

3～12歳のお子さまを持つママの声から判明「子育てママの宿泊の思い出作り」実態調査
外出しづらい状況は続きつつも、95%以上のママたちは「子供に残してあげたい宿泊先の経験がある」。
コロナ禍の宿泊先選び 重視するのは「共有スペース・客室が清潔」「対策の情報開示」等の徹底した感染症対策。

ママたちの「子供との安心な宿泊の思い出作り」をサポート

ミューズとヒルトンが提携 衛生・除菌基準を強化

レキットベンキナー・ジャパン株式会社（本社：東京都品川区東五反田／代表取締役：シャイレッシュ・シユクラ）の約60年の歴史を持つ「ミューズ」と、ヒルトン（日本・韓国・マイクロネシア地区本社：東京都新宿区、運営最高責任者：ティモシー・ソーパー）は、昨年よりヒルトンが展開している独自の新型コロナウイルス感染対策「ヒルトン・クリーンステイ（<https://www.hilton.com/ja/corporate/cleanstay/>）」において、日本国内のホテルで、新たにミューズから発売中の「ミューズホーム 99%除菌シート」を使用し、お客様により清潔で安心なご滞在を提供しています。

また、本取組に伴い実施した「子育てママの宿泊の思い出作り」実態調査の結果から、長引く自粛生活の中、お子さまの「宿泊の思い出」が無くなってしまった現状や、子育てママたちの「宿泊したい」気持ちが明らかになりました。「ミューズ」と提携した「ヒルトン・クリーンステイ」は、非日常を楽しめる空間で、安心な滞在を提供し「子供との宿泊の思い出を作りたい」ママたちをサポートします。

ミューズが展開中の「ミューズホーム 99%除菌シート」でヒルトンのお客様に安心を



レキットは、昨年より世界各地でヒルトンとパートナーシップを結び、200年以上に及ぶ最先端の科学技術とヒューマンヘルスケア製品の研究を活用して、衛生・除菌面をサポートしています。

日本国内においては、ヒルトングループのホテルで、見えない細菌も99%除菌し汚れも拭き取るウェットティッシュ「ミューズホーム 99%除菌シート」を客室清掃・除菌に使用しています。最終点検後に「ヒルトン・クリーンステイ客室シール」をドアに貼付け、お客様が客室に到着されるまで、入室者がいないことをご提示しています。

また、お客様の多くが利用するロビーなどパブリックエリアに設置し、気になるところにご自由にお使いいただける他、スタッフによる館内清掃にも用いています。ご滞在中、清潔で安心な宿泊をサポートする取組となっております。

【本件に関するお問い合わせ先】

<レキットベンキナー・ジャパン株式会社> 担当：山本・伊澤 MAIL：muse-mktg@ra9.jp
<ヒルトン> 担当：日本・韓国・マイクロネシア地区広報渉外部 尾上 TEL：03-6890-9837/MAIL：emiko.ogami@hilton.com



■商品名：ミュージホーム 99%除菌シート アルコールタイプ

1953年発売以来、幅広いバイ菌から家族を守ることを目指してきたミュージブランド。

「ミュージホーム 99%除菌シート」は、見えない細菌も99%除菌*し汚れも1枚で拭き取る厚みが特長のウェットティッシュです。パッチテスト済み**。手にも安心。さらに消臭成分を配合し、身の回りの生活用品からおうちの中の除菌に、幅広くお使いいただけます。 *すべての細菌を除菌するわけではありません。 **すべての方に皮膚トラブルが起こらないということではありません。

「子育てママの宿泊の思い出作り」 2000人実態調査【調査概要】

- 宿泊の思い出は一生モノ！？ 約9割のママが「子供の頃の宿泊の経験が思い出に残っている」
- 82.4%のお子様へ「体験できなかった旅行・宿泊行事」があり、コロナ禍において6割以上が宿泊出来てない！
- 外出しづらい状況は続きつつも、95%以上のママたちが「お子さまに残してあげたい宿泊先の経験」がある！
- ママもリフレッシュしたい!? 65%以上のママが宿泊で「非日常を味わいたい」「食事や風呂を楽しみたい」！一方、「子供にも宿泊の思い出を経験させたい」未就学児のママは、高学年のママより10ポイント多い！
- コロナ禍の宿泊先選び、ママ達が重視するのは「車で行ける」「共有スペースが清潔」「感染症対策の情報開示」などの徹底した感染症対策。また、遠方より「近場を選ぶ」に+20ポイント以上の差が！
- 重視したい衛生基準は「除菌・換気」「清潔感がある」などの、“子供が触っても安心”がキーワード！？
- キレイだと安心できる場所、「部屋」はもちろん、70%以上のママが「滞在時間が長い共有スペース」も気にしている！
- もちろん外出時に必ず持っていくのは、「除菌ティッシュ・シート」「予備マスク」「アルコールスプレー」などの感染症対策グッズ！

【調査概要】タイトル：宿泊に関するアンケート 調査方法：インターネットリサーチ調査期間：2021/5/20～5/22

調査対象：関東地方（東京・千葉・埼玉・神奈川・群馬・栃木・茨城）在住の3～12歳のお子さまがいるママ2000名

（お子さまの年齢別に、3～6歳 668名/7～9歳 666名/10～12歳 666名）

※回答結果はパーセントで表示し、小数点以下第2位を四捨五入して算出しています。そのため、各回答の合計が100%にならない場合があります。

「子育てママの宿泊の思い出作り」 2000人実態調査【調査結果】

宿泊の思い出は一生モノ！？

約9割のママが「子供の頃の宿泊の経験が思い出に残っている」

家族旅行や修学旅行など、子供の頃の宿泊の思い出は大人になっても忘れがたいものです。実際に、ママたちが子供の頃に体験した「宿泊の思い出」は、今も記憶に残っているようです。ママたちに「ご自身が子供の頃、宿泊先（旅館やホテル）で思い出に残っている経験」を聞いてみると、「特にない（排他選択肢/10.2%）」を除く89.8%の方が、思い出に残っている宿泊の経験を回答しています。その内訳は、「いつもと違う食事（62.5%）」、「非日常的な雰囲気（53.1%）」、「お風呂（温泉を含む）（51.1%）」がTOP3に上がりました。

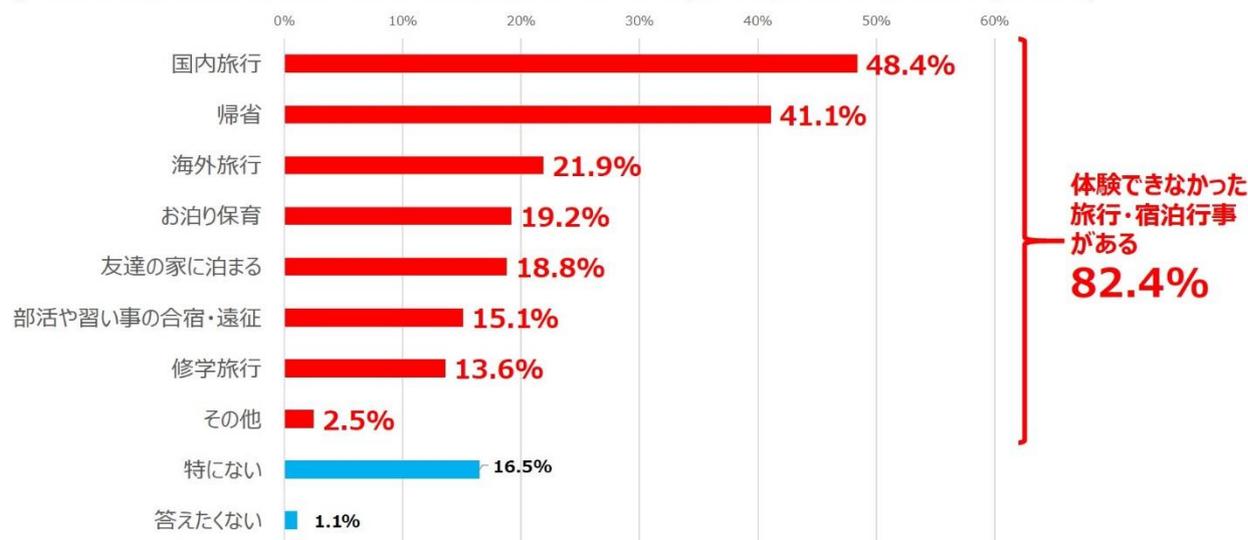
Q:ご自身が子供の頃、宿泊先（旅館やホテル）で思い出に残っている経験は何ですか？（複数回答/「その他」は自由記述回答,N=2000）



82.4%のお子様「体験できなかった旅行・宿泊行事」があり、 コロナ禍において6割以上が宿泊出来てない！

しかし、ご自身のお子さまについて聞いてみると、家族旅行や学校行事といった宿泊の思い出が体験できなかった方が82.4%（「特にない・答えたくない（排他選択肢/計 17.6%）」以外の回答者）となりました。また、61.4%が「家族で宿泊をしていない」と回答し、コロナ禍においてお子さまの「宿泊の思い出」が少ない現状が伺えます。

Q:コロナ禍において、ご自身の子供が体験できなかった宿泊の思い出はありますか？（複数回答/「その他」は自由記述回答,N=2000）



Q:コロナ禍において、家族で旅館やホテルなどに宿泊しましたか？（複数回答/「その他」は自由記述回答,N=2000）



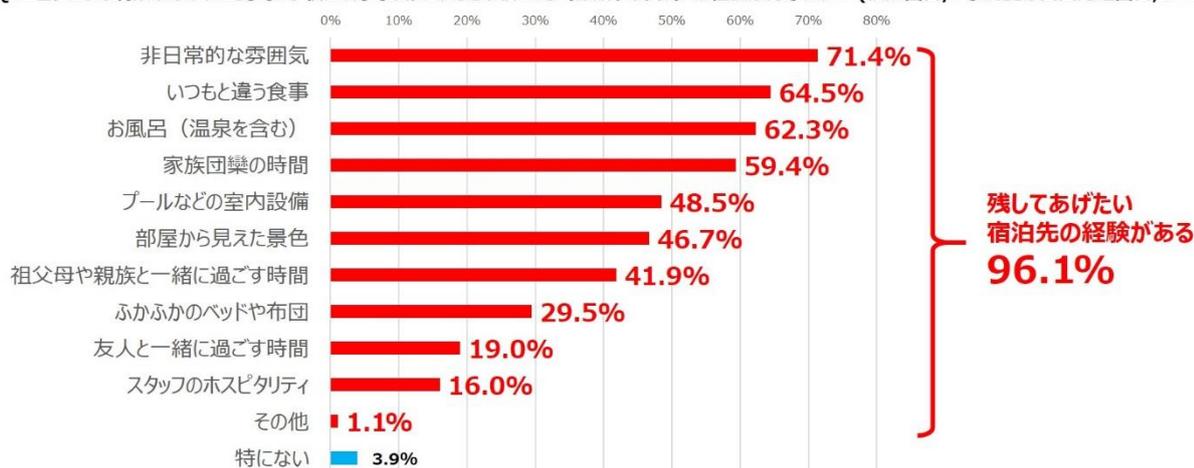
外出しづらい状況は続きつつも、

95%以上のママたちが「お子さまに残してあげたい宿泊先の経験」がある！

一方、「もしコロナ禍による制限がなかったとして、子供に残してあげたいと思う宿泊先の経験は」との問いには、「非日常的な雰囲気（71.4%）」、「いつもと違う食事（64.5%）」、「お風呂（62.3%）」がTOP3に上がりました。

また、「特にない（排他選択肢/3.9%）」を除く96.1%の方が残してあげたい宿泊先の経験を回答しており、ママたちの「子供との宿泊の思い出を作りたい」意向が伺えます。

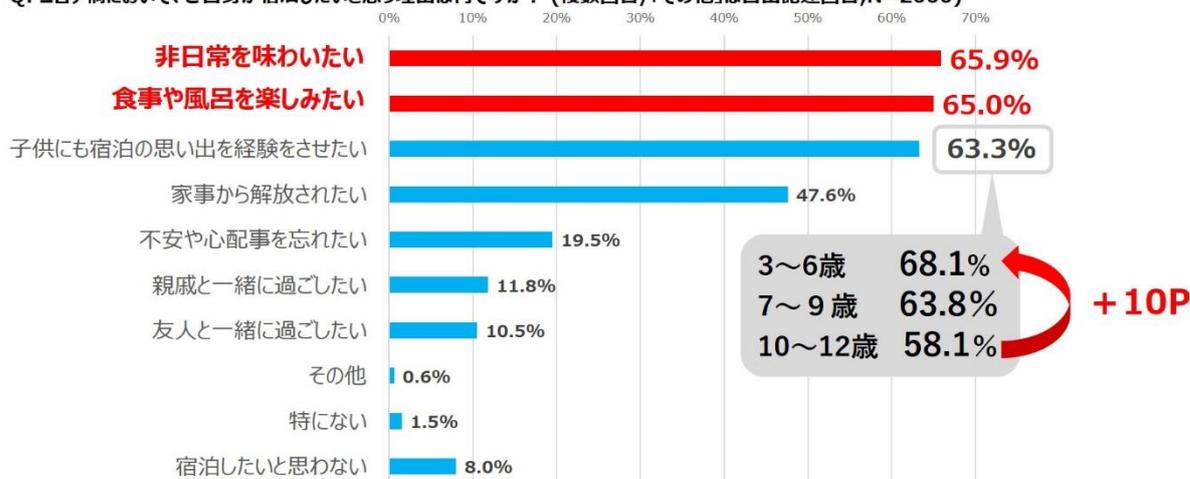
Q: コロナによる制限がなかったとして、子供に残してあげたいと思う宿泊先（旅館やホテル）の経験は何ですか？（複数回答/「その他」は自由記述回答、N=2000）



ママもリフレッシュしたい!? 65%以上のママが宿泊で「非日常を味わいたい」「食事や風呂を楽しみたい」！一方、「子供にも宿泊の思い出を経験させたい」未就学児のママは、高学年のママより10ポイント多い！

詳しく見ると、ママたちは「コロナ禍において、ご自身が宿泊したいと思う理由は何ですか？」との問いに、「非日常を味わいたい（65.9%）」、「食事や風呂を楽しみたい（65.0%）」が上位となり、外出自粛が長引く中、ママたち自身もリフレッシュしたい、という気持ちが高まっているのかもしれません。さらに、お子さまの年齢別にみると「子供にも宿泊の思い出を経験させたい」と回答した未就学児のママが68.1%でした。最も少なかった高学年のママ（58.1%）と比較すると10ポイントの差がつき、お子さまが小さいママほど、「宿泊の思い出を経験させたい」と思っていることがわかりました。

Q: コロナ禍において、ご自身が宿泊したいと思う理由は何ですか？（複数回答/「その他」は自由記述回答、N=2000）

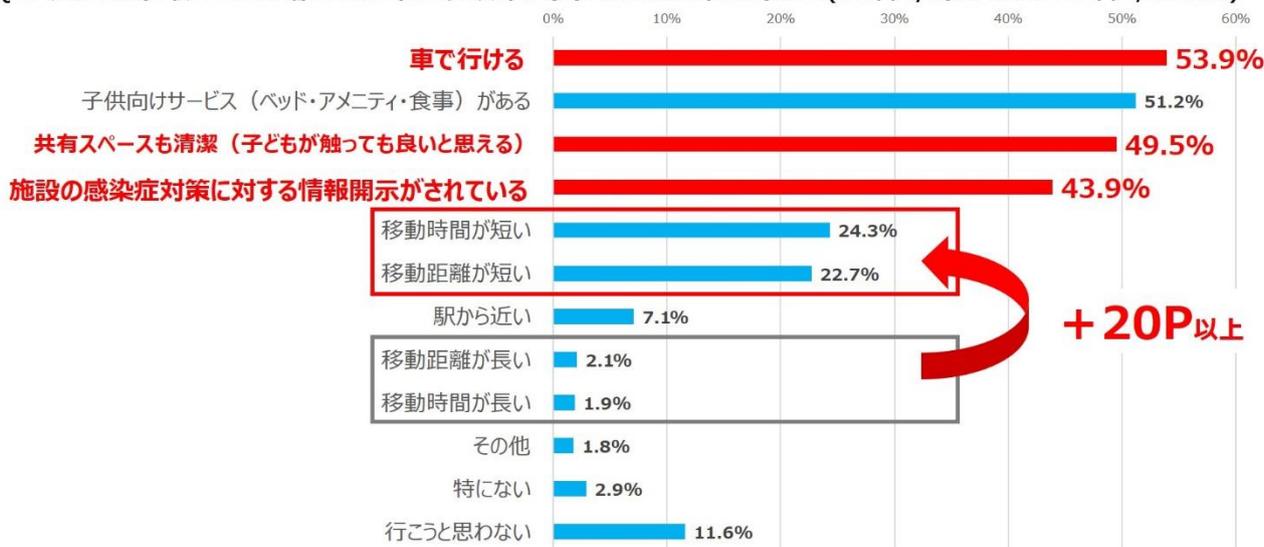


コロナ禍の宿泊先選び、ママ達が重視するのは「車で行ける」「共有スペースが清潔」「感染症対策の情報開示」などの徹底した感染症対策。

また、遠方より「近場を選ぶ」に+20ポイント以上の差が！

では、ママたちは、どのような条件があれば安心して宿泊ができるのでしょうか。「コロナ禍でお子さまと宿泊する際、宿泊先選びで重視するポイント」を聞くと「車で行ける（53.9%）」が最も多く、次に「子供向けサービスがある（51.2%）」となりました。続いて、「共有スペースも清潔（49.5%）」、「施設の感染症対策に関する情報開示がされている（43.9%）」などの感染症対策に関する項目も上位に上がりました。また、「移動時間・距離が短い」の回答は、「移動時間・距離が長い」に20ポイント以上の差をつけており、近場であることを重視するママも多いようです。

Q:コロナ禍において子供と宿泊をする際、宿泊先（旅館やホテル）選びで重視するポイントは何ですか？（複数回答/「その他」は自由記述回答、N=2000）

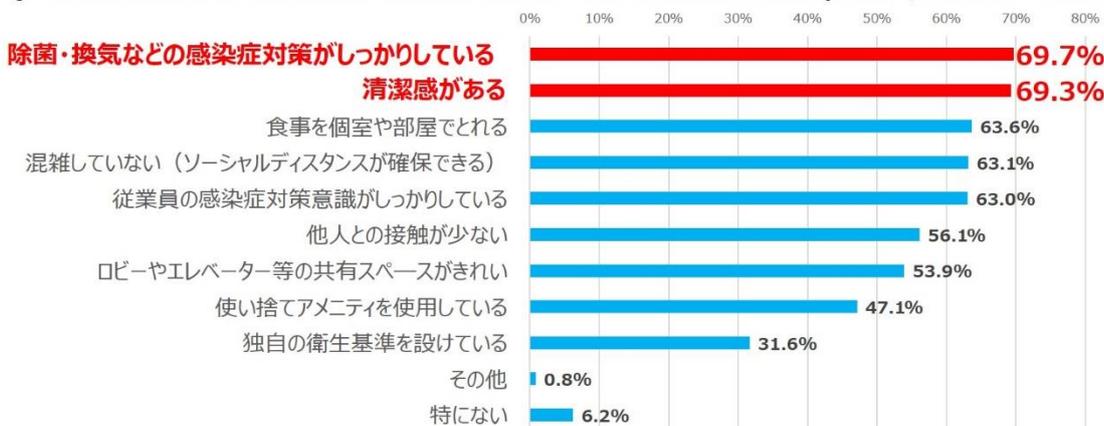


重視したい衛生基準は「除菌・換気」「清潔感がある」などの、

“子供が触っても安心”がキーワード！？

次に、「宿泊先を選ぶ際、重視したいサービスや衛生基準」について聞くと、やはりこちらも、「除菌・換気などの感染症対策がしっかりしている（69.7%）」、続いて「清潔感がある（69.3%）」が上位にあがりました。ママにとってお子さまと宿泊する際は、お子さまがあちこち触ってしまったとしても心配が少ない、ということが重要なのかもしれません。

Q:コロナ禍において、宿泊先（旅館やホテル）を選ぶ際、重視したいサービスや衛生基準は何ですか？（複数回答/「その他」は自由記述回答、N=2000）

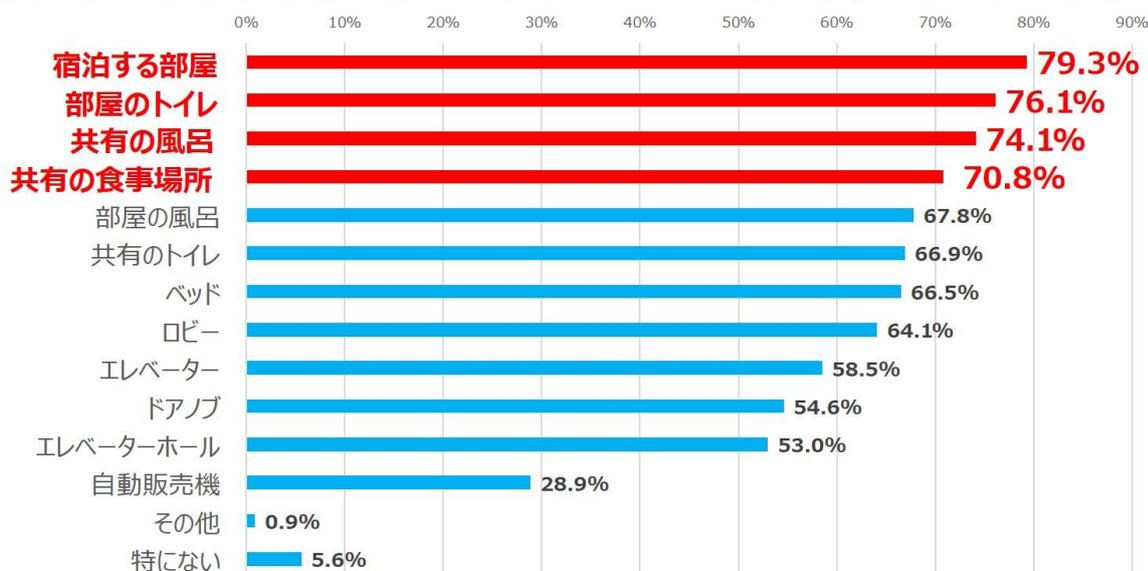


キレイだと安心できるところ、「部屋」はもちろん、

70%以上のママが「滞在時間が長い共有スペース」も気にしている！

さらに、「コロナ禍において、宿泊先のどこがキレイだと安心できますか」と聞くと、「宿泊する部屋（79.3%）」、「部屋のトイレ（76.1%）」と、滞在中の多くを過ごす場所が重視されているようです。次いで、「共有の風呂（74.1%）」「共有の食事場所（70.8%）」など、滞在時間が比較的長いであろう共有スペースを気にしているママが多いことがわかりました。

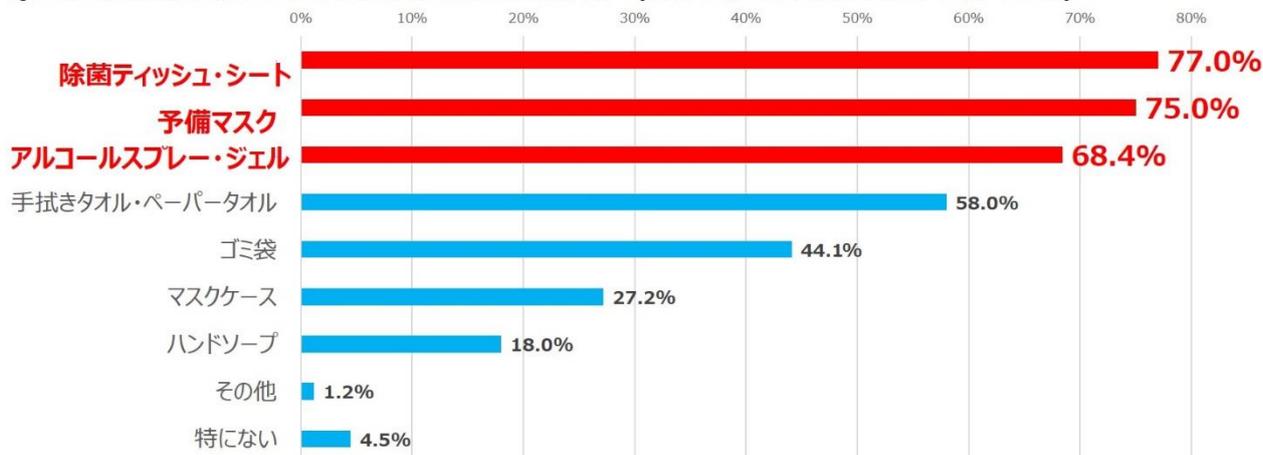
Q:コロナ禍において、宿泊先（旅館やホテル）のどこがキレイだと安心できますか？（複数回答/「その他」は自由記述回答,N=2000）



もちろん外出時に必ず持っていくのは、「除菌ティッシュ・シート」「予備マスク」「アルコールスプレー」などの感染症対策グッズ！

最後に、「コロナ禍において、子供と外出する際に必ず持っていくものはなんですか？」と聞いてみると、「除菌ティッシュ・シート（77.0%）」、「予備マスク（75.0%）」、「アルコールスプレー・ジェル（68.4%）」がTOP3に上がりました。お子様との外出はただでさえ荷物が多くなりがちですが、感染症対策グッズが加わり、やはり荷物が増えてしまっているようです。

Q:コロナ禍において、子供と外出する際に必ず持っていくものは何ですか？（複数回答/「その他」は自由記述回答,N=2000）



以上の調査結果から、コロナ禍で「宿泊の思い出が体験できなかった」お子さまが多い現状の中、ママたちはお子さまに宿泊の経験をさせてあげたいという意向があること、安心して宿泊するためには、近場であったり、特に滞在時間が長い部屋や共有スペースが清潔、除菌・換気などの感染症対策を重視しているといえそうです。

ヒルトンでは、ミューズと共に「ヒルトン・クリーンステイ」プログラムを実施し、従来以上に清潔で安全な宿泊の提供に努めており、お子さまとの宿泊の思い出作りをサポートして参ります。

■ミューズ 概要

「ミューズ」は、1953年に薬用固形せっけんとして誕生して以来、キッチン用や液体タイプ、泡タイプ、自動タイプの泡製品など、様々な薬用せっけん製品を発売して参りました。2021年には「ミューズホーム」シリーズを新たに立ち上げ、家庭の衛生の分野にも参入し、除菌スプレーや99%除菌シートを展開しております。私たちの使命は、人々の持続可能な健やかな生活習慣を実現すること。そのために私たちは、常に革新的な製品を提供していきます。

(<http://www.musejapan.jp/>)

■ヒルトン 概要

ヒルトンは、世界119の国と地域に6,600軒以上（100万室以上）のホテルを展開しているホスピタリティ業界のグローバルリーダーです。ヒルトンは、世界で最もおもてなしの心に溢れた企業であることをミッションに掲げ、これまで100年以上の歴史で30億人を超えるお客様をお迎えしました。「2020年版 働きがいのあるグローバル企業 世界ランキング」の上位企業として選ばれ、世界有数のESG（環境、社会、ガバナンス）投資指標である「ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックス」で2020年世界的業界リーダーにも選出されました。2020年には、新たな衛生・消毒基準である「ヒルトン・クリーンステイ (<https://www.hilton.com/ja/corporate/cleanstay/>)」を策定し、全世界のホテルで導入しました。また、現在、18のグローバル・ブランド・ポートフォリオを展開しています。また、受賞歴を誇るゲスト・ロイヤルティ・プログラム「ヒルトン・オナーズ」の会員数は1億1800万人以上を有し、ヒルトンの公式予約チャネル経由で直接予約したヒルトン・オナーズ会員は、宿泊や体験などに交換できるポイントを獲得することができます。また、無料のヒルトン・オナーズ・アプリから客室の選択、デジタル・チェックイン、デジタル・キー（日本国内では一部のホテルではデジタル・キーは未導入）をご利用いただけます。（<https://hiltonhotels.jp/>）

【本件に関するお問い合わせ先】

<レキットベンキナー・ジャパン株式会社> 担当：山本・伊澤 MAIL：muse-mktg@ra9.jp

<ヒルトン> 担当：日本・韓国・ミクロネシア地区広報渉外部 尾上 TEL：03-6890-9837/MAIL：emiko.ogami@hilton.com