

## 洗車に関する消費者調査 1カ月に1回洗車する人は4人に1人

GfKジャパン(東京:中野区)は、全国のドライバー11,795名に対し、洗車に関するインターネット調査※を実施し、その結果を発表した。

### 【概要】

- ・ 主要な洗車場所は、「ガソリンスタンド」と「自宅の駐車場・庭」で二分。
- ・ 年代が上がるにつれ「自宅」洗車派が増え、「ブラシ」「ワックス」の所有率も高まる。
- ・ 洗車頻度は「1カ月に1回」と「3カ月に1回」で過半。運転の好き嫌いで洗車頻度に差。

### 【洗車の場所】

全国のドライバー約11,800名に洗車で最もよく利用する場所※1を尋ねた。結果、「ガソリンスタンド」が39%、「自宅の駐車場・庭」が38%で、主要な洗車場所であることが分かった(図1)。年代で見ると、「ガソリンスタンド」の割合が最も高かったのは30代で47%に達した。以降、年代が上がるほど「ガソリンスタンド」の割合は減少し、代わりに「自宅の駐車場・庭」が増加した。年代が上がるにつれ洗車における節約志向が強くなることが垣間見られる結果となった。

### 【所持する洗車用品】

所持する洗車・お手入れグッズについて調査したところ、61%が「洗車スポンジ」、48%が「車用シャンプー」を持っていると回答した。次いで「洗車ブラシ」(37%)、「車用ワックス」(36%)となったが、この2製品の所有率は、前述の“自宅洗車志向”を裏付けるように年代ごとの差異がみられた。同2製品の所有率は「自宅」洗車派が多い60代以上では40%超と高く、30代を15%ポイント以上上回った(図2)。

### 【洗車の頻度】

洗車の頻度を尋ねたところ、「1カ月に1回」が27%、「3カ月に1回」が28%となった(図3)。また、「不定期」も25%おり、定期的に行う層とそうでない層に分かれた。女性では「不定期」が30%に上っており、洗車を定期作業として捉えている人が男性ほど多くないことが伺えた。

洗車頻度は、年代では大きな違いがなかったが、運転の好き嫌いでは明確な違いがあった。運転が好きなドライバーでは「1カ月に1回」の割合が31%に上昇。逆に運転が嫌いなドライバーではその割合が19%へ低下し、「半年に1回」と「1年に1回」が合わせて25%を占めるまでに高まった。

なお、北海道、東北、九州では、「1カ月に1回」が30%超を占め、定期的によく洗車する人が多かった。これらの地域では、洗車場所で「自宅」をあげる割合が少なく、「ガソリンスタンド」等の割合が高かった。頻繁に洗車するからこそ、節約より利便性を求める傾向にあることが伺えた。

図1.最もよく利用する洗車場所※1

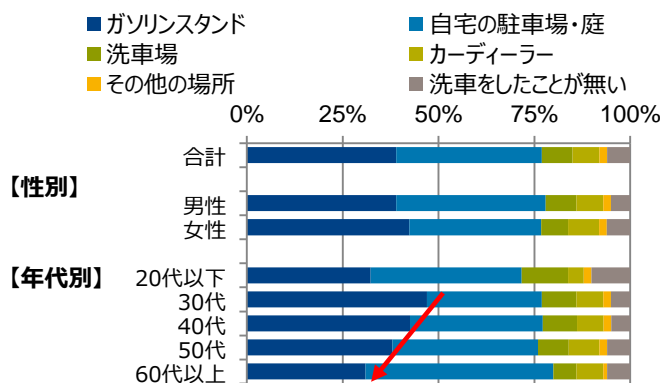


図2.所持する洗車・お手入れグッズ (複数回答)

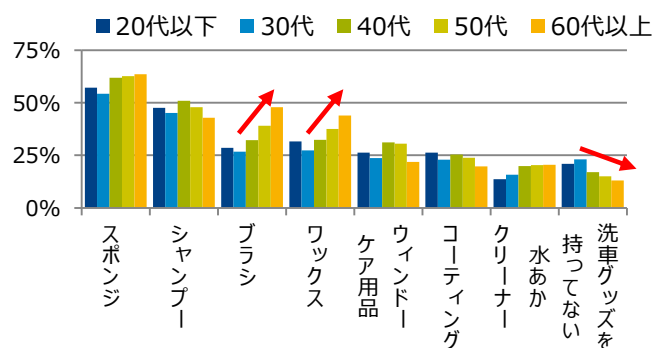
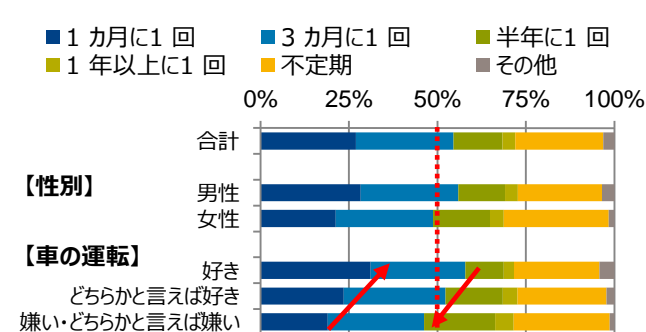


図3.洗車の頻度



※「洗車に関する調査」概要

- 調査期間: 2017年5月1日～5月14日(計14日間) ■ 調査方法: インターネット調査
- 調査対象: 自動車保有者 11,795名 \*セルごとの割り付けはせず、ノンウェイト集計

回答者属性(性、年代、居住都道府県)、車関連属性(保有台数、うち軽自動車台数、車利用頻度)

※本リリースに関するお問い合わせ先

GfK ジャパン  
広報グループ 茶野 絢子  
tel : 03-5350-4623 Email : [info.jp@gfk.com](mailto:info.jp@gfk.com)  
<http://www.gfk.com/jp>