

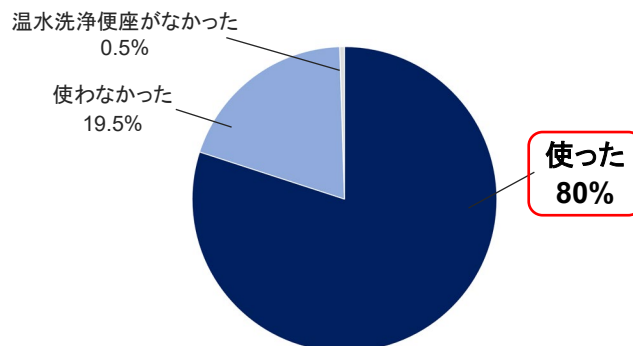
訪日外国人の80%が客室の「温水洗浄便座」を使用 インバウンド宿泊施設調査：訪日をきっかけに認知・体験

TOTO株式会社（本社：福岡県北九州市、社長：田村 信也）は、訪日外国人観光客200名を対象に「インバウンドの宿泊施設に関する街頭調査」を実施しましたので、調査結果をお知らせします。

訪日外国人観光客が急速に拡大する中、旅の拠点となる宿泊施設において、より快適に過ごせる環境づくりが求められています。そこで、訪日外国人が滞在する客室の水まわりについてどのような印象を持たれたかを把握するため、本調査を実施しました。

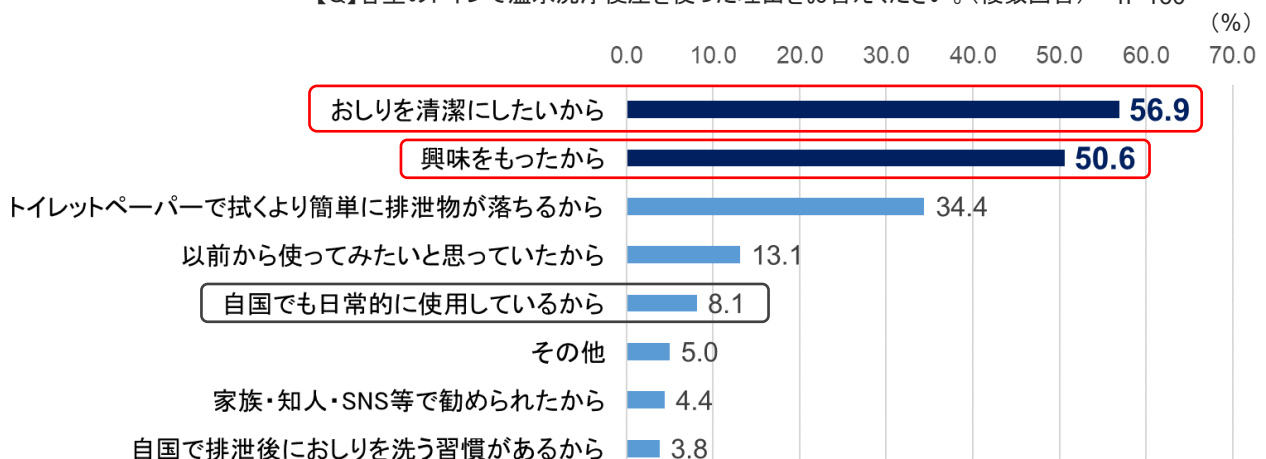
●宿泊している客室トイレの「温水洗浄便座」を使用したと80%が回答。

【Q】客室のトイレで温水洗浄便座を使いましたか。 n=200



●使用理由は、「おしりを清潔にしたい」「興味を持ったから」が50%を超える結果。一方で、自国で使用している割合は1割未満にとどまり、訪日旅行が温水洗浄便座を初めて認知・体験する重要なきっかけになっていることが推察される。

【Q】客室のトイレで温水洗浄便座を使った理由をお答えください。（複数回答） n=160



TOTOは、訪日外国人の期待を超える体験価値向上に寄与できるよう、清潔で快適な水まわり商品の開発・提案を通して、貢献していきます。

<調査概要>

調査方法: 調査員による対面式のヒアリング調査

調査場所: 東京タワー

実施時期: 2025年8月26日(火)～8月28日(木)

サンプル数: 200名(男性137名、女性57名、その他6名)

回答者条件:

- ・訪日目的が、「観光」または「ビジネス」、居住地域が「北米」「中南米」「欧州」「アジア」「中東」「大洋州」
- ・今回の訪日旅行で、既にホテル・旅館に宿泊している
- ・宿泊施設を自分で選んでいる

宿泊施設におすすめの商品



温水洗浄便座

「ホテル向けウォシュレット® HX2」

限られた空間を少しでも広く使うために、そでを無くし、見た目がスッキリ。リモコンは、海外からのお客様でも使用できるよう英語併記です。取り付けられるユニットバスルームも増えました。

※ウォシュレットはTOTOの登録商標

共通価値創造戦略 TOTO WILL2030

きれいと快適・健康



環境



人とのつながり



「社会的価値・環境価値」と「経済価値」を同時に実現する共通価値創造戦略 TOTO WILL2030 では、「きれいと快適・健康」「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」としてサステナビリティ経営を強化し、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/profile/philosophy/managementplan>