

◆**新築分譲マンション・一戸建て商品ニーズ調査（2021年）**◆
ニューノーマルとして定着していきそうなのは、「ワークスペース」ではなく、
「換気」「遮音性」「省エネ性」「通信環境」などの住まいの快適性能！？

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）の住まい領域の調査研究機関であるSUUMOリサーチセンターは、すべての人の自分らしい人生を応援するため「住まいの価値」を提言・実証する研究を進めております。このたび、新築分譲マンション、新築一戸建て検討者を対象に、コロナ禍中の住宅に求めることの変化をテーマとして調査を行いました。2021年の調査結果の一部を抜粋してご報告申し上げます。

— **新築分譲マンション、新築一戸建てともに、「通信環境」「換気」「遮音性」「省エネ」などの基本性能・快適性に関する設備・仕様が今後定着していくと予想される。（→P4、P5）**

- 「通風・換気性能に優れた住宅であること」「通信環境が充実していること」「遮音性に優れた住宅であること」「省エネ性（冷暖房効率）に優れた住宅であること」などの『基本性能・快適性』関連項目は、今回のコロナ禍でその必要度が増し、コロナ禍が収束した後も必要度の水準が高い（持続度が高い）項目である。
- 「窓を開けずに換気ができるウイルス除菌システム」などの『除菌・非接触』関連項目の多くは、今回のコロナ禍でその必要度が増したが、コロナ禍が収束した後の必要度の水準は平均以下の比率にとどまっている。（持続度は相対的に低い）

— **ZEH（Net Zero Energy House）の認知率（「名称認知・計」）は4割程度。（→P12）**

- ZEHの「内容認知・計」（「言葉も内容も知っていて、関心がある」+「言葉も内容も知っているが、関心はない」）は2割強。

— **ワークスペースより収納の「多少費用が上がっても欲しい」の比率が高い（新築分譲マンション）（→P13）**

- 提示したワークスペースの各プランについて「多少費用が上がっても欲しい」という比率はすべて5%前後にとどまるのに対して、収納では「多少費用が上がっても欲しい」の比率が1割を超えるプランが2つあり、ワークスペースよりも収納への要望が高いことがわかる。

新築分譲マンション、新築一戸建て検討者ともに、「通風・換気性能に優れた住宅であること」「通信環境が充実していること」「遮音性に優れた住宅であること」「省エネ性（冷暖房効率）に優れた住宅であること」などの項目が、今回のコロナ禍でその必要度が増し、今後も必要だと思う設備の比率が高いという結果になりました。

一方、コロナ禍の初期に注目された「家族それぞれが仕事や趣味に集中できるスペースがあること」や、「感染症対策が取られた設備があること」に代表される『スペース』『除菌・非接触』項目は、コロナ禍で必要度は上がったものの、コロナ禍が収束した場合にも必要とする比率は1~2割程度にとどまりました。

これらの結果から、住まいに関する根幹となる『基本性能・快適性』項目が、アフターコロナの時代にも一定定着してくると予想されます。

また、上記の『基本性能・快適性』項目の1つでもある「省エネ性」について、現状のどの程度ZEHが認知されているのかについても調査しました。

結果としては 名称認知は約4割、内容認知は約2割というものですが、ZEH導入が先行している注文住宅検討者の名称認知率が半数強と考えると、新築分譲マンション、新築一戸建て検討者においても認知が進んでいるのではないのでしょうか。

今後、政府が省エネ推進に向けて住宅の省エネ基準の適合義務化の検討を進めているなかで、消費者の関心は、ますます高まると思われます。



SUUMOリサーチセンター長兼
SUUMO編集長 池本洋一

調査概要

■調査目的 19都道府県の緊急事態宣言及び8県のまん延防止等重点措置のすべてが解除された2021年10月1日直前の時期の、住宅取得や住まいに関する意識、ニーズの把握。

■調査方法 インターネットリサーチ（株式会社クロス・マーケティングのパネルモニター利用）

■調査時期 2021年9月13日（月）～9月21日（火）

■調査地域 一都三県、関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県）、東海圏（愛知県、岐阜県、三重県）、札幌市、仙台市、広島市、福岡市

※本レポートでは、札幌市、仙台市、広島市、福岡市を「地方都市」と称する。

■調査対象 上記地域に居住する株式会社クロス・マーケティング保有モニターの男女個人。実査時点での新築分譲マンション検討者と新築一戸建て検討者、合計2100サンプル。

※おおよその人口構成比に近くなるよう、一都三県：1100サンプル、関西圏：500サンプル、東海圏：300サンプル、地方都市：200サンプルを回収割付の条件とした。

※結果として下表の属性をもつサンプルを回収した。

※いずれも本人または家族が広告代理店・市場調査関連の人、および職業が「学生」を除外。

■スクリーニング調査対象数 280810サンプル（スクリーニング調査での総回収数27454）

※なお小数第2位を四捨五入しているため、内訳と合計が一致しない場合がある。（以下同）

■調査会社 株式会社ディ・プラス

(人)

	サンプル数	男性	女性
合計	2100	1358	742
●一都三県	1100	727	373
●関西圏	500	321	179
●東海圏	300	194	106
●地方都市・計	200	116	84

(人)

	サンプル数	20代	30代	40代	50代	60代
合計	2100	108	316	591	710	375
●一都三県	1100	53	147	306	395	199
●関西圏	500	26	74	137	160	103
●東海圏	300	16	49	92	101	42
●地方都市・計	200	13	46	56	54	31

(人)

	サンプル数	新築分譲マンション検討者	新築分譲一戸建て検討者
合計	2100	1275	1182
●一都三県	1100	705	609
●関西圏	500	297	286
●東海圏	300	134	202
●地方都市・計	200	139	85

※上記の各検討者は重複があるため、それらの回答者数の合計と全体の回答者数は一致しない。

1. 住宅に求めるもの 住宅・住宅設備の必要性【永続度】×【変化】（新築分譲マンション）

● 新築分譲マンションにおける「通風・換気性能に優れた住宅であること」「通信環境が充実していること」「遮音性に優れた住宅であること」「省エネ性（冷暖房効率）に優れた住宅であること」などの『基本性能・快適性』関連項目は、今回のコロナ禍でその必要度が増し、コロナ禍が収束した後も必要度の水準自体も高い（永続度が相対的に高い）項目群である。（→下図：右上の象限）

● 「窓を開けずに換気ができるウイルス除菌システム」などの『除菌・非接触』関連項目の多くは、今回のコロナ禍でその必要度が増したが、コロナ禍が収束した後の必要度の水準はそれほど高くない（永続度が相対的に低い）象限にある。（→下図：左上の象限）

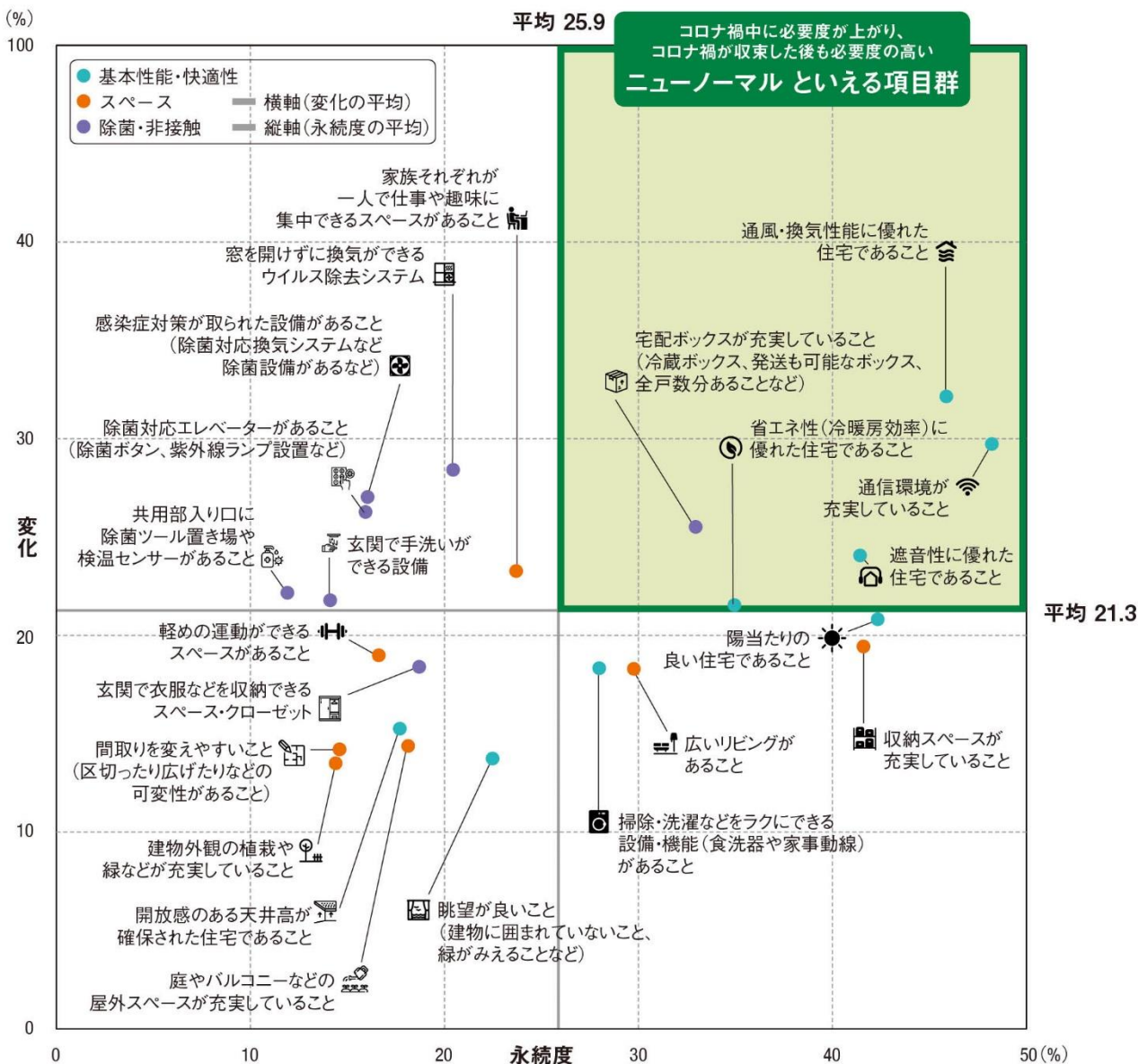
▽ 「家族それぞれが一人で仕事や趣味に集中できるスペースがあること」も、この象限に位置する。

■ 【新築分譲マンション】住宅設備の永続度×その変化

（新築分譲マンション検討者／各単一回答） ※永続度については「必要な住宅・住宅設備がある者」

※変化：コロナ禍を経験したことで「必要だと思うようになった」と回答した比率

※永続度：コロナ禍が収束した後も「必要だと思う」と回答した比率



1. 住宅に求めるもの 住宅・住宅設備の必要性【永続度】×【変化】（新築一戸建て）

●新築一戸建てにおける「通風・換気性能に優れた住宅であること」「通信環境が充実していること」「遮音性に優れた住宅であること」「省エネ性（冷暖房効率）」「陽当たりの良い住宅であること」の『基本性能・快適性』関連項目や、「収納スペースが充実していること」などの『スペース』関連項目が、今回のコロナ禍でその必要度が増し、コロナ禍が収束した後も必要度の水準自体も高い（永続度が相対的に高い）項目群である。（→下図：右上の象限）

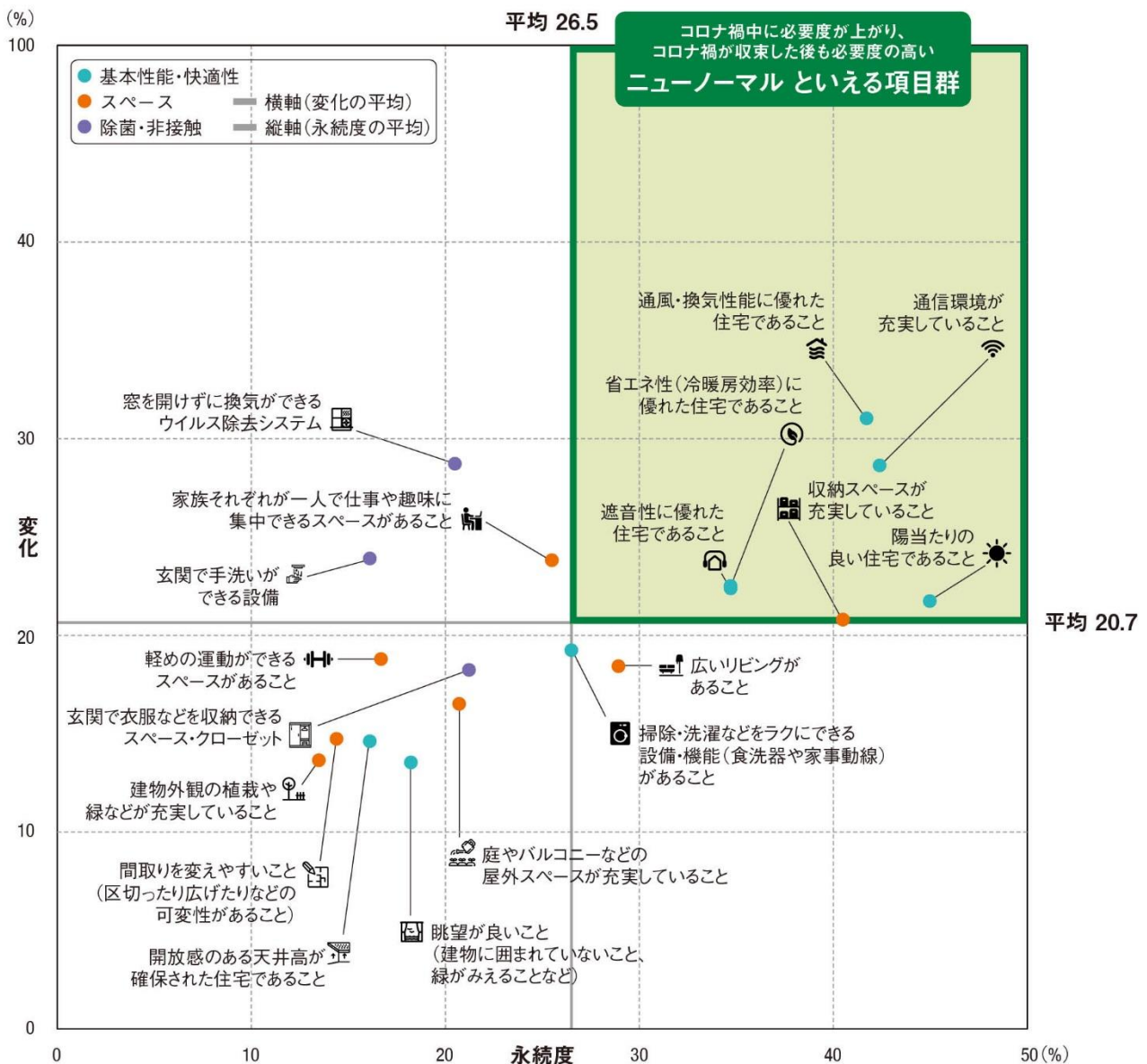
●「窓を開けずに換気ができるウイルス除菌システム」「玄関で手洗いができる設備」は、今回のコロナ禍でその必要度が増したが、永続度の水準自体は平均以下の比率である。（→下図：左上の象限）

■【新築分譲一戸建て】住宅設備の永続度×その変化

（新築分譲一戸建て検討者／各単一回答） ※永続度については「必要な住宅・住宅設備がある者」

※変化：コロナ禍を経験したことで「必要だと思うようになった」と回答した比率

※永続度：コロナ禍が収束した後も「必要だと思う」と回答した比率



1. 住宅に求めるもの 住宅・住宅設備の必要性の変化について

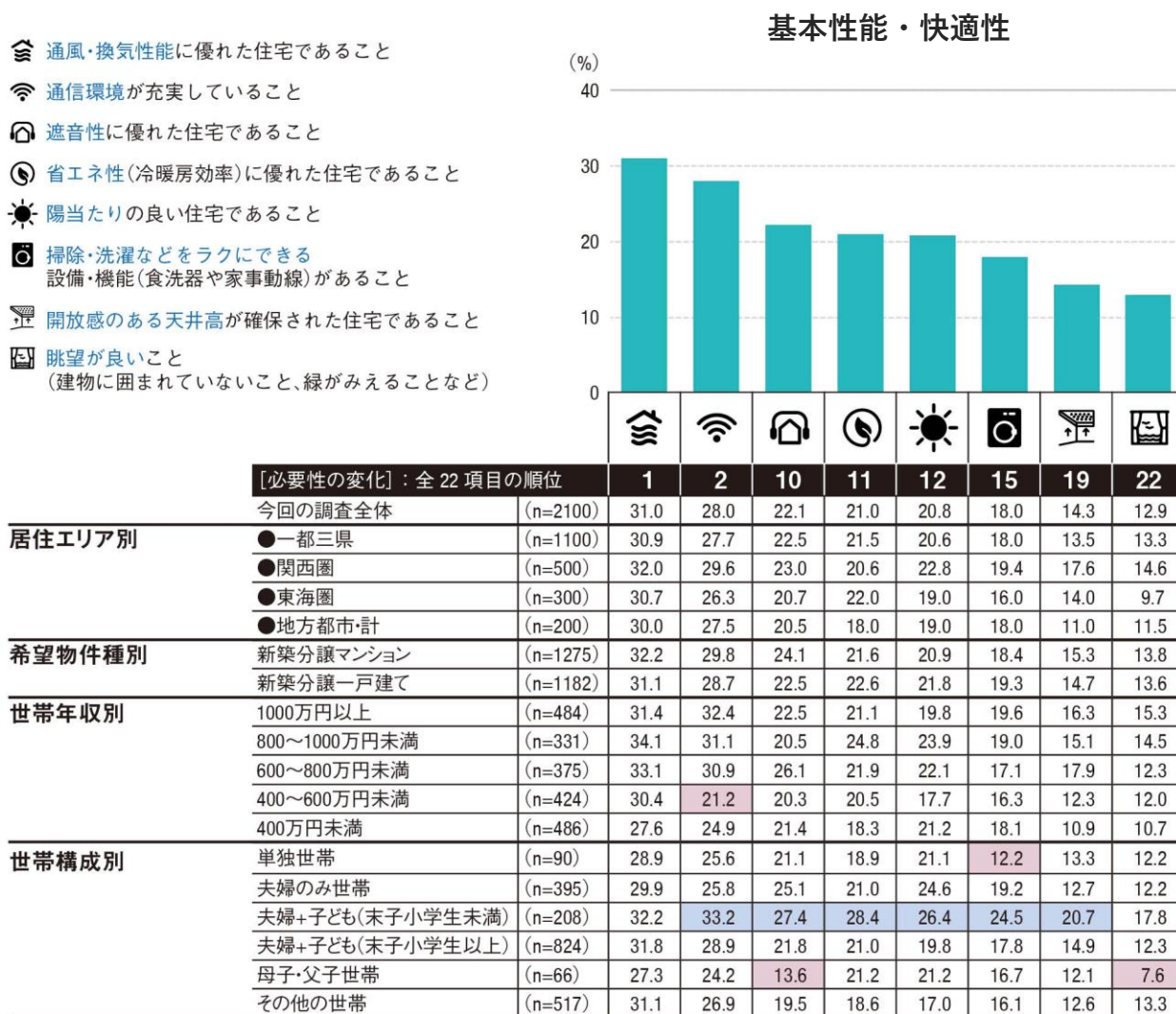
■コロナ禍を経験したことで「必要だと思うようになった」比率が高いのは、『基本性能・快適性』関連項目の「通風・換気性能に優れた住宅であること」「通信環境が充実していること」や、『除菌・非接触』関連項目群（「窓を開けずに換気ができるウイルス除去システム」「感染症対策が取られた設備があること」「除菌対応エレベーターがあること」など）である。

▽世帯構成別にみると、どの項目も「夫婦+子ども（末子小学生未満）」層の比率が高いことがわかる。特に『基本性能・快適性』関連項目と『除菌・非接触』関連項目の比率が相対的に高い。

■ 住宅・住宅設備（基本性能・快適性）の必要性／変化（全体／各単一回答）

Q:コロナ禍で緊急事態宣言等を経験し、「住宅・住宅設備」の必要性はコロナ以前から変わりましたか。

※変化：コロナ禍を経験したことで「必要だと思うようになった」と回答した比率

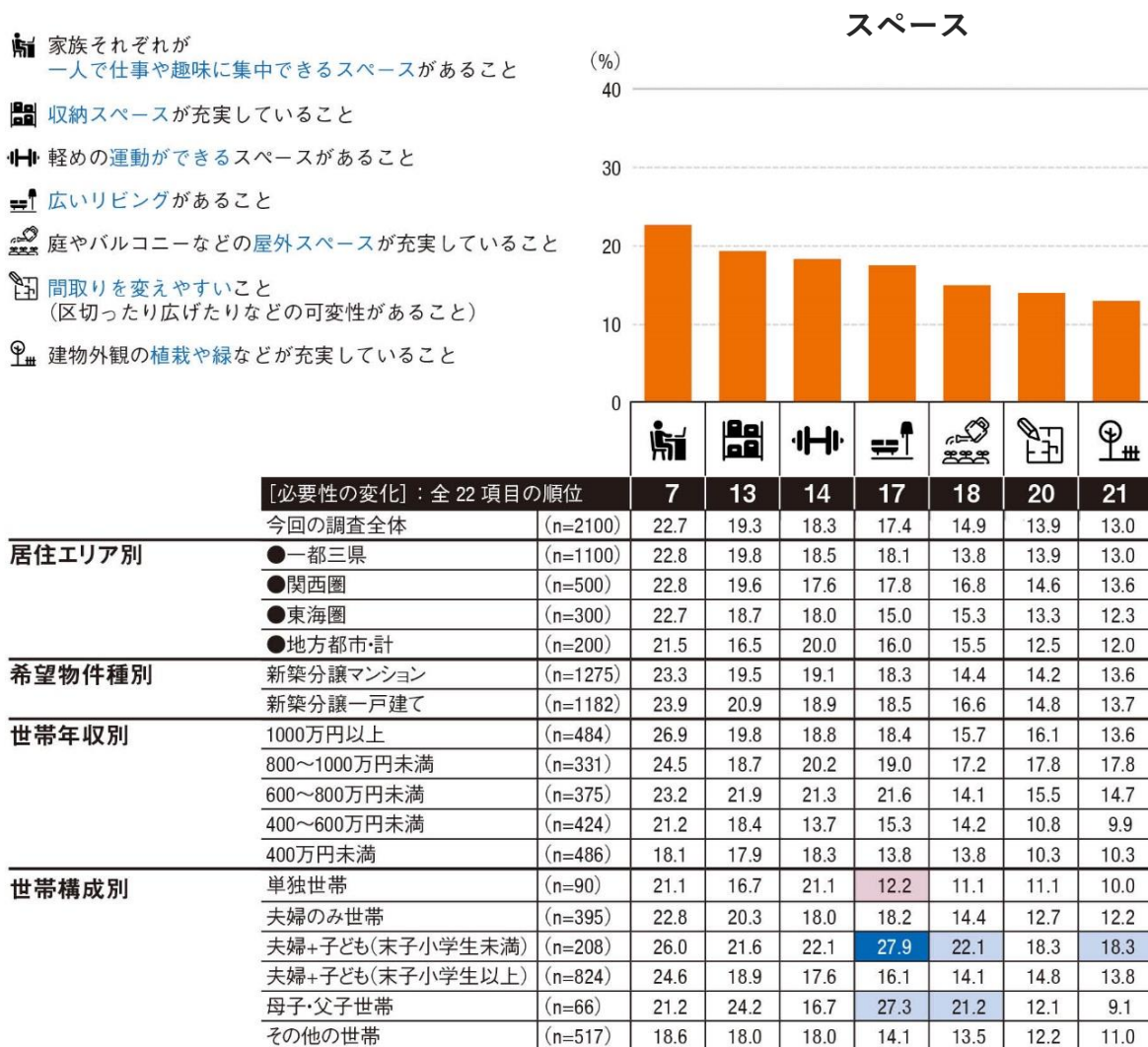


※今回調査全体値より 10pt 以上高い数値■ / 5pt 以上高い数値■ / 5pt 以上低い数値■ / 10pt 以上低い数値■ で網掛け

■ 住宅・住宅設備（スペース）の必要性／変化（全体／各単一回答）

Q: コロナ禍で緊急事態宣言等を経験し、「住宅・住宅設備」の必要性はコロナ以前から変わりましたか。

※必要性の変化：コロナ禍を経験したことで「必要だと思うようになった」と回答した比率



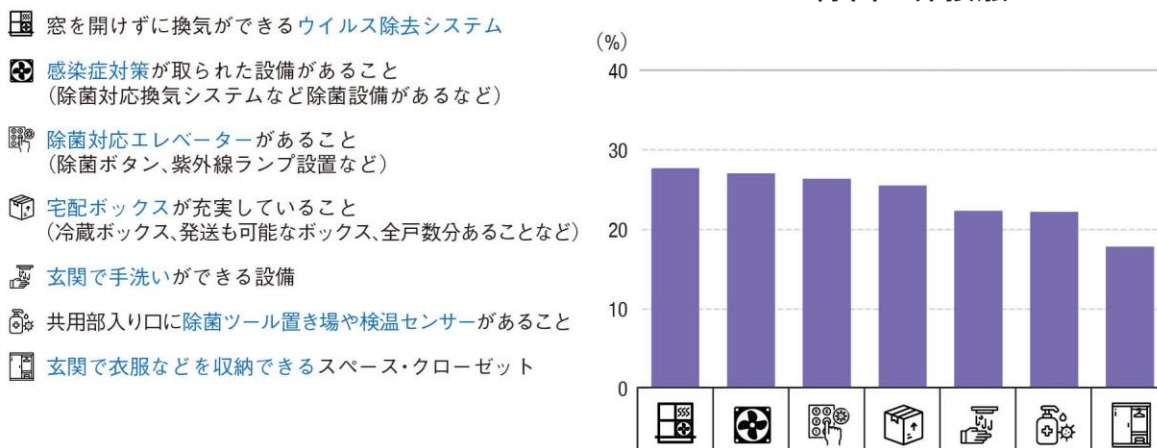
※今回調査全体値より 10pt 以上高い数値■ / 5pt 以上高い数値■ / 5pt 以上低い数値■ / 10pt 以上低い数値■ で網掛け

■ 住宅・住宅設備（除菌・非接触）の必要性／変化（全体／各単一回答）

Q: コロナ禍で緊急事態宣言等を経験し、「住宅・住宅設備」の必要性はコロナ以前から変わりましたか。

※必要性の変化：コロナ禍を経験したことで「必要だと思うようになった」と回答した比率

除菌・非接触



[必要性の変化]：全 22 項目の順位		3	4	5	6	8	9	16
今回の調査全体	(n=2100)	27.7	27.1	26.4	25.5	22.4	22.2	17.8
居住エリア別								
●一都三県	(n=1100)	27.5	27.4	26.1	26.4	22.4	22.7	19.1
●関西圏	(n=500)	28.4	26.9	30.3	21.9	22.2	23.9	18.2
●東海圏	(n=300)	27.0	23.9	19.4	25.4	24.3	19.4	15.7
●地方都市・計	(n=200)	28.0	29.5	26.6	28.8	20.0	18.7	13.0
希望物件種別								
新築分譲マンション	(n=1275)	28.5	27.1	26.4	25.5	21.8	22.2	18.4
新築分譲一戸建て	(n=1182)	28.8	*	*	*	24.0	*	18.4
世帯年収別								
1000万円以上	(n=484)	27.7	27.4	26.2	27.7	24.2	23.8	20.7
800～1000万円未満	(n=331)	31.7	33.3	31.9	29.6	23.9	22.5	16.6
600～800万円未満	(n=375)	30.4	25.5	25.9	23.1	22.7	23.1	15.7
400～600万円未満	(n=424)	25.0	23.5	24.7	21.1	20.8	20.3	17.0
400万円未満	(n=486)	25.1	26.6	24.3	25.5	20.8	21.0	18.1
世帯構成別								
単独世帯	(n=90)	26.7	28.9	27.6	17.1	17.8	21.1	15.6
夫婦のみ世帯	(n=395)	28.1	25.2	22.5	26.7	19.5	17.4	17.7
夫婦+子ども(末子小学生未満)	(n=208)	35.6	34.3	31.5	33.3	29.3	27.8	23.6
夫婦+子ども(末子小学生以上)	(n=824)	27.2	25.9	27.5	25.7	22.2	21.3	18.3
母子・父子世帯	(n=66)	30.3	40.0	25.7	37.1	22.7	20.0	21.2
その他の世帯	(n=517)	24.8	26.2	26.2	22.4	22.8	25.7	14.7

※今回調査全体値より 10pt 以上高い数値■ / 5pt 以上高い数値■ / 5pt 以上低い数値■ / 10pt 以上低い数値■ で網掛け
 ※「宅配ボックスが充実していること」「除菌対応エレベーターがあること」「共用部入り口に除菌ツール置き場や検温センサーがあること」「感染症対策が取られた設備があること」は新築分譲マンション検討者のみに表示

1. 住宅に求めるもの 住宅・住宅設備の必要性の永続度について

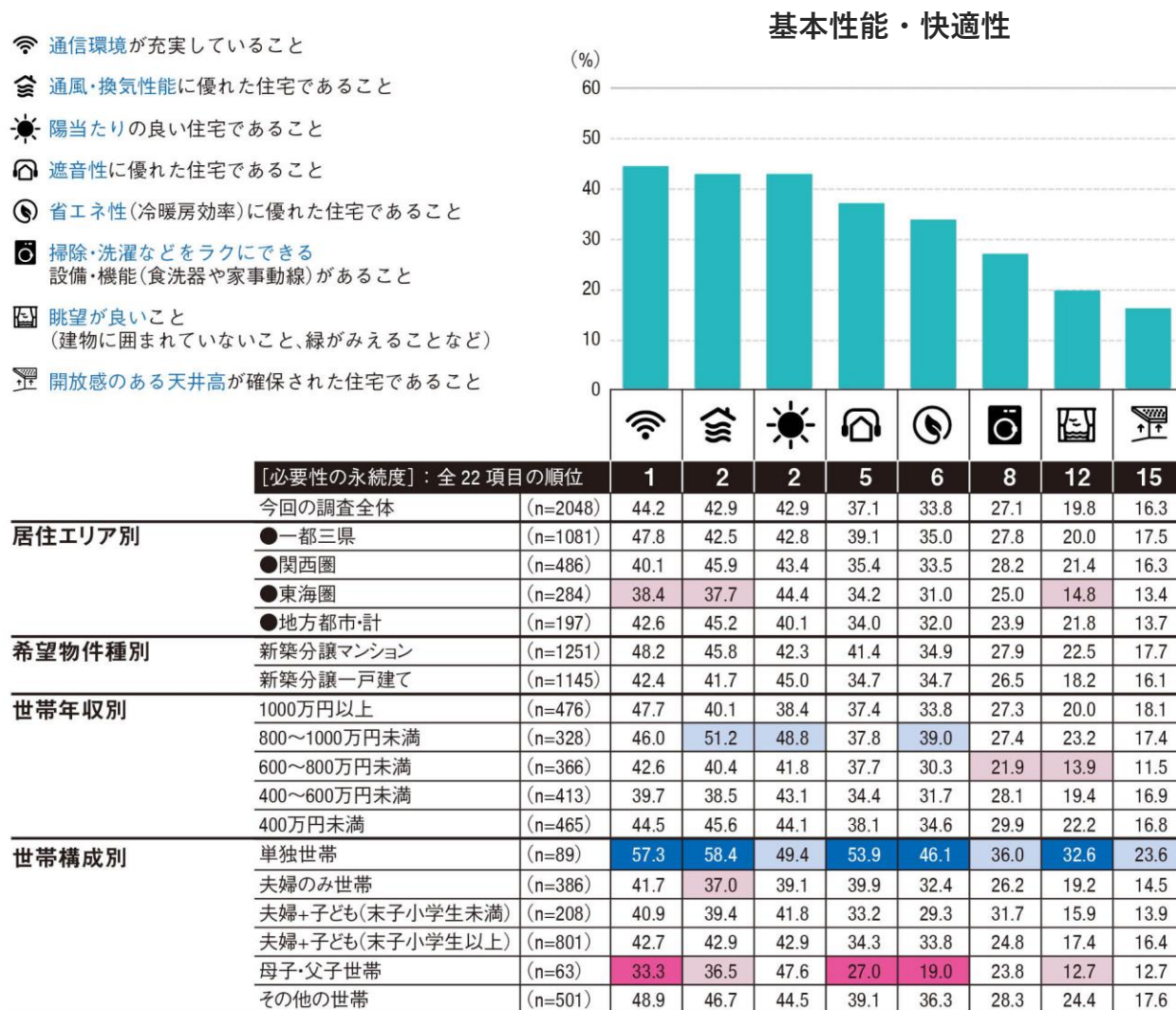
●コロナ禍後も必要だと思う設備で比率が高いのは、「通信環境が充実していること」「通風・換気性能に優れた住宅であること」「陽当たりの良い住宅であること」「遮音性に優れた住宅であること」「省エネ性に優れた住宅であること」などの『基本性能・快適性』関連項目と、「収納スペースが充実していること」。いずれも30%以上の比率である。

▽このうち、「通信環境が充実していること」「通風・換気性能に優れた住宅であること」「遮音性に優れた住宅であること」は、コロナ禍を経験して「必要だと思うようになった」比率が相対的に高い項目である。

●『除菌・非接触』関連項目の比率は相対的に低い。「宅配ボックスが充実していること」「窓を開けずに換気ができるウイルス除去システム」「玄関で衣服などを収納できるスペース・クローゼット」は2割程度。

■ 住宅・住宅設備（基本性能・快適性）の必要性／永続度（必要な住宅・住宅設備がある者/複数回答）

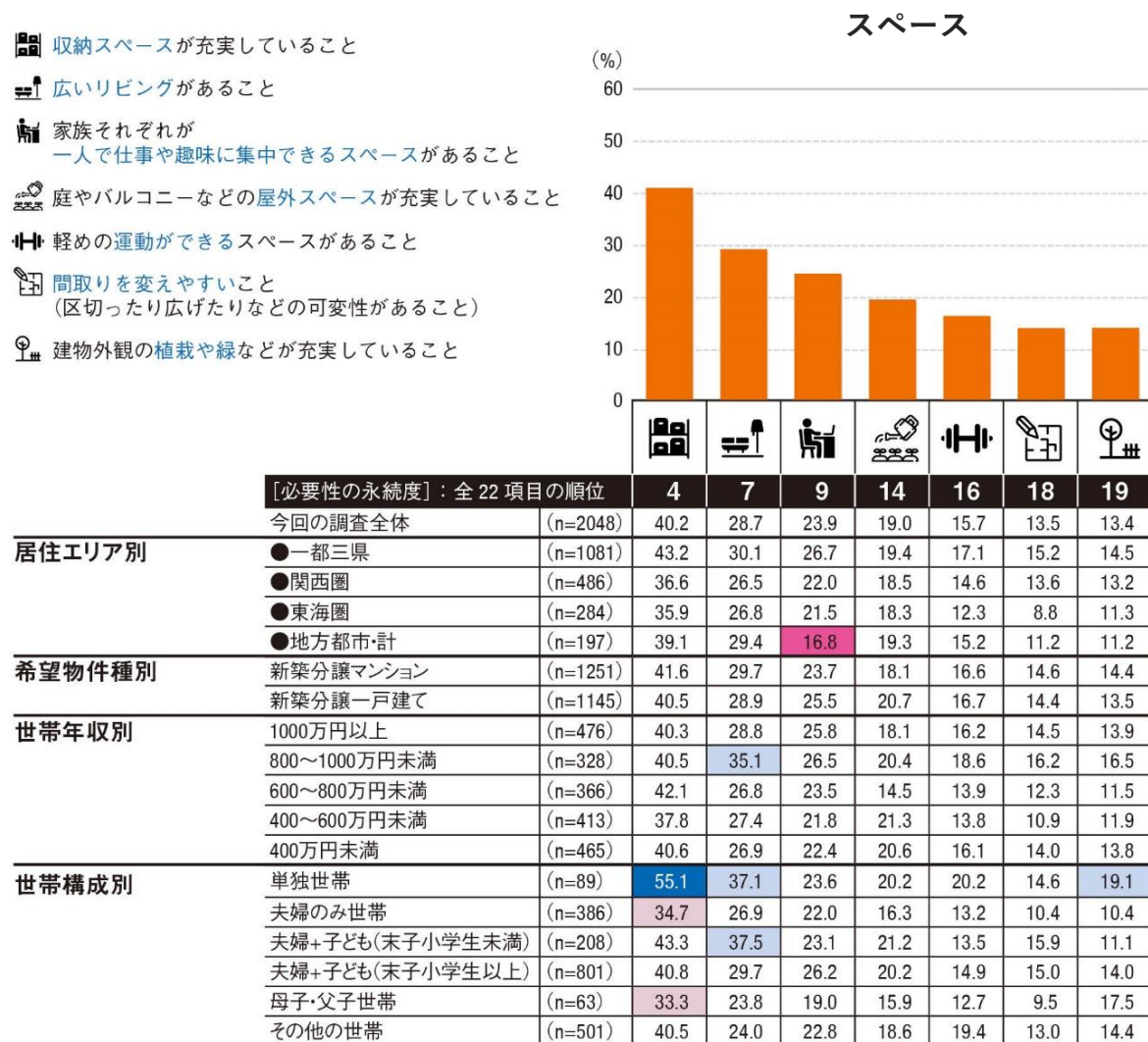
Q:あなたが「必要だ」と回答した以下の設備や環境について、このコロナ禍が収束した後も必要だと思うものをすべてお選びください。



※今回調査全体値より10pt以上高い数値■／5pt以上高い数値■／5pt以上低い数値■／10pt以上低い数値■で網掛け

■ 住宅・住宅設備（スペース）の必要性／永続度（必要な住宅・住宅設備がある者/複数回答）

Q:あなたが「必要だ」と回答した以下の設備や環境について、このコロナ禍が収束した後も必要だと思うものをすべてお選びください。

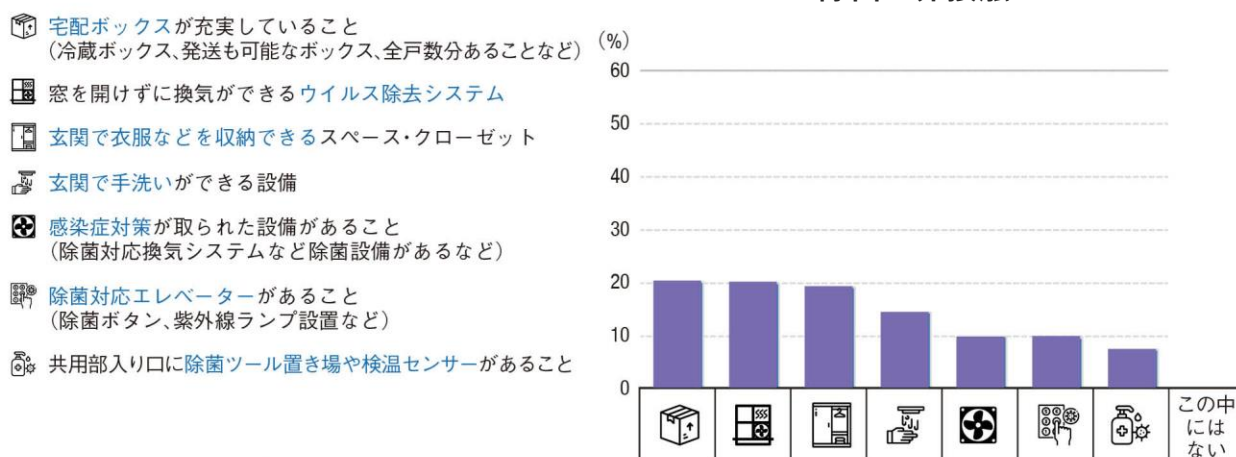


※今回調査全体値より 10pt 以上高い数値■ / 5pt 以上高い数値■ / 5pt 以上低い数値■ / 10pt 以上低い数値■ で網掛け

■ 住宅・住宅設備（除菌・非接触）の必要性／永続度（必要な住宅・住宅設備がある者/複数回答）

Q:あなたが「必要だ」と回答した以下の設備や環境について、このコロナ禍が収束した後も必要だと思うものをすべてお選びください。

除菌・非接触



		[必要性の永続度]：全22項目の順位							
		10	11	13	17	20	21	22	この中 には ない
今回の調査全体 (n=2048)		20.1	20.0	19.3	14.4	9.8	9.7	7.3	6.9
居住エリア別	●一都三県 (n=1081)	21.3	20.4	20.1	13.9	10.2	9.4	7.8	6.2
	●関西圏 (n=486)	19.5	19.3	20.0	16.0	9.7	10.7	6.6	7.8
	●東海圏 (n=284)	15.8	20.8	15.8	15.8	5.3	7.0	5.3	6.0
	●地方都市・計 (n=197)	20.8	18.3	18.8	11.2	14.2	12.7	9.1	10.2
希望物件種別	新築分譲マンション (n=1251)	32.9	20.4	18.7	14.1	16.0	15.9	11.9	5.2
	新築分譲一戸建て (n=1145)	*	20.5	21.2	16.1	*	*	*	7.4
世帯年収別	1000万円以上 (n=476)	22.7	19.1	17.4	15.1	11.6	10.7	9.9	6.7
	800～1000万円未満 (n=328)	23.5	20.4	23.2	14.0	10.4	10.7	9.8	7.3
	600～800万円未満 (n=366)	19.7	19.7	17.2	11.7	7.4	10.4	6.3	4.6
	400～600万円未満 (n=413)	18.2	18.9	18.4	14.3	8.7	9.2	4.8	7.7
	400万円未満 (n=465)	17.0	21.9	21.1	16.1	10.3	8.0	5.8	8.0
世帯構成別	単身世帯 (n=89)	34.8	27.0	19.1	15.7	18.0	18.0	11.2	3.4
	夫婦のみ世帯 (n=386)	22.8	20.5	15.8	11.4	9.3	9.3	6.5	8.3
	夫婦+子ども(末子小学生未満) (n=208)	17.8	17.3	26.9	18.8	5.3	5.8	4.3	8.2
	夫婦+子ども(末子小学生以上) (n=801)	16.5	19.6	18.6	14.1	9.0	9.1	6.7	5.7
	母子・父子世帯 (n=63)	15.9	15.9	20.6	9.5	17.5	9.5	11.1	9.5
	その他の世帯 (n=501)	22.6	20.8	20.0	15.8	10.8	11.2	8.8	7.6

※今回調査全体値より10pt以上高い数値■／5pt以上高い数値■／5pt以上低い数値■／10pt以上低い数値■で網掛け
 ※「宅配ボックスが充実していること」「除菌対応エレベーターがあること」「共用部入り口に除菌ツール置き場や検温センサーがあること」「感染症対策が取られた設備があること」は新築分譲マンション検討者のみに表示

II. ZEH認知状況

●ZEH（NetZero Energy House）の認知率（「名称認知・計」）は4割程度。

▽「内容認知・計」（「言葉も内容も知っていて、関心がある」+「言葉も内容も知っているが、関心はない」）は約22%。

▽認知率を居住エリア別にみると東海圏、関西圏、世帯構成別にみると夫婦+子ども（末子小学生未満）の層の比率が高くなっている。

▽また、おおよそ世帯年収が高いほど認知率が高くなる傾向がみられる。

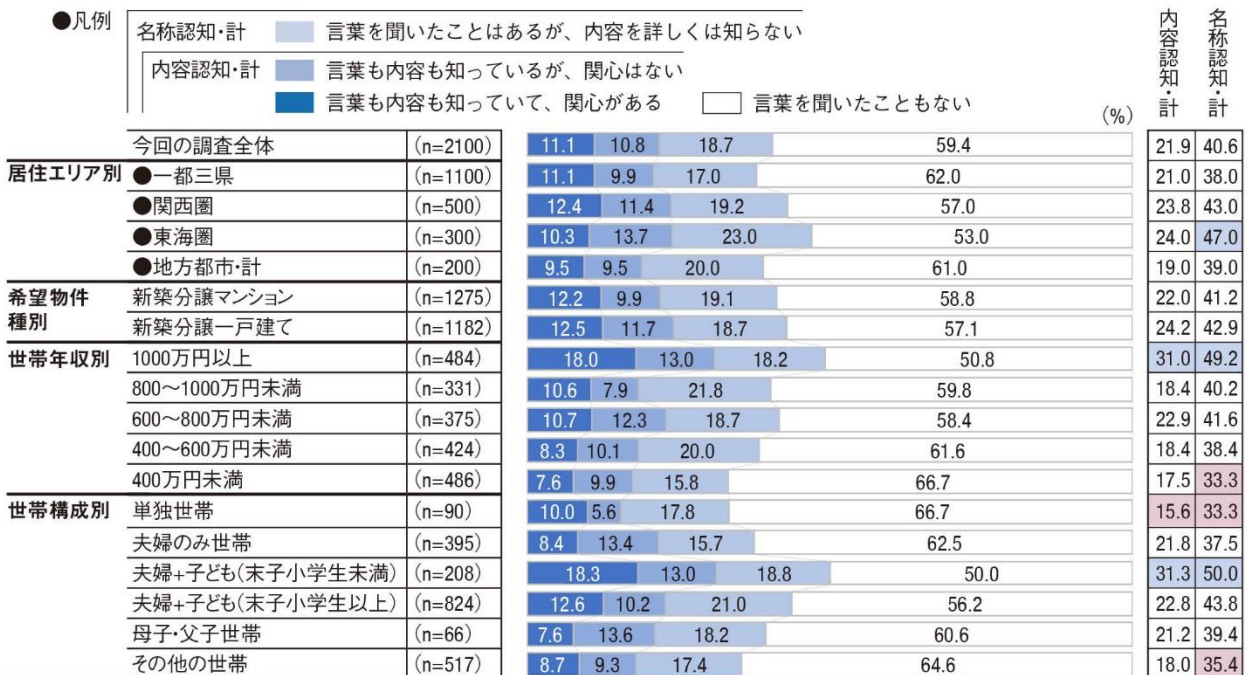
▽なお弊社発表の過去データによれば、ほぼ1年前の注文住宅の建築検討者（今後2年以内に一戸建て（新築・建て替え注文住宅）の建築を検討している人）のZEH認知率（ZEHについて「内容まで知っている」と「名前だけは知っている」を合わせた比率）は67.0%だった。

※『2020年 注文住宅動向・トレンド調査』

<https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruit-sumai/press/upload/2ecfec174684cd2ba596fe4b0c34d95c.pdf>

■ZEH認知状況（全体／単一回答）

Q:あなたはZEHについてどの程度ご存じですか？



※今回調査全体値より10pt以上高い数値■／5pt以上高い数値■／5pt以上低い数値■／10pt以上低い数値■で網掛け

III.専有部ワークスペースと収納の希望（新築分譲マンション）

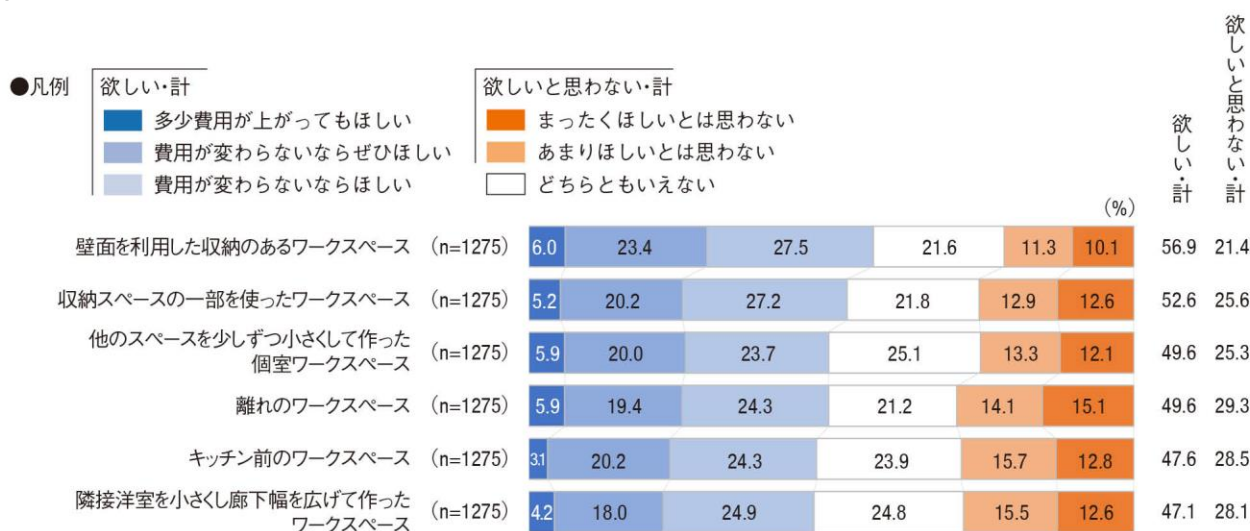
●提示したワークスペースの各プランについて「多少費用が上がっても欲しい」という比率はすべて5%前後にとどまるのに対して、収納では「多少費用が上がっても欲しい」の比率が1割を超えるプランが2つあり、ワークスペースよりも収納への要望が高いことがわかる。

▽ワークスペースで「多少費用が上がっても欲しい」の比率が最も高いのは「壁面を利用した収納のあるワークスペース」で6.0%

▽収納で「多少費用が上がっても欲しい」の比率が最も高いのは「2畳以上の大型ウォークインクローゼット」で14.5%。「玄関収納・シューズインクローゼット」の11.4%、「2WAYで（2方向から）、出し入れができる収納スペース」の9.8%、「キッチンの壁面収納」の8.9%が続く。

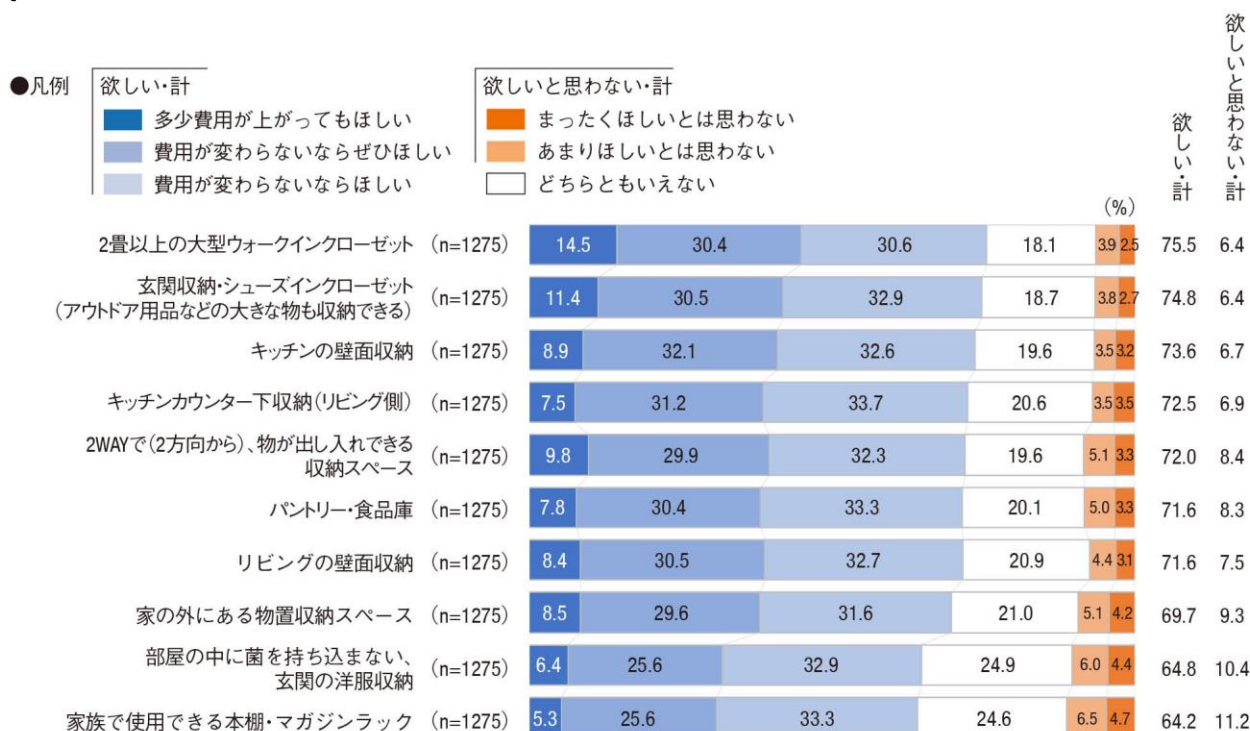
■専有部ワークスペースの希望（新築分譲マンション／単一回答）

Q:マンションの自室部分のワークスペースに関する希望についてお聞きします。以下にあげるワークスペースについて、あなたはどの程度ほしいと思いますか。



■専有部収納の希望（新築分譲マンション／単一回答）

Q:検討中の「マンション」の収納に関する希望についてお聞きします。以下のものをあなたはどの程度欲しいと思いますか。



SUUMOリサーチセンターについて

SUUMOリサーチセンターは、SUUMOの調査研究機関として、住まいや暮らしについての調査、住まいの品質向上に向けた実証実験、テクノロジーの実態調査を行っています。業界に向けた提言や生活者に向けた発信によって、住まいの価値を高め、ひとりひとりにその価値が届くまでの伴走・支援をしています。リクルート住宅総研としての創立以来、約20年に渡って培ってきた住まいの検討者と不動産事業者に関する深い現場知見と『SUUMO』という国内最大級メディア運営に基づくデータに依拠した、実現できる未来を発信していきます。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>