

～住宅購入者及び住宅購入検討者の住宅取得における行動、意向に関する意識調査～

## 注文住宅、建売住宅はいずれもメリットがデメリットに

消費者ニーズに応えるために新築住宅に求められることは不動産と建築のワンストップ

ハイアス・アンド・カンパニー株式会社（本社：東京都品川区 代表取締役社長：濱村聖一 以下、ハイアス）では、本体価格1,600万円以下の高気密・高断熱のデザイナーズセレクト住宅「アーキテクチャル・デザイナーズ・マーケット（以下、ADM）」事業を全国の加盟店と共に展開しています。ADM事業の本部であるハイアスでは2018年6月から7月にかけて、全国の住宅購入者及び住宅購入を検討中の消費者の意向、動向を探るため、市場調査を実施しました。

### 【調査の目的】

世帯年収の伸び悩みによって最近の住宅取得ニーズは“そこそこ良いものをより安く”、“自分好みの住まいを手間なく”手に入れたいという方向に向かっているとされています。そこで、簡便な住宅取得の方法の一つである建売住宅既購入者・検討者と、自分の好みを実現するための住宅取得方法と言われる注文住宅既購入者・検討者の行動や意向を比較することで、新しいニーズを持った消費者の嗜好を探るべく本調査を実施しました。

### 【トピックス】

「性能」と「立地」は住宅購入の重視条件である一方で、情報が十分に得られず不安材料にもなっていることがわかりました。情報不足を解消する方法として「展示場やモデルハウスでの体感」、手軽な「インターネットサイトの利用」と合わせ、「口コミの利用」が、上位にきている結果から顧客満足度の重要性が再確認できます。

また、建売住宅、注文住宅の検討者・既購入者とも、それぞれのメリットを理由に検討している一方で、そのメリットが実際は課題、不満につながっていることが多いということが分かる結果となりました。建売志向、注文志向の差がなく住宅購入意向者にとって「立地」や「性能」を重視するという意向がみられるのに対し、それらに関する十分な情報提供ができていないとは言えない結果がみられました。住宅、不動産業界はこれからの住宅検討者への情報提供としてこれらの情報を同時にかつ適切に提供してゆくことが顧客満足度を高めるために必須の取り組みとなると言えそうです。

1. 比較検討時に重視する点<sup>(※1)</sup>は、建売・注文住宅検討者とも「立地」。さらに注文住宅検討者は「性能」も重視
2. 検討時に不安に思っていたこと<sup>(※1)</sup>では、建売住宅検討者は「治安や周辺施設などのエリア情報がないこと」、注文住宅検討者は「建物性能に関する知識不足」
3. 検討する際に参考にする情報は、注文住宅検討者も建売住宅検討者も「住宅展示場・モデルハウス」
4. 建売住宅の検討理由は「価格が明示されていること」や「間取りや内装が決まっていること」  
一方、課題や不満としては「自分で決められないこと」や「他の家と似ている」
5. 注文住宅の検討理由は「間取りや内装について自分の理想のイメージが実現できること」  
一方、課題や不満としては「金額」「自分で決めることの手間」や「自分の知識不足からくる不安」

### <調査概要>

調査名 : 「住宅購入者及び住宅購入検討者の住宅取得における行動、意向に関する意識調査」  
調査期間 : 2018年6月29日(金)～7月4日(水) 有効回答数: 900名 調査方法 : Web アンケート  
調査対象 : 全国の25歳～39歳までの直近3年以内の住宅購入者・今後3年以内の住宅購入検討者

	25-29	30-34	35-39	計	
直近3年以内に購入者	150	150	150	450	(建売住宅 41%、注文住宅 59%)
今後3年以内に購入検討者	150	150	150	450	(建売住宅 50%、注文住宅 50%)
計	300	300	300	900	

\*パーセンテージの計算は小数第2位を四捨五入し記載しているため、合計が100%にならない場合があります

**\*本リリースの調査結果をご利用いただく際は「ハイアス・アンド・カンパニー『アーキテクチャル・デザイナーズ・マーケット本部』調べ」とご明記下さい**

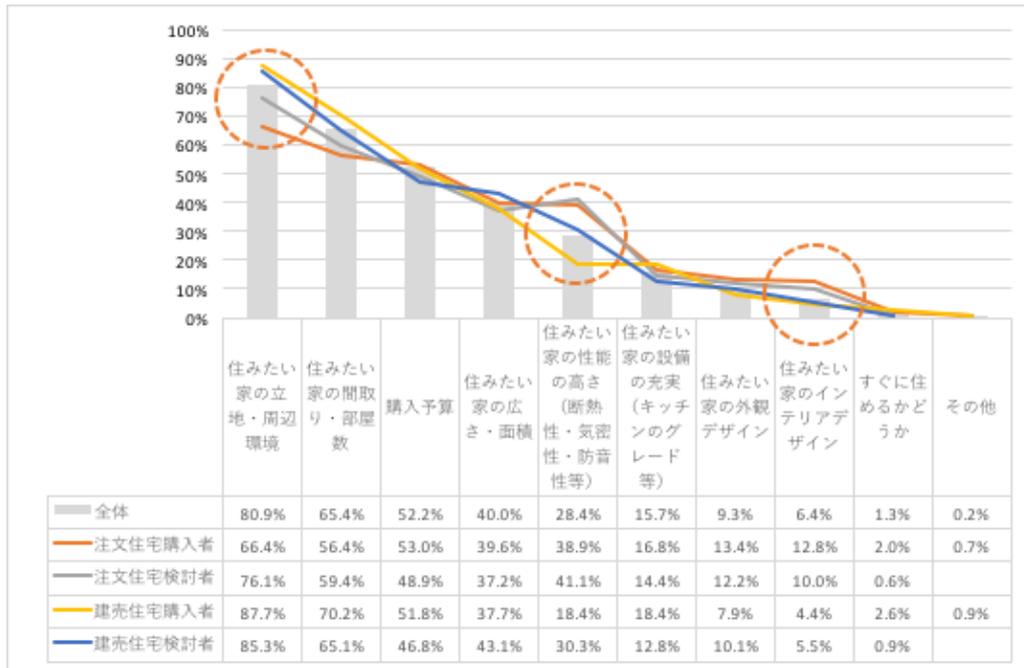
## 【トピックス1】

**比較検討時に重視する点(※1)は、建売・注文住宅検討者とも「立地」。さらに注文住宅検討者は「性能」も重視**

住宅購入を検討し始めた際に重視していた点を尋ねると、全体としては「立地・周辺環境」が重視されていることがわかります。この傾向は検討対象が注文住宅であっても建売住宅であっても同様でした。ただし、注文住宅検討者・既購入者は「住みたい家の性能の高さ（断熱性・気密性・防音性等）」や「インテリアデザイン」を重視する回答が全体回答に比べ特徴的に高くなっています。

設問「あなたが住宅の購入を検討し始めたとき、住みたい家について重視していたことは何ですか。

重視していた順に3つまでお知らせください。」(n=900)

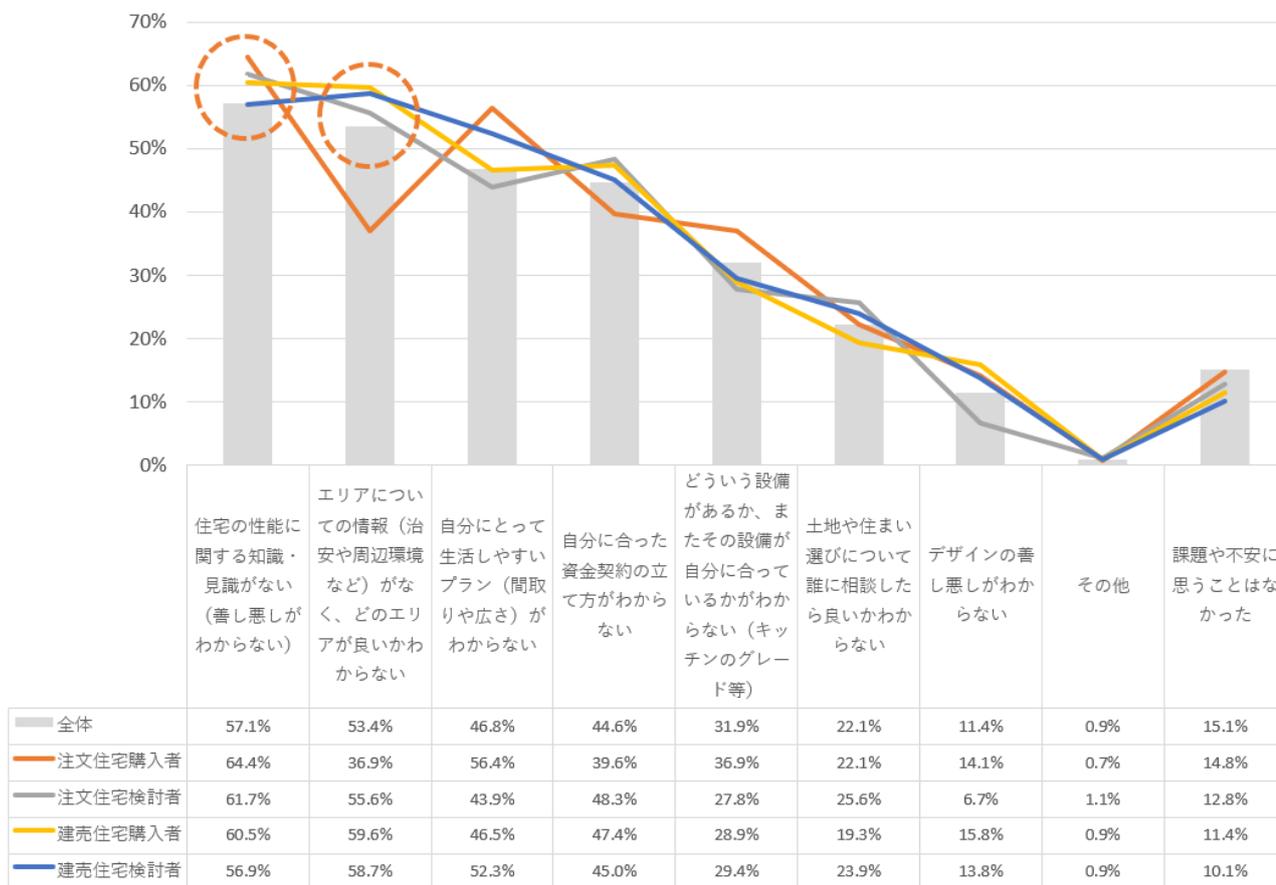


## 【トピックス2】

**検討時に不安に思っていたこと(※1)では、建売住宅検討者は「治安や周辺施設などのエリア情報がないこと」、注文住宅検討者は「建物性能に関する知識不足」**

住宅購入を検討する際に不安に思っていた点を尋ねると、全体では「建物の性能に関する知識不足」がトップ、次いで「立地・周辺環境に関する情報不足」となりました。特に建売住宅検討者・既購入者は「立地・周辺環境に関する情報不足」が全体回答の割合よりも高くなっています。また、注文住宅検討者・既購入者では「住宅性能に関する知識不足」が全体回答に比べ特徴的に高くなっています。

設問「あなたが住宅の購入を検討し始めたとき、あなたご自身や、ご家族の課題や不安はどんなことでしたか。不安に思った順に3つまでお知らせください。(それぞれ1つずつ選択)」(n=900)



(※1) 選択肢のうち回答として当てはまると思う上位3項目を答えていただく設問で、順位にかかわらず1位から3位のいずれかに当てはまる項目として選ばれた(各選択肢への)回答数の合計。

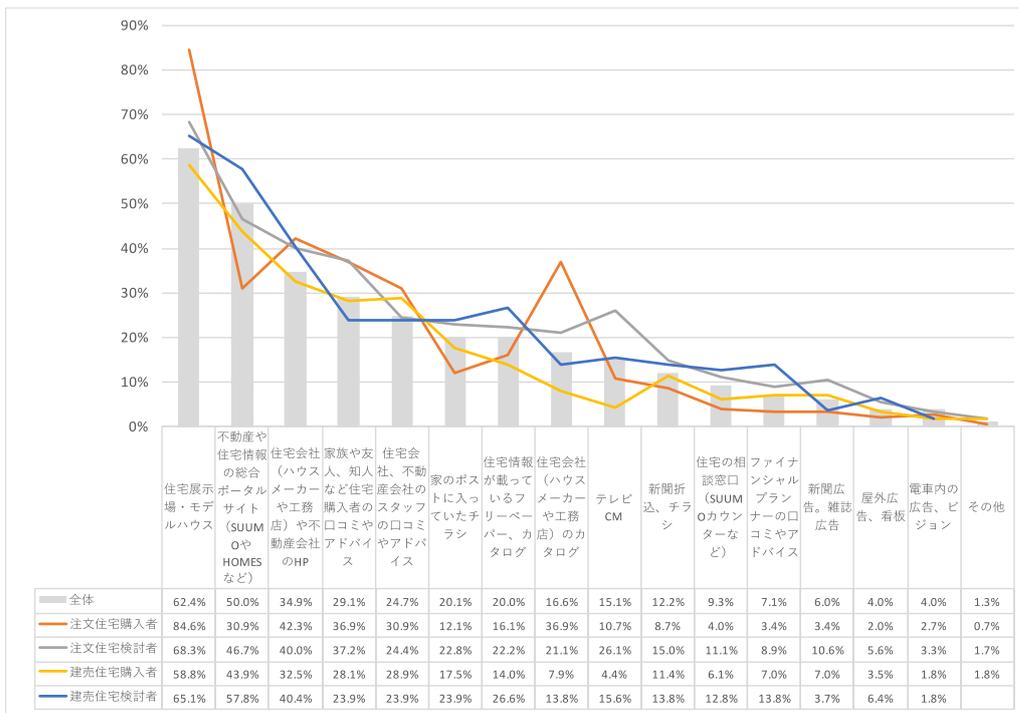
### 【トピックス3】

#### 検討する際に参考にする情報は、注文住宅検討者も建売住宅検討者も「住宅展示場・モデルハウス」

住宅購入を検討する際に不安に思っていた点を払拭するために、様々な媒体を通じて情報収集をするわけですが、もっとも参考にされている情報を尋ねると、「住宅展示場やモデルハウス」という回答になりました。注文住宅検討者・既購入者が展示場を活用することは当たり前として、建売住宅検討者・既購入者も「展示場やモデルハウス」を参考情報としていることがわかりました。トピックス2にあった、“建物の性能に関する不安”を払拭する場として“実物を体感する”という方法は注文検討であっても建売検討であっても変わらないと考えられます。

また、「事業者のHP」や「事業者スタッフのアドバイス」と同程度の割合に「家族や知人の口コミ」があがっている結果から、顧客満足度を引き上げることの重要性が確認できます。

設問「あなたが住宅の購入を検討し始めたとき、あなたが参考にした情報は何か。参考にしたもの、最も参考にしたものをお知らせください。(複数選択可)」(n=900)



## 【トピックス4】

**建売住宅の検討理由は「価格が明示されていること」や「間取りや内装が決まっていること」一方、課題や不満としては「自分で決められないこと」や「他の家と似ている」**

建売住宅購入を検討する際に検討者は価格の明示や間取りや内装が決まっていることを検討する理由として挙げている一方で、課題や不満として「自分で決められない」、「外観が他の家と似ている」、「自分の理想や希望に対してできることが少ない」といったことを挙げています。

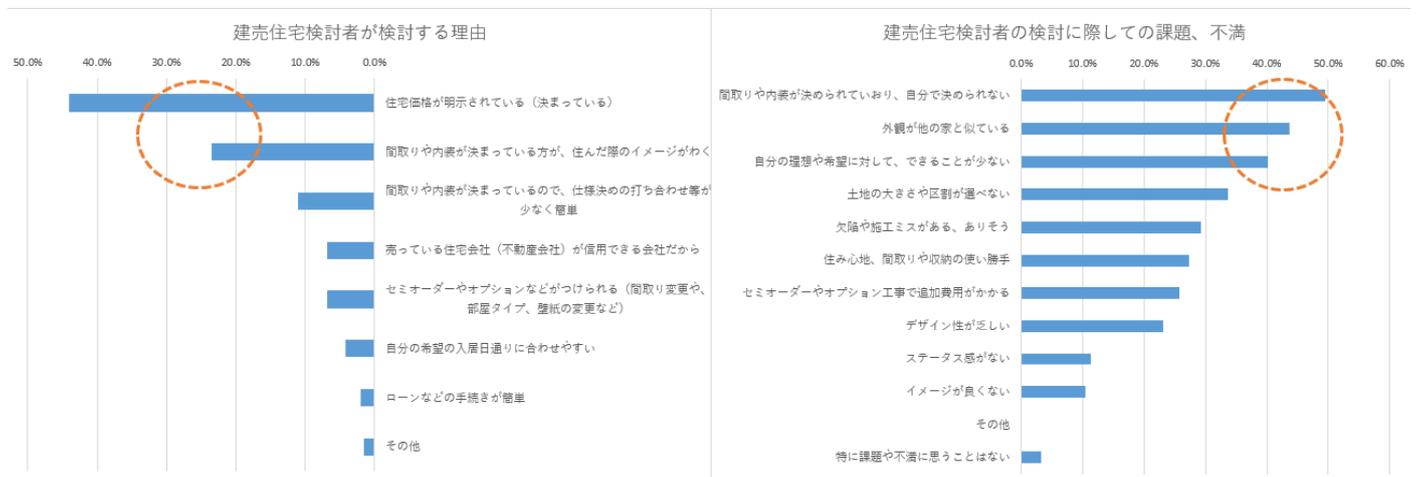
この結果から、建売住宅を検討する消費者が、現状の建売住宅の提供のされ方に課題や不満を感じながらも選択している方が多いことが伺えます。

設問「あなたが購入を検討している建売住宅について、お伺いします。あなたは、なぜ建売住宅の購入を検討しているのですか。

最もあてはまるもの（1つ選択）」(n=428)

設問「あなたが建売住宅の購入を検討するにあたって、課題や不満に思うことはどのようなことですか。（複数選択可）」

(n=428)



## 【トピックス 5】

注文住宅の検討理由は「間取りや内装について自分の理想のイメージが実現できること」

一方、課題や不満としては「金額」「自分で決めることの手間」や「自分の知識不足からくる不安」

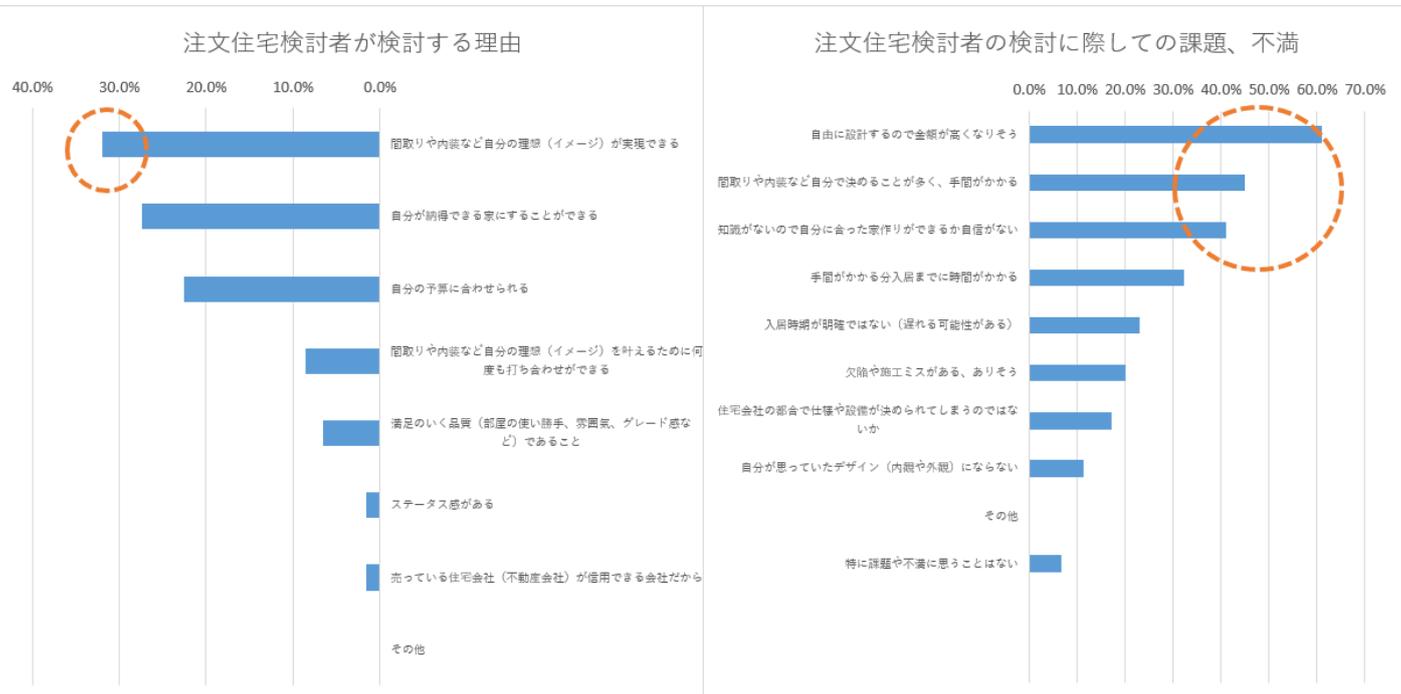
注文住宅購入を検討する際に「間取りや内装について自分の理想のイメージを作れること」を検討する理由として挙げている一方で、課題や不満として「金額」「間取りや内装などを自分で決めることが手間」、「理想の家づくりが自分にできるか自信がない」、といったことをあげています。

この結果から、注文住宅を検討する消費者が、現状の注文住宅の提供のされ方に課題や不満を感じながらも選択している方が多いことが伺えます。

設問「あなたはなぜ注文住宅を検討しているのですか。理由として、あてはまるもの、最もあてはまるものをお知らせください。

最もあてはまるもの（1つ選択）」(n=472)

設問「あなたが注文住宅の購入を検討するにあたって、課題や不満に思うことはどのようなことですか。（複数選択可）」(n=472)



### ■ 「アーキテクチャル・デザイナーズ・マーケット (ADM)」

本体価格 1,100 万円～1,600 万円の高気密・高断熱の高性能住宅をあらかじめアトリエ建築家がデザインしたプランからエンドユーザーと選択していく「セレクト住宅」の新システムです。現在、提供可能な 400 以上のプランは、注文住宅の設計経験が豊富な建築家のプランをもとに簡易構造計算や温熱計算を標準提案に含んでいます。

高性能な住宅であるだけでなく、「ADM」独自の検索システムでエンドユーザーとプランを選択していくことで顧客満足を高めつつ、住宅会社の営業面においても営業時間の短縮、仕様決め等の打ち合わせ時間の短縮によって、契約までの期間の短縮や、契約から着工までの期間短縮、さらには工期の短縮も実現している新しい規格住宅です。

### ■ ハイアス・アンド・カンパニー(株) 会社概要 (証券コード：6192 東証マザーズ)

- 設立：2005年3月 ○資本金 3億 6,483万円 (2018年4月30日時点)
- 所在地：東京都品川区上大崎 ○役員員数 173名 (2018年4月30日時点)
- 事業内容：財産コンサルティング事業、住宅・建設・不動産事業のナレッジ開発、販売促進支援事業など
- 会社 URL：http://www.hyas.co.jp ○各種ソリューション紹介：http://view.hyas.co.jp