

マンダム、職場の身だしなみとニオイに関する意識調査

職場の身だしなみで「どうにかして欲しいこと」1位は“体臭”

ニオイ(体臭)は相手の印象を“50点以上”減点する
ニオイケアは個人も職場もより積極的に取り組む「スメルマネジメント」の時代へ

株式会社マンダム(本社:大阪市 社長執行役員:西村元延 以下マンダム)では、多くの方にデオドラント製品を通してより快適な暮らしをお届けしたいと考え、日々様々なニオイ研究に取り組んでいます。

そこで、デオドラント剤の最需要期となるスーパークールビズシーズンを前に、オフィスでの身だしなみとニオイに関する意識調査を実施いたしましたので、調査結果の概要を報告いたします。

【調査概要】調査時期:2014年5月 対象:25~49歳の働く男女1117名(男性567名 女性550名)
調査エリア:東京・大阪 調査方法:インターネットリサーチ

【調査結果ダイジェスト】

《Part.1 職場でのニオイ意識と実態》

気になる、言いたいけど言えない、ニオイ問題の実情

1. 「クールビズの時期に気になること」服装よりも汗とニオイ! 1位は“汗をかくこと” **67.2%**
2. 「職場の身だしなみで「どうにかして欲しいこと」」1位は“ニオイ(体臭)” **60.4%**
3. 「ニオイ(体臭)が気になって仕事に集中できないことがある」と回答した人 **58.9%**
4. ニオイ(体臭)による仕事への支障「気分(体調)が悪くなった」
「集中できない」「クレームが入った」
5. 「職場の身だしなみで指摘しにくいこと」ここでも1位は“ニオイ(体臭)” **46.4%**
6. 「ニオイ(体臭)は指摘しにくい」 **93.1%** 理由は“相手が傷つきそうだから”
7. 一方「自分がにあっていたら指摘してほしい」 **64.7%**

《Part.2 ニオイと人間関係》

ニオイは仕事だけでなく、人間関係にも大きく影響する!?

1. 「スメルハラスメント(スメハラ)」認知度 **20.1%**
2. 初対面でもニオイ(体臭)は「マイナス」 **88.9%**
点数にすると相手の印象は **-54.3点**
3. におう人への評価 ①ビジネスマンとして「一緒に仕事したくない」 **42.1%**
②人として「不潔だと思う」 **46.0%**
③「ニオイ(体臭)が原因で人と疎遠になったことがある」 **25.2%**
④ ニオイ(体臭)が改善されたら、その人に対する意識は「変わる」 **64.5%**

※本リリースの調査結果およびその他ニオイに関する調査レポートは「男のにおい総研」<http://m-age.jp/smell/>からご覧いただけます。

この件に関するお問い合わせ先

株式会社マンダム
PR担当

●大阪本社 酢谷(すたに) / 松田
●東京オフィス 下川 / 萩原(はぎわら) / 村上 / 新木(あらぎ)

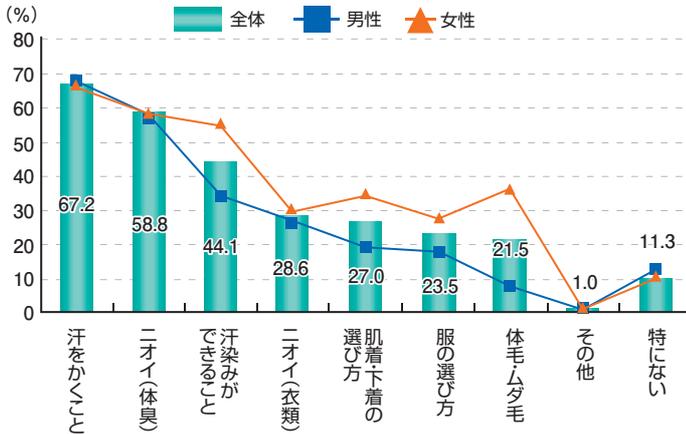
TEL.06-6767-5021 FAX.06-6767-5041
TEL.03-5204-9085 FAX.03-5204-9086

【調査概要】調査時期：2014年5月 対象：25～49歳の働く男女1117名(男性567名 女性550名)
 調査エリア：東京・大阪 調査方法：インターネットリサーチ

《Part.1 職場でのニオイ意識と実態》

1. クールビズシーズンに気になることは、服装よりも“汗”と“ニオイ”!

■クールビズの時期に気になることは何ですか?

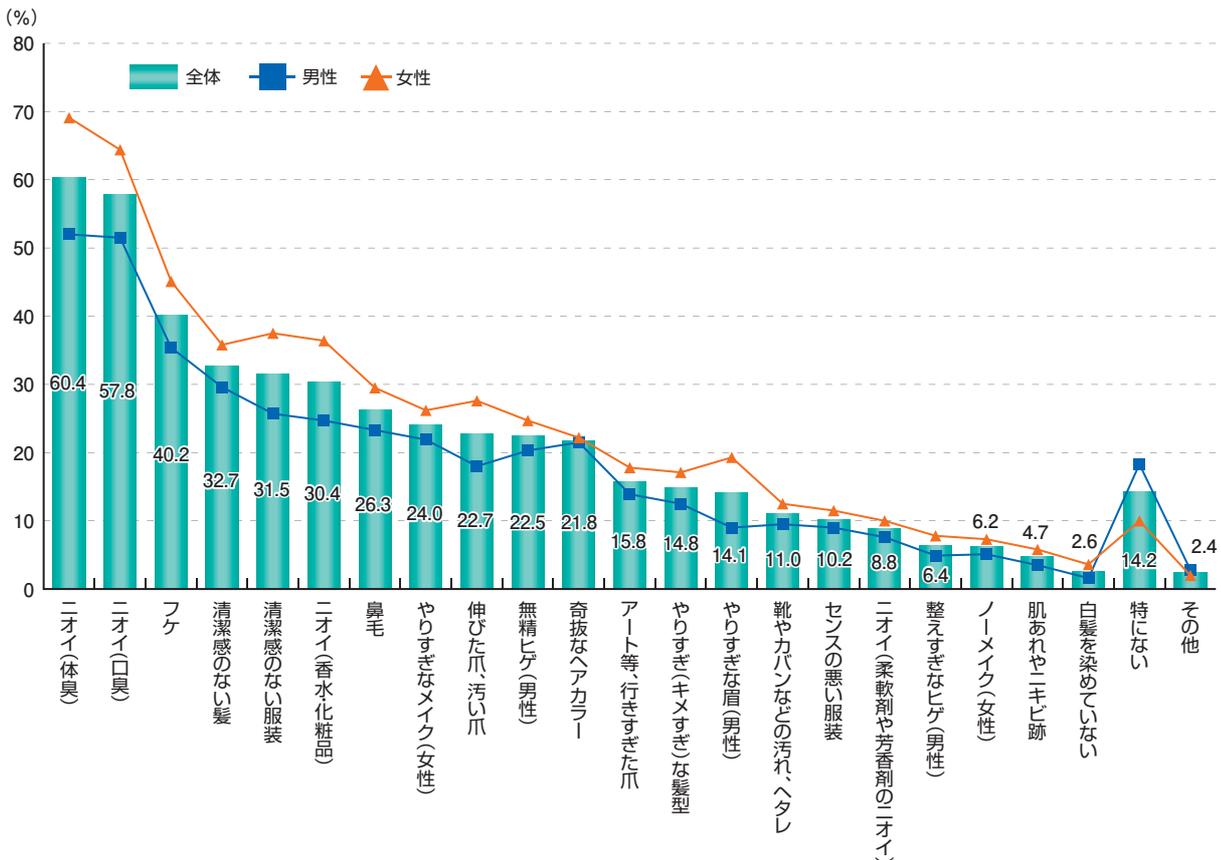


例年の節電・猛暑の影響か、それともクールビズスタイルが定着してきたからなのか、この時期に気になることは服装よりも汗でした。1位は「汗をかくこと」67.2%、次いで「ニオイ(体臭)」58.8%と、「服の選び方」23.5%の2倍以上関心が高いという結果となりました。

2. 職場の身だしなみで“どうにかして欲しいこと” 1位は「ニオイ(体臭)」

男女ともに1位が体臭60.4%、2位が口臭と、職場におけるニオイ問題の大きさが浮き彫りになりました。男女別に傾向を見てみると、1位の「ニオイ(体臭)」は男性が52.0%なのに対し、女性は69.1%と、よりニオイに対する評価が厳しいことがわかりました。女性は、見た目よりもなによりも、まず「ニオイ」をケアして欲しいようです。

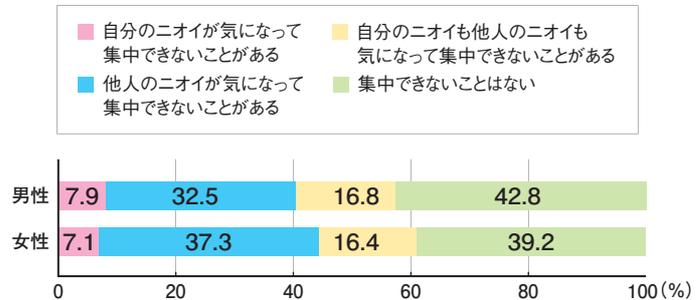
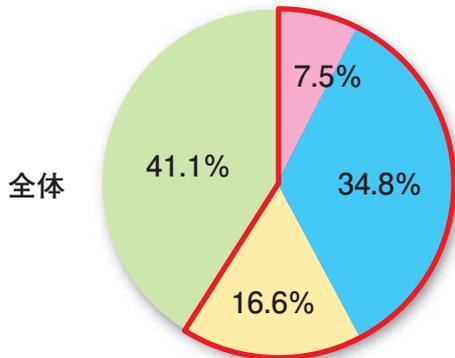
■ビジネスシーン(職場)において、同僚など周囲の人の容姿や身だしなみで「どうにかしてほしい」と思うのはどんなことですか?



3. 約6割が「ニオイ(体臭)が気になって仕事に集中できないことがある」

なんと58.9%の人が、「ニオイ(体臭)」が原因で、仕事に支障をきたした経験があるという結果に。最も多かったのが「他人のニオイが気になって集中できない」で34.8%、「自分のニオイも他人のニオイも気になって集中できない」という人が16.6%、「自分のニオイが気になって集中できない」という人が7.5%となりました。

■ ニオイ(体臭)が気になって仕事に集中できないことはありますか？



4. ニオイ(体臭)による仕事への支障

「気分(体調)が悪くなった」「集中できない」「クレームが入った」

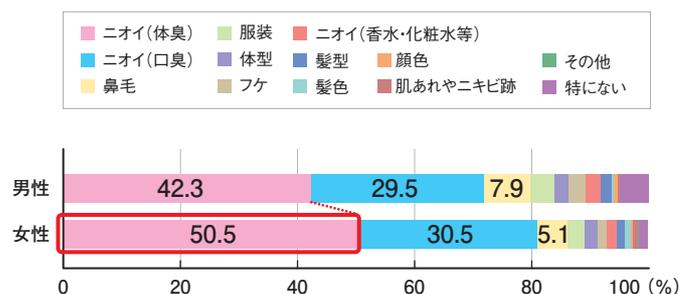
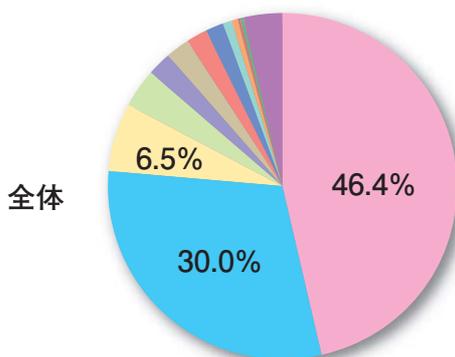
他人のニオイ(体臭)が原因で仕事に出た支障を聞いたところ、最も多かったのが「ニオイで気分が悪くなった」でした。他にも「商談中、相手の話がまったく入ってこなかった」や「打ち合わせを早々に切り上げた」など、オフィスにおけるニオイ(体臭)が、業務への集中を妨げることが明らかとなりました。中にはニオイから身(鼻?)を守るため、「書類を積み上げ壁を作った」という人も。

5. 職場の身だしなみで指摘しにくいこと、ここでも「ニオイ(体臭)」が1位に! 2位は「口臭」3位は「鼻毛」

「ニオイ(体臭)」は、最も「何とかして欲しい!」と思っているにも関わらず、最も「指摘しにくい」ことが判明しました。自分のニオイについては、周りからは教えてもらえないようです。自分自身が心掛けてケアしないと、気付かない間に周りの人は迷惑しているかもしれません?!

男女で比べてみると、女性の方がニオイに関しては「指摘しにくい」と感じており、男性よりもニオイに敏感であるにも関わらず指摘できずにいるもどかしい状況が推測されます。

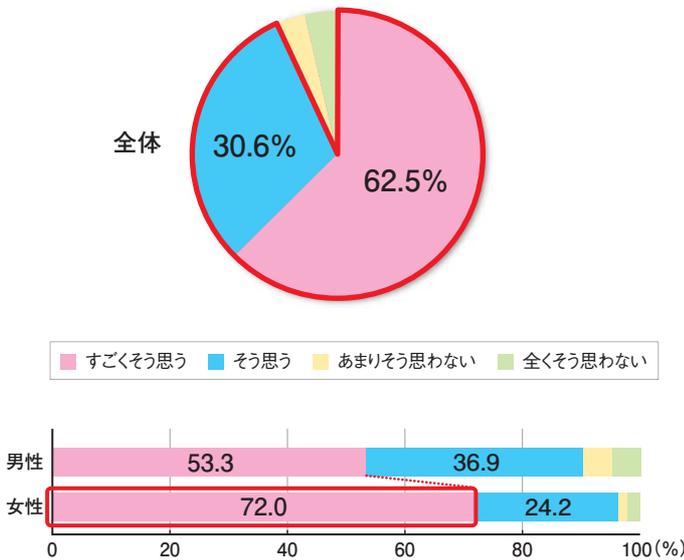
■ ビジネスシーン(職場)において、他人の見た目や身だしなみについて、最も指摘しにくいことは何ですか？



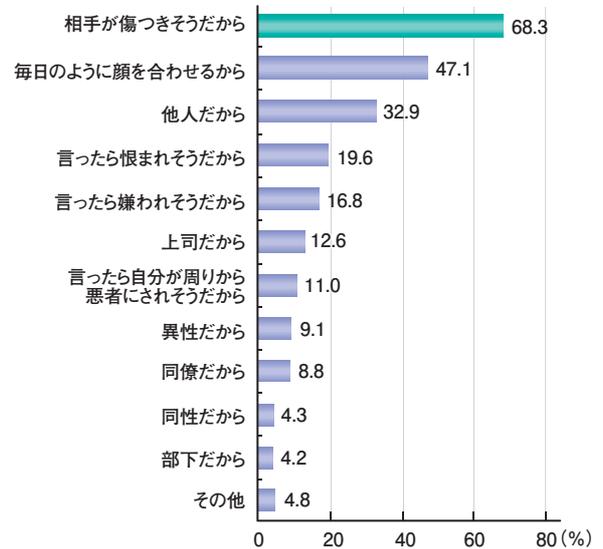
6. 93.1%の人が「ニオイ(体臭)は指摘しにくい」と回答。 理由は、「相手が傷つきそうだから」

「ニオイ(体臭)」は、対人関係に影響を与えるほど大きな問題にも関わらず、非常にセンシティブな問題でもあるため、解決しにくいのが実情のようです。周りの人が言いにくいからこそ、一人ひとりの心掛けや正しいケアが、他人も自分も心地よく仕事ができる環境づくりにつながるのかもしれませんが。

■ 他人のニオイ(体臭)については、指摘しにくいと思いますか？



■ 他人のニオイ(体臭)を指摘しにくいと思う理由は何ですか？

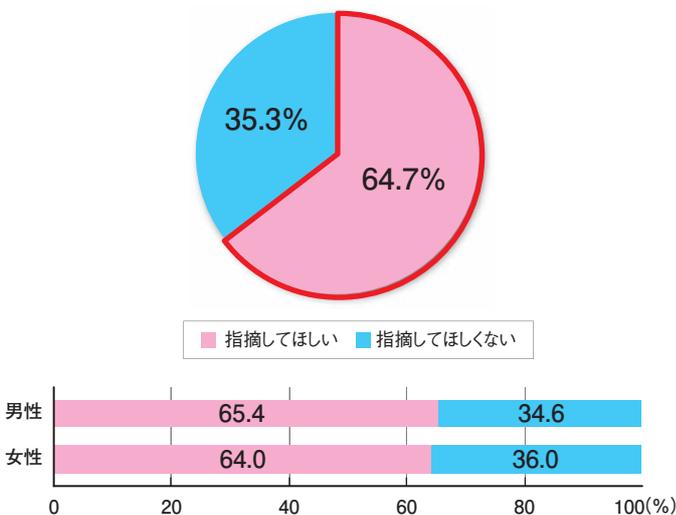


7. 他人には指摘しにくい一方で、 64.7%の人が「自分がにおっていたら指摘してほしい」と回答。

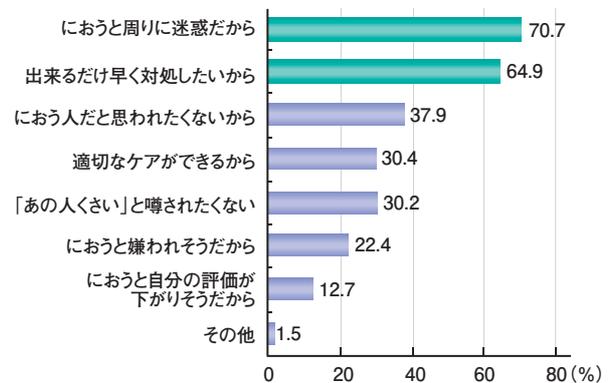
ニオイ(体臭)は、他人には指摘しにくい問題でありながら、自分のニオイ(体臭)については「指摘してほしい」という人が64.7%にのびりました。

理由は「周りに迷惑だから」が1位で70.7%と自分の評価に関するものと比べて圧倒的に高く、周囲への気遣いや社会人としてのマナー意識が強く感じられる結果となっています。

■ あなたは、もし自分がにおっていたら指摘してほしいと思いますか？



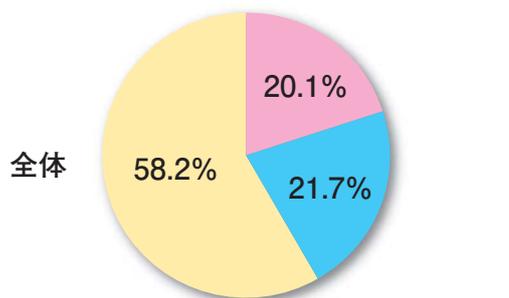
■ 自分がにおっていた場合、指摘してほしい理由は何ですか？



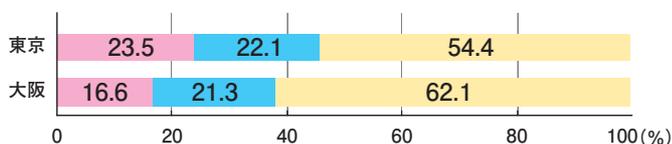
《Part.2 ニオイと人間関係》

1. 「スメルハラスメント(スメハラ)」認知度 20.1%

■あなたはスメルハラスメント(スメハラ)という言葉を知っていますか？



■知っている ■聞いたことはあるが、詳しくは知らない ■知らない



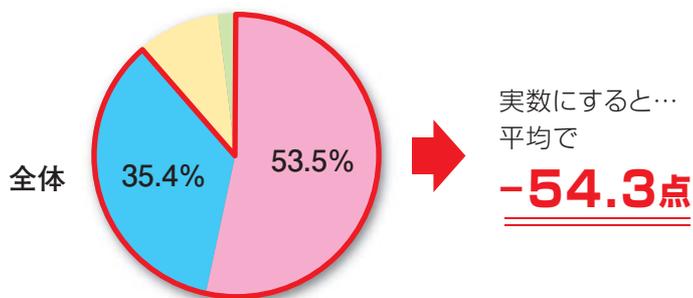
「スメルハラスメント(スメハラ)」という言葉を知っていますか?という問いについては、「知っている」20.1%、「聞いたことはあるが詳しくは知らない」21.7%、「知らない」58.2%という結果に。

今回の調査でも職場でのニオイ問題に悩まされている人は予想以上に多く存在し、またニオイケア意識もそういった世の中の流れに伴い年々高まりを見せています。「スメルハラスメント(スメハラ)」という言葉の認知率も5人に1人と徐々に浸透しつつあり、職場におけるニオイの問題が現実的に浮上している実情が推察されます。

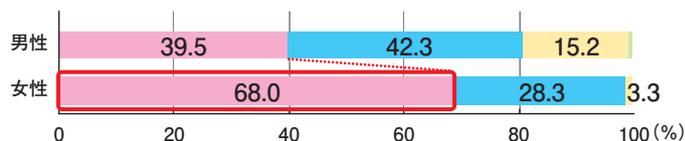
特にスメルハラスメントという言葉を知っている」と答えた人は東京が23.5%に対し、大阪では16.6%と、東京のほうが高い結果に。人口密度によるものなのか、対人意識は東京のほうが高いと言えるのかも知れません。

2. 初対面でもニオイ(体臭)は減点要素と回答した人は 88.9% 点数にすると、ニオイ(体臭)がキツイ相手の印象は「-54.3点」

■ビジネスシーンで初対面の人の見た目や身だしなみについて、ニオイ(体臭)はどの程度マイナスに影響しますか？



■非常にマイナス ■ややマイナス ■あまりマイナスにならない ■全くマイナスにならない



初対面の相手に対し、88.9%の人が「ニオイ(体臭)はマイナスの印象に影響する」と答え、さらに点数で答えてもらうと平均54.3点も減点になることがわかりました。つまり、100点の人でも46点まで評価を下げてしまいます。

特に女性の方がニオイへの評価が厳しく、初対面の相手のニオイ(体臭)が気になった場合に68.0%(対男性の場合:72.4%、対女性の場合で63.5%)が「非常にマイナス」の印象に影響すると回答。

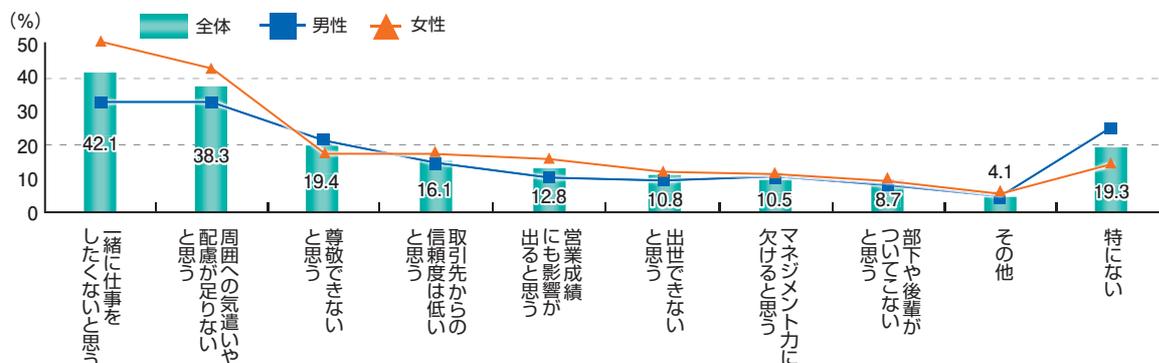
一方の男性は、39.5%(対男性の場合:37.4%、対女性の場合:41.6%)が「非常にマイナス」と答え、互いに異性に対する評価が少し厳しくなる結果となりました。

3. におう人への評価

①「ビジネスマンとして：一緒に仕事したくない」 42.1%

「ビジネスマン」として見たとき、「くさい」と感じる人に対し、42.1%の人が「一緒に仕事をしたくない」、次いで、38.3%が「周囲への気遣いや配慮が足りないと思う」と回答。男性よりもニオイ評価に厳しい女性の方がその傾向が強く出ており、ニオイを嫌うだけでなく、「社会人としての配慮が欠ける」という、内面的評価にまで影響していることがわかりました。

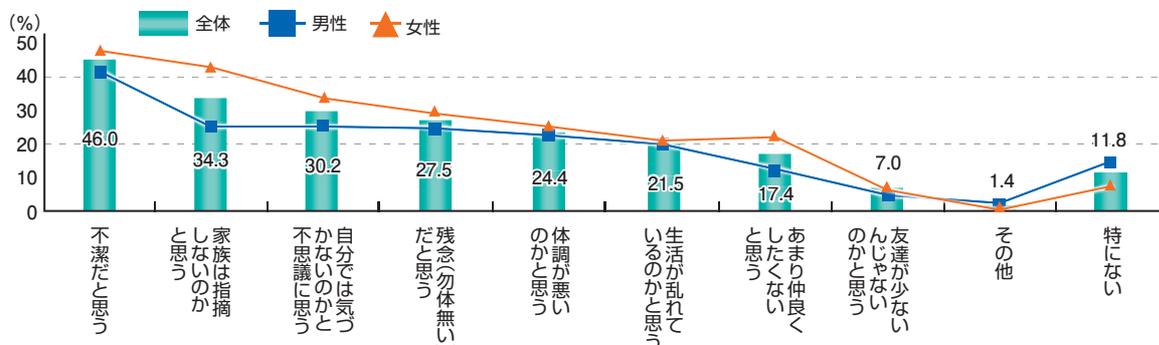
■ 同僚や上司が「くさい」と感じたとき、その人の「ビジネスマン」としての評価にどう影響しますか？



②「人として：不潔だと思う」 46.0%

また、「人物」としての部分では、46.0%の人が「不潔だと思う」と回答したのに次いで、34.3%の人が「家族は指摘しないのかと思う」と回答し、その人本人に対してだけでなく、その「家族」に対する評価にまで影響していることが明らかになりました。ここでもやはり、女性の方が厳しい評価をしていることがわかりました。

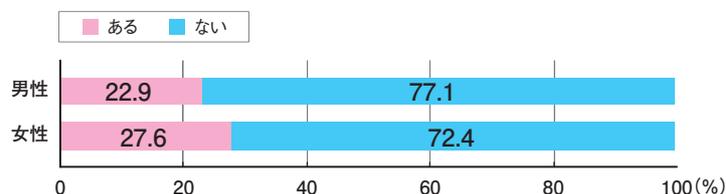
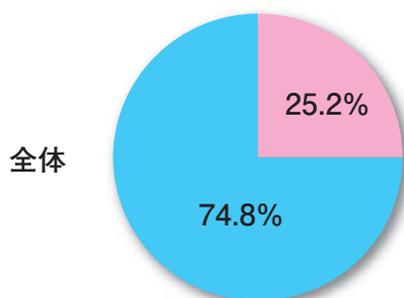
■ 同僚や上司が「くさい」と感じたとき、その人の「人」としての評価にどう影響しますか？



③4人に1人が「ニオイ(体臭)が原因で人と疎遠になったことがある」

なんと4人に1人にあたる25.2%もの方が、「ニオイ(体臭)が原因で疎遠になったことがある」という結果に。人間関係の構築において、「ニオイ(体臭)」は、大きな阻害要因となっているといえます。

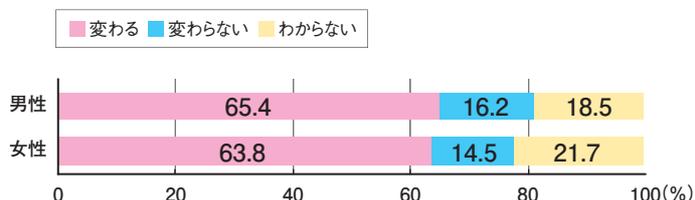
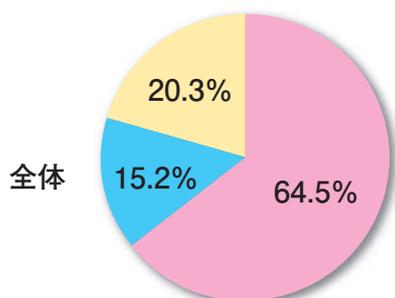
■ ニオイ(体臭)が原因で、その人との距離を置いたり、疎遠になったことはありますか？



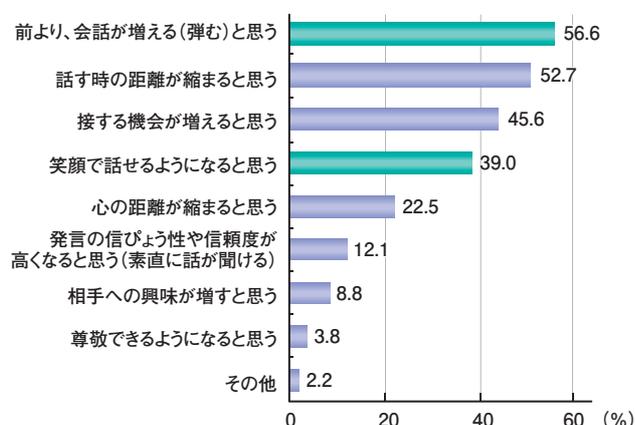
④ニオイ(体臭)が改善されたら、その人に対する意識は「変わる」64.5%

「ニオイ(体臭)が原因で疎遠になったことがある」と答えた人の約3人に2人は、ニオイが改善されれば、相手に対する意識が「変わる」と回答しました。

■ニオイ(体臭)が原因で、距離を置いたり、疎遠になった場合、ニオイが改善されたら、その人との関係、その人に対する意識は変わると思いますか？



■ニオイが改善された場合、その人への意識はどのように変わると思いますか？



更にそのうちの56.6%が「前よりも、会話が增える(弾む)」と答え、39.0%の人が「笑顔で話せるようになる」と答えるなど、会話が增えるだけでなく、その際の感情についても前向きな影響を示唆しています。

ただ、3人に1人はニオイが改善されても相手への意識は「変わらない」と回答しており、“ニオイ”は感覚だけの問題ではなく、印象の記憶を強く残すのかもしれない。

ニオイをケアすることは、相手を不快にさせないだけでなく、人としての印象、評価を下げないためにも、人と接する上での必須のマナーとなってきたと思われる。

【総括】

体臭はとてもセンシティブな問題です。

本人にとっては深い悩みであり、誰かに容易く相談できるものではありません。もとより自分の体臭に気付かず、知らないうちに周囲からハラスメント扱いされることもあります。

一方で他人の体臭や口臭によって迷惑しているという意見も間違っていない。

実際に、ニオイや香りは人の行動や印象に影響を与えることが報告されており、職場の人間関係や仕事の成果、ひいては評価にも関わる問題ととらえても過言ではないでしょう。

ビジネスにおける身だしなみ教育やマナー教育は、概して必要とされておりますが、体臭や口臭のケアに関してはまだまだ十分ではない状況です。

ニオイはもはやパーソナルな悩みだけでなく、ソーシャルな問題であると言える今こそ「ニオイマネジメント」が必要だと言えるでしょう。

体臭は、薬理的な対処が必要な場合もありますが、多くは正しい知識とケアで対処できるものです。自分のために、周囲のために、より積極的なエチケット行動を指導・推進していく必要があると考えます。

そこでマダムでは、こうした世の中の動きに対応すべく、今後更なる技術やサービスの向上に注力してまいります。