

＜トイレ掃除とトイレ空間に関する意識・実態調査＞

**主婦が嫌いな家事& やっても夫に気付かれない家事 ともに第1位は トイレ掃除**  
～トイレ掃除のモチベーションは「香り」と「夫の褒め言葉」～

＜調査の背景＞

近年、日本のトイレ空間は用を足すだけでなく、心地よく快適に過ごせるプライベート空間としての役割も果たしています。また、トイレ関連製品においても、デザインや香りにこだわったトイレ空間を演出する高付加価値の製品が多く出てきています。そこで今回、トイレ掃除やトイレ空間に対する意識・実態を、家族のために家事と毎日向き合う「専業主婦」\*300名を対象に調査しました。

小林製薬は快適なトイレ空間づくりのパートナーとして、今後もトイレの「快」、暮らしの「快」を提供してまいります。

※この調査では専業主婦を「シングルインカムで、日々主に家事を担当している主婦」と定義しています。

■夫婦間の家事役割分担の実態

- (1) 夫婦間での家事役割分担比率 第1位「妻:夫 9:1」37.2%。7割以上の主婦は現状の分担に満足。
- (2) 夫が担当している家事 TOP3「ゴミ捨て」「お風呂掃除」「買い物」。一方で、「特にない」も33.7%。
- (3) 8割弱の主婦は、夫が引き受けてくれている家事の質(クオリティー)に満足している。  
一方で、不満理由第1位は、「やり方が雑」50.9%

■“トイレ掃除”に対する意識

- (1) 嫌いな家事 TOP3「トイレ掃除」「お風呂掃除」「洗いもの」。  
やっても気付かれない家事 第1位「トイレ掃除」33.3%
- (2) 4人に1人の主婦は、夫にトイレ掃除を引き受けて欲しいと思っている。  
理由第1位「自分が汚しているわけではないから」
- (3) トイレ掃除でテンションやモチベーションが上がること。  
第1位「トイレがピカピカになること」第2位「トイレ全体がよい香りになること」  
第3位「夫に気付いてもらえること、褒めてもらえること」
- (4) 8割以上の主婦、「トイレ掃除をより楽しくするためによい香りの製品を積極的に取り入れたい」。

■トイレ空間づくりのこだわり

- (1) 3人に1人がトイレの空間づくりにこだわっている。  
特に30代以降でこだわり派が一気に増加(20代:26.2%、30代:38.8%、40代:35.0%)
- (2) 自宅のトイレ掃除でこだわっている部分 「インテリア」や「香り」。  
1位「マットや便座カバーなどのトイレインテリア製品の色やデザイン」  
2位「アロマや芳香剤などを含む香り」3位「絵や写真、ポスターなどの装飾アイテム」
- (3) トイレに置きたい香り TOP3「柑橘系」「ソープ系」「フローラル系」。

\*\*\*\*\* 報道関係の方からのお問い合わせ先 \*\*\*\*\*

小林製薬株式会社 広報部

【東京】 網盛/坂田/浦  
TEL:03-5541-8016 FAX:03-3555-3380

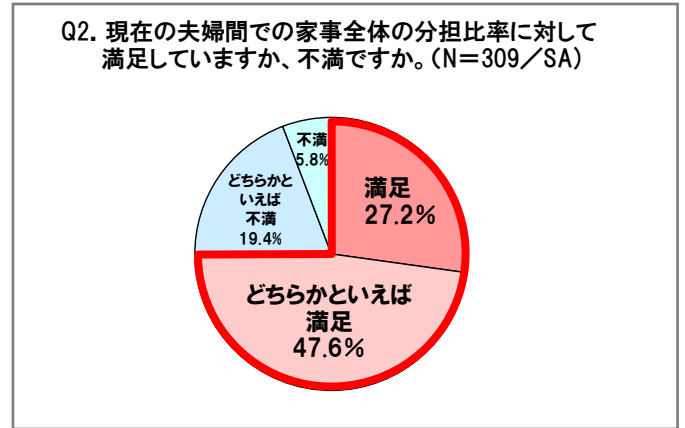
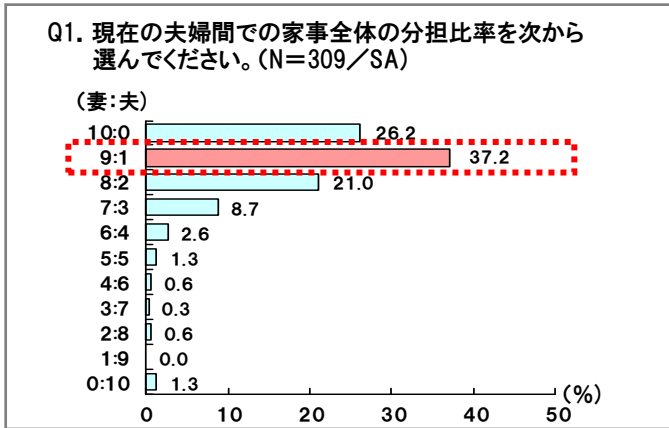
【大阪】 小山/片桐  
TEL:06-6222-0142 FAX:06-6222-4261

《調査結果の詳細》

■夫婦間の家事役割分担の実態

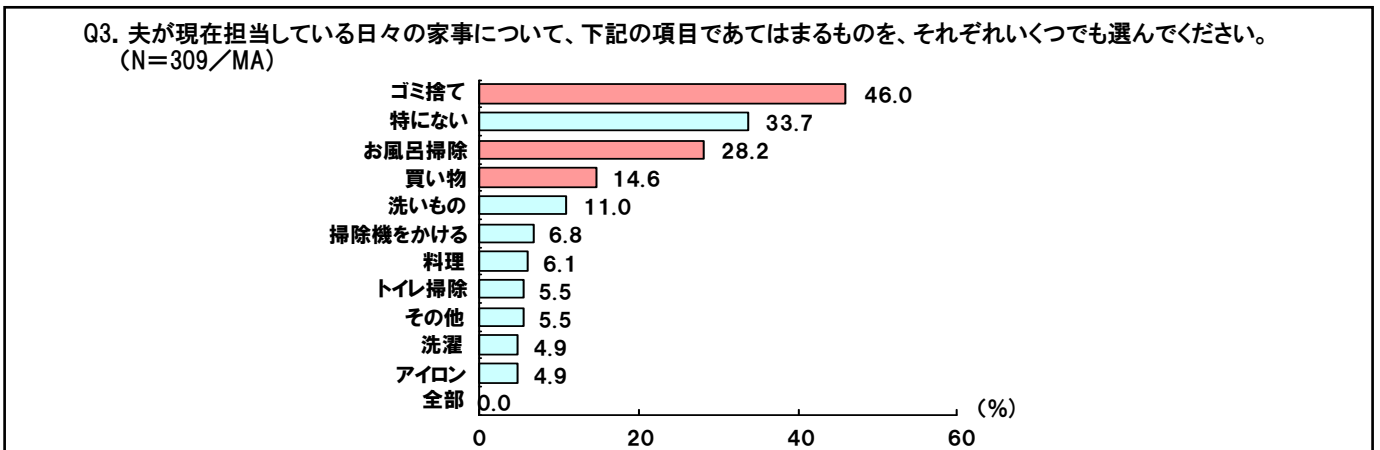
(1)夫婦間での家事役割分担比率 第1位「妻:夫 9:1」37.2%。7割以上の主婦は現状の分担に満足。

夫婦間の家事役割分担比率を聞いたところ、「妻:夫 9:1」37.2%が最も多く、続いて「妻:夫 10:0」26.2%、「妻:夫 8:2」21.0%という結果となり、専業主婦の家庭では日々の家事(育児を除く)の役目は、ほとんど妻であり、男性の家事の関与度は非常に低いということが改めて明らかとなりました。また、7割以上の主婦は現在の分担状況に満足しているという傾向もみられました。



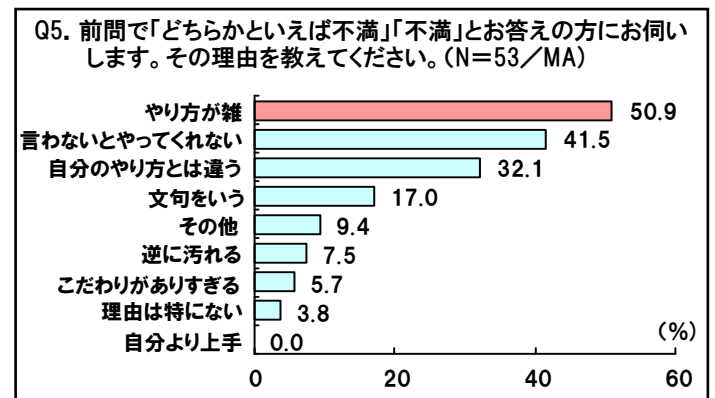
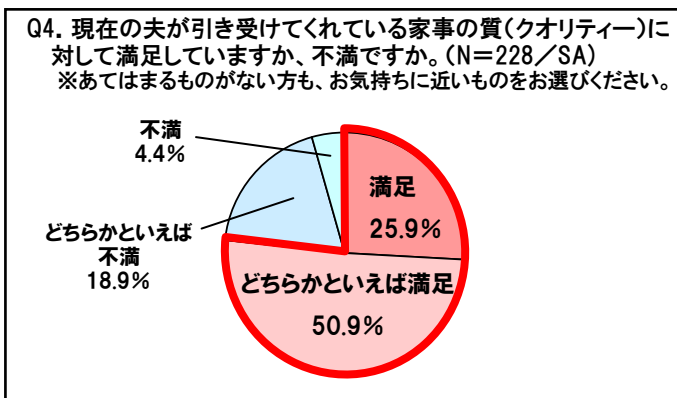
(2)夫が現在担当している家事 TOP3「ゴミ捨て」「お風呂掃除」「買い物」  
一方で、「特にない」も33.7%

夫が現在担当している日々の家事を聞いたところ、TOP3は「ゴミ捨て」46.0%、「お風呂掃除」28.2%、「買い物」14.6%という結果になり、ゴミ捨ては、2人に1人の夫が担当している代表的な家事であることがわかりました。



(3)8割弱の妻は、夫が引き受けてくれている家事の質(クオリティー)に満足している。  
一方で、不満理由第1位「やり方が雑」50.9%

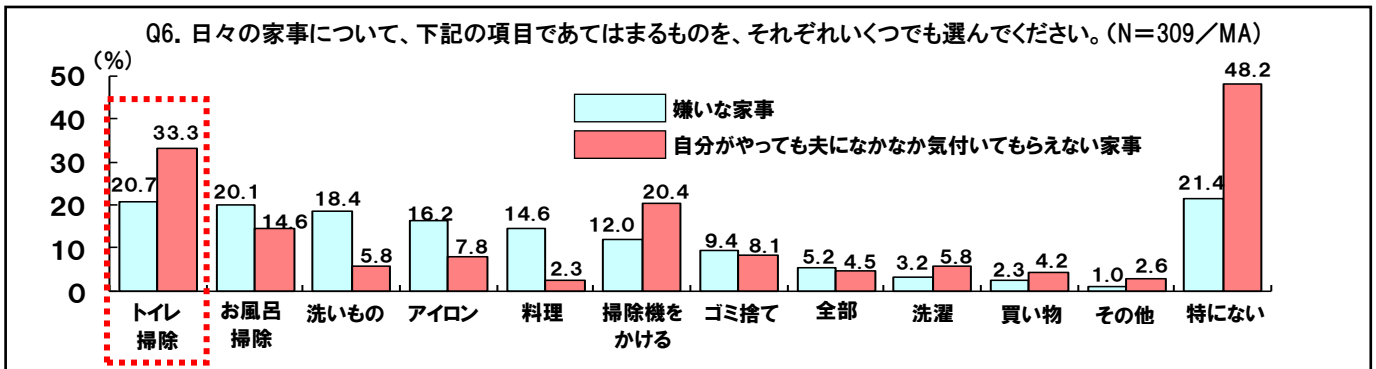
現在、夫が引き受けてくれている家事の質(クオリティー)に対する満足度を聞いたところ、8割弱の主婦は夫がやってくれる家事に対して満足している(「満足」25.9%+「どちらかといえば満足」50.9%)ことがわかりました。一方で、不満理由として「やり方が雑」50.9%と回答した方が最も多く、家事を丁寧にやりたいという主婦の意向が明らかになりました。



## ■“トイレ掃除”における主婦の意識

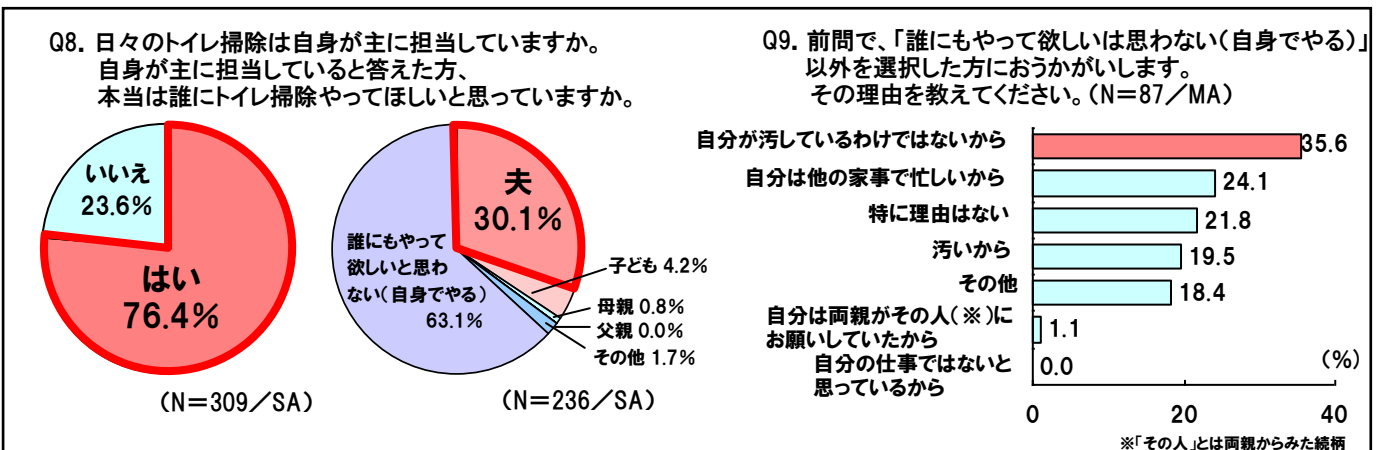
### (1)嫌いな家事 TOP3「トイレ掃除」「お風呂掃除」「洗いのもの」 やっても気づかれない家事 第1位「トイレ掃除」33.3%

専業主婦に嫌いな家事について聞いたところ、TOP3は、「トイレ掃除」20.7%、「お風呂掃除」20.1%、「洗いのもの」18.4%とトイレ掃除については、多くの主婦が嫌いだと思っていることが明らかとなりました。  
一方で、やっても夫に気付かれない家事についても、「トイレ掃除」33.3%と回答した方が「特になし」の回答を除いた全般の家事の中では最も多く、トイレ掃除は、主婦にとって嫌いな家事であるうえに、やっても夫に気付いてもらえないと多くの主婦がマイナスイメージを持っている現状が浮き彫りとなりました。



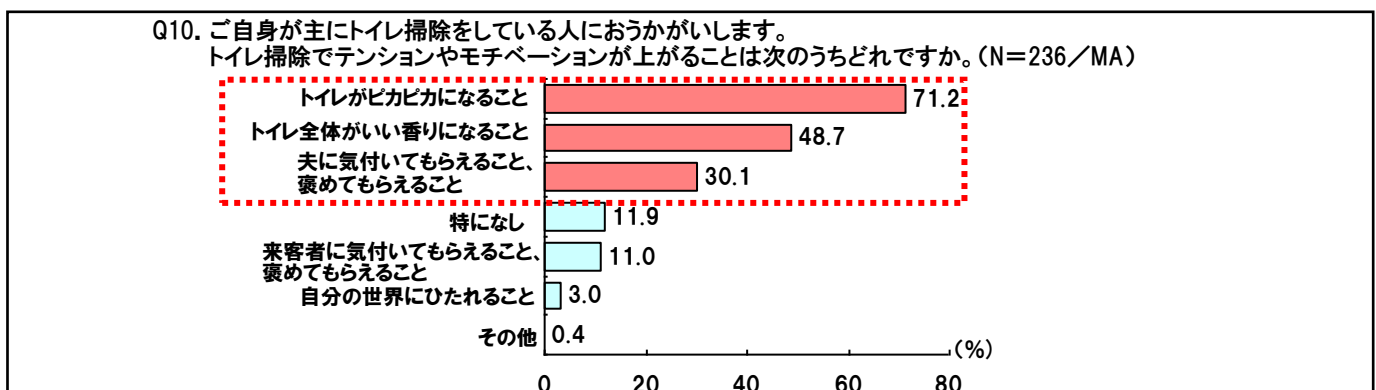
### (2)4人に1人の主婦は、本当は夫にトイレ掃除をやって欲しいと思っている 理由第1位「自分が汚しているわけではないから」

専業主婦に現在のトイレ掃除の役割について自身が主に担当しているかと聞いたところ、8割弱の主婦はトイレ掃除の担当は自分であると回答。一方で、本当は誰にトイレ掃除をやって欲しいかを聞いたところ、「誰にもやって欲しいと思わない(自身でやる)」と回答した方が63.1%と最も多かったものの、「夫」と回答した方も30.1%もあり、4人に1人の主婦は、本当は夫にトイレ掃除をやって欲しいと思っている現状が明らかとなりました。またその理由第1位は、「自分が汚していないから」35.6%となり、夫のトイレの使い方に対する不満が浮き彫りとなりました。



### (3)トイレ掃除でテンションやモチベーションが上がること 第1位「トイレがピカピカになること」 第2位「トイレ全体がいい香りになること」 第3位「夫に気付いてもらえること、褒めてもらえること」

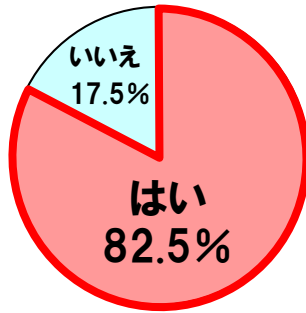
主にトイレ掃除をしていると回答した主婦にトイレ掃除でテンションやモチベーションが上がることを尋ねたところ、第1位「トイレがピカピカになること」71.2%、第2位「トイレ全体がいい香りになること」48.7%、第3位「夫に気付いてもらえること、褒めてもらえること」30.1%と回答しており、トイレがキレイになるだけでなく、香りや夫に気付いてもらえることも、トイレ掃除へのモチベーションにつながるということが読み取れます。



**(4)8割以上の主婦、トイレ掃除をより楽しくするためによい香りの製品を積極的に取り入れたいと回答**

トイレ掃除の香りの製品への関心度を聞いたところ、8割以上の主婦が「トイレ掃除をより楽しくするために、よい香りの製品を積極的に取り入れたい」と回答しました。近年、日用品の香りブームが進んでいるなか、トイレ掃除製品においても、洗浄力だけでなく、さらに高付加価値をつけた香り製品に対する関心度が高いことが伺えます。

Q11. トイレ掃除をより楽しくするために、よい香りの製品を積極的に取り入れたいと思いますか。  
あなたのお気持ちに近いものをひとつだけ選んでください。(N=309/SA)



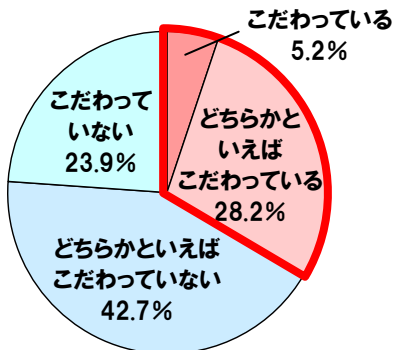
**■トイレ空間づくりへのこだわり**

(1)3人に1人がトイレの空間づくりにこだわっている

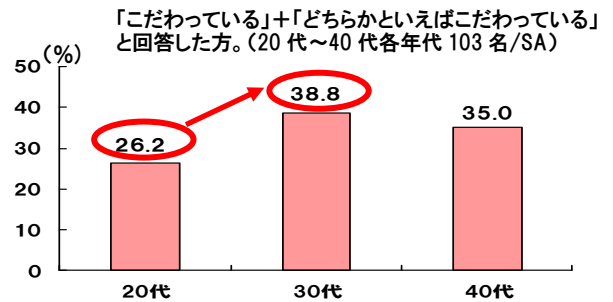
特に30代以降でこだわり派が一気に増加(20代:26.2%、30代:38.8%、40代:35.0%)

自宅のトイレ空間づくりのこだわりについて聞いてみたところ、「こだわっている」5.2%、「どちらかといえばこだわっている」28.2%と回答したこだわり派主婦は3人に1人という結果となりました。また、こだわり派について年代別で比較すると、30代以降で飛躍的に増加しており、30代以降の主婦のトイレ空間づくりへの関心度が高い実態が明らかとなりました。

Q12. 現在、自宅のトイレ空間づくりに、「こだわり」を持っていますか。(N=309/SA)



【年代別比較】



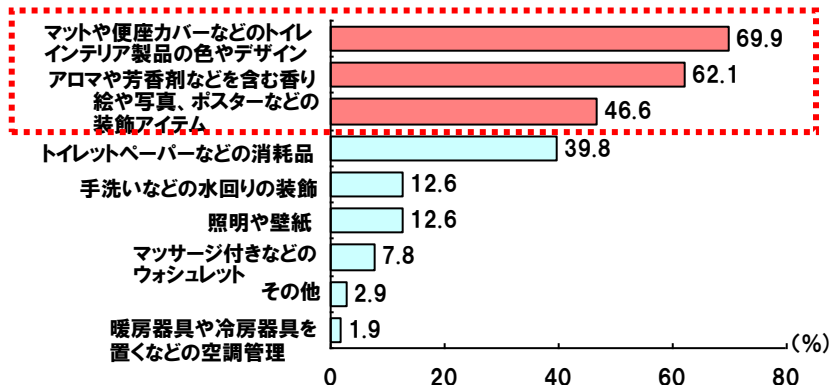
(2)自宅のトイレ掃除でこだわっている部分「インテリア」や「香り」

1位「マットや便座カバーなどのトイレインテリア製品の色やデザイン」

2位「アロマや芳香剤などを含む香り」3位「絵や写真、ポスターなどの装飾アイテム」

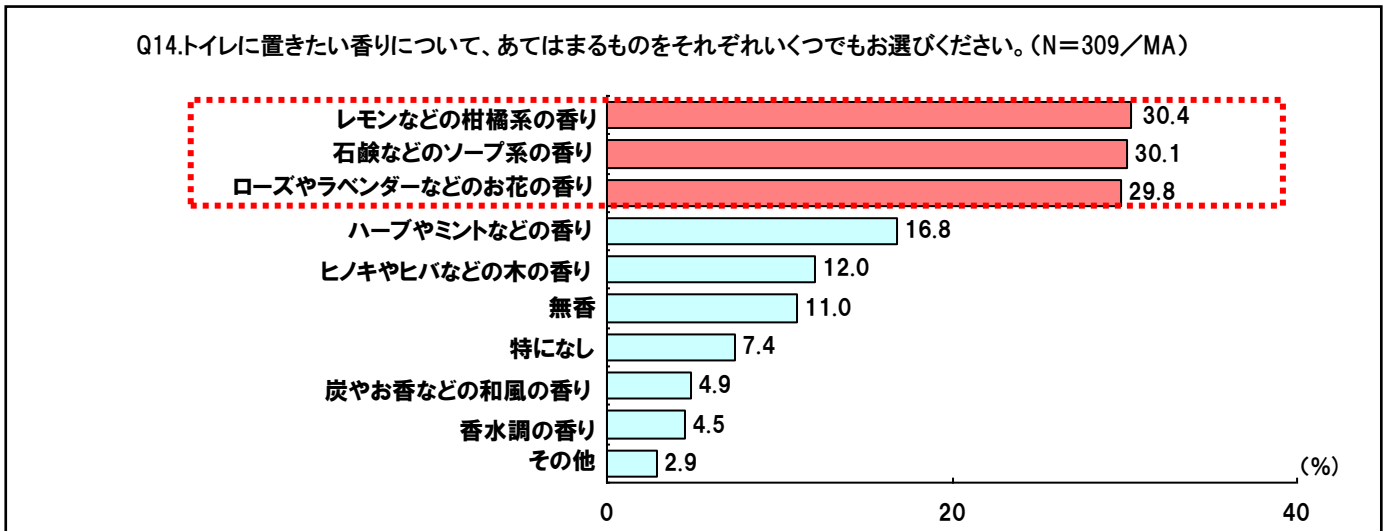
トイレ空間づくりにこだわっていると回答した方(「こだわっている」「どちらかといえばこだわっている」いずれかを選択した方)に、こだわっている部分について聞いたところ、第1位は「マットや便座カバーなどのトイレインテリア製品の色やデザイン」69.9%となり、2位「アロマや芳香剤などを含む香り」62.1%、3位「絵や写真、ポスターなどの装飾アイテム」46.6%と続きました。快適なトイレ空間づくりへは、「インテリア」だけでなく「香り」も重要な要素であることが伺えます。

Q13. 前問で、「どちらかといえばこだわっている」「こだわっている」とお答えの方におうかがいします。  
あなたが自宅のトイレ空間づくりにこだわっている部分はどこですか。(N=103/MA)



### (3)トイレに置きたい香り TOP3「柑橘系」「ソープ系」「フローラル系」

トイレに置きたい香りについて聞いたところ、TOP3 は、「レモンなどの柑橘系の香り」30.4%、「石鹸などのソープ系の香り」30.1%、「ローズやラベンダーなどのお花の香り」29.8%という結果となりました。

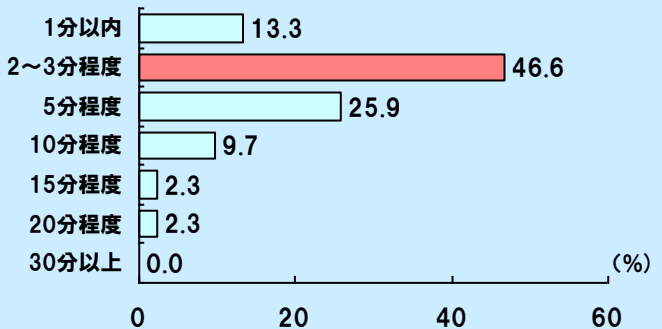


### 【参考】

#### 人生のトイレ滞在時間はトータル1年以上！

自宅での1回の平均トイレ滞在時間(トイレ掃除時間含まず)を聞いたところ、「2~3分程度」と回答の方が最も多かった。健康な生活者の1日の平均トイレ回数は6~8回と言われており、1日3分のトイレに6回行ったとすると、一生のうち(80年寿命を想定)8760時間、つまり約1年間トイレに滞在していることになります。人生の80分の1も滞在するトイレだからこそ、トイレ空間はいつでもキレイに快適にしておきたいですね。

Q.あなたの自宅での、1回の平均トイレ滞在時間(掃除以外)を次から選んでください。(N=309/SA)



#### ●調査概要

- |                                      |                           |
|--------------------------------------|---------------------------|
| 1) 調査方法 : インターネット調査                  | 2) 調査対象者 : 20~40代の専業主婦*   |
| 3) 調査地域 : 全国                         | 4) 有効回収数 : 309人           |
| 5) 標本構成 : 20代 103人、30代 103人、40代 103人 | 6) 実施期間 : 2013年11月21日~22日 |

\* 専業主婦のここでの定義はシングルインカムで家事を支え、日々主に家事を担当している主婦のこと

### 今回の調査結果について

小林製薬 マーケティング部  
洗剤・家庭用品グループ ブランドマネージャー 西川 賢弥



本調査では、20代~40代の主婦の多くが「トイレ掃除」に対し、「家事の中で最も嫌いな家事」と捉えており、更に「やっても夫に気付いてもらえない家事」と考えていることが明らかとなりました。しかし、週に1回以上トイレ掃除をしている主婦は、9割を占め、嫌がりながらもトイレ空間を快適に保つために、頻繁にトイレ掃除を行っているという実態も明らかとなりました(2012年度弊社生活者調査より)。2013年9月に発売した「ブルーレット香るトイレ用洗剤」はアロマの心地よい香りがトイレ空間に広がり、楽しくお掃除できる製品です。生活者からも「トイレ掃除が楽しくなった」「夫から『トイレ掃除したの?』と気付けられ、夫婦の会話も生まれて嬉しかった」などの声が寄せられました。家事分担はもちろんですが、トイレ掃除に香りを取り入れることは、掃除を楽しめるだけでなく、夫婦円満の秘訣かもしれません。