

報道関係各位

2025年7月17日
株式会社LIXIL

身だしなみ意識の高まりを感じている男性は67.8% 一方、洗面空間を優先的に使用しているのは妻や子どもという実態

株式会社LIXIL（以下LIXIL）は、LIXIL公式サイト来訪者のうち、同居人がいる20～80代の男女313人を対象に「洗面空間の使用実態と男性の身だしなみ意識」に関する調査を実施しました。



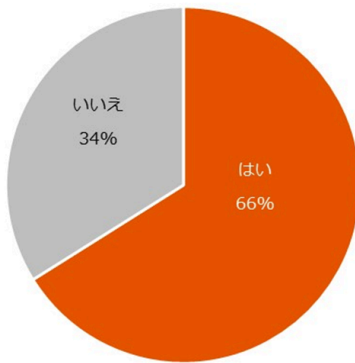
■「洗面空間の使用実態と男性の身だしなみ意識に関する意識調査」結果概要

- 洗面空間で「不便を感じる」と回答した人は6割超
- 不便の原因は「家族と使用時間が重なる」「狭い」「収納不足」という意見が多数
- 使用時間が重なった際に優先的に使うのは「配偶者／パートナー」と回答した人、男性は64.1%に対し、女性は32.1%
- 7割近くの男性が、身だしなみ意識の高まりを感じていると回答
- 男性が身だしなみで取り組んでいることは「スキンケア」が最多、「眉毛・ひげの手入れ」「髪の毛のセット」を上回る

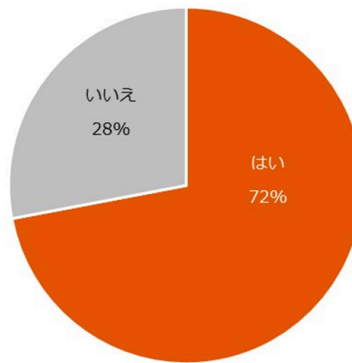
■洗面空間で「不便を感じる」と回答した人は6割超

洗面空間は、手洗い、洗顔、歯磨きなどの身だしなみを整える場所。洗濯機を置いたり、脱衣所として利用している家庭も多く、家族の誰もが使う場所でもあります。そんな使用頻度の高い洗面空間について、「使用する際に不便を感じるか」を尋ねたところ、66.1%「はい（不便と感じる）」と回答。男女比で見ると、女性は72.0%、男性は55.1%が「はい」と回答しており、女性の方が不便を感じている人が多いという結果になりました。

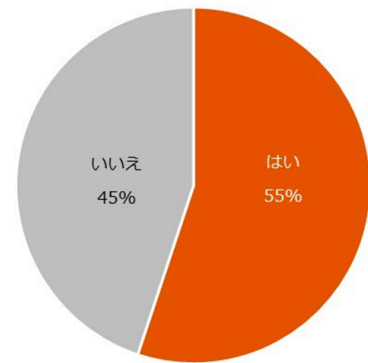
洗面空間を使う際に不便を感じますか？



<全体> n=313



<女性> n=197



<男性> n=101

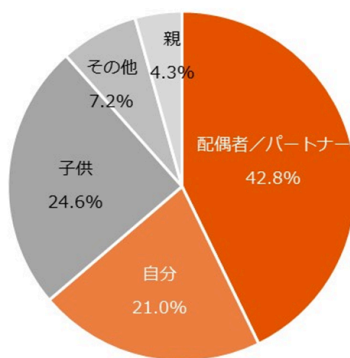
■不便の原因は「家族と使用時間が重なる」「狭い」「収納不足」という意見が多数

さらに「どのような不便を感じるか」について自由回答で尋ねると、「家族と使う時間が重なって洗面所を思うように使えない」「脱衣室を兼ねているので、誰かがお風呂に入っている時は使えない」「収納が足りない」「狭い」など、時間的・空間的な制約を指摘する声が多く寄せられたほか、「水はね」や「蛇口周りが汚れる」など、掃除面での不満も挙がりました。また、男性からは「洗面台が低くて腰が痛くなる」など、背が高い人ならではの意見もありました。

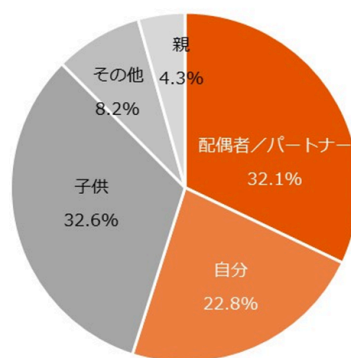
■使用時間が重なった際に優先的に使うのは「配偶者／パートナー」と回答した人、男性は64.1%に対し、女性は32.1%

家族みんなが使う洗面空間だからこそ生じる「使用時間が重なって使いたいときに使えない」という問題。そこで、「洗面空間の利用が重なった場合に誰が優先的に使うか」について尋ねてみました。全体では「配偶者／パートナー」という回答が最も多かったものの（42.8%）、男女で比較してみると、男性は64.1%が「配偶者／パートナー」と回答していたのに対し、女性の同回答は32.1%と約半分の比率に留まりました。女性で最も多かったのは「子供」（32.6%）で、男性の同回答8.7%と比べると圧倒的に多いことがわかりました。

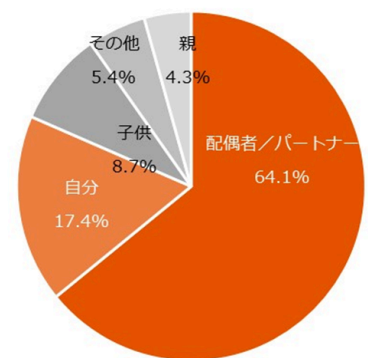
同居人と洗面空間を使う時間が重なった場合、誰が優先的に使いますか？



<全体> n=276



<女性> n=184

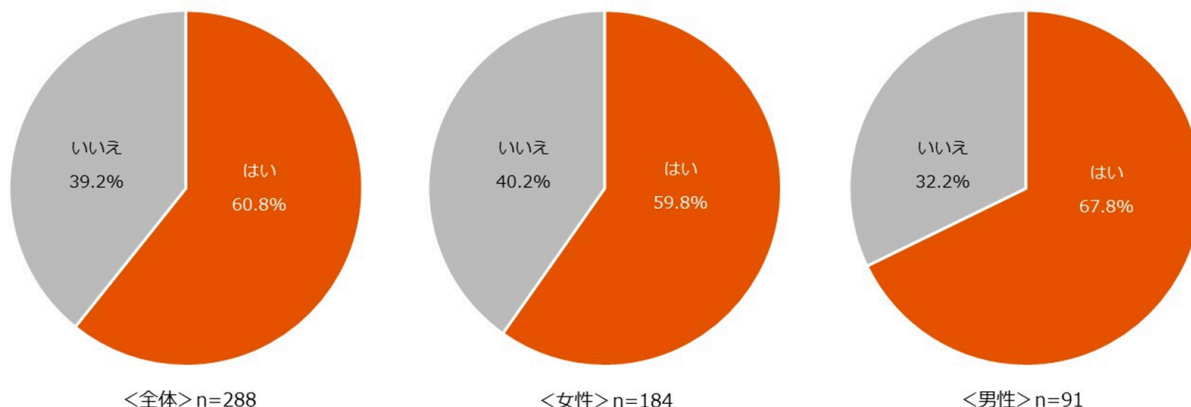


<男性> n=92

■7割近くの男性が、身だしなみ意識の高まりを感じていると回答

次に、身だしなみの意識について尋ねました。「自分や家族の身だしなみ意識が高まっていると感じるか」という質問については、全体の60.8%が「はい」と回答。男性のみでは67.8%で、全体を上回る結果となりました。

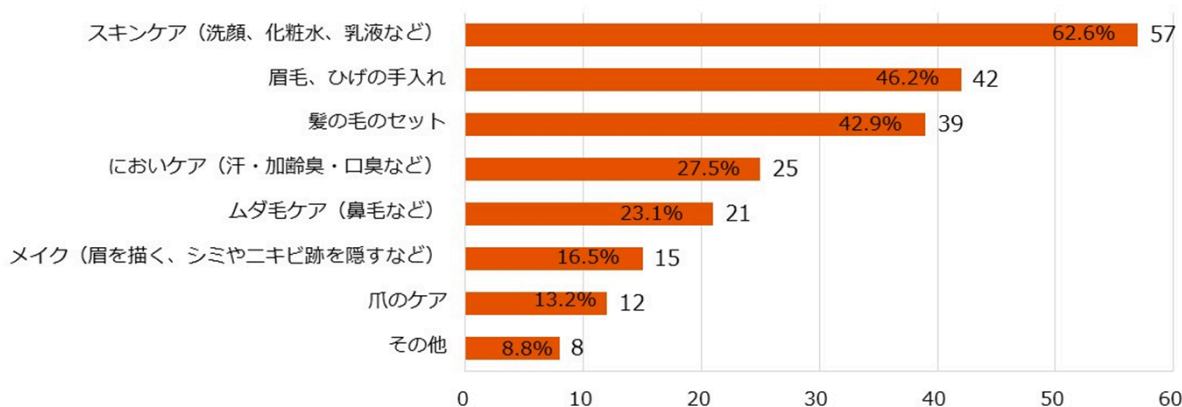
ここ数年で自身や家族の身だしなみ意識が高まっていると感じますか？



■男性が身だしなみで取り組んでいることは「スキンケア」が最多、「眉毛・ひげの手入れ」「髪の毛のセット」を上回る

では、男性はどのような身だしなみに取り組んでいるのでしょうか？実際に実施していることを尋ねたところ、洗顔や化粧水、乳液などによる「スキンケア」が最多の62.6%でした。次点の「眉毛、ひげの手入れ」（46.2%）や「髪の毛のセット」（42.9%）を上回り、回答者の半数以上がお肌のお手入れをしているという結果でした。近年は、化粧品のCMに男性が起用される機会も増え、男性向けの化粧品やスキンケア用品も続々と発売されています。こうした世の流れも、男性の身だしなみ意識が高まってきている要因の1つと言えそうです。

身だしなみに関して取り組んでいることを教えてください。（n=91 複数回答可）



■家族と共有する洗面空間だからこそ、使いやすさに工夫が必要

今回の調査から、家族や同居人との洗面空間の使用時間の重複などに、不便を感じている人が多いことがわかりました。特に、共働きの家庭や思春期以降の子育て家庭となると、洗面化粧台のシェア問題は切実な悩みと言えるのかもしれません。また、男性の身だしなみ意識が高まっており、スキンケアや眉毛・ひげの手入れなど、男性が洗面化粧台を活用するシーンが増えていることも明らかとなりました。

LIXILでは、今回明らかとなったさまざまなニーズに対応できる、幅広い商品をラインアップしています。たとえば、洗面化粧台にボウルを2台配置した2連ボウルなら、使用時間が重なりやすい朝の洗面渋滞の解消に繋がります。また、収納力の高い洗面化粧台などを採用すれば、家族それぞれが必要なものをスッキリ収納することも可能です。また、LED照明が顔全体を明るく照らすフェイスフルライトを採用すれば、身だしなみを整えやすくなります。

今後、新築やリフォームで洗面空間を検討する方は、家族みんながより使いやすく快適に過ごせる場として、洗面空間の在り方から見直してみるのもよいかもしれません。

■調査概要

調査名称：洗面空間の使用実態や男性の身だしなみ意識の変化に関する調査

調査方法：インターネット調査

調査期間：2025年5月8日～同年5月30日

有効回答：LIXIL公式サイト来訪者、同居人がいる20～80代の男女313人

<参考資料>

■洗面空間をより快適にするアイテムのご紹介

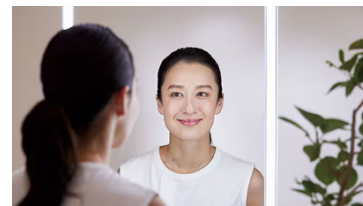
・2連ボウル

2人並んでの身支度やフェイスクアが、家族との大切なコミュニケーションの時間に。洗面渋滞も解消できるので、忙しい朝の時間がスムーズに。



・フェイスフルライト

縦に配置したLED照明により、あごの下や顎に影ができにくく、フェイスクアやメイクにおすすめ。シーンや気分に合わせて、明るさも3段階に調節可能。



・タッチレス水栓 / タッチレススイッチ

水栓や照明は、手を触れないタッチレス仕様。身支度の途中で手に化粧品などがついていても、ハンドルやスイッチが汚れる心配がありません。



LIXILの洗面化粧台について：

<https://www.lixil.co.jp/lineup/powderroom/>

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53,000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、2025年3月期に1兆5,047億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/>

発行元

株式会社LIXIL（<http://www.lixil.com/jp>）

本社：東京都品川区西品川一丁目1番1号大崎ガーデンタワー24F

※このリリースは、LIXIL Newsroom（<https://newsroom.lixil.com/ja/>）でも発表しています。