

## 「お風呂」は子どもとの会話や自分ケアのための貴重な時間

### 7割以上の女性が「シャワーヘッド」の購入・交換意向、理由は「節水」が最多

マイクロナノバブルシャワーヘッド 利用率 第1位「ミラブルplus／サイエンス」  
満足度 第1位「リファファインバブル S／MTG」

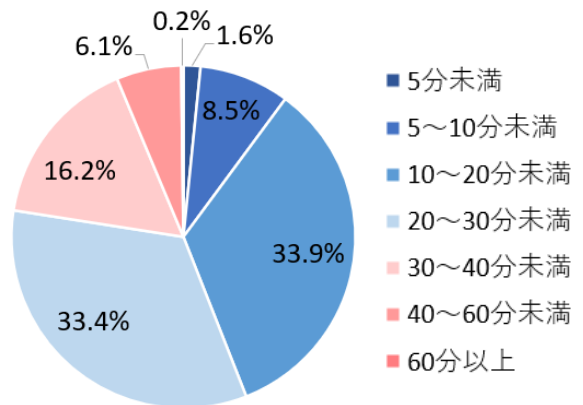
園児とママ・パパの情報誌「あんふあん」「ぎゅって」を発行する株式会社こどもりびんぐ（所在地：東京都千代田区、代表取締役：藤田基予）は、「シルミル研究所」としてリサーチ事業を展開しています。今回、シルミル研究所では「バスタイム・シャワーヘッド」をテーマに全国のWeb会員を対象とした調査「ウーマンリサーチ」を実施。その結果の一部を紹介します。

### 【49歳以下の子育てママ】

### 76.4%が週5日以上「子どもと一緒に入浴する」、貴重な一人お風呂はこだわり満載

49歳以下で未就学児の子どもがいるママに、子どもと一緒に入浴する頻度を聞くと、「ほぼ毎日」と回答した人が61.4%、「1週間に5、6日」が15.0%で、76.4%のママは1週間に5回以上入浴しているという現状が分かりました。子どもと一緒にいるときの入浴時間は、「10分～30分」がボリュームゾーン。「一人」の場合の入浴時間を聞くと、「一人で入ることはない」と回答した人が10.1%もいる一方で、「40分以上」も15.6%という結果に。一人でお風呂に入るときのごだわりを聞くと、美容ケアやリラックスタイムとして活用している様子が分かりました。

Q.子どもと一緒にいる場合の入浴時間は？ n=622



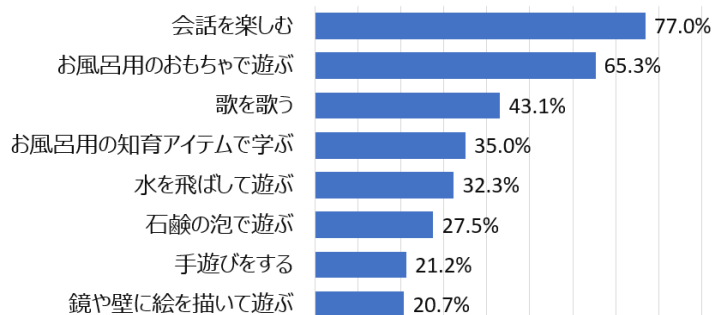
#### <一人で入浴するときのごだわりは？>

- ・スマホでマンガを読みながら、その間に顔と髪の毛のパックをする（30代前半）
- ・子どもと一緒にできない熱いお湯に「あ〜」と言いながら入る（30代後半）
- ・バスオイルを入れて、好きな音楽をかけてゆっくり湯船に浸かる（30代前半）

### お風呂は会話がはずむ親子の大切な時間、悩みの1位は「子どもが出たがらない」

子どもと一緒にのお風呂でよく実践していることを聞くと、「会話を楽しむ」が77.0%と一番多い結果になりました。家にいても家事などに追われ、何かと忙しいママにとって、「お風呂」は子どもと一緒に向き合って会話する大切な時間になっているようです。一方で、お風呂での悩み事を聞くと、多い順に「子どもがお風呂から出たがらない」（33.1%）、「お風呂から出たあと、なかなか服を着ない」（30.1%）、「子どもがお風呂に入らなからない」（23.8%）という結果に。お風呂時間は楽しく過ごし、でもそのスタートとラストで悩みが多い…という実情が垣間見えました。

Q.お風呂でよく実践していることは？ n=622、複数回答



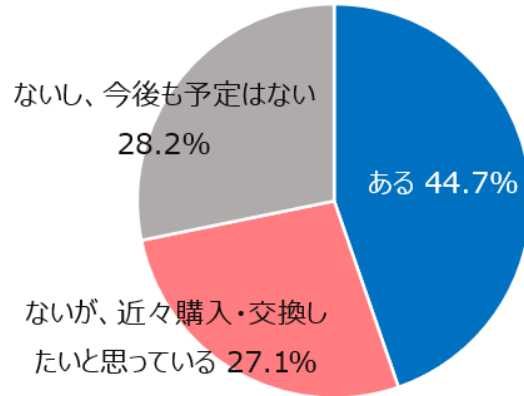
※ここまでのデータは、年齢49歳以下／女性／末子が未就学児の回答者で集計（n=622） ※構成比は四捨五入しているので合計は必ずしも100とはならない

## 【シャワーヘッドについて1229人の女性が回答】 7割以上の女性が購入・交換意向、購入者の4割はここ1年以内に購入

シャワーヘッドの購入・交換についてヒアリングしたところ、「経験あり」44.7%、「近々購入・交換したい」27.1%という結果になりました。7割以上の女性が「シャワーヘッド」の購入・交換に興味を示しているということになり、注目すべき点です。

購入・交換した人に、その時期を聞くと、「6カ月以内」が20.4%、「7カ月～1年以内」が22.2%と、4割以上がここ1年以内に購入・交換している状況が分かりました。

Q. 自宅のシャワーのシャワーヘッドを購入・交換したことがありますか？  
n=1229

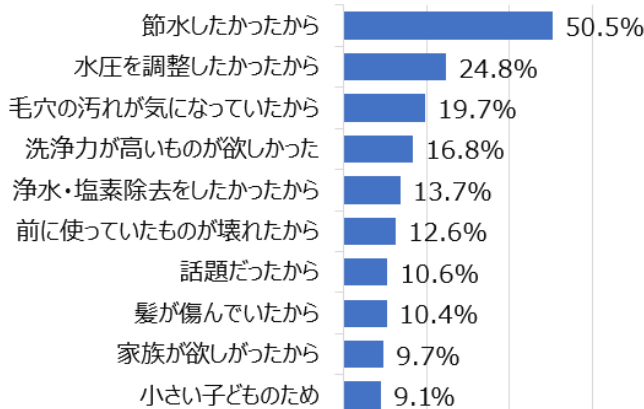


## シャワーヘッドへ求める機能は「節水」が最多→「節水」+「美容」に変化の兆しも

すでに購入・交換した人に、その理由を聞くと、1位「節水したかった」(50.5%)、2位「水圧を調整したかった」(24.8%)と、第一に節水機能を求めていることが分かります。一方で、近々購入・交換したいと思っている人に、その理由を聞くと、1位は同じく「節水」(64.9%)ですが、2位には「洗浄力が高いものが欲しいから」(34.5%)がランクイン。また「毛穴の汚れが気になっているから」(31.2%)、「保湿力が高いものが欲しいから」(21.9%)など、美容面に関してさまざまな機能を要望する声も多くなっています。シャワーヘッドの付加価値的な美容機能は「マイクロナノバブルシャワーヘッド」の強みでもあります。すでに購入・交換した人のうち、「マイクロナノバブルシャワーヘッド」をセレクトした人は38.8%。シャワーヘッドへの要望がシンプルな「節水」から、「節水」+「美容」に変化している様子からも、「マイクロナノバブルシャワーヘッド」の普及は加速度が増しているようです。

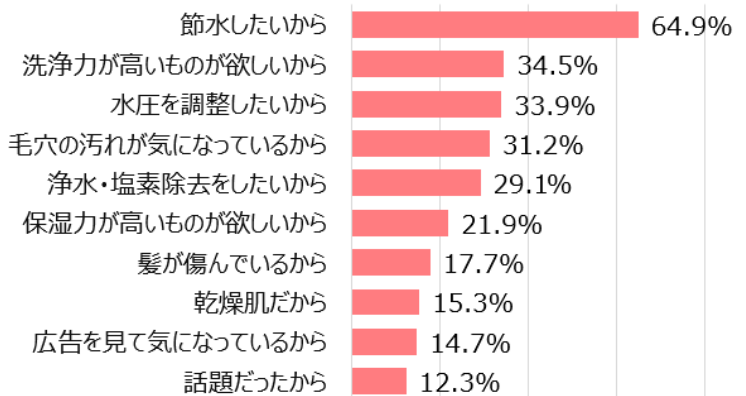
### Q. 購入・交換をした理由TOP10

n=549、複数回答



### Q. 購入・交換をしたい理由TOP10

n=333、複数回答



※女性の回答者で集計 (n=1229) ※構成比は四捨五入しているので合計は必ずしも100とはならない

2024年1月26日  
株式会社こどもりびんぐ

## マイクロナノバブルシャワーヘッド「利用率」「リピート率」1位は「ミラブルplus／サイエンス」

ウーマンリサーチでは、2023年12月に全国のWeb会員を対象に「マイクロナノバブルシャワーヘッド」についての調査を実施しました。「利用率」ランキングは1位「ミラブルplus」、3位「ミラブルzero」とサイエンスの2商品がランクイン。「リピート率」ランキングでもこの2商品が1位、2位となりました。一方、「商品の満足度」ランキングでは、1位に「リファファインバブル S」、2位に「リファファインバブル ピュア」と、MTGの2商品が上位2つに選ばれました。

購入先を聞くと、「Amazon」「楽天市場」「メーカー公式サイト」などWebで購入している人が58.6%で約6割。安くない買い物なだけに、価格変動が激しいWb通販で、お得なタイミングを見つけて上手に購入している様子が見えました。



### ★女性が選ぶ「マイクロナノバブルシャワーヘッド」ランキング2023 ★

#### 【利用率ランキング】

- 1位 ミラブルplus／サイエンス
- 2位 リファファインバブル S／MTG
- 3位 ミラブル zero／サイエンス

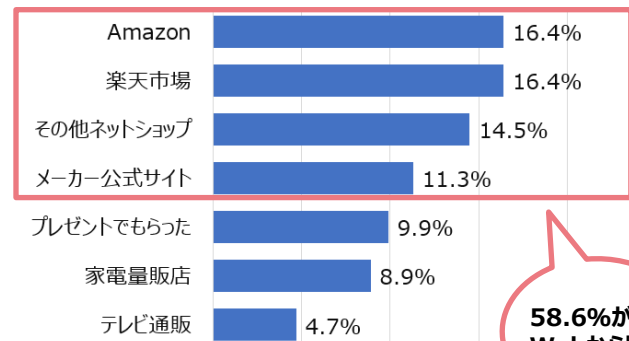
#### 【商品の満足度ランキング】

- 1位 リファファインバブル S／MTG
- 2位 リファファインバブル ピュア／MTG
- 3位 ミラブルplus／サイエンス

#### 【リピート率ランキング】

- 1位 ミラブルplus／サイエンス
- 2位 ミラブルzero／サイエンス
- 3位 リファファインバブル S／MTG

#### Q. どこで購入しましたか？ n=213



58.6%がWebから購入

【調査概要】期間：2023.12.18～2024.1.8 「あんふぁんWeb」「ぎゅってWeb」会員、こどもりびんぐアンケート会員に対しWebで調査を実施／調査対象：MTG／リファファインバブル S、MTG／リファファインバブル ピュア、コイズミ／ウルトラファインバブルシャワーヘッド、サイエンス／ミラブルplus、サイエンス／ミラブル zero、サンエイ／ウルトラファインバブルレイニーストップ、ジャパンスター／ナノフェミラス・プラス、タカギ／キモチイイ バブルシャワピタ、田中金属製作所／ポリーナ リザイア、田中金属製作所／ポリーナワイドプラス、MYTREX／HIHO FINE BUBBLE+、水生活製作所／ミストップ・リッチシャワー（五十音順）

【回答者プロフィール】エリア：全国の女性1229人 年代：20代以下3.0%、30代39.3%、40代35.6%、50代以上22.1%。独身14.7%、既婚85.3%。子どもあり82.0%、子どもなし18.0% ※構成比は四捨五入しているので合計は必ずしも100とはならない

株式会社こどもりびんぐは、小学館グループで園児とママ・パパ向け情報誌「あんふぁん」「ぎゅって」の発行、ウーマンリサーチ・こどもリサーチなどの「リサーチ事業」を展開するメディア事業者です。今後もウーマンリサーチでは、さまざまなテーマで調査を実施し、女性のインサイトなどを分析・報告してまいります。また、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・SEO対策等、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。

調査項目は、右記二次元コードからダウンロードも可能です。



#### ■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社こどもりびんぐ シルミル研究所 担当：相良  
TEL：03-5244-5761 E-mail：[woman.reserch@kodomoliving.co.jp](mailto:woman.reserch@kodomoliving.co.jp)  
<https://kodomoliving.co.jp/> ※そのほかの調査データも紹介しています