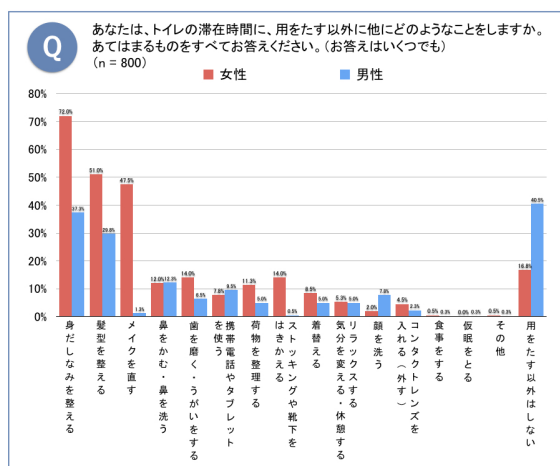


《3月8日は国際女性デー》
女性はトイレでも忙しい！？ トイレで用をたす以外にすることベスト3
「身だしなみを整える」「髪型を整える」「メイクを直す」
働く女性は、主婦の約2倍トイレで「歯を磨く・うがいをする」
 ～トイレの快適利用に関する調査結果2を発表～

本日3月8日は、国連が定めた「国際女性デー」です。「女性目線の商品開発プロジェクト」や「女性活躍推進プロジェクト」を発足し、企業力向上を目指しているアイカ工業株式会社(代表取締役社長:小野勇治 本社:愛知県名古屋市中村区名駅一丁目1番1号 JPタワー名古屋26階 資本金:98億9,170万円)は、20歳から69歳の男女を対象にした「トイレの快適利用に関する調査結果2」をまとめましたのでお知らせします。



【主な調査結果】

- ・女性が用をたす以外にすることで最も高いのは、「身だしなみを整える」(72.0%)である。次いで「髪型を整える」(51.0%)、「メイクを直す」(47.5%)と続いた。
- ・「携帯電話やタブレットを使う」は、男性9.5%、女性7.8%、「顔を洗う」は、男性7.8%、女性2.0%と、それぞれ男性が上回った。
- ・「歯を磨く・うがいをする」は、女性就業者が18.3%で、主婦の9.5%の約2倍となった。
- ・「着替える」「ストッキングや靴下をはきかえる」「歯を磨く・うがいをする」「顔を洗う」「鼻をかむ・鼻を洗う」「コンタクトレンズを入れる(外す)」においては、専業主婦と比べて女性就業者の割合が高く、オフィストイレは働く女性にとって自宅の洗面空間で行うようなことを行う場になっていると言える。

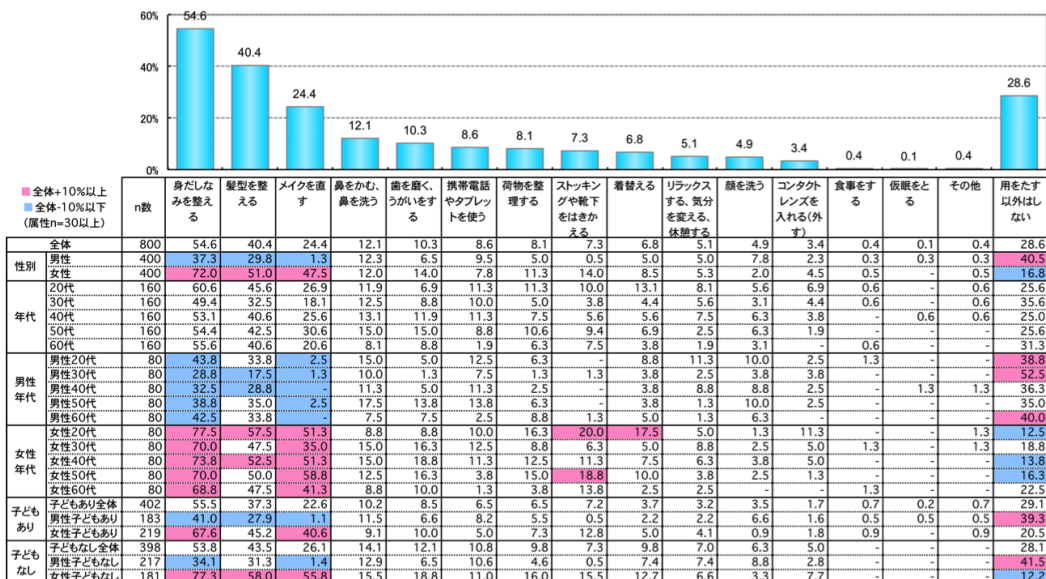
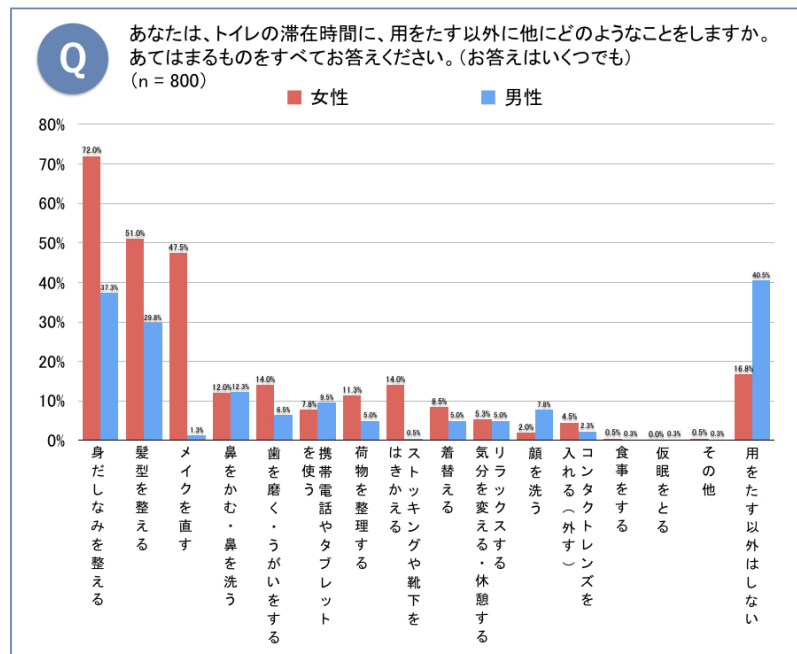
【国際女性デー(IWD)】 ※IWD=International Women’s Day

国際女性デーは、20世紀への変わり目に、北アメリカおよびヨーロッパ各地での女性労働運動から始まりました。やがて国連は、1975年の国際婦人年において、3月8日を国際女性デー(IWD)として定め、2年後の1977年12月、国連総会で決議を採択しました。さらに国連女性会議では、女性の権利、および政治・経済活動の場への女性参画をサポートする結集の場となる国際女性デーを支援しています。これまでの前進を振り返り、変革を呼びかけ、国や社会の歴史上すばらしい役割を果たした一般の女性たちの勇気と決断を称える日です。(引用 UN WOMEN 日本事務所 ウェブサイト)

<調査結果詳細>

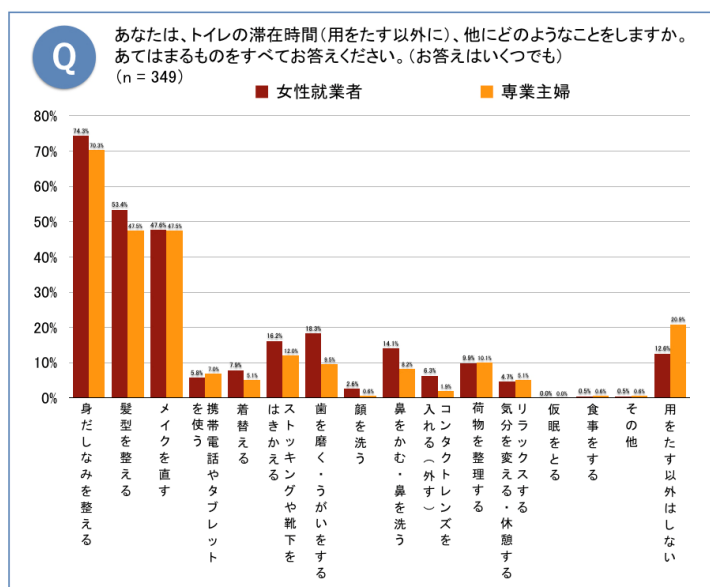
【1】トイレに滞在中、用をたす以外にすること（男女別）

- ・女性が用をたす以外にすることで最も高いのは、「身だしなみを整える」(72.0%)である。次いで「髪型を整える」(51.0%)、「メイクを直す」(47.5%)が続いた。
- ・「携帯電話やタブレットを使う」は、男性9.5%、女性7.8%、「顔を洗う」は、男性7.8%、女性2.0%と、それぞれ男性が上回った。
- ・「用をたす以外はしない」は、男性が40.5%で女性の16.8%を大きく上回り、トイレ滞在時間やトイレの混雑状況における男女差の要因となり得る行動が浮き彫りとなった。
- ・「荷物を整理する」は、女性が11.3%で男性の5.0%の2倍以上の割合となり、トイレでなくてもできる行動としては、男性の「携帯電話やタブレットを使う」(9.5%)より多い回答となった。
- ・20代女性の「着替える」(17.5%)、「ストッキングや靴下をはきかえる」(20.0%)という回答は、他の年代より圧倒的に高い割合となった。



【2】トイレに滞在中、用をたす以外にすること（女性のみ）

- ・「歯を磨く、うがいをする」は、女性就業者が18.3%で、主婦の9.5%の約2倍となった。
- ・「着替える」は、学生が3割超えと圧倒的に多い結果となった。
- ・「着替える」「ストッキングや靴下をはきかえる」「歯を磨く・うがいをする」「顔を洗う」「鼻をかむ・鼻を洗う」「コンタクトレンズを入れる(外す)」においては、専業主婦と比べて女性就業者の割合が高く、オフィストイレは働く女性にとって自宅の洗面空間で行うようなことを行う場になっていると言える。



	n=400	身だしなみを整える	髪型を整える	メイクを直す	携帯電話やタブレットを使う	着替える	ストッキングや靴下をはきかえる	歯を磨く、うがいをする	顔を洗う	鼻をかむ、鼻を洗う	コンタクトレンズを入れる(外す)	荷物を整理する	リラックスする、気分を変える、休憩する	仮眠をとる	食事をとる	その他	用をたす以外はしない
女性就業者	191	74.3	53.4	47.6	5.8	7.9	16.2	18.3	2.6	14.1	6.3	9.9	4.7	-	0.5	0.5	12.6
専業主婦	158	70.3	47.5	47.5	7.0	5.1	12.0	9.5	0.6	8.2	1.9	10.1	5.1	-	0.6	0.6	20.9
学生	17	76.5	52.9	52.9	11.8	35.3	5.9	-	-	-	5.9	5.9	5.9	-	-	-	11.8
無職・休職中・求職中	34	64.7	52.9	44.1	20.6	14.7	14.7	17.6	5.9	23.5	5.9	26.5	8.8	-	-	-	23.5

<調査概要と回答者プロフィール>

■調査概要

調査方法：ウェブにより実施
 調査期間：2017年10月31日～11月2日
 調査対象：一般の方
 有効サンプル数：800名

■回答者プロフィール

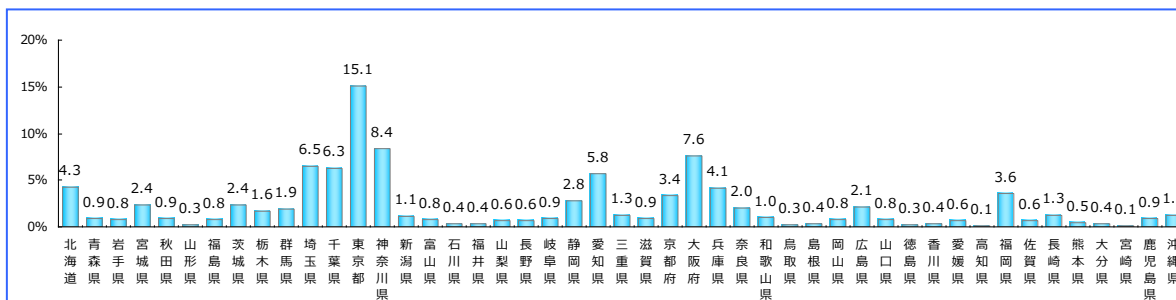
性別：男女
 年齢：20歳～69歳
 地域：全国

※人数内訳

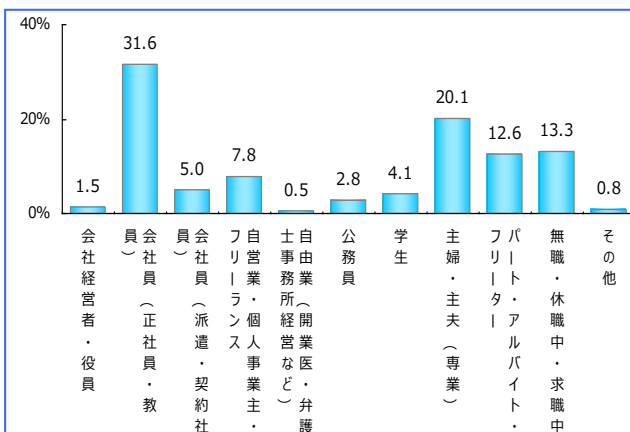
[単位：名]

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	80	80	80	80	80	400
女性	80	80	80	80	80	400
合計	160	160	160	160	160	800

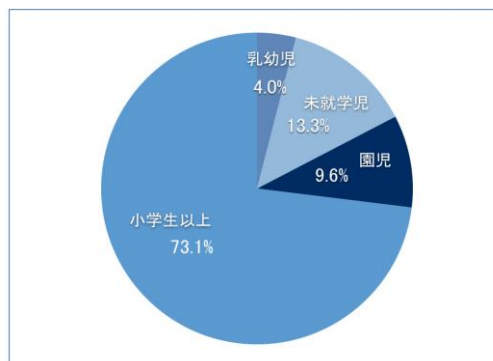
居住地(n=800)



職業(n=800)



子どもの年代(n=402)



〈参考1〉女性目線で考えたトイレ空間「L SERIES」(エル・シリーズ)

・省スペース型引戸ブース「ピュアコアブース 引戸仕様」

開口が広く、荷物が多くても安心。着替えや荷物置き場にも困らない、引戸仕様のトイレブース

・洗面カウンター「アイカスタイリッシュカウンター セットインタイプL」

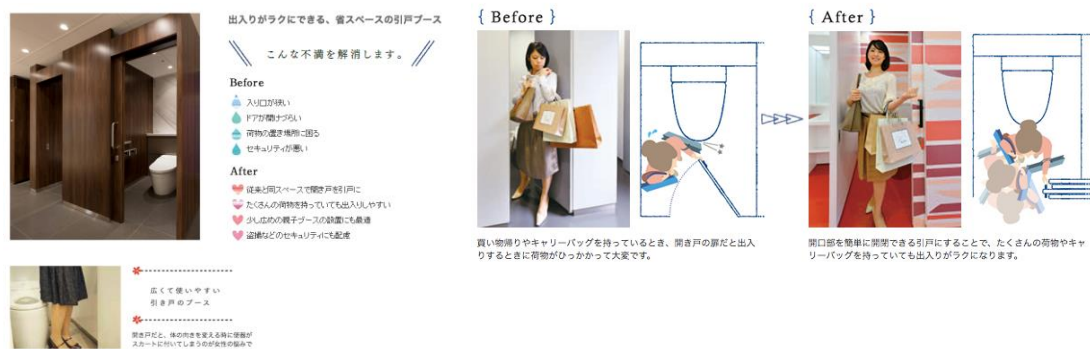
水はねや荷物おき場を考慮し、メイク直しや歯磨き・うがいもしやすくて洗面カウンター

・荷物止め付きメラミンポストフォームカウンター「バッグスタンドカウンターL」

自立しないバッグや傘も安心して置くことができる、荷物止め付きカウンター

・パウダーコーナー「アイカパウダーシステムL」

他人の視線を気にせずに着いてメイク直しができる、パーソナル仕様のパウダーコーナー



〈参考2〉「企業力向上につながる女性活躍推進」の取り組み

■「女性目線の商品開発プロジェクト」(2012年4月発足)

女性ならではの目線で、使用者の要望に応える商品開発プロジェクト。男性の開発者では気づきにくい細かな配慮で、より使いやすく快適なトイレ空間を実現しています。女性社員が中心となり、非住宅施設向けのトイレブースやパウダーコーナー、住宅向けの洗面ユニットなど幅広く商品を企画・開発しています。対象はショッピングモール・飲食店・駅・大学・オフィスなど、大規模トイレから狭小トイレまで多岐にわたり、集客のため、従業員満足度向上のためなど、近年増え続けるトイレ改修でも活躍の場を広げています。2014年12月より定期的に行っている「女性目線のトイレ改修セミナー」では、実際のトイレ改修事例における様々な配慮やアンケート結果のご報告、最新の施工事例のご紹介、トイレ空間の展示を含むショールームのご案内など、女性ならではの感性で、より喜ばれるトイレ空間を提案しています。

■「女性活躍推進プロジェクト」(2013年6月発足)

部門を超えたクロスファンクショナルチームによるプロジェクトで、社員の意識調査実施からスタート。仕事と育児の両立支援制度の拡大、女性社員のスキルアップや人生設計を盛り込んだ研修、女性の活躍やダイバーシティの必要性を全社に浸透・推進する広報誌「Kirari」の発刊など、女性が活躍できる企業作りに取り組んでいます。2019年3月までに、女性社員比率向上・新卒総合職採用女性比率30%以上の維持、女性管理職比率2.4%以上などの目標達成を目指し、活動しています。

以上

【リリースに関するお問合せ先】

<http://www.aica.co.jp>

アイカ工業株式会社 経営企画部 広報・IRグループ 高添、伊藤
愛知県名古屋市中村区名駅一丁目1番1号 JPタワー名古屋26階
tel(052)533-3137 fax(052)533-3148

※このリリースは、中部経済産業記者会、国土交通記者会、国土交通省建設専門紙記者会、厚生労働記者会にて配布しております。