

報道関係各位

2022年12月1日  
株式会社クロス・マーケティング

## 温活でも温活でなくても「身体を温めている」人は87% 基礎代謝や免疫アップ以外に精神的な効果も

－「温活」に関する調査（2022年）－

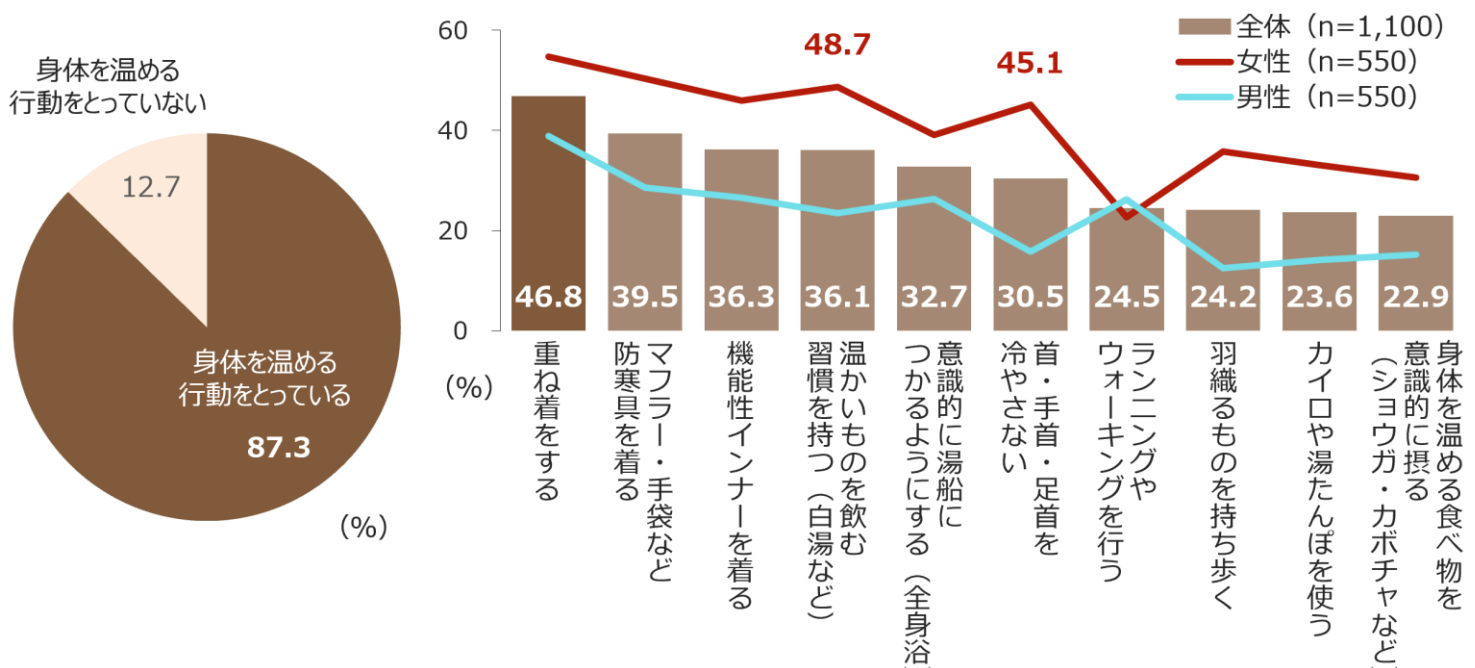
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「『温活』に関する調査（2022年）」を実施しました。冬本番を目前に控え、身体の冷えを感じるシーンも増えてきました。今回は、「身体を温める行動として行っていること」「身体を温めることを通して期待すること」「『温活』とやってやっているか」「室内外で温度差を感じるシーン」について聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221201getwarm/>

### ■調査結果

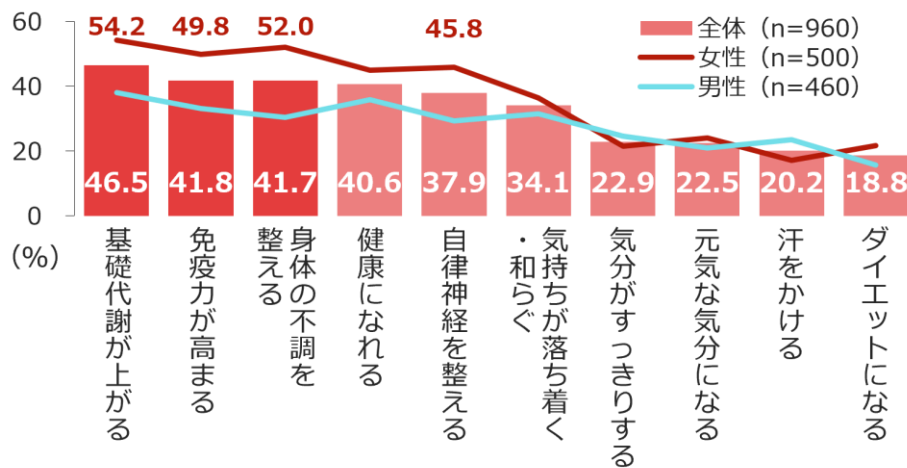
- ✓ **身体を温める行動をとっている人は87.3%。「重ね着をする」「マフラー・手袋など防寒具を着る」「機能性インナーを着る」が上位にあがる。〈図1〉**  
男性よりも女性のほうが数値が高い傾向にある。特に、「温かいものを飲む習慣を持つ（白湯など）」や「首・手首・足首を冷やさない」で差が出ている。
- ✓ **「基礎代謝が上がる」「免疫力が高まる」「身体の不調を整える」が、身体を温めることを通して期待している効果の上位にあがる。〈図2〉**  
女性では「自律神経を整える」も45.8%で高い。
- ✓ **身体を温める行動を「温活」と思っているか聴取したところ、「温活は聞いたことがあるが、そうやってやらない」が51.9%と最も多い。「温活」と思っているのは14.4%。〈図3〉**  
「『温活』を何か知らない」は33.8%であった。
- ✓ **室内外で温度差を感じるの「百貨店や商業施設の暖房が効きすぎ」が31.6%で最も高い。〈図4〉**  
次いで「オフィスの足元が寒い」「コートを着たまの通勤電車が暑い」が3割近くで続く。

〈図1〉 普段行っている身体を温める行動（複数回答：上位10項目を表示）



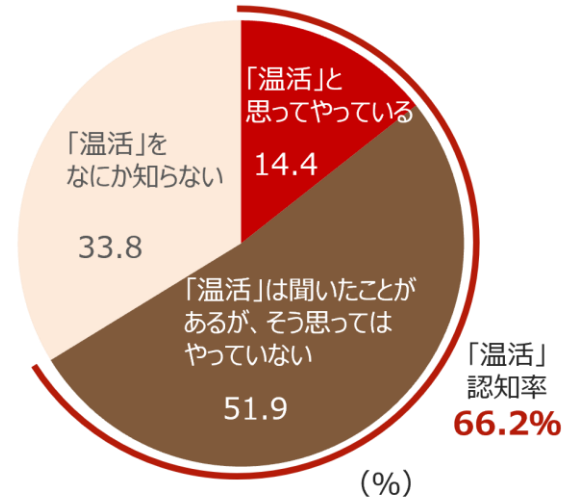
＜図2＞ 身体を温めることを通して期待すること

(複数回答: 普段身体を温める行動をとる人ベース: 上位10項目を表示)

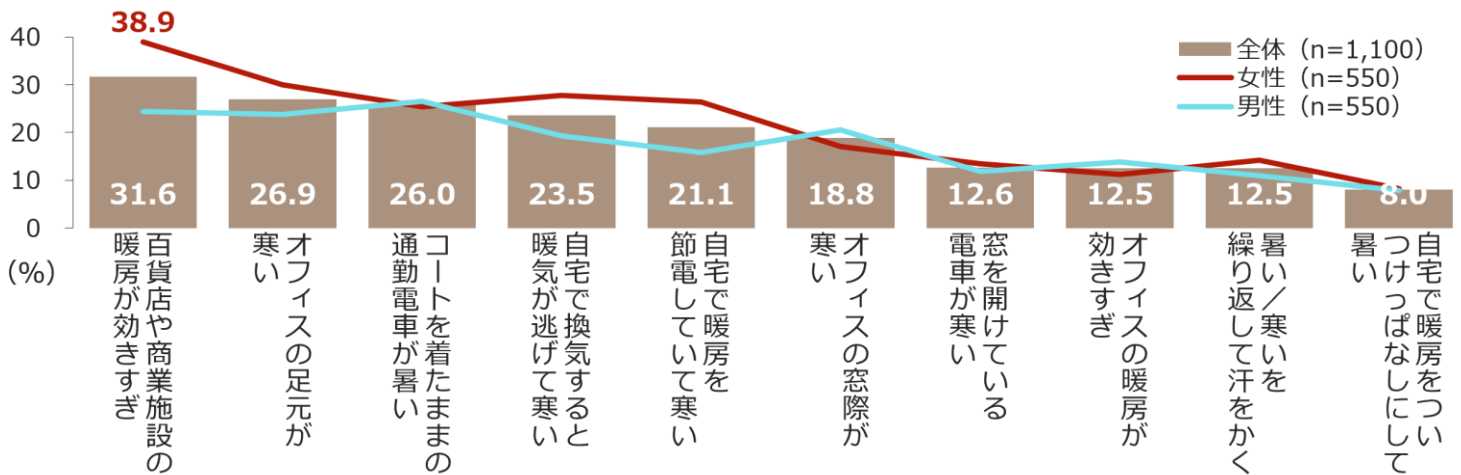


＜図3＞ 「温活」と思っているか

(単一回答: 普段身体を温める行動をとる人ベース: n=960)



＜図4＞ 室内外で温度差を感じるシーン (複数回答: 上位10項目を表示)



■ 調査項目

- 属性設問
- 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
- 身体を温める行動として行っていること
- 身体を温める行動を通して期待すること
- 「温活」としての意識
- 室内外で温度差を感じるシーン

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221201getwarm/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20～69歳の男女  
 調査期間 : 2022年11月25日 (金) ～11月29日 (火)  
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※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 <https://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](mailto: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・・・」

