

**家事代行に関するマーケティングデータ  
～ 収納・整理の代行について～**

**朝日大学マーケティング研究所**

## 調査概要

調査方法 Webアンケート  
 調査期間 2005年3月10日(木)～3月14日(月)  
 調査対象 首都圏在住の20歳～74歳既婚女性  
 有効回答 842名

	全 体	一 戸 建 持 家	分 譲 マ ン シ ヨ ン	賃 貸 マ ン シ ヨ ン ( コ ン ク リ ー ト 造 )	ア パ ー ト ( 木 造 、 軽 量 鉄 骨 等 )	公 営 住 宅 ・ 公 団	一 戸 建 借 家	社 宅 ・ 官 舎 ・ 寮
全 体	842 100.0	399 47.4	183 21.7	105 12.5	64 7.6	47 5.6	20 2.4	24 2.9
20代	168 100.0	38 22.6	30 17.9	41 24.4	37 22.0	11 6.5	5 3.0	6 3.6
30代	173 100.0	58 33.5	50 28.9	28 16.2	13 7.5	14 8.1	3 1.7	7 4.0
40代	174 100.0	85 48.9	46 26.4	14 8.0	5 2.9	8 4.6	7 4.0	9 5.2
50代	169 100.0	111 65.7	30 17.8	12 7.1	5 3.0	7 4.1	2 1.2	2 1.2
60代以上	158 100.0	107 67.7	27 17.1	10 6.3	4 2.5	7 4.4	3 1.9	- -

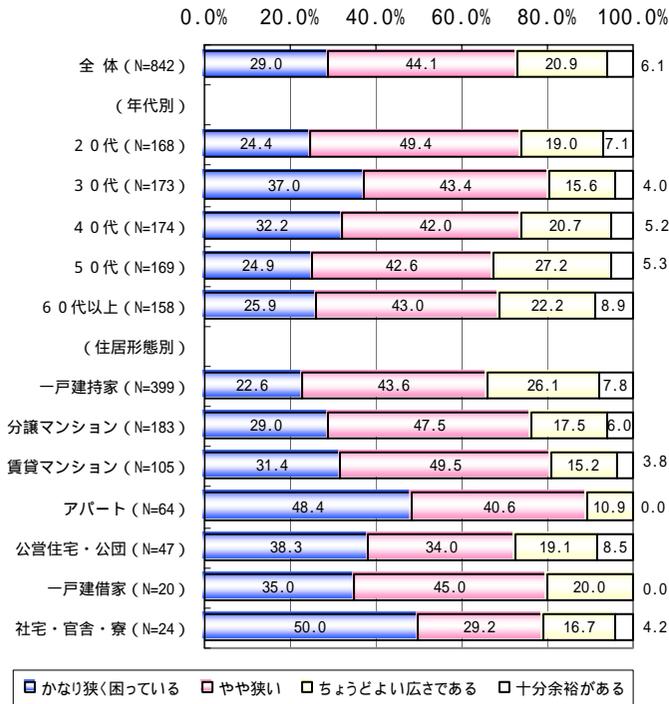
# 1. 家庭における収納スペースの状況

全体の約7割の家庭は収納スペースが狭く、ゆとりがない。3分の1近くはかなり狭くて困っている状況にある。しかしながら、今後も保管しておきたいもの、捨てられないものが多数ある。

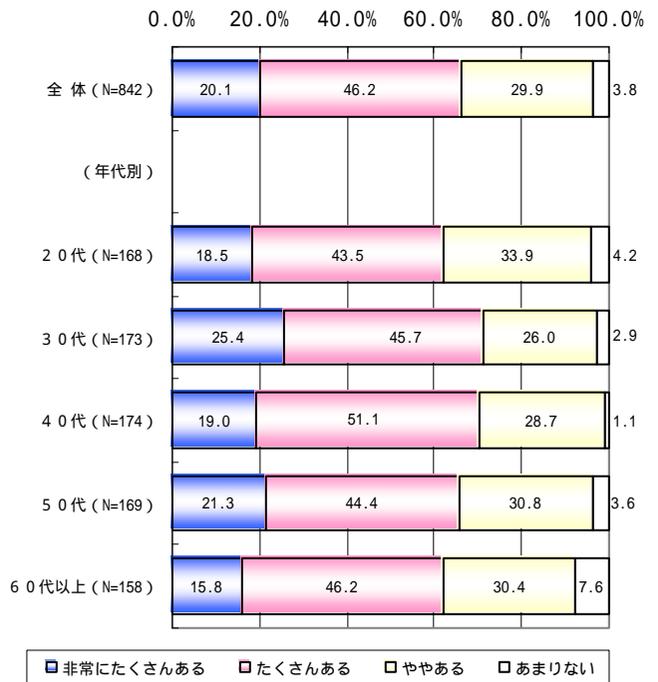
特に、30、40代で、収納スペースが狭くて困っているという割合が高いが、50代を超えると、子供の別居などによりスペースにやや余裕が生まれてくる。

「捨てられなくて保管しているもの」として、「自分や家族の写真・アルバム(65.1%)」、「本、百科事典、ビデオテープ、CDなど(65.0%)」をはじめ、思い出の品が多くを占めている。高価なものに限らず、昔のものほど捨てられない。そのほかに、毛皮、コートなどの衣類、布団、人形、暖房器具なども多くの家庭で収納されている。

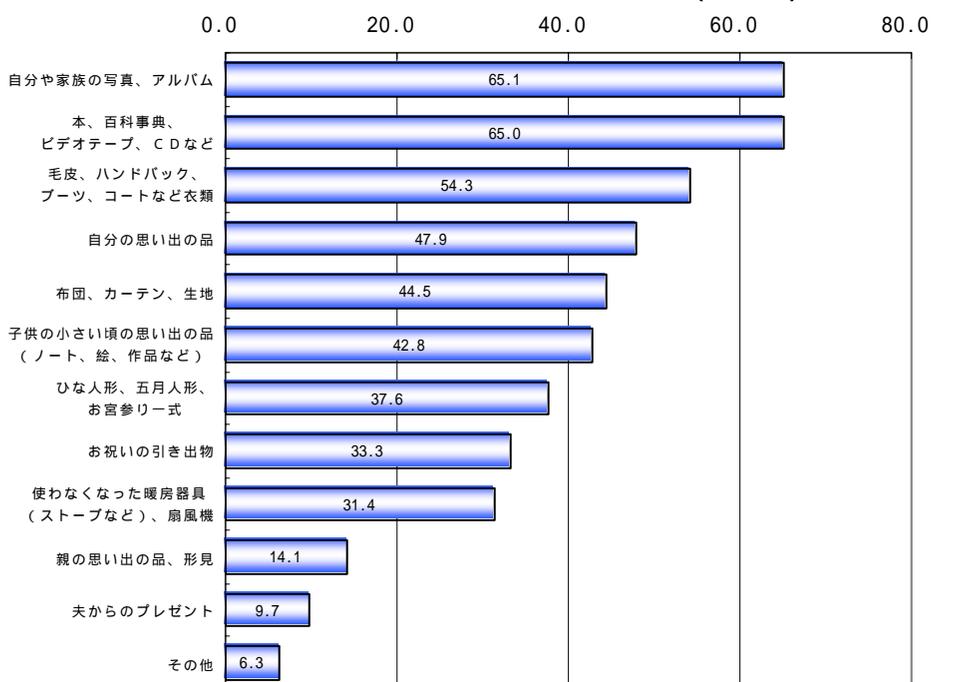
### 収納スペースについて (N=842)



### 今後も保管しておきたいものや捨てられないもの (N=842)



### 今、捨てられなくて保管しているもの (N=842)



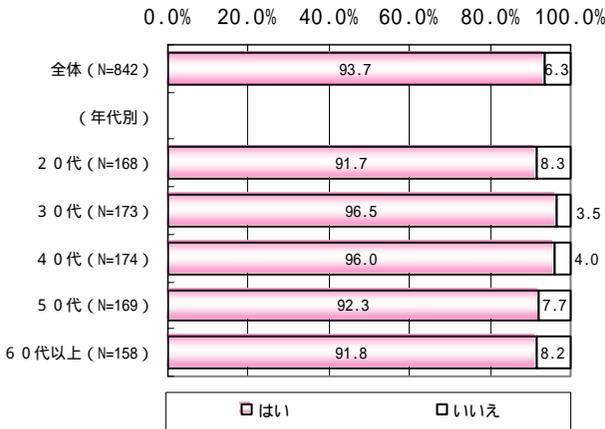
## 2. 収納スペースの整理整頓

どの世代においても、9割を越える家庭で、物置、押入れ、納戸などの収納を整理したいと思っている。しかしながら、現実に収納がいっぱいになってしまったら、一つの部屋を潰して納戸代わりにしていたり、部屋に荷物が溢れたまま、山積みにならしている。意識に反して、なかなか整理整頓できない様子が見えたりする。

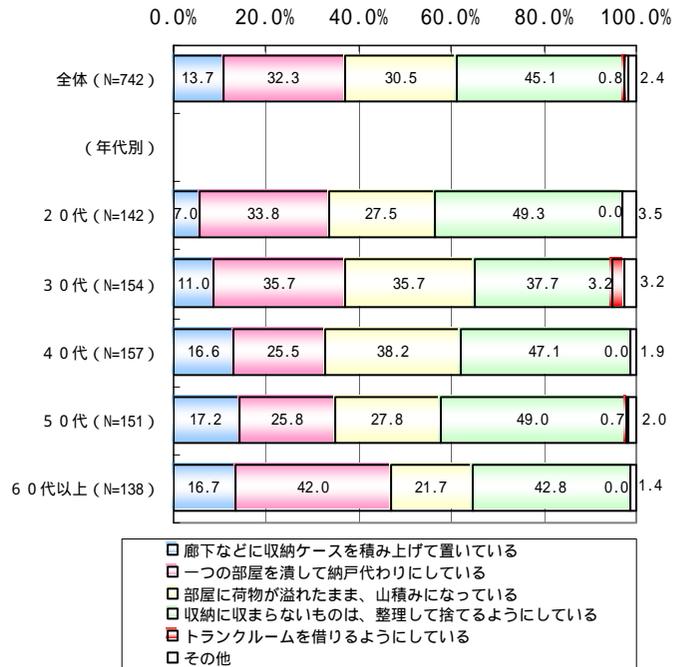
収納がいっぱいでトランクルームを借りていると回答した人は、全体の僅か0.8%にとどまり、利用者が最も多い30代でも3.2%である。

家庭の主婦が収納を整理するとき、「手伝ってくれる人がいる」と回答したのは58.3%で、20代では夫が、40代以降では夫とともに娘が手伝ってくれるという人が多い。30代は、手伝ってくれると回答した人が49.7%と半数を割る。

物置、押入れ、納戸などを整理したいか (N=842)

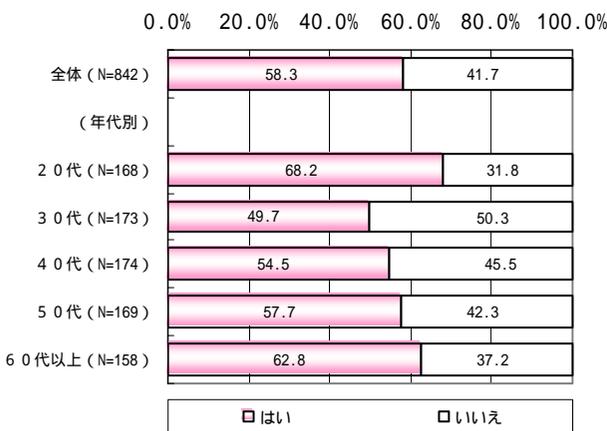


収納スペースがいっぱいになった時の対処方法 (N=742)



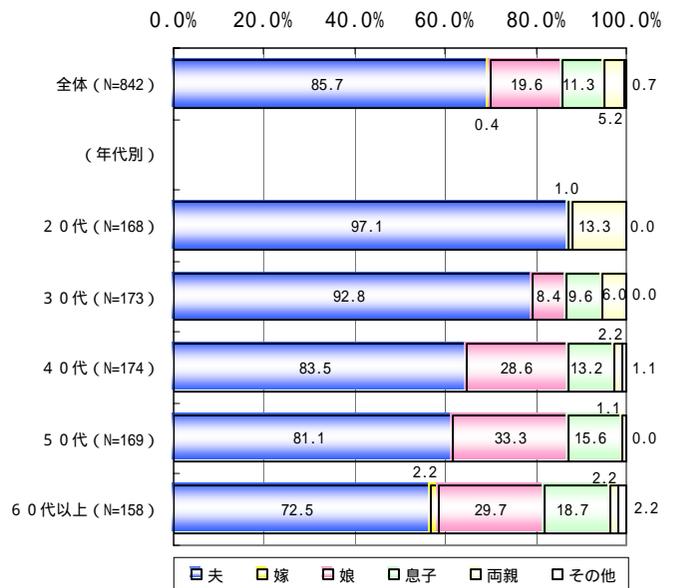
\* 収納スペースがいっぱいになっていない人を除いた数が母数

収納の整理を手伝ってくれる人がいるか (N=789)



\* 物置、押入れ、納戸を整理したいと回答した人が母数

手伝ってくれる人 (N=460)



\* 収納整理を手伝ってくれる人がいると回答した人が母数

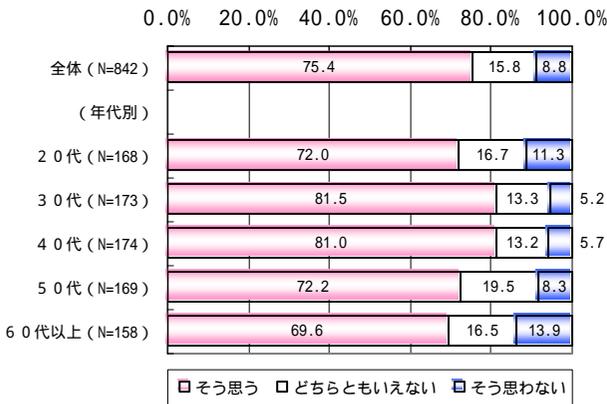
### 3. 収納、整理整頓に関する意識・行動

山積みになっている荷物を片付けたいと思っているものの、なかなか整理できない。その傾向は年齢が増すにつれて顕著であり、整理するのが億劫であると回答した人は、20代では29.2%であるが、50代以上では、6割をはるかに上回る。

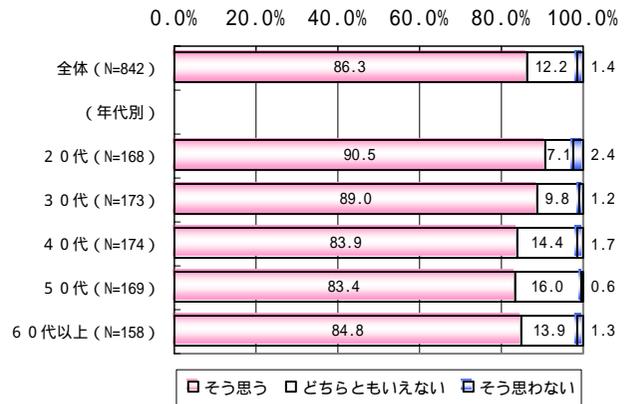
また、「いつでも友達を呼べる快適な空間を保っておきたい」と回答した人が、全体で86.3%に達しており、願望としては、「すっきり暮らしたい」という気持ち強い。

一方、整理整頓を他人に任せたり、プロの業者に委託するという人は少ない。「整理整頓を他人に任せるのには抵抗がある」という人は、どの世代でも75%を超え、「お金を払ってきれいになるのであれば、プロに任せて自分の時間を持ちたい」という人は1割程度に過ぎない。

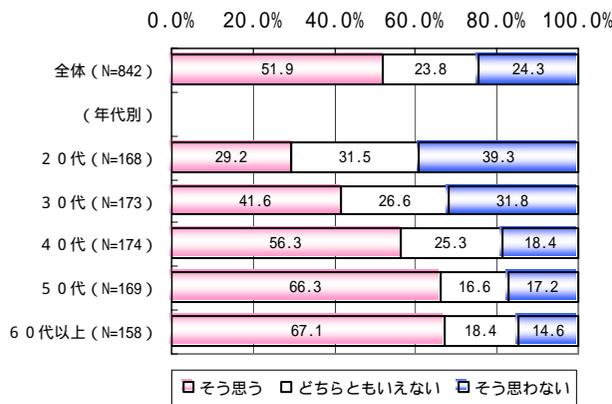
**整理したいという気持ちはあるが、なかなか整理整頓できない(N=842)**



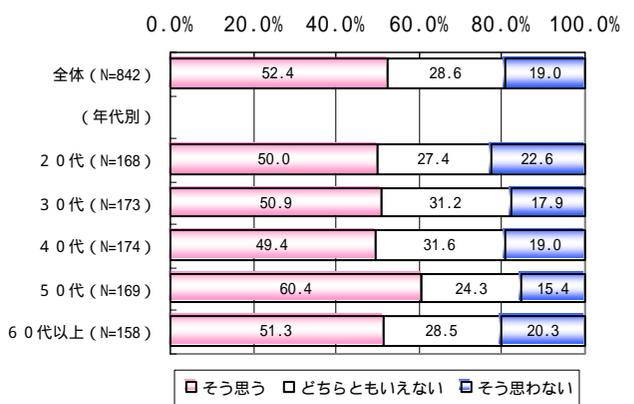
**いつでも友達を呼べる快適な空間を保っておきたい(N=842)**



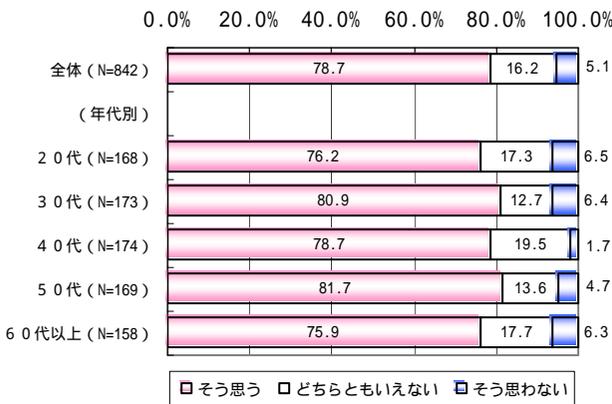
**年齢とともに、整理するのが億劫になってきた(N=842)**



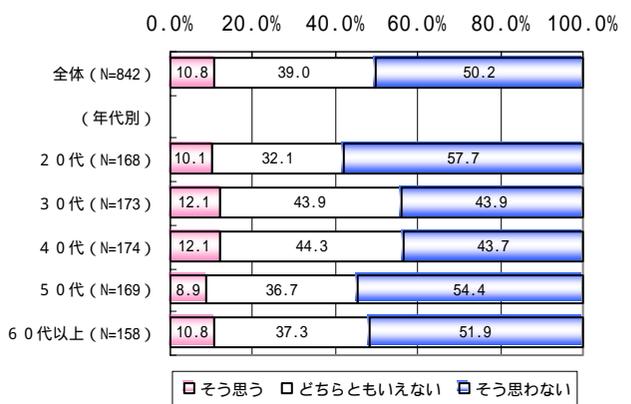
**子供がいる間は、多少部屋が片付いていない状態でも仕方ない(N=842)**



**家の中の整理整頓を他人に任せるのには抵抗がある(N=842)**



**お金を払って綺麗になるならプロに任せて自分の時間を持ちたい(N=842)**



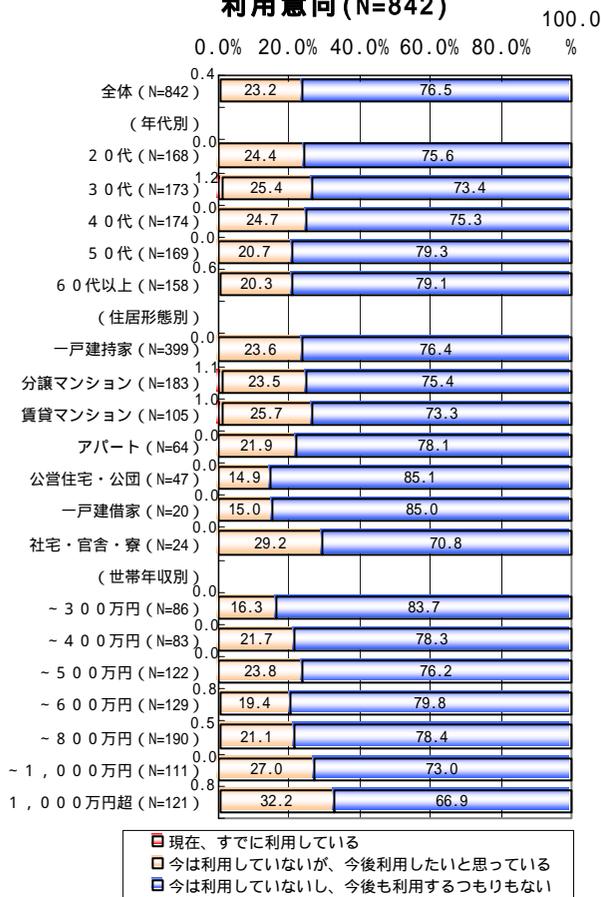
## 4. 家事代行サービスの利用意向

「収納・整理の代行サービス」を現在、利用している人は、全体で僅か0.4%であり、今後利用したいと思っている人も23.2%と、利用するつもりがないと回答した人を大きく下回っている。

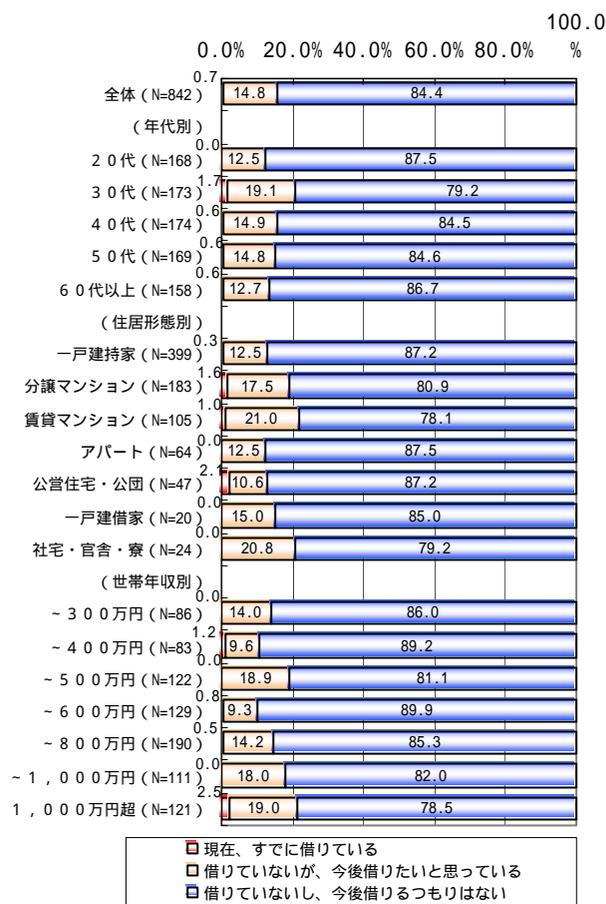
年代別にみると、30代(25.4%)、40代(24.7%)で、住居形態別では、賃貸マンション居住者(25.7%)で、世帯年収別では、~1000万円(27.0%)、1000万円超(32.2%)で、他の層に比べてやや利用意向が高い。「個人向けトランクルーム」についても、現在利用している人は、全体の0.7%に過ぎない。利用意向も14.8%にとどまり、今後も借りるつもりがない層が圧倒的に多い。

同様に、30代(19.1%)、賃貸マンション居住者(21.0%)、世帯年収1,000円超(19.0%)で利用意向が高い。

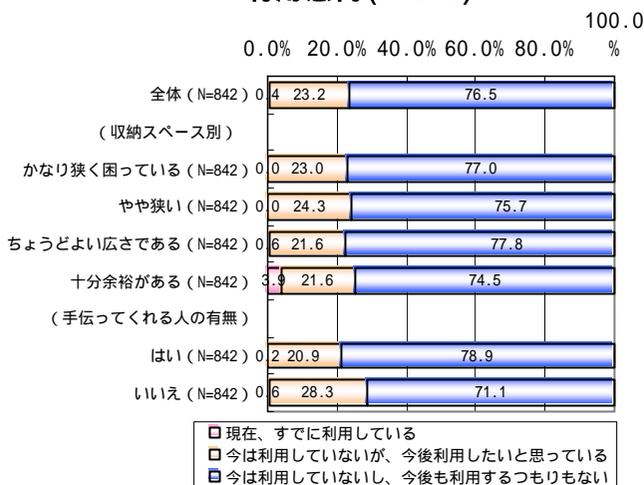
### 収納、整理の代行サービス 利用意向 (N=842)



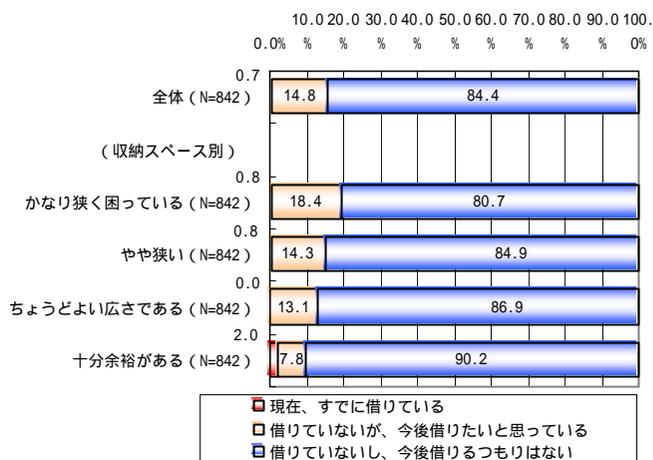
### トランクルームの利用意向 (N=842)



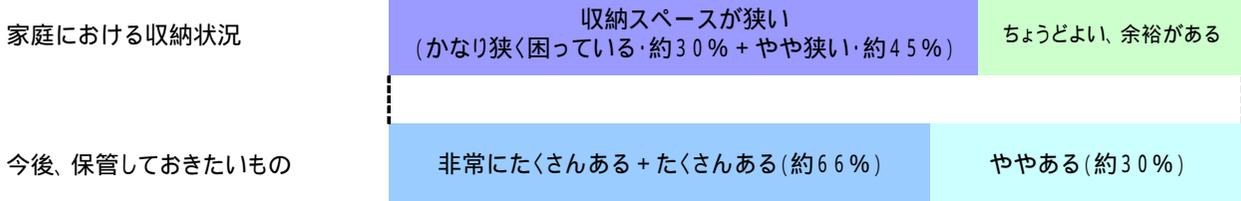
### 収納、整理の代行サービス 利用意向 (N=842)



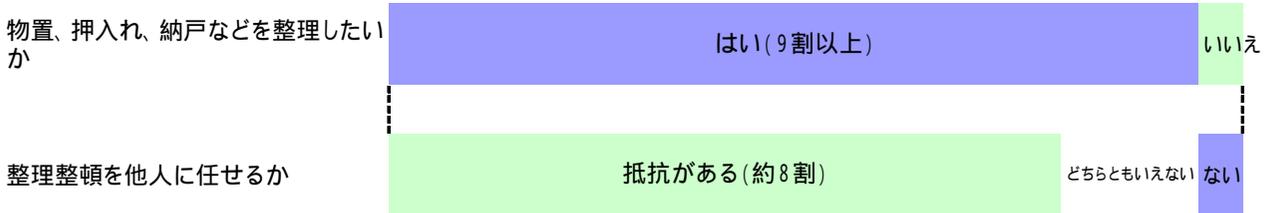
### トランクルームの利用意向 (N=842)



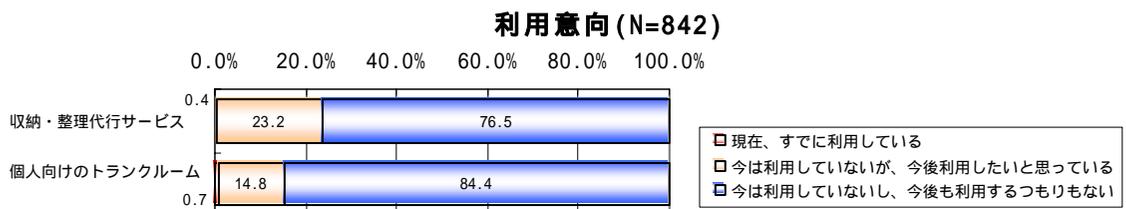
**事実** どの家庭においても収納スペースは狭く、不便を感じている人が多い。一方、家庭には、今後も保管しておきたいもの、あるいは、捨てられないものが溢れている。思い出の品を中心に、ほとんどの家庭の収納は、ゆとりがない状態である。



**事実** どの世代においても、収納スペースを整理整頓したいと思っているが、荷物が廊下に溢れていたり、一つの部屋が納戸代わりになったりして、なかなか整理できない状態にある。整理したいという気持ちに反して、年齢とともに、整理するのが億劫になっていく。



**事実** 整理して「すっきり暮らしたい」と思っているが、自分ではなかなか行動できない。しかしながら、経済的要因も大きいがお金を払ってプロの業者に任せるという家庭もまだまだ少ない。トランクルームについても、お金を払ってまで借りるという人はまだまだ少ない。



事実から推測される仮説

現段階では、整理整頓は自分が行って、収納・整理の代行サービスや個人向けトランクルームをできるだけ利用しないという人が大勢を占めているが、経済的にゆとりがある人から徐々に、快適に暮らすためにお金を支払うことが浸透してくる可能性は高い。

また、「家の中のことは自分の仕事」と思っている年配層とは異なって、面倒な家事をプロに任せることに抵抗感がない層が増えてくるにつれ、そうしたサービスが習慣化していくとも想定される。

消費者には「整理したい」、「快適な空間で暮らしたい」という潜在的ニーズが存在する。時間の経過とともに「家事を他人に任せる」、「個人でトランクルームを借りる」といったスタイルが定着してくると思われるが、時代を先取りし、ニーズを顕在化させるためには、新しい切り口の提案と低価格サービスの実現が不可欠であろう。

## トピックスリサーチ

家事代行に関するマーケティングデータ  
～ 収納・整理の代行について～

---

発行日 2005年3月25日

---

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所  
〒460-0002  
愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20  
朝日丸の内ビル2F  
TEL : 052-961-4576

---

お問い合わせ [apost@dance.ocn.ne.jp](mailto:apost@dance.ocn.ne.jp)