

NOVEMBER 2005

アイデアウイルス

Idea virus

IDEA

IRIS

Contents

- 実力店の突撃取材** p.1
常に「ニュースのある店」づくりに努め
携帯メール販促も導入し効果挙げる
創作居酒屋「びすところ雑」(埼玉県川口市)
- 繁盛の法則** p.3
既存ビジネスの再生に挑戦する
デジタルメディア企業
- プロモーション** p.5
集客・販促ヒント100選!!
(1) シェープアップしたい女性客を対象に
食品メーカーが販売促進
(2) 繁盛する「スモールサイズ専門」
メンズショップ
- 主婦マーケティング** p.7
売場と主婦の恋愛関係《シリーズ第二十一回》
消費現場の95%に主婦がいる!
セルフデンタルケアについての主婦の本音:
みんなデンタルケア商品ジブシー

売場と主婦の恋愛関係

主婦マーケティングとは市場(女)と企業(男)のロマンである。このコーナーでは、毎回当社が集めた主婦データをもとに様々な消費者のシーンや生活者のホンネを読み取り、売場と主婦の恋愛関係を探る。

《シリーズ 第二十一回》

**消費現場の95%に主婦がいる！
セルフデンタルケアについての主婦の本音：
みんなデンタルケア商品ジブシー**

主婦データ

- フラワーギフトについて
- サンプル数:300名
- 実施期間:2005.8.24~2005.8.29

8割以上の主婦が歯の悩みを持っている

全国の主婦にセルフデンタルケアについてのアンケートを実施した。「歯の悩みがあるか」を尋ねたところ、「はい(84%)」「いいえ(16%)」という答え。8割以上の主婦が歯の悩みを持っている。

次に、デンタルケア製品の買い替えについて、家族の中で誰が管理しているかを聞いた。「自分(主婦)/287件」「配偶者(夫)/67件」「子供/26件」「父・義父/7件」「母・義母/16件」「兄弟姉妹/1件」という結果となった。買いに行く人は誰かを聞いても、89%の主婦が「自分」と答えており、デンタルケア製品の購入に関する主婦の決裁権は強い。

どんなデンタルケアをしているのか？

家族のデンタルケアの状況を尋ねたところ、朝晩派、毎食後派、夜だけ派とわかれた。また使う用品も、歯ブラシ、電動歯ブラシ、デンタルリンスなど様々なデンタルケア製品を併用していることがわかった。

〈主婦の自由記入から〉

Q:あなたのご家庭で行っているデンタルケアの方法を具体的に教えて下さい。

〈主婦〉

- ◆ 超音波歯ブラシを使っている。朝と夜の2回だけ。一般歯磨き粉を使用。
- ◆ 起床直後は軽く水ですすぐ。朝夕の食後に丁寧に磨く。余裕があれば歯間ブラシを使う。
- ◆ 朝食後、歯ブラシに歯磨き粉をつけて磨いている。寝る前には、歯ブラシのあとに糸ようじ。時々デンタルリンス。

〈夫〉

- ◆ 朝食後に、電動歯ブラシに歯磨き粉をつけて磨く。夜は寝る前に糸ようじで歯間をきれいにしてからデンタルリンスを使い、電動歯ブラシで磨く。
- ◆ 入浴中に歯磨き粉をつけてみがく(一回だけ)。
- ◆ 朝は起きた後に、普通の歯ブラシで歯磨き粉をつ

けて磨く。夜はあまり磨いていないようなので、「磨いたの?」と聞いて促している。

〈子供〉

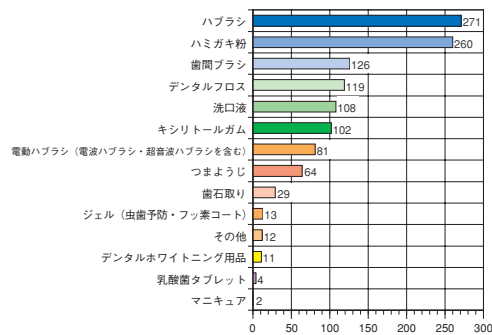
- ◆ 朝晩、食後に歯ブラシと歯みがきで磨いた後、親が仕上げ磨き。
- ◆ 夜のみ親が磨き、寝る前にキシリトールを口に。
- ◆ 自分で子供用の歯ブラシに歯磨き粉をつけずに磨いている。

デンタルケア製品もいろいろあって……

主婦たちに、デンタルケアのためにどんな種類の製品を利用しているかを聞いたところ、「ハブラシ/271件」「ハミガキ粉/260件」「歯間ブラシ/126件」「デンタルフロス/119件」「洗口液/108件」「キシリトールガム/102件」「電動ハブラシ(電波歯ブラシ、超音波歯ブラシを含む)/81件」「つまようじ/64件」「歯石取り/29件」「ジェル(虫歯予防、フッ素コート)/13件」「デンタルホワイトニング用品/11件」「乳酸菌タブレット/4件」「マニキュア/2件」「その他/12件」の結果となった。

総じて、どの家庭でも様々なデンタルケア製品のテレビコマーシャルや雑誌広告などを見ては「いいかも……」と試している。しかし、それらの効果については、「思ったほどでない」「だまされた!」という正直な声も多い。

Q:あなたは普段、デンタルケアのためにこういった種類の製品を利用していますか？



こんなデンタルケア製品が好き!嫌い!

主婦たちに「実際に使ってみて良かったと思う製品」と「失敗したと思った製品」について、具体的な商品名をあげてもらい、その理由も聞いてみた。

回答を見ると、同じ製品が好きなものにも嫌いなものにも登場している。総じてデンタルケア製品は、味や香り使い勝手など、嗜好がわかる製品だということだ。たとえばデンタルリンスや歯磨き粉などは、味や香り、刺激の強弱で好みがわかる。

〈主婦の自由記入から〉

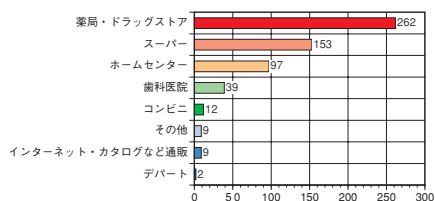
Q: 今まで使ったことのあるデンタルケア製品の中で、良かった製品の商品名と、どこが良かったかの具体的な理由を教えてください。

- ◆ ブラウン電動歯ブラシ: しっかりすみずみ奥までよく磨ける。小さいブラシなので奥まで磨きやすい。
- ◆ リステリン: 歯垢、口腔内のねばつきがとれる。
- ◆ クリアクリーンプラス: 磨いた後歯がツルツルですっきりする。歯の再石灰化促進というところがいい。
- ◆ イオン歯ブラシ: 歯磨き粉をつけなくても歯がつるになる。
- ◆ 子供用の歯磨き粉(歯医者にて購入、フッ素入り): パッケージも可愛く、味も子供が気に入った。フッ素が普通の歯磨き粉より多く入っている。
- ◆ ジョンソン&ジョンソンデンタルフロス: ミントの香りがよい。使いたい分だけ切って使え、経済的。
- ◆ GUM: 歯科医院で勧めているものなので。

Q: 今まで使ったデンタルケア製品の中で、悪かった製品の商品名と、どこが悪かったのかの理由を。

- ◆ リステリン(黄色): 強すぎ、不味すぎ、二度と使いたくないと思った。
- ◆ デンタルフロス: 奥歯には使いにくい。
- ◆ つぶしお: 変にしよっぱい。
- ◆ ビトウイーン: 痛い。あの山ギリは絶対歯ならびに合わない。

Q: あなたは普段、デジタルケア製品を何処で購入することが多いですか?



みんなデンタルケア商品ジブシー

虫歯になりやすい、歯周病が気になる、口臭、歯を白くしたいなど、歯の悩みをほとんどの主婦(家庭)が抱えている。だから、悩みを解消してくれそうな製品をCMや店頭で見かけるたびに「これはいいかも!」と手をのばす。だが、効果を実感できる製品にはなかなか巡り合えない。自分に合う化粧品に巡り合えない女性たちを化粧品ジブシーと言うが、デンタルケア製品にもジブシーは多い。

「一体どれを選んだらいいの?」「歯を白く!」って書いてあるけど、ホント?」「何度もお金を払っては後悔してばかり」「化粧品なら無料のお試しセットだってあるのに」「どうせ期待できないよねえ」等等、主婦たちのつぶやく声が聞こえてくる。

〈主婦の自由記入から〉

Q: デンタルケア製品について、「こんな物が欲しい」「こうだったらいいのに」などの意見や要望は?

- ◆ 色々ありすぎて迷う。分かりやすい説明が欲しい。
- ◆ 歯ブラシにフロスやピックがつくもの。洗口液1本でホワイトニング、フッ素、口臭予防のできるもの。
- ◆ 子供用のキシリトールガムにいろんな種類がほしい。少しはあるがまだ選べるほどではないので。
- ◆ 出来るだけ添加物が入っていない商品がほしい。
- ◆ 歯の隙間は人それぞれなので、歯間ブラシは1本の両端が違うサイズになっていると使いやすい。
- ◆ フッ素だけの製品はドラッグストアで見かけないので歯科医院で買うが、手軽に買えるといい。
- ◆ 洗面所に出しておけるように、もっとパッケージがオシャレな歯磨きが欲しい。
- ◆ 色が変わって交換時期がわかる歯ブラシ、磨きのこしがチェックできる歯磨きがあれば……。

《まとめ》

- ◎ 歯の悩みがあると答えた主婦が84%。デンタルケア製品の潜在ニーズは大きい。
- ◎ 効能、機能など様々で何をどう選んでよいかわかりづらいという声が目立つ。
- ◎ デンタルケア商品ジブシーを獲得、固定化する策が作り手や売り手の課題。

香川 いくみ

(株)CTBカプトブレントラスト 代表取締役社長)

参照サイト

データ引用: 主婦データワークショップ

<http://soho-bank.ne.jp/workshop/>

(株)CBTカプトブレントラスト <http://www.caput.co.jp/>