



NEXT CO.,LTD.

NEWS RELEASE

2007年1月16日
株式会社ネクスト

不動産情報ポータルサイト「HOME'S」 女性ならではの“住まいのこだわり”アンケート 結果発表 & 特集ページをオープン

～全国の独身・DINKS女性のこだわりぶりを大公開！～

不動産情報ポータルサイト「HOME'S」を運営する株式会社ネクスト(本社:東京都中央区、代表取締役社長:井上 高志、東証マザーズ:2120)は、インターネット関連企業8社と合同で、「女性らしい住まいのこだわりに関するオープンアンケート調査」(調査期間:2006年10月3日(火)～11月3日(金))を実施いたしました。この度、その結果をまとめましたので発表するとともに、同調査結果に基づいた特集ページを公開いたしました。

【HOME'S リサーチ】

“女性の住まいのこだわり調査(前編)”

<http://realestate.homes.co.jp/contents2/research/20070116/>

【HOME'S CLUB】総力特集

“私らしい住まいのこだわり”

http://club.homes.co.jp/s_special/06kodawari/



【特集TOPページ】



【写真投稿ページ】

【お願い】調査データ引用・紹介の際は、「不動産情報ポータルサイト HOME'S調査」と明記をお願いいたします。



<調査概要>

調査対象 : 「女性らしい住まいのこだわりに関するオープンアンケート調査」参加企業のWEBサイトに訪問された方

調査手法 : インターネット調査(参加企業の各WEBサイト上に用意したアンケートフォームにて実施)

有効回答数 : 女性600人、男性197人(全国から回収された2,013件のうち、20代、30代の独身、もしくはDINKSの方を抽出し、集計。男性の回答は一部比較データとして使用)

調査期間 : 2006年10月3日(火)～11月3日(金)

<主な調査結果>

1. インテリアの志向は「ナチュラル」、「シンプル」へ

北欧スタイルも定着傾向

シンプルライフ、スローライフが流行の昨今を反映してか、20代、30代女性の好むインテリアスタイルも「シンプル」、かつ「自然派志向」のものが強く好まれる傾向にあるようです。

2. 「食事作り」には手を抜いても「部屋の掃除」はサボるわけにはいかない

女性の自炊、ハウスキーピングの実態について回答してもらったところ、20代女性では10%以上が「夕食を作らない」という結果が。20代と30代では自炊傾向について大きな差異が見られました。

しかし、外食や弁当などのように別のもので代替するわけにはいかない「部屋の掃除」については、最低でも週に1回は部屋の掃除をして、住み心地の良い部屋を保つように努力している様子が見えます。

3. ライフスタイルに左右される「役に立つ設備」、「役に立たなかった設備」

自分の部屋に実際に付いている設備について、「実は役に立たなかったもの、要らなかったもの」、「最初思っていた以上に役に立ったもの」をそれぞれ回答してもらったところ、「役に立たなかった」、「役に立った」の評価はそれぞれのライフスタイルや生活パターンによって、同じ設備でも評価が変わることが分かりました。

その中で「実は役に立たなかった」、「思っていた以上に役に立った」評価の明暗がはっきりと分かれたものとしては、「実は役に立たなかった設備」では「シャンプードレッサー付洗面台」、「思った以上に役に立った設備」では、「TVモニター付きインターホン」、「洗浄機能付き便座」がそれぞれ挙げられています。



NEXT CO.,LTD.

NEWS RELEASE

【今回の合同調査の協力企業は以下の通りです】(五十音順)

 **NetHome.**

@ Net Home(アットネットホーム株式会社) <http://www.jp.home.com/>



Excite(エキサイト株式会社) <http://www.excite.co.jp/>



OCN(エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社) <http://www.ocn.ne.jp/>



ZAQ(関西マルチメディアサービス株式会社) <http://www.zaq.ne.jp/>



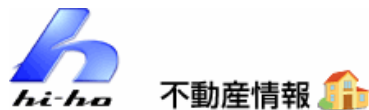
So-net(ソネットエンタテインメント株式会社) <http://www.so-net.ne.jp/>



@nifty(ニフティ株式会社) <http://www.nifty.com/>

fresh EYE

フレッシュアイ(株式会社ニューズウォッチ) <http://www.fresheye.com/>



hi-ho 不動産情報 <http://housing.hi-ho.ne.jp/>
(パナソニック ネットワークサービシズ株式会社)



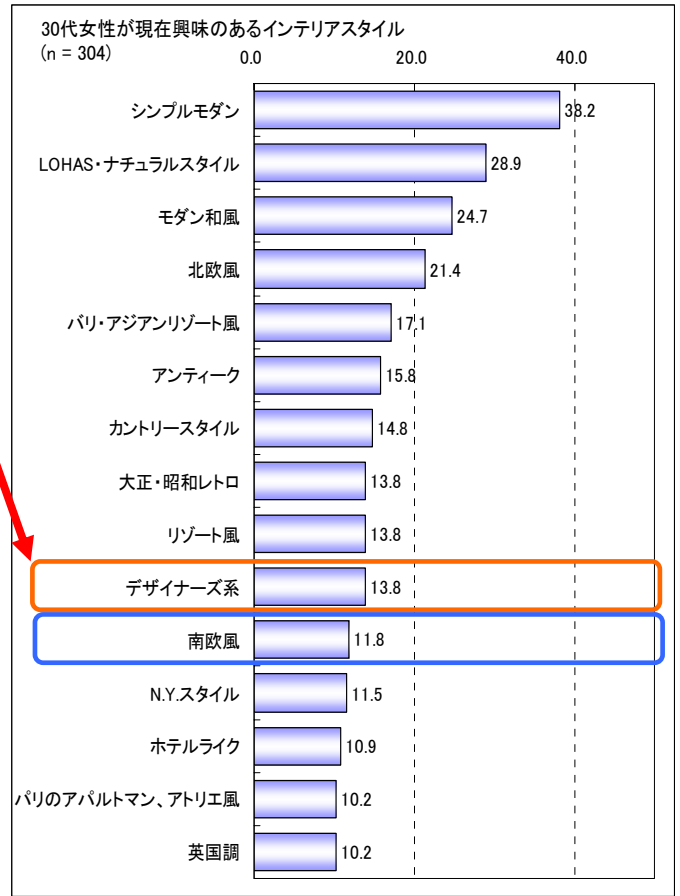
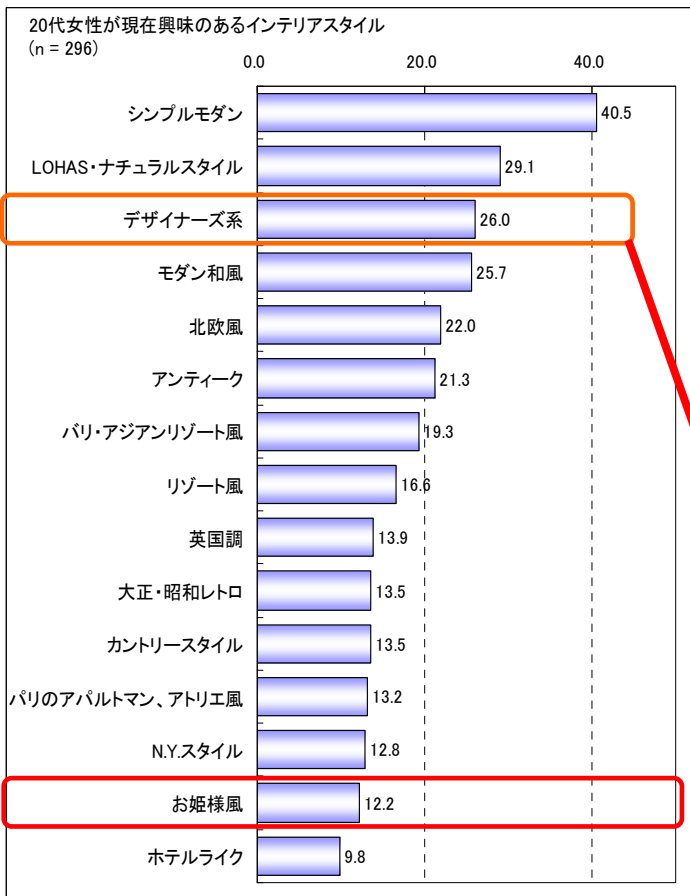
HOME'S(株式会社ネクスト) <http://www.homes.co.jp/>

〈合計9社〉



1. 女性のこだわるインテリアスタイル

基本は「シンプルモダン」や、「ナチュラルスタイル」。
「北欧風」インテリアが定着傾向にある一方で、30代は「南欧風」にも目が行く。



現在興味があるインテリアスタイルについて回答してもらったところ、20代、30代共に圧倒的な人気は「シンプルモダン」、
「LOHAS-ナチュラルスタイル」でした。

シンプルライフ、スローライフが流行の昨今を反映してか、全般的にインテリアスタイルもシンプル、かつ自然派志向の
ものが好まれる傾向にあるようです。

2006年、スウェーデンのインテリアショップ「IKEA」が千葉県船橋市と神奈川県横浜市にオープンしたことで話題を呼
んだ「北欧風」(家具)も、20代、30代共に5位以内にランクイン。人気の定着化がうかがえます。

年代ごとの違いや特徴が見えるものとしては、20代は「お姫様風」、「デザイナーズ系」など、やや尖った自己主張の強
いものが人気。30代はかつて一世を風靡した「南欧風」に、今でもこだわりを残しているようです。



2. イマドキ女性のハウスキーピング

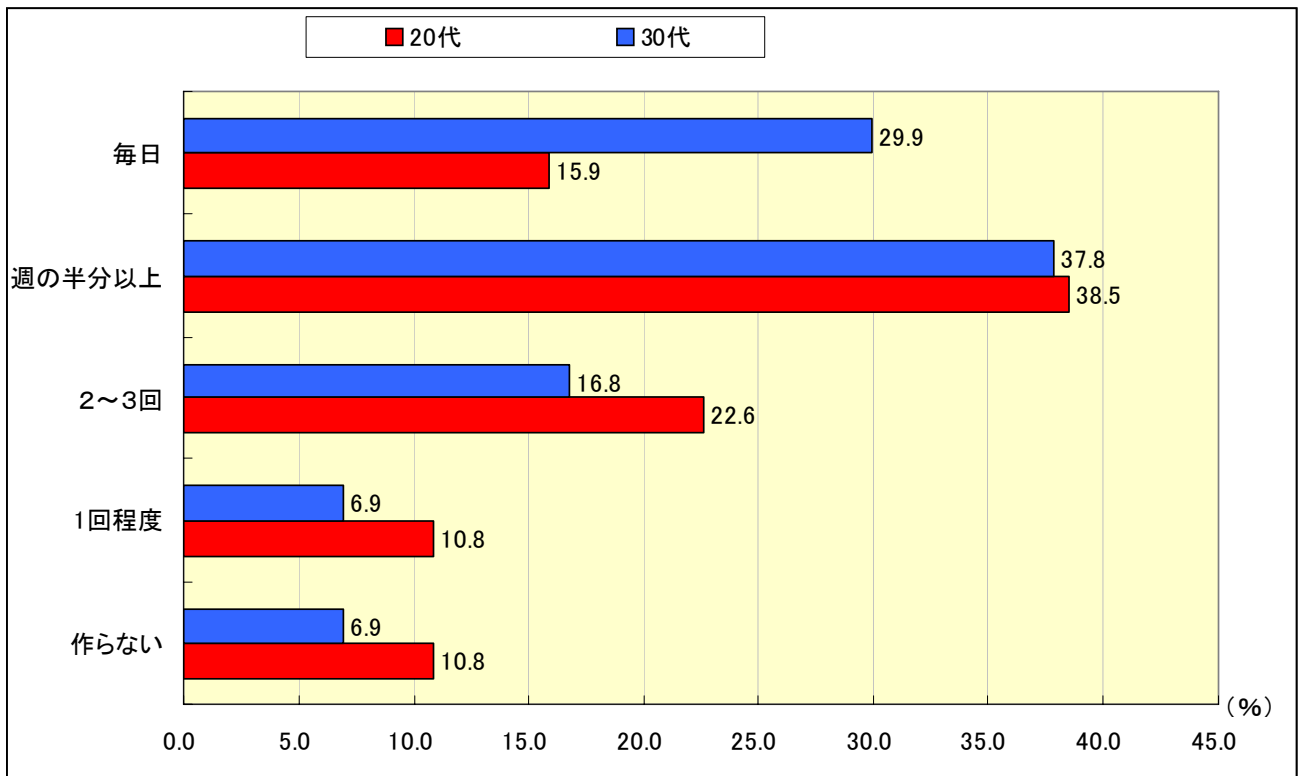
お金で買えない価値がある？

食事作りには手を抜いても、キレイな部屋のための掃除には手が抜けない！

部屋を決めた、インテリアを購入した後に、いかに「自分らしい部屋」をキープできるか。生活パターンもまた、住まいに対するこだわりを表す一つの指標といえそうです。

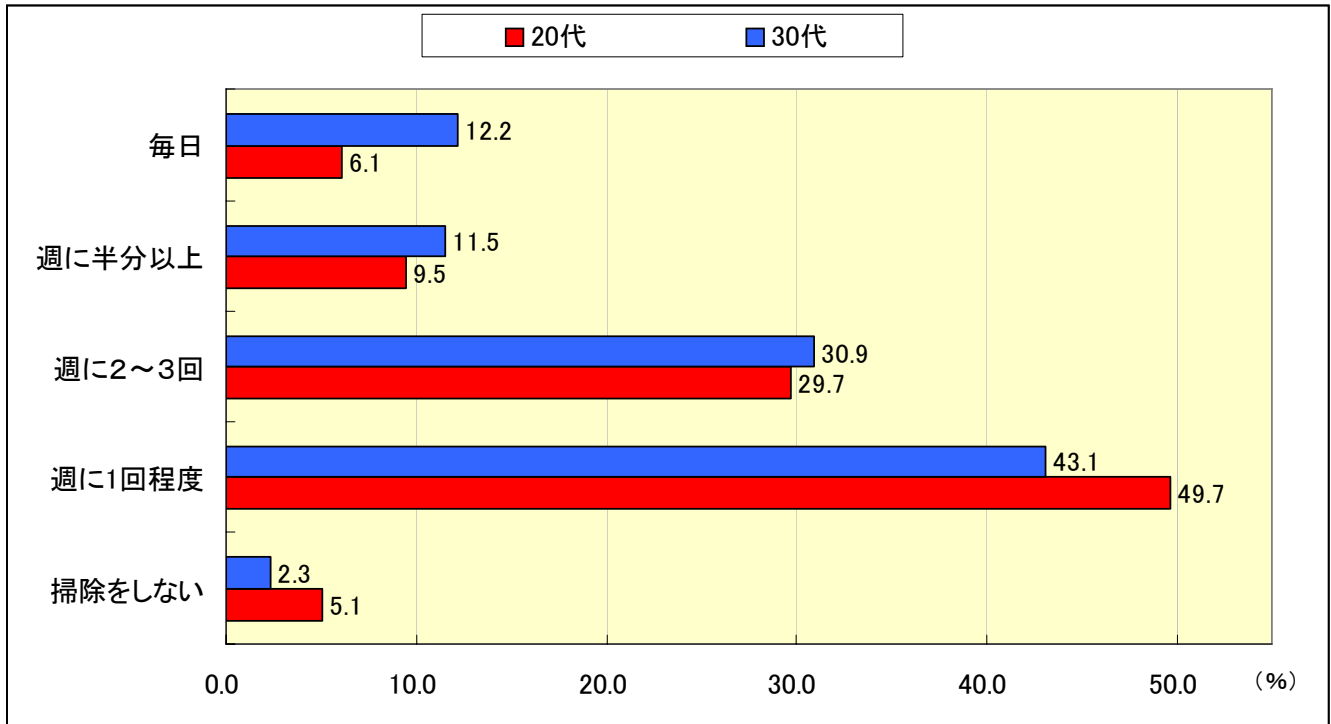
「一週間に晩ご飯を自分で作る回数」、「一週間に部屋の掃除をする回数」について、それぞれ聞いてみました。

＜女性が「一週間に晩ご飯を自分で作る回数」年代比較＞





<女性が「一週間に部屋の掃除をする回数」年代比較>



全般的にハウスキーピングに関しては、30代の方が積極的な傾向が見られます。

特に20代と30代で大きく差が開いているのが「一週間に晩ご飯を自分で作る回数」。「毎日食事を作る」人の割合が20代と30代では倍近くの差があるほか、20代では10%以上が、「晩ご飯を作らない」と回答しています。

しかしいざとなれば「外食」、「弁当」などで済ますこともできる食事と違って、自分でやらなければ綺麗な部屋を保てないのが「部屋の掃除」。こちらに関しては20代、30代の差は「晩ご飯作り」ほど大きな差は開いていないようです。仕事や学校などで日中家にいないことが多い人も、最低に週に1回は掃除をして、部屋を綺麗に保とうと努力している様子がうかがえます。



3. 部屋の設備、役に立ったものと役に立たなかったもの

「想像」の部屋と「実態」の部屋はどれくらい違う！？

「皆に人気」だけでは計れない、部屋の設備に関する評価の違い。

「ウォークインクローゼット」に「シューズインクローゼット」、留守がちな人のための「宅配ロッカー」、「床暖房」に「浴室乾燥機能」…。私たちの生活を豊かにしてくれる住宅設備は日々進化し続けています。憧れのあのお部屋の設備、それでは実際に使っている人からみた評価は一体どうでしょうか？

<女性が「思った以上に役に立った」と評価する部屋の設備>

1位	TVモニター付きインターホン
2位	収納多め
3位	浴室乾燥機能
4位	宅配ボックス・宅配ロッカー
5位	洗浄機能付き便座
6位	駐車場
7位	和室
8位	室内洗濯機置き場
9位	駐輪場
10位	オートロック

<女性が「思ったより役に立たなかった、不要だった」と評価する部屋の設備>

1位	和室
2位	駐輪場
3位	駐車場
4位	シャンプードレッサー付洗面台
5位	インターホン
6位	収納多め
7位	浴室乾燥機能
8位	オートロック
9位	室内洗濯機置き場
10位	宅配ボックス・宅配ロッカー



NEWS RELEASE

思った以上に役に立ったものと実は役に立たなかったものを比較してみたところ、実は同じ設備条件でも、住む人によっては「役に立ったもの」でもあり、「実は役に立たなかったもの」にもなっていることが分かります。

最近ではフローリングを指定して住まい探しをする人や、畳の部屋をフローリングにリフォームしたい、と希望する人も増えているようですが、「実は役に立たなかった設備」で**第1位**の「和室」は、「思った以上に役に立った設備」でも**第7位**にランクインしています。

また、住まい探しをする時に重視されがちな「収納多め」についても、「実は役に立たなかった設備」の**第6位**にランクインしています。

「思った以上に役に立った設備」では、「TVモニター付きインターホン」、「洗淨機能付き便座」

「実は役に立たなかった設備」では、「シャンプードレッサー付洗面台」

などが、特徴的なものとして挙がっています。

<女性が「TVモニター付きインターホン」が役に立ったと評価する理由>

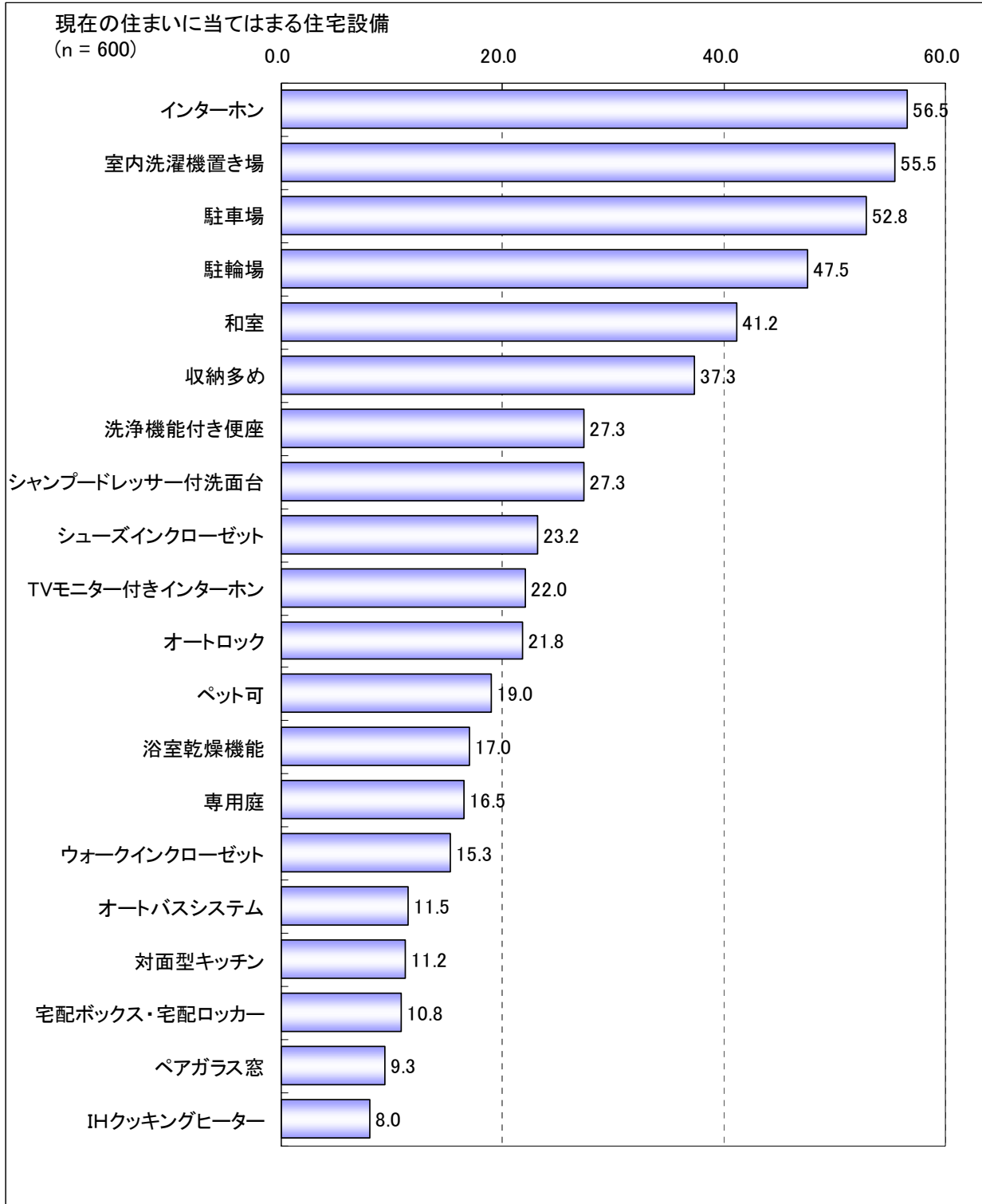
	年齢	職業	居住地
安心だし、録画録音も自動でされているので、一人のときも安心して玄関に出れる。	39	自営業	東京都
初めての一人暮らしだったので、夜暗いときなどは玄関ののぞき穴だけでは相手を特定できないため。	23	看護婦	広島県
誰が来たのか一目瞭然は安全性が高い。	31	SE	神奈川県

<女性が「シャンプードレッサー付洗面台」が役に立たなかったと評価する理由>

	年齢	職業	居住地
シャワー浴びたほうが楽。	33	派遣社員	愛知県
周りが水浸しになる。	33	パート	福岡県
朝シャワーなので、洗面台でシャンプーをしない。	27	営業	宮城県



<参考資料:20代、30代女性の住まいに実際に付いている住宅設備>





NEXT CO.,LTD.

NEWS RELEASE

〈 会社概要 〉

社名 : 株式会社ネクスト
証券コード : 2120 東証マザーズ
設立 : 1997年3月12日
代表者 : 代表取締役 井上 高志
資本金 : 1,979百万円
所在地 : 〒104-6215 東京都中央区晴海1-8-12
晴海アイランドトリトンスクエア オフィスタワーZ棟 15階
連絡先 : 電話: 03-6204-4040(代) FAX: 03-6204-3961
URL : <http://www.next-group.jp/>
事業内容 : 不動産ポータル事業
・日本最大級の不動産情報ポータルサイト「HOME'S」の企画・運営
・新築分譲マンションポータルサイト「新築HOME'S」の企画・運営
・新築分譲マンションポータルサイト「イースマイドットコム」の企画・運営
・新築分譲戸建住宅ポータルサイト「新築一戸建てHOME'S」の企画・運営
・注文住宅ポータルサイト「家づくりHOME'S」の企画・運営
・リフォームポータルサイト「リフォームHOME'S」の企画・運営
・不動産投資ポータルサイト「投資HOME'S」の企画・運営
広告代理事業
・Web広告プロモーション、バナー広告の企画提案ファイナンス事業
その他事業
・「HOME'S CARD 家賃サービス」の企画・運営
・「HOME'S マイルーム保険」の企画・運営
・地域・生活者コミュニティサイト「Lococom」の企画・運営

「HOME'S」とは:

北海道から沖縄まで、全国100万件の不動産物件情報を検索できる、日本最大級の不動産情報ポータルサイトです。
楽天市場、infoseek、Nifty、BIGLOBE、OCN、ODN、dion、So-net、Excite、fresheye、asahi.com、ビッダーズ、ロイタージャパン、駅前探険倶楽部、ascii24、オリコン等の60以上のサイトと提携しています。

〈本件に関するお問い合わせ先〉

株式会社ネクスト 管理本部 広報・IRグループ
東京都中央区晴海1-8-12
晴海アイランドトリトンスクエア オフィスタワーZ棟 15階
TEL: 03-6204-4067 FAX: 03-6204-3963
E-MAIL: press@next-group.jp