

**ネットリサーチのDIMSDRIVE 第159回公開調査  
『シャンプー』に関するアンケート**

2007年11月7日

インターワイヤード株式会社

## 目次

- シャンプーは98.6%の人が使っている
- 最も好きなシャンプー、女性「ラックス」、男性「メリット」
- 惹かれる言葉は「さらさら」「しっとり」。年代が上がるほど「コシ・ハリ」重視
- 8割が「ドラッグストア」で、半数近くが「500円以下」でシャンプーを購入
- 「仕上がり感」、「価格」、「詰め替え用」を重視。その場で買う銘柄を決める人は27.0%
- 違うシャンプーを購入する時のキッカケは...「価格が安かった」、「新商品だった」
- 好きな香りは？ 男性の髪は「ミント・メントール」、女性の髪は「フローラル」が人気
- 印象に残っているシャンプーのCMは、断トツ1位で「ツバキ」「ちゃん・りん・しゃん」は10位に

## 調査概要

調査方法	インターネットを利用した市場調査				
調査期間	2007年9月19日(水)～9月27日(木)				
調査対象者	DIMSDRIVEモニター 5,039人				
性別	N	%	年代	N	%
男性	2081	41.3	10代	45	0.9
女性	2958	58.7	20代	796	15.8
			30代	1822	36.1
			40代	1456	28.9
			50代	655	13.0
			60代以上	265	5.3
			平均年齢	男性	42.7歳
				女性	37.8歳

## 調査項目

- ・洗髪時に使用しているもの
- ・シャンプーを購入する人は？(家族のうち)
- ・最も好きなシャンプーの銘柄とその理由
- ・好きな「髪の仕上がり感を表す言葉」
- ・シャンプーを購入する場所
- ・購入価格
- ・購入時の重視点
- ・シャンプーの購入の仕方
- ・銘柄スイッチ時のきっかけ
- ・シャンプーに対する不満点
- ・好きな髪の香り(男女)
- ・最も印象に残ったシャンプーのCM

## シャンプーは98.6%の人が使っている

### ■洗髪時に使用しているもの

全員(N=5039)のうち、普段の洗髪時に「シャンプー」を使用している割合は98.6%とほぼ100%に近かった。

“リンス・コンディショナー”は59.7%、“トリートメント・ヘアパック(洗い流すタイプ)”は30.3%が使用している事がわかった。

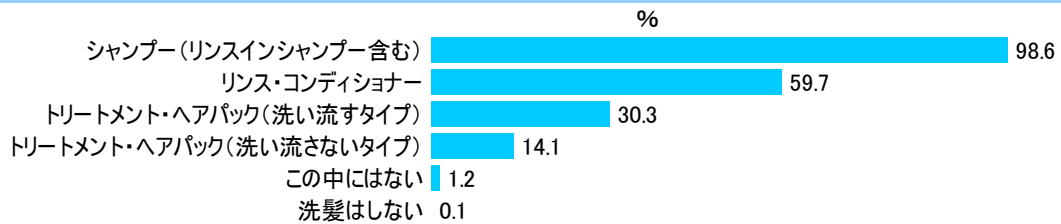
### ■シャンプーを自分で購入？

シャンプーを使用している人(N=4967)に「シャンプーを自分で購入しているか」と尋ねたところ“いつも自分で購入している”73.4%、

“たまに自分で購入している”11.2%と、『自分で購入している』人は84.6%であった。

全員 N=5039

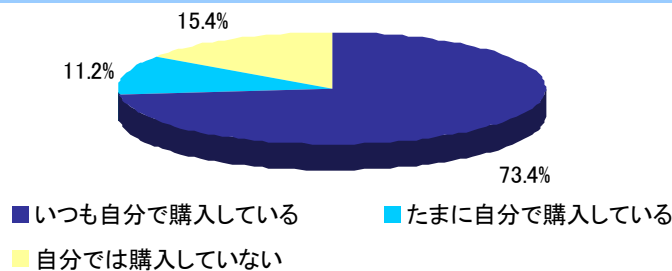
あなたが普段、洗髪時に使用しているものをお選びください。(複数回答)



シャンプーを使用している人に伺います。

N=4967

シャンプーはご自分で購入していますか。(単一回答)



**最も好きなシャンプー、女性「ラックス」、男性「メリット」**

**■最も好きなシャンプーの銘柄**

シャンプー使用者(N=4967)に「最も好きな銘柄」を自由回答で尋ねた結果、1位は“ラックス”の460票だった。2位は“メリット”419票、3位は“ツバキ・白ツバキ”350票、4位は“パンテーン”287票、5位は“アジエンス”216票であった。

**<男女別>**

男女別では違いが出ており、女性の1位は“ラックス”369票であったが、男性の1位は“メリット”279票であった。女性で10位以内に入ったが男性で10位以下だったのは、“アジエンス”、“エッセンシャル”、“ヴィダルサスーン”、“ハーバルエッセンス”、“モッズ・ヘア”であった。

反対に男性で10位以内に入ったが女性で圏外だったのは“サクセス”、“サンスタートニックシャンプー”、“シーブリーズ”、“ソフトインワン”、“スーパーマイルド”であった。男性では清涼効果のある銘柄が上位に入っている。

**■そのシャンプーを好きな理由**

「そのシャンプーが好きな理由」については、どのシャンプーも“しっとりする”、“サラサラになる”、“香りが良い”、“使い慣れている”などが多かった。メリットについては“フケ・カユミを防ぐ”という回答も多かった。トニック系のシャンプーでは“さっぱりする”、“爽快”等の回答が多かった。

シャンプーを使用している人に伺います。

N=4967

あなたが最も好きなシャンプーの銘柄を教えてください。(自由回答)

**全体**

順位	最も好きなシャンプーの銘柄	票
1	ラックス(ユニリーバ)	460
2	メリット(花王)	419
3	ツバキ・白ツバキ(資生堂)	350
4	パンテーン(P&G)	287
5	アジエンス(花王)	216
6	ダヴ(ユニリーバ)	198
7	エッセンシャル(花王)	140
8	ヴィダルサスーン(P&G)	127
9	モッズ・ヘア(ユニリーバ)	112
10	スーパーマイルド(資生堂)	92
	ハーバルエッセンス(P&G)	
12	サクセス(花王)	89
13	トニック系シャンプー(銘柄指定なし)	85
14	サンスタートニックシャンプー	80
	シーブリーズ(資生堂)	
16	ソフトインワン(ライオン)	79
17	マシェリ(資生堂)	65
18	SALA(カネボウ)	64
19	いち髪(クラシエ)	55
20	植物物語(ライオン)	50

**男性**

順位	最も好きなシャンプーの銘柄	票
1	メリット	279
2	ラックス	91
3	サクセス	87
4	トニック系シャンプー(銘柄指定なし)	81
5	サンスタートニックシャンプー	80
6	ツバキ	75
7	シーブリーズ	71
8	ダヴ	61
9	ソフトインワン	53
10	スーパーマイルド	44

**女性**

順位	最も好きなシャンプーの銘柄	票
1	ラックス	369
2	ツバキ・白ツバキ	275
3	パンテーン	248
4	アジエンス	191
5	メリット	140
6	ダヴ	137
7	エッセンシャル	104
8	ヴィダルサスーン	100
9	ハーバルエッセンス	80
10	モッズ・ヘア	78

その理由を1つ、挙げるとしたら何ですか。(自由回答)

<仕上がり感>

- ・しっとりする
- ・サラサラになる
- ・さっぱりする
- ・仕上がり感
- ・自分の髪質に合っている

<機能面>

- ・汚れがよく落ちる
- ・地肌、髪に優しい
- ・フケ・カユミを防ぐ

<その他>

- ・使い慣れている
- ・家族みんなで使える
- ・有名だから
- ・売れているから
- ・価格が安い

<使用感>

- ・泡立ちが良い
- ・香りが良い

・・・などなど

惹かれる言葉は「さらさら」「しっとり」。年代が上がるほど「コシ・ハリ」重視

■髪の仕上がり感を表すフレーズ

「髪の仕上がり感を表す言葉で惹かれるもの」を尋ねたところ、「さらさら」が断トツに多く57.2%であった。次いで「しっとり」33.5%、「潤い」33.4%、「つやつや・つややか」29.3%、「なめらか」28.9%と続いた。

<女性:年代別の回答>

女性の回答を見ると、年代によって違いがある。大きく分けて、

『年代が上がるほど割合が高くなる項目』、『年代が若い程ほど割合が高くなる項目』、『それ以外』のパターンに分けられる。

『年代が上がるほど割合が高くなる(傾向にある)項目』は・・・

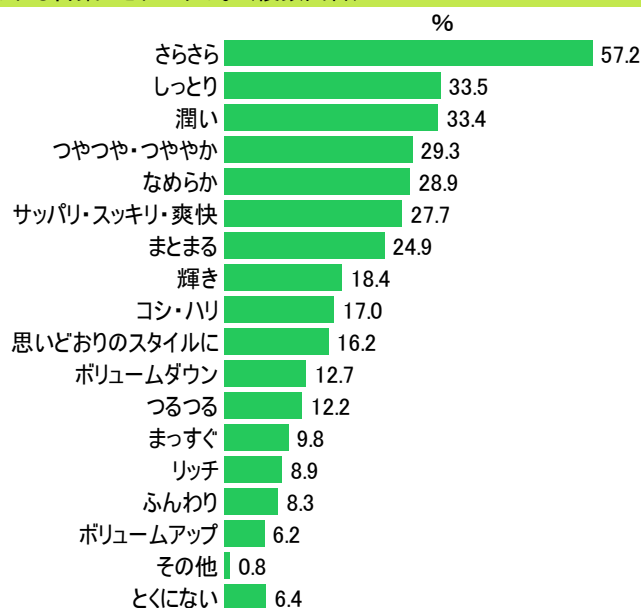
“つやつや・つややか”、“サッパリ・スツキリ・爽快”、“コシ・ハリ”、“ボリュームアップ”であった。

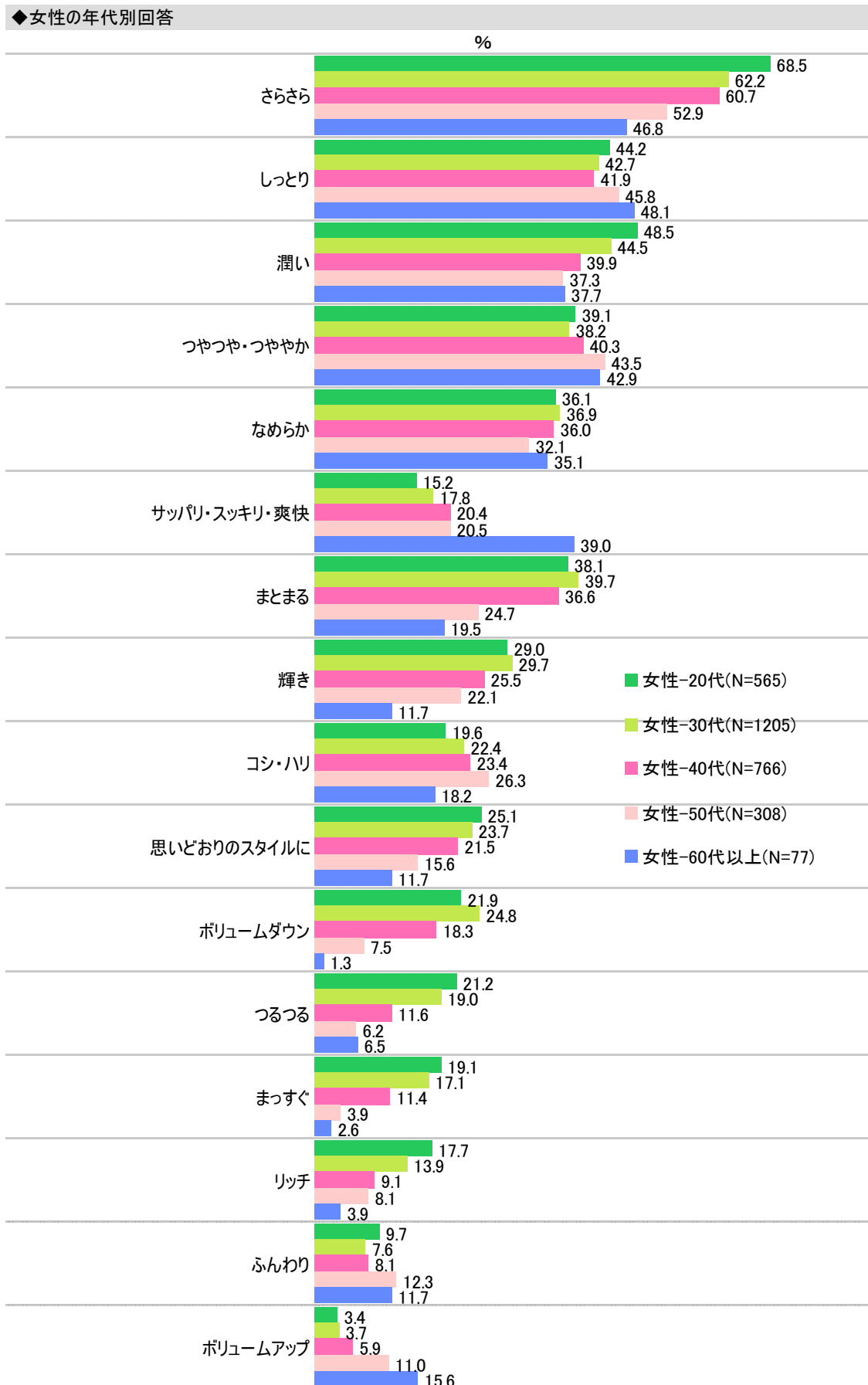
『年代が若いほど割合が高くなる(傾向にある)項目』は・・・

“さらさら”、“潤い”、“まとまる”、“輝き”、“思い通りのスタイルに”、“ボリュームダウン”、“つるつる”、“まっすぐ”、“リッチ”であった。

“しっとり”、“なめらか”、“ふんわり”については、どちらにも当てはまらなかった。

髪の仕上がり感を現す言葉で、惹かれる言葉はどれですか。(複数回答)





8割が「ドラッグストア」で、半数近くが「500円以下」でシャンプーを購入

■シャンプーの購入場所

自分でシャンプーを購入している人(N=4202)に「購入場所」を尋ねたところ、「ドラッグストア」が圧倒的で79.3%。2番目に多かった「スーパーマーケット」は37.9%で、40ポイント以上多くなっている。  
「コンビニエンスストア」で購入する人は1.7%であった。

■購入価格

「普段購入しているシャンプーの価格」については、「501～700円」と回答した人が最も多く19.4%、次いで「701～1000円」18.3%、「301～400円」と「401～500円」が同率で17.3%と続いた。  
『1001円以上』のシャンプーを買っている人は13.0%と1割であった。  
また『500円以下』と回答した人は47.0%と半数近かった。

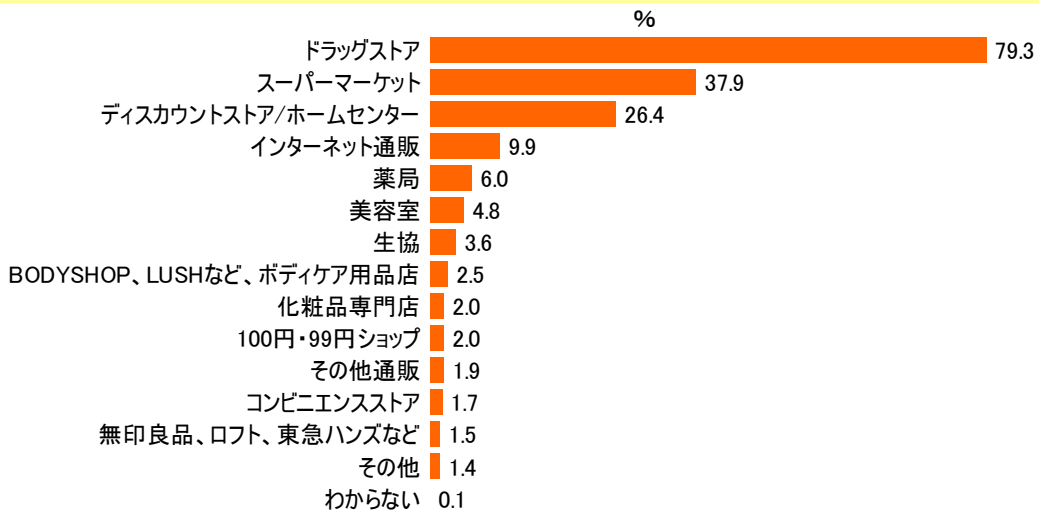
<女性の年代別>

女性の年代別の回答を見ると、年代があがるにつれて価格が上がる傾向にあった。  
『1001円以上』と回答した割合は最も少ない20代では12.6%だったが、最も多い60代以上では29.9%と約3割であった。  
一方『500円以下』と回答した人は30代が最も多く、51.2%と半数以上であった。

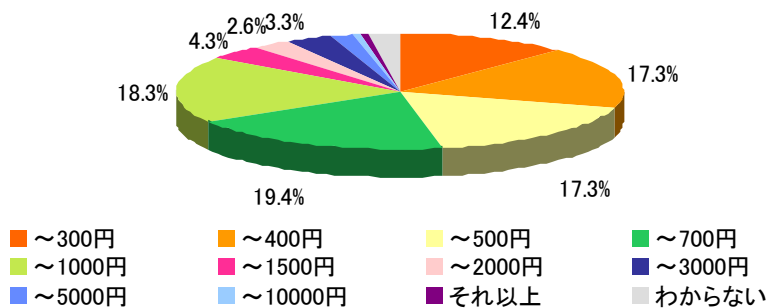
自分でシャンプーを購入している人に伺います。

N=4202

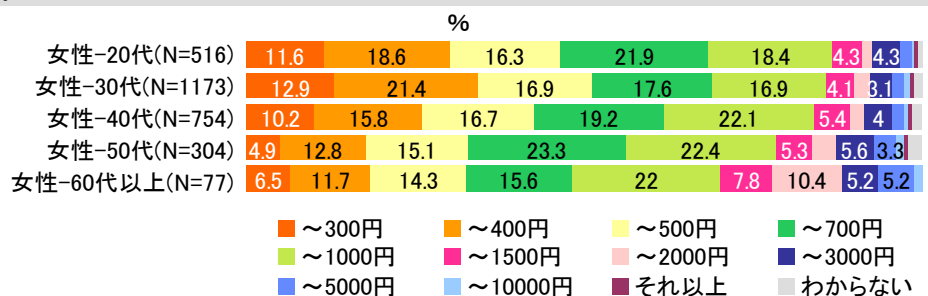
シャンプーはどこで購入していますか。(複数回答)



普段購入しているシャンプーは1本(1袋)いくらぐらいですか。(単一回答)



◆女性の年代別



「仕上がり感」、「価格」、「詰め替え用」を重視。その場で買う銘柄を決める人は27.0%

■購入時の重視点

「購入時の重視点」を尋ねたところ、“仕上がり感”が58.9%と最も多く、僅差で“価格”58.0%が続いた。この2つが断トツで、以下、“詰め替え用がある”32.8%、“洗っている時の香り”30.7%、“汚れの落ちやすさ”25.8%と続いた。“髪を乾かした後の香り”は25.5%で、“洗っている時の香り”30.7%よりも少なかった。

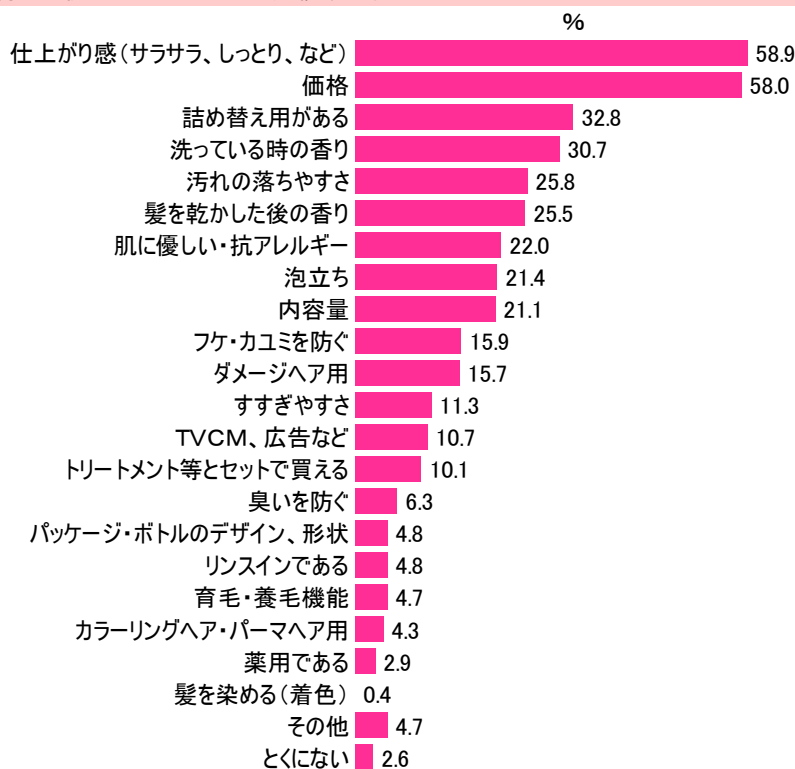
■シャンプーの購入の仕方

「シャンプーの購入の仕方」について当てはまるものを選んでもらったところ、“決まった銘柄を頻繁に買う”人は57.3%であった。“いろいろな銘柄を試したい”人、“その場で買う銘柄を決める”人は27.0%であった。

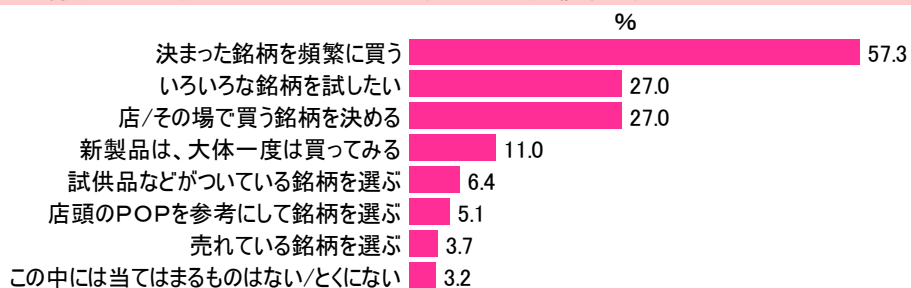
自分でシャンプーを購入している人に伺います。

N=4202

シャンプーを購入する際に重視する点はなんですか。(複数回答)



シャンプーを購入する際、あなたの考え方にあてはまるものをお答えください。(複数回答)



違うシャンプーを購入する時のキッカケは...「価格が安かった」、「新商品だった」

■違う銘柄のシャンプーを買ってみるときのキッカケ

「今までと違うシャンプーを購入した際のきっかけ」を尋ねたところ、“変更後の銘柄の価格が安かった”24.7%、“変更後の銘柄が新商品だった”15.7%、“使っていた銘柄に飽きた”と“変更後の銘柄のTVCMや広告を見た”が15.0%という結果になった。

“使っていた銘柄に不満を感じた”人は11.4%であった。

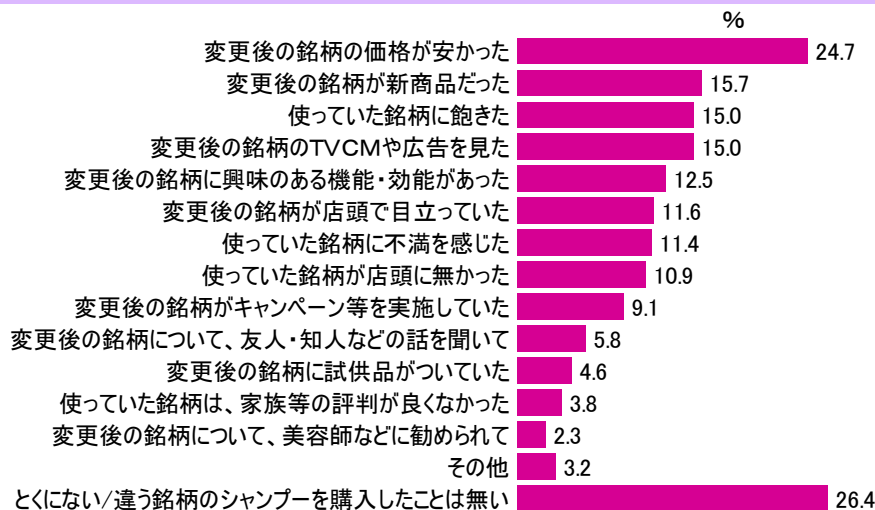
■シャンプーの不満点

“不満を感じた”と感じた人(N=565)の「不満点」については、“髪の手触りや仕上がり感が良くない”50.4%、“頭皮に合わない”37.2%、“髪が潤わない”34.5%、“フケ・カユミが出る”29.4%と続いた。

シャンプーを使用している人に伺います。

N=4967

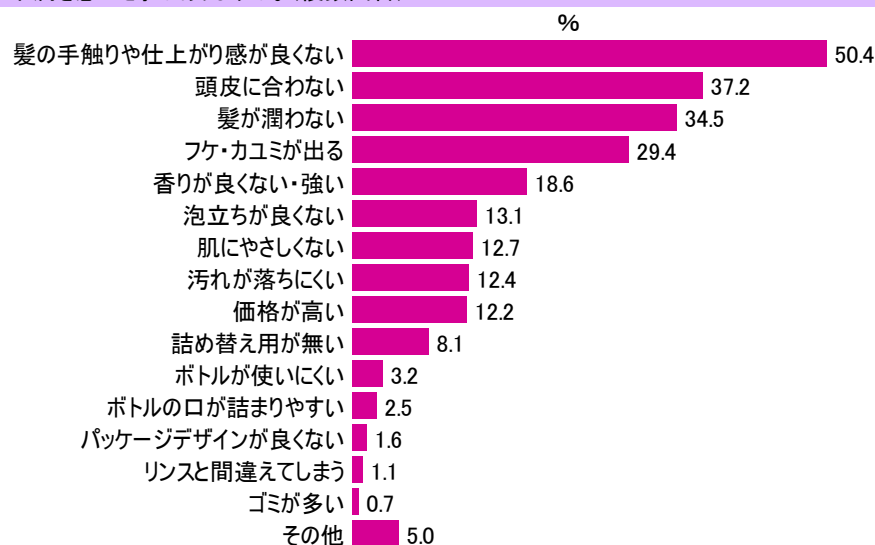
これまでに、新しく違う銘柄のシャンプーを購入したことがあれば、そのときのきっかけを教えてください。(複数回答)



「不満を感じた」と回答した人に伺います。

N=565

シャンプーのどんな点に不満を感じた事がありますか。(複数回答)



**好きな香りは？ 男性の髪は「ミント・メントール」、女性の髪は「フローラル」が人気****■好感が持てるシャンプーの香り**

全員(N=5039)に「好感が持てるシャンプー・髪の香り」を、男女別に尋ねたところ、男女の回答に違いが出た。

**<男性の香り>**

「男性の髪の香り」についての回答は次のような結果となった。

男性の回答...1位“ミント・メントール・トニック”22.8%、2位“無香”18.0%、3位“石けん・シャボン”10.2%

女性の回答...1位“ミント・メントール・トニック”22.3%、2位“石けん・シャボン”17.8%、3位“無香”16.5%

1位は男女とも同じであったが、2位と3位の順番が反対であった。

男性よりも女性の方が多かった(男性よりも女性の方に好まれている)香りは、“石けん・シャボン”、“ハーブ・グリーン”、“ムスク”、“香水と同じ香り”であった。

**<女性の香り>**

「女性の髪の香り」についての回答は次のような結果となった。

男性の回答...1位“フローラル”22.5%、2位“石けん・シャボン”12.6%、3位“フルーツ(柑橘系・シトラス)”8.6%

女性の回答...1位“フローラル”31.1%、2位“石けん・シャボン”13.9%、3位“フルーツ(柑橘系・シトラス)”13.8%

1位～3位まで、順位が同じであった。

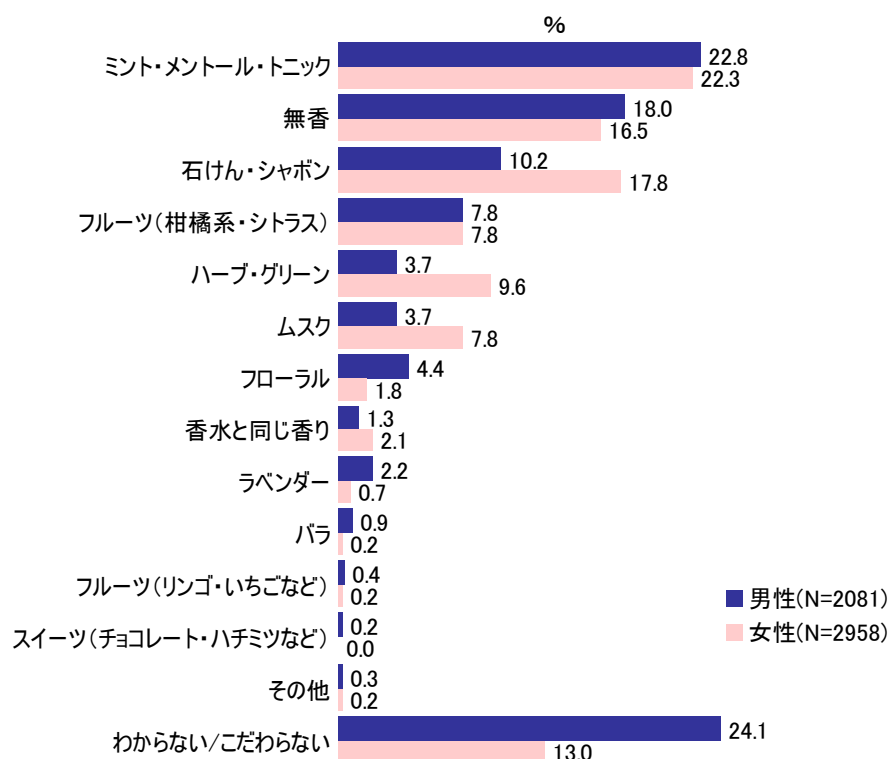
女性よりも男性の方が多かった(女性よりも男性の方に好まれている)香りは

“ラベンダー”と“香水と同じ香り”、“スイーツ(チョコレート・ハチミツなど)”、“ミント・メントール・トニック”であった。

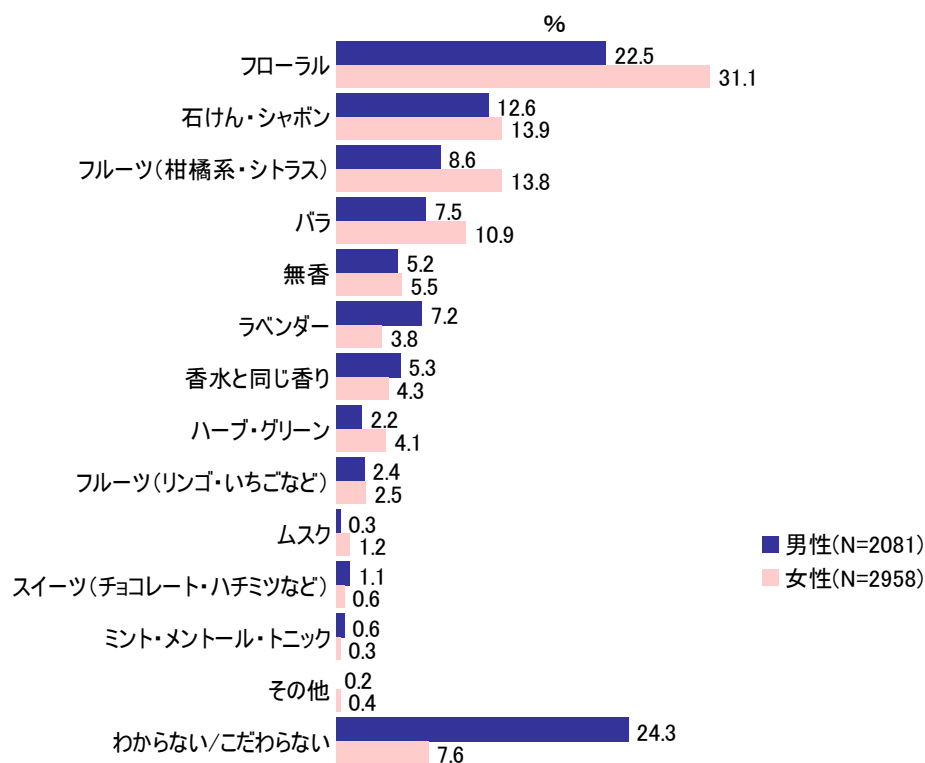
男性は、男・女、どちらの香りについても“わからない/こだわらない”という人が24%居た。

全員に伺います。 N=5039  
シャンプー・髪の香りで、最も好感が持てる香りはどれですか。男女それぞれについてお答えください。

<男性の髪の香り>



<女性の髪の香り>



印象に残っているシャンプーのCMは、断トツ1位で「ツバキ」「ちゃん・りん・しゃん」は10位に

■最も印象に残っているシャンプーのCM

「最も印象に残っているシャンプーのテレビCM」を自由回答で尋ねたところ、「ツバキ」が1775票で断トツ1位となり、2位の「アジエンス」294票の6倍の回答を集めた。

3位「メリット」202票、4位「ハーバルエッセンス」127票、5位「ラックス」117票と続いた。

6位は「白ツバキ」95票で、10位以内に『ツバキ』が2つ入った。

10位には「ちゃん・りん・しゃん(ソフトインワン)」57票という回答が、11位には「ティモテ」53票がランクインした。

<年代別>

20代～50代の年代別の回答を見ると、全ての年代で1位「ツバキ」、2位「アジエンス」となった。

3位は、20代は「ハーバルエッセンス」、30～50代は「メリット」であった。

20代では「ティモテ」、30代では「ティモテ」と「ちゃん・りん・しゃん」、40代では「ちゃん・りん・しゃん」、

50代では「振り向かないで(エメロン)」がランクインし、年代による回答の違いが見られた。

全員に伺います。

N=5039

シャンプーのテレビCMで、最も印象に残っているCMは何ですか。

全体

順位	最も印象に残っているCM	票
1	ツバキ(資生堂)	1775
2	アジエンス(花王)	294
3	メリット(花王)	202
4	ハーバルエッセンス(P&G)	127
5	ラックス(ユニリーバ)	117
6	白ツバキ(資生堂)	95
7	パンテーン(P&G)	80
8	セグレタ(花王)	69
9	エッセンシャル(花王)	61
10	ソフトインワン(ちゃん・りん・しゃん)(ライオン)	57

11	ティモテ(ユニリーバ)	53
12	h&s(P&G)	45
12	ダヴ(ユニリーバ)	45
14	SALA(カネボウ)	38
15	いち髪(クラシエ)	34

20代

順位	最も印象に残っているCM	票
1	ツバキ(資生堂)	314
2	アジエンス(花王)	49
3	ハーバルエッセンス(P&G)	31
4	ラックス(ユニリーバ)	24
5	ティモテ(ユニリーバ)	19
6	エッセンシャル(花王)	18
7	白ツバキ(資生堂)	16
8	パンテーン(P&G)	16
9	メリット(花王)	16
10	セグレタ(花王)	14

30代

順位	最も印象に残っているCM	票
1	ツバキ(資生堂)	753
2	アジエンス(花王)	96
3	メリット(花王)	61
4	ハーバルエッセンス(P&G)	48
5	ラックス(ユニリーバ)	43
6	白ツバキ(資生堂)	36
7	パンテーン(P&G)	32
8	ソフトインワン(ちゃん・りん・しゃん)(ライオン)	28
9	セグレタ(花王)	27
10	エッセンシャル(花王)	26
	ティモテ(ユニリーバ)	

40代

順位	最も印象に残っているCM	票
1	ツバキ(資生堂)	508
2	アジエンス(花王)	93
3	メリット(花王)	79
4	ハーバルエッセンス(P&G)	35
5	白ツバキ(資生堂)	28
6	ラックス(ユニリーバ)	27
7	パンテーン(P&G)	22
8	ダヴ(ユニリーバ)	21
9	セグレタ(花王)	19
10	ちゃん・りん・しゃん(ソフトインワン)	17

50代

順位	最も印象に残っているCM	票
1	ツバキ(資生堂)	160
2	アジエンス(花王)	49
3	メリット(花王)	31
4	ラックス(ユニリーバ)	18
5	エメロン(振り向かないで)(ライオン)	14
6	白ツバキ(資生堂)	13
7	ハーバルエッセンス(P&G)	10
8	エメロン(ライオン)	10
9	セグレタ(花王)	8
10	ダヴ(ユニリーバ)	8

●調査結果に関するお問い合わせ先●

インターワイヤード株式会社 DIMSDRIVE事務局(ディムスドライブ事務局)  
 TEL:03-5463-8256 E-mail: timely@dims.ne.jp