

住宅購入・リフォーム
に関するマーケティングデータ

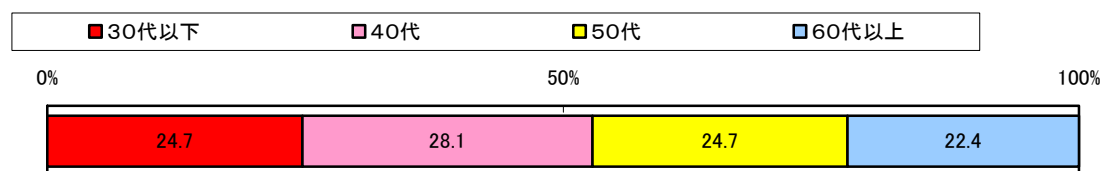
朝日大学マーケティング研究所

調査概要

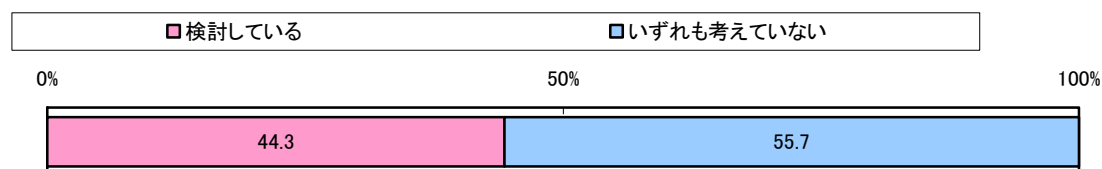
- 調査方法 Webアンケート
- 調査期間 2010年7月8日(木)～7月12日(月)
- 調査対象 東海圏(静岡、愛知、岐阜、三重)在住の20歳～69歳の男女
- 有効回答 643名

回答者の構成(N=643)

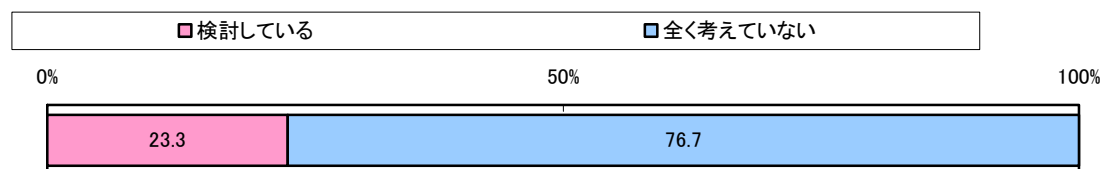
世帯主の年代



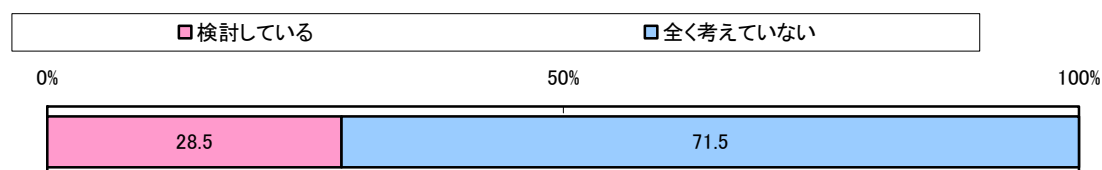
住宅の新築またはリフォームを検討しているか



住宅の購入・新築を検討しているか



自宅のリフォームを検討しているか



1. 住宅エコについて

新築・リフォーム検討者の17.2%は、住宅エコポイントがきっかけで検討開始。オール電化やソーラーシステムの導入意向も高い

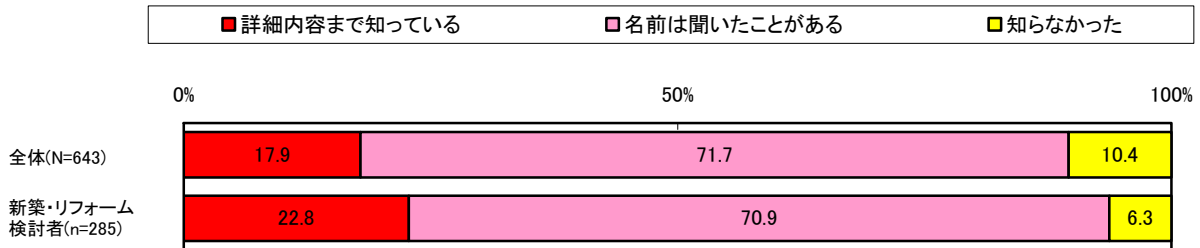
■「住宅エコポイント」について、「詳細内容まで知っている」人は17.9%、「名前は聞いたことがある」人が71.7%。あわせて約9割が認知している。特に、住宅新築やリフォームを検討している人は、詳細内容まで知っている人が多く、22.8%に上る。

■住宅エコポイント制度があることを知って、「住宅新築を具体的に検討しようと思うようになった」人は3.3%、「リフォームを検討しようと思うようになった」人は5.0%。住宅新築やリフォームを検討している人に絞ってみると、住宅エコポイント制度が検討のきっかけとなったのは17.2%（住宅新築7.0%、リフォーム10.2%）。

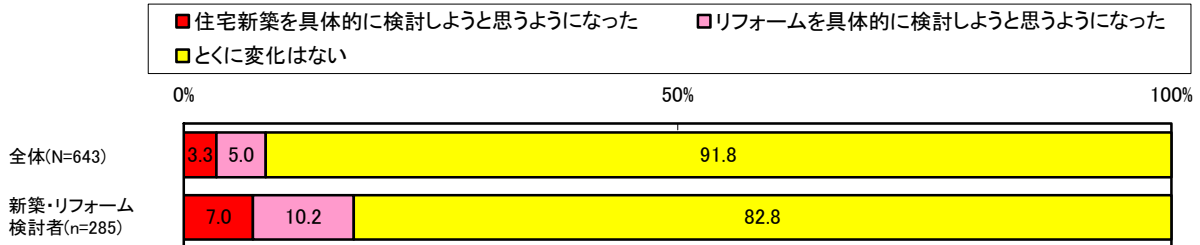
■オール電化普及率は15.1%。今後の導入意向を尋ねたところ、欲しいと思っているのは40.3%。住宅新築やリフォームを検討している人に絞ってみると、普及率は11.6%で、約半数が導入希望。

■ソーラーシステム普及率は6.4%。今後の導入意向を尋ねたところ、欲しいと思っているのは50.3%。住宅新築やリフォームを検討している人に絞ってみると、普及率は6.3%で、6割超が導入希望。

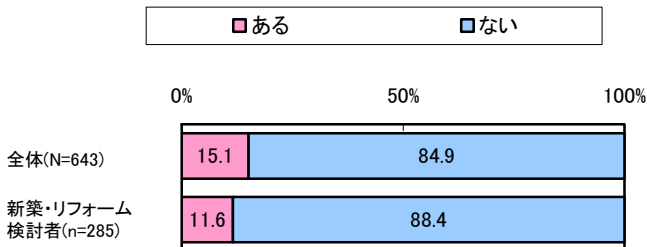
「住宅エコポイント」認知



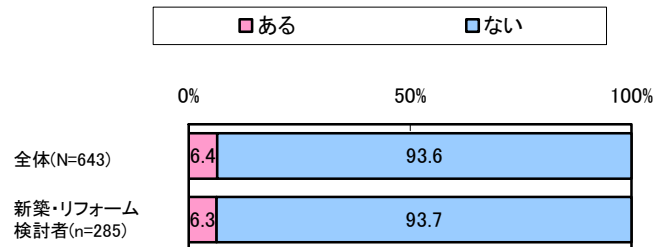
住宅エコポイント制度があることを知って、住宅の新築やリフォームをしてみたいと思うようになったか



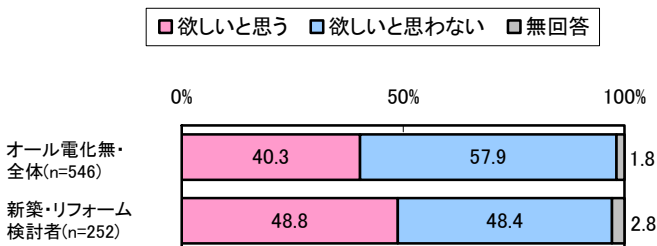
現在の自宅のオール電化の設備の有無



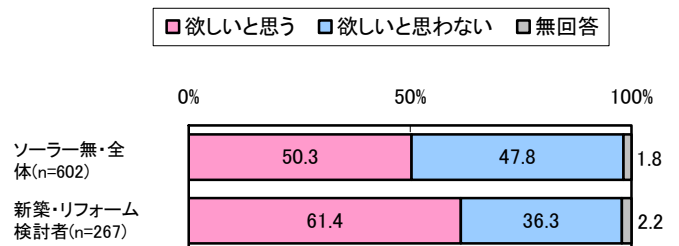
現在の自宅のソーラーシステムの設備の有無



オール電化の設備を今後欲しいと思うか



ソーラーシステムの設備を今後欲しいと思うか



2. 新築検討者が検討している住宅

二世帯住宅を検討しているのは新築検討者の約3割。将来のためのバリアフリーも十分配慮したい人が多い

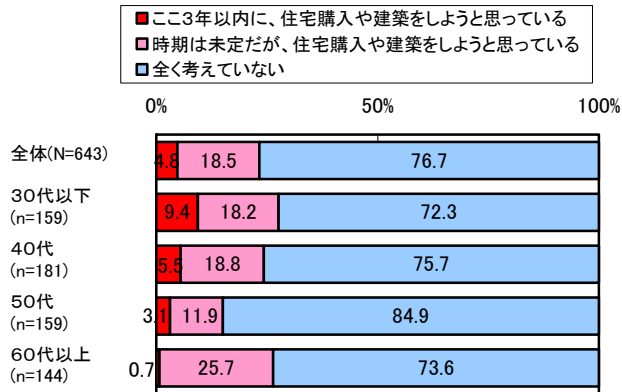
■今後、住宅の購入や新築を検討している人(以下「新築検討者」)は23.3%。世帯主の年代別にみると、年齢が若いほど、ここ3年以内に検討している人の割合が高い。

■新築検討者のうち、二世帯住宅の購入を検討しているのは32.0%。世帯主の年代別にみると、世帯主の年齢が上がるほど、二世帯住宅の購入を検討する割合が高くなる。また、50代では他の年代と比べて、息子夫婦との二世帯住宅を検討している割合が高く、親との二世帯住宅を検討している割合と同じく20.8%に上る。

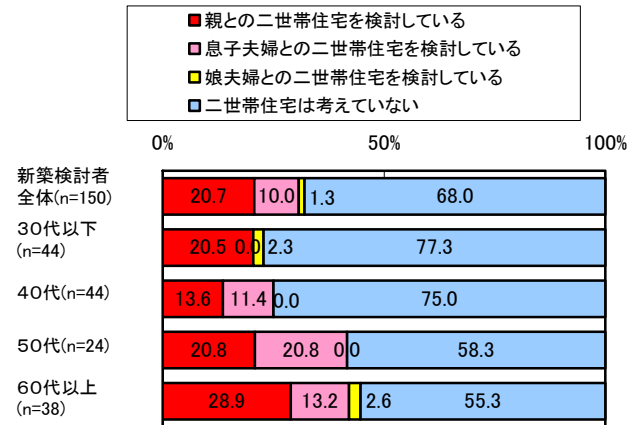
■住宅の設計や設備の選定の際、歳をとったときに備えて配慮するか、という問いに対し、新築検討者の半数が「十分配慮したい」と答えた。世帯主の年代別にみると、特に60代以上で「十分配慮したい」という人の割合が高く、6割を超える。

■歳をとったときに備えて配慮したい(「十分配慮したい」+「まあ配慮したい」と答えた人)に、どんな対策をするか尋ねたところ、もっとも多いのは「段差をなくす」ことで87.0%に上る。次いで、「手すりを適所に取り付ける」(58.5%)、「床暖房などで快適な室温を保つ」(51.2%)が続く。

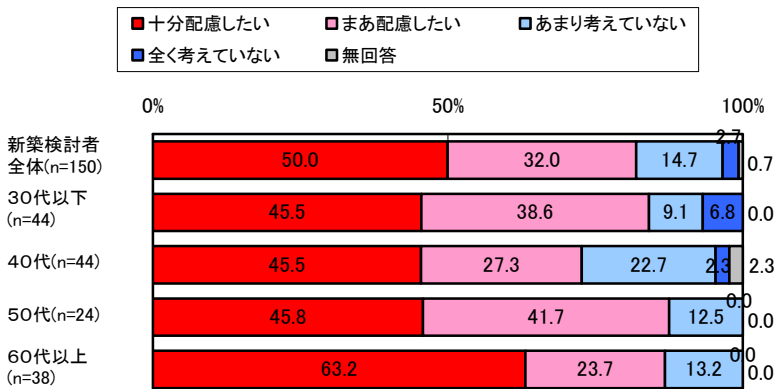
住宅の購入や建築を検討しているか(世帯主年代別)



購入を検討している住宅は二世帯住宅か(世帯主年代別)

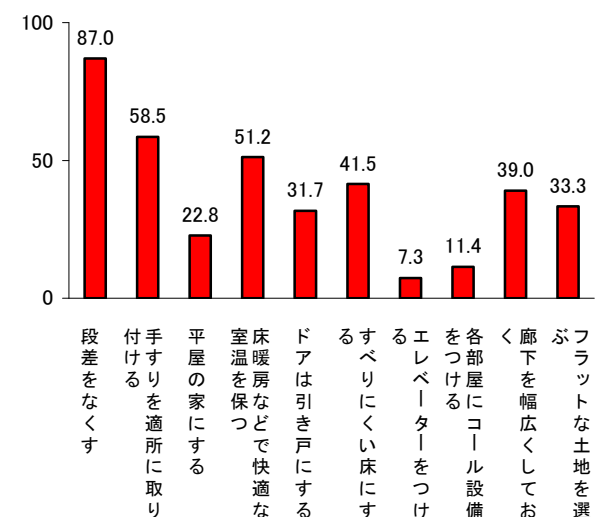


歳をとったときに備えて十分配慮して設計したり、設備の選定を行うか(世帯主年代別)



どんなことに配慮して設計するか

(新築検討者・配慮したいと回答した人(n=123))



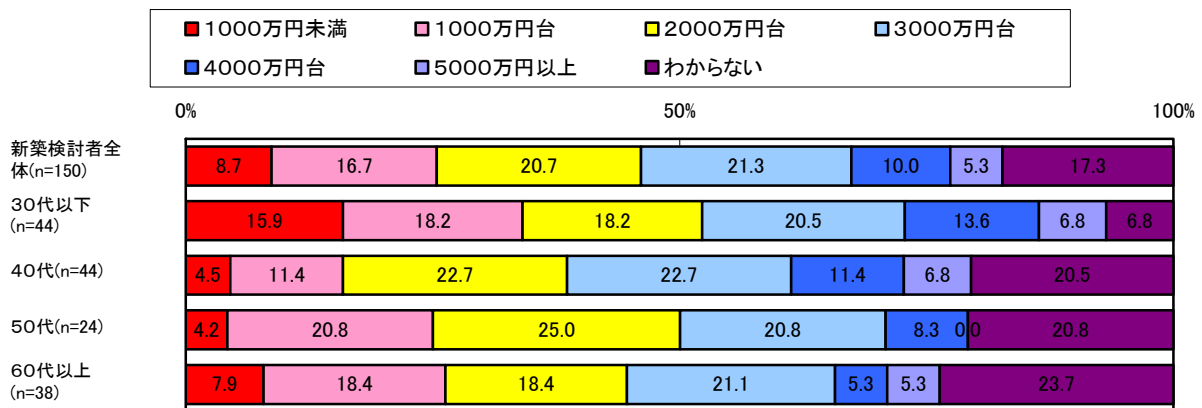
3. 住宅購入時の資金や購入検討家電について

住宅購入資金は2000万円台～3000万円台を想定している人が多く、4割を占める

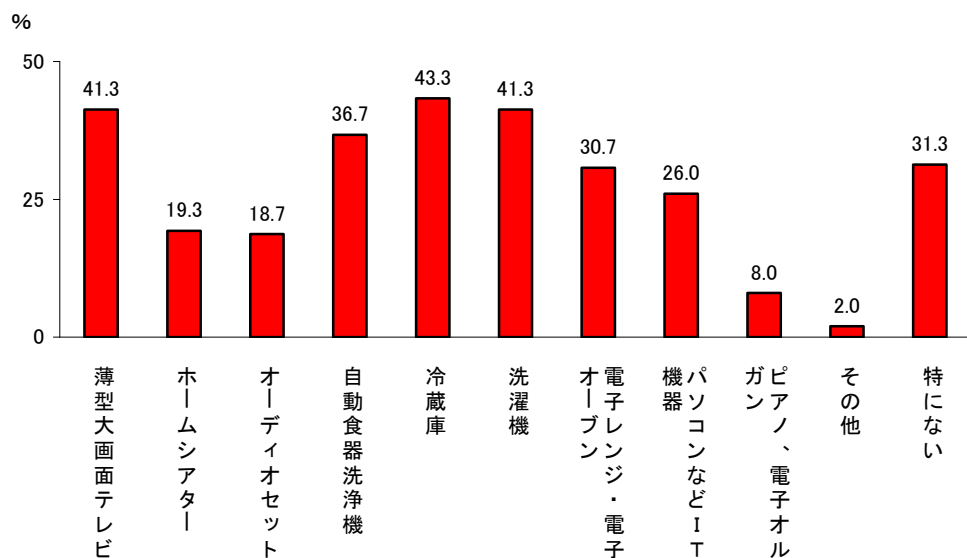
■新築検討者が購入を検討している住宅に必要な資金は「3000万円台」がもっとも多く、21.3%。次いで、「2000万円台」が20.7%、「わからない」が17.3%と続く。世帯主の年代別にみると、30代以下では「わからない」とした人の割合が6.8%と他の年代に比べて低く、住宅購入に向け、資金も含めてより具体的に検討している様子がうかがえる。

■新築検討者が、新築の際に購入を考えている家電製品は、「冷蔵庫」がもっとも多く、43.3%。次いで、「薄型大画面テレビ」、「洗濯機」が41.3%、「自動食器洗浄機」が36.7%と続く。

住宅購入に必要な資金(世帯主年代別)



新築の際に、購入を考えている家電製品等(新築検討者全体(n=150))



4. リフォームの検討について

新築からリフォームの検討に切り換えた人は約1割。キッチンやバスルームのリフォームを検討している人が多い

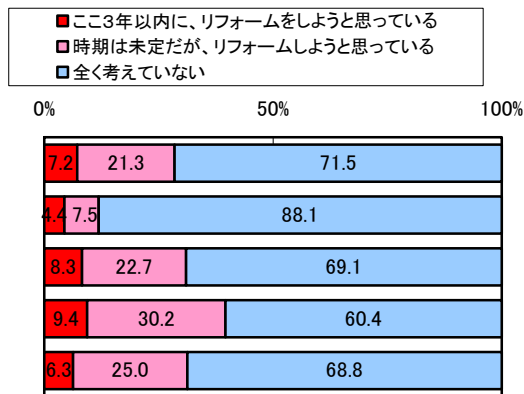
■自宅のリフォームを3年以内に検討している人は7.2%。時期が未定な人も含めると、リフォームを検討している人(以下「リフォーム検討者」)は全体の約3割に上る。

■リフォームを検討する前に、住宅の新築や購入を検討していたか、という問に対しては、「現在でも、住宅の新築・購入も検討している」という人が19.1%、「以前は検討していたが、リフォームの検討に変わった」という人が11.5%。世帯主の年代別にみると、特に30代以下でリフォームと新築・購入を平行して検討している人(31.6%)、40代では新築・購入からリフォームの検討に乗り換えた人(16.1%)の割合が、他の年代と比べて高めである。

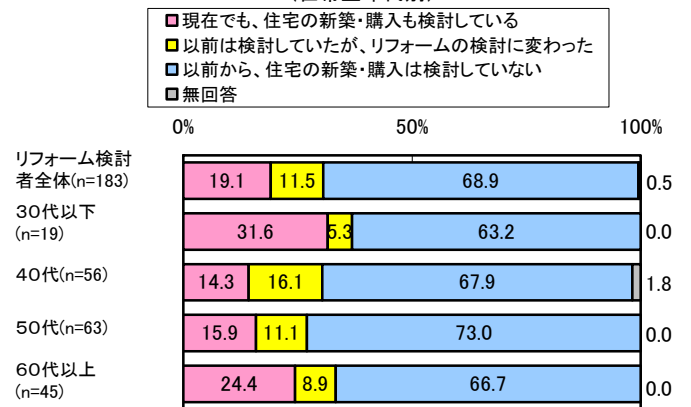
■リフォーム検討者が一番リフォームしたい箇所として、もっとも多く挙げたのは「キッチン」で21.3%。次いで「バスルーム」(17.5%)、「外壁」(14.8%)が続く。

■検討しているリフォームに必要な資金は、「100～299万円」がもっとも多く、29.0%。一番リフォームしたい箇所別にみると、キッチンは100～299万円、300～499万円あたり、バスルームは50～99万円、100～299万円あたり、外壁は100～299万円、50～99万円あたりを想定している人が多い。

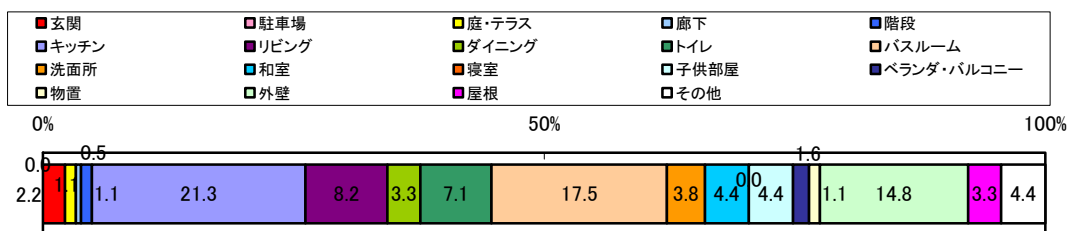
自宅のリフォームを検討しているか(世帯主年代別)



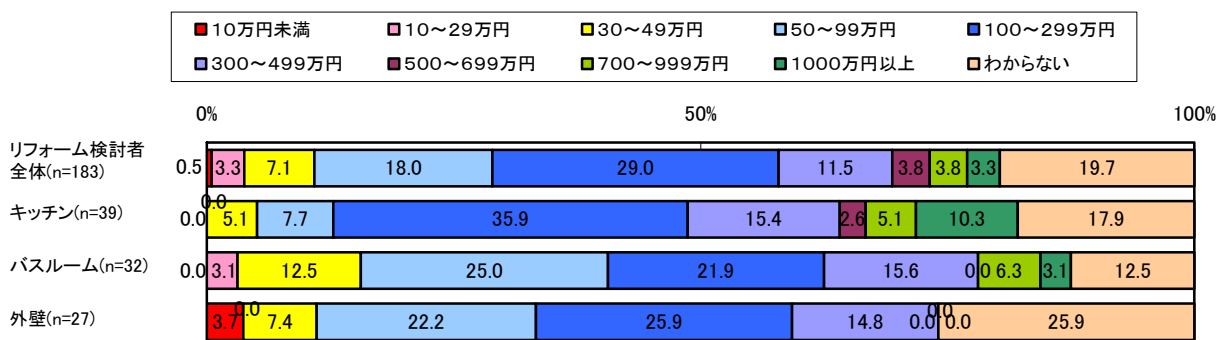
リフォームを検討する前に、住宅の新築(建替え)や購入を検討していたか(世帯主年代別)



現在、一番リフォームしたい箇所(リフォーム検討者全体(n=183))



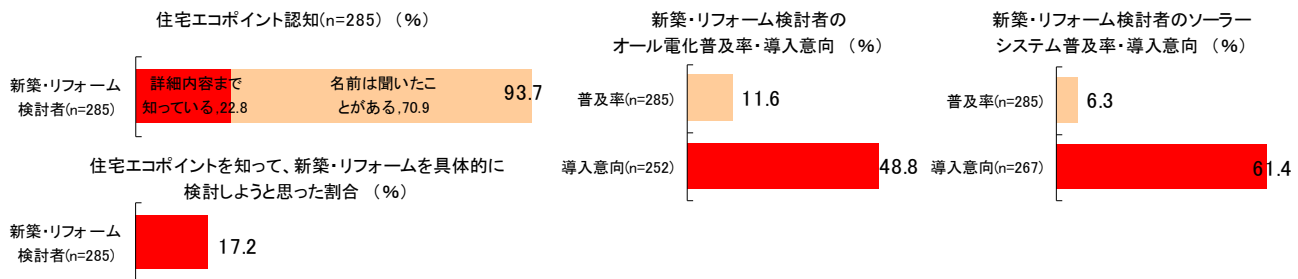
リフォームに必要な資金(一番リフォームしたい箇所・上位3項目別)



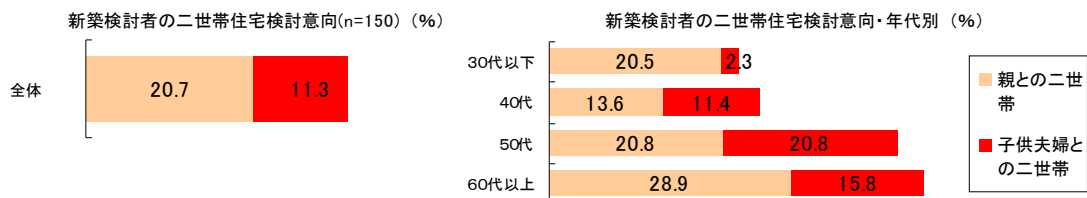
データの総括

①新築・リフォーム検討者の「住宅エコポイント」認知は93.7%（詳細内容までの認知22.8%、名前を聞いたことがある程度70.9%）。「住宅エコポイント」が住宅新築やリフォームを具体的に検討するきっかけになったという人は17.2%。

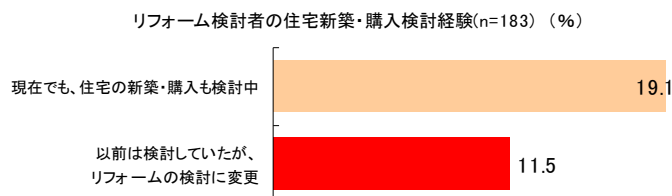
新築・リフォーム検討者のオール電化普及率は11.6%、今後の導入意向48.8%。
同じくソーラーシステム普及率は6.3%、今後の導入意向61.4%。



②新築検討者のうち、二世帯住宅の購入を検討している人は約3割。特に50代では、子供(息子・娘)夫婦との二世帯と、親との二世帯とが同程度。



③リフォーム検討者のうち、リフォームと並行して住宅の新築も検討している人は約2割。以前は新築を検討していたが、リフォームの検討に変更した人は1割を超える。



事実から推測される仮説

■地球温暖化対策の推進及び経済の活性化を図ることを目的として、2009年12月から「住宅エコポイント」が始まったが、この制度は、住宅購入・新築、およびリフォームの具体的な検討を促す一定のきっかけとなったといえる。しかしながら、昨今の経済状況から、新築一戸建の購入・新築需要は低調であり、これまで新築を検討していた世帯でも、リフォームに切り替えるケースも出てきている。今後は、日本の人口減少、経済の成長鈍化、年金制度など将来への不安も重なって、住宅新築市場はさほど大きな伸びは期待できないと考えられる。オール電化、ソーラーシステム、バリアフリー修繕などのニーズを取り込んだリフォームが中心となり、リピート需要の掘り起こしが重要となる。そのためには、顧客管理の仕組みや、きめ細かな顧客対応が求められる。

■「二世帯住宅」、あるいは「三世帯住宅」の需要増も今後の傾向となろう。若者層では、低収入層の増加にともなって、独立した住宅購入・新築は厳しいと考えられる。50代、60代を親に持つ世代は、二世帯住宅、あるいは親の敷地に別棟を建築するなど、親に依存した形での住宅保有が進む。また、増築などによる同居の増加も考えられる。こうした「住まい方」の変化は、住宅の部屋構成、仕様などに変化をもたらす。ライフスタイルの変化も勘案し、時代に合わせた新しい「住まい方」の提案ができるかどうか今後の鍵となろう。

トピックスリサーチ

住宅購入・リフォームに関するマーケティングデータ

発行日 2010年8月20日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所
〒460-0002
愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20
朝日丸の内ビル2F
TEL : 052-961-4576

お問い合わせ apost@dance.ocn.ne.jp
