

2020年1月30日
株式会社サンケイリビング新聞社

「ウーマンリサーチ」～トイレ洗浄剤についてのアンケート～

女性を選ぶトイレ洗浄剤ランキング 利用率第1位は「小林製薬 液体ブルーレットおくだけ」、 満足度第1位は「花王 トイレマジックリン 流すだけで勝手にキレイ」、 リピート率第1位は「ジョンソン スクラビングバブル トイレスタンプ」

女性のための生活情報紙を展開する株式会社サンケイリビング新聞社（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長：細井 英久）では、読者を選ぶお勧めの商品やサービスを様々な切り口で調査し、結果をランキングにして発表するWebコンテンツ「ウーマンリサーチ」を提供しています。 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3746969

◆今回のテーマはトイレ洗浄剤に関するランキング

2019年11月に実施した「トイレ洗浄剤についてのアンケート」において、「小林製薬 液体ブルーレットおくだけ」が**利用率第1位**、「花王 トイレマジックリン 流すだけで勝手にキレイ」が**利用満足度第1位**、「ジョンソン スクラビングバブル トイレスタンプ」が**リピート率第1位**となりました。



受賞ロゴ

▼「小林製薬 液体ブルーレットおくだけ」 <https://www.kobayashi.co.jp/seihin/eblo/>

▼「花王 トイレマジックリン 流すだけで勝手にキレイ」 https://www.kao.com/jp/magiclean/mcl_toilet_wkirei_00.html

▼「ジョンソン スクラビングバブル トイレスタンプ」 <https://www.scrubbingbubbles.jp/products/stamp>

◆トイレ掃除を頻繁にする人は4割。汚れに関係なく定期的に掃除をする人が多数

リビング新聞グループのシンクタンクである株式会社リビング暮らしHOW研究所では、全国のWeb会員約428,000人を対象に「トイレ洗浄剤」についての調査を実施。回答者1628人中、トイレ掃除を「頻繁にする」人は39.5%。トイレ掃除のきっかけは「汚れなどに関係なく定期的に掃除している」人が62.9%、「汚れがついたとき」50.4%、「黒ずみが出てきたとき」27.8%という結果になりました（複数回答）。トイレ掃除を“ラク”にしてくれる「トイレ洗浄剤」。ユーザーが重視するポイントなど、詳しく聞きました。

◆女性を選ぶトイレ洗浄剤、利用率トップは「液体ブルーレットおくだけ」、利用満足度トップは「トイレマジックリン 流すだけで勝手にキレイ」、リピート率トップは「スクラビングバブル トイレスタンプ」

女性を選ぶトイレ洗浄剤、利用率第1位は「小林製薬 液体ブルーレットおくだけ」、第2位は「ジョンソン スクラビングバブル トイレスタンプ」、第3位は「花王 トイレマジックリン 流すだけで勝手にキレイ」という結果に**（表1）**。利用満足度第1位は「花王 トイレマジックリン 流すだけで勝手にキレイ」となりました**（表2）**。また、リピート率第1位は「ジョンソンスクラビングバブル トイレスタンプ」となりました**（表3）**。

女性を選ぶトイレ洗浄剤ランキング 利用率	
第1位	小林製薬 液体ブルーレットおくだけ
第2位	ジョンソン スクラビングバブル トイレスタンプ
第3位	花王 トイレマジックリン 流すだけで勝手にキレイ

（表1）

女性を選ぶトイレ洗浄剤ランキング 利用満足度	
第1位	花王 トイレマジックリン 流すだけで勝手にキレイ
第2位	小林製薬 ブルーレットスタンピー
第3位	ジョンソン スクラビングバブル トイレスタンプ

（表2）

女性を選ぶトイレ洗浄剤ランキング リピート率	
第1位	ジョンソン スクラビングバブル トイレスタンプ
第2位	小林製薬 ブルーレットスタンピー
第3位	花王 トイレマジックリン 流すだけで勝手にキレイ

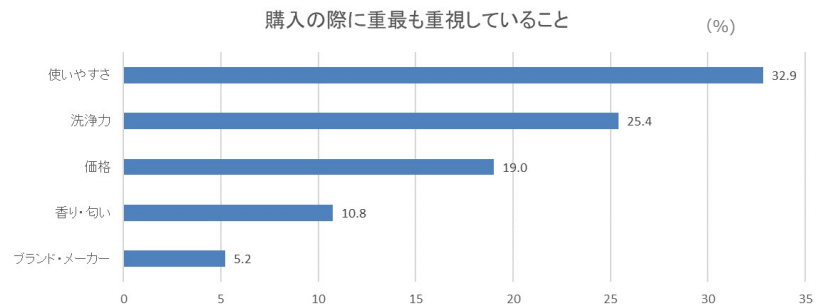
（表3）

サンケイリビング新聞社

2020年1月30日
株式会社サンケイリビング新聞社

◆購入時に重視するポイントは「使いやすさ」

便器の掃除をする際に「トイレ洗浄剤 置き型 またはスタンプ型」を使っている人は46.8%。購入の際に最も重視したポイントは、「使いやすさ」が32.9%と最も多く、次いで「洗浄力」、「価格」という結果に（グラフ1）。「香りもいいし、ブラシを使う回数が減って、トイレをキレイに保つのが楽になった」（20代女性）、「使い方が簡単で、汚れが付かないのでストレスがなくなります」（60代女性）、「価格帯も続けやすく、使いやすいので、定期的な掃除のしやすさに繋がっている」（40代女性）など、手軽に使えて汚れが付きにくくなることで、日々のトイレ掃除が“ラク”になっているようです。



(グラフ1)

◆トイレ掃除を頻繁にしている人は幸福度が高い？「する人」と「しない人」で幸福度に差も

調査では現在の「幸福度」について0～10の数値で聞いたところ、トイレ掃除を「頻繁にする」と答えた人の幸福度の平均値は7.05。トイレ掃除を「まったくしない」と答えた人の幸福度は5.45と、1.6ポイントの差があるという結果に。「トイレ掃除をする際には、家族が気持ち良く生活ができるように心がけています」（50代女性）など、快適に過ごしたいという意識が、幸福度の高さにつながっているのかもしれない。

【調査概要】 期間：2019.11.20～11.24／サンケイリビング新聞社公式サイト「リビングWeb」「あんふあんWeb」「シティリビングWeb」各Web会員へのアンケート／調査対象：女性 1628人／調査対象商品：ジョンソン スクラビングバブル トイレスタンプ・アース製薬 ToWhite 固形クリーナー・小林製薬 ブルーレットスタンピー・小林製薬 ブルーレットデコラル・アース製薬 ToWhite 液体クリーナー置くタイプ・花王 トイレマジックリン 流すだけで勝手にキレイ・小林製薬 液体ブルーレットおくだけ・小林製薬 トイレ洗浄中さばったリングおくだけ
【回答者プロフィール】 エリア：全国／年代：20代以下9.7%、30代29.1%、40代31.8%、50代以上29.4%／独身27.9%、既婚72.1%／子どもあり60.6%、なし39.4% データは小数点2位以下四捨五入

今後もサンケイリビング新聞社では、様々なテーマで調査を実施、報告してまいります。第1位を受賞された企業には、受賞ロゴ・調査データ活用のご提案もしております。受賞ロゴは店頭ツール・商談資料・ブランドサイト・検索エンジン等、幅広くご活用いただけます。詳しくはお問い合わせください。

【ウーマンリサーチ 過去のランキング】

- ・機能性チョコレート https://mrs.living.jp/woman_research/article/3710745
- ・炊飯器 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3723955
- ・フィットネスクラブ https://mrs.living.jp/woman_research/article/3728979
- ・ストッキング https://mrs.living.jp/woman_research/article/3735430
- ・家事代行サービス https://mrs.living.jp/woman_research/article/3742333

■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社サンケイリビング新聞社 新規事業開発室 担当：濱村
E-mail：hmmrnozo@sankeiliving.co.jp