

【26卒新社会人とセンパイ・ベテラン社会人に調査】 新社会人は保守的？昇進志向はベテランの約半分、AI活用も1.4倍差 センパイの8割超が身だしなみ失敗経験あり！新社会人の「シャツの汚れ・黄ばみ」に注目

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18～59歳の男女894人を対象に、「身だしなみ」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。



■調査サマリー

1. 仕事観は”キャリア上昇”から”イイトコどり”志向へ？ 世代共通1位は「給与重視」
2. 「AI活用・定時退社・ノーネクタイ」最も寛容なのはベテラン社員
3. 身だしなみ意識は”世代共通テーマ” 新社会人は「細部ケア」ベテラン社員は「シャツの汚れ・黄ばみ」に厳しい傾向
4. “慣れた頃”が最も危ない？先輩社員の8割超が「身だしなみで失敗経験あり」
5. 気になるニオイの最多は「汗・皮脂臭」40代からは「加齢臭」自覚が急増
6. ワイシャツケア1位は、センパイ「クリーニング派」ベテラン「自宅洗濯派」で割れる

Appendix

- ・身だしなみの動機は世代で進化！若手は“評価が怖い”、ベテランは“周囲に配慮”。一方、センパイは“無頓着”？
- ・清潔感とは“センス”ではなく“信頼の証”「身だしなみに清潔感がある」世代を超えて支持されたのは芦田愛菜さん

■調査背景

新年度を迎えるにあたり、新社会人と、新社会人を迎えるセンパイ・ベテラン社会人の「身だしなみ意識」および「仕事観」の違いと共通点を明らかにすることを目的に実施しました。近年、「最近の若者像」や「世代間ギャップ」が語られる機会が増える一方で、実際の意識や行動の実態は十分に可視化されていません。

本調査では、世代ごとの仕事に対する価値観、身だしなみに対する意識や失敗経験、ニオイや衣類ケアへの対応、働き方に関する寛容度を横断的に分析し、世代間の“違い”だけでなく“意外な共通点”にも焦点を当てました。

■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】18～59歳の男女

【サンプル数】894人 【調査期間】2026年2月6日(金)～2月12日(木)

【留意事項】本リリースに記載されている各社員の構成は以下のように定義しています。

- ・新社会人：2026年4月に企業へ新卒入社する予定の男女 241名
- ・センパイ社会人：2026年4月に新社会人を迎える予定の企業に勤務する20-30代男女 327名
- ・ベテラン社会人：2026年4月に新社会人を迎える予定の企業に勤務する40-50代男女 326名

※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、

①「オキシクリーン調べ」である旨

②オキシクリーンブランドサイト (<https://www.oxicleanjapan.jp/>) へのリンク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。

■調査結果から見た各世代別まとめ



【新社会人 (26年4月新卒入社)】

- ・仕事観は「給与重視」が最多
- ・「やりがい・達成感」は上位に入らず
- ・人間関係や福利厚生など“安心できる環境”を重視
- ・身だしなみは髪・爪・ニオイなど“細部ケア”への意識が高い
- ・「評価が下がらないか不安」という声も目立つ

▶ 安定と清潔感を重視する“慎重・防衛型”

挑戦よりもまず「失敗しないこと」「信頼を損なわないこと」を優先する姿勢が特徴的な保守的な世代。



【センパイ社会人 (20-30代)】

- ・収入と人間関係を重視しつつ、やりがいも意識
- ・身だしなみの失敗経験は8割超で最多
- ・ワイシャツケアは「クリーニング」が最多
- ・実践はしているが“正解が分からない”という声も

▶ 慣れと多忙が交錯する“模索・バランス型”

忙しさの中でケアを続けるが、油断や失敗も生まれやすいリアル世代。



【ベテラン社会人 (40-50代)】

- ・仕事観は「給与重視」「やりがい・達成感」ともに世代トップ
- ・AI活用・定時退社・ノーネクタイに最も寛容
- ・ワイシャツケアは「自宅洗濯派」が最多
- ・「加齢臭」を自覚する割合が急増

▶ 経験を重ねた“成熟・合理型”

仕事の意味を重視しつつ、身だしなみは“周囲への配慮”として管理。効率と責任を両立する世代。

1. 仕事観は”キャリア上昇”から”イイトコどり”志向へ？ 世代共通1位は「給与重視」

Q あなたが仕事において重視していることは何ですか。（MA）

新社会人 (n=241)	センパイ社会人 (n=327)	ベテラン社会人 (n=326)
第1位 給与・報酬 55.2%	第1位 給与・報酬 46.8%	第1位 給与・報酬 64.1%
第2位 人間関係・場の雰囲気 50.2%	第2位 人間関係・場の雰囲気 44.3%	第2位 やりがい・達成感 52.8%
第3位 福利厚生 49.8%	第3位 やりがい・達成感 37.0%	第3位 人間関係・場の雰囲気 49.7%
第4位 やりがい・達成感 39.4%	第4位 福利厚生 36.7%	第4位 福利厚生 35.3%
第5位 残業の少なさ 28.2%	第5位 成長・スキルアップ 34.3%	第5位 成長・スキルアップ 31.9%
第6位 成長・スキルアップ 23.2%	第6位 残業の少なさ 30.6%	第6位 残業の少なさ 27.3%
第7位 周囲からの評判・評価 17.8%	第7位 周囲からの評判・評価 26.9%	第7位 昇進・昇格 22.4%
第8位 昇進・昇格 11.6%	昇進・昇格	第8位 周囲からの評判・評価 19.9%



2026年4月から新社会人となる方、新社会人を迎える予定のある企業に勤めるセンパイ社会人（20-30代）、ベテラン社会人（40-50代）を対象に調査を実施しました。

まず、「仕事において重視していること」をたずねたところ、**世代共通で1位は「給与・報酬」という結果に**。一方で、その“中身”には世代差が見られました。特に、社会人を経験しているセンパイとベテラン世代を比較すると、“キャリア上昇志向”から“イイトコどり志向”への意識変化がうかがえる結果となりました。



新社会人

- やりがいや昇進よりも収入の安定に加え、“安心できる環境”を重視する傾向



センパイ社会人

- 給与と人間関係を重視しつつも、「成長・スキルアップ」「周囲からの評判・評価」「昇進・昇格」といった項目で世代トップ
- 収入も欲しい、やりがいも欲しい、さらに評価も成長も求める

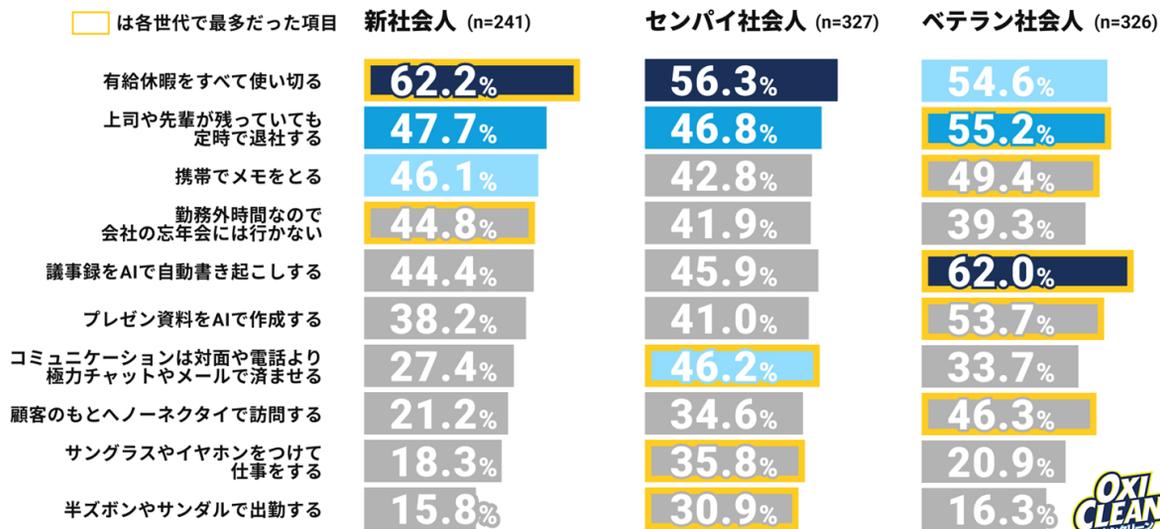


ベテラン社会人

- “給与”も、“やりがい”も半数以上と世代トップ
- 一方、過度な昇進志向や評価競争には慎重な姿勢も見られる

2. 「AI活用・定時退社・ノーネクタイ」最も寛容なのはベテラン社員

Q 社会人としてありだと思う項目は何ですか。(MA)



続いて「社会人として“あり”だと思う行動」についてたずねたところ、「若手が最も自由」というイメージとは逆に、働き方のアップデートに前向きな姿勢を見せたのはベテラン社会人という意外な構図が浮き彫りとなりました。



新社会人

- 「有給休暇をすべて使い切る」「勤務時間外なので会社の忘年会には行かない」で世代最多
- デジタル活用には前向きだが、働き方そのものの“慣習”にはやや慎重な傾向



センパイ社会人

- 「半ズボンやサンダルで出勤」や「サングラスやイヤホンを付けて仕事」などで世代最多
- 服装やコミュニケーションの“自由度”に最も肯定的。形式よりも効率・合理性を重視



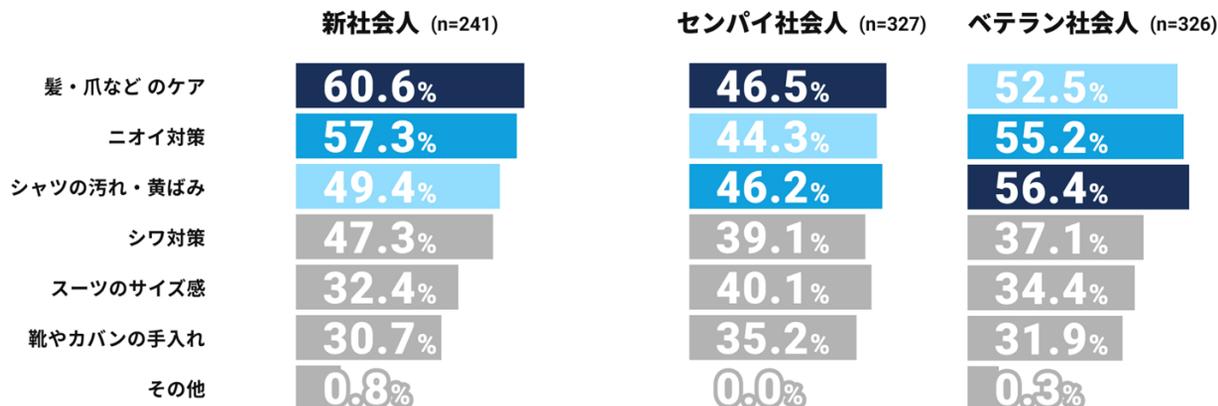
ベテラン社会人

- 「顧客先へノーネクタイで訪問」「上司や先輩が残っていても定時退社」「AIで議事録、プレゼン資料作成」などで世代最多
- 働き方改革やテクノロジー活用に最も寛容。“昔ながら”の価値観を守る世代というイメージとは対照的な結果に

3. 身だしなみ意識は“世代共通テーマ” 新社会人は「細部ケア」ベテラン社会人は「シャツの汚れ・黄ばみ」に厳しい傾向

Q 身だしなみで気を付けたいことは何ですか。(MA)

Q 新社会人に身だしなみで気を付けてもらいたいことは何ですか。(MA)



※特になし、わからないは割愛



次に、新社会人には「自身の身だしなみで気を付けたいこと」、センパイ社会人とベテラン社会人には「新社会人に気を付けてほしいこと」をたずねました。その結果、世代を問わず上位に挙げたのは「髪・爪などのケア」「ニオイ対策」「シャツの汚れ・黄ばみ」となり、清潔感に関する基本項目は共通していることが分かりました。

一方で、その重視するポイントの順序には違いが見られました。同じ「清潔感」というテーマでも、若手は“自分の印象管理”を意識する傾向が強く、ベテラン層は“衣類の状態管理”に目を向けている点が特徴的です。立場や経験年数の違いが、着目点の差として表れていると考えられます。



新社会人（社会人になって気を付けたいこと）

- 6割以上が「髪・爪などのケア」と回答
- 第一印象を左右する“見えやすい部分”への意識が強く、これから社会人としての評価を意識した、外見重視の姿勢が特徴



センパイ社会人（新社会人に気を付けて欲しいこと）

- 上位3項目、大差なしでバランス型
- 自身の経験を踏まえた、現実的なアドバイス型の傾向か

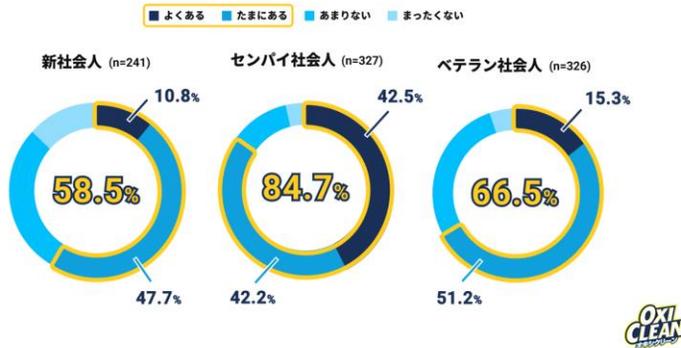


ベテラン社会人（新社会人に気を付けて欲しいこと）

- 最も重視しているのは「シャツの清潔さ」
- 細部よりも「服そのものの管理状態」に目が向いている点が特徴的。日常のケアの積み重ねが印象を左右するという、実務的・経験的な視点が反映されていると考えられる

4. “慣れた頃”が最も危ない？センパイ社会人の8割超が「身だしなみで失敗経験あり」

Q あなたは身だしなみについて「失敗した」「気になった」経験はありますか。(SA)



Q 具体的な失敗例について教えてください。(FA)

衣類のシワ・汚れ・黄ばみ

- ・いつも着ている服の襟元が黄ばんでいたり、シワが目立つように感じた(新社会人・女性)
- ・就活の時にスーツの乱れを面接官に指摘された(新社会人・男性)
- ・朝急いでいて前日用意していたシャツがシワが目立っていたがそのまま着用してその日ずっと気になった(センパイ社会人・女性)
- ・シワを消そうとしてアイロンを掛けるが、かえってシワを増やしてしまった(ベテラン社会人・男性)

ニオイ・汗ジミ

- ・予期してなかった運動で汗をかいた時に匂いや汗ジミが気になった(新社会人・女性)
- ・生乾き臭がした時があった(新社会人・男性)
- ・スーツの中に着る白いシャツの襟元が黄ばんでいたのを帰ってきて気づいた(センパイ社会人・女性)
- ・部屋干し臭いがついているシャツを着てしまい、ほんのり漂う臭いが気になった(ベテラン社会人・男性)

TPO・服装のミスマッチ

- ・みんなカジュアルな服装なのに自分だけカチツとした服装(新社会人・男性)
- ・自分では好きなコーディネートだと思っていたけど、客観的に服装を見るとだらしない感じがした(新社会人・女性)
- ・出張に行く日に派手な色のインナーを着ていたことがあり、色が濃いので透けないか気になった(センパイ社会人・女性)
- ・靴・鞆・ベルトの色を揃え忘れたこと(ベテラン社会人・男性)

髪型・寝ぐせ・ヒゲ

- ・朝は気がつかなかったが、目やにがついていたり、寝癖がついていたりして、相手に悪い印象を与えていないか不安だった(新社会人・男性)
- ・服装をアイロンがけを怠ってしまった時や、髪の毛の乱れがあった時(センパイ社会人・男性)
- ・マスクをしていてひげをそり忘れていた(ベテラン社会人・男性)

身だしなみについて「失敗した・気になった経験があるか」をたずねたところ、最多は先輩社員でした。慣れによる油断と業務多忙が影響が生む可能性が示唆されました。



新社会人

- これから社会人を迎えるため意識は高く、まだ大きな失敗は少ない」傾向



センパイ社会人

- 8割超が失敗経験あり。特に「よくある」が4割超と突出し、3世代の中で最も失敗が日常化”している層



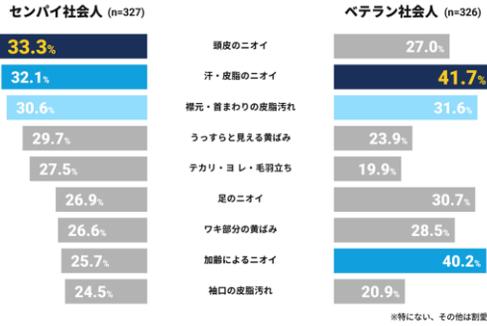
ベテラン社会人

- 失敗経験はあるものの、「よくある」は減少。経験値により一定のコントロールができています

5. 気になるニオイの最多は「汗・皮脂臭」40代からは「加齢臭」自覚が急増

センパイ社会人とベテラン社会人に「社会人になってから特に気になるようになった汚れやニオイ」についてたずねたところ、世代によって“自覚するニオイの質”に違いが見られました。年代が上がるにつれて、対策すべき対象の認識が変化している構造が浮き彫りになっています。

Q あなたが社会人になってから、特に気になるようになった汚れやニオイは何ですか。(MA)



センパイ社会人

- 20-30代では、「頭皮」や「汗・皮脂」といった“活動量に伴うニオイ”が上位に
- 働き盛り世代ならではの、日中のコンディション変化への意識が表れている



ベテラン社会人

- 40代以降では、「汗・皮脂臭」が最多となる一方で、“加齢によるニオイ”を4割が自覚
- “活動由来のニオイ”から“体質・年齢由来のニオイ”へと、意識の対象がシフト

6. ワイシャツケアはセンパイ「クリーニング派」ベテラン「自宅洗濯派」で割れる

続いて、センパイ社会人・ベテラン社会人にワイシャツのケア方法についてたずねたところ、世代によって明確な違いが見られました。身だしなみへの意識自体は共通して高いものの、「どう整えるか」という具体的な方法には差がありました。ワイシャツ1枚の扱い方にも、世代ごとの価値観や生活スタイルが表れています。

Q ワイシャツのケア方法はどのようにしていますか。(MA)



センパイ社会人

- 約4割「毎回クリーニング」が最多。仕上がりの安定感や時間効率を重視し、“プロに任せる”という選択をする傾向
- 一方で、「漬けおき洗い」など具体的なケア行動も一定割合で実施



ベテラン社会人

- 約6割「毎回洗濯」が最多。仕上がりを他人任せにせず、自分のルーティンとして管理している
- 日々の積み重ねによって清潔感を保つという、習慣化されたケア意識がうかがえる



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。

40代半ばを過ぎた自身にとって、共感できる部分の多い調査結果となりました。髪の毛や爪、肌などの身体的な【見せ方】を重視していた頃に比べ、身に着けているものに清潔感があるか、目の前の相手に不快感を与えてないかを気にする【見え方】を気にするようになってきました。また、気になる汚れとニオイに関する回答が加齢と関係しそうなものが多く、身につまされるような思いです。

■洗濯前のちょっとしたひと手間で、汚れ落ちアップ&ニオイ対策

1 エリそで汚れを身近なものでプレケア

エリそでの汚れは、主に皮脂汚れ（油汚れ）です。そこで、汚れの気になるところに、食器用洗剤を薄く塗りこみます。洗剤に含まれる界面活性剤の働きで、油汚れを落としやすくしてくれます。また、液性が中性のものが多く、刺激が少ないという点も気軽にできておすすめです。時間に余裕があるときは、ぬるま湯に漬けて軽く揉みこんであげると、さらに汚れ落ちがアップします。汚れやかけられる時間に合わせて、市販のプレケア洗剤と使い分けるのもよいでしょう。



2 ニオイ対策はシンプルに

洗濯機を洗濯カゴ代わりにしていないでしょうか。洗濯する前の衣類には、雑菌のエサとなる汗や皮脂汚れが付着しています。湿度の高くなりがちな洗濯機（洗濯槽）の中で放置された洗濯物は、雑菌が繁殖するのに最適な環境です。そうならないように、洗濯カゴを使用して、洗濯物は洗濯する際に入れましょう。とてもシンプルですが、これも有効な洗濯術です。濡れたタオル類は、ハンガーにかけて乾かしてからカゴに入れるようにしてください。水分と湿度に要注意です。



★室内干しのワンポイント

普段は外干しをされている方でも、この時期だけは室内干しという方も多いのではないのでしょうか。室内干しで気になることのひとつに、生乾きのニオイがあります。原因は落とし切れなかった汚れをエサに増殖した雑菌が一因です。オキシクリーンのような酸素系漂白剤を入れて洗濯すると、雑菌のエサとなる皮脂汚れが落ちやすくなるのでおすすめです。



製品概要

■オキシクリーン（左から）

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）
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）
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）
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時間以上漬けおきした場合（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

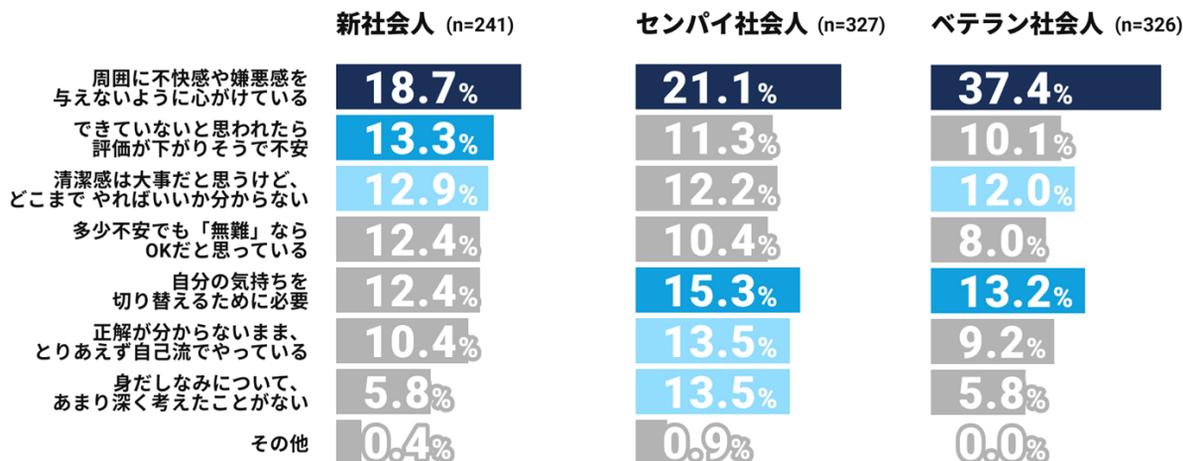
東京都品川区大崎1-6-1
グラフィコカスタマーセンター
TEL 0120-498-177
（平日10:00～16:00年末年始除く）

Appendix

身だしなみの動機は世代で進化！

若手は“評価が怖い”、ベテランは“周囲に配慮”。一方、センパイは”無頓着”？

Q 身だしなみについて、あなたの考えに最も近いものはどれですか。（SA）



身だしなみについての考えをたずねたところ、全世代で最多となったのは「周囲に不快感や嫌悪感を与えないように心がけている」でした。ただしその割合は、新社会人18.7%、センパイ社会人21.2%、ベテラン社会人37.4%と、年代が上がるほど顕著に増加しています。

この結果から、世代が上がるにつれて、身だしなみを「自分の評価対策」から「周囲への配慮」へと捉える意識が強まっていることがうかがえます。立場や責任の広がりとともに、他者視点で身だしなみを考える傾向が強くなる構造が見えてきました。



新社会人

- 評価への不安が動機になっている“自己防衛型”
- まだ基準が定まらず、意識のばらつきも見られる



センパイ社会人

- 「自分の気持ちを切り替えるために必要」や「正解が分からないまま自己流でやっている」といった回答が上位
- 実践はしているものの、明確な正解が見えない中で模索している“移行期世代”



ベテラン社会人

- 「周囲に不快感を与えないように心がけている」が突出して高く、身だしなみを対人関係や職場環境への配慮として捉える“成熟型”
- 一方で、「どこまでやればよいか分からない」という声もあり、経験を積んでもなお基準の曖昧さに悩む実態も

清潔感は“センス”ではなく“信頼の証”

「身だしなみに清潔感がある」世代を超えて支持されたのは芦田愛菜さん

Q あなたが「身だしなみに清潔感がある」と思う有名人をお選びください。

(MA n=894)

第1位	芦田愛菜さん 39.9%	4 安住紳一郎さん 31.5%
第2位	新垣結衣さん 33.9%	5 水ト麻美さん 31.2%
第3位	大谷翔平さん 32.1%	6 榊太一さん 29.3%
		7 有働由美子さん 23.4%
		8 内村光良さん 22.5%
		9 川島明（麒麟）さん 22.1%
		10 いとうあさこさん 15.0%

※特にいない、その他は割愛



全世代から「身だしなみに清潔感がある有名人」として最も多く挙げられたのは、芦田愛菜さん（39.9%）。続いて新垣結衣さん（33.9%）、大谷翔平さん（32.1%）という結果となりました。上位3名に共通するのは、奇抜さや華美さよりも、落ち着きや誠実なイメージといった要素です。清潔感とは「おしゃれ度」ではなく、「きちんとしている」「信頼できそう」という印象に近い概念であることが読み取れます。

本調査の結果から、新社会人は髪や爪、ニオイ対策など細部を意識し、「評価に影響しそう」と不安を抱きながらも清潔感を重視しています。一方でセンパイ・ベテラン社会人も、「周囲に不快感を与えないこと」を最も意識しており、シャツの黄ばみやニオイに厳しい目を向けています。

世代ごとの仕事観や身だしなみに対する課題は異なるものの、“清潔感とは信頼につながる”という価値観は共通していることが示唆されました。酸素系漂白剤「オキシクリーン」は、襟元の黄ばみや汗・皮脂汚れなど、日常のケアでは落とすきれない汚れに対応し、世代を問わず求められる清潔感づくりをサポートします。