

「日本の人々の公衆トイレ<sup>※1</sup>での手洗い等の調査」(第2回)結果公表

## 公衆トイレでの手洗いに水温の影響あり

～”温かい水”が出る方がしっかり手洗いが行われる～

TOTO株式会社(本社:福岡県北九州市、社長:清田 徳明)は、新型コロナウイルス感染拡大後の「手洗い」の行動変化と公衆トイレでの手洗いの意識を確認するため、「日本の人々の公衆トイレでの手洗い等の調査」(第2回)を実施しましたので、調査結果をお知らせします。今回は、公衆トイレ利用者が寒い季節に手を洗う際の、冷たい水による手洗いの影響について、調査しました。

TOTOは、「きれいと快適」を実現する商品の普及を推進し安心して利用できる衛生的なトイレ空間を提供します。

### <調査背景>

新型コロナウイルスの感染拡大により、今後、人々の生活様式や意識に変化が見られることが予想され、「公衆トイレにおける新型コロナウイルス感染予防」、「公衆トイレにおける手洗い励行」、「公衆の場でのタッチレス化」への関心はますます高まるものと推測できます。より望ましい手洗い行為のために、手洗い場に求められていることを調査し、今後のトイレ整備に生かしていきたいと考えています。

### <主な調査結果>

#### ■しっかりした手洗いにつながる温水供給

公衆トイレにおいて、寒い季節にしっかり手洗いを行うために、「温かい水」が望まれていることがわかりました。

- ・冷たい水ではしっかり手を洗わなかった人が「温かい水だったらしっかり手を洗えた」と回答した割合：  
屋外または半屋外公衆トイレ<sup>※2</sup>の場合 76%、屋内公衆トイレ<sup>※3</sup>の場合 70%
- ・「外出中に公衆トイレで手を洗うとき、温かい水が出る施設だったらまた利用したい」と回答した割合：  
屋外または半屋外公衆トイレの場合 81%、屋内公衆トイレの場合 85%

### 【調査概要】

名称 「日本の人々の公衆トイレでの手洗い等の調査」(第2回)  
(調査主体:TOTO(株))

実施時期 2021年1月

調査方法 インターネット調査

調査人数 2,000名(男女各1,000名ずつ)

国内在住日本人 20～70歳代の男女合計 15,000名に事前調査を実施した。次の条件(※)を満たし、新型コロナウイルス感染症が広まった後、「しっかり手を洗う」ようになったと認識している 2,000名抽出

※①寒い時期に、屋外又は半屋外公衆トイレ、かつ、屋内公衆トイレで手洗いをした人

②外出時の公衆トイレでは「温かい水を利用する」人<sup>※4</sup>

※1「公衆トイレ」:だれでも使える他人と共用する公共のトイレすべて。

※2「屋外または半屋外の公衆トイレ」:高速道路のサービスエリア、パーキングエリア、道の駅、公園、観光地(神社仏閣、名勝景勝地)など、公衆トイレが単独で建っている、または他商業施設等の別棟として設置されている公衆トイレ。

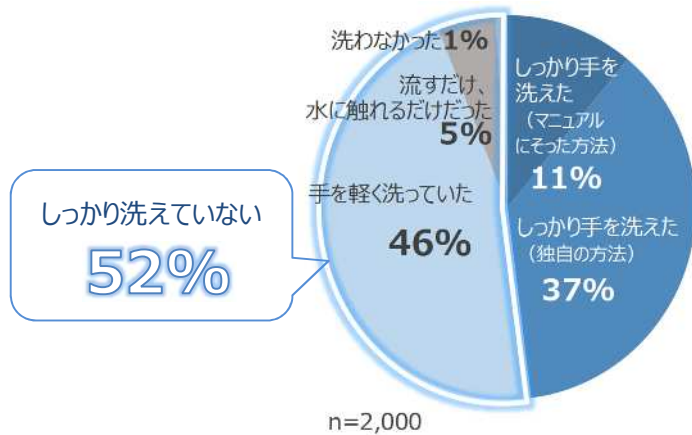
※3「屋内公衆トイレ」:商業施設(デパート・ショッピングモール・スーパーマーケットなど)、飲食店、店舗、ホテルなどの一般利用可能な他人と共用する公共のトイレ。一般利用できないオフィス、学校、病院等のトイレなどは除く。

※4「温かい水を利用する人」:「必ず温かい水」または「どちらかというと温かい水」または「場合によっては暖かい水と冷たい水を使い分ける」人

## 「寒い季節の手洗い」について(公衆トイレ)

Q1-1

寒い季節に、**屋外または半屋外の公衆トイレ**で手を洗った際に”冷たい水”しか出なかった場合、**しっかり手を洗えた**と思いますか。

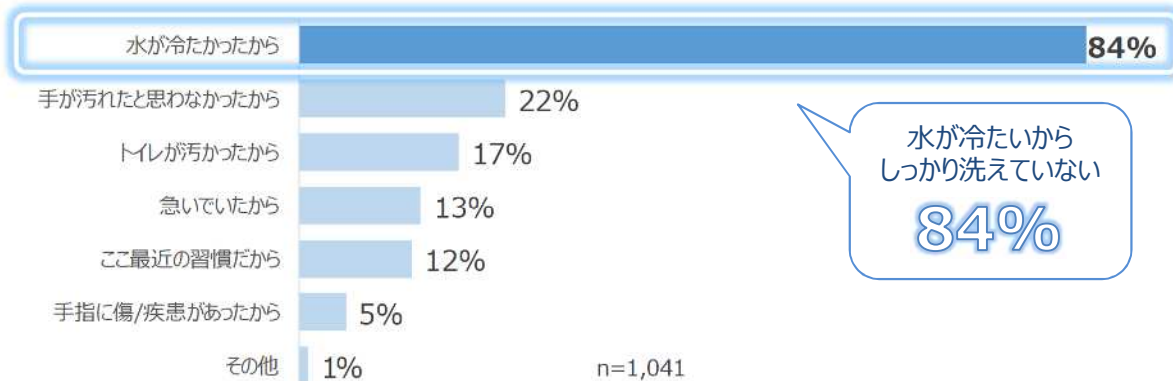


コロナ後の手洗いについて「しっかり洗う」ようになったと認識している人にもかかわらず、屋外または半屋外の公衆トイレにおいて、冷たい水しか出ない場合、「手を軽く洗っていた」「水に触れるだけだった」「洗わなかった」と答えた人の合計が 52%にのびりました。

Q1-2

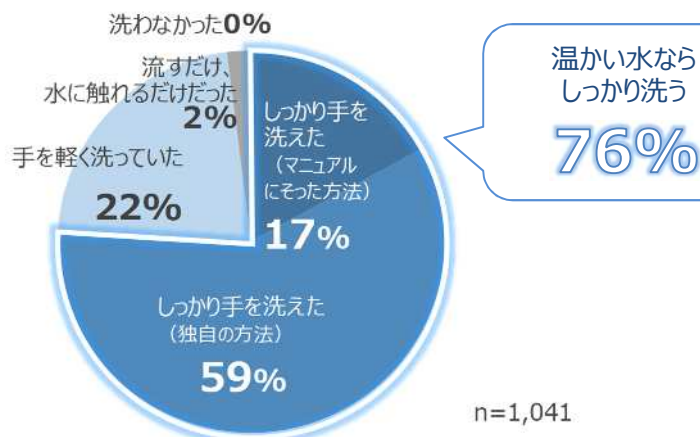
(Q1-1 において、「手を軽く洗っていた」、「水に触れるだけだった」、「洗わなかった」と回答した方)

その理由のうち、あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答可)



Q1-3

(Q1-2 と同じ対象者)もし”温かい水”が出たら、あなたは**しっかり手を洗えた**と思いますか。

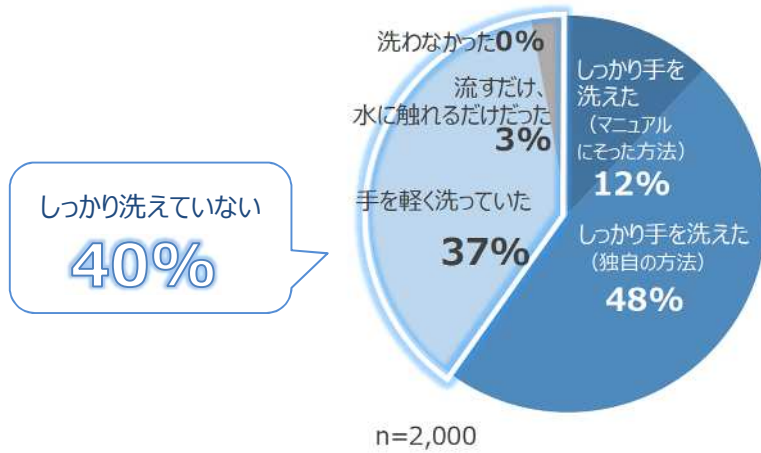


屋外または半屋外の公衆トイレにおいて、温かい水が出たら「しっかり手を洗えた」と考える人は 76%にのびりました。

寒い季節に、温かい水が十分な手洗いをするために求められている傾向が見受けられます。

Q2-1

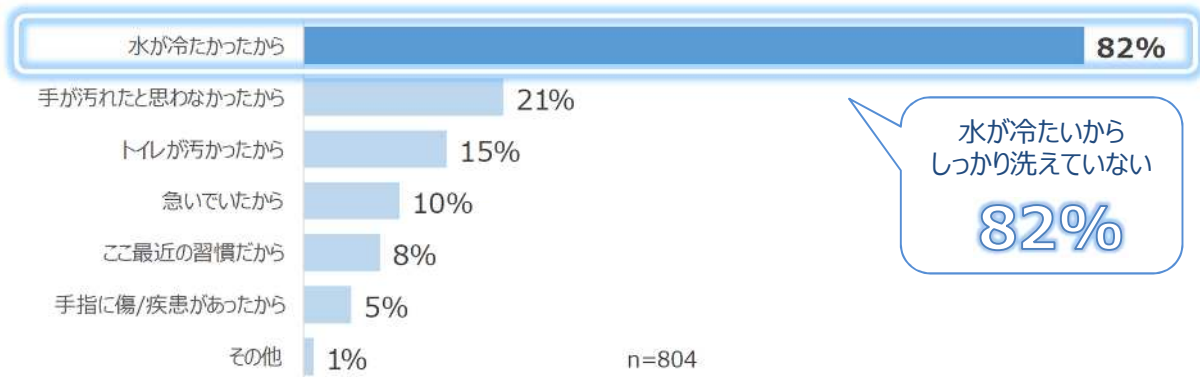
寒い季節に、**屋内の公衆トイレ**で手を洗った際に”冷たい水”しか出なかった場合、しっかり手を洗えたと思いますか。



コロナ後の手洗いについて「しっかり洗う」ようになったと認識している人にもかかわらず、屋内の公衆トイレにおいて、冷たい水しか出ない場合、「手を軽く洗っていた」「水に触れるだけだった」「洗わなかった」と答えた人の合計が40%にのぼりました。

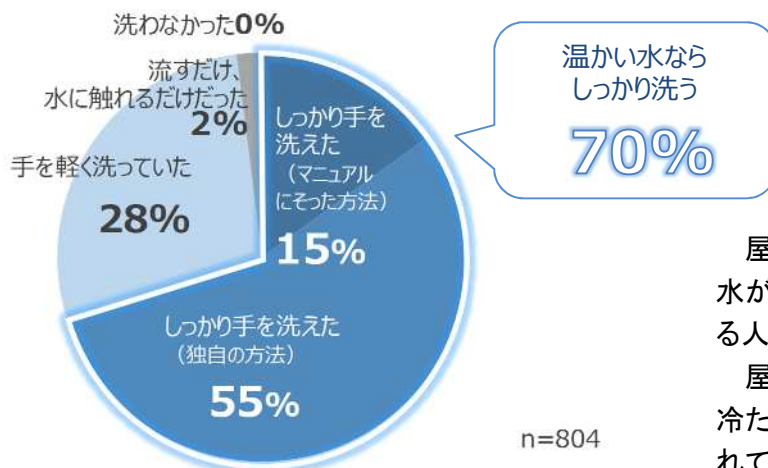
Q2-2

(Q2-1において、「手を軽く洗っていた」、「水に触れるだけだった」、「洗わなかった」と回答した方)  
その理由のうち、あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答可)



Q2-3

(Q2-2と同じ対象者)もし”温かい水”が出たら、あなたはしっかり手を洗えたと思いますか。

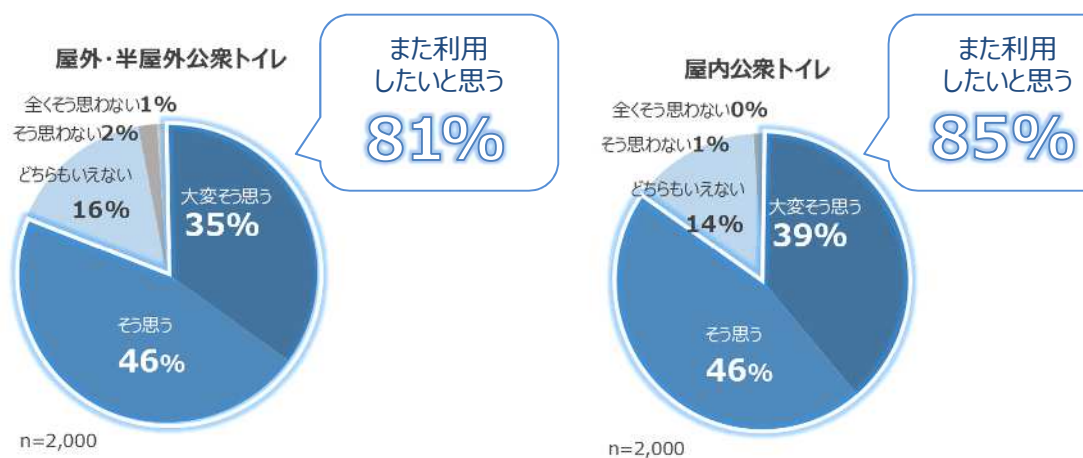


屋内の公衆トイレにおいても、温かい水が出たら「しっかり手を洗えた」と考える人は70%にのぼりました。

屋内の公衆トイレでも寒い季節には、冷たい水だけでは十分な手洗いが行われていない傾向が見受けられます。

Q3

あなたが外出中に公衆トイレで手を洗うとき、「温かい水」が出る施設だったらまた利用したいと思いますか。



屋外又は半屋外公衆トイレ／屋内公衆トイレの場合とも、80%以上の方が公衆トイレで温かい水が出る施設であったらまた利用したいと考えており、外出先のトイレで温水供給の要望が多いことが見受けられます。

## 「タッチレス(非接触)」に対する意識について (第1回調査結果、2020年10月1日発信ニュースリリースより)

### 【日本の人々の公衆トイレでの手洗い等の調査】(第1回)調査概要 (Q5-1, Q5-2のみ抜粋)

名称	「日本の人々の公衆トイレでの手洗い等の調査」 (調査主体:TOTO(株))
URL	<a href="https://jp.toto.com/company/press/2020/10/01_010818.htm">https://jp.toto.com/company/press/2020/10/01_010818.htm</a>
実施時期	2020年5月
調査方法	インターネット調査
調査人数	ステップ①(Q1~2) 国内在住日本人 20~60歳代の男女合計 10,000名 ステップ②(Q3~6) 「コロナウイルス流行後、公衆トイレで手を洗う人」の中から、 国内在住日本人 20~60歳代男女計 2,000名(各年代 400名、男女 200名ずつ)抽出

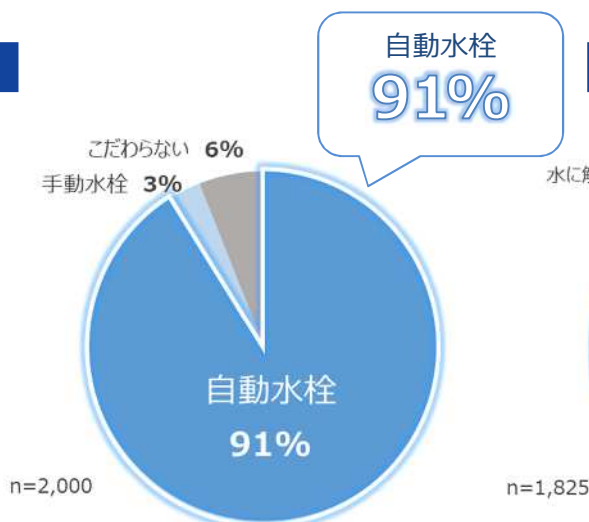
Q5-1

日本の公衆トイレの設備についてお尋ねします。  
今後、あなたが手を洗う時に、レバーやハンドルをさわらなくても水やお湯が出る自動水栓と手で操作する手動水栓とどちらを使いたいですか。

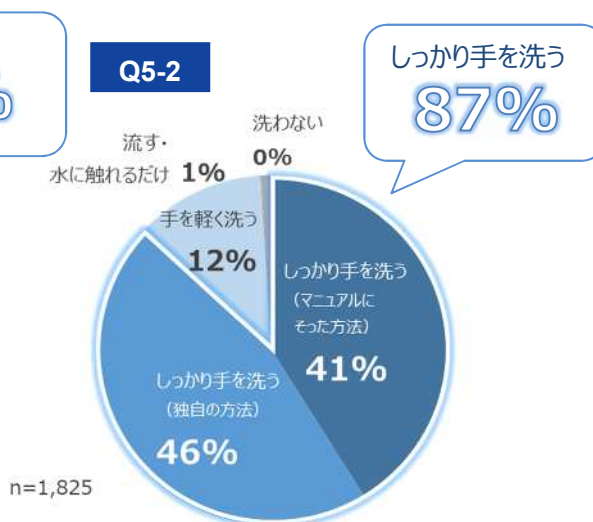
Q5-2

(Q5-1にて、「自動水栓を使いたい」と回答した方へ質問します)  
日本の公衆トイレの設備についてお尋ねします。  
今後、あなたが手を洗う時に、自動水栓だった場合どの程度手を洗いますか。

Q5-1



Q5-2



「自動水栓があれば使いたい」と回答した人の割合が 91%と非常に高く、公衆トイレにおいて、自動水栓が強く求められていることが見受けられました。また、自動水栓が備え付けてある場合、「しっかり手を洗うマニュアル<sup>※5</sup>にそった方法で/独自の方法で」と回答した人は 87%にのびりました。

※5 政府・官公庁・メーカーなどから出ている手洗いに関するガイド

(厚生労働省が提唱する、新型コロナウイルスを含む感染症対策の基本内の「正しい手の洗い方」等)

(調査結果まとめ)

新型コロナウイルスの感染拡大後、国から「新しい生活様式」の実践例が示され、十分な「手洗い」などが推奨されています。アンケート結果からも、“タッチレス”、“温かい水”が十分な手洗いにつながる事がわかりました。

公衆トイレにおいて、自動＝“タッチレス”で使用出来る自動水栓「アクアオート」、実現可能な施設においては温かい水を供給可能にする電気温水器等が十分な手洗いをする上で望まれているようです。

## 「きれいと快適」「環境」を両立する TOTOらしい商品「サステナブルプロダクツ」

TOTOは「きれいと快適」の特徴を生かした商品群の展開を継続的に行い、安心して利用できる衛生的な空間づくりにより、健康な生活を送っていただける提案を行っています。「きれいと快適」「環境」を両立する TOTOらしい商品「サステナブルプロダクツ」を設定し、これらの商品をグローバルに普及させることにより、地球環境に負荷をかけない、豊かで快適な社会の実現に貢献していきます。



■対象商品

住宅			パブリック		
 <b>大便器</b> きれい (フチなし形状、 トイレード®洗浄、セフィオテクト) 節水 (4.8L以下)	 <b>浴室</b> きれい (きれい除菌水)・快適・デザイン 省エネ (魔法びん浴槽)・節湯	 <b>ウオシュレット</b> きれい (きれい除菌水) 節電	 <b>大便器</b> きれい 節水 (6L以下)	 <b>ウオシュレット</b> きれい 節電	 <b>自動ワッシュバルブ®</b> きれい (タッチレス) 節水
 <b>ウオシュレット</b> きれい (きれい除菌水) 節電	 <b>洗面</b> きれい (きれい除菌水)・デザイン 節湯 (エコケトル)	 <b>キッチン</b> きれい (きれい除菌水)・デザイン 節湯 (エコケトル)	 <b>小便器</b> きれい (タッチレス・きれい除菌水) 節水	 <b>自動水栓</b> 節水	 <b>IoT対応</b> 快適、UD 節水

## 新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030



「環境・社会的価値」と「経済価値」を同時に実現する新共通価値創造戦略 TOTO WILL2030では、「きれい快適」「環境」「人とのつながり」を取り組むべき重要課題「マテリアリティ」として経営とCSRの一体化に取り組み、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」にも貢献していきます。

<https://jp.toto.com/company/ir/individual/vision/index.htm>