

日本リサーチセンター・NOS自主調査 家の掃除についての調査

株式会社 日本リサーチセンター (Member of Gallup International Association)



代表取締役社長 鈴木 稲博

東京都中央区日本橋本町2-7-1 電話: 03-6667-3400(代) / FAX: 03-6667-3470

(担当: 日本リサーチセンター自主調査委員会) <http://www.nrc.co.jp/>

■日本リサーチセンター(NRC)では、

全国15～79歳男女1,200人を対象に、訪問留置のオムニバス調査(NOS)を、毎月定期的を実施しております。

12月のNRC自主調査のテーマは、「家の掃除」です。

■主な結果の紹介は以下の通りです。

1. 掃除をする頻度は・・・

【キッチン・台所】、【浴槽・お風呂場】は、ほぼ毎日掃除する人が3割。また、これに加えて【居間・リビング】、【洋室】、【洗面所】、【トイレ】は、週1回以上掃除している人が5割以上と多い。

一方、【窓ガラス】、【エアコンのフィルター】、【照明器具】は、年に1～2回／3～4回が4～5割と、掃除頻度が少ない。男性と女性では、総じて女性の方が掃除頻度が高いが、【自家用車】だけは、男性が上回っている。

2. 年末の大掃除は・・・

「毎年年末が近づくと大掃除を行う」のは6割弱にとどまり、「毎年ではないが年末の大掃除をする」が2割強、「年末の大掃除はしない」が、2割近く存在する。

3. 「汚れ等が気になる／掃除が面倒な」場所・モノは・・・

「キッチン・台所」、「浴槽・お風呂場」、「トイレ」、「窓ガラス・サッシ」、「キッチンの換気扇」、「エアコンのフィルター」は、ふだん、汚れ・ホコリ・菌などが気になっているが、掃除が面倒だとも思っている。

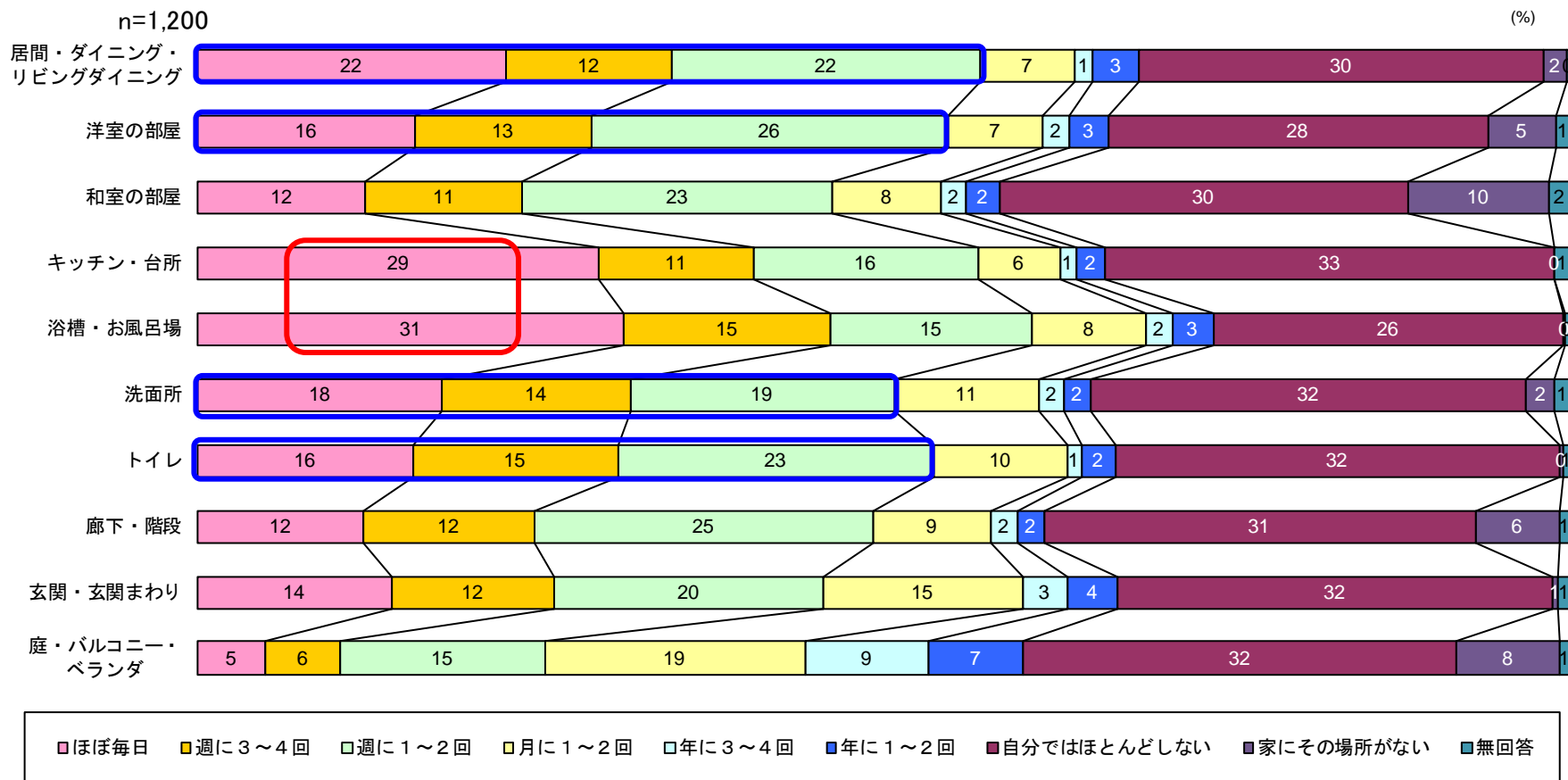
また、女性の方が、総じて気になっている場所やモノが多いが、「自家用車」と「パソコン等のOA機器」は、男性の方が気にしている割合が高い。

- 「場所」別の掃除頻度は？ 3
- 「モノ」別の掃除頻度は？ 4
- 月に1回以上掃除する「場所」は？ 5
- 月に1回以上掃除する「モノ」は？ 6
- 年末が近づくと、家の「大掃除」を行うか？ 7
- 汚れ等が気になる／掃除が面倒な／大掃除をしたい・行った「場所」は？ 8
- 汚れ等が気になる／掃除が面倒な／大掃除をしたい・行った「モノ」は？ 9
- 汚れ等が気になる「場所」・「モノ」を男女別でみると？ 10
- 調査概要 11

「場所」別の掃除頻度は？

- 家の掃除をする頻度を場所ごとにみると、【キッチン・台所】、【浴槽・お風呂場】は、3割が「ほぼ毎日」と回答している。
- また、【居間・ダイニング・リビングダイニング】、【洋室の部屋】、【洗面所】、【トイレ】は、「ほぼ毎日」、「週に3～4回」、「週に1～2回」を含めると、5割以上が、週に1回以上掃除をしている。生活の中心となる居室や水まわりでは、掃除頻度が高いことがわかる。

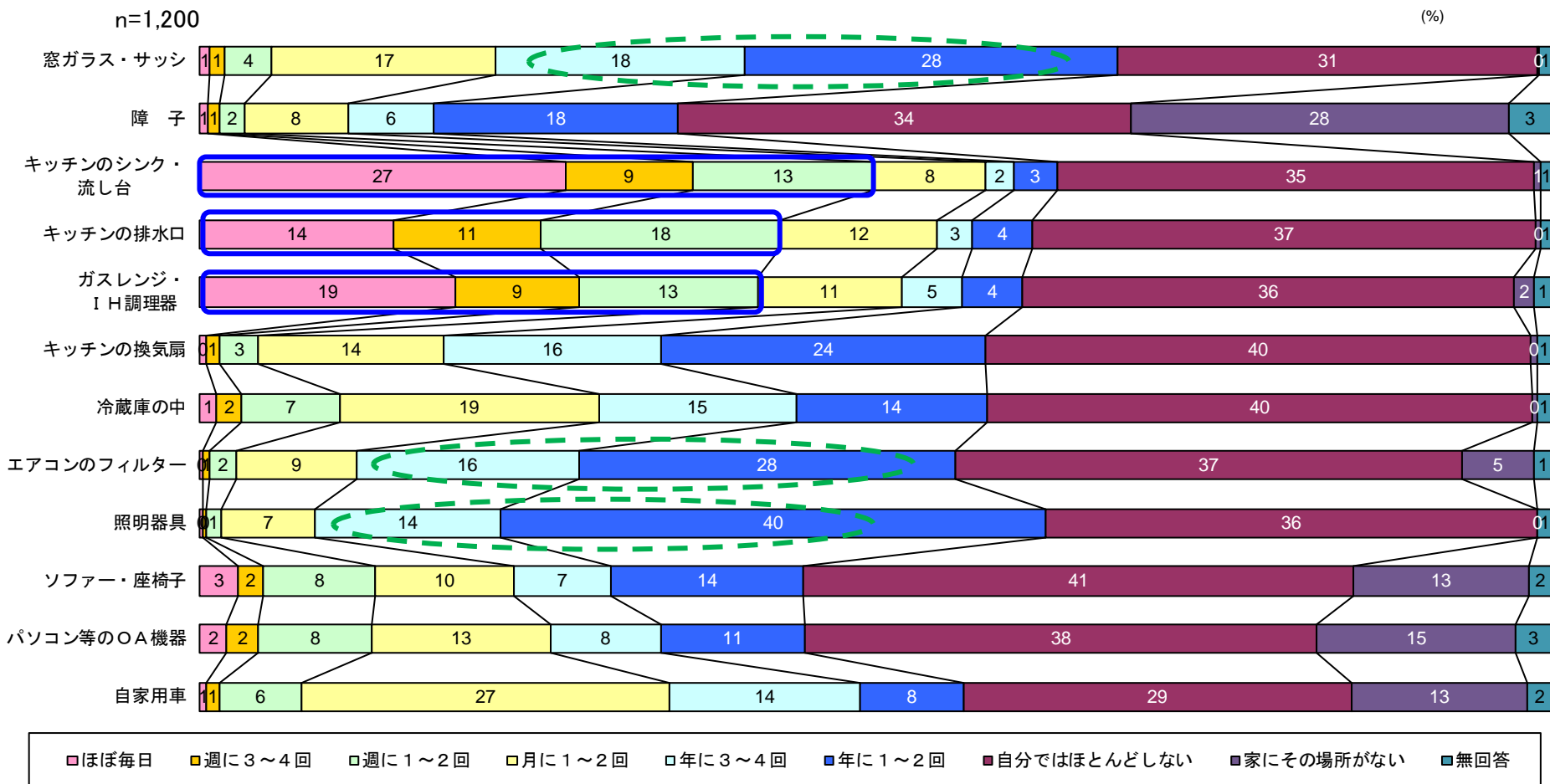
問1 あなたは、家の掃除(そうじ)を、どのくらいの頻度で行っていますか。以下にあげる場所やモノについて、あなたご自身がそうじする頻度を、それぞれお知らせください。(各単数回答)



「モノ」別の掃除頻度は？

- モノについて掃除をする頻度をみると、【キッチンのシンク・流し台】、【キッチンの排水口】、【ガスレンジ・IH調理器】は週に1回以上している割合が比較的高く、キッチンまわりの掃除頻度が高い。
- 一方、【窓ガラス・サッシ】、【エアコンのフィルター】、【照明器具】は、「年1～2回」「年3～4回」という回答が、あわせて4～5割と多く、掃除頻度が低い。

問1 あなたは、家の掃除(そうじ)を、どのくらいの頻度で行っていますか。以下にあげる場所やモノについて、あなたご自身がそうじする頻度を、それぞれお知らせください。(各単数回答)



月に1回以上掃除する「場所」は？

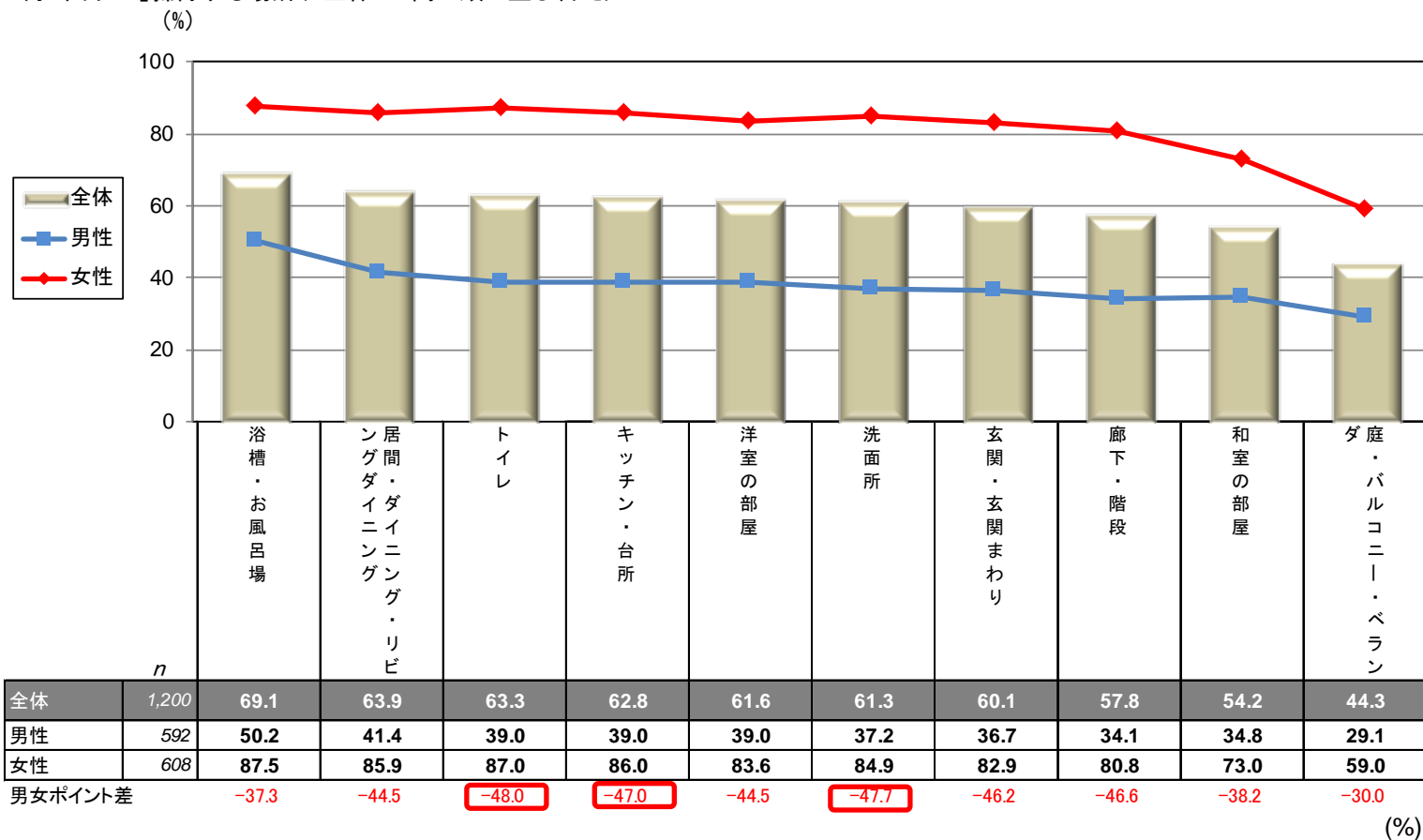
「ほぼ毎日」、「週に3~4回」、「週に1~2回」、「月に1~2回」をまとめて、『月1回以上』としてみると、

●月1回以上掃除をする場所として、最も多いのは【浴槽・お風呂場】(69%)である。

●男女別にみると、すべての項目で女性が男性を上回っている。特に男女の差が大きいのは、【トイレ】、【キッチン・台所】、【洗面所】で、50%近くも差がある。

問1 あなたは、家の掃除(そうじ)を、どのくらいの頻度で行っていますか。以下にあげる場所やモノについて、あなたご自身がそうじする頻度を、それぞれお知らせください。(各単数回答)

「月1回以上」掃除する場所(“全体”の高い順に並び替え)

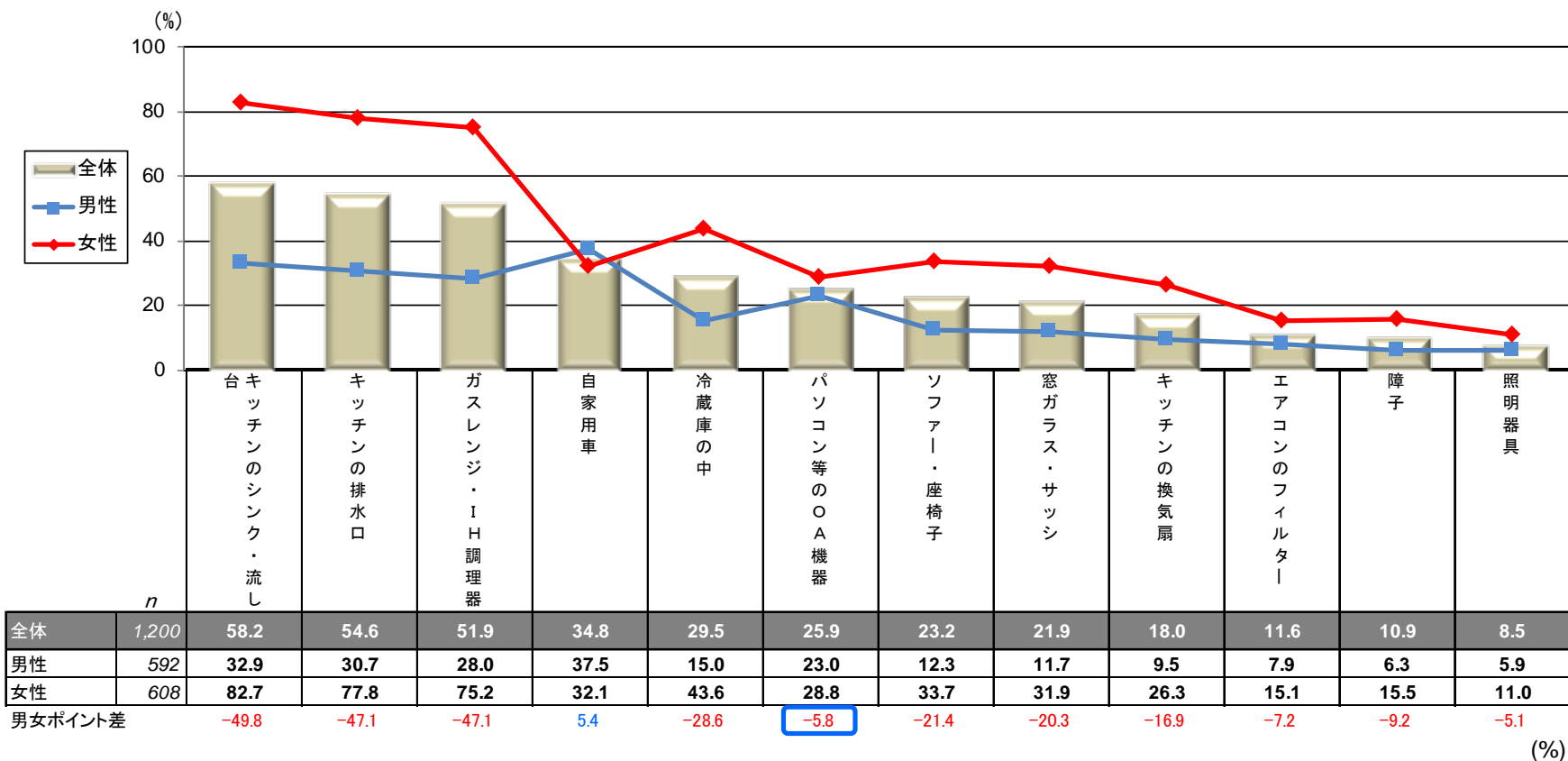


月に1回以上掃除する「モノ」は？

- 月1回以上掃除をするモノで、最も多いのは【キッチンシンク・流し台】(58%)である。
- 総じて女性の方が高いが、【自家用車】だけは、男性が女性を上回っている。また、男女差が小さく、男性でも比較的良好に掃除をしているのは、【パソコン等のOA機器】である。
- 女性で最も高い項目は、【キッチンシンク・流し台】で8割以上であるのに対し、男性では【自家用車】が最も高いが、その比率は4割弱にとどまる。

問1 あなたは、家の掃除(そうじ)を、どのくらいの頻度で行っていますか。以下にあげる場所やモノについて、あなたご自身がそうじする頻度を、それぞれお知らせください。(各単数回答)

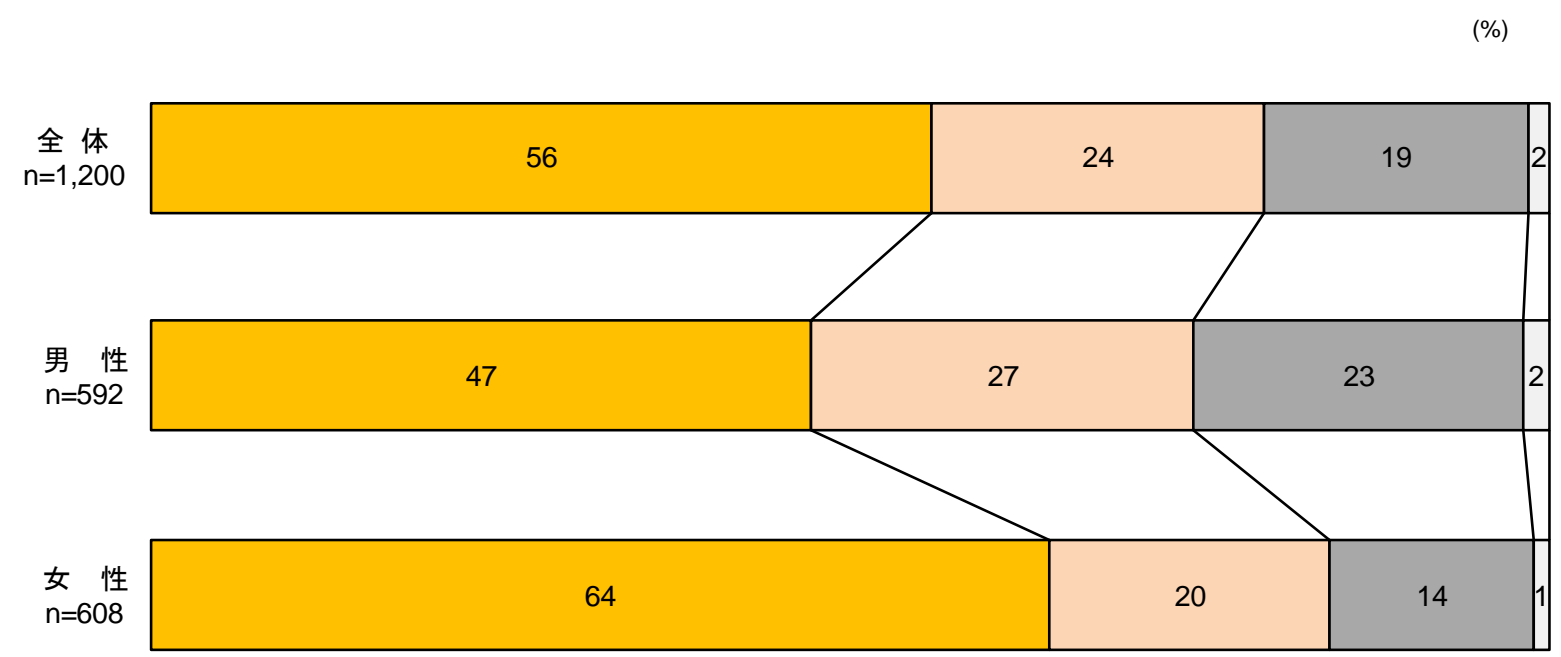
「月1回以上」掃除するモノ(“全体”の高い順に並び替え)



年末が近づくと、家の「大掃除」を行うか？

- 「毎年年末に大掃除を行っている」人は、全体の6割近く。一方で、「年末の大掃除はしない」という人は2割近く存在する。
- 男女別にみると、女性では6割強が「毎年年末に大掃除を行っている」が、男性では、5割弱にとどまる。

問2 あなたは、年末が近づくと、家の「大掃除」を行っていますか。 ※お手伝いも含む（単数回答）



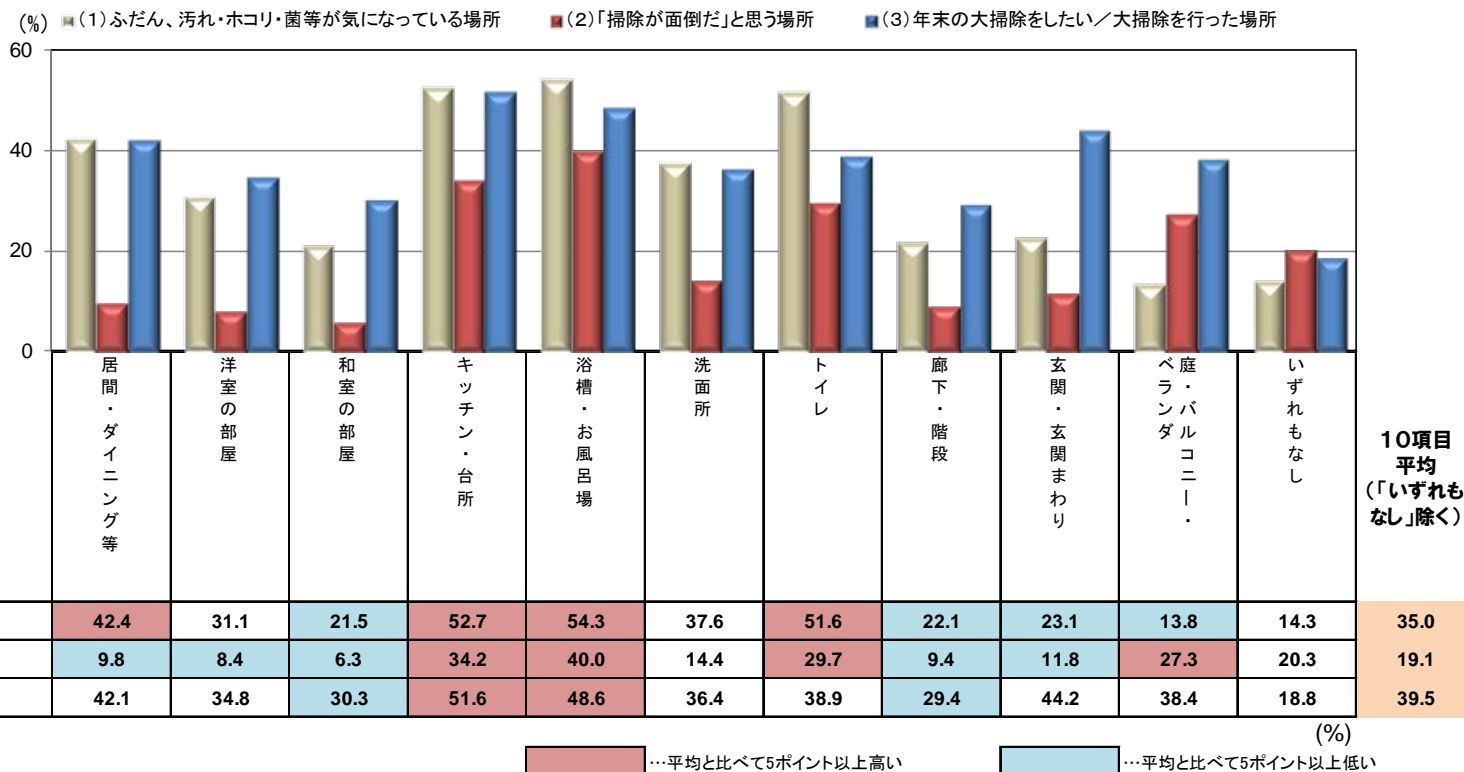
■ 毎年年末に大掃除を行っている □ 毎年ではないが年末の大掃除をする □ 年末の大掃除はしない □ 無回答

汚れ等が気になる／掃除が面倒な／大掃除をしたい・行った「場所」は？

提示した10項目の「場所」でみると、

- 「キッチン・台所」、「浴槽・お風呂場」、「トイレ」は、【ふだん、汚れ・ホコリ・菌等が気になっている場所】であるが、【「掃除が面倒だ」と思う場所】でもある。
- 一方、「居間・ダイニング等」は、【ふだん、汚れ・ホコリ・菌等が気になっている場所】ではあるが、【「掃除が面倒だ」と思う場所】ではない。

問3 (1)ふだん、汚れ・ホコリ・菌などが気になっている場所や (2)「掃除が面倒だ」と思っている場所、
(3)年末の大掃除をしたい、または、大掃除を行った場所は、それぞれどこでしょうか。
(各複数回答)

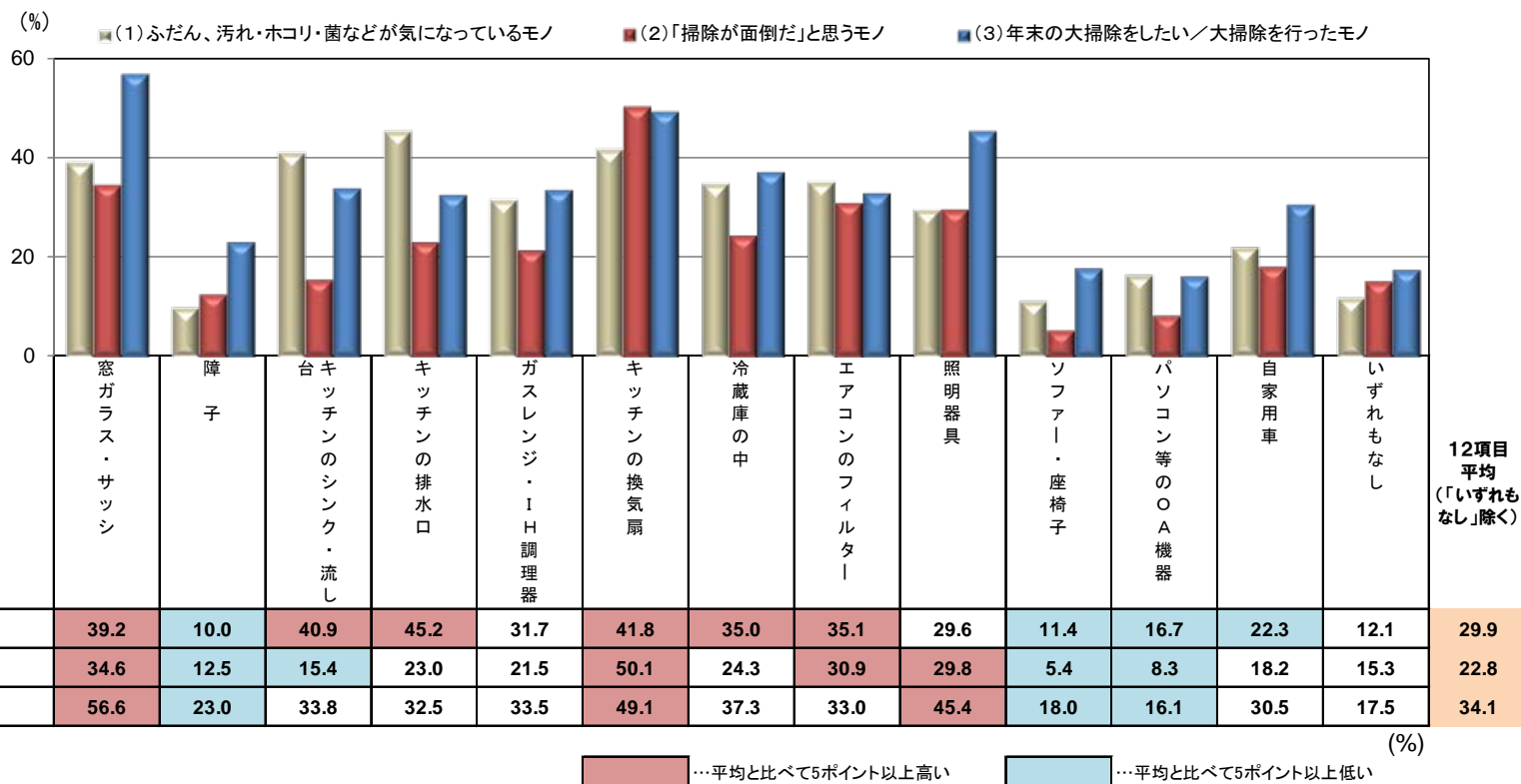


汚れ等が気になる／掃除が面倒な／大掃除をしたい・行った「モノ」は？

提示した12項目の「モノ」でみると、

- 「窓ガラス・サッシ」、「キッチンの換気扇」、「エアコンのフィルター」は、【ふだん、汚れ・ホコリ・菌等が気になっているモノ】であるが、【「掃除が面倒だ」と思うモノ】でもある。
- 一方、「キッチンのシンク・流し台」は、【ふだん、汚れ・ホコリ・菌等が気になっているモノ】は高いが、【「掃除が面倒だ」と思うモノ】としてはそれほど高くない。

問3 (1)ふだん、汚れ・ホコリ・菌などが気になっているモノ (2)「掃除が面倒だ」と思っているモノ、
(3)年末の大掃除をしたい、または、大掃除を行ったモノ は、それぞれどこでしょうか。
(各複数回答)

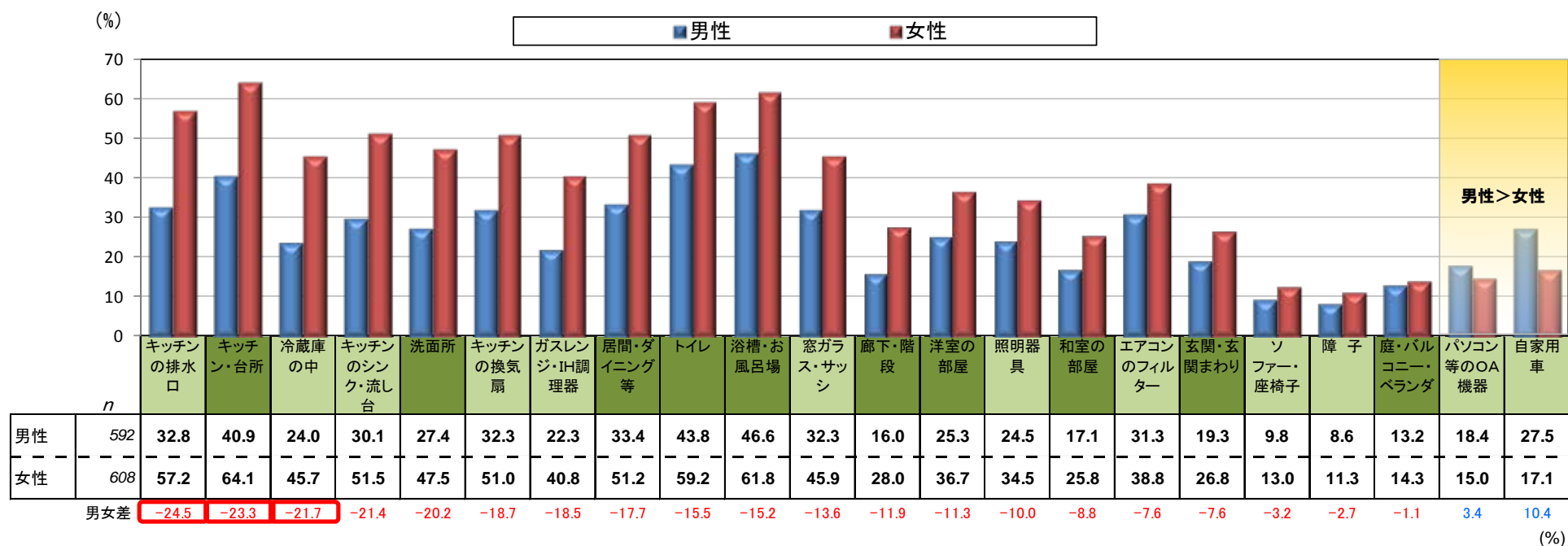


汚れ等が気になる「場所」・「モノ」を男女別でみると？

【ふだん、汚れ・ホコリ・菌などが気になっている場所・モノ】について、男女別でみると、

- 総じて男性より女性の方が、気になっている場所・モノは多く、特に差が大きいのは、「キッチンの排水口」、「キッチン・台所」、「冷蔵庫の中」など、キッチンまわりのものである。
- 一方、男性が高いのは、「自家用車」や「パソコン等のOA機器」といった、男性にとって身近なモノである。
- また、女性は、「キッチン・台所」>「浴槽・お風呂場」>「トイレ」の順で、男性は、「浴槽・お風呂場」>「トイレ」>「キッチン・台所」の順で、どちらも水まわりが上位である点は同じだが、気になる順位に違いがみられる。

問3 (1)ふだん、汚れ・ホコリ・菌などが気になっている場所やモノ (各複数回答) ※男女差の大きい順に並び替え



	男性	女性
1位	浴槽・お風呂場 (47%)	キッチン・台所 (64%)
2位	トイレ (44%)	浴槽・お風呂場 (62%)
3位	キッチン・台所 (41%)	トイレ (59%)

■ …場所
■ …モノ

調査方法

- NOS(日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイによる毎月調査)
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人

有効回収数

- 1200人(サンプル) ※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付実施

抽出方法

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割当て

調査期間

- 2013/11/29 ~ 2013/12/11

NOS(日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ)について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、40年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式(オムニバス)の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法と言えます。

《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。
調査結果のグラフ・表をご利用の場合は、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。