

報道関係各位

2025年8月28日
株式会社クロス・マーケティング

家事は圧倒的に女性が担う、負担の割合は7.6割 今の政治家に欠けていると思うこと「庶民的感覚・世間的常識」「金銭面のクリーンさ」「責任感」

－暮らし方に関する実態・意識調査（2025年8月定点ココロスタイルリサーチ）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2025年8月、全国18～79歳の男女3,000名を対象に「暮らし方に関する実態・意識調査（2025年8月定点ココロスタイルリサーチ）」を行いました。本調査は、生活者の意識やライフスタイルの変化の兆しを捉えることを目的として、定点で実態・意識調査を実施するものです。今回は暮らし方編として、暮らし方に関する考え方・意見、主な家事の担当、配偶者・パートナーの家事の比率と家事に対する満足得点、生活に求めるイメージ、今の政治家に欠けていることなどをピックアップし分析しました。

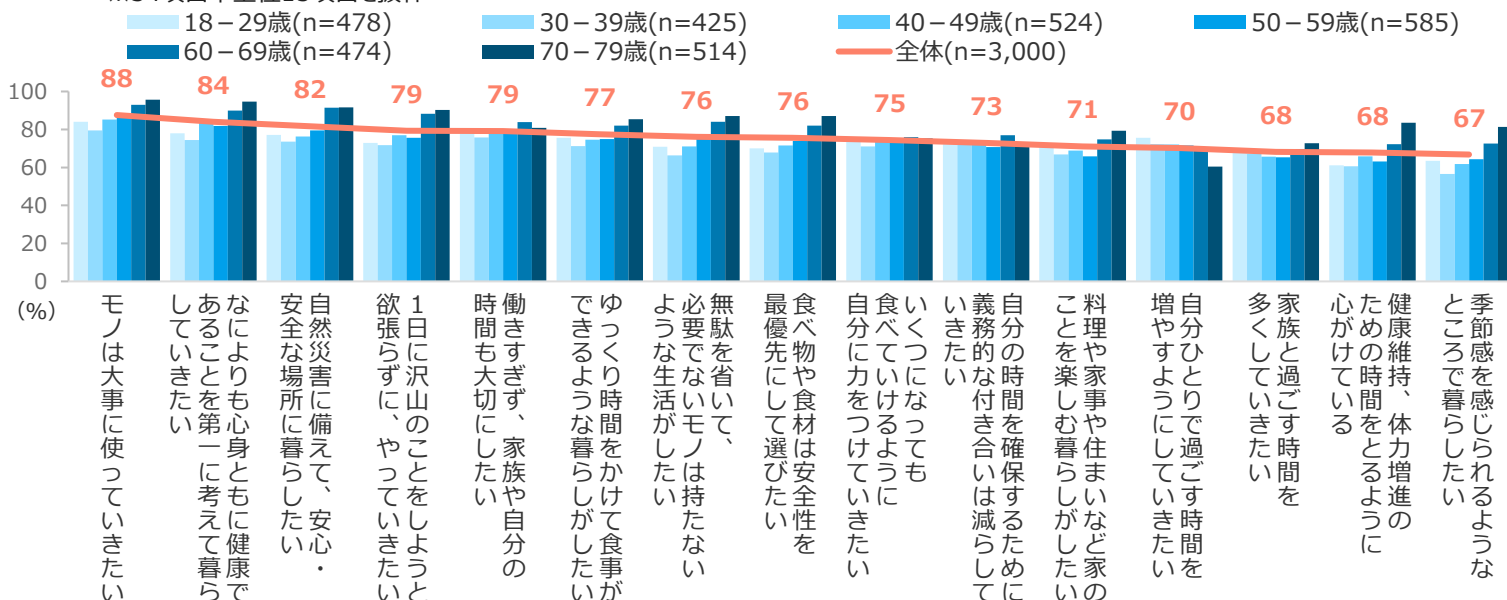
■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【暮らし方に関する考え方・意見】** 暮らし方についての考え方・意見を4段階で聴取した。非常に+まあそう思う割合は、「モノは大事に使っていききたい」「なによりも心身ともに健康であることを第一に考えて暮らしていききたい」「自然災害に備えて、安心・安全な場所に暮らしたい」が8割台で、年代が上がるほど割合は増える。＜図1＞
- ✓ **【家事の担当／比率／相手への満足得点】** 既婚者の世帯に18項目の家事に対して、男女どちらがメインで担当しているかを聴取した。既婚の男女ともに「ゴミ出し」「庭の手入れ」担当はほぼ同率であるが、それ以外の16の家事担当は圧倒的に女性であり、そのうち11項目は女性の家事担当が7割を超えていた。既婚男性が担っているのは、「ゴミ出し」46%、「風呂場の掃除」「ペットのお世話」「庭の手入れ」が30%台程度にとどまる。＜図2＞ 配偶者・パートナーと同居している世帯における女性の家事負担比率は、平均7.6割。「9割」が30%と最多であり、8～10割が女性負担とする家庭は61%に達する。＜図3＞ 配偶者・パートナーと同居する女性による男性の家事への評価は54点。一方、男性による女性の家事への評価は82点であり、80点以上は75%を占め、100点満点をつけた人は36%と最多であった。＜図4＞
- ✓ **【生活に求めるイメージ】** 生活に求めるイメージを30項目呈示し確認した結果、「ストレスのない」46%、「安定した」44%、「ゆとりのある」41%、「健康的な」40%、「のんびりした」39%がTOP5。18～29歳、30～60代までは「ストレスのない」が求めるイメージの1位としてあがった。70代は「健康的な」が63%で1位。＜図5＞
- ✓ **【今の政治家に欠けていること】** 今の政治家に欠けていると思うことを28項目呈示し、3つまで聴取した。「庶民的感覚・世間的常識」28%、「金銭面のクリーンさ」23%、「責任感」20%、「実行力・行動力」18%、「将来を見通す先見力」17%が上位。いずれも各世代で1位にあがったのは、「庶民的感覚・世間的常識」が欠けているであった。＜図6＞

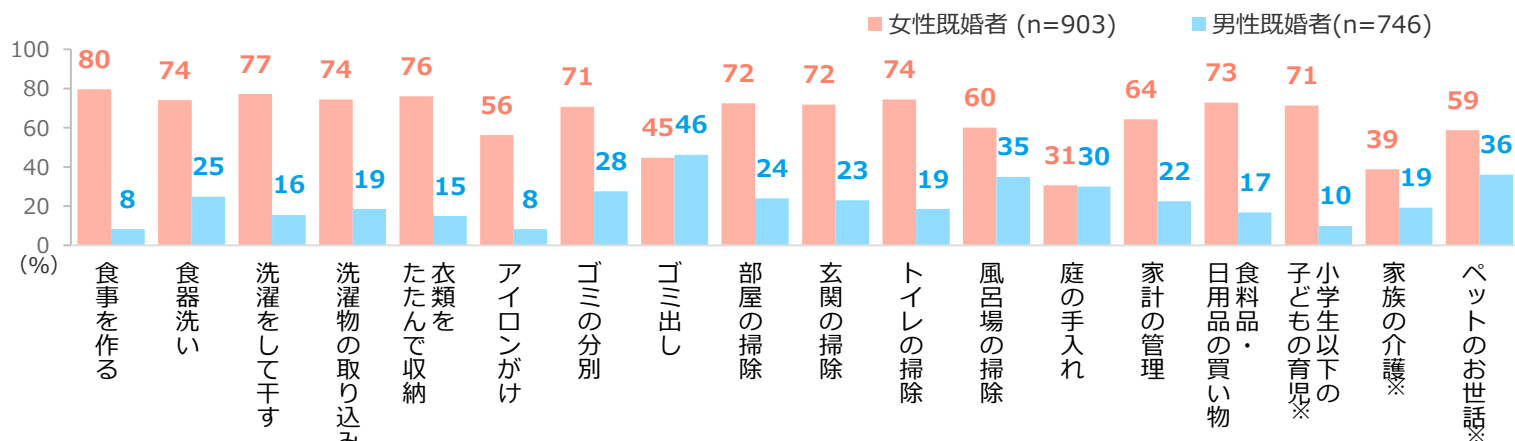
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20250828kokoro>

＜図1＞ 暮らし方に関する考え方・意見（各単一回答：4段階評価で聴取／非常に+まあそう思う割合）

※34項目中上位15項目を抜粋

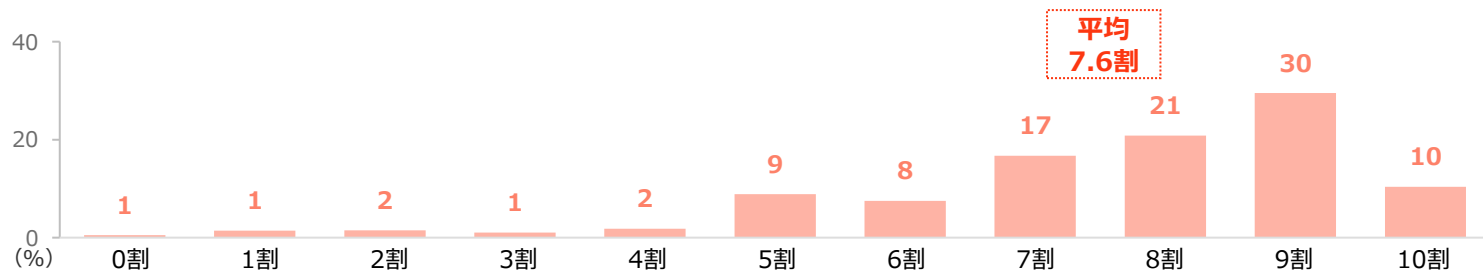


＜図2＞ 主な家事の担当（各単一回答）※ベース：既婚者

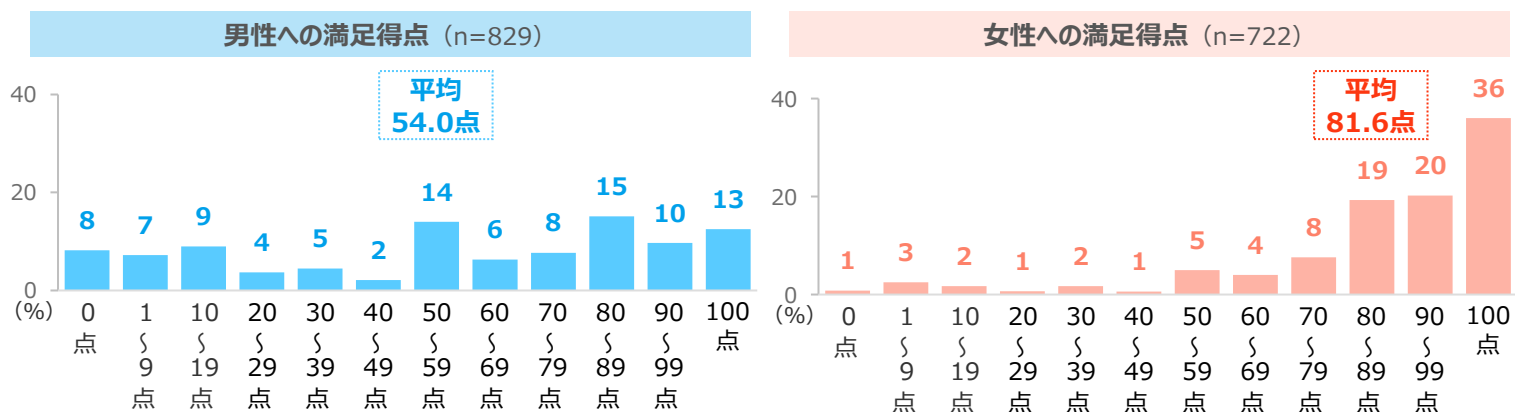


※ベース：「小学生以下の子どもの育児」は小学生以下の子どもと同居している人、「家族の介護」は介護が必要な家族がいる人、「ペットのお世話」はペットを飼っている人

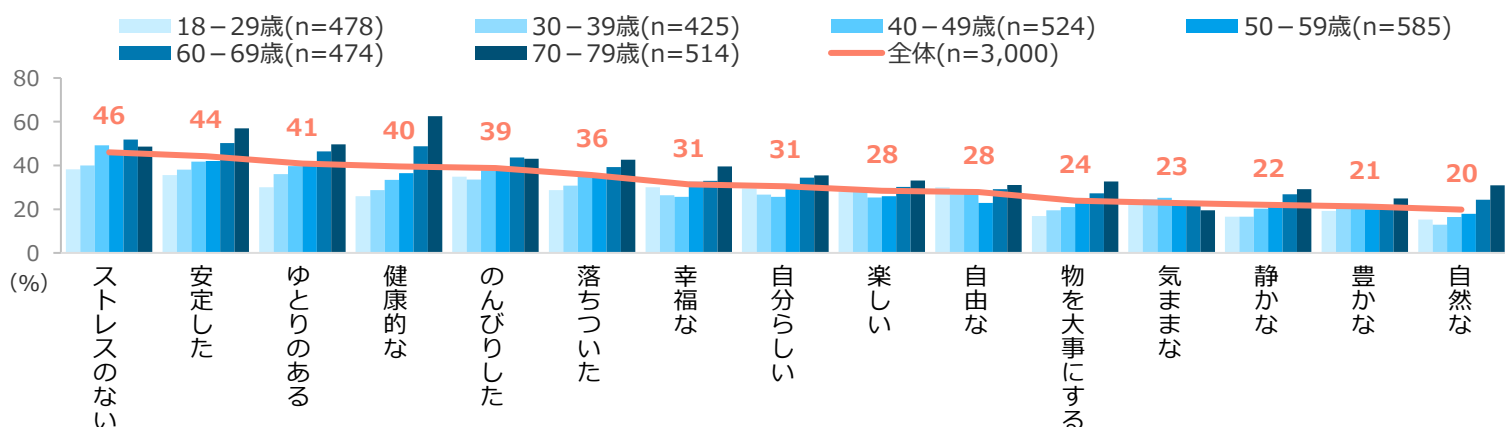
＜図3＞ 女性配偶者・パートナーの家事の比率（数値回答：n=1,551）※ベース：配偶者・パートナーと同居している人



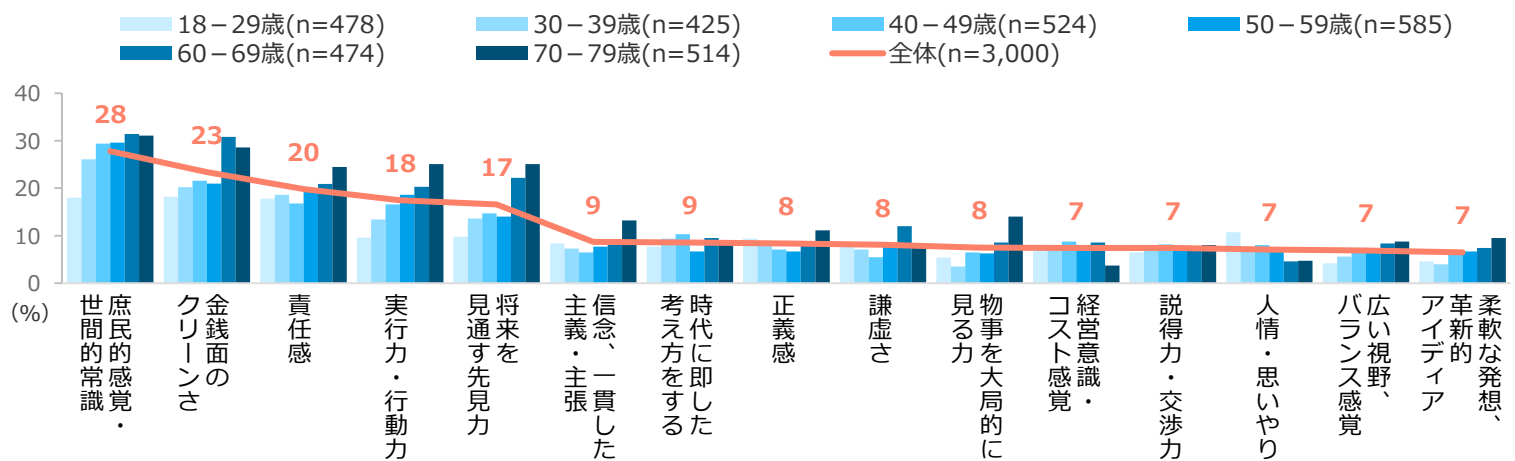
＜図4＞ 配偶者・パートナーの家事に対する満足得点（数値回答）※ベース：配偶者・パートナーと同居している人



＜図5＞ 生活に求めるイメージ（複数回答）※30項目中上位15項目を抜粋



＜図6＞今の政治家に欠けていると思うこと（3つまでの複数回答）※28項目中上位15項目を抜粋



■レポート項目一覧

□ 属性設問

(性別/年齢/未婚/居住地/子どもの有無/同居人数/同居家族/同居子ども・孫の学齢/職業/住まい/世帯年収/要介護家族の有無/ペット飼育の有無/飼っているペットの種類/ポテンシャル・ニーズ・クラスター)

□ 調査結果サマリー

▼調査結果：景況感・生活全体の意識

- ☐ 生活満足度
- ☐ 生活領域別満足度/注力度
- ☐ 生活価値観・意識
- ☐ 生活関連の意識
- ☐ 現在の暮らし向き

▼調査結果：暮らし方について

- ☐ 生活全般の満足度
- ☐ 暮らし方に関する考え方・意見
- ☐ 家事の頻度
- ☐ 主な家事の担当
- ☐ 配偶者・パートナーに手伝ってもらいたい家事
- ☐ 家事の比率
- ☐ 配偶者・パートナーの家事に対する満足得点

- ☐ 好きな家事
- ☐ 負担に感じている家事
- ☐ 利用している／欲しいと思う時短家電
- ☐ 生活に求めるイメージ
- ☐ いまの政治家に欠けていると思うこと（3つまで）

▼時系列データ集

▼参考資料

- ☐ ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/20250828kokoro>

■調査概要

調査手法：インターネットリサーチ

調査地域：全国47都道府県

調査対象：18～79歳の男女、人口構成比に合わせて割付

調査期間：2025年8月6日（水）～7日（木）

有効回答数：本調査3,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立：2003年4月1日
 代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容：マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275

E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」