

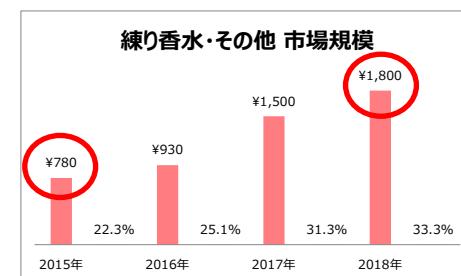
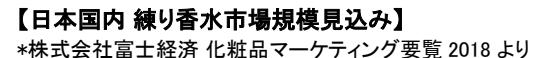
女性たちのフレグランス利用実態調査 「ライトフレグランス」市場規模 3 年間で 1.5 倍に増 2 人に 1 人が持ち歩くスティック型練り香水が台頭

株式会社フィットコーポレーション（東京都港区、代表取締役：富樫康博）は、ライトフレグランスの日本国内市場規模*が2018年6月の調査で54億円、2015年対比154%見込みとなったことを受け、フレグランスの利用実態を全国の女性20,000人（15～49歳）を対象に調査いたしました。

54 億円の内訳はオーデコロン 36 億円、練り香水・その他が 18 億円となり、この 3 年間で練り香水・その他の構成比が、10%アップするとみられています。この練り香水市場規模増加の要因は、当社が 2016 年から展開する「パフュームスティック®」をはじめとする、スティック型の練り香水。徐々に商品数を増やしており、パフュームスティックは練り香水・その他の売上の約 25% のシェアを占めています。2018 年の正式な市場規模は、2019 年 6 月に改めて発表される予定です。

この調査ではスティック型練り香水の使用経験者、現在使用者の方を中心に、使用時に感じるメリットや香水との使い方の違いをまとめました。主な調査結果は以下の通りです。(2019年3月27日(水)発表)

調査時期：2019年1月 実査委託先：株式会社マークティングアプリケーションズ

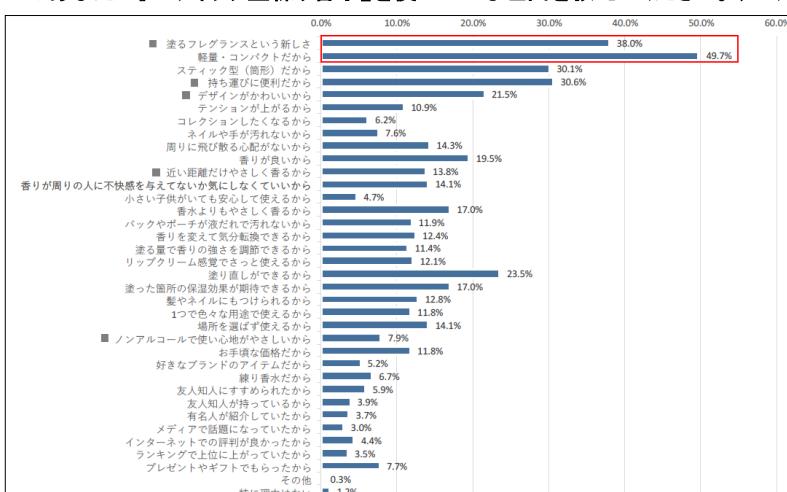


(単位：百万 / %はライトフレグラム内構成比)

	2015		2016		2017		2018（見込み）	
	販売金額	構成比	販売金額	構成比	販売金額	構成比	販売金額	構成比
オーデコロン	¥2,720	77.7%	¥2,770	74.9%	¥3,300	68.8%	¥3,600	66.7%
練り香水・その他	¥780	22.3%	¥930	25.1%	¥1,500	31.3%	¥1,800	33.3%
合計	¥3,500		¥3,700		¥4,800		¥5,400	

大人女性の4人に1人が、香りに対する周りの目を気にしている!?

Q あなたが『ステイク型練り香水』を使っていい理由を教えてください。(いくつでも)



現在スティック型練り香水を使用している方へ「使用理由」を聞いたところ、軽量・コンパクトだからという回答が最多

クトたからといふ回答が最多。また年代別での理由を探ると「香りが周りの人に不快感を与えていないか気にしなくていい」「周りに飛び散る心配がない」「近い距離だけ/香水よりもやさしく香る」といった、やさしい香り方に関する理由が、年代が上がるにつれて高くなる傾向ということがわかりました。40代前半女性では4人に1人の方が「香水よりもやさしく香る」ことをメリットと捉えており、大人女性がフレグランスに対して周りの目を気にしている心理が見てとれます。

年代別集計 一部抜粋	性別	年齢	商品属性												購買意欲			購買実績		
			塗るフ レグラ ンスと いう新 しさ	軽量、 コンパ クトだ から	持ち運 びに便 利だから から	スティッ ク型だ から	デイツ ルの利 用から	ショ ンが上 がらる から	テン ションが 上がら るから	コレク ションを 手がけら れるから	ナイ ルの手 がかかる から	スイ ーツを 手がけら れるから	香りに 飛び散 る心配 がない から	香りが 良いから	近い距 離だけ やさし く香る から	香りが 悪いから	小さい 子供が 人に不 いでも 伏せる から	香水よ りもや さしく 香るから	パック やボー ルが使 いやす いから	香りを 変えて きやすく 香るから
女性全体		595	38.0%	49.7%	30.1%	30.6%	21.5%	10.9%	6.2%	7.6%	14.3%	19.5%	13.8%	14.1%	4.7%	17.0%	11.9%	12.4%	11.4%	12.1%
15歳～19歳女性		85	35.3%	47.1%	23.5%	30.6%	18.8%	20.0%	5.9%	10.6%	11.8%	16.5%	10.6%	12.9%	3.5%	17.6%	14.1%	15.3%	11.8%	11.8%
20歳～24歳女性		85	38.8%	50.6%	32.9%	25.9%	16.5%	8.2%	7.1%	4.7%	8.2%	15.3%	8.2%	8.2%	2.4%	10.6%	12.9%	8.2%	10.6%	8.2%
25歳～29歳女性		85	43.5%	45.9%	35.3%	32.9%	29.4%	10.6%	8.2%	10.6%	11.8%	21.2%	14.1%	17.6%	5.9%	14.1%	12.9%	11.8%	14.1%	14.1%
30歳～34歳女性		85	38.8%	52.9%	35.3%	30.6%	20.0%	9.4%	5.9%	4.7%	15.3%	17.6%	10.6%	17.6%	7.1%	14.1%	14.1%	11.8%	8.2%	14.1%
35歳～39歳女性		85	38.8%	51.8%	29.4%	30.6%	27.1%	11.8%	4.7%	10.6%	12.9%	21.2%	12.9%	12.9%	7.1%	15.3%	9.4%	9.4%	10.6%	11.8%
40歳～44歳女性		85	45.3%	52.9%	25.9%	29.4%	20.0%	9.4%	8.2%	5.9%	21.2%	24.7%	25.9%	16.5%	4.7%	27.1%	12.9%	17.6%	14.1%	14.1%
45歳～49歳女性		85	35.3%	47.1%	28.2%	34.1%	18.8%	7.1%	3.5%	5.9%	18.8%	20.0%	14.1%	12.9%	2.4%	20.0%	7.1%	12.9%	10.6%	12.9%

n : スティック型練り香水現在使用者 595 人

『お問い合わせ』

株式会社 フィットコーポレーション マーケティング部 PR チーム

株式会社 オーライト ホリデイ、リバランジング 公
元107-0061 東京都港区北青山3-6-1 オーク表参道ビル 7・8F

TEL : 03-6892-1331 FAX : 03-6892-1355

<http://www.fits-japan.com>

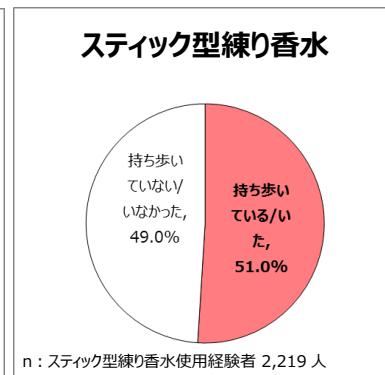
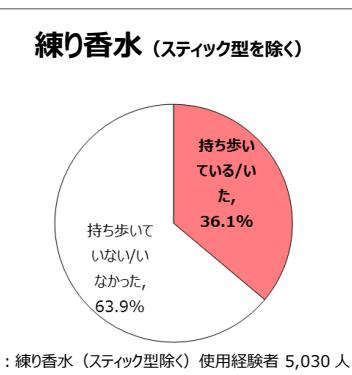
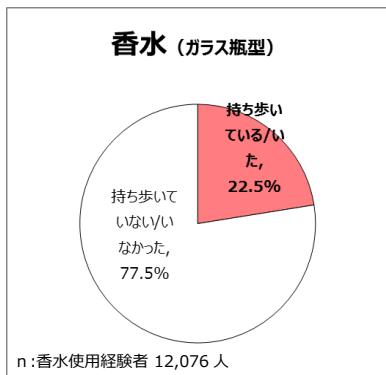
《お客様お問い合わせセンター》

《お客様の問い合わせ先》
株式会社 フジツコーコーポレーション

株式会社 フィッシュ・ホールディングス
〒331-3232 堀越区 TEL:03-6893-1333

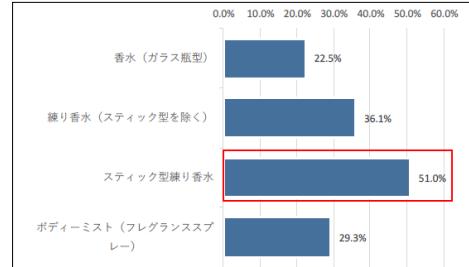
香水は4人に1人、スティック型練り香水は2人に1人が持ち歩き

Q.あなたは各フレグランスを持ち歩いていますか？（いましたか？）



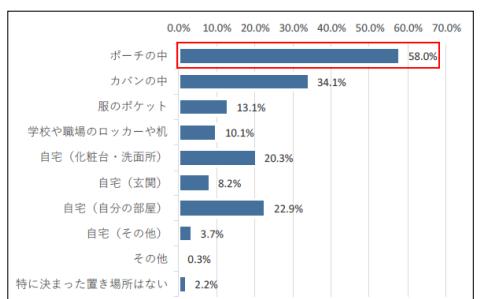
香水の使用経験がある約 12,000 人のうち、普段から持ち歩いている/いたと答えたのは 22%。同様の質問で、スティック型を除く練り香水では持ち歩き率 36%、ボディミストでは 29.3% という結果に。

対してスティック型練り香水は、唯一半数を超える持ち歩き率 51%。同じ練り香水でもスティック型以外のタイプと 15% の差となり、よりコンパクトでどこでも塗りやすい、スティック型タイプが持ち歩きのニーズを叶えていることが明らかになりました。



スティック型練り香水が最も置かれているのは「ポーチの中」

Q.あなたは、普段『スティック型練り香水』をどこに置いていますか？（いくつでも）



現在スティック型練り香水を使用している 595 人に聞いた、普段どこに置いているかという質問では、58%の方が「ポーチの中」と回答。次いで、カバンの中、服のポケットと、持ち歩くことが前提の場所にあることが多いことがわかったパフュームスティック。リップ、コスメのように常に持ち歩く方が多いことが伺えます。

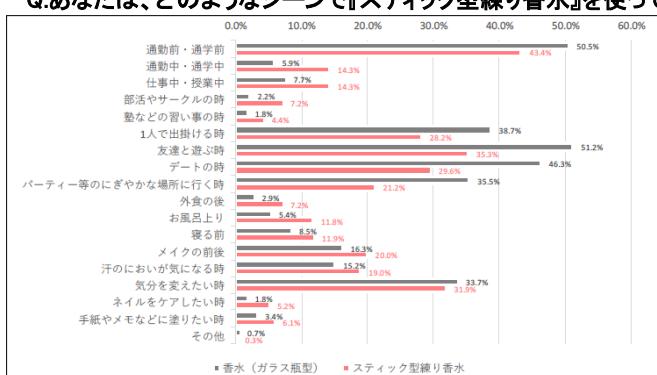
スティック型練り香水を使うシーンは、外出先とケア目的

Q.あなたは、どのようなシーンで『香水』を使っていますか？（いくつでも）

n : 香水現在使用者 4,332 人

Q.あなたは、どのようなシーンで『スティック型練り香水』を使っていますか？（いくつでも）

n : スティック型練り香水現在使用者 595 人



香水、スティック型練り香水の現在使用者の方に聞いた使用シーンでは、それぞれの使い方の違いが明らかに。

香水は「通勤前・通学前」や「1人で/友達と/デート」など、目的がはっきりとしている外出時に使用されることが多く、スティック型練り香水では同様の傾向がありつつも、「通勤中・通学中」が香水を上回り、外出先での香りの塗り直しをしていることが見て取れます。また「お風呂上り」「寝る前」「メイクの前後」「ネイルケア」といった、メイクの流れや保湿などセルフケアに近い目的も香水より高いスコアとなりました。

《お問い合わせ》

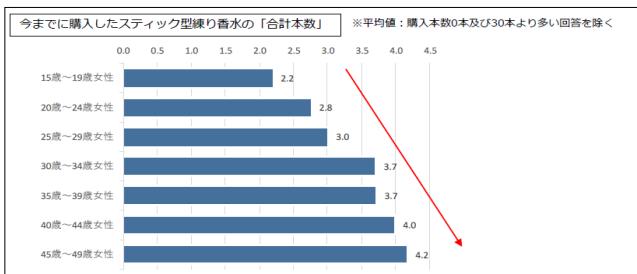
株式会社 フィツツコーポレーション マーケティング部 PR チーム
 〒107-0061 東京都港区北青山3-6-1 オーク表参道ビル 7・8F
 TEL: 03-6892-1331 FAX: 03-6892-1355
<http://www.fits-japan.com>

《お客様お問い合わせ先》

株式会社 フィツツコーポレーション
 メディア掲載用 TEL: 03-6892-1332

ひとり平均 3.5 本持ち 複数の香りを使い分ける方も

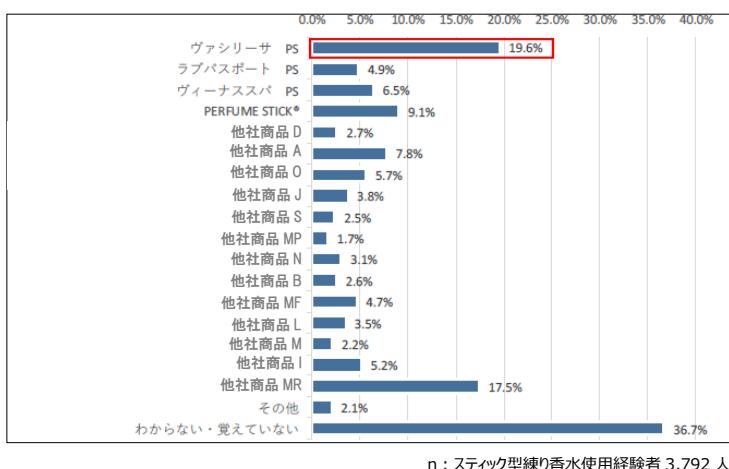
スティック型練り香水の現在使用者に購入した合計本数を聞いた調査では、年代が上がるほど平均購入本数が上がる結果となり、全世代での平均購入本数は 3.5 本。そんななかでも、10 代後半では「2 本」が「1 本」を上回るボリュームゾーンに。リップのように、複数の種類を持って香りを使い分ける方も多いことがわかりました。



	n	1本	2本	3本	4本～5本	6本以上
女性全体	388	32.0%	23.7%	14.9%	16.5%	12.9%
15歳～19歳女性	44	36.4%	38.6%	4.5%	18.2%	2.3%
20歳～24歳女性	49	38.8%	24.5%	6.1%	22.4%	8.2%
25歳～29歳女性	52	42.3%	11.5%	13.5%	13.5%	19.2%
30歳～34歳女性	59	27.1%	23.7%	18.6%	16.9%	15.6%
35歳～39歳女性	64	31.3%	26.6%	15.6%	12.5%	14.1%
40歳～44歳女性	60	28.3%	23.3%	20.0%	18.3%	10.0%
45歳～49歳女性	60	23.3%	20.0%	21.7%	15.0%	20.0%

n : スティック型練り香水現在使用者のうち、購入者のみ 388 人

使用経験の高さではヴァシリーサ パフュームスティックが 1 位を獲得



n : スティック型練り香水使用経験者 3,792 人

現在は他社商品を含め、複数のブランドから発売されているスティック型練り香水ですが、使用経験の高さでは、ヴァシリーサのパフュームスティックが 1 位に。

現在日本国内で流通している日本ブランドのスティック型練り香水では、2016 年 9 月発売と、早い時期に展開を開始したヴァシリーサ パフュームスティック。なかでも一番人気の高い*いたずら子猫の「ベンジャミン」が、この先もスティック型練り香水の市場をけん引していくことになりそうです。



* フィツツコーポレーション出荷実績
2016 年 9 月～2019 年 2 月の累計本数

商品詳細



みずみずしいペアに
爽やかなジャスミンが香る
大人のフレッシュフルーティ
甘酸っぱいベリーと
とろけるバニラが愛らしい
キュートなスイートグルマン



きゅんとするチェリーと
ほんのり甘いマシュマロの
ロマンティックな
スイートグルマン



ぱっと華やぐセロラと
軽やかなローズの
愛くるしい
フルーティフローラル



まっかにじゅくしたりんごと
プラリネチョコが溶け合う
ガーリーな
スイートグルマン



ジューシーなピーチを
フレージアが優しく
包み込む
ソフトなフルーティフローラル



可憐なビオニーと
上品なローズが女性らしい
清潔感溢れる
フローラルフルーティ



■ブランド名: ヴァシリーサ

■商品名: パフュームスティック ベンジャミン/メリッサ/フィオナ/コタロー/ソフィ/オリバー/アンナ

■容量: 各 3.5g

■価格: 1,500 円(税抜)



「パフュームスティック」はフィツツコーポレーションの登録商標です。

《お問い合わせ》

株式会社 フィツツコーポレーション マーケティング部 PR チーム
 〒107-0061 東京都港区北青山3-6-1 オーク表参道ビル 7・8F
 TEL: 03-6892-1331 FAX: 03-6892-1355
<http://www.fits-japan.com>

《お客様お問い合わせ先》

株式会社 フィツツコーポレーション
 メディア掲載用 TEL: 03-6892-1332