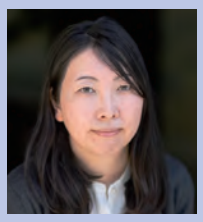
特集 1

これからの時代に求められる住まいのあり方



株式会社ミサワホーム総合研究所 フューチャーデザインセンター市場企画室 室長
八木 邦果（やぎ くにか）

2007年法政大学工学部建設工学科修了、同年ミサワホーム株式会社入社。商品企画部マーケティング企画グループ、販売商品企画部商品企画課、ミサワホーム北越設計部を経て現所属へ出向。2022年4月より現職。

1 はじめに

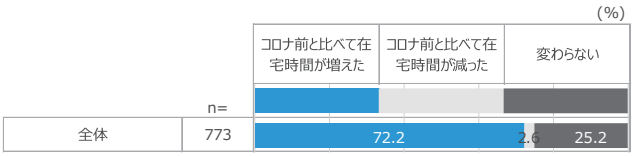
2020年初頭からの新型コロナウイルス感染症の拡大により、日常生活は大きく変化した。在宅ワークやオンライン学習など、これまでにない新たな活動が住まいで行われるようになった。ミサワホーム総合研究所では、①コロナ禍を経て変化した生活者の意識変化、②自身や家族が新型コロナウイルスに罹患し自宅療養をされた方の住まいの困りごとについて、２つのアンケート調査を2021年に実施。本稿では、その調査レポート「これからの時代に求められる住まいのあり方」をもとに、分析結果と新型コロナウイルスへの住まいの対応について紹介したい。

2 生活者の意識・関心ごとの変化

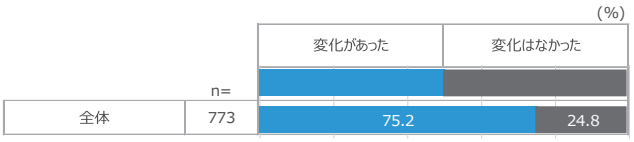
最初の緊急事態宣言から約１年がたった時点（2021年３月）で生活者に新型コロナウイルス（以下、コロナ）感染拡大前と比べた意識の変化を聞いたところ、コロナの流行はオフィスワーカーの働き方を大幅に変えた様子がうかがえる。出勤せずに在宅でテレワークを行うスタイルの普及や外出自粛の影響などもあり、在宅時間の増加は約７割となった（図１）。また、コロナ禍での生活価値の変化の有無について聞いたところ、約75%が変化があったと回答（図２）。その変化については、健康的不安や仕事に対する常識、デジタル化への慣れなど、それぞれの世代が置かれている環境や常識、習慣などにより良し悪しに差が出ていることが推察される（図３）。

在宅時間が増加したことにより、家庭での食事に対する意識にも変化が出ていることがわかる。コロナ前後の家庭での食事に対する意識変化を聞いたところ、「変わった」が64.8%となった（図４）。

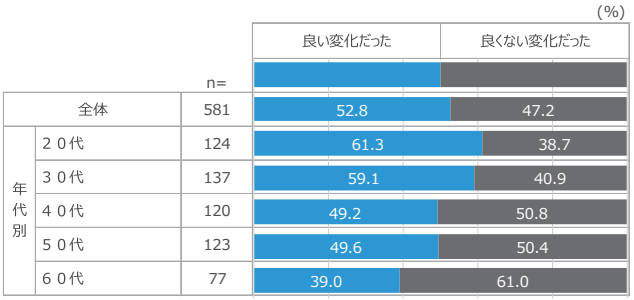
【図1】在宅時間の変化



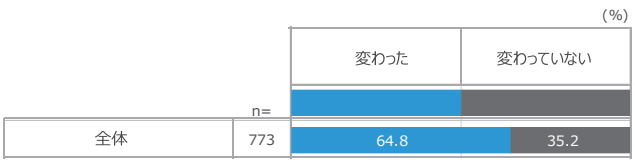
【図2】生活価値の変化



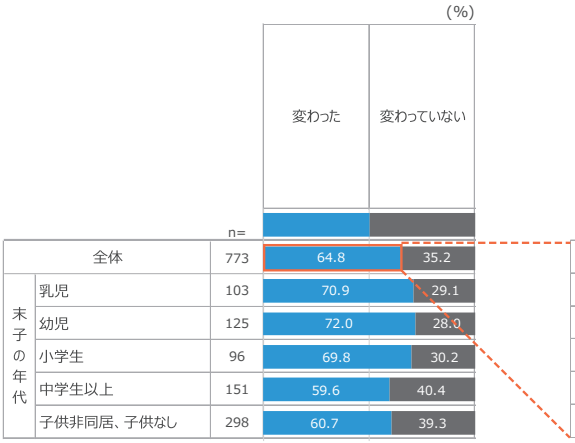
【図3】変化の内容



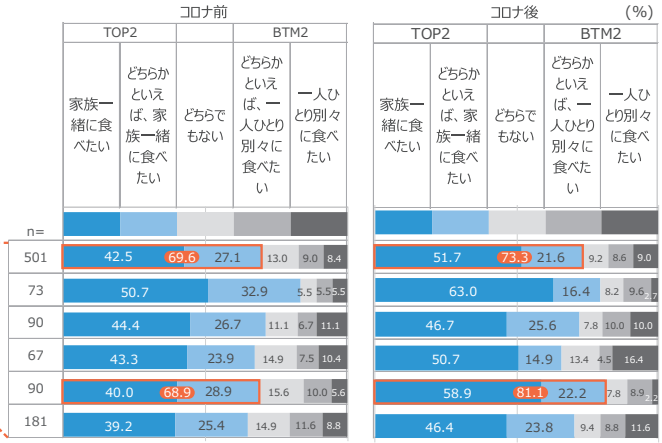
【図4】食事に対する意識変化



【図5-1】食事に対する意識変化（末子年齢別）



【図5-2】食事意識変化あり、共食意向（一緒／別々）

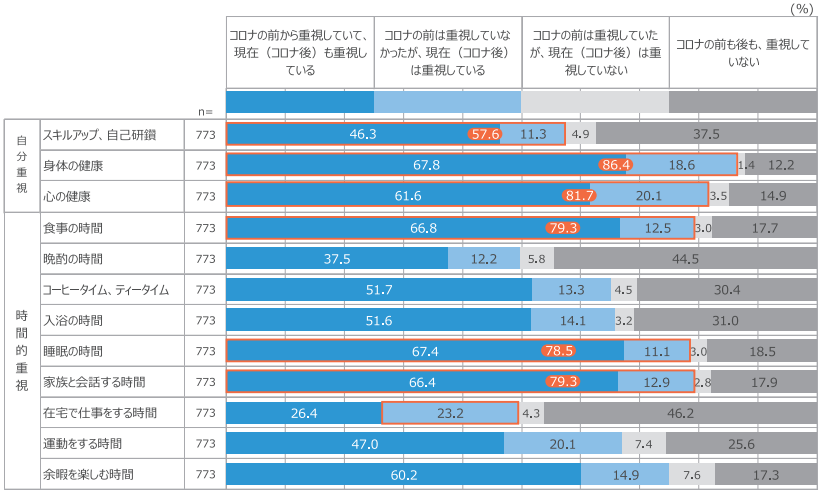


「変わった」という人を対象に、コロナ前と後で「家族と一緒に食べたい」か「別々に食べたい」かを聞いたところ、コロナ前は「家族一緒に食べたい」が69.6%だった。コロナ後は73.3%となり、コロナ前より3.7ポイント高まっている。さらに世帯構成（末子の年代）別に見ると、末子が中学生以上の子どもをもつ人で「家族一緒に食べたい」人がコロナ前の68.9%からコロナ後は81.1%となり、12.2ポイント増と大幅に高くなっている。特に、中学生以上となると部活や学習塾など、家族と生活のリズムが合わなくなる。親子の対話の時間が少なくなる時期だが、改めて親子の関係性が強まっている可能性が考えられる（図5-1、図5-2）。

ライフスタイルへの関心にも変化があらわれている。新型コロナウイルス感染拡大前後でのライフスタイルにおいて重視度の変化を聞いたところ、コロナの後に重視している総数を示す「コロナ前から重視していて、現在も重視している（以降、コロナ前から重視）」回答と「コロナ前は重視していなかったが、コロナ後から重視している（以降、コロナ後から重視）」回答の合計は「身体の健康」が86.4%で最多となり、ついで「心の健康」が81.7%となった（図6）。

コロナ後から重視度が上がった「コロナ前は重視していなかったが、コロナ後から重視している」に着目してみると、「在宅で仕事をする時間」が23.2%、ついで「心の健康」、「運動する時間」がともに20.1%となった。コロナ禍でワークスタイルが変化し、今まで住まいの中で意識されていなかった在宅での仕事が入ってくることにより、自ら心身の健康管理や自己実現を意識することが、より一層意識されていることが推察される（図6）。

【図6】ライフスタイルの重視度変化



3 住まいのニーズ・課題

住まいのニーズについて、間取り・ゾーニングを重視すると回答した人に、間取りやゾーニングのどのようなことを重視するかを聞いたところ、間取りについては、「リビング」87.8%、ついで「ダイニング」65.7%、「寝室」45.1%の順となった。一方、ゾーニングについては、「仕事ができる場所（コーナーなど部屋の一部）」29.6%が最多となり、ついで「安心して置き配できるスペース」、「仕事専用の部屋」がともに27.2%となった（図7）。

ゾーニングに関しては、今までは住まいの空間は機能別のスペースが主流だったが、部屋の一部で仕事ができる場所や罹患時に隔離できる部屋など、機会に応じて使い勝手や機能が変えられる場所・空間が必要とされていることが推察できる。住まいは LDK＋個室というくくりで表現されるが、いかようにでも使える和室・座敷のような可変性をもつ空間を改めて見直す必要も考えられる。

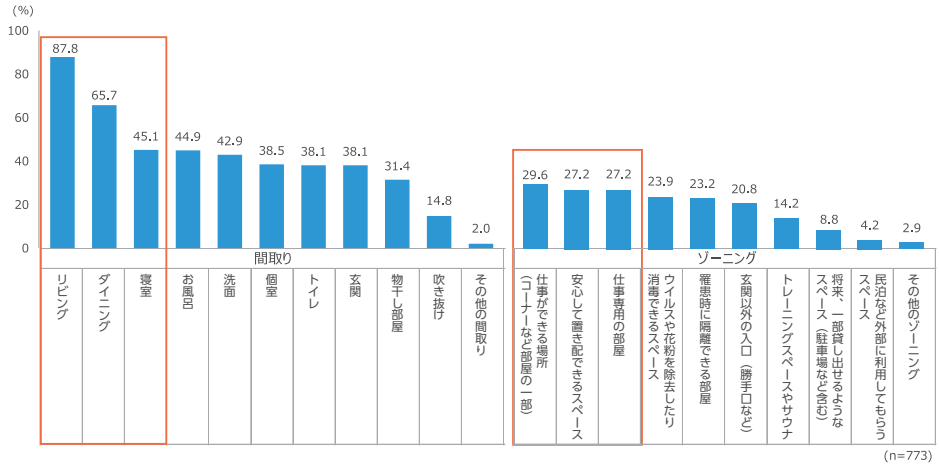
自身や同居家族が新型コロナウイルスに罹患し自宅療養をされた方を対象に、住まいの困りごとを調査したところ、多くの方が他の家族への感染を不安に感じていることがわかった。家庭内の感染者数は、部屋を隔離していた回答者と部屋を隔離していなかった回答者と比べて感染した家族数の分布に違いが見られた(図８)。この結果から、罹患時に隔離できる部屋の確保が、家庭内での感染者数の抑制に効果があることがわかる。

自分が罹患し家族が感染しないようにする場合と、家族が罹患し自分や他の家族が感染しないようにする場合とで、住まいのどの生活シーンで困ったかを聞いたところ､「トイレ」「食事」「入浴」の３つがどちらの場合も高かった（図９)。

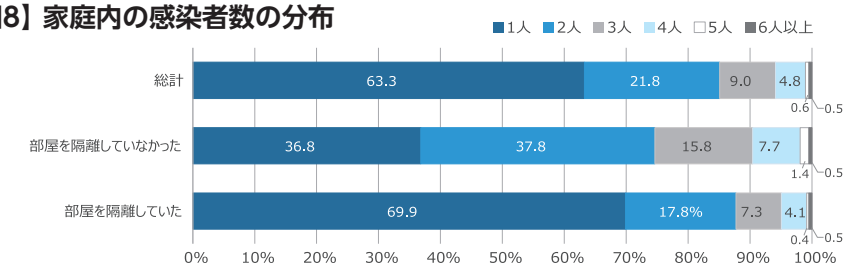
具体的にどのようなことに困ったのかを自由記述式でうかがったところ、トイレでは「なるべく手が触れないようにした」､「除菌の際、罹患者がどこを触ったのかがわからず、どこまですればいいのかわからなかった」､「換気が十分か不安だった」､「２つあるので罹患者用と分けて使ったが、子どもが理解できず苦労した」という回答がみられた。コロナ禍を経て生活者の衛生意識はかなり高まった。住まいにおいても触れるべきではない場所があり、子どもの衛生習慣や常識の獲得において課題があることがわかった。

自身や同居家族がコロナに罹患した経験から、今後の住まいで取り入れたい住宅部品について聞いたところ、「とても取り入れたい」､「取り入れたい」（以下、取り入れたい層）の回答は「抗菌処理部材（抗菌処理済みのドアノブや床タイルなど)」が計47.7％で最多、ついで「洗面所の手拭きタオルを個別に分ける / 使い捨てのペーパータオルに変える」が計43.2%､「宅配

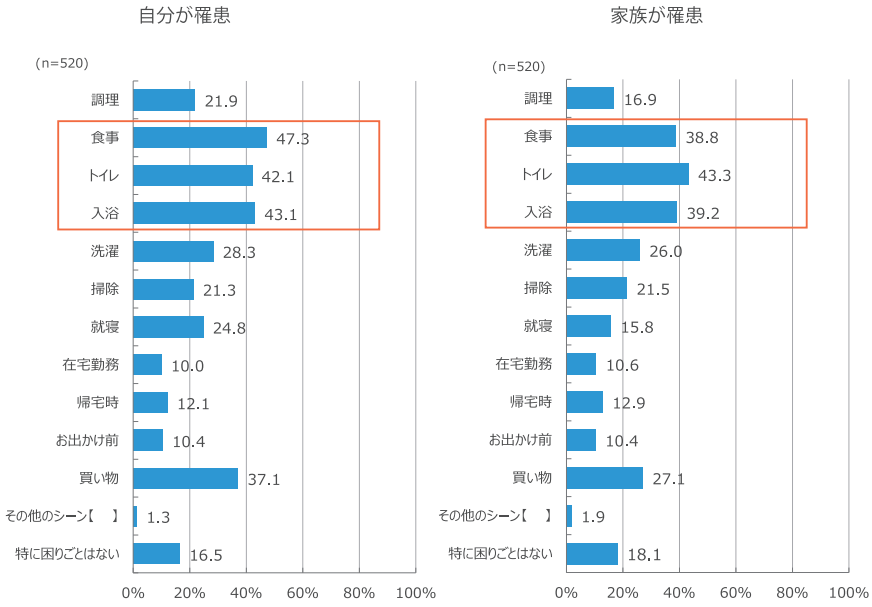
【図7】間取り、ゾーニングのニーズ



【図8】家庭内の感染者数の分布



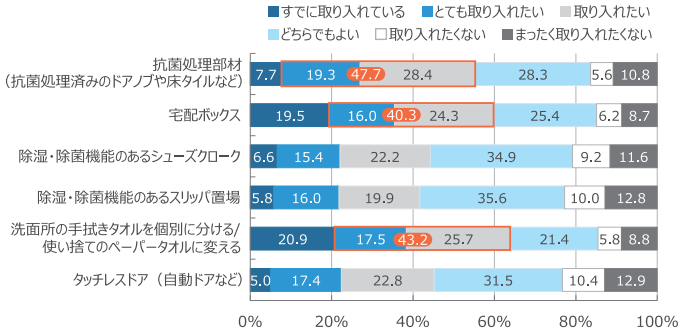
【図9】困った生活シーン



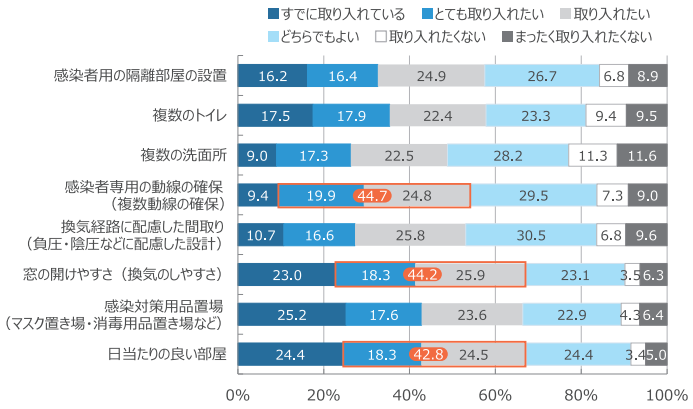
ボックス」が計40.3%となった（図10）。比較的容易に導入できるペーパータオルや宅配ボックスは「すでに取り入れている」が約２割と比較的多いが、ドアノブや床タイルの抗菌部材などは簡単には導入できないため、このコロナ禍から新たなニーズとして普及していく可能性が高い。

今後の住まいで取り入れたい間取り・設計については、取り入れたい層は「感染者専用の動線の確保（複数動線の確保）」が計44.7%で最多、ついで「窓の開けやすさ（換気のしやすさ）」が計44.2%、「日当たりの良い部屋」が計42.8%となった（図11）。飛沫感染するウイルスに対して、室内の空気環境への関心が高まっていることがわかる。

【図10】取り入れたい住宅部品



【図11】取り入れたい間取り・設計



4 これからの住まい

これらの調査から、コロナ禍で在宅時間が増加し、住まいでの活動が多様になった一方で、従来のLDK等の用途を定めた空間が家族の距離や活動を限定してしまうことがわかった。これからの住まいには、部屋の使い方を限定せずに家族が思い思いに過ごせる多用途でフレキシブルな住まいが求められると考える。快適に過ごすことができるだけではなく、コロナやインフルエンザなどの感染症罹患といった緊急時にも対応が可能となる。

ミサワホームでは本調査結果を踏まえ、新たな空間提案を盛り込んだ商品『センチュリー　蔵のある家 ZEH ADVANCE』を2022年4月に発売。現代住宅のLDKは一体的な広い空間を確保する傾向にあるが、本商品では従来のリビングにあたる家族がくつろいだり来客対応も可能な空間と、キッチン・ダイニングにあたる空間とを隣接させ、その境界に建具を設けた。建具の開閉により、広々とした空間として使用するだけでなく、家族それぞれの活動にフレキシブルに対応できる提案としている。また、在宅ワーク、在宅学習においては、内容や集中度合いにより個室型のワークスペースでのクローズな空間から、ダイニング等でのオープンな空間の使い分けができるような設計とした。日々の生活や来客時の衛生環境対策として手足が触れる手摺、レバーハンドル、フローリングなどはすべて抗ウイルス対応品を取り入れている。換気システムでは機能追加により従来の倍量の換気を可能にするなど、家族が長く在宅していても安心して過ごせる空気衛生環境とした。

これからは多用途に活用できるフレキシブルな間取りと、衛生環境や空気環境にも配慮した住まいがスタンダードになるだろう。ミサワホーム総合研究所は今後も生活者の意識変化やくらしの変容などを調査し、持続可能な暮らしやサービスの提案をしていきたいと考えている。

＜参考＞
調査レポート「これからの時代に求められる住まいのあり方」
https://www.misawa.co.jp/corporate/news_release/2022/0520/

調査①：生活者の意識変化調査
調査期間：2021年3月31日－4月8日
調査方法：Webアンケート調査
分析対象：２年以内に戸建購入を検討されている方
サンプル：773

調査②：コロナ罹患家族調査
調査期間：2021年11月30日－12月4日
調査方法：Webアンケート調査
分析対象：新型コロナウイルスにご自身または家族が罹患し、自宅療養の際に他の家族と同居された方
サンプル：1040