

報道関係各位

パパフロ通信
第一弾！

浴育に関する意識調査

イクメンの道は「パパフロ」から！

現役パパの10人のうち8人は「**パパフロ(=父子入浴)**」を实践、
その**8割以上**が「父子入浴はコミュニケーションの機会として大切」と回答。

1回に20分以上「パパフロ」している子どもは、
「友達が多い」、「礼儀正しい」、「家族にやさしい」、「思いやりがある」など好影響が！

家族の絆を結ぶ‘イクメン度’を高めるヒントは「パパフロ」力にあり

資生堂「スーパーマイルド」パパフロ応援委員会では、教育評論家の尾木直樹先生監修のもと、20歳から55歳までの小学生以下の子どもがいる男女900名を対象にインターネットによる「浴育に関する意識調査」第一弾を2011年8月に実施しました。

育児を積極的に率先して行う男性、育児を楽しんで行う男性を意味する「イクメン」というキーワードの誕生以降、父親たちのライフスタイルの変容、育児参加が注目されてきました。そうした中、父親が気軽に参加できる育児として「パパフロ」を实践している男性が増加しています。「パパフロ」とは、父親と子どもとの入浴を指し、入浴という日常的な行為が子どもとの貴重なコミュニケーションの場として見なおされています。

今回の調査では、「イクメン」の実態をさらに掘り下げ、「パパフロ」にテーマを絞って、父親と子どもとの入浴について調査を実施し、分析結果をまとめ、パパフロ通信第一弾として発表します。

【調査結果/抜粋】 調査対象：小学生以下の子どもがいる20～55歳の男女

I 父親全体の85.3%が父子入浴を実施
イクメンと自己認識している父親では91.7%（質問1）

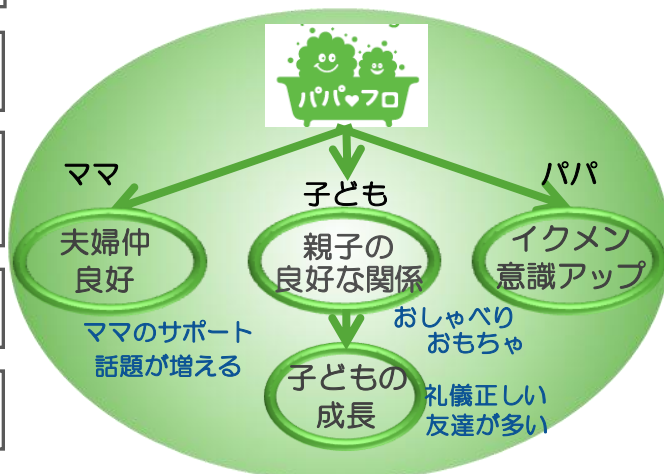
II 父親の69.4%が「週2回以上」父子入浴を実施
うち、「毎日入浴」は14.1%に上る（質問2）

III 父子入浴をしている父親の85.5%が「父子入浴は
コミュニケーションの機会として大切」
父子入浴をしていない父親の回答32.9%と大差（質問6）

IV 父子入浴をしている父親の72.5%が「夫婦仲がいい」
父子入浴をしていない父親の回答54.6%を上回る（質問8）

V 父子入浴1回「20分」を境に、父親から見た
子どもの人に対する接し方に差が出る（質問10）

家族みんなに嬉しいこといっぱい！パパフロ



※本調査は、2011年8月に全国の20～55歳の男女900名にインターネット上で実施。
※本リリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は必ず「資生堂スーパーマイルド『パパフロ応援委員会』調べ」と明記下さい。

<本件に関するお問い合わせ先>

資生堂「スーパーマイルド」パパフロ応援委員会PR代行：(株)プラチナム 担当：藤原光恵・山田楽子

TEL: 03-5572-6071 FAX: 03-5572-6075 Mobile: 090-6143-5941 MAIL: m-fujiwara@vectorinc.co.jp

資生堂「スーパーマイルド」(シャンプー・ヘアコンディショナー)に関するお問い合わせ先 資生堂広報部 TEL: 03-6218-5200

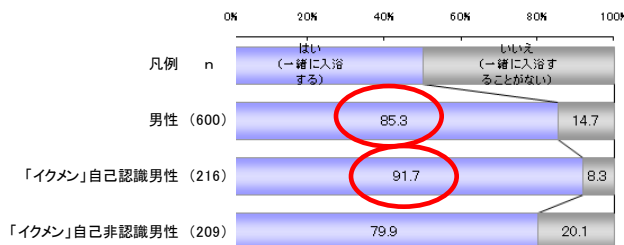
調査結果

※本リリースの調査結果をご利用頂く際は問い合わせ先にご連絡の上、必ず「資生堂スーパーマイルド『パパフロ応援委員会』調べ」と明記下さい。

【質問1】 父子で一緒に入浴することがありますか？

▶父親全体の85.3%が父子入浴を実施、イクメンだと自己認識している父親では91.7%

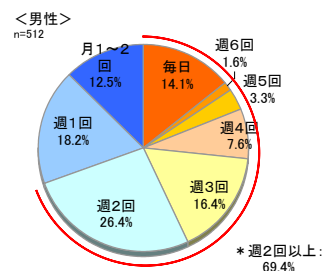
- ・「イクメン」と自己認識している父親の9割、さらには父親全体でもすでに8割以上が父子入浴を実施しており、「イクメン」というキーワードの認知とともに男性の育児参加が浸透していることが顕著となった
- ・さらに、「イクメン」を特に認識していなくても79.9%の父親が実践していることから、いまや子どもがいる家庭では当たり前の光景となっていることを示している



【質問2】 あなたが子どもと一緒に入浴するのは、どれくらいの頻度ですか？(単回答)

▶父子入浴の頻度は「週2回以上」が69.4%、うち「毎日入浴」は14.1%

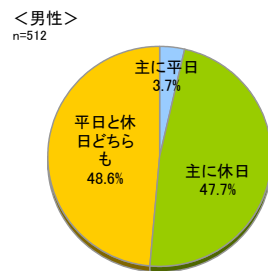
- ・「週2回以上」が7割、「週3回以上」でも4割と、日課として育児参加していることが見て取れる



【質問3】 あなたが子どもと一緒に入浴するのは平日ですか、休日ですか？(単回答)

▶父子入浴をするのは「平日・休日どちらも」が48.6%に上る

- ・平日にも父子入浴を実践している父親が約半数おり、平日、休日問わず、積極的な育児参加が見られる



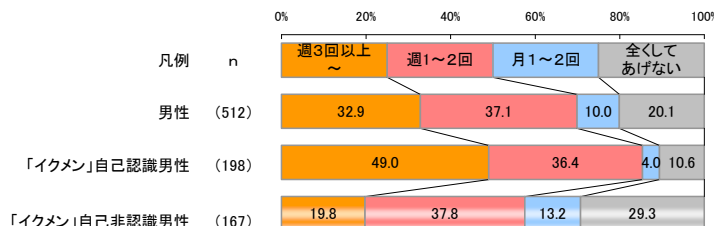
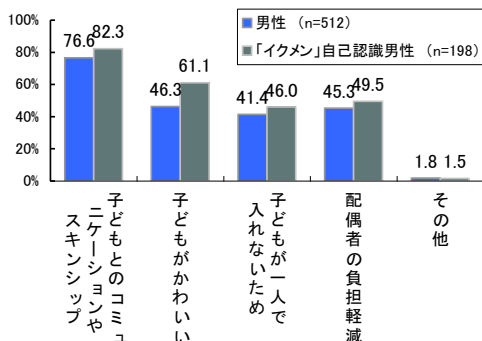
【質問4】 子どもと一緒に風呂に入る理由は何ですか？(複数回答)

【質問5】 あなたがお子さんをシャンプーしてあげるのは、どれくらいの頻度ですか？(単回答)

▶父子入浴をする理由は「子どもとのコミュニケーションやスキンシップ」76.6%

▶父子入浴をしているパパ全体の70%が週に1回以上、32.9%が週に3回以上お子さんにシャンプーをしてあげている。

- ・子どもとのスキンシップを実現させるひとつの方法として、シャンプーをしてあげながら楽しく入浴していることがうかがえる



(現役パパの声)

「妻のサポート、まだ子どもが小さいので(9ヶ月)風呂に入れる役割と風呂からあげてタオルで拭いて服を着せる役割で分けています。数ある子育ての中で父親ができることなのでやっています。」

調査結果

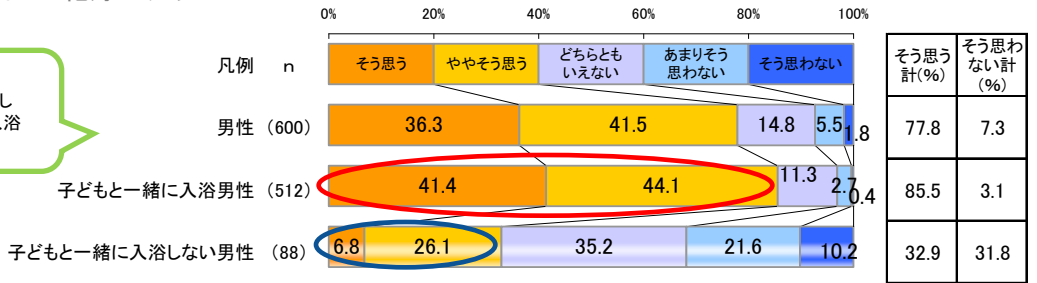
※本リリースの調査結果をご利用頂く際は問い合わせ先にご連絡の上、必ず「資生堂スーパーマイルド『パパフロ応援委員会』調べ」と明記下さい。

【質問6】あなたにとって子どもとの入浴はコミュニケーションの機会として大切だと思いますか？（単回答）

▶父子入浴をしている父親の85.5%が「父子入浴はコミュニケーションの機会として大切」と回答、父子入浴をしていないお父さんの回答32.9%と大差。

- 父子入浴を実践している父親は入浴の時間こそ、子どもとのコミュニケーションの絶好のチャンスと捉えていると考えられる

（現役パパの声）
「コミュニケーションの機会や水遊び場として活用できると思うので引き続き父子入浴をやっていきたい。」

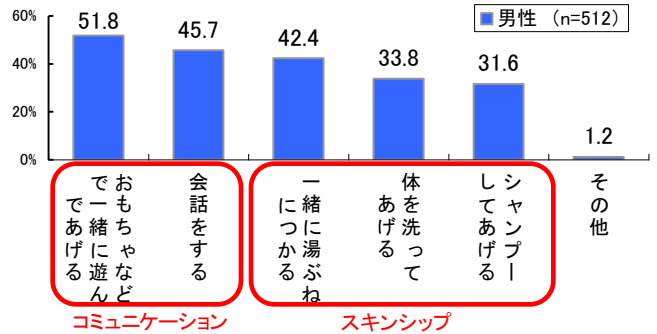


【質問7】お父さんは、何をすると喜びますか？（複数回答）

▶父子入浴で子どもが喜ぶのは、第1位「おもちゃで遊んであげる」、第2位「会話をする」、第3位「一緒に湯ぶねにつかる」、第4位「体を洗ってあげる」、第5位「シャンプーしてあげる」

- 第1位、2位はいずれもコミュニケーションに関わる内容で、第3位以下は実際に体に触れる内容

- お風呂でのお父さんとのコミュニケーションとスキンシップは、子どもにとっても嬉しい要素であることがうかがえる

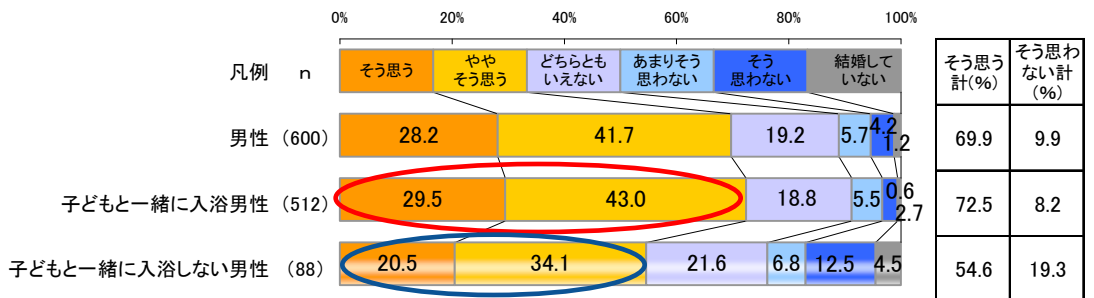


【質問8】結婚されている方へお伺いします。夫婦仲はいいですか？（単回答）

▶父子入浴をしている父親の72.5%が「夫婦仲がいい」と実感、父子入浴をしていない父親の回答54.6%を上回る

- 父と子が入浴している時間は母親にとっても家事がはかどったり、一休みできたりと、育児を夫婦で助け合っていることを実感できる時間である

（現役パパの声）
「父親が子育ての面で母親をサポートすることになるからいいと思う。あと、夫婦で子を見守っていくことの一つとして、子供のお風呂での様子がどう変わってきたかなど、夫婦の話題が増える。」



調査結果

※本リリースの調査結果をご利用頂く際は問い合わせ先にご連絡の上、必ず「資生堂スーパーマイルド『パパプロ応援委員会』調べ」と明記下さい。

【質問9】あなたは、子どもと良好な関係が築けていると感じますか？(単回答)

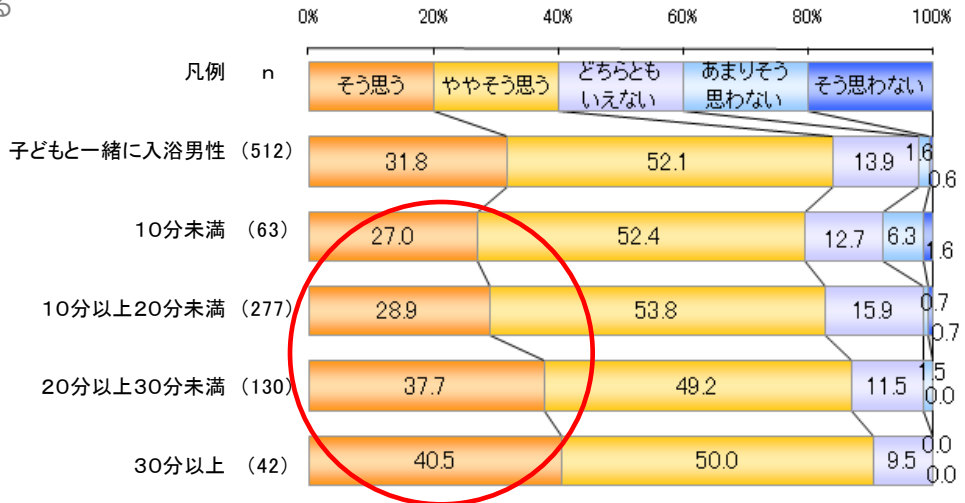
▶父子入浴をしている男性の83.9%が子どもと良好な関係が築けていると回答

▶1回の「父子入浴時間が長い」ほど、比例して良好な関係を築けていると実感

- ・父子入浴の一回の時間が長いほど、それだけコミュニケーションの内容が深まることで、父子の絆が強まっているといえる

(現役パパの声)

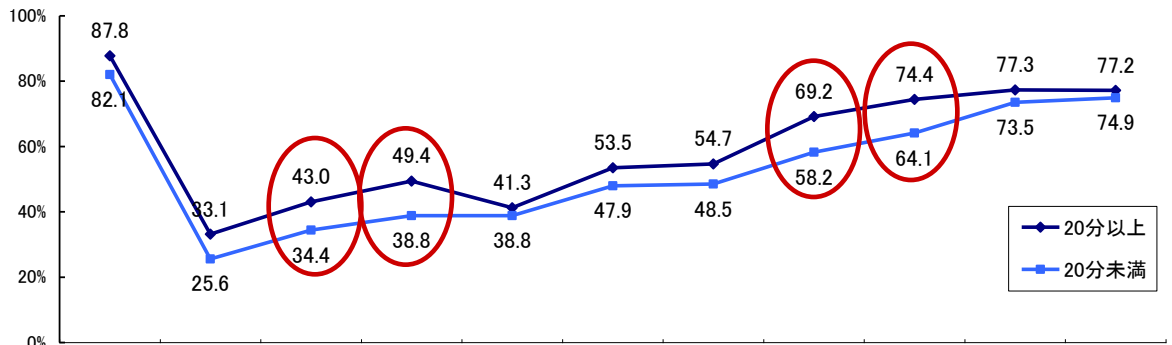
「まだそこまで大きくないのでなんともいえませんが、父子が仲良くなるための土台になると 생각합니다。」



【質問10】お子さんの性格や行動についてお答え下さい。(各単回答)

▶父子入浴の1回の時間「20分」を境に、子どもとの良好な関係や子どもの成長、性格にも差がでる

- ・父子入浴によって、相対的に、子どもとの良好な関係構築や、子どもの家の外でのコミュニケーション能力向上などへの影響も見えて取れる



浴室総滞 在時間	子どもとの関係	子どもの性格や行動										
		子どもと良好な関係が築けている	ものを大切にする	友達が多い	礼儀正しい	学習意欲があつたり、勉強が好き	家の外でも臆せず、周囲の人とコミュニケーションが取れる	集団行動ができる	家族にやさしい	思いやりがある	物事に興味関心を示す	幼稚園・保育園・小学校が好き
20分以上	172	87.8	33.1	43.0	49.4	41.3	53.5	54.7	69.2	74.4	77.3	77.2
20分未満	340	82.1	25.6	34.4	38.8	38.8	47.9	48.5	58.2	64.1	73.5	74.9

入浴に関する意識調査についての専門家の見解

※本リリースの調査結果をご利用頂く際は問い合わせ先にご連絡の上、必ず「資生堂スーパーマイルド『パパフロ応援委員会』調べ」と明記下さい。

“パパフロ”の偉力！

教育評論家・法政大教授
尾木直樹



女性の社会参加と核家族化の進行の中で、育児参加する男性が若い父親を中心に急速な広がりを見せている。今や「イクメン」は政府も主導する流行語となっている。

今回の調査では、その実態の一端が“パパフロ”現象として見事にクリアになった。

第一には、現役パパの85.3%が「父子入浴」を実践。とりわけ自らを「イクメン」と自覚しているパパでは91.7%にも及び、約半数が週3回以上、子どもにシャンプーをしている。これは、単なる衛生面からというよりも、子どもの頭をシャンプーしながら、実は我が子とのコミュニケーションを楽しんでいる父親が82.3%もいることを意味しているのである。

ところが、父子入浴をしていない家庭では、入浴時におけるコミュニケーションの大切さを認識している父親は、わずかに32.9%しかいなくて、前者とは50ポイントもの大きな落差を見せている。

第二には、父子入浴時間が子どもの「心の成長」に大きく関わっていることである。父子入浴時間をゆったり30分以上とっている家庭では、90.5%もの父親が「良好な関係」が築けていると感じている。20分以上のケースでも「家族にやさしい」(69.2%)、「思いやりがある」(74.4%)など“パパフロ”による父子の絆の強まりだけでなく、「心の教育」にも大きく貢献していることがわかる。

第三には、父子入浴の1回の時間が「20分」を超えると、子どもの社会性の形成にもよい影響を与え始める。例えば、「集団行動ができる」(6.2ポイント増)、「友達が多い」(8.6ポイント増)、「礼儀正しい」(10.6ポイント増)などと明らかに20分未満との有意差を見せている。恐らく、父親特有の社会性や高いモラル意識が日々のゆったりとした父子入浴を通して無意識のうちに我が子に醸成されていくのであろう。

こうして見ると、「パパフロ」(父子入浴)は意外にも子どもの人間形成に大きな効果を生んでいたのである。

まさに“パパフロ”恐るべし！である。

<本件に関するお問い合わせ先>

資生堂「スーパーマイルド」パパフロ応援委員会PR代行: (株)プラチナム 担当: 藤原光恵・山田楽子

TEL: 03-5572-6071 FAX: 03-5572-6075 Mobile: 090-6143-5941 MAIL: m-fujiwara@vectorinc.co.jp

資生堂「スーパーマイルド」(シャンプー・ヘアコンディショナー)に関するお問い合わせ先 資生堂広報部 TEL: 03-6218-5200