【詳細】
※白湯の読みは「さゆ」です。

■女性の半数以上が「冷え性」に悩む■
●「冷え性」を気にする人の割合
生活習慣に関連した“身体について気になっていること”の割合は、「運動不足である」61.0%、「ダイエットの必要性を感じている」31.0%、「睡眠不足である」29.9%と続き、「冷え性である」も 29.4%と 3 割が気にしていると回答した。

「冷え性」を気にしている人の割合は男女差が激しく、男性は 12.3%なのに対し、女性は 51.1%と、女性の半数以上が冷え性を気にしている事が分かった。

女性は年代が若いほど「冷え性」を気にしており、20 代女性では 62.7%と、6 割以上に上っている。
また、男性も年代が若いほど多い傾向にあり、20 代男性では 2 割以上である。

■“飲みごろ”な温度は？　お茶類・コーヒーは「80～90℃」。水は冷水も好まれつつ、約 3 割が「常温好き」■
●飲みごろな温度、とは・・・？
水（お湯）、お茶類、コーヒー、牛乳について、“自分にとっての飲みごろな温度”を尋ねた。

お茶類、コーヒーは「80～90℃（お湯）」を好む人が多く、水と牛乳は「0～10℃（冷水）」を好んでいる人が多いという結果であった。
お茶類に関しては、「40～50℃（白湯）」、「60～70℃」、「0～10℃」もそれぞれ 2 割ほどで、好みの温度が分かれているようである。

●【水】について
「冷水」が多くを占めるが「常温」も 27.0%と 3 割近くが回答しており、割合が高い。
また、夏→秋→冬と気温が下がるほど「常温」・「白湯（さゆ）」の割合が増え、冬の「白湯」は 1 割を超えている。

男女別では、女性は男性よりも「常温」を好む人の割合が高く、男性 23.9%に対し女性は 30.9%と 3 割超となっており、女性の方が男性よりも温かめが好きな人が多い事が伺える。
また、冷え性の人の半数近く（46.2%）が、『常温以上の温かめ』を好んでいる事が分かった。

■常温・白湯は、「冷え」防御に。 白湯は代謝アップにも期待■
●常温の水を好む理由
水の飲みごろが『常温』だと回答した人のその理由については、「体を冷やさない為」が最も多く、48.9%が回答し、次いで「体への負担が少なそうだから」35.5%、「体温に近い方が身体に良さそうだから」30.8%と続いた。
「代謝が良くなりそうだから」と「冷たい水よりも身体に吸収されやすそうだから」は 10.7%となっており、「代謝・吸収」よりも『冷え』に気を使って常温を好む人が多かった。

●白湯を好む理由
『白湯』が飲みごろである人のその理由についても、「体が温まるから」が最も多く 47.0%となっており、
“常温を好む理由”と同じく、『冷えを防ぐ』という目的で飲んでいる人が多いようである。
また、「代謝が良くなりそうだから」は 26.3%と“常温”の 2 倍以上で、“白湯”については『代謝アップ』も期待されている事が伺える。

■白湯は「すぐ用意できない」不便さ、「温度調節の難しさ」に困る人多し■
●白湯を作るのは不便？
白湯の作り方については、「鍋・やかんなどで沸騰させてから冷ます」41.7%、「電気ポットで沸かしたお湯を冷ます」35.2%と続き、一度沸かしたあと、冷ましている人が多い。
「電子レンジで温める」人は 17.0%と 2 割近くである。

また、白湯を作ることについて、69.5%の人が何かしら不便に感じている事が分かった。

「飲みたいと思った時にすぐ用意できない」27.4%、次いで「ちょうど良い温度に調節するのが難しい/大変」24.7%、「冷まし過ぎてしまう事が多い」18.0%と、『時間がかかる不便さ』と『温度調節』に困っている人が多かった。

■女性の 5 割以上が「白湯ダイエット」のチャレンジ意向あり・・・20 代女性では 6 割超■

●『白湯ダイエット』の認知・経験

著名人の実践で話題になりつつある『白湯ダイエット』については、認知率は 19.5%と2割ほど、実践経験については「現在実践している」1.4%、「過去に実践した事がある」2.7%となっており 4.1%と少数であった。
最も経験率が高かったのは 30 代女性で 7.1%、次いで 20 代女性の 6.2%であった。

●『白湯ダイエット』チャレンジ意向

今後の『白湯ダイエット』へのチャレンジ意向については、「ぜひしてみたい」16.3%、「まあしてみたい」25.6%で、41.9%が『してみたい』と回答し、興味を持っているようである。

チャレンジ意向者(してみたい+まあしてみたい)の割合を見ると、男性はどの年代も 3 割前後なのに対し、女性は最も少ない 60 代以上でも 51.0%と半数以上で、20 代女性では 62.0%に上っている。
男性よりも女性の方が興味を持っている事が伺える。
また、女性は若い年代ほど意向が高く、20 代・30 代では 25%以上が「ぜひしてみたい」と強い意向を示している。

■調査概要

調査方法 : インターネットを利用した市場調査
調査期間 : 2009 年 10 月 6 日～2009 年 10 月 8 日
有効回答数 : DIMSDRIVE 登録モニター男女 9,947 人

●ネットリサーチのDIMSDRIVE

インターワイヤード株式会社が運営する『DIMSDRIVE』は、全国に 18 万人のモニターを擁し、
インターネットリサーチを通じて調査企画・設計から分析・提案までを提供する、
マーケティングのトータルソリューションサービスです。
広告効果測定やライフスタイル分析など、目的に応じた調査でお客様の戦略立案をサポートしています。

DIMSDRIVEホームページ http://www.dims.ne.jp/

●インターワイヤード株式会社

＜所在地＞東京都品川区東品川 2-2-25 サンウッド品川天王洲タワー3F
＜ホームページ＞ http://www.interwired.co.jp/
＜代表者＞斉藤 義弘
＜事業内容＞ネットマーケティングリサーチサービス「DIMSDRIVE」運営