

報道関係者各位  
プレスリリース

2023年4月27日  
株式会社 mitoriz

## 3月以降も85%がマスクを引き続き着用！5類に移行後も63%が着用継続！? マスクを外す上で男性は「髭や鼻毛」女性は「顔のたるみ」が気になる

株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員3,010人に「マスク着用緩和後の生活に関する調査」を実施致しました。

2022年3月13日からマスク着用が緩和され、屋内・屋外を問わず個人の判断に委ねられることになり、1ヶ月が経過しました。当たり前になっていたマスク着用が緩和され、実際にマスクを外すようになったのか、また、コロナ5類移行後のマスク着用に関する考えなど、2月実施の調査とも比較検証しております。

### 《調査サマリー》

- ・マスク着用が緩和された後も85%の人がマスク着用を続けている
- ・コロナ5類移行後も「マスクを引き続き着用する」が2月の調査から+7.2P
- ・周りの様子を伺いマスク着用を判断しようとしていた人が2月の調査から-6.7P
- ・マスク着用の理由、男性は「周りの人が着用しているから」女性は「身だしなみをごまかせる」が上位
- ・60%以上がマスクを外して顔を出す上で気になる点あり、男性「髭や鼻毛」女性「顔のたるみ」が上位

### マスク着用が個人判断に委ねられた後も85%の人がマスク着用を続けている

まず、直近のマスク着用状況を尋ねたところ、「マスクはしていない（4.1%）」、「マスクをしていない方が多い（10.3%）」と回答した人は合わせて14.4%という結果となりました。2月調査では、マスクを外すことに積極的な人が38%という結果でしたが、マスク緩和後も実際は85%の人がマスクを着用する方が多いと回答しています。

男女で比較すると、女性は「マスクはしていない（2.8%）」、「マスクをしていない方が多い（7.3%）」と合わせて10.1%に対して、男性は「マスクはしていない（5.9%）」、「マスクをしていない方が多い（14.5%）」と合わせて20.4%となりました。男性の方が女性よりも+10.3Pと2倍近く高く、男性の方が女性よりも脱マスクに積極的な傾向が見られました。

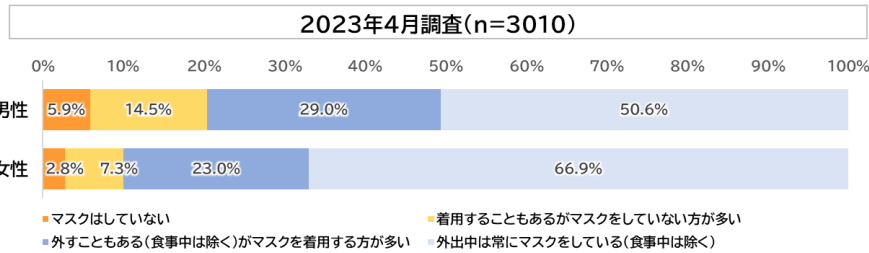
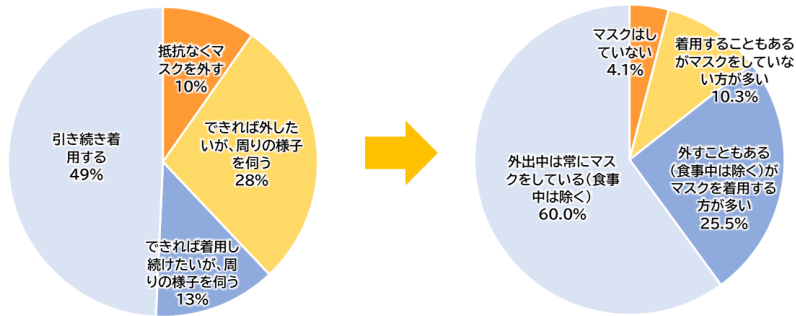
2月調査でのマスク着用状況は「マスクを常に着用していない（0.9%）」と1%未満だったのにたいし、今回の調査では、「マスクをしていない（4.1%）」と3.2P上昇しており、少しずつ脱マスクが進んでいる状況とは言えそうです（図表1）。

図表1)直近のマスク着用状況について

全国のPOB会員男女 N=3,010人 (平均年齢49.2歳)  
 調査期間：2023年4月14日～4月15日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

3月のマスク着用緩和後にどのように行動するか  
 2023年2月調査(n=2011)

直近のマスク着用状況  
 2023年4月調査(n=3010)



※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

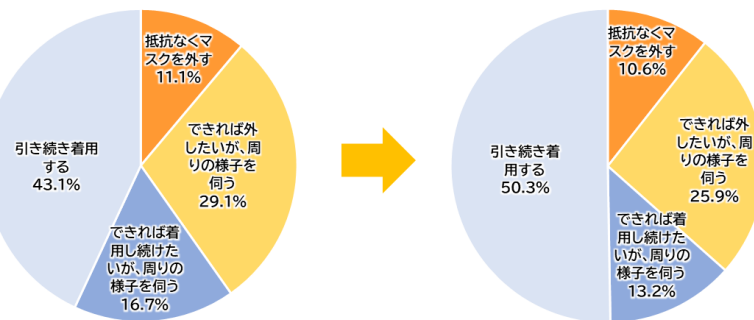
5類移行後に「引き続き着用する」が2月時点から7.2P増加！周りの様子を伺う派が着用する派に移行か  
 5月8日から新型コロナ5類移行後のマスク着用に関して尋ねたところ、「抵抗なくマスクを外す」は10.6%で、「できれば外したいが周りの様子を伺う」の25.9%と合わせても外すことに前向きな人は36.5%という結果となりました。また、2月調査で43.1%の「引き続き着用する」が今回の調査では7.2P増えて50.3%となっており、2月時点で「周りの様子を伺う」と回答していた人が、3月13日以降、周りの様子を見た結果「引き続き着用する」に考えを改めた可能性がありそうです（図表2）。

図表2)5月8日の新型コロナ5類移行後のマスク着用に関して

全国のPOB会員男女 N=3,010人 (平均年齢49.2歳)  
 調査期間：2023年4月14日～4月15日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

2023年2月調査(n=2011)

2023年4月調査(n=3010)



※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

## マスク着用の理由、男性は「周りの人が着用しているから」女性は「身だしなみをごまかせる」が上位

マスクを「外す」理由、「着用する」理由を尋ねたところ「外す」理由は「息苦しいから（71.5%）」、「暑いから（55.5%）」、「邪魔に感じるから（45.5%）」の順に回答が多く、男性は女性に比べ「邪魔に感じるから（+12.4P）」が高く、女性は「着用することで肌が荒れるから（+18.8P）」、「メイクが崩れるから（+20.8P）」といった美容に関する理由が高いという傾向があります。

マスクを「着用する」理由は、男女ともに「感染拡大を防ぐため（65.7%）」が最も多く、次に続く理由は男女で異なった傾向がみられました。男性は「周りの人が着用しているから（17.3%）」、「外していることで他人の反応が気になる（12.3%）」、「顔の一部になっているので着けている方が安心するから（12.3%）」といった項目が続き、女性と比較して「周りの人が着用しているから（+0.1P）」「外していることで他人の反応が気になる（+0.7P）」といった周囲の様子を気にする項目がわずかに高い傾向があります。

女性は「身だしなみ（ノーメイク、髭）をごまかせるから（33.9%）」、「顔の一部になっているので着けている方が安心するから（24.7%）」の比率が高く、特に「身だしなみ（ノーメイク、髭）をごまかせるから（23.0%）」、「顔の一部になっているので着けている方が安心するから（12.3%）」、「外した顔を見られるのがいやだから（15.2%）」が男性より10P以上も高い結果となりました（図表3）。


**図表3)マスクを「外す」・「着用する」理由**

全国のPOB会員男女 N=3,010人（平均年齢49.2歳）  
調査期間：2023年4月14日～4月15日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy®（POB）」※

| マスクを「外す」・「外したい」理由 (n=1100) |       |       |       |
|----------------------------|-------|-------|-------|
|                            | 総計    | 男性    | 女性    |
| n=                         | 1100  | 552   | 548   |
| 息苦しいから                     | 71.5% | 70.1% | 73.0% |
| 暑いから                       | 55.5% | 51.1% | 59.9% |
| 邪魔に感じるから                   | 45.5% | 51.6% | 39.2% |
| 早くコロナ禍以前の日常を取り戻したいから       | 24.2% | 26.1% | 22.3% |
| マスク代がもったいないから              | 20.1% | 19.0% | 21.2% |
| 着用することで肌が荒れるから             | 16.3% | 6.9%  | 25.7% |
| メイクが崩れるから                  | 10.9% | 0.5%  | 21.4% |
| 周りの人が外しているから               | 3.0%  | 2.9%  | 3.1%  |
| その他                        | 5.5%  | 6.5%  | 4.6%  |

| マスクを「着用する」・「着用し続けたい」理由 (n=1910) |       |       |       |
|---------------------------------|-------|-------|-------|
|                                 | 総計    | 男性    | 女性    |
| n=                              | 1910  | 722   | 1188  |
| 感染拡大を防ぐため                       | 65.7% | 65.4% | 65.9% |
| 身だしなみ（ノーメイク、髭）をごまかせるから          | 25.2% | 10.9% | 33.9% |
| 顔の一部になっているので着けている方が安心するから       | 20.0% | 12.3% | 24.7% |
| 周りの人が着用しているから                   | 17.2% | 17.3% | 17.2% |
| 外した顔を見られるのがいやだから                | 17.0% | 7.5%  | 22.7% |
| 外していることで他人の反応が気になる              | 11.9% | 12.3% | 11.6% |
| 着用していた方がオシャレ・マスク美人にみられる気がするから   | 3.2%  | 1.8%  | 4.1%  |
| その他                             | 15.9% | 15.8% | 15.9% |

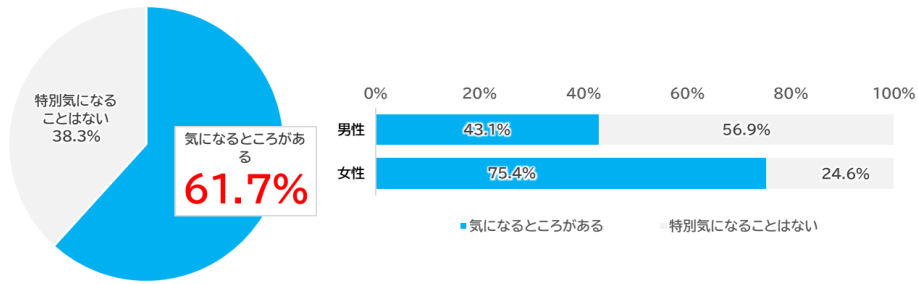

 ※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

## マスクを外す際に「顔を出すことで気になる点」男性は「髭・顔の毛」女性は「顔のたるみ」がTOP

マスクを外して顔を出す上で「気になる点」があるかを尋ねたところ、「顔を出すことで気になる点がある（61.7%）」と60%以上の方が回答しました。男性は「髭・顔の毛（鼻毛・産毛など）（43.4%）」、「口臭（40.1%）」、「歯（黄ばみ・歯並び）（23.0%）」が続き、女性は「顔のたるみ（52.3%）」、「顔のしみ（43.3%）」、「顔のしわ（40.4%）」の順に高い結果となりました。特に、男性は「髭・顔の毛（鼻毛・産毛など）（+31.1P）」が高く、女性は「顔のたるみ・しみ・しわ（+20～30P）」が高い傾向です。また、各年代で「顔のたるみ・しみ・しわ」が上位の中、30代は「口臭」、「歯（黄ばみ・歯並び）」の比率が高く、更に「顔の造形」が総計より約10Pほど高い結果となりました（図表4）。

図表4)マスク着用緩和後 顔を出すことで気になる点

全国のPOB会員男女 N=3,010人 (平均年齢49.2歳)  
 調査期間：2023年4月14日～4月15日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS 「Point of Buy® (POB) ※」



顔を出すことで気になる点

【男女別】

|                | 総計    | 男性    | 女性    |
|----------------|-------|-------|-------|
| n=             | 1858  | 549   | 1309  |
| 顔のたるみ          | 42.5% | 19.1% | 52.3% |
| 顔のしみ           | 34.9% | 14.9% | 43.3% |
| 顔のしわ           | 33.7% | 17.9% | 40.4% |
| 口臭             | 32.3% | 40.1% | 29.0% |
| 歯(黄ばみ・歯並び)     | 26.3% | 23.0% | 27.7% |
| 表情             | 23.5% | 19.3% | 25.2% |
| 髭・顔の毛(鼻毛・産毛など) | 21.5% | 43.4% | 12.3% |
| 日焼け            | 19.2% | 9.3%  | 23.3% |
| 顔の造形           | 17.8% | 10.6% | 20.9% |
| 体臭             | 2.1%  | 3.3%  | 1.6%  |

【年代別】

|                | 総計    | 30代以下 | 40代   | 50代   | 60代以上 |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| n=             | 1858  | 367   | 590   | 701   | 200   |
| 顔のたるみ          | 42.5% | 31.1% | 42.0% | 47.4% | 48.0% |
| 顔のしみ           | 34.9% | 29.2% | 37.3% | 36.1% | 34.5% |
| 顔のしわ           | 33.7% | 29.2% | 35.4% | 33.5% | 38.0% |
| 口臭             | 32.3% | 37.1% | 30.3% | 33.0% | 27.0% |
| 歯(黄ばみ・歯並び)     | 26.3% | 35.4% | 24.9% | 24.0% | 22.0% |
| 表情             | 23.5% | 30.0% | 23.9% | 21.1% | 18.5% |
| 髭・顔の毛(鼻毛・産毛など) | 21.5% | 25.6% | 20.8% | 21.3% | 16.5% |
| 日焼け            | 19.2% | 19.3% | 19.5% | 18.7% | 19.5% |
| 顔の造形           | 17.8% | 27.5% | 18.5% | 14.6% | 9.5%  |
| 体臭             | 2.1%  | 4.1%  | 1.7%  | 1.9%  | 0.5%  |

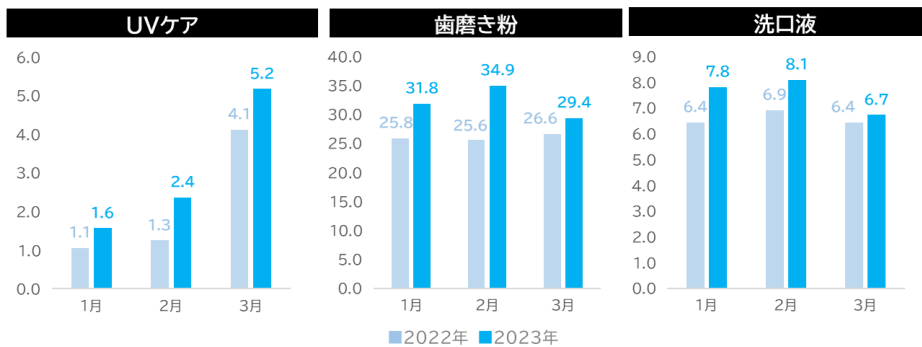


※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

【レシート分析】脱マスクが進む中で「UVケア」や「歯磨き粉」「洗口液」の出現数が昨年より上昇  
 POB会員が実際に購入し、投稿したレシートからマスク緩和に伴い需要増加が見込まれる「UVケア」、  
 「歯磨き粉」、「洗口液」について、レシート1,000枚当たりの出現数で分析します(図表5)。

図表5)レシート分析：レシート1,000枚当たりの出現数

■ドラッグストアのレシート(6,744,824枚)から分析  
 ・調査期間：2022年1月～3月、2023年1月～3月  
 ・購入場所：ドラッグストア



※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

「UVケア」、「歯磨き粉」、「洗口液」それぞれの商品の出現数は昨年に比べて上昇していました。UVケア商品はこれからの季節に向け上昇が見込まれることはもちろんですが、脱マスクの加速や、外出機会の増加により、これらの商品の購入が更に高まることが予想されます。

## 【アンケート調査概要】

調査期間：2023年4月14日～15日

調査対象：mitorizの消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）

POB会員（平均年齢49.2歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：3,010件）

## 消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買 DB を活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POS や ID-POS データで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

Point of Buy® : <https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ : <https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

### 【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※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：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと

## 【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 田中（たなか）

TEL : 03-6328-0052 FAX : 03-6328-3631 MAIL : [press@mitoriz.co.jp](mailto:press@mitoriz.co.jp)

## 【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

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

HP : <https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）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227,537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。

キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。