

2009年8月7日

報道関係各位

株式会社日本能率協会総合研究所

「身体の消臭・防臭・制汗ニーズ分析総合調査」

-結果速報：自分のにおい予防・改善したい！対策商品への期待では男女に差-

近年、身体の臭い(口臭、衣服も含む)を気にする人の増加を背景に、臭いをケアする商品(消臭・防臭・デオドラント・制汗商品など)の市場が成長しております。

本調査では、首都圏の12～69歳の男女を対象に、自身の臭いに関して身体の部位ごとに、気になる度合い、予防・改善ニーズの強さを調べるとともに、消臭・防臭・デオドラント・制汗対策としてどのようなブランドの商品を使用しているか、さらに、その商品に対して満足しているか等を調査いたしました。今後の身体におい関連市場を攻略するための基礎資料としてご活用できるものではないかと思っております。

今回の調査の中から、いくつか結果をご紹介します。

(http://www.jmar.biz/health/2009_deodorant1.html)

- ◆普段気になる自身のにおいトップ3は、「口臭」「脇のにおい」「足のにおい」
- ◆予防・改善したい自身のにおいトップ3も、「口臭」「脇のにおい」「足のにおい」
- ◆男性のほうが相対的に低い、『予防・改善商品』に対する期待
- ◆他人のにおいで気になるのは「口臭」「身体のおい」「脇のにおい」
- ◆他人のにおいで気になる場面・シーンは「会話中」「電車の中」「すれ違った時」など

その他、以下項目で調査を行いました。ご興味のある方は、お気軽にご連絡下さい。

調査部位(11ヵ所)：口臭・頭皮・髪の毛・脇・首まわり・陰部・おむつの・足・体臭・加齢臭・スーツや外出着

- ①身体の部位別：臭いの気になる程度、臭いの強さの自覚
- ②身体の部位別：気になる臭いの予防・改善ニーズ
- ③身体の部位別：市販されている臭い予防・改善商品の効果に対する期待度
- ④身体の部位別：市販されている臭い予防・改善商品の効果に対する満足度
- ⑤身体の部位別：これまで使用したことのある商品・タイプ
- ⑥身体の部位別：現在使用している商品・タイプ、および、使用頻度、平均購入金額
- ⑦身体の部位別：最も使用している商品・タイプの商品ブランド名、および、使用満足度
- ⑧身体の部位別：市販されている臭い予防・改善商品の使用開始時期
- ⑨身体の部位別：市販されている臭い予防・改善商品で重視する効用・特徴
- ⑩身体の部位別：今後使用意向のある商品・タイプ
- ⑪身体の部位別：臭い予防・改善商品の香り有無の意向
- ⑫身体の部位別：臭い予防・改善商品のふさわしいと思う香りのイメージ
- ⑬身体の部位別：臭い予防・改善商品の好ましいと思う香り
- ⑭身体の部位別：他人の身体の臭いについて気になる程度、気になる場面

【調査概要】

調査対象者 : 首都圏在住の12～69歳の男女個人
調査手法 : インターネットを活用した自記式アンケート
回収数 : 2,052数
調査期間 : 2009年6月17日～6月26日

【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 情報企画部 担当: 青山
〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2F
電話: 03-6202-1287 FAX: 03-6202-1294 E-mail: info@jmar.biz

◆ 普段気になる自身のにおい

男性トップ3:「口」「足」「脇」。女性トップ3:「口」「脇」「足」

普段気になる自身のにおいについて聞いたところ、「いつも(頻繁)気になる」「時々気になる」を合わせた割合で、最も高いのは「口臭」(51.8%)となっており、鼻から最も近い部位がトップとなっている。次いで「脇のにおい」(37.3%)、「足のにおい」(33.3%)と続いている。(図1)

男女別でみた場合、男性のトップ3は「口臭」(50.0%)、「足のにおい」(37.4%)、「脇のにおい」(31.7%)であり、女性のトップ3は「口臭」(53.5%)、「脇のにおい」(42.5%)、「足のにおい」(29.4%)となっている。男性は、脇よりも足のにおいのほうが気になるようだ。(図2)

また、男女での部位に差が大きいものとしては、「脇のにおい」(10.8ポイント差)、「加齢臭」(8.7ポイント差)、「足のにおい」(8.0ポイント差)が上位となっている。

図1 自身のにおいになり度(全体)

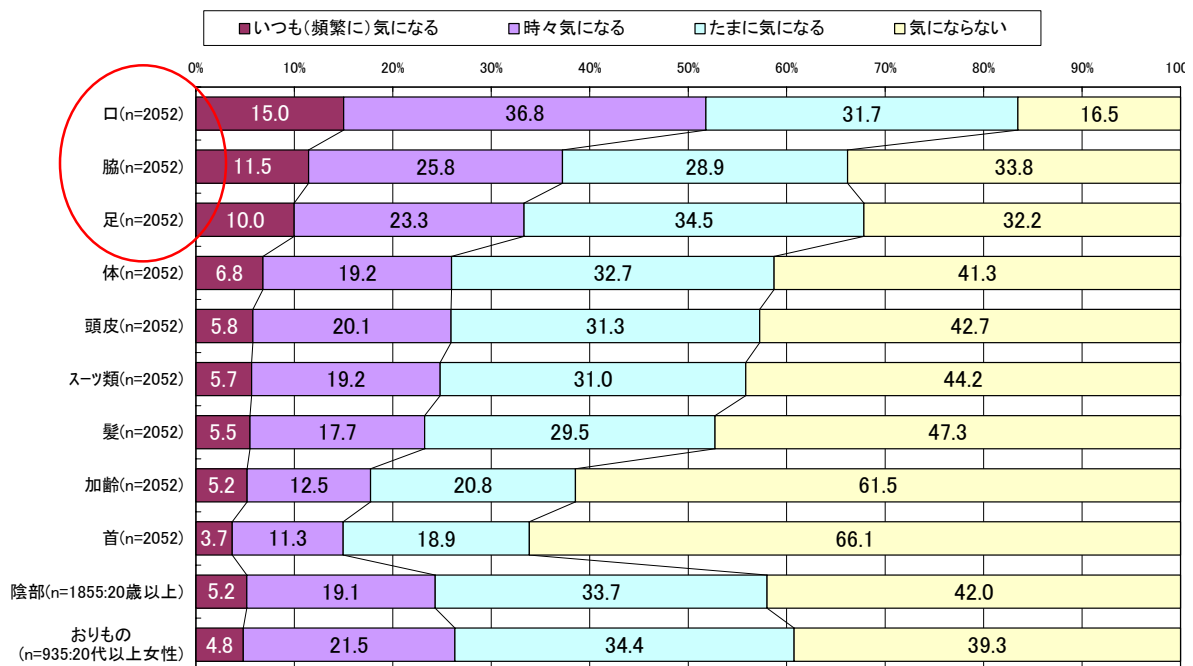
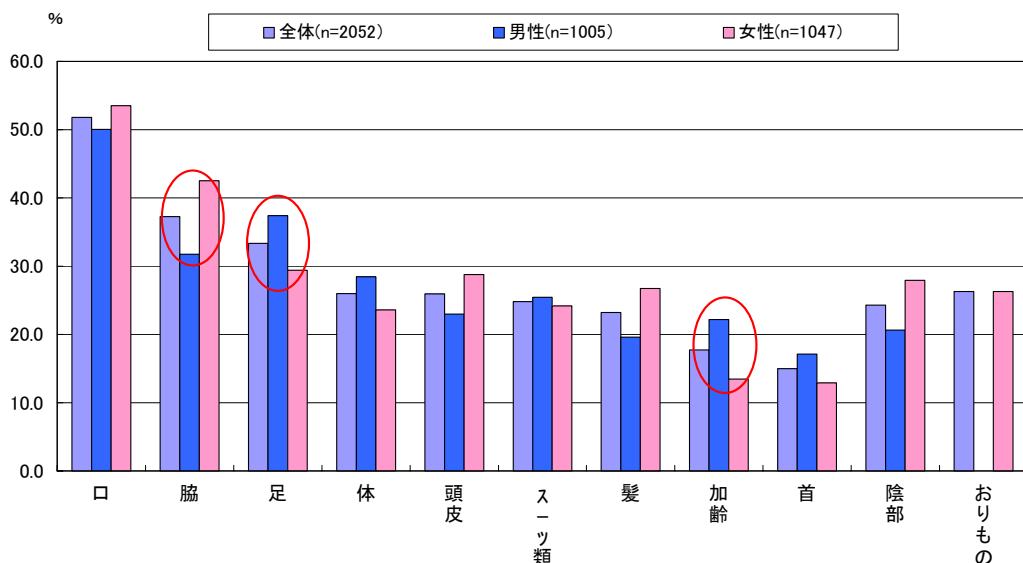


図2 自身のにおいになり度(「いつも」+「時々」の合計)



◆ 予防・改善したい自身のおい

男性トップ3:「口」「足」「脇」。女性トップ3:「口」「脇」「足」

予防・改善したい自身のおいについて聞いたところ、「なんとしても予防・改善したい」「できれば予防・改善したい」を合わせた割合で、最も高いのは「口臭」(78.7%)となっており、次いで「脇のおい」(63.4%)、「足のおい」(62.9%)と続いている。やはり気になる部位のおいは、なんとか予防・改善したいと思っている方が多い。(図3)

男女別でみた場合、男性のトップ3は「口臭」(76.5%)、「足のおい」(66.1%)、「脇のおい」(58.2%)「体臭」(58.2%)であり、女性のトップ3は「口臭」(80.8%)、「脇のおい」(68.4%)、「足のおい」(59.9%)となっている。ここでも、男性は、脇よりも足のおいをなんとかしたいと思っている結果となっている。(図4)

また、男女での部位に差が大きいものとしては、「加齢臭」(13.0ポイント差)、「脇のおい」(10.2ポイント差)、「陰部のおい」(8.1ポイント差)が上位となっている。

図3 自身のおい予防改善意向(全体)

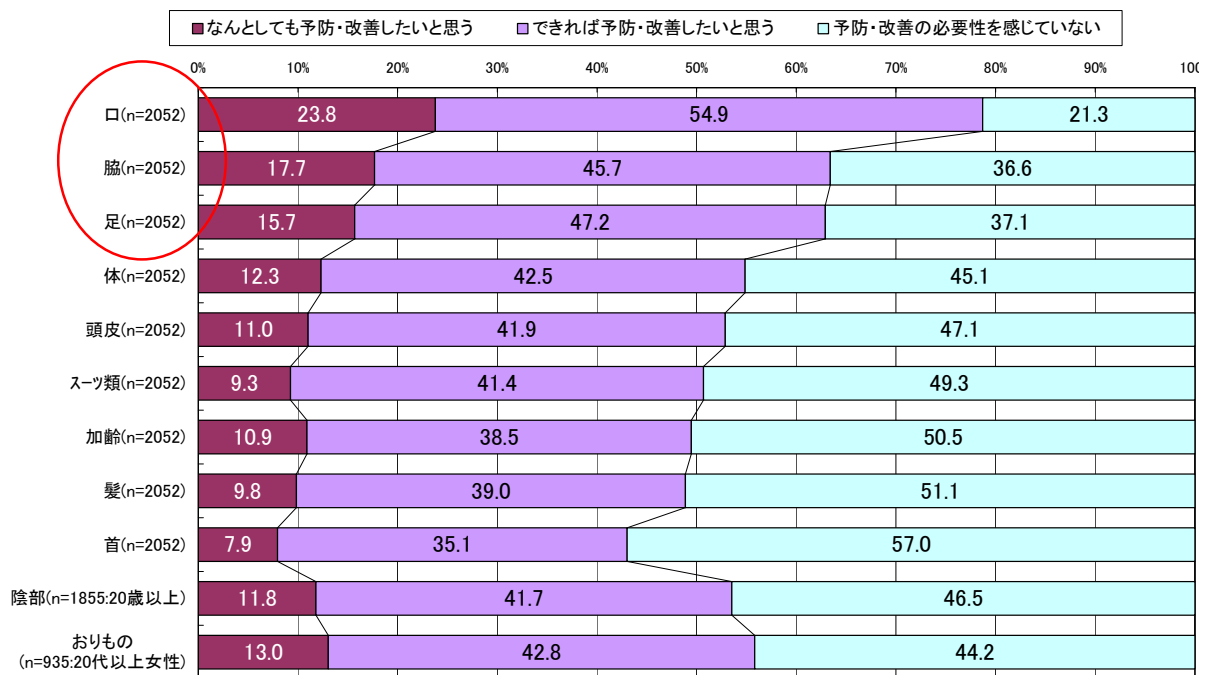
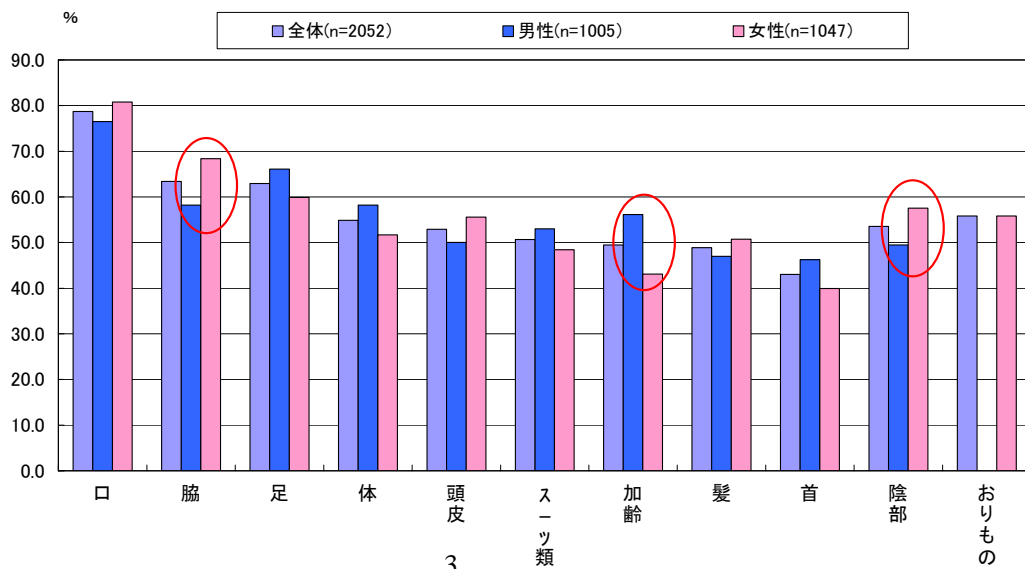


図4 自身のおい予防改善意向(「なんとしても」+「できれば」の合計)



◆男性のほうが相対的に低い、『予防・改善商品』

「なんとしても予防・改善したい」「できれば予防・改善したい」と回答した方に、においの予防・改善を目的とした商品に対する期待を聞いたところ、「期待している」「やや期待している」を合わせた割合で、最も高いのは「脇のにおい」(71.4%)となっており、次いで「口臭」(68.4%)、「スーツや上着類のにおい」(67.0%)と続いている。「足のにおい」については、予防・改善商品に対する期待が「口臭」「脇のにおい」ほど高くない結果となっている。(図5)

男女別でみた場合、男性のトップ3は「口臭」(63.2%)、「脇のにおい」(62.3%)、「スーツや上着類のにおい」(59.5%)であり、女性のトップ3は「脇のにおい」(78.9%)、「スーツや上着類のにおい」(74.7%)、「口臭」(73.2%)となっている。(図6)

また、すべてにおいて、女性のほうが男性よりも期待している割合が高くなっている。なお、男女での部位に差が大きいものとしては、「脇のにおい」(16.6ポイント差)、「足のにおい」(15.6ポイント差)、「スーツや上着類」(15.2ポイント差)が上位となっている。

図5 予防改善商品に対する期待(全体)

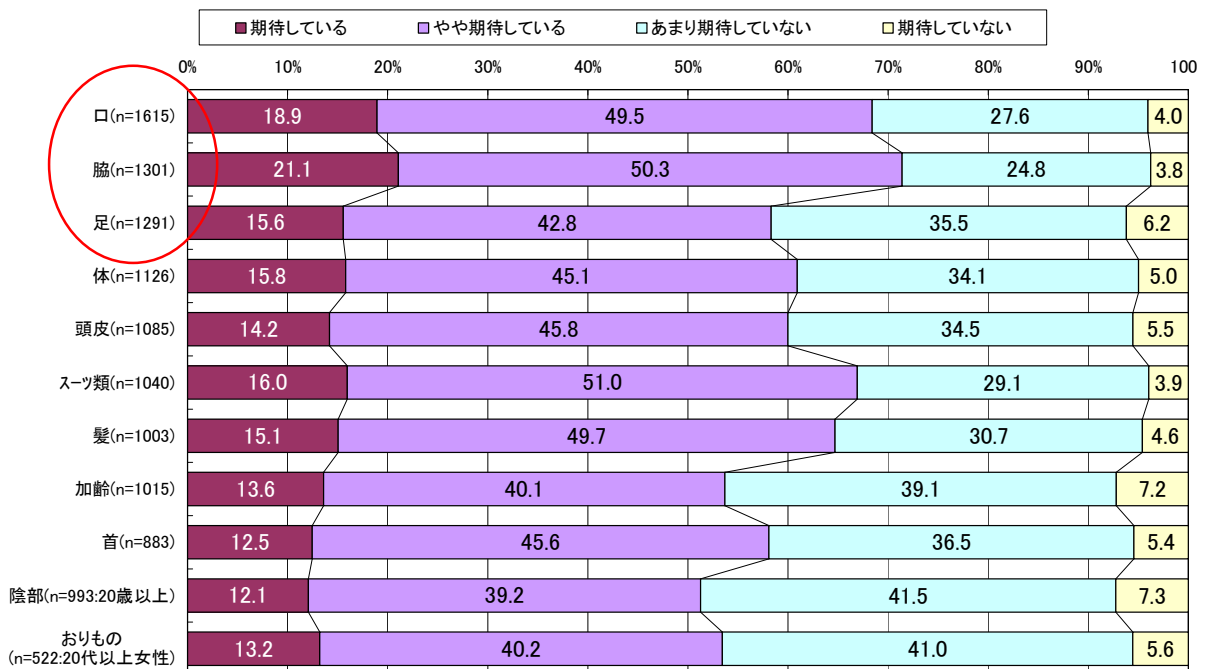
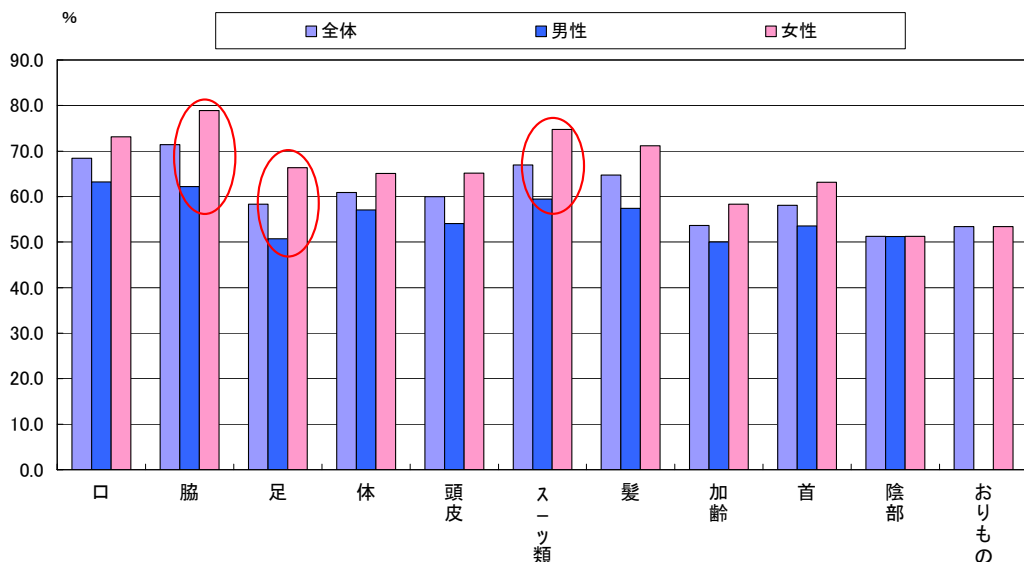


図6 予防改善商品に対する期待(「期待している」+「やや期待している」の合計)



◆「脇のにおい」編：予防・改善にはスプレータイプの使用が多い

脇のにおいを予防・改善したい方に、使用している商品を聞いたところ、上位において男女で差が出る結果となった。まず、「身体用制汗剤・デオドラント剤（スプレータイプ）」は女性のほうが使用率が高く、商品の中でも人気が高い傾向にあるようだ。男性では、同様にスプレータイプの使用率が40.3%と高いものの、4割程度の方は使用しているものは「特にない」と回答している。シートタイプやロールオンタイプの身体用制汗剤・デオドラント剤も女性の使用率が高くなっている。（図7）

また、今後使用したい（し続けたい）商品についてみると、「身体用制汗剤・デオドラント剤（スプレータイプ）」が男女ともに最も高くなっている（男性：51.6%、女性：66.8%）。シートタイプやロールオンタイプは女性が2割程度の使用意向がある結果となっている（女性シートタイプ：28.5%、女性ロールオンタイプ：22.5%）。（図7）

次に、脇のにおいの予防・改善を目的とした商品を使用している方に、最も使用している商品のブランド名を聞いたところ、トップ5は、「8×4」、「Ag+」、「Ban」、「GATSBY」、「Rexena」となっている。（表1）

また、最も使用している商品のブランドの満足度については、「満足している」「まあ満足している」を合わせた割合が88.8%となっており高い満足度となっている。（図8）

図7 使用しているにおい予防改善商品上位10位（全体）と今後の使用意向（脇）

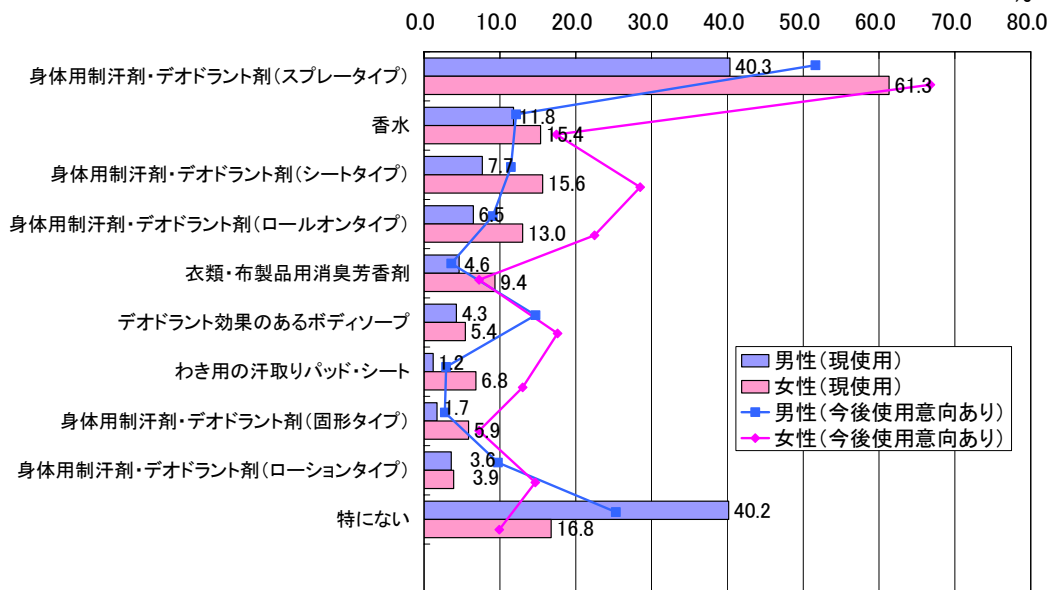
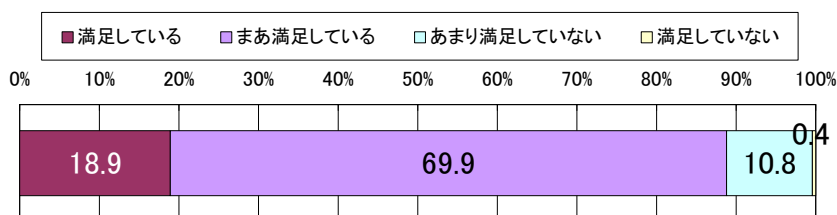


表1 最使用におい予防改善商品ブランド*（上位5位）（脇）（全体）

第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
8×4	Ag+	Ban	GATSBY	Rexena

図8 最使用ブランドの満足度（脇）



◆「足のにおい」編：予防・改善には足専用スプレータイプの使用が多い

足のにおいを予防・改善したい方に、使用している商品を聞いたところ、男女ともに「足専用制汗剤・デオドラント剤（スプレータイプ）」（男性：11.0%、女性：21.7%）が高く、次いで、「靴・ブーツ用の消臭・防臭剤」（男性：7.7%、女性：9.3%）と続いている。（図9）なお、「特にない」（男性：67.6%、女性：56.0%）が5割以上となっており、脇とは異なり、予防・改善ニーズを満たす商品を見つけられず、においを放置している様子が窺える。

また、今後使用したい（し続けたい）商品についてみると、男女ともに「足専用制汗剤・デオドラント剤（スプレータイプ）」（男性：25.5%、女性：41.9%）が最も高くなっている。なお、男性では「特にない」（43.5%）が4割を超え、現行商品では予防・改善できないと思っているのか、商品への期待が高くない。（図9）

次に、足のにおいの予防・改善を目的とした商品を使用している方に、最も使用している商品のブランド名を聞いたところ、トップ5は、「8×4」、「Ag+」、「Ban」、「Biore」、「オドイーター」となっている。（表2）

また、最も使用している商品のブランドの満足度については、「満足している」「まあ満足している」を合わせた割合が79.6%となっており高い満足度となっている。（図10）

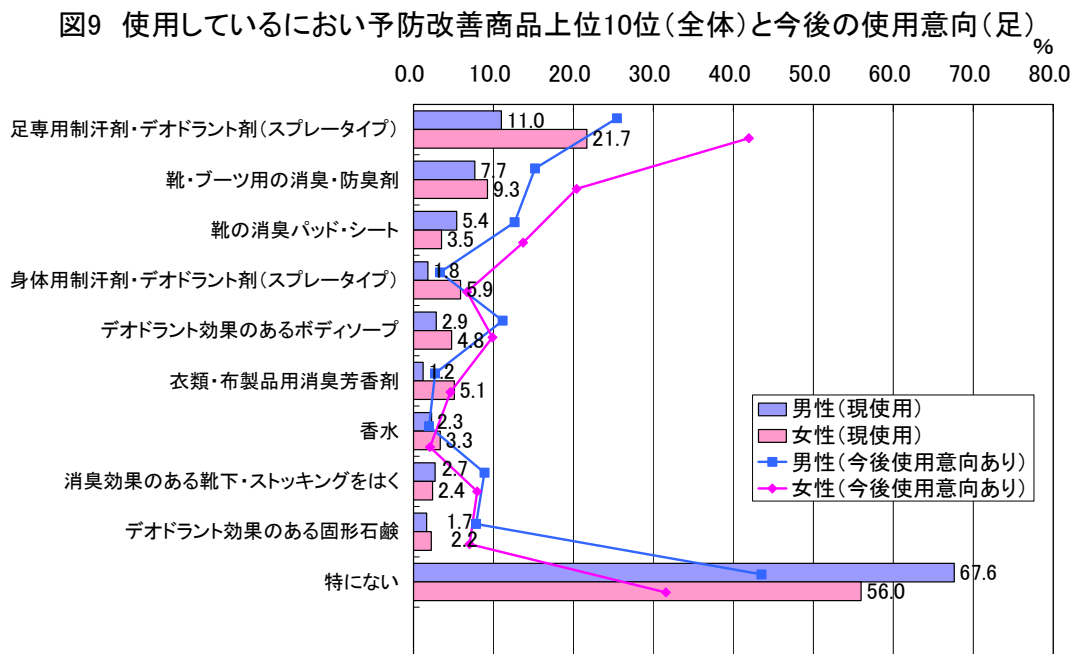
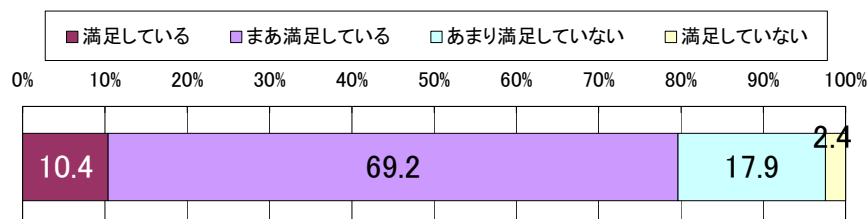


表2 最使用におい予防改善商品ブランド(上位5位)(足)(全体)

第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
8×4	Ag+	Ban	Biore	オドイーター

図10 最使用ブランドの満足度(足)



◆「加齢臭」編：予防・改善にはスプレータイプの使用が多い

加齢臭を予防・改善したい方に、使用している商品を聞いたところ、男女とも「身体用制汗剤・デオドラント剤（スプレータイプ）」（男性：15.6%、女性：14.0%）が高くなっており、次いで、「香水」（男性：7.6%、女性：8.4%）となっている。（図 11） なお、足と同様、「特にない」（男性：69.3%、女性：73.8%）が高く、ニーズはあるが現状無対策である方が7割程度となっている。

また、今後使用したい（し続けたい）商品についてみると、男女とも「身体用制汗剤・デオドラント剤（スプレータイプ）」（男性：29.4%、女性：24.8%）が高くなっている。しかしながら、「特にない」（男性：44.3%、女性：48.3%）も4割を超え、ここでも、足と同様、現行商品では予防・改善できないと思っているのか、商品への期待が高くない。

今後、高齢化社会の進展に伴い加齢臭対策商品に対するニーズは、特に男性（図 4）で一層高まっていくと思われ、生活者の要求に応える商品が投入されれば、大きな市場を形成していく可能性もある。

（図 11）

次に、加齢臭の予防・改善を目的とした商品を使用している方に、最も使用している商品のブランド名を聞いたところ、トップ5は、「8×4」、「Ag+」、「Ban」、「GATSBY」、「Biore」となっている。（表 3） また、最も使用している商品のブランドの満足度については、「満足している」「まあ満足している」を合わせた割合が86.6%となっており高い満足度となっている。（図 12）

図11 使用しているにおい予防改善商品上位10位(全体)と今後の使用意向(加齢臭)

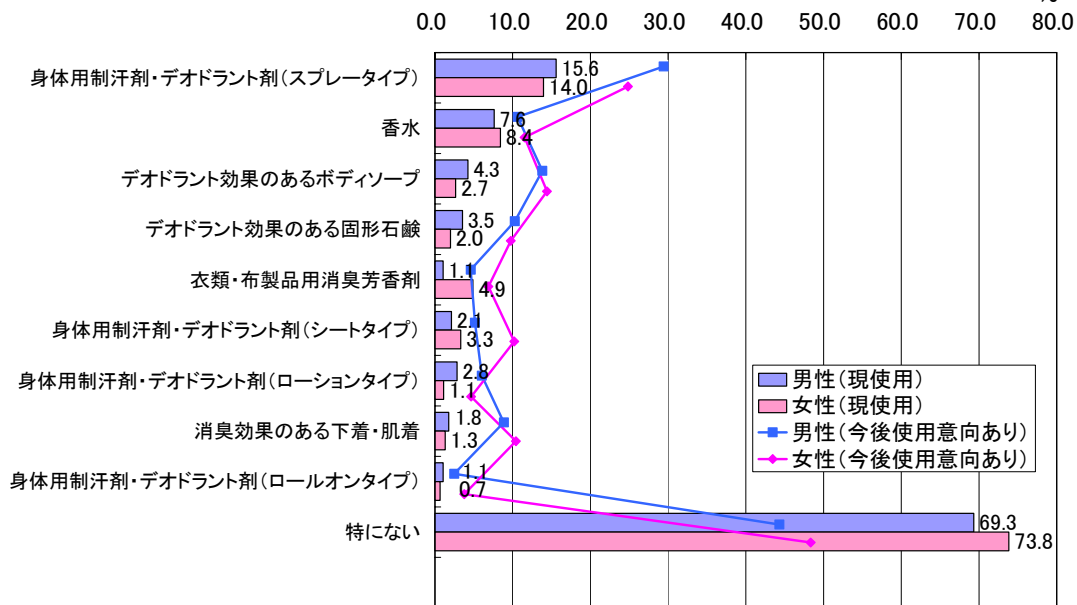
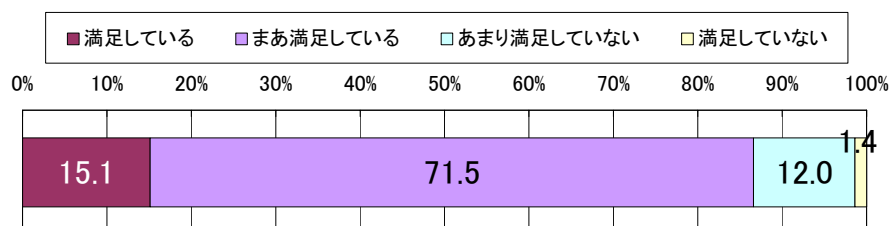


表3 最使用におい予防改善商品ブランド(上位5位)(加齢臭)(全体)

第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
8×4	Ag+	Ban	GATSBY	Biore

図12 最使用ブランドの満足度(加齢臭)



◆「頭皮のにおい」編：予防・改善には毛穴の汚れ除去・スカルプケア効果シャンプー・リンスの使用が多い

頭皮のにおいを予防・改善したい方に、使用している商品を聞いたところ、「頭皮の毛穴の汚れ除去・スカルプケアに効果のあるシャンプー・リンス」(男性:11.9%、女性:9.3%)が高くなっている。次いで、「デオドラント効果のあるシャンプー・リンス」(男性:7.4%、女性:5.5%)となっており、洗髪せずに手軽ににおいを予防・改善できる商品が少ない現状を反映した結果となっている。(図 13) なお、「特にない」(男性:74.9%、女性:68.2%)が7割程度と高く、足、加齢臭と同様の結果となっている。

また、今後使用したい(し続けたい)商品についてみると、男女とも「頭皮の毛穴の汚れ除去・スカルプケアに効果のあるシャンプー・リンス」(男性:24.8%、女性:28.7%)が高くなっているが、「特にない」が4割を超え、現行商品への期待も高くない結果となっている。

次に、脇のにおいの予防・改善を目的とした商品を使用している方に、最も使用している商品のブランド名を聞いたところ、トップ5は、「SUCCESS」、「メリット」、「8×4」、「SEA BREEZE」、「マシェリ」となっている。(表 4)

また、最も使用している商品のブランドの満足度については、「満足している」「まあ満足している」を合わせた割合が86.3%となっており高い満足度となっている。(図 14)

使用ブランドに対する満足度の高さ、および予防・改善ニーズの高さを踏まえると、商品・ブランドの種類の増加と、予防・改善効果が生活者に上手く訴求されることによって、大きな市場を形成することも考えられる。

図13 使用しているにおい予防改善商品上位10位(全体)と今後の使用意向(頭皮)

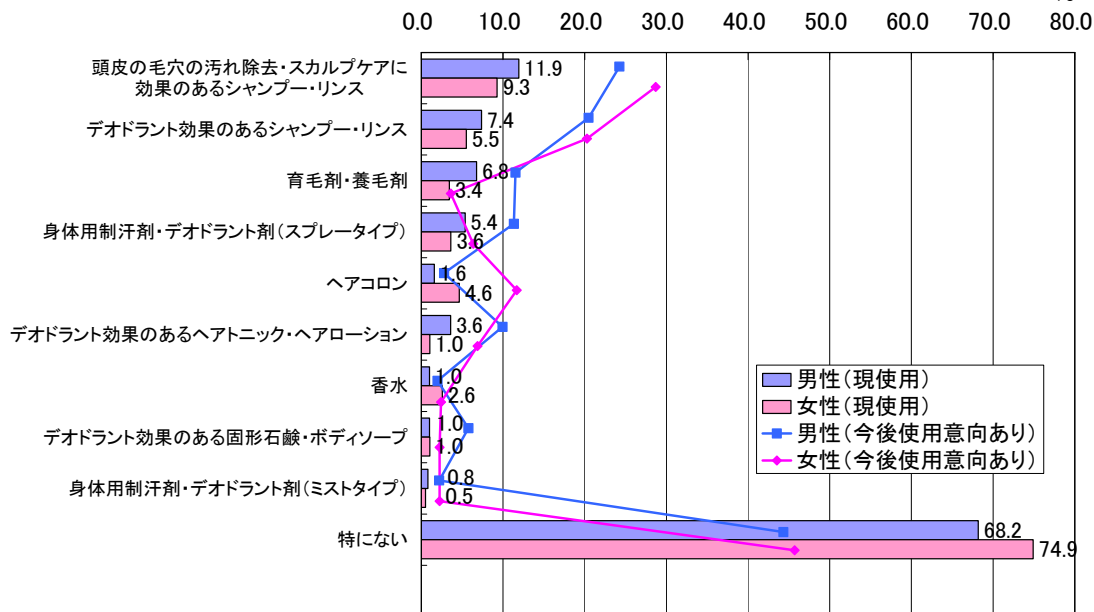
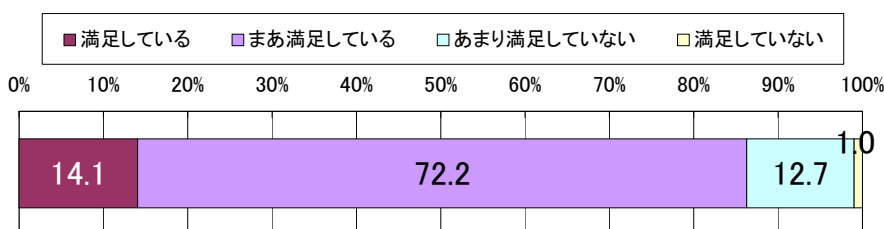


表4 最使用におい予防改善商品ブランド(上位5位)(頭皮)(全体)

第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
SUCCESS	メリット	8×4	SEA BREEZE	マシェリ

図14 最使用ブランドの満足度(頭皮)



◆ 他人のにおいて気になる「口臭」「身体のおい」「脇のおい」

◆ 会話中が最も気になる

普段気になる他人のにおいて聞いたところ、「いつも（頻繁）気になる」「時々気になる」を合わせた割合で、最も高いのは「口臭」（60.8%）となっており、「口臭」は、自他共に最も気になるにおいと言える。

次いで「身体のおい」（41.6%）、「脇のおい」（38.8%）と続いている（図15）。

また、他人のにおいて気になる場面・シーンで最も高かったのは、「会話をしている時」（77.9%）であり、次いで「電車の中」（68.9%）、「人とすれ違った時」（45.36%）が上位となっている。

図15 他人のにおいて気になり度

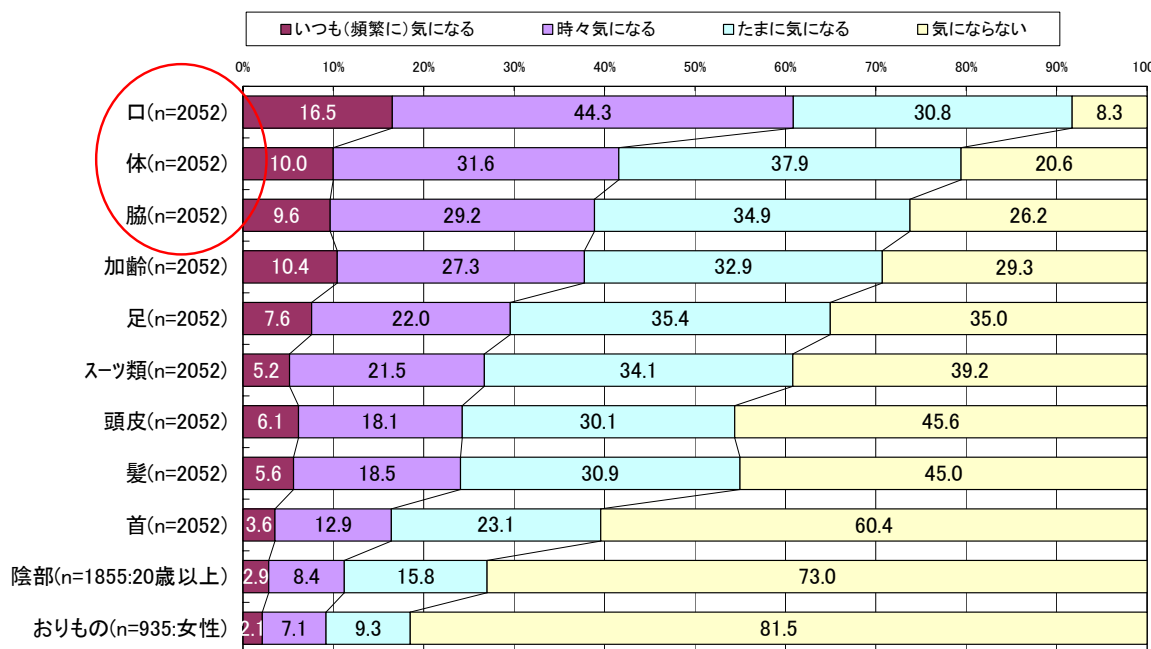
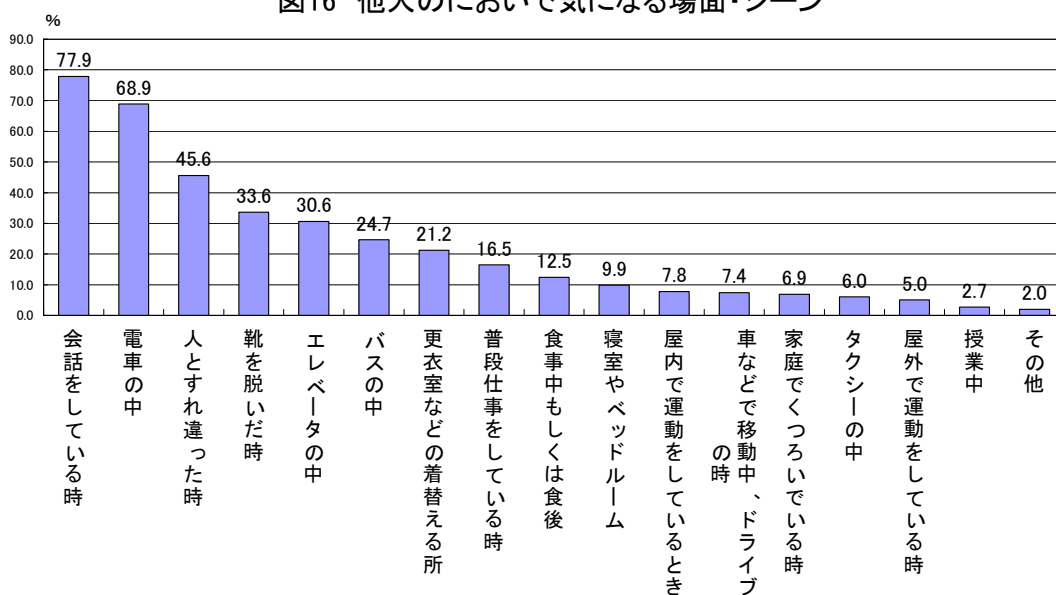


図16 他人のにおいて気になる場面・シーン



【調査項目】

「身体の消臭・防臭・制汗ニーズ分析総合調査」は、一般男女の身体のおいに関する気になる度合いと、予防・改善ニーズを明らかにするため、首都圏在住の12～69歳の男女個人を対象に、下記項目について調査しました。

調査部位(11ヵ所): 口臭・頭皮・髪の毛・脇・首まわり・陰部・おひもの・足・体臭・加齢臭・スーツや外出着

- ①身体の部位別：臭いの気になる程度、臭いの強さの自覚
- ②身体の部位別：気になる臭いの予防・改善ニーズ
- ③身体の部位別：市販されている臭い予防・改善商品の効果に対する期待度
- ④身体の部位別：市販されている臭い予防・改善商品の効果に対する満足度
- ⑤身体の部位別：これまで使用したことのある商品・タイプ
- ⑥身体の部位別：現在使用している商品・タイプ、および、使用頻度、平均購入金額
- ⑦身体の部位別：最も使用している商品・タイプの商品ブランド名、および、使用満足度
- ⑧身体の部位別：市販されている臭い予防・改善商品の使用開始時期
- ⑨身体の部位別：市販されている臭い予防・改善商品で重視する効用・特徴
- ⑩身体の部位別：今後使用意向のある商品・タイプ
- ⑪身体の部位別：臭い予防・改善商品の香り有無の意向
- ⑫身体の部位別：臭い予防・改善商品のふさわしいと思う香りのイメージ
- ⑬身体の部位別：臭い予防・改善商品の好ましいと思う香り
- ⑭身体の部位別：他人の身体の臭いについて気になる程度、気になる場面

【調査購入のご案内】

本調査は、弊社自主企画による調査です。下記の形態で販売いたしております。

まずはお気軽にお問合せ下さい。

1. 調査報告書+クロス集計表+ローデータ
定価: 357,000 円 (税込) / MDB 会員価格: 315,000 円 (税込)
2. 調査報告書+クロス集計表
定価: 273,000 円 (税込) / MDB 会員価格: 231,000 円 (税込)
3. ローデータのみ
定価: 210,000 円 (税込) / MDB 会員価格: 189,000 円 (税込)

※調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が保有します。

※本調査結果のご利用は、ご購入企業の社内利用に限ります。

※弊社は、購入いただきました企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。

ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発行から一定期間経過後はこの限りではありません。

【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 情報企画部 担当: 青山
〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-2-1 新大手町ビル 2F
電話: 03-6202-1287 FAX: 03-6202-1294 E-mail: info@jmar.biz