

お風呂にスマホを持ち込む人は○割！

～20代ではシャワーのときにも3割が持ち込み～

国内1,500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：坂田政一）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213号として、入浴に関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータ提供や当社担当者が解説を差し上げることもできますので、お気軽にお問い合わせください。

※回答率(%)は小数点第2位以下を四捨五入し同第1位までを表示しています。そのため、内訳の合計と表示値が異なる場合があります。

■ 若い人は湯船につかる割合が低い

今回は入浴についての意識調査を行いました。

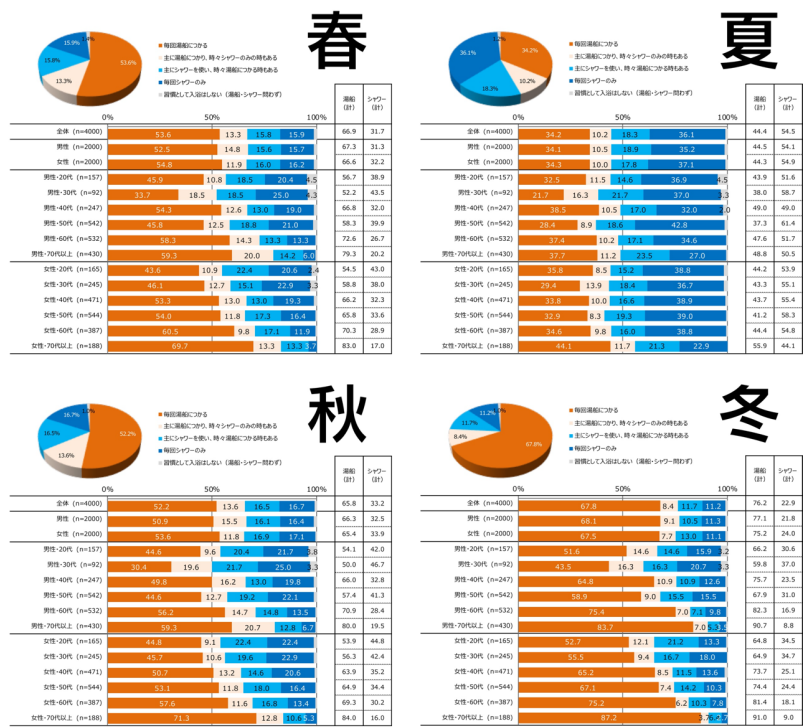
まず、季節ごとに湯船につかることが多いか、シャワーで済ませることが多いかを聞きましたが(図表1)、湯船につかる割合は夏は低く、冬は高くなっています。

続いて、性年代別に結果を見ていきます。男女で比べると、同年代の男性より女性のほうが湯船につかる割合が高く、また、年代が上になるほど湯船につかる割合が高い傾向になっています。

結果、「冬に毎回湯船につかる」という人の割合は、20代男女が52.2%であるのに対して、70代以上の男女は84.8%と大きな差がついています。

今回の調査で目を引くのが「男性・20代」「男性・30代」「男性・40代」の湯船につかる割合です。年間を通じて、「男性・30代」は「男性・20代」より湯船につかる割合が低く、「男性・40代」は「男性・50代」より割合が高くなっています。このような傾向は女性の場合、夏を除いて見られません。

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。※自宅に入浴設備がない方は、銭湯や職場などの設備を習慣的に利用する場合についてお答えください」への回答

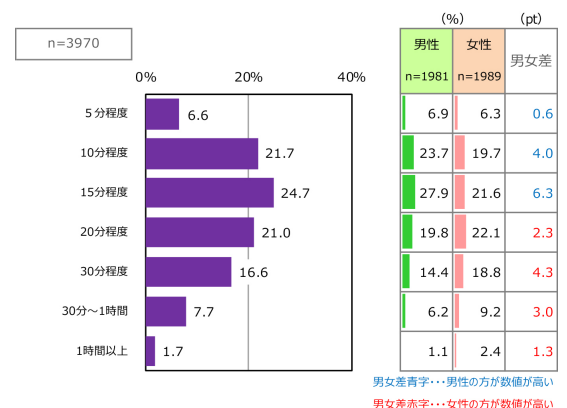


図表2 「ふだんの入浴時間はどれくらいですか。(答えはひとつだけ)」への回答

■ 入浴時間「15分程度」が最多

次にふだんの入浴時間がどれくらいかを聞くと(図表2)、最も割合が高かったのは「15分程度」(24.7%)でした。次いで、「10分程度」(21.7%)、「20分程度」(21.0%)の順でした。ただ、「30分程度」「30分～1時間」「1時間以上」の人を合計すると26.0%となり、全体の4分の1を超えます。

男女別の1位と2位は、男性は「15分程度」が27.9%、「10分程度」が23.7%、女性は「20分程度」が22.1%、「15分程度」が21.6%となっています。



■ 入浴する理由は「体を清潔に保つ」「疲労回復」「リラックス」

入浴する理由を尋ねたところ(図表3)、最も割合が高かったのは「体を清潔に保つため」の64.6%でした。

2位と3位はほとんど差がなく「疲労回復のため」(49.7%)、「リラックスのため」(46.7%)となっています。

また、「健康のため」(27.9%)、「習慣として何となく」(23.0%)以上に、「腰痛や肩こり、冷えなどの改善のため」(29.5%)と回答した人が多いことから、腰痛や肩こり、冷えに悩まされている人が相当多いことが伺えます。

■ 入浴中「ぼーっとする」? 「考える」?

入浴中にどんなことをしているかを聞くと(図表4)、最も割合が高かったのは「何も考えずにぼーっとする」の40.2%でした。

しかし、2位はそれと真逆のように感じる「考え事をする」(20.6%)です。入浴する理由(図表3)では、「1人の時間を作るため」と回答したのは7.0%と決して高くない割合でしたが、1人だからこそ、ぼーっとすることも、考え事をすることも可能なのではないのでしょうか。

3位以下は「風呂場の掃除」(13.2%)、「歯みがき」(10.8%)と続きます。

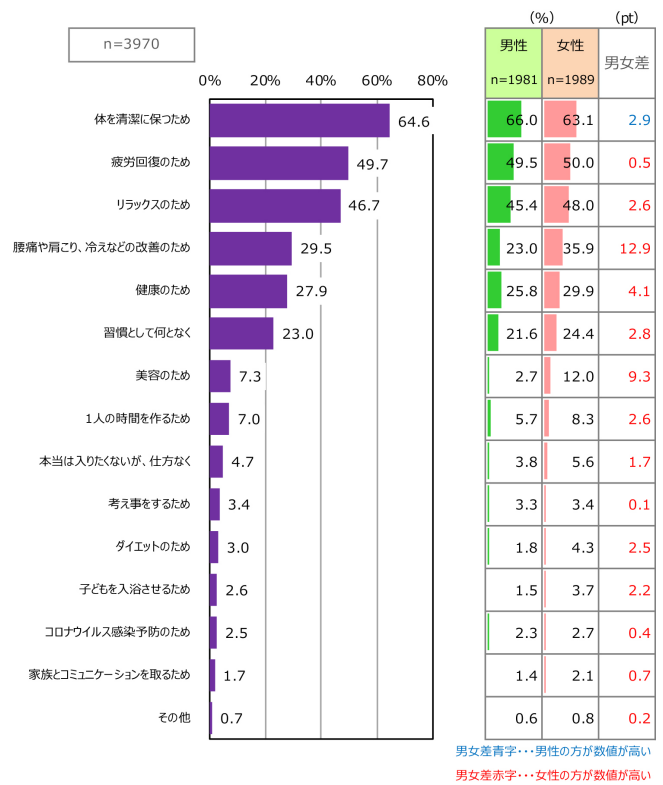
ただ、「髭剃り」は男性に限れば20.6%で、「何も考えずにぼーっとする」に続く2位、女性では「ムダ毛の処理」が14.2%で、「風呂場の掃除」に続く4位になっています。

また、全体で見ると「スマホやパソコン・タブレットを見る」(4.5%)、「音楽を聴く」(3.5%)、「テレビ以外の映像コンテンツを見る(YouTube など)」(2.6%)といった項目は割合が低いのですが、20代だと、「スマホやパソコン・タブレットを見る」が12.0%、「テレビ以外の映像コンテンツを見る(YouTube など)」が10.1%、「音楽を聴く」が9.5%と、割合が跳ね上がっています(図表5)。

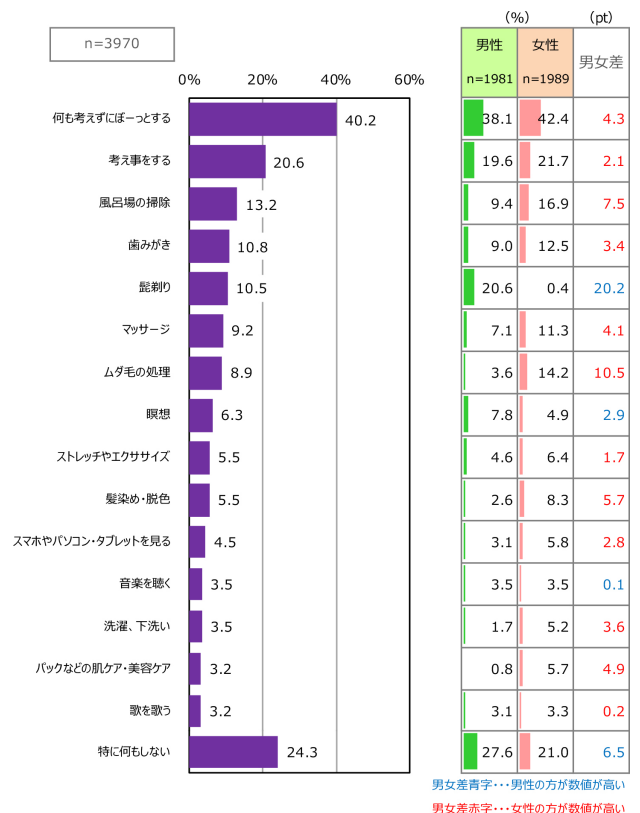
図表5 「あなたは入浴中にどんなことをしていますか。入浴中にやることが多いものを上位から5つまでお答えください。(お答えは5つまで)」への回答から一部抜粋し、年代別に表示

	スマホやパソコン・タブレットを見る	音楽を聴く	テレビ以外の映像コンテンツを見る(YouTube など)	テレビを見る	ラジオ以外の音声コンテンツを聴く(Podcast, Audibleなど)	ゲームをする
全体	4.5%	3.5%	2.6%	1.9%	0.9%	0.8%
20代	12.0%	9.5%	10.1%	3.8%	2.5%	2.5%
30代	10.5%	6.3%	5.1%	1.5%	0.9%	2.4%
40代	5.6%	3.9%	3.2%	1.7%	1.1%	0.8%
50代	4.2%	2.9%	1.7%	2.0%	0.9%	0.6%
60代	1.5%	2.3%	1.1%	1.3%	0.5%	0.2%
70代以上	0.8%	1.3%	0.6%	2.1%	0.2%	0.2%

図表3 「あなたが入浴する理由はなんですか。(お答えはいくつでも)」への回答



図表4 「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。(お答えは5つまで)」への回答から上位を抜粋



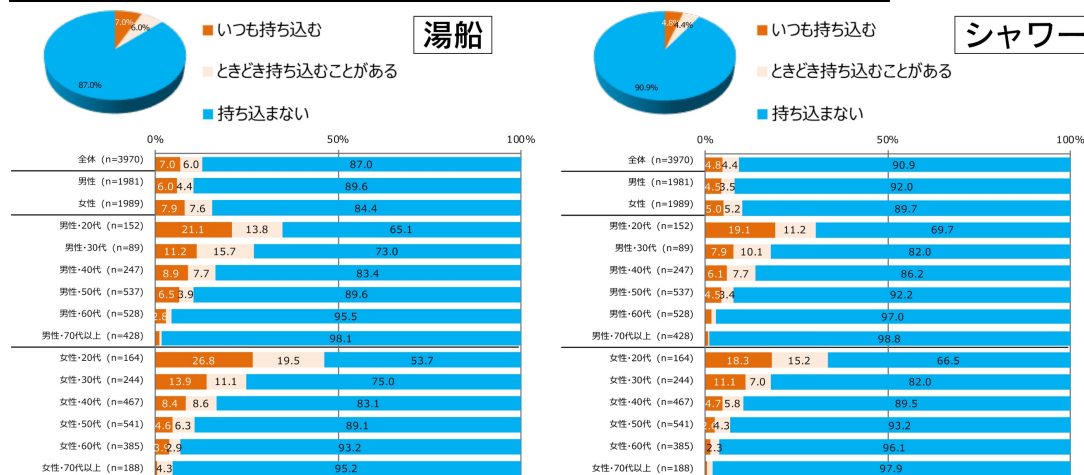
■ 浴室にスマホを持ち込む割合は？

シャワーを浴びるときや湯船につかるとき、スマホやタブレットなどを持ち込むか聞いたところ(図表6)、湯船につかるときに「いつも持ち込む」と回答したのは7.0%、「ときどき持ち込むことがある」が6.0%で、シャワーを浴びるときに「いつも持ち込む」は4.8%、「ときどき持ち込むことがある」は4.4%で、合計でも1割前後でした。

しかし、20代を見ると、湯船につかるとき、「男性・20代」は21.1%、「女性・20代」は26.8%が「いつも持ち込む」と回答していて、シャワーを浴びるときはそれより低いものの、それぞれ19.1%、18.3%とほかの年代と比べて圧倒的に高い割合になっています。入浴中、「スマホやパソコン・タブレットを見る」などの割合が高かった「図表5」の結果もうなずけます。

湯船につかる場合、「女性・20代」は19.5%が「ときどき持ち込むことがある」と回答しているため、「いつも持ち込む」と合計すると46.3%になり、浴室にスマホなどを持ち込む人と持ち込まない人がほぼ半々になっています。

図表6 「あなたはご家庭でシャワーを浴びるときや湯船につかるとき、スマホやタブレットなどを持ち込みますか。(お答えはそれぞれ1つ)」への回答

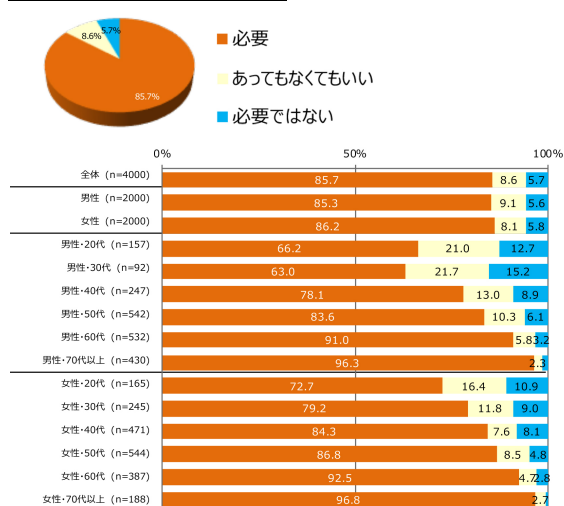


■ 引越し先に「浴槽は必要」が大半

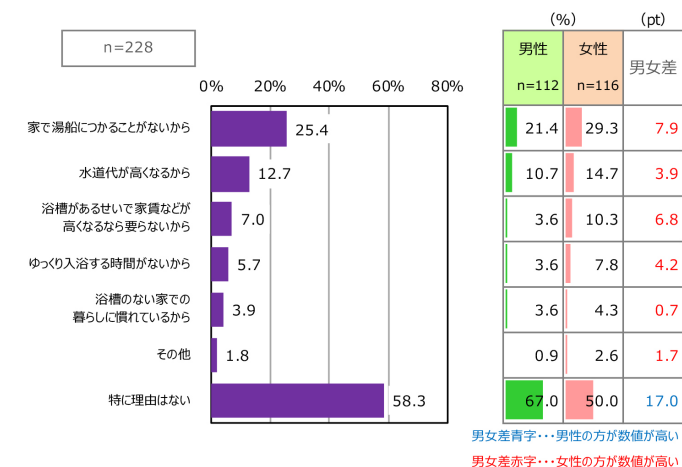
夏を除けば、半数以上の人々がシャワーだけでなく湯船につかるという結果でしたが(図表1)、今後引っ越すとして、引越し先の家に浴槽が必要かどうかを聞くと(図表7)、「必要ではない」と回答した人の割合は5.7%で、「必要」が85.7%、「あってもなくてもいい」は8.6%でした。「必要」と回答した人の割合は、「男性・30代」を除けば、男女とも、年齢が上になるほど高くなっています。

「必要ではない」と答えた人にその理由を聞くと(図表8)、「特に理由はない」(58.3%)という人が半数を超えていましたが、それに次いで「家で湯船につかることがないから」(25.4%)、「水道代が高くなるから」(12.7%)という結果でした。

図表7 「あなたが今後引っ越すとして、引越し先の家に浴槽は必要ですか。(お答えはひとつ)」への回答



図表8 「あなたが引っ越し先に浴槽が必要ではないと考える理由を教えてください。(お答えはいくつでも)」への回答



■ 湯船かシャワーか、ライフステージも影響あり

お風呂に対しての思い入れやお風呂時間の楽しみ方を自由回答で教えてもらいました。「実家暮らしのときは湯船につかるのが当たり前だったけど、一人暮らしのときはシャワーがメイン。さらに結婚したり、子どもができてしまうと、また湯船につかるようになる」という人が結構多いようです。また、年代によって割合に違いこそあるものの、幅広い年齢層がスマホを持ち込んでじっくり湯船につかるのを楽しみにしているようでした。

《お風呂に対しての思い入れ、お風呂時間の楽しみ方》

【結婚や育児で入浴習慣も変わる】

- 結婚前は毎日入る習慣はなかったが、結婚後は「毎日入るのが当たり前」と言われて入るようになった。(男性・60代)
- 子供が生まれるまで、湯船につかることがなかったけど、子どもを入浴させるために自分も毎日入るようになった。今では癒し時間。(女性・20代)
- 海外生活ではシャワーしかない家も多かったが、家族ができてからはバスタブがあることが借家を探す条件になった。お湯が出ないことも多く、鍋でお湯を沸かしてそれを子ども達のいるお風呂に運ぶのがパパの役割だった。(男性・40代)
- 実家にいるときは毎日湯船につかって、仕事の疲れを癒やしていたが、結婚し、子どもが2人になり、時間がなくなったことでシャワーの日も多くなった。たまに湯船に入れる日は、考え事やマッサージ、リラックスをして、湯船のありがたさを感じる(女性・50代)
- 家族の入浴時間がバラバラで浴槽を使わずシャワーだけになった。浴槽の掃除を毎日しなくて良いので楽だなと思う。(女性・40代)

【一人暮らしになると】

- 一人暮らしを始めてシャワーだけが当たり前になった。年に一度の温泉旅行が唯一の湯船を楽しむ機会。(女性・40代)
- 一人暮らしでユニットバスの物件に住むことが多くて湯船に入る習慣がなくなった。ときどき行く温泉で湯船を満喫する。(女性・40代)
- 実家に住んでいたときは毎日湯船につかるのが当たり前だと思っていたが、一人暮らしを始めてからはシャワーのほうが手軽だと思うようになった。(女性・30代)

【湯船でもスマホが手放せない！】

- 汗をかきたいので湯船につかりながらスマホで漫画を見たりSNSをみたりしています。(女性・30代)
- スマホを持ち込んでゲームをするようになった。(男性・40代)
- たくさん用意している入浴剤コレクションの中から、毎日どれを入れようか考えている時が楽しい！ 湯の色や香りで癒される。そしてスマホで映画を観る時間が至福の時。(女性・30代)
- ふだんはシャワーだが、ゆっくり湯船につかりたいときはキャンドル型ライトなど暗めの照明、入浴剤代わりに花の香の香水を湯船に一吹き。ジップロックに入れたスマホからリラクゼーション系の音楽をかけてスパのような雰囲気になっている。(女性・40代)
- お風呂に入っているときも時間が有効的に使えるようにと、スマホを持ち込んで、あれこれ検索したり情報を見たりしている。しかし、真の意味での疲労回復にはならないのでやめようかと思うようになった。(女性・60代)

【コロナの影響で】

- コロナ禍以降、外出するとどれだけ疲れていても風呂に入らなければ気持ち悪く感じるようになった。(女性・20代)
- コロナ禍で銭湯に行く事がなくなり自宅のお風呂に入る回数が増えた。(女性・40代)
- コロナ禍以降、サウナに行けなくなったので、かわりに自宅で湯船につかるようになった。(男性・60代)

《 「入浴」に関する意識調査 質問一覧 》

- 【クロス集計用】 あなたがお住まいの住宅のお風呂の設備を教えてください。(お答えは1つ)
- 【クロス集計用】 あなたがシャンプーを使って洗髪する頻度を教えてください。(お答えは1つ)
- 【クロス集計用】 あなたのご自身以外の同居家族について教えてください。(お答えはいくつでも)

- Q1.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。※自宅に入浴設備がない方は、銭湯や職場などの設備を習慣的に利用する場合についてお答えください。【春】
【夏】【秋】【冬】

- Q2.あなたが入浴する理由はなんですか。(お答えはいくつでも)

- Q3.ふだんの入浴時間はどれくらいですか。(答えはひとつだけ)

- Q4.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。(お答えは5つまで)

- Q5.あなたのご家庭でシャワーを浴びるときや湯船につかるとき、スマホやタブレットなどを持ち込みますか。(お答えはそれぞれ1つ)【シャワーを浴びるとき】【湯船につかるとき】

- Q6.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。(お答えはいくつでも)

- Q7.あなたが入浴後に飲んでいるもの、飲みたくなるものはありますか。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。(お答えは3つまで)

- Q8.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。(お答えはいくつでも)

- Q9.あなたが今後引っ越すとして、引越し先の家に浴槽は必要ですか。(お答えはひとつ)

- Q10.あなたが引越し先に浴槽が必要ではないと考える理由を教えてください。(お答えはいくつでも)

- Q11.あなたのお風呂時間の楽しみ方や、お風呂に対しての思い入れや考えることなど自由にお書きください。(お答えは具体的に)

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「入浴」に関する意識調査を実施。

期間：2023年9月6日～11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

今リリースに掲載していない結果や属性データのご紹介や、当社担当者が解説を差し上げることもできます。

株式会社プラネット 広報部(河合)

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