

2026年10月8日

株式会社エンファム.

【ママたちの本音調査】「タイパ子育て」で削られていたのは、 家事ではなく「自分の身だしなみ」だった

～時間がなくて諦めたこと1位は「自分の美容・身だしなみ」67.2%。一人で抱える層ほど、その割合は高い傾向に～

国内最大級の親子フェスタ「リトル・ママフェスタ」を主催する株式会社エンファム.（本社：東京都港区／福岡県福岡市、代表取締役：森 光太郎）は、「リトル・ママ」会員を対象に「育児とタイパ（タイムパフォーマンス）に関する意識調査」を実施しました（有効回答200名）。

子どもが生まれてから**自由な時間が「減った」と答えた人は92.9%**。限られた時間を有効に使うために、時短家電や食材宅配などで効率化を図る"タイパ子育て"が広がる一方、それでも時間がなくて諦めていることは多くあります。なかでも、時間と引き換えに**やめたことの1位は「家事の完璧さ」（50.5%）ではなく「自分の美容・身だしなみ」（67.2%）**でした。さらに、パートナーと分担の相談ができていない層ではその割合が77.3%にのぼり、「家事の完璧さ」（45.5%）を30ポイント以上上回りました。一人で抱える人ほど家事の水準は落とさず、自分自身のケアを削って時間の不足を吸収している実態が明らかになりました。

時間がなくて手放したのは、 家事より「自分」だった

子どもが生まれてから、自由な時間が「減った」

92.9%

かなり減った 74.7% + やや減った 18.2%

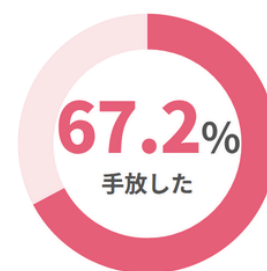


家事の完璧さ

毎日の掃除、丁寧な洗濯物たたみなど

時間がなくて
諦めたこと

VS



自分の美容・身だしなみ

長時間メイク、頻繁な美容院、ネイルなど

■調査概要

- ・ 調査名：育児とタイパ（タイムパフォーマンス）に関する意識調査
- ・ 調査期間：2026年8月
- ・ 調査対象：リトル・ママ会員
- ・ 調査方法：自社アンケート（オンライン）
- ・ 有効回答数：200名 ※各設問は任意回答のため、設問ごとの有効回答数は異なります
- ・ 実施元：株式会社エンファム.
- ・ 調査レポート：<https://sponsor.l-ma.co.jp/materials/202608report>

※本調査結果を引用・転載される際は、「リトル・ママ調べ」または「株式会社エンファム.調べ」と出典を明記してください。

■調査サマリ

1. **自由な時間が「減った」92.9%。**「かなり減った」74.7%、「やや減った」18.2%。約8割が家事・育児にかかる時間を「もっと減らしたい」と回答。
2. **削られているのは「家事」ではなく「自分」。**時間がなくて諦めた・やめたことの1位は「自分の美容・身だしなみ」67.2%。2位「家事の完璧さ」50.5%を大きく上回った。
3. **一人で抱える人ほど、家事は落とさず「自分」を落とす。**パートナーと相談・分担できていない層では、「身だしなみ」を手放した人77.3%に対し「家事の完璧さ」を手放した人は45.5%で、差は約32ポイント（分担できている層では約10ポイント）。
4. **取り戻したいものも、お金を払ってでも欲しいものも「自分の時間」。**自由な時間が増えたら使いたいこと1位「睡眠・休息」63.5%。「お金を払ってでも解決したいこと」の具体項目1位は家事ではなく「自分のリフレッシュ時間の確保」22.6%。

■調査結果

①自由な時間が「減った」92.9%、約8割が「もっと減らしたい」

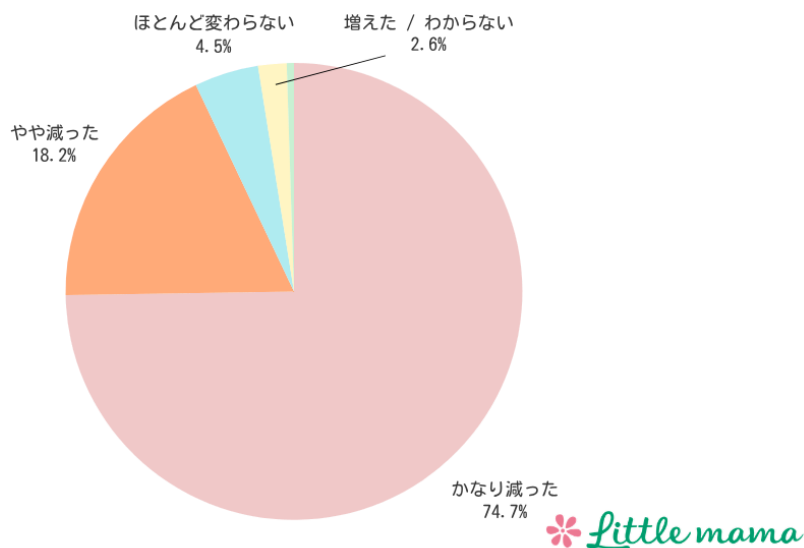
子どもが生まれてから自分の「自由な時間（可処分時間）」がどう変化したかを聞いたところ、「**かなり減った**」が74.7%、「**やや減った**」が18.2%で、合わせて**92.9%が「減った**」と回答しました。「ほとんど変わらない」は4.5%、「増えた／わからない」は2.6%にとどまります。

また、家事・育児にかかる時間を「もっと減らしたい」と思うかという問いには、「**強く思う（できる限り減らしたい）**」35.6%、「**やや思う（減らせるなら減らしたい）**」43.3%と、約8割（78.9%）が減ら

したい意向を示しました。「思わない（手をかけたい／かけることに満足している）」は3.6%と少数で、効率化＝タイパへの関心が広く共有されていることがわかります。

設問1

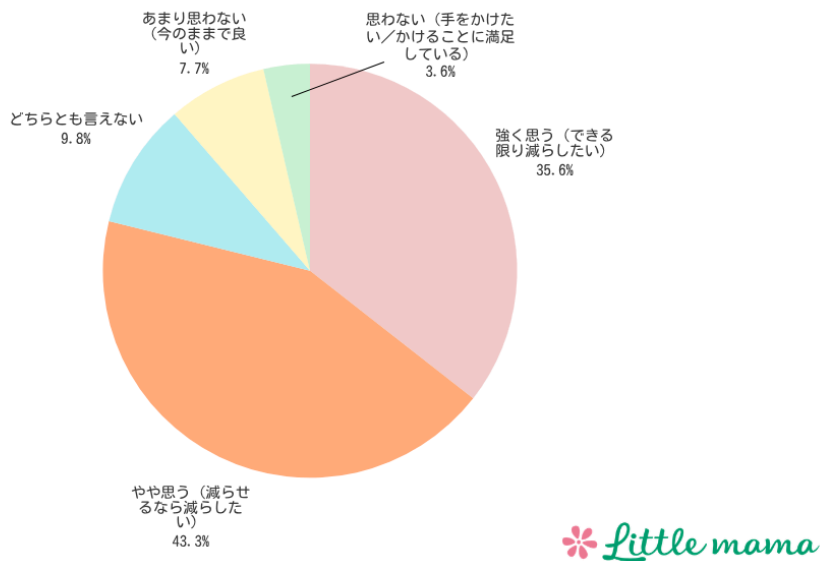
子どもが生まれてから、自分の「自由な時間（可処分時間）」はどう変化しましたか？（1つだけ選択）



設問1：子どもが生まれてから、自分の「自由な時間（可処分時間）」はどう変化しましたか？（単一回答）

設問2

あなた自身は、家事・育児にかかる時間を「もっと減らしたい」と思いますか？（1つだけ選択）



設問2：家事・育児にかかる時間を「もっと減らしたい」と思いますか？（単一回答）

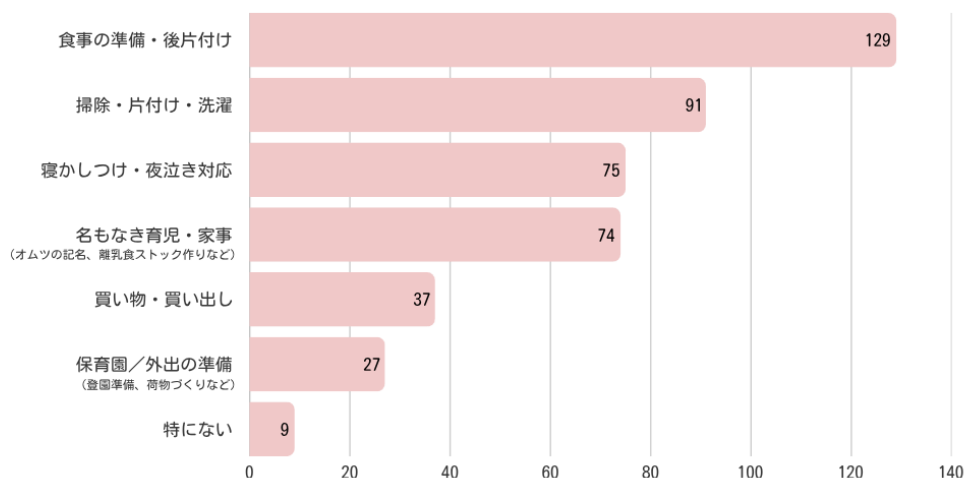
②最大の負担は「食事の準備・後片付け」。時短の工夫は「家電」と「食」が中心

1日のなかで「一番時間を取られている／削りたい」と感じることは、「食事の準備・後片付け」が129件で最多。次いで「掃除・片付け・洗濯」91件、「寝かしつけ・夜泣き対応」75件、オムツの記名や離乳食のストック作りなどの「名もなき育児・家事」74件と続きました。

自由な時間を確保するために取り入れた・増えたサービスや道具は、「時短家電の導入（食洗機、ロボット掃除機、洗濯乾燥機など）」74件、「食事・買い物の効率化（食材宅配、ネットスーパー、ミールキットなど）」64件が上位。一方で「特に取り入れていない／増えていない」も72件あり、家事代行・シッター・一時預かりの利用は19件にとどまりました。時短の工夫は「モノ」や「食」が中心で、人の手を借りるサービスはまだ限定的です。

設問3

1日のなかで「ここに一番時間を取られている／削りたい」と感じるのはどれですか？（複数選択可）

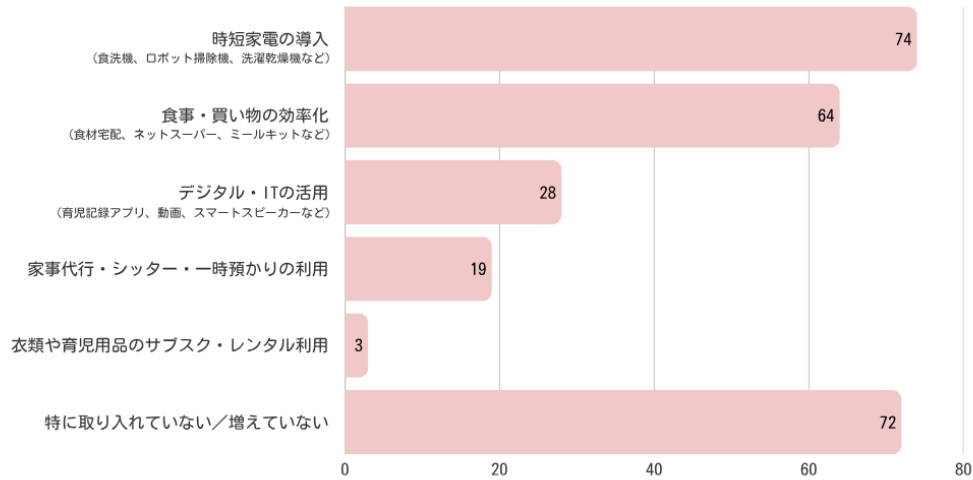


✿ Little mama

設問3：1日のなかで「ここに一番時間を取られている／削りたい」と感じるのはどれですか？（複数回答）

設問5

自由な時間を確保するために、【取り入れた・増えた】サービスや道具はどれですか？（複数選択可）



設問5：自由な時間を確保するために取り入れた・増えたサービスや道具はどれですか？（複数回答）

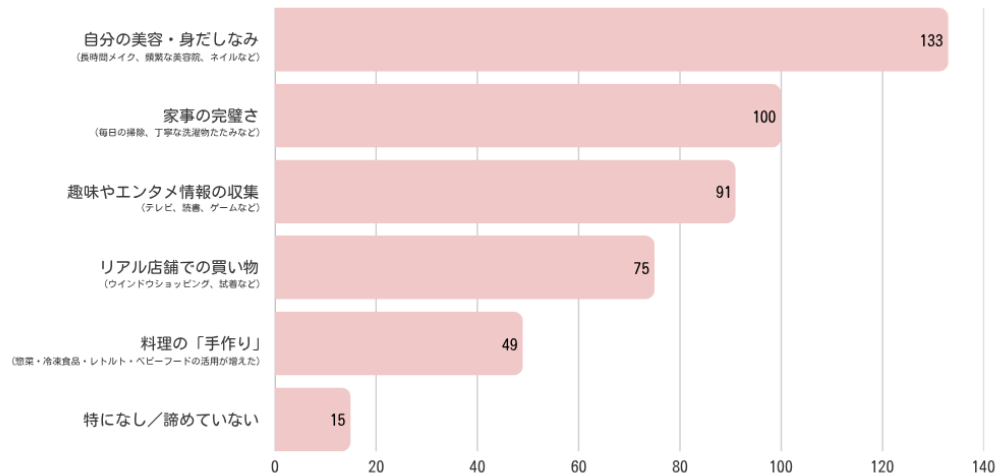
③時間がなくて諦めたこと1位は「自分の美容・身だしなみ」

時間がなくて諦めた・やめた（頻度が激減した）ことを聞いたところ、**1位は「自分の美容・身だしなみ（長時間メイク、頻繁な美容院、ネイルなど）」で67.2%。2位「家事の完璧さ（毎日の掃除、丁寧な洗濯物たたみなど）」50.5%、3位「趣味やエンタメ情報の収集」46.0%、4位「リアル店舗での買い物」37.9%、5位「料理の『手作り』」24.7%と続きました。**

時短家電や食事の効率化で家事の"手間"は削っていても、家事そのものの水準を落とすことには慎重で、限られた時間のしわ寄せは最終的に「自分自身のケア」に向かっている構図が浮かび上がります。「特になし／諦めていない」はわずか7.6%でした。

設問6

時間がなくて【諦めたこと・やめたこと
(頻度が激減したこと)】はどれですか？(複数選択可)



Little mama

設問6：時間がなくて諦めたこと・やめたこと（頻度が激減したこと）はどれですか？（複数回答）※％は回答者数を母数とした割合
(複数回答のため合計は100％になりません)

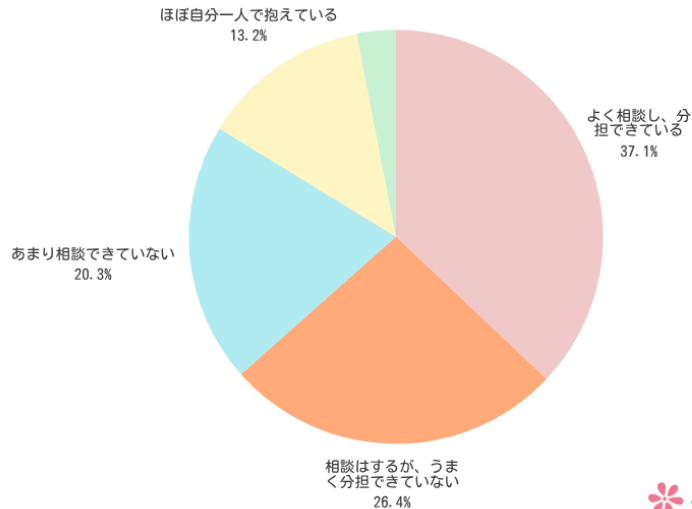
④一人で抱える人ほど、家事は落とさず「自分」を落とす

家事・育児の負担をどう分担するかパートナーと相談できているかを聞くと、「よく相談し、分担できている」は37.1%。「相談はするが、うまく分担できていない」26.4%、「あまり相談できていない」20.3%、「ほぼ自分一人で抱えている」13.2%と、約6割（59.9%）が分担に課題を抱えています。

この分担状況と「手放したこと」を掛け合わせると、「あまり相談できていない」「ほぼ自分一人で抱えている」ワンオペ傾向層では、「自分の美容・身だしなみ」を手放した人が77.3%にのぼる一方、「家事の完璧さ」を手放した人は45.5%と、その差は約32ポイントにひらきました。相談・分担できている層では64.0%と53.6%で差は約10ポイントにとどまり、「家事より自分を削る」偏りはワンオペ傾向層でより強く表れています。「趣味やエンタメ情報の収集」を手放した割合も54.5%（分担層43.2%）と高くなっています。一人で担っている人ほど家事の水準は落とさず、代わりに自分のための時間から削っていく傾向が読み取れます。

設問4

家事・育児の負担をどう分担するか、
パートナーと相談できていますか？（1つだけ選択）



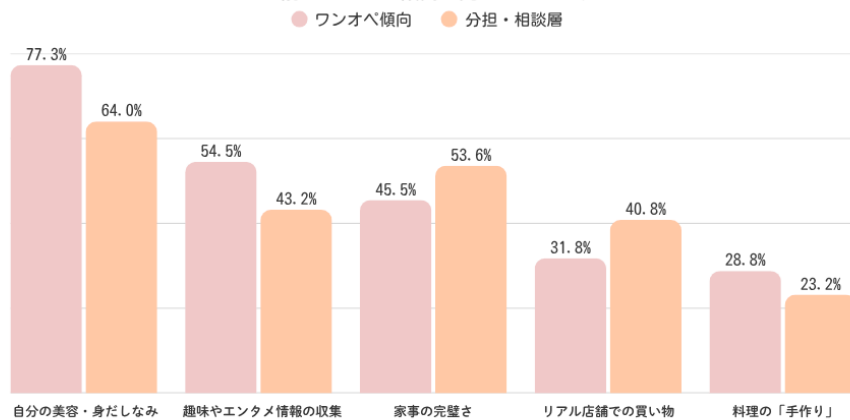
Little mama

設問4：家事・育児の負担をどう分担するか、パートナーと相談できていますか？（単一回答）

参考

「パートナーの協力度」×「時間確保のために手放したこと」

ワンオペ傾向層は「自分の美容・身だしなみ」を手放した割合が高い一方、「家事の完璧さ」を手放した割合は分担・相談層より低くなりました。一人で抱えるほど、家事の水準は落とせず、自分のための時間から削られていく傾向が見られました。



備考
・ワンオペ傾向：設問4「あまり相談できていない」「ほぼ自分一人で抱えている」の回答者
・分担・相談層：設問4「よく相談し、分担できている」「相談はするが、うまく分担できていない」の回答者
・なお設問4「相談する相手がいない／該当しない」および無回答者は対象外

Little mama

参考：「パートナーの協力度」×「時間確保のために手放したこと」 ※ワンオペ傾向：設問4「あまり相談できていない」「ほぼ自分一人で抱えている」／分担・相談層：「よく相談し、分担できている」「相談はするが、うまく分担できていない」。「相談する相手がいない／該当しない」および無回答は対象外

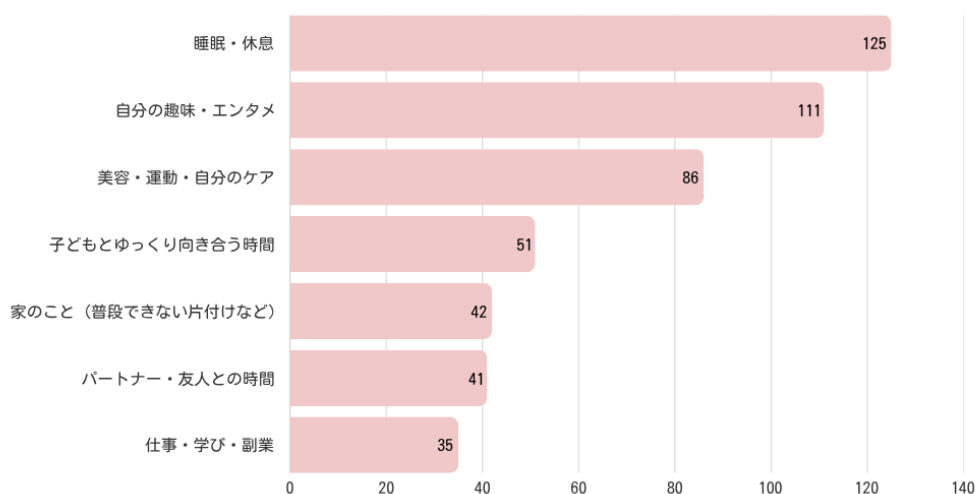
⑤自由な時間が増えたら、使いたいのは「睡眠・休息」

もし自由な時間が増えたら何に使いたいかを聞くと（最大3つまで）、**1位「睡眠・休息」63.5%、2位「自分の趣味・エンタメ」56.3%、3位「美容・運動・自分のケア」43.7%。**「子どもとゆっくり向き合う時間」25.9%、「家のこと（普段できない片付けなど）」21.3%を大きく上回り、諦めた項目の上位（身だしなみ・趣味）と、取り戻したい項目の上位がそのまま重なりました。

自由時間の減少度別に見ると、「かなり減った」層では「睡眠・休息」68.9%（やや減った層47.2%）、**「自分の趣味・エンタメ」60.8%（同50.0%）**と、失われた時間が大きいほど休息と自分の時間への欲求が強まっています。

設問7

もし自由な時間が増えたら、何に使いたいですか？
（最大3つまで）



✿ Little mama

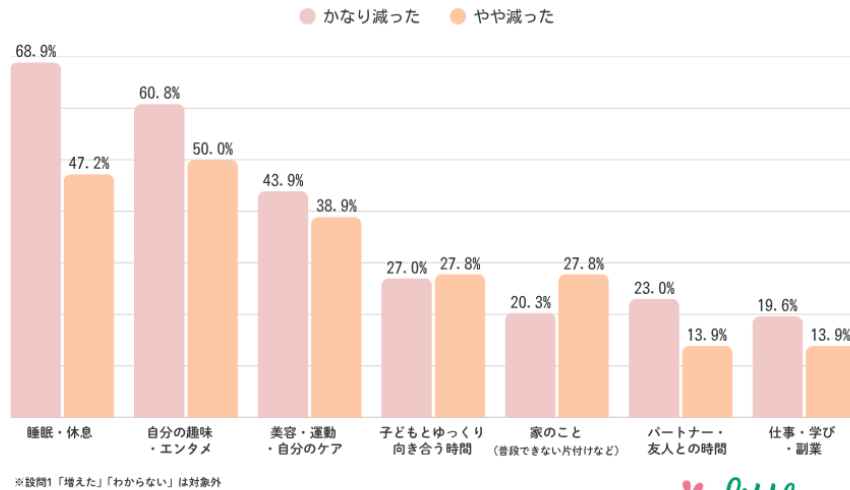
設問7：もし自由な時間が増えたら、何に使いたいですか？（最大3つまで）

※%は回答者数を母数とした割合（複数回答のため合計は100%になりません）

参考

「自由時間の減少度」×「本当は使いたい時間」

自由時間が大きく減った層ほど、「睡眠・休息」「自分の趣味・エンタメ」を求める割合が高くなりました。
失われた時間の分だけ、休息と自分の時間への欲求が強まっています。



Little mama

参考：「自由時間の減少度」×「本当は使いたい時間」 ※設問1「増えた」「わからない」は対象外

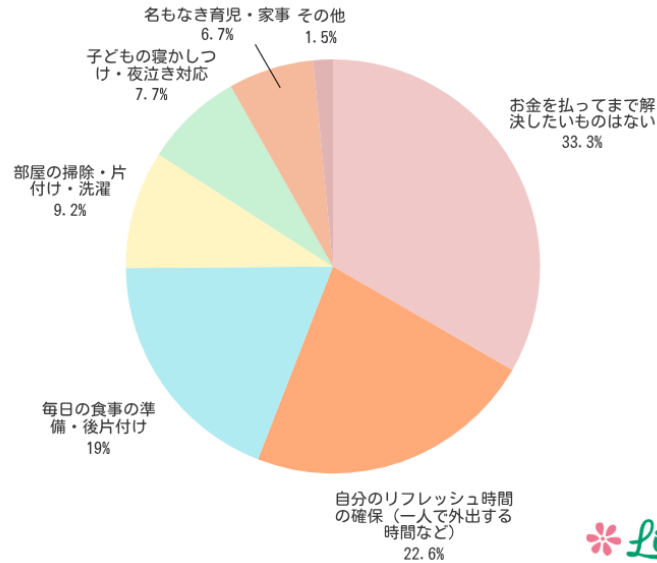
⑥お金を払ってでも欲しいのは「自分のリフレッシュ時間」

「もっと時間が浮くなら、お金を払ってもいい」と思うものを1つ選んでもらったところ、**最多は「お金を払ってまで解決したいものはない」33.3%**。物価高のなか家計には慎重な姿勢がうかがえます。一方で具体的な項目の1位は「**自分のリフレッシュ時間の確保（一人で外出する時間など）**」22.6%で、「**毎日の食事の準備・後片付け**」19.0%、「**部屋の掃除・片付け・洗濯**」9.2%、「**子どもの寝かしつけ・夜泣き対応**」7.7%といった家事・育児の代行を上回りました。家計に慎重ななかでも、唯一支出の対象になりうるのが「自分の時間」だという結果です。

さらに時短家電の導入状況別に見ると、導入層では「**お金を払ってまで解決したいものはない**」が24.3%と未導入層（37.3%）より13ポイント低く、「**自分のリフレッシュ時間の確保**」は31.1%（未導入層16.7%）と約1.9倍。家電で一度「**時間を買う**」体験をした層ほど、次の投資先として自分の時間を選ぶ傾向が見られました。

設問8

「もっと時間が浮くなら、お金を払ってもいい！」と思うものはどれですか？（1つだけ選択）



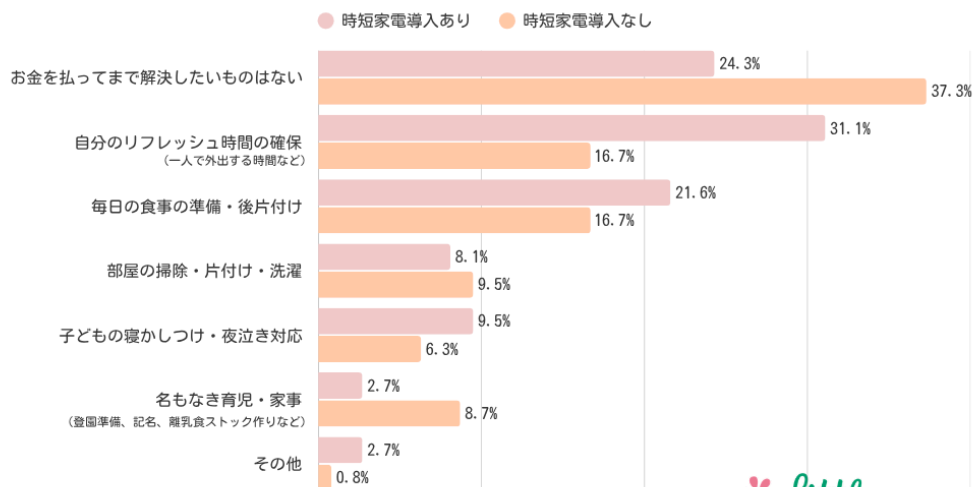
Little mama

設問8：「もっと時間が浮くなら、お金を払ってもいい」と思うものはどれですか？（単一回答）

参考

「時短家電の導入状況」×「お金を払って時間を買う意識」

時短家電を導入している層は、未導入層と比べて「お金を払ってまで解決したいものはない」と回答する割合が低く、時間を買うことへの抵抗が比較的小さい傾向が見られました。



Little mama

参考：「時短家電の導入状況」×「お金を払って時間を買う意識」

■調査から見てきたこと

今回の調査では、**時短家電や食材宅配などの工夫で効率化を図る"タイパ子育て"**が広がる一方で、**時間の不足を最終的に「自分自身に使う時間」を削ることで吸収しているママたちの姿が見えてきました**。手放しているのは家事の水準ではなく、美容や身だしなみ、趣味といった「自分のケア」。そして取り戻したいものも、お金を払ってでも欲しいものも「自分の時間」でした。

とりわけ、**パートナーと分担の相談ができていない層ほど、家事は落とさず自分を削る傾向が強く出ています**。自由回答にも、時間と気力の限界や、自分より家族を優先してしまう気持ちが多く寄せられました。

- ・「仕事の後も食事の準備、片付け、洗濯などさらに家の仕事が続くため、フルタイムで仕事するのは難しいと感じる。」
- ・「自分だけの時間のはずが子どものことも考えてしまう。」
- ・「子どもと過ごす時間は年齢があがるごとに少なくなるのを考えると、子どもとの時間をとにかく大切にしたいと思う。でも自分にかかる時間もお金も欲しいという欲望に悩まされる。」
- ・「子供のためにしてあげたいことがたくさんあるが時間も気力も追いつかない」

こうした声からは、限られた時間のなかで自分のことを後回しにせざるを得ないママたちの本音がうかがえます。パートナーとの分担を含め、ママたちが自分の時間を取り戻せる環境づくりや、その時間を生み出す商品・サービスへの期待は、今後さらに高まっていくと考えられます。

リトル・ママフェスタは、「ママたちが集まる場所をつくる」をコンセプトに、ママ・パパが子どもと一緒に楽しみながら、気になる商品やサービスに実際に触れ、同じ立場のママたちと出会える場を全国で提供しています。今後も「リトル・ママアンケート」を通じて子育て家庭の小さな声を集めて発信し、家族が笑顔で過ごせる環境づくりに貢献してまいります。

■リトル・ママフェスタとは

[「リトル・ママフェスタ」](#)は、『ママたちが集まる場所をつくる』という想いを原点に、これから出産を迎える方や、現在子育てをしている方はもちろん、子育てに関わるすべての人に向けた、「出会う」「学ぶ」「遊ぶ」がぎゅっと詰まった国内最大級の親子フェスタです。北海道から沖縄まで全国の主要都市で開催されており、年間開催数は65回を超え、年間30万人以上のママ・パパが来場しています。キッズレースや撮影会、ステージ企画に加え、企業ブースでは気になる商品を実際に見て・試せる体験型コンテンツも充実。

「こんなイベントが欲しかった！」と思える、親子で笑顔になれるひとときを過ごせる場として、多くの支持を集めています。

■株式会社エンファム.について

世界中の子どもたちを笑顔にするエンタメディア企業として、子育て世帯を中心にメディア事業を展開。国内最大級の子育てイベント「[リトル・ママフェスタ](#)」、世界展開中の「[Kawaiimama Festival](#)」など多彩なイベントを企画・運営し、リトル・ママフェスタをはじめとした各種イベントの開催実績は年間70回を超えます。また、SNS運用代行を中心としたファンマーケティング事業や、子育てをキャリアに変える「[リトル・ママビジネススクール](#)」の運営をしています。

株式会社エンファム.

代表取締役：森 光太郎

東京本社：〒105-0014 東京都港区芝2-30-6 ファインラック芝2F

福岡本社：〒810-0042 福岡県福岡市中央区赤坂3-6-23 エンファム.ビル

大阪オフィス：〒541-0052 大阪市中央区安土町2-5-5 本町明大ビル506

札幌オフィス：〒060-0061 札幌市中央区南1条西4丁目13番地 日之出ビル9階

設立：2001年12月25日

<https://enfam.jp/>

【報道関係者様のお問い合わせ・取材申込み】

株式会社エンファム.広報担当

MAIL：marketing@l-ma.co.jp

※調査データの詳細提供、オンライン取材も受け付けております。