

つらい花粉症、対策にける金額は？

「ほぼ 1000 人にききました」が調査結果を発表。

～定番の「あのアイテム」の対策効果は!?～

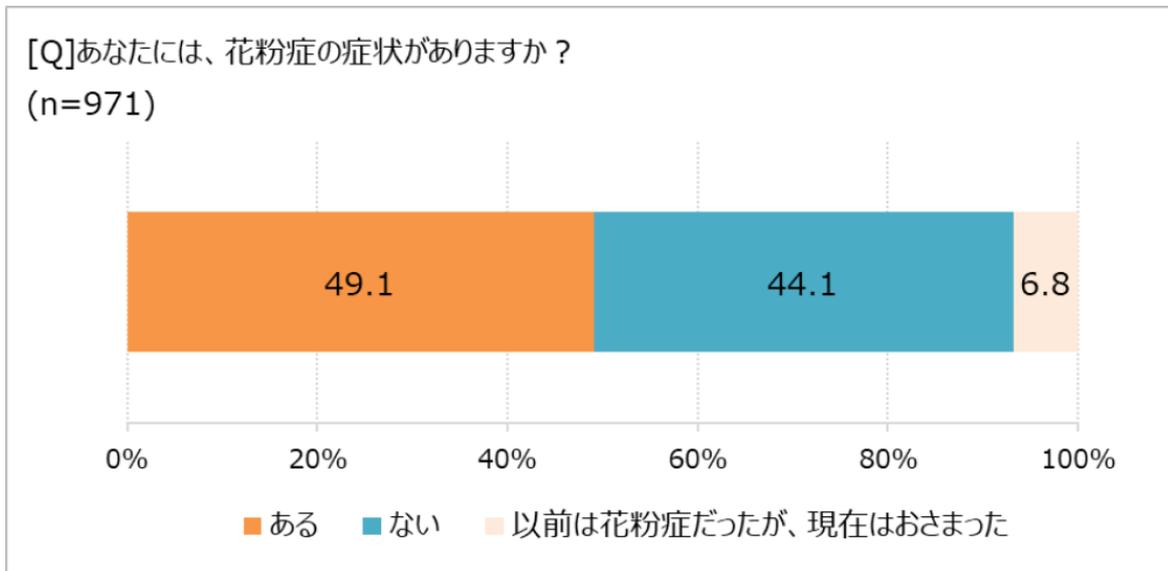
くらしにまつわる旬の話題やちょっとしたトピックをオレンジページが読者アンケートでリサーチする、「ほぼ 1000 人にききました」。2 月も中旬を過ぎるとそろそろ気になるのが、花粉のニュース。今年は暖冬の影響か、すでに本格的に飛散が始まっている地域も。そこで今回は、花粉症について国内在住の成人女性 971 人に調査。昨年は花粉の飛散量が例年より多かったそうですが、実際はどうだった？ どんな対策をしたの？ などなど、みんなの花粉症対策をリサーチしました。

【ダイジェスト】

コロナ禍のマスク生活、花粉症対策にも功を奏す!?

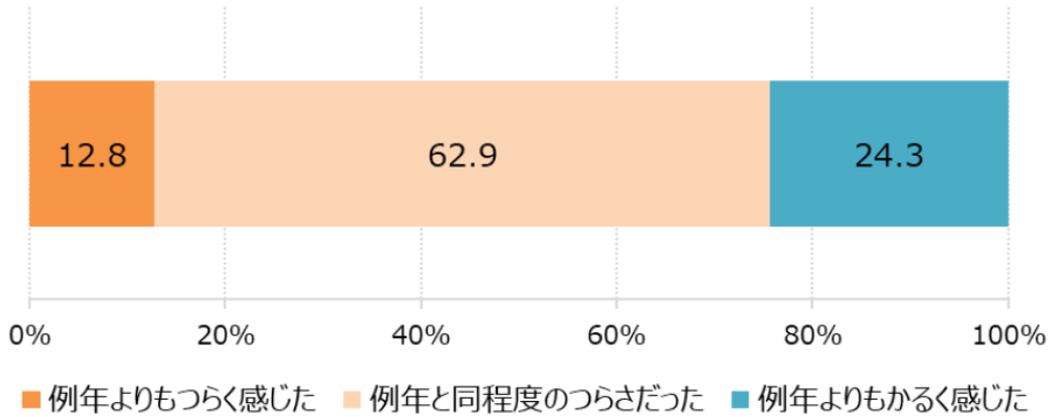
対策にけるお金は「5000 円未満」が 6 割。お金をかけない工夫が主流

グッズから食べ物まで。みんなの「最新花粉症対策」は!?



[Q] 昨年花粉症の症状のつらさについて、あなたの体感は？

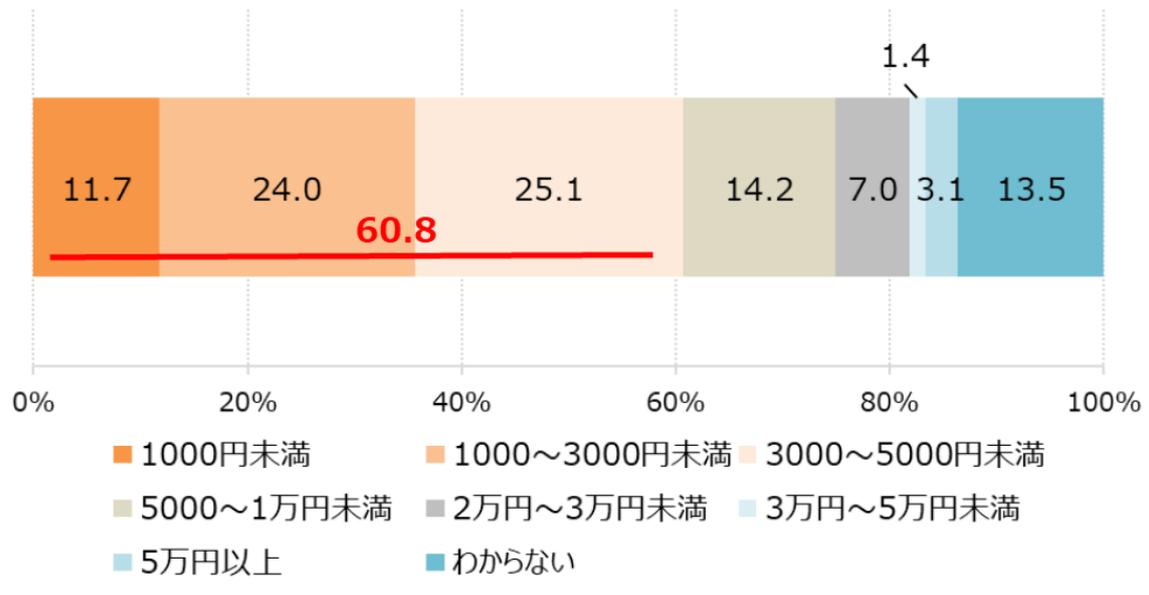
(n=477・花粉症の症状がある人)



コロナ禍のマスク生活、花粉症対策にも功を奏す!?

昨年、花粉症の症状があった人は回答者の約半数の 49.1%。つらさのレベルは例年と同程度と答えた人が 62.9%でもっとも多く、飛散量が例年よりも多かったわりに症状に大きな変化を感じなかった人が多いよう。なかには例年より症状が軽いと感じた人も 24.3%と 1/4 近くいて、その理由として「マスクをしていたせいかも」という声が多く集まりました。たしかに花粉症がピークを迎えた時期は新型コロナ 5 類移行前で、マスク生活もまだまだ継続中。「外出を控えていたり、マスク着用の時間が多く、楽でした」(40 代・ころ)、「コロナでマスクをしていたためか、鼻みずは出たけど少なかった」(50 代・みっちゃんまん) など、みんなの体感からも、マスクが花粉の影響を抑えるのに一定の効果があったことがうかがえます。

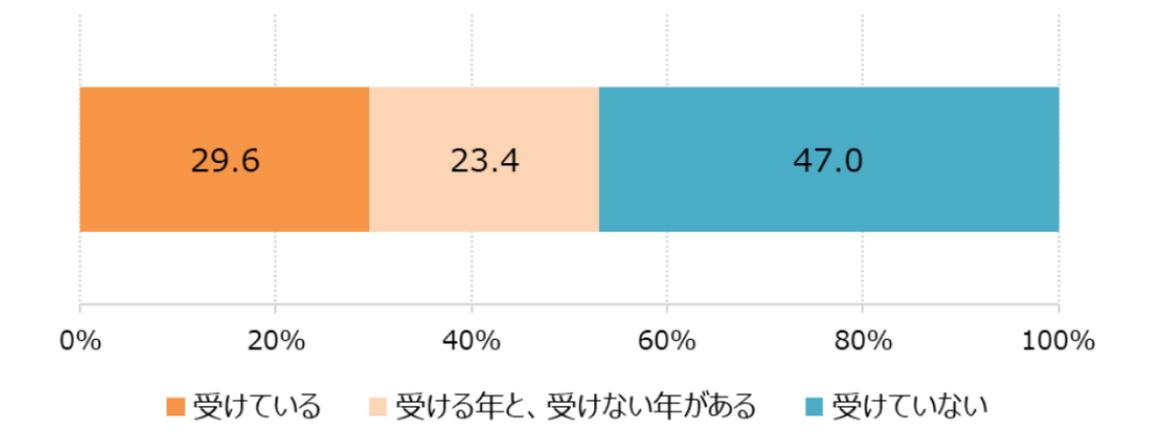
[Q]昨年、花粉症対策のために、合計でどのくらいの金額をかけましたか。
(n=359・花粉症対策をしている人)



対策にかけるお金は「5000円未満」が6割。お金をかけない工夫が主流

花粉症の症状がある人のうち、症状をやわらげる対策をしている人は75.3%。具体的な対策方法は「帰宅時のうがい・洗顔」48.2%、「ふとんを外に干さない」45.4%、「洗濯物の室内干し」41.8%など、家の中に花粉を持ち込まない工夫が多いようです。昨年の花粉症対策のために使った金額を聞いたところ、1位「3000～5000円未満」25.1%、2位「1000～3000円未満」24.0%、3位「1000円未満」11.7%と5000円未満の人が約6割。花粉症にいいといわれる対策グッズを試している人も3割程度いましたが、あまりお金をかけずに、自分でできる工夫で対策をしている人が多いことがわかりました。

[Q]花粉症を抑えるために、病院の治療を受けていますか？
(n=477・花粉症の症状がある人)



グッズから食べ物まで。みんなの「最新花粉症対策」は!?

花粉症を抑えるために病院で治療を受ける人は29.6%止まりで、通院しないという人が半数近い47.0%。症状が出て自分で対処している人が多いことがわかります。専用アイテムから食品まで、花粉症対策も新しいものが次々と登場するなか、みんなが最近知った情報で実践している、実践してみたいと思う対策を聞くと、「まつげや目の際まで洗うと花粉がきれいに落ちると知り、アイシャンプーを使うように」（30代・せきあき）、「鼻マスク。マスクの下で目立たず、効果があると教えてもらい気になっています」（40代・りおっぴ）、「れんこんがいいとテレビで見たので、花粉症の時期はよく食べています」（20代・あひるさん）、「花粉症に効くといわれる〈じゃばら茶〉を試してみたい」（50代・モンブラン）などの声が集まりました。

国民病といわれるほど、悩まされる人が多い花粉症。今回の調査では、病院を受診して予防や治療をするというより、自分で対策を工夫している人が多いことが明らかに。ここ数年はコロナ禍でマスクをしていたことや、近年は市販の対策グッズが充実していることも背景にありそう。とはいえ、本当に症状が辛いときは病院へ行くのが最善の場合も。症状には個人差もあるので、症状をしっかり見極めながら、自分にとっていちばんいい方法を見つけたいですね。

アンケート概要

●調査対象: オレンジページメンバーズ・国内在住の20歳以上の女性(有効回答数 971人)

●調査方法: インターネット調査

●調査期間: 2023年12月8日～12月17日

●「ほぼ1000人にききました」について

読者モニター「オレンジページメンバーズ」には、さまざまな暮らし情報・暮らし体験によってはぐくまれた生活感度の高い読者が数多く所属しています。そんなメンバーたちの声を集めて、「暮らしのリアル」な数字、リアルな声を集めたのが「ほぼ1000人にききました」企画です。WEB上でのアンケート調査、座談会など、ご相談に応じて展開いたします。

●『オレンジページ』について

失敗なくおいしく作れるレシピ情報が支持され、昨年創刊38周年を迎えた生活情報誌。30～40代の主婦を中心に幅広い読者層を誇ります。

この資料に関するお問い合わせ

株式会社オレンジページ

次の暮らしデザイン部

kurashi@orangepage.co.jp