

<< シリーズ >> もう迷わない・失敗しない商品選びとは？
満足度 No.1 商品は「つけておくだけの簡便性」だけでなく「消毒効果の高さ」が決め手
～ レンズケア剤の場合 ～

総合マーケティングパートナーの E-グラフィックス コミュニケーションズ株式会社(東京都三鷹市 代表取締役社長 鈴木裕)のコミュニケーション・プランニング局内に籍をおく、東京流通研究所(東京都中央区 所長兼首席研究員 宮崎陽介、以下 TRK)では、2011 年 9 月 30 日～10 月 2 日の 3 日間、ソフトコンタクトレンズ用のレンズケア剤を使用している 15-49 才の男女に対してインターネット調査を実施し、1,000 名の有効回答を得ました。

ここ数年で「消費者」とは似て非なるものとして「ショッパー(購買者)」の意識や行動に注目が集まっているのをご存知でしょうか。日用品の購買意思決定の 70～80%が「店頭でくだされる」と言われているからです。そして色々迷って買った後に「失敗した」と悔やんだ経験をされた方も多いはず。そんなショッパーたちが店頭で迷うことなく、満足できる商品を買うためには何を「目印」にすればいいのでしょうか。そんな疑問に答えるべく、今回は種類も多く、選択基準や商品間の違いが比較的判りにくいコンタクトレンズ(ソフト)のレンズケア剤を例に分析をしてみました。

----- 調査の概要 -----

◆ 調査設計

- 調査手法: インターネット調査 (株式会社クロス・マーケティングの調査パネルを使用)
- 対象者条件: 全国、ソフトコンタクトレンズ用のレンズケア剤 使用者
- 回答サンプル数: 男女、15-49 才 ソフトコンタクトレンズ用のレンズケア剤 使用者 1,000 名
(構成比:男性 41%、女性 59%、15～19 才 16%、20 代 37%、30 代 31%、40 代 16%)
- 主な質問内容:
レンズ使用歴/商品選択時の不安/主使用商品/使用満足度/商品要素の評価/推奨度/その他

----- 調査の結果 -----

◆ コンタクトレンズの使用歴は平均で11年

全回答者にコンタクトレンズの使用歴を質問したところ(単一回答形式)、最も多かったのが「10～15年未満」27.7%、

次いで多かったのが「5～10年未満」22.8%となり、平均値も10.8年となりました。

◆ 若い人ほど、商品選びに不安を感じている

全回答者に「使ったことがないレンズケア剤は自分の目に合うか不安を感じるか」を質問したところ(単一回答形式)、41.7%が非常に当てはまる(10段階評価の上位3段階)と回答しました。また年代別にこの回答を分析したところ、15～19才 50.9%、20代 39.6%、30代 38.8%、40代 42.9%と、若い人ほど不安を感じているという結果となりました。

◆ 商品満足度総合ランキング 1位は「クリアケア」(チバビジョン)、2位は「コンセプトワンステップ」(AMO)

全回答者に自分が主に使用しているレンズケア剤に「総合的にどの程度満足しているか」を質問したところ(単一回答形式)、最も満足度が高かったのは85.9%が非常に満足(10段階評価の上位3段階)と回答したAOセプト クリアケア(チバビジョン)でした。次いで満足度が高かったのはコンセプトワンステップ(AMO)83.3%であり、いずれも過酸化水素タイプの商品でした。3位以下は、ロートCキューブソフトワンクール(ロート製薬)78.6%、エピカコールド(メニコン)75.0%、オプティフリープラス(アルコン)74.5%となりました。

現状使っている人が10%以上と多いオプティフリー、オプティフリープラス、ロートCキューブソフトワンモイストの満足度が70%前後であるのと比べると、使っている人の多さでは2番手グループに入るAOセプト クリアケアとコンセプトワンステップの満足度が約85%と群を抜いて高いということが判ります。

◆ 人気トップ2商品の秘密は、「つけておだけ」な簡便性と「消毒効果が高い」

全回答者に自分が主に使用しているレンズケア剤の各商品構成要素について「どの程度満足しているか」を質問したところ(それぞれ単一回答形式)、商品満足度1位のAOセプト クリアケア(チバビジョン)の使用者の評価で非常に満足(10段階評価の上位3段階)との回答が最も高かった項目は、「使い方が簡単」73.2%および「つけておだけでレンズがきれいになる」70.4%であり、続いて「洗浄効果が高い」66.2%、「消毒効果が高い」59.2%、「レンズとの相性が良い」54.9%、「レンズを長時間、快適に装用できる」53.5%となりました。(評価が50%以上の項目、高い順に) 対して、満足度2位のコンセプトワンステップ(AMO)の使用者の評価ポイントは、「使い方が簡単」74.1%、「つけておだけでレンズがきれいになる」68.5%、「洗浄効果が高い」53.7%、「消毒効果が高い」50.0%となりました。

また3位のロートCキューブソフトワンクール(ロート製薬)は「使い方が簡単」64.3%および「レンズを入れた瞬間から爽快感がある」60.7%が、4位のエピカコールド(メニコン)では「使い方が簡単」55.6%、「レンズを長時間、快適に装用できる」55.6%が、5位のオプティフリープラス(アルコン)では「使い方が簡単」60.4%、「レンズとの相性が良い」52.8%、「洗浄効果が高い」50.0%が高い評価を得ました。(いずれも評価が50%以上の項目)

このように高評価の獲得数が多いこと(1位は6つ星、2位は4つ星)に加えて、特に「つけておだけでレンズがきれいになる」という簡便性と「消毒効果が高い」の2点は 3位以下では挙がらない項目であることから、商品満足度1位、2位を決定付ける重要な要素であり、迷わずに、満足できるケア剤を選ぶポイントであることが明らかになりました。

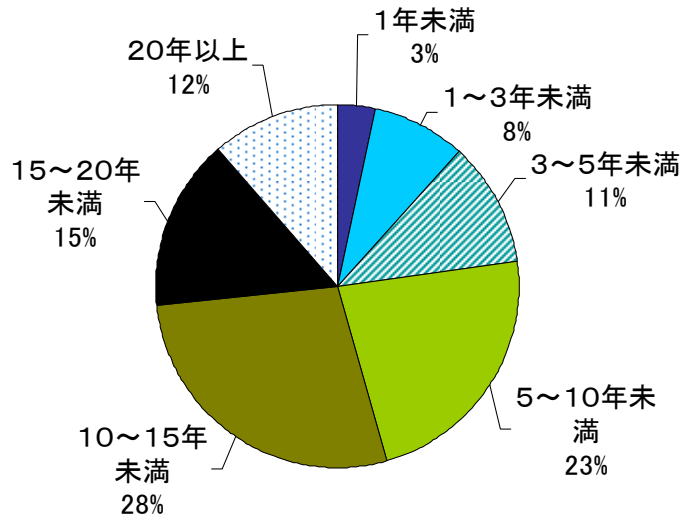
◆ 推奨度 1位も「クリアケア」(チバビジョン)、2位は「レニューフレッシュ」(ボシユロム)

全回答者に自分が主に使用しているレンズケア剤が「眼科医の勧め/店員の勧め」について質問したところ(それぞれ単一回答形式)、非常に当てはまる(10段階評価の上位3段階)との回答が最も高かったのは、AOセプト クリアケア(チバビジョン)の使用者47.9%/36.6%、次いでレニューフレッシュ(ボシユロム)の使用者45.6%/30.4%、オプティフリープラス(アルコン)43.4%/27.4%となりました。(共に1位から3位までの商品)

◆ あなたは、コンタクトレンズを使い始めてから何年になりますか。

※単一回答【全回答者：N=1,000】

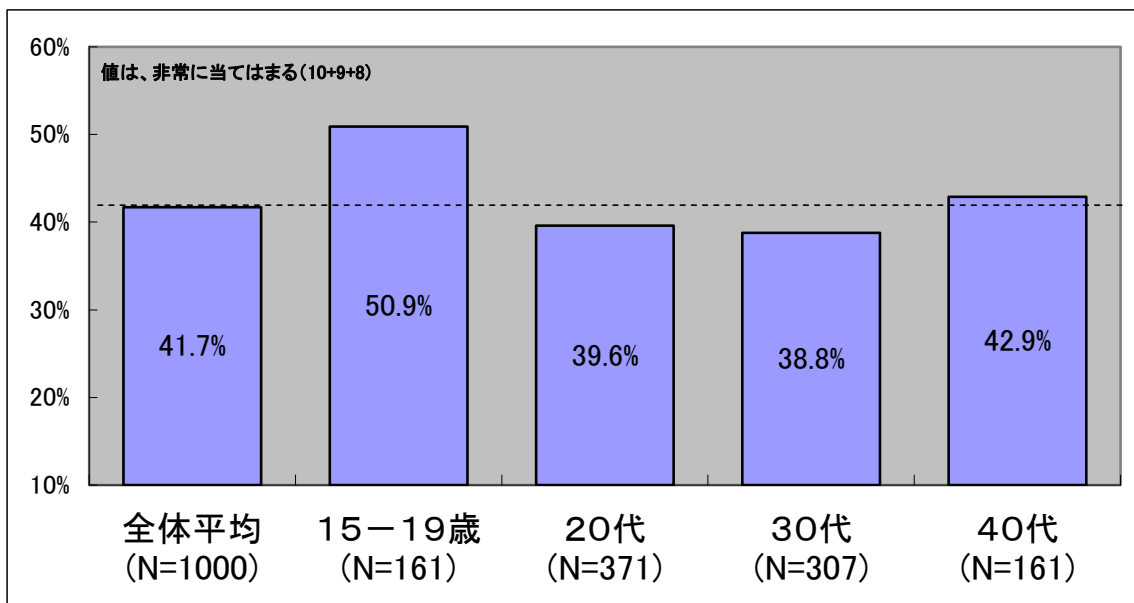
コンタクトレンズの使用年数



◆ あなたは、使ったことがないレンズケア剤は自分の目に合うか不安に感じますか。

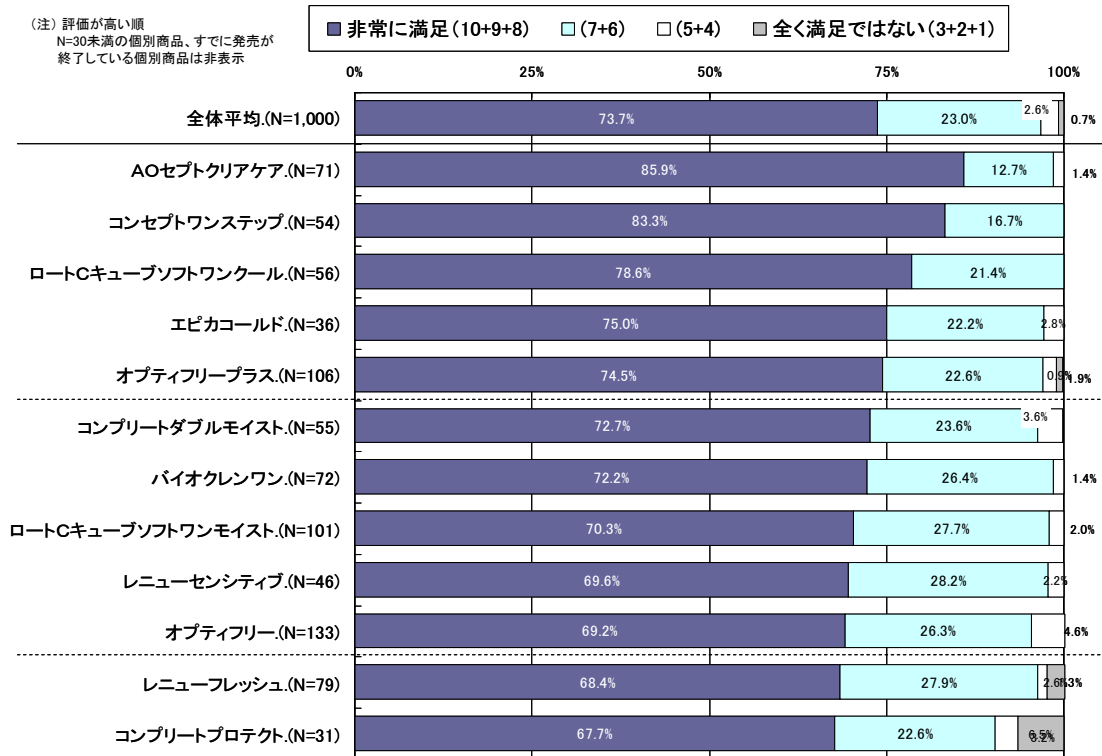
※単一回答【全回答者：N=1,000】

使ったことがないレンズケア剤は自分の目に合うか不安

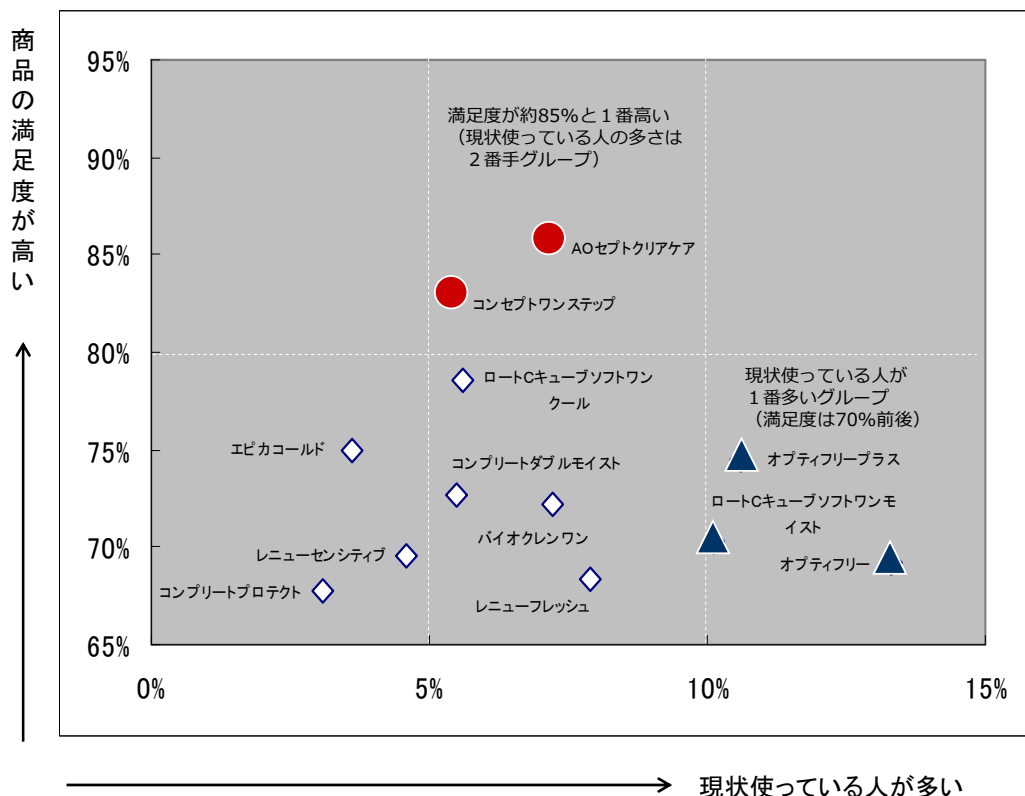


- ◆ あなたは、現在主に使用している「○○○(商品名)」に、総合的にどの程度満足していますか。
 ※単一回答【全回答者:N=1,000】

主使用商品の総合満足度

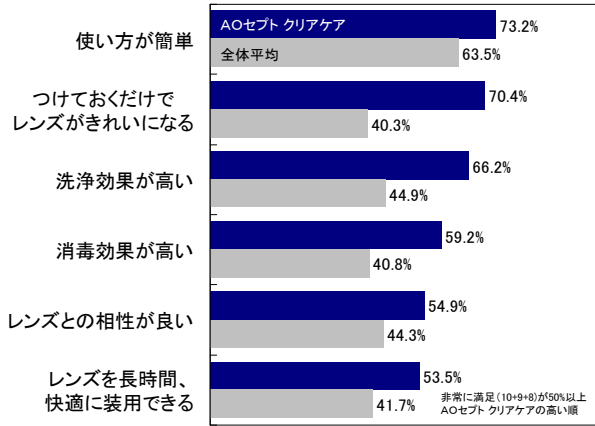


主使用商品の総合満足度 x 使用者数

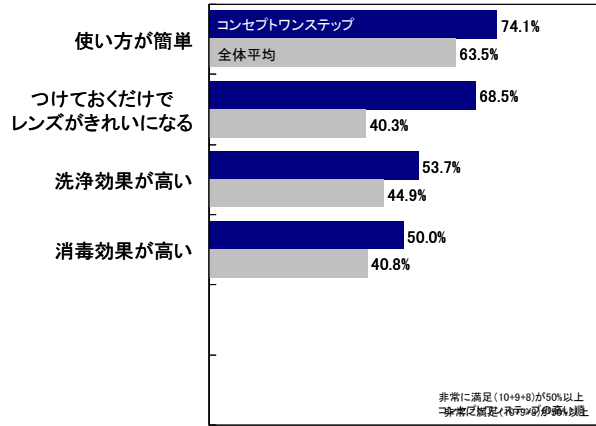


- ◆ あなたは、現在主に使用している「〇〇〇(商品名)」の以下の要素について、どの満足していますか。
※それぞれ単一回答【各主使用者ベース】

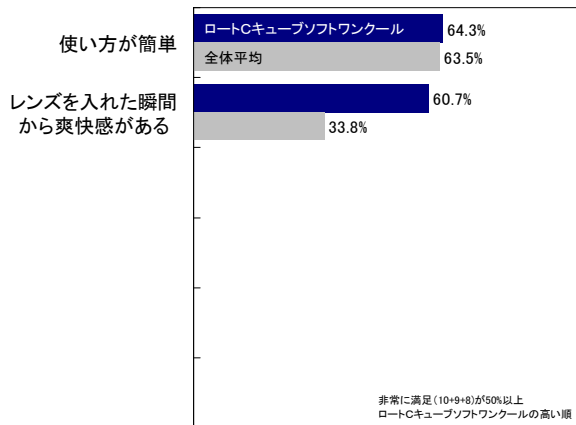
「AOセプトクリアケア」使用者(N=71)の評価



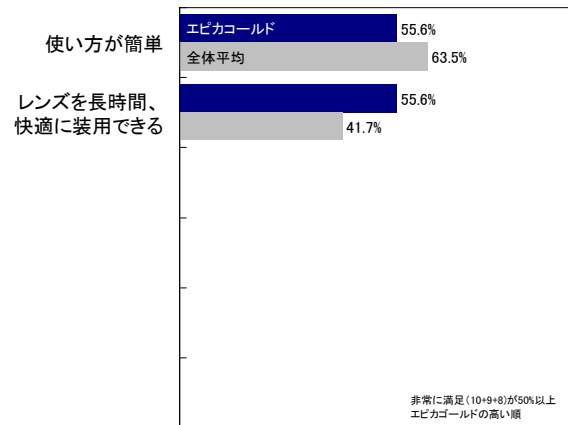
「コンセプトワンステップ」使用者(N=54)の評価



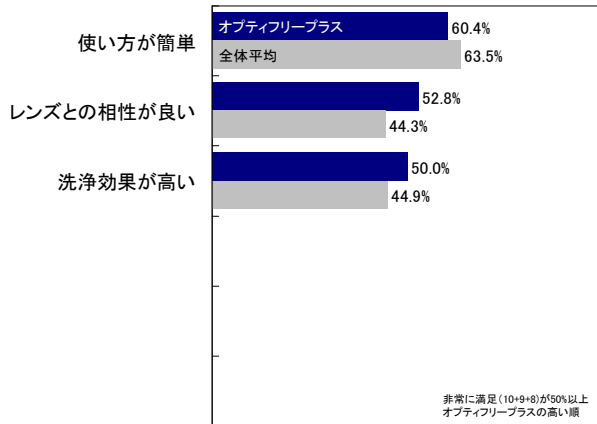
「ロートCキューブソフトワンクール」使用者(N=56)の評価



「エピカコールド」使用者(N=36)の評価



「オプティフリープラス」使用者(N=106)の評価



高評価項目の比較一覧表

総合満足度		1位	2位	3位	4位	5位
商品名		AOセプト クリア ケア	コンセ プト ワン ステ ップ	ロート Cキュー ブ ソフト ワン クール	エピカ コールド	オプティ フリー プラス
非常に満足(10+9+8)が50%以上の項目に"☆印"						
簡便性	使い方が簡単	☆	☆	☆	☆	☆
	つけておくだけでレンズがきれいになる	☆	☆	-	-	-
効果	洗浄効果が高い	☆	☆	-	-	☆
	消毒効果が高い	☆	☆	-	-	-
装着感	レンズとの相性が良い	☆	-	-	-	☆
	レンズを長時間、快適に装用できる	☆	-	-	☆	-
	レンズを入れた瞬間から爽快感がある	-	-	☆	-	-
高評価項目計		☆☆☆ ☆☆☆	☆☆☆ ☆☆	☆☆	☆☆	☆☆☆

- ◆ 眼科医の勧め／店員の勧めという点で、あなたが現在主に使用している「○○○(商品名)」ほどの程度当てはまると思いませんか。

※それぞれ単一回答【各主使用者ベース】

眼科医の勧め

1. AOセプトクリアケア	47.9%
2. レニューフレッシュ	45.6%
3. オプティフリープラス	43.4%
4. コンプリートプロテクト	35.5%
全体平均	26.3%
5. レニューセンシティブ	26.1%
6. コンセプトワンステップ	25.9%
7. エピカコールド	25.0%
8. オプティフリー	18.8%
9. コンプリートダブルモイスト	14.5%
10. バイオクレンワン	12.5%
11. ロートCキューブソフトワンモイスト	10.9%
12. ロートCキューブソフトワンクール	10.7%

値は非常に当てはまる(10+9+8)
評価が高い商品の順

店員の勧め

1. AOセプトクリアケア	36.6%
2. レニューフレッシュ	30.4%
3. オプティフリープラス	27.4%
4. コンセプトワンステップ	25.9%
5. コンプリートプロテクト	19.4%
6. エピカコールド	19.4%
全体平均	18.4%
7. バイオクレンワン	18.1%
8. レニューセンシティブ	17.4%
9. オプティフリー	13.5%
10. ロートCキューブソフトワンクール	12.5%
11. ロートCキューブソフトワンモイスト	9.9%
12. コンプリートダブルモイスト	3.6%

値は非常に当てはまる(10+9+8)
評価が高い商品の順

その他のリリース http://e-gra.co.jp/Research_Center.html

■ TRK 東京流通研究所とは・・・

TRK 東京流通研究所は、総合マーケティングパートナーのE-グラフィックス コミュニケーションズ株式会社の企画や戦略立案を行うコミュニケーション・プランニング局内に籍を置く、調査・研究の専門部署として発足しました。電気自動車から食料品まで業種業界を問わず、顧客のセグメンテーション、コンシューマー・インサイトの発掘、ショッパー・マーケティングなどの取材、調査、分析、研究、レポートの発行を行っています。

リリースに関するお問い合わせ、調査解析のご相談：電話 03-3545-7661 もしくはEメール PR@e-graphics.com (金守、城)

■ E-グラフィックス コミュニケーションズとは・・・

外資系広告エージェンシー オムニコム・グループ傘下のTBWA Worldwide に属するE-グラフィックス コミュニケーションズ株式会社は、CRM、デジタル施策、各種販促プロモーションやイベント、広告のバイイング、カタログ印刷など、プランニングから実施までのフルサービスをお客様に提供する総合マーケティングパートナーです。

個別の依頼に最適な企画をイチからお作りするだけでなく、「リード・アクティベーション・モデル」、「戦略 PR 型クロスメディア・ソリューション」、「サウンド・マガジン®」など、独自のモデルやパッケージを取り揃えております。是非一度ご相談ください。

ご相談：当社ホームページ <http://e-gra.co.jp/> より、もしくはEメール tsunehiro.suzuki@e-graphics.com (鈴木庸弘)