Press Release

SUUMO スーモ

RECRUIT 株式会社リクルート

2023年4月20日

SUUMOトレンド発表会2023
キーワードは「平屋回帰」
小さな投資で豊かな暮らしを実現できるコンパクト平屋に再注目！

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）の住まい領域の調査研究機関である『SUUMOリサーチセンター』では、「SUUMOトレンド発表会2023」を2023年4月20日（木）に開催し、「平屋回帰」というトレンドキーワードを発表いたしましたのでご報告いたします。

■「SUUMOトレンド発表会2023」キーワードは「平屋回帰」
高性能で効率的、“モノを持たないミニマルな暮らし”が住宅ニーズにも表れる。

単身世帯・小規模世帯の増加、不要品の個人間売買アプリの普及、映像・音楽コンテンツのサブスクリプション化などを背景に、私たちは以前に比べ多くのモノを持つ必要がなくなりました。人生100年時代、度重なる災害を経験し、先々のライフスタイルの変化が想定される中、変化に柔軟な家造りや将来設計の面からも“ミニマルな暮らし”に注目が集まっています。
加えて最近は、住宅資材・エネルギー価格の高騰も著しいことや、SDGs（持続可能な開発目標）の採択により、脱炭素化・省エネ意識が高まったことで、初期コスト・ランニングコストともに低い、小さな平屋・コンパクト平屋へのニーズが増加しています。かつて日本では、多くの人は平屋や1階建ての長屋に住んでおり、2階建て以上の家が普及したのは戦後からです。日本の伝統的な家の形に、今改めて注目が集まるトレンドを「平屋回帰」と名付けました。

写真左から、株式会社ヒロ建工、デザインハウス・エフ、BESS（撮影／窪田真一）、PIXTA

トレンドワードについて研究員のコメント

『SUUMO』副編集長兼
『SUUMOリサーチセンター』研究員

笠松 美香

かつて一戸建てといえば、結婚や子育てをきっかけに、生涯住むことを前提として選ぶもので、部屋数も収納も多く設け、さまざまな変化に備えることが当たり前とされてきました。しかし現在は子どものいない世帯や単身で暮らす人、高齢者世帯、一人親世帯など、世帯も多様化。人生100年といわれる中で、転職、子どもの独立、親の介護、体の変化など、自身に起こる変化を全て想定し、生涯暮らす家を選ぶのは難易度が高く、目の前の暮らしやすさと両立できないのかもしれません。サブスクやフリマアプリ等、IT化によりもたらされたたくさんの選択肢により、全てを家の中で賄わずとも、暮らしの質が上げられるようになってきました。これからは自身の変化に合わせてその都度、最適な住まいを選ぶ「都度最適」が日々の暮らしを豊かにしてくれるのではないでしょうか。小さな投資で、変化に柔軟に対応できる、20坪前後のコンパクトな平屋暮らし「平屋回帰」の現象は、さまざまな社会背景からの必然なのかもしれません。

本件に関する
お問い合わせ先

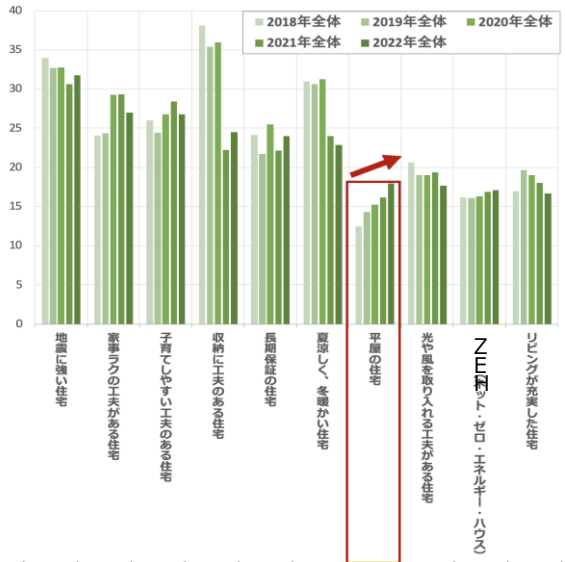
https://www.recruit.co.jp/support/form/

平屋ニーズの拡大

■注文住宅建築者の平屋検討率は上昇傾向。2022年では約2割の方が検討。

注文住宅建築者の調査における検討項目では、「平屋の住宅」を回答した割合は年々増加しており、2018年12.4%に対し、2022年では17.9%となった。

Q.住宅のテーマについて、検討したものがあれば以下の中からすべてお選びください。
※回答選択肢33項目から上位10項目を抜粋



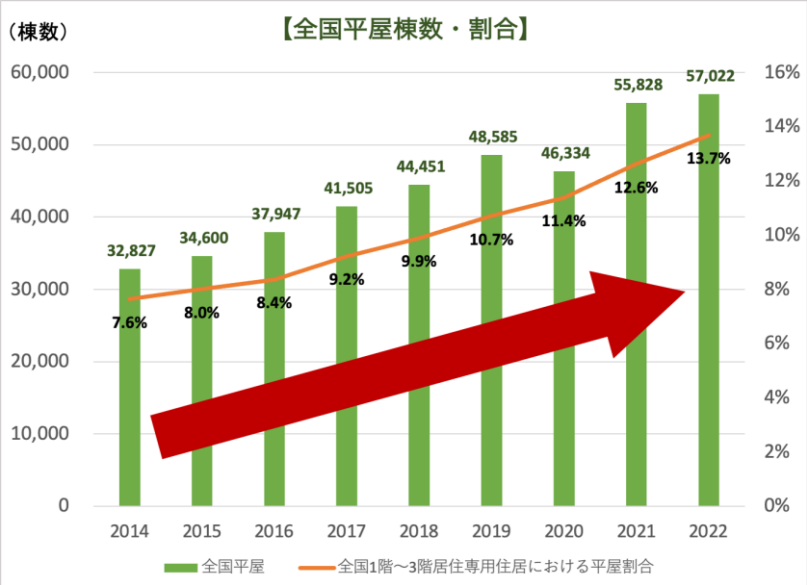
	n=	地震に強い住宅	家事ラクの工夫がある住宅	子育てしやすい工夫のある住宅	収納に工夫のある住宅	長期保証の住宅	夏涼しく、冬暖かい住宅	平屋の住宅	光や風を取り入れる工夫がある住宅	ZEH(ゼッチ・ゼロ・エネルギー・ハウス)	リビングが充実した住宅
2018	1,845	33.9	24.0	26.0	38.1	24.1	31.0	12.4	20.7	16.1	16.9
2019	1,884	32.7	24.3	24.4	35.4	21.7	30.6	14.3	19.0	16.1	19.7
2020	1,884	32.8	29.3	26.7	35.9	25.5	31.3	15.2	19.0	16.3	19.0
2021	1,884	30.6	29.3	28.4	22.2	22.1	24.0	16.2	19.4	16.9	18.0
2022	1,856	31.8	27.0	26.8	24.5	24.0	22.8	17.9	17.7	17.1	16.7

(%)

出典：リクルート　注文住宅動向調査＜注文住宅建築者＞2022
【検討者】今後2年以内に一戸建て（新築・建て替え注文住宅）の建築を検討している人（いずれも本人または家族が以下の職業の人を除外：住宅メーカーまたは販売、不動産・建設関連、広告代理店・市場調査関連）

■全国の平屋棟数・割合は増加。地震経験と高齢化・小規模世帯化が平屋需要を後押し。

2階の重みがなく、シンプルな構造である平屋の着工棟数・割合は全国的に増加傾向となっている。熊本では、地震で古い家屋が倒壊。再建築の際には、平屋の検討者が増加した。



出典：国土交通省　『建築着工統計調査 / 建築物着工統計』
※全国平屋＝地上階数1階かつ居住専用住宅の建築物の総計棟数
※全国1階～3階＝地上階数1階～3階で居住専用住宅の建築物の総計棟数

「平屋回帰」トレンドの背景

■ライフスタイルの変化に合わせて住まいも最適化

「平屋回帰」の背景には、小規模家族の増加、住宅資材や、エネルギー価格の高騰などの社会の変化、SDGsへの関心向上、ミニマルライフ志向へシフトなど、住宅や暮らし方に影響を与える内面的な変化がある。

社会の変化

住関連価格の高騰

高騰を続ける住宅資材・土地価格により、必然的に従来よりも住宅コストへ意識が向かうように。

所有から利用へ

不要品の二次流通や、自宅外の倉庫での保管が一般化。電子化やサブスクの普及によりモノを所有する必要性が低下。

世帯構成の多様化

子育てファミリー向けの商品中心だった一戸建てが、単身世帯・シニア夫婦世帯・一人親世帯等、多様な住宅ニーズに合わせ変化。

人々の内面変化

ミニマルライフへの志向変化

災害で資産を失うこと、終活、実家じまいなど、モノを持つことで直面する課題に触れる機会が増え、ミニマル志向へシフト。

SDGsへの関心向上

住宅の省エネは国の目標として求められてきたが、エネルギー価格高騰に直面し、個人のコスト意識も変化。

身軽な暮らし体験

アウトドア・キャンプブーム・デュアルライフなど、自然に近い生活体験から主拠点以外にも多様な住宅ニーズが増加。

「平屋回帰」の合理的要素

■外的要素

エネルギー効率が良い

家がコンパクトであるほど、冷暖房の効率が良い。ランニングコストはもちろん、将来的な修繕コストも抑えられる。

優れた耐震性

2階の重みがなく構造がシンプルなため、地震の揺れに対し強い構造の建物が造りやすい。地震による被害を最小限にできる

小さな投資で変化に柔軟に対応

複数の拠点を持ったり、ライフステージの変化による住み替えにも対応しやすい価格帯の選択肢が増え、将来の自由度が高い。

■内的要素

高齢でも住みやすい

高齢でも、整理整頓・掃除・管理がしやすく屋外にも出やすい。階段からの落下やヒートショックなど住宅内事故リスクは低い。

家族対話を促進

空間を最大限に活用することで、物理的な距離も縮まり、家族や近隣住民とのコミュニケーションも促進される。

スマート家事動線

家の広さに合わせて、生活動線もコンパクトになるため、家事も効率的。屋外との動線もスムーズなため買い物などもラク。

現代の「コンパクト平屋」の特徴

■主に主拠点としてのコスパ平屋とサブ拠点としてのタイニーハウスや小屋

コンパクトで高コスパな平屋

主拠点
first place（ファーストプレイス）

広さ
建物面積20坪前後（40㎡～75㎡）
2LDK or 1LDK
建物面積に含まれないロフトやデッキを設けることも

特徴
新築でも1500万円（毎月返済額3.9万円）前後、
土地を入れても2000万円（毎月返済額5.2 万円）
前後など手の届きやすい価格。高齢の方はローンを組
まずに前の家の売却益で一括購入することも

主拠点に加える小屋やタイニーハウス
third place（サードプレイス）

広さ
10㎡以下から～30㎡程度

特徴
趣味や目的に特化した最低限の造り
2拠点目や、自宅の敷地内に設置して
本宅とは違った暮らし・気分を味わう
価格は約100万円～300万円程度と試しやすい金額

※35年返済、元利均等返済、変動金利0.475% で試算
写真／左から1点目・2点目・3点目　『SUUMOジャーナル』、4点目　BESS

■「コンパクト平屋」は「新築 高コスパ平屋」「リユース平屋」「サードプレイス平屋」の3種類に分類

新築 高コスパ平屋 **高機能な規格型新築住宅**	太陽光発電、高断熱、高耐震等の機能性を追求しながらも20坪前後で、1500万円を切るローコスト新築住宅が登場。背景に家づくりの環境の変化が。 **①商品の規格化** 仕様と間取りパターン化、選択式にし資材統一化と打ち合わせ回数減少させコストダウン **②リアル展示場とオンライン化** 一部の会社では固定費のかかる展示場出店をせず既建築者の家を検討者にモデルハウスとして見せたり見学や見学予約、説明会等をオンライン化
リユース平屋 **リノベ・買取再販・減築など**	中古一戸建てを買い取り、一定のリフォームを加えることで土地込みで1500万円を切る価格での販売が実現。 地方都市で販売数を拡大している。また昔ながらの日本家屋の2階部分をなくす減築にも注目が集まっている。
サードプレイス平屋 **多拠点生活や個人の趣味に**	家族でアウトドアやキャンプ・趣味などを楽しむ拠点として、地方の平屋を改修したり、必要最低限の新築を建てるケース。 庭先に小屋を増築。リモートワーク、趣味、小さなお店など、目的に特化したスペースとして一人の時間を楽しむなども。

実例紹介

事例①「新築 高コスパ平屋」
家事がラクになる動線でシンプルな暮らしを実現（千葉県・建物床面積66㎡）

幼い頃に実家で感じた「階段がない動線」で家事がラクな住まいを追求

■名前：Rさん
■家族：夫婦（40代・50代）
■以前の住居：駅近80㎡超のマンション
■きっかけ：子どもが独立し、整理整頓をする中で不要なスペースが。コンパクトな平屋に変えてから、モノが減ったことで自然に家事分担ができ、夫婦仲も円満に。

URL：https://suumo.jp/journal/2023/03/23/194668/

事例②「新築 高コスパ平屋」
相続した実家の土地を単身住まいの家に活用（埼玉県・建物面積66㎡）

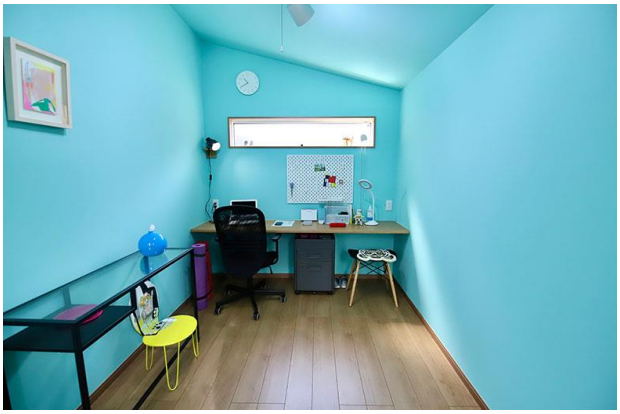
地面に近い暮らしで近隣の方との交流が活発に。家庭菜園を楽しみ自然になじむ暮らしを実現

■名前：Tさん
■家族：本人（60代）+猫1匹
■以前の住居：110㎡平屋（実家）
■きっかけ：土地相続時に発生した相続税対策で、一部の土地を売却して得た手元資金で住み替えを決意。広いウッドデッキは地域の憩いの場になっている。

URL：https://suumo.jp/journal/2023/04/19/195260/

事例紹介

事例③「サードプレイス平屋」
テレワークをきっかけに、庭先に気分を変えたいとタイニーハウスを建築（愛知県・建物面積8.2㎡）



コロナ禍のテレワークをきっかけに、自宅寝室での作業とは気分を変えたいと建築を決意

■名前：Sさん
■利用者：50代・女性
■費用：約130万円＋建築確認申請費用
■工期：約1カ月
■利用目的：コロナ禍でテレワークに。本宅には自分の書斎がなく、生活にメリハリをつけるために。現在はオンラインヨガや読書・音楽鑑賞などに利用。

URL：https://suumo.jp/journal/2023/02/16/193643/

事例④「サードプレイス平屋」
セルフビルドでこだわり趣味スペースに（長野県・建物面積9.87㎡）

自宅を建てたメーカーが展開するセルフビルドキットを購入。ホームセンターなどもフル活用

■名前：Kさん
■利用者：40代・男性
■費用：約100万円（セルフビルドキット価格、建築当時の価格）＋基礎工事費
■工期：セルフビルド期間は約2週間
■利用目的：バイクやヴィンテージ家電を直したりなど、趣味のスペースとして活用。

URL：https://suumo.jp/journal/2023/03/16/194578/

「コンパクト平屋」に関心の高い消費者の特徴

■ローコストな平屋に興味があると回答した方は「ゆとり」「健康的」な暮らしを求めている

「専有面積が40㎡～60㎡のローコスト平屋に興味がある」と回答した人（n=2,560）に対して、「暮らし方」について聞いたところ、時間・心のゆとりを持って暮らしたい、健康的な暮らしがしたいと回答した割合が50％を超えた。また、住みたい「エリア」についても聞いたところ、犯罪や災害に対するリスクが低いエリアと回答した割合が最も高かった。

※ 以下「専有面積が40㎡～60㎡のローコスト平屋に興味がある」と回答した人が特徴的に高い項目を抜粋

Q.あなたがしたい「暮らし方」について、お考えに近いものをお知らせください（いくつでも）

時間・心のゆとりを持った暮らし	55.6 %
健康的な暮らし	53.4 %
ゆとりある快適な居住空間を楽しむ暮らし	42.4 %
なるべくモノを持たない、シンプルな暮らし	40.9 %
自分の好みやライフスタイルを表現できる暮らし	27.8 %

Q.あなたが住みたい「エリア」について、お考えに近いものをお知らせください（いくつでも）

犯罪や災害に対するリスクが低いエリア	40.8 %
物価・住居費が安いエリア	30.4 %
緑や海、川などの自然が豊富なエリア	25.5 %
資産価値関係なく自分や家族の住みやすいエリア	19.3 %
その時々の働き方や生活に最適なエリア	16.5 %

出典：よのなか調査（生活者編）2022年　リクルート調べ
※新たな住まいへの興味において、①、②に興味があると答えた人が特徴的に回答率が高かった項目を抜粋

■ 『SUUMOジャーナル』関連記事

「平屋回帰」に関連する記事をまとめています。

「平屋回帰」まとめ

『SUUMOリサーチセンター』について

『SUUMOリサーチセンター』は、『SUUMO』の調査研究機関として、住まいや暮らしについての調査、住まいの品質向上に向けた実証実験、テクノロジーの実態調査を行っています。業界に向けた提言や生活者に向けた発信によって、住まいの価値を高め、一人ひとりにその価値が届くまでの伴走・支援をしています。『リクルート住宅総研』としての創立以来、約20年に渡って培ってきた住まいの検討者と不動産事業者に関する深い現場知見と『SUUMO』という国内最大級メディア運営に基づくデータに依拠した、実現できる未来を発信していきます。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング＆ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。
リクルートグループ：https://recruit-holdings.com/ja/　　リクルート：https://www.recruit.co.jp/