

2012年10月26日

株式会社リクルート住まいカンパニー

2012年 住まい購入検討者意向調査 (リノベーション編) リノベーションの認知は5年前と比べて19.9ポイントアップ

株式会社リクルート住まいカンパニー（本社：東京都千代田区、代表取締役 葛原孝司）は、住宅購入検討者を対象に調査を実施いたしました。2012年の調査結果より、リノベーションに関する結果を一部抜粋してご報告申し上げます。

(株) リクルート住まいカンパニー

調査トピックス

- **「リノベーション」という言葉自体は、89.7%が認知。**
内容理解までできている人は、51.8%。
2007年調査と比較すると、「認知している」人は69.8%から89.7%と、19.9ポイントアップ。「内容理解までできている」人は36.2%から51.8%と、15.6ポイントアップした。
- **「リノベーションに関心がある」人は31.5%。**
2007年と比較すると12.7ポイントアップであった。
- **「リノベーションは魅力的」と回答した人は70.8%。**
「魅力的だとは思わない」と回答した人は11.9%であった。
- 「中古住宅+リノベーション」のメリットについては、
1位「規格化・パターン化された新築分譲住宅と違って、自由設計で住空間に自分らしさを表現できる」72.9%
2位「中古住宅を買うので、事前に日当たりや周辺環境や近隣住民について確認することができる」72.0%
3位「ほとんどの場合、新築住宅を購入するよりもローコストに仕上げられる」71.9% であった。

リクルート住まいカンパニーはこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けていきます

【本件に関するお問い合わせ先】

<http://www.recruit-sumai.co.jp/support/press.html>

調査概要

●2012年調査

【調査目的】

住宅購入検討者の住宅選択における意識や行動を定点的に観測して変化を捕捉すること。

【調査対象と有効回答数】

- ・下記地域に在住の20歳以上の男女
- ・「今は住宅を買うタイミング、建築・リフォームするタイミングだと感じている」回答者
- ・過去3ヶ月以内に「具体的に物件を検索した。もしくは建築会社の情報収集をした（している）」「資料請求をした」「モデルルームや住宅展示場、モデルハウスを見学した」回答者
- ・「主に自分が検討している」「主に検討しているのは自分ではないが、検討には関わっている」回答者
- ・リフォームのみの検討者は除く
- ・有効回答数 1,917人

集計サンプル数							
	札幌	仙台	首都圏	東海	関西	広島	福岡
20代	52	19	155	52	103	27	41
30代	52	52	155	52	103	52	52
40代	52	47	155	52	103	43	52
50代	52	26	155	52	103	23	35

注) 首都圏：東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県

東海：愛知県、岐阜県、三重県

関西：大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県、和歌山県

【調査期間】

2012年9月20日(木)～2012年9月24日(月)

【調査方法】

インターネット調査（株式会社マクロミル モニター利用）

●2007年調査

【調査目的】

「中古住宅+ リノベーション」と「中古リノベーション再販物件」の受容性を把握すること。

【調査対象と有効回答数】

首都圏在住の住宅購入意向者（1年以内）※建築のみの検討者は除く

20代 225 名

30代 825 名

40代 300 名

50代 150 名

※今回の調査リリースにおいては、2012年住宅検討者定点調査の年代別出現数

（ウエイトバック目標）を用いてウエイトバック集計を行った。2012年と年代別の構成を同じにした。

<2012年住宅検討者定点調査の年代別出現数（ウエイトバック目標）>

20代 120 名

30代 155 名

40代 86 名

50代 77 名

【調査期間】

2007年11月22日（木）～ 11月27日（火）

【調査方法】

インターネット調査（株式会社クロス・マーケティング モニター利用）

調査概要

●ウエイトバックについて

I. ウエイトバックの手順

1) 2012年調査

<2012調査の年代別構成>

本調査においては、年代別の分析をメインとするため、年代別の割付を行った。

首都圏では、20代/30代/40代/50歳以上のいずれも155サンプルずつ、すなわち各年代のシェアは25.0%となっている。

■割付（首都圏）

20代 155名 (25.0%)
30代 155名 (25.0%)
40代 155名 (25.0%)
50代 155名 (25.0%)

<全国6万人スクリーニング調査による対象者の年齢構成>

本調査の対象者をスクリーニングするために全国の20歳以上の一般人に対して行った調査（6万人調査）の結果では、対象者の年代別構成は以下のようになった。

■対象者抽出条件

- ・「今は住宅を買うタイミング、建築・リフォームするタイミングだと感じている」回答者
- ・過去3ヶ月以内に「具体的に物件を検索した。もしくは建築会社の情報収集をした(している)」「資料請求をした」「モデルルームや住宅展示場、モデルハウスを見学した」回答者
- ・「主に自分が検討している」「主に検討しているのは自分ではないが、検討には関わっている」回答者

■出現状況（首都圏）

20代 120名 (27.4%)
30代 155名 (35.4%)
40代 86名 (19.6%)
50代 77名 (17.6%)

<ウエイトバック>

よって、本調査の年代別シェアを、母集団であるスクリーニング調査の年代別シェアとするために、年代別にウエイトバックをして集計をした。年代別のウエイト値は以下の通りである。

■ウエイトバック値

20代 0.77
30代 1.00
40代 0.55
50代 0.50

2) 2007年調査

<2007年調査の年代別構成>

2007年調査においては、当時の推定出現率を用いて、以下のような年代別割付を行っていた。

■割付（首都圏）

20代 225名 (15.0%)
30代 825名 (55.0%)
40代 300名 (20.0%)
50代 150名 (10.0%)

<ウエイトバック>

2007調査の年代別シェアも2012年調査と同じにするために、年代別にウエイトバックをして集計をした。年代別のウエイト値は以下の通りである。

■ウエイトバック値

20代 0.53
30代 0.19
40代 0.29
50代 0.51

II. ウエイトバックによる数値のご注意

ウエイトバックの過程の誤差の集積により、単一設問の合計が100%にならないことや数値の足し合わせの数値が元の数値の合計と合致しないケースがありますのでご注意ください。2007年の集計母数は「WB」（ウエイトバック）と表記しています。

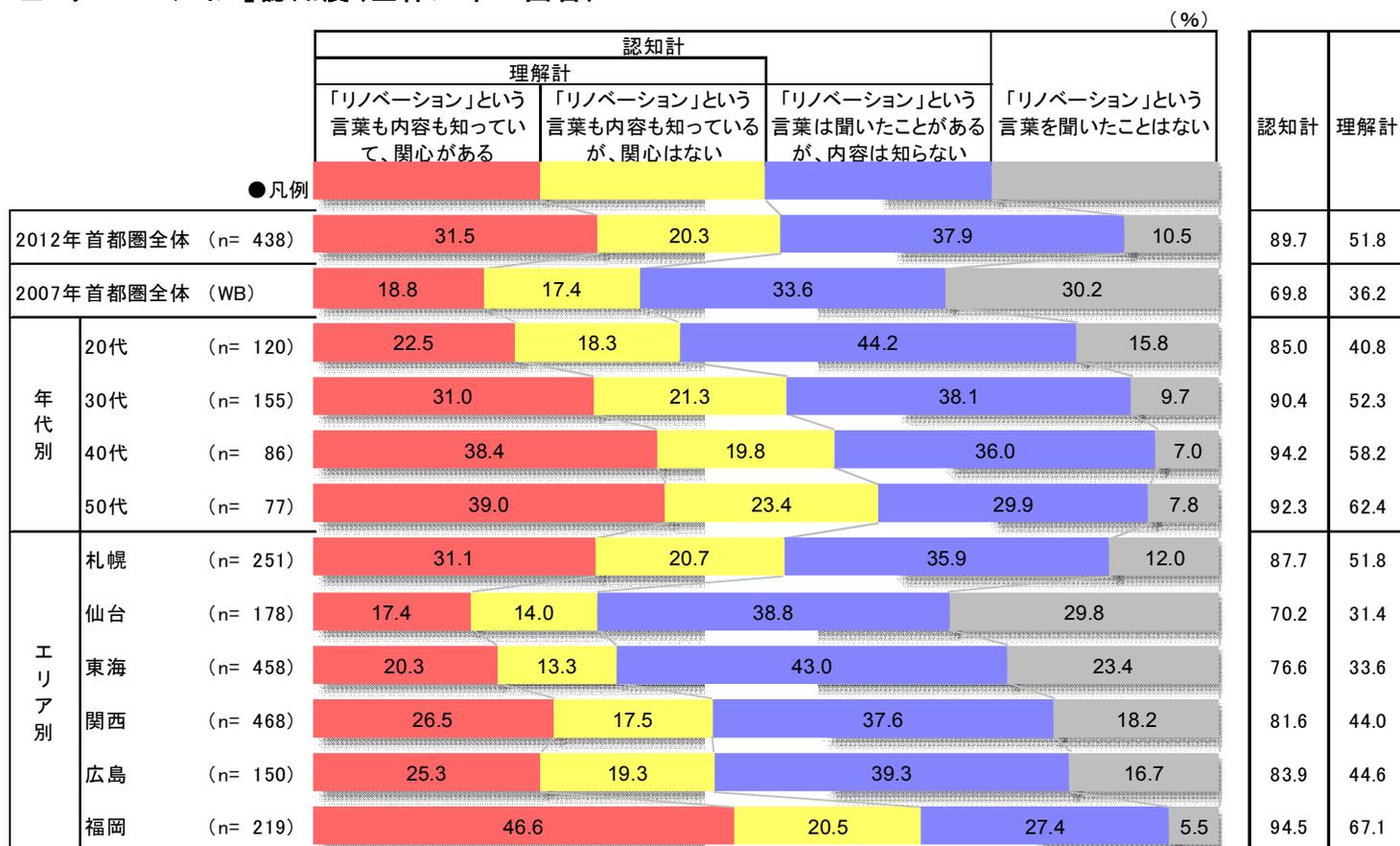
「リノベーション」認知度について

● 「リノベーション」という言葉自体は、89.7%が認知。内容理解までできている人は、51.8%。2007年と比較すると、認知している人は69.8%から89.7%と、19.9ポイントアップ。内容理解までできている人は36.2%から51.8%と、15.6ポイントアップした。

● 「リノベーションに関心がある」人は31.5%。2007年と比較すると12.7ポイントアップであった。

- ・年代別（首都圏）では、関心度、内容理解ともに、年代が高いほど割合が高い結果であった。
- ・エリア別では福岡での認知が94.5%と突出。ついで首都圏89.7%、札幌87.7%と続く。

■「リノベーション」認知度（全体／単一回答）



056

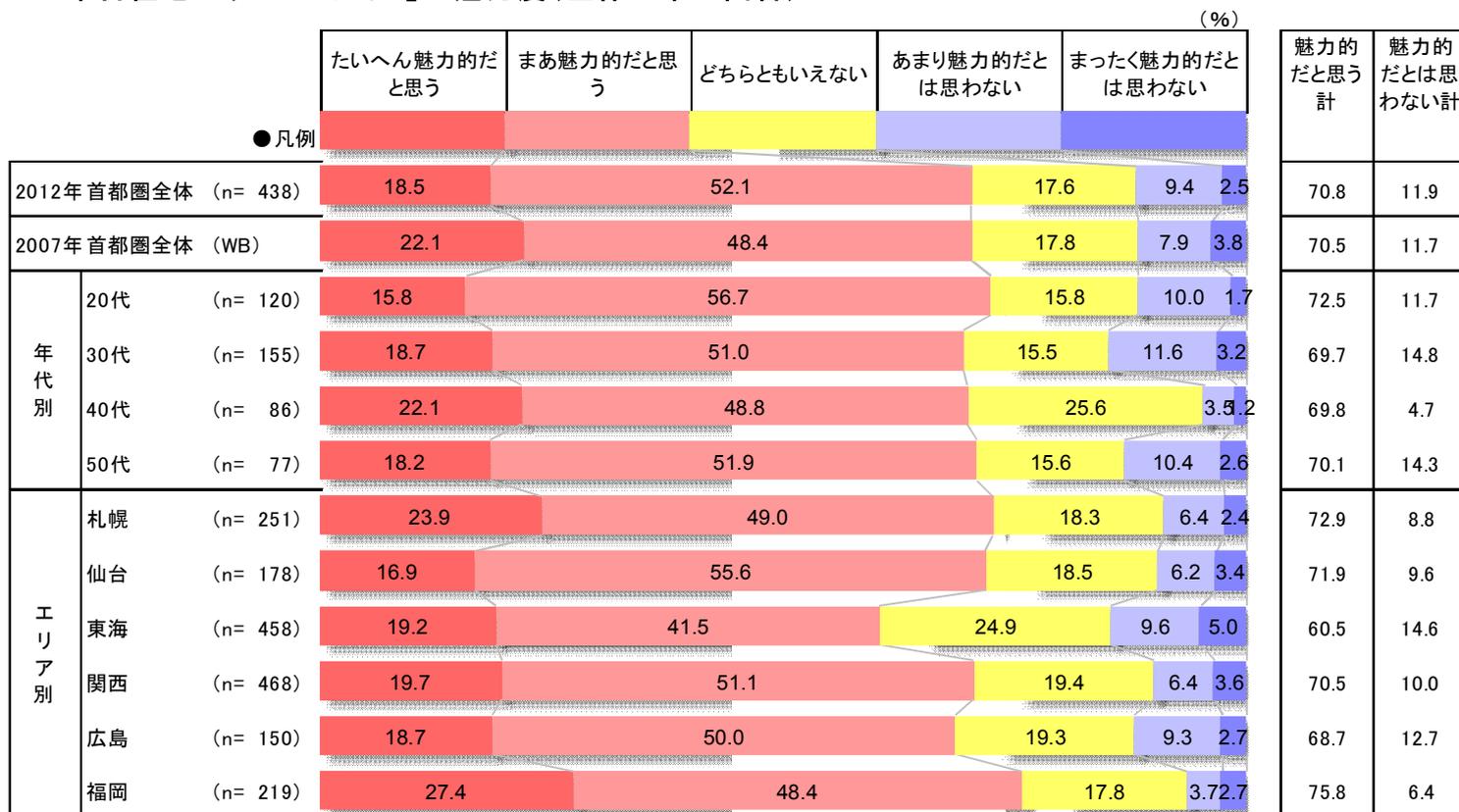
「中古住宅+リノベーション」の魅力度

- 「リノベーションは魅力的※1」と回答した人は70.8%。
「魅力的だとは思わない※2」と回答した人は11.9%であった。

※1 回答のうち「たいへん魅力的だと思う」「まあ魅力的だと思う」の合算
 ※2 回答のうち「まったく魅力的だと思わない」「あまり魅力的だと思わない」の合算

- ・年代別（首都圏）に見ても、魅力度についてはほぼ同率であった。
- ・エリア別に見ると、「たいへん魅力的だと思う」が福岡で27.4%、札幌で23.9%と他エリアよりも高い割合であった。

■「中古住宅+リノベーション」の魅力度(全体/単一回答)



056

「中古住宅+リノベーション」のメリット

● 「中古住宅+リノベーション」のメリットについては、1位「規格化・パターン化された新築分譲住宅と違って、自由設計で住空間に自分らしさを表現できる」72.9%、2位「中古住宅を買うので、事前に日当たりや周辺環境や近隣住民について確認することができる」72.0%、3位「ほとんどの場合、新築住宅を購入するよりもローコストに仕上げられる」71.9%であった。

・ 2007年調査で1位だったローコストが3位に、自分らしさの表現が2位から1位という変化がある。

■「中古住宅+リノベーション」のメリットに対する魅力度【マトリクス】(全体/それぞれ単一回答)

●凡例	(%)					魅力的計	魅力的ではない計
	たいへん魅力的	まあ魅力的	どちらともいえない	あまり魅力的ではない	まったく魅力的ではない		
規格化・パターン化された新築分譲住宅と違って、自由設計で住空間に自分らしさを表現できる (n= 438)	21.5	51.4	18.5	5.9	2.7	72.9	8.6
中古住宅を買うので、事前に日当たりや周辺環境や近隣住民について確認することができる (n= 438)	23.1	48.9	20.3	5.7	2.1	72.0	7.8
ほとんどの場合、新築住宅を購入するよりもローコストに仕上げられる (n= 438)	28.5	43.4	21.0	5.3	1.8	71.9	7.1
建物をスケルトン(丸裸)にすることで、通常は見えない部分(マンションの給排水管や戸建の構造など)の不具合を発見することができる (n= 438)	22.8	45.2	23.3	5.9	2.7	68.0	8.6
全面リノベーションでも数ヶ月で工事できるので、新築マンションや注文住宅よりも早く入居できる (n= 438)	20.1	46.1	23.3	8.7	1.8	66.2	10.5
リノベーション工事をした箇所には、施工会社の保証やアフターサービスが受けられる (n= 438)	18.7	47.3	25.8	6.2	2.3	66.0	8.5
中古住宅を買うので、新築物件が売り出されないエリアや立地でも住宅が得られる (n= 438)	20.5	45.2	26.3	6.2	1.8	65.7	8.0
時代のニーズや地域性にあったデザイン・機能(設備など)を施し、資産価値をあげることが可能 (n= 438)	16.0	46.1	28.5	7.1	2.3	62.1	9.4
今ある建物を再利用するので、廃棄物や必要資材が少なくすみ地球環境にやさしい (n= 438)	13.7	40.6	34.7	7.5	3.4	54.3	10.9
古い建物の味わいや雰囲気を残すことができる (n= 438)	14.2	31.1	34.5	14.8	5.5	45.3	20.3

054-2

■<2007年調査>「中古住宅+リノベーション」のメリットに対する魅力度【マトリクス】(全体/それぞれ単一回答)

●凡例	(%)					魅力的計	魅力的ではない計
	非常に魅力的だと思う	まあ魅力的だと思う	どちらともいえない	あまり魅力的だと思わない	まったく魅力的だと思わない		
ほとんどの場合、新築住宅を購入するよりもローコストに仕上げられる WB	31.5	44.0	19.0	4.0	1.5	75.5	5.5
規格化・パターン化された新築分譲住宅と違って、自由設計で住空間に自分らしさを表現できる WB	23.1	52.0	18.7	4.4	1.8	75.1	6.2
中古住宅を買うので、事前に日当たりや周辺環境や近隣住民について確認することができる WB	22.9	50.1	20.6	4.8	1.5	73.0	6.3
建物をスケルトン(丸裸)にすることで、通常は見えない部分(マンションの給排水管や戸建の構造など)の不具合を発見することができる WB	24.9	47.2	21.4	4.5	2.0	72.1	6.5
中古住宅を買うので、新築物件が売り出されないエリアや立地でも住宅が得られる WB	21.0	49.1	23.1	5.1	1.7	70.1	6.8
リノベーション工事をした箇所には、施工会社の保証やアフターサービスが受けられる WB	21.8	46.6	25.1	4.7	1.8	68.4	6.5
時代のニーズや地域性にあったデザイン・機能(設備など)を施し、資産価値をあげることが可能 WB	18.4	45.6	28.6	5.6	1.7	64.0	7.3
全面リノベーションでも数ヶ月で工事できるので、新築マンションや注文住宅よりも早く入居できる WB	15.0	48.8	26.6	7.6	2.1	63.8	9.7
今ある建物を再利用するので、廃棄物や必要資材が少なくすみ地球環境にやさしい WB	16.1	42.3	30.3	8.4	2.9	58.4	11.3
古い建物の味わいや雰囲気を残すことができる WB	11.5	31.4	33.5	17.4	6.2	42.9	23.6

054-0(2007年)

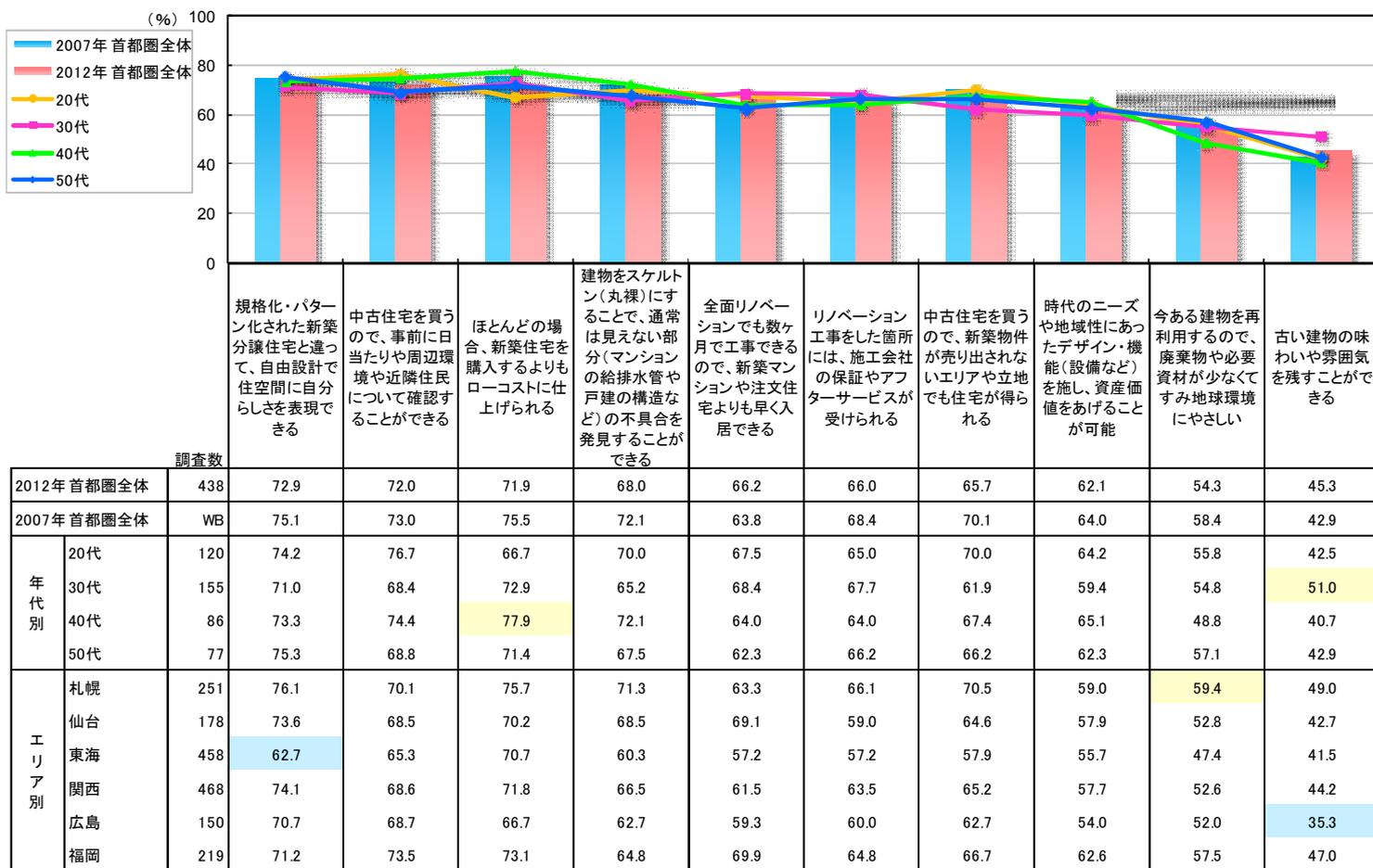
「中古住宅＋リノベーション」のメリット

(「魅力的計」年代別、エリア別)

●年代別に見ると「規格化・パターン化された新築分譲住宅と違って、自由設計で住空間に自分らしさを表現できる」は20代、50代がやや高く、「古い建物の味わいや雰囲気を残すことができる」は30代が高い。40代は「ほとんどの場合、新築住宅を購入するよりもローコストに仕上げられる」が高い。

●エリア別に見ると、福岡、札幌が、他エリアよりもスコアが高い項目が多い。

■「中古住宅＋リノベーション」のメリットに対する魅力度【魅力的計】(全体／それぞれ単一回答)



50.0 …2012年首都圏全体 +10ポイント以上
 50.0 …2012年首都圏全体 +05ポイント以上
 50.0 …2012年首都圏全体 -10ポイント以下

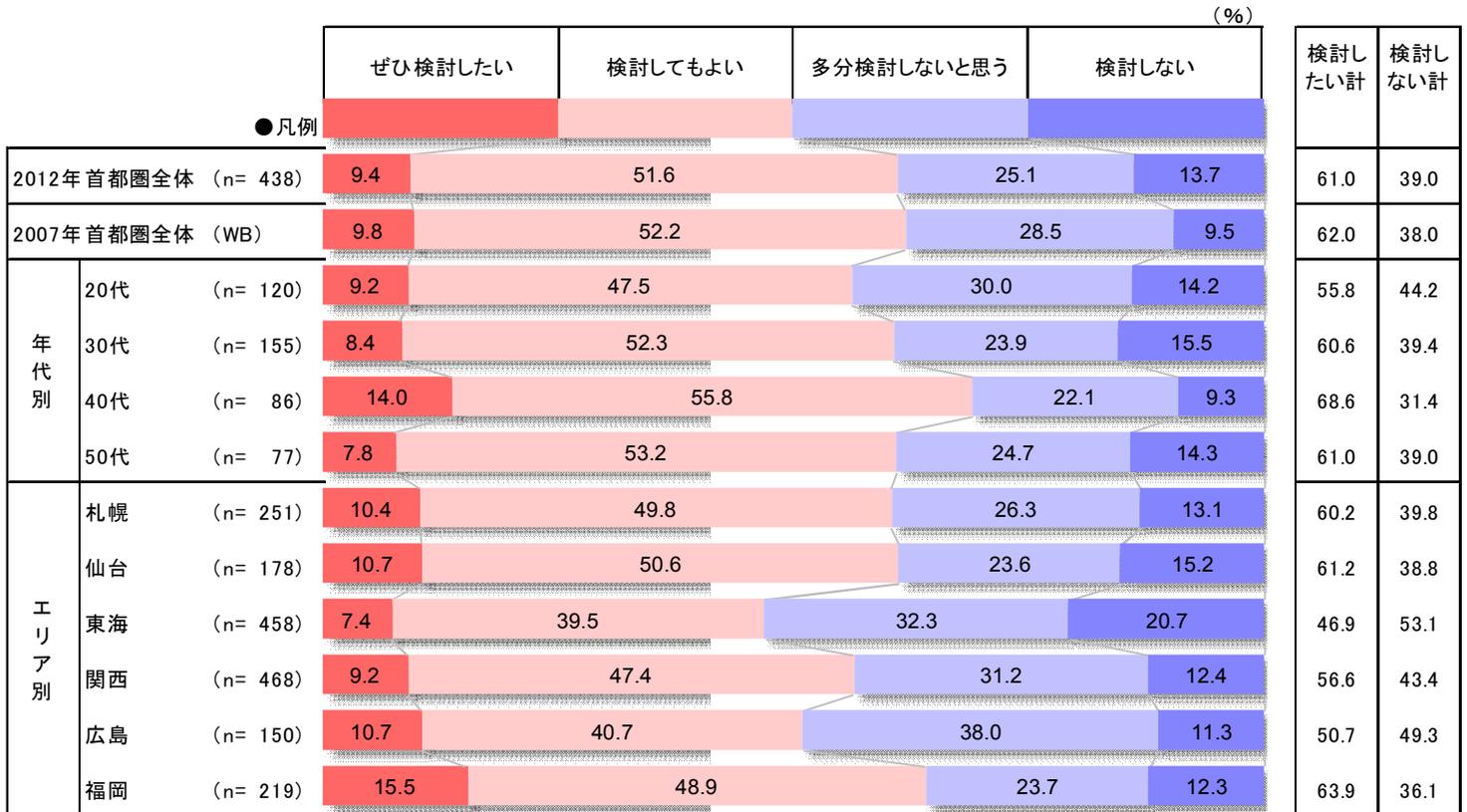
「中古住宅+リノベーション」の検討意向

● 「中古+リノベーションを検討したい※」と回答した人は61.0%であった。

※ 回答のうち「ぜひ検討したい」「検討してもよい」の合算

- ・年代別（首都圏）に見ると、40代が「ぜひ検討したい」14.0%、「検討してもよい」55.8%と高い割合であった。
- ・エリア別で見ると、東海が「検討したい」計46.9%、広島が計50.7%と他エリアより低い割合であった。

■「中古住宅を買ってリノベーションする」方法の検討意向（全体／単一回答）



056