

コンタック総合研究所

**『コンタック花粉仕草』
花粉シーズンにおけるビジネスパーソンの
‘異性に対する自分の魅力’ 調査**



2011年2月

グラクソ・スミスクライン株式会社

調査概要

1日2回でずっと効く『コンタック®600 プラス』を製造販売するグラクソ・スミスクライン株式会社(本社:東京都渋谷区、以下 GSK)のコンタック総合研究所*¹は、花粉症シーズン到来に先駆け、出会いの春に気になる‘異性に対する自分の魅力’に関して、花粉症のビジネスパーソン 618 名を対象に調査を行いました。

※¹コンタック総合研究所:ウェブサイト上(<http://contac.jp/soken/>)で消費者のかぜや鼻炎の症状などの意識を調査し、発表しています

※²環境省発表(<http://www.env.go.jp/press/press.php?serial=13408>)

【調査方法】

インターネットでのアンケート調査

【調査対象】

■全国の花粉症であるビジネスパーソン

男性 20-39 歳	309 人	50%
女性 20-39 歳	309 人	50%
合計	618 人	100 %

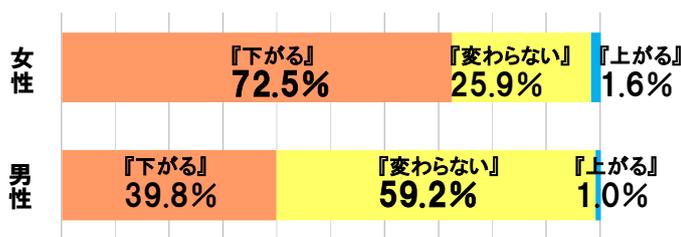
【調査期間】

2011 年 1 月 25 日 - 2010 年 1 月 28 日

花粉症女性の約 7 割が異性に対する魅力『下がる』も、男性 6 割『変わらない』

今回の調査で花粉症のシーズンを迎えると、女性の約 7 割が異性に対する魅力が『下がる』と回答しました。男性は『変わらない』が最も多い結果になるも、『下がる』と感じる男性のエピソードは「マスクをしていたらかぜと勘違いされ、うつるかもしれないと女性に避けられた」「女性から目が腫れていると指摘され、バツが悪い思いをした」など、出会いの春には避けたい悲しい思い出が寄せられました。

〔Q1〕花粉症の期間、異性に対する自分の魅力はどう感じる？（単一回答〔N=618〕）



<異性に対して魅力が『下がる』と感じたエピソード>

具体的なエピソードとしては女性からは‘マスクをしていると話しかけにくい、と言われた’‘外からみてもはっきりわかるほど口紅がマスクにべったり移っていて恥ずかしい思いをした’。男性は‘マスクをすると弱々しくみえ、鼻ばかりかんでいては男性として体裁悪く感じた’‘鼻声になって女性とよけい上手くしゃべれずチャンスを逃した’など花粉症のビジネスパーソンは、つらい症状だけでなく、花粉症がももて自信がなくなる経験もしているようです。

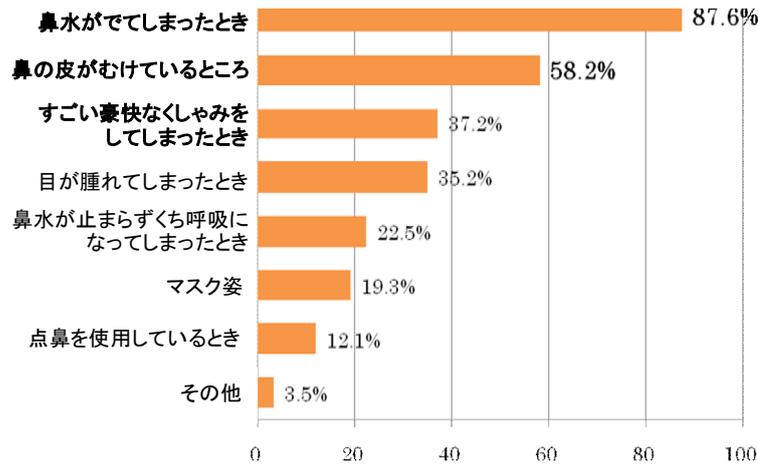
<異性に対して魅力が『上がる』と感じたエピソード>

花粉症で異性に対する魅力が『上がる』と感じる男女はどちらも全体の約 1 割に留まり、花粉症で魅力増の恩恵を受けているのは、ごく少数派のようです。具体的に『上がる』と感じる経験として、‘瞳がうるんでかわいく見える気がした(女性)’‘くしゃみがかわいいと言われた(女性)’‘健康に関する話題が豊富になりコミュニケーションの機会が増えた(男性)’‘コンタクトができないので使用しているメガネ姿が好評だった(男性)’などの声が集まりました。

異性に対して一番魅力が下がると感じるのは『鼻水が出てしまったとき(87.6%)』

花粉症で異性に見られたくない、自分の魅力が下がると感じるシーンの1位は『鼻水が出てしまったとき(87.6%)』、2位は『鼻の皮がむけてしまったとき(58.2%)』、3位は『すごい豪快なくしゃみをしてしまったとき(37.2%)』と、トップ3を‘鼻’にまつわることが占める結果となりました。『その他』の回答では『不機嫌になる』、『やる気がなくなる』などのメンタルな魅力ダウンに関するコメントが目立ちました。

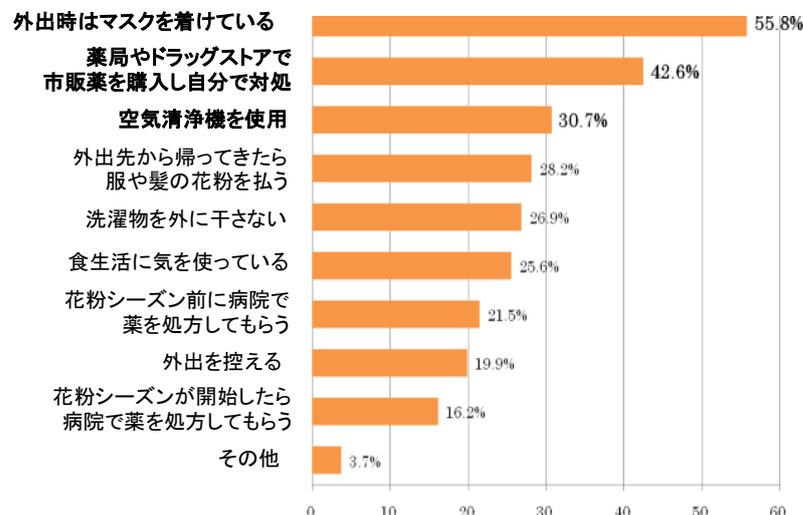
【Q2】(Q1で魅力が『下がる』と選択した回答者対象)花粉症で異性に見られなく、かつ魅力が下がると感じるシーンは？
 [あてはまるものから3つ以内選択 N=347]



『下がる』魅力をカバーする花粉症対策は『外出時はマスク着用(55.8%)』がトップ次いで『市販の薬を購入し自分で対処する(42.6%)』、『空気清浄機(30.7%)』

花粉症対策として最も多いのは『外出時はマスクを着用(55.8%)』で、続いて『市販の薬を購入し自分で対処(42.6%)』、『空気清浄機の使用(30.7%)』となりました。忙しいビジネスパーソンは、手軽に購入できるマスクや市販薬を活用し花粉症対策をしているようです。4位以降の『外から帰ったら服や髪の花粉を払う(28.2%)』、『洗濯物を外に干さない(26.9%)』といった回答から、花粉症のビジネスパーソンは日常生活でも花粉を出来るだけ防ぐよう気を使っていることが伺えます。

【Q3】花粉症対策は何をしていますか？[複数回答 N=347]



花粉症の市販薬は『薬の効き目が長いもの(66.9%)』を重視して購入

花粉症の市販薬を購入して対処するビジネスパーソンは『薬の効き目が長いもの(66.9%)』を最も重視し、次いで『価格(43.7%)』、『服用回数が少ないもの』『1日3回より2回(43.0%)』となりました。20～30代のビジネスパーソンは、安心して仕事ができるよう、効能の持続性を重視する一方、服用回数が少なくすむ手軽な薬を選ぶ傾向にあるようです。

【Q4】(Q3で『薬局やドラッグストアで市販薬を購入し自分で対処』と選択した回答者対象。店頭で市販薬を購入する際、どのようなことを重視しますか？【複数回答 N=263】

