次世代の活力ある上質な暮らしのために
JKK住環境研究所
EnviroLife Research Institute, Inc.
ミニニュースレター

お問い合わせ先:担当 遠藤
TEL.03-3256-7571
受付時間 平日(月～金)
午前10時～12時、午後1時～5時
休業日　土日祝日、夏季および年末年始休み
〒101-0041　東京都千代田区神田須田町1-1
(神田須田町スクエアビル8F)

2017.2 Vol.11

〈特 集〉 SPECIAL NUMBER 20才代の住まいへの意識 「自分らしく」、「家族を大切に」をより重視

住環境研究所では、少子高齢化など我が国の構造が激しく変化する状況を受け、生活者の暮らしや意識の変化を敏感にとらえ、活力ある上質な住まいと住環境について研究と情報発信を行っています。今回は、次の10年における住まいづくりの主要層となる20才代の方々が持つ住まいに関する意識について調査しました。

その結果、20才代（25～29才）は全てを自分たちで選択する「オーダーメイド」より、

・ある程度の選択肢の中から自分たちで決める「セミオーダーメイド」により魅力を感じる
・こだわりの部分にお金をかけるメリハリのある住まいづくりを重視する
・かつての同世代より「子ども・家族を中心とした暮らし」を大切にする

といった姿が見えてきました。

■戸建て建築・購入者の年齢分布 推移／住宅土地統計調査よりJKK作成※

※各調査年で「過去5年以内に建築された住宅」のうち「一戸建・長屋建て」の「新築（建替えを除く）」「建替え」「新築の住宅を購入」の合計

今後、世帯数の減少から戸建て住宅の需要は次第に縮小すると予想され、特に「子育て期家族」の世帯は大きく減少すると考えられます。現在、その中心となっているのは30才以上ですが、20才代が子育て家族期を迎えるにあたり、どのような住まいや暮らしのニーズがあるのかを調べたのが今回の調査です。

20才代は「ゆとり世代」などと言われる一方で、厳しい就業・所得環境などの影響から他の世代に比べ堅実で、現実的な意識を持っていると言われます。ある程度の自由度と信頼性（耐震性や耐久性など）があることに加え、家族との時間を大切にでき、優れた可変性により、彼ららしく暮らせる商品づくりや暮らしの提案が、今後、住宅事業者にさらに強く求められそうです。

〈次期主要顧客層の家づくり特性調査概要〉

調査目的	2020～2025年に主要顧客となる「25～29才」は、現在の主要顧客「30～44才」とどのように異なるかを把握。						
調査対象	25～29才（3年以内に戸建て住宅取得意志あり） および30～44才（2011年以降に新築戸建て住宅取得済み）の住宅所有者またはその配偶者						
調査エリア	全国	調査方法	インターネット調査	調査時期	2016年2月	有効回答	1,020件

1 「手間を掛けずに好きなデザイン」を実現したい

オーダーメイド（建物の形状＜家の外枠など＞だけを最初に決めて、部屋や設備の配置・大きさ・種類などを一から自分たちで考える）と、セミオーダーメイド（建物の形状＜家の外枠など＞だけを最初に決めて、部屋や設備の配置・大きさ・種類などを複数の選択肢の中から自由に組み合わせる）への意識についても調べました。20才代ではオーダーメイドへ魅力を感じている層が71%（30才代以上71%）、セミオーダーメイドへ魅力を感じているのは79%（同70%）となっていました。いずれの層も手間を掛けずに好きなデザインを実現したいという意識が強いわけですが、20才代の方がより強いといえます。

2 住まいの可変性については「つくり足す」より「変更の容易性」を重視

可変性についての評価も調査。まず、【A】「家族に合わせて間取りや設備を変更しやすい可変性のある住まいにしたい」、【B】「購入・建築時にベストな住まいであれば可変性は特に意識しない」、の二つの区分で聞いたところ、20才代は【A】に近いが59%となり、30才代以上（50%）を上回り、可変性により積極的な意識を持っていることが分かりました。

また【A】「必要に応じて部屋数や設備を増減するなど家族と共に成長する住まいにしたい」、【B】今は使わなくても将来必要になりそうな部屋や設備は最初に全てそろえたい」、という区分では、魅力を感じていない（あまり魅力がない、全く魅力がないの合計）層が20才代で37%、30才代以上で30%となっていました。

これにより、20才代は30才以上に比べて可変性の「変更の容易性」への意識が高い一方、「作り足す」というニーズは低めであることが分かりました。

3 こだわり方は全方位的ではなくスポット的

住まいへのこだわりを明らかにするため、お金にかけ方についても調査。【A】「お金はかかってもできるだけ良い家にしたい」、【B】「できるだけお金をかけずにすませたい」、という二つの区分で聞いたところ、【B】に近い（ほとんどBの意見、Bに近いの合計）が20才代で37%、30才以上では27%となっていました。

バランス感覚について明らかにするため、【A】「ムラなく全体的にほど良い家にしたい」、【B】「メリハリをつけて、こだわるところはこだわりたい」の区分でも聞きました。その結果、これも【B】に近いが20才代で52%、30才以上で49%となっていました。これらにより、20才代は30才以上に比べて、できるだけお金をかけずメリハリをつけて家づくりをしたい、という意識が強いことがうかがえます。

4 「子供」「家族いっしょ」をより重視

「住まいのコンセプト」についての魅力についても調べました。全ての項目で20才代が30才以上を上回っていましたが、その中で20才代では「家族といっしょに過ごす家」が7.4ポイント（30才以上では6.3ポイント）、などとなっていました。

加えて「家族に関する意識」について、2000年調査との比較を行いました。【A】「家庭では、子ども中心の生活をしたい」【B】「家庭では、大人と子どもをはっきり分けた生活をしたい」の区分で聞いたものですが、現在の30才代以下は2000年当時の30才代以下（現在の30才以上）より、「子ども・家族」重視している様子が分かりました。また、今回の調査における現在の20才代も現在の30才以上の世代の比較でも同様の結果となりました。

≪研究員のコメント≫

今回の調査結果から今後の住宅需要層（現在の20才代）の住意識ポイントは、（1）手間をかけずに自分達らしい住まいをつくりたい、（2）全方位ではなくスポットでこだわりたい、（3）「子供」「家族いっしょ」は今まで以上に重要、の3点です。共働きの標準化などにより、家づくりに割ける時間は限られる一方で家族時間がより貴重になっていると考えられます。そんな中、自分達らしい住まいを実現するために、「セミオーダーメイド（複数の選択肢の中から自由に組合せる）」の家づくりが求められているようです。（担当：遠藤）