

報道関係各位

2024年12月24日  
株式会社クロス・マーケティング

## 耐震性、セキュリティ完備、バリアフリーの家に住みたい 理想の近所の人とのかかわり方「会えば挨拶程度」が65%

－住まいに関する実態・意識調査（2024年12月定点ココロスタイルサーチ）－

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、2024年12月、全国18～79歳の男女3,000名を対象に「住まいに関する実態・意識調査（2024年12月定点ココロスタイルサーチ）」を行いました。本調査は、生活者の意識やライフスタイルの変化の兆しを捉えることを目的として、定点で実態・意識調査を実施するものです。今回は住まい編として、現在の住まいと周辺環境への満足度、住まいに関する意識・態度、現状と理想の近所の人とのコミュニケーション、外出先から自宅に帰るときの気持ちに着目し分析しました。

### ■ 調査結果 （一部抜粋）

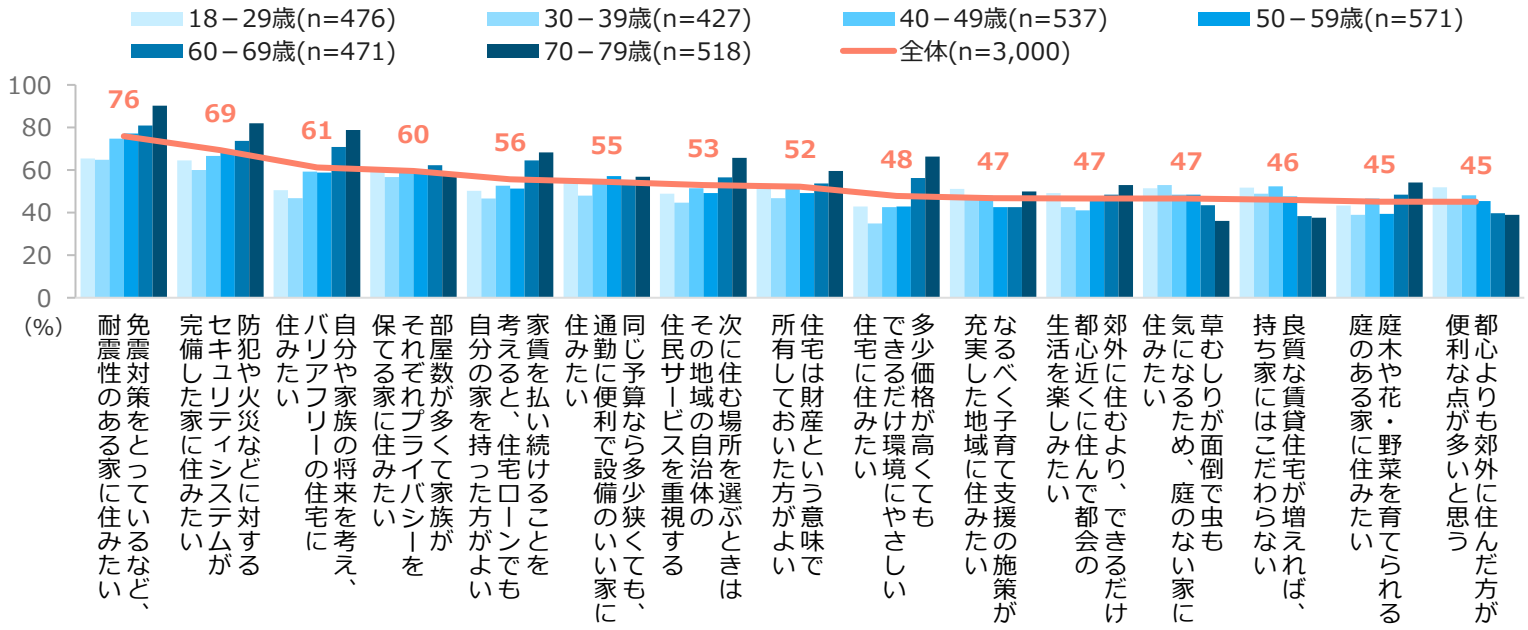
- ✓ **【住まいの満足度】** 現在住んでいる家に対しては、非常に+やや満足しているは62%、周辺環境は65%、家と周辺環境ともに年齢を重ねるほど満足度は高まる傾向にあり、70代は7割を超える。〈図1〉
- ✓ **【住まいに関する意識・態度】** 「免震対策をとっているなど、耐震性のある家に住みたい」は76%、「防犯や火災などに対するセキュリティシステムが完備した家に住みたい」69%、「自分や家族の将来を考え、バリアフリーの住宅に住みたい」61%、「部屋数が多くて家族がそれぞれプライバシーを保てる家に住みたい」60%が上位。耐震性、セキュリティ、バリアフリーに加え「家賃を払い続けることを考えると、住宅ローンでも自分の家を持った方がよい」「多少価格が高くてでもできるだけ環境にやさしい住宅に住みたい」の意識は60～70代で高い。〈図2〉
- ✓ **【近所の人とのコミュニケーション】** 近所の人とは「出かける際に、会えば挨拶をする程度」44%、「どのような人がご近所なのか知らない」26%であり、18～29歳、30代は「知らない」が4割を占める。70代は「たまに立ち話などをする」が4割であり、年代が高まるほどコミュニケーションは密になっている様子が見れる。理想は「会えば挨拶する程度にとどめたい」が65%と大半。18～29歳と30代は「顔を合わせても、挨拶もせず知らないふりをしたい」が2割台と近所とのコミュニケーションには消極的。〈図3〉
- ✓ **【自宅に帰るときの気持ち】** 外出先から自宅へ帰るときに「早く家に帰りたいと、いつも思う」は71%と高い。18～29歳は56%であるが年代が上がるほど高まり、70代は87%に達する。「家に帰るときに、たまに気が重くなる時がある」は15%、18～29歳と30代は2割近くと他世代より高い。〈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/20241224kokoro>

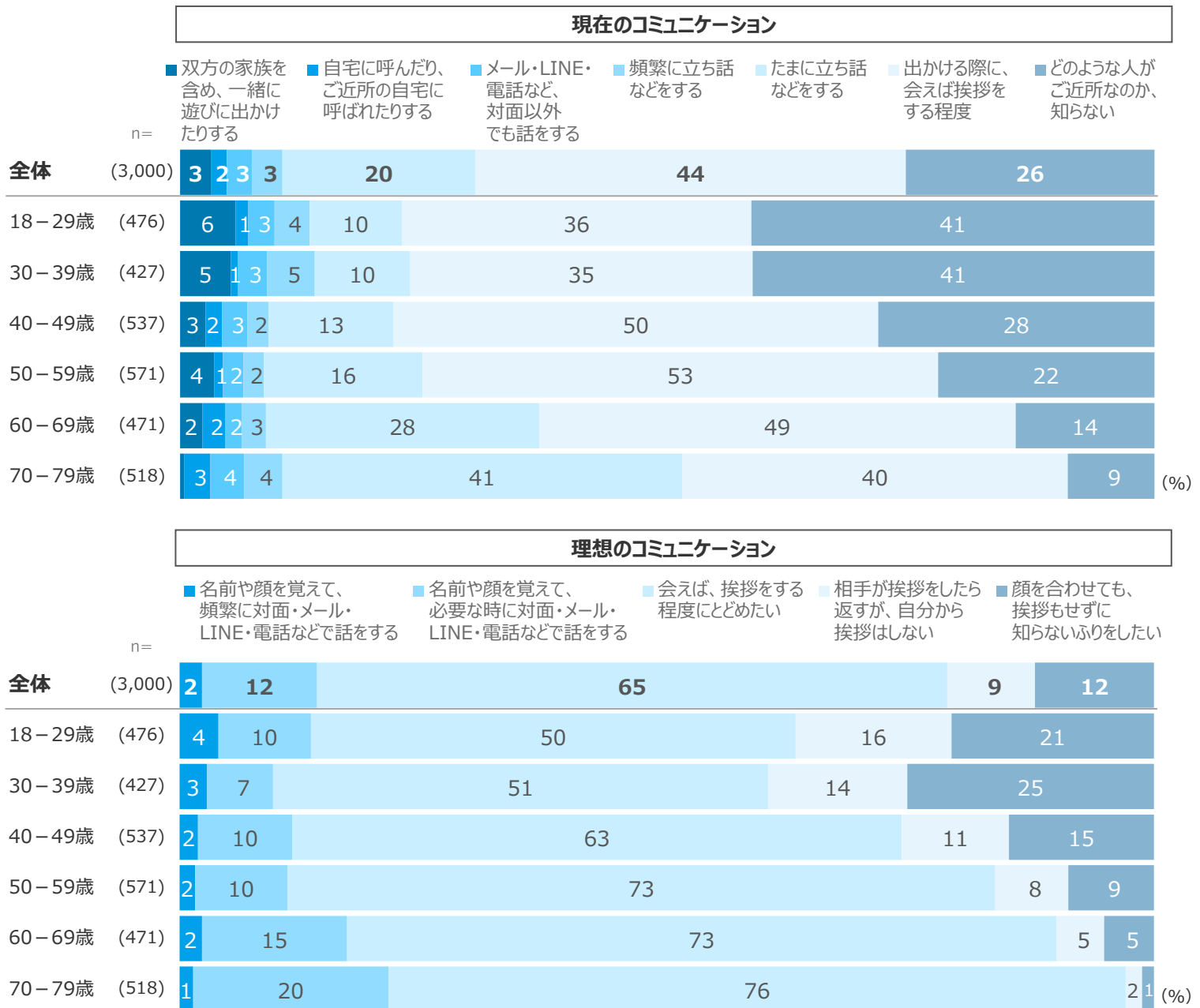
<図1> 住まいの満足度（単一回答）

	n=	現在住んでいる家				満足している計	現在住んでいる周辺環境				満足している計
		非常に満足している	やや満足している	あまり満足していない	まったく満足していない		非常に満足している	やや満足している	あまり満足していない	まったく満足していない	
全体	(3,000)	14	49	26	12	62	13	52	24	10	65
18～29歳	(476)	13	49	24	15	61	15	49	23	13	64
30～39歳	(427)	14	40	30	16	53	12	45	28	15	57
40～49歳	(537)	10	44	29	16	54	10	51	27	12	61
50～59歳	(571)	11	49	28	12	60	13	48	27	12	61
60～69歳	(471)	15	52	24	9	67	15	55	24	6	71
70～79歳	(518)	19	58	18	5	76 (%)	14	64	18	5	78 (%)

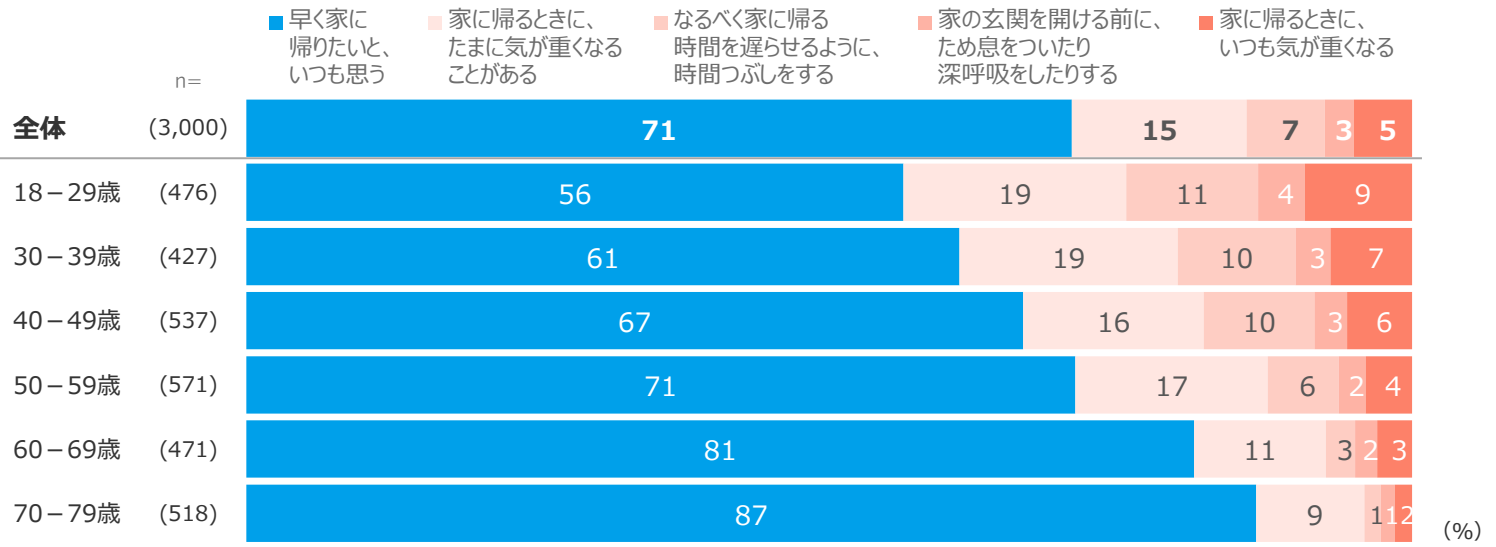
<図2> 住まい関連の意識・態度 (各単一回答：4段階評価で聴取/非常に+まあそう思う割合) ※上位15項目を抜粋



<図3> 近所の人とのコミュニケーション (単一回答：n=3,000)



<図4> 外出先から自宅に帰るときの気持ち (単一回答)



■レポート項目一覧

- 属性設問  
(性別/年齢/未婚/居住地/子どもの有無/同居人数/同居家族/同居子ども・孫の学齢/職業/住まい/世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター)
- 調査結果サマリー

▼調査結果：景況感・生活全体の意識

- 生活満足度
- 生活領域別満足度/注力度
- 生活価値観・意識
- 生活関連の意識
- 現在の暮らし向き

▼調査結果：住まいについて

- 現在の住まい/周辺環境の満足度
- 住まい関連の意識・態度
- 現住居の築年数
- 集合住宅の総階数・居住階数
- 住宅ローンの支払い状況
- 二拠点居住の状況
- 住み替えたい住宅タイプ
- 住み替え希望地域
- 今後の住み替え意向
- 地域(町会)とのコミュニケーション

- 現在/理想の近所とのコミュニケーション
- 住まいの居心地のよさ
- 外出先から自宅に帰るときの気持ち
- 自家用車の保有有無/台数/ボディタイプ/エンジン・動力源
- 自家用車非保有者の自家用車の購入意向

▼時系列データ集

▼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/20241224kokoro>

■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 : 18~79歳の男女、人口構成比に合わせて割付  
 調査期間 : 2024年12月4日(水)~5日(木)  
 有効回答数 : 本調査3,000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 <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ーション

◆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](mailto: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・・・」