

VALUES ネットユーザー行動分析トレンド report <住宅・不動産>

- ◆ 住宅購入意向者の45%が、来春予定されている消費税の増税を「意識している」
- ◆ 住宅購入意向が高い人がよく閲覧するサイトランキング
～「SUUMO」など大手不動産ポータルほか、「マンションコミュニティ」「IKEA」も～

2013年9月12日

株式会社ヴァリューズ

ネット行動分析サービスを提供する株式会社ヴァリューズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：辻本 秀幸）は、ネットユーザーの行動ログと属性情報を用いたマーケティング分析サービス「VALUES eMark+」を使用し、来春8%への消費税増税が予定されている中で、住宅の購入・買い替え意向がある消費者がどのようなネット検索・行動を行っているのか、2013年8月分の行動ログを分析しました。

【調査・分析概要】 全国のVALUESモニターを対象として、2013年8月24日～26日にアンケート調査を実施、現在の住まい状況や今後の住宅購入意向などを10,706人から聴取。つぎに、アンケート回答者を①住宅購入意向が高い層（具体的に購入・買い替え予定がある＋購入商談中・契約済）、②住宅購入意向が中程度ある層（いずれは購入をしたいと考えている）、③非検討者（住宅購入予定なし）層に分類し、2013年8月分のネット行動ログを比較・分析しました。

● 結果サマリー ●

◆ 住宅購入・買い替え意向者の45%が、消費税増税を「意識している」

8月24日～26日にアンケートを実施、今後の住宅購入意向のある2,648人に、住宅購入・買い替えにあたって、消費税増税を意識しているかどうか尋ねたところ、「とても意識している」は13.6%、「やや意識している」は31.5%、合わせて45.1%が消費税の増税を意識していると答えました。

◆ 住宅購入の情報収集手段は？ 1位「ネットの不動産・住宅情報ポータルサイト」

住宅購入意向のある人に、どのような手段で情報収集を行っているか尋ねると、1位は「インターネットの不動産・住宅情報ポータルサイト」で49.4%でした。2位は「折り込みチラシ・DM」が35.9%、3位は「インターネットの住宅販売会社のホームページ」31%でした。

◆ 住宅の購入・買い替え意向が高い人がよく閲覧するサイトランキング
—「SUUMO」など大手不動産ポータルほか、「マンションコミュニティ」「IKEA」も

2013年8月分のネット行動ログを分析したところ、住宅購入を検討していない人に比べて、住宅購入意向の高い人がよく閲覧したサイトの1位は、「不動産・住宅情報のSUUMO」でした。このほかにも、「Yahoo!不動産」「アットホーム」「HOME'S」など大手不動産情報ポータルサイトが上位となったほか、7位にマンションクチコミ情報サイトの「マンションコミュニティ」、11位にハウスメーカーの「ミサワホーム」、9位に「イケア・ジャパン」、16位に「無印良品」などの家具販売会社のサイト、15位に「TOTO」などがあがりました。

● 結果概要 ● ①アンケート結果 編

◆ 住宅購入・買い替え意向者の45%が、消費税増税を「意識している」

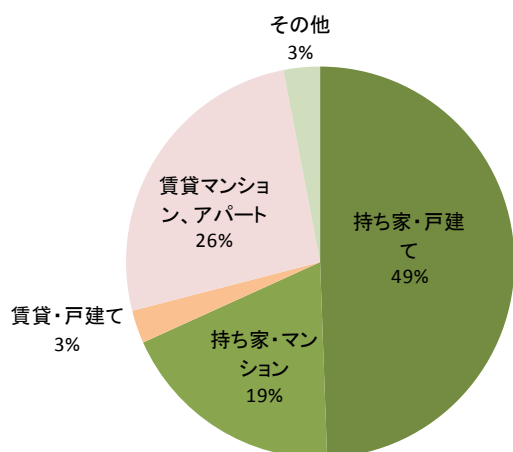
2013年8月24日～26日にヴァリューズモニターを対象に実施したアンケートで、今後の住宅購入・買い替え意向があるかどうか尋ねると、回答者10,706人のうち「すでに住宅購入・買い替え予定がある(商談中・契約済み)」は2.1%、「具体的に住宅購入・買い替えを検討している」は1.8%、「いずれ購入・買い替えしたいと考えている」が20.8%でした。

住宅の購入・買い替え意向のある人に、いつまでに住宅の購入・買い替えをしたいか尋ねると、8%への消費税引き上げが予定されている、「2014年3月まで」の合計は13.7%、10%へ消費税引き上げが予定されている「2015年9月まで」は7.0%でした。

住宅購入・買い替えにあたって、消費税増税を意識しているかどうか尋ねたところ、「とても意識している」は13.6%、「やや意識している」は31.5%、合わせて45.1%の住宅購入・買い替え意向者が消費税増税を意識している、と答えました。

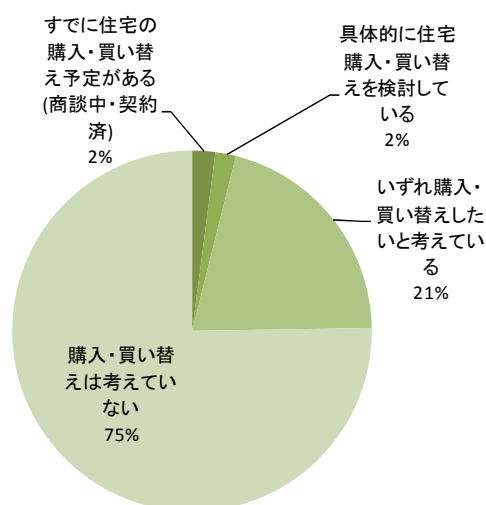
Q. 現在のあなたの住居

(n = 10706)



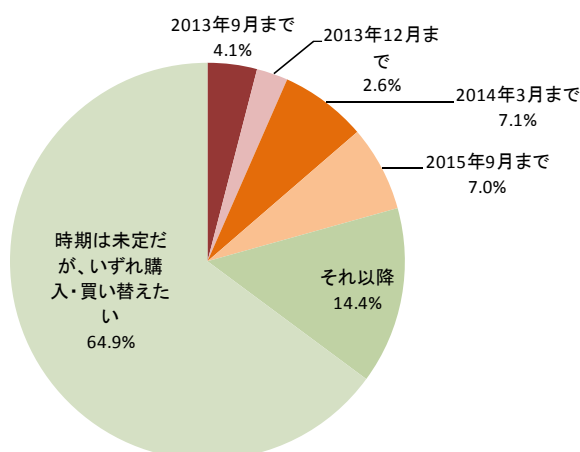
Q. 今後の住宅購入・買い替え意向

(n = 10706)



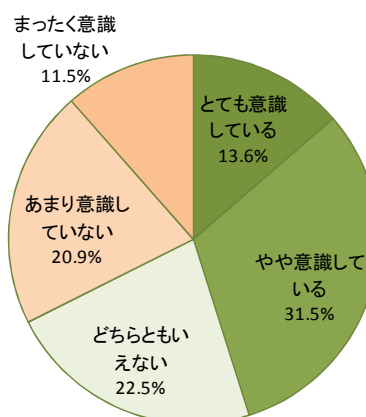
Q. いつまでに住宅の購入・買い替えをしたいか

(ベース 購入・買い替え意向ありの人 n = 2662)



Q. あなたは住宅購入・買い替えにあたって、消費税増税を意識していますか。

(ベース 住宅購入・買い替え意向ありの人 n = 2648)



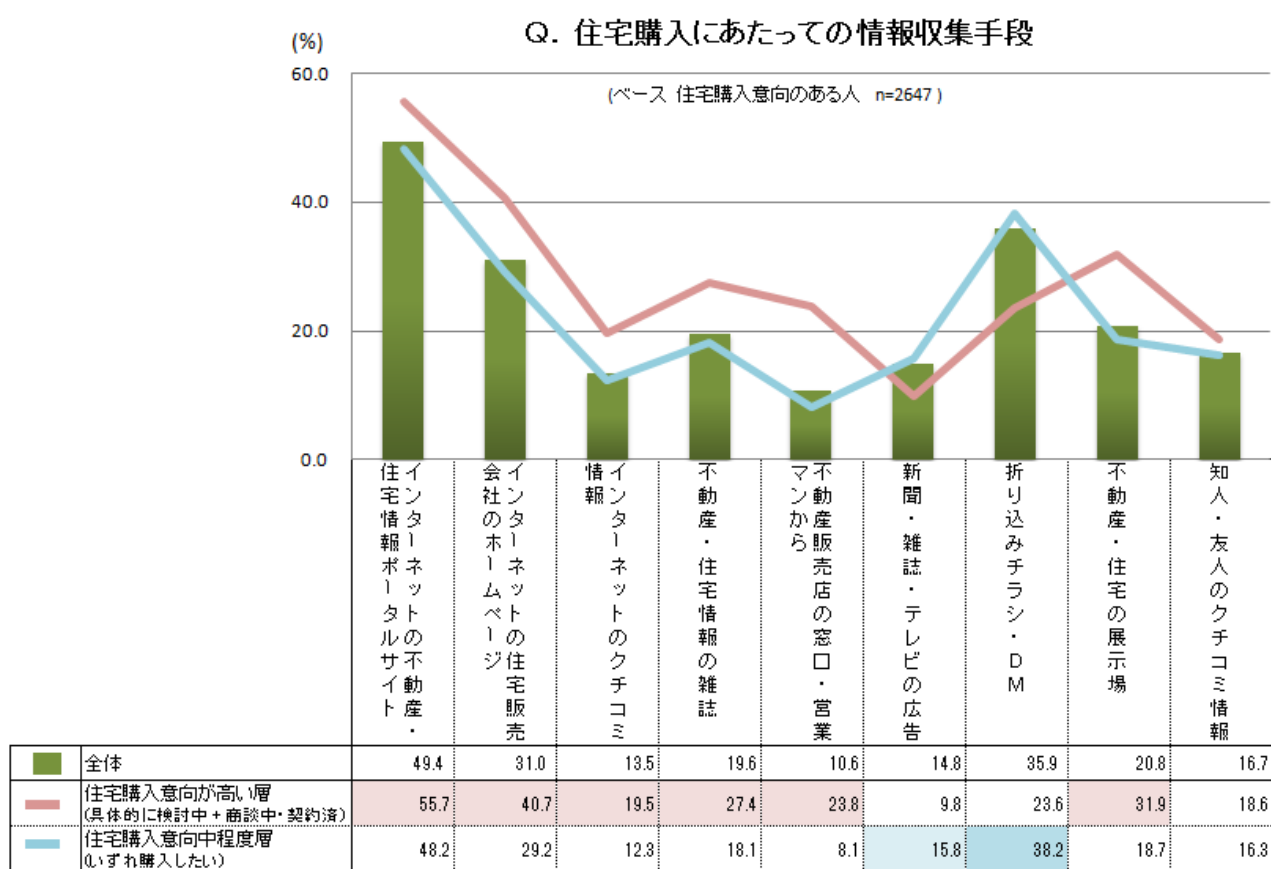
◆住宅購入・買い替えにおける情報収集手段は？

1位「ネットの不動産・住宅情報ポータルサイト」

住宅の購入・買い替え意向のある人に、どのような情報収集をおこなっているか尋ねたところ、1位は「インターネットの不動産・住宅情報ポータルサイト」で49.4%、2位は「折り込みチラシ・DM」が35.9%、3位は「インターネットの住宅販売会社のホームページ」31%でした。

住宅購入意向の度合い別に比較してみると、住宅購入意向が高い層(具体的に検討中+商談中・契約済)では、「インターネット」関連の情報収集手段が総じて購入意向中程度層より活用度が高いうえ、「不動産販売店の窓口・営業マン」「不動産・住宅の展示場」「不動産・住宅情報の雑誌」など、自ら積極的に情報収集する手段の活用度が高くなっています。

「いずれは購入したい」という住宅購入意向が中程度の層では、「折り込みチラシ・DM」「新聞・雑誌・テレビ広告」など、受け身でも情報が入ってくるメディアからの情報入手が比較的高くなっていました。



● 結果概要 ● ② ネットログ分析 編

◆ 住宅の購入・買い替え意向者が高い人がよく閲覧するサイトランキング

―「SUUMO」など大手不動産ポータルほか、「マンションコミュニティ」「IKEA」も

2014年4月より8%へ消費税の引き上げが予定されている中、住宅の購入・買い替え検討者は実際にどのようなネット行動をしていたのでしょうか？

アンケート回答者を①住宅の購入意向が高い層、②中程度の層、③検討していない層(非検討者)に分けて、それぞれの2013年8月分の接触サイトを比較しました。

②中程度の住宅購入意向者(いずれ購入したいと思っている)層では、非検討者と接触サイトの差があまり出なかったため、①住宅購入意向の高い層(具体的に購入・買いを検討中+商談中・契約済)と③住宅購入を検討していない人(非検討者)の間で、乖離(差)が大きい順に接触サイトランキングを作成しました。

住宅購入を検討していない人に比べて、住宅購入意向の高い人がよく閲覧するサイトの1位は、「不動産・住宅情報のSUUMO」でした。このほかにも、3位に「Yahoo!不動産」、5位「アットホーム」、8位「HOME'S」など大手不動産情報ポータルサイトが上位となりました。

このほか、7位にマンションクチコミ情報サイトの「マンションコミュニティ」、11位にハウスメーカーの「ミサワホーム」がランクインしたほか、9位に「イケア・ジャパン」、16位に「無印良品」などの家具販売会社のサイト、15位に「TOTO」バス・トイレ・キッチンメーカーなどがよくアクセスされていました。

不動産の購入・買い替え意向が高い人がよく閲覧するサイトランキング (2013年8月)

不動産の購入・買い替えを検討していない(非検討者)と比較して、不動産購入の意向が高い層の接触が多いサイトランキング

順位	サイトタイトル	ドメインURL	UU推計	不動産 高購入意向層 接触率①	不動産 中購入意向層 接触率②(参考)	非検討者 接触率③	高購入意向層 と非検討者の 差(①-③) ポイント
1	不動産・住宅 SUUMO	suumo.jp	58260	21%	13%	8%	13.4%
2	Google	www.google.co.jp	170862	62%	54%	51%	10.3%
3	Yahoo!不動産	realestate.yahoo.co.jp	40779	15%	8%	6%	8.9%
4	Google アカウント	accounts.google.com	90451	33%	25%	24%	8.5%
5	アットホーム	www.athome.co.jp	28393	10%	5%	2%	7.8%
6	価格.com	kakaku.com	162360	59%	51%	51%	7.5%
7	マンションコミュニティ	www.e-mansion.co.jp	24316	9%	3%	1%	7.3%
8	HOME'S	homes.co.jp	31164	11%	8%	4%	7.0%
9	イケア・ジャパン	www.ikea.com	26609	10%	3%	3%	6.7%
10	All About	allabout.co.jp	85164	31%	25%	24%	6.5%
11	ミサワホーム	www.misawa.co.jp	25540	9%	3%	3%	6.3%
12	Gmail	mail.google.com	49235	18%	13%	12%	5.9%
13	Yahoo!カード	card.yahoo.co.jp	34306	12%	7%	7%	5.8%
14	Weblio英和・和英辞典	ejje.weblio.jp	38190	14%	9%	8%	5.6%
15	TOTO トイレ・バス・キッチン	www.toto.co.jp	18269	7%	1%	1%	5.5%
16	無印良品	www.muji.net	34493	12%	8%	7%	5.5%
17	goo住宅・不動産	house.goo.ne.jp	17543	6%	2%	1%	5.4%
18	楽天銀行	rakuten-bank.co.jp	66371	24%	17%	19%	5.2%
19	Yahoo!ニュース BUSINESS	newsbiz.yahoo.co.jp	55912	20%	16%	15%	5.1%
20	ベルメゾンネット	www.bellemaison.jp	60543	22%	17%	17%	5.0%
21	e戸建て - 注文・建売住宅 ロコミ掲示板	www.e-kodate.com	15514	6%	1%	1%	4.9%
22	楽天市場	www.rakuten.co.jp	227248	82%	76%	77%	4.8%
23	旭化成	www.asahi-kasei.co.jp	16720	6%	2%	1%	4.8%
24	Google	www.google.com	106016	38%	33%	33%	4.8%
25	Google マップ	maps.google.co.jp	114012	41%	38%	36%	4.7%

©VALUES, inc.

※UU推計：該当ウェブサイトを訪問したと思われるUnique User人数。VALUES保有モニターでの出現率を基に、国内ネット人口に則して推測。

◆ 住宅購入意向が高い層の検索キーワードランキング

―「三井住友銀行」など住宅ローンに絡めた検索、「楽天」、「I K E A」「ニトリ」

2013年8月度の住宅の購入・買い替え意向が高い層（①）の検索キーワードランキングを作成し、さらに住宅購入意向層で特徴的な検索ワードを明らかにするため、住宅購入を検討していない層（非検討者）（③）との差が大きい順にランキングを作成して比較しました。

住宅の購入意向が高い層に特徴的な検索キーワードTOP3は、1位「三井住友銀行」、2位「楽天」、3位「I K E A」という結果になりました。

住宅ローンを検討しての検索キーワードとして、「三井住友銀行」「住宅ローン シミュレーション」「住宅ローン」「新生銀行」「楽天銀行」などがあがったほか、新居の家具、設備を探すネット行動が推測できる「楽天」「I K E A」「T O T O」「ニトリ」「リクシル」「パナソニック」などのワードが住宅の購入意向が高い層に特徴的な検索キーワードとしてあらわれました。

検索キーワードランキング（2013年8月） 集計対象：Google検索とYahoo!検索

<①住宅購入意向が高い層>

順位	検索キーワード	検索UU率
1	楽天	11.2%
2	YOUTUBE	9.8%
3	AMAZON	9.0%
4	YAHOO	7.4%
5	ANA	5.5%
6	アマゾン	5.5%
7	三井住友銀行	4.8%
8	ドコモ	3.8%
9	JAL	3.8%
10	GOOGLE	3.8%
11	半沢直樹	3.6%
12	FACEBOOK	3.6%
13	IKEA	3.3%
14	ニトリ	3.3%
15	GMAIL	3.3%
16	楽天市場	3.3%
17	地図	3.3%
18	ユーチューブ	3.3%
19	TOTO	3.1%
20	郵便局	3.1%

<③住宅購入非検討者>

順位	検索キーワード	検索UU率
1	AMAZON	8.7%
2	楽天	8.2%
3	YOUTUBE	7.5%
4	YAHOO	6.6%
5	アマゾン	6.1%
6	あまちゃん	3.7%
7	半沢直樹	3.7%
8	ANA	3.6%
9	FACEBOOK	3.5%
10	AU	3.2%
11	GOOGLE	3.2%
12	価格.COM	3.1%
13	じゃらん	3.1%
14	JAL	3.0%
15	ヤマト運輸	2.9%
16	ドコモ	2.7%
17	ユーチューブ	2.5%
18	NHK	2.4%
19	ユニクロ	2.3%
20	みずほ銀行	2.3%

<①-③ 住宅購入意向が高い層に特徴的検索>

順位	検索キーワード	①-③検索UU率
1	三井住友銀行	3.1%
2	楽天	2.6%
3	IKEA	2.4%
4	YOUTUBE	2.0%
5	TOTO	2.0%
6	ニトリ	1.9%
7	HOMES	1.7%
8	ANA	1.6%
9	スーモ	1.5%
10	GMAIL	1.4%
11	住宅ローン シミュレーション	1.3%
12	リクシル	1.3%
13	ZOZO	1.3%
14	価格	1.2%
15	楽天市場	1.2%
16	パナソニック	1.2%
17	住宅ローン	1.2%
18	新生銀行	1.2%
19	TBS	1.2%
20	楽天銀行	1.1%

©VALUES, inc.

※検索UU率： 調査対象者に占める当該ワード検索者の比率
※ポイント系サイト、キーワードは除外しています

■株式会社ヴァリュースについて

株式会社ヴァリュースは、マーケティングノウハウと IT 先端技術を活用して、新たな市場価値の創造をサポートする、事業成長支援企業です。 20 万人規模の一般インターネットユーザーの行動ログとデモグラフィック（属性）情報を活用した次世代マーケティング手法「VALUES eMark+」（ヴァリュース イーマークプラス）サービス提供のほか、経営課題のコンサルティングから、課題解決、販売促進の支援まで、独自のノウハウとソリューションで多くの企業を支援しています。

株式会社ヴァリュース ホームページ

<http://www.valuesccg.com/>

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ヴァリュース 子安 （こやす）

TEL: 03-6277-6812 E-mail: press@valuesccg.com