

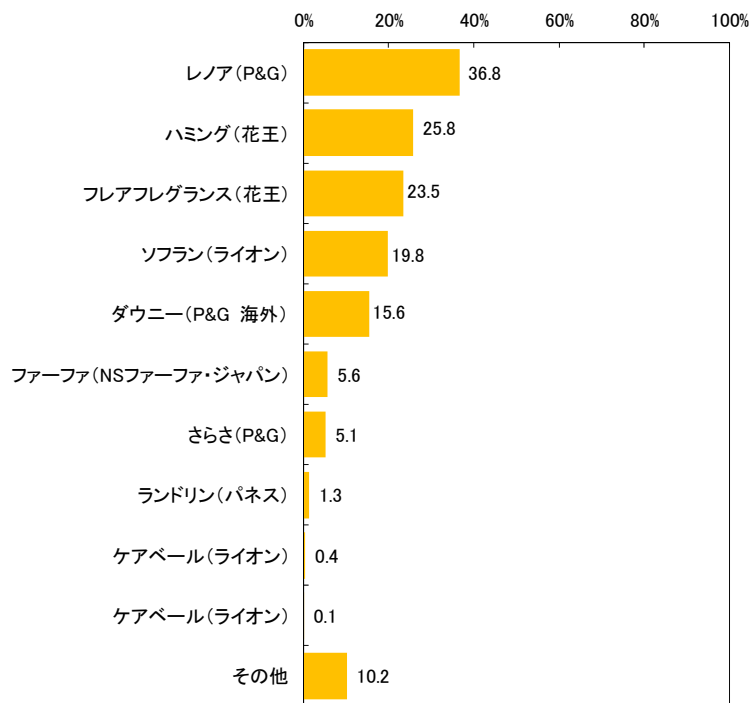


柔らか仕上げよりも、仕上げの香り重視

よく買う柔軟剤では、選ぶポイントは「香りが好き」がダントツの1位。次いで本来の用途である「柔らかく仕上げる」など、衣類洗いの仕上げには、肌触りを良くするだけではなく、香り付けすることが大きな目的となっている結果となった。また、「安い」といった値段に関して言えば、洗濯用洗剤では2位に挙げられていたのに比べ柔軟剤では4位に留まり、香りへの注目度の高さが伺える。よく買うブランドは1位がP&Gの「レノア」、2位に花王の「ハミング」、3位にも花王の「フレアフレグランス」がランクイン。

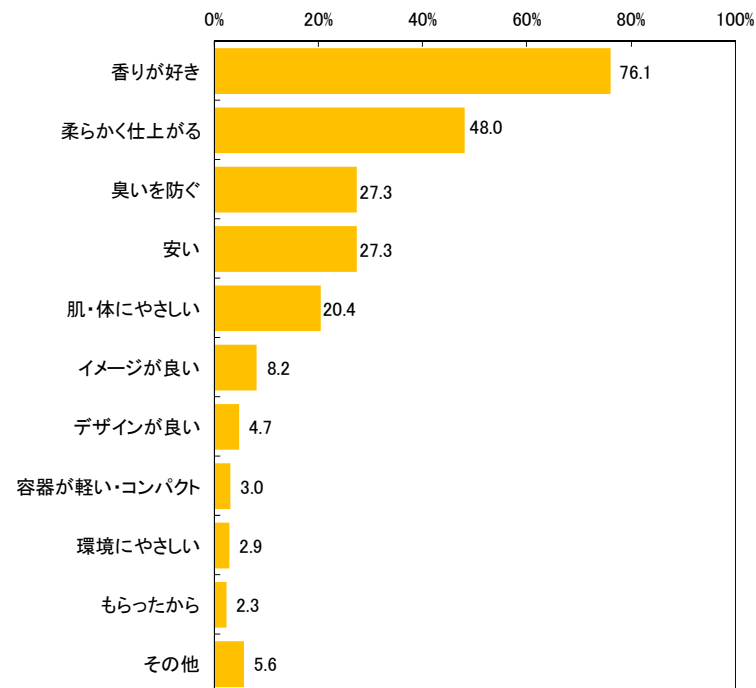
●よく買う柔軟剤は？(複数回答)

(n=1151)



●柔軟剤を選ぶポイント(複数回答)

(n=1153)



園児とママの情報誌「おんふぁん」 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。(おんふぁんサイト <http://www.enfantliving.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