

# 2017年住宅購入予定者調査データ販売のご案内 1.概要 & 価格表

今後3年以内に住宅を購入またはリフォームを予定している人を対象に、現在の住宅に対する意識や嗜好を明らかにすることを目的に調査をしたデータを販売いたします。今年はビジュアル編の調査サンプルをトレンドを考慮して大きく変更しました。意識編では情報源や参考になっている雑誌を追加しました。

- 調査対象者 30代、40代、50代、60代の男女、地域は首都圏、京阪神地区の各均等割り。合計960名
- 調査方法 インターネット調査 調査委託 株式会社ルウム ライフメディア(1993年発足、登録数50万人超)のパネルを使用
- 調査時期 2017年4月12日～18日
- 販売形式 1項目につき、エクセルデータ(全体、性×年代別の集計データ) & 簡易レポートPDFデータ(A4 3～4枚程度)によるデータ納品  
**エクセルデータなしの、簡易レポートPDFデータのみ販売も今年より行います。**  
**ビジュアル編all12万円、意識調査編all26万円、総合37万円のセット販売となります。ただし、単品でのPDFのみの販売はありません。**

■販売項目 & 単品価格表 (いずれも税別)

## <意識調査データ>

内容	価格
1.新居を計画するにあたり情報源としているもの(21) <b>New</b>	30,000
2.新居に期待すること(21)	30,000
3.新居で重視したい項目(17)	30,000
4.新居で重視したい空間やスペース(19)	30,000
5.新居で取り入れたい住宅設備(20) <b>Renewal</b>	30,000
6.新居で取り入れたい最新技術(12)	30,000
7.新居で取り入れたい収納(21) <b>Renewal</b>	30,000
8.新居で取り入れたい間取り(18) <b>Renewal</b>	30,000
9.新居で取り入れたいリビングの照明器具の種類(9)	60,000
10.照明を使った時のリビングに求めるイメージやシーン(15) <b>Renewal</b>	
11.新居で取り入れたいリビングの照明のデザイン、光の色、機能(13)	
12.理想の暮らし方(36) <b>Renewal</b>	30,000
13.新居で実現させたい空間イメージ(21)	30,000
14.新居のインテリアで考えにあてはまるもの(28) <b>Renewal</b>	30,000
15.新居のエクステリアで考えにあてはまるもの(12)	30,000
16.住宅やインテリアの素材として好きなイメージのもの(30) <b>Renewal</b>	30,000
17.好きなインテリアショップ & ブランド(31) <b>Renewal</b>	30,000
18.住まいを計画するにあたり参考にしている雑誌名(17) <b>New</b>	30,000
* 9-11の照明に関する項目は3問セット販売のみ	計510000

## <ビジュアル調査データ>

## Renewal

インテリア編	価格
1.インテリアのアクセントとして使いたい色	30,000
2.好きなインテリア	30,000
3.フローリングで使いたい木目(MA)	40,000
4.フローリングで使いたい木目(SA)	
5.フローリングに合わせて使いたい建具色	30,000
4×5クロス集計データ	10,000
4×2クロス集計データ	10,000
エクステリア編	価格
6.好きな外観	30,000
インテリア & エクステリア編	価格
7.好きな住まいのイメージ	30,000
7×2クロス集計データ	10,000
7×6クロス集計データ	10,000
	計230000
* クロス集計データは元データ2種類の購入が前提	
* 3と4はセット販売のみ	

## ■ご購入までの流れ

弊社ホームページのお問い合わせフォームよりお申込みください。お問い合わせ内容欄にご購入希望のデータをお知らせください。納品内容を確認し、必要であれば見積書を発行します。データはすべてメール添付でお送りします。データ量が多い場合はCD-ROMを郵送します。請求書を別途郵送させていただきます。

# 2017年住宅購入予定者調査データ販売のご案内 2.調査対象者内訳

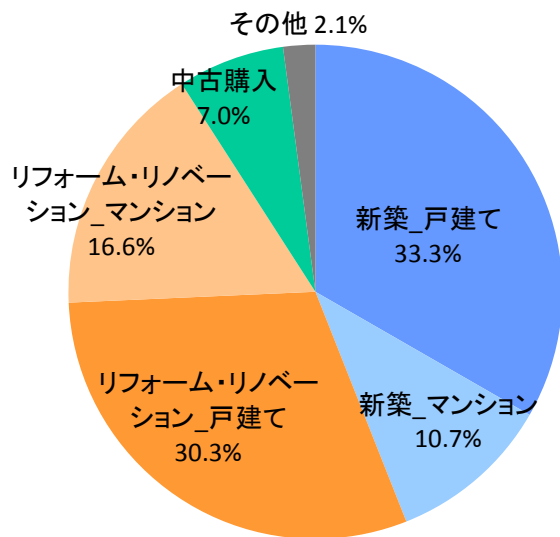
## ■調査対象者

		年代				合計
		30代	40代	50代	60代	
男性	度数	120	120	120	120	480
	行%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	100.0%
女性	度数	120	120	120	120	480
	行%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	100.0%
合計	度数	240	240	240	240	960
	行%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	100.0%

## ■居住地域

		f12)居住地域		合計
		東京圏	京阪神地区	
男性	度数	240	240	480
	行%	50.0%	50.0%	100.0%
女性	度数	240	240	480
	行%	50.0%	50.0%	100.0%
合計	度数	480	480	960
	行%	50.0%	50.0%	100.0%

## ■希望する住宅形態 (n=960)



		f1)性別		合計
		男性	女性	
新築_戸建て	度数	176	144	320
	行%	36.7%	30.0%	33.3%
新築_マンション	度数	48	55	103
	行%	10.0%	11.5%	10.7%
リフォーム_リノベーション_戸建て	度数	141	150	291
	行%	29.4%	31.3%	30.3%
リフォーム_リノベーション_マンション	度数	71	88	159
	行%	14.8%	18.3%	16.6%
中古購入	度数	35	32	67
	行%	7.3%	6.7%	7.0%
その他	度数	9	11	20
	行%	1.9%	2.3%	2.1%
合計	度数	480	480	960
	行%	100.0%	100.0%	100.0%

		性×年代								合計
		男性/30代	男性/40代	男性/50代	男性/60代	女性/30代	女性/40代	女性/50代	女性/60代	
新築_戸建て	度数	63	41	34	38	58	32	29	25	320
	行%	52.5%	34.2%	28.3%	31.7%	48.3%	26.7%	24.2%	20.8%	33.3%
新築_マンション	度数	14	9	14	11	20	14	11	10	103
	行%	11.7%	7.5%	11.7%	9.2%	16.7%	11.7%	9.2%	8.3%	10.7%
リフォーム_リノベーション_戸建て	度数	19	34	42	46	20	40	44	46	291
	行%	15.8%	28.3%	35.0%	38.3%	16.7%	33.3%	36.7%	38.3%	30.3%
リフォーム_リノベーション_マンション	度数	12	19	19	21	8	21	27	32	159
	行%	10.0%	15.8%	15.8%	17.5%	6.7%	17.5%	22.5%	26.7%	16.6%
中古購入	度数	10	13	9	3	12	12	4	4	67
	行%	8.3%	10.8%	7.5%	2.5%	10.0%	10.0%	3.3%	3.3%	7.0%
その他	度数	2	4	2	1	2	1	5	3	20
	行%	1.7%	3.3%	1.7%	0.8%	1.7%	0.8%	4.2%	2.5%	2.1%
合計	度数	120	120	120	120	120	120	120	120	960
	行%	12.5%	12.5%	12.5%	12.5%	12.5%	12.5%	12.5%	12.5%	100.0%

意識編では、新居を計画するにあたり、情報源としているものを追加しました。

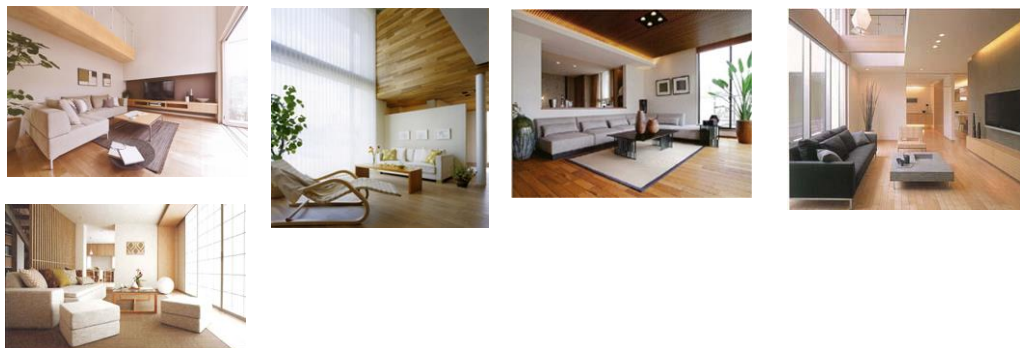
1	Web(住宅情報に関するポータルサイト)
2	Web(住宅関連企業のサイトやメールマガジン)
3	Web(SNS、ブログ、口コミサイト)
4	住宅情報誌
5	インテリア雑誌・専門誌
6	新聞広告・チラシ
7	フリーペーパー
8	ダイレクトメール
9	TVコマーシャル
10	車両や駅構内の広告
11	不動産会社の店舗
12	住宅展示場、モデルルーム
13	住宅関連企業のショールーム
14	展示会イベント(不動産・住宅フェア)・現場見学会
15	知人・友人宅の実例
16	口コミ
17	建築家の作品集
18	店舗のインテリア
19	ホテルのインテリア
20	海外旅行先の街並外観やインテリア
21	その他( )

また、各項目で、現在の動向に合わせ、設問を微修正するリニューアルを行っています。

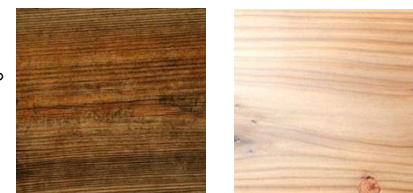
\* 詳しい調査内容をご覧になりたい場合は、お問合せいただければ、資料をお送りします。

ビジュアル編では、トレンドを考慮し、調査ビジュアルを大幅に入れ替えました。

たとえば、  
好きなインテリア  
毎年人気のナチュラル空間の中で、どんなもの好まれているか微差を探っています。



フローリングとして使いたい木目  
ダメージ感の強い木目や節のある杉などを加えました。



好きな外観  
邸宅デザインやモダンデザインなど、ハウスメーカーの新商品を中心に変更しました。



好きな住まいのイメージ  
若年層のリノベーション住宅で人気のブルックリンスタイルを加え、今までの黒ベースのモダンを高級邸宅に多い素材感を重視したものに変更しました。

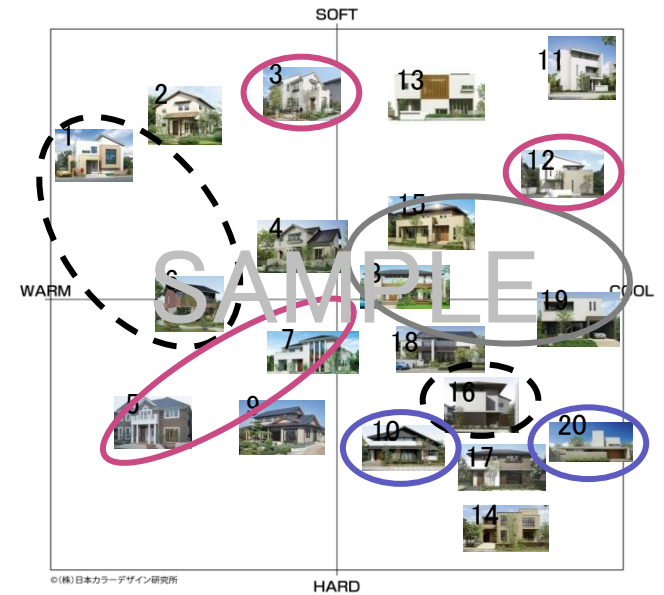


# 2017年住宅購入予定者調査データ販売のご案内 4.アウトプットイメージ

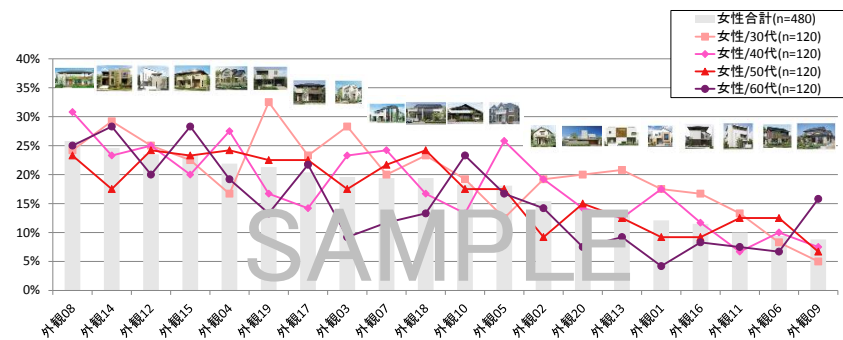
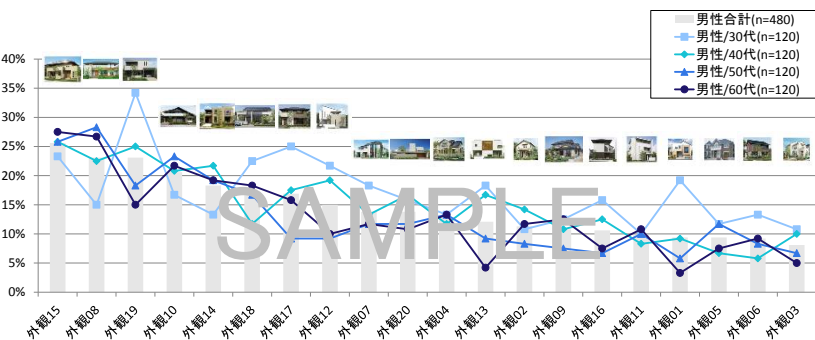
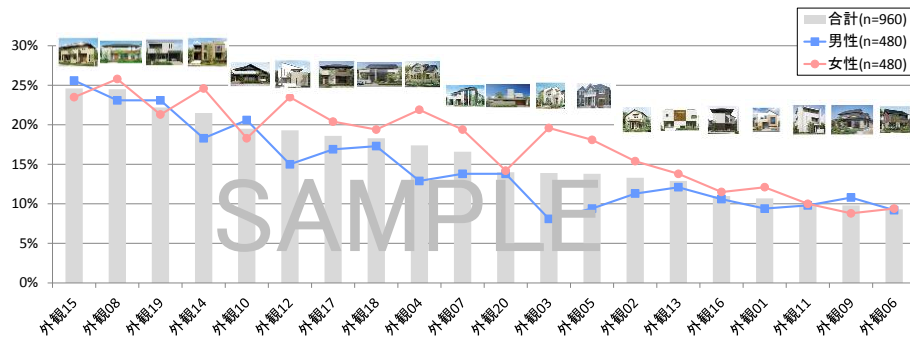
## ■エクセルデータによる順位一覧 1)全体・性別順位 2)性×年代別順位の生データ

		q14_9)好きな外観									
		外観19	外観08	外観10	外観15	外観14	外観17	外観18	外観20	外観12	外観04
男性	度数	128	120	114	108	93	92	85	80	78	71
	行%	26.7%	25.0%	23.8%	22.5%	19.4%	19.2%	17.7%	16.3%	16.3%	14.6%
女性	度数	142	123	123	117	116	109	102	102	102	100
	行%	29.6%	25.6%	25.6%	24.4%	24.2%	22.7%	22.5%	22.1%	21.3%	20.8%
合計	度数	251	250	243	223	209	200	195	183	176	171
	行%	26.1%	26.0%	25.3%	23.2%	21.8%	20.8%	20.3%	19.1%	18.3%	17.7%

## ■イメージスケール分析結果(ビジュアル編2.6.7のみ)



## ■簡易レポートイメージ 1)全体・性別 2)性×年代別順位 3)前年との比較をグラフ化して解説



- ・簡易レポートの中で、ビジュアル写真を併用し、上位、下位の傾向、性別傾向を解説します。
- ・イメージスケール上にビジュアルを乗せ、イメージと嗜好傾向の関係を解説します。
- ・30代女性、60代男性など、特定の層で特徴的な傾向が見られる場合にも解説をいたします。