

新型コロナウイルスの影響と 今後の展望

新たな生活様式“New Norm”への転換を見据えて

UXD

長谷エグループ デベロップジャパン
UX デザインセンター デジタル戦略ラボ

2020.6





Withコロナ時代の生活様式“New Norm”に合わせた新しい住宅販売ビジネスに、これからのチャンスが。

2020年1月、一部の地域から始まった感染症は世界各国に瞬く間に広がり、様々な経済活動が制約を受けました。

しかし、この変化は、**マイナス面ばかりではなく、過密化が進んでいた都市型スタイルを見直す機会となり、テレワークやデジタル化を促しました。**

5月には、緊急事態宣言が解除され、段階的に経済活動が再開されましたが、**これまでの生活に戻るのではなく、従来の生活様式をあらためていくことが求められています。**

住まい領域においても**様々な価値観の変化とニーズが生まれてくることが考えられます。**

当社では、この市場の変化をいち早く捉えるべく、コロナ禍における住み替え意向の調査を実施しました。

本資料が、住まいのあり方を見直し、更なる発展に向けた検討をしていくための一助となれば幸いです。

2020年6月 長谷エグループ デベロップジャパン UXデザインセンター デジタル戦略ラボ

UXD

Introduction

**コロナで生活に
どのような変化がおきたか？**

新しい可能性に目覚めた！



Discover



30代男性 / 既婚子供あり

これまで自分の業務はテレワーク対象外だったが、コロナで押印等の**手続きが不要になったのでリモートでも成り立つ**ようになった。収束後もこのスタイルは持続すると思う。



30代女性 / 既婚子供あり

Zoomでの飲み会が面白い！今までは子供がいるので飲み会に参加できなかったから嬉しい！



30代女性 / 既婚子供なし

テレワークでワークライフバランスも向上した。**こういう風に働いても問題ないんだな…**



60代女性 / 既婚・子は独立

コロナなど有事の際に人類はジャンプするな、と感じました。主人のIT慣れはポジティブに捉えています。**進歩していかないと生きていかれへん。**



30代女性 / 既婚子供なし

(ITを)**もっと使いこなしてみたい！と考えた**。スマート家電などを積極的に取り入れたい。

Be connect



30代男性 / 既婚子供あり

こどもが生まれたばかりで、家で過ごす時間が増えたのは嬉しい。暮らし方について、**これまで気にならなかったところもよく見えるようになった。**



30代男性 / 一人暮らし

住まいは東京じゃなくてもいいんじゃないかな。**地元に戻っても大丈夫なのでは？**と考えるようになった。



30代女性 / 既婚子供あり

(コロナ影響は) もしかしたらポジティブかも？ **主人と子供と過ごす時間**が圧倒的に増えた。



40代女性 / 未婚・親と同居

今までは仕事をしているのが当たり前で充実感があったが、**仕事だけが人生じゃない。**もっと家族との時間を増やしたいと考えようになった

家族とのつながりを実感。



先が見えない未来への不安…

Uncertainty



50代男性 / 既婚子供あり

前からマンションに住み替えたいと思って探していたが、コロナショックで余計に焦っている。**売却価格が下落するような気が**しており、早めに売却して、資産性の高いマンションにうつりたい。



40代女性 / 未婚

(いつまでに購入したいという)計画はないが早い方がいい。コロナの影響で**雇用状況が悪くなり不安に**なった。何が起こるか分からない。



30代女性 / 既婚子供あり

コロナ影響下で**災害が起こったら生き延びられないのではないか?**という不安を感じた。今、住んでいる土地は脆弱なので、しっかりとした場所に引越したいし、備蓄も十分確保できるような家がいいと感じている。



30代女性 / 既婚子供あり

コロナが長引いて**この先経済が気になる…**。もうちょっと予算落としたほうがいいのでは?と思った。

「コロナ禍における住み替え活動への影響調査」の概要

2020年4月から5月にかけて、デジタル戦略ラボでは独自調査を実施して、コロナ禍によって生じた住まいへの価値観の変化や住み替え活動への影響を把握しました。調査は、Webアンケートによる傾向把握と、住み替えを検討している人へのインタビューの2種を実施しております。

	アンケート調査	インタビュー
調査期間	2020年4月28日～5月8日	2020年5月15日～5月27日 ※1
調査対象者条件	・ 20～69歳の男女 ・ 人口密度の上位10都道府県在住者（東京、大阪、神奈川、埼玉、愛知、千葉、福岡、兵庫、沖縄、京都） ・ 直近3ヶ月以内に住み替え検討をしており、コロナの影響によって住み替えの意向や基準に変化があった人	
回答者数・被験者数	有効回答数 : 402名	左に記載の有効回答402名から、13名を選出。 13名の内訳は、性別・世帯構成・居住地域等のバランスを考慮して人選した。
主な質問項目	・ 直近の住み替え検討状況 ・ 検討していた住居種別（新築/中古、戸建て/マンション） ・ コロナ流行前に、住まい選びで重視していた点 ・ コロナ後の現在、住まい選びで重視するようになった点 ・ コロナ流行による住み替え意向への影響があったか ・ コロナ流行による住み替えの活動や手続きへの影響があったか ・ 住み替えの意向が変化した理由・背景 ・ 住み替えの活動や手続きへの影響があったか	・ コロナによって、生活にどのような変化が生じたか。 ・ コロナによって、住み替え意欲が変化したか。 ・ コロナによって、住まいへのニーズが変化したか。 ・ コロナ影響下で、住み替え購入検討・活動をするうえで感じている課題。 ・ オンラインによる住宅内覧や相談等のサービスに関する意見・要望。 ・ 以上の質問内容に関する、それぞれの背景と要因。
実施方法	Webアンケート	テレカンファレンス形式による60～90分のデプスインタビュー ※2

※1. インタビュー実施の前日（5月14日）に39県で、実施期間中である5月21日に、京都・大阪・兵庫で、それぞれ緊急事態宣言を解除された。

※2. 被験者が答えたことに対してさらに、「なぜそうしているのですか?」「いつから、そうするようになったのですか?」等、発話した内容の動機・背景を尋ねることで、個人の奥深くに秘められた心理や感情、考えなどを聞き出すインタビュー手法

調査結果の総括

Chapter 1 コロナ禍が住まい選びにもたらす影響

- **35%の人が
住み替えの意向が高まった。**

特に、比較的若い世代と推定される人の意向が特に強かった。
- **場所選びは、「利便性」から
「安心・安全」へとシフト。**

災害への備えや三密回避を意識した項目を重視する人が増えた。
- **「普段から、家で過ごす」ことを
考慮して検討。**

家で過ごす時間を意識した項目が、条件として新たに追加された。
- **外出制限で、住み替え活動に
さまざまな課題が…**

外出できないことで、さまざまな制約と不満が生じている。

Chapter 2 住宅販売における オンラインサービスの可能性

- **「理想の住まい」はまだ模索中？**

これから、イメージを膨らませていきたい人が多い。
- **ネットにはない情報を知り、
自分の立場に当てはめて考えたい。**

デメリットなど悪い情報点も含めて知りたいという声が多かった。
- **オンラインは絞り込み手段。
購買意思決定はリアルな場で。**

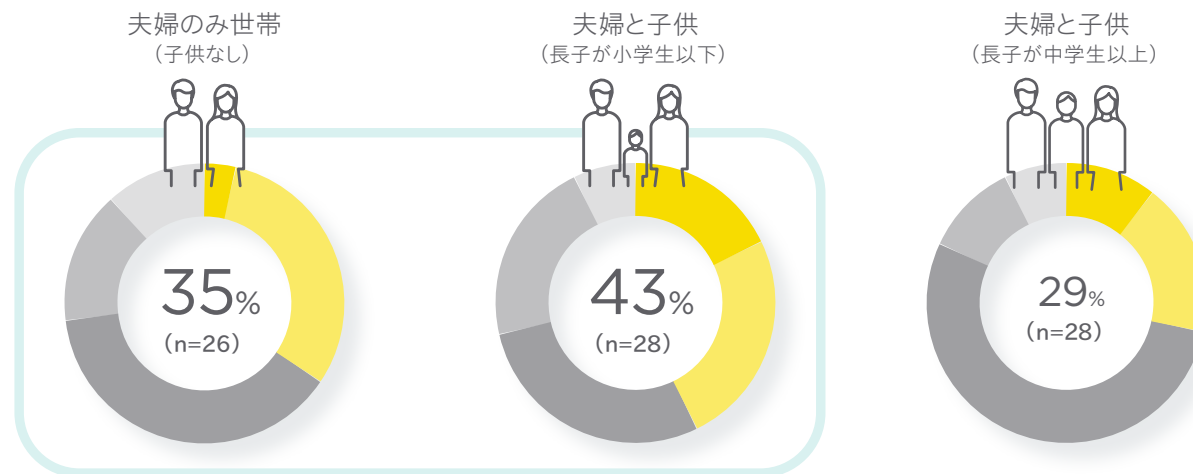
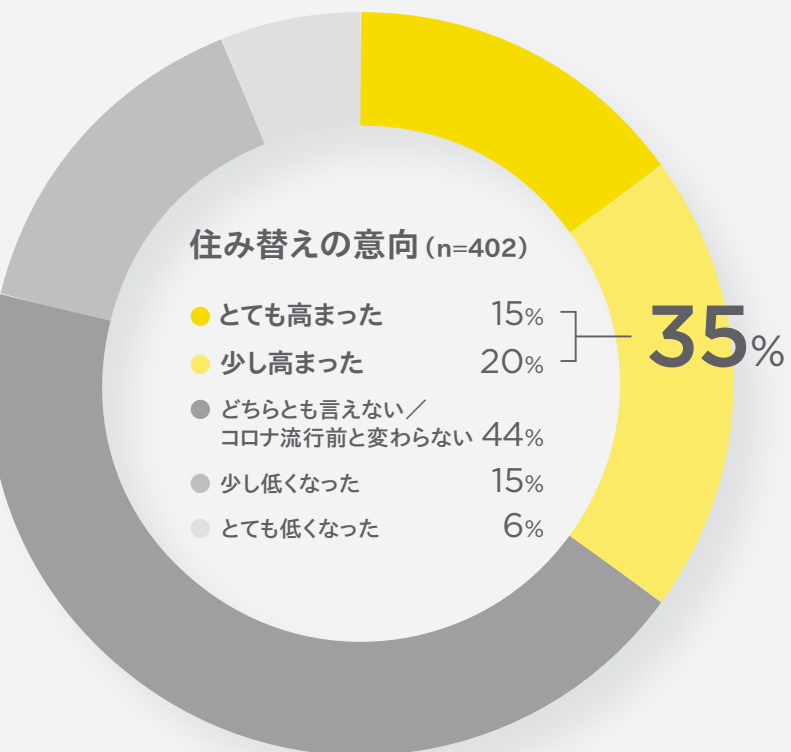
内覧前にオンラインで検討することは、より良い「購入意思決定」につながりそうである。
- **気軽さと双方向性を考慮すれば、
オンラインツールへの期待は高まる**

コロナ禍でオンラインの利用が増えた。
住宅購入の場でもオンライン導入の期待値は高いと思われる。

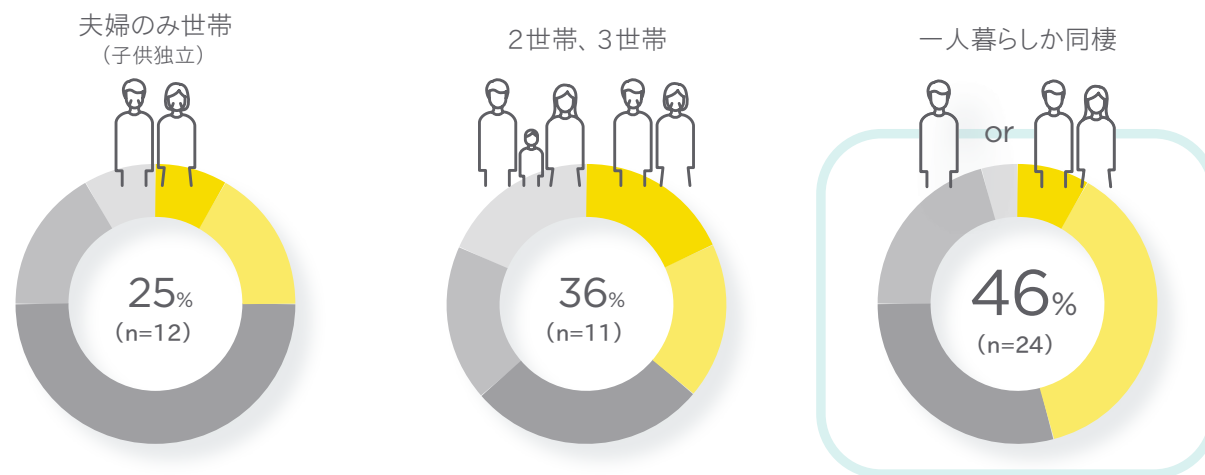
Chapter 1

コロナ禍が住まい選びにもたらした影響

コロナ影響で、 35%の人が住み替えの 意向が高まった。



若い人が多い世帯のほうが住み替え意向は高まった？



場所選びのポイントは、 「利便性」から「安心」へとシフト。

住まい選びで重視するポイント

	コロナ影響前	現在
公共交通機関が徒歩圏内にある	226	196
職場からのアクセスがよい（例：電車で30分以内）	112	81
家族や親戚の住まいに近い	36	51
周囲にコンビニやスーパーが充実している	143	135
周囲に病院や診療所などが充実している	9	38
周囲に自然が多く、静かな環境である	28	29
学校や保育園など、教育環境が充実している	27	27
治安がよい	81	84
災害の危険性が少ない／防災対応が整っている	40	49
街のブランド・資産性がある	33	23

出所：長谷エグループ デベロップジャパン UXデザインセンター デジタル戦略ラボ「コロナ禍における住み替え活動への影響調査」
（調査期間：2020年4月28日～5月27日）

いざという時の備えを

- 店頭からモノがなくなり、**買い出しに行かなくてはならないことに不安**を覚えた。【40代男性/既婚子供あり】
- 感染症が定期的に発生するのではないか。**かかりつけ医に相談できる環境**が近くにあったほうがよいと思うようになった。【30代男性/既婚子供あり】

地域選びも三密回避で

- **密集していない地域がやはり安心**。もともと落ち着いた場所がよいと思っていたが、コロナショックで自分の価値観がさらに強まった。【60代男性/既婚で子は独立】

いつでも家族と助け合える場所に

- 子供が小さいので、親のサポートを受けやすいよう実家の近くに住み替えたい気持ちが強まった。また、**災害全体への意識が高まり**、病気だけではなく、地震や水害などにも強い地域への引越越しに興味が出た。【30代男性/既婚子供あり】
- **（外出自粛要請で）息子家族と全く往来できなくなりました**。小さい孫が三人おりますし、先の私たちのことを考えると、（息子夫婦の）近くに住むのがいいのかも…と思っています。【60代女性/既婚で子は独立】

住まい選びで重視するポイント

	コロナ影響前	現在
収納が充実している	124	98
プライベートを確保しやすい	38	57
リビングが広く、家族団らんで過ごしやすい	66	55
通信環境が整っている	47	63
最新設備が整っている	20	25
日当たりや風通しなど、住み心地がよい	104	105
眺望がよい	12	9

出所：長谷工グループ デベロップジャパン UXデザインセンター デジタル戦略ラボ「コロナ禍における住み替え活動への影響調査」
(調査期間:2020年4月28日～5月27日)

「普段から、家で過ごす」ことを
考慮して検討。

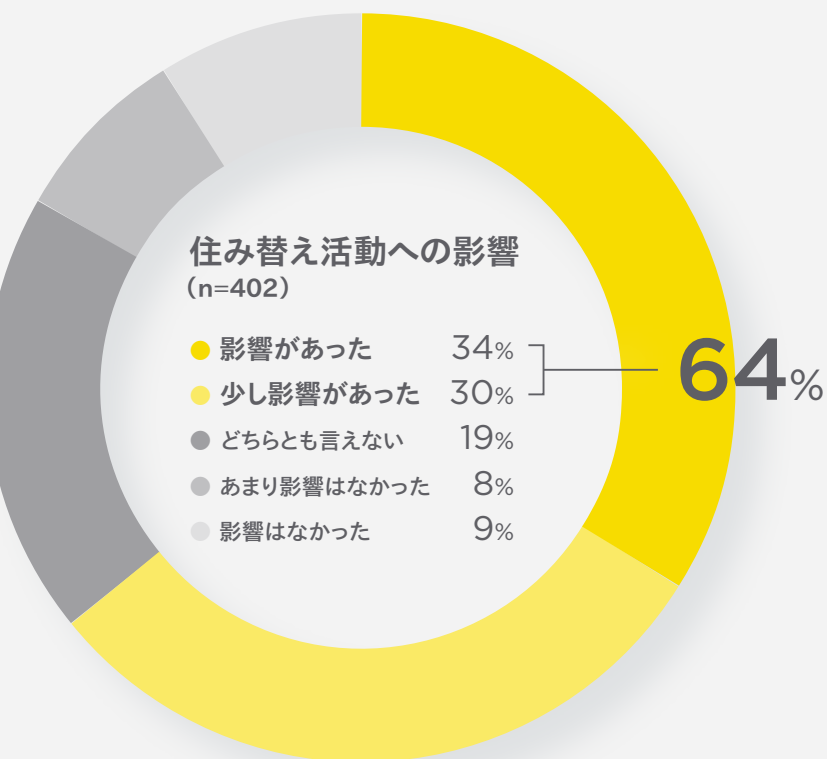
防音・通気性も重要

- 昼間の時間帯に家にいると意外と騒音が気になる。日中に周囲の音が聞こえると、仕事の話をしている時の自分の声や生活音も意外と外に聞こえているのでは？ と思い始めた。【30代男性/既婚子供あり】
- 今までは、できるだけ外気を遮断し熱気を保つ保温機能を気にしていたが、コロナの影響で**通気性も気になり始めた**。【40代男性/既婚子供あり】

プライベートと、 家族団欒のバランス

- 娘二人は同じ部屋。最近は自宅学習でずっと家にいるのでストレスを感じている様子。自分自身も(リモートワークで) **PCにずっと向き合っており、リビングで会うことも少なくなり、話す機会が減った**。次の家は、プライベート空間に加え、必ずリビングを通るように家族の動線を考えたい。【30代女性/既婚子供あり】
- テレワークで通勤時間を重視する必要がなくなり、代わりに **自宅での作業環境を重視するようになった**。【30代男性/一人暮らし】

外出制限で、 住み替え活動に さまざまな課題が…



内覧ができない

- オンライン内見に対応している業者が少ない 【30代男性】
- (展示場は) 予約制なら行ってみたいと思うが、消毒対策をしている程度なら、行こうかどうかためらう。 【30代女性】
- 物件を見に行くために電車等を利用することがためられる。 【60代男性】

情報収集が届かない

- 通勤しないので駅置きの住宅情報誌にも目を通せなくなった。 【40代男性】
- 広告さえ入らなくなった。 【60代女性】

手続きが進まない

- (希望していたマンションの) 建設が進まず、完成状態を見れないため内覧を断念。 【30代女性】

意欲が下がった？

- 何でもかんでも自粛でマンションを買う意欲が低くなり、どうでもよくなった。*
- 内見ができなくなり、写真だけで契約するという気持ちにはならなかった。*

Chapter 2

住宅販売における オンラインサービスの可能性

「理想の住まい」は まだ模索中？

人の事例や話を聞くことで イメージが具体化される



これまでは1人1部屋は不要と思っていたが、たまたま見つけた物件を見て、**プライベート空間を持てるのもいいな**と思えた。【30代女性/既婚子供なし】



フレンチブルドッグを散歩していた若い夫婦を見かけたが、**どのような住居であれば中型犬を飼えるのか、実際にどんな生活をしているのか気になった。**【30代女性/既婚子供なし】



こだわりは少ないので、**実際に見て、「これよりは、あっちの方がよかったよね」といった形で、経験を積み重ねていくことで**意思決定の基準を作っている。【40代男性/既婚子供あり】

希望条件は、まだ言語化できていない



こだわりが少ないため決めづらい。**答えが欲しいのではなく、自分のライフスタイルや理想の住み替えのイメージを明確にしていくための壁打ち材料が欲しい。**

【30代男性/一人暮らし】



合コンと一緒に、**なんかいいな〜と感じた物件がいい。**どれだけ条件が良くてもなんとなく嫌だと辞めた方がいい。

【60代女性/既婚で子は独立】



こちらの意図を理解して有用な情報をくれるのなら、ガンガン営業して欲しい。

【30代女性/既婚子供あり】

リアルな情報を知り、 自分の立場に 当てはめて考えたい。

自分に合うパターンを教えてください



テレビで補助金や節税の話をするが**難しくよくわからない**。購入後のライフスタイル(お金の使い方)とかを知りたい。
【30代女性/既婚子供あり】



自分の希望条件だと**何を犠牲(劣後)にすべきなのか**教えてください。
【30代男性/一人暮らし】



共働きで育児中の場合の住宅選びのポイントなど、ライフスタイルアドバイザーに聞いてみたい。
【30代女性/既婚子供あり】

リアルな情報を、 ネガティブな側面も含めて知りたい



「徒歩x分」という**情報と実際のギャップは感じる**。ギャップを解消するような情報がほしい。
【60代女性/既婚で子は独立】

【60代女性/既婚で子は独立】



自分と同じタイプの人が住んでいるかとか、付近には**どうい**
うお店があるかとか、そういうことを知りたい。
【60代男性/既婚で子は独立】

【60代男性/既婚で子は独立】



特集記事はメリットしか書かれていないので納得度がない。
生活必需品が買えるかとか学区が安全かとかそういう情報が
気になるがネットにはない。【30代男性/既婚子供あり】



実際に住んでいる人の声を**ネガティブな側面も含めて聞**
きたい。どの**ように回避しているか**を知りたい。そして、**自分**
にとってはそれが許容できるか否かを判断したい。
【30代男性/既婚子供あり】

【30代男性/既婚子供あり】



トラブル回避や資産価値の判断のためにも管理体制は気
になる。**どのような人が住んでいるか**も管理人に確認して
いる。
【30代女性/既婚子供あり】

【30代女性/既婚子供あり】

オンラインは条件の絞り込み手段。 購買意思決定は あくまでリアルな場で。

オンラインとリアルを使い分けて 効率的に。



「オンライン内覧」で候補を絞り、現地で実物と周辺環境を体感してから意思決定したい。実際の生活音や日光のあたり具合などオフラインでないと分からないことはあるので。

【30代男性 / 既婚子供あり】



購入判断は現地に行かないと難しいが、ちょっと興味がある程度の物件なら、オンラインである程度の情報をもらって自分で自由に見たい。あたかも自分がその場で内覧しているかのように、担当者の説明も受けられるのならぜひ利用したい。

【60代男性 / 既婚で子は独立】

気軽に相談・会話ができれば、 ハードルは下がりそう。



担当者とは何度かやり取りをした後で断る時は気を遣う。直接本人に言わずに変更を申し込めるサービスがあると良い。

【30代女性 / 既婚子供あり】



自分の考えがまとまっていない状態でプロに相談がしにくい。失礼では？と思ってしまう。

【30代女性 / 既婚子供あり】



不動産業者は「購入するために行く場所」というイメージがある。曖昧な状態で相談しに行くことはためらう。

【30代男性 / 一人暮らし】



相談相手はライフプランナー・アドバイザー的な人がいい。業者は(自社の)利益を考えて提案してほしい。

【40代女性 / 既婚・親と同居】

気軽さと双方向性を考慮すれば、 オンラインツールへの 期待は高まる

「もっとできるのではないかと 思えてきた」



内覧は好きだけど、(業者の売り込みに遭うと)自由に検討できない。**事前にオンラインで現地を見れるなら、気軽に物件探しができる。**面白いね。

【60代男性/既婚で子は独立】



現地で担当者が、見たい部分を写して**実況中継してくれたらすごくいい。**いろいろなことを気兼ねなく聞けそう。一对一のサービスなら多少お金を払ってもいい。

【30代女性/既婚子供あり】

人と話して、新しい知識が増えると ワクワクする



(今回のインタビュー調査で) **いろいろな人から質問されたことが自分の考えを深めるきっかけになった。**新しい視点をもたらした気がする。

【30代女性/既婚子供あり】



住まいのことをこうやって話せるのが楽しい。「話すことで、こんなこともできるんだ」という発見もあった。

【30代女性/既婚子供あり】



このインタビューを通じて、改めて考えたい気持ちになってきた。コロナが収束したら、資金計画から始めてみたいと思う。

【30代男性/既婚子供あり】



沿線情報を調べたり、駅の周辺をウロウロしたり、住んでからの後の**生活をイメージするのは楽しい**し好き。

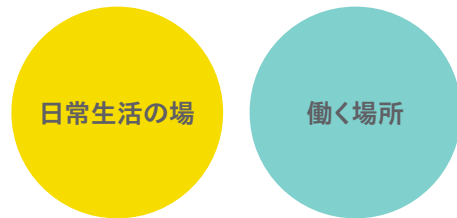
【50代男性/既婚子供あり】

Summary

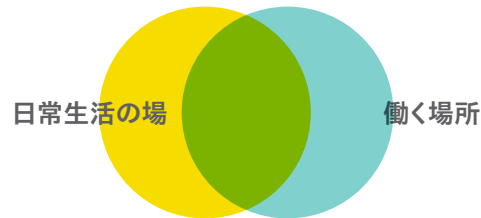
総括

コロナがもたらした**生活価値観の変化**と、
それに合わせたこれからの**住宅の新たな可能性**について総括します。

「住まい」の新しい価値に応える、 サービスソリューションの検討が必要。



- ✓ 「住居」を維持して
快適化を図る
- ✓ 「住居」を移転する



- ✓ **新たな「住まい」
の再探索**



今後の住宅市場は、短期的視点で捉えると、内覧・対面営業の制約など物理的要因によって、ある程度の消費の冷え込みは避けられません。接触を抑えていくため、オンラインツールの活用は欠かせないものになっていくでしょう。

一方で、コロナは、多くの人によって、理想の「住まい」を根本的に考え直す機会になったことを今回の調査で明らかにすることができました。「職場」に対する「日常生活の場」としての住宅ではなく、自分の人生を充実化させるための拠点としての「住まい」へ――。

住まいへの関心が高まり新たな需要が喚起されたことと、オンラインツールの可能性の相乗効果によって、これからの住宅市場には、新しい価値観に応える新しいサービスソリューションの検討が求められていると考えます。

**UXデザインセンター
デジタル戦略ラボ では
顧客や市場の動きを捉え
次のアクションにつながる情報を発信していきます**

お問合せ

長谷エグループ デベロップジャパン UXデザインセンター デジタル戦略ラボ

uxd_lab@djuxd.com