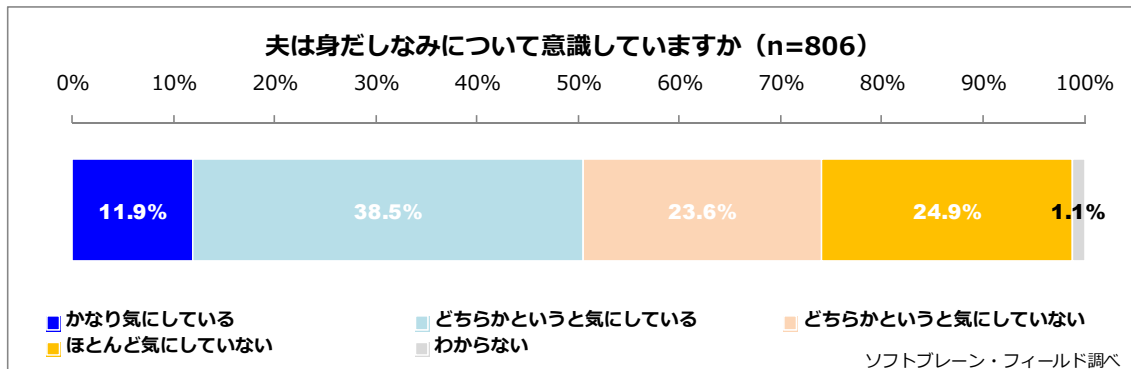


**夫が悩むほど妻は「夫の薄毛」を気にしていない！**  
**気になるのは「夫のニオイ」が約半数**  
 ～配偶者の身だしなみに対する既婚女性の意識調査～

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレイン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）では、「配偶者の身だしなみ意識」についてのアンケートを2015年5月14日～5月20日に実施しましたので、その結果を報告します。アンケートの対象は、30代～40代の主婦を中心とする当社サービスに登録の既婚女性会員で、有効回答者数は806名（平均年齢45歳）でした。

**【調査結果】**

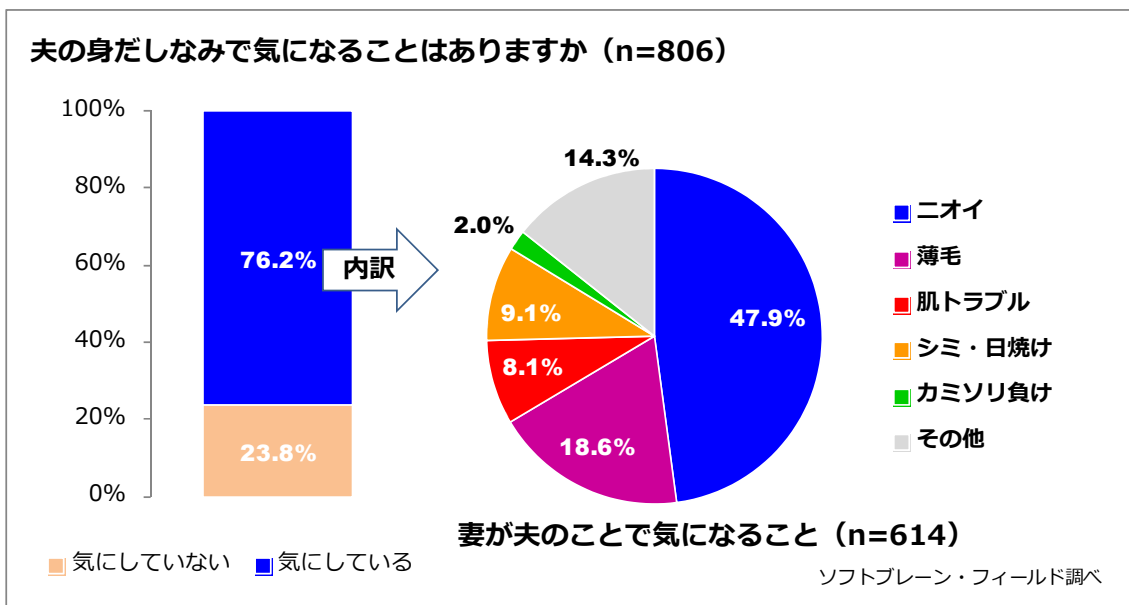
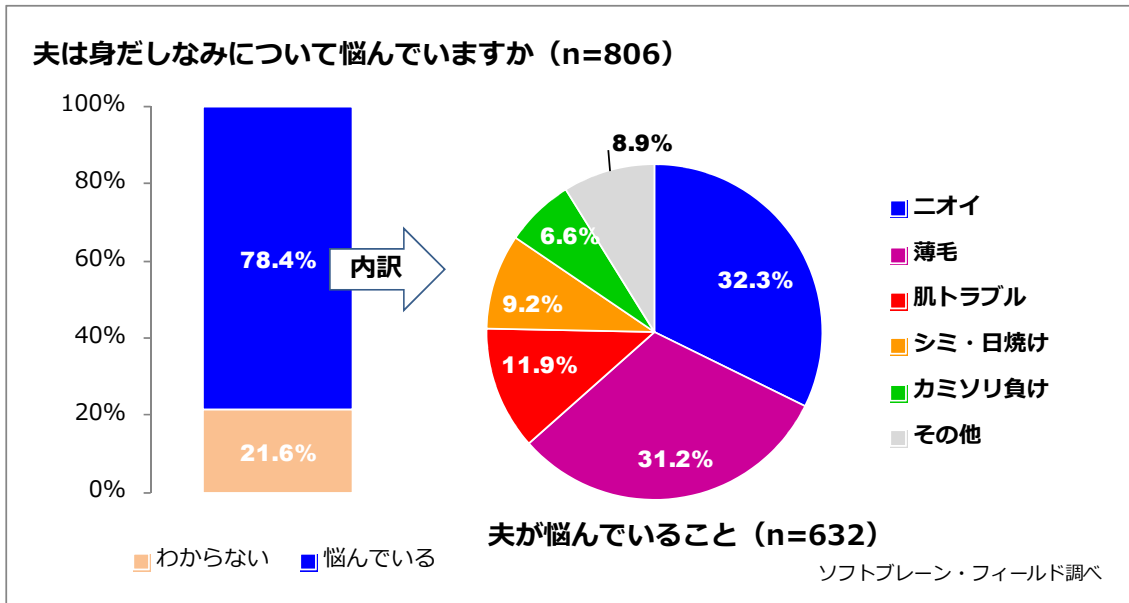
(1) 夫の身だしなみ意識について



図表 1: 夫の身だしなみ意識について (n=806)

アンケートではまず、回答者（既婚女性）の目線で夫がヘアケアやスキンケア、デオドラントケアなどの身だしなみを意識しているかどうかを聞きました。その結果、「かなり気にしている」が11.9%、「どちらかという気にしている」が38.5%で、妻目線では夫の約2人に1人が身だしなみを気にしていると考えることがわかりました。

(2) 夫の悩みについて

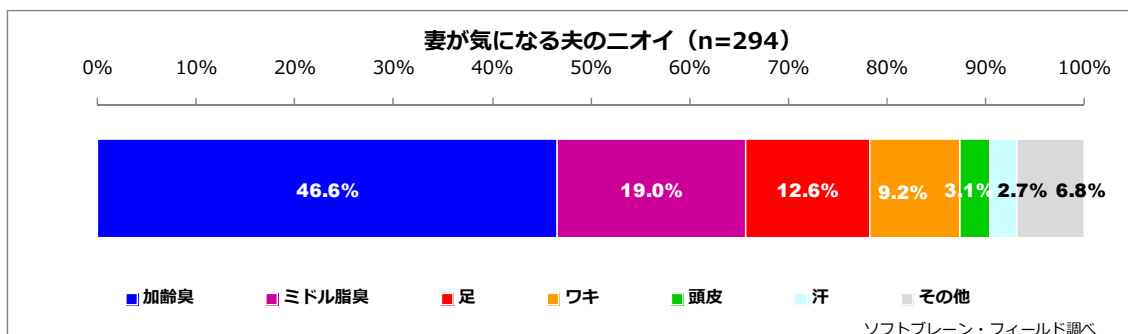


(上) 図表 2: 夫は身だしなみについて悩んでいますか (n=806)、(下) 図表 3: (妻目線で) 夫の身だしなみで気になることはありますか (n=806)

アンケートの回答者に「夫が身だしなみで悩んでいることがあるか」を聞いたところ、78.4%が「悩んでいる」と答えました。さらに最も悩んでいることについては、「ニオイ」がトップで32.3%、ついで「薄毛」で31.2%、乾燥肌や脂性肌などの「肌トラブル」が11.9%、「シミ・日焼け」が9.2%と続きました。

また、妻目線で「夫の身だしなみで気になることがあるか」を質問したところ、「気にしている」が76.2%となりました。さらに最も気になることについては、「ニオイ」がトップで47.9%と、妻の約2人に1人が夫の「ニオイ」に悩んでいることがわかりました。2位は夫の悩みと同様「薄毛」でしたが、こちらは18.6%にとどまり、夫が考えているほど妻

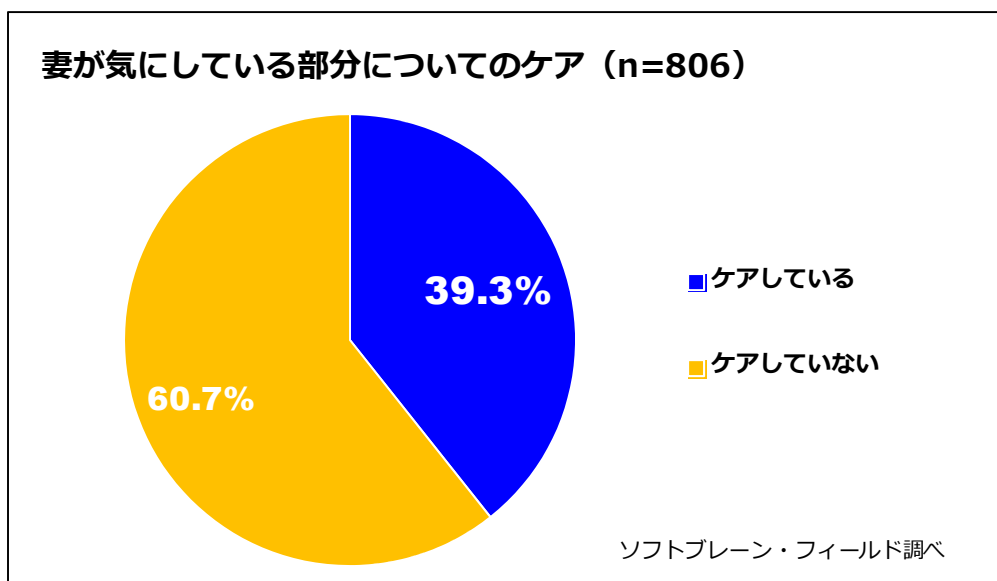
は「夫の薄毛」を気にしてはいないことがわかりました。



図表 4: (妻目線で) 最も気になる夫のニオイ (n=294)

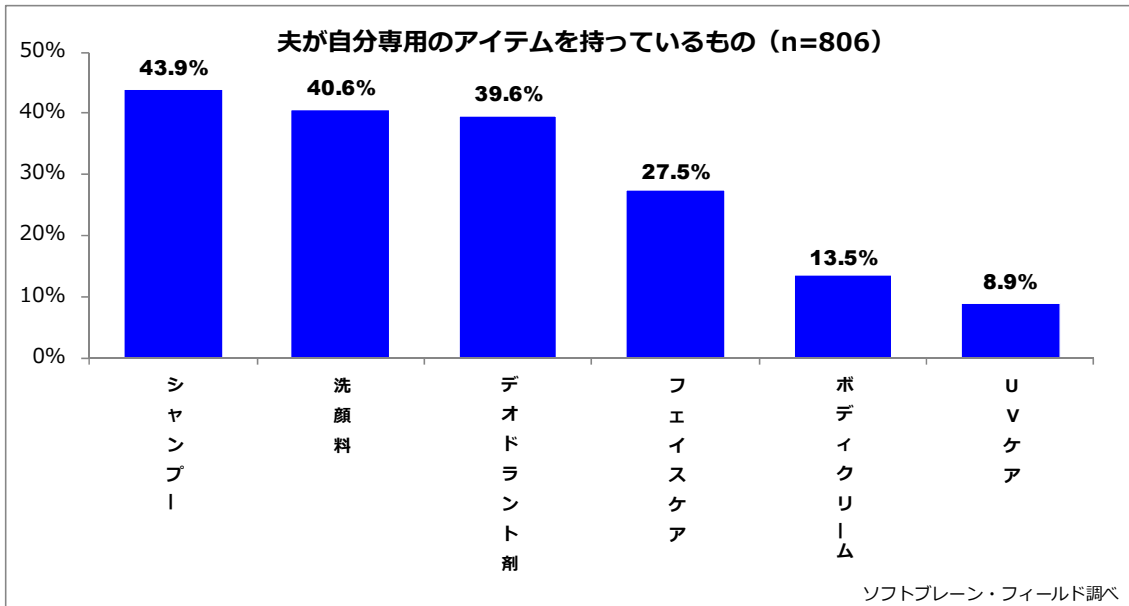
夫の「ニオイ」が気になると回答した 294 名を対象に「どのニオイが最も気になるか」を訊ねた結果、「加齢臭」と言われる青臭さと脂っぽさの混じったニオイを挙げた方が 46.6%でトップでした。ついで「ミドル脂臭」と言われる男性特有の脂っぽいニオイが 19.0%、「足」のニオイが 12.6%、「ワキ」のニオイが 9.2%と続きました。

### (3) 夫の身だしなみ対策について



図表 5: 妻の気にしている部分についてのケア (n=806)

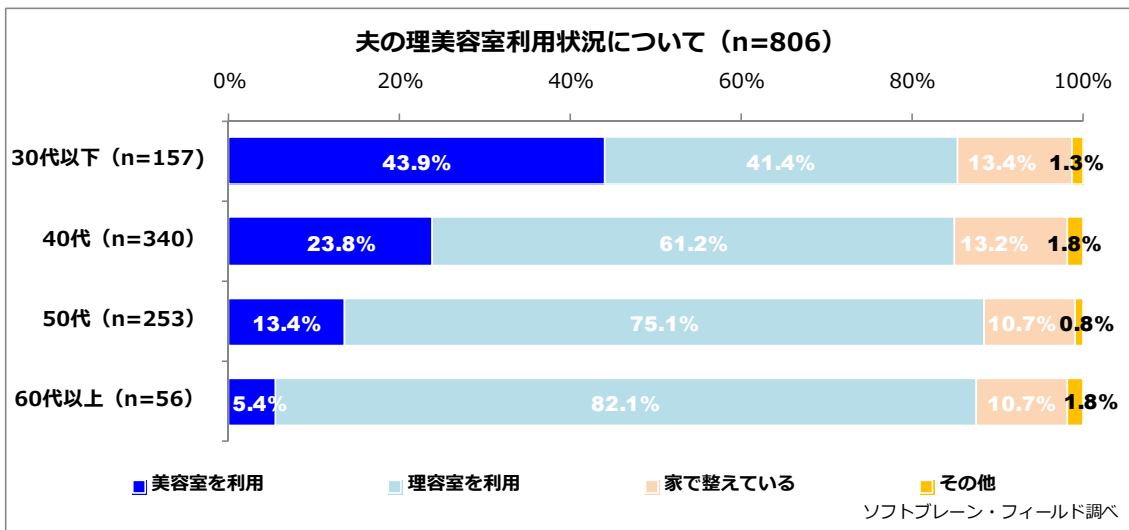
全ての回答者に対して、「妻が気にしている部分について夫がケアをしているか」を聞いたところ、「ケアしている」との回答は 39.3%で、妻目線では夫の約 6 割がケアできていないことがわかりました。



図表 6: 夫が自分専用のアイテムを持っているもの【複数回答】(n=806)

さらに、夫が自分専用のアイテムを持っているものを聞いたところ、シャンプーがトップで 43.9%、ついで洗顔料 40.6%、デオドラント剤 39.6%でした。2014 年に SBF が行った同様の調査 (n=1,156) では、シャンプーが 31.9%、洗顔料が 42.8%、デオドラント剤が 36.2%でしたので、シャンプーについては専用のアイテムの保有率が 12.0ポイント上昇、洗顔料については 2.2ポイント下降、デオドラント剤については 3.4ポイント上昇という結果となりました。

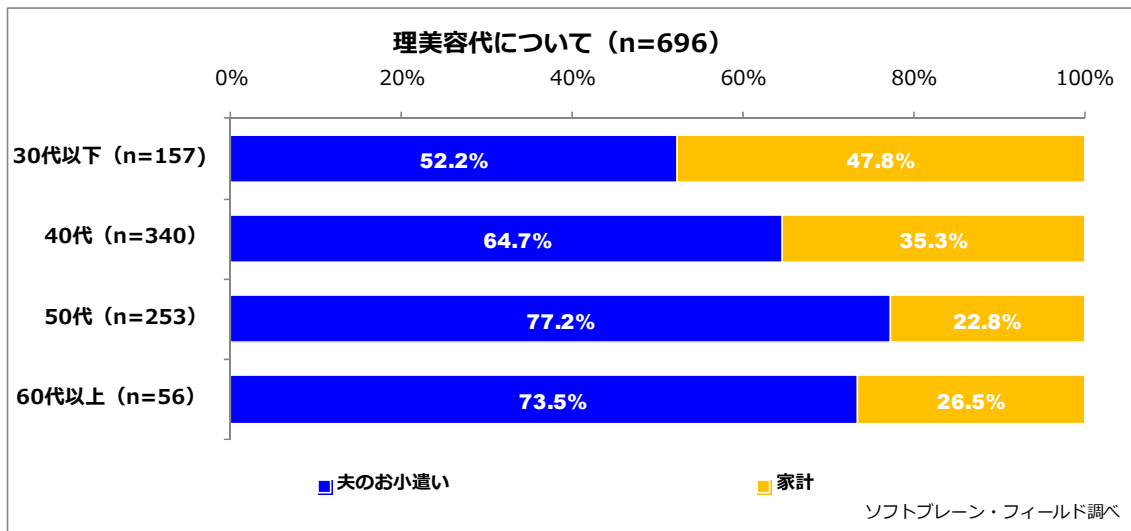
#### (4) 夫の理美容室利用事情について



図表 7: 夫の理美容室利用状況について (n=806)

アンケートでは、夫の理美容室利用状況についても聞きました。その結果、夫の世代が 30代以下では美容室利用が 43.9%、理容室利用が 41.4%とほぼ半々だったのに対し、40代では美容室が 23.8%、理容室が 61.2%、50代では美容室が 13.4%、理容室が 75.1%、

60代以上では美容室が5.4%、理容室が82.1%と世代が上がるに連れ、理容室利用の割合が増える結果となりました。



図表 8: 夫の理美容代について (n=806)

さらに、夫が理美容室を利用していると回答した 696 名を対象に理美容代について聞いたところ、夫の世代が 30 代以下では「夫のお小遣い」からが 52.2%、「家計」からが 47.8% で約半々でしたが、40 代以降では「夫のお小遣い」から出している割合が多いことがわかりました (40 代 64.7%、50 代 77.2%、60 代以上 73.5%)。

夫の身だしなみに対する妻の本音を見ると、「体臭が強いタイプで本人も気にしていますが、かといって対策してくれる訳でもなく…。あまり言う『傷つく』と言われたので、密かに消臭対策しています。男性でも使える(スーツのジャケットでも目立たないような)黒の汗わきパットが発売されればいいのにといつも思っています。」(妻 30 代以下、夫 30 代以下)、「消臭効果があると言われていた石鹸を使っており、効果があります。でも、夜にお風呂に入らず、朝シャワーをすることが多いので同じ部屋で寝る者としては、夜お風呂に入って欲しいです。」(妻 40 代、夫 40 代)といったように手厳しい意見もありました。

その一方で、「歳を重ね、顔のたるみが気になるので、表情筋を鍛えるように、折を見て言っています。言い過ぎるとやらなくなるので、加減が難しい。」(妻 40 代、夫 50 代)、「仕事で相手に迷惑が掛からないように清潔感を保ってほしいし、私もそれなりに気を使って送り出しています」(妻 50 代、夫 50 代)といったように夫に若々しくいて欲しい、周囲の人から清潔感のある男性として夫が見られて欲しいといったコメントもあり、「身だしなみを整えていつまでも若々しい姿でいてほしい」(妻 40 代、夫 50 代)という妻の本音が垣間見られました。

#### 【調査実施概要】

対象：当社登録の会員

調査方法：当社リサーチサイト「リサれぽ！」を活用したインターネットリサーチ

調査地域：全国

調査期間：2015年5月14日～5月20日（7日間）

有効回答者数：806名

回答者（女性）の属性：30代以下24%、40代47%、50代24%、60代以上4%

夫の属性：30代以下19%、40代42%、50代31%、60代以上7%

#### 【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約53,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など115,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。「木名瀬博のフィールド虎の巻」（URL：<http://www.sbfield.co.jp/column/>）

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月

資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬博

URL：<http://www.sbfield.co.jp/>

#### 【会員登録について】

・パソコン用登録 URL：<https://www.sbfield.co.jp/pc/>

・携帯用登録 URL：<https://www.sbfield.co.jp/m/>

会員登録いただくと、当社からお仕事情報を配信いたします。スーパーマーケットやドラッグストアなどの量販店、公共施設や遊戯施設、専門サービスを提供する全国チェーンのお店から飲食店まで、あなたの生活圏がそのままお仕事のフィールドとなります。

#### 【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

広報室 柳原（やなぎはら）/具志堅（ぐしけん）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631

MAIL：[solution@sbfield.com](mailto:solution@sbfield.com)