

## エコボックスジャパンが梅雨シーズンの掃除不安を調査 ロボット掃除機ユーザーの6割が水拭き衛生に懸念 ～高温洗浄・乾燥機能、購入意向層の86%が「不安解消に有効」と評価～

研究開発から製造、販売までを一貫して行い、家庭用ロボットをグローバルに展開する総合メーカー、エコボックスジャパン株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：梅田永智）は、これから本格化する梅雨シーズンに向け、床のベタつきや湿気による不快感、生乾き臭・雑菌繁殖への関心が高まる中、全国の20～60代の男女1,000名（ロボット掃除機保有者500名・非保有者500名）を対象に、梅雨時の水拭き機能に対する衛生不安の実態調査を実施しました。

本調査から、梅雨時の床掃除では「水拭きは不可欠」と感じる人が約半数にのぼる一方で、ロボット掃除機による水拭きに対して「生乾き臭」や「雑菌繁殖」への不安を抱える人も約6割存在することが明らかになりました。特に、ロボット掃除機保有者や清潔志向の高い層ほど衛生への関心が高く、“拭く”だけでなく、「洗浄・乾燥まで自動で完結する」機能への期待が高まっています。

また、調査では衛生不安に対する機能期待や導入意向についても、以下の傾向も見られました。

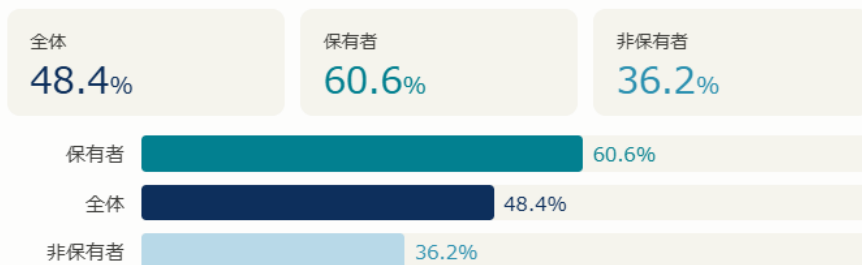
- ・ 高温洗浄・乾燥機能について、約半数が「衛生不安の軽減につながる」と回答
- ・ 梅雨時の衛生不安や手入れ負担が解消されれば、45.1%が導入・買い替えを検討
- ・ 掃除に妥協したくない層では、衛生不安が84.2%に上昇

### ■ 梅雨の掃除不安に関する調査 - 主な結果

#### 【1】梅雨のベタつき・不快感、約半数が実感

梅雨時期に床の「ベタつき」や「不快感」を感じると回答した人は全体の48.4%（「非常に感じる」11.1%+「やや感じる」37.3%）。保有者では60.6%と非保有者（36.2%）を大きく上回り、実際にロボット掃除機を使っている層ほど床の清潔さへの感度が高いことがわかりました。

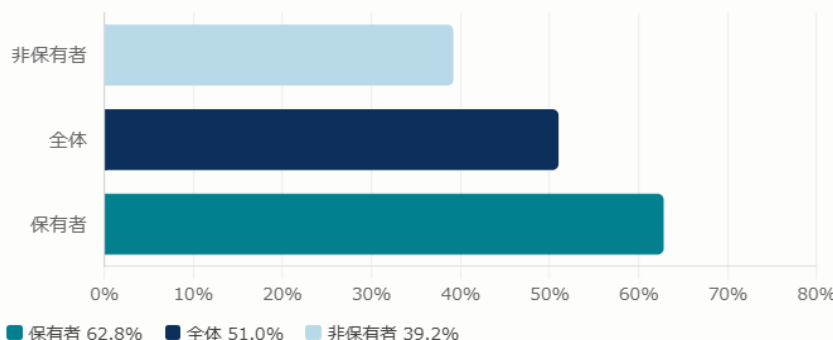
梅雨のベタつき・不快感、約半数が実感



#### 【2】梅雨の床掃除、「水拭きは不可欠」が51%

「梅雨の床掃除において水拭きは不可欠だと思う」と答えた人は全体の51.0%（「強く思う」12.8%+「やや思う」38.2%）。保有者では62.8%に達する一方、非保有者は39.2%にとどまり、使い始めてからこそ梅雨の水拭きニーズへの意識が高まることが示されました。

梅雨の床掃除、「水拭きは不可欠」が51%



### 【3】梅雨の生乾き臭・雑菌への不安は59.4% 掃除に妥協しない人では84.2%

梅雨時にロボット掃除機で床を水拭きする際、モップの生乾き臭や雑菌繁殖の不安がある」と答えた人は全体の59.4%（「非常にある」15.6%+「ややある」43.8%）。保有者（67.4%）は非保有者（51.4%）より高く、掃除や整理整頓に妥協したくない人では84.2%と全体を大きく上回り、清潔志向が強い人ほど梅雨の衛生に強い不安を抱えていることが明らかになりました。

梅雨の生乾き臭・雑菌への不安は59.4% 掃除に妥協しない人では84.2%



### 【4】「床を片付けてから掃除機をかける」ことへの負担感は約7割

「掃除機のために床を片付けることが面倒・ストレス」と感じている人は69.4%。「留守中にロボット掃除機を動かす際の家具・ペット・子供へのトラブル懸念」も53.0%にのぼり、衛生不安に加えて「使いこなせるか」という不安も根強いことがわかりました。

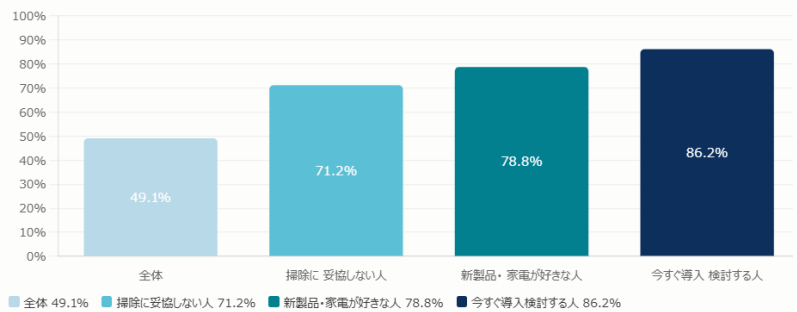
「床を片付けてから掃除機をかける」ことへの負担感は約7割



### 【5】熱水でモップを自動洗浄・乾燥する機能があれば、梅雨時の衛生不安の「軽減につながる」と49.1%が評価 今すぐ導入検討する人では86.2%

「高温の温水でモップを自動洗浄・乾燥する機能があれば、梅雨時の衛生不安の軽減につながる」と評価した人は全体の49.1%（「完全に払拭する」6.1%+「かなり軽減する」43.0%）。今すぐ導入・買い替えを検討したい人では86.2%と全体の約1.8倍に達し、梅雨の衛生不安に対する最も有効な訴求ポイントであることが示されました。掃除に妥協しない人（71.2%）・新製品・家電が好きの人（78.8%）でも全体を大きく上回っています。

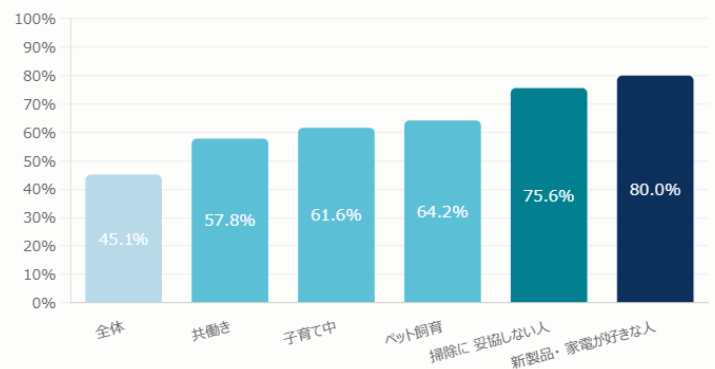
「高温の温水でモップを自動洗浄・乾燥する機能があれば、梅雨時の衛生不安の軽減につながる」と評価した人は全体の49.1%



### 【6】「全任せ」なら導入・買い替えを検討 新製品・家電が好きの人80%・掃除に妥協しない人75.6%が前向き

「梅雨のベタつきも日々のお手入れもすべて任せられるなら、今すぐ導入・買い替えを検討したい」という回答（「非常に思う」+「やや思う」）は全体で45.1%。新製品・家電が好きの人（80.0%）・掃除に妥協しない人（75.6%）が全体を大きく上回り、最も反応しやすいセグメントであることが確認されました。共働き（57.8%）・子育て中（61.6%）・ペット飼育（64.2%）も全体より高く、多忙な生活者に広く潜在需要が存在しています。

「全任せ」なら導入・買い替えを検討 新製品・家電が好きの人80%・掃除に妥協しない人76%が前向き



こうした生活者の不安に応えるべく、エコバックスジャパンではモップを衛生的に保つ「高温洗浄・乾燥機能」を搭載したロボット掃除機を展開しています。モップを高温で自動洗浄・乾燥まで完結する本機能により、梅雨シーズンの生乾き臭・雑菌繁殖への不安軽減に寄与し、日本の住まいにいつでも清潔な床環境をお届けします。

## DEEBOT T90 PRO OMNI：梅雨の衛生不安をまるごと解決したい「清潔派」へ



- **最大75℃熱水による自動高圧洗浄**：OMNIステーションがモップを最大75℃の熱水で高圧噴射洗浄し、乾燥まで自動で完結。梅雨時の生乾き臭・雑菌繁殖の抑制が期待でき、いつも清潔なモップで水拭きします。
- **業界最高水準レベル・最大30,000Paの吸引力**：高トルクモーターと独自のBLAST技術により、フローリングの微細なホコリからカーペットの奥に入り込んだ汚れまで徹底除去。梅雨のベタつきも強力に吸い取ります。
- **AIが家中すみずみまで掃除**：AIVI 3D 4.0テクノロジーがリアルタイムで障害物を認識し、壁際や家具周辺まで丁寧に掃除、ペットやケーブルは確実に回避をサポートします。床を片付けなくても安心して任せられます。

## DEEBOT T80S OMNI：手間なく清潔をキープしたい「スマート派」へ



- **進化したローラーモップ**：高密度ナイロン製ローラーモップにより、拭きムラのない美しい仕上がりを実現します。
- **「吸引＋水拭き」の同時並行で時短**：1度の走行で床掃除が完結。自分で掃除機をかけ、その後に雑巾がけをするという「2つの工程」を同時におこなう事で、1日約30分の自由時間が期待できます。
- **直感的なアプリ操作**：外出先からスマホ一つで掃除開始。帰宅した時に床がピカピカになっている感動を提供し、家事の心理的ハードルを下げます。

### ■ 調査概要

調査対象：全国20～60代の男女 1,000名

調査方法：インターネット調査

サンプル構成：ロボット掃除機保有者500名・非保有者500名

調査時期：2026年4月

### 《エコバックスについて》

エコバックスは、世界180か国、3,800万以上の世帯でご愛用いただいているサービスロボット製品を製造・販売するグローバル企業です。床用ロボット掃除機以外にも、窓用ロボット掃除機、ロボット空気清浄機などを開発しており、エコバックスの代表的な製品であるDEEBOT Xシリーズは世界で累計310万台の売り上げを達成しております。2026年3月で28周年を迎えるエコバックスでは、「Robotics for All」というビジョンのもと、ロボットがより多くの人や地域社会に貢献することを目指し、今後も、技術の革新と開発を探究し続け、サービスロボット業界を牽引する企業として、これまで培ったゆるぎない信頼と実績を基に、多様化するライフスタイルやニーズに合う製品の研究・開発を行うて参ります。また、この度新しく掲げたブランドコンセプト「Created for Ease（もっと気楽な日常）」。本コンセプトは、実際のユーザーニーズに根差した意味あるイノベーションと製品体験を通じて、スマートリビングをより身近なものにするという考え方を示すものです。私たちは床掃除に限らず、住環境全体における課題解決を見据え、誰もが無理なくロボットの価値を享受できる未来の実現を目指しています。

本件に関するお問い合わせ先  
エコバックスジャパン PR事務局（共同ピーアール内）  
担当：西室、樋口、南里  
TEL：03-6264-2045 MAIL：ecovacs\_jp-pr@kyodo-pr.co.jp