

新生活スタートの春は片づけ・収納見直しのチャンス LONGLIFE 総合研究所「収納の満足度調査」を実施 ～収納に対する満足度が高い人が持つ 4 つの要素とは～

旭化成ホームズ株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:川畑 文俊)LONGLIFE 総合研究所(所長:河合 慎一郎)は、新生活が始まる春を前に、片づけや収納を見直すヒントを得る目的で「収納の満足度調査」を実施しましたのでお知らせします。

I.LONGLIFE 総合研究所「収納の満足度調査」主なトピクス

1. モノを手放すタイミングは一年中いつでも OK
2. 収納の満足度が高い人はくらしの総合満足度も高い
3. 収納満足度には、4 つの視点(ゴール設定・整理・収納・インテリア)が大事で、その中で最も影響するのは「整理」の「モノを手放すことが得意か否か」
4. モノを手放すことが「得意」な人は、モノを「手放す基準」を持っている
5. モノを手放すことが「得意」な人は、リサイクル・リユースを活用するなど社会全体でのモノの循環を意識
6. モノを手放すことが「得意」な人の 5 割近くは子供を巻き込んでいる

II.調査の概要

1. 調査の目的:モノを手放すこと・残すこと、片づけ・収納・インテリアなどに関する実態・意識を明らかにする
2. 調査時期 :2024 年 12 月
3. 調査方法 :Web アンケート調査
4. 調査対象 :25 歳～74 歳の既婚男女、戸建住宅居住者
5. 調査対象数:1,000 人

III.調査結果概要

1. モノを手放すタイミングは一年中いつでも OK

モノを「手放す」ことを考えるタイミングの TOP は「片づけをしたくなった時」でした。一方でこれを末子の学齢別にみると、小学生や中高生で「3 月・4 月」が上位という結果に。小学生・中高生では 3 割強が新学年や新学期が始まる 3 月・4 月を手放すタイミングとしていることが分かりました。

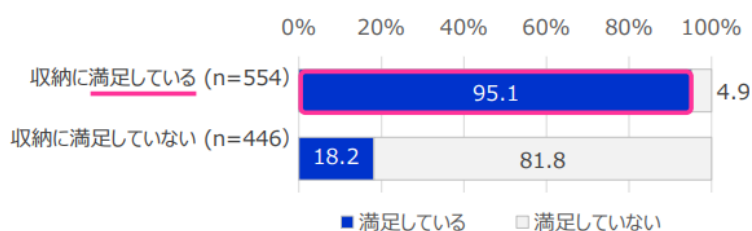
■モノを「手放す」ことを考えるタイミング：TOP 5

全体 (n=1000) %		末子学齢別 (単位：%)		
		未就学児(n=189)	小学生(n=111)	中高生(n=78)
1	時期は問わず、片づけをしたくなった時 37.0	1 引っ越し 38.6	時期は問わず、片づけをしたくなった時 36.0	時期は問わず、片づけをしたくなった時 41.0
2	季節の変わり目 (衣替えの時期など) 29.4	2 年末 (11月・12月) 33.9	3月・4月(春・新年度・子どもの新学期など) 35.1	3月・4月(春・新年度・子どもの新学期など) 33.3
3	引っ越し 27.2	3 季節の変わり目 (衣替えの時期など) 32.3	年末 (11月・12月) 31.5	引っ越し 33.3
4	年末 (11月・12月) 26.5	4 時期は問わず、片づけをしたくなった時 26.5	季節の変わり目 (衣替えの時期など) 27.9	年末 (11月・12月) 32.1
5	3月・4月(春・新年度・子どもの新学期など) 17.7	5 3月・4月(春・新年度・子どもの新学期など) 23.8	引っ越し 21.6	季節の変わり目 (衣替えの時期など) 23.1

2. 収納の満足度が高い人はくらしの総合満足度も高い

「収納に満足している」人は、95%が「くらし」にも満足しているという結果になりました。一方で「収納に満足していない」人で、「くらし」に満足しているのは 2 割であることから、収納の充実がくらしの満足度に影響を与えていることがうかがえます。

■くらしの総合満足度（収納満足度別）



(満足している：10～6点 / 満足していない：5～0点)

部屋が片付いていると
気持ちが良い。(満足感)



60代
夫婦のみ

収納スペースの余白があると
気分がいい。



30代
夫婦＋未婚子
(未子未就学)

いらない物を整理して
その場所がスッキリすると
気分が良くなる。

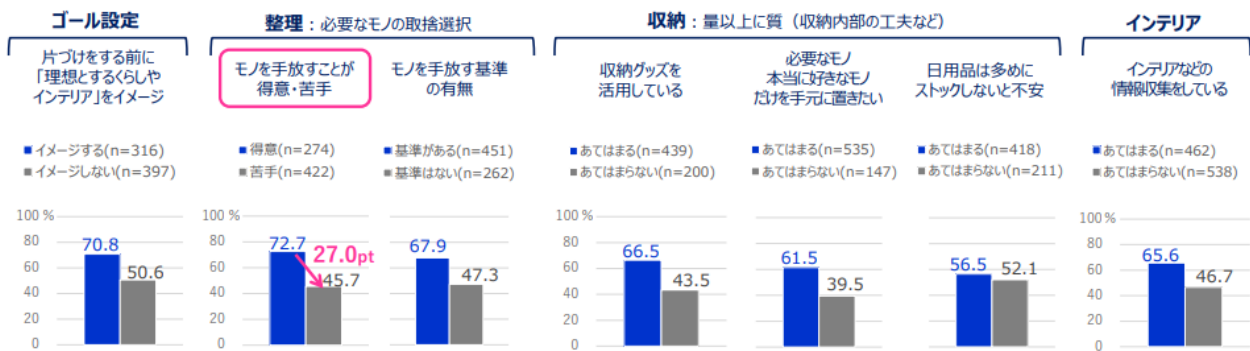


20代
夫婦のみ

3. 収納満足度には、4 つの視点(ゴール設定・整理・収納・インテリア)が大事で、その中で最も影響するのは「整理」の「モノを手放すことが得意か否か」

収納の満足度を向上させるために、「ゴール設定＝理想とするくらしやインテリアをイメージ」「整理＝モノの取捨選択」「収納」「インテリア」という 4 つの視点が影響していると考えられます。これら 4 つの視点を、7 つの指標(ゴール設定：1、整理：2、収納：3、インテリア：1)で分析したところ、「整理」の指標のひとつである「モノを手放すことが得意・苦手」で最もポイント差(27pt)があったことから、モノを手放すことの得手不得手が収納の満足度に強く影響を与えていることがうかがえます。

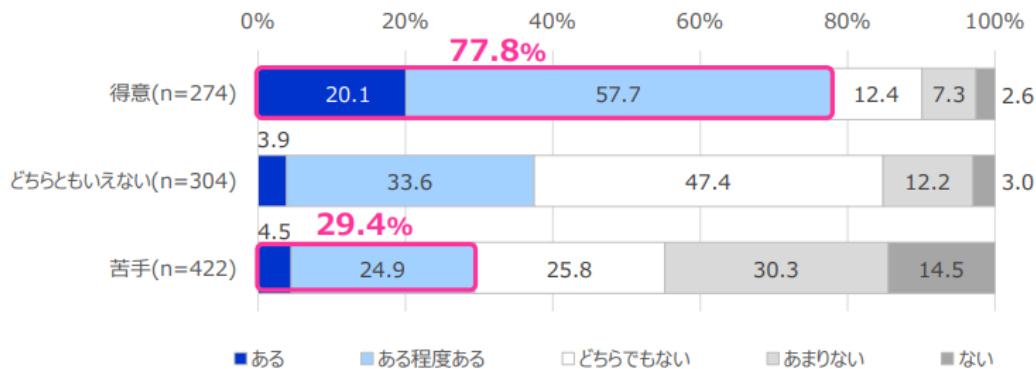
■収納満足度の比較 (指標の軸ごとに、「満足している：10～6点」を比較)



4. モノを手放すことが「得意」な人は、モノを「手放す基準」を持っている

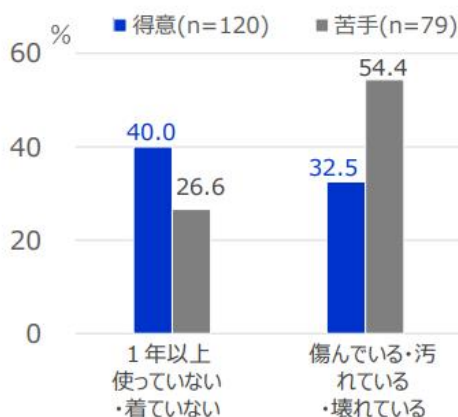
モノを手放すことが「得意」な人の 77.8%が「モノを手放す際の基準」を持っており、苦手な人の 29.4%を大きく上回りました。モノを手放す基準があることで自動的にモノの量が調節できている人と、基準がないことで何となくモノが増えていってしまう人の存在が明らかになりました。

■モノを手放す際の基準の有無 (手放すことが「得意」「苦手」による比較)



また、モノを「手放す」ことが「得意」な人が「大人の衣類」を手放す基準は物理的な限界ではなく使用頻度（着る・着ない）であることが分かりました。「得意」な人にとって「大人の衣類」を手放す使用頻度として「1年以上使っていない」とする人が 40%いらっしゃいました。逆に「手放す」ことが「苦手」な人の 54.4%は「大人の衣類」を手放す基準として「傷んでいる」としており、物理的な限界が来るまで手放さない方が多い実態が明らかになりました。

■モノを手放す基準：大人の衣類



得意

1年間着ない服は捨てる。

40代
夫婦のみ

苦手

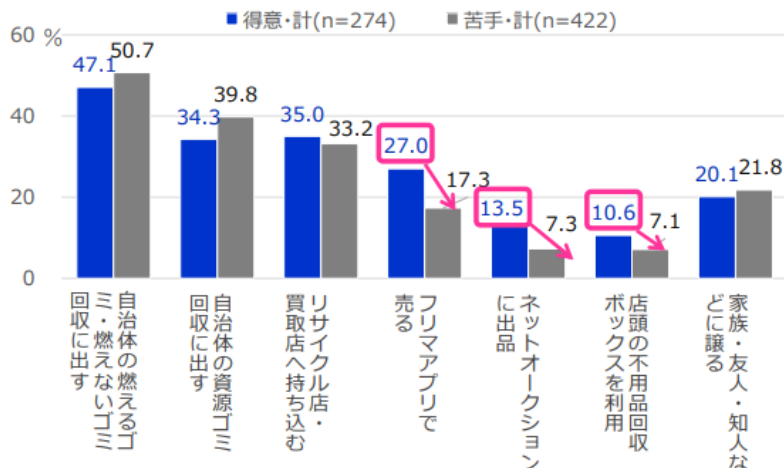
服や靴はだめになって捨てるまで新しい物は買わない。

30代
夫婦+未婚子 (末子未就学)

5. モノを手放すことが「得意」な人は、リサイクル・リユースを活用するなど社会全体でのモノの循環を意識

モノを手放すことが「得意」な人はフリマアプリやネットオークション、店頭の不用品回収BOXの利用など、環境に配慮し、モノの循環につながる方法を「苦手」な人より多い割合で選んでいることが分かりました。一方で自治体のゴミ・資源ゴミとして出すのは、「得意」な人・「苦手」な人共に共通の行動と言えそうです。

■モノを手放す時に使った方法



得意

リサイクルや、フリマ等で再利用してもらったりすればゴミも減ると思う。



20代
夫婦＋未婚子
(末子未就学)

必要以上に物を持たない意識が身につき、物を大切に長く使うようになった。買う前に本当に必要かよく考えてから買うようになり、無駄遣いが減った。

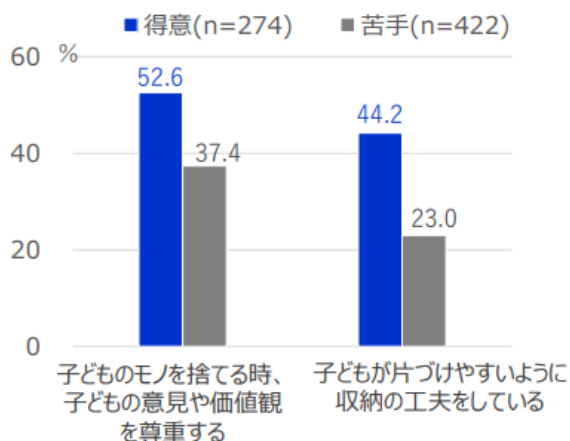


40代
夫婦＋未婚子
(末子未就学)

6. モノを手放すことが「得意」な人の 5 割近くは子供を巻き込んでいる

モノを手放すことが「得意」な人は、手放すモノを子どもに選ばせるなど「子どもの意見や価値観を尊重」したり、「子どもが片づけやすいように収納の工夫」をしたりする割合が「苦手」な人より 2 割近く多く、自分の子供を上手に巻き込んでいる実態が明らかになりました。

■普段の生活の中で意識や実践していること



得意

子どもの作品はかさばるので、お気に入りの一品を選ばせて、それ以外は写真に残して捨てている。



30代
夫婦＋未婚子
(末子未就学)

昔自分の子供の物を勝手に処分して、悲しい思いをさせた経験があるので、孫の物は出来るだけ気持ちを尊重するように心がけている。



60代
親子同居

子どもが収納しやすい棚を使っている。



30代
夫婦＋未婚子
(末子未就学)

IV.調査報告の背景

当社は、都市部を中心とする新しい住まい方の研究と提案のために1980年に「二世帯住宅研究所」、1989年に「共働き家族研究所」、1998年に「ロングライフ住宅研究所」を開設し、現在のLONGLIFE総合研究所にいたるまで、住生活全般の調査・研究などを通して、人々の「いのち・くらし・人生」全般を支え続けるLONGLIFEな商品・サービスの提供に努めてまいりました。

そのような中で当社は 1987 年から長年に渡り、収納についても研究を続けております。1990 年代、環境問題が注目されるようになった際には、ゴミの分別対応など資源循環を考えたキッチンとして、食器棚のゴミ置きスペースをいち早く提案しました。2000 年代より、リビング・ダイニングとキッチンがワンルームとなりオープンな空間が浸透

すると同時に、モノが散乱せずにすっきりと暮らすニーズが高まりました。そこで当社は「かべ面積(収納の見付面積、奥行 30cm)」指標を考案し、奥行の浅い収納によって「見つけやすく・取り出しやすく・しまいやすい収納」で、すっきりとした LDK 空間の実現に寄与しました。

長年の研究を通して、当社はくらしの満足が長続きするためには収納は大事な要素だと考えています。現代社会では「何を持ち、何を手放すのか」が、世代を問わずに重要と考えられるようになっていきます。例えば小学校の家庭科では住生活をスムーズに行うための整理整頓が学習内容として取り上げられています。一方でシニア世代は自身の資産やモノと向き合う「終活」や「生前整理」に関心が集まっています。

このように、「どのようにモノと付き合いながら、豊かな人生を送るか」を考えることは、今後ますます必要となると当社は考えます。

LONGLIFE 総合研究所は、これからも収納における「人・行為・モノ・空間の関係性」について、“お客様の声”を聴きながら、新たな商品やサービスの提案を目指してまいります。

LONGLIFE 総合研究所ホームページ URL: <https://www.asahi-kasei.co.jp/j-koho/kurashi/index.html/>

LONGLIFE 総合研究所 ステートメント

「くらし」から聞えてくる声を、 社会課題を解くカギに変えていく

私たちが研究し続けてきたもの。

それは単なるハードとしての建物ではなく、目に見えないものです。

親・子・孫の良い関係を築くための環境を。

命や健康がしっかりと守られる安心を。

人生の始まりから終わりまでポジティブに生き続ける日々を。

これまで二世帯住宅研究所や共働き家族研究所などを立ち上げ、

あらゆるテーマに取り組んできたその根底には、

住まいを通して「人が豊かに生きるためのベース」を

つくるという共通の思想が貫かれていました。

「LONGLIFE総合研究所」はそれらの研究の知見を活かして、

サステナビリティ、レジリエンス、ウェルネスといった

世の中の問題に立ち向かうために生まれました。

茫洋とした社会課題としてではなく、

まず、暮らしの現場から聞こえてくる声に耳を傾けること。

そして、その声をヒントに、第三者機関や専門家と手を取り合い、

あらゆる人が長くイキイキとした人生を過ごせる世の中をつくること。

人生の、そして社会にとって必要なLONGLIFEとは何か。

その答えを探し続け、実現の土台を築くのが私たちの使命です。

【問い合わせ先】

旭化成ホームズ株式会社 広報室 〒101-8101 東京都千代田区神田神保町一丁目 105 番地

(電話)03-6899-3010 (FAX)03-6899-3400 (メール)j-koho@om.asahi-kasei.co.jp