

「住宅に関するニーズについてのアンケート調査」
概要版

平成 18 年 7 月

社団法人 日本住宅建設産業協会
戸建住宅委員会・中高層住宅委員会
顧客ニーズアンケート合同ワーキング

はじめに

総務省が6月30日に発表した2005年の国勢調査抽出速報集計結果によれば、同年10月1日現在の65歳以上の高齢者人口は2,682万人で、00年と比べて21.9%（481万人）の増加となり、総人口1億2,776万人に占める割合は21.0%と世界最高水準に達しました。一方で15歳未満の子ども人口は1,740万人で、00年と比べて5.8%（107万人）の減少、総人口に占める割合は13.6%と世界最低水準に落ち込むこととなり、少子・高齢化の加速を裏付けるかたちとなりました。

従来に分譲住宅は、世帯構成類型の40%を占める「夫婦と子からなる世帯」を主たる住宅購買層に設定しておりましたが、少子・高齢化の進展に伴い、「夫婦と子からなる世帯」は2025年には24.2%にまで減少するとの推測があります。こうした世帯構成類型の変化は、分譲住宅の供給思想を大きく転換させるべき時期がきていることを示唆しているものと思われます。

このような時代背景の中でわれわれ分譲住宅供給事業者は、主たる世帯構成類型の変化やライフスタイルの変化などを的確に捉え、消費者の住宅に対する要望に合致した住まい方を常に模索し、提案することにより、新しい住宅需要を喚起することが必要であると考えています。

本アンケートは、分譲住宅ご購入者のプロフィールと共に、ライフスタイルや住宅へのニーズを分析することを目的として企画し、協会会員各社のご協力により700世帯を超えるご入居者のご意見を取りまとめることができました。

ご協力をいただきました各社には厚く御礼申し上げますと共に、協会会員各社には、商品企画の際の基礎資料としてご活用いただきますようお願い申し上げます。

平成18年7月

(社)日本住宅建設産業協会

戸建住宅委員会

委員長 今村民夫

目次

1 . 調査の目的・概要	1
2 . 回答者プロフィール	2
(1) 物件所在地について	
(2) 購入価格	
(3) 購入前の住所は「同一市(区)内」「隣接市(区)」が圧倒的に多い	
(4) 家族構成は、マンションは「夫婦+子世帯」が最も多いが、割合は半数未満	
(5) 団塊ジュニアのお父さんが、団塊世代である割合は約2割	
3 . 購入までのプロセスについて	5
(1) 検討の動機は「家賃がもったいない」が圧倒的	
(2) 新築マンション購入者は、新築マンションしか検討しなかった割合が4割	
(3) 物件決定要因は、マンションでは特定項目に集中し、戸建では分散する傾向	
(4) 情報社会の今でも購入時に困ったことは「情報の不足」	
(5) 子供についての購入エリアの選定ポイントは、「教育環境」よりも「安全性」	
4 . 購入後の感想について	8
(1) マンションと戸建の長所と短所は正反対	
5 . 建物の機能について	9
(1) 今の家と同じ広さなら、室数が減っても一部屋の大きさを重視するが2割以上	
(2) ニーズの高いオプションは「防犯対策品」	
(3) 和室が必要な理由は「押入」が欲しいから	
6 . ライフスタイルについて	11
(1) 携帯のネットとメールは毎日、家のパソコンは毎日か月数回	
(2) 自家用車の2台保有の割合は千葉県、埼玉県では2割以上	
(3) 自転車駐輪場は家族の数だけ欲しい	
(4) マンション、戸建ともガーデニングへの興味は強い	
(5) ペットとの共生希望者は戸建もマンションも6割	
(6) 子供の習い事に対する意識は、非常に高い	
(7) 永住志向は戸建に強く、マンションは4割が住替願望有	

1 . 調査の目的・概要

(1) アンケート名称

「住宅に関するニーズについてのアンケート調査」

(2) 調査対象

日住協会員企業が首都圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）にて供給した新築分譲マンション（以下、「マンション」という。）及び新築戸建分譲住宅（以下、「戸建」という。）を購入した主に30歳代の方で、入居後概ね1年～2年経過した方。

(3) 調査方法

本アンケート協会員企業（16社）に対し、上記(1)に該当する顧客への郵送によるアンケート送付及び回収を依頼し実施した。

- ・全送付数 2040件(うちマンション 737件(構成比36.1%)、戸建1303件(構成比63.9%))
- ・回収数 722件(うちマンション 222件(構成比30.7%)、戸建 491件(構成比68.1%)、無回答他9件)
- ・回収率 35.4% (マンション30.1%、戸建37.8%)

(4) 調査実施時期

平成18年3月

(5) 調査主体

(社)日本住宅建設産業協会 戸建住宅委員会・中高層住宅委員会
顧客ニーズアンケート合同ワーキングチーム

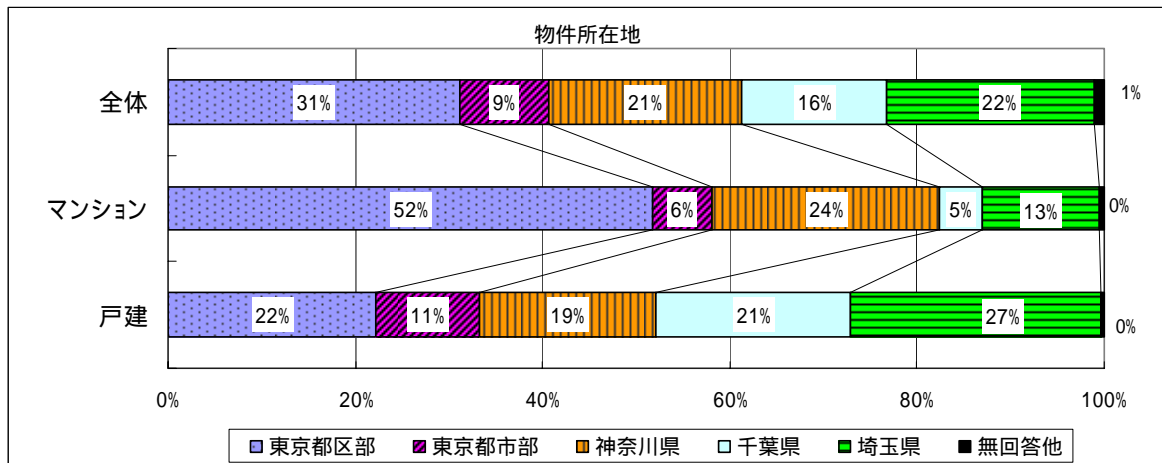
2. 回答者プロフィール

(1) 物件所在地について

全体では、東京都区部が 31%を占めるほか、東京都・市部 9%、神奈川県 21%、千葉県 15%、埼玉県 22%となっており、地域間に多少のばらつきが見られる。

マンションでは、東京都区部が 52%と半数以上を占め、神奈川県が 24%で続いており、この2地域で 76%と大半を占めている。

戸建では、最も多い埼玉県が 27%を占める他は東京都区部 22%、東京都・市部 11%、神奈川県 19%、千葉県 21%となっており、地域間のばらつきは比較的少ない。

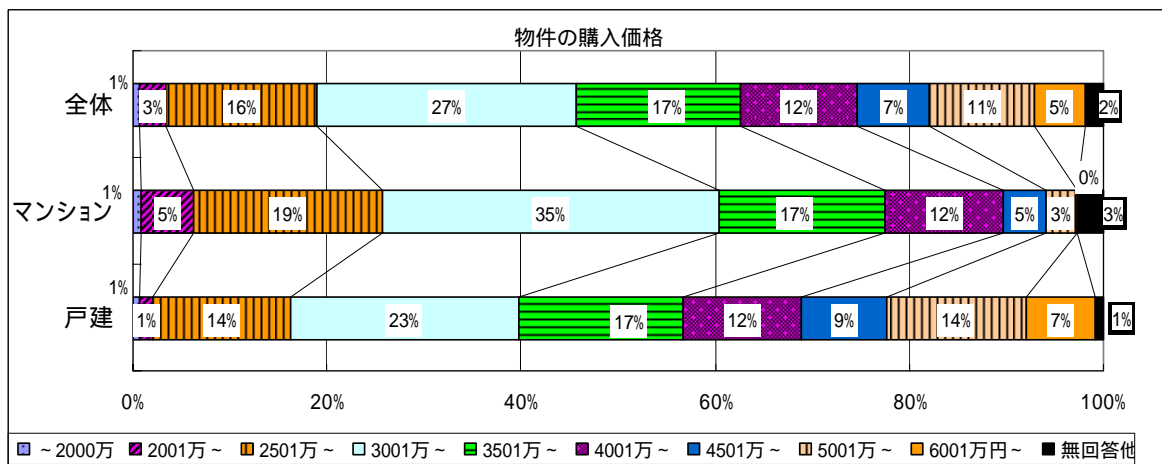


(2) 購入価格

全体では、3001万円～3500万円がボリュームゾーンとなり、その前後を合わせた 2501万円～4000万円が 60%を占める。

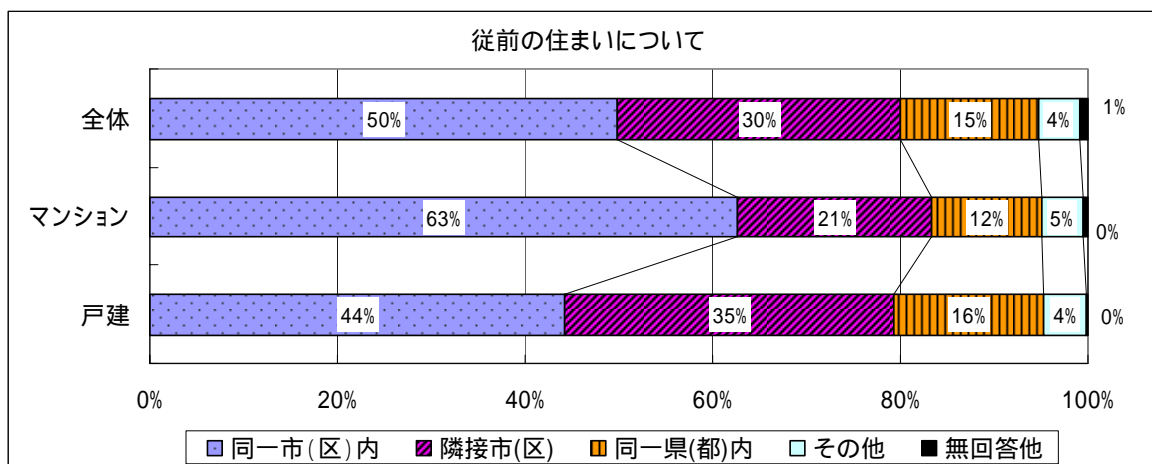
特にマンションでは、同価格帯（2501～4000万円）の割合が 71%となっており、4001万円以上は 20%と少ない。

戸建は、2501万円から 6001万円以上まで比較的幅広く分布しているが、これは回答者の物件所在地が 1都3県に幅広く分布しており、その土地価格の差が反映しているものと思われる。



(3) 購入前の住所は「同一市(区)内」「隣接市(区)」が圧倒的に多い

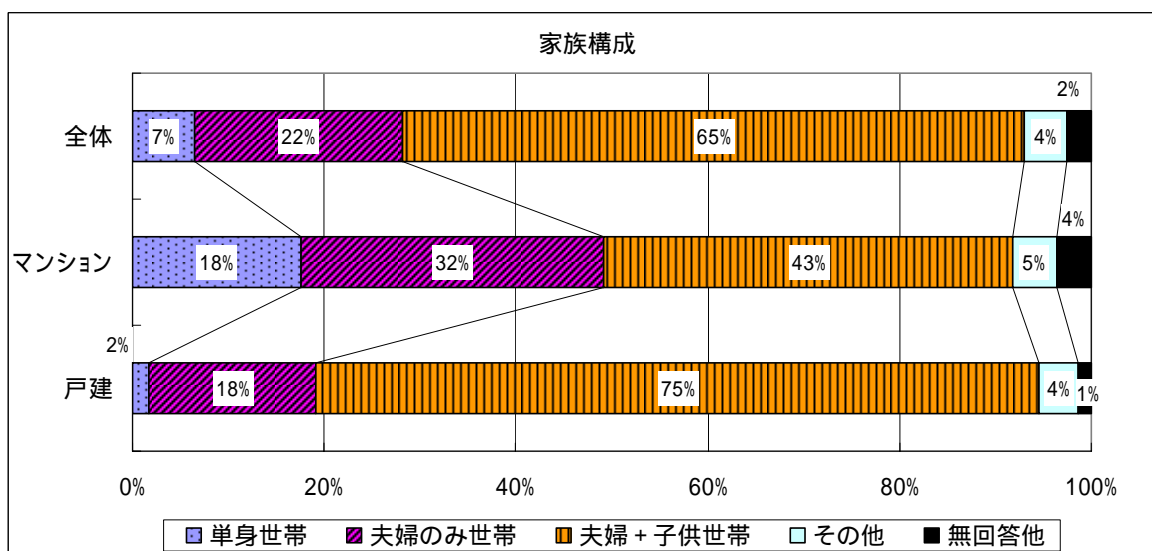
マンション、戸建にかかわらず、同一市(区)内、隣接市(区)、同一県(都)内、その他の順となっており、同一市(区)内、隣接市(区)でおおよそ80%を占め、地元志向が強いことが伺える。また、マンションに比べて、戸建では隣接市(区)の割合が高く、移動する範囲が比較的広い。



(4) 家族構成は、マンションは「夫婦 + 子世帯」が最も多いが、割合は半数未満

家族構成は、マンションでは「夫婦と子供世帯」の割合が最も高いが、その割合は43%と半数未満であり、「夫婦のみ世帯」が32%、「単身世帯」が18%を占める。

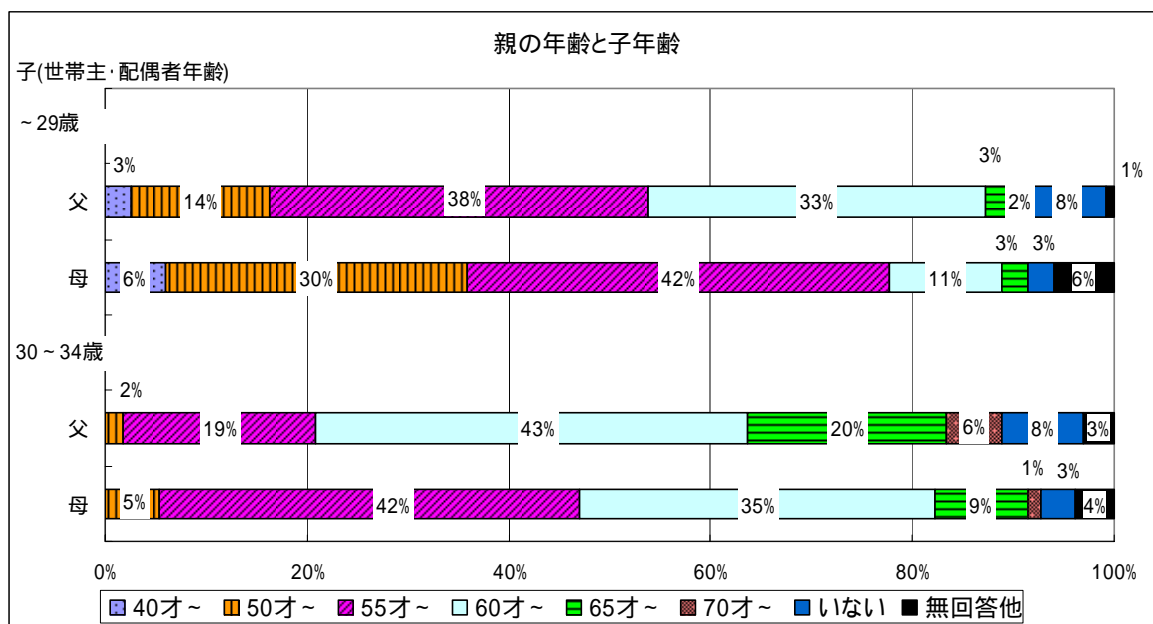
戸建では、「夫婦と子供世帯」の割合が75%と圧倒的に高いが、「夫婦のみ世帯」が18%を占めている。



(5) 団塊ジュニアのお父さんが、団塊世代である割合は約2割

世帯主・配偶者とその親の年齢の相関をみると、30～34歳（以下、「団塊ジュニア」という。）の親年齢では、父親が60～64歳の割合が43%と最も高く、55～59歳（以下、「団塊世代」という。）の割合は19%である。母親では、「団塊世代」の割合が42%と最も高く、60～64歳が35%と次に高い。

29歳未満の親年齢は、父親では「団塊世代」の割合が38%、60～64歳では33%とほぼ同割合となっており、母親では、「団塊世代」が42%、50～54歳が30%となっている。



3. 購入までのプロセスについて

(1) 検討の動機は「家賃がもったいない」が圧倒的

住宅購入の動機についての質問。

マンション、戸建ともに「家賃がもったいない」がトップを占めた。

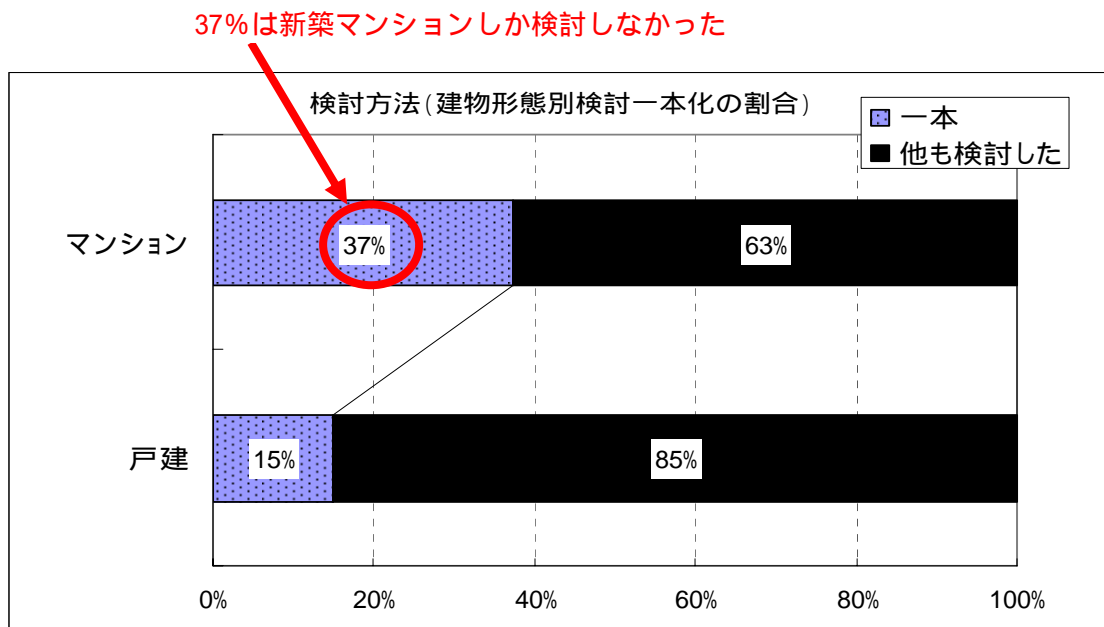
マンションでは上位3項目を金銭的なメリットが占めているのに対し、戸建では、「持家が欲しいと思ったから」が46%で2位となっている。(マンションは27%で4位)

順位	マンション	割合	戸建	割合
1	家賃がもったいない	73%	家賃がもったいない	57%
2	今が買い時と思ったから	37%	持家が欲しいと思ったから	46%
3	ローン完済年齢を考慮	30%	今が買い時と思ったから	40%
4	持家が欲しいと思った	27%	出産や子供の成長	29%
5	金利・税制メリットを考え	25%	金利・税制メリットを考え	29%

(2) 新築マンション購入者は、新築マンションしか検討しなかった割合が4割

購入の検討を始めてから資料請求や見学に至るまで購入対象の形態を一本に絞った割合は、マンションでは37%と概ね3組に1組は新築分譲マンションのみ検討し、購入に至っている。

これに対し、戸建は15%とマンションと比べその割合は低く、他の形態を並行して検討した割合が高い。



他の検討対象 (購入物件がマンションの場合)

新築分譲戸建 (戸建購入者は「マンション」)

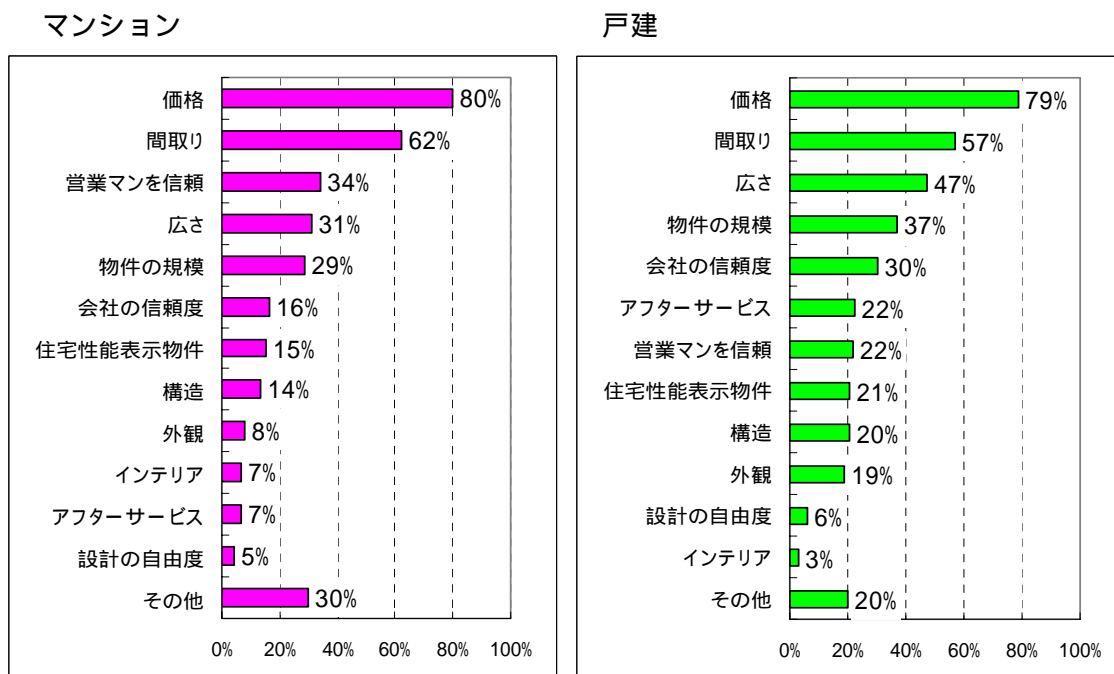
中古戸建 賃貸住宅

土地購入 + 注文住宅

中古マンション

(3) 物件決定要因は、マンションでは特定項目に集中し、戸建では分散する傾向

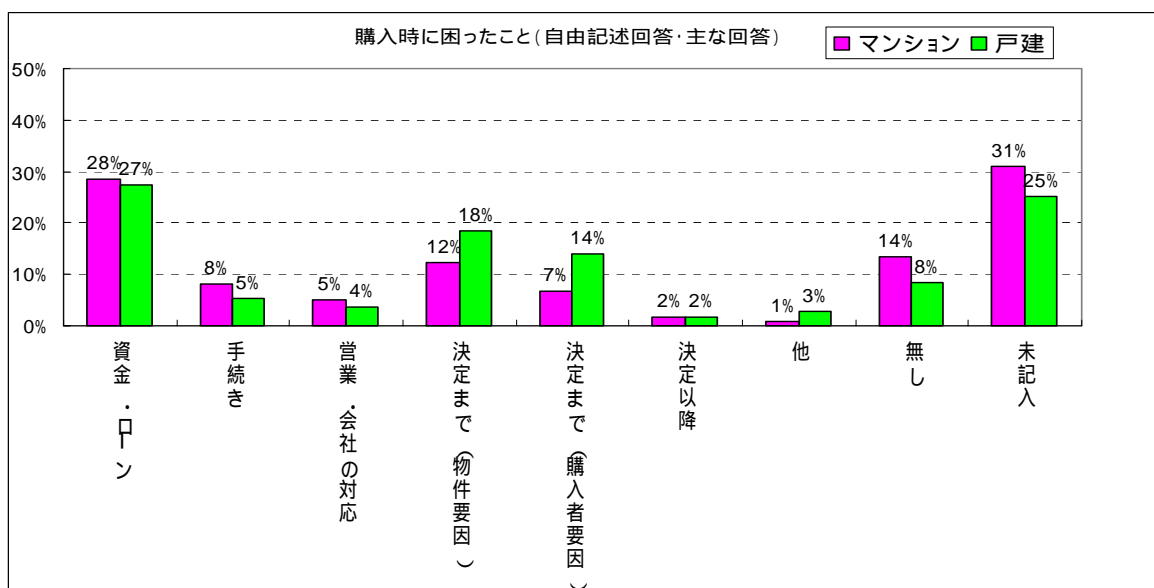
物件の決定要因についての質問で、マンションでは20%以上が要因に挙げた項目が全12項目中5項目であるのに対し、戸建では9項目となっている。マンションは要因が比較的特定の項目に集中しているのに対し、戸建は決定要因が分散する傾向がみられる。



(4) 情報社会の今でも購入時に困った事は「情報の不足」

「購入時に困ったこと」についての自由記述回答で、「購入時に困ったこと」で一番多かった回答は、マンション・戸建とも「資金・ローン」(資金繰り、ローンの組み方、買替えなど)である。

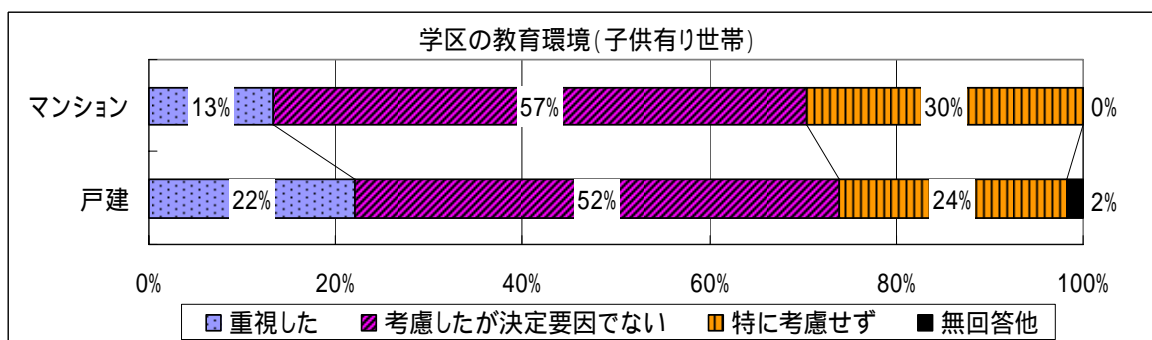
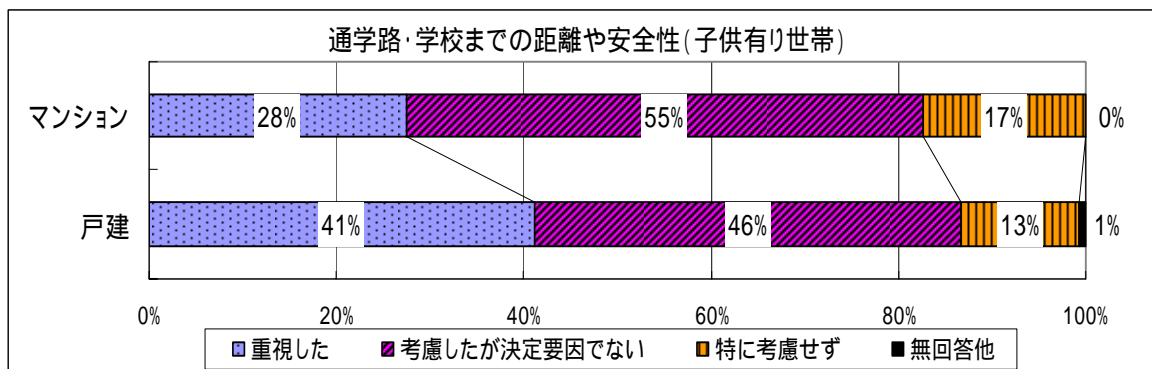
2番目はマンションでは「無し」、戸建では「(物件に起因する)決定まで」。「決定まで」の具体的内容として「(希望する)物件が見つからない」「決定への不安」「イメージが湧かない」などが挙げられた。中でも「(希望する)物件が見つからない」という意見が特に戸建に多く、マンションに比べ、戸建は情報の不足で困っていたといえる。



(5) 子供についての購入エリアの選定ポイントは、「教育環境」よりも「安全性」

購入にあたり、子供の「教育環境」「通学路や学校までの距離、安全性」をどの程度重視したかについての質問。

戸建、マンションとも傾向は似ており、「教育環境」よりも「通学路や学校までの距離、安全性」を重視した割合が高くなっている。



4 . 購入後の感想について

(1) マンションと戸建の長所と短所は正反対

本設問は、全ての回答者に対しマンション・戸建それぞれの長所・短所と思うことについて質問しており、回答者のもつイメージの集計結果である。

マンションの長所 (戸建の短所)としては、「防犯(が安心)」「管理・メンテナンス(手間がかからない)」「暖かい(涼しい)」などが挙げられたのに対し、戸建の長所 (マンションの短所) は、「周辺への(音等の)配慮があまりいらぬ」「土地(庭)がある」「(建替・リフォーム等)自由」などが挙げられ、それぞれの長短所がほぼ相反関係にある。

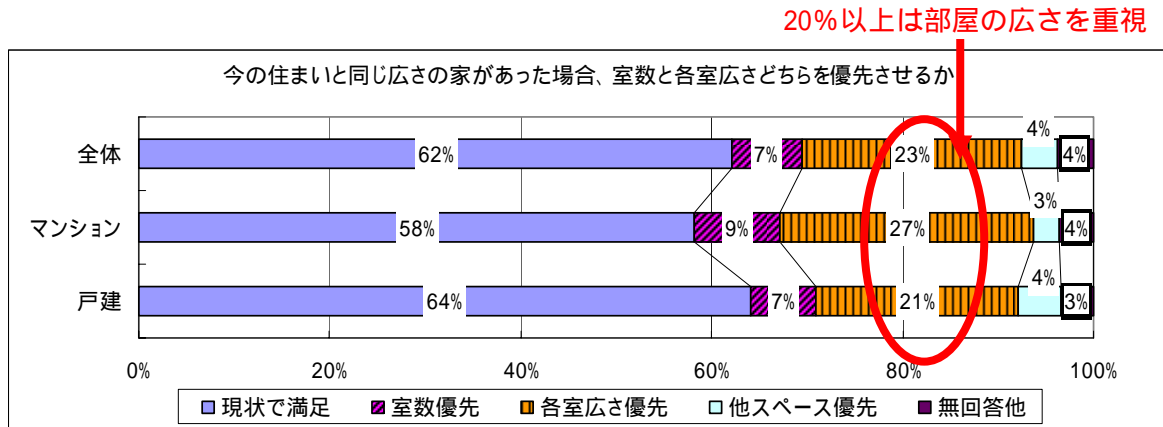
マンションと戸建の長所・短所

順位	長所				短所			
	マンション	割合	戸建	割合	マンション	割合	戸建	割合
1	防犯	29%	周辺住民への配慮(音等)	36%	周辺住民への配慮(音等)	33%	防犯	26%
2	管理・メンテ(手間)	17%	土地(庭)がある	20%	管理・メンテ(費用)	11%	管理・メンテ(手間)	24%
3	場所(立地等)	8%	自由	14%	規制が多い	5%	寒い(暑い)	12%
4	暖かい(涼しい)	8%	資産価値がある	8%	管理・メンテ(手間)	5%	階段が面倒	4%
5	ワンフロア	5%	広さ	6%	協同・共有	5%	近所づきあい	4%

5 . 建物の機能について

(1) 今の家と同じ広さなら、室数が減っても一部屋の大きさを重視するが2割以上

今の家と同じ広さの家があると仮定した質問で、「現状で満足」が最も多いが、「各室の広さが部屋数よりも優先」とした割合が、マンションで27%、戸建で21%と、入居後1～2年を対象としたアンケートのわりに高い割合と考えられる。また、「室数優先」の割合は1ケタである。



(2) ニーズの高いオプションは「防犯対策品」

現在自宅についていない設備についてのオプションニーズをまとめた。

全体的には「防犯対策」のオプションに人気を集まり、「防犯対応玄関ドア」がマンションで3位、戸建では1位となり、「防犯ガラス」がマンションで4位、戸建で2位となった。

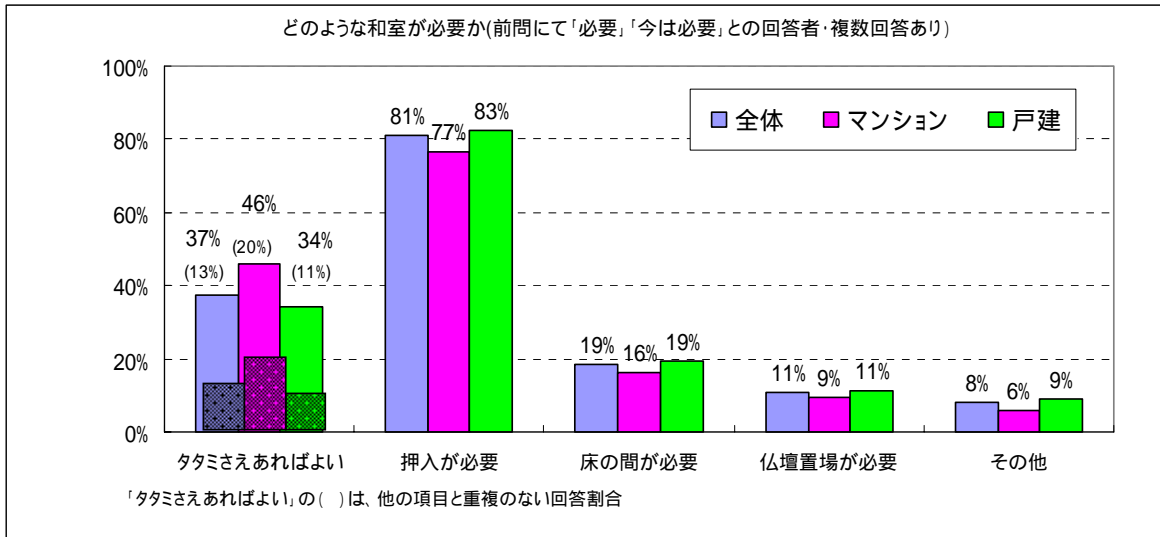
マンションでは「浴室暖房乾燥機」が1位となった。戸建では「マルチメディアコンセント」がマンションに比べ採用率が低いこともあり、4位となった。

順位	マンション	割合	戸建	割合
1	浴室暖房乾燥機	83%	防犯対応玄関ドア	90%
2	洗浄便座	80%	防犯ガラス	89%
3	防犯対応玄関ドア	78%	雨戸(主に2階)	89%
4	防犯ガラス	69%	マルチメディアコンセント	73%
5	床下収納	60%	床下収納	70%

(3) 和室が必要な理由は「押入」が欲しいから

和室が「必要」「不要と思ったが今は必要」と考えた方に対する質問。

どのような和室が必要か？との問いに対して、最も多かったのは「押入」が必要との回答が、マンションで77%、戸建で83%となっている。

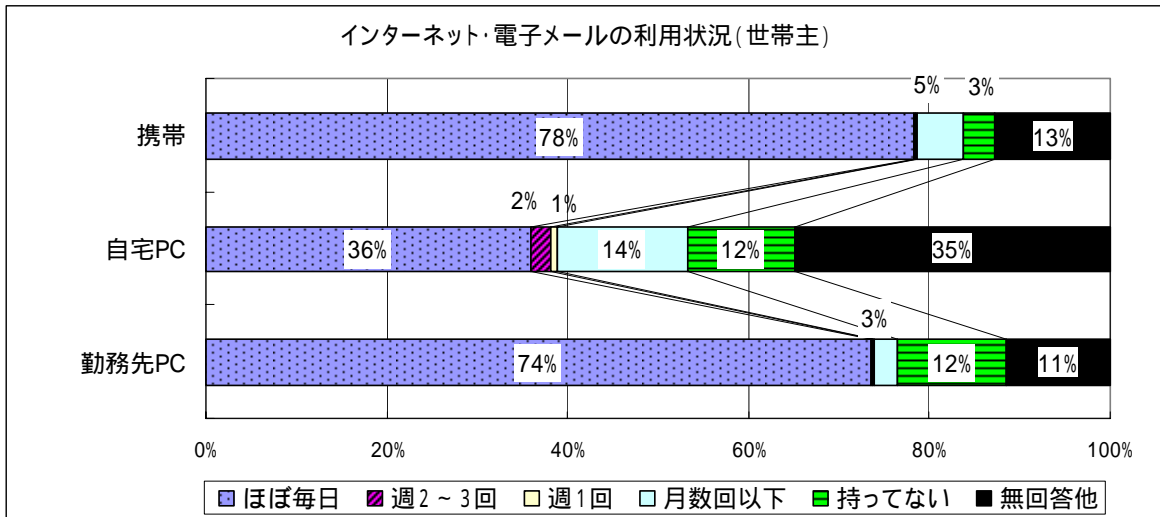


6. ライフスタイルについて

(1) 携帯のネットとメールは毎日、家のパソコンは毎日か月数回

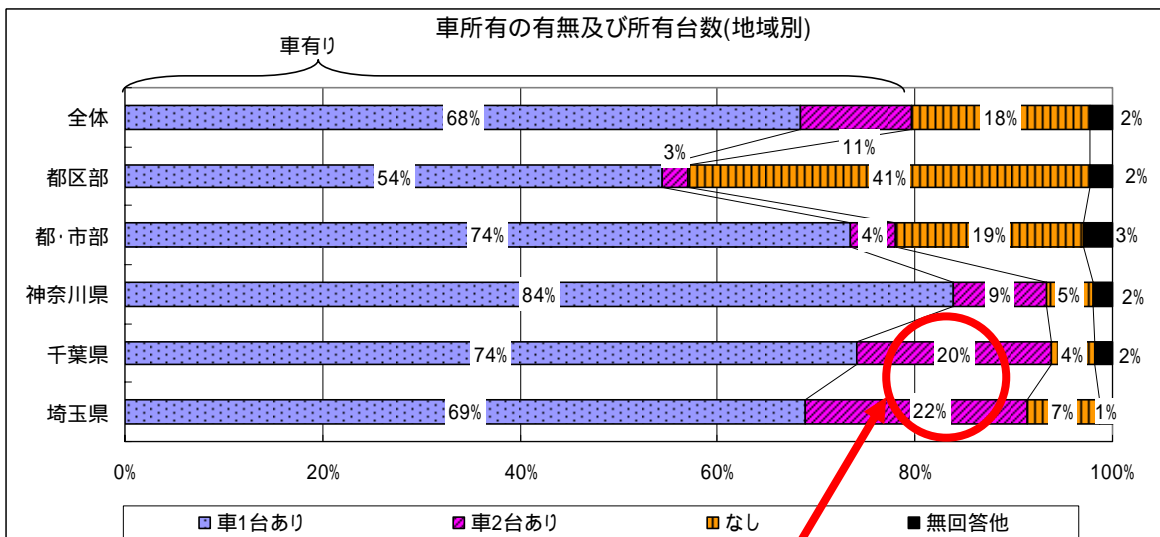
携帯電話、自宅パソコン(PC)、勤務先PCそれぞれについて使用頻度を質問している。携帯電話と勤務先のPCは、8割近くが毎日利用しているが、自宅PCは36%である。(配偶者も傾向は勤務先を除いては似た傾向)

いずれも「週1、2~3回」の回答が少なく、毎日使うか月数回程度かの2極化傾向にある。



(2) 自家用車の2台保有の割合は千葉県、埼玉県では2割以上

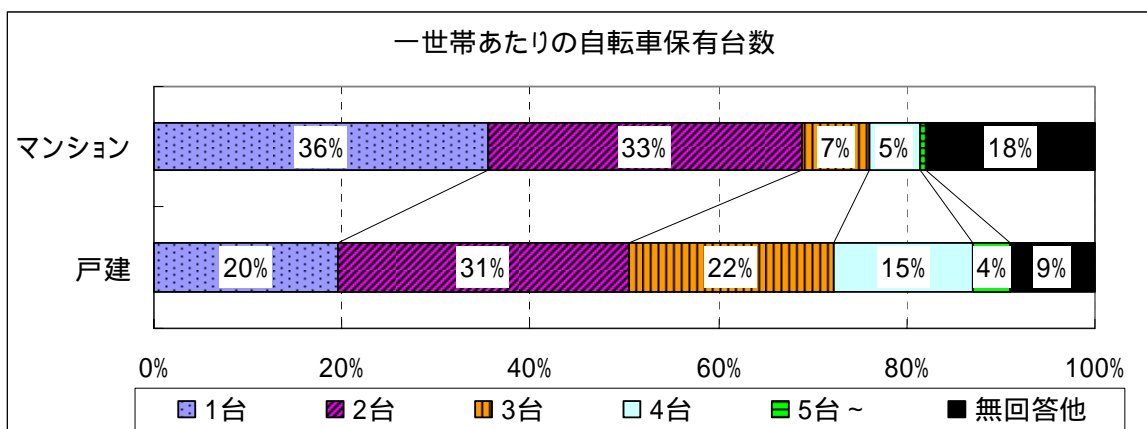
千葉県、埼玉県では、2台所有率が20%を超えている。(千葉県20%、埼玉県22%)



千葉県・埼玉県は20%以上が2台保有

(3) 自転車駐輪場は家族の数だけ欲しい

一世帯当たり保有台数は、マンションでは、1台、2台が69%を占め、3台以上は12%と少ない。戸建では、1台から4台まで幅広く分布しており、家族数に応じた自転車置場の確保が必要と思われる。

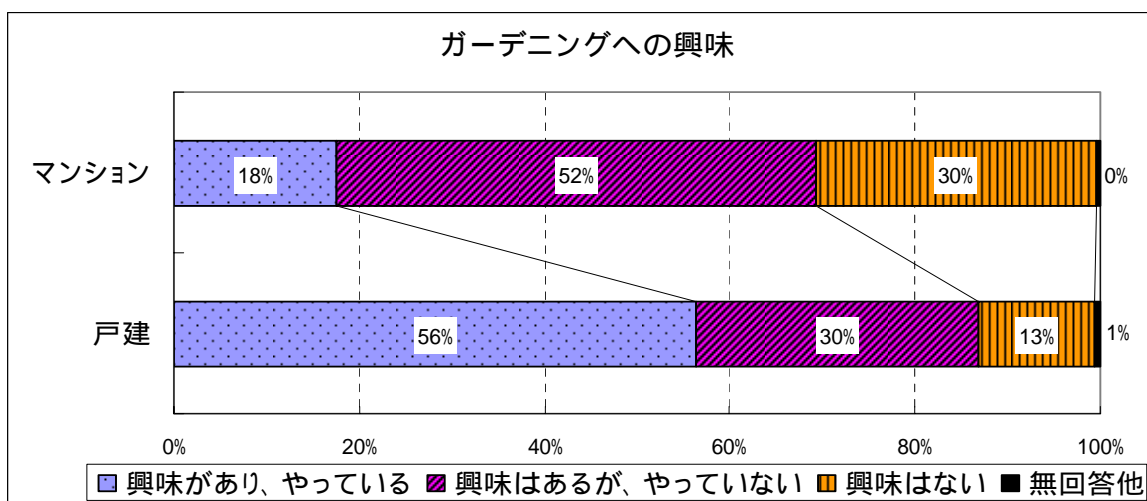


駐輪場についての具体的な意見としては、マンションでは「置場の狭さ、使いにくさ」を指摘する意見が最も多く、具体的には2段式駐輪場の使いにくさを挙げている。戸建では、「置場がない」が最も多く、「駐車場の片隅に駐めており車を出すのが大変」とか「車にキズがつく」といった意見が挙げられた。

順位	マンション	割合	戸建	割合
1	置場が狭い、使いにくい	24%	置場がない	23%
2	置場がない	14%	置場が狭い、使いにくい	8%
3	屋根が欲しい	4%	屋根が欲しい	6%
4	料金が低い	3%		
5	マナーが悪い	3%		

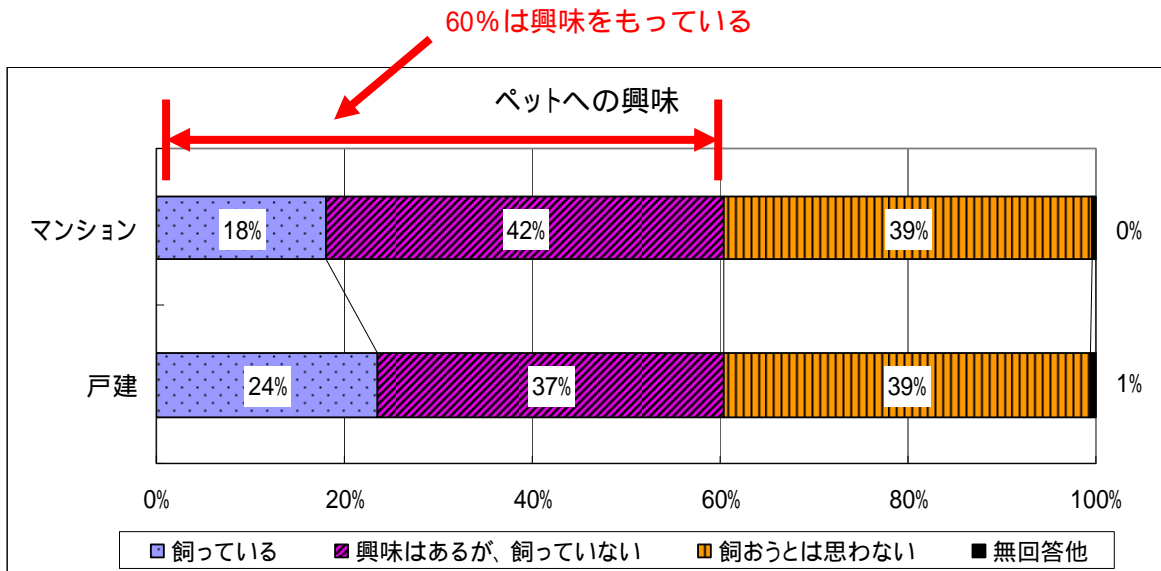
(4) マンション、戸建ともガーデニングへの興味は強い

ガーデニングを「やっている」割合は、マンションでは、「やっている」が18%、「興味はあるが・・・」が52%で合計70%となっている。戸建では56%と半数以上がやっており、「興味があるがやっていない」とあわせると86%と戸建の方が興味を持つ割合が高い。



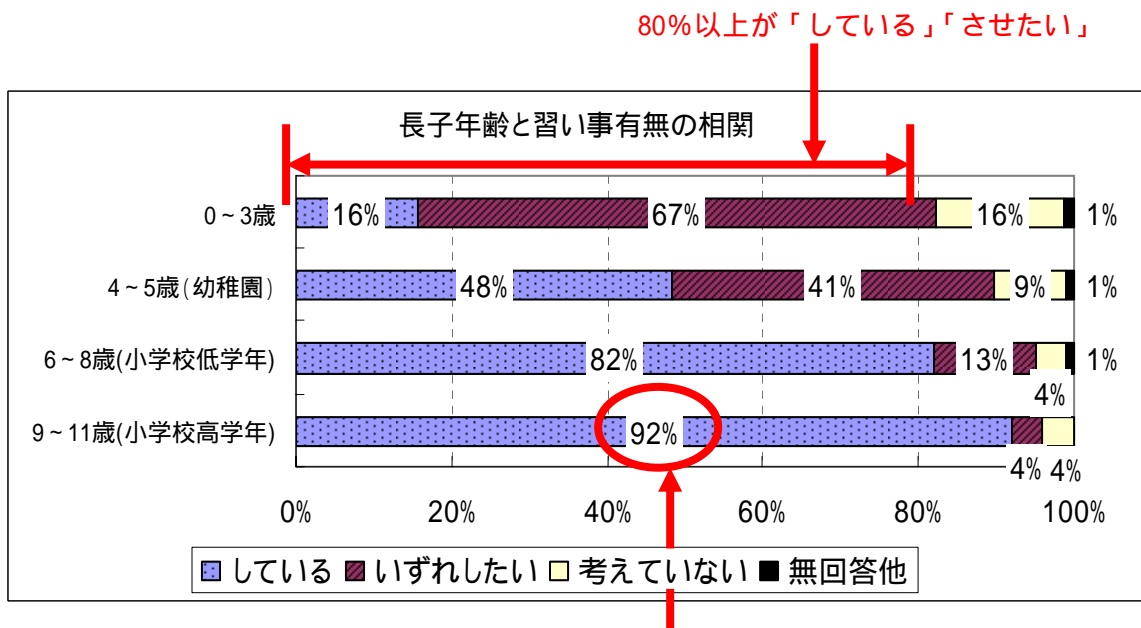
(5) ペットとの共生希望者は戸建もマンションも6割

ペットを飼っている割合は、マンションで18%、戸建で24%。
 興味はあるが飼っていない割合は、マンション42%、戸建で37%と同傾向である。
 飼っている(飼いたい)ペットの種類は戸建、マンションとも「室内犬」の人気の高いが、
 戸建では「室外犬」マンションでは「ネコ」の人気の高い。



(6) 子供の習い事に対する意識は、非常に高い

子供にさせている習い事の有無、今後の意向について質問している。
 「している」「いずれさせたい」の割合は、0歳～11歳まで全て8割以上である。
 実際に「している」割合は年齢があがるにつれて高くなり、小学校入学後は低学年で82%、
 高学年では92%が何らかの習い事をさせている。
 人気のある習い事は「スポーツ」「語学(英会話等)」「音楽(ピアノ等)」



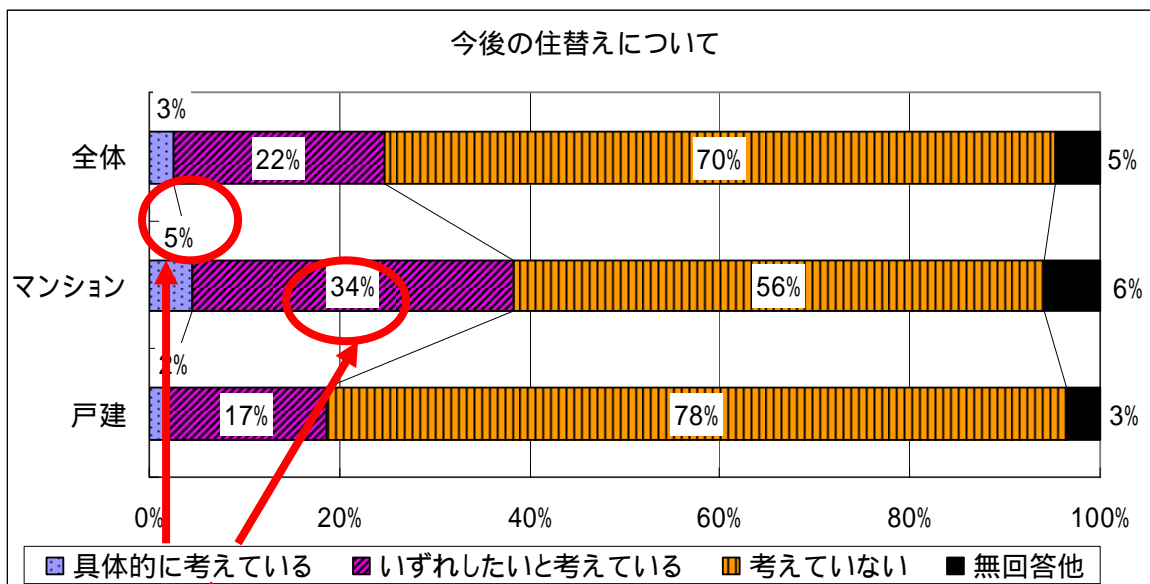
小学校高学年では92%が習い事をしている

(7) 永住志向は戸建に強く、マンションは4割が住替願望有

今後の住替えについての意向を質問している。

マンションでは、回答者は入居後1～2年であるにもかかわらず、具体的あるいは将来的に住替えを考えている割合が39%を占めた。

住替えたい主な理由は、「親との同居」「定年後田舎暮らしがしたい」「ライフスタイルにあわせて住替えたい」などが挙げられた。



「考えている」割合が39%

本資料の問い合わせ先

社団法人 日本住宅建設産業協会

〒102 - 0083 東京都千代田区麹町 5 - 3 麹町中田ビル 8 階

電話 : 03 - 3511 - 0611 F A X : 03 - 3511 - 0616

担当 : 米山

詳細版は、当協会ホームページ（ <http://www.nichijukyo.or.jp/> ）よりダウンロード
いただけます。