

東新住建 住宅情報サイトの利用状況を調査

～分譲住宅購入者層に、住宅情報サイトはどうか活用されているのか？～

東新住建株式会社（社長：辻明典、本社：愛知県稲沢市高御堂 1-3-18。以下「東新住建」）が運営する調査機関「住宅市場研究室」（URL：<http://www.jyuseikatsu.jp/>）では、分譲住宅を購入した、または購入検討者に対し、住宅情報サイトの利用状況について調査を行い、この度レポートにまとめました。

調査レポート URL：<http://www.jyuseikatsu.jp/press/press.html>

住宅情報サイトでよく利用されているのは？

表 1-1 では、「最も見た/見ている住宅情報サイト（単数回答）」の結果です。特定の住宅情報サイト見ている人の割合は合計で 63.54%にのぼり、これは分譲住宅購入者層が 6 割強も特定の住宅情報サイトを見ているという事になります。

次に表 1-2 では、「よく見た/見ている住宅情報サイト（複数回答）」の結果です。第 1 位の「スーモ」が 55.21%と圧倒的存在感を示しています。次いで 2 位には「ホームズ」（27.08%）、「アットホーム」（23.96%）と続きます。

■「住宅情報サイトでよくご覧になった、またはよくご覧になるものをお選びください」の回答結果

表 1-1. 最も見た/見ているサイト(単数回答)

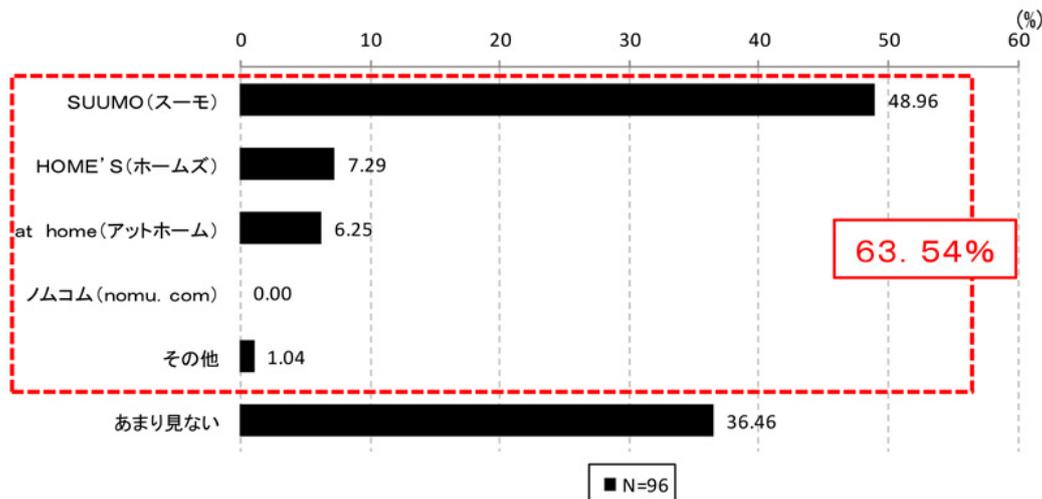
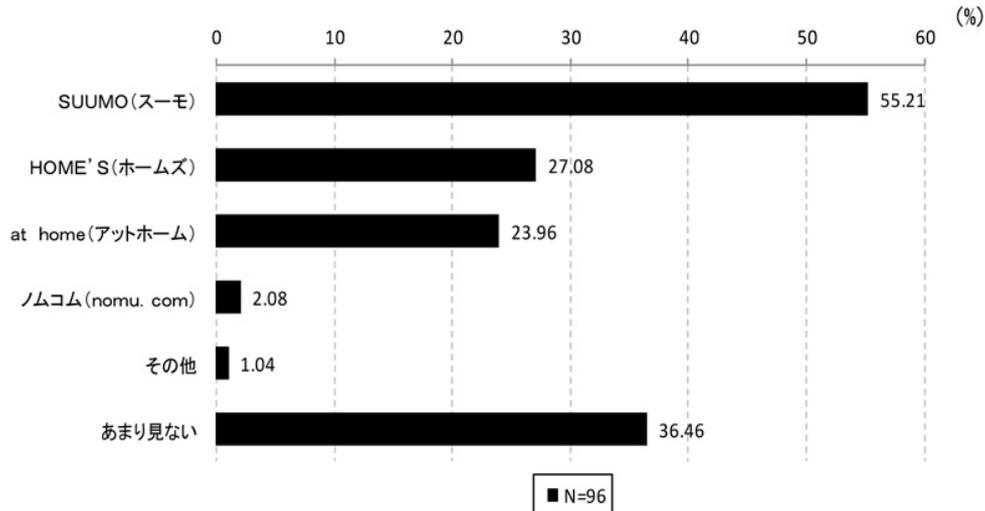


表1-2. よく見た／見ているサイト(複数回答)



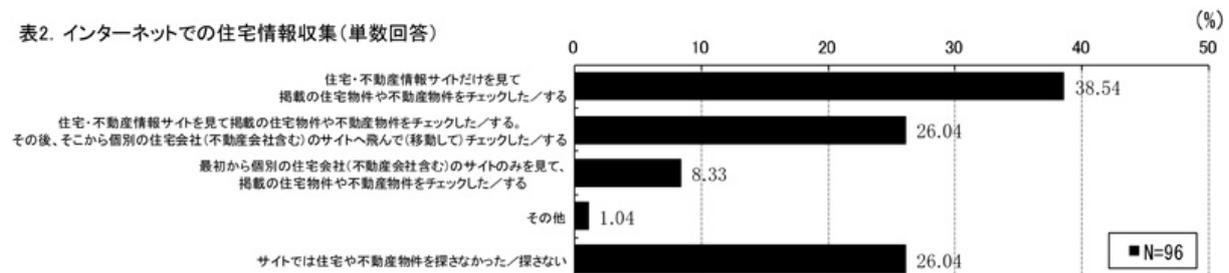
住宅情報サイトと各住宅会社のサイトの見方

次の表2では、住宅情報サイトと各住宅会社のサイトは、住宅購入者にどのように見られているのかを調査した結果になります。この結果をみますと、最も多くの意見を集めていたのが「住宅情報サイトをチェックした(38.54%)」という結果になります。次は、「住宅情報サイトを見て物件チェックした後、各住宅会社のサイトで該当物件を再チェックした(26.04%)」という選択肢になっています。3番目では、「住宅情報サイトを見ずに、直接、各住宅会社のサイトで物件をチェックした(8.33%)」という選択肢です。

このことから、分譲住宅購入者層のサイト利用法は以下のように3分類される事がわかります。

- ① 住宅情報サイトのみチェック型
- ② 住宅情報サイト+各住宅会社のサイトのダブルチェック型
- ③ 各住宅会社サイトのみチェック型

■「住宅や不動産物件をインターネットで探す際、住宅情報サイトと、個別の住宅会社(不動産会社含む)のサイトを、どのようにご覧になった、またはご覧になるか、あなたの行動に最も近いものをお選びください」の回答結果



まとめ

分譲住宅購入者層の住宅情報サイト利用率は約6割強にのぼり、特に「スーモ」の人気の高いこと、さらに購入検討者のサイトチェック法には3パターンあることもわかりました。ユーザー視点から考えますと、住宅会社は自社サイトの充実に努めることは当然ですが、それだけでなく住宅情報サイトとの連動性を持たせるなど工夫をして、ユーザーに情報提供していく必要があると考えられます。

※当資料は信頼できると思われる情報に基づいて作成されていますが、当室はその正確性を保証するものではありません。

りません。また見直しは予告なく変更される事があります。予めご了承願います。

東新住建株式会社ホームページ : <http://www.toshinjuuken.co.jp/>

住宅市場研究室ホームページ : <http://www.jyuseikats>

調査対象者	: 愛知県在住で3年以内に分譲戸建住宅を購入した、または3年以内に分譲戸建住宅を購入したい人
サンプル数	: 2013年11月調査 n=96
調査会社	: 株式会社インテージ www.intage.co.jp
データ分析	: 東新住建株式会社住宅市場研究室

<このリリースのお問合せ先>

東新住建株式会社 住宅市場研究室 小間幸一

電話番号 : 0587-23-7641 (直通)