



Press Release

報道関係各位

14-2006

2008年8月6日
株式会社ネクスト

住宅・不動産情報ポータルサイト「HOME'S」調査報告 注文住宅・リフォーム時の住宅設備、「施工会社任せ」の選定が主流 事前情報の収集源は「ショールーム」と「パンフレット」が多くを占める ～『住宅設備選定』の問題点に関する調査(前編)～

住宅・不動産情報ポータルサイト「HOME'S」を運営する株式会社ネクスト(本社:東京都中央区、代表取締役社長:井上高志、東証マザーズ:2120)は、「家づくりネット設備コンテンツリニューアル」(<http://www.iezukuri-net.com/sindex>)にともない、過去2年以内に注文住宅の購入、もしくは住まいのリフォームを実施して住宅設備に現状何らかの不満を持っている全国の人を対象に、住宅設備選定の問題点に関する調査を実施しました。このたび調査結果をまとめましたので、ご報告いたします。

【HOME'S リサーチ】

“『住宅設備選定』の問題点に関する調査(前編)”

<http://homesclub.next-group.jp/research/research/2008/20080806.php>

<調査概要>

調査対象:2008年7月から過去最長2年以内に注文住宅の建築・もしくは住宅設備の新規導入を伴う住まいのリフォームを実施し、現在住宅設備に何らかの不満を持つ全国25歳以上の男女

調査手法:インターネット調査

有効回答数:626人(注文住宅購入者310人、リフォーム実施経験者316人)

調査時期:2008年7月25日(金)~2008年7月28日(月)

<主な調査結果>

1. 設備の機能やブランド名について、具体的な要望を持って施工会社との打ち合わせに臨まなかった人の割合が注文住宅の35.5%、リフォームの51.6%。

施工会社との打ち合わせの際に希望する住宅設備の機能やブランドなどについて、具体的な要望を持たずに打ち合わせを行った人が注文住宅購入者の35.5%、リフォーム実施者の51.6%という結果になりました。特にリフォームについては、具体的な要望を事前に持っていた人の割合は半数以下、という結果になりました。

2. 過半数が「施工会社任せ」な住宅設備選定。

住宅設備購入者、リフォーム実施者共に、多くの住宅設備について回答者の過半数が「施工会社に提示された候補の中から選んで選定した」、「施工会社に提案されたメーカー・ブランドをそのまま導入した」という結果になっています。高額商品にも関わらず施工会社任せの選定となってしまっている理由については、「具体的な希望、要望を持っていなかった」というものが多く挙げられています。

3. 事前情報源は大半が「ショールーム」、「メーカーのパンフレット」。

三大住宅設備の「システムキッチン」、「トイレ」、「システムバス、ユニットバス」に関して施工会社との打ち合わせ前に自分で情報収集を行った情報源について聞いてみたところ、注文住宅購入者の回答結果では、「ショールーム」が過半数を占めています。ショールームで見たサンプルと紙のパンフレットのみを主に情報源として使っていたようです。「メーカーのホームページ」に直接行って情報を探す人は全体の20%前後に留まっていたようです。リフォーム実施者の回答結果では、「システムキッチン」以外の住宅設備については「メーカーのカタログ・パンフレット」を主な情報源とする回答結果となっています。また、「友人知人・家族」からのクチコミ情報や「折込チラシ」を比較的重視する傾向も見受けられます。ショールームまで現物を見に行った人の割合は比較的少なかったようです。

1. 施工会社との打ち合わせ時の問題点

具体的な要望を持って施工会社との打ち合わせに臨まなかった人の割合が注文住宅の35.5%、リフォームの51.6%。

前頁の情報源で事前の情報収集を行った結果、住宅会社やリフォーム会社との打ち合わせ前にメーカー・機能について何らかの要望を持っていた人はそれぞれ以下の割合になります。(図1)

特にリフォームについては、具体的な要望を事前に持っていた人の割合は半数以下、という結果になりました。

図1. 施工会社との打ち合わせ前に、メーカー・機能について具体的な要望を持っていたか

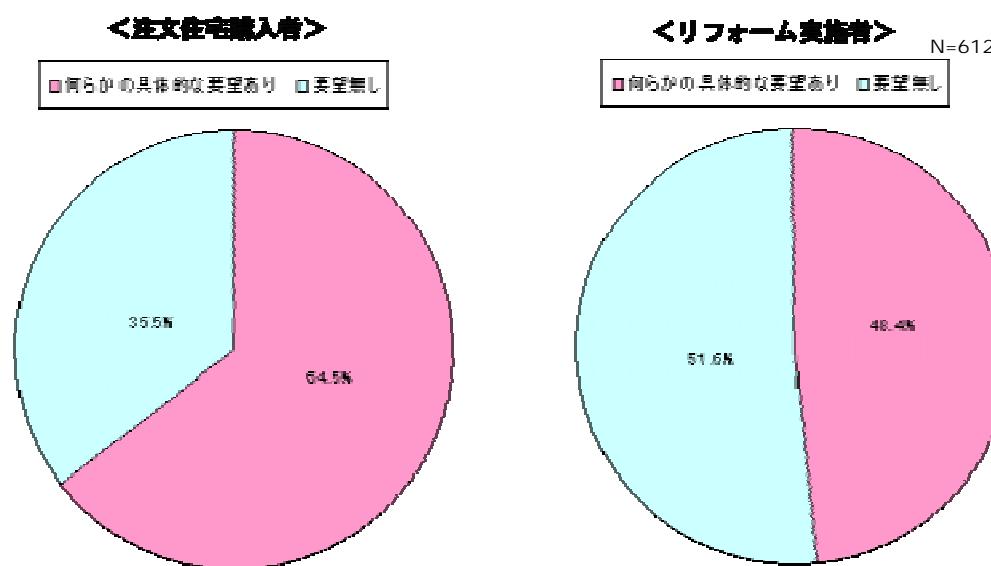
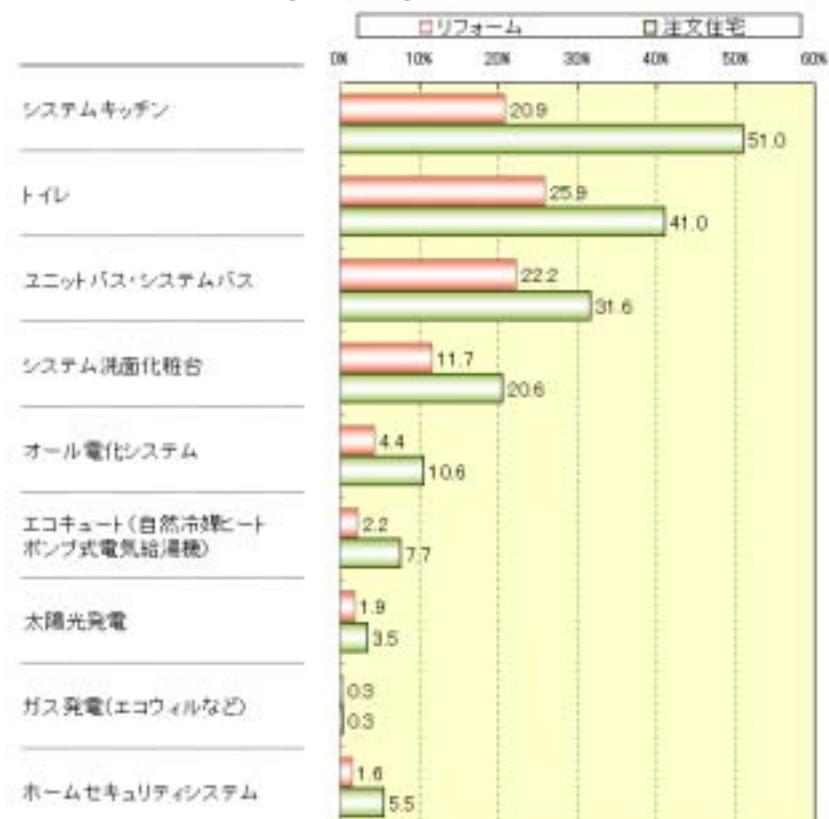


図2. 施工会社との打ち合わせ前に、メーカー・機能について具体的な要望を持っていた住宅設備 [複数回答]



導入住宅設備ごとに見てみたところ、システムキッチンについては注文住宅に導入した回答者の過半数が機能やメーカーについて何らかの具体的な要望を持っていたという結果になっています。

一方、リフォーム実施の際にシステムキッチンを導入した回答者のうち機能やメーカーについて何らかの具体的な要望を持っていた回答者の割合は20.9%に留まっています。

2. 住宅設備の選定方法

過半数が「施工会社任せ」な住宅設備選定。

最終的に導入した住宅設備について、皆どのように選定、決定しているのでしょうか(図3、4)。

図3. 最終的に導入した住宅設備(注文住宅)

N=310

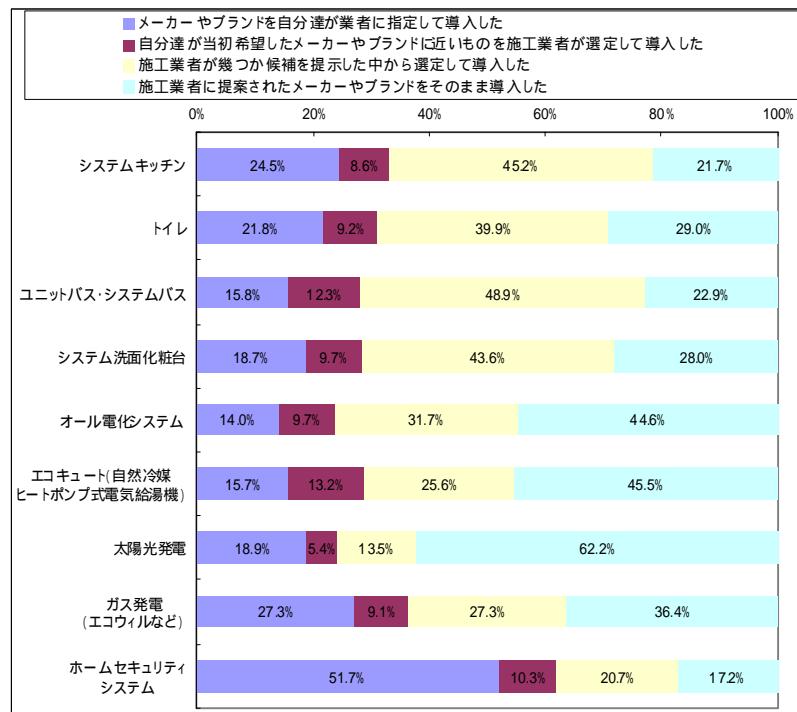
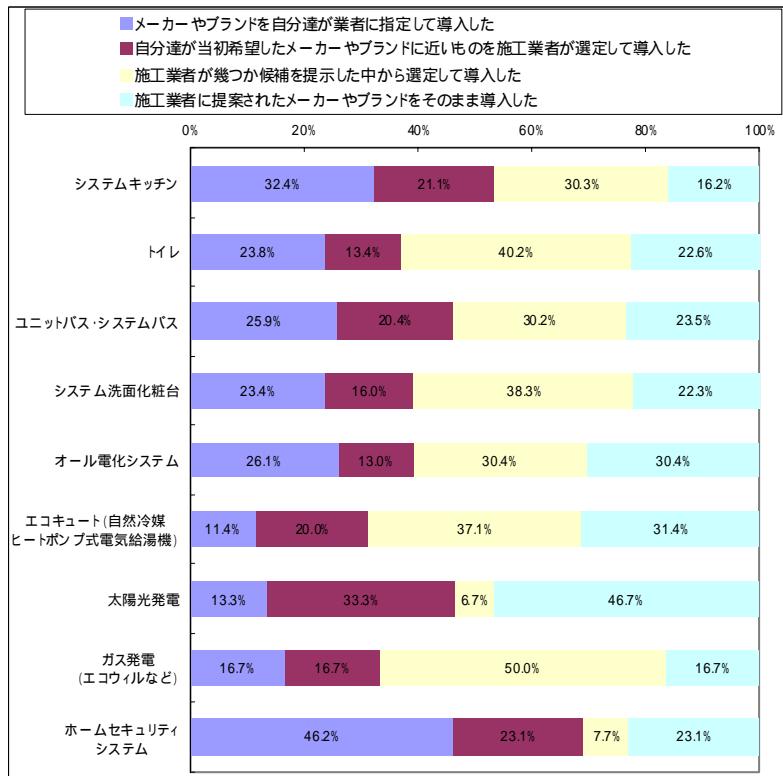


図4. 最終的に導入した住宅設備(リフォーム)

N=316



注文住宅の購入者については、
ホームセキュリティを除く全ての住宅
設備について回答者の過半数が

「施工会社に提示された候補の中
から選んで選定した」、「施工会
社に提案されたメーカー・ブランド
をそのまま導入した」という結
果になっています。

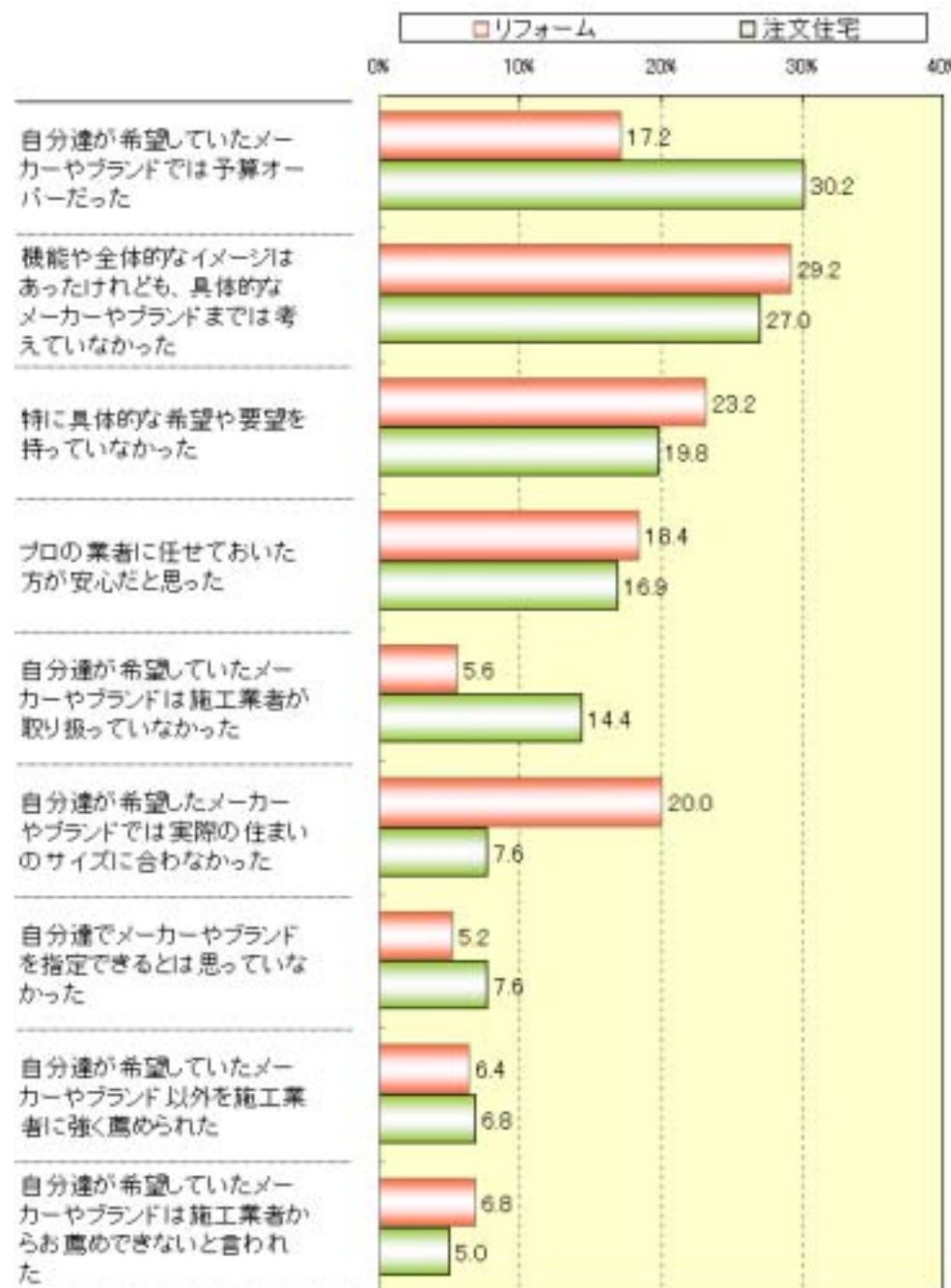
また、リフォーム実施者についても
システムキッチン、ホームセキュリ
ティを除く全ての住宅設備について
過半数が「施工会社に提示された
候補の中から選んで選定した」、
「施工会社に提案されたメーカー
やブランドをそのまま導入した」という
結果になっています。

高額商品にも関わらず、回答者の過
半数が自分達の希望以外のものを
導入している理由はどんなところに
あるでしょうか。

住宅設備のいずれかについて施工会社任せの選定を行った人に、希望のメーカー・ブランド以外の住宅設備を選定した理由について聞いてみました。(図5)

図5. 施工会社任せの住宅設備選定を最終的に行った理由 [複数回答]

N=528



注文住宅購入者で希望の設備を選定しなかった理由の第1位は「希望のメーカー・ブランドでは予算オーバーだった」ことにあるようですが、「具体的なメーカー・ブランドまで考えてていなかった」、「具体的な希望、要望を持っていなかった」ことも理由として多数挙げられています。

また、リフォーム実施者の回答では「具体的なメーカー・ブランドまで考えてていなかった」ことが理由の第1位として挙げられる他、「希望の商品は実際の住まいにサイズが合わなかった」ことも理由として多数挙げられています。打ち合わせ時に、詳細なサイズまで含めての希望商品選定には至っていないかったようです。

3. 事前の情報収集行動

事前情報源は大半が「ショールーム」、「メーカーのパンフレット」。

三大住宅設備の「システムキッチン」、「トイレ」、「システムバス、ユニットバス」に関して施工会社との打ち合わせ前に自分で情報収集を行った情報源について聞いてみました。

注文住宅購入者の回答結果では、(図7)「ショールーム」が過半数を占めています。ショールームで見たサンプルと紙のパンフレットのみを主に情報源として使っていったようです。

一方リフォーム実施者の回答結果では、「メーカーのカタログ・パンフレット」を主な情報源とする回答結果になっています。「クチコミ」情報もやや重視する傾向がありますが、特に「トイレ」についてはショールームの利用は少ないようです。

図6. 施工会社との打ち合わせ前に情報収集を行った情報源(注文住宅) [複数回答] N=310

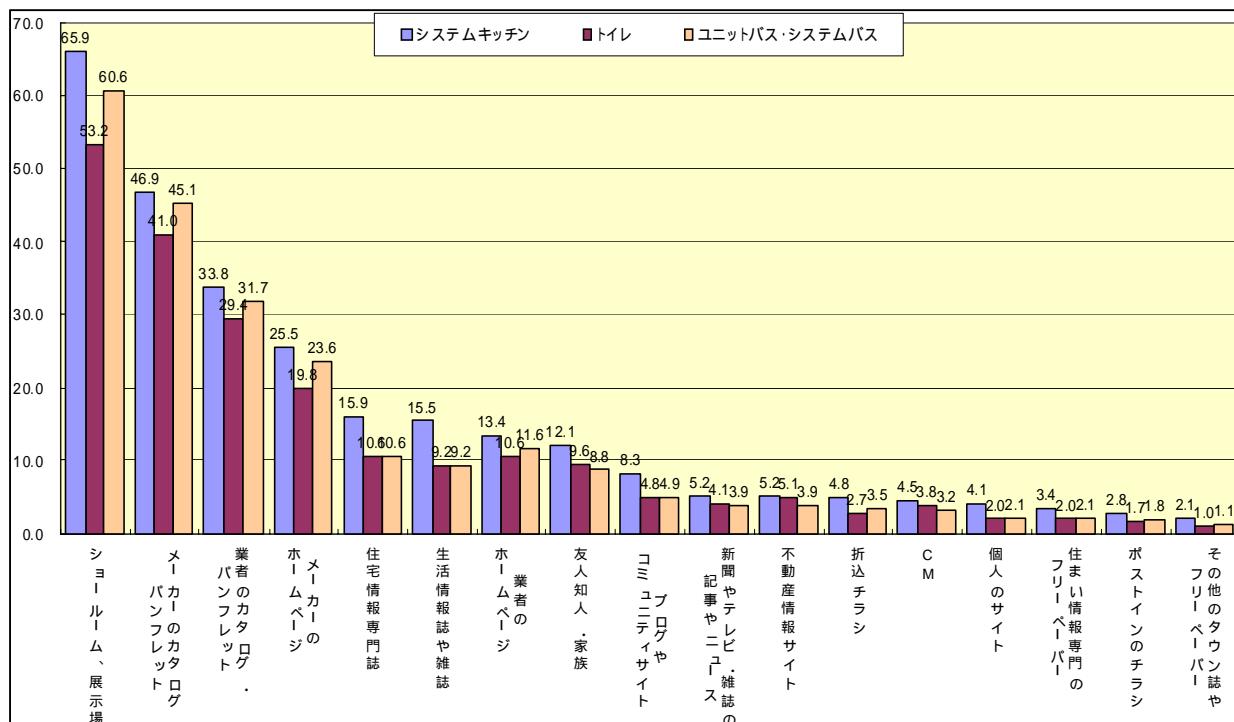
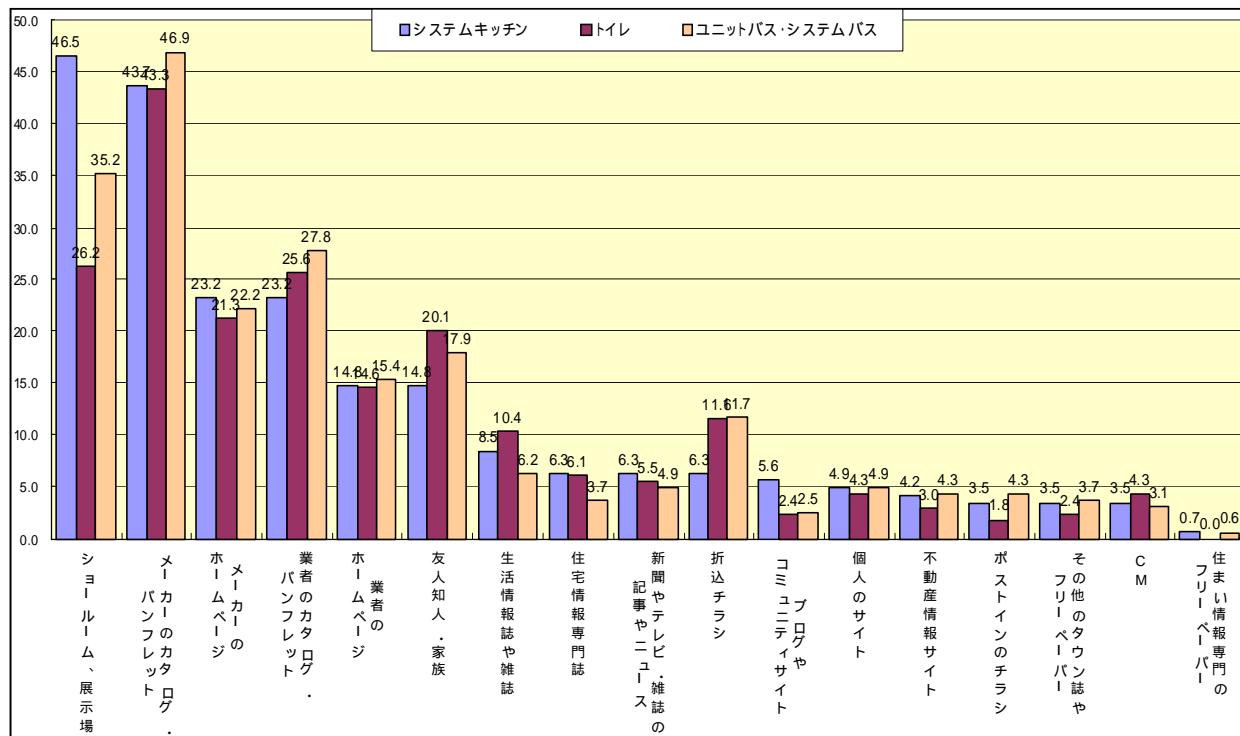


図7. 施工会社との打ち合わせ前に情報収集を行った情報源(リフォーム) [複数回答] N=316



[お願い]調査データ引用・紹介の際は、「住宅・不動産情報ポータルサイト HOME'S調べ」と明記をお願いいたします。

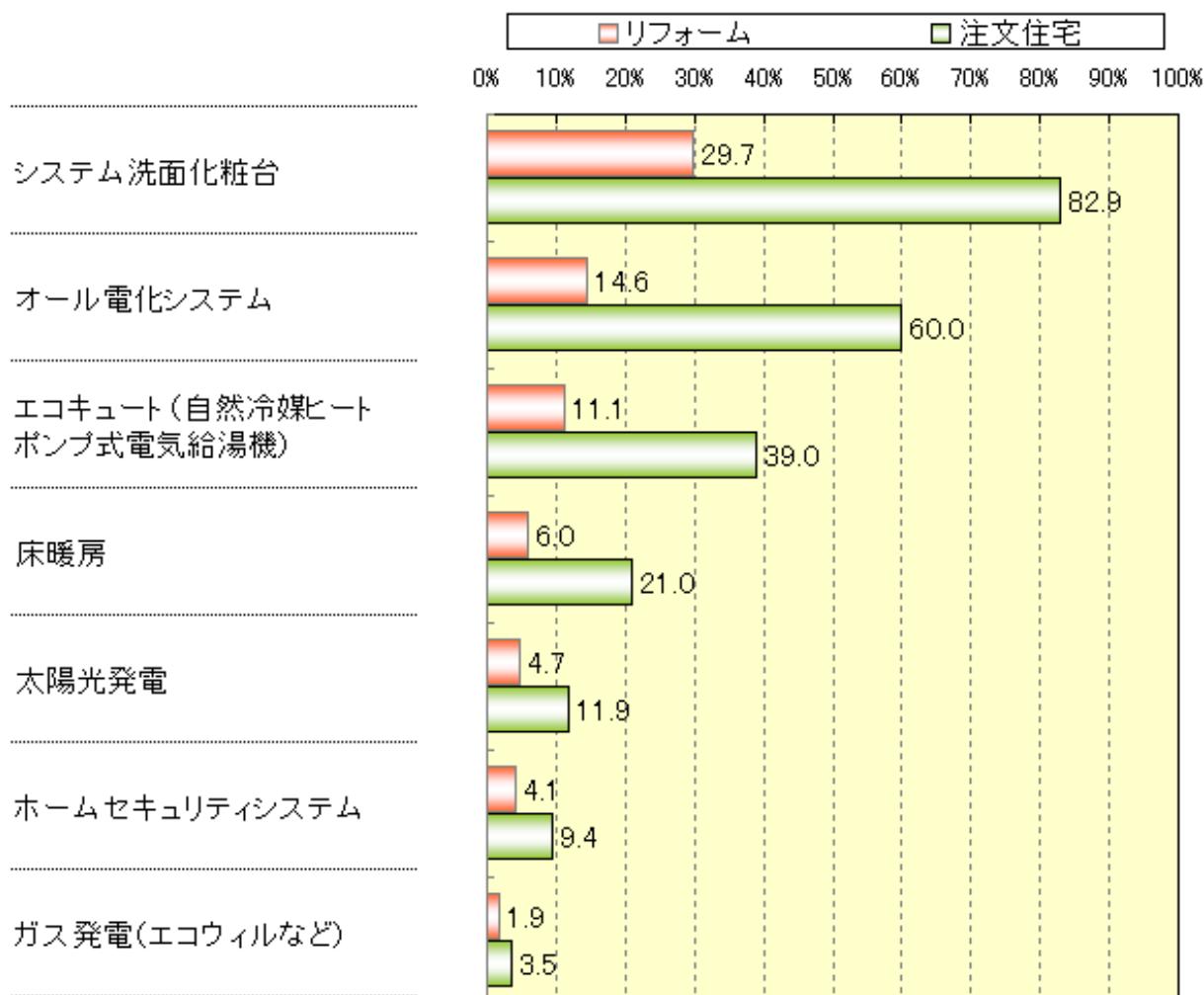
4. 導入した住宅設備

人気の「オール電化」、「エコキュート」

回答者が注文住宅の建築、もしくはリフォームの実施の際にバス、トイレ、キッチンの他に導入した住宅設備は以下の結果となっています。(図8)

注文住宅の新規建築の際に「オール電化」を導入した人は注文住宅購入者全体の60.0%。リフォーム実施者も14.6%が「オール電化」を導入しており、高い人気が伺えます。また、注文住宅の39.0%、リフォームの11.1%が「エコキュート」を導入しています。

図8. 実際に自宅に導入した住宅設備 [複数回答] N=616



8/21発表予定の調査後編では回答者が施工会社との打ち合わせ時に発生した問題や自分の情報収集活動に対する意識、住宅設備の選定・決定過程において生じた不満足理由などについて、座談会で得られた生の声などを交えて見ていきたいと思います。

「HOME'S」とは:

北海道から沖縄まで、全国約100万件の不動産物件情報を検索できる、日本最大級の住宅・不動産情報ポータルサイトです。 楽天市場、infoseek、Nifty、BIGLOBE、OCN、ODN、So-net、Excite、asahi.com、毎日.jp、ピッダーズ、駅前探険倶楽部、ascii24、オリコン等約40のサイトと提携しています。

「家づくりネット」とは:

日本を代表する大手ハウスメーカー、設備メーカー合計70社、約500商品の情報を掲載。全国の注文住宅、住宅設備や住まいの基礎知識など、家づくりに関する情報を提供しています。2000年オープン。株式会社ネクスト、および伊藤忠商事株式会社のグループ企業ウィルニックが運営。

< 会社概要 >

社名 : 株式会社ネクスト
証券コード : 2120 東証マザーズ
設立 : 1997年3月12日
代表者 : 代表取締役 井上 高志
資本金 : 1,982百万円
所在地 : 〒104-6215 東京都中央区晴海1-8-12
 晴海アイランドトリトンスクエア オフィスタワーZ棟 15階
連絡先 : 電話:03-6204-4040(代) FAX:03-6204-3961
URL : <http://www.next-group.jp/>
事業内容 : 不動産ポータル事業
 ・日本最大級の住宅・不動産情報ポータルサイト「HOME'S」の企画・運営
 ・新築分譲マンションポータルサイト「HOME'S新築分譲マンション」の企画・運営
 ・新築分譲マンションポータルサイト「イースマイドットコム」の企画・運営
 ・新築分譲戸建住宅ポータルサイト「HOME'S新築一戸建て」の企画・運営
 ・不動産投資ポータルサイト「HOME'S不動産投資」の企画・運営
 ・不動産オークションサイト「HOME'Sオークション」の企画・運営
地域コミュニティ事業
 ・地域コミュニティサイト「Lococom」の企画・運営
賃貸保証事業
 ・「HOME'S賃貸保証」の企画・運営
広告代理事業
 ・Web広告プロモーション、バナー広告の企画提案
その他事業
 ・「HOME'Sカード」の企画・運営
 ・「HOME'Sマイルーム保険」の企画・運営
 ・「HOME'S保険生活」の企画・運営
 ・「HOME'S引越し見積もり」の企画・運営
関係会社 : 株式会社ウィルニック、株式会社レンターズ、株式会社ネクストフィナンシャルサービス

< 本件に関するお問い合わせ先 >

株式会社ネクスト 管理本部 コーポレートコミュニケーション室
 広報担当 塚田 加藤
TEL:03-6204-4067 FAX:03-6204-3963
E-MAIL:press@next-group.jp