

【衣替えの季節到来】子どものおさがりについての意識調査 ママたちの3人に1人が“おさがりマウント”を経験

おさがりはブランドより“清潔感”が大事「しまい洗い済み」なら印象アップ？

酸素系漂白剤「オキシクリーン」を販売する株式会社グラフィコ（代表取締役：マイケル・リード）は、全国の20代～40代の母親 525人を対象に、衣替えに関する意識調査をインターネットリサーチにて実施いたしました。



■調査背景

衣替えシーズンは、子どもの成長や衣類の変化を実感する“気づきの季節”。クローゼットを整理しながら、去年の服がサイズアウトしていたり、黄ばみやシミに気づいたりするママも多いのではないのでしょうか。一方で、サイズアウトした服をきれいにして誰かに譲る、いわゆる“おさがり文化”は、助け合いや思いやりの象徴である反面、マナーや人間関係に悩む声も少なくありません。そこで本調査では、全国の20～40代で8歳までの子どもを持つ母親525名を対象に、衣替え時に感じる“気づき”や“おさがりのやり取り”に関する実態を調査しました。ママたちが直面するサイズアウトや保管トラブル、そして「ありがたいけど少し気まずい」おさがりマウントの実態まで、現代の“気づきと気づかいの衣替え”を明らかにしました。

■調査サマリー

1. 衣替えで大多数のママがサイズアウトと黄ばみ発見...6割超が「しまい洗い」を実践せず
2. サイズアウト後の行方は？ “あげる6割、売る・捨てる3割”ママたちのリアル
3. “売る時は丁寧に、あげる時はまあいっか” おさがりケアの温度差が浮き彫りに
4. おさがりで困った経験6割超「ニオイ」「デザインが好みでない」の声多数
5. 3人に1人が経験！親戚・ママ友間で起きる“おさがりマウント”のリアル

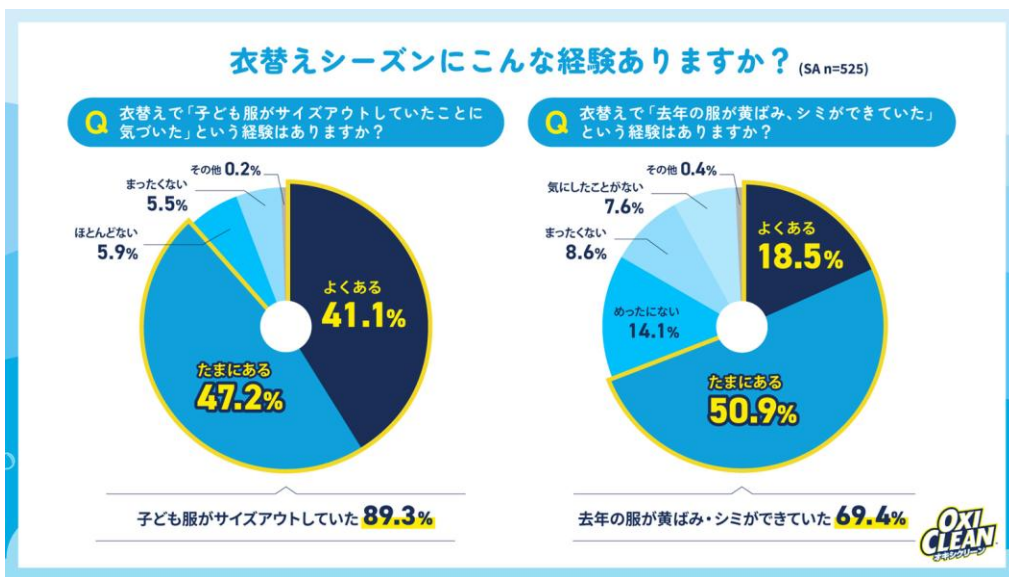
■調査概要

【調査方法】インターネット調査 【調査地域】全国
【調査対象】全国の20代～40代で8歳までの子どもがいる母親
【サンプル数】525人 【調査期間】2025年9月26日(金)～9月28日(日)
※グラフ内の数値は小数点第二位以下四捨五入

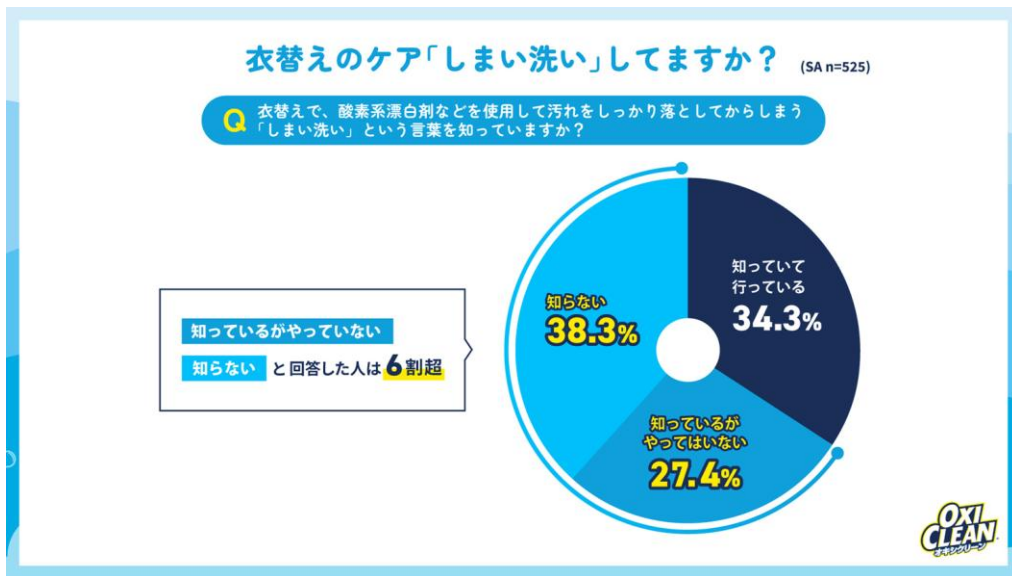
◆引用・転載時のクレジット表記のお願い

本内容の転載にあたりましては、「オキシクリーン調べ」とクレジットを付記のうえご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

1. 衣替えで大多数のママがサイズアウトと黄ばみ発見...6割超が「しまい洗い」を実践せず



秋の衣替えシーズンを迎え、小さなお子さんを持つ家庭では“クローゼットの中の気づき”が生まれているようです。8歳までの子どもがいる母親を対象に、衣替え時に子ども服がサイズアウトしていたことがあるかをたずねたところ約9割が「ある」と回答（「よくある」41.1%、「たまにある」47.2%）。さらに、「去年の服に黄ばみやシミができていた」と答えた人も約7割（「よくある」18.5%、「たまにある」50.9%）にのぼり、衣替えのタイミングで“成長の実感”や“保管中のトラブル”に気づく人が多い実態が明らかになりました。



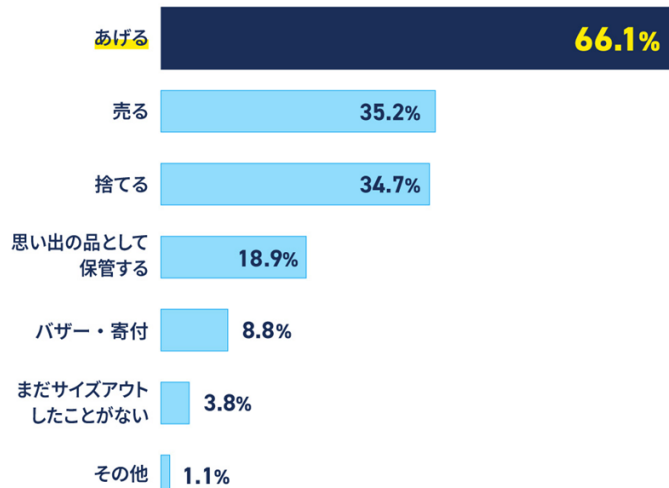
一方で、酸素系漂白剤などを使って汚れを落とす「しまい洗い」を行っているかたずねたところ、実践している人は34.3%にとどまり、6割超が「知っているがやっていない（27.4%）」または「知らない（38.3%）」と回答しました。

これらの結果から、衣替えは単なる季節の片付けではなく、成長や衣類の状態に気づく“節目の習慣”であることが明らかになりました。ただし、「しまい洗い」などのケアを実践している層はまだ少なく、**保管前のひと手間が十分に浸透していない現状も浮き彫りになりました**。衣替えのタイミングは、次のシーズンを気持ちよく迎えるための暮らしを整える習慣として定着していくことが望めます。

2. サイズアウト後の行方は？ “あげる6割、売る・捨てる3割”ママたちのリアル

Q 自分の子どものサイズアウトした服をどうしていますか？

(MA n=525)



サイズアウトした服を誰にあげましたか？

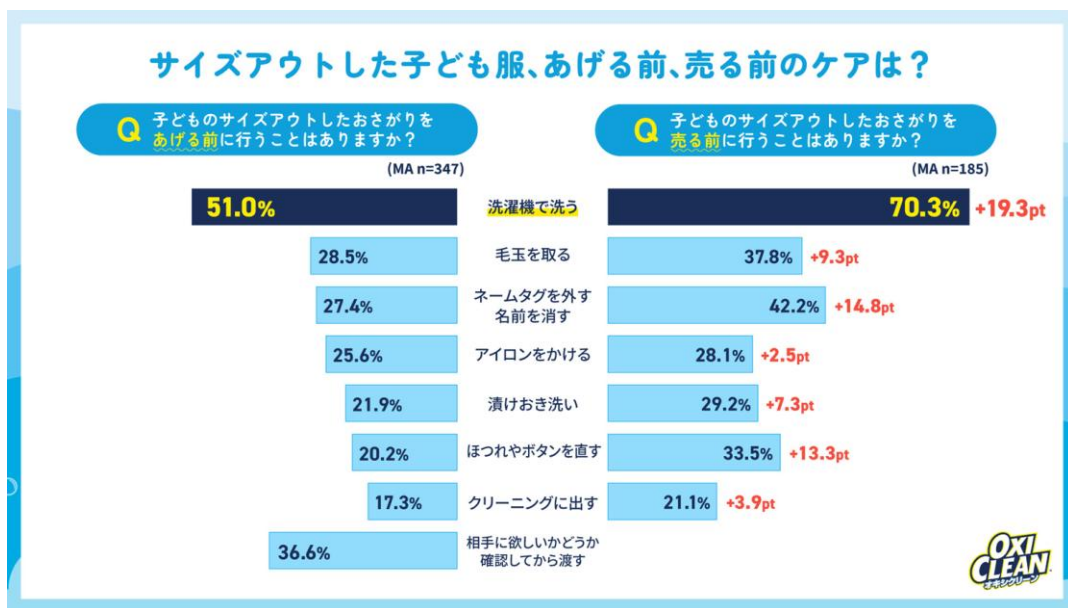
(MA n=347)



服がサイズアウトした際の対応についてたずねたところ、最も多かったのは「あげる（66.1%）」で、約3人に2人が誰かに譲っていることがわかりました。親戚や兄弟、子どもが生まれる前からの友人など身近な関係を中心に、子ども服には“あげて循環させる文化”が根付きつつあるようです。

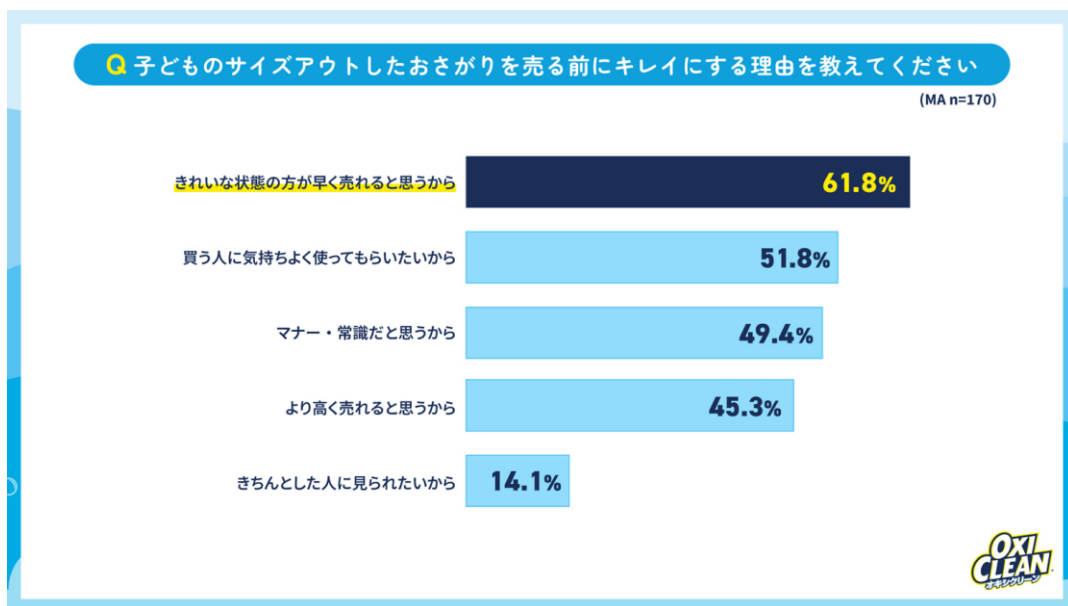
一方で、「売る（35.2%）」や「捨てる（34.7%）」も3人に1人と拮抗しており、「状態が悪い」「相手が見つからない」「手間がかかる」といった理由から、リユースに踏み切れない層も一定数存在すると考えられます。また、「思い出として保管する（18.9%）」と回答した人も少なくなく、服が“モノ以上の思い出”として扱われている一面もうかがえます。

3. “売る時は丁寧に、あげる時はまあいっか” おさがりケアの温度差が浮き彫りに



次に、子どものおさがりを「あげる前に行うこと」と「売る前に行うこと」を比較したところ、**すべての項目で“売る前”の方がケアの実施率が高い**ことが分かりました。

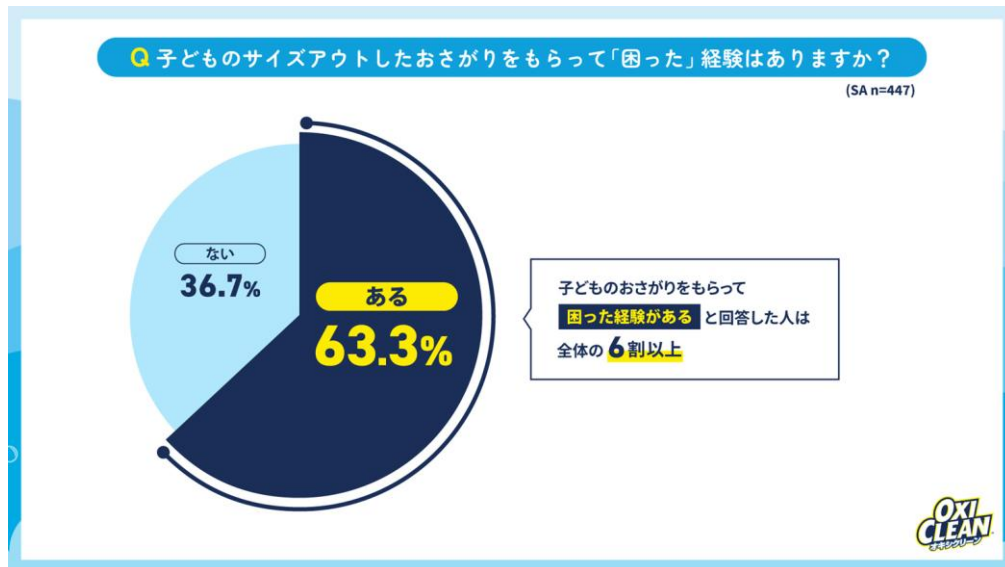
特に「洗濯機で洗う」はあげる前の51.0%に対し、売る前は70.3%と約2割増加。また、「漬けおき洗い」「毛玉を取る」「ネームタグを外す」「ほつれを直す」などの丁寧なケアも、いずれも“売る時”の方が上回る結果となりました。



おさがりを売る前にキレイにする理由をたずねると、「早く売れる（61.8%）」「高く売れる（45.3%）」といった**実利的な動機**に加え、「買う人に気持ちよく使ってもらいたい（51.8%）」「マナー・常識だと思う（49.4%）」など、“**見えない相手への気づかい**”も背景にあるようです。

売る時は“知らない誰か”に気持ちよく使ってもらいたいと丁寧にケアする一方で、親戚や友人にあげる時は「まあいっか」と気がゆるむことも。あげる相手によって、つい手間のかけ方が変わってしまう、そんなリアルな“ケアの温度差”が見えてきました。

4. おさがりで困った経験6割超「ニオイ」「デザインが好みでない」の声多数



Q おさがりをもらって「困った」具体的な内容を教えてください (FA、一部抜粋)

【清潔感の欠如・ニオイ問題】

- ・ タバコ臭かった (30代後半)
- ・ 汚れや毛玉だらけなものや、柔軟剤の強い匂い (30代前半)
- ・ 柔軟剤の匂いが強くて、苦手な匂いで洗濯したがなかなか取れなかった (30代前半)
- ・ 汗染み、汚れ、時代遅れ (40代前半)
- ・ 食べこぼしのシミがついていて洗っても落ちず使えなかった (30代前半)
- ・ シミがついていて洗っても落ちる状態じゃなかった (20代後半)

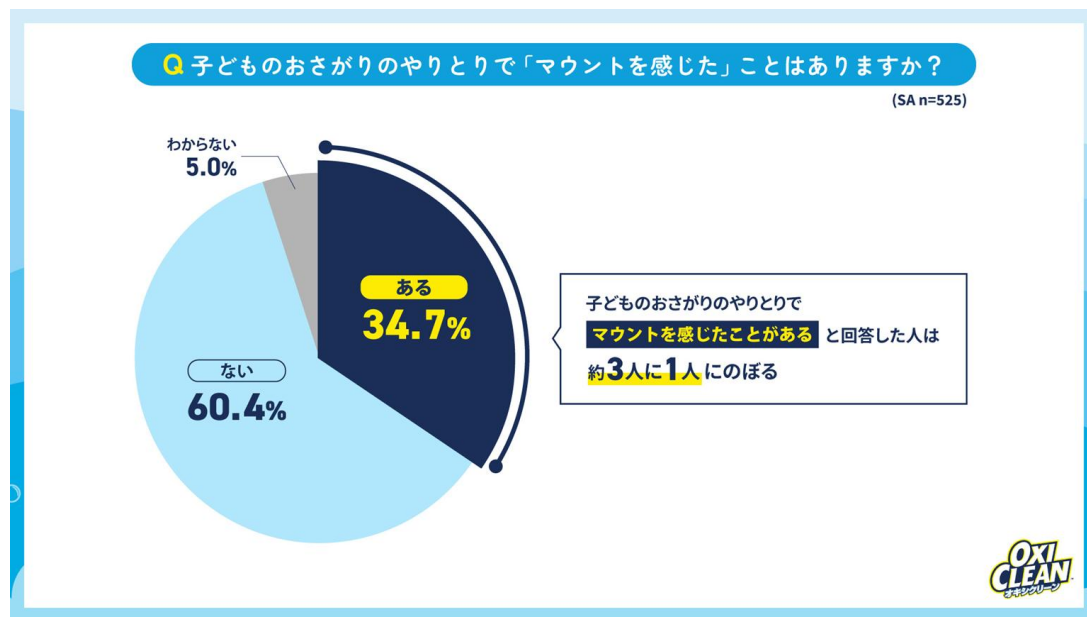
【センスや心理的負担】

- ・ 好みではなかった。毛玉が目立った。お返しの品に悩んだ (40代後半)
- ・ キャラが強すぎるもので、着られそうにない (40代前半)
- ・ お返しを考えるのが苦痛 (40代前半)
- ・ 好みではなく置き場に困った (40代前半)
- ・ センスが合わない (20代前半)

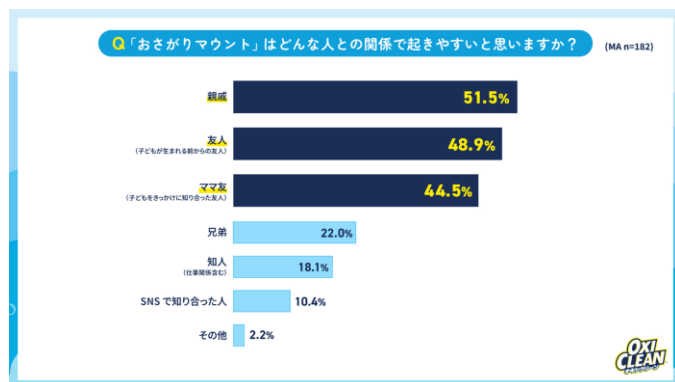
続いて、子どものおさがりをもらって困った経験があるかたずねると「ある」と答えた人は全体の6割以上にのぼりました。具体的な困った経験をたずねたところ「タバコ臭い、柔軟剤のニオイがきつい」「洗っても取れないシミ」などの清潔感の欠如と、「好みが合わない」「お返しに困る」といった心理的な負担の両面が浮かび上がりました。親切のつもりがかえって負担になることもあり、“モノ”の問題と“気持ち”の問題が複雑に絡み合っている実態が垣間見えました。

これらの結果から「ありがたいけれど、正直ちょっと困る」そんな“おさがりのジレンマ”が浮き彫りになりました。前問で見られたように、親戚や友人など“見知った相手”にあげる場合ほどケアが甘くなる傾向があることも“もらって困るおさがり”が生まれる一因と考えられます。単に「渡す・受け取る」ではなく、清潔感やニオイ、センスの押し付けといった“見えないマナー”のすり合わせが、円滑な関係づくりに欠かせないことがうかがえます。

5. 3人に1人が経験！親戚・ママ友間で起きる“おさがりマウント”のリアル

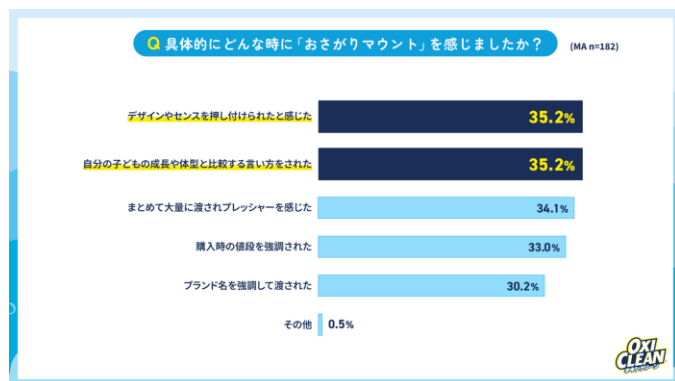


次に、子どものおさがりのやりとりで「マウント」を感じたことがあるかたずねたところ「ある」と回答した人は34.7%と約3人に1人にのぼりました。



“おさがりマウント”が起きやすい関係としては「親戚（51.1%）」「友人（48.9%）」「ママ友（44.5%）」が続きました。親戚・友人・ママ友、距離感が難しい間柄では、**悪気のないやり取りが“マウント”として受け取られてしまい「ありがたい」と「ちょっと困る」が紙一重**という実情が浮かび上がりました。

具体的に感じたマウントの内容としては「自分の子どもの成長や体型と比較された（35.2%）」「デザインやセンスを押し付けられた（35.2%）」など、**あげる側の何気ない一言や行動が、相手にプレッシャーとして伝わってしまう、という構図が見えてきました。**



これまでの調査結果から、「ありがとう」と感謝の気持ちでつながるはずのおさがり文化が、いつのまにか“少し気まずい場面”を生むこともあるようです。

おさがりは単なるモノの受け渡しではなく“**相手への思いやり**”が表れるコミュニケーションのひとつだからこそ、「清潔にしてから渡す」ことがマナーであり、気持ちの良いおさがり文化をつくる第一歩かもしれません。

“きれいにして渡したい”“気持ちよく受け取りたい”という双方の思いをかなえる味方！

今回の調査結果で、よかれと思って渡したお下がりの服が、場合によっては相手を困らせてしまうことが明らかになりました。贈りモノを困りモノにしないために、少しの手間でできる汚れとニオイ対策を紹介します。



クリンネスト1級 田邊 謙司

株式会社グラフィコ販売促進部長兼、「オキシクリーン」の公式SNSの“中の人”。DMで問い合わせを受けることも少なく、ひとりカスタマーセンターと言われることも。ほったらかしても、ちゃんと家事になるアイテムで家事をラクに！という「**ほったら家事®**」を提唱している

我が家もご多分に漏れず、衣替え時の子ども服のサイズアウトを経験しています。子どもの成長を実感すると同時に、また出費が増える...と現実と直面する季節イベントです。

今回は、サイズアウトした服をおさがりとしてどなたかにお渡しする機会のある方に、取り出したらそのまま渡せるような、衣替え時のちょっとしたテクニックを紹介します。

■しまう前の“しまい洗い”

取り出した服の襟元や脇の黄ばみを発見してガッカリ...というご経験をお持ちの方もいらっしゃるかと思います。それは、服に残った汗や皮脂汚れが、しまっているうちに酸化してしまったことが一因です。そこで、服をしまう前に、酸素系漂白剤を使った漬け置き洗いでしっかりと汚れを落としましょう。



①洗濯表示を確認

洗濯表示のタグについている漂白剤の使用可否マークをチェックしてください。三角形のマークの中に×マークがついていなければ、「酸素系漂白剤」が使用できます。50℃前後のお湯で漬け置き洗いをするのが効果的です。洗濯処理の上限温度も確認しておくとういでしょう。

参考：消費者庁ウェブサイト「新しい洗濯表示」ページ

https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/household_goods/laundry_symbols.html

②漬け置き洗い

洗い桶にお湯を入れ、酸素系漂白剤を溶かして混ぜます。溶かした液に汚れた物を漬けたら、20分程度を目安に漬け置きしてください。酸素系漂白剤は、6時間程度、漂白効果が続くと言われていいますので、汚れとニオイの程度に合わせて調節してください。漬け置きが終わったら、通常どおり洗濯します。



製品概要

■オキシクリーン（左から）

①オキシクリーン 500g	内容量：500g	メーカー希望小売価格：680円（税抜）
②オキシクリーン 1500g	内容量：1500g	メーカー希望小売価格：1,500円（税抜）
③オキシクリーン 1000g	内容量：1000g	メーカー希望小売価格：1,180円（税抜）
④オキシクリーン 2000g	内容量：2000g	メーカー希望小売価格 1,980円（税抜）

【商品特長】

- ・酸素の力で、漂白・消臭（※1）・除菌（※2）
- ・色柄物にも使える（※3）
- ・ツンとしたニオイがない
- ・衣類はもちろん、キッチンやお風呂、ベランダや玄関、お部屋の床など家中使える

※1・・・すべての汚れ・ニオイが落ちるわけではありません。

※2・・・布製品を1時間以上漬けおきた場合（すべての菌を除菌するわけではありません）。

※3・・・必ず洗濯表示をご確認の上、ご使用ください。



オキシクリーンとは



1997年にアメリカで誕生した洗剤ブランドです。日本には1999年に上陸、酸素の泡で衣類のシミ・汚れを落とす粉末タイプの酸素系漂白剤が人気となっています。衣類、食器、タイルなどの水洗いできる素材に使用でき、家じゅうのほとんどの汚れを落とすことができます。ツンとした刺激臭も無く、小さなお子様のいらっしゃるご家庭にもおすすめです。

オキシクリーン ブランドサイト <https://www.oxicleanjapan.jp/>

報道関係の方からの
お問合せ先

株式会社グラフィコ
広報担当：長江、田中、田邊
TEL：03-5759-5292（直通）
FAX：03-5759-5088
mail：press@graphico.co.jp

お客様からの
お問合せ先

東京都品川区大崎1-6-1
グラフィコカスタマーセンター
TEL 0120-498-177
（平日10:00～16:00年末年始除く）