

報道関係各位

2023年12月4日  
株式会社LIXIL

寒くなるこれからの時期に。

お湯に包まれてポカポカ持続のシャワーヘッド「SHIN-ON」の  
プレゼントキャンペーンを実施

シャワーに関する一般調査で明らかとなったお悩みも「SHIN-ON」で解決

株式会社LIXIL（以下、LIXIL）は、360度身体がお湯に包まれ、まるで湯船に浸かったかのように芯まで温まるU字型シャワーヘッド「SHIN-ON」（しんおん）を企画し、株式会社NITTO CERA（株式会社LIXILの100%子会社）にて販売しています。2023年12月4日～14日の期間、「SHIN-ON」（しんおん）を、抽選で10名の方にプレゼントするInstagramキャンペーンを実施します。「SHIN-ON」公式Instagramアカウント（@shin\_on\_shower）をフォロー＆コメントするだけでどなたでもご参加いただけます。奮ってご応募ください。



■「SHIN-ON」が抽選で10名の方にあたる！プレゼントキャンペーン

応募期間：2023年12月4日(月)～12月14日(木) 23:59まで

応募条件：「SHIN-ON」公式Instagramアカウント（  
@shin\_on\_shower）のフォローとキャンペーン投稿へのコメント

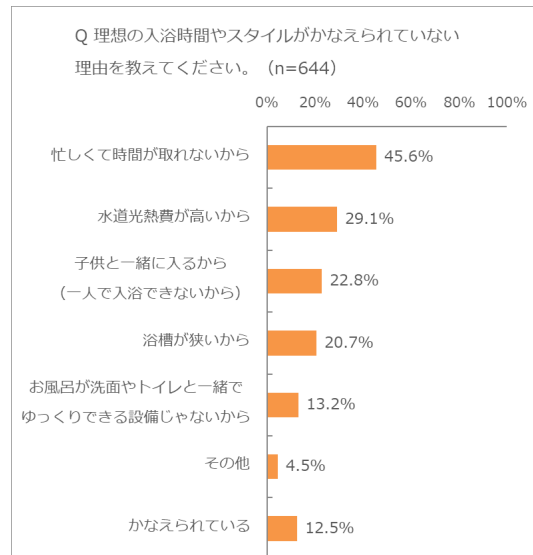
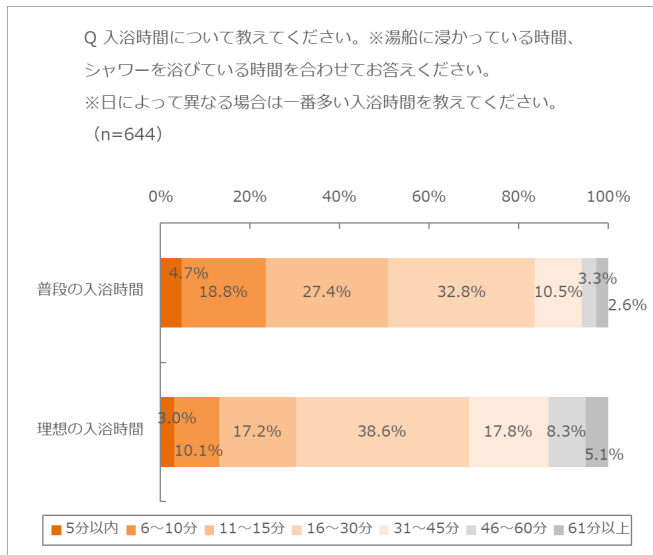
「SHIN-ON」公式Instagramアカウント：

[https://www.instagram.com/shin\\_on\\_shower/](https://www.instagram.com/shin_on_shower/)

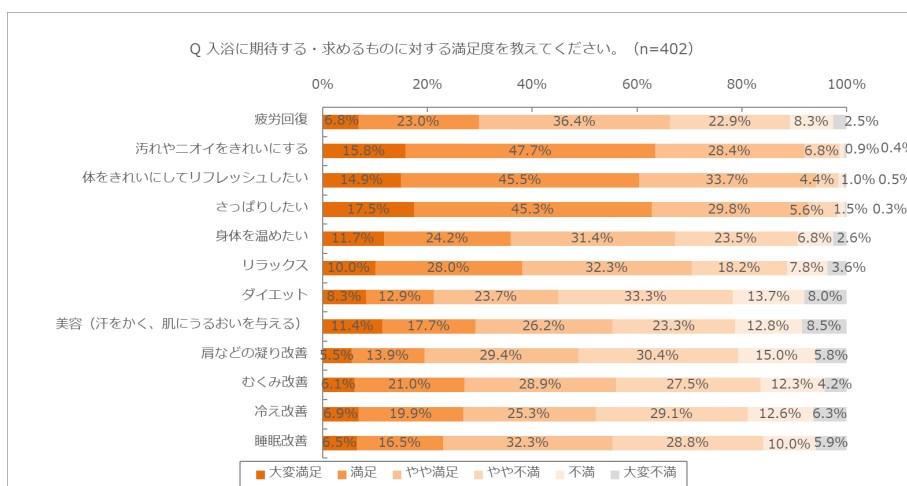
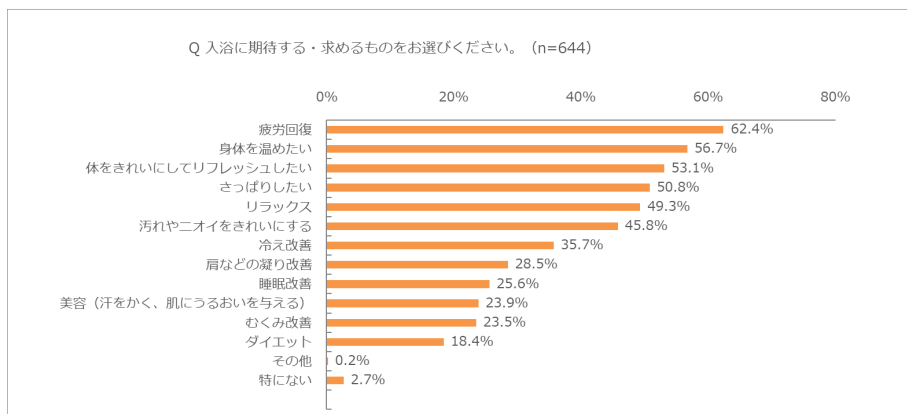


### お風呂時間の理想と現実。

約半数が15分以内で入浴を済ませている現実に対し、7割の人の理想は「もっと長く入りたい」SHIN-ONチームが20～40代女性に実施した調査<sup>※1</sup>によると、普段の入浴時間が15分以内と回答した人は約半数（50.9%）だったのに対し、理想の入浴時間については、7割（69.8%）の人が現状よりも長い時間を回答しました。また、理想の入浴時間がかなえられていない理由として最も多い回答は、「忙しくて時間が取れないから」（45.6%）。続いて「水道光熱費が高いから」（29.1%）と近年の物価上昇の影響を反映した回答も多く見られました。



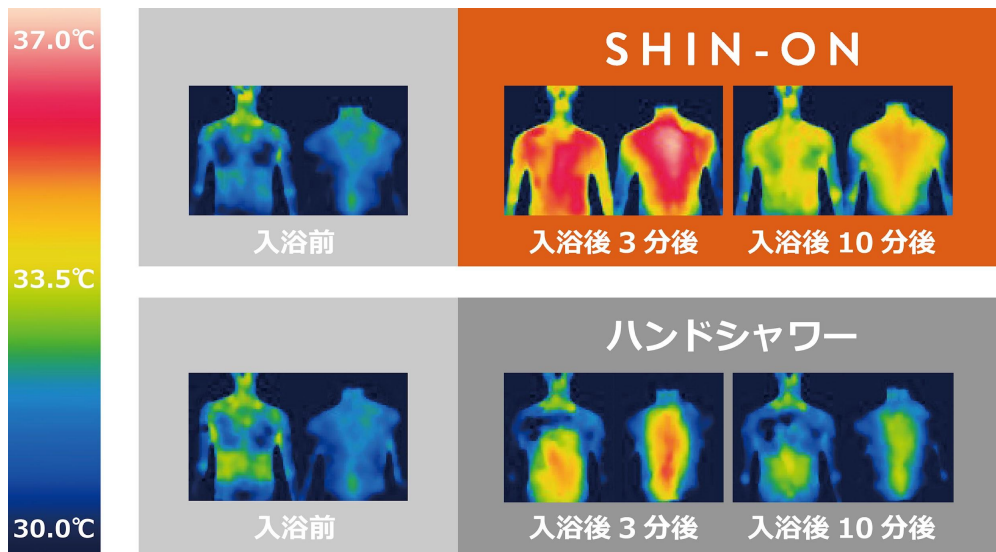
入浴に求めるものとしては、「疲労回復」（62.4%）、「身体を温めたい」（56.7%）などが上位回答だったのに対し、その満足度に関しては、「大変満足」「満足」と回答した人は「疲労回復」面だと29.8%、「身体を温めたい」では35.9%といずれも3割程度に留まり、時間が取れずに理想的な入浴がかなえられていないことで、入浴に期待する満足のいく効果が得られていないことがうかがえます。



## 「身体を温めたい」は「SHIN-ON」で解決！

上記の調査結果からも「身体を温めたい」けど現実はかなえられていない人が多いことがわかりますが、「シャワーだけでは温まり足りない、でも湯船にお湯を張るのは面倒」という、誰もが一度は感じたことがあるお悩みは、「SHIN-ON」で解決することが可能です。

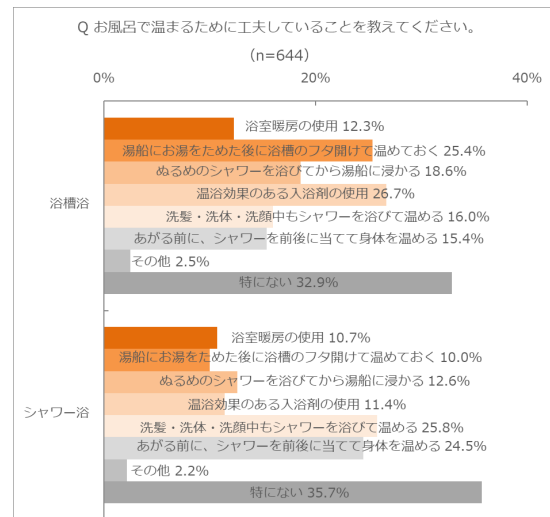
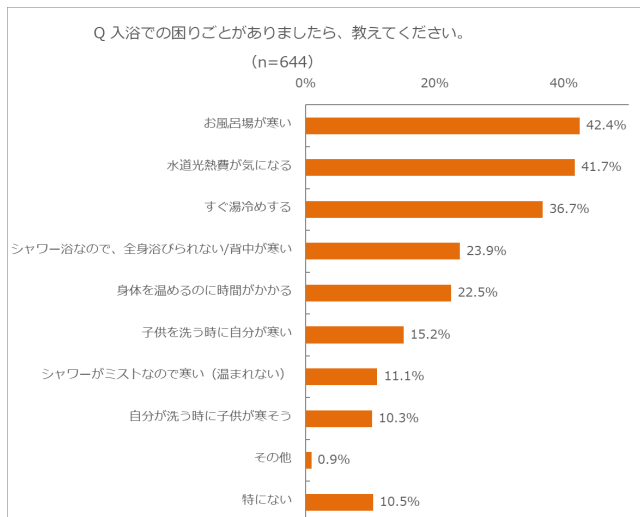
「SHIN-ON」は、前後左右からの吐水により身体の広範囲を一度に温めることができるので、ハンドシャワーだけ使用した時よりも上半身全体が温まり、浴びた後も温かさが持続します。また、こだわりの吐水設計で、首肩まわりにはストレート水流で心地よい刺激を、胸腹部には大玉ミストで温かさをキープします。



湯温42℃設定、湯量7.1L/分で5分入浴、室温22℃一定、上裸の同条件下で比較

## 冬場のお悩み、お風呂場が寒い！どんな工夫をしている？

今回のSHIN-ONチームによる一般調査<sup>※1</sup>にて、入浴での困りごととして一番回答が多かったのは、「お風呂場が寒い」(42.4%)。一方で、浴室の寒さ対策で浴室暖房を使う人は、浴槽浴派、シャワー派共に10%程度と意外にも少なめ。困りごとの2位に挙がっている「水道光熱費が気になる」が影響しているようです。

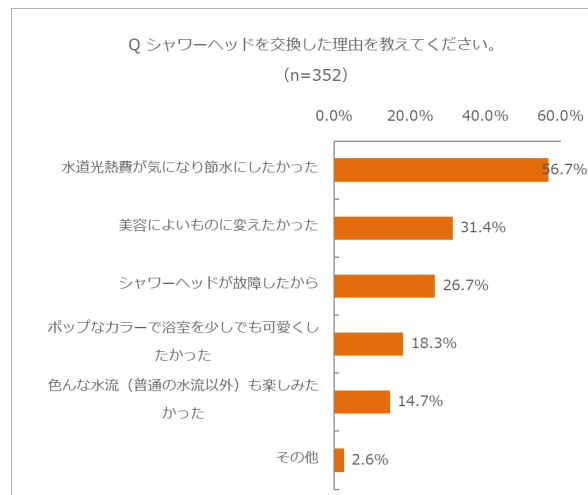


20-40代女性におけるシャワーヘッド交換経験者は半数以上（54.6%）で、交換の一番の理由は「水道光熱費が気になり節水にしたかった」（56.7%）、次点として「美容によいものに変えたかった」（31.4%）が挙げられました。節水機能や美容を目的としたシャワーヘッドの交換は、いまや当たり前になっている様子が見えがえします。

「SHIN-ON」の使用湯量は節水・節湯（省エネ）シャワーでの入浴時と同等レベルで、環境や家計にも配慮しています。

#### ▶一人暮らしの場合の入浴1回あたりの使用湯量

※使用方法や家族構成によって使用水量は異なります。  
 ※SHIN-ON浴では、洗身・洗髪の際は通常シャワーで、身体を温める際はSHIN-ONを利用する使い方を想定。  
 ※節湯シャワー8.5L/分とは、日本バルブ工業会自主基準の節湯B「最適流量が8.5L/分以下」であることを参照した流量。  
 ※浴槽180Lは一般的な一人用浴槽に約8割お湯を張った湯量。



賃貸住宅でもDIYで取付け簡単で、既存のハンドシャワーはそのまま使用できるので、温まる時はSHIN-ON、身体や髪を洗う時にはいつものハンドシャワーと、併用でお使いいただけます。使用後は、シャワーヘッド部分を回転させて収納できるので、邪魔になりません。  
 ※マグネットが壁面に付けられるユニットバスに設置できます。水栓の種類や浴室環境によっては設置できない場合があります。

#### ※1 <入浴スタイルに関するアンケート調査概要>

対象者：全国の20代～40代 女性664人  
 調査方法：インターネット  
 調査時期：2023年11月17日～21日

#### ■「SHIN-ON」製品仕様

製品名：SHIN-ON（しんおん）

品番：SH1-011

サイズ：幅約400mm×奥行448mm×高さ141mm ※ホース、分岐栓除く

重量：U字シャワーヘッド：290g、マグネットホルダー：310g

SHIN-ON公式販売サイト <https://www.shinon-shop.com/>

#### ■株式会社NITTO CERA

新鮮さと心地良さを併せ持った「新しい生活体験」の創造と普及をめざし、住宅設備機器および住宅建築材料の製造販売・輸出入をしている会社です。

### 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、2023年3月期に1兆4,960億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>