

PRESS RELEASE

2025 年 9 月 25 日

プライム ライフ テクノロジーズ株式会社

新築入居 20 年以上の“シニア”オーナーと 5 年以内の“ジュニア”オーナーの 住まいづくりや暮らし方について比較調査を実施 ～PLT グループ住宅 3 社を中心とした共同研究、今後の商品開発や生活提案に活用～

プライム ライフ テクノロジーズ株式会社（東京都港区港南二丁目 16-4/代表取締役社長 道浦正治、以下 PLT）と PLT グループ住宅 3 社（パナソニック ホームズ株式会社、トヨタホーム株式会社、ミサワホーム株式会社）及び株式会社ミサワホーム総合研究所は、人々の豊かな暮らし＝「プライム ライフ」の実現を目指し、注文住宅を建築し新築入居から 20 年以上経過している“シニア”オーナーさまと、同じく 5 年以内の“ジュニア”オーナーさまの住まいづくりや暮らし方について、アンケート及びインタビュー形式による世代間の比較調査を共同で実施しました。

主な調査結果と分析は以下のとおりです。※シニア＝Sr./ジュニア＝Jr.と表記。調査結果詳細は次頁参照。

■購入意識

- ・住宅取得動機は「結婚をきっかけに」が大幅増。ライフステージ早期段階での取得傾向が顕著に。
(Sr.: 8%⇒Jr.: 26%/+18p)
- ・「住宅ローンの金利や税制優遇措置があったから」が倍増。(Sr.: 7%⇒Jr.: 16%へ/+9p)

■建物サイズ

- ・建物は縮小傾向。最多延床面積帯は 10 坪程度小さく。少子化や建物価格上昇などの影響大。
(Sr.: 36～46 坪⇒Jr.: 27～36 坪/▲10 坪)

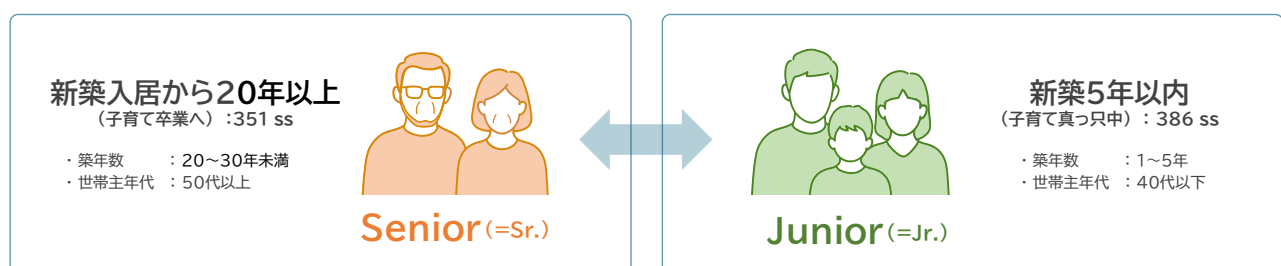
■収納課題

- ・Sr.も Jr.もいずれも子どもの成長に伴い衣類や靴が増え続け、特に衣類の収納に困る傾向が高い。世代を問わず収納は課題で、ライフステージの変化を見越した間取り設計や住みこなしが必要。
(Sr.: 衣類の収納に困っている割合は子の誕生前は 30%で小中高と成長するにつれて増加傾向)
(Jr.: 同じく子の誕生前は 41%と Sr.と比べても高い比率、成長するにつれてさらに増加傾向)

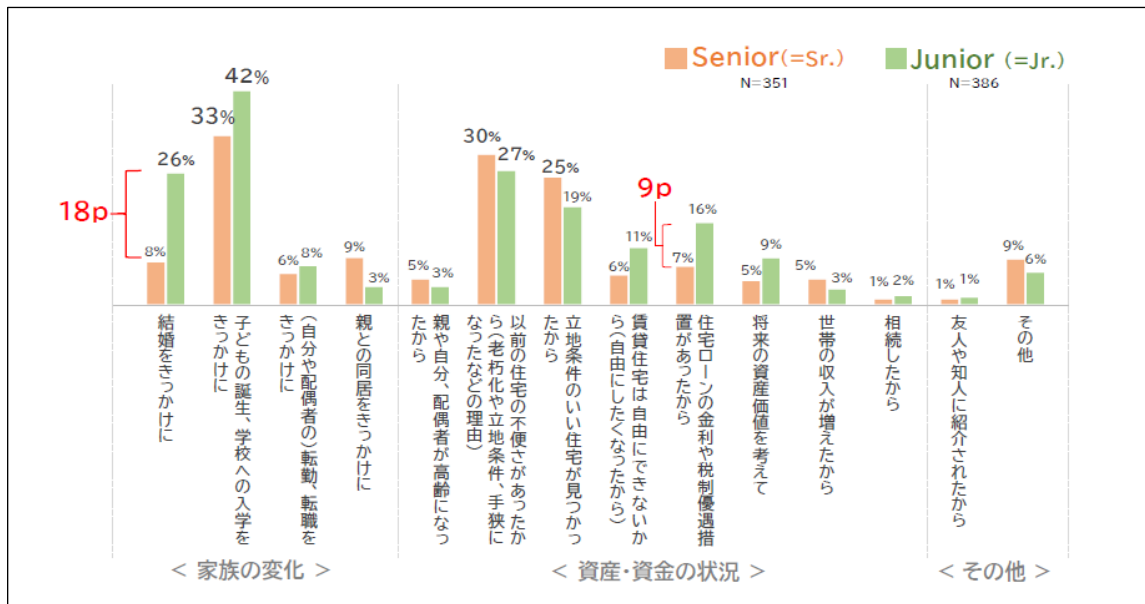
そのほか Sr.で多い和室やバルコニーの採用が Jr.では減少し、代わりにパントリーや玄関土間収納、ファミリークロゼットほか家事効率化スペースが増えるなど、“間取りの常識”に変化が見られました。住宅のコンパクト化が進んだことで、今後も室内空間の効率化の傾向は続くと考えられます。

約 20 年を隔てた注文住宅のオーナーさま同士の比較調査により、住まいづくりや暮らし方のスタンダードがどう変化したか、また、その課題などが明らかになりました。今回の調査結果で得られた「暮らしの知見」を活かし今後の商品開発やまちづくりに反映させるとともに、注文住宅を検討中のお客さまとの商談においてもこれからの住まいづくりにふさわしい生活提案を進めてまいります。

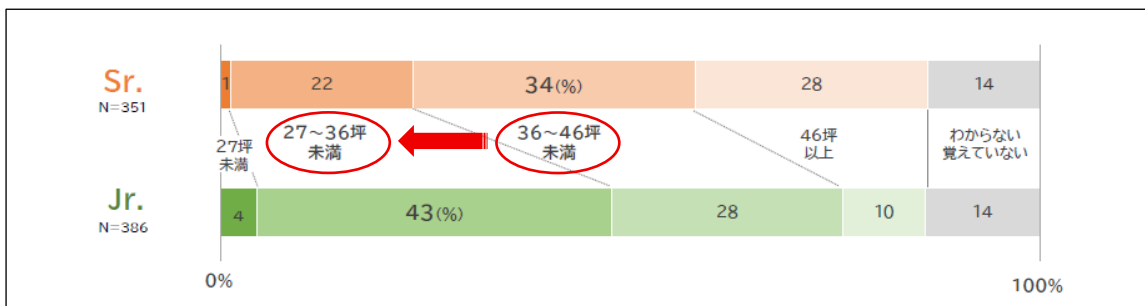
■調査対象



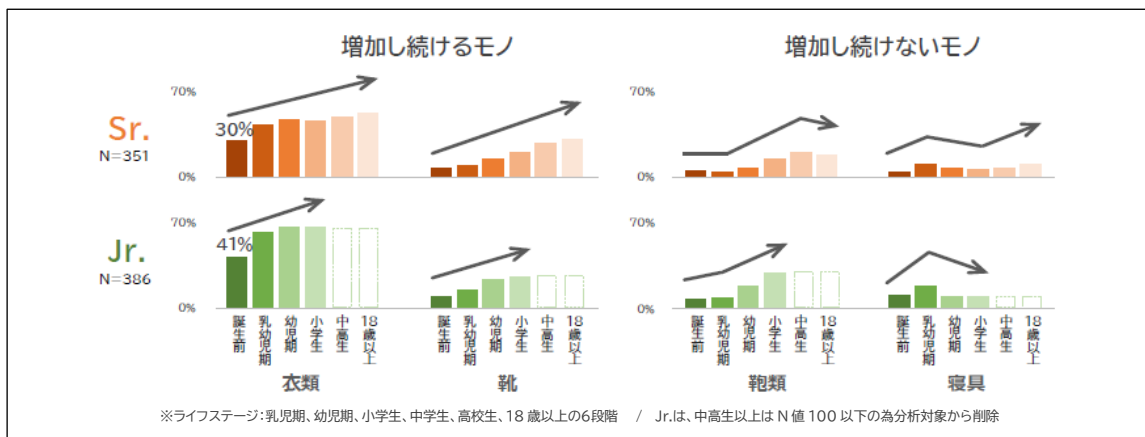
(調査結果抜粋)



Q.ご自宅の建築、購入を検討されたきっかけ(上位3つ)



Q.現在のご自宅の延床面積



Q.ライフステージごとに収納に困ったもの

※調査レポートは[こちら](#)よりご覧いただけます。

未来をまちづくる **PLT**

Prime Life Technologies

プライム ライフ テクノロジーズグループは、パナソニック ホームズ、トヨタホーム、ミサワホーム、パナソニック建設エンジニアリング、松村組を事業会社として「未来をまちづくる PLT」をコーポレートメッセージに掲げ、顧客課題と社会課題の解決に取り組んでいます。

※プライム ライフ テクノロジーズ(株)は、2020年1月にパナソニック(現パナソニックホールディングス)とトヨタ自動車とが設立し、三井物産を加えた3社を株主とする会社です。

* 本件に関するお問い合わせ先 *

プライム ライフ テクノロジーズ株式会社 経営企画部 武田路和 中山肇

E-mail: info@prime-life-tec.com