

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」とは？意識層と無意識層で異なる女性の行動傾向 体の内側から寒さに負けない体作りへの意識

－「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。温活に積極的と言われている「女性」に限定して分析を実施したところ、寒さが本格化するこれからの季節にどのように生活に入り込んでいるかが明らかになってきました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20221201getwarm1/>

■ 調査サマリー

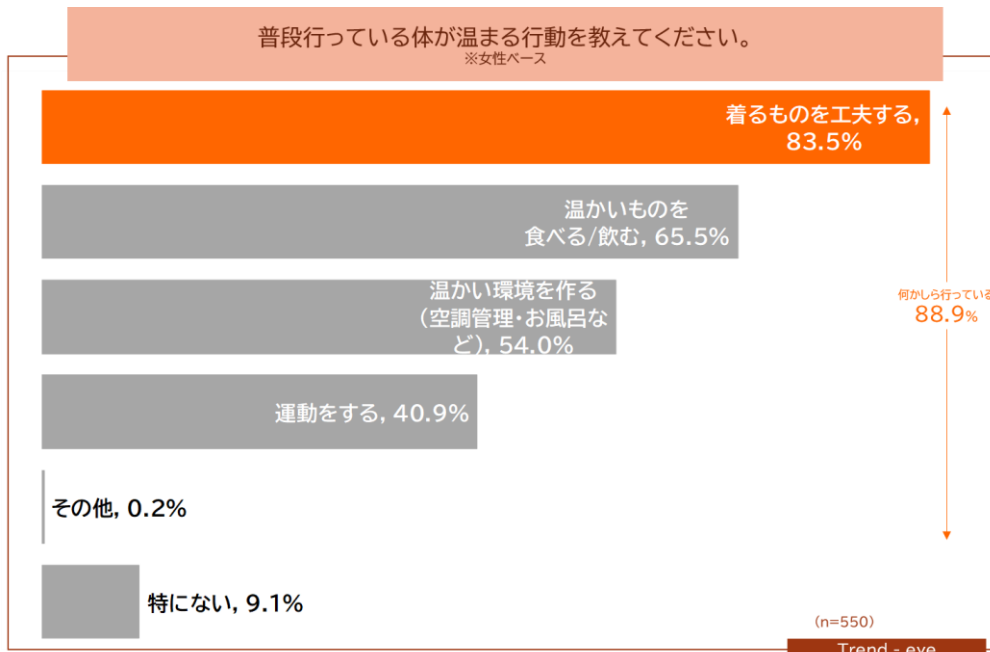
温活に関する調査

※女性ベース

Trend - eye

- Point 01** 何かしら体を温める行動をしている人は89%。
一方で「意識して温活をしている人」は17%に留まる。
- Point 02** 温活意識ある人は白湯・発酵食品・マッサージなど、
体の内外を整える行動を行う傾向が強い。
- Point 03** 温活には基礎代謝・免疫力向上、自律神経を整える
効果を特に期待している。

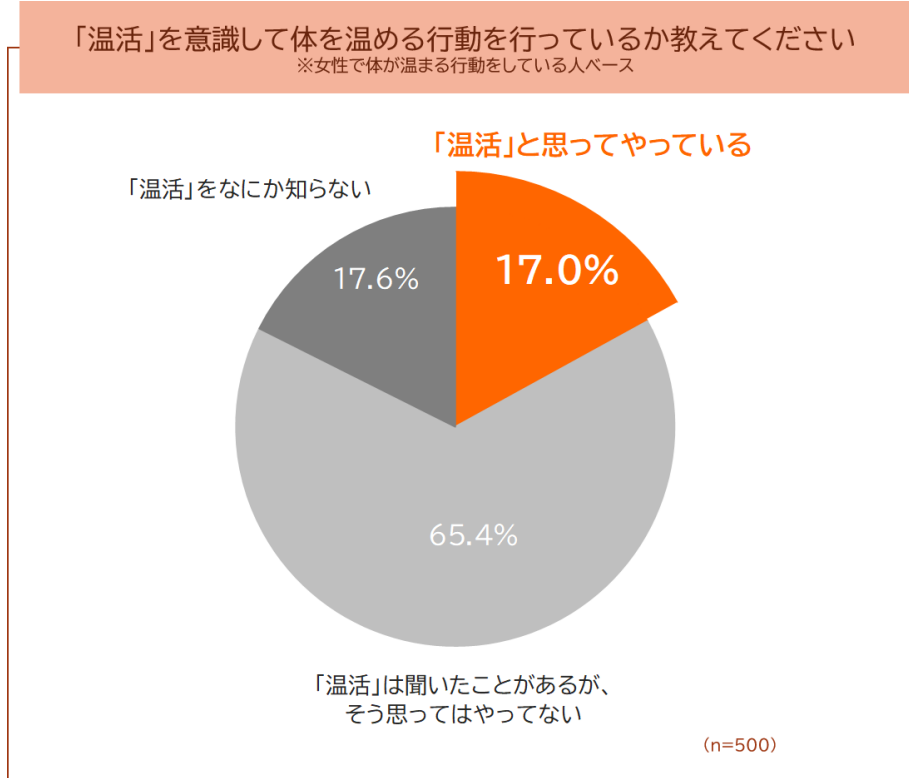
■ 日常での体を温める行動は重ね着など着るものの工夫が最多。



女性で何かしら体を温める行動を取っていると答えた方は全体のうち88.9%を占めており、「着るものの工夫」が最も高い。食べ物や飲み物に関しては発酵食品の摂取も挙げられたことから体の外側からだけでなく内側からもケアしようとする動きが見られる。

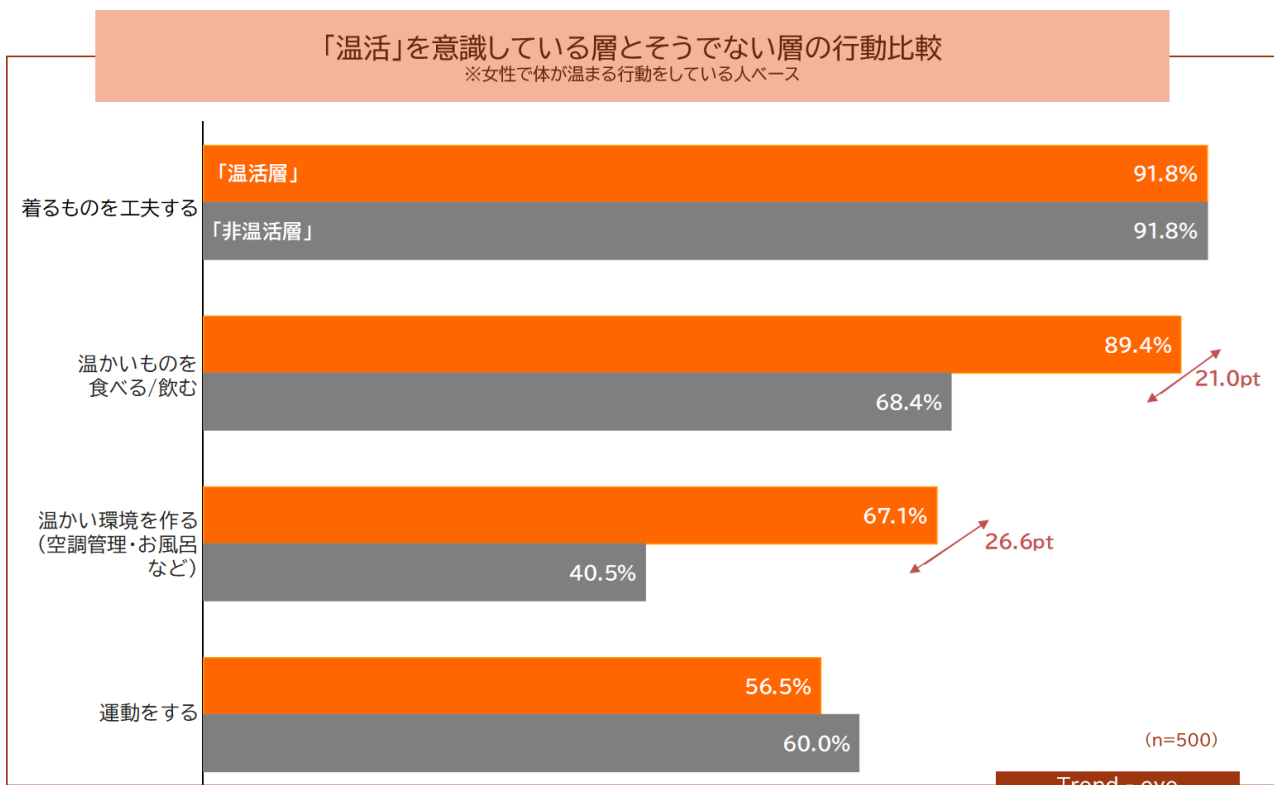
■ 「温活」を意識はしていない層が大半。ワードを知らない層も一定層

「温活」を意識して行っているかという質問では、ワードは聞いたことがあるものの意識せず行っている層が大半であった。新型コロナの影響もあり注目度が上がっている「温活」だがまだ女性全体での浸透率は高くなく、一部の層で積極的に取り入れられているといった印象。



■ 飲食や体を温める環境の整備に大きなギャップあり

さらに女性の中で「温活」を意識している層、していない層に分けて行動比較を行ったところ白砂糖を摂らないといった食べ物や白湯など飲み物に気を遣う習慣の他に、意識的に湯船につかることや岩盤浴といった入浴でのケアに大きなギャップが見られる結果となった。

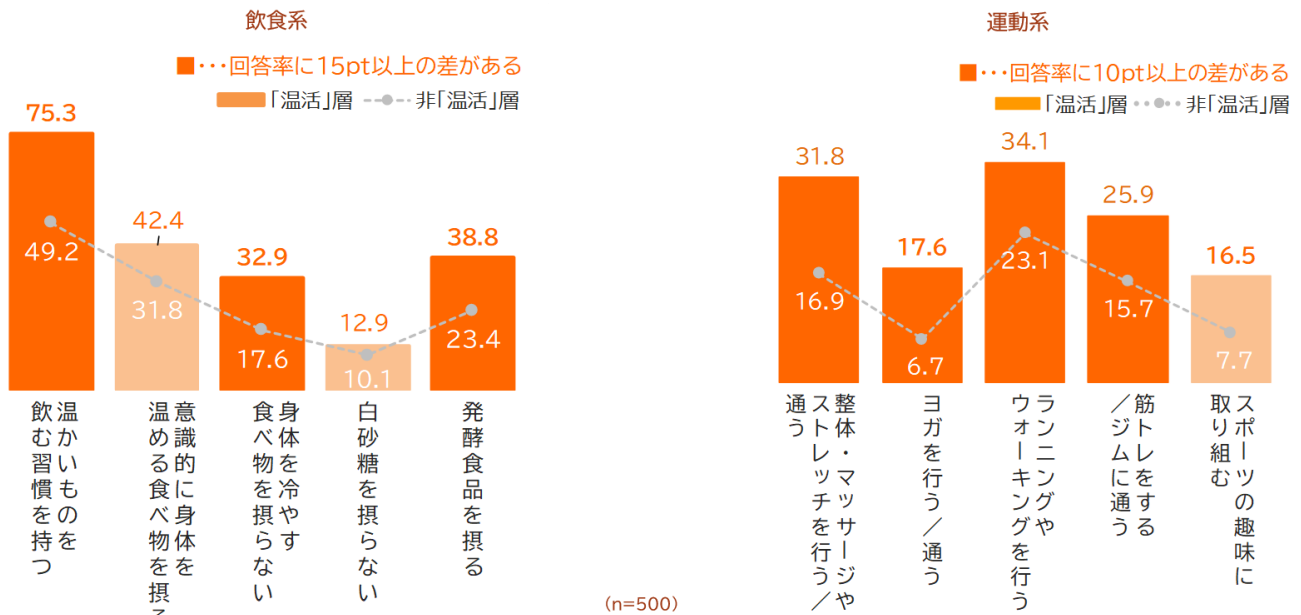


■ 内外からの体のケア意識に違いがある

具体的な行動について詳しく見たところ、「温活」意識層とそうでない層で違いが見られたのは、飲食面では発酵食品の摂取、運動面ではヨガや整体といった要素であり、体の内側と外側の両方からケアを行おうとする意識がうかがえる。

「温活」を意識している層とそうでない層の行動比較～詳細

※女性で体が温まる行動をしている人ベース



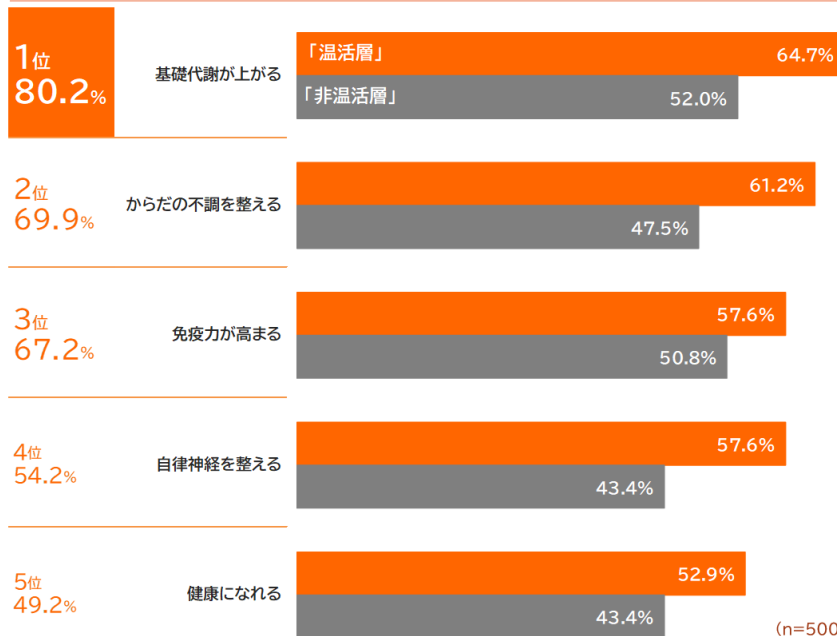
Trend - eye

■ 「温活」に期待する要素は「代謝アップ」、寒さに負けない強い体作りが今後の課題

体を温める行動に期待するメリットについても質問したところ、「基礎代謝が上がる」、「免疫力が高まる」、「自律神経を整える」といった要素がランクイン。ただ体を温めて寒さをしのぐだけではなくそもそもの冷えにくい体作り、環境の変化に負けない強い体を目指す意向の大きさに「温活」意識と非意識層の違いがあった。

体を温める行動を通してどのような良いことがあると期待していますか。

※女性で体が温まる行動をしている人ベース



Trend - eye

■ まとめ

今回は、私たちにとって注目度が上がりつつある「温活」について生活を通じた志向性の違いや課題感を垣間見ることができた。コロナ禍を経て改めて意識するようになった「免疫」や昨今ブームとなっている「腸活」の影響から運動や食事など体の外側から温める行動だけでなく、体の内側から温める「温活」によってより良い体作りを目指す意識が今回の簡単なアンケートからも確認できた。

■ 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
- 体が温まる行動についてあなたが普段行っているもの
- 体を温める行動を通して期待している良いこと
- 体を温める行動を「温活」と思って取り組んでいるか
- これからの季節で、室内の温度を快適と感じられないとき

◆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/20221201getwarm1/>

■ 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 <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・・・」



Cross Marketing Group