

報道関係各位

株式会社日本能率協会総合研究所
マーケティング・データ・バンク

「ボディケア ニーズ 総合調査」結果の速報 体全体の悩み・全身のお手入れとダイエット

株式会社日本能率協会総合研究所(代表取締役社長:榮 武男 本社:東京都港区)の運営する情報提供サービス機関マーケティング・データ・バンクは、15～69歳の女性を対象に、「ボディケア ニーズ 総合調査」を実施いたしました。ボディケアをテーマにした自主企画調査で、ボディへのニーズ(体全体の悩みの実態)、ボディケアの意識と行動実態、ダイエットの意識と行動実態、ボディケアとライフスタイルについて網羅的に調査いたしました。その結果、下記のような実態が明らかになりました。

(http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/women02.html)

<体臭はない>と自覚している人が過半数。

10代・40代は<体臭はある>と感じている人が4人に1人。

「体臭はない方だ」「あまりない方だ」を合わせた<体臭はない>と感じている割合は51%と半数を越えた。

9割の人があげたボディの悩みは<たるみ>。

特に「下腹のたるみ」「おしりのたるみ」を気にしている。

悩み別に気にしている人が多かったのは<たるみ>。特に、「下腹のたるみ」と「おしりのたるみ」がいずれも62%と、気にしている人の割合が多い。

入浴剤は「リラックス」「疲れ・コリ」のため、

ボディローションは「乾燥対策」、マッサージ剤は「プロポーション」。

入浴剤、ボディローション、マッサージ剤の使用目的は、それぞれ「リラックスのため」75%、「肌の乾燥・かさつき対策」59%、「プロポーション・体型維持・改善のため」34%が1位であった。

ボディケアの意向は「運動をする」が半数近く、

10代は「自分でケア」、20代・30代は「プロのマッサージ」。

今後行ってみたいボディケアは「運動をする」が46%とトップ、10代は「自分でムダ毛・爪などの手入れをする」、20代・30代は「プロにマッサージをしてもらう」が約半数を占めた。

「体重」「全体的にやせたい」「体脂肪」の改善が4割、

10代・20代・30代は「メリハリ」、40代・50代・60代は「たるみ」。

10～30代は「メリハリのある体型になりたい」が約3割、40～60代は「たるみを取りたい」が4割前後。

【調査概要】

- ・ 調査対象：首都圏(東京・千葉・埼玉・神奈川)および近畿(大阪・兵庫)在住の女性(15～69歳)
- ・ 調査方法：女性ネットワーク組織「リビング・パートナー」への郵送調査(年代・属性を人口構成に割り当て抽出)
- ・ 有効回収数：1,023人(発送数1,365人、有効回収率74.9%)
- ・ 調査実施日：2003年7月31(木)日～8月11日(月)

《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社日本能率協会総合研究所

マーケティング・データ・バンク 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井・加納

〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-38 秀和芝公園3丁目ビル4F

TEL:03-3434-7508 FAX:03-3578-7506 E-mail:info_mlmco@jmar.co.jp

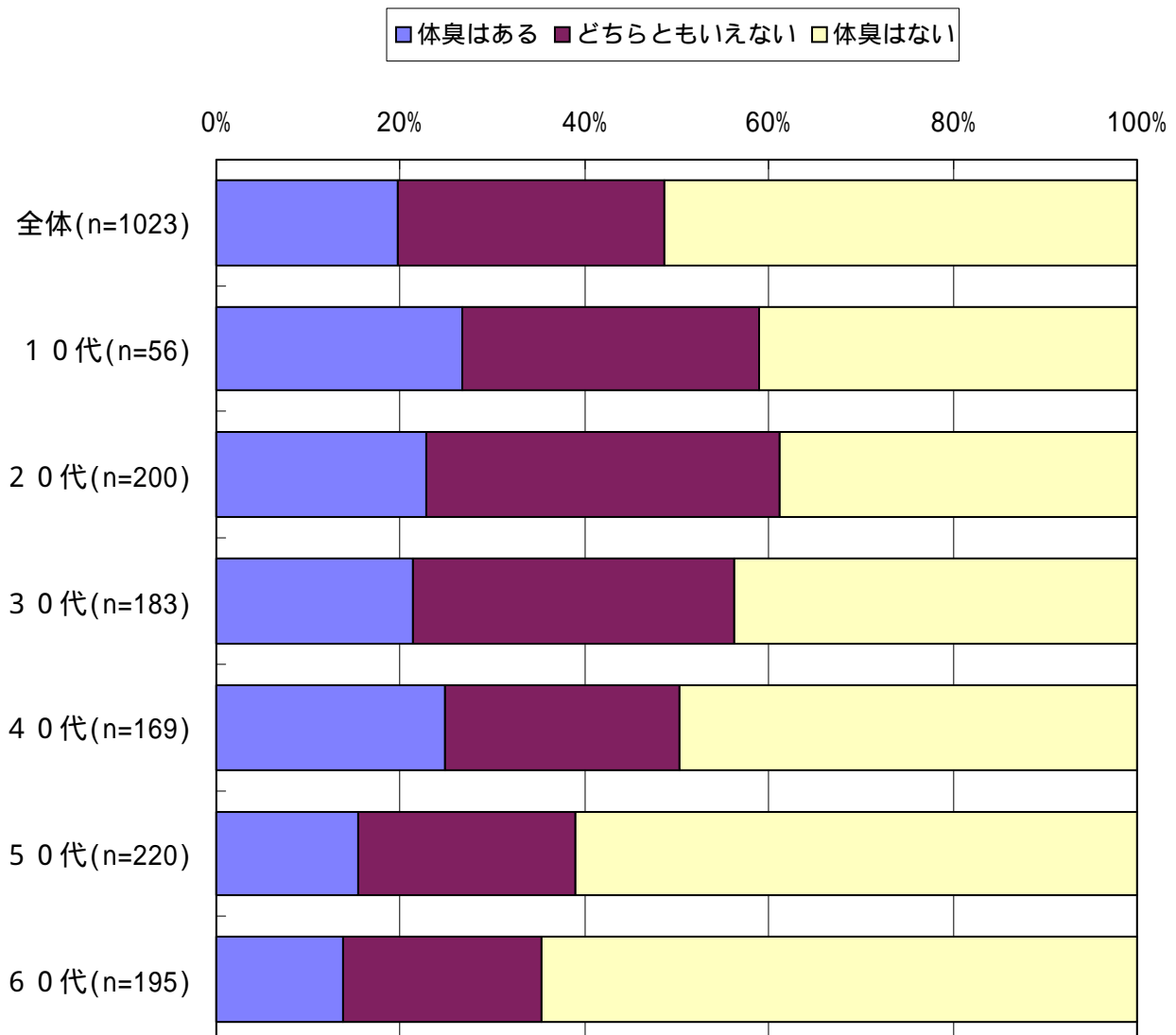
< 体臭はない > と自覚している人が過半数。

10代・40代は< 体臭はある > と感じている人が4人に1人。

体臭についてどのように感じているか聞いたところ、全体では最も多かったのは「あまりない方だ」の36%、次いで「どちらともいえないと思う」29%でした。「ある方だ」「すこしある方だ」を合わせた< 体臭はある >と感じている割合は20%に過ぎませんでした。一方、「ない方だ」「あまりない方だ」を合わせた< 体臭はない >と感じている人の割合は51%と半数を越えています。

年代別にみると、< 体臭はある >と感じている人は、10代で最も多く、次いで40代で、4人に1人の割合でした。一方< 体臭はない >と感じている人は、60代で最も多く、3人に2人の割合でしたが、若い年代ほど少なくなる傾向です。

体臭意識 (SA)



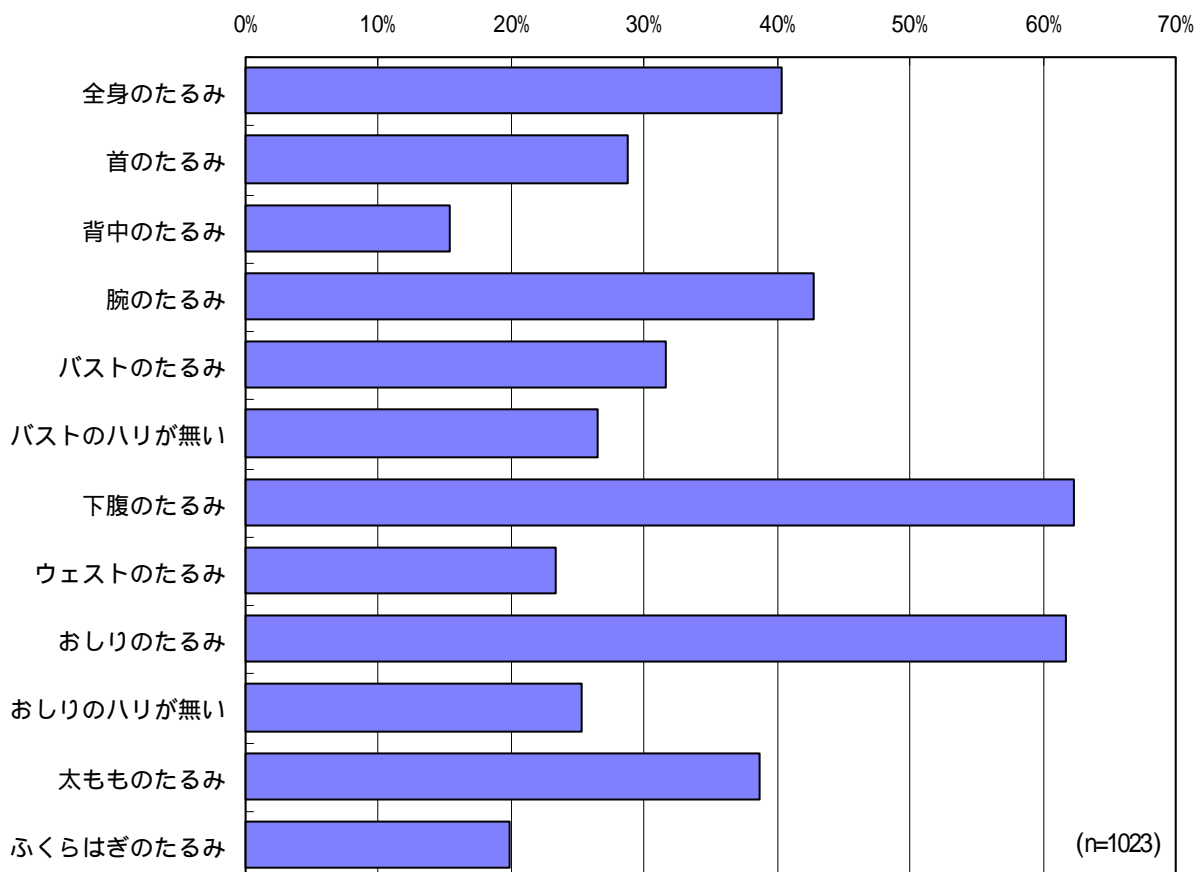
9割の人があげたボディの悩みは<たるみ>。

特に「下腹のたるみ」「おしりのたるみ」を気にしている。

ボディ全体の肌で気にしていること、及び各部位別に気にしていることについて、164項目の選択肢をあげて回答してもらいました。その中から、横断する悩み15項目を抽出し、悩み別に集計をしたところ、気にしている人が最も多かったのは<たるみ>でした。<たるみ>に関連する下のグラフの12項目のいずれかに気にしていると回答した人は88%にも達します。横断する悩みでは次いで、<脂肪>82%、<角質>71%の順でした。

<たるみ>に関連する項目で気にしている人の割合が多かったのは、「下腹のたるみ」と「おしりのたるみ」で、いずれも62%の人があげた部位でした。次いで、「腕のたるみ」「全身のたるみ」「太もものたるみ」と続きます。

ボディ全体と各部位で気にしていること【たるみ】(MA)



入浴剤は「リラックス」「疲れ・コリ」のため、 ボディローションは「乾燥対策」、マッサージ剤は「プロポーション」。

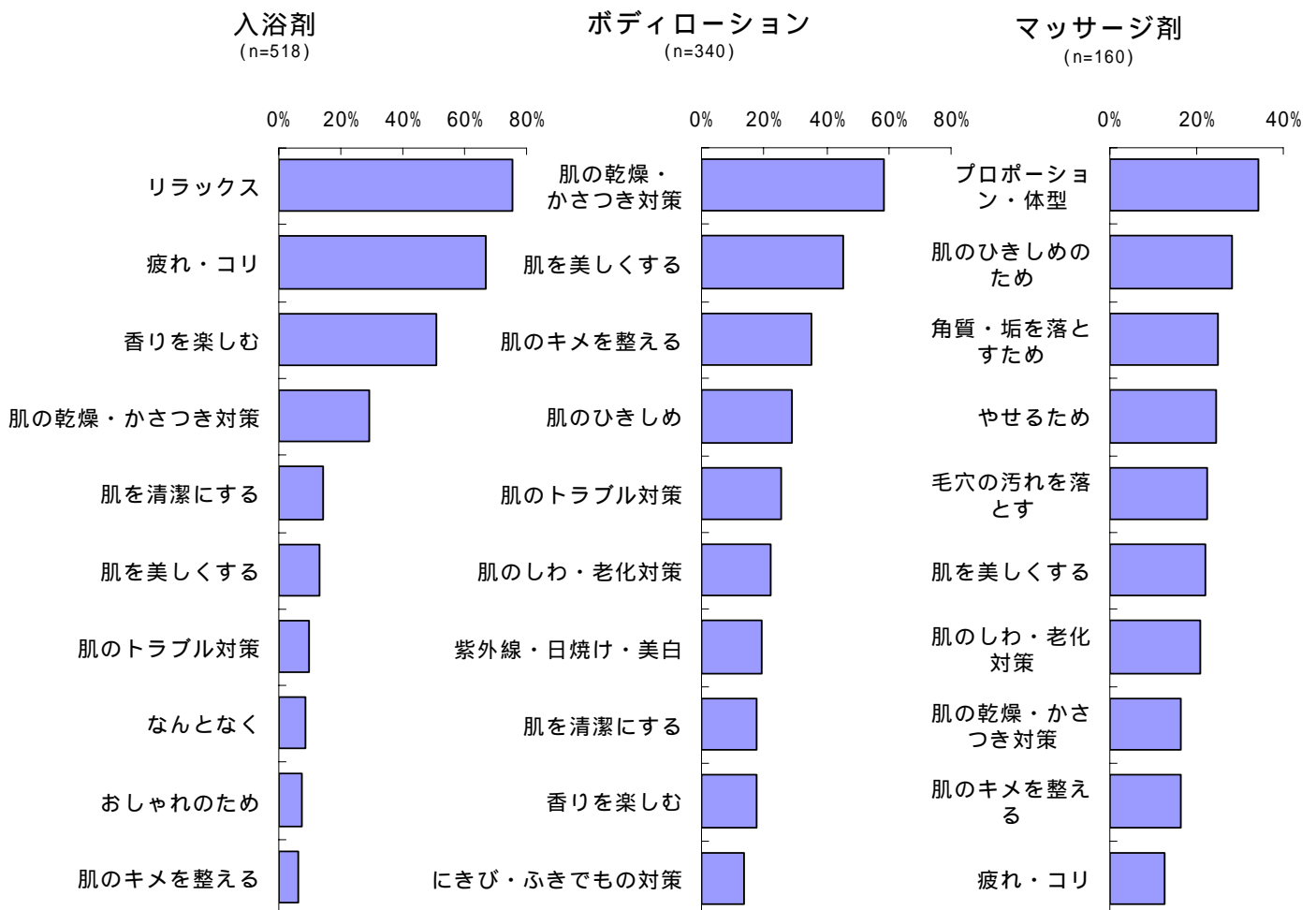
入浴剤、ボディローション、マッサージ剤について、使用していると回答した人に、使用の目的を聞きました。

入浴剤は、全体の51%の人が使用していました。その目的は、「リラックスのため」が75%と使っている人の4人に3人、次いで「疲れをとる・コリをやわらげるため」が67%、「香りを楽しむため」が51%でした。

ボディローションは、全体の33%の人が使用していました。その目的は、「肌の乾燥・かさつき対策のため」と回答した人が59%と最も多く、次いで「肌を美しくするため」が46%、「肌のキメを整えるため」が35%でした。

マッサージ剤の使用率は、全体の16%にとどまりました。その目的は「プロポーション・体型維持・改善のため」が34%と1位でしたが、以下は「肌のひきしめのため」「角質・垢を落とすため」「やせるため」「毛穴の汚れを落とすため」「肌を美しくするため」「肌のしわ・老化対策」がいずれも2割台と分散しています。

ボディケア化粧品の使用目的(MA)

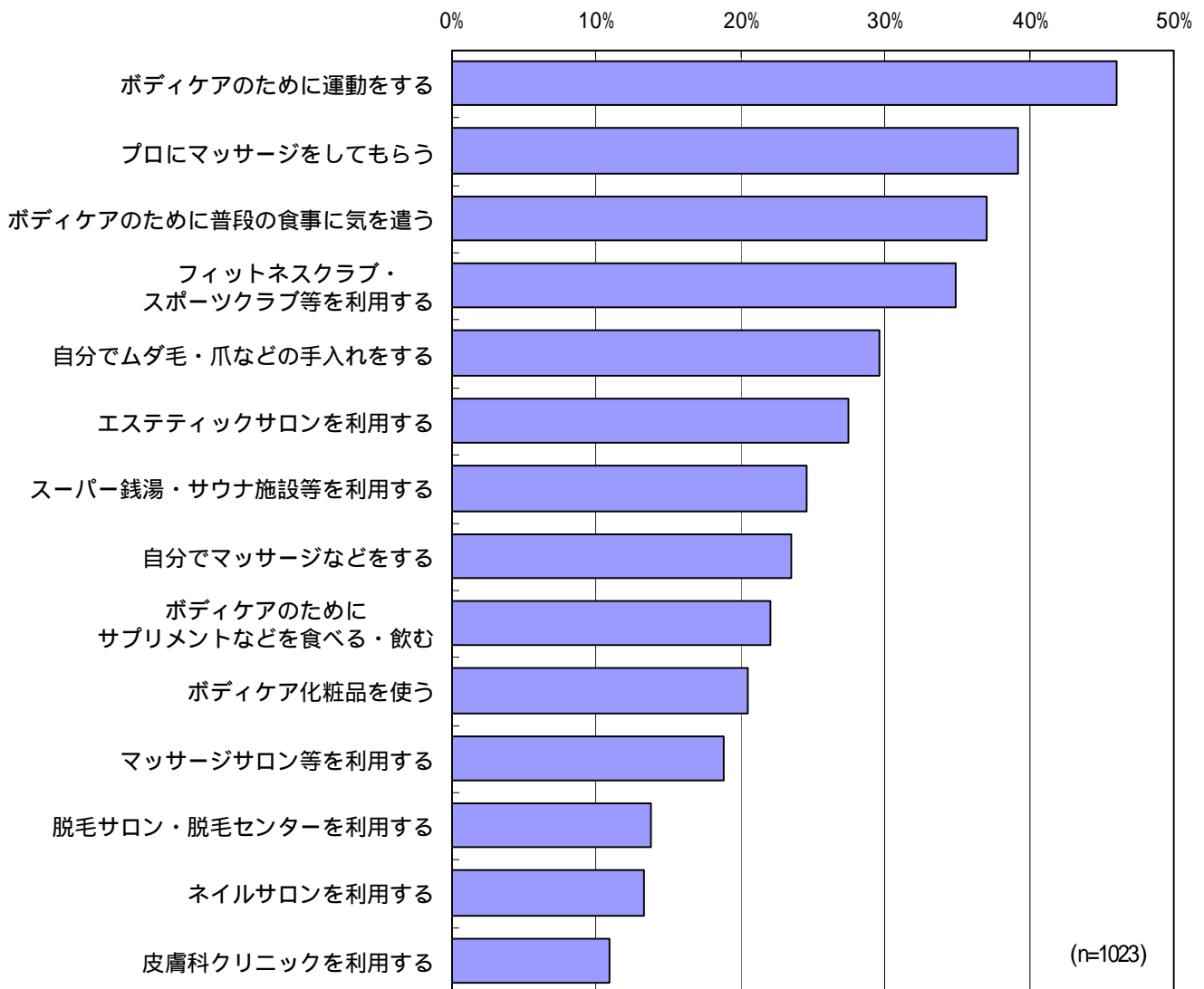


**ボディケアの意向は「運動をする」が半数近く、
10代は「自分でケア」、20代・30代は「プロのマッサージ」。**

今後は是非とも行ってみたいボディケアについて聞いたところ、「ボディケアのために運動をする」が46%とトップ、次いで「プロにマッサージをしてもらう」39%、「ボディケアのために普段の食事に気を遣う」37%の順でした。

年代別にみると、10代は「自分でムダ毛・爪などの手入れをする」、20代・30代は「プロにマッサージをしてもらう」、40代・50代・60代は「ボディケアのために運動をする」が最も多く、いずれも各年代の約半数を占めています。

今後は是非とも行ってみたいボディケア (MA)



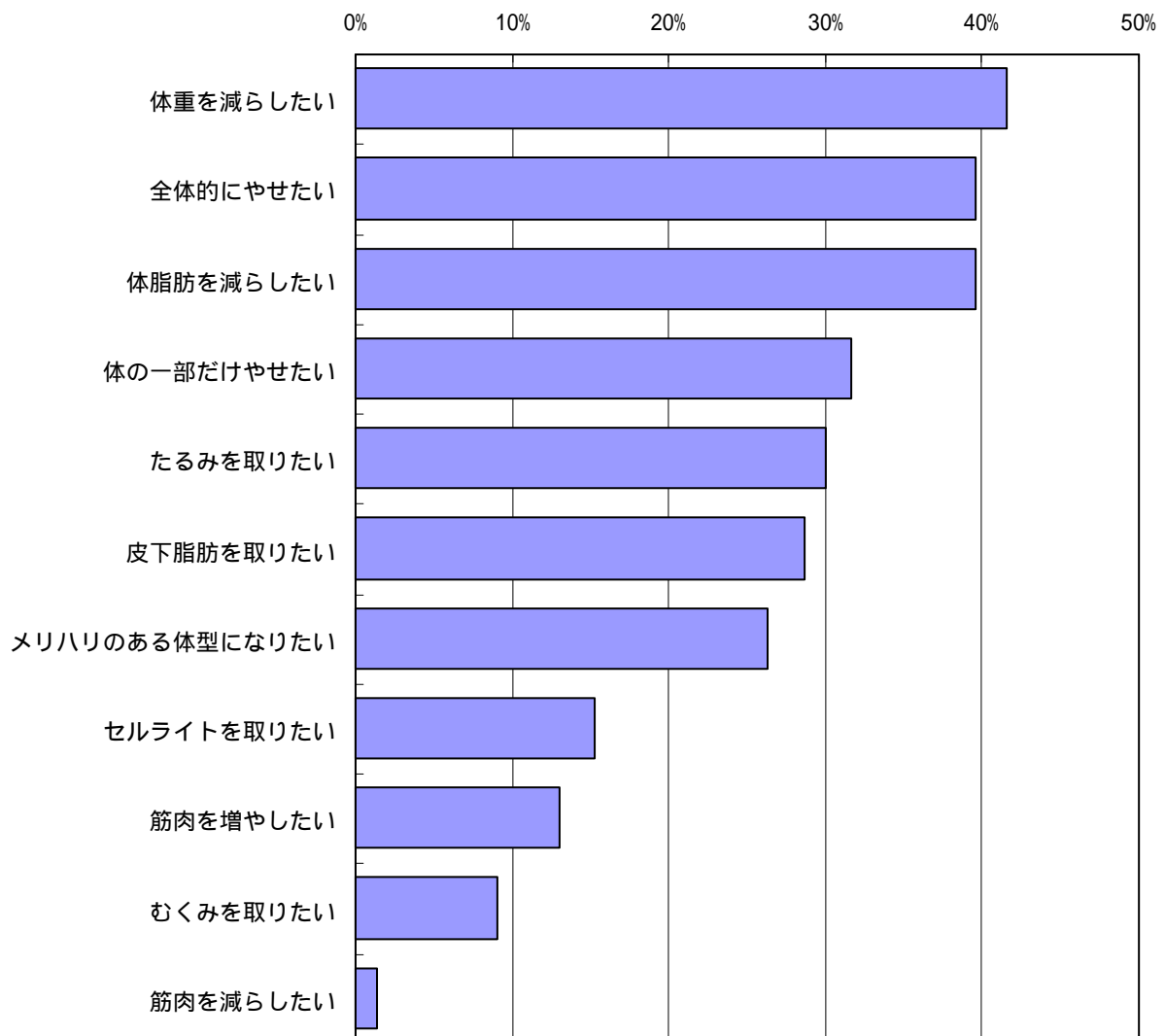
**「体重」「全体的にやせたい」「体脂肪」の改善が4割、
10代・20代・30代は「メリハリ」、40代・50代・60代は「たるみ」**

ダイエットやシェイプアップでどのように体型を改善したいかについて聞いたところ、「体重を減らしたい」が42%とトップ、次いで「全体的にやせたい」「体脂肪を減らしたい」がともに40%でした。

年代別にみると、「体重を減らしたい」人は10代・50代・60代に、「全体的にやせたい」人は20代に、「体脂肪を減らしたい」人は60代・50代に多く、いずれも各年代の約半数を占めています。

4位以下では、10代・20代・30代では「メリハリのある体型になりたい」が3人に1人、40代・50代・60代では「たるみを取りたい」が4割前後を占めています。また、30代では「体の一部だけやせたい」が42%、60代では「皮下脂肪を取りたい」が39%と多いのが目立っています。

ダイエットやシェイプアップで改善したい体型(MA)



「ボディケア ニーズ 総合調査」は、女性のボディやボディケアに対する意識と実態を総合的に探り、どのような人が、何故、何を意識し、どのように行動しているのかを明らかにしました。

ボディへのニーズ（体全体の悩みの実態）：肌の状態意識、肌の色意識、体臭意識、産毛・ムダ毛意識、ボディ全体の肌の悩み、プロポーション・体型の悩み、体調の悩み、ボディの部位別悩み...など

ボディケアの意識と行動実態：主要ボディケア化粧品使用目的・使用機会、産毛・ムダ毛ケアの実態、普段利用しているボディケア化粧品・医薬品・サプリメント・器具・美容健康サービス、ボディケアのための運動・行動、ボディケア意識・目的、今後行ってみたいボディケア...など

ダイエットの意識と行動実態：やせたい意識・体型改善の希望・ダイエット方法・ダイエット意識

ボディケアとライフスタイル：ボディケアにかかるお金と時間、情報源と購買行動、入浴頻度と入浴時間、ボディケアのための運動頻度...など

【調査入手のご案内】

本調査は、弊社自主企画により、複数企業にご参加いただく方式で実施し、以下のアウトプット一式を提供いたします。

- ・調査参加費用：定価 600,000円 / M D Bメンバー価格 540,000円（消費税別）
- ・調査のアウトプット

- (1)調査報告書：A4判・62ページ・2003年9月発行
- (2)集計結果表：A4判・2分冊計571ページ・2003年9月発行
- (3)磁気データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

本調査の報告書はご参加いただいた企業以外は入手できません。また、データのご利用は社内に限らせていただきます。

本調査はボディケア・ダイエットの関連製品・サービスの基礎データとして必要不可欠な調査です。今回はその中から、「体臭意識」「ボディの悩み<たるみ>」「ボディケア化粧品の使用目的」「今後のボディケア意向」「ダイエットによる体型改善の希望」に焦点を当てて結果の速報をご報告いたしました。

(http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/women02.html)

【マーケティング・データ・バンクとは】

マーケティング・データ・バンクは、社団法人日本能率協会グループのシンクタンク、株式会社日本能率協会総合研究所(社長:榮 武男 本社:東京都港区)が運営する、国内最大級のメンバー制ビジネス情報提供サービス機関です。(<http://www.jmar.co.jp/MDB/>)

開設以来30年以上、日本を代表する様々な業種の企業約2,000社の企画 / 調査 / 営業 / 技術部門の方々にご利用いただいております。官庁統計、公開調査資料、業界紙、各種民間企業発表資料など約12万点の蔵書を有し、独自の検索システムを構築いたしております。

各種業界事情に通じ検索手法をマスターしたスタッフにより、さまざまなビジネスデータを提供することが可能です。

電話1本で必要な情報を入手できるシステムとして、年間約12万件のお問い合わせに的確・迅速に対応し、情報収集のパートナーとして高い評価をいただいております。

《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社日本能率協会総合研究所

マーケティング・データ・バンク 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井・加納

〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-38 秀和芝公園3丁目ビル4F

TEL:03-3434-7508 FAX:03-3578-7506 E-mail:haruko_doi@jmar.co.jp

本件引用の際は、お手数ですが、上記あて掲載紙をご送付ください。