

1998年 5月

じゅう じゅう しょう ち
住 十 承 知

YRS Consumer Summary Report '98

発行 (財)ハイライフ研究所
(株)読 売 広 告 社

はじめに

本書は1997年冬に(財)ハイライフ研究所と(株)読売広告社によっておこなわれた、分譲マンション購入者を対象とする『住まいに関するお伺い』調査の項目中から、'98年のマンション購入者意識として取り上げておきたい10項目を選び、サマリーレポートとしたものです。

本棚に、あるいは机の隅にでも立てかけて置き、忙しい仕事の合間のコーヒープレイクにお読みいただければと思います。あまりかしこまらず、楽しみながらお読みいただければ幸いです。



■ 『住まいに関するお伺い』 アンケート調査 調査概要

◇調査目的	最近1ケ年半における民間分譲マンション購入世帯を対象に、マンション購入の実態と購入者意識を明らかにすることを目的としている。
◇調査地域	東京駅を中心とする半径50km圏
◇調査対象	民間分譲マンションを最近1ケ年半に購入し、現在居住している世帯を対象とした。 具体的な回答者はその世帯の主婦。
◇標本抽出法	最近1ケ年半に首都圏で販売された全民間分譲マンションの中から320物件を無作為に抽出、調査員が各階から均等に1物件5世帯をスクリーニング。
◇標本数 回収率	指令標本数 1600 S 回収標本数 1100 S 回収率 68.8%
◇調査方法	質問紙留置法
◇調査期間	1997年10月9日(木)～11月17日(月)
◇企画・設計	(財)ハイライフ研究所 (株)読売広告社

〈目次〉

- その1 ■住まいの種類と居住年数の関係・・・・・・・・・・ P 4
- その2 ■注意して見る広告・・・・・・・・・・ P 5
- その3 ■購入の際の重視点・・・・・・・・・・ P 6
- その4 ■ご主人の通勤時間・・・・・・・・・・ P 7
- その5 ■買い替えによる購入・・・・・・・・・・ P 8
- その6 ■高齢者対応の設備・・・・・・・・・・ P 9
- その7 ■定期借地権マンション・・・・・・・・・・ P 10
- その8 ■超高層マンション・・・・・・・・・・ P 11
- その9 ■環境共生住宅・・・・・・・・・・ P 12
- その10 ■入居と家電購入時期の関係・・・・・・・・・・ P 13

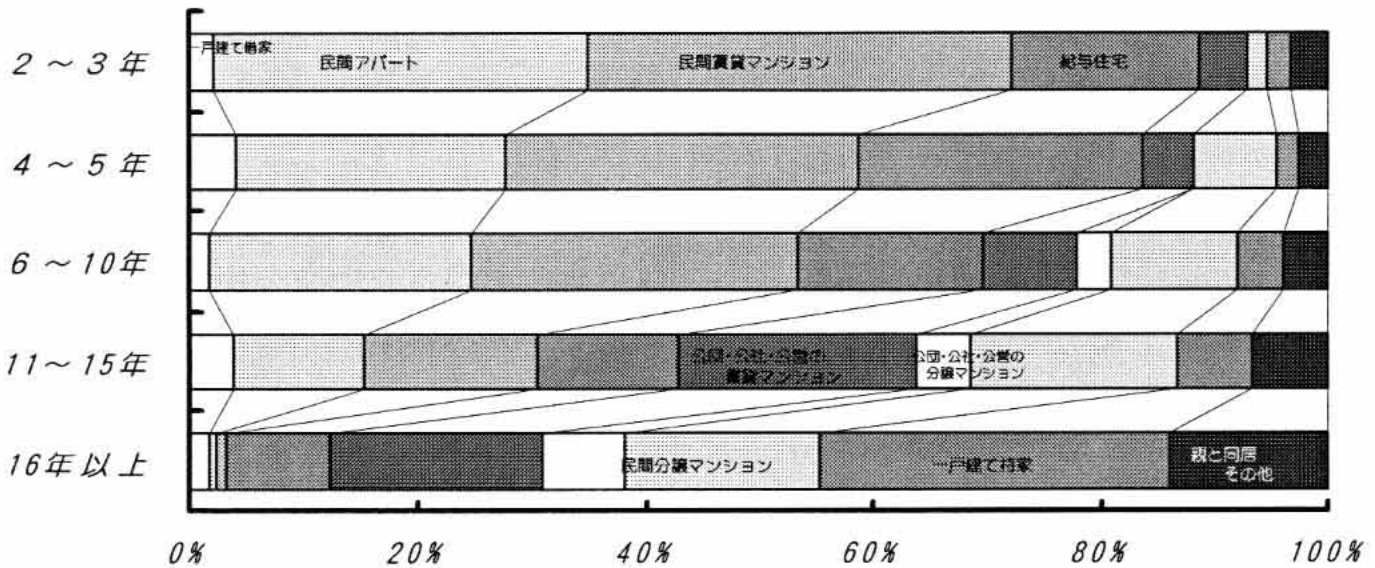


賃貸から持家になるにしたがって居住年数が長くなるのは当然のこと。

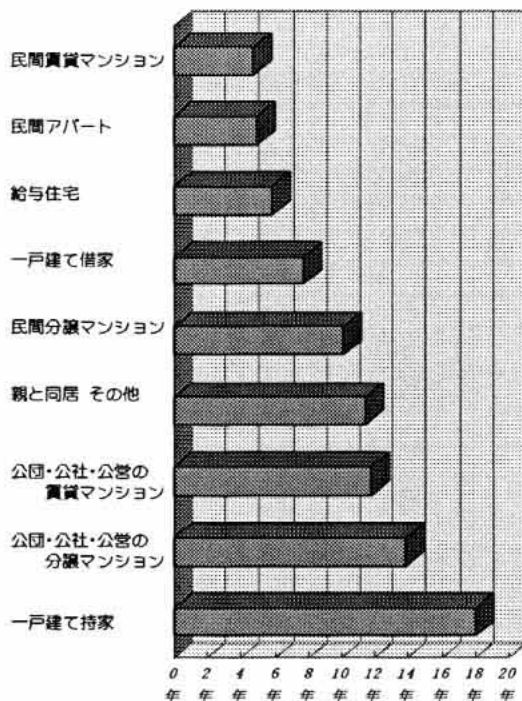
住まいの種類と居住年数の関係を見ても、概ね、予想どおりの傾向が見られます。…公営賃貸マンションの平均居住年数が民間分譲マンションより長いのは、やや意外な結果かもしれません。

その1

《 以前の住まいの種類と居住年数の関係 》



《 住まいの種類別に見た平均居住年数 》



居住年数別に住まいの種類を見ると、居住年数が長くなるにしたがって、順に「民間アパート」から「賃貸マンション」、「公営マンション」、「分譲マンション」、「一戸建て持家」へと、比率の多い部分に変化していくことがわかります。

住まいの種類別に平均居住年数を見ると、最短の「賃貸マンション」がおよそ5年、最長の「一戸建て持家」が18年となっており、その間には13年ものひらきがあります。概して賃貸住宅の方が居住年数は短いのですが、「公営マンション」に限っては賃貸が12年、分譲が14年といずれも長くなっています。

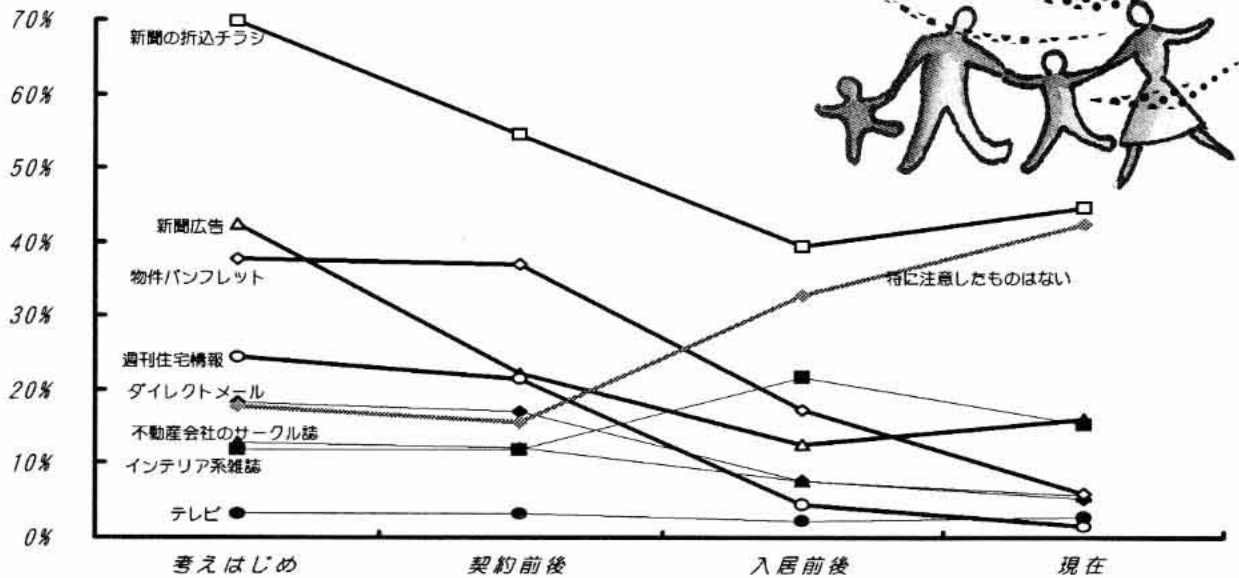


マンションの購入価格を以前の住まいの種類別に見ると、平均が最も高いのは何で、およそいくらになるでしょう？ (答えはページ下)

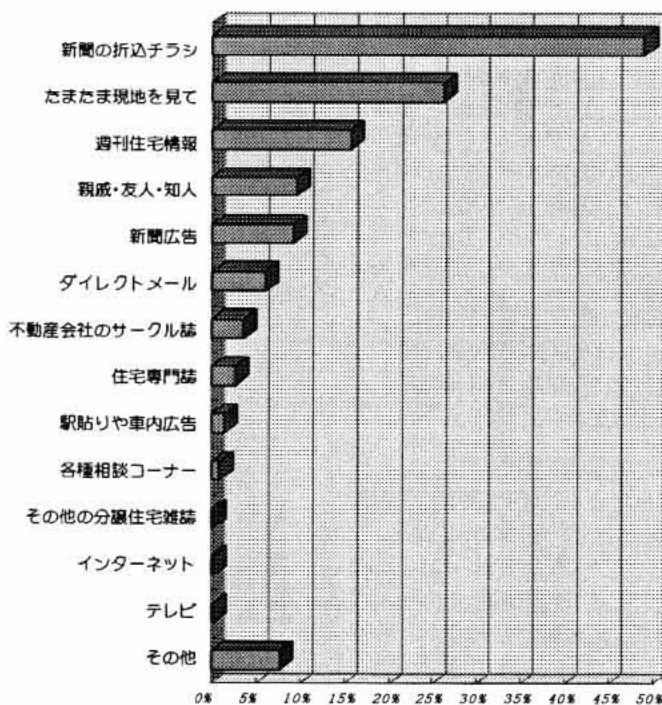
マンションを購入しようと考えはじめてから現在に至るまでの流れの中で広告に対する関心を見ると、**注意して見る広告**はその時々で変化していきます。一般に購入以降は住宅広告への関心が薄れ、積極的に自分のマンションと他のマンションを比較して見るということも少ないようです。

その2

《 マンションの購入を考えはじめてから注意して見た広告 》



《 今のマンションを知ったきっかけ 》



考えはじめてから契約に至るまでは「折込チラシ」を注意して見る人が70%。他にも「物件パンフレット」、「週刊住宅情報」など、比較検討の材料を積極的に入手していることがわかります。契約以降はいずれも比率が下がり、唯一入居前後に「インテリア系雑誌」への関心が高まっています。特に、自ら積極的に入手する必要がある「物件パンフレット」、「週刊住宅情報」の下降が著しいようです。

一方で、今のマンションを知った直接のきっかけは「たまたま現地を見て」が2位になっており、品質だけでなく地域性が重視される不動産購入の特異性が伺えます。

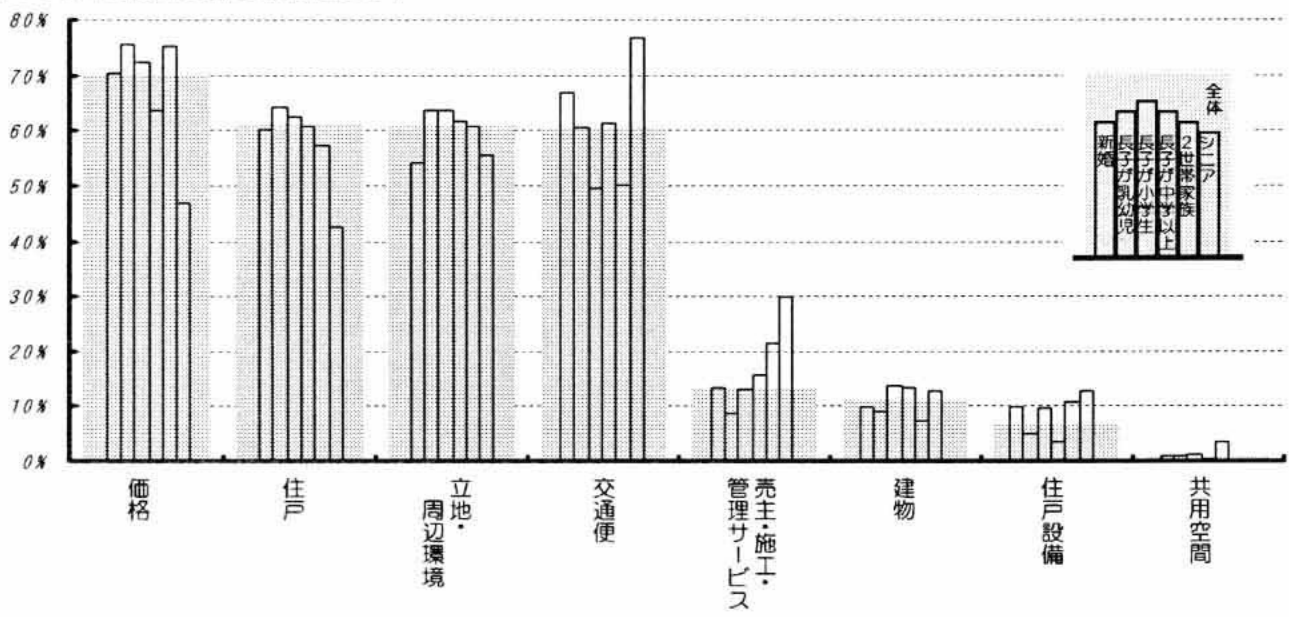


新聞の折込チラシを注意して見る年代は、20代、30代、40代、50代以上のうちで、どの層が一番高いでしょう？（答えはページ下）

マンション購入は生涯で最も大きな買い物。**購入の際の重視点**も当然、“価格”が1位となります。けれど、シニア世帯にとっての重視点は他の世帯とやや異なり、“価格”や“住戸”のことよりも、“交通の便”や“周辺環境”の方が大切なようです。

その3

《 マンション購入の際に重視したこと 》



《 具体的に重視した上位15項目 》

1位 価格の適切さ	98.2%
2位 住戸の広さ	94.8%
3位 部屋数	94.4%
4位 間取りの良さ	93.5%
5位 陽あたり・採光の良さ	93.4%
6位 住宅金融公庫融資があること	91.2%
7位 不動産会社への信頼感	91.1%
8位 リビングルームの広さ	90.5%
9位 風通しの良さ	90.3%
10位 収納スペースの広さと数	88.8%
10位 管理体制がしっかりしていること	88.8%
12位 リビングルームの使い易さ	88.2%
13位 鉄道最寄り駅までの近さ	88.1%
14位 不動産会社の社員の態度・対応の良さ	87.7%
15位 台所の使い易さ	87.5%

70の具体的な項目を挙げ、“非常に重視+やや重視”を集計したところ、「価格の適切さ」が98.2%で1位となりました。その他、住戸の内容から不動産会社の対応まで、重視項目は多岐に渡っています。「収納スペース(10位)」や「台所の使い易さ(15位)」など、主婦の目を通した住宅購入の視点をうかがうこともできます。

これを“非常に重視”のみで集計しなおすと、順位は大きく入れ替わります。1位の「価格の適切さ」こそ不動ではあるものの、2位に「住宅金融公庫の融資」、4位に「ローン・支払い条件」と価格に関する項目が浮上し、「住戸の広さ」や「部屋数」の順位は8、9位へと下がってしまいます。様々な点を重視したいが、まずはふとこの具合から、という切実な声が開こえてくるようです。

《 具体的に非常に重視した上位15項目 》

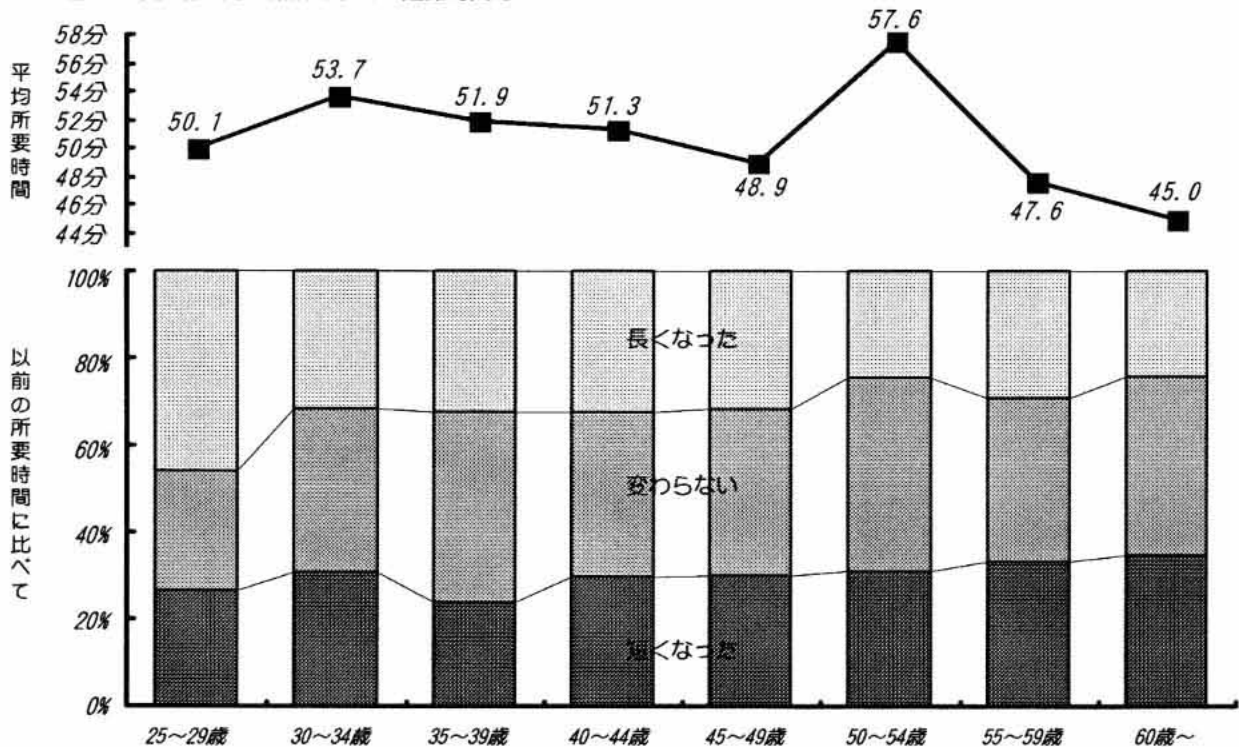
1位 価格の適切さ	68.6%
2位 住宅金融公庫融資があること	67.5%
3位 陽あたり・採光の良さ	57.2%
4位 ローン・支払い条件の良さ	53.0%
5位 不動産会社への信頼感	47.2%
6位 間取りの良さ	45.7%
7位 鉄道最寄り駅までの近さ	45.4%
8位 部屋数	44.5%
9位 住戸の広さ	44.4%
10位 建物の向き	43.7%
11位 管理体制がしっかりしていること	43.2%
12位 風通しの良さ	41.8%
13位 長期修繕計画がしっかりしていること	40.7%
14位 管理費・修繕積立金の適切さ	40.2%
15位 通勤の利便さ	38.7%

? 高額マンション(6000万円以上)の購入者の重視点1位は上の8項目のうち何でしょう? (答えはページ下)

自分の城を設けるためには、犠牲にしなければいけないことも当然でできます。
住宅購入にともなって、**ご主人の通勤時間**が短くなったという
ケースはおよそ3割。とくに若い人ほど、以前の住まいより通勤時間が長くなる
ようです。

その4

《 世帯主年齢別に見た勤務地までの通勤時間 》



マンションを購入したことによる通勤時間の変化を見ると、「短く」が約3割、「変わらない」が約4割、「長く」が約3割となります。これを20代後半に限って見ると「長く」が5割弱となり、他の年代に比べて変化が著しいことがわかります。もっとも、20代後半の平均所要時間は50.1分と他の年代に比べて特に長いわけではなく、一人暮らしの近距離通勤から所帯を持つことによる遠距離通勤への変化、というのがその実状ではないかと予想されます。

平均所要時間が最も長いのは50~54歳の57.6分。40代までの平均が50分前後であるのに対し8分ほど長くなっています。また、55歳以降の高齢層では通勤時間が45分前後と比較的短く、定年後は都心に近い便利な場所で暮らしたいという都心居住志向に加え、より都心に近い物件の購入が可能という資金力がこのような結果になったものと考えられます。



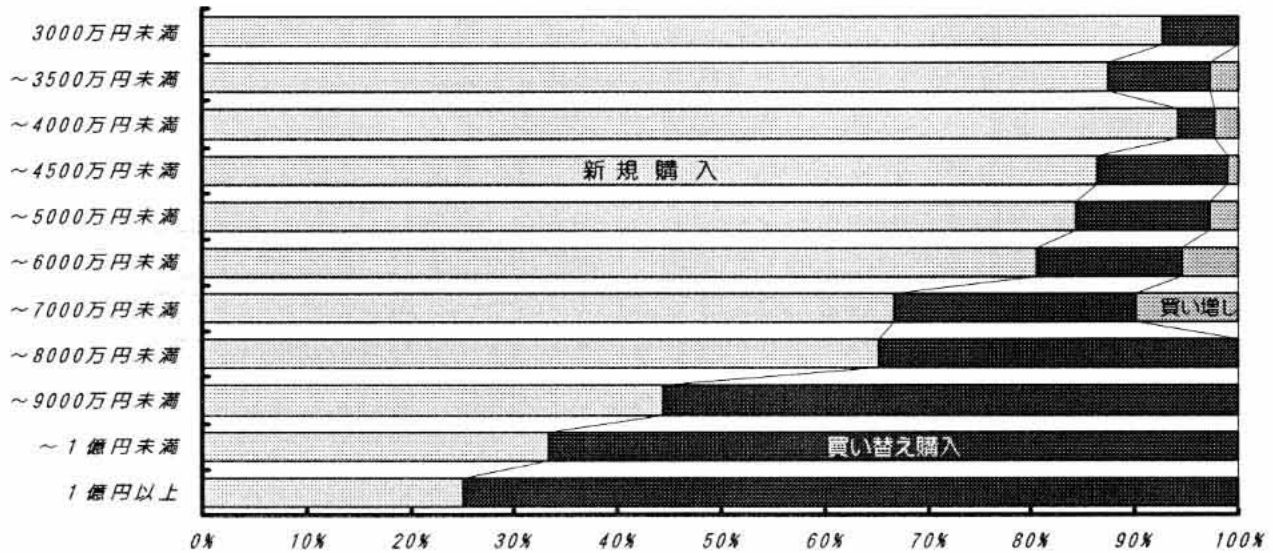
1100人のアンケート回答者中、最も通勤時間が長かった人は何分だったでしょう？ (答えはページ下)

価格が高ければ高いほど、**買い替えによる購入**の割合が増えてきます。特に8000万円以上の物件ではその半数以上が買い替えとなります。

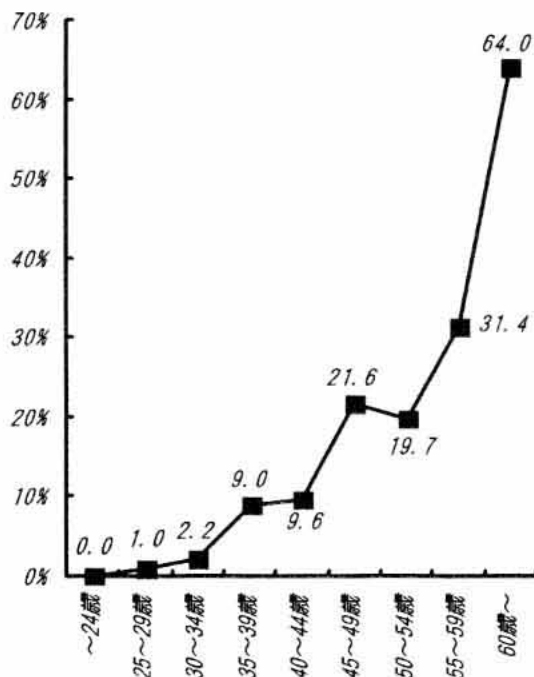
また、年齢で見ると高齢になるほど割合が増え、60歳以上では64%もの物件が買い替えによる購入となっています。

その5

《 マンションの購入価格別に見る購入の形態 》



《 世帯主年齢別に見る買い替え購入の比率 》



6000万円未満の物件では新規購入が80~90%と大半を占めます。これが6000~7000万円では65%、それ以上では45~25%となり、価格が高くなるにしたがい買い替えの比率が増加していくことがわかります。買い増しについては6000万円台が最多で、その割合は1割強となっています。

年齢別に買い替えの割合を見ると、35~44歳で1割弱、45~54歳で2割前後となっています。年齢が上がるとその割合はますます高まり、55~59歳で3割強、定年・子離れの60歳以上になると6割以上が買い替えとなっています。



買い替えによる購入価格の平均は4271万円でした。それでは以前の家を平均いくらで買い、いくらで売却したでしょう？ (答えはページ下)

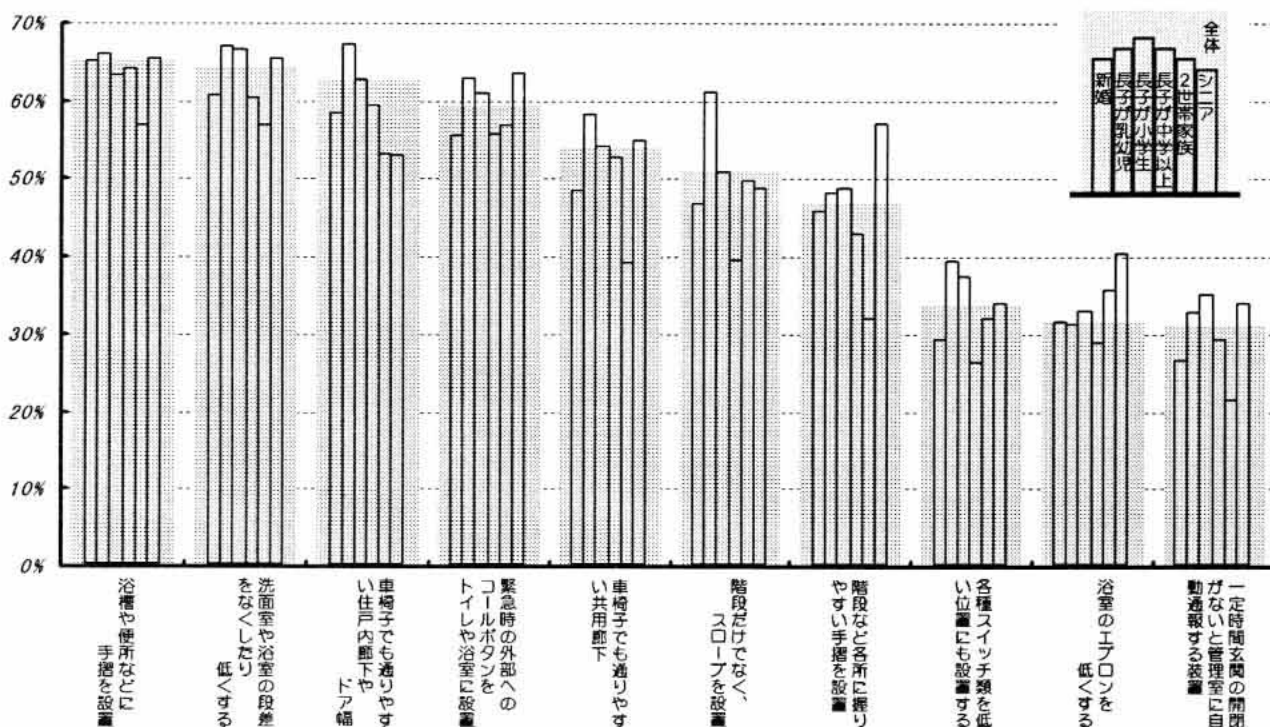
21世紀を目前に控え、高齢化社会がますます進む中、分譲マンションにおいても

高齢者対応の設備は非常に重要となりつつあります。

浴室や便所に手摺を設置、住戸内の段差をなくしたバリアフリー設計、などは必要最低限のことなのかもしれません。

その6

《 高齢者に対応した設備・仕様の希望 》



希望される高齢者対応の設備は、「浴室や便所に手摺」が1位、以下「洗面所や浴室の段差をなくす」、「車椅子でも通りやすい住戸内廊下」、「緊急時の外部へのコールボタン」の順になっています。

これを世帯別で見ると、希望の度合いに若干の変化が生じます。長子が乳幼児の世帯では「階段だけでなく、スロープを」の希望が強く、これは乳幼児の歩行を意識しているものとも考えられます。また、「緊急時の外部へのコールボタン」、「階段などに握りやすい手摺」、「浴室のエプロンを低く」の3項目はシニア世帯の希望が強くなっています。高齢者が必要に感じるという点では、「生の声」と捉えることができるでしょう。

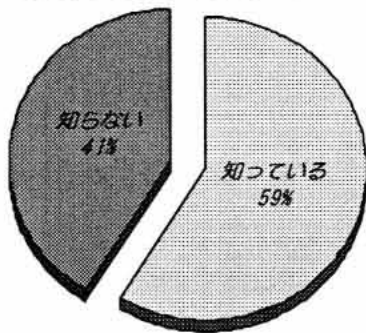


20代の主婦のみによる回答で順位をつけると、どの項目が1位になるでしょう？ (答えはページ下)

定期借地権マンションを知っている人は約6割。…けれど
 その中で住替えてもいいと考えている人は1割もいません。たとえ物件自体の価
 格は安くても、資産価値がないことや期間終了時への不安が大きく、魅力を魅力
 として捉えづらいというのが現状のようです。

その7

《 定期借地権マンションを… 》



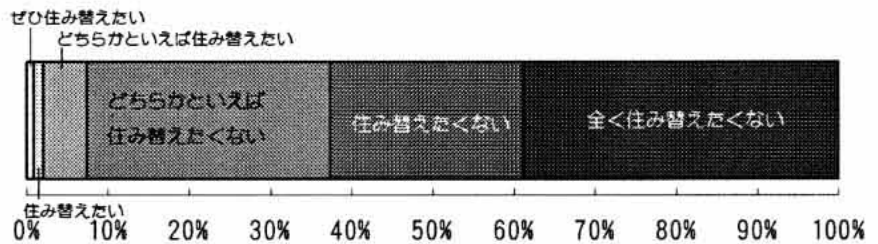
定期借地権マンションを知っているという59%の人のうち、住み替えてもよいと考えているのは7.5%。この人達はイメージについても「物件が安く手に入る」が1位、「条件の良いマンションに住める」が2位と好意的なイメージへの反応が強くなっています。3位以下に「～が不明」という項目を多く挙げてはいるものの、比率では上位2項目が以下を大きく引き離しています。

一方、住み替えたくないと感じた人の定期借地権イメージは前者とはまったく異なり、「資産が残らない」が1位となっている他、全体にマイナスイメージへの反応が強くなっています。

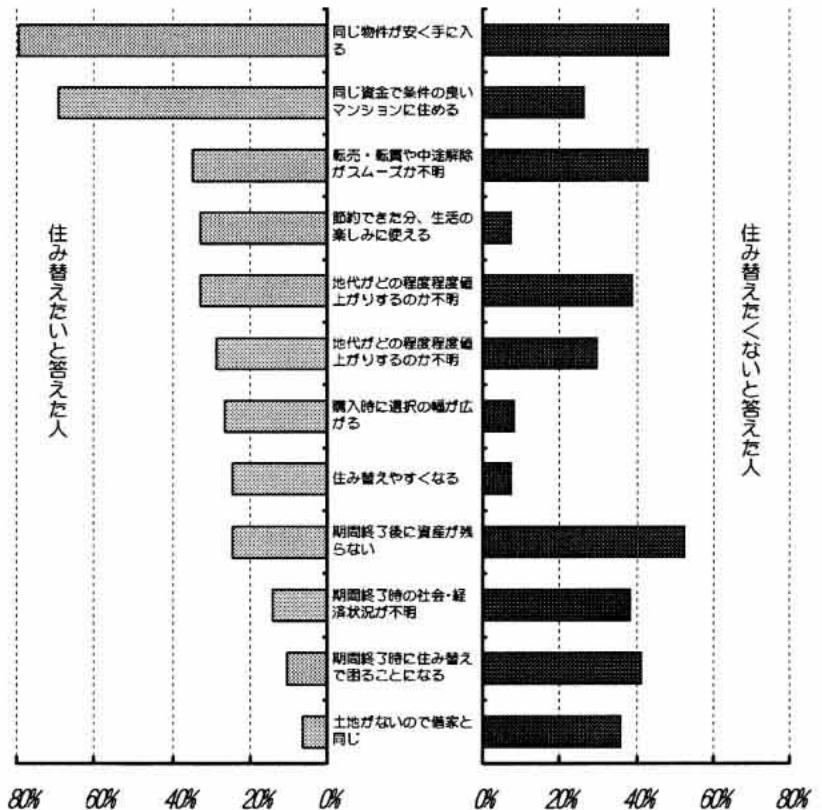


世帯年収が上がるにしたいが、定期借地権マンションに住み替えたい人の比率は上がるでしょうか、下がるでしょうか？（答えはページ下）

《 定期借地権マンションへの住み替え希望 》



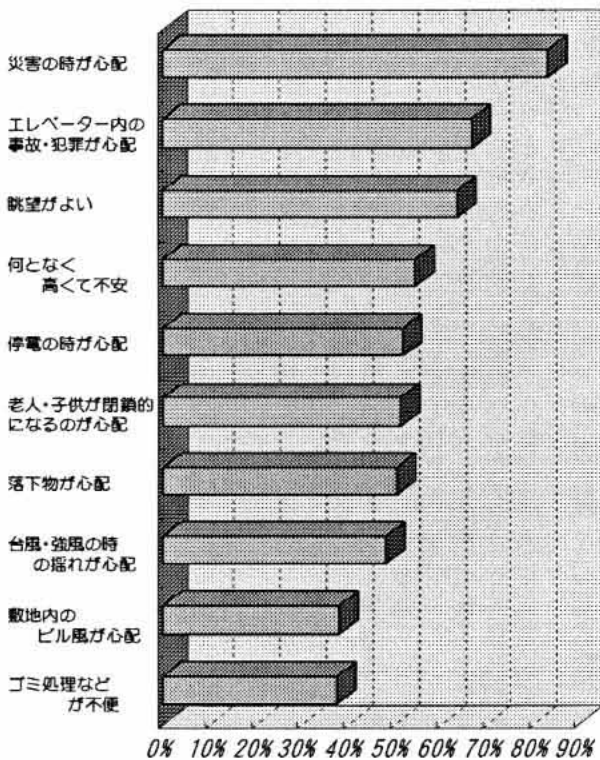
《 定期借地権マンションのイメージ 》



今後も増えることが予想される**超高層マンション**。災害、犯罪など様々な点に心配が多く、住んでみたい人は1割程度となります。…ただし、高層階に住みたい人の“高い所願望”は非常に強く、超高層は一部の人に熱狂的
支持を受けているマンション、といえるようです。

その8

《 超高層マンションに対するイメージ上位10項目 》



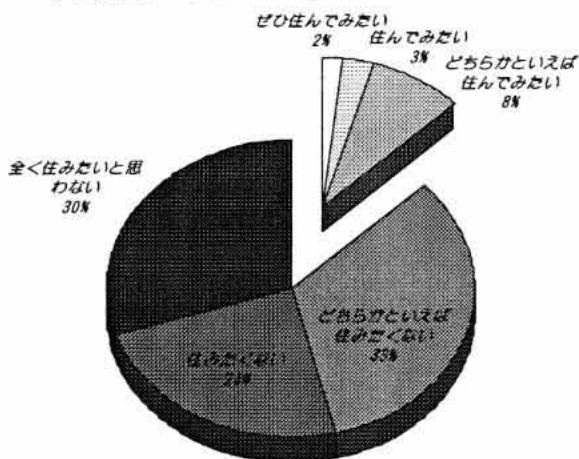
超高層マンションのイメージとしては「災害の 때가心配」が1位で、9割もの人に不安をもたれています。次いで「エレベーター内の事故・犯罪が心配」、「眺望がよい」、「何となく高く不安」の順となります。

超高層マンションに住んでみたい人は13%。その半数以上が31階以上の高層階に住みたいと答え、低層階への希望者は極めて少なくなっています。高層階希望者では「どんなに安くても低層階には住みたくない」という割合が半数あり、一部の人達にとっては高さ自体の魅力が非常に大きいことがわかります。

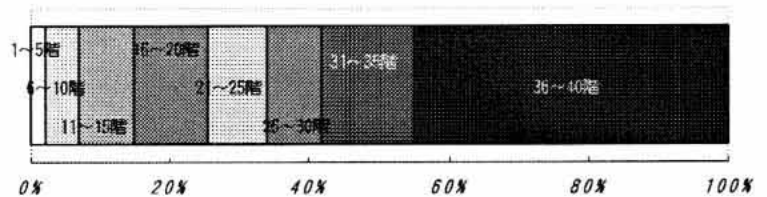


超高層マンションに住んでみたいと答えた人だけでイメージを集計すると、1位「眺望がよい」2位「災害の 때가心配」の次に左にはない項目が浮上してきます。3位「〇〇の場」…さて、〇〇とは？
(答えはページ下)

《 超高層マンションに… 》

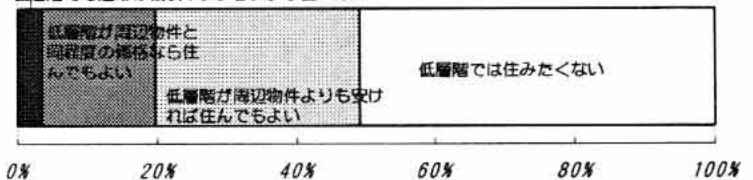


《 超高層マンションに住んでみたい人の居住希望階 》



《 16階以上に居住を希望する人の低層階への意向 》

低層階でも通常の板状マンションより住みたい



公害やエネルギーが社会的問題として取りざたされる今、人の住み処においても

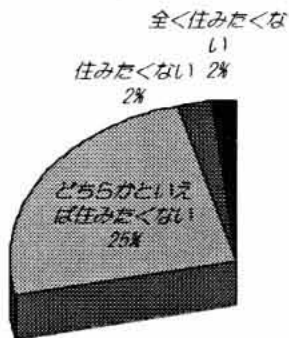
環境共生住宅は注目されつつあります。住みたいという意向も比較

的高く、具体的には節約やリサイクルを中心とした設備が希望されています。

住みたくないという人の中には一時的風潮と考えている人もいるようですが…。

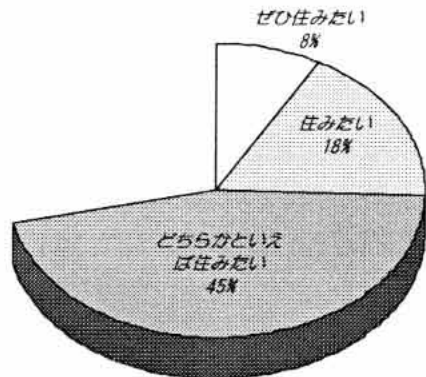
その9

《 環境共生住宅に… 》

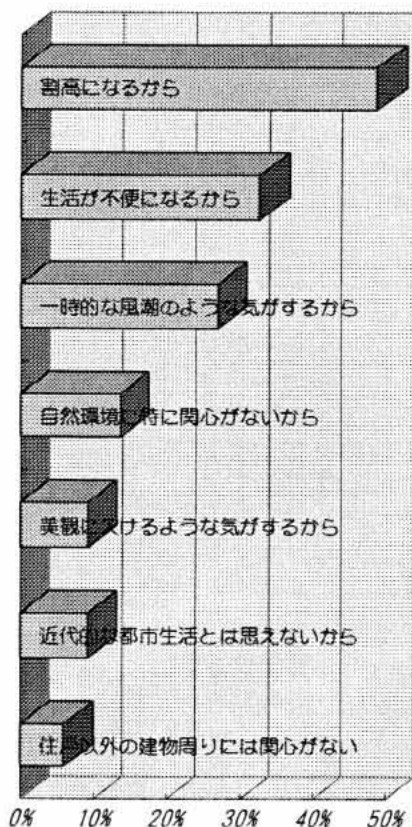


環境共生住宅に住みたいと答えている人は全体の71%。希望する装置としては「太陽熱温水の暖房・給湯」を筆頭に、「ゴミリサイクル装置」、「太陽光発電」、「雨水貯溜タンク」と節約・リサイクルに役立つ項目が上位を占めています。

《 環境共生住宅に… 》



《 環境共生住宅に住みたくない理由 》



住みたくない、についても「どちらかといえば～」が大半であり、「全く～」という人は全体の2%となっています。また、住みたくない理由としては、「割高になる」、「生活が不便になる」という生活への実害の他に、「一時的な風潮のような気がする」、「自然環境に特に関心がない」、など思想自体に対する消極的意見も10%以上を占めています。

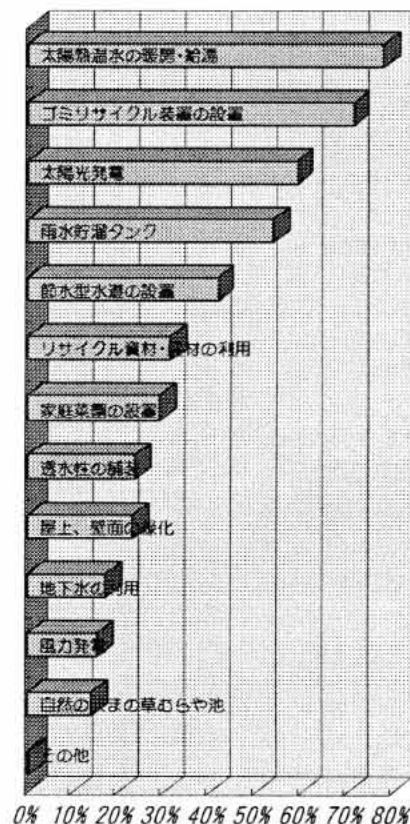


住みたいと答えた人に対する値上がり率が何%までなら納得するかという間で、最も多かったのは？

- ①～5% ②～10%
③～15% ④15%越

(答えはページ下)

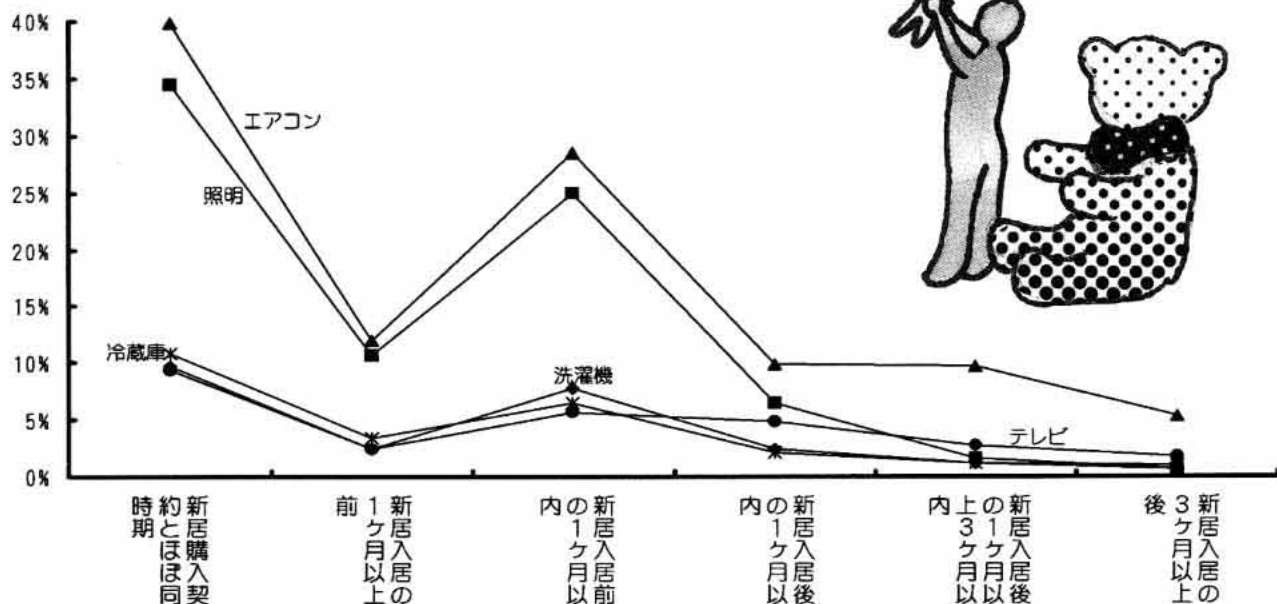
《 希望する環境共生の設備・装置 》



新居を購入したら、次のステップでは家具や電化製品を買い揃えなければなりません。**入居と家電購入時期の関係**を見ると、契約時期と入居直前に電化製品の購入意欲が最も高いことがわかります。中でも、照明とエアコンはこの時期に買い替え・買い増しするケースが多いようです。

その 10

《 新居への入居と家電購入時期の関係 》



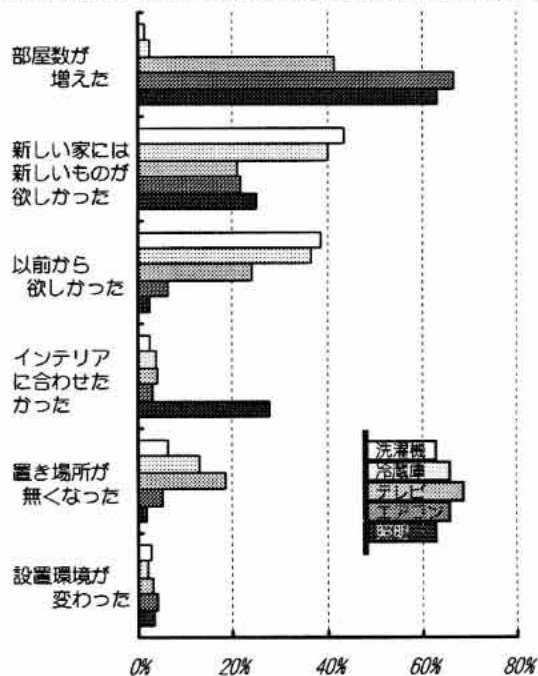
電化製品の購入時期は「契約期」、「入居直前」がともに多くなっています。エアコンを除く4品については、「入居後1ヶ月以上」経っての需要はほぼ見込めなくなります。

購入理由としては、テレビ・エアコン・照明が「部屋数が増えた」ため、洗濯機と冷蔵庫が「以前から欲しかった」ので「新しいものを…」ということになります。「インテリアに合わせたかった」ための購入という比率は照明が特に高いようです。



最終的に全5品とも購入している世帯は、全体の何%でしょう？（答えはページ下）

《 引越しにともなう家電製品の購入理由上位6項目 》



－ ヌ 毛 －