

# 結果報告 12月Web利用者モニター「シャンプーとお掃除用シート」

## 【テーマ・商品】

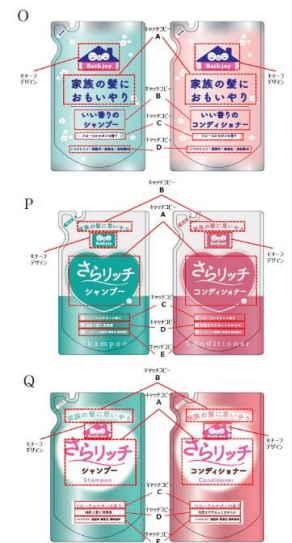
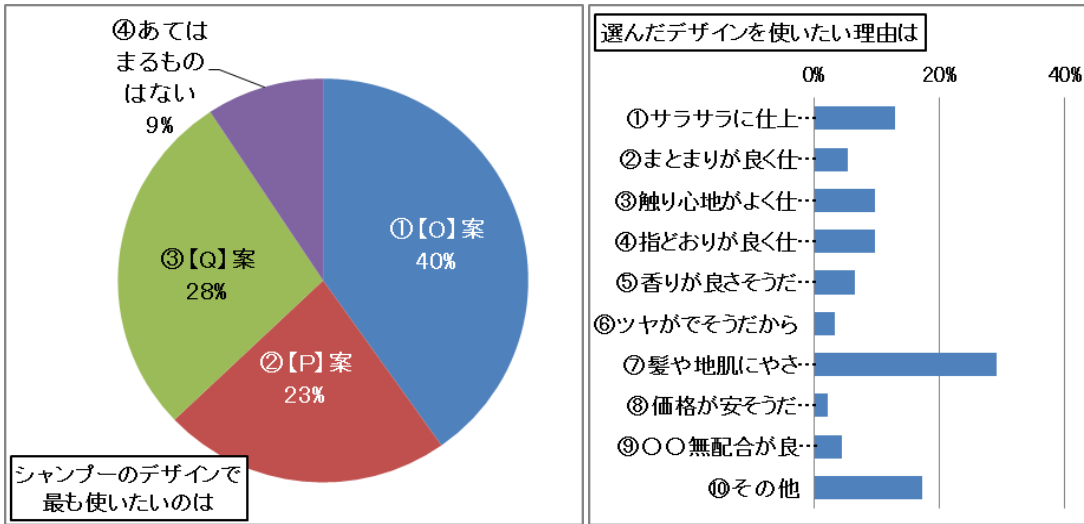
シャンプーとお掃除用シート

## 【モニター目的】

- ①開発商品のシャンプー、コンディショナーのデザインを組合員に選んでいただき、参考にします。
- ②家庭にある清掃シートの種類と使用用途の調査

【回答期間】 12/20～12/25

【回答者数】 98名



■概要(子育て:40歳未満 ファミリー:40歳以上55歳未満 シニア:55歳以上70歳未満/シルバー:70歳以上)

■シャンプーの3つのデザインの内最も使いたいのは:①【O】案 40.2% ②【Q】案 27.8% ③【P】案 22.7% ④あてはまるものはない 9.3%

■3つのデザインについて最も使いたいと思う理由は:①髪や地肌に優しくそうだから 29% ②その他 17.2% ③サラサラに仕上がりがそうだから 12.9% ④触り心地がよく仕上がりがそうだから/指どおりがよく仕上がりがそうだから 各 9.7% ⑤香りが良さそうだから 6.5%

\*普段お使いのシャンプー・コンディショナーについて

■普段お使いのシャンプー・コンディショナーは家族と共用ですか:①共用ではない 55.1% ②子供と共用している 25.5% ③配偶者と共用している 18.4% ④その他の家族と共用している 1%

■シャンプー・コンディショナーの主な購入先は:①ドラッグストア 37.8% ②生協 20.4% ③スーパー/その他 各15.3% ④インターネット 6.1% ⑤ホームセンター 5.1%

■ふだん購入しているシャンプーの詰替品の価格は:①700円以上 33.7% ②400～500円未満 12.2% ③300～400円未満 11.2% ④500～600円未満 10.2% ⑤250～300円未満 8.2%

\*新商品のシャンプー・コンディショナーのデザインについて

■一番「指どおりサラサラ、するとまとまり。家族みんなの理想のふんわり美しい髪へと導くシャンプー&コンディショナー」というコンセプトに合うと思うのは:①【O】案 38.9% ②【Q】案 29.5% ③【P】案 22.1%

■選んだデザインで一番コンセプトに合うと思うポイントは:①キャッチコピーA 68.8% ②モチーフデザイン 8.3% ③カラーリング 6.3% ④キャッチコピーB/当てはまるデザイン箇所は一つもない 各5.2% ⑤キャッチコピーE

\*清掃用シート(使い切りタイプ)について

■「清掃用シート(使い切りタイプ)」を使用していますか:①使用している 94.8% ②使用していない 5.2%

■「清掃用シート(使い切りタイプ)」を使用していない方、その理由は(複数回答可):①使う必要がない 60% ②使い切りでないものを使用している/その他 各20%

■「清掃用シート(使い切りタイプ)」を使用している方、どんな用途のものを常備していますか(複数回答可):①トイレ用 92.3% ②フローリング用ウェットタイプ 53.8% ③キッチンコンロまわり用 51.6% ④フローリング用ドライタイプ 50.5% ⑤キッチン電子レンジ冷蔵庫用 27.5%

■「清掃用シート(使い切りタイプ)」を購入する決め手は(複数回答可):①使い勝手 72.8% ②価格 57.6% ③シートのサイズ 32.6% ④シートに使われている素材 27.2% ⑤枚数 20.7%

■常備されている「清掃用シート(使い切りタイプ)」の主な購入先は:①生協の宅配 50.5% ②ドラッグストア 18.3% ③スーパーマーケット/ホームセンター 各11.8% ④その他 4.3% ⑤生協の店舗 2.2%