

報道関係各位

2026年3月18日  
株式会社クロス・マーケティング

## この1年間の落とし物・忘れ物は36%が経験あり 世代共通して多いのは「傘・日傘」

－ 落とし物・忘れ物に関する調査（2026年） －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「落とし物・忘れ物に関する調査（2026年）」を実施しました。日常生活の中で、スマートフォンや鍵、イヤホンなどをうっかり落としたり置き忘れてしまった、落とし物を見つけてしまった経験は誰しもあるのではないのでしょうか。今回は、この1年間の外出先での落とし物・忘れ物の経験と落としたもの、落としたと気づいた際にとる行動、落とし物を防ぐための工夫や印象的なエピソードについて聴取しました。

\* 落とし物・忘れ物…外出先などで持ち物を「落とす」または「置き忘れる」で聴取（出かける際に家に忘れてきた経験は除く）

◆ 調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20260318otoshimono>

### ■ 調査結果

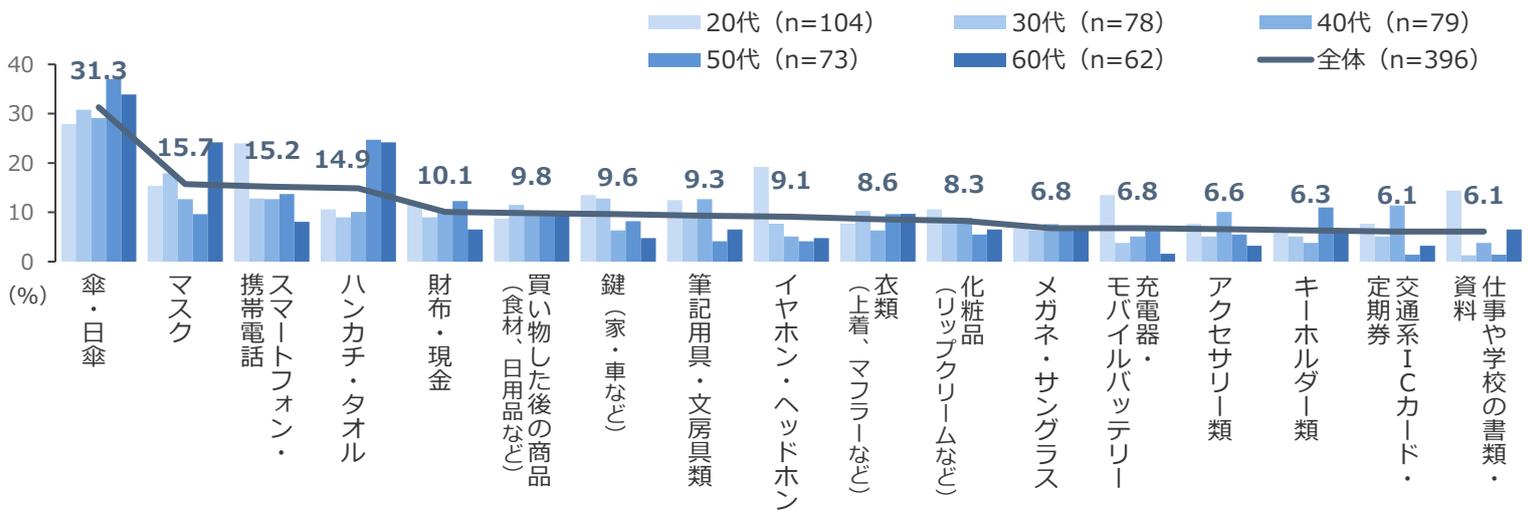
- ✓ **この1年間の落とし物・忘れ物の経験は36.0%。**  
若い人の方が落とし物・忘れ物が多い傾向にあり、特に20代は47.3%と半数に近い。〈図1〉
- ✓ **「傘・日傘」が31.3%と落とし物・置き忘れた物として最多。次いで「マスク」「スマートフォン・携帯電話」「ハンカチ・タオル」。**  
20代は「スマートフォン・携帯電話」「イヤホン・ヘッドホン」「充電器・モバイルバッテリー」が、50～60代は「ハンカチ・タオル」、60代は「マスク」が、他年代に比べ落とした割合が多い。〈図2〉
- ✓ **何かを落とした時の行動として、「心当たりがある場所へ戻って探してみる」「カバンやポケットの中をもう一度探す」「店頭や施設の窓口にお問い合わせる」がTOP3。**  
年代が高いほど、探す・問い合わせる行動が多い。20～30代は、落としても「特に対応せずあきらめる」が3割前後と高い。〈図3〉
- ✓ **落とし物・忘れ物を防ぐための対策は、「移動時や席を立つときに持ち物を確認」「持ち物の定位置を決める」「できるだけ持ち物を減らす」が2割台。**  
60代は「持ち物の確認」「持ち物は定位置へ」「ファスナー付きのポケットやカバンの利用」が高く、日頃の工夫が見受けられた。〈図4〉
- ✓ **貴重品やカードの落とし物などは交番や交通機関などで、スマートフォンは位置情報で見つかり安堵したケースや購入してから日がたっていないもの、落として破片と化したものなどショックを受けたという話が聞かれた。〈図5〉**

〈図1〉 1年間の外出先での落とし物・忘れ物の経験（単一回答：n=1,100）

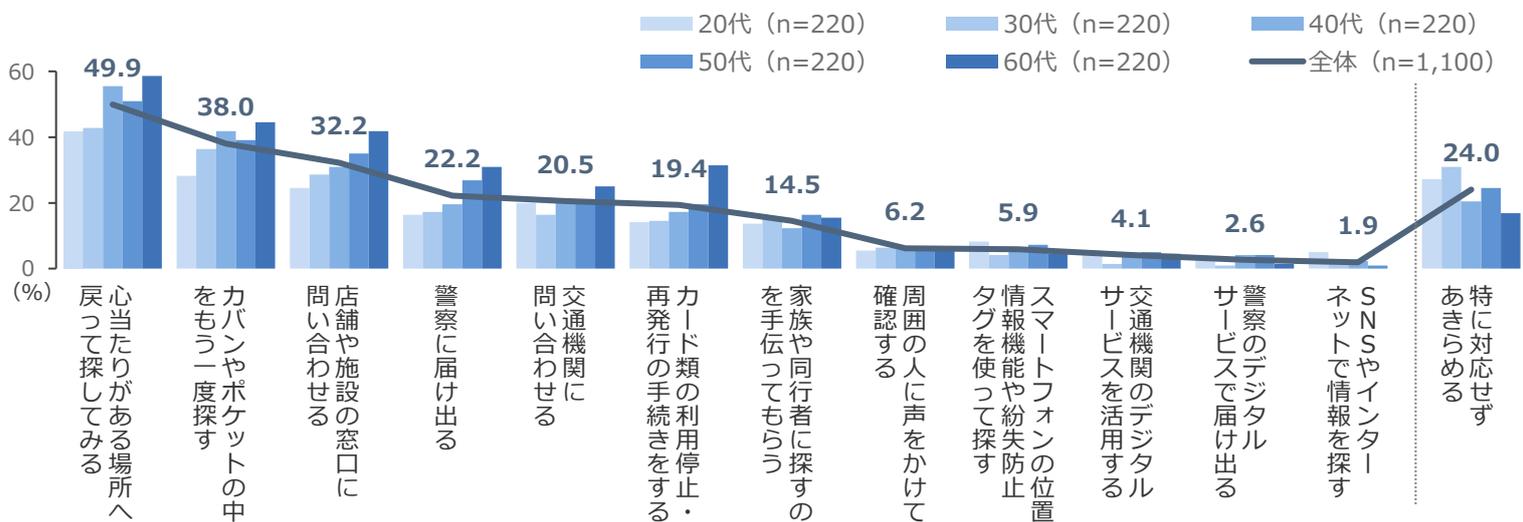
| n=         | この1年で落とし物・忘れ物をしたことがある | この1年で落とし物・忘れ物をしていない |
|------------|-----------------------|---------------------|
| 全体 (1,100) | 36.0                  | 64.0                |
| 20代 (220)  | 47.3                  | 52.7                |
| 30代 (220)  | 35.5                  | 64.5                |
| 40代 (220)  | 35.9                  | 64.1                |
| 50代 (220)  | 33.2                  | 66.8                |
| 60代 (220)  | 28.2                  | 71.8                |

(%)

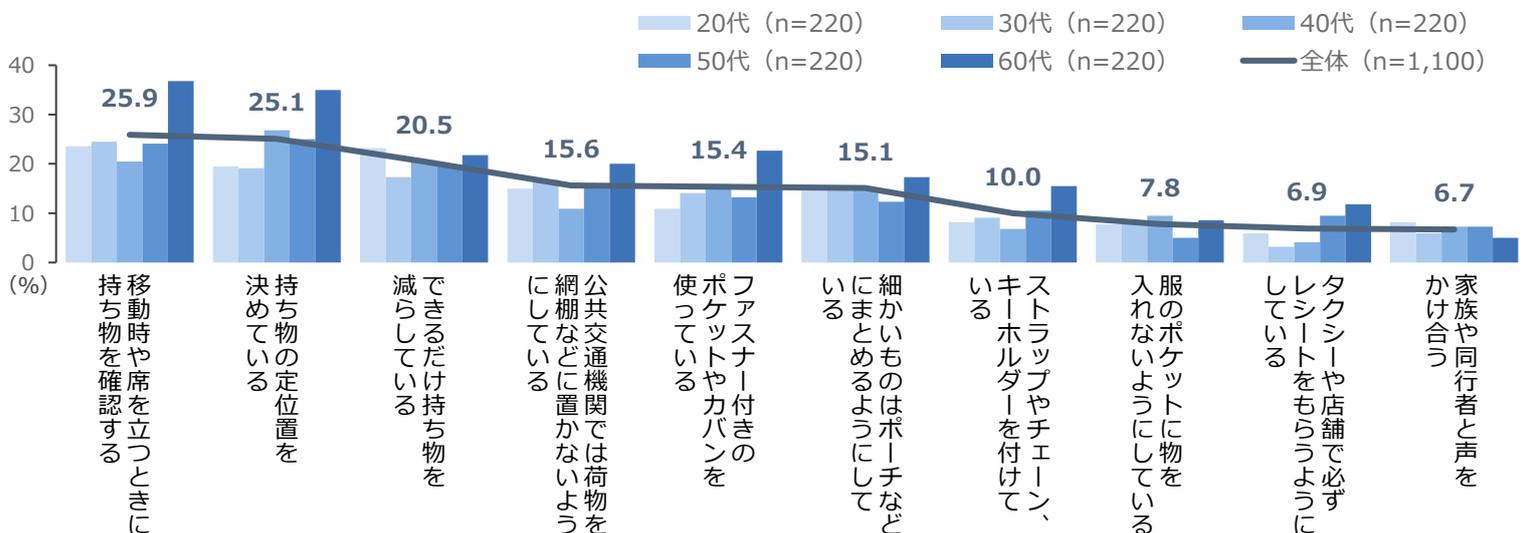
<図2> 1年間に落とした物・忘れた物 (複数回答: n=396) ※全体5%以上を抜粋  
 ※この1年で落とし物・忘れ物をしたことがある人ベース



<図3> 落とし物・忘れ物をしたときにとる行動 (複数回答)



<図4> 落とし物・忘れ物をしないために行っていること TOP10 (複数回答)



<図5> 落とし物・忘れ物に関する印象的なエピソード（自由回答抜粋）

【見つかったエピソード】

- ・ 酔っ払って貴重品の入ったのバッグ一式を忘れてしまい、顔面蒼白になった。  
すぐに交番に問い合わせところ、親切な方が届けてくれており、貴重品も全て残っていたので本当に心からホッとした（女性50代）
- ・ 東京の電車内でその日に買ったグッズを落としてしまった。駅のサービスセンターに問い合わせ、次の日に神奈川の終点で見つかったと連絡があった。Xで落とし物ツイートしたら、たくさんの人が拡散してくれた（女性20代）
- ・ バス通勤をしている時に、弁当箱を短期間で3回連続して忘れたことがある。取りに行くのが同じバスセンターだったが、さすがに3回目にはスタッフの方に顔を覚えられて、失笑された時は恥ずかしい思いをした（男性40代）
- ・ 某テーマパークでクレジットカードを落としたが、そのテーマパークから自宅へ落とし物の電話があった（女性50代）
- ・ スマホを落としたことがあったが、パソコンから場所が確認できて探すことができた（女性40代）

【見つからなかったエピソード】

- ・ 買って1日目の帽子をベンチに置き忘れた。何時間かしか着用していなかったのに、すごくショックだった（女性30代）
- ・ iQOS本体を高速バスに忘れ、遠くに取りに行かなければならず、あきらめた（女性20代）
- ・ 交通量の多い道に腕時計を落としたが、翌日に気づいたので、車に引かれて粉々になってしまった。  
破片だけ見つかったときはショックだった（女性20代）
- ・ ミヤクミヤクのストラップがなくなったが、どこかへ旅立ったんだなと思うようにした（女性50代）

■ 調査項目

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 属性設問                | <input type="checkbox"/> 落とし物・忘れ物をしたときにとる行動     |
| <input type="checkbox"/> 外出先での落とし物・忘れ物をよくするか | <input type="checkbox"/> 落とし物・忘れ物をしないために行っていること |
| <input type="checkbox"/> 1年間に外出先で落とした物・忘れた物  | <input type="checkbox"/> 落とし物・忘れ物に関する印象的なエピソード  |

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20260318otoshimono>

■ 調査概要

- |      |   |       |                         |
|------|---|-------|-------------------------|
| 調査手法 | ： インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用） |       |                         |
| 調査地域 | ： 全国47都道府県  | 調査期間  | ： 2026年3月13日（金）～ 15日（日） |
| 調査対象 | ： 20～69歳の男女                                       | 有効回答数 | ： 本調査1,100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ーション

◆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](mailto: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・・・」