

『みんなの花粉症対策』市場調査 効果実感トップ3は「ヨーグルト」「プロポリス」「乳酸菌」

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃、以下:インテージ)は、花粉症の対策市場および花粉症罹患状況と対策について分析しましたので、その結果を紹介します。

年も明けて、「新春」と聞くと気分が憂鬱に、という方も多いのではないのでしょうか。いまや国民病ともいわれる花粉症。市販薬や対策グッズも年々、より効果的なものが発売されバラエティを増しています。

このレポートでは花粉症対策の実態や、関連市場規模について、市場規模の4割以上を占める京浜エリアにフォーカスして迫ります。

[分析結果のポイント]

- ◇ 首都圏の花粉症率は47%
- ◇ 花粉症対策の実行率トップ3は、「マスク」「薬」「手洗い・うがい」
- ◇ 花粉症対策食材/サプリメントの取り入れ率トップ3は、「ヨーグルト」「甜茶」「乳酸菌」
- ◇ 効果を感じられた食材/サプリメントのトップ3は、「ヨーグルト」「プロポリス」「乳酸菌」
- ◇ 注目の花粉症対策キーワードは、「舌下免疫療法」「減感作療法」



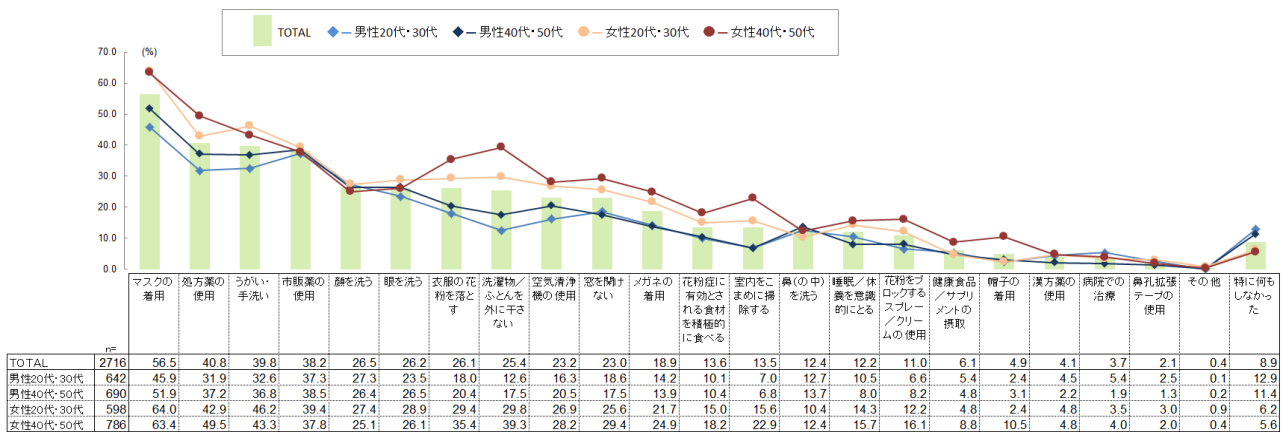
[分析結果の詳細]

首都圏の花粉症率は 47%、対策実行率トップ 3 は「マスク」「薬」「手洗い・うがい」

インテージが昨年末に実施した調査では、「自分は花粉症」と答えた人は 47%。そのうち、スギ花粉の時期である 2～5 月に発症する人は 95%でした。

次のチャートは、「自分は花粉症」と答えた人に、直近の発症時の対策として実行したことをたずねた結果。縦棒が全体、折れ線が性年代のスコアを表します。

【チャート 1】直近の花粉症発症時に実行した対策(性・年代別)



Q. 直近、花粉症が発症したときの対処として、あなたが実行したことをお答えください。(回答はいつでも)
回答者ベース:「あなたは花粉症ですか?」の問いに「はい」と答えた人

実行率ダントツのトップは「マスクの着用」で、全体の過半数が実行。続いて「処方薬」「うがい・手洗い」「市販薬」がそれぞれ、全体の 4 割程度。

以下、「顔や眼を洗う」「衣服の花粉を落とす」「外干ししない」「窓を開けない」など花粉を「落とす」「入れない」対策が続き、「花粉症に有効な食材」「花粉ブロックスプレー/クリーム」「健康食品/サプリメント」といった食品やグッズの利用率はそれぞれ 14%、11%、6%という結果でした。

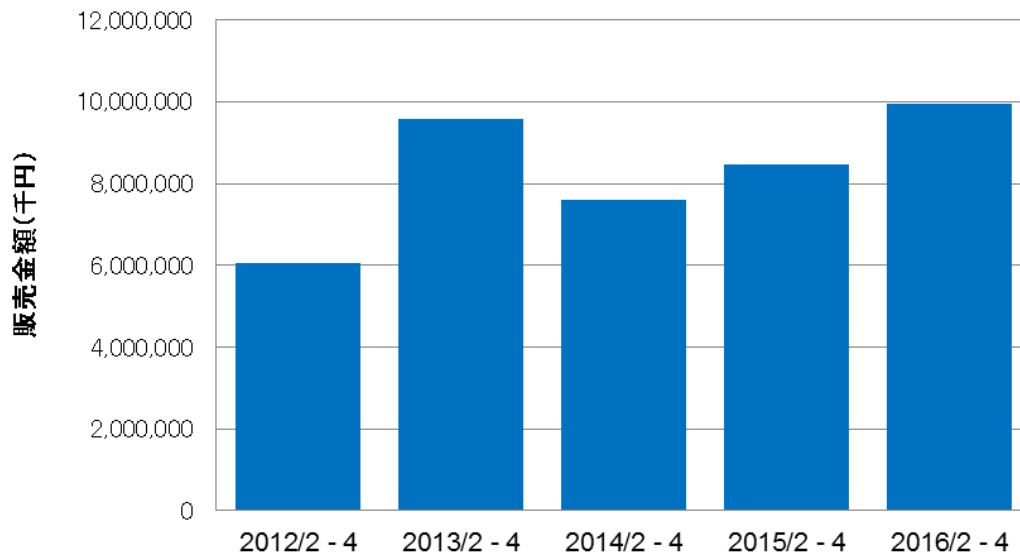
男女差に目を向けると、対策の多くが、男性より女性の実行率が高く、「何もしなかった」という人は女性では 6%ですが、男性では 10%超。40-50 代女性は「衣服の花粉を落とす」「外干ししない」「室内の掃除」といった室内に花粉を入れない対策をマメしている様子が見えます。「処方薬」「帽子着用」の実行率が高いのもこの層に特徴的です。

上記のチャートで全体の 4 割弱が頼りにしている市販薬。

2012 年秋に、処方薬だったアレグラ等が薬局で買えるようになるなど、市場環境の変化もある中、マーケットサイズはどうなっているのか、SRI データで見てみましょう。

次のチャートは市販鼻炎薬／アレルギー薬の市場規模推移を表したものです。

【チャート2】 京浜エリアの市販鼻炎薬・アレルギー薬販売規模(Data:SRI、エリア:京浜、集計期間:2012～2016 各年の2月～4月)

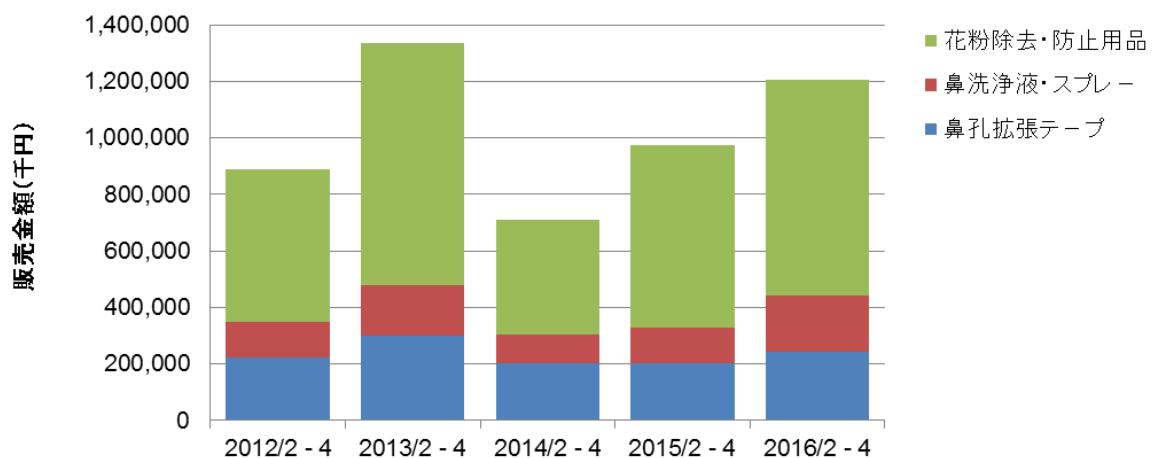


2016年と2013年の市場規模が大きいのが目につきます。実は2013年は花粉量が過去5年間で突出して多かった年。市販鼻炎薬・アレルギー薬がよく売れたのも納得です。

しかし2016年の花粉量は2013年の半分ほど。それに関わらず、市販鼻炎薬・アレルギー薬の市場規模は2013年を上回り、100億円に迫る勢いとなっています。

次に、花粉防止用品や鼻洗浄液、鼻腔拡張テープといった対策グッズを見てみると、2016年の市場規模は12億円超。2013年には及びませんが、肌や髪用の花粉防止スプレーなどの新商品がヒットするなど、バラエティの広がりとともに市場の活性化が見られました

【チャート3】 京浜エリアの花粉対策グッズ販売規模(Data:SRI、エリア:京浜、集計期間:2012～2016 各年の2月～4月)

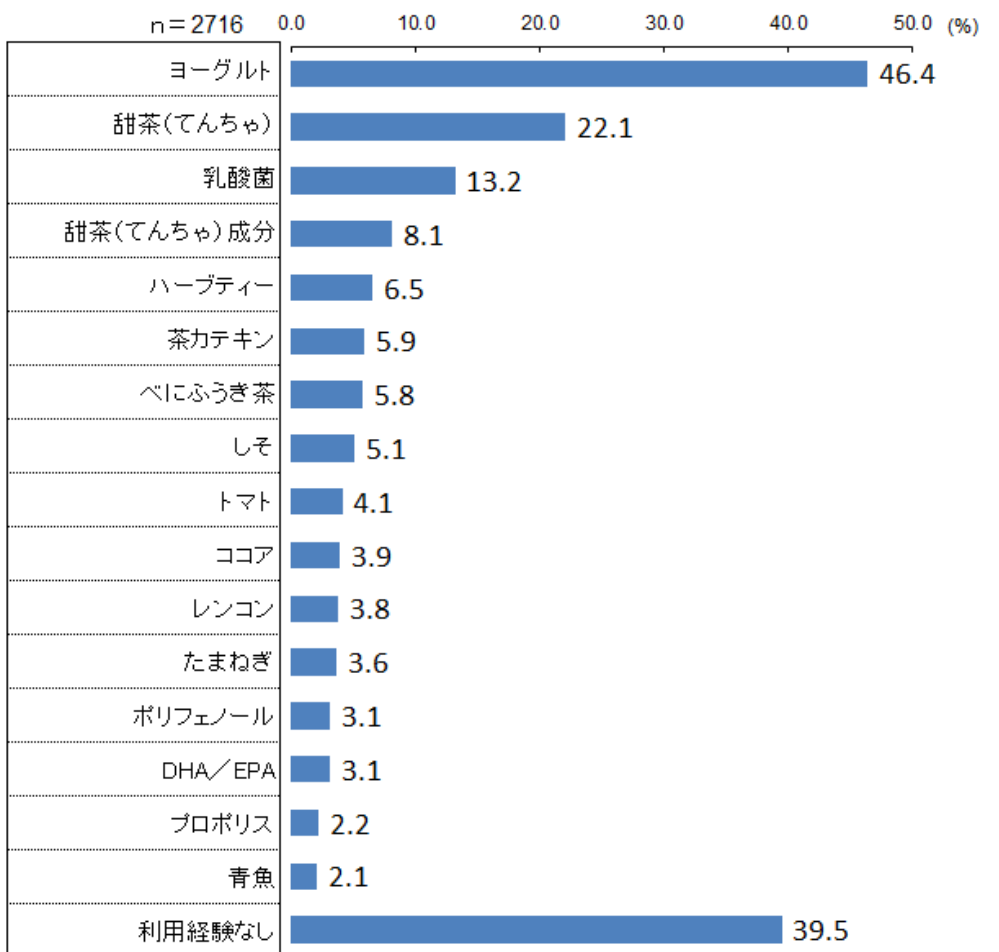


続いて、花粉症対策食材やサプリメントの利用状況をみていきましょう。

取り入れ率のトップ3は「ヨーグルト」「甜茶」「乳酸菌」

「自分は花粉症」と答えた人に、花粉症対策としての食材、サプリメント摂取について聞いたところ、6割が取り入れた経験あり。約半数弱と最も試した人が多かったのは「ヨーグルト」、続いて「甜茶」と、サプリメントより気軽に生鮮食材より手軽に取り入れられるアイテムが選ばれている様子。

【チャート4】花粉症対策に取り入れたことのある食材/サプリメント



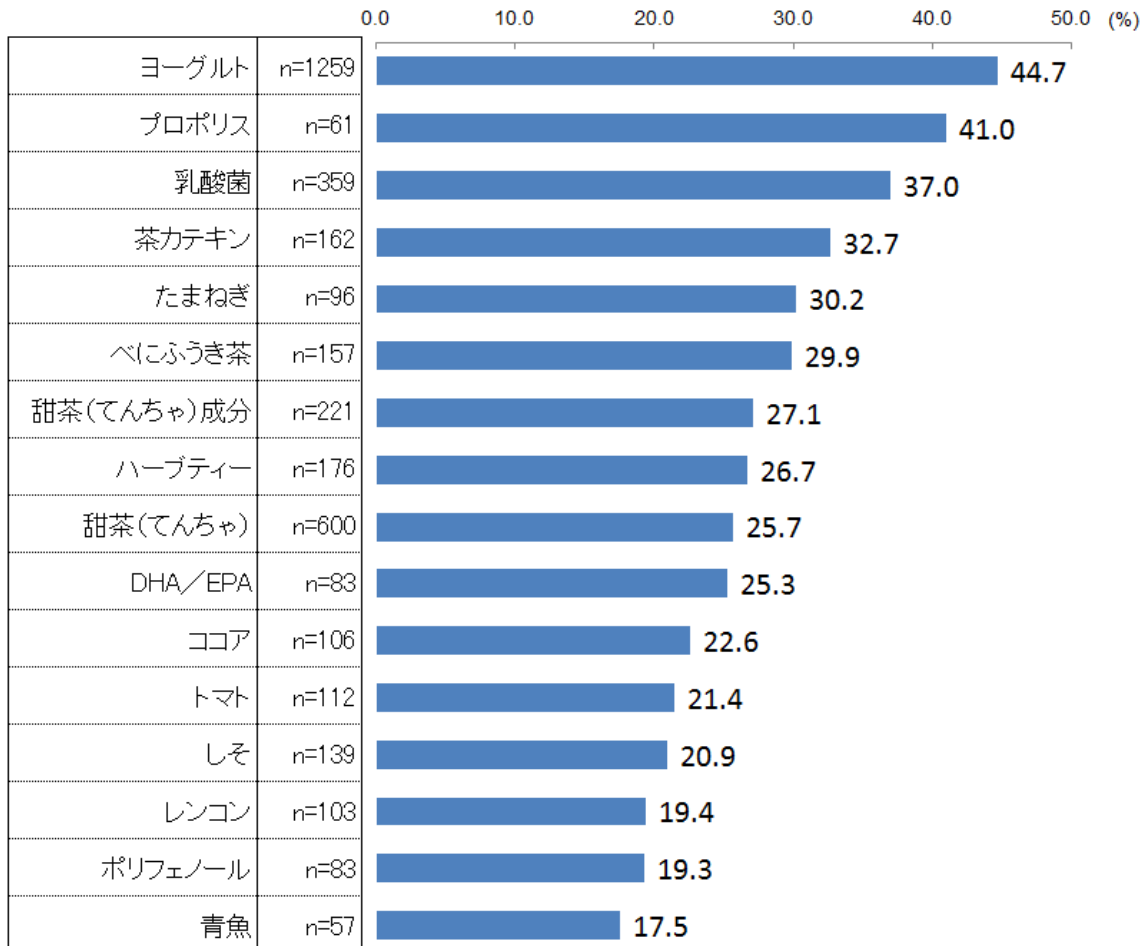
Q.今までにあなたが花粉症対策として取り入れたことのある食材、サプリメント成分をお答えください。(回答はいくつでも)
回答者ベース:「あなたは花粉症ですか?」の問いに「はい」と答えた人

試してみて実際、どの程度効果を感じられているのか?気になるところです。

効果実感のトップ3は「ヨーグルト」「プロポリス」「乳酸菌」

次のチャートは食材／サプリメントを取り入れたことがある人のうち「効果を感じられた」という人の割合です。

【チャート5】花粉症対策に取り入れたことのある食材／サプリメントで効果を感じられたもの



Q.今までに花粉症対策として取り入れたことがある食材、サプリメント成分のうち、効果を感じられた、と思われるものをお答えください。
(回答はいくつでも)

回答者ベース:「あなたは花粉症ですか?」の問いに「はい」と回答

取り入れ率でトップだった「ヨーグルト」は効果実感でもトップ。取り入れた人の45%の人が「効果を感じられた」と回答しました。味や価格のハードルが高いためか、取り入れ率としては低い「プロポリス」ですが、試した人の4割に効果実感があるようです。

これに「乳酸菌」「茶カテキン」のサプリメントが続き、生鮮食材の「たまねぎ」も3割の効果実感。取り入れ率が2番目に高かった甜茶は、効果実感としては26%にとどまっています。

最後に、「最近注目している花粉症対策」を自由回答形式でたずねた結果をご紹介します。

注目の花粉症対策キーワードは、「舌下免疫療法」「減感作療法」

次の数表は「最近注目している花粉症対策」として挙げられた回答を整理したものです。50人以上が回答した言葉と、それに関連するものをグループ化しています。

【数表 1】最近注目している花粉症対策(自由回答を集計)

	n	%		n	%
TOTAL	2716	100	TOTAL	2716	100
薬計	488	18.0	治療/受診計	289	10.6
薬/薬を飲む	95	3.5	舌下/舌下療法/舌下薬/舌下免疫療法/シタトレン	105	3.9
アレグラ	86	3.2	レーザー/手術/粘膜を焼く	73	2.7
目薬	79	2.9	注射	42	1.5
処方薬	50	1.8	感作療法/減感作療法/感作	31	1.1
点鼻薬	30	1.1	エキス/花粉の接種/注射	12	0.4
アレジオン	21	0.8	免疫療法/免疫治療/免疫	12	0.4
市販薬	19	0.7	病院に行く	14	0.5
アレロック	14	0.5	お茶計	145	5.3
鼻炎薬	13	0.5	甜茶	80	2.9
その他の特定銘柄名	47	1.7	べこふうき	19	0.7
その他	38	1.4	お茶	14	0.5
ヨーグルト/乳酸菌計	396	14.6	その他	32	1.2
ヨーグルト/～を食べる/～を毎日食べる	302	11.1	鼻用グッズ/薬計	71	2.6
乳酸菌/～を食べる/乳酸菌飲料	42	1.5	鼻に塗るクリーム/ワセリン/塗り薬/塗るマスク	51	1.9
R-1/R-1ヨーグルト	21	0.8	鼻栓/鼻マスク/鼻フィルター	18	0.7
アレルケア/カルピス/カルピスのサプリ	10	0.4	鼻孔を広げる/ブリーズライト	2	0.1
その他	21	0.8	空気清浄機計	54	2.0
マスク計	284	10.5	空気清浄機	50	1.8
マスク	243	8.9	最新/高性能の空気清浄機/プラズマクラスター	4	0.1
高機能/高性能/立体マスク	35	1.3			
その他	8	1.6			

Q.花粉症に対してあなたが最近注目している対策を具体的に教えてください。治療、薬、食品、サプリメント、グッズなど、どんな分野のことで結構です。(回答は具体的に)
 回答者ベース:「あなたは花粉症ですか?」の問いに「はい」と回答 かつ 各食材/サプリメント取り入れ経験あり

やはり、「薬」「ヨーグルト/乳酸菌」「マスク」関連の回答が多数挙げられました。「治療/受診」カテゴリで最も回答が多かったのは「舌下免疫療法」関連で100人超が回答。より広義なワードである「減感作療法」関連も31人、「花粉/杉のエキスの接種」といったワードも12人の回答がありました。

アレルギーの免疫療法は減感作療法とも呼ばれ、症状を薬で抑えるのではなく、アレルギーの原因を少しずつ摂取して体質を変えていく新しい治療法。注射だけでなく、2014年秋には舌下に含んで摂取する療法が保険適用となり、自宅で継続できる手軽さから注目が高まっています。免疫療法は3~5年という長いスパンの治療。舌下療法が保険適用になって今年で3年目。そろそろ効果のほどがわかってくる頃かもしれません。

首都圏ではおよそ、ふたりにひとりが患う花粉症。自分にあった対処法に出会って少しでもラクに、春を満喫できるといいですね。

本レポートに使用した当社調査データについて

[SRI\(全国小売店パネル調査\)](#)

スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ホームセンター・ディスカウントストア、ドラッグストア、専門店など全国約 4,000 店舗より収集している小売店販売データです。いつ・どこで・何がいくらで販売されたのかが分かります。店頭での販売実態を捉え、ブランドマーケティングや店頭マーケティングにご活用いただけます。

[インテージのネットリサーチ](#)による自主企画調査データ

調査地域：京浜エリア(一都六県：東京、神奈川、千葉、埼玉、茨城、栃木、群馬)

対象者条件：20-59 歳の男女

標本抽出方法：弊社「マイティモニター」より抽出、県別人口構成比にあわせて調査票配信

ウェイトバック：性×年代構成比にあわせてウェイトバック集計

標本サイズ：5816s

調査実施時期：2016 年 12 月 26 日～2016 年 12 月 28 日

* * インテージのネットリサーチは[マルチデバイス対応済み](#)。PC でもスマホでも操作性がよく、回答傾向への影響を抑えています。* *

【株式会社インテージ】<http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社：東京都千代田区、代表取締役社長：石塚 純晃)は、「Create Consumer-centric Values ～ お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」を事業ビジョンとして掲げ、様々な業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、ともに生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点にたったマーケティングの実現を支援して参ります。

【報道機関からのお問い合わせ】

■株式会社インテージ 広報担当

担当：千野(ちの)／石渡(いしわた)

TEL:03-5294-6000 /「お問い合わせフォーム」<http://www.intage.co.jp/contact/>

【調査データに関するお問い合わせ】

■株式会社インテージ ビジネスプラットフォーム本部

担当：川口(かわぐち)／西澤(にしざわ)

TEL:03-5295-1562

好評連載中！
インテージまんがコンテンツ
「マーケティングリサーチのツボ！」
<https://www.intage.co.jp/library/comic/>



今さら聞けない？マーケティングリサーチのギモンや落とし穴、トレンドをマンガでゆる〜く学べちゃう♪

- ✓インテージ2年目社員てーじ君がクライアントの半田さんと二人三脚でマーケ課題をリサーチで解決！
- ✓熱く個性的なスゴ腕リサーチャーたちがツボを伝授して課題解決サポート！

読んで”こっそり”マーケ課題解決力アップ☆

