

「コロナ禍を経たマンション事情に関する調査」結果のお知らせ

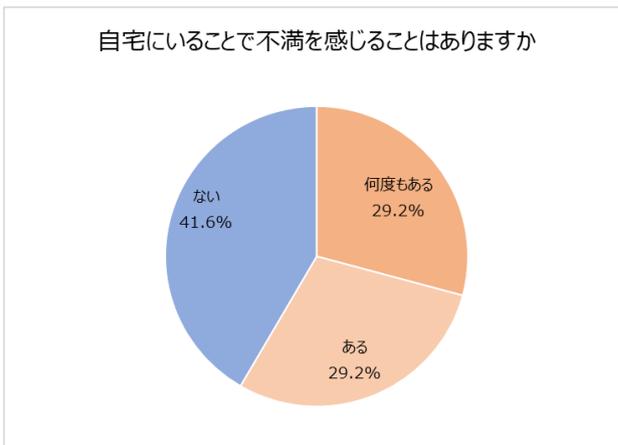
**コロナ禍で仕事のストレス、増えた人の方が多い**  
**テレワークは、関西人やキャリア世代にとってストレス？**  
**ワコーレ、with コロナ対応マンションに向け調査実施**

外出自粛で在宅時間が長くなったはずなのに  
**出費が“増えた”人の方が多いという事実も判明！**  
**WEB 会議をする場所 1 位は「リビング（64%）」**  
**“感染予防”という観点から住まいにおける新たな需要！**  
共有部に欲しいものとして、約 2 割が「消毒スペース」と回答  
“日当たり”よりも“風通し”が重要視されるという傾向

神戸市で分譲マンション供給棟数 22 年連続 1 位を続ける「ワコーレ」ブランドを展開する和田興産株式会社は、関東と関西に住む男女 500 名を対象に「マンションに関する調査」を実施しました。

本調査は、コロナ禍におけるマンション事情を調査することで、暮らしに関する新しい価値観を知り、with コロナ対応型マンションの開発に活かすことを目的としております。

コロナ禍における生活の変化、家庭内のコミュニケーション、リモート会議（WEB 会議）といった新しい働き方に関する内容など、住まいの新たな需要が見て取れる調査結果となっています。



【「ワコーレ／和田興産」公式 HP】<https://www.wadakohsan.co.jp/index.html>

## 調査トピックス

- 1. コロナ禍で、出費が“減った”人より“増えた”人の方が多い。女性の3割は出費が増えたと回答。  
仕事でのストレスの増減、地域差・年代差が明らかに！関西より関東の方がストレス軽減。  
50代男性より、30代男性の方が仕事のストレスが軽減されている。**  
家族との会話が増えた人は91.9%。  
過半数が自宅にいることへの不満を感じている。女性の方が不満を感じている割合が高い。
- 2. 模様替えまたはリフォームしたい場所 1位「リビング」、2位「個人の部屋」「キッチン」  
コロナ禍によって「部屋数が欲しかった」「収納がほしくなった」人が多い。  
新たな需要「日当たりの良い部屋が欲しかった」よりも、「風通しの良い部屋が欲しかった」。**  
3月～6月の間、「片付け・大掃除」「断捨離」をした人多数。「模様替え」「家具購入」も  
外出自粛中12.2%の人は、「ベランピング」を経験「またやりたい」「癒される」
- 3. リモート会議（WEB会議）をする場所「リビング（64.0%）」が断トツ  
マンションの共有部分にほしいもの「宅配ボックス」「24時間ゴミ置き場」。**  
定番となりつつある“置き配”、「盗難防止」「衛生管理」「プライバシー保護」が求められている。
- 4. 今後のマンション選びで重要視されるのは、「立地条件」「周辺施設」「衛生面」  
都心部よりも、郊外に住みたくなった人が多い。**

### 1. 新型コロナウイルスの影響について

**コロナ禍によって、出費が“減った”人より“増えた”人の方が多い。女性の3割は出費が増えたと回答。**

生活を変えた新型コロナウイルス。新型コロナウイルスが実際にどのような生活の変化をもたらしたのか質問しました。半数以上の人回答したのは、「自宅で過ごす時間が増えた（73.0%）」「衛生面に気を遣うようになった（56.4%）」「自宅で食事することが増えた（50.2%）」でした。「運動不足」や「テレワーク」なども、回答数を集めました。また、外出する機会が減っていることによって、出費も減っているのかと思いきや意外にも23.4%の人は「出費が増えた」と回答。「出費が減った（18.6%）」という回答よりも高い割合となりました。出費に関しては、男女間で大きな差があり、女性のうち、「出費が増えた」人は、30.0%、男性は16.8%と、女性の方がコロナ禍によって出費が増えた人が多いことが分かりました。

**仕事でのストレスの増減、地域差・年代差が明らかに！関西より、関東の方がストレス軽減。**

**50代男性より、30代男性の方が仕事のストレスが軽減されている。**

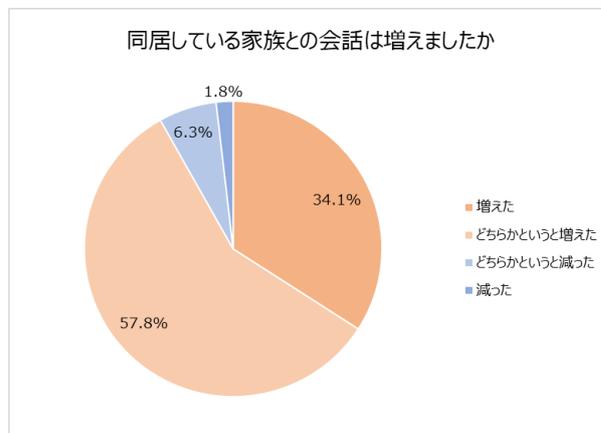
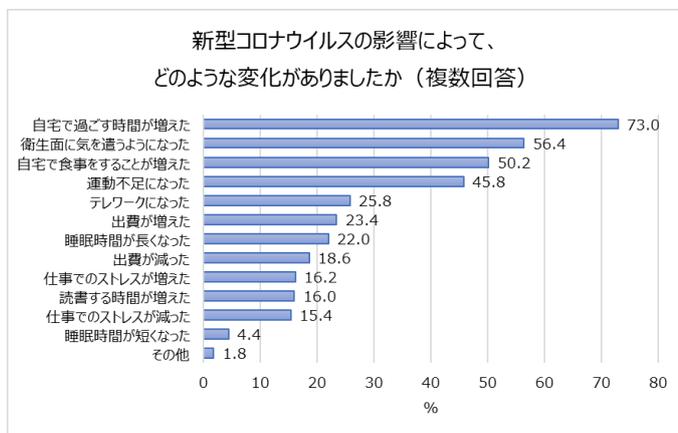
新型コロナウイルスによる変化に関する質問では、「仕事でのストレスが減った（15.4%）」よりも、「仕事でのストレスが増えた（16.2%）」と回答した人が多い結果となりました。テレワークを導入する企業が増え、通勤でのストレスは減ったと考えられますが、仕事自体のストレスは減っているわけではないことが読み取れます。

地域別の結果においては、仕事での“ストレスが減った”と回答した人は、関西在住者で12.8%、関東在住者では18.0%。関東在住の方が仕事でのストレスが減っていることが分かりました。

さらに年代別で見ると、30代男性で「仕事のストレスが減った」と回答した人は、26.5%だったのに対し、50代男性で「仕事のストレスが減った」人は、10.8%に留まり、15.7ポイントの差がありました。比較的若い世代の方が、コロナ禍においては仕事のストレスが軽減されているようです。

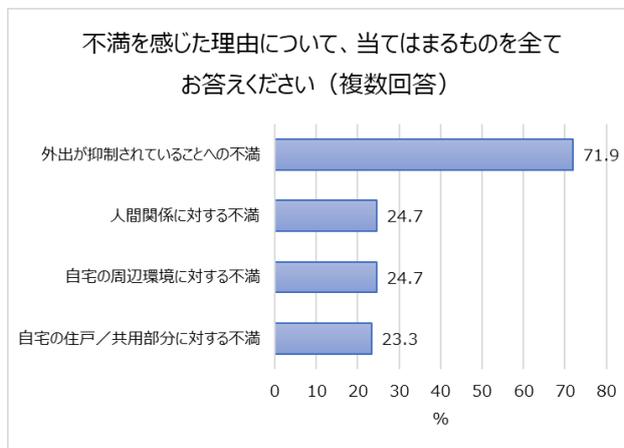
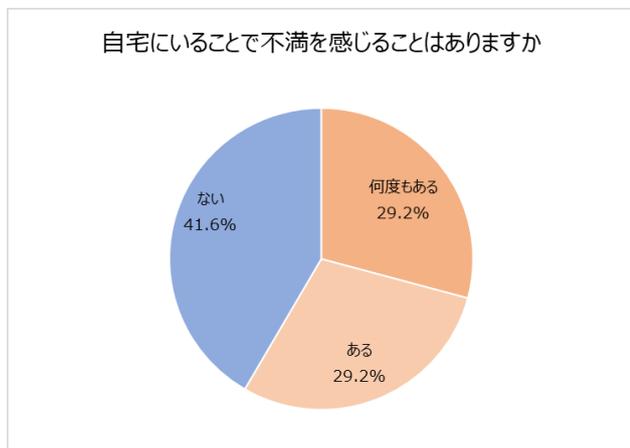
## 家族との会話が増えた人は 91.9%。

家族と同居している人を対象に、家族との会話が増えたかどうか質問。「増えた（34.1%）」「どちらかというが増えた（57.8%）」を合わせると91.9%が家族との会話が増えていることが分かりました。自宅にいる時間が長いことから、家族との会話が増えているようですが、一定数 8.1%の人は会話が減っているということも明らかになりました。



## 過半数が自宅にいることへの不満を感じている。女性の方が不満を感じている割合が高い。

自宅にいて、不満を感じることがあるか質問。「何度もある（29.2%）」「ある（29.2%）」合わせて58.4%が不満が「ある」と回答しました。どのような不満なのかを聞いたところ、「外出が抑制されていることへの不満（71.9%）」が他の項目よりも明らかに高い割合となりました。その他の人間関係や周辺環境、住居関連も4人に1人近くが回答しています。男女間で見ると、男性のうち「不満がある」と回答した人が52.8%だったのに対し、女性は64.0%。女性の方が自宅にいて不満を感じている人が多いことが分かりました。



また、不満の具体的な内容を質問しました。

### 外出が抑制されていることへの不満

「プールに行けなくなった。運動量が減り体重増えた（東京都・52歳男性）」

「外出があまりできないので、外食もできないし飲みにも行けなかった（大阪府・36歳男性）」

「自粛している人としていない人の差（東京都・48歳女性）」

### 人間関係に対する不満

「一人の時間が極端に減ってしまいストレスが溜まる（埼玉県・47歳女性）」

「子供がストレスからか言うことを聞かなかったり態度や口が悪くなってきた（兵庫県・39歳男性）」

「家で仕事をする事に家族が共感してもらえない（東京都・37 歳男性）」

自宅の周辺環境に対する不満

「近隣の騒音 子供の声や足音（東京都・55 歳女性）」

「スーパーや商店街が混んでいます（神奈川県・53 歳女性）」

「周りの住人の騒音や煙草の煙の自宅への流れ込み（大阪府・46 歳男性）」

自宅の住戸／共用部分に対する不満

「部屋数の少なさでストレスがたまった（京都府・30 歳女性）」

「テレワークを行う適切な部屋がない（兵庫県・53 歳男性）」

「お部屋の狭さ、物の多さをさらに感じ、もっと整理、掃除がしたいと思った（兵庫県・43 歳女性）」

## 2. 自宅について

模様替えまたはリフォームしたい場所 1位「リビング」、2位「個人の部屋」「キッチン」。

コロナ禍によって「部屋数が欲しかった」「収納がほしくなった」人が多い。

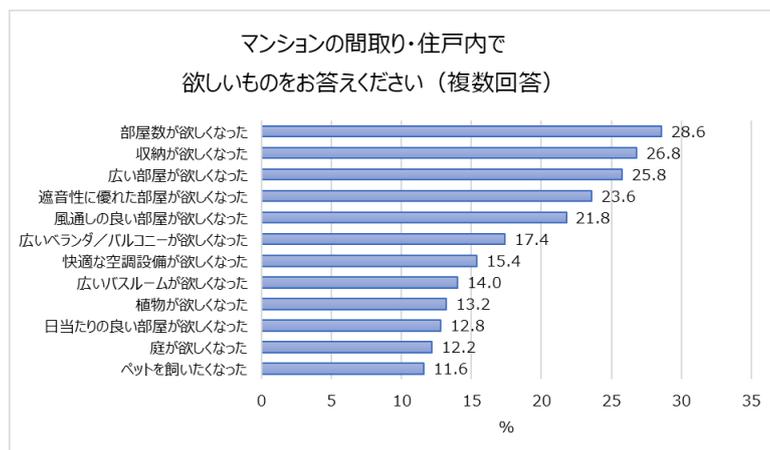
新たな需要「日当たりの良い部屋が欲しかった」よりも、「風通しの良い部屋が欲しかった」。

新型コロナウイルス感染拡大を踏まえ、自宅で模様替えまたはリフォームしたい場所を調査しました。最も回答数が多かったのは「リビング（34.2%）」。2 番目に多かった「個人の部屋（13.8%）」と「キッチン（13.8%）」に倍以上の差をつけました。リビングを選んだ理由には、「リビングを模様替えすると気分も変わるような気がするから（大阪府・36 歳男性）」「リビングで仕事をしているので過ごしやすくしたい（神奈川県・57 歳男性）」「ペットを飼うかもしれないから（大阪府・35 歳女性）」などがあがりました。個人の部屋は「仕事スペースを確保したい（東京都・36 歳男性）」、キッチンは「家で食事を作る機会が増えたので使い勝手を良くしたい（埼玉県・46 歳女性）」など、自宅での過ごし方が変わったことによる理由が目立ちました。また、男性の 19.2%が「個人の部屋」を変えたいという結果になった一方で、女性で「個人の部屋」を変えたいと回答したのは、8.4%。女性においては「寝室（12.0%）」「浴室（11.2%）」の方が高い割合を占めました。

新型コロナウイルスの感染拡大が起きる前と比べ、マンションの間取り・住戸内で欲しかったものを質問。結果は「部屋数が欲しかった（28.6%）」と回答した人が最も多く、続いて「収納が欲しかった（26.8%）」「広い部屋が欲しかった（25.8%）」でした。スペースに関する項目が上位という結果に。「遮音性に優れた部屋が欲しかった（23.6%）」にも回答が集まったのは、テレワークを導入する企業が増えたことも大きく関係していそうです。「日当たりの良い部屋が欲しかった（12.8%）」よりも、「風通しの良い部屋が欲しかった（21.8%）」と回答した人が多いこともまた、新型コロナウイルスの感染拡大が要因の一つと考えられます。

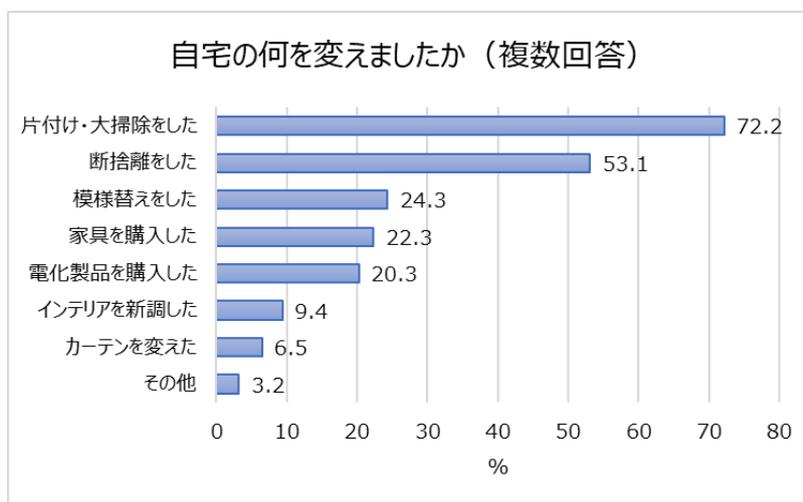
### 模様替えまたはリフォームしたい場所ランキング

1位	リビング（34.2%）
2位	個人の部屋（13.8%）
（同率）	キッチン（13.8%）
4位	寝室（10.8%）
5位	浴室（10.4%）



### 3月～6月の間、「片付け・大掃除」「断捨離」をした人多数。「模様替え」「家具購入」も

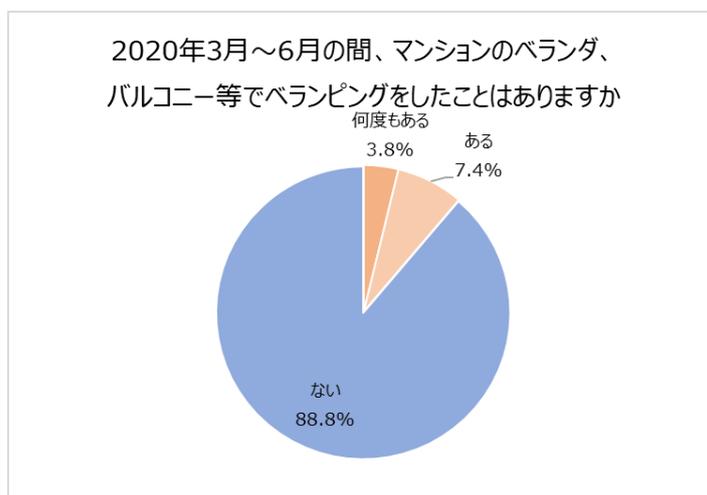
この3か月間で、自宅の何を変えたかを質問したところ、「特に何も変えていない」と回答した人が38.2%いた一方、61.8%が自宅の何かしら変えているということが分かりました。変えた人を対象にしたところ、「片付け・大掃除をした」が7割を超え、断捨離も半数以上。「模様替え（24.3%）」「家具を購入した（22.3%）」「電化製品を購入した（20.3%）」という回答も2割を超えました。



### 外出自粛中 12.2%の人は、“ベランピング”を経験「またやりたい」「癒される」

気軽に遠出できない状況下で、注目が集まっているベランピング※。マンションのベランダ、バルコニー等でベランピングをしたことがあるかを質問しました。結果は「何度もある（3.8%）」「ある（7.4%）」を合わせて12.2%がこの期間にベランピングをしたことがあると分かりました。

※ベランピング：ベランダとグランピングを合わせた言葉。ベランダでキャンプのようなアウトドア体験をすること。



また、ベランピングを行った感想やエピソードを回答してもらいました。

「子供が楽しそうにしているので、またやりたいと思う（京都府・49歳男性）」

「子どもの気分転換にはなっていると思うが、狭いスペースでの活動はストレスになる（東京都・43歳男性）」

「天気の良い日に折り畳み式テーブルを出し、ランチを外の空気を吸いながら、食べた。家の中ばかりにいと、空を見たり風を感じる事が無いので、よい時間だった（千葉県・54歳女性）」

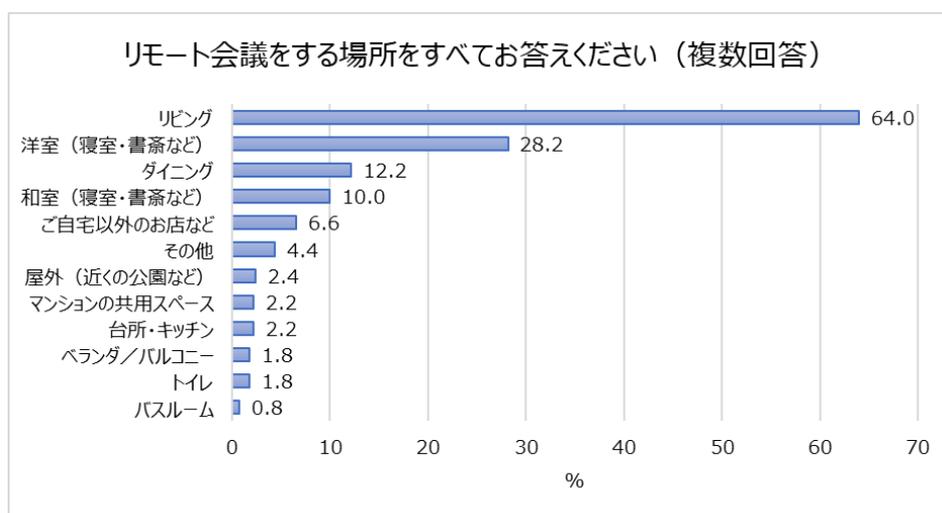
「ベランピングというほどではないが、ホットプレートを出し焼肉や焼きそばなどを作ってベランダで食べ、お酒も飲んだ（埼玉県・52歳女性）」

「車を運転しないと遠くには行けないので、身近にできるならそれでいい（東京都・37歳女性）」  
「部屋の中にずっといるより癒される（兵庫県・43歳女性）」

### 3. リモートワークと住まいについて

#### リモート会議（WEB会議）をする場所「リビング（64.0%）」が断トツ

自宅でリモート会議（WEB会議）をすることが増えた昨今。自宅のどこでリモート会議をしているのか質問しました。6割以上が回答したのは「リビング（64.0%）」。寝室や書斎などを含む「洋室（28.2%）」に倍以上の差をつけました。3番目に多かったのは「ダイニング（12.2%）」。リビングやダイニングなど、比較的自宅のオープンスペースでリモート会議をしていることが分かりました。同居している人がいる場合は、人の出入りがあり、リモート会議をする場所としては適さないようにも思えます。



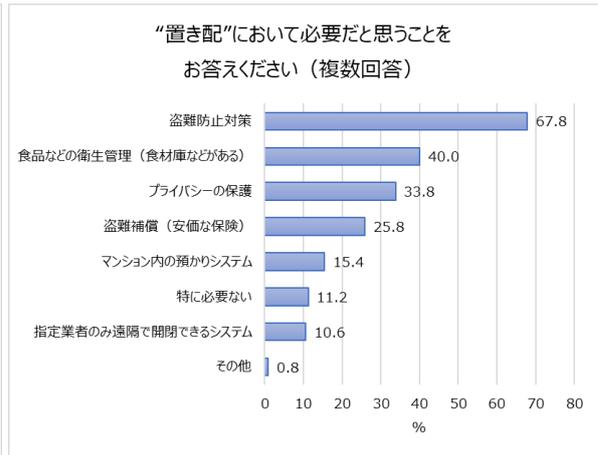
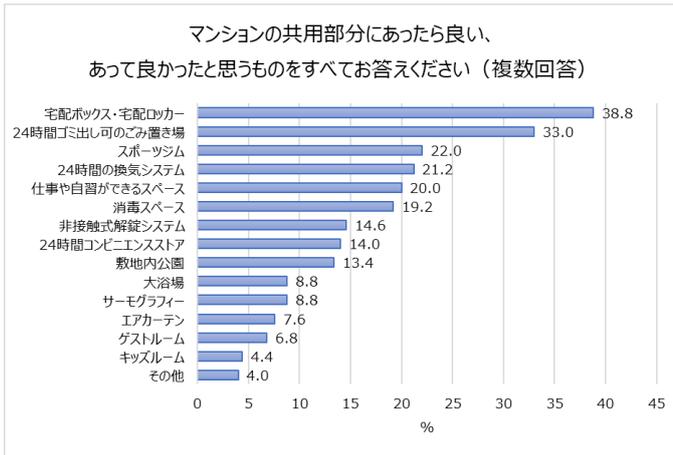
**マンションの共有部分にほしいもの、約2割が回答したのは「消毒スペース（19.2%）」。**

**「宅配ボックス（38.8%）」「24時間ゴミ置き場（33.0%）」などが人気。**

**定番となりつつある“置き配”、「盗難防止」「衛生管理」「プライバシー保護」が求められている。**

マンションの共有部分には様々な設備が整っている場合があります。新型コロナウイルスの流行を踏まえた上で、共有部分にあつたら良い、あつて良かったと思うものを回答してもらいました。最も多かったのは「宅配ボックス・宅配ロッカー（38.8%）」でした。ここ数か月、ネット通販を利用する人が増えていることが要因と考えられます。また、荷物を直接受け取る必要がなく、人との接触を避けられることも需要が高まっている理由の一つです。「24時間ゴミ出し可のごみ置き場（33.0%）」「スポーツジム（22.0%）」「24時間の換気システム（21.2%）」「仕事や自習ができるスペース（20.0%）」「消毒スペース（19.2%）」も2~3割ほどの人が回答しています。以前まではマンションの共有部分で見ることが少なかった「消毒スペース」など、新たな需要が見取れます。

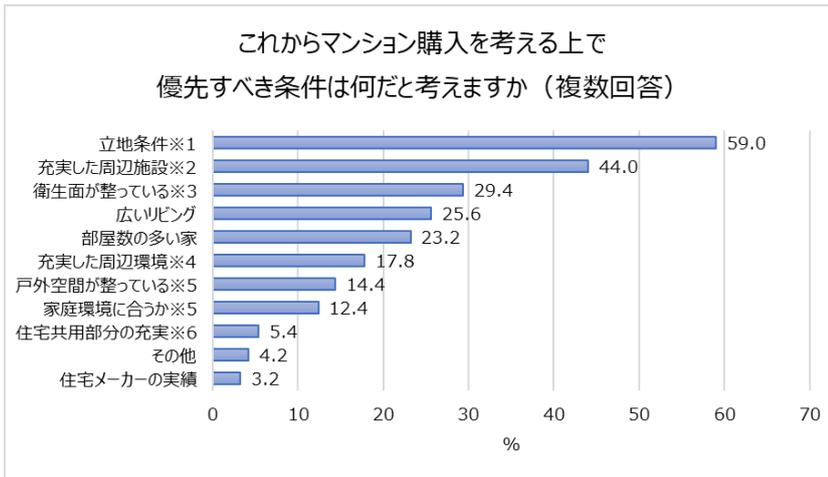
不在時に玄関先などに荷物を置いてもらい、利用者が後から回収するという宅配方法“置き配”にも注目が集まっています。配達者、利用者ともにメリットが多そうですが、問題もいくつかあるようです。“置き配”において必要なことを質問したところ、多かったのは「盗難防止対策（67.8%）」「食品などの衛生管理（40.0%）」「プライバシーの保護（33.8%）」。玄関先などに置くだけという点で手軽ではあるものの、セキュリティー面や衛生面で不安をおぼえる人が多いことが分かりました。また、何を頼んだのか分かってしまう、送り状に個人情報記載されているなどの問題もあり、多くの人が気にするプライバシー保護の観点から、今後外装上の工夫も必要と言えます。



## 4. 住まいへの意識について

### 今後のマンション選びで重要視されるのは、「立地条件」「周辺施設」「衛生面」

生活の様式が変化していく中で、マンションを購入する際に優先すべきことを質問しました。最も多かったのは「立地条件（59.0%）」続いて、「充実した周辺施設（44.0%）」。また、3番目に多かった「衛生面が整っている（29.4%）」はマンション選びにおいて、優先される新しい項目といえそうです。

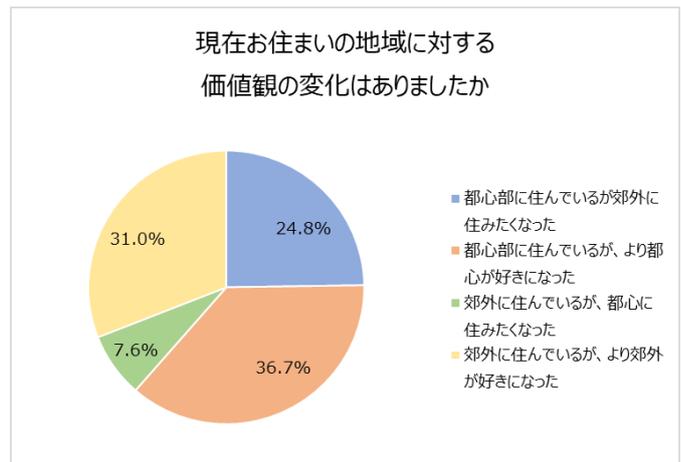
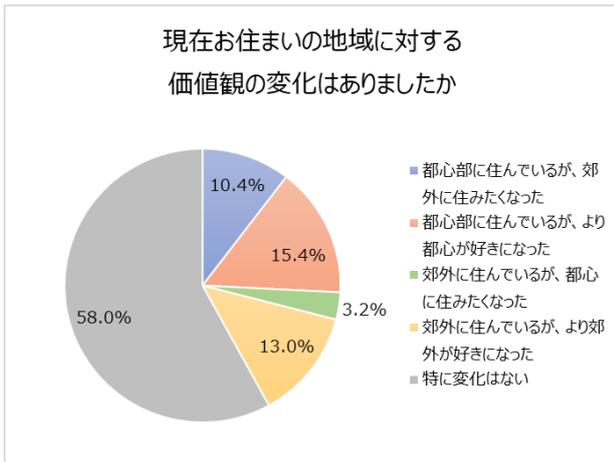


- ※1 アクセスの良さなど
- ※2 学校や病院、スーパー・商業施設などの充実度
- ※3 空調・清掃など
- ※4 大きな公園、緑地、海、山があるなど
- ※5 ベランダ、バルコニーなど
- ※6 親族が近くにいるなど
- ※7 ワーキングスペースがあるなど

### 都心部よりも、郊外に住みたくなった人が多い。

コロナ禍を受けて、都心と郊外どちらに住みたいのが価値観を質問しました。「特に変化はない」と回答した人は 58.0% でした。価値観に変化がない人を除くと、「都心部に住んでいるが、より都心部が好きになった（36.7%）」、「郊外に住んでいるが、より郊外が好きになった（31.0%）」と回答した人が多く、より好きになった人が多い結果となりました。一方、「郊外に住んでいるが、都心に住みたくなった（7.6%）」と回答した人は少なく、「都心部に住んでいるが、郊外に住みたくなった（24.8%）」は、約 4 人に 1 人が回答しました。住まいに関する価値観の変化としては、引き続きテレワークを導入している企業が多いため、「都心」から「郊外」という価値観の変化の方が大きいことが分かります。

また、都心部に住んでいるものの、郊外に住みたくなった理由について詳しく聞いたところ、「リモートワークが可能なら、通勤もなくなるし、郊外の広い家で広々過ごせたら良いのでは？と思った（東京都・44 歳女性）」「自然が多いところに住みたい（千葉県・42 歳男性）」「収入が減り、家賃負担が大きくなったため、郊外の安くて広い家に引っ越したいと思った（兵庫県・35 歳女性）」「人口密度が増しているほど、コロナに感染する確率が高くなるので、郊外に住みたいと思った（神奈川県・59 歳女性）」などの意見があがりました。



【調査概要】

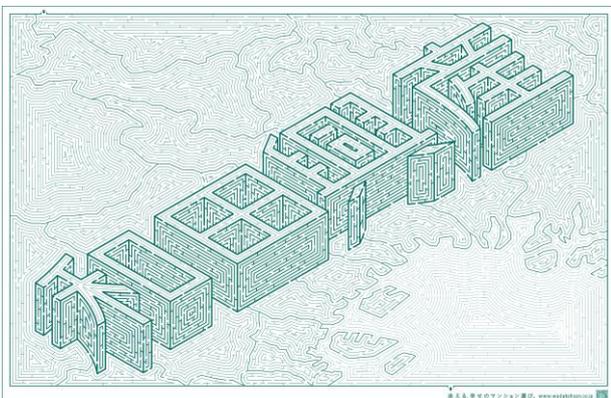
- ・ 調査方法：WEB アンケート調査
- ・ 調査テーマ：マンションに関する調査
- ・ 調査対象者：関東・関西在住 30~50 代の男女 500 名
- ・ 調査実施日：2020 年 6 月 16 日~19 日
- ・ 調査主体：和田興産株式会社

■「ワコーレ／和田興産」について

コロナ禍における「マンションに関する調査」を実施したことにより、自宅にいることへの不満、家族との会話、テレワークに関する内容などが明らかになりました。新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、住まいにおける新たな需要が明らかになりました。調査結果を受け、「ワコーレ」ブランドを展開する和田興産株式会社は、住まいを通して今後も暮らしやすい社会の実現へ向けて取り組んでいきます。

最近実施した取り組みの一部をご紹介します。

外出自粛ムードが漂う2020年3月21日、新聞全30段見開きに巨大な迷路広告を掲載しました。自宅で新聞を広げながら、少しでも「迷う」を楽しむ時を過ごしてほしい。そんな想いを込めました。また、SNS 上でも好意的な反響が多数寄せられています。これからも、多くの方々に幸せな迷える時間をお届けできるよう魅力あふれるマンションをつくっていきたい。その想いを胸に、和田興産は創業121年の歩みを進めます。



【「ワコーレ／和田興産」迷路広告 HP】<http://wadahokosan-meiro.jp/>

## 人・街・未来とつながり、誰もが心地よく暮らせる社会をつくる。

和田興産は SDGs に取り組み、持続可能な社会の実現を目指します。

11 住み続けられる  
まちづくりを



### 地域に根差したコミュニティづくりと社会・地球環境への貢献

《PREMIUM UNIQUE-プレミアムユニーク》それは私たちが地域に根差し、街に溶け込み、シンボルとなる住まいを開発していく為に掲げた商品づくりのコンセプトです。120年を超える豊富な経験とネットワークで、「オンリーワン」な住まい、高品位で安心して暮らせる住環境を提供してまいります。

12 つくる責任  
つかう責任



### 安心して暮らせる災害に強い住まいづくり

住宅への安全性・耐震性の要求は近年高まっています。阪神・淡路大震災においても、その実績は高い評価を受けました。当社が手掛ける住まいは、社内<sup>ともい</sup>資格者による徹底した品質管理で、安全性の向上に努めています。

13 気候変動に  
具体的な対策を



### 温暖化への配慮や高い断熱性能を実現

環境への配慮のため、高い断熱性能やエネルギー消費を極力抑える設備や設計・施工で CO2排出量削減に努めています。

### わたしたちの仕事をみんなの幸せにつなげたい。

1899年の創業から、今年で121年。明治、大正、昭和、平成、令和と移りゆく時代の中で、いつも大切にしてきたのは、「ありがとう」という感謝の気持ちと自分の生き方が他の人の幸せにつながることを喜びとする「共生」の想い<sup>ともい</sup>です。ワコーレブランドのマンション・一戸建てを通じてわたしたちの仕事が、ご家族一人ひとりの安心と幸せにつながるように。街とともに、人々とともに、暮らしやすい社会の実現へ向けて取り組んでいきます。

### 【「ワコーレ／和田興産」公式 HP】

<https://www.wadakohsan.co.jp/index.html>

### 本件に関するお問い合わせ先

和田興産株式会社  
ブランド戦略室（担当：濱口）  
TEL：078-361-1510