

報道関係各位

2026年8月27日
株式会社クロス・マーケティング

家庭での家事負担は女性に集中、負担割合は7.5割 家事の負担を減らすため「冷凍・レトルト食品」「まとめ買い」「アイロンなし衣類」を利用

－暮らし方に関する実態・意識調査（2026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、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、2026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（2026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、家事の負担軽減・時短のための工夫・サービス、生活に求めるイメージをピックアップし分析しました。

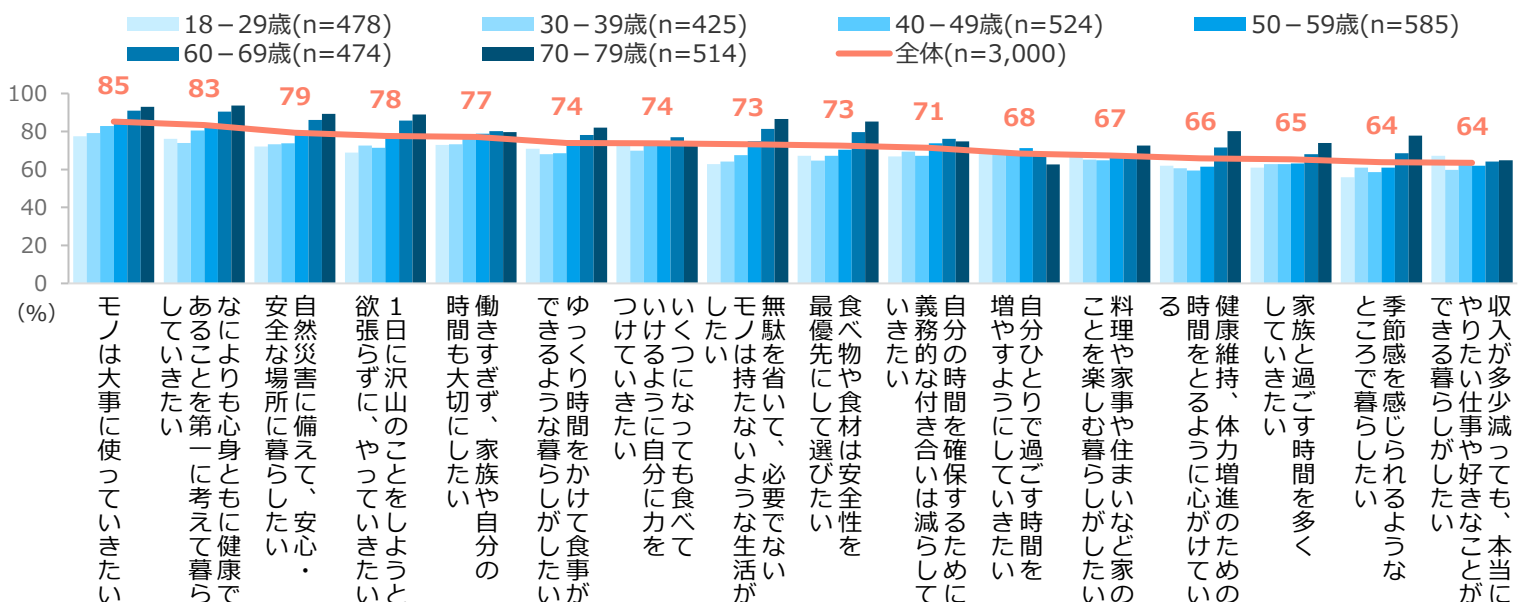
■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【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たい」「自然災害に備えて、安心・安全な場所に暮らしたい」がTOP3で、年代が上がるほど割合は高まる。＜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、それ以外の家事担当は女性であり、12項目は女性が6～7割を占めていた。既婚男性が担っているのは「ゴミ出し」49%、「ペットのお世話」39%、「風呂場の掃除」35%程度。＜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7.5割であり、「9割」と回答した人は29%と最多で昨年と同じ結果である。＜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81点で、80点以上は75%を占め、100点満点をつけた人は35%と最も多い。＜図4＞
- ✓ **【家事の負担軽減・時短】** 家事の負担軽減・時短のための工夫やサービス利用は、「冷凍食品・レトルト食品の利用」「まとめ買いをして買物回数を減らしている」「アイロンがいらぬ衣類の利用」が上位で、年齢が上がるほど利用は増える。＜図5＞
- ✓ **【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」43%、「安定した」43%、「ゆとりのある」41%、「のんびりした」39%、「健康的な」37%がTOP5で昨年と同様なイメージがあがった＜図6＞

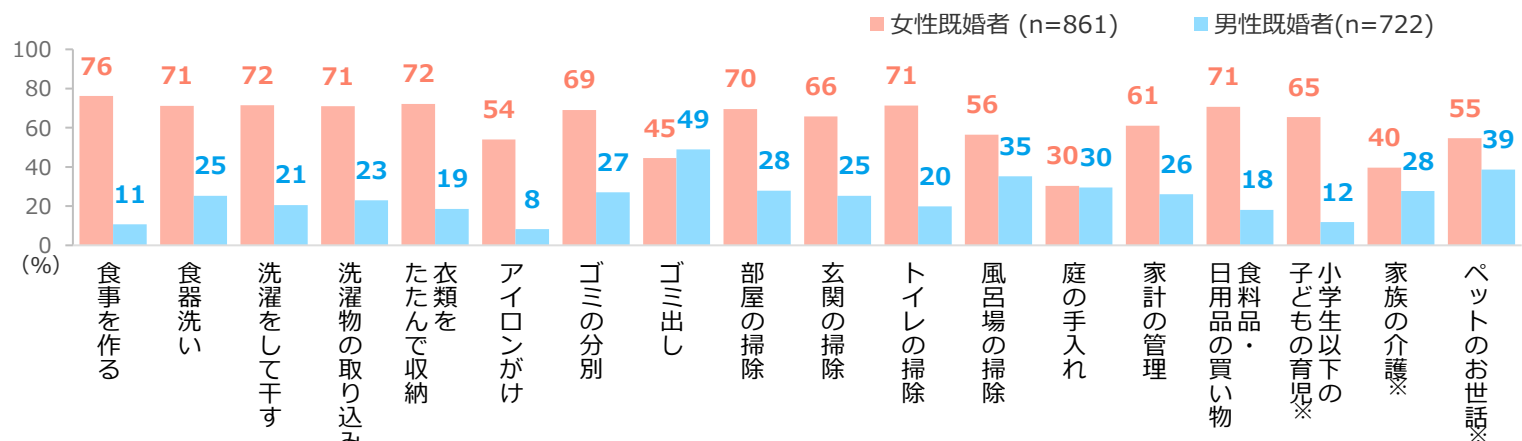
◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20260827kokoro>

＜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

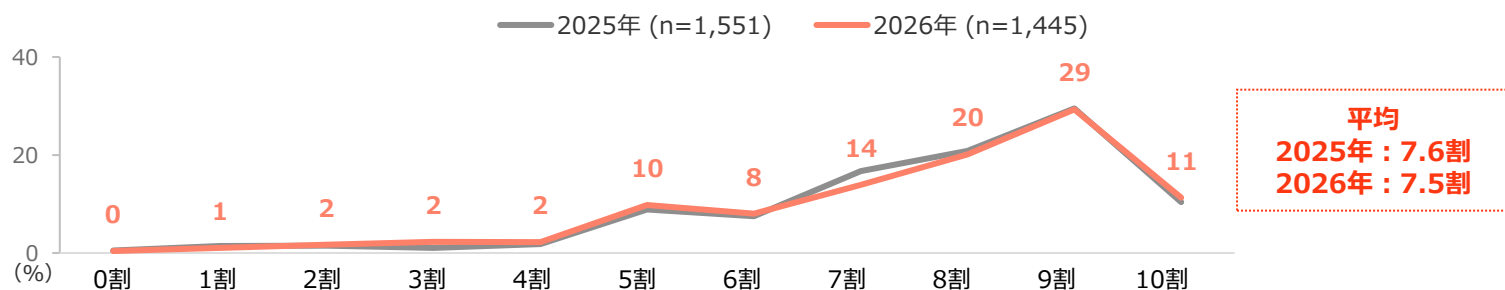


＜図2＞ 主な家事の担当（各単一回答）※ベース：既婚者



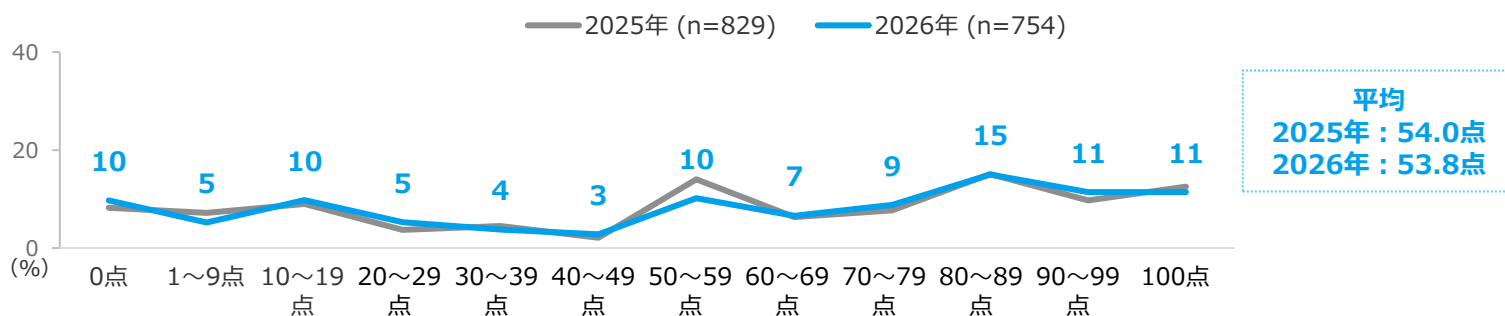
※ベース：「小学生以下の子どもの育児」は小学生以下の子どもと同居している人、「家族の介護」は介護が必要な家族がいる人、「ペットのお世話」はペットを飼っている人

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

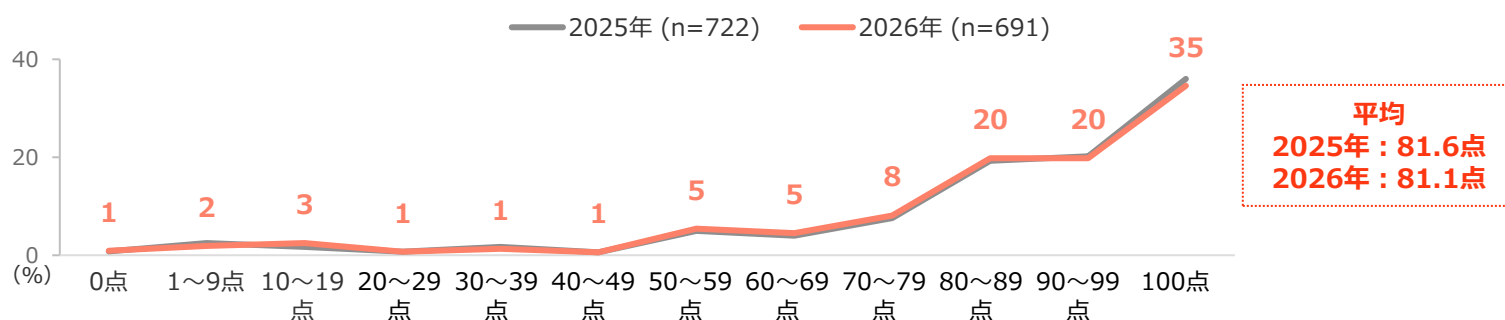


＜図4＞ 配偶者・パートナーの家事に対する満足得点（数値回答）※ベース：配偶者・パートナーと同居している人

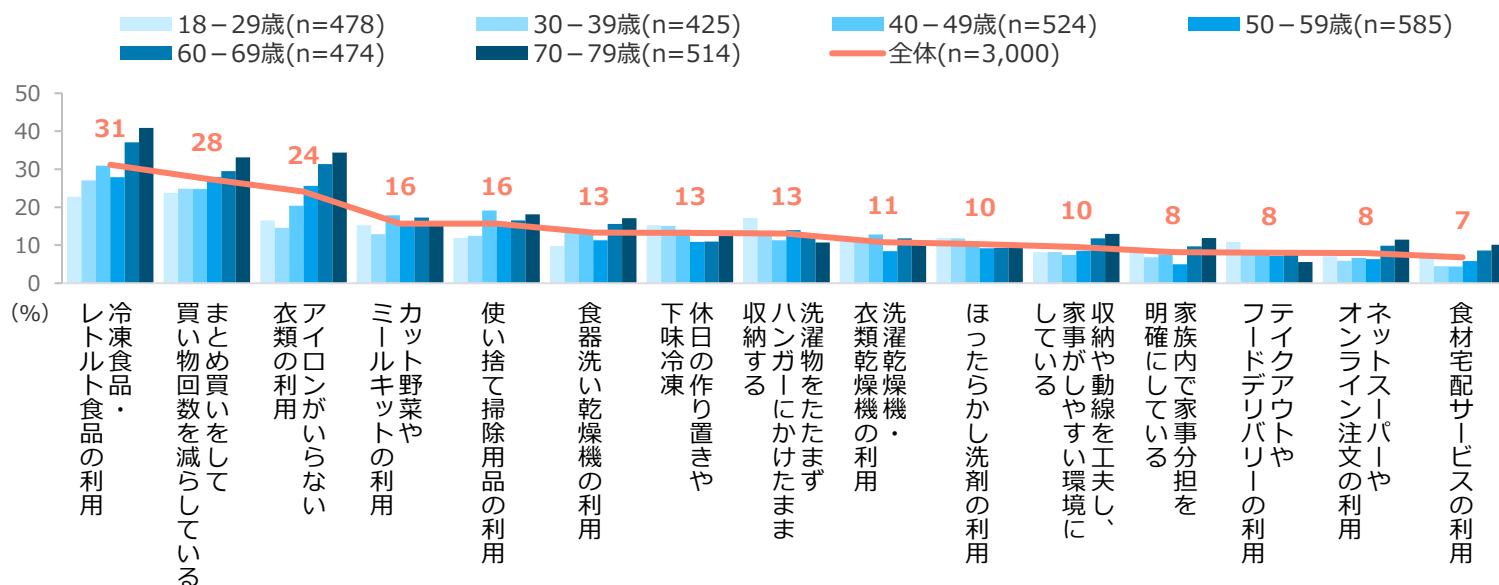
男性への満足得点



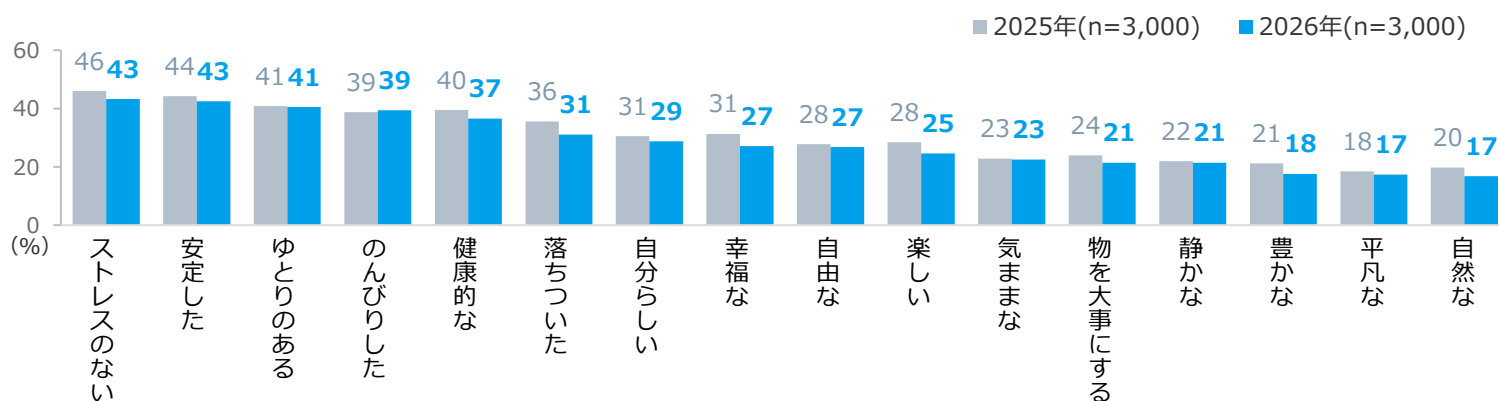
女性への満足得点



＜図5＞ 家事の負担軽減・時短のための工夫・サービス（複数回答）※22項目中上位15項目を抜粋



＜図6＞ 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



■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ほしい家事
- 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
- 家事の負担軽減・時短のための工夫・サービス
- 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

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2026年8月5日（水）～7日（金）

調査地域 : 全国47都道府県

有効回答数 : 本調査3,000サンプル

調査対象 : 18～79歳の男女、人口構成比に合わせて割付

※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・・・」