

“予防”や“防寒”目的、“顔を隠す”ためにマスクをする人も増加中？
マスク選びは、「耳が痛くない」「フィット感」など、“つけ心地”が大切
 ～女性の3人に1人が「伊達マスク」経験者！ 男性でも20・30代に広がり～

国内1,200社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネットは、消費財にまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第30号として、マスクと伊達マスクに関する意識調査の結果をご紹介します。

■ マスクを“予防”のために着用している人は半数以上、女性では66.5%も

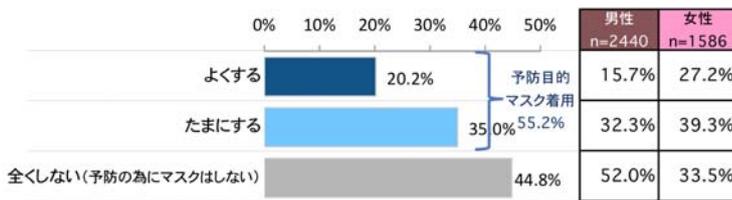


表1「風邪やインフルエンザ・花粉症などの予防のためにマスクをしますか」についての回答

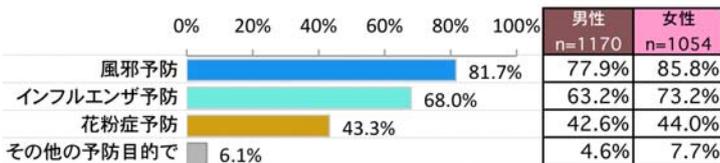


表2「何を予防するためにマスクをしていますか」についての回答

の予防のためにしているかを尋ねたところ、「風邪予防」が最も高く81.7%、次いで「インフルエンザ予防」68.0%、「花粉症予防」43.3%。「風邪」「インフルエンザ」の予防のためにマスクをしている人が約7～8割を占めることがわかりました。風邪・インフルエンザの予防にマスクが効果的であるという認識がかなり浸透してきたと言えそうですね。

風邪・インフルエンザが流行する今の季節に欠かせないのがマスク。かつては、風邪を引いたり咳が出たりしてからするものでしたが、最近では、風邪を引いていなくても、予防のために着用する人も増え、また健康上の理由とは異なる、いわゆる“伊達マスク”も話題になっています。今回は、マスクと伊達マスクについてアンケートを行い、マスク着用の実態やマスク選びのポイントなどを調べました。

まず、なんらかの予防のためにマスクをするかどうかを聞きました。すると、「よくする」人が20.2%、「たまにする」人が35.0%。合計すると55.2%で、半数を超えました。また、この「よくする」と「たまにする」の合計値を男女別に見ると、男性が48.0%、女性が66.5%と女性が18.5%高くなっていました。

予防目的でマスクをしている人に、さらに、何

出典：インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチ『DIMSDRIVE』実施のアンケート「マスクと伊達マスク」。
 調査期間：2015年12月8日～12月15日、DIMSDRIVE モニター4,026人が回答。表3～表6・エピソードの出典も同アンケートです。

■ 予防目的でマスクをするのは、やはり人の集まる場所にいるとき

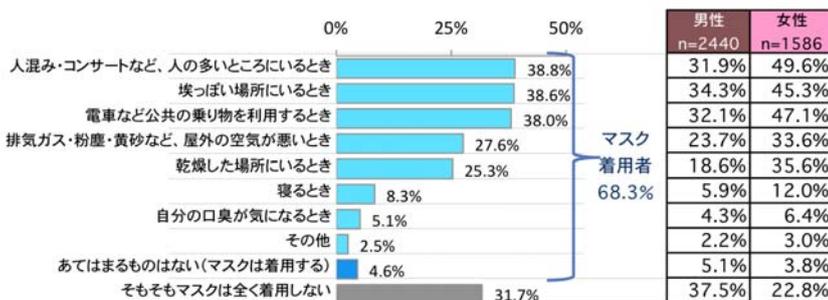


表3「どのようなときにマスクをしますか(風邪など病気の際は除く)」についての回答

次に、どんなときやどんな場所で、予防目的のマスクをするかを聞きました。「人混み・コンサートなど、人の多いところにいるとき」が最も多く38.8%、僅差で「埃っぽい場所にいるとき」38.6%、「電車など公共の乗り物を利用するとき」38.0%と続きました。人が集まる場所で、埃やウイルス、乾燥からのどを守るために、着用されていると考えられます。また、前調査の結果同様、ほぼすべての項目で女性の割合が男性を上回りました。健康や予防に対する女性の意識・関心の高さがうかがえますね。

■ マスク購入時には、「耳が痛くない」「フィット感」など“つけ心地”も重視

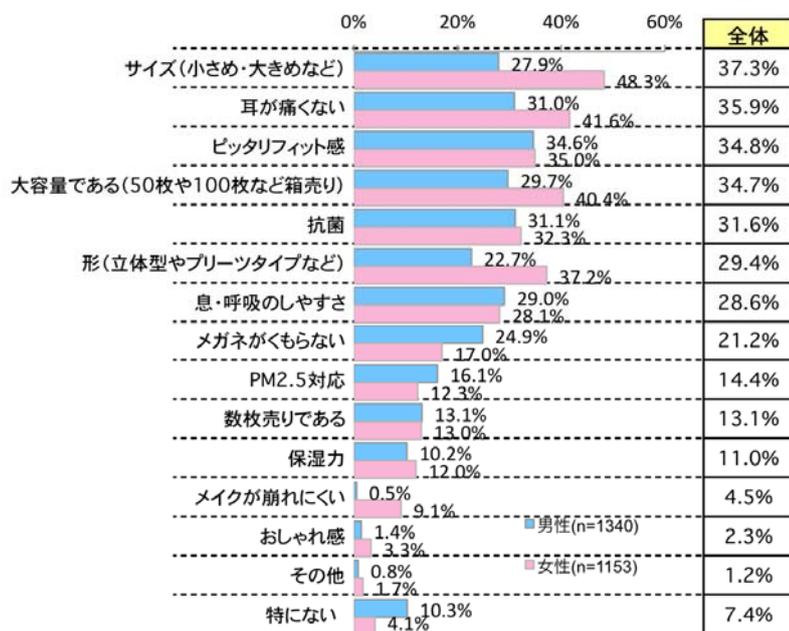


表4:「マスクを購入する際に重視する点は何ですか」についての回答

ていました。以上からマスク選びでは、本来の機能以上に、「耳が痛くない」「ピッタリフィット感」といった“つけ心地”に通じる要素が重視されている傾向がうかがえました。

■ 消費者のニーズに応え、多機能・多様化するマスク市場

| 購入個数順位 | 商品名 |
|--------|---|
| 1 | 小林製薬 のどぬ～るぬれマスク就寝用無香料 3セット |
| 2 | ユニ・チャーム 超快適マスク プリーツタイプふつう 7枚 |
| 3 | 玉川衛材 フィッティ シルキータッチモア 7枚 ふつう ホワイト |
| 4 | 玉川衛材 フィッティ7DAYSマスクEX30枚入Wふつうサイズエコノミーバックケース付 |
| 5 | 興和 興和新薬 三次元マスク 普通サイズ 7枚 |
| 6 | ユニ・チャーム 超快適マスク プリーツタイプ小さめ 7枚 |
| 7 | 玉川衛材 フィッティ シルキータッチモア 7枚 やや小さめ ピンク |
| 8 | 興和 興和新薬 三次元マスク 少し小さめサイズ 女性用 ベビーピンク 7枚 |
| 9 | 玉川衛材 フィッティ 7DAYSマスクEX ホワイト ふつうサイズ 7枚入 |
| 10 | 玉川衛材 フィッティ7DAYSマスクEX30枚入Wやや小さめサイズエコノミーバックケース付 |
| 11 | ユニ・チャーム 超立体マスク ふつう 7枚 |
| 12 | 小林製薬 のどぬ～るぬれマスク就寝用ハーブ&ユーカリの香り 3セット |
| 13 | ユニ・チャーム 超快適マスク プリーツタイプ女性用小さめ 7枚 |
| 14 | 白元アース 白元アース 快適ガードプロプリーツタイプ レギュラーサイズ5枚入 |
| 15 | 玉川衛材 フィッティ7DAYSマスクEX ホワイト 小さめサイズ 7枚入 |
| 16 | 玉川衛材 玉川 7DAYSマスク キッズ |
| 17 | ピップ ピップ プリーツガードプラス ふつうサイズ 60枚 |
| 18 | バンダイ ちいさな立体マスク アンパンマン |
| 19 | ユニ・チャーム 超立体マスク 小さめ 7枚 |
| 20 | 興和 興和新薬 三次元マスクふつう用 5枚 |

今回は、具体的にどんなマスクが売れているのか、売れ筋ランキングを見てみましょう。

前調査の結果で、購入時に重視されていたのは「サイズ」「耳が痛くない」「ピッタリフィット感」「形」などでした。20位までのアイテムを見ると、「小さめ」「やや小さめ」などの“小さめ”(サイズ)が商品名についたものが8点入っています。また、「超快適マスク」「フィッティ7DAYSマスク」「三次元マスク」などのシリーズは、顔にフィットする工夫や耳にやさしい柔らかい耳かけなどがうたわれたもの。やはり、サイズやつけ心地に配慮した商品が選ばれていることがわかります。

1位と12位に入っている「のどぬ～るぬれマスク就寝用」は、寝ている間、乾燥からのどを守るという就寝時向け商品。消費者がマスクに求めているものが多様化している様子うかがえますね。

(注)カスタマー・コミュニケーションズ株式会社が構築・運用する購買行動全国パネルデータ「TRUE DATA」を使用。全国ドラッグストア600万人、食品スーパー250万人の購買履歴および個人を特定しない性別・年齢等の消費者属性情報を市場インデックスデータに加工、提供。ドラッグストアでのマスクカテゴリにおける2015年9月から2015年11月までの購入個数順位を表示。カスタマー・コミュニケーションズホームページ: <http://www.truedata.co.jp/>

■ 若年層や女性の中に浸透？ 「伊達マスク」の実態調査！

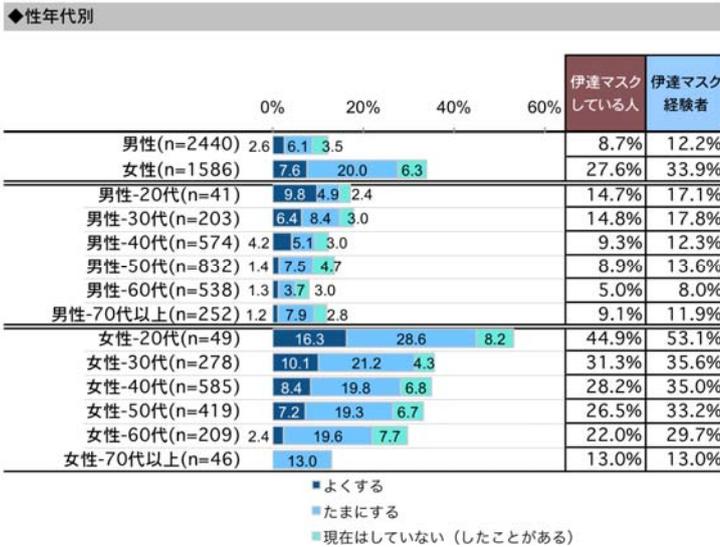
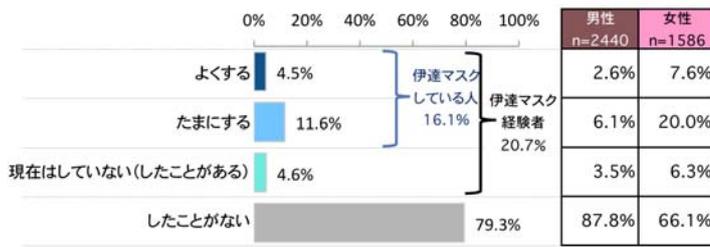


表5:「今までに“伊達マスク”をしたことがありますか」についての回答



表6:「あなたが“伊達マスク”をする理由(良い点)を教えてください」についての回答

■ マスクがあっって良かったこと…風邪予防・対策よりも「顔が隠せたこと」

「マスクがあっって良かったこと」を教えてください

- 電車など人混みで、咳をしている人が多いとき。
- 風邪で咳が出るとき、周囲に配慮できる。
- 化粧をしていなくても、買い物に行くことができる。
- 花粉症のとき、鼻水が垂れてくるのを隠せた。
- 会いたくない人とすれ違ったとき、気づかれずに済んだ。
- しゃべりたくないときのカモフラージュになる。
- 寒さ対策できる。喉の保湿効果がある。

近年話題の「伊達マスク」。一般に、本来の衛生・健康目的以外に、たとえば顔を隠すためや防寒・美容目的でマスクをすることを言います。この「伊達マスク」についても調査しました。

まずは、「伊達マスク」をしたことがあるかどうかを聞きました。「よくする」4.5%、「たまにする」11.6%を合わせた「伊達マスクしている人」は、16.1%。「現在のはしていない(したことがある)」4.6%も合わせると、20.7%が「伊達マスク経験者」とわかりました。さらに、男女別に結果を見ると、「たまにする」人が女性では20.0%と2割に上り、「よくする」「たまにする」「現在のはしていない(したことがある)」を合わせた「伊達マスク経験者」は33.9%で、女性の3人に1人が伊達マスクの経験ありという結果でした。

さらに、性年代別に結果を見てみましょう。「伊達マスクしている人」は、20代女性が44.9%と最も多く、「伊達マスク経験者」は53.1%と半数以上。「伊達マスク経験者」は女性の30代から50代でも3割を超え、60代でも29.7%が経験していました。男性では、20代・30代で17%以上が「伊達マスク経験者」。伊達マスクが、若い人や女性を中心に浸透している実態がうかがえます。

伊達マスクをしている人に、その理由(伊達マスクの良い点)も尋ねました。「マスクをしているとあたたかいから」が51.8%と最も多く、僅差で「スッピンでも気にしなくていいから」が51.7%。この2つが半数を超えていました。以下、3位が「顔が隠れることにより、安心感があるから」30.2%、4位「湿度が保てて、肌の調子が良いから」29.4%、5位「無精ひげを気にしなくていいから」14.5%と続きました。保温目的、保湿目的以外に、“スッピンを気にしなくていい”“無精ひげを気にしなくていい”など、顔を隠せることをメリットに感じている人が多いことがわかりました。「素顔をさらしたくない」という、女性や若年層の心理がのぞけるようで、興味深いですね。

「マスクがあっって良かった」エピソードを聞きました。多かったのは、電車などの人混みで周囲に咳をしている人が多かったとき飛沫を防ぐことができたという回答と、逆に、自分が咳が出るときに周囲に迷惑をかけずに済んだという回答。一方で“ノーメイクでも外出できる”“会いたくない人に気づかれなかった”“しゃべりたくないときのカモフラージュ”“寒さ対策”など、まさに、伊達マスクのメリットと同じ理由を上げている人も多数。実際に伊達マスクの効用を実感している人は少なくないようです。

■ 「メガネが曇る」「メイクが落ちる」…マスクで困ること、さまざま

《「マスクで困ったこと」を教えてください》

- メガネが曇る。曇らないマスクでも曇って、困りました。
- 化粧が落ちてしまう。口の周りだけファンデーションが取れてしまった。
- 長時間使用すると、耳の後ろが痛くなる。
- マスクをしていると、息苦しさを感ずります。
- 自分の呼吸で、湿気がこもる。
- 声がこもって、相手に伝わりづらいことがある。
- 知り合いに挨拶しても、わかってもらえないことがあった。
- マスクをしているのを忘れてコーヒーを飲もうとしてしまい、大変なことになった。

今回は、「マスクで困ったこと」を自由回答で聞きました。圧倒的に多かったのが、「メガネが曇る」という回答。“メガネが曇らないとうたわれているマスクでも曇る”という声も複数ありました。ファンデーションや口紅など、「化粧が落ちてしまう」という回答も目立ちました。“耳が痛くなる”“息苦しい”“湿気がこもって蒸れる”などの自分自身が不快という回答と、“声がこもって伝わりづらい”“挨拶してもわかってもらえなかった”などの対人面での不便さに関する回答が多く、“顔”に着用するものならではの悩みと言えそうです。「マスクをしているのを忘れて」食べたり飲んだりしてしまった、という回答も。マスクが顔と一体化するほどに、長時間つけているということなのか、それとも、それだけ自然な“つけ心地”なのか。マスクをよくする人なら共感できるのかも…？

■ ファッション性から美容効果まで…マスクに期待するものはより多様に！

《「あったらいいな」というマスクがあれば、教えてください》

- メガネが曇らないマスク
- 呼吸が楽なマスク（でも、花粉はシャットアウト）
- 耳が痛くならないマスク
- 耳にかけなくてもいい、貼るマスク
- 自分のサイズに簡単に加工できるマスク
- 形状記憶マスク
- 化粧が落ちにくいマスク
- 話がよく聞こえる、声がこもらないマスク
- 透明なマスク（相手が誰かすぐわかる）
- つけたまま、飲食できるマスク
- カラフルな色のマスク
- いい香りのするマスク
- うるうる美肌効果のあるマスク
- 美人に見えるマスク

最後に、「あったらいいな」と思うマスクを教えてくださいました。「メガネが曇らないマスク」や「呼吸が楽なマスク」「つけたまま、飲食できるマスク」など、「マスクで困ったこと」に対応する回答が多数。「耳にかけなくてもいい、貼るマスク」や「形状記憶マスク」など、発展系と思われる要望もありました。「カラフルな色のマスク」「いい香りのするマスク」など、ファッション性やリラックス効果を意識した商品は、すでに売られていますよね。「透明なマスク」も、低コストではないものの、商品化が実現しています。「美肌効果のあるマスク」など、顔につけるものであるだけに美容効果に寄せる期待は大きいようで、「美人に見えるマスク」といった都合のいい要望まで…。マスクに求めるものは、ますます多様に広がっていると言えそうです。風邪・インフルエンザに続き、花粉にも悩まされるこれからの季節ですが、どんなマスクが出てくるかにも注目したいですね。

株式会社プラネットとは

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。日用品に関する、旬なトピックスや意外な利用シーンなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社プラネット 管理本部 経営企画部（小中、岡田）
Tel : 03-5962-0811 / E-mail : keiei@planet-van.co.jp