(29 歳女性・未婚)、「かかる時はかかる」(39 歳女性・既婚)、「予防接種をしても何をしてもかかるときはかかると割り切っているから」(38 歳男性・未婚)というように、かかるときはかかると割り切っている回答が多数を占めました。

その他、「面倒だから」(42 歳女性・既婚)、「予防の仕方がわからないから」(47 歳女性・既婚)というように予防意識が希薄な方や、逆に「意識するとキリがないの特にインフルエンザのみの予防は行っていない。帰宅時の手洗い、うがいは日常化しているので意図的に行っていることではない」(48 歳男性・未婚)、「特別に対策は考えていません。規則正しい生活をしていれば大丈夫だと思うので」といった、病気になりにくいよう普段から心がけているためインフルエンザだけを機にした特別な行動はとっていないという意見も見受けられました。

図表 5.インフルエンザ予防を行わない理由【一部抜粋】

性別	年齢	結婚	インフルエンザの予防対策を行っていない理由
女性	41	未婚	かからないと思うから
女性	47	既婚	予防のしかたがわからないから。
女性	51	既婚	日常生活の中であまりインフルエンザを意識して生活していません。
女性	29	未婚	何をしてもなるときはなるものだと思っているので特に対策はしていないが、小学生以来かかったことはない。
男性	40	既婚	しなくてもかからない。
男性	47	未婚	昔からウイルスに鈍感みたいなので
男性	48	未婚	感染した経験がないため特に対策はしていません
女性	39	既婚	かかる時はかかる
男性	67	既婚	やらなくてもかかりそうも無いので
男性	48	未婚	意識するとキリがないので、特にインフルエンザのみの予防は行っていない。帰宅時の手洗い、うがいは日常化しているので、意図的に行っている事はない。
男性	48	既婚	インフルエンザにかかったことがないため
女性	32	未婚	いつも特に何もしなくてもかからないので、しない
男性	49	未婚	特に行っていないが場合によってマスクが出来るように携帯している。
女性	63	未婚	特にしていない。面倒だから
女性	38	未婚	母親がインフルエンザにかかってもうつらなかつたから、私はかかりにくいと思ってる
男性	49	既婚	日常で行える予防には限界があるので、あまり気にせず自然体で生活するようにしている。
女性	31	既婚	特別に対策は考えてません。規則正しい生活をしていれば大丈夫だと思うので。
男性	58	未婚	感染するときには感染すると思うので。
男性	44	既婚	インフルエンザにかかったことがないので、あまり気にしていない。
男性	38	未婚	予防接種しても何をしてもかかるときはかかると割り切っているから。
男性	47	既婚	予防接種をしなくてもインフルエンザに罹ったことがないので、必要性を感じない
女性	38	既婚	かかったことがないので特に何もしない
女性	42	既婚	面倒だから
男性	55	既婚	あまり効果がないと思うから
男性	36	未婚	気合いで何とかなる
女性	44	既婚	普段から免疫が上がる生活をこころがけているから
女性	35	既婚	かかったら病院に行けばいいので予防接種は受けない。
女性	40	既婚	特にない。人ごみにでかけることがほとんどないため。
女性	44	既婚	特に気にしてないので何もしてません
女性	32	既婚	気をつけていた年にかかったから、あまり意味がないと思ったから。
女性	34	既婚	自分がインフルエンザにかかったことがないし、周りにもいないため実感がなく、特に何も行っていない。
女性	47	既婚	今までインフルエンザに罹った家族がいたがうつったことが無いから。
男性	45	未婚	生まれつき強いのか、インフルエンザにはかからないので、良くないことはわかっているが、とくに対策はしていない。

【調査実施概要】

対象: クレディセゾン社との共同事業「レシートで貯める」の10代～80代の会員

調査方法: 当社「レシートで貯める」サイトを活用したインターネットリサーチ

調査地域: 全国

調査日: 2013年11月9日

有効回答者数: 4,271名

属性: [女性] 20代以下 3%、30代 18%、40代 24%、50代 12%、60代 3%、70代以上 1%

[男性] 20代以下 1%、30代 7%、40代 16%、50代 10%、60代 4%、70代以上 1%

【サービス概要】

- サービス名: 購買理由データ提供サービス
- クレディセゾン「永久不滅.com」サイト上のサービス名: 『レシートで貯める』
- 購買理由収集対象者: 800万人のクレディセゾンのネット会員の内、当サービス登録会員
- 購買理由収集の方法:
 - 指定カテゴリー(約50カテゴリー)の商品を実際に購入した会員が、その購買理由をレシート画像と共に報告
 - 登録会員に、対価としてクレディセゾンが運営するポイントサイト「永久不滅.com」にてポイントを付与
- 購買理由データの販売先: 消費財メーカー
- 購買理由データの提供方法: 契約企業に専用WEBサイトを通してデータを提供
- 当事業の特長:
 - 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
 - 800万人のクレディセゾンのネット会員を基盤とした購買理由情報
 - 週次POSデータとの連動分析を可能とする週次購買理由データ
- サービス詳細参照ページ: <http://www.sbfield.co.jp/service/pob.html>
- 購買理由データ提供事業の全体図:



【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社(市場名:東証1部・4779、本社:東京都中央区、設立年月日:1992年6月17日、代表取締役社長:豊田浩文)のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約47,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など100,000店舗以上をカバーし、営業支援(ラウンダー)や市場調査(ミステリーショッパー、店頭調査など)を実施しています。
当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

本社所在地 : 東京都千代田区有楽町2-2-1 ラクチョウビル7階

設立 : 2004年7月

資本金 : 151,499,329円

代表取締役社長 : 木名瀬 博

URL : <http://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

山室(やまむろ)

TEL:03-5537-5496 FAX:03-5537-5982

お問い合わせフォーム : <https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

戦略企画室 柳原(やなぎはら)/具志堅(ぐしけん)

TEL:03-5537-5981 FAX:03-5537-5982

MAIL: solution@sbfield.com