

# Z世代×賃貸住宅のトレンドに関する調査研究

## Z世代に対応した住まい・暮らしの実態およびニーズ調査

2024年3月

委託者 一般財団法人 住宅改良開発公社

受託者 国立大学法人 千葉大学



# Z世代×賃貸住宅のトレンドに関する調査研究

## Z世代に対応した住まい・暮らしの実態およびニーズ調査

### 目次

<b>1章 調査の目的・方法等</b>	
(1) 調査の目的	3
(2) 調査の方法等	3
<b>2章 Z世代に関わる状況把握</b>	
<b>2-1. Z世代の定義と状況</b>	
(1) Z世代の定義	7
(2) Z世代の人口動向と社会的背景	7
<b>2.2. Z世代を取り巻く都市と住宅背景</b>	
(1) Z世代を取り巻く人口移動の状況	8
(2) 人口動向と住宅供給の経緯	11
<b>2-3. Z世代に関する既往文献調査</b>	
(1) 既往文献調査の目的	12
(2) 調査の概要	12
(3) 既往文献調査の要約	12
(4) 既往文献調査の抜粋	13
<b>2-4. Z世代のための賃貸集合住宅の学生提案のまとめ</b>	
(1) 学生提案募集の目的	19
(2) 学生提案募集の概要	19
(3) Z世代賃貸住宅キーワードのまとめ	19
<b>3章 Z世代を取り巻く住宅の状況分析</b>	
<b>3-1. Z世代を取り巻く住宅状況のストック分析</b>	
(1) 地域別民間賃貸集合住宅率とその他指標	26
(2) 地域別賃貸集合住宅形態の割合	27
(3) 地域別賃貸住宅の部屋数割合	28
(4) 地域別賃貸集合住宅の築年別割合	29
(5) 地域別賃貸集合住宅形態別の賃料	30
<b>3-2. Z世代を取り巻く住宅の状況のフロー分析</b>	
(1) 地域別・賃貸住宅種別床面積	32
(2) 地域別・賃貸住宅種別部屋数	33
(3) 地域別・賃貸住宅種別築年数	34

(4) 地域別・賃貸住宅種別最寄り駅からの徒歩分数	35
(5) 地域別・賃貸住宅種別平均賃料と平均㎡単価	36
(6) 地域別・築年別賃貸アパート・マンション賃料	37
(7) 地域別・徒歩圏別賃貸アパート・マンション賃料	39
(8) 地域別・築年別賃貸アパート・マンション募集期間	41
(9) 地域別・徒歩圏別賃貸アパート・マンション募集期間	43

## 4章 Z世代賃貸物件居住者アンケート調査

### 4.1. アンケート調査の目的と方法

(1) アンケート調査の目的	47
(2) アンケート調査の概要	47

### 4.2. 調査結果（単純集計）

(1) 回答者の属性	48
(2) 現在の居住状況	50
(3) 現在の住まいの不満点	52
(4) 賃貸物件選択時に重視したい項目	53
(5) 住宅内・インテリアの機器・家具	55
(6) 賃貸物件に希望する形態・施設・サービス	59
(7) コミュニティ・近所づきあい	63
(8) 今後の住まいと暮らし	65
(9) 賃貸物件の探し方	67
(10) リモートワーク	68
(11) 賃貸物件のリフォーム	69
(12) 賃貸物件に関する自由意見	70

### 4.3. 男女別・職業タイプ別クロス集計

(1) 男女別・職業タイプ別クロス集計の概要	71
(2) 現在の住まいの不満点	72
(3) 賃貸物件選択時に重視したい項目	75
(4) 住宅内・インテリアの機器・家具	77
(6) 賃貸物件に希望する形態・施設・サービス	83

### 4.4. 居住エリア別クロス集計

(1) 居住エリア別クロス集計の概要	87
(2) 現在の住まいの不満点	89
(3) 賃貸物件選択時に重視したい項目	90
(4) 住宅内・インテリアの機器・家具	92
(5) 賃貸物件に希望する形態・施設・サービス	96

## 5章 調査のまとめ

(1) Z世代と関連する状況分析のまとめ	101
(2) アンケート調査結果のまとめ	102

# 1章 調査の目的・方法等



# 1章 調査の目的・方法等

## (1) 調査の目的

本調査において、Z世代は1997年から2012年の間に生まれた世代で、実年齢としては、現時点で11歳から26歳までの若い世代を示す。Z世代はマーケティング用語ではあるが、日本の社会動向とその影響を知る世代の区切りとして役立つと考えられる。

現在、日本では少子化が加速している。2022年の出生数は80万人を割って過去最低となった。かつてから、少子化による社会への影響、たとえば大学の定員総数割れ、などがいわれてきたが、若者向けの住宅供給にも大きな影響を及ぼすことは容易に想像できる。

Z世代は、幼少期からデジタル技術に囲まれて「デジタルネイティブ」として育ち、常に新しい情報にアクセスできることから社会を見る視点が他の世代とは異なることが特徴とされる。そのZ世代に限って関連する社会動向や賃貸住宅の状況やそれらへの要望などについてみていくと、様々なトレンドが想定できると考えられる。

今後も少子化は進むことから、住宅供給者にとって若い世代はターゲットとしては先細りではあるが、そうであるがゆえに、若い世代に選ばれるマーケティングがその住宅市場において重要となる。

そのため、本調査では、若者向け賃貸住宅のトレンドを捉え、今後のあり方を考えるためのヒントを得るために、Z世代と関連する社会動向、賃貸住宅の状況やそれらへの意識・要望などの実態を把握することを目的とする。

## (2) 調査の方法等

Z世代と関連する社会動向、賃貸住宅の状況やそれらへの意識・要望などの実態を把握するために、以下の調査を実施する。

### ① Z世代を取り巻く都市と住宅背景

Z世代を取り巻く都市と住宅背景を把握するために、政令指定都市におけるZ世代の人口移動（転入・転出）の状況を「住民基本台帳人口移動報告」のデータから分析する。さらに、Z世代に対応する小型の賃貸住宅の供給の経年変化の状況を把握する。

### ② Z世代に関する既往文献調査

Z世代のライフスタイル、価値観、住まいに関する意識、望む住まいの形や設備等のトレンドを把握するため、これまでの調査結果等をWEBサイトから収集し把握する。また、この結果から、Z世代対象のアンケートに資するデータを得る。

### ③ Z世代のための賃貸集合住宅の学生提案のまとめ

Z世代である大学生が、賃貸集合住宅をどのように捉えているのかを「これからの賃貸住宅のあり方」を提案させるかたちで把握する。また、この結果から、Z世代対象のアンケートに資するデータを得る。

### ④ Z世代を取り巻く住宅状況のストック分析

平成30年住宅・土地統計調査：住宅及び世帯に関する基本集計を用いて、Z世代に対応すると想定される小型の賃貸集合住宅のストックの状況を分析する。

**⑤Z世代を取り巻く住宅の状況のフロー分析**

Z世代の住宅ニーズに対応すると想定される小規模民間賃貸住宅のフローとして、2022年の年間の不動産取引データを分析する。

**⑥Z世代賃貸物件居住者アンケート調査**

Z世代のうち18歳～26歳を対象とし、現在の居住状況、現在の住まいやインテリアの状況、望む住まいの施設やサービスへの要望、それを取り巻く暮らしやライフスタイルに関する要望などを把握する。



## 2章 Z世代に関わる状況把握



## 2章 Z世代に関わる状況把握

### 2-1. Z世代の定義と状況

#### (1) Z世代の定義

本調査では、Z世代の定義を「1997年から2012年の間に生まれた世代」とする。年齢は11歳から26歳となる。

#### (2) Z世代の人口動向と社会的背景

##### ①人口動向

Z世代初期の1997年の出生数は約119万人であったが、最後の2012年の出生数は約103万人にも減少している。その間の2005年には戦後最も低い合計特殊出生率1.26を記録している。なお、その後少子化対策がうたれ、合計特殊出生率はわずかながら増加（出生数はなお減少）したが、2015年から減少に転じ2022年には、同じく戦後最低の1.26を記録した。また出生数は80万人を割り、今後増加に転じる見通しはない。

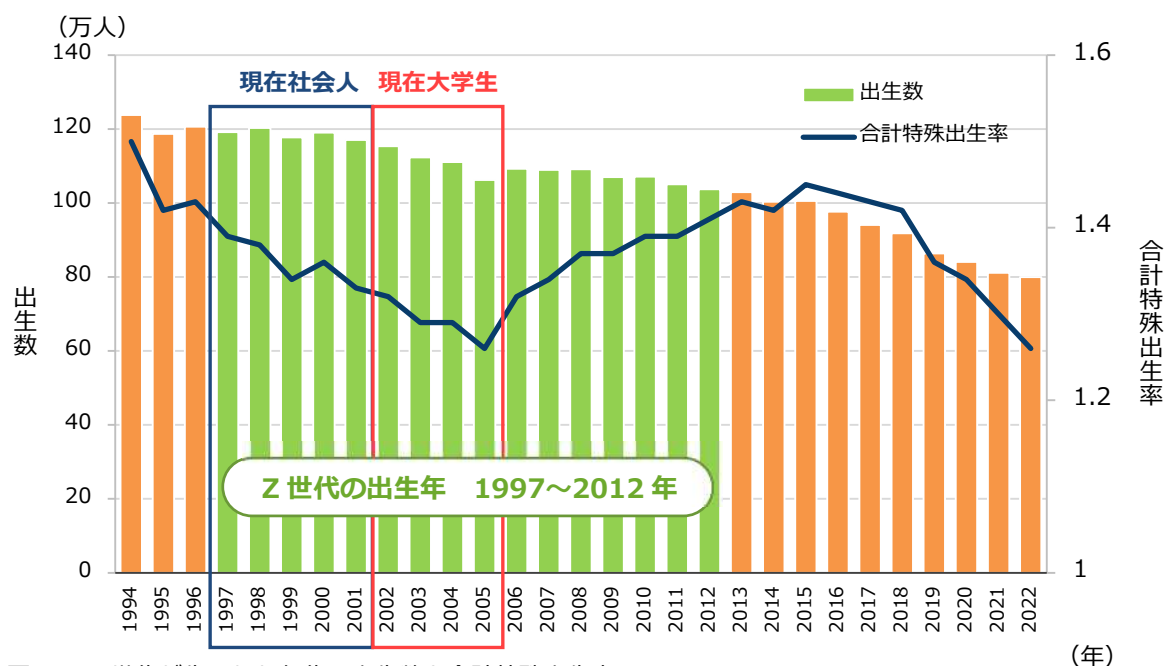


図2-1 Z世代が生まれた年代の出生数と合計特殊出生率

##### ②社会的背景

- ・ Z世代は、幼少期からデジタル技術に囲まれて育ち、デジタルネイティブとも呼ばれ、スマートフォンやソーシャルメディアなどのデバイスやプラットフォームを日常的に利用している。インターネットやソーシャルメディアの普及と共に成長し、デジタル技術に対する高い親和性を有しているといわれる。
- ・ 情報技術の進展によって常に新しい情報にアクセスできるため、社会を見る視点が他の世代とは異なることが特徴である。
- ・ Z世代の成長期には、LGBTQ+の権利、環境問題や多様性の尊重など社会的、文化的な変化が起こり、これらの変化は、Z世代の価値観や考え方に影響を与え、社会的なテーマに関心を持つ傾向があるともいわれている。

## 2.2. Z世代を取り巻く都市と住宅背景

### (1) Z世代を取り巻く人口移動の状況

Z世代の都市内での受け皿としての住宅事情を把握するために、「住民基本台帳人口移動報告」を用いて、都市部での人口移動を把握する。対象とする都市は、該当市の年齢ごと（一歳刻み）の転入超過数のデータが整っている20の政令市と東京都都区部とした。

人口移動の分析の結果、対象市を以下の6つのタイプに分類した。これらから、「大学進学時、就職時における需要に対応した住宅があるか」と、特に就職時に転出する若者層が一定数いることが「どのような理由によるものか」を理解する必要があることが分かる。ここでのデータからだけではその答えを得ることはできないが、その都市に「就職先がない」「適切な住宅がない」といった理由は考えられる。それら考えられる理由について、政策課題であるのか、住宅供給の側面からの課題であるのかを検討する必要がある。

#### ①タイプ1 大学進学時に転入多く、就職時にさらに多く転入

横浜市、川崎市、さいたま市、名古屋市、大阪市、福岡市

#### ②タイプ2 大学進学時に転入多く、就職時には転出割合が多い

札幌市、仙台市

#### ③タイプ3 大学進学時に転入多く、就職時にも入れ替わりが多い

千葉市、相模原市、神戸市、岡山市、熊本市

#### ④タイプ4 大学進学時に転入多いが、就職時に転出多い

堺市、京都市、広島市、新潟市、北九州市

#### ⑤タイプ5 大学進学時に転出多く、就職時に若干転入あり

静岡市、浜松市

#### ⑥タイプ6 大学進学時に転入多く、就職時にさらに転入激増

東京都区部

#### ①タイプ1 大学進学時に転入多く、就職時にさらに多く転入

理想的な需要パターンであり、受け皿としての住宅供給を進めていくことができる。

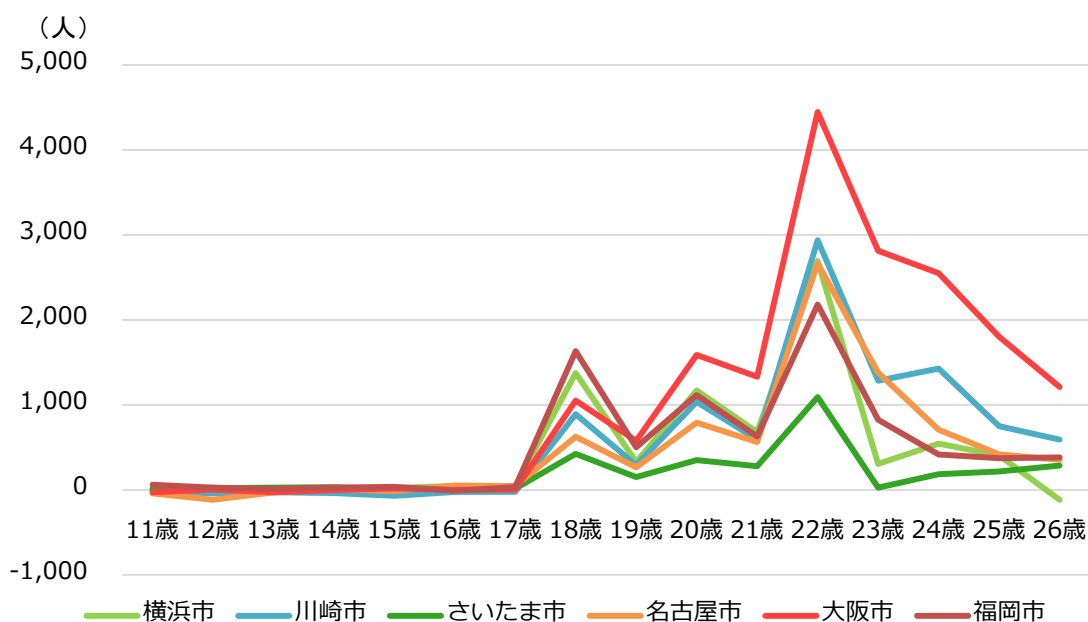


図2-2 Z世代（11歳～26歳）年齢別転入超過数

②タイプ2 大学進学時に転入多く、就職時には転出割合が多い

就職時においても転入超過ではあるが、大学進学時の数に比べると転出割合が多いため、就職時の転出を食い止める必要がある。

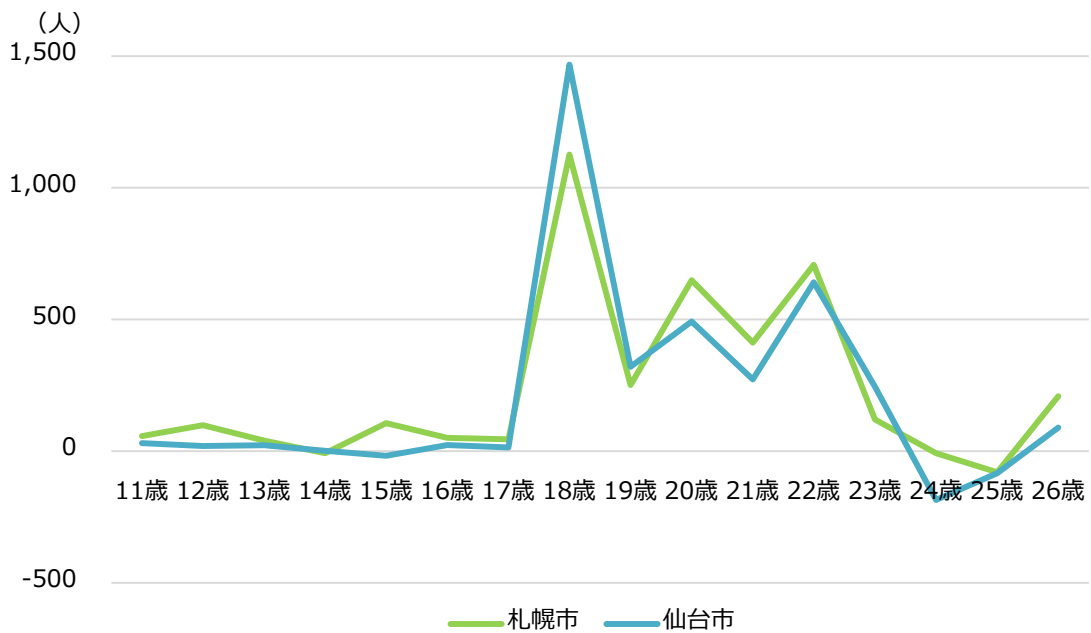


図2-3 Z世代（11歳～26歳）年齢別転入超過数

③タイプ3 大学進学時に転入多く、就職時にも入れ替わりが多い

大学進学時において一定の転入増があるものの、就職時にはその勢いが無い。就職時において他都市からの転入があると考えられるものの、その時点での転出を抑える必要もある。

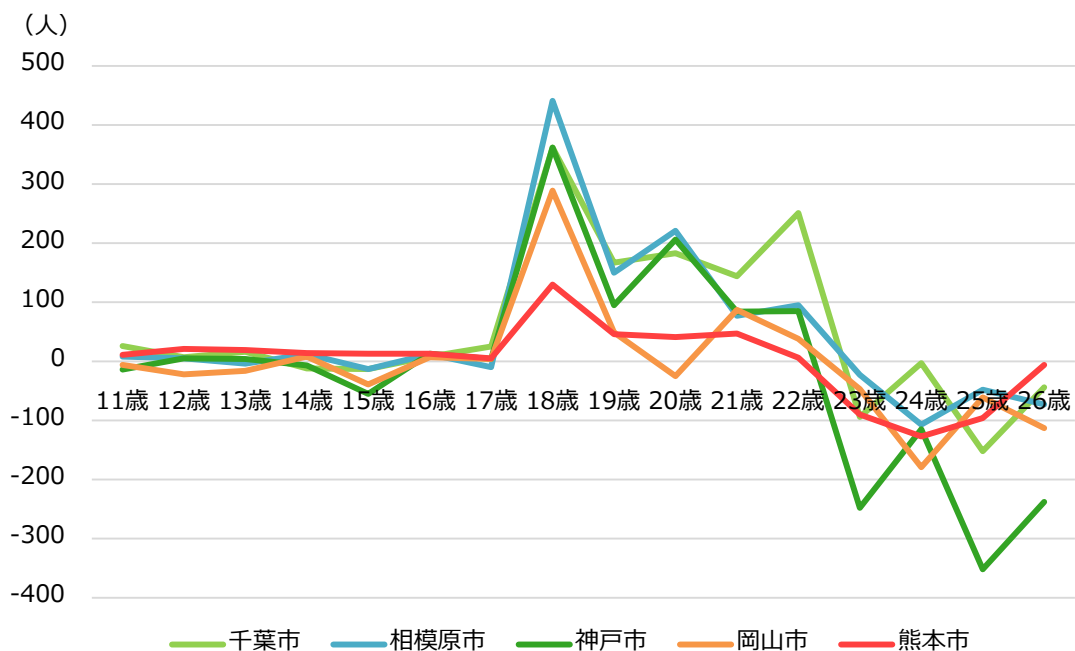


図2-4 Z世代（11歳～26歳）年齢別転入超過数

④タイプ4 大学進学時に転入多いが、就職時に転出多い

大学進学時における転入は多いものの、就職時に一斉に転出超過に転ずる。就職時での転出を食い止める必要がある。

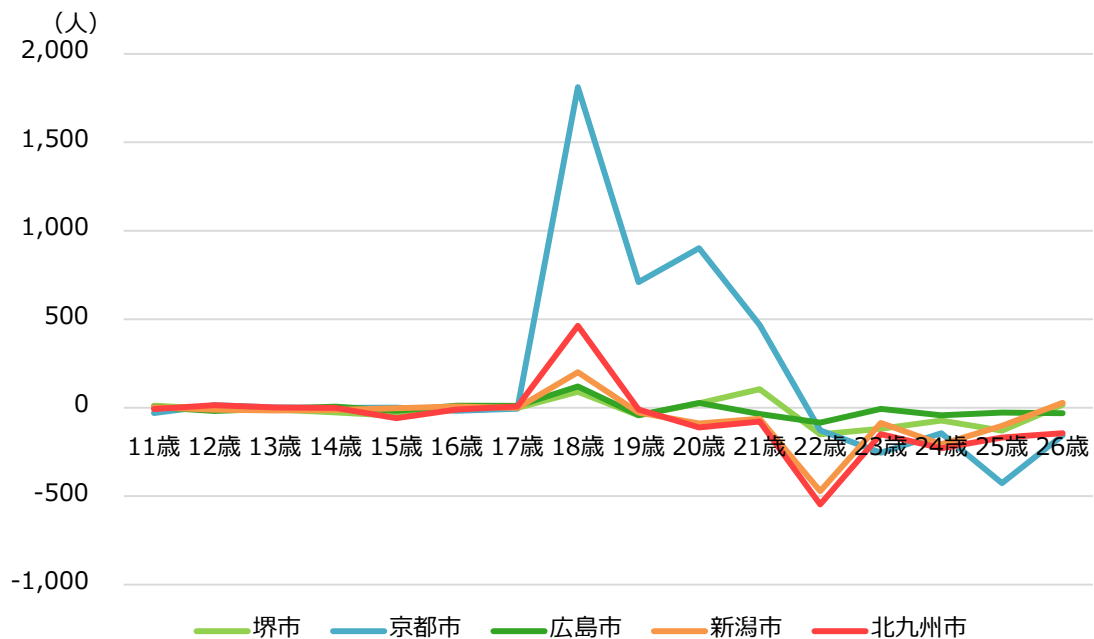


図2-5 Z世代（11歳～26歳）年齢別転入超過数

⑤タイプ5 大学進学時に転出多く、就職時に若干転入あり

就職時には転入があるが、大学進学時に転出超過が著しくある。進学先としての大学が少ないことが原因と考えられる。

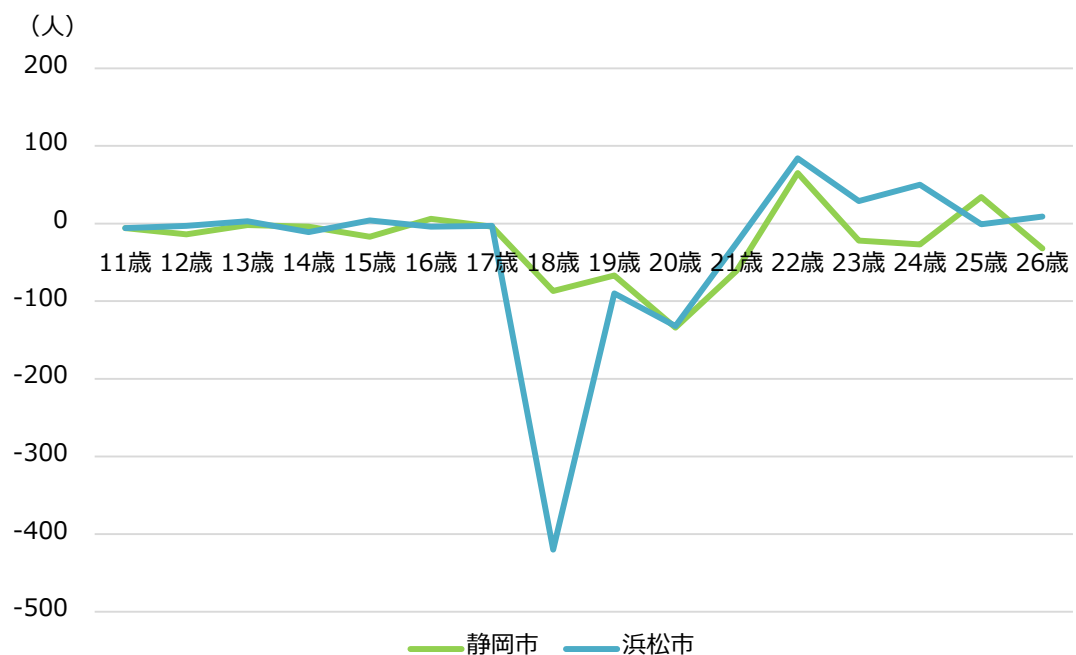


図2-6 Z世代（11歳～26歳）年齢別転入超過数

## ⑥タイプ6 大学進学時に転入多く、就職時にさらに転入激増

東京都特別区部の一人勝ちの状況である。



図2-7 東京都特別区部 Z世代（11歳～26歳）年齢別転入超過数

## (2) 人口動向と住宅供給の経緯

Z世代の賃貸住宅として想定されるワンルームなどの小型の賃貸住宅の現在のストックの状況を把握するために、出生数と借家着工戸数（国土交通省）のデータから分析した。

借家着工戸数には2つのピークがある。一つは第一次ベビーブーマーの就職時にあたる1971年前後をピークとするもので、もう一つは第二次ベビーブーマーの大学進学時にあたる1988年前後をピークとするものである。

1988年前後に建設された借家（賃貸住宅）は、ワンルームマンション形式のものが多くとされ、築後36年を経過している。

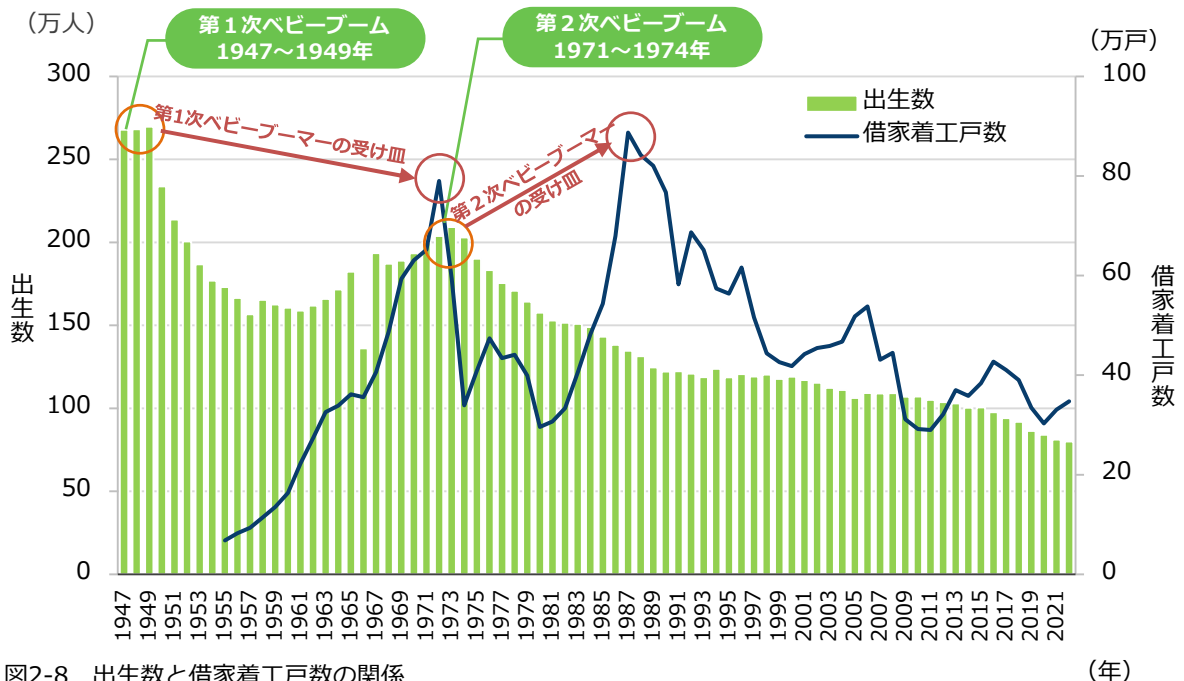


図2-8 出生数と借家着工戸数の関係

## 2-3. Z世代に関する既往文献調査

### (1) 既往文献調査の目的

Z世代のライフスタイル、価値観、住まいに関する意識、要望する住まいの形や設備等についてどのように捉え、考えているのかを把握するため、これまでに発表されている調査結果等をWEBサイトから収集する。この結果から、若者向け賃貸住宅のトレンドを捉え、Z世代対象のアンケート調査に資するデータを得ることを目的とする。

### (2) 調査の概要

WEBサイトからZ世代のライフスタイル、価値観、望む住まいの形や設備等に関する10件の調査結果を収集し、それぞれについて要約した。

### (3) 既往文献調査の要約

#### ■ Z世代ライフスタイル

- ・ タイムパフォーマンスや効率性を重視。
- ・ 9割がコスパの良さを重視する。
- ・ 4人に1人が掃除機を持たないなど、特徴的な暮らしもみられる。
- ・ 一人暮らしでは「自炊」が主流。
- ・ ほかの世代に比べて、社会貢献、環境配慮、社会問題への意識が高い。
- ・ ほかの世代に比べて、コト重視の傾向が強い。
- ・ SNSの活用や影響が多く見られる。

#### ■ 住まいに関する意識

- ・ Z世代は大人世代に比べて、フレキシブルな住まい方への関心が高い。
- ・ 6割以上がライフステージに応じて住み替え希望。
- ・ 住宅の所有希望は57%。

#### ■ Z世代が望む住まいの形

- ・ 物件の決め手は「家賃」が7割と圧倒的に高い。
- ・ 男性は機能面、女性は空間デザイン面を重視する傾向。
- ・ Wi-Fi 完備を重視

#### ■ 物件探し

- ・ SNSからの部屋探しの経験あり
- ・ WEBフォームからの入居申込みに7割以上が意向あり



#### (4) 既往文献調査の抜粋

##### アットホーム株式会社

現在賃貸物件で一人暮らしをしている Z 世代（17～26 歳）のライフスタイルや価値観、求める住まいに関する調査

##### ■ Z 世代の価値観

- ・ 約 7 割が「タイムパフォーマンス（タイパ）や効率性」、「流行のものよりも自分がいいと思ったものを優先したい」「ものを買う時、コスパ（質に対する価格の安さ）を重視。

##### ■ Z 世代のライフスタイル

- ・ 情報を収集する際に利用する SNS の中で最も信頼するのは「Instagram」が 15.2%。
- ・ 約 2 割が「テレビ」を未所有。4 人に 1 人が「掃除機」を持たず、粘着式クリーナーやモップ等で代用。
- ・ 休みの日の家での過ごし方は「動画を見る」「SNS を見る・投稿する」が約 7 割。
- ・ 5 人に 1 人が「押し」のためのスペースがあり、広さは半数近くが 4 m<sup>2</sup>以上。

##### ■ 不動産会社に求めること

- ・ 知らない番号から電話がかかってきたら、半数以上が「すぐには出ずに番号を調べてからかけなおす」。
- ・ 「Web フォームからの入居申込」「電子サイン」はいずれも Z 世代の 7 割以上が利用意向あり。

##### ■ Z 世代が求める住まい

- ・ 6 割以上が「ライフステージに応じて違った場所に住みたい」と回答。
- ・ 重視する住まいの条件は「通勤・通学に便利」51.5%、設備は「独立洗面台」37.5%。

出典：「Z 世代のライフスタイルに関する調査」. digmar（ディグマル）.2023-01-27.

<https://digmar.jp/2023/01/27/4807/>, (参照 2023-03-12)

##### au じぶん銀行

Z 世代とミレニアル世代の大学時代の価値観に関する調査

##### ■ 大学生の悩みと流行り

- ・ Z 世代 現役大学生の悩み 1 位「お金（60.1%）」、約 10 年前より 10%以上増加。
- ・ SNS 世代でもある Z 世代 現役大学生は「Instagram」や「TikTok」。
- ・ ミレニアル世代の大学時代は「Facebook」や「街コン」。

##### ■ 大学生のお金に関する価値観

- ・ Z 世代 現役大学生の約 9 割は日本経済や自身の将来のお金に不安。
- ・ 約 10 年前と比較し、お金の不安を感じる大学生は約 2 割増加。
- ・ Z 世代 現役大学生の 6 割以上が投資に関心あり。約 10 年前より関心のある大学生は約 3 割

増加。

#### ■就職に関する価値観

- ・ 両世代ともに就職で重視するポイント「仕事内容」「給与や賞与の高さ」「やりがい」が上位に。
- ・ Z世代 現役大学生は「社員の雰囲気・人間関係」「雰囲気」など働きやすさを求める傾向。

#### ■恋愛に関する価値観

- ・ 約 10 年前と比較し結婚願望を持つ大学生は約 2 倍。Z世代 現役大学生の約 6 割が結婚願望「あり」と回答。
- ・ SNS での告白や別れ話、Z世代、ミレニアル世代ともに半数近くは「アリ派」と判明。

出典：auじぶん銀行株式会社。“価値観が変化！？”. 2022-10-28.

[https://www.jibunbank.co.jp/corporate/news/2022/1028\\_01.html](https://www.jibunbank.co.jp/corporate/news/2022/1028_01.html)。(参照 2023-03-12)

### FJネクストホールディングス

#### Z世代 ひとり暮らしの生活事情アンケート

- ・ ひとり暮らしの Z 世代は「自炊」が主流。節約志向のあらわれ？
- ・ 支払いは「クレジットカード」か「モバイル決済」。“現金派”は 1 割台。
- ・ 約 7 割が「映画・音楽のサブスク」を利用。平均月額は 2,700 円。
- ・ 視聴はネット配信が中心。「ネット配信しか見ない」人も。
- ・ 新聞は 4 人に 3 人が「読まない」、書籍は「紙」が「電子版」を上回る。
- ・ 将来への不安？ 6 割近くが「自己啓発」をしている。
- ・ デジタルネイティブは「Wi-Fi 完備」を重視。

出典：株式会社 F Jネクストホールディングス。“Z世代 ひとり暮らしの生活事情”アンケート”。2022-03-24.

[https://www.fjnext-hd.co.jp/ss/2022/03/pr\\_20220324.pdf](https://www.fjnext-hd.co.jp/ss/2022/03/pr_20220324.pdf)(参照:2023-03-10)

### 三菱総合研究所

#### Z世代のライフスタイルと行動変容

#### ■SNS 利用とコト重視

- ・ Z 世代は SNS の利用が活発であるとともに、企業行動や自身の興味のある尖った内容についても SNS を介して情報収集や共有、発信を行っていることがうかがえる。
- ・ Z 世代にとって、SNS はメディア利用の中でも大きな比重を占めている。
- ・ 「友人・知人とわくわくする体験をしたい」については 13 ポイント、「おもてなしなど特別なサービスを体験したい」について 12 ポイント、全世代平均と比較して Z 世代の方が高い比率く、コト重視の意識が高い。

#### ■環境や働き方から見える社会貢献意識

- ・ Z 世代は、前の世代と比較すると「社会貢献」を優先する姿勢

### ■価値観から見た Z 世代

- ・ Z 世代は全世代平均と比較して、**積極派**（全世代平均 7%なのに対して Z 世代 11%で 1.5 倍）と**無気力あきらめ派**（全世代平均 23%なのに対して Z 世代 41%で 1.8 倍）の**構成比率が高い**。
- ・ Z 世代無気力あきらめ派は、社会への関心が高い。
- ・ ボランティア活動への参加も盛ん。
- ・ 寄付に対する意識も高い。**Z 世代は全世代平均と比較すると寄付意識は高く、無気力あきらめ派は其中でもさらに高い。**

出典：高橋寿夫.“Z 世代のライフスタイルと行動変容”.マーケティングホライズン.2022-05.

<https://www.jma2-jp.org/horizon/backnumber/h2205/horaizun5haokategori/lifestyle>

(参照 2023-03-12)

## SHIBUYA109 エンタテイメント『SHIBUYA109 lab.』

### Z 世代の住まいに関する意識調査

#### ■物件の決め手

- ・ 男性：**「家賃」が約 70%と圧倒的に高く**、他の項目は低い結果となり、こだわりが少ないよう。
- ・ 女性：同じように家賃が決め手の 1 位。しかし「間取り」「交通の利便性」「部屋の広さ」「防犯設備」など、男性よりも高い項目が多く、総合的に部屋の良し悪しを見て決めているよう。

#### ■部屋の重視点における本人と親の違い

- ・ 本人は「家賃(70.0%)」や「間取り(44.0%)」「部屋の広さ(36.5%)」を重視。
- ・ 親は「家賃(62.0%)」に続き「防犯設備(29.0%)」を重視。

#### ■理想の暮らし方

- ・ 女性は半数以上が一人暮らし、男性は女性の 2 倍恋人との同棲が理想。

#### ■理想の生活環境

- ・ 全体で「**Wi-Fi 等インターネット環境が整っていること(56.5%)**」が 1 位。
- ・ 女性：「**セキュリティがしっかりしている(58.0%)**」といった**防犯面に加え**、「自分の好きなインテリアに出来る(53.5%)」「**ファッションを楽しめる(47.0%)**」といった**空間デザイン面を重視**。
- ・ 男性：「**趣味と勉強の空間を分けられる(44.0%)**」といった空間の切り分けによるオンオフの切り替えのしやすさなど**機能面を重視**。
- ・ インテリアは「**こだわりたいが、こだわっていない**」が半数以上。部屋全体のインテリアを好みのテイストに変えるのは現状の金銭面的にハードルが高いことから、写真に映る部屋の一部分だけオシャレにする工夫を凝らしている事例も。

出典：SHIBUYA109 lab.“Z 世代の住まいに関する意識調査”.2022-03-15.

<https://shibuya109lab.jp/article/220315.html>,(参照 2023-03-28)

## YKK AP

### 住まいに関する意識調査

#### ■住宅購入意向

- ・ Z世代では、将来的な希望も含めた**住宅購入意向者は約 57%**
- ・ そのうち、「新築住宅」を希望している人が約 70%、「中古住宅」は約 25%
- ・ 他世代と比較しても大きな差はなく、若い世代においても新築住宅への憧れが強いことがうかがえる。

#### ■住まい方への関心

- ・ Z世代は大人世代に比べて、**フレキシブルな住まい方への関心が高い。**
- ・ 大人世代は同じ土地・同じ家に長く住むことを望む人が多く、若い世代ほどライフステージに応じて土地や住まいを変えるフレキシブルな住まい方への関心が高い。

#### ■理想の住まい

全世代：落ち着いた穏やかな気持ちで過ごせる空間が求められる。

Z世代：仕事や勉強に取り組める空間を求めるが傾向ある。

#### ■インテリアの好み

- ・ 自分の好みに合わせた家具の組み合わせや、生活感のないシンプルな空間、トレンドへの関心が高く、自分らしさを表現できる空間を望む。
- ・ 全世代で住まいには「お金がかかっても地球にやさしい暮らしをする」よりも、「自分にとってメリットを重視した暮らし」を求める傾向。その中でも**Z世代は、ほかの世代より環境配慮・社会問題への意識が高い。**

出典：digmar（ディグマル）.“全国の男女 2,090 人に「住まいに関する意識調査」を実施”.2022-06-21.

<https://digmar.jp/2022/06/21/3721/>,(参照 2023-03-12)

## SHIBUYA109 エンタテインメント『SHIBUYA109 lab.』

### Z世代のSDGsと消費に関する意識調査

- ・ 7割以上が環境にやさしい取り組みを実施するも、低い自己評価。エコフレンドリーが日常化するZ世代。
- ・ SDGsに配慮した商品を5割が購入経験有。社会的課題への取り組みに、“金銭面でのメリット”と“情報の透明性や丁寧な説明”が求められている。
- ・ 7割がSDGsに取り組む企業に好印象。企業のSDGsへの取り組み姿勢が就職先の志望度にも影響。

出典：SHIBUYA109lab..“Z世代のSDGsと消費に関する意識調査”.2022-09-20.

<https://shibuya109lab.jp/article/220920.html>,(参照 2023-03-12)

## SHIBUYA109 エンタテイメント『SHIBUYA109 lab.』 Z世代のSNSによる消費行動に関する意識調査

- ・新商品認知経路はSNS。女性の約70%がInstagramで新商品に出会う。
- ・約60%がインフルエンサーの紹介商品の購入経験あり。
- ・男性は広告と検索エンジン、女性はSNSを活用。

出典：SHIBUYA109lab..”Z世代のSNSによる消費行動に関する意識調査”。2022-05-20.  
[https://tenpodx.com/dxnews\\_20220119\\_001/](https://tenpodx.com/dxnews_20220119_001/) ,(参照 2023-03-12)

## イタンジ株式会社 Z世代の部屋探しに関する調査

- ・Z世代の約67%がSNSから部屋探し経験あり。
- ・引越しを決めた理由、「一人暮らしをしたかったから」が最多。
- ・部屋探しは物件情報サイトやアプリ、SNSなど複数手段を併用、見やすさや使いやすさを重視。
- ・物件の問い合わせから返信までの時間、約半数が1時間後までが最適と回答。
- ・物件情報サイト/アプリ、基本物件情報以外であると嬉しいのは「周辺情報」「物件写真」。
- ・住みたい街の情報収集手段、検索エンジンに次いでGoogleマップ、インスタグラム、店舗訪問。
- ・物件検索の際に優先度の高い条件、「面積・駅近・セキュリティ」に次いで「インターネット完備」。
- ・回答者の約85%が物件の部屋探しから契約まで全てスマートフォンで完結できると嬉しいと回答。

出典：“イタンジ株式会社.”世代、約67%がSNSから部屋探し経験あり！  
Z世代の部屋探しに関する調査（OHEYAGO調べ）”.ITANDI.2023-02-24.  
[https://www.itandi.co.jp/press\\_releases/118](https://www.itandi.co.jp/press_releases/118) ,(参照 2023-03-10)

## コメ兵 消費行動とリユース品への価値観に関する調査

- ・買い物をするとき**にコスパの良さを重視する人が約9割**。どの世代も8割を超える中、最もコスパを意識しているのはしらせ世代。また、**全世代で「コスパの良さ＝価格の安さ」という認識が下がっている**。
- ・リユース品購入への抵抗感が薄くなったと感じている人が43.5%。
- ・**Z世代の2人に1人以上（51.3%）がリユースへの抵抗感が最も薄く**、バブル世代が最も強い。
- ・リユース品購入経験は約3人に2人（66.0%）があり、氷河期世代が最も高い（71.3%）結果に。また、リユース品に対しての抵抗感が薄くなったと感じている人に限定すると、8割超

がリユース品の購入経験があると回答。

- ・ **販売形態がネットだけでいいと思う人は 4.5%、店舗だけでいいと思う人が 5.5%。**
- ・ **Z 世代で店舗だけでいいと回答した人が 11.3%となり、他の世代よりも高く、全体（5.5%）の 2 倍超え。**
- ・ どの世代も、価格よりも商品のジャンルによって店舗で買うか決めている人が多く、商品ジャンルで決める人の境界線は「ブランド品」であれば店舗、「家電」であればネットで買うことが判明。**世代別では Z 世代が店舗で買いたい項目が最も多い。**

出典：株式会社コメ兵ホールディングス。” <消費行動とリユース品への価値観に関する調査> Z 世代の 2 人に 1 人以上がリユースへの抵抗感が薄くなったと感じ、リセールバリューを意識して購入する割合が最も高い結果に”。PR TIMES2023-01-16.

[https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000208.000000884.html](https://prt看mes.jp/main/html/rd/p/000000208.000000884.html),(参照 2023-03-12)

## 2-4. Z世代のための賃貸集合住宅の学生提案のまとめ

### (1) 学生提案募集の目的

Z世代である大学生が賃貸集合住宅をどのように捉えているのかを把握するため、「これからの賃貸住宅のあり方」という形で学生から提案を募集する。この結果から、若者向け賃貸住宅のトレンドを捉え、Z世代対象のアンケート調査に資するデータを得ることを目的とする。

### (2) 学生提案募集の概要

#### ①提案項目

提案項目は以下の通りである。

#### ・提案場所と居住者の設定

場所／居住者像

#### ・建物の提案

コンセプトと概要／住宅（ユニット）間取り／全体のかたち／共用施設・共用空間／周辺・コミュニティとの関わり／家賃

#### ②募集結果

172 の提案が集まった。その中から、Z世代対象のアンケート調査に資するキーワードを整理した。

### (3) Z世代賃貸住宅キーワードのまとめ

#### ①地域・エリアに関するキーワード

---

##### ■周辺との関係

町内会との連帯

町内会加入

地元祭り参加

地域住民に開放

貸し出しスペース

地域からのサポート

災害時の避難

##### ■地域・エリアイベント

地域コミュニティ参加

環境美化活動

周辺住民も参加

地域ボランティア活動

フリーマーケット

周辺住民との食事会

食イベント

##### ■周辺施設

コンビニ

銭湯

保護猫カフェ

## ②コミュニティ・近所づきあいに関するキーワード

---

### ■コミュニティ像

居住者属性ミックス  
多世代居住  
同じ年代  
住棟での世帯数  
住棟での人数規模

### ■コミュニティの温度感

住民との交流・関わりの程度  
ゆるいつながり  
名前を知るくらいのつながり  
あいさつ以外 NG  
他人との距離感  
静かさにとぎやかさの程度

### ■住宅内イベント

住民みんなで参加  
クリスマスパーティ

趣味サークル  
バーベキュー  
映画鑑賞会  
賃貸オーナー主催イベント

### ■住宅内コミュニケーション

おすそ分け  
グループライン  
SNS 通じた住民同士つながり  
コミュニケーション  
交流拡大

### ■関係性（個人）

孤独  
孤食  
引きこもり  
友人招く

## ③ライフスタイル／ワークスタイルに関するキーワード

---

### ■ライフスタイル

アクティブ  
アウトドア・インドア派  
自然志向  
緑の温かみ  
趣味の時間  
健康志向  
ストレスフリー  
SNS ではないリアル空間  
自分らしさ  
タイパ  
いやし  
オタ活

### ■シェア

シェアハウス・ルームシェア  
共同菜園  
共有ラウンジ  
コワーキングスペース  
共有キッチン

シェアサイクル

### ■スタイル特化

ペット  
SOHO  
DIY 可住宅  
コレクティブ  
女性限定  
子育て

### ■居住者・世帯像

核家族  
共働き  
女子大生専用  
留学生・外国人

### ■ワークスタイル

オンとオフの切替え  
在宅ワーク・リモートワーク  
仕事とプライバシー分離



#### ④共用施設・共用空間に関するキーワード

---

##### ■共用施設

フィットネスジム  
多目的ルーム  
パーティールーム  
ゲストルーム  
自習室  
イベントスペース  
交流スペース  
チャイルドルーム  
キッチンスタジオ  
アートスペース  
リラックス空間  
談笑スペース  
趣味部屋  
サウナ  
芝生  
中庭  
屋上テラス

##### ■共用設備

ベンチ  
掲示板（アンチ SNS）  
ハンモック

充電設備  
防犯カメラ  
ソーラーパネル  
防災備蓄庫  
宅配ボックス  
24 時間ゴミだし  
大型洗濯機  
コインランドリー  
巨大スクリーン

##### ■サービス

栄養バランスある食事提供  
DIY 工房  
DIY 道具貸し出し  
託児所  
生活サポート・相談  
食堂  
料理教室  
カフェ  
コミュニティカフェ  
ガーデニング

#### ⑤住宅内の設備・機能に関するキーワード

---

##### ■設備・機能（室内）

騒音・防音  
風呂・トイレ別  
ロフト  
和室  
1K  
緑のカーテン  
高断熱  
室内干し  
置き配用設備  
メゾネット

##### ■電機・機械系設備（室内）

IoT  
スマート家電

キーレスエントリー  
オートロック  
モニタ付きインターホン  
IH コンロ  
最先端機器  
カードキー  
蓄電装置  
自動カーテン

##### ■環境配慮

環境配慮  
資源再利用  
省エネ・再エネ  
環境共生  
電気代節約

## ■住宅機能ニーズ

洗濯物干し方

日当たりの有無

インスタ映えする庭

映えるデザイン

住みたい階

防犯性

安心感

## ■テイスト

白とグレー

シンプル

コンパクト

ミニマム

ユニークな間取り

## **3章 Z世代を取り巻く住宅の状況分析**



### 3章 Z世代を取り巻く住宅の状況分析

#### (1) 住宅の状況分析の目的

Z世代に対応すると想定される小型の賃貸集合住宅のストックやフローの状況を、統計調査資料をもとに分析し、若者向け賃貸住宅のトレンドを捉えるデータを得ることを目的とする。

#### (2) 分析概要

##### ①分析に用いる統計資料

###### ○賃貸住宅ストック状況分析

平成30年住宅・土地統計調査：住宅及び世帯に関する基本集計

###### ○賃貸住宅フロー状況分析

日本統計センター「2022年アパート・マンション統計データ（町丁・字等版）」

##### ②対象市と対象戸数

対象とする市は首都圏の10市、首都圏以外の9市の計19市で、対象戸数はそれぞれ以下の通りである。

	分析対象市	ストック分析対象戸数	フロー分析対象戸数
首都圏	千葉市	96,900	21,206
	市川市	93,590	16,288
	船橋市	73,340	14,396
	松戸市	67,030	9,006
	柏市	43,550	7,171
	八王子市	64,930	15,015
	立川市	22,440	4,841
	武蔵野市	32,750	6,735
	調布市	44,500	10,273
	多摩市	17,050	3,416
首都圏以外	札幌市	377,700	44,657
	仙台市	203,000	39,035
	名古屋市	385,500	106,266
	大阪市	558,200	127,946
	堺市	67,600	11,977
	吹田市	42,980	14,718
	茨木市	39,000	10,277
	北九州市	109,200	20,361
	福岡市	378,100	58,982

表 3-1 対象市と対象戸数

##### ③分析項目

###### ○賃貸住宅ストック状況分析

民間集合住宅率、賃貸マンション・アパート率、部屋数、築年、賃料

**用語の見方** 本調査では住宅・土地統計調査結果で用いられる用語を以下の通り読み替えている。

- |                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| ○共同住宅→集合住宅            | ○借家→賃貸住宅             |
| ○共同住宅・借家・木造→賃貸アパート    | ○共同住宅・借家・非木造→賃貸マンション |
| ○民営（公営・UR・給与住宅を除く）→民間 |                      |

###### ○賃貸住宅フロー状況分析

床面積、部屋数、築年、最寄り駅からの徒歩分数、賃料、㎡単価、募集期間（日数）

### 3-1. Z世代を取り巻く住宅状況のストック分析

#### (1) 地域別民間賃貸集合住宅率とその他指標

民間賃貸集合住宅率が高い市は、首都圏の市川市、武蔵野市、首都圏以外の札幌市、仙台市、大阪市、福岡市で40%を超えている。

首都圏の市川市、武蔵野市、調布市、首都圏以外の札幌市、仙台市、名古屋市、大阪市、福岡市のように「持ち家率」が低い市では、「民間賃貸集合住宅率」が高くなる傾向がある。逆に、「持ち家率」が高い市では、「民間賃貸集合住宅率」が低くなる傾向がみられる。

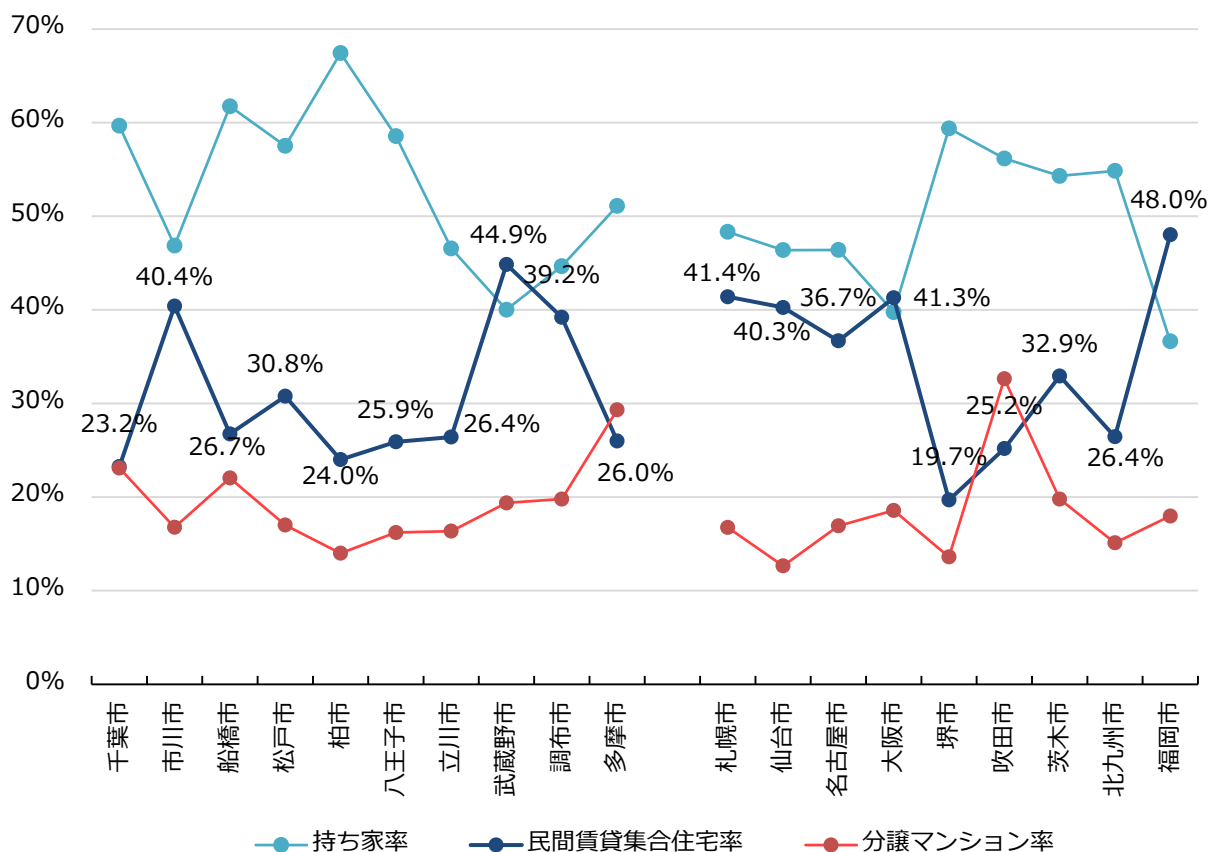


図3-1 地域別民間賃貸集合住宅率とその他指標

## (2) 地域別賃貸集合住宅形態の割合

地域別の賃貸集合住宅形態の割合についてみる。なお、このデータには、民間による供給だけでなく、公営、UR、給与住宅が含まれている。

「賃貸マンション」が9割を超える市は、首都圏では千葉市、多摩市、首都圏以外では、札幌市、仙台市を除くすべての市である。

「賃貸アパート」が2割程度と比較的多くなる市は、首都圏での船橋市、松戸市、柏市、首都圏以外の札幌市、仙台市である。

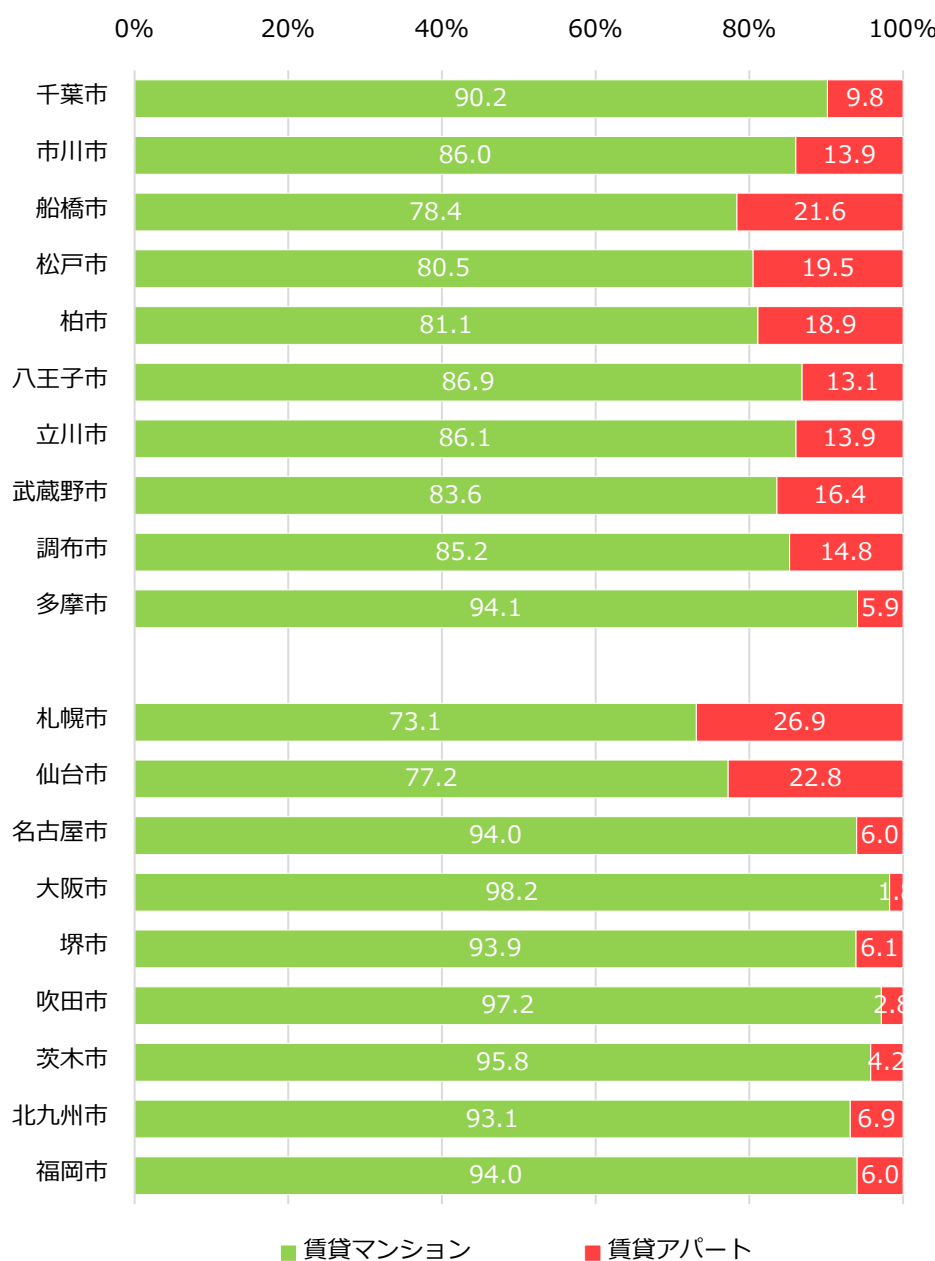


図3-2 地域別賃貸集合住宅形態の割合

### (3) 地域別賃貸住宅の部屋数割合

地域別の賃貸住宅の部屋数割合についてみる。なお、このデータには、集合住宅だけでなく戸建て、長屋の賃貸住宅も含まれ、また、民間による供給だけでなく、公営、UR、給与住宅が含まれている。

「ワンルーム」が比較的多い市は、首都圏では武蔵野市、八王子市で4割を超える。首都圏以外では、仙台市、大阪市、福岡市の割合が多い。首都圏では千葉市の割合が低く、首都圏以外では、札幌市、北九州市が2割を割っている。

「2室」まで含めると、武蔵野市の割合が高く、千葉市、堺市、北九州市が低い。小型の賃貸住宅割合が低い市では、それを望む世代へのニーズに十分に答えられていない可能性が想定される。

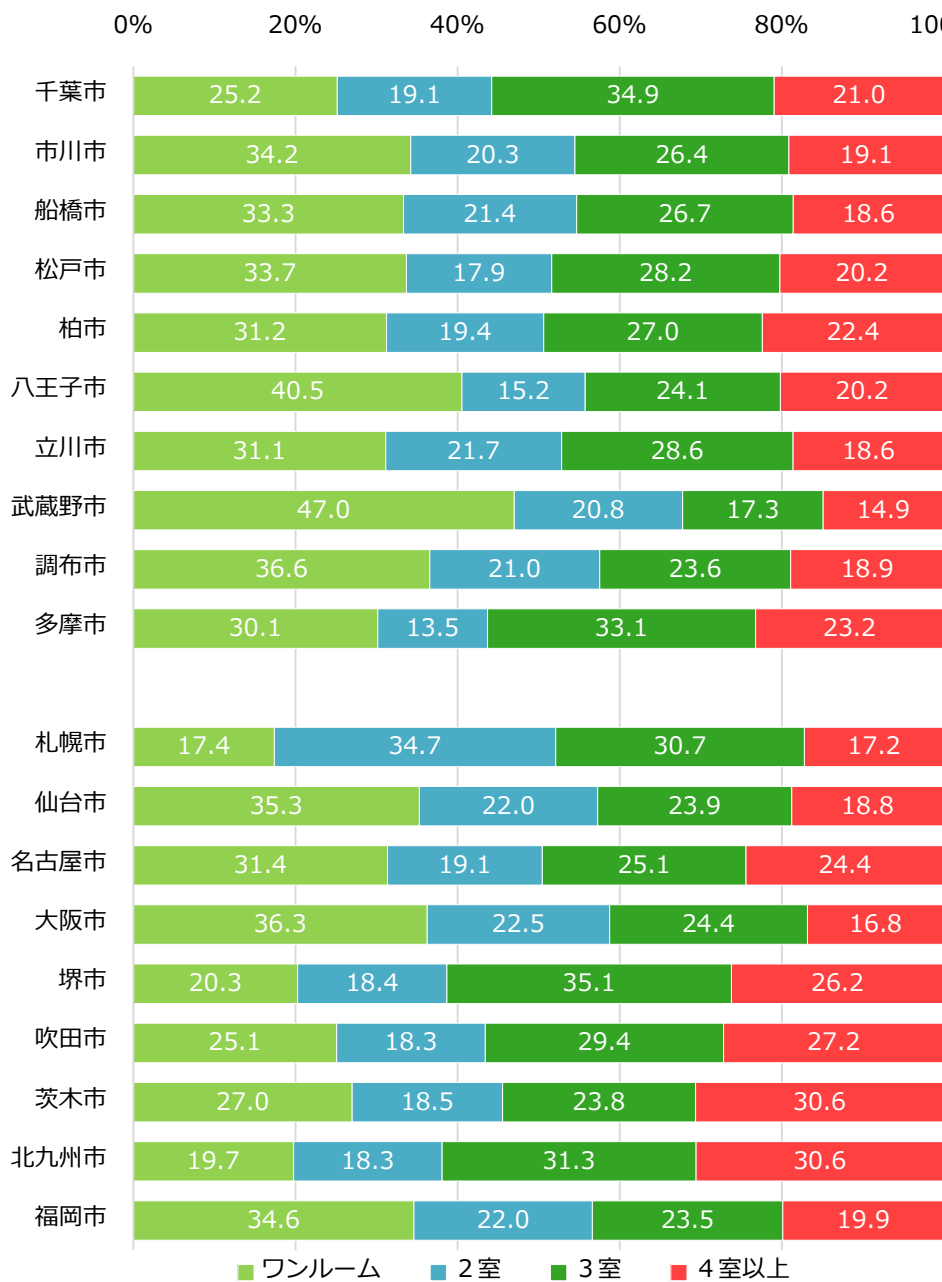


図3-3 地域別賃貸住宅の部屋数割合



#### (4) 地域別賃貸集合住宅の築年別割合

地域別の賃貸集合住宅形態の割合についてみる。なお、このデータは民間による供給だけでなく、公営、UR、給与住宅が含まれている。

「2011年以降建設（築後10年程度）」が多い市は、首都圏の船橋市、柏市で2割を超え、多摩市を除くほとんどの市で15%前後である。「2001年以降（築後20年程度）」でみると、船橋市、柏市で多いが、首都圏以外でも札幌市、福岡市などで4割を超えて割合となる。

「1970年以前（築後50年以上）」とみると、千葉市、松戸市、立川市、堺市、吹田市で1割程度あり、それらの市は築後40年以上の賃貸集合住宅があるなど、居住条件が悪くなっていると考えられる。

特徴的なのは、多摩市でその築年数は他の市と比べてダントツで古いが、団地、ニュータウンが多く、公営、UR住宅が含まれていることが影響していると考えられる。

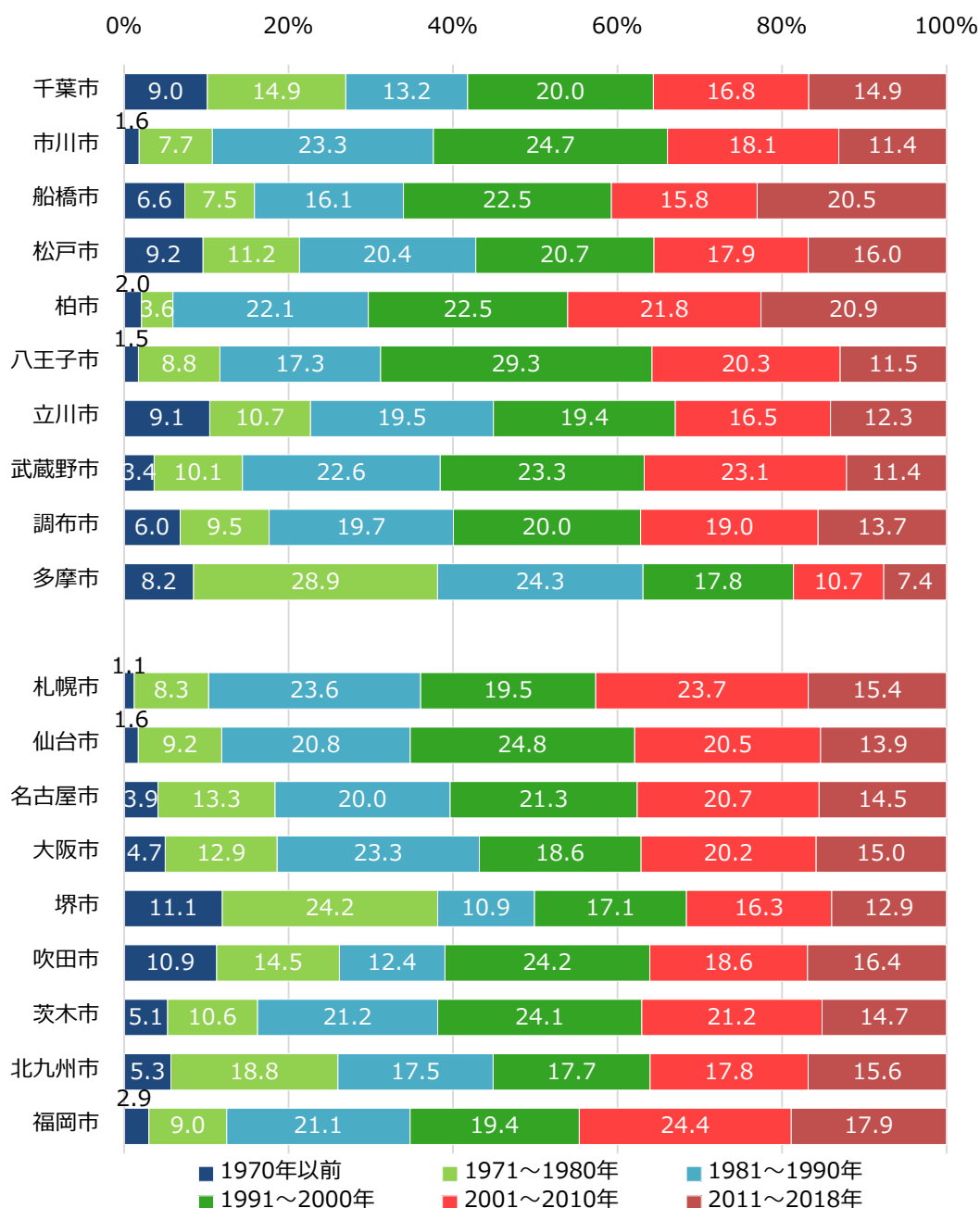


図3-4 地域別賃貸集合住宅の築年別割合

### (5) 地域別賃貸集合住宅形態別の賃料

地域別の賃貸集合住宅形態の割合についてみる。なお、このデータには民間による供給だけでなく、公営、UR、給与住宅が含まれている。

賃料は、「賃貸マンション 30～49㎡」が最も高く、次いで同じ面積帯の「賃貸アパート」となる。同様に、29㎡以下では、「賃貸マンション」が「賃貸アパート」よりも高い。「ワンルームの賃貸住宅」は「賃貸マンション 29㎡以下」とほぼ同じ傾向を描いている。これらは、堺市を除くすべての市で同じ傾向である。

地域別では、武蔵野市が最も高く、次いで調布市、市川市、立川市、多摩市、吹田市と続く。

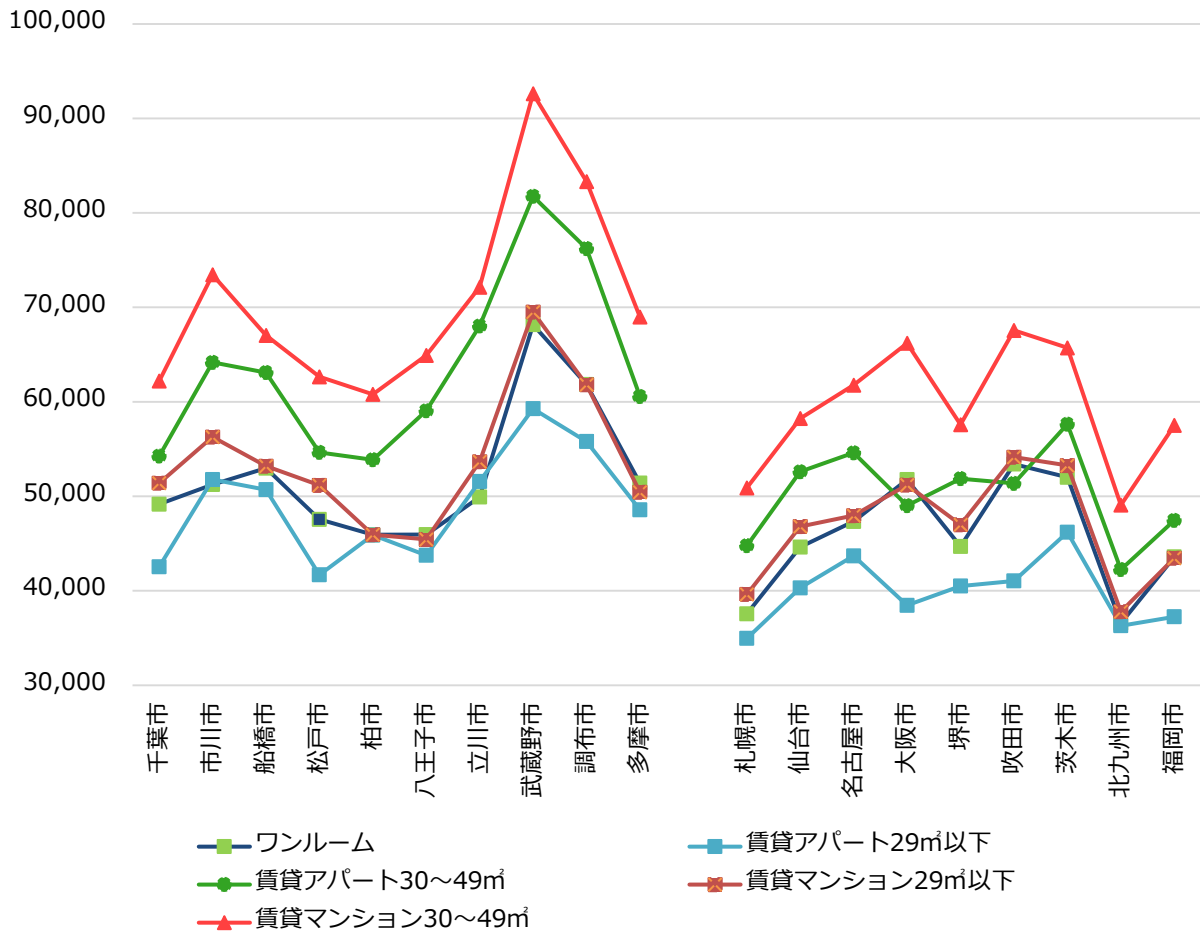


図3-5 地域別賃貸集合住宅形態別の賃料

### 3-2. Z世代を取り巻く住宅の状況のフロー分析

ここからは、Z世代の住宅ニーズに対応すると想定される小型の民間賃貸住宅のフローとして、2022年における年間の不動産取引データを分析する。

#### ○分析項目

分析項目は、床面積、部屋数、築年、最寄り駅からの徒歩分数、賃料、㎡単価、募集期間（日数）とした。募集期間（日数）については、その期間は空き家になっている日数と捉えることができると考えられる。

#### ○フロー率

ストック分析で用いた平成30年度住宅・土地統計調査における民間賃貸住宅の戸数（ストック）に対して、2022年の1年間で不動産取引されたと考えられる戸数の割合を「フロー率」として算出した。

19市のフロー率の平均は20.6%である。その率は市によって、最大の「吹田市」（34.2%）から、最小の「札幌市」（11.8%）と、かなりばらつきがある。

分析対象市	ストック分析対象戸数	フロー分析対象戸数	フロー率
札幌市	377,700	44,657	<b>11.8%</b>
仙台市	203,000	39,035	<b>19.2%</b>
千葉市	96,900	21,206	<b>21.9%</b>
市川市	93,590	16,288	<b>17.4%</b>
船橋市	73,340	14,396	<b>19.6%</b>
松戸市	67,030	9,006	<b>13.4%</b>
柏市	43,550	7,171	<b>16.5%</b>
八王子市	64,930	15,015	<b>23.1%</b>
立川市	22,440	4,841	<b>21.6%</b>
武蔵野市	32,750	6,735	<b>20.6%</b>
調布市	44,500	10,273	<b>23.1%</b>
多摩市	17,050	3,416	<b>20.0%</b>
名古屋市	385,500	106,266	<b>27.6%</b>
大阪市	558,200	127,946	<b>22.9%</b>
堺市	67,600	11,977	<b>17.7%</b>
吹田市	42,980	14,718	<b>34.2%</b>
茨木市	39,000	10,277	<b>26.4%</b>
北九州市	109,200	20,361	<b>18.6%</b>
福岡市	378,100	58,982	<b>15.6%</b>
19市の平均			<b>20.6%</b>

表 3-2 地域別フロー率（2022年に不動産取引された戸数割合）

### (1) 地域別・賃貸住宅種別床面積

2022年に流通した賃貸アパートと賃貸マンションの床面積を地域別にみた。それぞれの市で傾向は大きく異なる。

床面積が10~18㎡の小型の賃貸住宅の動きは、首都圏の方で大きく、八王子市や多摩市で特に大きくみられた。首都圏以外の札幌市、茨城市、北九州市では、30~60㎡の賃貸住宅の動きが大きくみられた。

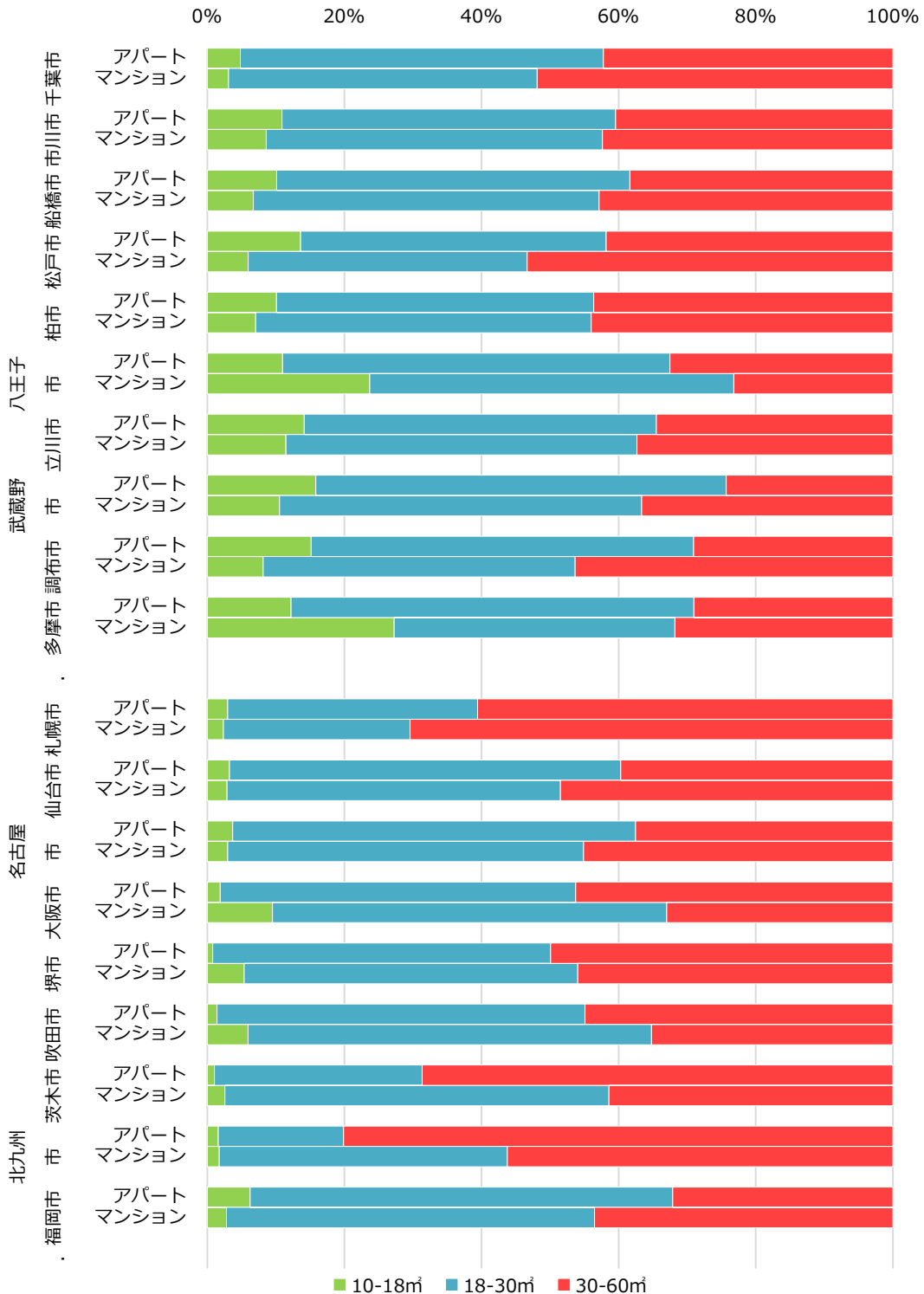


図3-6 地域別・賃貸住宅種別床面積

## (2) 地域別・賃貸住宅種別部屋数

2022年に流通した賃貸アパートと賃貸マンションの部屋数を地域別にみた。1部屋いわゆる「ワンルーム」の割合が高いことはすべての市で変わらないが、それぞれの部屋数の割合は、各市で異なる。

賃貸アパート、賃貸マンションに限らず「ワンルーム」の割合が高い市は、八王子市、武蔵野市、大阪市、福岡市である。一方で「2部屋」以上の割合が高くなる市は、茨木市、北九州市である。

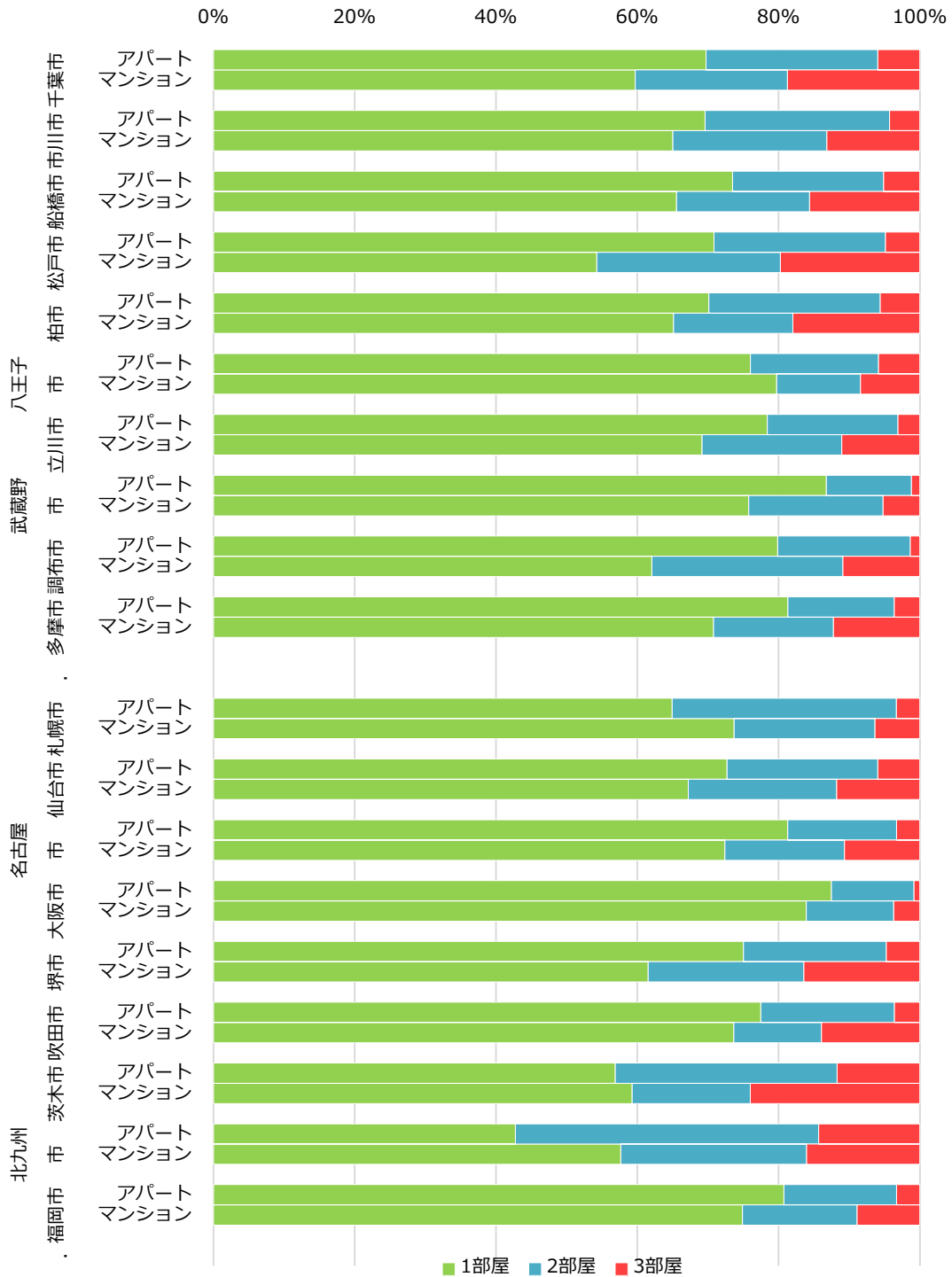


図3-7 地域別・賃貸住宅種別部屋数

### (3) 地域別・賃貸住宅種別築年数

2022年に流通した賃貸アパートと賃貸マンションの築年数を地域別にみた。それぞれの市で傾向は大きく異なる。

「5年未満」の割合が高いのは、大阪市と吹田市の賃貸アパートである。逆に、「31年以上」の割合が高いのは、賃貸アパート・マンションのいずれにおいても多摩市であり、八王子市の賃貸マンションでも高い。

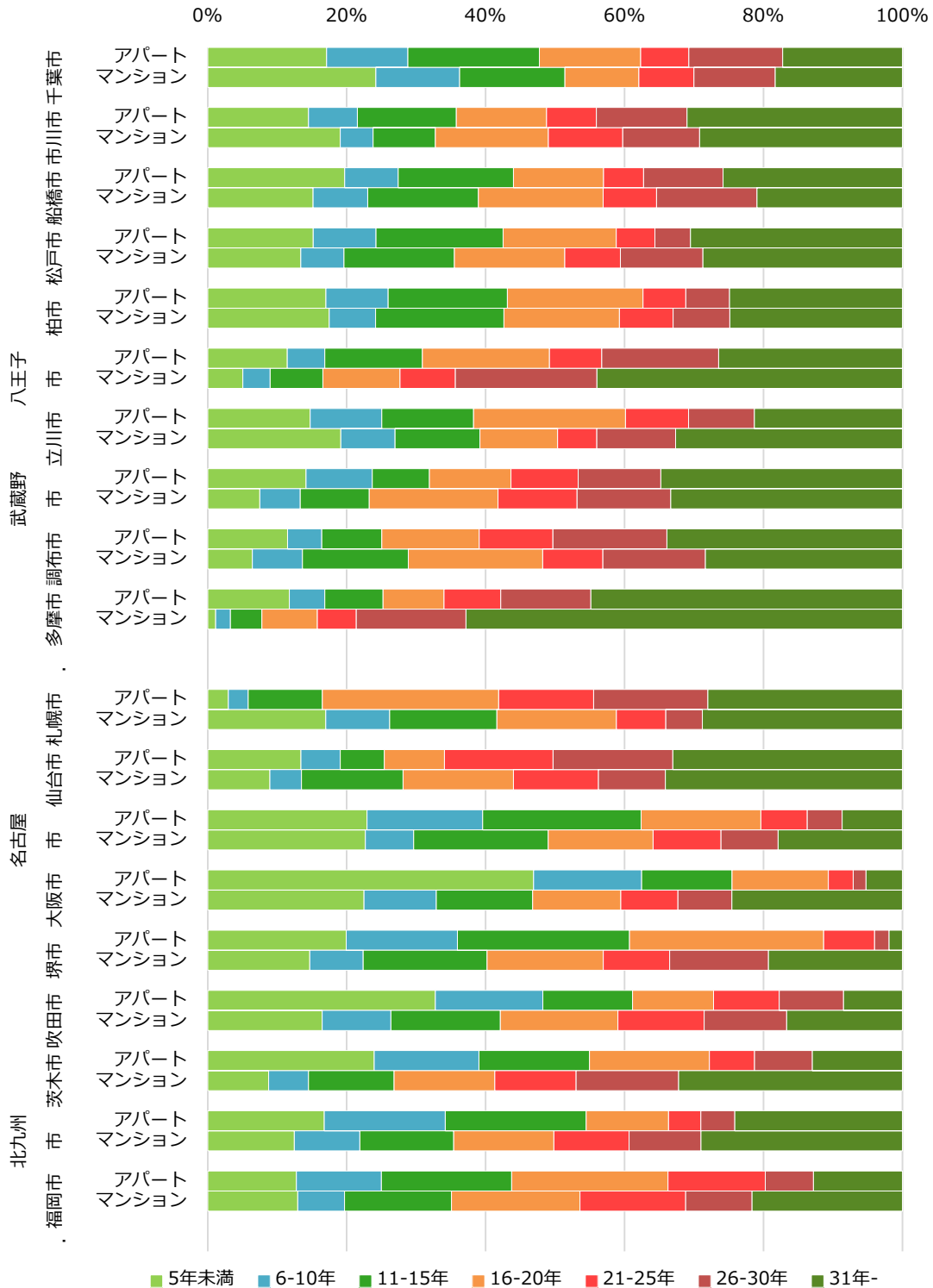


図3-8 地域別・賃貸住宅種別築年数

#### (4) 地域別・賃貸住宅種別最寄り駅からの徒歩分数

2022年に流通した賃貸アパートと賃貸マンションの最寄り駅からの徒歩分数を地域別にみた。それぞれの市で傾向は大きく異なる。

いずれの市においても、「賃貸マンション」の方が「賃貸アパート」に比べて、最寄り駅からの徒歩分数が短い傾向がある。

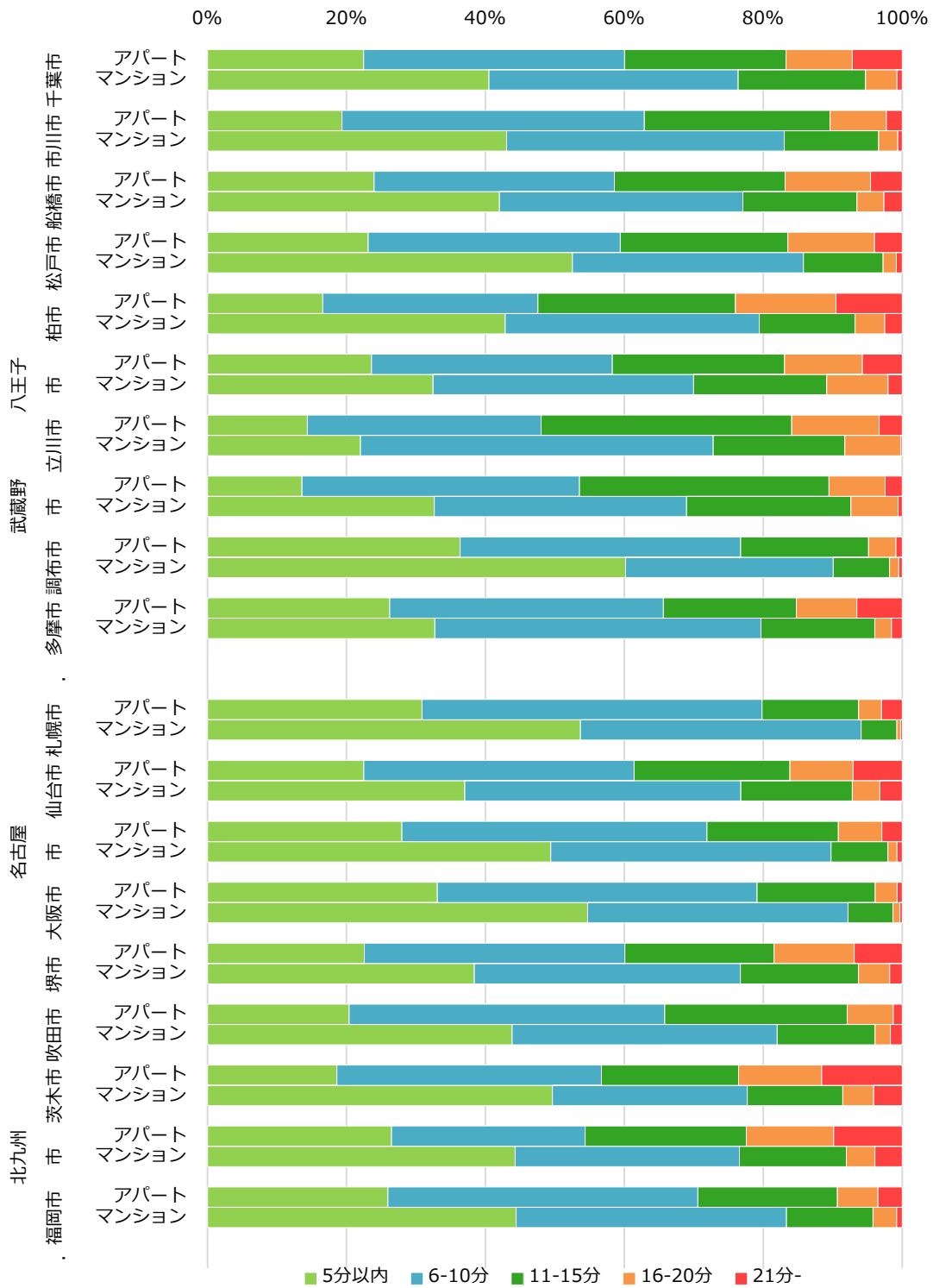


図3-9 地域別・賃貸住宅種別最寄り駅からの徒歩分数

### (5) 地域別・賃貸住宅種別平均賃料と平均㎡単価

2022年に流通した賃貸アパートと賃貸マンションの平均賃料と平均㎡単価を地域別にみた。それぞれの市で傾向は大きく異なる。

賃貸アパートの平均賃料は、武蔵野市が最も高く、次いで茨木市、調布市、吹田市、大阪市、市川市、立川市、多摩市、吹田市と続く。賃貸マンションでは、武蔵野市が最も高く、次いで調布市、市川市、立川市と続く。

平均㎡単価については、首都圏では、平均賃料と同じ傾向がみられるものの、特に近畿エリアの市では相関関係がみられず、平均㎡単価が小さくなる傾向がある。

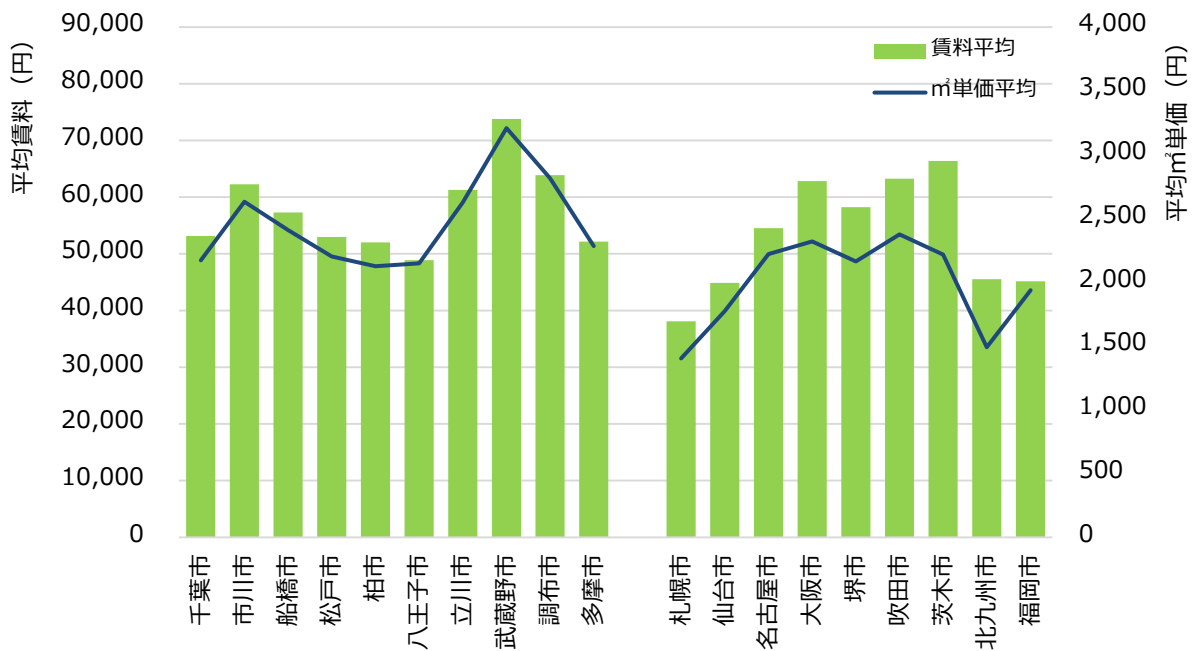


図3-10 地域別・賃貸アパート別平均賃料と平均㎡単価

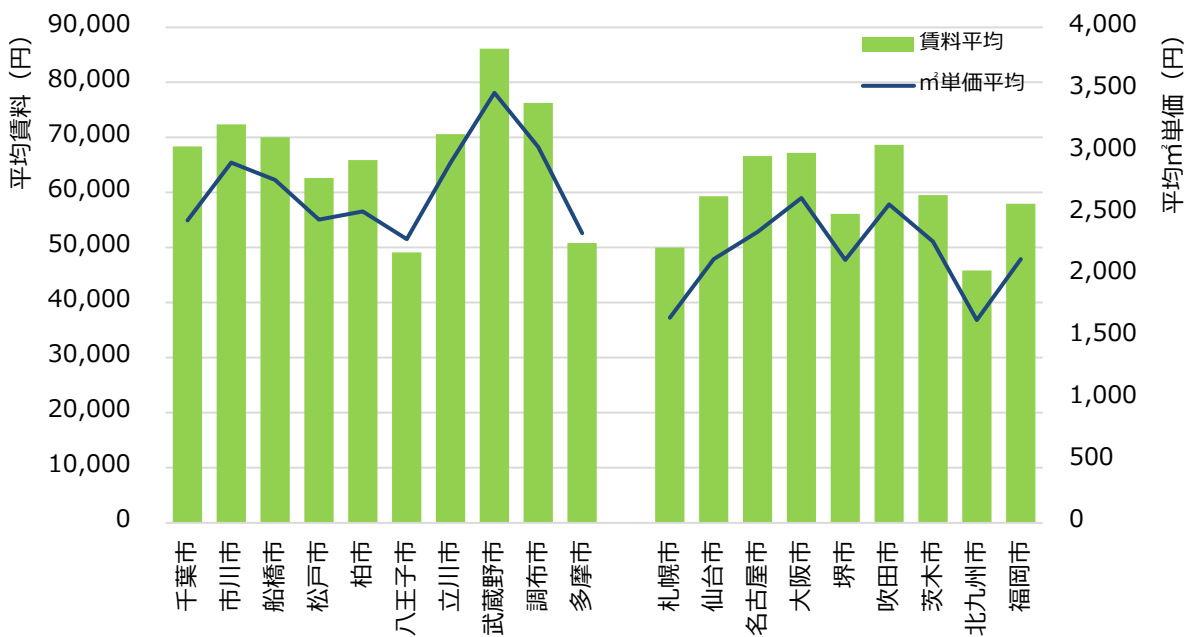


図3-11 地域別・賃貸マンション別平均賃料と平均㎡単価



## (6) 地域別・築年別賃貸アパート・マンション賃料

### ①首都圏賃貸アパート

賃貸アパートの築年数が大きくなると、賃料が安くなるという相関がみられる。

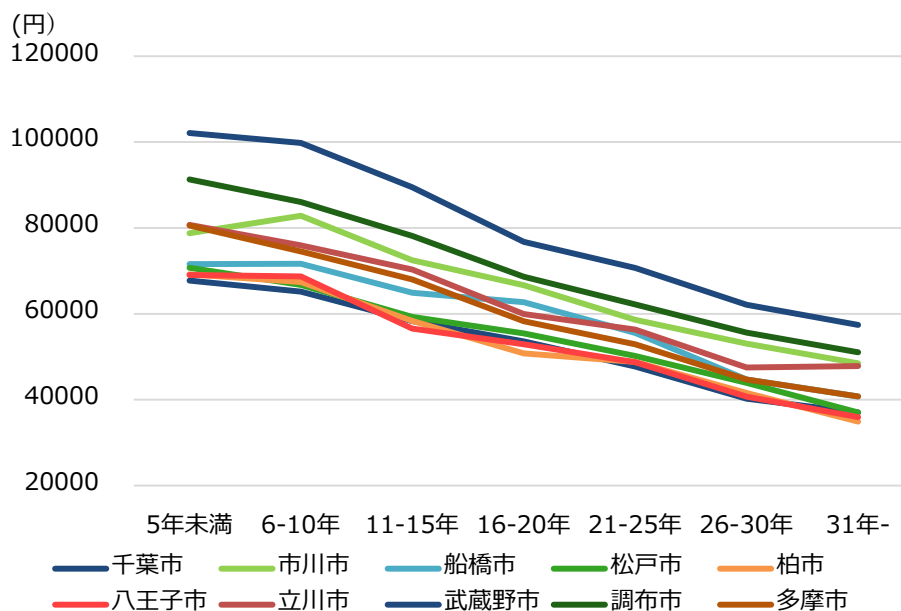


図3-12 賃貸アパート築年別賃料 (首都圏)

### ②首都圏以外賃貸アパート

賃貸アパートの築年数が大きくなると、賃料が安くなるという相関がみられる。

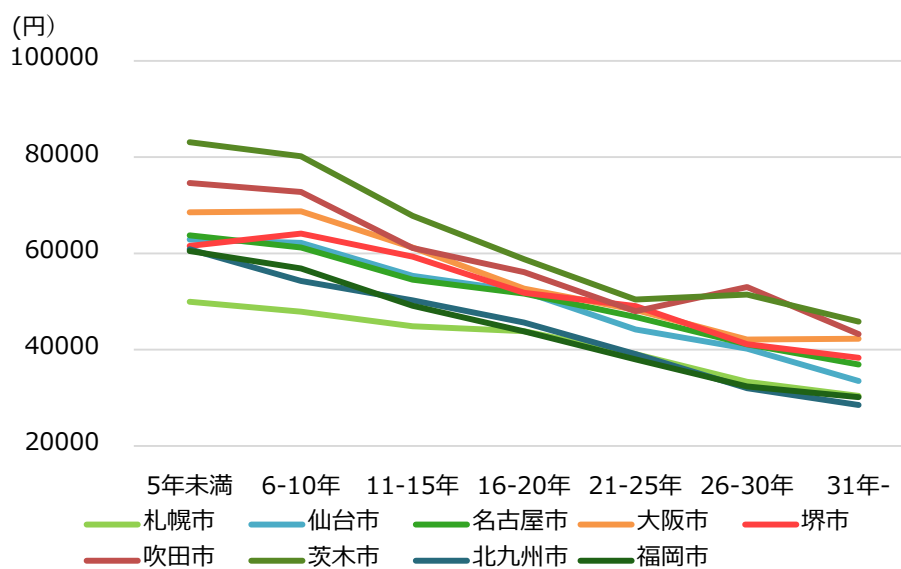


図3-13 賃貸アパート築年別賃料 (首都圏以外)

### ③首都圏賃貸マンション

賃貸マンションの築年数が大きくなると、賃料が安くなるという相関がみられる。

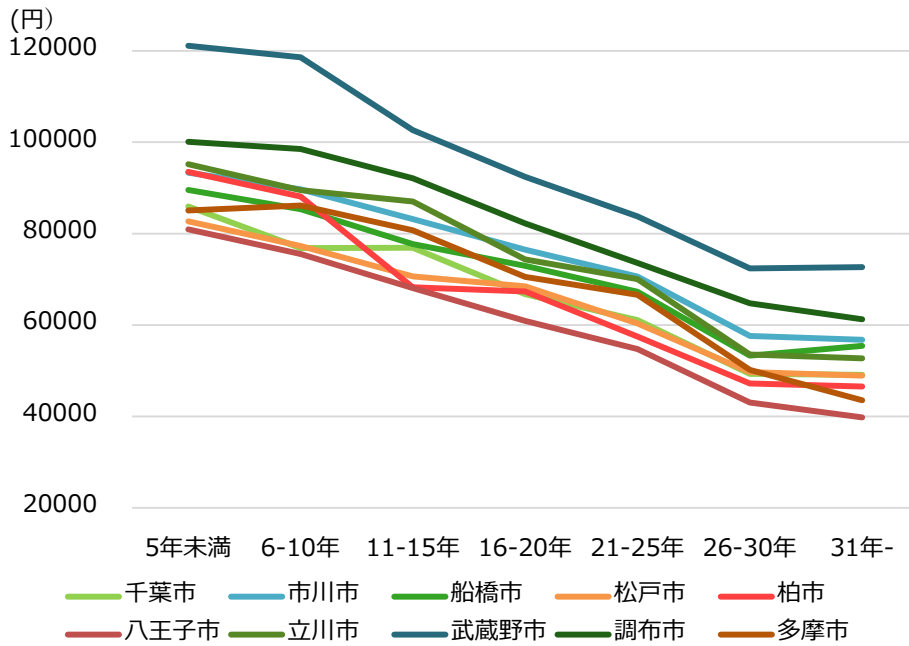


図3-14 賃貸マンション築年別賃料（首都圏）

### ④首都圏以外賃貸マンション

賃貸マンションの築年数が大きくなると、賃料が安くなるという相関がみられる。

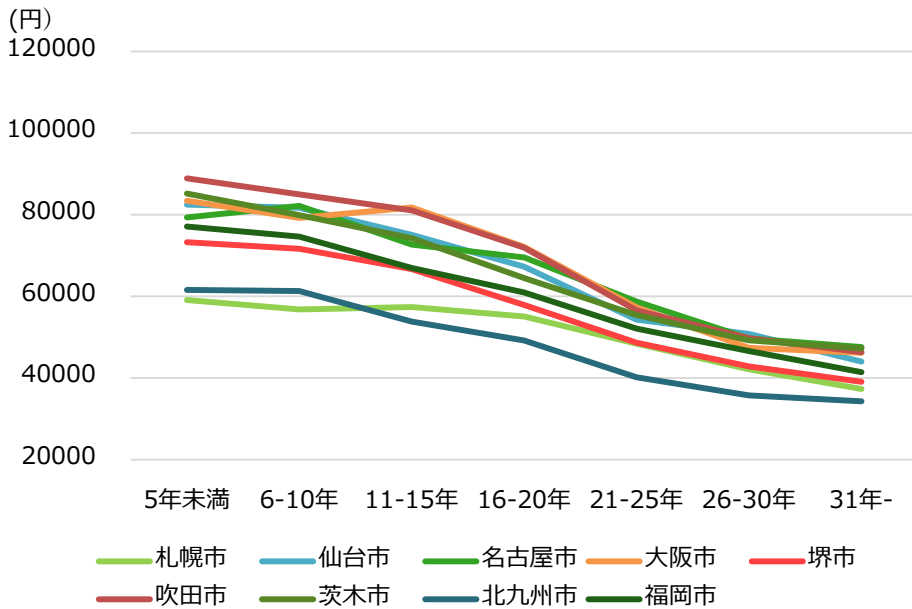


図3-15 賃貸マンション築年別賃料（首都圏以外）

## (7) 地域別・徒歩圏別賃貸アパート・マンション賃料

### ①首都圏賃貸アパート

賃貸アパートの最寄り駅からの徒歩分数が長くなると、賃料が安くなるという相関はみられない。

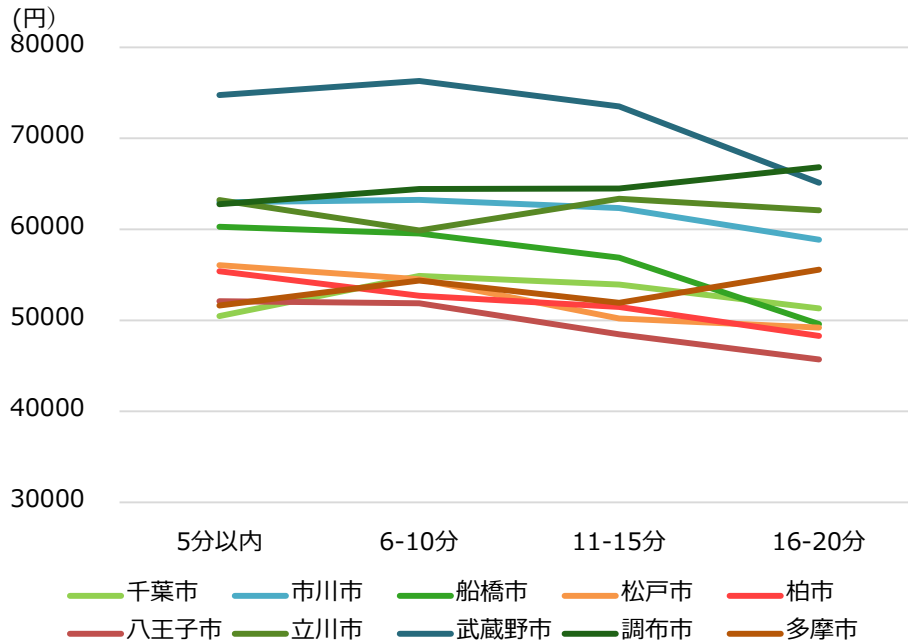


図3-16 賃貸アパート徒歩圏別賃料 (首都圏)

### ②首都圏以外賃貸アパート

賃貸アパートの最寄り駅からの徒歩分数が長くなると、賃料が安くなるという相関はみられない。

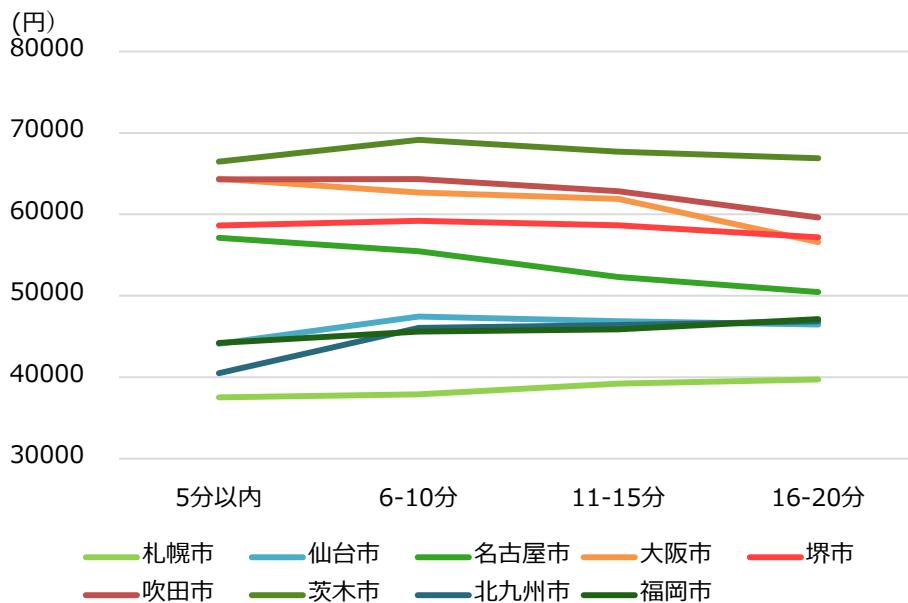


図3-17 賃貸アパート徒歩圏別賃料 (首都圏以外)

### ③首都圏賃貸マンション

賃貸マンションの最寄り駅からの徒歩分数が長くなると、賃料が安くなるという相関が若干みられる。

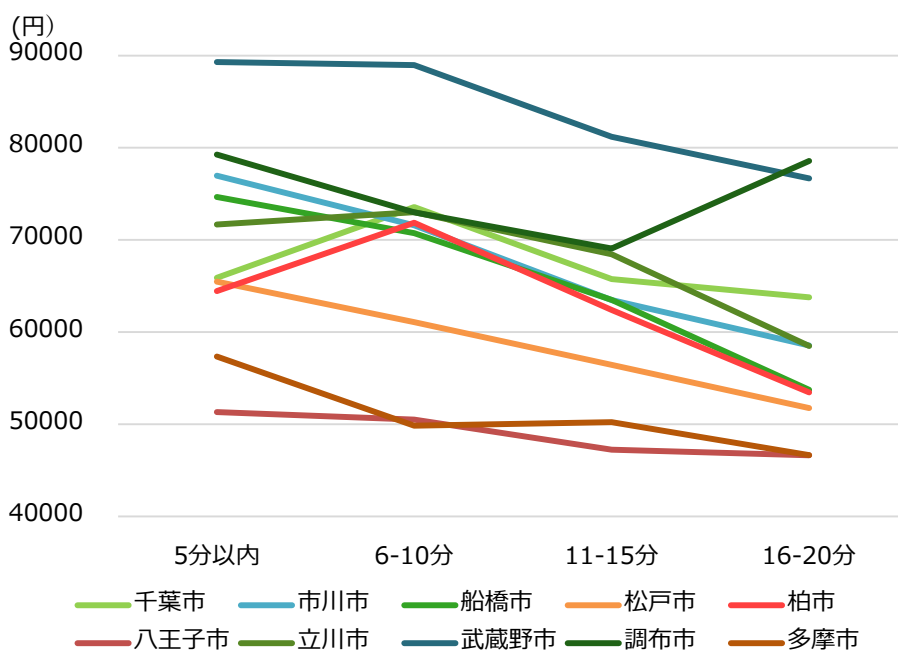


図3-18 賃貸マンション徒歩圏別賃料（首都圏）

### ④首都圏以外賃貸マンション

賃貸マンションの最寄り駅からの徒歩分数が長くなると、賃料が安くなるという相関が若干みられる。

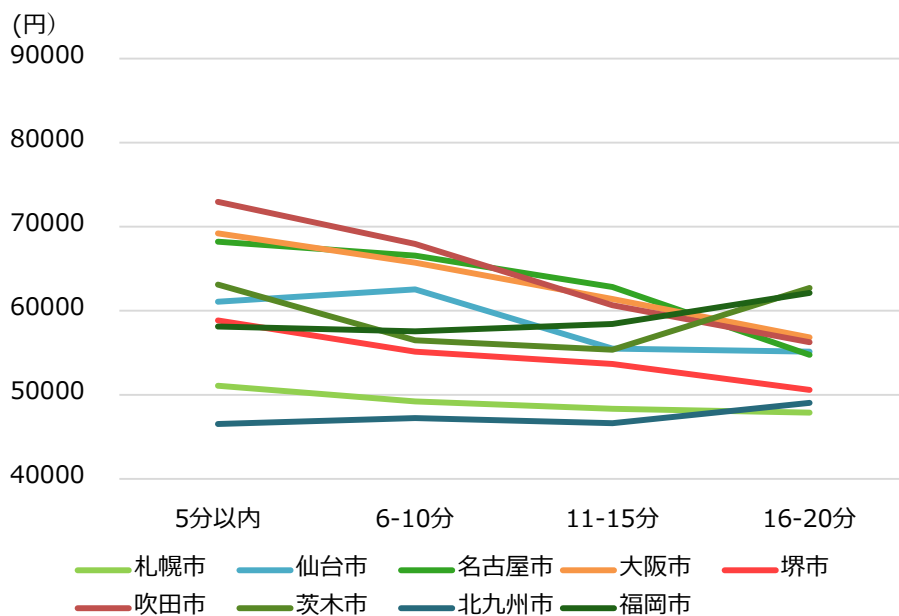


図3-19 賃貸マンション徒歩圏別賃料（首都圏以外）

## (8) 地域別・築年別賃貸アパート・マンション募集期間

### ①首都圏賃貸アパート

賃貸アパートの築年数が大きくなると、募集期間（日数）が長くなるという相関がみられる。

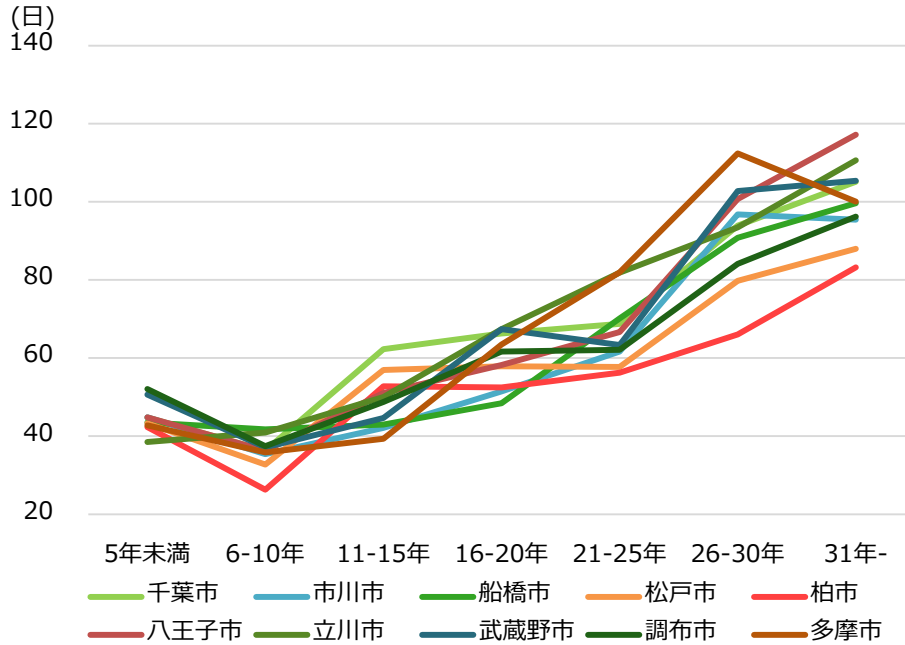


図3-20 賃貸アパート築年別募集期間（首都圏）

### ②首都圏以外賃貸アパート

賃貸アパートの築年数が大きくなると、募集期間（日数）が長くなるという相関がみられる。

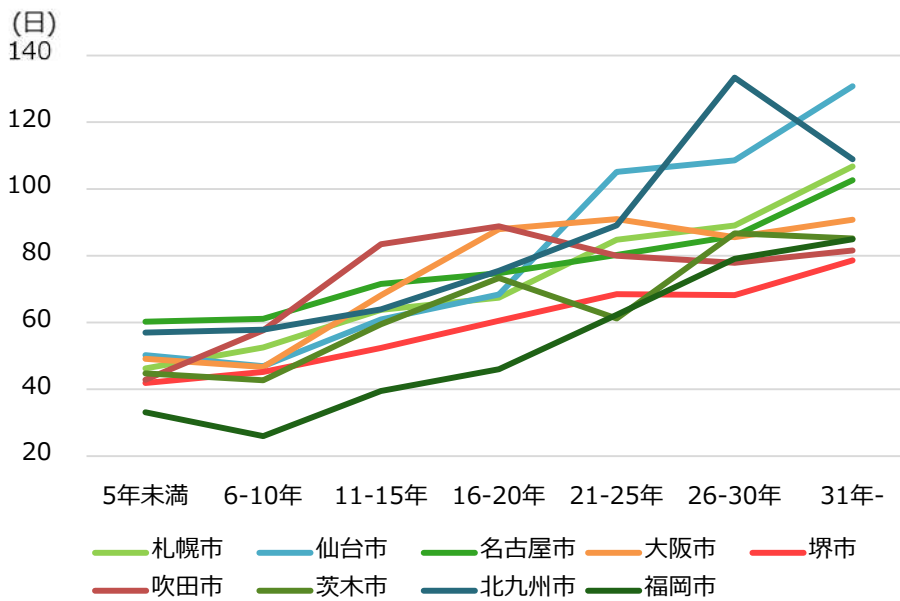


図3-21 賃貸アパート築年別募集期間（首都圏以外）

### ③首都圏賃貸マンション

賃貸マンションの築年数が大きくなると、募集期間が長くなるという相関がみられる。

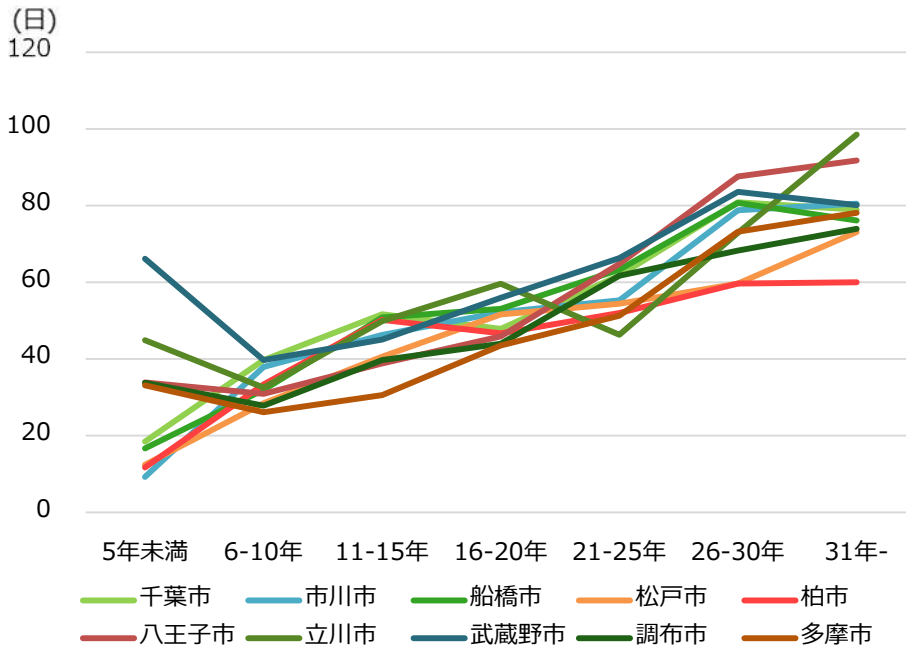


図3-22 賃貸マンション築年別募集期間（首都圏）

### ④首都圏以外賃貸マンション

賃貸マンションの築年数が大きくなると、募集期間が長くなるという相関がみられる。

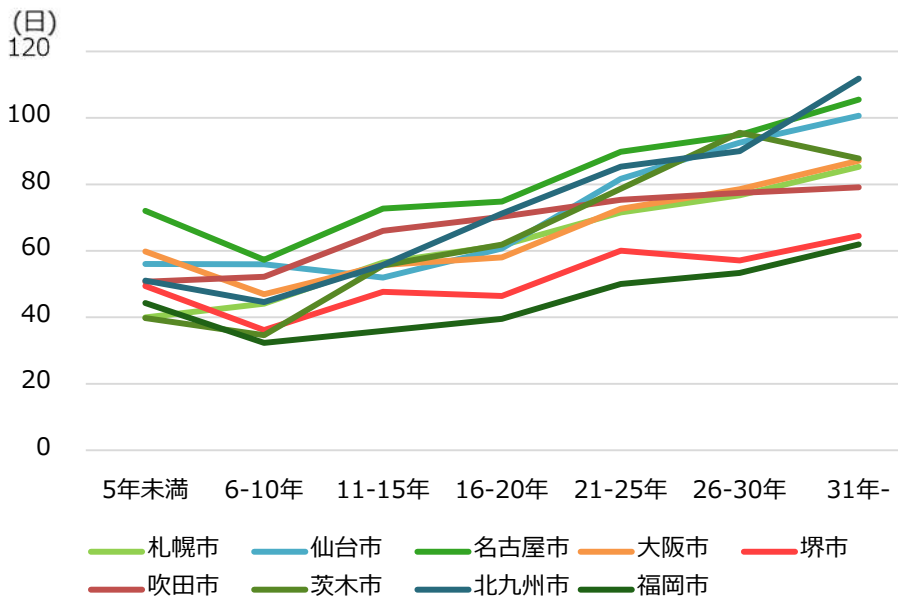


図3-23 賃貸マンション築年別募集期間（首都圏以外）

## (9) 地域別・徒歩圏別賃貸アパート・マンション募集期間

### ①首都圏賃貸アパート

賃貸アパートの最寄り駅からの徒歩分数が長くなると、募集期間が長くなるという相関はみられない。

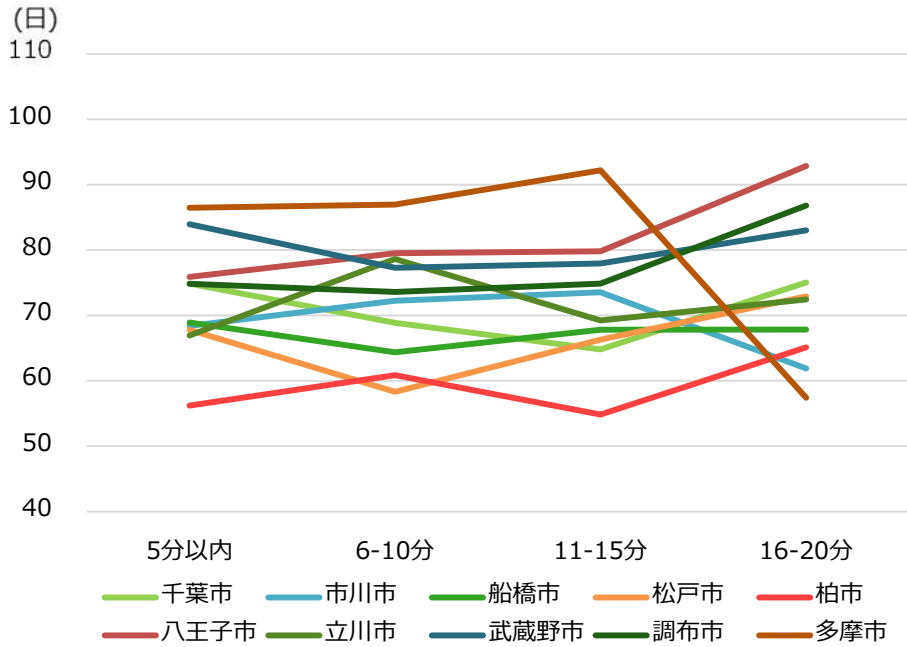


図3-24 賃貸アパート徒歩圏別募集期間（首都圏）

### ②首都圏以外賃貸アパート

賃貸アパートの最寄り駅からの徒歩分数が長くなると、募集期間が長くなるという相関はみられない。

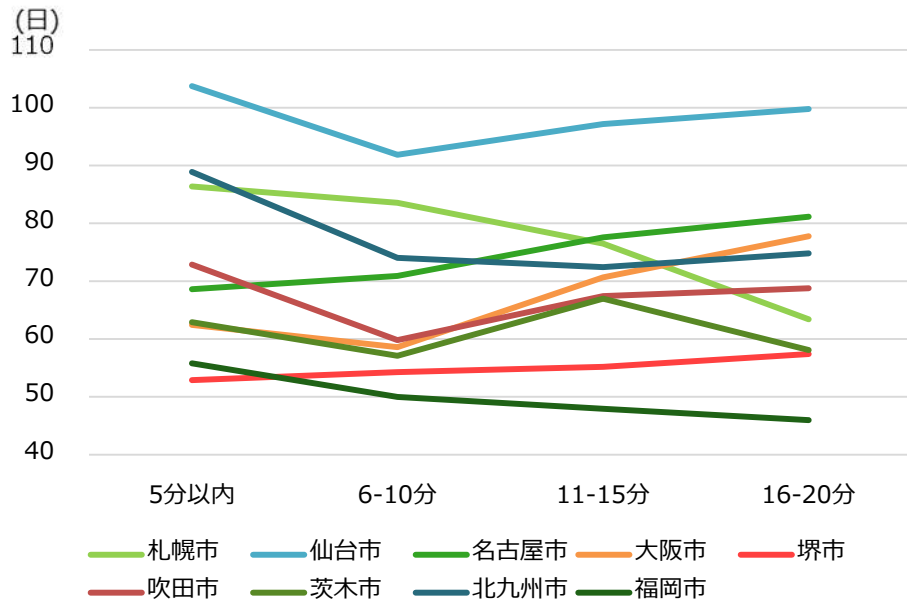


図3-25 賃貸アパート徒歩圏別募集期間（首都圏以外）

### ③首都圏賃貸マンション

賃貸マンションの最寄り駅からの徒歩分数が長くなると、募集期間が長くなるという相関が若干みられる。

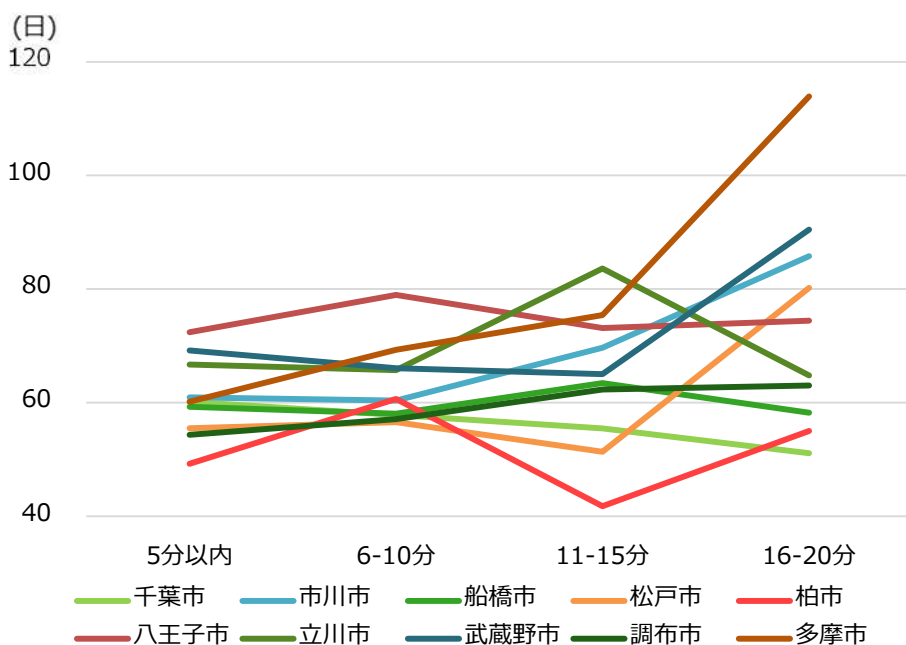


図3-26 賃貸マンション徒歩圏別募集期間 (首都圏)

### ④首都圏以外賃貸マンション

賃貸マンションの最寄り駅からの徒歩分数が長くなると、募集期間が長くなるという相関はみられない。

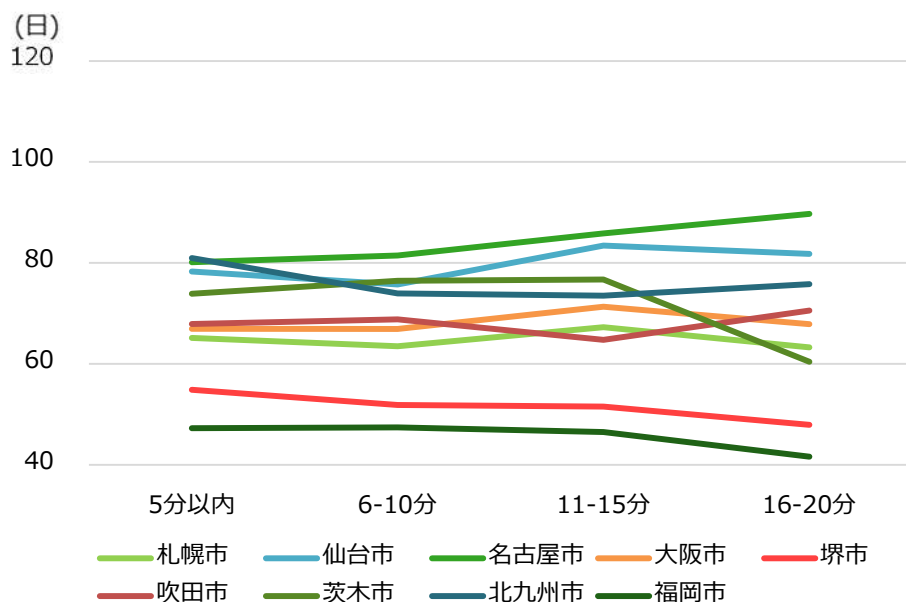


図3-27 賃貸マンション徒歩圏別募集期間 (首都圏以外)



## 4章 Z世代賃貸住宅居住者アンケート調査



## 4章 Z世代賃貸住宅居住者アンケート調査

### 4.1. アンケート調査の目的と方法

#### (1) アンケート調査の目的

本アンケート調査は、賃貸住宅の居住するZ世代（18歳～26歳）を対象とし、現在の居住状況、現在の住まいやインテリアの状況、望む住まいの施設やサービスへの要望、それを取り巻く暮らしやライフスタイルに関する要望などを把握し、今後の若者向け賃貸住宅の提案に資するデータをを得ることを目的とする。

#### (2) アンケート調査の概要

##### ①調査方法

Web 調査

##### ②調査対象

Web アンケート事業者の登録モニタから、本調査で定義するZ世代に該当する18歳～26歳で、賃貸住宅に居住する者を抽出。なお、親と同居する者は除いている。

##### ③調査期間

2024年1月16日～1月24日

##### ④回収状況

1,500票を回収

##### ⑤調査項目

- ・現在の居住状況
- ・現在の住まいの不満点について
- ・賃貸物件選択時に重視したい項目について
- ・住宅内・インテリアの機器・家具について
- ・賃貸物件に希望する形態・施設・サービスについて
- ・コミュニティ・近所づきあいについて
- ・今後の住まいと暮らしについて
- ・賃貸物件の探し方／リモートワーク／賃貸リフォームについて

#### 調査結果の見方

- ・分析結果はすべて小数点以下第2位を四捨五入した百分率で表しているため、百分率の合計が100.0%にならない場合がある。
- ・分析に用いたグラフの母数は必要に応じてNとして示す。
- ・一部のグラフについて、「無回答」あるいは「該当しない」を除いて集計しているものがある。
- ・複数の選択肢をいくつも回答できる設問のグラフには「MA」と表示している。その場合、回答結果の割合の合計は100%を上回ることがある。

## 4.2. 調査結果（単純集計）

### （1）回答者の属性

#### ①性別

男性が24%、女性が76%を占める。

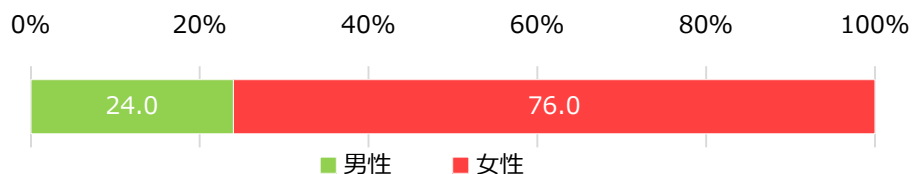


図4-2-1 性別

#### ②年齢

アンケート対象の年齢は、Z世代と定義した18歳～26歳であり、回答者の年齢ごとに占める割合は、年齢が高くなるほど多くなる傾向がある。回答者の平均年齢は23.5歳である。

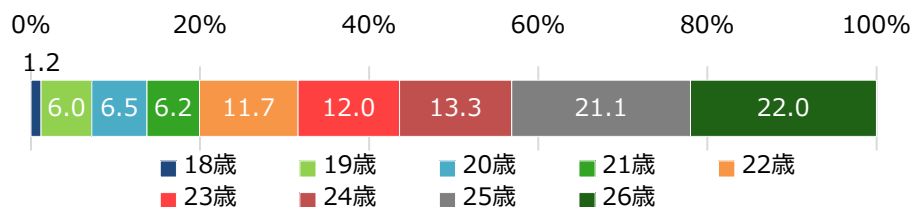


図4-2-2 年齢

#### ③職業

有職（フルタイム）が約半数、次いで学生が多い。有職（フルタイム）には会社員、公務員、自営業、個人事業、会社役員、自由業が含まれる。

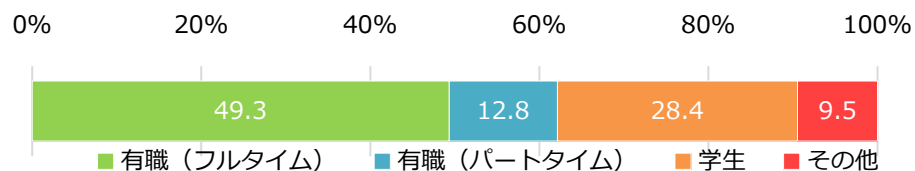


図4-2-3 職業

#### ④世帯構成

一人暮らしが最も多く68.7%で、次いで配偶者あり、恋人・パートナーとの同居である。

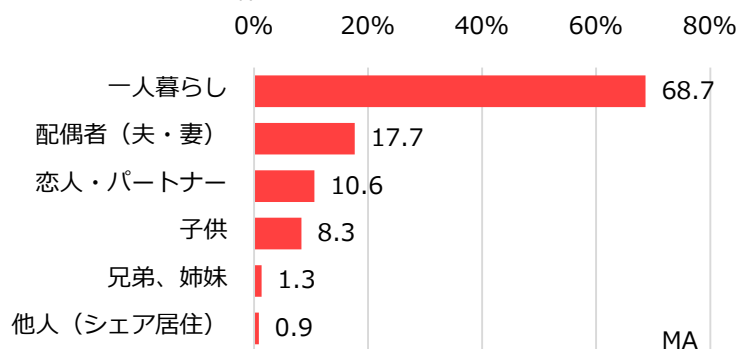


図4-2-4 世帯構成

### ⑤居住地（居住エリア・居住市）

居住エリアは、首都圏が最も多く 37.4%、次いで近畿地方、北関東、九州地方の順に多い。具体的な居住市とその割合も参考として掲載する。

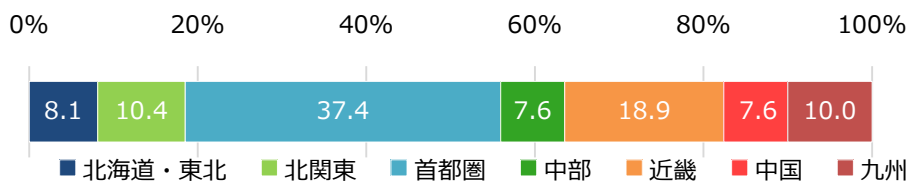


図4-2-5 居住エリア

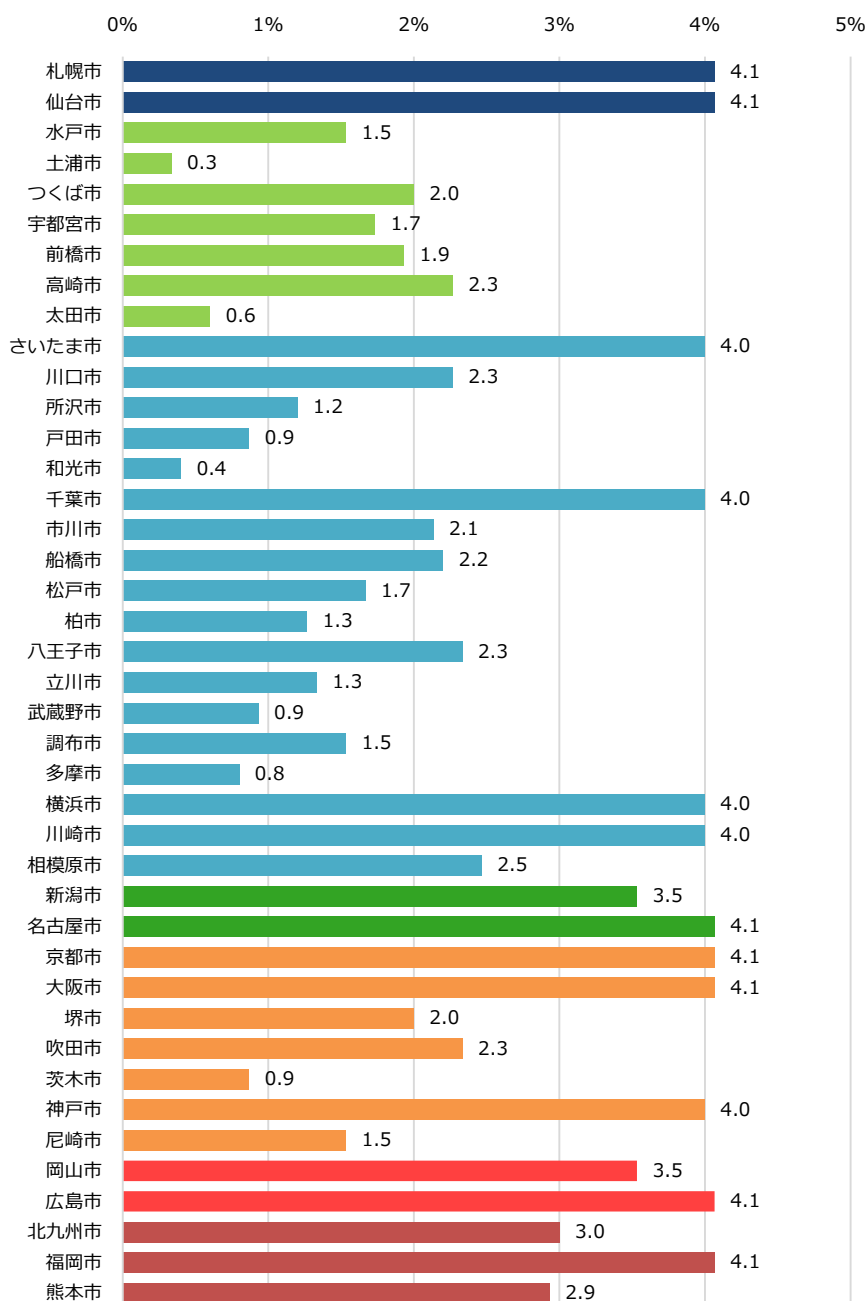


図4-2-6 居住市

## (2) 現在の居住状況

### ① 賃貸住宅の種類

賃貸マンションと賃貸アパートがほぼ同数である。

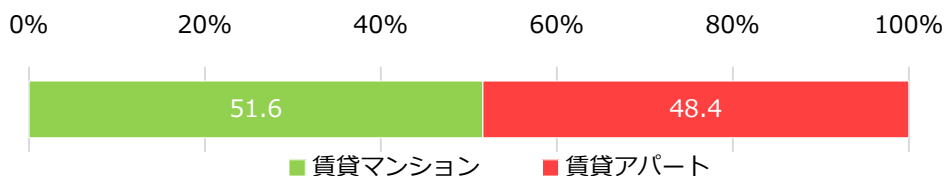


図4-2-7 賃貸住宅の種類

### ② 居住年数

1年未満が最も多く、2年未満までを含めると約半数となる。5年以上の居住年数は1割程度である。

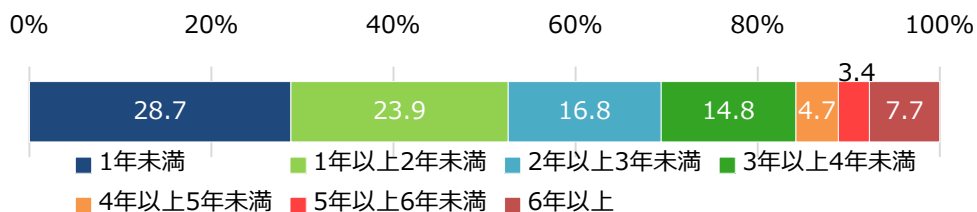


図4-2-8 居住年数

### ③ 間取り

ワンルーム・1Kが約半数の51.5%を占め、次いで1DK・1LDKが26.9%である。

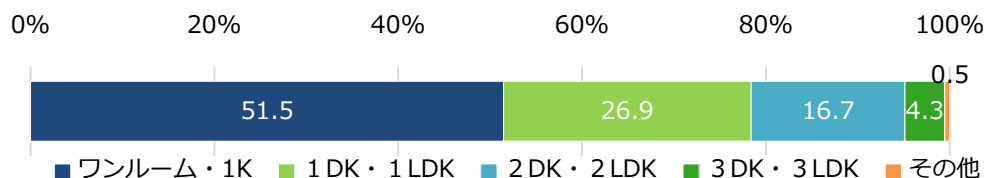


図4-2-9 間取り

### ④ 住宅の大きさ

住宅面積は18㎡～30㎡未満が最も多く41.3%、次いで18㎡未満が30.5%を占める。

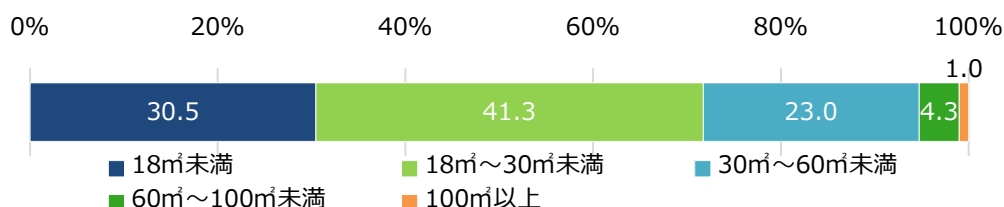


図4-2-10 住宅の大きさ

### ⑤月額賃料

月額賃料は5万円台、6万円台がそれぞれ約2割を占めている。

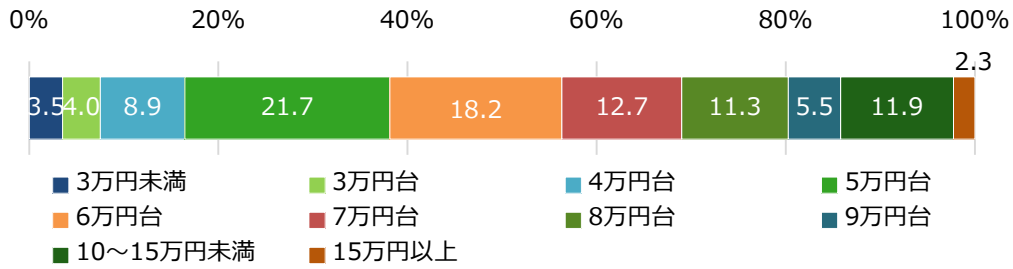


図4-2-11 月額賃料

### ⑥手取り収入に対して家賃の占める割合

月あたりの手取り収入に対して家賃の占める割合は、20%以上30%未満が30%と最も多く、次いで30%以上40%未満で21.7である。

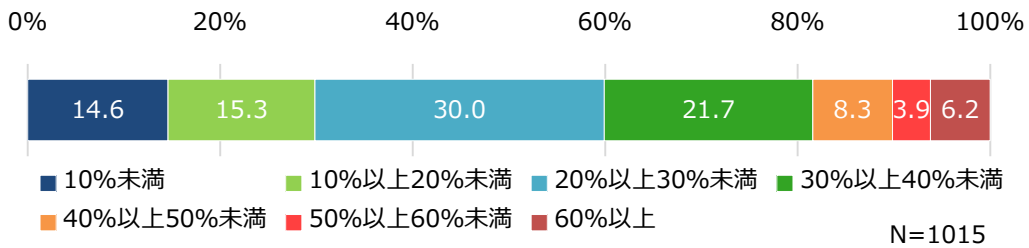


図4-2-12 手取り収入に対して家賃の占める割合

### ⑦出費に対して家賃の占める割合

月あたりの出費に対して家賃の占める割合は、20%以上30%未満が20.2%と最も多く、次いで30%以上40%未満で17.5である。

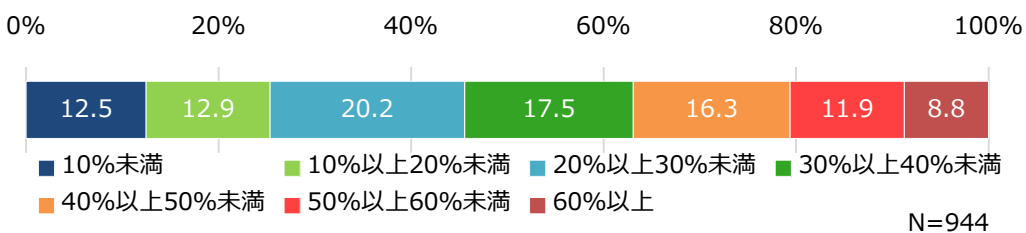


図4-2-13 出費に対して家賃の占める割合

### ⑧片道の平均的な通勤/通学時間

片道の平均的な通勤/通学時間は、15分以内が最も多く36.2%、次いで16~30分以内で30.4%である。

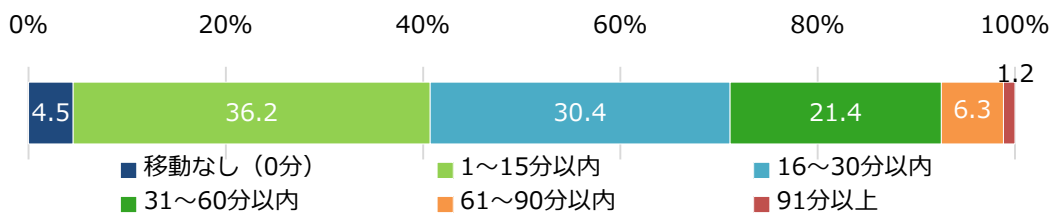


図4-2-14 片道の平均的な通勤/通学時間

### ⑨通勤／通学通勤の手段

通学の手段の手段は、電車が 39.0%、自転車が 25.0%、徒歩のみが 18.6%の順に多い。

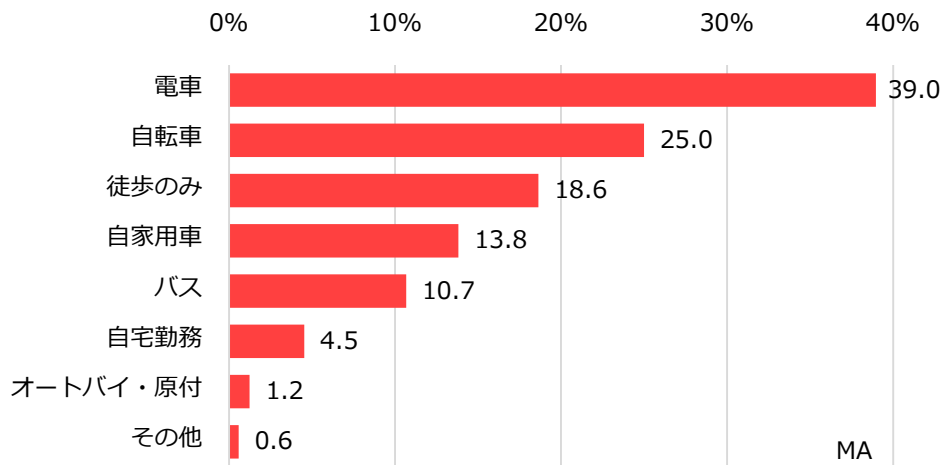


図4-2-15 通勤／通学の手段

### (3) 現在の住まいの不満点

現在の住まいの不満点を見ると、「冬寒い」が 32.9%で最も多く、次いで「隣の音が聞こえる」(24.5%)、「収納が狭い」(24.0%)、「料理がしにくい」(23.7%)、「家賃が高い」(22.3%)と続いた。

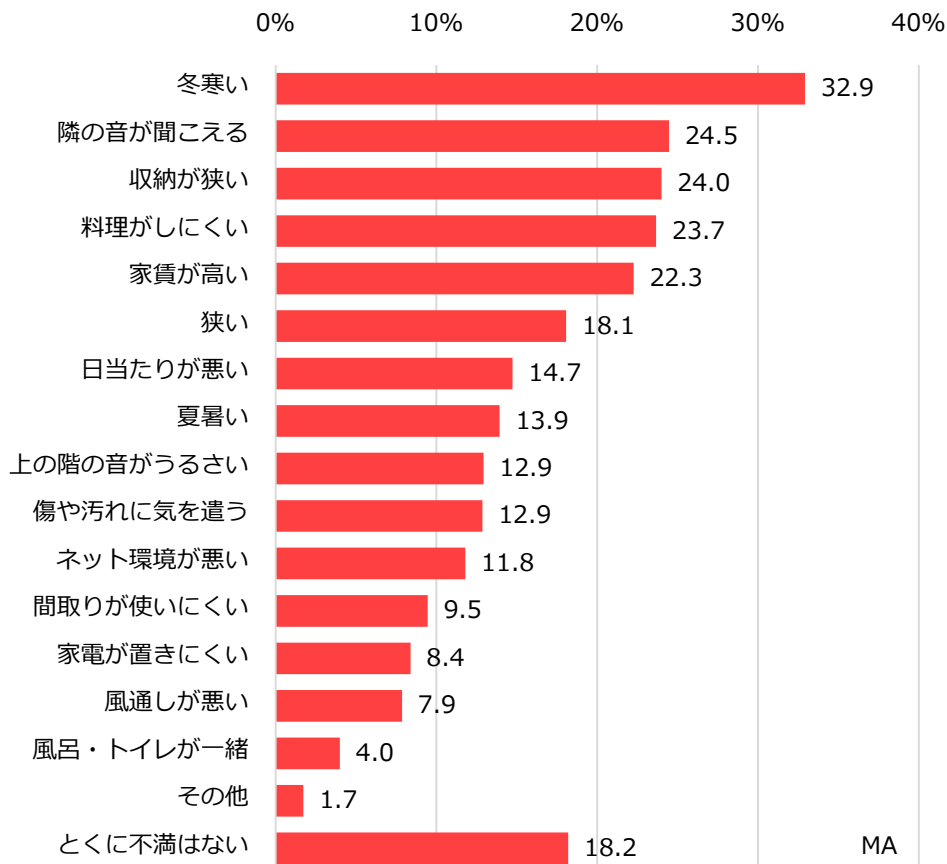


図4-2-16 現在の住まいの不満点



#### (4) 賃貸物件選択時に重視したい項目

##### ①賃貸物件を選ぶ際に重視したい項目

賃貸物件を選ぶ際に重視したい項目としては、「家賃が安いこと」が48.2%で最も多く、次いで「間取りが良いこと」(39.5%)、「日当たりが良いこと」(34.7%)、「防犯性に優れていること」(33.9%)、「初期費用が安いこと」(30.5%)、「築年数が浅いこと」(30.5%)と続いた。

2位から4位の「間取りが良いこと」「日当たりがよいこと」「防犯性に優れていること」は、家賃以外の住宅性能に強い関心があることを示している。

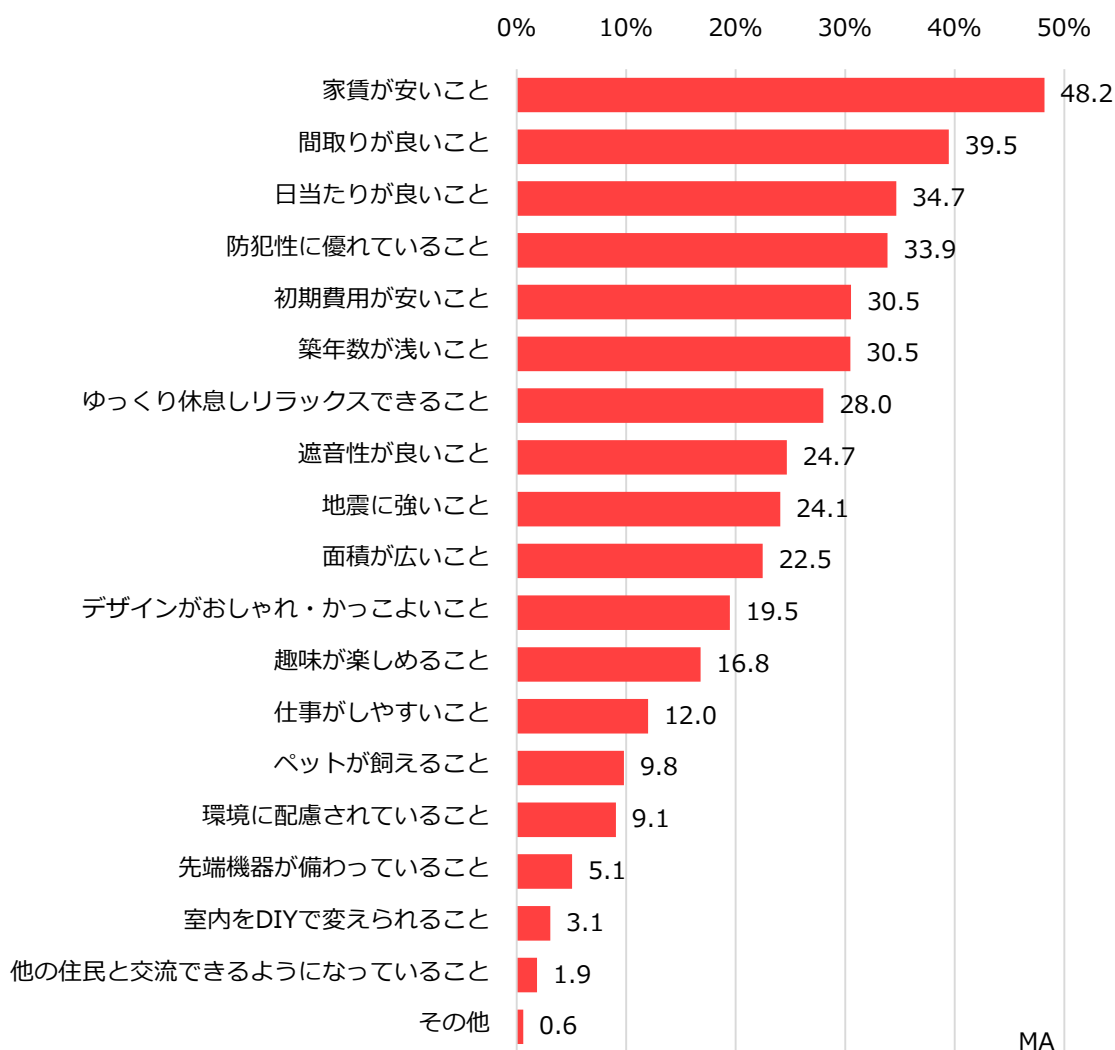


図4-2-17 賃貸物件を選ぶ際に重視する項目

## ②賃貸物件のある地域や住環境を選ぶ際に重視したい項目

賃貸物件のある地域や住環境を選ぶ際に重視したい項目としては、「通勤・通学に便利なこと」が52.6%で最も多く、次いで「交通の利便性が良いこと」(50.5%)、「日常生活の利便性が良いこと」(46.1%)、「周辺の治安が良いこと」(38.9%)、「周辺の環境が良いこと」(34.5%)と続いた。

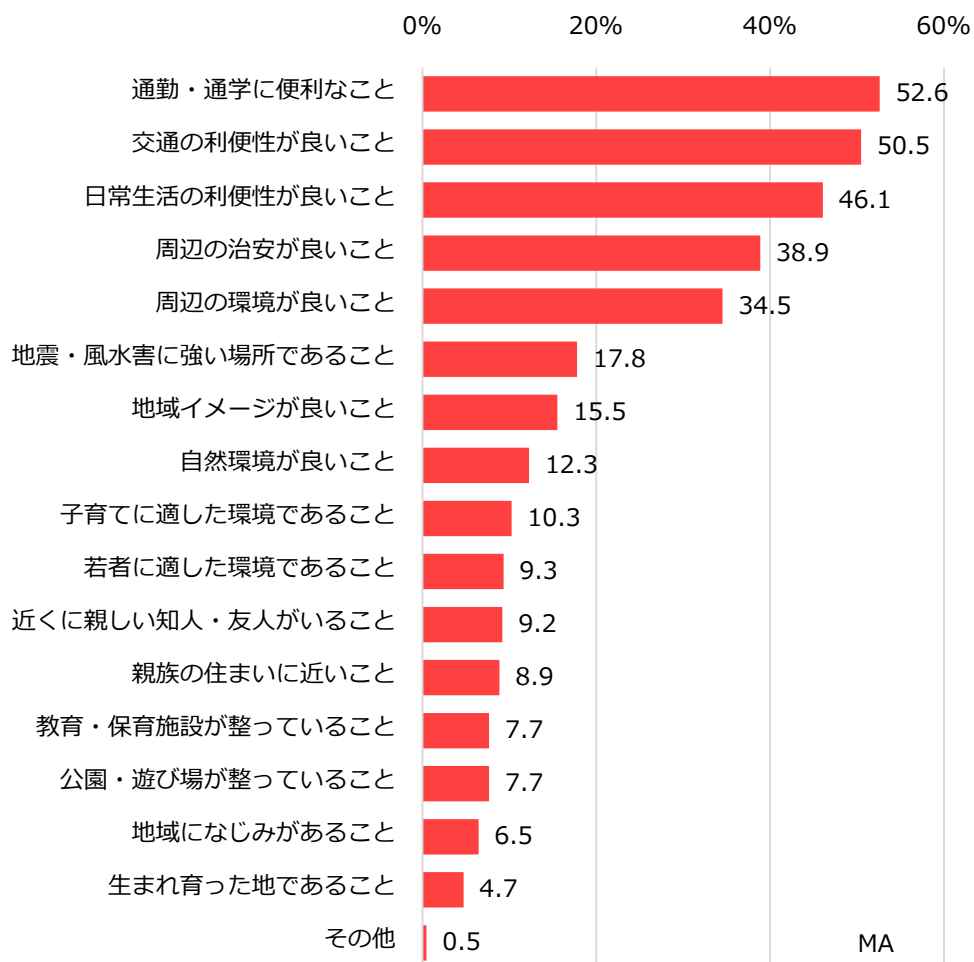


図4-2-18 賃貸物件のある地域や住環境を選ぶ際に重視する項目

## (5) 住宅内・インテリアの機器・家具

### ①住宅内にある機器・家電

現在住んでいる住宅内にある機器や家電は、「冷蔵庫」が89.3%で最も多く、次いで「洗濯機」(87.2%)、「電子レンジ」(86.6%)、「炊飯器」(82.0%)、「掃除機」(75.4%)、「テレビ」(73.5%)と続いた。

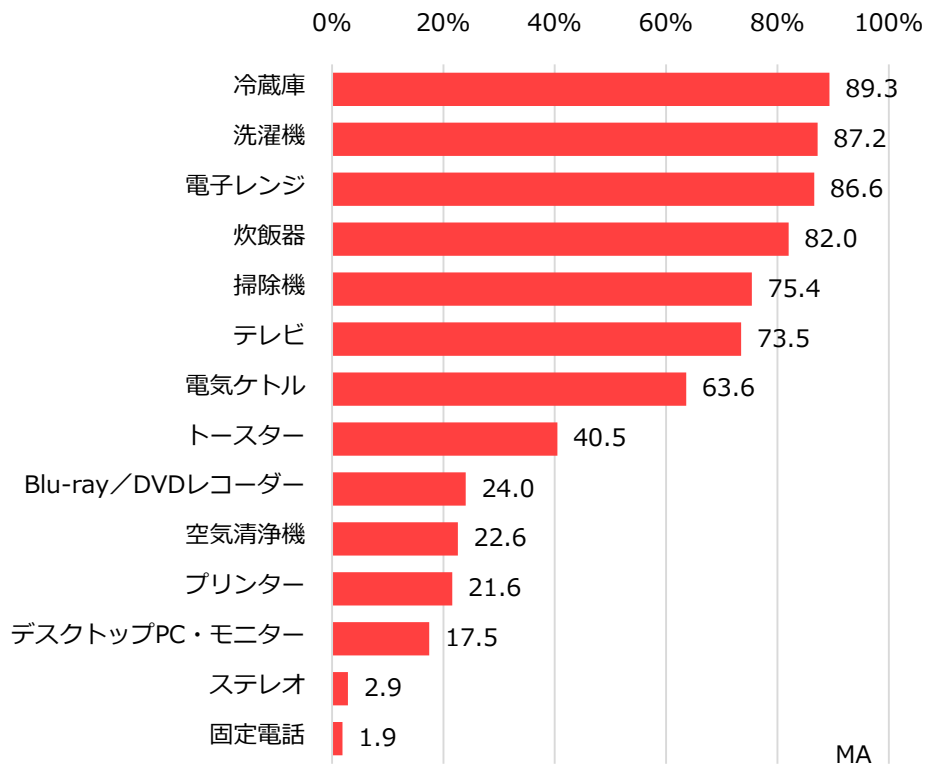


図4-2-19 住宅内にある機器・家電

### ②住宅内にある家具

現在住んでいる住宅内にある家具は、「ベッド」(69.9%)、「机」(68.6%)が多く、「ソファ」(35.1%)、「ダイニングテーブル」(28.7%)と続いた。

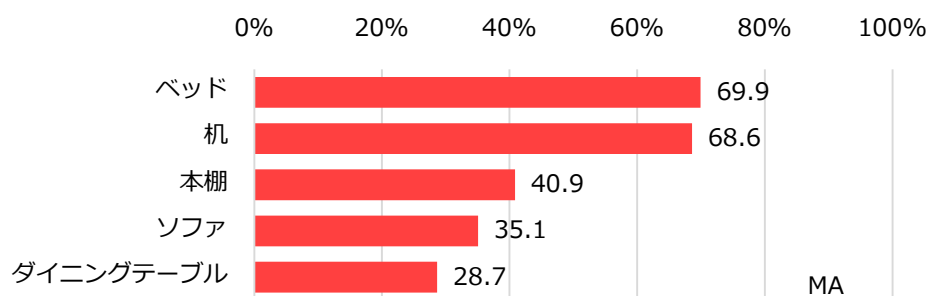


図4-2-20 住宅内にある家具

### ③インテリア（壁や床等）にあるもの

現在住んでいるインテリア内にあるものは、「自分で購入したカーペット」が39.3%で最も多く、次いで「押し活・オタ活のグッズ」(26.9%)、「壁掛け時計」(22.3%)、「花瓶」(13.4%)、「壁掛けカレンダー」(12.9%)と続いた。

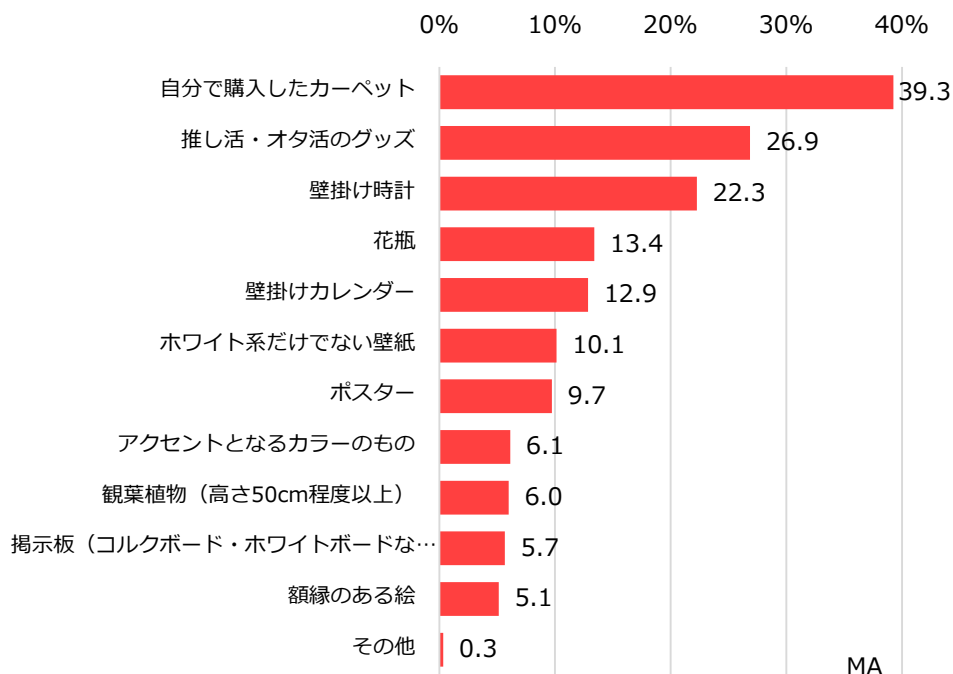


図4-2-21 インテリア（壁や床等）にあるもの

### ④暮らし、趣味やライフスタイルに置き場所やスペースが必要なもの

自らの暮らし、趣味やライフスタイルのために必要な特別の置き場やスペースは、「楽器」(11.7%)、「タイヤ」(6.0%)、「ロードバイク・クロスバイク」(5.4%)などが挙げられた。

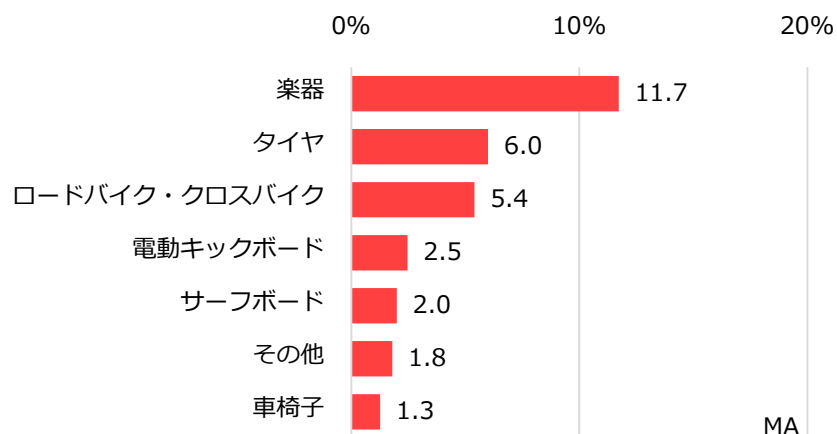


図4-2-22 特別に置き場所やスペースが必要なもの

⑤住まいの中での生活・行為

住まいの中での生活・行為で最も多いのが「料理をする」で「毎日している」が34.5%と多く、「料理をしない」は11.4%と最も少ない。毎日「湯船につかる」は18.2%、「湯船につからない」が27.6%であり、約3割がシャワーで済ませていることが想定できる。「洗濯物を外に干さない」が38.0%あり、約4割が室内干しをしていることが想定できる。「新聞を購読していない」が87.5%と多くなっている。

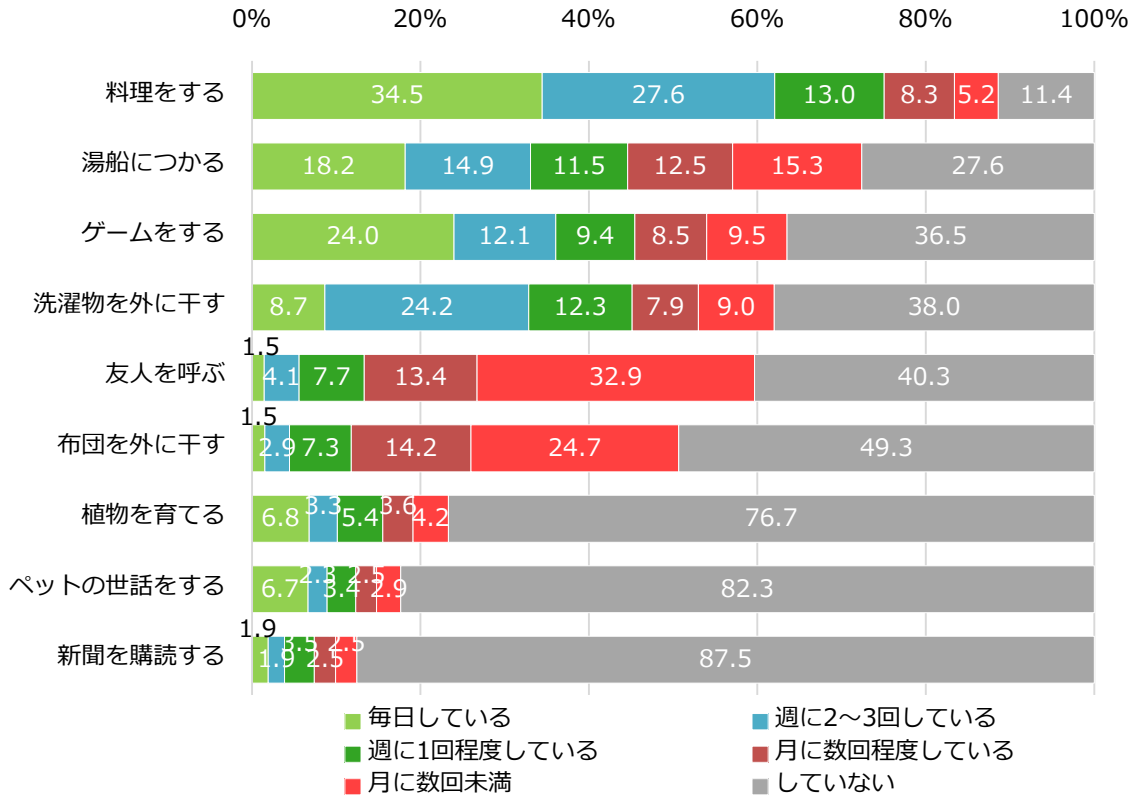


図4-2-23 住まいの中での生活・行為

住まいの中での生活・行為の中で特に多い「料理をする」について、男女別、職業タイプ別にみた。

男女別では、「女性」の「毎日している」割合が「男性」より15ポイント近く高い。

職業タイプ別では、「有職（パートタイム）」の「毎日している」割合が他の職業タイプに比べて高い。

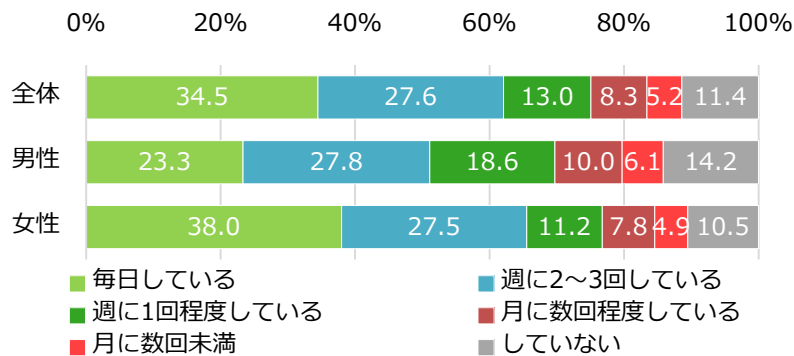


図4-2-24 男女別料理をする割合

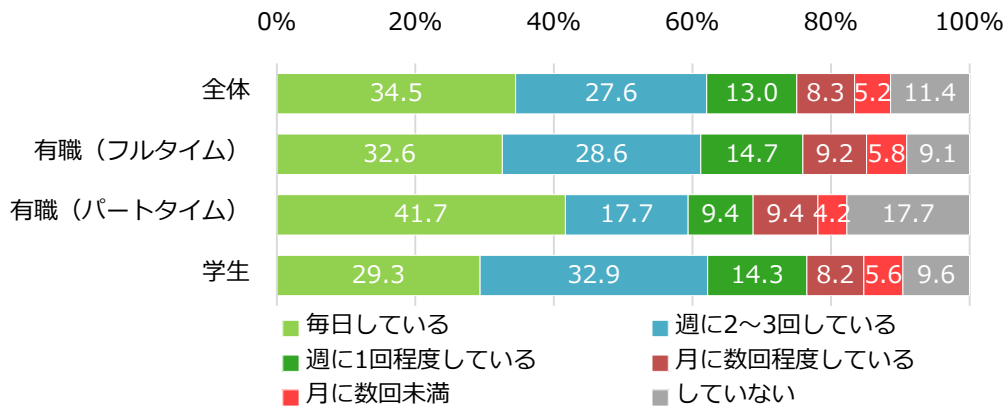


図4-2-25 職業タイプ別料理をする割合

### ⑥住宅内に希望する設備・機能等

住宅内に希望する設備・機能は、「風呂・トイレ別」が63.7%で最も多く、次いで「独立した洗面台」(53.5%)、「モニタ付インターホン」(53.3%)、「オートロック」(46.3%)、「無料インターネット」(44.5%)、「2口以上コンロ」(43.9%)と続き、上位に「水廻り系」設備への希望、居住の安心につながる「セキュリティ系設備」がきていることが特徴的である。

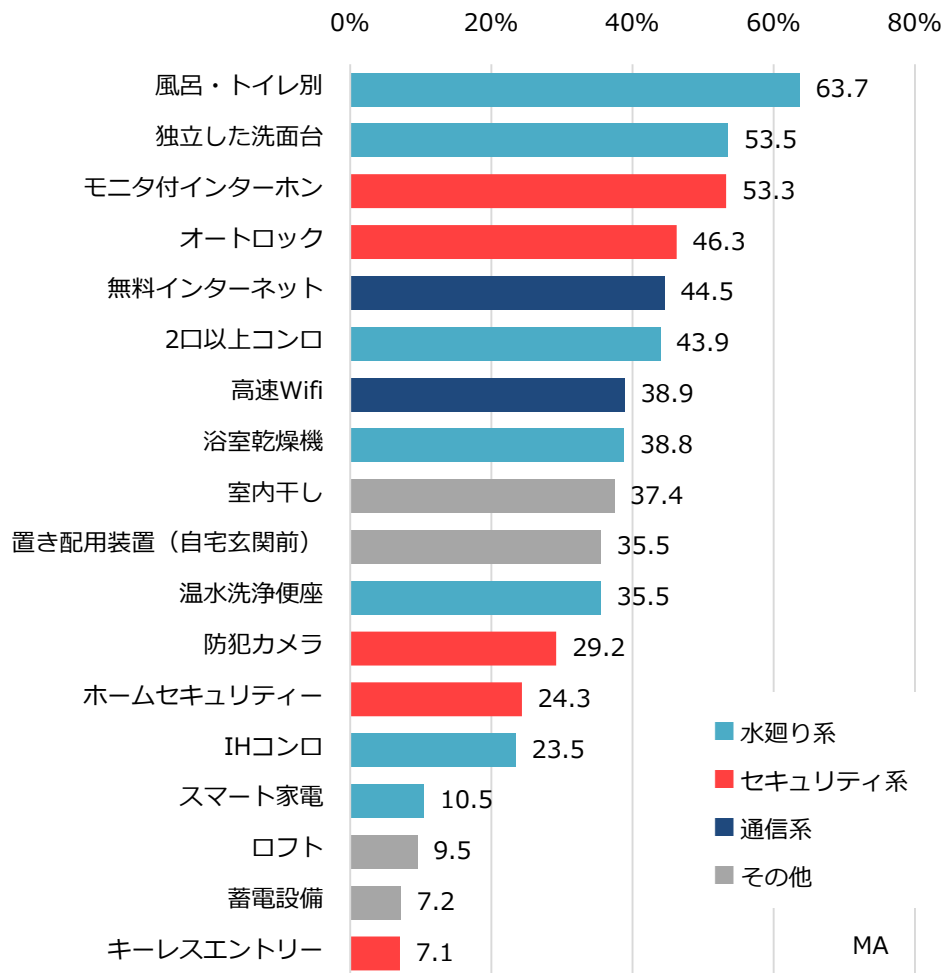


図4-2-26 住宅内に希望する設備・機能等

### ⑦住宅内の機器・家具に関連するライフスタイル・意識

住宅内の機器や家具の所有や希望に関連する「ライフスタイルや意識」について聞いた。約5割が「タイムパフォーマンスや効率性を重視したい」(49.6%)と答え、「できるだけモノを持たない暮らしに憧れる」(41.2%)、「インテリアには多少お金をかけてこだわりたい」(38.1%)が約4割であった。

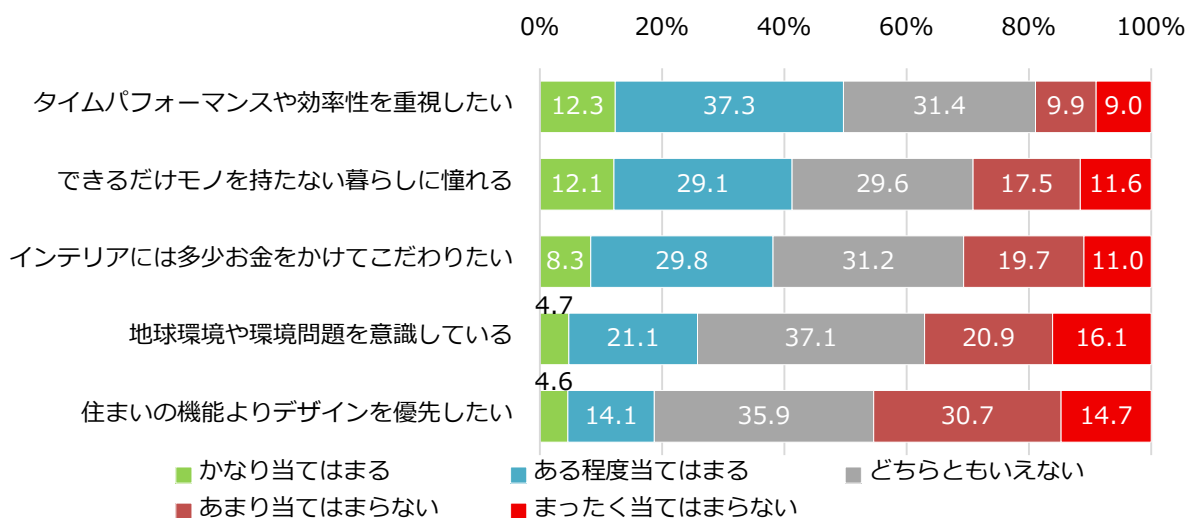


図4-2-27 住宅内の機器・家具に関連するライフスタイル・意識

## (6) 賃貸物件に希望する形態・施設・サービス

### ①希望する住人混在パターン

どのような住人の混在を希望するかを聞いた。「さまざまな職業の住人がいる」が31.5%と最も多くなった。次いで「さまざまな世帯」(24.5%)、「さまざまな世代」(20.7%)が続くが、いずれも「そう思わない」と回答する割合が多い。「どちらともいえない」が多いものの、どのような住人の混在がいいかは難しい問題であることを伺わせている。

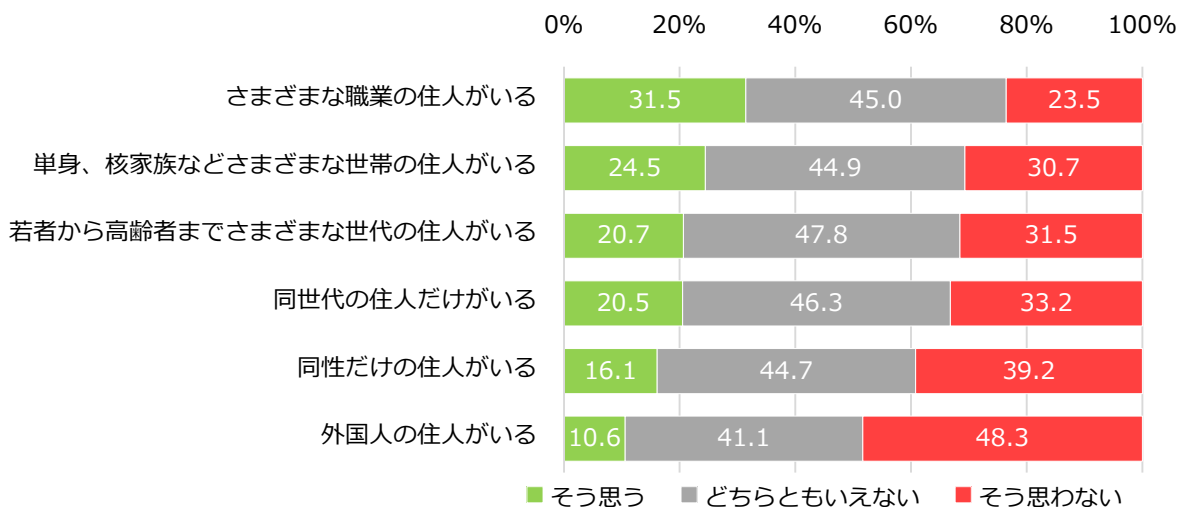


図4-2-28 希望する住民混在パターン

### ②希望する賃貸物件の規模（総世帯数）

どの程度の世帯数が集合する賃貸住宅が望ましいかを聞いた。「10世帯未満」が43.9%と最も多く、次いで「10世帯以上30世帯未満」が41.5%と小規模な賃貸住宅が望まれている。50世帯以上の希望は少数であった。

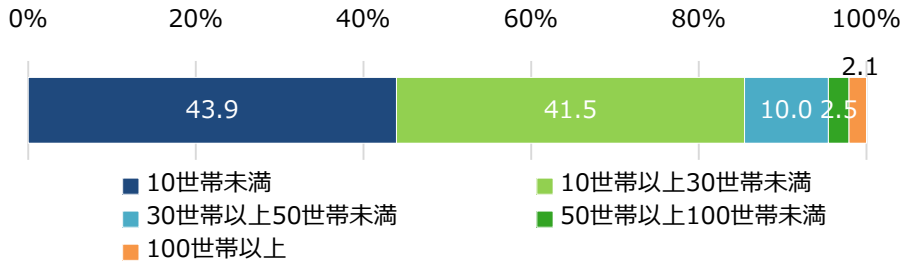


図4-2-29 希望する賃貸物件の規模（総世帯数）

### ③賃貸物件に希望する施設や空間

賃貸物件に希望する施設・空間として、生活利便系の施設から「24時間ゴミ出し」が63.0%で最も多く、次いで「宅配ロッカー」(45.9%)、「駐車場」(37.1%)、「駐輪場」(35.5%)と続く。生活享受系の施設から「カフェ」(25.1%)、「フィットネスジム」(18.9%)、「サウナ」(13.2%)と続いた。

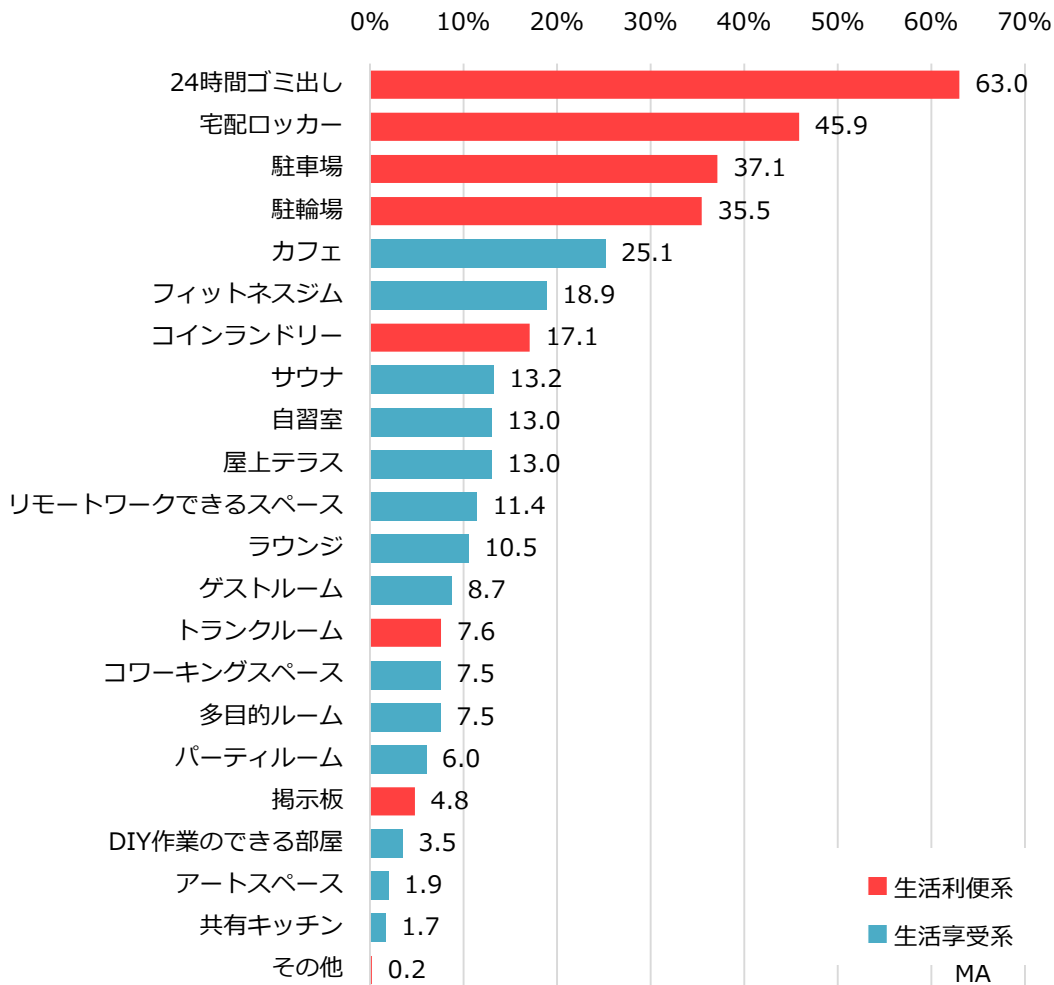


図4-2-30 賃貸物件に希望する施設や空間



#### ④賃貸物件に希望する形態・施設・サービスに関連するライフスタイル・意識

賃貸物件に希望する形態・施設・サービスに関連する「ライフスタイルや意識」について聞いた。「常に最先端のものを追いかけていきたい」、「シェアで済むものは積極的に利用したい」それぞれで22.2%であり、いずれも当てはまらないと回答した割合の方が多かった。

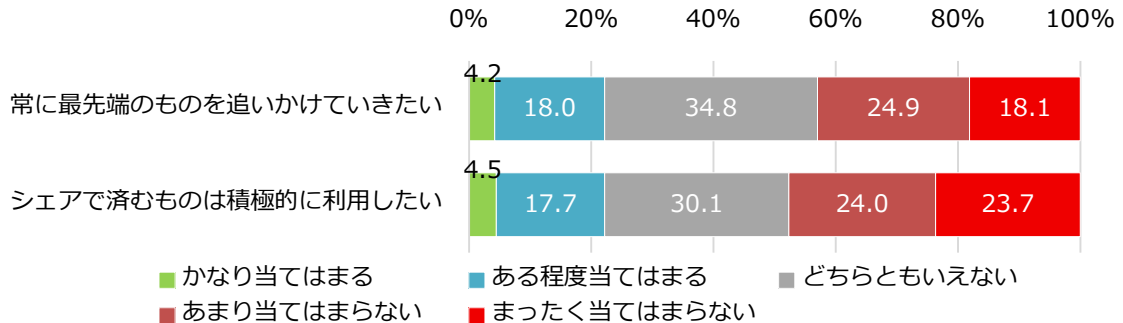


図4-2-31 賃貸物件の形態・施設・サービスに関連するライフスタイル・意識

#### ⑤賃貸物件に希望するサービス

賃貸物件内に希望するサービスは、「食事サービス」(12.9%)、「シェアサイクル」(11.6%)が上位にあるが、いずれも1割強であった。「共同菜園・ガーデニング」「イベント」「趣味サークル」の希望割合は低い。

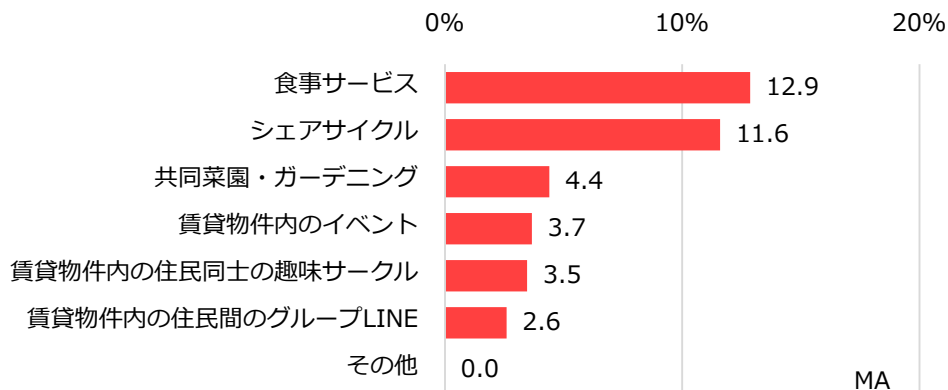


図4-2-32 賃貸物件内に希望するサービス

### ⑥同じ物件の住民とシェアしてもよいもの

同じ物件の住民とシェアしてよいものは、「自転車」が 15.1%と最も多く、次いで「倉庫」(12.0%)、「畑・菜園」(11.4%)、「オフィス」(9.1%)、「健康器具・ダイエット器具」(8.6%)と続いた。

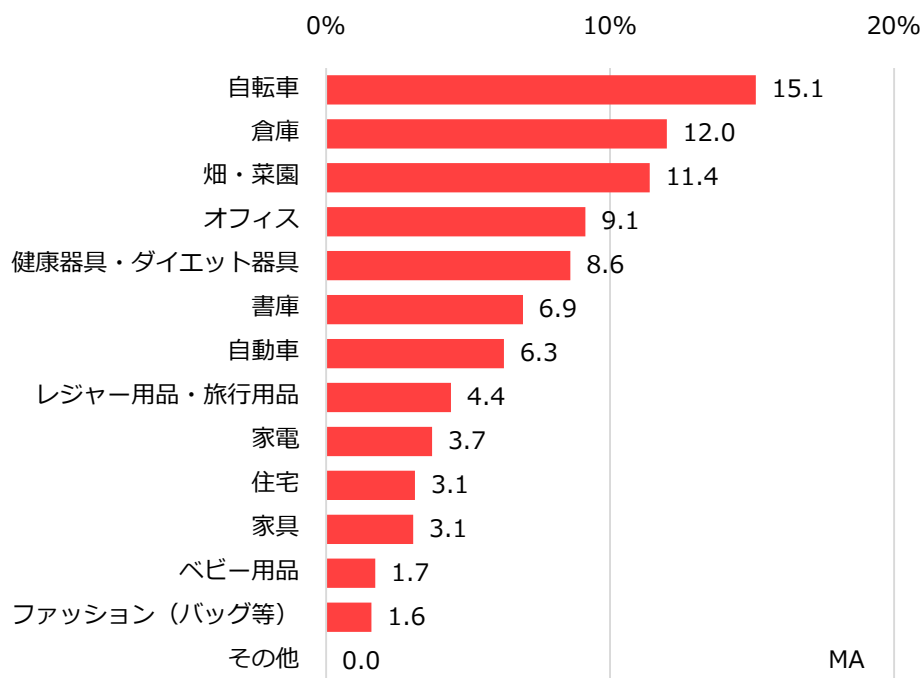


図4-2-33 同じ物件の住民とシェアしてもよいもの

## (7) コミュニティ・近所づきあい

### ①賃貸物件内の近所づきあいの意向

賃貸物件内の近所づきあいの意向について聞いた。「隣人とは顔を合わせたくない」を「望む」のが46.4%と多く、合わせて「望まない」項目として「隣人の名前を知っている」、「住民と立ち話をする」、「趣味を一緒に楽しむ」などの割合が高く、比較的に近所づきあいの意向は低い傾向にある。「住民と挨拶をする」が「望まない」より「望む」が多い傾向がある唯一の項目である。

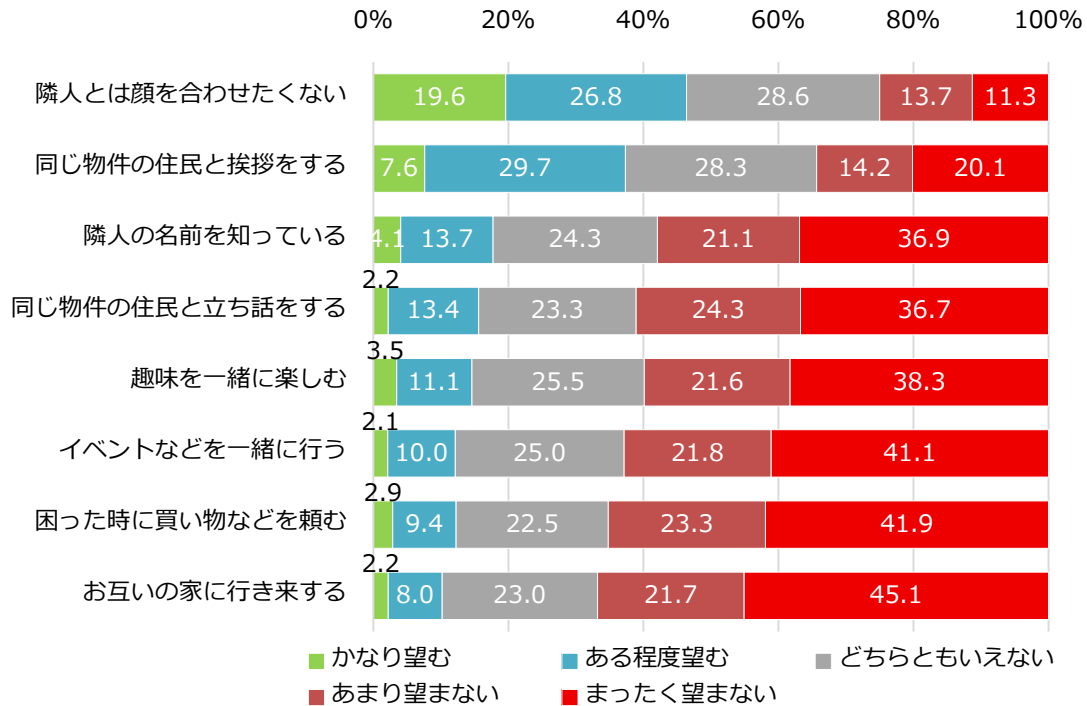


図4-2-34 賃貸物件内の近所づきあいの意向

### ②賃貸物件内でのイベントの参加意向

「食イベント」、「クリスマスパーティ」、「映画鑑賞会」など賃貸物件内でのイベントには、「参加したくない」の方が6割程度と多くなる傾向がある。一方で「参加したい」という意向も2割弱ある。

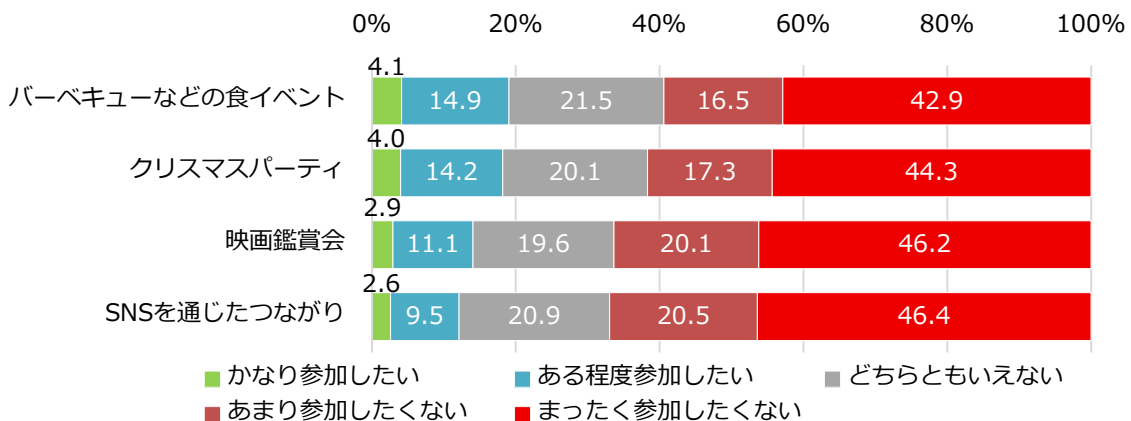


図4-2-35 賃貸物件内でのイベントの参加意向

### ③地域での近所づきあいやコミュニティの意向

賃貸物件のある地域での近所づきあいやコミュニティの意向を聞いた。「挨拶をする」が4割を超え、賃貸物件内よりも割合が高くなった。その他の項目は「やりたくない」方が多い傾向にあるものの、「地域のお祭り、イベント」「地域ボランティア活動」へも2割程度の参加意向がある。

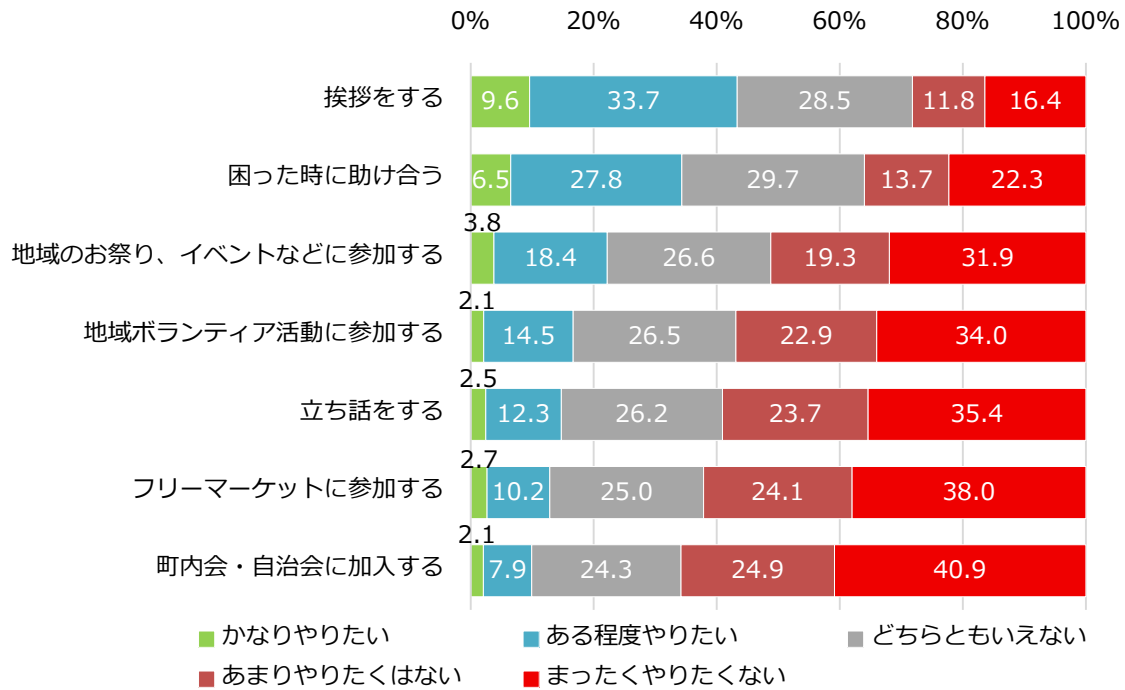


図4-2-36 地域での近所づきあいやコミュニティの意向

### ④コミュニティ・近所づきあいに関連するライフスタイル・意識

賃貸物件内と地域でのコミュニティ・近所づきあいに関連する「ライフスタイルや意識」について聞いた。「プライバシーを保つことがなりより重要」が6割を超えて強い意識としてある。「同じ賃貸物件の人たちと仲良くなりたい」「周辺コミュニティや自治会とつながりをもちたい」はその意向がそれぞれ15%程度であり、近所づきあいの意向につながっていると推測される。

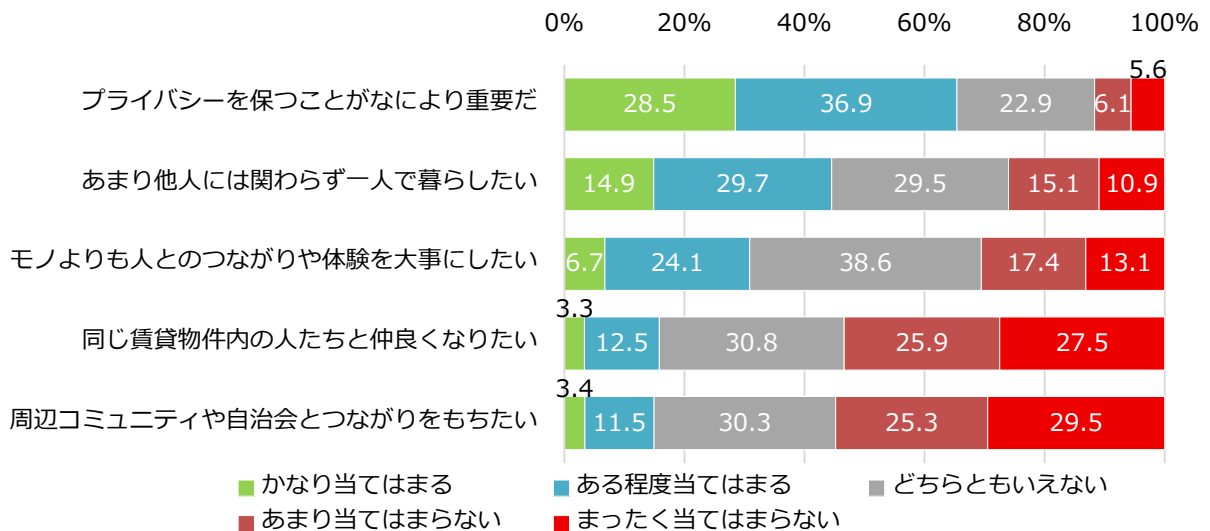


図4-2-37 コミュニティ・近所づきあいに関連するライフスタイル・意識

## (8) 今後の住まいと暮らし

### ① 継続居住の意向

現在の住まいへの継続居住の意向は、「3～5年以内の住み替え」が24.1%と最も多く、次いで「将来的に住み替え」（20.3%）、「2年以内に住み替え」（14.7%）と続いた。永住意向は8%であった。

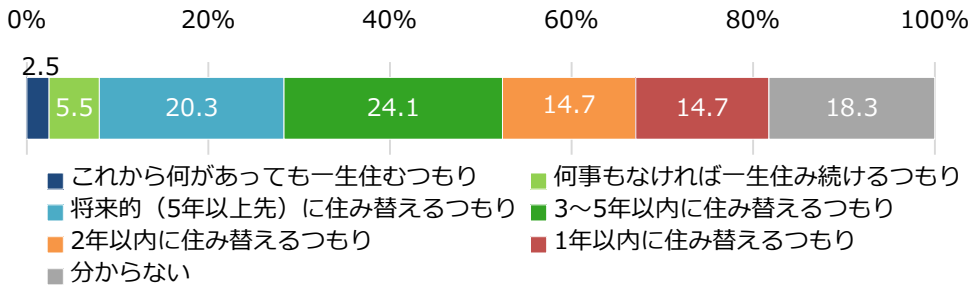


図4-2-38 継続居住の意向

### ② 今後希望する世帯像

今後希望する世帯像は「一人暮らし」が53.9%と「恋人・パートナーとの暮らし」（50.0%）を上回った。

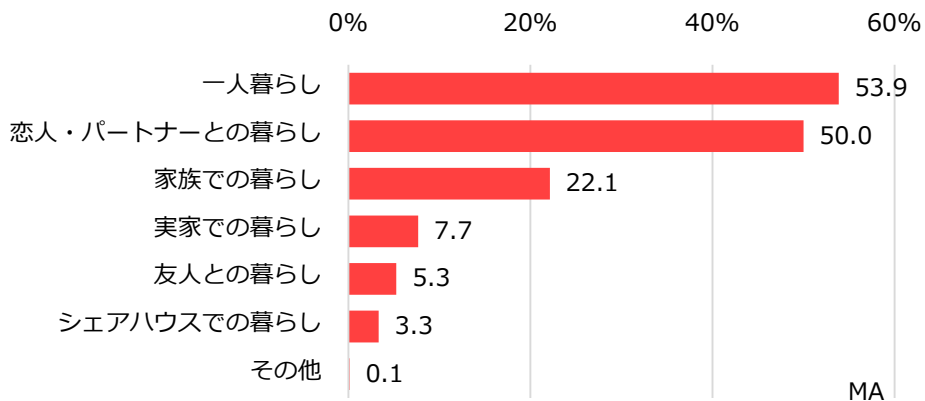


図4-2-39 今後希望する世帯像

### ③ 希望する住まいの形態

今後希望する住まいの形態は「戸建て」が37.5%と最も多く、次いで「中層（5階建て程度）マンション」（24.5%）、「低層（3階建て程度）マンション・アパート」（22.6%）と続いた。

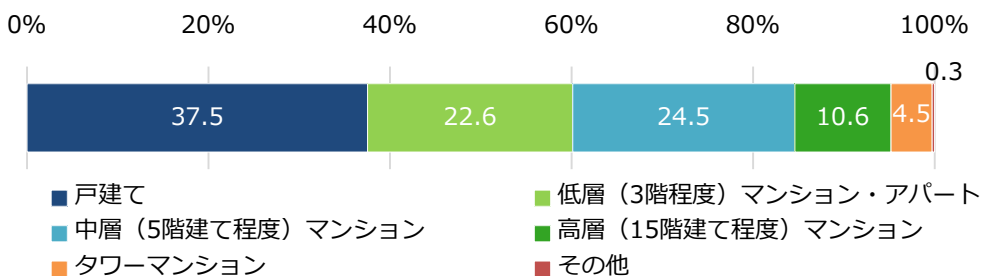


図4-2-40 希望する住まいの形態

#### ④希望する間取り

今後希望する間取りは、「1DK・1LDK」、「2DK・2LDK」、「3DK・3LDK」がそれぞれ約3割程度と同程度で並んだ。

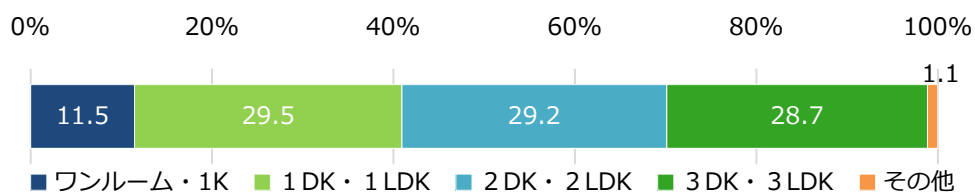


図4-2-41 希望する間取り

#### ⑤希望する住宅面積

今後希望する住宅面積は、「30㎡～60㎡未満」が34.4%と最も多く、次いで「18㎡～30㎡未満」(27.5%)、「60㎡～100㎡未満」(22.5%)と続いた。

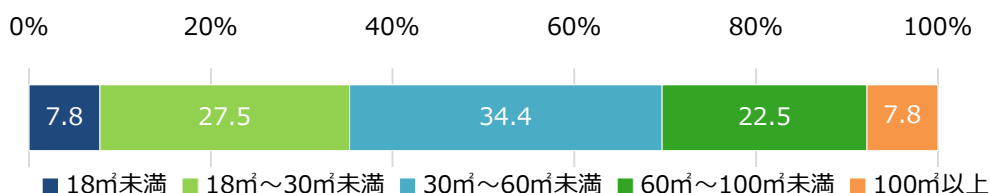


図4-2-42 希望する住宅面積

#### ⑥希望する賃料

今後の住宅で希望する賃料は、「5万円台」が21.7%と最も多く、次いで「6万円台」(18.2%)、「7万円台」(12.7%)、「8万円台」(11.3%)と続いた。

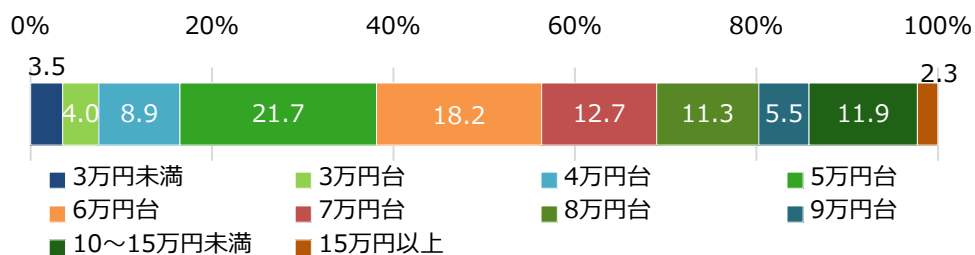


図4-2-43 希望する賃料

### ⑦今後の住まいと暮らしに関連するライフスタイル・意識

今後の住まいと暮らしに関連する「ライフスタイルや意識」について聞いた。「いつかは住宅を所有したい」が47.5%と所有意識が比較的に高く、「定住ではなく移り住んでいく」という意識が25.4%で、定住意識の割合が上回っている。

「住まいが狭くなっても都会に住みたい」は「当てはまらない」方の割合が高く、住宅の広さを選んでいる。「通勤時間が長くなっても広い住宅に住みたい」では、「当てはまらない」方の割合が高く、通勤時間の短さを選ぶ傾向がある。

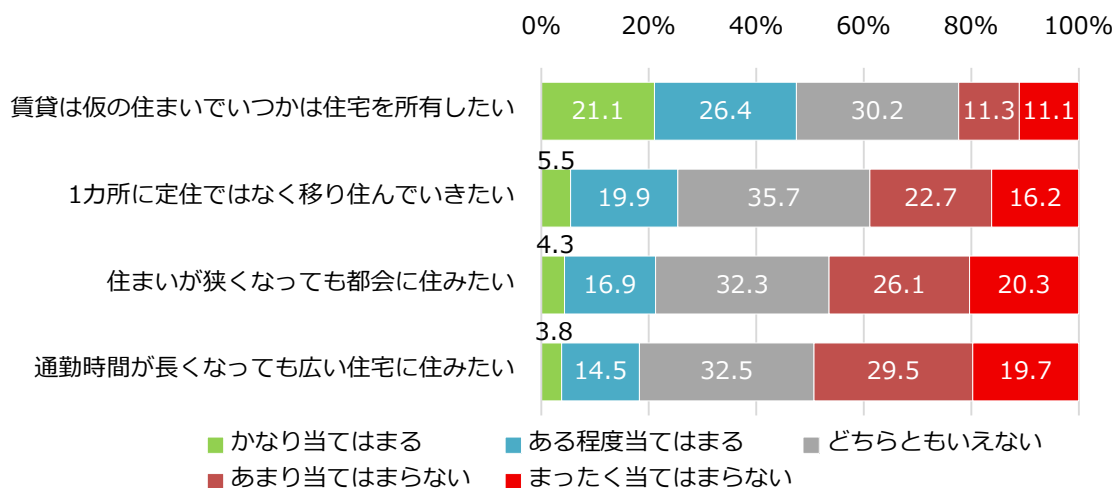


図4-2-44 今後の住まいと暮らしに関連するライフスタイル・意識

## (9) 賃貸物件の探し方

### ①現在の住まいを選んだ際の情報収集の手段

現在の住まいを選んだ際の情報収集の手段は、「不動産屋」が49.1%と最も多く、次いで「不動産情報サイト・アプリ」(45.4%)、「検索エンジン」(20.1%)、「SNS」(16.7%)、「親の話」(13.5%)と続いた。

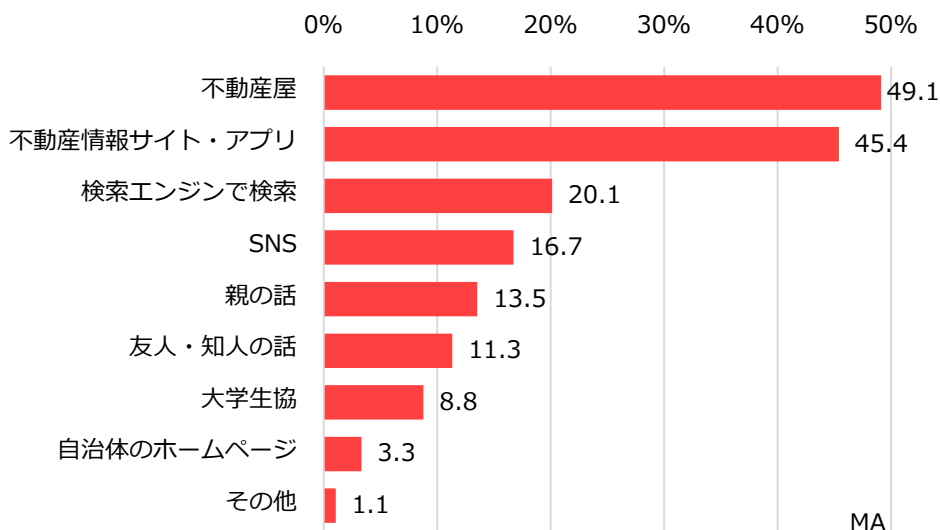


図4-2-45 現在の住まいを選んだ際の情報収集の手段

### ②賃貸物件探しの際、「親」の意見への感想

賃貸物件探しの際に親の話を聞いた場合、その意見についてどう感じたかを聞いた。「同意できた」のが75.4%とかなり参考にしていることが伺える。

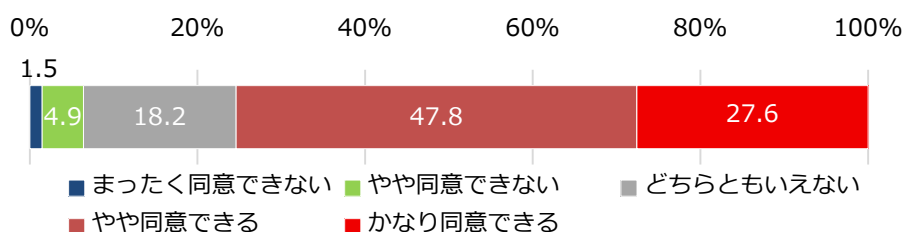


図4-2-46 賃貸物件探しの際、「親」の意見への感想

### ③物件探し・家賃支払いのオンライン化

物件探し・家賃支払いのオンライン化について聞いた。「物件探しはすべてオンラインでやりたい」は17.3%が「そう思う」であるが、「そう思わない」(44.1%)が上回った。「部屋の内見」もオンライン(VR等)でも良いのが11.3%の割合であり、「賃貸契約」のオンラインも20.5%で良いされた。また、家賃のオンライン決済は、42.1%と高い割合で良いとされている。

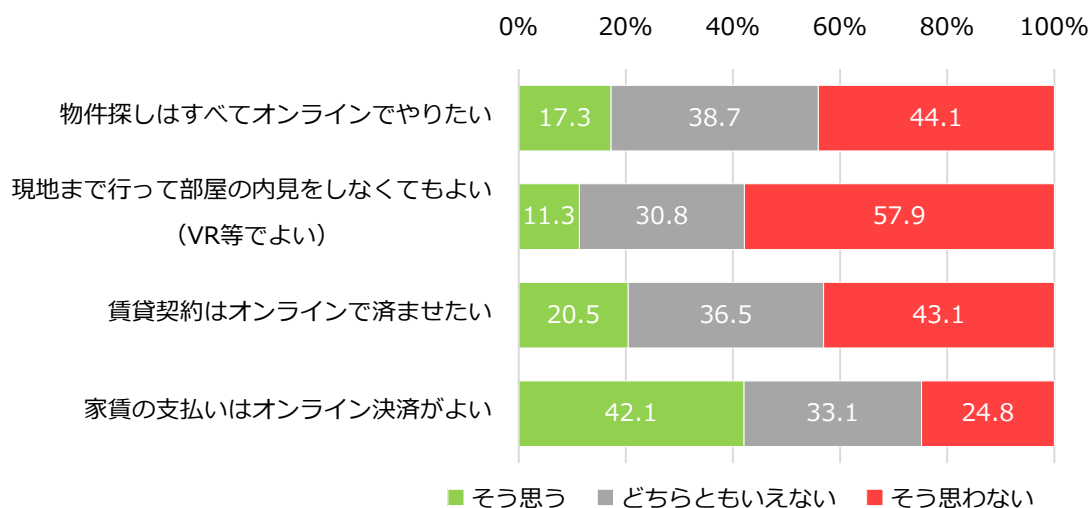


図4-2-47 物件探し・家賃支払いのオンライン化

## (10) リモートワーク

### ①リモートワーク／リモート授業の有無と頻度

リモートワークあるいはリモート授業をしているのは、24.3%で、週当たりの頻度は、「週5日以上」(2.7%)、「週3～4日」(4.9%)、「週1～2日」(8.7%)であった。

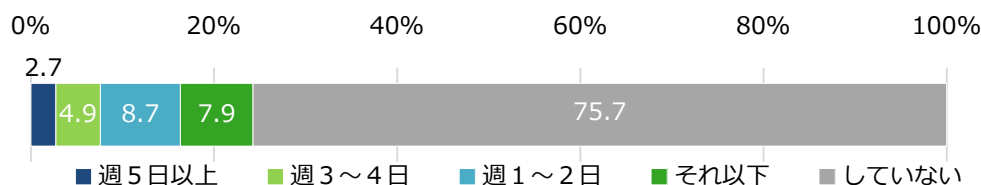


図4-2-48 リモートワーク／リモート授業の有無と頻度



## ②リモートワーク／リモート授業に必要な住宅の機能・施設・空間

リモートワークあるいはリモート授業に必要な住宅の機能・施設・空間は、「快適なネット環境」が53.6%と最も多く、次いで「防音効果の高いスペース」(37.1%)、「仕事をするスペース」(36.3%)、「オンラインで映ってもよい背景」(33.0%)と続いた。

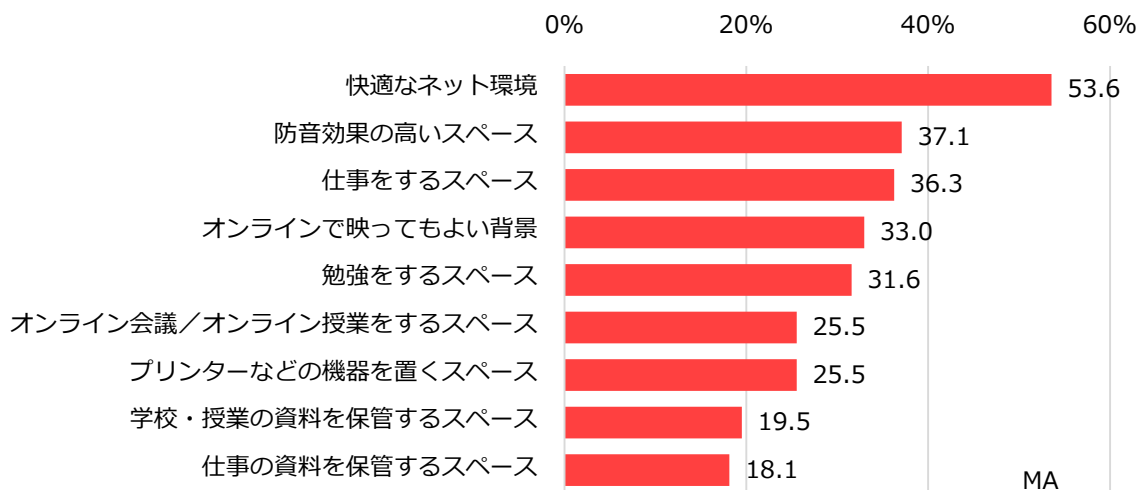


図4-2-49 リモートワーク／リモート授業に必要な住宅の機能・施設・空間

## (11) 賃貸物件のリフォーム

### ①自分の好みにリフォームできる賃貸物件の意向

自分の好みにリフォームできる賃貸物件の意向は、「そう思う」「まあそう思う」合わせて44.6%であった。

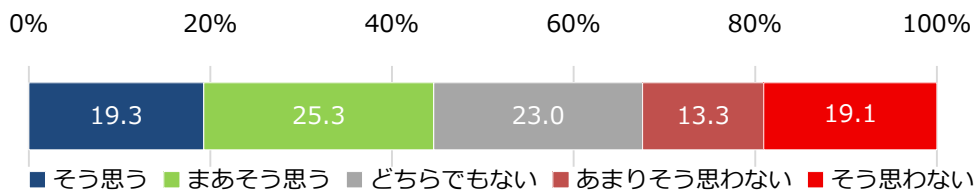


図4-2-50 自分の好みにリフォームできる賃貸物件の意向

### ②賃貸物件を居住者自らがリフォームする際の問題

賃貸物件を居住者自らがリフォームする際の問題としては、「退去時にトラブルになりそう」(47.9%)、「リフォーム時のルールが面倒そう」(37.0%)、「仮住まいなのでお金をかけたくない」(32.3%)などが挙げられた。

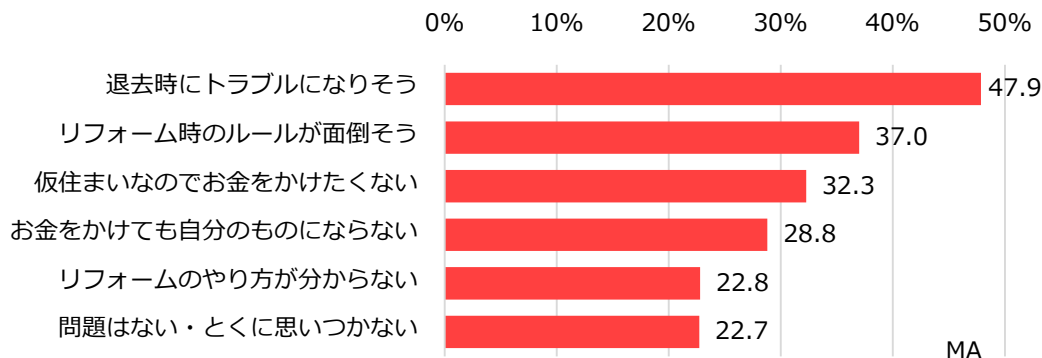


図4-2-51 賃貸物件を居住者自らがリフォームする際の問題

## (12) 賃貸物件に関する自由意見

1,500 の回答者から、合計 527 件の賃貸物件に関する意見が寄せられた。「騒音・遮音・防音」が全意見の約 27%を占めるなど特に多く、その不満は、壁の薄さからくる遮音性の悪さや、隣室からの音漏れに対するものである。続いては「インテリア・原状回復・退去」で、インテリアを自ら飾り付けできないルールへの不満や、退去時の不安、どこまで出来るかの線引きの不明確さ、などの意見であった。

次いで「家賃」「水廻り」「管理会社・大家」「寒さ」「近所づきあい」「狭さ」「駐輪場」「ゴミ捨て」への意見が続いた。「水廻り」に関する意見は、「キッチンの使いにくさ」についての意見が多く、「管理会社・大家」に関する意見は、「対応の悪さ」についての意見であった。

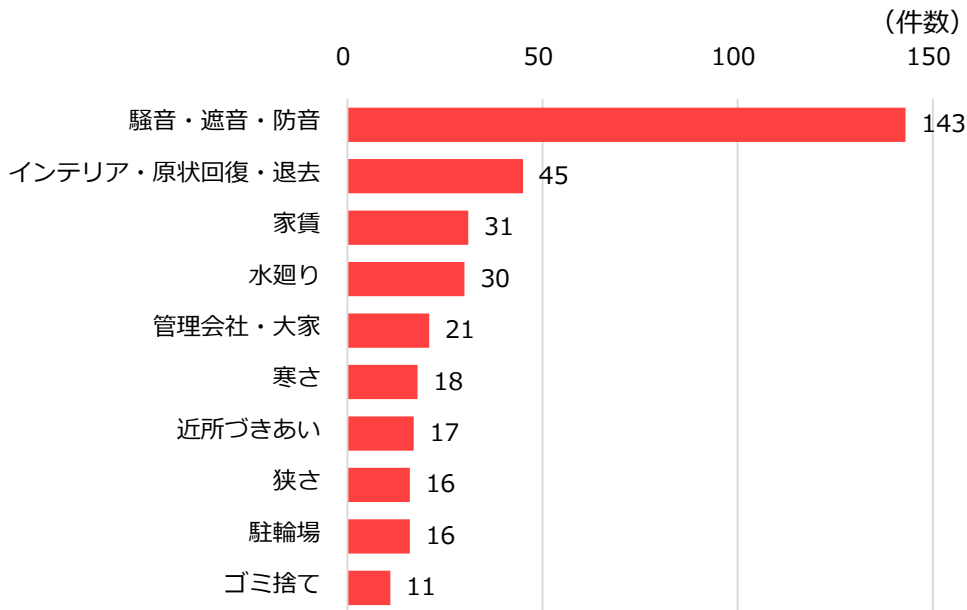


図4-2-52 自由意見（上位10項目）

上位 10 項目以外の意見としては、以下のような項目が寄せられた。

### ○10 件以上

「マナー・ルールを守らない人」「虫の多さ」

### ○5 件以上 10 件未満

「セキュリティの弱さ」「古さ」「収納の少なさ」「手続きの煩雑さ」「初期費用の多さ」  
「通信環境の不備」「宅配ロッカーの不備」「日当たりの悪さ」「カビ」「共用部の管理不足」  
「通気・隙間の悪さ」「入居後に初めて知ることの多さ」

### ○5 件未満

「ペット飼育できないこと」「物干し・布団干しの不備」「デザインの悪さ」「汚さ」「外国人」  
「管理費の高さ、用途不明」「賃貸であることへの妥協」「引っ越し代」「間取りの悪さ」  
「故障・不具合」「暑さ」「電気容量の少なさ」

### 4.3. 男女別・職業タイプ別クロス集計

#### (1) 男女別・職業タイプ別クロス集計の概要

ここでは、アンケート結果の大項目の中から、以下の4項目について、回答者属性のうち「男女別」「職業タイプ別」にクロス集計を行い、それぞれの設問結果について分析した。

##### ①対象とする設問の大項目

- ・現在の住まいの不満点について
- ・賃貸物件選択時に重視したい項目について
- ・住宅内・インテリアの機器・家具について
- ・賃貸物件に希望する形態・施設・サービスについて

##### ②属性の概略

設問別のクロス集計の前に、それぞれの属性について簡単に把握する。

男女別の職業タイプは、男性は学生の割合が全体に比べて10ポイント程大きく、女性は有職(パートタイプ)の割合が全体に比べて若干大きい。

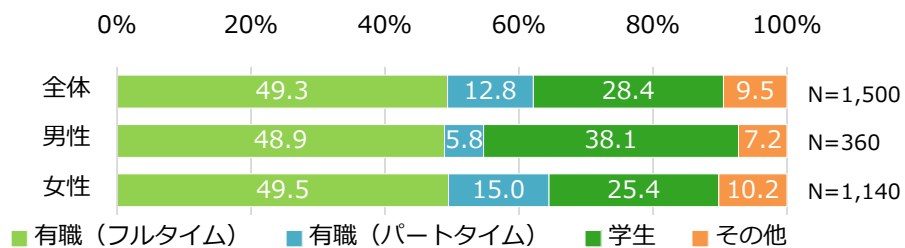


図4-3-1 「男女別」職業タイプ

男女別の住宅タイプは、男女とも全体の割合と同程度である。

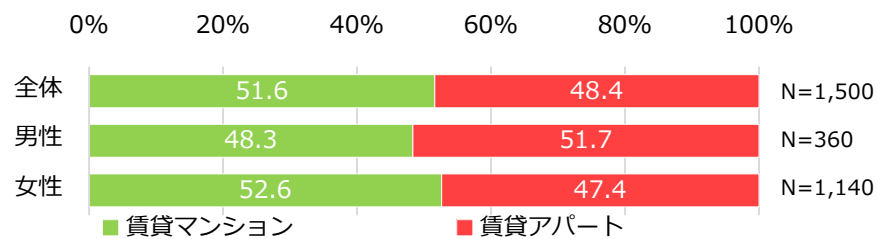


図4-3-2 「男女別」住宅タイプ

職業タイプ別の住宅タイプは、有職(フルタイム)が全体に比べ賃貸マンションの割合が大きく、有職(パートタイム)が賃貸アパートの割合が大きい。

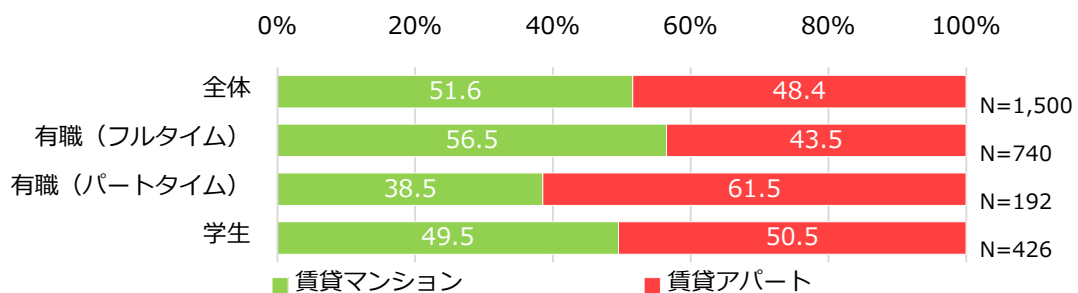


図4-3-3 「職業タイプ別」住宅タイプ

## (2) 現在の住まいの不満点

「現在の住まいの不満点」の上位5つの項目について、男女別、職業タイプ別にみた。

### ○男女別

不満がある上位5項目は、いずれも「女性」の不満割合が高い。「冬寒い」「収納が狭い」については「男性」に比べて10ポイント程度開きがある。

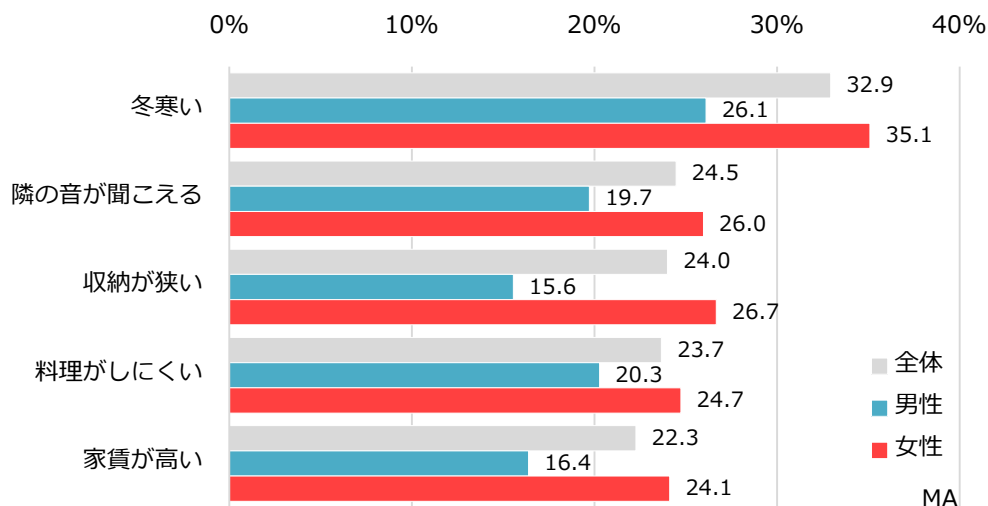


図4-3-4 「男女別」現在の住まいの不満点

### ○職業タイプ別

「学生」の「料理がしにくい」の不満割合が大きく、「家賃が高い」の不満割合が低いのが特徴的である。

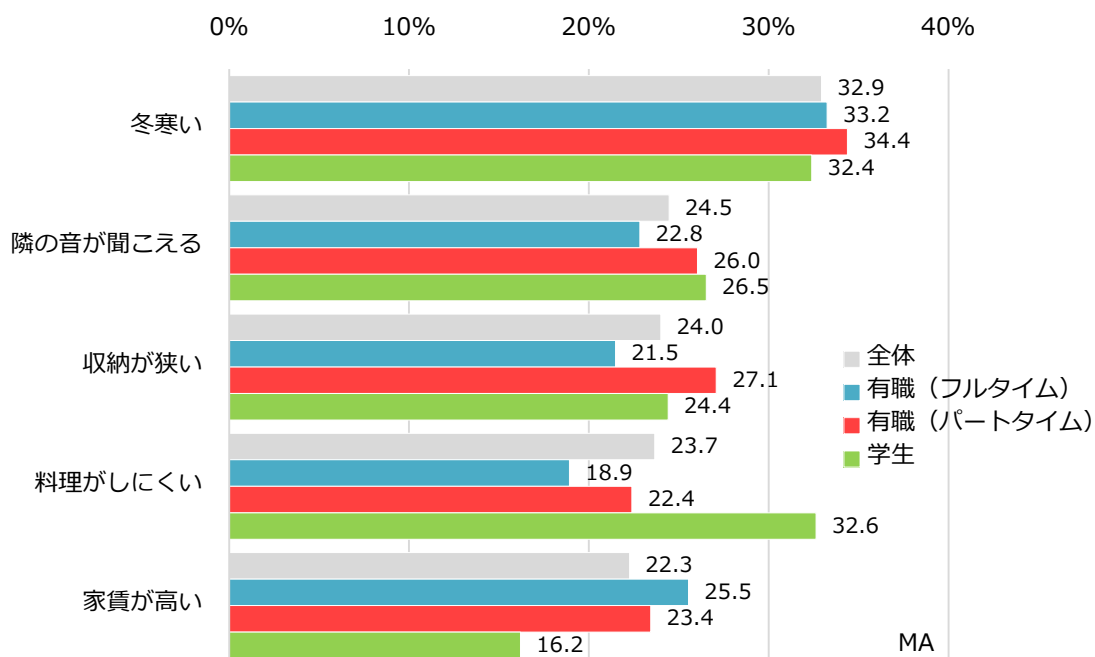


図4-3-5 「職業タイプ別」現在の住まいの不満点

### ○住宅タイプ別（全項目）

住宅の不満は、「賃貸マンション」と「賃貸アパート」において分けられると考えられるため、この設問についてのみ「住宅タイプ別」の特徴をみた。

「冬寒い」「隣の音が聞こえる」という不満は、「賃貸アパート」の方の割合が大きく、「家賃が高い」については、「賃貸マンション」の割合が大きい。「収納が狭い」「料理がしにくい」は、両者で大きな違いはなかった。

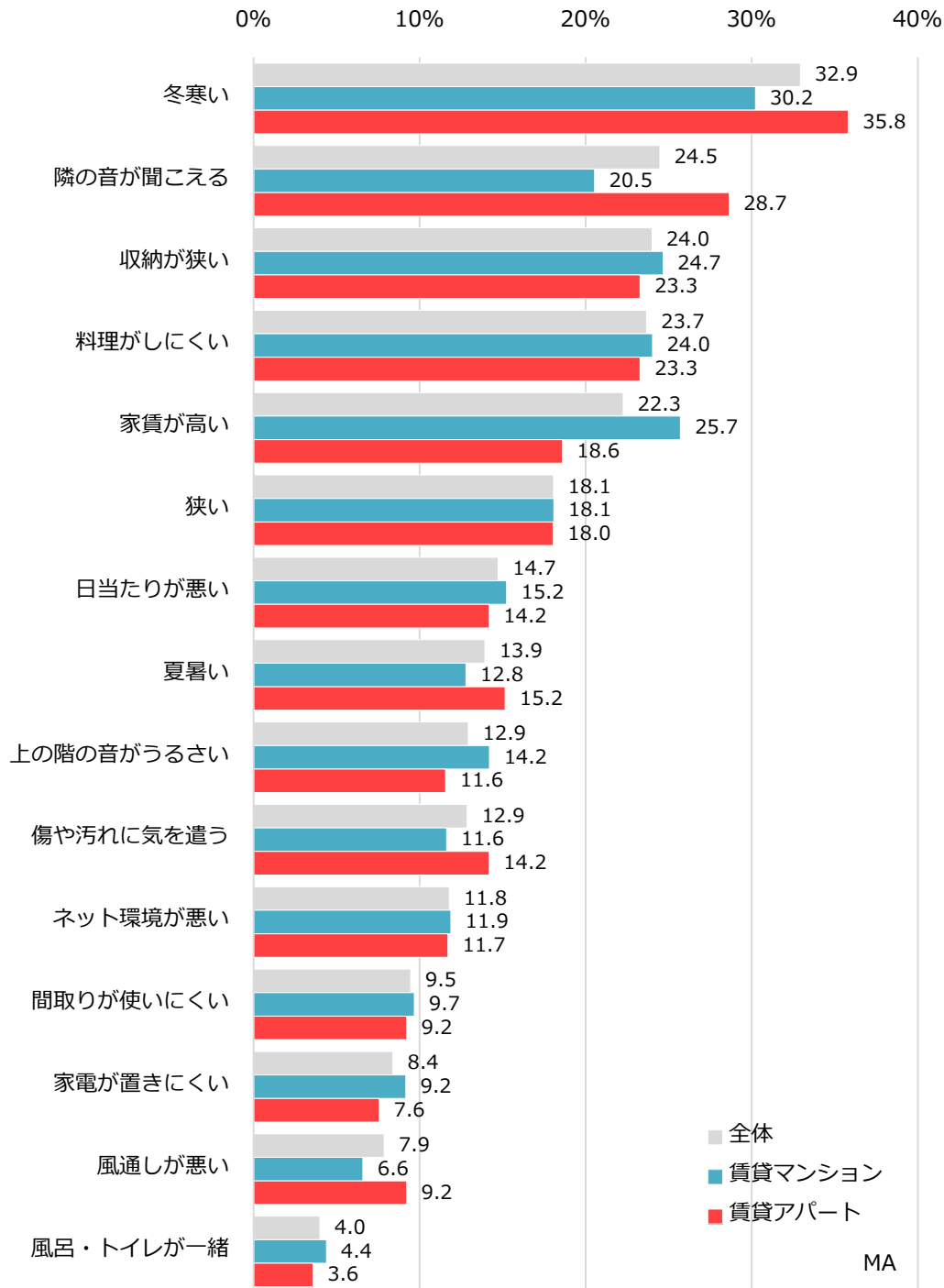


図4-3-6 「住宅タイプ別」現在の住まいの不満点

○手取り収入に対して家賃の占める割合別（全項目）

住宅の不満は、家賃負担力において分けられると考えられるため、この設問についてのみ「手取り収入に対して家賃の占める割合別」の特徴をみた。

「収入に対して家賃の占める割合」と「現在の住まいの不満点」で分かりやすい相関がみられるのは、「隣りの声が聞こえる」である。

「家賃が高い」への不満割合にも相関がみられるが、設問内容からすれば当然であろう。

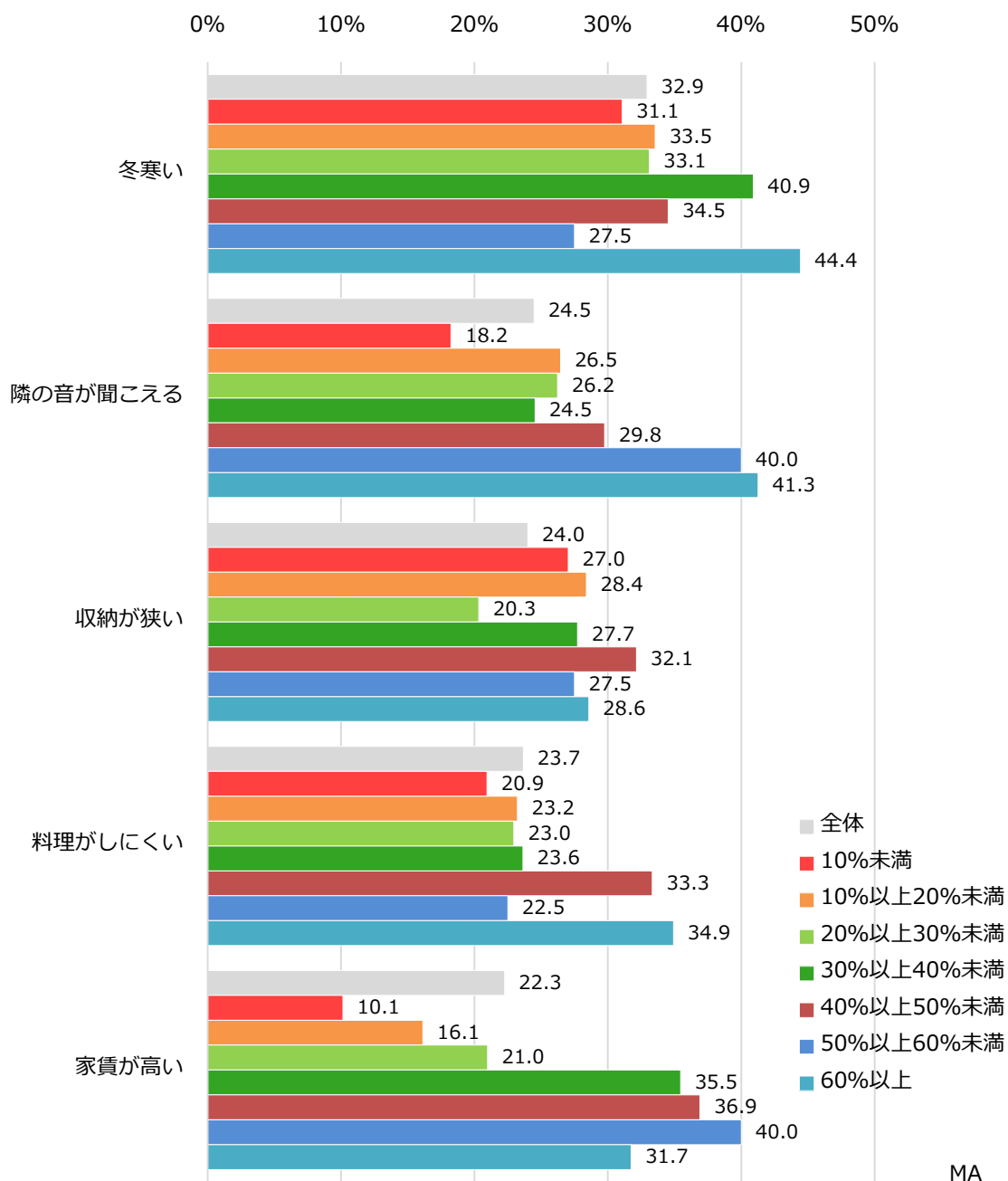


図4-3-7 「手取り収入に対して家賃の占める割合別」現在の住まいの不満点

### (3) 賃貸物件選択時に重視したい項目

「賃貸物件選択時に重視したい項目」の上位5つの項目について、男女別、職業タイプ別にみた。

#### ① 賃貸物件を選ぶ際に重視したい項目

##### ○ 男女別

上位5つの重視項目は、いずれも「女性」の方の割合が高い。「防犯性に優れていること」は20ポイントほど高く、「間取りがよいこと」「日当たりがよいこと」も10ポイントほど高い。

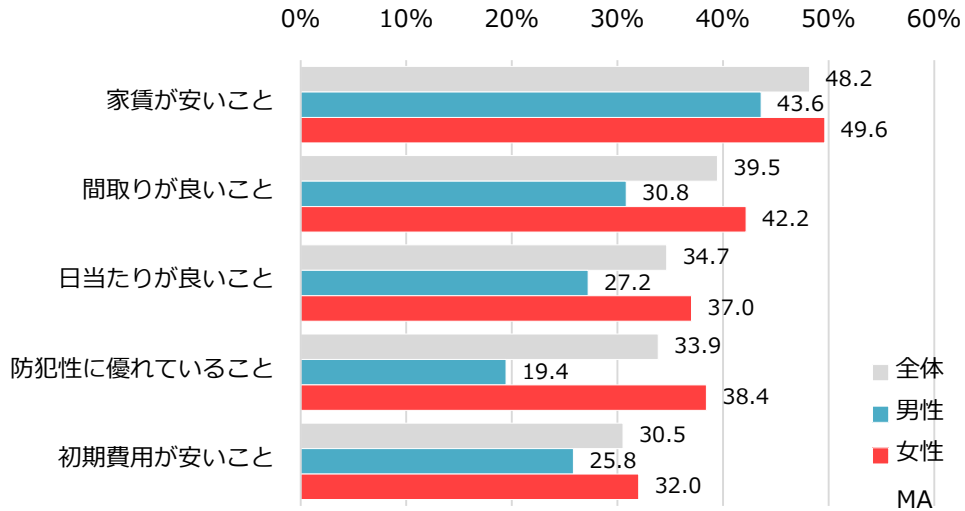


図4-3-8 「男女別」賃貸物件を選ぶ際に重視したい項目

##### ○ 職業タイプ別

「学生」が「防犯性に優れていること」を望む割合が高く、「初期費用が安いこと」に望む割合が他の職業タイプに比べて低いことが特徴である。

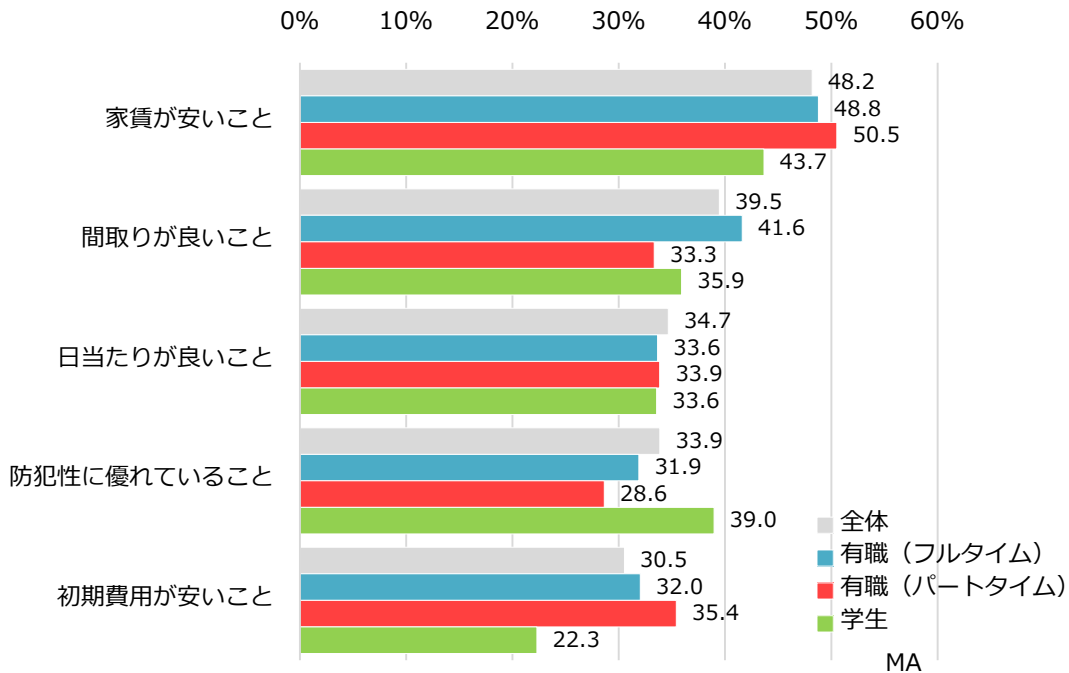


図4-3-9 「職業タイプ別」賃貸物件を選ぶ際に重視したい項目

## ②賃貸物件のある地域や住環境を選ぶ際に重視したい項目

### ○男女別

上位5項目のすべてにおいて、「女性」の方の重視したい割合が、ほぼ10ポイント程度高い。

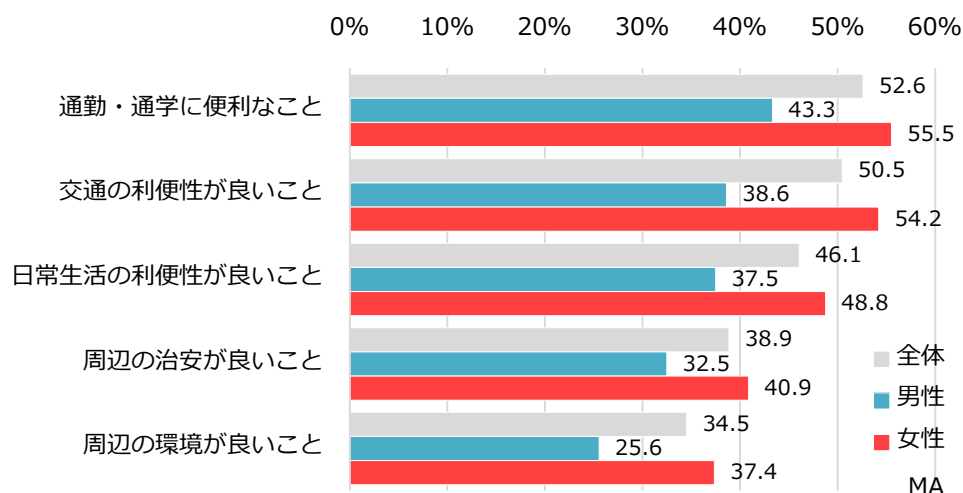


図4-3-10 「男女別」賃貸物件のある地域や住環境を選ぶ際に重視したい項目

### ○職業タイプ別

上位5項目のすべてにおいて、「学生」の方の重視したい割合が高く、「学生」が「通勤・通学に便利なこと」「周辺の治安が良いこと」を望む割合が特に高い。

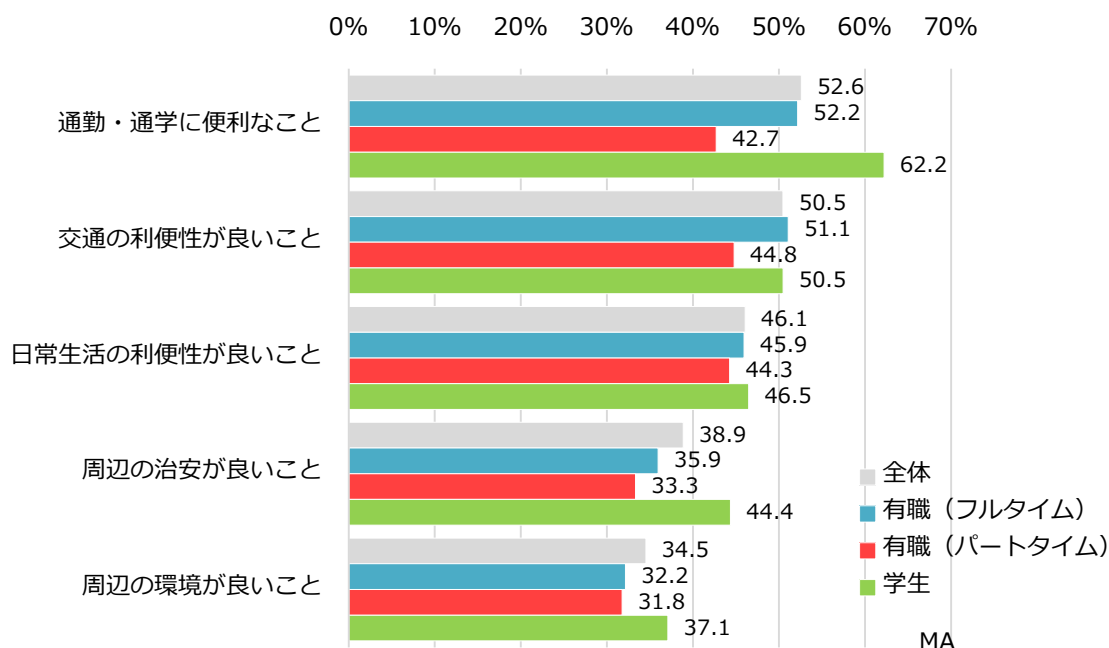


図4-3-11 「職業タイプ別」賃貸物件のある地域や住環境を選ぶ際に重視したい項目



#### (4) 住宅内・インテリアの機器・家具

##### ①住宅内にある機器・家電（上位10項目）

###### ○男女別

いずれの機器・家電とも「女性」の所有率の方が高い。男女別で10ポイント以上の差が開いているのは、その差が大きい順に「テレビ」「電気ケトル」「炊飯器」「冷蔵庫」「Blu-ray/DVDレコーダー」「洗濯機」である。

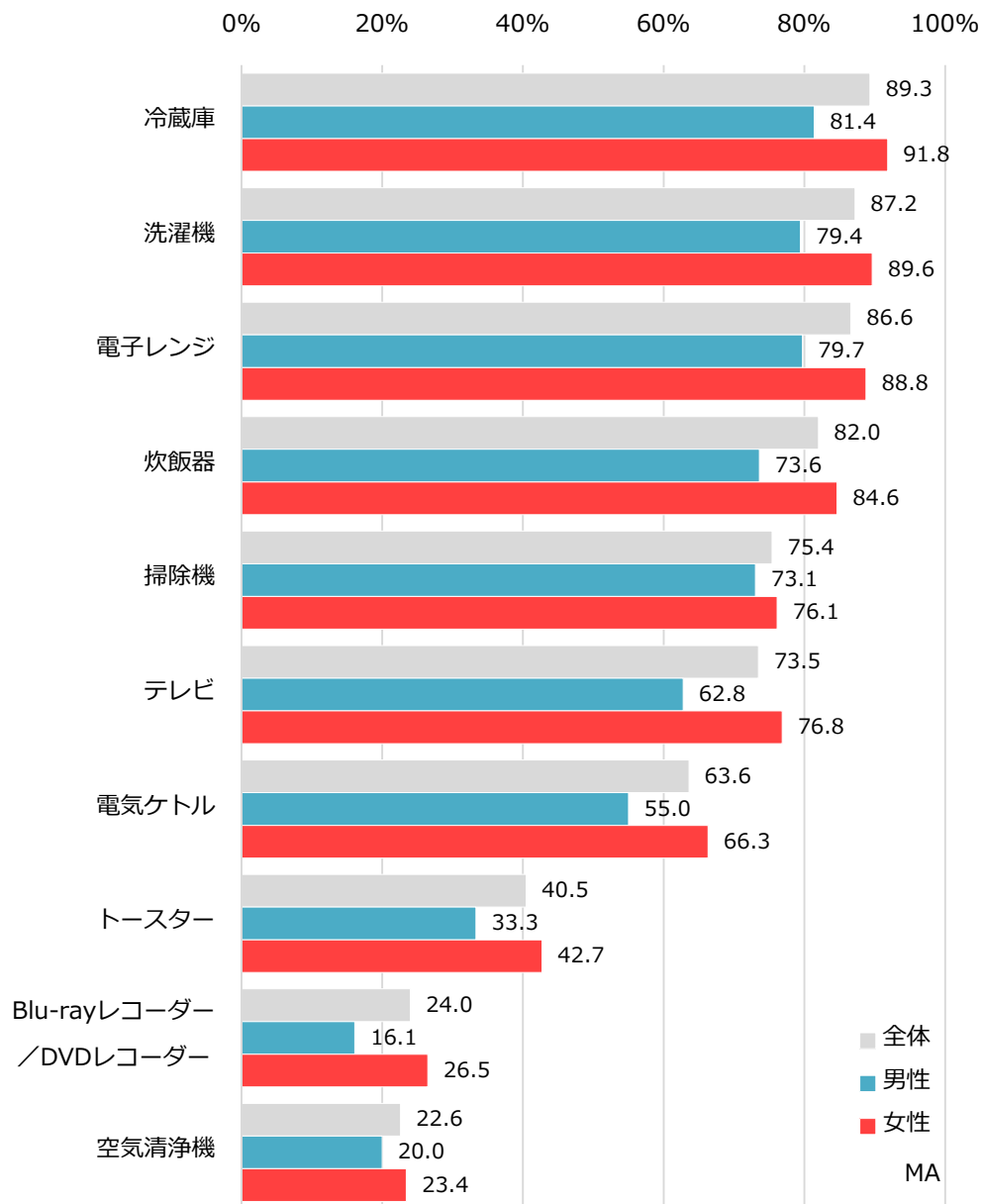


図4-3-12 「男女別」住宅内にある機器・家電

○職業タイプ別

「有職（パートタイム）」の機器・家電別の所有率が、他の職業タイプに比べて割合が高くなったり、低くなったりする傾向がみられるが、それほど大きな差は見られない。

「学生」の「テレビ」と「空気洗浄機」の所有率が他の職業タイプに比べて割合が低い。

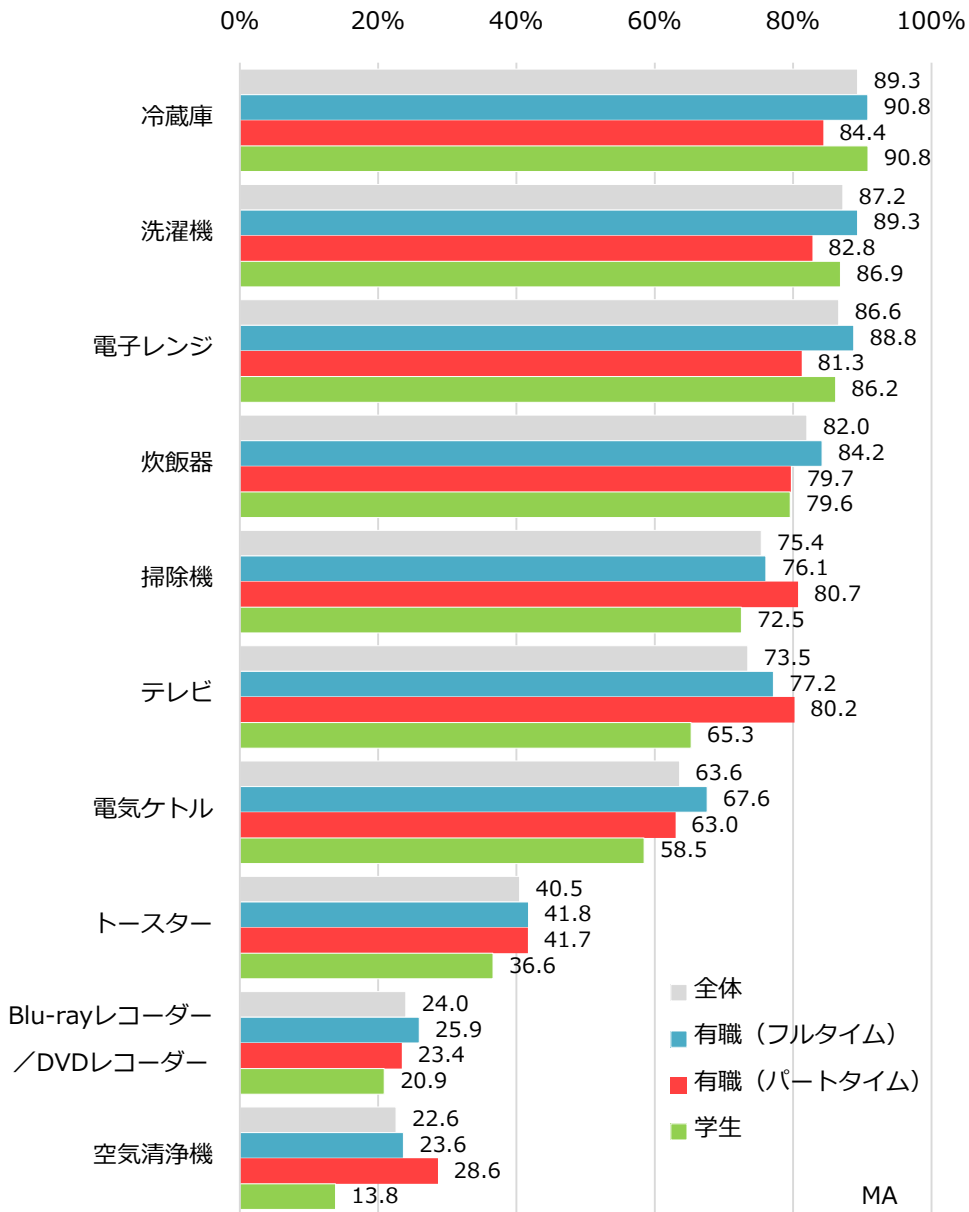


図4-3-13 「職業タイプ別」住宅内にある機器・家電

## ②住宅内にある家具

### ○男女別

「本棚」を除く4つの家具において、「女性」の方の所有率の方が10ポイントほど高い。

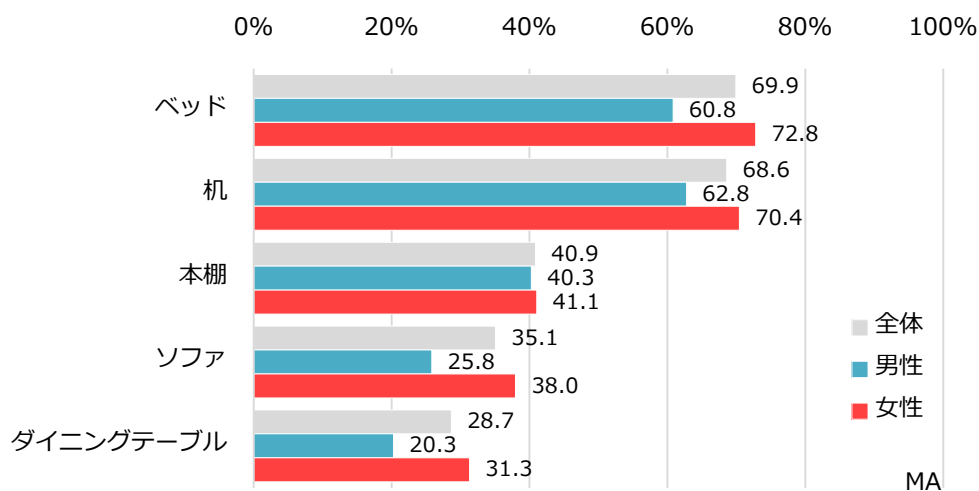


図4-3-14 「男女別」住宅内にある家具

### ○職業タイプ別

「学生」の「ベッド」の所有率が他の職業タイプに比べて高く、「ソファ」「ダイニングテーブル」の所有率が低い。また、「有職（パートタイム）」の「ベッド」「机」の所有率が低い傾向がみられる。

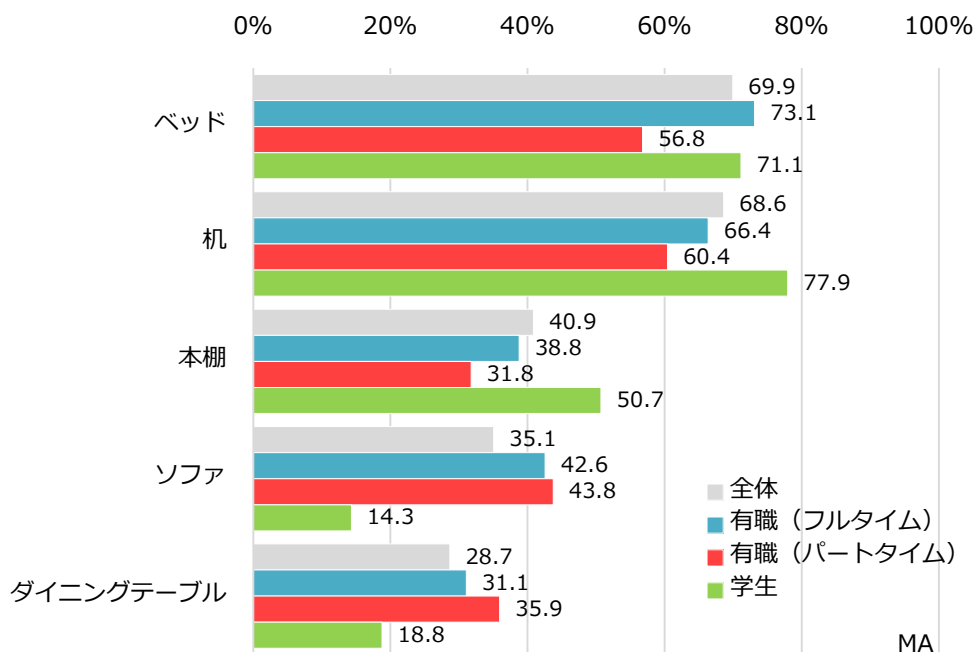


図4-3-15 「職業タイプ別」住宅内にある家具

### ③インテリア（壁や床等）にあるもの（上位5項目）

#### ○男女別

「自分で購入したカーペット」「押し活・オタ活のグッズ」は「女性」の方の所有率が10ポイント以上高い。次に「花瓶」の所有率も「女性」の方が高く、「壁掛け時計」「壁掛けカレンダー」は同程度である。

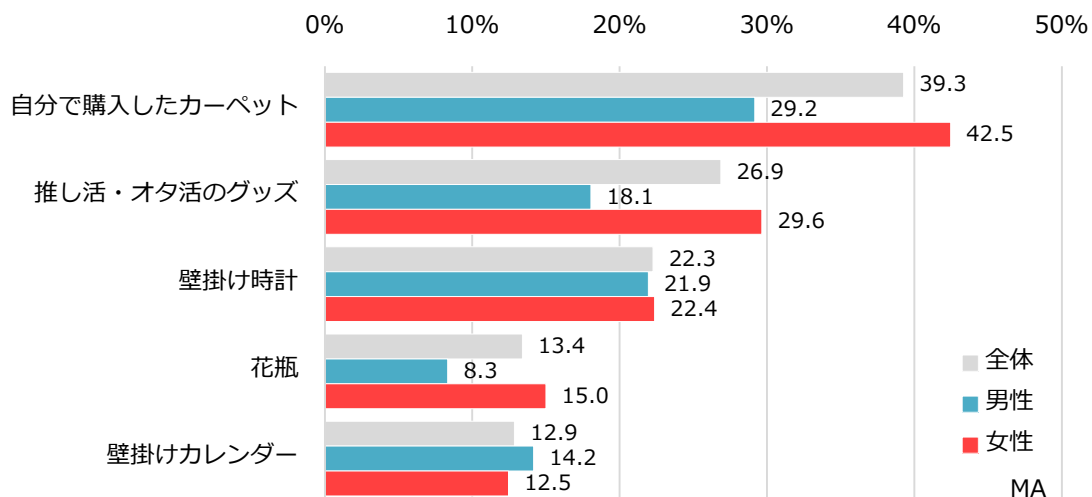


図4-3-16 「男女別」インテリア（壁や床等）にあるもの

#### ○職業タイプ別

いずれの項目においても、職業タイプ別に10ポイント以上の差がついたものはなかった。

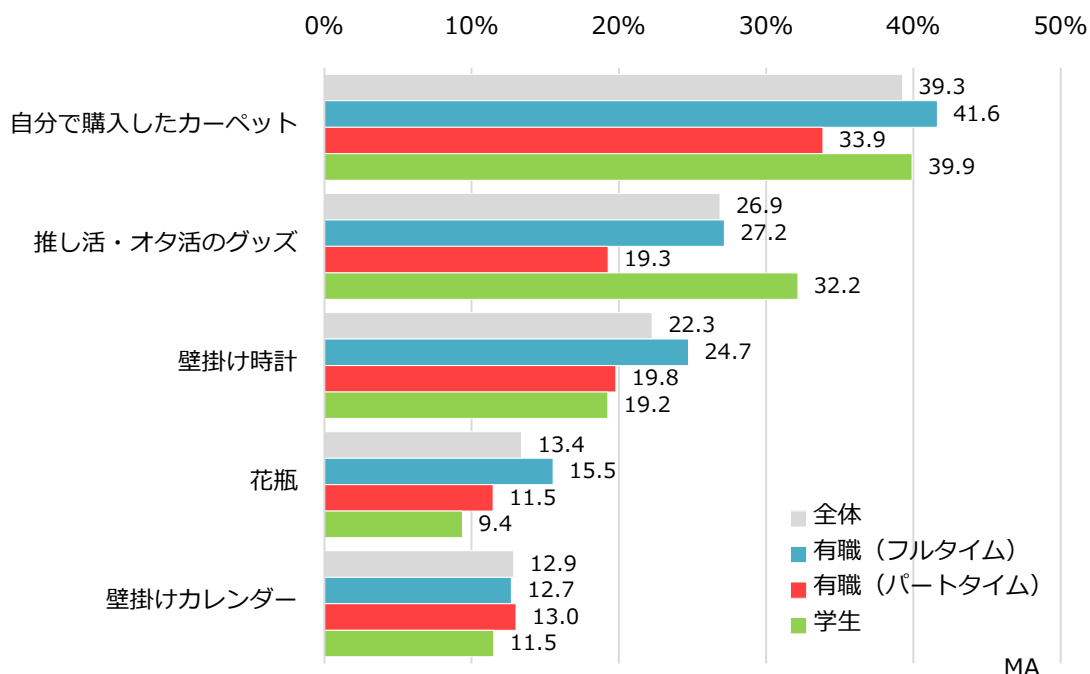


図4-3-17 「職業タイプ別」インテリア（壁や床等）にあるもの

#### ④住宅内に希望する設備・機能等

##### ○男女別

ほぼすべての設備・機能等において、「女性」の希望割合が高い。特に大きなポイント差がついたのは以下である。

##### ・ 20ポイント以上の差がついた設備・機能等（差が大きい順）

「モニタ付インターホン」「独立した洗面台」「オートロック」

##### ・ 10ポイント以上の差がついた設備・機能等（差が大きい順）

「風呂・トイレ別」「浴室乾燥機」「2口以上コンロ」「室内干し」「防犯カメラ」「置き配用装置」「無料インターネット」「温水洗浄便座」

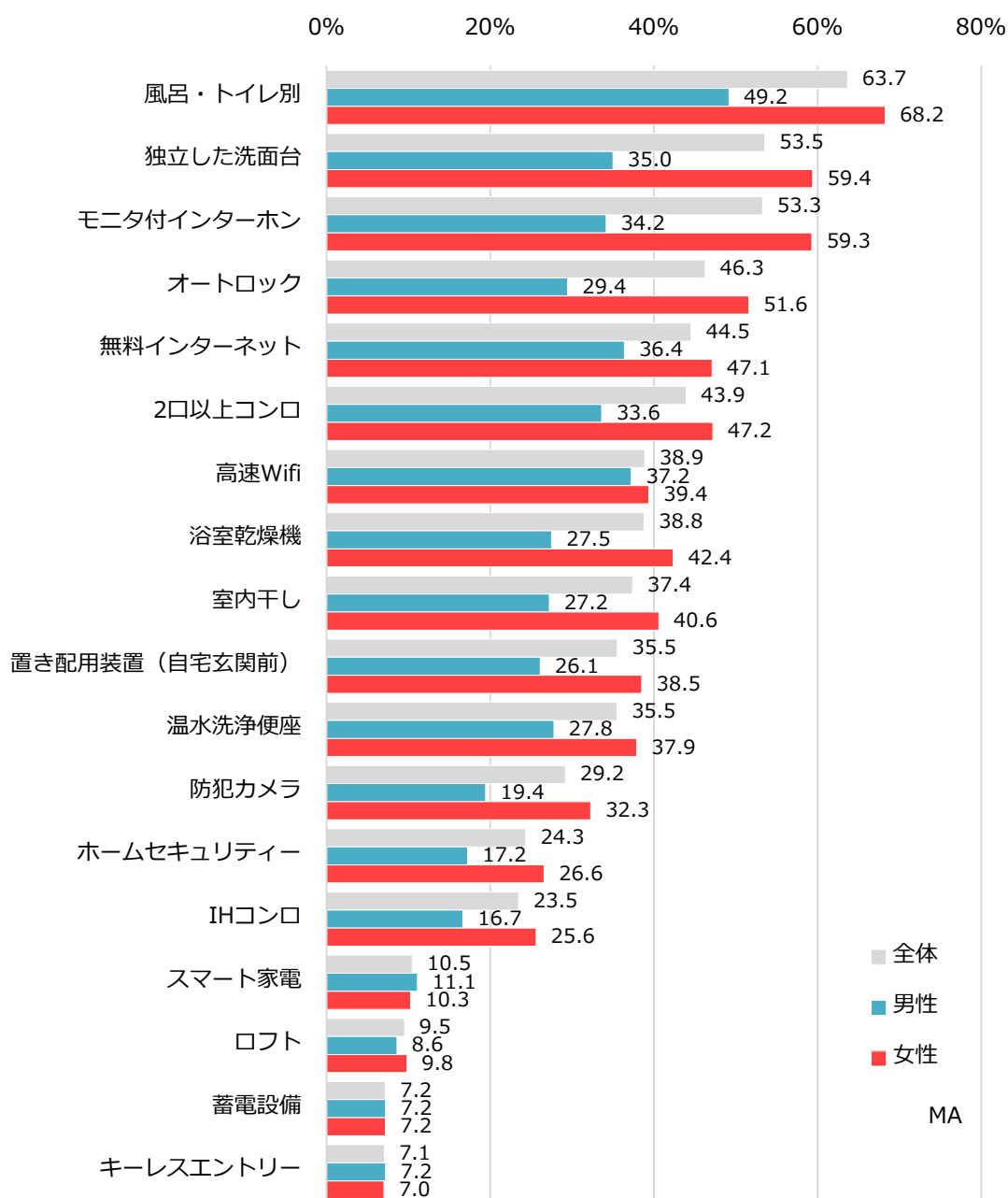


図4-3-18 「男女別」住宅内に希望する設備・機能等

○職業タイプ別

いずれの項目においても、職業タイプ別に 10 ポイント以上の差がついたものはない。ここでは、他の職業タイプに比べて高い割合があるものをまとめた。

・「有職（フルタイム）」の希望割合が比較的高い設備・機能等

「風呂・トイレ別」「独立した洗面台」「オートロック」「2 口以上コンロ」「浴室乾燥機」「置き配用装置」「温水洗浄便座」

・「学生」の希望割合が比較的高い設備・機能等

「モニタ付インターホン」「無料インターネット」「高速 Wifi」「IH コンロ」

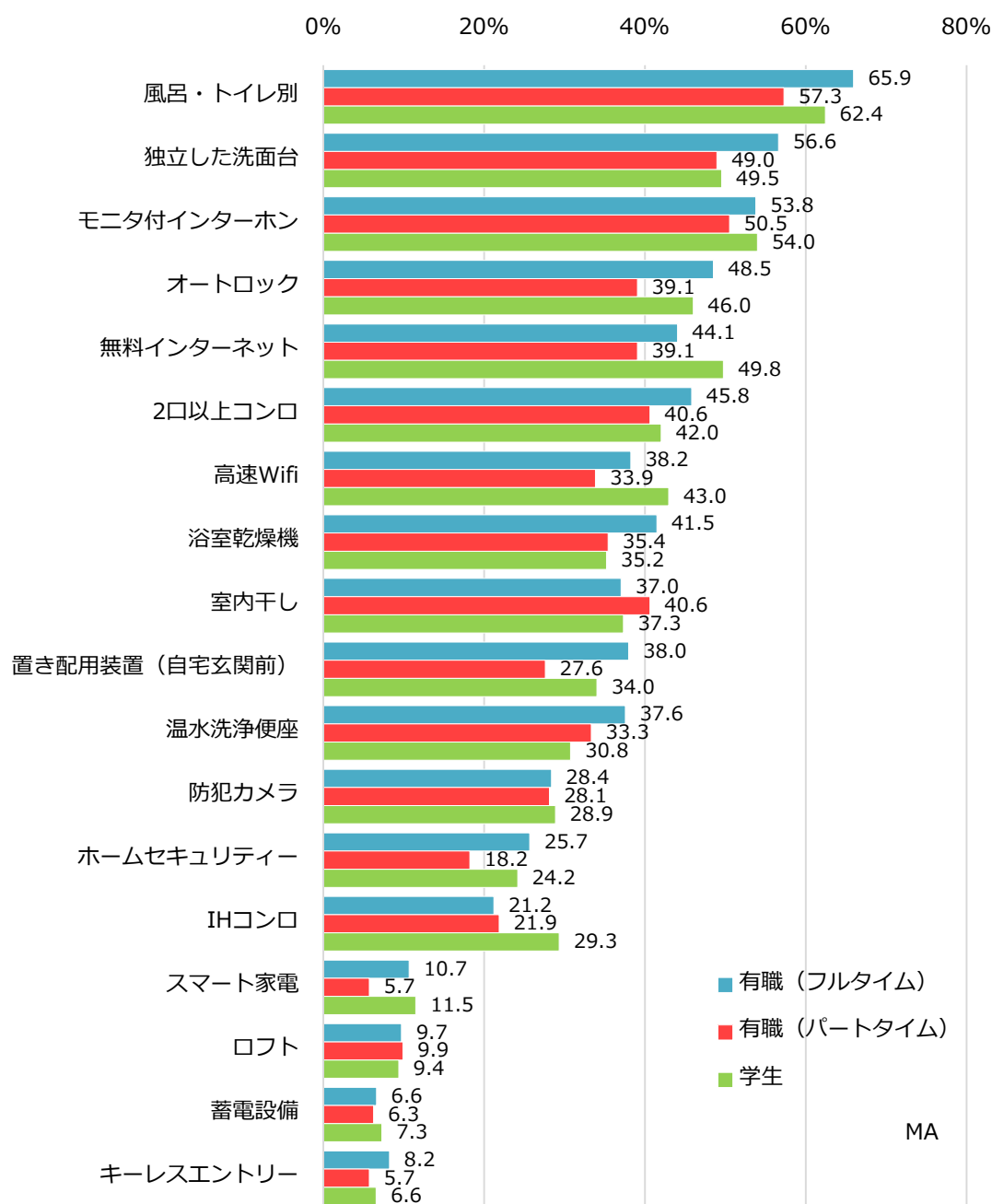


図4-3-19 「職業タイプ別」住宅内に希望する設備・機能等

## (6) 賃貸物件に希望する形態・施設・サービス

### ①希望する賃貸物件の規模（総世帯数）

#### ○男女別

希望する賃貸物件の規模について、男女別での大きな違いはない。

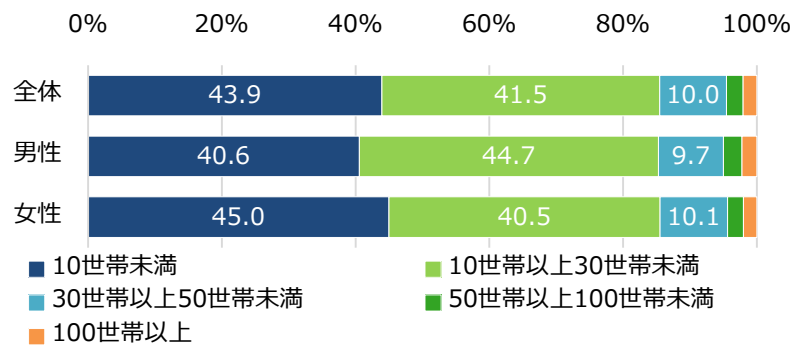


図4-3-20 「男女別」希望する賃貸物件の規模

#### ○職業タイプ別

職業タイプ別では、「有職（パートタイム）」で「10世帯未満」を希望する割合が高い。

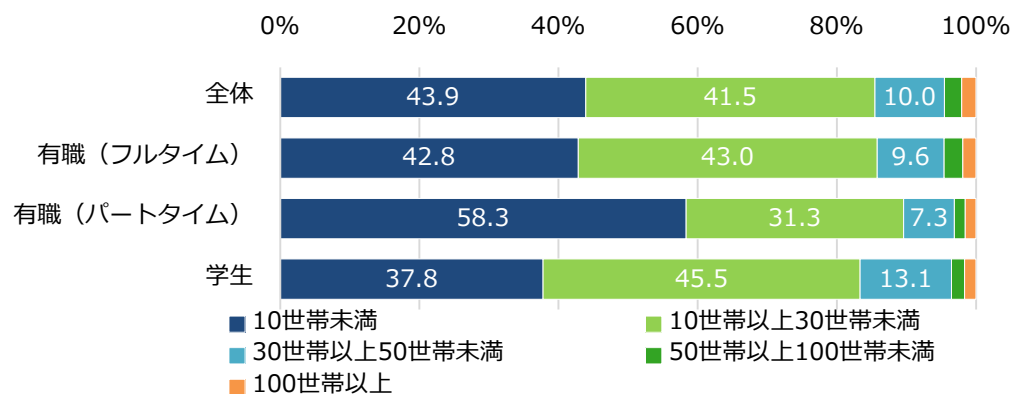


図4-3-21 「職業タイプ別」希望する賃貸物件の規模

#### ○住宅タイプ別

住宅タイプ別では、「賃貸アパート」の居住者が「10世帯未満」を希望する割合が高い。

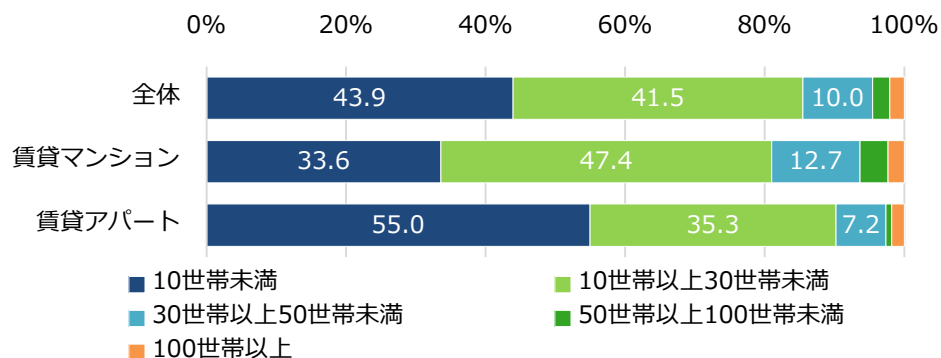


図4-3-22 「住宅タイプ別」希望する賃貸物件の規模

## ②賃貸物件に希望する施設や空間

### ○男女別

賃貸物件に希望する施設や空間の上位5項目をみると、そのすべてで「女性」の希望割合が高い。「24時間ゴミ出し」「宅配ロッカー」は10ポイント以上の差があり、「駐車場」「駐輪場」「カフェ」についても差が大きくなった。

「男性」の希望割合が「女性」よりも高くなったのは、「フィットネスジム」「サウナ」「自習室」「リモートワークできるスペース」「ラウンジ」である。

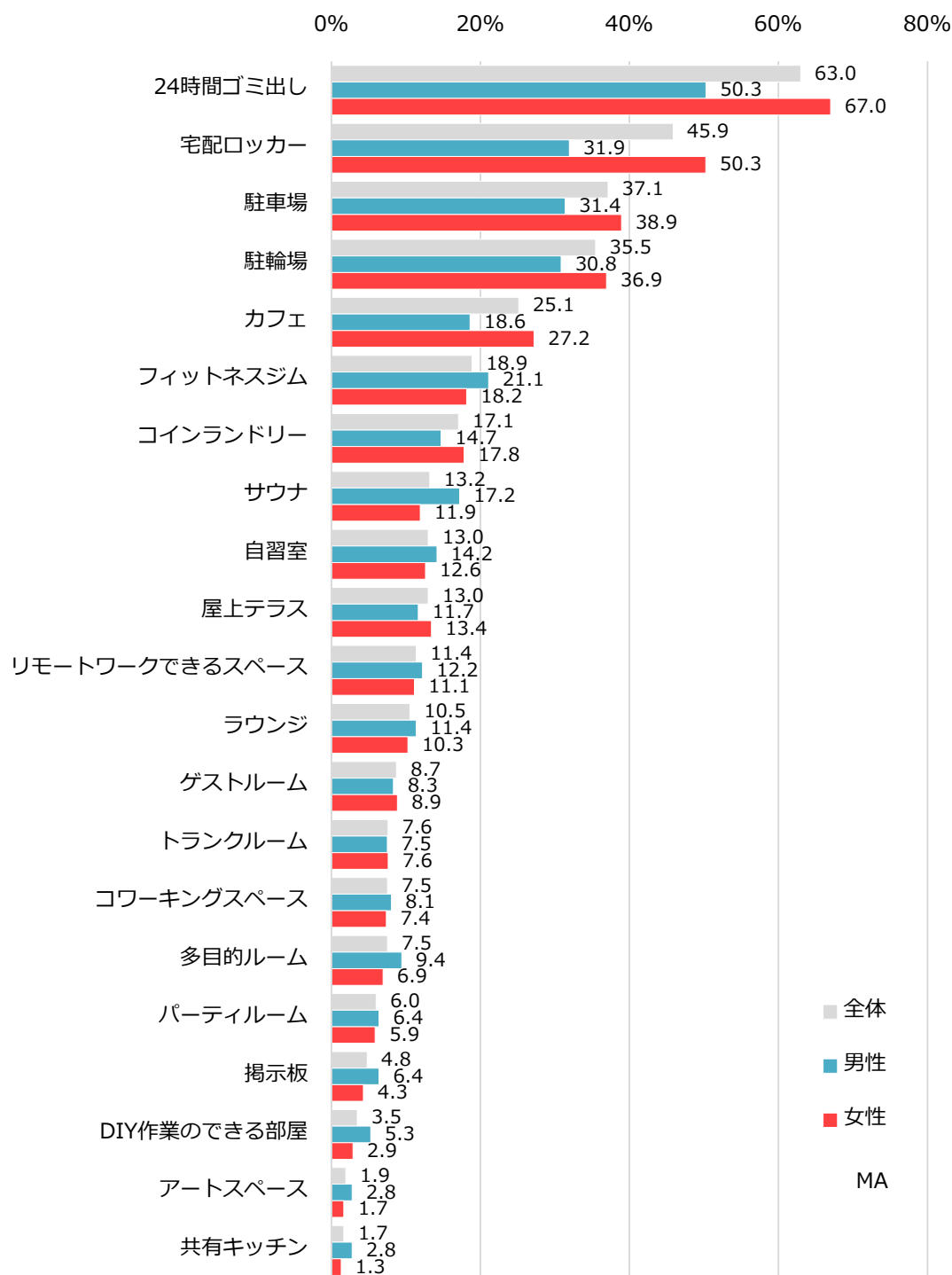


図4-3-23 「男女別」賃貸物件に希望する施設や空間



○職業タイプ別

「自習室」を除いて、職業タイプ別に 10 ポイント以上の差がついたものはない。

「有職（フルタイム）」の希望割合が比較的高い施設・空間は、「24 時間ゴミ出し」「宅配ロッカー」である。

「学生」の希望割合が比較的高い施設・空間は、「駐輪場」「カフェ」であった。

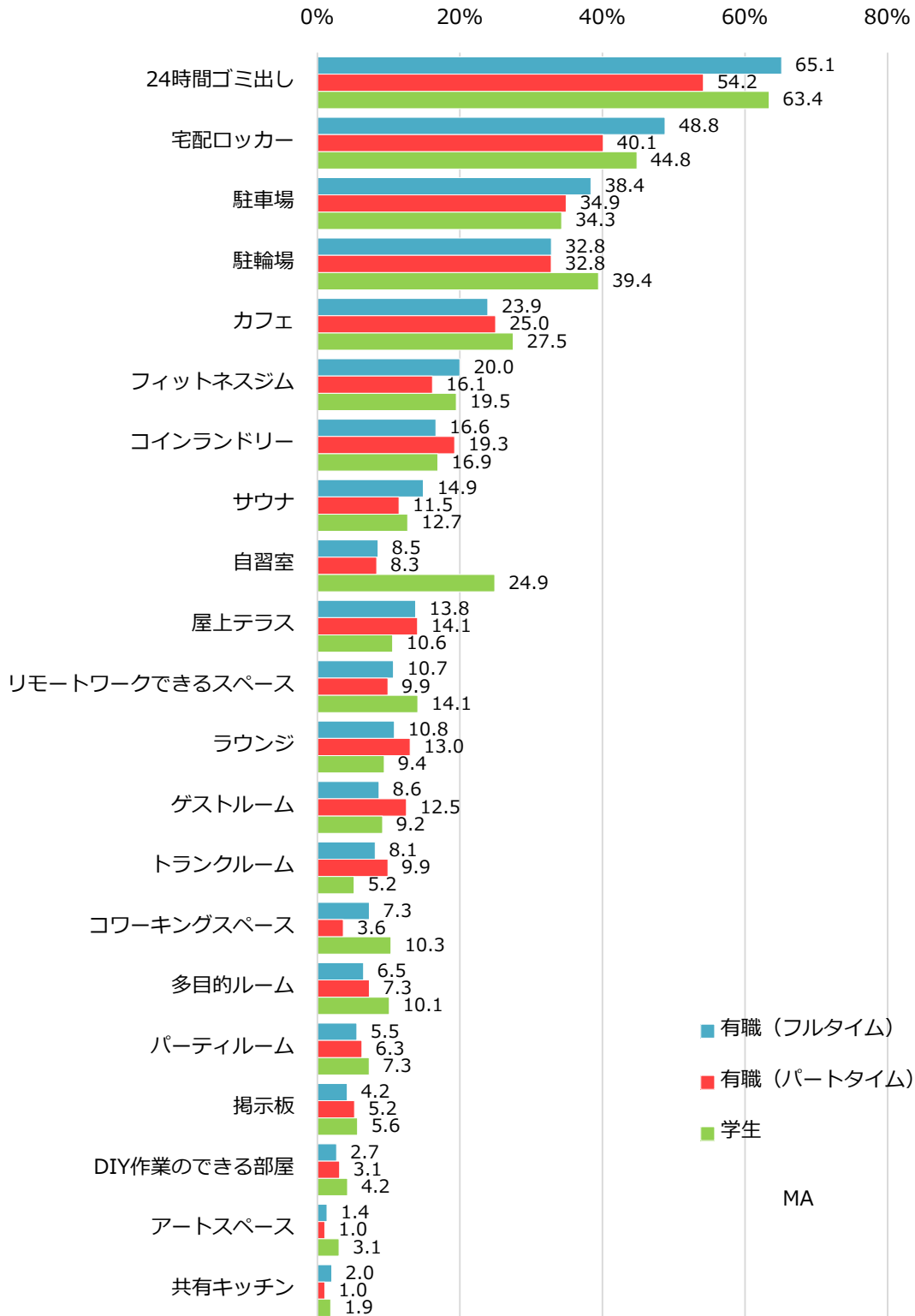


図4-3-24 「職業タイプ別」賃貸物件に希望する施設や空間

### ③賃貸物件に希望するサービス

#### ○男女別

賃貸物件に希望するサービスは、すべての項目において「男性」の方の希望割合が高い。特に「イベント」「趣味サークル」「グループLINE」で比較的高くなっている。

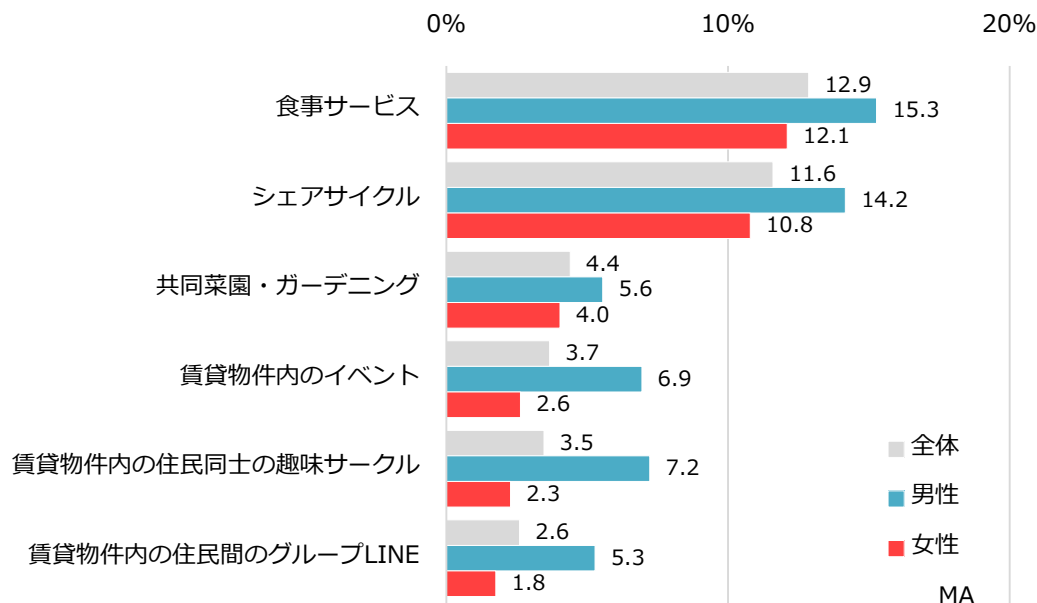


図4-3-25 「男女別」賃貸物件に希望するサービス

#### ○職業タイプ別

「学生」の「食事サービス」の希望割合が高くなってはいるが、全体的に割合は低いので、同程度とみることもできる。

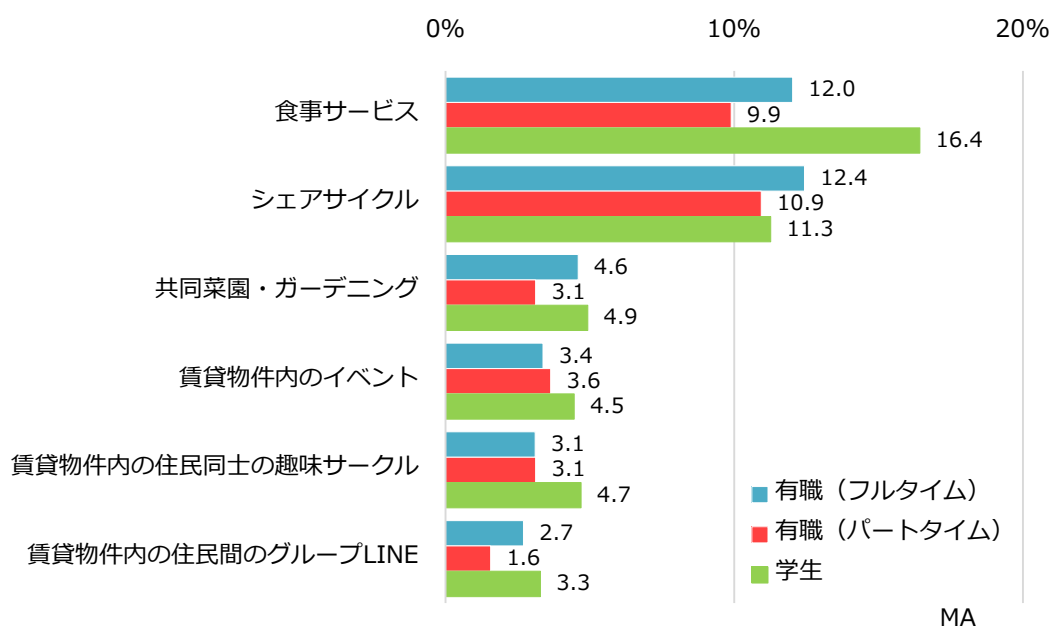


図4-3-26 「職業タイプ別」賃貸物件に希望するサービス

#### 4.4. 居住エリア別クロス集計

##### (1) 居住エリア別クロス集計の概要

ここでは、アンケート結果の大項目の中から、以下の4項目について、回答者属性のうち「居住エリア別」にクロス集計を行い、それぞれの設問結果について分析した。

##### ①対象とする設問の大項目

- ・現在の住まいの不満点について
- ・賃貸物件選択時に重視したい項目について
- ・住宅内・インテリアの機器・家具について
- ・賃貸物件に希望する形態・施設・サービスについて

##### ②属性の概略

設問別のクロス集計の前に、それぞれの属性について簡単に把握する。

「北関東」「九州」で「男性」割合が高く、「中部」「近畿」で「女性」割合が高い。

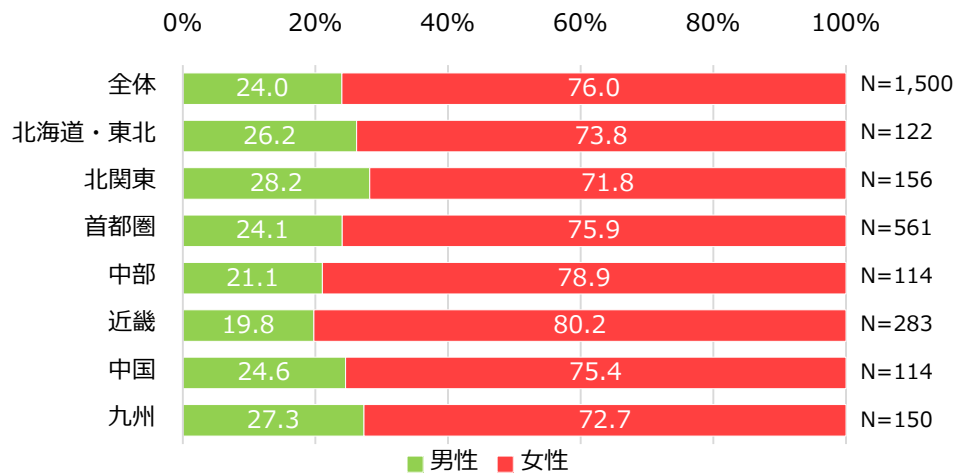


図4-4-1 「居住エリア別」性別

「有職（フルタイム）」割合では、「首都圏」で高く「北海道・東北」「中部部」で低い。「学生」割合は、「北海道・東北」「北関東」「中部」「中国」「九州」で高い。

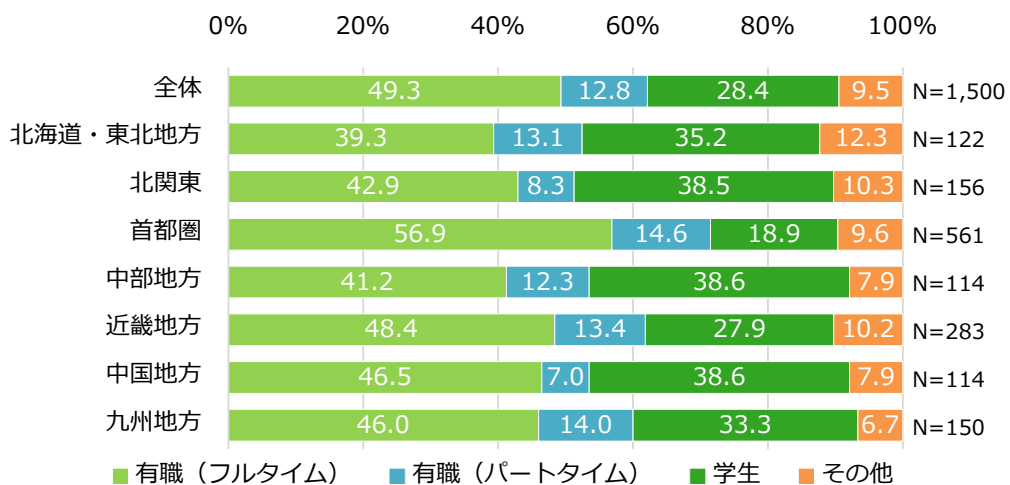


図4-4-2 「居住エリア別」職業タイプ

住宅タイプは、居住エリアでその割合が分かれている。「北海道・東北」「首都圏」「中国」は全体平均とほぼ同じであるが、「賃貸マンション」割合が高いのは「近畿」「九州」で、逆に「賃貸アパート」割合が高いのは「北関東」「中部」である。

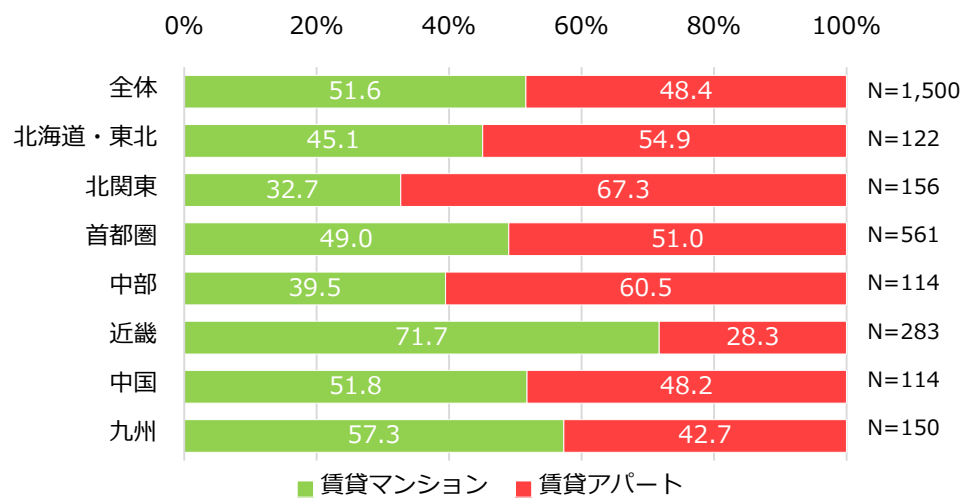
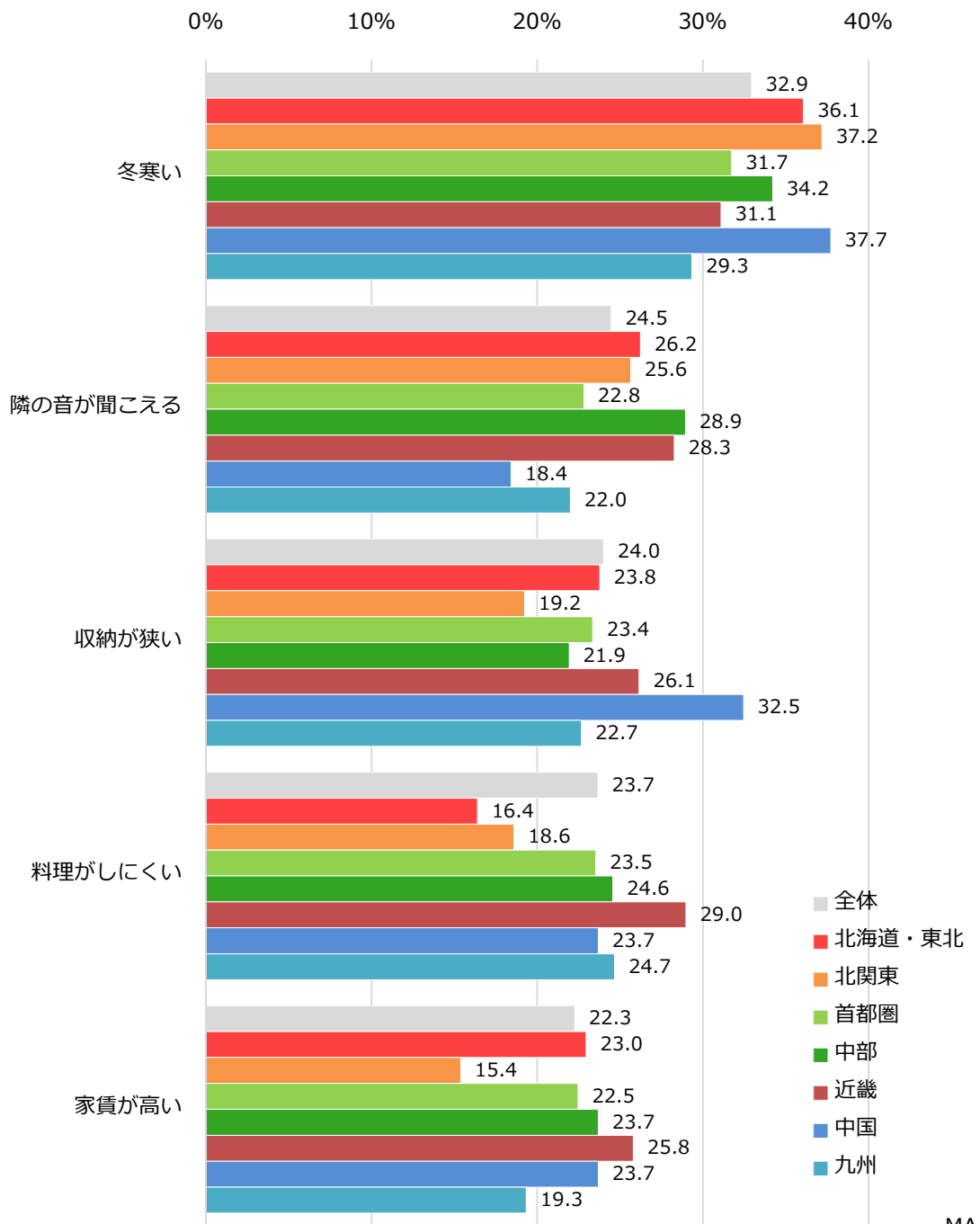


図4-4-3 「居住エリア別」住宅タイプ

## (2) 現在の住まいの不満点

居住エリア別の特徴は以下の通りである。

- 北海道・東北：「冬寒い」割合が高く、「料理がしにくい」割合が低く、その他は平均的。
- 北関東：「冬寒い」割合が高く、「収納が狭い」「家賃が高い」割合が低い。
- 首都圏：「冬寒い」「隣の音が聞こえる」割合が若干低く、その他は平均的。
- 中部：「隣の音が聞こえる」割合が他のエリアに比べ最も高く、「冬寒い」割合が若干高い。
- 近畿：「冬寒い」を除く4項目で割合が高く、「料理がしにくい」割合が特に高い。
- 中国：「収納が狭い」割合が特に高く「冬寒い」も高いが、「隣の音が聞こえる」は低い。
- 九州：「料理がしにくい」を除く4項目で割合が低い。



MA

図4-4-4 「居住エリア別」現在の住まいの不満点

### (3) 賃貸物件選択時に重視したい項目

#### ①賃貸物件を選ぶ際に重視したい項目

居住エリア別の特徴は以下の通りである。

- 北海道・東北：「家賃が安いこと」割合が特に低く、その他は平均的。
- 北関東：「間取りが良いこと」割合が若干低く、その他は平均的。
- 首都圏：「家賃が安いこと」割合が若干高く、その他の項目で若干低い。
- 中部：「間取りが良いこと」以外の項目で割合が高い。
- 近畿：「間取りが良いこと」の割合が高く、その他は平均的。
- 中国：「間取りが良いこと」「防犯性に優れていること」の割合が高い。
- 九州：「家賃が安いこと」「初期費用が安いこと」「日当たりが良いこと」の割合が高い。

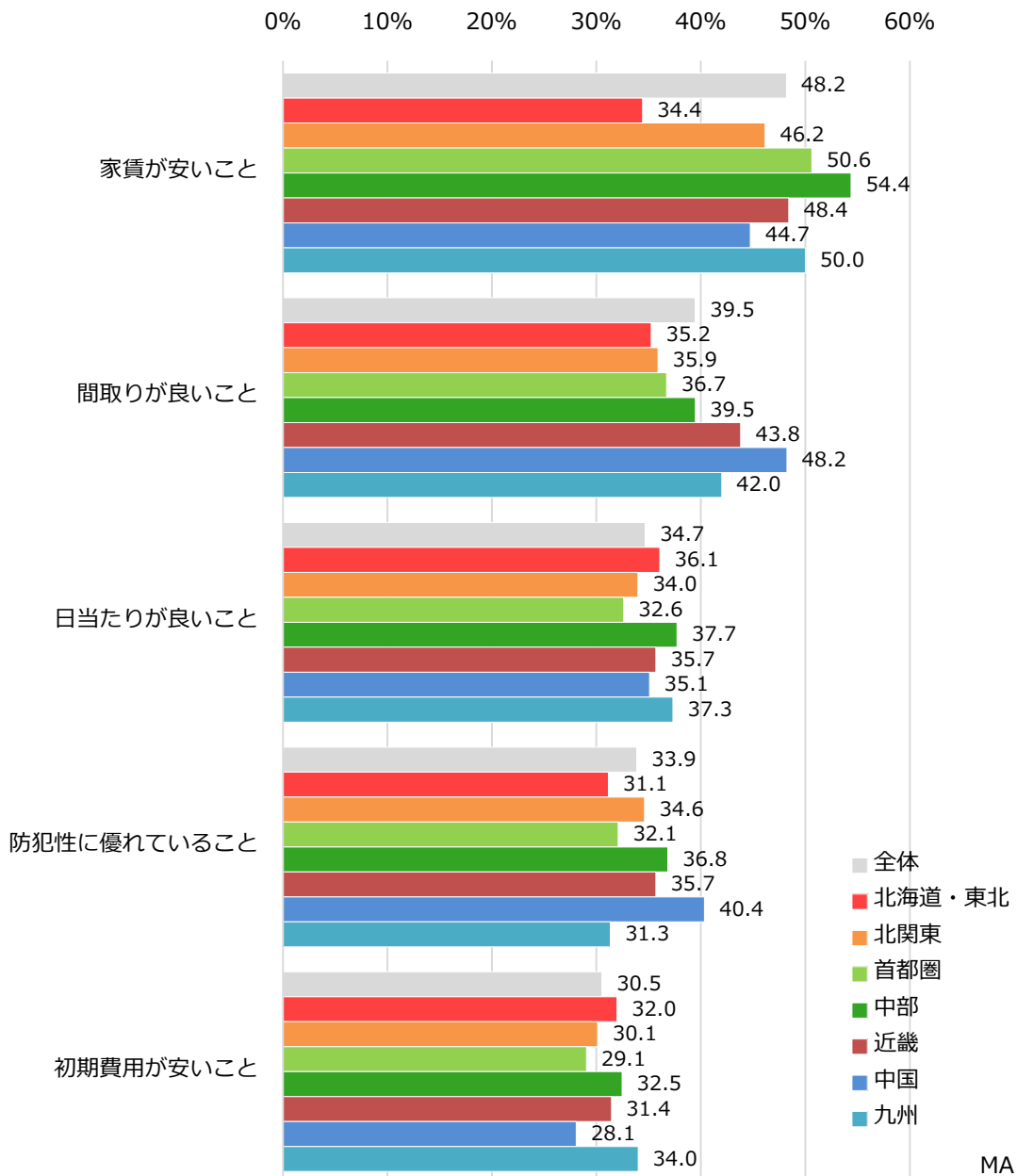


図4-4-5 「居住エリア別」賃貸物件を選ぶ際に重視したい項目

## ②賃貸物件のある地域や住環境を選ぶ際に重視したい項目

居住エリア別の特徴は以下の通りである。

- 北海道・東北：すべての重視したい項目において割合が低く、「周辺の環境」が特に低い。
- 北関東：「周辺の環境が良いこと」割合が高く、「交通の利便性」が低い。
- 首都圏：すべての項目において平均的。
- 中部：「周辺の治安がよいこと」以外の項目で希望する割合が高い。
- 近畿：「通勤・通学に便利」割合が若干低く、それ以外は平均的。
- 中国：すべての項目において割合が高く、特に「通勤・通学」「交通の利便性」で高い。
- 九州：「周辺の治安がよいこと」以外の項目で希望する割合が高い。

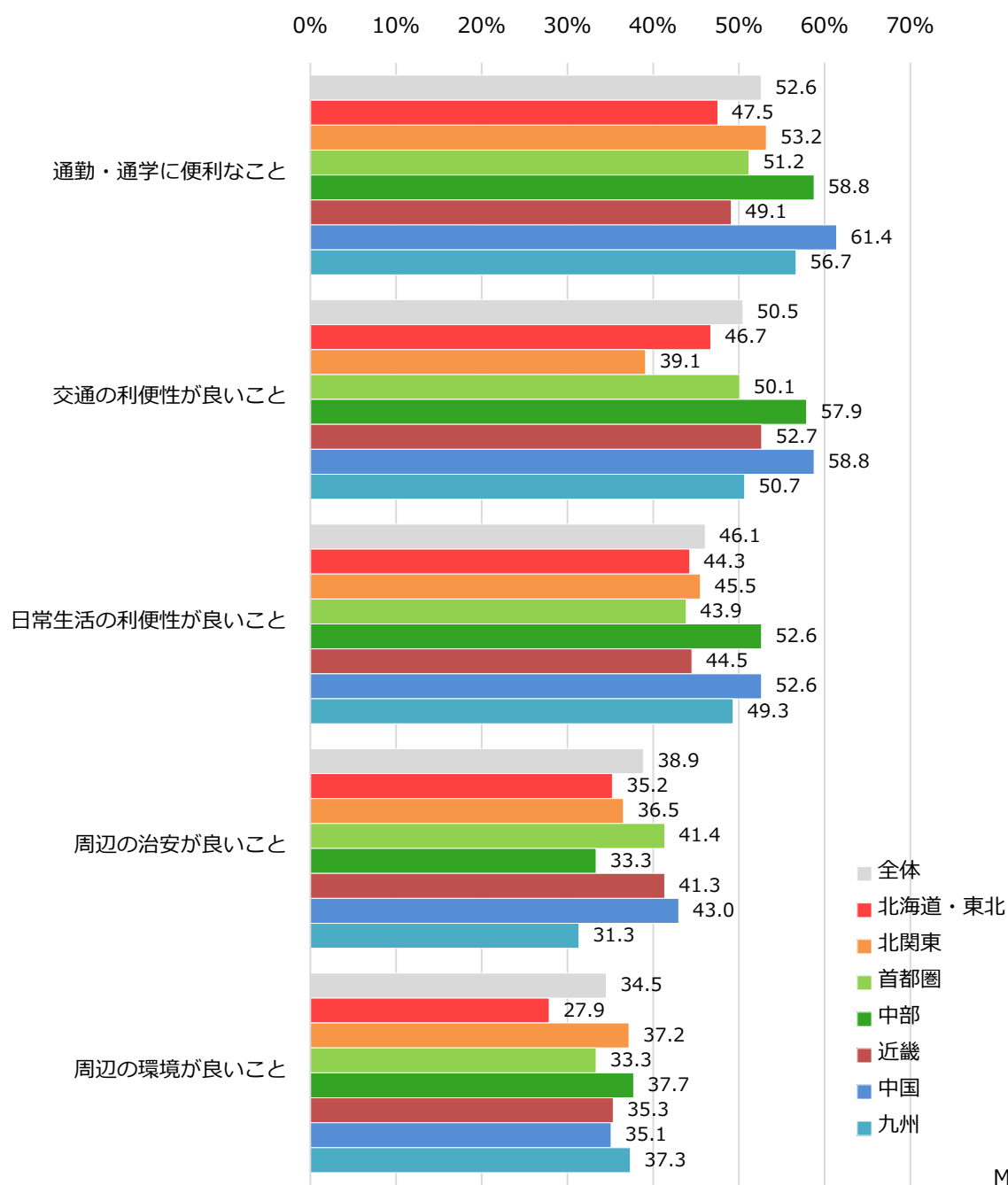


図4-4-6 「居住エリア別」賃貸物件のある地域や住環境を選ぶ際に重視したい項目

#### (4) 住宅内・インテリアの機器・家具

##### ①住宅内にある機器・家電

居住エリア別の特徴は以下の通りである。

- 北海道・東北：全体で平均的。
- 北関東：「掃除機」「テレビ」の所有率が特に低い。
- 首都圏：「テレビ」の所有率が若干低く、その他は平均的。
- 中部：「洗濯機」「電子レンジ」「掃除機」「テレビ」の所有率が高い。
- 近畿：全体で平均的。
- 中国：すべての項目で所有率が高く、「冷蔵庫」「洗濯機」「電子レンジ」で9割を超える。
- 九州：「炊飯器」「掃除機」の所有率が若干高く、その他は平均的。

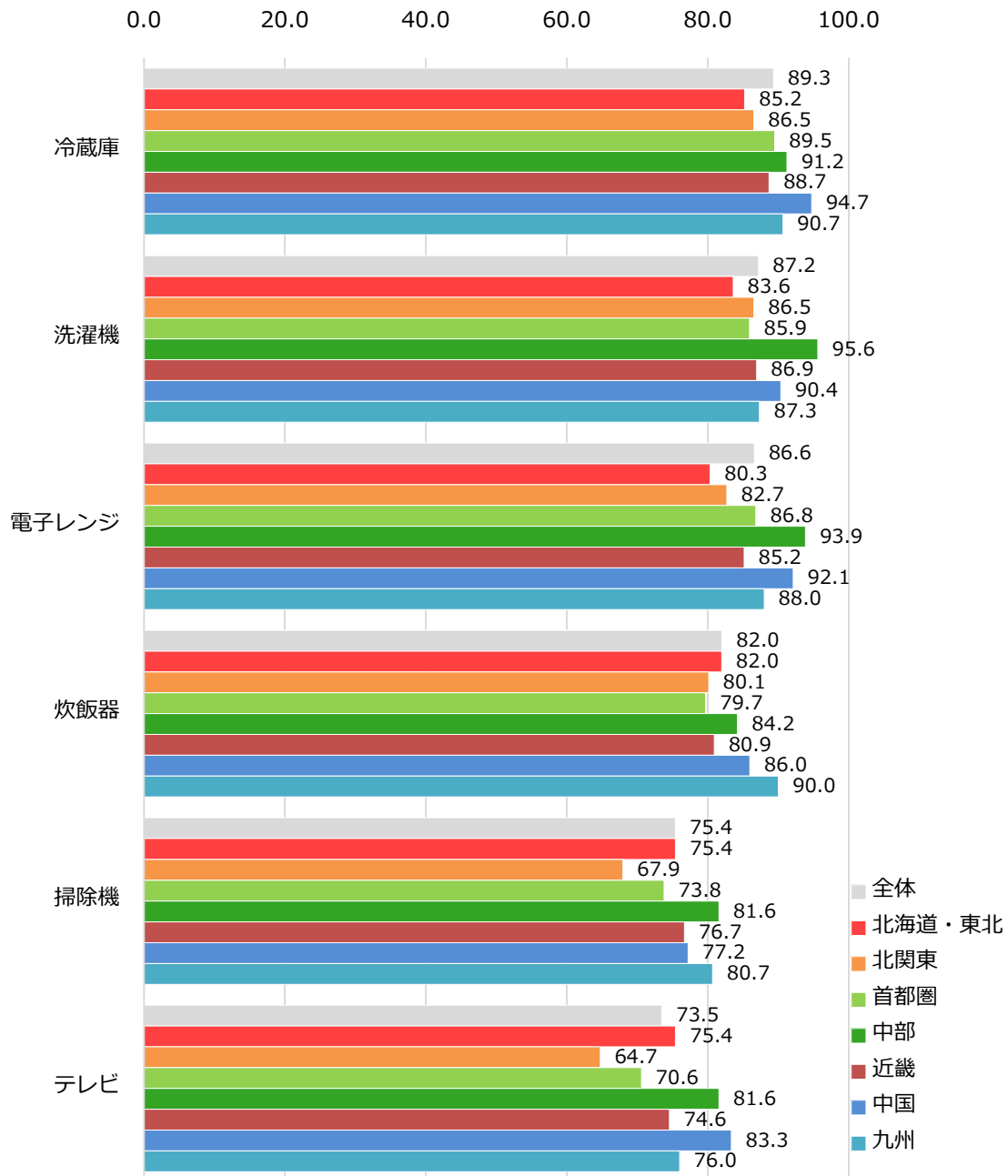


図4-4-7 「居住エリア別」住宅内にある機器・家電

MA



## ②住宅内にある家具

居住エリア別の特徴は以下の通りである。

- 北海道・東北：「机」「ダイニングテーブル」の所有率が低く、「ソファ」の所有率が高い。
- 北関東：「ベッド」の所有率が若干低く、その後は平均的。
- 首都圏：「本棚」の所有率が若干低く、その後は平均的。
- 中部：「ベッド」「机」「本棚」の所有率が若干高い。
- 近畿：全体で平均的。
- 中国：「机」の所有率が特に高く、「ベッド」も高く、その後は平均的。
- 九州：全体で平均的。

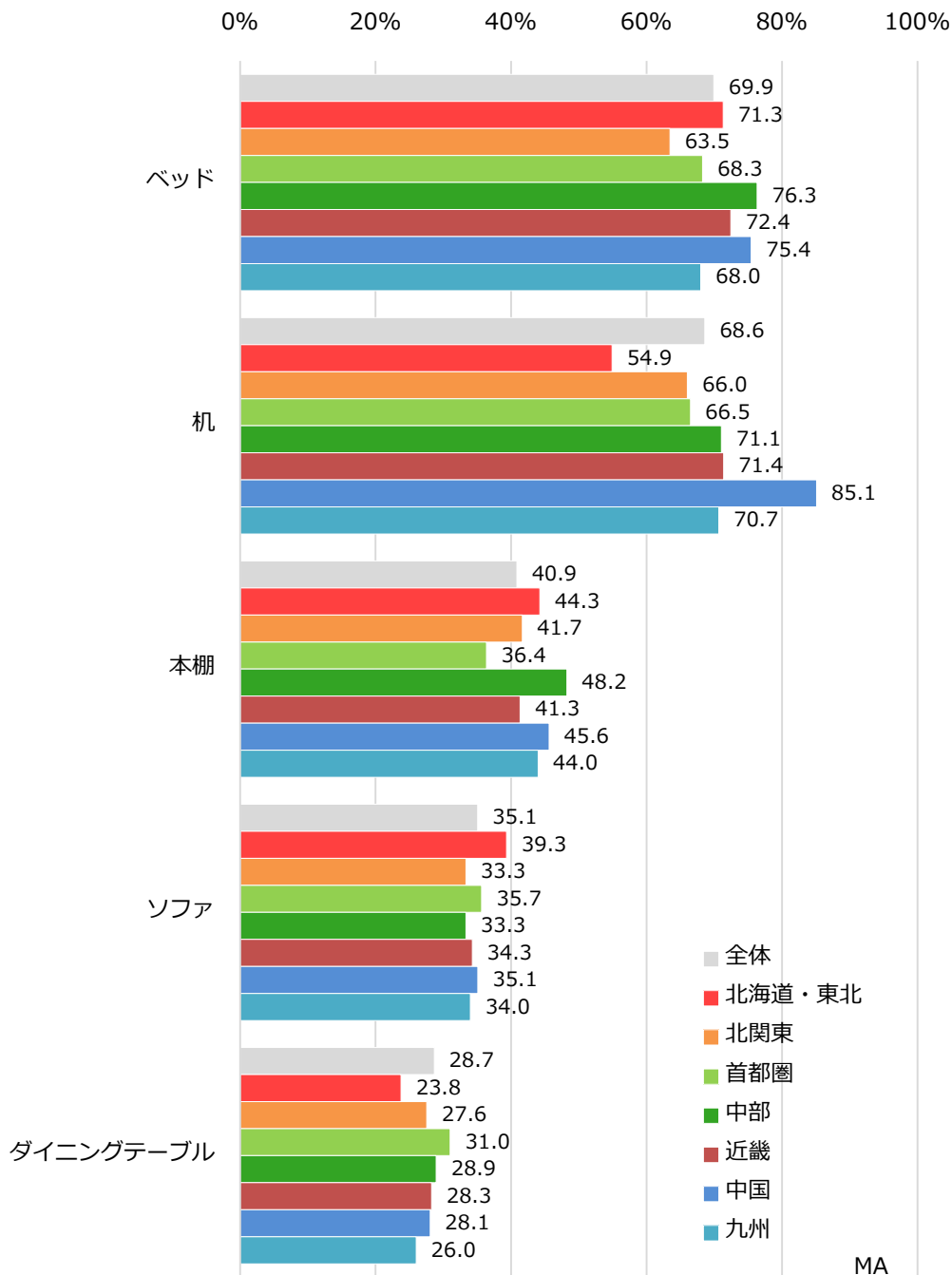


図4-4-8 「居住エリア別」住宅内にある家具

### ③インテリア（壁や床等）にあるもの

居住エリア別の特徴は以下の通りである。

- 北海道・東北：「壁掛けカレンダー」割合が若干低く、それ以外は平均的。
- 北関東：すべての項目において割合が低く、「花瓶」が特に低い。
- 首都圏：全体で平均的。
- 中部：「自分で購入したカーペット」の割合が特に高く、「壁掛け時計」でも高い。
- 近畿：全体で平均的。
- 中国：「自分で購入したカーペット」「花瓶」の割合が高い。
- 九州：「自分で購入したカーペット」「壁掛け時計」「壁掛けカレンダー」の割合が高い。

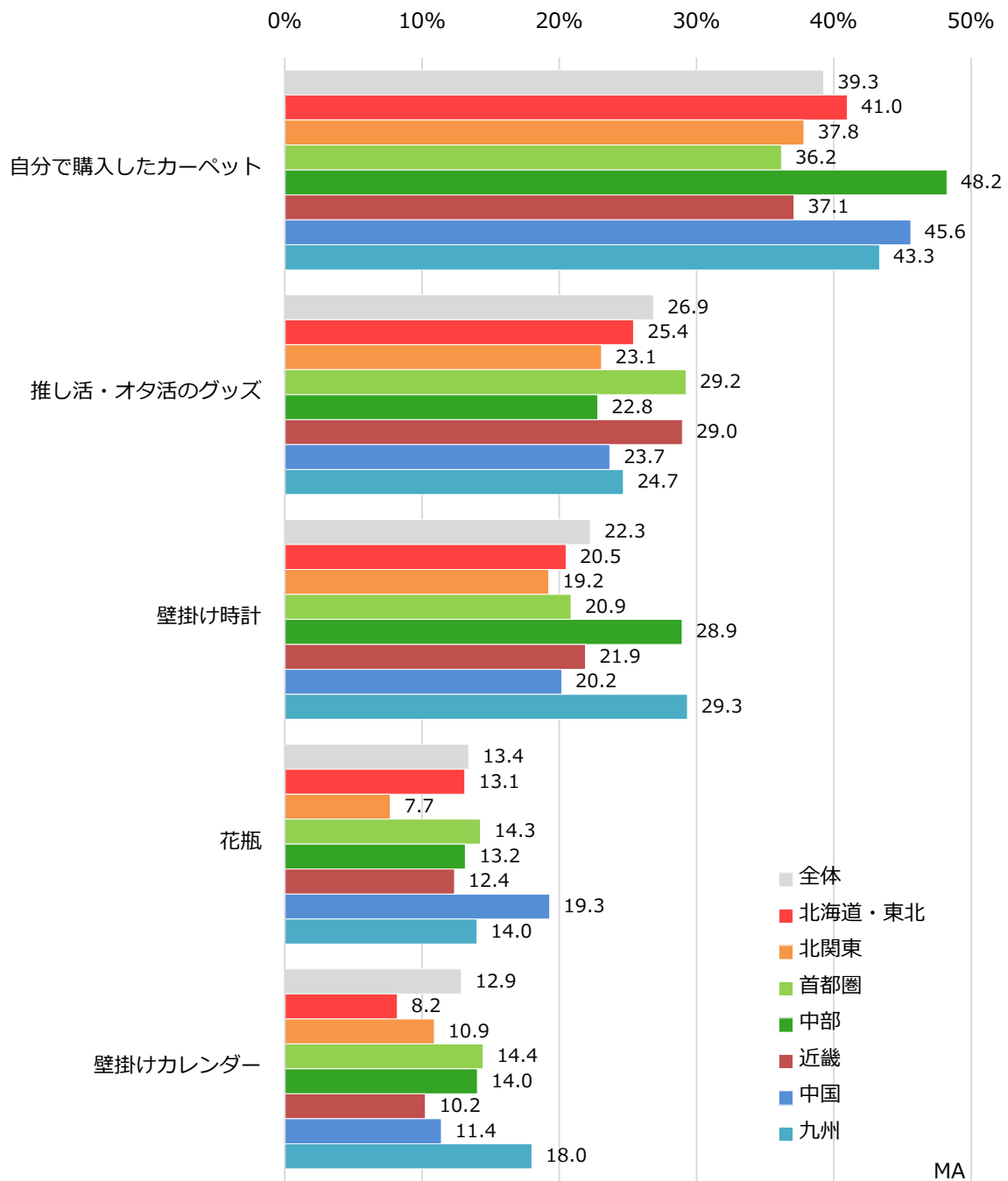


図4-4-9 「居住エリア別」インテリア（壁や床等）にあるもの

#### ④住宅内に希望する設備・機能等（上位5項目）

居住エリア別の特徴は以下の通りである。

- 北海道・東北：すべての項目において希望する割合が低い。
- 北関東：すべての項目において希望する割合が低く、「オートロック」が特に低い。
- 首都圏：平均的であるが、「無料インターネット」が若干低い。
- 中部：「オートロック」以外の項目において、希望する割合が高い。
- 近畿：「風呂・トイレ別」「オートロック」「無料インターネット」の希望割合が高い。
- 中国：すべての項目において希望する割合が高い。
- 九州：全体で平均的。

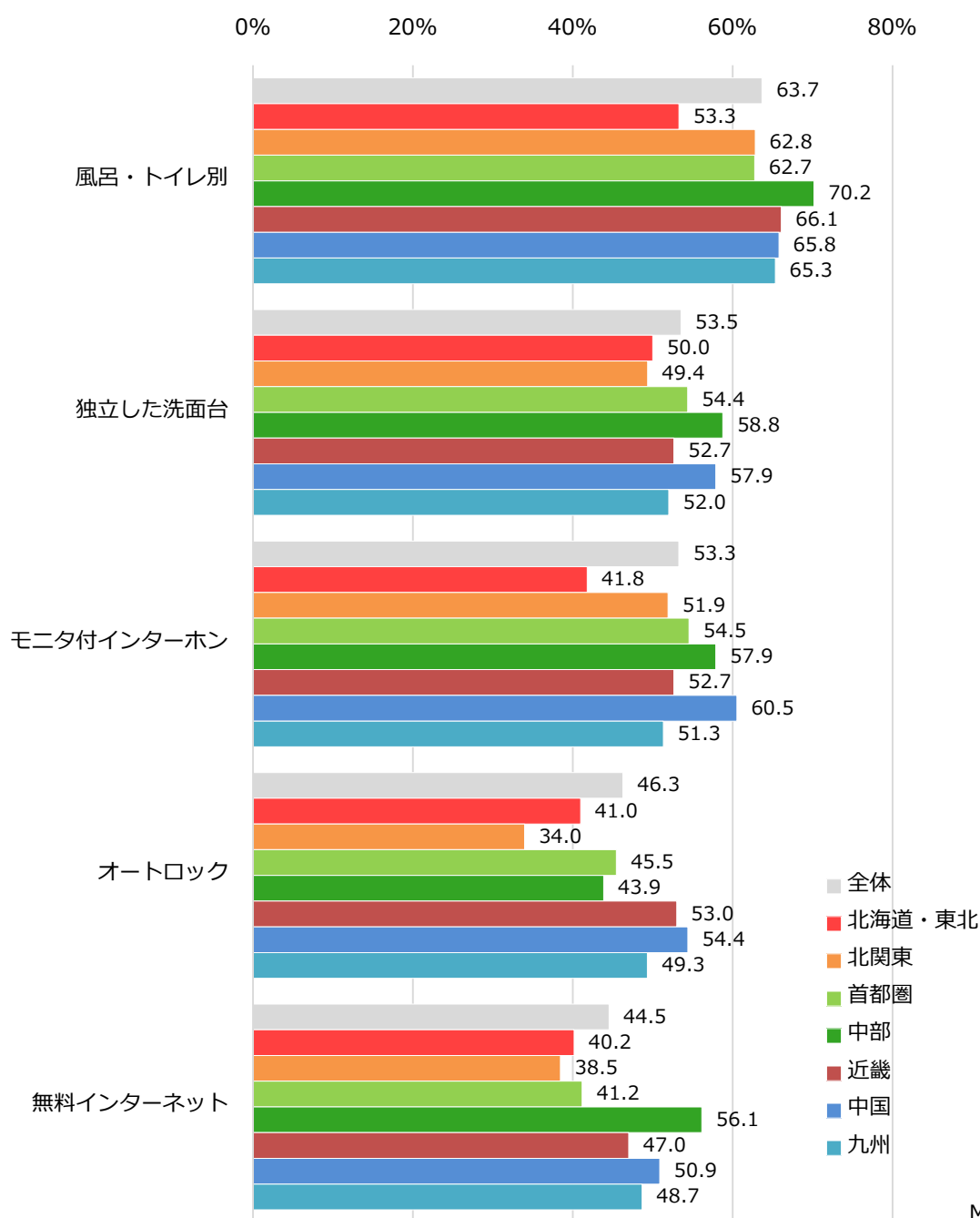


図4-4-10 「居住エリア別」住宅内に希望する設備・機能等（上位5項目）

## (5) 賃貸物件に希望する形態・施設・サービス

### ①希望する賃貸物件の規模（総世帯数）

「北海道・東北」「北関東」「中部」では「10世帯未満」が最も希望され、特に「北関東」でその割合が高い。「首都圏」は全体平均と同程度である。

一方で、「10世帯以上30世帯未満」の方が高いのは、「近畿」「中国」「九州」で、「九州」では「30世帯以上50世帯未満」も増えてくる。

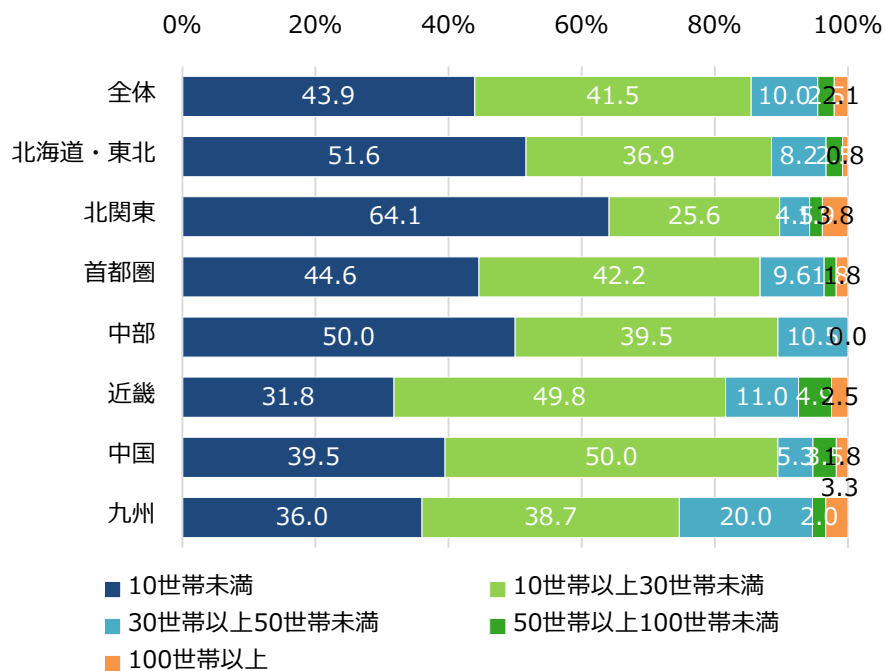


図4-4-11 「居住エリア別」希望する賃貸物件の規模

## ②賃貸物件に希望する施設や空間（上位5項目）

居住エリア別の特徴は以下の通りである。

- 北海道・東北：すべての項目で希望する割合が低い。
- 北関東：「駐車場」「駐輪場」の希望割合が高く、その他の項目は割合が低い。
- 首都圏：「駐車場」の希望割合が低く、その他は平均的。
- 中部：「24時間ゴミ出し」「駐車場」の割合が特に高い。
- 近畿：「駐車場」の希望割合が低く、その他は平均的。
- 中国：「カフェ」を除くすべての項目で希望割合が高く、「宅配ロッカー」で特に高い。
- 九州：「駐車場」の希望割合が高く、その他は平均的。

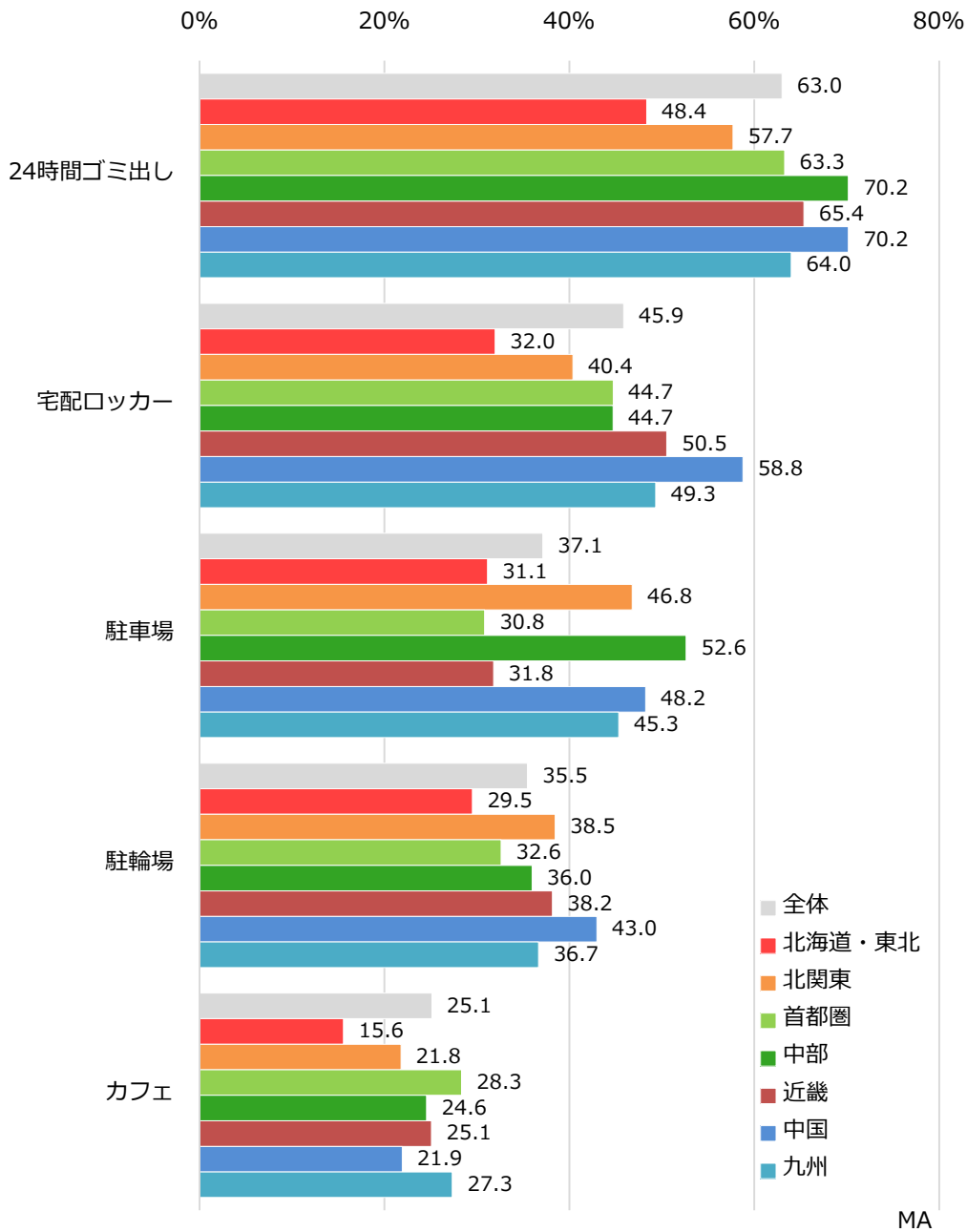


図4-4-12 「居住エリア別」賃貸物件に希望する施設や空間（上位5項目）

### ③賃貸物件に希望するサービス

居住エリア別の特徴は以下の通りである。

- 北海道・東北：「食事サービス」の希望割合が若干高い。
- 北関東：すべての項目で希望割合が低い。
- 首都圏：「シェアサイクル」の希望割合が若干高い。
- 中部：すべての項目で希望割合が低い。
- 近畿：「食事サービス」の希望割合が若干高い。
- 中国：すべての項目で希望割合が低い。
- 九州：「食事サービス」「シェアサイクル」の希望割合が若干高い。

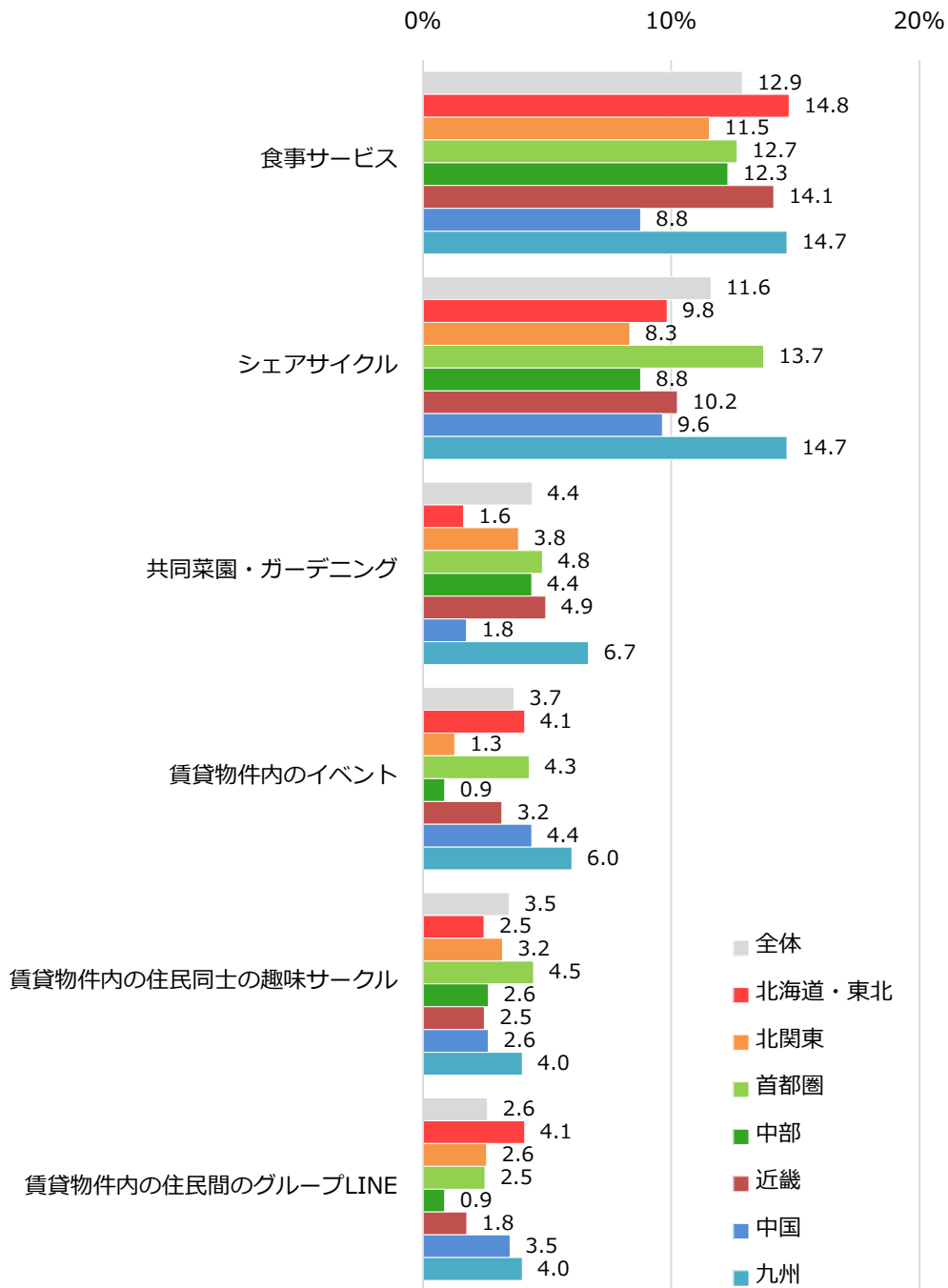


図4-4-13 「居住エリア別」賃貸物件に希望するサービス

MA

## 5章 調査のまとめ





## 5章 調査のまとめ

### (1) Z世代と関連する状況分析のまとめ

#### ■ Z世代と関連する人口動向

- ・ Z世代が生まれた1997年から2012年の出生数は約119万人から約103万人に減少。なお、現在は出生数が80万人を割っており、住宅供給者は先細りする住宅需要に対応していく必要がある。

#### ■ 都市の状況

- ・ 大学進学時に多くの若者を受け入れる都市とそうでない都市がある。
- ・ 大学進学時に多くの若者を受け入れた都市であっても、就職時には流出してしまうケースもある。
- ・ 就職時にさらに多くの若者を受け入れる都市がある。
- ・ これらの状況の違いは、若者が残れる都市づくりという政策課題であるのか、住宅供給側での課題があるのかないのか、検討する必要がある。

#### ■ 住宅ストックの状況

- ・ これまでの賃貸住宅の供給のボリュームゾーンは1971～1974年に生まれた第2次ベビーブーマーが大学進学時の1988年前後にある。それらの住宅はワンルームマンション形式で、築後36年程度を経過している。その傾向は都市によって割合は異なるものの、約2割程度がストックとして存在している。
- ・ 賃貸アパートより賃貸マンションの割合が圧倒的に高く、9:1の割合である。
- ・ 築後10年程度の賃貸住宅の割合は都市によって異なるものの、2割程度以下である。

#### ■ 住宅フローの状況

- ・ 住宅ストックのうち流通（2022年の一年間で）している物件は、約2割。都市によっては3割を超える。
- ・ 賃貸集合住宅の築年数が大きくなると、賃料が安くなり、募集期間（日数）が長くなる。
- ・ 賃貸集合住宅の最寄り駅からの徒歩分数が長くなっても、賃料や募集期間（日数）には影響がない。

## (2) アンケート調査結果のまとめ

### ■住まいの不満点

- ・ 3人に一人が「冬寒い」と答えている。女性が男性よりも冬寒い不満が高く、賃貸マンションよりアパートの方で不満が高い。
- ・ 次に住まいの不満が多いのは、「隣の音が聞こえる」「収納が狭い」「料理がしにくい」で、それぞれ4人に一人が不満と答えている。そして、すべての項目で女性が男性よりも冬寒い不満が高い。

### ■賃貸物件選択時に重視したい項目

- ・ 約半数が「家賃が安いこと」と答えている。
- ・ 続いて「間取りが良いこと」「日当たりがよいこと」「防犯性に優れていること」と家賃以外の住宅性能に強い関心がある。
- ・ 地域や住環境で重視したいのは、約半数が「通勤・通学に便利なこと」「交通の利便性が良いこと」、「日常生活の利便性が良いこと」で、強い要望がある。

### ■住宅内・インテリアの機器・家具

- ・ 冷蔵庫、洗濯機、電子レンジは、1割程度が所有していない。
- ・ 掃除機、テレビは、4人に一人が所有していない。
- ・ ベッド、机は約3割が所有していない。
- ・ 4割が「自分で購入したカーペット」を敷いている。
- ・ 3割が「押し活・オタ活のためのグッズ」をインテリア内に装飾している。
- ・ 料理を「毎日している」が35%で、「週2~3回」を入れると約6割が料理している。料理をする割合が高いのは男性より女性で、職業タイプ別ではパートタイムで高い。「料理しにくい」という不満は、料理頻度が高いことに影響されているかもしれない。
- ・ 住宅内に希望する設備・機能は、水廻り系の「風呂・トイレ別」「独立した洗面台」「2口以上コンロ」、セキュリティ系の「モニタ付インターホン」「オートロック」、通信系の「無料インターネット」「高速Wifi」で割合が高い。
- ・ 約半数が「タイムパフォーマンスや効率性を重視したい」と答えている。

### ■賃貸物件に希望する形態・施設・サービス

- ・ 4割強が「10世帯未満」の小規模な物件を希望し、30世帯未満の希望で8割を超える。
- ・ 賃貸物件に希望する施設・サービスでは「24時間ゴミ出し」が6割と高い。次いで「宅配ロッカー」「駐車・駐輪場」と生活利便系施設の希望が多い。
- ・ 4人に一人が「カフェ」を希望し、2割弱が「フィットネスジム」を希望している。
- ・ 「食事サービス」を1割強が希望し、男性の方の希望が強い。

## ■コミュニティ・近所づきあい

- ・ 物件内で「隣人とは顔を合わせたくない」という希望が約半数にのぼる。
- ・ 「プライバシーを保つことがなにより重要だ」が6割を超える。
- ・ 「同じ物件内の人と仲良くなりたい」は15%程度である。
- ・ 物件内で「趣味を一緒に楽しむ」「イベントなどを一緒に行う」という希望は1割程度である。
- ・ 物件内で「食イベント」や「クリスマスパーティ」への希望は2割程度ある。
- ・ 近隣住民に「挨拶をする」は4割以上でしたいと答えている。

## ■今後の住まいと暮らし

- ・ 現在の住まいでの永続以降は8%で、「3～5年以内の住み替え」を4人に一人が考えている。
- ・ 約半数が、将来的に「一人暮らし」が理想と考えている。
- ・ 約半数が、住宅を所有したいと考えている。
- ・ 「狭くなっても都会に住みたい」「通勤時間が長くなっても広い住宅に住みたい」はそれぞれ2程度である。

## ■賃貸物件の探し方

- ・ 物件の探す際の情報収集の手段は「不動産屋」「不動産情報サイト・アプリ」が5割弱である。
- ・ 物件探しをすべてオンラインでやりたい人が17%いる。さらに内見もネット上（VR等）で済ませてほしいという人が約1割いる。

## ■リモートワーク

- ・ 4人に一人が、リモートワークあるいはリモート授業をしている。
- ・ そのため、約半数が快適なネット環境を希望している。

## ■賃貸物件のリフォーム

- ・ 約4割が自分の好みにリフォームしたいと答えている。
- ・ 賃貸物件のリフォームでは、「退去時にトラブルになりそう」「リフォーム時のルールが面倒そう」と考えられている。

Z世代×賃貸住宅のトレンドに関する調査研究  
Z世代に対応した住まい・暮らしの実態およびニーズ調査  
2024年3月

---

◎発行

一般財団法人 住宅改良開発公社  
〒102-0076 東京都千代田区五番町 14 番地の 1  
国際中正会館ビル 3 階

◎調査研究及び執筆

国立大学法人 千葉大学  
〒263-8522 千葉県千葉市稲毛区弥生町 1-33

大学院国際学術研究院  
教授 鈴木 雅之  
准教授 田島 翔太