

報道関係各位

2023年9月26日
株式会社クロス・マーケティング

賃貸居住者の住宅購入意向は3割 購入意向のない人は、資金面や相続面で懸念をいだく

－住まいに関する調査（2023年）現在の住まい編－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2023年9月、全国20～79歳の男女3,000名を対象に「住まいに関する調査（2023年）現在の住まい編」を行いました。住まいの購入費用や維持費は、建築資材の高騰などにより高まっています。今回は、住まい選びの決め手、住宅購入意向、建て替え意向、リフォームの経験などについて分析をしました。

■調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【居住形態と決め手】** 自宅の居住形態は、「持ち家戸建て」が51%と半数、次いで「持ち家マンション」「賃貸マンション」と続く。2021年と比べ大きな差はない。＜図1＞現在の住まいに決めた理由は、「最寄り駅の距離、乗降客数」「商業施設の充実」が30%台、「通勤通学時間」「周辺の治安」が20%台であった。持ち家マンションや賃貸マンションなど集合住宅居住者において「最寄り駅の距離、乗降客数」「通勤通学時間」「都会であること」の割合が特に高い。＜図2＞
- ✓ **【住宅購入意向】** 賃貸居住者に対し住宅の購入意向を聴取した。購入したい（購入+やや購入したい）は29%であり、20～30代の購入意向は3割を超える。年代があがるほど購入意向は下がる傾向にある。＜図3＞購入したくない人の理由を確認したところ、「お金・維持費・固定資産税」など金銭的な余裕がない、「相続する人がいない・処分が面倒」や「今の住まいで満足」「災害のあった時は、賃貸の方が負担が少ない」という声が聞かれた。＜図4＞
- ✓ **【建て替え意向】** 戸建ての持ち家に住んでいる人の建て替え意向は、建て替えたい（建て替えたい+やや建て替えたい）は15%程度である。20～40代は2割程度の意向はあるが、50～70代は1割にとどまる。＜図5＞建て替えたい人の理由は、老朽化・経年劣化による「床や壁の劣化や隙間が増える」、「耐震性・断熱性・防音性」への不満があがった。また、「省エネ住宅」「平屋・減築」「バリアフリー」にしたいという意見もあがった。＜図6＞
- ✓ **【リフォームについて】** 持ち家に住んでいる人の46%は、リフォームの経験がある。特に70代は70%と高い（2023年より70代も聴取）。主なリフォームは、「水回り設備の改善」72%、「屋根や外壁のリフォーム」53%であり、次いで「壁・天井・床材などの交換」「経年劣化による汚れや痛み、不具合の修繕」であった。＜図7＞近年問題になっているリフォーム詐欺については、「詐欺と疑われる人のアポなし訪問や電話を受けた」が全体で10%、「築年数25年以上」では、15%の人が「アポなし訪問や電話」を受けていた。＜図8＞

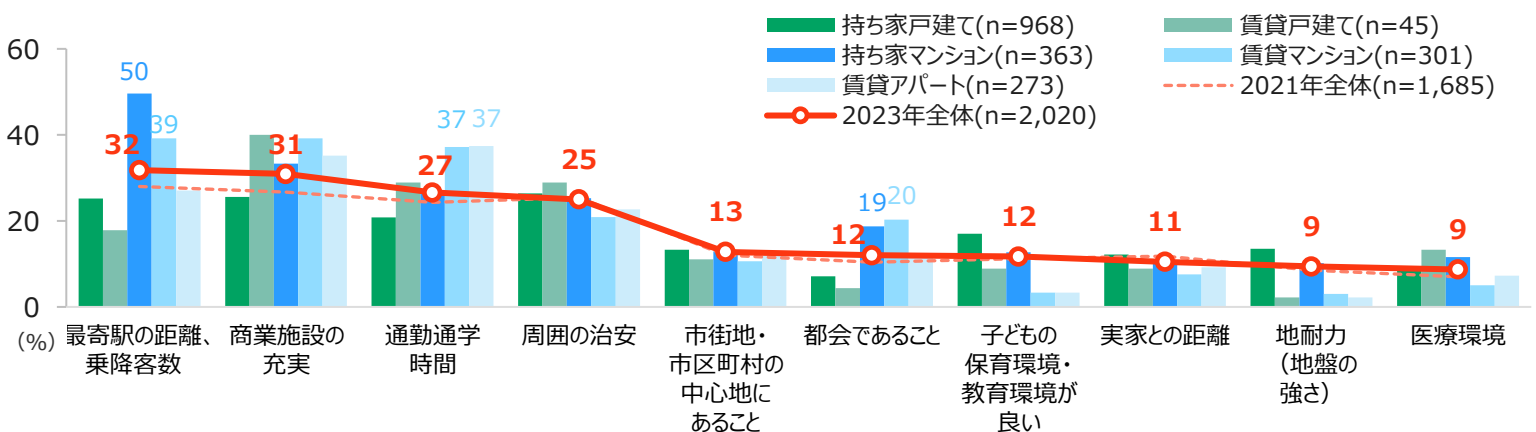
◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20230926home/>

＜図1＞自宅の居住形態（単一回答）

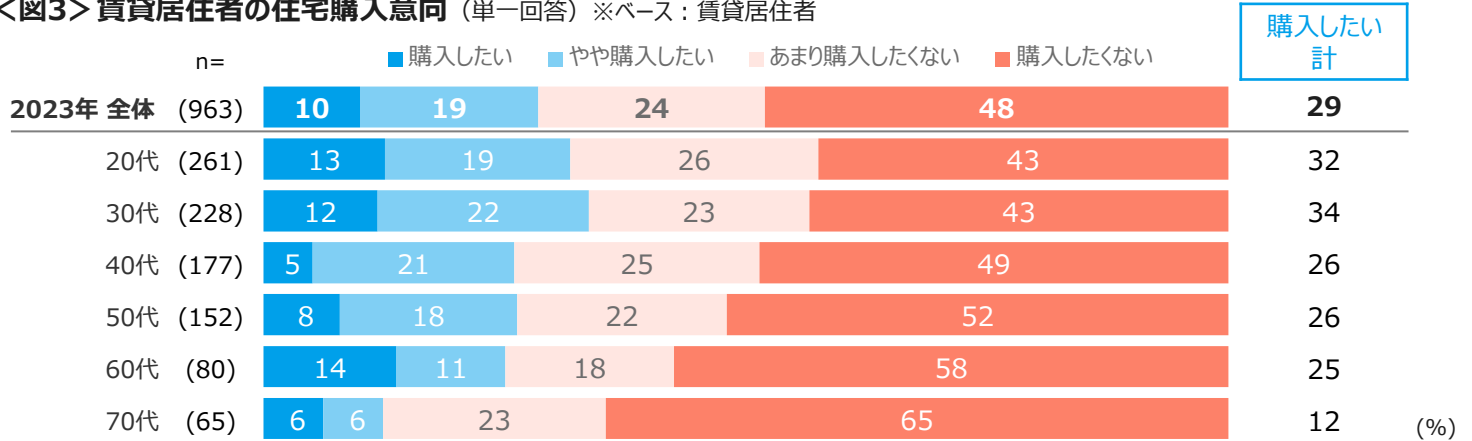


＜図2＞自宅選びの決め手（物件周辺環境の重視ポイント）

（3つまでの複数回答）※ベース：自宅選び関与者／上位10項目を抜粋



<図3> 賃貸居住者の住宅購入意向 (単一回答) ※ベース: 賃貸居住者



<図4> 賃貸居住者の住宅非購入理由 (自由回答抜粋: n=689) ※ベース: 賃貸居住者かつ住宅非購入意向者ベース

● お金・維持費・固定資産税などがかかる

- ・資金／お金がない／ローンが組めない
- ・ローンを組むと、将来が心配だから
- ・借入金で準備した場合金利が高い
- ・維持費／固定資産税がかかる

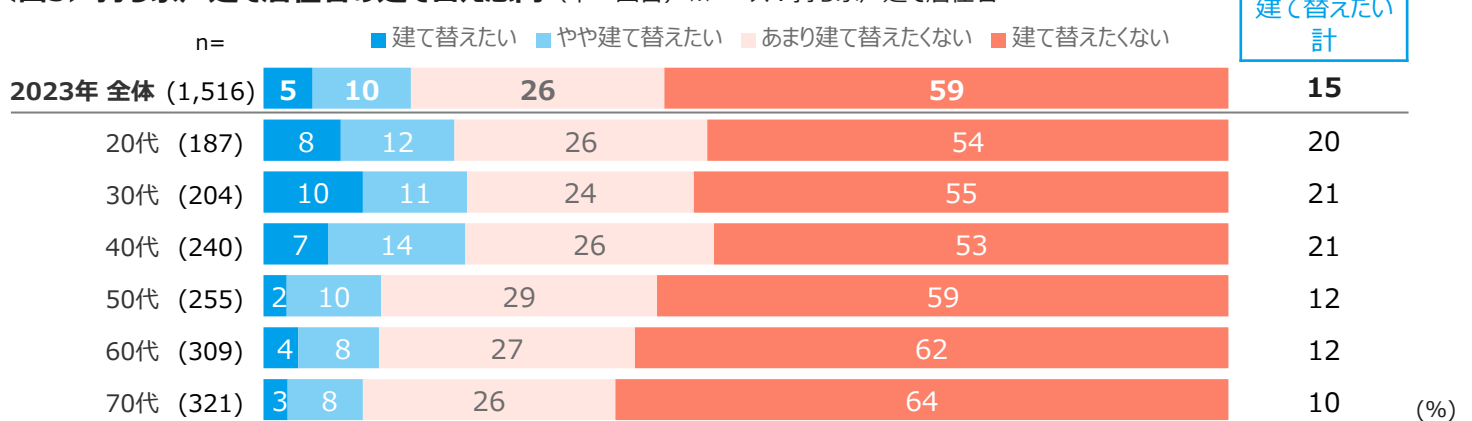
● 相続する人がいない・処分が面倒

- ・自分の死後、相続する人がいない
- ・将来負債になりそう、持ちたくない
- ・何か問題が起きても手放す費用がかかる
- ・施設入所になった時、物件の処分が大変

● 今の住まいで満足・賃貸の方が気軽

- ・今の家に住み慣れている／満足
- ・古くなってからのリフォームや管理が面倒
- ・災害時は、賃貸の方が負担が少ない
- ・賃貸の方が身軽で良い

<図5> 持ち家戸建て居住者の建て替え意向 (単一回答) ※ベース: 持ち家戸建て居住者



<図6> 持ち家戸建て居住者の建て替えたい理由 (自由回答抜粋: n=231) ※ベース: 持ち家戸建て居住者かつ建て替え意向者

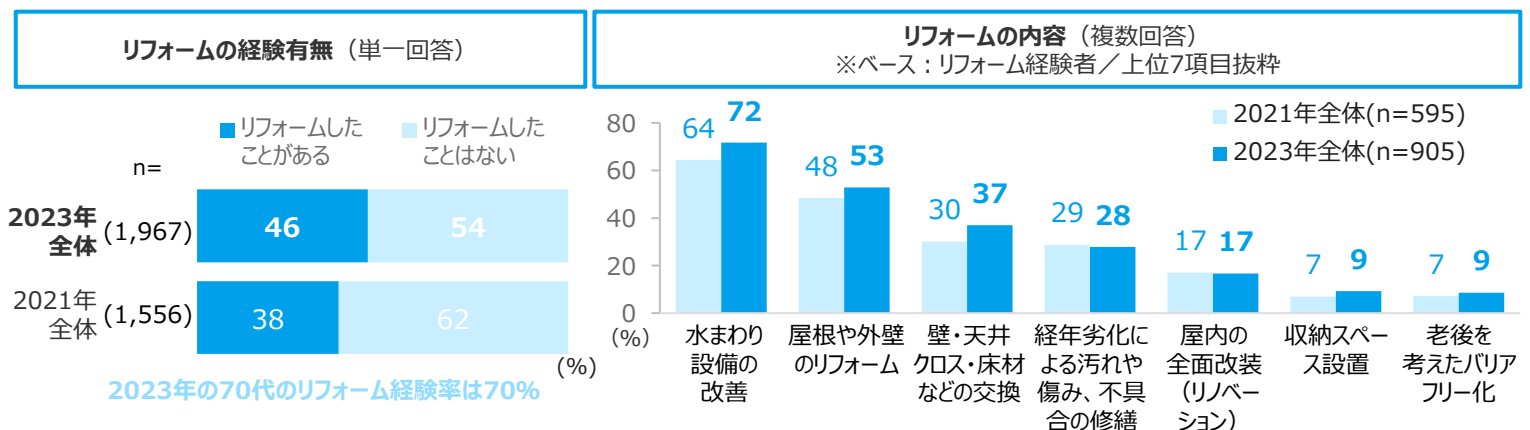
● 老朽化／築年数がたっている／経年劣化

- ・家が古くなっていて耐震性や防音性に不安がある
- ・フローリング材の劣化と思う軋みの発生や窓に断熱性がない
- ・地震で壁にヒビが入っている
- ・隙間が多く、虫が湧いたり、壁や床もボロボロで、劣化が激しいから

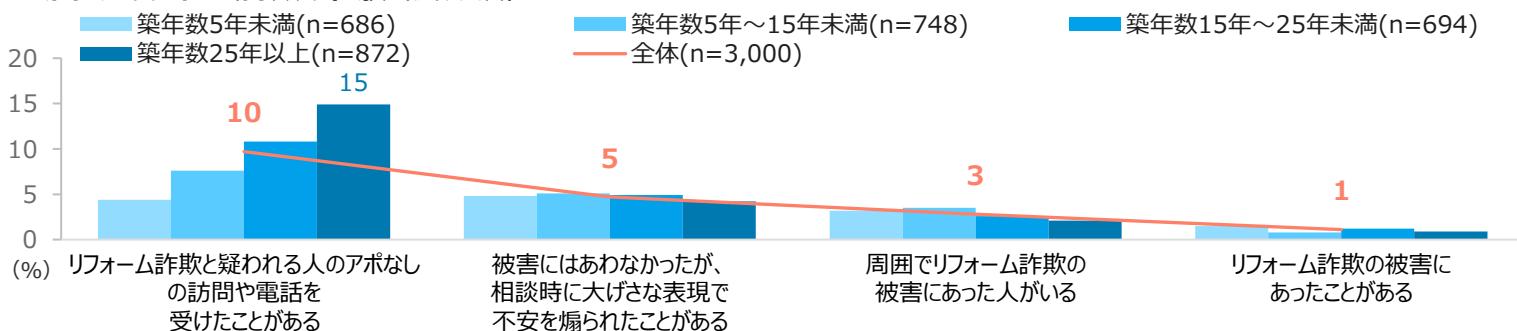
● 変えたい部分

- ・もう少しエネルギー循環する家にしたい。冬がかなり寒いので
- ・もっと住みやすくなりたい、自分のスペースが欲しい
- ・歳を重ねて、安全性を考えて、段差の少ない平屋にしたい
- ・減築したい

<図7> リフォーム経験の有無とリフォーム内容 ※ベース: 持ち家居住者



＜図8＞リフォーム詐欺の経験（複数回答）



■レポート項目一覧

- 調査結果サマリー
- 回答者プロフィール（性別・年代・居住地・未婚既婚・子供の有無・職業・同居家族・同居末子年齢・世帯年収・ポテンシャル・ニーズ・クラスター判別結果）

▼調査結果 詳細

- 自宅の住居形態／居住年数
- 人が歩ける程度の庭の有無
- 近所とのコミュニケーション状況
- 自宅から最寄り駅までの徒歩時間
- 自宅の購入金額（持ち家居住者）／月額家賃（賃貸居住者）
- 自宅選定時の関与
- 自宅選びの決め手（価格・広さ間取り・住宅室内環境／物件の周辺環境）
- 自宅にある設備・機能／今後欲しい設備・機能
- 賃貸居住者の住宅購入意向／購入したい住宅形態
- 賃貸居住者の住宅非購入意向理由（自由回答抜粋）
- 持ち家の売却予定
- 持ち家のリフォーム経験／リフォーム内容
- 持ち家のリフォーム意向／希望するリフォーム内容
- リフォーム詐欺の経験
- 持ち家戸建ての建て替え意向
- 持ち家戸建ての建て替え意向理由（自由回答抜粋）

▼参考資料

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター(PNCL)について

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20230926home/>

■調査概要

調査手法	: インターネットリサーチ	調査期間	: 2023年：9月8日（金）～9日（土） 2021年：9月3日（金）～4日（土）
調査地域	: 全国47都道府県	有効回答数	: 2023年：本調査3,000サンプル 2021年：本調査2,500サンプル
調査対象	: 2023年：20～79歳の男女 2021年：20～69歳の男女		

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」