長く住み続けられる住まいに関する意識・実態調査
～小中高生の持ち物と家族の「距離感と居場所」に着目して～

パナソニック ホームズ株式会社　トヨタホーム株式会社

生活者共同研究調査レポート

小中学生の生活実態から探る「長く快適に住み続けられる住まい」の条件

ー子どもたちへの直接調査から見えてきたことー

住宅価格の高騰より住宅取得の負担が増す現代、住まいは、一度取得した家に長く住み続けられることがより重要になっています。
そのためにはライフスタイルが変化しても住み替えを余儀なくされることがないよう、住み始めの完成度にとどまらず、家族のライフステージの変化に柔軟に対応し続けられる間取りが不可欠です。

住まいにおいて、こうしたくらしの変化に大きな影響を与えるのが「子どもの成長」です。特に小学校高学年～高校生期は、家族とくらしながらも一人の個人としての意識が強まり、プライバシーの確保や自立への欲求が高まります。しかし、住まいづくりの初期段階で成長過程のくらしを具体的に予測することは容易ではありません。そこには、デジタルツールの浸透や親子関係の変容といった現代ならではの社会的背景と、時代を超えて共通する自立への欲求が複雑に重なり合っているためです。

そこで本調査では、「小中高生の住まい方」に着目し、親視点のみならず子ども本人にも直接アンケートを実施しました。「モノ」がどこで使われ収納されているかを起点に子ども視点からのリアルな生活実態を紐解くことで、長く快適に住み続けられる住まいのあり方を考察しています。

今回の調査から見えてきたのは、子どもの成長に伴うくらしの変化が一律ではなく、生活行為ごとに異なる個室化のグラデーションがあること、そして居場所の使い分けやデジタル利用の個室化が進んでも家族が集う中心はリビングというリアルな実態です。具体的には、「まなび」「きがえ」(中1)と「あそび」(中3)で個室化のタイミングに差があり、完全な個室化移行ではなく条件に応じた子ども室とリビングの使い分けがうかがえました。また、デジタル機器利用の個室化が進む中で、TVを中心とした緩やかな団らんを目的に、リビングで過ごす様子も見られました。このように、リビングは未だ家族の生活行為の場としてくらしの中心であり続けています。
次ページ以降、調査結果を紹介します。



調査概要

調査目的：現代の小学校高学年～高校生のくらし方の実態を、モノを「使う場所」と「しまう場所」から明らかにすると共に、
成長に伴うくらしの変化を捉えることで、住まいを建てた後の変化にも寄り添う住まい提案の方向性を導き出す。

アンケート調査

調査手法　：WEBアンケート調査
対象地域　：全国
対象者　　：トヨタホーム㈱、パナソニック ホームズ㈱がそれぞれ販売した戸建住宅に居住する小学校高学年～高校生とその保護者
サンプル数：親の回答417ss　子の回答285ss　その内、親子共に回答283ss
実施期間　：2026年4月24日～5月11日

<親子共に回答した世帯数の内訳>

	親		子
小学生	99ss	＋	99ss
中学生	103ss	＋	103ss
高校生	81ss	＋	81ss

各設問の回答者を、下記のアイコンで表す

親 …親の回答

子 …子どもの回答

本調査は両社が販売した戸建住宅の居住者を対象としたものであり、全国の一般家庭全体を代表するものではありません。

Contents

1）成長に伴うモノ・場所・行動の変化

あそびとまなびのモノの変化 5
あそびとまなびの場所の変化 6
まなびの変わらないもの 7
着替える場所の変化 8

2）家族で共有するモノの実態

家族で使うモノと収納 9

3）デジタル機器と親子のコミュニケーション

親子のデジタル機器を使う場所 10
家族の団らんとTV 11

4）おわりに

12

成長に伴うモノ・場所・行動の変化

あそびとまなびの
モノの変化

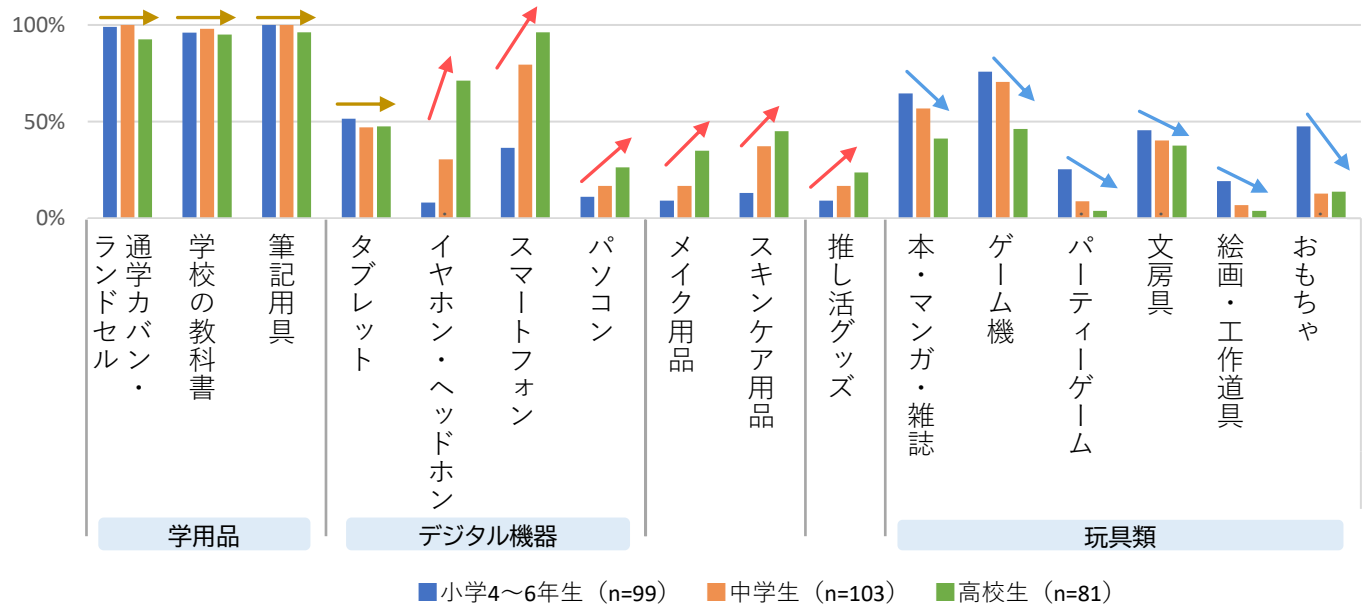
子

- Point -

学齢に関わらず学用品利用は共通、あそびはリアルからデジタルへ移行

・学齢に関わらず使うものは、教科書・文房具・通学カバンとタブレット
・学齢が上がるとともに、おもちゃなど家族で遊ぶものが減り、スマホ・パソコンなどのデジタル機器が増加
・あそびやたのしみを支えるモノはデジタル中心へ変化

Q. 1週間に1回以上「あそび・たのしみ・まなび」で使うもの〈複数回答〉(n=283)



学齢に関わらず教科書などの学用品は継続して利用されている一方で、スマートフォンやイヤホン、パソコンなどのデジタル機器は学齢が上がるにつれて増加し、おもちゃ・ゲーム機・本・マンガなどは減少する傾向がみられた。

これは、成長に伴いあそびや興味関心が変化しているためと考えられる。小学生では家族と共有するあそびが中心であるのに対し、中高生になるとスマートフォンの使用や動画視聴など個人・友人と楽しむ活動が増え、持ち物も変化していく。

家族みんなで遊ぶものから「デジタル」へ興味が移り、使うモノも変わっていく。また、美容用品なども個人所有が増え、これらを見据えた収納計画が重要になる。

成長に伴うモノ・場所・行動の変化

あそびとまなびの
場所の変化

子

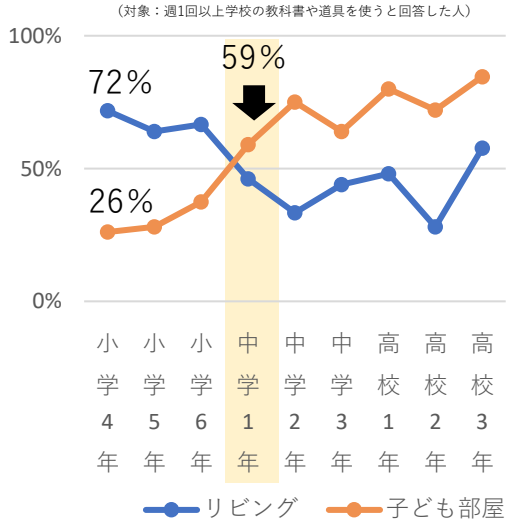
- Point -

あそび・まなびの個室化転換点は中学生期

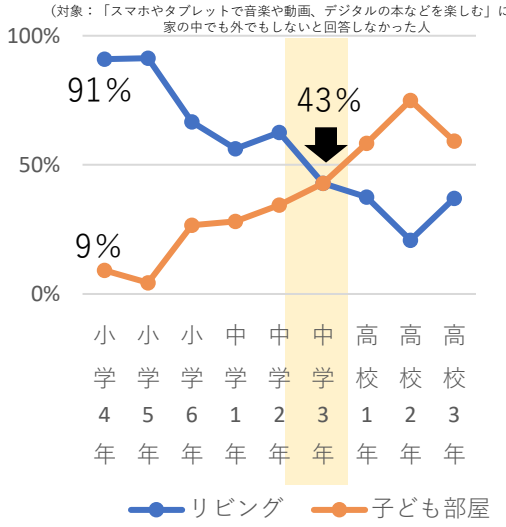
・成長とともに「まなび」の場所はリビングから子ども部屋へ移行（中学1年生が個室化の転換点）。
・「あそび」の場所は「まなび」より遅れて個室化が進む
・子ども部屋は成長とともに利用が進み、役割が変化

Q.家の中で使う時はいつもどの部屋で使っていますか。〈複数回答〉

まなびの場所　学校の教科書や道具を使う場所
（n=271）



あそびの場所　スマホやタブレットで
音楽や動画、デジタルの本などを楽しむ場所（n=220）



今回の調査では、学習場所は小学校高学年期はリビングが72%と、リビング学習が中心であるが、中学1年生頃から子ども部屋が逆転し、高校生では個室利用が主流となる傾向がみられた。一方、あそびの場所も学齢が上がるとともに個室化するものの、中心となる場所の逆転は中学3年生であり、その変化は学習より後に発生する。

学習は集中や自立への意識の高まりから比較的早い段階で個室利用へ移行する一方、あそびは家族との関わりを維持しながら徐々に個室化していくことが背景にあると推察され、行為によるタイムラグが浮き彫りになった。

子ども部屋は小学生のうちから常に利用される空間ではなく、成長に伴い役割が変化していく空間であることがわかる。子ども部屋は成長に伴い役割を変える空間のため、初期から作り込むのではなく、段階的な個室化に対応できる「可変性」を持たせ、LDKと子ども部屋の機能分散を見越した柔軟な収納計画を行うことが重要である。

成長に伴うモノ・場所・行動の変化

まなびの
変わらないもの

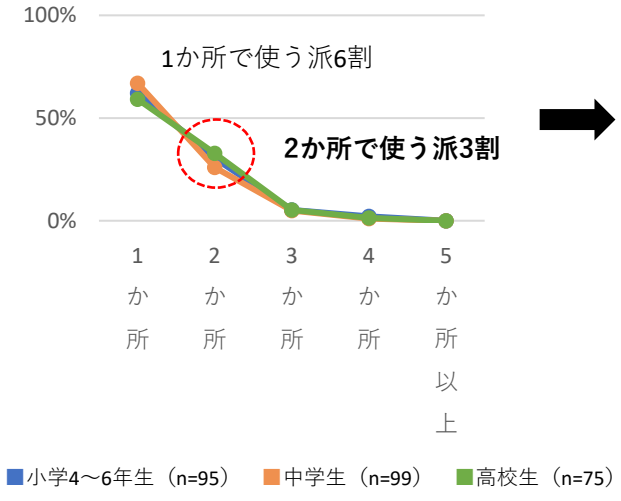
子

- Point -

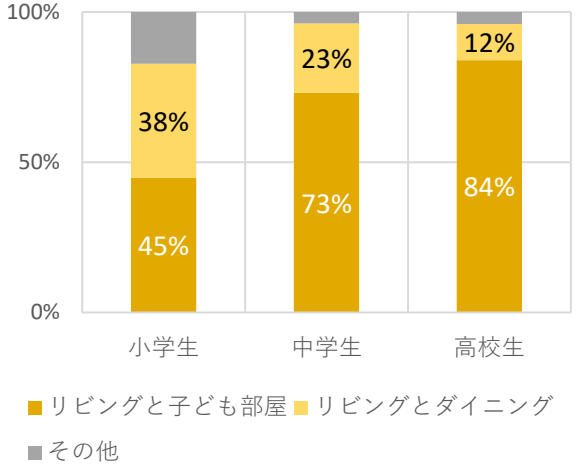
まなびの場は一か所に集約されない

・学齢によらず、まなびのものを2か所で使う子どもが約3割存在
・一部の子どもは、まなびの場所を子ども部屋へ完全移行せず、リビングも利用し続けている
・まなびの場は1か所ではなく、家の中の複数の場所に広がる

Q.学校の教科書や道具を使う住まいの空間の数



Q.学校の教科書や道具を使う場所（2か所で使う派）（n=80）



学齢によらず、小学生から高校生まで、まなびのものを「1か所で使う派」が約6割、「2か所で使う派」が約3割を占めた。

2か所で使う派は、小学生ではリビングとダイニング、あるいはリビングと子ども部屋を組み合わせて利用し、中学生・高校生になると、リビングと子ども部屋の組み合わせが中心となり、学齢が上がっても複数の場所で学習する様子がみられた。

学習場所は成長とともに子ども部屋へ移行する傾向がみられた一方で、必ずしも1か所に集約されるわけではない。学習内容やその時の気分に応じて場所を選択しながら学ぶ実態がうかがえる。

このことから、特定の場所だけに学習機能を集約するのではなく、家の中の複数の場所でまなびに対応できる環境を整えることが重要である。

成長に伴うモノ・場所・行動の変化

着替える場所の変化

子

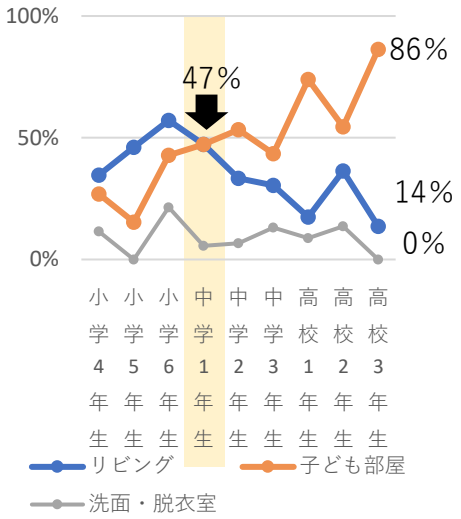
- Point -

衣類収納は「しまう」だけでなく「着替える」行為まで考えた計画を

・着替え場所は成長に伴い、リビング・洗面脱衣室から子ども部屋へ移行（中学1年生が個室化の転換点）
・子ども部屋で着替える場合は収納場所と一致する一方、リビングで着替える場合は収納場所と異なるケースあり
・着替え場所の選択には、プライバシーだけでなく室温など生活環境も影響

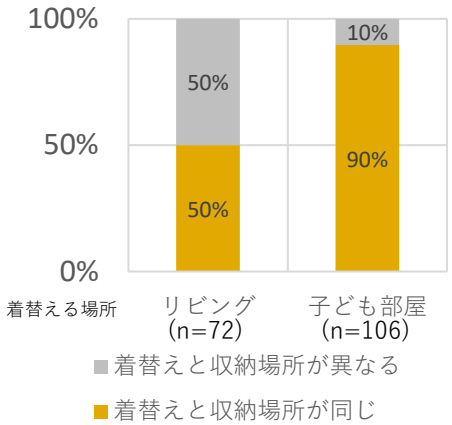
Q.服を着替えるとき、いつも家の中のどの部屋で着替えていますか。〈複数回答〉

休日の私服を着替える場所　（n=209）



休日の私服を着替える場所と収納場所

（対象：リビングもしくは子ども室を選択した人）



選択した場所で服を着替える理由

（対象：リビングもしくは子ども室を選択した人）

リビングで着替える理由（n=116）		%
1位	小さいころからそうだから	46%
2位	服の収納場所に近いから	36%
3位	**部屋の温度がちょうどいいから**	**16%**

子ども部屋で着替える理由（n=117）		%
1位	服の収納場所に近いから	61%
2位	**家族に見られない場所だから**	**27%**
2位	小さいころからそうだから	27%

休日に私服を着替える場所は、小学生ではリビング中心、中・高校生になるにつれ子ども部屋の利用割合が高まる。それでも高校3年生の14%はリビングで着替えている。

着替え場所と収納場所の関係を見ると、子ども部屋で着替える場合は収納場所と一致が9割と高く、自室内で完結している様子がうかがえる。一方、リビングで着替える場合は収納場所と異なるケースが多く、別の部屋から衣類を持ち出して着替えている実態がみられた。

リビングで着替える理由には小さい頃からの習慣や「部屋の温度がちょうどよい」が挙げられた一方、子ども部屋では「収納場所に近い」や「家族に見られない場所」が上位となった。

自室の収納完結性を高めつつ、リビングの衣類一時置きや家全体の温熱環境を意識した設計が重要である。

家族で共有するモノの実態

家族で使うモノと収納

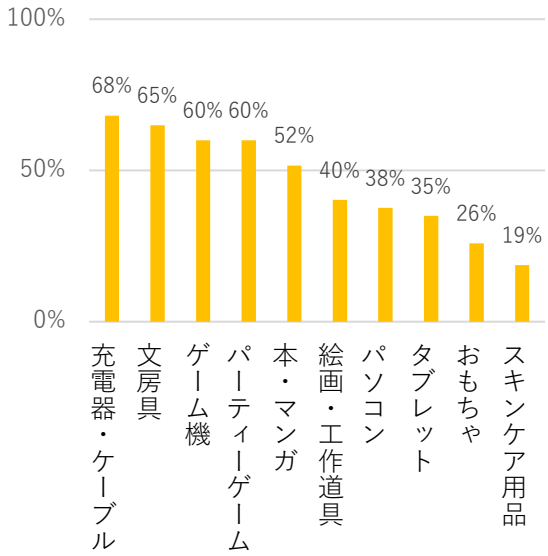
親

- Point -

家族で共有する充電器・ケーブルが、リビング収納の新たな課題

・親子で最もシェアしているものは「スマートフォン等の充電器・ケーブル」
・共有する充電器・ケーブルの定位置はリビングが8割超
・収納不足や管理ルールの未整備に加え、充電・コンセントまわりの困りごとも目立つ

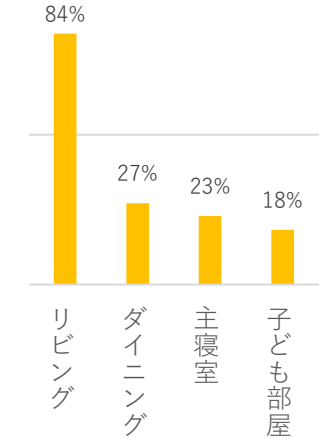
Q.親子間で一緒に使っている物 TOP10 〈複数回答〉(n=417)



Q.親子間共用のスマートフォン等の充電器・ケーブルの定位置

〈複数回答〉(n=284)

(対象：親子で共有している物が「スマホ等の充電器・ケーブル」と回答した人)



Q.家族で一緒に使っている物を収納する際に、困ったこと〈自由記述〉(n=75)

(対象：親子で共有している物が「スマホ等の充電器・ケーブル」と回答した人)

※スマートフォン、タブレット、パソコン、充電器のいずれかを家族で共有

デジタル共有※		%
1位	収納容量・置き場所不足 共通で使うものは個室ではなくリビングや玄関の共通の場所に置きたいが、収納が足りない(40代女性)	55%
2位	**充電・コンセント・コードまわりの課題** スマホの充電ケーブルは、収納できずにリビング横にあるカウンターの上に置きっぱなし。カウンターがいつも片付かない。(40代男性)	**21%**
2位	元に戻さない・ルール不統一 片付けしないことも多く散らかる。なかなか共通認識をもって扱うのは難しい(40代男性)	21%

デジタル非共有		%
1位	収納容量・置き場所不足	42%
2位	元に戻さない・ルール不統一	37%
3位	所在不明・誰のものか分からない 複数人で使用するため、時折所在が分からなくなる。(40代男性)	21%

親子で一緒に使っているモノとして、「スマートフォン等の充電器・ケーブル」が最も多く、文房具やゲーム機、パーティゲームなどを上回った。また、共有している充電器・ケーブルの定位置はリビングが8割を超え、家族共用の充電環境がリビングに集約されている実態がみられた。
デジタル関連のものを家族共有している家庭は、「充電・コンセント・コードまわり」に関する困りごとを挙げる割合が、共有していない家庭より高い傾向がみられる。充電器やケーブルのような家族全員が日常的に利用するものは、置き場所や管理方法が曖昧になりやすい課題が見られた。
リビングには家族共用のデジタル機器や周辺アイテムを適切に収納できるだけでなく、充電環境をあわせて計画することが重要である。

デジタル機器と親子のコミュニケーション

親子のデジタル機器を使う場所

- Point -

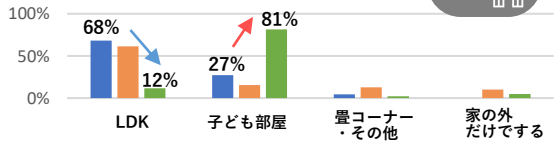
学齢上昇に伴うデジタル利用の「個室化」と親子の空間ギャップ

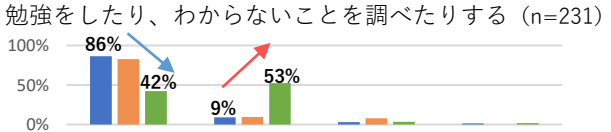
- 子どもの学齢が上がるにつれ、スマートフォンやタブレットの主な利用場所が「LDK」から「子ども部屋」へとシフト
- 親のデジタル機器利用場所は、子どもの学齢にかかわらず、LDKに集中している
- 親の通話に関して、子どもの学齢が上がるにつれ、主寝室や他の空間での使用に移行する傾向がある

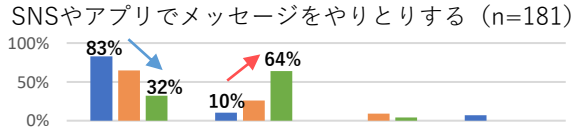
Q.「スマートフォン」「タブレット」の使用用途ごとの使用場所として最も滞在時間が長い場所はどこですか。〈単一回答〉

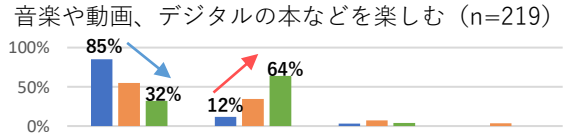
（対象：それぞれの使用用途の項目で「家の中でも外でもしない」と回答しなかった人）

子

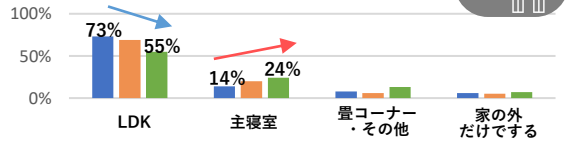


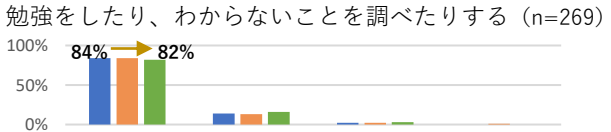


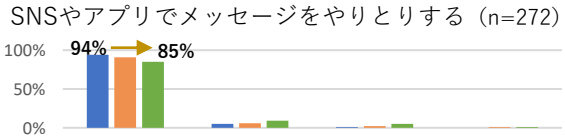


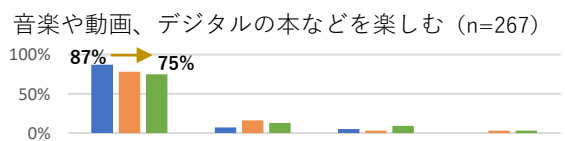


親









小学4〜6年生　中学生　高校生

子どものデジタル機器の利用場所は、学齢が上がると「通話（高校生で8割超が自室）」を筆頭に、学習やエンタメなど全用途でLDKから子ども部屋へと大きくシフト。

一方、親の利用は全体としてLDKが主流なものの、通話に関しては子どもの成長に伴い主寝室など他空間へ移行する傾向も少数ながらもみられた。成長に伴い、親子ともに通話時のプライバシー確保を目的とした空間の分散・二極化が進む実態が浮き彫りとなった。

「自室で利用する子ども」と「LDKで利用し続ける親」という空間の二極化に対応した設備・動線計画が必要になると考えられる。子ども部屋には十分なスマートフォンやタブレットの充電環境やWi-Fi環境、プライバシーに配慮した設計が求められる一方、LDKには親のデジタル利用を快適にする電源・収納環境を確保し、互いにストレスのないデジタル環境と心地よい距離感を両立させることが重要である。

デジタル機器と親子のコミュニケーション

家族の団らんとTV

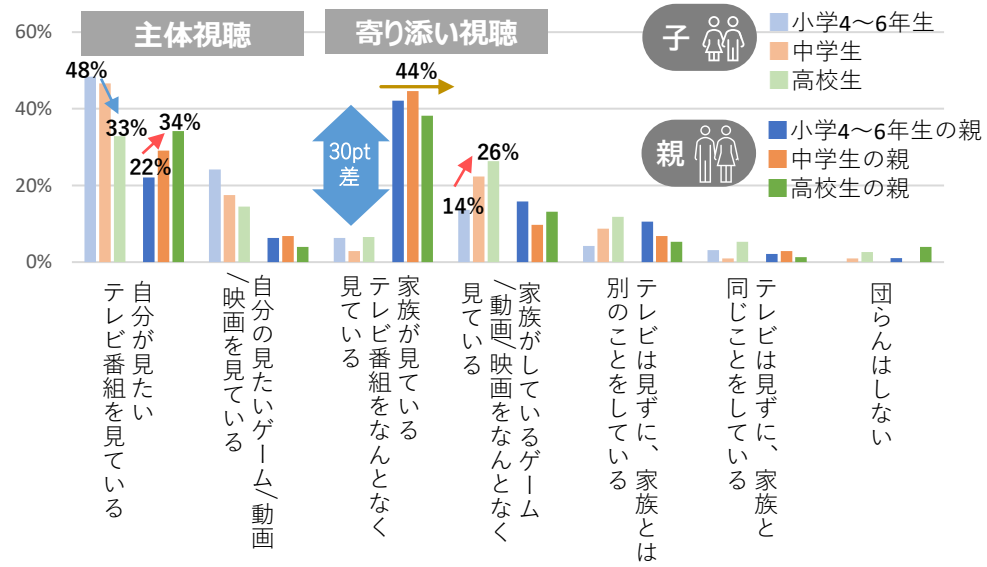
- Point -

子は「主体視聴」、親は「寄り添い視聴」―TVでの団らんに見る親子のスタンスギャップ

・親の約4割が「付き合い視聴」 親は、子どもの観るコンテンツに「なんとなく付き合う」ことで団らんが成立している。
・動画・映画シェアの倍増 子どもの成長に伴い、子どもが家族の見る動画・映画をなんとなく一緒に見る割合が14%から26%へ倍増。
・テレビのあるリビングで過ごす理由として、親子共に家族の存在を理由に挙げており、親はながら視聴、
子どもは集中視聴のスタイルであることがうかがえる。

Q.共有のテレビを使用した家族団らんの過ごし方は？ 〈単一回答〉(親n=274子n=274)

（対象：リビングにTVを置いていないと回答した人を除く）



Q.リビングで過ごす理由 〈複数回答〉

（対象：リビングにTVを置いていない人・TVを見ない人・団らんしない人を除く）

子どもがテレビのあるLDKで過ごす理由（n=241）		
1位	テレビの大きい画面で見やすいから	42%
2位	家族が近くにいるから	34%
3位	テレビがこの部屋にしかないから	33%

親がテレビのあるLDKで過ごす理由（n=223）		
1位	家族が近くにいるから	73%
2位	テレビを見ながら、他のこともできるから	44%
3位	テレビの大きな画面を、みんなで一緒に見られるから	28%

家族のくつろぎ時間におけるテレビ利用では、親子でスタンスの違いが明確に現れている。子どもは「自分が見たい番組を選ぶ」主体的な利用が中心で、小学生の48%が該当するが、高校生では33%に減少している。

一方で、親は「家族が見ている番組をなんとなく一緒に見る」割合が約4割と一貫して高く、親が子どもの関心事に付き合う形で垣間見える。また、高校生になるにつれて「家族の見る動画・映画を一緒に見る」割合が14%から26%へ倍増しており、テレビの役割が地上波放送の視聴から、各自の好きな動画コンテンツを大画面でシェアする形へとシフトしていることがうかがえる。

おわりに

生活行為ごとに異なる個室化のグラデーションと居場所の使い分け

子どもの成長過程には、教科書など継続して使われる「変わらないもの」がある一方、遊びや興味関心の変化に伴う所有物や居場所の変化など「変わるもの」が共存していた。しかし、「変わるもの」の変化タイミングは一斉ではなく、生活行為ごとに「グラデーション」がみられた。例えば、「まなび」「きがえ」の個室化転換点が中学1年であるのに対し、「あそび」は中学3年で、約2年のタイムラグが存在していた。 ただ、全ての子どもが完全に個室に移行するとは言い切れない。「まなび」は一つの場所に固定されず、目的や気分に応じてリビングと自室の使い分けがみられた。「きがえ」においても同様で、室温や習慣を優先し着替える場所を選択するケースもみられた。

デジタル利用の個室化が進んでも家族が集う中心はリビング

親子で共有するモノの中心は充電器やケーブルなどのデジタル関連アイテムであり、その多くがリビングを定位置としている。その結果、コンセント不足や配線の煩雑化といった課題がみられ、リビングには収納・充電・管理を支える機能が求められている。また、子どもの成長に伴い、通話やSNS等のデジタル端末利用の個室化が進むが、子どもがLDKから完全に離れるわけでは**ない**。リビングにおけるテレビ利用は、「子ども中心」から、「家族となんとなく一緒に見る」形へと変化していく。リビングはテレビの大画面をはじめ、「家族がいる安心感」や「他の作業がしやすい快適性」が揃うことで、くらしの中心であり続けていることがうかがえる。

今回の調査から、子どもの成長に伴うくらしの変化は「段階的」であり、時期によって求められる空間も変化することが明らかとなりました。
こうした変化に柔軟に対応するため、二つの住まいの計画が重要となります。

・家事効率など機能追及ばかりではなく、生活動線、着替えやすさや快適性まで考慮した「使う場所」計画
・個人での端末利用が進む現代において、家族それぞれが思い思いに過ごしながらも気配や時間を共有できる「ハブ空間」としてのリビング計画

あらかじめ空間の可変性や収納計画、リビングのデジタル利用や快適な温湿度を支える住環境基盤を“先読み”して仕込んでおくことで、子どもの成長やライフスタイル変化に柔軟に対応しながら、家族みんなが自分らしく、心地よい距離感で暮らせる住まいにつながります。

調査にご協力いただきました皆様へ
お子様自身の住まい方について、直接その声を聞く調査はまだ限られており、今回、日々のくらしの実態をとらえる貴重な機会となりました。
大人から見た子どものくらしではなく、お子様自身の視点から住まい方をとらえることで、これからの住まいづくりにつながる新たな気づきを得ることができました。
改めまして、調査にご協力いただいた皆様に深く感謝申し上げます。

共同調査メンバー

パナソニック ホームズ株式会社
くらし技術研究所　くらし研究室
朝尾　夏子
田頭　英梨
桑原　千優

トヨタホーム株式会社
くらし建築デザイン部　くらし建築デザイン研究室
村松 奈美
有富 由香
松下　雅

パナソニック ホームズ規格型商品「フォルティナMyFit」のご紹介

➢本調査は、10/1リリース「フォルティナMyFit 」に活用しています。

-フォルティナMyFitとは-





パナソニック ホームズの規格型商品「フォルティナMyFit」は、若年層の「コスパ」「タイパ」「スペパ」の価値観に着目し、そのくらし方にフィットする住まいを、プロが厳選したプランの中から効率的に選んで建てられる家づくりを提供しています。

今回の調査では、建築時から時が経っても各年代のくらし方にフィットできるよう、将来のライフステージ変化を見据えた知見を検証しました。例えば、あらかじめ配置された「子ども室」は成長に伴う個室化ニーズに応え、「ワークスペース」はリビング学習の場としても機能します。調査でも、低学齢期の学習利用に加え、成長後も「子ども室とリビングの2箇所併用」が約3割にのぼるなど、くらしの変化に対応できる設計の重要性が示唆されています。

今後も当社は生活者の声に耳を傾け、住まう人の年代ごとのくらし方を柔軟に受容する住まいづくりのためくらしに関する知見を積極的な商品づくりに取り入れています。

３つのコンセプト



時間にゆとりを

毎日の家事負担を軽減して、自分時間を生み出す。



『はたらく』をより自由に

間取りの工夫で働きやすく。
家は快適なオフィスへ。



好き（趣味）と暮らす

もっと趣味の時間を愉しむ。
好きを暮らしの真ん中に。



「くらし兆しラボ」は2017年に発足し、2026年現在は約1800名のオーナー様にご登録いただいている当社の生活者モニター組織です。アンケート調査やインタビュー調査以外にも、行動観察調査等さまざまな調査に日々ご協力いただき、より良いくらし方や住まいを考える上でのヒントを探ります。また研究会やワークショップ活動も開催し、生活者モニターさまと共に住まいのアイディアを考える共創活動も行っています。

くらし兆しラボ - くらし研究室 - パナソニック ホームズ株式会社 - Panasonic

・パナソニック ホームズ 「戸建住宅の規格型商品『フォルティナ My Fit』を発売 」　URL：フォルティナ MyFit - パナソニック ホームズ - Panasonic

本調査は、本商品の性能・効果を直接検証したものではありません。調査結果は商品企画・設計上の参考として活用しています。

トヨタホーム 企画住宅(セミオーダー住宅) SINCE BiSS Fitのご紹介

一人ひとりの価値観や暮らし方に寄り添う住まい提案



トヨタホームの企画住宅(セミオーダー住宅)「SINCE BiSS Fit」では、数多くの住まいを手がけたデザイナーによる厳選プランをベースとして、さらにお客様一人ひとりの価値観や暮らし方に寄り添う住まいを提案しています。例えばリビングとつながるワークスペースや、家族がそれぞれの時間を過ごせる広がりのあるリビング空間など、多様なくらしにフィットする住まいづくりを行っています。

今回の調査では、子どもの成長に伴い居場所や生活行為の場が変化する一方で、テレビのあるリビングで過ごす理由として、親子共に家族の存在を挙げる(親:73%、子:34%)など、家族が緩やかにつながるリビングの重要性が確認されました。SINCE BiSS Fitは、そのようなリビング空間を大切にしたいという想いや、将来の暮らしの変化を見据えた住まいづくりなど、お客様の住まいへの想いを取り入れながら間取りをアレンジすることができます。

また、高天井・大空間・大開口を確保した自由設計住宅「FIRST CLASS LIVING(ファースト クラス リビング)」でも、家族が自然と集まりたくなるような居心地のよいリビング空間をご提案することができます。

今後もトヨタホームは、本調査で得られた生活者視点の知見を商品開発や住まい提案に活かし、家族の成長や暮らし方の変化を考えた住まいづくりに取り組んでまいります。

くらしの声をミライにつなげる「ミライリサーチパーク」
トヨタホームオーナー様に生活者メンバーになっていただき、アンケートやインタビューで住まいやくらしの情報をお聞かせいただくことで、トヨタホームの将来のくらし・住まいをつくりあげていく組織・活動です。「メンバーの皆様と一緒にミライをリサーチする場(パーク)」

トヨタホーム SINCE BiSS Fit:くらしに合わせて間取りをアレンジ あなたに寄り添うセミオーダー
URL:https://www.toyotahome.co.jp/housing/brand/since_bissfit/

トヨタホーム FIRST CLASS LIVING -快適のその先へ-
URL:https://www.toyotahome.co.jp/special/fcl/

本調査は、本商品の性能・効果を直接検証したものではありません。調査結果は商品企画・設計上の参考として活用しています。

おわり