

報道関係各位

2021年9月21日
株式会社クロス・マーケティング

近所に空き家があるとした人は28% 東北、中国・四国、九州で高い 住みたいところの条件は「治安」「交通の利便性」「商業施設」

－ 住まいに関する調査（2021年9月）－

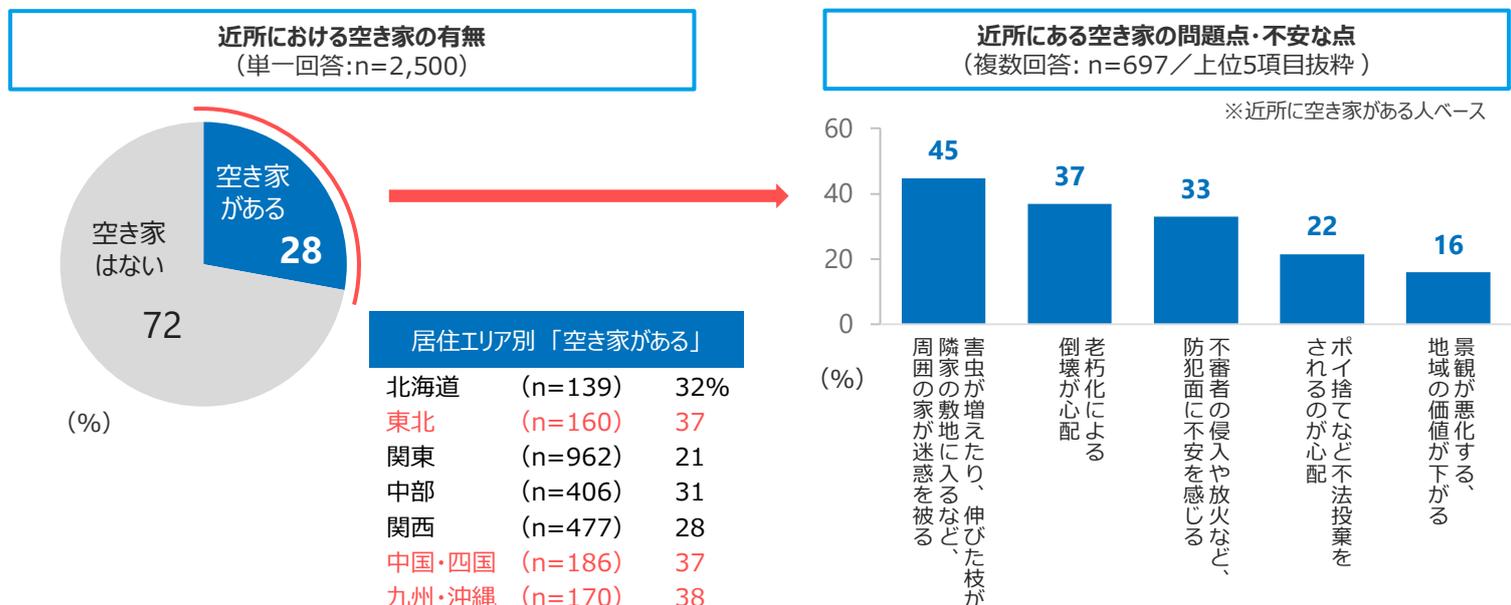
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「住まいに関する調査」を9月3日～4日に実施しました。居住に関する全般的な質問に加え、住宅購入やリフォーム、売却の意向、欲しい設備なども聴取。本リリースは、その中でも「空き家」「二地域居住」「住みたいエリア」をピックアップし分析いたしました。

■調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【空き家】** 本調査2,500人の居住形態の内訳は、持ち家戸建て（49%）、賃貸集合住宅（33%）、持ち家集合住宅（14%）、賃貸戸建て（3%）である。「自宅近くに空き家がある」と回答した人は全体で28%。特に九州・沖縄（38%）、東北、中国・四国（両エリアとも37%）の地方において空き家率の高さが目立つ。近所の空き家に対し、「害虫が増えたり、伸びた枝が隣家の敷地に入るなど、周囲の家が迷惑を被る」45%、「老朽化による倒壊が心配」37%、「不審者の侵入や放火による火災など、防犯面に不安を感じる」33%と不安をいれている。＜図1＞次に、ご自身の空き家所有について聴取した。「空き家を所有している」人は3%、「将来、所有・相続する可能性がある」は10%である。所有する空き家の売却などは、「わからない・未定」が多いものの「建物と土地を一緒に売却」「更地にして売却」と売却意向がやや強い傾向にあった。空き家を管理する上で「建物や庭の維持・管理が大変」「家具などの不要物の処分や、遺品などの整理が大変」と多くの人が感じており、すぐに空き家を売却できる状態ではないことがうかがえる。＜図2＞
- ✓ **【二地域居住】** コロナ禍の影響で在宅勤務が増えたこともあり、二地域居住について聴取した。「現在、二地域居住をしている」は3%、「過去に二地域居住をしていたが、現在はしていない」は4%と二地域居住経験者は7%とわずか。二地域居住の意向を尋ねると「やや+したい」は10%であり、「避暑・避寒・癒やし・くつろぎのため」「自然を感じられる環境で過ごしたい」「自分の時間を過ごしたい」が主な意向理由であった。一方、「あまり+したくない」は62%と“二地域居住”への関心は限定的であり、高くはないといえる。＜図3＞
- ✓ **【住みたいエリアの条件】** “次に住みたいと感じるところ”“70歳になったときに住んでいたいところ”は、「治安がよい」「交通の利便性」「商業施設が充実」「医療環境がよい」「自然災害の可能性が低い」が上位条件であり、次に住みたいところ、70歳になったときに住みたいところとの差はなかった。さらに“次に住みたいと感じるところ”の条件を居住形態別にみると、戸建て居住者より集合住宅居住者において「交通の利便性」「最寄り駅が近い」「商業施設が充実」が特に高かった。＜図4＞

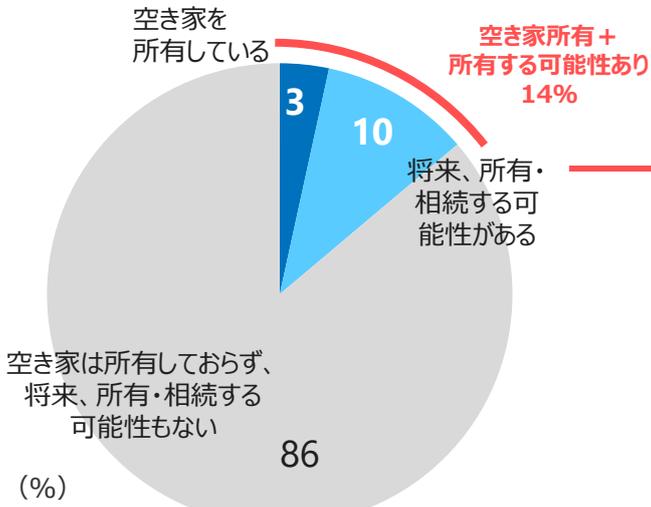
◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210921home/>

＜図1＞ 近所における空き家の有無と問題点・不安な点

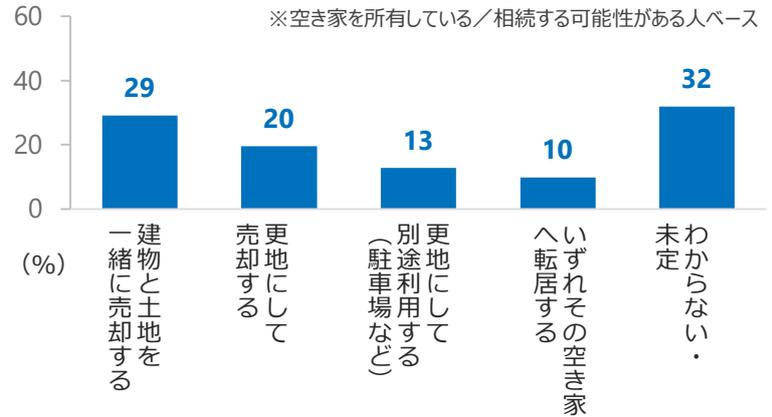


<図2> 空き家の所有有無と問題点・不安な点

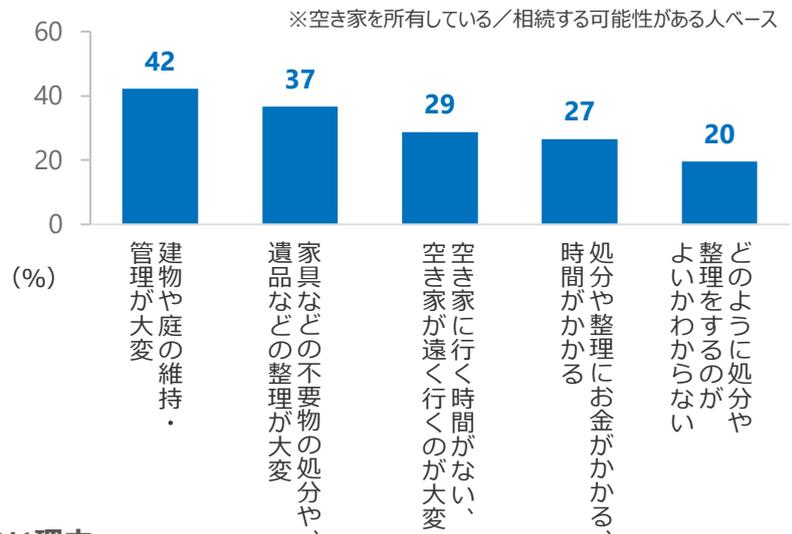
空き家の所有有無
(単一回答:n=2,500)



所有している空き家の対応
(複数回答: n=344 / 上位5項目抜粋)

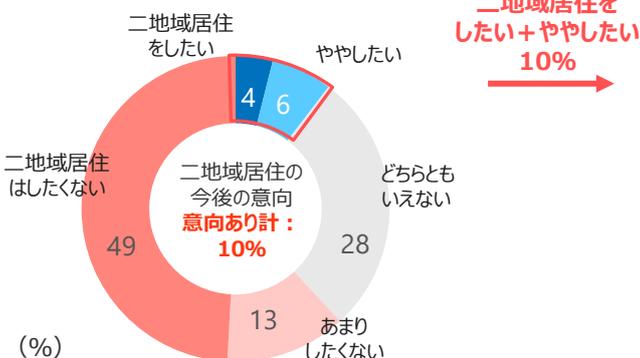
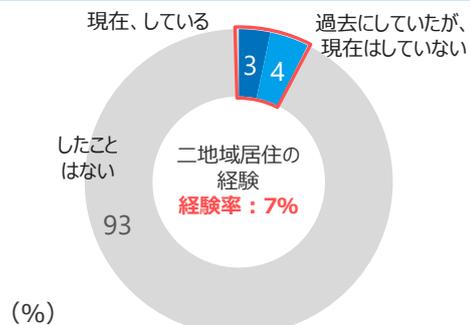


所有している空き家の問題点・不安な点
(複数回答: n=344 / 上位5項目抜粋)

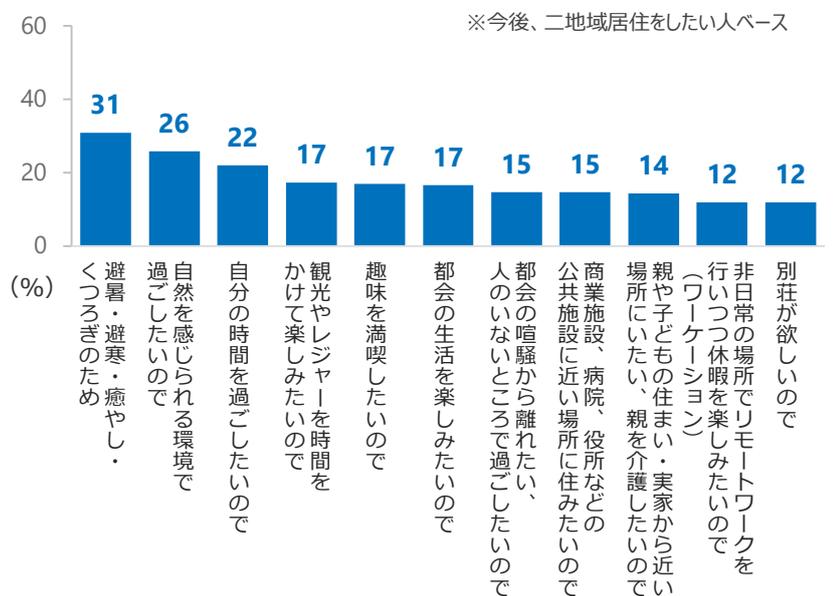


<図3> 二地域居住の経験・今後の意向と二地域居住をしたい理由

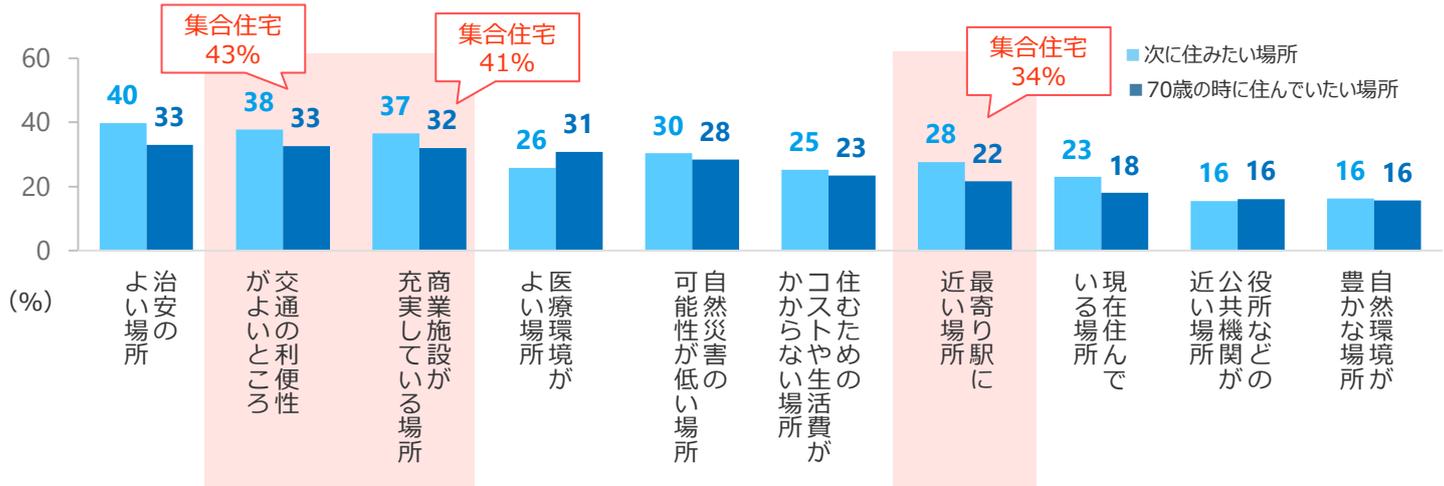
二地域居住の経験と今後の意向
(単一回答:n=2,500)



二地域居住をしたい理由
(複数回答: n=259 / 上位10項目抜粋)



<図4> 次に住みたいと感じる／70歳のときに住んでいたいところ（複数回答:n=2,500／上位10項目抜粋）



■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・子供の有無・職業・同居家族・同居末子年齢・PNCL構成比）
- ポテンシャルニーズクラスター(PNCL)について
- 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／希望するリフォーム内容
- 【持ち家】と【賃貸】のどちらがよいか
- 持ち家／賃貸に関する意識
- 【戸建て】と【集合住宅】のどちらがよいか
- 戸建て／集合住宅に関する意識
- 調査結果 詳細
- 自宅の住居形態／居住年数
- 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）
- 二地域居住の実態／意向／意向理由
- 自宅選定時の関与
- ワークーションの魅力度
- 自宅選びの決め手（価格・広さ間取り・住宅室内環境・建物／環境）
- 近所の空き家の有無／問題点・不安点
- 自宅にある設備・機能／欲しい設備・機能
- 空き家の所有状況／処分予定／問題点・不安点
- 賃貸居住者の住宅購入意向／購入したい住宅形態
- あなたにとって住まいとは

◆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/20210921home/>

■調査概要

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

◆本件に関する報道関係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・・・」