

# PRESS RELEASE

2026年2月20日

## 長谷エグループ『ブランシエラクラブ』公式サイト 生活者 6,000 人の暮らしの意識調査結果を公開 AI を活用したブロードリスニングで読み解く “自分らしい暮らし”

長谷エグループ（代表企業：株式会社長谷エコーポレーション、本社：東京都港区、代表取締役社長 熊野 聡）が運営する公式サイト、長谷エグループ『ブランシエラクラブ』において、約 6,000 人の生活者を対象とした「自分らしい暮らし」に関する意識調査の結果を公開しました。

本調査は、全国 48.3 万人の『ブランシエラクラブ』会員を対象に WEB アンケート形式で実施したもので、「あなたにとっての、よりよい“自分らしい暮らし”とは？」をテーマに、現代の暮らしに対する価値観やライフスタイルの傾向を捉えた内容となっています。

今回の調査では、従来の分析手法に加え、AI を活用したブロードリスニングツール「Talk to the City」<sup>(※)</sup> を用いて、回答内容を分類・要約し、さらに主要テーマに整理・可視化しました。生活者が「どのような工夫を通じて“自分らしさ”を実現しているのか」、また「実現できていない場合の障壁は何か」といった点について、多様性と共通点を俯瞰的かつ客観的に捉えることを目指しました。調査結果は、当社グループにおいて、生活者起点から新たな商品やサービスを検討する際の示唆として活用しており、マーケティングの重要な基盤となっています。

『ブランシエラクラブ』では現在、2026 年 2 月 10 日～同年 2 月 23 日まで、会員を対象にしたライフスタイルに関する「価値観調査」も実施中です。今後も AI 等の先進技術を活用したマーケティング活動を推進するとともに、調査結果を広く公開することで、企業・自治体・研究機関、そして生活者の皆さまと共創し、社会課題の解決や新たな価値創出に向けた取り組みを加速させていきます。

(※) ブロードリスニングとは、「ブロードキャスト（情報の一方的な発信）」の逆の概念であり、多くの人々の声を集約し、要約・可視化する手法。「Talk to the City」は、米国の NPO 法人「AI Objectives Institute」が提供する、膨大な意見やアンケート結果を AI で分析・レポート化できるオープンソース。

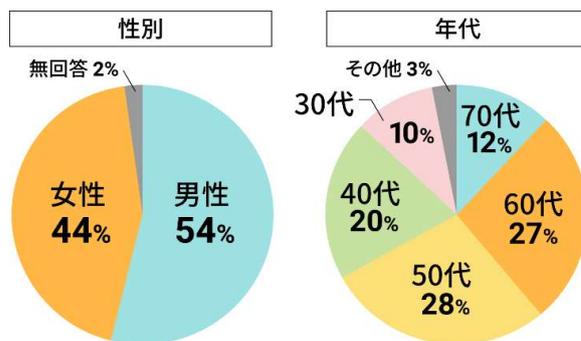
### 【ブロードリスニングによる回答結果の分析・可視化】



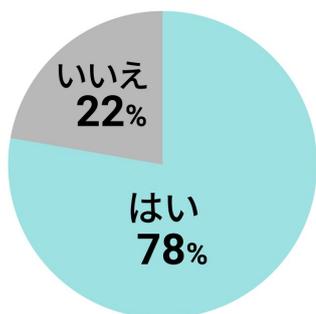
[左：自分らしく暮らすための工夫 (4,577 件) / 右：自分らしい暮らしができていない理由 (1,327 件)]

## 【調査概要と結果の抜粋】

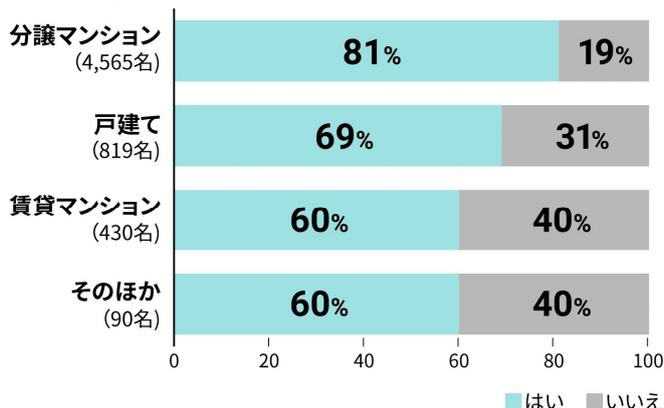
- 調査方法：WEB アンケート
- 調査期間：2024年10月2日～2024年10月15日
- 有効回答数：5,902件
- 回答者属性：右グラフ参照



### ■ 設問：自分らしい暮らしができていますか？



(居住形態別)



### ■ ライフステージ別の悩み

	男性	女性
30代	1位 理想と違う住環境 2位 家庭と仕事に追われて 3位 子供中心の暮らし	1位 子供中心の暮らし 2位 古さと狭さで整わない 3位 狭くて雑然とした家
40代	1位 理想と違う住環境 2位 家庭と仕事に追われて 3位 古さと狭さで整わない	1位 古さと狭さで整わない 2位 情性すぎる毎日 3位 狭くて雑然とした家
50代	1位 仕事に偏る日常 2位 情性すぎる毎日 3位 家庭と仕事に追われて	1位 狭くて雑然とした家 2位 古さと狭さで整わない 3位 仕事に偏る日常
60代	1位 情性すぎる毎日 2位 理想と違う住環境 3位 物価高の重圧	1位 狭くて雑然とした家 2位 介護に縛られる日々 3位 情性すぎる毎日
70代	1位 情性すぎる毎日 2位 理想と違う住環境 3位 体調不良が足かせに	1位 理想と違う住環境 2位 情性すぎる毎日 3位 介護に縛られる日々

#### 性別の傾向

- 「家庭と仕事に追われて」が男性のみランクイン。家事・育児と仕事の両立における家庭内の責任と役割の課題が浮き彫りになった
- 「古さと狭さで整わない」「狭くて雑然とした家」など、整理収納が不十分であったり、居住空間に圧迫感を感じていたりする不満が目立つ

#### 年代別の傾向

- 30代～40代：男女ともに、仕事・子育て・家庭の両立が大きなテーマ
- 50代：責任ある立場について仕事中心の生活になる人が増える
- 60代～70代：「介護」が女性のみ上位にランクイン。家族を支える役割を女性が担う傾向

### ■ 調査結果の詳細につきましては、以下の URL よりご覧いただけます。

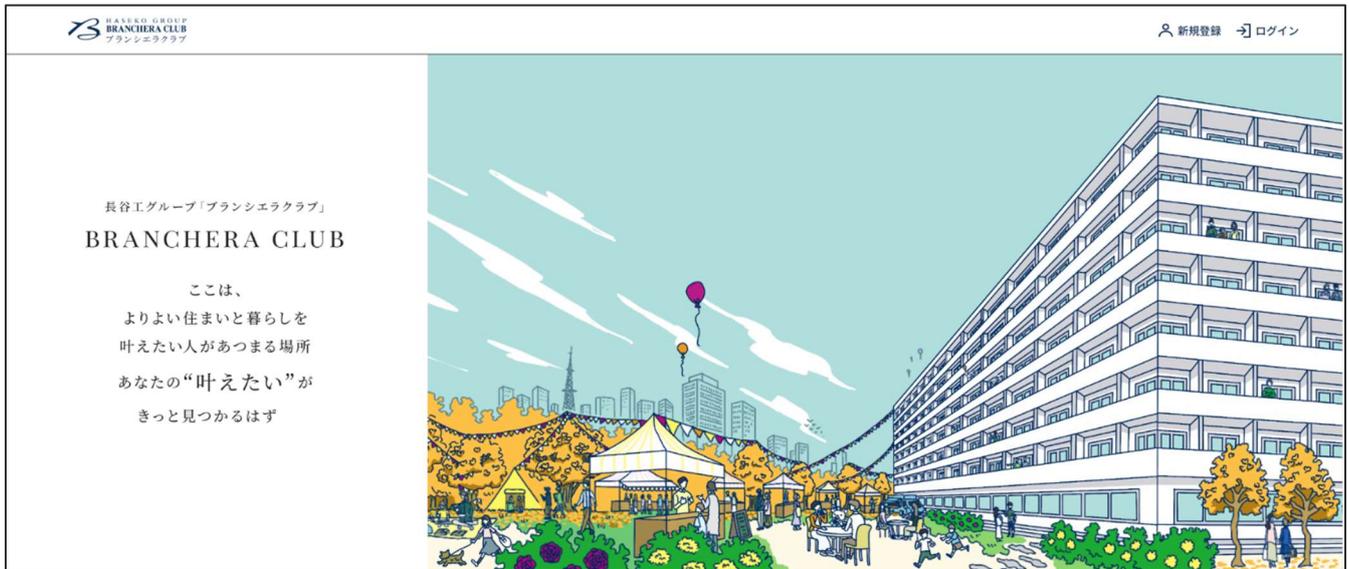
「暮らしの意識調査 前編」 [https://www.haseko.co.jp/branchera/enquete/report/report\\_0151.html](https://www.haseko.co.jp/branchera/enquete/report/report_0151.html)

「暮らしの意識調査 後編」 [https://www.haseko.co.jp/branchera/enquete/report/report\\_0159.html](https://www.haseko.co.jp/branchera/enquete/report/report_0159.html)

## 【長谷エグループ『ブランシエラクラブ』公式サイト】

マンションでの暮らしに寄り添う情報とサービスの提供を目的に、2014年より運用を開始した長谷エグループの会員サイトです。2025年4月に全面リニューアルを行い、暮らしの中で感じる小さな“困りごと”や“備えておきたいこと”にも応えられるようコンテンツと機能の充実を図りました。おかげさまで会員数<sup>(※)</sup>は順調に増加し、会員向けに定期的実施している暮らし関連のアンケート調査も、より充実したものへと進化しています。

(※) 会員数 48.3 万人 (2026 年 1 月時点)



URL : <https://www.haseko.co.jp/branchera/index.html>



# DX認定

長谷エコーポレーションは  
2024年12月1日付で、経済産業省が定める  
「DX認定事業者」の認定を取得しました。