

## おしりを洗う文化をお届けして半世紀あまり 温水洗浄便座の国内累計出荷数が1億台を達成 ～利用者の97%が今後も継続利用の意向・72%が海外普及を希望～

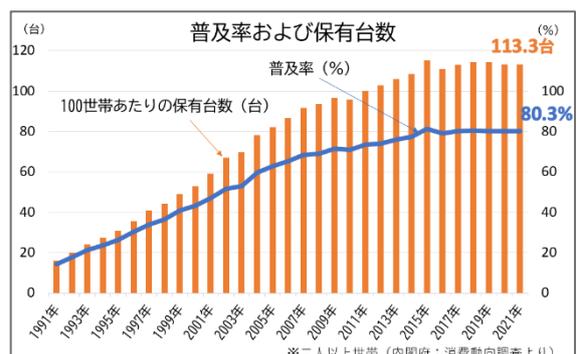
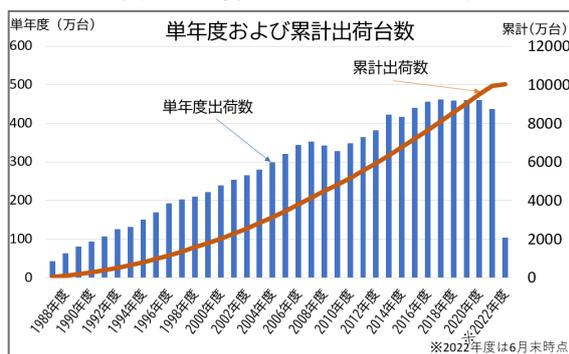
レストルーム空間の質の向上に取り組む一般社団法人 日本レストルーム工業会(本部:愛知県名古屋市、会長:清田 徳明(TOTO 株式会社 代表取締役 社長執行役員)、以下「当工業会」)では、業界の統計開始(1987年)以来、温水洗浄便座の国内累計出荷数が、2022年6月に1億台を達成したことをお知らせいたします。今後とも、トイレを通じて生活文化の向上に貢献できるよう、皆様に喜んでいただける製品をお届けしてまいります。

### ■1億台達成への道のり

1964年に温水洗浄機能付便器、便座の輸入販売が開始されたことで、日本のトイレに「おしりを洗う」という大きな変化が生まれるきっかけとなりました。販売当初は、主に医療機関向けであったこともあり普及は進みませんでした。その後も、製品の国産化や各社における家庭への普及を目指した製品開発・改良、販売促進への取り組みなどが続けられました。そんな中、1982年のテレビCM以降、次第に多くの人に認知されるようになり、本格的な普及が始まりました。当初、お茶の間にトイレのCMが流れることへ懐疑的な反応もありましたが、一度使うと手離せなくなるとの評判から次第にそのような反応も薄れ、暖かい便座やお湯でおしりを洗う爽快さは、これまでのトイレとは大きく異なる快適なものとして広く受け入れられるようになりました。



当工業会の会員各社では、機能性・快適性・衛生性・省エネ性などのあらゆる面で消費者ニーズの反映や新たな提案などでたゆまぬ進化を図り、更なる普及に努めてまいりました。年度毎の出荷は増加を続け、2013年以降は400万台を超えています。一般世帯での普及率においても2022年現在では80%を超え、トイレの水洗浄を終えた一般家庭には、ほぼすべてに普及したと推測されるまで定着しました。また、温水洗浄便座の快適性が評価されたことで、オフィスビルや商業施設、ホテル、駅舎といったパブリック用途においても温水洗浄便座の採用が進んでいます。



### ■日本のトイレ文化の必須アイテム

2022年に当工業会が行った温水洗浄便座利用者を対象とした意識調査によると、今後も温水洗浄便座を継続して使いたいと考えている人は97%に達しており、また、温水洗浄便座のない生活に戻ると「考えられない・無理だと思う・嫌だと思う」との回答も84%ありました。さらに、ご自宅以外(職場や学校、外出先など)での温水洗浄便座の使用状況についても「設置してあれば必ず使用している、使用することが多い」と回答した方が71%に上るなど、温水洗浄便座は、利用者にとって、なくてはならない存在になっていることがうかがえます。

諸外国においても、近年、衛生性への関心の高まりから、欧米をはじめ、アジア、中東などのさまざまな国で需要が高まっており、世界の温水洗浄便座市場は年々成長しています。特に2020年度は北米を中心に

需要が急増するなど、今後、さらなる普及が期待されます。

当工業会では、今後も皆様に愛され続ける清潔・快適な温水洗浄便座を、日本のみならず諸外国にも広めていくことによって、より一層のトイレ文化の向上に貢献してまいります。

## 温水洗浄便座利用者に対する意識調査

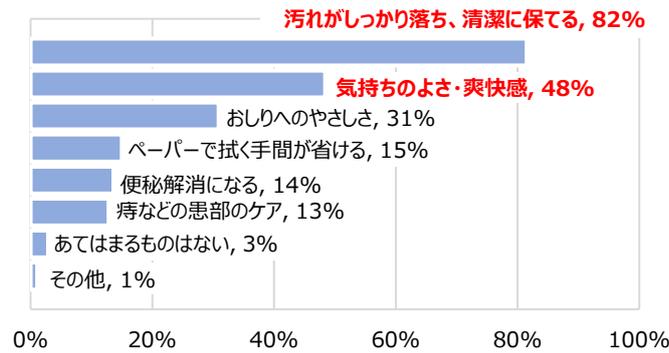
調査方法：インターネットによる調査

調査対象：全国の温水洗浄便座利用者 10代～70代男女 各年代 150名 計 2,100名

調査実施期間：2022年2月4日～2022年2月7日

### <調査結果サマリー>

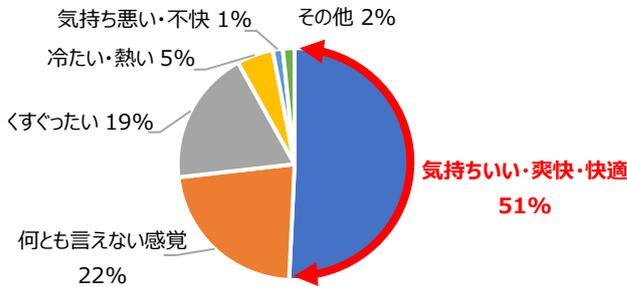
#### ①温水洗浄便座の使用理由 ※複数回答可



**「清潔・気持ちよく使える」が利用する主な理由となっている。**

温水洗浄便座の利用理由は、「汚れがしっかり落ち、清潔に保てる」が82%と最も多く、「気持ちのよさ、爽快感」が48%と約半数を占める。

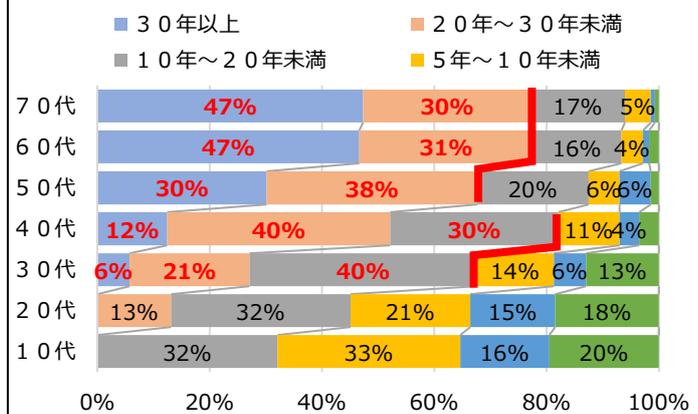
#### ②初めて使用した時の感想



**使用当初から「気持ちいい・爽快・快適」と感じた人が半数を超える。**

初めて使用した際には、「くすぐったい」、「なんとも言えない感覚」などを感じる方も多かったが、当初から「気持ちいい・爽快・快適」と感じる方が最も多い。

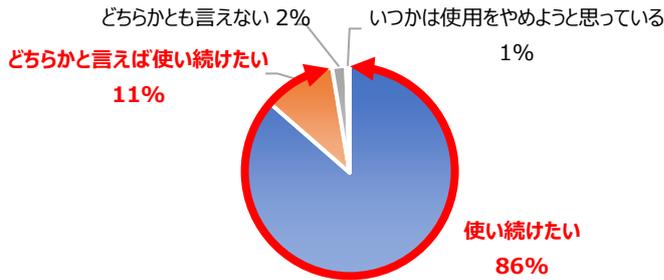
#### ③年代別の使用期間 ※利用期間不明は除く



**各年代で長きに渡って利用を続けており、日常生活に浸透していることがわかる。**

50代以上では利用期間20年以上がおおよそ7～8割を占め、30～40代でも利用期間10年以上がおおよそ7～8割を占める。

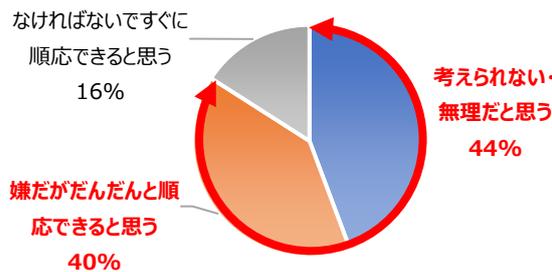
#### ④今後の使用継続意向



**97%の人が今後も継続して使いたいと考えている。**

温水洗浄便座の今後の使用継続意向については、「今後も使い続けたい」と考える人は86%、「どちらかと言えば使い続けたい」と考える人は11%

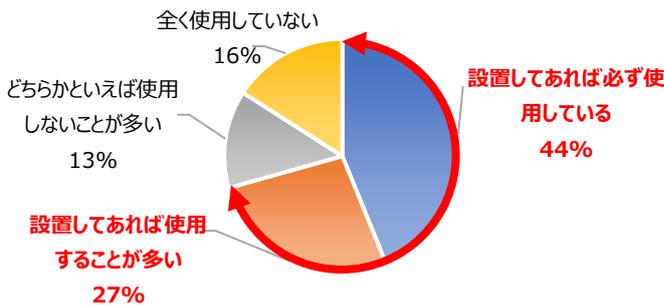
#### ⑤温水洗浄便座のない生活に戻ること



**84%の人ができれば温水洗浄便座を手放したくないと思っている。**

温水洗浄便座のない生活に戻れることは、「考えられない・無理」が44%、「嫌だがだんだんと順応できると思う」が40%

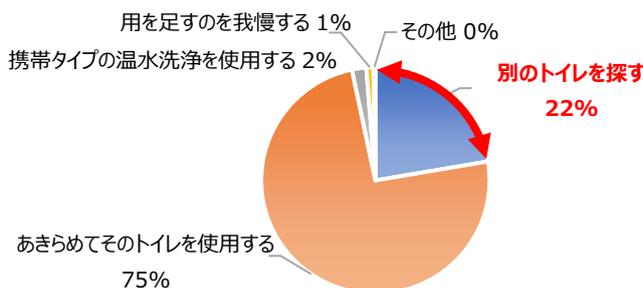
#### ⑥外出先施設での使用状況について



**71%の人が外出先施設でも温水洗浄便座を使用している。**

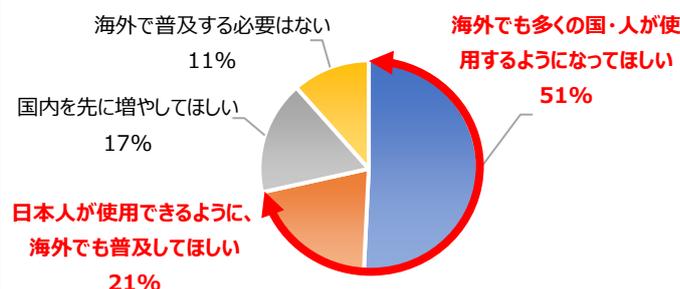
外出先施設での温水洗浄便座使用については、「設置してあれば必ず利用している」が44%、「利用することが多い」が27%

#### ⑦外出先施設で温水洗浄便座がない場合



**温水洗浄便座を求めて「別のトイレを探す」という愛用者も22%存在する。**

#### ⑧温水洗浄便座の海外での普及について



**72%の人が海外でも普及が進んでほしいと望んでいる。**

温水洗浄便座の海外への普及については、「海外でも多くの国・人が使用するようになってほしい」が51%、「日本人が使用できるように海外でも普及してほしい」が21%

## 温水洗浄便座の歩み

1964年	温水洗浄便座の輸入販売開始。 伊奈製陶(現:株式会社 LIXIL)が温水洗浄機能付便器を、東洋陶器(現:TOTO 株式会社)が温水洗浄便座の輸入販売を開始。	
1967年	温水洗浄便座の国産化が始まる。 伊奈製陶(現:株式会社 LIXIL)が国産初の温水洗浄機能付便器を発売。(1967年)※1 東洋陶器(現 TOTO 株式会社)も温水洗浄便座を国産化。(1969年)※2	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">※1 </div> <div style="text-align: center;">※2 </div> </div>
1976年～	国内メーカーにより開発設計された温水洗浄便座の販売が始まる。	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
1982年	温水洗浄便座の本格的な普及が始まる。 TOTOの「おしりだって、洗ってほしい。」のCMが話題となり温水洗浄便座の認知拡大のきっかけに。生活スタイルの変化や温水洗浄便座の普及に伴い、和風便器の出荷比率は2割以下に。	
1984年～	温水洗浄便座一体型便器の販売が始まる。 ※温水洗浄便座一体型便器とは、洋風便器と温水洗浄便座が一体で専用設計された製品を指します。	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
1991年～	利用後、自動で便器洗浄される機能の付いた温水洗浄便座一体型便器が登場。	<div style="display: flex; align-items: center;">    </div>
1992年～	利用前後で、便フタが自動開閉する機能搭載の温水洗浄便座が登場。	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
1993年～	ローシルエットで空間がすっきりするタンクレストイレの販売が始まる。	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
2006年～	便器内をきれいに保つ機能を搭載した製品の登場。 泡で洗浄する機能を搭載※3 電解水で便器をきれいに保つ機能を搭載※4	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">※3 </div> <div style="text-align: center;">※4 </div> </div>
2013年～	スマートフォンで操作できる機能を搭載した温水洗浄便座一体型便器が登場。	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>
2017年	温水洗浄便座をはじめとしたトイレの操作系ピクトグラムの標準化を発表。 2018年1月に国際規格(ISO7000: 機器・装置で用いる図記号)として登録。 同年12月に日本産業規格(JIS S0103 消費者用図記号)として登録。	
2019年	温水洗浄便座のシンボルマークの開発を発表 「洋風便器」「和風便器」と共に日本産業規格 (JIS Z 8210: 案内用図記号)に登録。	

## 温水洗浄便座に関する業界における各種取組(一般社団法人日本レストルーム工業会の取組)

当工業会および会員各社においては、温水洗浄便座の安心・安全、環境貢献、国際貢献への取り組みを通して、世界中の人たちの生活文化の向上に貢献しています。

### 1. 安全・安心への取り組み

消費者に温水洗浄便座を快適に使用してもらうため、第三者機関による委託研究による医学的知見・エビデンスの取得を図るとともに啓発活動に努めています。

<https://www.sanitary-net.com/trend/study.html>

最近の研究では、おしり洗浄を使わずトイレトイレットペーパーでおしりを拭いた場合と比較して、温水洗浄便座を使用した後に同様に拭いた場合、トイレトイレットペーパーを通じて手指に付着する菌数が1/10になることが報告されました。また、女性特有の悩みや温水洗浄便座の適切な使い方、細菌やウイルスなどと健康、トイレにおける感染症と予防、清掃管理・消毒について、情報発信しています。

<https://www.sanitary-net.com/trend/expert/study04-1.html>

温水洗浄便座を快適に使用するための適切な維持管理、使用方法等の啓発活動を行っています。(公社)全国ビルメンテナンス協会と連携し、「大便器・温水洗浄便座清掃マニュアル」、「医療機関におけるトイレ清掃マニュアル作成のための手引き」を作成し、全国の清掃事業者や医療機関に向け、周知、啓発活動を推進しています。<https://www.sanitary-net.com/clean/>

長期使用・故障継続使用等による製品事故を防ぐため、当工業会会員の製品事故情報を公表するとともに、これらの事故の分析結果から作成した安全啓発チラシによるお客様への安全啓発活動など様々な製品安全に関する取り組みを行っています。<https://www.sanitary-net.com/safety/>

### 2. 環境貢献への取り組み

省エネ性能に優れた温水洗浄便座や、温水洗浄便座の省エネと上手な選び方・使い方について消費者にご紹介し、省エネ機器としての温水洗浄便座の情報発信と普及に努めています。

<https://www.sanitary-net.com/saving/ecology.html>

### 3. 国際貢献への取り組み

公共トイレにおける訪日外国人の温水洗浄便座の利用支援を目的に、2017年にトイレ操作パネルの標準ピクトグラムを開発し、ISO や JIS に登録。各メーカーの新商品等に順次採用しています。また、2019年には温水洗浄便座、洋風便器、和風便器のシンボルマークについても開発し、JISへ登録。各々の設置を表す案内用図記号として活用いただけるよう周知活動を行っています。加えて、おもてなしWEBサイト「JAPAN TOILET INFORMATION」を運営し、国内外の利用者に対し日本のトイレ事情(使い方や案内表示等)や最新トイレに関する情報発信を行っています。

<https://www.sanitary-net.com/utsukushitoilet/>

#### ■一般社団法人 日本レストルーム工業会について

(一社)日本レストルーム工業会は衛生器具(大便器や小便器)、温水洗浄便座などの製品を扱うトイレ設備のメーカーで構成された業界団体です。レストルーム業界の持続的な発展を通じて、世界中の人たちの生活文化の向上に貢献するという理念のもと、世界中の人たちに、安全で使いやすく、環境にやさしい快適なレストルーム空間を提供いたします。

《加入会社(2022年6月現在、50音順)》

株式会社アイシン、アサヒ衛陶株式会社、SANEI 株式会社、ジャニス工業株式会社、東芝ライフスタイル株式会社、TOTO 株式会社、パナソニックホールディングス株式会社、株式会社 LIXIL

### 【お知らせ:温水洗浄便座1億台達成記念 エピソードキャンペーン】

当工業会では、このたびの温水洗浄便座が国内累計出荷数1億台達成したことを記念して、日ごろよりご愛顧いただいている皆様へ感謝の想いを届けるとともに、「温水洗浄便座1億台達成記念 エピソードキャンペーン」を実施いたします。応募要領等の詳細については、工業会ホームページまたはキャンペーン特設サイトをご覧ください。

#### ■キャンペーン概要

- ・応募期間:2022年7月26日(火)12時00分~8月25日(木)23時59分
- ・結果発表:2022年9月下旬ごろ予定(特設サイト内で発表)
- ・応募方法:公式 Twitter アカウント(@sanitary\_promo)をフォローのうえ、キャンペーン投稿を引用リツイートする形で、ご自身の温水洗浄便座にまつわるエピソードを「#温水便座エピソード」をつけて投稿していただきます。
- ・特賞:採用エピソード(6名様):SNSで人気の3名の漫画家(加藤マユミ先生・さわぐちけいすけ先生・すれみ先生)によりオリジナルの4コマ漫画にして公開+アマゾンギフト券1万円分  
その他、応募者の中から抽選で10名様にアマゾンギフト券5,000円分
- ・応募規約:特設サイトをご確認ください。
- ・キャンペーン特設サイト:<https://toilet-episode-cp.com>

#### <本件に関する問合せ先>

一般社団法人 日本レストルーム工業会 東京事務所  
東京都新宿区市谷田町2-29 こくほ21 5F TEL:03-5206-5493  
ホームページ <https://www.sanitary-net.com/>