

“住まいのプロ” 住宅会社社員 1,000 人に意識調査 広いリビング から LTK（リビング・テレワークスペース・キッチン）の時代に ウィズコロナ時代での新しい住環境の理想型とは？

木造住宅を手がける株式会社アキュラホーム（本社：東京都新宿区、社長：宮沢俊哉）の社内研究所であるアキュラホーム住生活研究所（本社：東京都新宿区、所長：伊藤圭子）は、アキュラホームの従業員 1,000 名を対象に「新型コロナウイルス感染症により変化する住まいのあり方調査」を実施しました。

アキュラホームでは、緊急事態宣言期間中は、原則従業員を在宅勤務とし、現在はテレワークと出社を併用しています。社内研究所であるアキュラホーム住生活研究所では、コロナ禍での在宅勤務を経験した従業員 1,000 人を対象に、緊急事態宣言中の 5 月と、新しい日常が定着してきている 10 月の 2 回のアンケート調査を行いました。

誰もが、住まいのあり方についてコロナに適應した新しい形を模索していますが、住まいのプロである従業員 1,000 人を対象とした調査を行うことで、新築住宅・リフォームなどこれからの新しい住まいの考え方の参考資料として活用していただくことを目的としています。

【アキュラホーム住生活研究所による、今からの住宅に求められるもの（一部抜粋）】

- コロナ禍において、在宅勤務の増加・外出機会の減少から家族が家にいる時間が増え、ゆとりをもって家族がくつろげる広いリビングや庭・バルコニーなどの評価が高まっています。
- 男性が個室での仕事を希望するのに対し、女性はリビングでの仕事を希望する傾向があります。女性のワンオペ育児はなくすべきですが、今少しでも在宅勤務と家事育児の負担を軽減するため、家族の気配は感じ取れるが集中できるワークスペースを、リビング周辺に確保する必要があります。LDK～LTK（リビング・テレワークスペース・キッチン）の時代に變化するかもしれません。
- 自宅での食事回数も多くなり、自炊時間が大幅に増加。そのためもあり、掃除に費やす時間が増えている。これら家事全般の負担増に対応するため、浴室乾燥機・お掃除ロボットなどの家事楽グッズのニーズが高まっています。
- このコロナ禍で、光熱費の大幅増により家計への負担が大きかったという声が多くでています。光熱費を助ける太陽光発電が高く支持される結果に。
- 在宅勤務に関する調査では、男女で異なる結果に。男性では、オンラインに柔軟に対応できる若い世代で比較的在宅勤務希望が多いのに対し、女性は年代に関わらず約6割が在宅勤務を希望しています。

<本件について報道関係からのお問い合わせ先>

株式会社アキュラホーム 広報課 堀越・西口（堀越：090-7843-6574／西口：080-8483-6963）

TEL :03-6302-5010 FAX :03-5909-5570 Email :aqura_pr@aqura.co.jp

◆ コロナ禍で住まいに求められるものが大きく変化

収納スペースのニーズは相変わらず高いものの、実用価値のあるものにシフト

これまでの住まいのトレンド調査や、ほしいもののランキングでは、収納やカウンターキッチンなどの設備系が選ばれる傾向にありました。しかしながらコロナ禍で住まいに求められるものは大きく変化。1位のウイルス対策設備は緊急事態宣言中・解除後も根強く評価されました。1位以下のランキングについても、家族の在宅時間の増加に伴い、実際に役に立つと認識されたものが多くランクインしています。



【調査結果①：住まいにあって良かったもののランキング】

| これまで | 2020年5月 | 2020年10月 |
|------------------|---------------------|---------------------|
| 1位 ウォークインクローゼット | 1位 ウイルス対策設備(※1) 35% | 1位 ウイルス対策設備(※1) 30% |
| 2位 カウンターキッチン | 2位 広い庭・バルコニー 25% | 2位 広い庭・バルコニー 22% |
| 3位 シューズクローク | 3位 モニター付きインターホン 24% | 3位 モニター付きインターホン 21% |
| 4位 パントリー | 4位 浴室乾燥機 19% | 4位 浴室乾燥機 19% |
| 5位 室内干しスペース | 5位 宅配ボックス 16% | 5位 宅配ボックス 16% |
| 6位 オープンなLDK | 6位 広いリビング 16% | 6位 収納スペース 14% |
| 7位 階段下収納 | 7位 収納スペース 15% | 7位 広いリビング 13% |
| 8位 畳コーナー | 8位 太陽光発電・蓄電池 8% | 8位 太陽光発電・蓄電池 11% |
| 9位 ゆっくり入浴できる広い浴室 | 9位 ウッドデッキ 6% | 9位 ウッドデッキ 6% |
| 10位 リビング階段 | 10位 お掃除ロボット 4% | 10位 お掃除ロボット 5% |

これまでのランキングについては、2019年 注文住宅動向・トレンド調査より 出典：株式会社リクルート住まいカンパニーから引用させていただいております。(※1)ウイルス対策設備：玄関手洗い、抗菌グッズ、空気清浄機等をいう。

【調査結果②：在宅時間増加により、新たに取り組んだこと・大幅に費やす時間が増えたもの】

| 2020年5月 | 2020年10月 |
|--------------------|----------------------|
| 1位 携帯を見る 44% | 1位 家族と過ごす 29% |
| 2位 炊事 41% | 2位 掃除 27% |
| 3位 掃除 39% | 3位 携帯を見る 24% |
| 4位 洗濯 27% | 4位 炊事 23% |
| 5位 テレビを見る 22% | 5位 洗濯 14% |
| 6位 Web飲み会 20% | 6位 テレビを見る 14% |
| 7位 資格の勉強 18% | 7位 健康促進・運動不足対策 11% |
| 8位 健康促進・運動不足対策 18% | 8位 DIY・住まいのメンテナンス 9% |
| 9位 家族と過ごす 13% | 9位 資格の勉強 8% |
| 10位 新たな趣味を始める 10% | 10位 ペットと触れ合う 7% |

◆ トピック1：広いリビングや庭が高評価。在宅勤務・学校休校などによりその理由が変化

① 在宅時間の増加から自宅でアウトドア・家庭菜園人気も。子供の遊び場としても活躍

外出自粛により家族で家にいる時間が増加し、自宅でアウトドア（グランピングやバーベキューなど）をする人が増えています。また、新たな趣味として、家庭菜園を始める人も増えています。子供のいる家庭では、感染拡大がまだまだ続いていることから、公園などで遊ばせるより、庭で遊ばせたいという意見も多くありました。5月に比べて10月は、出勤回数は増えましたが、変わらず『家族と過ごす時間が多い』と回答した人は全体でも3割弱と高止まりです。中でも子育て中の人が多い30～40代では4割を超えています。本人だけでなく、家族みんなの外出時間が減って、家で過ごす時間が増えていることも高評価の理由だと考えられます。

② 男性と女性で異なるテレワークの考え方

子供部屋はあるのに、大人部屋はない！男性は個室を希望、女性はリビングを希望



在宅勤務の増加により、新たに仕事部屋となる場所を設けた人が43%に達しました。男性の場合、子ども部屋や寝室などで仕事をする人が多く、なかには車の中という人もいました。だからこそ仕事に集中できる個室がほしいと望む男性が多くなっています。女性はリビングで仕事をする人が男性に比べて2割程多くなっています。家事をしながら、子どもに目配りしつつ、リビングで仕事というのが基本のようです。LDK（リビング・ダイニング・キッチン）からリビングの一角に女性の仕事スペースを設けるLTK（リビング・テレワークスペース・キッチン）の時代に変化していくかもしれません。

◆ トピック2：女性の家事時間はコロナ禍で増える一方に。名もなき家事も女性の負担に。

コロナ禍のアンケートでは、5月、10月共に家事楽設備のランクインが目立ちました。特に5月のアンケートでは緊急事態宣言中ということで、在宅勤務の推奨、学校休校などにより家族全員が家にいる時間が長く、それにより炊事の負担が大幅に増加しています。炊事回数が増加、加えて掃除、洗濯などの負担も増え、家事時間が長くなる傾向が顕著です。家事に費やす時間が、増加時間の多くを占めています。住まいの家事楽設備がこれからは必須になるかもしれません。また、単身世帯においても「普段自炊をしなかったが、自炊をするようになった」という声が多数あったので、家事楽グッズがあまり必要でなかった世代でも需要が高まったのではないかと思います。

◆ トピック3：光熱費を助ける太陽光発電が10月調査では5月調査を上回る支持

家族の在宅時間増加により家計に影響を及ぼすのが、光熱費です。このコロナ禍で、光熱費の大幅増による家計への負担が大きかったという声が多くでています。このため、省エネルギーへの関心が高まったと推測できます。また、環境意識や、災害時における電源確保への期待も高まってきているように思われます。

◆ トピック4：オンライン活用で暮らしが変化

① 在宅時間増加で携帯・テレビを見ることに費やす時間が

家事（掃除・炊事・洗濯）とならび上位に

調査結果②（在宅時間増加により、新たに取り組んだこと・大幅に費やす時間が増えたもの）では、携帯を見る、テレビを見ると多くの人が回答しました。特に20代は4割以上が携帯を見る時間が大幅に増えたと回答。携帯で動画やテレビ番組を気軽に見ることができることから、携帯を見て過ごす時間が長時間となっていることが考えられます。50代までは、携帯を見る>テレビを見るとなっていますが、60代以上になると、テレビを見る>携帯を見るとなっています。また、大幅に増えた時間として、5月の調査では『携帯を見る』が4割を超えていましたが、10月の調査では、若年層においては変わらず4割を超えているものの全体では2割強まで減少していました。5月はコロナに関する情報を得るためや、家で過ごす余暇時間として携帯を多く利用していたことも関係していると考えられます。

② 新たな文化 WEB飲み会は20代が唯一継続傾向

在宅勤務の定着で、どうしてもこもりがちになりコミュニケーションが欠如することを補うことを目的に生まれた新文化「WEB飲み会」も、5月の時点では積極的に実施されていましたが、現在では20代の従業員のみが継続しているようです。その他の年代においては、5%以下という結果となりました。

③ オンラインに柔軟に対応できた若い世代が、在宅勤務を続行したいと回答

5月の調査では、在宅勤務の継続意向を聞いたところ、全体の62%が、「今後も継続したい」と答え、「どちらともいえない」が24%、「在宅勤務はしたくない」が14%という結果でした。なかでも、比較的若い子育て世代や、親の介護が必要になることが多い世代の女性は、「今後も継続したい」とする割合が8割を超えました。一方、10月の調査では、20代男性の44%、30-40代男性の57%、50代以上の男性の61%が在宅勤務を希望しないと回答していました。男性の傾向として、オンラインに柔軟に対応できる若い世代の方が比較的在宅勤務を希望していることとなります。一方女性は10月の調査でも年代に関わらず約6割が在宅勤務を希望しています。

④ 買い物もオンライン活用増により、宅配ボックスが人気。感染防止にも

非接触でモノの受け取りが可能な「宅配ボックス」は、すべての世代において人気という結果になっています。買い物もオンラインで手軽にできることを経験し、さらに宅配ボックス需要が増加すると考えられます。

◆ 居住地に関する調査

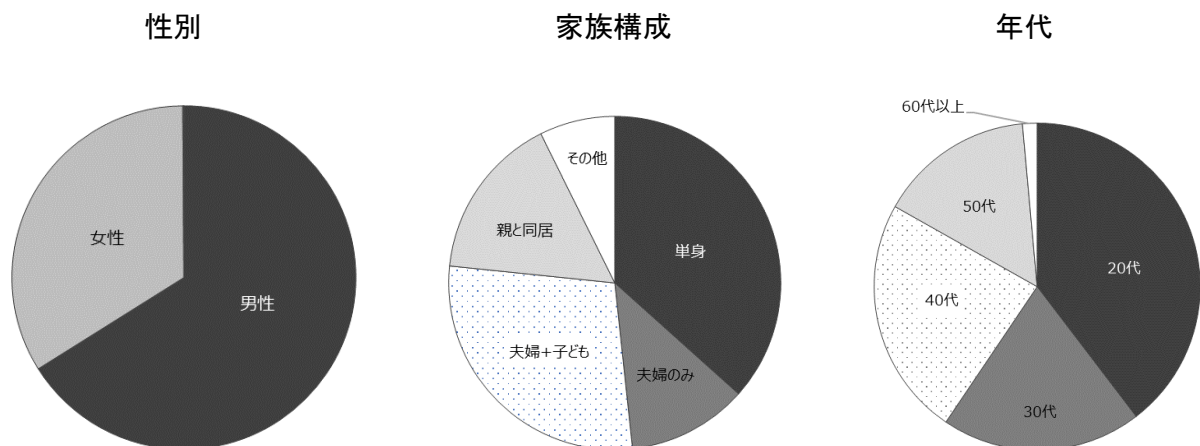
5月も10月も変わらず、約150人（約15%）の社員が現在の居住地を変えたいという結果でした。30代以上の年代では、6割以上が「自然環境の豊かなところ」を希望しています。また、3割程度は実家に戻りたいという回答も多く、子育てや介護のために実家に近居したいと考えるようになったのではないかと考えられます。在宅ワークの定着に伴い、居住地選択の自由度が、これまでと比べ高まってきていると考えられます

◆ アキュラホーム 住生活研究所について

2014年6月に、住まいと暮らしに関する調査研究を行う「アキュラホーム 住生活研究所」を企業内研究所として設立。世代を超えて長く快適に暮らすことのできる住環境の実現とともに、つくり手と住まい手が末永く協力し、使い込んだ住宅の価値が、新築時の価値を上回るような仕組みと文化の構築を目指す。

◆ 調査対象は以下の通りです。

調査対象従業員数：967人、対象期間：2020年5月



調査対象従業員数：782人、対象期間：2020年10月

