

報道関係者各位
プレスリリース

2022年3月15日

株式会社 mitoriz

(旧 ソフトブレン・フィールド株式会社)

小児向けワクチン 5歳~11歳保護者「34.0%」接種意向あり

新型コロナ「小児向けワクチン接種」と「自身の追加接種」に関する意識調査

フィールド・クラウドソーシング事業を展開する株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、全国のアンケートモニター（以下、POB会員）から月間1500万枚のレシートを収集する国内最大規模の（提携サイト含める）、日本初のレシートによる購買証明付き・購買理由データベース「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®（以下、POBデータ）」を活用し、生活者の購買行動を分析しています。

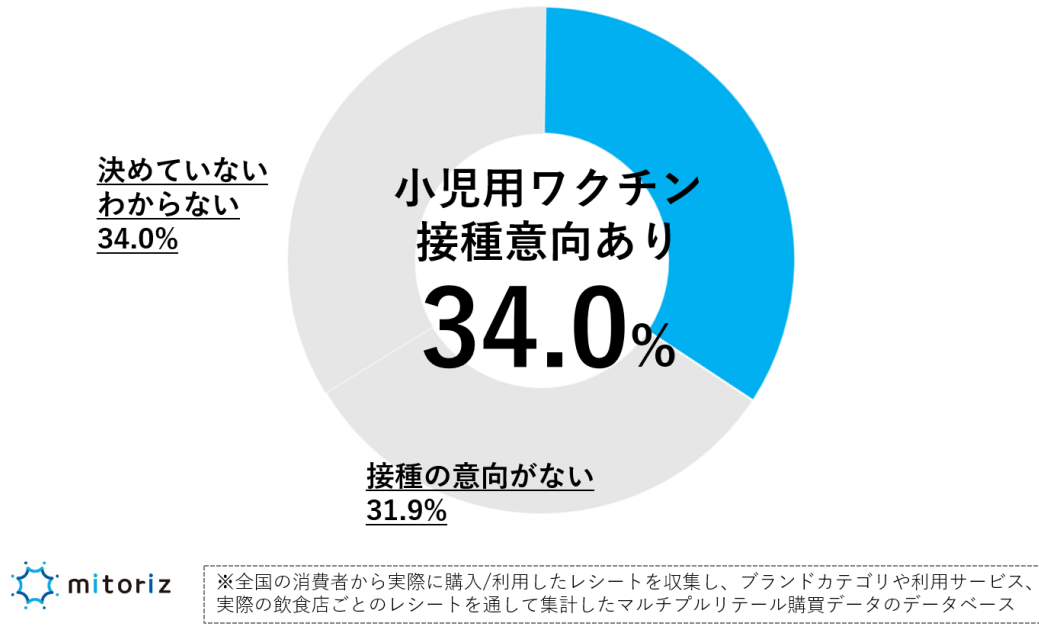
5歳から11歳の子どもへの新型コロナウイルスワクチン接種（以下、小児用ワクチン接種）が、早い地域では2月末から開始しています。今回は、5歳から11歳子ども保護者1002人（平均年齢：41歳、エリア全国）のPOB会員を対象としたインターネットアンケート調査を実施し、「小児向けワクチン接種と自身の追加接種に関する意識調査」をしました（実施期間は、2022年3月8日）。

==== 調査結果概要 =====

- ・5歳から11歳の子どもの保護者1002人に「小児用ワクチン接種に関する接種意向」を聞くと、「接種の意向がある」（34.0%）、「接種の意向がない」（31.9%）を<2.1pt>上回る。
- ・「小児用ワクチン接種の意向がある」と回答した保護者129人に対し、「ワクチン接種後の副反応に備えて、小児用解熱剤の購入予定があるか」尋ねると、4割が「購入予定がある」（38.8%）と回答。また「小児用解熱剤の服用のタイミングや有効な成分などの知識」は、4割以上が「知識がない」（44.2%）と回答。
- ・アンケート対象者1002人のうち、「自身がこれから3回目接種を予定している」565人に対し、「副反応対策として何か購入予定はあるか」尋ねると、「購入予定がある」（52.7%）が回答。その商品としては、「解熱鎮痛剤」（67.4%）が最も多く、「ペットボトル飲料」（62.1%）、「インスタント食品」（34.2%）、「レトルト食品」（31.9%）、「冷凍食品」（31.2%）が続く。
- ・その他、解熱鎮痛剤の購入レシートから購入金額と購入数の推移を、ワクチン接種状況とともに分析した。

図表1) 新型コロナワクチンの5歳~11歳を対象とした接種が始まっていますが、小児用ワクチン接種の意向を教えてください。

N= 1002人、全国POB会員男女（エリア全国、5歳~11歳の子どもの保護者 平均年齢41歳）
調査期間：2022年3月8日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy®（POB）※」



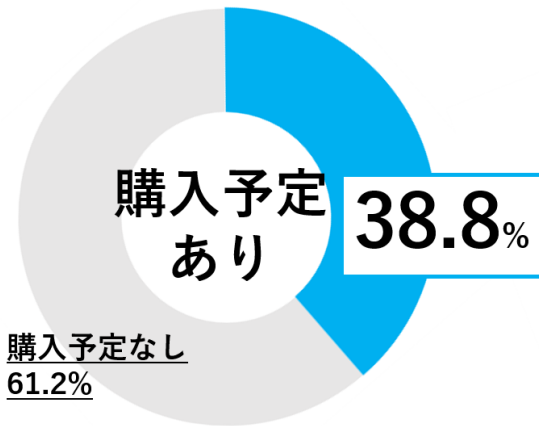
まず、5歳から11歳の子どもを持つ保護者1002人（平均年齢41歳）に対し、「小児用ワクチン接種に関する考え方」を聞くと、「小児用ワクチン接種の意向がある」（34.0%）となり、「接種の意向がない」（31.9%）を<2.1pt>上回りました。コメントみると、「ワクチン接種意向あり/接種意向なし」問わず「子どもの感染や重症化が少しでも減らせるなら、接種したほうがいいと思うが、副反応が心配（40代女性）」、「大人でもワクチンの副反応が強いので、子どもはどうなるのか心配（30代女性）」など副反応に対する心配が多く挙がりました。他にも、直近で12歳になるお子さんを持つ親からは、「4月頭に子どもが12歳になるので、小児ワクチンと12歳以上のワクチンの量が違うと聞いたけどとっちかいいのか迷っている（30代女性）」といった接種するタイミングを迷う声がありました。

お子さんのワクチン接種後の副反応に備え、解熱鎮痛剤の購入や、小児用解熱剤に関する正しい知識はあるか調査をしました。

図表2) 小児用ワクチン接種後の副反応に備えた、解熱剤鎮痛剤の購入など

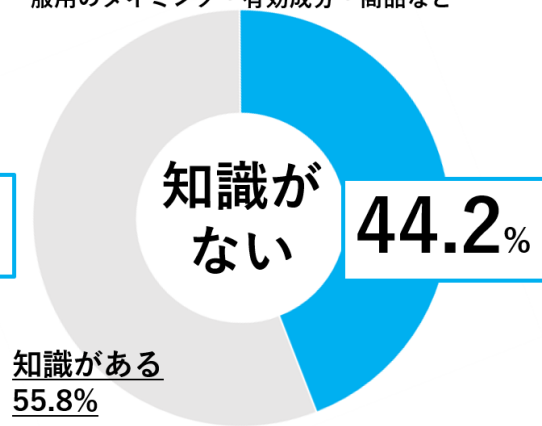
N= 129人、小児用ワクチン接種の意向がある5歳~11歳の子どもの保護者
 調査期間：2022年3月8日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

Q.小児用解熱剤の購入予定があるか？



Q.小児用解熱剤の知識はあるか？

服用のタイミング・有効成分・商品など



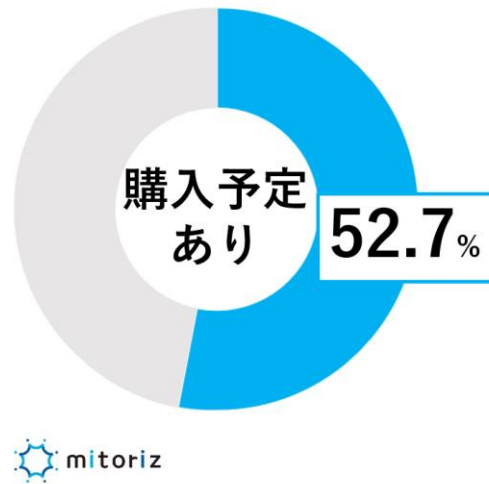
5歳から11歳の子どものを持つ保護者のうち、「小児用ワクチン接種の意向がある」129人に対し、「ワクチン接種後の副反応に備えて、小児用解熱剤の購入予定があるか」尋ねると、「購入予定がある」(38.8%)と回答しました。続いて、「小児用解熱剤の服用のタイミングや有効な成分などの知識はあるか」尋ねると、4割以上が「知識がない」(44.2%)と回答しました。子どもに関しては、普段通いなれたかかりつけの医療機関などで、発熱時に解熱剤を処方してもらうことはありますが、市販の子供向け解熱鎮痛剤を購入するケースがあまりなく、このような結果となったのかもしれない。

次に、自身の3回目接種の副反应对策として、備えるものはあるか調査をしました。

図表3) ご自身のコロナワクチン3回目接種後の副反应对策として何か購入予定のものはありますか？

N= 565人、2回目接種が完了しこれから3回目接種をする予定の人
 調査期間：2022年3月8日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

Q.3回目接種に向けて何か購入する物ありますか？



3回目接種に向けて購入予定のもの
 N=298人

1.解熱鎮痛剤

(67.4%)

2.ペットボトル飲料 (62.1%)

3.インスタント食品 (34.2%)

4.レトルト食品 (31.9%)

5.冷凍食品 (31.2%)



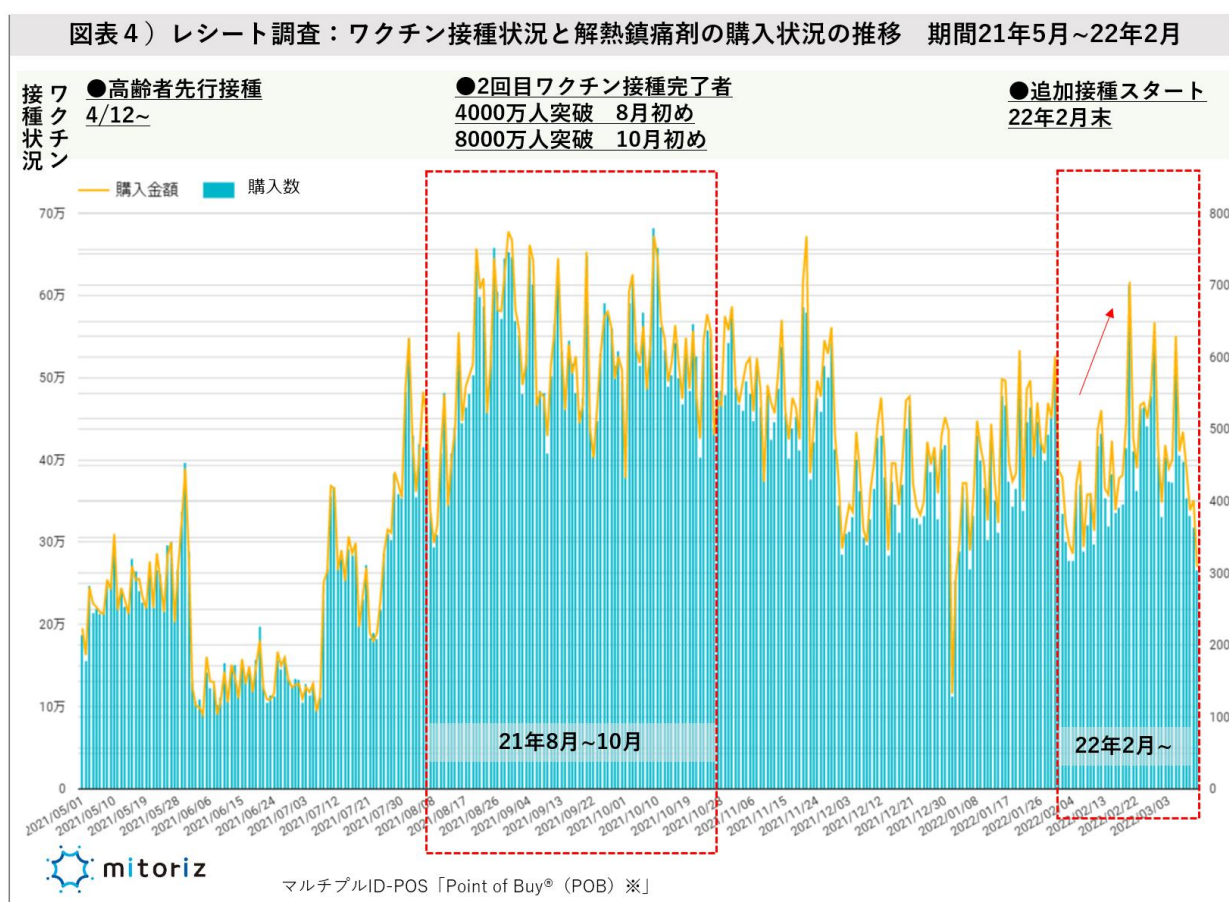
上図は、5歳から11歳子どもを持つ保護者1002人のうち、「ご自身がこれから3回目接種を予定している」と回答した565人に対し、「副反应对策として何か購入予定はあるか」尋ね、その商品をまとめたものです。

副反応対策として5割以上が「(何か) 購入予定がある」(52.7%)と回答し。その商品としては、「解熱鎮痛剤」(67.4%)が最も多く、「ペットボトル飲料」(62.1%)、「インスタント食品」(34.2%)、「レトルト食品」(31.9%)、「冷凍食品」(31.2%)と続きました。

コメントでは、「解熱剤がなくなり、このタイミングで購入しようと思っている(40代男性)」「解熱剤はあと少しなので買う予定(30代男性)」など、解熱剤の買い足しや、「自分が高熱で動けなかったとき用に子どものレンチンで食べられるパスタとか(30代女性)」、「ポカリスエットは必要かわからないが念の為購入しておく(40代女性)」副反応に備え、手軽に食べられる食品や飲料などが挙がりました。

これまでの調査結果から、「子どものワクチン接種」および、「自身の3回目接種」の備えとして、解熱鎮痛剤を購入する人が一定数いることがわかりました。

そこで、昨年5月以降の新型コロナワクチン接種状況と、解熱鎮痛剤の購入金額および購入数の推移をレポートから分析をしました。



上図は、弊社が会員から収集する、解熱鎮痛剤の購入レシートの購入金額および購入数の推移を表したものです(期間：2021年5月1日~22年3月3日)。

新型コロナワクチン接種のタイミングとともに、解熱鎮痛剤の購入金額および購入数が増加していることがわかります。特に、2回目ワクチン接種完了者が4000万人と突破した21年8月、月間における<購入金額計：15,449,478円、購入数計：17,439個>となり、前月7月、月間における<購入金額計：7,766,113円、購入数計：8,795個>のおよそ倍となりました。

購入金額および購入数が最大となった月は、2回目ワクチン接種完了者が8000人を突破した21年10月で、月間<購入金額計：16,513,083円、購入数計：18,727個>となりました。

22年3月10日時点で追加接種を完了した人は、約3500万人となり（出典：日本経済新聞社、チャートでみる日本の接種状況コロナワクチン）、追加接種が加速すれば購入数が増えることが推測される一方で、「解熱剤も在庫があるので購入予定なし」といった既にストックがある人も中には多く、昨年度を下回る可能性はありますが、22年2月以降は再び上昇の兆しが表れています。

また昨年度と違い、5歳から11歳の子ども向け接種が開始しています。

調査結果では、小児向け解熱鎮痛剤について4割以上が「服用のタイミングや有効な成分などの知識がない」と回答結果があることから、購入先となる薬局やドラッグストアチェーンの薬剤師や店舗スタッフなどによる、正しい服薬指導や商品知識の提供などが、今後必要になってくるかもしれません。

また、小児用ワクチンの接種を進めるためには、接種の効果や副反応など、国や自治体などからの正しい情報提供により保護者の不安解消によって周知することが大切であると改めて感じた結果となりました。

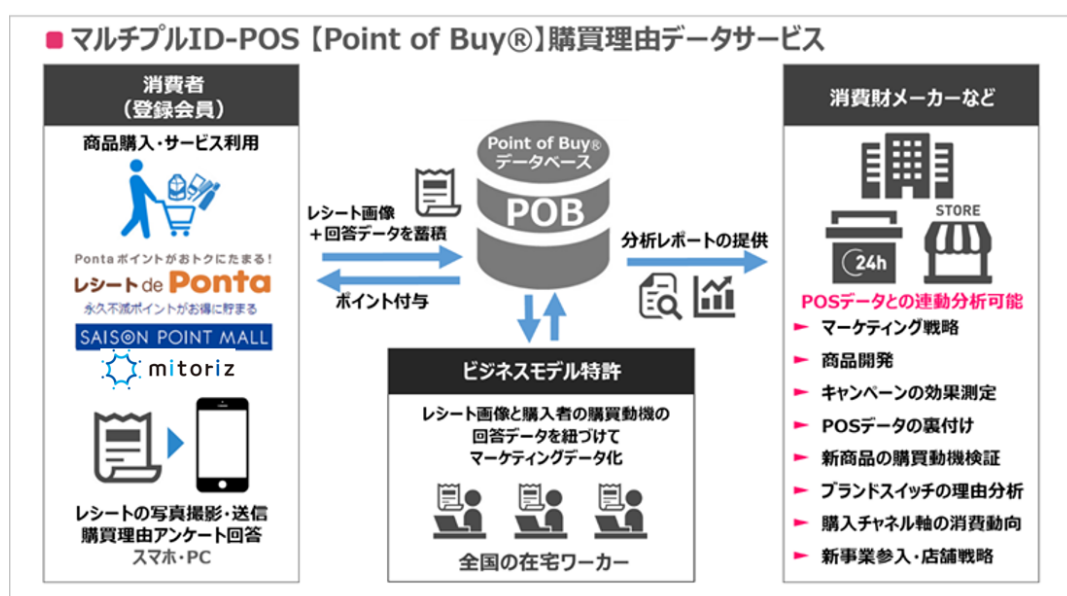
解熱鎮痛剤における追加分析（ブランド別購入金額推移・購入状況・チェーン別など）も可能です。
データに関するご質問や、店頭活動に関してなど、お気軽にお問合せください。

【報道関係お問い合わせ先】株式会社mitoriz 石井（いしい）/山室（やまむろ）
TEL：03-6328-3883 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@mitoriz.co.jp

■ サービス詳細参照ページ：

「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」

<https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データです。同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠

なデータを、“より精度を高く” 企業・メーカーに提供します。集計対象は、消費財カテゴリ68種類 約6,000ブランド、飲食利用カテゴリ10種類約200チェーン（2018年1月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

■当事業の特長：

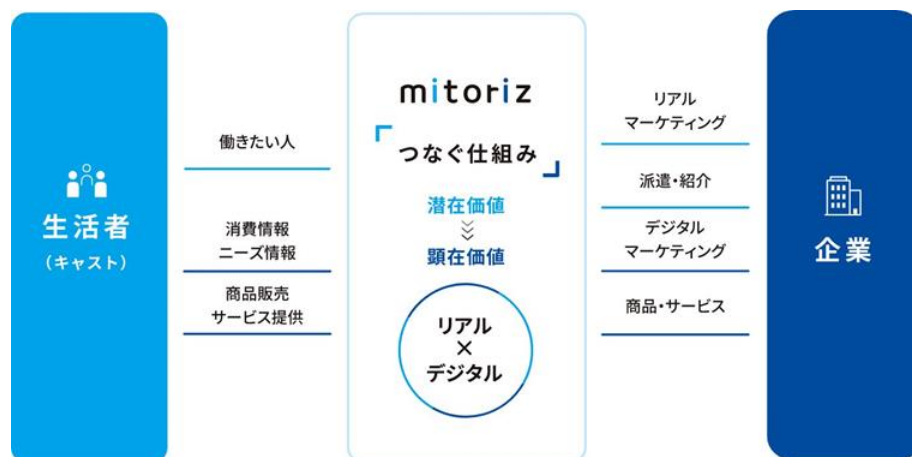
- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約80万人

人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供

- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター（※JICFS/IFDBベース）を生成

詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>

※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース （一財）流通システム開発センター



【株式会社mitoriz】 <https://www.mitoriz.co.jp/>

株式会社mitorizは、ソフトブレン株式会社（本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として2004年7月に設立（ソフトブレン・フィールド株式会社）。2022年1月1日に、ソフトブレン・フィールド株式会社から株式会社mitorizに社名変更。全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）を活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など222,828店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化し、社会に新たな価値を提供します。そして、社会課題をビジネスを通じて解決し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円 代表取締役社長：木名瀬 博