

お灸

シニアだけでなく幅広い層が購入 火を使わない新タイプも伸長

シニア層が使用するイメージの強いお灸だが、最近ではアロマタイプや火を使わないものなどバリエーションも増えた。健康を意識する女性を中心に30~40代の購入も増えており、展開の仕方によって今後の拡大が見込まれる。ドラッグストアにおけるお灸カテゴリーのMDのあり方とは何か、最新のデータから探っていく。

市場の構造

主要購入層は30~60代女性 固定客多くリピート率も高め

今回の集計ではお灸の主要ブランドに近年の状況を見ていく。売上の推移を見るとわかるように、2013年から15年にかけて、個数ベースは前年比99.3%、87.9%と下降傾向にあり、金額ベースでも13年から14年は横ばいだったものの、15年は前年比89.8%となっている【図表①】。

近年、せんねん灸の「火を使わないお灸」シリーズや、桐灰化学の「レンジ灸」など、火を使わないタイプのお灸が発売されており、その手軽さから火を使わないタイプについては個数、金額ともに伸長している。

火を使うお灸の使用状況を見ると【図表②】、「現使用者」は3%、「使用中止者」が7%、「認知未使用者」という人が32

%いることがわかった。火を使うお灸ユーザーの使用不満点については、「灰が落ちる」「部屋や服などにニオイが移る」「一人では使えない」といった点が上位に上がっている【図表③】。また、【図表④】の火を使うお灸を知っているものの使用していない理由については、「火を使うのが不安、面倒そう」が最も多く、「使い勝手が悪そう」「使用後の火の始末などが面倒そう、不安」といったようにユーザー同様、火を使うことによる手間に関して不満を感じていることがわかる。

次に、売上の上位ブランドである、せんねん灸の商品全体と同社の「伊吹もぐさ」、大和漢の「やわら灸」における性年代別の構成比を見てみよう【図表⑤】。せんねん灸のブランド全体で見ると、定番のお灸から、大容量、火を使わないもの、アロマタイプなど幅広いラインアップを持っていることから、購入者の年代も幅が

広く、とくに女性の30代から60代までの割合が高い。一方、同社の「伊吹もぐさ」はお灸の原料である良質なもぐさをパッケージしたものであり、ヘビーユーザーに支えられている商品であることから、60代以上の購入率が高くなっている。

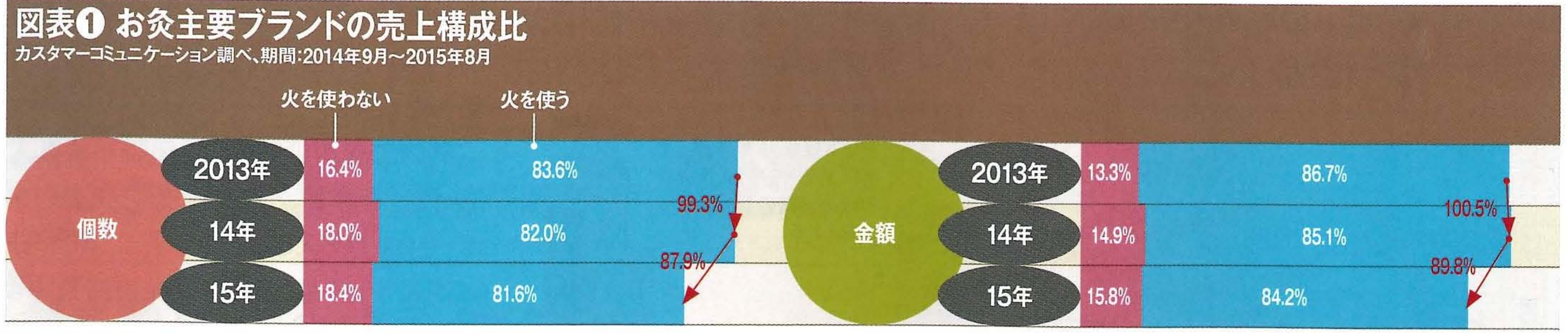
大和漢の商品は、シートから取り出しそのまま貼る台座タイプが主流だ。とくに「やわら灸」では、男性の構成比が約25%と高めている。リピート率は、せんねん灸全体で27.8%、「伊吹もぐさ」単品で20.58%、「やわら灸」で16.36%だった。

カテゴリーの分析

肩こり・腰痛、健康食品など 関連する商品の併買も多い

次にドラッグストアにおいて、お灸とどんな商品と一緒に買われているのかを見てみよう。「せんねん灸」購入者のバスケット分析を行ったところ、最も高かったカテゴリーは「外用鎮痛・消炎薬」（同時併買者比率11.08%）となった。肩こりや腰痛などの痛みに対し、お灸と同時に湿布やゲルを併用していることが窺える。また健康食品（同10.25%）や「肩こり、腰痛ケア用品・用具」（同7.54%）、「生理用品」（6.81%）などのカテゴリーも高くなっている。

同時購入されやすい商品カテゴリーについて、さらに詳しく見ていこう。まず「外用鎮痛・消炎薬」では、「サロンパスAe」「ロ



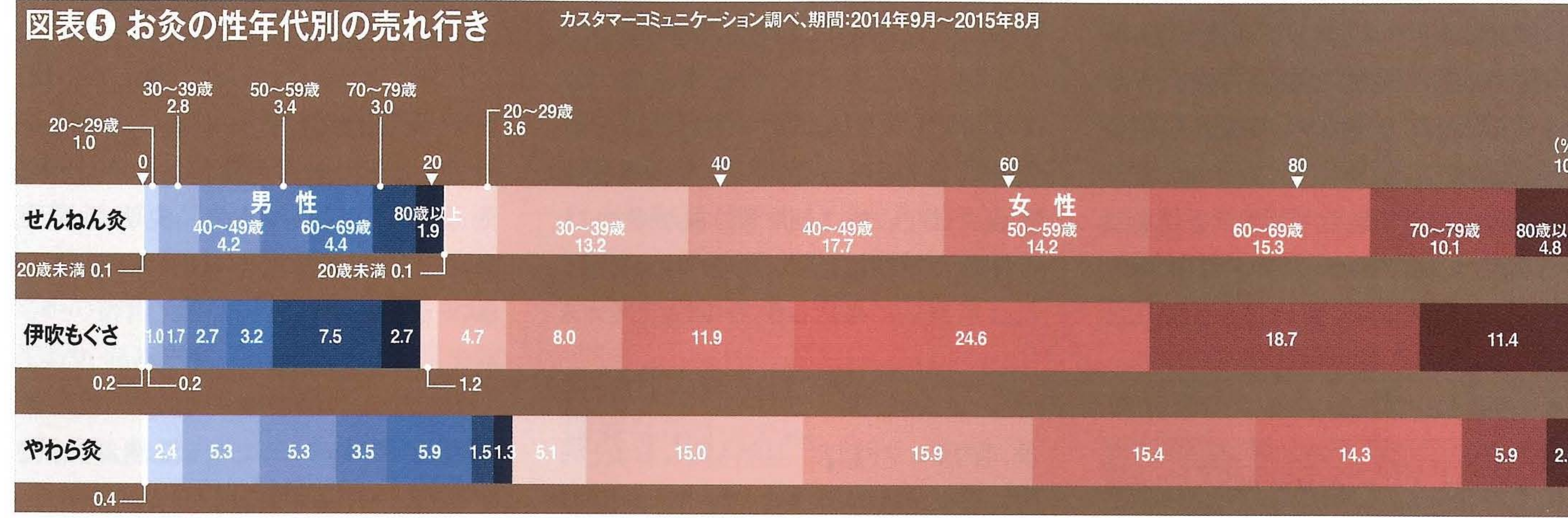
イヒつぼ膏」「ハリックス55EX温感A」「おきゅ膏Z」などの傾向値が高く、貼るタイプの商品についての動きがよいことがわかる【図表⑥】。

次に健康食品のカテゴリーについて

は、亜鉛、マカ、青汁などサプリメントの併買が高い。また中高年の購入者が多いからか、「グルコケア」など血糖値対策商品の傾向値も高かった【図表⑦】。

また「肩こり、腰痛ケア用品・用具」カテ

ゴリーでは、「サロンシップ温熱用具」や「めぐりズム」といった体を温めるものや、「祐徳スポーツバン」「セイリン ツボに貼るだけ 簡単なはり治療 パッチ鍼」など、パッチ類の傾向値が高い。同じお灸商



図表⑥ せんねん灸購入者の外用鎮痛・消炎薬のバスケット商品

カスタマーコミュニケーション調べ、期間:2014年9月~2015年8月

順位	商品名称	同時併買者比率	人数傾向値
1	サロンパスAe 140枚	0.99%	165.12%
2	ロイヒつぼ膏 RT156 156枚	0.80%	329.07%
3	小林製薬 ニューアンメルツ ヨコヨコA 80ml	0.43%	81.78%
4	のびのびサロンシップ 24枚	0.36%	47.78%
5	ハリックス55EX温感A 20枚+5枚	0.31%	124.28%
6	PB ホームバスE(新)140枚	0.30%	160.75%
7	おきゅ膏Z 120枚	0.23%	827.12%
8	サロンパスAe 40枚	0.19%	68.02%
9	フェイスZジクサス 7枚	0.17%	81.20%
10	ハリックス55EX冷感A 20枚	0.17%	45.98%
11	ロイヒつぼ膏 RT78 78枚	0.17%	239.74%
12	ボルタレンEXテープレギュラー 14枚	0.17%	144.04%
13	ボルタレンEXテープレギュラー 7枚	0.15%	84.57%
14	サロンパスEX 20枚	0.14%	168.25%
15	フェイス5.0 7枚	0.13%	81.52%
16	サロンパスAe 80枚	0.12%	125.80%
17	サロンパス30 40枚	0.12%	130.26%
18	バスタイムA 60枚	0.12%	181.52%
19	点温膏K 120枚	0.12%	484.59%
20	バンテリンコーワ液S 45g	0.12%	62.63%

図表⑦ せんねん灸購入者の健康食品のバスケット商品

カスタマーコミュニケーション調べ、期間:2014年9月~2015年8月

順位	商品名称	同時併買者比率	人数傾向値
1	DHC ビタミンC(ハードカプセル) 120粒	0.12%	136.80%
2	PB 緑茶三昧	0.10%	230.91%
3	DHC 亜鉛60日	0.09%	138.29%
4	DHC マカ20日	0.09%	288.75%
5	ヤクルト 青汁のめぐり 225g	0.09%	257.41%
6	大塚製薬 買者の食卓ダブルサポート 30包	0.09%	240.34%
7	DHC ブルーベリーエキス 40粒	0.08%	149.58%
8	DHC ブルーベリーエキス 60日分 120粒	0.08%	161.12%
9	明治 アミノコラーゲン 詰め替え用 214g	0.08%	238.40%
10	DHC マルチビタミン60日 60粒	0.07%	90.15%
11	DHC ビタミンBミックス60日分 120粒	0.07%	145.60%
12	ヤクルト 私の青汁 240g	0.07%	257.49%
13	Livita グルコケア 粉末スティック 6g×30	0.07%	330.25%
14	DHC 極らくらく 20日分 120粒	0.06%	287.94%
15	ヤクルト 私の青汁(30袋) 120g	0.06%	207.24%
16	明治 メイバランス Miniカップ パナナ味 125ml	0.06%	128.97%
17	DHC 20日分フォースコリー 32.4g	0.06%	80.90%
18	DHC ヘム鉄 20日分 40粒	0.06%	181.40%
19	アサヒF&H ディアナチュラ 鉄・葉酸 60粒	0.06%	190.41%
20	PB 山本漢方大麦若葉粉末170	0.06%	306.22%