

2014年12月17日

株式会社 リクルート 住まいカンパニー

『リノベーション・DIYに関する意識調査』

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 代表取締役社長：野口 孝広）は、『リノベーション・DIYに関する意識調査』を行いました。
このたび、結果を取りまとめましたので、概要をご報告致します。

調査トピックス

- 「リノベーション」という言葉は、95.0%が認知。関心を抱く人も増加し、近年リノベーション市場の広がりがうかがえる。（P2）
- 首都圏、札幌、福岡は「リノベーション」に対する関心が高い。
また2012年に比べ特に関心が高まったエリアは、仙台と東海。（P3）
- リノベーションの魅力は、2012年では“ローコスト”がトップだったが、2014年では“自分らしさの表現”がトップになっている。（P4）
- 2012年との比較で特に伸び率が高かったのは“保証・アフターサービス”（P4）
- 「リノベーション」を今後検討したいと考える人は67.9%を占め、2012年に比べ11.0ポイント上昇。（P5）
- 「DIY」という言葉は、90.7%が認知。77.7%が「DIY」とはどのようなものか理解し、52.4%は関心を持っている。（P6）
- これまでの「日曜大工」というイメージに加え、20代は「DIY」に対して「おしゃれ・かわいい・かっこいい」「女性向き」「楽しい・ワクワク」「インテリア」などのイメージが全体に比べて高い。（P7）
- 実施意向のトップ3は“照明器具の交換”、“壁にフック等の取り付け”、“蛇口やシャワーヘッドの交換”（P8）
- 20代では、“キッチンのデコレーション”、“壁紙を貼る・ペイントする”、“家具を塗装する”、“バルコニーにデッキやタイルを張る”といった自分なりの装いを求める項目の意向が特に高い。（P8）
- 壁への“フック取り付け”、“棚の取り付け”、“デコレーション”、“ペイント”をはじめとして、17項目中14項目（“その他”を除く）で「DIYを行うことが楽しい（楽しそう）ので」という意向理由が一番高い。（P9）

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

【本件に関するメディア掲載・取材に関するお問い合わせ先】
株式会社リクルート住まいカンパニー 企画統括室統括部 広報グループ
メール：sumai_press@r.recruit.co.jp 電話：03-6835-5290

調査概要

- **調査目的** 住宅の購入または建築を検討している人を対象に、リノベーション及びDIYに関する意向・ニーズを把握すること。
- **調査対象** 首都圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）、札幌市、仙台市、東海（愛知県、岐阜県、三重県）、関西（滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）、広島市、福岡市に在住の住宅の購入または建築を検討している20歳以上70歳未満の男女
- **調査方法** マクロミル社の調査モニターを用いたインターネットによるアンケート調査
- **有効回収数とウエイトバック後サンプル数**

※ウエイトバック後のサンプル数は、スクリーニング調査時に「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」かつ「過去3ヶ月に資料請求・モデルルーム見学など、何らかの検討行動をしている」と回答した人を「住宅検討者」とみなし、回答者全員に対して「住宅検討者」が占める割合を地域・年代別に算出し、この数字を各都市圏の人口構成（平成22年の国勢調査による※該当する調査年度に合わせ人口構成比を調整）に合わせて、性別、年代、エリア別における住宅検討者数（推計値）としている。

[2012年]		回収 サンプル数	WB後 サンプル数	[2014年]		回収 サンプル数	WB後 サンプル数	
全体		1681	1926595	全体		1328	1500538	
性別	男性	829	958094	性別	男性	651	760417	
	女性	852	968501		性別	女性	677	740121
年代	20代	390	429005	年代		20代	295	294736
	30代	483	655798		年代	30代	375	458995
	40代	437	327407			年代	40代	349
	50代・60代	371	514385		50代・60代		309	434345
エリア別	札幌	148	39747	エリア別	札幌	148	32744	
	仙台	101	30467		仙台	83	17384	
	首都圏	614	950521		首都圏	405	766859	
	東海	205	336514		東海	168	214260	
	関西	407	501651		関西	329	420050	
	広島	87	29401		広島	72	20061	
	福岡	119	38294		福岡	123	29180	

- **調査期間** 2014年9月20日(土)～2014年9月26日(金)

● 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** 首都圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）、札幌市、仙台市、東海（愛知県、岐阜県、三重県）、関西（滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）、広島市、福岡市に在住の20歳以上70歳未満の男女
- **調査方法** マクロミル社の調査モニターを用いたインターネットによるアンケート調査
- **調査期間** 2012年9月20日(木)～2012年9月24日(月)

※2012年発表時とはウエイトバックの手法が異なるため結果は異なる

● 「リノベーション」という言葉は、95.0%が認知。関心を抱く人も増加し、近年リノベーション市場の広がりがうかがえる。

◆ 以下のような質問で「DIY」の認知、内容理解、関心の有無をたずねた。

Q. あなたは、「リノベーション」をご存じですか。（単一回答）

1. 「リノベーション」という言葉も内容も知っていて、関心がある
2. 「リノベーション」という言葉も内容も知っているが、関心はない
3. 「リノベーション」という言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない
4. 「リノベーション」という言葉を聞いたことはない

◆ 「リノベーション」という言葉を認知している人は全体で95.0%。内容を理解し、関心を抱く人は47.6%と約半数を占める。

◆ 2012年に比べると認知率、理解、関心とすべての項目でスコアが上昇。内容理解かつ関心においては18.9ポイント上昇。

■ 「リノベーション」の認知・理解・関心（全体/単一回答）

		認知計 (①+②+③)				関心 (①)	理解計 (①+②)	認知計 (①+②+③)
		理解計 (①+②)			④「リノベーション」という言葉を聞いたことはない			
		関心 (①)						
		①「リノベーション」という言葉も内容も知っていて、関心がある	②「リノベーション」という言葉も内容も知っているが、関心はない	③「リノベーション」という言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない	④「リノベーション」という言葉を聞いたことはない	関心 (①)	理解計 (①+②)	認知計 (①+②+③)
凡例								
2014年全体(n=1500538)		47.6	18.8	28.7	5.0	47.6%	66.4%	95.0%
2012年全体(n=1926595)		28.7	18.8	38.0	14.5	28.7%	47.5%	85.5%
性別	男性(n=760417)	47.9	18.9	27.7	5.4	47.9%	66.9%	94.6%
	女性(n=740121)	47.2	18.6	29.7	4.4	47.2%	65.8%	95.6%
年代別	20代(n=294736)	42.9	17.9	32.0	7.2	42.9%	60.8%	92.8%
	30代(n=458995)	50.8	21.3	24.0	3.9	50.8%	72.1%	96.1%
	40代(n=312463)	48.9	17.8	27.9	5.5	48.9%	66.6%	94.5%
	50代・60代(n=434345)	46.5	17.4	32.0	4.2	46.5%	63.8%	95.8%

(%)

●首都圏、札幌、福岡は他のエリアに比べ「リノベーション」に対する関心が高い。また2012年に比べ特に関心が高まったエリアは、仙台と東海。

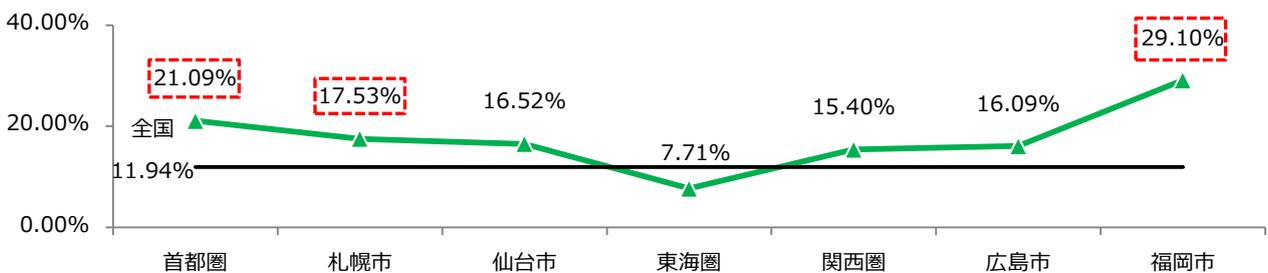
- ◆ リノベーションに対する関心は「首都圏」「札幌」「福岡」のスコアが高い。
リノベーションには現在マンションの専有部に対して行われることが多いことから、マンション化率（出典：東京カンテイ）との相関があると考えられる。
- ◆ 2012年と比べると、「仙台」「東海」エリアでリノベーションの関心が特に高まっている。

■ 「リノベーション」の認知・理解・関心（エリア別/単一回答） [エリア別（2014年・2012年比較）]

	凡例	認知計 (①+②+③)				関心 (①)	理解計 (①+②)	認知計 (①+②+③)
		理解計 (①+②)		④「リノベーション」という言葉を聞いたことはない				
		①「リノベーション」という言葉も内容も知っていて、関心がある	②「リノベーション」という言葉も内容も知っているが、関心はない	③「リノベーション」という言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない	④「リノベーション」という言葉を聞いたことはない			
首都圏	2014年 (n=766859)	51.0	19.2	26.0	3.9	51.0%	70.1%	96.1%
	2012年 (n=950521)	32.4	21.1	36.7	9.8	32.4%	53.5%	90.2%
札幌市	2014年 (n=32744)	51.6	17.8	27.9	2.7	51.6%	69.4%	97.3%
	2012年 (n=39747)	34.0	21.8	33.0	11.2	34.0%	55.8%	88.8%
仙台市	2014年 (n=17384)	40.8	19.2	30.9	9.2	40.8%	60.0%	90.8%
	2012年 (n=30467)	13.5	14.4	44.5	27.6	13.5%	27.9%	72.4%
東海圏	2014年 (n=214260)	41.7	18.6	32.3	7.4	41.7%	60.3%	92.6%
	2012年 (n=336514)	20.8	12.7	43.0	23.5	20.8%	33.5%	76.5%
関西圏	2014年 (n=420050)	44.1	17.9	32.5	5.5	44.1%	62.0%	94.5%
	2012年 (n=501651)	26.2	18.3	37.9	17.6	26.2%	44.5%	82.4%
広島市	2014年 (n=20061)	45.3	23.3	25.6	5.8	45.3%	68.6%	94.2%
	2012年 (n=29401)	28.6	11.5	42.3	17.6	28.6%	40.1%	82.4%
福岡市	2014年 (n=29180)	54.0	20.2	20.5	5.3	54.0%	74.2%	94.7%
	2012年 (n=38294)	45.0	26.8	25.6	2.6	45.0%	71.8%	97.4%

(%)

【参考】「都道府県・主要都市の“マンション化率”2013」



出典：東京カンテイ ※マンション化率：世帯数に占める分譲マンション戸数の割合

- リノベーションの魅力は、2012年では“ローコスト”がトップだったが、2014年では“自分らしさの表現”がトップになっている。
- 2012年との比較で特に伸び率が高かったのは“保証・アフターサービス”。

◆ 以下のような質問で「リノベーション」のメリットに対する魅力と今後の検討意向についてたずねた

Q. あなたは、「中古住宅+リノベーション」のメリットについてどのように思われますか。（単一回答）

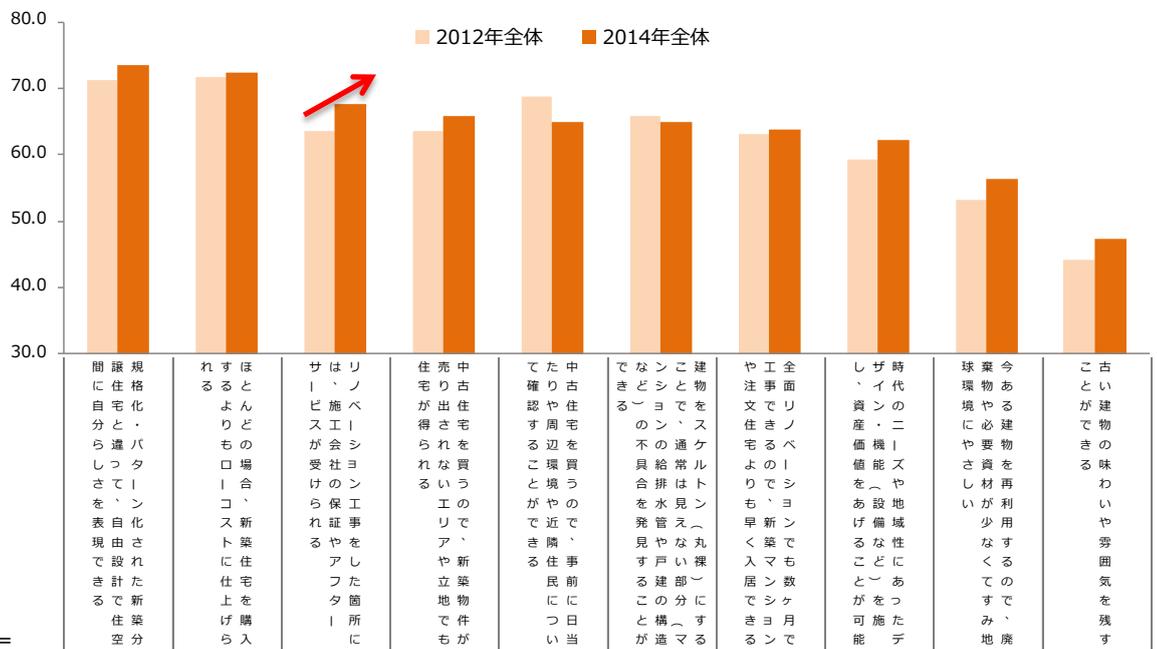
※リノベーションとは、既存の建物に大規模な改修工事を行い、用途や機能を変更して性能を向上させたり付加価値を与えることです。

1.たいへん魅力的/2.まあ魅力的/3.どちらともいえない/4.あまり魅力的ではない/5.まったく魅力的ではない

◆ リノベーションの魅力として最も高いのは「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」で、特に「20代」でその傾向が強い。

■ 「リノベーション」の魅力（全体/単一回答）

※「たいへん魅力的」+「まあ魅力的」計



		n=	1.自分らしさを表現できる	2.保証・アフターサービス	3.コスト	4.安心	5.モダン	6.便利	7.自由設計	8.安心	9.コスト	10.安心	11.モダン	12.古い建物の味わいや雰囲気を残すことができる
2014年 全体		1,500,538	73.6	72.3	67.6	65.9	64.9	64.9	63.9	62.2	56.4	47.3		
2012年 全体		1,926,595	71.2	71.7	63.6	63.5	68.8	65.8	63.0	59.2	53.1	44.1		
性別	男性	760,417	71.7	68.2	64.7	61.4	60.5	62.4	62.6	60.3	55.2	48.2		
	女性	740,121	75.5	76.6	70.6	70.5	69.4	67.4	65.2	64.1	57.6	46.3		
年代別	20代	294,736	82.2	77.9	70.1	71.3	72.3	66.3	63.5	63.1	58.2	43.9		
	30代	458,995	71.0	73.5	66.8	64.9	62.4	60.3	62.3	60.4	55.2	47.6		
	40代	312,463	71.4	68.3	65.5	67.5	64.0	65.5	65.7	60.9	57.1	51.3		
	50代・60代	434,345	71.9	70.2	68.3	62.1	63.1	68.3	64.6	64.3	55.9	46.3		
エリア別	首都圏	766,859	74.1	73.4	67.9	65.5	62.7	62.2	64.8	61.8	58.3	46.3		
	札幌	32,744	74.8	79.3	67.4	71.5	75.1	66.6	68.5	63.5	58.0	50.7		
	仙台	17,384	74.2	77.4	60.5	66.3	70.5	65.6	67.8	59.8	54.8	46.7		
	東海	214,260	69.1	69.2	62.1	62.3	63.5	64.4	57.8	54.6	50.7	45.7		
	関西	420,050	74.7	71.2	69.9	68.1	67.8	69.0	64.5	66.7	55.7	49.7		
	広島	20,061	69.2	72.0	68.6	63.7	70.0	70.0	62.7	64.7	48.9	41.9		
福岡	29,180	75.8	73.5	70.8	63.6	71.4	73.4	68.8	61.6	60.1	51.2			

(%)

● 「リノベーション」を今後検討したいと考える人は67.9%を占め、2012年に比べ11.0ポイント上昇。

◆ 以下のような質問で「リノベーション」に対する今後の意向についてたずねた

Q. 総合的に考えて、あなたは、今回検討している住宅の購入・建築の中で「中古住宅を買ってリノベーションする」方法を検討したいですか。（単一回答）

1.ぜひ検討したい/2.検討してもよい/3.多分検討しないと思う/4.検討しない

- ◆ 67.9%が今後リノベーションの検討意向があり、2012年と比べても11.0ポイント上昇している。
- ◆ 年代別では「40代」の検討意向が一番高い。

■ 「リノベーション」の検討意向（全体/単一回答）

※検討意向あり…「ぜひ検討したい」+「検討してもよい」計
検討意向なし…「多分検討しないと思う」+「検討しない」計

		ぜひ検討したい	検討してもよい	多分検討しないと思う	検討しない	検討意向あり計	検討意向なし計
凡例							
2014年全体(n=1500538)		13.8	54.1	21.6	10.5	67.9%	32.1%
2012年全体(n=1926595)		9.0	47.9	28.4	14.7	56.9%	43.1%
性別	男性(n=760417)	12.5	57.9	20.1	9.5	70.4%	29.6%
	女性(n=740121)	15.0	50.3	23.2	11.5	65.3%	34.7%
年代別	20代(n=1926595)	13.9	54.6	21.8	9.7	68.4%	31.6%
	30代(n=294736)	14.8	51.8	22.0	11.4	66.6%	33.4%
	40代(n=458995)	16.1	53.9	18.9	11.0	70.1%	29.9%
	50代・60代(n=312463)	10.8	56.5	23.1	9.7	67.3%	32.7%
エリア別	首都圏(n=434345)	14.4	54.3	21.8	9.4	68.7%	31.3%
	札幌(n=766859)	14.9	63.2	18.4	3.4	78.1%	21.9%
	仙台(n=32744)	12.2	56.8	24.5	6.5	69.1%	30.9%
	東海(n=17384)	11.6	47.4	25.2	15.7	59.0%	41.0%
	関西(n=214260)	13.8	55.4	20.3	10.5	69.3%	30.7%
	広島(n=420050)	13.0	64.4	16.4	6.1	77.5%	22.5%
	福岡(n=20061)	12.0	59.9	15.3	12.7	71.9%	28.1%

(%)

● 「DIY」という言葉は、90.7%が認知。77.7%が「DIY」とはどのようなものか理解し、52.4%は関心を持っている。

◆ 以下のような質問で「DIY」の認知、内容理解、関心の有無をたずねた

Q. あなたは、「DIY」をご存じですか。（単一回答）
 1. 「DIY」という言葉も内容も知っていて、関心がある
 2. 「DIY」という言葉も内容も知っているが、関心はない
 3. 「DIY」という言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない
 4. 「DIY」という言葉を聞いたことはない

◆ 「DIY」という言葉を認知している人は全体で90.7%。どの年代でも8割以上が「DIY」という言葉を認知している。

■ 「DIY」の認知・理解・関心（全体/単一回答）

凡例		認知計 (①+②+③)				関心 (①)	理解計 (①+②)	認知計 (①+②+③)
		理解計 (①+②)			④「DIY」という言葉を聞いたことはない			
		①「DIY」という言葉も内容も知っていて、関心がある	②「DIY」という言葉も内容も知っているが、関心はない	③「DIY」という言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない				
2014年全体(n=1500538)		52.4	25.3	13.0	9.3	52.4%	77.7%	90.7%
性別	男性(n=760417)	56.1	23.8	13.3	6.8	56.1%	79.9%	93.2%
	女性(n=740121)	48.7	26.8	12.7	11.8	48.7%	75.5%	88.2%
年代別	20代(n=294736)	46.9	26.3	12.6	14.2	46.9%	73.1%	85.8%
	30代(n=458995)	49.9	28.6	9.9	11.5	49.9%	78.5%	88.5%
	40代(n=312463)	54.1	25.4	13.2	7.3	54.1%	79.5%	92.7%
	50代・60代(n=434345)	57.7	20.9	16.3	5.0	57.7%	78.7%	95.0%

(%)

●これまでの「日曜大工」というイメージに加え、20代は「DIY」に対して「おしゃれ・かわいい・カッコいい」「女性向き」「楽しい・ワクワク」「インテリア」などのイメージが全体に比べて高い。

◆ 下記の言葉を提示し「DIY」と聞いてどのようなイメージが浮かぶかたずねた

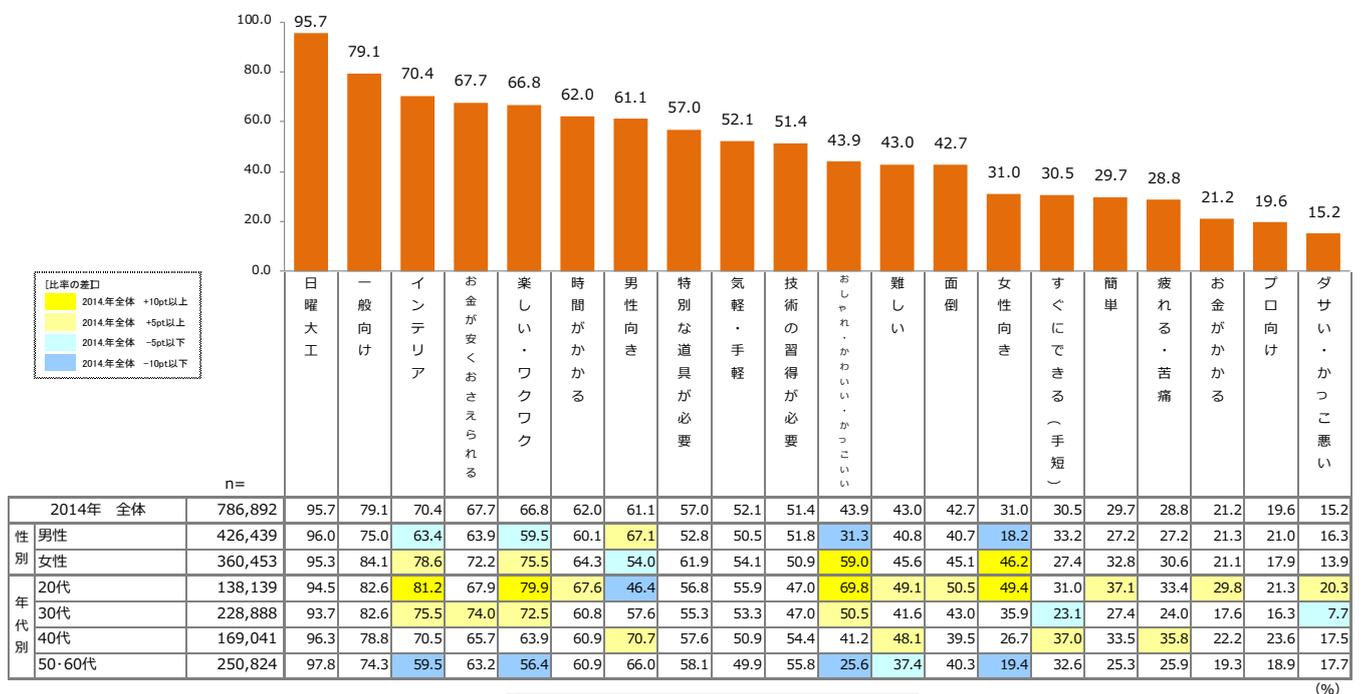
Q. あなたは、「DIY」と聞いてどのようなイメージを持ちますか（単一回答）

1.あてはまる/2.ややあてはまる/3.どちらともいえない/4.あまりあてはまらない/5.あてはまらない

- ◆ 全体では、「日曜大工」というイメージが最も強く、性別にかかわらず第1位である。
- ◆ 性別で見ると、女性は男性に比べ「女性向き」「おしゃれ・かわいい・カッコいい」「楽しい・ワクワク」といった項目のスコアが高い。
- ◆ 50・60代と比べ20代で強く出ているイメージは「おしゃれ・かわいい・カッコいい」「女性向き」「楽しい・ワクワク」「インテリア」「簡単」。
- ◆ 50・60代と比べ20代で弱く出ているイメージは「男性向き」「技術の習得が必要」「日曜大工」などといったイメージを抱いており、若年層とシニア層では「DIY」の捉え方には差が見られる。

■ 「DIY」のイメージ（「DIY」に関心あり/ 単一回答）

※「あてはまる」+「ややあてはまる」計



■ 20代と50・60代の比較

※上記のスコアを使用し差分（20代-50・60代）の大きい順でTOP5を掲載

【50・60代と較べて20代に強く出ているイメージ】

【50・60代と較べて20代では弱く出ているイメージ】

	差分	20代	50・60代
おしゃれ・かわいい・カッコいい	44.1	69.8	25.6
女性向き	30.0	49.4	19.4
楽しい・ワクワク	23.5	79.9	56.4
インテリア	21.6	81.2	59.5
簡単	11.8	37.1	25.3

	差分	20代	50・60代
男性向き	-19.6	46.4	66.0
技術の習得が必要	-8.9	47.0	55.8
日曜大工	-3.3	94.5	97.8
すぐにできる（手短）	-1.6	31.0	32.6
特別な道具が必要	-1.2	56.8	58.1

- 実施意向のトップ3は“照明器具の交換”、“壁にフック等の取り付け”、“蛇口やシャワーヘッドの交換”。
- 20代では、“キッチンのデコレーション”、“壁紙を貼る・ペイントする”、“家具を塗装する”、“バルコニーにデッキやタイルを張る”といった自分なりの装いを求める項目の意向が特に高い。

◆ 以下のような質問で「DIY」の各作業やメンテナンスの実施意向をたずねた

Q. あなたは、今後以下のような製作やメンテナンスを行いたいと思いますか。（複数回答）

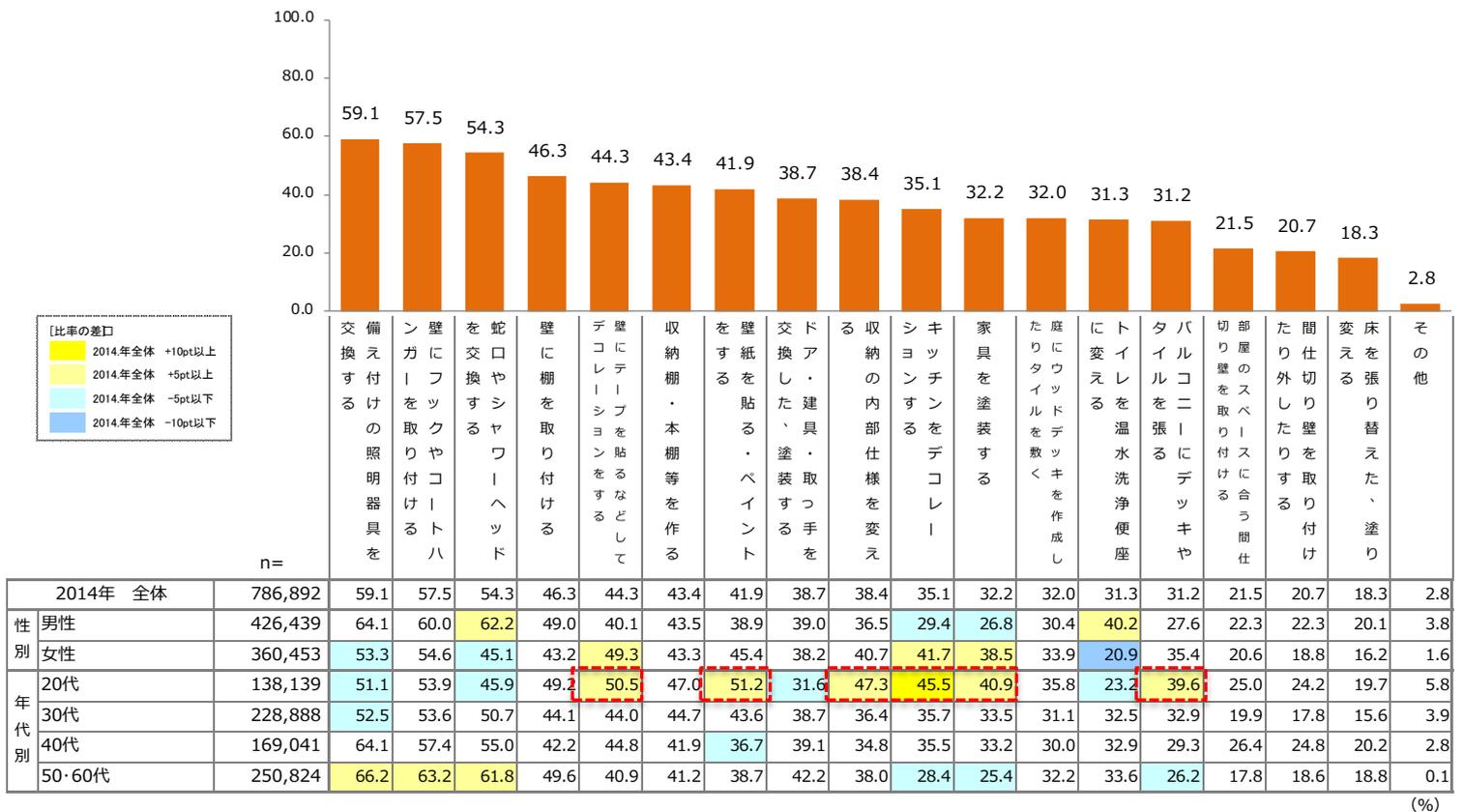
1.自分でやってみたいと思う／2.プロ・業者に依頼してみたいと思う／3.その他の人に依頼してみたいと思う／4.やってみたいと思わない・興味がない

- ◆ 性別でみると、男性は女性に比べ「蛇口やシャワーヘッドを交換する」「トイレを温水洗浄便座に変える」が高い。逆に女性では「キッチンをデコレーションする」「家具を塗装する」が男性に比べ高い
- ◆ 年代別に見ると、20代では、今後「キッチンをデコレーションする」「壁にテープを貼るなどしてデコレーションする」「家具を塗装する」などの意向が高く、50・60代では「備え付けの照明器具を交換する」「壁にフックやコートハンガーを取り付ける」「蛇口やシャワーヘッドを交換する」の意向が高い

■ 「DIY」の意向

（「DIY」に関心あり/複数回答のうち「自分でやってみたいと思う」の回答割合）

※各項目に「自分でやってみたいと思う」と回答した値



- DIYの各作業やメンテナンスの実施意向についてそれぞれ理由を聞いたところ、意向上位の“照明器具の交換”や“蛇口やシャワーヘッドの交換”では「意外に簡単（そう）だったので」という理由が一番高い。
- 壁への“フック取り付け”、“棚の取り付け”、“デコレーション”、“ペイント”をはじめとして、17項目中14項目（“その他”を除く）で「DIYを行うことが楽しい（楽しそう）ので」という意向理由が一番高い。

◆ 以下のような質問で、自分でやってみたいと思う理由をたずねた

Q. あなたがやってみたいと思った理由について、以下の項目であてはまるものをお答えください。（複数回答）

- ◆ 「間仕切り壁を取り付けたり外したりする」「バルコニーにデッキやタイルを張る」「床を貼り替えた、塗り替える」「庭にウッドデッキを作成したりタイルを敷く」「部屋のスペースに合う間仕切り壁を取り付ける」といった項目で特に「DIYを行うことが楽しい（楽しそう）ので」という意向理由が高い

■ 「DIY」の意向理由（「DIY」に興味あり+今後自分でやりたい/複数回答）

	N数	（DIYを 行うこと が楽しい）	と業者 に頼む ／既成 品を 買う	の意 外に 簡単 （そう） だっ た	のザ イン 品に 色な いも 自分 が好 み の デ	サ イ 成 品 の い が 家 に あ る た で	業 者 に 頼 む の が 面 倒 な の で	T V で や っ て い る の を 見 て	友 人 が や っ て い る の で	め ん 手 を 加 え て も 良 い 住 ん だ よ	そ の 他
備え付けの照明器具を交換する	465,238	28.6	30.0	34.1	10.5	6.2	11.6	3.8	3.2	3.5	-
壁にフックやコートハンガーを取り付ける	452,836	34.3	26.7	27.5	16.6	8.1	12.2	3.7	4.0	3.7	-
蛇口やシャワーヘッドを交換する	427,534	30.2	29.6	34.0	9.9	5.3	11.7	4.2	2.3	3.8	0.3
壁に棚を取り付ける	364,661	40.9	29.3	19.0	20.7	19.0	11.9	6.1	4.3	2.5	-
壁にテープを貼るなどしてデコレーションをする	348,674	45.1	20.4	21.1	22.8	9.9	8.1	6.5	5.4	3.6	-
収納棚・本棚等を作る	341,452	45.7	25.7	17.9	20.0	18.5	8.5	6.4	4.5	3.3	-
壁紙を貼る・ペイントをする	329,708	43.7	38.4	11.8	23.8	11.5	8.9	7.2	6.1	4.4	-
ドア・建具・取っ手を交換する、塗装する	304,181	36.8	31.2	24.0	16.8	9.7	13.8	4.3	6.7	3.9	-
収納の内部仕様を変える	302,529	42.6	25.4	17.0	16.1	18.4	9.2	5.2	5.0	4.0	0.5
キッチンをデコレーションする	275,899	47.8	22.7	15.4	25.0	10.7	5.6	6.7	5.3	3.9	-
家具を塗装する	253,015	45.3	26.7	12.9	26.7	9.5	8.3	4.0	5.5	3.9	0.4
庭にウッドデッキを作成したりタイルを敷く	251,910	49.0	34.2	17.5	20.7	9.4	10.8	4.8	5.1	6.4	-
トイレを温水洗浄便座に変える	246,503	35.6	42.9	21.1	4.7	6.5	13.5	5.4	2.9	5.4	-
バルコニーにデッキやタイルを張る	245,154	50.9	29.7	19.8	19.7	9.7	9.3	6.5	6.4	4.2	-
部屋のスペースに合う間仕切り壁を取り付ける	169,341	48.9	32.9	5.2	12.6	11.2	10.9	5.1	5.6	1.7	-
間仕切り壁を取り付けたり外したりする	162,788	51.7	36.9	5.3	13.3	11.5	8.8	5.6	2.2	2.5	-
床を張り替えた、塗り替える	144,206	49.9	34.4	5.8	18.6	9.6	7.5	7.2	0.7	3.9	-
その他	21,971	41.3	62.5	6.9	9.5	-	-	11.2	0.9	-	-