

Life at Home Report 2024

Bring joy home

家での暮らしに喜びを



概要：

楽しむための スペースをつくる

困難と変化に満ちた世界の中で、家を外の喧騒から切り離された喜びの源にするにはどうすればよいのでしょうか？

楽しさはよりよい家での暮らしのための8つのニーズのうちの1つです。しかし、36%の人は楽しさが大切だと感じているものの、家でそれほど頻繁に楽しさを体験していません。簡単に言えば、世界の3分の1以上の人が家を十分に楽しんでいないということです。

イケアは、誰もが自分の家を楽しむ権利があると信じています。そして、喜びを取り戻すお手伝いをしたいのです。私たちの調査は、家で喜びを感じる人々は自分の人生に満足し、未来についてより前向きである傾向にあることを示しています。そこで、今年のLife at Home Reportは、楽しさというテーマを探ります：どのように楽しさを家で見つけるか、どのように実現するか、そしてなぜ楽しさはこれまで以上に大切なのか。

人々への自宅でのインタビューと世界的な調査を通して、家はウェルビーイング（心身ともに満たされた状態）や帰属意識を育み、遊びやつながりのためのスペースをつくる上で重要な役割を果たしていることを学びました。より快適で、より楽しい家での暮らしは、小さくても意味のある瞬間や行動を通して、毎日手の届くところにあります。

「人々は見た目のよさから特定のバーやレストランへ行き、インスタ映えするものと一緒に自撮りをします。でも、私たちがパンデミック後に学んだのは、その楽しさや体験を自分の家に持ち込むことの重要性です」

Bhavin Taylor
インテリアデザイナー





目次

はじめに	04
1. 心地よさを感じる	13
2. 楽しいことをする	22
3. 自分らしい空気感をつくる	34
4. つながりを育む	43
おわりに	54
ファクト集	60

Intro はじめに

「人々の家を訪れて、それぞれの家で何が重要なのかについて話を聞けるのは役得です。毎年一貫して、家の意味や、家をよりよくするものを調査することはとても価値があります」

Maria Jonsson
インサイトリーダー、Ingkaグループ



Hej、こんにちは！

毎年イケアは世界中の人々に話を聞き、今の家での暮らしには何が重要で、それをさらに改善するためにイケアがどのようにお手伝いできるかを把握する取り組みを行っています。それがイケアの家での暮らしについての調査レポート「Life at Home Report」です。そして、今年も例外ではありません。

私たちの調査

今年のレポートは、定量的、定性的、およびトレンドの調査をベースにしています。39か国で18歳以上の38,630人を対象に調査を行ったほか、3か国で24回の家でのエスノグラフィー（行動観察）調査、36回のデジタル没入、6回のフォローアップ・ホームビジット（家への訪問）を実施しました。これらはすべて、よりよい家での暮らしのための8つのニーズの枠組みによって導かれています。詳しくは、8ページをご覧ください。

内側からと外側から

このレポート全体を通して、私たちのインサイトが織り込まれており、調査から得た数値や、話をした人々の言葉も掲載されています。さらに、専門家の発言の引用や今のトレンドの解説という

形で、外部の視点も豊富に取り入れ、文化的な動向やトレンドが私たちの家での暮らしを形づくるのに果たす役割を明らかにしています。

最後に宝の山

このレポートの最後には、新しい「ファクト集」を追加し、本文に含まれるすべてのデータを詳細なリストとして掲載しています。さらに、主な用語と人口統計の内訳、レポートに登場する人々のプロフィールも含まれています。好奇心旺盛な人たちにとっての宝の山です！

次はあなたの番

レポートの背景についてはこれで十分でしょう。今年のレポートに飛び込んで、さまざまな調査結果を探求してください。私たちと同じように、このレポートが、読むにも活用するにも楽しく、ためになると感じていただけたら嬉しいです。

お楽しみください！

*今年の調査では初めてコロンビアが対象に加われました。家での行動観察調査、デジタル没入、ホームビジットはインド、スペイン、米国で行われました。調査対象の39か国のリストについては、「ファクト集」をご確認ください。

私たちを 取り巻く世界

家での楽しさを追求するには、より広い世界の状況を理解することが重要です。それは私たちの周りで見られる文化的トレンドに影響を与えるだけでなく、私たちが毎日家でどのように喜びを体験するかにも徐々に影響を及ぼすからです。今年のレポートは、家の内と外のウェルビーイング両方に影響を与える重要な動向によって形づくられています。

世界的な不確実性と二極化

私たちを取り巻く世界における予測できない出来事によって、私たちの家での過ごし方や楽しみ方は影響を受け続けています。政治的不安定、異常気象、自然災害、戦争、加速する技術進歩、進歩的態度の後退、二極化の拡大 - すべてのが私たちのパーソナルスペースに侵入し、私たちが家でどのように感じるかに直接および間接的なインパクトを与える可能性があります。家は私たちを取り巻く世界の変化から私たちを守り、安心できる場所を提供するべきです。しかし、家がすべての喧騒からの避難所であると感じる人もいれば、その他の人々にとってはその感覚がまったく感じられないか、十分には満たされていない場合もあります。



ジョイノミクス*と幸せの科学

幸せの追求は、喜びの科学（ジョイノミクス）へと進化しています。人々は、毎日の暮らしのプレッシャーから逃れられる聖域をつくらうとする試みの中で、特に自分の家で喜びの瞬間を最大限に活用しようとしています。自分の環境と感情的なウェルビーイングとの直接的な関係を認識する人が増える中、この喜びを最大化し、更なるウェルビーイングにつなげるため、楽しさというテーマにフォーカスを当てます。

*「喜び (Joy)」と「経済学 (Economics)」を組み合わせた言葉で、経済やビジネスにおいて「喜び」や「幸福感」を中心に据えた概念

「私たちは定期的に外部の変化の兆候を監視しています。それらは、直接的または間接的に、家に関する認識や家の使い方に影響を与えるからです」

Maria Jeansson
インサイト&フォーサイトリーダー
Ingkaグループ



健康と幸福のカウンターカルチャー

同時に、文化的変化が私たちのメンタルヘルスとの関係や、ウェルネスと幸福の意味を再定義しています。「ノセボ効果」の研究は、健康を過剰に追い求める危険性を浮き彫りにしている一方で、「Quiet Quitting（仕事に対する無理をしない姿勢）」のような現象は、境界線、休息、回復への欲求を示しています。従来の生産性の概念へのこうした挑戦は、「ハッスルカルチャー」や燃え尽き症候群に対するより幅広い反発を反映しています。こうした状況において、家は隠れ家になるだけでなく、絶え間ない活動を強いられる世界の中で、喜びを求める闘いが続く場でもあります。

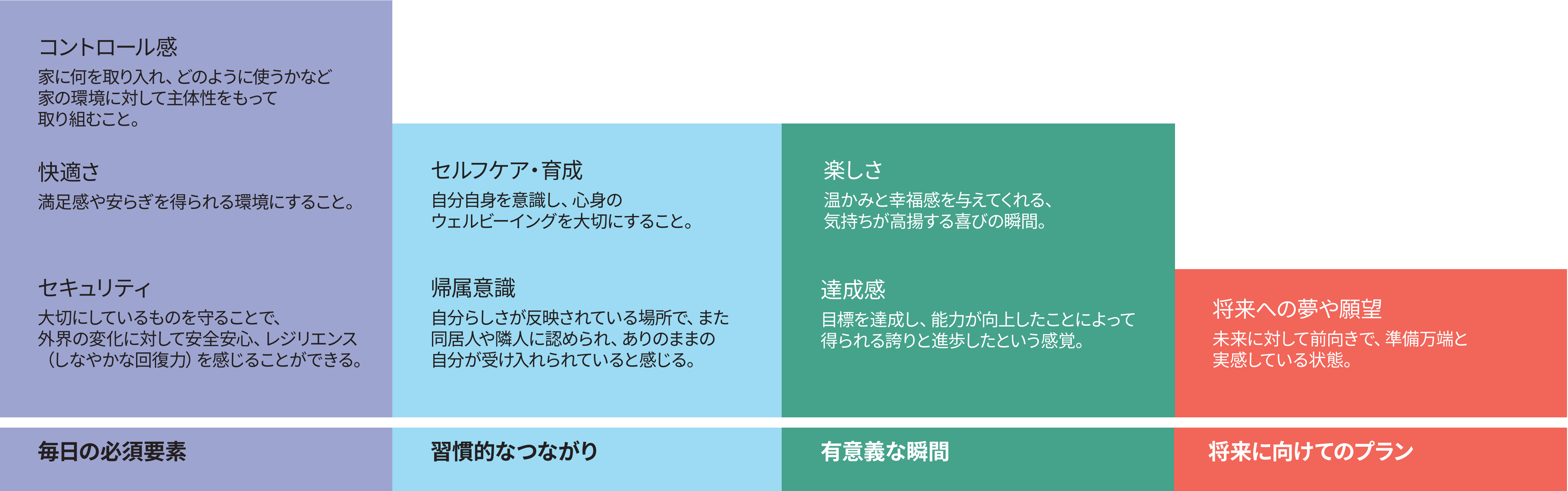
8つのニーズ

昨年のレポートで、8つのニーズの枠組みが示されました。これは、これまでの10年間の調査に基づいて、人々の感情的および機能的ニーズをモデル化したものであり、よりよい家での暮らしをつくり出すものを理解するのに役立ちます。今年の調査においても、これらのニーズは重要な役割を果たしています。

「家は生きているもので、変化のない静的なものではありません」と、住まい研究の専門家でこの枠組みの開発に貢献しているAlison Blunt教授は言います。同じことがニーズにも言えます。ニーズは2018年から着実に発展し、年々進化を続けています。

それぞれのニーズには、ドライバー（促進要因）とバリア（障害要因）が存在しています。つまり、家でそのニーズを満たすときに、私たちを動機付けたり、または邪魔したりする要素です。人々に家での暮らしで感じる幸せや懸念について質問をするときに、私たちはそれを念頭に置いています。

もちろん、どのニーズも単独では存在しません。私たちが観察しているのは、同時にさまざまなニーズが相互作用していることです。そのため、たとえ「楽しさ」というニーズに焦点を当てていたとしても、レポート全体を通して、1つ以上のニーズに言及していることがあります。



誰もが喜びを必要としている

楽しさはよりよい家での暮らしのための8つのニーズのうちの1つです。しかし、私たちの調査は、人々が実現するのに苦労しているニーズでもあることを示しています。イケアの使命は、人々の毎日の暮らしをよりよくすることです。そして私たちには、より多くの人々がより楽しい家での暮らしを追求し、発見し、維持するのをサポートする大きな機会があります。

明らかになったことは？

今年のデータによると、3分の1以上（36％）の人は楽しさを重視しているものの、家であまり楽しさを体験していません。これは、昨年の家での暮らしに関する調査でも判明した、期待と現実の隔たりです。定量的、定性的、およびトレンドの調査を通じて確認されたこの結果は、私たちが行動を起こさない限り、問題はそのまま残ることを意味しています。

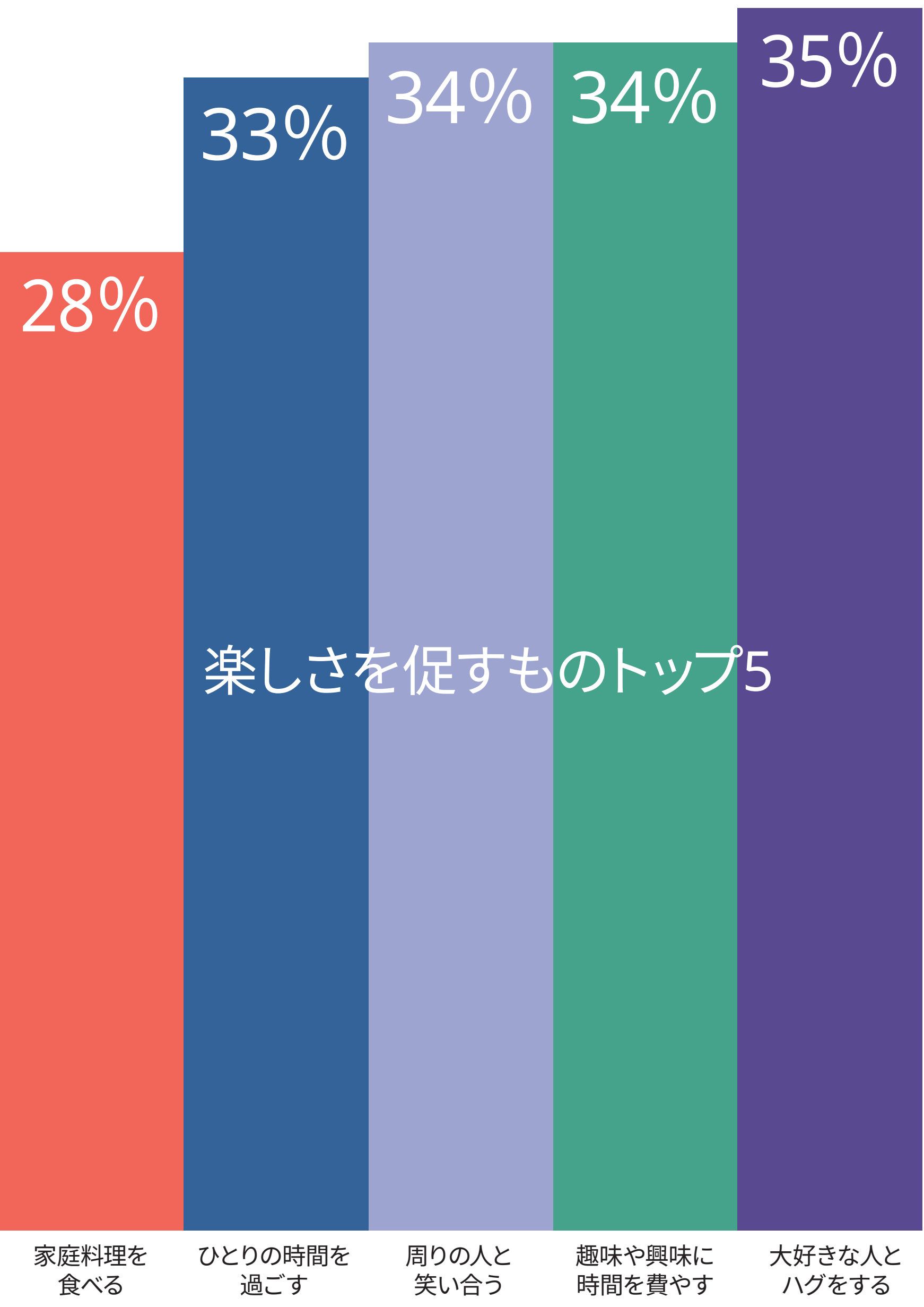
それが重要なのはなぜ？

セキュリティや快適さなどのニーズに比べて、楽しさは些細なことに思えるかもしれませんが、それは私たちの総合的な幸せに大きな影響を与える可能性があります。家で楽しい体験がまったくない、またはめったにない人の中で、現在の家での暮らしに満足している人はわずか29％です（vs 61％ 世界平均*）。同様に、将来をポジティブにとらえているのはわずか28％です

（vs 48％ 一般人口）。世界的な不確実性と文化的動向が私たちの家に対する考え方を変えているため、私たちの生活スペースは機能性以上のものが求められます。私たちに活力を与えてくれる場所である必要があります。

イケアはどのようにサポートできる？

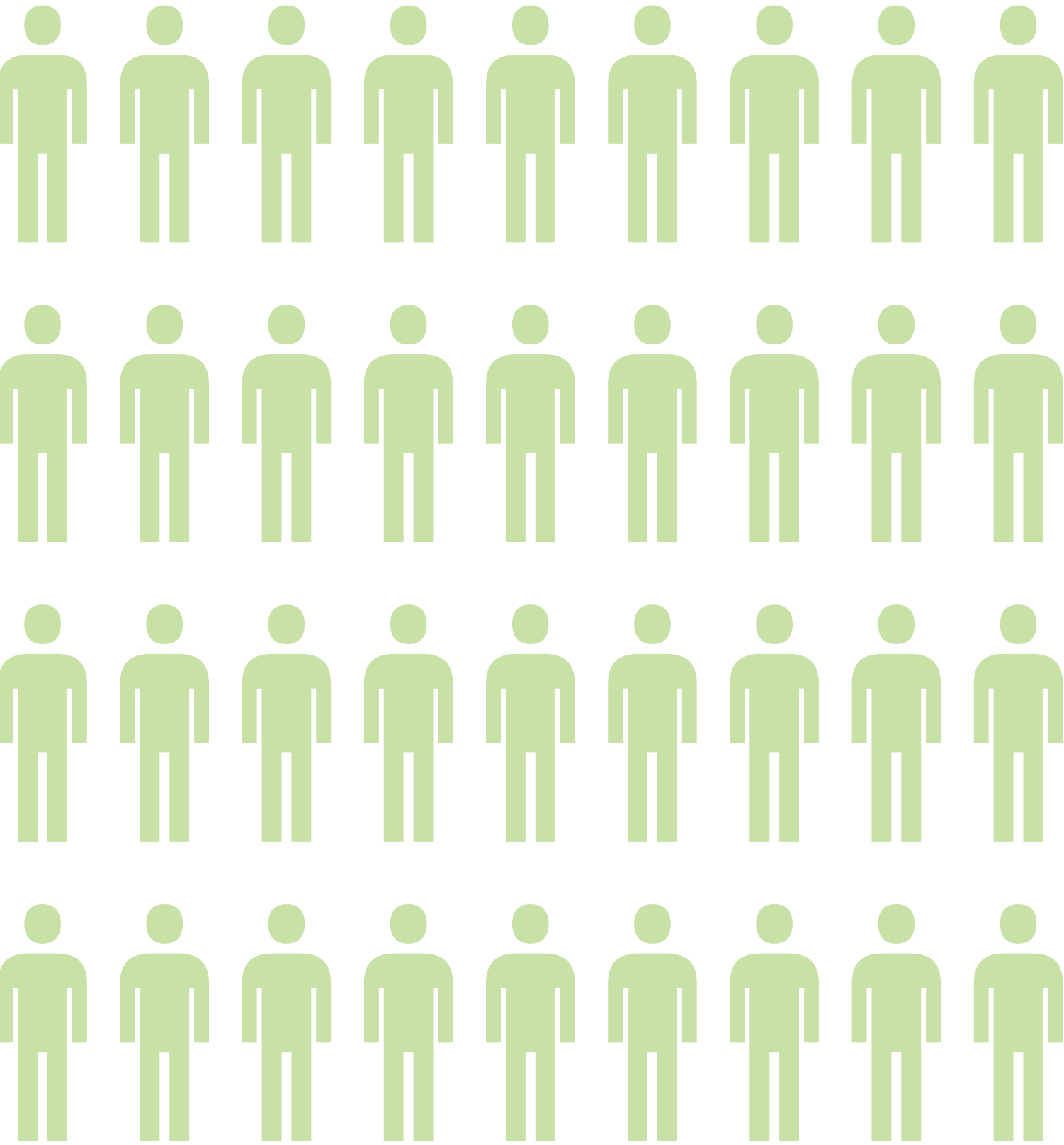
イケアの目標は、人々が楽しい体験をしていない理由を理解し、もっと楽しさを家の中に取り入れるための解決方法を見つけることです。そのため、今年のレポートは、家での喜びを探求することに専念しています。つまり、人々が喜びを見つけて体験する方法、それを妨げる要因、そしてそれを増やすための小さくても意味のある活動を模索することです。家に喜びをもたらしましょう。



*世界平均 - 質問に対する調査参加者全員の回答の平均または算術平均。
ほかの用語の定義については、巻末の「ファクト集」をご覧ください。

楽しむ機会

ほとんどの人は家で喜びを体験しています。そのことに関しては、私たちもとても嬉しく思います。3人に1人以上は、家での楽しさを重視していながらも、楽しさを見つけるのに苦労しています。



楽しさは大切だと考えているものの、家で楽しむ機会が少ない人 (36%)



その他の人* (64%)

*楽しさは大切だと考えていて、家で楽しむ機会が頻繁にある人、楽しさは大切だと考えていない人、わからない人。

喜びの地図

世界のさまざまな地域の人々は家で何を楽しんでいるのでしょうか？私たちのハイライト*マップが示すように、住んでいる場所によって楽しみは異なります。

1. 米国のペットとの時間

米国の人々はペットと過ごす時間から楽しみを見つける傾向が高いです。 - 22% vs 15% 世界平均

2. コロンビアの昼寝

コロンビアの人々は昼寝をととても楽しんでいます。 - 37% vs 25% 世界平均

3. チリの笑い

チリの人々はまわりの人たちと笑い合うことをとても楽しんでいます。 - 43% vs 34% 世界平均

4. イタリアのリフォーム

イタリアの人々は住んでいる家をリフォームすることに喜びを感じる傾向が高いです。 - 26% vs 22% 世界平均

5. スイスのクッキング

スイスは、料理やお菓子づくりを楽しむ傾向がもっとも高い国です。 - 29% vs 22% 世界平均

6. オランダの自分時間

オランダの人々は自分だけの時間を過ごすことに楽しみを感じる傾向がもっとも高いです。 - 48% vs 33% 世界平均

7. デンマークのハグ

デンマークは、大好きな人からのハグを楽しむ傾向がもっとも高い国です。 - 48% vs 35% 世界平均

8. ノルウェーの連帯感

ノルウェーは、人と時間を過ごすことに楽しさを見つける傾向がもっとも高い国です。 - 37% vs 23% 世界平均

9. フィンランドの寝具

フィンランドは、洗いたてのベッドシーツに喜びを感じる傾向がもっとも高い国です。 - 33% vs 21% 世界平均

15. オーストラリアの日差し

オーストラリアの人々は、顔に降り注ぐ太陽の光に喜びを感じる傾向が高いです。 - 29% vs 18% 世界平均

10. インドの子どもとの遊び

インドは、子どもと遊ぶことに楽しさを見つける傾向がもっとも高い国です。 - 28% vs 16% 世界平均

11. シンガポールの心地よい食べ物

シンガポールは、家庭料理を食べることを楽しむ傾向がもっとも高い国です。 - 37% vs 28% 世界平均

12. 中国の娯楽

中国は趣味や興味に楽しさを見つける傾向が2番目に高い国です。 - 43% vs 34% 世界平均

13. 日本のペットの睡眠

日本のペットの飼い主の37%は、ペットが寝ているのを見ることに喜びを感じています - ほかのどの国よりも高い (vs21% 世界平均) 傾向にあります。

14. 韓国のバスタイム

韓国は、楽しみのためにお風呂やシャワーに入る傾向がもっとも高い国です。 - 37% vs 25% 世界平均

*今年の調査から選択された15か国のハイライト。
調査対象の39か国の完全なリストについては「ファクト集」をご確認ください。

喜びを もたらす方法

では、どうすれば家にもっと喜びをもたらすことができるでしょうか？ 私たちの調査は、家での楽しみに関連する4つの主要なテーマを明らかにしました。それぞれに独自のドライバー（促進要因）とバリア（障害要因）があります。

心地よさ
を感じる

家での健康とウェルビーイングに関する習慣と視点が、楽しみを感じる上でどのように重要な役割を果たしているか。一方で、特に低所得の人々にとって、いかにこのテーマが必ずしも優先事項になっていないか。

楽しいこと
をする

どのように家での趣味、創作、遊び心のある瞬間が楽しさを高めているか。一方で、世帯人数（および「ふざけたこと」に対する否定的な評価）が、実際にそれらに費やす時間の長さによってどのように影響を与える可能性があるか。

自分らしい
空気感
をつくる

家の中に自分らしい空気感をつくり、スペースを自由にカスタマイズすることが、どのようにより楽しい家での暮らしを可能にするか。一方で、持ち家でない人々にとって、これがどのくらい大きな課題になる可能性があるか。

つながり
を育む

人と人がつながる瞬間が、毎日の暮らしにどれだけ喜びをもたらすか。一方で、私たちの生活状況（およびコミュニティとのつながり）が、そうした楽しい体験にどのように影響するか。

1.

Feeling good

心地よさを感じる



「健康で幸せな家」を再定義する

今日の世界では、精神的および身体的ウェルビーイングは、幸せで充実した家での暮らしを実現する上で不可欠な柱です。人々は、家での満足した暮らしを求めて努力する中で、従来の健康の概念がより包括的なアプローチに進化していることにも気づき始めています。この変化は、真の健康はとても個人的で多様なもので、周囲とのつながりや、喜びと心地よさをもたらす毎日の習慣に根ざしていることが多いと、広く理解されてきたことの表れです。

トップドライバー

家庭料理は毎日の喜びを高めます。
家庭料理を食べること（28%）は、家に楽しさをもたらすことの世界ランク5位です。

トップバリア

低所得は、健康への不安を高めます。
所得が低いほど、精神的および身体的健康への不安を持つ傾向が高いです（精神的健康への不安+3%、身体的健康への不安+5% vs 高所得）。

主なテーマ

- 1.1 - 家、ウェルビーイング、将来への展望は関連性がある
- 1.2 - 家での健康は多面的
- 1.3 - 健康は個人的なもの

関連するニーズ

楽しさ
コントロール感
達成感
セルフケア・育成
セキュリティ



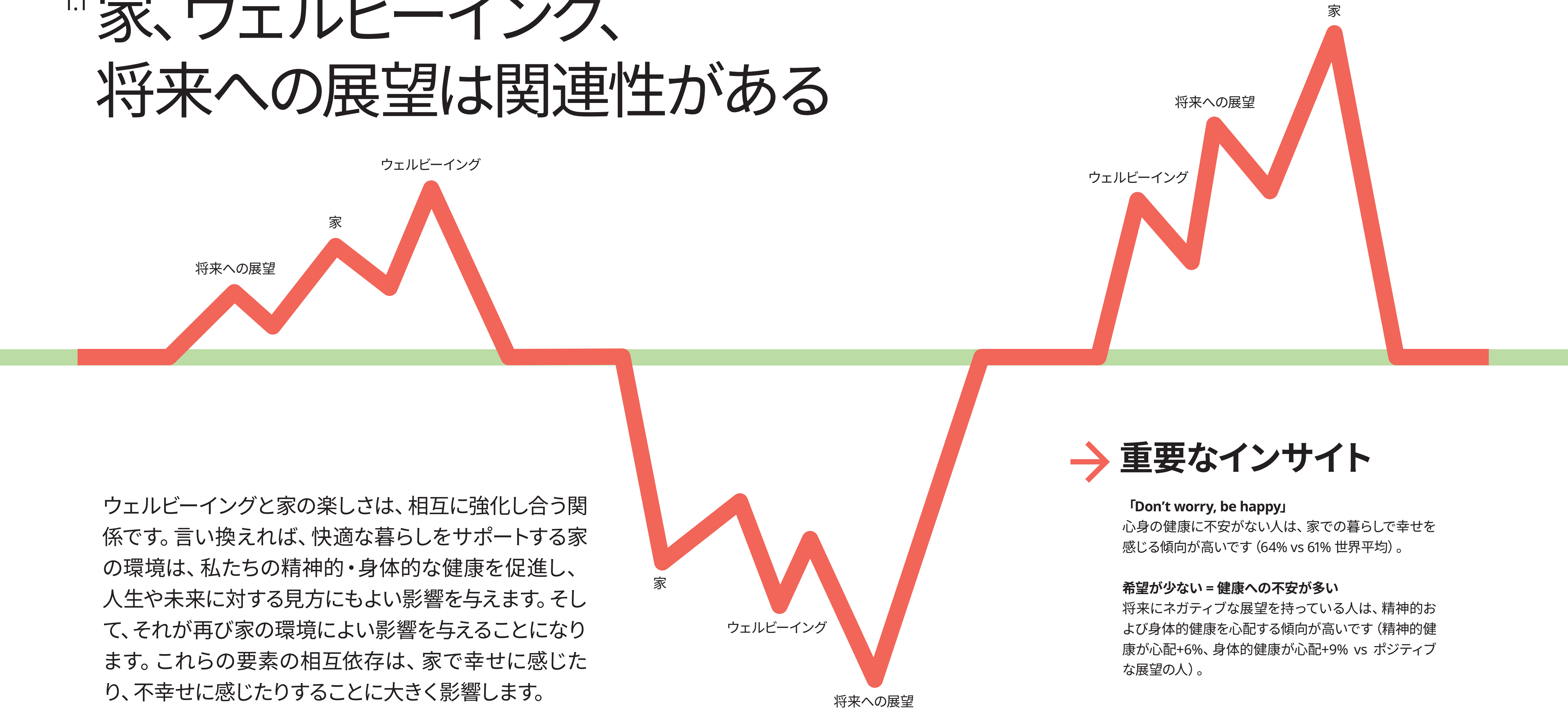
「メンタルヘルス危機の中で、私たちはどのように自分自身をケアしているのでしょうか？みんな仮面で自分を隠し、気を紛らわせ、テクノロジーによって過剰な刺激を受けています。自分の環境やスペースを取り戻すことが大切です」

Michelle Lam

フォーサイト・ストラテジスト

1.1

家、ウェルビーイング、
将来への展望は関連性がある



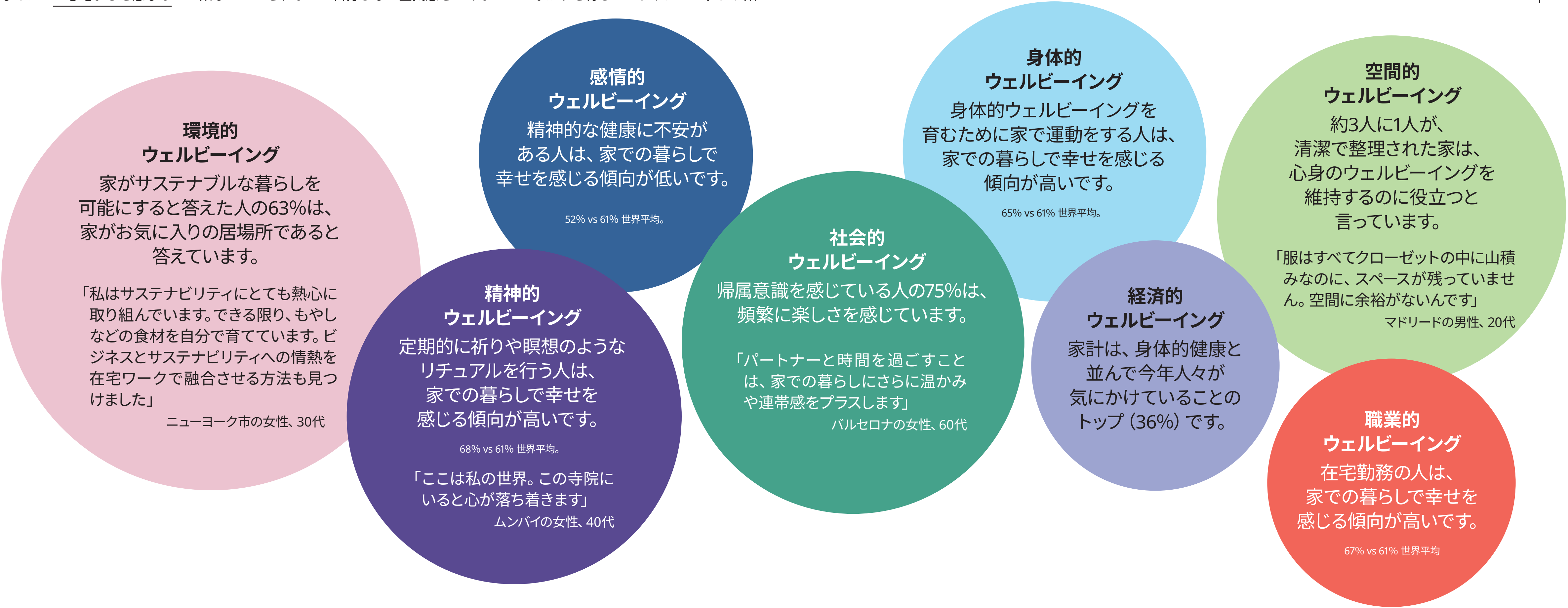
ウェルビーイングと家の楽しさは、相互に強化し合う関係です。言い換えれば、快適な暮らしをサポートする家の環境は、私たちの精神的・身体的な健康を促進し、人生や未来に対する見方にもよい影響を与えます。そして、それが再び家の環境によい影響を与えることになります。これらの要素の相互依存は、家で幸せに感じたり、不幸せに感じたりすることに大きく影響します。

→

重要なインサイト

「Don't worry, be happy」
心身の健康に不安がない人は、家での暮らしで幸せを感じる傾向が高いです (64% vs 61% 世界平均)。

希望が少ない = 健康への不安が多い
将来にネガティブな展望を持っている人は、精神的および身体的健康を心配する傾向が高いです (精神的健康が心配+6%、身体的健康が心配+9% vs ポジティブな展望の人)。



1.2 家での健康は多面的

「家での健康」という考え方は、私たちの家が提供できる多様な健康の側面を捉えています。それは単に身体的・精神的な健康にとどまらず、家での暮らしにおいて真のバランスを提供するものです。それぞれの側面が、私たちが住まいでの喜びや満足をどのように感じるかを形づくる上で重要な役割を果たしています。

1.3 健康は個人的なもの

家でのウェルビーイングに対する包括的なビジョンとともに、「健康」は個人的な要素も加えられています。人々はますます自分たちの心に響く方法で健康を再定義しており、1万歩歩くといった従来の基準よりも、個人に合わせたルーティンやアプローチにより重点を置くようになっています。どのアクティビティであれ、自分だけの個人的なウェルビーイング感を育むために適切だと思うことをするのが大切です。

→ 重要なインサイト

心地よい食べ物

食べ物と伝統を結びつけていますか？もしそうなら、家で幸せを感じる傾向が高いです (67% vs 61% 世界平均)。

昼寝は大事

睡眠は、家でウェルビーイングを育むためのアクティビティ1位です。 - 身体的健康において睡眠が大事だと回答した人の世界平均は53%、精神的健康においては51%でした。

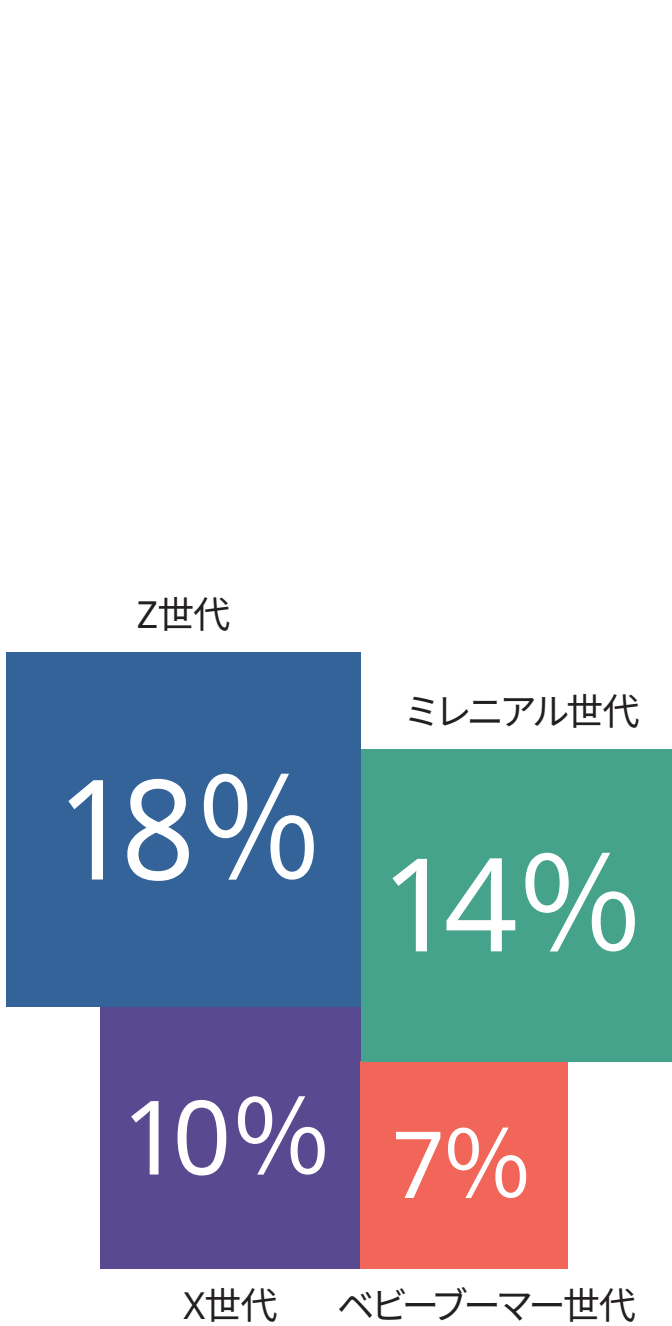
Nikhilにとって、ベッドルームはリラックスしたり、心地よい気分になれることを楽しんだりするための大切なスペース。昼寝やおやつ、テレビ、ヨガなどの場所です。



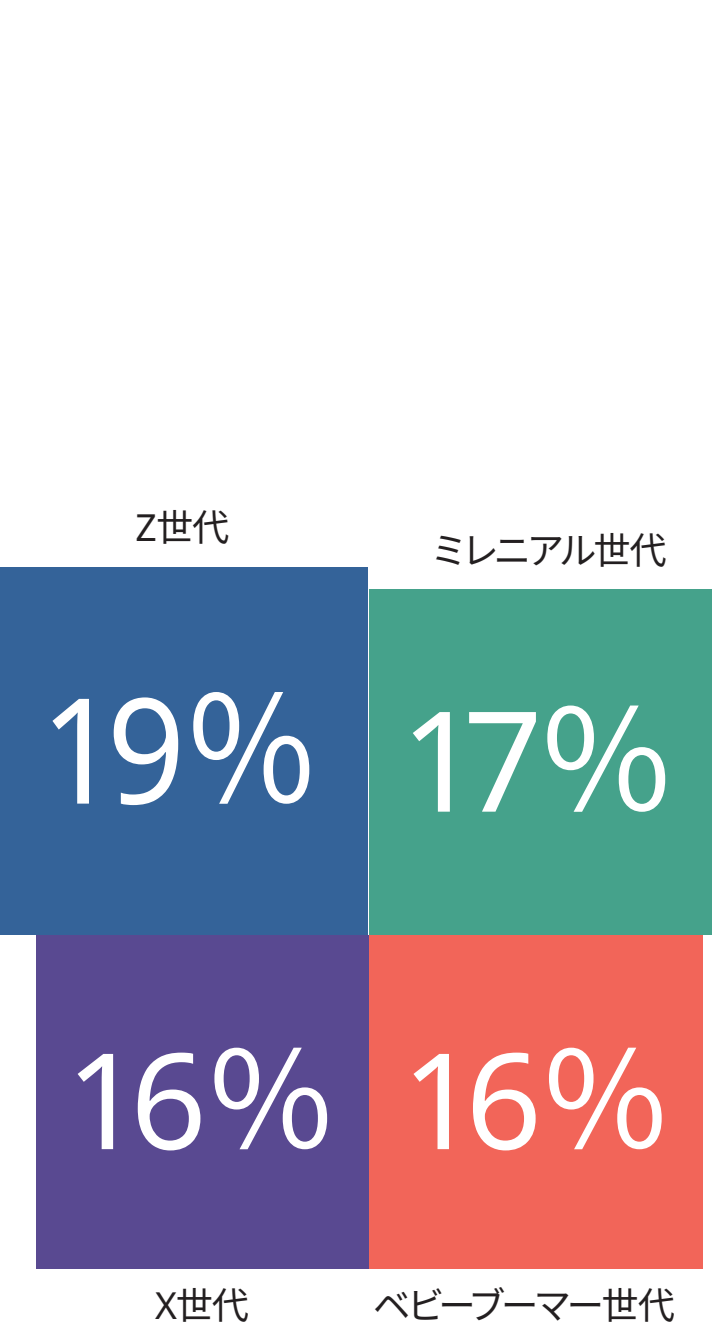
→ リラクゼーションの意味

リラックスすることは、身体的および精神的なウェルビーイングにおいて総合的に重要な優先事項となっています。しかし、年齢層によってリラクゼーションの意味は異なります。若い世代は自分にとっての心地よさを大切にする傾向が高く、家で適切な空気感をつくることに焦点を当てます。一方、年齢の高い世代は、より従来の方法でリラックスしたり、睡眠をとったりすることを重視しています。

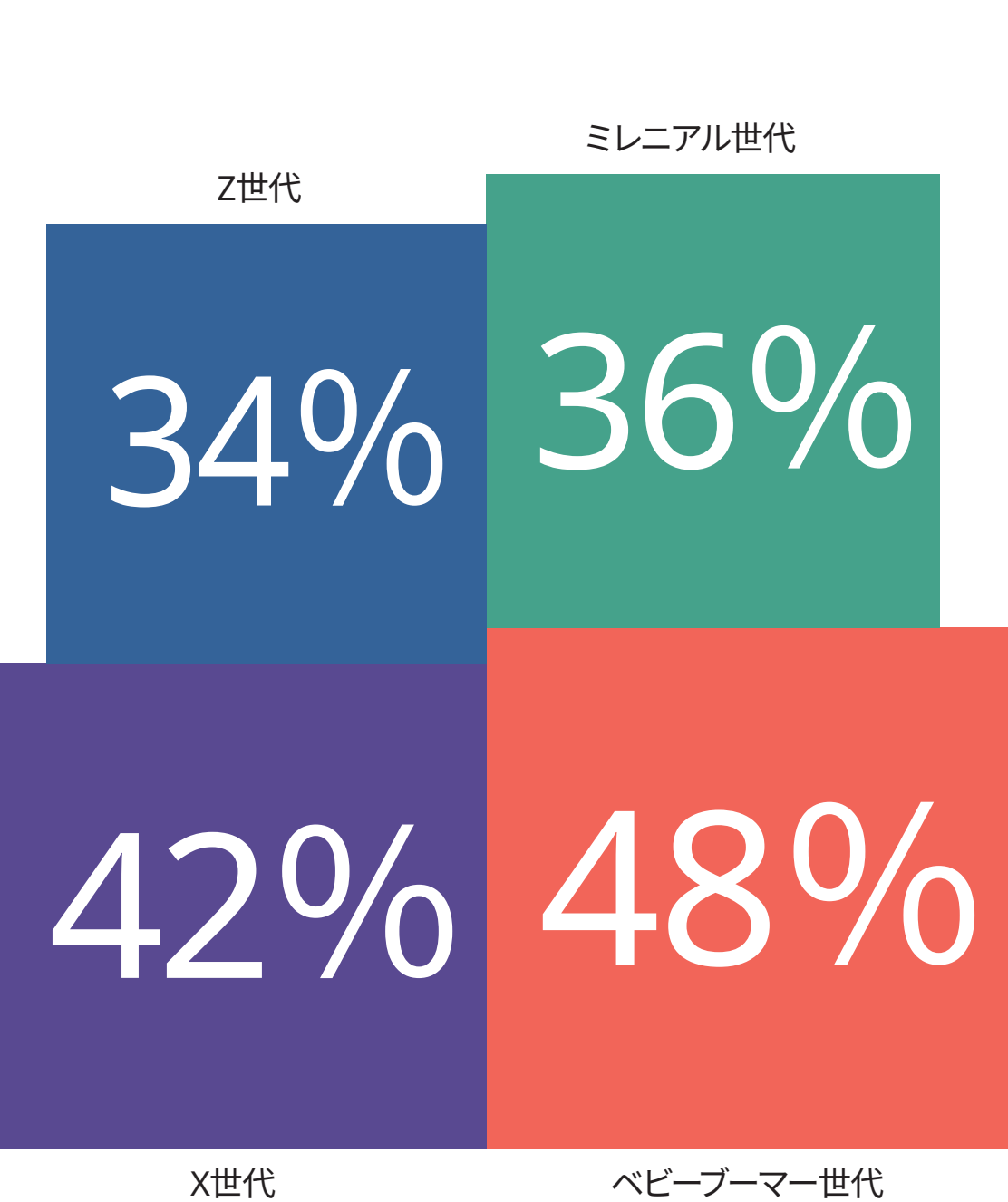
「私はとてもアクティブで、精神的・身体的健康のために外出することが欠かせませんが、家で友だちとビールを飲みながらリラックスしたり、好きな食べ物を用意して映画を見たりして楽しむこともあります」
マドリードの女性、20代



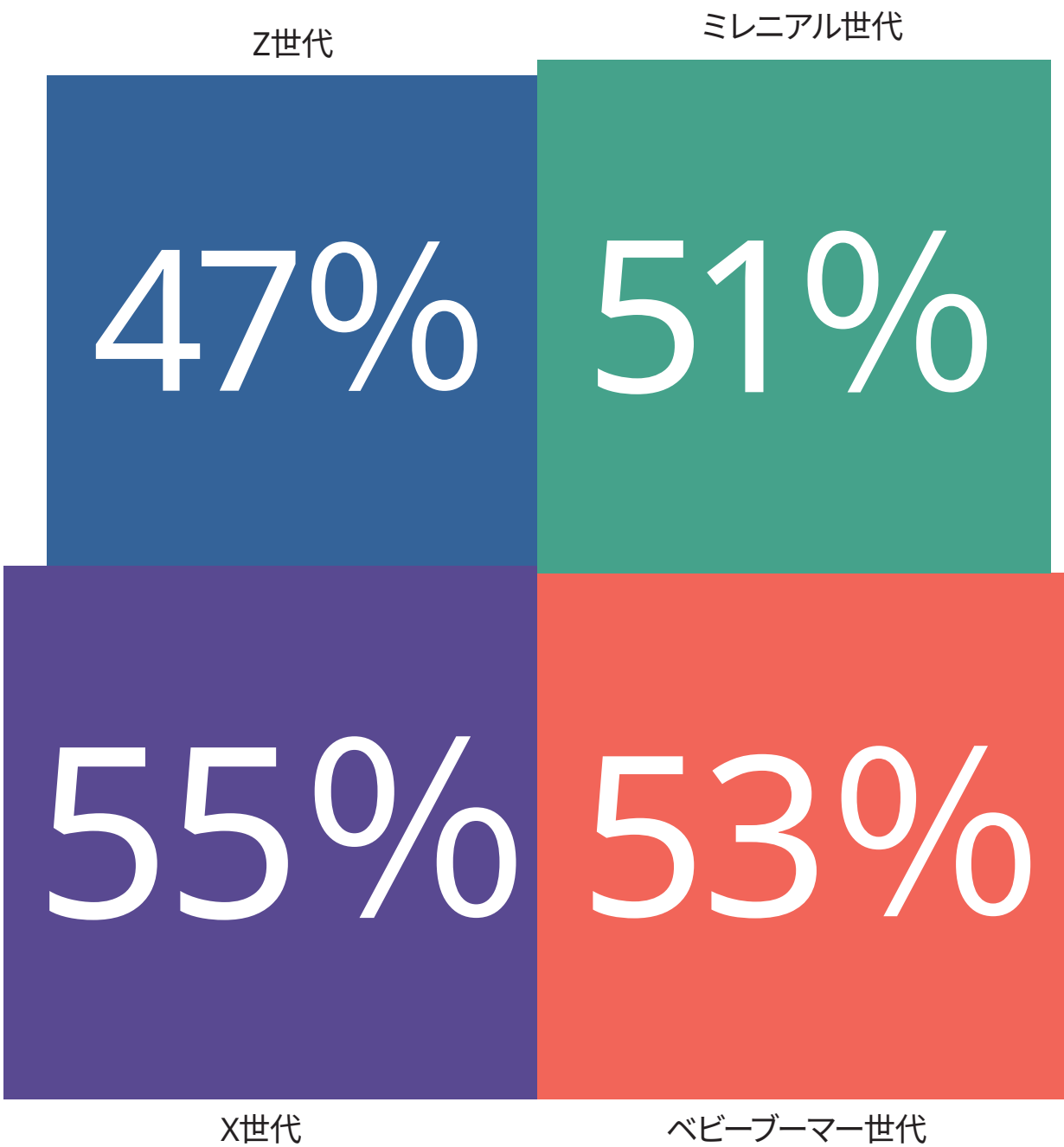
セルフケアやホームスパ



質の高い室内環境



読書、音楽鑑賞、テレビ鑑賞



睡眠

世代別の内訳は「ファクト集」をご覧ください。

新しい健康

最近では、健康であることは、口で言うほど簡単ではありません。“専門家”のアドバイスや高価な健康器具が山ほどあり、役に立っているのと同じくらい混乱させている可能性があります。あらゆる従来の健康的な習慣に対して、新しい反逆的な代替手段も現れています。もちろん、すべては個人の選択に委ねられています。

→ 今のトレンドは？

ジョイスクローリング (Joyscrolling) や**グリーフレッシング (gleefreshing)** は、ネガティブな情報だけを探してスクロールする「ドゥームスクローリング (doomscrolling)」の反対です。スマートフォンで行うことが多いのですが、これらは決して無意識的なものではありません。実際、積極的にソーシャルメディアのフィードをチェックして、ポジティブで心温まるコンテンツを探しているのです。今回の調査で23%の人は目的なくスマートフォンをスクロールする時間が長すぎると答えているのを考えると、意識的に楽しいコンテンツを探してみることはよいのかもしれませんが。

ベッドロッキング (Bedrotting) は、ソーシャルメディアで広まった「セルフケア」のトレンドです。長時間ベッドの中にいて、寝るのではなく、ソーシャルメディアのフィードをスクロールしたり、テレビシリーズや動画を観たり、おやつを食べたりといった受動的なアクティビティをすることを指します。今回の調査で、洗いたてのベッドシートに喜びを感じると回答した21%の人々は特に、ベッドロッキングを楽しむ際、少なくともよい衛生レベルを保つことはお忘れなく！

「インターネットをスクロールしている間は穏やかな気分です。リラックスできるので、家の外で感じるストレスについて考えることはありません」

ニューヨーク市の男性、40代



私たちの見解：

健康に対して 新たな見方をしよう

今こそ、家での健康に関して見直されたビジョンを大切にするときです。そのビジョンとは、生活スペースが私たち自身のウェルビーイングを強化する機会をもたらすというものです。

個人的なニーズやルーティン（たとえばセルフケアのためのスペースづくり、メンタルヘルスを優先すること、日々のリチュアルに喜びを見つけることなど）を支える環境をつくり出すことによって、家と総合的な健康とのつながりを強化できます。

より楽しい毎日は、こうした意図的な選択から始まり、私たちが家と呼ぶ空間の中で力強く生きて、充実感を得ることを可能にします。

あなたは健康的で幸せな家をどう定義しますか？ どのようなリチュアルやルーティンが、自分のスペースで心地よく過ごすのに役立ちますか？

「自分に合ったレベルを見つけ、正しい方向へ少しずつ進むことが大切です。たとえば、植物性食材が豊富な食事を試したり。誰も完ぺきなレシピ（方法）は持っていませんが、私たちはみんな、心地よい気分になるための自分だけの健康的な習慣に向かって進むことができます」

Helder Ferreira
コマーシャルマネジャー
IKEA Food

2.

Having fun

楽しいことをする



遊び心の力を 再発見する

趣味や遊び、創造的な活動が、“子どものもの”である必要はありません。大人にとっても強力なツールとなり、ウェルビーイングを高め、意識的な決断や、目的を持って生きるのに役立ちます。楽しいことに専念する時間は、自分自身や将来、そして他者とのつながりに対する見方にポジティブな影響を与えます。遊ぶことを目的とした遊びが無駄に思える人もいるかもしれませんが、子どもの頃に感じたような喜びを日常の中で再発見することは、大人特有の緊張やストレスにぴったりの解決策になるかもしれません。

トップドライバー

趣味のある人は、
より楽しんでいます。

趣味や興味に時間を費やすこと (34%) は、家で
楽しめることの世界ランク2位です。

トップバリア

忙しい家は、娯楽を楽しむのに
厳しい状況です。

大家族の人は、趣味に時間を費やして楽しむ傾向
が低いです (7人家族の27% vs 独身の37%) 。

主なテーマ

- 2.1 – 趣味は私たちを幸せにする
- 2.2 – 遊び心は育むことが必要
- 2.3 – 楽しみはストレスの解毒剤

関連するニーズ

- 楽しさ
- セキュリティ
- セルフケア・育成
- 将来への夢や願望
- 帰属意識



「遊び心は、人間に備わった天性の部分です。
しかし、それを強く保つには、筋肉のように定期的な訓練が必要です。遊び心は態度や行動だけでなく、思考でもあります。そして、ペースが速くて厳しい今日の世界では、多くの大人にとって、それは人生を体験で満たすための変革的な選択方法へと進化しています」

Emma Worrollo
プレイフルネス・コンサルタント

2.1 趣味は私たちを 幸せにする

趣味や興味に取り組むことは、それが複雑か簡単かにかかわらず、家での喜びをすぐに増やす手助けになります。そして、その効果は単に家をより楽しい場所にするだけでなく、長期的にもよい影響をもたらします。さらに、総合的なウェルビーイングにもよい影響を与え、自己認識や人間関係、そして周りの世界の見方を形づくることにもつながります。

→ 重要なインサイト

趣味に情熱を傾ける

家で趣味に取り組むことで自尊心を高めている人は、自分の将来をよりポジティブにとらえています。52% vs 48% 世界平均。

みんなの目がテレビに注がれる

テレビ鑑賞は、世界で一番、54%の人のお気に入りの娯楽です。2位は読書 (46%)、3位は料理 (40%) です。



Maxは、姉がピアノを習いたいと言ったのをきっかけにトランペットを吹き始めました。今では彼のお気に入りの趣味の1つです。

→ 世代別のゲーム

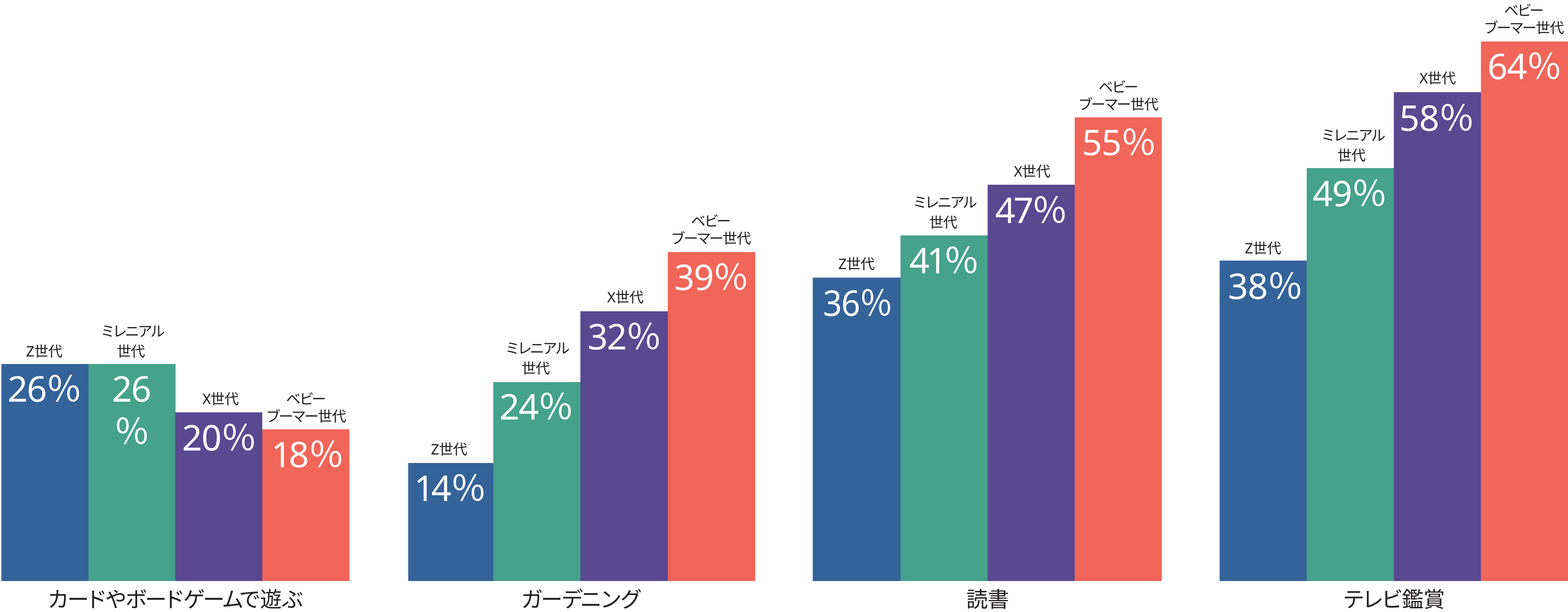
Z世代とミレニアル世代は、ベビーブーマー世代やX世代よりもボードゲームやカードゲームを趣味として楽しむ傾向が高いですが、ガーデニング、読書、テレビ鑑賞を楽しむ傾向は低いです。

「私と妻と息子の3人がそろったときは、歌を歌ったり、ボードゲームをしたりすることがあります。こうした家族の時間を一緒に楽しんでいます」

マドリードの男性、40代

「パンデミックのときにかぎ針編みを始めました。シアトルの雨季の時期には最適です。テレビを見すぎると罪悪感を覚えますが、リラックスして楽しみながら、編み物で何かをつくり出すのは気分がいいです」

シアトルの女性、30代



2.2 遊び心は 育むことが必要

家はあなたの遊び心を引き出していますか？ 答えが「いいえ」なら、あなたは1人ではありません。実は、39か国の大人たちの大多数に含まれます。では、なぜ私たちの多くは、家での暮らしにおいて「楽しむこと」を重要なこととして見ていないのでしょうか？ 実は、私たちの楽しみを妨げている要因は、同時にその楽しみを引き出すための助けとなる可能性を持っているのです。

→ 重要なインサイト

家で楽しいことがない

世界の人々のわずか14%が、家は自分の遊び心を引き出すと答えています。

安全第一

家は自分の遊び心を引き出していると答えた人にとって、精神的ウェルビーイングを保つのに、安全を感じることに役立っている傾向が高く見られました（42% vs 38% 世界平均）。



Ritalは、自分の遊び心を持ち続けるために努力しています。しかし、家事、体の不調、スペース不足がバリアになることがあります。

→ 世界の楽しさあふれる
ホットスポット(とコールドスポット)

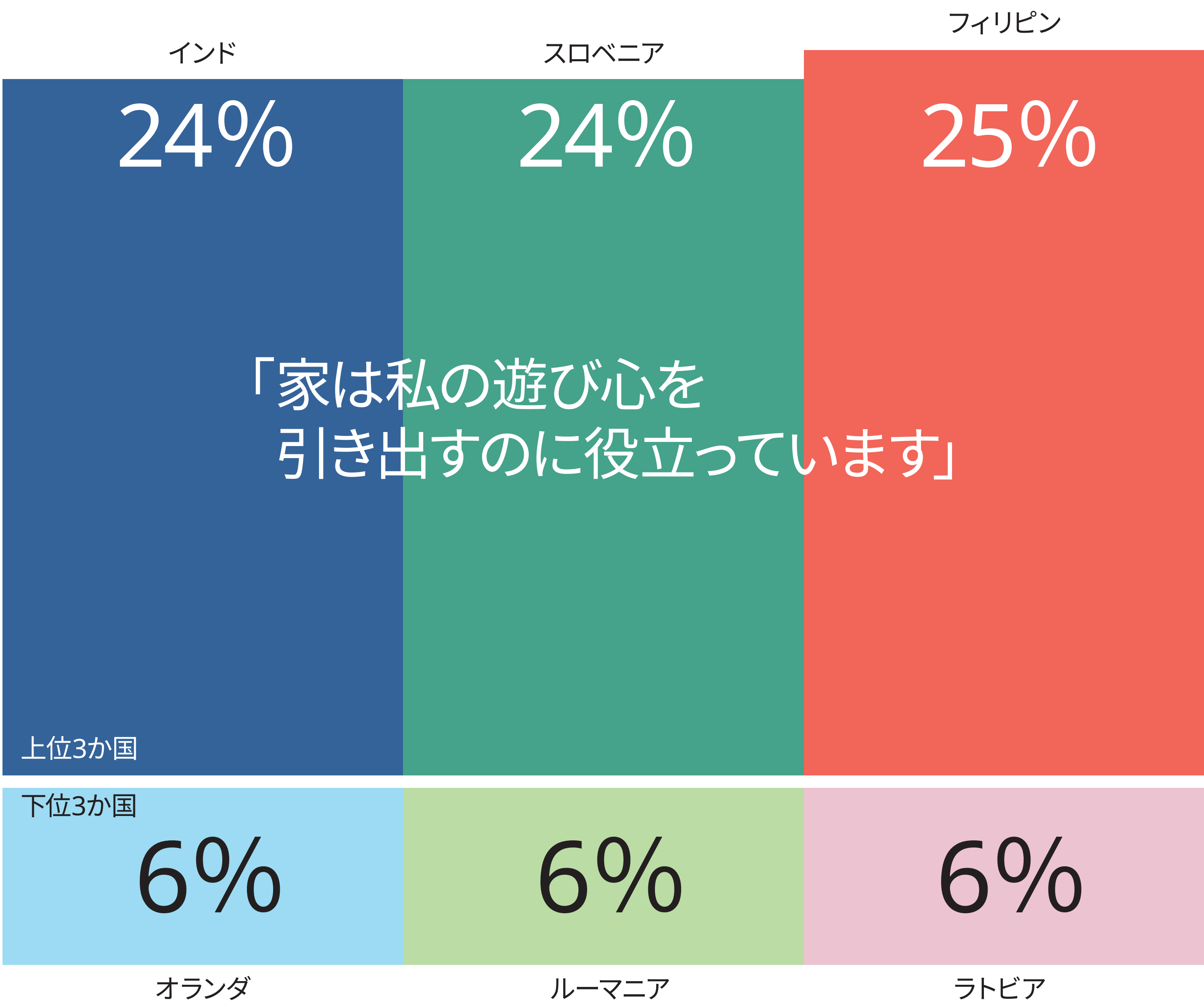
どれだけ多く、または少なく、家が私たちの遊び
心を引き出しているかは、国によって異なります。

「妹がいるので、誕生日パーティーやランチ、
ディナーなどに出かけるときはいつも一緒
に身支度をします。お互いのメイクをしたり、
目的に合わせて着る服を選んだり、たく
さんの写真を撮ったりすることで、絆も深ま
ります。

家には私たちが準備をするのにとても快適な
スペースがあります。わが家は私たちにとっ
て安心な場所です。

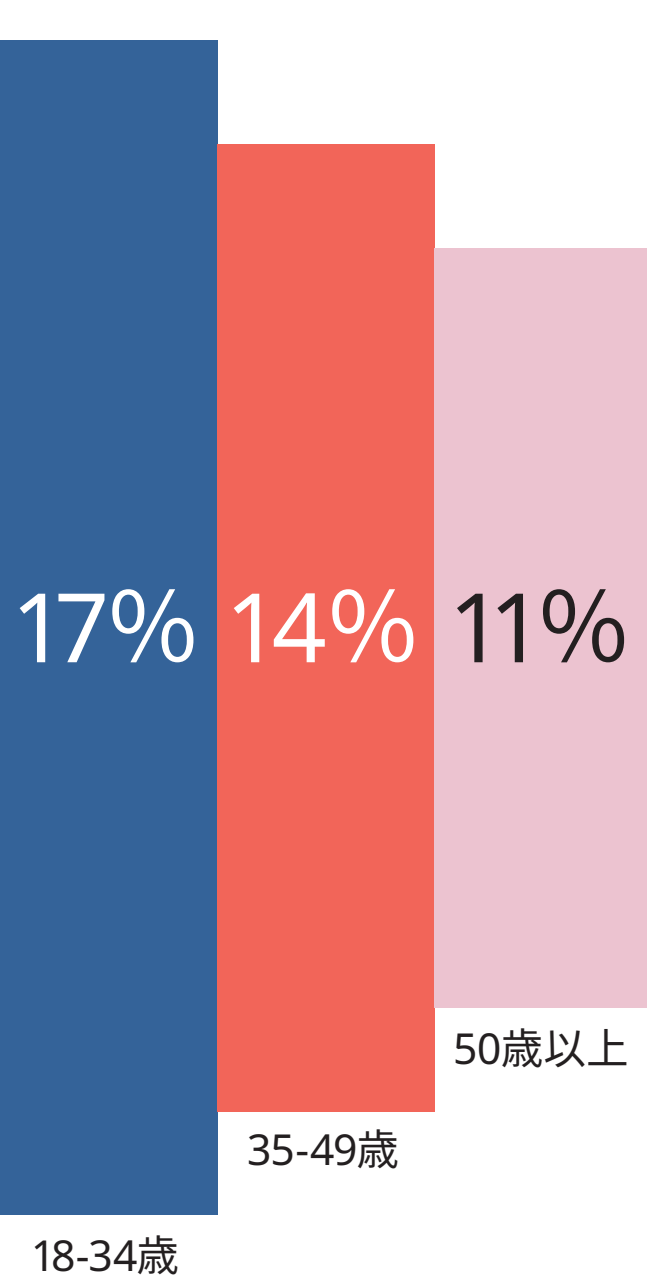
たまに妹が近くにいないときは、何か物足り
なくて、一緒に身支度をする楽しさがとても
恋しくなります」

ムンバイの女性、20代



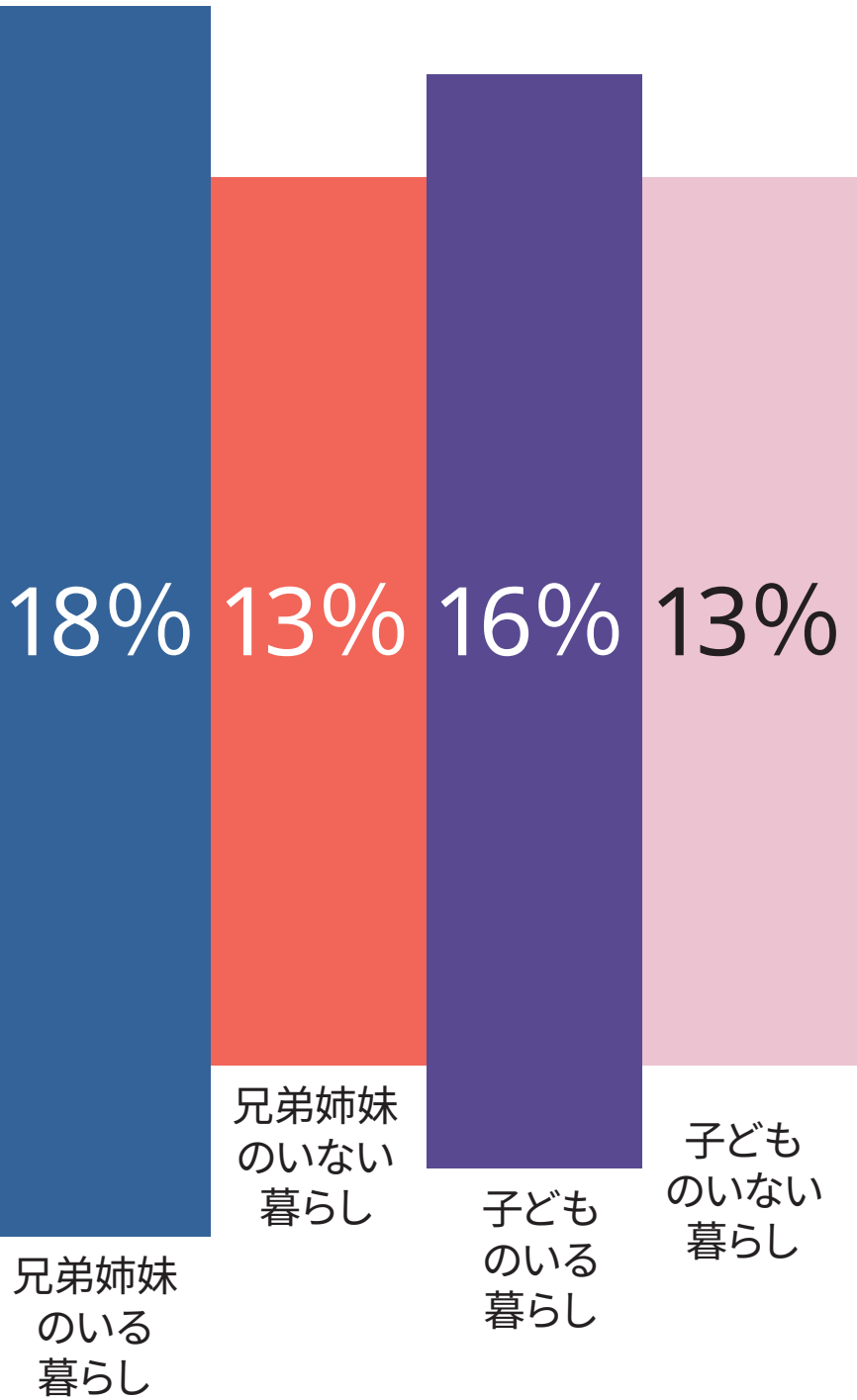
年齢

年齢が上がるほど、家が遊び心を引き出す傾向は少なくなります。



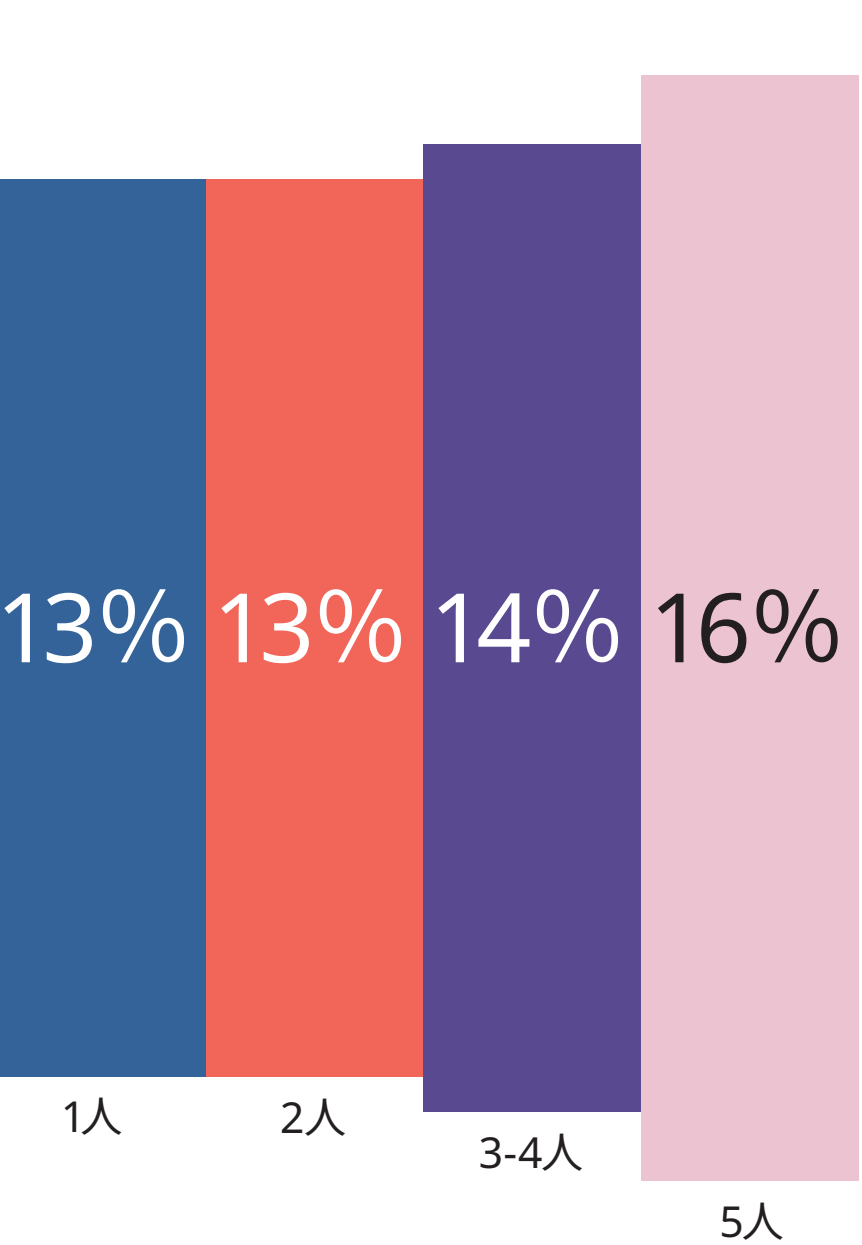
同居人

兄弟姉妹や子どもと一緒に暮らしていると、遊びを体験する傾向が高くなります。



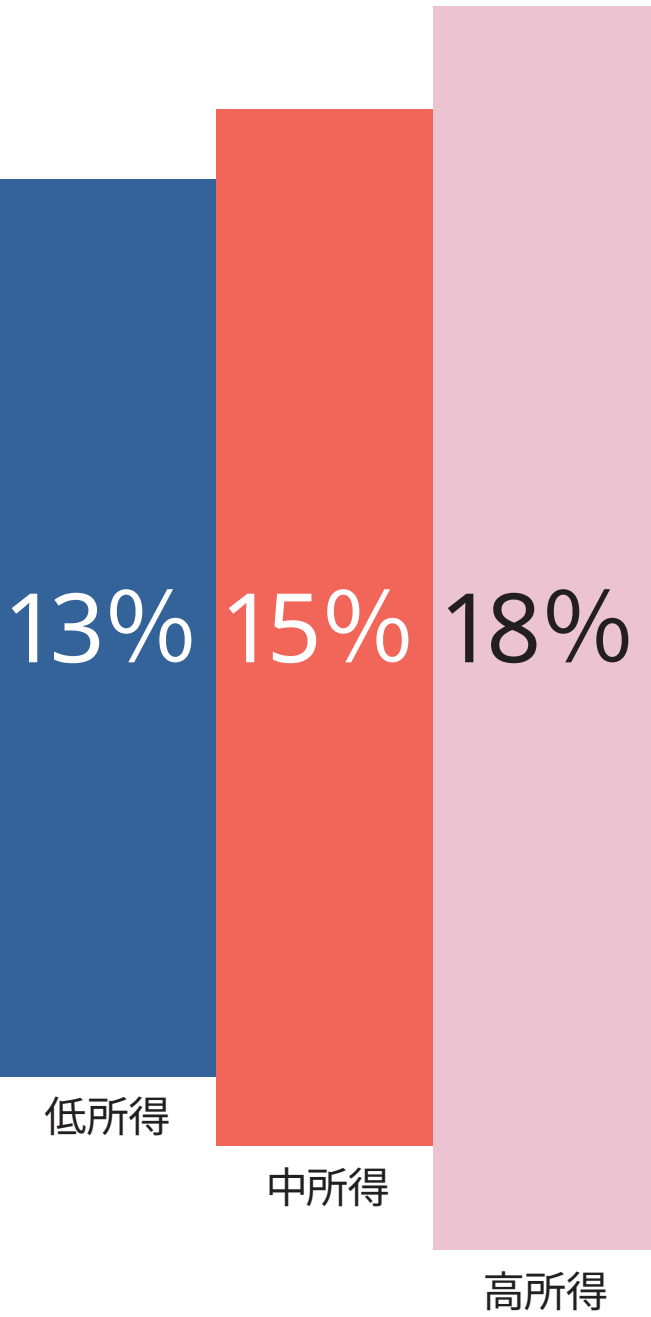
世帯人数

世帯人数が多いほど、家は遊び心を引き出すのに役立っていると答える傾向が高くなります。



所得レベル

所得が低いほど、家は遊び心を引き出すのに役立っていると答える傾向が低くなります。



→ 楽しさのさまざまな
ドライバーとバリア

生活状況は、家で遊び心を持ち続ける能力に影響を与えます。遊びを可能にする要因になるだけでなく、妨げる要因にもなります。

このページのすべてのデータに対する世界平均は14%。
また、所得レベルの内訳は「ファクト集」をご覧ください。



2.3 楽しみは ストレスの解毒剤

多くの大人にとって、毎日のストレスは避けられない現実です。しかし、楽しみや創作、遊びがその解決策だと考えた人が何人いたでしょうか？最新のイケアのプレイレポートによると、大人も子どもも、遊びをプレッシャーやストレスから逃れて幸せとウェルビーイングを高める手段として捉えています。今回の調査によると、家は自分の遊び心を引き出すと答えた人は、8つのニーズすべてがより高いレベルで満たされていることも明らかになっています。

➔ 重要なインサイト

家の大きな力 家が自分の遊び心を引き出すのに役立つと回答した人のうち、66%は家がお気に入りの居場所であると答え、61%は将来についてポジティブに捉えていると答えています (vs 50%、48% それぞれの世界平均)。	子どもたちとの質の高い時間 子どもたちとの遊びに時間を費やしている人は、家での暮らしでより幸せを感じています (69% vs 61% 世界平均)。
---	---

→ **食べ物を楽しむことも
私たちが幸せにする**

料理の喜びを大切にすることは、家で
幸福感を平均以上にするための秘訣
です。

「昔は料理が嫌いでしたが、今は音楽
やポッドキャストを聴きながらいろい
ろなレシピを試して楽しんでいます。
何をつくるかは姉のアドバイスを聞いて
います」

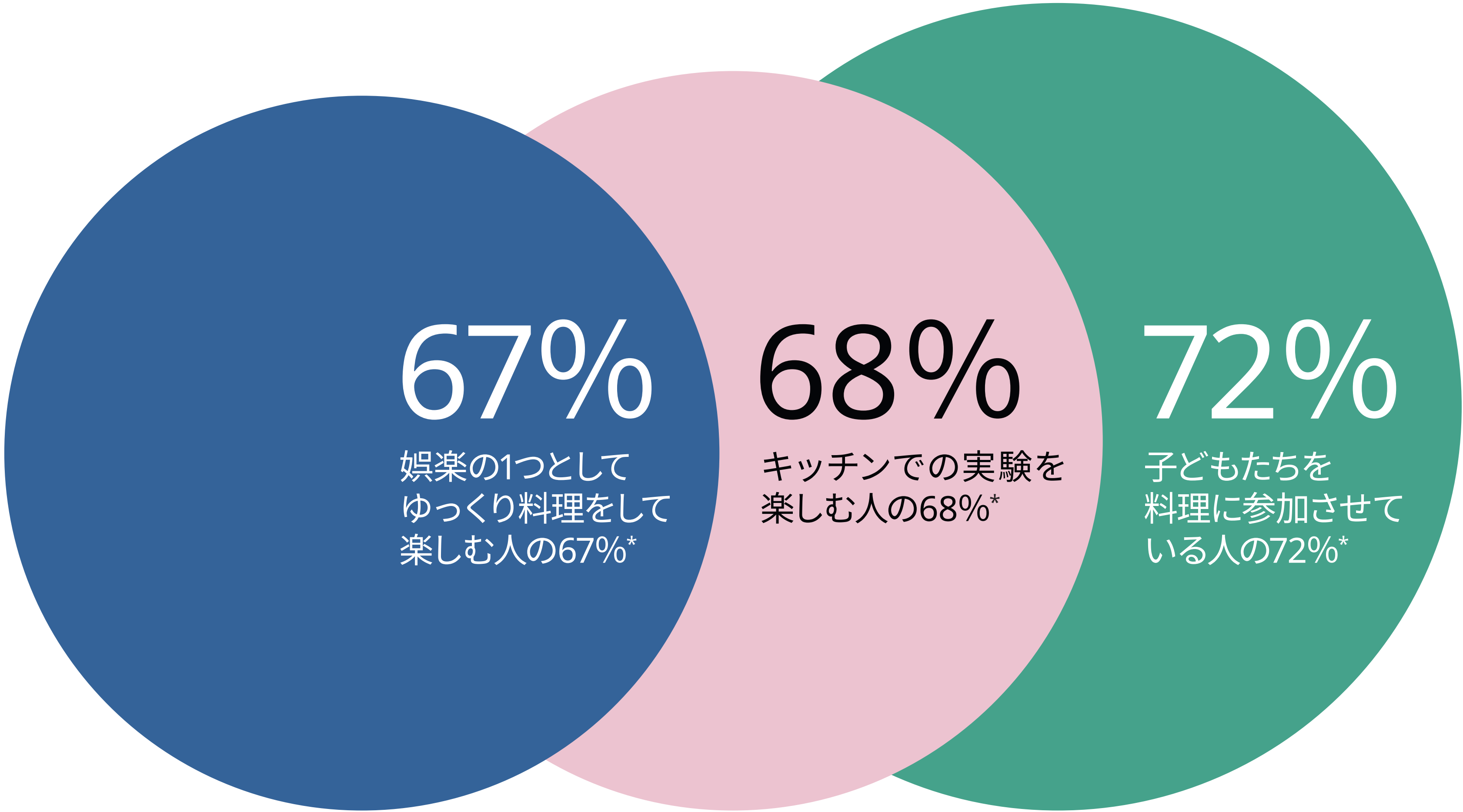
マドリードの女性、20代

「私はいろんな料理をつくるのが好き
なので、食わず嫌いはありません。異
なる食べ物を料理することは、世界を
知るのに役立ちます」

ニューヨーク市の女性、50代

「ほとんどの時間をキッチンで過ごし
ます。みんなのお気に入り料理をつく
るのが大好きです。私は家族のため
に毎日料理をしますが、子どもたちが
手伝ってくれるときは、一緒に過ごす
時間として楽しみます」

ムンバイの女性、40代



*... は家での暮らしに満足しています。このデータに対する世界平均は61%。

大人のための楽しみ

大人にとって、家で遊び心を持ち続けることがどれほど大変かはあまりにも明白です。しかし、真剣に取り組んでいる人にとって、大人が遊びを楽しむ可能性は日ごとに拡大しています。

→ 今のトレンドは？

キダルティング (Kidulting) は、これまで子ども向けに考えられていた楽しいアクティビティに、大人が夢中になっているというトレンドです。多感覚やバブルをテーマにした展覧会から大人向けボールプールや落書きできる美術館まで、アクティビティはさまざまで、可能性は無限に見えます。

大人向けに厳選されたおもちゃキャンペーンは、多くのおもちゃ会社にとって当たり前になりつつあり、ターゲットが従来の若者層を超えて広がっています。組立てブロックやぬいぐるみから収集品まで、大人たちはくつろぎ感やノスタルジーといった感情を求めて、自分のためにおもちゃを買います。

プロダクトハックは、イケア商品をシンプルながらもクリエイティブな方法で自分らしくつくり変える個人的な活動です。家具の塗装や手づくりカバーなどで個性的な見た目をつくり、商品を特別な一品に変えます。

オンラインコンテンツ・クリエイターは、創造性と遊び心を仕事に活用することが、毎日の暮らしの喜びや充実感を取り戻すのに役立っています。彼らは、平均的な人よりも家での暮らしについてポジティブに感じ (65%)、将来について前向きで (63%)、頻繁に楽しいことを体験している (57%) と報告しています*。

*それぞれのデータに対する世界平均は61%、48%、51%です。



私たちの見解：

私たちの内なる子どもを 解放とう

遊び心は、家の中にまったく新しいエネルギーや見方をもたら
し、現在や将来の暮らしについてよりポジティブな考え方を育
むのに役立ちます。

何に興味があるかにかかわらず、シンプルな娯楽か
ら創作活動まで、私たちの内側に深くに埋もれてい
る子どもの頃に感じたような喜びの感覚を再発見す
るために意識的な選択すること、そしてそれを実現す
るための達成可能な小さな方法を見つけることが大
切です。

大人は、やらない理由をいくつでも考えられます。で
も、代替案を想像しましょう。楽しさ、創造性、遊び
がもう少し増えたら、毎日にどんな違いをもたらすか
を想像してみましょう。そう考えるだけでも、暮らし
をもっと楽しくするのに役立ちます。

あなたは毎日の暮らしを豊かにするために、どのよ
うにもっと遊びを家に取り入れられますか？

「私たちはみんな、好きな遊びが違
います。たとえば、探検したり、創
造したり、体を動かしたり、想像し
たり、または競争したり。自分のや
り方を見つける必要があります。も
し、自分の好みに近い遊び方を把
握しているなら、遊びを妨げる要
因は比較的小さいでしょう」

Maria Törn
レンジエリアマネジャー
イケアキッズ部門

3.

Building vibes

自分らしい空気感をつくる



本当の自分を反映するように、 スペースを自分らしく カスタマイズする

私たちの調査では、家で自分らしさを感じられると、家をもっと楽しめることがわかっています。世界がますます予測不可能に感じられ、生活費は高く、外見や行動にこだわる時代に、家はただ「いる」ための安らげの場所になれるでしょうか？その意味が、「今ここにいることを大事にする」だとしても、「自分らしくいる」だとしても、その両方でも。自分だけの「空気感」を見つけてつくり上げる能力、そしてそれを実現する方法は、それぞれの家、人、お財布事情によって異なります。しかし、今日の世界では、やり方はまだたくさんあります。

トップドライバー

家の改善は楽しい（場合が多い）です。

自分が住んでいる家の改善（22％）は、家で楽しむことの中で世界ランク10位です。

トップバリア

持ち家でない人ほど、自分の家を楽しんでいません。

家で楽しいことを頻繁に体験すると答えた人は、賃貸に住む人でわずか47％でした。それに対し、戸建て所有者では56％、およびマンション所有者では54％です。

主なテーマ

3.1 – 自分の個性を受け入れて帰属意識を高める

3.2 – 賃貸住宅では、小さな変化が重要

関連するニーズ

楽しさ

帰属意識

将来への夢や願望

セルフケア・育成

快適さ



「自分のスペースに自分の個性をよりよく反映させるのに役立つ色を取り入れた大胆なインテリアが今後の主流になることを人々は今気付きつつあります。私たちは、将来自分の家を売る方法についてはあまり考えず、今この瞬間を生きて楽しむことをより多く考えています」

Bhavin Taylor

3.1 個性を大切にすることが 帰属意識を育む

自分が住む場所に帰属していると感じられることは、家を楽しむことの本質的な部分です。自分の個性により焦点を当てることで、自分の帰属感を高めるのに役立ちます。本当に大きな違いを生むのは、家を自分らしい場所に感じさせるために行う小さなことです。それがオブジェであったり、習慣であったり、自分の価値観や目的を生きることであったりします。

→ 重要なインサイト

家で楽しさを頻繁に感じる人は：

- 家で**自分のアイデンティティを表現**できる場合に、家でより帰属意識を感じる人の**57%**。
- 家の中に**天然石**を飾っている人の**56%**。
- **おやつ専用**の引き出しがある人の**54%**。

Yajunは、高級なアイテムのないシンプルな家が、彼女自身の生き方の哲学を反映していると感じています。



Ritaは、健康的なおやつを箱をリビングルームに置いています。ソファでリラックスしたり、携帯電話をチェックしたりするときにすぐに手が届きます。

3.2 賃貸住宅では、 小さな変化が重要

持ち家に住んでいない人は、自分のスペースをコントロールできる範囲が制限される傾向があり、そのために家を十分に楽しめていない人がたくさんいます。しかし、そうした制約があっても、賃借住宅やシェアハウスに住む人は、自分自身と自分のニーズを反映させた家をつくるための小さいながらも独創的な方法を見つけています。多感覚的なアプローチもまた、生活体験を高め、使えるスペースで楽しむ機会を生み出します。

→ 重要なインサイト

五感を喜ばせる

賃貸に住む人は、くつろいだり、心地よさをアップさせたりするのに最適な美的体験や感覚的体験をつくり出すことに、持ち家の人よりもやや関心が高い傾向があります。賃貸に住む人がより役に立つと感じるもの：

- 家の中を**よい香り**にする（賃貸集合住宅の人の21%）
- **音楽を使って**適切な環境をつくる（賃貸戸建ての人の19%）
- **キャンドルを灯す**（賃貸集合住宅の人の10%）。

各データに対する世界平均は、19%、17%、7%です。

2年計画

賃貸に住む人も、リフォームや模様替えの点多忙です。今後2年間に家のリフォーム/模様替えを計画している賃貸に住む人の中で：

- 53%は、壁の塗装や壁紙貼りなどの**仕上げのリフォーム**を計画している。
- 46%は、新しい枕やカーテンなどのちょっとした**模様替え**を計画している。

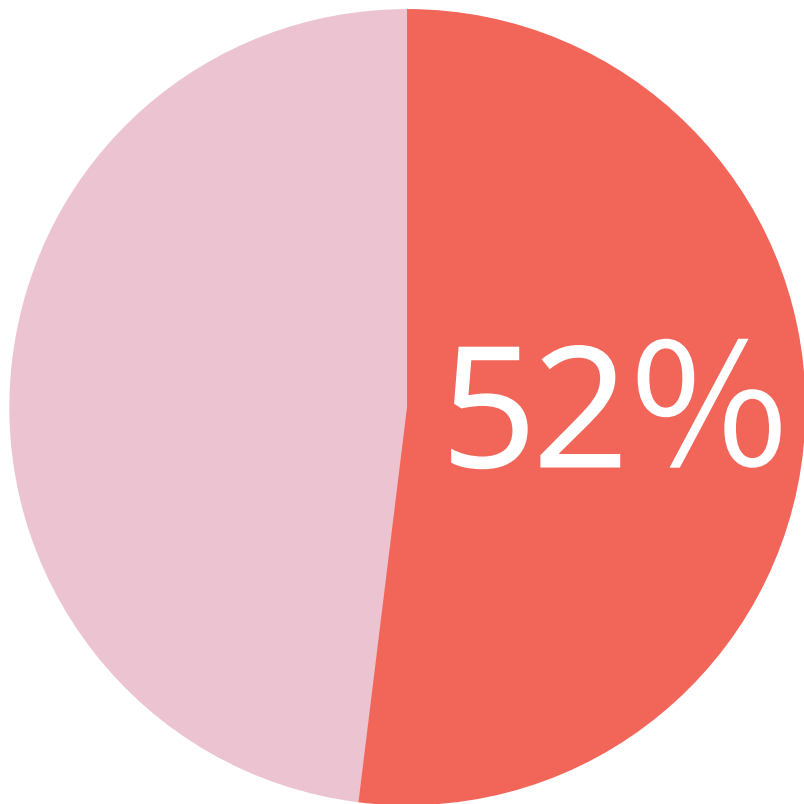
両方のデータに対する、今後2年間に家のリフォーム/模様替えを計画している人の世界平均は35%です。



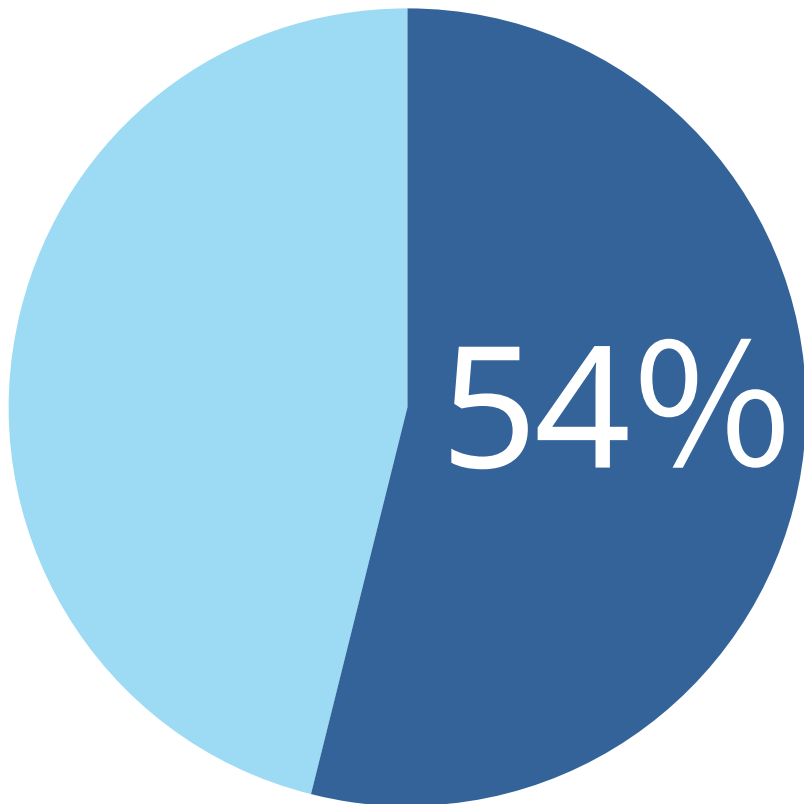
はがせるタイプのステッカーは賃貸住宅で人気の選択肢です。

→ **もっとも楽しさが少ないのは
ルームシェア**

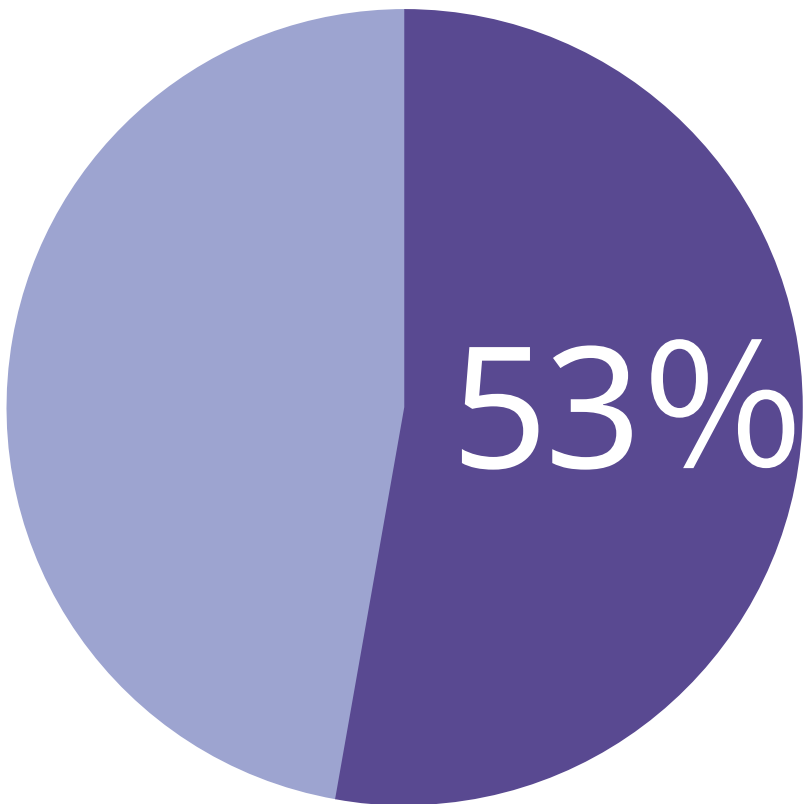
ルームシェア*をしている人は、家で楽しむことの難しさを感じている傾向がもっとも高く、60%の人はたまにしか、めったに、またはまったく楽しいことを体験していません (vs 45% 世界平均)。



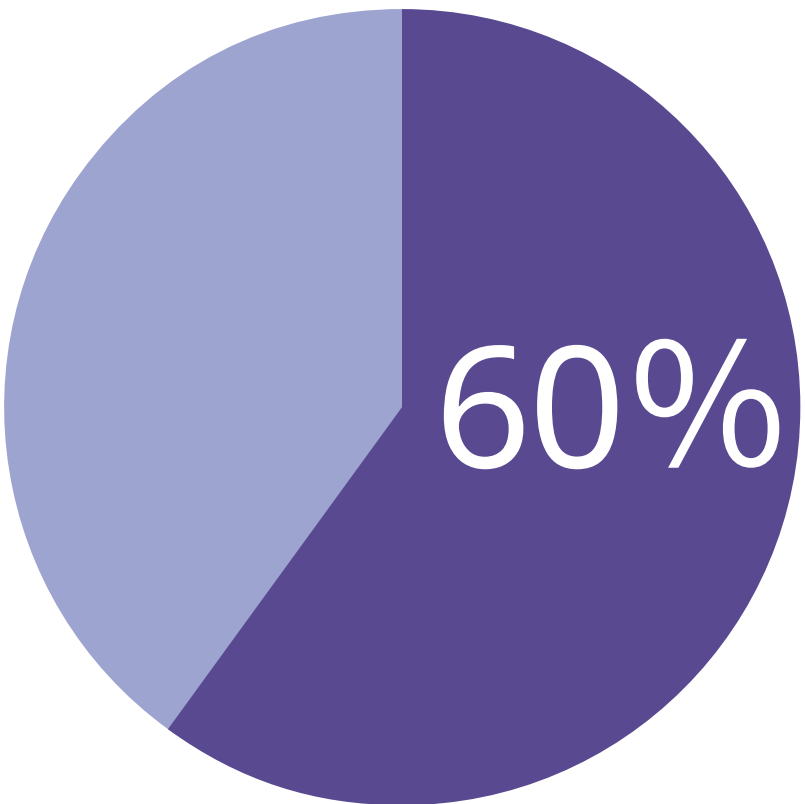
大学の寮



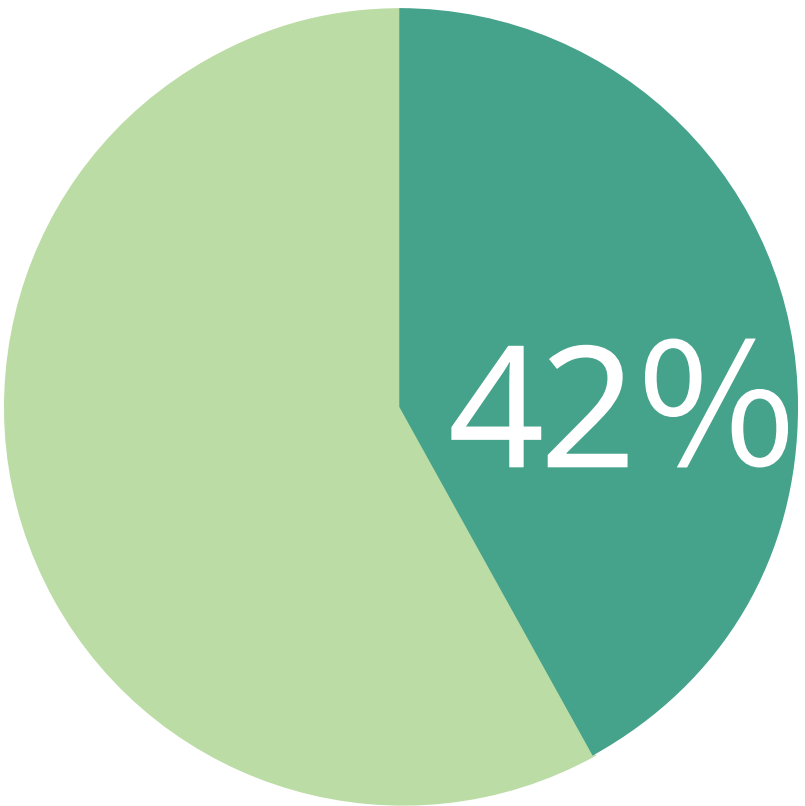
間借り



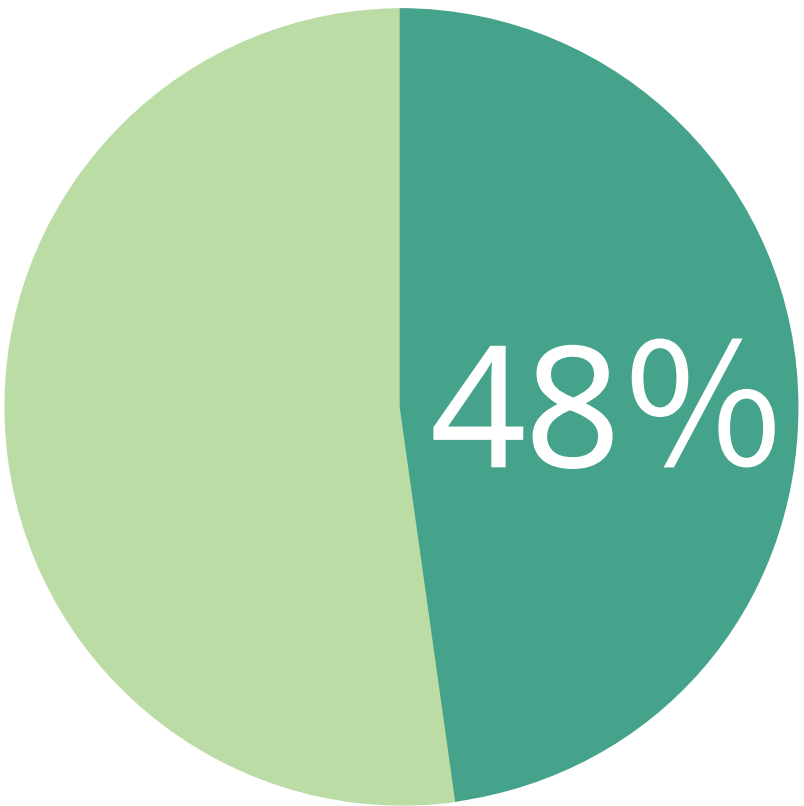
シェアハウス



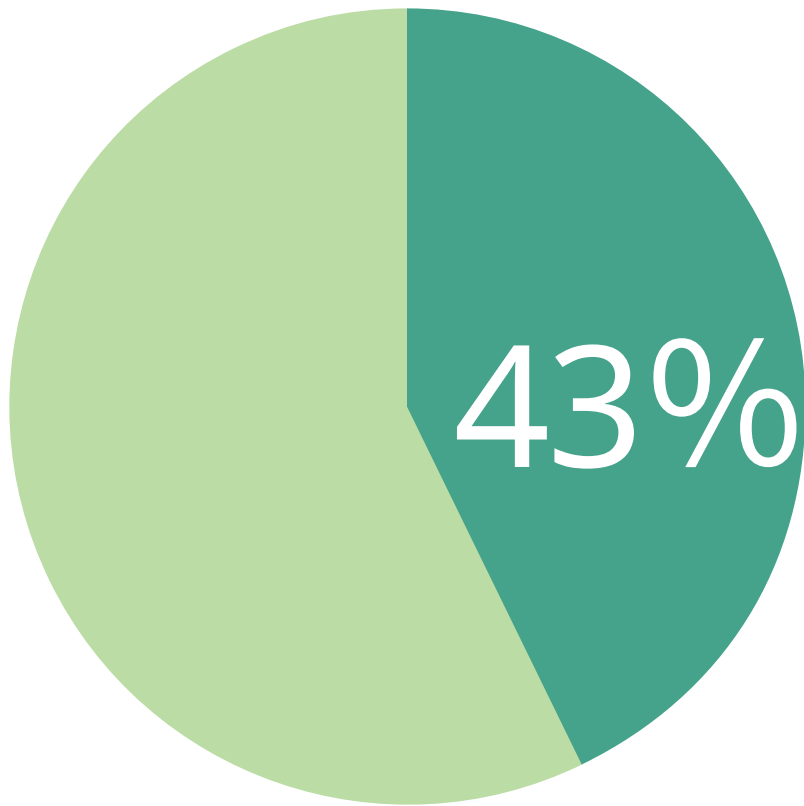
ルームシェア*



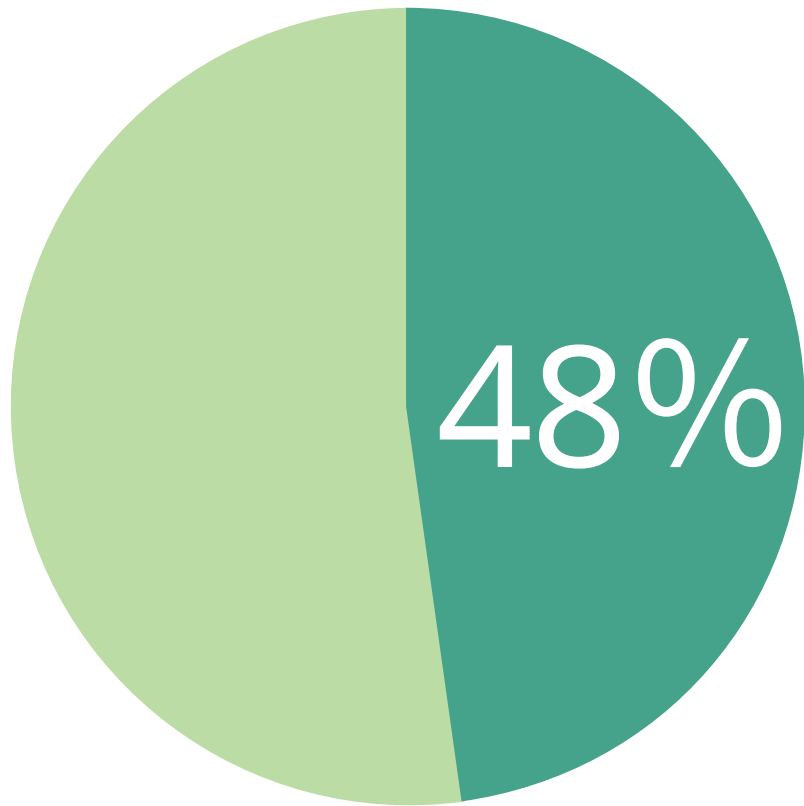
戸建て - 所有



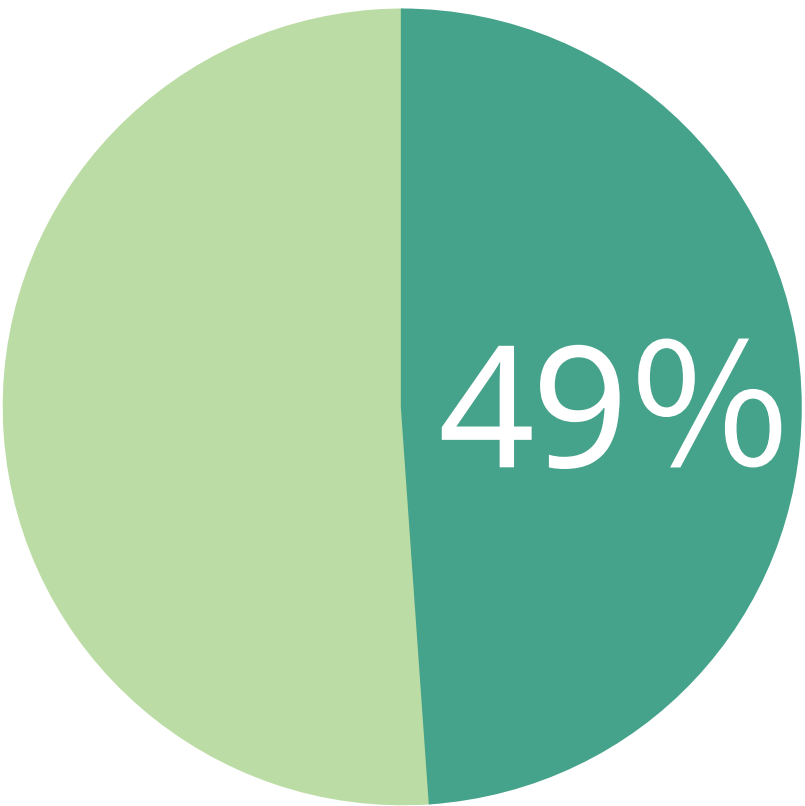
戸建て - 賃貸



集合住宅 - 所有



集合住宅 - 賃貸



実家住まい

*ルームシェア - 2人以上の人が集合住宅の一室を共有し、費用を分担すること。

→ 賃貸住宅で自分の空気感をつくる (またはつくらない)

世界中で賃貸住宅やシェアハウスに住む人は、自分のスペースを自分らしくカスタマイズする上で難しさに直面していますが、それらの問題がどの程度解決できたかは人によってさまざまです。



「薄暗いコーナーにデスクがあるので、人工照明を使う必要があります」

Daragh、バルセロナ



「これは、自分の家にサステナビリティを取り入れるという私の小さな革新的な活動で、時間帯や私の気分に合わせて照明の色を変えています」

Yajun、ニューヨーク市

「スピーカーで音楽を流す...その間はとてもリラックスできます...唯一のバリアは家主...ときどき邪魔されます」

デリーの男性、20代

「共有スペースがないのは気になりますが、みんなそれぞれ自分のことをしたり、ルームメイトと交流する必要がなかったりするので、その方がいいと思うこともときどきあります」

マドリードの男性、20代

「家の中に活用されていないスペースがたくさんあります。目的のないエリアで、どう使えばいいかわからないスペース。もし自分の家だったら、もっとよくするために全力で努力するのですが、そこまで関心はありません。引っ越すべきだと思っています」

シアトルの女性、30代

「実は、路上や大学の中でこの家具がたくさん放置されているのを見つけました。自由に使えるお金が多くないので、お金をかけずにたくさんの成果が得ることができてよかったです」

シアトルの男性、20代



「賃貸に住んでいるので、ステッカーなどのちょっとした模様替えの方法を見つけるようにしています...主に再利用できるもの。それなら、壁からはがして、また貼り付けられます」

Estelle、ニューヨーク市

空気感づくりに役立つもの

家の中に自分の個性を表現したい場合も、好きな空気感をつくりたい場合も、役に立つものは簡単に手に入り、実現する方法もさまざまです。必要なのは、実践的なアプローチと、ときどき必要になる考え方の転換です。

→ 今のトレンドは？

賃貸にやさしいソリューションがソーシャルメディアで流行っています。はがして貼れる壁紙、貼るタイプのラミネートフローリング、ステンドグラス風の窓用フィルム、照明器具の取り替え、予算にやさしい間接照明の取り入れ方などが含まれます。

幸せホルモンを増やすインテリアには、色やテクスチャー、模様で家をデコレーションしたり、喜びをもたらす懐かしさを感じさせる楽しい要素を重ねたりしてコーディネートすることが含まれます。一人ひとりの独自のスタイルに合わせて、活気あるハッピーなスペースをつくれます。

バイオフィリックデザインとは、自然の素材（石や木など）や要素（植物や自然光など）を家に取り入れて、落ち着きのある、心身が癒される環境をつくり出すことです。

スマートホームテクノロジーは、雰囲気づくりをととても簡単にします。かつてはぜいたくと見なされていましたが（多くの人にとっては今でもそうかもしれませんが*）、ますます多くの家に組み込まれてきています。スマートホーム製品は、光や音から安全性や空気の品質まで、家のさまざまなことがボタンに触れるだけでコントロールできます。

*今後2年以内に家をリフォームまたは模様替えする計画について質問したときに、スマートホーム製品を取り入れることを検討していると答えた人はわずか2%でした。



私たちの見解：

自分らしい空気感をつくろう

自分と同じくらい個性的になる自由をスペースにも与えれば、家での体験をもう少し楽しいものにできます。

たとえ持ち家でなくても、自分らしい工夫をプラスしたり、または独自の個性を表現したりといったちょっとした変化が大きな違いを生みます。

大胆な装飾、スマートなテクノロジー、感覚的なディテール、意味のある置物など、自分をリラックスさせて喜ばせるものを家の中に取り入れるのは驚くほど簡単です。

自分らしさを反映し、リラックスさせる家は、外の世界や生活が私たちに与えるあらゆる試練に立ち向かうための自信や回復力を育むこともできます。

もし、あなたが幸せな夢の暮らしを実現できるとしたら、スペースをより自分らしくカスタマイズするために最初に何をしますか？

「スペースを『自分のもの』だと感じられるようにするプロセスは、決まった方法である必要はありません。すでに持っているものの見た目を変えたり、同じものの新しい使い方を見つけたりして、あなたが変化をもたらすと空気感も変わります。たとえば、季節に合わせてクッションカバーに替えたり、何かをアート作品に変化させたり」

Joana Afonso、インテリア
デザインスペシャリスト、
IKEA Retail

4.



Making connections

つながりを育む

家族や友人と 時間を過ごす方法を見つける

人とつながる時間が、私たちを活気づけ、日々を過ごしやすくします。しかし、今日ますます分断された社会で、私たちは内側に向かうように強いられ、人とつながる時間を見つけるのがより難しくなっています。1人で暮らしていても、誰かと一緒でも、家はより外向きのアプローチのための出発点になります。四方の壁の中での対面やバーチャルなつながりだけでなく、さらにその外側にある、自分を育ててくれている周囲のコミュニティへとつながることができます。

トップドライバー

ハグや笑いはとても効果があります。大好きな人とのハグ（35%）や、周りの人たちと笑い合うこと（34%）はそれぞれ、家に楽しさをもたらすことの1位と3位にランクされています。

関連するニーズ

楽しさ
帰属意識
快適さ
セキュリティ

トップバリア

小家族と大家族は、一緒に過ごすことが減っています。

1人または6人以上の世帯の人々は、家の中で連帯感を楽しむと答える傾向が低いです（1人および6人以上の世帯 21% vs 2～5人の世帯 24%）。

主なテーマ

- 4.1 – 幸せは家から始まる
- 4.2 – つながりにはさまざまな形がある
- 4.3 – コミュニティは重要



「私たちにとって必要なことは、人々が見られ、聞かれ、価値を認められるだけでなく、あなたも見て、聞いて、あなたの価値を認めるのにも役立つような特別でユニークな方法で集まることです。誰かを家に招待することほど親しくなれる方法はありません」

Kim Dabbs

帰属意識と目的の専門家

4.1 幸せは家から始まる

誰と一緒に暮らすかどうかは、幸せや人生に対する見方に大きく影響します。そして、孤独感の広がり直面している世界では、毎日のリチュアルを継続することは、誰かと一緒に暮らしでも、1人暮らしでも、つながるためにとても重要になります。

→ 重要なインサイト

身体的な接触は、ポジティブな接触

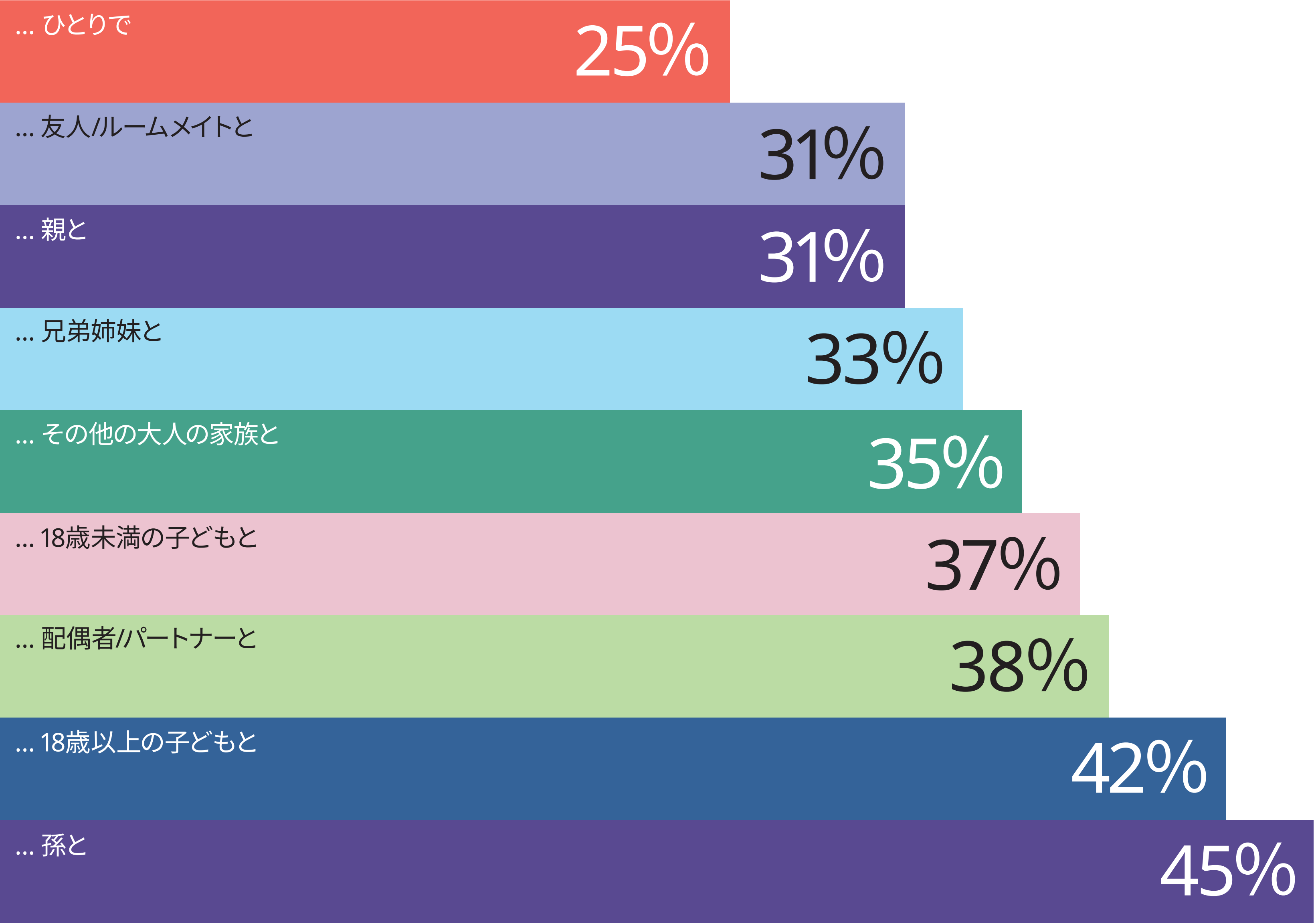
大好きな人とハグを楽しむ人のうち、55% (vs 48% 世界平均) は将来をポジティブに捉えていて、69%は現在の家での暮らしについてポジティブに感じています (vs 61% 世界平均)。

ペットは快適な家をつくる

ペットの飼い主のうち、53% (vs 51% 世界平均) が楽しさを頻繁に体験していて、59%は家がお気に入りの居場所だと答えています (vs 50% 世界平均)。



暮らしたり、笑ったりするのは...



→ 笑いは最高の薬

つくり話ではありません！周りの人と一緒に笑う人の68%は、家での暮らしに満足しています (vs 61% 世界平均)。

そして、この生活状況別の内訳からわかるように、子どもや孫と暮らしている人がもっとも家での暮らしを楽しんでいます。

「リビングルームは家の中心となる場所です。みんなが集まり、話し、笑い、泣き、必要なことを何でもする、すべてのことが起こる場所です」

バルセロナの女性、50代

「愛犬が、世の中の混乱をすべて忘れさせてくれます。私たちは一緒にふざけ合うのが大好きです。これはビーチに行ったときに着せたサメのコスチュームです！」

ニューヨーク市の男性、40代

「家での暮らしでもっとも喜びを感じられるものは何か？」という質問に対して、「周りの人と一緒に笑うこと」を選んだ人の生活状況別の内訳。

→ 一緒に食事をして、 一緒に過ごす人たち

おそらくそうだろうと気づいているかもしれませんが、調査でわかったことは、人々は食事を囲んで集まるのが大好きだということです。実際、データによると、食事を社交的なアクティビティとみなす人は、家で帰属意識と楽しみを頻繁に体験する傾向が、平均よりも7%高くなっています。



定期的な金曜日のピザナイトは、MiquelとDaragh、そして彼らの十代の子どもたちにとって、近況報告をしたり、一緒に時間を過ごしたりする楽しいリラックスした時間です。

Estelleの娘は、食事の前も食事中も積極的に関わるよう促されています。たとえ、それによってキッチンが散らかることがあっても関係ありません。

「この小さなキッチンテーブルのエリアが大好きで、まるでダイナーやレストランにいるような気分になります。たまに、朝はルームメイトとここで朝食を食べます。居心地がよく、少なくともちょっとした社交の場でもあります」

シアトルの女性、30代

「食べ物が人々を結びつけるというのはよくある誤解です。実は順番が逆。同じグループの人たちはみんなと一緒にいるのが好きで、一緒にいる1つの方法が一緒に食べることです」

Anne Murcott
社会学者

4.2 つながりには さまざまな形がある

家での暮らしを楽しむために、誰かと一緒に暮らす必要はありません。1人で過ごす時間と自分のスペースを大切にしながら、物理的に離れていてもテクノロジーやその他の手段を使ってほかの人とつながり、関係を深めることはできます。自分にエネルギーを与えてくれるつながりを築き、維持するための自分らしい方法を見つけることが大切です。

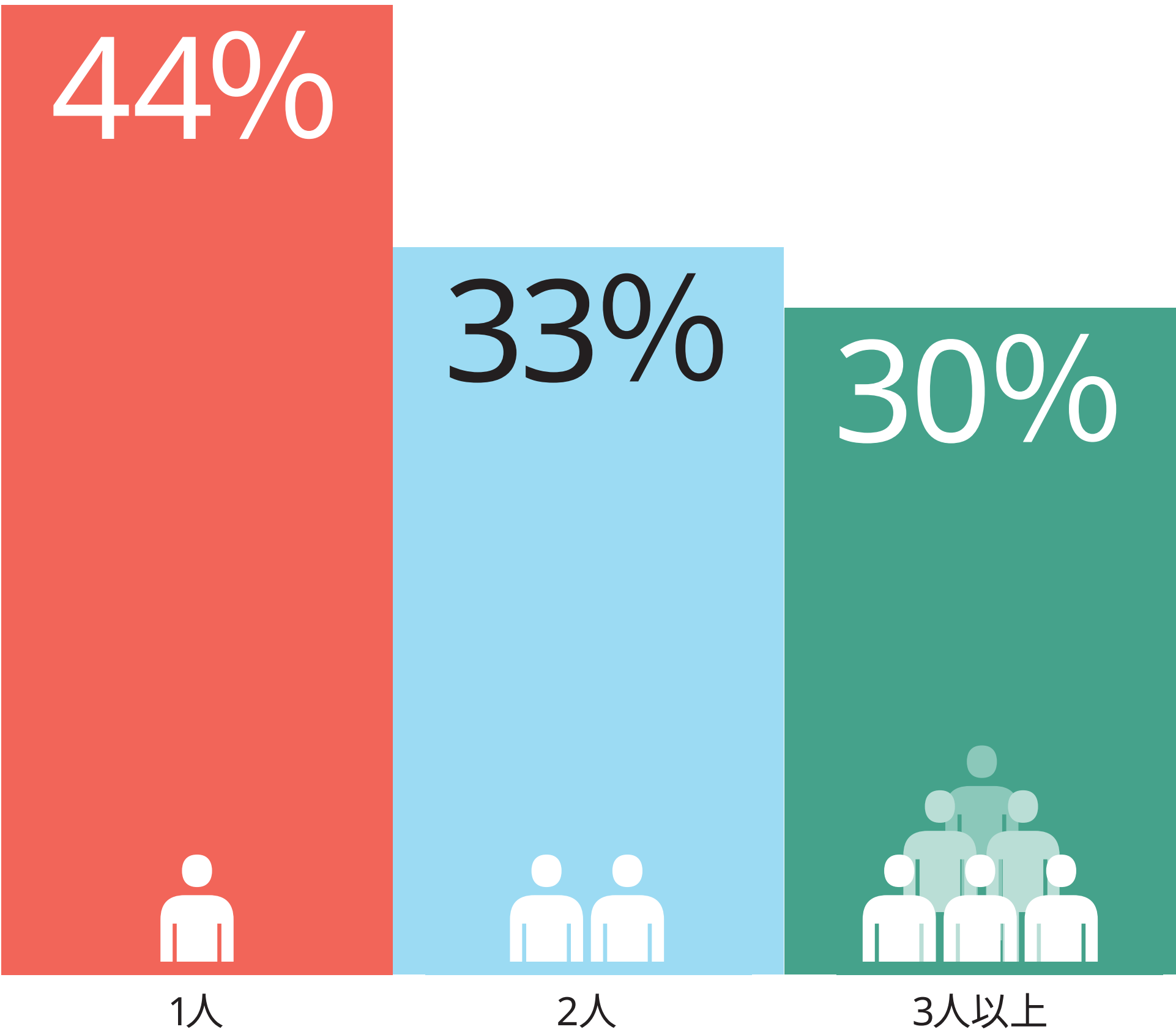
→ 重要なインサイト

つながるためのゲーム
趣味としてゲームをする人は、家での帰属意識が大切だと考える傾向が高く（73% vs 70% 世界平均）、帰属意識を頻繁に、またはときどき感じています（82% vs 81%）。

ゲームの楽しさ
電子機器でゲームをする人の54%は、家がお気に入りの居場所だと答えています（vs 50% 世界平均）。

→ ひとり暮らしの喜び

1人で過ごす時間を楽しんでいる割合を世帯人数で比較すると、1人世帯が1位です。



4.3 コミュニティは重要

「世帯」という概念が家の外へと広がり、コミュニティとつながることで、安全性や可視性、帰属意識が得られます。Ingka CentresのLife in Communities Reportによると、私たちがオンラインとオフラインの生活バランスを取るようになるにつれて、集まるための公共スペースの増加が期待されていることがわかりました。さらに、Life at Home Reportは、私たちが体験を共有したり、課題に取り組んだり、ただのんびり過ごしたりするために、コミュニティで集まることの価値も浮き彫りにしました。

→ 重要なインサイト

有益なサポート

コミュニティを支援する人の59%は、家で楽しさを頻繁に体験しています (vs 51% 世界平均)。

自分の（および他者の）アイデンティティを認める

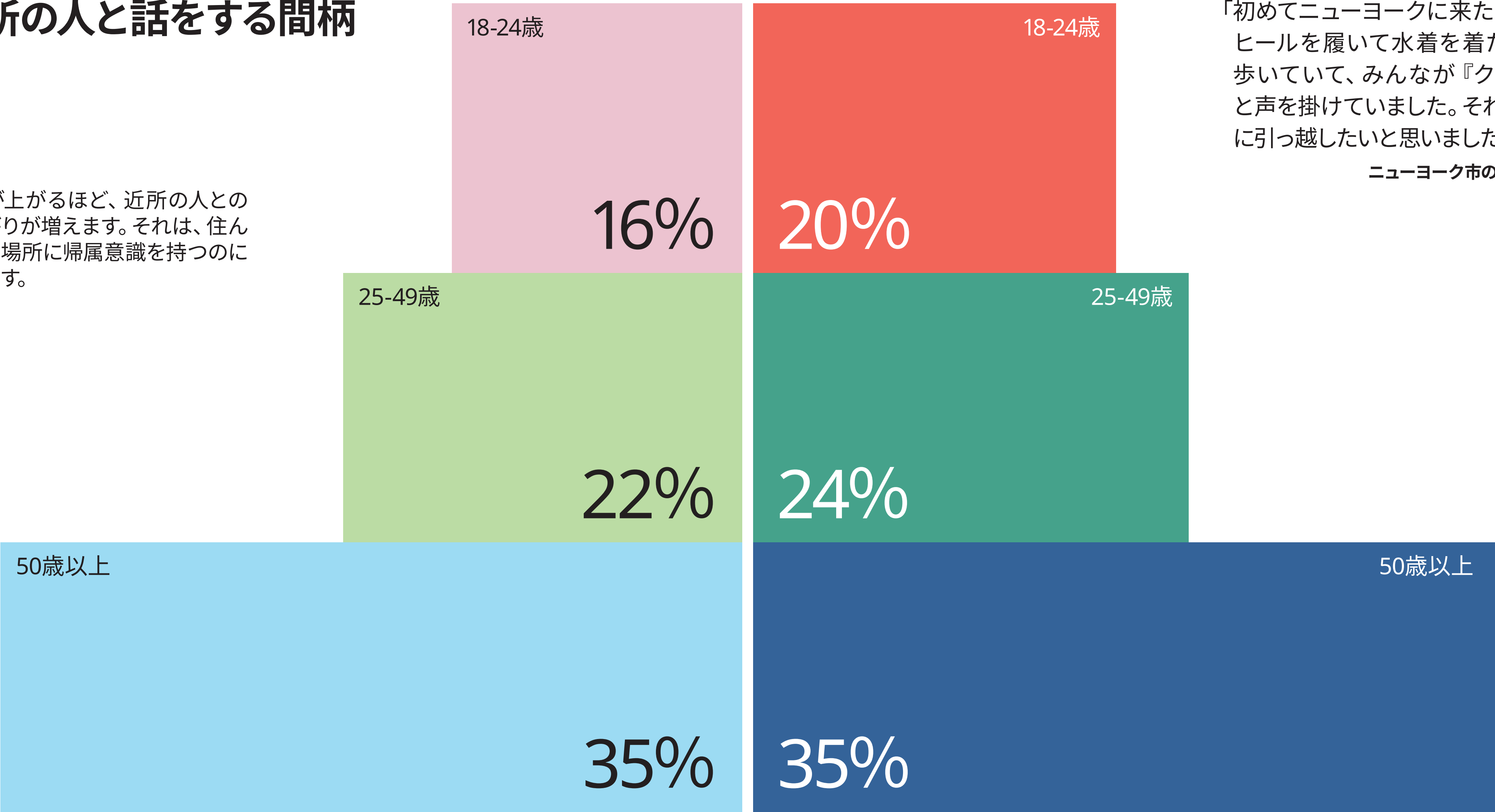
コミュニティの中で自分のアイデンティティを表現できる場合に、住んでいる場所への帰属意識をより感じる人は、家での暮らしにより満足しています (68%)。価値観や意見を共有する人と一緒に時間を過ごす人も同様です (66%)。両方のデータ vs 61% 世界平均。



Davidは、近所の人とのつながりを感じています。コミュニティ精神や友好的な近隣住民の輪があり、そこには地元の店主も含まれます。

→ 近所の人と話をする間柄

年齢が上がるほど、近所の人とのつながりが増えます。それは、住んでいる場所に帰属意識を持つのに重要です。



「初めてニューヨークに来たときに、ヒールを履いて水着を着た男性が歩いていて、みんなが『クール!』と声を掛けていました。それで、ここに引っ越したいと思いました」
ニューヨーク市の男性、40代

近所の人とおしゃべりをする

必要なときは近所の人に助けを求められる

新しいつながり方

ますます分断されていく社会への不安が広がる一方で、私たちはかつてない規模で過度につながっています。テクノロジーだけではなく、創造性、イニシアチブ、情熱、実際の人々の意欲のおかげです。生活状況に関係なく、誰とつながりたいか、そしてそれをどのように、どこで、いつ行うかを選択することが大切です。

→ 今のトレンドは？

ビッグトーク（深い会話）には、友人や家族と深い話をするためのスペースをつくることです。キッチンテーブルでの会話カードから、寝室でカップルが尋ねる親密な質問まで、スモールトーク（軽い会話）を省いて意味のある会話を誰かと始めることが世界的なムーブメントです。

GRWM (get ready with me) は、人気のソーシャルメディアのトレンドで、若者（または精神が若い人*）がメイクをしたり、身支度をしたりしながら、フォロワーにチュートリアルを提供するものです。ビデオ通話で友だちと一緒にいる場合もあります。

おひとり様向けの娯楽は、ひとりで楽しみたいけれど、社会的な偏見や「独身税」といったバリアに直面する可能性のある独身者を応援するためのものです。1人用の食事キットは、提供されている多くのソリューションの一例に過ぎません。

食に関する地域ボランティア活動は、慈善団体が運営するコミュニティキッチンで行われます。コミュニティとのつながり、何千人ものボランティア、余った食品によって成立しているこうした取組みを通じて、孤独と食料貧困を減らすために支援しています。

*ベビーブーマー世代の約2倍のZ世代がオンラインエンターテインメントを趣味と答えています（43% vs 23%）。ソーシャルメディアのトレンドの多くは、あらゆる年齢層の人、特に若々しい精神を持つ人々に受け入れられています。



私たちの見解：

みんなで集まろう

連帯感には家に喜びをもたらす効果があります。そして、多くの人は感じていないかもしれませんが、ほとんどの人がそれを必要としています。

家で大好きな人と食事をしたり、笑い合ったり、または話をしたりすることや、シンプルなりチュアルを大切にすること、コミュニティの絆を育むことは、どれも家での暮らしをより充実させる可能性があります。テクノロジーを使えば、たとえば大好きな人たちと別々に暮らしていても、離れたところで同じようなつながりを持つことはできます。

毎日対面またはバーチャルでつながる時間を育むことで、幸せやウェルビーイングを高める環境をつくり出せます。そして、暮らしが少しだけよりよく感じられるようになります。

あなたが毎日の暮らしでもっと連帯感を感じられるようにするには、どのようなシンプルなりチュアルを始めますか？

「暮らしの多くの部分がますますデジタル化されているものの、私たちはバーチャル空間と実空間のどちらか片方にのみ存在することはない、存在できないということを覚えておくことが大切です。私たちには両方が必要です。何よりも、個人的なつながりは依然としてかけがえのないものです」

Matt Drage
コミュニケーション&
マーケティングマネジャー
Ingka Centres

Outro

おわりに

「この調査は、今大切なものが何かを理解するためだけでなく、長年にわたって進展を追い続けてきたことで、物事がどのように変化し、そしてそれが将来のために何を示唆している可能性があるのかを見るためにも役立ちます」

Maria Jonsson



私たちが 学んだこと

ストレスの多い時代では、小さな喜びが効果をもたらします。そして、何が生活スペースに喜びをもたらし、何がもたらさないかを理解することは、私たちの総合的な健康と幸せに驚くほど影響します。

家での暮らしを、小さいながらも意味のある方法で見直すことは、喜びをより一層感じられるスペースをつくれるだけでなく、人生の困難な瞬間を乗り切るのに必要な精神と回復力を育むことにもつながります。

その本質は、家だけでなく、人生においても気分よく過ごせるようにする、シンプルで意図的な選択をすることにあります。

心地よさを
感じる

楽しいことを
する

自分らしい
空気感を
つくる

つながり
を育む

「健康で幸せな家」を再定義する

見直された家での健康のビジョンは、住まいが私たちを力づけ、私たち自身のウェルビーイングをつくり出す可能性や、私たちの独自のニーズに応じた環境を提供してくれることを示しています。何を優先するかにかかわらず、自分を本当に心地よくするために手ごろに取り入れることができる小さな変化が大切です。

遊び心の力を再発見する

この探求の重要な部分には、家での暮らしの基本的な要素として、趣味や創作、遊びを再発見することです。遊び心は子どもだけのものではありません。大人の中にある子どもの頃に感じたような喜びや驚きを呼び起こすアクティビティに大人が心を開くと、環境だけでなく、見方や関わり方、行動の仕方も改善します。

本当の自分を反映するように、スペースを自分らしくカスタマイズする

家は私たち自身を反映するべきです。たとえば持ち家でなくても、「自分の場所」だと感じられるようにするちょっとしたオリジナルの工夫によって喜びを増幅させることはできます。大胆な装飾、感覚的なディテール、意味のあるオブジェなどを通して、唯一無二の自分自身をよりよく表現するように家をつくることで、より一層家を楽しめるようになります。

家族や友人と時間を過ごす方法を見つける

最後になりますが、対面でもオンラインでも、自分自身やほかの人とつながる力や連帯する力を過小評価してはいけません。人との食事、会話、自分時間、コミュニティへの参加、またはときどき楽しく笑うといったシンプルなりチャルは、そうしたつながりを育み、家での暮らしをより充実させ、楽しくするのに役立ちます。

ニーズに立ち返る

イケアは、多くの人々の毎日の暮らしをよりよくすることを企業目的としています。Life at Home Reportは、今日の世界中の家での暮らしがどのようなものか理解を深めるサポートをし、私たちの目的を実現するための重要なツールを提供します。

このレポートの冒頭でお伝えしたように、昨年、私たちは専門家と密に協力し、10年以上にわたるLife at Home Reportで得たインサイトを利用して、よりよい家での暮らしのための8つの感情のおよび機能的なニーズを特定しました。今年のレポートは、8つのニーズの1つでもある楽しさのテーマに焦点を当てていますが、すべてのニーズはつながっていることを覚えておくことが重要です。よりよい家での暮らしとは、最終的な目的地に到達することではなく、そこにたどり着くための旅路のことです。8つのニーズを満たすのに役立つ毎日の暮らしと特別な瞬間をつくり出すことが大切です。

コントロール感、快適さ、セキュリティといった基本から、つながるための**セルフケア・育成、帰属意識、楽しさや達成感**といった有意義な瞬間を見つけること、そして言うまでもなく**将来への夢や願望**を楽しむことまで、それぞれのニーズがより優れた、より喜びに満ちた家での暮らしを実現するのに欠かせません。



変化の兆し

未来がどうなるかは誰にもわかりません。しかし、家の中でより多くの喜びを生み出すための方法を考える手助けとなるような、可能性のある未来の姿について探求したいと考えました。変化の兆しに関する調査に基づき、4つの仮説を立てています。ここに紹介する対策方法のアイデアは、今日の時点ですでに形になりつつある未来の一部を示しています。

もしも、自分たちの健康と同じくらい、ほかの生物の健康にも気を配ったら？

気候変動は、生物多様性の問題を引き起こしていますが、周囲の環境にもっと共感的な視点を持ったらどうなるでしょう？前回のレポートでは、家での楽しさや幸せを見つける上で、ペットや「ペットのような存在の植物」の重要性に言及しました。それを、すべての生物多様性と生きている存在に拡大した場合を想像してみてください。自然に対して法的人格を与える国々、AI学習を利用してクジラとの会話を試みる研究者、周囲の環境を活用してより生きたインフラを構築する都市の住民など、こうした運動の車輪はすでに動き始めています。将来的には、川や森、さらには都市部の公園にまで感謝の気持ちを積極的に示すことになるかもしれません。健康は自分たちだけのことではないという考えを受け入れるには、あらゆる意図的な行動が必要です。

もし、よりよい祖先になるために未来を見据えたとしたら？

共感が時には希少に感じられる世界では、思いやりが単なる価値観ではなく、遺産として受け継がれる未来を考えることは魅力的です。いくつかのプロジェクトは、私たちが現在の視点を変えて未来を見据えるのにすでに役立っています。たとえば、作家が今から1世紀後の私たちの子孫が読むための作品を書いている未来の図書館や、可能性のある将来の自分を垣間見せるAIシミュレーションなど。今日の私たちの共感的な行動が社会的分裂を癒すだけでなく、将来の世代とそのニーズも考慮していたとしたらどうなるか想像してみてください。他者への共感を自分たちの暮らしの中心に置くことで、私たちは現在を豊かにするだけでなく、よい祖先となり、連帯感と理解という遺産を後世に残せるでしょう。

もし私たちの家が、柔軟な生活をより充実させることができたなら？

必要性和願望の両方から、デジタルに精通した若い世代によって推進された私たちの働き方や暮らし方は、より一時的で、お互いの調和がなく、より遠隔になってきています。従来の生活リズムからのこの変化は魅力的で、ある程度避けられないと感じるかもしれませんが、家での孤立感につながる可能性があります。しかし、もし家がフレキシブルに使えて、人々の対面やオンラインでの結びつきに対する高まるニーズに応えることができたなら？デジタルツインのような技術は、私たちが「本当の自分」と「デジタルの自分」の時間をどこで過ごすかを決定する手助けをし、私たちを自然な体内時計に近づけ、個人の生産性とウェルビーイングをサポートすることができるでしょう。特定のグループのための新しいタイプの共同生活は、たとえば、母親や高齢女性のためにすでに運営されていますが、連帯感をまったく新しいレベルに引き上げることができます。

もし、AIエージェントが、私たちが楽しんだり帰属意識を持ったりするのをサポートしてくれたら？

世界的な孤独の蔓延は現実であり、人々はつながりを求めていることを私たちは知っています。また、テクノロジーが私たちの暮らしにかつてないほど深く入り込んでおり、一部の人に悪影響を及ぼしていることも。しかし、身体性とデジタル性の両方を持つAI、たとえばロボット型の友達や亡くなった親戚のアバターなどが、感情的な支援、仲間、つながりを通して喜びと帰属意識を体験する新しい方法を提供する可能性についてはどうでしょうか？または、テクノロジーが「雑務」を処理することで楽しみを増やすといった可能性については？たとえば、ベストな相手を特定するためにマッチングアプリで見込みのあるパートナーを見つけたり……。人間 vs AIの影響をめぐる難しい問いを投げかける人もいますが、新しい非人間的関係が私たちにもっと喜びや、他者とのよりよいつながりをもたらす未来に近づいているのかもしれません。

「私たちは未来に夢中です。ただし、SFや、水晶玉の予言ではなく、違うことに興味を持っています。今後10年から15年の間に私たちがどのように生活するかを示唆するようなイノベーション、行動、リチュアルに好奇心をもっているのです」

Maria Jeansson

これらのテーマについてもっと知りたいですか？
「ファクト集」のリンクから詳細をご覧ください。



私たちの結論：

喜びを取り戻そう

過去10年以上にわたる調査と8つのニーズの枠組みの策定を通して、人々のよりよい家での暮らしに必要なものについての貴重なインサイトを得ました。けれどまだ始まりにすぎません。

政策をつくる人でも、家や家具をデザインする人、または私たちをつなぐテクノロジーの開発者でも、私たちが共有する世界において物事をよりよくするために果たす役割は私たち全員にあります。そしてそれは、家から始められます。みんなで協力すれば、人々が8つのニーズをより満たすのを助け、より多くの人が家での暮らしと人生の両方でより幸せになる機会を手に入れることができます。

楽しさは特に実現するのが難しく、ほかのニーズに大きく影響を与えるため、楽しさを最優先にすることをおすすめします。家での暮らしでより幸せを感じられるように一緒に取り組み、人々が喜びを取り入れるように重要な心の変化を促しましょう。

なぜなら私たちの見方では、毎日の日差しのようなささやかな心地よさは、人生が私たちに与えるあらゆる試練に対する強力な解毒剤になる可能性があるからです。

だから、喜びを取り戻す作業を始めましょう。本来あるべき場所... 家に。

ファクト集

→ 解説

特定の用語やフレーズが何を意味するのか、または重要な人口統計をどのように細分化しているのかについて疑問がありますか？下記の基本的な解説が、このレポートを理解するのに役立ちます。

バリア(障害要因)と ドライバー(促進要因)

バリア(障害要因) は、家で楽しみを見つけるのを邪魔する要因です。現在家で喜びをあまり体験していない人の状況も含まれます。逆に、**ドライバー(促進要因)** は、人々が家で楽しみを見つけるきっかけを与え、実際に見つけるのに役立つ要因です。

国 今年の調査対象となった39か国：

オーストラリア、オーストリア、ベルギー、カナダ、チリ、中国、コロンビア、クロアチア、チェコ共和国、デンマーク、エストニア、フィンランド、フランス、ドイツ、ハンガリー、インド、アイルランド、イタリア、日本、ラトビア、リトアニア、マレーシア、オランダ、ニュージーランド、ノルウェー、フィリピン、ポーランド、ポルトガル、ルーマニア、セルビア、シンガポール、スロバキア、スロベニア、韓国、スペイン、スウェーデン、スイス、イギリス、米国

世代

世代別の内訳：

Z世代：18-27歳
ミレニアル世代：28-42歳
X世代：43-58歳
ベビーブーマー世代：59-77歳

所得レベル

所得レベル別の内訳：

低所得：中央値の75%未満*
中所得：中央値の75%以上、200%未満*
高所得：中央値の200%以上*

*各国の所得中央値 - 人口を2つのグループに分ける所得金額。中央値を超えるグループと、下回るグループ。

ニーズ

ニーズに言及するとき、よりよい家での暮らしのためのイケアの8つのニーズの枠組みを指しています。
8つのニーズとその定義は以下の通りです：
コントロール感：家に何を取り入れ、どのように使うかなど家の環境に対して主体性をもって取り組むこと。
快適さ：満足感や安らぎを得られる環境にすること。
セキュリティ：大切にしているものを守ること、外界の変化に対して安全安心、レジリエン

ス(しなやかな回復力)を感じることができる。
セルフケア・育成：自分自身を意識し、心身のウェルビーイングを大切にすること。
帰属意識：自分らしさが反映されている場所で、また同居人や隣人に認められ、ありのままの自分が受け入れられていると感じる。
楽しさ：温かみと幸福感を与えてくれる、気持ちが高揚する感謝や喜びの瞬間を体験すること。
達成感：目標を達成し、能力が向上したことによって得られる誇りと進歩したという感覚。
将来への夢や願望：未来に対して前向きで、準備万端と実感している状態。
詳細は、8ページをご覧ください。

調査、インサイト、トレンド

定量的調査と定性的調査は、データを収集し分析する2つの方法です。
定量的データは数値や量に関連するもので、簡単に測定でき、数学的および統計的に分析できます。
定性的データは、非数値的で記述的な、人々の意見や感情に基づいたもので、何かの背後にある深い意味を理解するために使われます。
インサイトは、定量的および定性的調査から得られるデータと観察の解釈です。
変化の兆しは、未来に影響を与える可能性のあるイノベーション、アイデア、行動の観察で、目立たない変化の一例、またはより認識

可能なトレンドを裏付ける観察結果のいずれかです。
トレンドは、共通の特性や属性を共有する、測定されたシグナルのパターンで、時間の経過とともに量や規模の変化を示すことが多いです。

統計用語

世界平均は、特定の質問に対する、全調査対象国の全参加者による回答の平均または算術平均を指します。世界平均との関連で特定のインサイトを記述する場合、「傾向が高い」とは平均を上回ることを意味し、「傾向が低い」とは平均を下回ることを意味します。
パーセンテージポイント(%ポイント) は、2つのパーセンテージの絶対差です(例：2%と3%の差は、1%ポイント)。
パーセント(%) は、元の値の割合として表される変化です。(例：2%から3%へ、50%の増加)

→ 詳細データ

インサイトの背後にある本質や、データの背後にある詳細に興味がありますか？ここにはあなたが深く掘り下げるために必要な情報が記載されています。

→ はじめに

明らかにになったことは？

家で楽しいと感じる頻度と、それがどれくらい大切かを質問したところ、36%の人が楽しさは大切だと思うけれど、家で楽しさを体験することはたまにしかない、めったにない、またはまったくないと答えています。

それが重要なのはなぜ？

家で楽しさを体験したことがまったくない、またはめったにない人のあいだでは、たったの29%しか、家での現在の暮らしに満足できていません (vs 61% 世界平均)。家で楽しさを体験したことがまったくない、またはめったにない人のうち28%しか、将来についてポジティブに感じられていません (vs 48% 世界平均)。

楽しさを促すもののトップ5

「家での暮らしにもっとも喜びをもたらすものはどれか」という質問に対して、以下のアクティビティが楽しさの促進要因の世界ランク

トップ5でした。

1. 大好きな人とのハグ (35%)
2. 趣味や興味に時間を費やすこと (34%)
3. 周りの人と笑い合うこと (34%)
4. ひとりで時間を過ごすこと (33%)
5. 家庭料理を食べること (28%)

喜びの地図

米国のペットとの時間：米国の人々はペットと過ごす時間から楽しみを見つける傾向が高いです。(22% vs 15% 世界平均)

コロンビアの昼寝：コロンビアの人々は昼寝するのが大好きです。(37% vs 25% 世界平均)

チリの笑い：チリの人々は周りの人と一緒に笑うのが大好きです。(43% vs 34% 世界平均)

イタリアのリフォーム：イタリアの人々は住んでいる家をリフォームすることに喜びを感じる傾向が高いです。(26% vs 22% 世界平均)

スイスの調理：スイスは、料理やお菓子づくりを楽しむ傾向がもっとも高い国です。(29% vs 22% 世界平均)

オランダの自分時間：オランダは自分ひとりで過ごす時間から楽しさを見つける傾向が2番目に高い国です。(48% vs 33% 世界平均)

デンマークのハグ：デンマークは、大好きな人からのハグを楽しむ傾向がもっとも高い国です。(48% vs 35% 世界平均)

ノルウェーの連帯感：ノルウェーは、人と時間を過ごすことに楽しさを見つける傾向がもっ

とも高い国です。(37% vs 23% 世界平均)

フィンランドの寝具：フィンランドは、洗いたてのベッドシーツに喜びを感じる傾向がもっとも高い国です。(33% vs 21% 世界平均)

インドの子どもの遊び：インドは、子どもと遊ぶことに楽しさを見つける傾向がもっとも高い国です。(28% vs 16% 世界平均)

シンガポールの心地よい食べ物：シンガポールは、家庭料理を食べることを楽しむ傾向がもっとも高い国です。(37% vs 28% 世界平均)

中国の娯楽：中国は趣味や興味に楽しさを見つける傾向が2番目に高い国です。(43% vs 34% 世界平均)

日本のペットの睡眠：日本のペットの飼い主の37%は、ペットが寝ているのを見ることに喜びを感じています – ほかのどの国よりも高い (vs 21% 世界平均) 傾向にあります。

韓国の入浴：韓国は、楽しみのためにお風呂やシャワーに入る傾向がもっとも高い国です。(37% vs 25% 世界平均)

オーストラリアの日差し：オーストラリアの人々は、顔に降り注ぐ太陽に喜びを感じる傾向が高いです。(29% vs 18% 世界平均)

→ 1. 心地よさを感じる

トップドライバー

家庭料理を食べることは、家での楽しさを促

進する要因トップの中の世界ランク5位です。

「家での暮らしでもっとも喜びを感じるのはどれか？」という質問に対して、28%の人がこの回答を選びました。

トップバリア

所得が低いほど、精神的および身体的な健康に不安がある傾向が高くなります。

精神的健康への不安：低所得 = 30%、中所得 = 29%、高所得 = 27%。

身体的健康への不安：低所得 = 37%、中所得 = 37%、高所得 = 32%。

1.1: 家、ウェルビーイング、将来への展望は関連性がある

「Don't worry, be happy」

心身の健康に不安がない人は、家での暮らしで幸せを感じる傾向が高いです。64% vs 61% 世界平均。

希望が少ない = 健康への不安が多い

将来に対してネガティブに感じる人は、将来に対してポジティブに感じる人よりも精神的および肉体的な健康に不安がある傾向が高いです。精神的な健康の不安：ネガティブな展望 = 33%、ポジティブな展望 = 27%。身体的な健康の不安：ネガティブな展望 = 42%、ポジティブな展望 = 33%。

1.2: 家での健康は、多面的

ウェルビーイングのさまざまな種類

環境的：家がサステナブルな暮らしを可能にすると答えた人の63%は、家がお気に入りの居場所であると答えています。このデータに対する世界平均は50%。

精神的：自分自身を超える何か大きなものにつながるのに役立つリチュアル（例、祈り、瞑想、星を見る、自然の中で過ごす）を定期的に行う人は、家での暮らしで幸せを感じる傾向が高いです。68% vs 61% 世界平均。

感情的：精神的健康に不安がある人は、家での暮らしで幸せを感じる傾向が低いです。52% vs 61% 世界平均。

社会的：帰属意識を感じている人の75%は、頻繁に楽しさを感じています。このデータに対する世界平均は51%。

経済的：家計は、身体的健康と並んで今年人々が関心を持っていることのトップ (36%) です。

身体的：身体的ウェルビーイングを育むために家で運動をする人は、家での暮らしで幸せを感じる傾向が高いです。65% vs 61% 世界平均。

空間的：約3人に1人が、清潔で整理された家は、ウェルビーイングを維持するのに役立つと言っています：身体的ウェルビーイングは32%、精神的ウェルビーイングは35%。

職業的：在宅勤務の人は、家での暮らしで幸

せを感じる傾向が高いです。67% vs 61% 世界平均。

1.3：健康は個人的なもの

心地よい食べ物

伝統とつながるための大切な方法として食べ物をとらえている人は、家での暮らしに満足している傾向が高いです。67% vs 61% 世界平均。

昼寝は大事

睡眠は、身体的および精神的ウェルビーイングを育むためのアクティビティ1位です。「家でのウェルビーイングを保つのに役立つもっとも大切なものは何か？」という質問に対して、53%と51%の人からそれぞれ選ばれました。ここでは精神的・身体的ウェルビーイングについて別々に質問しています。

リラクゼーションの意味

セルフケアやホームスパ（例、フェイシャル、フットバス、ヘアケア）：Z世代 8%、ミレニアル世代 14%、X世代 10%、ベビーブーマー世代 7%

質の高い室内環境をつくる（例、騒音の低減、空気の清浄）：Z世代 19%、ミレニアル世代 17%、X世代とベビーブーマー世代 16%

リラックスする（例、読書、音楽鑑賞、テレビ鑑賞）：Z世代 34%、ミレニアル世代 36%、X世代 42%、ベビーブーマー世代 48%
睡眠：Z世代 47%、ミレニアル世代 51%、X世代 55%、ベビーブーマー世代 53%

今のトレンド 1：新しい健康

ジョイスクローリング (Joyscrolling)
「あなた/あなたの家に当てはまるのはこれらのうちのどれ？」という質問に対して、「目的なくスマートフォンをスクロールする時間が長すぎる」が世界中の23%の人に選択されました。

ベッドロッキング (Bedrotting)
「家での暮らしにもっとも喜びをもたらすのは、これらのうちのどれ？」という質問に対して、「洗いたてのベッドシーツ」が世界中の21%の人に選ばれました。

→ 2. 楽しいことをする

トップドライバー

趣味や興味に時間を費やすことは、家での楽しみのドライバーの世界ランク2位です。「家での暮らしでもっとも喜びを感じるのはどれか？」という質問に対して、34%の人がこの回答を選びました。

トップバリア

より少ない人数の世帯の人は、趣味に時間を費やして楽しむ傾向が高いです。独身 37% vs 27% 7人家族。

2.1：趣味は私たちを幸せにする

趣味に情熱を傾ける

家で趣味に取り組むことで自尊心を高めている人は、自分の将来をよりポジティブにとらえています。52% vs 48% 世界平均。

みんなの目がテレビに注がれる

楽しさのドライバーとして趣味/興味に時間を費やす人の中でもっとも主流の趣味は、テレビ鑑賞 (56%)、読書 (46%)、料理 (40%) です。

世代別のゲーム

カードやボードゲームで遊ぶ：Z世代とミレニアル世代共に26%、X世代 20%、ベビーブーマー世代 18%

ガーデニング：Z世代 14%、ミレニアル世代 24%、X世代 32%、ベビーブーマー世代 39%

読書：Z世代 36%、ミレニアル世代 41%、X世代 47%、ベビーブーマー世代 55%

テレビ鑑賞：Z世代 38%、ミレニアル世代 49%、X世代 58%、ベビーブーマー世代 64%

2.2：遊び心は育むことが必要

家で楽しいことがない

自分の家に当てはまる記述をすべて選ぶように質問したところ、世界中の14%の人が「家は自分の遊び心を引き出すのに役立っている」を選びました。

安全第一

家は自分の遊び心を引き出していると答えた人にとって、精神的ウェルビーイングを保つのに、安心感が役に立っている傾向が高く見られました (42% vs 38% 世界平均)。

楽しさあふれる世界のホットスポット（とコールドスポット）

家は自分の遊び心を引き出すのに役立っていると答えた上位3か国は、フィリピン (25%)、スロベニア (24%)、インド (24%) です。下位3か国は、オランダ、ルーマニア、ラトビア (すべて6%) です。

楽しさのさまざまなドライバーとバリア

年齢：18-34歳の17%の人が、家は自分の遊び心を引き出すと答え、35-49歳では14%、50歳以上では11%に低下します。このデータに対する世界平均は14%。

同居人：兄弟姉妹と同居している人の18%

は、家が遊び心を引き出していると答えています。それと比べ、兄弟姉妹と同居していない人は13%、子どもと同居している人は16%、子どもと同居していない人は13%となっています。このデータに対する世界平均は14%。

世帯人数：世帯人数が多いほど、家は遊び心を引き出すのに役立っていると答える傾向が高くなります。1人世帯 13%、2人 13%、3-4人 14%、5人 16%。このデータに対する世界平均は14%。

所得レベル：低所得の人の13%が、家が遊び心を引き出すと答えています (vs中所得15%、高所得 18%)。このデータに対する世界平均は14%。

2.3：楽しみはストレスの解毒剤

家の大きな力

家が自分の遊び心を引き出すのに役立つと回答した人のうち、66%は家がお気に入りの居場所である (vs 50% 世界平均) と答え、61%は将来についてポジティブに捉えていると答えています (vs 48% 世界平均)。

子どもたちとの質の高い時間

子どもたちとの遊びに時間を費やしている人は、家での暮らしでより幸せを感じています (69% vs 61% 世界平均)。

食べ物を楽しむことも、私たちを幸せにする
子どもたちを料理に参加させている人は、家での暮らしにより満足しています(72% vs 61% 世界平均)。キッチンでの実験を楽しんでいる人は家での暮らしにより満足しています(68% vs 61% 世界平均)。娯楽の1つとしてゆっくり料理をして楽しむ人は、家での暮らしにより満足しています(67% vs 61% 世界平均)。

今のトレンド 2：大人のための楽しみ

オンラインコンテンツ・クリエイター
コンテンツ・クリエイターは、現在の家での暮らしをよりポジティブに感じていて(65% vs 61% 世界平均) 将来についてより前向き・楽観的である(63% vs 48% 世界平均)と報告しています。さらに、オンラインコンテンツ制作を仕事にしている人は、平均的な人よりも家で楽しさを頻繁に体験している傾向が高いです(57% vs 51%)。

→ 3. 自分らしい空気感をつくる

トップドライバー
住んでいる家の改善は、家での楽しさのドライバーの10位です。「家での暮らしでもっとも喜びを感じるのはどれか？」という質問に対して、22%の人がこの回答を選びました。

トップバリア
戸建て所有者の56%と集合住宅所有者の54%が家で楽しいことを頻繁に体験していますが、賃貸住宅（戸建てと集合住宅）の人では47%です。

3.1：自分の個性を受け入れて帰属意識を高める

家で楽しさを頻繁に感じる人は：
- 家で自分のアイデンティティを表現できる場合に、家でより帰属意識を感じる人の57%。
- 家の中に天然石を飾っている人の56%。
- おやつ専用の引き出しがある人の54%。
すべてのデータに対する世界平均は51%。

3.2：賃貸住宅では、 小さな変化が重要

五感を喜ばせる
賃貸に住む人がより役に立つと感じるものは、家の中をよい香りにすること(集合住宅賃貸 21% vs 19% 世界平均)。
賃貸に住む人がより役に立つと感じるものは、音楽を使って適切な環境をつくること(戸建て賃貸 19% vs 17% 世界平均)。
賃貸に住む人がより役に立つと感じるものは、キャンドルを灯すこと(集合住宅賃貸10% vs 7% 世界平均)。

2年計画
今後2年間に家のリフォーム/模様替えを計画している賃貸に住む人の中で、53%は仕上げのリフォームを計画している(例、塗装や壁紙)。46%は小さな模様替えを計画している(例、新しい枕やカーテン)。両方のデータに対する、今後2年間に家のリフォーム/模様替えを計画している人の世界平均は35%。

もっとも楽しさが少ないのは
ルームシェア
ルームシェアをしている人は、家で楽しさを体験している傾向がもっとも少なく、60%の人はたまにしか、めったに、またはまったく体験していません(vs 45% 世界平均)。

家の種類別の内訳：戸建て – 所有 42%、戸建て – 賃貸 48%、集合住宅 – 所有 43%、集合住宅 – 賃貸 48%、実家住まい 49%、大学寮 52%、間借り 54%、シェアハウス 53%、ルームシェア 60%。

今のトレンド 3：自分らしい空気感づくりに役立つもの

スマートホームテクノロジー
今後2年以内に家をリフォームまたは模様替えする計画について質問したときに、スマートホーム製品の使用を検討していると答えた人はわずか2%でした。

→ 4. つながりを育む

トップドライバー
大好きな人とのハグや、周りの人たちと笑い合うことはそれぞれ、家に楽しさをもたらすことの1位と3位にランクされています。「家での暮らしでもっとも喜びを感じるのはどれか？」という質問に対して、それぞれ35%と34%の人に選ばれました。

トップバリア
小家族と大家族は、家の中で一緒に過ごしたり、連帯感を楽しんだりすると答える傾向が低いです(1人および6人以上の世帯 21% vs 2～5人の世帯 24%)。

4.1：幸せは家から始まる

身体的な接触は、ポジティブな接触
大好きな人とハグを楽しむ人のうち、55%は将来をポジティブに捉えていて(vs 48% 世界平均)、69%は現在の家での暮らしについてポジティブに感じています(vs 61% 世界平均)。

ペットは快適な家をつくる
ペットの飼い主のうち、53%が楽しさを頻繁に体験していて(vs 51% 世界平均)、59%は家がお気に入りの居場所だと答えています(vs 50% 世界平均)。

笑いは最高の薬
周りの人と一緒に笑うことを楽しんでいる人は、家での暮らしにより満足しています。68% vs 61% 世界平均。

「家での暮らしでもっとも喜びを感じられるものは何か？」という質問に対して、「周りの人と一緒に笑うこと」を選んだ人の生活状況別

の内訳：25%：ひとり暮らし、31%：友だちやルームメイトと同居、31%：親と同居、33% 兄弟または姉妹と同居、35%：その他の大人の家族と同居（例、祖父母、いとこなど）、37%：18歳未満の子どもと同居、38%：配偶者またはパートナーと同居、42%：18歳以上の子どもと同居、45%：孫と同居（つまり、子どもの子どもで、血縁や養子、その他の関係性を含む）。

一緒に食事をして、一緒に過ごす人たち
食事を社交的なアクティビティとみなす人の61%は、家で帰属意識を頻繁に感じています（このデータに対する世界平均は54%）。さらに、楽しみも頻繁に体験しています（58% vs 51% 世界平均）。

4.2：つながりにはさまざまな形がある

つながるためのゲーム

趣味としてゲームをする人は、家での帰属意識が大切だと考える傾向が高く（73% vs 70% 世界平均）、帰属意識を頻繁に、またはときどき感じています（82% vs 81% 世界平均）。

ゲームの楽しさ

電子機器でゲームをする人の54%は、家がお気に入りの居場所だと答えています（vs 50% 世界平均）。

ひとり暮らしの喜び

1人世帯は、1人で過ごす時間をもっとも楽しんでいます。44% vs 33% 世界平均。

世帯人数別の内訳：

1人：44%、2人：33%、3人以上：30%。

4.3：コミュニティは重要

有益なサポート

コミュニティを支援する人の59%は、家で楽しさを頻繁に体験しています。このデータに対する世界平均は51%。

自分の（および他者の）アイデンティティを認める

コミュニティの中で自分のアイデンティティを表現できる場合に、住んでいる場所への帰属意識をより感じる人は、家での暮らしにより満足しています（68%）。価値観や意見を共有する人と一緒に時間を過ごすことによって帰属意識を感じる人も同様です（66%）。両方のデータに対する世界平均は61%。

近所の人と話をする間柄

年齢が上がるほど、近所の人とのつながりが増えます。それは、住んでいる場所に帰属意識を持つのに重要です。

「住んでいる場所に帰属意識を感じるのに役立つものは？」という質問に対する回答の年齢別内訳：
近所の人とおしゃべりをする：18-24歳16%、25-49歳 22%、50歳以上 35%。
必要なときは近所の人に助けを求められる：18-24歳 20%、25-49歳 24%、50歳以上 35%。

今のトレンド 4：新しいつながり方

GRWM (get ready with me) 趣味としてのオンラインエンターテイメント（例、ディベート、YouTube鑑賞など）
– 世代別の内訳：Z世代 43%、ミレニアル世代 39%、X世代 31%、ベビーブーマー世代 23%。

→ おわりに

変化の兆し – 参考文献

もし、自分たちの健康と同じくらい、ほかの生物の健康にも気を配ったら？

Tom Mustill『How to Speak Whale』（書籍）

「The New Zealand river that became a legal person」(bbc.com)

「What is living infrastructure?」(livinginfrastructure.org)

もし、よりよい祖先になるために未来を見据えるとしたら？

Roman Krznaric『The Good Ancestor』（書籍）

「Future Library art project」(futurelibrary.no)

「Acting today for a better tomorrow」(futuregeneration.wales)

「AI simulation gives people a glimpse of their potential future self」(news.mit.edu)

もし私たちの家が、柔軟な生活をより充実させることができたら？

「Asynchronous Work Report: What knowledge workers want and what’s working」(miro.com)

「International Migration Outlook 2024」(oecd.org)

もし、AIエージェントが、私たちが楽しんだり帰属意識を持ったりするのをサポートしてくれたら？

Rob Brooks『Artificial Intimacy』（書籍）

「WHO Commission on Social Connection」(who.int)

→ レポートに登場した家

このレポートの中に登場する人物について興味がありますか？彼らはどこで暮らし、どんな生活状況で、どんなことを家で楽しんでいるのでしょうか？今年のレポートで取り上げた人々をご紹介します。



DavidとNataliaは、スペインのバルセロナの中心部近くに、2人の幼い子どもたちとペットの犬と暮らしています。リフォーム済みのベッドルーム3つのアパートメントには、中古の家具と、いくつかの楽器があります。小さな子どもたちとの暮らしでは、親が自分の趣味を楽しむことが難しいときもありますが、共有する興味やリチュアルの温かみに喜びを見出しています。



Nikhilと家族は、インドのデリー郊外のグルグラム市に多世代の家を所有しています。1つ屋根の下で、妻、娘、両親、兄弟、義理の姉妹と暮らしています。大勢で一緒に住んでいることで、家の中が少し慌ただしいこともあるかもしれませんが、この家族には優れた組織的スキルがあるので、調和とプライバシーの貴重なひとときをいつでも楽しめます。



Estelleと家族は米国のニューヨーク市ブルックリンにあるベッドルーム2つの賃貸アパートメントに住んでいます。バーテンダーから起業家に転身したEstelleは、夫と2歳の娘と一緒に、創造的で混沌とした心地よい暮らしを楽しんでいます。夜働いて、自分のビジネスを運営しているため、ときどき生活が複雑になるものの、彼女は遊びや創造性あふれる家での素晴らしいひとときをつねに楽しむようにしています。



Ritaは、南デリーにベッドルーム2つのアパートメントを所有しています。教師でソーシャルメディア愛好家でもある彼女の家での暮らしは、夫、地元のコミュニティ、そして常に進化するインテリアデザインの解決策を中心に展開しています。Ritaは、より大きなリビングスペースを夢見ることがたまにあるものの、その気持ちは、賢いデザインと再利用の素材をベースにした次の模様替えのアイデアに意識が向かうと、すぐに払拭されます。



MiquelとDaraghもバルセロナに住んでいます。街の東側にある賃貸アパートメントで暮らしています。2人のティーンエイジャーの子どもたちがいて、音楽とダンスへの情熱を共有しているので、彼らの忙しい家では退屈な瞬間はまったくありません。たとえ人生が驚くほど速く進んでいるように感じ、4人全員が別々の方向に動いているとしても、それがかえて、心地よい金曜日のピザと映画の夜をより特別なものにしています。



Yajunはニューヨーク市マンハッタンにある50階以上の超高層マンションの5階のワンルームに1人で住んでいます。人々や車の絶え間ない慌ただしさや喧騒に囲まれながら、彼女は街の中心に自分だけの安らげる場所をつくりました。エリア分けされたすっきりとした穏やかなスペースです。お茶からヨガまで、心地よい気分になれるリチュアルを通して自分の中の自分とつながれる場所です。

Tack ありがとうございました！

Life at Home Reportチームは、大切なパートナー、コラボレーター、専門家の皆さまに、心からの感謝を申し上げます。今年のレポートの制作において一緒に仕事をしてできて幸運でした。文字通り、皆さまがいなければ、これを成し遂げることはできなかったでしょう！

パートナーおよびコラボレーター：

Crowd DNA
Edelman
Given Agency
YouGov

専門家パネル：

Alison Blunt
Kim Dabbs
Michelle Lam
Anne Murcott
Bhavin Taylor
Emma Worrollo

...そして、言うまでもなく、6つの取り上げた家に住む人々、インドやスペイン、米国で知り合った多くの調査参加者、さらに調査対象の39か国の数万人の回答者の皆さまへも心より感謝を申し上げます。



© Ingka Holding B.V. 2024
イケアのロゴとイケアのワードマークは、Inter IKEA Systems B.V.の登録商標です。