

浴室環境及び入浴行動に関する調査研究 (第2報)

入浴行動の実態及び入浴意識について

竹原 広実, 梁瀬 度子*, 西川 向一**, 村上 恵子**

(京都ノートルダム女子大学人間文化学部, * 武庫川女子大学生活環境学部,

** 東京ガス(株)基礎技術研究所)

原稿受付平成12年12月25日; 原稿受理平成13年8月17日

The Survey on Bathroom Environment and Residential Consciousness (Part 2)

On the Residential Consciousness and Interest in Bathing

Hiromi TAKEHARA, Takuko YANASE,* Koichi NISHIKAWA** and Keiko MURAKAMI**

Faculty of Human Culture, Notre Dame Women's College of Kyoto, Kyoto 606-0847

** Faculty of Human Life and Environmental Sciences, Mukogawa Women's University,
Nishinomiya 663-8558*

*** Fundamental Technology Laboratory, Tokyo Gas Co., Ltd., Tokyo 105-8527*

The purpose of this survey is to grasp the habit and consciousness of bathing and to suggest a future style of bathrooms. The results are as follows:

- 1) The frequency of using shower and bathtub differs with bathers' age as well as season.
- 2) The purpose of bathing differs with age. The aged take a bath for health reasons; the middle age for better communication with family; and the young for having their time all by themselves.
- 3) As for bathing article, popular and well used are the citron for hot bath and the bathing powder for cool bath. Well known but less frequently used are the aroma bath, esthetic gel, and other newly marketed items, with the exception of young females who take strong interest in them.
- 4) The subjects are classified into four groups from the viewpoint of their habit and consciousness of bathing and by quantification method Hayashi III as well as Cluster Analysis.

(Received December 25, 2000; Accepted in revised form August 17, 2001)

Keywords: bathing habit 入浴習慣, consciousness 意識, classification 類型化, age 年齢, cluster analysis クラスター分析.

1. 緒 言

入浴には身体を清潔にする以外に, 生理的に温熱効果や静水圧効果, 内分泌・代謝系への効果などがあり(阿岸と井出 1987; 関と諸橋 1996 a, b), 精神的にもリラックスできるなど様々な効能があることが明らかとなっている(白倉 1997). また入浴剤などの開発も盛んであり(浜田 1997) 多くのものが市販されている. そしてそれらは脳波からみてもリラクゼーション効果があることが確認されており(宮島等 1998), 生活における入浴に対する考え方や, 入浴行動のあり方が変化してきている. 入浴習慣や行動については, 湯の使用感という面から地域別に住宅の給湯設備の要

求水準を調査した研究(平手等 1993)や, 韓国都市集合住宅居住者の入浴実態を扱った研究(任と今井 1995, 1996), アメリカに居住する日本人の入浴様式に関する研究(伊東 1993)などがみられる. 第1報では入浴環境について検討を行ったが, 続いて本報では入浴行動の実態やその背景, 生活の中での入浴の位置づけを把握することを目的として質問紙による調査を行った. 結果の検討は主に対象者の年齢や性別, また季節との関連について入浴習慣や行動を中心に行う. また入浴行動について対象者の類型分けを行い, それぞれの入浴に対する意識や考え方, 習慣の違いなどを明確にし, 今後の入浴及び浴室空間の方向性を考察する.

表 1. 調査項目概要

調査項目
1 入浴頻度
2 浴槽使用頻度
3 シャワー使用頻度
4 平日と休日での違い
5 入浴に対する意識
6 入浴関連商品の使用実態

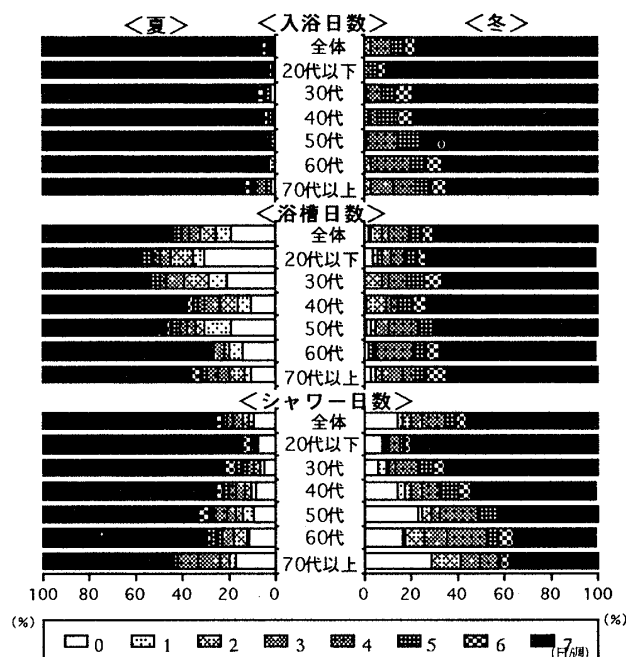


図 1. 入浴日数, 浴槽使用日数, シャワー使用日数 (夏冬別, 年代別)

2. 調査方法及び概要

調査方法, 調査対象者及び調査時期は第 1 報と同様であり, 入浴習慣に関する調査項目の概要は表 1 に示す通りである. 質問紙の配布は個人に 1 部ずつの配布とし, 745 部配布し, 有効回答は 581 部で有効回答率は 78%であった.

3. 結果及び考察

(1) 対象者

対象者の平均年齢は 45.4 歳であり, 性別は「男性」31.9%, 「女性」68.1%であった.

(2) 入浴習慣の実態

1) 平日の入浴習慣

1 週間における入浴日数, 浴槽使用日数 (浴槽に浸かる日数), シャワーの使用日数について検討を行っ

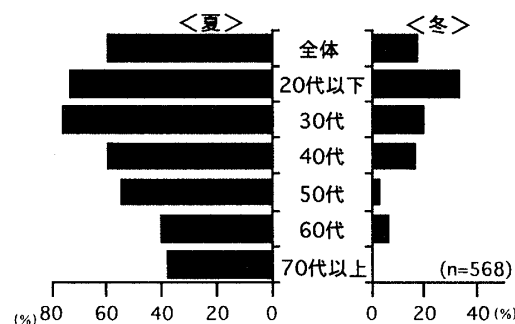


図 2. 入浴をシャワーだけで済ませることがあるか

た. 図 1 に年齢別, 夏冬別の入浴習慣を示す.

まず, 入浴日数については全体的に毎日入浴するものが多く, 夏 95%, 冬 78%と夏の方が入浴頻度が高い. また年齢とともに入浴日数が減少する傾向がみられ, この傾向は冬に顕著である. 次に浴槽使用日数について, 冬は毎日浴槽に浸かる者が多く 70%を占めるが, 夏は浴槽に浸からない者が約 20%と夏と冬とで入浴の仕方が異なる. また冬は年齢による差は殆どみられないが, 夏は浴槽使用日数と年齢との間に関連が認められ, 年齢が低いほど「0 日」が増える. シャワー使用日数については全体で毎日シャワーを使用するものが夏 75%, 冬 56%であり夏の方がシャワーの使用頻度は高い. またシャワー使用日数は年齢との間に関連が認められ, 年齢が高くなるにつれてシャワーを毎日使用する者が減り, 使用しない者が増え, 先の浴槽使用日数と逆の傾向を示す.

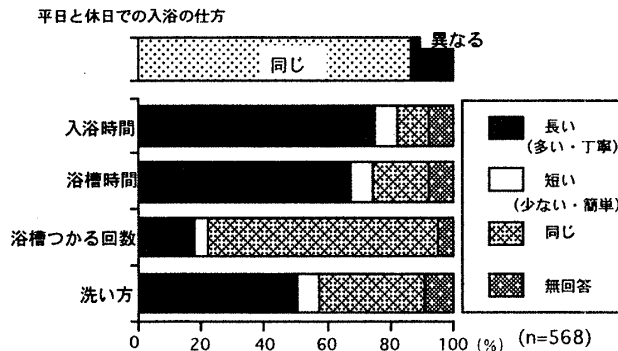
次に入浴時に浴槽に浸からずにシャワーのみで済ませることがあるかどうかについて, 図 2 に示す様に全体で「ある」は夏 60%, 冬 17%と夏はシャワーだけで済ませ者が多い. そして年齢別では夏は 20 代以下と 30 代で 70%以上が, 40~50 代は 50~60%と年齢が低いほどシャワーのみで済ませ者が多くなる傾向がみられる. この傾向は冬でも同様であり 20 代以下は冬でも 33%がシャワーのみの入浴を行っている. 入浴をシャワーのみで済ませ理由は夏と冬で異なり, 夏は「入浴後暑いのがいや」, 冬は「時間短縮のため」がどの年代でも半数以上を占め最も多かった. このことから夏は入浴後の暑さを緩和するために, 冬は入浴を手早く済ますためにシャワーが利用されているといえる.

さらに入浴時間とそのうちの浴槽使用時間について表 2 に示す. 冬は夏よりも入浴時間が 5 分程度長いが浴槽使用時間も 5 分程度長くなっていることから, 浴槽に浸かる以外の時間は夏冬では変わらないといえる. また性別では男性より女性の方が入浴時間, 浴槽使用

浴室環境及び入浴行動に関する調査研究（第2報）

表2. 入浴及び浴槽時間
(単位：分)

		平均	男性	女性
夏	入浴時間	21.3	18.8	22.5
	浴槽時間	6.3	5.9	6.5
冬	入浴時間	26.9	23.5	28.5
	浴槽時間	11.3	10.2	11.9



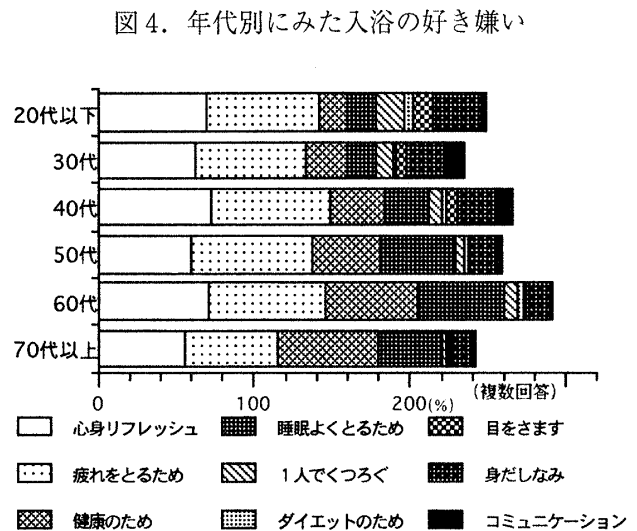
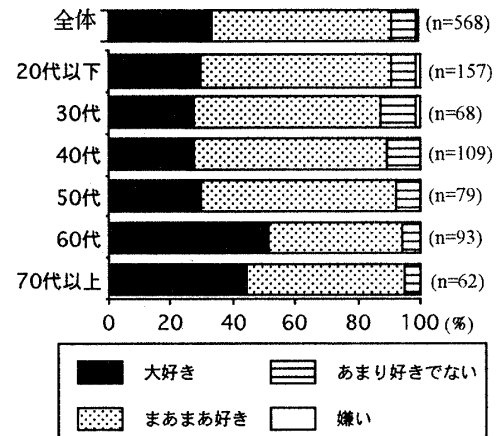
時間ともに長い。そして浴槽使用時間は男女でそれほど変わらないことから、女性は浴槽に浸かる以外の時間が男性よりも長いことがわかる。

以上をまとめると、冬よりも夏が、また若年層ほど入浴頻度は高く、入浴の仕方について若年層はシャワーをよく使い、高年層は浴槽に浸かることが多い。また冬は浴槽に浸かる時間が長くなり、女性は浴槽に浸かる以外の時間が男性より長いなど季節、年齢、性別によって入浴の仕方が異なることが明らかとなった。

2) 平日と休日での入浴時間及び頻度、入浴行動のちがい

次に平日と休日では入浴の仕方が異なるかどうかについて検討を行った。結果を図3に示す。まず「同じ」86%、「異なる」14%と大半は平日と休日とで入浴の仕方に差がみとめられない。「異なる」と回答したものに、どのように異なるかを尋ねたところ、入浴時間と浴槽使用時間では「長い」が最も多くを占めた。また浴槽に浸かる回数は「同じ」が73%と最も多いことからゆっくりと湯舟に浸かっていることがわかる。そして洗いは「丁寧」が半数程度を占め、その他の回答として「平日よりも遅い時間帯に入浴する」「パック・マッサージ・トリートメントなどをする」「浴槽に浸かりながら読書をする」というものもあった。

以上のことから休日は平日よりも時間に余裕がある



ことから、精神的にもリラックスするために入浴時間も長くなり、特に浴槽に浸かる時間も長くなり、楽しみながら浴槽にゆったりと浸かる様子が窺える。

3) 入浴に対する意識

入浴に対する意識について入浴の好き嫌いや入浴の意味などの点から検討を行った。

まず入浴が好きかどうかについて図4に示す。全体では「大好き」「まあまあ好き」が90%以上を占め、一般に日本人は入浴好きといわれるがそのことを裏付ける結果となった。また年齢別にみると、20～50代は「大好き」が30%弱であるが、60代以上では45～50%程度と年齢が高いほど「大好き」の割合が高くなる傾向がみられた。

次にからだを清潔にする以外に入浴の意味について検討を行った結果を図5に示す。「疲れをとるため」「心身のリフレッシュのため」は各年代とも大差なくそれぞれ60～70%を占めているが、「健康のため」「睡眠をよくとるため」は年齢が高くなるにつれて割

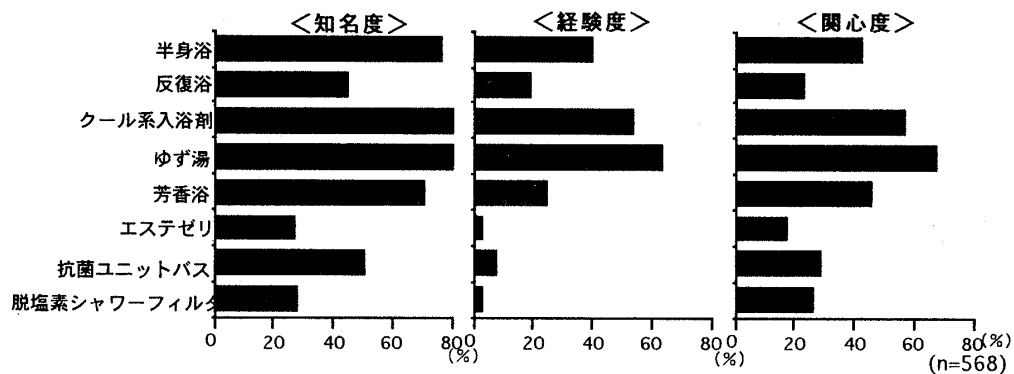


図6. 入浴法及び入浴関連商品の知名度, 経験度, 関心度

合が高くなる。逆に「1人の時間をくつろぎたいから」「外出前の身だしなみとして」は年齢が低くなるにつれて増加する。また「家族とのコミュニケーションのため」は30代, 40代が最も多く, これはこの年代の人達の子供がまだ幼少であることから子供と一緒に入浴するものが多いと考えられる。

以上, 身体を清潔にする以外の入浴の意味とは, 疲れをとる, 心身のリフレッシュのためと考えているものが多くを占め, 他に高年層ほど健康のため, 若年層ほど1人の時間を楽しみくつろぐ, 身だしなみを整えるなど精神的なリラックス効果や美容のため, そして中年層は子供と一緒に入浴しコミュニケーションをはかるため, など年齢層によって入浴の意味が異なることが明らかとなった。

4) 入浴関連商品の使用実態

近年, 入浴を単に身体汚れを落とし, 疲れをとるだけには留まらない, 美肌づくり, リラクゼーションなど家庭でできる美容法, 物理療法の一つとして様々な入浴法や関連商品が紹介され, 市販されている。そこでそれらの知名度や使用実態について検討を行った。

図6にそれぞれの商品や入浴方法についての知名度, 経験度, 関心度を示す。まず知名度についてはクール系入浴剤, 柚子湯, 半身浴, 芳香浴が70%を超えよく知られている。また反復浴と抗菌ユニットバスは約半数が知っており, 一方エステゼリーと脱塩素シャワーフィルターは30%弱とあまり知られていない。次にこれらの入浴方法や商品を試したことがあるかどうかという経験度についてみると, 概ね知名度が高いものは経験度も高い傾向を示し, 柚子湯とクール系入浴剤は半数以上が使用経験がある。しかし同じく知名度の高い芳香浴は経験度は25%弱と低い。またエステゼリー, 抗菌ユニットバス, 脱塩素シャワーフィルタ

ーは10%以下とあまり使用されていないことから, 実際に使用されている商品はかなり限られているといえる。そして関心度についても知名度や経験度が高いものは関心も高く, 柚子湯とクール系入浴剤は半数を超える。また経験度と関心度を比較すると, 特に芳香浴, エステゼリー, 抗菌ユニットバス, 脱塩素シャワーフィルターは経験度よりも関心度の値が大きく上回っており, これらが比較的新しい商品であることからまだ試したことはないがやってみたく関心を寄せるものが多いといえ, 今後使用が増えていくものと推測される。

さらに知名度, 経験度, 関心度の高かった半身浴, クール系入浴剤, 柚子湯, 芳香浴について年齢別, 性別ごとに関心度の検討を行った。結果を図7に示す。まず性別についてみると, いずれの商品についても男性より女性の方が関心が高いことが顕著である。そして女性は関心度と年齢との間に関連が認められ, 年齢が低いほど関心が高くなり, 年齢が高くなるにつれ関心は薄くなる傾向が認められる。対して男性は年齢との間に関連は特に認められない。

次に各商品について検討を行う。半身浴は他の商品と比べて20代以下~50代の若中年層の女性の関心度は低い, 60代, 70代の高年層の女性では柚子湯に次いで関心度は高い。これは高年層が健康志向であることが先の結果より明らかとなっており, 半身浴は健康によいといわれているためではないかと考えられる。クール系入浴剤は男性は20代以下で67%と最も関心が高いが, 他の年代は30~40%程度である。また70代以上では女性よりも男性の方が強い関心を示している。柚子湯はこれらの商品の中で男性の関心が最も高く43~63%を占め, また年代による差は小さい。これは柚子湯が古くから日本の入浴に用いられているこ

浴室環境及び入浴行動に関する調査研究（第2報）

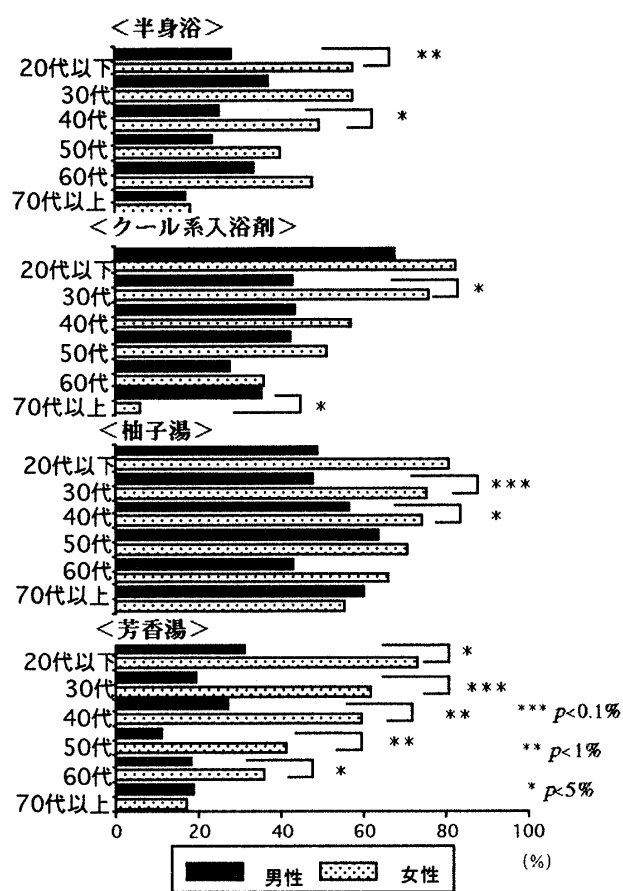


図7. 入浴法及び入浴関連商品の関心度（年代別・性別）

とによると考えられる。反対に芳香浴は男性の関心が最も低く10～30%を占めるのみであり、特に50代以下の年代で性別による差が認められ、男女間での関心の持ち方が大きく異なる商品であるといえる。芳香浴は精神的リラクゼーションを得ることができるだけでなく、美肌効果もあることから女性が使用するものという意識が働いているのではないと思われる。

以上をまとめると、入浴法や入浴関連商品について、従来からある柚子湯やクール系入浴剤などは知名度が高くよく使用されている。一方、比較的新しい商品である芳香浴やエステゼリーなどは知名度は高いがまだ多くは使用されていない。しかしそれらに対する関心は高いことから今後の利用が見込まれる。また男性より女性が、そして特に若年層の女性が強く関心を持っていることが明らかとなった。

4. 入浴行動による対象者の類型化

(1) 類型化

入浴行動の特徴を把握するために調査対象者の類型

表3. 数量化分析に用いたアイテム及びカテゴリー

アイテム	カテゴリー
入浴日数	毎日 毎日でない
浴槽日数	毎日 毎日でない
入浴時間	25分以上 25分未満
シャワーのみ入浴	ある ない
誰かとはいる	ひとり 誰かと一緒
休日と平日	異なる 同じ
銭湯利用	利用する 利用しない

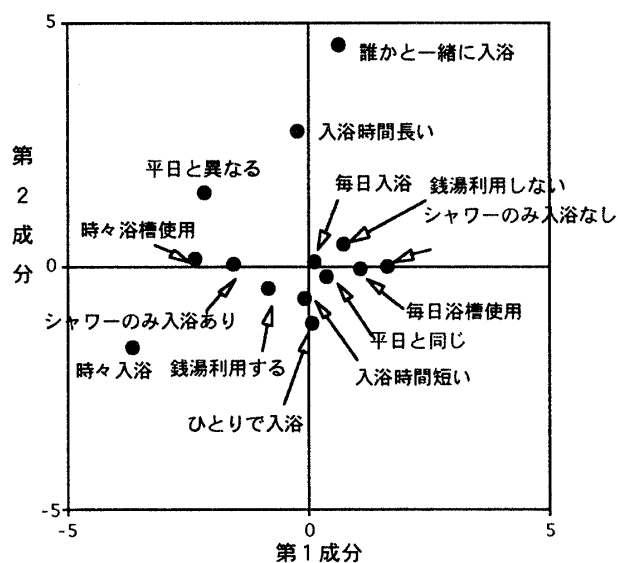


図8. カテゴリーの分類

分けを試み、それぞれのグループの入浴習慣の特徴や入浴に対する意識の検討を行った。まず、表3に示す入浴行動に関する7アイテム14カテゴリーについて数量化理論第3類を用いて説明軸の抽出を試みた。結果、5成分が抽出されたが、うち固有値の高い2成分を取り上げてそれらのカテゴリーの数量化値を図8に示すようにグラフ上にプロットし、説明軸の解釈を行った。

まず第1成分は、「+側」に毎日入浴、毎日浴槽使

用, 休日は平日と同じ入浴など, 日々変わらず規則正しい入浴習慣を示すカテゴリーが, 「一側」は時々入浴, 時々浴槽使用, 休日と平日の入浴は異なるなど, 日によって入浴の仕方が異なる不規則な入浴習慣を示すカテゴリーが含まれていることから, 入浴習慣の規則性, 不規則性を示す軸と考えられる。

次に第2成分は, 「+側」は入浴時間が長い, 誰かと一緒に入浴するなど入浴に対して積極的なカテゴリーを含み, 「-側」は入浴時間が短い, 時々入浴, ひとりで入浴など入浴に対して消極的なカテゴリーが含まれていることから, 入浴に対する積極的, 消極的行

動姿勢を示す軸であると考えられる。

次に, 先の数量化分析の結果より得られたケース得点を用いてクラスター分析を行い, 対象者の分類を行った。その結果, I型(20.6%), II型(14.8%), III型(40.1%), IV型(24.5%)の4つのクラスターが得られた。さらに図9に示す様に対象者のケース得点を用いてそれぞれのクラスターを意味付けた。I型は第1成分, 第2成分ともにマイナスの対象者が多く属しており, 日によって入浴の仕方が異なり, かつ入浴に対して消極的な姿勢のグループといえることから, 不規則・消極型。次にII型は第1成分はマイナス, 第2成分はプラスのものが属していることから, 日によって入浴の仕方が異なり不規則であるが, 入浴に対しては積極的な姿勢がみられるグループといえ, 不規則・積極型。またIII型は第1成分はプラス, 第2成分はマイナスに属するものが多いことから, ほぼ毎日規則正しく入浴を行っているが, 入浴に対する意識は希薄で消極的なグループといえ, 規則・消極型。そしてIV型は第1成分, 第2成分ともにプラスに属するものが多いことから, ほぼ毎日規則正しく入浴を行っており, 入浴に対しても積極的な姿勢がみられるグループといえ規則・積極型と意味付けた。

グループごとの特徴を把握するために, それぞれのグループと対象者の属性, 入浴習慣及び意識, 入浴習慣の変化の項目についてクロス集計を行った。

(2) 類型別特徴

1) 属性

表4に各グループに属する対象者の年齢と男女構成

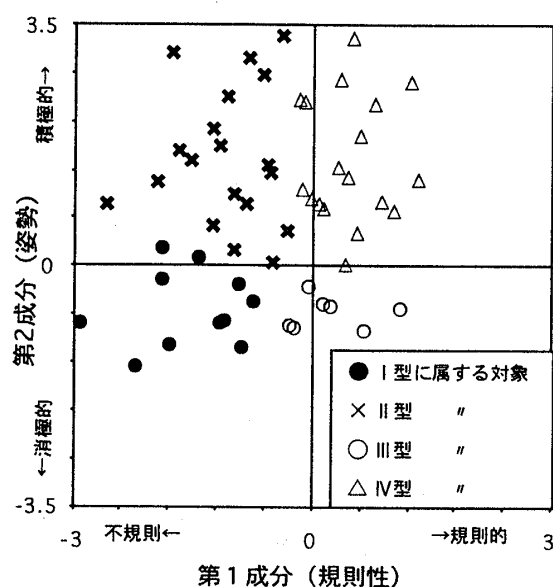


図9. 対象の分類

表4. 各グループの対象者の年齢及び男女構成比率

グループ	平均年齢 (歳)	男性 (人)	女性 (人)	合計 (人)
I型 (不規則・消極型)	46.2	32 (27.8)	42 (17.2)	74 (20.6)
II型 (不規則・積極型)	32.9	7 (6.1)	46 (18.9)	53 (14.8)
III型 (規則・消極型)	48.2	53 (46.1)	91 (37.3)	144 (40.1)
IV型 (規則・積極型)	42.1	23 (20.0)	65 (26.6)	88 (24.5)
合計		115 (100)	244 (100)	359 (100)

() 内%.

浴室環境及び入浴行動に関する調査研究（第2報）

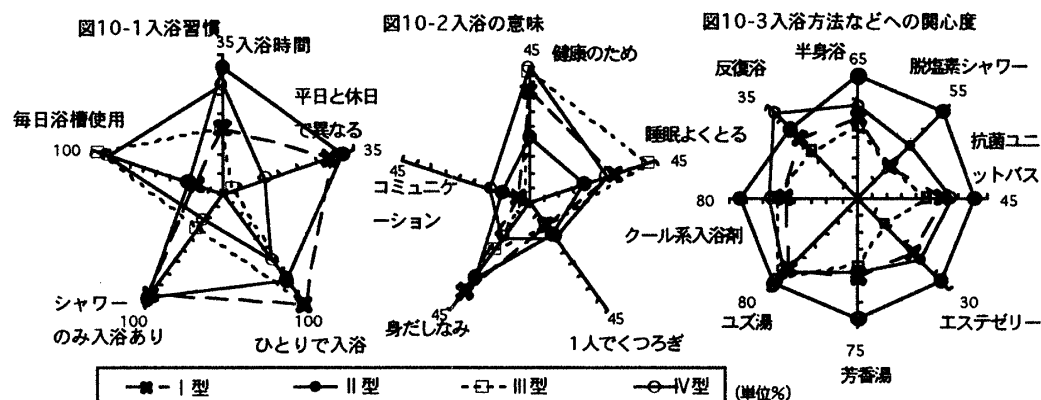


図10. 類型別にみた入浴行動の特徴

比率を示す。平均年齢について、II型は他と比べて10歳程度も若く、次いでIV型、III型、I型と続く。また性別については全体の40%と多くを占めていることもあり男女ともIII型が最も多く、また男性は特にII型が少なく、入浴に対する姿勢別に検討を行うと、積極型（II型+IV型）は男性26%、女性45%であり、消極型（I型+III型）は男性74%、女性55%と性別による違いが顕著に認められ、男性は入浴に対して消極的な傾向がみられる。また規則性については性別による差は認められない。そして各グループ内の男女構成比率についてはI型は男性の比率が最も高く、II型は女性の比率が高い。

2) 入浴習慣

次に各グループの入浴習慣について特徴を検討した。

まず、入浴行動について、グループ間で差が認められたものを図10-1に示す。「入浴時間」ではII型とIV型は27～31分と長めであるが、I型とIII型は16分程度と短く10分以上の差がある。「浴槽使用頻度」はIII型とIV型は毎日浴槽を使うが、I型とII型は毎日浴槽を使うものが20～30%と少ない。「シャワーのみ入浴の有無」と「平日と休日で入浴の仕方が異なる」では傾向が似ており、I型とII型は大半がシャワーだけで入浴をすまし平日と休日で入浴の仕方が異なるが、III型とIV型はシャワーだけですすまことは殆どなく、平日と休日で入浴の仕方が同じものが多い。また「ひとりで入浴する」では、I型とIII型は100%がひとりで入浴し、II型とIV型は誰かと一緒に入浴するものが多く、その大半は子供と一緒に入浴である。

3) 入浴に対する意識

次に入浴に対する意識についてグループごとに特徴の検討を行った。入浴が好きかどうかについては、いずれのグループも「好き」が大半を占めたが、I型は

「嫌い」とするものが10%程度みられた。

また入浴の意味については、いずれのグループも「疲れをとるため」「心身をリフレッシュするため」が大半を占めグループ間の差は認められなかった。グループ間の差がみられた項目について図10-2に示す。「健康のため」と「睡眠をよくとる」はII型が他に比べて占める割合が特に小さい点で傾向が似ている。そして「睡眠をよくとる」はIII型が占める割合が最も大きい。また「1人でくつろぐため」と「コミュニケーションをとるため」はII型とIV型が占める割合が大きい点で傾向が似ており、「身だしなみを整えるため」はI型とII型の割合が大きい。

入浴関連商品に対する関心度について図10-3に示す。全体的にII型は多くの項目について他のグループよりも関心が高い。これはII型は若年層の女性の占める割合が高いことが関連していると考えられ、先の入浴関連商品の使用実態より若年層の女性は入浴関連商品に対する関心が高いことが明らかとなっている。

以上をまとめると、I型は身だしなみを整えるために必要とするものが多く、健康への留意も窺える。II型は健康に対して関心は薄く、入浴は身だしなみを整えるためやくつろぎを得るために必要であると考えている。III型は健康に対する関心が強く、睡眠をよくとるために入浴は必要と考えている。IV型は入浴は家族とのコミュニケーションのために必要とし、また健康のためやくつろぎを得るためにも必要と考えている。

以上、入浴行動による対象者の類型分け及びそれらの特徴について分析した結果、I型（不規則・消極型）は男性の比率が最も高く、入浴は不規則で、浴槽に浸からずにシャワーだけで済ませたり、入浴の仕方が平日と休日でも異なる。また入浴に要する時間も短く、ひとりで入浴する。そして入浴は健康のため、身だし

なみのためにやむを得ず必要と考えるなど入浴本来の機能性だけを必要とする。Ⅱ型（不規則・消極型）は平均年齢が30代前半と若く、女性の比率が最も高いグループである。入浴は不規則であり、浴槽に浸からずにシャワーだけで済ますこともあり、入浴の仕方が平日と休日異なるが、入浴に要する時間は長く、入浴を身だしなみのためだけでなく、1人でくつろいだり、家族とのコミュニケーションをはかるものと考えており、入浴関連商品や入浴法にも関心が高いなど、入浴にアメニティーの要素を求めるグループである。またⅢ型（規則・消極型）は平均年齢が最も高いグループであり、入浴は毎日規則正しく行われ、毎日浴槽にも浸かる。ひとりで入浴を行い、入浴は健康のためや睡眠をよくとるために必要と考えているが、Ⅰ型同様、入浴時間は短く積極的に楽しもうとするものではない。Ⅳ型（規則・積極型）は女性の比率が高く、Ⅱ型の次に若い年齢で構成されている。入浴は規則正しく毎日行われ、浴槽にも毎日浸かり、子供と一緒に入浴するものが多い。入浴時間は長く、入浴は健康のため、1人でくつろぐため、家族とのコミュニケーションのために必要と考えており、Ⅱ型同様に積極的に入浴を楽しもうとする傾向がみられる。

以上、調査より得られた結果をもとに今後の浴室空間のあり方を検討する。まず入浴形態として若年層を中心とするシャワー利用の多さが目立ち、シャワーのみで入浴をすますものも多い。しかしその理由は夏は暑さ対策として、冬は時間短縮のためと必要に迫られての利用であることから入浴形態が欧米の様なシャワー中心のものになっていくとは考えにくい。けれどもその利用の多さから単なる浴室の備品ではなく、浴槽と同等の位置づけとしてシャワー設備のあり方を考える必要がある。そして冬は浴室が寒いのかシャワー利用は少ないが、浴室暖房を充実するなどすれば利用もさらに増えるとも考えられ、シャワーを利用したいときに利用しやすいように、また利用の多さからも空間的余裕があればシャワー室を別に設けるなどすることも意義があると思われる。そして浴槽は休日にゆったりと湯船に浸かることや、入浴剤に対する関心の高さから日本人の入浴にとって依然必要不可欠である。また入浴を日常的習慣としてのみ考えているものがある一方で、精神的、肉体的安らぎを得るための、さらに家族とのコミュニケーションを図るための重要な空間として考えているものもあり、今後の浴室空間の方

向性として、衛生空間としての機能の追求だけに留まらず、心理的快適性が求められる豊かな空間づくりを目指す必要があると考えられる。しかしながら、第1報で浴室は配置場所や設備面などの不十分さや画一的な浴室が増えていることが指摘され、浴室空間の地位の向上と居住者それぞれの要求にあった浴室環境の充実が望まれる。

5. 要 約

生活の中での入浴の位置づけを把握し、今後の浴室空間のあり方を検討することを目的として入浴行動の実態について質問紙による調査を行った。得られた結果は以下の通りである。

(1) 冬よりも夏が、また若年層ほど入浴頻度は高く、若年層はシャワーをよく使い、高年層は浴槽に浸かることが多いことが明らかとなった。

(2) 身体を清潔にする以外に入浴の意味とは、疲れをとる、心身のリフレッシュのためと考えているものが多くを占め、他に高年層ほど健康のため、中年層は家族とのコミュニケーションをはかるため、若年層は1人の時間を楽しみくつろぐ、身だしなみを整えるなど精神的なリラックス効果や美容のためなど年齢によって入浴の意味が異なることが明らかとなった。

(3) 入浴法や入浴関連商品について、柚子湯やクール系入浴剤などは知名度が高くよく使用されているが、比較的新しい商品である芳香浴やエステゼリーなどは知名度は高いがまだ多くは使用されていない。しかしそれらに対する関心は高いことから今後の利用が見込まれる。また男性より女性が、そして特に若年層の女性が強く関心をもっていることが明らかとなった。

(4) 入浴行動について対象者の類型化を行ったところ、日々規則正しく入浴を行っているかどうかと入浴に対して積極的な姿勢であるかどうかの2軸が抽出され、不規則・消極型、不規則・積極型、規則・消極型、規則・積極型の4つに分類された。

参 考 文 献

- 阿岸祐幸, 井出 肇 (1987) 入浴の科学, からだの科学, **132**, 96-101
 平手小太郎, 鎌田元康, 石渡 博, 桑沢保夫, 市川憲良, 飯尾昭彦, 浅尾良晴, 紀谷文樹, 坊垣和明, 田中正敏 (1993) 住宅用給湯設備の使用感に関するアンケート調査 第2報—浴室周りの調査および湯使用時の要求水準, 空気調和・衛生工学会論文集, **52**, 71-80
 任 喜敬, 今井範子 (1995) 韓国都市集合住宅における居

浴室環境及び入浴行動に関する調査研究（第2報）

- 住者の入浴慣習の実態と入浴空間の住様式的検討 1, 家政誌, **46**, 849-860
- 任 喜敬, 今井範子 (1996) 韓国都市集合住宅における居住者の入浴慣習の実態と入浴空間の住様式的検討 (第2報), 家政誌, **47**, 477-486
- 伊東理恵 (1993) アメリカに居住する日本人の入浴様式, 家政学研究, **40**, 40-48
- 中川ヒトミ, 今井範子, 西村一朗, 扇田 信 (1977) 入浴行為に関する研究, 家政学研究, **23**, 49-52
- 佐藤広隆 (1999) 入浴: 日常生活におけるストレスの対処法, 香粧会誌, **23**, 103-107
- 関 太輔, 諸橋正昭 (1996 a) 浴用剤とスキンケア (2), *FRAGRANCE JOURNAL*, **24**, 92-95
- 関 太輔, 諸橋正昭 (1996 b) 入浴の生理学, *FRAGRANCE JOURNAL*, **24**, 107-109
- 洪田正幸 (1997) 入浴剤この10年, 香料, **194**, 219-223
- 白倉卓夫 (1997) 入浴の効能と注意点, 食生活, **91**, 14-19
- 都市生活研究所 (編) (1989) 日米お風呂調査その3, 都市生活レポート, **15**, 1-25
- 宮島成江, 小田史郎, 森谷 潔, 阿岸祐幸 (1998) 脳波から見たラベンダー湯入浴のリラクゼーション効果, 北海道大教育学部紀要, **75**, 139-147
- 渡辺幸次 (1997) 住まいのリラクゼーション, 住宅金融月報, **546**, 36-39