

報道関係各位

2019年10月28日

《30代～40代の既婚女性300名に聞いた“待ち受け家事”の実態調査》

やりたいことがあるのに待たなければいけない・・・

“待ち受け家事”で最もストレス度の高い「宅配便待ち」！

家事負担軽減の新・3種の神器に「宅配ボックス」がエントリー！

株式会社 LIXIL は、30代～40代の戸建住宅在住の既婚女性 300名を対象とした『待ち受け家事に関する実態調査』を行いました。

調査の結果から、女性が家事に関わる際に、「やりたいことがあるのに待たなければいけない」このような“待ち受け家事”ともいえるシーンに悩んでいることが分かりました。8割の既婚女性が“待ち受け家事”を経験し、そのなかでも最も経験が多く、ストレスを感じる“待ち受け家事”が、「宅配便待ち※1」だったことが明らかになりました。

※1 宅配便待ち：宅配便の発送・受取を待つこと

主な調査結果

- 8割以上の主婦が経験する“待ち受け家事”！中でもストレスが最も大きいのは宅配便待ち！
- スーパーのレジ待ちを上回る“宅配便待ち”ストレス！待ち時間がストレスになっている実態が！
- 家事をスマートにする新・3種の神器に「宅配ボックス」がエントリー！

調査概要

対象者： 首都圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）において戸建て住宅に居住する30～40代の既婚女性 300人（30代：133人、40代：167人）
（フルタイム勤務者、アルバイト・パートタイム勤務者、専業主婦・無職 各均等割付）

調査手法： インターネット調査

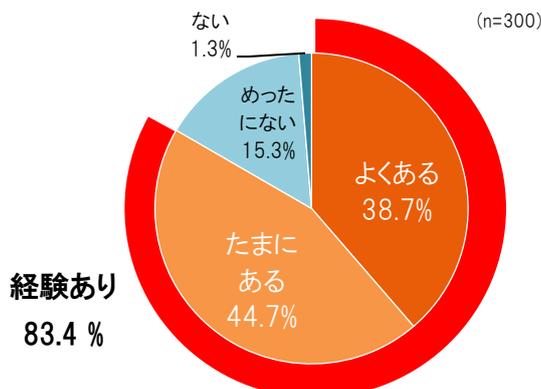
調査実施時期： 2019年8月22日（木）～8月26日（月）

■ 8割以上の主婦が経験する“待ち受け家事”！中でもストレスが最も大きいのは「宅配便待ち」！

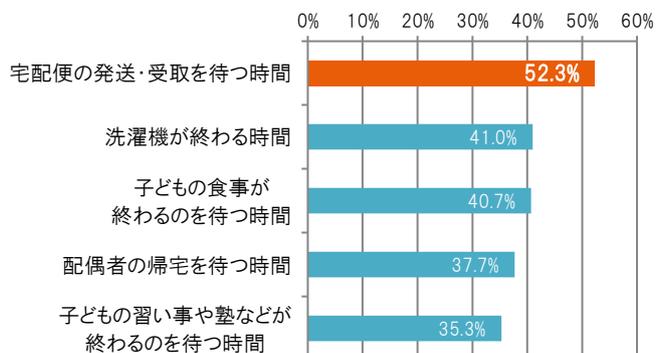
回答者に「家族のためにじっと待ち、自分のやりたいことができずにいた経験」をたずねると、8割以上（83.4%）が「ある（よくある+たまにある）」と回答、そのうち「よくある」と回答した人は、約4割（38.7%）に及びました。そして、“待ち受け家事”を経験したシーンについてたずねると、圧倒的に「宅配便の発送※2・受取を待つ時間」（52.3%）がトップとなりました。

※2 宅配便の発送を待つ時間：発送の為に宅配業者に集荷に来てもらう待ち時間がストレスであることを指します

“待ち受け家事”の経験



“待ち受け家事”の経験内容(上位5項目) (n=300)



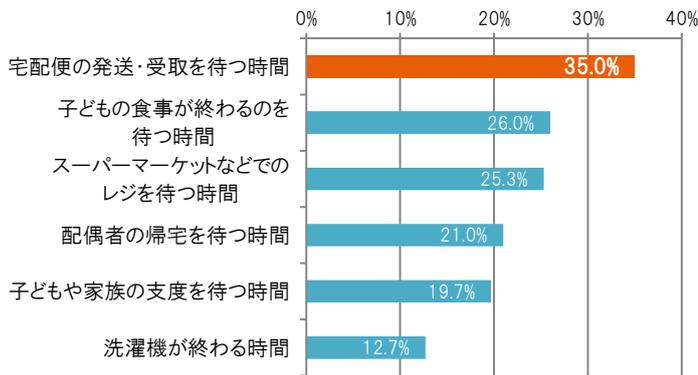
■ スーパーのレジ待ちを上回る「宅配便待ち」ストレス！待ち時間がストレスになっている実態が！

“待ち受け家事”のストレスについてたずねてみると、この結果も「宅配便の発送・受取を待つ時間」が35.0%で、他の項目を大きく引き離してトップとなりました。その割合は「子どもの食事が終わるのを待つ時間」(26.0%)「スーパーなどでのレジ待ち時間」(25.3%)を上回っています。

宅配便を受け取ることに對するストレスの理由を聞いてみると、7割以上(70.4%)が「大体時間が決まっても、いつくるかわからないため」と回答し、また6割以上(63.3%)の人が「受取を待たなければならないため」と回答していることから、待ち時間がかなりのストレスになっていることがわかりました。

ストレスを感じる“待ち受け家事”(上位6項目)

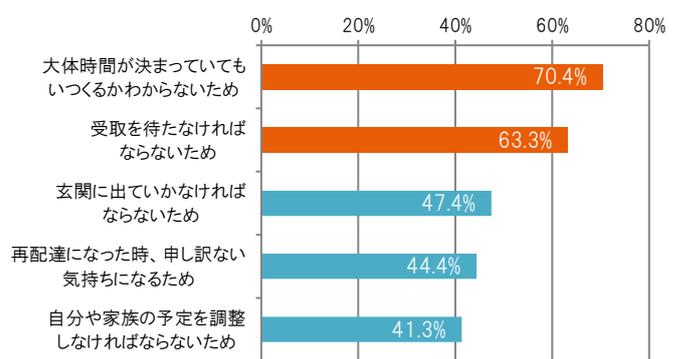
(n=300)



宅配便の受取にストレスを感じる理由(上位5項目)

(n=292)

*自分で宅配便を受け取る習慣がある人ベース



■ 家事をスマートにする新・3種の神器に「宅配ボックス」がエントリー！

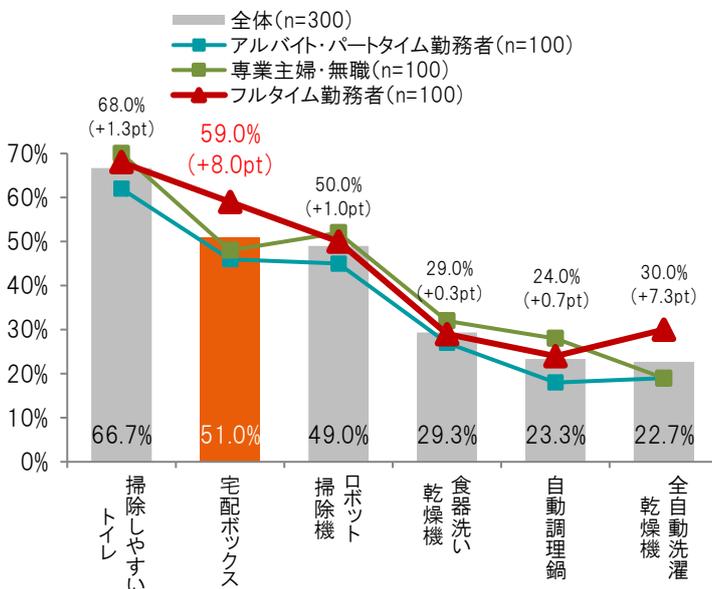
「女性の社会進出」を背景に家庭の家事負担を減らす商品やサービスが多く登場していますが、家事負担軽減のためにどんな家電や住宅設備を利用してみたいかをたずねたところ、1位の「掃除しやすいトイレ」(66.7%)に続き、「宅配ボックス」が2位(51.0%)となりました。フルタイム勤務者の人は、ほぼ全ての項目で利用意向が高くなっていますが、なかでも「宅配ボックス」の利用意向は、平均との差が大きく6割(59.0%)の人が利用したいと回答しています。

なお、不在時に宅配ボックスにいれるのではなく、自宅の玄関前や物置、車庫などに届けられる「置き配」には、不安を持つ人が多いことも明らかになりました。

家事負担軽減のために利用してみたいと思う家電・住宅設備

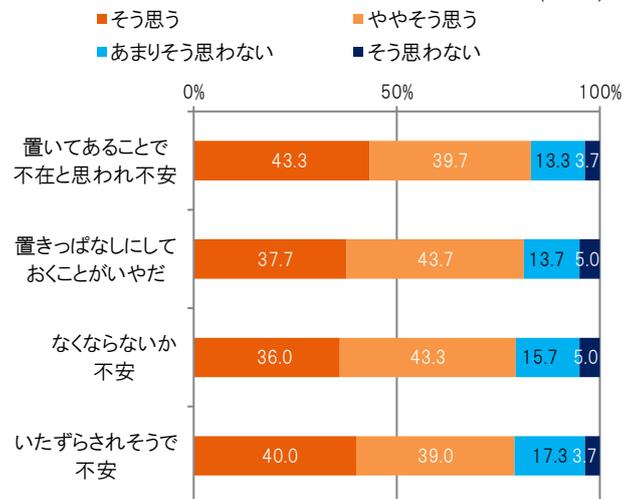
* 折れ線グラフの数字は「フルタイム勤務者の結果」
()内の数字は平均との差

(n=300)



「置き配」に対する考え

(n=300)



■脱「待ち受け家事」の救世主に！



牛窪 恵 さん

世代・トレンド評論家／マーケティングライター／インフィニティ代表取締役

修士（経営管理学／MBA）。日本マネジメント学会、日本マーケティング学会会員。大手出版社勤務後、フリーライターを経て、2001年4月、マーケティングを中心に行うインフィニティを設立。マーケティング関連の著書多数。著書を通じ世に広めた「おひとりさま（マーケット）」（05年）、「草食系（男子）」（09年）は、新語・流行語大賞に最終ノミネート。現在、NHK総合「所さん！大変ですよ」、日本テレビ系「ウェークアップ+」、フジテレビ系「ホンマでっか!?TV」ほか、テレビのレギュラー番組多数。

<牛窪 恵さんコメント>

いまやお子さんがいるお母さん達も、7割が外に出て働く「共働き」。多忙な女性が増え、「時短」がキーワードの家電やコスメも人気ですが、総務省の調査（2016年）によると、共働き女性の家事時間は20年前との比較で、減るどころかむしろ微増しています*。

このような中、問題視され始めたのが、洗剤の詰め替えなど細々とした家事、いわゆる“名前もない家事”と、やりたいことがあるにも関わらず、自宅でじっと待たされる“待ち受け家事”です。とくに後者は、「宅配便の発送・受取」が大きな一因で、「戸建でも留守中、宅配を受け取れるツールがあればいいのに」との声が、多くの女性からあがっていました。

宅配便の取扱個数は、7年前より10億個以上増え（2017年 国土交通省）、今後さらに高齢化やネット通販、フリマアプリの拡大により、その市場が膨らむのは間違いありません。このような中、登場が待たれていたのが、シンプルでスタイリッシュなデザインであるとともに、セキュリティ性能が高く、かつ使い勝手がいい（夜間も含めて出し入れしやすい等）“次世代の宅配ボックス”。スマートフォンとの連携で、荷物の受取・集荷の通知や依頼、そして「見守り」までできるLIXILの「スマート宅配ポスト」は、多忙な現代の女性たちを“待ち受け家事”から解放してくれる、時代の救世主ではないでしょうか。

*総務省「平成28年社会生活基本調査」をもとに筆者算出

本件に関するお問い合わせ先

株式会社 LIXIL（<https://www.lixil.co.jp/>）

本社：東京都千代田区霞が関3-2-5 霞が関ビルディング 36階

報道関係の方から：広報部 酒井

TEL：03 - 6273 - 3607

※このリリースは、LIXIL ホームページ（URL：<https://www.lixil.co.jp/>）でも発表しています。

<LIXIL 参考資料>

■ LIXIL の「スマート宅配ポスト」

再配達の問題、そして家事の負担を軽減させるアイテムとして期待される、“宅配ボックス”。しかし、自宅の玄関前や物置、車庫などに届けられる「置き配」は不安。このような問題を解決する、LIXIL の宅配ボックスは、他に類を見ない次世代の宅配ボックス。スマートフォンと連携する IoT 宅配ボックスの「スマート宅配ポスト」なら、あなたの“時間的価値”を創造します。



LIXIL の「スマート宅配ポスト」は、家にいる時も、いない時も、荷物の受取に加え、発送もできます。スマートフォンと連携すればさらに便利に安心に。

■ 宅配ボックスのスペシャルサイトを公開

LIXIL が考えた次世代の宅配ボックスの魅力や実証プロジェクトの中間報告をはじめ、商品ラインアップなどをご覧いただけます。

宅配ボックス スペシャルサイト https://www.lixil.co.jp/lineup/gate_fence/s/deliverybox/

■ LIXILについて

LIXILは、世界中の誰もが願う豊かで快適な住まいを実現するために、日々の暮らしの課題を解決する先進的なトイレ、お風呂、キッチンなどの水まわり製品と窓、ドア、インテリア、エクステリアなどの建材製品を開発、提供しています。ものづくりの伝統を礎に、INAX、GROHE、American Standard、TOSTEMをはじめとする数々の製品ブランドを通して、世界をリードする技術やイノベーションで、人びとのより良い暮らしに貢献しています。現在約75,000人の従業員を擁し、世界150カ国以上で事業を展開するLIXILは、生活者の視点に立った製品を提供することで、毎日世界で10億人以上の人びとの暮らしを支えています。

LIXILなどのブランドを展開する、株式会社LIXILグループ（証券コード: 5938）は、2019年3月期に1兆8,326億円の連結売上高を計上しています。

LIXILについて：www.lixil.com/jp、<https://www.facebook.com/lixilcorporation/>