

# 団塊ジュニア・ジュニアネクスト世代の住まいや暮らしに関するクラスター分析について

株式会社住環境研究所

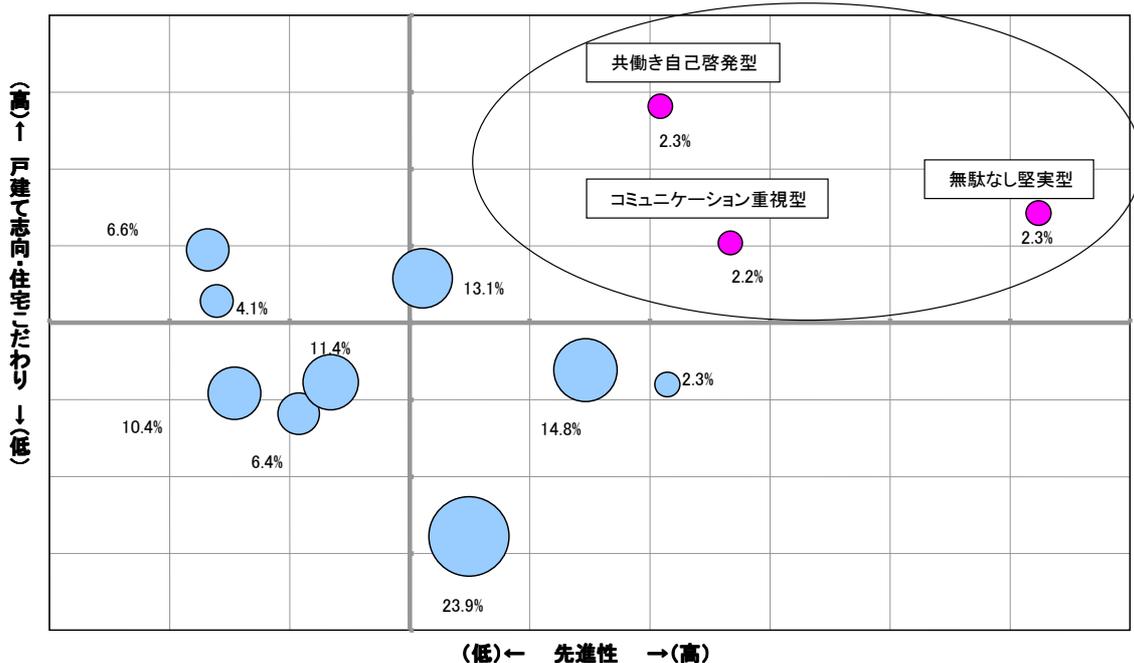
積水化学工業住宅カンパニー（プレジデント：東郷逸郎）の調査研究機関である株式会社住環境研究所（所長：白崎 明）は、このほど「団塊ジュニア世代」および「ジュニアネクスト世代」の暮らしや住まいに関する意識の実態および今後の意向を探るため「住まいや暮らしに関するアンケート」を実施しました。

戦後も60年を経過して、住宅の量が充足したこともあって、家づくりに対してのこだわりは年々強くなっていますが、団塊ジュニアといわれる層が30代に突入し、住宅建設の主役に踊り出ようとしています。住まいについてこれからの方向性を探るのを目的に、この世代を中心とした25～34歳層を対象に調査を行ったものです。

今回の調査では、生活意識、住まいに関する意識、こだわり、好むイメージ、および将来の住まい意向などから、クラスター分析を行い、住まいに関わる価値観によるグループ化をしました。分析に当たっては、新しい住宅の顧客像を見出すために、これまでの価値観を持つ大衆ではなく、これからの兆しとして現れつつある分衆を発見することに力点を置きました。その結果12のクラスターにグループ化することができ、そのうち3つのクラスター：「無駄なし堅実型」「共働き自己啓発型」「コミュニケーション重視型」に注目しました。この3つのクラスターは、コーポラティブやリノベーション、ルームシェアといった新しい住まいの“かたち”を受け入れる「先進性」が高く、さらに一戸建て志向と住まいへのこだわりが強いことから、これからの家づくり・住まいづくりのトレンドリーダーとして他の人達に影響を与える存在であるとみています。

## 1. クラスター分布について

団塊ジュニア・ジュニアネクスト世代クラスターマップ



## 2. 3つのクラスターの特徴について

### ①「無駄なし堅実型」

自己納得性が大事で、機能性・実用性を重視。「どっちが得か」を長期的な視点で考え、必要なものを自分で選ぶ。最小限の住まいで最大限の暮らしを求める。

### ②「共働き自己啓発型」

自己実現欲求が強く、仕事や家事や自分磨きにアクティブな暮らしぶり。家庭では家族の時間を大切にしながら、夫婦お互い自立した関係でいたいと思っている。「自分でやる」より効率よく設備やサービスを利用。家の中でも「個」の時間と「家族」の時間をバランスよく大事にしていきたい。

### ③「コミュニケーション重視型」

何事でもプロセスを楽しみたい、だからプロセスを共有できる人との接点、交流が大事。住まいを活動の場として捉え、家族や友人との交流の場、仕事の間、さらに徐々に手を加えて自分色に住まいを育てる場であるとも考える。

## 参 考

### ■アンケート調査の概要

調査の目的：若年層の暮らしや住まいに関する意識の実態および今後の意向調査

対 象：首都圏、近畿圏の25～34歳の男630名 女630名

調査方法：インターネットによる調査

調査時期：2005年12月

分析方法：コレスポネンズ分析、クラスター分析

### ■アンケート結果の概略

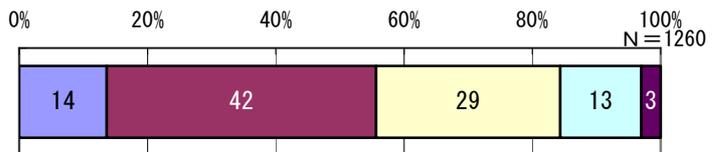
#### ◎住宅に対する意識

「団塊ジュニア世代」および「ジュニアネクスト世代」の住宅意識を浮き彫りにするために次の6項目について聞きました。家づくり、住まいづくりに対してはこだわりがあり、なるべく自分で関わりたいという傾向が強く出ています。

■左よりの意見 ■← □どちらでもない □→ ■右よりの意見

#### ①住まいについてのこだわり度

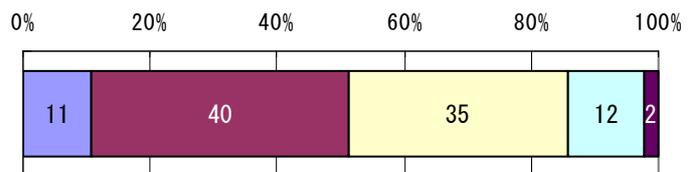
家づくりや住まいに対してのこだわり度は、「こだわる」56%、「どちらでもない」29%、「こだわらない」16%と、こだわっているのが圧倒的に多くなっており、「強くこだわる」が14%ある点が注目できます。



家づくりや住まいに対してのこだわりがつよい/家づくりや住まいにあまりこだわりはない

#### ②お金をかけるのは住宅それとも趣味や遊び？

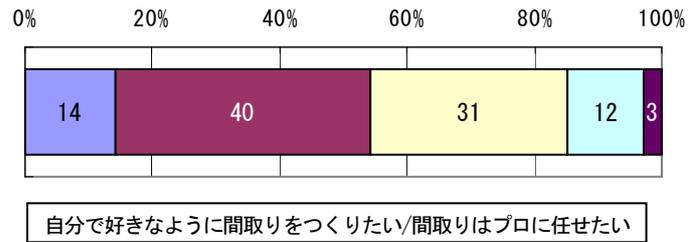
ライフスタイルの多様化、価値観の多様化が進んでいます。住宅やリフォームのライバルは海外旅行とか自動車といわれることもあります。住まいづくりにお金をかけるのか、それとも趣味や遊びにお金をかけるのか、注目される所ですが、今回の調査では快適な住まいづくりに「積極的にお金をかける」が11%、「お金をかける」が40%で、合わせて51%が住宅に投資するとしており、「趣味や遊びにかける」の14%を大きく上回っています。



住まいは生活の基本。快適な住まいづくりにお金をかけたい/住まいよりも趣味や遊びにお金をかけたい

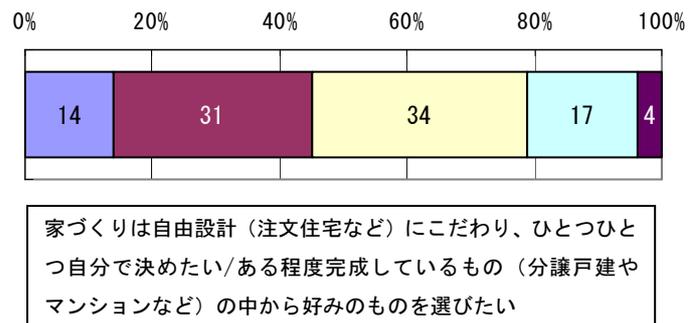
### ③間取りの自由度

住まいへのこだわりが強くなっているところから、自分で好きなように間取りをつくりたいというニーズにつながっているようです。「自分で好きなように間取りをつくりたい」と強く要望するのは14%、「好きなようにつくりたい」40%。「間取りはプロに任せたい」15%を大きく上回っています。



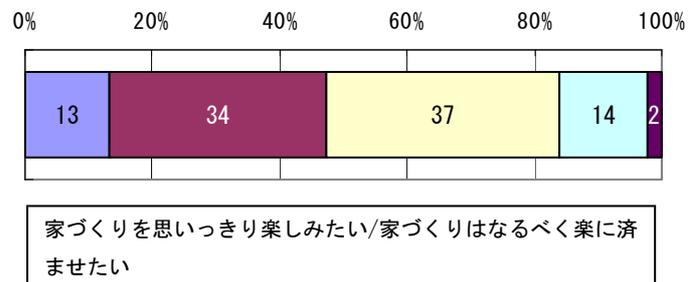
### ④注文住宅かマンションか

注文住宅か分譲住宅か、最近は分譲住宅のほうに軍配が上がりそうなほど分譲住宅のシェアがアップしていますが、「家づくりはなんといっても自由設計、注文住宅に強くこだわる」が14%、「こだわる」31%。「建売住宅やマンションの中から好みのものを選びたい」は21%で、注文住宅志向が上回っています。



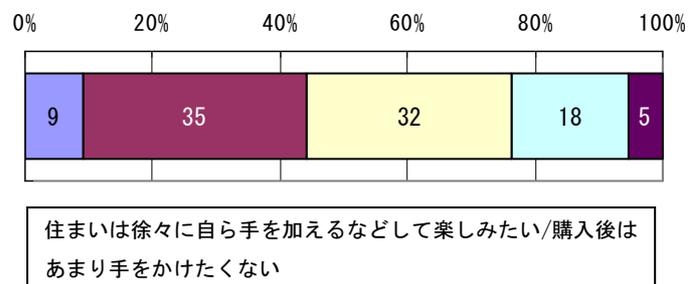
### ⑤家づくりを楽しみたいのか楽に済ませたいのか

自分の家が出来上がっていくのは楽しいものですが、その過程を「思っきり楽しみたい」というのは13%、「楽しみたい」34%で合わせて47%が家づくりを楽しみたい派。逆に「家づくりは楽に済ませたい」は16%で、家づくりでは、楽をするより楽しみたいと思っている人が多いようです。



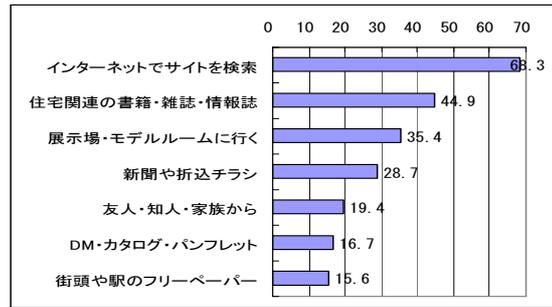
### ⑥購入後も家づくりを楽しむか手をかけたくないか

アメリカやヨーロッパでは住宅購入後も自らDIYで手直しして資産価値向上に努め、またそれ自体を楽しんでいるといわれます。それに対して日本ではそういう意識はまだまだ低いといわれています。そんな中で、「住まいは徐々に自ら手を加えるなどして楽しみたい」が44%で、「購入後はあまり手をかけたくない」の23%を大きく上回っていることは、これからの住まいを考える上で注目できることです。



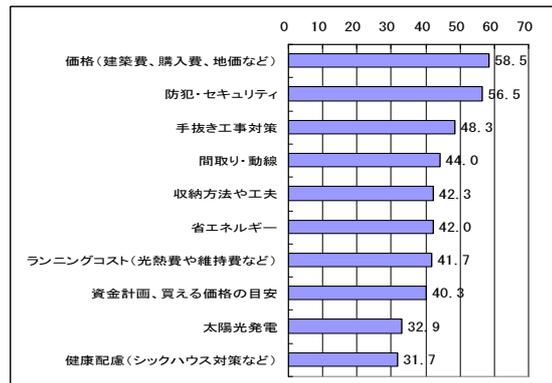
### ◎住まいに関する情報入手

「団塊ジュニア世代」および「ジュニアネクスト世代」の住まいに関する情報入手の第1位はインターネットでサイトを検索が68.3%で第1位。第2位が住宅情報誌44.9%、第3位展示場・モデルルームに行く35.4%がベスト3。「団塊ジュニア世代」および「ジュニアネクスト世代」の情報入手は住宅もネットが第1位となっています。



### ◎特に関心のある住まいに関する情報

選択肢全30項目の中で第1位は価格の58.5%、2位防犯・セキュリティ56.5%、第3位手抜き工事対策48.3%となっていますが、上位10の中に省エネ、ランニングコスト、太陽光発電など環境につながるものが顔を見せています。これも時代の流れといえます。



この件に関するお問い合わせは下記までお願いします。  
株式会社住環境研究所 市場調査研究室 内山 TEL. 03-3256-7571  
〒101-0041 千代田区神田須田町1-1 三井あさひビル