

報道関係各位

2024年1月24日
株式会社クロス・マーケティング

冬場のお風呂、寒さ対策は「暖房」より「熱めのお湯」で ヒートショックに対しては、約半数が「認識あり」

－お風呂に関する調査（2024年）－

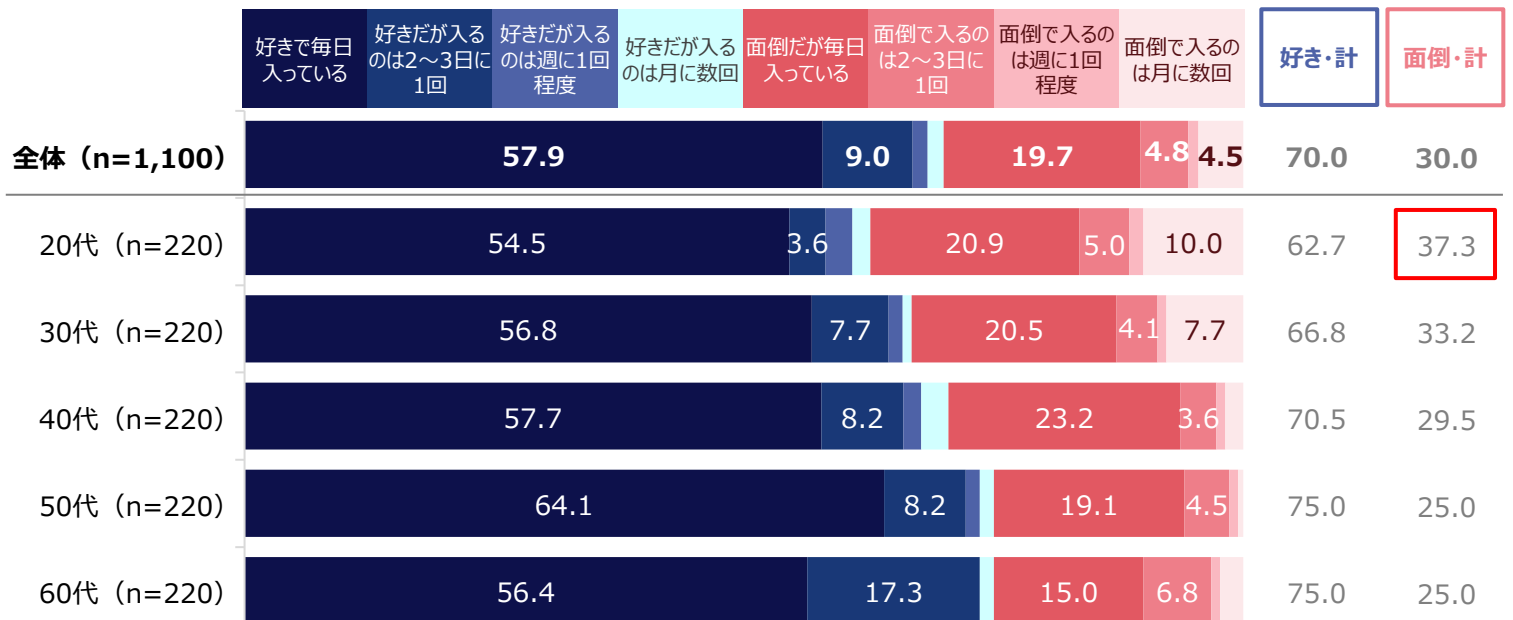
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「お風呂に関する調査（2024年）」を実施しました。寒い日が続く中で、人々のお風呂に対する意識、普段の入浴状況はどのようになっているのでしょうか。今回は「お風呂に対する気持ちと頻度」「ヒートショックに対する意識」「浴室の寒さ対策」「浴室や脱衣室の掃除で気になること」「お風呂に入れるお気に入りのもの」について聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240124bath/>

■調査結果

- ✓ **お風呂に入るのが「好き」は70.0%、「面倒」と感じているのは30.0%。**
年代が上がるにつれお風呂が好きな傾向。一方で、20代は「面倒」に感じている割合が37.3%と他の年代と比べ高い。〈図1〉
- ✓ **ヒートショックに対して「意識している」は約半数だが、「なんらかの対策をしている」は17.7%にとどまる。**
女性50代・60代では「意識している」が6～7割で、特に女性60代では「なんらかの対策をしている」が3割を占める。〈図2〉
- ✓ **浴室や脱衣所の寒さ対策は「浴そうに熱いお湯を張る」「シャワーの温度を高めにする」「お風呂から出たらすぐに暖かい部屋へ移動する」がTOP3。**
女性の方が寒さ対策をしているものの、「浴室の暖房をつける」「脱衣所に専用ヒーターを置く」といった浴室外での暖房対策をしている割合は2割に満たない。〈図3〉
- ✓ **お風呂場や脱衣所の掃除で気になっていることは「鏡のくもりや汚れ」「排水溝の汚れや髪の毛の溜まり」。**
男性に比べ女性の方が気になっている項目が多く、特に「ドライヤー後の床に落ちた髪の毛」「排水溝の汚れや髪の毛の溜まり」など、髪の毛の掃除に関して気になっている傾向がみられた。〈図4〉
- ✓ **お風呂に入れるお気に入りのものとして、「香りのよい入浴剤」「身体が温まる入浴剤」などがあげられた。**
〈図5〉

〈図1〉 お風呂に対する気持ちと入浴頻度（単一回答）



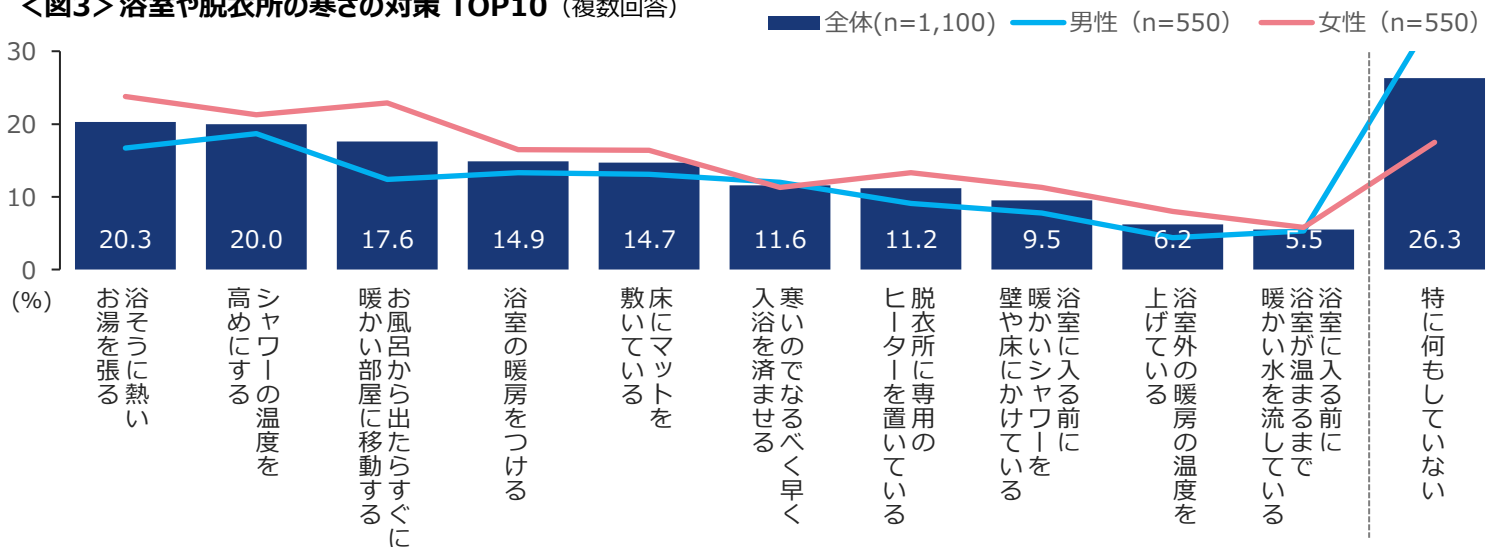
※シャワーだけの場合も含む ※3.0%未満はラベル省略 (%)

<図2> 冬場の入浴時におけるヒートショック対策・意識 (単一回答)

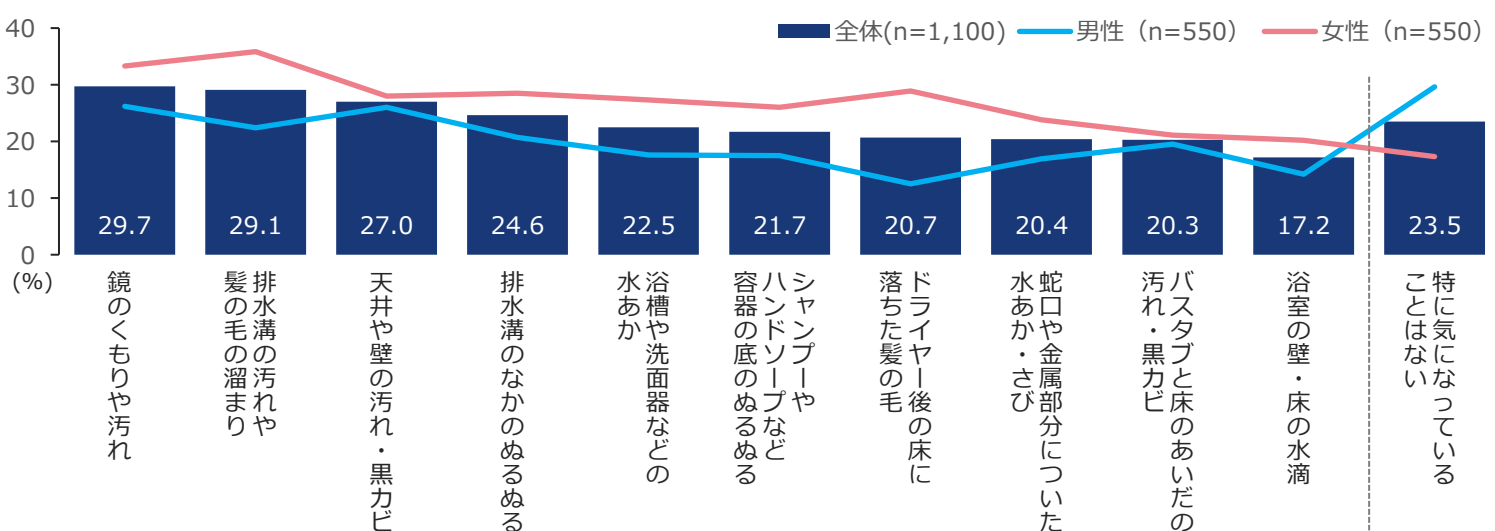
	なんらかの対策をとっている	対策まではしていないが、意識している	特に意識はしていない	ヒートショックという言葉は知らない	意識あり・計	
全体 (n=1,100)	17.7	30.3	45.1	6.9	48.0	
男性	20代 (n=110)	18.2	28.2	38.2	15.5	46.4
	30代 (n=110)	16.4	20.9	49.1	13.6	37.3
	40代 (n=110)	10.9	29.1	54.5	5.5	40.0
	50代 (n=110)	13.6	20.9	61.8	3.6	34.5
	60代 (n=110)	14.5	39.1	44.5	1.8	53.6
女性	20代 (n=110)	18.2	19.1	50.0	12.7	37.3
	30代 (n=110)	19.1	33.6	39.1	8.2	52.7
	40代 (n=110)	15.5	34.5	43.6	6.4	50.0
	50代 (n=110)	18.2	40.9	40.0	0.9	59.1
	60代 (n=110)	32.7	36.4	30.0	0.9	69.1

(%)

<図3> 浴室や脱衣所の寒さの対策 TOP10 (複数回答)



<図4> お風呂場や脱衣所の掃除で気になっていること TOP10 (複数回答)



<図5> お風呂に入れるお気に入りのもの（自由回答）

- 発泡する入浴剤（女性20代）
- バブの香りアソートタイプと爆汗湯が好きでよく購入します。爆汗湯は本当に汗がよくでて、身体の毒が流れていくようで気持ちいい。（女性30代）
- マグネシウム入浴剤を使っている。お風呂上がりでも体がポカポカ。（女性40代）
- 子供用の入浴剤でムース状の泡で出てくる「あわっぴー」です。遊びながらお風呂に入れるので、子供も喜んでくれる。（女性60代）
- リラックスできる香りのもや身体が温まるものなど店頭で気になった入浴剤を使っています。（女性60代）
- 乳白色のもので保湿成分の入っているもの（女性60代）
- 色々な入浴剤を購入して気分に応じて使っています。（女性60代）
- 柚子の香りが好きで、メーカーは決めてなくて安売りしていたら購入しています。（女性60代）

■ 調査項目

- 属性設問
- 入浴に対する意識と入浴頻度
- 冬場の浴室や脱衣所の寒さ対策
- 冬場の入浴時のヒートショック対策・意識
- お風呂場、脱衣所の掃除で気になっていること
- お風呂に入れるお気に入りのもの

◆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/20240124bath/>

■ 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 : 2024年1月19日（金）～ 21日（日）
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

«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・・・」