

報道関係各位

2024年4月23日
株式会社クロス・マーケティング

イヤホン難聴への不安度は40%、使用率の高い20代は45% 耳のために「音量」「イヤホンの使用」を控える声が多い

－ 耳に関する調査（2024年） －

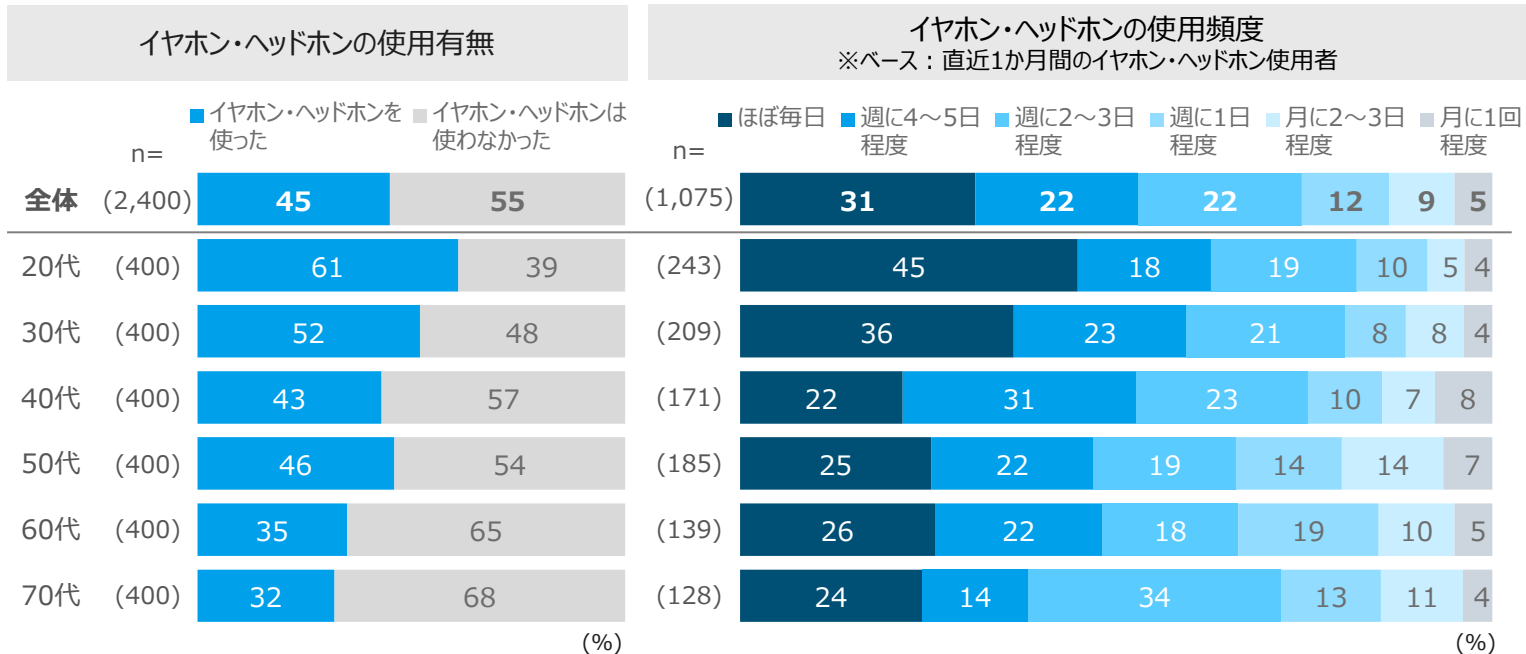
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2024年3月、全国20～79歳の男女2,400名を対象に「耳に関する調査（2024年）」を行いました。2019年、WHO（世界保健機関）は、スマートフォンや音楽プレイヤーなどで大音量の音を長い時間聴くと聴覚障害になる恐れがあり、若者を中心に世界で11億人が難聴のリスクにさらされていると発表しました。今回は、イヤホン・ヘッドホンの使用状況、耳のためにやっていること、イヤホン／ヘッドホン難聴（スマホ難聴）への不安度や認知度をピックアップし分析をしました。

■ 調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【イヤホン・ヘッドホンの使用状況】** 直近1か月間にイヤホン・ヘッドホンを使用した人は45%、若い年代ほど使用率は高く、20代は61%、30代では52%。使用頻度は、「ほぼ毎日」31%、「週に4～5日程度」と「週に2～3日程度」が22%と多い。「ほぼ毎日」使用している人は、20代で45%、30代で36%と高い。＜図1＞ 保有しているのは「有線イヤホン」と「ワイヤレスイヤホン」が主流。20代は「ワイヤレスイヤホン」の保有が65%におよぶ。使用シーンは「音楽を聴く」71%、「動画配信・共有サービスの視聴」50%が高く、「ラジオを聴く」「ゲームをする」と続く。＜図2＞
- ✓ **【耳のためにやっていること】** 耳のために意識的にやっていることは、「テレビ・ラジオの音量を控えめにする」「音楽の音量を控えめにする」「イヤホンやヘッドホンを使わないようにする」「睡眠を十分にとるようにしている」の行動が多く、特に70代の割合が高い。＜図3＞
- ✓ **【イヤホン／ヘッドホン難聴への不安度】** イヤホンやヘッドホン使用時の大音量や長時間利用による難聴（イヤホン難聴・ヘッドホン難聴・スマホ難聴）を呈示し、将来の不安度を聴取した。「かなり不安に思う」11%、「まあ不安に思う」29%、合わせて40%は不安を感じていた。「不安に思う」が最も多いのは、イヤホンやヘッドホンの利用頻度が高い20代で45%であった。＜図4＞
- ✓ **【スマホ難聴、イヤホン／ヘッドホン難聴の認知率】** スマホ難聴の「名前も内容も知っている」11%、「内容は知らないが名称は聞いたことがある」31%、合わせて42%が認知。イヤホン／ヘッドホン難聴は「名前も内容も知っている」21%、「内容は知らないが名称は聞いたことがある」36%、合わせて57%が認知しており、スマホ難聴より認知率は高い。スマホ難聴、イヤホン／ヘッドホン難聴ともに、60～70代の認知が高く、若い年代ほど認知率は低い結果であった。＜図5＞

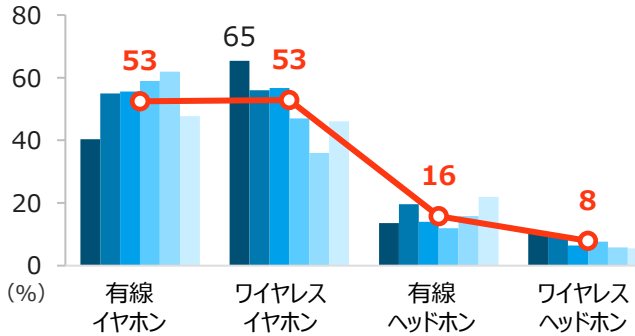
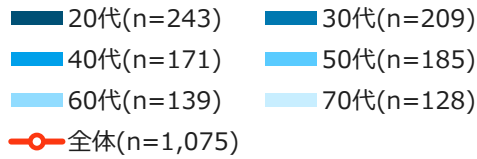
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20240423ear/>

＜図1＞ 直近1か月間のイヤホン・ヘッドホンの使用状況（単一回答）

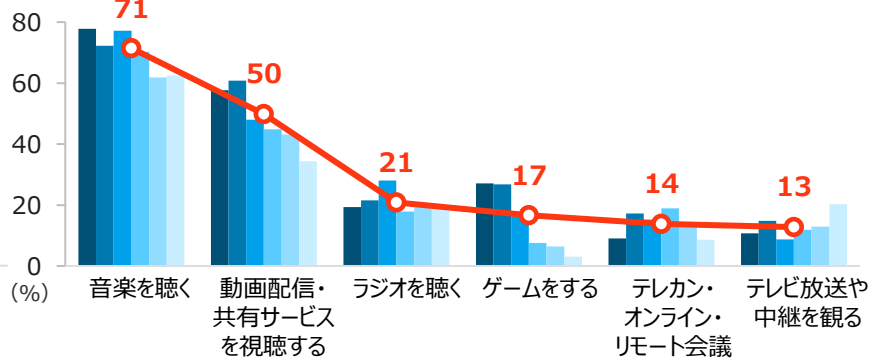
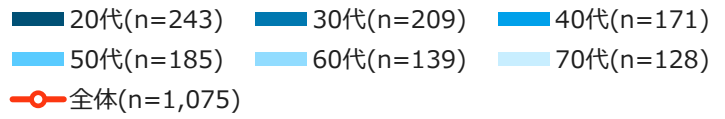


<図2> イヤホン・ヘッドホンの使用タイプと使用シーン (複数回答) ※ベース：直近1か月間のイヤホン・ヘッドホン使用者

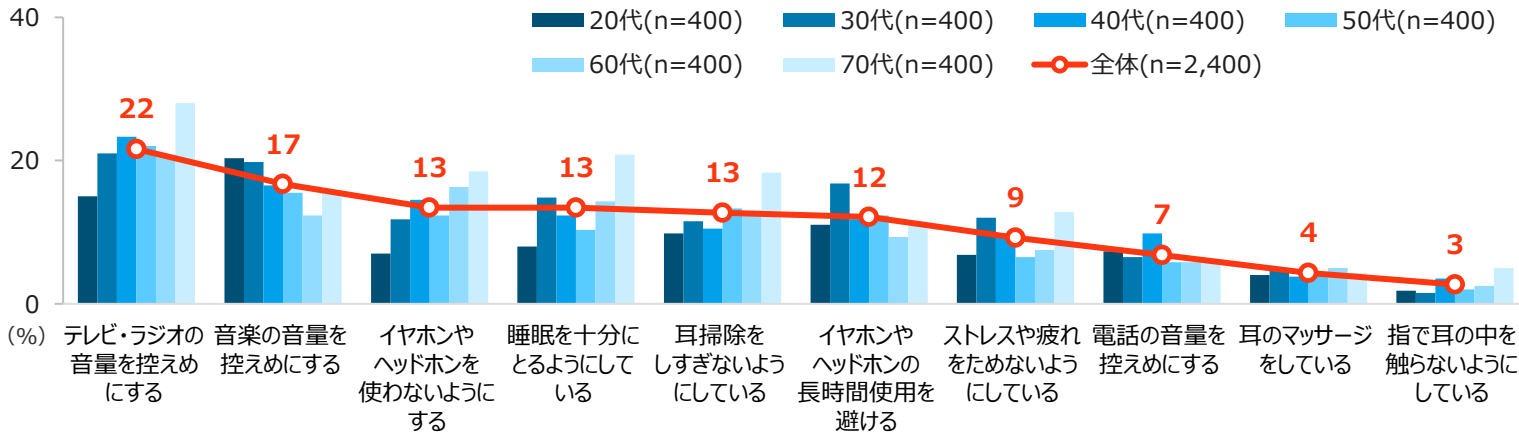
イヤホン・ヘッドホンの使用タイプ



イヤホン・ヘッドホンの使用シーン ※上位6項目を抜粋



<図3> 耳のために意識的に行っていること (複数回答) ※上位10項目を抜粋

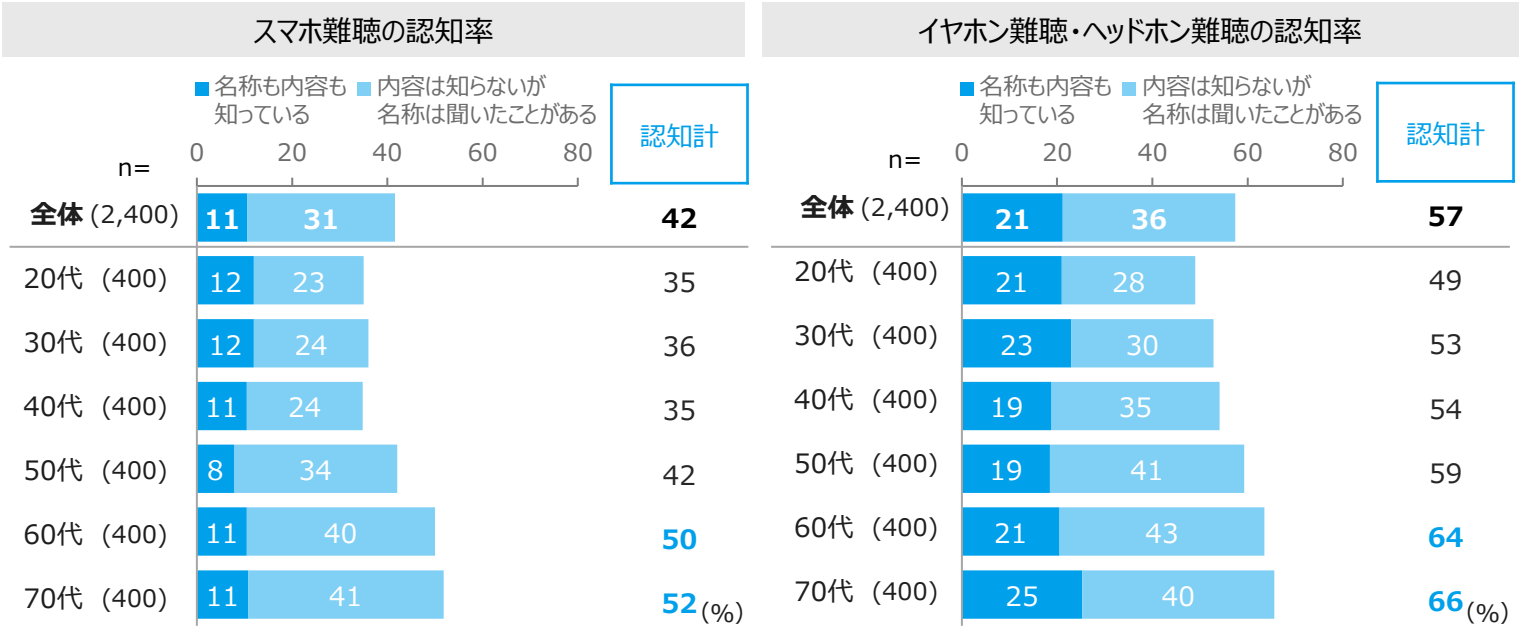


<図4> イヤホン難聴・ヘッドホン難聴 (スマホ難聴) に対する不安 (単一回答)

※「イヤホン難聴・ヘッドホン難聴 (スマホ難聴)」は、イヤホンやヘッドホン使用時の大音量や長時間利用による難聴と説明し聴取

年齢層	n	不安に思う計				不安に思う計 (%)
		かなり不安に思う	まあ不安に思う	あまり不安に思わない	まったく不安に思わない	
全体	(2,400)	11	29	29	31	40
20代	(400)	10	35	25	30	45
30代	(400)	8	32	28	33	40
40代	(400)	8	29	32	32	37
50代	(400)	12	27	32	29	40
60代	(400)	10	30	29	31	40
70代	(400)	15	22	31	33	37

<図5> スマホ難聴、イヤホン/ヘッドホン難聴の認知率 (単一回答)



■レポート項目一覧

- 調査概要
- 回答者プロフィール (性別・年代・未婚既婚・居住地・同居家族・子どもの有無・同居子どもの学齢・職業)

▼ 調査結果サマリー

▼ 調査結果詳細

- スマホ難聴/イヤホン難聴・ヘッドホン難聴の名称認知
- 直近1か月間のイヤホン・ヘッドホンの使用状況
- イヤホン・ヘッドホンの使用頻度
- イヤホン・ヘッドホンの1日の利用時間
- 使用している/最も使用しているイヤホン・ヘッドホンのタイプ
- 最も使用しているイヤホン・ヘッドホンのノイズキャンセリング機能の有無
- イヤホン・ヘッドホンの使用シーン/最もよく使用するシーン
- 直近1か月間の耳の聞こえにくさ
- 耳について気になること
- 直近1年間の耳の病気
- 耳のために意識的に行っていること/最も意識的に行っていること
- スマートフォンの保有有無
- スマートフォン使用時のイヤホン・ヘッドホンの使用有無
- スマートフォン使用時のイヤホン・ヘッドホンの1日の利用時間
- イヤホン/ヘッドホン難聴 (スマホ難聴) に対する将来の不安
- イヤホン/ヘッドホン難聴 (スマホ難聴) の自覚症状
- タオル・ティッシュを使った耳掃除の頻度
- 綿棒・耳かき棒を使った耳あか掃除
- 耳あか掃除の方法
- 耳あかのタイプ
- ピアス用に耳たぶに穴をあけているか

◆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/20240423ear/>

■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 : 20~79歳の男女
 調査期間 : 2024年3月28日 (木)
 有効回答数 : 本調査2,400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ーション

◆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・・・」