

【withコロナで見てきた住宅ニーズの変化】

**withコロナに突入し、生活者において「戸建て」ニーズが拡大。
エリア・立地では「自然の豊かさ」「住民サービス」ニーズが顕在化。
生活の本質的価値が見直される中、確実な変化の兆しがとらえられた。**

株式会社 読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：藤沼大輔）は、2020年5月25日の緊急非常事態宣言解除を受けて、「首都圏住宅購入意向者」への緊急調査を実施しました。

世界はもとより、日本に住むおよそ全ての生活者に対し、経済的にも生活面にも大きなインパクトを与えた新型コロナウイルスの流行。これによって、住宅購入者の行動やマインド・ニーズは、どう変化するのか。マーケットそのものは、どのような変化を見せるのか、マーケットに起こりうる変化の兆しを考察しました。

調査の結果、生活者は、コロナ禍そのもの、またそこから派生したテレワークやオンライン授業などの経験から「住まい＝住宅」に求める価値や機能を拡大させる傾向にある。また、住まいのエリア選定においても生活利便性の高さはもちろんのこと、自然環境など“暮らしやすい環境”を強く求める傾向が見えてきました。

<調査結果のポイント>

- コロナ前後の住まいの考え方に、構造を揺るがすような大きな変化はないが、順位では「戸建て」「子育て」への意識が上昇した。
- エリア・立地では、「買い物」「医療」がTOP3入り、「住民サービス」「自然の豊かさ」が大きく順位を上げた。
- 購入意欲の上昇度は約3割、減退度は1割半ばと、コロナ禍のなかでも意欲は上がった。上昇理由では「今後不動産価格が下落する傾向がある」「今後中古マンションの流通が増えそう」の他「コロナ流行に伴う変化で、現住居の不満が顕在化した」等の回答も一定量見られた。減退理由では「経済悪化による収入・雇用への不安」が半数を占めた。

調査概要

調査手法	インターネット定量調査
調査期間	2020年6月5日（金）～2020年6月9日（火）
対象条件	<ul style="list-style-type: none">● 本調査対象 過去1年以内に住宅購入のために情報収集をしており、3年以内のマンションもしくは戸建て購入を検討している人世帯年収700万円以上● 割付条件<ul style="list-style-type: none">・ マンション購入検討層 <600名> 首都圏23区（214）、都下（86）、神奈川（100）、埼玉（100）、千葉（100）・ 戸建て購入検討層 <250名> 首都圏23区（50）、都下（50）、神奈川（50）、埼玉（50）、千葉（50）

調査結果ポイント 詳細スコア

○コロナ前後の住まいの考え方の順位では、「戸建て」への意識が上昇、「大手企業」への意識が低下。またエリア・立地では、「買い物」「医療」がTOP3入り、「住民サービス」「自然の豊かさ」が3つ以上順位を上げた。

Q. コロナ禍前後の変化 住まい/エリア・立地の考え方

住まい/エリア・立地の考え方（コロナ禍前後の変化）

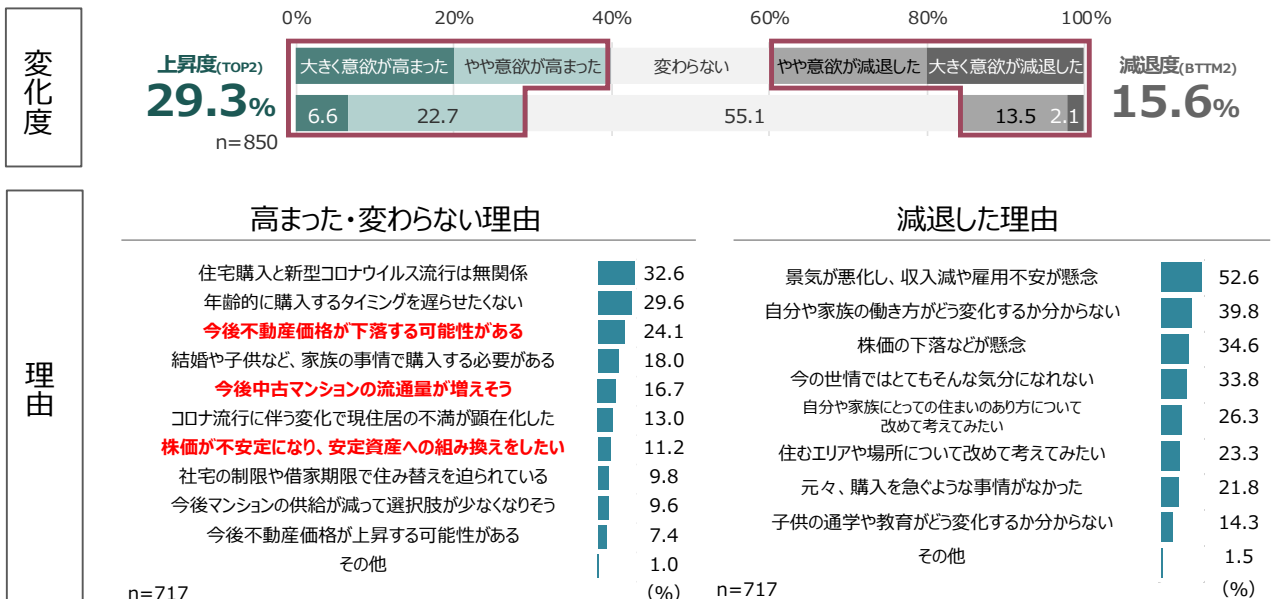
住まいの考え方 (コロナ後重視TOP10)				エリア・立地の考え方 (コロナ後重視TOP10)				
コロナ後 順位	住まいの考え方	(%)	変動	コロナ前 順位	エリア・立地の考え方	(%)	変動	コロナ前 順位
1位	日当たりや風通しの良い家に住みたい	32.6	-	1位	日常の買い物に便利なおところに住みたい	30.4	▲ 1ランク up	2位
2位	セキュリティがしっかりとした家に住みたい	24.7	-	2位	治安のよいエリアに住みたい	27.2	▼ 1ランク down	1位
3位	防災に強い家に住みたい	24.2	-	3位	医療関係の良いところに住みたい	27.1	▲ 2ランク up	5位
4位	インターネット環境のよい家に住みたい	20.6	▲ 2ランク up	6位	駅に近いところに住みたい	16.9	▼ 1ランク down	3位
5位	一生住み続けられる家に住みたい	19.6	-	5位	通勤通学に便利なおところに住みたい	15.9	▼ 1ランク down	4位
6位	設備仕様が充実した住まいに住みたい	19.2	▼ 2ランク down	4位	緑や公園が豊富なところに住みたい	15.4	-	6位
7位	家族間のプライバシーが保たれる家に住みたい	14.6	▲ 1ランク up	8位	住民サービスの充実に取り組み自治体に住みたい	15.2	▲ 4ランク up	11位
8位	子育てがしやすい家に住みたい	12.5	▲ 2ランク up	10位	自然が豊かなところに住みたい	11.6	▲ 3ランク up	11位
9位	マンションより戸建てに住みたい	12.4	▲ 3ランク up	12位	閑静な住宅街に住みたい	10.8	-	9位
10位	信頼のおける大手企業が販売する住まいに住みたい	11.3	▼ 3ランク down	7位	都心や都市部に住みたい	10.6	▼ 3ランク down	7位

n=850

○購入意欲の上昇度は約3割、減退度は1割半ばと、コロナ禍のなかでも意欲は上がった。上昇理由では「コロナは無関係」「ライフステージ要因」など、減退理由は「将来不安」。

Q. 住宅購入意欲の変化

住宅購入意欲の変化



本件に関するお問い合わせ先

- 調査の詳細について データドリブンマーケティング局 佐々木・大塚・伊崎・酒匂 TEL : 03-5544-7361
- 本リリースについて 総務・広報部 田代・大瀧 TEL : 03-5544-7104