

女性の疲労と疲労解消商品に関する実態調査

猛暑続きで疲労もピークに？夏のウチナカ商品が人気の兆し

疲労回復商品の人気 1 位は「マッサージチェア」

マーケティングリサーチを行う株式会社メディアインタラクティブ（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行っております。今回、2011年7月22日～25日の3日間に、全国の30代～40代の女性1446名を対象に「疲労と疲労回復商品に関する実態調査」をテーマにした、インターネットリサーチを実施いたしました。

＜調査背景＞

今年の夏は、折からの節電により、暑さを我慢する状況が続いています。その上、昨今の不況の影響もあり、ストレスと疲労がピークに差し掛かりつつある人も多いのではないのでしょうか。今回は、そんな疲労を抱えている女性へアンケート調査を実施しました。疲労回復商品についてのトレンド調査も実施しております。

以下、調査データをお送りいたしますので、報道のご参考にしていただければ幸いです。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社メディアインタラクティブの運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用した WEB アンケート方式で実施
2. 調査の対象：全国の30代～40代の女性
3. 有効回答数：1446人
4. 調査実施日：2011年7月22日(金)～7月25日(月)

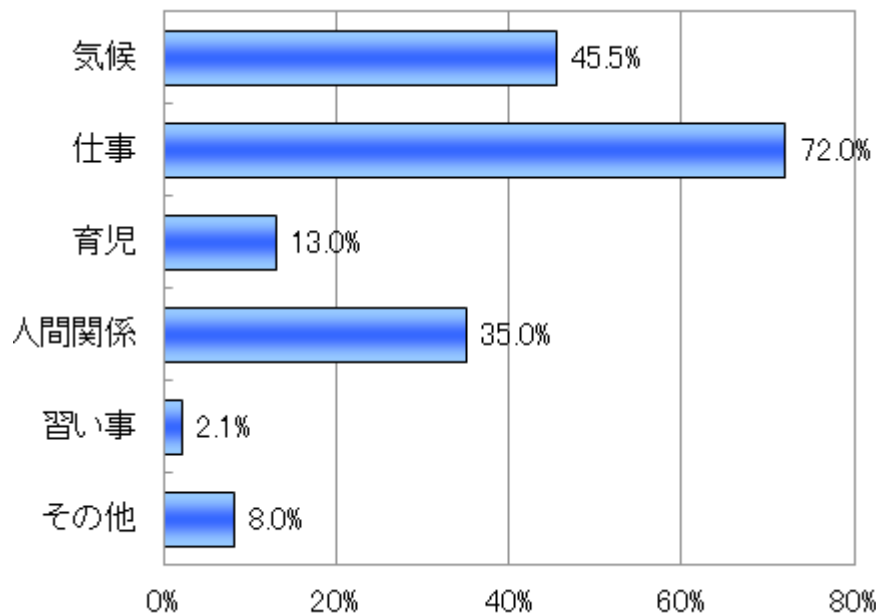
【設問一覧】

- Q1.あなたの疲労の原因は何ですか。
- Q2.あなたが疲労回復の方法として興味のあるものは何ですか。
- Q3.興味のある疲労回復方法は、実際に行っていますか。
- Q4.（行えないと答えた方に）その理由は何でしょうか。
- Q5.自宅で行っているリラックス方法は何かですか。
- Q6.疲労回復のアイテムとして欲しいものは何ですか。
- Q7.マッサージチェアのデザインに対するイメージは？
- Q8.マッサージチェアを購入するとしたら何を優先しますか。

PRESS RELEASE

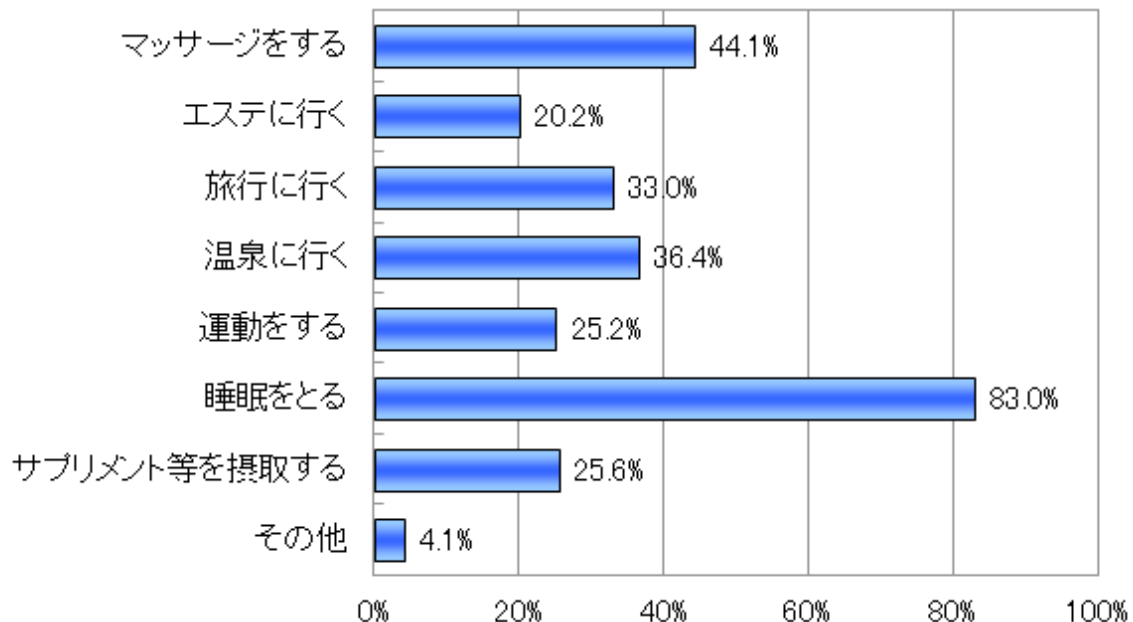
2011. 8. 2

Q1.あなたの疲労の原因は何ですか。(N=1446 複数回答可)



疲れを感じている人の疲労原因の1位はやはり「仕事」(72%)。不況だけが原因とも言えなさそうだが、やはり人間の活動の大半は仕事に占められているので、これは当然の結果と言えるでしょう。次いで多く挙げられたのは、気候(45.5%)となっており、やはり今夏の節電による、不快さから疲労をためてしまっていることがうかがえます。

Q2.あなたが疲労回復の方法として興味のあるものは何ですか。(N=1446 複数回答可)

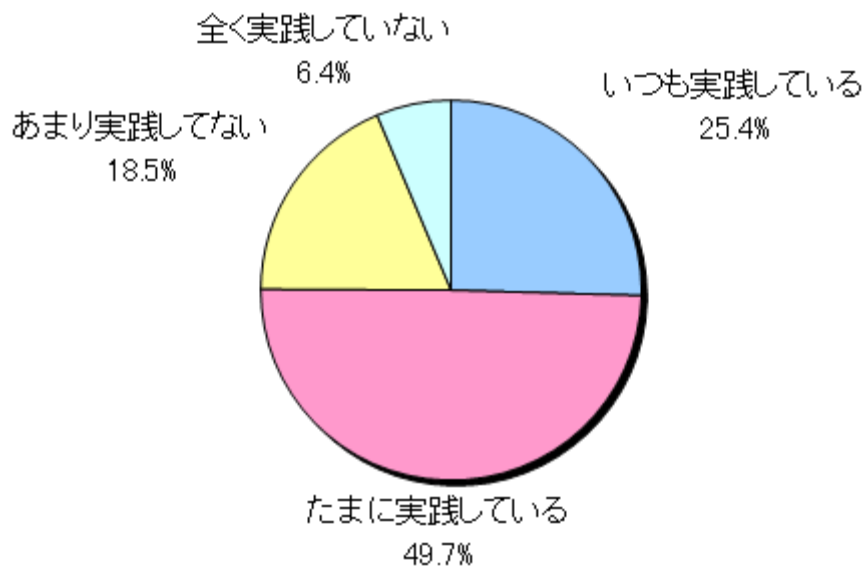


実践したい疲労回復方法としては「睡眠」(83.0%)、「マッサージ」(44.1%)、「温泉」(36.4%)が上位3位となりました。しかし、いずれの項目もなかなか忙しい現代人にとって頻繁に実現できなさそうな項目が並んでいます。そこで、実際に実行できているのかを次項で調査しました。

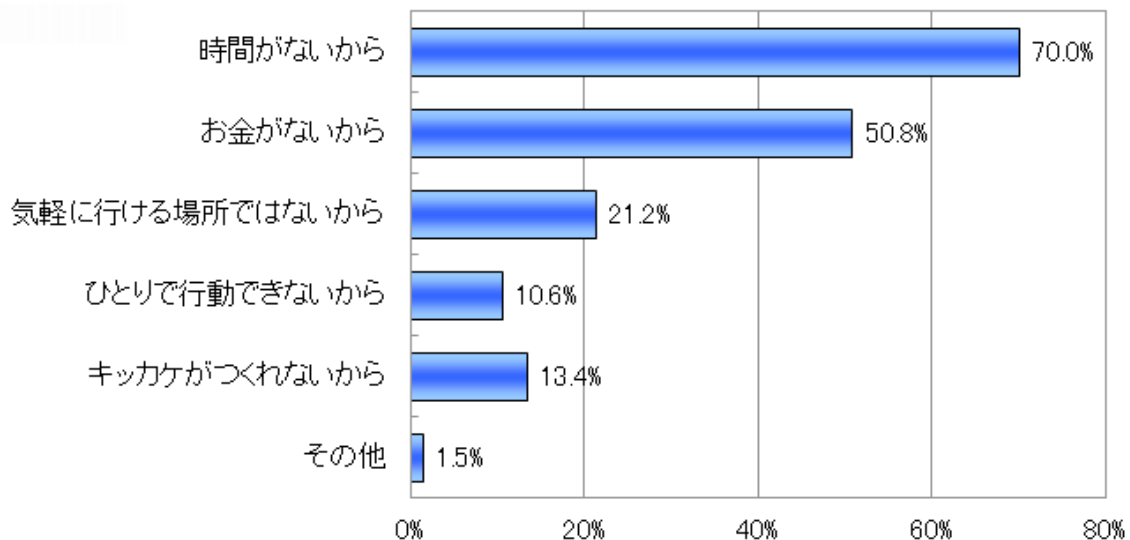
PRESS RELEASE

2011. 8. 2

Q3.興味のある疲労回復方法は、実際に行っていますか。(N=1446 選択回答)



Q4. (いつも実践していると答えた方以外へ) その理由は何でしょうか。(N=1078 複数回答可)

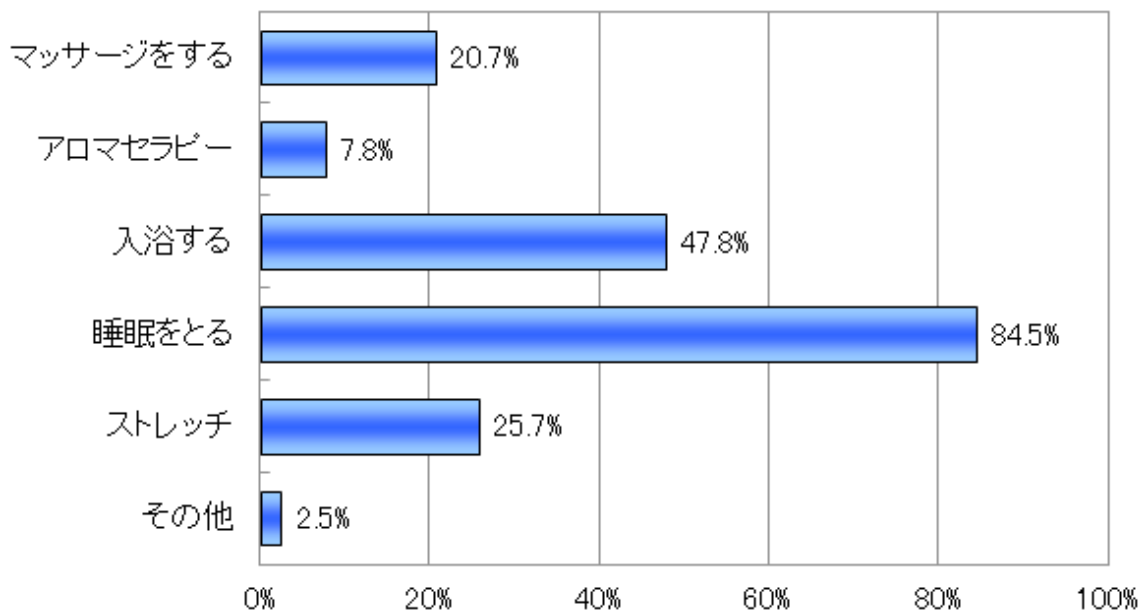


温泉に行って、マッサージを受けて、よく眠る・・・そんな理想の疲労回復方法ですが、実際に行えているかについては、「いつも実践している」と回答した人は 25.4%にとどまり、4人に3人は疲労回復を実践できていない現状が浮かび上がってきました。その理由として大きいものは、「時間とお金」がネックとなっているようです。最近では格安のマッサージ店なども多くありますが、現代人の多忙さからか、なかなか通う時間がないことが難点なのかもしれません。

PRESS RELEASE

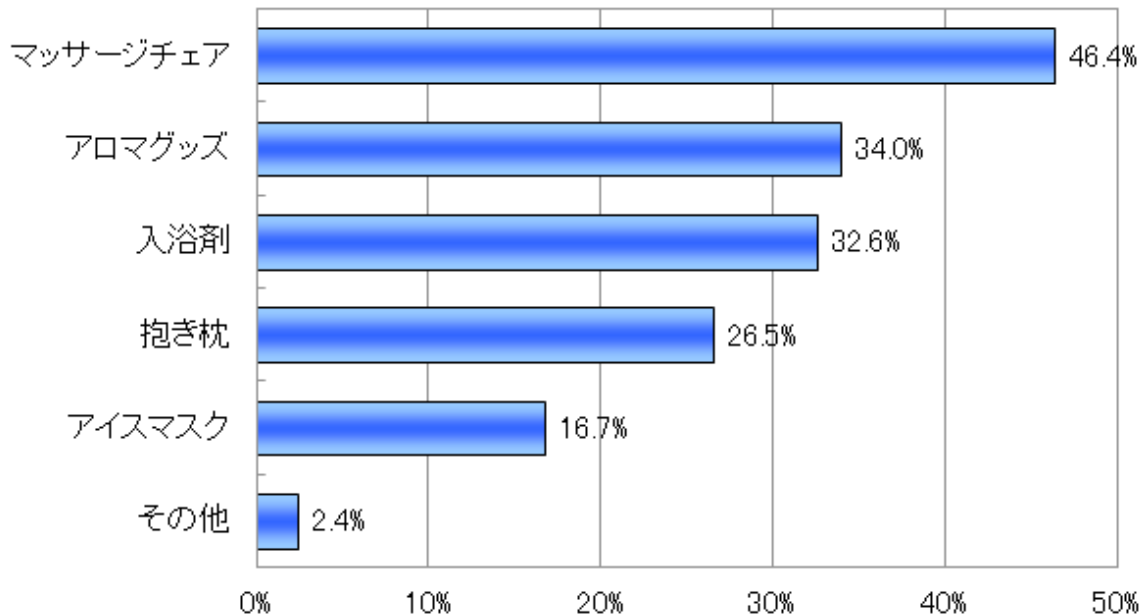
2011. 8. 2

Q5.自宅でやっているリラックス方法は何ですか。(N=1078 複数回答可)



自宅での疲労回復についての質問に対しては、ほぼ大多数が「睡眠」でした。ついで半数近くが「入浴」との回答。とはいえ、上位2項目に関しては誰もがすることでもあり、積極的なリラックス法ではないのかもしれませんが。ストレッチやマッサージで疲労回復に取り組んでいる人も全体の3割以下となり、自宅でもなかなかリラックスができていないのではないのでしょうか。

Q6.疲労回復のアイテムとして欲しいものは何ですか。(N=1078 複数回答可)



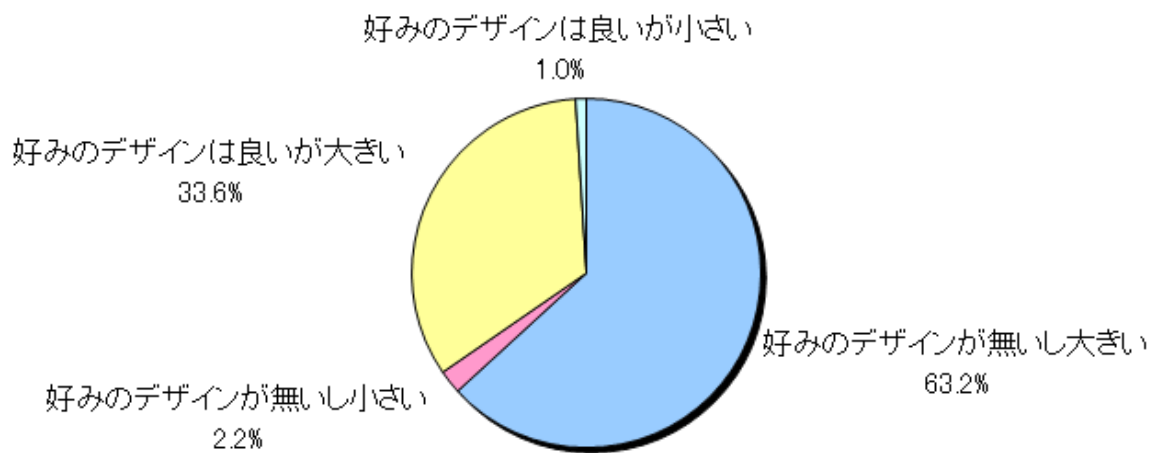
いま最も欲しい疲労回復グッズの1位は「マッサージチェア」、そして「アロマグッズ」、「入浴剤」となりました。トレンドとして見えてくるのは、「自宅でリラックスできる商品」というところ。時間に余裕のない働く女性たちの、「ウチナカ商品ニーズ」がうかがい知れます。そして、これまでの調査で常に上位に顔を出してきた「マッサージ」を自宅で実現できるマッサージチェアですが、そのトレンドについても調査を行っています。

PRESS RELEASE

2011. 8. 2

Q7. (マッサージチェアが欲しい人へ)

マッサージチェアのデザインに対するイメージは？ (N=500 選択回答)

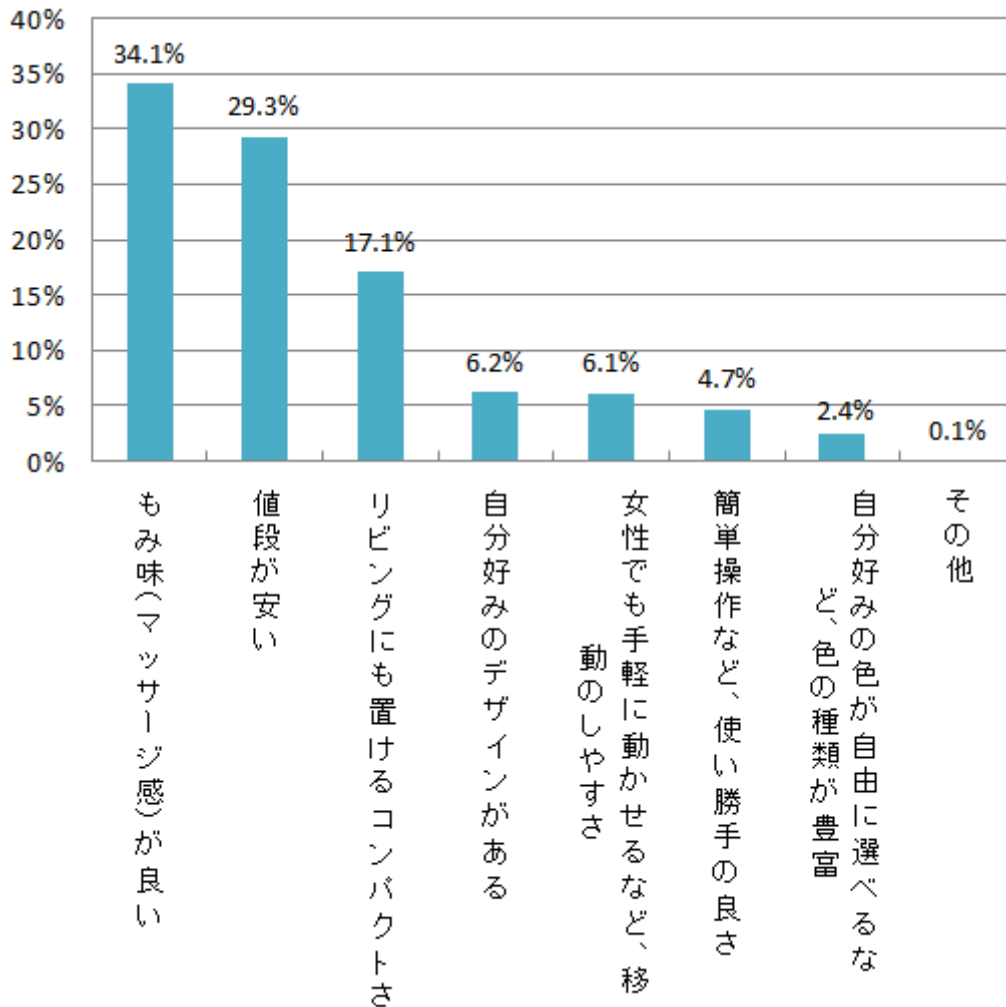


マッサージチェアといえば、家具というより家電のカテゴリーに近く、大型電気店で売られることも多い商品ですが、デザイン性や大きさは重視されていないのだろうか？という疑問から、そのイメージを調査したところ、やはり「好きなデザインが無い」との回答が 65.4%と多数となり、さらには「大きい」との回答が 96.8%とほぼ全員からの回答を得ました。今後のマッサージチェアの課題と言えます。

PRESS RELEASE

2011. 8. 2

Q8. マッサージチェアを購入するとしたら何を優先しますか。(N=500 複数回答可)



最後に、マッサージチェアについて、その購入の決め手として、最重要なポイントを聞きました。上位に挙げられたのは「もみ心地」、「値段」、「コンパクトさ」でした。機能性はもちろんのことコンパクトでデザインを重視した商品が人気筋となりえる結果となりました。

そんな中、最近ではパナソニックからコンパクトなソファータイプのマッサージチェアも発表されるなどメーカーサイドもこのトレンドをとらえた動きを見せているようです。購入者が約 20 色ものカラーから複数のカラーを自由に組み合わせてオーダーできるなど、インテリアこだわり派向けに開発された商品で、家具メーカーとコラボすることで、新たなニーズに対応しているそう。

(<http://ec-club.panasonic.jp/mall/sense/open/SET-EP22/>)

直販サイトでの WEB 販売に加え、主要な家具店でも販売されているので、実際に座り心地や質感を確かめてみるのもいいかもしれませんね。