

報道関係各位

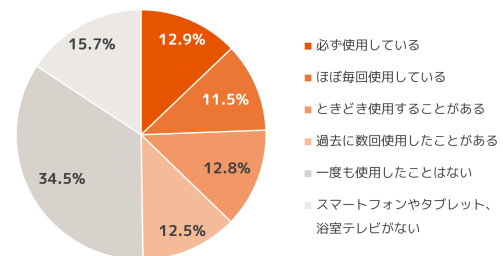
2023年11月16日  
株式会社LIXIL

## 「スマホ入浴」、10代～50代で「動画・映画視聴」が1位。 スマホ使用で“気づいたら長風呂”に、おすすめは「ぬる湯で半身浴+肩湯」 あなたが思う長風呂は何分から？「長風呂に関する意識調査」を実施

株式会社LIXIL（以下LIXIL）は、11月26日の「いい風呂の日」にちなみ、入浴時にスマートフォンなどの使用経験がある10代～50代の男女500人を対象に「長風呂に関する意識調査」を実施しました。



Q. お風呂に入る際、スマートフォンやタブレット、浴室テレビを使用することがありますか？ (n=3163)



※調査対象：10代～50代男女 / 調査方法：インターネット調査 / 調査時期：2023年10月

近年、1日当たりの休養・くつろぎの時間は増加傾向にあり、その代表とも言える入浴に関しては、スタイルの多様化が見受けられ、入浴時にテレビを視聴する人のほか、スマートフォンなどのデバイスを使う人が増加しています<sup>※1</sup>。

そこで、LIXILが行った事前調査で、入浴時にスマートフォンやタブレットなどの使用経験が過去1回以上あると回答した49.8%の人を対象に、「長風呂に関する意識調査」を実施しました。また、入浴習慣や温泉医学研究の第一人者である東京都市大学人間科学部教授の早坂信哉先生に、快適に長風呂を楽しむアドバイスをお聞きしました。

### ■主な調査結果

- ①長風呂のイメージ、「美容に効果がある」と思う人が7割以上。  
3人に1人が30分以上の入浴で「長風呂した」と実感
- ②長風呂の理由、「スマホを利用して気づいたら長風呂に」10代～20代で5割以上。  
毎回「スマホ入浴」をする人、冬のお風呂温度は42℃以上が最多
- ③「スマホ入浴」をする10代～30代女性は6割以上。  
入浴中のスマホで「動画・映画視聴」は10代～50代で1位に

LIXILでは、生活スタイルや入浴スタイルに合わせて、さまざまなバスルームをご提案しています。お客さまの生活に寄り添ったお風呂を提供し、世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現に貢献していきます。

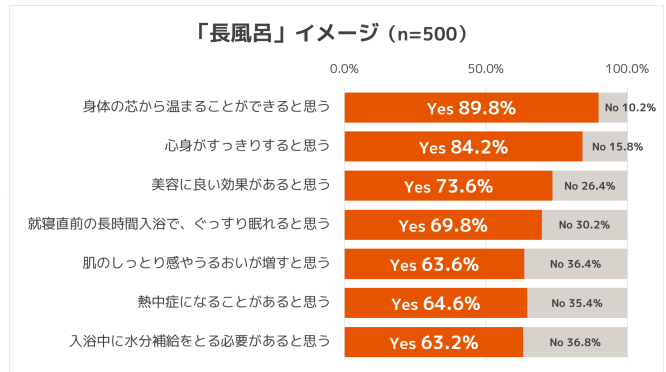
※1 出典：総務省統計局「令和3年社会生活基本調査結果」

## ■調査結果詳細

### ①長風呂のイメージ、「美容に効果がある」と思う人が7割以上。 3人に1人が30分以上の入浴で「長風呂した」と実感

#### ・長風呂で「身体の芯から温まると思う」が9割、「美容に効果があると思う」は7割以上に

長時間入浴のイメージについて聞いたところ、「身体の芯から温まることができる」(89.8%)、「心身がすっきりする」(84.2%)と、8割以上の方が長風呂は身体に良い効果があると思っています。また、「美容に良い効果がある」(73.6%)や「肌のしっとり感やうるおいが増す」(63.6%)など、美容に良いイメージも高いことがわかります。さらに、約7割の人が「就寝直前の長時間入浴で、ぐっすり眠ることができると思う」(69.8%)と回答しており、1日の終わりの就寝直前に、ゆっくりと入浴することでリラックスしたい気持ちがうかがえます。



一方、6割以上の方が「熱中症になることがあると思う」(64.6%)や「入浴中にも水分補給が必要だと思う」(63.2%)と回答し、長風呂による脱水や熱中症などの健康リスクを認識していることがわかりました。しかし同時に、3割以上は「浴室熱中症」の可能性を認識していないことも明らかになり、もしもの場合に備えて正しい入浴方法を知ることが重要です。

#### ・「長風呂した」と感じる時間、「30分以上」が最多3割

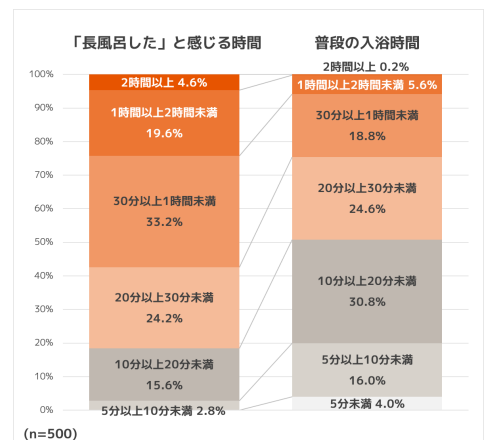
「長風呂した」と感じる入浴時間を聞くと、3人に1人が「30分以上」で最も多く(33.2%)、次に「20分以上」(24.2%)でした。普段の入浴時間では、約4人に1人が「30分以上」(30分/1時間/2時間以上と回答した人の合計24.6%)で、「20分以上30分未満」(24.6%)も含めると、約半数の人が普段から長風呂をしていると言えます。

### <早坂先生からのアドバイス>

#### ・20分以上の全身浴は長風呂！

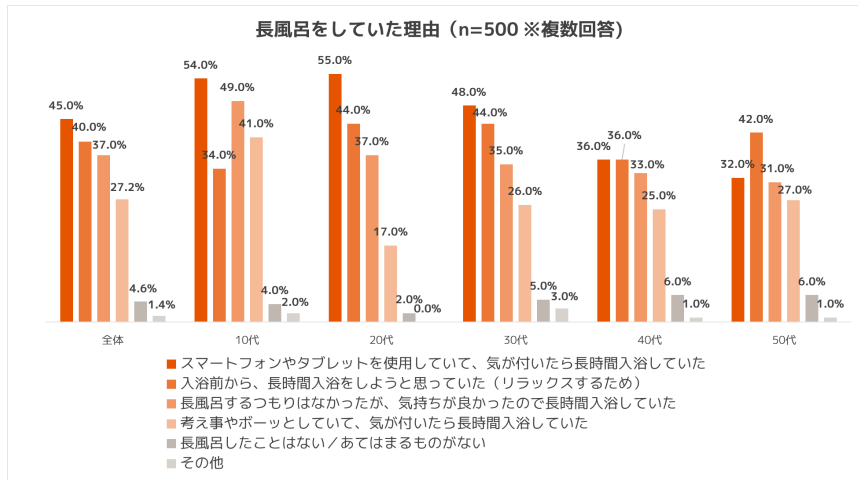
##### 長風呂は乾燥しやすいので「保湿」を忘れずに

入浴による温浴効果は、40℃の湯船で10分間、全身浴することで十分に得ることができるので、全身浴で20分以上浸れば「長風呂」と言えます。1回の入浴で800mLの水分が身体から奪われるため<sup>※2</sup>、長時間の入浴になるほど水分量が減り、脱水に繋がります。また、長風呂は肌の保湿成分が流失することによる肌の乾燥や、体温が高くなりすぎる「浴室熱中症」などのリスクも高まるため、正しい入浴方法を知る必要があります。例えば、入浴後の保湿を欠かさないこと、長風呂する際は入浴前と入浴中にも水分補給をすることが大切です。湯船から出る前には、冷水や浴室の冷たい部分に触れてから出ることで、めまいや立ち眩みの防止にも繋がります。入浴タイミングは、ヒトは体温が下がってくることで入眠できるため、就寝直前ではなく入眠の1.5時間前までに終わることをおすすめします。



<sup>※2</sup> 出典：大塚製薬佐賀栄養製品研究所「入浴後の水分補給効果：当電解質飲料と水の比較」より、41℃の湯船に15分間入浴後30分間安静にした場合

## ②長風呂の理由、「スマホを使用していて気づいたら」が10代～20代で5割以上。 毎回「スマホ入浴」をする人、冬のお風呂温度は42℃以上が最多

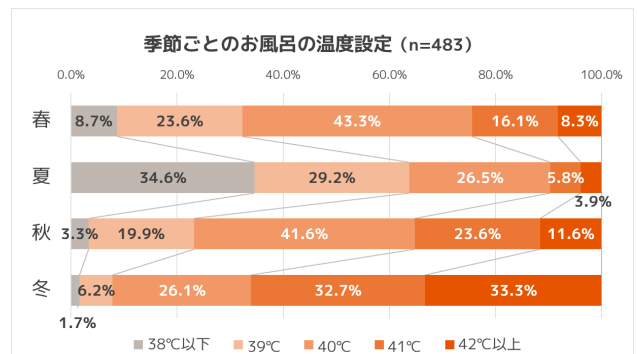


### ・スマホを利用して、「気づいたら長風呂に」と回答する10代～20代が半数以上

長風呂をしていた理由として、「スマートフォンやタブレットを使用して、気が付いたら長時間入浴していた」という人が45.0%と最も多い結果に。特に10代～20代は、5割以上が長風呂の理由にスマホ利用を挙げていました。一方、30代や50代では入浴前からリラックスを目的に長風呂を楽しもうとする人も多いことがわかりました。

### ・冬のお風呂、毎回「スマホ入浴」をする人は42℃以上の熱めの湯温にする人が最多

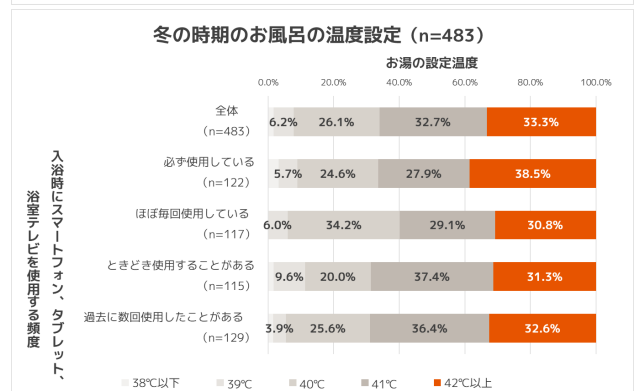
入浴時の温度設定では、気温が低くなるほど熱めに設定している人が多く、冬の時期は66.0%の人が41℃～42℃以上で設定をしています。特に、冬に「42℃以上」に設定をしている人は、入浴中に毎回スマホなどを使用している人で38.5%と最も多く、全体平均よりも5.3ポイント高い結果となりました。寒い季節になるほど、熱めのお湯に浸かって身体を温めながら、入浴時間を楽しみたい様子がうかがえます。



### <早坂先生からのアドバイス>

#### ・冬でも「ぬる湯」、理想は「半身浴+肩湯」

入浴温度は40℃～41℃が望ましく、冬でも42℃以上は高すぎるでしょう。体温が0.5℃以上上昇すると、汗が額ににじんできますが、この発汗は「のぼせ」の前兆です。若い年代の方は温度に対する感覚が敏感ですので、高年齢層に比べて体感温度が熱く、体温の上昇も早いです。温度を感じにくい高年齢層の方も、湯温は高くても41℃で。長風呂をする場合は、ときどき湯船から洗い場に出たり、足湯にしたり、窓を開けて外の空気を入れたり、お湯の量を減らしたりなど、体温を上げ過ぎないようにすると良いでしょう。

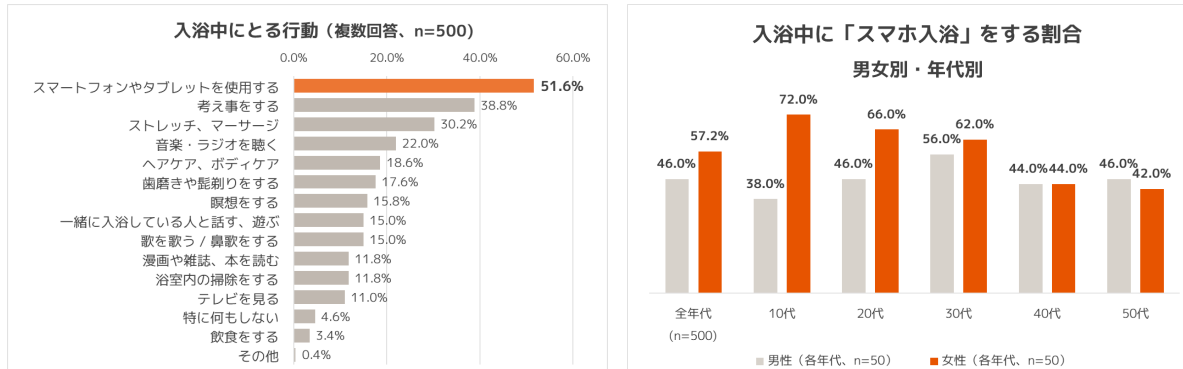


特に冬の時期は、浴室の温度が低く、体温が上昇するまでに時間がかかります。ぬる湯で満足できない場合は、シャワーやかけ湯をして、まずは40℃のぬる湯に浸かり、最後に追い炊きを。長風呂には、全身浴よりも半身浴の方がおすすめですが、肩が冷えてしまうデメリットもあるため、半身浴に加えて「肩湯」も合わせると理想的です。

### ③「スマホ入浴」をする10代～30代女性は6割以上。

入浴中のスマホで「動画、映画視聴」は10代～50代で1位に

#### ・10代女性の72.0%が「スマホ入浴」、女性で多い傾向に



入浴中にとる行動として「スマートフォンやタブレットを使用」する人は全体の51.6%で、男女別・年代別で見ると、「スマホ入浴」をしている10～30代女性は6割以上、特に10代女性は72.0%と最も高い結果となりました。一方、男性は30代が最も使用割合が高く、50代では女性よりも男性の方が高くなっています。性別や年代を問わず、多くの方が入浴時間をスマホと共に楽しんでいきます。

#### ・入浴中のスマホ、10代～50代の全年代で1位は「動画・映画視聴」

「スマホ入浴」をする人が何をしているかを見てみると、全年代1位が「動画、映画視聴」（55.8%）、2位が「SNS」と「インターネット検索」（それぞれ37.2%）という結果となりました。どの年代も、入浴時間に動画サービスを利用することが多く、動画を見ながらゆったりと入浴時間を過ごしているようです。また、10代の約2割は「ゲーム」と並んで「ネットショッピング」も入浴中に行っていることがわかりました。

「スマホ入浴」の最中に行うことランキング（n=500）

順位	全年代	10代	20代	30代	40代	50代
1位	動画、映画視聴 (55.8%)	動画、映画視聴 (62.0%)	動画、映画視聴 (59.0%)	動画、映画視聴 (60.0%)	動画、映画視聴 (49.0%)	動画、映画視聴 (49.0%)
2位	SNS / インターネット検索 (37.2%)	SNS (54.0%)	SNS (47.0%)	インターネット検索 (48.0%)	インターネット検索 (38.0%)	音楽、ラジオ (33.0%)
3位	音楽、ラジオ (35.4%)	音楽、ラジオ (47.0%)	音楽、ラジオ (39.0%)	SNS (45.0%)	音楽、ラジオ (31.0%)	インターネット検索 (26.0%)
4位	読書 (18.6%)	インターネット検索 (35.0%)	インターネット検索 (35.0%)	読書 (29.0%)	SNS (21.0%)	SNS (19.0%)
5位	ゲーム (17.0%)	ゲーム / ネットショッピング (18.0%)	読書 (24.0%)	音楽、ラジオ (27.0%)	ゲーム (18.0%)	ゲーム (11.0%)

#### <早坂先生からのアドバイス>

・長風呂は趣味のひとつに！自分なりの楽しみ方を見つけて、入浴習慣で幸福度を高めよう  
一般的に、自宅や銭湯などで入浴頻度が多いほど健康観や幸福度は高まる<sup>※3</sup>とされていますので、趣味としての長風呂は、リラックスできる良いものだと思います。音楽やラジオを聴いて新しい発見の場にするなど、自分なりの楽しみ方を見つけてみてください。スマホ使用も良いですが、たまにはデジタルから離れて今の自分の心と向き合い、呼吸に集中して何も考えない「マインドフル（風呂）ネス」<sup>※4</sup>をすることもおすすめです。

※3 出典：早坂信哉、他「銭湯利用頻度と主観的幸福感の関連：インターネット・リサーチによる横断研究」

※4 お風呂で瞑想をすること。「マインドフルネス」と「お風呂」を掛け合わせた言葉。

## ■専門家プロフィール

### 早坂 信哉 先生

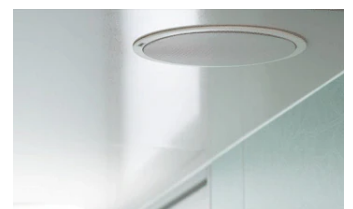
東京都市大学人間科学部教授・学部長、博士（医学）、温泉療法専門医。生活習慣としての入浴を医学的に研究する第一人者。これまで25年にわたり、4万人以上の入浴を医学的に調査してきた医師。All About医師 / お風呂・温泉の医学ガイド。

一般財団法人日本健康開発財団温泉医科学研究所所長、一般社団法人日本銭湯文化協会理事、日本入浴協会理事などを務める。主な著書に「最高の入浴法」（大和書房）、「おうち時間を快適に過ごす 究極の疲労回復術」（山と溪谷社）などがある。



## ■参考：長風呂を快適に楽しむ、LIXILのバスルーム

- ・長風呂に最適な「半身浴+肩湯」：[SPAGE「アクアフィール」](#)  
「半身浴+肩湯」が可能で、首から肩に優しいお湯をまとうかのような新感覚で極上のリラックス時間を味わうことができます。
- ・長風呂の合間に“ちょっと休憩”：[SPAGE「ベンチカウンター」](#)  
ゆったりと座ってくつろげるベンチカウンターです。入浴中に少し休憩したい時や全身のお肌のお手入れなど、多彩な使い方でバスタイムを満喫できます。
- ・浴室を極上オーディオルームへ：[SPAGE「フルデジタルサウンドシステム」](#)  
スマートフォンやタブレットとワイヤレスで接続し、浴室を癒しのオーディオルームへと変えてくれる高品質の音響機能です。入浴中の音楽や動画・映画視聴が、これまでに体験したことのない充実したバスタイムとなります。



## ■LIXIL「長風呂に関する意識調査」調査概要

- ・調査方法：インターネット調査
- ・調査期間：2023年10月実施
- ・調査対象：
  - ＜事前調査＞10代～50代男女、3163人
  - ＜本調査＞入浴時にスマートフォンなどの使用経験が過去1回以上ある10代～50代男女、500人
- ※自身及び同居家族が浴室関連メーカー勤務者を除く、男女比・年代：50サンプルずつ
- ・業務委託先：楽天インサイト

## About LIXIL

LIXILは、世界中の誰もが願う豊かで快適な住まいを実現するために、日々の暮らしの課題を解決する先進的なトイレ、お風呂、キッチンなどの水まわり製品と窓、ドア、インテリア、エクステリアなどの建材製品を開発、提供しています。ものづくりの伝統を礎に、INAX、GROHE、American Standard、TOSTEMをはじめとする数々の製品ブランドを通して、世界をリードする技術やイノベーションで、人びとのより良い暮らしに貢献しています。現在約55,000人の従業員を擁し、世界150カ国以上で事業を展開するLIXILは、生活者の視点に立った製品を提供することで、毎日世界で10億人以上の人びとの暮らしを支えています。

株式会社LIXIL（証券コード：5938）は、2022年3月期に1兆4,286億円の連結売上高を計上しています。

LIXILグローバルサイト：<https://www.lixil.com/jp/>

LIXIL Facebook（グローバル向け）：<https://ja-jp.facebook.com/lixilglobal/>

LIXIL Facebook（日本国内向け）：<https://www.facebook.com/lixilcorporation>