



---

# 2020年 住宅トレンド情報

インテリア編 詳細案内

2020年12月15日

## 「ニューノーマル時代に求められる住宅インテリアと嗜好イメージの変化」

- ・2020年は新型コロナウイルス感染症のパンデミックにより、大きく時代が変化した。住宅インテリアにおいても、その影響はとて大きいものであった。2011年の東日本大震災、2015年のアベノミクス+相続税改正と、約5年ステップで、デザイン重視か、機能や住まい方重視か、訴求ポイントが変化してきたが、今年はデザイン訴求から住まい方訴求へと大きく舵を切ったといえる。
- ・そこで、これまでのように、ハウスメーカー、マンションデベロッパー、雑誌による一般のインテリア、NCDの調査による人の嗜好の動きを分野別に分析するのではなく、コロナ禍の中で提案されてきた新商品や企業の取り組みを住宅業界全体を通してキーワードごとに紹介し、住まいに対するニーズがどのように変わってきているのかを分析する。
- ・デザイン面では、現在主流となっている富裕層と高感度若年層という二大ターゲット別に、顕著な動向を分析する。
- ・さらに、NCDの「2020年住宅購入予定者調査」から、「好きな住まいのイメージ」(9種類の内外装のカラージュビジュアルを使ったデザイン嗜好調査)のデータから、人々の嗜好の変化を分析する。
- ・最後にまとめとして、今後の住宅インテリアの方向性を分析する。
- ・全体構成は以下の通り

### 第1部 コロナ禍での意識の変化とニューノーマル時代を重視した提案

### 第2部 ターゲットの二極化とインテリアデザインの傾向

### 第3部 住宅購入予定者調査による好きな住まいのイメージの変化

### 第4部 全体のまとめと今後のインテリアの方向性

# 第1部 コロナ禍での意識の変化とニューノーマル時代を重視した提案

・コロナ禍の中で提案されてきた新商品や企業の取り組みを住宅業界全体を通してキーワードごとに紹介し、住まいに対するニーズがどのように変わってきているのかを分析した。

・キーワードとして以下の7項目を抽出した。各項目に関して代表事例をあげて紹介する。

1. マルチプレイス化する住宅での多様な空間提案
2. 清潔感・安全性必須 1) 間取りの変化 2) タッチレス 3) 抗ウイルス・抗菌素材 4) きれいな空気
3. 遮音・防音ニーズ高まる
4. 光環境への意識の高まり
5. 家の中でのリラックス感訴求
6. 内と外を融合した中間領域重視の継続
7. 平屋増加

## 第2部 ターゲットの二極化とインテリアデザインの傾向

### ターゲットの二極化

・今回の新型コロナウイルス感染症のパンデミックにより、経済格差が広がったと言われている。実態経済とは離れて株価は上がり、コロナの影響を受けない安定した職種と、もろに影響を受ける職種では、経済状態も意識も全く異なる。

・マンションは緊急事態宣言下では販売が鈍ったものの、バブル後最高値といわれる状況にも関わらず、都心の条件のよい物件が人気となり、販売は順調とのこと。これは、テレワークを経験して、通勤時間の無駄を省き、より利便性の高いマンションが求められている結果といえよう。一方で、緑豊かな郊外や地方への移住を希望する層も出現し、住まいに対するニーズは多様化している。

・ハウスメーカーでは、富裕層向けの商品と、第一次住宅取得層向けの商品に大別されるが、富裕層向けの商品に関しては、当初の横長の寄棟による邸宅デザインから、都心立地の都市型デザインへと大きくデザインがシフトした。実際の富裕層は都市に住んでいるということなのだろう。

・第一次住宅取得層である若年層に対しては、ネットを活用した規格型商品への移行が目立っている。背景にあるのは、限られた予算しかないにも関わらず、情報量の多さとデザインへのこだわりによって、契約までのクロージングが難しくなっていることに加え、営業マンの働き方改革が必要とされていることがあげられる。これまでも住宅のネット販売は何度か試みがされてきたが、コロナによる時代の変化によって、いよいよ本格化していく可能性がある。

### インテリアデザインの傾向

・インテリアデザインにおいては、様式性がなくなり、テイストからライフスタイル提案へとその動きは継続している。

・どの分野も、日本人の好きな「シンプルで木質を活かしたもの」がボリュームであることは変わらないが、ターゲットによって若干デザイン傾向が異なる。

・富裕層向けはモダン基調のデザイン。

・若年層はヴィンテージ感覚がプラスされている。一方で、女性的でエレガントな感覚は一般のインテリアを通してみても少なくなっている。

・マンションにおいては、海外トレンドを含めたデザイン重視ではなく、売りやすく、誰からも嫌われにくいインテリアデザインへのシフトが感じられた。

・価格に関係なく高級感を訴求できるオーセンティックテイストが出現、高価格帯では上品な洋風エレガント、普及価格帯では汎用性の高いナチュラルがボリュームとなっている。

・第2部ではハウスメーカーの富裕層向け商品と若年層向けの商品の比較とインテリアテイストの傾向、マンションの価格帯別インテリアテイストの傾向、一般雑誌からみたインテリアテイストの傾向を分析する。

## 第3部 住宅購入予定者調査による好きな住まいのイメージの変化

- ・NCDが今年4月に調査した「住宅購入予定者調査」の中から「好きな住まいのイメージ」を取り上げ、嗜好イメージの変化を探る。
- ・昨年との比較により今年の傾向を把握する。
- ・9テイストの嗜好調査と他の調査とのクロス集計の中から、そのテイストを好む層を深掘する。
- ・最後に、調査結果から、今後注力すべきインテリアテイストを確認する。

## 第4部 全体のまとめと今後のインテリアの方向性

- ・第1部から第3部を通して、全体のまとめを行い、今後のインテリアの方向性を考える。

# 使用データ

## ■ハウスメーカー

12社のHPのニュースリリース  
期間2019年11月～2020年11月

| メーカー        | 商品名or情報ソース                                | 発売or発表日    |
|-------------|---|------------|
| 積水ハウス       | REGNUM COURT                              | 2019.11.1  |
|             | ファミリースイートおうちプレミアム                         | 2020.8.4   |
|             | ライフスタイル型モデルハウス                            | 2020.8.26  |
|             | KOKAGE LOUNGE                             | 2020.9.4   |
| 大和ハウス工業     | ライフジェニック                                  | 2019.11.1  |
|             | 快適ワークプレイス                                 | 2020.6.1   |
| 積水化学工業      | レジリエンス100STAY&WORKモデル                     | 2020.7.14  |
| ミサワホーム      | MJ FRAME AG                               | 2020.7.16  |
| 旭化成ホームズ     | RAUM FREX                                 | 2020.6.5   |
|             | Life Design Ideas for GRADEライフスタイル        | 2020.7.10  |
|             | Life Design Ideas for DOMAライフスタイル         | 2020.8.7   |
|             | onefitto                                  | 2020.11.13 |
| パナソニック ホームズ | おうち時間を楽しもう！                               | 2020.6.2   |
|             | ウチとソトをつなぐ新しい平屋                            | 2020.7.22  |
| 三井ホーム       | NEW GRAND FREE                            | 2019.11.16 |
|             | chocho cool                               | 2020.7.16  |
| 三菱地所ホーム     | SMART ORDER Fit Styling by ACME Furniture | 2020.5.25  |
| ヤマダホームズ     | ネットdeすまい                                  | 2020.1.20  |
|             | NEXIS 抗菌+ (プラス)                           | 2020.5.28  |
| 日本ハウスHD     | 快適住宅シリーズ 抗ウイルス・抗菌                         | 2020.8.1   |
| サンヨーホームズ    | ファミリーSOHO                                 | 2020.7.1   |
| スウェーデンハウス   | 平屋住宅「レットナード」                              | 2020.7.2   |

## ■マンションデベロッパー

- ・メジャーセブン7社、スーモ、コスモスイニシアのHP
- ・期間2020年7～8月にHPがオープンし、モデルルームのインテリア画像を見られる21物件中7物件
- ・2020年1月竣工～2022年完成予定

| 物件名                           | デベロッパー                     |
|-------------------------------|----------------------------|
| イニシア板橋 桜レジデンス                 | コスモスイニシア                   |
| イニシア築地レジデンス                   | コスモスイニシア                   |
| グランドヒルズ南青山                    | 住友不動産                      |
| ライオンズ綾瀬グランフォート                | 大京                         |
| ブランドタワー所沢                     | 東急不動産                      |
| SHIROKANE The SKY             | 東京建物                       |
|                               | 長谷工不動産                     |
|                               | 住友不動産                      |
|                               | 野村不動産                      |
|                               | 三井不動産レジデンシャル               |
| ジオ調布                          | 阪急阪神不動産                    |
| ザ・パークハウス三田ガーデン<br>レジデンス & タワー | 三菱地所レジデンス<br>三菱倉庫<br>大栄不動産 |

# 使用データ 「2020年住宅購入予定者調査」 調査対象者の内訳

|    |     | 年代    |       |       |       | 合計     |
|----|-----|-------|-------|-------|-------|--------|
|    |     | 30代   | 40代   | 50代   | 60代   |        |
| 男性 | 度数  | 120   | 120   | 120   | 120   | 480    |
|    | 行 % | 25.0% | 25.0% | 25.0% | 25.0% | 100.0% |
| 女性 | 度数  | 120   | 120   | 120   | 120   | 480    |
|    | 行 % | 25.0% | 25.0% | 25.0% | 25.0% | 100.0% |
| 合計 | 度数  | 240   | 240   | 240   | 240   | 960    |
|    | 行 % | 25.0% | 25.0% | 25.0% | 25.0% | 100.0% |

|    |     | f12)居住地域 |       | 合計     |
|----|-----|----------|-------|--------|
|    |     | 東京圏      | 京阪神地区 |        |
| 男性 | 度数  | 240      | 240   | 480    |
|    | 行 % | 50.0%    | 50.0% | 100.0% |
| 女性 | 度数  | 240      | 240   | 480    |
|    | 行 % | 50.0%    | 50.0% | 100.0% |
| 合計 | 度数  | 480      | 480   | 960    |
|    | 行 % | 50.0%    | 50.0% | 100.0% |

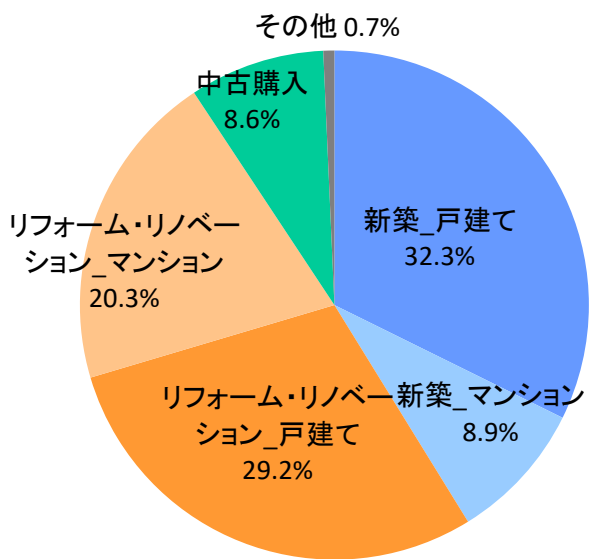


図 希望する住宅の形態別構成(n=960)

調査期間 2020年4月10日～17日  
(緊急事態宣言下での調査)  
調査委託 株式会社ルウム

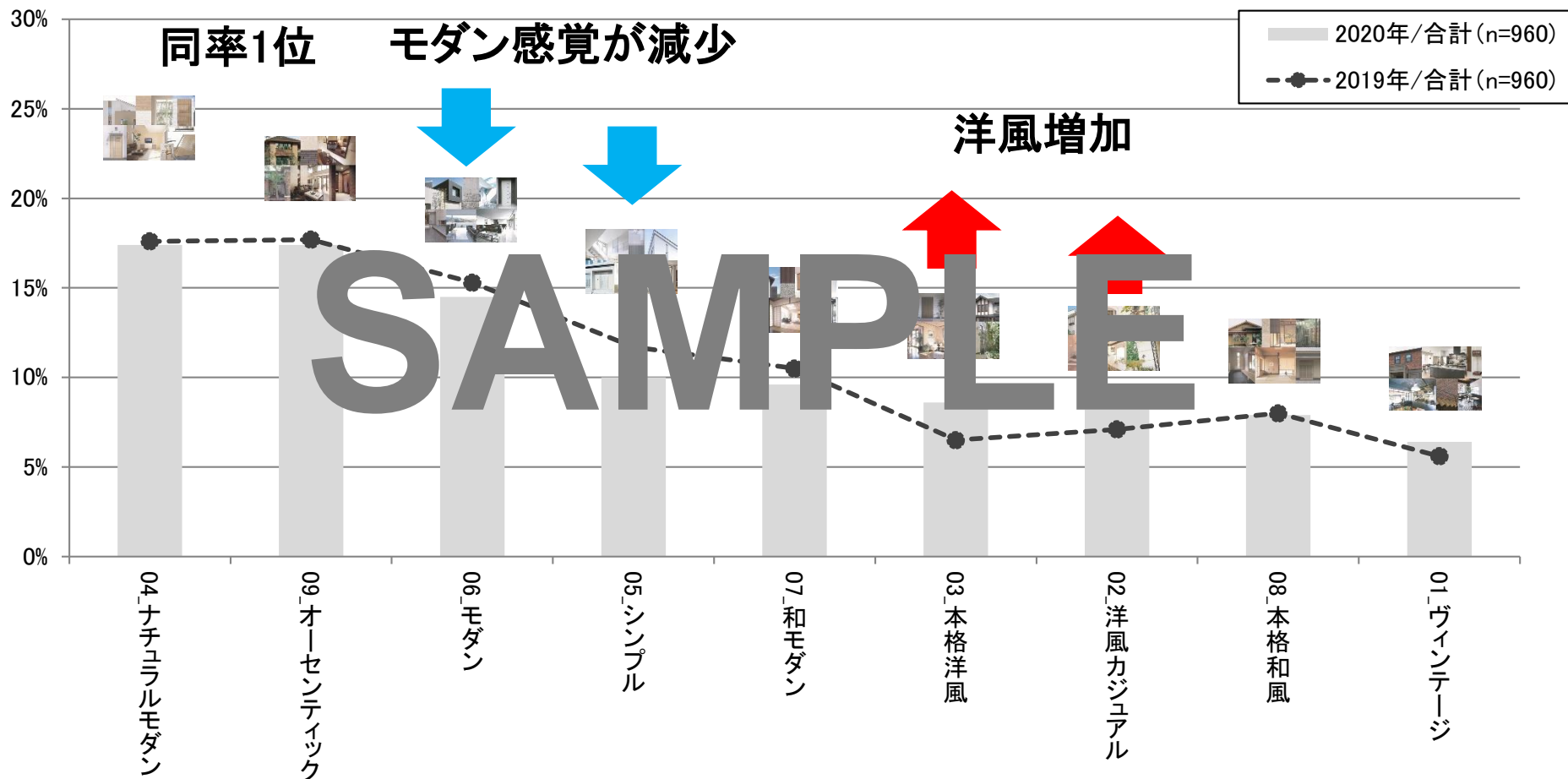
|                     |     | f1)性別 |       | 合計    |
|---------------------|-----|-------|-------|-------|
|                     |     | 男性    | 女性    |       |
| 新築_戸建て              | 度数  | 173   | 137   | 310   |
|                     | 行 % | 36.0% | 28.5% | 32.3% |
| 新築_マンション            | 度数  | 41    | 44    | 85    |
|                     | 行 % | 8.5%  | 9.2%  | 8.9%  |
| リフォーム・リノベーション_戸建て   | 度数  | 144   | 136   | 280   |
|                     | 行 % | 30.0% | 28.3% | 29.2% |
| リフォーム・リノベーション_マンション | 度数  | 82    | 113   | 195   |
|                     | 行 % | 17.1% | 23.5% | 20.3% |
| 中古購入                | 度数  | 36    | 47    | 83    |
|                     | 行 % | 7.5%  | 9.8%  | 8.6%  |
| その他                 | 度数  | 4     | 3     | 7     |
|                     | 行 % | 0.8%  | 0.6%  | 0.7%  |
| 合計                  | 度数  | 480   | 480   | 960   |
|                     | 行 % | 100%  | 100%  | 100%  |

|                     |     | 性×年代   |        |        |        |        |        |        |        | 合計     |
|---------------------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                     |     | 男性/30代 | 男性/40代 | 男性/50代 | 男性/60代 | 女性/30代 | 女性/40代 | 女性/50代 | 女性/60代 |        |
| 新築_戸建て              | 度数  | 56     | 60     | 32     | 25     | 58     | 28     | 23     | 28     | 310    |
|                     | 行 % | 46.7%  | 50.0%  | 26.7%  | 20.8%  | 48.3%  | 23.3%  | 19.2%  | 23.3%  | 32.3%  |
| 新築_マンション            | 度数  | 19     | 10     | 6      | 6      | 12     | 15     | 12     | 5      | 85     |
|                     | 行 % | 15.8%  | 8.3%   | 5.0%   | 5.0%   | 10.0%  | 12.5%  | 10.0%  | 4.2%   | 8.9%   |
| リフォーム・リノベーション_戸建て   | 度数  | 26     | 22     | 44     | 52     | 20     | 29     | 50     | 37     | 280    |
|                     | 行 % | 21.7%  | 18.3%  | 36.7%  | 43.3%  | 16.7%  | 24.2%  | 41.7%  | 30.8%  | 29.2%  |
| リフォーム・リノベーション_マンション | 度数  | 8      | 16     | 31     | 27     | 15     | 33     | 23     | 42     | 195    |
|                     | 行 % | 6.7%   | 13.3%  | 25.8%  | 22.5%  | 12.5%  | 27.5%  | 19.2%  | 35.0%  | 20.3%  |
| 中古購入                | 度数  | 10     | 12     | 7      | 7      | 14     | 15     | 11     | 7      | 83     |
|                     | 行 % | 8.3%   | 10.0%  | 5.8%   | 5.8%   | 11.7%  | 12.5%  | 9.2%   | 5.8%   | 8.6%   |
| その他                 | 度数  | 1      | 0      | 0      | 3      | 1      | 0      | 1      | 1      | 7      |
|                     | 行 % | 0.8%   | 0.0%   | 0.0%   | 2.5%   | 0.8%   | 0.0%   | 0.8%   | 0.8%   | 0.7%   |
| 合計                  | 度数  | 120    | 120    | 120    | 120    | 120    | 120    | 120    | 120    | 960    |
|                     | 行 % | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

合計より+5%    合計より+10%    合計より-10%

# レポートサンプル 結果:好きな住まいのイメージ(SA) 2019年との比較

- ベスト3のうち、1位、2位はほぼ横ばいだが、初めて1位2位が同率1位となった。
- こここのところ増加傾向にあった06.モダンと05.シンプルなモダン感覚が今年は減少した。
- 逆に、減少傾向にあった03.本格洋風、02.洋風カジュアルが増加し、4位から8位までが僅差となった。
- ワースト1位の01.ヴィンテージと08.本格和風との差も縮まり、全体に分散化傾向にある。





**不許複製**

レポート作成に関しては、各社HPのニュースリリースや新商品の画像をそのまま使用しております。  
そのため、社外への画像の転用は固くお断りいたします。  
画像やデータのご使用に関しては、社内限定でお願いいたします。

**株式会社 日本カラーデザイン研究所** NIPPON COLOR & DESIGN RESEARCH INSTITUTE INC.

〒113-0033 東京都文京区本郷3-5-2 第2田中ビル  
TEL.03-3818-0071(代)FAX.03-3818-0622

3-5-2, HONGO BUNKYO-KU, TOKYO, 113-0033 JAPAN  
PHONE:03-3818-0071 FAX:03-3818-0622

<http://www.ncd-ri.co.jp>