

報道関係各位

2024年11月28日  
株式会社クロス・マーケティング

## サウナが好きなのは、男性で45% 「ととのう」感覚は「無になれる」「すっきりする」などさまざま

- サウナに関する調査 (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「サウナに関する調査（2024年）」を実施しました。身体をととのえるサウナが人気となり、サ道、サ活、サ旅のワードも生まれています。今回は、サウナについて「好意度」「利用頻度」「利用するシーン」「利用する目的」「非利用者のサウナに対するイメージ」「ととのう感覚」について聴取しました。

◆ 調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20241128sauna/>

### ■ 調査結果

- ✓ サウナが好きな人は、39.1%。男性、20代で好きな人が多い。〈図1〉
- ✓ サウナの利用頻度は、1年に1回未満が38.1%と最も多い。「月に1回以上」は27.7%。  
男性、20～30代で利用頻度が高く、特に20代は「週に1回以上」が17.6%を占める。〈図2〉
- ✓ 利用するシーンは、月に1回以上利用する人では「休日・余暇の時」「温泉施設に行った時」が最多。  
さらに週1回以上利用する人では、「ジムに行った時」が「休日・余暇の時」と並んで1番手にあがる。〈図3〉
- ✓ 利用する目的は、「汗をかくため」「血行・代謝を良くするため」「リラックスするため」がTOP3。〈図4〉
- ✓ サウナを利用しない人のサウナに対するイメージは、「熱すぎる・苦しい」「我慢しないといけない」「なんとなく苦手」とネガティブなものが上位。  
ポジティブなイメージとしては「血行・代謝が良くなりそう」「汗をかけてスッキリしそう」があげられるが、いずれも1割台と低く、サウナの良さが伝わっていない様子。〈図5〉
- ✓ サウナで「ととのう」とはどのような感覚か聴取すると、「無になれる」「身体が浮く感じ」「すっきりする」といった回答があげられた。〈図6〉

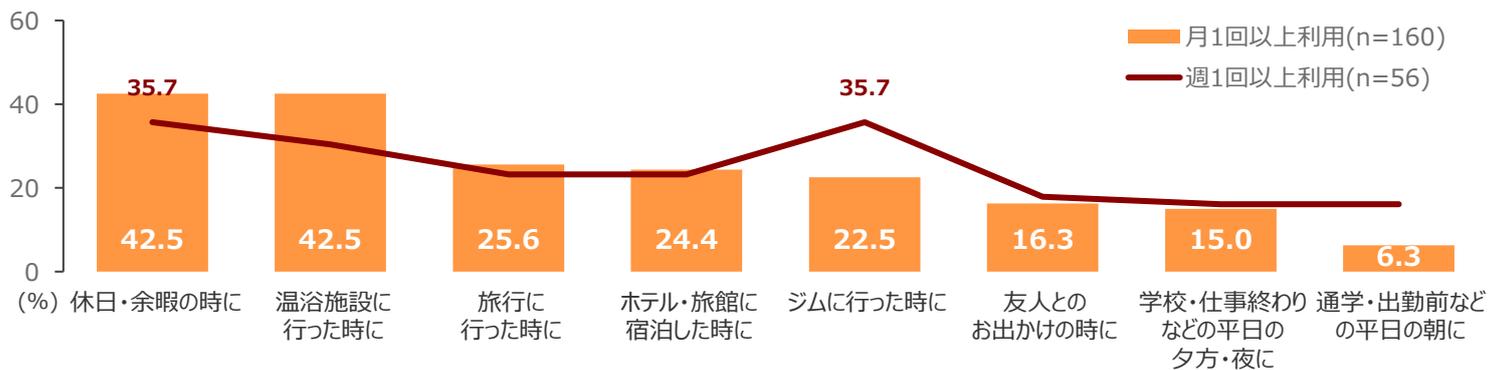
〈図1〉 サウナの好意度（単一回答）

|     |         | とても好き | やや好き | あまり好きではない | 全く好きではない | 好き計      |
|-----|---------|-------|------|-----------|----------|----------|
|     | n=      |       |      |           |          |          |
| 全体  | (1,100) | 10.1  | 29.0 | 33.3      | 27.6     | 39.1     |
| 男性  | (550)   | 13.3  | 31.8 | 31.8      | 23.1     | 45.1     |
| 女性  | (550)   | 6.9   | 26.2 | 34.7      | 32.2     | 33.1     |
| 20代 | (220)   | 13.2  | 35.5 | 22.3      | 29.1     | 48.6     |
| 30代 | (220)   | 12.7  | 28.2 | 34.5      | 24.5     | 40.9     |
| 40代 | (220)   | 8.6   | 29.1 | 32.3      | 30.0     | 37.7     |
| 50代 | (220)   | 7.7   | 24.5 | 38.2      | 29.5     | 32.3     |
| 60代 | (220)   | 8.2   | 27.7 | 39.1      | 25.0     | 35.9 (%) |

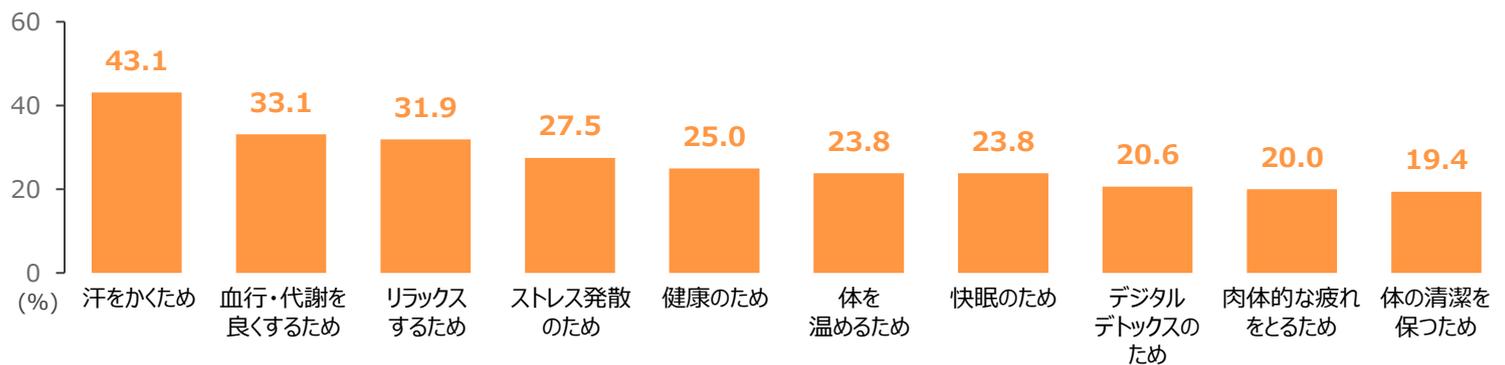
<図2> サウナの利用頻度 (単一回答) ※サウナを利用している人ベース

| n=        | 週に1回以上 | 月に1~3回程度 | 2~3か月に1回程度 | 半年に1回程度 | 1年に1回程度 | それ以下 | 月に1回以上   |
|-----------|--------|----------|------------|---------|---------|------|----------|
| 全体 (578)  | 9.7    | 18.0     | 11.1       | 12.5    | 10.7    | 38.1 | 27.7     |
| 男性 (327)  | 8.9    | 21.4     | 11.3       | 13.5    | 10.1    | 34.9 | 30.3     |
| 女性 (251)  | 10.8   | 13.6     | 10.8       | 11.2    | 11.6    | 42.2 | 24.3     |
| 20代 (125) | 17.6   | 21.6     | 12.8       | 12.0    | 13.6    | 22.4 | 39.2     |
| 30代 (120) | 11.7   | 25.0     | 10.8       | 10.8    | 9.2     | 32.5 | 36.7     |
| 40代 (106) | 5.7    | 16.0     | 15.1       | 17.9    | 15.1    | 30.2 | 21.7     |
| 50代 (104) | 5.8    | 16.4     | 5.8        | 10.6    | 6.7     | 54.8 | 22.1     |
| 60代 (123) | 6.5    | 10.5     | 10.6       | 11.4    | 8.9     | 52.0 | 17.1 (%) |

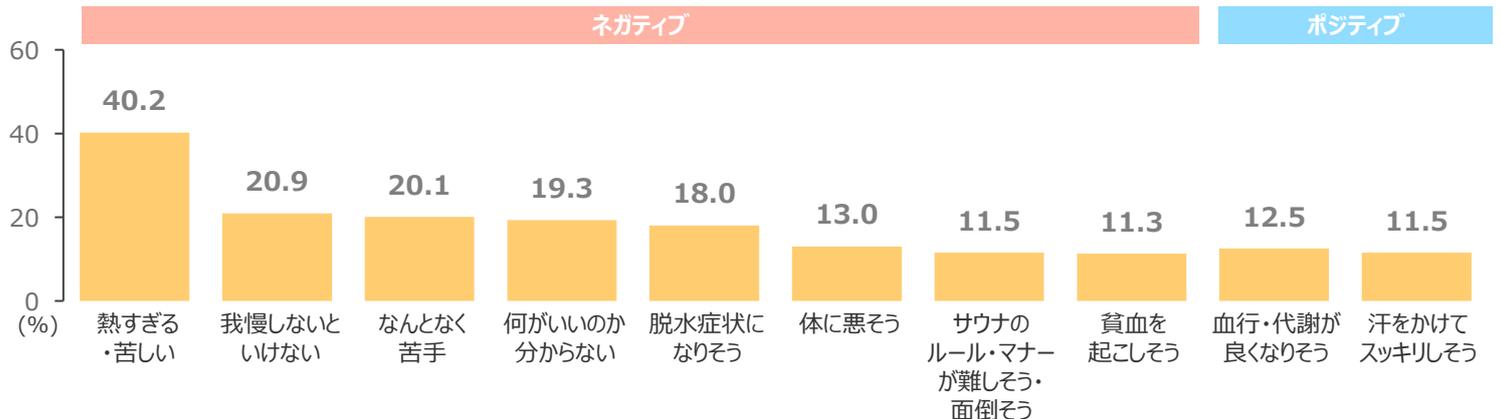
<図3> サウナを利用するシーン (複数回答) ※サウナを月1回以上利用する人ベース



<図4> サウナを利用する目的 TOP10 (複数回答: n=160) ※サウナを月1回以上利用する人ベース



<図5> サウナ非利用者のサウナに対するイメージ TOP10 (複数回答: n=522) ※サウナを利用しない人ベース



<図6> サウナで「ととのう」感覚 (自由回答一部抜粋：n=578) ※サウナを利用する人ベース

- **無になれる**
  - 無になれる時間 (男性50代/週に1回程度)
  - 頭がボーッとする (女性50代/週に1回程度)
  - 温度差で身も心も無心になれるイメージ (男性20代/月に2～3回程度)
- **身体が浮く感じ**
  - 身体が浮く感じ (男性40代/週に2～3回以上)
  - 全身の力が抜けてふわふわ浮くような感じ (女性20代/月に2～3回程度)
- **すっきりする**
  - 汗をかいて気分がスッキリする感覚 (男性60代/週に1回程度)
  - 冷たい刺激で頭がすっきりとする (男性40代/週に1回程度)
  - 心と身体がまっさらになった時 (女性60代/週に1回程度)
- **溶ける感じ**
  - 脳が溶けそうになる (男性30代/週に1回程度)
- **リフレッシュ**
  - とれない疲れと老廃物を排出しリフレッシュができる (女性60代/週に1回程度)
  - 身体と心がリラックスして、とても爽快で心地よい感覚になること (男性30代/月に2～3回程度)
- **体が軽くなる感じ**
  - 血行が良くなって体が温まって体が軽くなる感じ (男性20代/月に2～3回程度)
  - 汗をかくことで、毒素が出ていき、身体が軽くなった感じ (女性60代/月に2～3回程度)
- **その他**
  - 波紋が静かに広がっていくような心地 (女性30代/月に1回程度)
  - 寝落ちする様な感覚 (男性40代/月に2～3回程度)

■ 調査項目

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 属性設問        | <input type="checkbox"/> サウナを利用する目的          |
| <input type="checkbox"/> サウナの好意度     | <input type="checkbox"/> サウナ非利用者のサウナに対するイメージ |
| <input type="checkbox"/> サウナの利用頻度    | <input type="checkbox"/> サウナで「ととのう」感覚        |
| <input type="checkbox"/> サウナを利用するシーン |  |

◆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/20241128sauna/>

■ 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11月22日 (金)～24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 <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](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・・・」