

報道関係各位

 2025年12月3日
 株式会社クロス・マーケティング

大掃除は「12月中に実施」する人が34% 浴室、トイレ、窓・網戸が上位

– 大掃除に関する調査（2025年）–

株式会社クロス・マーケティング(本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹)は、全国20歳～69歳の男女を対象に「大掃除に関する調査（2025年）」を実施しました。2025年も残り1か月、新しい年を迎える準備として、大掃除を意識する人が増える季節です。今回は、「大掃除をする時期」「大掃除をする人」「大掃除の内容」「大掃除に対する気持ち」「好き・嫌いな大掃除」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20251203cleaning>

■調査結果

✓ 大掃除をする人は71.3%、しない人は28.7%。

大掃除の時期が決まっている場合「12月下旬」と「12月上旬」と合わせて12月中に行う人は34.0%とボリュームゾーン。時期が決まっていない人は28.6%。20～30代は大掃除をしない人が多い。<図1>

✓ 大掃除の担当は「自分」が87.2%、次いで差が開いて「配偶者・パートナー」36.4%。

女性において「配偶者・パートナー」の割合は少ない。<図2>

✓ 掃除内容は「浴室」「トイレ」「窓・サッシ・網戸」「キッチンの換気扇・レンジフード」「コンロ・IH周りの油汚れ落とし」が上位。<図3>

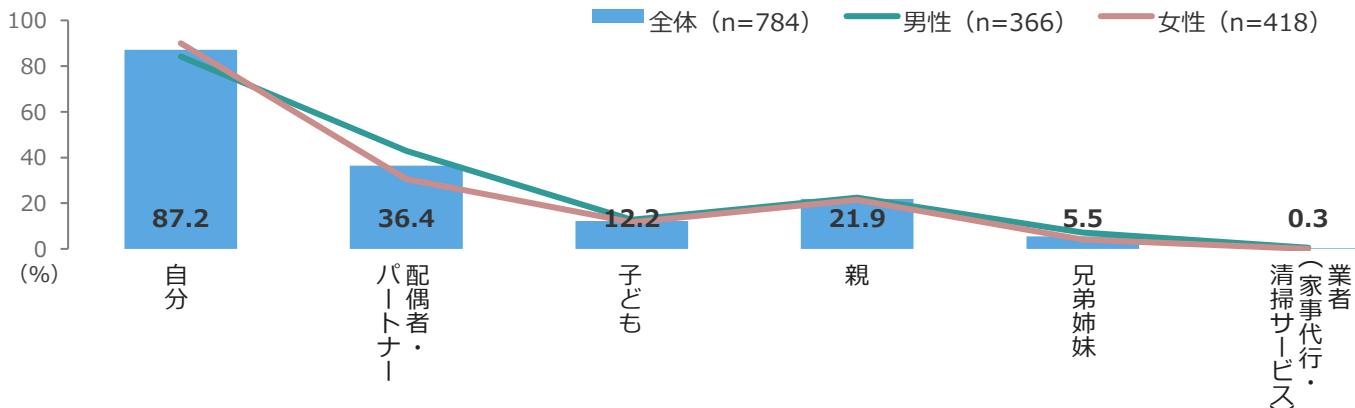
✓ 「家がきれいになると気分がスッキリする」「時間や手間がかかるので負担・面倒に感じる」「完璧にやろうとすると疲れてしまう」と大掃除に対する気持ちちはポジティブとネガティブの双方が高い。<図4>

✓ 好きな掃除は「お風呂のカビ取り」や「換気扇掃除」など。嫌いな掃除は「カビや頑固な油汚れ」「お風呂・トイレ」などで、キッチン周りと水回りが多い。掃除の後はきれいにすることで気持ちが「穏やかになる」「さっぱりする」の声があがつた。<図5・図6>

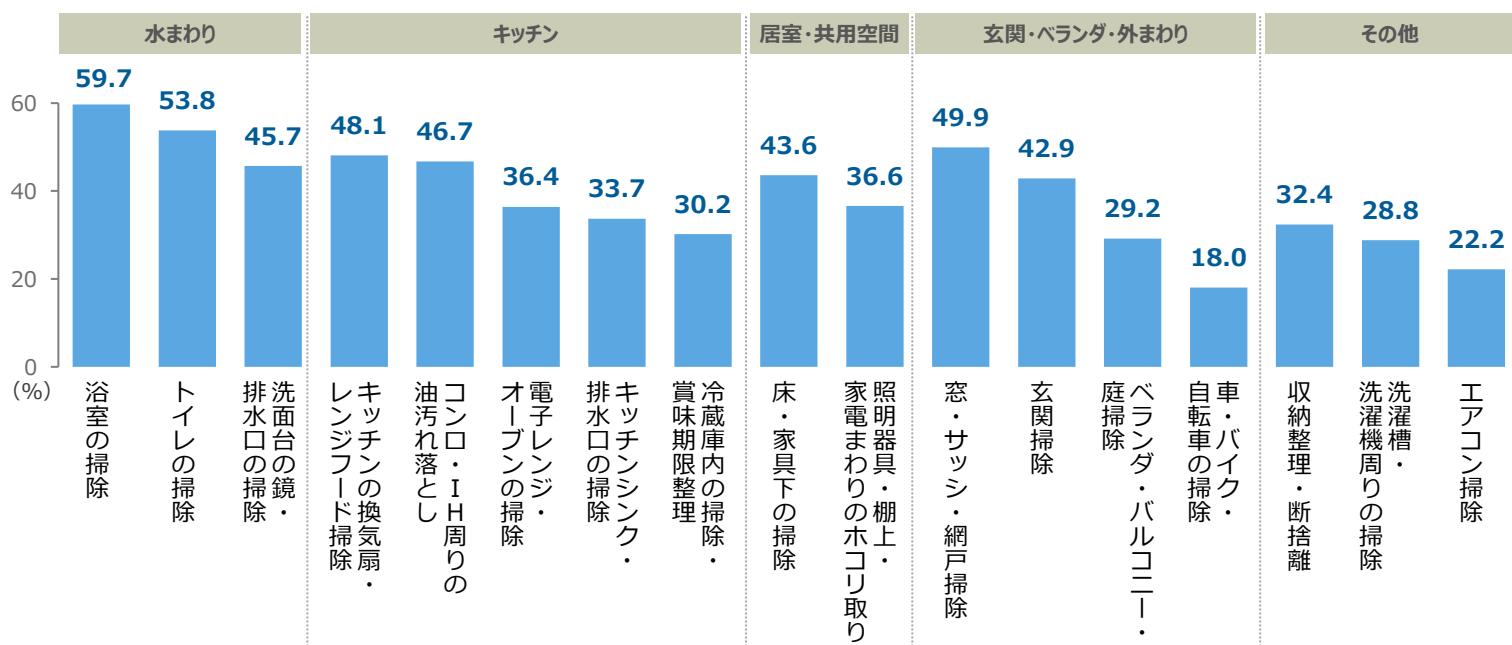
<図1> 大掃除をする時期（単一回答）

n=	11月以前に大掃除した	12月上旬に大掃除する予定	12月下旬に大掃除する予定	1月以降に大掃除する予定	時期は決めておらず、できるときに実施する予定	大掃除はしない	大掃除をする計
全体 (1,100)	7.2	10.2	23.8	1.5	28.6	28.7	71.3
20代 (220)	11.8	6.8	25.9	4.5	20.0	30.9	69.0
30代 (220)	5.0	9.1	24.5	0.9	26.4	34.1	65.9
40代 (220)	6.4	9.5	25.0	0.9	34.1	24.1	75.9
50代 (220)	6.8	10.9	21.4	0.9	30.9	29.1	70.9
60代 (220)	5.9	14.5	22.3	0.0	31.8	25.5	74.5 (%)

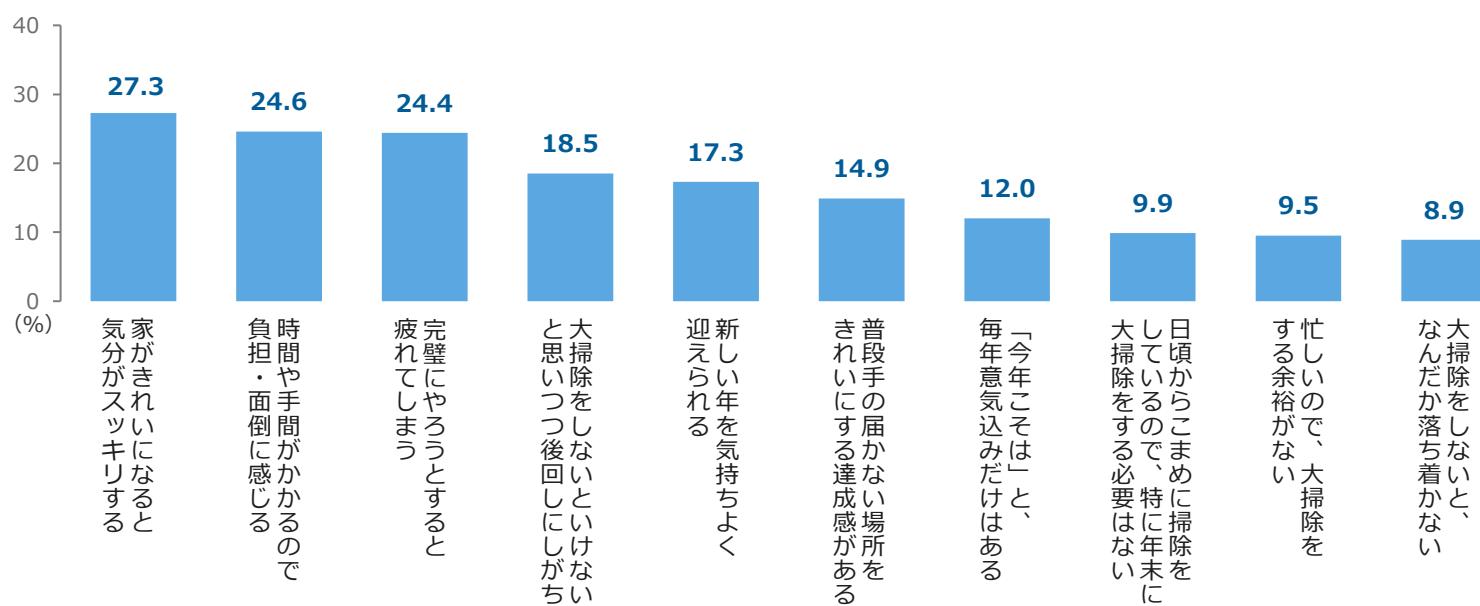
＜図2＞ 大掃除をする人（複数回答） ※大掃除をする人ベース



＜図3＞ 大掃除の内容（複数回答 : n=784）※大掃除をする人ベース



＜図4＞ 大掃除に対する気持ち TOP10（複数回答 : n=1,100）



<図5> 好きな大掃除の内容と理由（自由回答一部抜粋）

- ・ 1年に一回、物の見直しもあり断捨離にもつながる。（女性40代）
- ・ お風呂場のかび取りをすると浴室が明るくなった気がする。浴槽のお湯もキレイになったような気分になる。（男性60代）
- ・ カーテン洗いと窓拭き。綺麗になったカーテンと窓を見ると年末だなあって思うから。（女性50代）
- ・ キッチン周りの掃除。こういうときでしかなかなかやれないが、時々汚れが気になるので。（女性20代）
- ・ トイレ掃除。いつも以上に壁から床、便器など徹底的にきれいにすることで気持ちも穏やかにすっきりさっぱりするから。（女性50代）
- ・ 家具や家電に溜まったホコリの除去掃除は好き。理由はホコリをぞそりとるのは比較的簡単な作業なのと、綺麗になったのが視覚的によくわかり、すっきりするから。（男性30代）
- ・ 換気扇の掃除。1年間の汚れを落とすのが気持ちいい。（男性40代）
- ・ 玄関の掃除でドアや床玄関まわりをきれいにすると運気があがってくるような気がする。（女性40代）

<図6> 嫌いな大掃除の内容と理由（自由回答一部抜粋）

- ・ お風呂掃除、屈んだりが大変だから。既にカビが酷くてゲンナリするから。（女性40代）
- ・ カビや頑固や油汚れ等、汚れを落とすのに苦労する掃除は、手間がかかり負担に感じるので、苦手。（男性30代）
- ・ キッチンまわりはこまめに掃除していないので油よごれとか洗剤等を使っての掃除が時間がかかるて大変だと思った。（女性40代）
- ・ トイレや風呂は面倒くさいし、汚れが落ちにくいので苦手。（女性60代）
- ・ ほぼすべて 日ごろからこまめにできればいいが疲れきっていてそれも不可能。（男性40代）
- ・ 嫌なのは換気扇の掃除。油汚れでべたべたするし、洗剤や重曹を使ってもなかなか落ちない汚れなので時間がかかる。（女性60代）
- ・ 床の雑巾がけ。物が置いてあるので避けるため効率的にかけられない。（男性30代）
- ・ 水回りは普段から使うのに掃除をサボりがちなので、大掃除は余計に憂鬱な気分になる。（女性30代）
- ・ 整理・整頓の作業。どちらか手をつけていいかよく分からないから。（女性40代）

■調査項目

属性設問

大掃除の内容

大掃除をする時期

大掃除に対する気持ち

大掃除をする人

好きな大掃除・嫌いな大掃除とその理由

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20251203cleaning>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)

調査地域 : 全国47都道府県

調査期間 : 2025年11月28日（金）～29日（土）

調査対象 : 20～69歳の男女

有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>

所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立 : 2003年4月1日

代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«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・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」