

【報道関係者各位】

2021年5月19日

## #家事休み 日本の家事に休日を。 家事代行のベアーズと食品宅配のオイシックス・ラ・大地が協業開始 「日本の家事白書2021」調査結果で判明した世代間のギャップ解消にも取り組む

家事代行サービスを提供する株式会社ベアーズ(本社:中央区日本橋浜町、代表取締役社長:高橋健志)と、安心安全な農産品や加工食品、ミールキットなどの食品宅配を展開するオイシックス・ラ・大地株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長:高島 宏平)は、2021年5月19日(水)より、「#家事休み」をキーワードに、掃除、洗濯、料理など家事の負担を軽減する事業で協業を開始します。

諸外国と比べて時間と労力を費やしているといわれる日本の家庭の家事負担を軽減し、より多くの方の暮らしが豊かになることを目指します。取組みの第一弾として、家事にまつわる世代間の意識調査※を実施。「家事を休める」ソリューションを持つ両社がこの協業を通じ、同じ社会課題の解決に向け、「新しい日本の家事への考え方やスタイル」を発信してまいります。「家事休みプロジェクト」特設サイト:<https://www.kaiiyasumi.com>

※2021年5月1日～5月8日 家庭を持つ国内在住の20～50代男女970名(有効回答数800)と、5月1日～5月6日 15～19歳男女(以降は「10代」と記載)442名(有効回答数428)にインターネット調査を実施

## Bears × Oisix



### ■令和時代の家事に対する世代間の意識ギャップ:これからの家事は、「個人戦」から「チーム戦」へ

(調査の詳細はメディア限定でご覧いただけます)

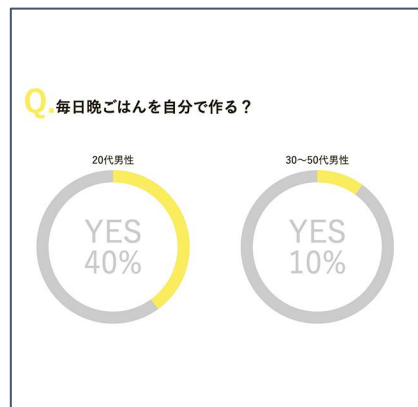
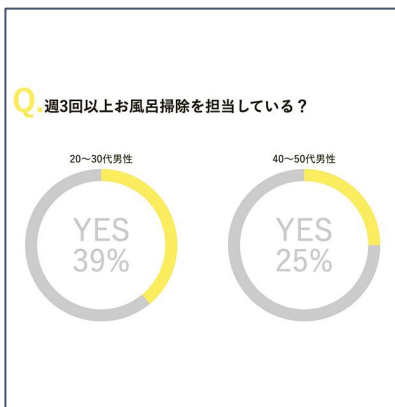
#### ◎若年層にとっての家事は「チーム戦」

20代、30代の男性が主体的に家事参加している実態が明らかに。

男女ともに家族を「家事負担を分かち合い、ミッションをこなしていくチームメンバー」として捉えている

#### ◎年代が上がるにつれ「個人タイトル戦」に

家族ができればいいとは思っていても結局は自分が動く方が早い、誰にも任せられない、という思いや、家事によっては性別役割分担の刷り込みの影響がまだまだ続いている状況



### ■男性は全世代が「家事参加すべき」とは思っているが、実際もっとも家事をこなしているのは20代

調査の結果から、若年層は男女とも家事をパートナー任せにせず、多忙であっても限られた時間の中で進んで取り組んでいることが判明しました。特に20代男性は、家事の中で最も女性が行う割合が高い「夕食作り」も他世代の4倍の頻度で担っており、実際にその大変さを知っているからこそ、家事負担の軽減にも前向きであることがうかがえます。20代女性が「家族は家の中の家事がどれだけあるか把握している」と答える割合は64%と、他の世代を25%も上回っています。

「お互いに仕事をしているとその日によって忙しさが変わり、余裕のある方がやる方がよい」(男性 20代) / 「みんなでやっている感じです」(男性 20代) / 「生活を成り立たせるためには気がついた人がやるべき」(男性 30代) / 「その環境で暮らす人がやるべきであり、役割はない」(男性 30代) / 「どちらかがやるべきことなんてこの世に存在しない」(女性 20代)

本リリースに関するお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報:丸尾

TEL: 050-5305-0549(直通) E-mail: [publicity@oisixradaichi.co.jp](mailto:publicity@oisixradaichi.co.jp)

(上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください)

## ■家事のジェンダーフリーは当たり前 10代の家事参加意識

10年先には家庭を持っている可能性もある10代にも同じ設問で調査を実施したところ、SDGsの目標のひとつである「ジェンダー平等」がさらに浸透しています。

また「両親は家事を分担している」に「そう思う」との回答はほぼ5割。子どもたちからは一見家事を分担しているように見えていても、実際の子を持つ親世代の回答からは、代表的な家事である掃除、洗濯、料理を週1回以上行う女性は85%に対し男性は42%と、実際は女性の担う割合が圧倒的に高い傾向があるようです。

## ■「気づいた人がやる」長期の巣籠もりで、家事のオンオフもなくなった？ 若年層の男性はマメに掃除している実態も明らかに

在宅率が上がることにより、家の中のことが気になるようになったこの一年。気になる場所を仕事の合間にちょっと掃除したり、家事分担ルールを新たに決めたり、わが家にとっての「ちょうどいい家事」の最適化が進んでいます。女性は若年層ほど掃除の頻度が下がり、逆に男性は若年層ほど高頻度で掃除をしているという傾向も、今回の調査で明らかになりました。

なお、どんなに忙しくて疲れていても家事をちゃんとしたい、という意識は、男女とも若い世代になるほど高くなっています。

「夫婦で在宅勤務になってから、気づいたらやろうよという雰囲気を出すようになった」(女性 40代) / 「自由時間を作るために家族で家事を分担している」(男性 50代) / 「自宅から出なくなったので家事全般を担当した」(男性 40代)

## ■料理をする男性が一番気になるのは「栄養バランス」、次いで「品数」

家事のシェアマインドが高い20代では、男性も料理を行う対等な戦力。主体的に献立を考える彼らが気を使っている点としては「栄養バランス」、次いで「品数の多さ」が挙げられました。

家庭内で食事を摂る回数が増えていることから、女性の負担が多い30代以上の世代では食事を作り続けることへのストレスがうかがえ、パートナーの参加やミールキットなどによるアシストが求められています。

「夕食の下ごしらえや後片付けは時間がかかるし献立を考えるのはすごく気を使う。好きなもの食べたいもの栄養、その辺のバランスに気を使って作ってるつもり」(男性 20代) / 「栄養など考えてくれるなら誰かに任せたい」(女性 40代) / 「ずっと同じ人が作ると、強いストレスにつながると思う」(女性 20代)

## ■「休みの日も自分は休めない」「自分の時間がほしい」… 家庭内理解を深めるための「家事休みスタイル診断」をスタートします

上記の調査結果をもとに、一年の折返しタイミングである「中掃除」「夏休みシーズン」に合わせて、7月初旬を目途に「家事休みスタイル診断」を特設サイト上で公開します。

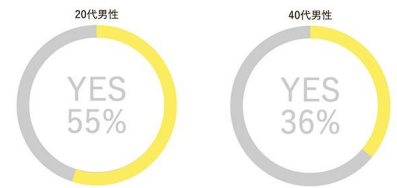
この診断を通じ、パートナーと家事について話し合う時間を意図的につくることで、意識や考え方の違いについてお互いが理解を深めるきっかけになればと考えています。

また、家事休みに関するオンラインイベントや家事休み応援キャンペーンなどのリリースも今後予定しており、「ちょっと家事を休む」というアクションを提案、応援します。

Q. 両親は家事を分担している？



Q. 週に1回以上の頻度でキッチン掃除している？



Q. ミールキットを取り入れたい？



【20代以上】調査対象者

性別: 男女 / 年齢: 20~59歳 / 未既婚: 既婚

地域: 全国 / 有効サンプル数: 800

割付方法: 性別 × 年代 (10歳刻み)

調査手法: インターネット調査

実施期間: 2021年5月1日~2021年5月8日

【10代】調査対象者

性別: 男女 / 年齢: 15~19歳 / 未既婚: 不問

地域: 全国 / 有効サンプル数: 428

割付方法: 男女別

調査手法: インターネット調査

実施期間: 2021年5月1日~2021年5月6日

(調査機関: 株式会社ジャストシステム)

本リリースに関するお問い合わせ  
オイシックス・ラ・大地株式会社 広報: 丸尾

TEL: 050-5305-0549 (直通) E-mail: publicity@oisixradaichi.co.jp

(上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください)

## 「家事休みプロジェクト」特設サイト

### 【概要】

炊事や掃除や洗濯…。わたしたちは毎日山のような家事をこなします。でも、疲れたらたまには家事だって休んでもいいじゃないか。面倒な家事はどこかにお任せして、家族と休んだりや趣味の時間に充ててもいいじゃないか。そんな思いからこの#家事休みプロジェクトはスタートしました。

この一年で、家事代行やミールキットといった家事アウトソース型サービスへの利用意向にも少しずつ変化があらわれています。

もっと気軽に「今日は家事お休み！」と言えるように。ベアーズとOisixは家事をするすべての人々を応援します。

URL: <https://www.kaiivasumi.com>



### 株式会社ベアーズについて

株式会社ベアーズ(代表:高橋健志)は、家事代行サービス・キッズ&ベビーシッターサービス・ハウスクリーニングサービスをはじめとした暮らしサポートサービスを提供しています。暮らしに寄り添いお困りごとに応えるサービスをワンストップで提供し、忙しい中でも誰もが自分らしく生きるための自由な時間を創出します。

### オイシックス・ラ・大地株式会社について

オイシックス・ラ・大地株式会社(代表:高島宏平)は、有機・特別栽培野菜、添加物を極力使わない加工食品など安心・安全に配慮した食品の宅配サービスを「Oisix」「らでいっしゅぼーや」「大地を守る会」の3ブランドで展開しています。

当社は「これからの食卓、これからの畑」を理念に掲げ、食に関する社会課題をビジネスの手法で解決する事業を推進しています。

本リリースに関するお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報:丸尾

TEL: 050-5305-0549(直通) E-mail: [publicity@oisixradaichi.co.jp](mailto:publicity@oisixradaichi.co.jp)

(上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください)