

報道関係者各位
プレスリリース

2024年1月23日
株式会社 mitoriz

“のどの乾燥対策”は「のど飴」が5割を超え、1日平均3.4粒なめる！ のど飴を購入する際は「効果・効能」より「味・フレーバー」を重視

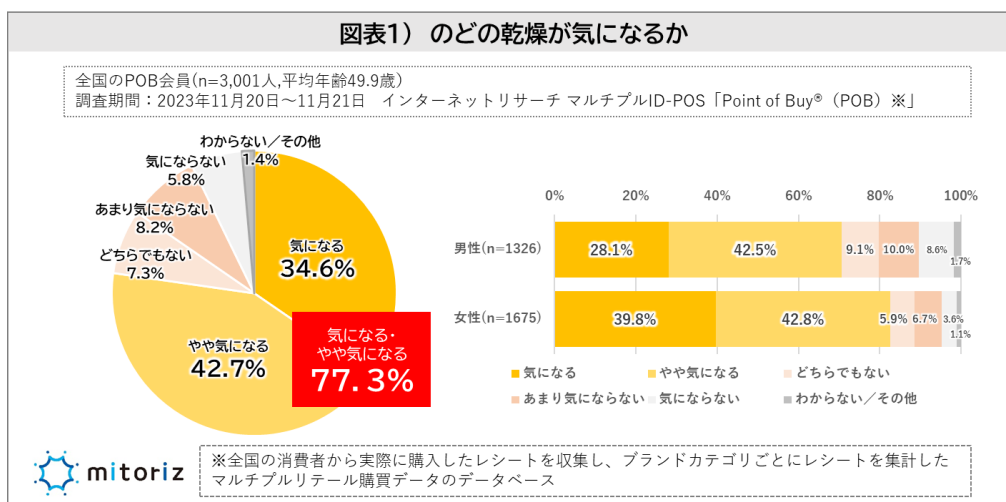
株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員3,001人に「のどのケアに関する調査」を実施致しました。

寒さも増し、インフルエンザや風邪が猛威を振う中、消費者が「のどのケア」をどのように考えているのか実態を明らかにすべく「のどの乾燥で困ること」や「乾燥対策にしていること」などを調査しました。

《調査サマリー》

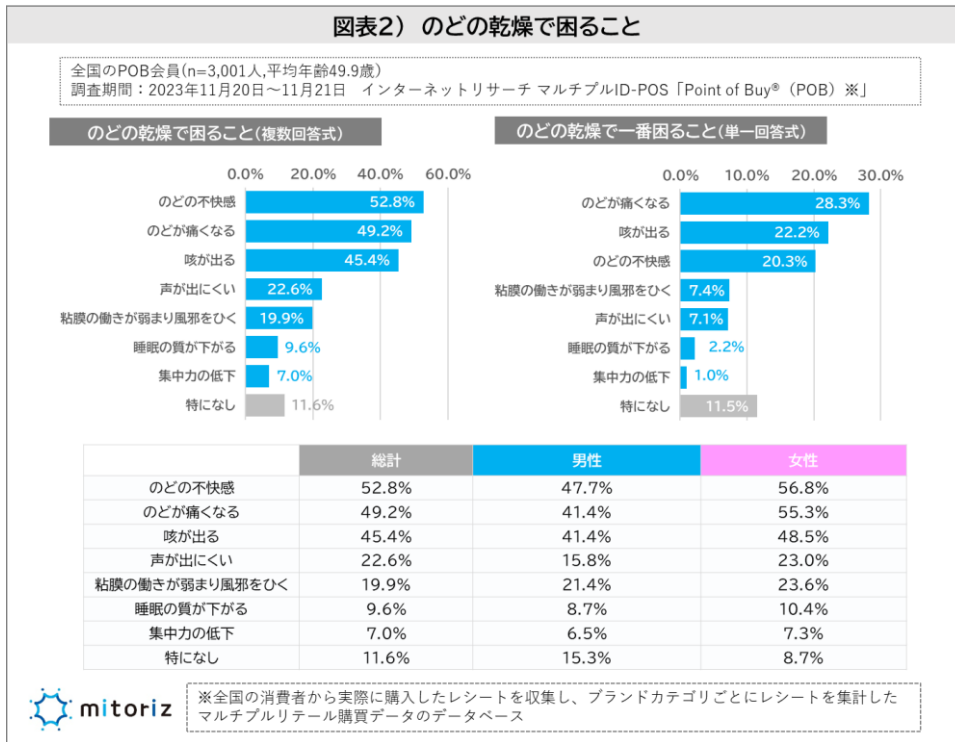
- ・8割が秋冬にかけ「のどの乾燥」を気にしている。男女で12%の差があり、女性の方が気にしている
- ・女性の方が男性より「のどの乾燥で困ること」を実感している。一番に困ることは「のどの痛み」
- ・「のどの乾燥対策にしていること」は「水分をとる」と「のど飴をなめる」が5割を超える
- ・のど飴を購入する際に最も重視されているのは「味・フレーバー」で7割を超える
- ・1日にのど飴をなめる数の平均は「3.4粒」で、男女では男性の方が多くなめている

8割の人が冬場の「のどの乾燥」を気にしているも、男女で12%の差あり



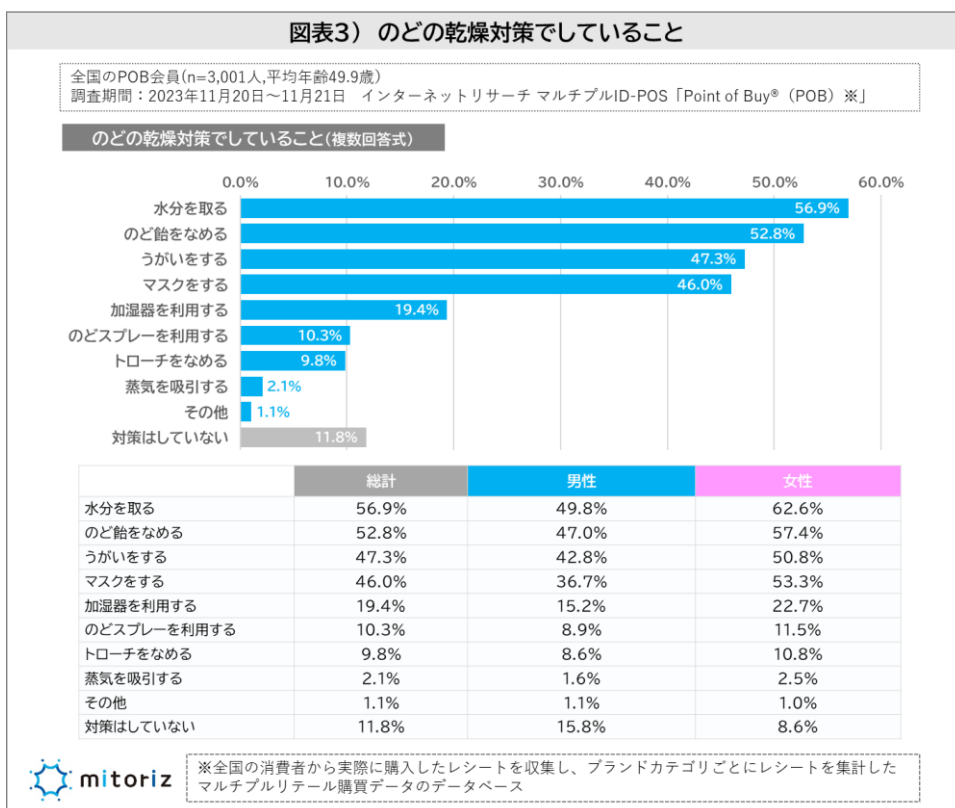
まず、秋から冬（10月～2月）にかけて「のどの乾燥が気になるか」を尋ねたところ、「気になる（34.6%）」「やや気になる（42.7%）」を合わせて77.3%となり、約8割が「のどの乾燥が気になる」と回答しています。男女で比較すると女性は「気になる（39.8%）」「やや気になる（42.8%）」を合わせて82.6%に対し、男性は「気になる（28.1%）」「やや気になる（42.5%）」を合わせて70.6%と12%の開きが生じており、女性の方がのどの乾燥を気にしていることがわかります（図表1）。

男性より女性の方が「のどの乾燥で困ること」を実感しており、一番困ることは「のどの痛み」



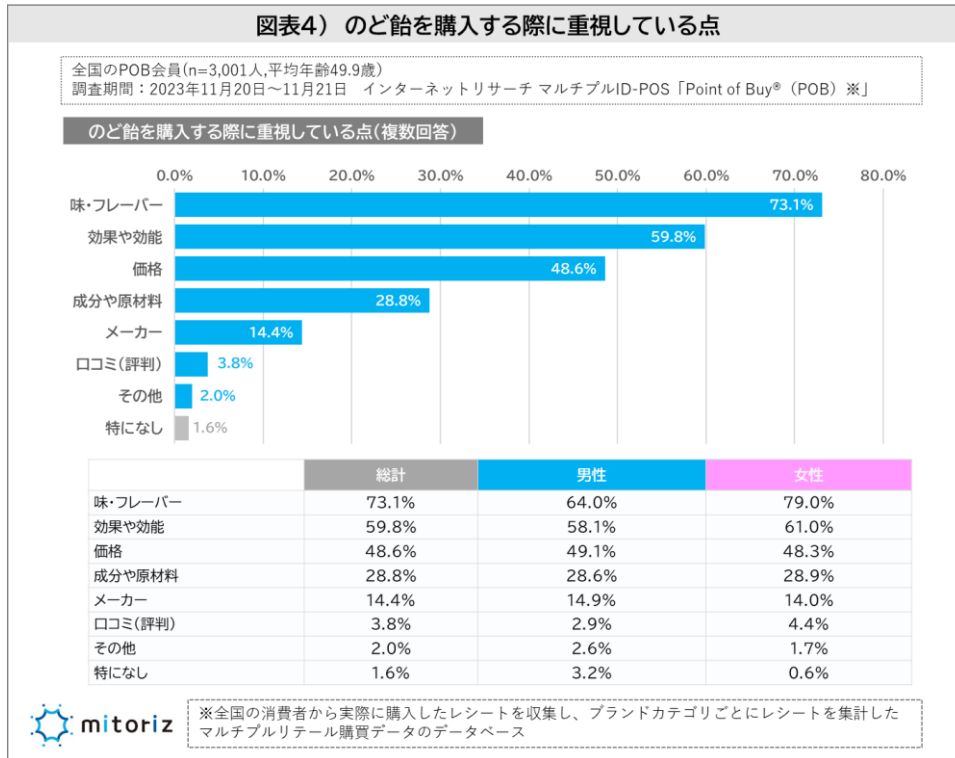
「のどが乾燥して困ること」を複数回答式で尋ねた結果、全体で最も多かったのは「のどの不快感(52.8%)」で、次いで「のどが痛くなる(49.2%)」「咳が出る(45.4%)」と続きました。一方、困ることの中で一番困ることを尋ねたところ「のどが痛くなる(28.3%)」が最多となり「咳が出る(22.2%)」「のどの不快感(20.3%)」と順位が入れ替わる結果となりました。男女で比較すると全体的に女性の数値が高い傾向が出ている一方で「特になし」の回答は男性(15.3%)が女性(8.7%)の1.7倍となっており「のどの乾燥が気になるか」と同様に女性の方が「のど乾燥で困ること」があると実感している人が多いです(図表2)。

「のどの乾燥対策にしていること」は「水分をとる」と「のど飴をなめる」が5割を超える



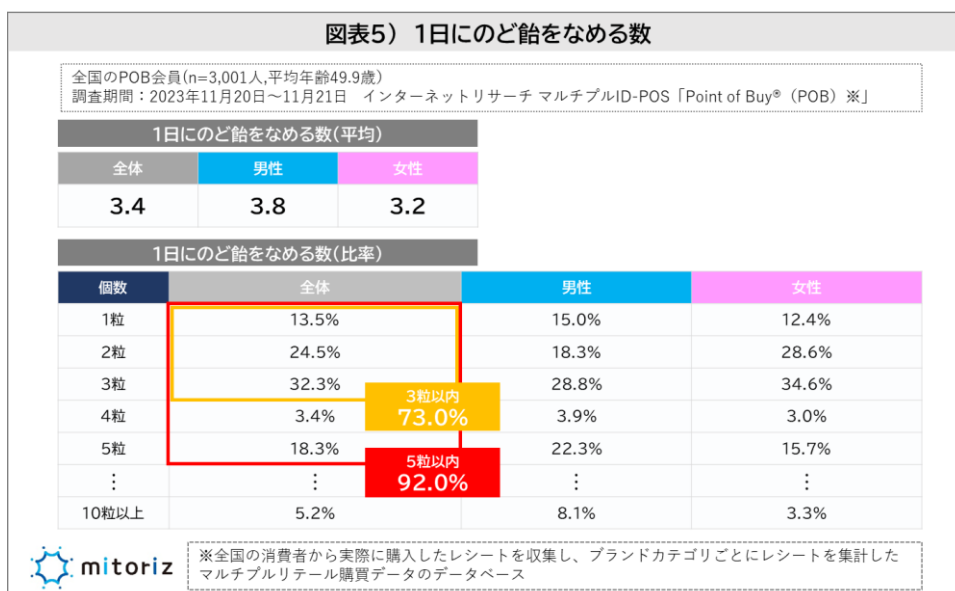
「のどの乾燥対策にしていること」を複数回答式で尋ねた結果「水分をとる（56.9%）」が最も多く、次いで「のど飴をなめる（52.8%）」が続き、どちらも5割以上が対策として取り入れていることがわかりました。男女で比較すると「のどの乾燥対策」についても全体的に女性の数値が高く、4つの対策が選択率50%を超えている一方で、男性は1つも50%を超えておらず、女性の対策意識が高いと言えます（図表3）。

のど飴を購入する際に最も重視されているのは「味・フレーバー」で7割を超える



「のどの乾燥対策でしていること」の問いに「のど飴をなめる」と回答した1,584人を対象に「のど飴を購入する際に重視している点」を尋ねました。その結果「味・フレーバー（73.1%）」が最も多く、特に女性は8割に迫る79.0%が「味・フレーバー」を選択しています。男性も「味・フレーバー（64.0%）」が最多ですが「効果や効能（58.1%）」との間に女性ほどの大きな差はありません。また「価格（男性：49.1%、女性：48.3%）」については男性の方が僅差ですが高い数値となっています（図表4）。

1日にのど飴をなめる数の平均は「3.4粒」で、男女では男性の方が多くなめている



「のど飴をなめる」と回答した1,584人を対象に「1日にのど飴をなめる数」を尋ねたところ平均「3.4粒」という結果となりました。男女別では男性（3.8粒）、女性（3.2粒）と男性の数値が大きく、乾燥対策に「のど飴をなめる」と回答した比率は女性が高いものの、一日にのど飴をなめる数は男性の方が多いという結果になりました。また全体の9割を超える人が5粒以内と回答しており、10粒以上なめる人は5.2%で、男性（8.1%）と女性（3.3%）の間で2倍以上の差が出ています（図表5）。

【アンケート調査概要】

調査期間：2023年11月20日～11月21日

調査対象：mitorizの消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）
POB会員（平均年齢49.9歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：3,001件）

消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買DBを活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POSやID-POSデータで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

Point of Buy®：<https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ：<https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

例：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと

【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 田中（たなか）

TEL：03-6328-0052 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@mitoriz.co.jp

【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：1億円

代表取締役社長：木名瀬 博

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）を活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など227,537店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。