

## — 洗車に関する調査 — 1か月に1回以上洗車をする人が42%

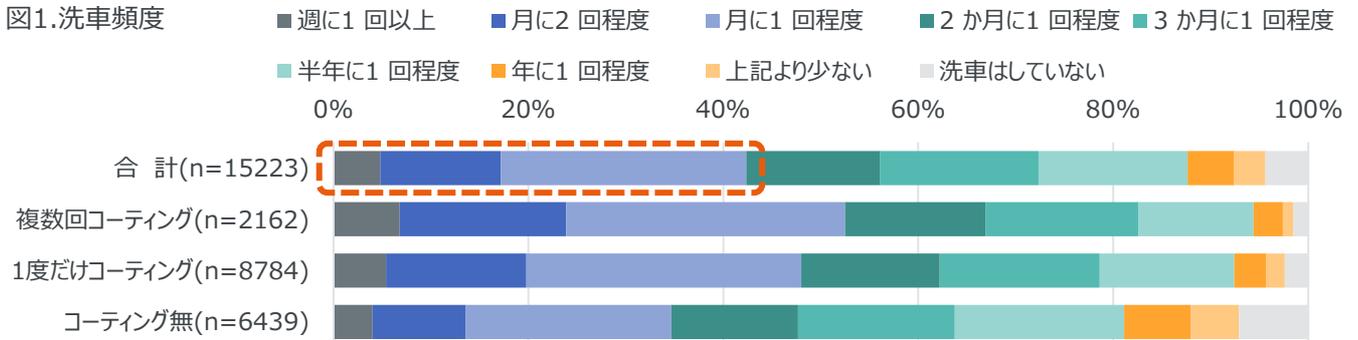
GfK Japanは、自動車を所有するユーザー15,223人を対象に洗車に関するインターネット調査※を実施し、その結果の一部を発表した。

### 【概要】

- ・ 自分で手洗いする人が49%と約半数を占めた。洗車機利用者は41%で、お店の手洗い洗車（有償）は7%。
- ・ 洗車の頻度は「月に1回程度」が25%で最多。1か月に1回以上洗車をする人は42%に上った。
- ・ 洗車機利用者は「時間の節約（50%）」と「手間の省略（36%）」を利用理由の上位に挙げた。

### 【洗車頻度、きっかけ、洗車手段】

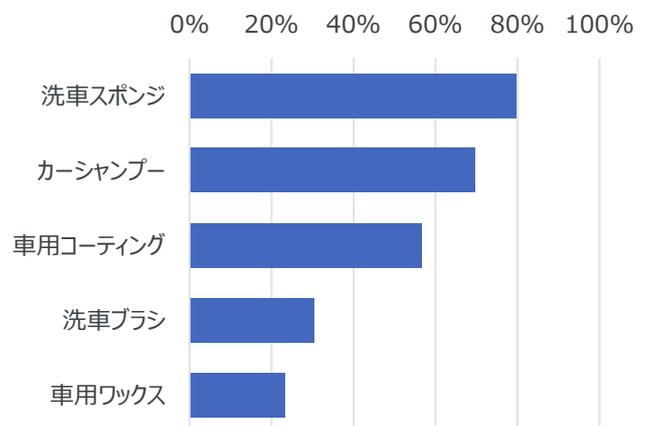
自動車保有者15,223人に対し洗車の頻度について調査したところ「月に1回程度」のペースで洗車をする人が最も多く25%を占め、月に1回以上洗車をする人は42%に上った（図1.オレンジ枠）。「3か月に1回程度」が16%、「半年に1回程度」が15%であった。車にコーティングをしている人は月に1回以上洗車をする割合が高く、購入時などに1度コーティングをした人では48%、複数回コーティングをした人では53%と愛車を綺麗に保ちたいという意識がうかがえる。洗車のきっかけでは「ボディの汚れが目立った」という回答が79%と圧倒的に多く、2番目の「前回から一定期間が経過」は19%、3番目の「フロントガラスの汚れが目立った」は16%に留まった。月に2回以上洗車をする人は「フロントガラスの汚れが目立った」が26%、「雨が降った後」が22%と車の汚れに対して敏感な様子が見られた。主な洗車手段については、自分で手洗いする人が49%、洗車機を利用する人が41%で両者を合わせて9割に至った。また、お店の手洗い洗車（有償）を利用する人は7%であった。



### 【自分で手洗い洗車】

自分で手洗い洗車をする人の多くは自宅の駐車場や庭（86%）で行っており、洗車場を利用する人は9%であった。洗車時に使用する用品では洗車スポンジが80%、カーシャンプーが70%、車用コーティングが57%であった（図2）。カーシャンプーなどの用品を購入する際に参考になっている情報源は「インターネット上のレビューなど」が12%、「商品パッケージ」や「店頭での販促物」が10%、「YouTube動画」が8%であった。洗車頻度が多い人ほどインターネットのレビュー、YouTube動画を見る割合が高い傾向が見られ、よく使うアイテムだからこそ使用感を確認したいものと思われる。

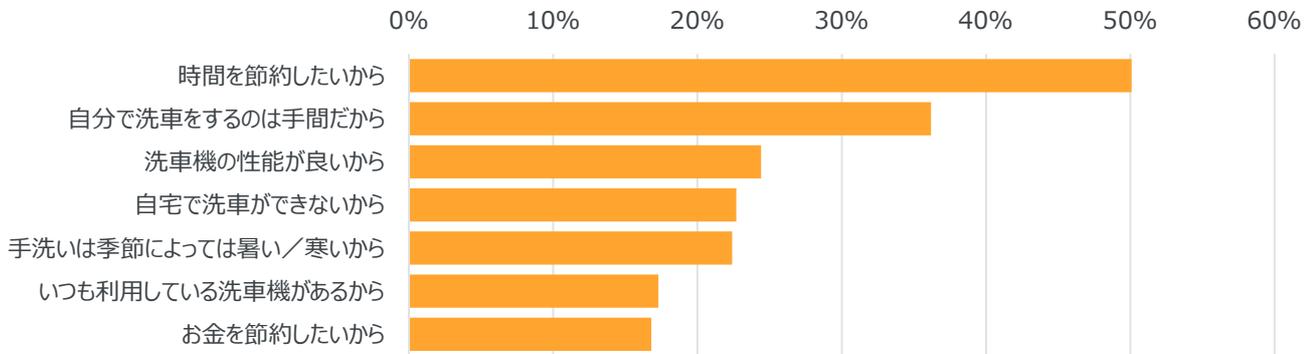
図2. 洗車グッズの利用率（上位5項目）



### 【洗車機利用者】

洗車機を利用する理由は「時間を節約したい」が50%、「自分で洗車するのが手間」が36%と時間や手間を省けることが上位であった（図3）。また、「自宅で洗車ができないから」という回答も23%に上った。洗車機の利用場所は「ガソリンスタンド」が86%と大半を占め、カーディーラーが7%、洗車場が6%であった。洗車機でよく利用するメニューは「シャンプー洗車」が42%、「撥水コート洗車」が34%であった。撥水コート利用者では月1回以上洗車をする人が多く、コーティング未施工車の割合も高いことから、こまめに洗車することで車を綺麗に保ちたいという意識が強いものと思われる。

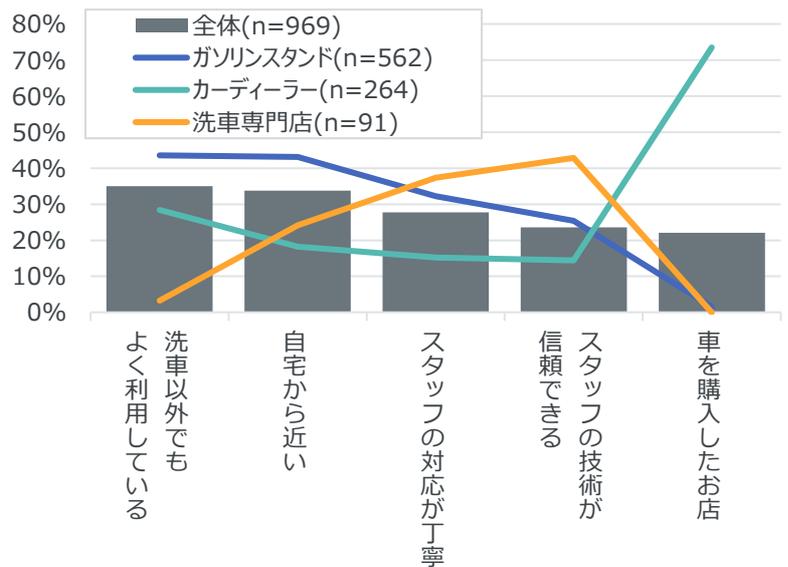
図3. 洗車機利用者 利用理由（上位7項目）



### 【お店の手洗い洗車（有償）利用者】

お店の手洗い洗車を利用する理由は「車全体をまとめてきれいにしてくれる」が55%と最多で、「いつもお願いしているお店/スタッフがいる」が30%と洗車技術を信頼し依頼している様子がかがえる。利用店舗はガソリンスタンド（58%）に続き、カーディーラー（27%）、洗車専門店（9%）であった。その店舗に洗車を依頼した理由については、「洗車以外でもよく利用している（35%）」、「自宅から近い（34%）」が上位に挙げられた。（図4）。洗車専門店の利用者では「スタッフの技術が信頼できる」が最も高く43%であった。車に複数回コーティングを施工したことがある人では、主な洗車手段として「お店の手洗い洗車」を利用する人が17%に上り、車への愛着が高く、美観維持へのこだわりが強い様子が見受けられる。

図4. お店の手洗い洗車（有償）利用者 店舗選定理由（上位5項目）



### ※「洗車に関する調査」概要

- 調査期間：2024年1月29日～2月11日（計14日間）
- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：自家用車保有者 15,223名（ノンウェイト集計）
- 回答者属性：性、年代、居住都道府県、住居形態
- 保有車関連情報：メーカー、ボディタイプ、ボディカラー、新車/中古車、駐車場所、コーティング有無
- 調査内容：洗車頻度、きっかけ、洗車手段、  
 お店での手洗い洗車（利用理由、利用店舗、店舗選定理由、満足度）  
 洗車機（利用理由、利用店舗、利用メニュー、満足度）  
 自分で手洗い洗車（洗車場所、使用グッズ、カーシャンプー種類、コーティング剤種類、参考情報）

本リリースに関するお問い合わせ先

GfK – an NIQ company | Japan  
 Marketing & Communications  
 平川 己津子

Email: [mitsuko.hirakawa@gfk.com](mailto:mitsuko.hirakawa@gfk.com)