５　エリア×住居形態編

エリア×住居形態編

本編は第4編「住居形態×エリア編」の逆、つまり「エリア×住居形態編」である。前編では特定の住居形態、具体的には注文戸建住宅が京浜・中部・京阪神の各エリアでどのように違うのかをみた。それに対し、本編では同じエリアで異なる住居形態がみせる反応の違いを確認できる。

例えば、中部エリアの5種類の住居形態（注文戸建住宅、分譲戸建住宅、中古戸建住宅、新築マンション、中古マンション）が、各質問に対してどのような回答の違いをみせるのかについてである。詳細は、じっくりお読みいただきたいが、筆者の気づいた点をいくつか紹介したい。

まず、購入理由である。（p.140）中部エリア全体をみると「前の住まいが手狭になったため」「住宅ローンの金利が低いため」が概して目立っている。さらに、個別状況を住居形態別にみると次のようになる。注文戸建住宅で「建物・住宅設備が古くなったため」「子供の成長のため」「住宅ローン減税」等、分譲戸建住宅で「前の住まいが手狭になったため」「子供の成長のため」「住宅ローン金利」「住宅ローン減税」等が目立っている。中古戸建住宅では「前の住まいが手狭になったため」「住まいの使い勝手が悪くなった」等、新築マンションで「住まいの使い勝手が悪くなった」「住宅ローン金利が安い」、中古マンションで「前の住まいの家賃が高かった」等が目立つ。

これらを総合すると、中部エリアの住宅購入理由は次のようになる。注文戸建住宅では子供の成長による新しい建物・設備への欲求と減税、分譲戸建住宅で子供の成長による住宅の手狭感と低金利ローン・減税、中古戸建住宅で手狭感と使い勝手の悪さ、新築マンションで使い勝手の悪さと低金利ローン、中古マンションで前の住まいの家賃の高さが重要な引き金になっていることがわかる。このような違いは商品づくりや、広告・販売の差別化をする上で重要なヒントになるであろう。中部エリア以外の京浜や京阪神エリアでも、エリアごとに特徴が読み取れるはずである。

次に、住宅購入者がどのような媒体を利用して情報を入手しているのかをみてみる。（p.143）京浜エリアはどうであろうか。俯瞰してみると、「新聞折込チラシ」「住宅情報誌」「インターネット（住宅情報）」が全ての住居形態で高めである。その中では、分譲戸建住宅が「新聞折込チラシ」「住宅情報誌」で最も高く、「インターネット（住宅情報）」では同じく分譲戸建住宅に加えて中古マンションが非常に高くなっているのが目立っている。

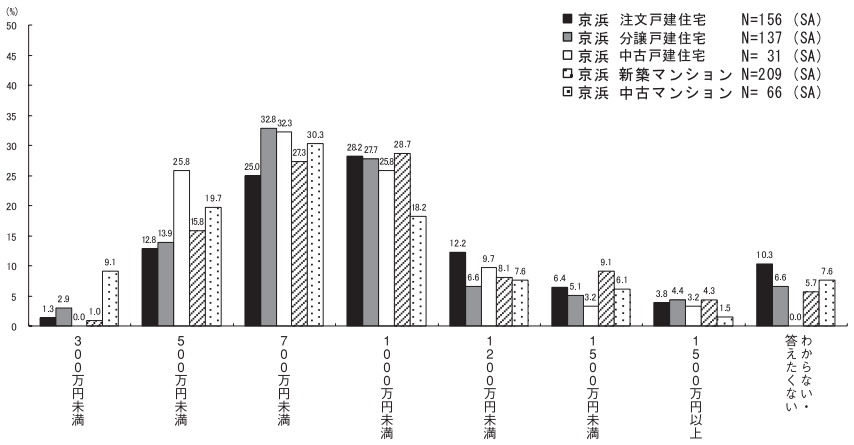
上記以外の状況を、住居形態別に見てみよう。注文戸建住宅では、全般的に媒体との接触が他の住居形態と比較して高くなっている。特に「住宅メーカーの営業マン」「住宅展示場・モデルルーム」「現場完成見学会」が高い。次いで、「インターネット（メーカー・工務店）」「カタログ・パンフレット」が続く。新築マンションでは「カタログ・パンフレット」「住宅展示場・モデルルーム」「マンションショールーム」が高くなっている。分譲戸建住宅・中古戸建住宅・中古マンションでは、あまり目立った特徴は見られない。

ここまでを総合してみる。京浜エリアでの情報収集媒体は「新聞折込チラシ」「住宅情報誌」「インターネット（住宅情報）」がベースになっている。続いて、注文戸建住宅では、全般的に媒体の接触割合が高く、その中でも、営業マン・展示場・見学会などのface to face生情報が特徴的である。新築マンションはモデルルーム体感とパンフレット類に特徴がある。このような媒体の接触状況の差は、広告宣伝や販売手法の費用対効果向上に大いに参考になるはずである。

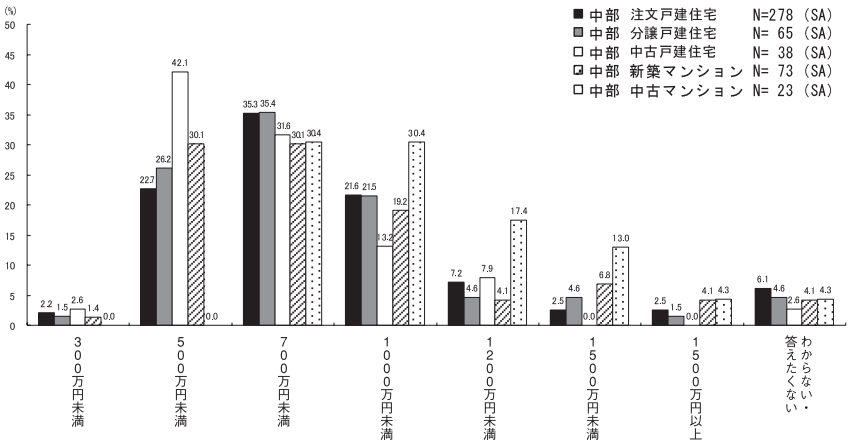
以上、ほんの一部お見せしたが、同一エリアにおける住居形態の違いというものを意識していただけたのではないだろうか。読者におかれては、さらに細かく読み取っていただき、実務に研究にお役立ていただきたい。

◇エリア×住居形態（基本属性／世帯年収・性別・年代・未既婚・車所有台数）

●世帯年収　京浜

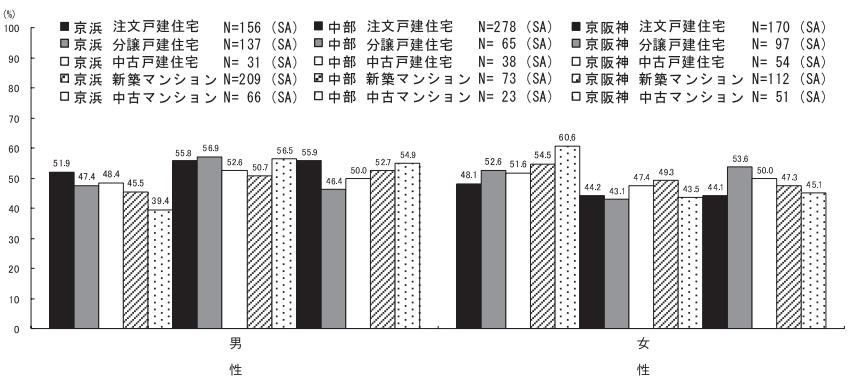


●世帯年収　中部

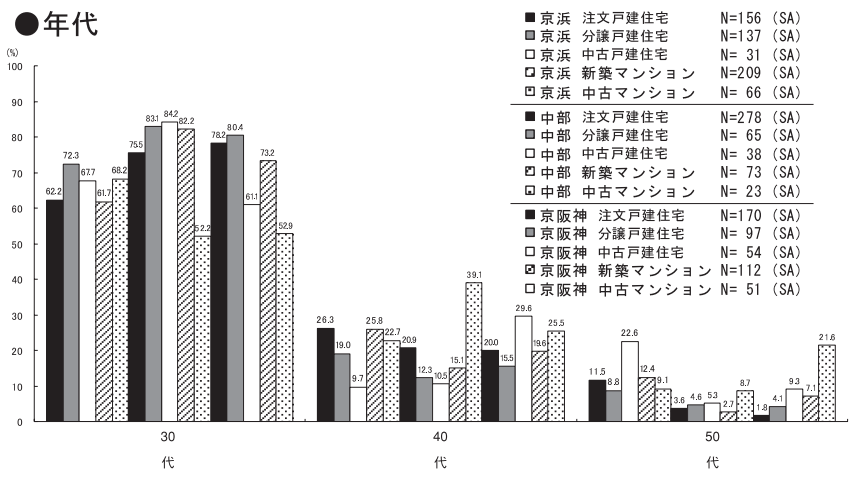


●世帯年収　京阪神

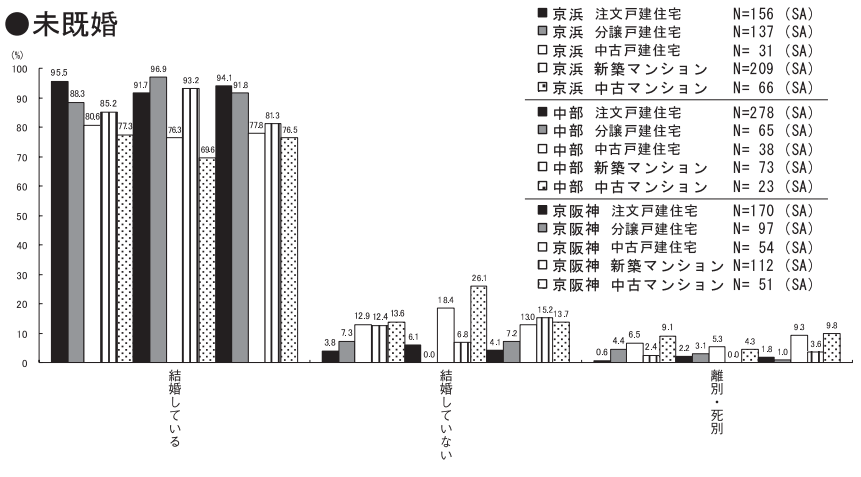
●性別



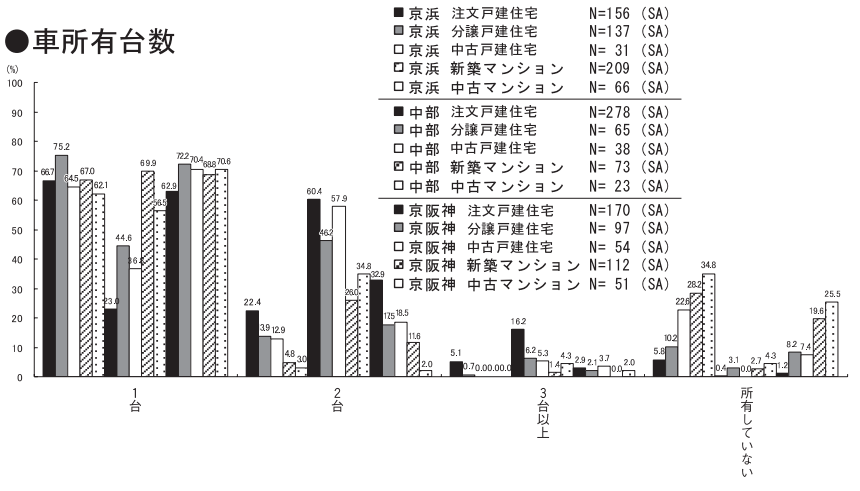
●年代



●未既婚



●車所有台数

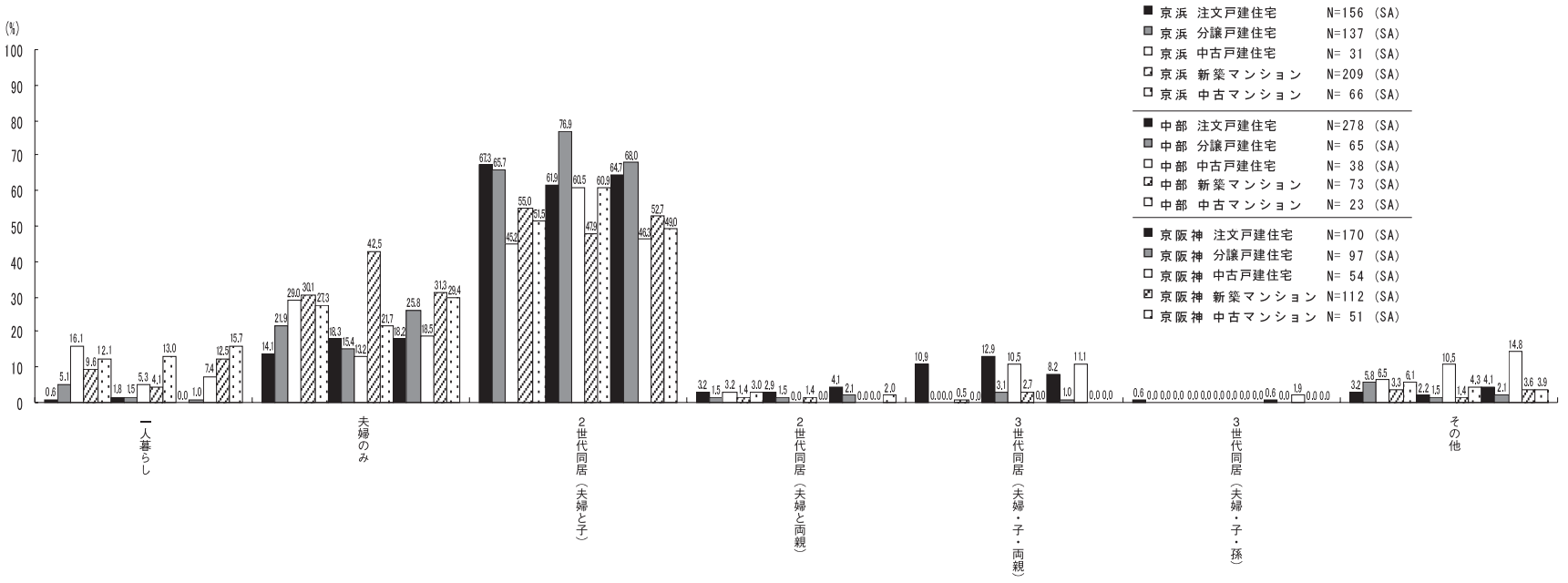


●車所有台数

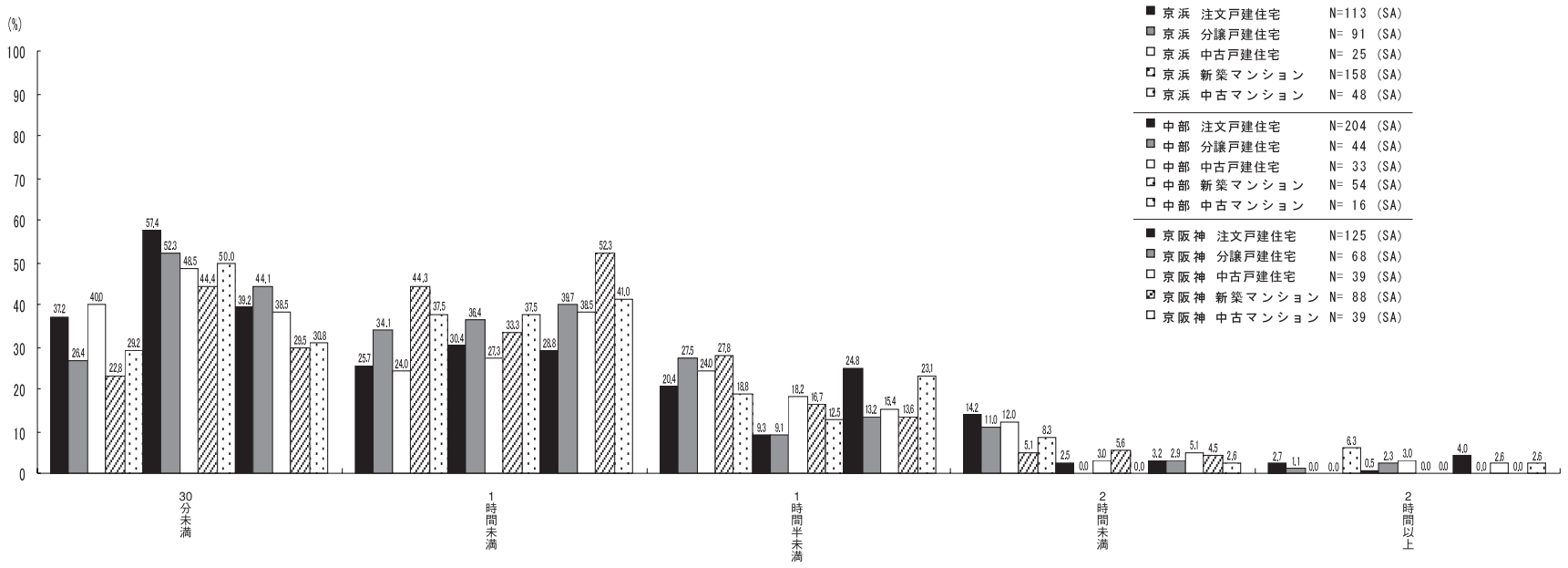
　中部エリアの注文戸建住宅と中古マンションの「2台」の所有割合が高いのが非常に目立つ。逆に、「1台」の所有台数が最も少ない。「3台以上」では中部の注文戸建住宅が最も高い。さらに、中部エリアでは「所有していない」割合が極端に少ない。

◇エリア×住居形態（基本属性／家族構成・通勤時間）

●家族構成

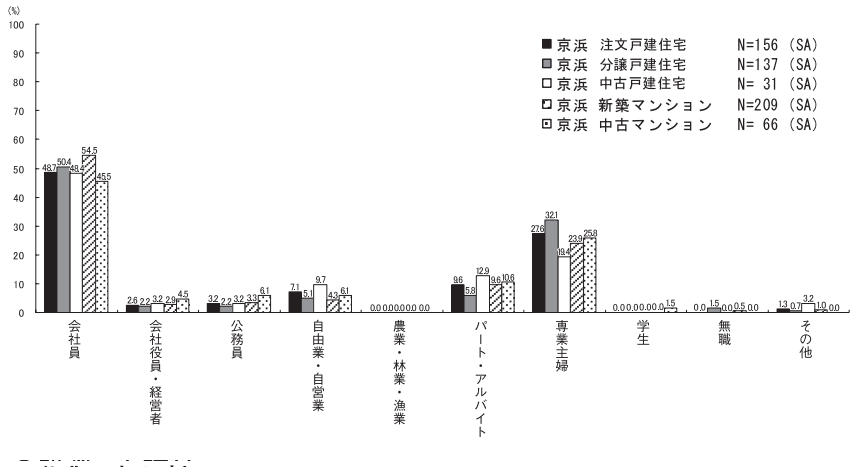


●通勤時間

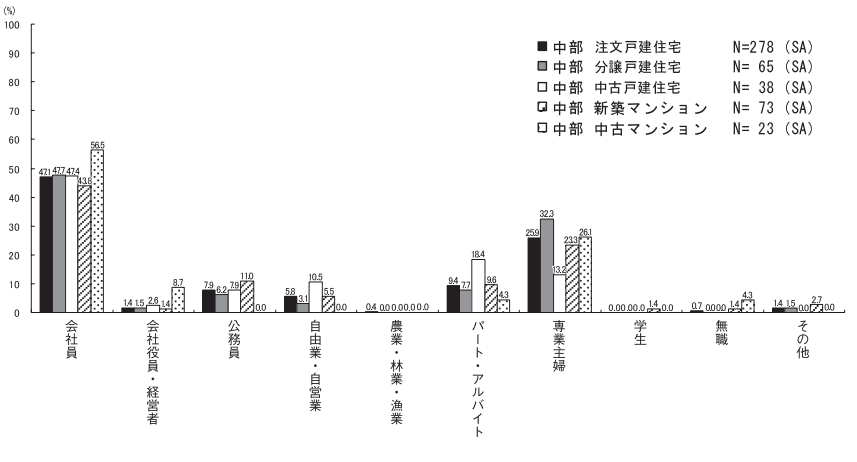


◇エリア×住居形態（職業・業種）

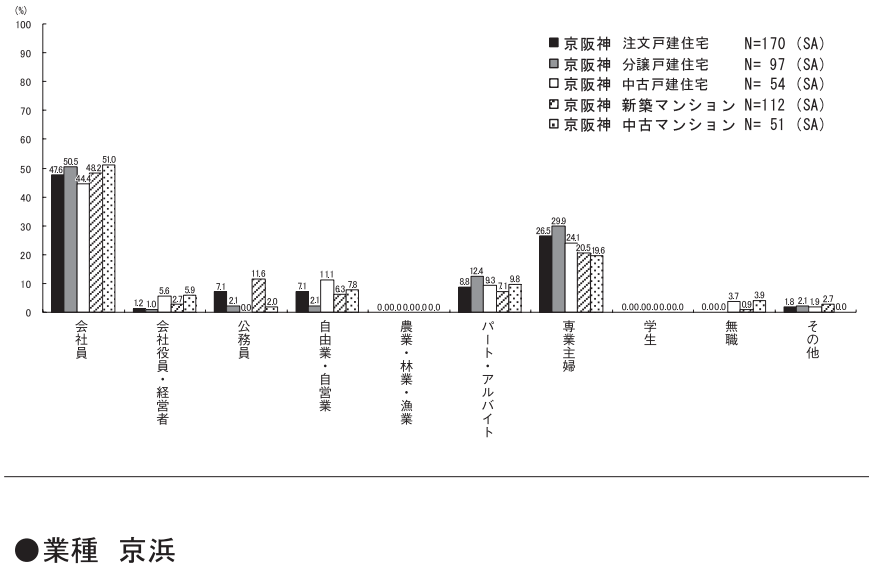
●職業　京浜



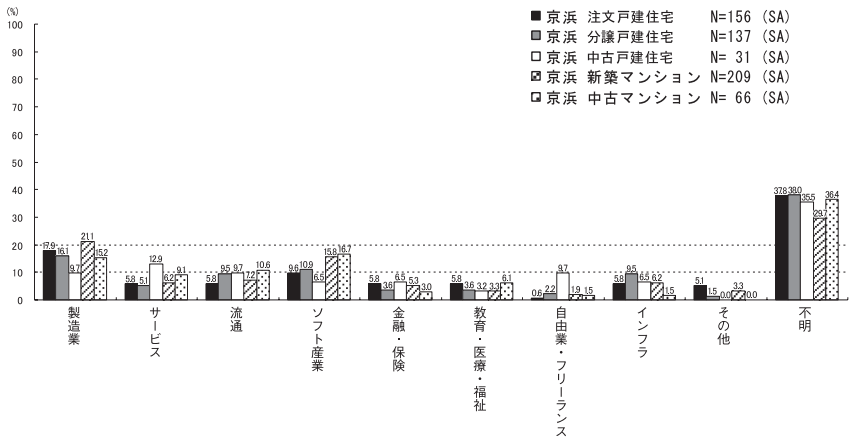
●職業　中部



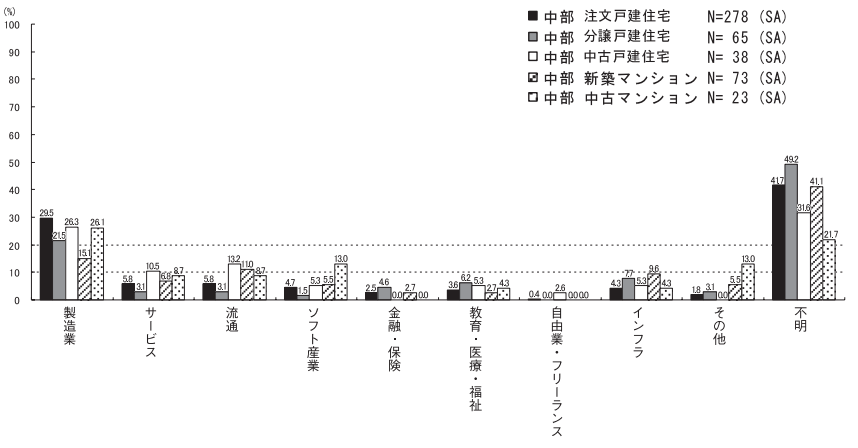
●職業　京阪神



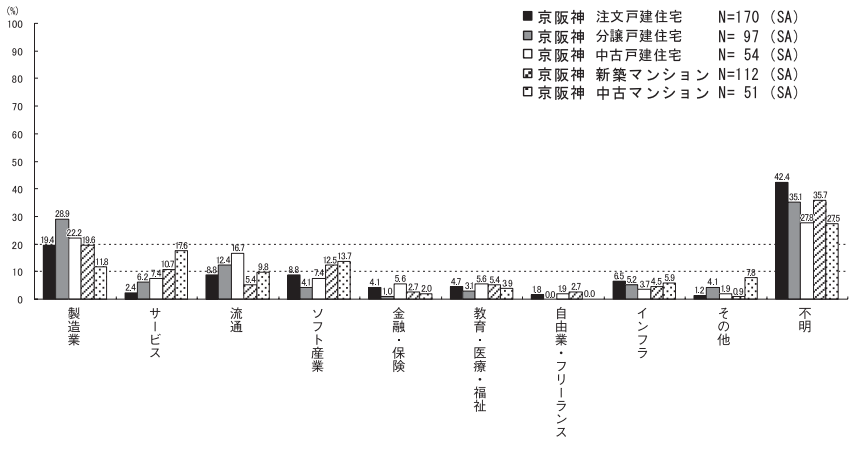
●業種　京浜



●業種　中部

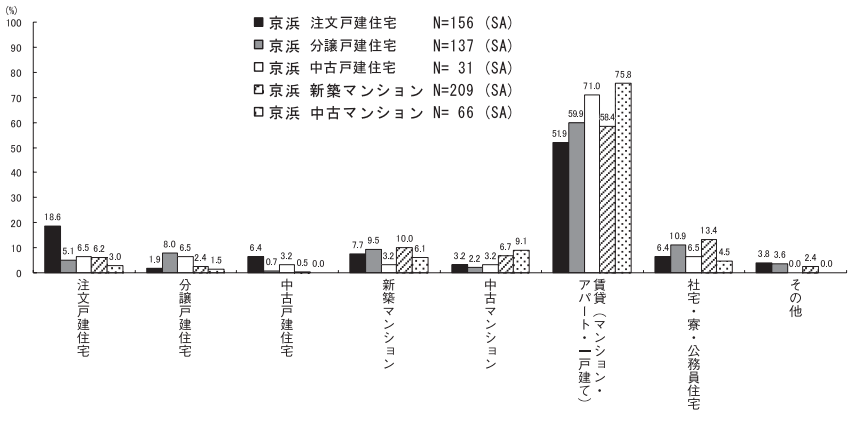


●業種　京阪神

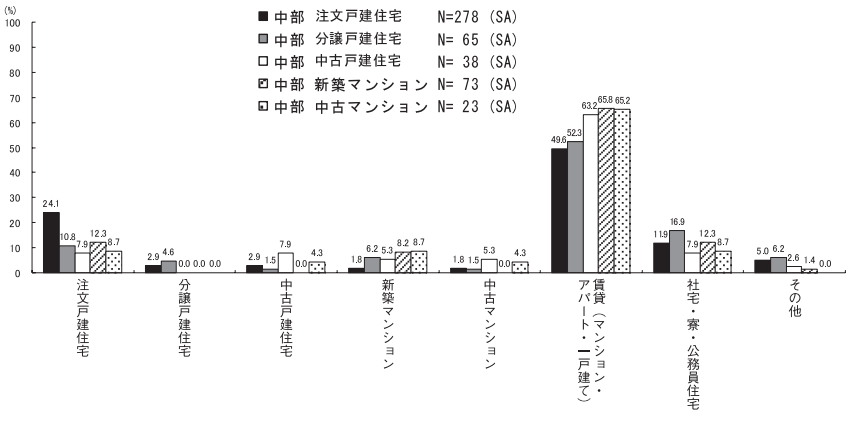


◇エリア×住居形態（以前住居形態・最寄り駅までの所要時間）

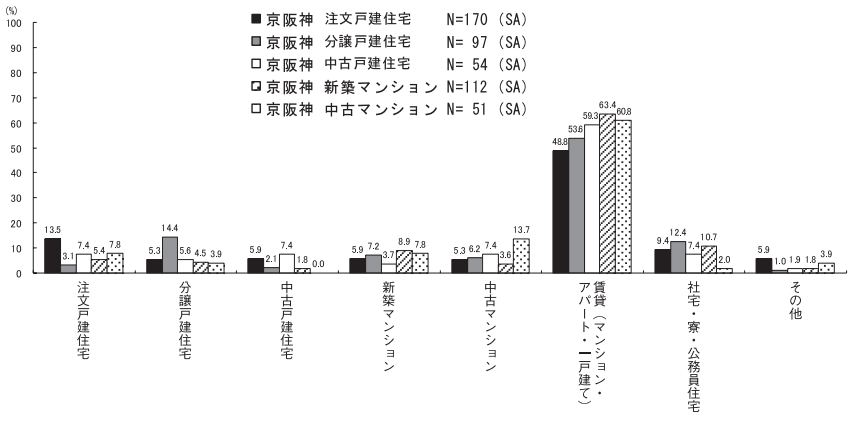
●以前の住居形態　京浜



●以前の住居形態　中部



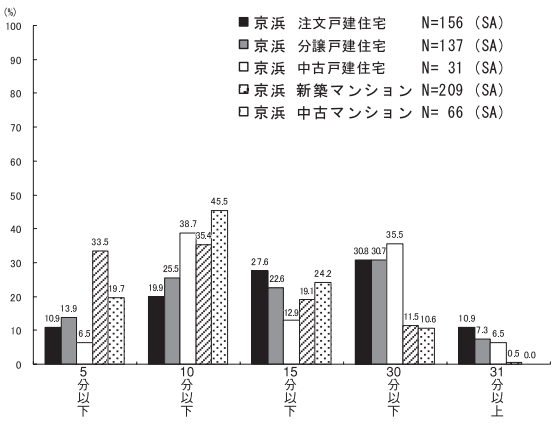
●以前の住居形態　京阪神



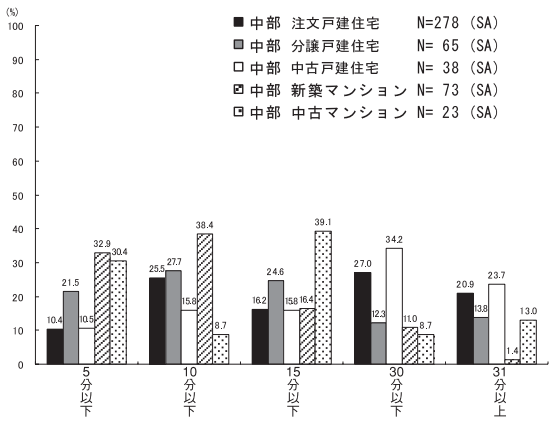
3エリア共に賃貸を除くと以前の住居形態が「注文戸建住宅」で現在も「注文戸建住宅」であるケースが目立つ。

●現在の最寄り駅までの徒歩所要時間

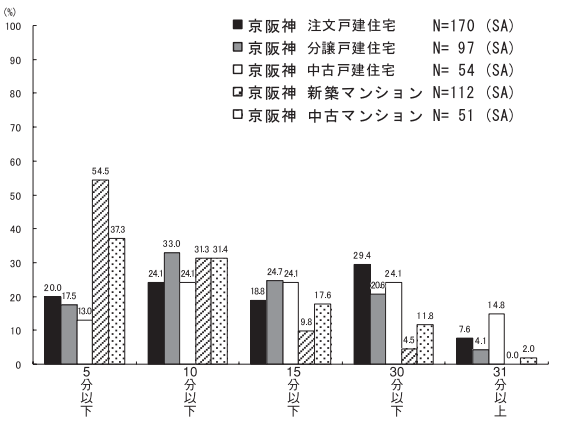
京浜



中部

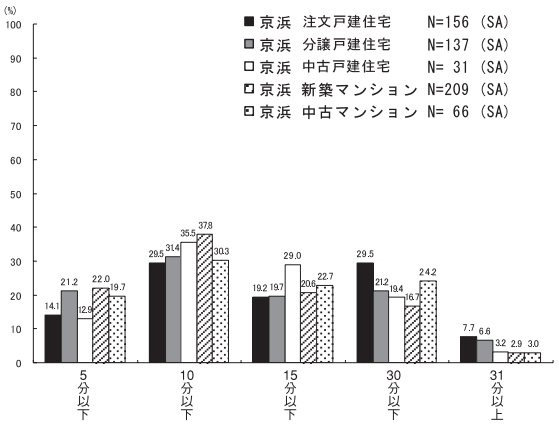


京阪神

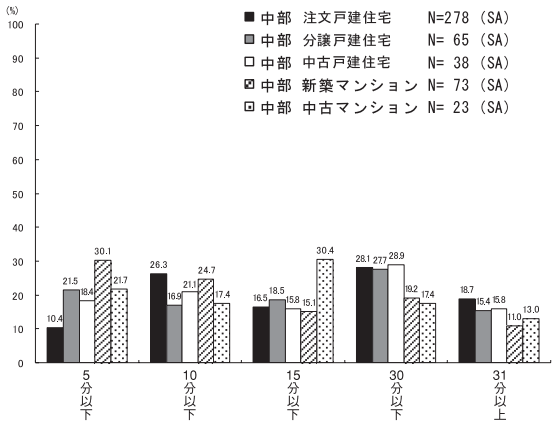


●以前の最寄り駅までの徒歩所要時間

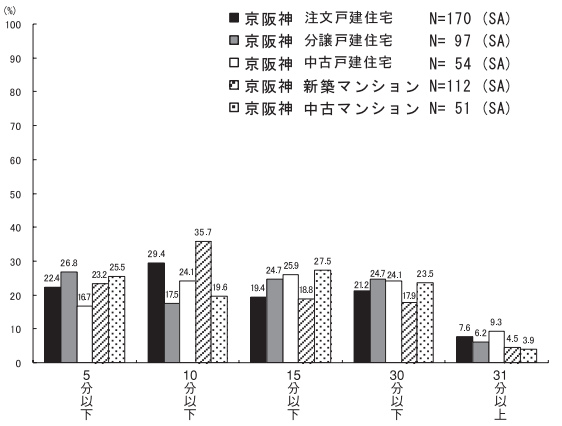
京浜



中部

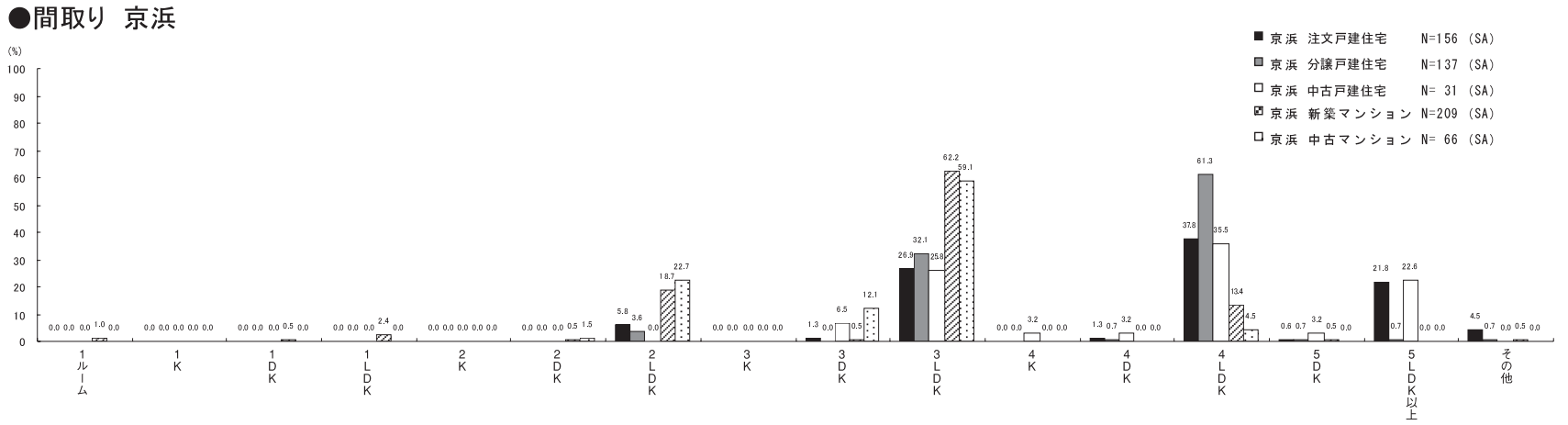


京阪神

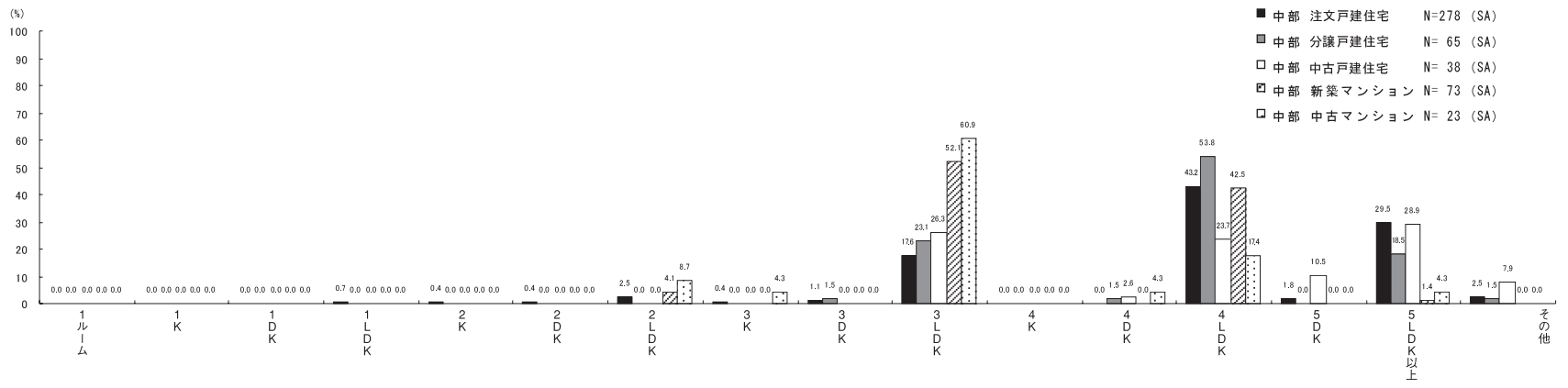


◇エリア×住居形態（間取り・中古物件築年数）

●間取り 京浜

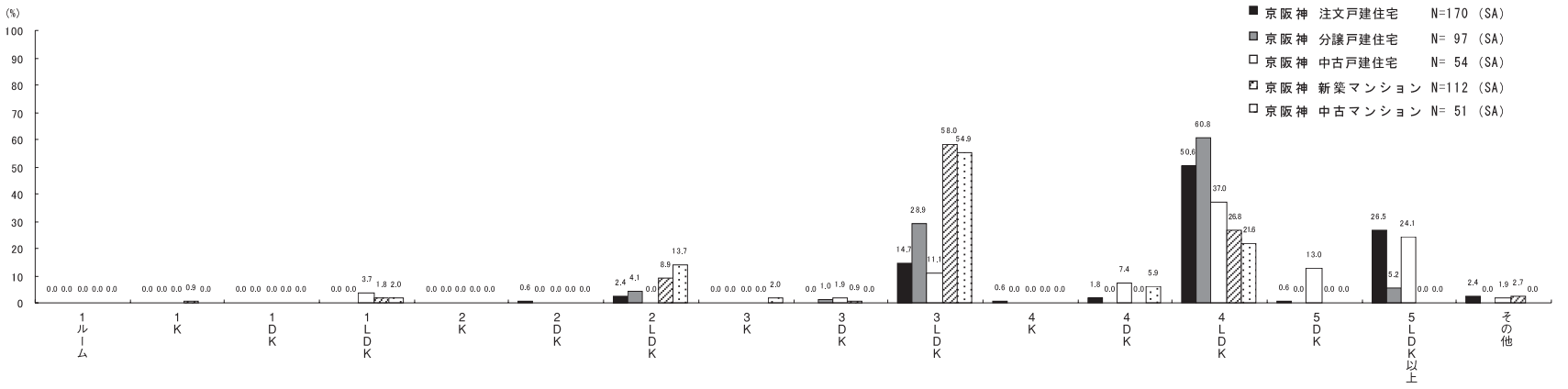


●間取り 中部

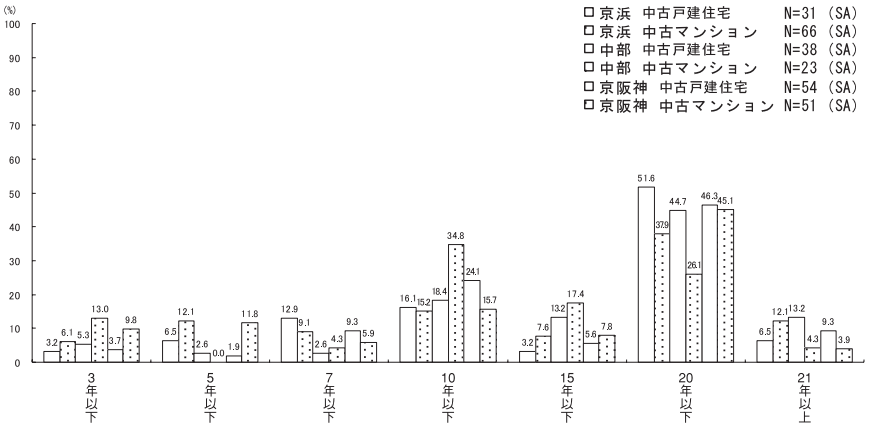


京浜エリアでは「2LDK」も目立つ。中部エリアは「5LDK」が目立っている。

●間取り 京阪神

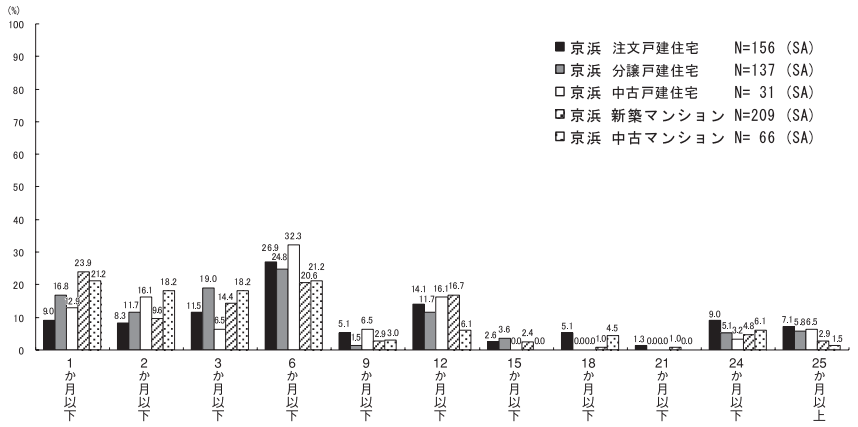


●中古物件築年数（戸建・マンション）



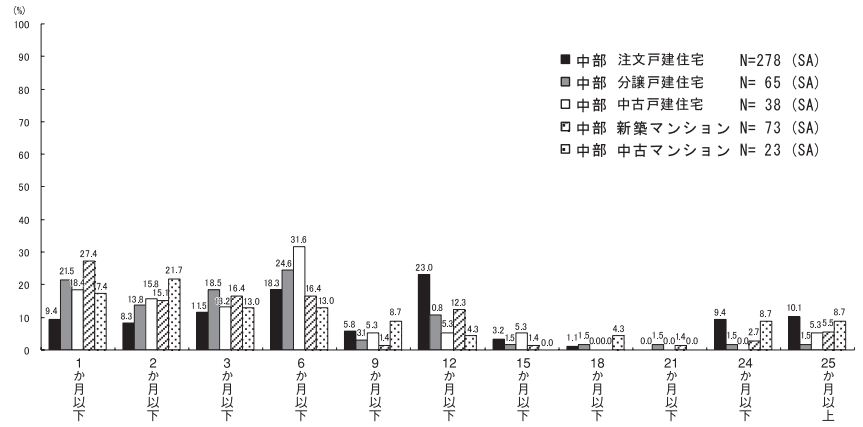
◇エリア×住居形態（購入所要時間・検討関与状況）

●住宅購入を思い立ってから購入までの所要時間　京浜



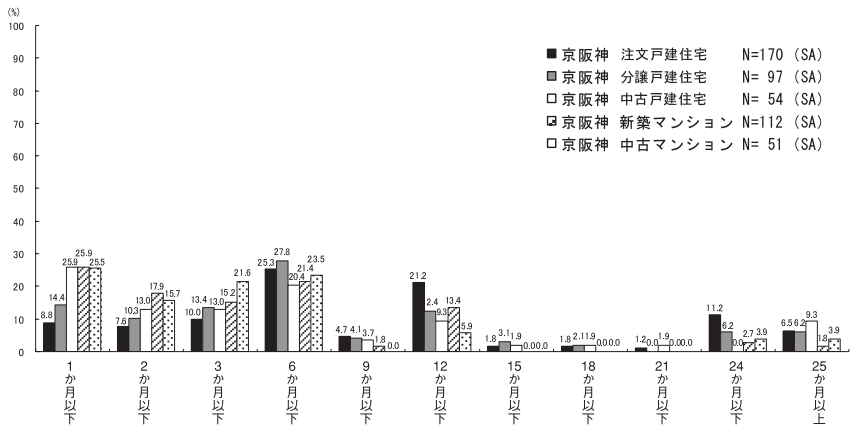
注文戸建住宅、分譲戸建住宅、中古戸建住宅では「6ヶ月以下」が最も多い。新築マンションでは「1ヶ月以下」、中古マンションでは「1ヶ月以下」と「6ヶ月以下」が最も高くなっている。

●住宅購入を思い立ってから購入までの所要時間　中部



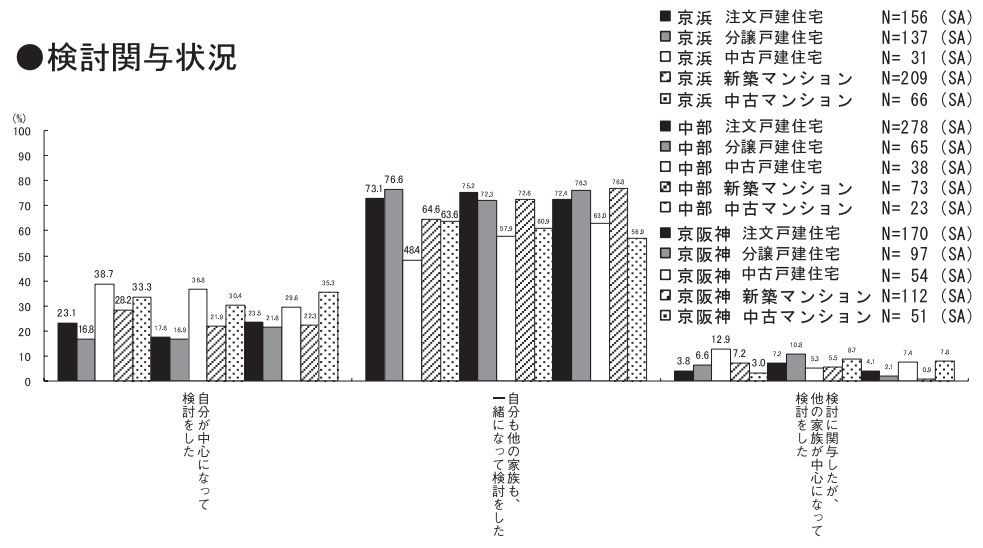
注文戸建住宅では「12ヶ月以下」、分譲戸建住宅と中古戸建住宅は「6ヶ月以下」、新築マンションは「1ヶ月以下」、中古マンションは「2ヶ月以下」が最も高くなっている。

●住宅購入を思い立ってから購入までの所要時間　京阪神



注文戸建住宅と分譲戸建住宅は「6ヶ月以下」、中古戸建住宅・新築マンション・中古マンションは「1ヶ月以下」が高くなっている。

●検討関与状況

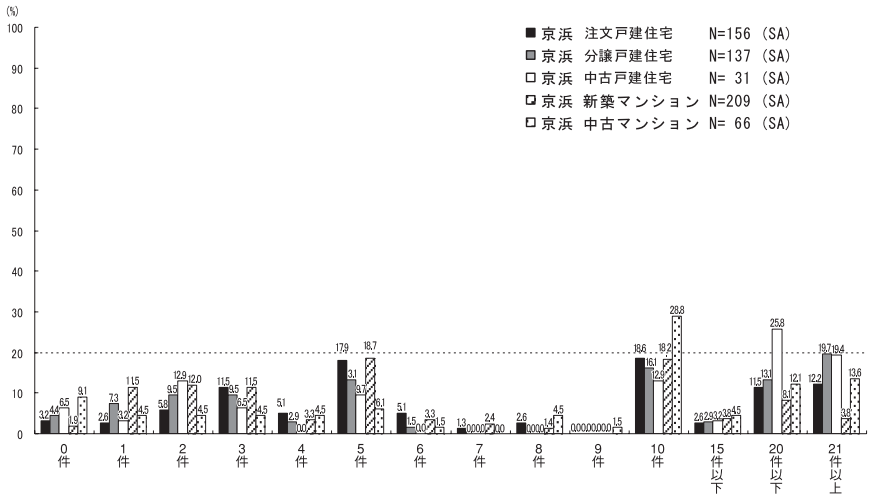


「自分が中心になって検討した」は3エリア共に中古（戸建・マンション）が新築よりも目立つ。

◇エリア×住居形態（各段階での検討した物件数　京浜）

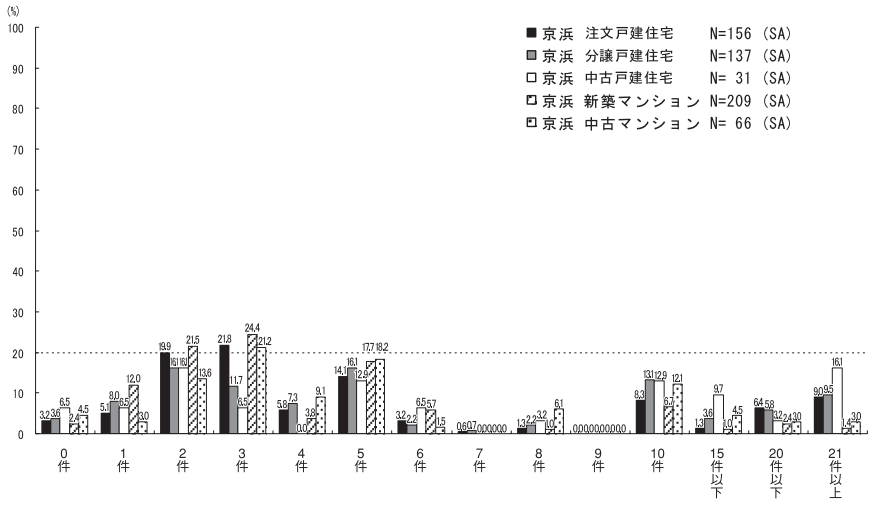
※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

●第二段階　京浜



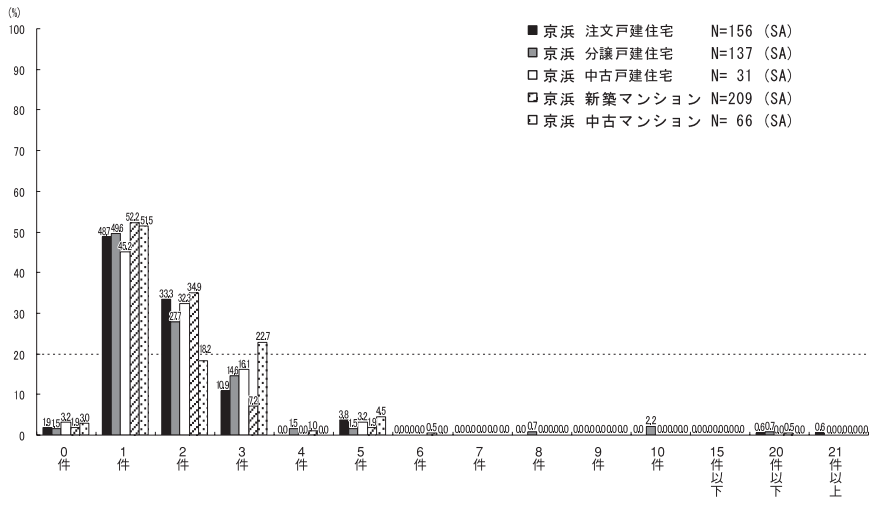
第二段階では、注文戸建住宅は「10件」、分譲戸建住宅は「21件以上」、中古戸建住宅は「20件以下」、新築マンションは「5件」、中古マンションは「10件」が最も高くなっている。

●第三段階　京浜



第三段階では、注文戸建住宅は「3件」、分譲戸建住宅は「2件」「5件」、中古戸建住宅は「2件」「21件以上」、新築マンションは「3件」、中古マンションは「3件」が最も高くなっている。

●第四段階　京浜

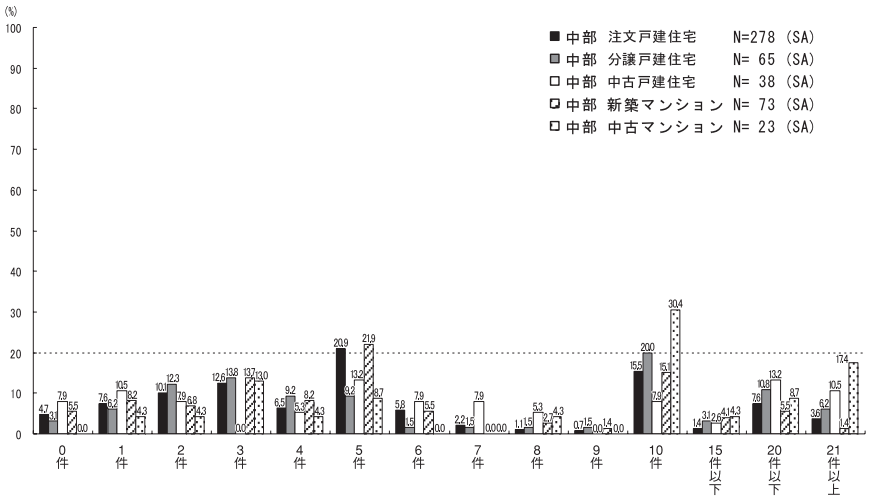


第四段階では、全ての住居形態で「1件」が最も高くなっている。

◇エリア×住居形態（各段階での検討した物件数　中部）

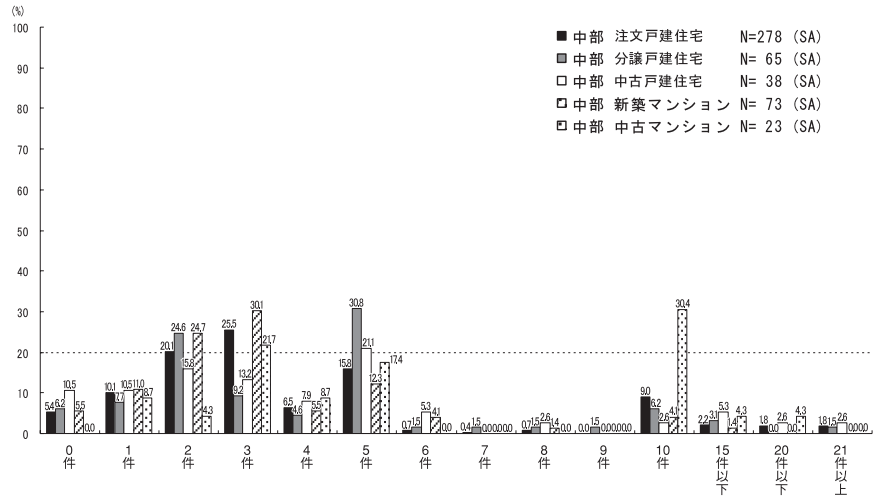
※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

●第二段階　中部



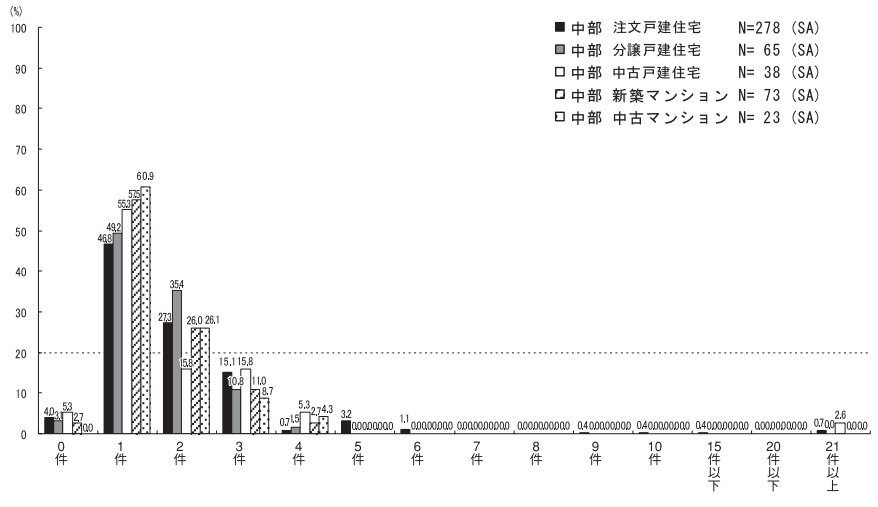
第二段階では、注文戸建住宅は「5件」、分譲戸建住宅は「10件」、中古戸建住宅は「5件」「20件以下」、新築マンションは「5件」、中古マンションは「10件」が最も高くなっている。

●第三段階　中部



第三段階では、注文戸建住宅は「3件」、分譲戸建住宅は「5件」、中古戸建住宅は「5件」、新築マンションは「3件」、中古マンションは「10件」が最も高くなっている。

●第四段階　中部

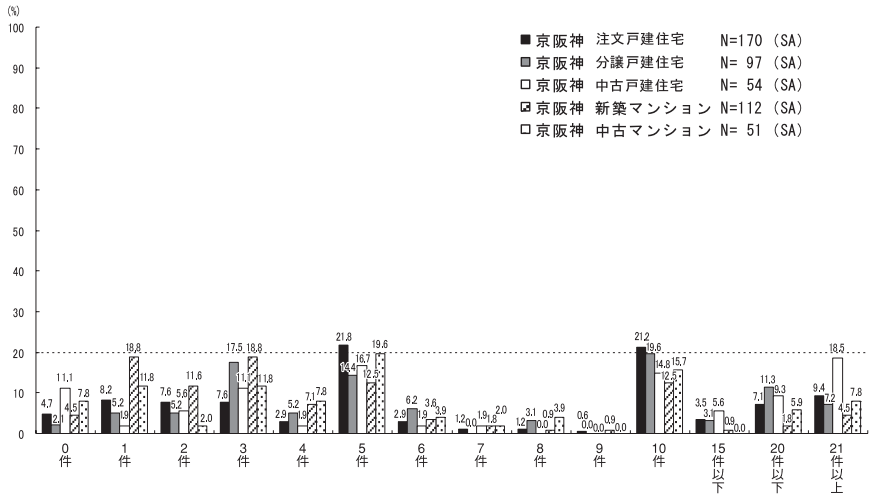


第四段階では、全ての住居形態で「1件」が最も高くなっている。

◇エリア×住居形態（各段階での検討した物件数　京阪神）

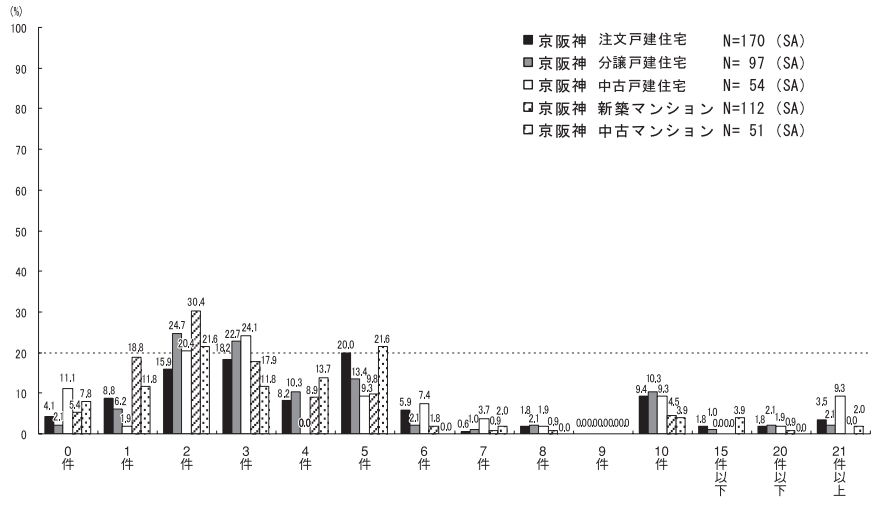
※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

●第二段階　京阪神



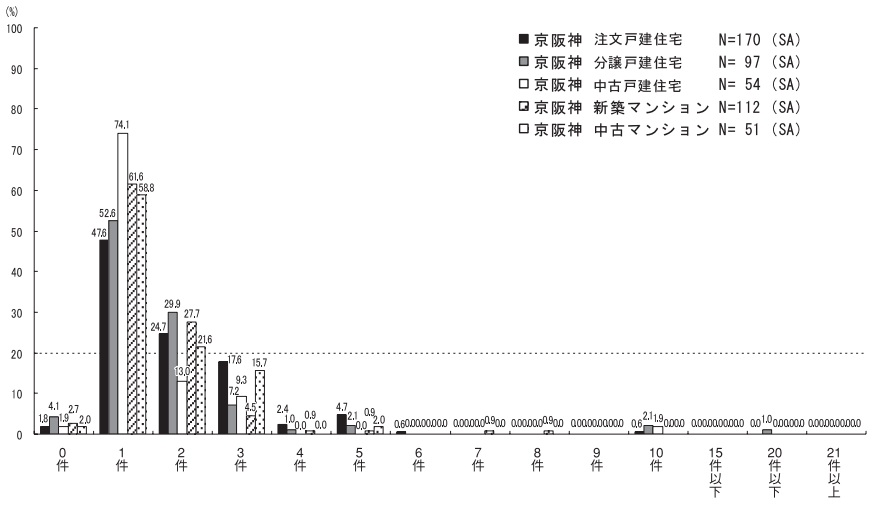
第二段階では、注文戸建住宅は「5件」、分譲戸建住宅は「10件」、中古戸建住宅は「21件以上」、新築マンションは「1件」「3件」、中古マンションは「5件」が最も高くなっている。

●第三段階　京阪神



第三段階では、注文戸建住宅は「5件」、分譲戸建住宅は「2件」、中古戸建住宅は「3件」、新築マンションは「2件」、中古マンションは「2件」「5件」が最も高くなっている。

●第四段階　京阪神

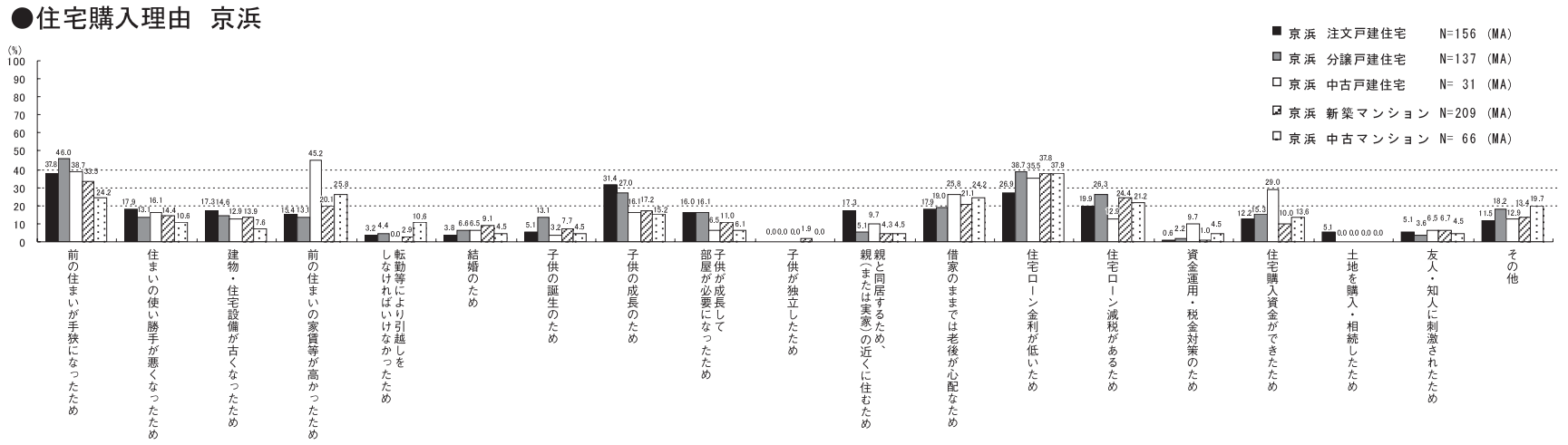


第四段階では、全ての住居形態で「1件」が最も高くなっている。

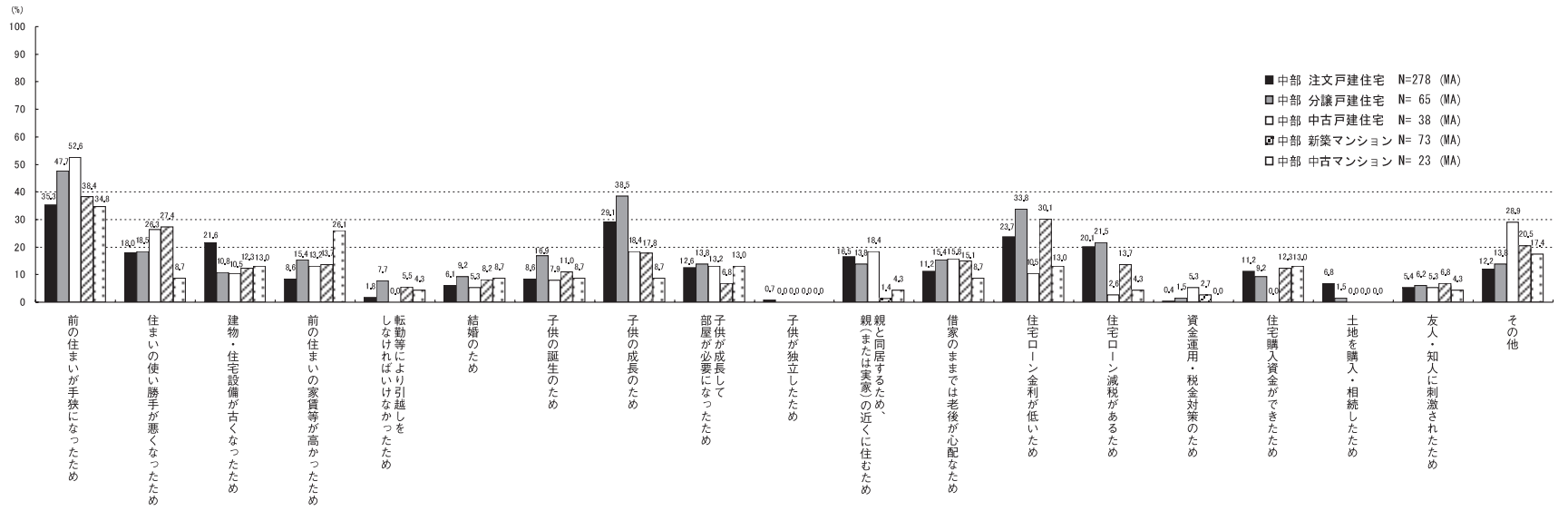
◇エリア×住居形態（購入理由）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

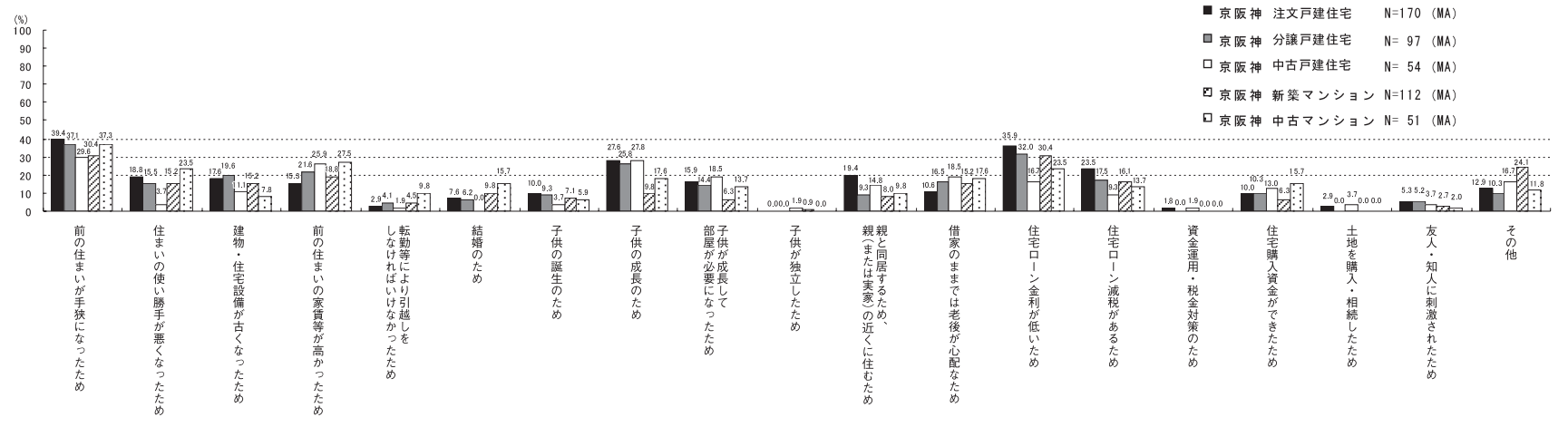
●住宅購入理由　京浜



●住宅購入理由　中部



●住宅購入理由　京阪神



京浜・京阪神エリアで共に目立つのは、「前の住まいが手狭になったため」「住宅ローン金利が低いため」である。中部エリアでは「前の住まいが手狭になったため」である。それ以外の個別エリアの状況は次の通り。

京浜エリアでは、注文戸建住宅で「子供の成長のため」、分譲戸建住宅で「子供の成長」「住宅ローン減税」、中古戸建住宅で「前の住まいの家賃等が高かったため」「借家では老後が心配なため」「住宅購入資金ができたため」等が目立つ。さらに、新築マンションで「住宅ローン減税」、中古マンションで「前の住まいの家賃等が高かった」「借家では老後が心配なため」等が目立っている。

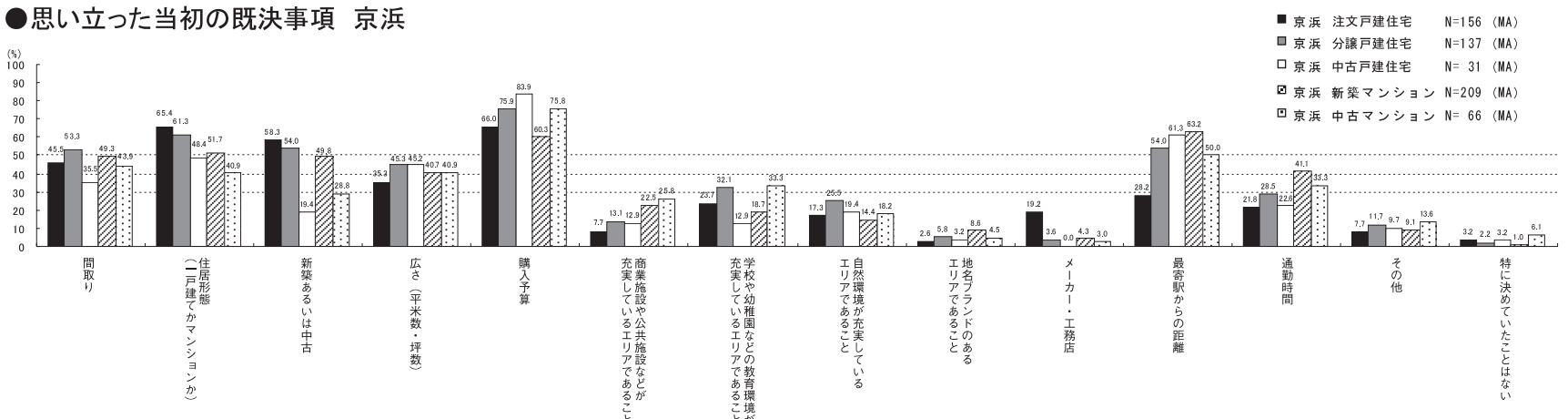
京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「子供の成長のため」「親と同居するため」「住宅ローン減税」、分譲戸建住宅で「子供の成長のため」等が目立つ。さらに、中古戸建住宅で「前の住まいの家賃が高かった」「子供の成長のため」、中古マンションでは「前の住まいの家賃が高かった」等が目立っている。

中部エリアでは、注文戸建住宅で「前の住まいの家賃等が高かった」「子供の成長のため」「住宅ローン金利が低い」、分譲戸建住宅で「子供の成長のため」「住宅ローン減税」、中古戸建住宅で「住まいの使い勝手が悪くなった」等が目立つ。さらに、新築マンションで「住まいの使い勝手が悪くなった」、中古マンションで「前の住まいの家賃が高い」等が目立っている。

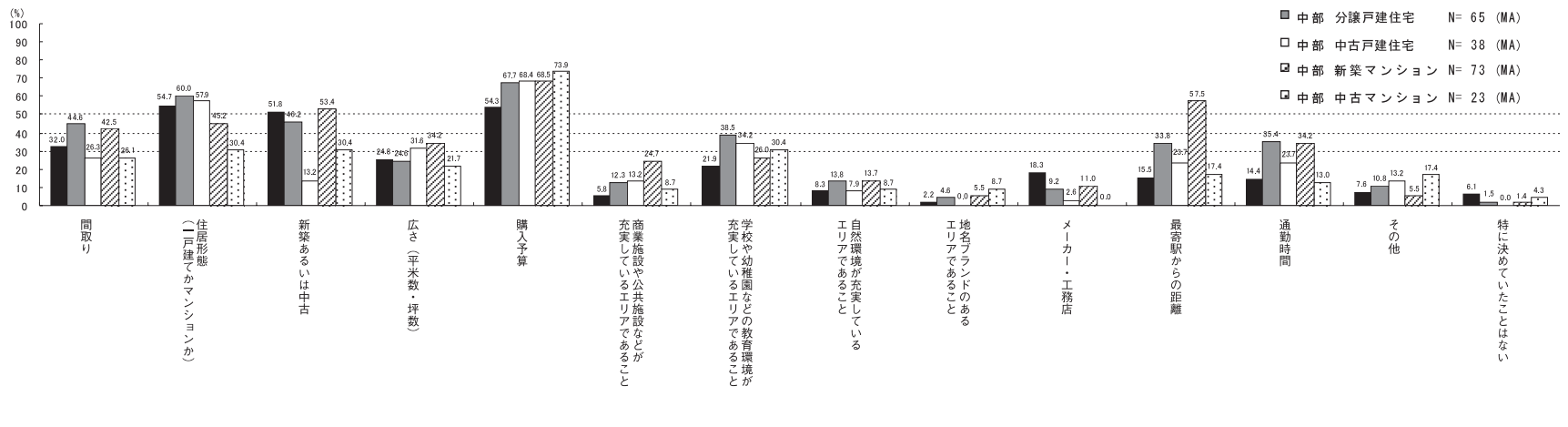
◇エリア×住居形態（第一段階　既決事項）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

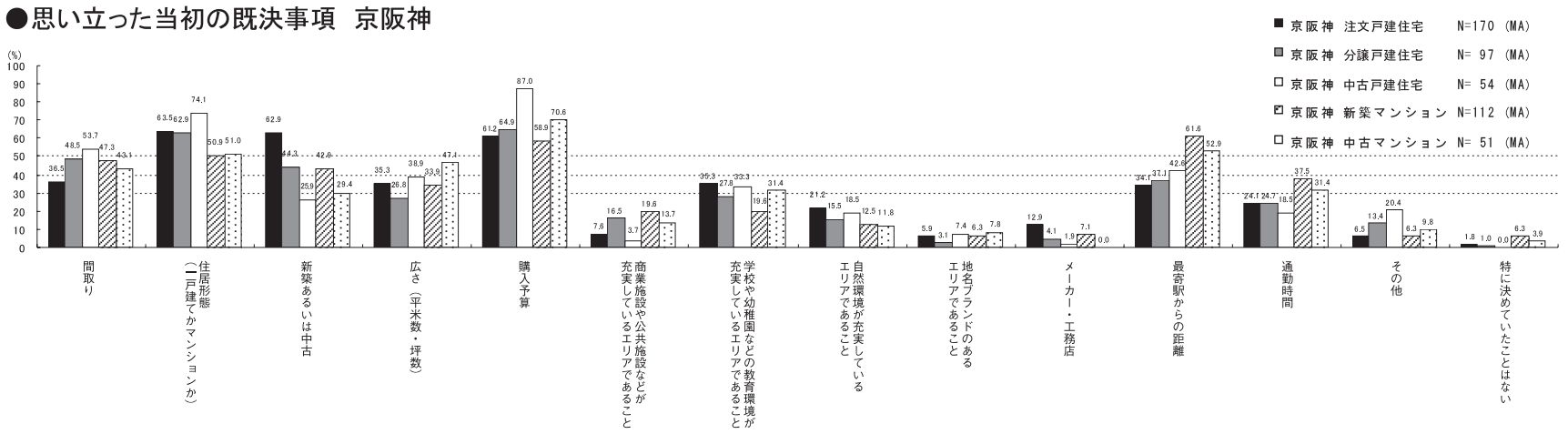
●思い立った当初の既決事項　京浜



●思い立った当初の既決事項　中部



●思い立った当初の既決事項　京阪神



3エリア共に目立つのは「購入予算」、次いで「住居形態」である。それ以外の各エリアの個別状況は次の通り。

京浜エリアでは、注文戸建住宅で「新築あるいは中古」、分譲戸建住宅で「新築あるいは中古」「広さ」「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリア」等が目立っている。さらに、中古戸建住宅で「広さ」「最寄り駅からの距離」、新築マンションで「最寄駅からの距離」「通勤時間」、中古マンションで「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリア」「通勤時間」等が目立つ。

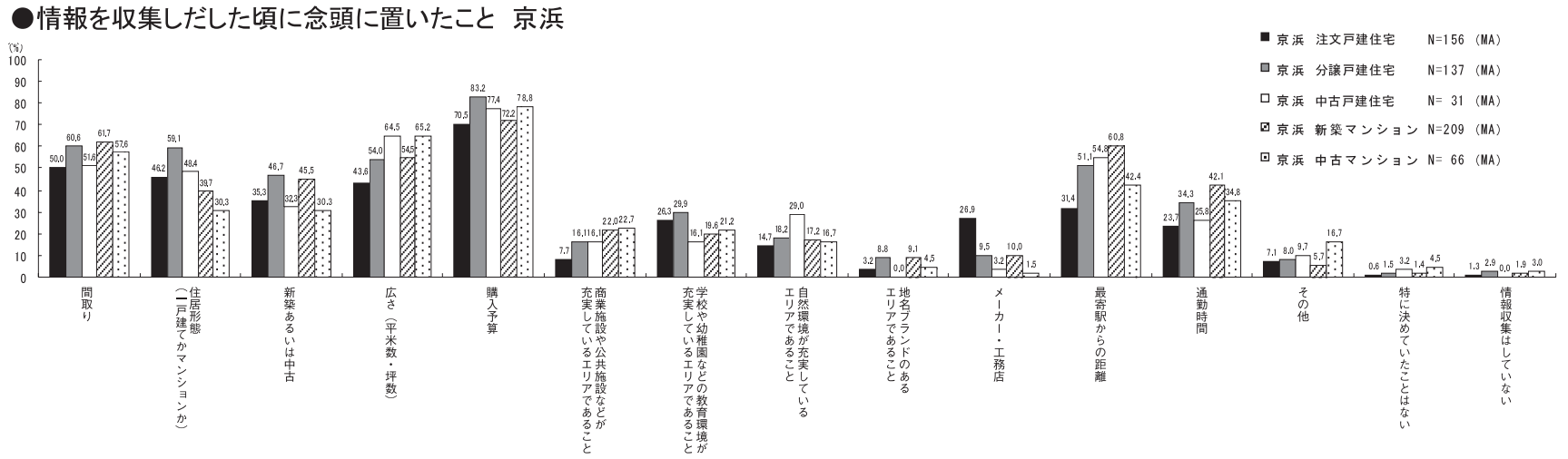
中部エリアでは、注文戸建住宅で「新築あるいは中古」、分譲戸建住宅で「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリア」「最寄駅からの距離」「通勤時間」等が目立つ。さらに、中古戸建住宅では「広さ」「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリア」、新築マンションでは「新築あるいは中古」「広さ」「最寄駅からの距離」「通勤時間」等が目立つ。

京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「新築あるいは中古」「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリア」、分譲戸建住宅では「新築あるいは中古」、中古戸建住宅で「広さ」「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリア」等が目立っている。さらに、新築マンションでは「最寄駅からの距離」「通勤時間」、中古マンションで「広さ」「最寄駅からの距離」等が目立つ。

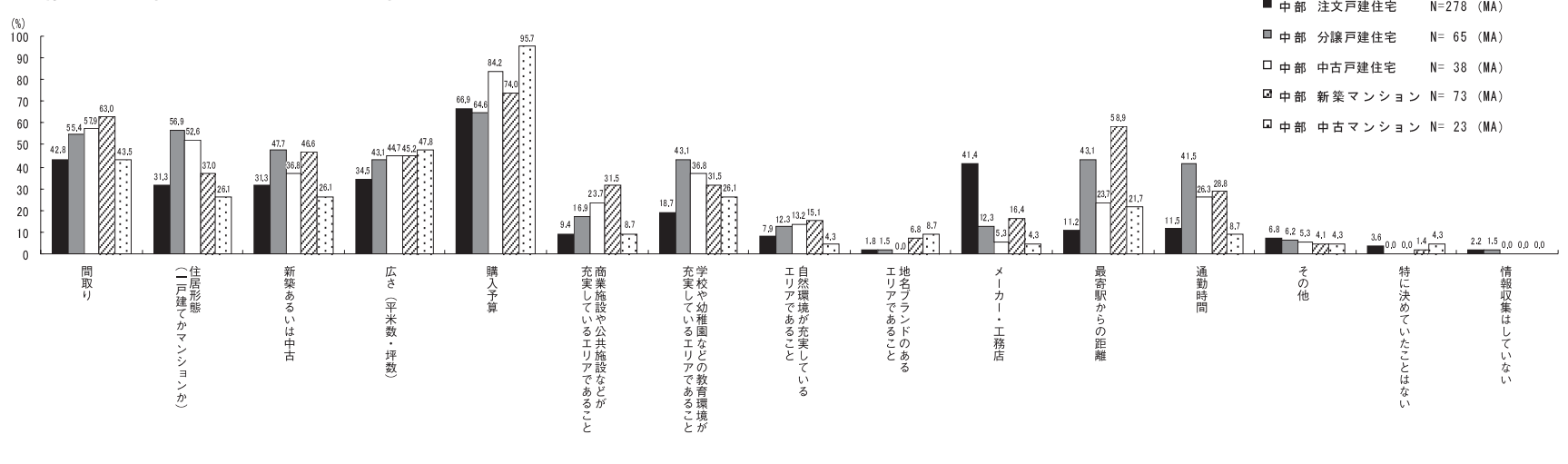
◇エリア×住居形態（第二段階　念頭項目）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

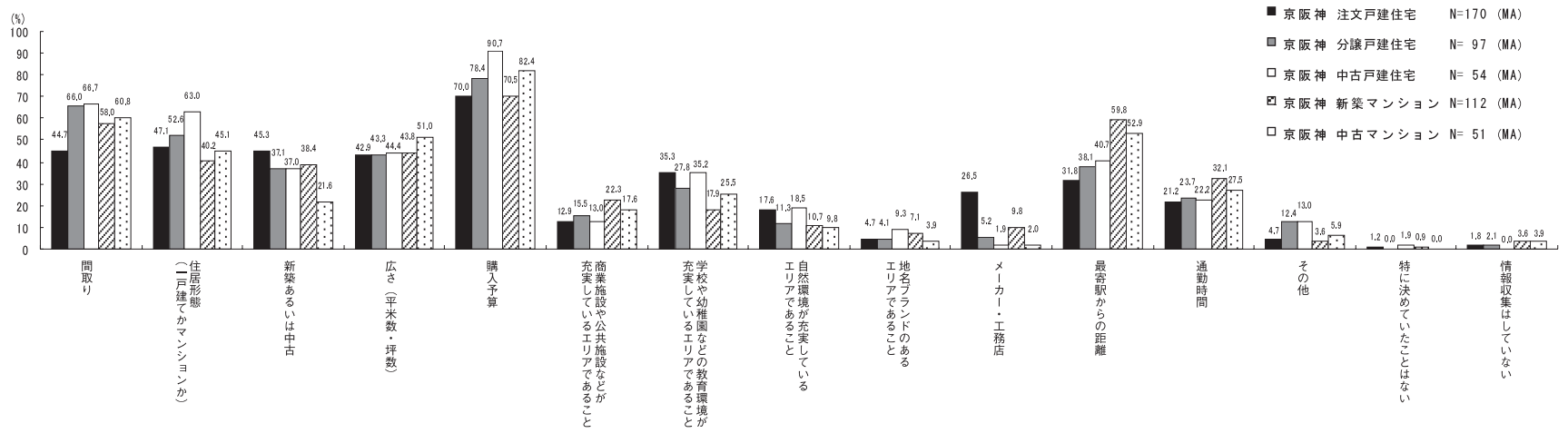
●情報を収集しだした頃に念頭に置いたこと　京浜



●情報を収集しだした頃に念頭に置いたこと　中部



●情報を収集しだした頃に念頭に置いたこと　京阪神



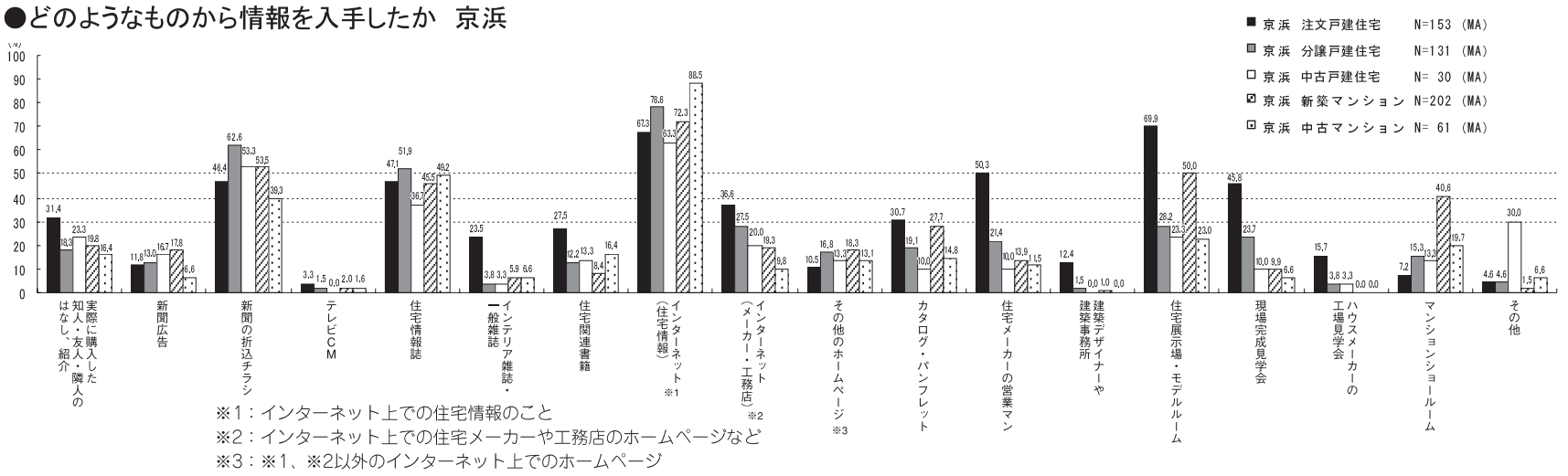
3エリアで共通して目立つのは「間取り」「購入予算」次いで「住居形態」「新築あるいは中古」「広さ」が続く。さらに、京浜エリアでは「最寄駅からの距離」、中部エリアでは「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」、京阪神エリアでは「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」「最寄駅からの距離」等が目立っている。それ以外の各エリアの個別状況は次の通り。京浜エリアでは、中古戸建住宅で「自然環境が充実しているエリアであること」等、注文戸建住宅で「メーカー・工務店」が目立つ。分譲戸建住宅で「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」が目立っている。

中部エリアでは、注文戸建住宅で「メーカー・工務店」、分譲戸建住宅で「最寄駅からの距離」「通勤時間」等、新築マンションで「最寄駅からの距離」等が目立つ。京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「メーカー・工務店」が目立つ。

◇エリア×住居形態（第二段階　情報収集媒体）

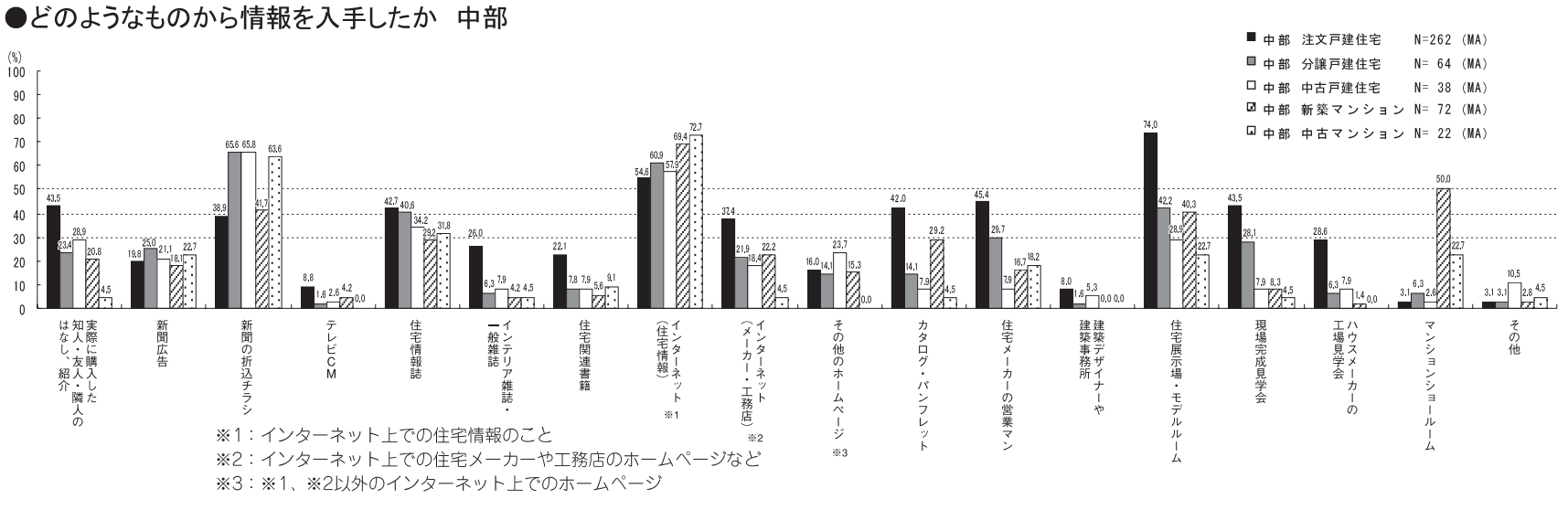
※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

●どのようなものから情報を入手したか　京浜



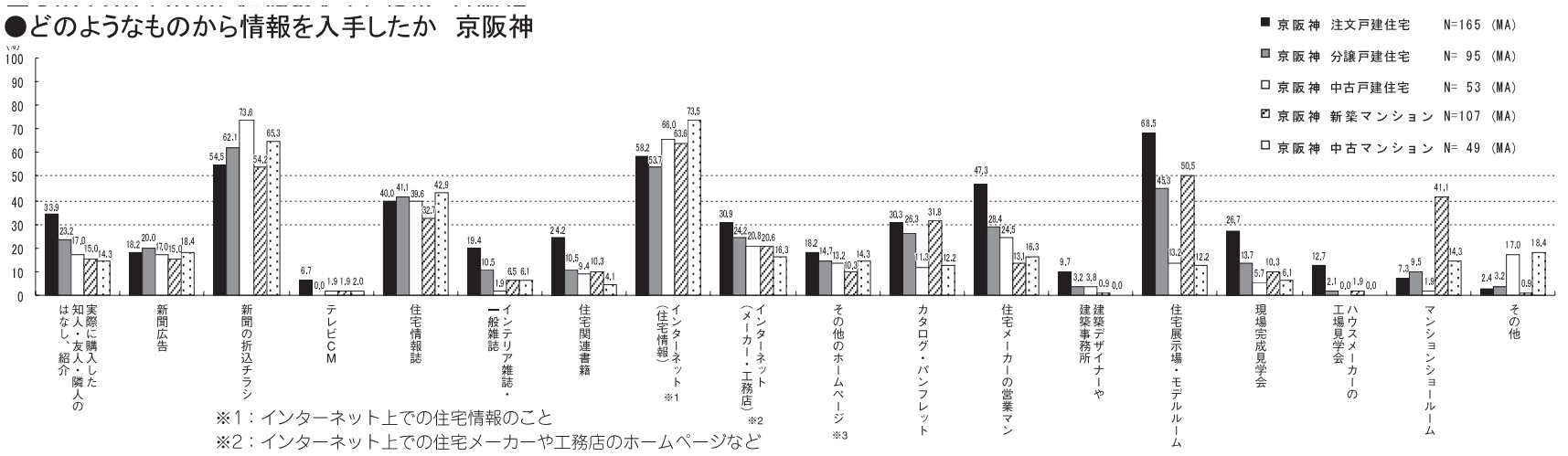
※1：インターネット上での住宅情報のこと
※2：インターネット上での住宅メーカーや工務店のホームページなど
※3：※1、※2以外のインターネット上でのホームページ

●どのようなものから情報を入手したか　中部



※1：インターネット上での住宅情報のこと
※2：インターネット上での住宅メーカーや工務店のホームページなど
※3：※1、※2以外のインターネット上でのホームページ

●どのようなものから情報を入手したか　京阪神



※1：インターネット上での住宅情報のこと
※2：インターネット上での住宅メーカーや工務店のホームページなど
※3：※1、※2以外のインターネット上でのホームページ

3エリアで共通して目立つのは「インターネット（住宅情報）」、次いで「新聞折込チラシ」、「住宅情報誌」と続く。その中でも、京浜は「インターネット（住宅情報）」「住宅情報誌」、京阪神では「新聞折込チラシ」が目立つ。

それ以外の点を、エリア毎に見ると次の通り。京浜エリアでは注文戸建住宅で「住宅メーカーの営業マン」「住宅展示場・モデルルーム」「現場完成見学会」等、新築マンションでは「住宅展示場・モデルルーム」「マンションショールーム」等が目立っている。

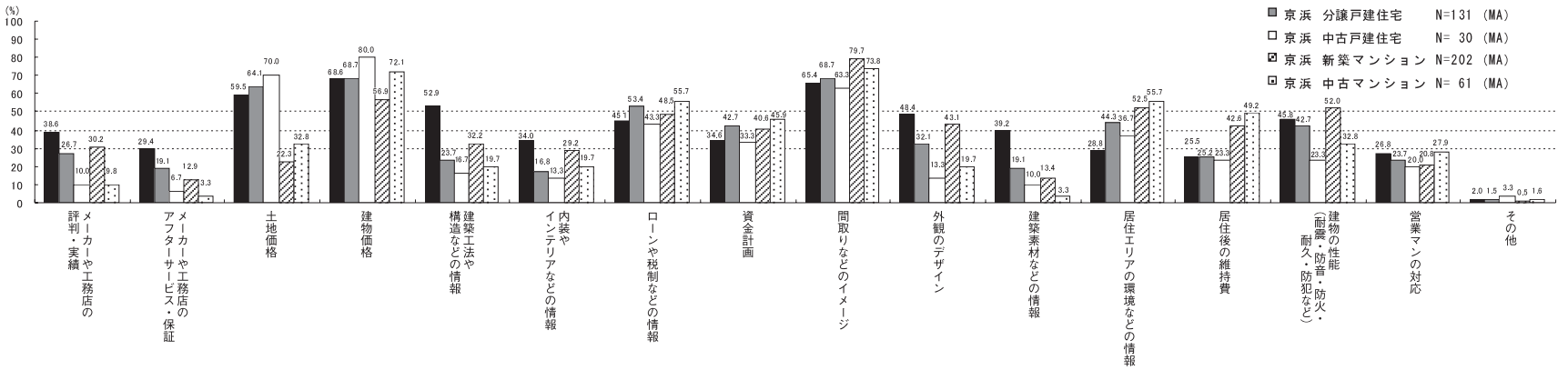
中部エリアでは、注文戸建住宅で「実際に購入した知人・友人・隣人の話、紹介」「カタログパンフレット」「住宅メーカー営業マン」「住宅展示場・モデルルーム」「現場完成見学会」等、分譲戸建住宅では「住宅展示場・モデルルーム」等、新築マンションでは「マンションショールーム」等が目立っている。

京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「住宅メーカーの営業マン」「住宅展示場・モデルルーム」等、分譲戸建住宅では「住宅展示場・モデルルーム」、新築マンションで「住宅展示場・モデルルーム」「マンションショールーム」が目立つ。

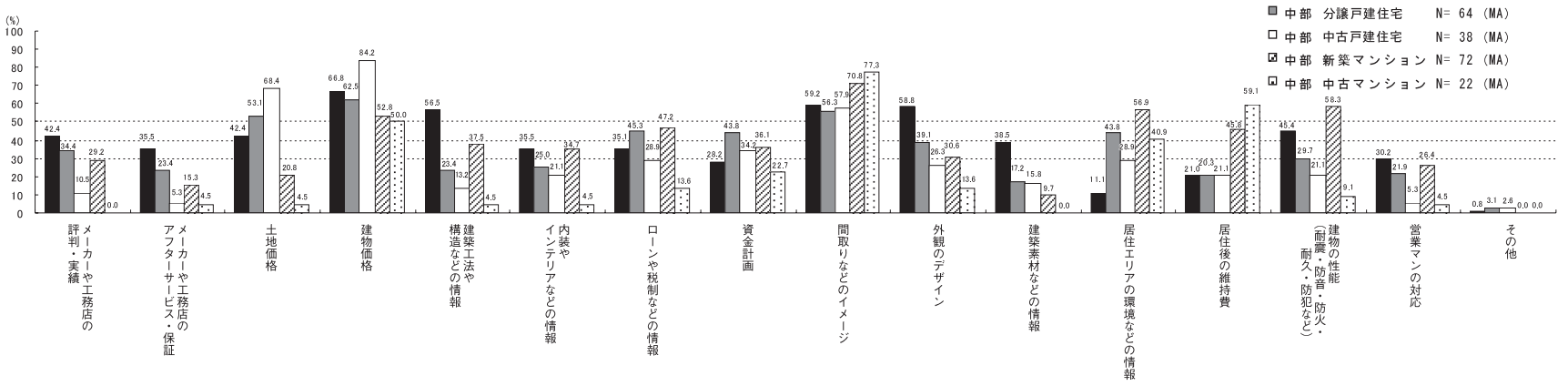
◇エリア×住居形態（第二段階　情報収集内容）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

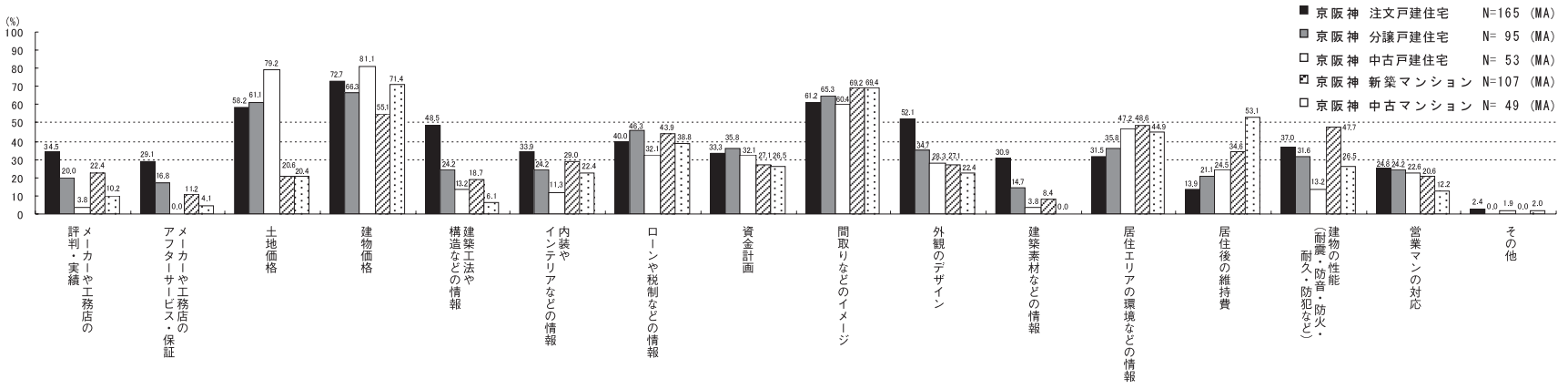
●収集した情報の内容　京浜



●収集した情報の内容　中部



●収集した情報の内容　京阪神



3エリアで共通して目立つのは「建物価格」「間取りなどのイメージ」である。それ以外の点を、個別エリア毎に見ると次の通り。京浜エリアでは、注文戸建住宅で「建築工法や構造などの情報」「外観のデザイン」「建築素材などの情報」「建物の性能」等、分譲戸建住宅で「土地価格」「ローンや税制などの情報」「資金計画」「居住エリアの環境などの情報」「建物の性能」等、新築マンションで「ローンや税制などの情報」「資金計画」「外観のデザイン」「居住エリアの環境などの情報」「居住後の維持費」「建物の性能」等、中古戸建住宅で「土地価格」、中古マンションで「ローンや税制などの情報」「資金計画」「居住エリアの環境などの情報」「居住後の維持費」等が目立つ。

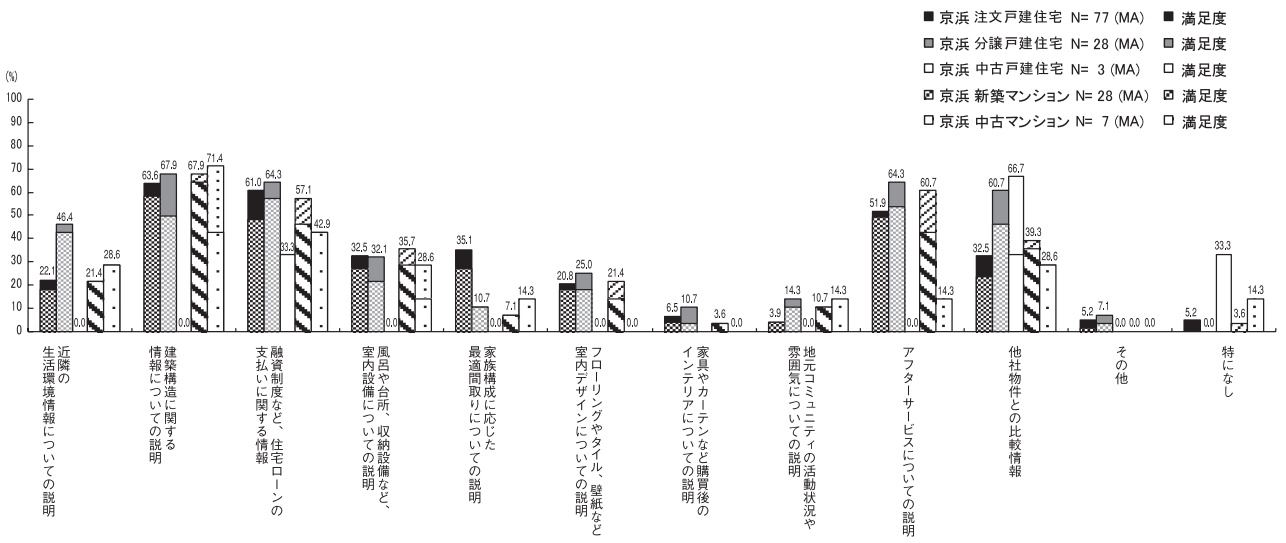
中部エリアでは、注文戸建住宅で「メーカーや工務店の評判・実績」「建築工法や構造などの情報」「外観のデザイン」「建築素材などの情報」「建物の性能」等、分譲戸建住宅で「土地価格」「ローンや税制などの情報」「資金計画」「外観のデザイン」「居住エリアの環境などの情報」等、中古戸建住宅で「土地価格」、新築マンションでは「ローンや税制などの情報」「居住エリアの環境などの情報」「建物の性能」等、中古マンションは「居住エリアの環境などの情報」「居住後の維持費」等が目立つ。

京阪神エリアでは、注文戸建住宅は「土地価格」「建築工法や構造などの情報」「ローンや税制などの情報」「外観のデザイン」等、分譲戸建住宅で「土地価格」「ローンや税制などの情報」等、中古戸建住宅で「土地価格」「居住エリアの環境などの情報」等、新築マンションで「ローンや税制などの情報」「居住エリアの環境などの情報」「建物の性能」、中古マンションで「居住後の維持費」「居住エリアの環境などの情報」等が目立つ。

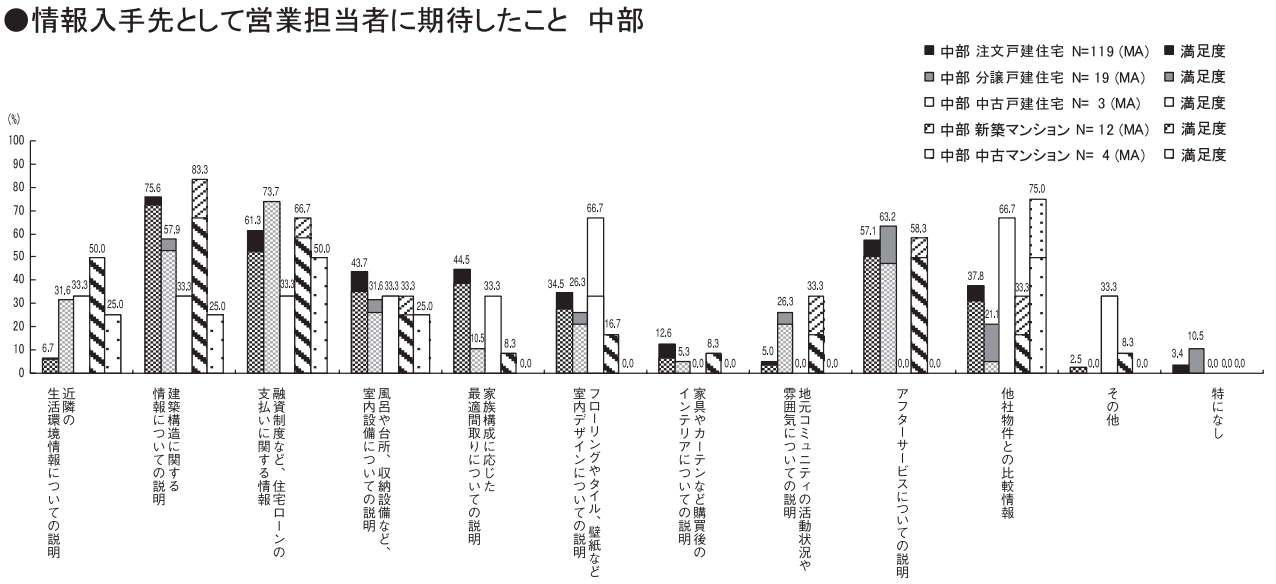
◇エリア×住居形態（第二段階　営業担当者への期待）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

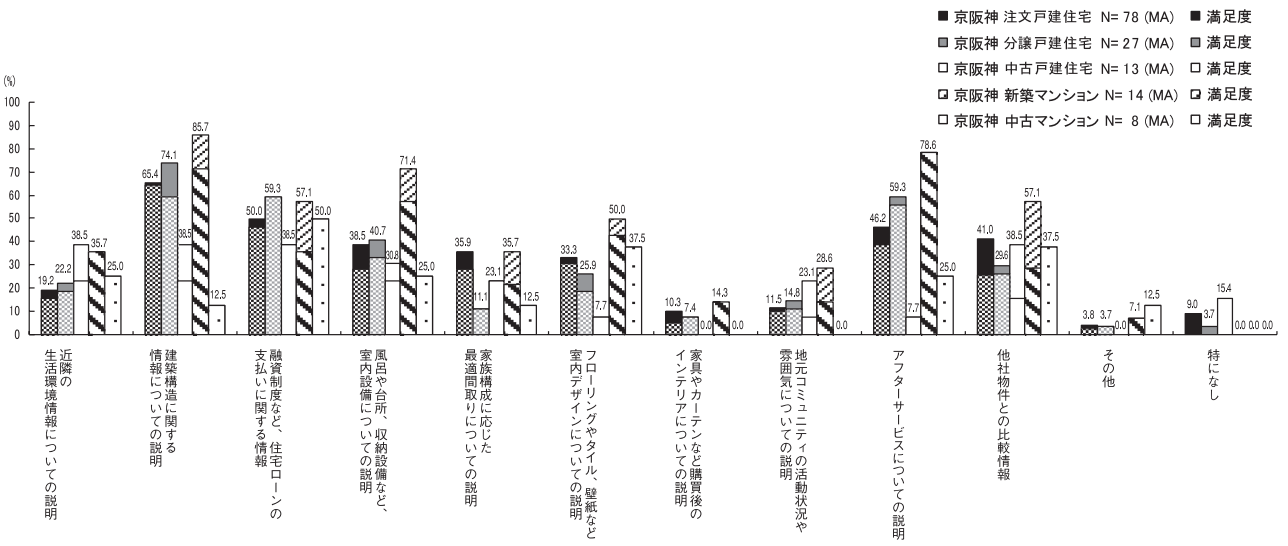
●情報入手先として営業担当者に期待したこと　京浜



●情報入手先として営業担当者に期待したこと　中部



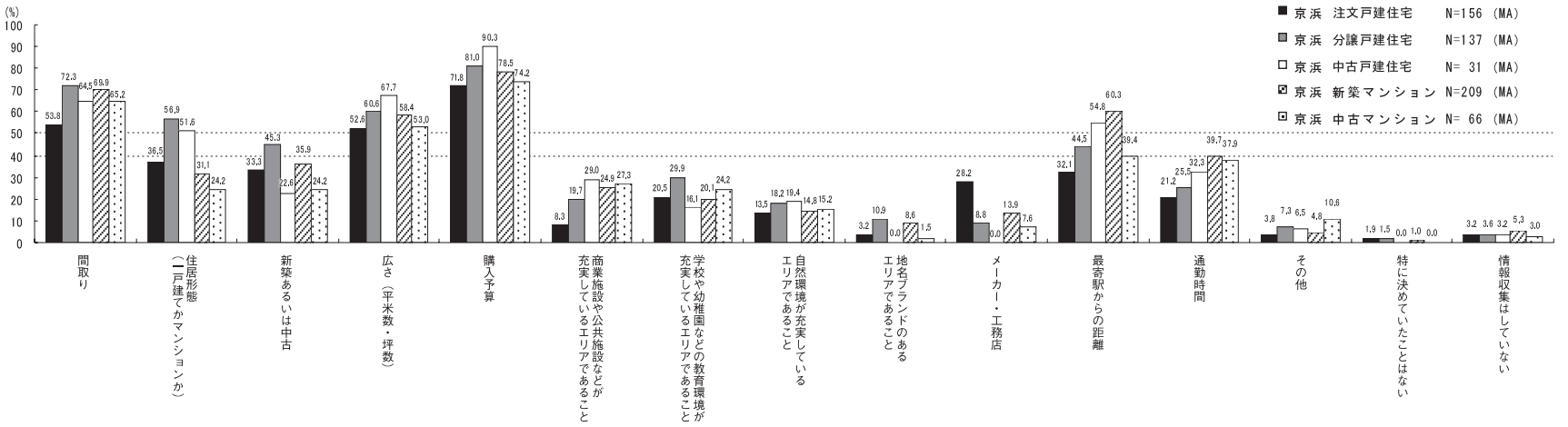
●情報入手先として営業担当者に期待したこと　京阪神



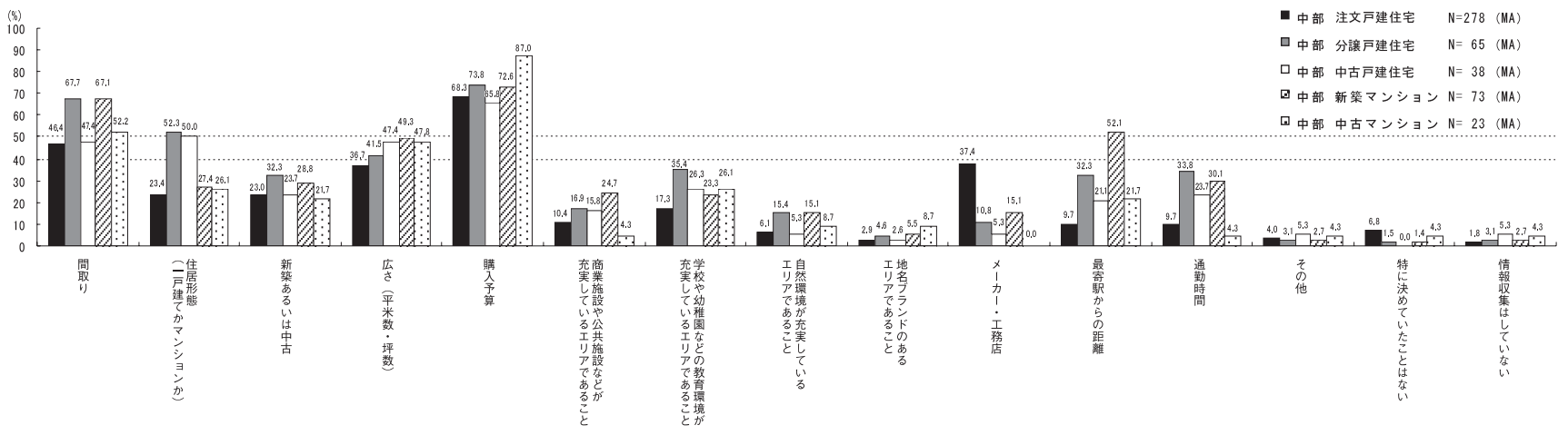
◇エリア×住居形態（第三段階　念頭項目）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

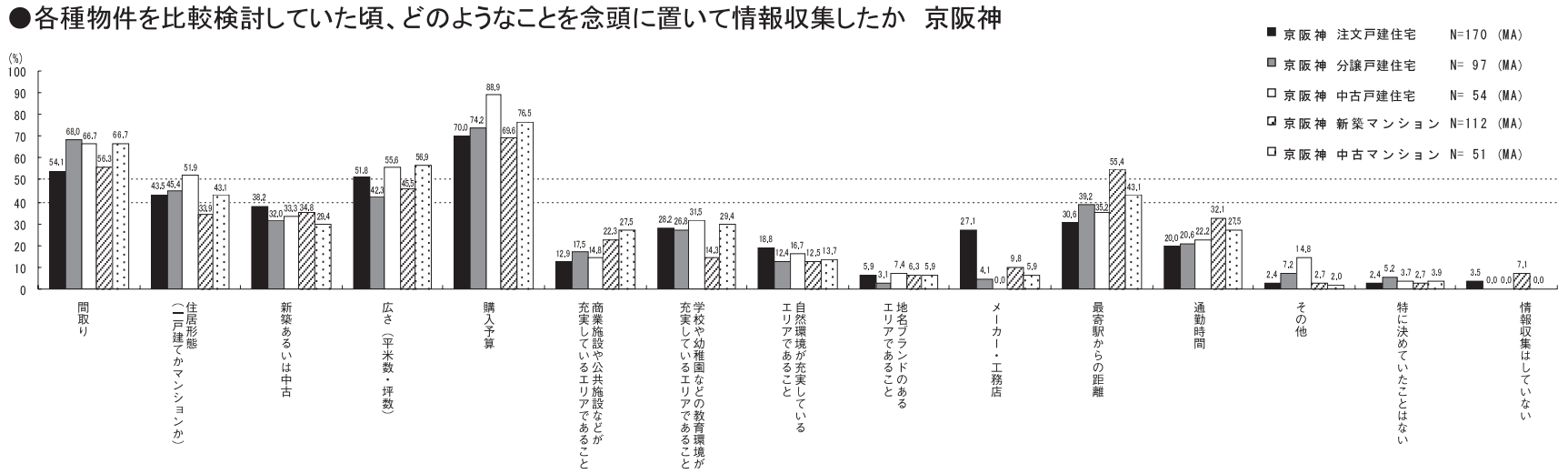
●各種物件を比較検討していた頃、どのようなことを念頭に置いて情報収集したか　京浜



●各種物件を比較検討していた頃、どのようなことを念頭において情報収集したか　中部



●各種物件を比較検討していた頃、どのようなことを念頭に置いて情報収集したか　京阪神



3エリア共に目立つのは「間取り」「購入予算」「広さ」、次いで「住居形態」「新築あるいは中古」が続く。さらに、京浜・京阪神エリアで目立つのが「最寄駅からの距離」。それ以外の個別状況は次の通り。京浜エリアでは、注文戸建住宅で「メーカー・工務店」が目立つ。分譲戸建住宅では「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」、中古戸建住宅・新築マンション・中古マンションで「商業施設や公共施設などが充実しているエリアであること」が目立つ。

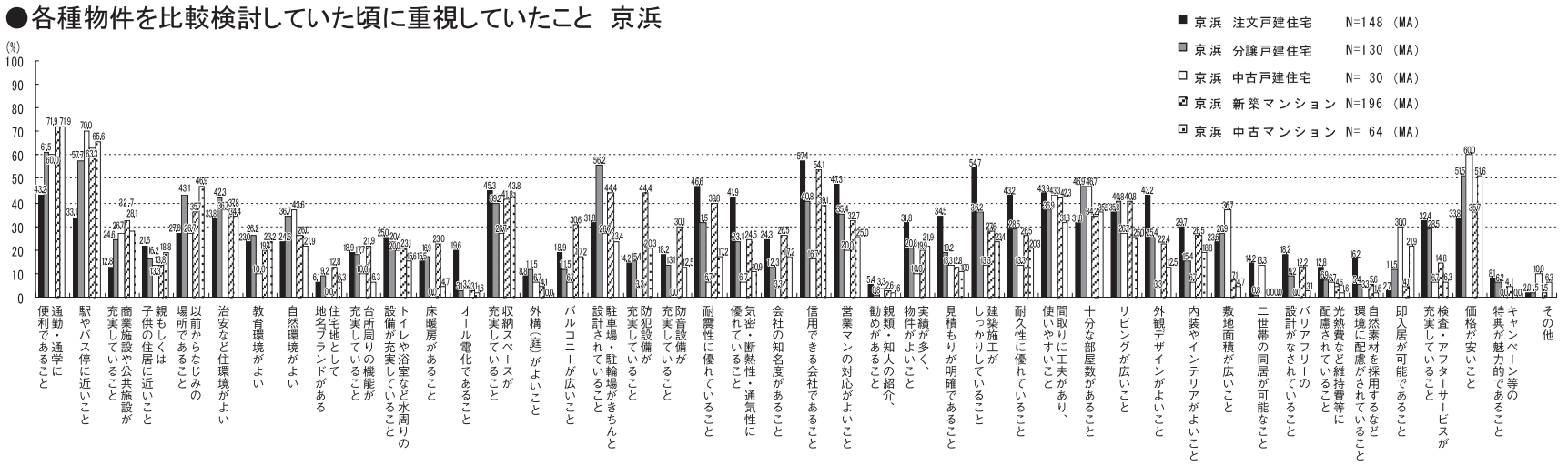
中部エリアでは、注文戸建住宅で「メーカー・工務店」、分譲戸建住宅で「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」「最寄駅からの距離」「通勤時間」等が目立つ。新築マンションでは、「商業施設や公共施設などが充実しているエリアであること」「最寄駅からの距離」「通勤時間」等が目立つ。

京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「メーカー・工務店」「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」等が目立つ。分譲戸建住宅・中古戸建住宅で「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」等、新築マンションで「通勤時間」、中古マンションで「商業施設や公共施設などが充実しているエリアであること」「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」等が目立つ。

◇エリア×住居形態（第三段階　重視項目）

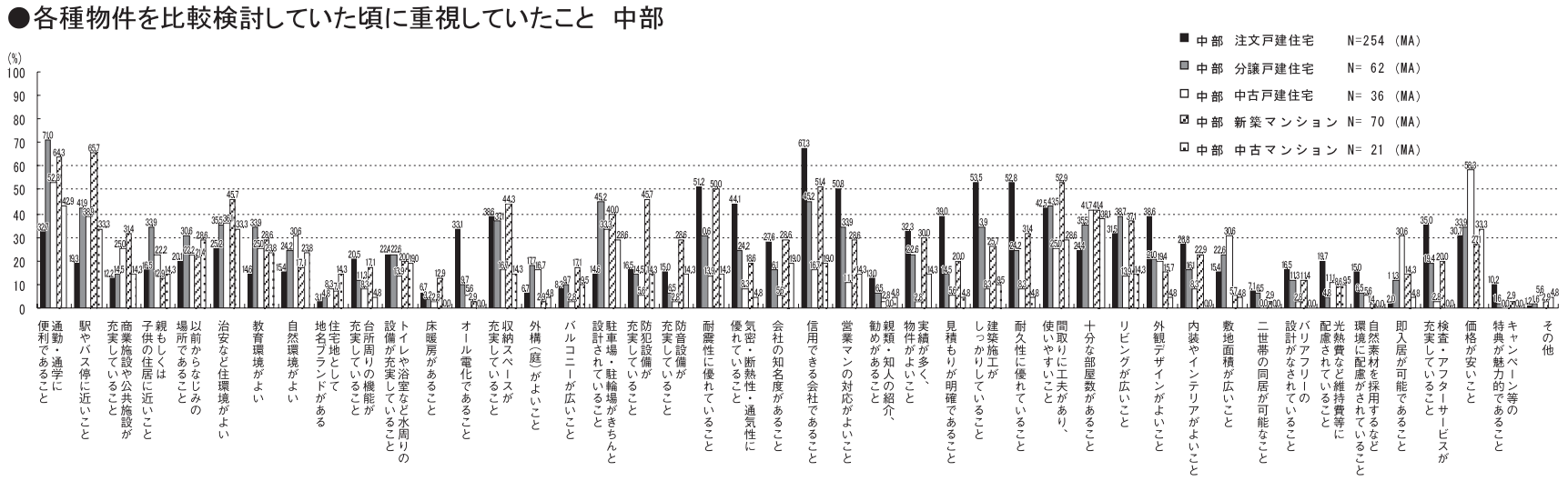
※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

●各種物件を比較検討していた頃に重視していたこと　京浜



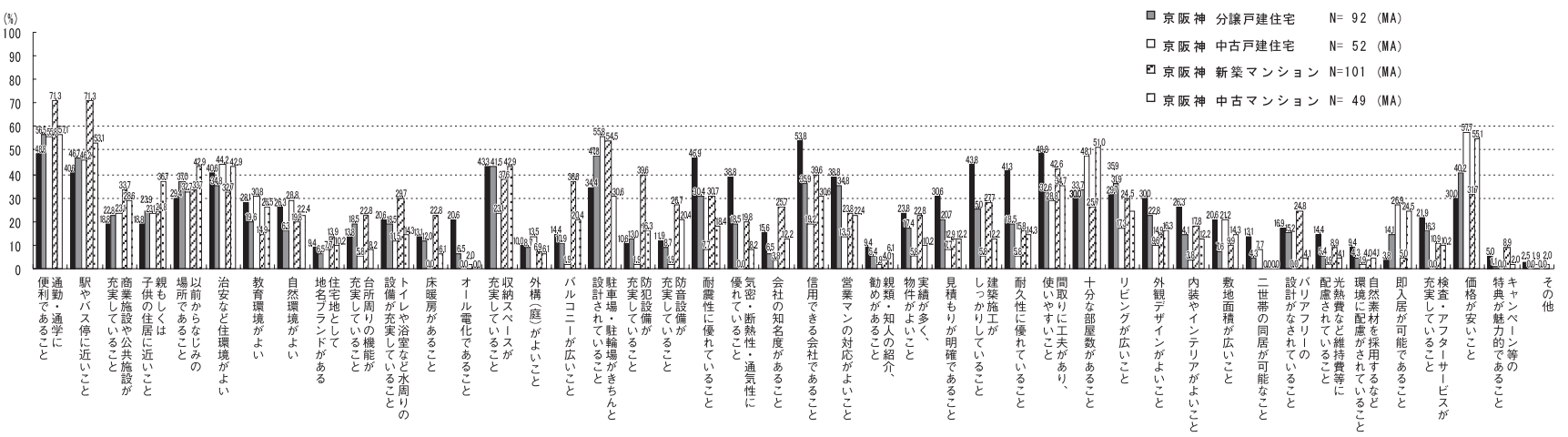
注文戸建住宅では「信用できる会社であること」「建築施工がしっかりしていること」等、分譲戸建住宅では「通勤・通学に便利であること」「駅やバス停に近いこと」「駐車場・駐輪場がきちんと設計されていること」「価格が安いこと」等が目立つ。中古戸建住宅では「通勤・通学に便利であること」「駅やバス停に近いこと」「価格が安いこと」等、新築マンションでは「通勤・通学に便利であること」「駅やバス停に近いこと」「信用できる会社であること」等、中古マンションでは「通勤・通学に便利であること」「駅やバス停に近いこと」「キャンペーン等の特典が魅力的であること」「価格が安いこと」等が目立つ。

●各種物件を比較検討していた頃に重視していたこと　中部



注文戸建住宅では「耐震性に優れていること」「信用できる会社であること」「営業マンの対応がよいこと」「建築施工がしっかりしていること」「耐久性に優れていること」等、分譲戸建住宅では「通勤・通学に便利であること」等が目立つ。中古戸建住宅では「通勤・通学に便利であること」「価格が安いこと」等、新築マンションでは「通勤・通学に便利であること」「駅やバス停に近いこと」「耐震性に優れていること」「信用できる会社であること」「間取りに工夫があり、使いやすいこと」等が目立つ。

●各種物件を比較検討していた頃に重視していたこと　京阪神

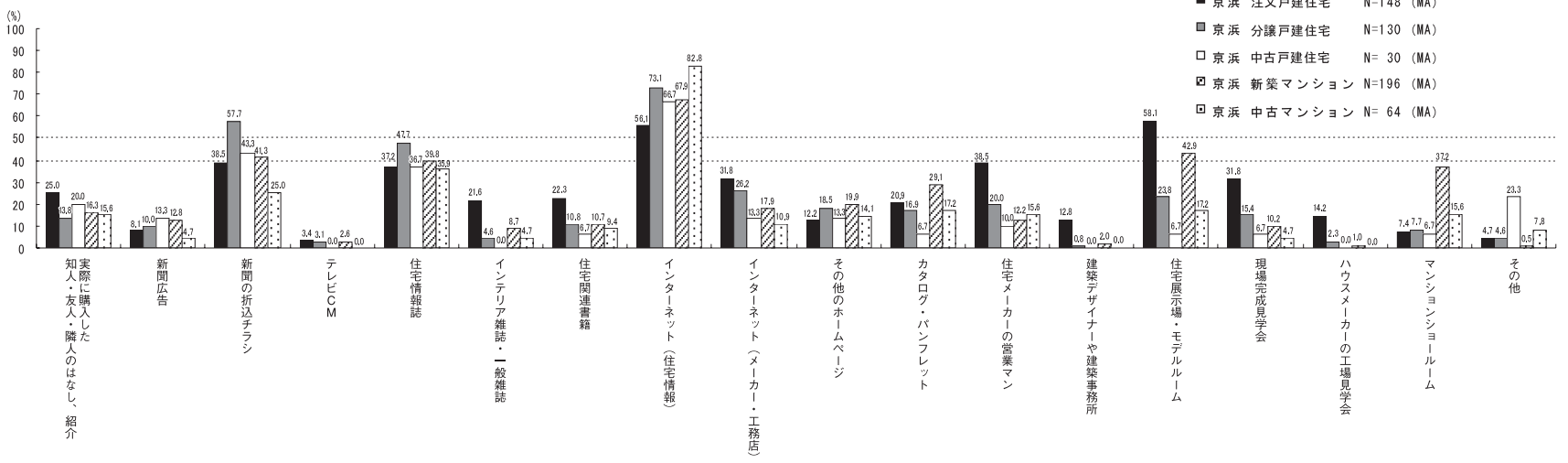


注文戸建住宅では「信用できる会社であること」等が目立つ。分譲戸建住宅では「通勤・通学に便利であること」等、中古戸建住宅では「通勤・通学に便利であること」「駐車場・駐輪場がきちんと設計されていること」「価格が安いこと」等、新築マンションでは「通勤・通学に便利であること」「駅やバス停に近いこと」「駐車場・駐輪場がきちんと設計されていること」等、中古マンションでは「通勤・通学に便利であること」「駅やバス停に近いこと」「十分な部屋数があること」「価格が安いこと」等が目立つ。

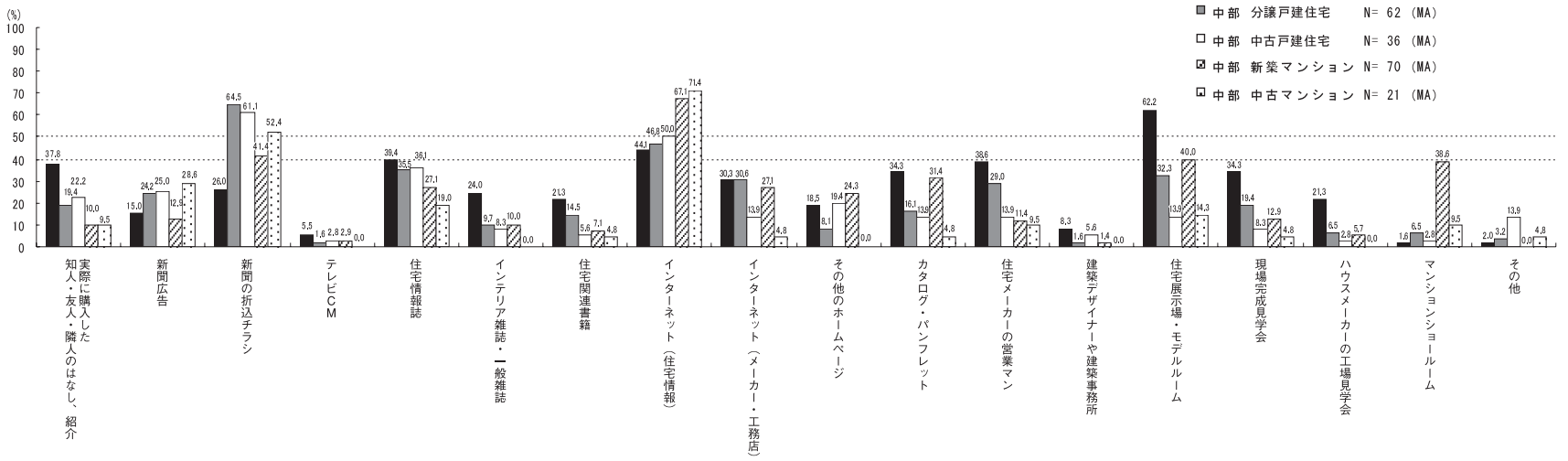
◇エリア×住居形態（第三段階　情報収集媒体）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

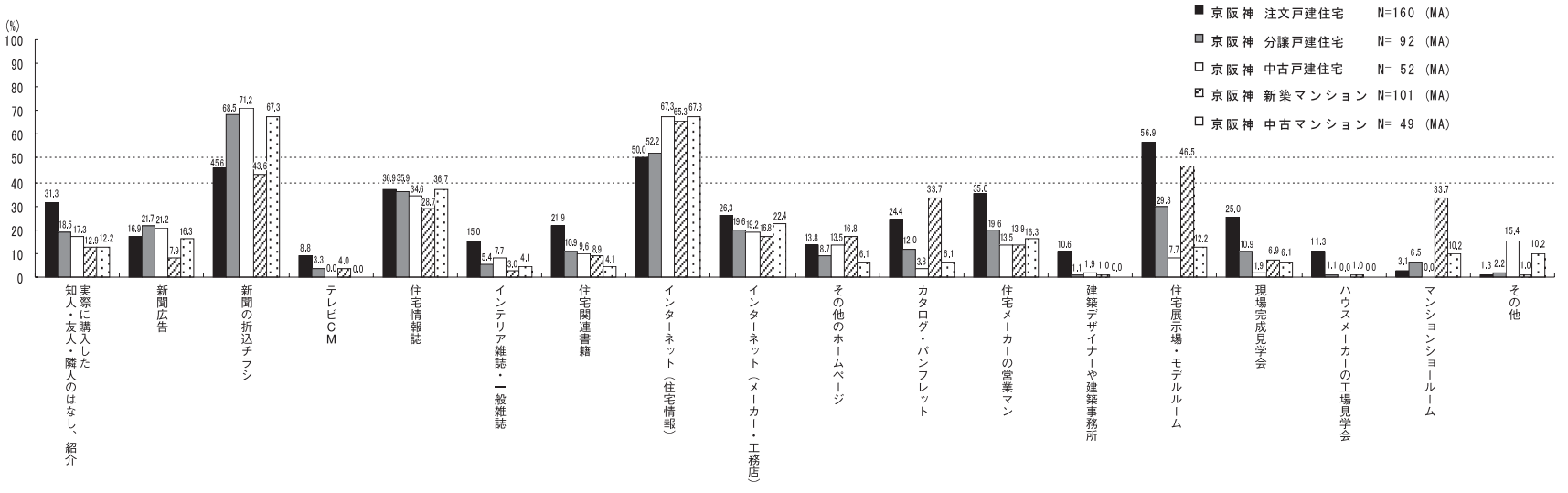
●どのようなものから情報を入手したか　京浜



●どのようなものから情報を入手したか　中部



●どのようなものから情報を入手したか　京阪神



◇エリア×住居形態（第三段階　情報収集媒体）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

第二段階（p.143）と比較すると概して低下傾向にある。その中でも、3エリア共に目立つのは「インターネット（住宅情報）」、次いで「新聞の折込チラシ」と「住宅情報誌」等である。それ以外の個別の特徴は次の通り。

京浜エリアでは、注文戸建住宅で「インターネット（メーカー・工務店）」「住宅メーカー営業マン」「住宅展示場・モデルルーム」「現場完成見学会」等が目立っている。新築マンションは、「カタログ・パンフレット」「住宅展示場・モデルルーム」「マンションショールーム」等が目立っている。

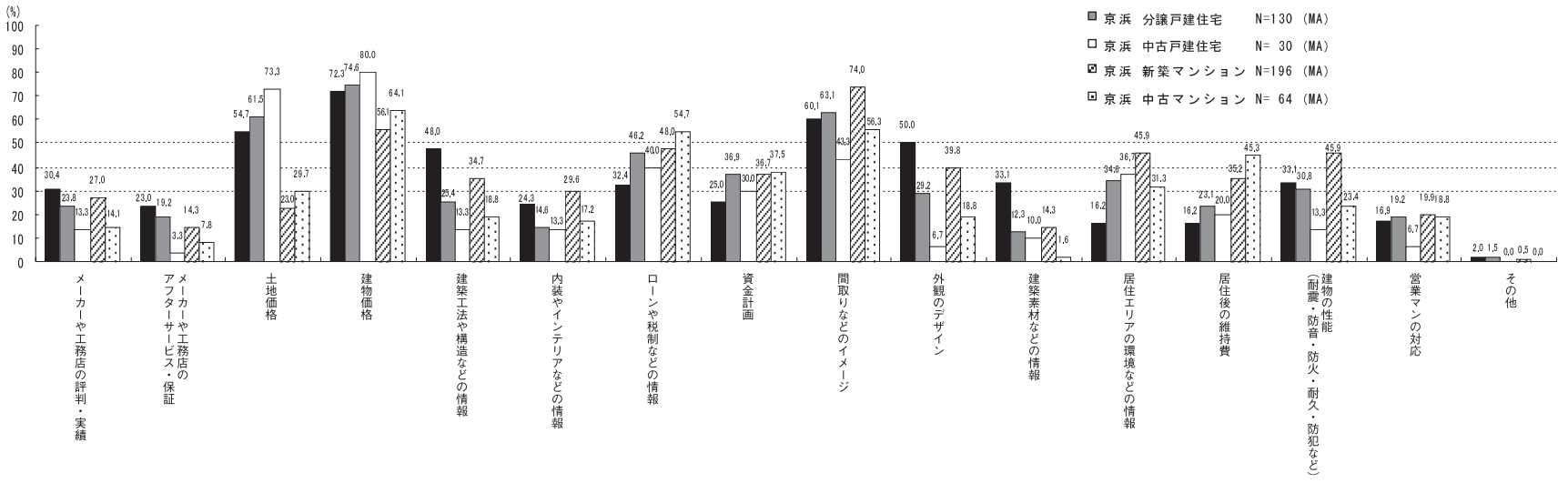
中部エリアでは、注文戸建住宅で「実際に購入した知人・友人・隣人のはなし、紹介」「インターネット（メーカー・工務店）」「カタログ・パンフレット」「住宅メーカー営業マン」「住宅展示場・モデルルーム」「現場完成見学会」「ハウスメーカーの工場見学会」等が目立っている。分譲戸建住宅では「インターネット（メーカー・工務店）」「住宅メーカーの営業マン」等、新築マンションで「カタログ・パンフレット」「住宅展示場・モデルルーム」「マンションショールーム」等が目立つ。

京阪神エリア（p.149）では、注文戸建住宅で「実際に購入した知人・友人・隣人のはなし、紹介」「インターネット（メーカー・工務店）」「住宅メーカーの営業マン」「住宅展示場・モデルルーム」「現場完成見学会」等、新築マンションで「カタログ・パンフレット」「住宅展示場・モデルルーム」「マンションショールーム」等が目立つ。

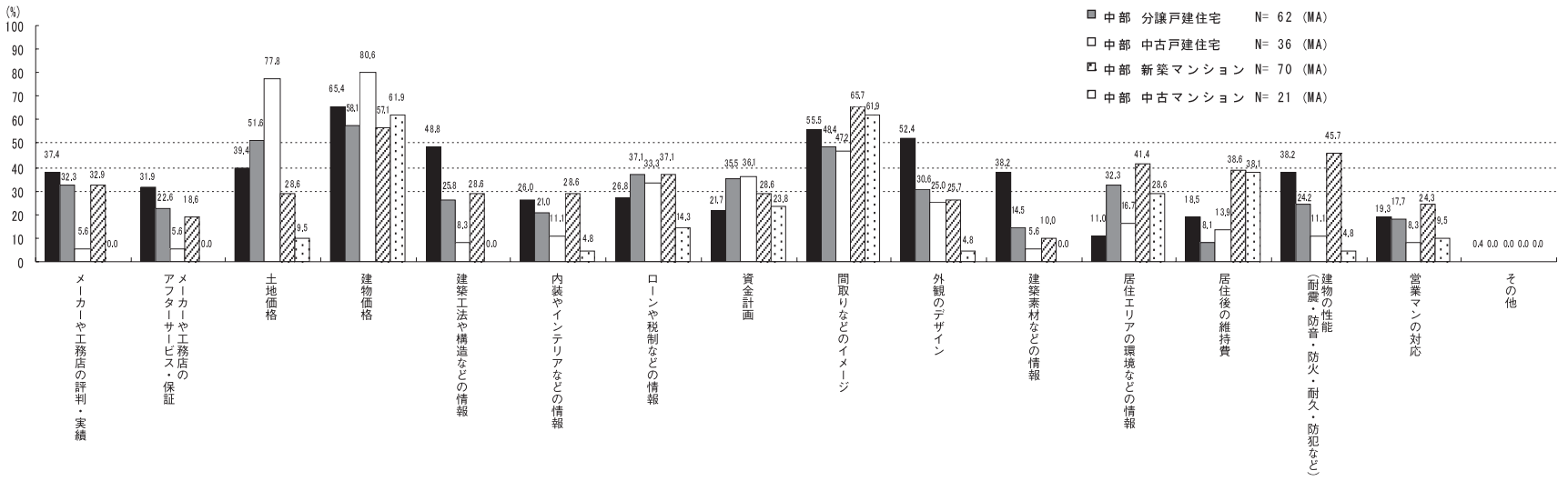
◇エリア×住居形態（第三段階　情報収集内容）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

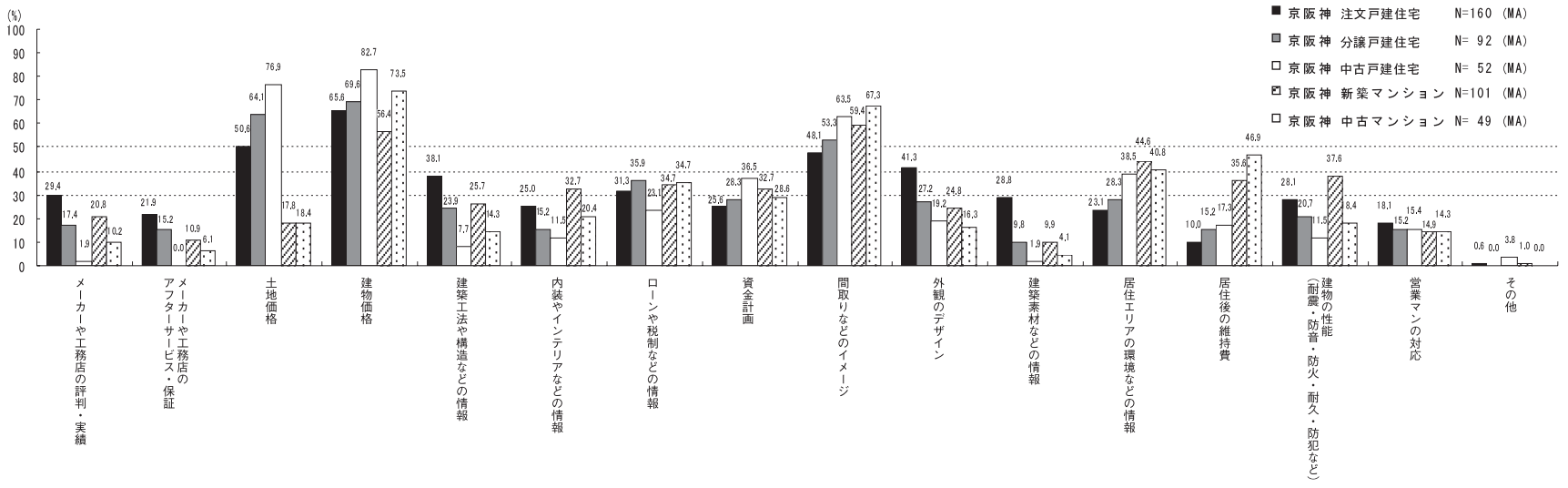
●収集した情報の内容　京浜



●収集した情報の内容　中部



●収集した情報の内容　京阪神



◇エリア×住居形態（第三段階　情報収集内容）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

第二段階と比べると概して低下傾向にある。但し、第二段階と同じく「建物価格」「間取りなどのイメージ」は3エリア共に目立つ。のそれ以外の各エリア個別の傾向は次の通り。

京浜エリアでは、注文戸建住宅は「土地価格」「建物工法や構造等の情報」「外観デザイン」「建築素材などの情報」等が目立つ。分譲戸建住宅では「土地価格」「ローンや税制などの情報」「資金計画」等、中古戸建住宅では「土地価格」「居住エリアの環境などの情報」等が目立つ。新築マンションでは「ローンや税制などの情報」「外観デザイン」「居住エリアの環境などの情報」「居住後の維持費」「建物の性能」等、中古マンションは「ローンや税制などの情報」「居住後の維持費」等が目立つ。

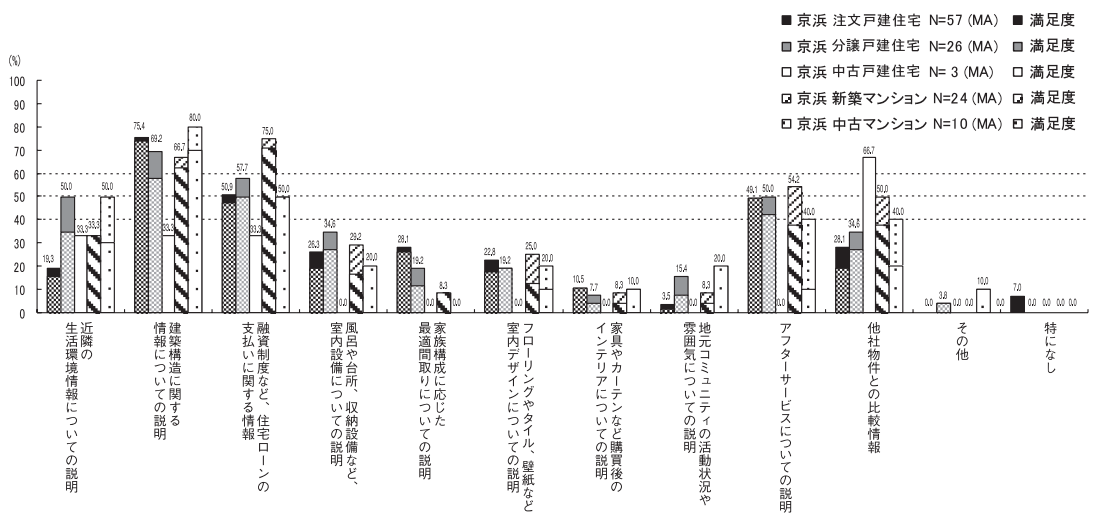
中部エリアでは、注文戸建住宅は「メーカーや工務店の評判・実績」「土地価格」「建物工法や構造等の情報」「外観デザイン」「建築素材などの情報」「建物の性能」等が目立つ。分譲戸建住宅では「土地価格」「ローンや税制などの情報」「資金計画」「居住エリアの環境などの情報」等、中古戸建住宅では「土地価格」「資金計画」等が目立つ。新築マンションでは「ローンや税制などの情報」「居住エリアの環境などの情報」「居住後の維持費」「建物の性能」等、中古マンションは「居住後の維持費」等が目立つ。

京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「土地価格」「建築工法や構造などの情報」「外観デザイン」「建築素材などの情報」、分譲戸建住宅では「土地価格」「ローンや税制などの情報」「居住エリアの環境などの情報」等が目立っている。中古戸建住宅では「土地価格」「資金計画」「居住エリアの環境などの情報」等、新築マンションでは「ローンや税制などの情報」「資金計画」「居住エリアの環境などの情報」「居住後の維持費」「建物の性能」等、中古マンションは「ローンや税制などの情報」「居住エリアの環境などの情報」「居住後の維持費」等が目立つ。

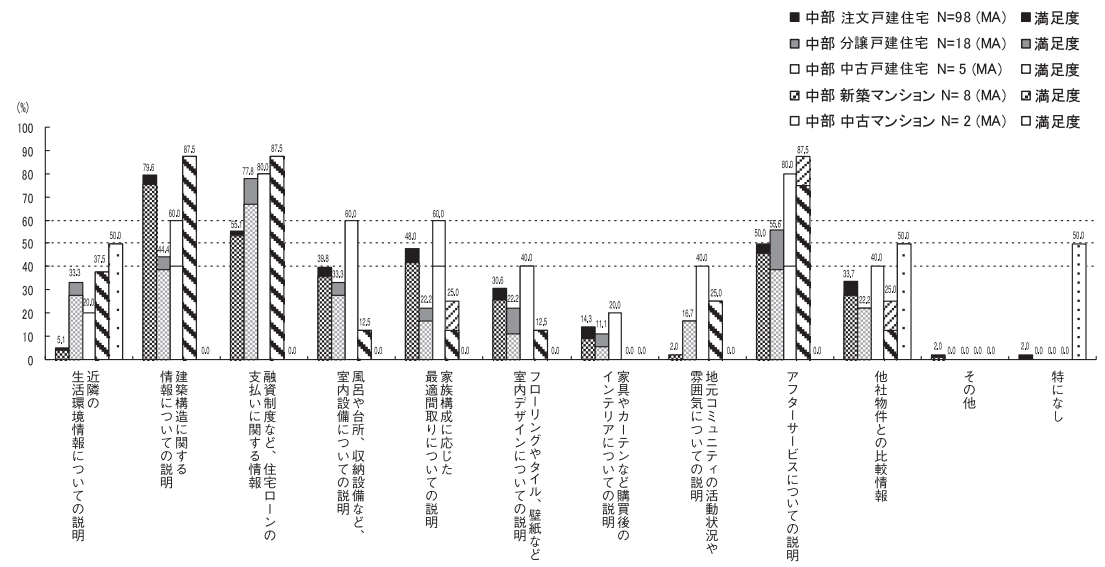
◇エリア×住居形態（第三段階　営業担当者への期待）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

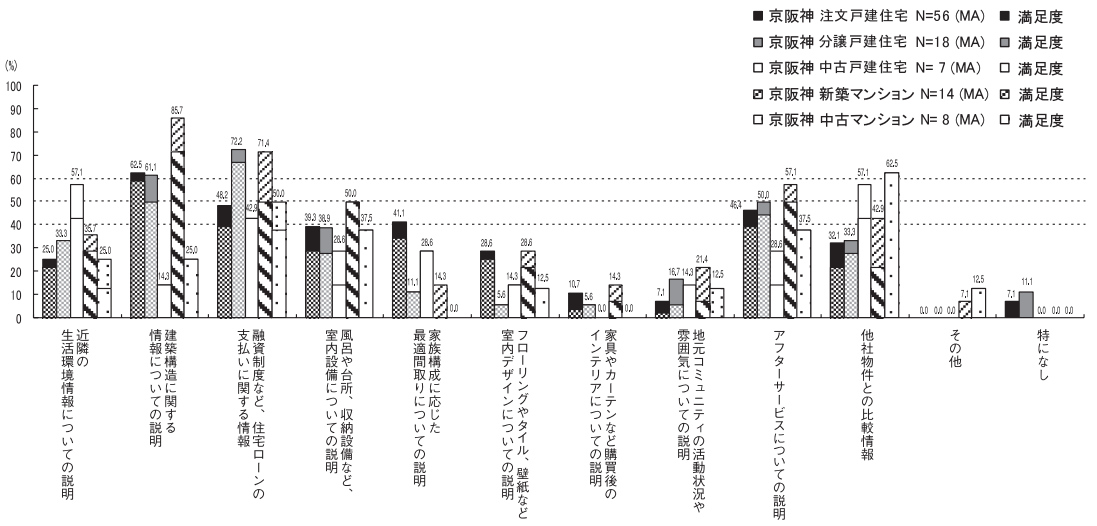
●情報入手先として営業担当者に期待したこと　京浜



●情報入手先として営業担当者に期待したこと　中部



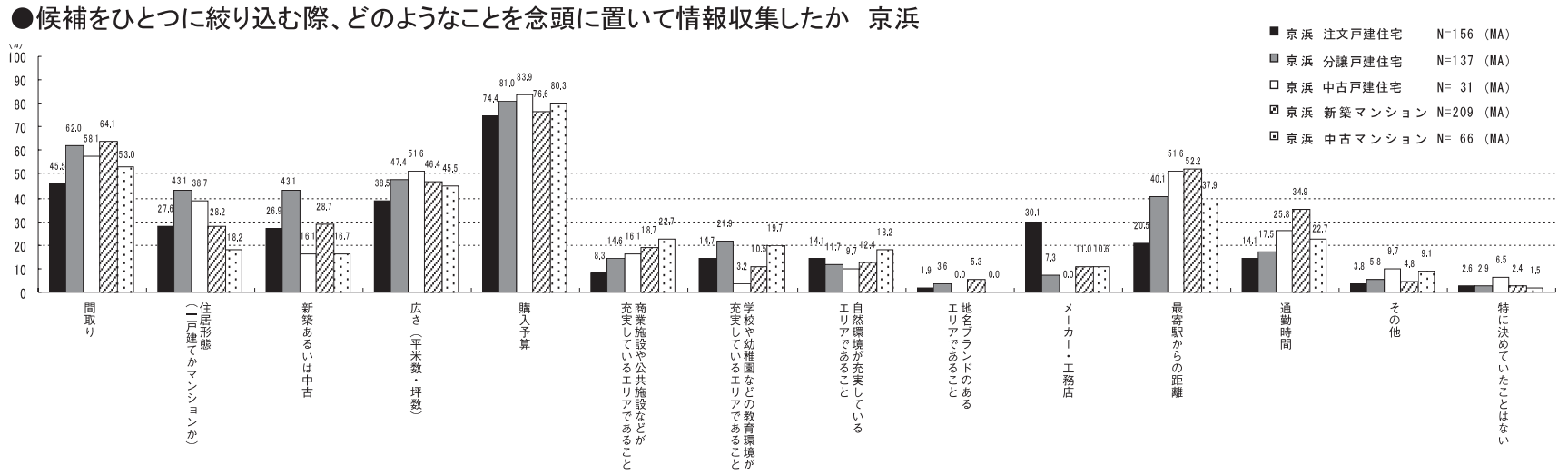
●情報入手先として営業担当者に期待したこと　京阪神



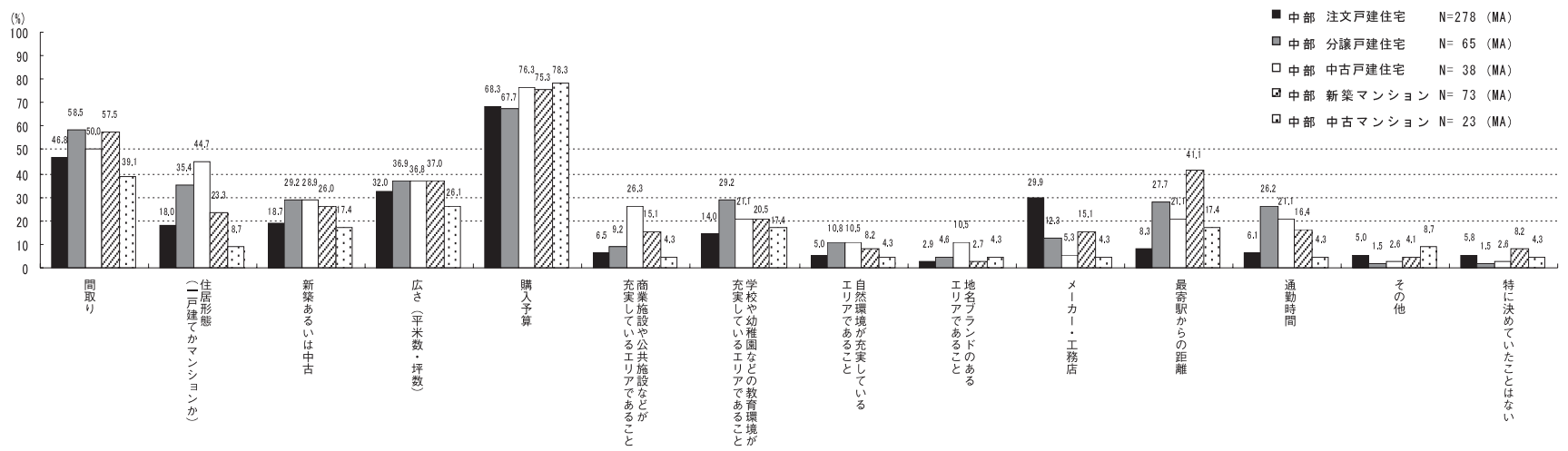
◇エリア×住居形態（第四段階　念頭項目）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

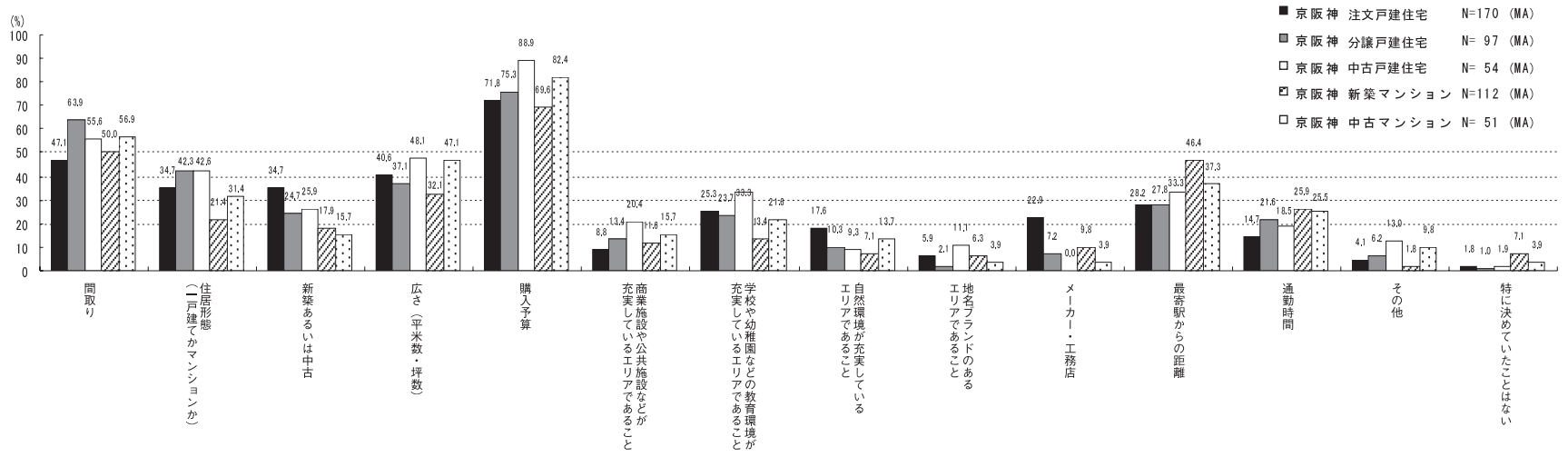
●候補をひとつに絞り込む際、どのようなことを念頭に置いて情報収集したか　京浜



●候補をひとつに絞り込む際、どのようなことを念頭において情報収集したか　中部



●候補をひとつに絞り込む際、どのようなことを念頭に置いて情報収集したか　京阪神



次ページのコメント参照 ➡

◇エリア×住居形態（第四段階　念頭項目）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

➡ 前ページより続く

第三段階と比較すると概して低下傾向にある。共通して目立つのは「間取り」「購入予算」次いで「広さ」が続く。それ以外のエリア別の個別状況は次の通り。

京浜エリアでは、注文戸建住宅で「メーカー・工務店」等が目立っている。分譲戸建住宅で「住居形態」「新築あるいは中古」「最寄駅からの距離」、次いで「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」等が目立つ。中古戸建住宅で「住居形態」「最寄駅からの距離」等、新築マンションで「最寄駅からの距離」「通勤時間」等、中古マンションで「商業施設や公共施設などが充実しているエリアであること」「自然環境が充実しているエリアであること」等が目立っている。

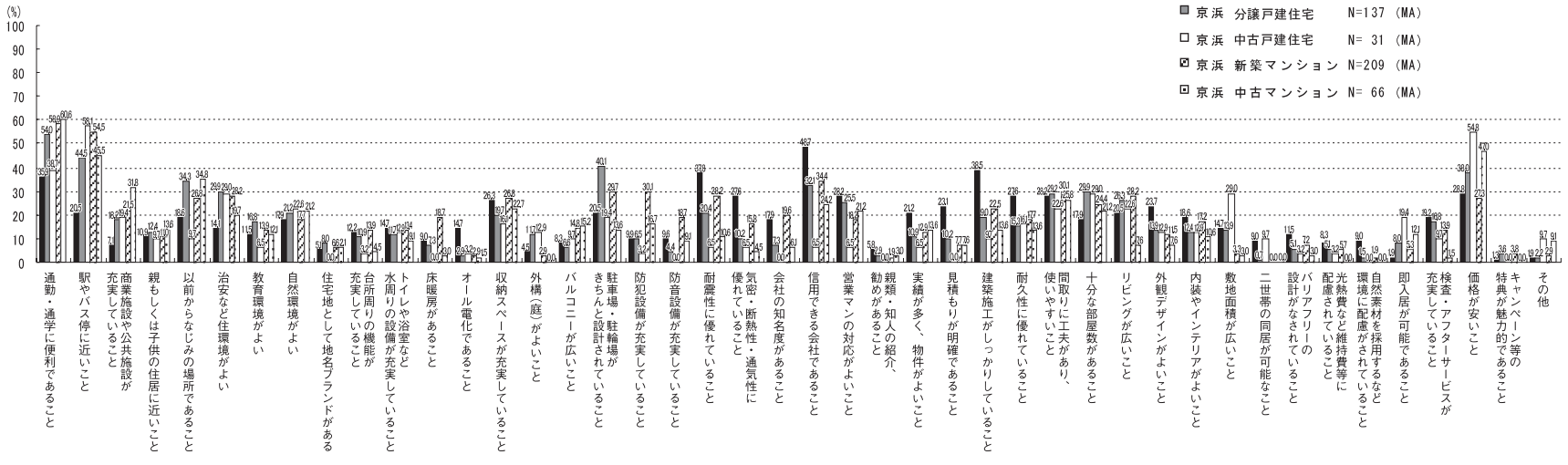
中部エリアでは、注文戸建住宅で「メーカー・工務店」等が目立っている。分譲戸建住宅で「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」「通勤時間」等、中古戸建住宅で「住居形態」「商業施設や公共施設などが充実しているエリアであること」等、新築マンションで「最寄駅からの距離」等が目立っている。

京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「新築あるいは中古」「メーカー・工務店」等が目立っている。分譲戸建住宅で「住居形態」等、中古戸建住宅で「住居形態」「学校や幼稚園などの教育環境が充実しているエリアであること」「商業施設や公共施設などが充実しているエリアであること」等、新築マンション・中古マンションで「最寄駅からの距離」「通勤時間」等が目立つ。

◇エリア×住居形態（第四段階　基準項目）

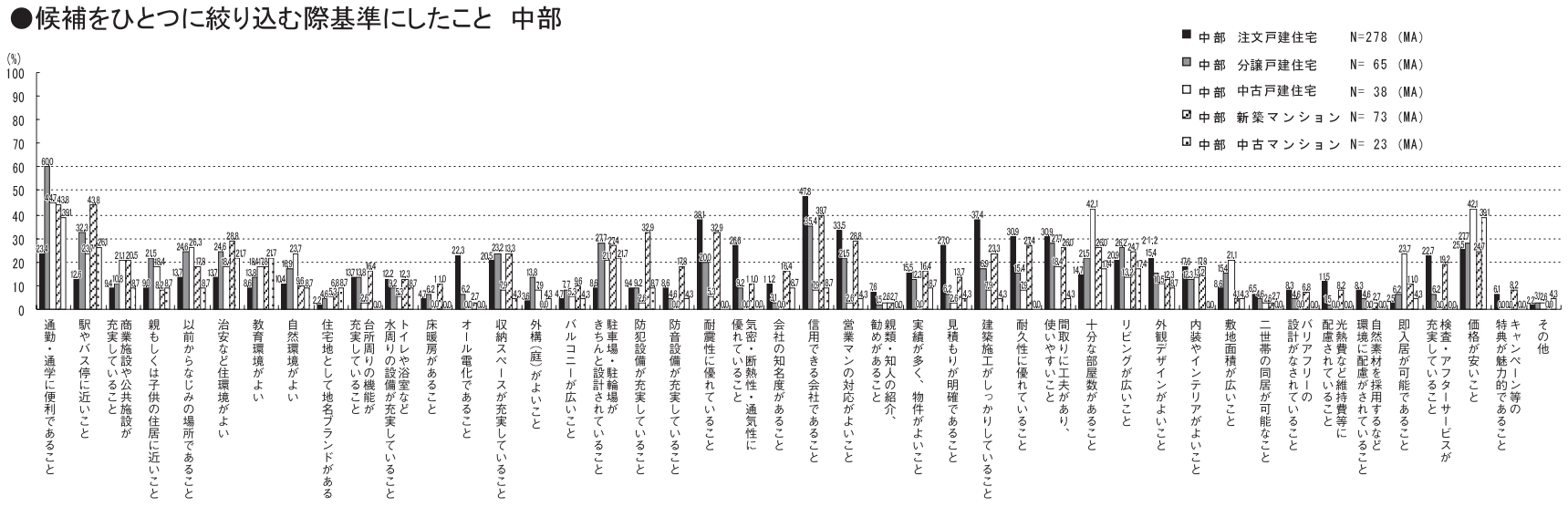
※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

●候補をひとつに絞り込む際基準にしたこと　京浜



注文戸建住宅では「信用できる会社」「建築施工がしっかりしていること」等が目立つ。分譲戸建住宅は「通勤・通学が便利」「駅やバス停に近い」「駐車場・駐輪場がきちんと設計されている」等、中古戸建住宅は「駅やバス停が近い」「価格が安い」等が目立っている。新築マンションは「通勤・通学が便利」「駅やバス停に近い」、中古マンションは「通勤・通学が便利」「駅やバス停に近い」「価格が安い」等が目立っている。

●候補をひとつに絞り込む際基準にしたこと　中部

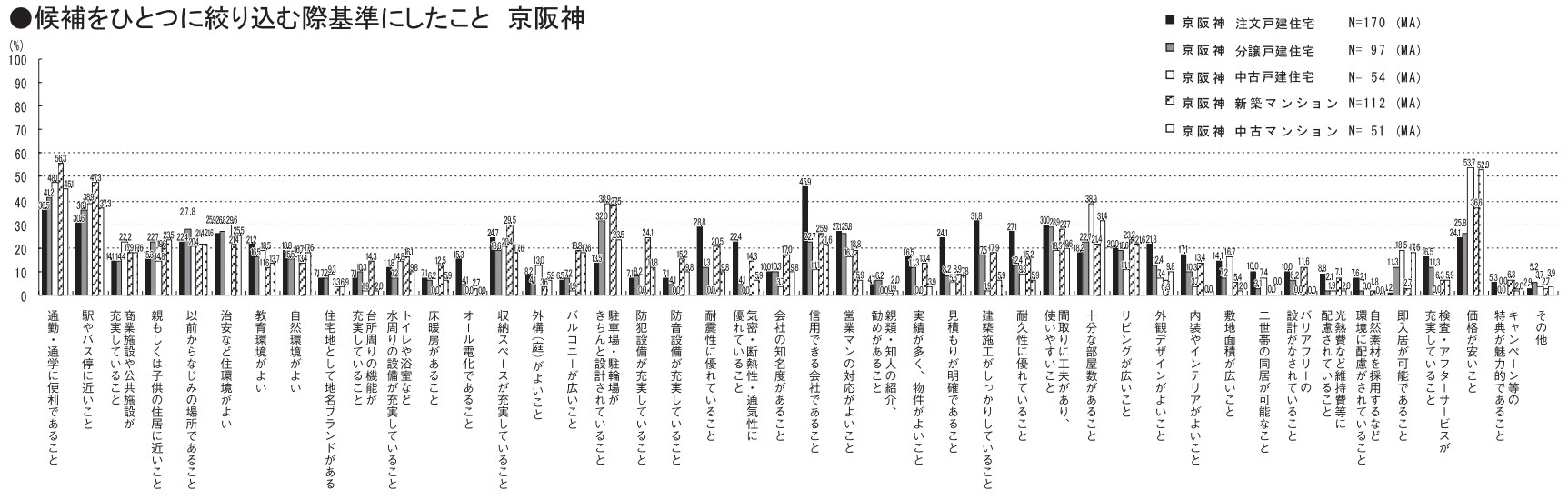


注文戸建住宅では「信用できる会社」等、分譲戸建住宅で「通勤・通学が便利」等が目立つ。中古戸建住宅は「通勤・通学に便利であること」「十分な部屋数」「価格が安い」等、新築マンションは「通勤・通学が便利」「駅やバス停に近い」「信用できる会社であること」等が目立つ。中古マンションでは「通勤・通学に便利であること」「価格が安いこと」等が目立っている。

◇エリア×住居形態（第四段階　基準項目）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

●候補をひとつに絞り込む際基準にしたこと　京阪神

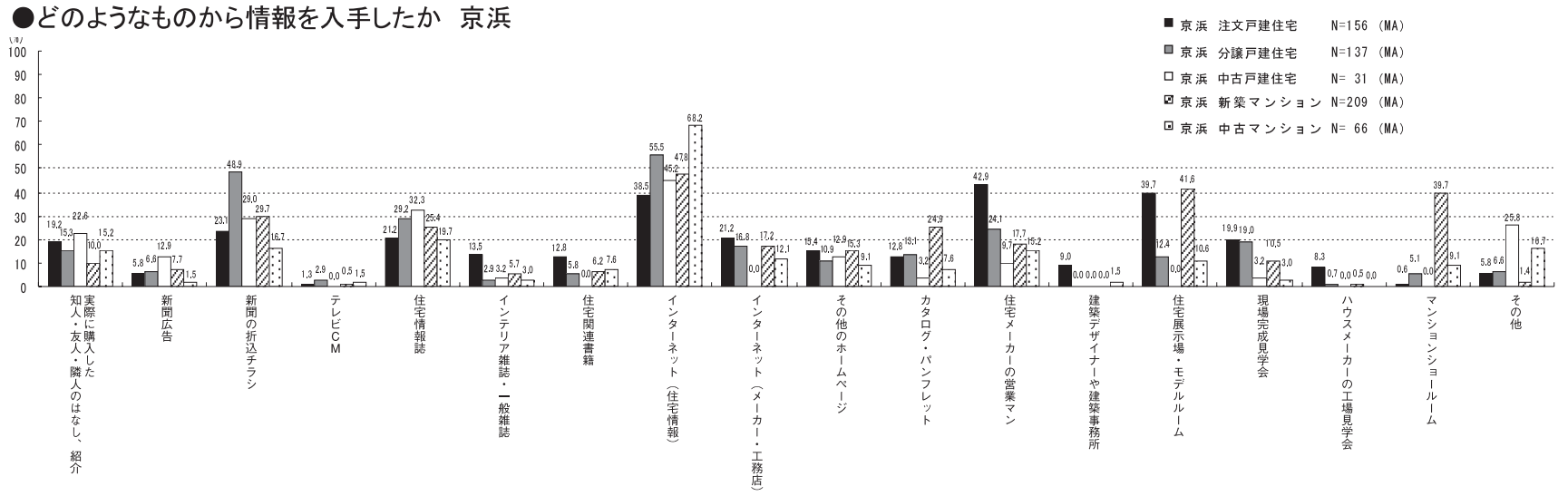


注文戸建住宅では「信用できる会社」等、分譲戸建住宅で「通勤・通学に便利であること」、中古戸建住宅で「通勤・通学が便利であること」「駅やバス停が近い」「駐車場・駐輪場がきちんと設計されていること」「価格が安い」等が目立つ。新築マンションで「通勤・通学が便利」「駅やバス停に近い」「駐車場・駐輪場がきちんと設計されていること」等、中古マンションは「通勤・通学が便利」「駅やバス停が近い」「価格が安い」等が目立っている。

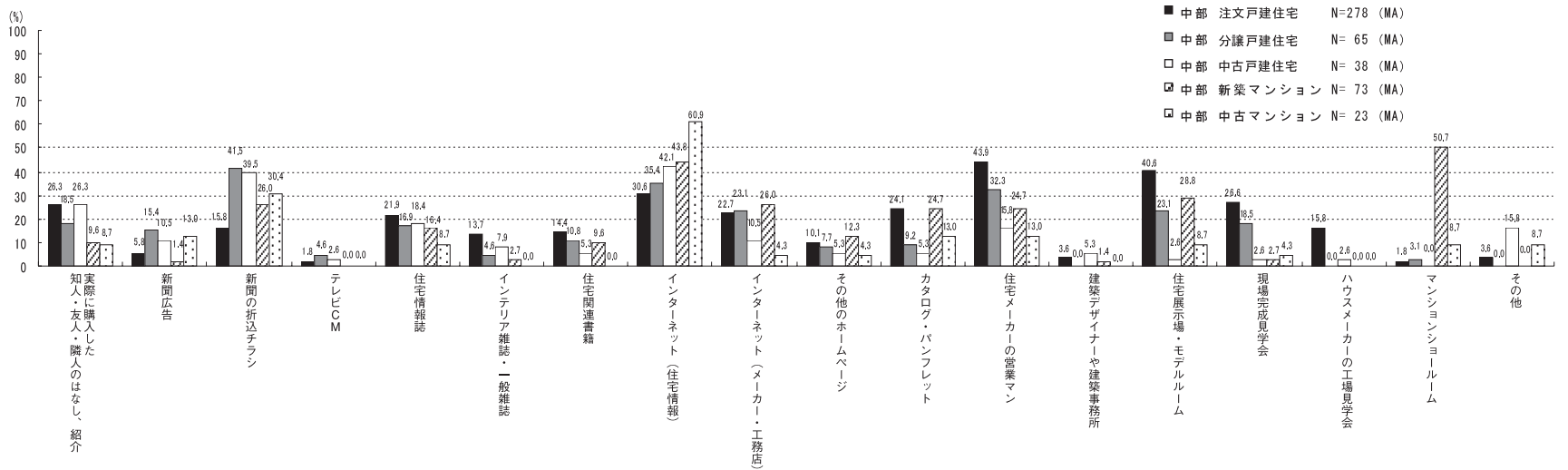
◇エリア×住居形態（第四段階　情報収集媒体）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

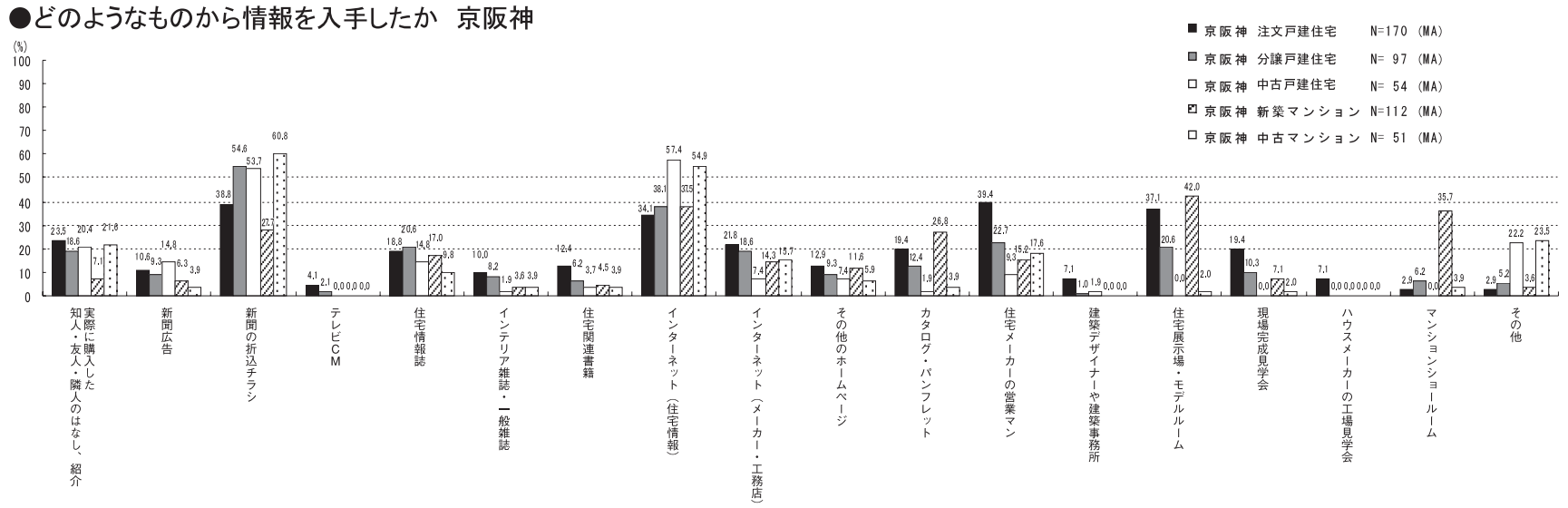
●どのようなものから情報を入手したか　京浜



●どのようなものから情報を入手したか　中部



●どのようなものから情報を入手したか　京阪神



次ページのコメント参照 ➡

◇エリア×住居形態（第四段階　情報収集媒体）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

➡ 前ページより続く

第三段階（p.148）と比べて概して低下傾向にあるが、「マンションショールーム」は3エリア共に第三段階よりも高くなっているのが目立つ。第四段階で3エリア共に目立つのは、「インターネット（住宅情報）」である。それ以外のエリア別詳細については次の通り。

京浜エリアでは、注文戸建住宅で「住宅メーカーの営業マン」「住宅展示場・モデルルーム」等が目立つ。分譲戸建住宅で「新聞の折込チラシ」中古戸建住宅で「住宅情報誌」、新築マンションで「新聞の折込チラシ」「住宅展示場・モデルルーム」「マンションショールーム」等が目立っている。

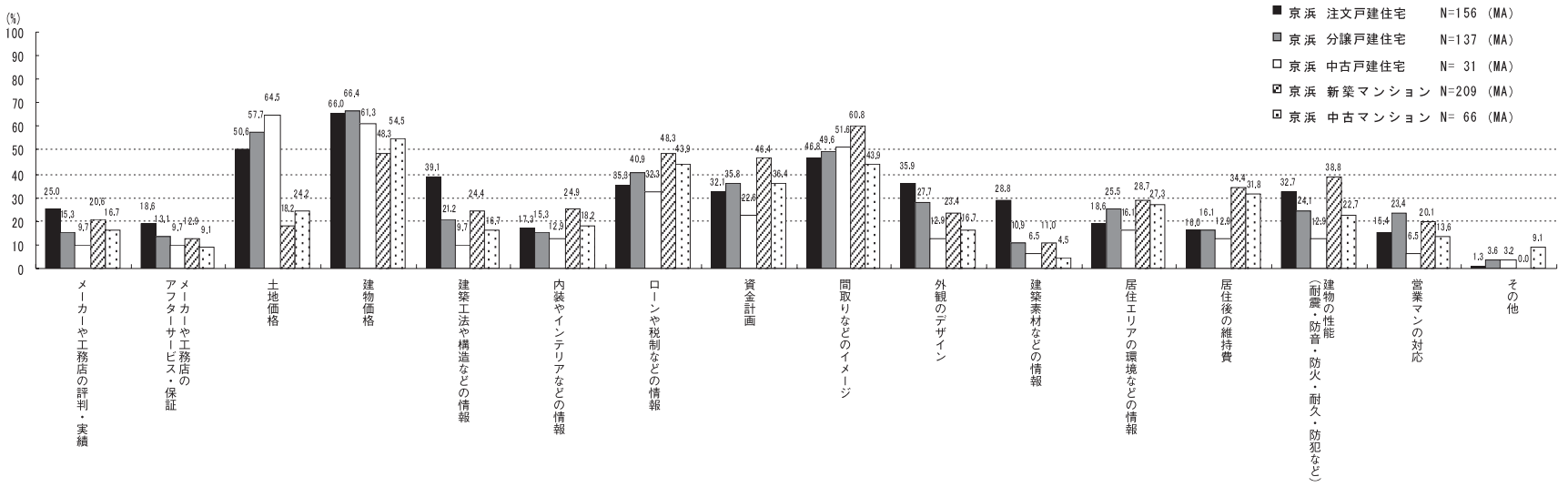
中部エリアでは、注文戸建住宅で「住宅メーカーの営業マン」「住宅展示場・モデルルーム」「現場完成見学会」等が目立つ。分譲戸建住宅・中古戸建住宅・中古マンションで「新聞の折込チラシ」、新築マンションで「マンションショールーム」等が目立つ。

京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「住宅メーカーの営業マン」「住宅展示場・モデルルーム」等が目立つ。分譲戸建住宅・中古戸建住宅・中古マンションで「新聞の折込チラシ」、新築マンションで「マンションショールーム」「住宅展示場・モデルルーム」等が目立っている。

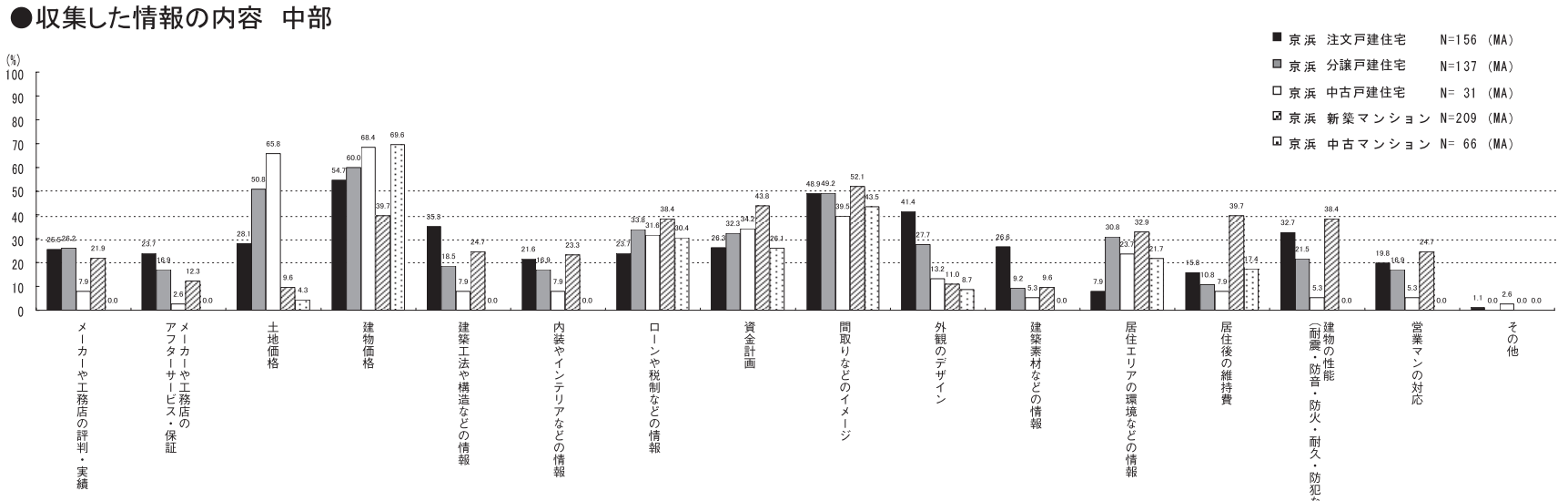
◇エリア×住居形態（第四段階　情報収集内容）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

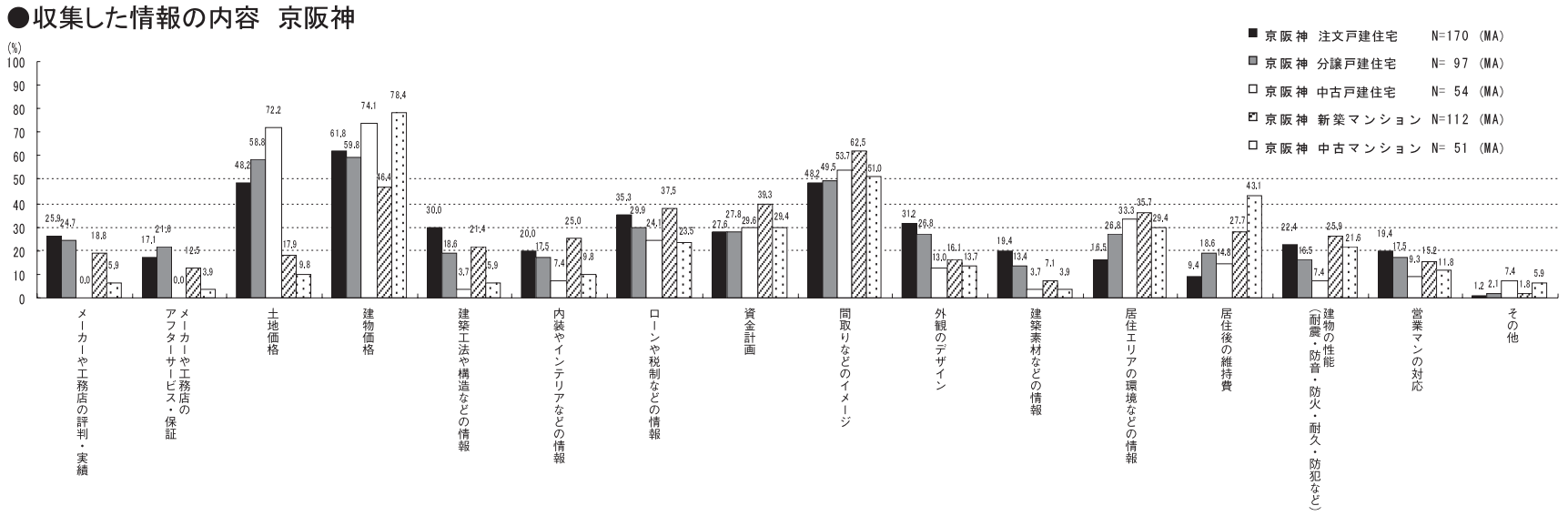
●収集した情報の内容　京浜



●収集した情報の内容　中部



●収集した情報の内容　京阪神



次ページのコメント参照 ➡

◇エリア×住居形態（第四段階　情報収集内容）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

➡ 前ページより続く

3エリア共に目立つのは「建物価格」「間取りなどのイメージ」等が目立っている。それ以外のエリア別の個別状況は次の通り。

京浜エリアでは、注文戸建住宅で「土地価格」「建物価格」「建築工法や構造などの情報」「外観のデザイン」「建築素材などの情報」「建物の性能」等が目立つ。分譲戸建住宅で「土地価格」「ローンや税制などの情報」等、中古戸建住宅で「土地価格」が目立つ。新築マンションで「ローンや税制などの情報」「資金計画」「居住エリアの環境などの情報」「居住後の維持費」「建物の性能」等が目立つ。

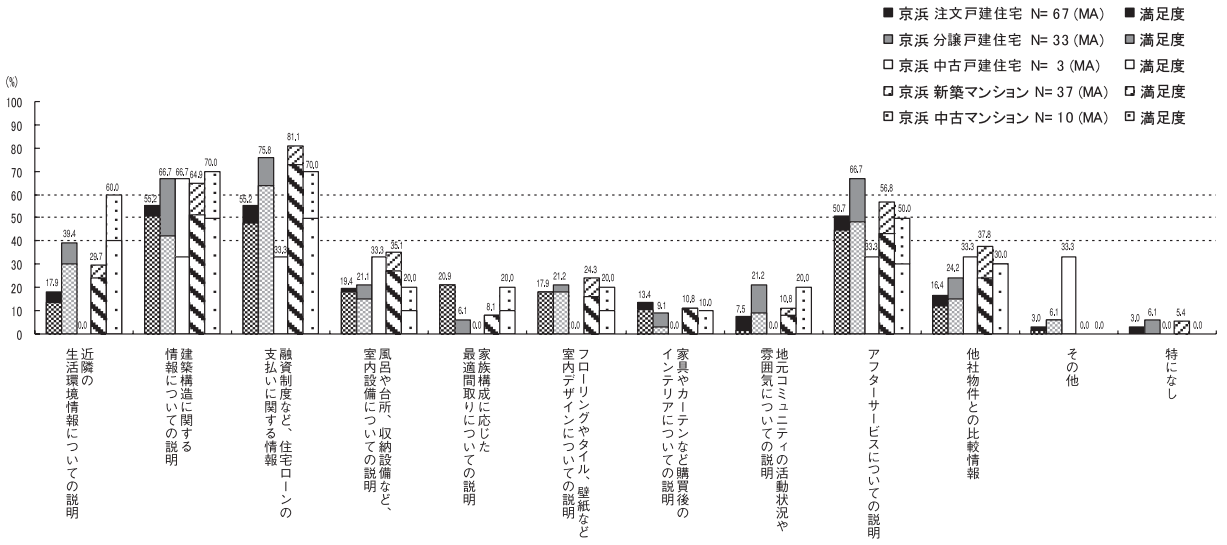
中部エリアでは、注文戸建住宅で「建築工法や構造などの情報」「外観のデザイン」「建築素材などの情報」「建物の性能」等が目立つ。分譲戸建住宅で「土地価格」「ローンや税制などの情報」「資金計画」「居住エリアの環境などの情報」等、中古戸建住宅で「土地価格」「ローンや税制などの情報」「資金計画」等が目立つ。新築マンションで「ローンや税制などの情報」「資金計画」「居住エリアの環境などの情報」「居住後の維持費」「建物の性能」等、中古マンションで「ローンや税制などの情報」等が目立っている。

京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「建築工法や構造などの情報」「ローンや税制などの情報」「外観のデザイン」等が目立つ。分譲戸建住宅で「土地価格」等、中古戸建住宅で「土地価格」「居住エリアの環境などの情報」等が目立つ。新築マンションで「ローンや税制などの情報」「資金計画」「居住エリアの環境などの情報」等、中古マンションで「居住後の維持費」等が目立つ。

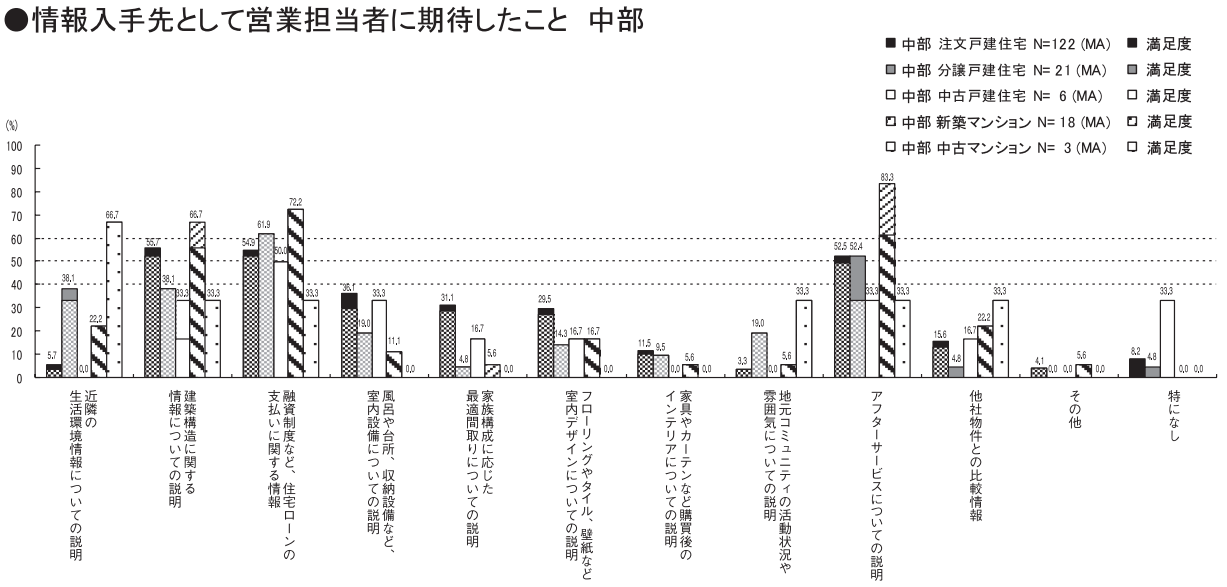
◇エリア×住居形態（第四段階　営業担当者への期待）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

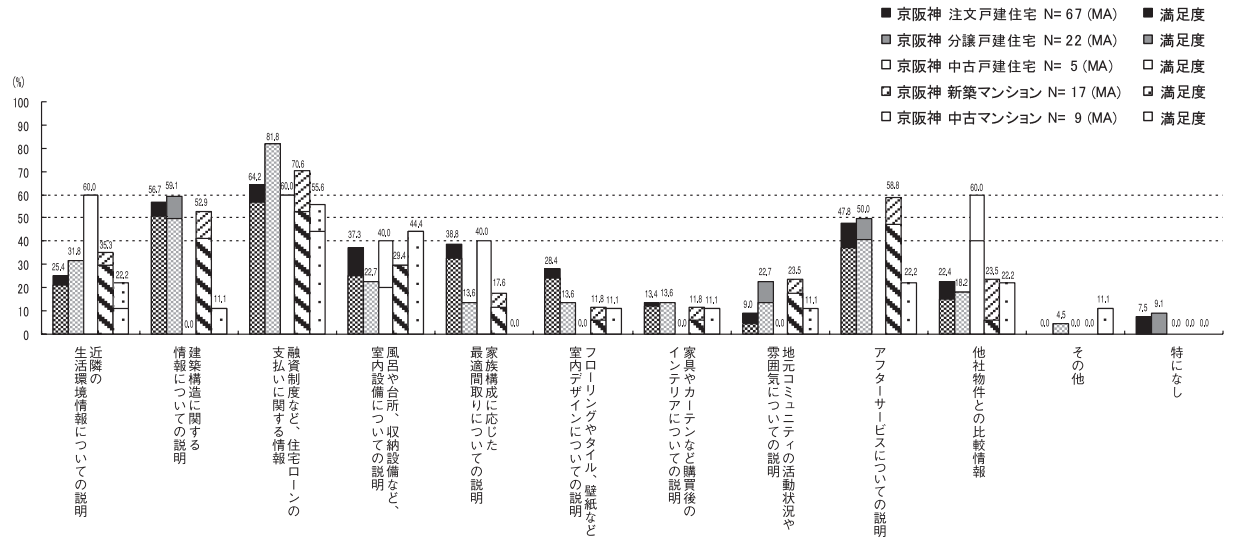
●情報入手先として営業担当者に期待したこと　京浜



●情報入手先として営業担当者に期待したこと　中部



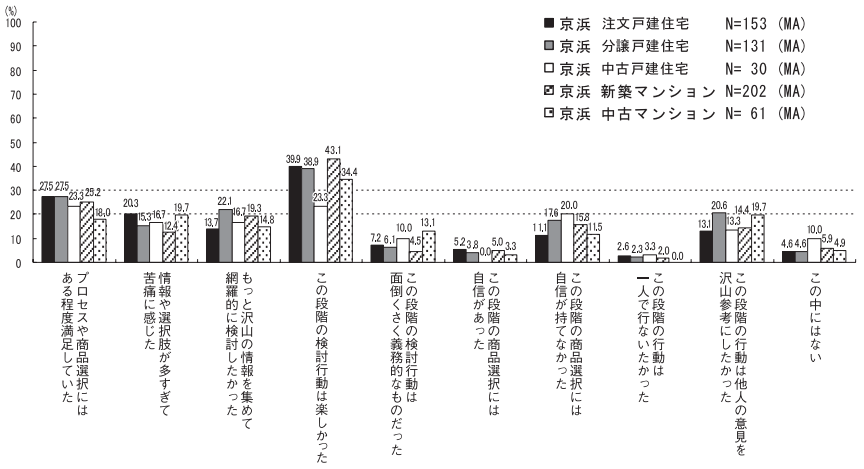
●情報入手先として営業担当者に期待したこと　京阪神



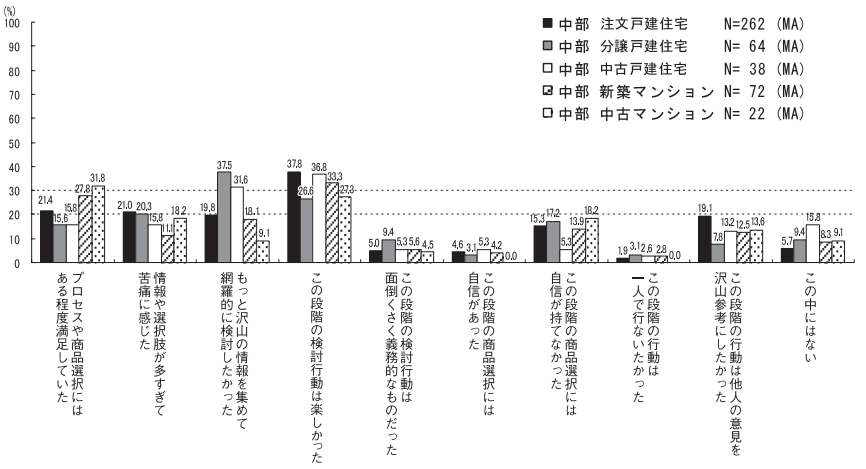
◇エリア×住居形態（各段階における意識と接触情報　第二段階・第三段階）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

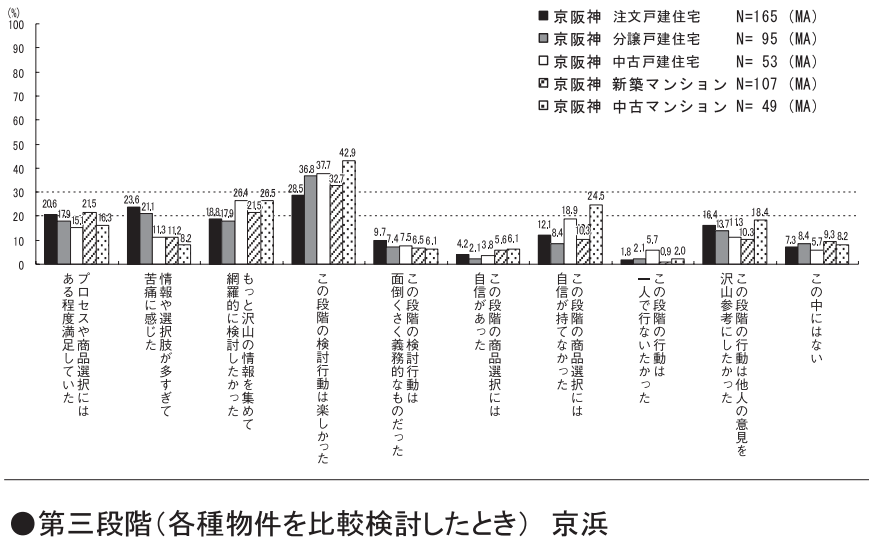
●第二段階（情報収集をし始めたとき） 京浜



●第二段階（情報収集をし始めたとき） 中部

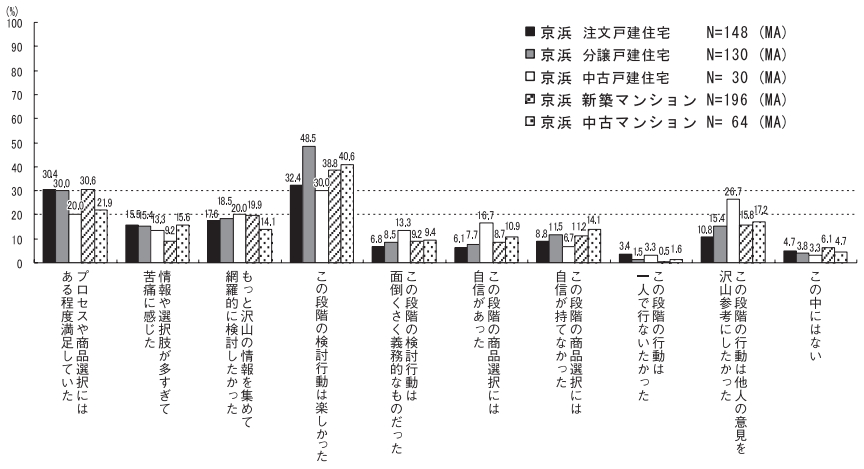


●第二段階（情報収集をし始めたとき） 京阪神

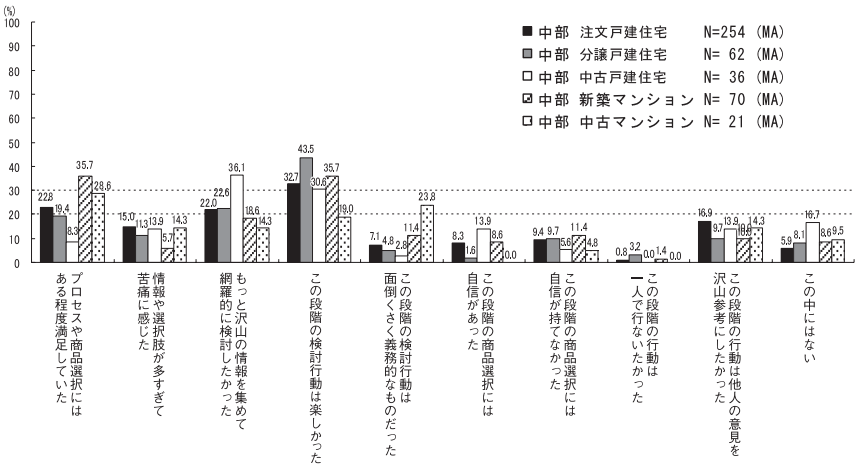


3エリア共に、「この段階の検討は楽しかった」が目立つ。京浜エリアでは新築マンション、中部エリアでは注文戸建住宅、京阪神エリアでは中古マンションが最も高くなっている。それ以外では、中部エリアでは分譲戸建住宅で、「もっと沢山の情報を集めて網羅的に検討したかった」が高いのが目立つ。

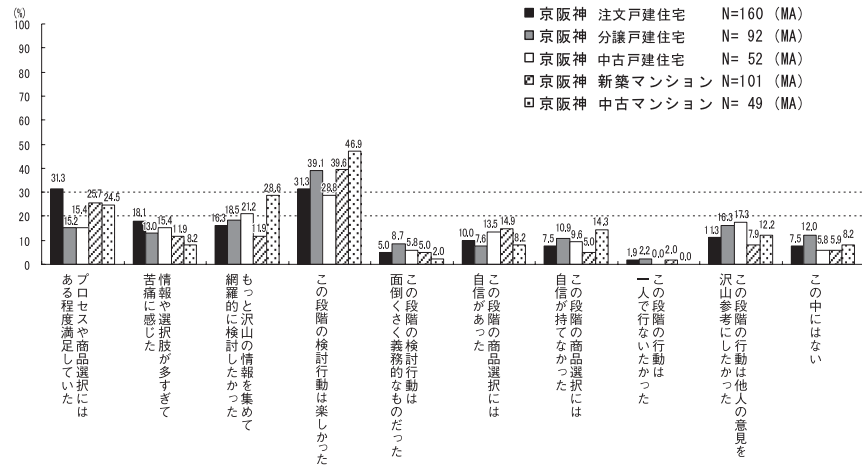
●第三段階（各種物件を比較検討したとき） 京浜



●第三段階（各種物件を比較検討したとき） 中部



●第三段階（各種物件を比較検討したとき） 京阪神

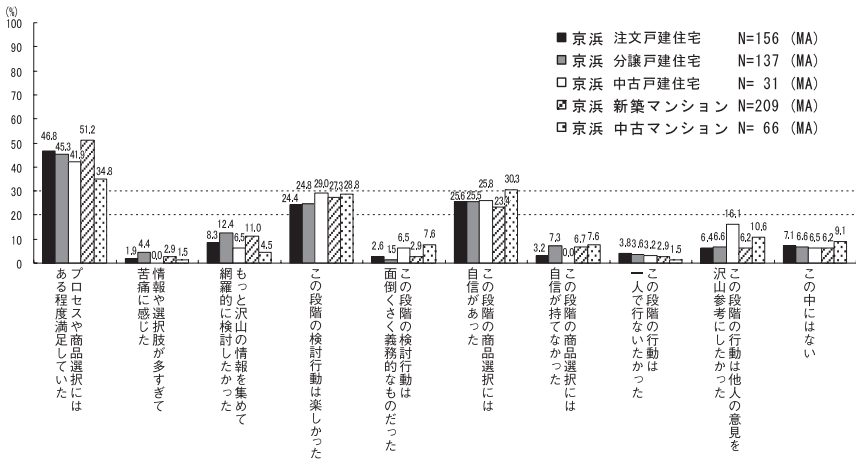


3エリア共に、「この段階の検討は楽しかった」が目立つ。京浜・中部エリアでは分譲戸建住宅、京阪神エリアでは中古マンションが高くなっている。それ以外の個別状況は次の通り。中部エリアでは中古戸建住宅において、「もっと沢山の情報を集めて網羅的に検討したかった」が高くなっているのが目立つ。

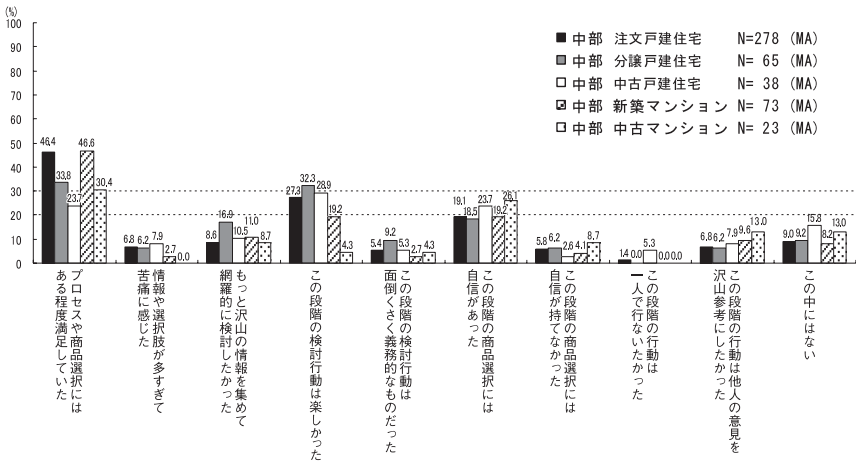
◇エリア×住居形態（各段階における意識と接触情報　第四段階）

※購入の各段階の詳細についてはp.8を参照のこと。

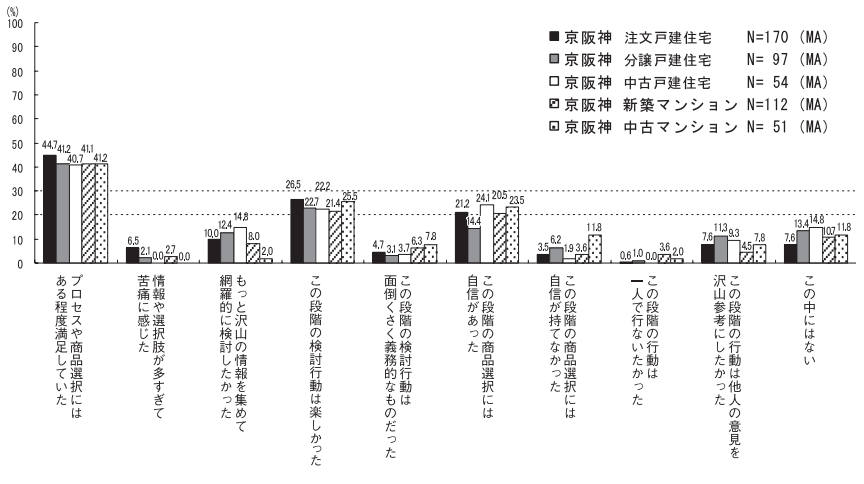
●第四段階（最終的に物件候補を絞り込んだとき） 京浜



●第四段階（最終的に物件候補を絞り込んだとき） 中部



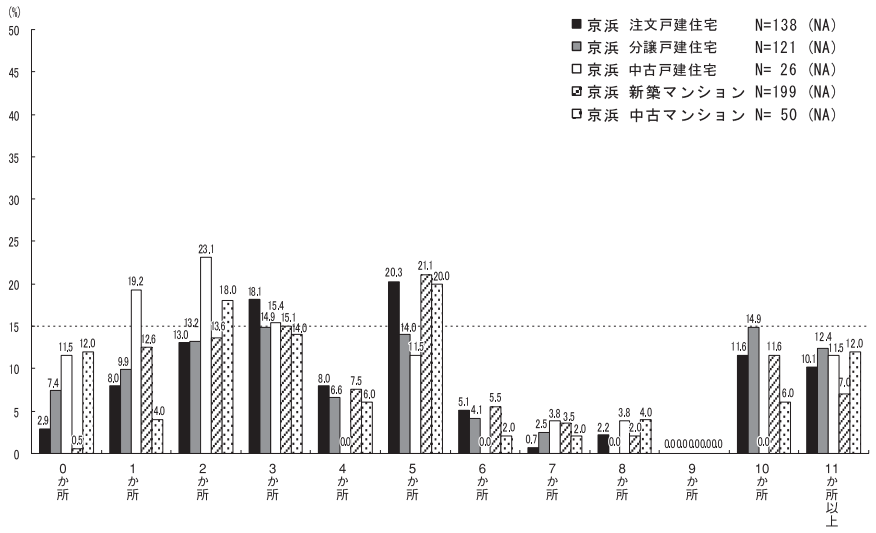
●第四段階（最終的に物件候補を絞り込んだとき） 京阪神



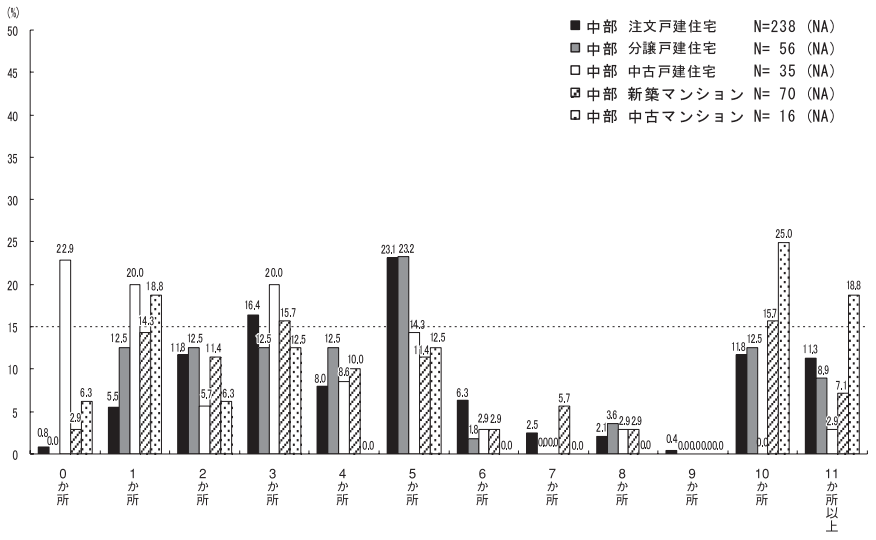
第二段階・第三段階と比べると、3エリア共に「この段階の検討行動は楽しかった」が下がり、「プロセスや商品選択にはある程度満足していた」が高くなっているのが目立つ。次いで「この段階の商品選択には自信があった」が続く。

◇エリア×住居形態（モデルルーム、住宅展示場　見学箇所数）

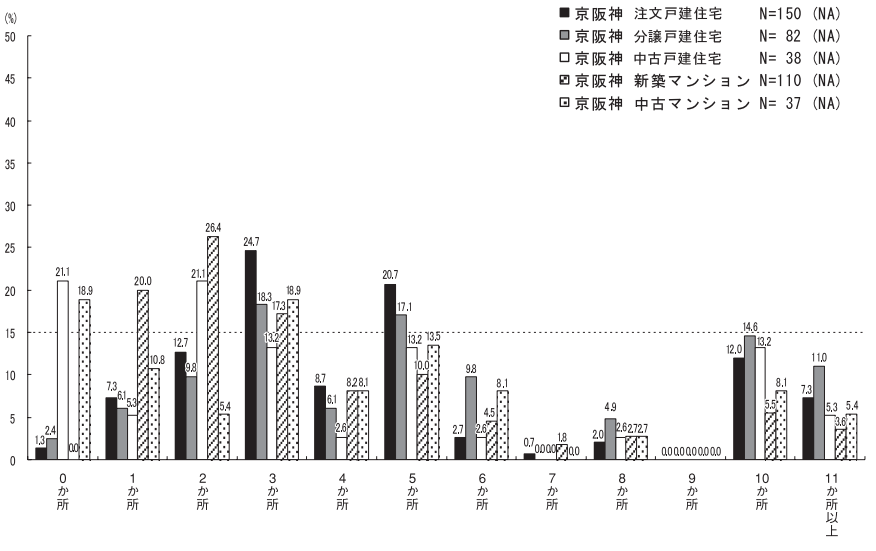
●モデルルーム、住宅展示場　見学箇所数　京浜



●モデルルーム、住宅展示場　見学箇所数　中部



●モデルルーム、住宅展示場　見学箇所数　京阪神



3エリア共に「0～5か所」、「10か所～11か所以上」の2つのヴォリュームゾーンがある。各エリアの個別状況は次の通り。

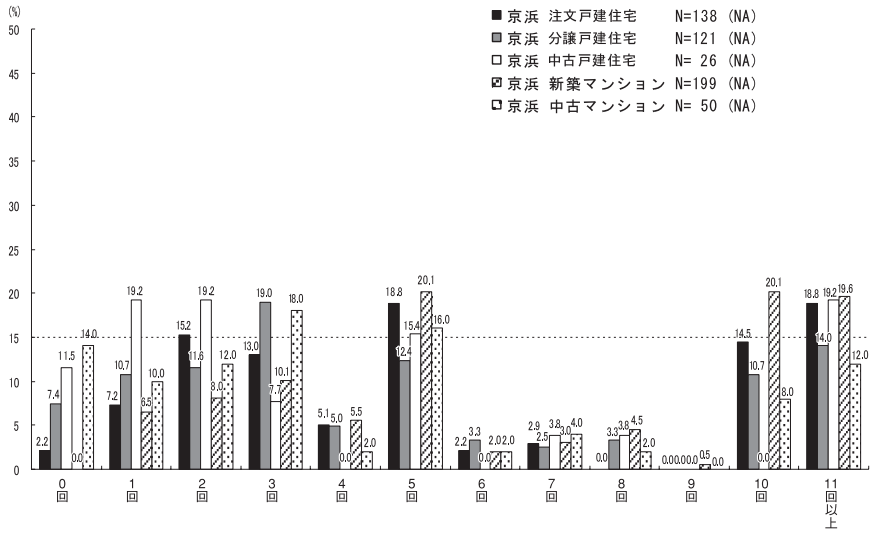
京浜エリアでは、注文戸建住宅・新築マンション・中古マンションで「5か所」が最も高い。分譲戸建住宅では「10か所」、中古戸建住宅は「2か所」が最も高くなっている。

中部エリアでは、注文戸建住宅・分譲戸建住宅で「5か所」が最も高い。新築マンションでは「3か所」「10か所」、中古マンションで「10か所」が最も高くなっている。中古戸建住宅は「0か所」が最も高い。

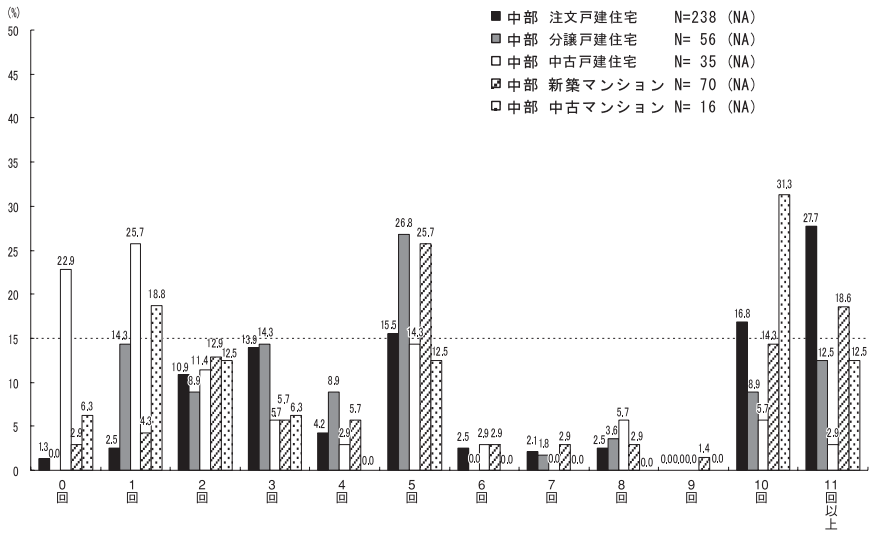
京阪神エリアでは、注文戸建住宅は「3か所」が最も高い。分譲戸建住宅は「3か所」、中古戸建住宅は「2か所」「0か所」、新築マンションは「2か所」、中古マンションは「3か所」が最も高くなっている。

◇エリア×住居形態（モデルルーム、住宅展示場　見学回数）

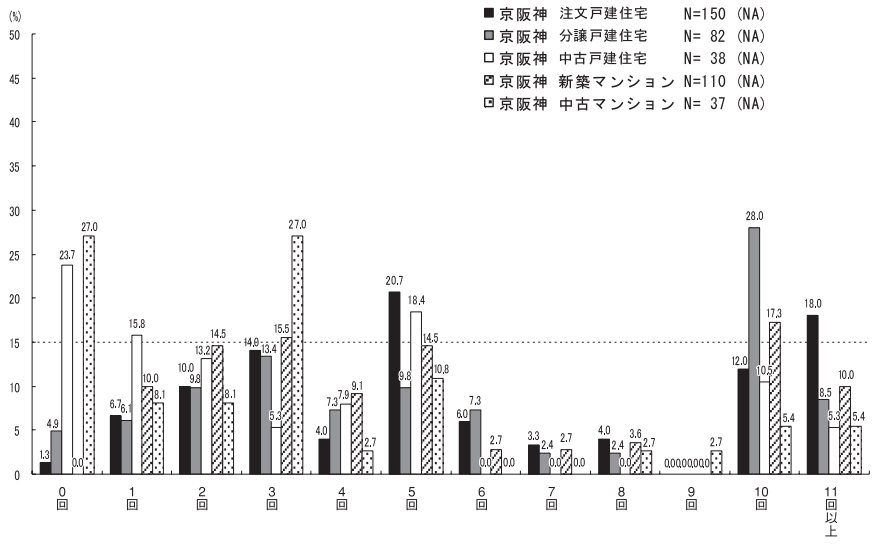
●モデルルーム、住宅展示場　見学回数　京浜



●モデルルーム、住宅展示場　見学回数　中部



●モデルルーム、住宅展示場　見学回数　京阪神



3エリア共に、「0～5回」「10回～11回以上」の2つのヴォリュームゾーンゾーンがある。それ以外の個別状況は次の通り。

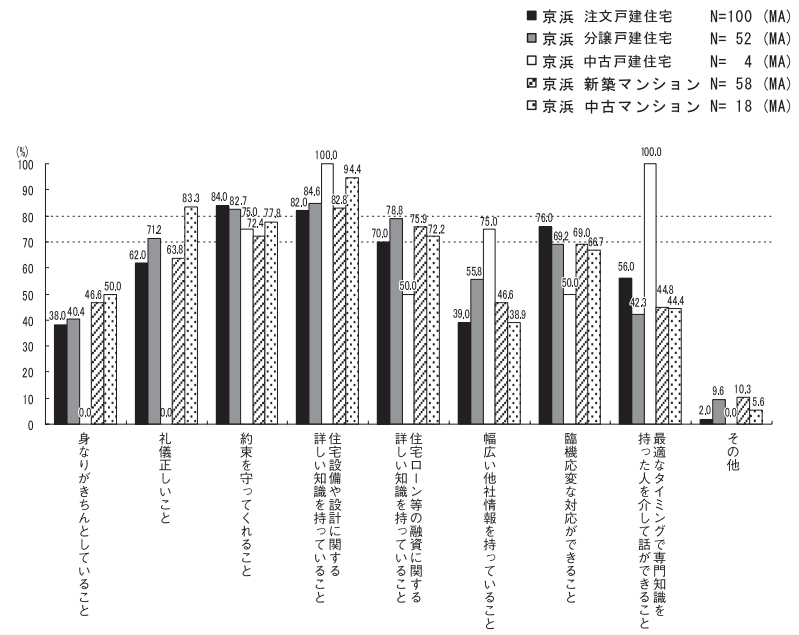
京浜エリアでは、注文戸建住宅で「5回」「11回以上」、分譲戸建住宅で「3回」、中古戸建住宅で「1回」「2回」「11回以上」、新築マンションで「5回」「10回」、中古マンションで「3回」が高くなっている。

中部エリアでは、注文戸建住宅で「11回以上」、分譲戸建住宅で「5回」、中古戸建住宅で「1回」、新築マンションで「5回」、中古マンションで「10回」が最も高くなっている。

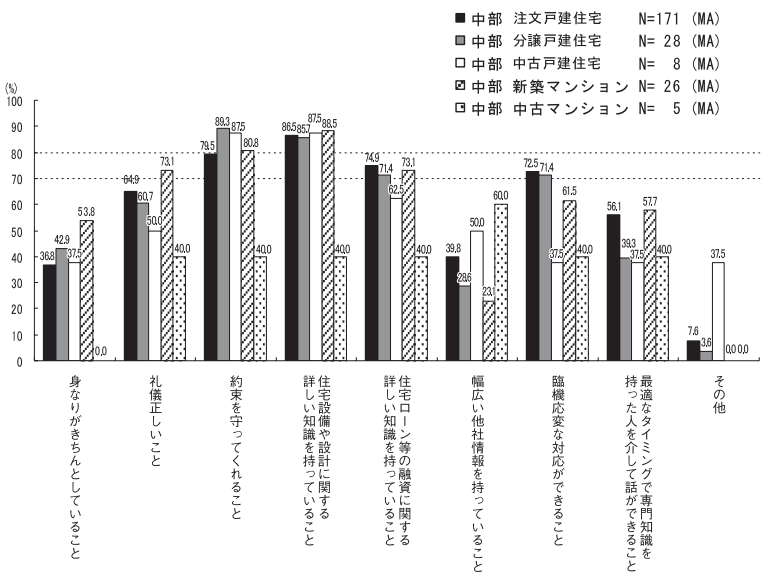
京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「5回」、分譲戸建住宅で「10回」、中古戸建住宅で「0回」、新築マンションで「10回」、中古マンションで「3回」「0回」が最も高い。

◇エリア×住居形態（営業担当者）

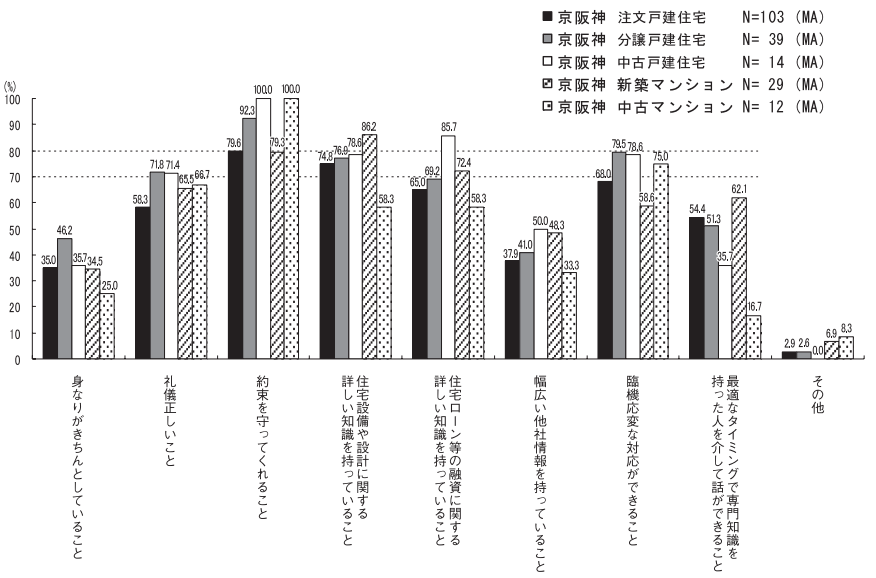
●住宅の購買において営業担当者に求めるもの　京浜



●住宅の購買において営業担当者に求めるもの　中部



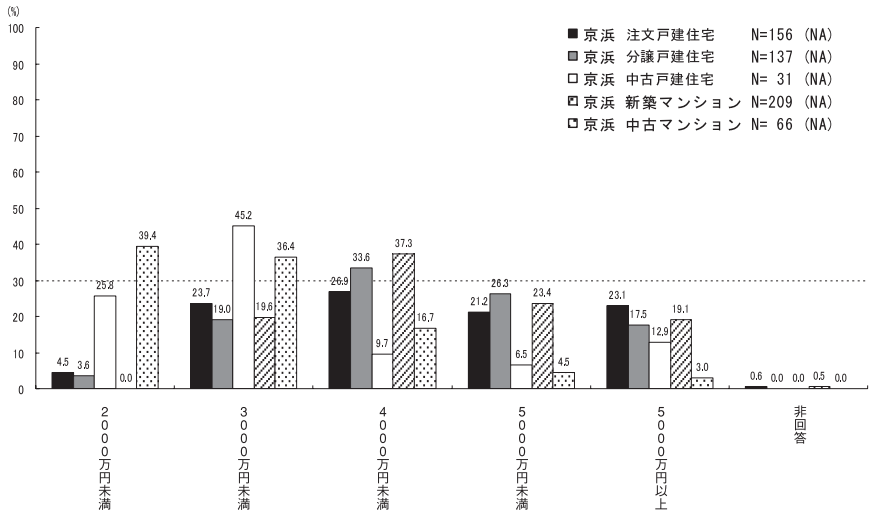
●住宅の購買において営業担当者に求めるもの　京阪神



3エリア共に概して目立つのは、「約束を守ってくれる」「住宅設備や設計に関する詳しい知識を持っている」である。その中でも、京浜エリアは「住宅設備や設計に関する詳しい知識を持っている」が目立ち、中部エリアは2つが同じくらい、京阪神エリアは「約束を守ってくれる」の方が目立つ。3エリア共に、それ以外では「礼儀正しいこと」「住宅ローン等の融資に関する詳しい知識を持っていること」「臨機応変な対応ができること」が続く。

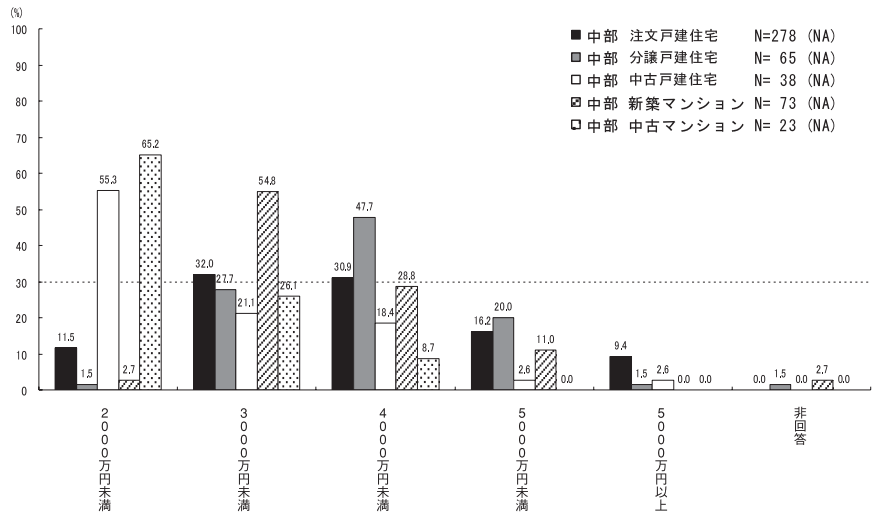
◇エリア×住居形態（購入物件価格）

●購入物件価格　京浜



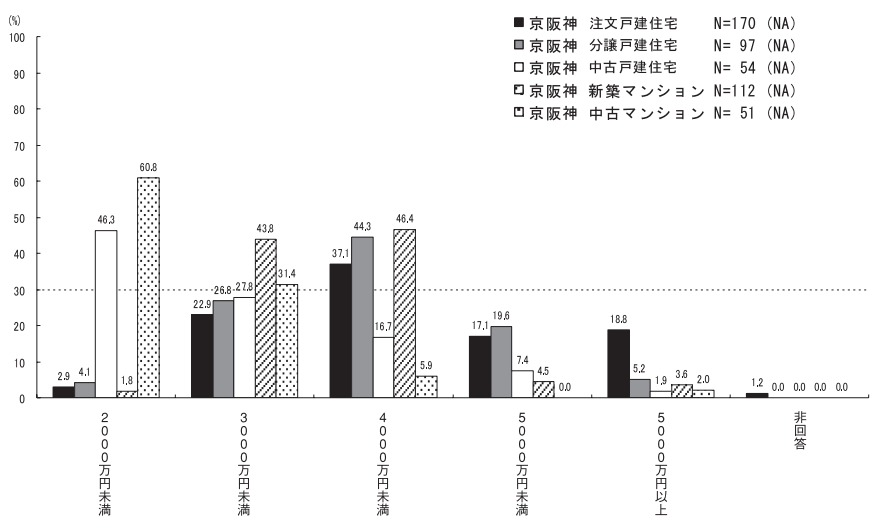
注文戸建住宅・分譲戸建住宅・新築マンションでは「4000万円未満」が最も高い。中古戸建住宅では「3000万円未満」が最も高い。中古マンションでは「2000万円未満」が最も高くなっている。それ以外の特徴としては、注文戸建住宅では「3000万円未満」～「5000万円以上」までほぼ同じヴォリュームがあること、特に「5000万円以上」では最も高いこと等である。

●購入物件価格　中部



注文戸建住宅では「3000万円未満」「4000万円未満」が目立つ。分譲戸建住宅では「4000万円未満」が最も目立つ。中古戸建住宅と中古マンションでは「2000万円未満」、新築マンションでは「3000万円未満」が最も高くなっている。

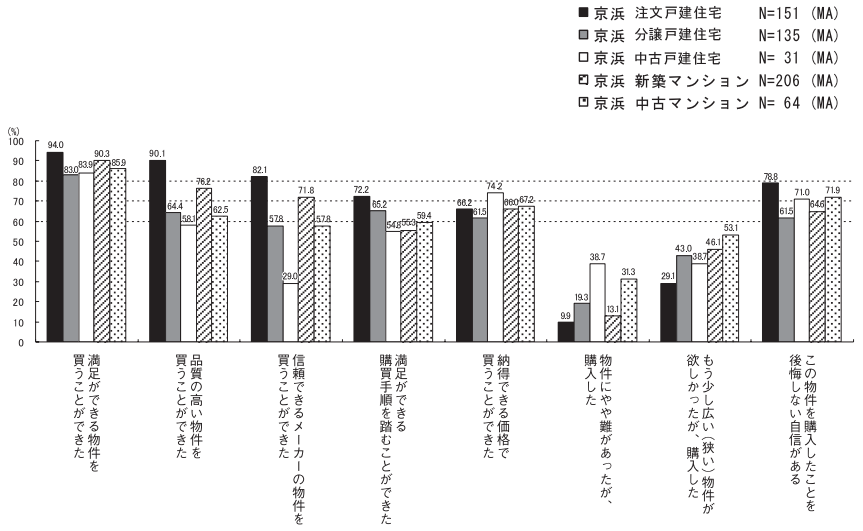
●購入物件価格　京阪神



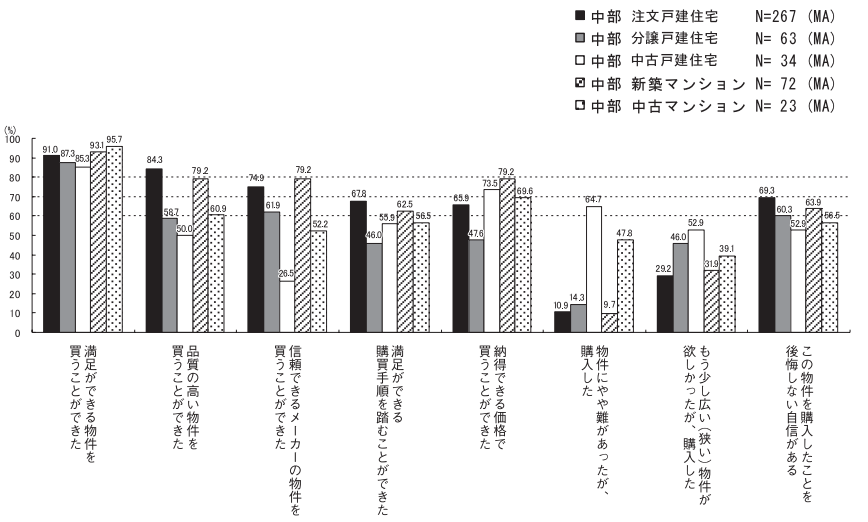
注文戸建住宅・分譲戸建住宅・新築マンションは「4000万円未満」が最も高い。中古戸建住宅と中古マンションは「2000万円未満」が最も高い。さらに、注文戸建住宅では「5000万円以上」も目立つ。

◇エリア×住居形態（合致度）

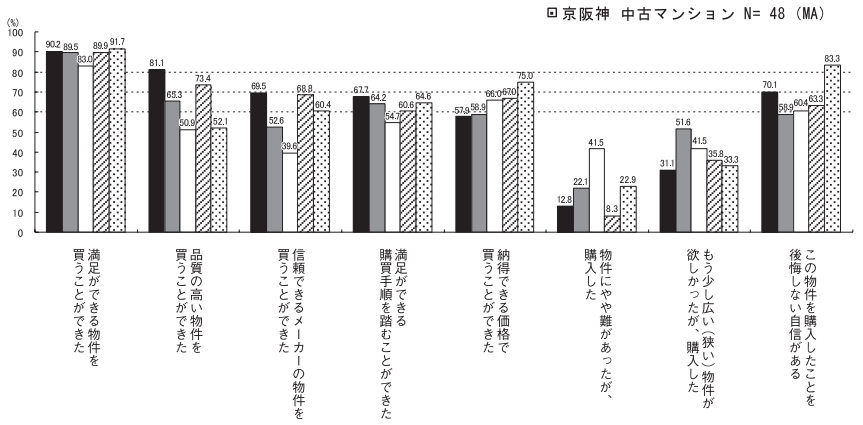
●住宅購入について当てはまると思うこと　京浜



●住宅購入について当てはまると思うこと　中部



●住宅購入について当てはまると思うこと　京阪神



3エリア共に「満足できる物件を買うことができた」が最も高くなっている。それ以外の個別状況は次の通り。

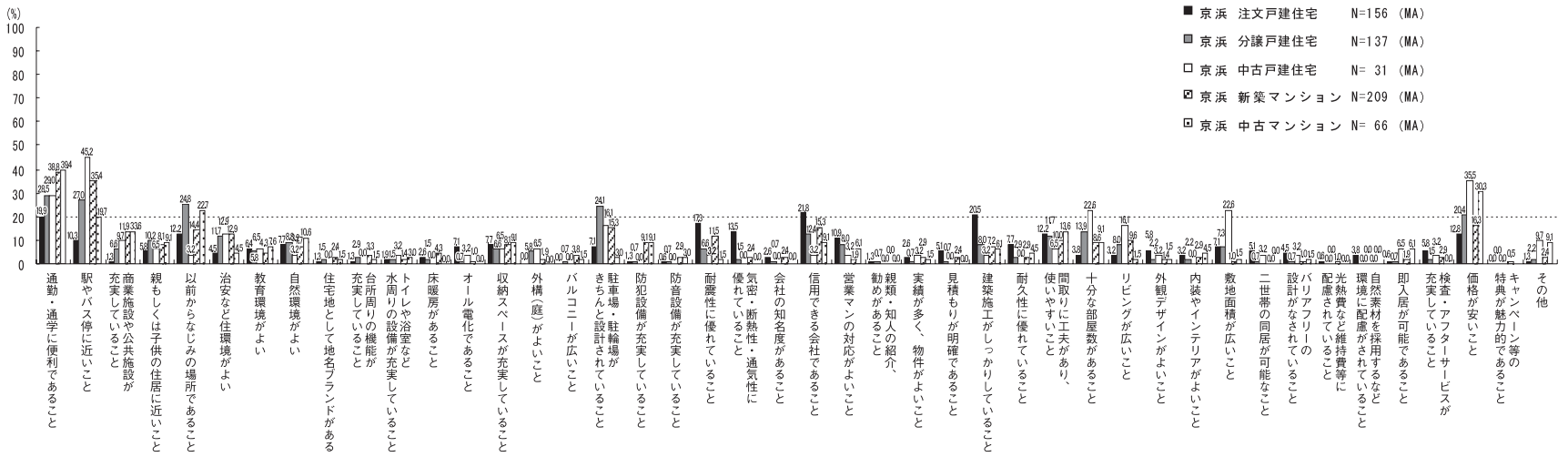
京浜エリアでは、注文戸建住宅でプラス評価の項目において高い割合が目立つ。プラスの評価の項目とは、「品質の高い物件を買うことができた」「信頼できるメーカーの物件を買うことができた」「満足ができる購買手順を踏むことができた」「納得できる価格で買うことができた」「この物件を購入したことを後悔しない自信がある」等である。逆にマイナスの評価が低くなっている。マイナスの評価とは「物件にやや難があったが、購入した」「もう少し広い（狭い）物件が欲しかったが、購入した」等である

中部エリアでは、注文戸建住宅と新築マンションで「品質の高い物件を買うことができた」「信頼できるメーカーの物件を買うことができた」「満足ができる購買手順を踏むことができた」「納得できる価格で買うことができた」「この物件を購入したことを後悔しない自信がある」等のプラス評価が目立つ。一方、「物件にやや難があったが購入した」というマイナス評価について、中古戸建住宅と中古マンションが高いのが目立つ。さらに、「もう少し広い（狭い）物件が欲しかった」というマイナスの評価について、分譲戸建住宅と中古戸建住宅が高いのが目立つ。

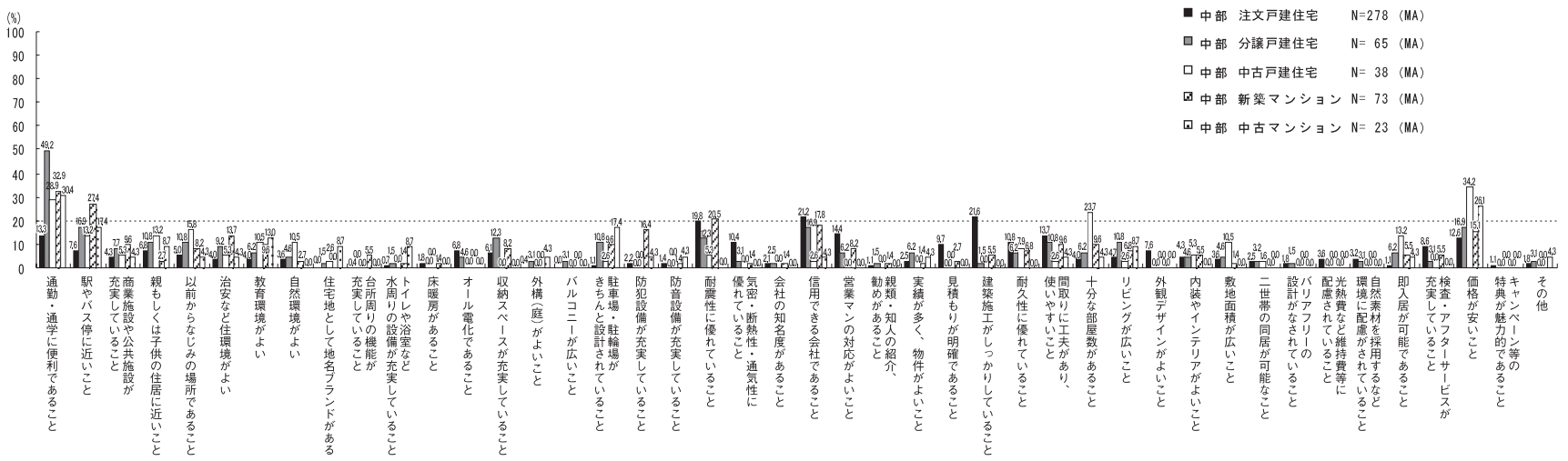
京阪神エリアでは、注文戸建住宅と新築マンションで「品質の高い物件を買うことができた」「信頼できるメーカーの物件を買うことができた」等のプラス評価が高いのが目立つ。「納得できる価格で買うことができた」「この物件を購入したことを後悔しない自信がある」等のプラス評価では中古マンションが目立っている。マイナス評価では、「物件にやや難があったが、購入した」で中古戸建住宅が目立つ。さらに「もう少し広い（狭い）物件が欲しかったが、購入した」で分譲戸建住宅と中古戸建住宅が、特に分譲戸建住宅が高いのが目立つ。

◇エリア×住居形態（購入後評価）

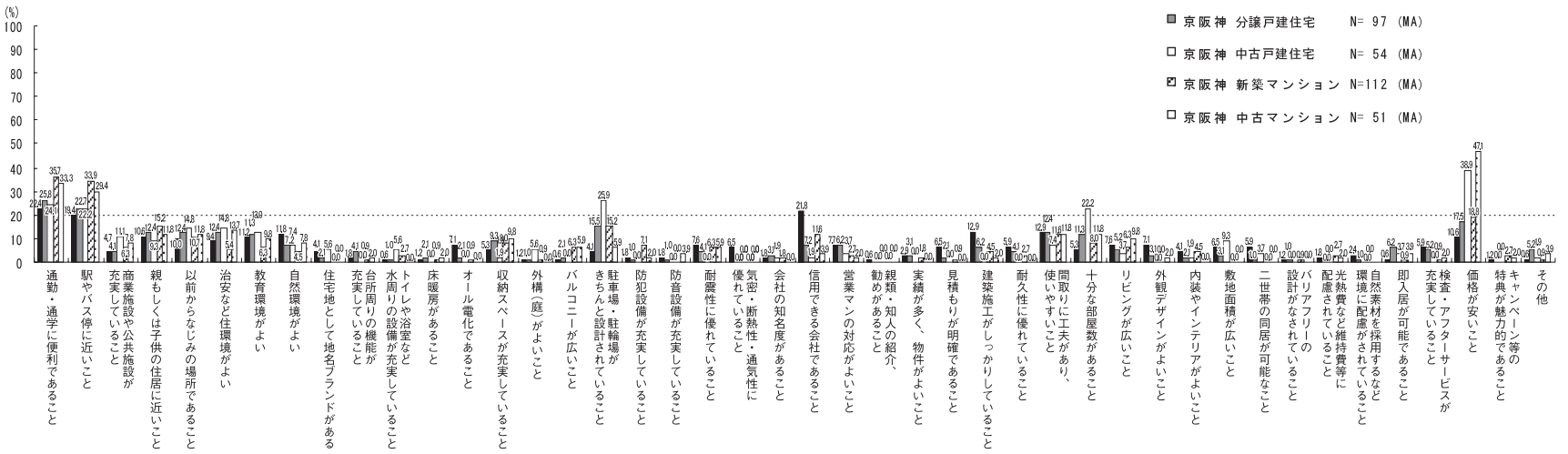
●購入後評価できること　京浜



●購入後評価できること　中部



●購入後評価できること　京阪神



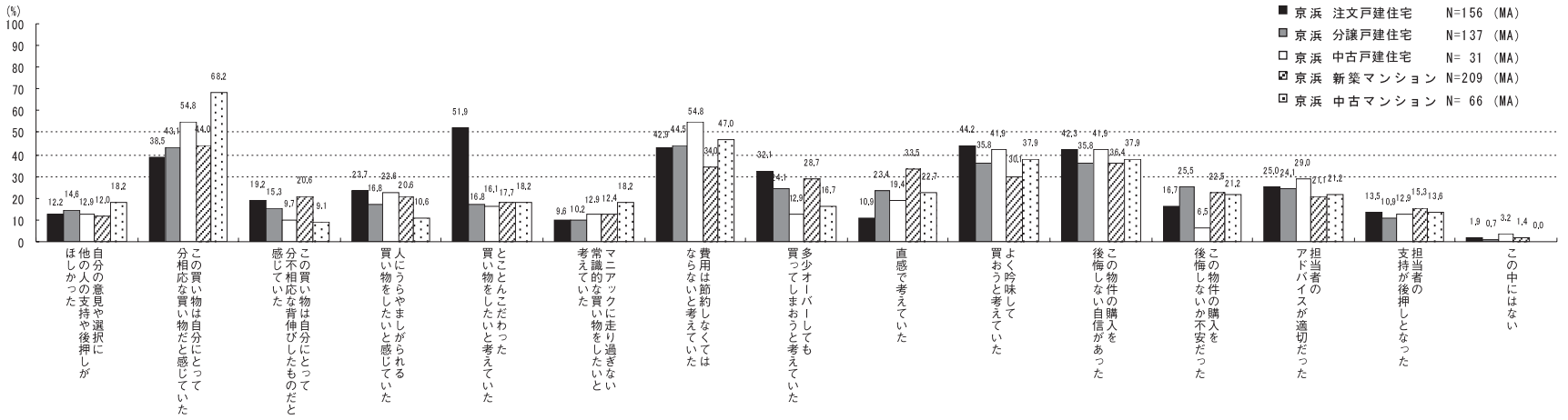
3エリア共にいえることは次の通り。今回の「購入後評価できること」と第三段階の「各物件を比較検討していたころに重視していたこと」（p.147）、第四段階の「候補を絞り込む際基準にしたこと」（p.155、p.156）は同じ質問をおこなっている。しかし、第三段階、第四段階と低くなり、今回の「購入後評価できること」が最も低い結果となっている。しかも、目立つものでも20%前後という低さである。その中でも、まあまあ目立つのは「通勤通学に便利」「駅やバス停に近い」「駐車場・駐輪場がきちんと設計されている」「信用できる会社」「十分な部屋数」「価格が安い」等である。家そのものの評価がほとんど入ってないのが気になるところである。それ以外の個別の状況は次の通り。

京浜エリアでは、注文戸建住宅で「建築施工がしっかりしている」等が目立つ。分譲戸建住宅で「以前からなじみの場所」等、中古戸建住宅で「敷地面積が広い」等、中古マンションで「以前からなじみの場所であること」等が目立っている。

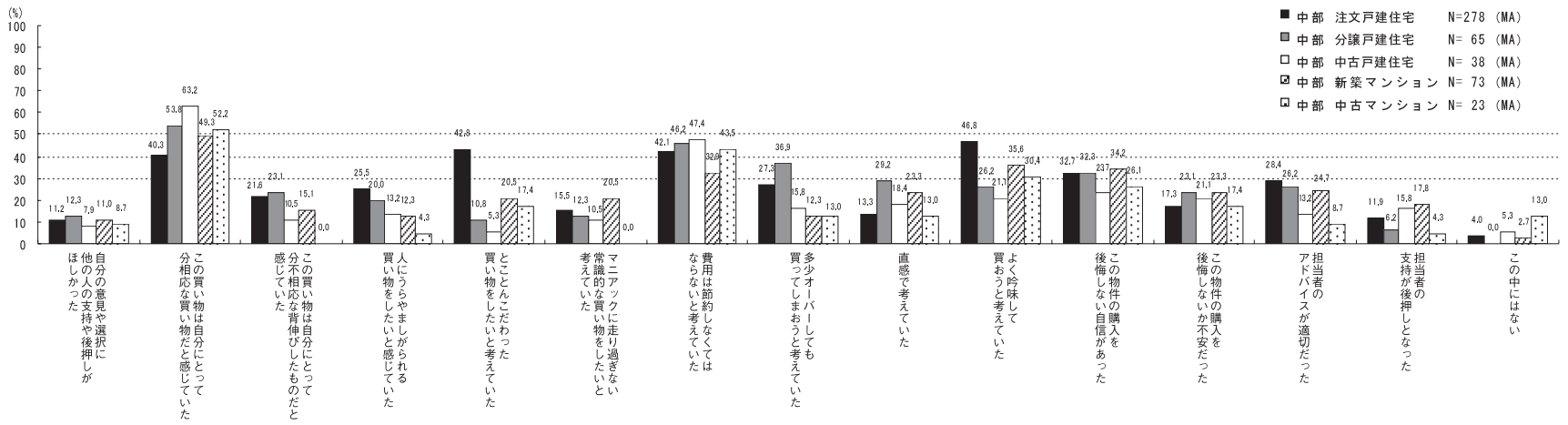
中部エリアでは、注文戸建住宅で「耐震性に優れていること」「建築施工がしっかりしている」等、中古マンションで「耐震性に優れていること」等が目立つ。

◇エリア×住居形態（気持ち）

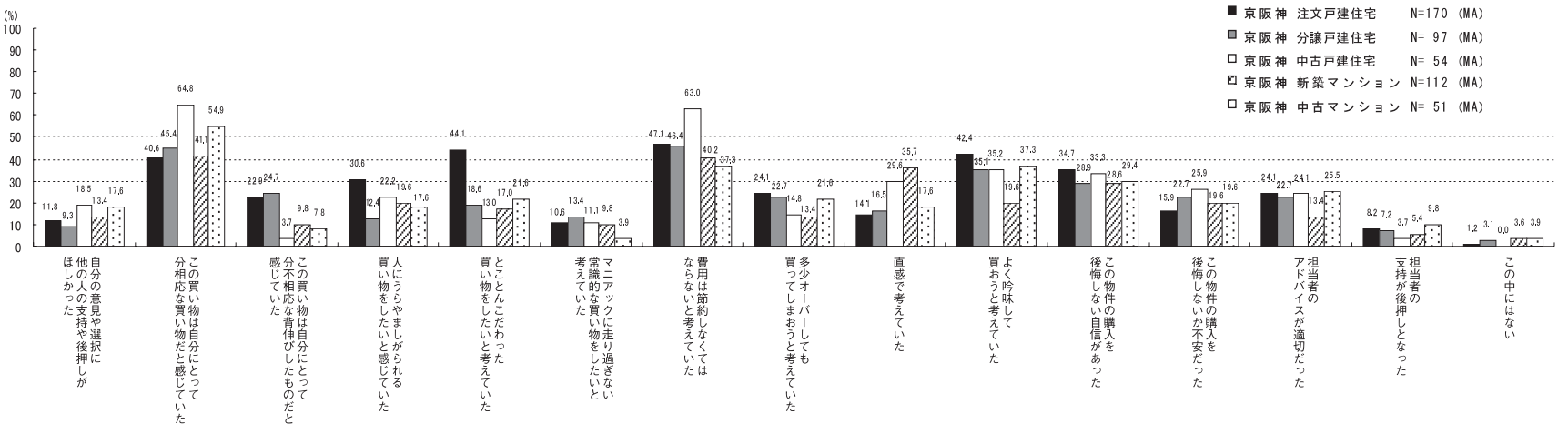
●住宅購入全体を通じての気持ち　京浜



●住宅購入全体を通じての気持ち　中部



●住宅購入全体を通じての気持ち　京阪神



3エリア共に共通して目立つのは、「この買い物は自分にとって分相応な買い物だと感じていた」「費用は節約しなくてはならないと考えていた」、次いで「よく吟味して買おうと考えていた」「この物件の購入を後悔しない自信があった」が続く。それ以外の個別状況は次の通り。

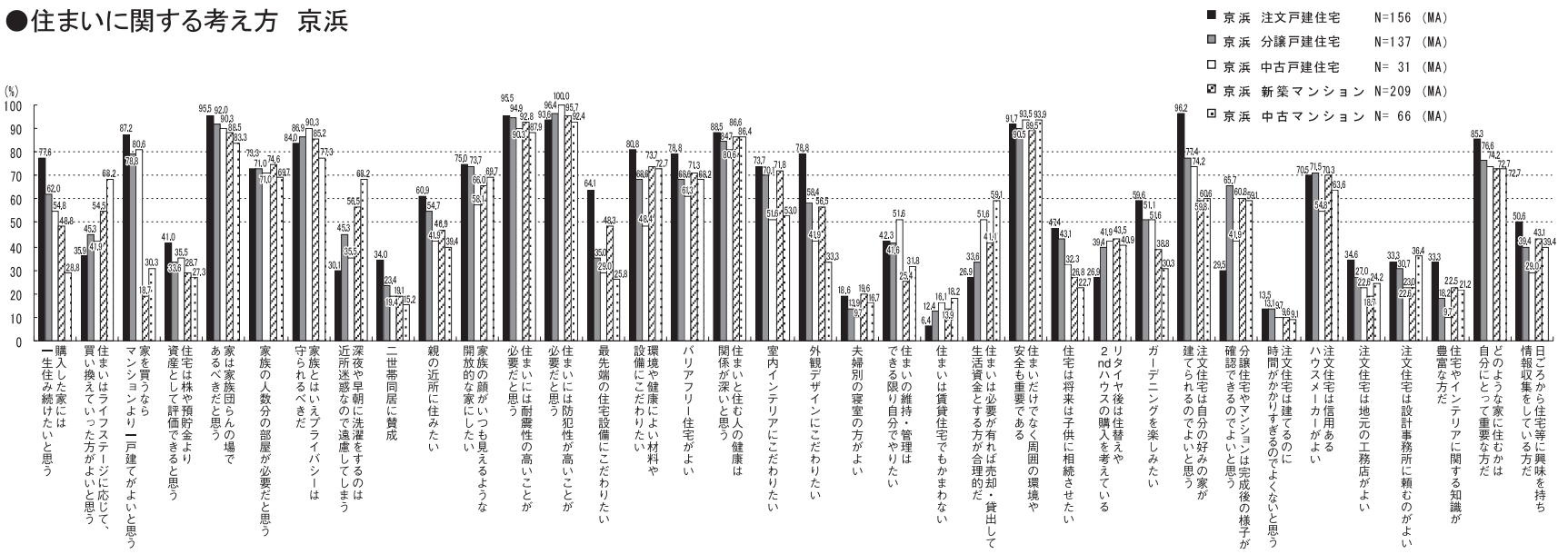
京浜エリアでは注文戸建住宅で「とことんこだわった買い物をしたいと考えていた」「多少オーバーしても買ってしまおうと考えていた」が目立つ。分譲戸建住宅・新築マンションで「多少オーバーしても買ってしまおうと考えていた」「直感で考えていた」が目立つ。

中部エリアでは、注文戸建住宅で「とことんこだわった買い物をしたいと考えていた」、分譲戸建住宅で「多少オーバーしても買ってしまおうと考えていた」「直感で考えていた」が目立つ。

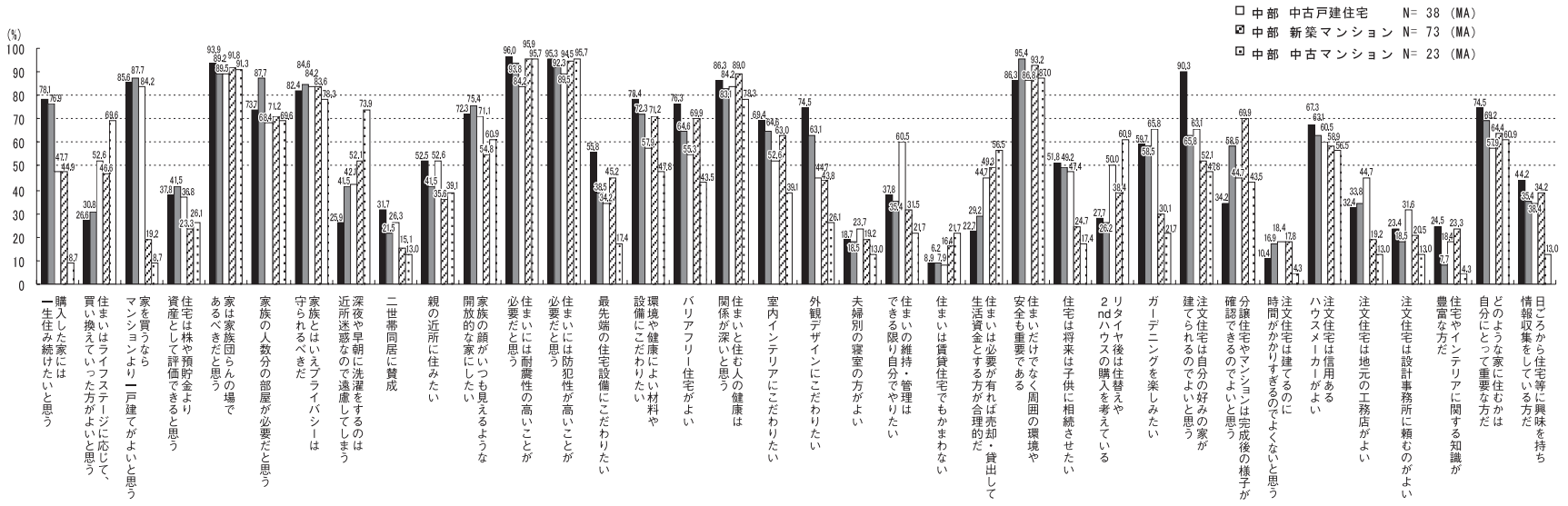
京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「人にうらやましがられる買い物をしたいと感じていた」「とことんこだわった買い物をしたいと考えていた」、中古戸建住宅と新築マンションで「直感で考えていた」が目立っている。

◇エリア×住居形態（住まいに関する考え方）

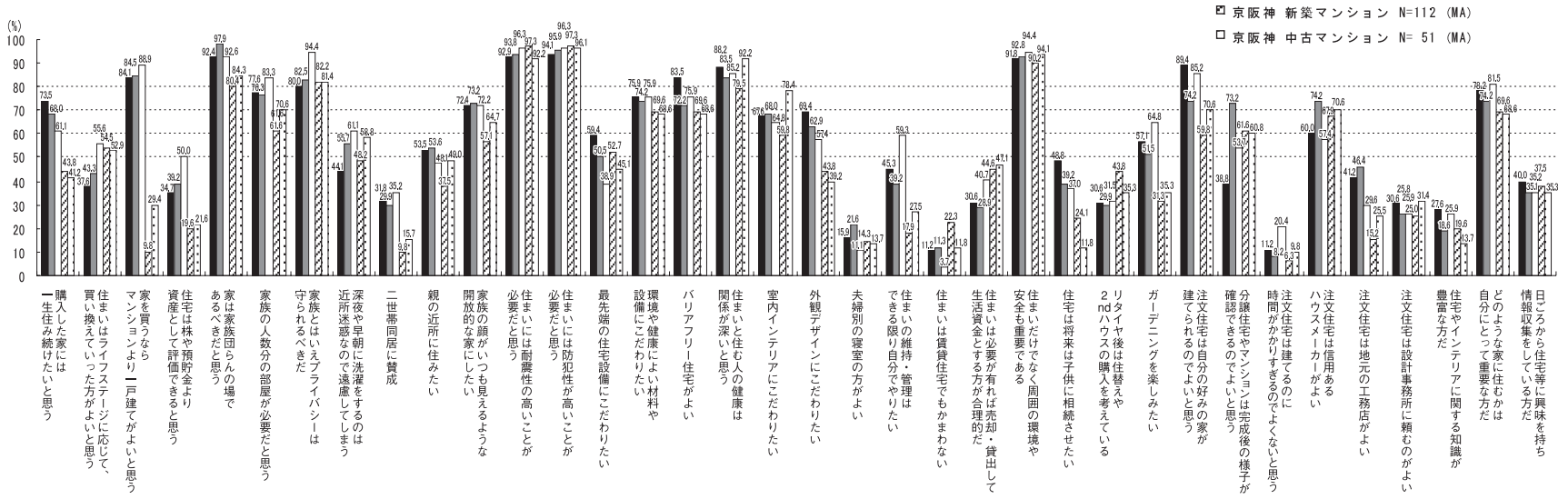
●住まいに関する考え方　京浜



●住まいに関する考え方　中部



●住まいに関する考え方　京阪神



次ページのコメント参照 ➡

◇エリア×住居形態（住まいに関する考え方）

➡ 前ページより続く

3エリア共に目立つのは、「家は家族団らんの場であるべき」「家族とはいえプライバシーは守られるべき」「住まいには耐震性の高いことが必要」「住まいには防犯性が高いことが必要」「住まいと住む人の健康は関係が深い」「住まいだけでなく周囲の環境や安全も重要」である。それ以外の個別の状況は次の通り。

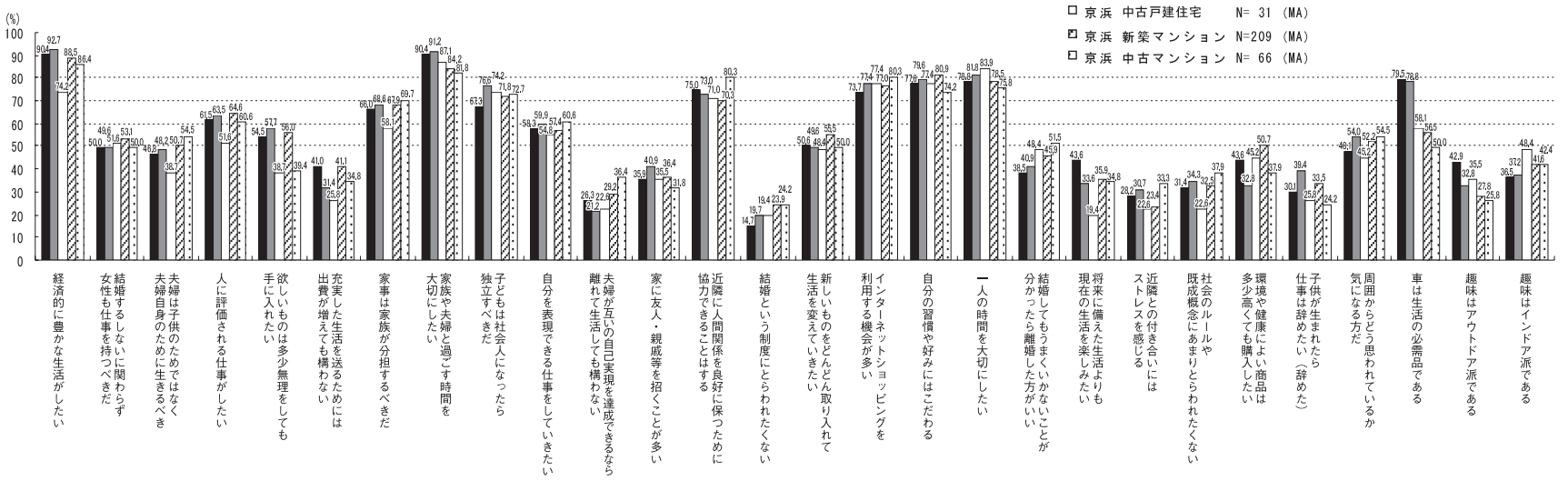
京浜エリアでは、注文戸建住宅で「購入した家には一生住み続けたいと思う」「家を買うならマンションより一戸建てがよいと思う」「親の近所に住みたい」「家族の顔がいつも見えるような開放的な家にしたい」「最先端の住宅設備にこだわりたい」「環境や健康によい材料や設備にこだわりたい」「バリアフリー住宅がよい」「室内インテリアにこだわりたい」「外観デザインにこだわりたい」「ガーデニングを楽しみたい」「注文住宅は自分の好みの家が建てられるのでよいと思う」「注文住宅は信用あるハウスメーカーがよい」「どのような家に住むかは自分にとって重要な方だ」「日ごろから住宅等に興味を持ち情報収集をしている方だ」等が目立つ。分譲戸建住宅で「分譲住宅やマンションは完成後の様子が確認できるのでよいと思う」「注文住宅は信用あるハウスメーカーがよい」等、中古戸建住宅で「住まいの維持・管理はできる限り自分でやりたい」等が目立つ。新築マンションで「家族の人数分の部屋が必要だと思う」「注文住宅は信用あるハウスメーカーがよい」等、中古マンションで「住まいはライフステージに応じて、買い換えていった方がよいと思う」「深夜や早朝に洗濯をするのは近所迷惑なので遠慮してしまう」「住まいは必要が有れば売却・貸出して生活資金とする方が合理的だ」等が目立つ。

中部エリアでは、注文戸建住宅で「購入した家には一生住み続けたいと思う」「親の近所に住みたい」「最先端の住宅設備にこだわりたい」「環境や健康によい材料や設備にこだわりたい」「バリアフリー住宅がよい」「室内インテリアにこだわりたい」「外観デザインにこだわりたい」「住宅は将来は子供に相続させたい」「注文住宅は自分の好みの家が建てられるのでよいと思う」「注文住宅は信用あるハウスメーカーがよい」「どのような家に住むかは自分にとって重要な方だ」等が目立つ。分譲戸建住宅で「家を買うならマンションより一戸建てがよいと思う」「家族の人数分の部屋が必要だと思う」「家族の顔がいつも見えるような開放的な家にしたい」等が目立つ。中古戸建住宅は「親の近所に住みたい」「住まいの維持・管理はできる限り自分でやりたい」「ガーデニングを楽しみたい」等が目立つ。新築マンションで「分譲住宅やマンションは完成後の様子が確認できるのでよいと思う」等、中古マンションで「住まいはライフステージに応じて、買い換えていった方がよいと思う」「深夜や早朝に洗濯をするのは近所迷惑なので遠慮してしまう」「住まいは必要が有れば売却・貸出して生活資金とする方が合理的だ」「リタイヤ後は住替えや2ndハウスの購入を考えている」等が目立っている。

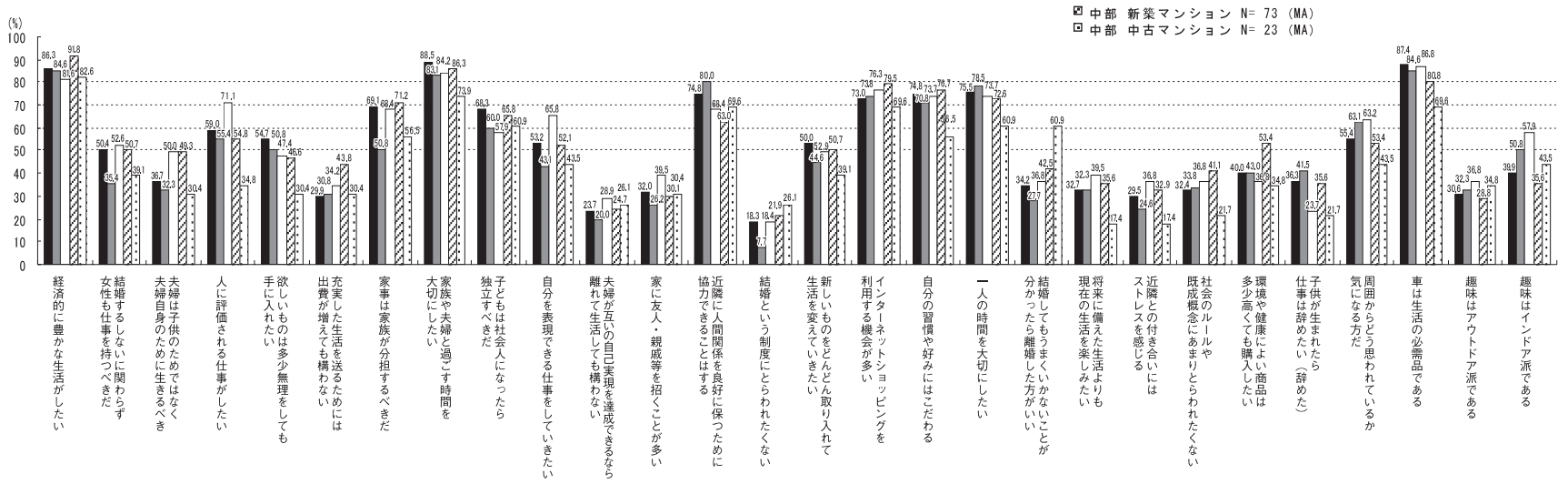
京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「注文住宅は自分の好みの家が建てられるのでよいと思う」が最も高くなっている。さらに、続いて「購入した家には一生住み続けたいと思う」「親の近所に住みたい」「家族の顔がいつも見えるような開放的な家にしたい」「最先端の住宅設備にこだわりたい」「環境や健康によい材料や設備にこだわりたい」「バリアフリー住宅がよい」「外観デザインにこだわりたい」「注文住宅は自分の好みの家が建てられるのでよいと思う」等が目立つ。分譲戸建住宅では「親の近所に住みたい」「家族の顔がいつも見えるような開放的な家にしたい」「環境や健康によい材料や設備にこだわりたい」「分譲住宅やマンションは完成後の様子が確認できるのでよいと思う」「注文住宅は信用あるハウスメーカーがよい」等が目立つ。中古戸建住宅で「住まいはライフステージに応じて、買い換えていった方がよいと思う」「家を買うならマンションより一戸建てがよいと思う」「住宅は株や預貯金より資産として評価できると思う」「家族の人数分の部屋が必要だと思う」「深夜や早朝に洗濯をするのは近所迷惑なので遠慮してしまう」「家族の顔がいつも見えるような開放的な家にしたい」「環境や健康によい材料や設備にこだわりたい」「住まいの維持・管理はできる限り自分でやりたい」「ガーデニングを楽しみたい」「注文住宅は自分の好みの家が建てられるのでよいと思う」「どのような家に住むかは自分にとって重要な方だ」等が目立つ。新築マンションで「住まいはライフステージに応じて、買い換えていった方がよいと思う」等、中古マンションで「深夜や早朝に洗濯をするのは近所迷惑なので遠慮してしまう」「室内インテリアにこだわりたい」等が目立つ。

◇エリア×住居形態（生活観やライフスタイル）

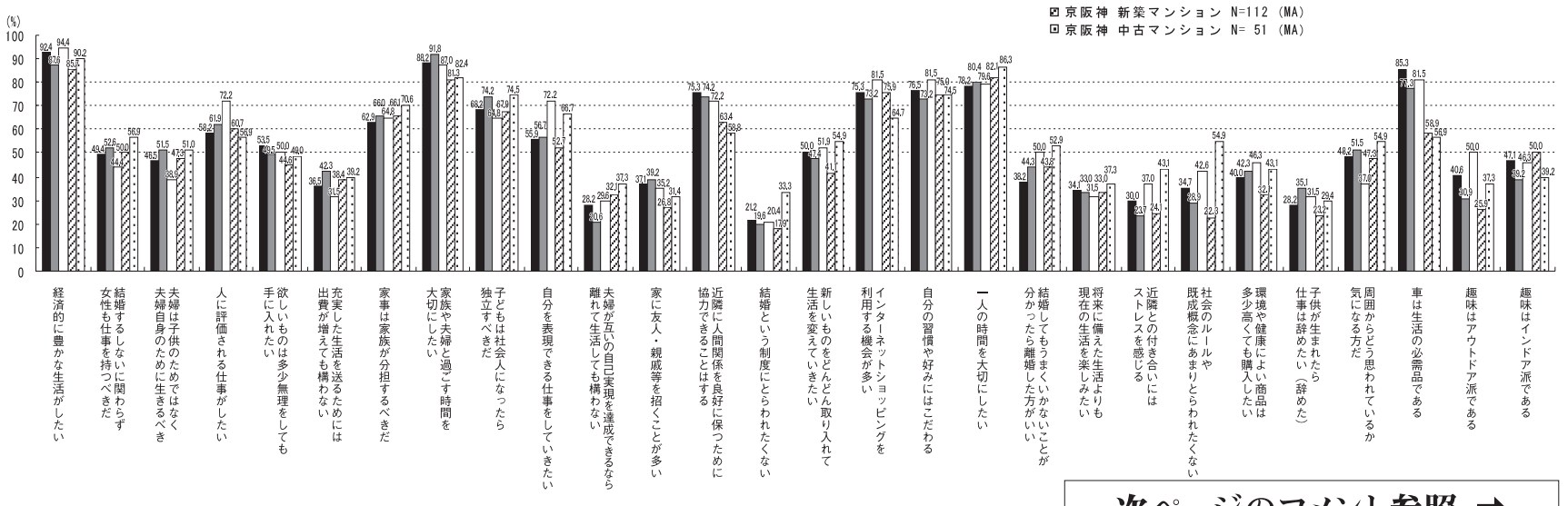
●生活観やライフスタイル　京浜



●生活観やライフスタイル　中部



●生活観やライフスタイル　京阪神



次ページのコメント参照 ➡

◇エリア×住居形態（生活観やライフスタイル）

➡ 前ページより続く

3エリア共に目立つのは「経済的に豊かな暮らし」「家族や夫婦と過ごす時間を大切に」「一人の時間を大切にしたい」等、次いで「近隣に人間関係を良好に保つために協力できることはする」「インターネットショッピングを利用する機会が多い」「自分の習慣や好みにはこだわる」が続く。それ以外の個別の状況は次の通り。

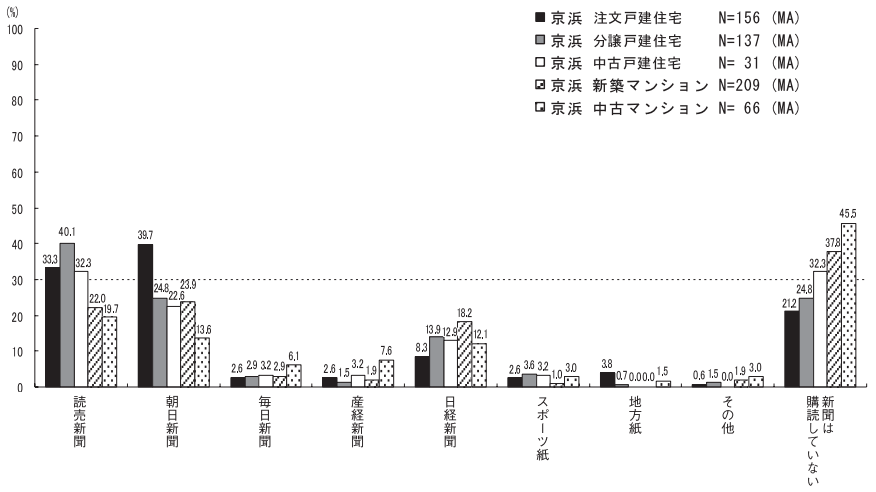
京浜エリアでは、注文戸建住宅で「車は生活の必需品である」等、分譲戸建住宅で「欲しいものは多少無理をしても手に入れたい」「子供は社会人になったら独立すべきだ」「自分を表現できる仕事をしていきたい」「周囲からどう思われているか気になる方だ」「車は生活の必需品である」等が目立つ。新築マンションで「結婚するしないに関わらず女性も仕事を持つべきだ」「夫婦は子供のためではなく夫婦自身のために生きるべきだ」「人に評価される仕事がしたい」「新しいものをどんどん取り入れて生活を変えていきたい」「環境や健康によい商品は多少高くても購入したい」等、中古マンションで「夫婦は子供のためではなく夫婦自身のために生きるべきだ」「家事は家族が分担するべきだ」「自分を表現できる仕事をしていきたい」「結婚してもうまくいかないことが分かったら離婚した方がいい」「周囲からどう思われているか気になる方だ」等が目立っている。

中部エリアでは、住居形態にかかわらず「車は生活の必需品である」が高いのが目立つ。それ以外の個別状況は次の通り。注文戸建住宅で「欲しいものは多少無理をしても手に入れたい」「子供は社会人になったら独立すべきだ」「新しいものをどんどん取り入れて生活を変えていきたい」等、分譲戸建住宅で「周囲からどう思われているか気になる方だ」等が目立つ。中古戸建住宅では「結婚するしないに関わらず女性も仕事を持つべきだ」「夫婦は子供のためではなく夫婦自身のために生きるべきだ」「人に評価される仕事がしたい」「自分を表現できる仕事をしていきたい」「周囲からどう思われているか気になる方だ」「趣味はインドア派である」等が目立つ。新築マンションでは「家事は家族が分担するべきだ」「新しいものをどんどん取り入れて生活を変えていきたい」「環境や健康によい商品は多少高くても購入したい」等、中古マンションで「結婚してもうまくいかないことが分かったら離婚した方がいい」等が目立っている。

京阪神エリアでは、注文戸建住宅で「欲しいものは多少無理をしても手に入れたい」「車は生活の必需品である」等、分譲戸建住宅で「夫婦は子供のためではなく夫婦自身のために生きるべきだ」「子供は社会人になったら独立すべきだ」「車は生活の必需品である」等が目立つ。中古戸建住宅で「人に評価される仕事がしたい」「自分を表現できる仕事をしていきたい」「車は生活の必需品である」「趣味はアウトドア派である」等が目立つ。新築マンションでは「趣味はインドア派である」等、中古マンションで「結婚するしないに関わらず女性も仕事を持つべきだ」「夫婦は子供のためではなく夫婦自身のために生きるべきだ」「家事は家族が分担するべきだ」「子どもは社会人になったら独立すべきだ」「新しいものをどんどん取り入れて生活を変えていきたい」「結婚してもうまくいかないことが分かったら離婚した方がいい」「社会のルールや既成概念にあまりとらわれたくない」「周囲からどう思われているか気になる方だ」等が目立っている。

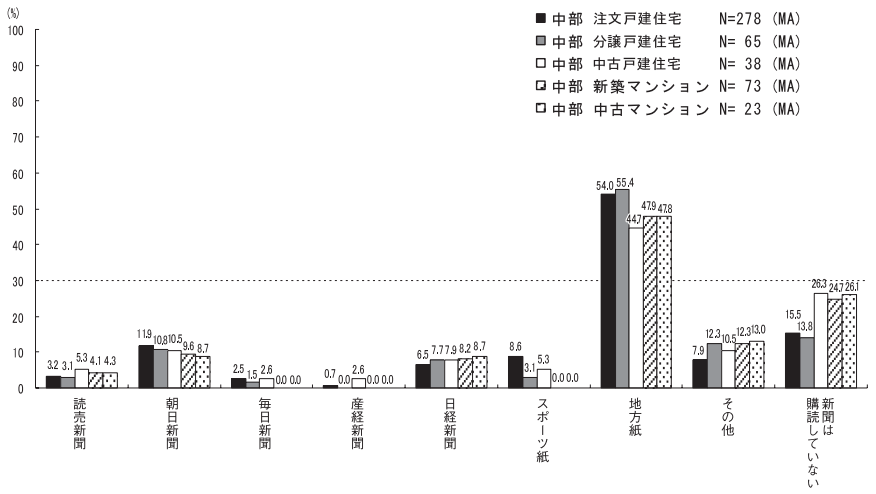
◇エリア×住居形態（メディア　購読新聞）

●購読新聞　京浜



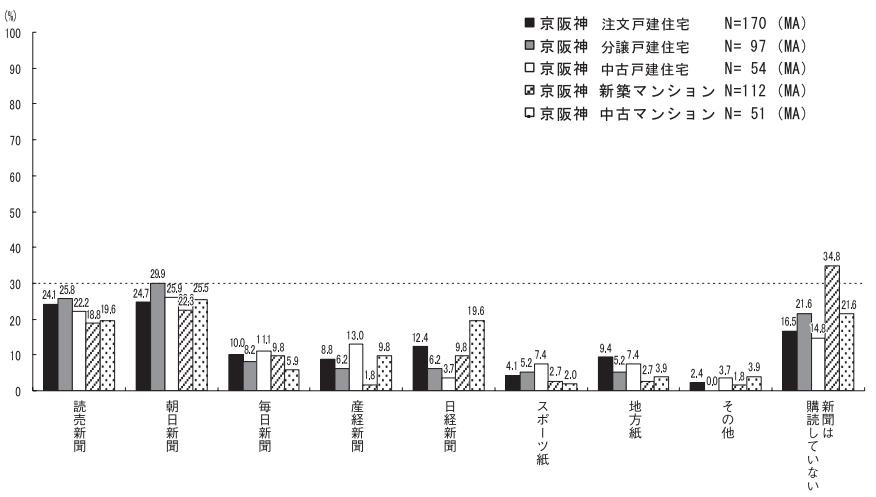
注文戸建住宅では、「朝日新聞」「読売新聞」が目立つ。分譲戸建住宅は「読売新聞」、中古戸建住宅も「読売新聞」が最も目立つ。尚、新築マンション、中古マンションでは「非購読者」が高いのが目立っている。

●購読新聞　中部



圧倒的に「地方紙（中日新聞と考えられる）」が高い。3エリアの中では「非購読者」の割合が少ないのが目立つ。

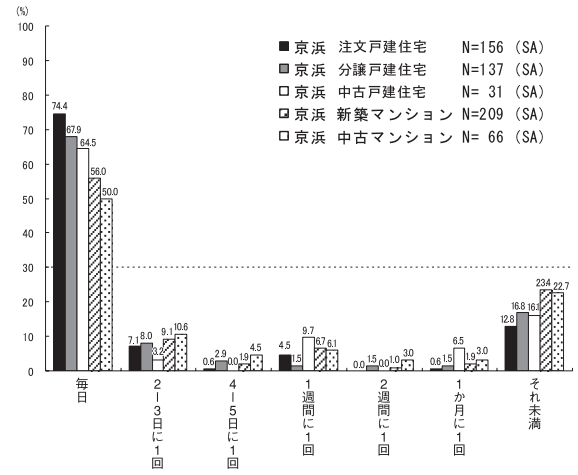
●購読新聞　京阪神



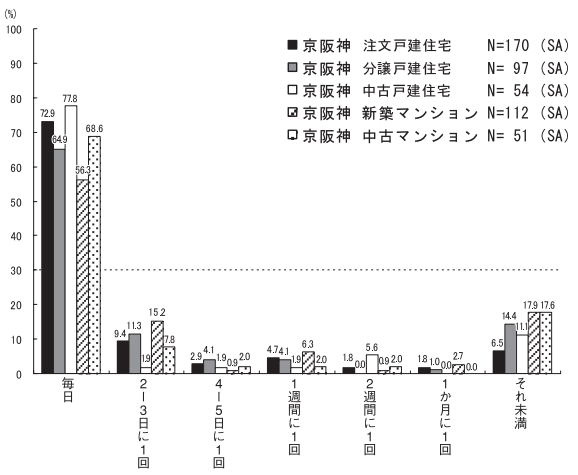
住居形態に関わらず、「読売新聞」「毎日新聞」が同程度である。「非購読者」では新築マンションが目立つ。

◇エリア×住居形態（メディア　閲覧頻度　新聞・折込チラシ）

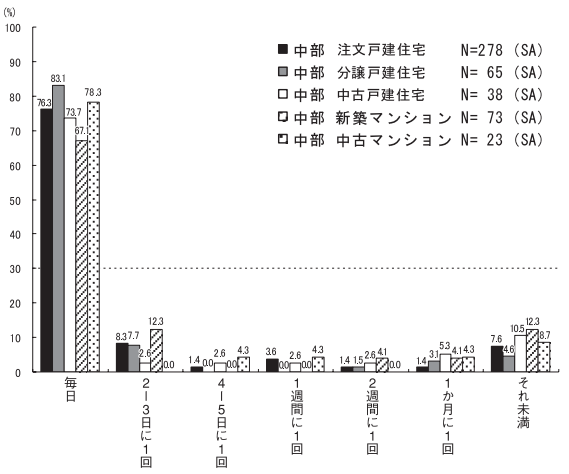
●各メディア閲覧頻度　新聞　京浜



●各メディア閲覧頻度　新聞　京阪神

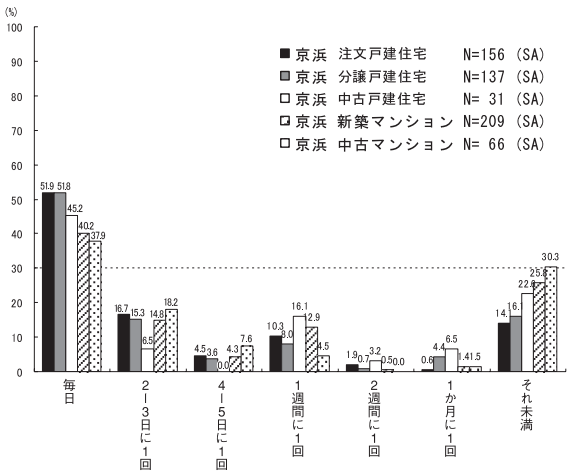


●各メディア閲覧頻度　新聞　中部

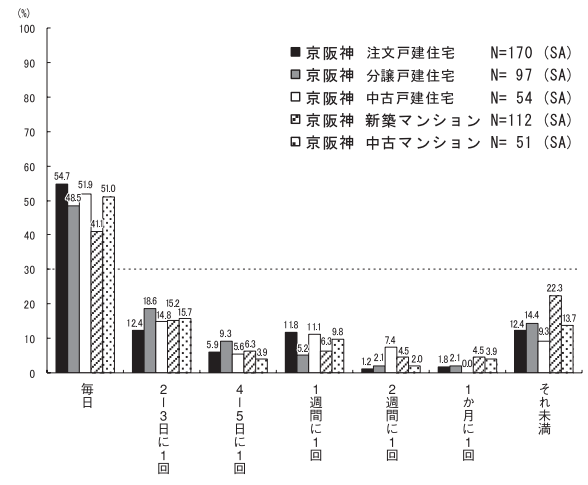


「毎日」は住居形態を問わず中部エリアが最も高い。その中でも分譲戸建住宅が最も高い。京浜エリアでは「それ未満」が3エリアで最も目立つ。

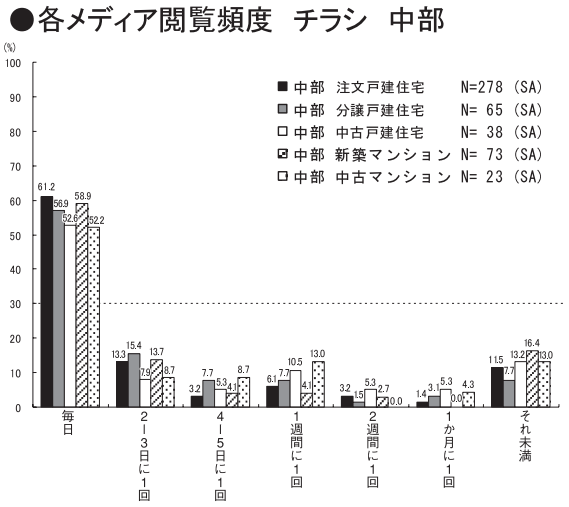
●各メディア閲覧頻度　チラシ　京浜



●各メディア閲覧頻度　チラシ　京阪神



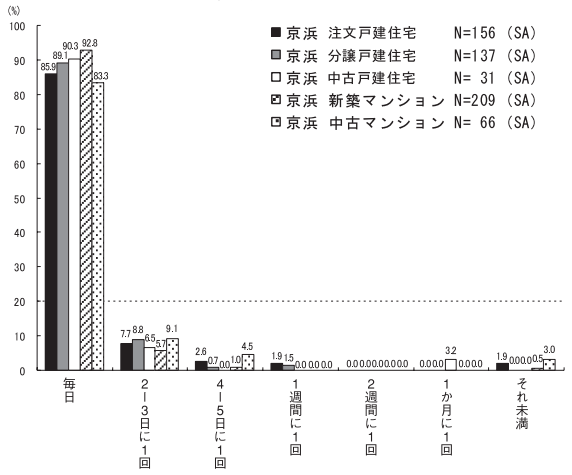
●各メディア閲覧頻度　チラシ　中部



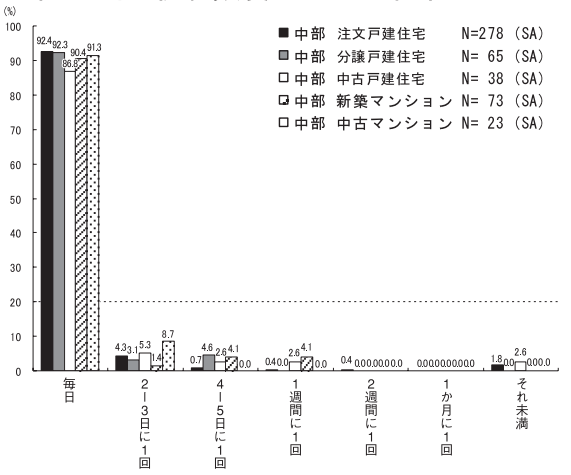
各エリアとも「毎日」が多い。そのなかでも中部エリアが最も高い。京浜エリアでは、「それ未満」が目立つ。

◇エリア×住居形態（メディア　視聴頻度　テレビ・ラジオ）

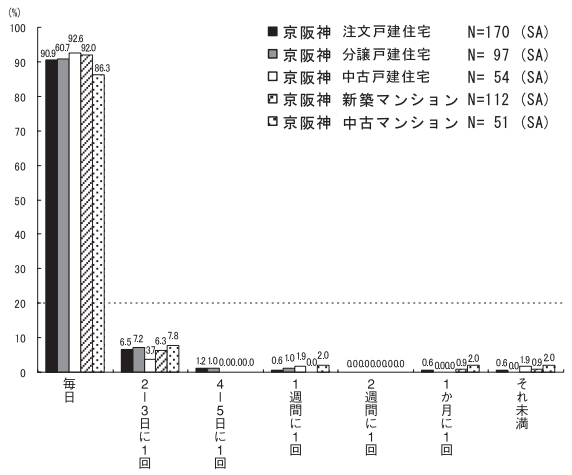
●各メディア視聴頻度　テレビ　京浜



●各メディア視聴頻度　テレビ　中部

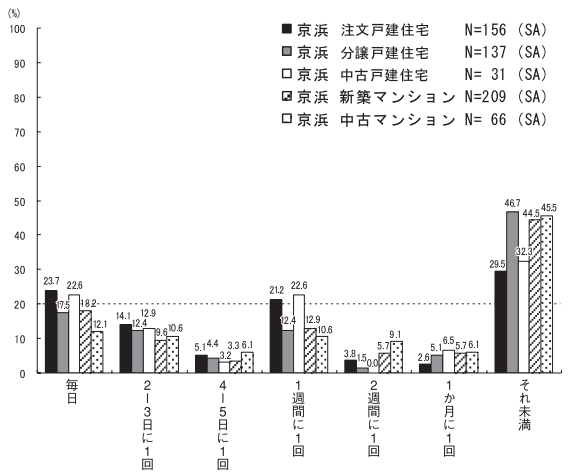


●各メディア視聴頻度　テレビ　京阪神

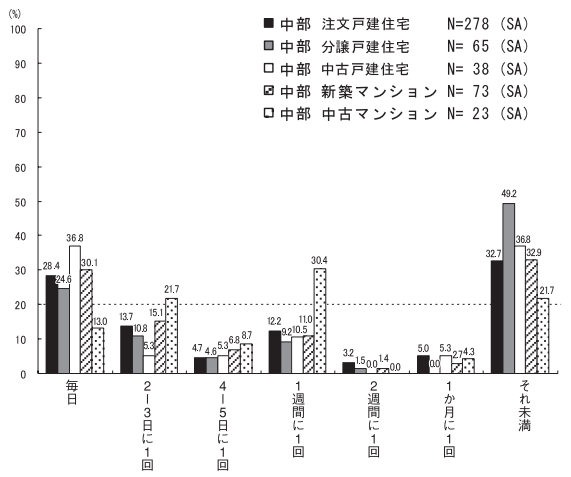


「毎日」が3エリアで最も高い。

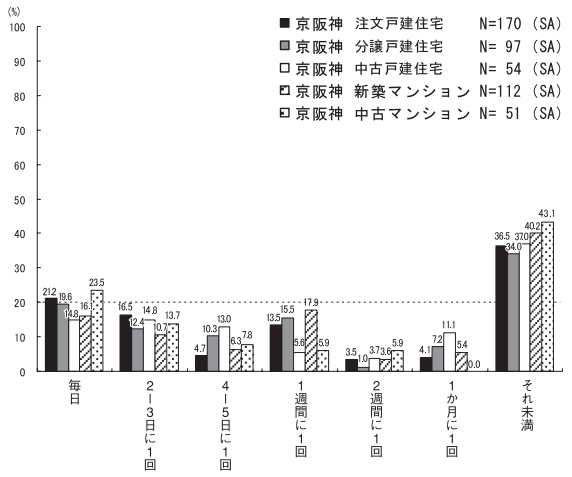
●各メディア視聴頻度　ラジオ　京浜



●各メディア視聴頻度　ラジオ　中部



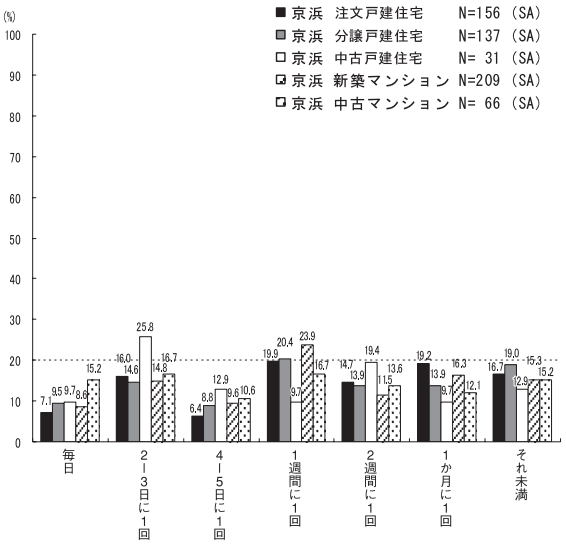
●各メディア視聴頻度　ラジオ　京阪神



「毎日」では、概して中部エリアが目立つ。

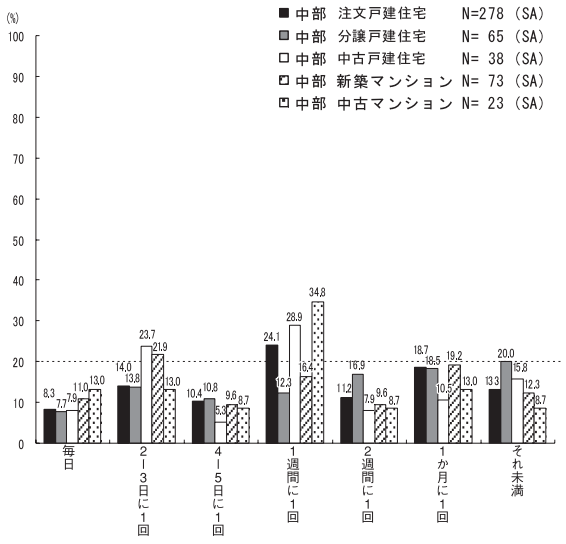
◇エリア×住居形態（メディア　閲覧頻度　雑誌）

●各メディア閲覧頻度　雑誌　京浜



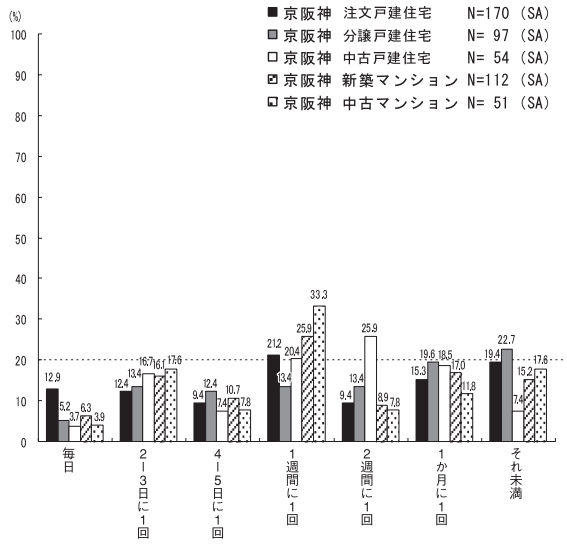
京浜エリアでは、中古戸建住宅で「2～3日に1回」が最も高い。それ以外では注文戸建住宅で「1週間に1回」「1ヶ月に1回」、分譲戸建住宅で「1週間に1回」、新築マンションで「1週間に1回」、中古マンションで「2～3日に1回」「1週間に1回」が目立っている。

●各メディア閲覧頻度　雑誌　中部



中部エリアでは、中古マンションで「1週間に1回」が最も高い。それ以外では注文戸建住宅・中古戸建住宅で「1週間に1回」、分譲戸建住宅で「それ未満」、新築マンションで「2～3日に1回」が目立っている。

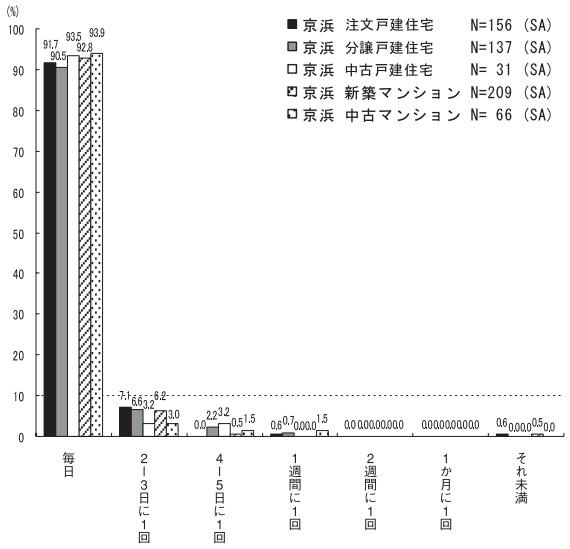
●各メディア閲覧頻度　雑誌　京阪神



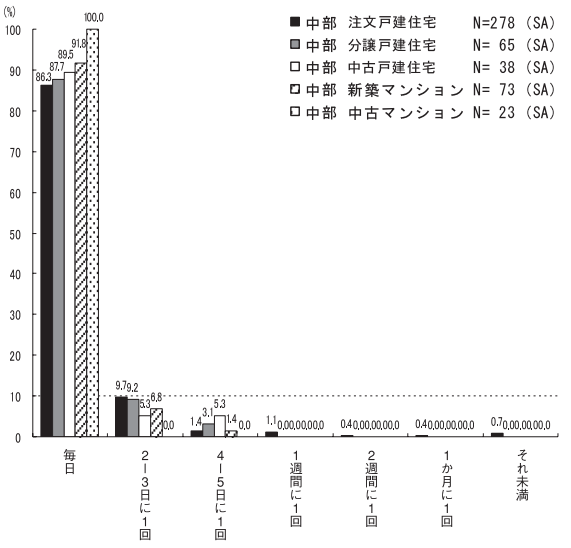
京阪神エリアでは、中古マンションで「1週間に1回」が最も高い。それ以外では、注文戸建住宅・新築マンションで「1週間に1回」が最も目立つ。中古戸建住宅では「2週間に1回」、分譲戸建住宅で「それ未満」が目立っている。

◇エリア×住居形態（メディア　閲覧頻度　インターネット）

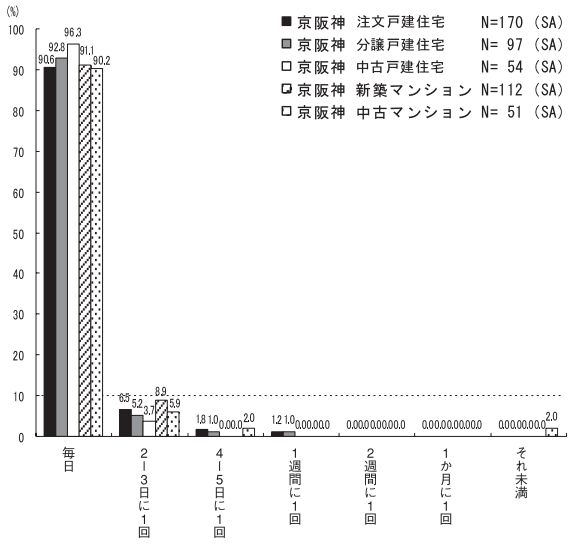
●各メディア閲覧頻度　インターネット　京浜



●各メディア閲覧頻度　インターネット　中部



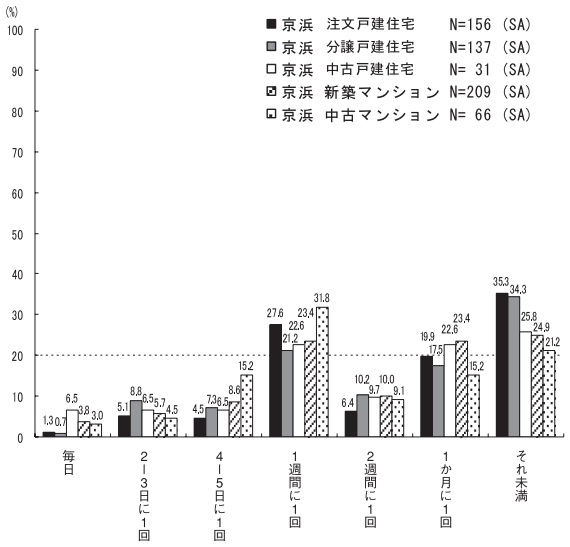
●各メディア閲覧頻度　インターネット　京阪神



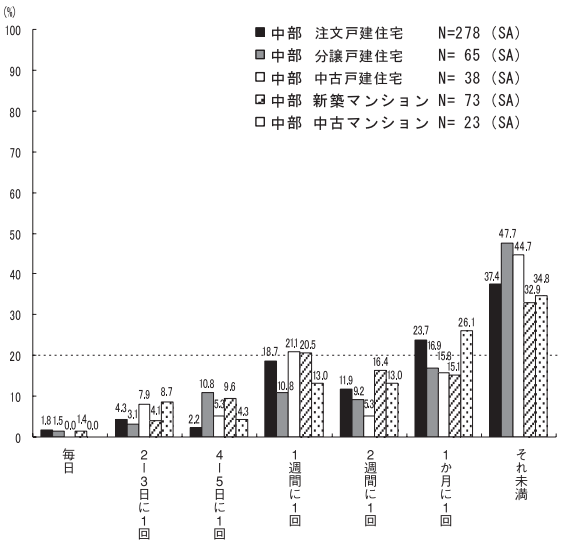
3エリア共に「毎日」が最も高い。

◇エリア×住居形態（メディア　閲覧頻度　フリーペーパー）

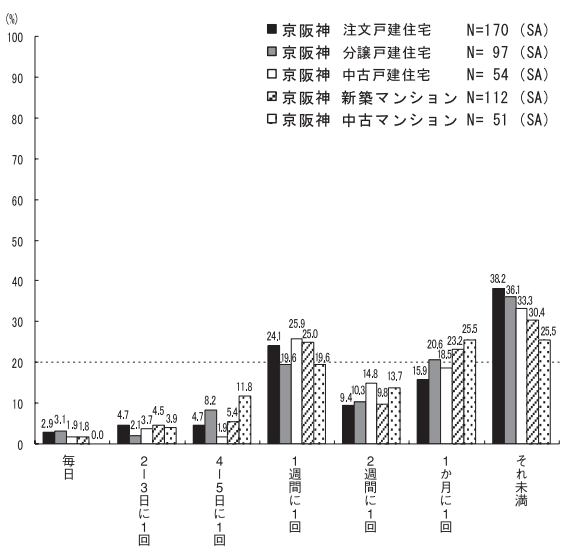
●各メディア閲覧頻度　フリーペーパー　京浜



●各メディア閲覧頻度　フリーペーパー　中部



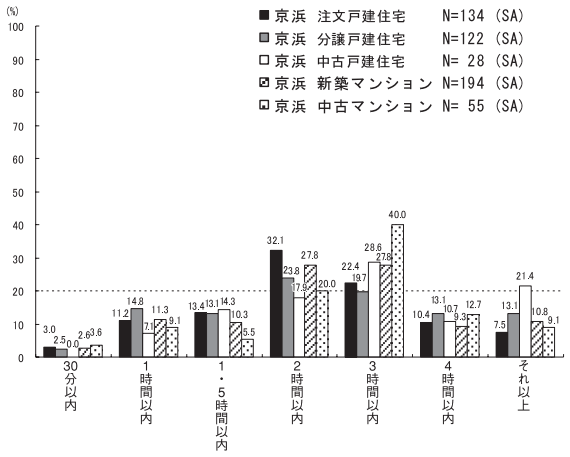
●各メディア閲覧頻度　フリーペーパー　京阪神



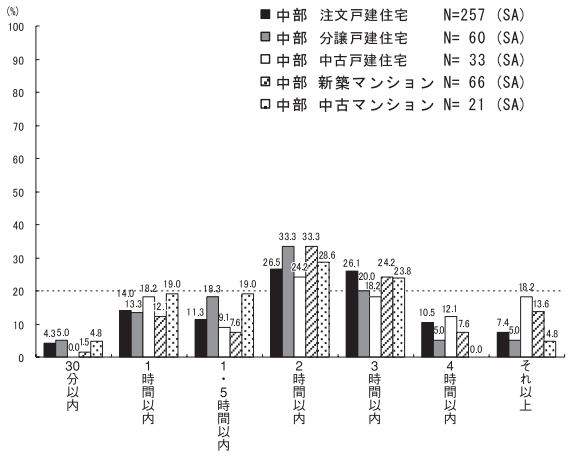
3エリア共に「それ未満」が目立ち、次いで「1週間に1回」と「1か月に1回」が続く。

◇エリア×住居形態（メディア　1日の視聴時間　テレビ・ラジオ）

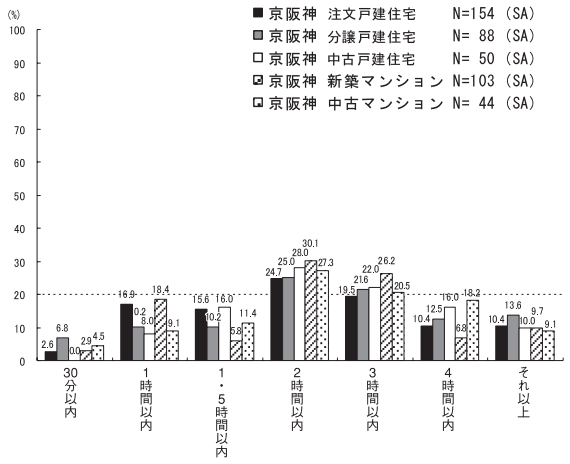
●各メディアの１日の視聴時間　テレビ　京浜



●各メディアの１日の視聴時間　テレビ　中部



●各メディアの１日の視聴時間　テレビ　京阪神



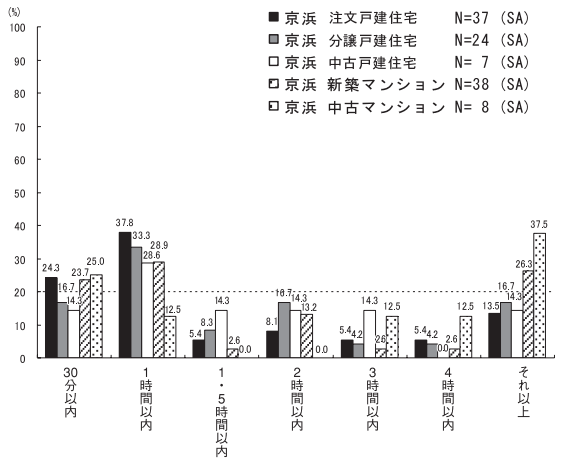
3エリア共に「2時間以内」「3時間以内」が目立っている。個別状況は次の通り。

京浜エリアでは、最も高いのは中古マンション「3時間以内」、次いで、注文戸建住宅の「2時間以内」が続く。

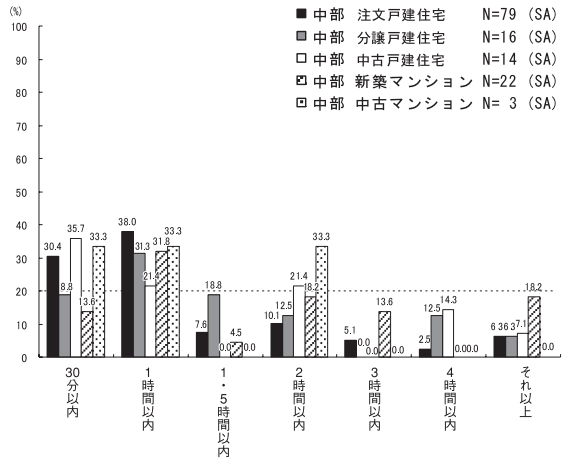
中部エリアでは、分譲戸建住宅・新築マンションの「2時間以内」が最も高い。

京阪神エリアでは、新築マンションの「2時間以内」が最も高くなっている。

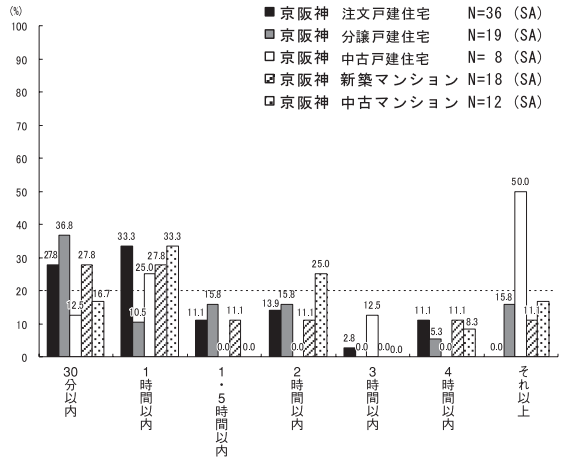
●各メディアの１日の 視聴時間　ラジオ　京浜



●各メディアの１日の 視聴時間　ラジオ　中部



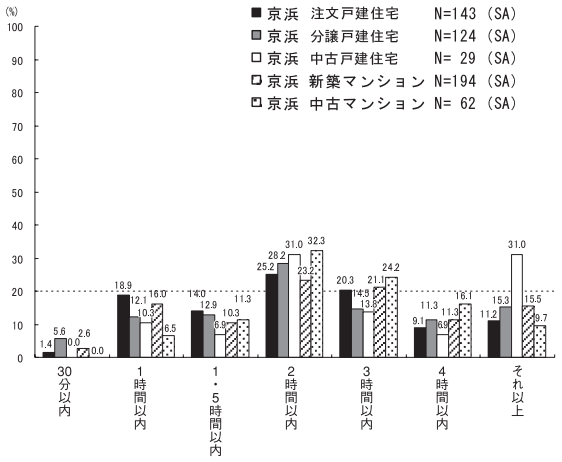
●各メディアの１日の 視聴時間　ラジオ　京阪神



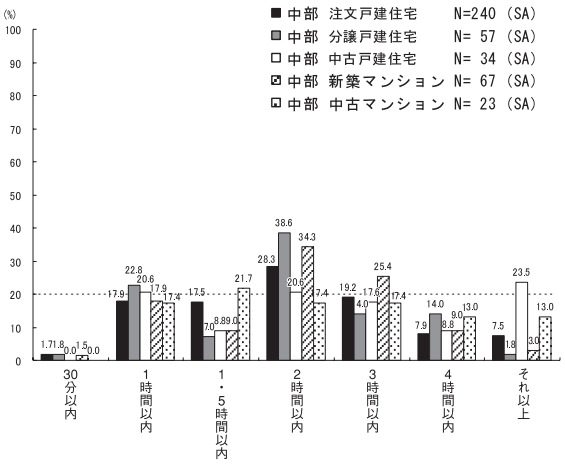
3エリア共に「1時間以内」が目立つ。

◇エリア×住居形態（メディア　1日の閲覧時間　インターネット）

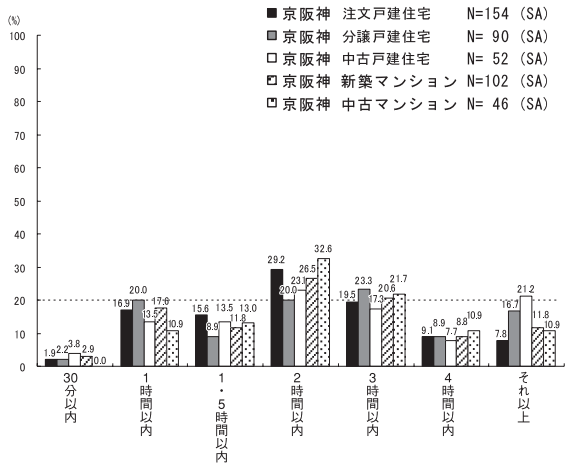
●各メディアの１日の閲覧時間　インターネット　京浜



●各メディアの１日の閲覧時間　インターネット　中部



●各メディアの１日の閲覧時間　インターネット　京阪神



3エリア共に「2時間以内」が目立っている。個別状況は次の通り。

京浜エリアでは、中古マンションの「2時間以内」が最も高く、次いで、中古戸建住宅の「2時間以内」「それ以上」が続く。

中部エリアでは、分譲戸建住宅の「2時間以内」が最も高く、次いで、新築マンションの「2時間以内」が続く。

京阪神エリアでは、中古マンションの「2時間以内」が最も高く、次いで、注文戸建住宅の「2時間以内」が続く。