主婦（2010年/全国）「入浴」アンケートサマリー

調査期間　：2010年1月実施
調査方法　：リビング新聞のウェブサイト「えるこみ」でのWEBアンケート
集計数　　：2547人／全国の既婚女性

全国の既婚女性2547人に、入浴について聞いた。

お風呂に入る頻度は、「1日1回」が約9割

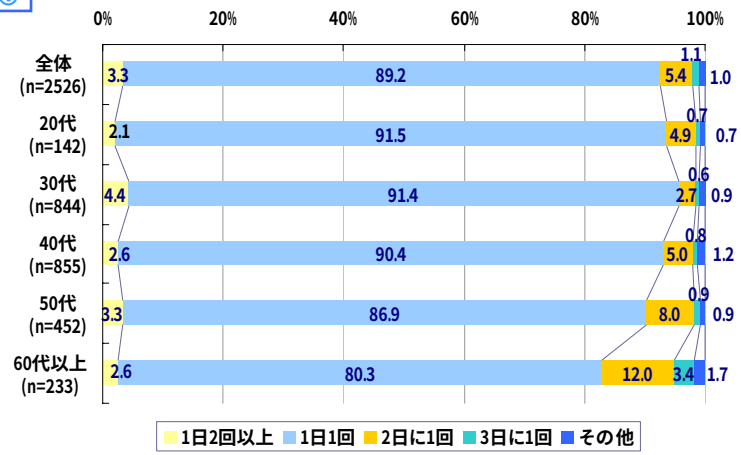
お風呂（シャワーを含む）に入る頻度を聞いたところ、全体の約9割が「1日1回」と回答した。年代別で見ると、60代以上は、「2日に1回」の回答がやや多くなり、12.0%と1割を超えた。（グラフ①）

休日は平日よりやや長くなる傾向。平日の1回のバスタイムにかける時間のトップは、「25～30分未満」で25.5%

平日の1回のバスタイムにかける時間は、「10～15分未満」から「30分以上」で分散されるが、最も多かったのは「25～30分未満」で25.5%であった。全体・年代別でも、変わらない傾向である。（グラフ②）
休日は、平日と比較するとやや長くなっており、「30分以上」「1時間以上」の回答が多くなる。「30分以上」の回答は、平日より5～6%程度増えている。（グラフ③）

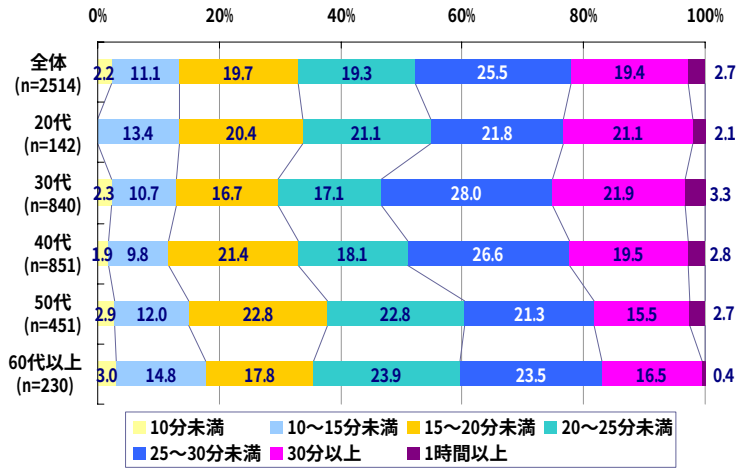
グラフ ①

［お風呂に入る頻度（シャワー含む）］



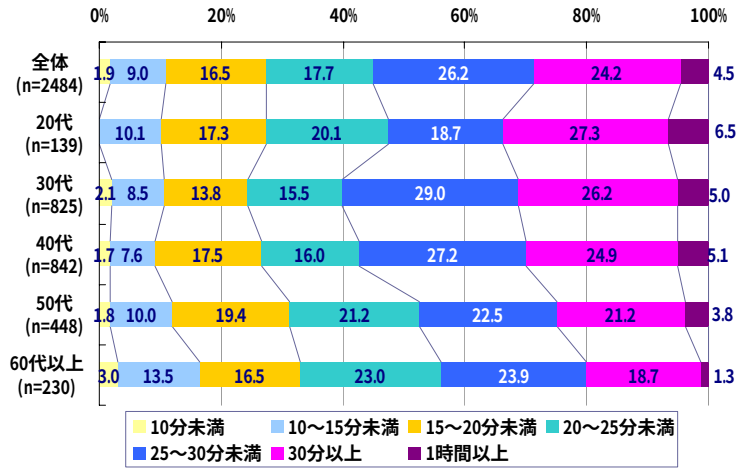
グラフ ②

［1回のバスタイムにかける時間（平日）］



グラフ ③

［1回のバスタイムにかける時間（休日）］



＜回答者プロフィル＞

●年齢：20代 5.6%、30代 33.3%、40代 33.8% 、50代 17.9%、60代以上 9.3%　平均年齢 43.8歳
●居住地：北海道 1.4%、東北 2.5%、関東 47.2%、北陸 0.6%、甲信 0.3%、東海 5.9%、近畿 33.4%、中国 2.0%、四国 2.7%、九州・沖縄 4.0%
●子供の有無：子供あり 76.4%、子供なし 23.6%
●現在の住まい形態：持ち家戸建 36.2%、持ち家マンション 26.0%、賃貸マンション 14.6%、賃貸アパート 5.7%、賃貸戸建 3.7%、会社の寮・社宅 3.6%、その他 10.4%

リビングくらしHOW研究所　女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。
ウェブサイト　http://www.kurashihow.co.jp
問い合わせ　TEL03-5216-9420　FAX03-5216-9430

Copyright© 2010 LIVING KurashiHOW Institute All rights reserved.

主婦（2010年/全国）「入浴」アンケートサマリー

調査期間　：2010年1月実施
調査方法　：リビング新聞のウェブサイト「えるこみ」でのWEBアンケート
集計数　　：2547人／全国の既婚女性

平日のお風呂は、「1人で」が67.5%、「子どもと」が25.8%

平日のお風呂は誰と入るかを聞いたところ、全体で最も多かったのは、「1人で」で67.5%であった。次いで「子どもと」が25.8%と続く。

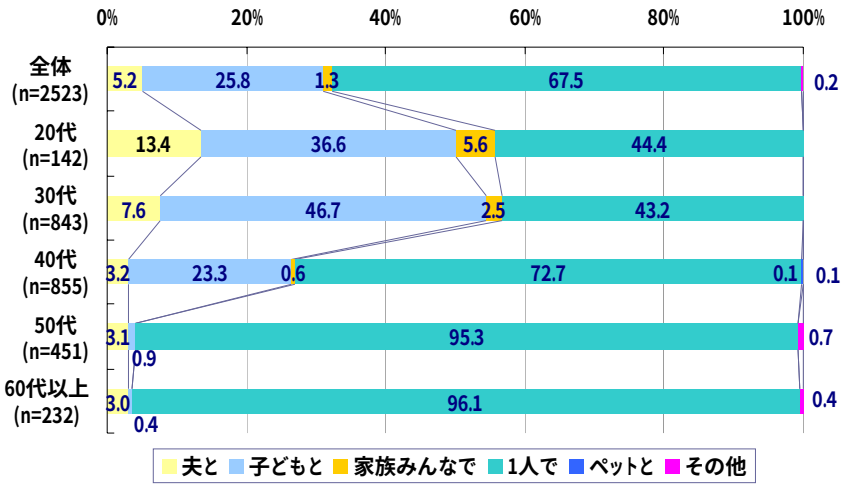
年代別で見ると、20代・30代では「1人で」「子どもと」が共に4割前後となっている。また、20代は「夫と」が13.4%、「家族みんなで」が5.6%と、他の年代よりも多くなっていた。40代を境に、「子どもと」は少なくなり、「1人で」の割合が多くなっている。50代以上では「1人で」は、95%超となっている。（グラフ④）

休日のお風呂は誰と入るかは、「1人で」が71.9%

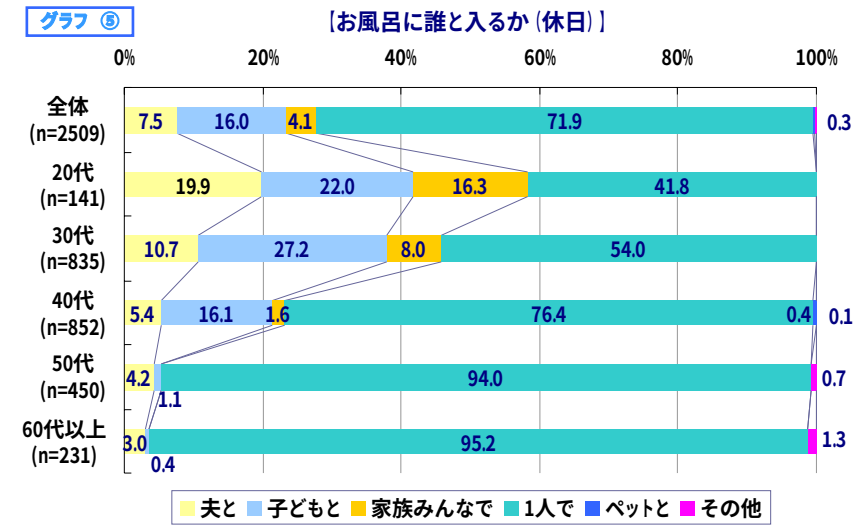
一方休日には誰と入るかを聞いたところ、全体で最も多かったのは、「1人で」で71.9%と、平日よりポイントが上がった。

年代別では、20代・30代・40代の「子どもと」は平日より少なくなり、「夫と」「家族みんなで」が増えている。夫（父親）が在宅しているため、父と子どもで入浴したり、家族みんなで入るケースが増加するのだろう。50代・60代以上の平日との差はあまり見られない。（グラフ⑤）

グラフ ④



グラフ ⑤



＜回答者プロフィル＞

●年齢：20代 5.6%、30代 33.3%、40代 33.8% 、50代 17.9%、60代以上 9.3%　平均年齢 43.8歳
●居住地：北海道 1.4%、東北 2.5%、関東 47.2%、北陸 0.6%、甲信 0.3%、東海 5.9%、近畿 33.4%、中国 2.0%、四国 2.7%、九州・沖縄 4.0%
●子供の有無：子供あり 76.4%、子供なし 23.6%
●現在の住まい形態：持ち家戸建 36.2%、持ち家マンション 26.0%、賃貸マンション 14.6%、賃貸アパート 5.7%、賃貸戸建 3.7%、会社の寮・社宅 3.6%、その他 10.4%

リビングくらしHOW研究所　女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト　http://www.kurashihow.co.jp
問い合わせ　TEL03-5216-9420　FAX03-5216-9430

Copyright© 2010 LIVING KurashiHOW Institute All rights reserved.

調査期間　：2010年1月実施
調査方法　：リビング新聞のウェブサイト「えるこみ」でのWEBアンケート
集計数　　：2547人／全国の既婚女性

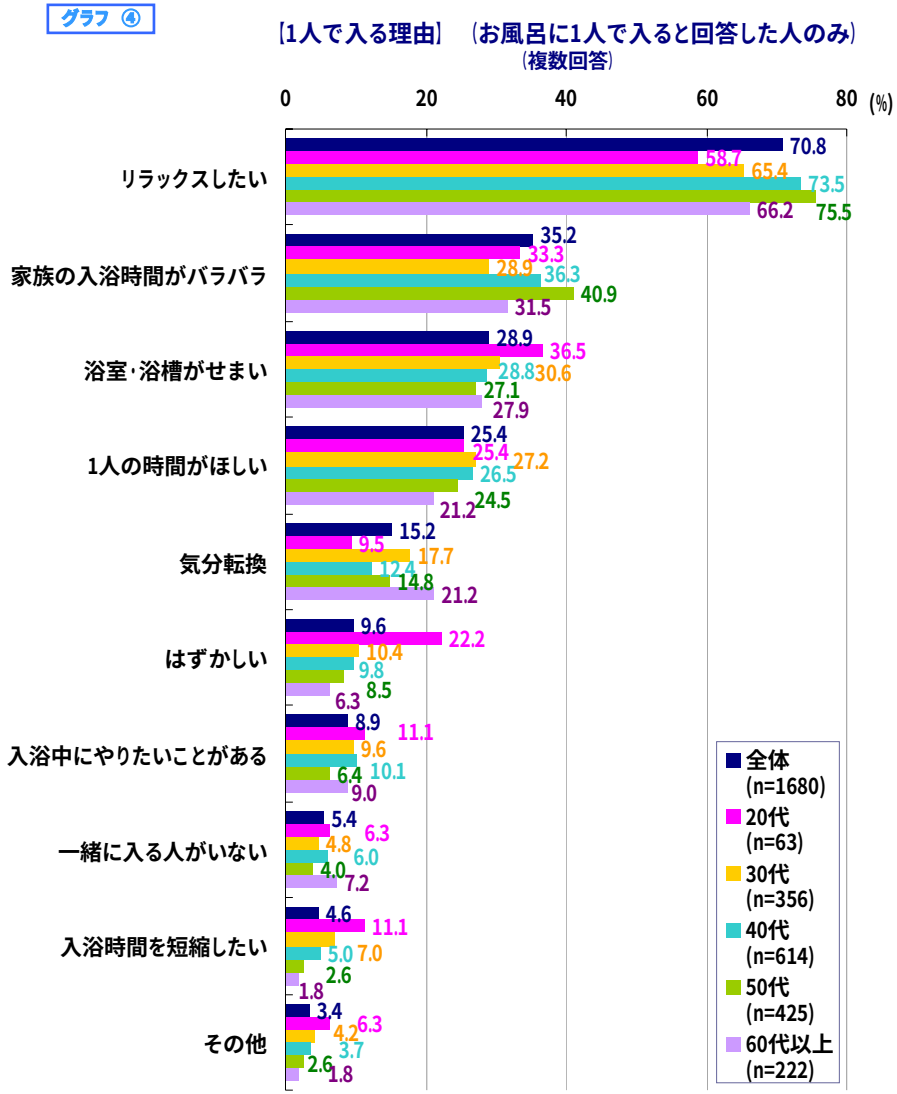
お風呂には1人で入る理由のトップは、「リラックスしたい」

多数を占めたお風呂には1人で入ると回答した人に、1人で入る理由を聞いたところ、トップは「リラックスしたい」。次いで「家族の入浴時間がバラバラ」、「浴室・浴槽がせまい」と続く。

年代別の特徴としては、20代は「浴室・浴槽がせまい」「はずかしい」「入浴時間を短縮したい」が他の年代より多かった。30代・40代では、「1人の時間がほしい」が多く、50代は「家族の入浴時間がバラバラ」が多くなっていた。

30代・40代の子育て期のミセスにとっては、入浴タイムは貴重な「1人の時間」として認識されているようだ。（グラフ④）

グラフ ④



＜回答者プロフィル＞
●年齢：20代 5.6%、30代 33.3%、40代 33.8% 、50代 17.9%、60代以上 9.3%　平均年齢 43.8歳
●居住地：北海道 1.4%、東北 2.5%、関東 47.2%、北陸 0.6%、甲信 0.3%、東海 5.9%、近畿 33.4%、中国 2.0%、四国 2.7%、九州・沖縄 4.0%
●子供の有無：子供あり 76.4%、子供なし 23.6%
●現在の住まい形態：持ち家戸建 36.2%、持ち家マンション 26.0%、賃貸マンション 14.6%、賃貸アパート 5.7%、賃貸戸建 3.7%、会社の寮・社宅 3.6%、その他 10.4%

リビングくらしHOW研究所　女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。
ウェブサイト　http://www.kurashihow.co.jp
問い合わせ　TEL03-5216-9420　FAX03-5216-9430

Copyright© 2010 LIVING KurashiHOW Institute All rights reserved.

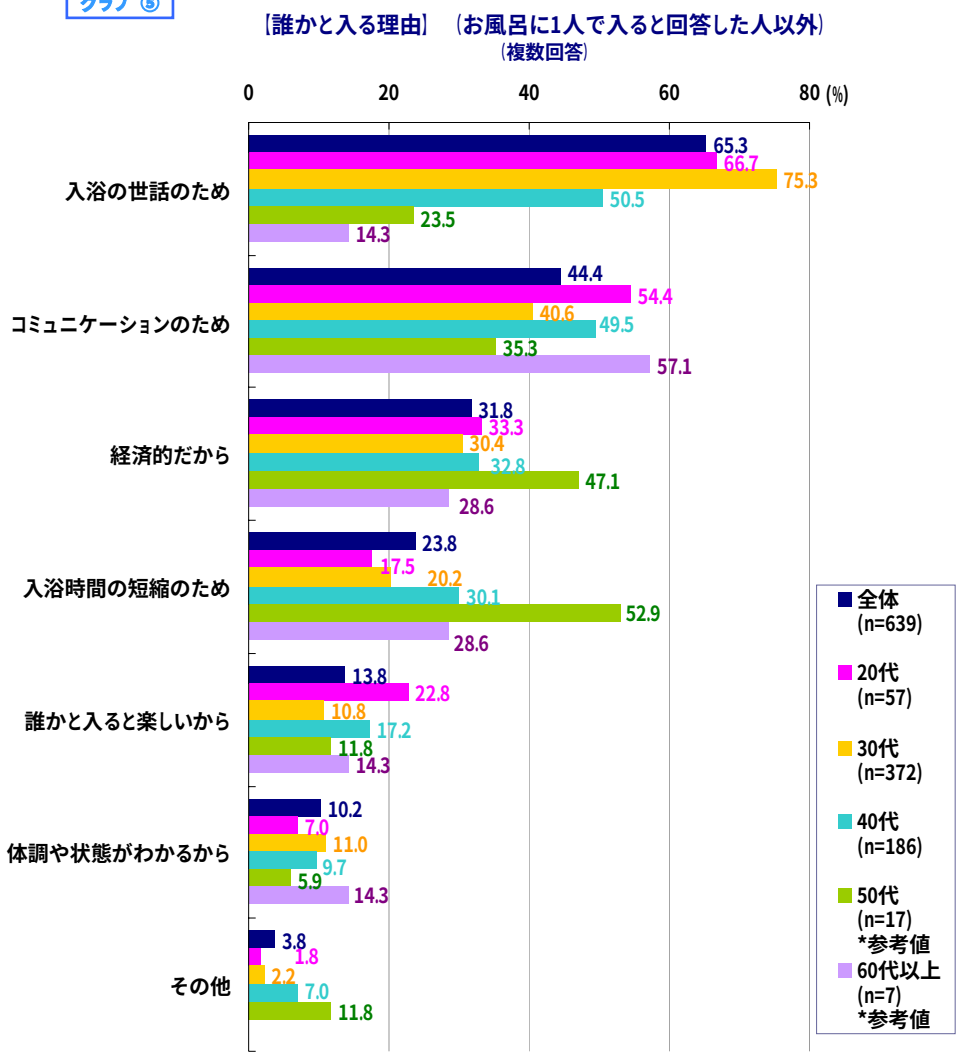
調査期間　：2010年1月実施
調査方法　：リビング新聞のウェブサイト「えるこみ」でのWEBアンケート
集計数　　：2547人／全国の既婚女性

お風呂には誰かと入る理由のトップは、30代・40代を中心に「入浴の世話のため」

お風呂には1人で入ると回答した人以外に、誰かと入る理由を聞いたところ、トップは「入浴の世話のため」。次いで「コミュニケーションのため」「経済的だから」と続く。

年代別の特徴としては、20代・30代は「入浴の世話のため」が60%を超え、50代は「経済的だから」「入浴時間の短縮のため」が5割前後の回答となった。60代以上は「コミュニケーションのため」「体調や状態がわかるから」が目立つ。（グラフ⑤）

グラフ ⑤



＜回答者プロフィル＞
●年齢：20代 5.6%、30代 33.3%、40代 33.8% 、50代 17.9%、60代以上 9.3%　平均年齢 43.8歳
●居住地：北海道 1.4%、東北 2.5%、関東 47.2%、北陸 0.6%、甲信 0.3%、東海 5.9%、近畿 33.4%、中国 2.0%、四国 2.7%、九州・沖縄 4.0%
●子供の有無：子供あり 76.4%、子供なし 23.6%
●現在の住まい形態：持ち家戸建 36.2%、持ち家マンション 26.0%、賃貸マンション 14.6%、賃貸アパート 5.7%、賃貸戸建 3.7%、会社の寮・社宅 3.6%、その他 10.4%

リビングくらしHOW研究所　女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。
ウェブサイト　http://www.kurashihow.co.jp
問い合わせ　TEL03-5216-9420　FAX03-5216-9430

Copyright© 2010 LIVING KurashiHOW Institute All rights reserved.

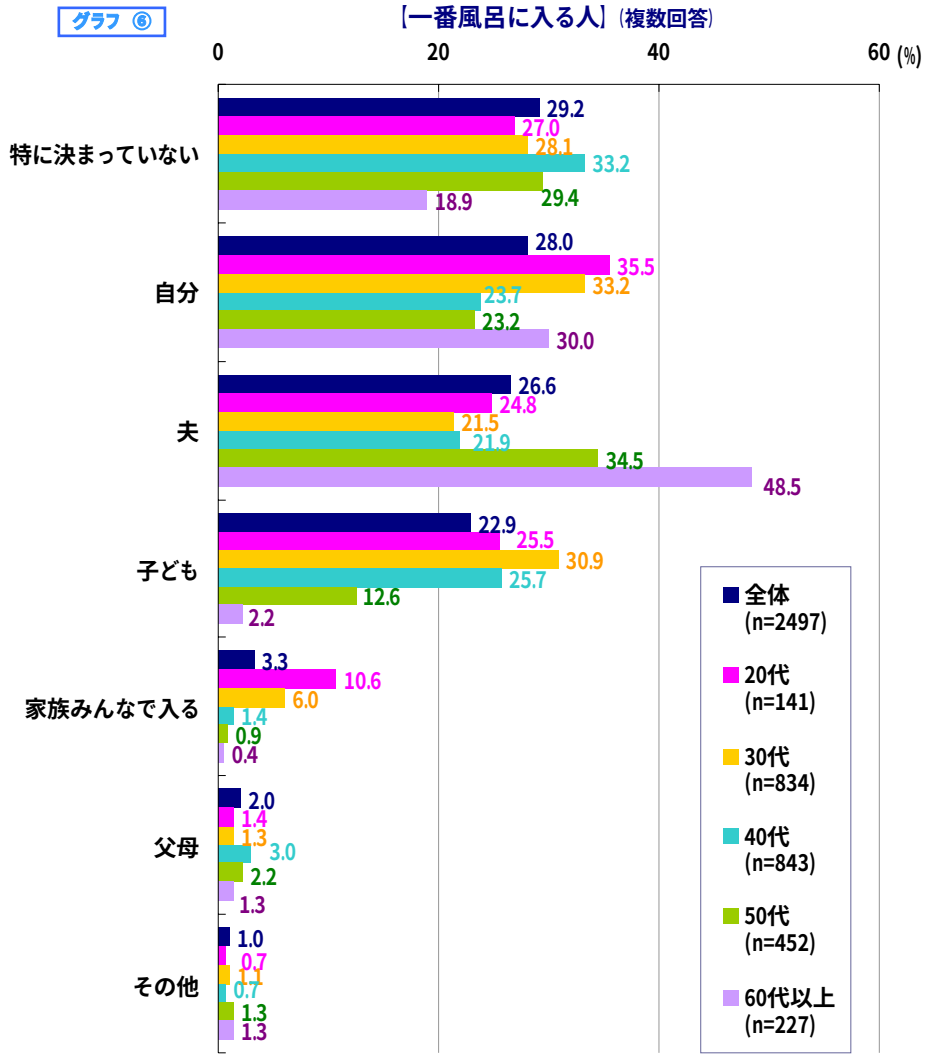
調査期間　：2010年1月実施
調査方法　：リビング新聞のウェブサイト「えるこみ」でのWEBアンケート
集計数　　：2547人／全国の既婚女性

一番風呂に入る人は、「特に決まっていない」

普段の入浴で、一番風呂に入る人は誰が多いかを聞いたところ、「特に決まっていない」29.2%、次いで僅差だが「自分」28.0%、「夫」26.6%と続く。

年代別で見ると、20代は「自分」が多く、30代は「子ども」が増え、40代では「決まっていない」が1位、50代・60代以上は「夫」となっていた。特に60代以上は、「夫」の回答が48.5%と、他の年代より多い結果となった。（グラフ⑥）

グラフ ⑥



＜回答者プロフィル＞

●年齢：20代 5.6%、30代 33.3%、40代 33.8% 、50代 17.9%、60代以上 9.3%　平均年齢 43.8歳
●居住地：北海道 1.4%、東北 2.5%、関東 47.2%、北陸 0.6%、甲信 0.3%、東海 5.9%、近畿 33.4%、中国 2.0%、四国 2.7%、九州・沖縄 4.0%
●子供の有無：子供あり 76.4%、子供なし 23.6%
●現在の住まい形態：持ち家戸建 36.2%、持ち家マンション 26.0%、賃貸マンション 14.6%、賃貸アパート 5.7%、賃貸戸建 3.7%、会社の寮・社宅 3.6%、その他 10.4%

リビングくらしHOW研究所　女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。
ウェブサイト　http://www.kurashihow.co.jp
問い合わせ　TEL03-5216-9420　FAX03-5216-9430

Copyright© 2010 LIVING KurashiHOW Institute All rights reserved.

主婦（2010年/全国）「入浴」アンケートサマリー

調査期間　：2010年1月実施
調査方法　：リビング新聞のウェブサイト「えるこみ」でのWEBアンケート
集計数　　：2547人／全国の既婚女性

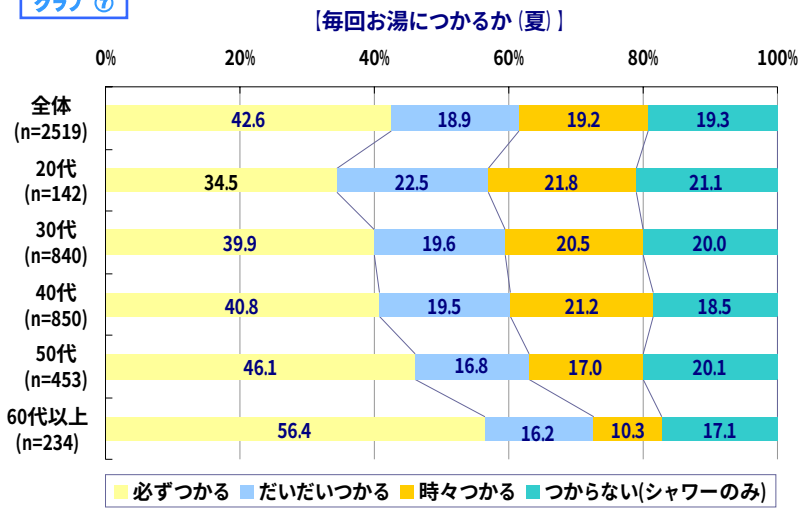
夏に、お湯につかる頻度は、「必ずつかる」が42.6%

夏に、毎回お湯につかるかを聞いたところ、最も多かったのは「必ずつかる」で42.6%。他は分散され、19%前後の回答となった。
年代別の特徴としては、「毎回つかる」20代は34.5%だが、年代が上がるにつれ多くなり、60代以上では56.4%と半数を超える。（グラフ⑦）

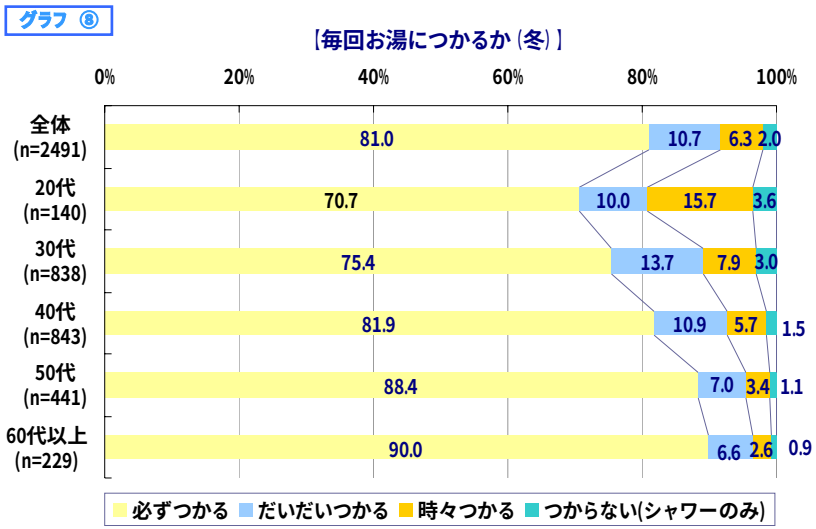
冬に、お湯につかる頻度は、「必ずつかる」が81.0%

一方、冬に毎回お湯につかるかは、「必ずつかる」は夏の約2倍の81.0%となっている。年代別で見ると、夏と同じように、年代が上がると多くなる傾向が見られた。60代以上は、90.0%が「必ずつかる」と回答している。（グラフ⑧）

グラフ ⑦



グラフ ⑧



＜回答者プロフィル＞
●年齢：20代 5.6%、30代 33.3%、40代 33.8% 、50代 17.9%、60代以上 9.3%　平均年齢 43.8歳
●居住地：北海道 1.4%、東北 2.5%、関東 47.2%、北陸 0.6%、甲信 0.3%、東海 5.9%、近畿 33.4%、中国 2.0%、四国 2.7%、九州・沖縄 4.0%
●子供の有無：子供あり 76.4%、子供なし 23.6%
●現在の住まい形態：持ち家戸建 36.2%、持ち家マンション 26.0%、賃貸マンション 14.6%、賃貸アパート 5.7%、賃貸戸建 3.7%、会社の寮・社宅 3.6%、その他 10.4%

リビングくらしHOW研究所　女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。
ウェブサイト　http://www.kurashihow.co.jp
問い合わせ　TEL03-5216-9420　FAX03-5216-9430

Copyright© 2010 LIVING KurashiHOW Institute All rights reserved.

主婦（2010年/全国）「入浴」アンケートサマリー

調査期間　：2010年1月実施
調査方法　：リビング新聞のウェブサイト「えるこみ」でのWEBアンケート
集計数　　：2547人／全国の既婚女性

体や髪を洗う以外にお風呂ですることのトップは、「考えごとをする」で48.1%

体や髪を洗う以外に、お風呂ですることを聞いたところ、トップは「考えごとをする」。次いで「ムダ毛の処理」、「マッサージをする」と続く。
年代別で見ると、20代は「ムダ毛の処理」が他の年代より多く、60代以上は「半身浴」が多くなっていた。（グラフ⑧）
その他で挙がった回答のトップは「夫婦・子供とコミュニケーション」、次いで「お風呂の掃除・洗濯」「ひたすらボーッとする」と続く。（表②）

グラフ ⑧

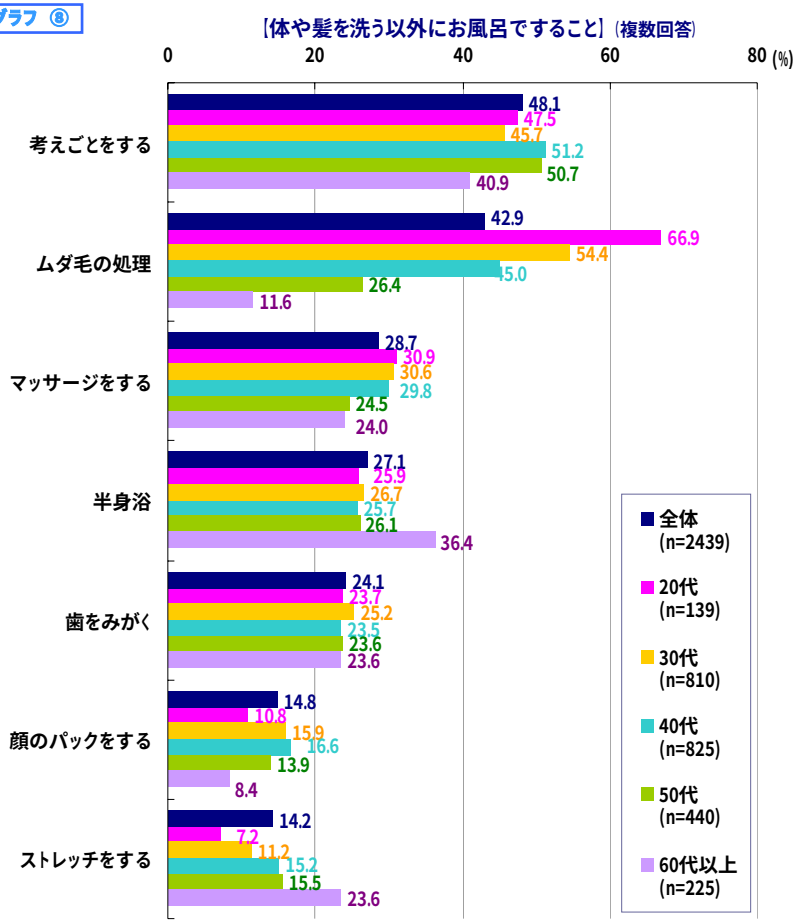


表 ②

ランク	内容	（人）
1	夫婦・子供とコミュニケーション	72
2	お風呂の掃除・洗濯	21
3	ひたすらボーッとする	20
4	カラーリング	13
5	うたた寝	10
6	飲食	5
6	ボディケア・垢すり	5
6	勉強・読書	5
9	ストレッチ	3
9	ゲーム	3
11	サウナ	2
11	アロマセラピー	2
11	乳がんチェック	2

(n=163)

＜回答者プロフィル＞
●年齢：20代 5.6%、30代 33.3%、40代 33.8% 、50代 17.9%、60代以上 9.3%　平均年齢 43.8歳
●居住地：北海道 1.4%、東北 2.5%、関東 47.2%、北陸 0.6%、甲信 0.3%、東海 5.9%、近畿 33.4%、中国 2.0%、四国 2.7%、九州・沖縄 4.0%
●子供の有無：子供あり 76.4%、子供なし 23.6%
●現在の住まい形態：持ち家戸建 36.2%、持ち家マンション 26.0%、賃貸マンション 14.6%、賃貸アパート 5.7%、賃貸戸建 3.7%、会社の寮・社宅 3.6%、その他 10.4%

リビングくらしHOW研究所　女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。
ウェブサイト　http://www.kurashihow.co.jp
問い合わせ　TEL03-5216-9420　FAX03-5216-9430

Copyright© 2010 LIVING KurashiHOW Institute All rights reserved.