

衣替えをする人は8割超え！ でも、しない人も増加中

～70代以上でも3割近くがネットで衣類購入 衣生活は転換期？～

国内1,500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236号として、衣類のお手入れに関する意識調査（対象4,000人）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。

■ おしゃれ着用洗剤を使用する人、減少している

今回は衣類のお手入れに関する意識調査を実施しました。（前回 Vol.206として、2023年4月に調査を実施。）

まず、おしゃれ着用洗剤を使用しているかを聞くと（図表1）、「使用している」と回答した人は34.4%でした。前回調査では37.9%が「使用している」と回答しているので、減少しています。

使用している人の割合を性年代別に見ると、男性は年代であまり割合に変化がありませんが、女性は年代が上がるほど、使用している人の割合が高い傾向にあります。

洗濯にあまり気を使わない人が増えたのか、わざわざおしゃれ着用洗剤を使わなくても、普通の洗剤で十分だと思う人が増えたのか、理由ははっきりしませんが、今後も使う人は減り続けるのでしょうか。

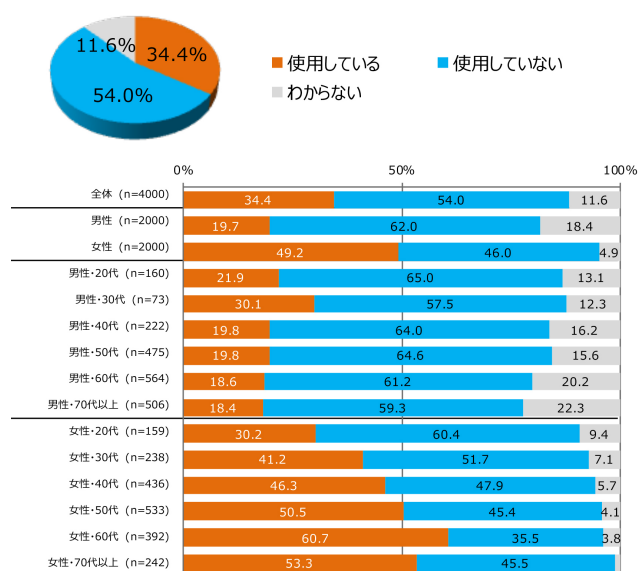
■ 衣替えをする人も減少

季節に合わせて、衣替えを行っているかを聞くと（図表2）、「衣替えはしない」という人が21.1%で、残りの8割近くは衣替えを実施していました。前回調査では17.6%が「衣替えはしない」と回答しており、衣替えをしない人が増加しています。

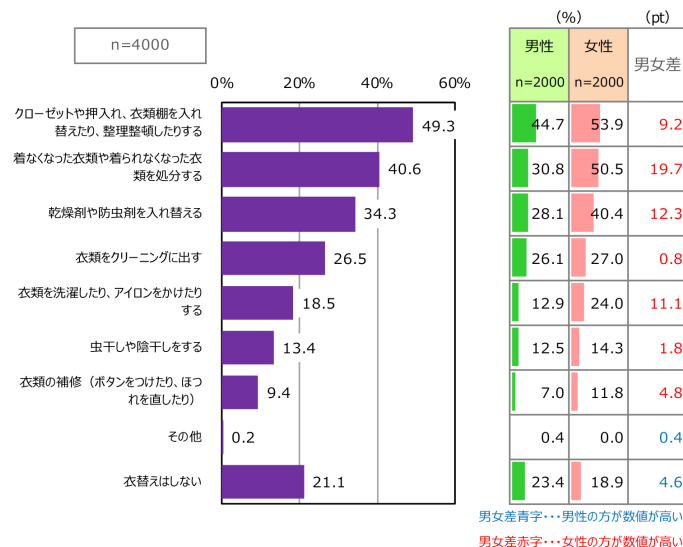
衣替えをする人が、実際にどんなことをしているのかを見てみると、最も割合が高いのが「クローゼットや押入れ、衣類棚を入れ替えたり、整理整頓したりする」（49.3%、前回調査では52.8%）でした。

そのあとは「着なくなった衣類や着られなくなった衣類を処分する」（40.6%、前回：43.8%）、「乾燥剤や防虫剤を入れ替える」（34.3%、前回：38.3%）、「衣類をクリーニングに出す」（26.5%、前回：34.0%）と続きますが、いずれも、前回調査より、実施する人の割合が低くなっています。

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



図表2 「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



男女差青字・・・男性の方が数値が高い
男女差赤字・・・女性の方が数値が高い

■ 洗濯後の衣類、ハンガーにかけたまま？ タンスにしまう？

図表3 「衣替えはしない」と回答した人の性年代別割合

	男性	女性
20代	39.4%	25.2%
30代	34.2%	26.1%
40代	33.8%	23.6%
50代	29.5%	18.2%
60代	19.3%	12.8%
70代以上	11.1%	10.3%

「衣替えをしない」と回答した人を性年代別に見ると(図表3)、男女ともに年代が若いほど、割合が高くなる傾向にあります。

衣替えをしない理由を聞くと(図表4)、最も割合が高かったのは、「整理するのが面倒だから」(29. 5%、前回:25. 6%)です。

前回調査ではトップだった「あまり服を持っていないから」(25. 4%、前回:28. 3%)は割合が下がって、4位になっています。

前回、今回ともに2位は「衣替えしなくてもいいように整理しているから」(28. 3%、前回:27. 1%)です。

前回調査では衣替えをしない女性の35. 5%が「衣替えしなくてもいいように整理しているから」と回答していましたが、今回はさらに割合が高くなり、38. 2%になっています。

また、「洗濯後の衣類をハンガーにかけっぱなしにしますか、タンスやケースにしまえますか」という質問に対して(図表5)、男性・20代は43. 8%、女性・20代は34. 0%が、「ハンガーにかけっぱなしにしているほうが多い」と回答しています。住環境や普段の衣類の扱い方の変化によって、衣替えをする人は少なくなっていくのかもしれない。

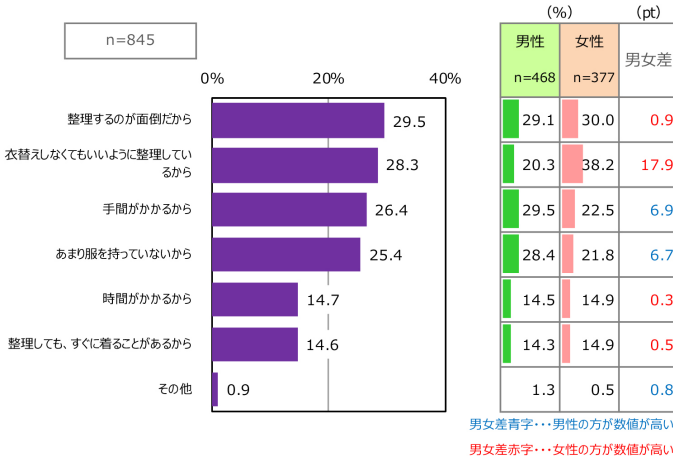
■ 「決まった時期に衣替え」は少数派

衣替えをする人に、実施するタイミングを聞くと(図表6)、「時期関係なく、気候に合わせて衣替えをする」という人が44. 1%で最多でした。

次いで、「時間などに余裕があるとき」(36. 2%)、最後が「毎年決まった時期に衣替えをする」(19. 7%)という順番です。

家庭では決まった日付に衣替えをする人のほうが少数派のようですが、企業や学校では6月1日と10月1日に衣替えとして、制服の切り替えをするところが多いのではないのでしょうか。最近では暑くなるのが早くなり、残暑も厳しいことから、タイミングも考える必要があるかもしれませんね。

図表4 「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

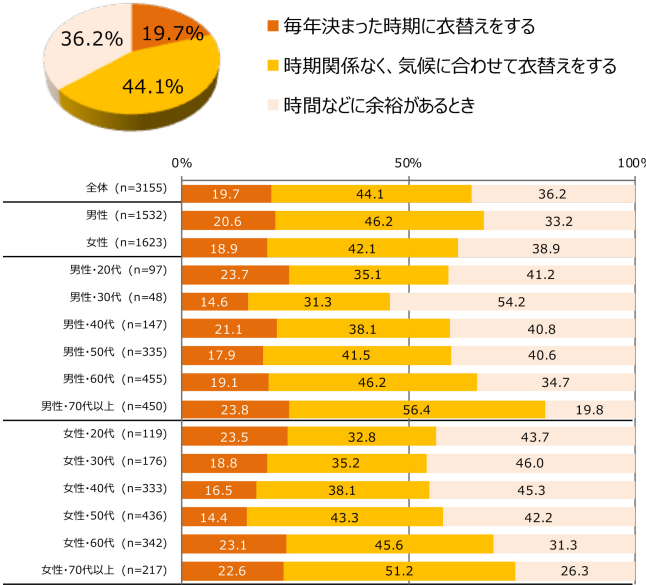


図表5 「あなたは普段、洗濯後の衣類をハンガーにかけっぱなしにしますか、タンスやケースにしまえますか。最も近いものを教えてください。(お答えは1つ)」への回答

	全体 (人)	ハンガーにかけっぱなしにしているほうが多い	タンスやケースに入れているほうが多い	ハンガーにかけっぱなしと、タンスやケースにしまうのと半々
全体	4000	27.1%	37.0%	35.9%
男性				
20代	160	43.8%	25.6%	30.6%
30代	73	32.9%	31.5%	35.6%
40代	222	31.5%	32.0%	36.5%
50代	475	34.9%	34.1%	30.9%
60代	564	31.9%	33.5%	34.6%
70代以上	506	23.9%	43.3%	32.8%
女性				
20代	159	34.0%	37.7%	28.3%
30代	238	25.6%	37.0%	37.4%
40代	436	26.1%	38.5%	35.3%
50代	533	21.8%	38.5%	39.8%
60代	392	18.6%	39.8%	41.6%
70代以上	242	14.9%	40.1%	45.0%

選択肢ごとに、男女別で、最も割合の高い年代を赤字で、低い年代を青字で表示

図表6 「あなたが衣替えをするタイミングについて、最も合うものを教えてください。(お答えはおひとつ)」への回答



■ 衣類関連のサブスクリプション、利用者は少ないものの…

さまざまな分野でサブスクリプションサービスが生まれていますが、定期的に服が届くものや、クリーニングなど、衣類関連のサブスク利用者はどの程度いるのでしょうか。

全体では4.4%が「利用している」、3.3%が「以前利用していたが、今は利用していない」、92.3%が「利用したことはない」という結果でした（図表7）。

ただし、男性では20代、30代、女性では20代が、「利用している」という人が1割を超えています。

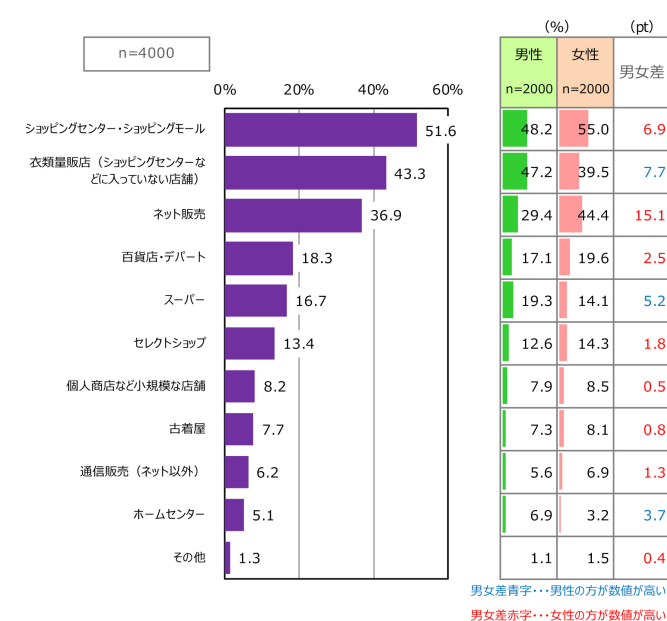
■ 服はどこで買っている？

普段、どこで衣類を購入するか聞いたところ（図表9）、トップ3は「ショッピングセンター・ショッピングモール」（51.6%）、「衣類量販店（ショッピングセンターなどに入っていない店舗）」（43.3%）、「ネット販売」（36.9%）の順でした。

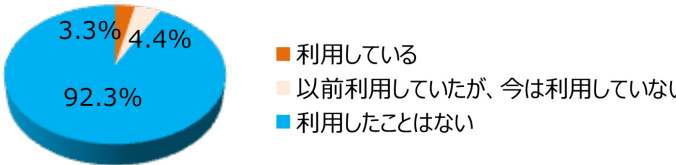
購入先の上位5項目を性年代別に見てみます（図表10）。「ショッピングセンター・ショッピングモール」は性別問わず、幅広い年代が高い割合で利用しています。「衣類量販店（ショッピングセンターなどに入っていない店舗）」も傾向としては近いですが、女性・20代の利用は少ないようです。

「ネット販売」については、男女で傾向が異なり、女性は70代以上を除いた年代で4割を超えていて、最も割合が高い「女性・30代」では49.2%です。一方、男性はどの年代も4割に達していません。また、「男性・70代以上」（23.3%）よりも「男性・20代」（21.9%）のほうが割合が低いという結果です。サブスクの利用状況を考えると、若い男女の「ネット販売」の割合がもっと高くてもいいような気がします。買うとなるとまた別の要素があるのでしょうか。

図表9 「あなたは普段、どこで衣類を購入しますか。（お答えはいくつでも）」への回答



図表7 「あなたは衣類に関するサブスクリプションサービス（定期的に服が届くものや、衣類クリーニングなど）を利用していますか。（お答えはおひとつ）」への回答



図表8 衣類に関するサブスクリプションサービスの利用状況（男女、20～40代）

		利用している	以前利用していたが今は利用していない	利用したことはない
男性	20代	12.5%	10.0%	77.5%
	30代	12.3%	2.7%	84.9%
	40代	8.6%	7.2%	84.2%
女性	20代	10.1%	8.8%	81.1%
	30代	4.2%	4.6%	91.2%
	40代	2.8%	5.5%	91.7%

図表10 衣類の購入先、上位5項目を性年代別に表示

		全体 (人)	ショッピングセンター・ショッピングモール	衣類量販店 (ショッピングセンターなどに入っていない店舗)	ネット販売	百貨店・デパート	スーパー
全体		4000	51.6%	43.3%	36.9%	18.3%	16.7%
男性	20代	160	33.8%	36.9%	21.9%	13.8%	17.5%
	30代	73	34.2%	45.2%	31.5%	13.7%	12.3%
	40代	222	42.3%	48.2%	27.9%	11.3%	14.4%
	50代	475	45.7%	44.6%	35.2%	16.2%	14.7%
	60代	564	50.4%	47.7%	32.3%	15.4%	18.3%
	70代以上	506	57.1%	52.0%	23.3%	23.7%	28.3%
女性	20代	159	50.3%	28.3%	44.7%	17.6%	6.9%
	30代	238	57.6%	40.3%	49.2%	16.4%	9.7%
	40代	436	53.2%	34.4%	45.0%	15.8%	7.8%
	50代	533	57.6%	40.7%	44.8%	16.3%	10.7%
	60代	392	56.4%	45.2%	44.4%	21.4%	22.4%
	70代以上	242	50.8%	43.4%	37.6%	34.7%	28.5%

選択肢ごとに、男女別で、最も割合の高い年代を赤字で、低い年代を青字で表示

■ 衣生活、コロナ禍による影響が大きかった

コロナ禍以降、衣類に対する考え方や扱い方に変化があるか、自由回答で聞いたところ、多くの人が、何らかの影響を受けているようでした。外出が少なくなったこと、特に出勤が減ったことによって、家で着るものの着心地を重視したり、スーツの代わりに別の服が充実したり、という人が多いようです。また、洗濯しやすい服を選ぶようになった人も増えたようです。

《コロナ禍以降、衣類に対する考え方や扱い方に変化があった？》

【買い方や買う物に変化が】

- 外に出なくなったので、家で着るために、もっと着心地を考えて服を買うようになった。置いておくとカビが生えることに気づいたので、不可表示でも自分で洗うようになり、クリーニングには出さなくなった。(女性・30代)
- 自宅にいる事が増えたからか、フォーマルよりもカジュアルな服が増えた。締め付けなどのストレスがかかる服装よりも着替えや洗濯が楽でリラックスできる素材の物を選ぶようになった。(女性・40代)
- 家にいるときは楽な格好をするようになりました。そのため、比較的安価なシンプルなものが増えました。でもあまり好みではないので、今後はどうしようか考えているところです。(女性・50代)
- コロナ以降家にいる事が増えたので、優しい着心地の高級パジャマを購入することが増えた。柔らかくてしっとりした素材で香りも残りやすいので、外では好き嫌いの分かれそうな強めの香水のような柔軟剤を、パジャマやリネンアイテムには使うようになった。(女性・20代)
- 自分の表現にこだわるようになった。(男性・40代)
- コロナ以降に外出する機会が減ったので、服を買う頻度が減り、価格よりも質を求めるようになった。(男性・30代)
- 服を買うことが少なくなり、ファッションには無頓着になった。その分、いいなと思う商品（ちょっと高価な洋服）を買うようになったし、洗濯用の柔軟剤の香りにお金をかけるようになりました。(女性・30代)
- コロナで自粛中はほとんど衣類を購入しなかったし時間があつたので着ない洋服は処分して、クローゼットはかなりスッキリした。それ以降は1枚買ったら1枚処分するを徹底している。(女性・50代)

【コロナ禍でスーツを処分した、着る機会がなくなった】

- コロナ禍中に退職したためスーツ系は2着のみ残り、Yシャツ含めてフリマアプリで売却した。ジャケットが2着あるが、着ることはほぼ無い。パーカーで十分。(男性・50代)
- コロナが流行して、出勤という概念がなくなり、オフィスカジュアルやスーツは使わなくなったので、友達にあげたり、ブラジルの貧しい人たちに送れる機会があつたので、寄付したりしました。(女性・30代)
- スーツは処分し、スウェットとジャージにTシャツメインになった。(男性・40代)
- スーツを着用することが圧倒的に減ってカジュアルスタイルが増えたからインナーは細かく買い替えや買い足しするようになった。(男性・50代)
- オンオフの境界がユルくなったので、パジャマスーツなどのオンカジアイテムの着用が増えた。(男性・30代)
- 会社が服装自由になったのでスーツを着なくなった。そのためワイシャツも買わなくなった。その代わりに、普段着のTシャツなどの購入頻度が上がった。(男性・50代)

【洗濯できるもの、手入れが楽なものを選ぶようになった】

- コロナでなるべく洗濯が出来る衣類を購入するようになった(女性・30代)
- おしゃれ着の手洗いが面倒なので、なるべくマシンウォッシュできる服を購入している。(女性・30代)
- ガンガン洗える服を買うようになった。(女性・30代)
- 洗えるスーツを購入することが多くなり、着たらすぐ洗ってしまうようになった。(女性・40代)
- とにかく衛生重視で、仕事に着るものでも洗えるものを買うようになった。(男性・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】 1.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】 2.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)
- 【クロス集計用】 3.あなたは普段、洗濯後の衣類をハンガーにかけっぱなしにしますか、タンスやケースにしまえますか。最も近いものを教えてください。(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、期待することはなんですか。(お答えはいくつでも)
- Q5.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)
- Q6.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)
- Q7.あなたが衣替えをするタイミングについて、最も合うものを教えて下さい。(お答えはおひとつ)
- Q8.あなたは衣類に関するサブスクリプションサービス（定期的に服が届くものや、衣類クリーニングなど）を利用していますか。(お答えはおひとつ)
- Q9.あなたは普段、どこで衣類を購入しますか。(お答えはいくつでも)
- Q10.コロナ禍以降、あなたの衣類に対する考え方や扱い方に変化はありましたか。あるようでしたら、どのような変化があったか、どのように考えているかを教えてください。(自由回答)

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：2025年7月25日～7月28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 経営管理ユニット

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