

# KÄRCHER NEWS

ケルヒャーニュース Vol.25

90周年のあゆみ

KÄRCHER SPECIAL ISSUE

佐賀ダムアートプロジェクト

世界お掃除アンケート

## ご挨拶

昨今、経済の不確実性や物価高、人手不足、環境問題が私たちの生活に影響を与える中、清掃業界でも効率化と省力化のニーズがますます高まり、革新的で持続可能なソリューションが求められています。

ケルヒャー ジャパンは、こうした社会情勢の変化に対応しながら、2024年も着実に成長を遂げました。家庭用および業務用製品におけるオンラインチームの成功や、業務用清掃ロボットの売上目標達成、さらにマーケティング施策の効果が実を結び、日本の住宅事情にぴったりとマッチしたマルチクリーナー「OC 3 Foldable」は、発売から9か月で大ヒット製品となり、人気の高圧洗浄機と同等程度の販売台数となりました。バックオフィスの充実も進み、東日本エリアの物流拠点3カ所を統合した四街道倉庫の運用が軌道に乗り、加えて、コールセンターのチャットBOTや、SPE@Kシステムの導入により、カスタマーサポートの質も向上しています。

さらに、佐賀県の情報発信プロジェクト「サガプライズ!」の一環として展開したプロジェクト「ゴジラ対(ついでに)サガ」の始動を機に共同で立ち上げた「ゴジラ in 佐賀 ダムアートプロジェクト Powered by ケルヒャー」において、佐賀県内にある岩屋川内ダムの完成50周年を記念し、ダム自体をキャンバスに、ケルヒャーの高圧洗浄機を用いて、ダムの汚れを洗浄する事で壮大なゴジラを描くダムアートの制作に携わり、14年ぶりにドイツ本社のスペシャルチームを招集して日本で大規模なプロジェクトを実現できたことを大変光栄に



思っております。このプロジェクトを通じて、清掃活動を通じた文化貢献が果たせたことに、大きな意義を感じています。

今年、ケルヒャーは90周年を迎え、長い歴史と実績を礎にさらなる発展を目指し、多くのお客様のご期待に応えるべく革新的な技術とソリューションの提供に努めてまいります。

業務用製品では、アフターサービスを含むトータルソリューションの提案をより進め、業界におけるケルヒャーの地位を一層強固なものにしたいと考えます。家庭用製品においては、オンラインとオフラインの融合によるプロモーション強化に加え、新しいパートナー制度の導入が今後さらにお客様との結びつきを深めていくと確信しています。

2025年も引き続き、ケルヒャー ジャパンは「カスタマーセントリック」の理念のもと、新たな挑戦と成長の軌跡を刻み続け、皆様と共に成長を遂げる所存です。

本年も、皆様の変わらぬご指導、ご鞭撻を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

ケルヒャー ジャパン株式会社  
代表取締役社長  
柴田 佳代子

# 違いを生み出し続けて90年

1935年、ドイツで創業したケルヒャーは、常に革新的なソリューションを生み出してきました。ケルヒャー90年の歴史に焦点をあて、その挑戦の歴史を紐解きます。

1901年、ドイツで生まれた創業者のアルフレッド・ケルヒャーは、シュトゥットガルト技術大学で公認技術者の資格を取得後、父親の会社に入社しました。そして、大手航空会社ルフトハンザ社から航空機エンジンの暖気ヒーターの開発を受託します。持ち前の技術力と課題解決力を発揮し、わずか2年で画期的なガソリン燃焼式温風送風機を開発。量産体制を確立したアルフレッドは、この成功を基に自らの会社を設立しました。

1950年にはヨーロッパ初の温水高圧洗浄機「DS 350」を生み出します。水を加熱する先進的な構造は、今日のバーナー技術の基礎となる画期的なものでした。この発明は、洗浄技術に革命をもたらし、ケルヒャー社が世界をリードする清掃機器メーカーへと成長する礎を築きました。

1959年、アルフレッド・ケルヒャーは心臓病のため59歳で急逝します。ふたりの子供を残された妻イレーネは、夫の遺志を引き継ぎ経営を続けました。多角化戦略を推し進めたイレーネ

の尽力によって、会社はさらに発展を遂げます。1970年代には「ケルヒャー・イエロー」が誕生し、ブランドイメージを確立。1984年には世界初の家庭用高圧洗浄機を発売し、新たな市場を開拓しました。

アルフレッドの志を継ぐ社会貢献活動も事業と並行して行われてきました。歴史的建造物のクリーニングプロジェクト、安全な飲料水を供給する水処理プラントの寄贈など、社会的責任とケルヒャーが目指すクリーンな社会の実現のための活動を継続しています。

## 一步先の未来へ

ケルヒャーは、創業以来、常に目の前の課題に対して新しいソリューションを生み出す、イノベーションの精神を大切に歩み続けてきました。90年の歴史と経験を活かし、これからも持続可能な社会の実現に向けた革新的な清掃ソリューションの開発・提供に取り組み、更なる成長と成功を目指していきます。



## 1935

### 創業

創業者アルフレッド・ケルヒャーは、大手航空会社からの依頼でガソリン燃焼式温風送風機を開発。これがケルヒャーの前身となる。



## 1950

### 温水高圧洗浄機の開発に成功

1950年ヨーロッパ初の温水高圧洗浄機の開発に成功。



## 1959

### 妻イレーネが経営を引き継ぐ

アルフレッド・ケルヒャーが急逝し、妻のイレーネが経営を引き継ぐ。優れた経営手腕で多角化戦略を推し進め、企業規模を拡大。



## 1974

### 選択と集中、清掃機器専門メーカー

戦後最大の不況時に、経営資源を集中するため「高圧洗浄機」に事業を集中。コーポレートカラーも青色からイエローに一新。



## 1984

### 世界初の家庭用高圧洗浄機

世界初の家庭用ポータブル高圧洗浄機を発表。初年度3,600台、翌年には30,000台を販売し、家庭用製品市場での地位を確立。



## 1988

### 日本法人設立

日本に拠点を設立したことにより、全大陸にわたるネットワークを構築。



## 2016以降

### 提携や買収を通じ、他業種への進出を果たす

お客様のニーズに合わせたデジタル化・開発・購買・製造・販売の相乗効果を加速させる。



## 2022

### 床洗浄ロボット KIRA B 50 の市場投入

高い自律性を誇る床洗浄ロボット「KIRA B50」の開発により、深刻化する人手不足を解消する清掃ソリューションが実現。





TM & © TOHO CO., LTD. 提供：ケルヒャー ジャパン



## 50周年を迎えた 佐賀・岩屋川内ダムをキャンバスに 自然と融合した壮大なダムアート

佐賀県の情報発信プロジェクト「サガプライズ!」の一環として展開する新プロジェクト「ゴジラ<sup>ついで</sup>対サガ」の始動を機に共同で立ち上げたプロジェクト「ゴジラ in 佐賀 ダムアートプロジェクト Powered by ケルヒャー」において、佐賀県内にある岩屋川内ダムの完成 50 周年を記念し、ダム自体をキャンバスに、ケルヒャーの高圧洗浄機を用いて、ダムの汚れを洗浄する事で壮大なゴジラを描くダムアートが 2024 年 11 月 22 日に完成しました。



# 洗浄技術で50年分の汚れをアートに

## 依頼から完成まで

以前よりケルヒャーのダムアートに強い関心をもっていた佐賀県担当者から、「岩屋川内ダム完成50周年記念の一環として、ダムアートを実施してもらえないか」と依頼があったのは、2024年7月中旬のことでした。通常1年以上の準備期間を要する「ダムアートプロジェクト」ですが、佐賀県の熱意に押されるかたちで、ドイツ本国を含めた全面協力体制のもと、異例のスピードでの実施が決定しました。

8月にモチーフがゴジラと判明すると、世界各国で実施している「ダムアートプロジェクト」を日本で、しかもゴジラをモチーフに描くというチャレンジを稀有な機会と捉え、ドイツ本国と日本のチームが一丸となって準備を始めました。同月中には、本プロジェクトのリーダーを務めるドイツ本社のNick Heyden(ニック

ヘイデン)が来日し、現地調査を実施。実施計画の策定まで矢継ぎ早に進行したと言います。

## ダムアートとは

ダムの壁面に描かれる洗浄アートは、別名「リバースグラフィティ」と呼ばれます。日本語に訳すと「逆落書き」の意味を指し、ペンキなどで色を付けて描かれるグラフィティとは逆の手法で、描きたい部分のみの汚れを意図的に落としてアートを描きます。ケルヒャー独自の洗浄技術を用いて、ダム自体の汚れを洗浄することでアートを作成するのです。

ダムアートは、ケルヒャーが文化貢献活動として行うクリーニングプロジェクトの一環の活動です。ケルヒャーはこれまで、アメリカ・自由の女神やマウント・

ラシュモア山の大統領巨大彫像、エジプト・ルクソールのメンノンの巨像、パリのオベリスク、ドイツのケルン大聖堂など190以上のモニュメントや歴史的建造物の洗浄と修復を実施してきました。

## チームの献身

ダムアートで一番大変なのは、紙に描いた絵をダムの壁面に転写し、細部まで再現することです。そのため、これまでに多くのダムアートを実施してきた非常に経験豊富なチームと協力して実行しました。約3週間に渡る洗浄作業は、最初のステップとして、モチーフをレイアウトした立面図をもとにレーザーなど最新機器により実際のダムの壁面を正確に測量するところから始まりました。次に、測量結果をもとに、洗浄チームと測量チームのチームワークで、縁取りのためのポイン



立面図を見ながら洗浄プランを立てるリーダーのニック(左)と洗浄を担当するローテクニシャンのイエンツ(右)

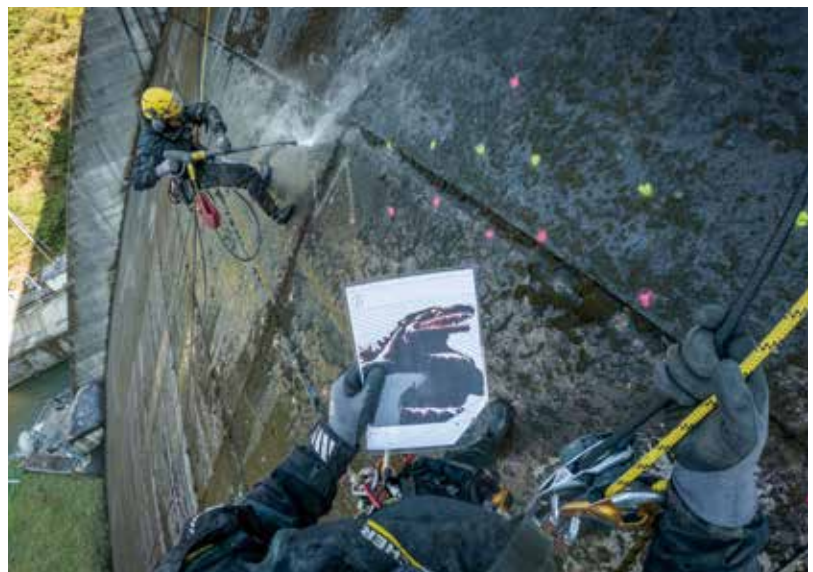


TM & © TOHO CO., LTD. 提供：ケルヒャー ジャパン

トをマーキングします。これまでのダムアートでは、平均1,000から1,500ポイント程度ですが、今回のアートは、細部のディテールを表現するために、約2,400とかなり多いポイントがマーキングされました。そのポイントに沿って、正確に縁取りを制作し、ダムアートの下絵が完成。

そして、最後のステップが、完成した縁取りに沿って、洗浄チームが高圧洗浄機でダムの壁面を洗浄します。汚れを除去した箇所とのコントラストによって、ダムアートのゴジラが描かれます。

一度除去すると元には戻せず、失敗が許されないため、細心の注意を払い、またゴジラの頭部など、ディテールが正確に表現されるように、長年の実績と経験をもとに洗浄作業を行います。



TM & © TOHO CO., LTD. 提供：ケルヒャー ジャパン

# 》素晴らしいチームワークと熱意がプロジェクトを動かしました

- Nick Heyden (ニック・ヘイデン)



TM & © TOHO CO., LTD. 提供：ケルヒャー ジャパン



TM & © TOHO CO., LTD. 提供：ケルヒャー ジャパン



TM & © TOHO CO., LTD. 提供：ケルヒャー ジャパン





ひとたび作業を始めれば、3時間以上吊られた状態のまま作業。チームリーダーのニックをはじめとする洗浄チームは、過酷な現場の中でも常にお互いを思いやると同時に、一切の妥協を許すことなく作業を進めていきました。日本のプロジェクトメンバーも、機材の管理や作業補助、食事の手配や現地での様々な調整にいたるまで、全面的にバックアップをしながらOne Teamでプロジェクトの成功にむけて邁進していきました。

### 50年分の汚れを洗浄技術でアートに

制作作業の最終週は、ベストな状態にもっていくための入念な調整が行われ、11月22日、ついにダムアートが完成。半世紀の時間を経た汚れや苔がまるでこの瞬間のために存在していたかのように、鮮やかなコントラストを生み出し、モチーフを浮かび上がらせました。チームリーダーのニックは、次のようにプロジェクトを締めくくります。「モチーフとしてキャラクターを描くのは初めてで、とても難しかったですが、素晴らしいチームと、その熱意のおかげでプロジェクトを実行できました。その結果、世界的に有名なキャラクターをダム壁面に描く機会をいただ

けたことを、大変光栄に思います。この迫力あるダムアートは、当社のノウハウ、技術、経験の象徴であり、多くの方にご覧いただければ大変嬉しく思います。」

このダムアートがいつまで見られるかはこれからの自然環境次第。積年の汚れと洗浄技術が織りなすダムアートは、ケルヒャーの高圧洗浄技術によって、これからも世界各地で続けられていくでしょう。



### eco!Booster TR 050

同量の電力と水量で、従来比+50%の洗浄効率を生み出す高圧洗浄機用ノズル。幅広い面積を効率的に洗浄し、ダムアートの制作に貢献した。

### 高圧洗浄機 HD 9/23 G

ステップ2の縁取り、ステップ3の洗浄で使用。電源不要なエンジンタイプのハイパワーな業務用冷水高圧洗浄機。機動性に優れ、ハードな現場に対応。



## ▶ 2024 年度グッドデザイン賞 & ギネス世界記録™認定

家庭用製品のマルチクリーナー「OC 3 Foldable」、高圧洗浄機「K 2 Little」、今春発売予定のインドアクリーナーと、業務用環境配慮型ドライクリーナー「T 11/1 Classic Re!Plast」の計4製品が、2024年度グッドデザイン賞を受賞しました。このうち「OC 3 Foldable」は、グッドデザイン審査委員会により特に高い評価を受けたデザインとして「グッドデザイン・ベスト100」に選出されました。

また2024年8月、ケルヒャーは「今世界で最も売れている高圧洗浄機ブランド」としてギネス世界記録™に認定されました。ケルヒャーが高圧洗浄機分野で世界トップクラスのブランドであることが、改めて証明されました。



## ▶ 清掃事業者に感謝を伝えるイベント THANK YOUR CLEANER DAY を実施

2024年10月9日から23日まで、ケルヒャー ジャパンは公益社団法人 全国ビルメンテナンス協会の後援のもと「Thank Your Cleaner Day (TYCD)」を実施しました。この活動は、さまざまな施設の清掃や衛生環境の維持に貢献される清掃従事者の方々に感謝を伝える取り組みで、2015年にニュージーランドで始まりました。ケルヒャーは実施当初よりパートナーとして本活動に推進しています。

期間中は、ケルヒャー ジャパンの全国16営業拠点でオフィス清掃ご担当者の方々にTYCDオリジナルチョコレートとともに感謝の気持ちを伝えました。また本活動にご賛同いただいた企業・団体様に、TYCDオリジナル缶バッチとステッカーを贈りました。



### 参加企業募集中

清掃業界への理解と感謝を広めるため、ケルヒャーは業界を超えたTYCDの展開を目指しています。この取り組みをさらに拡大するためには、多くの企業・団体の協力が不可欠であり、賛同いただける企業・団体とともに発展させていくことが重要だと考えます。



TYCDについてのご案内を希望される方は、QRコードよりご登録をお願いいたします。



## ▶ V・ファーレン長崎新スタジアム ケルヒャーゲートと階段広告がお披露目

2024年10月、V・ファーレン長崎の新たなホームスタジアム「ピーススタジアム」が開業しました。ピーススタジアムは、日本で最もピッチに近い座席や、試合の臨場感を味わえるフードホールなど、新しい取り組みが大きな話題となり注目を集めています。スタジアムを中心にアリーナ・ホテル・商業施設・オフィスなどの複合施設を

有する「長崎スタジアムシティ」は、長崎の新たな観光拠点としての役割も期待されています。

ケルヒャー ジャパンは、V・ファーレン長崎のオフィシャルパートナーとしてサポートさせていただいており、8月3日には冠試合「ケルヒャー DAY」を旧スタジアムにて開催させていただきました。



ケルヒャーゲート



階段広告

## ▶ サンフレッチェ広島 vs VfB シュトゥットガルト

2024年8月1日、エディオンピーススイング広島にて、「Jリーグインターナショナルシリーズ2024 powered by docomo」の一戦が行われ、サンフレッチェ広島とドイツVfBシュトゥットガルトが対戦しました。ケルヒャー ジャパンがオフィシャルパートナーのサンフレッチェ広島と、ケルヒャー本社がオフィシャルツアーパートナーを務めるVfBシュトゥットガルトの対戦は、弊社にとっても大変貴重な機会となりました。試合前の練習後、VfBシュトゥットガルトの選手は、ケルヒャー製品を使ってロッカールームをきれいに清掃しました。



家庭用製品

## 》》日本の生活シーンに調和する コンパクトな新製品



### マルチクリーナー「OC 3 Foldable」

給水タンクが一体となった折りたたみバケツ型のマルチクリーナーです。バッテリー内蔵で、電源・水源のない場所でも使用可能。ベランダやアウトドアなど、ラクに持ち運びでき、どこでも手軽に洗浄できます。コンパクトに収納できるので、収納場所にも困りません。

### 高圧洗浄機「K 2 Little」

ケルヒャーの人気シリーズ、高圧洗浄機「K 2」シリーズの最新機種。パワフルな洗浄力はそのままだに、各パーツを本体に収納できる省スペース設計を実現しました。ワンタッチでホースが取り付けられるなど、使いやすさにもこだわっています。

### 高圧洗浄機「K 1 X」

高圧洗浄機の新たなエントリーモデルです。日本の住環境に適した縦型の省スペース設計ながら、パワフルな洗浄力を発揮します。洗車はもちろん、窓や網戸、ベランダ、浴室など、毎日のお掃除に幅広くお使いいただけます。

### 高圧洗浄機専用ノズル「eco!Booster 145」

高圧洗浄機「K 4」「K 5」専用のノズルです。標準ノズルの1.5倍の洗浄幅で、洗浄効率が50%向上します。勢いを維持したまま洗浄幅が広がるため、節水・節電性能も50%アップします。

GOOD DESIGN AWARD 2024  
**BEST 100**



マルチクリーナー  
OC 3 Foldable

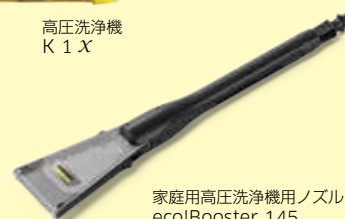
GOOD DESIGN  
AWARD 2024



高圧洗浄機  
K 2 Little

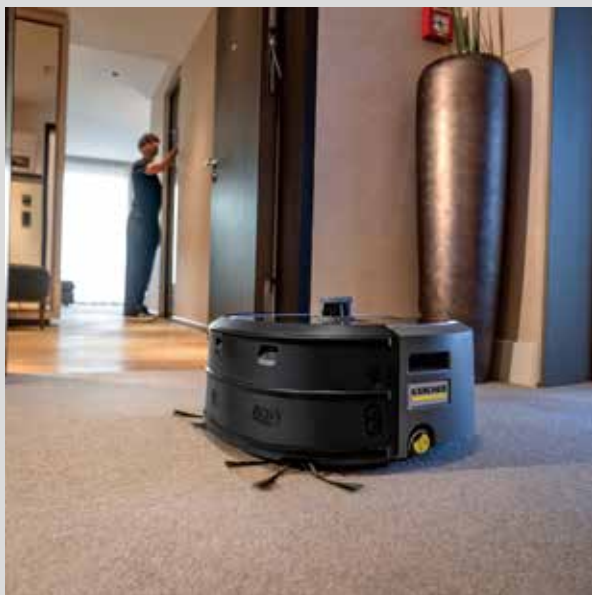


高圧洗浄機  
K 1 X



家庭用高圧洗浄機用ノズル  
eco!Booster 145

## 》 清掃効率を向上する 業務用新製品



### 業務用ロボット掃除機「KIRA CV 50」

ビル管理業、ホテル、医療施設、オフィススペースなどに向けた、自律型清掃を実現する中型の業務用ロボット掃除機です。カーペットやハードフロアなどの除塵作業に適しており、効率的な清掃作業をサポートします。

### 業務用ドライアイスブラスター「IB 10/15 L2P Advanced」

長期保管が可能な液化炭酸ガスを原料にドライアイスペレットを生成できる、業務用ドライアイスブラスターの新モデルです。従来機に比べ、ドライアイスのロスを削減できます。

### 環境配慮型ドライクリーナー「T 11/1 Classic Re!Plast」

本体に再生プラスチックを60%採用した、環境配慮型のドライクリーナーです。環境負担を軽減しながらも、本体の頑丈さや軽量設計はキープ。ビルメンテナンス全般の幅広い清掃シーンに対応します。

### 業務用高圧洗浄機専用ノズル「eco!Booster」

周囲の空気を吸い込み水流をブーストさせることで、パワフルな洗浄力を実現した業務用高圧洗浄機専用ノズルです。家庭用と同じく、洗浄効率の50%向上の実現と、節水・節電性能を50%アップし資源エネルギーの節約に貢献します。



ロボット掃除機  
KIRA CV 50



ドライアイスブラスター  
IB 10/15 L2P Advanced



業務用高圧洗浄機専用ノズル  
eco!Booster



GOOD DESIGN  
AWARD 2024

環境配慮型ドライクリーナー  
T 11/1 Classic Re!Plast

## 多様な課題解決に貢献する導入事例

2024年もさまざまな業種のお客様に現場課題の解決やサービスの向上のためにケルヒャー製品を導入いただきました



高い洗浄能力と清掃品質を保ちつつ、業界最高レベルの自律性と安全性を実現した KIRA B 50

### ▶ 大成建設株式会社 様

#### 国内建設業界初導入 床洗浄ロボット「KIRA B 50」で 現場の清掃作業の負荷軽減を実現

大手総合建設会社の大成建設株式会社様に、国内建設業界で初めて床洗浄ロボット「KIRA B 50」を採用いただきました。同社では自律走行清掃ロボット T-CleanX シリーズを開発しており、そのラインナップの一つとして「KIRA B 50」が選ばれました。実証実験では、木端や釘、大量の粉塵などが散乱する現場でも高い清掃能力を発揮し、作業環境の変化に柔軟に対応できる点が評価されました。また、広い床面積でも優れた効率を発揮し、夜間や施工を行っていないエリアでの清掃作業の省人化にも貢献します。従来機の高い洗浄品質を維持しつつ、視野型マルチセンサーシステムで360°の周囲を把握し、障害物を回避します。さらに、ドッキングステーションを使用すれば、自動で給水、排水、充電を行い、清掃作業の効率化が図れます。同機種は「KIRAMECCLEAN」の愛称で建設現場にて稼働します。

## リ・プロダクツ株式会社 様

### 業務用ロボット掃除機 「KIRA CV 50」を 「おそうじレンタル」で取り扱い開始

リ・プロダクツ株式会社が提供する法人向けサービス「おそうじレンタル」で、業務用ロボット掃除機「KIRA CV 50」の取り扱いが開始されました。同社の「おそうじレンタル」サービスは、法人向け清掃業務における新たな選択肢を提供し、「清掃のDX」の強化を進めています。今回、レンタルサービスのラインナップに加わった「KIRA CV 50」は、約1,000㎡の広範囲を効率よく清掃できる高性能なロボット掃除機で、特に大規模施設や複数のフロアを持つ場所での活躍が期待されています。さらに、スマートフォンやタブレット端末での操作が簡単で、清掃状況の確認や管理がリアルタイムで行え、法人向けの清掃業務の効率化と省人化を実現します。



交換可能なバッテリーを備え、長時間使用可能な中型のロボットバキュームクリーナー。カーペットやハードフロアの除塵作業に最適。



多目的ホールは国内最大規模の床面カーペット仕様で約6,300㎡。フォワイエなども含め、搭乗式スイーパーで全面バキュームすることで効率化に成功。

## 株式会社横浜国際平和会議場(パシフィコ横浜) 様

### 国内最大規模の複合MICE施設を ケルヒャー清掃機器で一斉清掃

株式会社横浜国際平和会議場は、国内最大級の複合MICE施設「パシフィコ横浜」を運営し、2020年4月に開業した「パシフィコ横浜ノース」では、約6,300㎡の多目的ホールと広大なカーペットフロアを有しています。展示会やイベント後には、木くずや釘などがタイルカーペットに散乱し、多様なゴミの回収が課題でした。原状回復を徹底するため、搭乗式スイーパー「KM 85/50 R Bp」を導入し、メインブラシをカーペット専用キットに変更、フロントにダブルブラシ、左サイドブラシも追加してカスタマイズしました。さらに、カーペットスイーパー「CVS 65/1 Bp」とコードレスアップライトバキュームクリーナー「CV 30/2 Bp」、共通リチウムイオンバッテリー「バッテリーパワープラス36Vシリーズ」を導入し、清掃作業の効率化に成功しました。

# 世界10か国のお掃除事情を徹底調査! 日本と世界の違いが明らかに

日本人の掃除に対する独自の傾向、世界との比較結果



国際的には、お掃除の知識は「母」に学ぶ。でも日本では、「テレビ」がトップ!



国際的に見ると、掃除のスキルを教えるのは母親が牽引役になっています。性別に関係なく、回答者の77%が「お掃除の知識を母親から教わった」と答えました。しかし、男性にとって父親は特に重要な情報源です。男性の14%が、掃除のスキルを父親から学んだと回答しています。しかし女性の場合、この割合は8%とかなり低くなりました。そして、ここで興味深いのが日本の結果でした。

## 日本に見られる他国と異なる傾向

日本では、母親から掃除の秘訣を学ぶと答えた人は2位(57%)に留まりました。日本で掃除のスキルを得るための情報源の1位は「テレビ」(66%)。日本人の3分の2は、テレビから掃除のヒントを得ていることが分かったのです。これは国際的に見ても日本特有の傾向です。

この理由はいくつか考えられるでしょう。まず1つ目に、日本のテレビ番組は「情報バラエティ番組」や「雑学番組」が多く、掃除のコツを含む家事の豆知識が、昼間の情報生番組や夜のゴールデンタイムに放送される機会が多いということ。

2つ目に、欧米の子どもは、赤ちゃんの頃から子ども部屋が与えられて一人で寝起きする習慣があり、母親が幼少期から子ども部屋の片付けや掃除方法を教える文化があります。しかし、日本では親子が同室で寝る期間が長く、子どもが一人部屋で寝起きする年代になる頃には、親は子ども部屋の掃除に関与せず、子どもの自立を促すためにその役割を委ねる傾向にあります。こうしたことから、幼少期に母親から掃除を教えてもらう機会が少なくなりがちです。

3つ目に、日本では学校で掃除の方法を身につける文化があるということです。私たちは小学校で「学校清掃」を行うことが多いですが、国際的には学校の掃除はプロに任せることが多く、教育的な効果を考えて、学校で生徒自身が掃除を行っている国は少ないとされています。

幼少期から、家庭で掃除の仕方を十分に教えてもらう機会が少なく、逆に家庭の外で掃除の知識を得る機会が多かった日本人は、大人になってからも、常に触れやすいテレビ番組などから掃除のコツを得ていると考えられます。



## お掃除を行う理由で最も多いのは「衛生上の必要性」。ドイツ人は「来客」、日本人は「お掃除に挑戦したい」!?

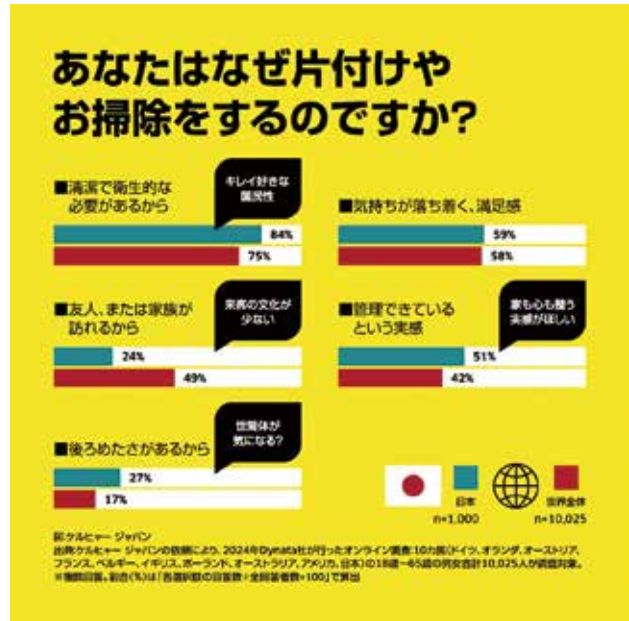
掃除を行う理由で国際的に最も多いのは、「衛生上の必要性」(75%)でした。中でも、ポーランドの回答者(87%)は、掃除の最大の理由として衛生面を挙げ、日本(84%)やオランダ(83%)を上回る「キレイ好き」であることが分かりました。こうした国際的な傾向とは異なり、ドイツ人が掃除をする最大の理由は「来客」(60%)でした。ドイツ人は自宅に誰かを招くために掃除をしていることが分かりました。

またドイツでは、女性(10%)の2倍の男性(20%)が、掃除を行う理由を「同居人との口論を避けるため」と回答しました。ドイツ男性の5人に1人は、共同生活での家庭内での争いを避けるために掃除をしていることが分かります。

### 日本に見られる他国と異なる傾向

掃除を行う理由で「お掃除に挑戦したいから」と答えた人は、国際平均ではたったの8%でしたが、日本の回答者は29%と突出していました。日本人は、掃除で部屋をキレイにすることを「チャレンジすべき試練」と捉えているのかもしれない。

また、ドイツなどで多かった「同居人との口論を避けるため」という理由は、日本の回答者では5%(男女合計)に留まり、国際的に最も少ない結果となりました。これは、掃除がジェンダーロール(性役割)として母親の役割に固定されており、そもそも口論が発生していないことの表れかもしれません。こうしたジェンダーロールは解消されることが望ましく、掃除は家族みんなの課題として認識していきたいところです。



## 大半の人にとってお掃除、特にカーペットの染みや、曇りのない窓ガラスは難題!



「お掃除で特に難しいと感じている場所は?」という質問の結果からは、次のことが分かりました。

「ほこりやカーペットの染み抜き」は全ての国で、回答者の3分の1(33%)が非常に難しいと答えています。続いて「高所のお掃除」(32%)や「曇りのない窓」(30%)が挙げられました。

国際的に、窓は「時々お掃除をする」という人が半数弱(44%)で最も多い結果となりました。「頻繁にお掃除をする」と答えた人は全体の26%で、特にベルギーでは34%と高くなっています。逆に、「ほとんどお掃除をしない」と答えた人は全体の20%で、中でも日本人は、ほとんど掃除をしないという回答が多い(35%)ことも分かりました。

照明やスイッチは、全体の31%が「お掃除しない」(「ほとんどしない」「全くしない」の合計)と回答していますが、日本では51%と最多になりました。

### 日本に見られる他国と異なる傾向

日本人は「窓」をほとんど掃除しない(35%)と答えており、「照明・スイッチ」も掃除をしない(51%)と回答した人が最多となりました。

日本人が窓をほとんど掃除しない理由は、そもそも日本ではマンション住まいや、戸建てでも住宅が狭かったりすることから、「住宅に窓が少ない」ことによる影響が考えられます。また、日本では靴を脱いで生活をするライフスタイルであり、窓が床から比較的高い位置に作られていることもあって、窓が居室側から汚れにくいことや、外壁側も舗装されたアスファルトの道路が多く、土の庭が少ない「窓が汚れにくい住環境」であることも、理由として考えられるのではないのでしょうか。

また、照明を掃除しない理由については、海外は吊り下げ式でかさのある「ペンダントライト」が主流なのに対して、日本の住宅照明は、天井に貼りつく形の「シーリングライト」が多いことが挙げられます。照明のかさがないために汚れが目立たず、天井に貼りついた照明を外して掃除をするのも大変なので、年末大掃除くらいでしか掃除をしない…ということが考えられるでしょう。同様に照明のスイッチも壁に貼りついているため汚れにくく、それほど意識していないことが伺えます。



# 「疲労」「散らかり」「掃除用具の不足」がイライラの原因となり、お掃除をしない口実の上位に。

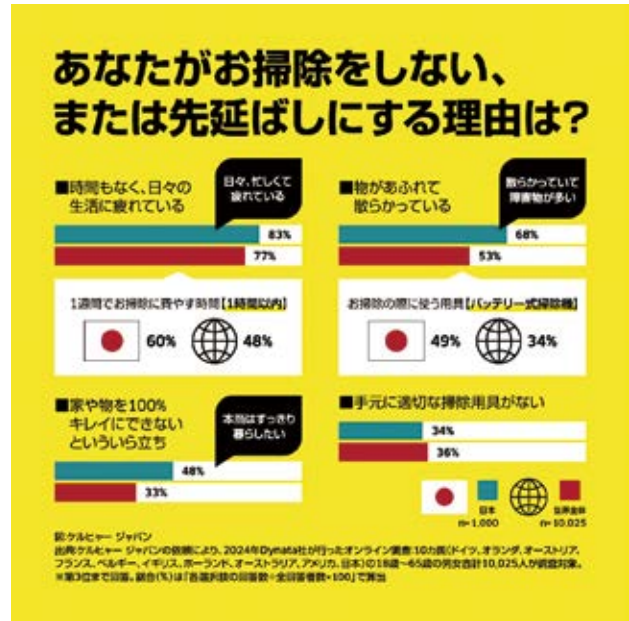
「あなたがお掃除をしない、または先延ばしにする理由のトップ3は?」という質問に対しては、国際的に以下の回答が得られました。

**1位「時間もなく、日々の生活に疲れている」**…全体の回答者のうち77%が、掃除を先延ばしにする口実として挙げています。その割合は、日本人回答者が最も多い(83%)という結果になりました。

**2位「物があふれて散らかっている」**…次に多い口実は、物があふれて散らかっており、障害が多すぎる(53%)で、この口実は特に日本で多く見られます(68%)。

**3位「手元に適切な掃除用具がない」**…回答者の3分の1以上(36%)は掃除用具の不足を、掃除をしない口実にしています。この口実は特にポーランドで多く見られました(42%)。

**4位「家や物を100%キレイにできないといういら立ち」**…これは世界的に4番目に多い口実(33%)でしたが、特に日本ではいら立ちが強い(48%)結果となりました。



## 日本に見られる他国と異なる傾向

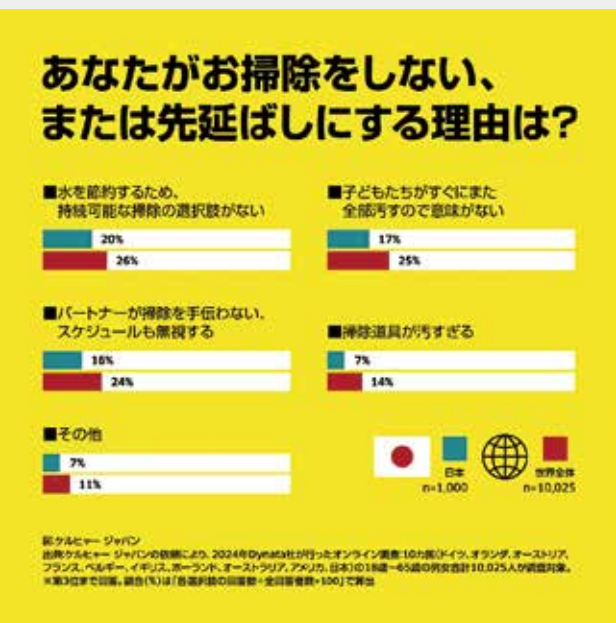
### 1位「時間もなく、日々の生活に疲れている」

国際的に見て、日本人回答者が最も多い結果(83%)となりました。日本人は日々の忙しさから疲れを感じており、掃除をしたくない、あるいは先延ばしにしたいと思っているようです。それは、「1週間のうちお掃除に費やす時間は?」という質問で、日本人は「最大1時間以内」(国際平均は48%、日本は60%)の回答が最多であることによっても裏づけられています。

また、「お掃除の際に使う用具は?」の質問では、「重曹、お酢、レモンなどの家庭にあるもので対処」(国際平均は40%、日本は8%)、「ほうきなど手で使う道具」(国際平均は80%、日本は72%)が国際的に見て少ないことも、重曹やほうきなどをわざわざ使って行う「時間のかかる丁寧な掃除」をする余裕がないことが見て取れます。「忙しくて時間がなく、いつも疲れていて掃除に割ける時間と心の余裕がない…」というのが日本人の気持ちで、日本人にとっては、掃除は短時間で効率的に済ませられることが重要だといえるでしょう。

### 2位「物があふれて散らかっている」

他の先進国に比べて、日本の家は「圧倒的に物が多い」ということが分かっています。荷物の量が多すぎて納まらないために、掃除の前に必要な「片付け」が難しいのだと考えられます。「お掃除の際に使う用具は?」の質問で、日本は「バッテリー式掃除機」が他国に比べて多い(国際平均は34%、日本は49%)ことから、物が多くて掃除機のコードが引っかかりやすいため、コードがないバッテリー掃除機の需要が高いことも推測されます。



### 4位「家や物を100%きれいにできないという、いら立ち」

日本の回答者の、家をきれいにできないことへのいら立ちの強さは、「いつも時間に追われていて、丁寧に掃除をする余裕がない。そして物が多くて片付けが大変なので、掃除まで行きつけない」という気持ちの裏返しだといえるでしょう。

## ケルヒャー世界のお掃除アンケートについて

使用されたデータは、Dynata社(オンラインリサーチ会社)が実施した調査に基づきます。2024年6月から7月にかけてドイツ、オランダ、オーストリア、フランス、ベルギー、イギリス、ポーランド、オーストラリア、アメリカ、日本の10カ国の18歳～65歳の男女合計10,025人を対象に、お掃除習慣に関するアンケートを実施いたしました。各国につき、少なくとも1,000人の回答者から回答を得ています。(日本の回答者数:1,000人)

**KÄRCHER**

# EASY ON EVERY LEVEL

## 使いたい場所ですぐに 業務用ロボット掃除機 **KIRA CV 50**

KIRA CV 50 は、交換可能なバッテリーを備えた中型のロボットバキュームクリーナーです。高い費用対効果と生産性により清掃現場の省人化、省力化をサポートします。

