

衣類のクリーニングについての意識調査 クリーニング店からの離脱は「引っ越し」と「価格」が影響

【調査結果サマリー】

1. クリーニングを出すのは季節の変わり目で、「半年に 1 回程度」
2. クリーニングで重視するのは「品質」と「価格」
3. クリーニング店からの離脱理由は「引っ越しをして店舗が遠くなった」と「料金が高いと感じた」



お客さまの声を最先端の分析でファン増加につなげる企業、株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は過去に衣類のクリーニングサービスを利用したことがある「ファンくる」会員名 1,745（男性 366 名、女性 1,379 名）に衣類のクリーニングについて調査を実施しました。

衣類をクリーニングに出す頻度については、「半年に 1 回程度」が 39%で最も多く、次いで「2～3 か月に 1 回」が 27%、「月に 1 回以上」が 16%という結果でした。衣類をクリーニングに出すタイミングとしては、「季節の変わり目（衣替えのとき）」が最も多く挙げられました。

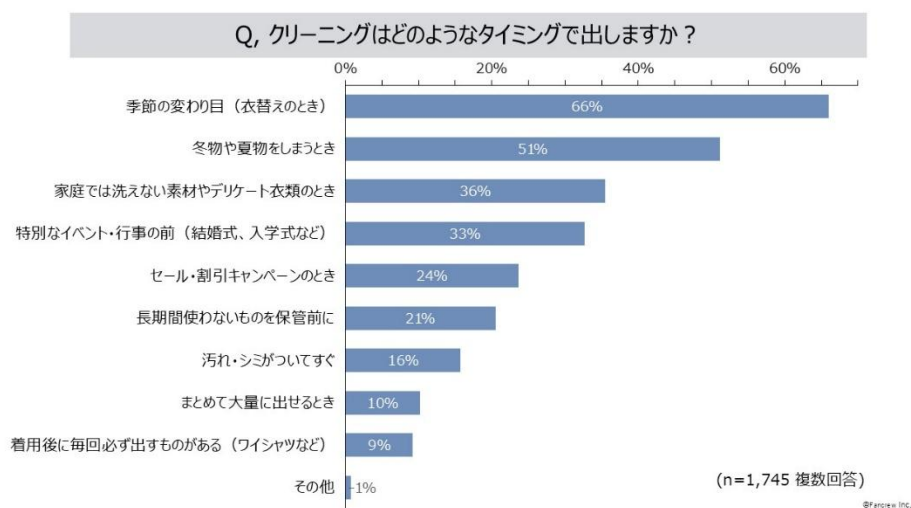
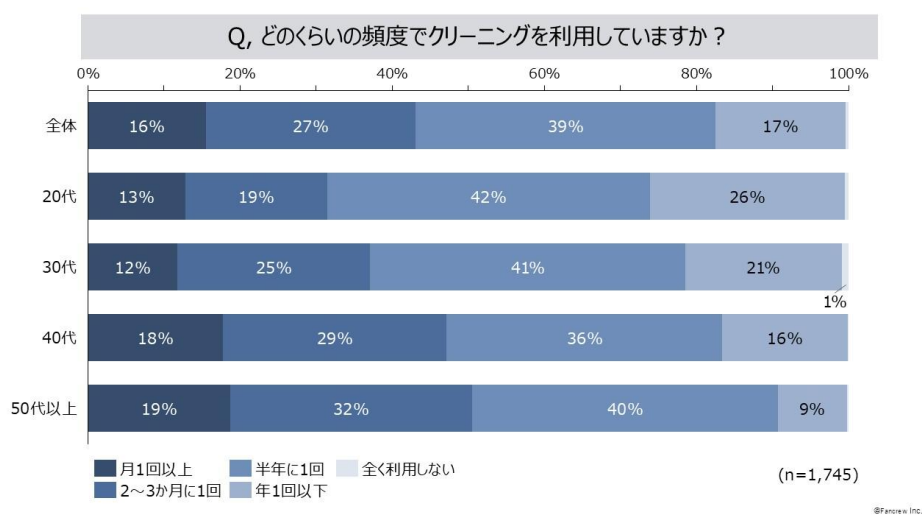
クリーニング店を選ぶ際に重視する点としては、「品質」と「価格」があり、いずれも 9

0%以上の方が「重要」と回答しています。

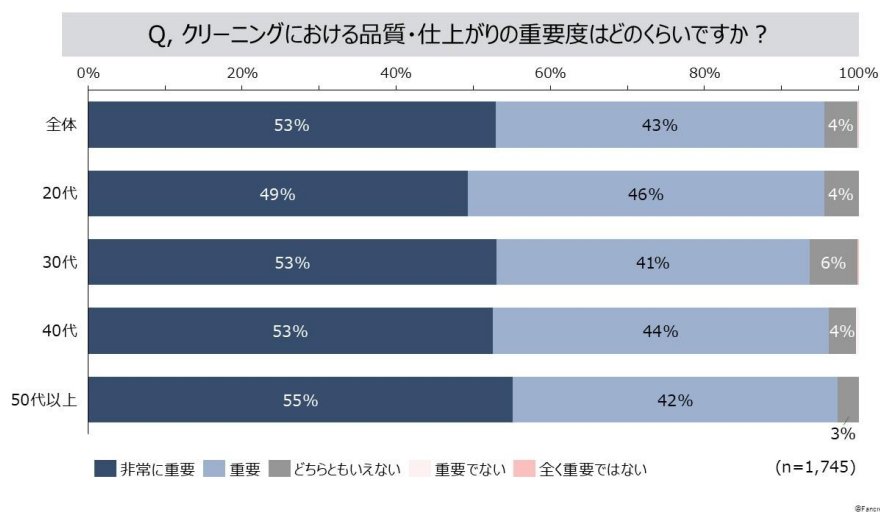
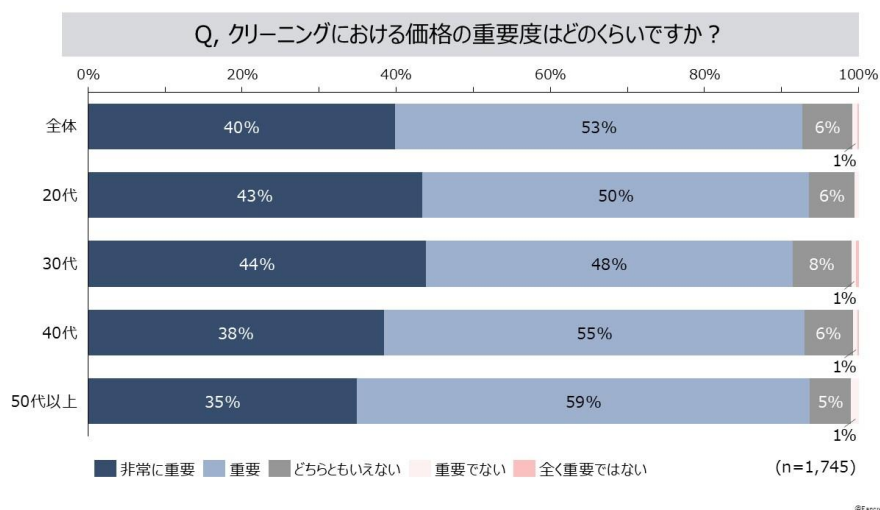
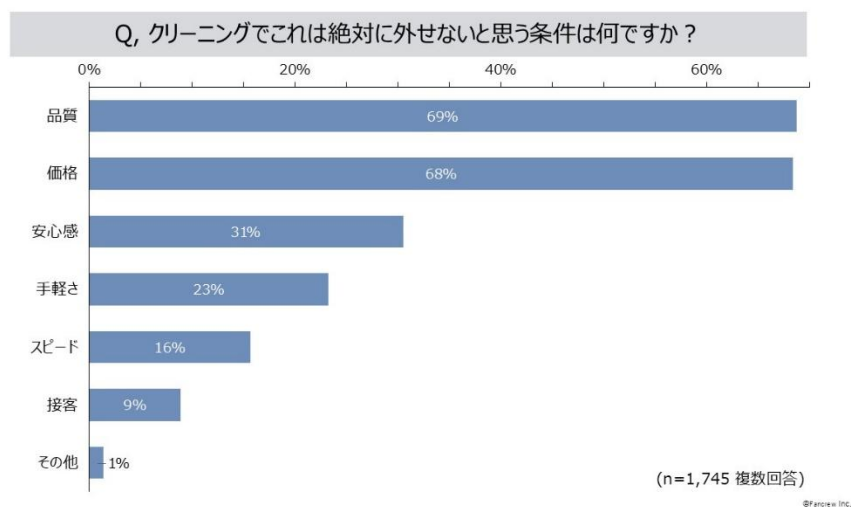
また、かつてクリーニング店を利用していたものの、現在は利用していないと答えた方は42%にのぼり、その理由として多く挙げられたのは「引っ越しをして店舗が遠くなった」と「料金が高いと感じた」でした。

【調査結果】

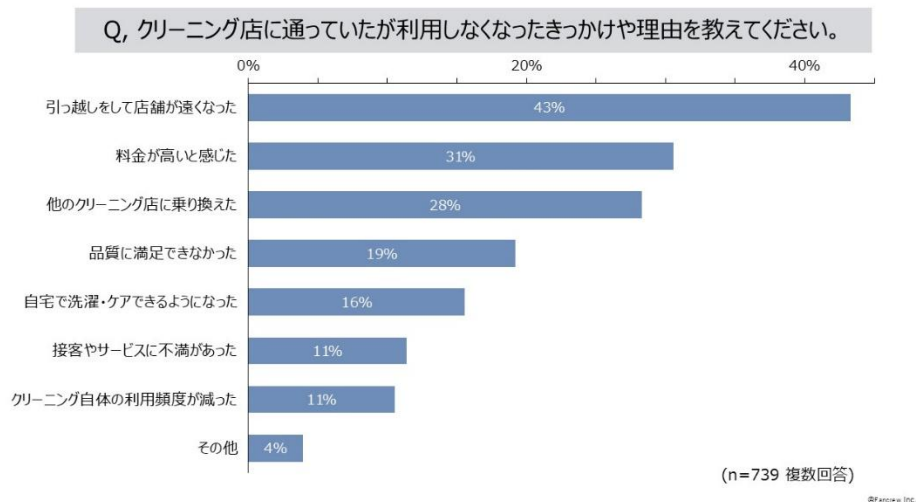
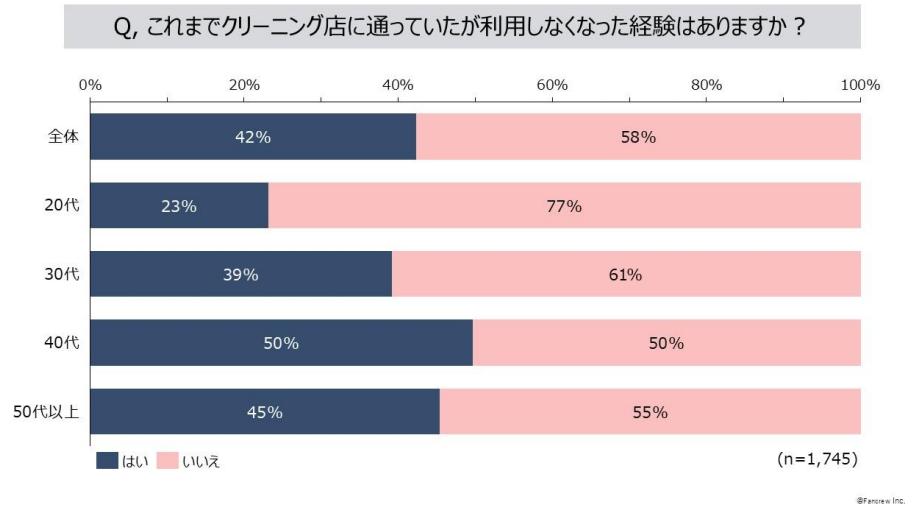
1. クリーニングを出すのは季節の変わり目で、「半年に1回程度」



2. クリーニングで重視するのは「品質」と「価格」



3. クリーニング店からの離脱理由は「引っ越しをして店舗が遠くなった」と「料金が高いと感じた」



本調査では、これ以外にも 1 回あたりのクリーニングの平均利用料金など、全 27 問で回答を得ています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 150 万人のユーザー

回答者数：1,745 名（男性 366 名、女性 1,379 名）

調査時期：2025 年 5 月 14 日～5 月 27 日

調査項目：衣類のクリーニングについての消費者調査

設問数：27

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる（Fancrew Inc.）調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」（<https://www.fancrew.jp>）リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



お客様や従業員の声を独自の特許技術で分析することにより、店舗運営、商品開発、営業活動、従業員エンゲージメント等の向上を支援する様々な Web サービスをあらゆる業界に対して提供しています。また、体験型情報サイト「ファンくる」の運営や、インターネットリサーチなどのマーケティング支援も行っております。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>

【本件に関するお問い合わせ】

- 株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）