

「からだケアニーズ総合調査2008」結果の速報

— 清潔から保湿へ、からだのケア意識は上昇中 —

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：柴 武男 本社：東京都港区）は、15～69歳の女性を対象に、2003年に次いで「からだケアニーズ総合調査2008」を実施いたしました。本調査は、女性のからだのケアに対するニーズを総合的に捉えるため、①全身の悩みの実態、②バスタイムの行動実態と使用商品、③からだケアの意識と行動実態・使用商品、④からだの快適ニーズ・リラックスニーズ、⑤ダイエットの意識と行動実態、⑥からだケアとライフスタイルについて、調査を企画・実施いたしました。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.biz/hot/women08.html>)

◆アンチエイジング・夏対策を意識して、 積極的に“からだをケア”する意識は上昇中。

「とても気をつけている」2%、「まあ気をつけている」29%。2003年夏で「とても」「まあ」合わせて18%と比較すると10ポイント以上増加。

◆からだケアの目的は「清潔」から「保湿」へ、 エチケット以上に積極的な目的意識の芽生え。

主な目的は「保湿」が54%、「清潔」が41%。5年前と比較して、「清潔」が18ポイント減少し、「保湿」が26ポイント増、選択肢に追加した「老化対策」が3位の27%に。

◆体型の悩みは「おなか」「太もも」「下半身」、 40代で体型の崩れに悩む人がピークに。

「おなかが出ている」57%、「太ももが太い」44%、「下半身が太い」39%、「ヒップが大きい」33%、「二の腕が太い」33%。40代で「二の腕が太い」が4割を超え、「おなかが出ている」が6割を超える。

◆空間系より衣類の着心地に強い快適ニーズ、 アロマ・空気への関心が強い30代女性。

リラックスや贅沢な気分のためのアロマには57%が関心。眠りのためのアロマには52%、室内の空気やニオイへの関心は65%、衣類の着心地への関心は78%と最も関心が高い。

◆好きな香りは「石鹸の香り」「柑橘系」。 10代は甘い食べ物系、年とともにナチュラルな嗜好に。

「石鹸の香り」が62%とトップ、「柑橘系」が58%と過半数た。「グレープフルーツ」35%、「ラベンダー」34%、「畳の香り」31%の順。

【調査概要】

- ・調査対象：首都圏（東京・千葉・埼玉・神奈川）および近畿圏（大阪・兵庫）の15～69歳の女性
- ・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：1,118人（発送数1,478人・有効回収率75.6%）
- ・調査実施日：2008年3月7日（金）～3月16日（日）

《本件についてのお問い合わせ先》

＝2009年4月6日より移転しました＝

株式会社日本能率協会総合研究所 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井

〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階

TEL:03-6202-1287 FAX:03-6202-1294 E-mail:info_mlmc@jmar.co.jp

◆アンチエイジング・夏対策を意識して、 積極的に“からだをケア”する意識は上昇中。

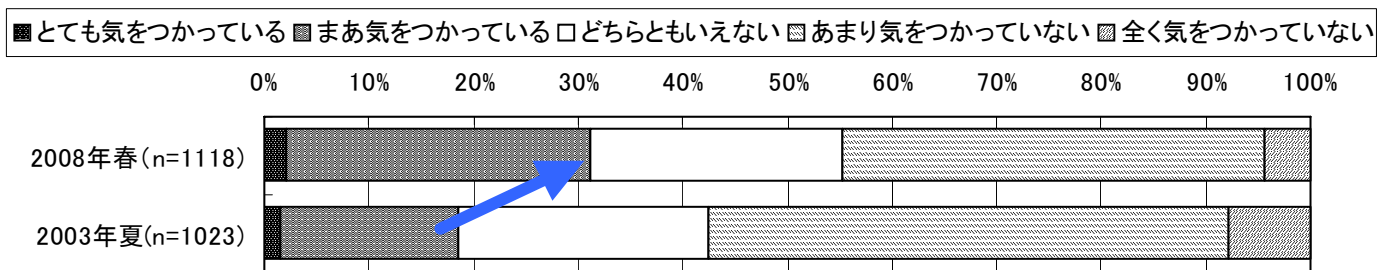
ご自身のからだのケア（全身のお手入れ）について、気をつかっている方かと聞いたところ、「とても気をつかっている」2%、「まあ気をつかっている」29%と、合わせて3割の女性が気をつかっていると回答しました。一方、「あまり気をつかっていない」40%、「全く気をつかっていない」4%と合わせて気をつかっていない人が半数弱と、からだのケアに気づかれない女性の方が、気をつかう女性よりも15ポイント多いという結果でした。

2003年夏の調査結果をみると、「とても」「まあ」を合わせた気をつかっている女性は18%に過ぎませんでした。からだのケアに気をつかう女性は、まだ少数派ながら5年前と比較すると10ポイント以上増加したということになります。

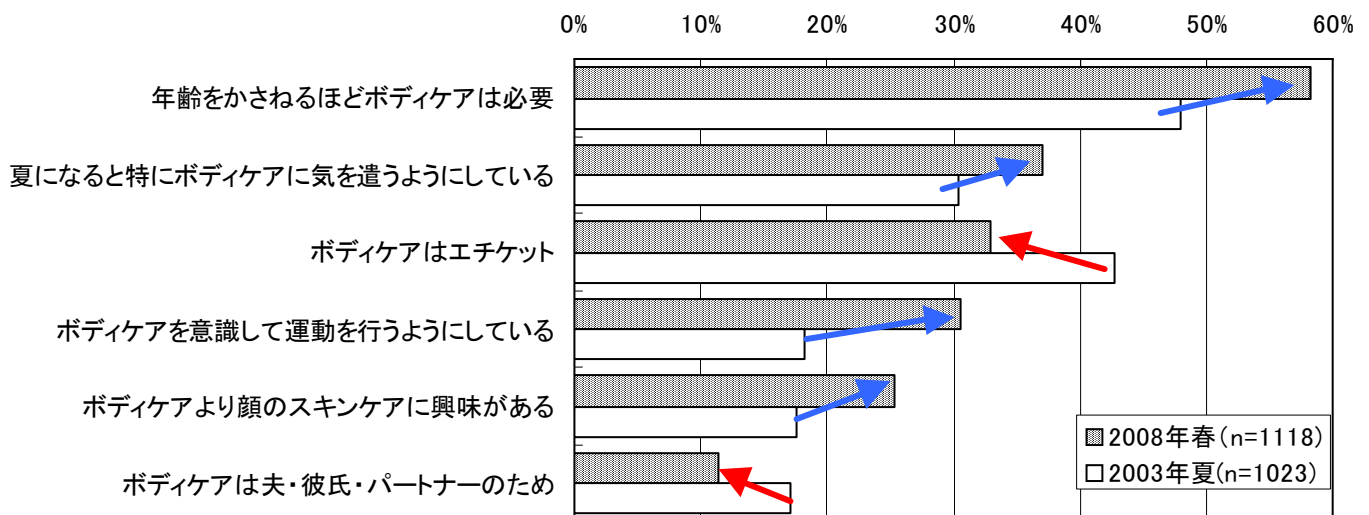
からだのケア意識が増加した背景として、様々な考え方を聞いた設問から、2003年夏の結果と比べて5ポイント以上増減のあった項目をピックアップしてみました。

「年齢をかさねるほどボディケアは必要」「夏になると特にボディケアに気を遣うようにしている」「ボディケアを意識して運動を行うようにしている」といった考え方が5年間で増加したのに対し、「ボディケアはエチケット」「ボディケアは夫・彼氏・パートナーのため」といった考え方が減少していました。からだのケア意識が、“エチケット”“夫のため”といった義務的なものから、“アンチエイジング”“夏対策”“運動”といったより積極的な目的意識に変化し、その結果、ケアに気づかう人も増加したといえるでしょう。

図表1 からだケアへの気づかい意識 (SA)



図表2 からだケアに関する考え方 (MA)



※選択肢25項目の中から、2008年春と2003年夏の結果が5ポイント以上増減した項目。

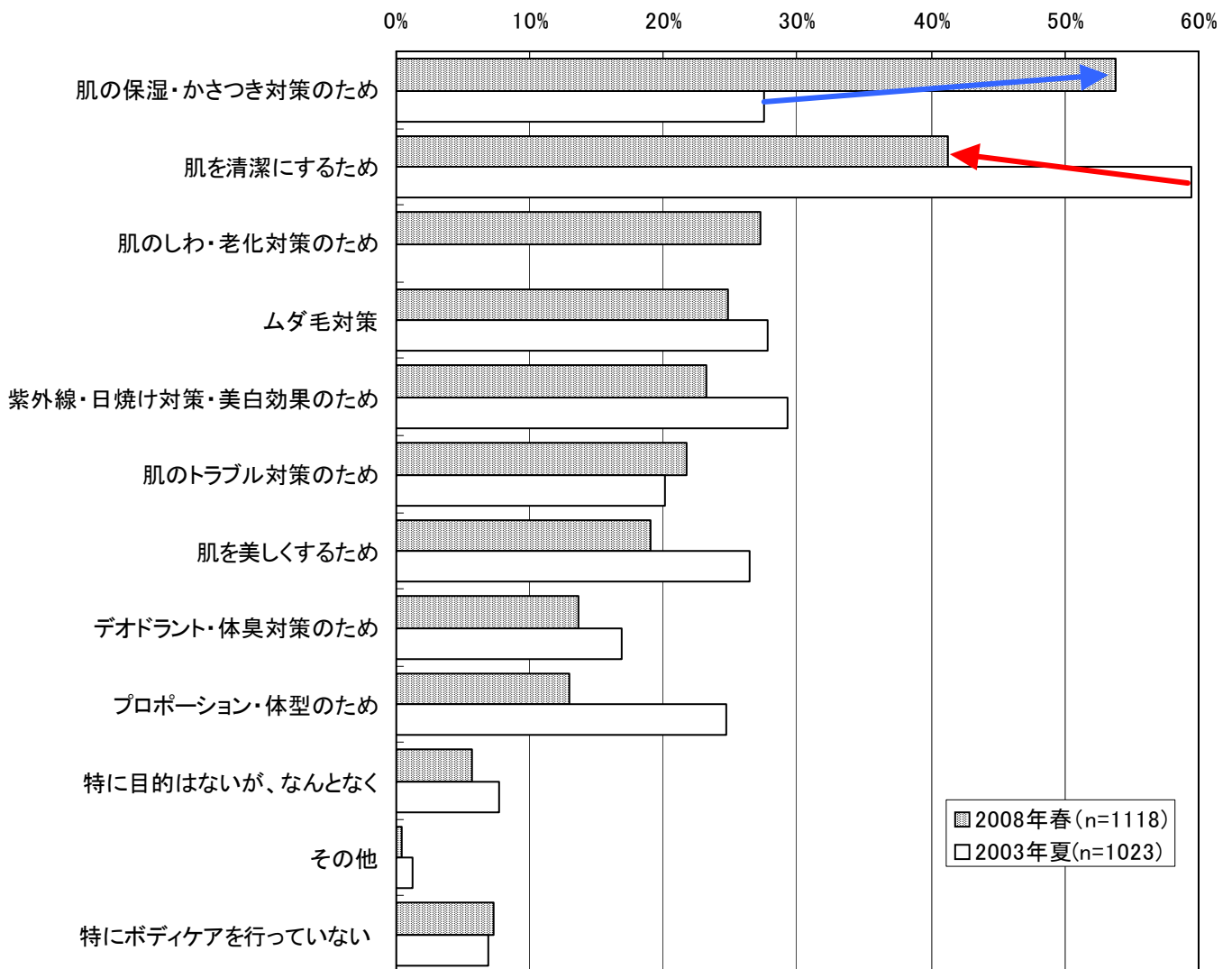
◆からだケアの目的は「清潔」から「保湿」へ、
エチケット以上に積極的な目的意識の芽生え。

からだケアの目的から、意識の変化を見てみました。主な目的を3項目まで挙げてもらったところ、「保湿」が54%、「清潔」が41%と高く、ついで「老化防止」「ムダ毛」「紫外線」「肌トラブル」という順でした。

2003年夏調査では、「清潔」が59%と圧倒的に高く、以下「紫外線」「ムダ毛」「保湿」「肌を美しく」「体型」「肌トラブル」が2割台という結果でした。からだを洗って清潔にするという、最も基本的なからだケアの目的意識以外に目立つものはなく、UVケア・ムダ毛ケアなどを意識している人は多少いるものの、女性全体の中では少数派だったのです。

今回の調査では、5年前と比較して、「清潔」が18ポイント減少し、代わって、「保湿」が26ポイント増、今回選択肢に追加した「老化対策」が3位の27%にあがりました。からだを清潔にという基本的な義務・エチケットから、より積極的な目的意識が増加したのでしょうか。

図表3 からだのケアを行う主目的 (3つまでMA)



◆体型の悩みは「おなか」「太もも」「下半身」、
40代で体型の崩れに悩む人がピークに。

体型で気にしていることを聞いてみました。全体では、「おなかが出ている」が57%と悩みのトップ。次いで「太ももが太い」44%、「下半身が太い」39%、「ヒップが大きい」33%、「二の腕が太い」33%と続きます。

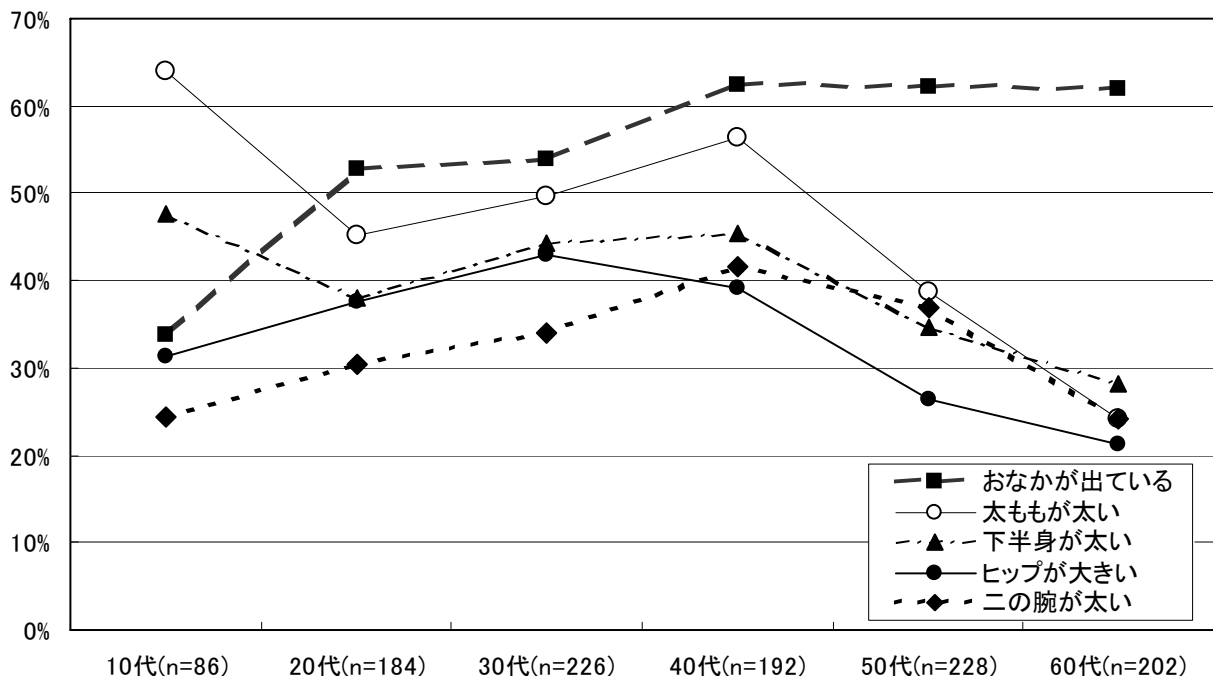
10代は、「太ももが太い」ことが64%と最大の問題。次いでせいぜい、「下半身が太い」が半数弱といったことが体型の悩みです。

20代では、「おなか」の悩みが「太もも」と逆転し、30代で「ヒップが大きい」悩みがピークになり、徐々に体型の変化とともに悩む様子が伺えます。

40代で「二の腕が太い」悩みが4割を超えて一番多く、また「おなかが出ている」ことを気にする人が6割を超えます。体型の崩れ・たるみを実感し、悩む人が多い年代だといえます。

50代・60代になると、体型で気にしているのは「おなかが出ている」ことくらい、他の悩みは減少し、体型に関する関心が薄れていくようです。

図表4 体型で気にしていること上位5項目 (MA)



◆空間系より衣類の着心地に強い快適ニーズ、 アロマ・空気への関心が強い30代女性。

“香りやアロマ”“リラックス”“眠り”“空気”“着心地”といった快適さをあらわすキーワードについて、関心の程度を聞いてみました。

リラックスや贅沢な気分のためにアロマを使うことに関しては、「とても関心がある」「まあ関心がある」を合わせて57%の人が関心を持っています。年代別にみると、20代～40代で6割を超え、30代が67%と最も強い関心を示しました。

眠りのためにアロマを使うことに関しては、「とても」「まあ」を合わせて関心がある人は52%、30代・40代が6割を超えて関心が高い年代でした。

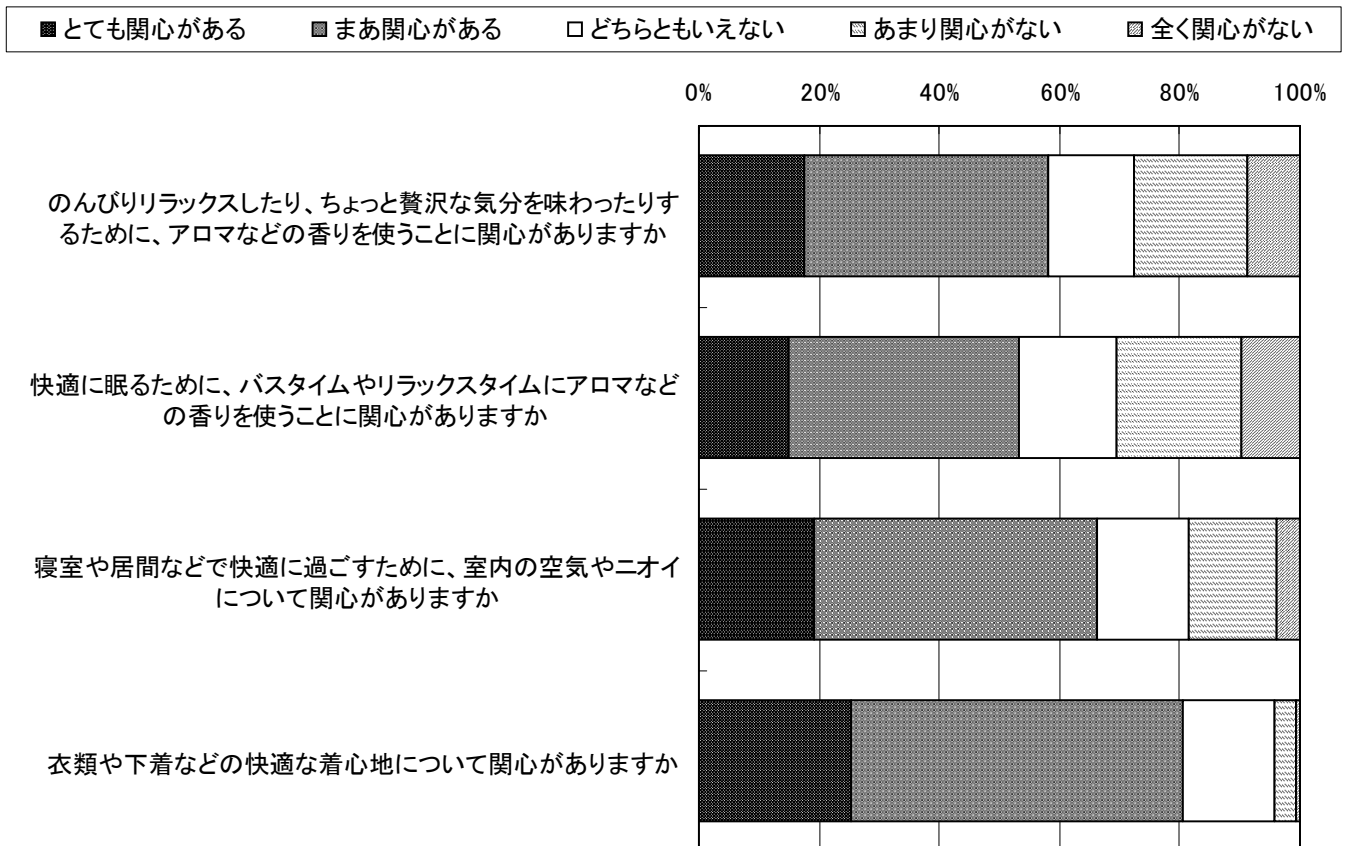
室内の空気やニオイについては、「とても」「まあ」を合わせて関心のある人が65%、特に20代・30代で7割を超えて関心が高い年代でした。

衣類の着心地については、「とても」「まあ」を合わせて関心のある人が78%と、この快適さを聞いた4項目の中でも最も関心の高い項目でした。年代別に見ても、20代～50代で約8割の人が関心を持っていました。

快適さへの関心は、“香りやアロマ”“空気”といった空間的な快適さより、衣類の着心地という身に着けるものでのニーズが強く、幅広い年代に共通して関心がありました。

年代別に見ると、“香りやアロマ”“空気”への関心は、20～40代を中心に、30代に最も強く現れているようです。

図表5 快適さへの関心 (SA)



◆好きな香りは「石鹸の香り」「柑橘系」。

10代は甘い食べ物系、年とともにナチュラルな嗜好に。

好きな香りについて聞いてみました。全体では、「石鹸の香り」をあげた人が62%とトップ、次いで、「柑橘系」が58%と過半数でした。以下、「グレープフルーツ」35%、「ラベンダー」34%、「畳の香り」31%の順でした。

年代別に見ると、10代・20代では「柑橘系」が1位、30代～60代では「石鹸の香り」が1位ですが、上位2項目は共通しています。また3位は、10代～30代が「グレープフルーツ」、40代～60代が「ラベンダー」と入れ替わります。

10代は、「グレープフルーツ」「桃」が4割を超え、「バニラ」「はちみつ」とフルーツや食べ物系の甘い香りが続きます。

20代は、10代の食べ物系の好みに「スギ・ヒノキ」「畳」といったナチュラルな香りが加わります。

30代は、「畳」「ラベンダー」「スギ・ヒノキ」が30%台と高く、日常の中にあるナチュラルな匂いに心地よさを感じている様子が見受けられます。

40代・50代は「ラベンダー」「グレープフルーツ」「畳」「スギ・ヒノキ」「緑茶」が共通して30%台と、ナチュラルさと甘さを併せ持つような好みです。

50代・60代は、「ラベンダー」「緑茶」が上位を占め、「スギ・ヒノキ」に加えて「メントール系」がランクインします。さわやかな落ち着きのある香りが好みのようです。

図表6 好きな香り (MA)

	10代(n=86)	20代(n=184)	30代(n=226)	40代(n=192)	50代(n=228)	60代(n=202)
1位	柑橘系	柑橘系	石鹸の香り	石鹸の香り	石鹸の香り	石鹸の香り
2位	石鹸の香り	石鹸の香り	柑橘系	柑橘系	柑橘系	柑橘系
3位	グレープフルーツ	グレープフルーツ	グレープフルーツ	ラベンダー	ラベンダー	ラベンダー
4位	桃	桃	畳の香り	グレープフルーツ	緑茶	緑茶
5位	バニラ	ラベンダー	ラベンダー	畳の香り	グレープフルーツ	畳の香り
6位	はちみつ	スギ・ヒノキの香り	スギ・ヒノキの香り	スギ・ヒノキの香り ／緑茶	スギ・ヒノキの香り	スギ・ヒノキの香り
7位		畳の香り	桃／緑茶		畳の香り	メントール系
8位		バニラ		桃	メントール系	桃
9位			バニラ			

50%以上

40%以上

30%以上

20%以上

※選択肢21項目の中から、20%以上の項目をランキング順に並べた。

「からだ ケア ニーズ総合調査2008」は、首都圏および近畿圏の15～69歳の女性を対象に、女性のからだのケアに対するニーズを総合的に捉えるため、下記項目について調査しました。

- ①全身の悩みの実態
- ②バスタイムの行動実態と使用商品
- ③からだケアの意識と行動実態・使用商品
- ④からだの快適ニーズ・リラックスニーズ
- ⑤ダイエットの意識と行動実態
- ⑥からだケアとライフスタイル

また、2003年7月に「ボディケアニーズ総合調査」を実施しており、今回の調査はその継続調査です。

本調査は全身の悩み・部位別の悩みと対策、快適・癒しニーズを網羅した調査です。今回はその中から、「からだケアへの気づかい意識」「からだケアの主目的」「体型で気にしていること」「快適さへの関心」「好きな香り」に焦点を当てて結果の速報をご報告しております。

(<http://www.jmar.biz/hot/women08.html>)

【調査入手のご案内】

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（税込630,000円）
MDBメンバー価格 540,000円（税込567,000円）
- ・調査のアウトプット
 - (1) 調査報告書：A4判・69ページ・2008年4月発行
 - (2) 集計結果表：A4判・2分冊計731ページ・2008年4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。

《本件についてのお問い合わせ先》

＝ 2009年4月6日より移転しました＝

株式会社日本能率協会総合研究所 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井
〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階
TEL:03-6202-1287 FAX:03-6202-1294 E-mail:info_mlmc@jmar.co.jp
<http://www.jmar.biz/hot/>

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。