

平成 27 年 1 月 30 日
株式会社日本政策金融公庫

クリーニングの利用、20 代の若者で二極化

～日本公庫「クリーニングに関する消費者意識と経営実態調査」より～

日本政策金融公庫は、クリーニングをテーマに「クリーニングに関する消費者意識と経営実態調査」を実施しました。消費者意識調査では全国の一般消費者 5,000 名を対象に、アンケート調査を実施し、性別・年代別の消費者の利用動向や意識を明らかにしました。

※調査の全文につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

<消費者意識調査>

【主な調査結果（ポイント）】

1 クリーニングの利用動向、20 代は二極化が顕著

- 最近 1 年間にクリーニング店を利用していない割合は 20 代が最も高く、約 4 人に 1 人。利用していない理由（複数回答）は「クリーニングが必要な衣類を着ない」（56.1%）が多い。仕事でスーツを着用する人のうち、自宅で洗濯できるスーツを所持する割合は 20 代が最も高く 3 割。
- 一方、クリーニング店を利用した 20 代では（本人が利用：20 代 51.2%、全体 61.6%）、利用金額が前年に比べ「増えた」と今後「増える」割合が他の年代よりも高い（「増えた」20 代 26.6%、全体 16.3%）（「増える」20 代 19.3%、全体 11.2%）。利用金額が増えた理由（記述回答）では、「いい服を着るようになった」「毛布等も出すようになった」といった意見が寄せられている。また、20 代は保管サービスの利用割合が最も高い（20 代 11.3%、全体 6.9%）。

2 満足度が高いサービスであっても利用割合は低い。事業者は多様なサービスを周知し、浸透させていくことが重要

- 保管・集配・宅配サービスを利用した際の満足度では「満足」が 77.8%（保管）、67.0%（集配）、65.2%（宅配）となっているが、クリーニング店を最近 1 年間に利用した人のうち、利用割合は 6.9%（保管）、8.0%（集配）、6.4%（宅配）にとどまっている。保管サービスを利用していない人の約 4 割は「興味がある」と回答しており、特に 20 代・30 代の関心が高い（「興味がある」20 代 49.6%、30 代 52.9%、全体 43.2%）。また、集配・宅配サービスを利用していない理由（複数回答）では、「そもそも利用方法がよく分からない」が 2 割超となっている。

集配サービス：クリーニング事業者等が自宅まで来て、品物の受け渡しを行うサービス

宅配サービス：品物の受け渡しを宅配便で行うサービス

- ふとん等（ふとん、シーツ・カバー、カーテン、じゅうたん）のクリーニング、折り目加工サービス、修繕サービス（有料）を利用した際の満足度では、「満足」が 7～8 割となっているが、クリーニング店を最近 1 年間に利用した人のうち、利用割合は 13.2%（ふとん等のクリーニング）、8.9%（折り目加工）、3.8%（修繕）にとどまっている。

<お問い合わせ先> 日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部
生活衛生情報支援グループ 担当：野俣、谷藤 Tel 03-3270-1653

参考1 最近1年間のクリーニング店の利用の有無

年代	自分が利用している	家族が代わりに利用している	自分も家族も利用していない
20代 (n=1,000)	51.2	23.3	25.5
30代 (n=1,000)	62.1	17.4	20.5
40代 (n=1,000)	64.3	16.2	19.5
50代 (n=1,000)	70.5	14.9	14.6
60代以上 (n=1,000)	59.7	18.8	21.5
全体 (n=5,000)	61.6	18.1	20.3

(注) 最近1年間：平成25年9月から平成26年8月。以下同じ。

参考3 所持しているスーツの自宅での洗濯の可否

年代	自宅で洗濯できるスーツ	自宅では洗濯できないスーツ
20代 (n=162)	30.2	69.8
30代 (n=188)	25.0	75.0
40代 (n=206)	21.8	78.2
50代 (n=188)	12.2	87.8
60代以上 (n=89)	7.9	92.1
全体 (n=833)	20.5	79.5

(注) 仕事でスーツを着用する人に聴取。スーツが複数ある場合はあてはまるものが多い選択肢を回答。

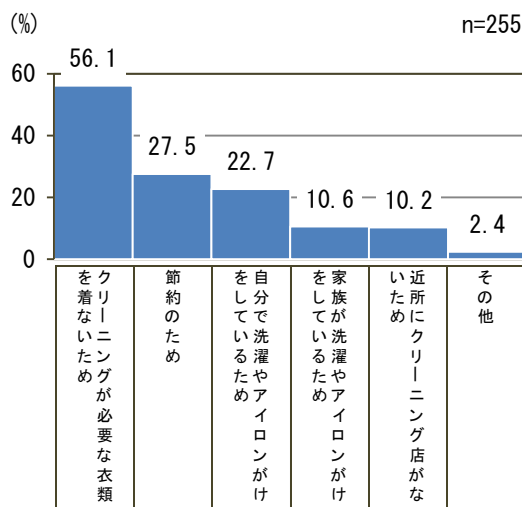
参考5 20代のクリーニングの利用金額が増えた理由（主な記述回答）

- <男性>
- ・コートとスーツの数が増えた。スーツを着る機会が増えた。
 - ・高い服を所持するようになった。
 - ・所有する服や気に入っている服が増えた。
 - ・新しい衣類は買わず、今の衣類をできるだけ長く使いたい。
- <女性>
- ・衣類だけでなく、毛布等も出すようになった。
 - ・自宅で洗っていた衣服もクリーニングに出すようになった。
 - ・こまめにクリーニングに出すことを心掛けるようになった。
 - ・昔に比べてダニ等に敏感になった。
 - ・家族が増えた。

参考6 クリーニングに出した自分の品物のうち、利用割合が他の年代に比べて最も高い品物（20代）

- ビジネス用：シャツ・ブラウス、スーツ
 ビジネス用以外：シャツ・ブラウス、着物・浴衣、ドレス
 身の回り品：バッグ、靴
 その他：ふとん

参考2 20代がクリーニング店を利用していない理由（複数回答）



参考4 クリーニングの利用金額の増減動向

年代	増えた	変わらない	減った
20代 (n=512)	26.6	61.1	12.3
30代 (n=621)	20.3	65.2	14.5
40代 (n=643)	12.1	70.6	17.3
50代 (n=705)	12.6	63.1	24.3
60代以上 (n=597)	12.1	52.6	35.3
全体 (n=3,078)	16.3	62.7	21.0

(注) 最近1年間のクリーニングの利用金額（家族の利用を含む）の前年と比べた増減動向を聴取。

参考7 クリーニングの利用金額の今後1年間の増減見通し

年代	増える	変わらない	減る
20代 (n=512)	19.3	71.3	9.4
30代 (n=621)	10.3	79.4	10.3
40代 (n=643)	8.2	78.2	13.5
50代 (n=705)	9.4	71.1	19.6
60代以上 (n=597)	10.6	60.1	29.3
全体 (n=3,078)	11.2	72.2	16.6

参考8 保管サービスの最近1年間の利用状況

年代	利用した	利用していない
20代 (n=512)	11.3	88.7
30代 (n=621)	7.7	92.3
40代 (n=643)	5.1	94.9
50代 (n=705)	5.4	94.6
60代以上 (n=597)	5.9	94.1
全体 (n=3,078)	6.9	93.1

参考9 保管・集配・宅配サービスを利用した際の満足度と利用割合

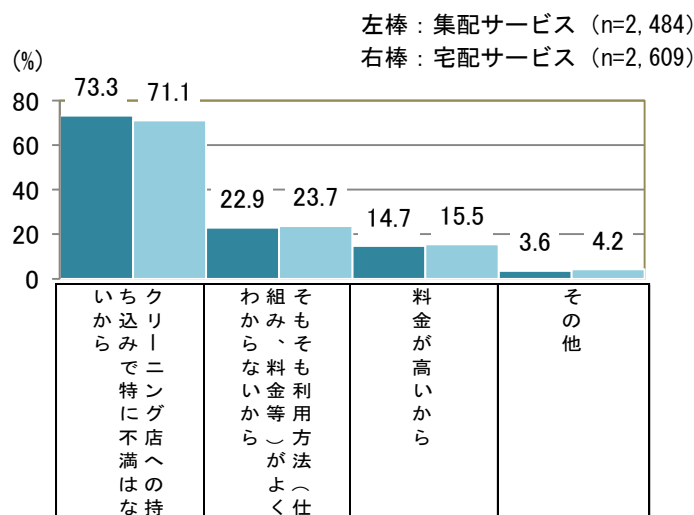
サービスの 内容	サービスを利用した際の 満足度			サービスの 利用割合 (n=3,078)
	満足している	どちらとも いえない	不満である	
保管サービス (n=212)	77.8	17.0	5.2	6.9
集配サービス (n=594)	67.0	27.8	5.2	8.0
宅配サービス (n=469)	65.2	29.2	5.5	6.4

(注) サービスの利用割合：最近1年間に自分がクリーニング店を利用した人のうち、保管サービスは保管サービスを「利用した」の回答割合、集配・宅配サービスは、利用状況（「よく利用する」「たまに利用する」「ほとんど利用しない（利用した経験はある）」「利用したことはない」）で、「よく利用する」「たまに利用する」を合わせた回答割合。

参考10 保管サービスへの関心

年代	興味がある	興味はない
20代 (n=454)	49.6	50.4
30代 (n=573)	52.9	47.1
40代 (n=610)	42.3	57.7
50代 (n=667)	40.2	59.8
60代以上 (n=562)	32.9	67.1
全体 (n=2,866)	43.2	56.8

参考11 集配・宅配サービスを利用していない理由（複数回答）



参考12 ふとん等のクリーニング、折り目加工サービス、修繕サービス（有料）を利用した際の満足度と利用割合

サービスの内容		サービスを利用した際の満足度			サービスの 利用割合 (n=3,078)
		満足している	どちらとも いえない	不満である	
ふとん等の クリーニング	ふとん (n=228)	76.8	19.3	3.9	13.2
	シーツ・カバー (n=79)	83.5	13.9	2.5	
	カーテン (n=53)	77.4	17.0	5.7	
	じゅうたん (n=117)	76.9	17.9	5.1	
折り目加工サービス (n=273)		77.3	19.4	3.3	8.9
修繕サービス（有料）(n=118)		78.0	16.1	5.9	3.8

(注) ふとん等のクリーニングのサービスの利用割合：最近1年間に自分がクリーニング店を利用した人のうち、利用した品物で、「その他の品物（ふとん、シーツ・カバー、カーテン、じゅうたん等）」を回答した割合。

【調査概要】

調査時点	平成 26 年 9 月
調査対象	全国の消費者 5,000 人（男性 2,500 人、女性 2,500 人）
調査方法	インターネットによるアンケート調査