

日本人のお風呂事情 コロナで変化は？

～ぼーっとしたり、スマホを見たり、楽しみ方は千差万別～

国内1,400社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：田上正勝）は消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第151号として、お風呂時間に関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータもご提供できますのでお気軽にお問い合わせください。

■ 湯船につかるのが一番好きなのは北海道や東北ではなかった！

端午の節句には菖蒲湯、立冬にはゆず湯。湯船にいろいろなものを浮かべるのは季節の風物詩でもあり、日本人と湯船は切っても切り離せません。最近では都市部中心に「銭湯ブーム」「サウナブーム」が起こりつつありますが、人々の入浴に関する意識やお風呂時間の過ごし方はどうなっているのでしょうか。

「あなたは習慣として入浴する際、湯船につかりますか、それともシャワーですか。季節ごとにお答えください」と質問したところ、「毎回湯船につかる」割合は冬が70.4%と最も高く、春が58.7%、秋が58.3%、最も低い夏が38.4%でした。（図表1）

寒い季節のほうが湯船につかる人が多いならば、寒い地域ほど湯船につかるのでは？ 結論から言うと、そうではないようです。たとえば北海道と東北で比べると、それぞれ、春は46.0%と67.9%、夏は24.1%と42.3%、秋は46.6%と66.3%、冬は55.2%と76.0%と、年間通じて20ポイント近い差があります。

北海道は断熱や暖房のおかげでかえってほかの地域より家のなかが暖かいという話もあります。そんな事情が反映されているのでしょうか。

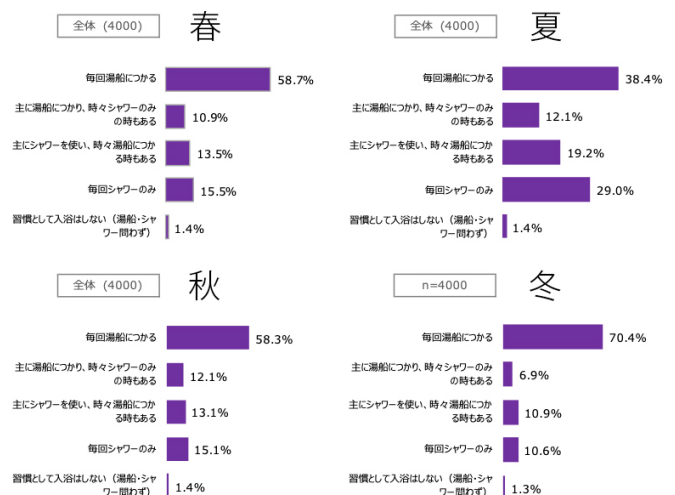
東北はどの季節でも全国平均を上回っていますが、東北以上に割合が高いのが四国。東北に2.6～4.9ポイントの差をつけており、「湯船大好き地方」と言えそうです。

■ 主婦／主夫以上に節約志向なのは？

夏を除けば、半数が湯船につかるという結果でしたが、「あなたの家庭では、入浴後のお風呂のお湯を再利用していますか」という質問に、54.2%が「再利用しない」と回答しました。再利用する人のなかで、最も多かったのが「洗濯に使う」の40.8%です。（図表2）

職業別に見ると、唯一、「洗濯に使う」が半数を超えたのが「学生」で51.7%でした。学生だと一人暮らしも多いので、なおさらもったいないという意識が働くのかもしれない。ついで、「パート・アルバイト」が43.8%、「定年退職」が45.6%と「専業主婦／主夫」の43.1%を超えています。

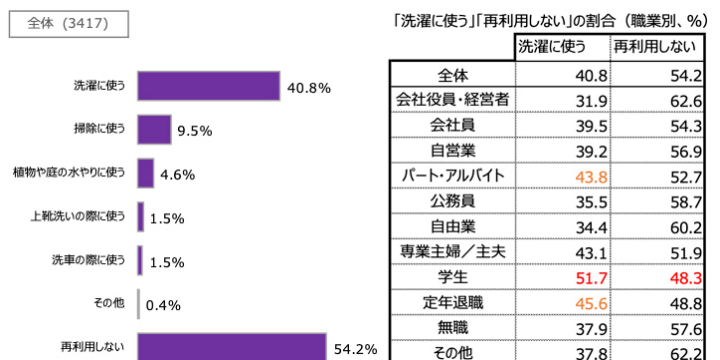
図表1 「あなたは習慣として入浴する際、湯船につかりますか、それともシャワーですか。季節ごとにお答えください」への回答



「毎回湯船につかる」と回答した人の割合（エリア別、%）

	春	夏	秋	冬
全体	58.7	38.4	58.3	70.4
北海道	46.0	24.1	46.6	55.2
東北	67.9	42.3	66.3	76.0
関東	57.0	37.1	56.5	69.6
甲信越	63.8	49.1	62.1	75.9
北陸	65.6	34.4	59.4	68.8
東海	64.0	44.0	64.3	74.3
近畿	58.8	38.1	59.4	72.1
中国	59.7	39.8	60.2	72.4
四国	70.8	44.9	69.7	80.9
九州・沖縄	53.8	37.8	52.8	64.6

図表2 「あなたの家庭では、入浴後のお風呂のお湯を再利用していますか」への回答



■ 入浴行動はコロナ前後で変化なし

そもそも、人は何を目的として入浴しているのでしょうか。「あなたが入浴する理由は何ですか」という質問(図表3)では、「体を清潔に保つため」が最多で75.5%でした。また、「疲労回復のため」が56.0%、「リラックスのため」が52.2%、「腰痛や肩こり、冷えなどの改善のため」が31.6%、「健康のため」が27.3%と、単に体をきれいにする以上に、より健康的に過ごすために入浴する、という意識が強いようです。

ただ、「あなたはコロナウイルス感染症の流行前後で、入浴行動に以下のような変化はありましたか」という問い(図表4)には5.3%が「湯船につかる時間が長くなった」、5.2%が「石鹸やボディソープで体を洗う時間が長くなった」と回答しているものの、「特に変わらない」という人が81.7%と圧倒的多数でした。

入浴する理由として、6.29%の人が「コロナウイルス感染予防のため」と回答していますが、ほとんどの人が入浴行動に変化はないと答えていることから考えると、従来の入浴で、十分に清潔を保っていると考えているようです。

ちなみに、「本当は入りたくないが、仕方なく」という人も4.7%。みんながみんな湯船やシャワーが好きかという、そんなわけでもないようです。

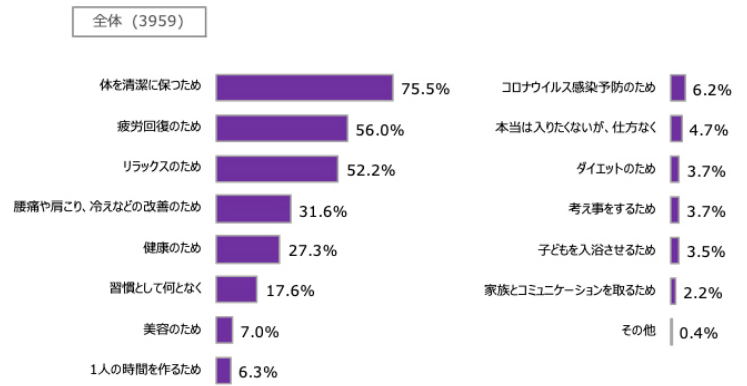
■ ぼーっとする？ 集中する？ 入浴中の過ごし方は両極端

「あなたは入浴中にどんなことをしていますか。入浴中にやることが多いものを上位から5つまでお答えください」という質問(図表5)に対しては、「何も考えずにぼーっとする」が38.2%、「考え事をする」が21.6%でした。対極的な2つの回答が上位に来ているのは興味深いです。入浴する理由として、「1人の時間を作るため」と回答した人が6.3%いましたが、たしかに、ぼーっとするのも、考え事をするのも、基本的にひとりきりになる入浴時が一番向いているでしょうね。

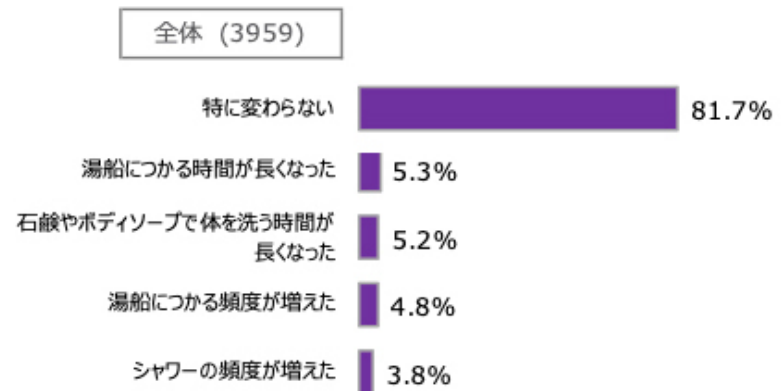
次点が「風呂場の掃除」の11.0%。お風呂掃除はどうしても濡れてしまうので、入浴中にできることはやっしてしまうというのは、たしかに効率的です。

10%前後の人が「歯みがき」「髭剃り」「ムダ毛の処理」と、体を清潔にするための作業をあげていますが、それに続くのが「瞑想」の6%。さらに「スマホやパソコン・タブレットを見る」が5.3%。上位2つと同様に対極的な回答が並んでいます。人によって、あるいはそのときどきによって、リラックスしたり、集中したりを使い分けているのかもしれませんが。

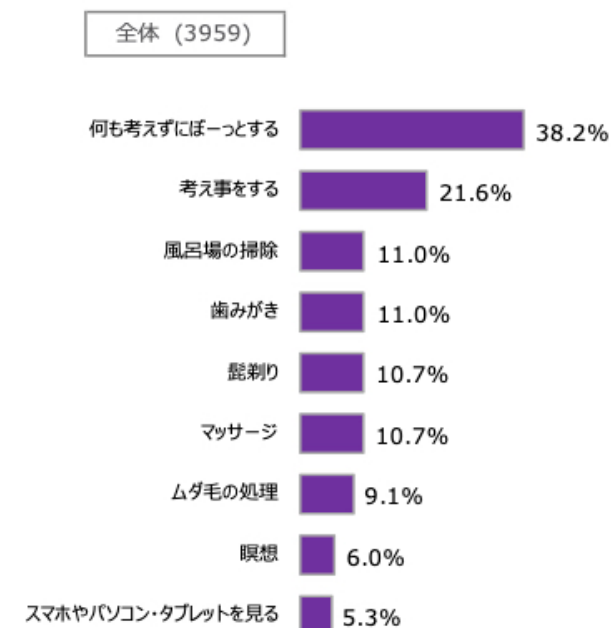
図表3 「あなたが入浴する理由は何ですか」への回答



図表4 「あなたはコロナウイルス感染症の流行前後で、入浴行動に以下のような変化はありましたか」への回答(上位5位までを抜粋)



図表5 「あなたは入浴中にどんなことをしていますか。入浴中にやることが多いものを上位から5つまでお答えください」への回答(5%以上の回答を抜粋)



■ 若者はお風呂のなかでもスマホが手放せない？

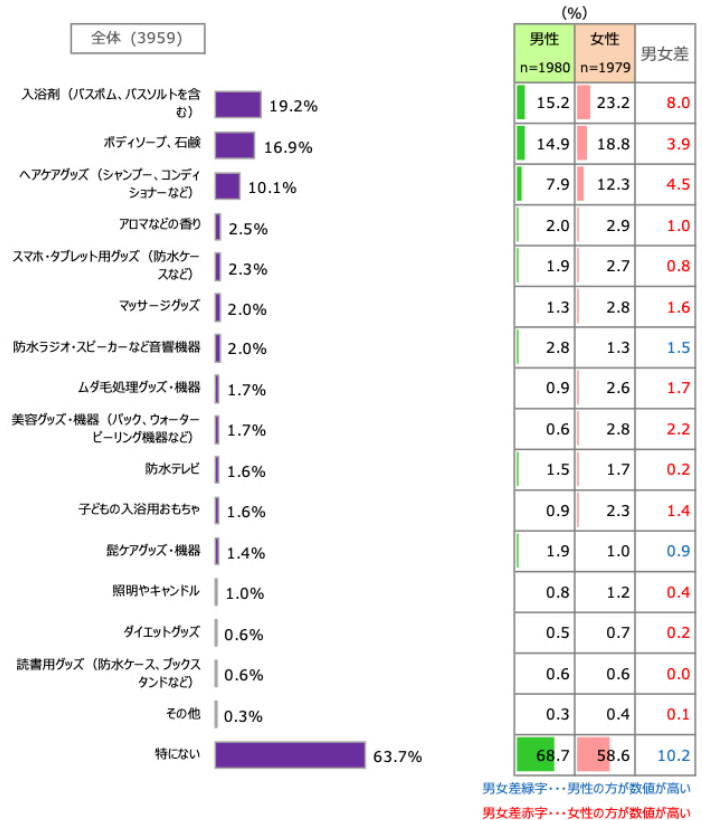
入浴中の過ごし方がバラエティに富んでいることがわかりましたが、そのために何らかのグッズを用意しているのでしょうか。「お風呂時間を充実させるために、あなたがこだわっているグッズはありますか」という問い(図表6)に対して、63.7%は「特にない」という回答でしたが、「入浴剤(バスボム、バスソルトを含む)」という人も 19.2%。5人に1人はお湯を張るだけでなく、入浴剤などによって、リラックス効果を高めるなどの効用を期待しているようです。

また「ボディソープ、石鹸」が 16.9%、「ヘアケアグッズ(シャンプー、コンディショナーなど)」が 10.1%と、なんとなくではなく「これがいい!」と選び抜いています。

総じて、女性のほうが「こだわっている」と回答した比率が高いので、女性のほうがより「お風呂時間を充実させたい」と考える傾向にあるようですが、「防水ラジオ・スピーカーなど音響機器」については、男性が 2.8%と女性(1.3%)の2倍でした。

また、「スマホ・タブレット用グッズ(防水ケースなど)」については、全年齢では 2.3%ですが、年代別に見ると、20代が 6.1%、30代が 4.6%と、やはり若い世代ほど、お風呂場にスマホやタブレットを持ち込んでいることが伺えます。

図表6 「お風呂時間を充実させるために、あなたがこだわっているグッズはありますか」への回答



■ 経営者・役員は湯上がりビール率高し

「銭湯で湯上がり」というと「ビン入りの牛乳」を連想する人も多いでしょうが、実際、入浴後に人はどんなものを飲んでいるのでしょうか。「あなたが入浴後に飲んでいるもの、飲みたくなるものがありますか。飲んでいるもの・飲みたくなるものを上位3つまでお答えください」と聞きました。(図表7)

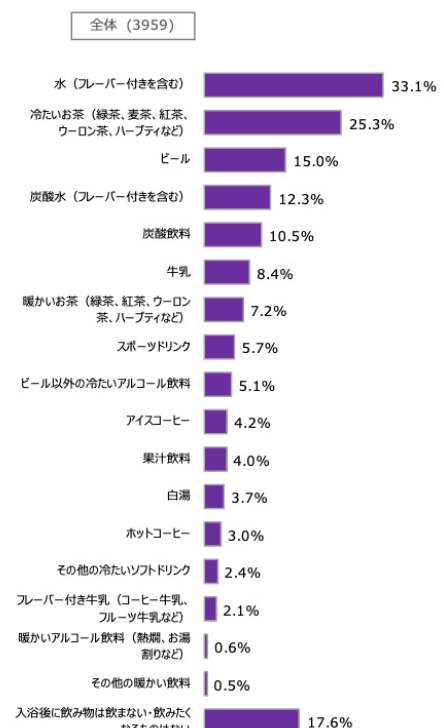
最も多かったのは「水(フレーバー付きを含む)」の33.1%。のどが乾いたと感じていなくても、水分補給のためにと意識的に飲んでいる人も多そうです。それに続くのが、「冷たいお茶(緑茶、麦茶、紅茶、ウーロン茶、ハーブティなど)」の25.3%、そして「ビール」の15.0%でした。ビールを選んだ割合が特に高かったのが「会社役員・経営者」の27.2%。全体の2倍近い数字です。「会社員」「自営業」「公務員」も全体より高くなっていますが、逆に一番低かったのが「学生」。

では、学生が何を飲むのかというと「水」(34.1%)、「冷たいお茶(緑茶、麦茶、紅茶、ウーロン茶、ハーブティなど)」と「炭酸飲料」が同率で26.8%、さらに牛乳の19.5%が続きます。牛乳を飲んだり、刺激が欲しくても炭酸飲料を飲んだり、学生は意外と控えめで、健康志向なようです。

職業別に見ると、選ぶ飲料に大きな差 (%)

職業別	水 (フレーバー付きを含む)	牛乳	炭酸飲料	ビール
全体	33.1	8.4	10.5	15.0
会社役員・経営者	32.0	9.7	4.9	27.2
会社員	33.0	9.1	12.1	19.6
自営業	28.7	5.7	8.5	21.5
パート・アルバイト	34.4	7.5	11.4	10.9
公務員	27.0	8.8	8.8	19.0
自由業	37.8	3.6	9.0	12.6
専業主婦/主夫	38.6	7.3	9.6	8.7
学生	34.1	19.5	26.8	2.4
定年退職	30.8	14.0	5.7	15.2
無職	27.5	6.3	9.6	9.1
その他	37.2	9.3	20.9	14.0

図表7 「あなたが入浴後に飲んでいるもの、飲みたくなるものがありますか。飲んでいるもの・飲みたくなるものを上位3つまでお答えください」への回答



■ お風呂時間の楽しみ方も多様化 失敗も多様化？

お風呂時間のこだわりや、お風呂での失敗談、お風呂について日々感じていることなどを自由回答形式で聞きました。湯船につかるのが好きという人が多い一方で、それゆえの失敗談も。湯船で温まったことでうたた寝をしてしまい、持ち込んだ本やスマホを濡らしてしまったという意見が多く寄せられました。本なら1冊1000円程度ですが、スマホだと数万円。少し前まではなかった、新たなお風呂のトラブルですね。なかには「溺れかけてしまった」という人も。冬場の湯船は上がりたくなくなるほど快適ですが、十分に注意して幸せなお風呂時間をお過ごしください。

《 お風呂時間のこだわりや失敗談、日々感じていること 》

【本当は湯船につかりたいけど……】

- マンションなので浴室が狭く、お湯の追い焚きが出来ない。せっかく溜めたお湯がすぐに冷めてしまうので、自分が入浴したらすぐに汲み出して洗濯に使うようにしているが、この作業が疲れるので最初からシャワーだけで済ませる日が圧倒的に多い。(女性・40代)
- 疲労が溜まっていてリラックスしたい時や、冬場に身体が芯まで冷えた時にのみ、湯船につかる。風呂の健康促進効果は絶大なので出来ることなら毎日湯船に浸かりたいけれど、水道代・ガス代・時短を考えると普段はシャワーだけになってしまう。(女性・30代)
- 皮膚の乾燥が人よりひどいので、湯船に浸かると湯上がりの痒みがひどくなるが、気持ちよくなり湯船にだらだら浸かってしまうことがある。ので、なるべくシャワーだけにしている。(女性・40代)

【入浴剤は鉄板グッズ 自分で調合するこだわり派も】

- お風呂は必ず入浴剤を入れている。常に3種類くらい香りを用意していて、気分を選んでいる。浴槽内では顔のマッサージや足のストレッチをして、美容タイムにしている。シャンプーやコンディショナーは自分で好きな香りや銘柄を選んでいる。(女性・50代)
- これまでは市販の入浴剤を利用していたが、塩とアロマオイルで自分好みのバスソルトを作って楽しんでいる。(女性・50代)
- 今はアロマにハマっているのでお風呂でアロマキャンドルやアロマオイル入浴剤を使用。冬はお風呂から出たあとも体の芯まであたたまり続けるよう、アロマオイルに加えてバスソルトや米国製の海底から採取したマグネシウムを使用している。(女性・40代)

【スマホ持ち込みは若者の特権ではないようで】

- 湯船につかりながら、スマホで音楽を聞いたりニュースやブログを見たりする時間が一番ゆっくりできて好きな時間で二時間くらい入っている。(女性・30代)
- スマホゲームをしていたら、3時間経っており足の裏がしわしわになった。(女性・30代)
- のんびり湯船につかってスマホを見たり野球中継を聞いたりするのが何よりのリラックス(女性・50代)
- お風呂に入るときにタブレットであれこれ調べ物をする。ヘアカラーをしている間に時間潰し。(女性・60代)

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画をもとに、株式会社ネオマーケティングにて「お風呂時間」に関する意識調査を実施。
期間：2021年1月19日～22日、インターネットで4,000人から回答を得ています。

株式会社プラネットとは <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html (バックナンバーもご覧になれます)

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてほしいテーマなどお寄せください。今リリースに掲載していない結果や属性データもご紹介できます)

株式会社プラネット 広報部(河合、^{つのだ}角田)

E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp