

印刷とITの有効利用を考えるアイデア情報誌

No.55

MARCH 2006

アイデアウイルス

IDEA

IRIS

Idea Virus

Contents

商売繁盛の秘訣

導入が進むGISマーケティング(シリーズ全4回)

第1回 GISとは何? どうやって使うの? p.1

実力店の突撃取材

店の裁量で100アイテム以上揃えた

“地元の人気商品”が売上を牽引

フレンドマート宇治店(京都府宇治市) p.3

プロモーション

集客・販促ヒント100選!!

p.5

マーケティングテクノロジー

売上アップに貢献するオンライン販促ツール

『eプロシュア』 p.6

主婦マーケティング

売場と主婦の恋愛関係《シリーズ第二十五回》

消費現場の95%に主婦がいる!

お部屋のおいについての主婦の本音:

ま、いろいろ期待して買ってはみたけれど…… 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 第二十五回》

**消費現場の95%に主婦がいる！
お部屋のにおいについての主婦の本音：
ま、いろいろ期待して買っては見たけれど……**

主婦データ

- お部屋のにおいについて
- サンプル数:308名
- 実施期間:2005.6.27~2005.6.28

主婦はどの部屋のにおいを気にする？

全国の主婦にお部屋の“におい”についてアンケートを実施した。

まず家の各部屋ごとに、においが気になるかどうかを聞いたところ、「玄関:気になる(59%)・気にならない(41%)」「トイレ:気になる(88%)・気にならない(12%)」「キッチン:気になる(78%)・気にならない(22%)」「居間:気になる(47%)・気にならない(53%)」「寝室:気になる(59%)・気にならない(41%)」「その他:気になる(70%)・気にならない(30%)」の結果となった。

どの部屋も半数以上の主婦がにおいを気にしているが、とりわけトイレ、キッチンのおいを気にする主婦が多い。

〈その他の“においが気になる”場所〉

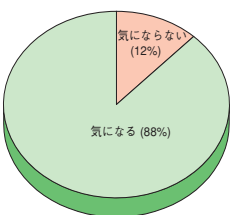
浴室・洗面所(脱衣所) / 書斎 / 納戸 / 子供の部屋 / 主人の車 / 洗濯機まわり / 夫の部屋(喫煙する為) / ハムスターの置いてある部屋 / 浄化槽付近 / ペットのトイレまわり / 和室 / 親のリビング / ごみ箱

人の家においが気になるというのは…

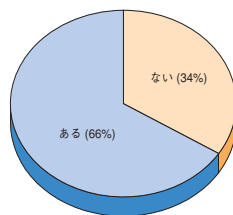
主婦たちに知人、友人の家を訪れたとき、においが気になったことがあるかどうかを聞いたところ、「ある(66%)・ない(34%)」の結果となった。

あと答えた主婦に、それはどんなにおいだったかを聞いたところ、筆頭に挙がったのが犬、猫などペットのにおいとタバコのにおい。次に子供や同居の親、ご主人の体臭。他の家に自分の家とは違う独特の

Q:トイレのにおいは気になりますか？



Q: 知人・友人の家を訪れた時、においが気になったことがありますか？



生活臭があると感じている。

国際社会と言われて久しく、一家で海外旅行も当たり前の時代。国や民族ごとにそれぞれの食文化や気候風土、体臭もあることが井戸端会議にも話題になる。いい悪いではなく、それぞれのライフスタイルに応じて、暮らしとにおいには切っても切れない因果関係があることを主婦たちは体感的に知っている。タバコを吸う吸わない、ペットを飼う飼わない、子供がいるいない、同居の親がいるいないなど、ライフスタイルの違いで現れるにおいを嗅ぎ分ける力は男たちより敏感だ。潔癖性の日本人は、人の家においが気になれば、我が家のおいについても心配しないではいられない。

〈主婦の自由記入から〉

Q: 知人、友人の家を訪れたとき、においが気になったことはありますか？ どのようなにおいでしたか？

- ◆犬を室内で飼っているの、そのペットのにおい。
- ◆玄関を入った時に感じるが、何が混ざってそのにおいになるのか不明。そのうち慣れてしまう。
- ◆嫌なにおいではなく、爽やかなお香のような香りだった。こういうのは良いなと思った。
- ◆芳香剤の匂いがきつくて、気分が悪くなった。
- ◆料理と部屋のにおいが混じったようなにおい。
- ◆玄関やトイレ。嫌なにおいではないが、同じ芳香剤を使用しても、各家庭で独特のにおいがする。
- ◆子供のにおい。赤ちゃんのいる家はミルクくさい。
- ◆生ゴミ、カビとか、汗臭いようなにおい。
- ◆喫煙者の家は独特な臭いがする。
- ◆普段からお香など焚いていて、部屋に匂いが染み付いていると、香りがきつくて不快に感じる。
- ◆ご主人がお使いのヘアニックなどのにおい。

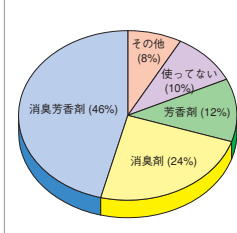
主婦が消臭剤を使う部屋、使わない部屋

主婦たちに、各部屋ごとのにおいについて実際にどんな対策をとっているのかを聞いてみた。

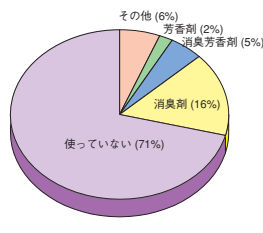
においの気になる部屋として筆頭にあげたのが

トイレとキッチン。ところが、消臭剤はトイレには使われるのに、キッチンには使われていない。理由は、食べ物には他のおいを混ぜたくないし、他のおいに包まれて料理なんかしたくないからだ。今どきのキッチンはリビングと一体空間になっているので、同じようににおいが気になる場所でも、消臭剤を使うか使わないかに、微妙な主婦の気分や使いこなしがあることを理解しなければならない。

Q: トイレのにおいについてどういう対処をしていますか？



Q: キッチンのにおいについてどういう対処をしていますか？



消臭、芳香剤の好き嫌い

企業(消臭・芳香関連)は、主婦が消臭や芳香の違いをどれだけ正しく認識していると思っているのだろう。こうした商品の使い勝手や持続時間、効果や香り強さの微妙な違いなどは分かりにくい。テレビの宣伝やパッケージからそれらの違いを主婦に理解しろと言うのは、企業や男の横暴だ。分かりにくいから、同じ商品でも、ある主婦は好きと言い、ある主婦は嫌いと言う。それほど商品が選びにくいということだ。主婦たちが自分にあった商品と出会うまで、何度も過大な期待をしてはお金を払い、がっかりしている事実を企業は知るべきだ。

今どきワインだってひと目みて甘口辛口くらいの判断ができるようになってきている。そろそろ業界で統一表示を考えたい頃だ。主婦それぞれのニッチなニーズで様々な商品をただバンバンつくれば売られて時代じゃない。選ぶ身になって考えてみるっていい。ま、それほどに関連の商品と主婦とのお見合いはうまくいってない。ぜひ企業には、主婦の生の声をじっくり感じてほしい。

〈主婦の自由記入から〉

Q: 今まで使ったことのある芳香・消臭剤の中で、良かった製品と、具体的な理由を教えてください。

- ◆ココロ: ペットの臭いが気にならなくなった。
- ◆消臭レンジャー: インテリアとしてもかわいい。

- ◆ファブリーズ: 香りも良いし除菌もしてくれるところ。スプレー式で使いやすい。
- ◆サワデー: 使いやすく、長持ちする。
- ◆お部屋の消臭元: 大きくなって使いやすくなった。
- ◆ブルーレット置くだけ: 洗浄しながら臭いも消す。
- ◆トイレの消臭元レモン: おいがきつすぎず、程よく緩和してくれる。最後まで使いきれ。
- ◆消臭力: かなり強力に消臭します。
- ◆トイレのアニマル消臭剤: 長持ちし、調整できる。
- ◆風水彩香: デザインもかわいいし、置く場所ごとに運のいい香りが用意されているところ。
- ◆虫よけ天然ハーブ: ハーブのにおい。虫が来ない。
- ◆無臭空間: 無臭でよかった。

Q: 今まで使ったことのある芳香・消臭剤の中で、悪かった製品と、具体的な理由を教えてください。

- ◆活性炭消臭シート: 下駄箱に入れたが、効果が感じられなかった。
- ◆消臭ポット: においが弱い。
- ◆サワデー: おいがきつすぎた。
- ◆微香空間: 掃除の時にひっくり返したら、中のツブツブがばら撒かれて集めるのがたいへん。
- ◆トイレに果物の香り: やっぱ違和感があった。
- ◆消臭げん: 何度もジャバジャバしないと臭わない。
- ◆トイレの消臭元: 香りの調節がうまくいかない。
- ◆置くタイプのトイレ消臭芳香剤: トイレとリビングが近いのでリビングにきつい香りが流れてくる。
- ◆ブルーレット: 色が付いてよけいに汚くなった。
- ◆ファブリーズ: 広告程、効果が体感出来なかった。
- ◆サワデー: 一気に芳香、後は乾燥して香りもない。
- ◆トイレその後に: おいが嫌い。 **111**

《まとめ》

- ◎約6割の主婦がにおいを気にしている。7割以上の主婦がにおい対策商品を利用。
- ◎一般的な消臭、芳香剤ではない新しい商品の登場に対する市場の期待は大きい。
- ◎商品の選びにくさが、主婦の思いこみや勘違いによる不評を招く。主婦の視点から各商品の機能、メリット・デメリットを判断できる工夫が必要。

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/>