

報道関係各位

2008年3月13日
株式会社ネクスト

住宅・不動産情報ポータルサイト「HOME'S」調査報告

購入検討時、現在も7割以上が“耐震性”を問題視 関東は“資産価値”、関西では“治安”が気になるポイント

～購入検討段階で調べたい住まい事情～

住宅・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、マンションや一戸建て住宅を購入または今後購入を検討している方に、購入の検討段階で調べたいことについてのアンケートを実施いたしました。このたび調査結果をまとめましたのでご報告いたします。

【HOME'S リサーチ】
“購入検討段階で調べたい住まい事情”
<http://homesclub.next-group.jp/research/research/>



<調査概要>

調査対象 : 住まいを購入または今後購入を検討している20～69歳までの男女
調査手法 : インターネット調査
有効回答数 : 829人(関東圏:576人、関西圏:253人)
調査地域 : 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、京都府、大阪府、兵庫県
調査時期 : 2007年12月5日(水)～2007年12月10日(月)

<主な調査結果>

1. 依然として高い関心を集める“住まいの耐震性”

最も関心が高いのは「耐震性」で、2005年の年末に耐震偽装問題が世間を騒がせて以降、今もなお高い関心が寄せられています。次いで「周辺の生活情報」「地域の治安」の関心が高く、概ね調べたい項目の多くは未経験者の方がスコアが高い傾向にあり、購入への慎重な姿勢がうかがえます。また、関西では、「地域の治安」をはじめ、「近隣住人」「地域の教育環境」など、住まい近隣への意識が高いことがうかがえます。

2. 労力惜しまず、赴く回数を重ねることで、最良の物件を購入

耐震性に関しては、個人で情報収集や比較も実施している意見も見られましたが、専門的な知識が要求されるため、不動産会社や建築関係などに説明を求めるケースが多いようです。生活情報や地域の治安に関しては、不動産会社から話を聞いたり、インターネットなどで街の周辺情報などを収集するほか、実際に何度も現地へ赴き、自分の目で確認されているようです。

3. 関東圏:マンション購入時は、資産価値を考慮

関西圏:1にも2にも、地域の治安を重視

住まい近隣への関心が高い関西圏では、マンションに比べ、一戸建て購入の方が地域への関心が高く、「近隣住人」「地域の教育環境」のスコアが高くなっています。その他、関東圏では、マンション購入希望者の「物件の資産価値」に対する意識が、関西圏よりもやや高いことがうかがえます。

1. 購入検討段階で調べたいこと

依然として高い関心を集める“住まいの耐震性”

今後住まいや土地などの不動産を購入したいと考えている方に、購入検討の段階で調べたいことを聞いてみました。

図1-1. 購入検討の段階で調べたいこと [不動産購入の経験者]

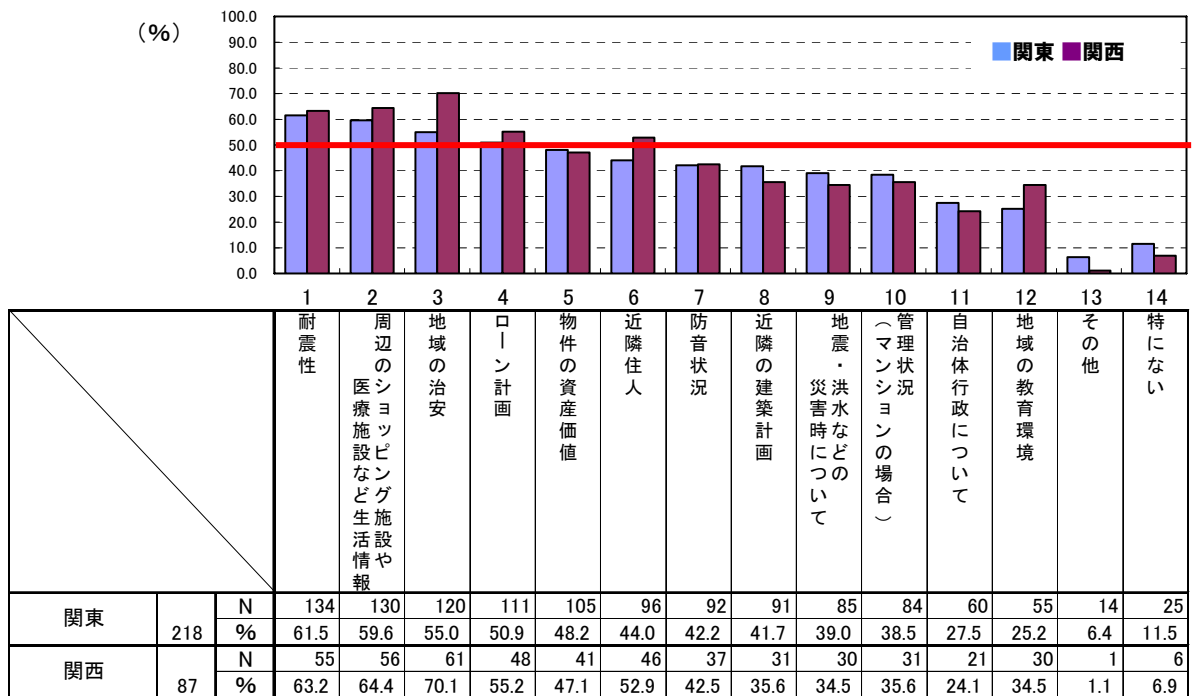
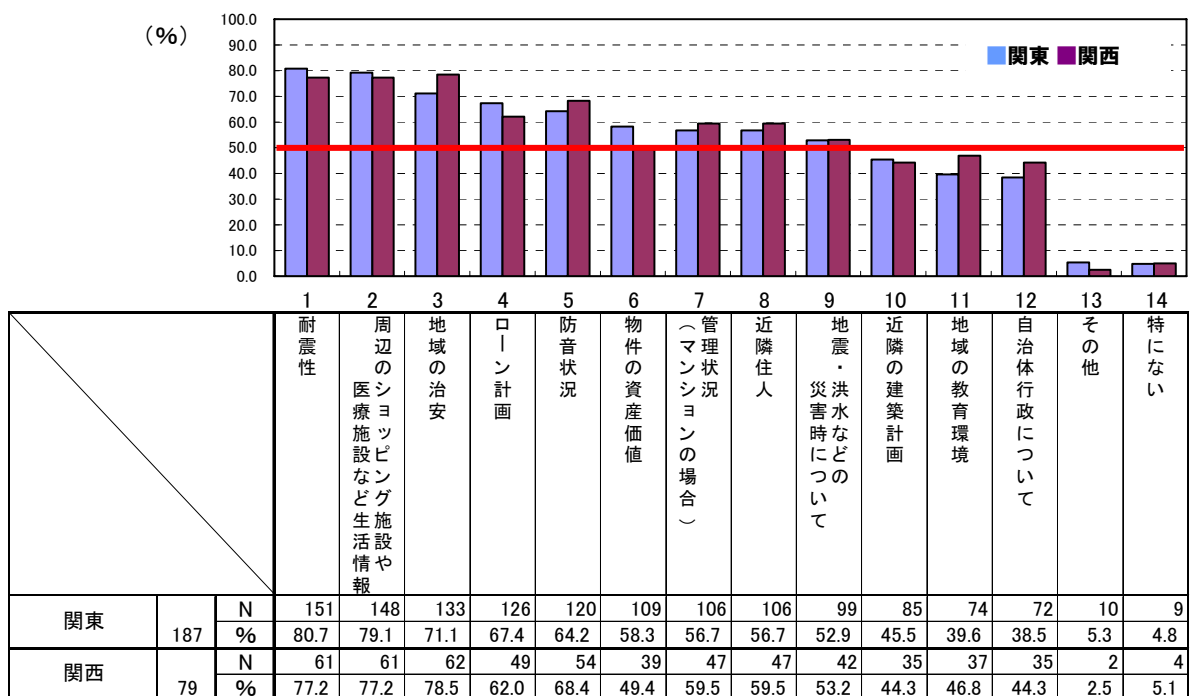


図1-2. 購入検討の段階で調べたいこと [不動産購入の未経験者]



これまでに不動産を購入したことのある方とない方に分けまわしてみたところ(図1)、どちらも「耐震性」が最も高く、2005年の年末に「耐震偽装問題」が世間を騒がせて以降、今もなお高い関心が寄せられています。

調べたい項目の多くは未経験者の方がスコアが高く、購入への慎重な姿勢がうかがえます。また、関西では、「地域の治安」をはじめ、「近隣住人」「地域の教育環境」など、住まい近隣への意識が高いことがうかがえます。

2. 購入検討段階で調べたこと

労力惜しまず、赴く回数を重ねることで、最良の物件を購入

回答者のうち、これまでに不動産を購入したことのある方に、実際に購入検討の段階で調べたことについて聞いてみました。

表1は、「調べたいこと」上位3項目について、代表的な意見をまとめたものです。

表1. 購入検討の段階で調べたこと [不動産購入経験者]

耐震性	性別	年齢
インターネットサイトで情報収集し、パンフレットと比較した。	女性	40代
しっかりしていることを建築関係の知り合いに確認。	女性	30代
取り扱っている不動産会社に行って調べた。	女性	50代
工法や基礎を調べ、たびたび現場に足を運んだ。	男性	30代
計算書を見たり、設計図を見たり、会社の人に説明を受けた。	女性	30代
周辺のショッピング施設や医療施設など生活情報	性別	年齢
地図や実際に現地を確認。	男性	30代
知っている土地だったが、何回も足を運んだ。	女性	30代
物件のパンフを読み、実際に回りを歩いてみた。	男性	50代
マンションの付属資料とネット。	男性	30代
物件の周囲の地図を購入。	男性	50代
地域の治安	性別	年齢
様々な時間帯に駅からマンションまで歩いてみる。	女性	30代
実際に何度か現地に赴いたり、犯罪発生率を調べた。	女性	30代
不動産会社に確認した。	女性	40代
夜暗くなく街灯設備があること。	男性	30代
不動産や友人他口コミ。	女性	50代

耐震性に関しては、個人で情報収集や比較も実施している意見も見られましたが、専門的な知識が要求されるため、**不動産会社や建築関係などに説明を求める**ケースが多いようです。

生活情報や**地域の治安**に関しては、不動産会社で話を聞いたり、インターネットなどで街の周辺情報などを収集するほか、実際に何度も**現地に赴き**、自分の目で確認されているようです。

※その他の項目については、次ページの【参考】をご覧ください。

【参考】:購入検討の段階で調べたこと [不動産購入経験者]

ローン計画	性別	年齢	管理状況(マンションの場合)	性別	年齢
収入に見合った返済額で、何年のローンが組めるか。	男性	60代	管理人の滞在時間。	男性	30代
販売会社の営業担当者にプランを作ってもらった。	女性	40代	不動産会社に聞いたり、実際現場に行ってみた。	女性	50代
会社の社内融資制度。	男性	40代	管理組合の資料取り寄せ。	男性	40代
インターネットなどでシミュレーションを繰り返した。	女性	40代	管理人と話す。	女性	40代
住宅雑誌の特集などを参照に計算し、販売業者の提案を吟味した。	男性	50代	ネット、代理店の担当者 管理会社の実績と口コミの評判。	男性	40代
物件の資産価値	性別	年齢	近隣住人	性別	年齢
インターネットで調べたり、近所の不動産会社に聞いた。	女性	50代	実際に現地に赴き雰囲気を確認した。	女性	30代
ネットでの同等物件の販売価格などを調べた。	女性	50代	変な方がいないか旧住人のきく。	男性	50代
不動産関係に勤める知人に聞いてみた。	女性	50代	マンション内で会社や店をやるのが禁止であることを確認。	女性	30代
町の開発や計画道路。	男性	50代	実際に周りの人に挨拶した。	女性	30代
販売会社の営業担当から説明を受けた。	男性	30代	不動産会社さんの担当者から聞いた。	女性	30代
防音状況	性別	年齢	地震・洪水などの災害時について	性別	年齢
物件の周囲を何度も歩く。	男性	50代	過去に池や沼、田圃ではなかったか資料で調べた。	女性	40代
以前住んでた人に聞いた。	女性	30代	インターネットで調べたり、不動産会社から資料をいただいた。	女性	30代
周辺施設、道路交通状況視察。	男性	60代	雨の日に物件を見に行った。	男性	50代
実際の部屋をみて確認。	女性	30代	市の防災マップなどで地形など調べた。	女性	30代
営業マンに床材の等級などを質問。	女性	40代	前入居者に聞いた。	男性	50代
地域の教育環境	性別	年齢	自治体行政について	性別	年齢
地図をもとにどれだけの距離か確認。	男性	50代	インターネットで行政のホームページを見た。	女性	30代
インターネットなどで周辺の学校の評判やランクを調べた。	女性	30代	市役所で環境を調べた。	女性	50代
現地周辺を実際に歩いてみたり、ネット等で情報収集。	男性	40代	税金が安いかどうか。	男性	60代
販売会社に資料を請求した。	男性	30代	福祉の程度や住民税の高い安いなど。	男性	40代
近くに住んでいる知人からの情報。	男性	30代	親戚から聞いた。	女性	40代
近隣の建築計画	性別	年齢	その他	性別	年齢
近隣に高層建築物の計画がなく、日照権が侵される心配がないこと。	男性	60代	価格について将来の見通し。	男性	50代
市役所へ問合せをした。	男性	40代	鉄道、道路の交通状況。	男性	40代
販売業者に周辺への大型物件建設の可能性を問い合わせた。	男性	50代	自然環境。	男性	50代
空き地があればその計画の有無。	男性	40代	どの程度のリフォームができるか、費用はどのくらい掛かるか調べた。	女性	50代
視界や日射をふさいだり景観を崩すもが建設される予定がないかを都市計画で調べた。	男性	40代	ネットで施工主、売主の実績と口コミ等評判。	男性	40代

3. 購入検討段階で調べたいこと [物件別]

関東圏: マンション購入時は、資産価値を考慮

関西圏: 1にも2にも、地域の治安を重視

希望する物件種別(マンション/一戸建て)に、購入検討の段階で調べたいことをまとめてみました。

図2-1. 購入検討の段階で調べたいこと [マンション購入希望者]

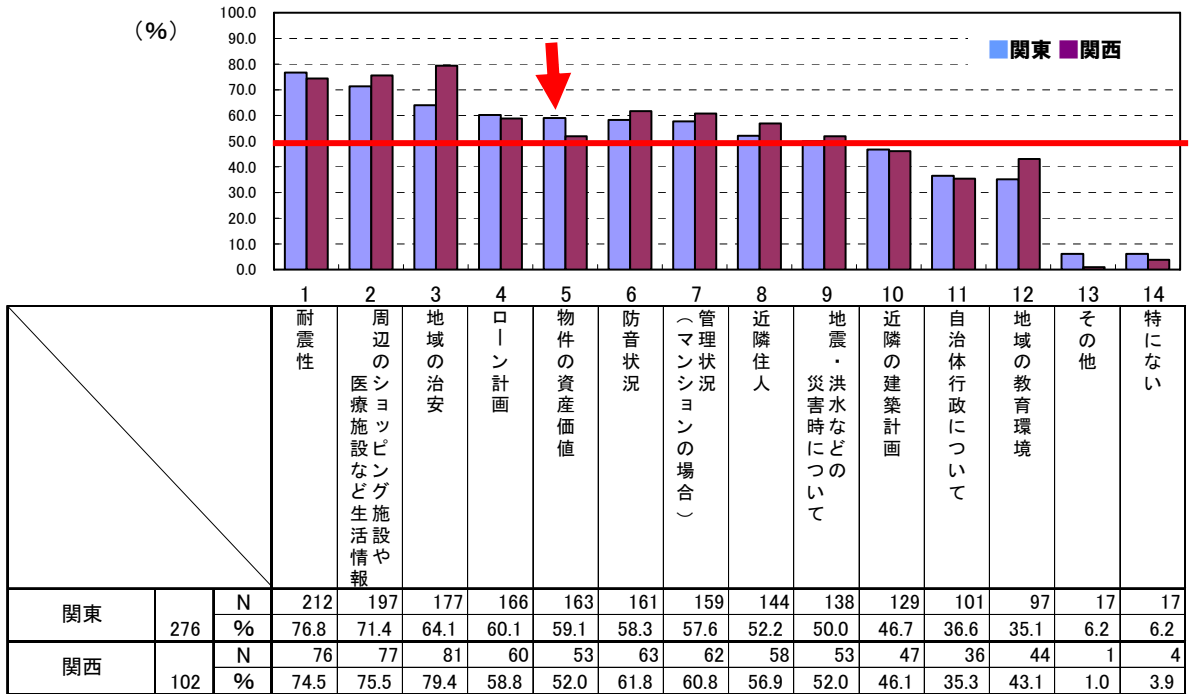
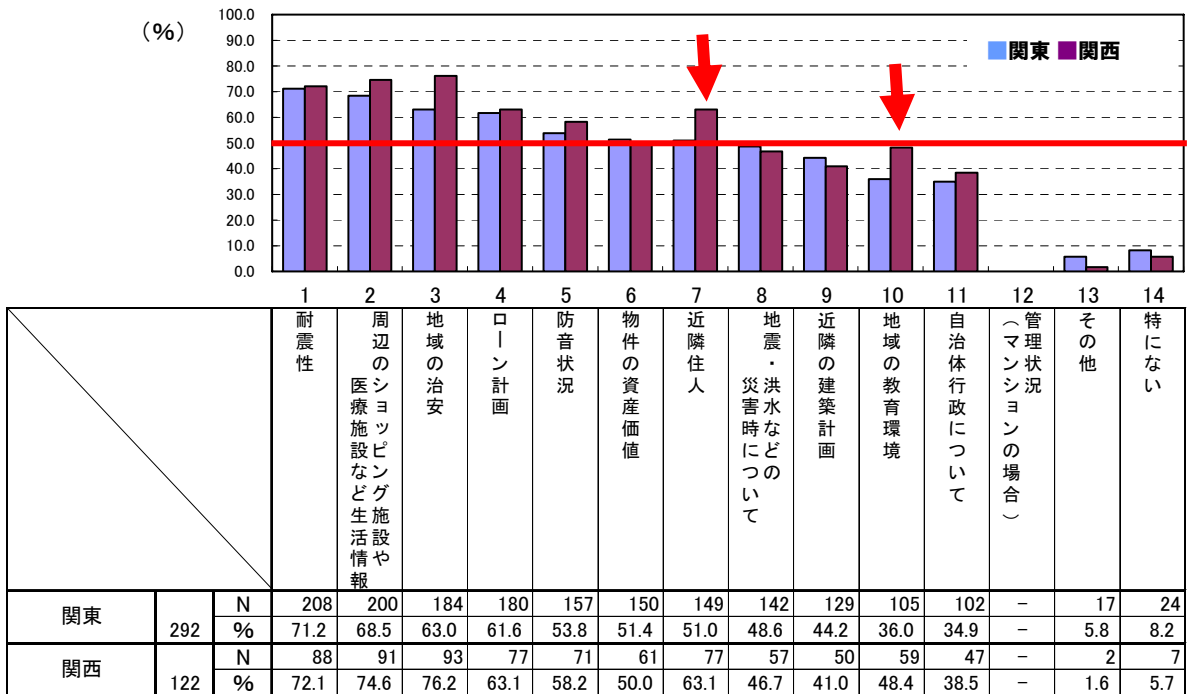


図2-2. 購入検討の段階で調べたいこと [一戸建て購入希望者]



希望物件種別にみても、調べたい項目はかわらず、いずれも「耐震性」「周辺の生活情報」「地域の治安」が上位3項目。住まい近隣への関心が高い関西圏では、マンションに比べ一戸建て購入の方が地域への関心が高く、「近隣住人」「地域の教育環境」のスコアが高くなっています。その他、関東圏では、マンション購入希望者の「物件の資産価値」に対する意識が、関西圏よりもやや高いことがうかがえます。

「HOME'S」とは:

北海道から沖縄まで、全国約100万件の不動産物件情報を検索できる、日本最大級の住宅・不動産情報ポータルサイトです。楽天市場、infoseek、Nifty、BIGLOBE、OCN、ODN、So-net、Excite、asahi.com、毎日.jp、ビッダーズ、駅前探険倶楽部、ascii24、オリコン等約40のサイトと提携しています。

< 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 : 1,982百万円
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
・日本最大級の住宅・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「HOME'S新築分譲マンション」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「HOME'S新築一戸建て」の企画・運営
・不動産投資ポータルサイト「HOME'S不動産投資」の企画・運営
・不動産オークションサイト「HOME'Sオークション」の企画・運営
地域コミュニティ事業
・地域コミュニティサイト「Lococom」の企画・運営
賃貸保証事業
・「HOME'S賃貸保証」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
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
・「HOME'S 保険生活」の企画・運営
・「HOME'S 引越し見積り」の企画・運営
関係会社 : 株式会社ウィルニック、株式会社レンターズ、株式会社ネクストフィナンシャルサービス

< 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 広報室
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