

# 猛暑時代の新習慣？ 若年層で広がる「夏の大掃除」、20代の約2割が実施

～7月20日「夏の大掃除の日」直前調査～

株式会社ナック（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：川上 裕也）は、宅配水サービス「クリクラ」が制定した7月20日「夏の大掃除の日」を前に、全国の20～60代の既婚男女500名を対象に「家庭の“夏の大掃除”実態調査」を実施しました。

調査の結果、夏に大掃除を行った人の約75%が「やってよかった」と回答し、その満足度の高さが明らかになりました。一方で、依然として「大掃除＝年末」のイメージは根強く、実施には心理的ハードルが存在しています。そんな中、近年の猛暑による在宅時間（イエナカ時間）の増加や、カビ・菌への衛生意識の高まりが、夏の大掃除を後押ししている可能性が示されました。

## 調査サマリー

- 大掃除＝年末のイメージ **60代は85.0%、20代は69.0%**
- 大掃除を行う時期は冬がトップも **20代の19.0%は「夏の大掃除」実施**
- 夏に大掃除をする理由 **「カビ・菌対策」「酷暑でイエナカ時間増」多数**
- 夏だからこそ気になる点TOP2 **「カビの発生」「菌・雑菌の増殖」**
- 今後、夏の大掃除を **「取り入れたい」52.4%**

NAC

## 調査概要

調査名：家庭の「夏の大掃除」実態調査

調査方法：インターネット調査

調査期間：2026年6月19日～6月22日

対象：全国20～60代の既婚の男女500名

※本調査では小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

※調査結果をご紹介いただく際は、「株式会社ナック調べ」と注釈をご記載ください。

## 「夏の大掃除の日」制定の背景とクリクラの社会的役割

「夏の大掃除の日」は、小中学校の夏休み直前のタイミングに合わせて、冬だけでなく夏も衛生的で安心な生活環境づくりの習慣化を呼びかけるべく、2025年7月にクリクラが制定した記念日です。

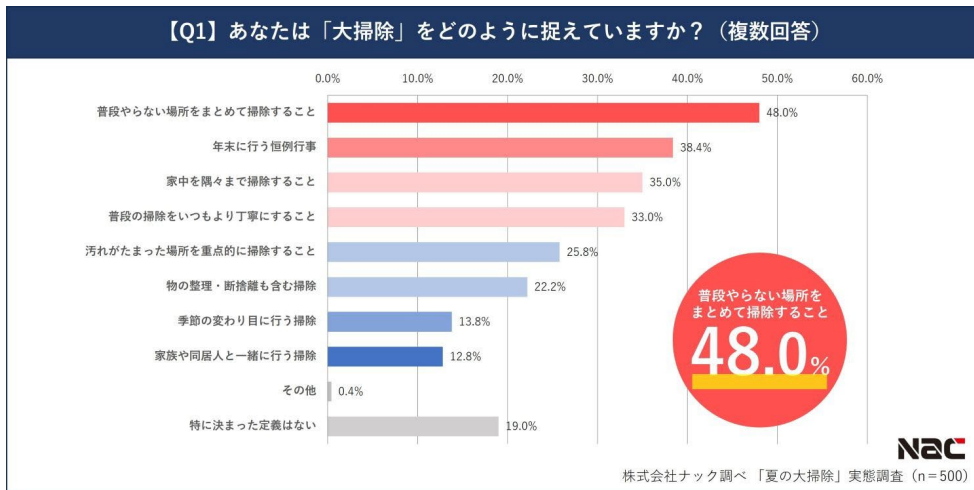
冬の大掃除が年末の恒例行事として定着している一方で、気温・湿度が高くなる夏こそ、カビや雑菌の繁殖が活発になる季節です。特に水回りなどの衛生管理は、快適な暮らしを維持するうえで、より重要なポイントとなります。この記念日が、そうした夏特有の衛生課題に改めて目を向けるきっかけとなれば幸いです。



## 調査結果

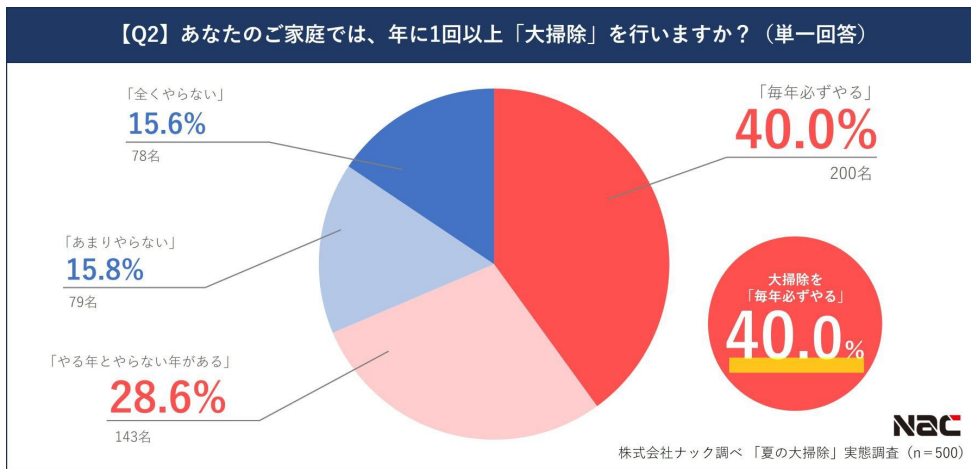
### <1. 大掃除と聞いて思い浮かべること>

「普段やらない場所の掃除」が最多。年末の恒例行事という認識も未だ強い



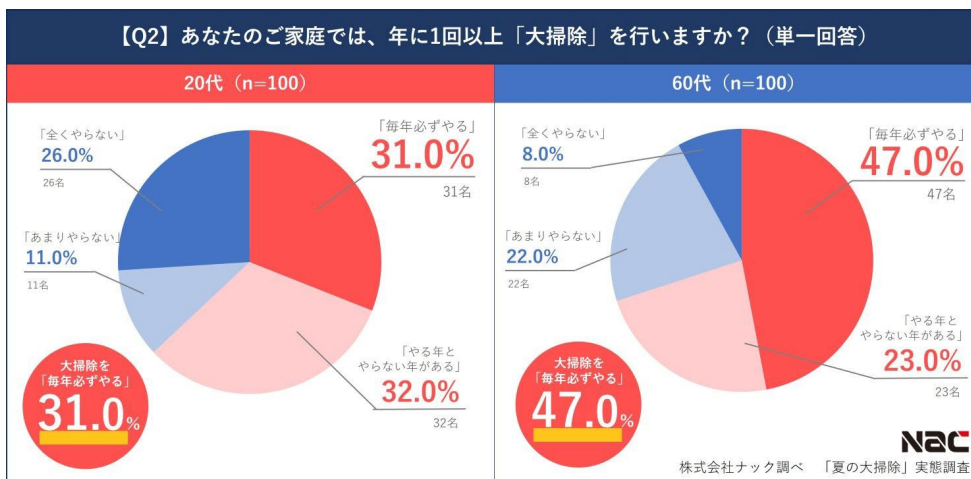
「普段やらない場所をまとめて掃除する」との回答が最多となり、大掃除は日常清掃とは別の“イベント的行為”として認識されていることが分かりました。同時に「年末の恒例行事」という回答も多く、大掃除のタイミングは依然として固定化されています。つまり、大掃除は広く浸透している一方で、「時期の柔軟性」はまだ低い状態にあると考えられます。

## <2. 大掃除の実施頻度> 4割が「毎年必ずやる」。大掃除そのものは生活に定着



大掃除は年代に関わらず多くの家庭で実施されており、日本の生活習慣としてしっかり根付いていることが分かります。頻度も「毎年必ずやる」「やる年とやらない年がある」が上位を占め、定期的の大掃除を実施している人が多いことが明らかになりました。

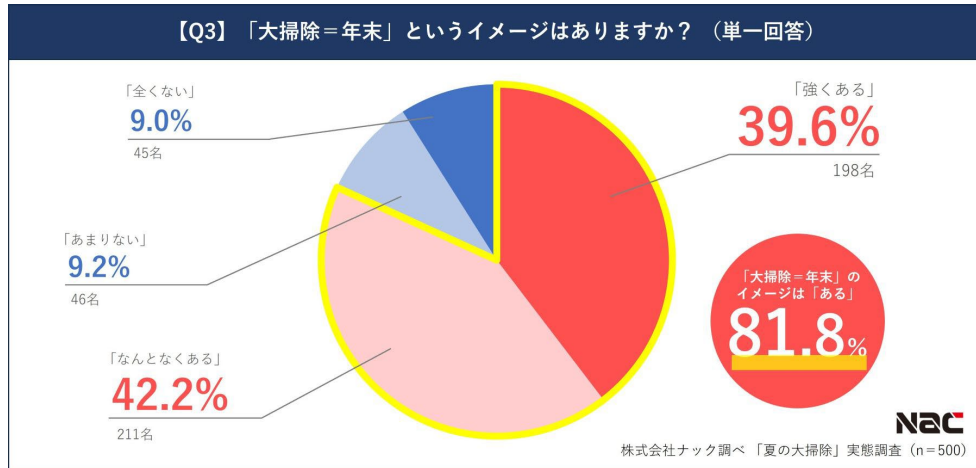
## 20代は「毎年必ずやる」約3割、60代は約5割と実施頻度に世代差あり



20代では「毎年必ずやる」が31.0%にとどまる一方、60代では47.0%に達し、年代が上がるほど大掃除が習慣として定着している傾向が見られました。若年層では「やる年とやらない年がある」と回答した人も多く、大掃除への意識は共通しているものの、実施頻度には世代ごとの違いがうかがえます。

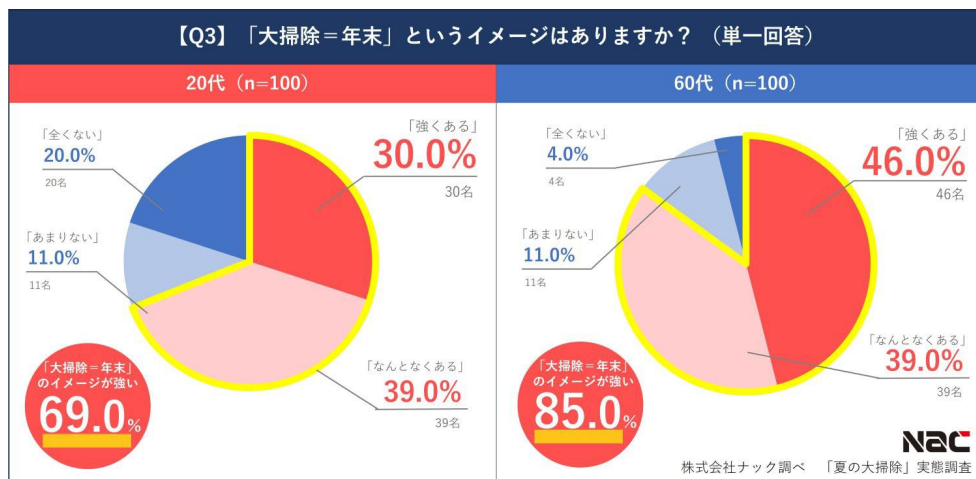
## <3. 大掃除の年末イメージ>

全体の約8割が「大掃除＝年末」のイメージを持っている



「大掃除＝年末」というイメージについて、全体の39.6%が「強くある」、42.2%が「なんとなくある」と回答し、計81.8%が“大掃除は年末にやるもの”という認識を持っていることが明らかになりました。

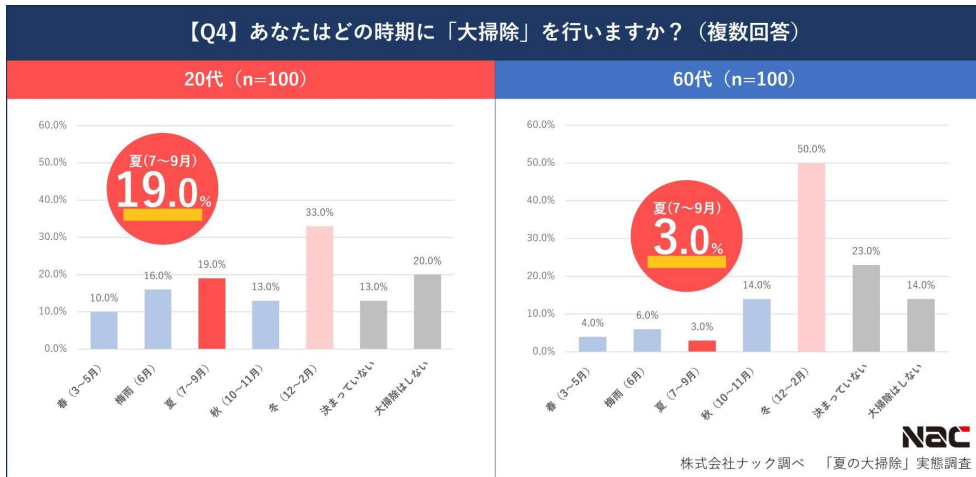
## 若年層ほど「大掃除＝年末」という固定観念の薄まりが顕著に



年代別に見てみると、20代は「全くない」という回答が60代より16%多い20.0%という結果になりました。このことから、若年層ほど従来の習慣に縛られない柔軟な価値観を持っていることが分かります。将来的には、こうした世代の影響により、“大掃除の時期”が多様化していく可能性が高いと考えられます。

## <4. 大掃除を行う時期>

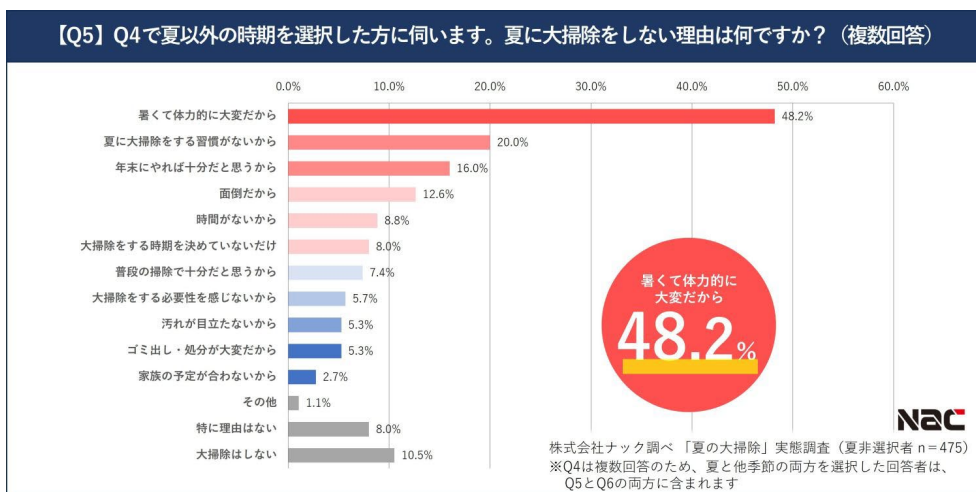
### 20代は約5人に1人が「夏の大掃除」実施、世代間で大きな差



60代では冬が半数、夏は3.0%とごく少数だった一方、20代では19.0%が夏に大掃除を実施していることが分かりました。この結果は、世代間で大掃除に対する価値観や生活スタイルが大きく異なることを示しています。特に若年層では、共働き世代の存在や在宅時間の増加による合理的な家事志向の高まりを受けて、時期分散が進んでいると考えられます。

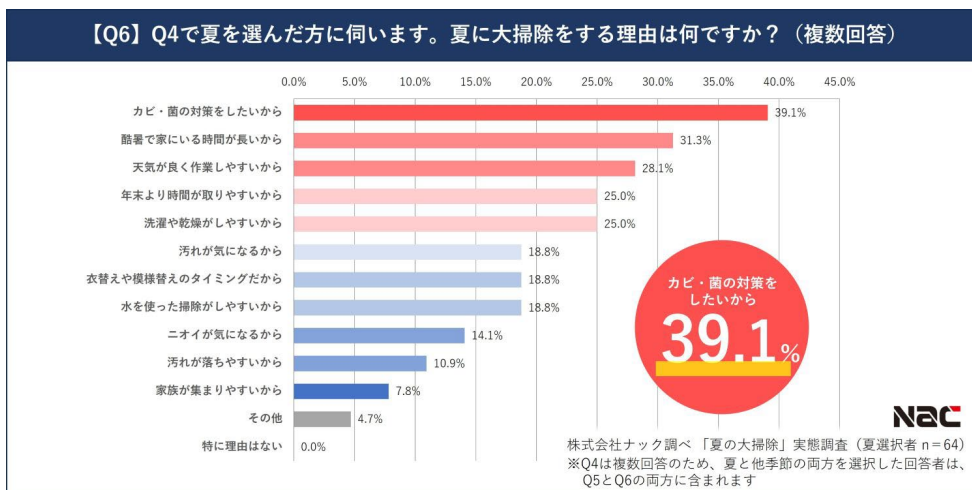
## <5. 夏に大掃除をしない理由>

### 「夏の大掃除」実施の最大のハードルは、“暑さ”と“習慣のなさ”



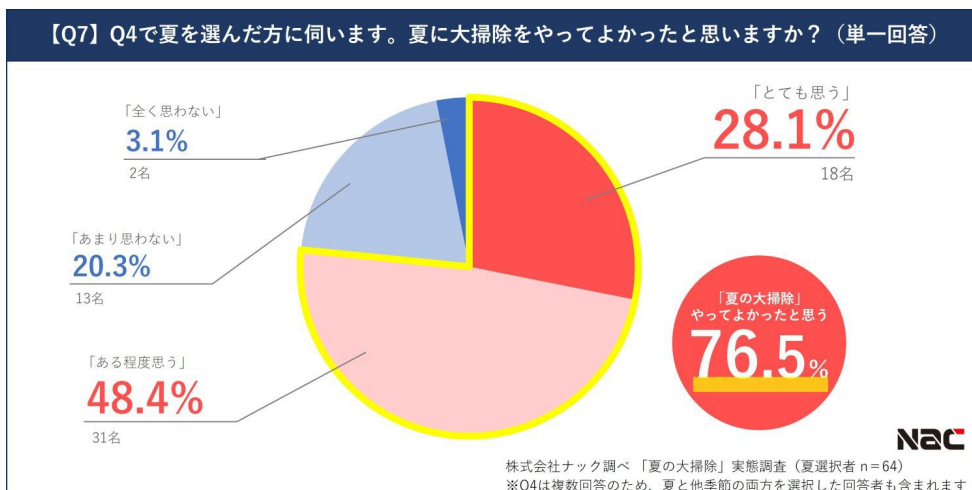
夏に大掃除をしない理由1位は「暑くて体力的に大変」、2位は「習慣がない」という結果になりました。1位に関しては、年代別に見てみると60代では61.0%、20代では28.9%となり、60代の割合の高さが反映された結果といえます。また、Q3・Q4の結果からも分かる通り、そもそも「夏の大掃除」というイメージや習慣がないことも要因となっているようです。

## <6. 夏に大掃除をする理由> 「カビ・菌対策」が約40%、「在宅時間が長い」が約30%と多数



夏に大掃除をする主な理由は、「カビ・菌対策」「在宅時間が長い」など、夏特有の生活環境にあるようです。特に近年の猛暑により外出を控える傾向が強まり、家庭内の快適性への関心が高まっています。気温や働き方などの環境変化が「夏の大掃除」のニーズを高めていることが分かります。

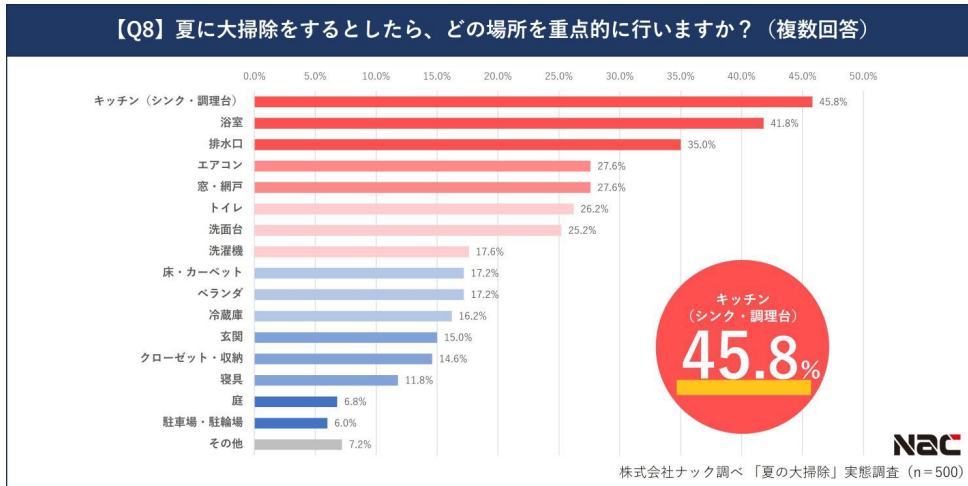
## <7. 夏の大掃除の満足度> 実施者の約75%が満足、やれば価値を実感



夏の大掃除をやってよかったと「とても思う」「ある程度思う」と答えた人は合計76.5%となり、夏の大掃除の満足度は大変高い結果となりました。これは、実施前に感じていた負担（暑さなど）を上回るメリットが実感されているといえます。

## <8. 夏に掃除したい場所>

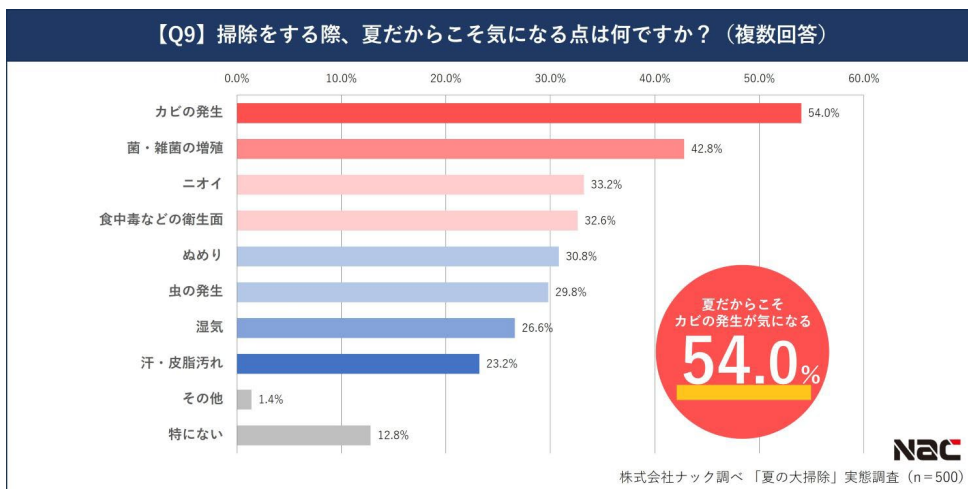
### キッチン・浴室・排水口など“水回り”が上位独占、衛生意識の高さを反映



キッチン、浴室、排水口などの水回りが上位を占める結果となりました。これらは湿気や温度の影響を受けやすく、夏特有のリスクが高い場所といえます。このことから、夏の大掃除は“見える汚れ”よりも“見えない汚れ”や“衛生管理”を重視している人が多いと考えられます。

## <9. 夏の掃除で気になる点>

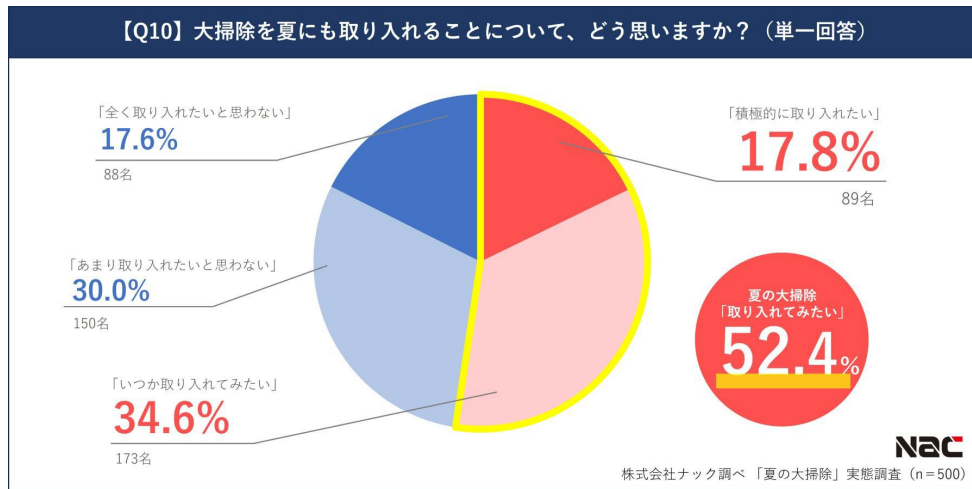
### 「カビ・菌・ニオイ」への不安が顕在化



「カビの発生」「菌・雑菌の増殖」「ニオイ」がトップ3となり、Q8と同様に夏は“見えない汚れ”や“衛生面”に不安を抱える人が多いことが明らかになりました。Q1の結果と比べると、大掃除は「普段やらない場所をまとめて掃除する」という認識が強い一方、夏は夏特有のニーズがあることが見て取れます。

## <10. 夏の大掃除意向>

### 賛否は分かれるも、約5割が「取り入れてみたい」と回答



夏の大掃除を実際に取り入れたいかどうかについては、賛否が分かれる結果となりました。しかし、すでに実施した人の満足度が高いことから、未経験者にとっては「大掃除は年末にやるもの」という無意識の心理的ハードルが主な障壁と考えられます。

## 調査結果を受けて

本調査の結果、大掃除＝年末というイメージは根強いものの、**若年層では「夏の大掃除」を実施している人が約20%いる**ことが分かりました。夏に大掃除をする理由としては、「カビ・菌対策」「在宅時間が長い」など、**夏特有の生活環境によるもの**が多く挙げられています。気温や湿度などによる夏特有の汚れ、暑さゆえの在宅時間の増加といった環境変化が「夏の大掃除」のニーズを高めていることが分かりました。

また、「夏の大掃除」を実施した人の満足度が高いことから、「カビ・菌対策」に一定の効果を見出していたり、在宅時間の増加などの**環境変化に即した“合理的なタイミング”として満足している人が多い**と考えられます。全世代でも半数以上の人々が「夏の大掃除を取り入れてみたい」と感じており、今後は夏に大掃除をする人がますます増えていくのではないかと推察できます。

## 夏は“見えない汚れ”にご注意を！ ウォーターサーバーの衛生状態は…？

### ■ウォーターサーバーも定期的なメンテナンスが重要

カビや菌が繁殖しやすい夏は、水回りだけでなく飲料機器の衛生管理も重要です。特にウォーターサーバーは日常的に使用する一方で内部の清掃が難しく、いつの間にか“見えない汚れ”が蓄積する場合があります。

### ■クリクラは「サーバー丸ごと！超殺菌※」

宅配水「クリクラ」では、年に1回サーバー本体を丸ごと交換するメンテナンス体制を整えています。ウォーターサーバーの衛生管理に特化したメンテナンスセンターで1台ずつ分解・洗浄・殺菌し、毎日使う冷・温水のコックなどは新品にお取替えすることで、家庭では難しい内部まで清潔な状態を維持します。

※クリクラ(宅配水)独自の洗浄・殺菌のメンテナンス方法を指します。本方法で99.9%の除菌効果を社内試験にて確認済み（2024年6月、当社研究所調べ）

## 補足資料

### ■ 株式会社ナックについて <https://www.nacoo.com/>

当社は、1971年に株式会社ダスキンのフランチャイズ加盟店として創業して以来、「暮らしのお役立ち」を軸として、積極的な事業領域の拡大を行ってまいりました。2021年には創業50周年を迎え、現在ではダスキン事業を中核とするレンタル事業に加え、宅配水事業を展開するクリクラ事業、地場工務店の経営支援を行う建築コンサルティング事業、住宅事業、美容・健康事業と、「暮らし」と「住まい」に関わる幅広い領域において全国のお客様とダイレクトにつながりを持ち、さらなる成長を続けております。

### ■ クリクラについて <https://www.crecla.jp/>

クリクラは2002年の事業開始以来、「安心・安全」を理念に、暮らしに寄り添う宅配水サービスを提供してきました。「水」という生活インフラを扱うブランドとして「長く、変わらず、安心して使い続けられる品質」を守るため、全国約400の配送拠点による自社配送の対面サービスをはじめ、全国のプラントによる安定した水質管理、ウォーターサーバーの衛生管理に特化した独自のメンテナンスセンターを設けるなど、品質管理体制を構築。クリクラが目指すのは「100年先まで信頼され、使い続けられるウォーターサーバー」。これからも、暮らしの当たり前を支え、守り続けるサービスとして、その責任を果たしてまいります。

#### 会社概要

社 名 : 株式会社ナック  
設 立 年 : 1971年5月20日  
資 本 金 : 6,729,493,750 円  
代 表 者 : 川上 裕也  
社 員 数 : 連結1,699名 (2026年3月末現在)  
本 社 所 在 地 : 東京都新宿区西新宿1-25-1 新宿センタービル42階  
電 話 番 号 : 03-3346-2111 (代表)

<本件に関するお問い合わせ>

株式会社ナック IR・広報室 担当: 加藤

TEL : 03-3346-2870 / FAX: 03-3348-4311 MAIL : irpr@nacoo.com