

避妊用品

薄さ別、個数別など 機能性も考慮した選びやすい売場づくりへ

避妊用品(コンドーム)は、近年の技術革新で薄さを追及した高機能の商品が発売されたことによって、容量や価格よりも機能性を重視する傾向が強まっている。最新のデータから避妊用品のマーケットとドラッグストアにおける今後の売場づくりについて考えてみたい。

いずれも出典はカスタマーコミュニケーションズ TRUE DATA 調査期間は2014年11月から2015年10月

市場の概況

購入者の約半数が男性 20代から40代が中心

避妊用品(コンドーム)の購入先は、コンビニエンスストアに次いでドラッグストアが多い。また最近では店頭で購入することに抵抗があることから、インターネットでの購入も増えている。しかし、計画的な妊娠やエイズなどの感染症を防ぐ意味でも、避妊用品はドラッグストアになくてはならない商材の一つとなっている。

ドラッグストアにおける避妊用品の売場は、絆創膏やマスクといった衛生用品の近くに置かれることが多いが、店舗によっては買いやすさを考慮して自動販売機を設置していることもある。近くには関連商材として妊娠検査薬なども品揃えされていることが多い。

避妊用品の性年代別購入者層を見ると【図表①】のように、男性が49%と約半数を占めている。このデータはポイントカードの履歴から導き出したものであり、同行者の女性のポイントカードを使用しているケースもあることから、実際はもう少し男性の割合が高いと推測される。通常、ドラッグストアの来店客数の約7~8割は女性で

あることから、このカテゴリーの購入者層が非常に特殊であることがよくわかる。

年齢別に見てみると、20代から40代の比較的若い世代の構成比が高いが、50代以降、シニア層の購入者もゼロではない。女性も20代・30代の構成比が高くなっている。

【図表②】の避妊用品の性年代別リピート率を見てみると、女性の平均リピート率が19.3%であるのに対し男性の平均リピート率は27.4%と高い。特にメインユーザーである20代男性は31.8%と高いリピート率となっている。

消費者の動向

個数や価格よりも 薄さなどの機能性を重視

プライベートブランド(PB)を除いた避妊用品の売り上げランキング【図表③】を見ると、オカモトと相模ゴム工業の商品が上位を占めていることがわかる。とくに薄さが特徴である「サガミオリジナル0.01 5個」が1位、「オカモト ゼロワン 0.01 3個」が2位となった。

「サガミオリジナル0.01 5個」は、従来の「サガミオリジナル002」をさらに25%薄く加工し、18ミクロンの皮膜を実現した製品

だ。生体適合性の高いポリウレタン製のためゴムアレルギーの人でも使用可能で、たんぱく質を含まないためゴム臭もない。個別包装のブリスターパックとなっており、取り出す際、製品を傷付けることのないように配慮され、潤滑油もたっぷり入っている。同品は2013年11月より、東京都の一部店舗とWeb限定で試験発売を行い、14年9月に全国で発売。品薄につき現在は販売を一時休止している。

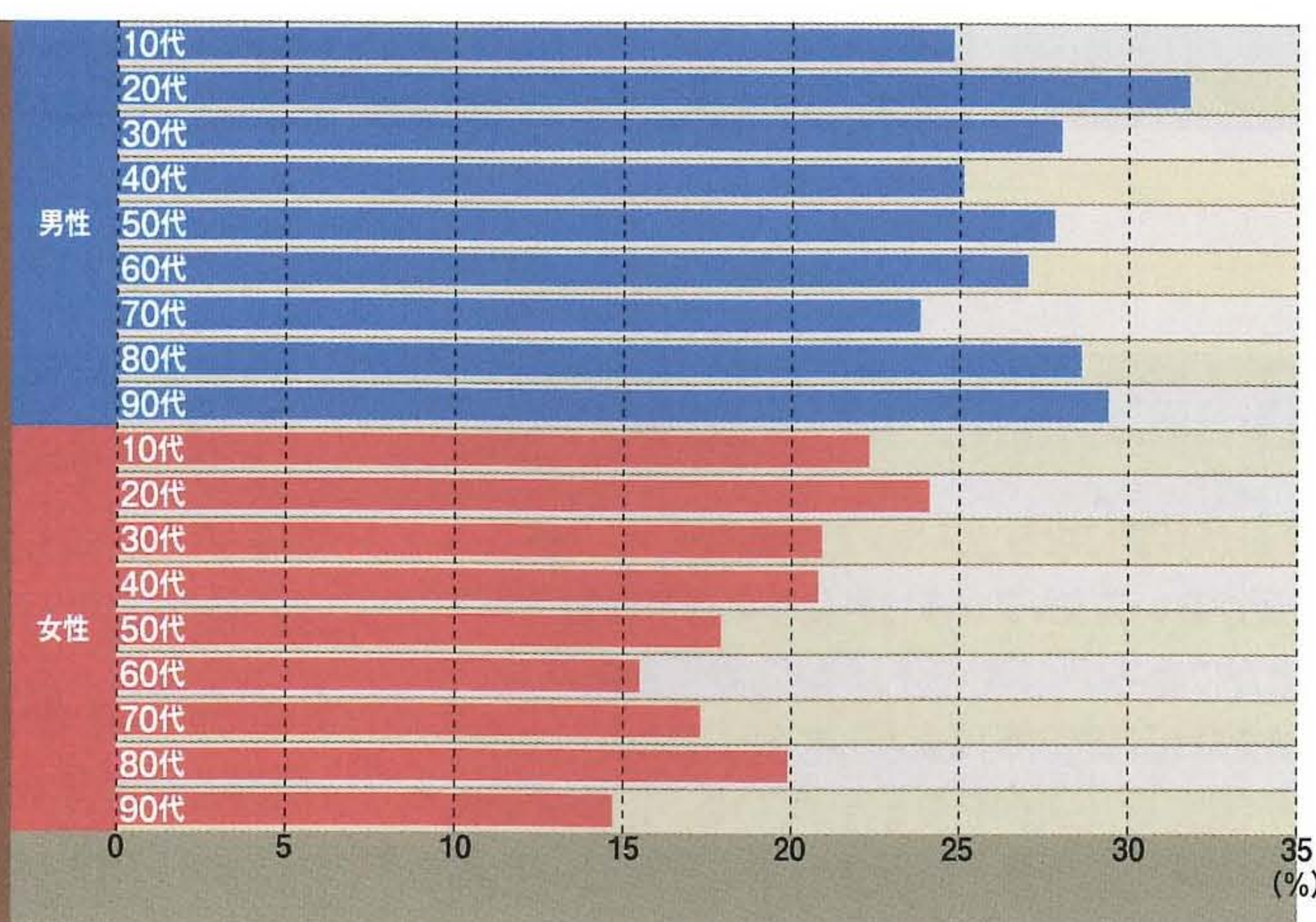
2位の「オカモト ゼロワン 0.01 3個」は、15年4月より、全国のドラッグストア・ホームセンター等の小売店および通信販売で販売を開始。水系ポリウレタンを採用した同品は国際規格であるISO23409:2011 Annex Fの厚みに関する測定方法に基づき、ボトム厚・センター厚・トップ厚の3点すべてが0.01ミリ台と均一な厚みを実現している。

上記の2品は「サガミオリジナル0.01 5個」が1200円、「オカモト ゼロワン 0.01 3個」900円(いずれも希望小売価格・税別)と個数も少ない高価格帯ながら、その機能性の高さから消費者の評価が高く、ドラッグストアでの売上数も上位に上がることがわかる。

また6位「家族計画 リューブゼリー 50G」、15位の「ジェクス SODローション エモーションタイプAR 180g」、19位の「ジェクス SODローション ロングバケーションAR 180g」は性交時に使うローションであり、避妊用品と一緒に購入されていることがわかる。リピート率では、「オカモト ベネトン 1000 12個」と「相模 サガミオリジナル002 Lサイズ 12個」の2品が20%以上の高い値を示している。

【図表④】の避妊用品と同時購入され

図表②
避妊用品の
性年代別
リピート率



ている商品について、バスケット分析を見てみると、スナック菓子やコーヒードリンク、カップ麺などの食料品や飲料、歯ブラシ、シャンプー、ボディーシャンプー・リンスなどの日用品の傾向値が高い。これはふだん使いに加え、旅行などの宿泊時用に一緒に購入していることも推測できる。

また医薬品で最も同時併買および傾向値が高かったのが目薬だ。避妊用品と同時購入されている目薬は価格帯の安価なものが中心であり、このことから避妊用品だけをレジに持っていくのには抵抗があり、避妊用品のパッケージを隠すため、同じようなパッケージサイズの目薬を手にとって

いるのではないか、という推測も可能だ。

今後の売場展開

機能別・容量別で棚分けし 選びやすい売場を追求

厚生労働省によると、近年20代の性感染症が増加傾向にあり、14年はHIV感染者数が過去最多、15年は梅毒の感染者数が急増しているという発表があった。国内シェアNo.1のオカモトでは、若者に性交渉についての正しい知識、とくにHIVや性感染症などに感染するリスクがあること、またコンドームを使うことは決して恥ずかしい、難しいものでないと理解してもら

えるよう、Webサイト『LOVERS 研究所』を立ち上げ、情報発信に努めている。

近年、避妊用品はインバウンド需要も高く、薄さや丈夫さなどで品質の高い日本製の高付加価値型の商品は外国人観光客のまとめ買いも多くなっているという。

避妊用品は地域住民の健康を支えるドラッグストアにとって、大切な商材のひとつだ。とくに高付加価値型の商品は価格も高く、利益商材でもある。避妊用品のコーナーは棚下段に設置していることも多くPOPなどがつけにくい場合もあるが、個数別、薄さ別、機能別などで棚を分けることで、手に取りやすい売場づくりをめざしたい。



図表③ 避妊用品の売上ランキング

順位	商品名称	リピート率
1	相模ゴム サガミオリジナル0.01 5個	17.47%
2	オカモト ゼロワン 0.01 3個	14.47%
3	ジェクス グラマラスバタフライモイスト1000 12個	15.08%
4	ジェクス グラマラスバタフライホット1000 12個	15.92%
5	相模ゴム サガミオリジナル002 6個	17.43%
6	家族計画 リューブゼリー50G	10.74%
7	相模ゴム サガミオリジナル002 12個	18.19%
8	不二ラテックス リンクルゼロゼロ1000 2個	12.49%
9	オカモト ベネトン1000 12個	20.59%
10	オカモト スキンレス500 6個	13.56%
11	オカモト うすさ均一0.02EX 6P	9.58%
12	オカモト うすさ均一0.02EX 12P	14.11%
13	相模ゴム サガミオリジナル002 Lサイズ 12個	23.47%
14	シンシア1000 3P(SB)	14.20%
15	ジェクス SODローション エモーションタイプAR 180g	9.10%
16	相模ゴム サガミオリジナル002 3個	9.04%
17	ジェクス コンドームうすうすR1000 2P	8.28%
18	オカモト ゼロゼロスリー 12個	15.41%
19	ジェクス SODローション ロングバケーションAR 180g	8.29%
20	オカモト うすさ均一0.02EX カラー	10.98%

図表④ 避妊用品のバスケット分析

順位	カテゴリ名	同時併買者比率	傾向値
1	衣料用合成洗剤	9.9%	99.8%
2	スナック菓子	9.4%	140.7%
3	歯ブラシ	9.3%	128.3%
4	シャンプー	9.0%	110.9%
5	ティッシュペーパー	8.5%	102.0%
6	ボディーシャンプー・リンス	8.3%	124.2%
7	歯磨き	8.3%	96.4%
8	柔軟剤	8.0%	104.1%
9	トイレットペーパー	7.5%	83.5%
10	チョコレート	7.4%	117.6%
11	生理用品・用具	7.2%	94.9%
12	健康食品	7.0%	98.9%
13	コーヒードリンク	5.8%	119.6%
14	カップ麺	5.4%	136.4%
15	炭酸フレーバー	4.8%	111.0%
16	キャンディ・キャラメル	4.7%	98.2%
17	日本茶・麦茶ドリンク	4.6%	109.8%
18	ヘアリンス・コンディショナー	4.4%	96.5%
19	目薬	4.4%	120.0%
20	室内用芳香・消臭・防臭剤	4.2%	126.1%

図表① 避妊用品の性年代別購入者層

