

大事な服、自宅で洗う？ プロに任せる？

～「お手入れが楽な服を選んで買う」という意見も～

国内1,400社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：坂田政一）は消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第206号として、衣類のお手入れに関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータ提供や当社担当者が解説を差し上げることもできますので、お気軽にお問い合わせください。

※回答率(%)は小数点第2位以下を四捨五入し同第1位までを表示しています。そのため、内訳の合計と表示値が異なる場合があります。

■ 40代以上の女性、おしゃれ着用洗剤の使用率が高い

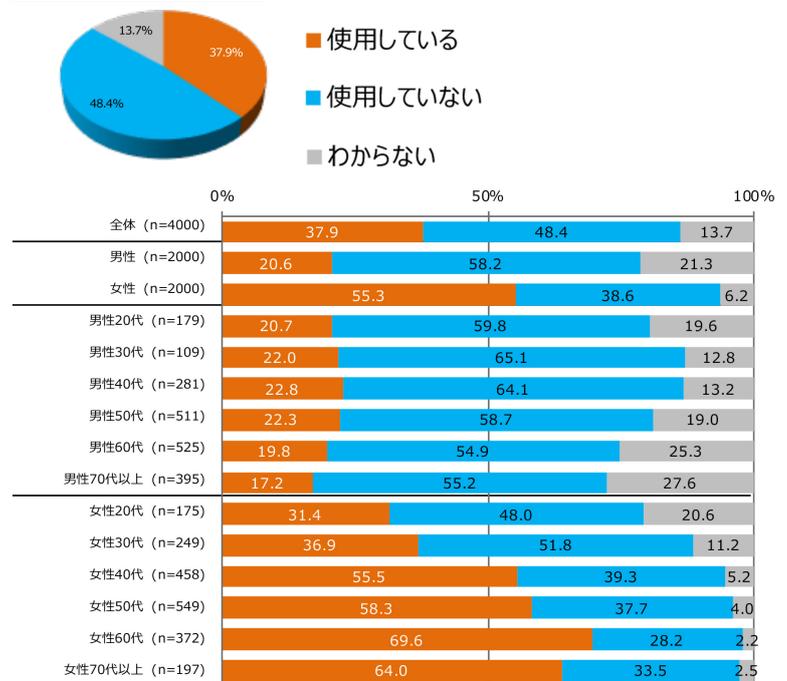
今回は衣類の日常のお手入れや衣替えなどについて意識調査を行いました。

まず、おしゃれ着用洗剤を使用しているかを聞いたところ(図表1)、「使用している」と回答した人は37.9%、「使用していない」と回答した人は48.4%でした。これだけ見ると、「使用していない」人のほうが多いのですが、「わからない」と回答した人も13.7%います。

結果を性年代別で見ると、「使用している」と回答した割合が最も高いのが「女性 60代」で、69.6%です。男性の場合、全年代で20%前後で、あまり年齢による違いがないのですが、女性の場合、年代が上がると、「使用している」と回答する割合が高くなる傾向にあり、「女性 40代」以降は半数を超えています。

「使用している」と答えた割合が最も低いのは「男性 70代以上」で17.2%でした。ただ、「男性 70代以上」は「わからない」と回答した割合が最も高く(27.6%)、洗濯を家族に任せれば、知らず知らずのうちに、おしゃれ着用洗剤を使っていたということもありそうです。

図表1 「あなたは色合いや風合いを保ったり、型くずれを防いだりするために「おしゃれ着用洗剤」を使用していますか。(お答えは1つ)への回答



■ 服の取り扱いやおしゃれに気をつかう人は洗剤もこだわる？

服についている注意書きのタグを気にする人や、おしゃれに気をつけている人は、おしゃれ着用洗剤を使用している人が多い傾向にあるようです(図表2)。タグの注意書きを気にしている人と気にしていない人、おしゃれに気をつけている人と気を使っていない人を比べると、どちらも、おしゃれ着用洗剤を使用していると回答した割合が約40ポイントも差がついています。

ちなみに、「あなたは普段、自宅で洗濯するときに、服に付いているタグの注意書きを気にしますか」という質問に対して、「気にしている」と回答した人は全体では46.6%、「あなたは普段からおしゃれに気をつけていますか」という質問に対して、「気をつけている」と回答した人は全体で43.7%でした(いずれも図表不掲載)。

図表2 「おしゃれ着用洗剤」の使用・不使用と、「タグの注意書きを気にするか」、「おしゃれに気をつけているか」のクロス集計

		全体 (人)	使用している	使用していない	わからない
タグの注意書きを	気にしている	1864	59.3%	32.9%	7.8%
	気にしていない	2136	19.3%	61.8%	18.9%

		全体 (人)	使用している	使用していない	わからない
おしゃれに	気をつけている	1747	60.3%	31.8%	7.9%
	気をつけていない	2253	20.6%	61.2%	18.2%

■ 自宅で気をつかうもの、クリーニング店に任せるもの

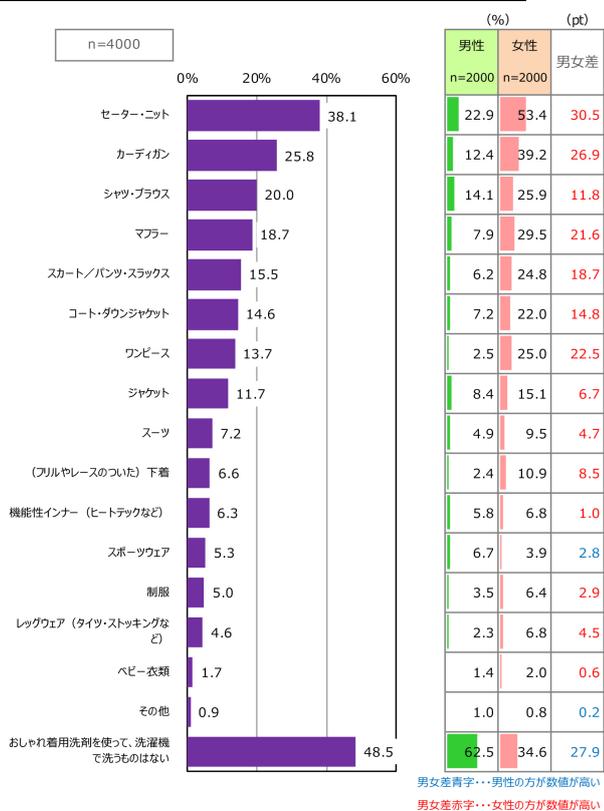
おしゃれ着用洗剤を使って、洗濯機で洗うもの(図表3)、自分で洗濯せず、クリーニング店に任せるもの(図表4)を聞きました。

おしゃれ着用洗剤を使って、洗濯機で洗うもののトップ5は、「セーター・ニット」(38.1%)、「カーディガン」(25.8%)、「シャツ・ブラウス」(20.0%)、「マフラー」(18.7%)、「スカート/パンツ・スラックス」(15.5%)となっています。

クリーニング店に任せるもののトップ5は「コート・ダウンジャケット」(52.4%)、「スーツ」(50.3%)、「ジャケット」(34.7%)、「セーター・ニット」(12.5%)、「制服」(12.3%)です。

図表3と図表4を見比べると、図表3のほうが、女性の割合が高い項目が多いことが目につきます。クリーニング店に任せるものはそれほど男女に差はないが、自宅でのお手入れには男女で差があると言えます。

図表3 「以下の衣類のうち、あなたが“おしゃれ着用洗剤を使って、洗濯機で洗う”ものはどれですか。(お答えはいくつでも)」への回答



図表4 「以下の衣類のうち、あなたが自分で洗濯せず、クリーニング店に任せる衣類はどれですか。(お答えはいくつでも)」への回答



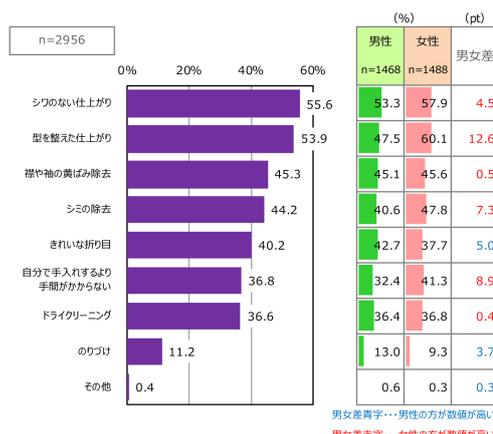
■ お手入れのプロに期待することは？

図表4では、「衣類をクリーニング店に出すことはない」と回答した人が26.1%いましたが、残りの7割強の人たちは、クリーニング店を利用するとき、どんなことを期待しているのでしょうか(図表5)。

結果は「シワのない仕上がり」(55.6%)と「型を整えた仕上がり」(53.9%)が僅差で1位と2位になりました。3位以下は、「襟や袖の黄ばみ除去」(45.3%)、「シミの除去」(44.2%)、「きれいな折り目」(40.2%)と続きます。

「型を整えた仕上がり」については、男女で10ポイント以上の差がついていて、型やシルエットについては女性のほうが意識が高いことが伺えます。

図表5 「あなたが衣類をクリーニング店に出すとき、期待することはなんですか。(お答えはいくつでも)」への回答



■ 「アイロン持っているが、かけない」が約 2 割

自宅で自分の衣類にアイロンをかけるか聞いたところ(図表 6)、「アイロンを持っていない」という人が 13.8%いました。自宅にアイロンがあって、自分でアイロンをかける人のなかで、最も多かったのが、「週に 1 回程度」(15.5%)でした。

「アイロンは持っているが、自分ではかけない(家族がかける)」(19.5%)という人も多いのですが、「アイロンは持っているが、かけることがない(自分も家族も)」と回答した人も 19.1%います。

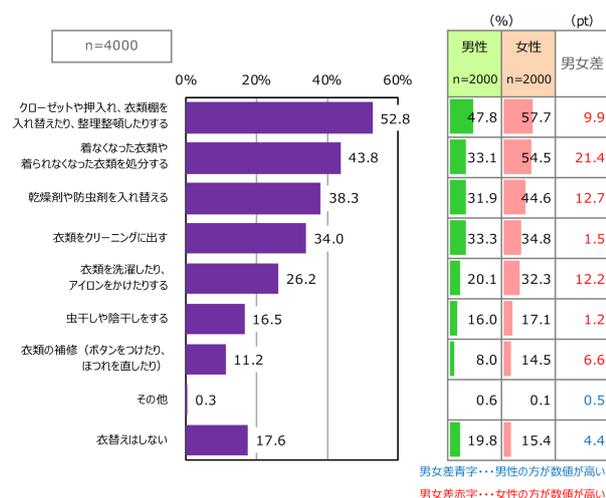
また、持っているアイロンのタイプを聞くと(図表 7)、アイロン台などを利用して、プレスとスチームでシワをのばす「スチームアイロン」が 78.3%とダントツで高く、「スチーマー」(アイロン台を利用せず、ハンガーなどにかけたままシワをのばすタイプ)や「ドライアイロン」(スチーム機能がついていないタイプ)はあまり普及していないことがわかります。

■ 8 割以上が衣替えを行う

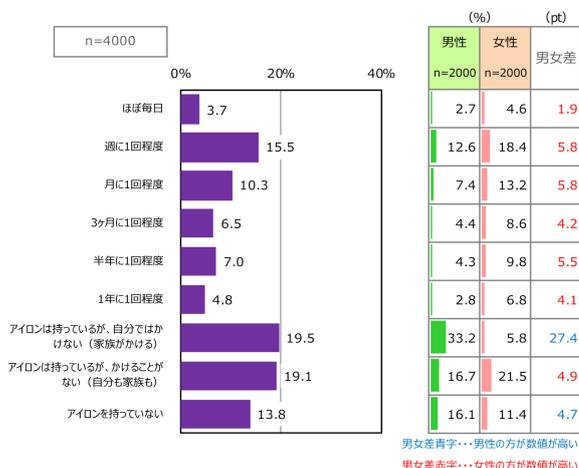
一般的に 6 月や 10 月に行うことが多い衣替えですが、衣替えをするかどうか、どんなことをするかを聞くと(図表 8)、「クローゼットや押入れ、衣類棚を入れ替えたり、整理整頓したりする」(52.8%)、「着なくなった衣類や着られなくなった衣類を処分する」(43.8%)、「乾燥剤や防虫剤を入れ替える」(38.3%)がトップ 3 でした。それと比べると、衣替えの時期に、クリーニングに出したり、洗濯したり、アイロンをかけたりする人は少ないようです。

衣替えをしない人に、その理由を聞くと(図表 9)、最も割合が高かったのが「あまり服を持っていないから」(28.3%)でした。また、「衣替えしなくてもいいように整理しているから」(27.1%)の次に割合が高いのが「整理するのが面倒だから」(25.6%)でした。真逆の回答が 2 位と 3 位に並んでいるのはなかなか興味深いのではないのでしょうか。

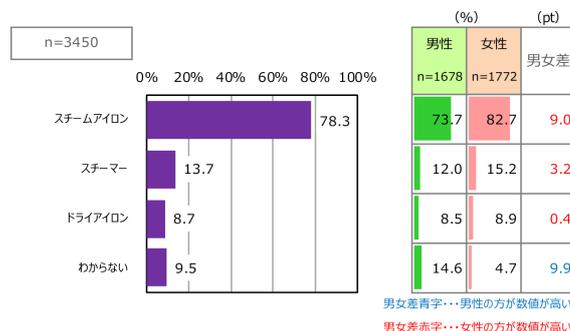
図表 8 「あなたは季節に合わせて、衣替えをしますか。する場合、どんなことをしますか。(お答えはいくつでも)」への回答



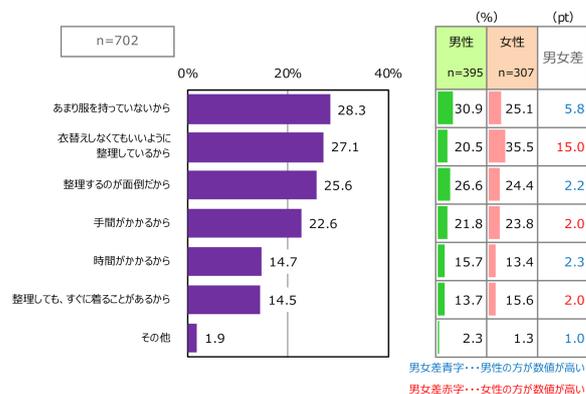
図表 6 「あなたは自宅で自分の衣類にアイロンをかけますか。アイロンをかける場合、その頻度を教えてください。(お答えは 1 つ)」への回答



図表 7 「あなたが持っているアイロンのタイプを教えてください。(お答えはいくつでも)」への回答



図表 9 「あなたが衣替えをしない理由を教えてください。(お答えはいくつでも)」への回答



■ ポケットの中身、ちゃんと取り出していますか？

衣類のお手入れで工夫していることや悩み、家で洗濯したときの失敗談などを自由回答で教えてもらいました。「自宅の洗濯機で洗えるものが増えているので、購入時から意識的にそういった服を選ぶ」という人が少なくないようでした。また、失敗談として多かったのが、「ティッシュやボールペンと一緒に洗濯してしまった」というものです。また、洗濯を担当している人にとって、裏返しのまま洗濯に出されることはすごくストレスなようです。気をつけましょう。

《衣類のお手入れで工夫していることや悩み、家で洗濯したときの失敗談など》

【自宅で洗えるものが増えて助かっている】

- 昔は型崩れが心配で、セーターやカーディガンは必ずクリーニングに出していたが、コーヒーをこぼしたセーターを洗ったことがきっかけで、ものによっては家で洗濯しても大丈夫なことがわかり、自宅ですますことが増えた。(女性・60代)
- ひと昔前だと、ニット素材のセーターなどは一度でも着たらドライクリーニングに出すしかなく、冬はお金がかかりました。今は洗濯機で洗えて、すぐに乾くフリースのような服もあるので助かっています。(女性・60代)
- 家庭で洗濯できる服やアイロンをかけなくてもいい服を買うようにしている。(女性・50代)
- クリーニング代は地味に痛い支出になるので、冬物でも家で洗えるものを選ぶようになった。(女性・20代)

【クリーニングに出す理由】

- プレゼントされた大切なニットを縮ませてしまい着られなくなったり、毛のストールがゆがんでしまったりしたこともあり、大切に着たい服はクリーニングに出すことが多いです。(女性・40代)
- クリーニングに出すとやはり綺麗な仕上がりになって感動します。(女性・30代)
- 衣類を外着と家着に分けて、外着は必ずクリーニングに出している。(男性・50代)
- 自宅で洗えるスーツも出てきたが、スーツのスボンだけはきっちりとした折り目が欲しいので、クリーニングに出している。(男性・50代)
- アイロン作業は妻にとっては時間的にも重労働だが、仕上がりはクリーニング店に勝るものではない。費用対効果を考えて、我が家では普段着以外は基本的にクリーニング店に出す。(男性・60代)

【大事な服をダメにすると悲しい】

- 毛羽立つものと手編みのレースのカーディガンを一緒に洗ったら、レース糸にからまりついてしまい、泣く泣く処分した。(女性・50代)
- セーターをおしゃれ着洗いの洗剤で洗おうとして、洗濯のコースを間違えたため、目が詰まってしまい悲しかった。なかなか諦められず、まだ持っている。無理をすれば子どもが着られるかも。(女性・50代)
- プレゼントでもらった大事なセーターを、風呂の残り湯で洗濯してしまった。伸び伸びになって、着られなくなってしまった。(男性・60代)

【洗濯の味方、洗濯ネット】

- 家族一人一人、洗濯ネットに分けて入れてから、洗濯機を回しています。(女性・30代)
- 大事な洋服は必ず裏返しにしてネットに入れて洗っている。(女性・30代)
- 傷みが気になる服はネットに入れて洗濯しているが、チャックが緩く、洗濯中に開いてしまったことがあった。(女性・20代)
- お気に入りの服を洗うときは洗濯ネットを二重にする。(女性・30代)

【洗濯機に入れる前に】

- 何度注意しても、子どもと夫が、衣類や靴下を裏返したまま洗濯機に入れる。(女性・50代)
- 家族が服や靴下を裏返したまま洗濯に出すので、戻すのが面倒。(女性・20代)
- 父親がライターをポケットに入れているので、毎回確認しなければならない(女性・20代)

《 「衣類のお手入れ」に関する意識調査 質問一覧 》

- 【クロス集計用】あなたはこれまでに自宅で洗濯して失敗（衣類をいためたり、着られなくしてしまったり）したことはありますか。（お答えは1つ）
- 【クロス集計用】あなたは普段、自宅で洗濯するときに、服に付いているタグの注意書きを気にしますか。（お答えは1つ）
- 【クロス集計用】あなたは普段からおしゃれに気をつけていますか。（お答えは1つ）
- Q1.あなたは色合いや風合いを保ったり、型くずれを防いだりするために「おしゃれ着用洗剤」を使用していますか。（お答えは1つ）
- Q2.以下の衣類のうち、あなたが“おしゃれ着用洗剤を使って、洗濯機で洗う”ものはどれですか。（お答えはいくつでも）
- Q3.以下の衣類のうち、あなたが自分で洗濯せず、クリーニング店に任せる衣類はどれですか。（お答えはいくつでも）
- Q4.あなたが衣類をクリーニング店に出すとき、期待することはありますか。（お答えはいくつでも）
- Q5.あなたのご家庭では“お父さん”と“お母さん・子ども”で洗濯用洗剤を使いわけていますか／いましたか。（お答えは1つ）
- Q6.あなたは自宅で自分の衣類にアイロンをかけますか。アイロンをかける場合、その頻度を教えてください。（お答えは1つ）
- Q7.あなたが持っているアイロンのタイプを教えてください。（お答えはいくつでも）
- Q8.あなたは季節に合わせて、衣替えをしますか。する場合、どんなことをしますか。（お答えはいくつでも）
- Q9.あなたが衣替えをしない理由を教えてください。（お答えはいくつでも）
- Q10.衣類のお手入れで工夫していることや悩み、家で洗濯したときの失敗談など、衣類にまつわるエピソードを教えてください。

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画をもとに、株式会社ネオマーケティングにて「衣類のお手入れ」に関する意識調査を実施。

期間：2023年4月18日～4月21日、インターネットで4,000人から回答を得ています。

株式会社プラネットとは <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html（バックナンバーもご覧になれます）

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

今リリースに掲載していない結果や属性データのご紹介や、当社担当者が解説を差し上げることもできます。

株式会社プラネット 広報部(河合)

E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp