

印刷とITの有効利用を考えるアイデア情報誌

No.53

JANUARY 2006

アイデアウイルス

Idea Virus

IDEA



IRIS

Contents

- | | |
|--|-----|
| 実力店の突撃取材
「経営者自身の事を書いた」チラシが
読む人の心をつかんで高い集客力を発揮する工務店
有限会社ホームクリエ（東京・羽村市） | p.1 |
| マーケティングテクノロジー
カスタム・ラベルを武器に急成長
注目のワインディーラー「シグネチャーワインズ」 | p.3 |
| プロモーション
集客・販促ヒント100選!! | p.5 |
| アイデア販促ツール
感動を呼び起こすギフト
『アメージング・メッセージ・プラント』 | p.6 |
| 主婦マーケティング
売場と主婦の恋愛関係《シリーズ第二十三回》
消費現場の95%に主婦がいる！
メガネ・コンタクトに関する主婦の本音：
主婦はコンタクトの利用についても積極的、
ほんとはもっと数も欲しいの！ | p.7 |

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 第二十三回》

消費現場の95%に主婦がいる！

メガネ・コンタクトレンズについての主婦の本音：

主婦はコンタクトの利用にも積極的、ほんとはもっと数も欲しいの！

主婦データ

●メガネ・コンタクトについて

●サンプル数:305名

●実施日:2005.11.16~11.17

主婦はメガネ派？ コンタクト派？

全国のメガネまたはコンタクトを使用している主婦にアンケートを実施した。普段、メガネとコンタクトのどちらを使用しているかを聞いたところ、「両方使用/58%」「メガネのみ/39%」「コンタクトのみ/3%」の結果となった。また、持っているメガネの数とその理由を聞いたところ、本数は1本~6本と幅があり、典型的な答えは次の通りであった。

〈主婦の自由記入から〉

持っているメガネの本数とその理由は？

〈1本〉

- ・目の調子が悪くて、コンタクトが出来ないために1本持っている。
- ・昼間はコンタクトを利用し、風呂からあがると眼鏡にする。夜、自宅でしか利用しないので1本で十分。

〈2本〉

- ・壊れた時の換えの時のため。
- ・気分転換にもう一本もっている。

〈3本〉

- ・本を読むと目が疲れるため、コンタクトの上に度数を下げるメガネをかけている。
- ・仕事で近くを見るために1本、運転用に遠くを見る度の少し強いもの1本、予備に1本。

〈4本〉

- ・1本は普段用。1本はPC専用。1本は度付のサンングラス(緑内障防止)。1本は、普段使用の予備。

〈5本〉

韓国に行ったときに安く作れたのでまとめて作成。

〈6本〉

好みの物を見付けるとつい買ってしまふ。

主婦はどんなときにメガネを買うのか？

主婦たちにメガネを買い換えたり、買い増しする期間を聞いてみたところ、「決めていない/79%」「3年/7%」「2年/7%」「4年/3%」「1年/2%」「メガネは使用

していない/1%」「その他/1%」の結果となった。要するにほとんどの主婦は、メガネを買い換えたり買い増し時期を決めていないのだ。

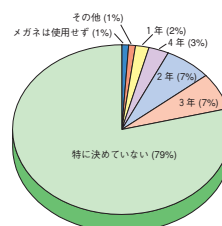
では、買い換えや買い増しするきっかけは何か。尋ねたところ、「度が合わなくなった/44%」「メガネが壊れた/35%」「デザインに飽きた/13%」「その他/7%」「メガネは使用していない/1%」となった。今使っているメガネが壊れたり、度が合わなくなって購入する、と答えた主婦がほぼ8割。メガネは使える限り使いたい!というのが主婦根性なのだ。

しかし、ここで注目したいポイントがある。それは、主婦の8割が「メガネが使えなくなる限り買い換えたい」と答えているのに、「多くの主婦が2本以上のメガネを持っている」という調査データの事実。その理由はこうだ。家計を預かる主婦としては、ファッションや好みで何本もメガネを購入するわけにいかない。でも現実的な女心として、メガネが欲しい気分になっちゃうことはよくある。だからこうした気分には勝てないときは、言い訳として「度が合わなくなった」ことにする。主婦は本音ではもっとメガネやコンタクトをいくつも欲しいと思っているのだ。

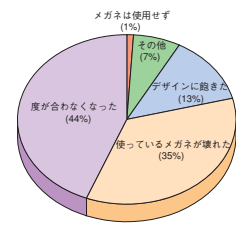
コンタクトに変える人、メガネに戻る人

主婦たちに、メガネからコンタクトに変えたいと思ったことがあるかを聞いたところ、「現在、主にコンタクト

Q:メガネはどのくらいの期間で買い替え(買い増し)していますか？



Q:あなたがメガネを買い替えるきっかけは何ですか？



を使用/41%」「一時期コンタクトを主に使用したが、現在はメガネが主/36%」「変えたいと思ったことはあるが、過去も現在もメガネを主に使用/12%」「変えたいと思ったことはない/11%」の結果となった。

コンタクトに変えたいと思う主婦がほぼ9割、実際コンタクトにチャレンジする主婦が8割に迫る。また、コンタクトを試した主婦の間にも、コンタクト派になる主婦とメガネ派に戻る主婦がいる。総じて主婦はメガネとコンタクトのメリット、デメリットをよく知っている。

〈主婦の自由記入から〉

コンタクトにした理由は？

- ◆コンタクトの方が視界が広い。
- ◆見た目が気になるし、髪型が崩れる。
- ◆湯気で曇ったりしないし、服も選ばないので便利。
- ◆メガネは長時間つけると頭痛がし、ずれる。
- ◆子供が小さいので、メガネだと取られてしまったり曲げられてしまう。日中はずっとコンタクト。
- ◆コンタクトレンズを30年以上使用。視界が曲面に見えるなど、メガネの不快感には戻れません。

メガネに戻った理由は？

- ◆目が充血すると手入れが面倒。
- ◆コンタクトレンズではしばしば落として紛失する。
- ◆コンタクトとの相性がよくない。目に負担がかかるため、メガネにするよう医師から指示された。
- ◆ドライアイになり、レンズが眼球に張り付くようになってきたので、コンタクトは止めた。
- ◆遠近両用のコンタクトは高いし、目に合わない。
- ◆花粉症の時期にはコンタクトからメガネに変える。

こんなサービスが欲しい！

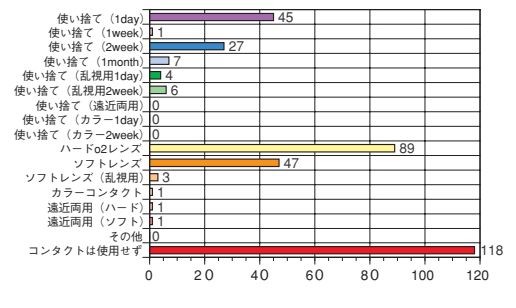
主婦にメガネやコンタクトレンズについての要望を尋ねた。新規業態につながるユニークなアイデアや店での接客力アップのヒントが聞けた。

〈主婦の自由記入から〉

Q:メガネやコンタクトレンズについて「こんなものが欲しい」「こんなサービスがあればいい」など、意見やリクエストを教えてください。

- ◆自分に似合うものを見つけるのは難しく、決められずに帰ることが多い。納得してメガネが購入できるような店の雰囲気がほしい。
- ◆メガネの下取りサービス。捨てるより再利用してもらえるとうれしいです。
- ◆同じメーカーの同じ製品でも、右目と左目で色を変

Q:あなたが現在使用しているコンタクトレンズの種類・タイプは何ですか？



えてもらいたい。そうすれば左右間違えて入れることも無くなる。

- ◆コンタクトを定期的に届けてくれるサービス。
- ◆メガネについても、コンタクトレンズのように定期的な金額を払うことで新しいものにリニューアルできるサービスがあればいいと思う。
- ◆メガネもおしゃれの時代なので、登録しておいてレンタルできるといい。いくつも買うのは不経済。たまにおしゃれをして外出する時などに、ちがったフレームのメガネをはめたくなる。レンズも、あらかじめ登録した度のものをレンタルできるいい。
- ◆最近インターネットでメガネも作れるし、コンタクトも購入できる便利な時代。しかし、コンタクトなどは、定期検診など、目の健康についてもっと考えなければいけないと思う。眼鏡店にとって売ることが大切と思うが、目の健康維持等にもっと力を注いでほしい。目の健康について、消費者の意識を高める事もしてほしい。
- ◆本当に自分に似合うメガネが探せるのなら、あと2本くらい持っていてもいいかな？メガネ店の店員さんには、時間がかかってもいいから、きちんとお客さんに似合う一本を探して欲しい。

《まとめ》

- ◎メガネ・コンタクトのメリット・デメリットを伝えるべき。上手な併用型が増えている。
- ◎欲しい気分にさせることでもっと売れる！
- ◎目のための専門知識とファッション的なアドバイスを兼ね備えた接客がニーズ。

香川 いくみ

(株)CBT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/>