

報道関係各位



注文住宅を建てた 500 人に、満足できるマイホームの鍵を徹底調査！

資源・エネルギー価格の上昇、環境意識の向上が注文住宅購入にも影響！？

会社選びの決め手は「担当者との相性」に次ぎ、高気密・省エネなど「住宅性能」が 2 位に

事業を通して社会課題解決に取り組む株式会社 LIFULL（ライフル）（以下 LIFULL、本社：東京都千代田区、代表取締役社長：井上高志、東証プライム：2120）が運営する、日本最大級の不動産・住宅情報サイト「LIFULL HOME'S」は、過去 3 年以内に注文住宅を建てた 500 人にアンケートを行い、満足できるマイホームの鍵をまとめました。

円安と物価上昇による生活への影響や自然災害への意識の高まりにともない、夢のマイホームの建て方にも変化が出ているようです。



注文住宅の情報収集は事前の条件整理が鍵！土地を買って家を建てた先輩 500 人に調査

https://www.homes.co.jp/cont/data/data_00132/

どんな注文住宅を建てた？満足度の高い家のためにこだわったこと・あきらめたこと

https://www.homes.co.jp/cont/data/data_00133/

【情報収集編】

- 機能重視の傾向。会社選びの決め手の第 1 位は「担当者との相性」、「住宅性能」が第 2 位に
- 事前の条件整理が鍵！会社にも問合せる前にやった方がいいことは「希望条件整理」と「費用試算」
- 比較で会社を見極める！モデルハウスの見学数は「4～5 軒」、見積もり依頼は「2～3 社」が最多
- 購入者のボリュームゾーンは年収 400～600 万円未満が最多。次いで 600～800 万円未満

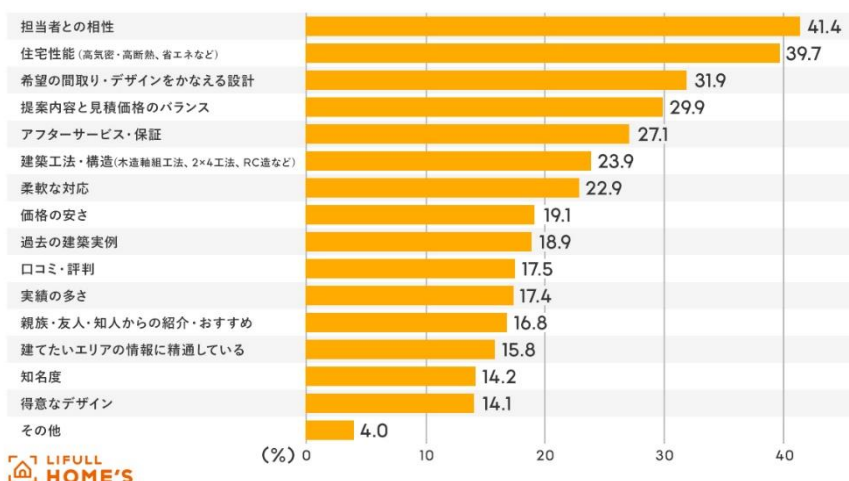
詳細：https://www.homes.co.jp/cont/data/data_00132/

性能重視の傾向。会社選びの決め手の第 1 位は「担当者との相性」、「住宅性能」が第 2 位に

注文住宅を建てることを思い立ってから、理想の家が建つまで、重要になるのはどの建築会社を選ぶのかです。最終的に会社を選ぶ決め手で一番多かった回答は「担当者との相性」（41.4%）でした。2 位は僅差で「住宅性能（高気密・高断熱・省エネ）」（39.7%）が続きました。特に注目すべきポイントは、2 位の「住宅性能（高気密・高断熱・省エネ）」です。生活における快適さはもちろんのこと、資源・エネルギー価格の上昇、環境意識の向上が進む中、住宅性能に重きをおく事で、光熱費の削減をはじめ、長い目で見た時のランニングコストの効率化、環境へ配慮する人が増えてきていると考えられます。また、2022 年度は住宅ローン控除やこどもみらい住宅支援事業など、住宅の省エネ性能に応じた控除額や補助金もあるため、費用面を重視する人においても取り入れやすくなったことが想定されます。

なお、2022 年 10 月より、ZEH 水準の住宅に対し、借入金利を一定期間引き下げる制度【フラット 35】（ZEH）が加わるなど、省エネ住宅への優遇が加速していることにも注目したいところです。

Q.最終的に家を建てる会社を選ぶ決め手となったことは何ですか。(複数回答可)

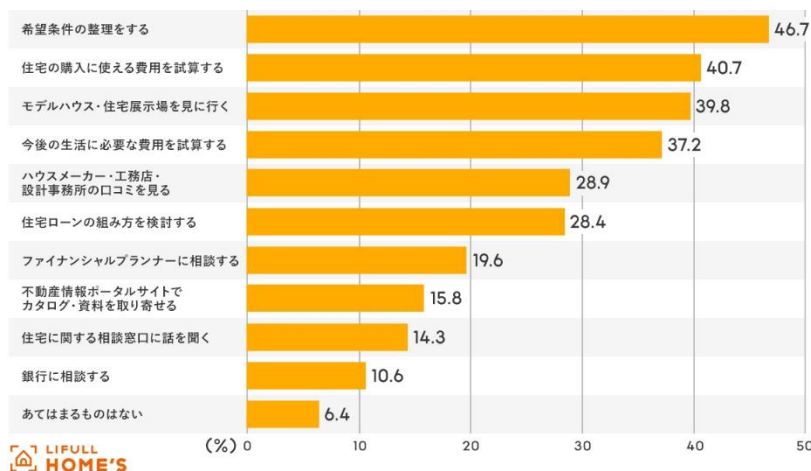


事前の条件整理が鍵！会社に問合せる前にやった方がいいことは「希望条件整理」と「費用試算」

“家を建てる会社や不動産会社に連絡する前”に行った方がよいことを聞いたところ、「希望条件の整理をする」(46.7%)、「住宅の購入に使える費用を試算する」(40.7%)が多い結果となりました。

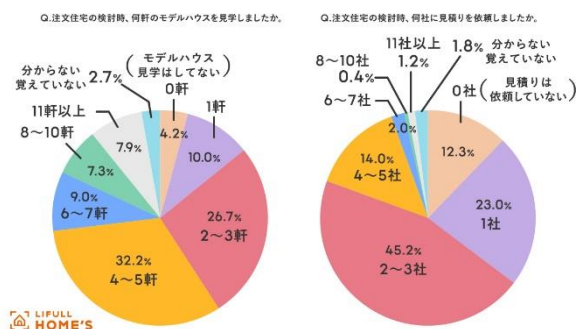
実際の購入者からは、「家を建てることについてほとんど下調べをしていなかったもので、担当者の提案に乗る形で家づくりが進んだ。結果的には、至る所で自分たちの思っていた広さやデザインではなく…。もっと自分達でちゃんと勉強してから家づくりを始められたらよかった」「どんなお家になりたいのかは同居家族と話し合っておいた方がいい。どんな構造を取り入れたいのか、イメージをしておいたほうが良い」などといったアドバイスがありました。

Q.「家を建てる会社」や「土地を販売する不動産会社」に最初に連絡する前に行った方がいいこと(複数回答可)



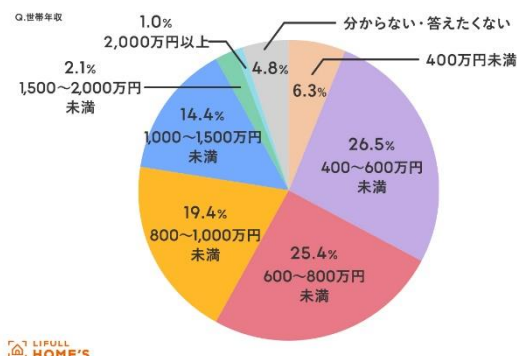
比較で会社を見極める！モデルハウスの見学数は「4～5軒」、見積もり依頼は「2～3社」が最多

モデルハウスの見学数で最も多かった回答は「4～5軒」(32.2%)でした。一方、見積もりを依頼したのは「2～3社」が45.2%で最多でした。見積もり依頼よりも、モデルハウスの見学数のほうが多いことから、モデルハウスを見積もりの判断材料やプラン検討にも利用したことがうかがえます。



購入者のボリュームゾーンは年収400～600万円未満が最多。次いで600～800万円未満

注文住宅の購入者で、年収のボリュームゾーンが最も多いのは400～600万円未満で「26.5%」。次いで、600～800万円未満が「25.4%」となりました。800万円未満の購入者が実に約6割という結果となりました。



【価格・満足度編】

- 安さと満足度は反比例！？想定予算よりも購入額が高くなった人は約7割、価格の安さを一番重視した人は、満足度が最も低い結果に
- やってよかったことは「税金・助成金」「住宅ローン」の活用などお金に関するものが上位に
- 住んでからのイメージが重要！こだわったポイントは「間取り」「生活動線」「収納」

詳細：https://www.homes.co.jp/cont/data/data_00133/

安さと満足度は反比例！？想定予算よりも購入額が高くなった人は約7割、価格の安さを一番重視した人は満足度が最も低い結果に

注文住宅を建てた人の8割以上が「満足している」と答えました。しかし、「価格の安さ」を重視して、会社を選んだ人は建てた住宅の満足度が低い結果となりました。会社選びにおいて、安さだけで選ぶと住み始めてから後悔することにつながるようです。なお、想定予算よりも実際の購入額が高くなったという人は約7割でした。多くの方が予算よりも高くなりがちのため、費用が膨らまないよう、優先順位をつけて進めることが重要です。

Q.家を建てる会社を選ぶ決め手別×満足度

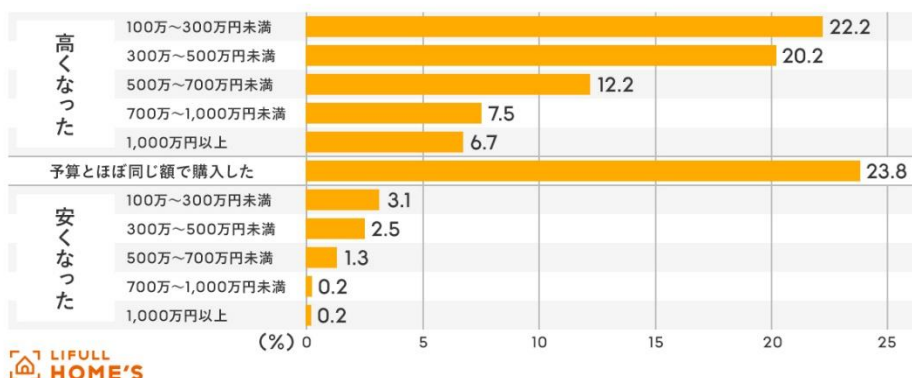
| | 回答者数 | 非常に満足している | 満足している | やや満足している | どちらとも言えない | やや不満がある | 不満がある | 非常に不満がある |
|-----------------------------|------|-----------|--------|----------|-----------|---------|-------|----------|
| 全体 | 500 | 24.8 | 40.5 | 21.5 | 8.4 | 3.1 | 0.8 | 1.0 |
| 希望の間取り・デザインをかなえる設計 | 160 | 32.5 | 41.5 | 16.0 | 6.6 | 1.6 | 1.1 | 0.7 |
| 住宅性能(高気密・高断熱、省エネなど) | 199 | 32.0 | 39.5 | 20.5 | 3.4 | 3.1 | 0.6 | 1.0 |
| アフターサービス・保証 | 135 | 30.5 | 38.8 | 20.6 | 6.0 | 2.3 | 0.9 | 0.8 |
| 担当者との相性 | 207 | 29.0 | 43.9 | 18.1 | 6.2 | 1.6 | 0.6 | 0.5 |
| 得意なデザイン | 70 | 28.7 | 44.6 | 17.4 | 5.0 | 3.0 | 1.4 | 0.0 |
| 親族・友人・知人からの紹介・おすすめ | 84 | 28.1 | 42.7 | 21.8 | 4.9 | 1.0 | 1.5 | 0.0 |
| 建築工法・構造(木造軸組工法、2x4工法、RC造など) | 119 | 26.6 | 52.0 | 12.9 | 4.3 | 1.8 | 0.0 | 2.5 |
| 提案内容と見積価格のバランス | 150 | 26.1 | 43.9 | 19.7 | 7.0 | 2.6 | 0.6 | 0.0 |
| 柔軟な対応 | 115 | 26.0 | 42.8 | 19.9 | 9.6 | 0.9 | 0.7 | 0.0 |
| 実績の多さ | 87 | 25.5 | 39.1 | 23.8 | 7.0 | 3.6 | 0.0 | 1.0 |
| 建てたいエリアの情報に精通している | 79 | 24.7 | 42.6 | 19.9 | 10.1 | 2.7 | 0.0 | 0.0 |
| 口コミ・評判 | 88 | 23.1 | 55.9 | 12.8 | 4.7 | 3.6 | 0.0 | 0.0 |
| 知名度 | 71 | 20.5 | 46.0 | 23.1 | 4.3 | 4.5 | 0.0 | 1.6 |
| 過去の建築事例 | 95 | 19.2 | 56.0 | 17.1 | 3.2 | 2.2 | 0.0 | 2.2 |
| 価格の安さ | 96 | 14.1 | 44.5 | 27.9 | 8.1 | 5.4 | 0.0 | 0.0 |

(%)

■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

また、予算よりも高くなったと答えた方の中で、100～300万円未満のアップが最多でした。さらにこの方々が予算を下げるために工夫した点として最も多かったのが「家の形状をシンプルにした」、次いで「不要な設備を削減した」となりました。予算と向き合いながら、本当に必要な点と妥協できる点を見極めながら取捨選択していくことが重要となります。

Q. 想定していた予算と実際の購入額に違いはありましたか。

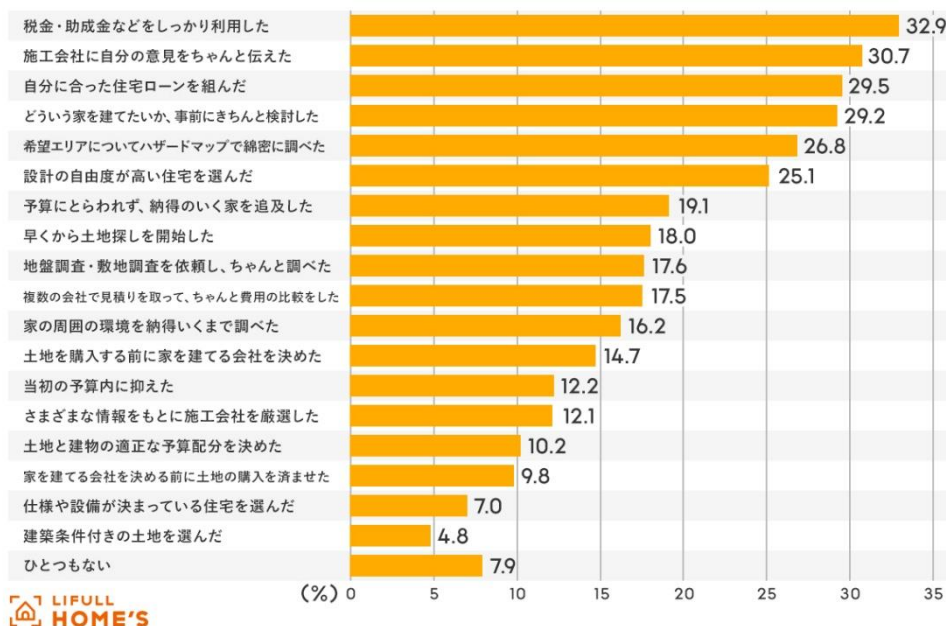


やってよかったことは「税金・助成金」「住宅ローン」の活用などお金に関するものが上位に

やってよかったと思っていることの1位は「税金・助成金などをしっかり利用した」(32.9%)、続いて「施行会社に自分の意見をちゃんと伝えた」(30.7%)、「自分に合った住宅ローンを組んだ」(29.5%)となり、1位と3位にお金に関する項目がランクインしました。

想定予算よりも高くなりがちの注文住宅だからこそ、助成金や住宅ローンを上手く活用していくことが求められそうです。

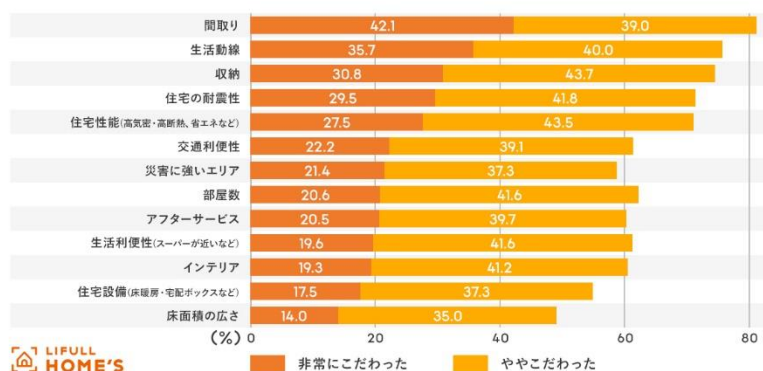
Q.注文住宅を建てるときに、「やってよかった」と思っていることを教えてください。(複数回答可)



住んでからのイメージが重要！こだわったポイントは「間取り」「生活動線」「収納」

注文住宅を建てるとして、非常にこだわったポイントは、「間取り」が42.1%で最も高くなりました。次に多かったのが「生活動線」(35.7%)、「収納」(30.8%)で、日々の暮らしに密接な部分にこだわったことがうかがえます。

Q.以下のそれぞれについて、どの程度こだわりましたか。



【LIFULL HOME'S 総研 中山コメント】

LIFULL HOME'S 総研
副所長&チーフアナリスト
中山登志朗



注文住宅は施主の希望を最大限反映できる建築手法ですから結果的に満足度も高いのですが、今回の調査では、間取りやデザインなど設計・意匠面の優位性よりも住宅性能の高さといった機能面や、プランニングと一緒に検討してくれる担当者の存在が重視される「意外な」結果になりました。円安による物価高騰の影響で資材価格が上昇しても、注文建築ユーザーの環境保全に対する意識は高いこと、また住宅はハードだけでなくソフトも重要な要素であることを物語っています。地球温暖化防止のために自分ができること＝住宅の省エネ・断熱性能を高める意識、同時にそれを実現・サポートしてくれるパートナーの重要性が浮き彫りになる結果となりました。

■ 調査概要

調査実施期間：2022年8月26日～2022年8月30日

対象者：過去3年以内に土地を購入して注文住宅を建て、
注文住宅の検討に一定関与した20-69歳の男女（学生を除く）

調査方法：インターネット調査

有効回答数：500人

【LIFULL HOME'S について】 (URL : <https://www.homes.co.jp/>)

LIFULL HOME'S は、「したい暮らしに、出会おう。」をコンセプトに掲げ、簡単で便利な住まい探しをお手伝いする不動産・住宅情報の総合サービスです。

物件の探しやすさや住まいに関する情報の見つけやすさ、検討がしやすくなるように、様々な機能や情報を拡充していきます。今後も、ユーザーに寄り添いながら、ともに理想の住まい探しを実現します。



【株式会社 LIFULL について】 (東証プライム : 2120、URL : <https://lifull.com/>)

LIFULL は「あらゆる LIFE を、FULL に。」をコーポレートメッセージに掲げ、個人が抱える課題から、その先にある世の中の課題まで、安心と喜びをさまたげる社会課題を、事業を通して解決していくことを目指すソーシャルエンタープライズです。

現在はグループとして世界 63 ヶ国でサービスを提供しており、主要サービスである不動産・住宅情報サイト「LIFULL HOME'S」をはじめ、空き家の再生を軸とした「LIFULL 地方創生」、シニアの暮らしに寄り添う「LIFULL 介護」など、この世界の一人ひとりの暮らし・人生が安心と喜びで満たされる社会の実現を目指し、さまざまな領域に事業拡大しています。

■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社 LIFULL PR 事務局 (株式会社サニーサイドアップ内)
担当 : 蟹江 (080-3438-6047)、矢野 (080-7934-3745)、石原
E-Mail : lifull_pr@ssu.co.jp

■サービス・機能に関するお問い合わせ先

株式会社 LIFULL クリエイティブ本部 ブランドユニット
PR グループ 広報担当
TEL : 03-6774-1604 E-Mail : press@LIFULL.com