

自分で購入する割合は約8割に タオルの風合いやデザインにこだわり始めた生活者

生活者研究センター
ファブリック&ホームケア研究室

かつてタオルは、季節の贈答品や景品など、日常的に「いただきもの」を使うことが多いアイテムでした。しかし、贈答品の慣習やライフスタイルの変化にともなって、自分で購入する割合が上がることで、タオルへの関心は高まってきました。タオルの使用実態や、暮らしのなかのタオルの位置づけの変化と使用実態について報告します。

- 自分で購入する割合は、約10年間で8割に増加
- 風合いやデザインも重視、価値観に変化
- 場所別専用タオルの使用率は高い
- 使用中のおもいと使用をやめるきっかけ
- 実用性だけでなくタオルの新しい価値

【調査概要】

「家庭でのタオルの扱い方・洗濯行動・意識」

調査期間：2004年2月

調査方法：郵送調査

調査対象：首都圏在住20～60代女性

回答者数：97人

調査期間：2017年7月

調査方法：インターネット調査

調査対象：首都圏在住20～60代女性

回答者数：624人(既婚520人、未婚104人)

「衣類・タオルの洗濯実態や仕上がりのこだわり」

調査期間：2016年9月～2017年2月

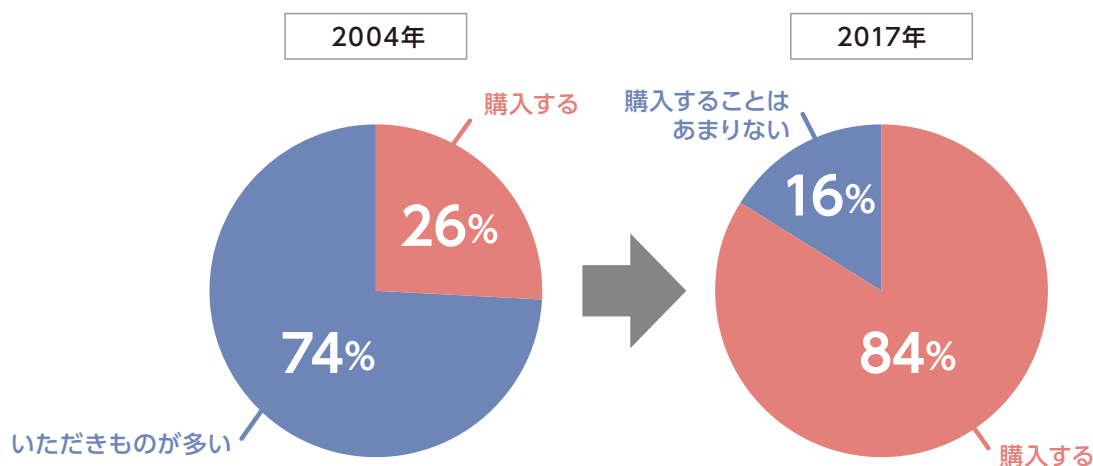
調査方法：家庭訪問インタビュー

調査対象：首都圏在住20～40代女性

対象者数：16人(既婚12人、未婚4人)

自分で購入する割合は、約10年間で8割に増加

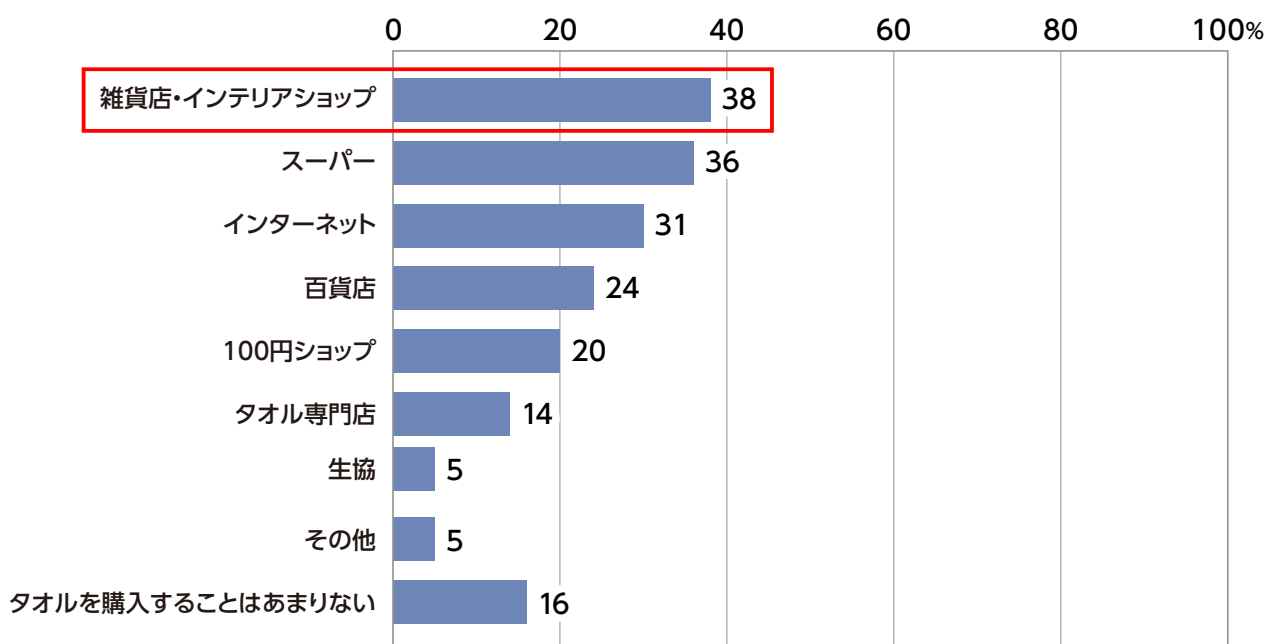
2004年の調査では、タオルは贈答品や景品などの「いただきもの」が多く、購入する人の割合は26%でしたが、2017年には84%まで増加していました(図1)。その背景には、贈答の慣習やライフスタイルの変化が大きく影響していると考えます。



2004年:20~60代 首都圏在住女性 97人、2017年:20~60代 首都圏在住女性 624人
(花王 生活者研究センター調べ)

(図1)タオルの購入状況

タオルの購入先は、ライフスタイルを提案する雑貨店・インテリアショップやスーパーが上位となりました(図2)。多くの雑貨店・インテリアショップの商品ディスプレイでは、ライフスタイルや住まいのテイストに合わせたタオルの選び方の提案もされるようになりました。購入する側の選択肢が広がっているようです。

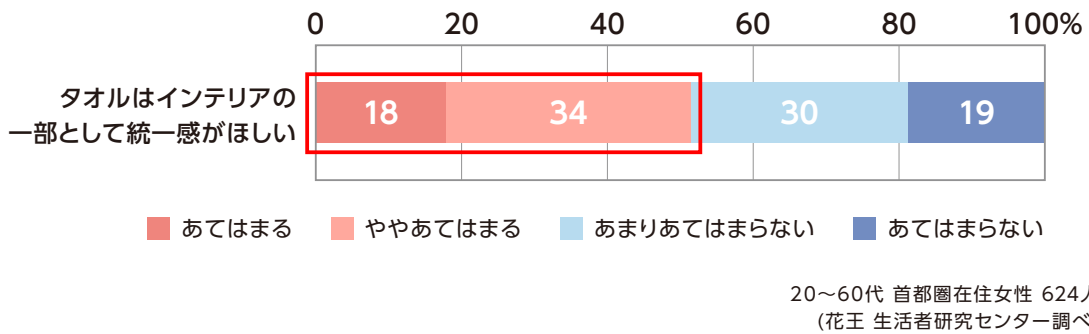


20~60代 首都圏在住女性 624人 (複数回答)
(花王 生活者研究センター調べ)

(図2)タオルの購入先

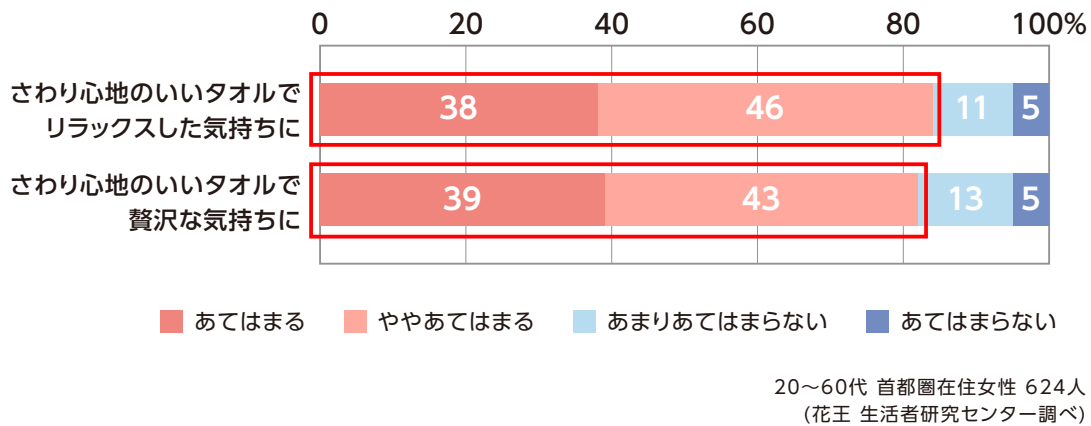
風合いやデザインも重視、価値観に変化

2015年4月『くらしの現場レポート』のインテリア調査では、「家の中のものはできるだけテイストを揃えたい」と考えている20～30代が多いことを報告しましたが、今回の調査でも、「タオルはインテリアの一部として統一感がほしい」と考えている人が半数を超える結果となりました(図3)。自分で購入する機会が増えたことから、インテリアのテイストにタオルの色、デザインを合わせるなど、選び方も変化してきたと考えられます。



(図3) タオルに関する意識

また、「さわり心地のいいタオル」を使うと「リラックスした気持ちになる」、「贅沢な気持ちになる」と回答した人が8割を超え(図4)、インタビューからも、タオルに対して「気持ちよさ」や「高級感」など、単なる肌ざわりの良さだけではない価値を感じている人がいたことが明らかになりました。



(図4) さわり心地に対する意識

体を拭くときに気持ちがいい、ホテルにあるような肉厚でふわふわのタオルを使うと高級感を感じる。
(30代女性、既婚)

ふわふわしたタオルで体を拭くと、肌に優しい感じがして使っていて気持ちいい。
(30代女性、既婚)

やわらかくて肌ざわりがよいタオルを使うと満足感が得られる。
(40代女性、既婚)

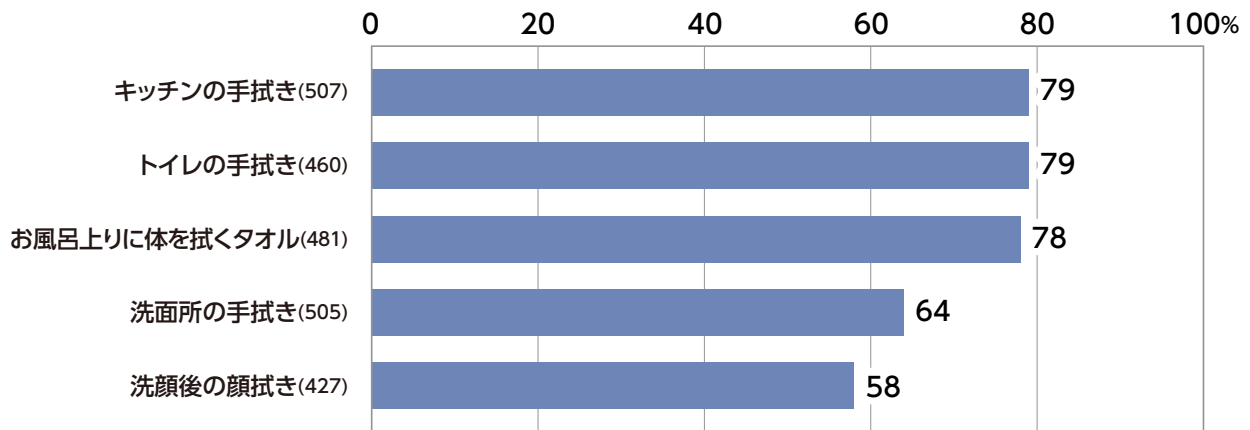
場所別専用タオルの使用率は高い

既婚世帯でのタオルの平均所持枚数は45枚で、ハンカチなどの小さいものからバスタオルのような大きいものまで、さまざまなサイズや種類のタオルをそれぞれ複数枚所有しています(表1)。また、タオルを用途別・場所別に専用にして使い分けしている人が多いこともわかりました(図5)。

(表1) 家庭で使用中のタオル枚数

(枚)	バスタオル	フェイスタオル	ハンドタオル	その他	計
未婚単身(104)	4.3	7.1	4.3	8.5	24.2
既婚計(520)	7.4	12.8	8.7	13.1	42.0
2人(255)	6.8	12.4	7.5	11.6	38.3
3人(148)	8.2	13.6	9.7	14.7	46.1
4人以上(117)	7.8	12.7	9.9	15.1	45.5

20~60代 首都圏在住女性 624人
(花王 生活者研究センター調べ)

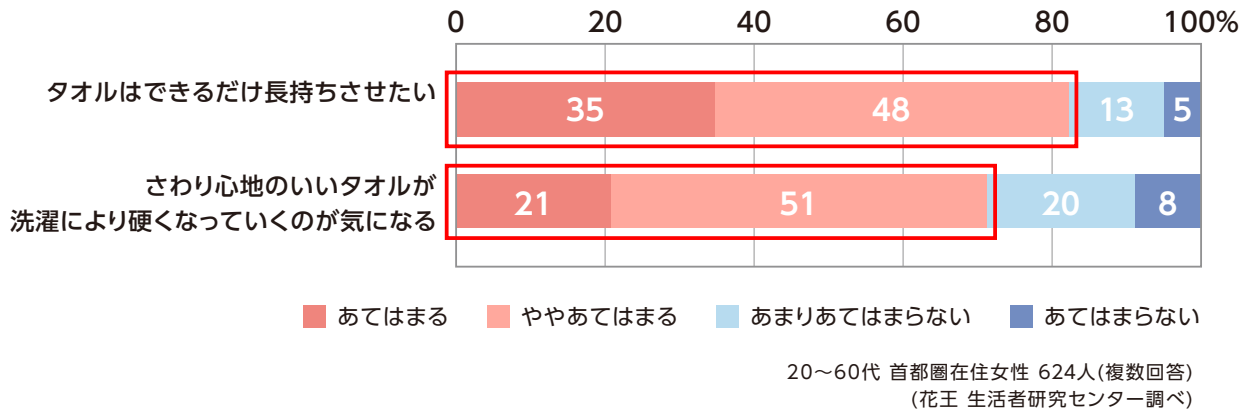


各タオル使用者ベース
20~60代 首都圏在住既婚女性 520人(複数回答)
(花王 生活者研究センター調べ)

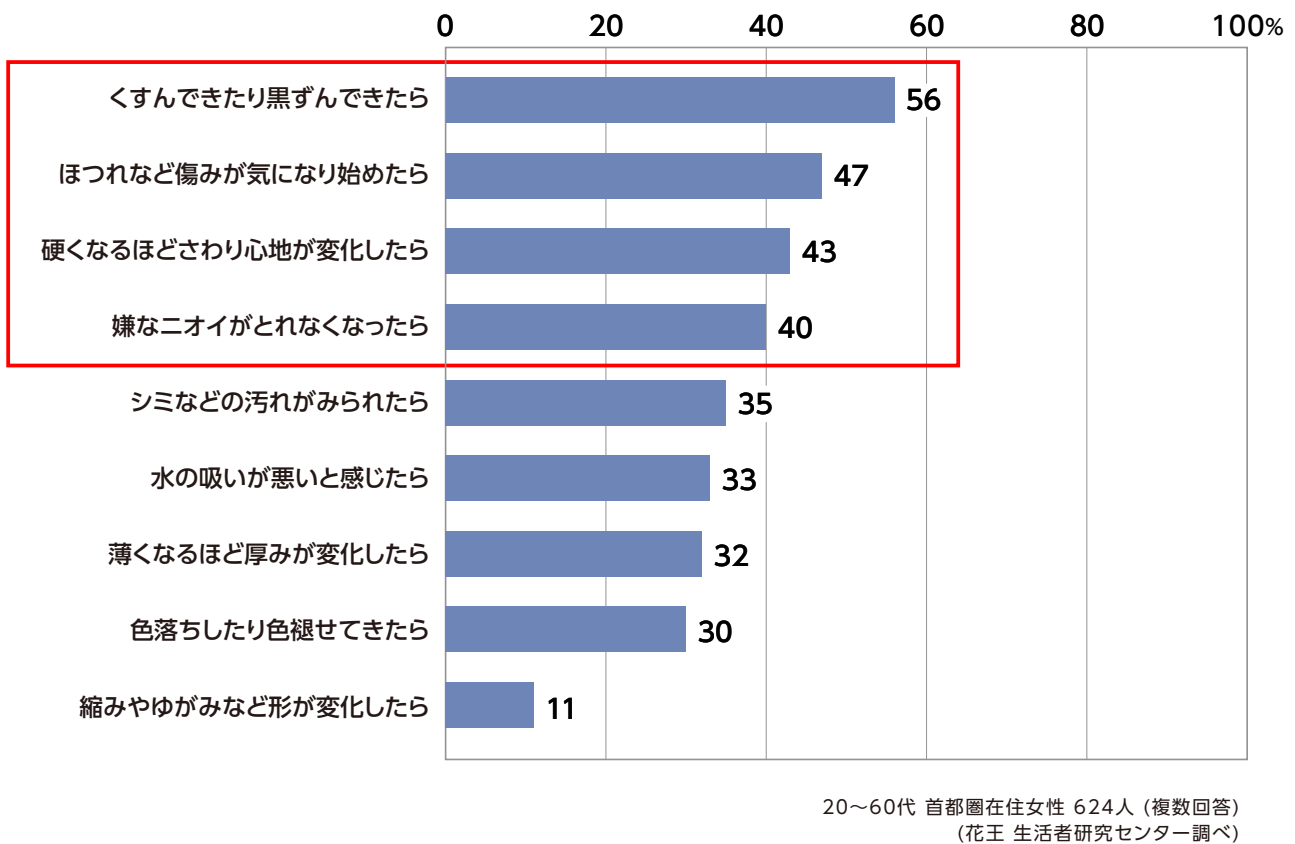
(図5) 場所別専用タオルの使用率

使用中的おもいと使用をやめるきっかけ

調査によると、「タオルはできるだけ長持ちさせたい」は約8割、「さわり心地のいいタオルが洗濯により硬くなっていくのが気になる」という人は約7割と高く、購入したときの状態を維持し、長く使い続けたいと考えている人が多くいました(図6)。一方で、タオルの使用をやめる判断基準は、「くすんだり黒ずんできたら」、「ほつれなど傷みが気になりだしたら」、「硬くなるほどさわり心地が変化したら」、「嫌なニオイがとれなくなったら」などが多く、見た目や傷み、さわり心地の変化、ニオイによって使用を中止していることがわかりました(図7)。



(図6) タオルに関する意識



(図7) タオルの使用をやめる判断基準

実用性だけでないタオルの新しい価値

この10年で、タオルを贈答品としてもらう慣習は大きく変化し、自分で選ぶ機会が増えました。その結果、実用性だけでなく、好みの肌ざわりや風合い、また、色やデザインなどにもこだわりを持つ人が現れてきて、暮らしのなかでタオルの位置づけは変化していました。使用の際に、さわり心地に癒しを感じたり、インテリアとテイストを合せることで満足度が高まるなど、タオルが暮らしのアクセントになってきている様子がみられました。今後もタオルに対して、実用性だけではない価値を感じる人は増え、その役割も広がっていくと予想されます。

●お問い合わせ・ご意見は **花王株式会社 生活者研究センター**

〒131-8501 東京都墨田区文花 2-1-3 TEL. 03-5630-9963(月～金 9:00～17:00) FAX. 03-5630-9584

くらしの研究 www.kao.co.jp/lifei/

※掲載の記事・写真の無断掲載・複写を禁じます。