

－ 40代から60代女性の衣替え×家洗いに関する意識調査－
実施率92.6%ミドルエイジの衣替え事情が判明！

約90%が衣替えでクリーニングを利用、支出額1位は5000円以上
全国ミドルエイジの、衣替えクリーニング市場は約2000億円以上
～高まる家洗いの需要、約9割が家洗いできる服を「積極購入」と回答～

40代、50代のための 婦人服の製造販売ブランド、株式会社DoCLASSE は（本社：東京都世田谷区 社長：林恵子）は、家洗いができる「ウォッシュャブルニット」の発売に際して、DoCLASSEカタログ会員を対象に「衣替え×家洗いに関する意識調査」を行いました。

調査期間は2014年9月10日～2014年9月17日、DoCLASSEのカタログ会員40代～60代（ミドルエイジ）の女性808名を対象にネット調査を行いました。

※調査結果をご利用頂く際は、必ず「DoCLASSE調べ」と明記下さい。

調査トピック

衣替えに関する調査

- ✓ ミドルエイジの衣替え実施率は92.6%、約半数の人は9月に実施。
✓ 頭を悩ます衣替え、7割以上の方が「タイミング迷う」と回答。
タイミングの決め手1位は「肌で季節の変化を感じたら」
- ✓ 衣替えも時短の時代！主婦の時短衣替え事情が明らかに。
✓ 衣替えは「1時間以上～3時間未満」で済ますことが判明！
ミドルエイジは「手洗い」に好意的？約6割が手洗いを「面倒には思わない」と回答。
- ✓ ミドルエイジ衣替え市場に商機あり、市場規模は約2000億円以上！
✓ 衣替えで約90%の人がクリーニング利用し
35%はクリーニング代に5000円以上も支出すると判明！
- ✓ クリーニング代節約のために約9割の人が工夫をしていると回答。
✓ 一張羅はクリーニング、手洗いできるものは家で洗うという
「衣替え洗濯二極化」が明らかに。

家洗いに関する調査

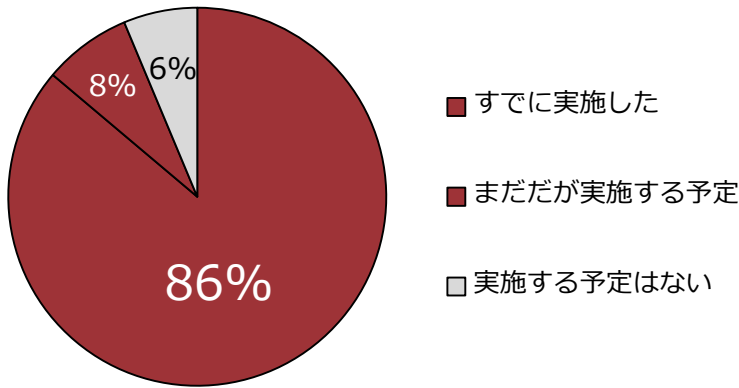
- ✓ 高まる家洗い需要、約6割の人が近年「家洗いが増えた」と
増加理由1位は約80%が「家洗いできる服が増えた」、次いで60%が「節約」と回答。
- ✓ 「家洗いできる服」は当たり前？9割以上が、服購入時に「洗濯表示」を確認。
約9割が家洗いできる服を「積極購入する」ことも明らかに！
- ✓ まだまだ残る家洗いへの懸念、約8割の人は家洗いに不安が残ると回答。
具体的な不安は、型崩れ・縮みなど！約8割は洗濯での「失敗」経験もあり。

ミドルエイジの衣替え実施率は92.6%、約半数の人は9月に実施。
頭を悩ます衣替え、7割以上の人「タイミング迷う」と回答。
タイミングの決め手1位は「肌で季節の変化を感じたら」

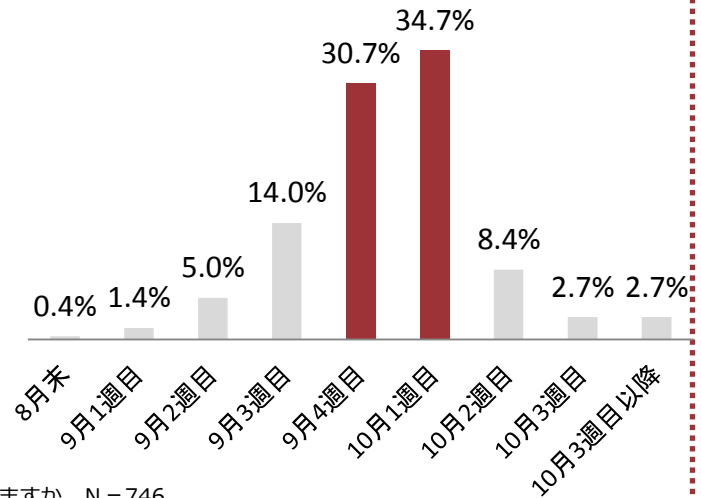
今年は衣替えを実施する（した）予定があると回答した人は94%という結果となり、ミドルエイジのほぼ全員が今年衣替えを実施することが判明した。また実施時期は、最多は10月1週目と歳時記通りになった一方で、約半数は9月中旬に実施するということも明らかに。「衣替えを実施するタイミングに迷いますか？」という質問に対して、約4分の3が「迷う」と答えた。実施するタイミングに関しては「肌で季節を感じたら」という回答が76.4%と最多になった。

衣替えといえば10月1日というイメージがあるが、ミドルエイジは「肌で季節の変化」を感じ、約半数が9月に衣替えを実施しているということが明らかになった。

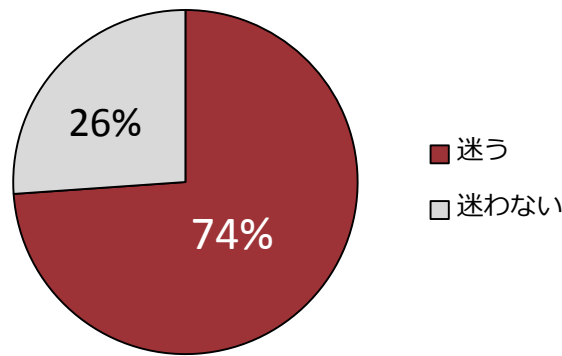
Q.今年衣替えを実施する（した）予定はありますか N = 808



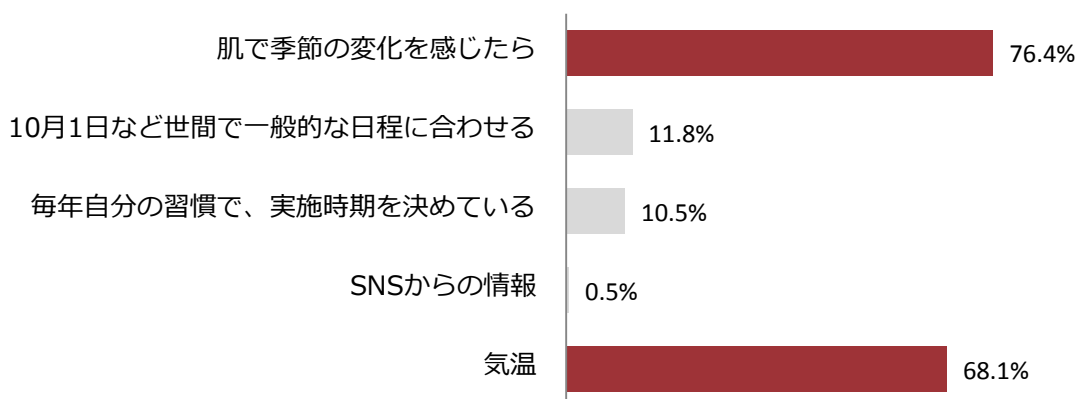
Q.いつ衣替えを実施する予定ですか N = 714



Q.衣替えを実施するタイミングに迷いますか N = 746



Q.衣替えを実施するきっかけは何ですか N = 753



**衣替えも時短の時代！主婦の時短衣替え事情が明らかに。
衣替えは「1時間以上～3時間未満」で済むことが判明！
ミドルエイジは「手洗い」に好意的？約6割が手洗いを「面倒には思わない」と回答。**

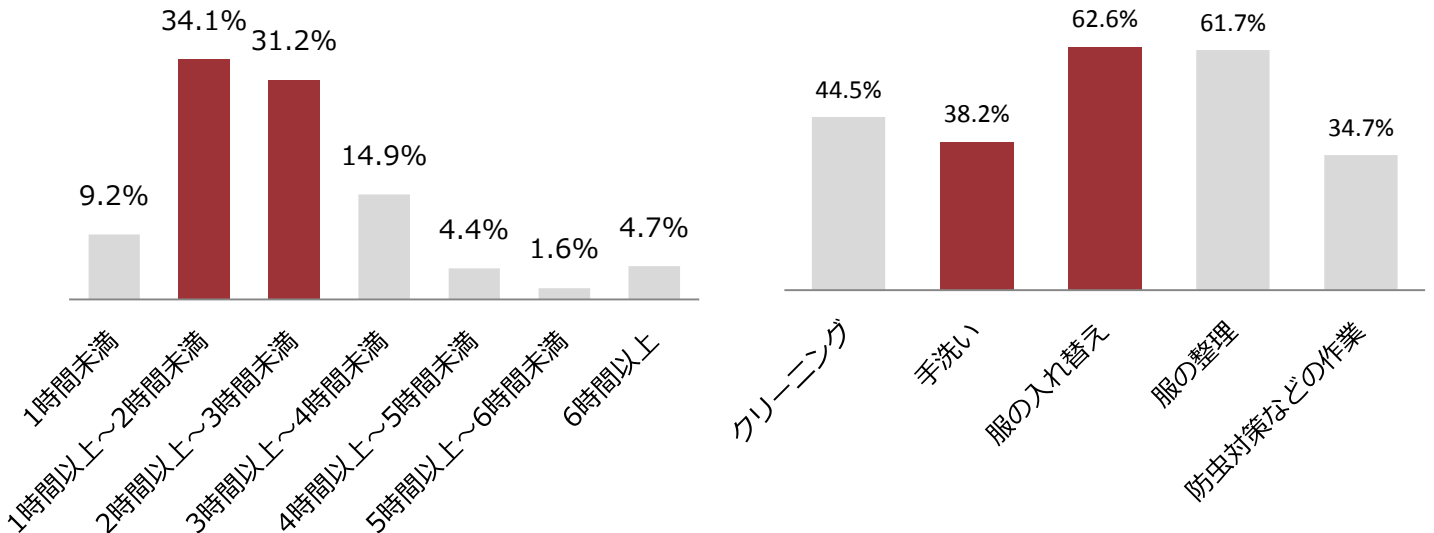
「衣替えにどの程度時間をかけますか？」という質問に対して、最多回答は「1時間以上～2時間未満」、次いで「2時間以上～3時間未満」という結果となった。

「衣替えの時に面倒だと思うことは何ですか？」という質問に対して、1位は62.6%が回答した「服の入れ替え」となった一方で、「手洗い」を面倒と回答した人は38.2%にとどまった。

多くの人が衣替えを1時間以上～3時間未満で済むというミドルエイジの時短衣替え事情と合わせて、ミドルエイジの多くは面倒と思われがちな手洗いを、面倒と感じていないことが判明した。

Q.衣替えにどの程度時間をかけますか N = 751

Q.衣替えの時に面倒だと思うことは何ですか N = 749



**ミドルエイジ衣替え市場に商機あり、市場規模は約2000億円以上！
衣替えで約90%の人がクリーニング利用し
35%はクリーニング代に5000円以上も支出すると判明！**

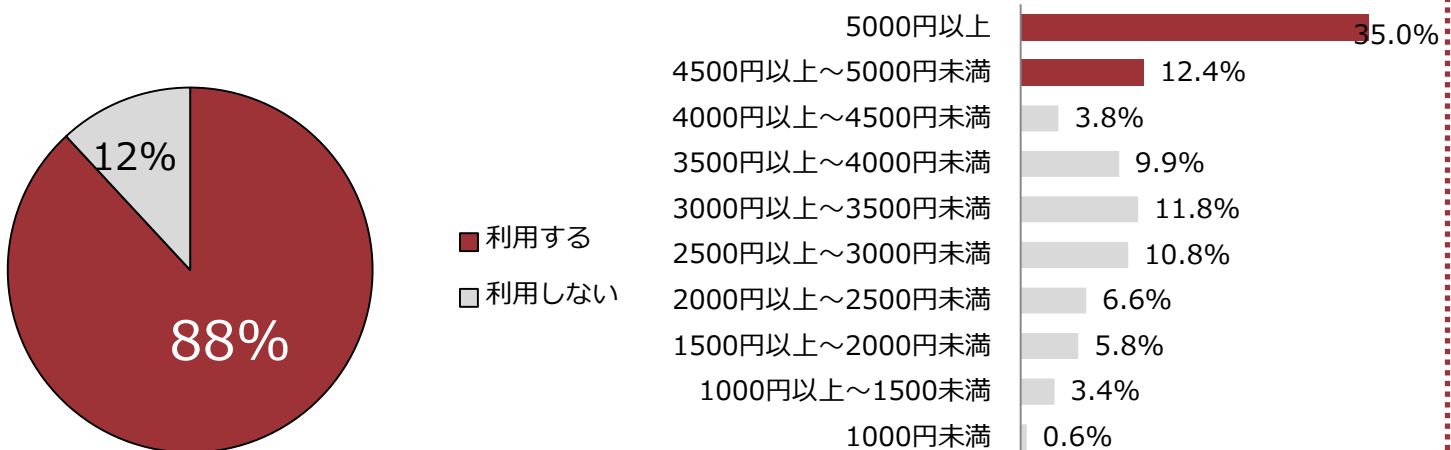
「衣替えの際に、クリーニングを利用しますか？」という質問に対して、約9割の人が「利用する」と回答した。また「利用される方は一度のおおよその支出額を教えてください」という質問に対して、最多は35%の人が回答した「5000円以上」と、次いで12.4%の人が回答した「4500円以上～5000円未満」となった。

また統計庁が2014年9月に公表した、「年齢(5歳階級)、男女別人口」によると、40代～60代女性は全国に約2616万人。そのため、全国のミドルエイジは年2回の衣替えで、最低でも約2000億円以上支出しているという「ミドルエイジの衣替え市場の商機」が浮き彫りとなる結果となった。

※ (0円×0.6%×2616万人+1000円×3.4%×2616万人+1500円×5.8%×2616万人…) ×年2回 で算出

Q.衣替えの際に、クリーニングを利用しますか N = 755

Q.利用される方は一度のおおよその支出額を教えてください N = 678



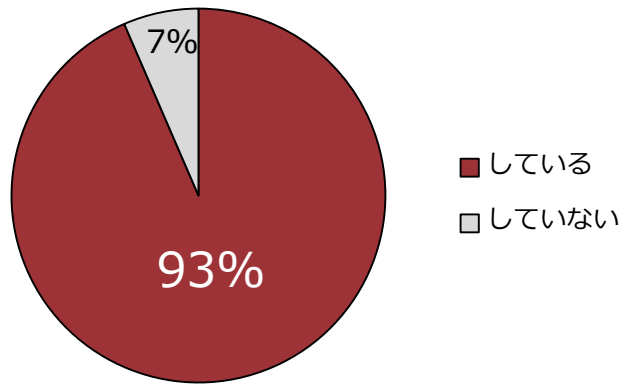
クリーニング代節約のために約9割の人が工夫をしていると回答。
 一張羅はクリーニング、手洗いで済むものは家で洗うという
 「衣替え洗濯二極化」が明らかに。

「クリーニング代節約のために、何らかの工夫をしていますか」という質問に対して、約9割が「工夫をしている」と答えた。工夫の第1位は92%が選んだ「家洗いで済ませるものは済ませる」、次いで57.7%が選んだ「クリーニング屋のキャンペーンなどを利用する」という結果となった。また、44%の人が「家洗いで済まないものはなるべく買わない」と回答し、家洗いの需要拡大を示唆した。

衣替えの際に「クリーニング」「家洗い」する衣類の種類を質問したところ、「コート」「ジャケット」などの一張羅はクリーニングを利用、「ブラウス」「Yシャツ」などは家洗いすることが分かった。

9割の人が衣替えでクリーニングを利用する一方で、「家洗いで済ませるものは済ませる」ということが明らかとなり、衣替え洗濯における「二極化事情」が明らかとなった。

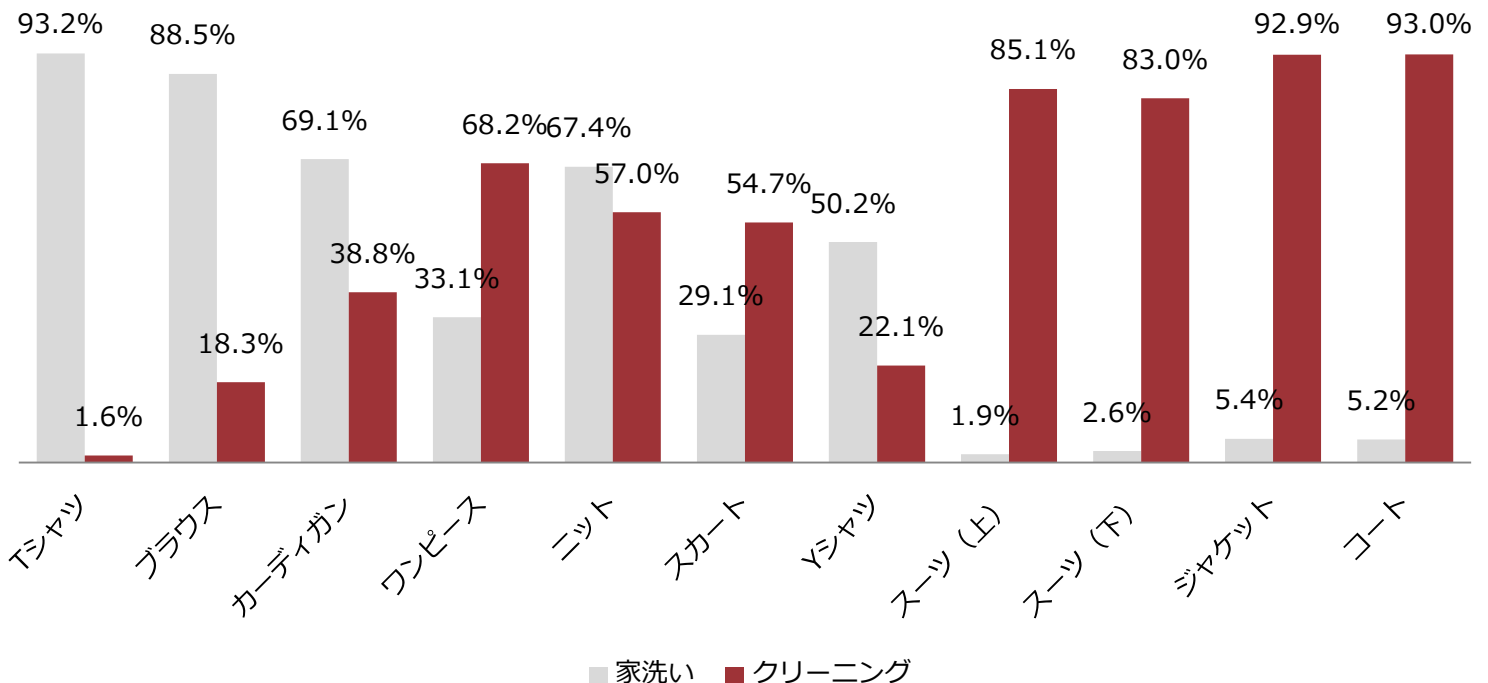
Q. クリーニング代節約のために、何らかの工夫をしていますか N = 738



Q. .どんな工夫をしていますか N = 697



Q. .衣替えの際に、「クリーニング」「家洗い」する衣類の種類を教えてください N = 755

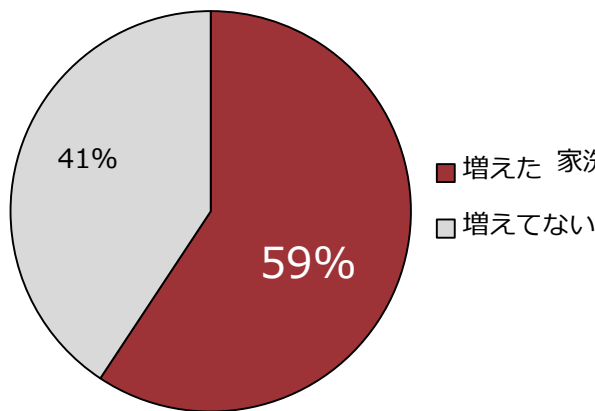


高まる家洗い需要、約6割の人が近年「家洗いが増えた」と増加理由1位は約80%が「家洗いでできる服が増えた」、次いで60%が「節約」と回答。

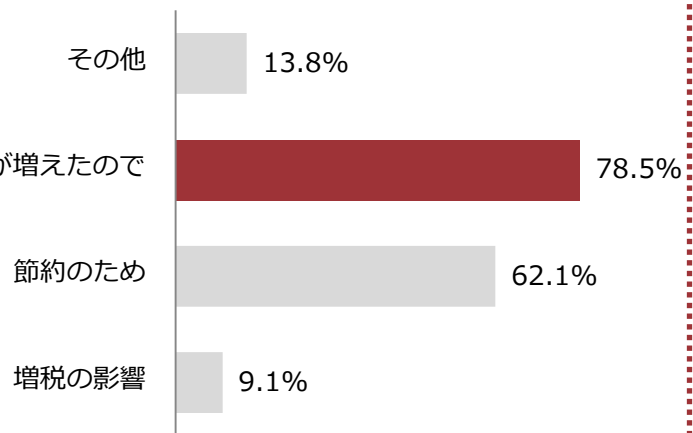
「ここ一年で、家洗いの頻度が増えた」と回答した人は、約6割という結果となった。「なぜ家洗いが増えたのですか？」という質問に対しては、最も多い回答で78.5%が「家洗いでできる服が増えたので」を洗濯。次いで62.1%が選んだ「節約のため」、9.1%の人が選んだ「増税」がランクインした。その他にも「洗濯機の機能の向上」「家洗い用洗剤の普及」などの回答が上がった。

家洗いでできる服が多く販売されていることに加えて、「節約」「増税」などの影響で多くの人が「家洗いの増加」を感じていることが分かった。

Q.ここ一年で、家洗いの頻度は増えましたか N = 808



Q.なぜ家洗いの頻度が増えたのですか N = 498

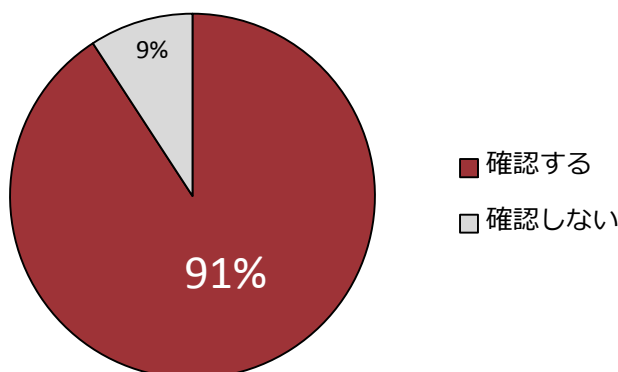


**「家洗いでできる服」は当たり前？
9割以上が、服購入時に「洗濯表示」を確認。
約9割が家洗いでできる服を「積極購入する」ことも明らかに！**

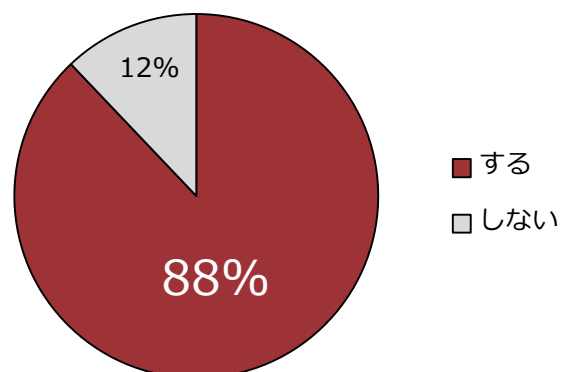
91%の人が「服を構購入する際に、洗濯表示を確認する」ことが判明した。また「服を構購入する際に、家洗いでできる服を積極的に購入しますか」という質問に対して、88%の人が「積極的に購入する」と回答した。

服の購入の際には、選択表示の確認は当たり前ということだけではなく「積極的に購入する」ということが判明し、「服購入前には、家洗いでできるかどうかを必ずチェックする」という時代の流れが明らかとなった。

Q.服を構購入する際に、洗濯表示を確認しますか N = 808



Q.服を構購入する際に、家洗いでできる服を積極的に購入しますか N = 808



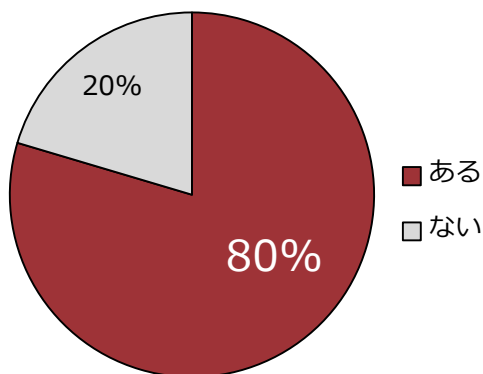
**まだまだ残る家洗いへの懸念、約8割の人は家洗いに不安が残ると回答。
具体的な不安は、型崩れ・縮みなど！約8割は洗濯での「失敗」経験もあり。**

約8割の人が「家洗いの際に不安なことはある」と答え、具体的には「型崩れ」「色落ち」「しわ」などが不安の声としてあがった。

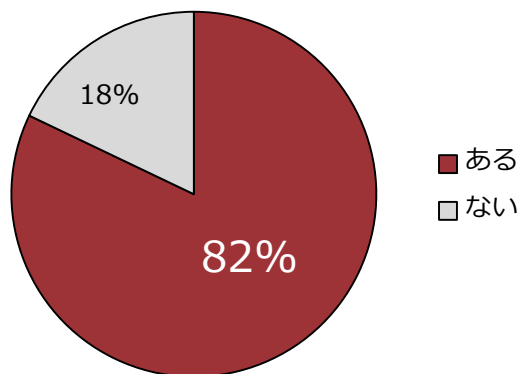
また「家洗いでの失敗談はありますか」という質問に対して、約8割は「ある」と回答した。具体的な失敗談には「洗濯の不安」と同様に、「型崩れ」「色落ち」「しわ」などがあがった。

「家洗い」が浸透する一方で、ミドルエイジは「家洗い」への不安を拭えないでいることが分かった。DoCLASSEは、家洗いを不安に感じる人も簡単に・気持ちよく家洗いでできる「ウォッシュャブル商品」を発売している。

Q.家洗いの際に不安なことはありますか N = 808



Q.家洗いでの失敗談はありますか N = 808



**DoCLASSEからは2014年秋
心地よく、家洗いでできる「ウォッシュャブルニット」が新登場**

**①ウォッシュャブルニット・クルーネック
9,900円+税**

気温が高い時季でも心地よく着られる、上質なシャリ感のニット。

ポイントは衿と裾裏からちらりと覗くポップな配色と、クルーネックの開き具合。

首まわりをすっきり見せ、中にシャツを着ても、一枚でさらりと着ても決まります。

淡色も濃色も、着こなしに今の空気を感じさせる美しい発色。



**②ウォッシュャブルニット・チュニック
12,900円+税**

- ・形が美しい
 - ・着まわしのきく色と上質感
 - ・じゃぶじゃぶ洗える
- という3つが特徴。

すべてかなえたこの一枚は、衿と裾の裏にこっそり配色のアクセントもポイント。

ボートネックの開き加減も絶妙で、中に着るシャツやお手持ちのベルトでいかようにも着映える。



**③ウォッシュャブル・レース・カーディガン
12,900円+税**

旬のコンパクトなシルエットでショート丈と、前から見ると極めてシンプルな作り。

振り返ると背には一面、可憐なレース。

インナーもボトムスも選ばないので、スタイリングの主演として毎日着まわせる、しなやかな着心地も特長。

