



目薬は「自分自身で買う」が圧倒的 「販売価格」「さしごこち」も考慮

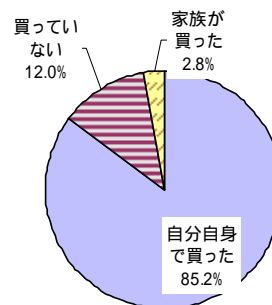
この1年間に目薬(洗眼薬含む)を購入したかを聞いたところ、「自分自身で買った」が85.2%と圧倒的に高かった。(グラフ)

目薬を買った場所は「薬局・薬店」が84.1%と圧倒的に多く、「眼科処方箋」4.8%、「どちらも利用する」7.1%。(グラフ)

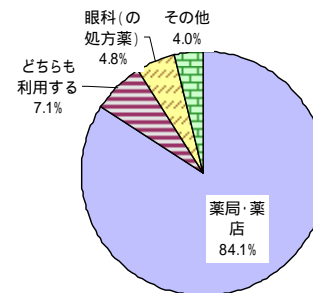
その商品を選んだ理由については、「販売価格」が34.7%、次いで「さしごこちなど使用感」29.8%、「表示効果」21.8%と続く。(グラフ)

また、「配合成分」を重視する人は、全体の20.6%で、具体的にどんな成分を重視するかは「保湿・うるおい成分」54.3%、「角膜保護成分」45.7%の割合が高かった。(グラフ)

グラフ 1年間に目薬(洗眼薬含む)を購入したか (n=399)



グラフ 目薬を買った場所 (n=353)



<回答者プロフィール>

年齢:24歳以下3.7%、25~29歳24.5%、30~34歳37.9%、35歳以上33.9%。
居住地:東京都 54.5%、神奈川 16.1%、埼玉県 15.1%、千葉県 14.1%、茨城県 0.2%。
未婚:未婚74.3%、既婚25.7%。
暮らし:親と同居46.4%、1人暮らし22.4%、夫婦2人暮らし19.6%、夫婦+子供5.4%、その他6.1%。

<調査実施>シティリビング

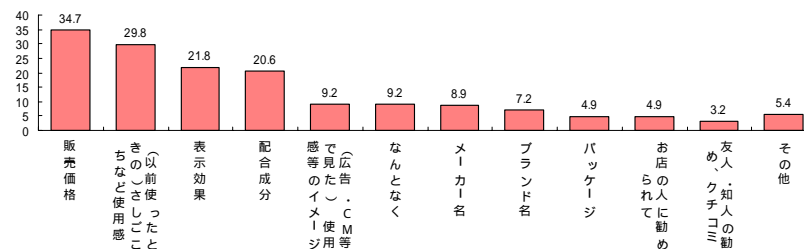
シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ (1年間に目薬<洗眼薬を含む>を購入した人) その商品を選んだ理由 (n=349)



グラフ (配合成分を重視する人)具体的にどんな成分を重視したか (n=70)

