

実際の利用者 1,737 人が回答 オリコン顧客満足度®調査 『ハウスクリーニング』利用実態データ

■ ハウスクリーニングを依頼した理由

「プロの手を借りてみたいと思ったから」が34.8%で最多

■ ハウスクリーニングを依頼した箇所×頻度

「エアコンの掃除」は2～3年に1回、他の場所は年1回程度が最多

オリコン株式会社（本社：東京都港区 代表取締役社長：小池 恒、略称：オリコン）は、グループ会社である株式会社oricon MEが、実際のサービス利用者を対象に第三者の立場で実施した4月発表の『ハウスクリーニング』満足度ランキングの2026年調査対象者1,737名に、別途聴取し集計した利用実態データを2026年4月1日（水）14時に発表しました。結果は以下の通りとなりました。



調査設問 & TOPICS

- 1 ハウスクリーニング選定・依頼の際に参考にした情報**
「依頼したサービスの公式サイト」が68.9%で最多
「折込チラシ・投函チラシ」も26.0%とアナログな手法も一定数
- 2 ハウスクリーニングを依頼した理由**
「プロの手を借りてみたいと思ったから」が34.8%で最多
利便性や価格面もサービス利用の決め手に
- 3 依頼した掃除箇所**
「エアコンの掃除」が85.8%で最多
キッチン 浴室など水回りが上位に
- 4 ハウスクリーニングを依頼した場所×頻度**
「エアコンの掃除」は2～3年に1回、他の場所は年1回程度が最多

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合がございます

本レポートは、オリコン顧客満足度®調査 4月発表『ハウスクリーニング』ランキングの2026年調査対象者に別途聴取したデータをまとめたものです。顧客満足度ランキングの詳細については、以下公式サイトランキングページおよびランキングリリース資料PDFをご参照いただければ幸いです。

『ハウスクリーニング』ランキングページ：<https://life.oricon.co.jp/rank-house-cleaning/>

『ハウスクリーニング』プレスリリースPDF：<https://life.oricon.co.jp/information/939/>

本レポートの内容を引用される際は、以下の点にご留意ください。

- ・引用元の記載：「オリコン」または「オリコン顧客満足度®」による調査である旨をご記載ください。
- ・関連リンクの記載：Web上でご紹介いただく場合、「オリコン顧客満足度®」内の該当ランキングページのリンク設置をお願いいたします。

【お問い合わせ先】 ml-cspr@oricon.jp TEL：03-5785-5628 オリコン顧客満足度®広報窓口

1 選定・依頼の際に参考にした情報

■「依頼したサービスの公式サイト」が68.9%で最多

折込チラシ・投函チラシも一定数

ハウスクリーニングを利用した全国の1,737人に「ハウスクリーニング選定・依頼の際に参考にした情報（複数回答）」について聴取したところ、「依頼したサービスの公式サイト」が68.9%で2位以下と約40pt差で最多となりました。

次いで「折込チラシ・投函チラシ（26.0%）」も1/4以上と、インターネットの広告が普及するなかで、紙媒体でのアプローチも未だに需要があることがわかりました。

ハウスクリーニングを依頼する際に参考にした情報（n=1,737 / 複数回答）

順位	情報	割合
1	依頼したサービスの公式サイト	68.9%
2	折込チラシ・投函チラシ	26.0%
3	比較サイト・口コミサイト	21.3%
4	SNSからの情報	14.6%
5	メールマガジン	8.6%
6	その他	8.1%

※数値はTOTAL（全回答者）の高い割合で降順
『ハウスクリーニング』利用実態データ（オリコン顧客満足度*調査）
調査主体：株式会社oricon ME（2026年4月1日発表）

2 利用を決めた理由

■「プロの手を借りてみたいと思ったから」が34.8%で最多

利用のしやすさや価格面も決め手に

つづいて、「ハウスクリーニングの利用を決めた理由（複数回答）」について聴取したところ、「プロの手を借りてみたいと思ったから」が34.8%で最多、次いで「申し込み方法がわかりやすかったから（28.9%）」「料金が安かったから（24.3%）」が続き、「プロに任せたい」というニーズを軸に、利便性や価格面がとくにサービス利用の決め手になっていることが分かりました。

また、「キャンペーンや割引サービスが充実していたから（20.8%）」や「スタッフの対応が良さそうだったから（19.6%）」など、お掃除以外の付加価値を理由に挙げる人も一定数みられました。

ハウスクリーニングの利用を決めた理由TOP10（n=1,737 / 複数回答）

順位	理由	割合
1	プロの手を借りてみたいと思ったから	34.8%
2	申し込み方法がわかりやすかったから	28.9%
3	料金が安かったから	24.3%
4	スタッフの技術力が高そうだったから	23.2%
5	依頼した企業が信頼できたから	22.9%
6	サイトが見やすかったから	21.6%
7	希望の予約日時と合致していたから	21.5%
8	キャンペーンや割引サービスが充実していたから	20.8%
9	スタッフの対応が良さそうだったから	19.6%
10	以前から今回依頼したサービスを利用していたから	17.5%

※数値はTOTAL（全回答者）の高い割合の上位10項目で降順
『ハウスクリーニング』利用実態データ（オリコン顧客満足度*調査）
調査主体：株式会社oricon ME（2026年4月1日発表）

3 ハウスクリーニングを依頼した箇所

■「エアコンの掃除」が85.8%で最多

つづいて、「ハウスクリーニングを依頼した掃除の箇所（複数回答）」について聴取したところ、「エアコンの掃除（エアコンの分解洗浄など）」が85.8%で2番目以下と30pt以上の差をつけて最多となりました。次いで「キッチン（換気扇・レンジフード）（55.0%）」「浴室・バスルームの掃除（52.8%）」が続きました。

▶ハウスクリーニングの依頼箇所に関するコメント

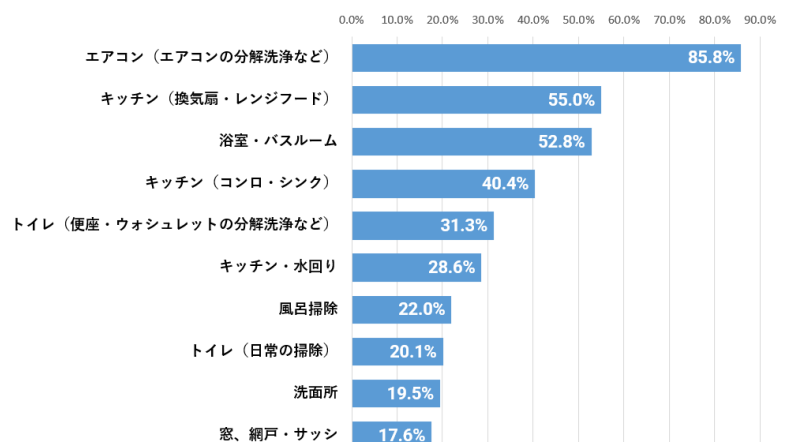
「エアコンの隅々までクリーニングしてくれて、エアコンの効きがよくなった（40代・男性）」

「季節の変わり目に必ずエアコンの掃除を頼むのですが、いつも綺麗に掃除をしてくださり大満足（30代・女性）」

「エアコンは、奥までは自分では掃除はしにくいので、2〜3年に1回くらいは利用を勧める（40代・女性）」

「換気扇の掃除は大変よかった。浴室のカビ取り、換気扇の掃除もよかった（60代以上・女性）」

ハウスクリーニング 掃除依頼箇所 TOP10（n=1,737 / 複数回答）



『ハウスクリーニング』利用実態データ（オリコン顧客満足度*調査）※数値はTOTAL（全回答者）の高い割合の上位10項目で降順
調査主体：株式会社oricon ME（2026年4月1日発表）

「浴室クリーニングを利用したが、高压洗浄機を持ち込んで、掃除しにくい場所を掃除してくれた（60代以上・女性）」

4 依頼した場所×頻度

■ 「エアコンの掃除」は約30%が2～3年に一回の依頼頻度

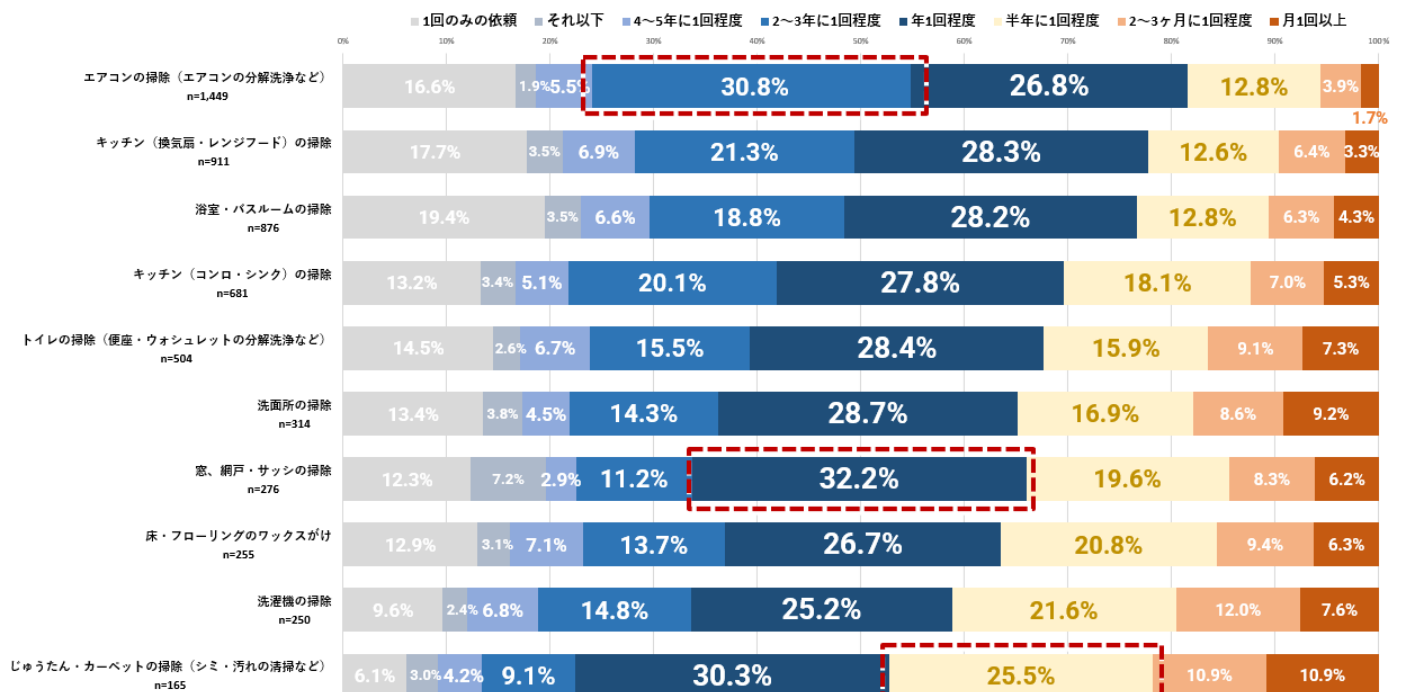
他の場所に比べて依頼頻度は低い

つづいて、「ハウスクリーニングの依頼箇所×頻度」について聞いたところ、「エアコンの掃除」は「2～3年に1回程度（30.8%）」が最多となり、他の箇所に比べて間隔を空けて依頼される傾向がみられました。

一方で、「じゅうたん・カーペットの掃除（シミ・汚れの清掃など）」は「半年に1回程度（25.5%）」の割合が他の箇所に比べて高く、比較的頻度の高い利用がみられます。

また、エアコンを除いて、各箇所とも「年1回程度」の利用が最も多く、その中でも「窓、網戸、サッシの掃除」は32.2%と比較的高い割合となり、ハウスクリーニングは年1回程度の利用を中心に、掃除箇所によっては依頼頻度に違いがみられました。

ハウスクリーニングの依頼箇所×頻度



※依頼経験者のみの数値です ※数値はTOTAL（全回答者）の高い割合の上位10項目で降順
『ハウスクリーニング』利用実態データ（オリコン顧客満足度®調査）
調査主体：株式会社oricon ME（2026年4月1日発表）

《調査概要》 2026年 オリコン顧客満足度®調査『ハウスクリーニング』利用実態データ

- 発表日：2026/04/01 ■調査主体：株式会社oricon ME ■調査方法：インターネット調査
- 調査期間：2025/12/04～2025/12/22 ■サンプル数：1,737人 ■調査対象者 性別：指定なし 年齢：18～84歳 地域：全国
- 条件：以下すべての条件を満たす人
 - 1)過去3年以内にハウスクリーニングを利用したことがある
 - 2)事業者と依頼サービスの選定に関与した
 - 3)実際に発注をし、当日、掃除現場に立ち会った

オリコン顧客満足度®調査に関する本稿は報道用資料です。報道目的以外での掲載データおよび掲載ランキングのご使用はご遠慮ください。