

報道関係各位

2021年10月12日
株式会社クロス・マーケティング

Z世代の部屋事情 「色の統一」「必要最低限」「シンプル」がキーワード 自分だけの空間づくりには、押しグッズ、小物、インテリアで工夫

－「Z世代の部屋のおしゃれ感」に関する写真回収調査（2021年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国15歳～25歳の男女を対象に【「Z世代の部屋のおしゃれ感」に関する写真回収調査】を実施しました。マーケティング担当者の中でも注目度があがってきているZ世代。実際に、Z世代の部屋のおしゃれ感は、どのようになっているのでしょうか。本調査では、「自分の部屋のインテリアやコーディネートのお気に入り状況」、「こだわり」等を聴取し、加えて、実際の部屋の写真を回収することで、その結果を分析しました。

※Z世代…物心付いた時からインターネットに慣れ親しんでいる世代。本調査では15歳～25歳を対象とした。

※この調査では、LINE株式会社が提供する「LINEリサーチ」を、オフィシャルパートナーのクロス・マーケティングが利用してアンケートを実施しております。

LINEリサーチについてはこちら……https://www.cross-m.co.jp/service/line_research/

■ 調査結果

✓ 自分の部屋のインテリアを気に入っている人は6割。こだわりポイントは“統一感”がトップ

今回の写真回収調査参加者のうち、自分の部屋のインテリアやコーディネート気に入っているかは、「かなり気に入っている」が9%、「まあ気に入っている」が51%と、「気に入っている」と回答した人は6割に達した。〈図1〉

自分の部屋のインテリアやコーディネートのこだわりポイントは、「インテリアの色をなるべく統一する」が33%でトップ。以下、「必要最低限のものしか置かない」(18%)、「色の主張が弱く、シンプルなインテリアを選ぶ」(17%)が僅差で続き、なるべく少ないアイテムでシンプルに、さりげなく自分好みにする傾向にあることがうかがえる。女性では、「部屋のテーマを決めて、それにあうようなインテリアを選ぶ」が2位にあり、男性よりも自分の部屋にテーマ性を持っていることがわかった。〈図2〉

✓ 部屋のおしゃれにも、“自分らしさ”を追求

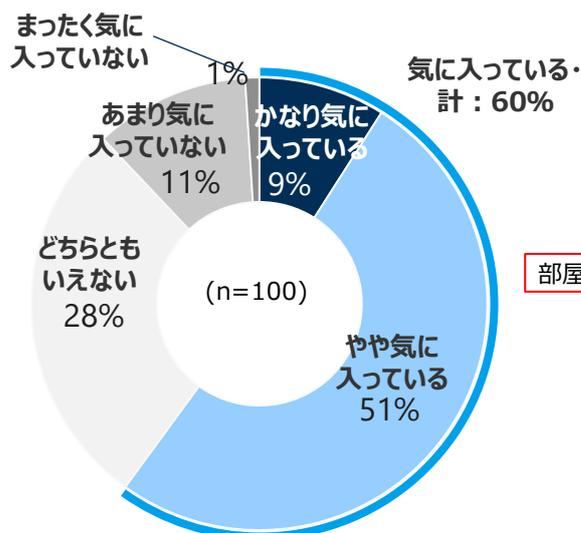
Z世代から「自分の部屋でインテリアやコーディネートがおしゃれだと思うものや場所の写真」を回収したところ、“おしゃれ感”の方向性は、「①押しグッズ」「②小物インテリア」「③空間をおしゃれにするインテリア」「④空間全体のデザイン」に大別できた。〈図3〉 写真の内容や説明からは、部屋の“おしゃれ”の中にも、自分らしさを表現しようとしている様子が見えてくる。〈図4〉

実際に写真を提出してもらうことで、どんなモノで装飾しているか、どのような色合いなのか、など、テキストデータだけでは拾いきれない、Z世代のリアルな部屋のおしゃれ感の実態を把握することができた。

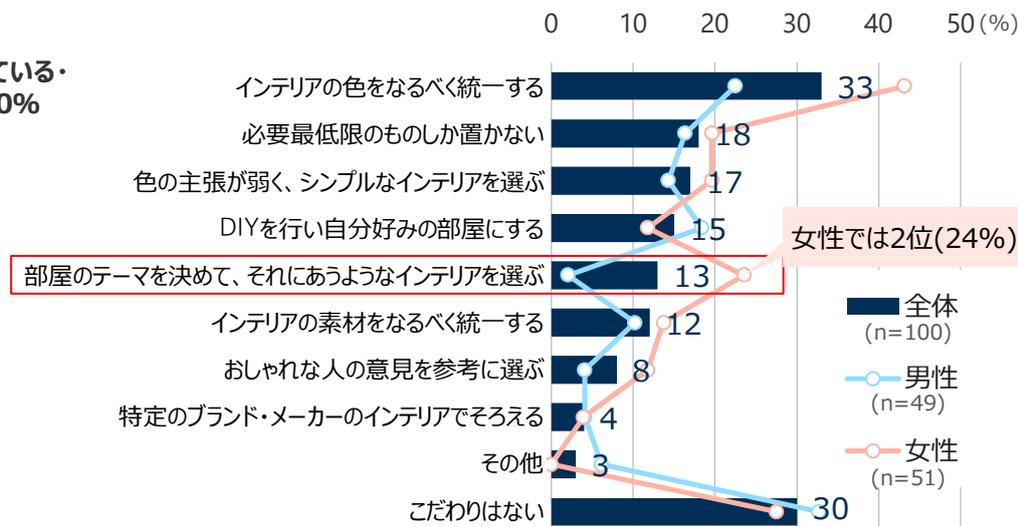
本調査結果の詳細は2021年10月27日開催のウェビナーにて、弊社リサーチャーが解説いたします。

◆参加申し込みはこちら……<https://www.cross-m.co.jp/news/seminar/20211027/>

＜図1＞ 部屋のお気に入り状況



＜図2＞ 部屋のこだわりポイント



<図3> 部屋のおしゃれの方向性マッピング



<図4> 部屋のこだわりポイント

① 推しのグッズを飾ることで、自分の好きな空間にしている。



推しメンのコーナーを作ったり、CDを歴代順に並べたりしたところ (男性/20歳/会社員)



スマートに楽器を置けている。(女性/23歳/専門学校生)

② 小物のインテリアを飾り、おしゃれなスペースを作っている。



嗅覚、味覚までオシャレになった感じがします。特に手回しコーヒーミルはクラシックな形でお気に入りです。(男性/22歳/大学生)



異国のものを並べている (女性/21歳/大学生)

③ 機能的な部屋の中にインテリアを飾ることで、空間をおしゃれにデザインしている。



壁に簡易的な棚を取り付け、植物や置物などを飾る (女性/23歳/大学生)

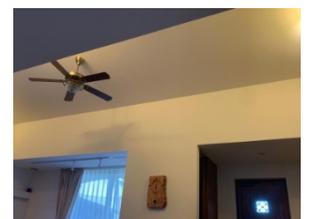


カーテンとの色が合うようにしたり、寝室も兼ねているので落ち着いた色にしている (男性/21歳/大学院生)

④ 統一感を持たせることを重要視し、空間全体をおしゃれにデザインしている。



ライトを使ってカフェや、BARにいたような感覚になるよう工夫した! (女性/23歳/会社員)



シーリングファンと時計の色味をブラウンで合わせているところ (女性/17歳/高校生)

■ 聴取項目

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 社会属性 | <input type="checkbox"/> 週1回以上アクセスするSNS |
| <input type="checkbox"/> 部屋のお気に入り度合い | <input type="checkbox"/> Instagram利用状況 |
| <input type="checkbox"/> 部屋のインテリアやコーディネートのごこだわり | <input type="checkbox"/> SDGs認知状況 |
| <input type="checkbox"/> 自分の部屋でおしゃれだと思うインテリアやコーディネートの写真 | <input type="checkbox"/> 環境のためにおこなっていること |

◆本レポートのダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20211012generationz/>

■ 調査概要

調査主体	: 株式会社クロス・マーケティング	調査期間	: 2021年8月20日（金）～8月24日（火）
調査手法	: LINEリサーチ プラットフォーム利用の調査	有効回答数	: 本調査100サンプル
調査地域	: 全国		【割付】男女が半数ずつになるように回収
調査対象	: 15～25歳の男女		※全体値は人口動態を反映しておりません。

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

■ 「LINEリサーチ 写真提出機能」とは

LINEアンケート設問内で写真を簡単にアップロードできる機能です。LINEアプリを使用するため、回答者は 写真の撮影、提出をスマートフォンで完結することができ、負荷をあまり感じることなくアンケートに参加できます。商品開発のためのアイデア収集や、使用実態を把握されたいときなどに活用頂けます。

LINEリサーチ 写真提出機能の特長

- ☞ スマホアンケートならではの回答のしやすさ
- ☞ 部屋/持ち物などの写真に加え、スマホ画面のスクショも送りやすい

◆詳細はこちらへ ⇒ https://www.cross-m.co.jp/service/line_research/pict_research/

■ ウェビナー開催概要

長引くコロナ禍で、訪問調査や観察調査などのリアルな調査の実施が難しい現在、LINEリサーチの写真提出機能を活用することで、リアルに近い実態を把握することができます。

今回は、Z世代に該当する全国の15～25歳のLINEリサーチモニターを対象に実施した調査をもとに、Z世代の部屋のおしゃれ感の潮流を読み解き、LINEリサーチの写真提出機能の活用方法についてリサーチャーが解説します。

LINEリサーチ活用ウェビナー

「LINEリサーチ 写真提出機能で読み解く、Z世代の部屋」

◆開催日時：2021年10月27日（水）14:00～15:00

◆参加申し込みURL：<https://www.cross-m.co.jp/news/seminar/20211027/>

■ 講演者プロフィール

堀 好伸

株式会社クロス・マーケティング
リサーチ・コンサルティング部 コンサルティングディレクター

生活者のインサイトを得るための共創コミュニティのデザイン・運営を主たる領域とする生活者と企業を結ぶファシリテーターとして活動。生活者からのインサイトを活用したアイディエーションを行い様々な企業の戦略マーケティング業務に携わる。「若者」や「シミュレーション消費」を主なテーマに社内外でセミナー講演の他、TV、新聞などメディアでも解説する。著書に「若者はなぜモノを買わないのか」（青春出版社）、最近のメディア出演「首都圏情報 ネットドリ！」（NNK総合）、「プロのプロセスアンケートの作り方」（Eテレ）

https://www.nhk.or.jp/school/sougou/active10_process/

竹内 ゆかり

株式会社クロス・マーケティング
リサーチ・コンサルティング部 リサーチコーディネーター

システム会社でのS I 営業を経て、2007年3月に入社。2008年よりリサーチャーとして、調査企画・設計～分析・レポートまでの一連業務に従事。産休・育休を経て、2020年7月より現職。お客様のビジネス課題と一緒に考え、お客様のビジネス視点とユーザー視点を両方踏まえたリサーチを実現することを得意とする。

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」