

乾燥が気になる季節、ビジネスパーソン 500 人にアンケート 男性は「のど飴」派、女性は「マスク」派が多い？ ドクターが教える本当に正しい乾燥対策とは？

カンロ飴やピュレグミなどでおなじみのカンロ株式会社(本社：東京都新宿区、代表取締役社長 三須 和泰、以下 カンロ)は、全国の 20～59 歳のビジネスパーソン 500 名を対象に、「のど飴」についての調査を実施しました。(調査期間：2019 年 10 月 29 日(火)～2019 年 10 月 31 日(木))。本調査結果は、岩瀬内科循環器科クリニック(東京都渋谷区) 岩瀬孝医師にご監修いただいております。
調査結果の概要は以下の通りです。

【TOPICS】

● のど飴喫食についての調査

① ビジネスウーマンの 4 割が「週に数回以上はのど飴を食べる」と回答

日頃からのど飴を食べているか聞いたところ、女性の 38.4%が『毎日食べる』『週に数回は食べる』と回答。一方で男性は 26.8%にとどまり、女性の方がのど飴の喫食習慣が高いことが判明した。

② のど飴を毎日食べる人の 4 人に 1 人は 1 日に 6 粒以上も。飴によって「仕事がはかどる」実感も

一日に平均でどのくらいのど飴を食べているかの質問に対して、のど飴を『毎日食べる』人の 4 人に 1 人は 6 個以上と回答。『11 個以上』も 6.7%いた。のど飴を食べるタイミングは工作中や休憩中が最も多く、飴を食べることで『仕事がはかどる』と感じたのは、『毎日食べる』が 73.3%とそれ以外に対して 20 ポイント近い差が付いた。

● 乾燥対策についての調査

① 乾燥の対策方法に男女の違いが！男性は「のど飴」派、女性は「マスク」派が多数

乾燥対策の方法について、男性は『のど飴を食べる』が最多で 74.6%。女性は『マスクをつける』が最多で 85.4%となった。その他では、男性が『うがいをする』が 46.7%と比較的上位にランクインしたのに対し、女性はうがいより『あたたかい飲み物を摂取する』が 56.2%と多く、全体的に男女で対策方法の違いが見られる結果に。

② 乾燥対策をしない理由は「必要性を感じない」が最多。「対策方法がわからない」「面倒くさい」との声も

日頃からのどの痛みや乾燥への対策を行っていない人にその理由を聞いたところ、『必要性を感じていないから』が 57.3%と圧倒的多数を占めた。ついで『朝に乾燥感を感じていても日中には感じなくなってしまうから』(19.1%)、『対策が面倒だから』(18.3%)『対策方法がわからないから』(16.2%)と続いた。

● 飴に関する迷惑行為 第 1 位は「バリバリ」と噛み砕くに決定！しかし 20 代だけは違う結果に・・・

他の人が食べている飴に関して気になった経験を聞いたところ、全体では『バリバリと噛み砕く音』が 26.8%で 1 位に。しかし年代別に見ると、20 代だけは『ペチャペチャと舐める音』が 31.5%と最多だった。

● 女性は「顔」と同じくらい男性の「声」に魅力を感じている！若い世代ほど「声」を重要視する傾向が

女性が魅力的に感じる異性の特徴で『顔が好み』(64.0%)と『声がいい』(63.2%)が均衡する結果に。年代別に見ると、男女ともに若年層ほど「声」に魅力を感じる人が多く、20 代では 66.1%が「声」を重要視すると答えた。

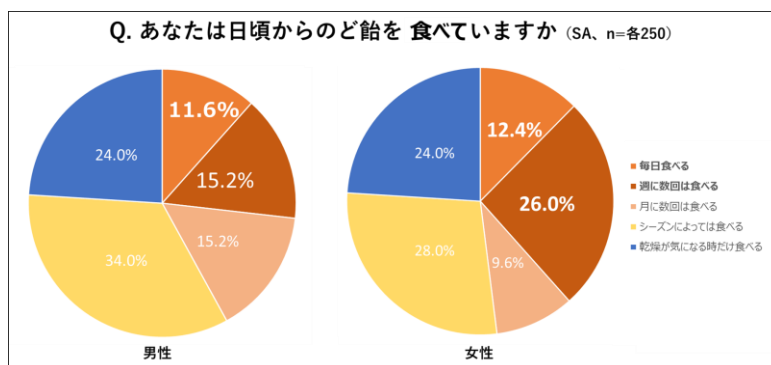
ビジネスウーマンの 4 割が「週に数回以上はのど飴を食べる」と回答

一方で、男性は 3 割に満たないという結果に

男女各 250 名、計 500 名に日頃からのど飴を食べているか聞いたところ、女性の 12.4%が『毎日食べる』、26.0%が『週に数回は食べる』と回答。合計すると、38.4%もの女性が週に数回以上はのど飴を食べていることがわかりました。一方で男性は『毎日食べる』が 11.6%と女性と大きな差はなかったものの、『週に数回は食べる』は 15.2%で、合計すると 26.8%にとどまり、女性の方がのど飴の喫食習慣が高いことが判明しました。

男性は『シーズンによっては食べる』という回答が多いことから、日々の習慣としてではなく、外的要因によって食べる・食べないを選択している方が多いのかもしれない。

これに対して岩瀬先生は、「のど飴を食べることものに潤いを与える一つの手段となります。健康なひとと心身を保ち続けることが、素敵な毎日の生活を送る上で重要と思われまゝす。のど飴を毎日食べることは、仕事や生活のクオリティを高める一つの手段となり得る可能性があると言えまゝす。」とのことだす。

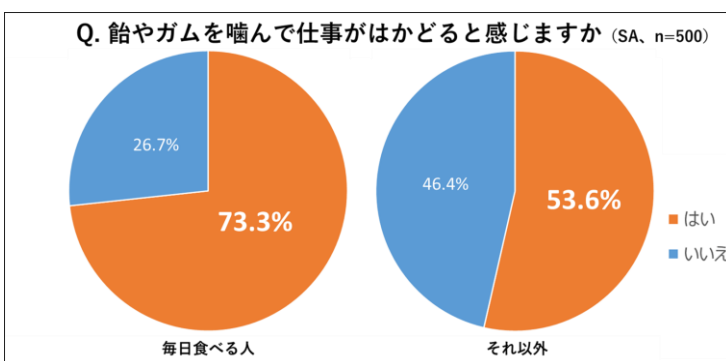
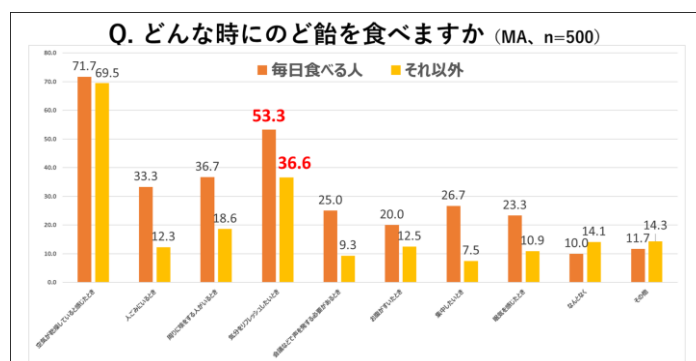
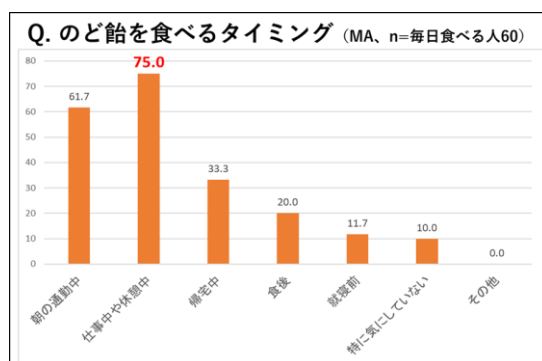
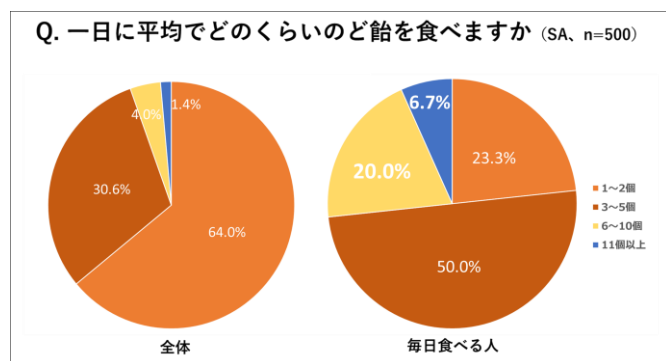


のど飴を毎日食べる人の 4 人に 1 人は 1 日に 6 粒以上も食べている

7 割以上がのど飴によって「仕事のはかどる」実感も

上記の集計でビジネスパーソンの 10 人に 1 人は毎日のど飴を食べていることがわかりましたが、一日に平均でどのくらいのだ飴を食べているかという質問によって、のだ飴を毎日食べている人の 4 人に 1 人にあたる 26.7%が 6 個以上 (『6~10 個』もしくは『11 個以上』) も食べていることが明らかになりました。『11 個以上』というツワモノも 6.7%、のだ飴が習慣化している人は、消費個数も多くなるという傾向がみられました。のだ飴を食べるタイミングは仕事や休憩中が最も多く、どんなときのだ飴を食べるかという質問に対して、『気分をリフレッシュしたいとき』と答えたのは、『毎日食べる』が 53.3%に対してそれ以外が 36.6%。飴を食べることで『仕事のはかどる感じる』と答えたのは、『毎日食べる』が 73.3%に対してそれ以外が 53.6%と、いずれも 20 ポイント近い差が生まれたことから、毎日食べる人は乾燥対策にとどまらず、のだ飴特有の爽快感による気分的な作用を求めている可能性もありそうです。

これに対して岩瀬先生は、「忙しい時、考えが纏まらない時には集中力も徐々に低下してしまひまゝす。ドライマウスなどの状態では、口腔内の状態も気になり、なかなか集中できないことも少なくありません。一息つく時にのだ飴を食べることにより、その爽快感がリラックスやリフレッシュをもたらし、仕事における効率アップを得ることもできると考えられまゝす。」とのことだす。



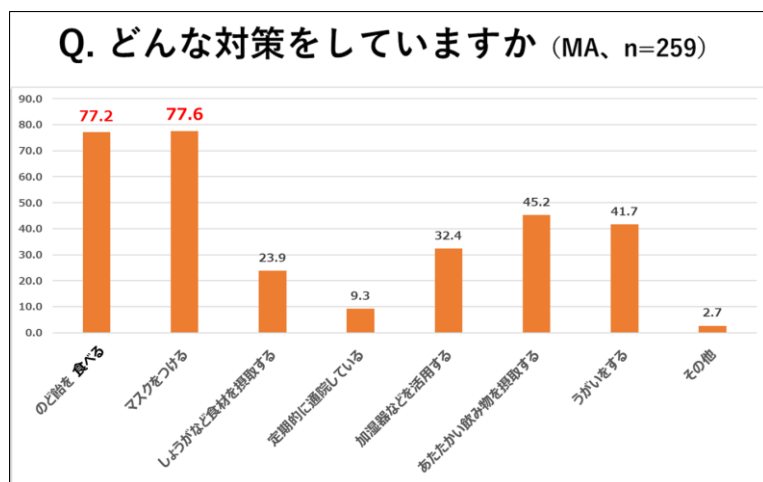
乾燥の対策方法に男女の違いが！

男性は「のど飴」と「うがい」派、女性は「マスク」と「あたたかい飲み物」派が多数

男女各 250 名、計 500 名に「日頃から乾燥対策をしていますか？」という質問に対し、259 人が「はい」と回答。その方法について聞いたところ、『マスクをつける』（77.6%）と『のど飴を食べる』（77.2%）のふたつが多数を占めました。しかしこれを男女別に見ると、男性は『のど飴をなめる』が最多で 74.6%なのに対し、女性は『マスクをつける』が最多で 85.4%となり、男女の違いが浮き彫りになる面白い結果となりました。

またその他では、男性は『うがいをする』が 46.7%と比較的上位にランクインしたのに対し、女性はうがいより『あたたかい飲み物を摂取する』が 56.2%と多く、ここでも男女で対策方法の違いが見られる結果に。

これに対して岩瀬先生は、「のどの乾燥をケアする、あるいは乾燥を緩和させる手段として「マスクの着用」は最も多くの方が実施しているというのは想像に堅くない事実でしょう。しかし、「のど飴を食べる」方がこれほどまでに多いという結果は少々意外でした。のどの乾燥に対してより一層良いのは、「マスクの着用」と「のど飴を食べる」という二つを併用することと思われます。」とのことです。



男性

1位	のど飴を食べる	74.6%
2位	マスクをつける	68.9%
3位	うがいをする	46.7%

女性

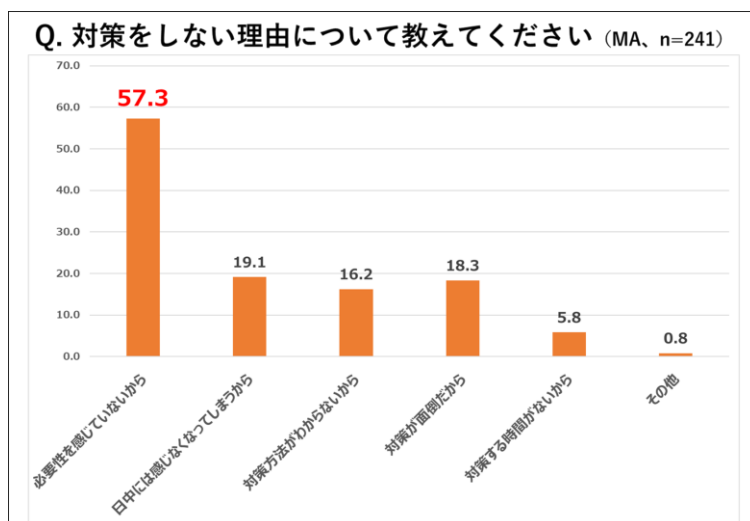
1位	マスクをつける	85.4%
2位	のど飴を食べる	79.6%
3位	あたたかい飲み物を摂取する	56.2%

乾燥対策をしない理由は「必要性を感じない」が最多

「対策方法がわからない」「面倒くさい」との声も

日頃から乾燥への対策をしていないと回答した 241 人にその理由を聞いたところ、『必要性を感じていないから』が 57.3%と圧倒的多数を占めました。ついで『朝に乾燥感を感じていても日中には感じなくなってしまうから』（19.1%）、『対策が面倒だから』（18.3%）『対策方法がわからないから』（16.2%）と続くことから、どうやら必要性を感じながらも対策を講じていない方も一定数いることがわかります。

これに対して岩瀬先生は、「ビジネスパーソンは仕事中頻回に話す＝のどを使っており、会話することはビジネスの基本的行為の一つです。つまり、エネルギーにビジネスを展開する日本のビジネスパーソンのだには相当な負荷が掛かっているでしょう。また、声質を保つ上でものどの乾燥をケアすることは大切です。元気で聞きやすい声の持ち主は、若々しさを感じさせます。のど飴を食べることはのどをケアする一つの有効な手段となり得ることですので、必要性を感じていない方も一考の余地があるかもしれません。」とのことです。

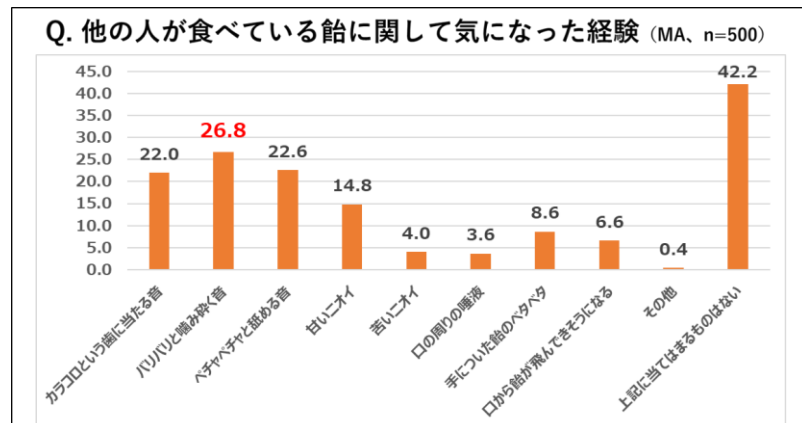


飴に関する迷惑行為 第1位は「バリバリ」と噛み砕くに決定！

しかし 20 代だけは「ペチャペチャ」が気になる

男女各 250 名、計 500 名に他の人が食べている飴に関して気になった経験を聞いたところ、ついついやってしまいがちな『バリバリと噛み砕く音』が 26.8%で全体の 1 位に。しかし年代別に見ると、20 代だけは『ペチャペチャと舐める音』が 31.5%と最多で、次いで『カラコロという歯に当たる音』（29.0%）という、他の世代とは異なる結果が出ました。

いずれにしても他人を不快な思いにはさせたくないものですね。



20代の結果

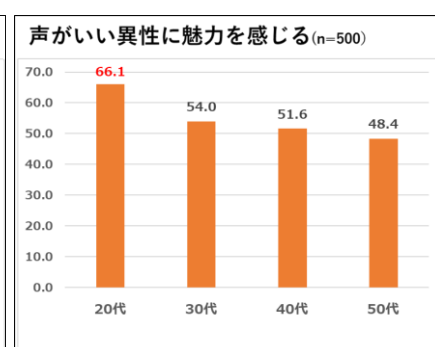
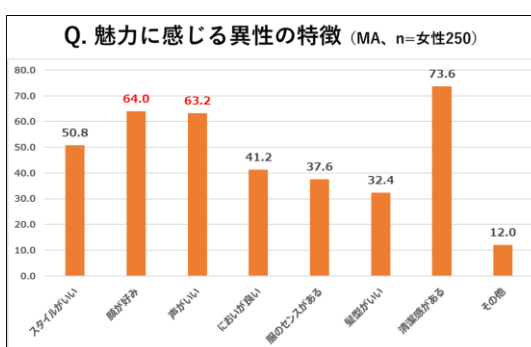
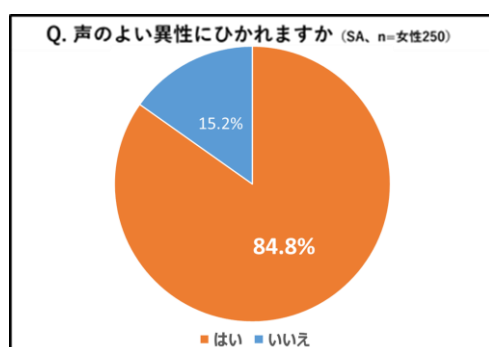
1位	ペチャペチャと舐める音	31.5%
2位	カラコロという歯に当たる音	29.0%
3位	バリバリと噛み砕く音	27.4%

女性は「顔」と同じくらい男性の「声」に魅力を感じている！

若い世代ほど「声」を重要視する傾向が

男女各 250 名、計 500 名に「声のよい異性にひかれますか？」という質問に対して、実に 84.8%の女性が「ひかれる」と回答。女性が魅力的に感じる異性の特徴でも、『顔が好み』（64.0%）と『声がいい』（63.2%）が均衡する結果になりました。もし、のど飴で男性としての魅力が UP するのであれば、世の男性にとっては見逃せない結果ですよ。

ちなみに年代別に見ると、男女ともに若年層ほど「声」に魅力を感じる人が多く、20 代では 66.1%が「声」を重要視すると答えました。



【監修医師】

岩瀬 孝 医師

岩瀬内科循環器科クリニック 院長

(所在地：渋谷区笹塚 2-10-4 Y 笹塚ビル 2F)

患者の立場に立ち、科学的根拠を基礎として、
個々に適した診療を実施。



【参考】

今回の調査により、のど飴との付き合い方は人それぞれのライフスタイルによって、喫食シーンや目的などでかなりの個人差が生じることが判明しました。今後、ますます厳しい乾燥の季節を迎えるにあたり、カンロではのどの潤いをサポートする取り組みを続けてまいります。

また、のど飴によって生まれるあらゆるコミュニケーションにも注目をし、のど飴のパイオニア企業としてお客様の健康で豊かな生活を引き続き応援してまいります。

《より体感できるのど飴に生まれ変わった「ドクタープラス」》

近年、のど飴市場で注目されているキーワードが「効能感」。イメージだけでなく、効能感を実感・体感できるのど飴を求める方が増えています。カンロの体感型のど飴「ドクタープラス」が、この秋「のど直感」をキーワードにしたのど飴に生まれ変わりました。

「ドクタープラス」は、大学との共同開発による「科学的視点」と、のどで楽しむ味わい深いおいしさを凝縮した、のど飴のパイオニアであるカンロが 200 回以上の試作を重ね開発したのど飴です。

国内外から取り寄せたハーブエキスを 123 種類を、カンロ独自の研究で厳密に分析し、その中から、のど飴に最適なホップエキスを着目し、配合しています。



◇初めての体験「のど直感インパクト」

「ドクタープラス」は、のどで味わいを楽しめる今までになかった「体感型」のど飴です。心地良いインパクトを与えながら、のどを優しく潤します。

◇『すっきり』『じんわり』2つの味で新登場

「すっきりタイプ」はほろ苦くて爽やかな和かんきつ味。

「じんわりタイプ」はジンジャーの温かさをのどで体感できるりんご風味のアップルジンジャー味。

“体感”を軸に、「すっきり爽快」と「じんわり潤う」の2種類に大幅リニューアルしました。

◇鶴見大学と共同開発した本格派

「口の専門家」として有名な鶴見大学との4年にわたる共同開発により、科学的視点をプラスした「本格的なのど飴」です。

■商品概要

商品名	: ドクタープラス のど直感すっきり飴／ドクタープラス のど直感じんわり飴
価格	: 255 円(税込) ※消費税 8%
内容量	: 55g
販売エリア	: 全国・全チャネル
特徴	: うれしい体感をのどで直接感じる 2 種類の体感型のど飴

《キャンディ業界初！100名のうち93%の医師が「勧めたい」と評価「AskDoctors」マークを取得》



「AskDoctors(アスクドクターズ)医師の確認済み商品」マークは、国内医師の約9割(27万人以上)の医師会員を有する日本最大級の医療従事者向け専門サイト「m3.com」を運営するエムスリー株式会社が提供しています。

AskDoctors 総研では、医師の臨床経験の中から引き出される知見をもとに、健康・美容・身体に配慮した商品・技術・素材・サービスの商品開発や商品評価等が実施されています。

商品やサービスに対し、会員の医師による客観的評価を行い、一定基準を満たした場合にのみ「AskDoctors 医師の確認済み商品」マークが付与されます。リニューアルした「ドクタープラス」は、医師100名のうち93%の医師が「勧めたい」と評価、キャンディ業界では初めて本マークを取得しました。

※2019年4月 AskDoctors 調べ

※評価の詳細：https://www.askdoctors.jp/labs/product/kanro_dr

■会社概要

社名：カンロ株式会社
代表：代表取締役社長 三須和泰
所在地：東京都新宿区西新宿3丁目20番2号 東京オペラシティビル37階
創業：1912年(大正元年)11月10日
事業内容：菓子、食品の製造および販売
URL：<https://www.kanro.co.jp/>

当社は創業から百余年、「糖と歩む企業」として、社名になっている「カンロ飴」を始め、ミルクフレーバーキャンディ市場売上 No.1 ブランド※「金のミルク」、菓子食品業界で初ののど飴となる「健康のど飴」、大人の女性に向けたグミ市場を創り上げた「ピュレグミ」など、常に消費者の皆様から愛され続ける商品を創り続けてまいりました。2012年からは直営店「ヒトツブカンロ」を運営し、「ヒトからヒトへ つながる ヒトツブ」をコンセプトにキャンディの魅力を発信しています。

※株式会社インテージSRI ミルクフレーバーキャンディ市場
2016年9月～2018年8月累計販売金額ブランドランキング

【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

カンロ株式会社 広報部 担当：林（はやし）・武井（たけい）・金井（かない）
Tel：03-6372-1764 E-Mail：kanro_PRinfo@kanro.jp

カンロ株式会社 PR 事務局 担当：石井（いしい）・福永（ふくなが）・園部（そのべ）
Tel：03-6261-7413 E-Mail：info@kmcpr.co.jp