

「マンション・コミュニティに関するアンケート調査」

有事の共助と日常のつきあいの関係が明らかに
 ～顔見しりが20人以上いる人の7割が、「災害時に駆けつけてくれる人がいる」～

サステナブル・コミュニティ研究会(代表:三井不動産レジデンシャル株式会社、詳細後述)は、竣工年の異なる首都圏5棟のマンション居住者1,575戸を対象として、「マンション・コミュニティに関するアンケート調査」を実施いたしました。

本調査は、今後のマンション開発および管理運営に有益な示唆を得ることを目的としたものであり、マンション分譲会社为中心となって、居住者を対象にコミュニティに関する大規模調査を行うことは、不動産業界でも画期的な試みと言えます。

本調査を通じて、マンション居住者同士の日常のつきあい(交流)の実態や、災害時の助け合い(共助)の意識、日常のつきあいと災害時の助け合いの関係が明らかになりました。本ニュースレターでは、9月の「防災月間」に合わせその調査結果をご報告いたします。

《調査結果サマリー》

1

災害時の助け合いに関する意識

- ▶「災害時に駆けつけてくれる人」が「いない」と考えている居住者は、築年数を経たマンションでも5割を超える

2

日常のつきあいと 災害時の助け合いの関係

- ▶「顔と名前が一致する人の数」が多い人ほど、災害時に駆けつけてくれる人が「いる」と答える割合が高まる
- ▶「顔と名前が一致する人」が20人以上いると答えた人の約7割以上が、災害時に駆けつけてくれる人が「いる」

3

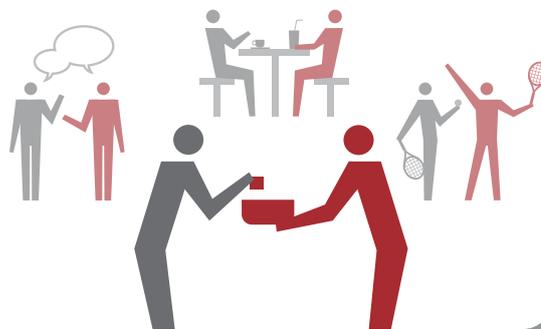
マンション居住者の 日常のつきあいの実態

- ▶日常のつきあいを11の具体的な行動形態に落とし込み、関係を分析
- ▶「おすそ分け」をする人は他のつきあいも多く、居住者間交流度合いを測る指標として有効
- ▶「おすそ分けをしあう人」がいる人は、いない人と比べて「顔と名前が一致する人」が多い

「顔と名前が一致する人」が20人以上いると答えた人の約7割以上が、「災害時に駆けつけてくれる人」がいる!



特に「おすそ分け」をしている人は、多様な交流を実践!



■サステナブル・コミュニティ研究会 概要

三井不動産レジデンシャルが中心となって立ち上げたプロジェクトであり、アドバイザーボード委員(有識者)や各種外部団体と連携しながら活動中。「集合住宅におけるサステナブル・コミュニティ指標」の策定やコミュニティ活動の支援施策として「Park HOMES Greeting」等を進めている。

●会員企業:三井不動産レジデンシャル株式会社、三井不動産レジデンシャルサービス株式会社、株式会社さとゆめ、株式会社ステップチェンジ

●サステナブル・コミュニティ研究会ホームページ <http://sustainable-community.jp>

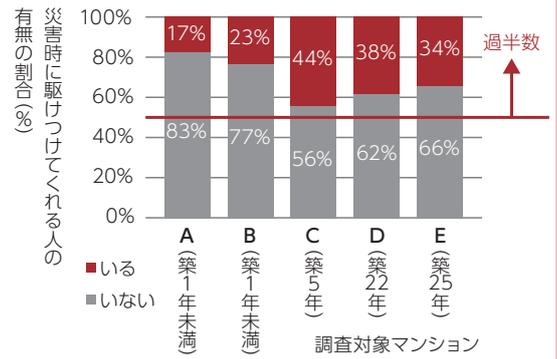
問い合わせ TEL: 03-3246-3912 E-mail: sustainable-community@mfr.co.jp (三井不動産レジデンシャル)

1

災害時の居住者間の助け合いの意識

災害時の居住者間での助け合い(共助)の意識を把握するために、「災害時に駆けつけてくれる人がいるか」という質問を投げかけたところ、5つの調査対象マンション全てで「いない」と回答した人が5割を超えました。築年数が1年未満のマンション(A、B)で「いない」が約8割と突出して高い数値を出していますが、築年数が20年以上のマンション(D、E)でも、過半数が「いない」と答えており、マンション居住者の関係づくりは、築年数の経過や居住の長さだけでは醸成されないということがわかりました。

図1 災害時に駆けつけてくれる人の有無の割合

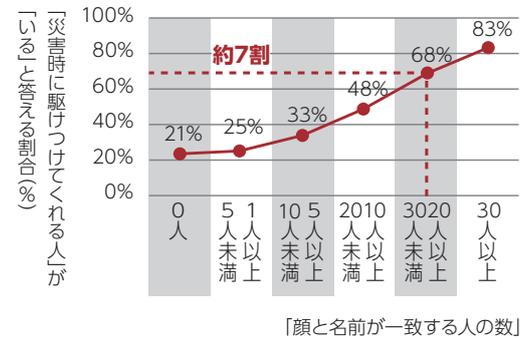


2

日常のつきあいと災害時の助け合いの関係について

日常のつきあいの程度を表す「顔と名前が一致する人の数」と、「災害時に駆けつけてくれる人」の関係をロジスティック回帰分析と呼ばれる方法で分析したところ、図2に示すように、「顔と名前が一致する人」が増加すればするほど、災害時に助けてくれる人が「いる」と答える割合が高まることがわかりました。この図から、「顔と名前が一致する人」が20人以上いると答えた人の約7割以上が、「災害時に駆けつけてくれる人」が「いる」と考えていることがわかります。「顔と名前が一致する人の数」が多い人ほど、災害時に頼りにできる人がいると考えていることから、マンション居住者間の日常のつきあいを深めていくことが、災害時の共助を進める上で効果的であることが改めて明らかになったと言えます。

図2 「顔と名前が一致する人の数」と「災害時に助けてくれる人」が「いる」と答える割合の関係



3

居住者間の日常のつきあい

マンション居住者はどのようなつきあいをしているのか、実態を調査しました。マンション内の居住者間で行われている日常のつきあいの種類を、図3に示すように11項目例示し、そうしたつきあいをしている人が同じマンション内にいるかを質問しました。その結果、「いる」と答えた人が多いほうから、「会釈」→「挨拶」→「立話」→「連絡先交換」→「おすそ分け」→「お茶・食事」→「趣味・興味」→「悩み相談」→「SNS」→「お出かけ」→「鍵預け」の順となっていました。また、11項目の日常のつきあいの種類間の関係を分析したところ、「おすそ分け」が他のつきあいの項目との関係が最も深く、表1に示すように、「連絡先交換」「お茶・食事」「悩み相談」等、比較的深いつきあいの項目との関係が強いことがわかりました。さらに、図4に示すように、「顔と名前が一致する人の数」と「おすそ分けをしあう人の有無」の関係を見ると、おすそ分けをしあう人がいる人の約20%が、「顔と名前が一致する人」が20人以上いたのに対し、いない人では、約2%でした。このことから、「おすそ分け」は、「顔と名前が一致する人」の多さにも繋がっていることが推察されました。

図3 居住者間のつきあいの種類ごとの「いる」と答えた人の割合

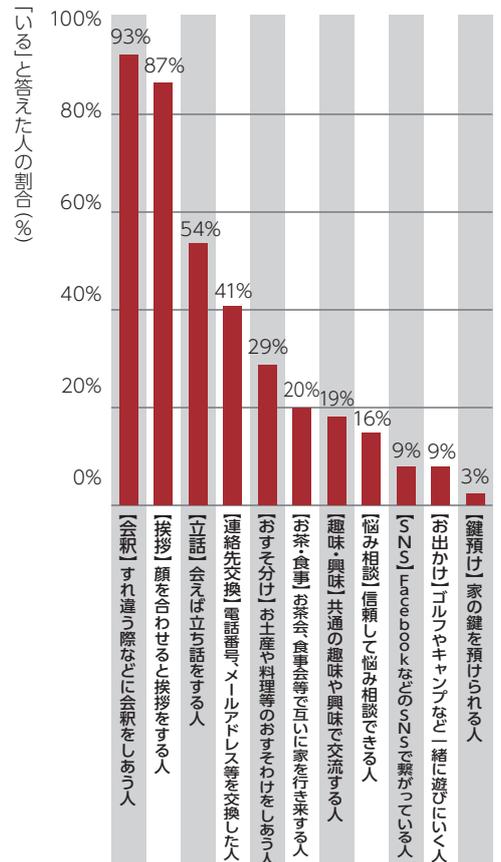
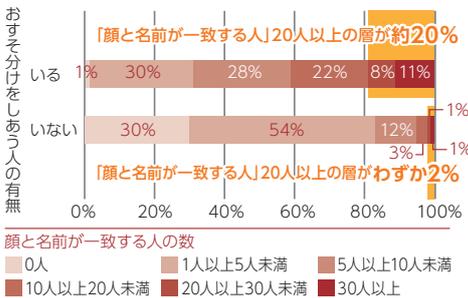


表1 「おすそ分け」とその他のつきあいの相関関係

おすそ分け	相関関係
連絡先交換	0.61
お茶・食事	0.58
悩み相談	0.54
趣味・興味	0.51
立話	0.51
お出かけ	0.40
SNS	0.33
挨拶	0.23
鍵預け	0.22
会釈	0.17

※数字は、ピアソン積率相関係数

図4 「顔と名前が一致する人の数」と「おすそ分け」実施有無の関係性



居住者間の日常のつきあいと、災害時の助け合いの関係が明らかに

東日本大震災以降、災害時の共助・互助を生むための基盤として、日常的なコミュニティ形成に関心が高まっています。しかし、首都圏のマンションには、災害時の共助・互助と日常的なコミュニティの関係を統計的に示した研究成果や、災害時の共助・互助を生むためのコミュニティ形成のガイドラインが、これまで十分にありませんでした。

今回、首都圏5棟のマンション居住者を対象にした大規模アンケート調査を行い、「顔と名前が一致する人の数」と「災害時に駆けつけてくれる人」の有無関係を分析することで、**居住者間の日常のつきあいと、災害時の助け合いの関係が明らかにできたことは大きな成果**であると考えています。

また、マンションの居住者が、災害時の助け合いに繋がるコミュニティを醸成していく際に、現状評価や目標設定に活用できる指標として、「顔と名前が一致する人の数」や「おすそ分けをする人の有無」等が有効であることが確認されたことも収穫でした。

「Park HOMESグリーティング」等で、顔と名前が一致する関係づくりをより明確に目指す

サステナブル・コミュニティ研究会では、これまで、様々なコミュニティ支援施策を展開してまいりましたが、そのなかでも、特に、新築分譲マンションの居住者向けイベント「Park HOMESグリーティング 入居あいさつ会」では、顔と名前が一致する関係づくりを目指しており、実施回ごとに、およそ4割※の住戸から平均2名※の方にご参加いただいています。例えば、50戸のマンションでは約40人、100戸のマンションでは約80人が参加し、**小グループごとの自己紹介、全体でのマイクリレー**等を行い、「顔と名前が一致する」関係づくりのきっかけを提供しております。

今後は、今回の調査結果を受けて、災害時の共助関係構築の目安となる、「顔と名前が一致する人が20人」を一つの目標として、居住者間のコミュニティ形成を支援してまいります。

また、「Park HOMESグリーティング」以外でも、今回の調査結果を活用する形で、マンション管理組合、自治会等の皆さまに活用頂ける**ツールや支援プログラムの開発**に取組んでまいります。

※首都圏マンションでのグリーティング実施実績より（2012年から2014年8月までに61のマンションで実施）



「Park HOMESグリーティング」でのマイクリレーの様子



【有識者コメント】 岡本正総合法律事務所 弁護士 マンション管理士 岡本 正氏

今回のアンケート調査結果により、災害時の安否確認や救助支援を円滑に実施するためには、平常時からの顔の見える関係づくりが重要になることが、改めて強調されました。一方で、都市の集合住宅における顔の見える関係は、築年数の経過や居住の長さだけで自然に醸成されないという現実が示されたことは、重要なことだと認識します。「災害に強いマンション」とは、建物の強さだけでなく、防災に関心を持ち居住者同士が助けあえるマンションだと考えられます。

そのためには、何よりも居住者同士が交流できる「場づくり」が重要です。たとえば、防災研修を実施するにしても、「災害後に日常生活を取り戻す方法」など、東日本大震災や過去の災害を教訓とした、居住者が本当に知りたい情報や災害後に対処する知恵を提供する等、コミュニティ形成に資するコンテンツづくりに一層の工夫が必要になってくるものと思われます。

《調査概要》

調査対象	三井不動産グループが管理する首都圏のマンション5棟の居住者
調査時期	2012年12月（配布・回収）～2014年4月（分析）
調査方法	●集合ポストへ全住戸各1部ずつ直接配布 ●入居する世帯の任意の代表者1名が回答 ●回答済みのアンケートはマンションフロント等のポストにて回収。
サンプル数	配布数：1575戸（5棟合計） 回答数：471戸（5棟合計） 回収率：29.9% ※マンション別回答数：A（89戸）、B（52戸）、C（199戸）、D（71戸）、E（60戸）
調査実施機関	サステナブル・コミュニティ研究会 ※集計・分析：株式会社さとゆめ（研究会会員）、立教大学経済学部経済政策学科 田島夏与研究室 猪股有佐（調査時大学院修士課程）