

SUPER MiLD

～髪に、家族に、環境にやさしいシャンプーを目指して～

資生堂「スーパーマイルド」が
パパと子どものおフロを応援する「パパフロ」※プロモーション実施
11月中旬から展開

資生堂「スーパーマイルド」は、積極的に育児参加をする“イクメン”や、“家族のきずな”が注目されている昨今、育児期の父親と家族の楽しいおフロ時間を応援する「パパフロ」※プロモーションを11月中旬より展開しています。

スーパーマイルドは「大切な人の髪に、信頼できるものを。」というコンセプトで、純国産オーガニックハーブ配合エッセンス※1を使用しています。髪へのやさしさのみならず、育児期の父親と家族の楽しいおフロ時間を応援することで、家族にもやさしいシャンプーを目指しています。また、商品外装には、「パパフロ」※のロゴPOPを添付するほか、環境負荷の少ないサトウキビ由来ポリエチレンを採用し、環境にも配慮しています。

※「パパフロ」とは、父子入浴のことです。

※1 純国産オーガニックハーブ配合エッセンス(毛髪保湿成分):カミツレ花エキス、ローズマリーエキス、DPG、ソルビトール、BG



SHISEIDO

あと何回、子どもといっしょにおフロに入れるだろう。

純国産
オーガニック
ハーブ配合

パパと子どものおフロを応援!
パパフロ

大切な人の髪に、信頼できるものを。スーパーマイルド

パパフロキャンペーン実施中! SUPER MiLD

プロモーションの概要

スーパーマイルドは、プロモーションの一環として「パパフロ応援委員会」※2を設置し、「あと何回、子どもといっしょにおフロに入れるだろう」をメッセージに、パパと子どものおフロ時間を応援するプロモーションを展開します。

※2「パパフロ応援委員会」とは

「スーパーマイルド」は、「パパフロ応援委員会」として、育児期の父親を含め、家族の楽しいおフロ時間を応援する委員会を発足しました。

1. 「PaPaPARK！」とのコラボレーション

パパフロ応援委員会は、(株)よしもとクリエイティブ・エージェンシー（本社東京都新宿区：代表取締役社長 水谷暢宏）が展開する「PaPaPARK！プロジェクト」とともに、育児を楽しむ男性（イクメン）を応援します。各種イベントへの協力、ワークショップの開催などを通じて、「パパフロ」の浸透を図ります。

2. 店頭プロモーションの展開

①「パパフロ」カード

パパ芸人5名（ダイノジ 大地洋輔さん・ペナルティ ヒデさん・ロンドンブーツ1号2号 田村亮さん・千原兄弟 千原せいじさん・COWCOW 山田興志さん）が考えたおフロ遊びを、パパフロカードとして作成し、11月中旬より店頭で配布します。本カードは、入浴中の遊びを通じたコミュニケーションを提案するもので、資生堂 WEB サイト内でもダウンロードが可能です。



②「パパフロ」ソング

オリジナル「パパフロ」ソングを作成（歌：たつや君）。店頭での販促ツールとして11月中旬より使用します。なお、パパフロソングは、資生堂 WEB サイト内でもお聴きいただくことができます。

③プロモーションロゴの制作

パパフロプロモーションロゴを制作し、POPとして外装に採用しています。



なお、『パパ(8)とおフロ(26)』から、8月26日は、日本記念日協会より、『パパフロの日』として認定されています。

「浴育」に関する意識調査の実施

スーパーマイルド「パパフロ応援委員会」※2では、2011年8月、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を実施しました。父親と子どもの入浴や、子どもの頃の父子入浴体験についての調査を実施し、「パパフロ通信」として配信しています。父親が気軽に参加できる育児として「パパフロ」を実践している男性が増加しており、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直されていることがわかっています。【別添資料ご参照(パパフロ通信第一弾・パパフロ通信第二弾)】

商品情報

資生堂は、環境対応の一環としてヘアケアブランド「スーパーマイルド」の外装強化を実施しています。国内の化粧品・日用品で初めてサトウキビ由来ポリエチレン容器を採用し、シャンプー、コンディショナーなど【全6品目6品種・オープン価格】を2011年9月中旬より、株式会社エフティ資生堂を通じて発売しています。

資生堂「スーパーマイルド」は、「髪へのやさしさ」をブランドコンセプトに、1988年の発売以来、幅広い年齢層の方に愛用いただいているロングセラーのヘアケアブランドです。純国産オーガニックハーブ配合エッセンス※1を全品に配合し、髪を芯からサラサラなめらかな美髪に導きます。

※1 純国産オーガニックハーブ配合エッセンス(毛髪保湿成分): カミツレ花エキス、ローズマリーエキス、DPG、ソルビトール、BG

【商品一覧】

商品名	分類	容量	価格
スーパーマイルド シャンプーA	シャンプー	220mL(レギュラー)	オープン価格
スーパーマイルド コンディショナーA	ヘアコンディショナー	600mL(ジャンボ) 400mL(つめかえ用)	オープン価格



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)」を実践、
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」を実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）

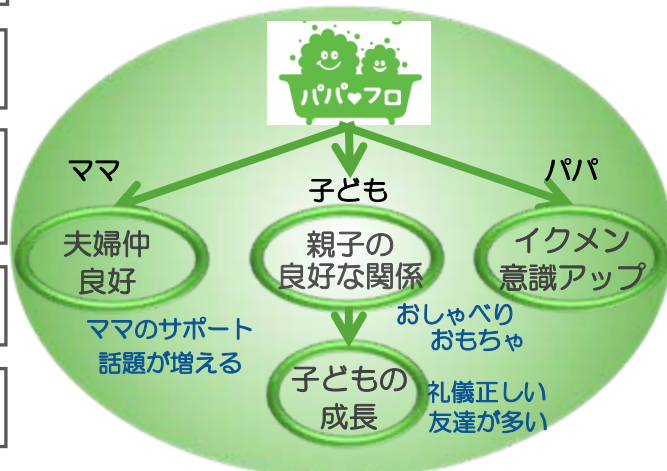
II 父親の69.4%が「週2回以上」父子入浴を実施
うち、「毎日入浴」は14.1%に上る（質問2）

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。

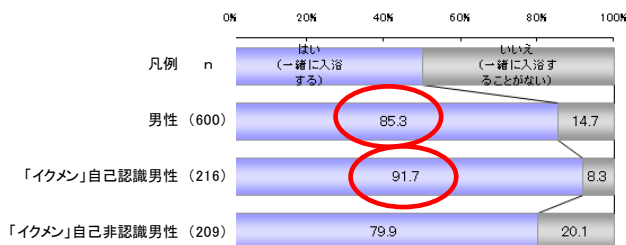
調査結果

※本リリースの調査結果をご利用頂く際は、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。

【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%

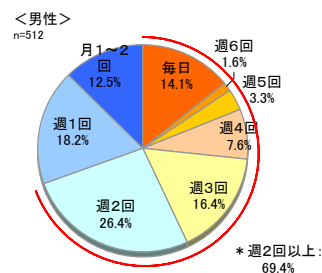
- ・「イクメン」と自己認識している父親の9割、さらには父親全体でもすでに8割以上が父子入浴を実施しており、「イクメン」というキーワードの認知とともに男性の育児参加が浸透していることが顕著となった
- ・さらに、「イクメン」を特に認識していなくても79.9%の父親が実践していることから、いまや子どもがいる家庭では当たり前の光景となっていることを示している



【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%

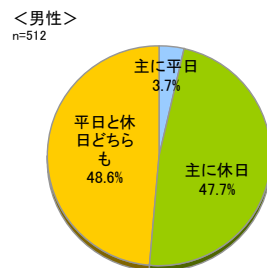
- ・「週2回以上」が7割、「週3回以上」でも4割と、日課として育児参加していることが見て取れる



【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

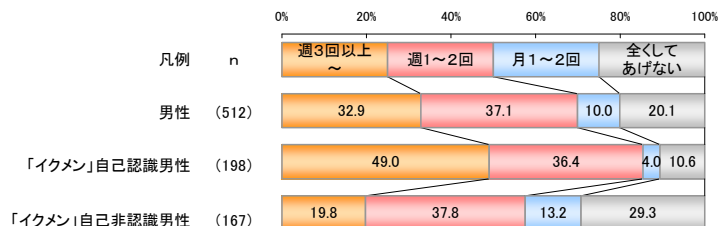
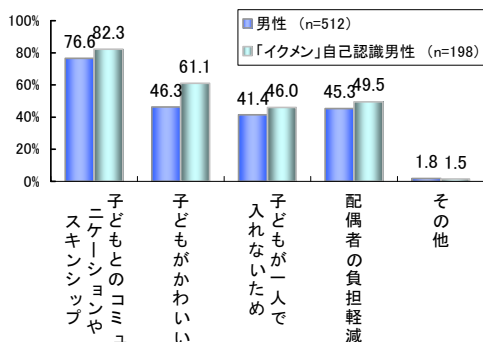


【質問4】 子どもと一緒に風呂に入る理由はなんですか？(複数回答)

【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

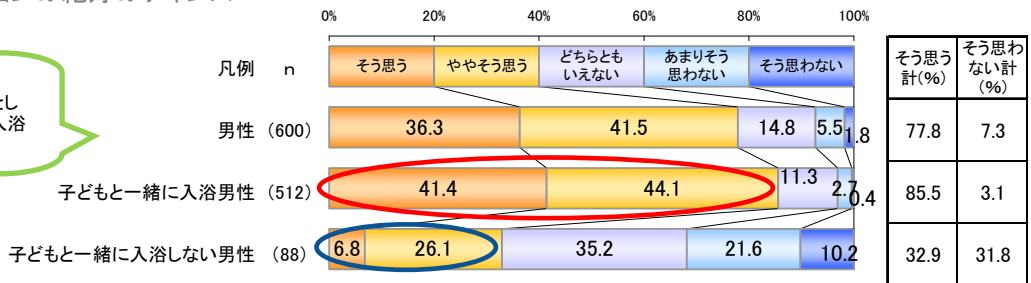
※本リリースの調査結果をご利用頂く際は、必ず「資生堂スーパーマイルド『パパフロ応援委員会』調べ」と明記下さい。

【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。」

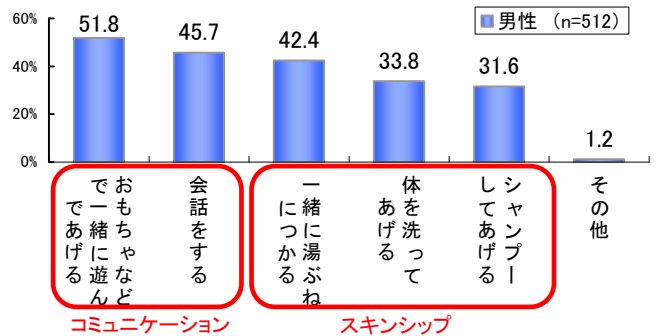


【質問7】 お父さんは、何をしておあげると喜びますか？（複数回答）

▶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

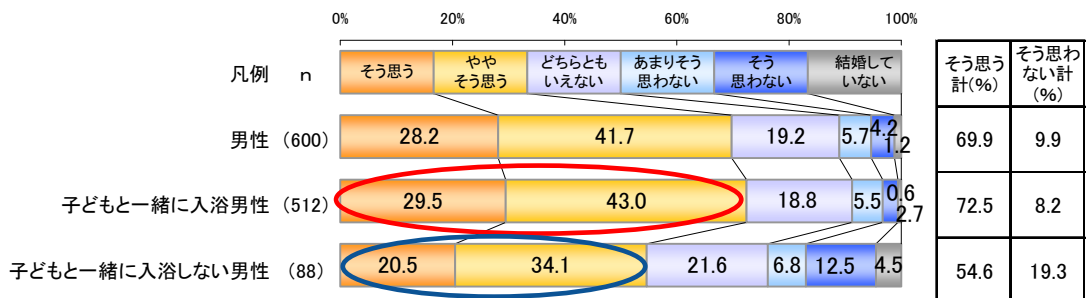


【質問8】 結婚されている方へお伺します。夫婦仲はいいですか？（単回答）

▶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、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）

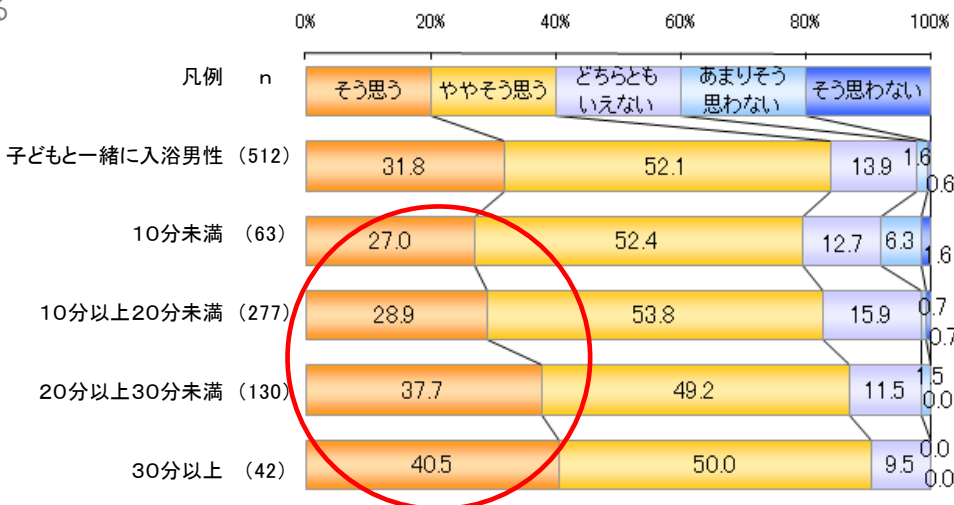
➢父子入浴をしている男性の83.9%が子どもと良好な関係が築けていると回答

➢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）

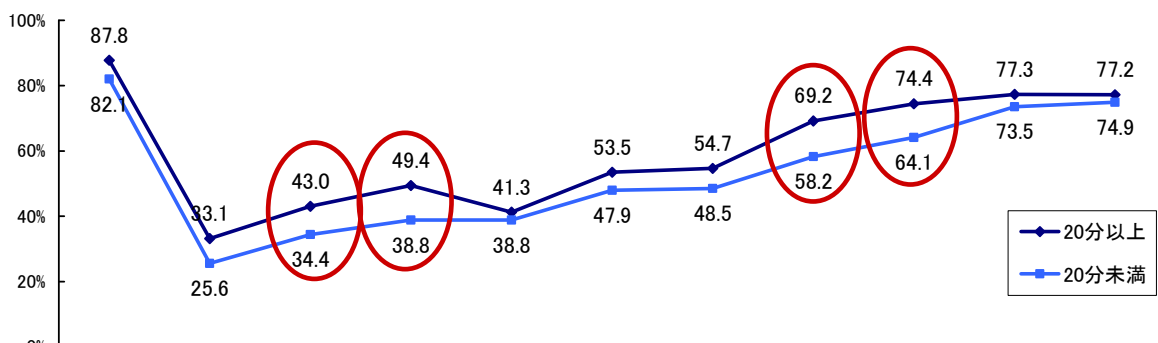
「まだそこまで大きくないのでなんともいえませんが、父子が仲良くなるための土台になると 생각합니다。」



【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	子どもとの性格や行動									
			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
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

“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。

パパフロ通信
第二弾！

浴育に関する意識調査

将来のイクメンも、父親好きな娘も 「パパフロ」から誕生！



幼少期に「パパフロ」(=父子入浴)をしていた18歳以上の女性の72%が「父親が好き」

9歳以降も「パパフロ」をしていた男女の4割が「父親に仕事の相談をする」

幼少期に「パパフロ」をしていた男性の7割が「将来子どもと入浴したい」

幼少期の「パパフロ」で、娘からの好感度、敬愛度アップ

イクメン予備軍に実態調査、幼少期の「パパフロ」経験が「イクメン」を育てる

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、18歳から29歳までの男女600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」第二弾を2011年8月に実施しました。(20歳から55歳までの小学生以下の子どものいる男女900名を対象に第一弾調査を2011年8月に実施、9月に発表しました。)

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」を実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すワードで、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、子どもの頃の父子入浴体験や、現在の父親との関係などの項目で調査を実施、分析結果をまとめ、パパフロ通信第二弾として発表します。

【調査結果/抜粋】 調査対象：18歳から29歳までの男女

I 幼少期に父子入浴をしていた女性の71.9%が現在「父親が好き」「父親を尊敬している」と回答。
父子入浴をしていなかった女性の回答48.7%、39.7%とそれぞれ大差（質問3・4）

II 父親との入浴時期が「9歳～15歳まで」だった男女の44.2%が父親に「仕事の相談をする」と回答。
「8歳以下まで」だった男女27.9%に比べ16ポイントも上回る。（質問5）

III 幼少期に父子入浴をしていた男性の73.1%が将来「子どもができたなら一緒に入浴したい」と回答。
父子入浴をしていなかった男性の回答63.3%を超える。（質問6）

※本調査は、2011年8月に全国の18～29歳の男女600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。

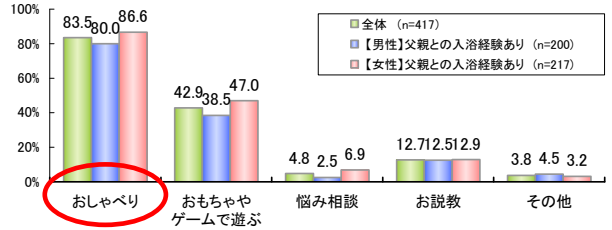
調査結果

※本リリースの調査結果をご利用頂く際は、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。

【質問1】 お風呂では、父親とどんなことをして過ごした思い出がありますか？（複数回答）

▶ 幼少期の父親との入浴の思い出、第1位は「おしゃべり」83.5%

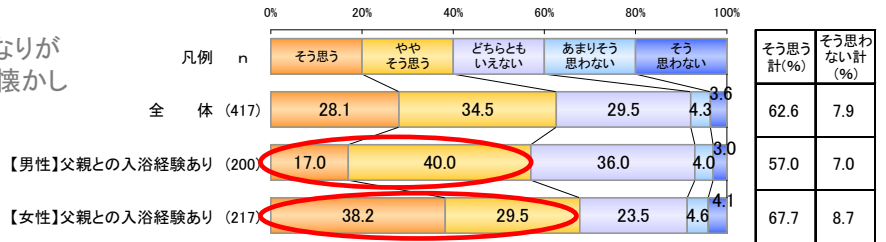
- ・父子入浴の思い出は、全体で8割が「おしゃべり」と、成長した後も、お風呂での父親とのコミュニケーションが記憶に残っていることが分かる



【質問2】 父親との入浴は楽しい思い出ですか？（単回答）

▶ 幼少期の父親との入浴は「楽しい思い出」と回答した女性67.7%

- ・父子入浴は「楽しい思い出」と回答した男性57.0%に対して、女性は67.7%と10ポイントも高くなった
- ・思春期で父親との関係がどうしても薄くなりがちな女性は、幼少期の入浴の思い出が懐かしく記憶に残っているのかもしれない



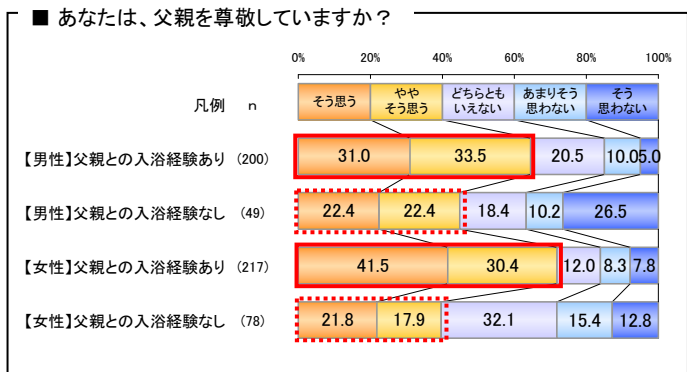
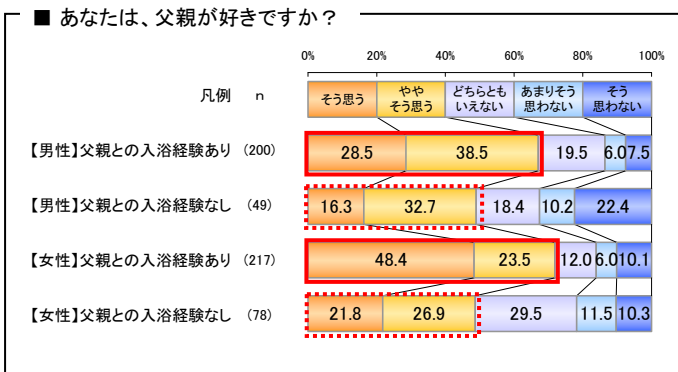
【質問3】 あなたは、父親が好きですか？（単回答）

【質問4】 あなたは、父親を尊敬していますか？（単回答）

▶ 幼少期に父子入浴をしていた女性の71.9%が現在「父親が好き」と回答。父子入浴をしていなかった女性の回答48.7%に大差

▶ 幼少期に父子入浴をしていた女性の71.9%が現在「父親を尊敬している」と回答。父子入浴をしていなかった女性の回答39.7%と大差

- ・父と娘の信頼関係の基盤が幼少期の父子入浴にあるのかもしれない



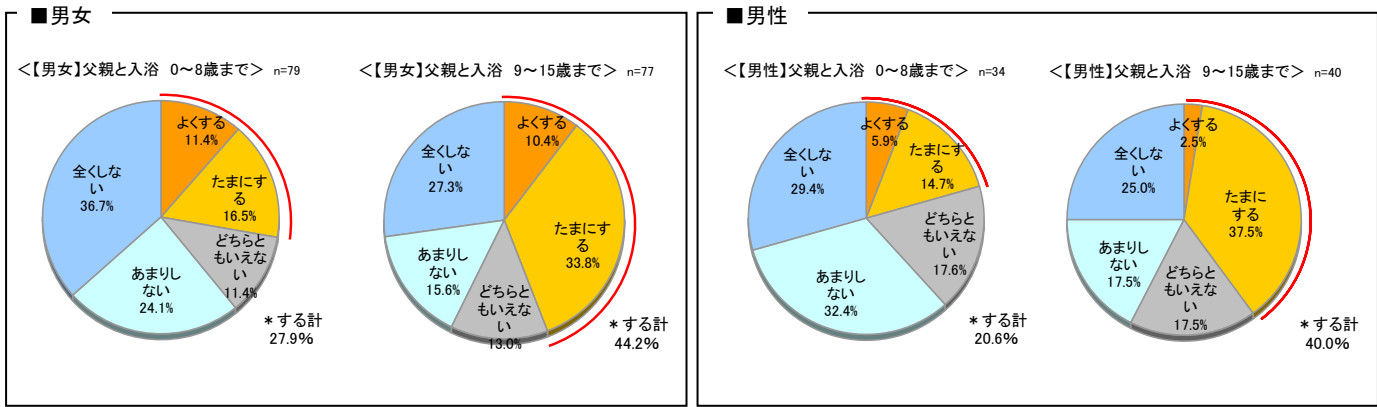
調査結果

※本リリースの調査結果をご利用頂く際は、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。

【質問5】 あなたは、現在父親に仕事の相談や話をしますか？（単回答）

- ▶ 父親との入浴時期が「9歳～15歳まで」と回答した男女のうち44.2%が父親に現在「仕事の相談や話をする」と回答。入浴時期が「8歳以下まで」だった男女の27.9%に比べ、16ポイントも上回る。
- ▶ 特に男性においては、「9歳～15歳まで」と回答した40.0%が父親に現在「仕事の相談や話をする」と回答、「8歳以下まで」だった男性の20.6%に比べ、19ポイントも上回る。

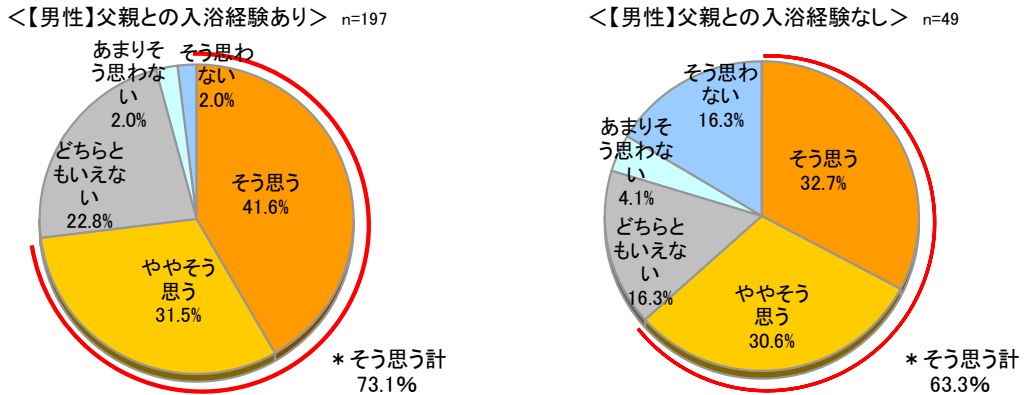
・ 父子入浴をしていた子どもは、成長後も、父親を社会の先輩として具体的なアドバイスを求める対象として見ていることがうかがえる



【質問6】 将来子どもができれば、父子で一緒に入浴したいと思いますか？（単回答）

- ▶ 幼少期に父子入浴をしていた男性の73.1%が将来「子どもができれば一緒に入浴したい」と回答。父子入浴をしていなかった男性の回答63.3%を超える。

・ 幼少期の父子入浴体験は、その子が父親になったときの子どもとの関わりにも関係しているといえる



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、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」が育てる父親への“信愛”

教育評論家・法政大教授

尾木直樹



今や「イクメン」は急速な広がりを見せており、その効果は予想以上に大きいことが前回の現役パパたちへの実態調査を通してくっきりと浮き彫りになった。

今回の調査は、実際に「パパフロ」を体験した子どもたちが18歳～29歳になった現在、当時をどう振り返っているのか、その実態や意識を分析したものである。

驚くべきことには、やはり「パパフロ」は子どもの父子関係に決定的とも言える影響を与えていたことである。とりわけ幼少期に「パパフロ」を体験していた女性においては、大人になった現在、「父親が好き」「父親を尊敬している」との回答がいずれも71.9%と高い。これに対して、父子入浴して来なかった女性の回答では、48.7%、39.7%と低く、前者とは23.2ポイント、32.2ポイントもの落差を見せている。

この傾向は、男性においても同様で、「パパフロ」体験をしていた年齢が「9歳～15歳まで」と「8歳以下まで」のグループに、「現在父親に仕事の相談をするかどうか」質問したところ、「する」との回答は40.0%と20.6%。2倍もの開きを示している。

これらのことから、男女を問わず、成人した段階で「パパフロ」の体験率とその質は父親への“信愛感”形成に大きすぎるほどの影響力を持っていることがわかる。

実際には、男女とも「おしゃべり」(83.5%)を楽しんでいるにすぎないのだが、その行為と時間の長短は現在の良好な父子関係のみならず、将来「子どもができたら一緒に入浴したい」(73.1%)と自らの父親像の形成にまで影響を及ぼしている。

いい意味での「世代間連鎖」を生んでいるようである。

この調査では、前回以上に「パパフロ」の偉力が実証されたと言ってもよい。

