

報道関係各位

2022年8月18日
株式会社クロス・マーケティング

男性の身体の悩みは「抜け毛・薄毛」加えて60代は「頻尿」体型に対し「体重を落とす」「筋力アップ」の願望あり

－身体の悩みに関する調査（2022年）男性編－

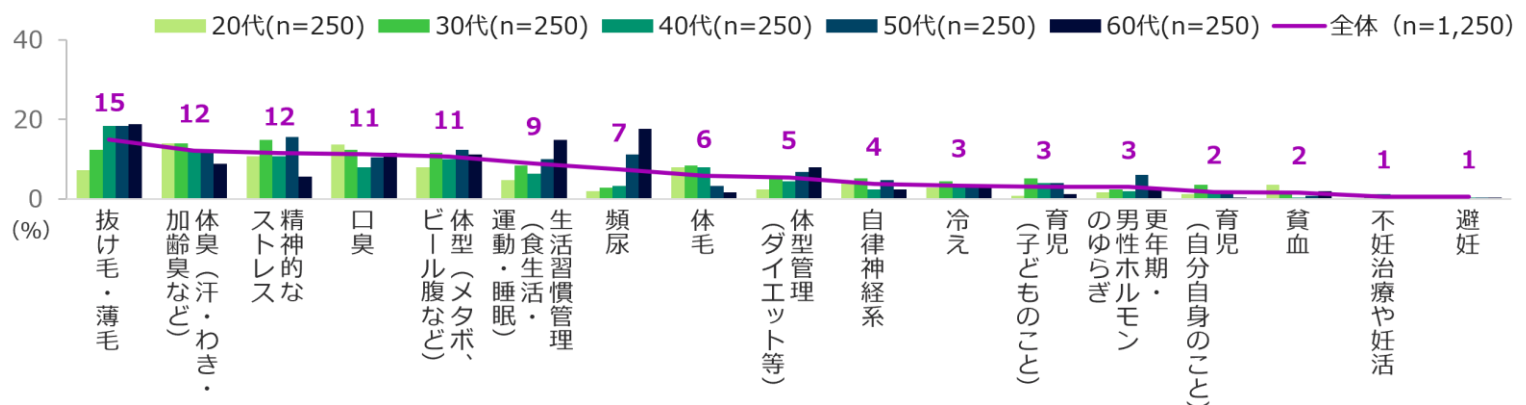
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2022年7月、全国20～69歳の男性1,250名を対象に「身体の悩みに関する調査（2022年）」を行いました。コロナ禍の中、行動制限の影響で人と直接会うことが少ない生活となり、ストレスなどから身体に不調をきたした人もいないではないでしょうか。今回は、男性編として、現在や将来的な悩み、温活・腸活・菌活およびフェムテック・メノテック認知状況、職場においての意識などを分析いたしました。

■調査結果（一部抜粋）

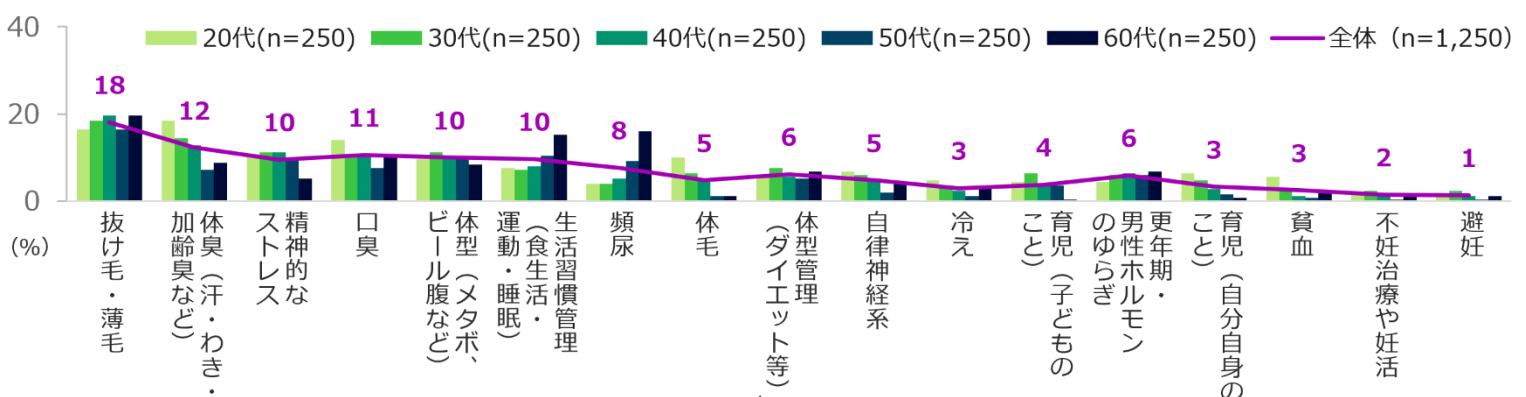
- ✓ **【現在の悩みと将来的な不安】** 男性の現在の悩みは、「抜け毛・薄毛」「体臭」「精神的なストレス」「口臭」「体型」が多く、それぞれ1割を超える。40～60代では「抜け毛・薄毛」がやや多い。60代は「頻尿」「生活習慣（食生活・運動・睡眠）管理」が突出して高い。＜図1＞ 将来的に不安に感じることは、「抜け毛・薄毛」「体臭」「口臭」「体型」「生活習慣管理」など。20代は「体臭」「口臭」の不安が他年代より高い。＜図2＞ 体型への意識は、「体重を落としたい」「筋肉をつけたい」「姿勢をよくしたい」で2割を超える。60代は「体重を落としたい」、20～30代は「特に何も思っていない」人が多かった。＜図3＞
- ✓ **【温活／腸活／菌活認知状況】** 腸活の認知率は60%、菌活は38%、温活は30%であった。菌活や温活の認知率は若い年代ほど高い。“腸活”として思い浮かぶものは、「ヨーグルト」「乳酸菌」「納豆」など。＜図4＞
- ✓ **【フェムテック／メノテック認知状況】** フェムテックの認知率は13%、メノテックは12%程度と低め。双方とも若い年代ほど認知率は高い傾向。20代の認知は2割を超えるが、50～60代は関心のなさからか極めて低い結果であった。＜図5＞
- ✓ **【職場における女性特有の症状に対する理解】** 有職者に職場においての意識を確認した。「職場で、女性特有の症状（生理や更年期）への配慮・理解が進んでほしい」について、“あてはまる”は22%、“あてはまらない”は24%。「職場で、女性特有の症状への男性の配慮・理解は不十分だと思う」は“あてはまる”20%、“あてはまらない”は25%。いずれも“職場での女性特有の症状への配慮・理解”に対しては否定的な意見の方が上回った。＜図6＞

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。<https://www.cross-m.co.jp/report/health/20220818karada/>

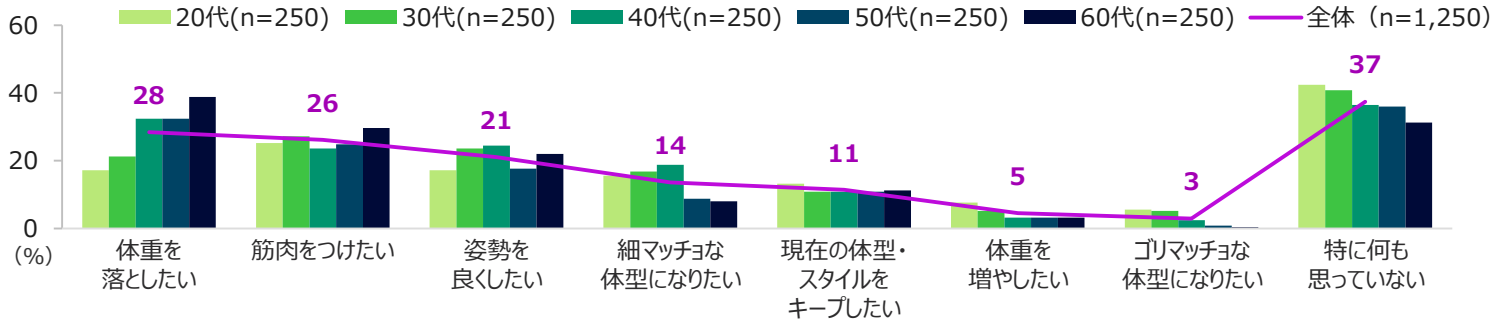
＜図1＞現在の悩み（複数回答）



＜図2＞将来的に不安に感じること（複数回答）

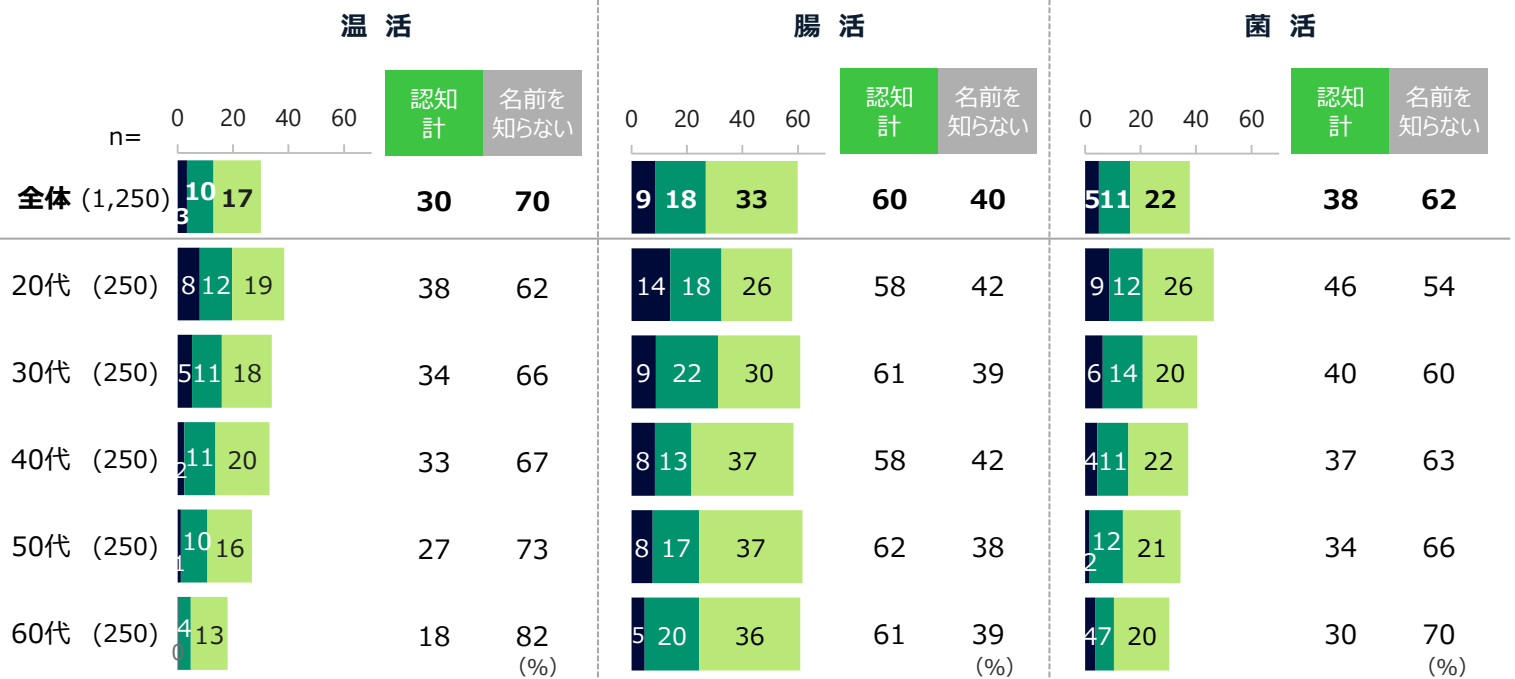


<図3> 体型への意識 (複数回答)



<図4> 温活・腸活・菌活の認知状況 (単一回答)

■ どんなものか知っていて、実践もしている ■ どのものか知っているが、実践していない ■ 名前は聞いたことがあるが、どんなものか知らない



自由回答 (一部抜粋)

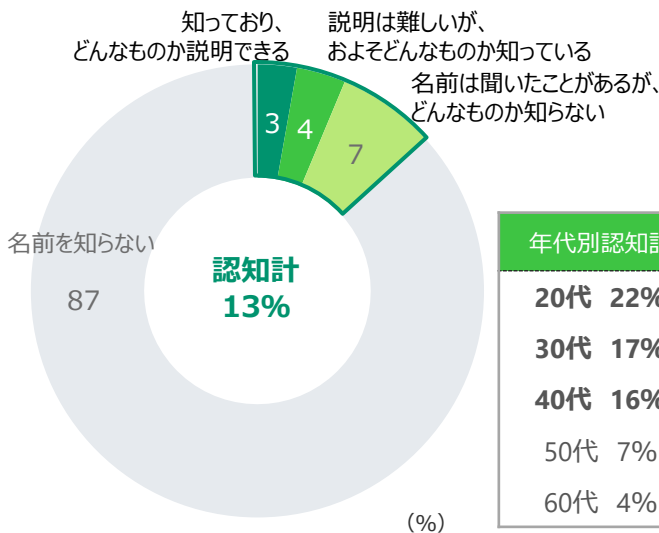
“温活”と聞いて思い浮かぶもの
湯船につかる、
暖かい食べ物や飲み物を摂るなど

“腸活”と聞いて思い浮かぶもの
ヨーグルト、乳酸菌、納豆など

“菌活”と聞いて思い浮かぶもの
きのこ、ヨーグルト、乳酸菌など

<図5> フェムテック・メノテック認知状況 (単一回答 : n=1,250)

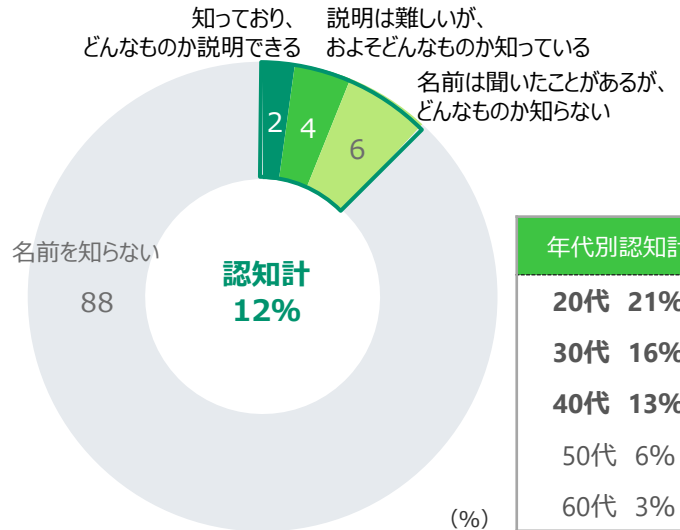
フェムテック



年代別認知計

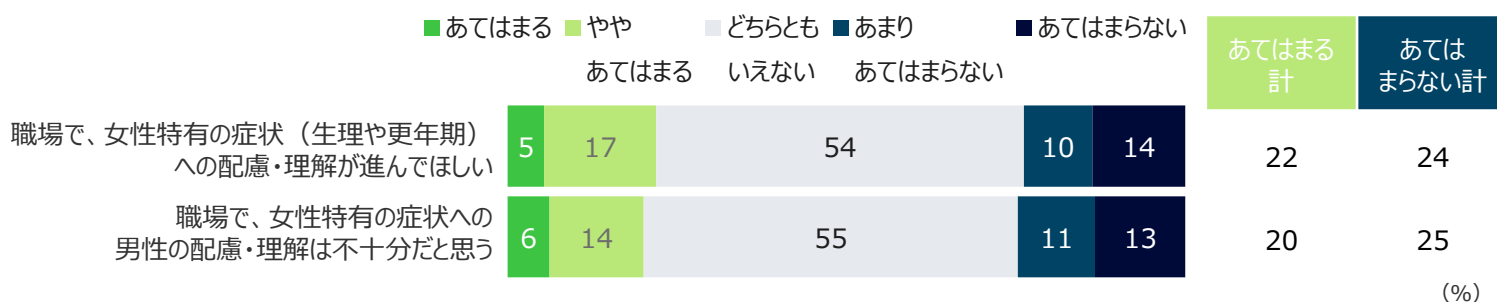
20代	22%
30代	17%
40代	16%
50代	7%
60代	4%

メノテック



年代別認知計

20代	21%
30代	16%
40代	13%
50代	6%
60代	3%

<図6> 職場における意識（単一回答：n=883） ※ベース：有職者

■ レポート項目一覧

- 調査結果サマリー
- 属性設問
(年齢/居住地/職業/婚姻状況/同居子供の有無)

▼ 食・健康編

- 男性の悩み（過去・現在の悩み、将来の不安）
- 過去の悩みが解消した理由
- 現在の悩みを解消するための行動
- 温活/腸活/菌活の認知・実践状況
- 温活/腸活/菌活の思い浮かぶ方法・食材
- 健康のために行なっていること（食生活/食生活以外）
- 体型への意識
- ダイエットの実施
- ダイエットを目的として実施していること（食事/運動）

▼ ファッション編

- 男性の悩み（ファッション・おしゃれ）
- 洋服の購入場所
- パーソナルカラー/骨格診断/顔タイプ診断の認知・実践状況

▼ キャリア編

- 男性の悩み（キャリア）
- 働く場所に求めること
- 職場の制度と利用状況
- 男性の管理職について・男女の意識
- 転職の経験回数
- 転職した理由

▼ フェムテック・メノテック編

- フェムテック・メノテックの認知、理解
- フェムテック・メノテックへの期待

◆ レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20220818karada/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ 調査期間 : 2022年7月29日（金）～7月31日（日）
 調査地域 : 全国47都道府県 有効回答数 : 本調査1,250サンプル
 調査対象 : 20～69歳の男性

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」

