

インターネットによる
住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する
第8回 調査報告書

平成25年3月



一般社団法人
住宅リフォーム推進協議会

はじめに

住宅リフォーム需要は新築需要とは異なり、その動機が多様であり、実需として顕在化するまでの期間が比較的長く、相当な潜在需要があると見込まれます。

本調査は、インターネットを利用して住宅リフォームを計画しているユーザー、いわば潜在需要者の現在の意識と行動（特にライフスタイルの変化等）を明らかにするとともに、住宅リフォーム需要拡大の方策を検討するための基礎資料を得ることを目的に経年的に実施しているもので、今回の調査は第8回目となります

（第1回調査：平成13年12月～平成14年1月、第2回調査：平成15年7月～12月、第3回調査：平成17年6月～12月、第4回調査：平成18年7月～12月、第5回調査：平成19年7月～12月、第6回調査：平成20年7月～10月、第7回調査：平成22年11月～12月）。

第6回調査までは、正会員、特別会員のご協力をいただき調査を実施してまいりましたが、第7回調査からは調査会社を通じて対象者を抽出し、調査を行う手法に変更して実施しています。

この調査の結果は、総論的な分析結果と各論的な分析結果としてまとめられています。

また、並行してリフォーム工事に関係する会員団体の所属事業主にアンケートを依頼してまとめた住宅リフォーム事例調査報告書（平成23年11月～平成24年8月竣工物件1,529件）と合わせ、住宅リフォーム市場の健全な発展・成長に多方面で役に立てば幸いです。

平成25年3月

一般社団法人住宅リフォーム推進協議会

目次

はじめに

I. 調査の概要-----	1
II. 調査の結果<総括>-----	4
III. 調査の結果<各論>	
第1編 予備調査結果	
第1章 回答者の属性【予備調査】-----	11
第2章 一般層の住宅リフォームに対する関心-----	12
第2編 本調査結果	
第1章 回答者の属性【本調査】-----	18
第2章 住宅リフォームの対象-----	23
第3章 住宅リフォームの動機と場所-----	32
第4章 住宅リフォームの予算とローン意識-----	47
第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先-----	59
第6章 リフォーム依頼業者と重視点-----	79
第7章 住宅リフォームへの不安と支援制度の浸透度-----	86
IV. 調査票-----	92

1. 調査の概要

1. 調査の目的

住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動の実態を明らかにするとともに、潜在需要の顕在化に有効な方策を検討するための基礎資料として、消費者を対象とするアンケート調査を実施した。

2. 調査の方法

インターネットベースのモニター登録者に対するウェブ形式のアンケート調査。抽出した対象者にメールで協力依頼を行い、回答上限数までの回答をウェブで受け付ける方法。予備調査と本調査の2段階で行った。

3. 調査対象

【予備調査】持ち家に居住する30歳以上の全国在住男女

モニター集団の中から。条件に該当する人を無作為に抽出、依頼し、性別×年代（30代/40代/50代/60代/70代以上）がなるべく均等（＝人口構成比に近い形）になるよう10,000件を回収（回答者数の足りない70代以上は、60代で不足分を補った）。

【本調査】住宅リフォームをしようと考えている需要者

本調査は、予備調査でリフォームしたいと回答した約2,000件に対し依頼し、1,000件を目標に人口構成比に近い形になるよう割付け抽出を行った（回答者数の足りない70代以上は、60代で不足分を補った）。

4. 回答件数

【予備調査】10,000件

【本調査】1,000件

5. 実施期間

2012年12月6日（木）～12月13日（木） ※ 予備調査に引き続き本調査を実施

6. 分析の方法

本報告書では、まず、これからリフォームしようとする住宅の種類（戸建て住宅／マンション）に着目し、主な軸として基本的な分析を行った。その他、回答者の属性（年代、世帯年収など）や予定しているリフォーム内容（工事の種類、検討段階など）のうち、各項目と相関が見られると思われる軸によって、追加のクロス集計による分析を行った。

I. 調査の概要

◎ 各章の構成と章ごとの分析課題は以下である。

- ・ 第1編は、予備調査結果である。

『第1章 回答者の属性【予備調査】』

『第2章 一般層の住宅リフォームに対する関心』では、持ち家居住者全体の、今後のリフォーム意向を明らかにする。

- ・ 第2編は、本調査結果である。

『第1章 回答者の属性【本調査】』

『第2章 住宅リフォームの対象』では、リフォームを予定している住宅の築年数や取得方法、住宅ローン利用状況などを整理する。

『第3章 住宅リフォームの動機と場所』では、検討中のリフォームの工事の種類、場所、動機を回答者の年代や住宅の築年数などによって把握する。

『第4章 住宅リフォームの予算』では、回答者の年収やリフォーム内容によって、予算額や資金調達方法にどのような差が見られるのかを分析する。

『第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先』では、リフォームに関する情報の入手媒体や、不足していると思われる情報について、回答者の年代や居住地、リフォーム検討段階の違いなどによって把握する。

『第6章 リフォーム依頼業者と重視点』では、依頼予定の業者や、業者選択時の重視ポイントを把握する。

『第7章 住宅リフォームへの不安と支援制度の浸透度』では、リフォームに対する不安や心配事を、回答者の年代やリフォーム検討段階ごとに整理し、また、支援制度の利用経験と認知度を把握する。また、最後に、住宅リフォーム需要の顕在化のために考えられる施策などを整理した。

7. 調査結果の読みとり上の注意

本調査は、インターネットによる調査であることから、情報接触などの回答は、一般消費者全体に比べ、インターネット媒体が高く現れる傾向がある。

また、第6回調査までとは回収計画が異なるため、前々回以前の調査と比較する際は、あくまで参考値となる点に留意を要する。第1～4回調査対象者は住宅やリフォーム関連団体等のホームページにアクセスしてアンケートに回答したユーザーの集団であり、第5～6回の調査対象者は、インターネット懸賞サイトからアクセスしてきたユーザーを含む。

なお、調査の対象者条件は前回（第7回調査）より以下のように変更しており、今回は前回調査に準じた調査設計に基づき、質問項目の追加・回答選択肢の見直し等を行い実施した。

- ① 持ち家（一戸建て・集合住宅）居住者に限定
- ② 「需要者＝10年以内にリフォームしたい人」に定義し、限定
- ③ 年齢を30歳以上に限定
- ④ 予備調査において、各性別×年代をなるべく均等に（＝人口構成比に近い形で）回収し本調査では、予備調査の需要者の出現率をそのまま反映すべく、割り付けず自然回収した。
（※ただし、もともと回答者が少ない70代以上のみ最大回収）

※ ①、②、③の意図：実際にリフォーム意向があるユーザーに限定することで、リフォーム需要者のニーズをより具体的に把握する

④の意図：スクリーニング段階で人口構成比に近い形で回収することで、「全体」の値に市場の分布を反映させる。（予備調査の「全体」は一般生活者を代表し、本調査の「全体」は10年以内にリフォームをしたい生活者を代表する）

I. 調査の概要

◎ 使用したクロス軸一覧 ※n 数が少数となるカテゴリについては統計的な誤差が大きいと考えられるため掲載していない。

- ・年代… 30代／40代／50代／60代／70代以上
- ・エリア別…都市エリア／地方エリア
 - ※都市エリア:人口 500 万人以上の都府県、埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・愛知県・大阪府・兵庫県・福岡県（ただし北海道は除く）
 - ※地方エリア:都市エリア以外の道府県
- ・都市圏別…首都圏／関西圏※首都圏は、埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県
※関西圏は、大阪府・兵庫県・京都府・奈良県
- ・地域別…東北、東日本（東北を除く）、東海・四国、西日本（左記を除く）
 - ※今回の調査は東日本大震災の後であったため、被災地（東北）及び今後震災が予想される地域（東海・四国）及び、これ以外の東日本、西日本に区分した
- ・世帯年収…300 万円未満／300～500 万円未満／500～700 万円未満／700～1000 万円未満／1000～1500 万円未満／1500 万円以上
- ・決定的な動機…ライフステージによる動機（家族人数の変化・子の成長により、高齢者対応のため）／ライフスタイルによる動機（友人の家や雑誌などを見て、好みの間取りやインテリアにするため）／老朽化による動機・性能向上を目的とする動機／その他
- ・築年数…築10年未満／築10～20年未満／築20～30年未満／30年以上
- ・リフォーム工事の種類…間取り変更・模様替え／増築／修繕・メンテナンス／設備の更新／性能の向上／その他
- ・工事の依頼業者…大工・工務店／住宅・建設会社／住宅設備会社（TOTO、LIXIL など）／エネルギー事業者（電気会社、ガス会社）／上記以外のリフォーム専門会社／外装・防水等の専門工事店／ホームセンター・家具店／家電量販店／マンションの管理会社／設計事務所／不動産（中古住宅など）仲介業者／その他
- ・リフォーム予算… 50 万円未満／50～100 万円未満／100～300 万円未満／300～500 万円未満／500～1000 万円未満／1000 万円以上
- ・住宅の取得方法…新築を購入した／中古を購入した／相続で譲り受けた／その他
- ・住宅ローンの利用状況…住宅ローンを利用・返済中／住宅ローンを利用・完済／住宅ローンを利用しなかった／その他／わからない
- ・住宅の譲渡予定…家族に生前贈与する／売却する／賃貸物件にする／その他／譲り渡す予定はない／わからない
- ・検討段階…いずれリフォーム（いずれリフォームしたいと思っているが、まだ内容や時期までは考えていない）／2 年以内リフォーム（概ね 2 年以内にリフォームをしたいと考えておりイメージも固まりつつある）／リフォーム決定（リフォームを行うことに決めて、具体的な情報収集や相談等を行っている）

◎平均値の算出について（住宅の築年数、リフォーム予算など）

選択肢で聴取した平均値の算出方法は下記の通り

= 年数・金額などの各選択肢の中央値×それぞれの反応数÷回答者の n 数

II. 調査の結果＜総括＞

1. 一般層のリフォーム需要（予備調査より）

〔 予備調査 〕

1) “リフォームをしたい人”は全体の6割以上で、支援制度の利用意向も強い

30才以上の持ち家居住者では、全体の6割以上がリフォームをしたいと回答している（図1）。

リフォームに際して、利用してみたい制度としては、“税金の控除・減税”、“助成制度（地域住宅交付金による補助制度）”、“住宅エコポイント制度” などが多くあがっており、10年以内にリフォーム意向のある層では、“いずれの制度も利用してリフォームをしたいと思わない” “わからない”を除く約8割が、いずれかの制度を利用したいと回答している（図2）。

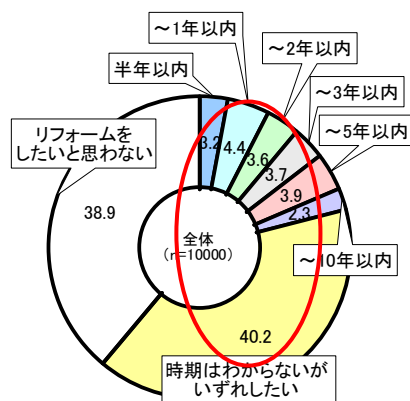


図1 リフォーム意向の時期

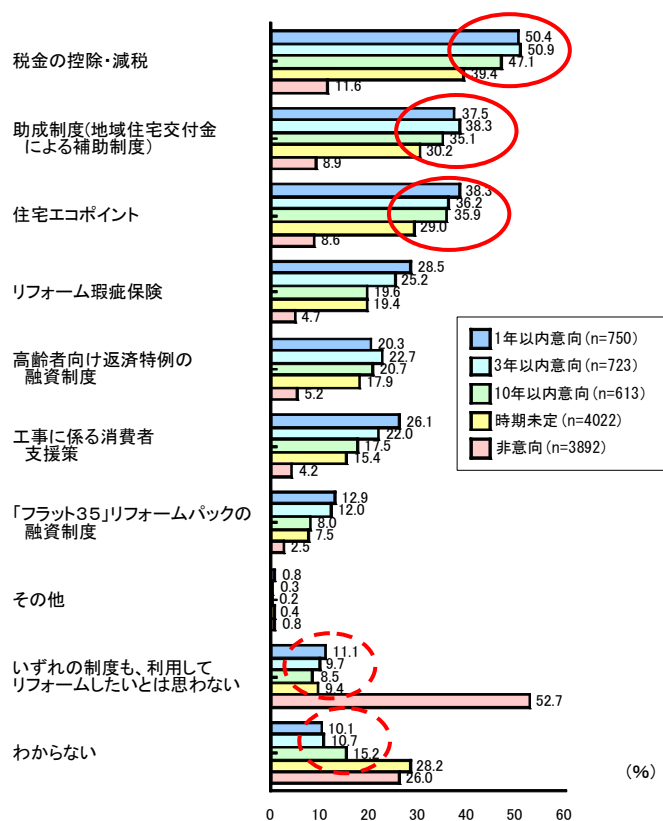


図2 利用したい支援制度 リフォーム意向別 (複数回答)

II. 調査の結果＜総括＞

2. リフォーム需要者の意識と行動（本調査より）

〔 本調査 〕

1) 需要者の年代は“60代以上が4割を超えるが、若年代では“親・配偶者の親”名義の家をリフォームするケースもみられる

リフォーム意向のある人の年代は、実例調査の結果と同様に“60代以上”の比率が高いが（図3）、若い世代を中心に“親・配偶者の親”名義の家をリフォームしたいというケースみられ、戸建ての30代では44.1%が“親・配偶者の親”の名義の家であった（図4）。

リフォームの対象となる住宅の築年数は、全体では“築後20年以上”が54.0%、“築後30年以上”が26.1%と古い住宅が中心となるが、マンションでは“15年未満”が31.8%と比較的新しい住宅でもリフォームが予定されている（図5）。

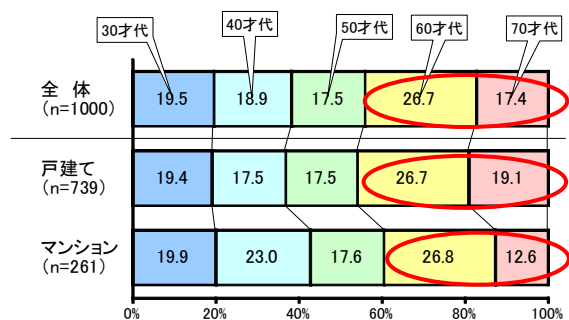


図3 リフォーム需要者の年代 住宅の種類別

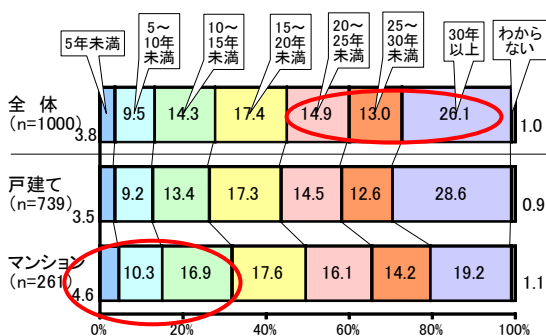
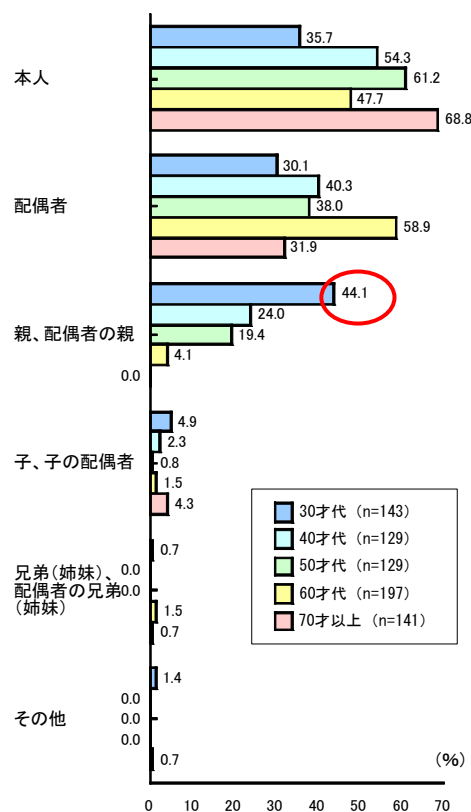


図5 住宅の築年数 住宅の種類別



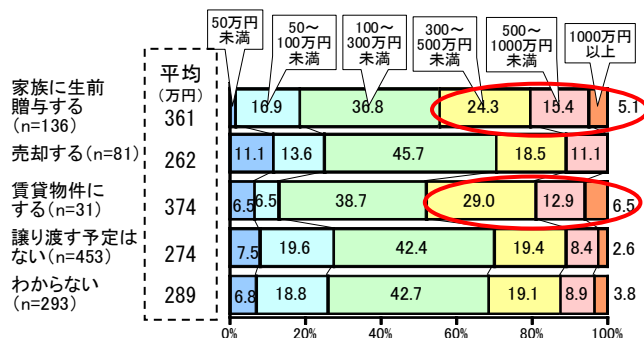
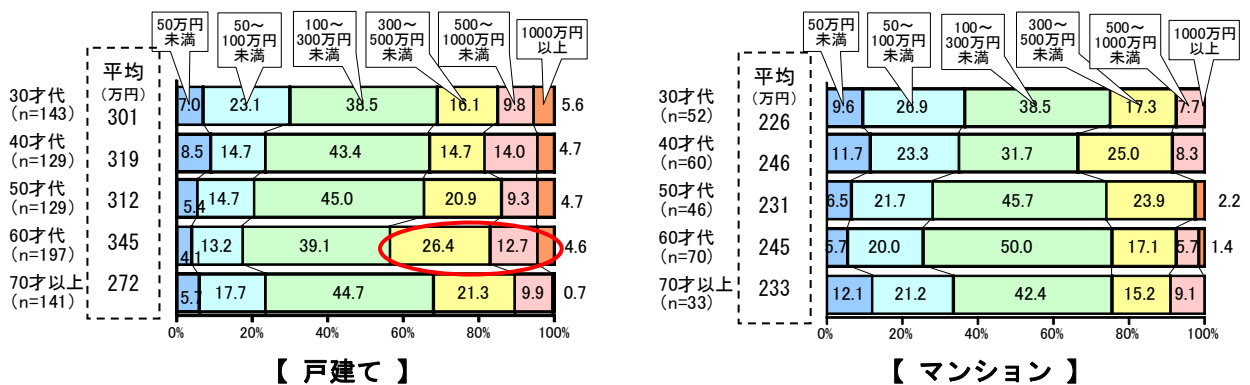
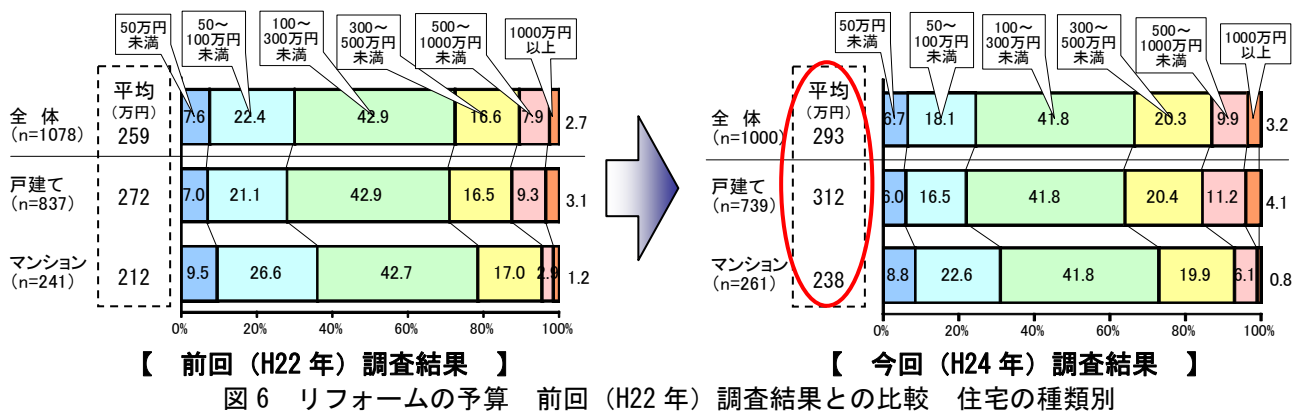
【 戸建て 】
図4 住宅の名義 年代別（複数回答）

II. 調査の結果＜総括＞

2) 前回と比較すると、リフォーム予算がやや増加した

リフォームの予算は、戸建てが平均 312 万円、マンションが平均 238 万円と、リフォームの予算規模は、マンションよりも戸建てのほうが大きい。リフォーム予算は前回調査での平均（戸建て：272 万円、マンション：212 万円）よりもやや増加した（図 6）。

全体としては、世帯年収が高くなるにつれリフォーム予算も高くなる傾向があるが、世帯主の年代でみると、戸建て・マンションともに 60 代で、予算の平均金額が他の年代よりも高くなる（図 7）。また、“家族に生前贈与する人”、“賃貸物件にする予定のある人”は、“売却する人”、“譲り渡す予定のない人”に比べ予算規模が大きい（図 8）。



Ⅱ．調査の結果＜総括＞

3) 300 万円以上のリフォームからローンの利用意向が強まる

リフォーム資金の調達方法としては、“自己資金”の比率が前回調査に比べやや低下したのに対して、“民間金融機関からの借入”や“両親等の援助”の比率がやや上昇した（図 9）。

リフォーム資金の調達方法を年代別にみると、30～40 代では高年代に比べローンの利用意向が強く、3 割近くが“民間金融機関からの借入”をあげている（図 10）。また、リフォームの予算別にみると、300 万円以上のリフォームで借入が増加。特に、500 万円～1000 万円未満の層では、“自己資金”の比率が 63.6%と低く、“民間金融機関からの借入”が 28.3%、“公的機関からの借入”が 13.1%と、ローンの利用意向が強い（図 10）。

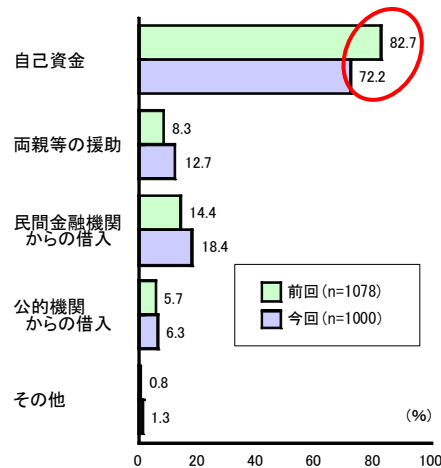


図 9 リフォーム資金の調達方法 前回（H22 年）調査結果との比較（複数回答）

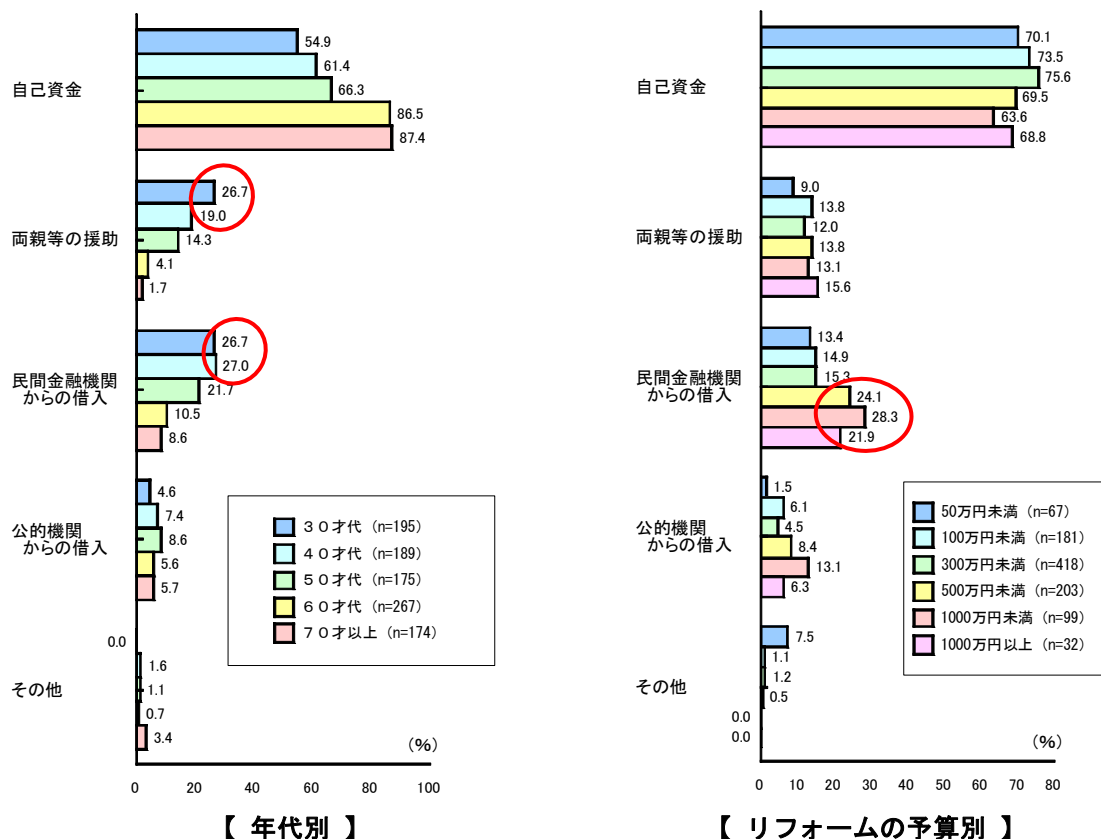


図 10 リフォーム資金の調達方法（複数回答）

II. 調査の結果＜総括＞

4) 消費税アップによる影響は大きいととらえられている

消費税率アップはリフォームの検討に対して、“とても影響がある”が35.8%、“やや影響がある”が43.4%であった（図11）。影響の内容としては、“税率の引き上げ前に予定を早めて実施する”が51.6%と最も多く、“リフォームの範囲や規模を縮小する”（45.8%）、“建材や設備機器のグレードを下げる”（21.0%）などが続いている（図12）。

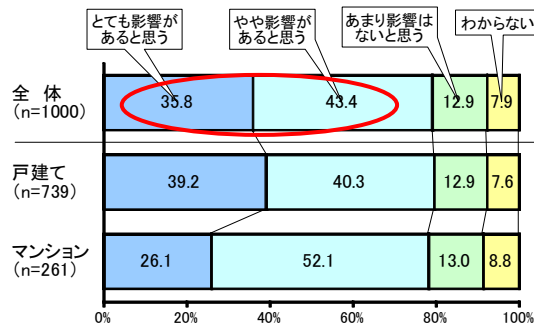


図11 消費税率アップによる影響 住宅の種類別

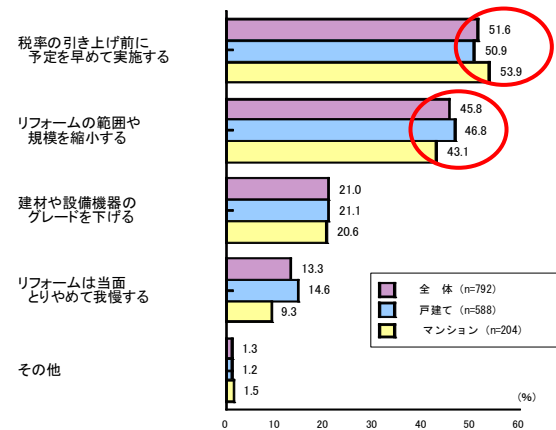
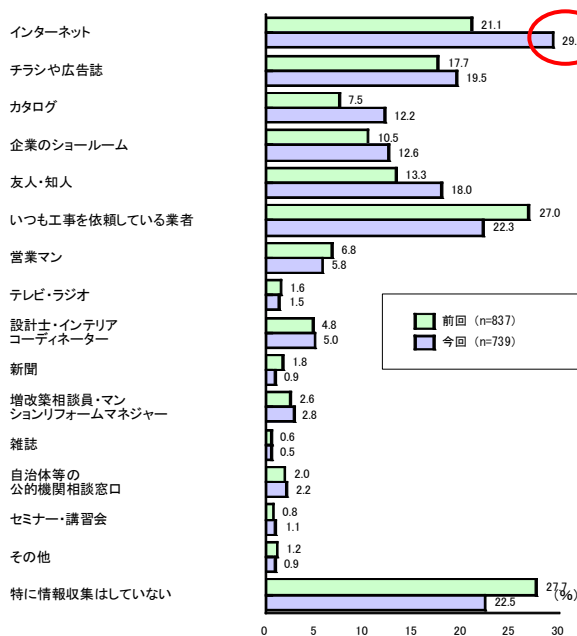


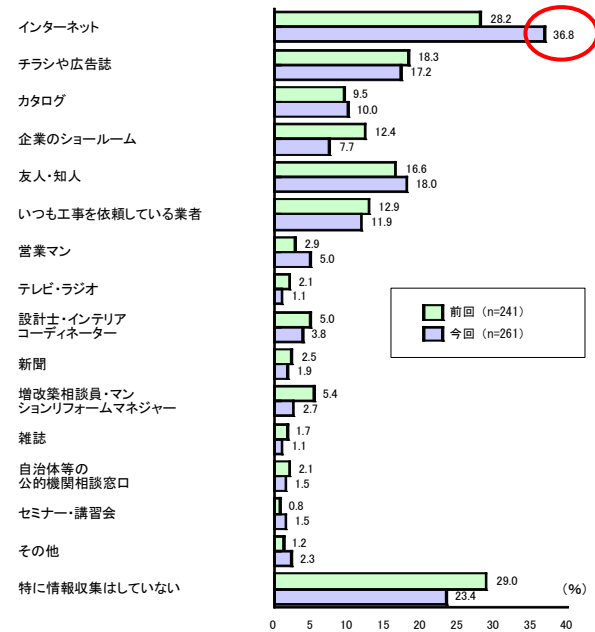
図12 消費税率アップによる影響の内容 住宅の種類別（複数回答）

5) 業者情報の入手先は、戸建てでは“いつも工事を依頼している業者”の比率がやや低下し、インターネットのウエイトが上昇した

リフォームに関連する“業者情報”の入手先は、戸建てでは、前回調査結果に比べ“いつも工事を依頼している業者”の比率がやや低下し、“インターネット”や“友人・知人”、“カタログ”などの比率が上昇している（図13）。戸建て・マンションともに、“特に情報収集はしていない”の比率が前回に比べ低下しており、“業者情報”についても“インターネット”などを用いた情報収集が活発化していることがうかがえた（図13）。



【戸建て】



【マンション】

図13 業者情報の入手先 前回（H22年）調査結果との比較（複数回答）

Ⅱ．調査の結果＜総括＞

6) 業者選択の際の重視点としては、費用と施工品質のウェイトが大きい

リフォーム業者選びの際の重視点としては“工事の質・技術”（60.7%）、“工事価格”（58.5%）が多く（図14）、不足している情報でも“リフォームにかかる費用の目安や積算の基準”が64.2%と最も多くなる（図15）など、費用と施工品質がリフォームの訴求上の大きなポイントとなっている。

前回調査結果との比較でみると、業者選びの際の重視点では“担当者の対応・人柄”、“的確な情報提供”（図14）、不足しているリフォーム情報では、“リフォームの工期・手順とチェックポイントに関する情報”、“資金計画に関する情報”（図15）などの比率が、前回よりもわずかながらアップしている。

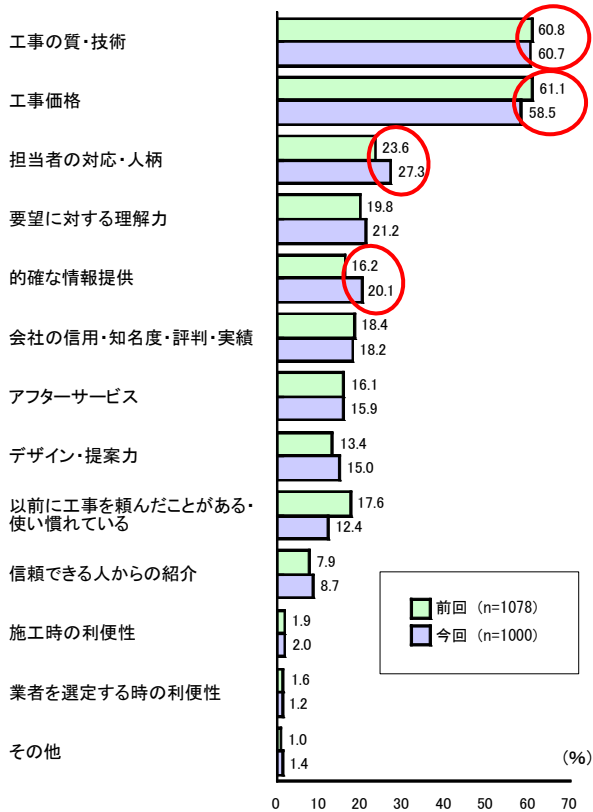


図14 業者選びの際の重視点
前回（H22年）調査結果との比較
（3つ以内で回答）

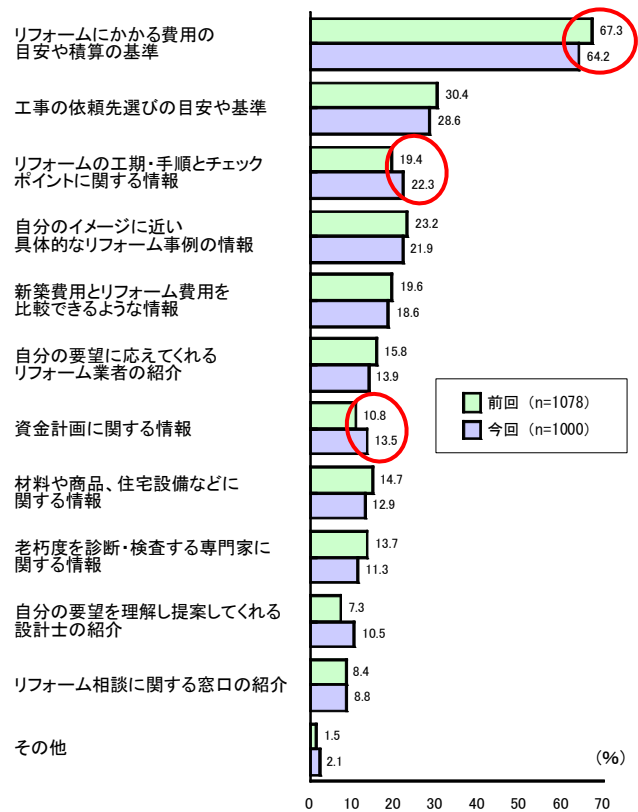


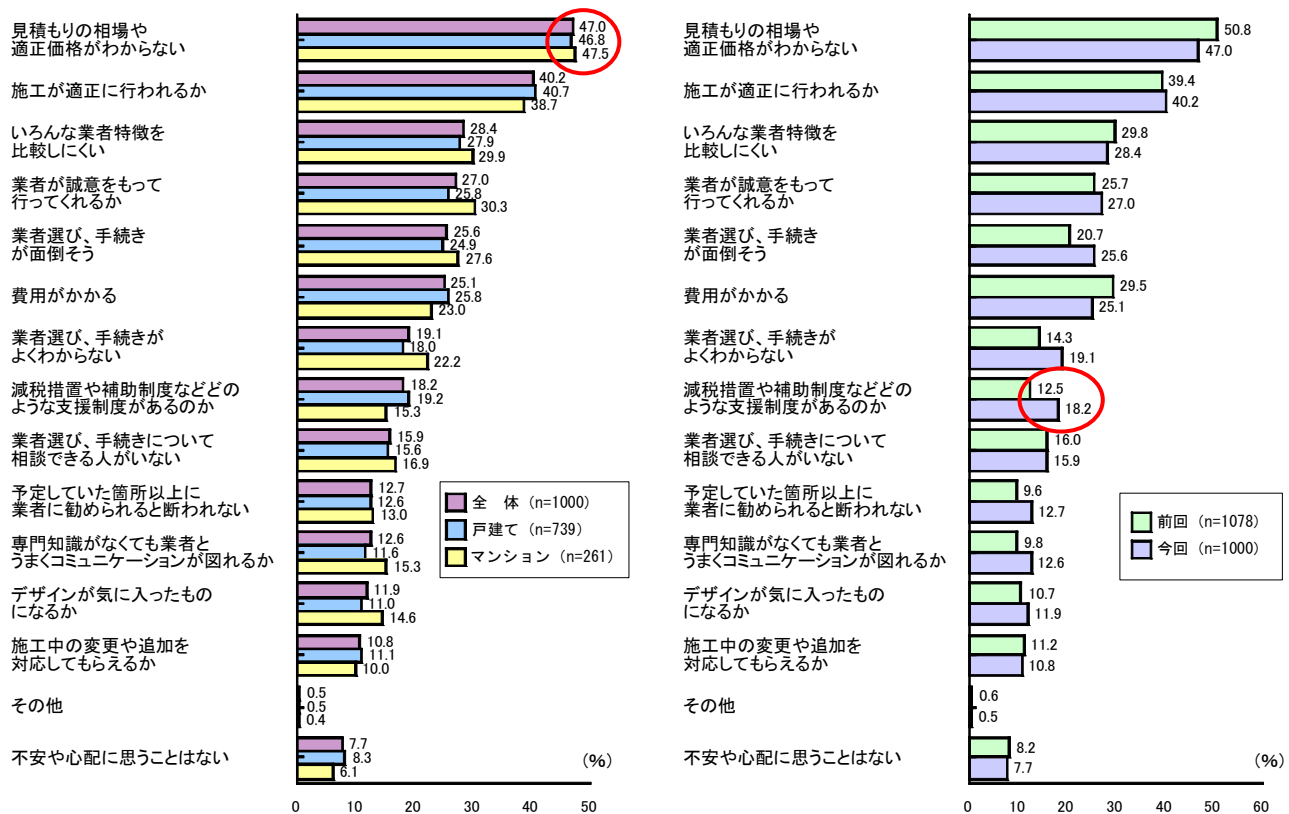
図15 不足しているリフォーム情報
前回（H22年）調査結果との比較
（複数回答）

Ⅱ．調査の結果＜総括＞

7) リフォームの際の不安は“見積もりの相場や適正価格がわからない”がもっとも多い

リフォームを検討している人のうち9割以上が何らかの不安を抱いており、全体の半数近くが“見積もりの相場や適正価格がわからない”を回答している。リフォームの際の不安を住宅の種類別にみると、戸建てでは、“費用がかかる”、“減税措置や補助制度などどのような支援制度があるのか”など費用に関連する項目がマンションに比べ高いのに対して、マンションでは、“業者が誠意をもって行ってくれるか”、“業者選び、手続きがよくわからない”など業者に関する項目の比率が戸建てよりも高くなっている。

前回調査結果との比較でみると今回は、業者選びに関する項目とともに“どのような支援施策があるのか”の比率がアップしている（図16）。



【 住宅の種類別 】 【 前回（H22年）調査結果との比較 】
図16 リフォームの際の不安や心配事（複数回答）

II. 調査の結果＜各論＞

第1編 予備調査結果

第1章 回答者の属性【予備調査】

1-1-1 回答者の属性【予備調査】

- ・予備調査における対象者の属性は以下のとおりである。性・年代は、平成23年10月現在の推計人口を参考に割り付け抽出を行っている。

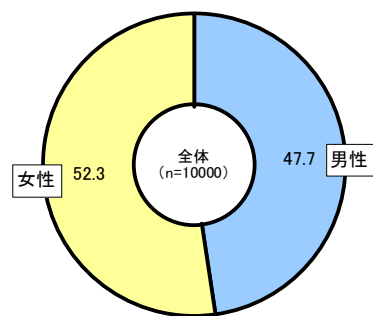


図 1-1-1 回答者の属性・性別

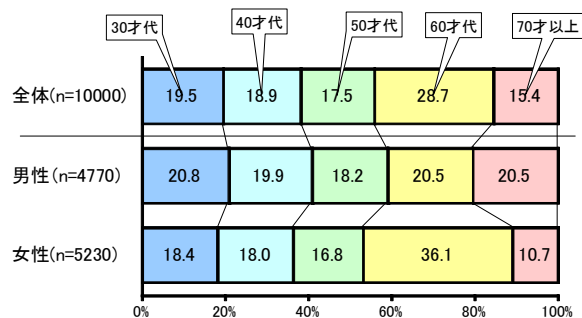


図 1-1-2 回答者の属性・性年代

＜参考＞ 30才以上の年代別構成比

	総人口（千人）			30才以上の人口に占める比率		
	計	男性	女性	計	男性	女性
総数	127,799	62,185	65,614			
30才未満	36,369	18,599	17,771			
30～39才	17,805	9,032	8,773	19.5%	20.7%	18.3%
40～49才	17,281	8,708	8,572	18.9%	20.0%	17.9%
50～59才	15,959	7,947	8,013	17.5%	18.2%	16.7%
60～69才	18,493	8,976	9,517	20.2%	20.6%	19.9%
70才以上	21,892	8,923	12,968	23.9%	20.5%	27.1%

出典：「推計人口」総務省〔平成23年10月現在〕

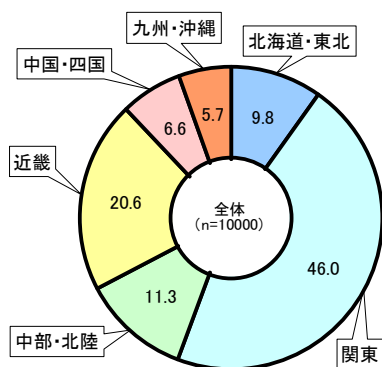


図 1-1-3 地域区分

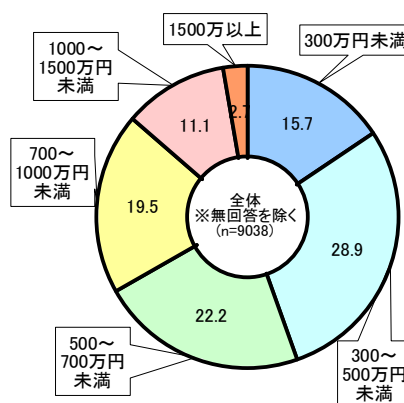


図 1-1-4 世帯年収

※ 図 1-1-3 及び図 1-1-4 は、モニター登録情報に基づくものである

第1編 予備調査結果

第2章 一般層の住宅リフォームに対する関心

【概要】

■ 自宅の種類：

- ・持ち家に居住する人のうち、約4分の3が戸建て住宅、4分の1がマンション居住者である（前回調査とほぼ同様の比率である）。

■ リフォーム意向の時期：

- ・「時期はわからないがいずれリフォームしたい」と答える層を含めると、持ち家に居住する人のうち、約60%<前回約65%>がリフォーム意向を持っている。1年以内意向層は7.6%<前回6.3%>、1～3年以内意向層は7.1%<前回6.8%>、3～10年以内意向層は6.2%<前回6.3%>、時期は未定の潜在層は40.2%<前回45.3%>である。意向をもつ比率は、住宅の種類による顕著な差はない。
- ・10年以内にリフォームしたいという人は前回調査とほぼ同じ程度の比率である。

■ リフォーム非意向の理由：

- ・「リフォームしたいと思わない」と答えた人にその理由を尋ねたところ、約半数が「現在の住宅にまったく不満がない」（48.0%）<前回50.4%>と回答している。次いで多い理由は「お金がかかりそう」（24.3%）<前回24.4%>、「最近リフォームしたばかり」（13.5%）<前回18.3%>などである。

■ 利用したい支援制度：

- ・全体の半数強の人が、いずれかの支援制度を利用したいと思っている。
- ・年代別でみると、「高齢者向けの返済特例の融資制度」以外は、年代が若くなるにつれて、利用したいという比率が上昇する傾向がある。

1-2-1 自宅の種類

① 性・年代別

- ・持ち家に居住する人のうち75.3%が戸建て住宅に居住している。
- ・マンションに居住する比率は、40代でもっと高くなり、高年代になるにつれて、戸建て住宅に居住する比率が高くなる。

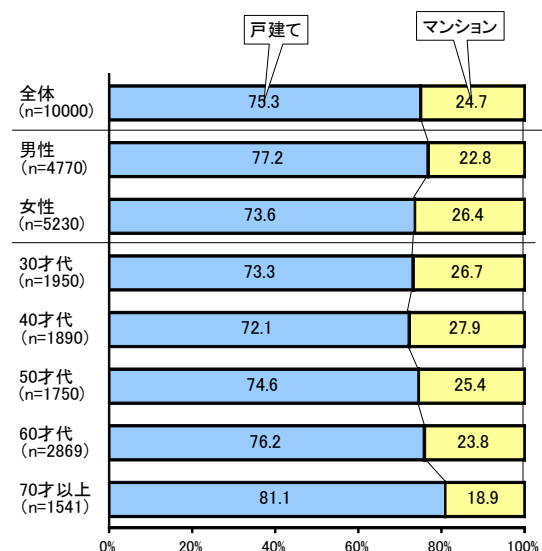


図 1-2-1 自宅の種類

(注) < >内は、前回調査（『インターネットによる住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する第7回調査報告書』平成23年3月）での回答結果を示す。以下同じ。

予備調査結果

第2章 一般層の住宅リフォームに対する関心

1-2-2 リフォーム意向の時期

① 性別、年代別

- ・持ち家に居住する人のうち、10年以内にリフォームしたいと思っているのは約2割である。
- ・「時期はわからないがいずれリフォームしたい」を含めると、リフォーム意向は約6割となる。
- ・性別でみると、女性より男性が10年以内リフォーム意向の比率が高い。
- ・年代別でみると、50代が最も10年以内リフォーム意向が高いが、「リフォームしたいと思わない」の比率は、70代で47.1%、30代で45.7%と4割を超える。

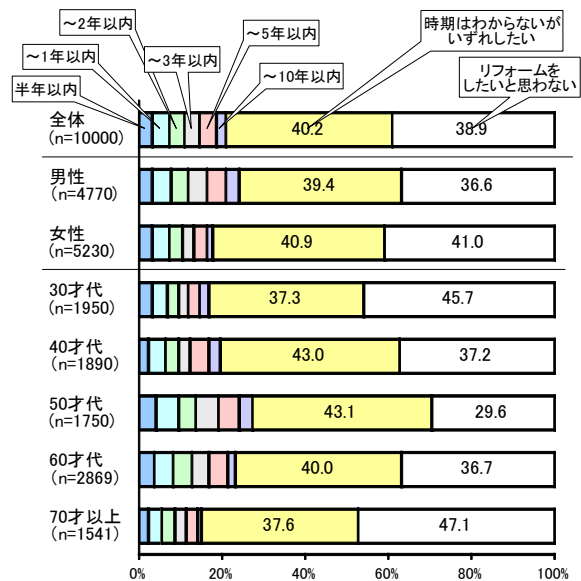


図 1-2-2 リフォーム意向の時期 性別、年代別

② 住宅の種類別

- ・住宅（自宅）の種類別にみると10年以内リフォーム意向に大きな差はない。

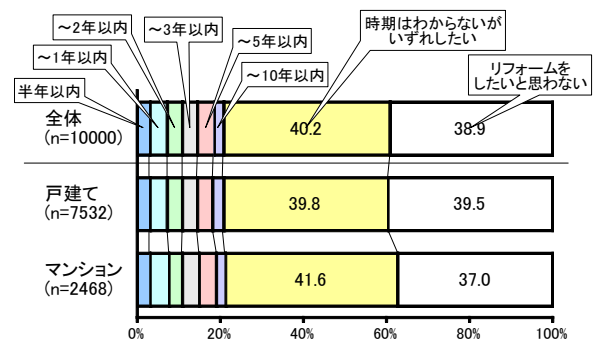


図 1-2-3 リフォーム意向の時期 住宅の種類別

予備調査結果

第2章 一般層の住宅リフォームに対する関心

1-2-3 リフォーム非意向の理由

① 性別

- ・「リフォームしたいと思わない」と答えた人にその理由を尋ねたところ、約半数が「現在の住宅にまったく不満がない」(48.0%)と回答している。
- ・次いで多い理由は「お金がかかりそう」(24.3%)、「最近リフォームしたばかり」(13.5%)などである。
- ・性別でみると、「現在の住宅にまったく不満がない」は男性の方が女性よりやや比率が高いが、これ以外の理由は男女の差は小さい。

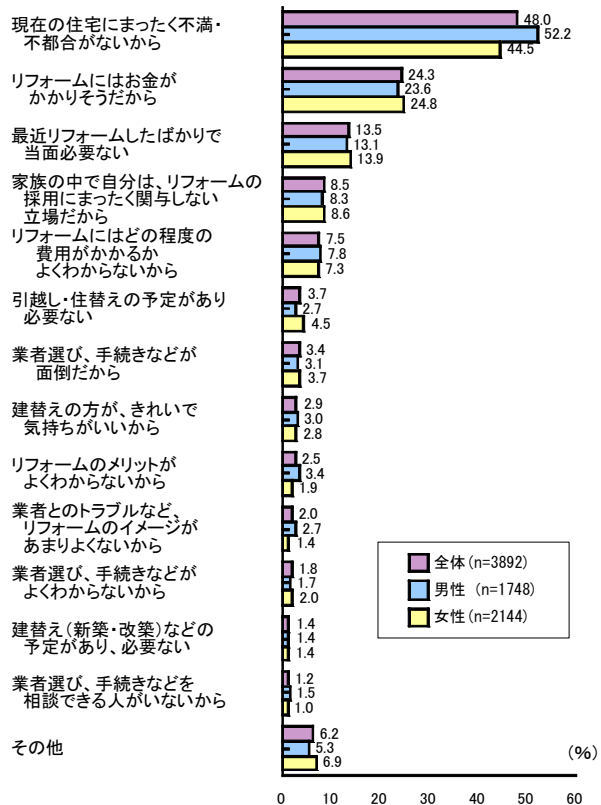


図 1-2-4 リフォーム非意向の理由 性別

② 年代別

- ・年代別でみると、「現在の住宅にまったく不満がない」は30代、70才以上で高い。
- ・「リフォームにはお金がかかりそう」は、50才代以下では3割弱と比率が高く、30代、40代は「リフォームの採用に関与しない立場だから」の比率も高くなっている。
- ・これに対して、60代以上では、「最近リフォームしたばかり」が2割以上と高くなる。

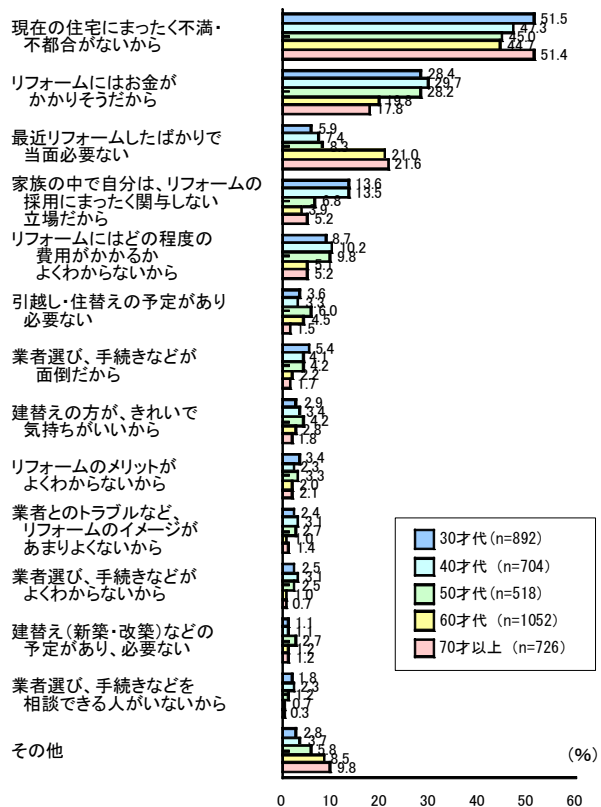


図 1-2-5 リフォーム非意向の理由 年代別

予備調査結果

第2章 一般層の住宅リフォームに対する関心

③ 住宅の種類別

- ・住宅の種類別でみると、「現在の住宅にまったく不満がない」の比率は、戸建てよりマンションの方が高い。
- ・逆に、戸建てでは「リフォームにはお金がかかりそう」、「最近リフォームしたばかり」、「リフォームの採用に関与しない立場だから」の比率がマンションよりも若干高い。

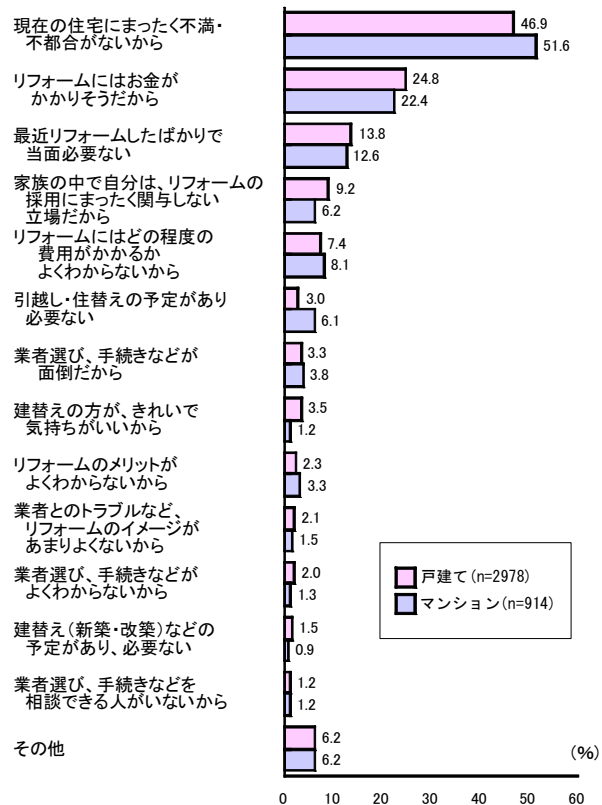


図 1-2-6 リフォーム非意向の理由 住宅の種類別

予備調査結果

第2章 一般層の住宅リフォームに対する関心

1-2-4 利用したい支援制度

① 性別

- ・利用したい支援制度は、全体では「税金の控除・減税」が30.7%と最も多く、次いで「助成制度（地域住宅交付金による補助制度）」23.4%、「住宅エコポイント」22.7%、「リフォーム瑕疵保険」などが続いている。
- ・性別でみると、「税金の控除・減税」、「助成制度」は男性で比率が高く、「住宅エコポイント」は女性で比率が高い。また、「わからない」の回答比率は女性では26.3%と、男性に比べ高くなっている。

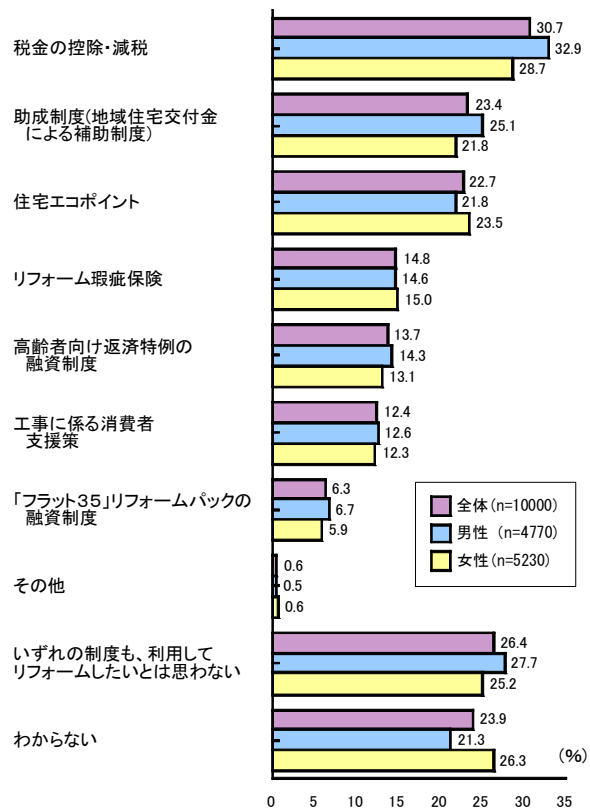


図 1-2-7 利用したい支援制度 性別

② 年代別

- ・年代別でみると、「高齢者向けの返済特例の融資制度」以外は、年代が若くなるにつれて利用したいという比率が上昇する傾向がある。

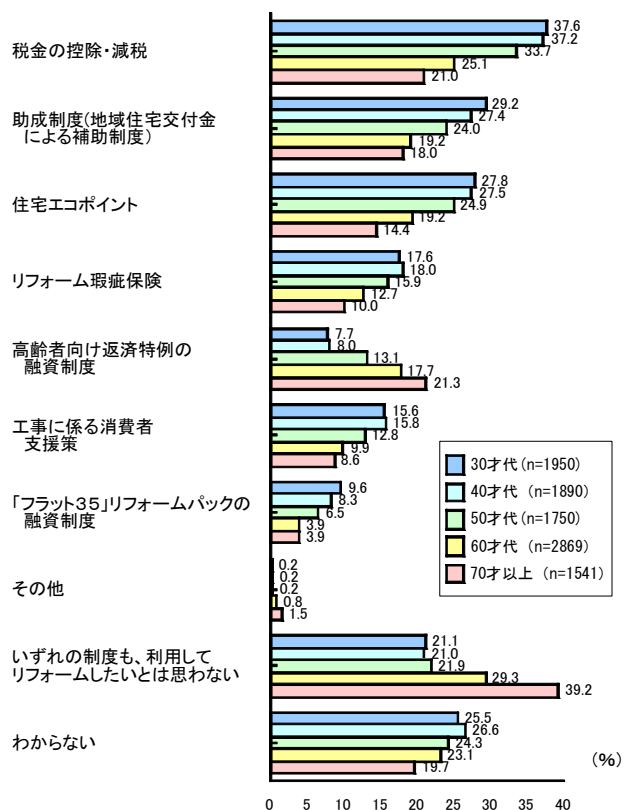


図 1-2-8 利用したい支援制度 年代別

予備調査結果

第2章 一般層の住宅リフォームに対する関心

③ 住宅の種類別

- 住宅の種類別でみると、差は小さいが、「税金の控除・減税」はマンションで、「助成制度」、「住宅エコポイント」は戸建てで、わずかながら比率が高い。

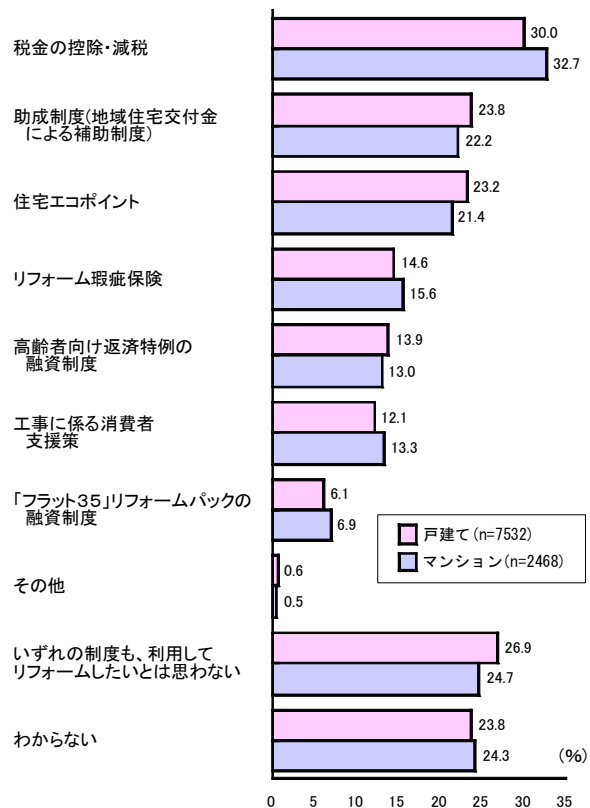


図 1-2-9 利用したい支援制度 住宅の種類別

④ リフォーム意向別

- リフォーム意向別でみると、いずれの制度もリフォーム意向層で、利用したい比率が高く、意向層における「税金の控除・減税」の利用希望比率は、5割前後となる。
- リフォーム意向時期が近づくにつれ、利用したい比率が上昇している制度が多いが、「高齢者向け返済特例の融資制度」はリフォーム意向の差が小さく、他の制度とややパターンが異なっている。

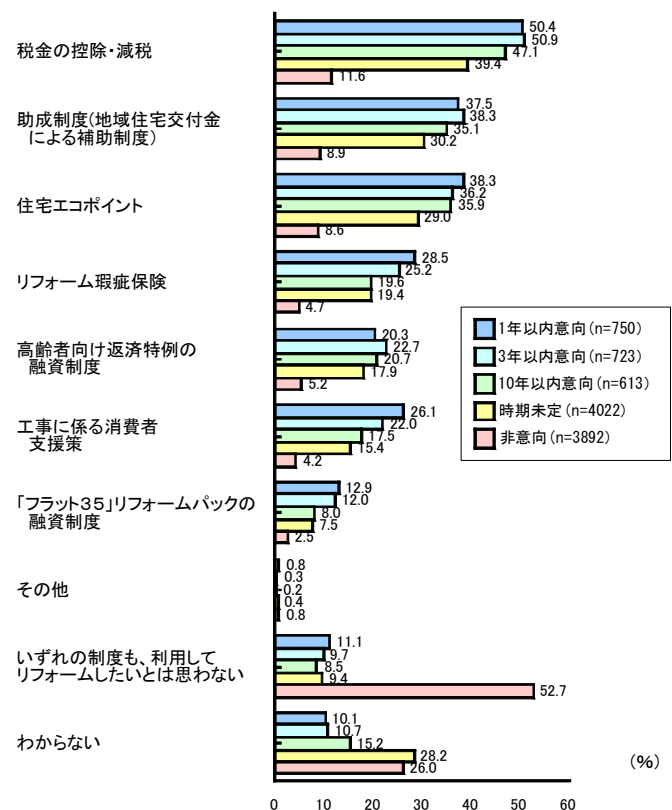


図 1-2-10 利用したい支援制度 リフォーム意向別

第2編 本調査結果

第1章 回答者の属性【本調査】

本調査では、これからリフォームしようとする住宅の種類別を主な軸とし、アンケート回答者の基本的な属性を分析した。回答者の属性内訳は、以下に示す通りである。以降の分析では、戸建て住宅のリフォームを検討しているユーザーを戸建て（739件／全体の73.9%）、マンションのリフォームを検討しているユーザーをマンション（261件／全体の26.1%）と称す。

なお、回答全体のうち3/4を戸建てが占めていることから、合計値の分析結果については、この点に留意しておく必要がある。

前回調査と比較すると、戸建て・マンションともに男性よりも女性の比率が高くなっているものの、回答者の年代や家族構成、居住地などについては、大きな変化はみられない。

【概要】

① 戸建て

- ・年齢：30～60代以上と、各年代に幅広く分布しているが、60代以上が半数近くを占める
- ・平均家族人数は、3.3人。世帯規模は、マンションに比べ大きい
- ・居住地：都市エリア居住者が約6割を占める
- ・世帯年収：700万円以上が半数近くを占める

② マンション

- ・年齢：戸建てと同様、高年代の占める比率が大きい。60才以上が約4割
- ・家族構成：家族数が二人以下の世帯が約4割
- ・居住地：都市エリア居住者が87%と集中している。
- ・世帯年収：居住地を反映し、高めとなっている。

	戸建て	マンション
性別	52.6%が女性<前回 63.7%が男性>	51.5%が女性<前回 54.8%が男性>
年齢	30～50代が、54.4%<前回 55.3%>、60代以上が、45.8%<前回 44.6%>	30～50代が、60.5%<前回 60.9%>、60代以上が、39.5%<前回 39.0%>
家族人数	家族数が二人以下の世帯が 31.0%<前回 33.6%>、三人 30.0%<前回 26.3%>、四人以上が 39.0%<前回 40.2%> 平均家族人数は 3.3人<前回 3.3人>	家族数が二人以下の世帯が 43.1%<前回 45.6%>、三人 25.3%<前回 29.5%>、四人以上が 31.8%<前回 24.8%> 平均家族人数は 2.8人<2.8人>
世帯年収	500万円未満は、26.4%<前回 34.0%> 700万円以上は、46.8%<前回 42.7%> 平均年収は、755.0万円<前回 718万円>	500万円未満は、26.4%<前回 28.7%> 700万円以上は、45.6%<前回 50.2%> 平均年収は、820.9万円<前回 758万円>
職業	専業主婦・主夫が 27.7%<前回 20.3%>、無職が 14.1%<前回 20.3%>、会社員が 25.9%<前回 24.6%>、有職者計は 57.3%<前回 57.4%>。有職者のうち、共働き比率は 54.3%<前回 56.8%>	専業主婦・主夫が 24.1%<前回 23.2%>、無職が 11.9%<前回 17.8%>会社員が 33.7%<前回 25.1%>、有職者計は 63.2%<前回 58.2%>。有職者のうち、共働き比率は 55.0%<前回 52.3%>
居住地	都市エリア 61.3%<前回 58.1%>、地方エリア 38.7%<前回 41.9%>	都市エリア 86.6%<前回 86.3%>、地方エリア 13.4%<前回 13.7%>

本調査結果

第1章 回答者の属性【本調査】

2-1-1 回答者の属性【本調査】

※今回は、女性 70 才以上の不足分を予備調査段階で、女性 60 代で補っている

① 性別

- 戸建て、マンションともに女性の比率が男性よりもやや多い。前回との比較でみると、今回は女性の比率が増えた。

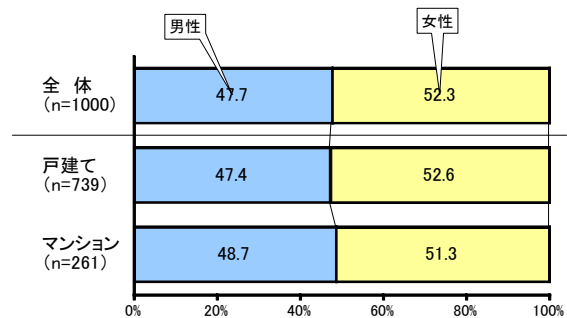
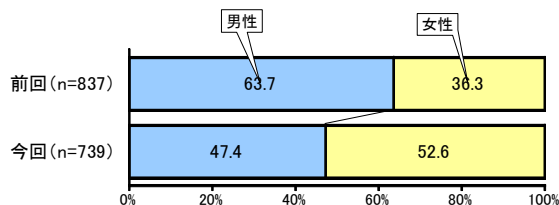
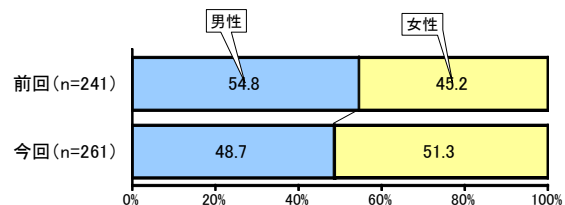


図 2-1-1 (1) 性別



【 戸建て 】



【 マンション 】

図 2-1-1 (2) 性別 前回 (H22 年) 調査結果との比較

② 年代

- 戸建てでは、マンションより 70 才以上の比率が高い。
- 前回との比較でみると、戸建て・マンションともに 30 才代の比率がやや増加している。

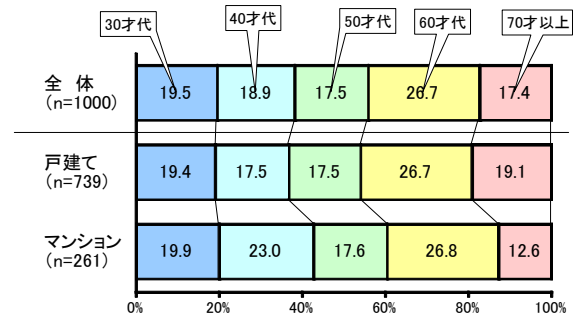
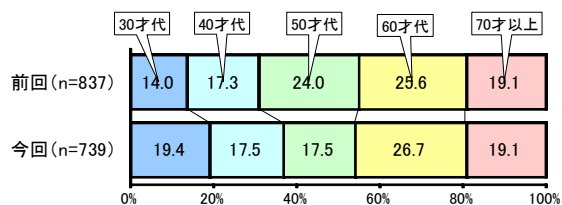
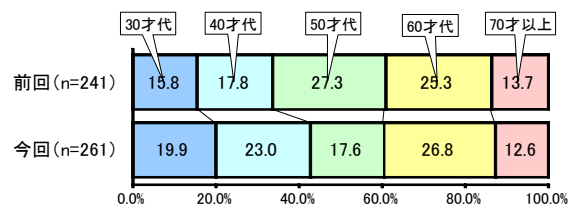


図 2-1-2 (1) 年代



【 戸建て 】



【 マンション 】

図 2-1-2 (2) 年代 前回 (H22 年) 調査結果との比較

本調査結果

第1章 回答者の属性【本調査】

③ 家族構成と家族人数

- 戸建てでは、マンションに比べ、「親」と同居している比率が高く、「子・子の配偶者」、「孫・曾孫」、「兄弟・姉妹」などの比率もわずかながら高くなっている。

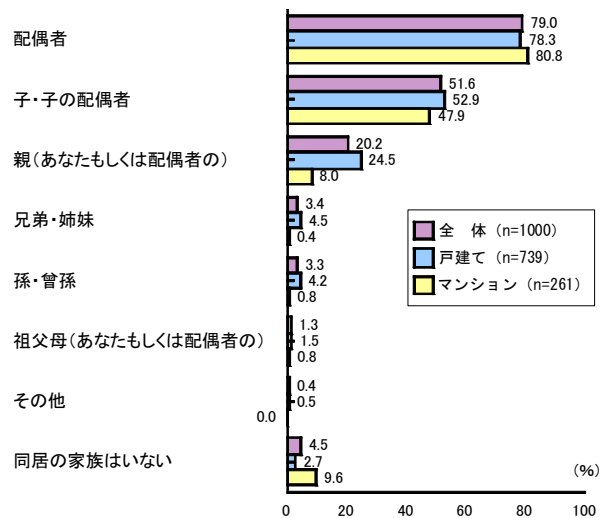


図 2-1-3 同居している家族（複数回答）

- 家族人数でみても、戸建ての方が家族数が多く、マンションでは、1～2 人の小規模世帯が約 4 割を占める。
- 前回に比べマンションではバラツキが大きくなっているが、平均値でみるとほぼ前回と同じ水準である。

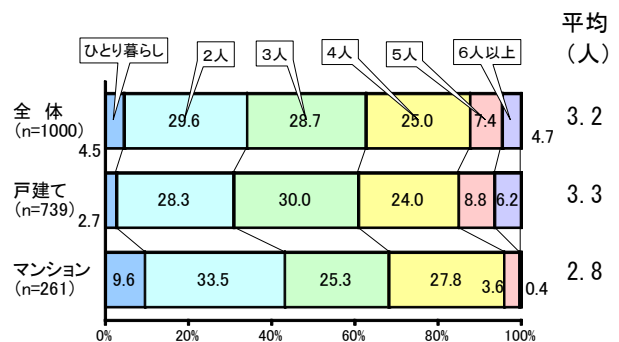
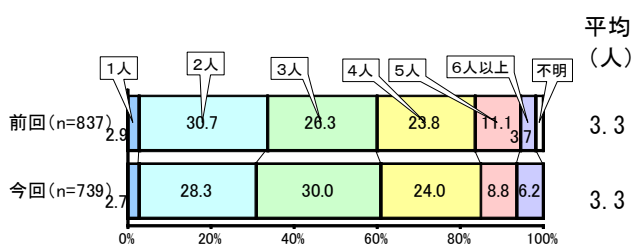
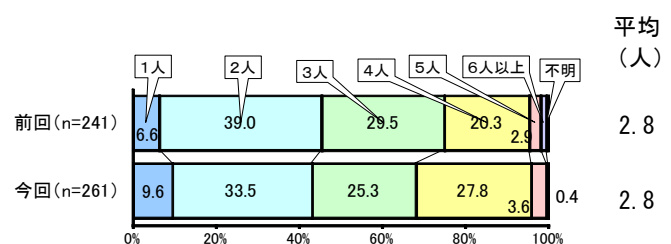


図 2-1-4(1) 家族人数



【 戸建て 】

図 2-1-4(2) 家族人数 前回 (H22 年) 調査結果との比較



【 マンション 】

本調査結果

第1章 回答者の属性【本調査】

④ 世帯年収

- ・300 万円以上～1500 万円未満に広く分布している。
- ・戸建てとマンションを比べると、マンションでは「1000 万円以上」が 24.1%となるなど戸建てよりも高収入世帯がやや多い。
- ・世帯年収は、前回よりもやや高い方にシフトしている。

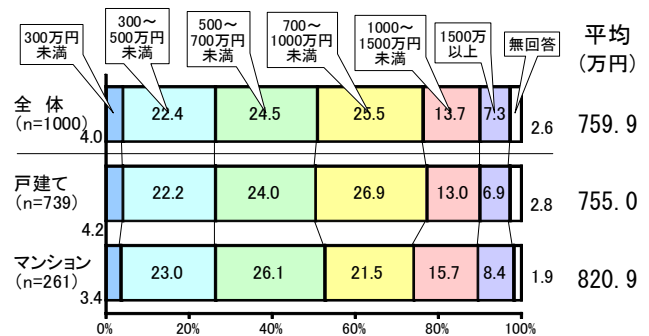


図 2-1-5(1) 世帯年収

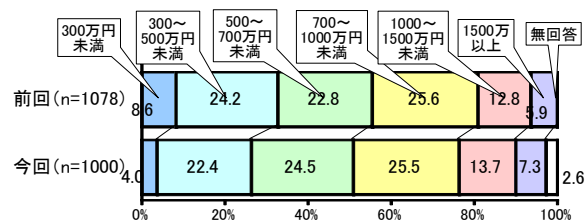


図 2-1-5(2) 世帯年収 前回 (H22 年) 調査結果との比較

⑤ 職業

- ・マンションでは、「会社員」、戸建てでは「専業主婦・専業主夫」「無職」の比率が、それぞれわずかながら高い。
- ・前回との比較でみると、戸建てでは「専業主婦」の比率がやや増加した。

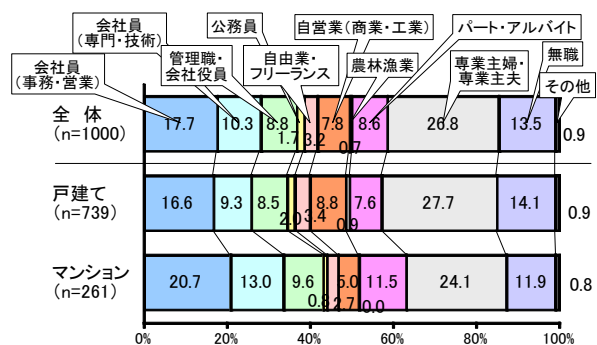
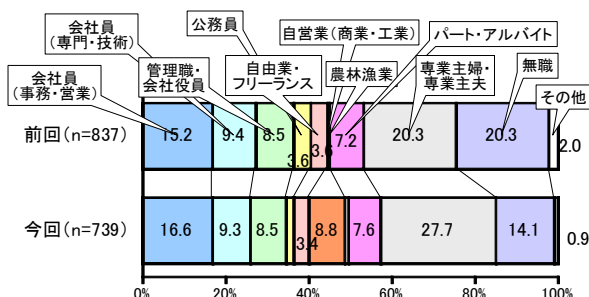
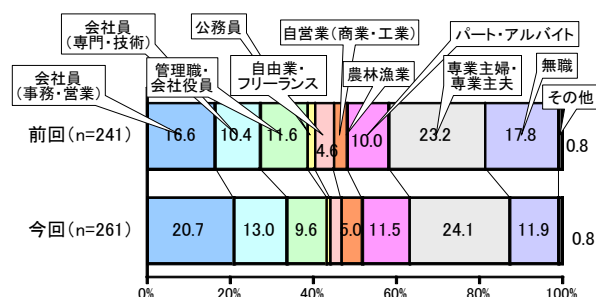


図 2-1-6(1) 職業



【戸建て】



【マンション】

図 2-1-6(2) 職業 前回 (H22 年) 調査結果との比較

本調査結果

第1章 回答者の属性【本調査】

⑥ 共働き状況

- ・自身が働いている回答者のうち、配偶者も働いている（共働きである）比率は54.5%であった。戸建て・マンションの差はほとんどない。

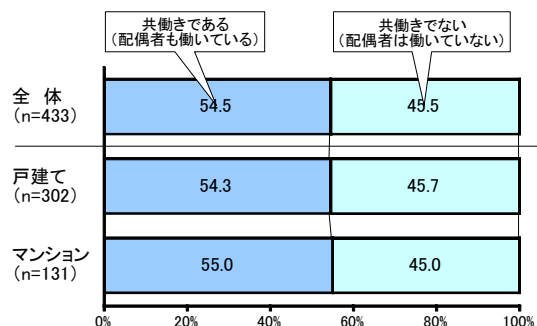


図 2-1-7 共働き状況

⑦ 居住地

- ・戸建てでは、人口 500 万人以上の都市エリアが 61.3%、地方エリアが 38.7%で、都市エリアがやや多い。
- ・マンションは、都市エリアが中心であり、9 割弱を占める。
- ・居住地エリアは前回とほぼ同様である。

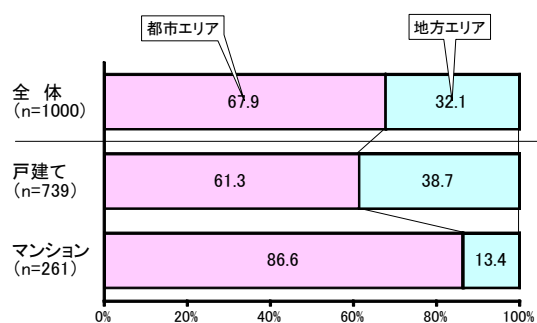
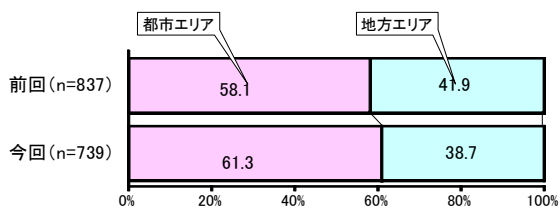
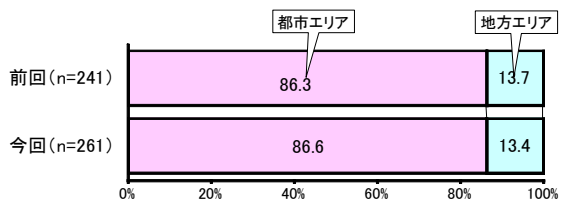


図 2-1-8(1) 居住地（エリア）



【戸建て】

図 2-1-8(2) 居住地（エリア）



【マンション】

前回（H22 年）調査結果との比較

本調査結果

第2章 住宅リフォームの対象

【概要】

■住宅の築年数：

- ・住宅の築年数は、5年から30年以上まで幅広く分布している。戸建てとマンションを比べると、戸建てにおいて築年数の古い住宅の比率が高い。平均築年数は、戸建てが22.4年、マンションが20.5年。前回調査に比べると築年数がやや長くなった。

■住宅の名義：

- ・戸建て・マンションとも、高年代の住宅ほど、自身名義が多い。70才以上では約7割。

■住宅の取得方法：

- ・戸建て住宅は、新築購入（約8割）を中心に、中古購入、相続がそれぞれ約1割見られる。マンションは、新築購入が64%、中古購入が34%、相続が2%。中古住宅が多く、中古購入者は、30代が多い。

■住宅購入時の重視点：

- ・戸建て・マンションとも購入時は、立地・利便性を重視する人が最も多い。

■住宅の譲渡予定：

- ・譲渡を予定している割合は、戸建ては22%、譲渡先は「家族に生前贈与」が最も多い。マンションでは20%、譲渡先は「売却」が最も多い。

■住宅ローンの利用経験と返済状況：

- ・戸建てでは、半数弱の人が完済、25%が返済中。マンションでは、4割強が完済、40%が返済中。

■住宅ローンの年数と金額：

- ・戸建ての住宅ローンの総年数は平均25.2年、総額は平均2,409万円。マンションの総年数は23.5年、総額は2,393万円。戸建ての方がマンションよりも年数が長く、金額もやや高い。

	戸建て	マンション
リフォーム対象	戸建て住宅 73.9%<前回 77.6%>	マンション 26.1%<前回 22.4%>
住宅の築年数	築15年未満 26.1%<前回 29.7%>、築30年以上 26.1%<前回 25.7%> 平均年数は、22.4年<前回 20.5年>	築15年未満は 31.8%<前回 39.0%>、築30年以上は 19.2%<前回 18.3%> 平均年数は、20.5年<前回 18.7年>
住宅の名義	70才以上で自身名義が最も多い。 自身名義の比率は30代 35.7%<前回 54.0%> 70代以上 68.8%<前回 87.5%>	60代・70才以上で、自身名義が多い。 自身名義の比率60代 68.6%<前回 78.7%> 70才以上 72.7%<前回 97.0%>
住宅の取得方法	新築購入は、78.9%<前回 72.4%> 中古購入は、10.8%<前回 10.3%> 相続は、7.4%<前回 8.2%>	新築購入は、64.4%<前回 66.8%> 中古購入は、34.1%<前回 32.0%> (30代では 51.9%<前回 42.1%>) 相続は、1.5%<前回 1.2%>
住宅購入時の重視点	①立地・利便性 68.9%<前回 71.0%> ②価格 64.4%<前回 75.1%> ③間取り 57.9%<前回 66.3%> ④広さ 51.0%<前回 60.3%> また、新築購入者は「デザイン・グレード」「間取り」が中古購入者に比べて高く、中古購入者は「価格」「立地・利便性」が新築購入者に比べて高い。	①立地・利便性 86.4%<前回 89.1%> ②価格 73.5%<前回 77.7%> ③広さ 59.9%<前回 60.9%> ④間取り 59.5%<前回 65.5%>
住宅の譲渡予定	譲渡予定あり、22.2%<前回 16.5%> (家族に生前贈与：15.8%<前回 11.2%>)	譲渡予定あり、20.3%<前回 21.5%> (売却する：13.0%<前回 8.7%>)
住宅ローン利用状況	現在返済中は、25.2%<前回 29.0%> 完済は、49.9%<前回 46.4%>	現在返済中は、39.8%<前回 44.8%> 完済は、42.5%<前回 39.8%>
住宅ローン年数と金額【平均】	総年数：25.2年 残年数：17.3年 <前回：総年数：21.6年 残年数：14.5年> 総額：2,409万円 残額：1,643万円 <前回総額：2,168万円 残額：1,412万円>	総年数：23.5年 残年数：16.0年 <前回：総年数：24.4年 残年数：16.3年> 総額：2,393万円 残額：1,520万円 <前回総額：2,246万円 残額：1,358万円>

本調査結果

第2章 住宅リフォームの対象

2-2-1 住宅の種類

- ・リフォームの対象は、73.9%が戸建て住宅(＝戸建て)であり、26.1%がマンションである。
前回調査よりもマンションがやや増加した。

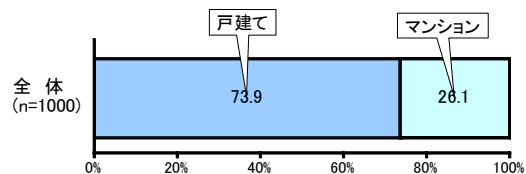


図 2-2-1 住宅の種類

2-2 住宅の築年数

① 住宅の種類別

- ・戸建て、マンションともに築5年から30年以上まで幅広く分布している。
- ・戸建ては、「築30年以上」がマンションに比べて多く、約3割を占める。
- ・一方、マンションは、築10～15年未満の比較的新しい住宅が戸建てに比べて多く、築20年未満で全体の過半数を占める。
- ・前回と比較すると、戸建て・マンションともに築年数がやや増加した。

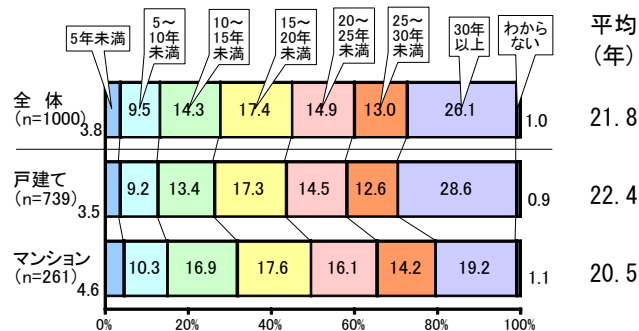
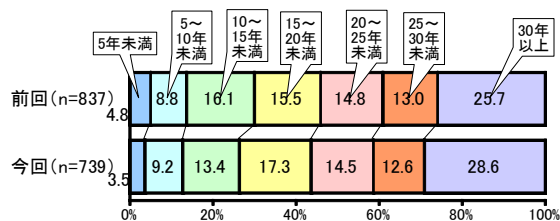
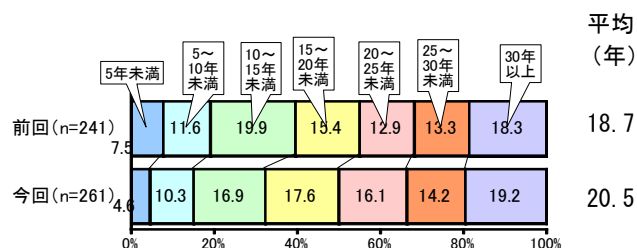


図 2-2-2(1) 住宅の築年数 住宅の種類別



【戸建て】



【マンション】

図 2-2-2(2) 住宅の築年数 前回(H22年)調査結果との比較

② 住宅の取得方法別

- ・新築購入した住宅は、築5年未満から30年以上まで幅広く分布している。
- ・中古購入した住宅は、築30年以上の住宅が30.8%を占める。
- ・相続で譲渡された住宅は、築30年以上の住宅が多く、67.8%を占める。

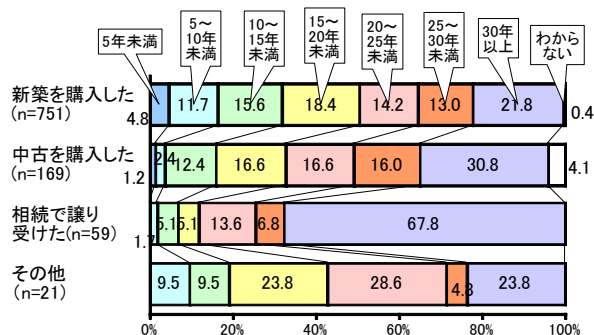


図 2-2-3 住宅の築年数 住宅の取得方法別

本調査結果 第2章 住宅リフォームの対象

③ 戸建て・年代別

- ・戸建てでは、高年代で築年数は古くなる傾向がある。
- ・30代、40代は、築後20年未満が6割を超えるが、70代以上では30年以上が46.1%と半数近くになる。

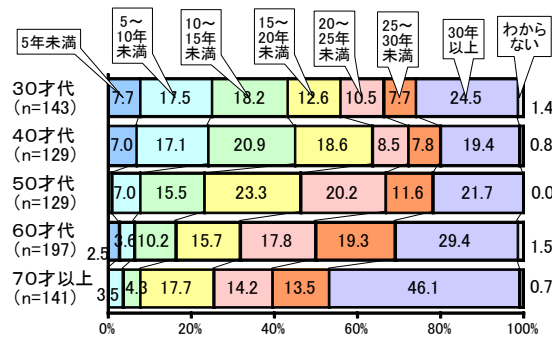


図 2-2-4 住宅の築年数【戸建て】年代別

④ マンション・年代別

- ・マンションは、戸建てより築年数はやや新しいが、戸建て同様に高年代で古くなる傾向がある。
- ・30代では、5年未満（13.5%）、5～10年（19.2%）と新しい住宅が多いが、70代以上では30年以上が54.5%と半数を超える。

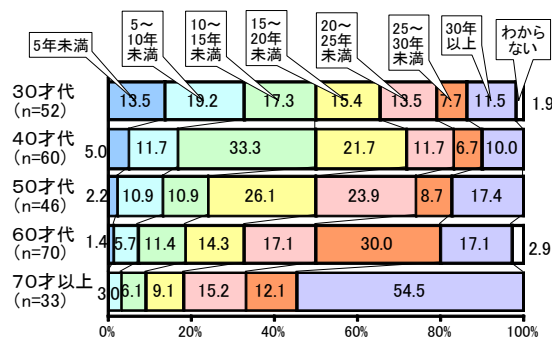


図 2-2-5 住宅の築年数【マンション】年代別

2-2-3 住宅の名義（複数回答）

① 住宅の種類別

- ・本人名義の住宅は、戸建てでは52.9%、マンションでは63.6%である。
- ・戸建て住宅は、マンションより「親、配偶者の親」名義が多い。
- ・「配偶者」名義は、戸建て・マンションともほぼ同じ水準である（なお、自身と配偶者の共同名義の比率は、戸建て住宅、マンションともに、約1割程度）。

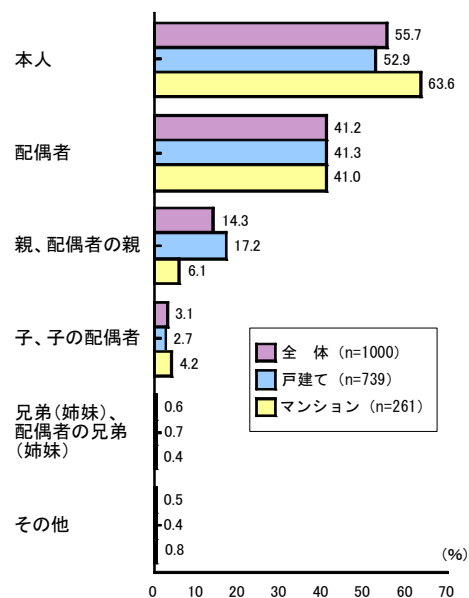


図 2-2-6 住宅の名義 住宅の種類別（複数回答）

本調査結果 第2章 住宅リフォームの対象

② 年代別

- ・戸建てでは、「親、配偶者の親」は若年代ほど高く、30代で44.1%である。
- ・マンションでは、「親、配偶者の親」は30代で高く、15.4%である。

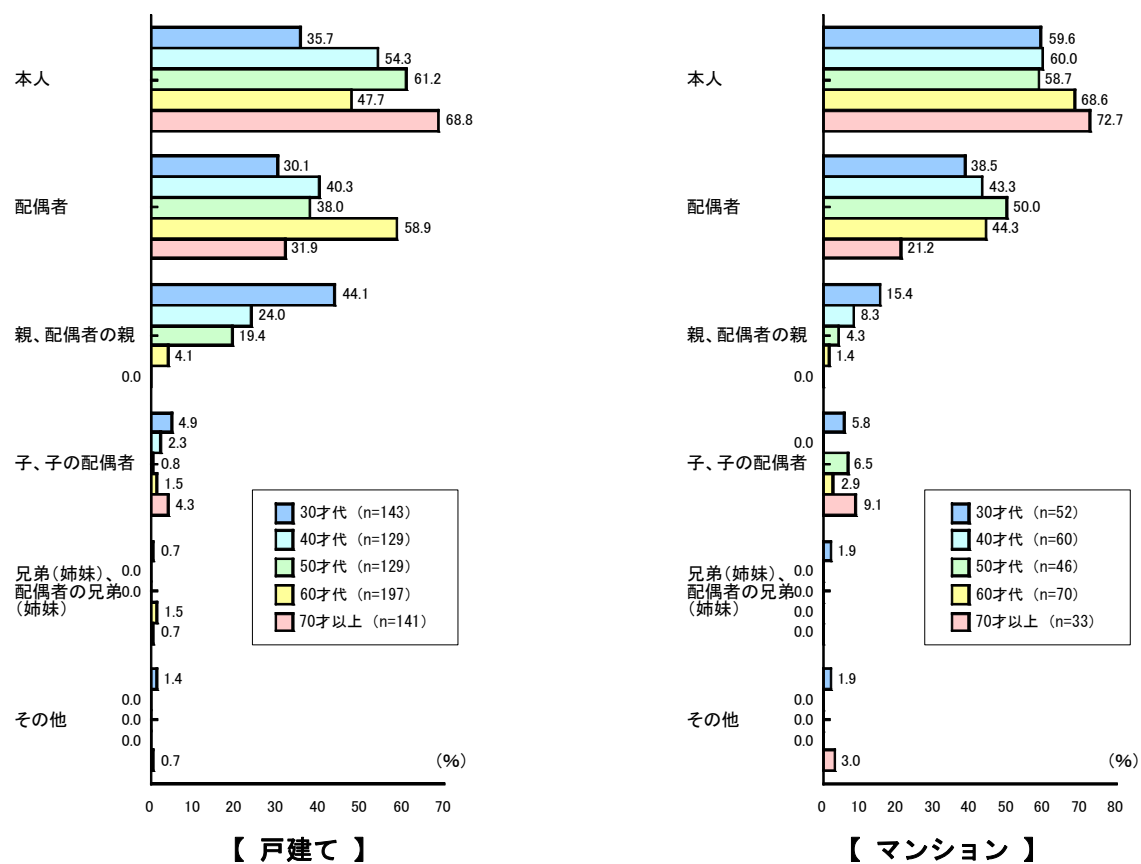


図 2-2-7 住宅の名義 年代別

本調査結果

第2章 住宅リフォームの対象

2-2-4 住宅の取得方法

① 住宅の種類別

- ・全体では新築の購入が 75.1%、中古購入が 16.9%、相続が 5.9%である。
- ・中古購入された比率は、戸建てよりマンションのほうが高く 34.1%を占める。
- ・また、相続は戸建てでは 7.4%であるが、マンションでは 1.5%と比率は小さい。

② 戸建て・年代別

- ・戸建てでは、「新築購入者」の比率は 70 代以上で最も多い。
- ・「中古購入者」の比率は、30 代で最も多く、70 代以上で最も少ない。

③ マンション・年代別

- ・マンションでは、「新築購入者」の比率は 60 代が 77.1%と最も高い。
- ・逆に「中古購入者」の比率は、30 代で 51.9%と半数を超えるが、70 代以上でも 39.4%と約 4 割を占める。

2-2-5 住宅購入時の重視点

(新築または中古購入者のみ)

① 住宅の種類別

- ・購入の際に重視した点は、全体では「立地・利便性」(73.8%)、「価格」(67.0%)、「間取り」(58.4%)、「広さ」(53.5%)の順である。
- ・戸建てよりもマンションの方がより多くの項目があがっているが、特に「立地・利便性」は、マンションでは 86.4%と比率が高くなっている。

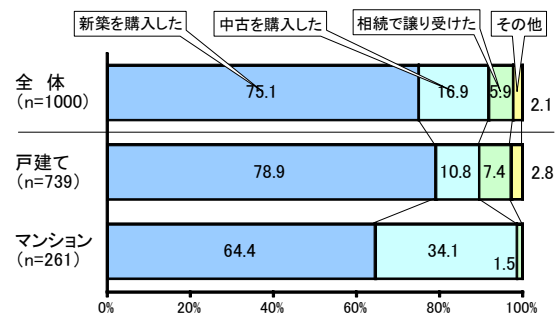


図 2-2-8 住宅の取得方法

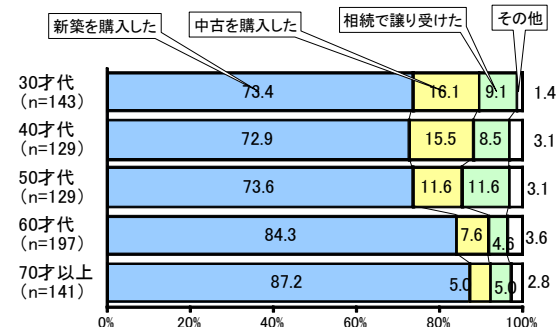


図 2-2-9 住宅の取得方法【戸建て】年代別

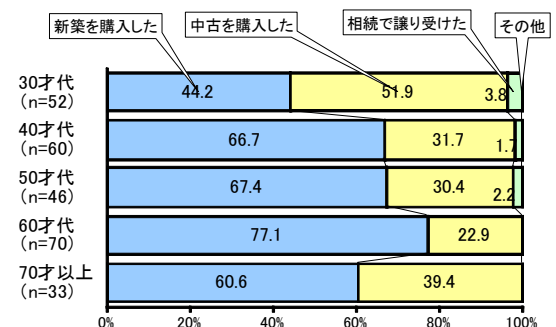


図 2-2-10 住宅の取得方法【マンション】年代別

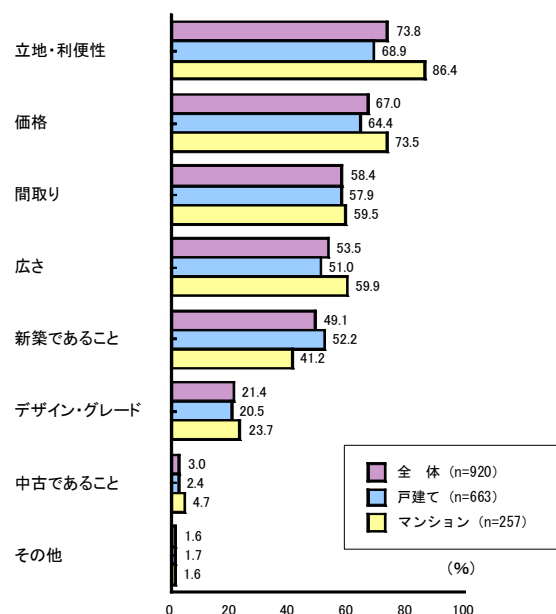


図 2-2-11 住宅購入時の重視点（新築または中古購入者のみ）（複数回答）

本調査結果 第2章 住宅リフォームの対象

② 住宅の取得方法別

- ・新築購入者は「デザイン・グレード」「間取り」が中古購入者に比べて高い。
- ・中古購入者は「立地・利便性」「価格」が新築購入者に比べて高い。
- ・また、新築購入者の約6割が「新築であること」を重視しているのに対し、「中古であること」を重視している中古購入者は、約2割である。

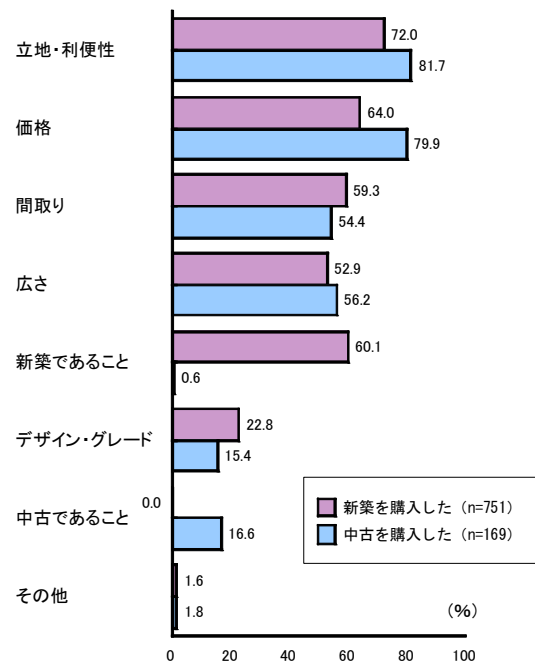


図2-2-12 住宅購入時の重視点 住宅の取得方法別（複数回答）

③ 年代別

- ・戸建てでは、「立地・利便性」がいずれの年代においても最も多い。30代では「広さ」や「間取り」、50代では「デザイン・グレード」の比率が高い。「新築であること」は、年代が高くなるにつれて比率も上昇している。
- ・マンションは、戸建てに比べ「価格」や「間取り」、「広さ」など、比率が高くなる項目が多いが特に「新築であること」は、戸建てとの差が大きい。「間取り」は50～60代以上で重視されており、「価格」は40代、70才以上で比較的重視されている。

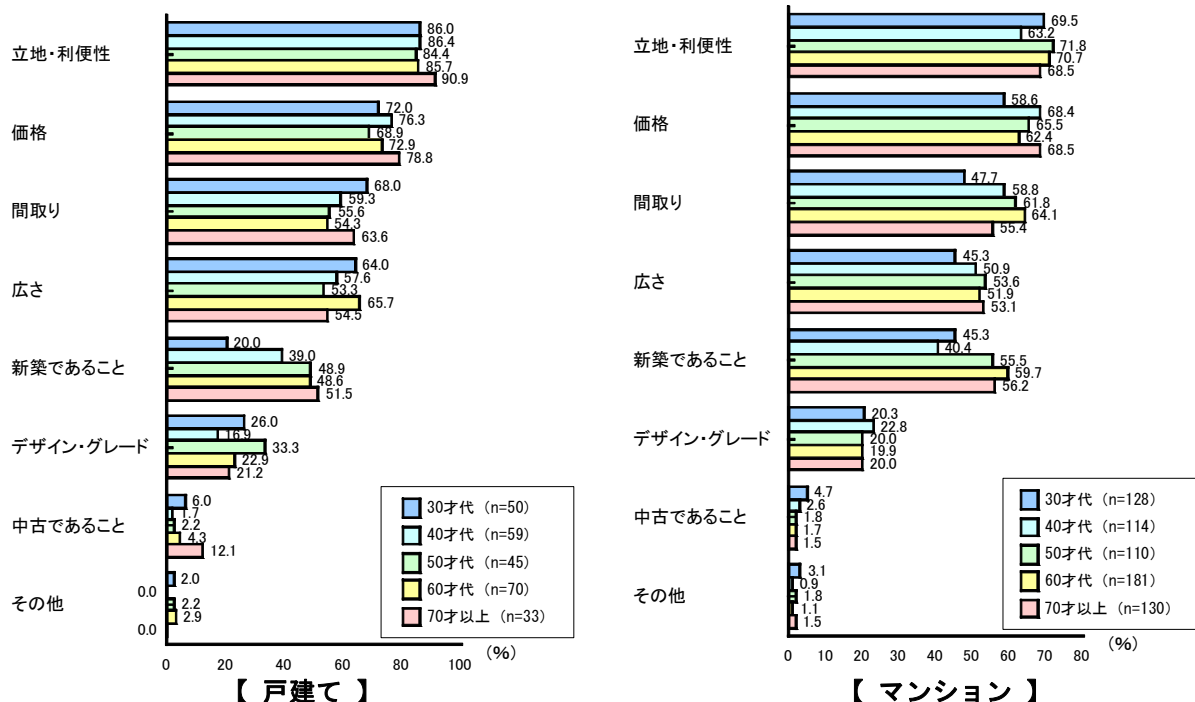


図2-2-13 住宅購入時の重視点 年代別（新築または中古購入者のみ）（複数回答）

本調査結果

第2章 住宅リフォームの対象

2-2-6 住宅購入時の決め手（1つのみ）

（新築または中古購入者のみ）

① 住宅の種類別

- ・戸建て、マンションともに重視点と同様に「立地・利便性」が最も多く、次いで「価格」、「間取り」、「広さ」が続いている。
- ・マンションでは「立地・利便性」の比率が50.2%と戸建てに比べ高い。

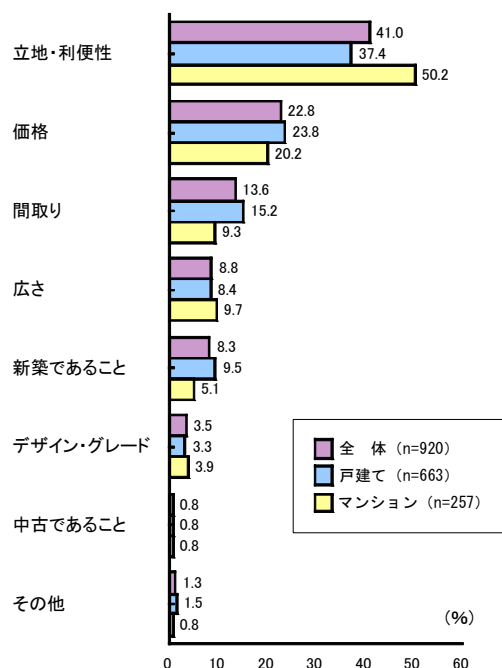


図 2-2-14 住宅購入時の決め手 住宅の種類別（1つのみ）

② 住宅の取得方法別

- ・新築購入者は「新築であること」「間取り」「デザイン・グレード」などが中古購入者に比べて高い。
- ・逆に、中古購入者は「立地・利便性」、「価格」が新築購入者に比べて高い。

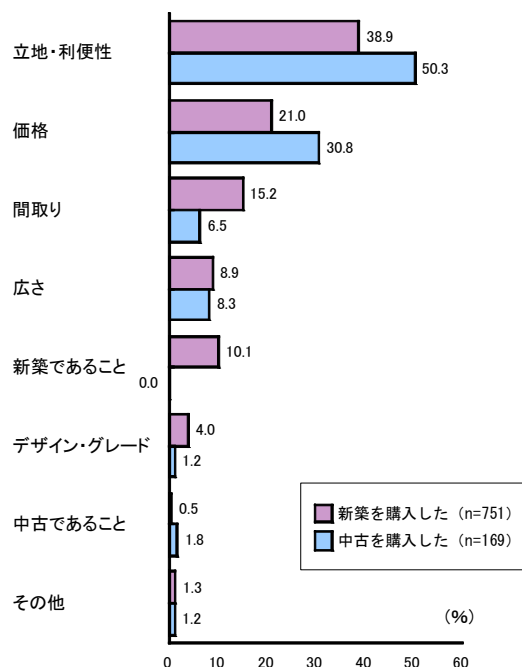


図 2-2-15 住宅購入時の決め手 住宅の取得方法別（1つのみ）

本調査結果 第2章 住宅リフォームの対象

2-2-7 住宅の譲渡予定

- ・リフォーム後は、約半数が「譲り渡す予定はない」、約3割が「わからない」と回答している。
- ・戸建てでは「家族に生前贈与する」が15.8%で、マンションより8.5ポイント高い。
- ・マンションでは、「売却する」が13.0%で、戸建てより約7ポイント高い。

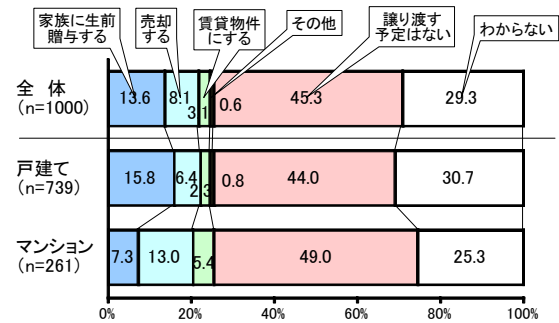


図 2-2-16 住宅の譲渡予定 住宅の種類別

2-2-8 住宅ローンの利用経験と返済状況

① 住宅の種類別

- ・取得に際し住宅ローンを利用した比率は、全体の8割弱である。住宅ローンを利用した比率は、戸建てよりもマンションの方が高い(戸建て75.1%、マンション82.3%)。
- ・また、住宅ローン返済中の比率も、マンションの方が高い(戸建て25.2%、マンション39.8%)。

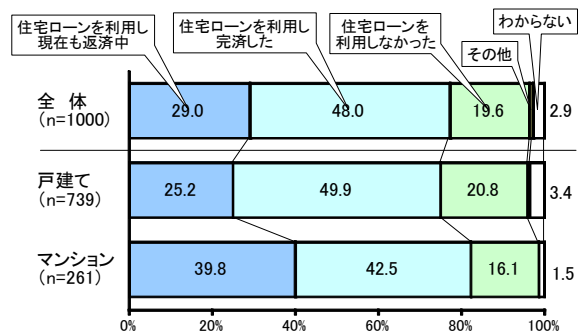


図 2-2-17 住宅ローンの利用経験と返済状況
住宅の種類別

② 世帯年収別

- ・年収が300万円以上では約8割が利用経験がある。返済中の比率が高いのは、500～700万円未満の層である。

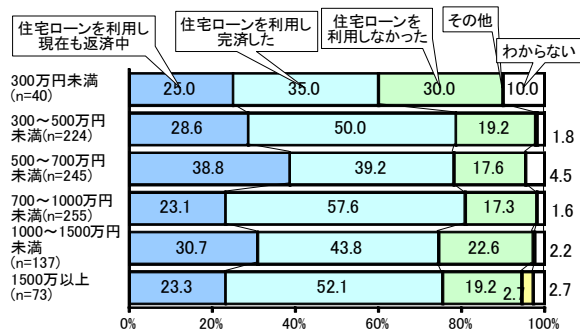


図 2-2-18 住宅ローンの利用経験と返済状況
世帯年収別

2-2-9 住宅ローンの借入先（複数回答）

【ローン利用者のみ】

- ・住宅ローンの借入先は「民間金融機関」70.6%、「公的機関」42.7%「勤務先の融資制度」11.3%となっている。
- ・マンションは戸建てより「公的機関」が若干高い。

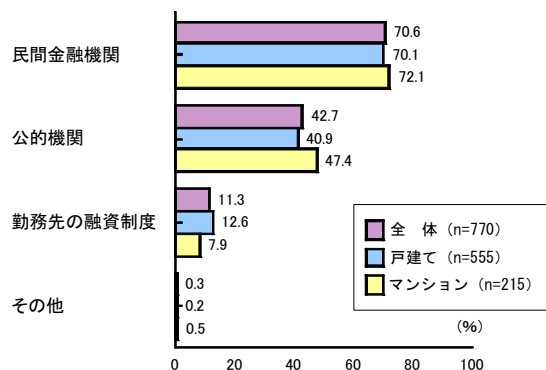


図 2-2-19 住宅ローンの利用経験と返済状況 住宅の種類別

本調査結果

第2章 住宅リフォームの対象

2-2-10 住宅ローンの借入年数及び残余年数（平均値）

【ローン利用者のみ】

- ・借入年数の平均は、約 22.9 年。
- ・返済中の残余年数の平均は、約 15.2 年。
- ・戸建てのほうが、マンションよりも、借入年数、残余年数ともにやや長い。

表 2-2-1 住宅ローンの借入年数及び残余年数（平均値）

	借入年数		残余年数	
	N=	平均値 (年)	N=	平均値 (年)
全体	532	22.9	190	15.2
戸建て	200	25.2	106	17.3
マンション	732	23.5	296	16.0

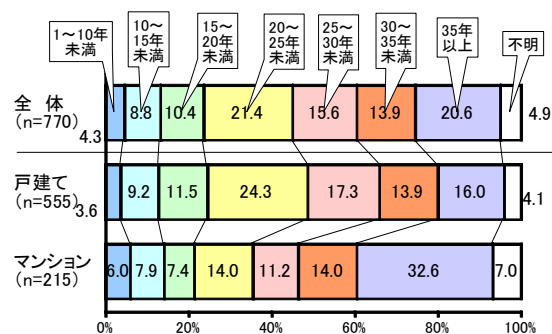


図 2-2-20 住宅ローンの借入年数 住宅の種類別

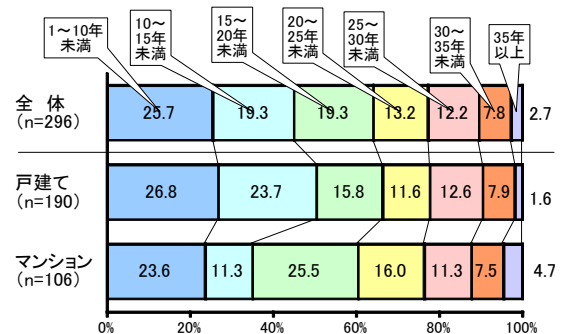


図 2-2-21 住宅ローンの残余年数 住宅の種類別

2-2-11 住宅ローンの借入総額及び残額（平均値）

【ローン利用者のみ】

- ・借入総額の平均は、2,387 万円。
- ・返済中の残額の平均は、1,454 万円。
- ・戸建てのほうが、マンションよりも、借入総額がわずかながら多い。

表 2-2-2 住宅ローンの借入総額及び残額（平均値）

	借入総額		残額	
	N=	平均値 (万円)	N=	平均値 (万円)
全体	535	2,387	192	1,454
戸建て	205	2,409	104	1,643
マンション	740	2,393	296	1,520

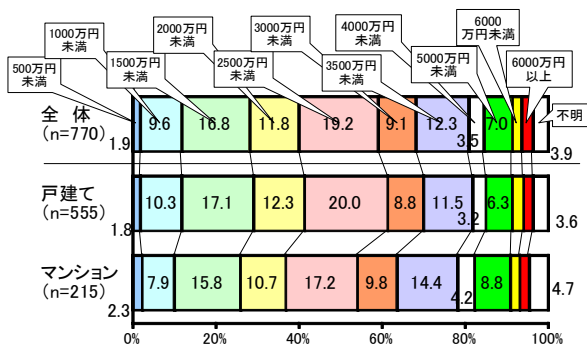


図 2-2-22 住宅ローンの借入総額 住宅の種類別

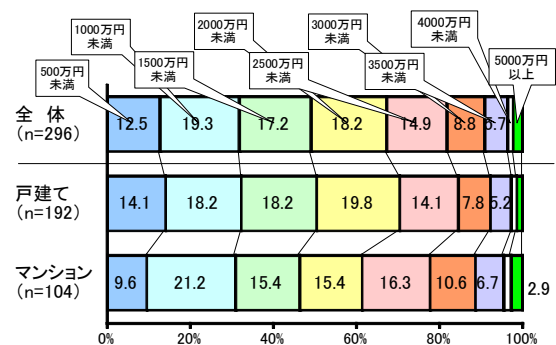


図 2-2-23 住宅ローンの残額 住宅の種類別

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

【概要】

■検討中のリフォーム工事の種類：

- ・工事の種類は、戸建てでは設備の更新、修繕がともに34%。マンションでは、設備の更新が55%を占める。
- ・戸建てでは、若年代ほど、間取り変更が多く、高年代ほど、修繕が多くなる。
- ・また、マンションの70才以上で、性能の向上を検討するユーザーが多い。

■リフォーム検討中の場所：

- ・戸建てでは、浴室が最も多く、次いで屋根や外壁が多い。これに洗面・トイレ、食堂・キッチンなどが続く。
- ・マンションでは、洗面・トイレ、食堂・キッチン、浴室などの水回りが多く、これに、リビング・居間、寝室が続く。

■リフォームの動機：

- ・リフォームを検討する場合、いくつかの動機をもつケースが考えられるが、動機・決定的な動機ともに、また、戸建て・マンションとも「設備の劣化・グレードアップ」が最も多い。
- ・戸建てでは、「耐震性能や防犯性能の向上」といった住宅の基本的な性能に関する動機が、マンション層に比べて多い。また、年齢の高さを反映し「高齢化対応」も多く挙げられている。
- ・マンションでは、「間取りや水回りの改善」「好みの間取りやインテリアにしたい」といった動機が戸建てに比べ、多く挙げられている。

	戸建て	マンション
工事の種類	設備の更新 34.2%<前回 33.2%>、修繕 34.1%<前回 39.2%>、間取り変更 12.7%<前回 12.5%>、性能の向上 12.7%<前回 9.7%> 若年代ほど「間取り変更」が多く 高年代ほど「修繕」が多い	設備の更新 55.2%<前回 60.2%>、間取り変更 20.7%<前回 16.2%>、修繕 12.6%<前回 12.0%>、性能の向上 8.8%<前回 8.3%> 築10年未満で「間取り変更」が多く、築20年以上で「設備の更新」が多い
検討中の場所	①浴室②屋根や外壁③洗面・トイレ④食堂・キッチン⑤リビング・居間 (前回：①屋根や外壁②浴室③洗面・トイレ④食堂・キッチン⑤リビング・居間)	①洗面・トイレ②食堂・キッチン③浴室④リビング・居間⑤寝室 (前回：①食堂・キッチン②洗面・トイレ③浴室④リビング・居間⑤寝室)
リフォームの動機	①設備の劣化・グレードアップ 55.3%<前回 56.2%> ②高齢者が暮らしやすく 36.4%<前回 31.3%> ③間取りや水回りの改善 29.5%<前回 29.3%> ④家族人数の変化・子の成長 25.0%<前回 22.9%> ⑤省エネ性能を高める 18.9%<前回 19.2%> ⑥好みの間取りやインテリア 18.0%<前回 14.9%> ⑦収納不足改善や効率化 17.2%<前回 15.3%> ⑧耐震性能を高める 14.3%<前回 10.6%> ⑨防犯性能を高める 8.3%<前回 6.7%> ⑩友人宅や雑誌等の影響 6.1%<前回 3.3%>	①設備の劣化・グレードアップ 51.3%<前回 52.7%> ②間取りや水回りの改善 33.7%<前回 37.8%> ③好みの間取りやインテリア 29.9%<前回 23.7%> ④高齢者が暮らしやすく 29.5%<前回 27.4%> ⑤家族人数の変化・子の成長 21.1%<前回 25.3%> ⑥収納不足改善や効率化 19.9%<前回 19.5%> ⑦省エネ性能を高める 10.3%<前回 16.2%> ⑧友人宅や雑誌等の影響 7.3%<前回 3.7%> ⑨中古住宅を購入した 5.7%<前回 10.0%> ⑩防犯性能を高める 2.3%<前回 3.7%> ⑩退職を機に 2.3%<前回 2.1%>
決定的な動機	①設備の劣化・グレードアップ 43.0%<前回 45.5%> ②高齢者が暮らしやすく 21.2%<前回 19.6%> ③間取りや水回りの改善 15.3%<前回 14.5%>	①設備の劣化・グレードアップ 44.4%<前回 42.7%> ②間取りや水回りの改善 21.5%<前回 23.2%> ③好みの間取りやインテリア 18.0%<前回 10.4%>
リフォームを選択する理由	①リフォームで居住性や快適性が向上できる 44.9% ②長期間住み続ける方が環境にやさしい 36.8% ③費用を低く抑えることができる 33.6%	①リフォームで居住性や快適性が向上できる 56.7% ②現在の住宅に非常に愛着がある 28.4% ③長期間住み続ける方が環境にやさしい 24.9%
東日本大震災による影響	①耐震改修への関心が増した 44.8% ②省エネ改修への関心が増した 39.2% ③断熱改修への関心が増した 32.2%	①省エネ改修への関心が増した 36.0% ②耐震改修への関心が増した 34.9% ③断熱改修への関心が増した 25.3%

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

3-3-1 検討中のリフォーム工事の種類

① 住宅の種類別

- 戸建ての主なリフォーム工事の種類は、「設備の更新」が34.2%、「修繕・メンテナンス」が34.1%、両者で全体の約7割を占める。「間取り変更・模様替え」、「性能の向上」は12.7%である。
- マンションは「設備の更新」が55.2%を占めており、「間取り変更・模様替え」20.7%、「修繕・メンテナンス」12.6%、「性能の向上」8.8%となっている。

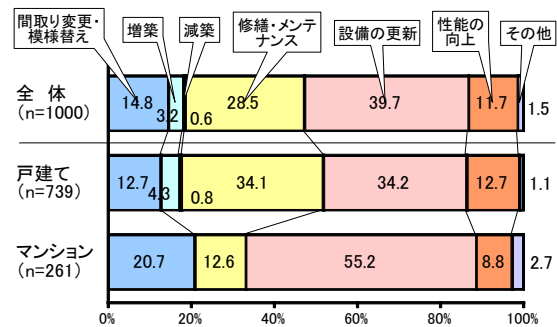


図 2-3-1 工事の種類 住宅の種類別

② 戸建て・年代別

- 「間取り変更・模様替え」を予定している人は、30～40代で比率が高く、「修繕・メンテナンス」、「性能の向上」は、60代、70才以上で高い。
- 「設備の更新」は、50代での比率が高い。

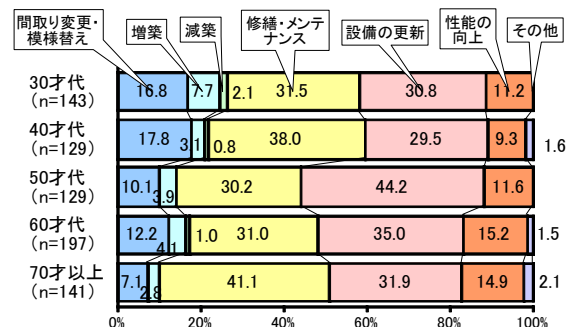


図 2-3-2 工事の種類【戸建て】年代別

③ マンション・年代別

- 「間取りの変更」は、若年代で高く、「性能の向上」は、70才以上で高い。
- 「設備の更新」は、戸建てと同様に50代～60代での比率が高い。

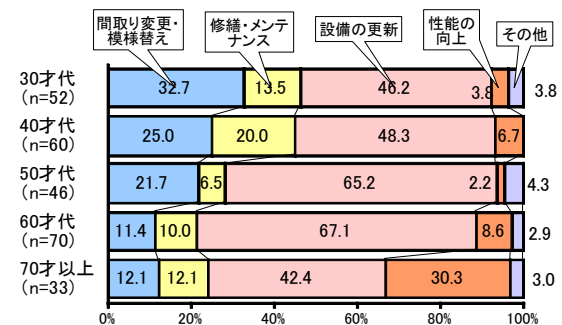


図 2-3-3 工事の種類【マンション】年代別

④ 戸建て・築年数別

- 築10年未満の住宅では、「間取り変更・模様替え」が他層に比べ高く、「設備の更新」が低い。
- 築10～30年以上の住宅では、「修繕・メンテナンス」「設備の更新」がそれぞれ3～4割を占める。

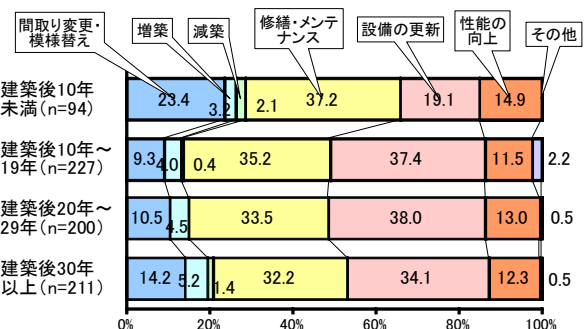


図 2-3-4 工事の種類【戸建て】築年数別

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

⑤ マンション・築後年数別

- ・築10年未満の住宅では、「間取り変更・模様替え」「修繕・メンテナンス」が他層に比べ高く、「設備の更新」が低い。
- ・築20年以上の住宅では、「設備の更新」が6割以上を占める。

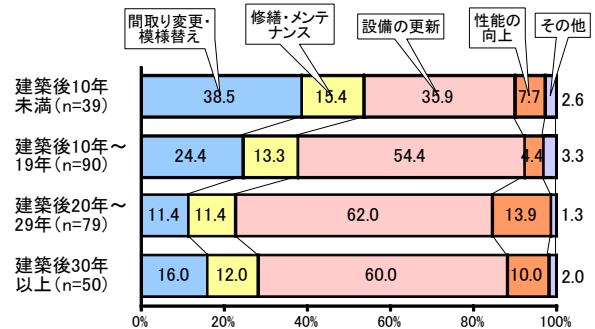


図 2-3-5 工事の種類【マンション】築年数別

⑥ 決定的な動機別

- ・ライフスタイルによる動機のリフォームの種類は「間取り変更・模様替え」が高い。
- ・老朽化・性能向上による動機では「修繕・メンテナンス」「設備の更新」が高い。

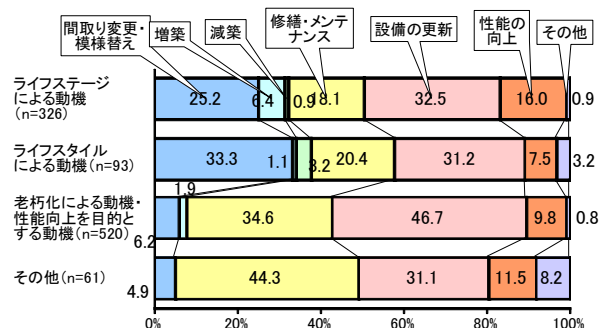


図 2-3-6 工事の種類 決定的な動機別

⑦ 住宅の譲渡予定別

- ・譲渡予定別にみると、賃貸物件にする住宅では、「間取りの変更・模様替え」が35.5%と比率が高い。

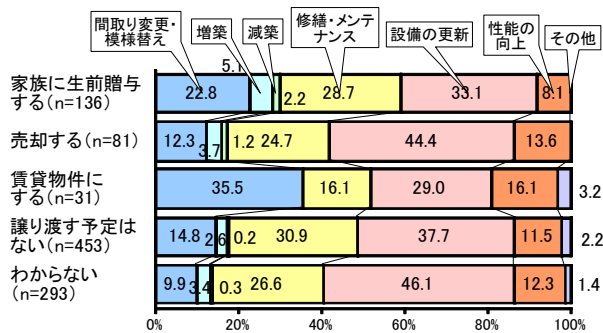


図 2-3-7 工事の種類 住宅の譲渡予定別

⑧ 住宅の取得方法別

- ・住宅の取得方法別にみると、新築購入者・相続者では「修繕・メンテナンス」が多い。
- ・中古購入者では「設備の更新」を予定しているケースが比較的多い。

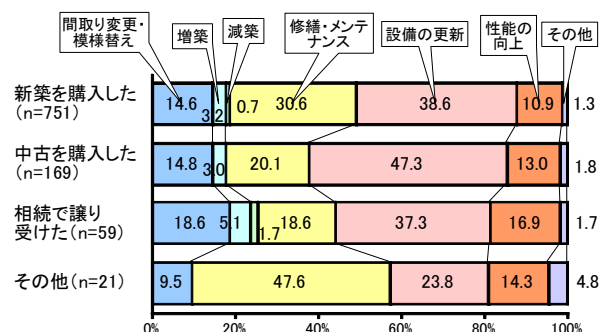


図 2-3-8 工事の種類 住宅の取得方法別

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

3-3-2 リフォーム検討中の場所（複数回答）

① 住宅の種類別

- ・戸建てでは、「浴室」（47.4%）が最も多く、「屋根や外壁」（44.9%）、「洗面・トイレ」（41.9%）、「食堂・キッチン」（40.7%）、「リビング・居間」（34.9%）などが続く。
- ・これに対してマンションでは、「洗面・トイレ」（55.6%）が最も多く、次いで「食堂・キッチン」（54.8%）、「浴室」（54.4%）、「リビング・居間」（43.7%）などが多い。
- ・前回との比較でみると、今回は、「浴室」や「トイレ」などの比率が高くなっている。

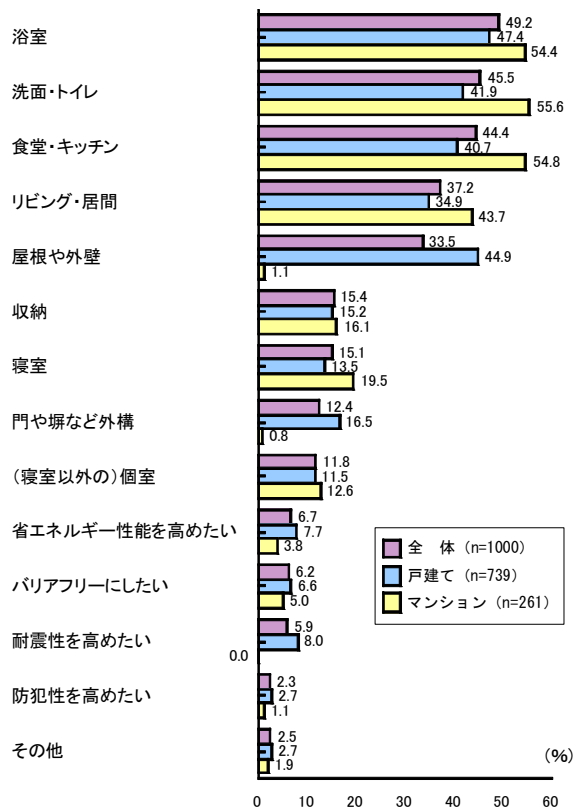
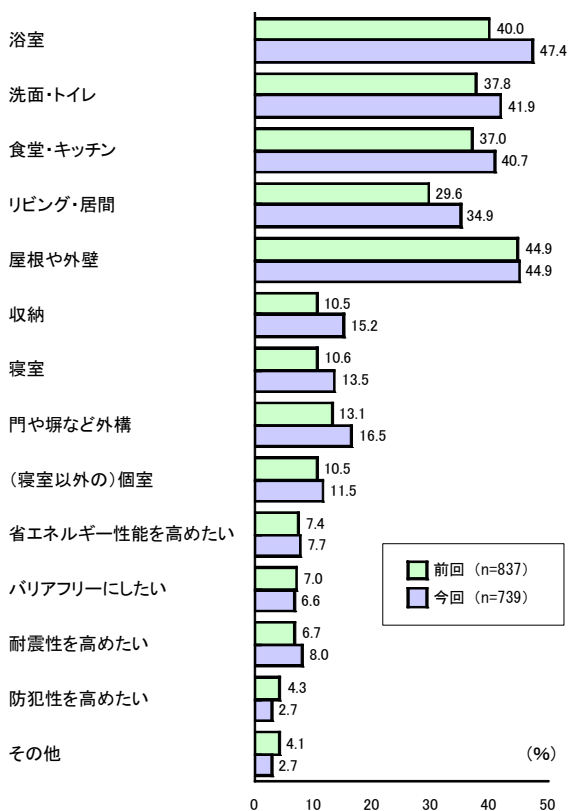
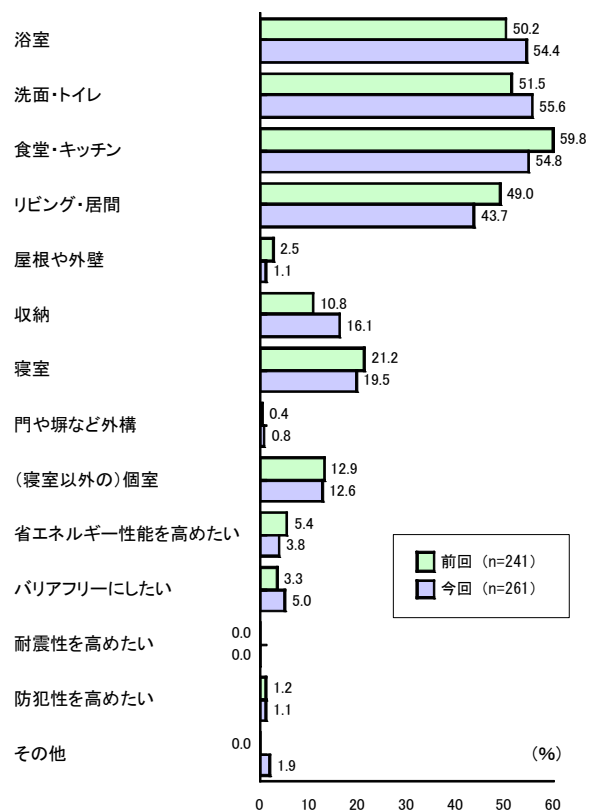


図 2-3-9(1) リフォーム検討中の場所 住宅の種類別（複数回答）



【戸建て】



【マンション】

図 2-3-9(2) リフォーム検討中の場所 前回（H22 年）調査結果との比較（複数回答）

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

② リフォーム工事の種類別

- ・リフォーム工事の種類によって、リフォーム場所の特徴は異なる。
- ・『間取り変更・模様替え』は、「リビング・居間」が最も高く、次いで「食堂・キッチン」「浴室」の順に高い。
- ・『増築』は「リビング・居間」が最も高く、次いで「洗面・トイレ」「寝室」「食堂・キッチン」の順に高い。
- ・『修繕・メンテナンス』は「屋根や外壁」が最も高く、次いで「浴室」「洗面・トイレ」の順に高い。
- ・『設備の更新』は「浴室」が最も高く、次いで「洗面・トイレ」「食堂・キッチン」が高い。
- ・『性能の向上』は「浴室」が最も高く、次いで「リビング・居間」の順に高い。また、「省エネ性能」「バリアフリー」が他の工事種類に比べ高い。

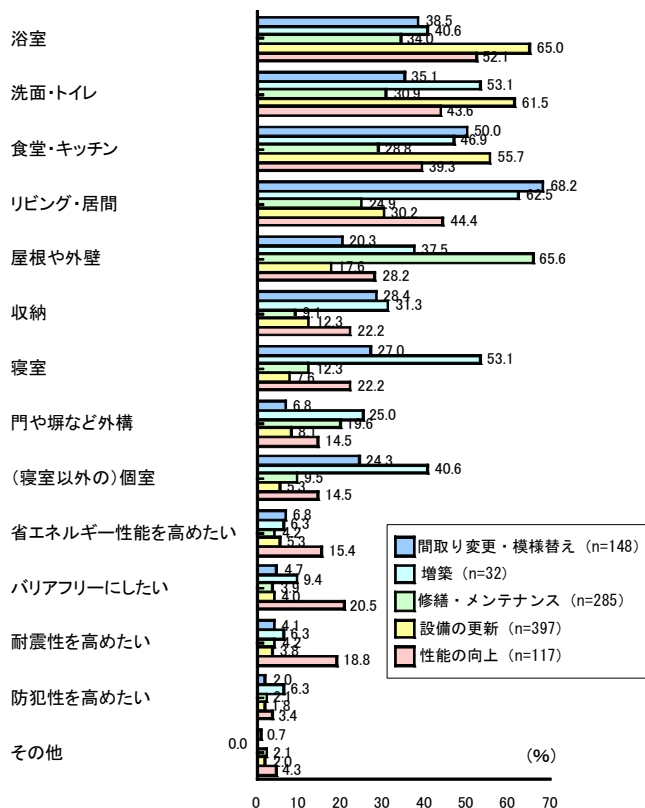


図 2-3-10 リフォーム検討中の場所 工事の種類別 (複数回答)

③ 戸建て・年代別

- ・戸建てでは、高年代になるにつれ「屋根や外壁」が高くなる。
- ・「食堂・キッチン」「浴室」は、50～60代で比較的高く、「リビング・居間」「寝室」「個室」「収納」は、30代が比較的高い。
- ・「洗面・トイレ」は、30代、50～60代で高い。
- ・「耐震性を高めたい」「バリアフリー」は、70才以上で高い。

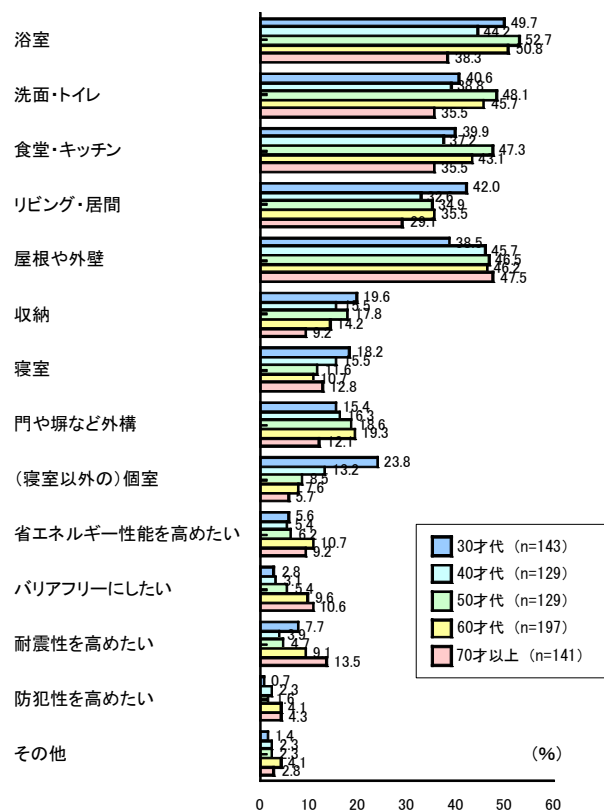


図 2-3-11 リフォーム検討中の場所 【戸建て】年代別 (複数回答)

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

④ マンション・年代別

- ・マンションでは、「浴室」、「洗面・トイレ」、は30代で比率が高い。
- ・「食堂・キッチン」は、40代・60代、「リビング・居間」は、50代・70才以上で比率が高い。「寝室」は、60代・70才以上で比率が高くなっている。

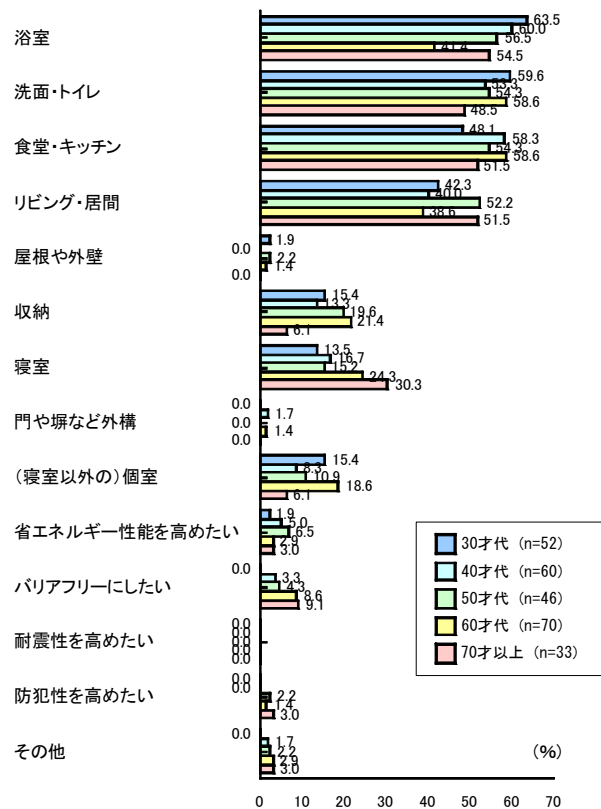


図 2-3-12 リフォーム検討中の場所【マンション】年代別(複数回答)

⑤ 戸建て・築年数別

- ・戸建てでは、「屋根や外壁」は築 20～29 年の住宅で高い。
- ・「食堂・キッチン」「浴室」「洗面・トイレ」なども同様に、築 20～29 年で比較的高い。
- ・「寝室以外の個室」は、築 10 年未満で高く「耐震性を高めたい」は、築 30 年以上で高い。

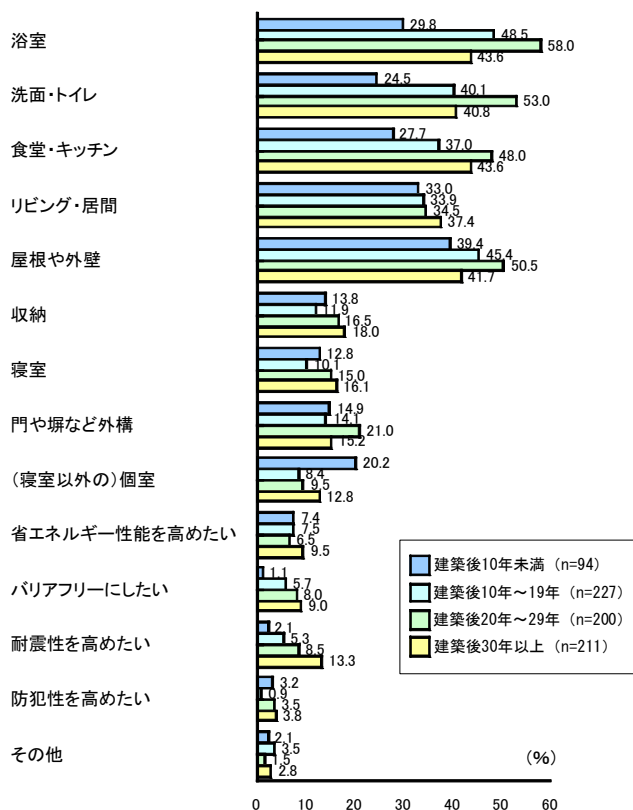


図 2-3-13 リフォーム検討中の場所【戸建て】築年数別(複数回答)

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

⑥ マンション・築年数別

- ・マンションでは、「リビング・居間」、「寝室」は、築10年以上を超えると比率が高くなる。
- ・「洗面・トイレ」は築20～29年で高く、「リビング・居間」は、築10～19年で比率が高い。
- ・「収納」は、築10年未満で高く、「バリアフリー」は築30年以上で高い。

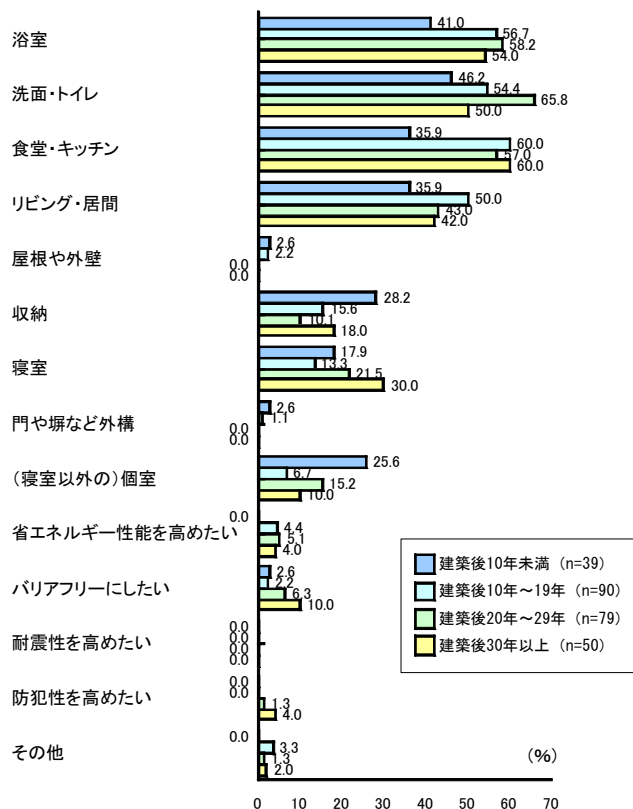


図 2-3-14 リフォーム検討中の場所【マンション】築年数別（複数回答）

⑦ 決定的な動機別

- ・決定的な動機別では、『ライフステージによる動機』では「バリアフリー」が比較的高い。
- ・『ライフスタイルによる動機』では「リビング・居間」が比較的高い。
- ・『老朽化・性能向上による動機』では、「屋根や外壁」「浴室」が比較的高い。

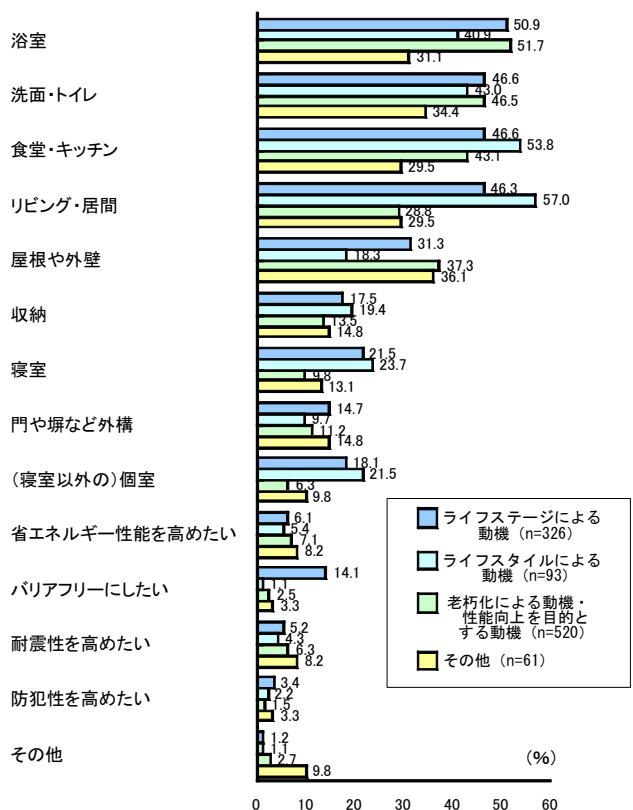


図 2-3-15 リフォーム検討中の場所 決定的な動機別（複数回答）

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

⑧ 住宅の譲渡予定別

- ・譲渡予定別では、『家族に生前贈与する』人は「食堂・キッチン」「洗面・トイレ」「浴室」「屋根や外壁」など比率が高い。
- ・『売却する』人は、「浴室」「食堂・キッチン」「リビング・居間」が高い。
- ・『賃貸物件にする』人は、「浴室」が61.3%と最も高く、「食堂・キッチン」「リビング・居間」が続いており、「寝室」が他の予定者に比べて高くなっている。

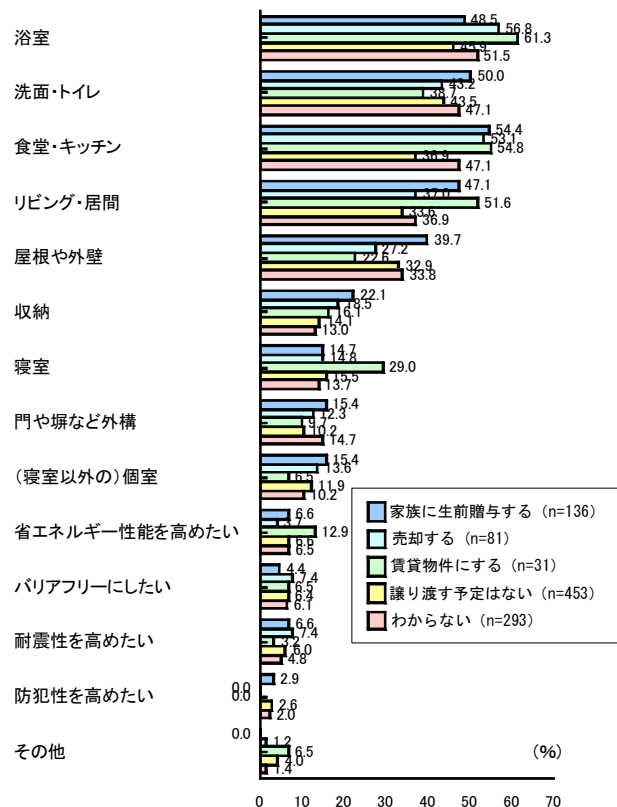


図 2-3-16 リフォーム検討中の場所 住宅の譲渡予定別(複数回答)

⑧ 地域別

- ・東北では、「屋根や外壁」「収納」「省エネルギー性能」、東日本では、「リビング・居間」「洗面・トイレ」、東海・四国では「耐震性の向上」、西日本では、「食堂・キッチン」が、それぞれ他の地域に比べ比率が高い。

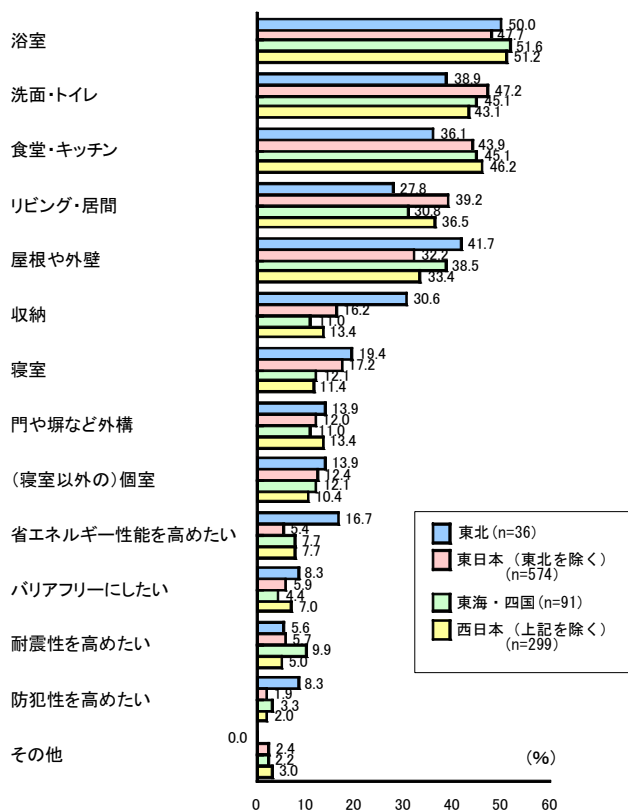


図 2-3-17 リフォーム検討中の場所 地域別(複数回答)

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

3-3-3 リフォームの動機（複数回答）

① 住宅の種類別

- ・戸建てでは、上位は、「設備の劣化・グレードアップ」(55.3%)、「高齢者が暮らしやすい住宅」(36.4%)、「間取りや水回りの改善」(29.5%)、「家族人数の変化・子の成長」(25.0%) などである。「高齢者が暮らしやすい住宅」、「省エネルギー性能」は、マンションに比べると高い。
- ・マンションは、「設備の劣化・グレードアップ」(51.3%)、「間取りや水回りの改善」(33.7%)、「好みの間取りやインテリアにしたい」(29.9%)「高齢者が暮らしやすい住宅」(29.5%)などが上位である。
- ・前回に比べ、戸建てでは「高齢者が暮らしやすい住宅」、マンションでは、「好みの間取りやインテリアにしたい」などの比率がアップしている。

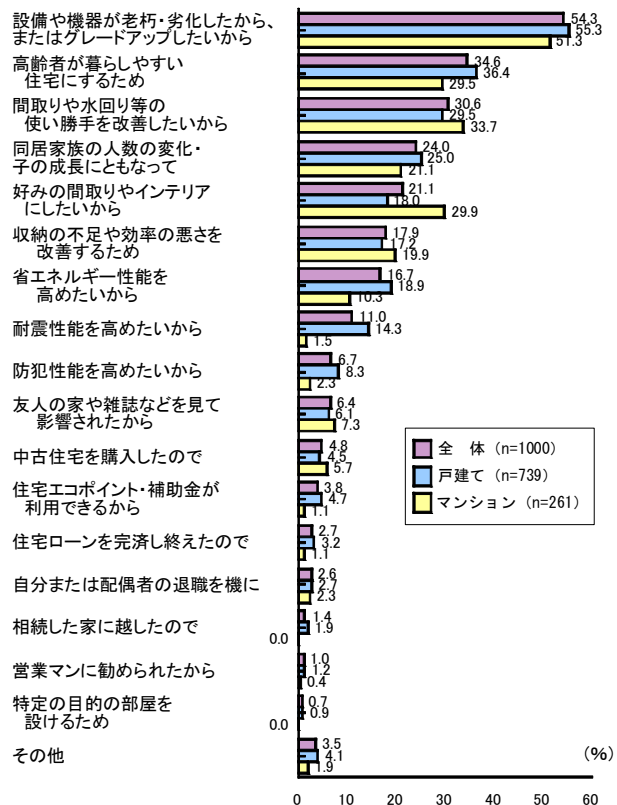
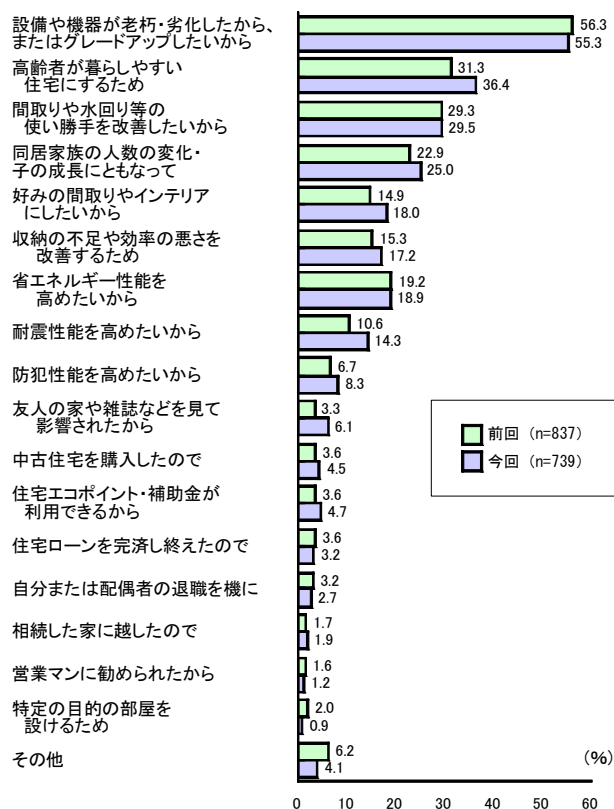
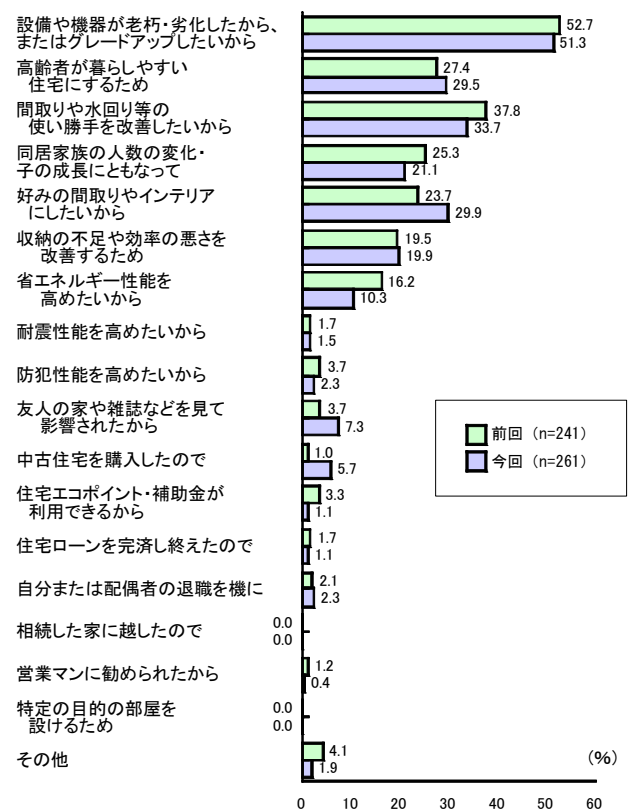


図 2-3-18(1) リフォームの動機 住宅の種類別（複数回答）



【戸建て】



【マンション】

図 2-3-18(2) リフォームの動機 前回（H22 年）調査結果との比較（複数回答）

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

② 世帯年収別

- 世帯年収が高いほど比率が高くなる項目が多いが、特に「間取りや水回りの改善」や「好みの間取りやインテリアにしたい」などで世帯年収による差が大きい。
- 300万円未満の層では、「設備の劣化・グレードアップ」(50.0%)に次いで、「高齢者が暮らしやすい住宅」(42.5%)が高く、「耐震性を高めたい」の比率が他に比べやや高い。

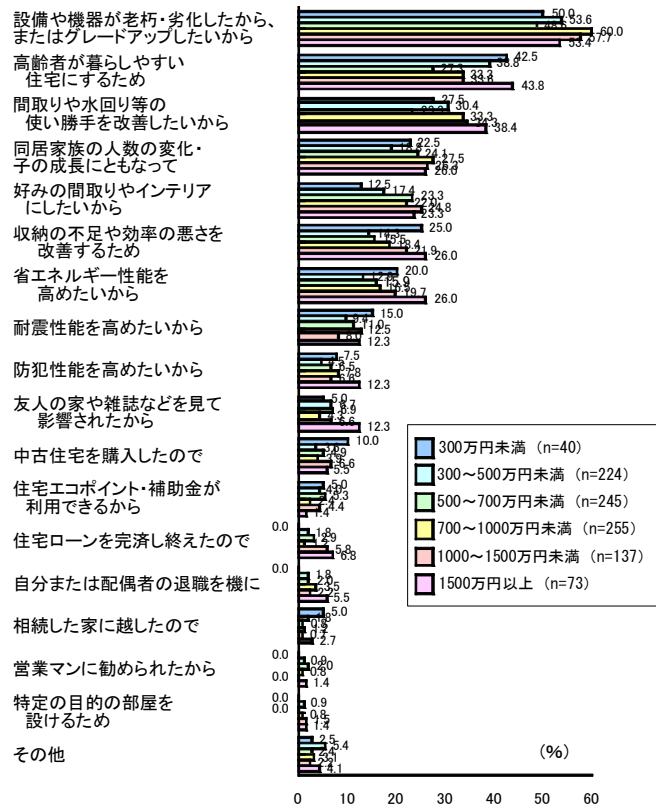


図 2-3-19 リフォームの動機 世帯年収別(複数回答)

③ 戸建て・年代別

- 戸建てでは、高年代ほど「設備の劣化・グレードアップ」「高齢者が暮らしやすい住宅」の比率が高くなる。
- 若年代で「家族人数の変化・子の成長」「収納の改善」などが高い。
- 「間取りや水回りの改善」は、30代、50代、「好みの間取りやインテリアにしたい」は30代、60代で高い。

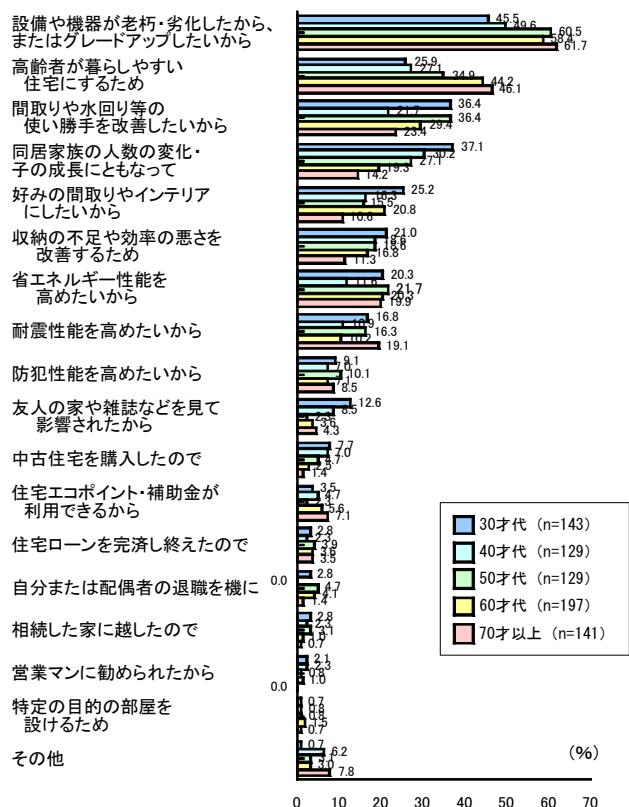


図 2-3-20 リフォームの動機【戸建て】年代別(複数回答)

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

④ マンション・年代別

- ・マンションでは、戸建てと同様、高年代で「高齢者が暮らしやすい住宅」、「設備の劣化・グレードアップ」が高く、若年代で「家族人数の変化・子の成長」が高い。若年代では、「中古住宅を購入したので」「友人の家などの影響」の比率が他の年代に比べ高くなる。
- ・「収納の改善」は、50代で高い。

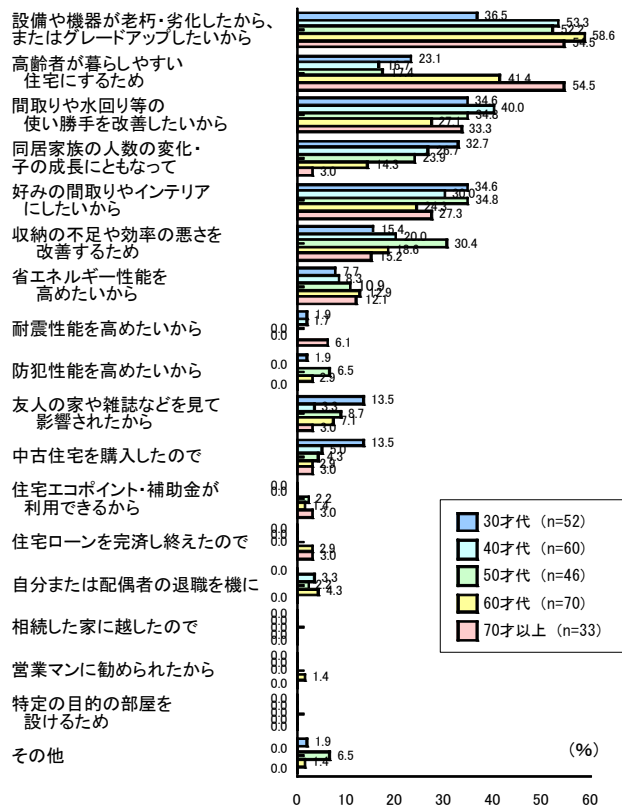


図 2-3-21 リフォームの動機【マンション】年代別(複数回答)

⑤ 戸建て・築年数別

- ・戸建てでは、・築年数が古いほど「高齢者が暮らしやすい住宅にするため」「耐震性を高めたい」が高くなり、築年数が新しいほど「家族人数の変化・子の成長」が高くなる。
- ・「設備の劣化・グレードアップ」は、築 20～29 年では 69.0%と高い。
- ・「間取りや水回りの改善」は、築 10～29 年で比較的高い。
- ・「省エネルギー性能を高めたいから」は、築年数による差あまりない。

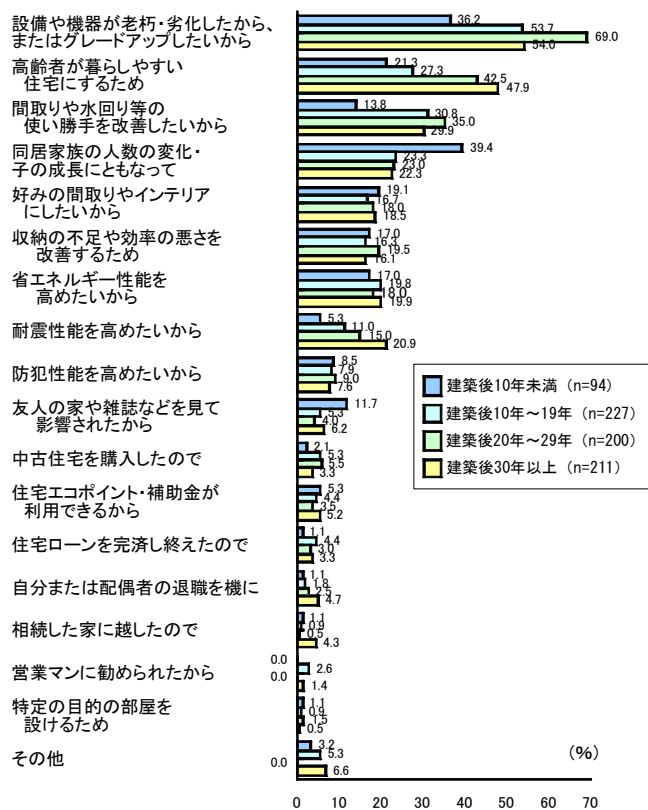


図 2-3-22 リフォームの動機【戸建て】築年数別(複数回答)

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

⑥ マンション・築年数別

- ・マンションでも、戸建てと同様、築年数が古いほど「高齢者が暮らしやすい住宅にするため」「設備の劣化・グレードアップ」が高くなる。
- ・築年数が新しいほど「好みの間取りやインテリアにしたい」が高くなる。
- ・「間取りや水回りの改善」や「収納の改善」は、築10年未満で高く、「省エネルギー性能を高めたいから」は築後20～29年で高い。

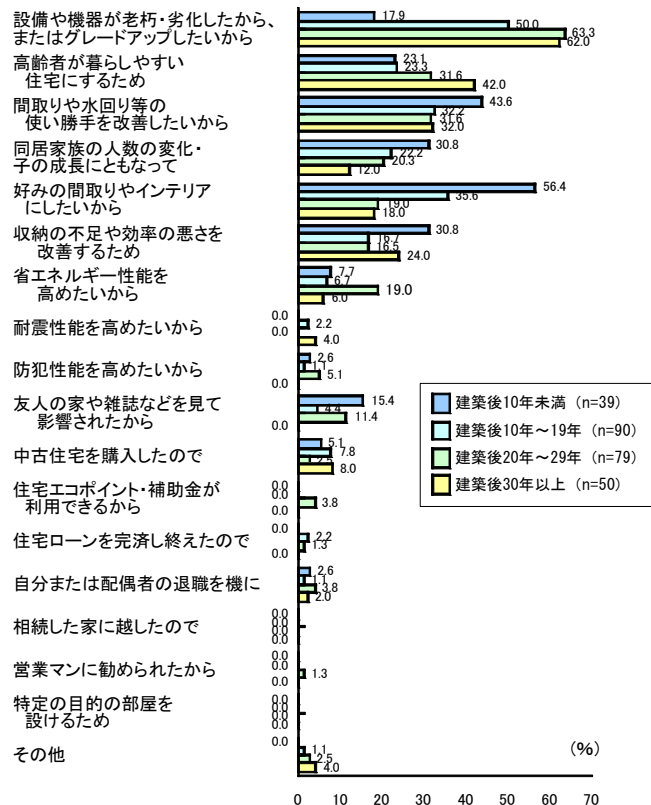


図 2-3-23 リフォームの動機【マンション】築年数別（複数回答）

⑦ 地域別

- ・東北では「高齢者が暮らしやすい住宅にするため」や「収納の改善」、「省エネルギー性能の改善」などが他の地域に比べ高い。
- また、「東日本」では「好みの間取りインテリアにしたい」がやや高い。

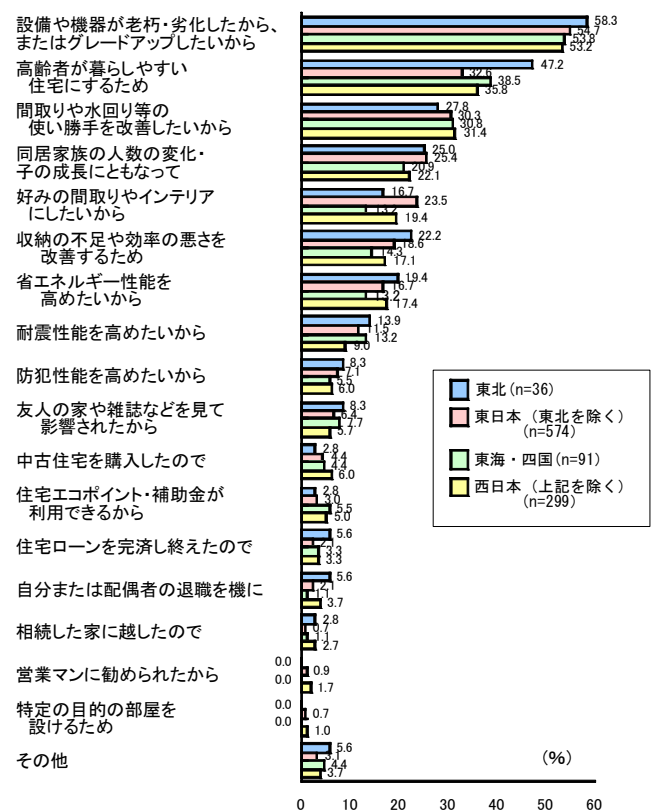


図 2-3-24 リフォームの動機 地域別（複数回答）

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

3-3-4 リフォームの決定的な動機（2つ以内で回答）

① 住宅の種類別

- ・戸建て、マンションともに、傾向は「動機（複数回答）」と同じ傾向を示している。
- ・戸建てでは、「設備の劣化・グレードアップ」(43.0%)、「高齢者が暮らしやすい住宅」(21.2%)、「間取りや水回りの改善」(15.3%)「家族人数の変化・子の成長」(14.5%)などが上位である。
- ・マンションでは、「設備の劣化・グレードアップ」(44.4%)、「間取りや水回りの改善」(21.5%)、「好みの間取りやインテリアにしたい」(18.0%)、「高齢者が暮らしやすい住宅」(16.9%)、「家族人数の変化・子の成長」(11.1%)などが上位である。「好みの間取りやインテリアにしたい」は戸建てに比べると比率が高い。

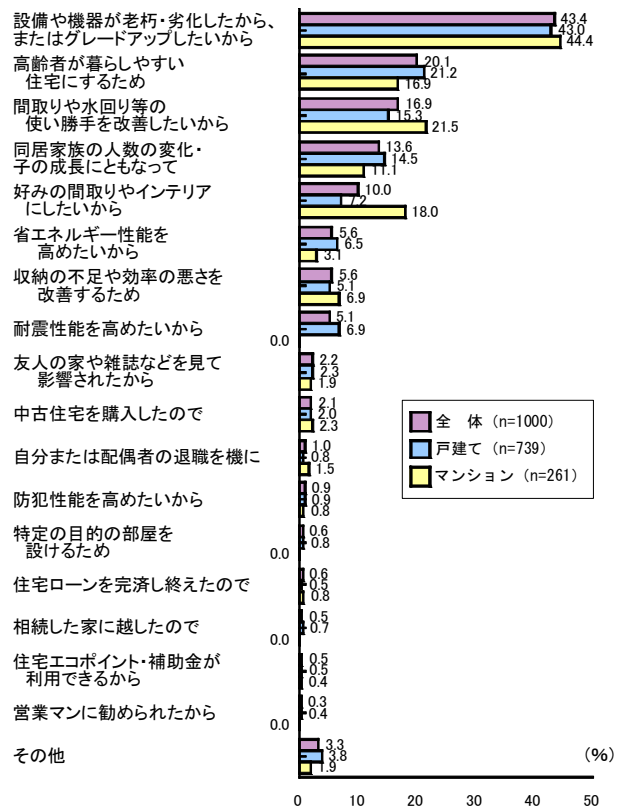


図 2-3-25 リフォームの決定的な動機 住宅の種類別 (2 以内で回答)

3-3-5 東日本大震災による影響（複数回答）

〔新設問〕

① 住宅の種類別

- ・現在検討しているリフォームに関して、東日本大震災による影響をたずねたところ、全体では、「耐震改修への関心が増した」が 42.2%、「省エネ設備への関心が増した」が 38.4%、「断熱改修への関心が増した」が 30.4%であった。
- ・工事への関心が増したという比率は、マンションよりも戸建ての方が高い。

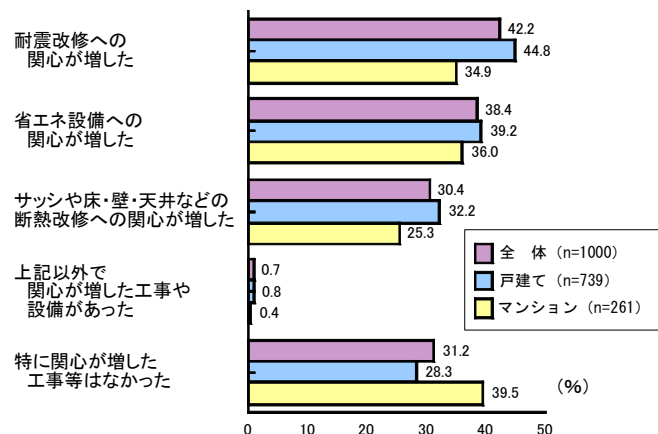


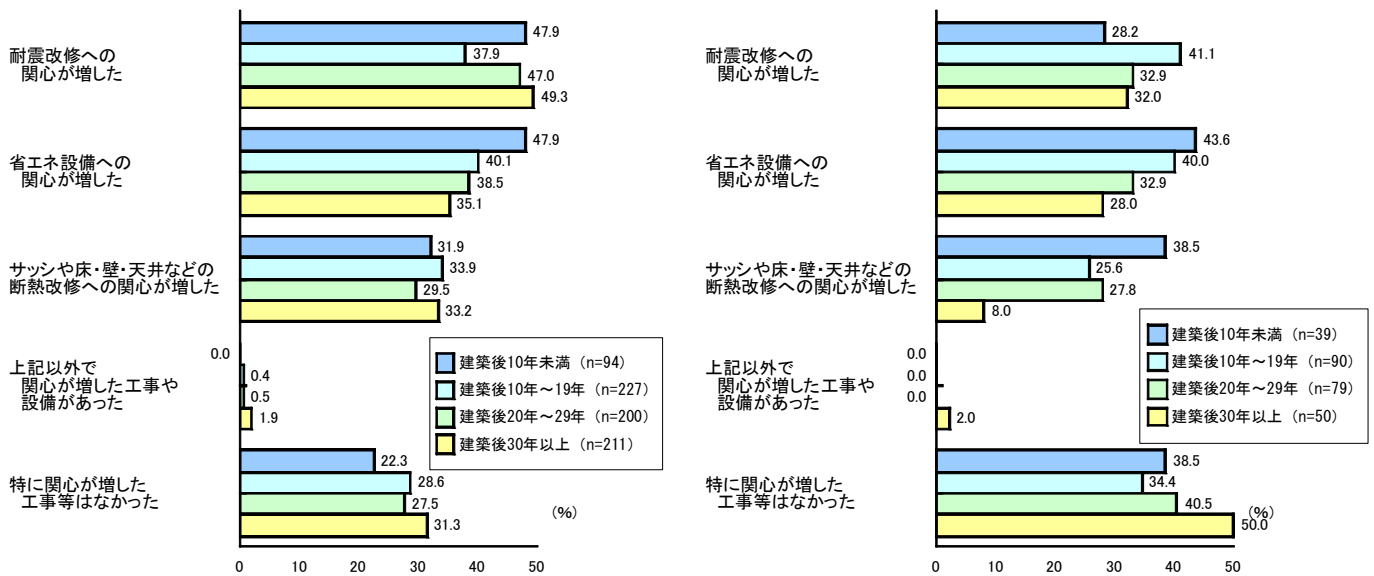
図 2-3-26 東日本大震災による影響 住宅の種類別 (複数回答)

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

② 築年数別

- ・戸建てでは、「省エネ設備への関心が増した」は新しい住宅で高くなる傾向がある。「断熱改修への関心が増した」は築後年による差は小さい。「耐震改修への関心が増した」は、築20年以上とともに、築10年未満でも高い。
- ・マンションでも、「省エネ設備への関心が増した」は、新しい住宅で高くなっている。「耐震改修への関心が増した」は、築10～19年、「断熱改修への関心が増した」は築10年未満で高い。



【戸建て】

【マンション】

図 2-3-27 東日本大震災による影響 築年数別（複数回答）

③ 地域ブロック別

- ・地域ブロック別にみると、「耐震改修への関心が増した」は、東北が55.6%ともっとも比率が高く、関東、北海道、四国、東海では4割を超えている。
- ・「断熱改修への関心が増した」は、信越・北陸がもっとも比率が高く、「省エネ改修への関心が増した」は、東北での比率もっとも高い。

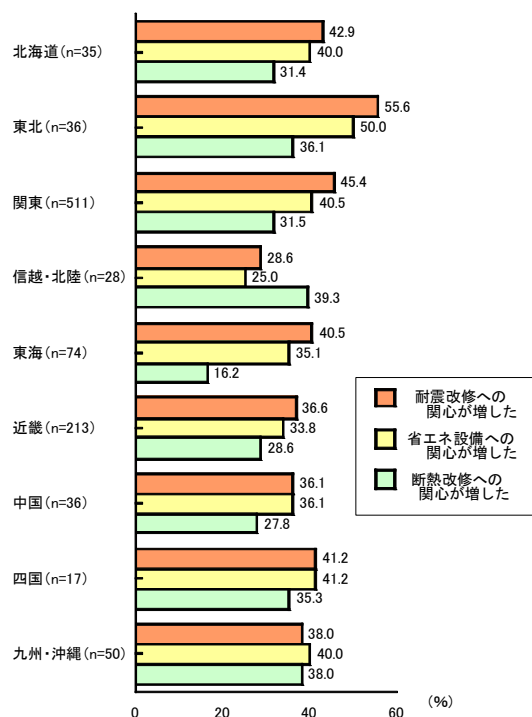


図 2-3-28 東日本大震災による影響 地域ブロック別（複数回答）

本調査結果

第3章 住宅リフォームの動機と場所

3-3-6 新築よりもリフォームを選択する理由（複数回答）

〔新設問〕

① 住宅の種類別

- ・新築よりもリフォームを選択する理由としては、全体では「リフォームで居住性・快適性の向上が図れることがわかったから」が48.0%と最も多く、次いで「長期間住み続ける方が環境にやさしい」33.7%、「リフォームの方が費用を低く抑えることができる」30.4%などが続いている。
- ・「リフォームで居住性・快適性の向上が図れることがわかった」はマンションで比率が高く、「長期間住み続ける方が環境にやさしい」、「リフォームの方が費用を低く抑えることができる」は戸建てで比率が高い。

リフォームで居住性や快適性がかなり良くなることがわかったため

長期間住み続ける方が環境にやさしいと思うため

リフォームの方が費用を低く抑えることができるため

現在の住宅に非常に愛着があるため

さまざまなリフォーム支援制度があることがわかったため

魅力のある住宅設備機器や建材が発売されたため

分譲住宅よりも、自分の好みを反映しやすいため

良いリフォーム業者を紹介されたため

用地や建築条件等による制約で同じ大きさの住宅が建てられないため

その他

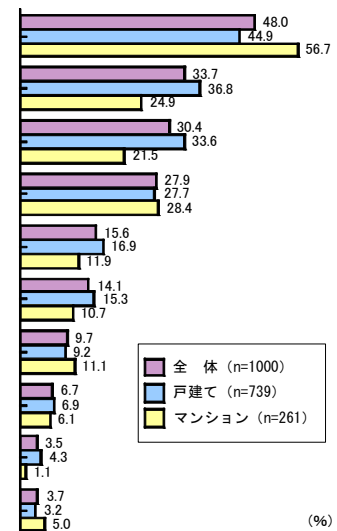
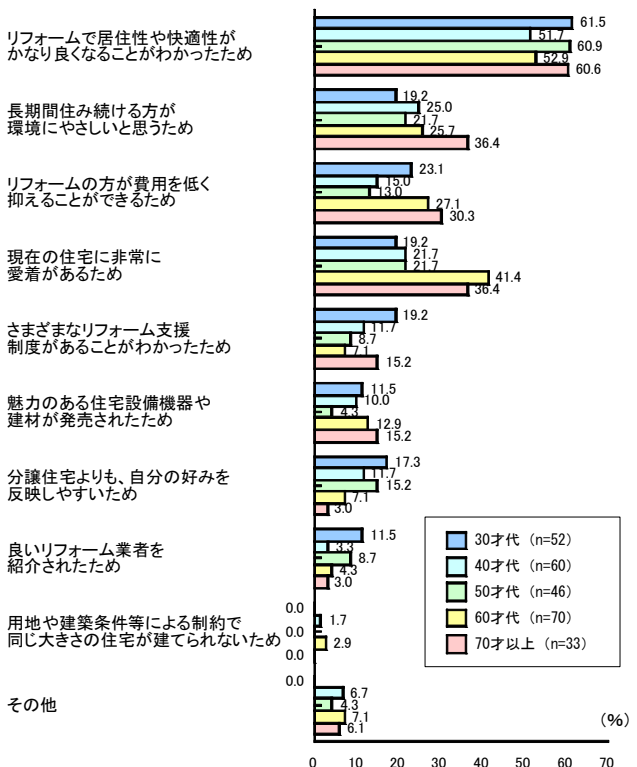
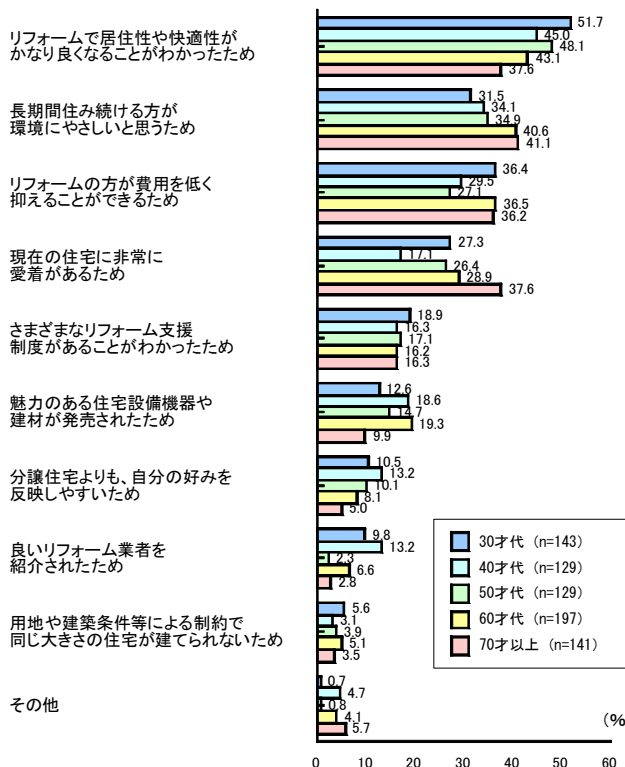


図 2-3-29 新築よりもリフォームを選択する理由 住宅の種類別（複数回答）

② 年代別

- ・戸建てでは「リフォームで居住性・快適性の向上が図れることがわかった」は若年代が高く、「長期間住み続ける方が環境にやさしい」は高年代で比率が高い。
- ・マンションでは、「現在の住宅の非常に愛着があるため」、「長期間住み続ける方が環境にやさしい」などが高く、若年代では「分譲よりも自分の好みを反映しやすい」、「良いリフォーム業者を紹介された」などが他に比べ高い。



【戸建て】

【マンション】

図 2-3-30 新築よりもリフォームを選択する理由 年代別（複数回答）

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

【概要】

■リフォームの予算：

- ・予算は、戸建てのほうがマンションより高い。戸建てでは2割強、マンションでは3割強が100万円未満。戸建てにおいては、築年数が古くなるにつれ、リフォーム予算は高くなる。
- ・前回調査に比べると、戸建て・マンションともにリフォーム予算はやや上昇した。

■リフォーム資金の調達方法：

- ・戸建てでは71%、マンションでは75%が自己資金をあげており、自己資金のみで賄う予定のものが多く。民間金融機関からの借入れ予定は、戸建てでは19%、マンションでは18%。公的機関からの借入れは、戸建てでは7%、マンションでは4%。
- ・リフォーム予算500万円～1000万円で借入れの利用が最も高い。

■想定しているリフォーム資金の借入期間：

- ・戸建て・マンションともに、3～10年未満がボリュームゾーン。

■金融機関からのリフォーム資金借入に対する考え：

- ・「利息が高そう」「手続きが面倒そう」「リフォームのための借入れ自体に馴染みがない」「ローンを組んでまでリフォームしたくない」「メリットがわからない」など、ネガティブに捉える意見がいずれも7割を超える。戸建てでは、「利息が高そう」「手続きが面倒そう」「リフォームのための借入れ自体に馴染みがない」が特に高く、マンションでは、「利息が高そう」「利息が高そう」などが特に高く、リフォームローンがまだ浸透していない様子がうかがえる。
- ・住宅購入時にローンを利用したユーザーは、利用していないユーザーに比べ、リフォームローンの利用意向が比較的高い。

	戸建て	マンション
リフォーム予算	平均 312.2 万円<前回 272 万円> 100 万円未満：22.5%<前回 28.1%> 築年数が古くなるにつれ、予算は増える	平均 237.5 万円<前回 212 万円> 100 万円未満：31.4%<前回 36.1%> 築 10 年未満はばらつきが大きい
	リフォーム工事の種類別では「増築・減築」が最も高い(平均 521.1 万円 <前回 418 万円>)	
	世帯年収が高くなるにつれ、リフォーム予算も高くなる。	
	住宅ローン現在返済中の人は、予算が低く、住宅ローン非利用者は、予算が高い。	
リフォーム資金	自己資金： 71.3%<前回 82.0%> (自己資金のみ：65.1%<前回 73%>) 両親等の援助： 13.7%<前回 9.0%> 民間金融機関： 18.7%<前回 15.5%> 公的機関： 7.0%<前回 5.9%>	自己資金： 74.7%<前回 85.5%> (自己資金のみ：70.9%<前回 80%>) 両親等の援助： 10.0%<前回 5.8%> 民間金融機関： 17.6%<前回 10.4%> 公的機関： 4.2%<前回 5.0%>
	リフォーム予算 500 万円～1000 万円で借入れの利用が最も高い。	
資金の借入期間	3～10 年未満がボリュームゾーン (62.8%) <前回 64.5%>、10 年以上は 11.0%<前回 13.5%>	3～10 年未満がボリュームゾーン (58.5%) <前回 68.5%>、10 年以上は 7.5%<前回 0%>
金融機関からの借入に対する考え	①利息が高そう 84.5%<前回 83.0%> ②手続きが面倒くさそう 81.4%<前回 79.5%> ③リフォーム借入に馴染みなし 81.4%<前回 77.8%> ⑤ローンを組むメリット分ならず 77.3%<前回 76.2%> ④ローンを組んでしたくない 76.6%<前回 77.8%>	①手続きが面倒くさそう 83.1%<前回 76.3%> ②利息が高そう 81.9%<前回 80.5%> ③リフォーム借入に馴染みなし 79.3%<前回 81.3%> ④ローンを組んでしたくない 76.7%<前回 76.8%> ⑤ローンを組むメリット分ならず 73.6%<前回 76.3%>
【TOP2】	利用経験がないユーザーは利用経験があるユーザーに比べ、ネガティブな意見が多く利用意向も低い	
消費税率アップによる影響	とても影響がある 39.2%、やや影響がある 40.3% ・影響の内容：予定を早めて実施 50.9%、範囲や規模を縮小 46.8%、グレードを下げる 21.1% ・影響のない理由：いずれは実施が必要 60.0%、居住性の向上を優先 29.5%、大きな金額ではないため 18.9%	とても影響がある 26.1%、やや影響がある 52.1% ・影響の内容：予定を早めて実施 53.9%、範囲や規模を縮小 43.1%、グレードを下げる 20.6% ・影響のない理由：いずれは実施が必要 50.0%、居住性の向上を優先 29.4%、大きな金額ではないため 23.5%

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

2-4-1 リフォームの予算

① 住宅の種類別

- 戸建てのリフォームの予算は、「100～300万円未満」がボリュームゾーン。(41.8%) 300万円未満が64.3%である。
- マンションは、戸建てより比較的低く、「50～100万円未満」が22.6%で、300万円未満が7割以上を占める。
- 前回と比較すると高額ゾーンが拡大している。

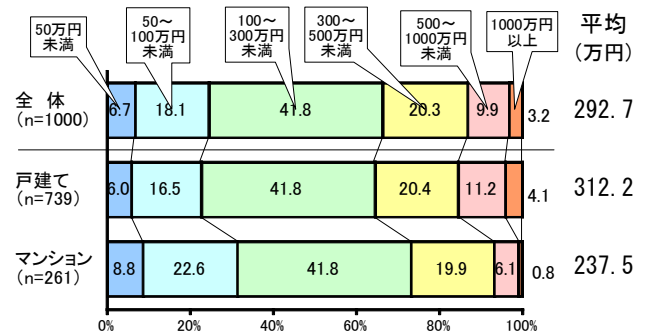
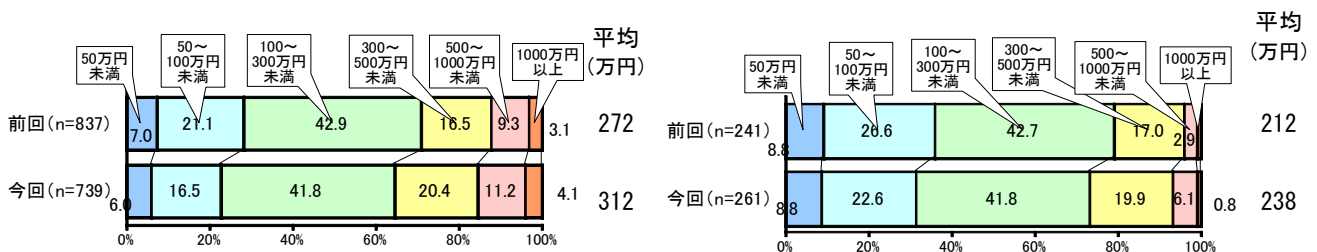


図 2-4-1 (1) リフォームの予算 住宅の種類別



【 戸建て 】

【 マンション 】

図 2-4-1 (2) リフォームの予算 前回 (H22 年) 調査結果との比較

② 住宅の取得方法別

- 取得方法別にみると、予算平均は、「相続で譲り受けた」(352 万円)、「新築を購入した」(296 万円)、「中古を購入した」(261 万円)の順に高い。

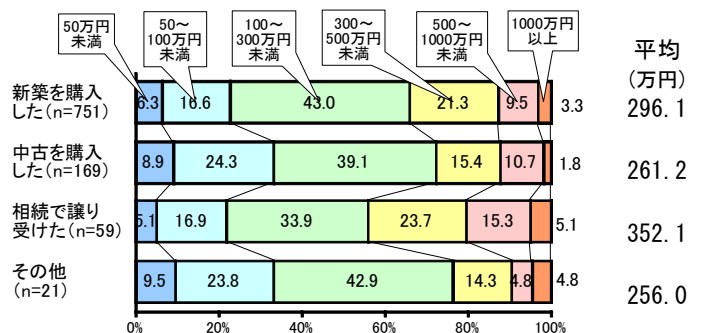


図 2-4-2 リフォームの予算 住宅の取得方法別

③ リフォーム工事の種類別

- 工事の種類別にみると、予算平均は、「増築」(521 万円)、「間取り変更・模様替え」(370 万円)、「性能の向上」(369 万円)の順に高い。

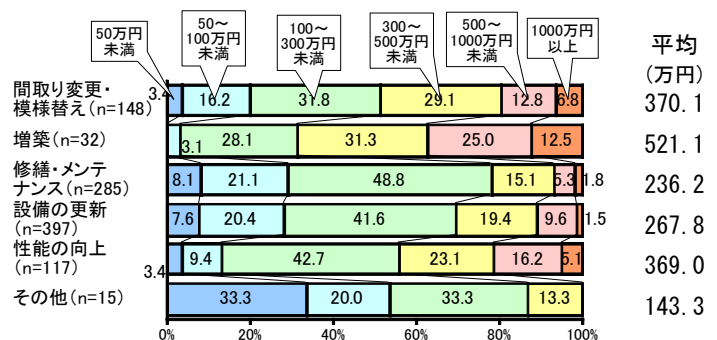


図 2-4-3 リフォームの予算 工事の種類別

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

④ 世帯年収別

- 世帯年収が高くなるほど、予算平均は高くなる。「1500万円以上」世帯の予算平均は、418.8万円。

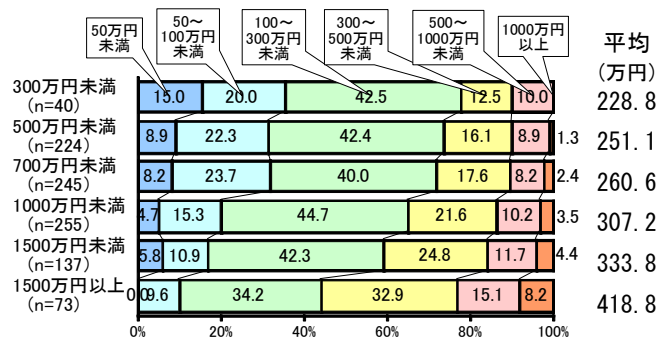


図 2-4-4 リフォームの予算 世帯年収別

⑤ 戸建て・年代別

- 戸建てでは、70才以上が最も低く、60代がもっとも高い。
- 30代では「50～100万円未満」の比率が23.1%と他の年代に比べて高い。
- 40～70才以上は、「100～300万円未満」がボリュームゾーン（4～5割）。
- 70才以上は、「500万円以上」の比率がやや低くなる。

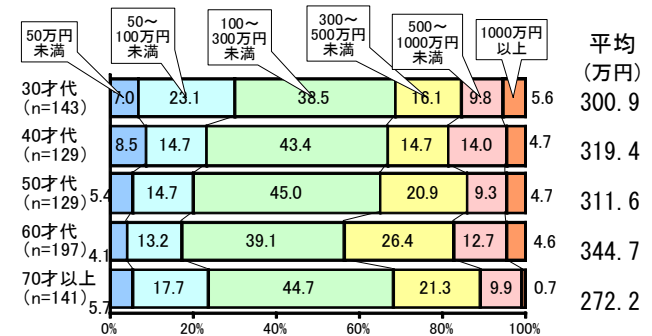


図 2-4-5 リフォームの予算【戸建て】年代別

⑥ マンション・年代別

- マンションでは、40代と60代で予算は高めである。
- 30代では「50～100万円未満」が26.9%と他の年代より高い。
- 40代は、ばらつきが大きいですが、50代、60代とも「100～300万円未満」が半数近くを占める。
- 70才以上は、「500万円以上」が9.1%であるが、「50万円未満」も12.1%となるなど、多様である。

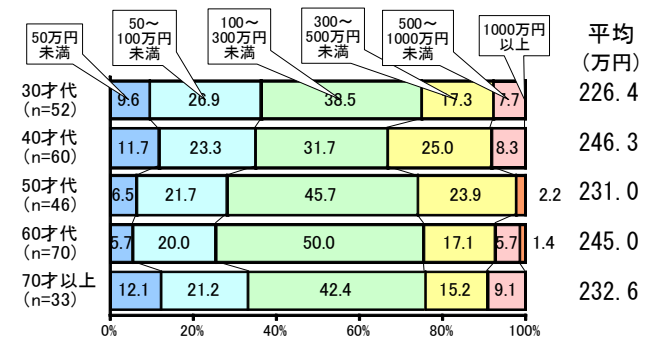


図 2-4-6 リフォームの予算【マンション】年代別

⑦ 戸建て・築年数別

- 戸建てでは、築年数が古いほど、予算規模が大きくなる傾向がある。
- 築10年未満では、「100～300万円未満」が52.1%であるが、築20年以上では、「300万円以上」が約4割となる。
- 築30年以上では、「1000万円以上」が7.6%と予算規模の大きいものがみられる。

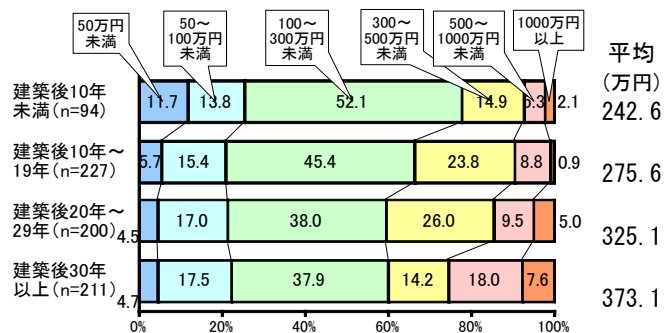


図 2-4-7 リフォームの予算【戸建て】築年数別

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

⑧ マンション・築年数別

- ・マンションでは、築後10年未満は、ばらつきが大きい。築年数が古いほど、「50万円～300万円未満」の層が拡大しており、築30年以上では、「50万円～300万円未満」が74.0%を占める。

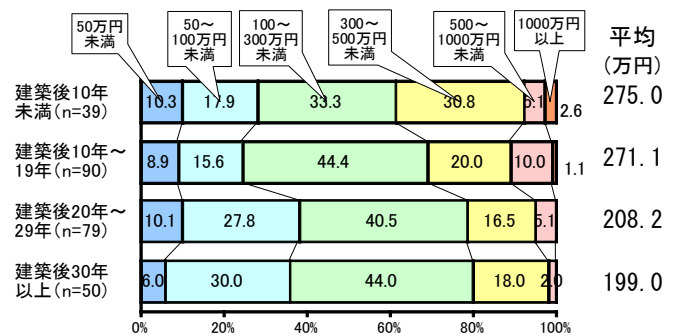


図2-4-8 リフォームの予算【マンション】築年数別

⑨ 住宅ローン利用状況別

- ・現在返済者は、完済者に比べリフォーム予算やや低くなる。
- ・完済者では「300万円以上」が4割近くを占める。
- ・ローン非利用者では、「1000万円以上」が5.1%となるなど、予算規模が大きい。

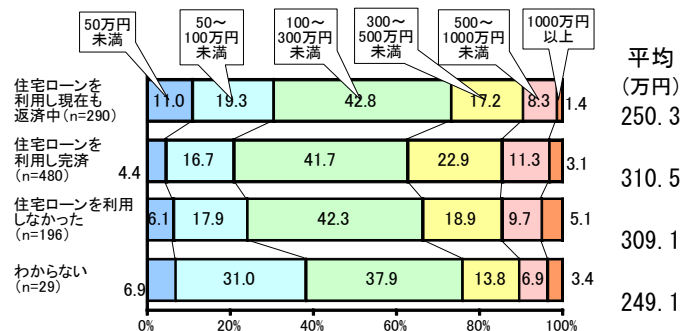


図2-4-9 リフォームの予算 住宅ローン利用状況別

⑩ 決定的な動機別

- ・ライフステージの変化を動機とする人は、較的予算が高い傾向がある。「300万円以上」を予定している比率が4割強となる。
- ・老朽化・性能向上を動機とする人は、予算はやや低くなり「100～300万円未満」が45.6%と約半数を占める。

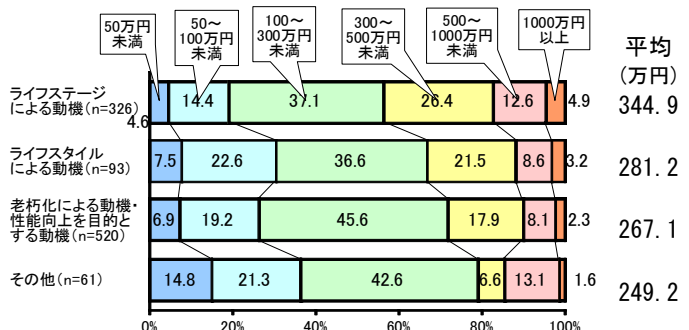


図2-4-10 リフォームの予算 決定的な動機別

⑪ 住宅の譲渡予定別

- ・家族に生前贈与する人、賃貸物件にする予定のある人は、比較的予算規模が大きくなる傾向がある。さらに、賃貸物件にする人の6.5%は「1000万円以上」の高額を予定している。
- ・これに対して、売却する人、譲り渡す予定のない人は予算規模が比較的小さく、「300万円未満」が約7割である。

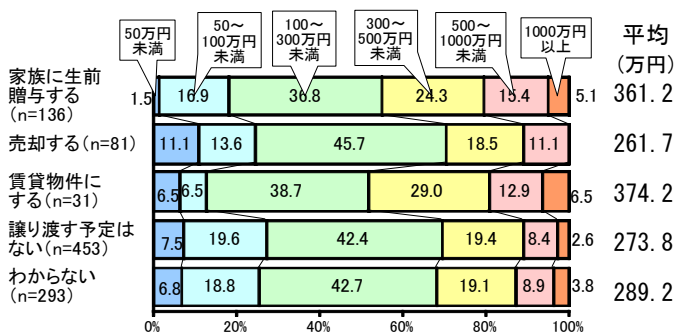


図2-4-11 リフォームの予算 住宅の譲渡予定別

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

⑪ 地域別

- ・東北では、「50万円」未満の小規模リフォームの比率が高い。平均でみるとリフォームの予算は、東日本よりも西日本の方が高い。

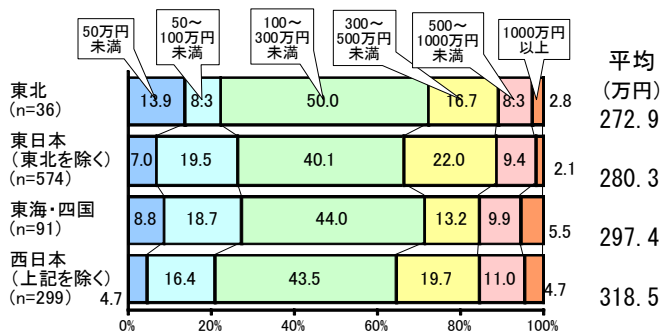


図 2-4-12 リフォームの予算 地域別

2-4-2(1) 消費税率アップによる影響

〔新設問〕

① 住宅の種類別

- ・消費税率アップにより、「とても影響があると思う」が35.8%、「やや影響があると思う」が43.4%と、全体の約8割が影響があると回答している。
- ・「とても影響がある」の比率は、マンションの26.1%に対し、戸建てでは39.2%と戸建ての方が高い。

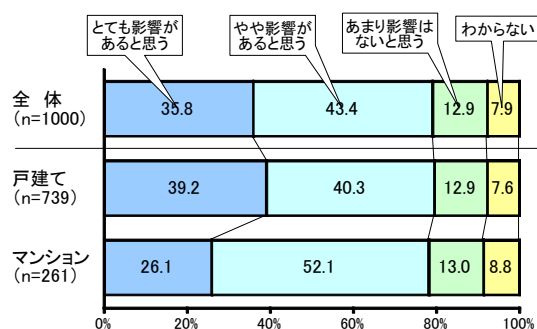


図 2-4-13 消費税率アップによる影響 住宅の種類別

② リフォーム工事の種類別

- ・工事の種類別にみると、「とても影響がある」の比率は、修繕・メンテナンスで高く、性能の向上で低い。

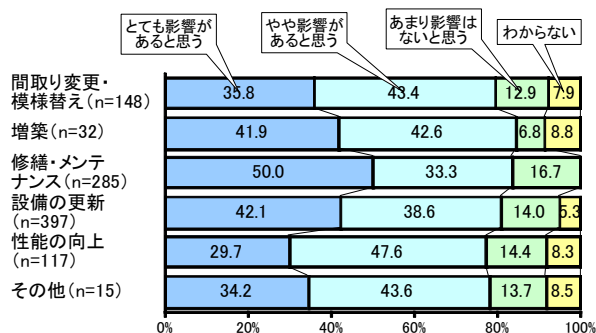


図 2-4-14 消費税率アップによる影響 工事の種類別

③ リフォームの予算別

- ・リフォームの予算別にみると、とても影響がある」の比率は、500～1000万円未満では41.4%、1000万円以上では50.0%と高額リフォームで高い。

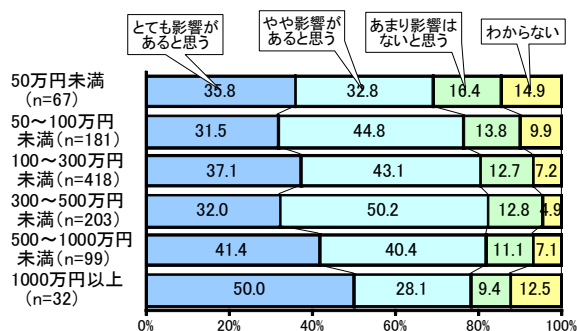


図 2-4-15 消費税率アップによる影響 リフォームの予算別

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

2-4-2(2) 消費税率アップによる影響の内容

① 住宅の種類別

- 消費税率アップにより影響のある内容としては「税率の引き上げ前に予定を早めて実施する」が51.6%と最も多く、「リフォームの範囲や規模を縮小する」(45.8%)、「建材や設備機器のグレードを下げる」(21.0%)などが続いている。
- 戸建てでは、「リフォームの範囲や規模を縮小する」や「リフォームは当面とりやめて我慢する」の比率がマンションに比べやや高い。

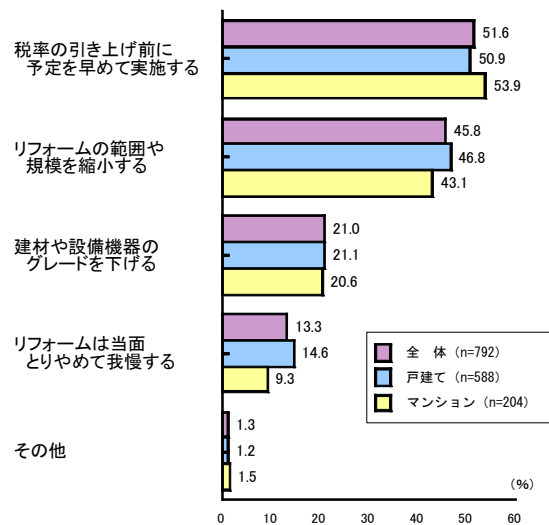


図 2-4-16 消費税率アップによる影響の内容 住宅の種類別 (複数回答)

② リフォームの予算別

- リフォームの予算別にみると「税率の引き上げ前に予定を早めて実施する」は、50万円未満および500万円以上で比率が高く、「リフォームの範囲や規模を縮小する」は50万円～500万円未満で比率が高くなる。
- 1000万円以上では、「リフォームは当面とりやめて我慢する」を24.0%が回答している。

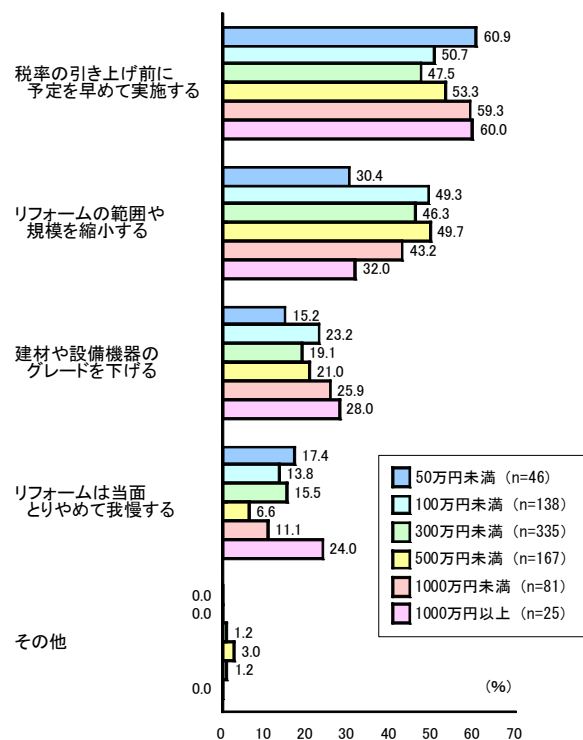


図 2-4-17 消費税率アップによる影響の内容 リフォームの予算別 (複数回答)

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

2-4-2(3) 消費税率アップによる影響のない理由

① 住宅の種類別

- 消費税率アップによる影響のない理由として、**「いずれは実施しないといけなため」**が全体の**54.7%**で最も多い。
- 「いずれは実施しないといけなため」**は、マンションでは**50.0%**であるのに対して、戸建てでは**60.0%**と比率が高い。
- マンションでは、**「負担増となるのが大きな金額ではないため」**の比率が戸建てにくらべやや高い。

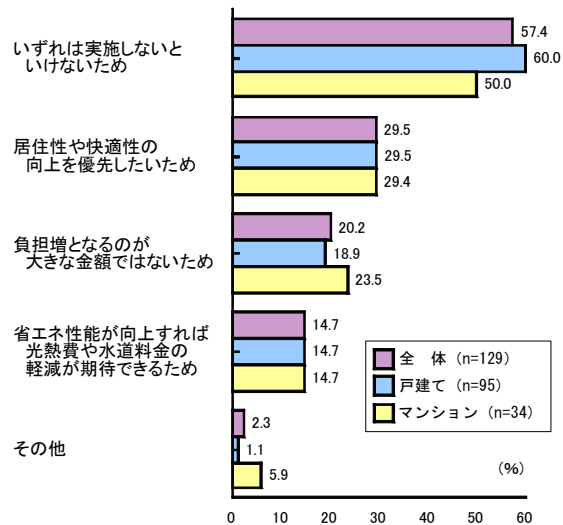


図 2-4-18 消費税率アップによる影響のない理由 住宅の種類別(複数回答)

② リフォームの予算別

- リフォームの予算別にみると、**「負担増となるのが大きな金額ではないため」**は、50万円未満では**54.5%**であるが、500万円以上では1割以下となり差が大きい。
- 「省エネ性能の向上による光熱費等の削減」**は、50万円未満では**4.0%**に対して、500～1000万円未満では**45.5%**となっている。

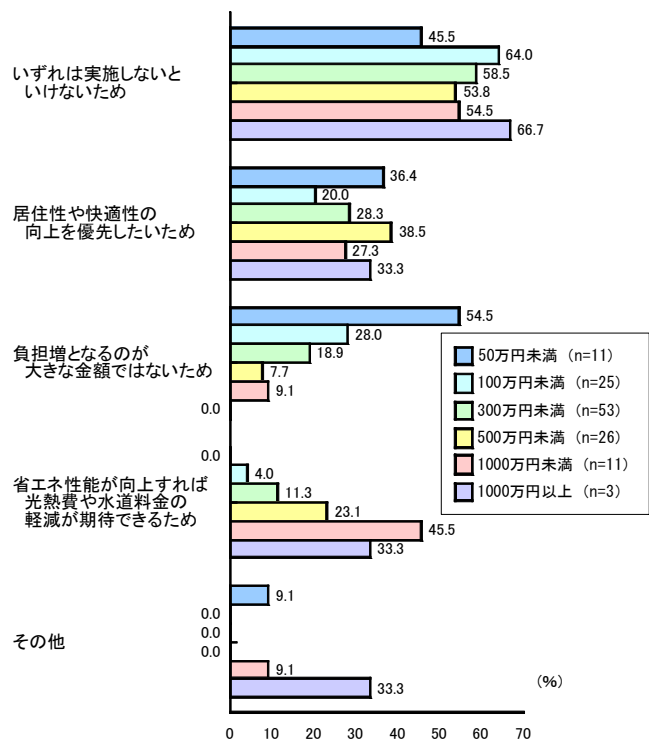


図 2-4-19 消費税率アップによる影響のない理由 リフォームの予算別(複数回答)

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

2-4-3 リフォーム資金の調達方法（複数回答）

① 住宅の種類別

- ・リフォーム資金の調達方法として、全体の72.2%が「自己資金」、18.4%が民間金融機関、12.7%が「両親等の援助」をあげている。
- ・マンションは戸建てに比べ「自己資金」の比率がやや高く、戸建ては「両親等の援助」、「公的機関」の比率がやや高い。」

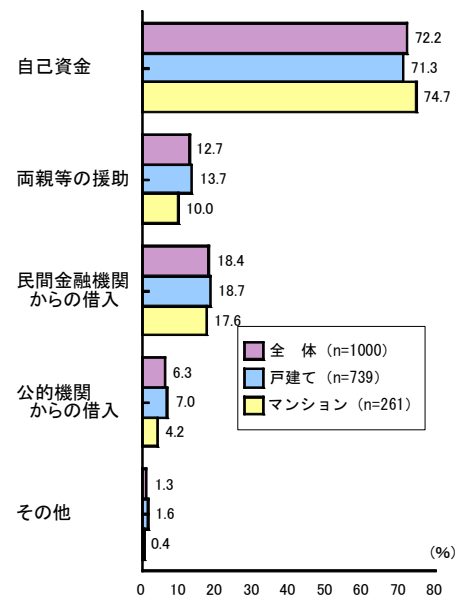


図 2-4-20 リフォーム資金の調達方法 住宅の種類別（複数回答）

② リフォーム予算別

- ・リフォーム予算別にみると、500～1000万円未満で、「自己資金」の比率が低く「民間金融機関」が高くなっている。
- ・借り入れは、500万円以上で比率が高く、「両親の援助」は50万円未満で比率がやや低い。

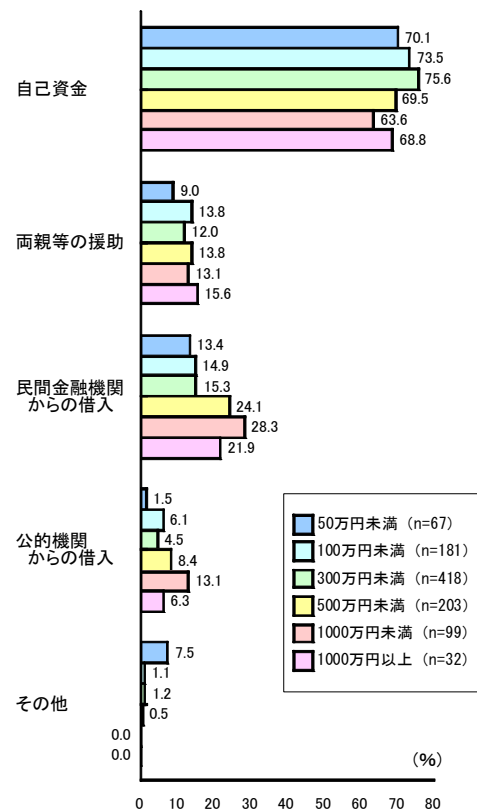


図 2-4-21 リフォーム資金の調達方法 リフォームの予算別（複数回答）

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

③ 世帯年収別

- ・世帯年収別にみると、300 万円未満では「自己資金」(65.0%) の比率が低く、「両親の援助」(22.5%) が高い。
- ・借り入れのうち「民間金融機関」は、どちらかというと 1000 万円以上の高所得者層で比率が高いのに対して、「公的機関」は、300 万円未満が最も比率が高くなるなど利用者に違いがみられる。

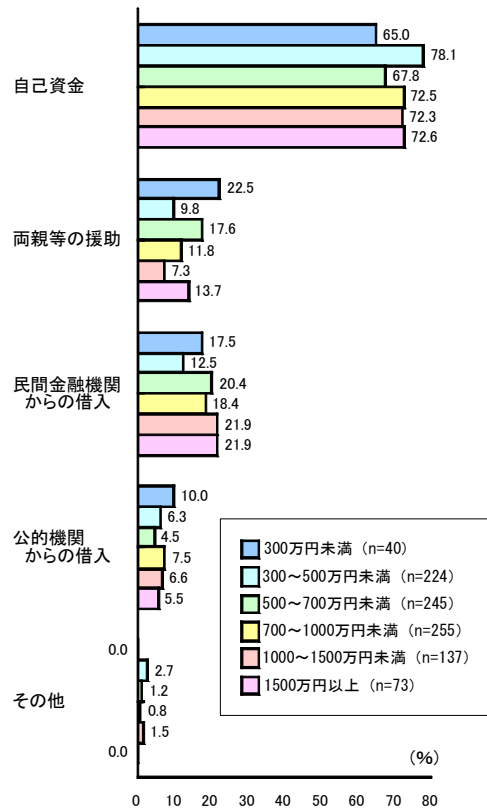


図 2-4-22 リフォーム資金の調達方法 世帯年収別（複数回答）

④ 住宅ローン利用状況別

- ・住宅ローン利用状況によって、リフォーム資金の調達方法の特徴に差が見られる。
- ・住宅ローン現在返済者は、他層に比べ、リフォーム資金の調達方法に「民間金融機関」を挙げる比率が高い。
- ・完済者、ローン非利用者は、現在返済者に比べ「自己資金」をあげる比率が高い。

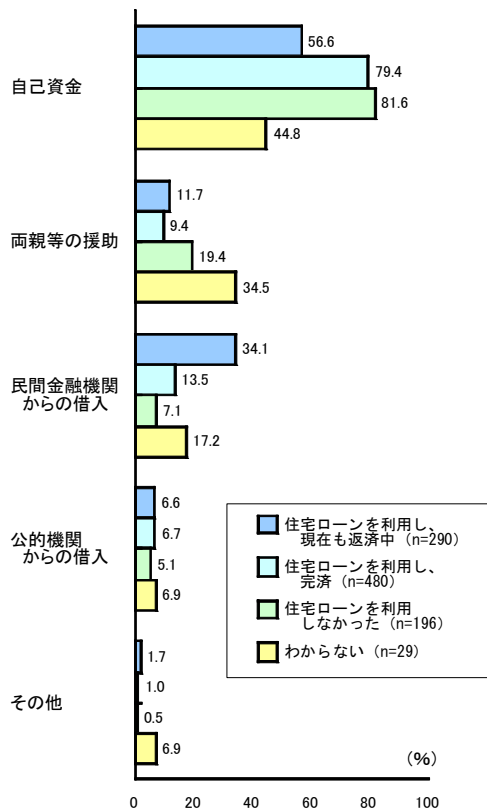


図 2-4-23 リフォーム資金の調達方法 住宅ローン利用状況別（複数回答）

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

2-4-4 想定している借入期間【借入予定者のみ】

① 住宅の種類別

- ・借入予定者が想定している借入期間は、「3年～5年未満」が33.8%、「5～10年未満」が28.0%である。
- ・マンションでは「3年未満」の比率が18.9%と、戸建てに比べ想定している借入期間が短い。

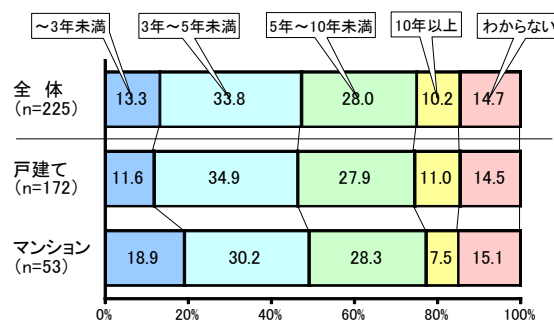


図 2-4-24 想定している借入期間 住宅の種類別
(借入予定者のみ)

② リフォーム予算別

- ・予算が大きくなるにつれて借り入れ期間も長くなる傾向がある。
- ・500万円以上の層では、「5年～10年未満」が40.0%、「10年以上」が22.2%と、5年以上が6割を超えている。

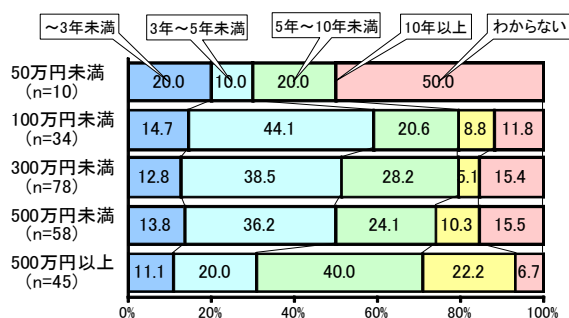


図 2-4-25 想定している借入期間 リフォームの予算別
(借入予定者のみ)

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

2-4-5(1) 金融機関からのリフォーム資金借入に対する考え

① 戸建て・年代別

- ・『そう思う計』（『そう思う』+『まあそう思う』の比率計）は、いずれの項目も6割以上である。
- ・『そう思う計』が高い順は、「利息が高そう」（84.5%）、「手続きが面倒くさそう」（81.4%）、「リフォームのための借り入れ自体に馴染みがない」（81.4%）、「ローン組んでまでリフォームしたくない」（76.6%）、「メリットについてわからない」（77.3%）、「借入機関の情報が不十分」（68.9%）、「審査が降りにくそう」（64.6%）である。

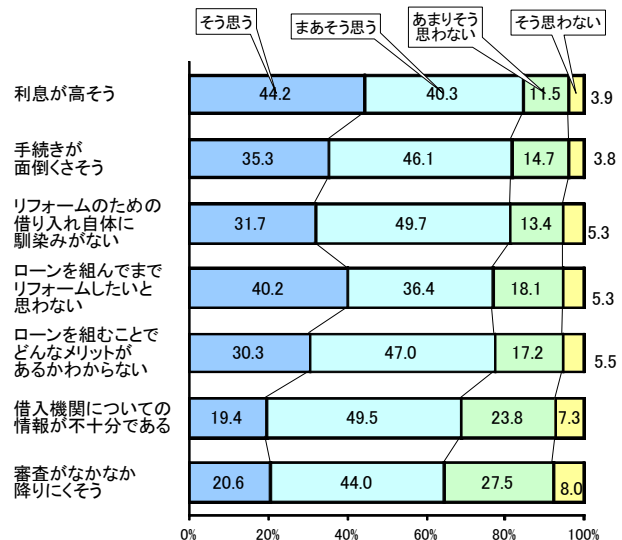


図 2-4-26 資金借入に対する考え【戸建て】年代別

② マンション・年代別

- ・『そう思う計』（『そう思う』+『まあそう思う』の比率計）は、いずれの項目も6割以上。
- ・『そう思う計』が高い順は、「手続きが面倒くさそう」（83.1%）、「利息が高そう」（81.9%）、「リフォームのための借り入れ自体に馴染みがない」（79.3%）、「ローン組んでまでリフォームしたくない」（76.7%）、「メリットについてわからない」（73.6%）、「借入機関の情報が不十分」（68.2%）、「審査が降りにくそう」（61.7%）である。

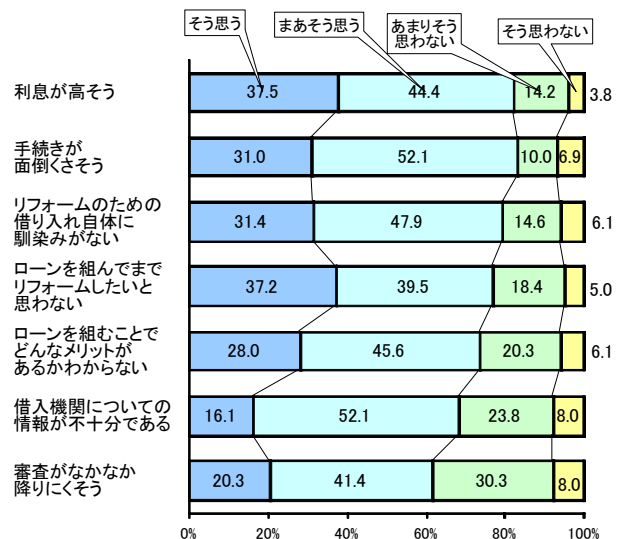


図 2-4-27 資金借入に対する考え【マンション】年代別

本調査結果

第4章 住宅リフォームの予算とローン意識

2-4-5(2) 金融機関からのリフォーム資金借入に対する考え

(『そう思う計』(『そう思う』+『まあそう思う』)の比率計)

① 年代別

- 70 代以上は「ローンを組んでまでリフォームしたくない」が最も高く、「審査が通りにくそう」は 30 才代および 60 才以上で高いが、これ以外の項目では若い年代の方が比率が高くなる傾向がある。

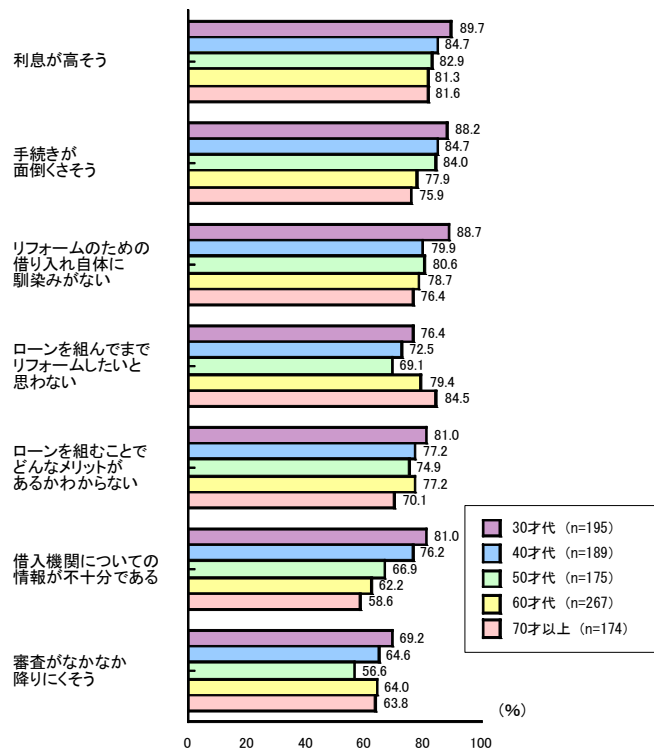


図 2-4-28 資金借入に対する考え 年代別
(『そう思う計』(『そう思う』+『まあそう思う』)の比率計)

② 住宅ローン利用状況別

- リフォームローン非利用意向(「ローンを組んでまでリフォームしたくない」)は、現在返済者、完済者、非利用者の順に高くなる。利用経験があるユーザーは、利用経験がないユーザーに比べ、ローンを肯定的にとらえている。
- ローン非利用者では、「利息が高そう」の比率が高い。

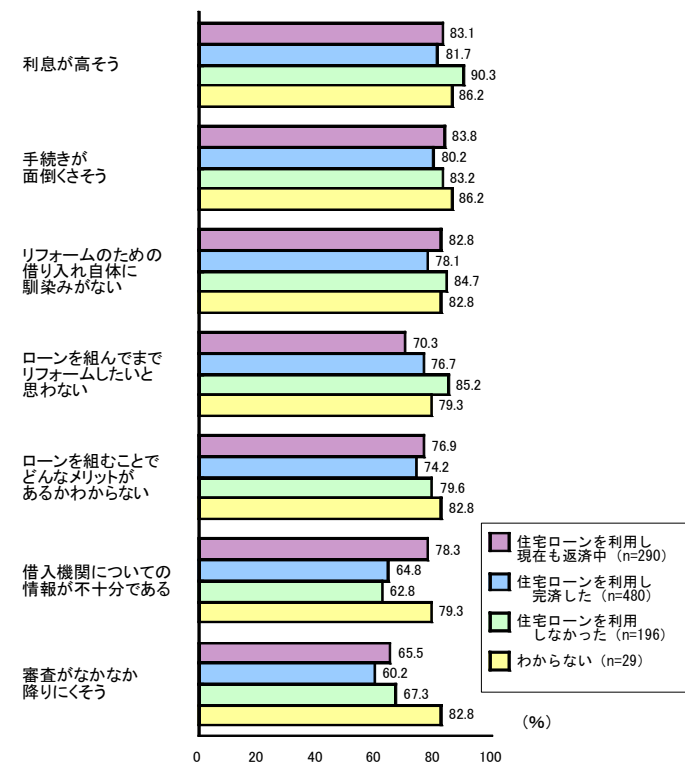


図 2-4-29 資金借入に対する考え 住宅ローン利用状況別
(『そう思う計』(『そう思う』+『まあそう思う』)の比率計)

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先

【概要】

■リフォームの検討段階：

- ・戸建て、マンションともに5～6割が漠然とリフォームを考えている段階であり、リフォームの実施を決定しているのは、戸建て、マンションともに17%程度。

■リフォーム情報の入手先：

- ・情報の種類にかかわらず全体を通してインターネット利用が活発であり、インターネットは戸建てに比べてマンション層の利用率がやや高い。また、インターネットは若年代での利用率が高い。
- ・イメージ情報の収集は「インターネット」「チラシや広告誌」が多く利用される。
- ・イメージ情報や内装・設備機器情報の収集には「企業のショールーム」「カタログ」も利用される。
- ・工事業者等に関する情報になると入手先が限られ、「インターネット」「チラシや広告誌」「企業のショールーム」「カタログ」が減少し、戸建てでは「いつも工事を依頼している業者」、マンションでは、「友人・知人」が上位となる。

■不足している情報：

- ・「費用の目安や積算基準」への情報ニーズが突出して高く、戸建て、マンションともに64%が不足を感じている。次に多いのは「依頼業者選びの目安や基準」「工期・手順・チェックポイント」「リフォーム事例」である。
- ・戸建てとマンションでは大きな傾向の違いはないが、マンションでは「依頼業者選びの目安や基準」の比率がやや高い。

	戸建て		マンション	
リフォーム検討段階	リフォーム決定層	16.5%<前回 12.7%>	リフォーム決定層	16.5%<前回 13.3%>
	2年以内意向層	31.0%<前回 30.1%>	2年以内意向層	24.9%<前回 32.4%>
	いずれリフォーム意向層	52.5%<前回 57.2%>	いずれリフォーム意向層	58.6%<前回 54.4%>
〈情報の入手先〉 イメージ情報	①インターネット	38.6%<前回 31.1%>	①インターネット	41.4%<前回 40.7%>
	②チラシや広告誌	25.7%<前回 25.2%>	②チラシや広告誌	23.4%<前回 29.5%>
	③カタログ	24.5%<前回 19.6%>	③企業のショールーム	20.7%<前回 22.4%>
	④企業のショールーム	20.8%<前回 22.8%>	④カタログ	18.4%<前回 26.6%>
	⑤いつも依頼する業者	18.9%<前回 20.2%>	⑤友人・知人	16.5%<前回 18.3%>
〈情報の入手先〉 内装材・設備機器等の情報	①インターネット	35.2%<前回 28.7%>	①インターネット	40.6%<前回 33.6%>
	②チラシや広告誌	23.3%<前回 21.0%>	②チラシや広告誌	21.5%<前回 24.1%>
	③カタログ	22.1%<前回 21.6%>	②カタログ	18.4%<前回 24.1%>
	④企業のショールーム	20.6%<前回 24.0%>	④企業のショールーム	18.4%<前回 23.2%>
	⑤いつも依頼する業者	19.8%<前回 21.6%>	⑤友人・知人	14.9%<前回 14.1%>
〈情報の入手先〉 業者情報	①インターネット	29.4%<前回 21.1%>	①インターネット	36.8%<前回 28.2%>
	②いつも依頼する業者	22.3%<前回 27.0%>	②友人・知人	18.0%<前回 16.6%>
	③チラシや広告誌	19.5%<前回 17.7%>	②チラシや広告誌	17.2%<前回 18.3%>
	④友人・知人	18.0%<前回 13.3%>	④いつも依頼する業者	11.9%<前回 12.9%>
	⑤企業のショールーム	12.6%<前回 10.5%>	⑤カタログ	10.0%<前回 9.5%>
不足している情報	①費用目安や積算基準	64.1%<前回 67.3%>	①費用目安や積算基準	64.4%<前回 67.6%>
	②業者選びの目安	26.5%<前回 29.2%>	②業者選びの目安	34.5%<前回 34.9%>
	③工期・手順・チェックポイント	21.9%<前回 19.5%>	③工期・手順・チェックポイント	23.4%<前回 19.1%>
	④リフォーム事例	21.5%<前回 22.6%>	④リフォーム事例	23.0%<前回 25.3%>
	⑤新築とリフォーム費用比較	18.4%<前回 20.8%>	⑤新築・リフォーム費用比較	19.2%<前回 15.4%>

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先

2-5-1 リフォームの検討段階

① 住宅の種類別

- ・「リフォームを行うことに決めた」は、戸建て・マンションともに16.5%で、「2年以内にリフォームしたい」は戸建てで31.0%、マンションで24.9%と、戸建ての方がややリフォームが具体化している。

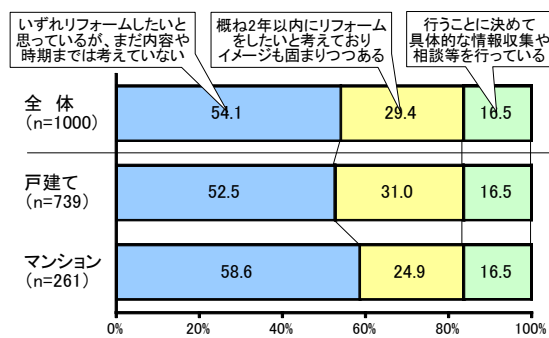
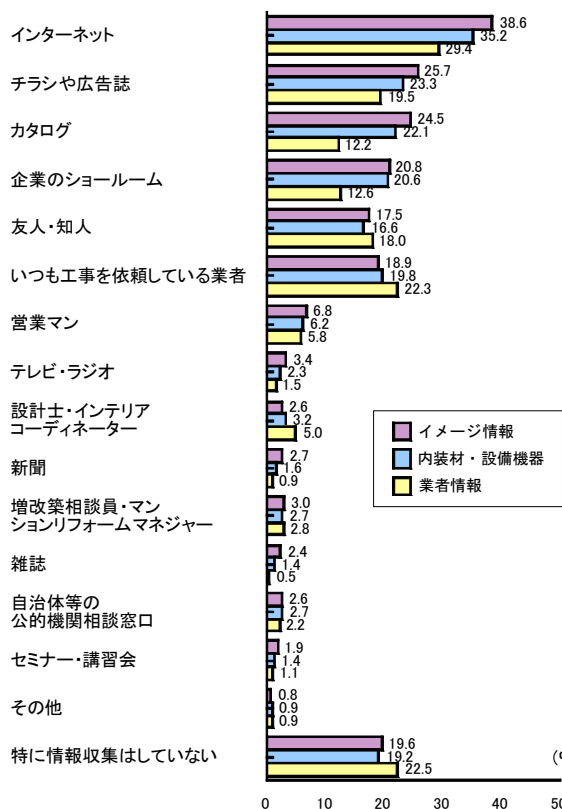


図 2-5-1 リフォームの検討段階 住宅の種類別

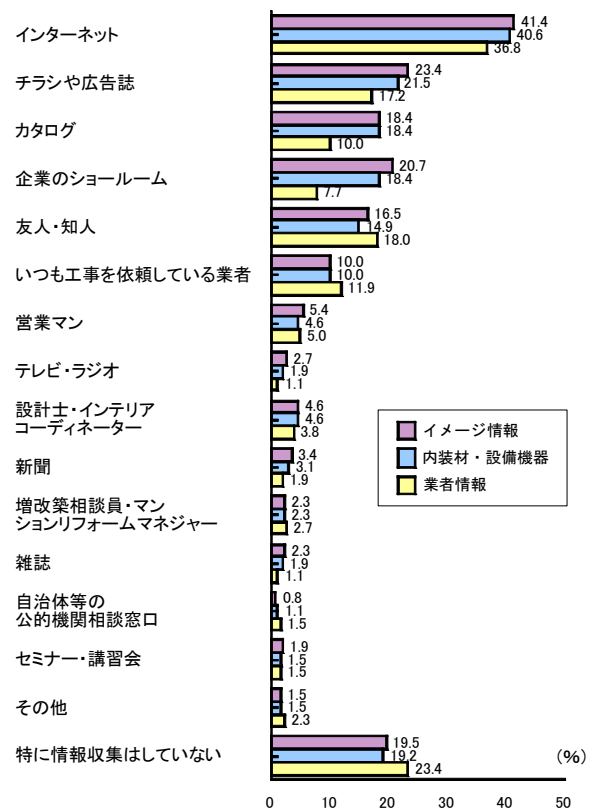
2-5-2 リフォーム情報の入手先（複数回答）

① 住宅の種類別

- ・戸建て、マンションともに、イメージ情報の収集は「インターネット」が最も多く、次いで「チラシや広告誌」が続いている。また、イメージ情報や内装・設備情報の収集には、「企業のショールーム」「カタログ」も、2割前後利用される。
- ・戸建てでは、業者情報の収集は「インターネット」に次いで「いつも工事を依頼している業者」が利用されている。いずれの情報収集時も、戸建ては、マンションより「いつも工事を依頼している業者」をよく利用している。
- ・マンションでは、戸建てよりも「インターネット」をいずれの情報収集時も多く利用しており、業者情報については、「友人・知人」が比較的多い。
- ・前回に比べ、それぞれの情報で「インターネット」の比率が上昇している（次頁）。



【戸建て】

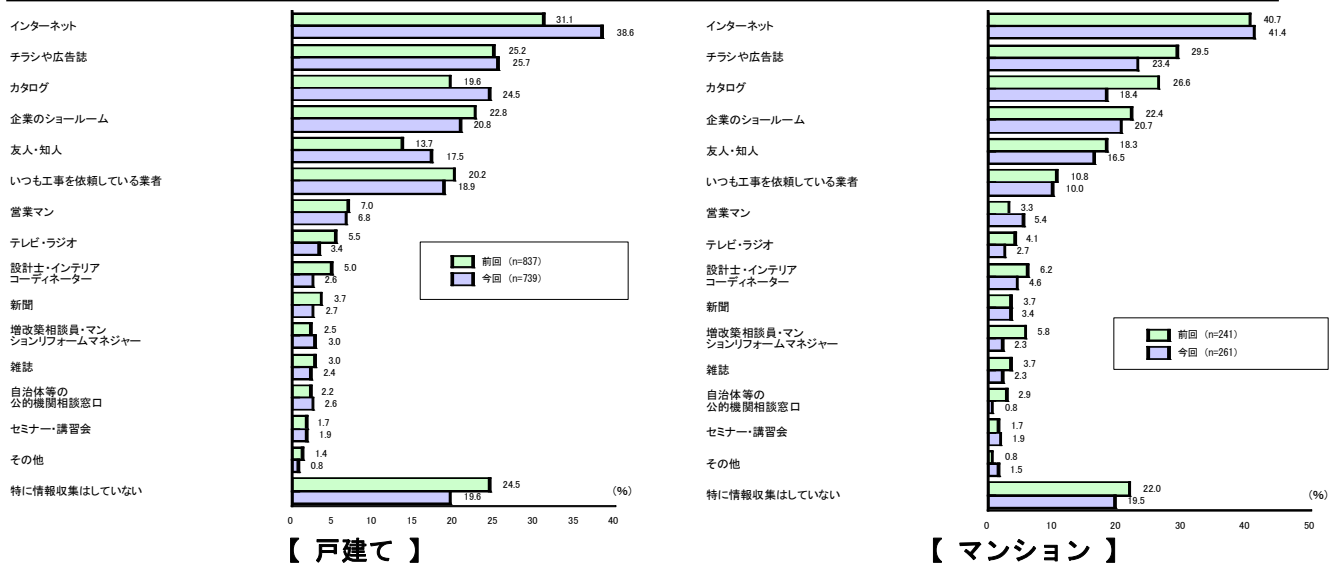


【マンション】

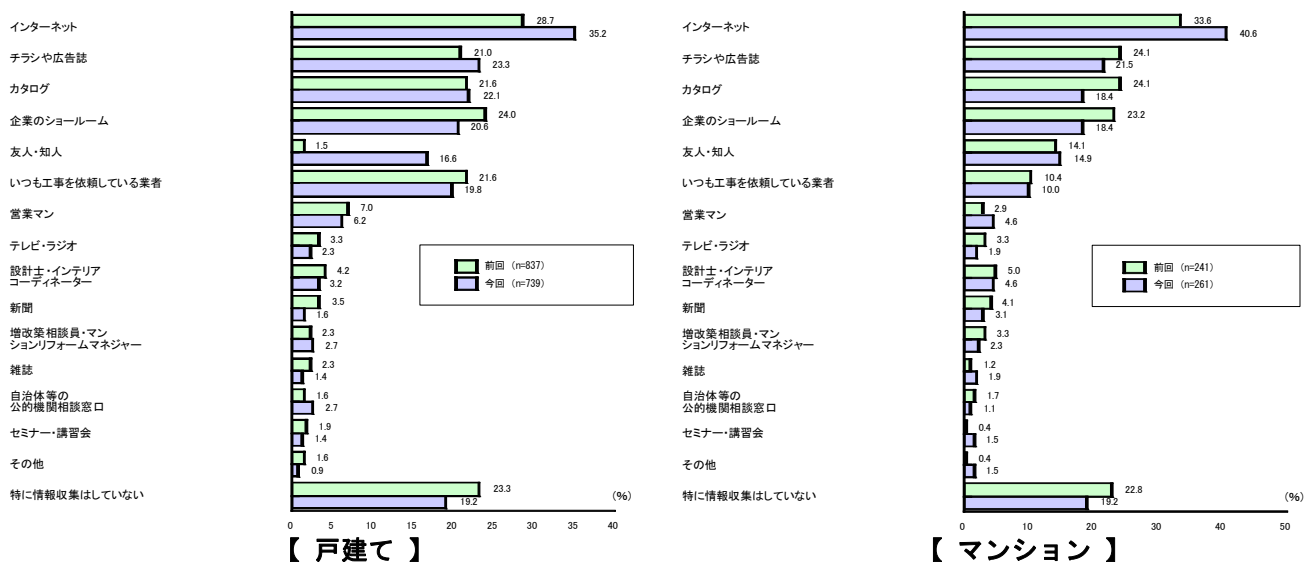
図 2-5-2(1) リフォーム情報の入手先（複数回答）

本調査結果

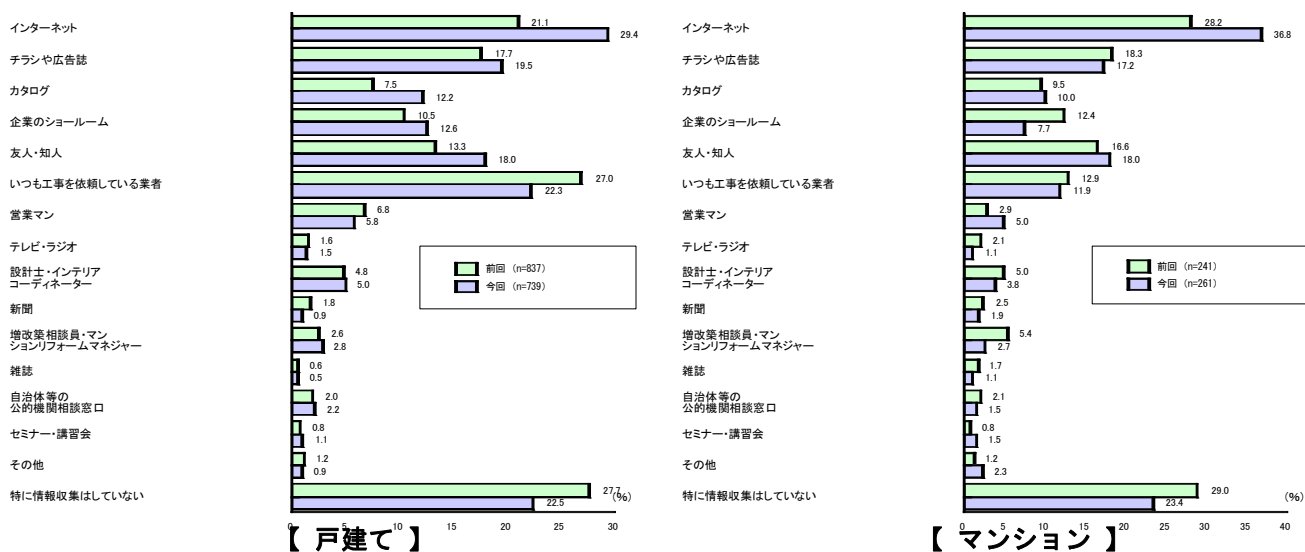
第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先



【 イメージ情報 】



【 内装材・設備機器情報 】



【 業者情報 】

図 2-5-2 (2) リフォーム情報の入手先 前回 (H22 年) 調査結果との比較 (複数回答)

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先＜戸建て・年代別＞

② 戸建て・年代別

- いずれの情報入手時も、若年代ほど「インターネット」が高い。

a. イメージ情報の入手先

- 「企業のショールーム」は50代・60代で高く、「友人・知人」は30代で高い。

b. 内装材・設備機器情報の入手先

- イメージ情報と同様、「企業のショールーム」は、50～60代で高い。

- 「友人・知人」は30代で高い。

c. 業者情報の入手先

- 30～50代は、イメージ情報や内装・設備情報の入手先と同様、「インターネット」を最も利用している。
- 60代以上においては、「いつも工事を依頼している業者」が最も利用されている。

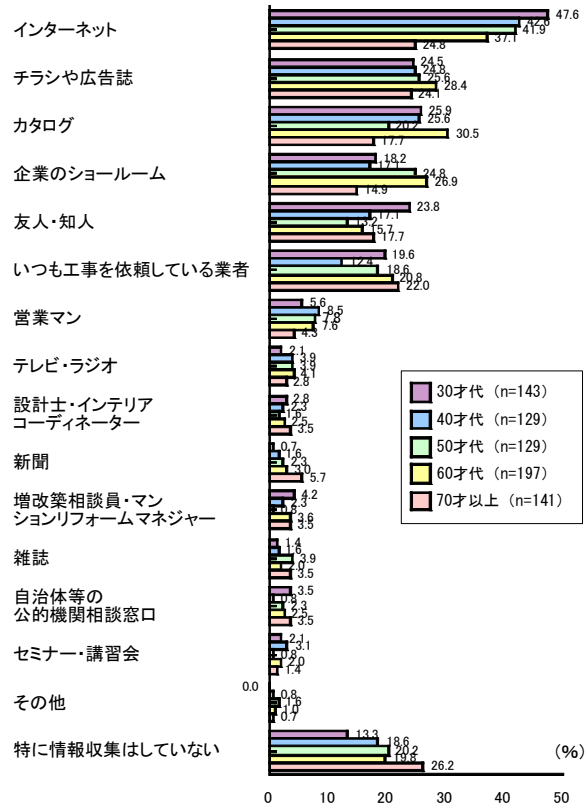


図 2-5-3 イメージ情報の入手先【戸建て】年代別 (複数回答)

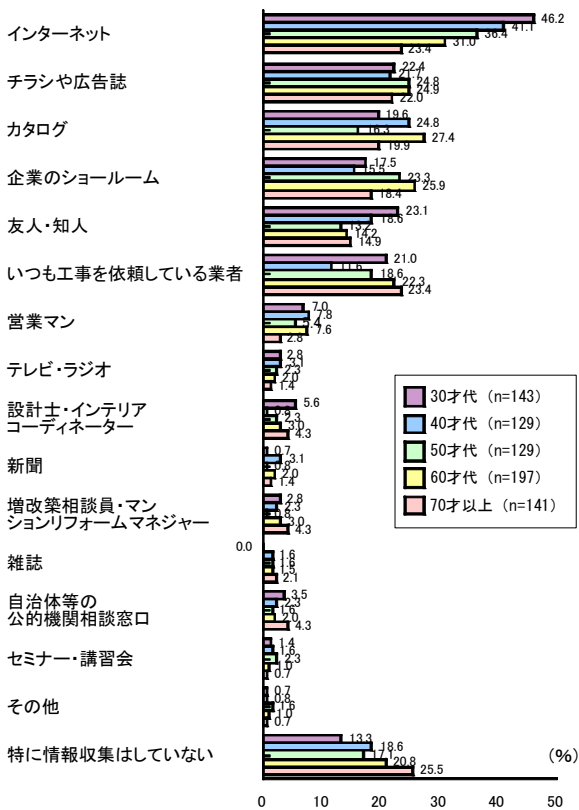


図 2-5-4 内装材・設備機器情報の入手先【戸建て】年代別 (複数回答)

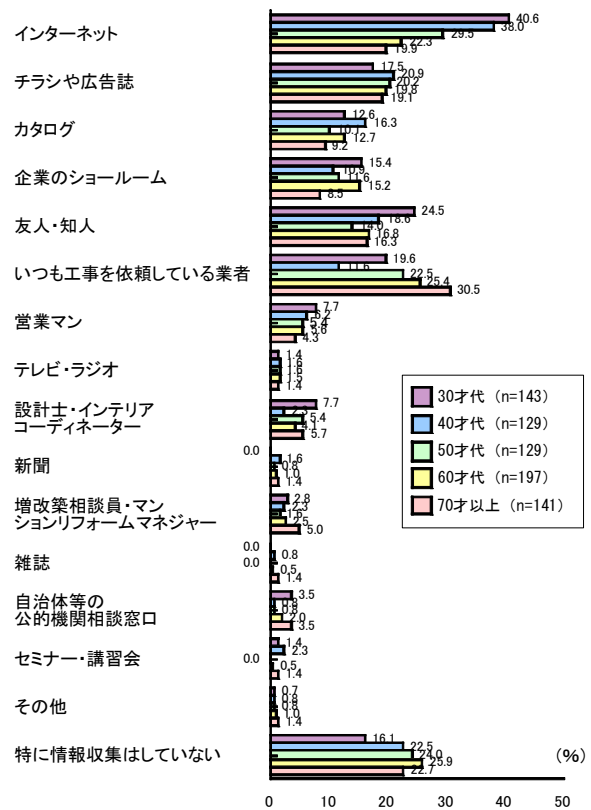


図 2-5-5 業者情報の入手先【戸建て】年代別 (複数回答)

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先＜マンション・年代別＞

③ マンション・年代別

- ・30代で「インターネット」が最も高い。
- ・60代で「友人・知人」が高い。
 - イメージ情報の入手先**
 - ・「カタログ」は若年代で比率が高いのに対して、「友人・知人」は高年代で比率が高くなる。
 - 内装材・設備機器情報の入手先**
 - ・イメージ情報と同様、「チラシや広告誌」利用率は40代で高い。
 - 業者情報の入手先**
 - ・「いつも工事を依頼している業者」や「友人・知人」は70才以上で高い。
 - ・何らかの業者情報を入手している比率が最も高いのは40代である。

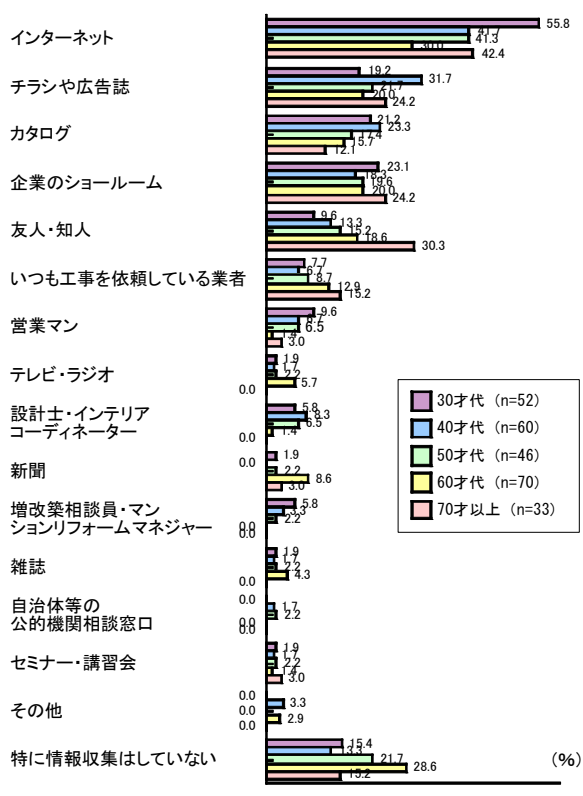


図 2-5-6 イメージ情報の入手先【マンション】年代別（複数回答）

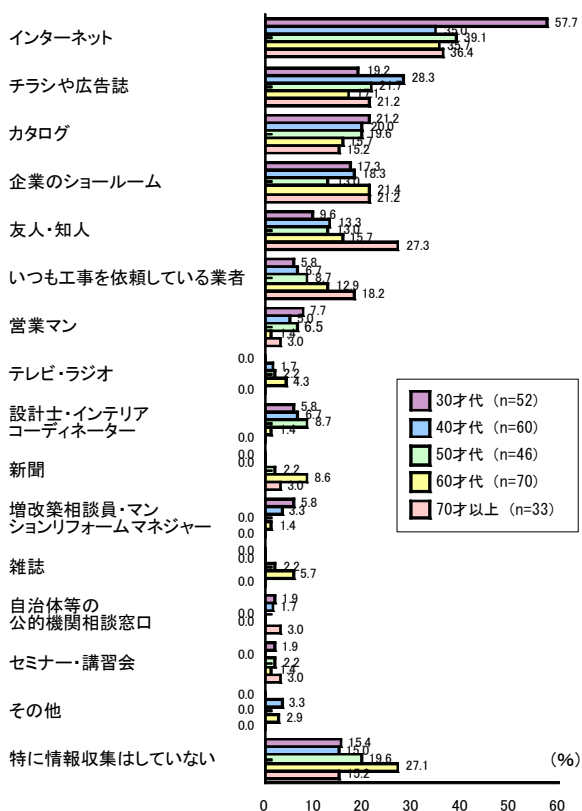


図 2-5-7 内装材・設備機器情報の入手先【マンション】年代別（複数回答）

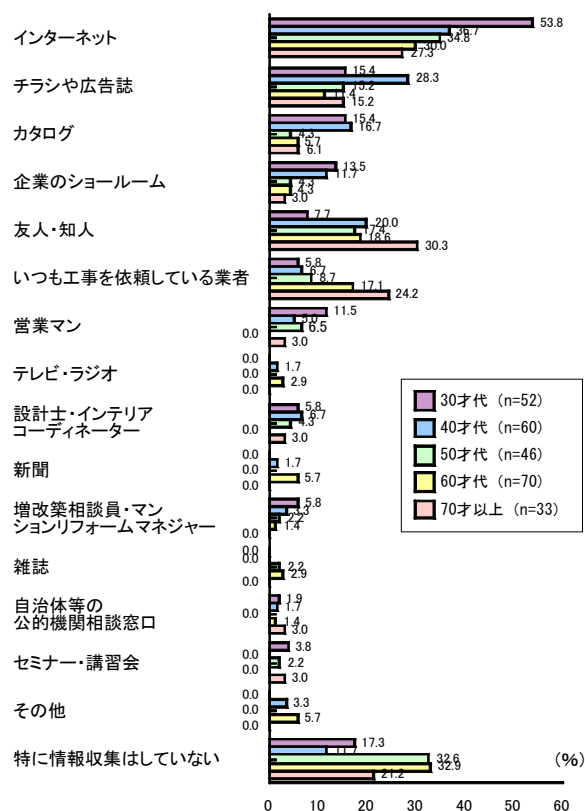


図 2-5-8 業者情報の入手先【マンション】年代別（複数回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先＜決定的な動機別＞

④ 決定的な動機

- いずれの情報入手時も、ライフステージの変化を動機とする人や老朽化・性能向上を動機とする人においては、情報入手先も多様である

a. イメージ情報の入手先

- ライフスタイルの変化を動機とする人は、他層に比べ、「カタログ」や「雑誌」などが高い。

b. 内装材・設備機器情報の入手先

- ライフステージの変化を動機とする人は、他層に比べ「チラシや広告誌」などが高い。

c. 業者情報の入手先（複数回答）

- ライフスタイルの変化を動機とする人は、「カタログ」、ライフステージの変化を動機とする人は、「チラシや広告誌」を、それぞれ「インターネット」に次いで多く利用している。

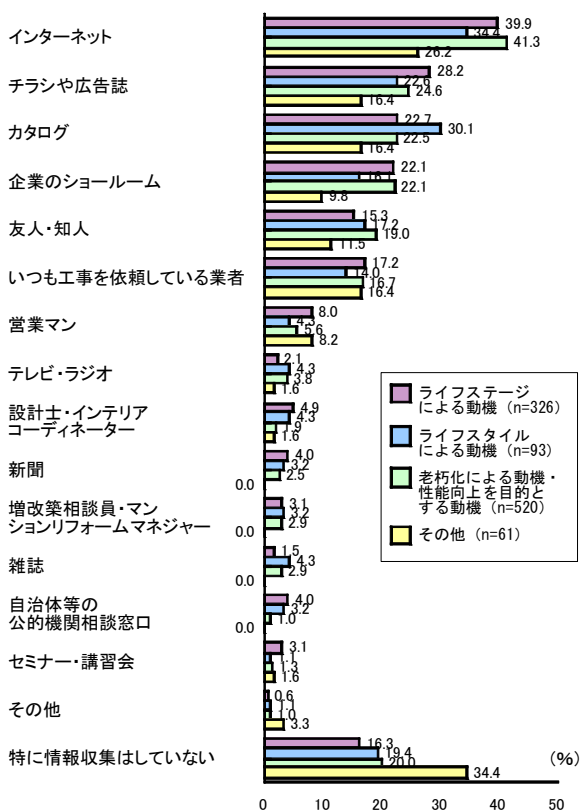


図 2-5-9 イメージ情報の入手先 決定的な動機別（複数回答）

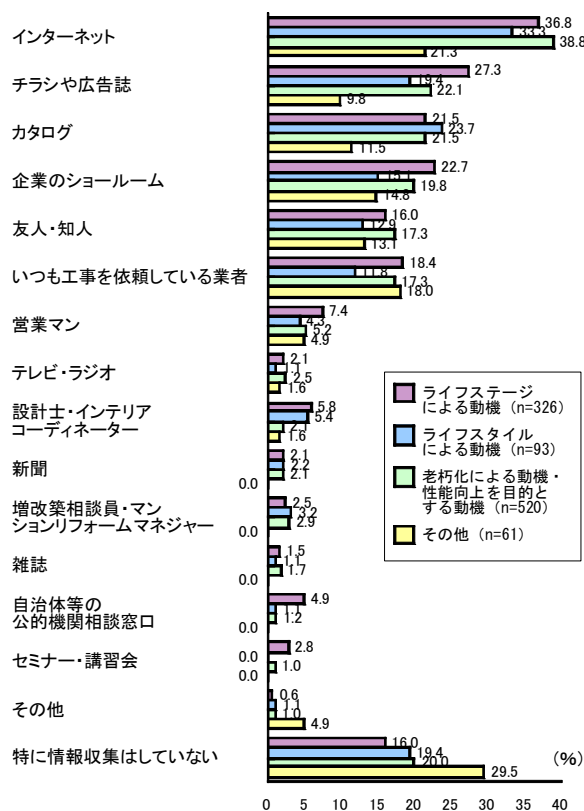


図 2-5-10 内装材・設備機器情報の入手先 決定的な動機別（複数回答）

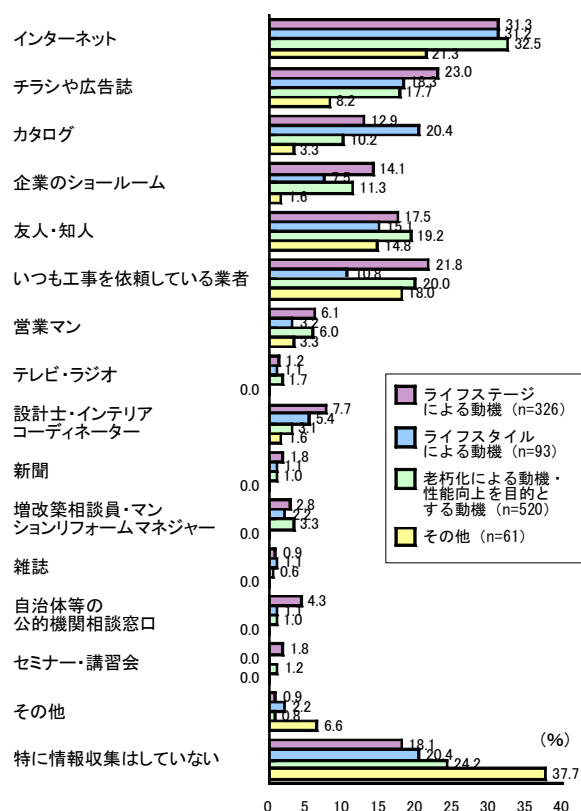


図 2-5-11 業者情報の入手先 決定的な動機別（複数回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先＜戸建て・検討段階別＞

⑤ 戸建て・検討段階別

- いずれの情報入手時も、「インターネット」による情報収集に最も積極的なのは、2年以内リフォーム意向層である。リフォーム決定層では、「企業のショールーム」や「営業マン」の比率が他の層に比べ高い。

a. イメージ情報の入手先

- 「チラシや広告誌」、「カタログ」は、2年以内リフォーム意向層で高い。
- いずれリフォーム意向層は、「テレビ・ラジオ」が他の層に比べわずかながら高い。

b. 内装材・設備機器情報の入手先

- 「チラシや広告誌」、「カタログ」は「カタログ」「企業のショールーム」は、検討段階が進むにつれ、利用されている。

c. 業者情報の入手先（複数回答）

- 「いつも工事を依頼している業者」は、いずれの層も、20%強が利用している。

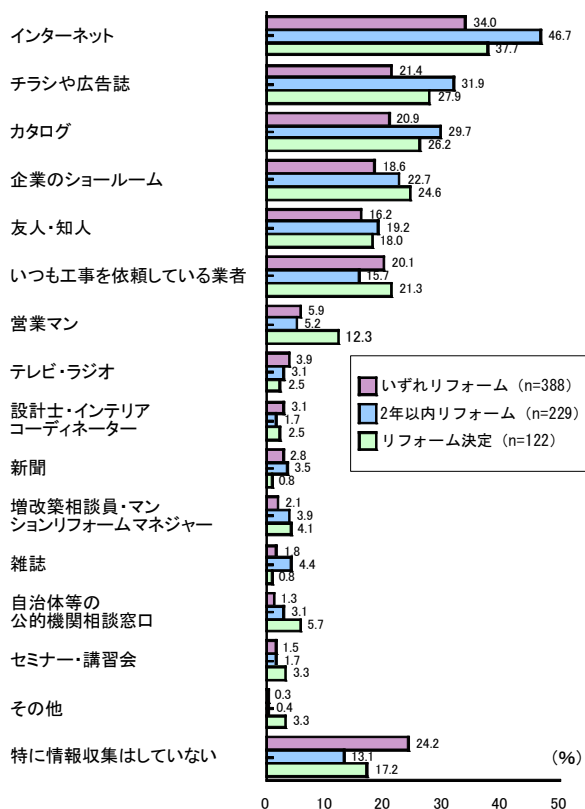


図 2-5-12 イメージ情報の入手先【戸建て】
検討段階別（複数回答）

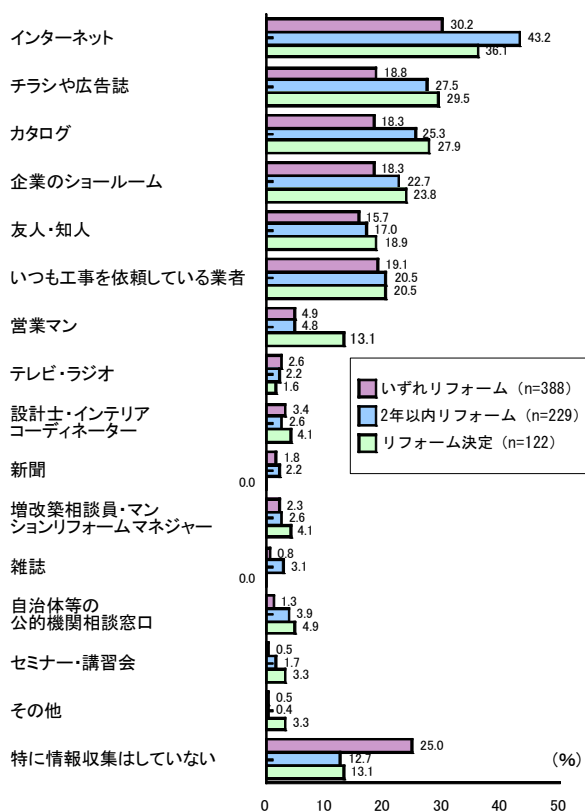


図 2-5-13 内装材・設備機器情報の入手先【戸建て】
検討段階別（複数回答）

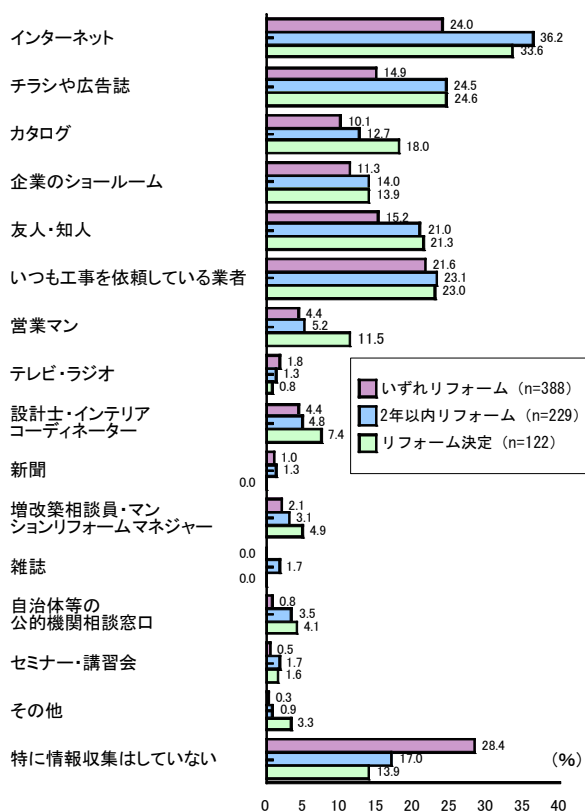


図 2-5-14 業者情報の入手先【戸建て】
検討段階別（複数回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先＜マンション・検討段階別＞

⑥ マンション・検討段階別

・いずれの情報入手時も、戸建てと同様に「インターネット」は、2年以内リフォーム意向層で高い。

・「営業マン」や「設計士・インテリアコーディネーター」は、リフォーム決定層で、他の層よりも高い。

a. イメージ情報の入手先

・「カタログ」は、リフォーム意向層、「企業のショールーム」は2年以内リフォーム意向層で高い。

b. 内装材・設備機器情報の入手先

・「チラシや広告誌」は、2年以内リフォーム層で利用されている。

c. 業者情報の入手先

・「チラシや広告誌」「カタログ」などが検討段階が進むほど利用されている。

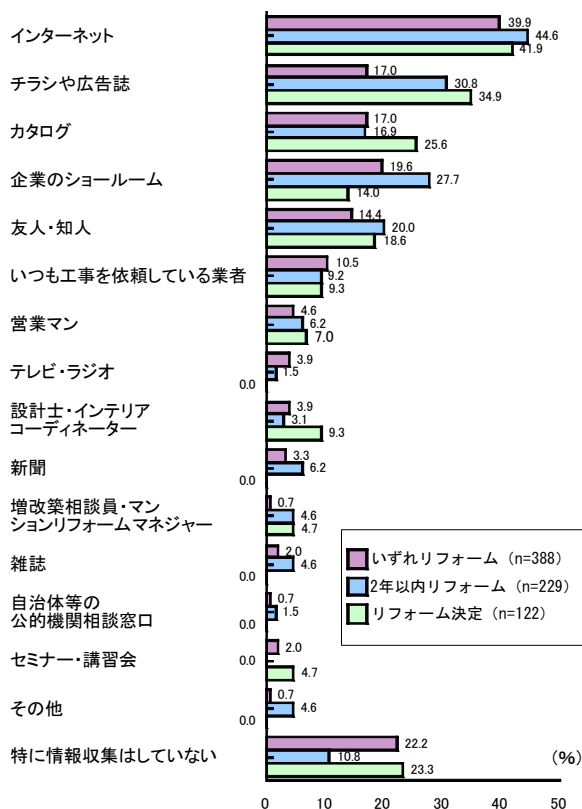


図 2-5-15 イメージ情報の入手先【マンション】
検討段階別（複数回答）

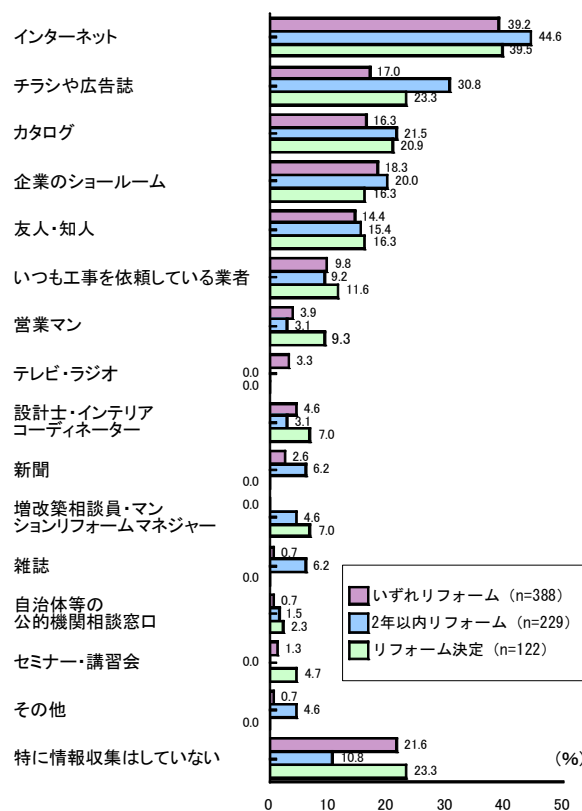


図 2-5-16 内装材・設備機器情報の入手先【マンション】
検討段階別（複数回答）

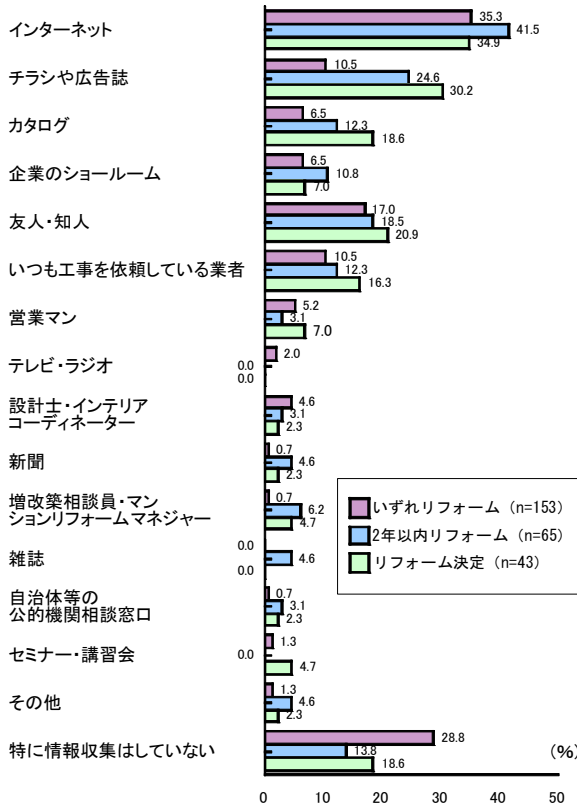


図 2-5-17 業者情報の入手先【マンション】
検討段階別（複数回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先＜戸建て・エリア別＞

⑦ 戸建て・エリア別

a. イメージ情報の入手先

- ・「インターネット」や「カタログ」は、地方より都市で利用されている。
- ・「いつも工事を依頼している業者」からの情報は、都市より地方で利用されている。

b. 内装材・設備機器情報の入手先

- ・「チラシや広告誌」や「いつも工事を依頼している業者」からの情報は都市より地方で利用されている。

c. 業者情報の入手先

- ・「インターネット」からの情報は、地方より都市で利用されている。「いつも工事を依頼している業者」からの情報は都市より地方で利用されている。

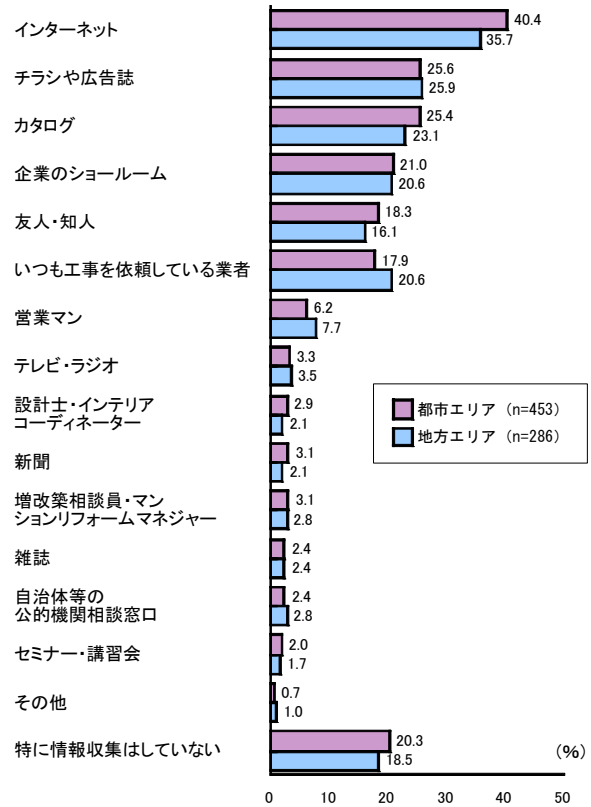


図 2-5-18 イメージ情報の入手先【戸建て】
エリア別（複数回答）

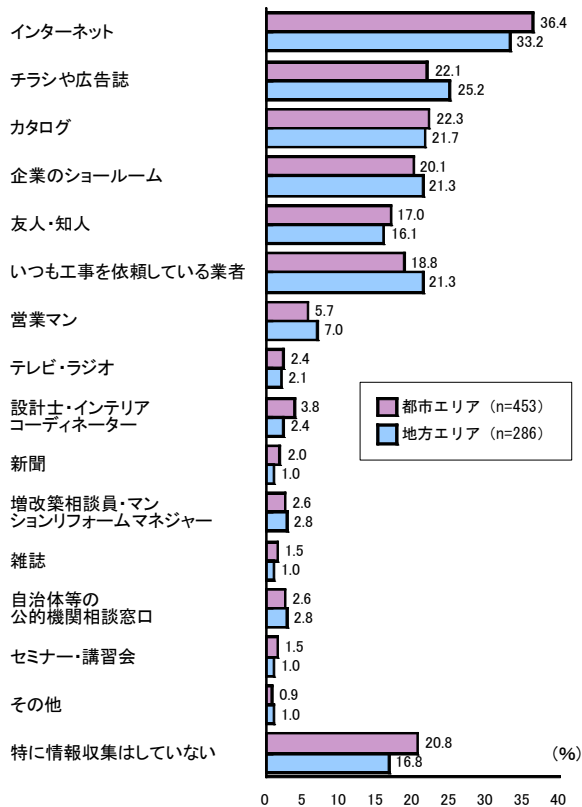


図 2-5-19 内装材・設備機器情報の入手先【戸建て】
エリア別（複数回答）

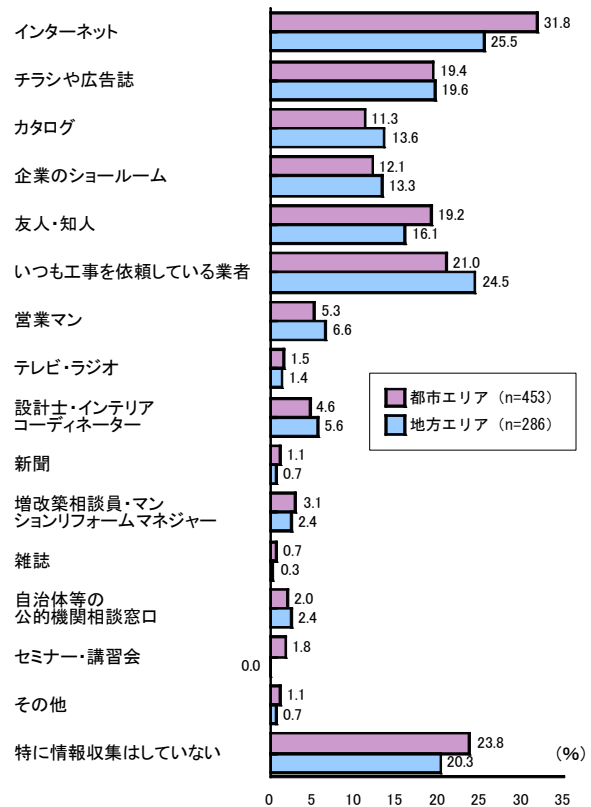


図 2-5-20 業者情報の入手先【戸建て】
エリア別（複数回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先＜マンション・エリア別＞

⑧ マンション・エリア別

・いずれの情報入手時も、「テレビ・ラジオ」「新聞」などは、都市よりも地方で利用されている。

a. イメージ情報の入手先

・「企業のショールーム」、「カタログ」などは都市よりも地方で利用されている。

b. 内装材・設備機器情報の入手先

・イメージ情報と同様に、「企業のショールーム」、「カタログ」などは、都市より地方で利用されている。

c. 業者情報の入手先

・「いつも工事を依頼している業者」からの情報は、地方よりも都市で利用されている。

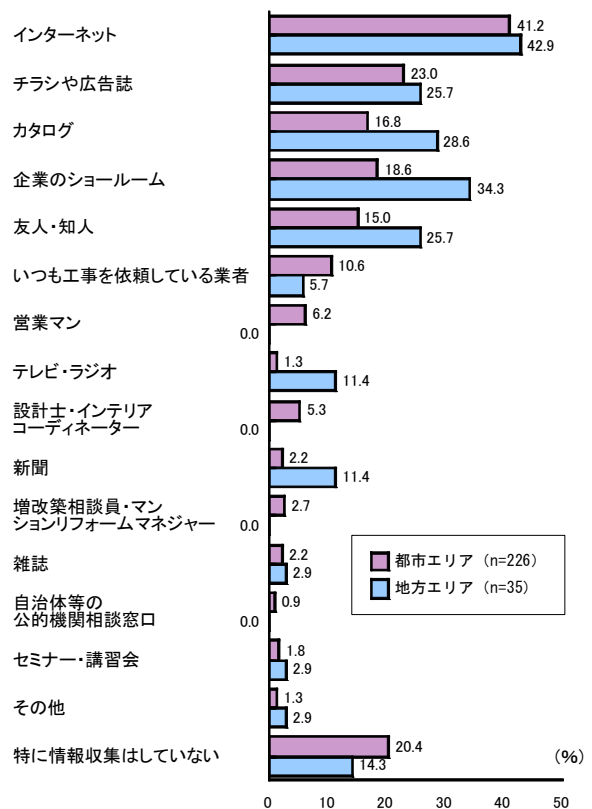


図 2-5-21 イメージ情報の入手先【マンション】エリア別（複数回答）

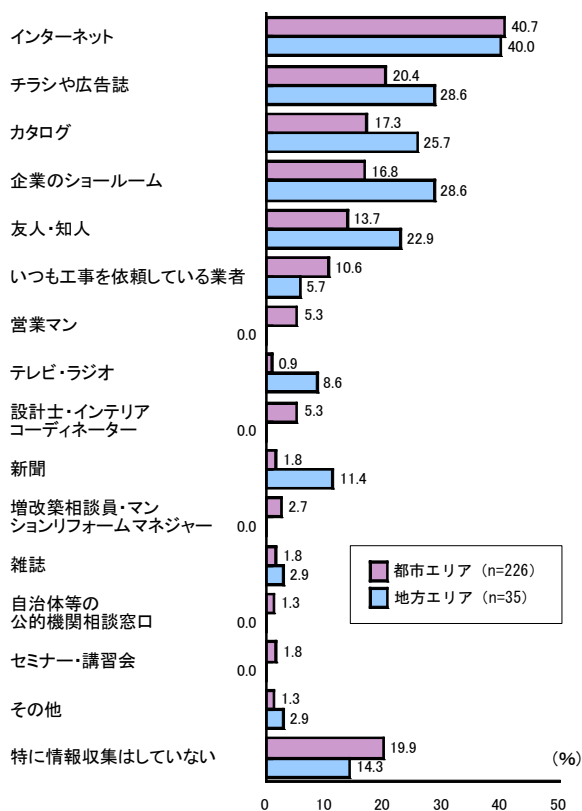


図 2-5-22 内装材・設備機器情報の入手先【マンション】エリア別（複数回答）

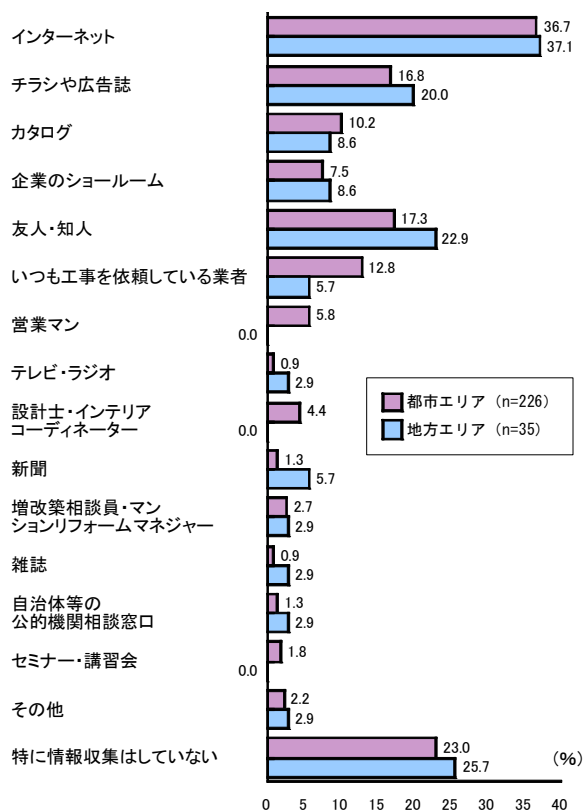


図 2-5-23 業者情報の入手先【マンション】エリア別（複数回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先＜戸建て・都市圏別＞

⑨ 戸建て・都市圏別

- ・「いずれの情報入手時も、「インターネット」や「カタログ」は、首都圏でがより利用されている。

a. イメージ情報の入手先

- ・「いつも工事を依頼している業者」からの情報は、首都圏よりも関西圏で利用されている。

b. 内装材・設備機器情報の入手先

- ・「企業のショールーム」は、関西圏より首都圏で利用されている。

c. 業者情報の入手先

- ・「インターネット」や「営業マン」は、関西圏よりも首都圏で利用されている。

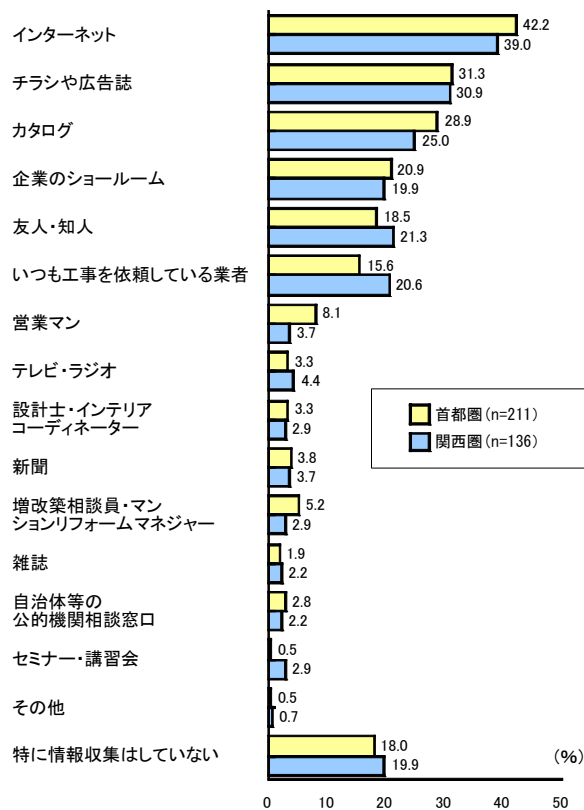


図 2-5-24 イメージ情報の入手先【戸建て】都市圏別（複数回答）

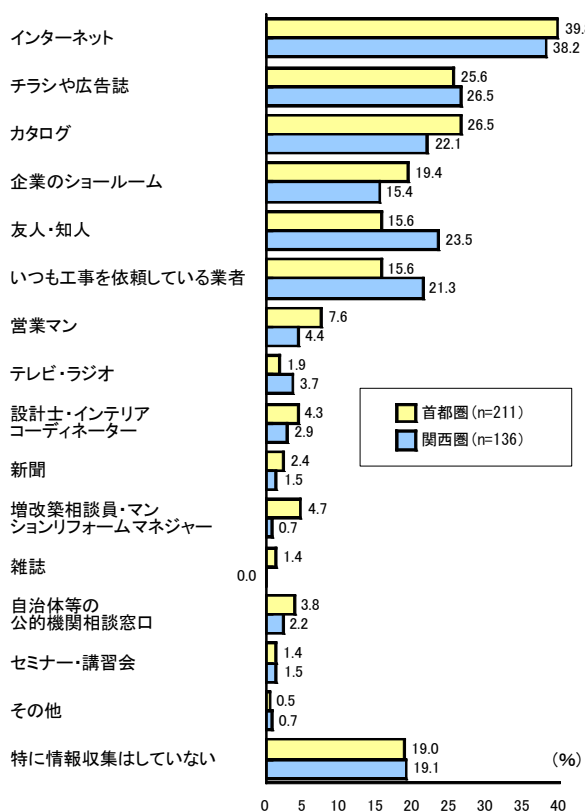


図 2-5-25 内装材・設備機器情報の入手先【戸建て】都市圏別（複数回答）

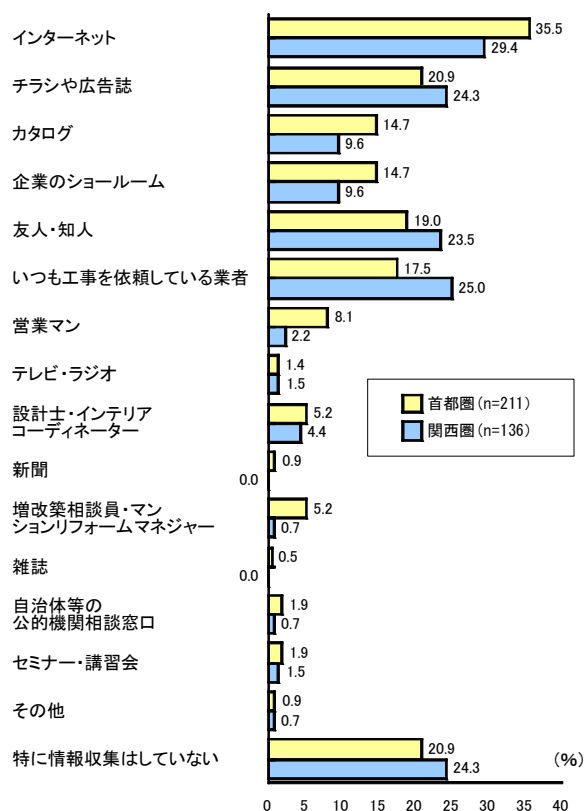


図 2-5-26 業者情報の入手先【戸建て】都市圏別（複数回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先＜マンション・都市圏別＞

⑩ マンション・都市圏別

- いずれの情報入手時も、首都圏で「インターネット」がより利用されている。

a. イメージ情報の入手先

- 「カタログ」は、首都圏より関西圏で利用されている。

b. 内装材・設備機器情報の入手先

- 「営業マン」は、首都圏より関西圏で利用されている。

c. 業者情報の入手先

- 「カタログ」、「チラシや広告誌」からの情報は、関西圏より首都圏で利用されている。
- 「営業マン」、「友人・知人」、「テレビ・ラジオ」などからの情報は首都圏よりも関西圏で利用されている。

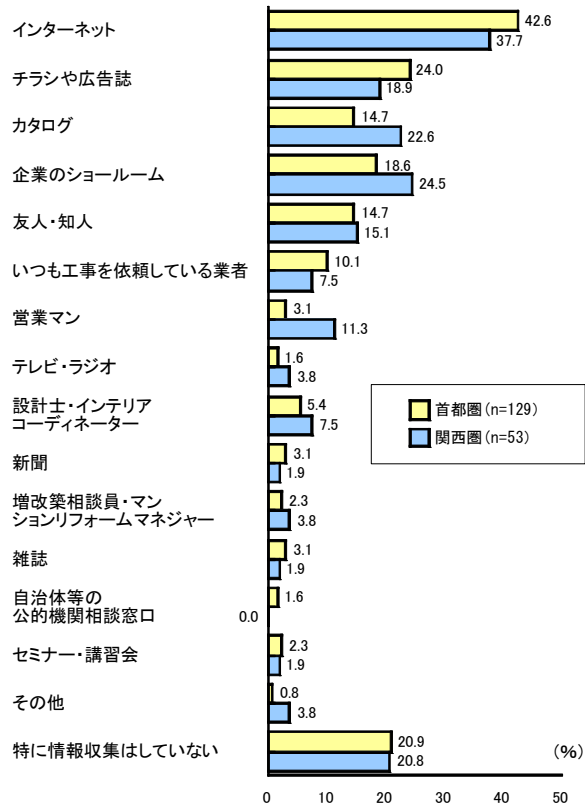


図 2-5-27 イメージ情報の入手先【マンション】都市圏（複数回答）

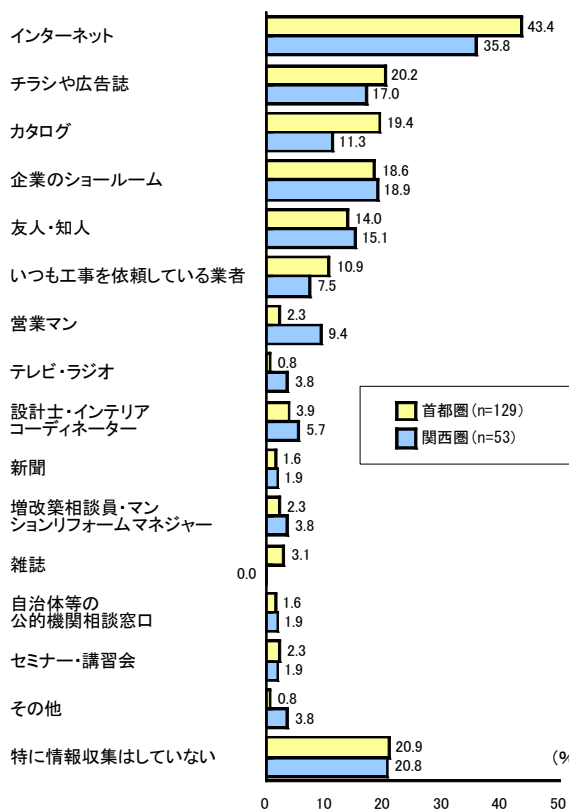


図 2-5-28 内装材・設備機器情報の入手先【マンション】都市圏別（複数回答）

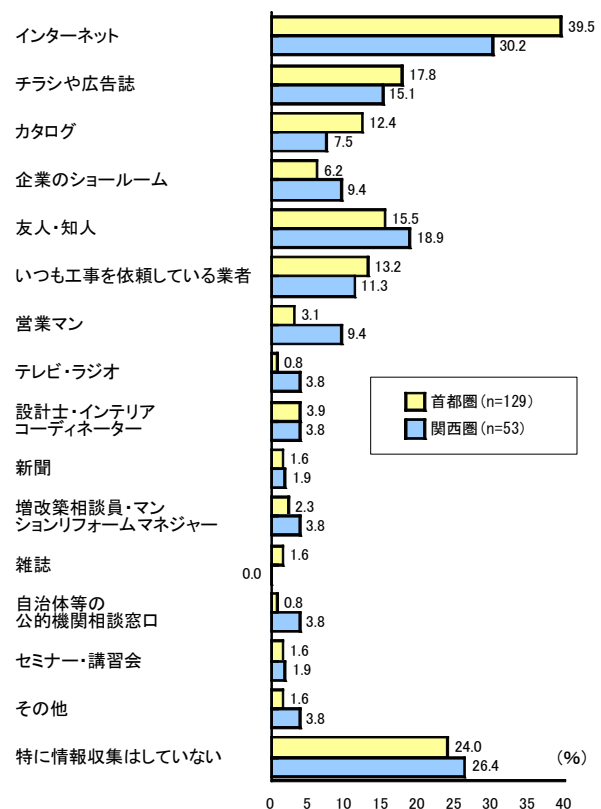


図 2-5-29 業者情報の入手先【マンション】都市圏別（複数回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先＜地域別＞

⑪ 地域別

- いずれの情報入手時においても、東北では、「インターネット」よりも「企業のショールーム」の比率が高くなっている。

a. イメージ情報の入手先

- 「インターネット」は、東日本でもっとも利用されている。

b. 内装材・設備機器情報の入手先

- 西日本では「友人・知人」の比率が他の地域に比べ高い。

c. 業者情報の入手先

- 東北では「企業のショールーム」に次いで「いつも工事を依頼している業者」の比率が高く、東海・四国では「インターネット」に次いで「チラシや広告誌」がよく利用されている。

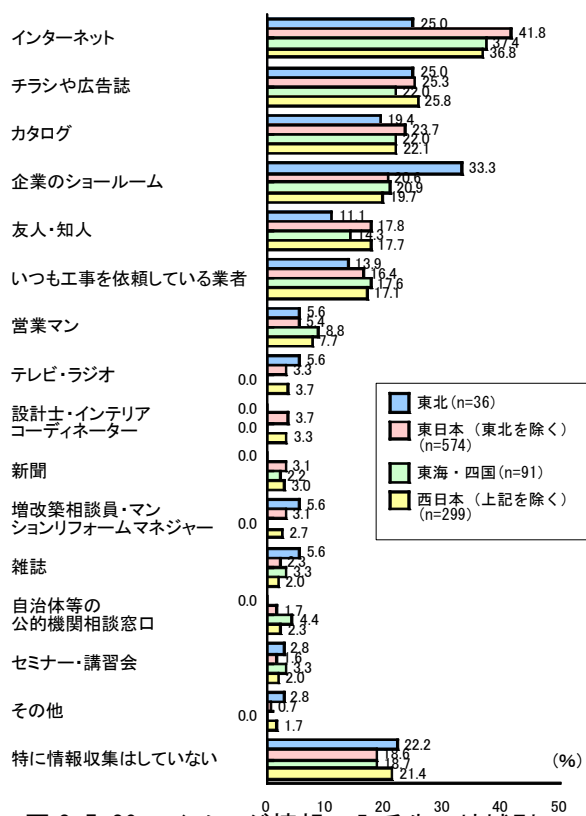


図 2-5-30 イメージ情報の入手先 地域別 (複数回答)

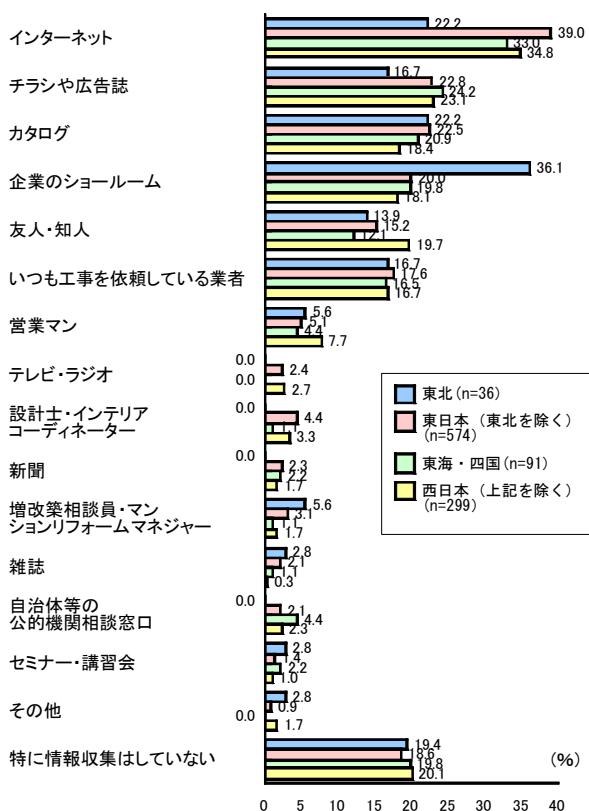


図 2-5-31 内装材・設備機器情報の入手先 地域別 (複数回答)

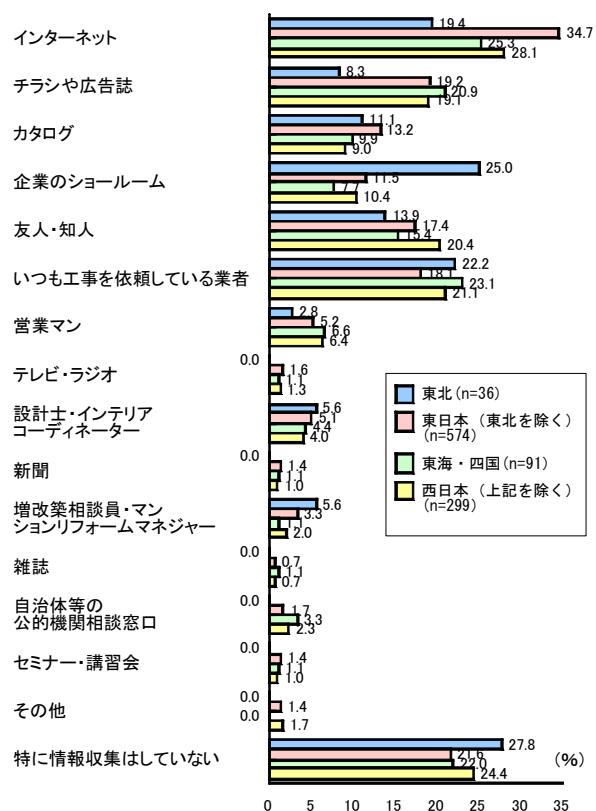


図 2-5-32 業者情報の入手先 地域別 (複数回答)

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先

2-5-3 情報の入手源となっているテレビや雑誌の名称（自由記述）

- ・テレビ番組は「ビフォーアフター」が多い。
- ・新聞は「朝日新聞」が多い。

表 2-5-1 情報の入手源となっているテレビや雑誌の名称（自由記述）

※（ ）は、回答件数

テレビ・ラジオ番組名	新聞名	雑誌名	その他
・ビフォーアフター(24) ・建物探訪 (2) ・NHK (2) ・TBS (2) ・業者のコマーシャル(2) ・その他(3)	・朝日新聞(18) ・読売新聞(6) ・日本経済新聞(5) ・産経新聞(2) ・神戸新聞(1) ・北海道新聞(1)	・Casa BRUTUS(2) ・ELLE DECO(2) ・LIVES(1) ・suumo(1) ・コンフォート(1) ・モダンリビング(1) ・浦安にすみたい(1) ・月刊住宅(1) ・美しい部屋(1)	・マンション管理組合 (2) ・マンション管理会社(1) ・住宅展示場(2) ・建築資材店(1) ・取引先(1) ・親戚の工務店(1) ・同じマンションに住む人のリフォーム後の内覧会(1) ・同じマンション住民の評判(1)

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先

2-5-4 不足しているリフォーム情報（3つ以内で回答）

① 住宅の種類別

- 全体の64.2%が「費用の目安や積算基準」をあげており、費用に関する情報が求められている。
- 次に多いのは「依頼業者選びの目安や基準」(28.6%)である。
- 戸建てとマンションでは大きな傾向の違いはないが、戸建てでは「老朽度を診断・検査する専門家に関する情報」、マンションでは「依頼業者選びの目安や基準」の比率がやや高い。
- 前回に比べ、戸建て・マンションともに「工期・手順とチェックポイントに関する情報」の比率がわずかながらアップしている。

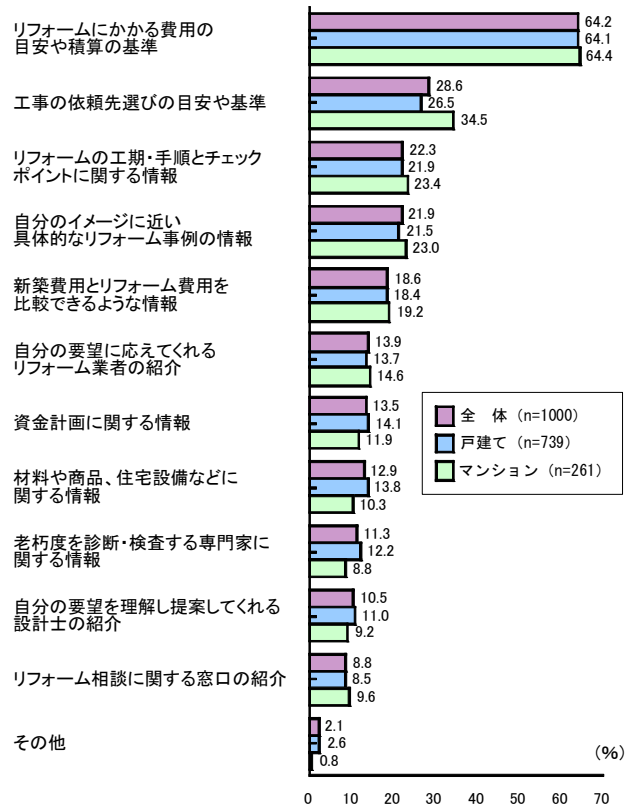
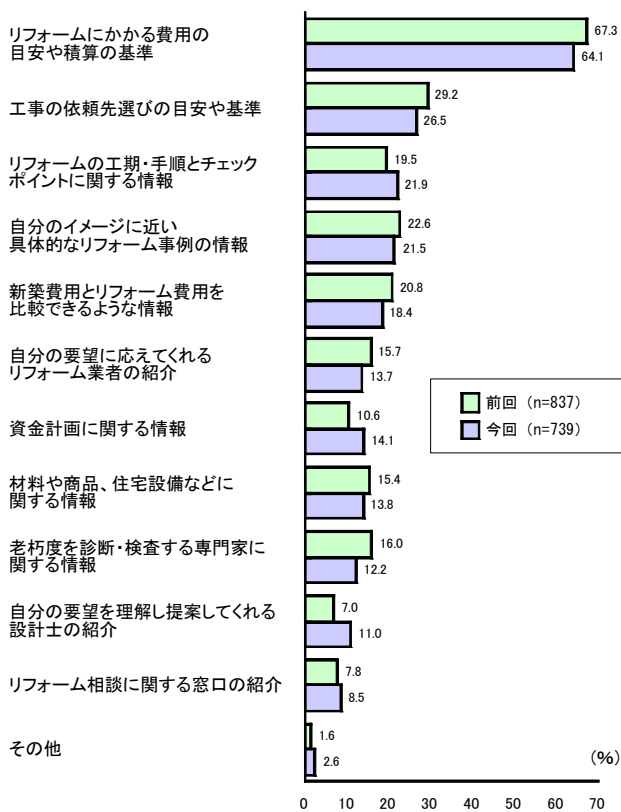
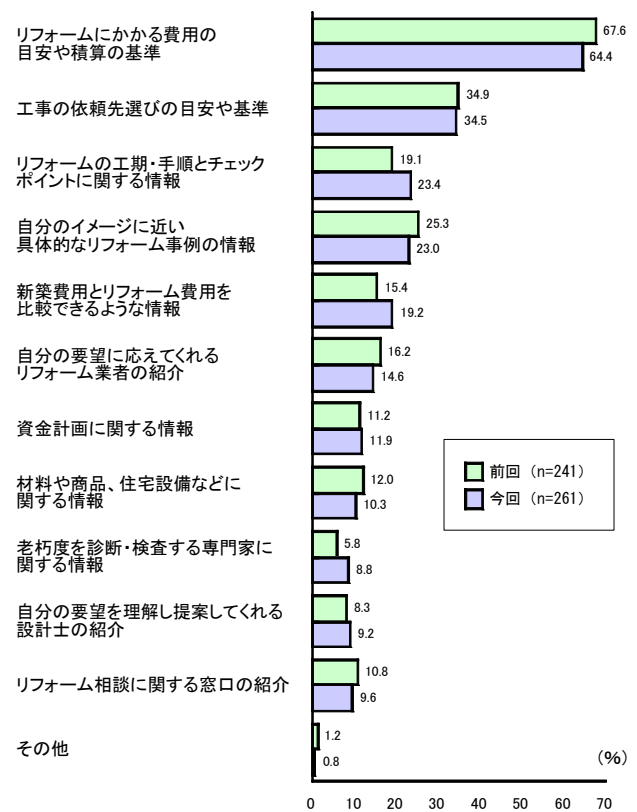


図 2-5-33 (1) 不足しているリフォーム情報 住宅の種類別 (3つ以内で回答)



【戸建て】

図 2-5-33 (2) 不足しているリフォーム情報 前回 (H22 年) 調査結果との比較 (3つ以内で回答)



【マンション】

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先

② 戸建て・年代別

- ・戸建てでは、「費用の目安や積算基準」は、30代、60代以上で高い。
- ・「工事の依頼先選びの目安や基準」は、60代で高い。
- ・「自分のイメージに近いリフォーム事例の情報」「自分の要望を理解し提案してくれる設計士の紹介」は40代で高く、「老朽度を診断・検査する専門家に関する情報」は、60代以上で高い。

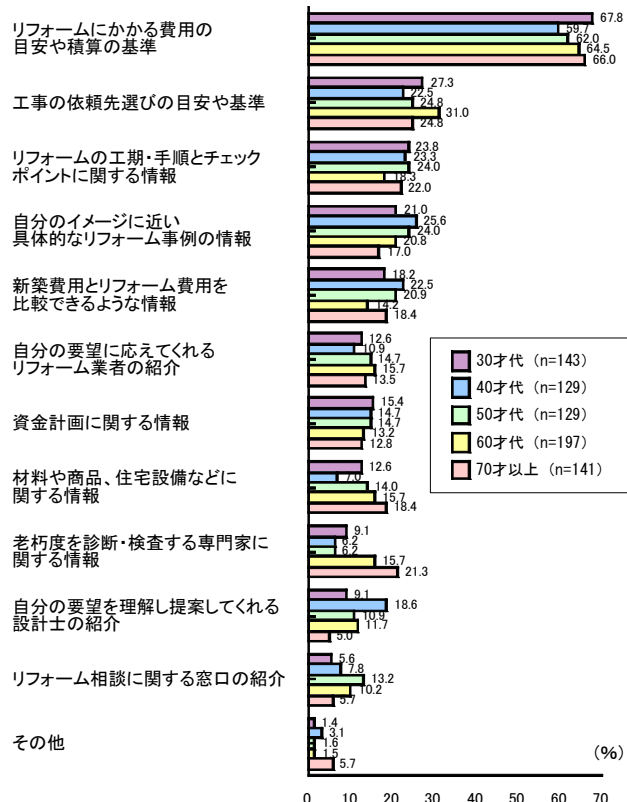


図 2-5-34 不足しているリフォーム情報【戸建て】
年代別（3つ以内で回答）

③ マンション・年代別

- ・マンションでは、「費用の目安や積算基準」「資金計画に関する情報」は、40代で高い。
- ・30代では「自分のイメージに近いリフォーム事例の情報」が他の年代より高い。
- ・50代では「工事の依頼先選びの目安や基準」、70才以上では「自分のイメージに近いリフォーム事例の情報」「材料や商品・住宅設備などに関する」が他年代より高い。
- ・「老朽度を診断・検査する専門家に関する情報」は、年代による差は小さい。

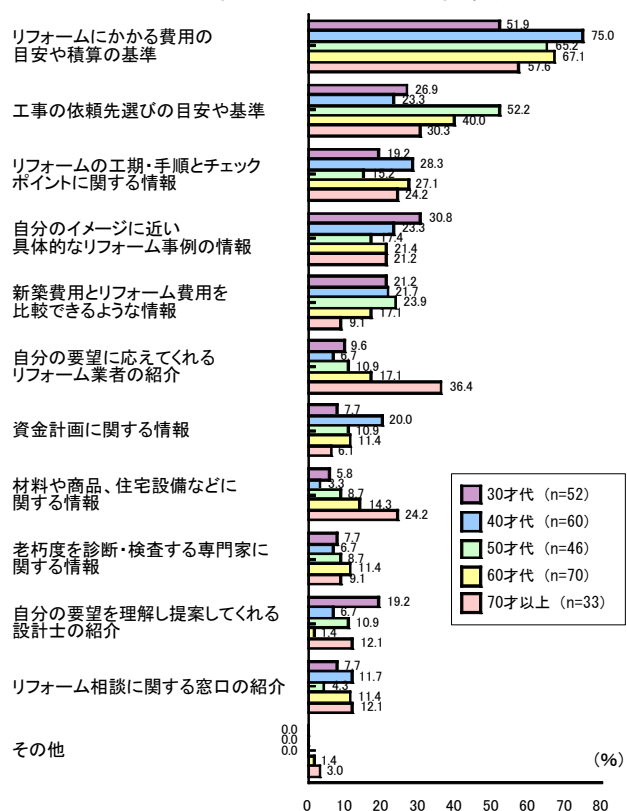


図 2-5-35 不足しているリフォーム情報【マンション】
年代別（3つ以内で回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先

④ 戸建て・検討段階別

- 戸建てでは、いずれリフォーム層では「費用の目安や積算基準」「資金計画に関する情報」の比率が高く、2年以内リフォーム意向層では、「工事の依頼先選びの目安や基準」、「老朽度を診断・検査する専門家に関する情報」が高い。
- また、リフォーム決定層では、「リフォームの工期・手順とチェックポイントに関する情報」、「材料や商品・住宅設備などに関する情報」の比率が高くなっている。

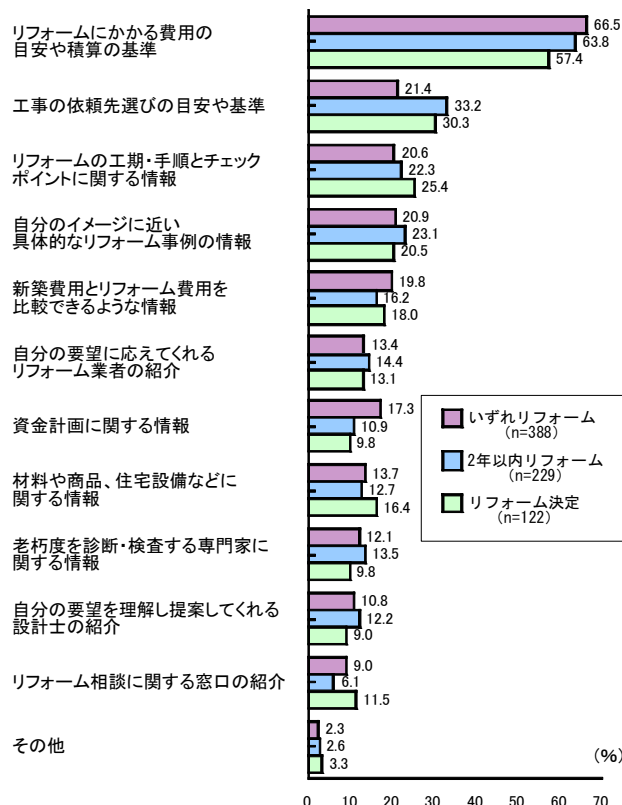


図 2-5-36 不足しているリフォーム情報【戸建て】
検討段階別（3つ以内で回答）

⑤ マンション・検討段階別

- マンションでは、いずれリフォーム層では「費用の目安や積算基準」の比率が高く、2年以内リフォーム意向層では、「工事の依頼先選びの目安や基準」、「資金計画に関する情報」、「材料や商品、住宅設備などに関する情報」などの比率が高い。
- リフォーム決定層では「リフォーム相談に関する窓口の紹介」や「老朽度を診断・検査する専門家に関する情報」の比率が他の段階よりも高い。

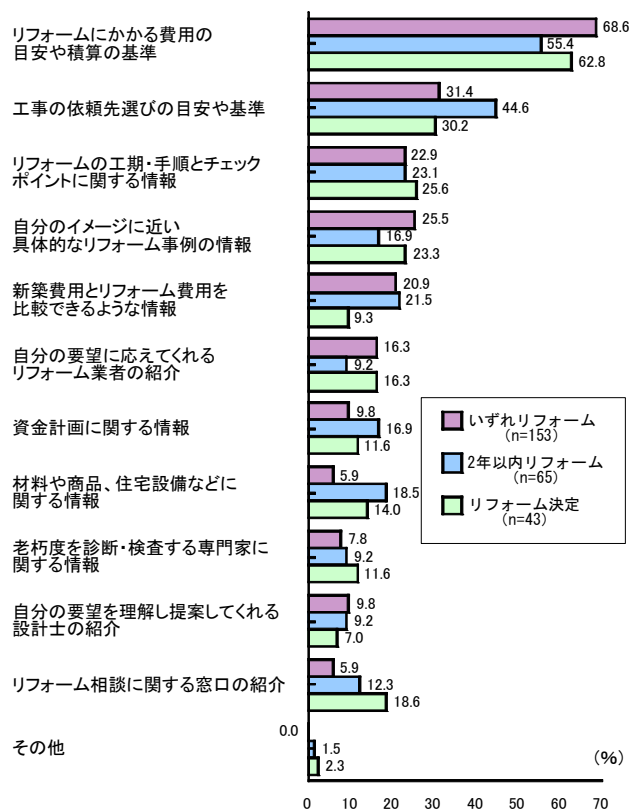


図 2-5-37 不足しているリフォーム情報【マンション】
検討段階別（3つ以内で回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先

⑥ 戸建て・エリア別

- 戸建てでは、「工事の依頼先選びの目安や基準」、「材料や商品、住宅設備などに関する情報」などは都市エリアで比率が高いのに対して、「費用の目安や積算基準」、「リフォームの工期・手順とチェックポイントに関する」などは地方エリアで比率が高い。

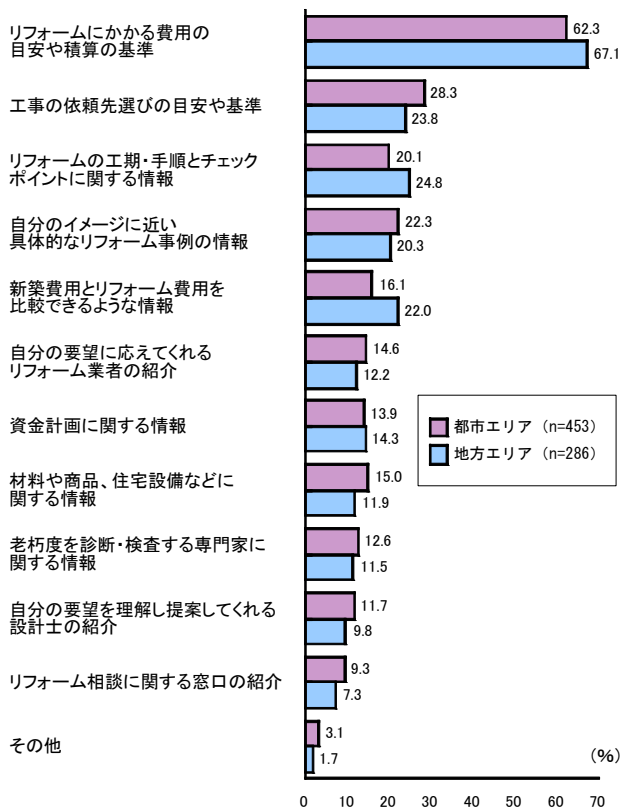


図 2-5-38 不足しているリフォーム情報【戸建て】
エリア別（3つ以内で回答）

⑦ マンション・エリア別

- マンションでは、「自分のイメージに近いリフォーム事例の情報」、「自分の要望に応じてくれる業者の紹介」、「リフォーム相談に関する窓口の紹介」は都市エリアで高く、「費用の目安や積算基準」、「工事の依頼先選びの目安や基準」、「材料や商品、住宅設備などに関する情報」は都市より地方エリアでやや高い。

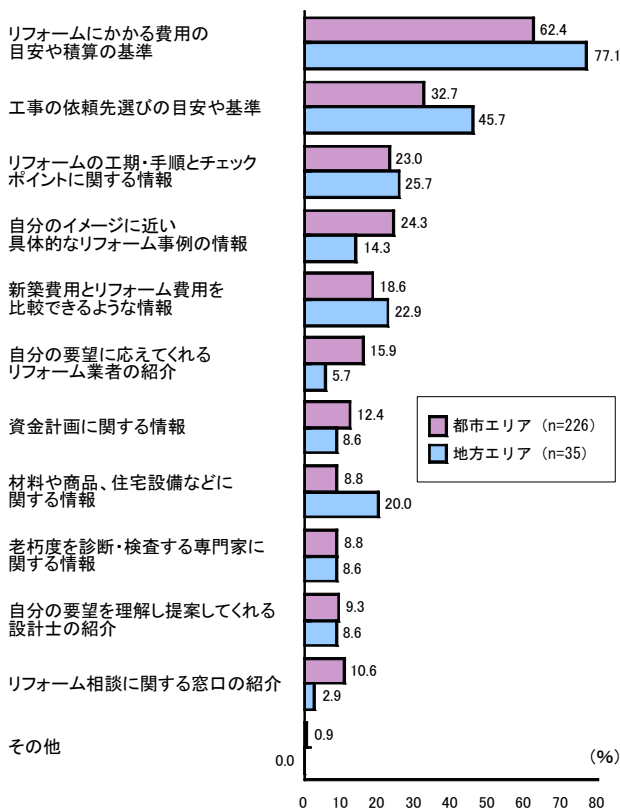


図 2-5-39 不足しているリフォーム情報【マンション】
エリア別（3つ以内で回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先

⑧ 戸建て・都市圏別

- 戸建てでは、「工期・手順とチェックポイントに関する情報」は関西圏より首都圏で求められており、「自分の要望に応じてくれる業者の紹介」は、関西圏の方が比率が高い。

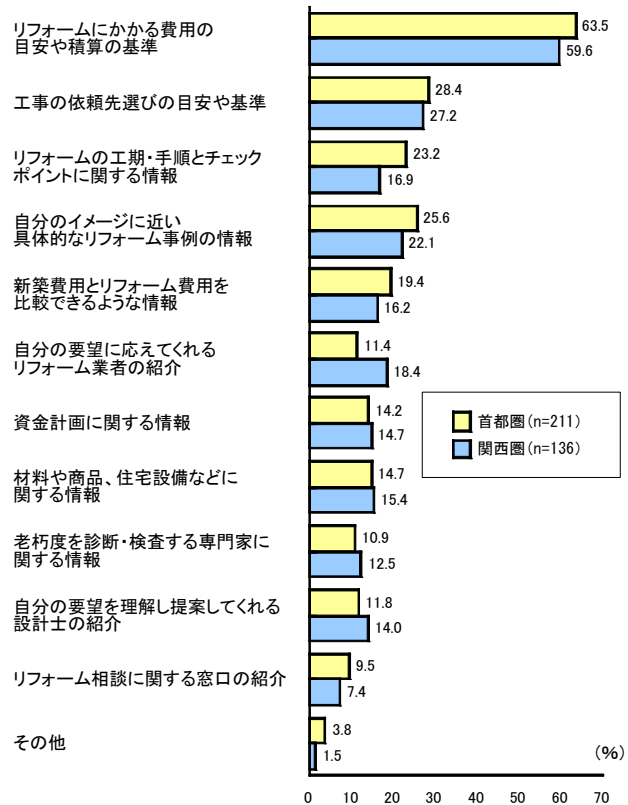


図 2-5-40 不足しているリフォーム情報【戸建て】都市圏別（3つ以内で回答）

⑨ マンション・都市圏別

- マンションでは、「自分のイメージに近いリフォーム事例の情報」、「資金計画に関する情報」は関西圏より首都圏で求められている。
- 関西圏では「工事の依頼先選びの目安や基準」、「自分の要望に応じてくれる業者の紹介」の比率が首都圏に比べ高い。

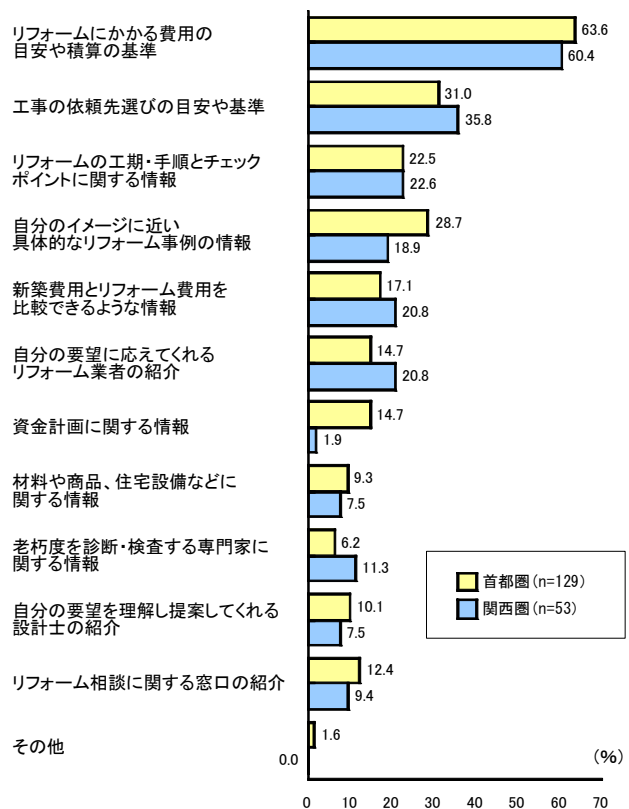


図 2-5-41 不足しているリフォーム情報【マンション】都市圏別（3つ以内で回答）

本調査結果

第5章 住宅リフォームに関する情報の入手先

⑩ 地域別

- ・東北では「新築費用とリフォーム費用を比較できるような情報」、東海・四国では「リフォームの工期・手順とチェックポイントに関する情報」、「東日本」では「工事の依頼先選びの目安や基準」、西日本では「自分の要望に応じてくれるリフォーム業者の紹介」の比率が、それぞれ他の地域に比べ高い。

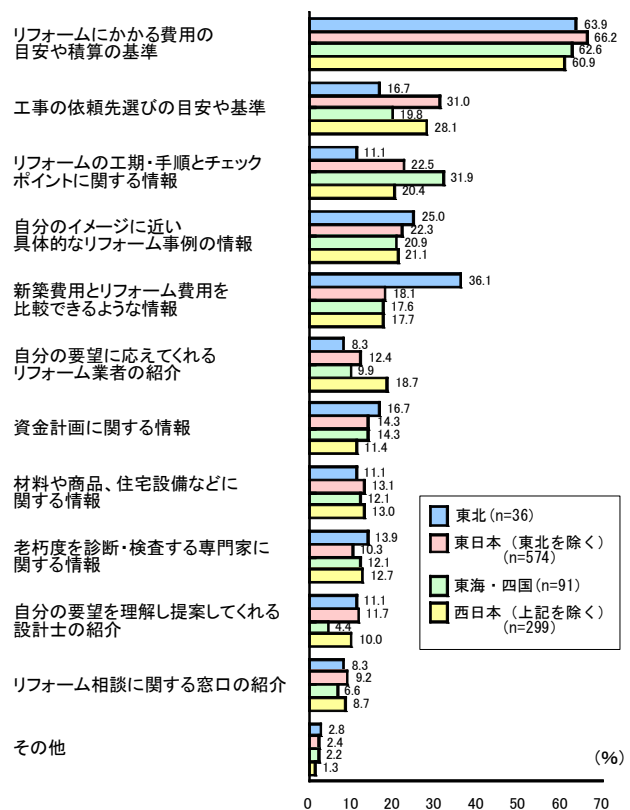


図 2-5-42 不足しているリフォーム情報 地域別 (3 つ以内で回答)

本調査結果

第6章 リフォーム依頼業者と重視点

【概要】

■リフォーム工事の依頼業者：

- ・戸建てでは「大工・工務店」、「住宅・建設会社」の二者が約5割と多い。マンションでは「住宅設備会社」と「住宅・建設会社」が約4割、「大工・工務店」が3割弱となっている。
- ・前回調査と比較すると、戸建てでは、「大工・工務店」の比率が下がり、「住宅・建設会社」の比率が上昇した。
- ・工事の種類別にみると、「大工・工務店」は、増築、「住宅・建設会社」は間取りの変更・模様替え、「住宅設備会社」は設備の更新を依頼されることが多い。

■業者選びの際の重視点：

- ・戸建てとマンションとも「工事価格」と「工事の質・技術」が特に重視されており、次に「担当者の対応・人柄」が重視される。
- ・予算別にみると、100万円未満の層は「工事価格」を最も重視し、100万円以上の層は「工事価格」よりも「工事の質・技術」を重視している。
- ・依頼業者の種類別にみると、どの業者においても「工事の質・技術」と「工事価格」が重視されており、特に『大工・工務店』『住宅・建設会社』『住宅設備会社』『エネルギー事業者』『設計事務所』は、「工事の質・技術」、『リフォーム専門会社』『外装・防水等の専門工事店』『ホームセンター・家具店』『家電量販店』『マンションの管理会社』では「工事価格」が最も重視される。
- ・また、『住宅・建設会社』では会社の信用・評判、『住宅設備会社』では的確な情報提供、『設計事務所』ではデザイン・提案力が多くなるなど業種により重視するポイントがやや異なっている。

	戸建て	マンション
工事の依頼業者	①住宅・建設会社 51.0%<前回 48.3%> ②大工・工務店 50.3%<前回 54.1%> ③住宅設備会社 26.8%<前回 20.7%>	①住宅設備会社 40.6%<前回 42.3%> ②住宅・建設会社 37.2%<前回 36.1%> ③大工・工務店 28.4%<前回 34.0%>
	「大工・工務店」→『増築』で多い 「住宅・建設会社」→『間取り変更・模様替え』で多い 「住宅設備会社」→『設備の更新』で多い	
業者選びの際の重視点	①工事の質・技術 61.6%<前回 60.2%> ②工事価格 56.7%<前回 59.4%> ③担当者の対応・人柄 28.1%<前回 23.8%> ④要望への理解力 20.6%<前回 19.6%> ⑤的確な情報提供 19.4%<前回 14.7%> ⑥会社の信用・評判 18.8%<前回 19.1%>	①工事価格 63.6%<前回 67.2%> ②工事の質・技術 58.2%<前回 62.7%> ③担当者の対応・人柄 24.9%<前回 22.8%> ④要望への理解力 23.0%<前回 20.3%> ⑤的確な情報提供 22.2%<前回 21.6%> ⑥デザイン・提案力 18.4%<前回 17.8%>
	50代以外は「工事価格」よりも「工事の質・技術」の比率が高く、「的確な情報提供」、「デザイン・提案力」は若年代ほど比率が高くなる傾向がある。逆に、「以前に工事を頼んだことがある・使い慣れている」、「会社の信用・評判」は高年代ほど比率が高い	
	100万円以上の層では「工事価格」よりも「工事の質・技術」が高くなる。また、予算が500万円以上の大規模リフォームを予定している層は、「デザイン・提案力」「アフターサービス」も求めている。	
	「住宅・建設会社」→会社の信用・評判 「住宅設備会社」→的確な情報提供 「エネルギー事業者」→要望に対する理解力 「設計事務所」→デザイン・提案力 「ホームセンター・家具店」→工事価格	

本調査結果

第6章 リフォーム依頼業者と重視点

2-6-1 リフォーム工事の依頼業者（3つ以内で回答）

① 住宅の種類別

- ・戸建てでは、「住宅・建設会社」（51.0%）と「大工・工務店」（50.3%）が5割を超えており、「住宅設備会社」が（26.8%）が続いている。
- ・マンションでは、「住宅設備会社」（40.6%）が最も高く、「住宅・建設会社」（37.2%）、「大工・工務店」（28.4%）、「リフォーム専門会社」（19.9%）が続く。マンションの特徴として、「マンション管理会社」が14.9%あげられている。
- ・前回に比べ、戸建てでは「住宅設備会社」の比率がアップしている。

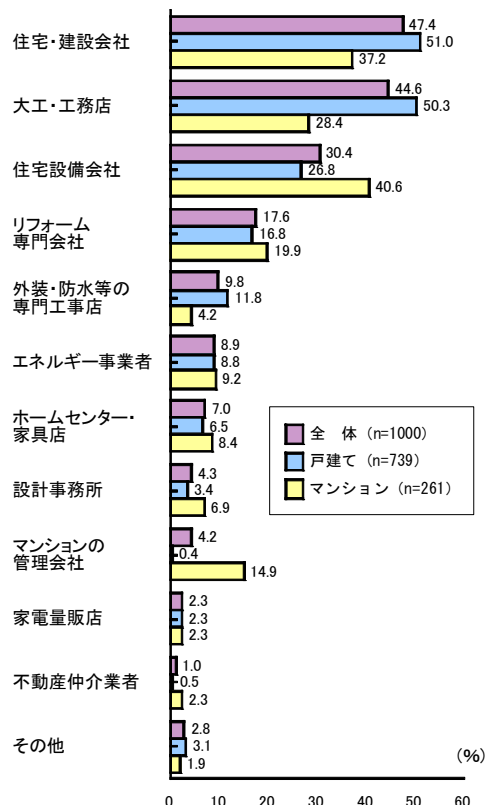
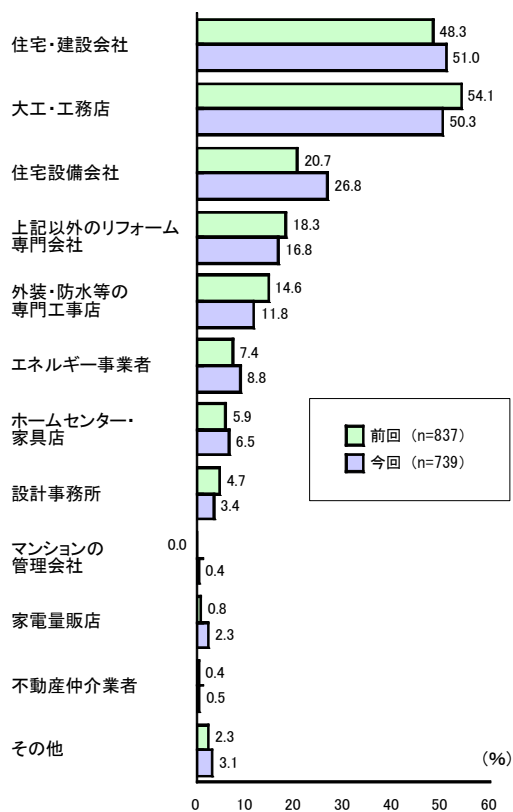
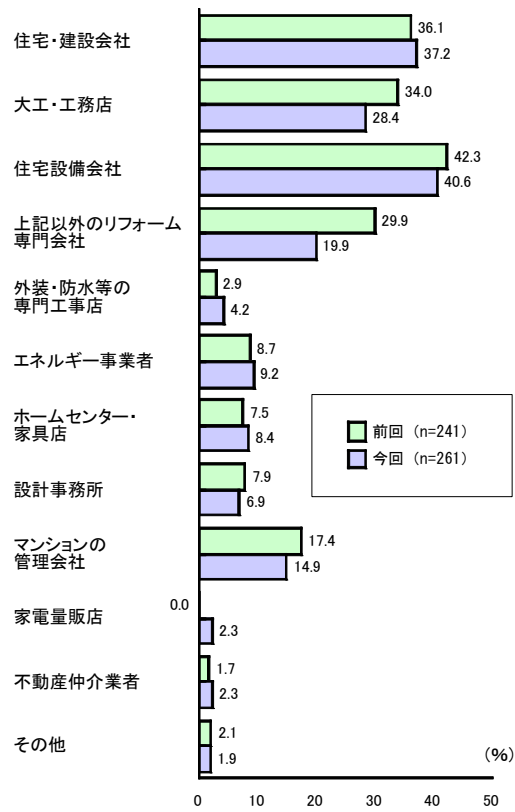


図 2-6-1 (1) 工事の依頼業者 住宅の種類別 (3つ以内で回答)



【戸建て】



【マンション】

図 2-6-1 (2) 工事の依頼業者 前回 (H22 年) 調査結果との比較 (3つ以内で回答)

本調査結果

第6章 リフォーム依頼業者と重視点

② リフォーム工事の種類別

- ・「大工・工務店」は『増築』を検討している人で比率が高い。
- ・「住宅・建設会社」は『間取り変更・模様替え』で高い。
- ・「住宅設備会社」は『設備の更新』で高く、「外装・防水等の専門工事店」は『修繕・メンテナンス』、『エネルギー事業者』は『性能の向上』で、それぞれ高い。

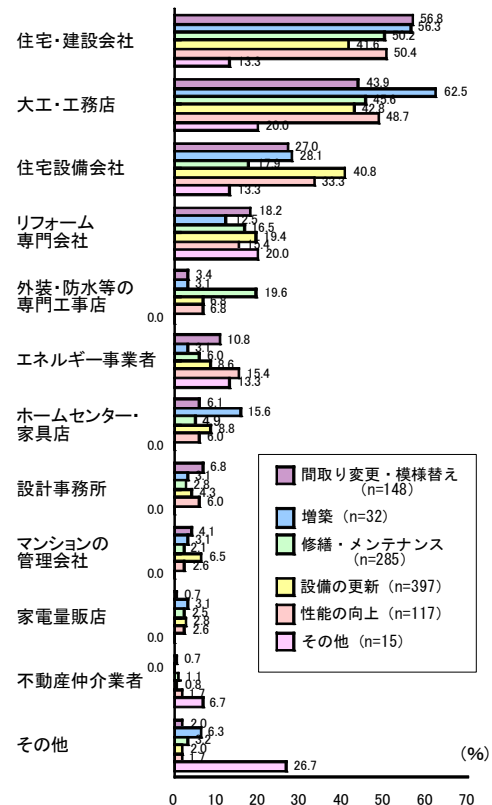


図 2-6-2 工事の依頼業者 工事の種類別
(3つ以内で回答)

2-6-2 業者選びの際の重視点

① 住宅の種類別

- ・戸建て、マンションともに「工事価格」「工事の質・技術」が6割前後と比率が高くなっており、これに次いで、「担当者の対応・人柄」「要望への理解力」「会社の信用・評判」などが続いている。
- ・戸建てでは、マンションに比べ「以前に工事を頼んだことがある」が高く、マンションでは、「工事価格」「的確な情報提供」「デザイン・提案力」の比率がやや高くなっている。
- ・前回との比較をみると、上位の項目に大きな変化はない（次頁）。

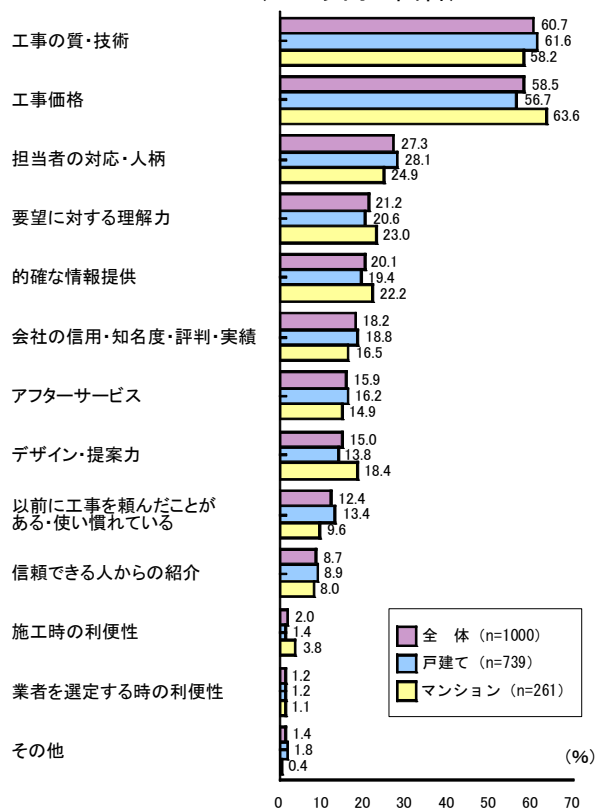
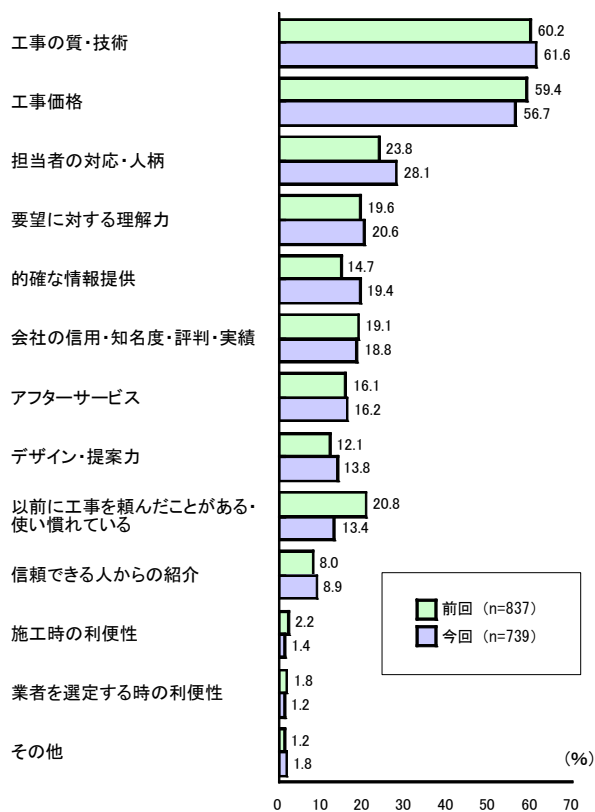


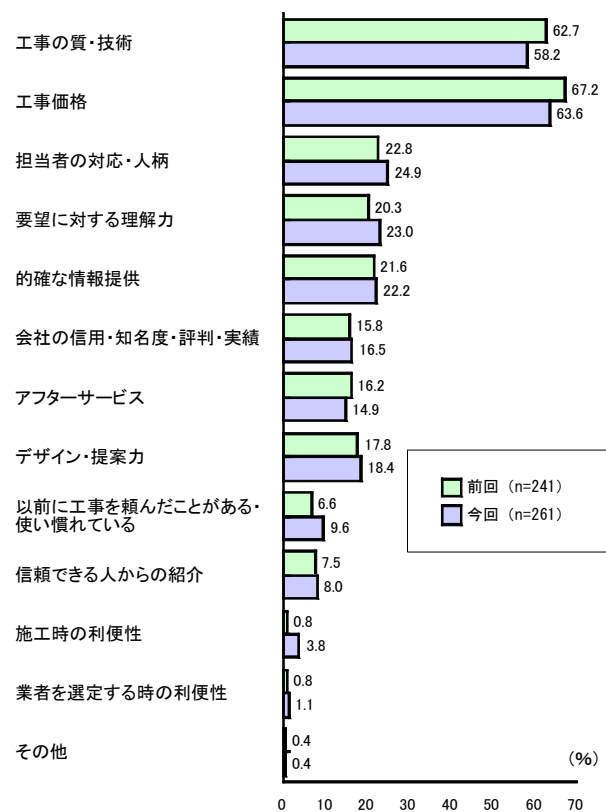
図 2-6-3(1) 業者選びの際の重視点 住宅の種類別
(3つ以内で回答)

本調査結果

第6章 リフォーム依頼業者と重視点



【戸建て】



【マンション】

図 2-6-3 (2) 業者選びの際の重視点 前回 (H22 年) 調査結果との比較 (3 つ以内で回答)

② リフォーム予算別

- ・リフォーム予算別に見ると、予算が大きくなるにつれて「工事の質・技術」の比率が高くなる傾向がある。
- ・「工事価格」は、50 万～100 万円未満で 63.5%と高くなっており、100 万円未満では、「担当者の対応・人柄」や「以前に工事を頼んだことがある」などで比率が高い。
- ・「要望に対する理解力」、「会社の信用・評判」は、300 万～500 万円未満が他の層に比べ若干高い。

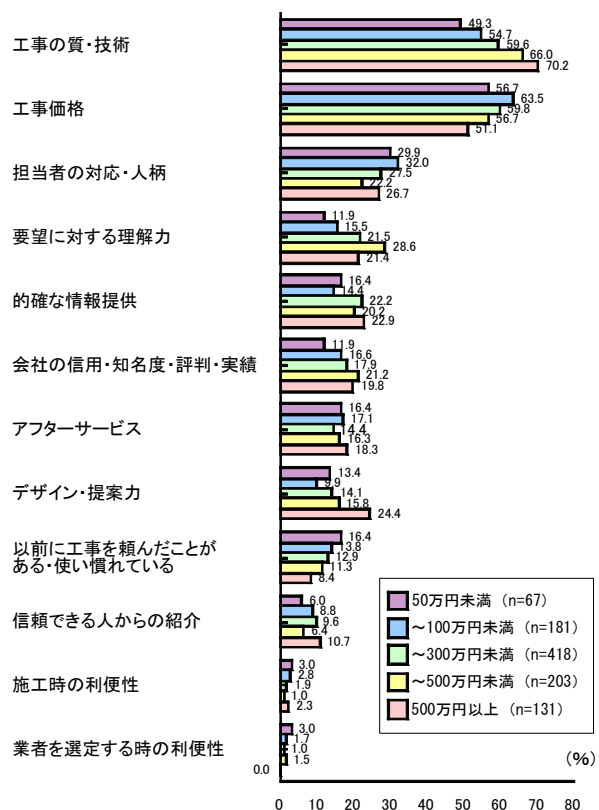


図 2-6-4 業者選びの際の重視点 リフォームの予算別 (3 つ以内で回答)

本調査結果

第6章 リフォーム依頼業者と重視点

③ 工事の依頼業者別

- ・『大工・工務店』『住宅・建設会社』『住宅設備会社』『エネルギー事業者』『設計事務所』に依頼予定の人においては、「工事の質・技術」が最も重視される。
- ・『リフォーム専門会社』『外装・防水等の専門工事店』『ホームセンター・家具店』『家電量販店』『マンションの管理会社』に依頼予定の人においては、「工事価格」が最も重視される。
- ・また、業者間を比較すると
 - 「大工・工務店」→以前に工事を頼んだことがある・使い慣れている、担当者の対応・人柄
 - 「住宅・建設会社」→ 会社の信用・評判
 - 「住宅設備会社」→ 的確な情報提供
 - 「エネルギー事業者」→ 要望に対する理解力
 - 「リフォーム専門会社」→ 工事価格、工事の質・技術
 - 「外装・防水等の専門工事店」→ 工事価格、担当者の対応・人柄
 - 「ホームセンター・家具店」→ 工事価格
 - 「マンションの管理会社」→ アフターサービス、信頼できる人からの紹介
 - 「設計事務所」→ デザイン・提案力、信頼できる人からの紹介、アフターサービスが、より求められている。

表 2-6-1 業者選びの際の重視点 工事の依頼業者別

	担当者の対応・人柄	的確な情報提供	要望に対する理解力	デザイン・提案力	工事の質・技術	工事価格	以前に工事を頼んだことがある・使い慣れている	信頼できる人からの紹介	アフターサービス	会社の信用・知名度・評判・実績	業者を選定する時の利便性（店舗の立地のよさ、発注のしやすさなど）	施工時の利便性（工事期間、時間など）	その他
全 体(n=1000)	27.3	20.1	21.2	15.0	60.7	58.5	12.4	8.7	15.9	18.2	1.2	2.0	1.4
大工・工務店(n=446)	33.6	20.6	20.9	11.9	64.6	59.9	14.8	9.9	15.7	14.1	0.9	2.2	0.2
住宅・建設会社(n=474)	25.5	23.8	22.6	17.3	66.2	61.0	8.0	6.1	17.5	23.2	0.2	2.1	0.2
住宅設備会社(n=304)	24.0	25.7	27.3	20.7	63.5	62.5	5.6	7.6	19.1	20.4	0.3	2.3	0.3
エネルギー事業者(n=89)	21.3	25.8	33.7	22.5	60.7	51.7	10.1	9.0	13.5	19.1	0.0	3.4	0.0
リフォーム専門会社(n=176)	27.8	21.0	21.0	15.3	67.6	71.6	10.8	8.5	13.1	21.6	2.3	1.1	0.6
外装・防水等の専門工事店(n=98)	32.7	18.4	18.4	11.2	63.3	65.3	11.2	11.2	13.3	23.5	3.1	1.0	0.0
ホームセンター・家具店(n=70)	25.7	22.9	15.7	21.4	54.3	72.9	10.0	10.0	15.7	18.6	1.4	1.4	1.4
マンションの管理会社(n=42)	14.3	23.8	19.0	16.7	50.0	59.5	11.9	14.3	23.8	23.8	0.0	2.4	0.0
設計事務所(n=43)	23.3	16.3	18.6	27.9	67.4	53.5	11.6	18.6	25.6	18.6	0.0	2.3	0.0

全体より10ポイント以上高い
 全体より5ポイント以上高い
 全体より5ポイント以上低い
 全体より10ポイント以上低い

本調査結果

第6章 リフォーム依頼業者と重視点

④ 戸建て・年代別

- ・戸建てでは、50代は、「工事の質・技術」よりも「工事価格」の比率が高い。
- ・「的確な情報提供」、「デザイン・提案力」は若年代ほど比率が高くなる傾向がある。
- ・逆に、「以前に工事を頼んだことがある・使い慣れている」、「会社の信用・評判」は高年代ほど比率が高い。
- ・「要望に対する理解力」は40代で、「アフターサービス」は50代で、それぞれ他の年代よりも比率が高くなる。

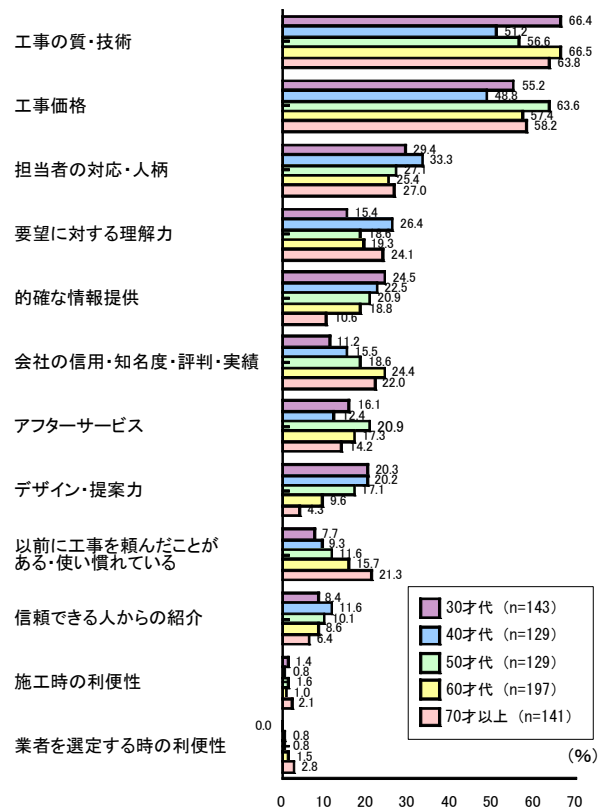


図 2-6-5 業者選びの際の重視点【戸建て】年代別
(3つ以内で回答)

⑤ マンション・年代別

- ・マンションでは、60代以外で「工事の質・技術」より「工事価格」を重視している。
- ・30代では、「工事の質・技術」よりも「担当者の対応・人柄」の比率が高く、「的確な情報提供」や「要望に対する理解力」の比率も他の年代に比べて高い。
- ・「以前に工事を頼んだことがある・使い慣れている」は、60代以上で比率が高く、「会社の信用・知名度・評判・実績」は、50代以上で高い。
- ・40代は、「アフターサービス」、「デザイン・提案力」の比率が高い。

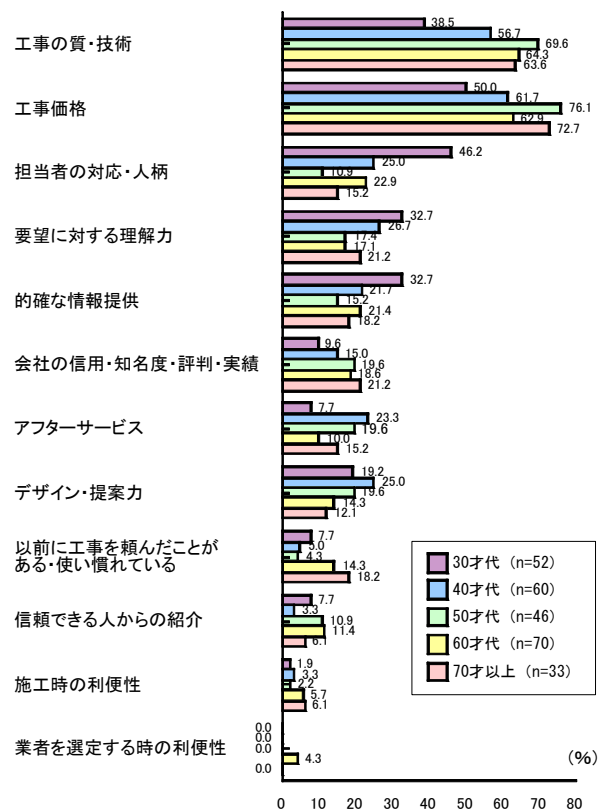


図 2-6-6 業者選びの際の重視点【マンション】年代別
(3つ以内で回答)

本調査結果

第6章 リフォーム依頼業者と重視点

⑥ 決定的な動機別

- ・決定的な動機別では、ライフステージの変化を動機とする人は、「的確な情報提供」、「要望に対する理解力」、ライフスタイルの変化を動機とする人は、「デザイン・提案力」を重視している。
- ・老朽化・性能向上を動機とする人は、「工事の質・技術」「工事価格」「会社の信用・知名度・評判・実績」を他層よりも重視している。

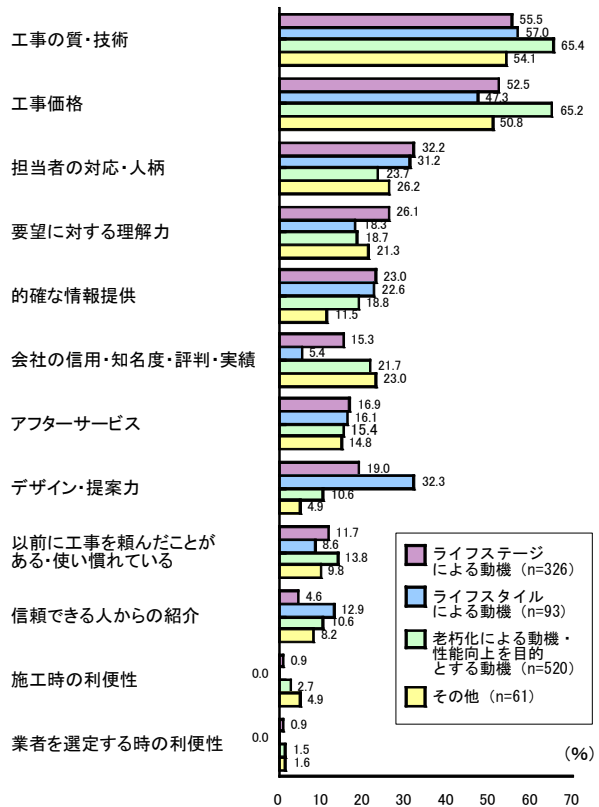


図 2-6-7 業者選びの際の重視点 決定的な動機別 (3 つ以内で回答)

⑦ 地域別

- ・東北では、「担当者の対応・人柄」、「以前に頼んだことがある・使い慣れている」の比率が他の地域に比べて高い。東海・四国では、「工事の質・技術」を重視している。

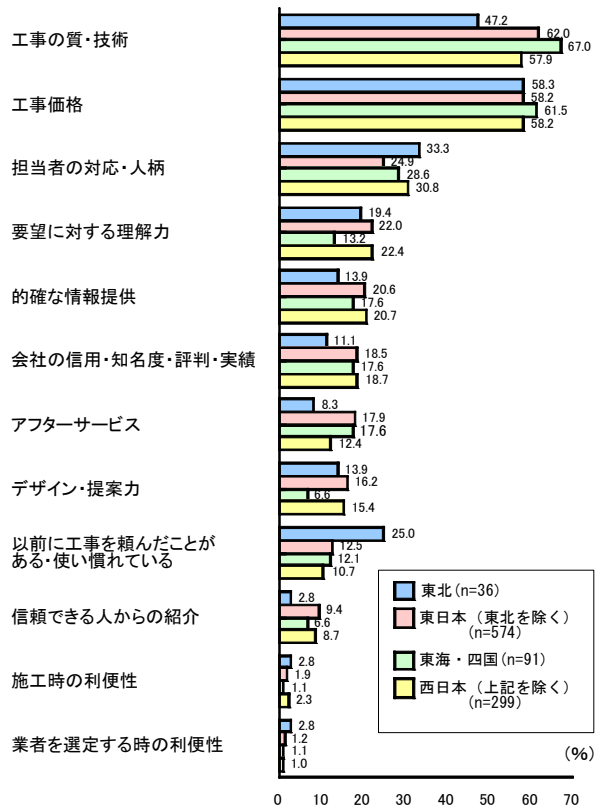


図 2-6-8 業者選びの際の重視点 決定的な動機別 (3 つ以内で回答)

本調査結果

第7章 住宅リフォームへの不安と支援制度の浸透度

【概要】

■リフォームの際の不安や心配事：

- ・リフォームを検討している人のうち、9割以上が何らかの不安を抱いている。
- ・最も多く挙げられた不安は「見積もりの相場・適正価格がわからない」であり、戸建て、マンション層ともに、約半数にのぼる。
- ・若年代ほど、比率が高くなっている項目が多いが、「施工が適正に行われるか」、「どのような支援制度があるか」は60代が、他の年代よりも比率が高い。
- ・マンションでは、「費用がかかる」は50代と60代で高く、「どのような支援制度があるか」は60代、「施工中の変更や追を対応してもらえるか」は50代で、それぞれ比率が高い。
- ・リフォーム決定層では、「見積もりの相場や適正価格がわからない」が最も多く、2年以内リフォーム意向層では、「施工が適正に行われるか」が他の層に比べ多い。

■リフォームの支援制度の利用及び認知：

- ・リフォームを検討している人のうち、過去に支援制度を利用してリフォームしたことがある人は、2～3%に過ぎない。また、何らかの制度を純粋想起できる人も数%程度であり、リフォーム支援制度の認知度は未だ低く、今後より浸透させることが課題といえる。

	戸建て	マンション
リフォームの際の不安や心配事	①見積りの相場・価格 46.8%<前回 51.1%> ②施工が適正にされるか 40.7%<前回 39.1%> ③業者特徴を比較し辛い 27.9%<前回 28.6%> ④費用がかかる 25.8%<前回 31.1%> ⑤誠意をもった施工か 25.8%<前回 25.1%> ⑥業者選び、手続き面倒 24.9%<前回 20.4%>	①見積りの相場・価格 47.5%<前回 49.8%> ②施工が適正にされるか 38.7%<前回 40.7%> ③誠意をもった施工か 30.3%<前回 27.8%> ④業者特徴を比較し辛い 29.9%<前回 34.0%> ⑤業者選び、手続き面倒 27.6%<前回 21.6%> ⑥費用がかかる 23.0%<前回 24.1%>
	・30代で比率が高くなっている項目が多く、若年代の方が多くの不安を持っている。30代では、「見積もりの相場や適正価格がわからない」、「施工が適正に行われるか」に次いで、「いろんな業者を比較しにくい」、「業者選び、手続きが面倒そう」などが多い。 ・「施工が適正に行われるか」、「どのような支援制度があるか」は60代が、他の年代よりも比率が高い。	・「業者選び、手続きが面倒そう」、「業者選び、手続きがよくわからない」などは若年代で高い ・「施工が適正に行われるか」、「業者が誠意を持って行ってくれるか」、「業者とうまくコミュニケーションがとれるか」などは、70才以上での比率が高い。 ・「費用がかかる」は50代と60代で高く、「どのような支援制度があるか」は60代、「施工中の変更や追を対応してもらえるか」は50代でそれぞれ比率が高い。
	・「見積もりの相場や適正価格」は検討段階が進むほど高い。 ・2年以内リフォーム意向層では、「施工が適正に行われるか」、「業者が誠意をもって対応してくれるか」などが他の層に比べ多い。 ・いずれリフォーム意向層では、「費用がかかる」、「どのような支援制度があるのか」が比較的高い。	
リフォームの支援制度の利用及び認知	利用経験率：3.2%<前回 2.7%> 認知 or 利用経験率：6.1%<前回 9.8%>	利用経験率：2.3%<前回 2.1%> 認知 or 利用経験率：5.7%<前回 8.3%>

本調査結果

第7章 住宅リフォームへの不安と支援制度の浸透度

2-7-1 リフォームの際の不安や心配事

① 住宅の種類別

- ・9割以上が何らかの不安を抱いている。
- ・全体の47.0%が「見積もりの相場・適正価格がわからない」をあげており、次いで「施工が適正に行われたか」(40.2%)、「業者特徴を比較しにくい」(28.4%)、「業者が誠意をもって行ってくれるか」(27.0%)などが続いている。
- ・戸建てでは、「どのような支援施策があるのか」がマンションに比べ高いのに対して、マンションでは、「業者選び、手続きがよくわからない」、「業者が誠意をもって行ってくれる」など業者に関する項目での比率が戸建てよりも高くなっている。
- ・前回に比べ、戸建て・マンションとも業者選びに関連する項目に加え「どのような支援制度があるか」の比率がアップしている。

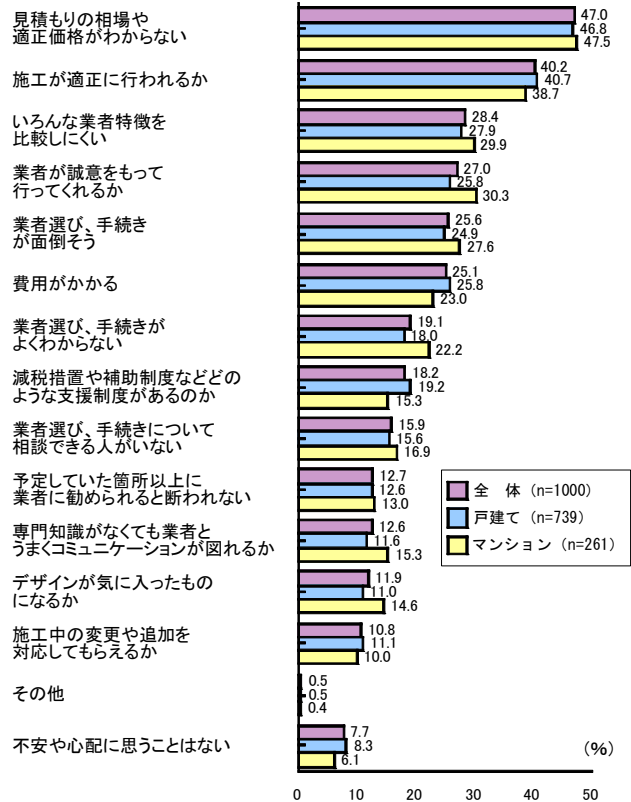
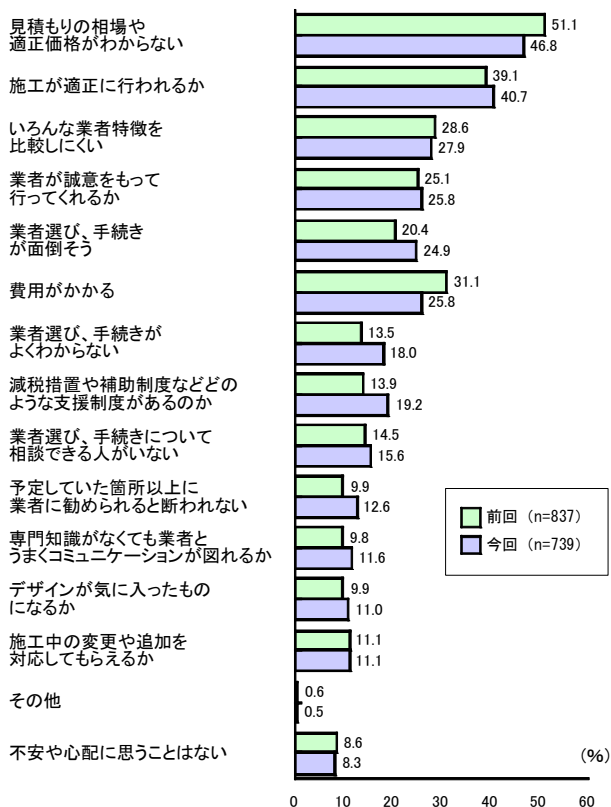
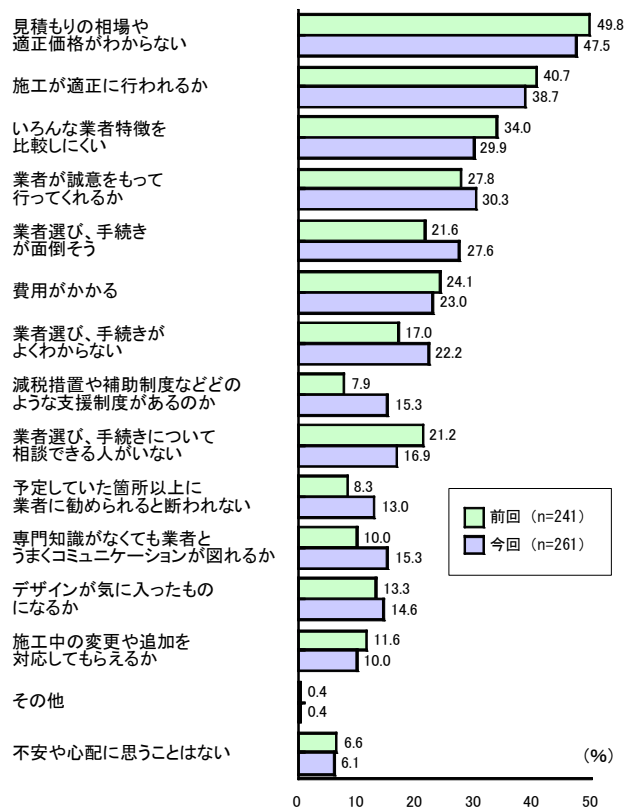


図 2-7-1 (1) リフォームの際の不安や心配事 住宅の種類別 (複数回答)



【 戸建て 】



【 マンション 】

図 2-7-1 (2) リフォームの際の不安や心配事 住宅の種類別 (複数回答)

本調査結果

第7章 住宅リフォームへの不安と支援制度の浸透度

② リフォーム工事の種類別

- ・「見積もりの相場・適正価格がわからない」は、『設備の更新』『性能の向上』を予定している人の中で比較的多い。
- ・「業者選び、手続きが面倒そう」、「いろいろな業者特徴を比較しにくい」は『増築』予定者で高い。
- ・「業者とうまくコミュニケーションがとれるか」、「どのような支援制度があるのか」は『性能の向上』で多い。
- ・「施工が適正に行われるか」は、『設備の更新』、「費用がかかる」は『修繕・メンテナンス』で、それぞれ比率が高い。

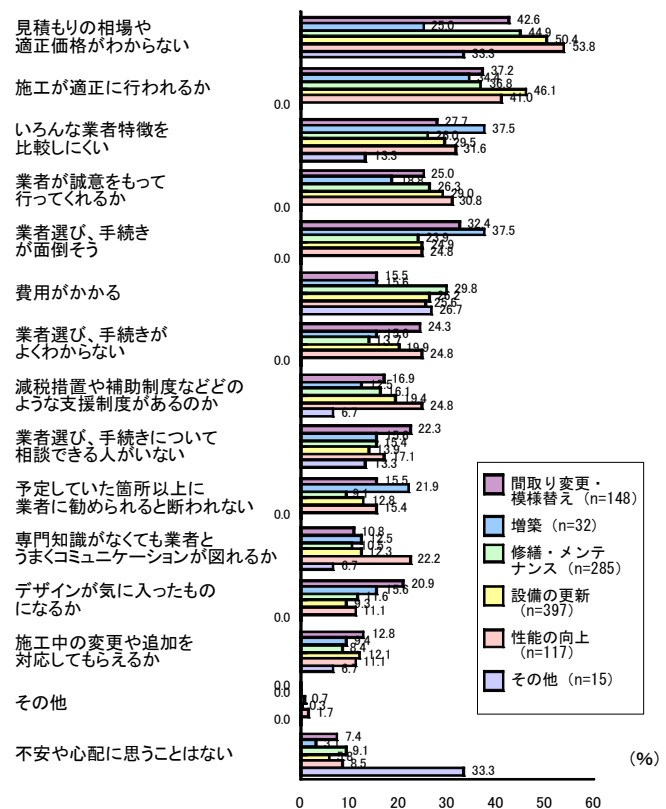


図2-7-2 リフォームの際の不安や心配事 工事の種類別
(複数回答)

③ 戸建て・年代別

- ・戸建てでは、30代で比率が高くなっている項目が多く、若年代の方が多くの不安を持っている。
- ・30代では、「見積もりの相場や適正価格がわからない」(49.7%)、「施工が適正に行われるか」(42.0%)に次いで、「いろいろな業者を比較しにくい」を39.9%、「業者選び、手続きが面倒そう」を35.7%があげている。
- ・また、「施工が適正に行われるか」、「どのような支援制度があるか」は60代が、他の年代よりも比率が高い。

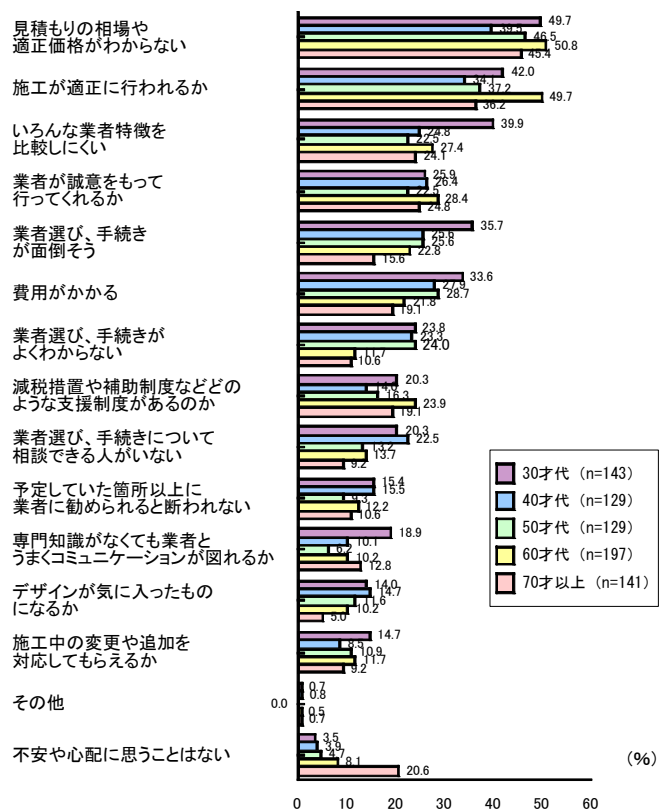


図2-7-3 リフォームの際の不安や心配事 【戸建て】年代別
(複数回答)

本調査結果

第7章 住宅リフォームへの不安と支援制度の浸透度

④ マンション・年代別

- ・マンションでは、「業者選び、手続きが面倒そう」、「業者選び、手続きがよくわからない」などは若年代で高くなる傾向がある。
- ・「施工が適正に行われるか」、「業者が誠意を持って行ってくれるか」、「業者とうまくコミュニケーションがとれるか」などは、70才以上での比率が他の年代よりも高い。
- ・「費用がかかる」は50代と60代で高く、「どのような支援制度があるか」は60代、「施工中の変更や追を対応してもらえるか」は50代で、それぞれ比率が高い。

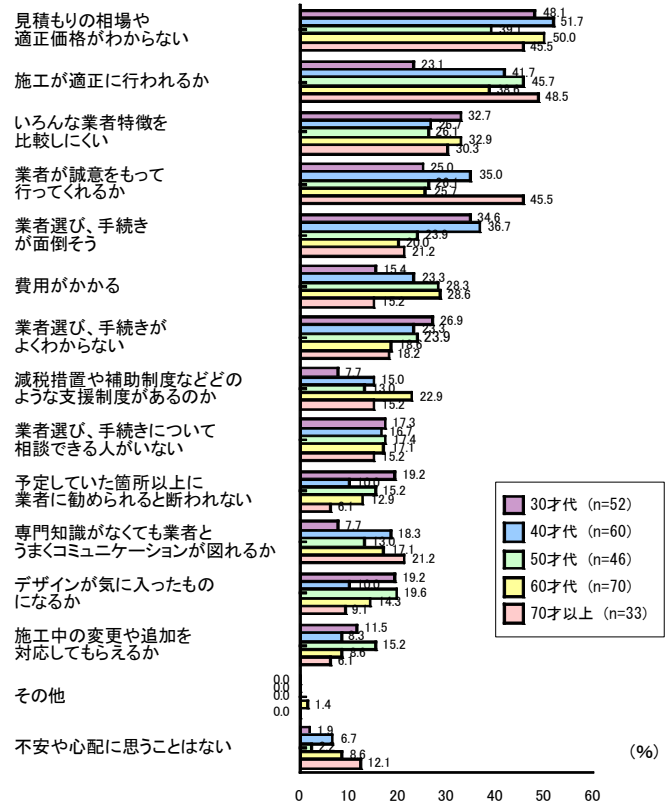


図 2-7-4 リフォームの際の不安や心配事【マンション】年代別（複数回答）

⑤ 戸建て・検討段階別

- ・戸建てでは、「見積り相場の不明瞭さや適正価格がわからない」は検討段階が進むほど高い。
- ・2年以内リフォーム意向層では、「施工が適正に行われるか」、「業者が誠意をもって対応してくれるか」などが他の層に比べ多い。
- ・いずれリフォーム意向層では、「費用がかかる」、「どのような支援制度があるのか」が比較的高い。

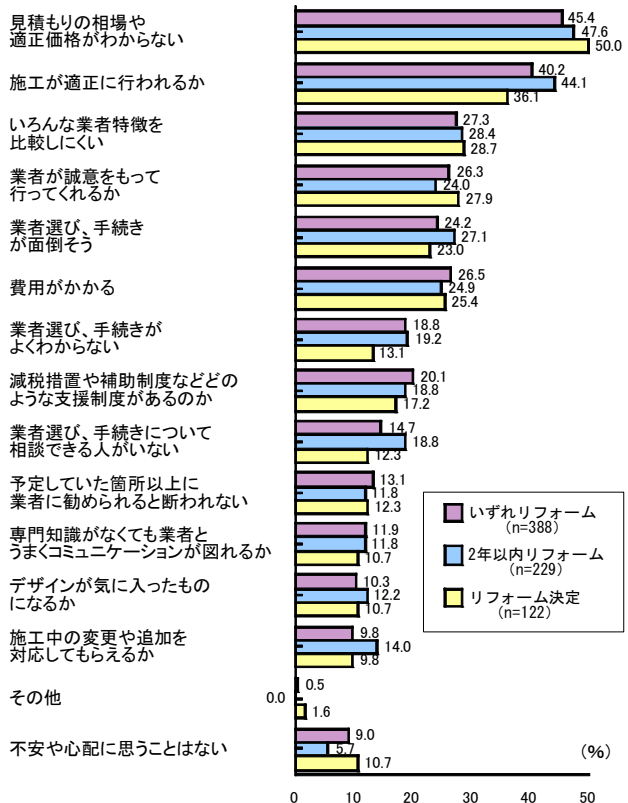


図 2-7-5 リフォームの際の不安や心配事【戸建て】検討段階別（複数回答）

本調査結果

第7章 住宅リフォームへの不安と支援制度の浸透度

⑥ マンション・検討段階別

- ・マンションでは、リフォーム決定層では、「見積もりの相場や適正価格がわからない」（48.8％）に次いで「業者選び、手続きが面倒そう」（32.6％）、「いろんな業者特徴を比較しにくい」（32.6％）が多い。
- ・2年以内リフォーム意向層では、「施工が適正に行われるか」（47.7％）、「業者が誠意をもって行ってくれるか」（38.5％）などの比率が高い。

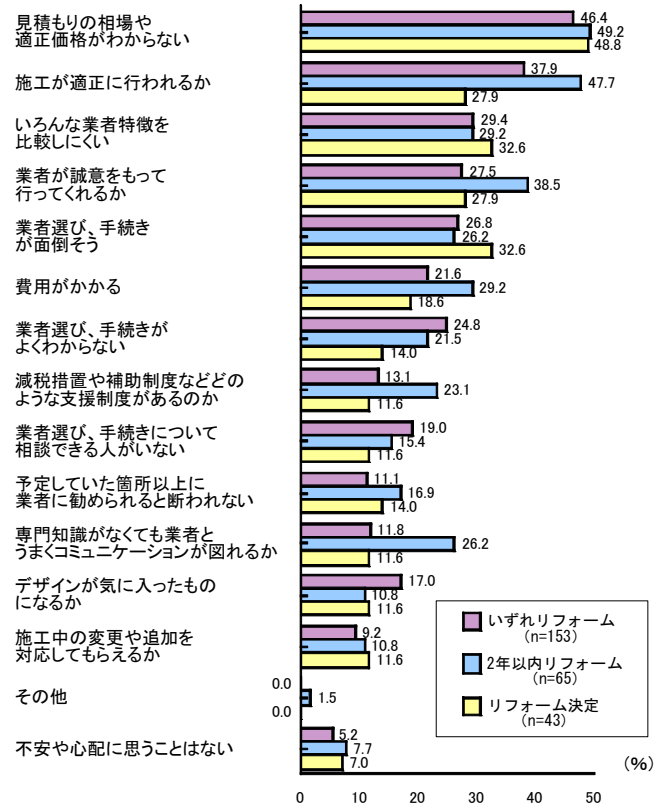


図 2-7-6 リフォームの際の不安や心配事【マンション】検討段階別（複数回答）

⑦ 地域別

- ・東北では「いろんな業者特徴を比較しにくい」の比率がもっとも高い。東海・四国では「業者が誠意をもって行ってくれるか」が他の地域に比べ高い。

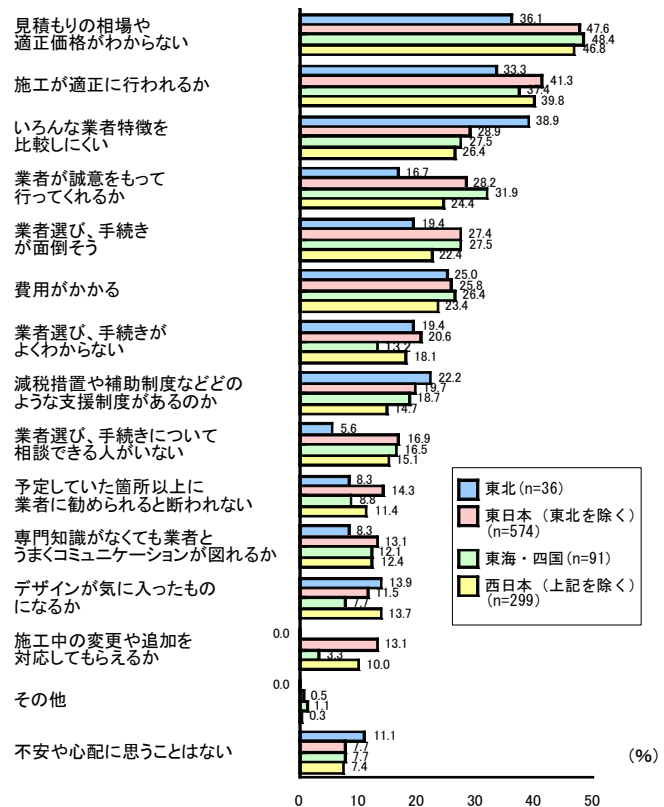


図 2-7-7 リフォームの際の不安や心配事 地域別（複数回答）

本調査結果

第7章 住宅リフォームへの不安と支援制度の浸透度

2-7-2 リフォーム支援制度の利用及び認知（複数回答）

① 住宅の種類別

- いずれかの制度の認知 or 利用経験率（利用したこともなく、知っているものもない以外）は、全体では6%程度の水準である。
- 支援制度の利用経験率（利用したことがある制度がある）は、3.0%である。
- 利用したことのある制度は、「住宅エコポイント」が12件、知っている制度でも「住宅エコポイント」が8件となっている。

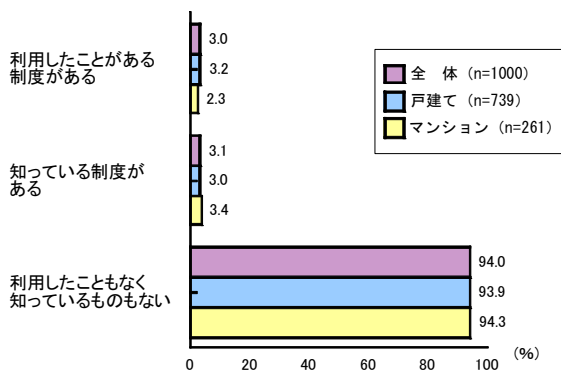


図 2-7-8 リフォーム支援制度の利用及び認知状況
住宅の種類別（複数回答）

② 戸建て・年代別

- 戸建てでは、支援制度の利用経験率（利用したことがある制度がある）、認知 or 利用経験率（利用したこともなく、知っているものもない以外）ともに、70 才以上が最も高い。
- 70 才以上の利用経験率は 6.4%、認知 or 利用経験率は 9.2%である。

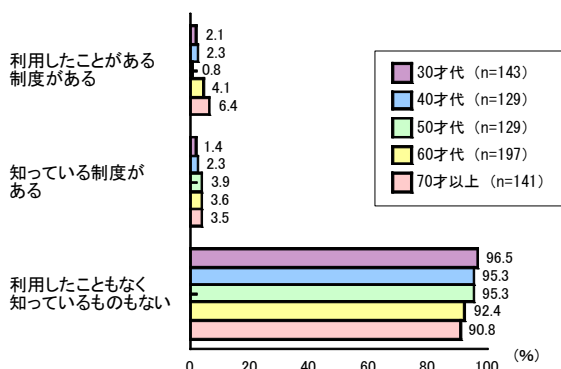


図 2-7-9 リフォーム支援制度の利用及び認知状況【戸建て】
年代別（複数回答）

③ マンション・年代別

- マンションでは、利用経験率は、50 代が最も高く 6.5%。
- 認知 or 利用経験率は、70 代以上で最も高く 9.1%。

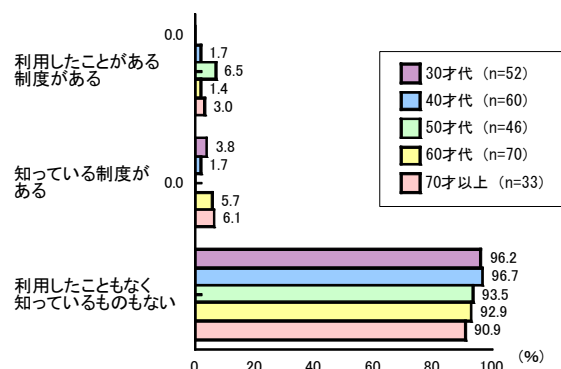


図 2-7-10 リフォーム支援制度の利用及び認知状況【マンション】
年代別（複数回答）

④ 検討段階別

- 検討段階別では、利用経験率、認知率ともに、検討段階が進むにつれ、高くなる。
- リフォーム決定層の利用経験率は 4.2%、認知率は 9.1%である。

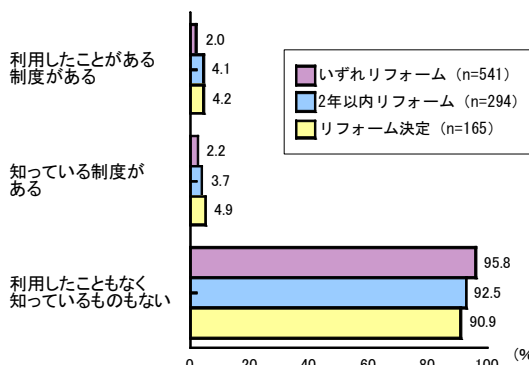


図 2-7-11 リフォーム支援制度の利用及び認知状況 検討段階別（複数回答）

IV. 調査票

----- 【 予備調査 】 -----

- Q1. あなたやあなたの同居のご家族は、現在どのような「業種」のお仕事に従事されていますか。あてはまるものをすべてお選びください（複数選択可）
1. 銀行／保険
 2. 証券／その他金融
 3. 製造
 4. 流通／小売
 5. 卸売
 6. 運輸
 7. 通信／メディア
 8. 公共／公益
 9. 医療／福祉
 10. 情報サービス
 11. 建築／土木
 12. 資源
 13. その他サービス
 14. 官公庁
 15. 教育
 16. その他（ ）
 17. いずれもあてはまらない

I. 住宅リフォームについてお聞きします

- Q2. 現在のお住まいのタイプはどちらですか
1. 持ち家・一戸建て
 2. 持ち家・集合住宅（マンションなど）
 3. 借家・一戸建て
 4. 借家・集合住宅（マンションなど）
 5. 寮・社宅
 6. その他
- } 調査対象外

■持ち家にお住まいの方（Q2＝1～2 とお答えの方）にお伺いします

- Q3. あなたは、今後、住宅のリフォームをしたいと思いますか
1. 半年以内にしたい
 2. ～1年以内にしたい
 3. ～2年以内にしたい
 4. ～3年以内にしたい
 5. ～5年以内にしたい
 6. ～10年以内にしたい
 7. 時期はわからないがいずれリフォームしたい
 8. リフォームをしないと思わない
- } 本調査の対象外

■リフォームをしたいと思わない（Q3＝8 とお答えの方）にお伺いします

- Q4. リフォームをしたいと思わないのはなぜですか。当てはまるものをすべてお選びください（複数選択可）
1. 現在の住宅にまったく不満・不都合がないから
 2. リフォームのメリットがよくわからないから
 3. リフォームにはお金がかかりそうだから
 4. リフォームにはどの程度の費用がかかるかわからないから
 5. 業者選び、手続きなどが面倒だから
 6. 業者選び、手続きなどがよくわからないから
 7. 業者選び、手続きなどを相談できる人がいないから
 8. 業者とのトラブルなど、リフォームのイメージがあまりよくないから
 9. 最近リフォームしたばかりで、当面必要ない
 10. 建替え（新築・改築）などの予定があり、必要ない
 11. 建替えの方が、きれいで気持ちがいいから
 12. 引越し・住替えの予定があり、必要ない
 13. 家族の中で自分は、リフォームの採用にまったく関与しない立場だから
 14. その他（ ）

Q5. 現在、行政や国の施策として、以下のようなリフォーム支援制度があります。あなたは、いずれかの制度を利用し、リフォームしてみたいと思いますか。利用してみたいものをすべてお選びください（複数選択可）

※各制度をクリックすると、制度の詳細をご覧いただけます。ご自由に閲覧ください

1. 税金の控除・減税：要件を満たす改修工事を行った場合、所定の手続きにより、所得税の控除、固定資産税の減額、贈与税の非課税措置を受けることができます
2. 高齢者向け返済特例の融資制度：満 60 歳以上の方を対象とした制度。月々の返済額は利息のみ、元金は、ご本人・連帯債務者の方がお亡くなりになられた後の一括返済です
3. 「フラット 3 5」リフォームパックの融資制度：フラット 3 5 と取扱金融機関の提供するローンを利用することにより、通常より低い利率で中古住宅購入費とリフォーム費用について最大、全額ローンを組むことが可能です
4. 助成制度：都道府県・市区町村ごとに設けられている地域住宅交付金による補助制度（※制度内容は各市区町村によって異なります）
5. 工事に係る消費者支援策（リフォーム見積もり無料相談制度、弁護士による無料専門家相談制度）
6. リフォーム瑕疵保険：リフォーム時の検査と保証がセットになった保険制度。後日、工事に欠陥が見つかった場合に、補修費用等の保険金が事業者に支払われ、無償で直してもらうことができます。
7. 住宅エコポイント：工事費の一部がポイントとして還元される制度です（すでに当該制度は終了していますが、このような“基準を満たす工事については、工事費用がポイントで還元される制度”があれば、利用をしてみたいと思うかという視点で、お考えください）
8. その他（ ）
9. いずれの制度も、利用してリフォームしたいとは思わない
10. わからない

----- 【 本調査 】 -----

I. リフォームを考えているお住まいについてお聞きします

Q1. あなたがリフォームを考えている住宅の所在地（都道府県）をお答えください
()

Q2. あなたがリフォームしようとしている住宅の種類はどちらですか

1. 戸建て住宅
2. 集合住宅（マンションなど）

Q3. あなたがリフォームしようとしている住宅の築年数はどれくらいですか

1. 5年未満
2. 5～10年未満
3. 10～15年未満
4. 15～20年未満
5. 20～25年未満
6. 25～30年未満
7. 30年以上
8. わからない

Q4. 住宅はどなたの名義ですか（複数選択可）

1. あなたご自身
2. 配偶者
3. 親、配偶者の親
4. 子、子の配偶者
5. 兄弟（姉妹）、配偶者の兄弟（姉妹）
6. その他 ()

Q5. 住宅は、どのように取得されましたか

1. 新築を購入した
2. 中古を購入した
3. 相続で譲り受けた
4. その他 ()

■新築、または中古の住宅を購入された方（Q5=1～2とお答えの方）にお伺いします

Q6. 住宅を購入されたときに重視した点を教えてください（複数選択可）。その中で、住宅の購入の決め手になった点をひとつお選びください

	重視した点	購入の決め手になった点
1) 立地・利便性		
2) 広さ		
3) 間取り		
4) デザイン・グレード		
5) 価格		
6) 新築であること		
7) 中古であること		
8) その他()		

■全員の方にお伺いします

Q7. リフォームされる住宅を譲渡されるご予定はありますか。ご存命中のご予定についてお答えください

1. 家族に生前贈与する
2. 売却する
3. 賃貸物件にする
4. その他()
5. 譲り渡す予定はない
6. わからない

Ⅱ. 住宅ローン（住宅購入時のローン）についてお聞きします

- Q8. 住宅の取得にあたり、住宅ローン（勤務先などからの融資制度も含む）を利用しましたか。また、利用した方は現在返済中でしょうか ※住宅購入時のローンについてお答えください
1. 住宅ローンを利用し、現在も返済中である
 2. 住宅ローンを利用し、完済した
 3. 住宅ローンを利用しなかった（預貯金・旧住宅の売却などの自己資金でまかかった）
 4. その他（ ）
 5. わからない

■住宅ローンを利用した方（Q8 で1～2 をお選びの方）にお伺いします

- Q9. どちらから融資を受けましたか（複数選択可）
1. 民間金融機関（都市銀・信用金庫・JA バンクなど）
 2. 公的機関（旧住宅金融公庫など）
 3. ご自身またはご家族の勤務先の融資制度
 4. その他（ ）

- Q10. 住宅ローンの借入年数と残余年数を教えてください
※正確な時期がわからない場合は、おおよそでお答えください
※完済された方は、「残余年数」には「0」とご記入ください
- ・借入年数：（ ）年
・残余年数：（ ）年

- Q11. 住宅ローンの借入総額と残額を教えてください
※正確な時期がわからない場合は、おおよそでお答えください
※単位は「万円」です。例えば 1000 万円の場合「1000」とご記入ください
※完済された方は、「残額」には「0」とご記入ください
- ・借入総額：（ ）万円
・現時点（2010 年 12 月時点）での残額：（ ）万円

Ⅲ. ご検討中のリフォームについてお聞きします

- Q12. あなたのリフォーム検討は今の段階まで進んでいますか
1. いずれリフォームしたいと思っているが、まだ内容や時期までは考えていない
 2. 概ね 2 年以内にリフォームをしたいと考えておりイメージも固まりつつある
 3. リフォームを行うことに決めて、具体的な情報収集や相談等を行っている

- Q13. 住宅の建替えや買替えよりも住宅のリフォームをお考えの場合、それはどのような理由からでしょうか。あてはまるものをすべてお選びください（複数選択可）
1. リフォームで居住性や快適性が、かなり良くなることがわかったため
 2. 分譲住宅よりも、自分の好みを反映しやすいため
 3. 良いリフォーム業者を紹介されたため
 4. 魅力のある住宅設備機器や建材が発売されたため
 5. 減税や補助金など、さまざまなリフォーム支援制度があることがわかったため
 6. リフォームの方が費用を低く抑えることができるため
 7. 住宅はリフォームを行いながら、長期間住み続ける方が環境にやさしいと思うため
 8. 現在の住宅に非常に愛着があるため
 9. 用地や建築条件等による制約で、同じ大きさの住宅が建てられないため
 10. その他（ ）

- Q14. ご検討中のリフォーム工事の種類は何ですか。主なものを一つのみ、お選びください
1. 間取り変更・模様替え（床面積が変わらない）
 2. 増築（床面積が増える）
 3. 減築（床面積が減る）
 4. 修繕・メンテナンス（キズ・雨漏りなどの修理、屋根・外壁の塗装・修繕、点検など）
 5. 設備の更新（キッチン、浴室、トイレなどの設備を新築時と同程度のものに更新する）
 6. 性能の向上（耐震、省エネ、バリアフリーなど、より高い性能を求めるもの）
 7. その他（ ）

- Q15. あなたはどこをリフォームしようと考えていますか。当てはまる箇所をすべてお選びください
(複数選択可)
1. リビング・居間
 2. 食堂・キッチン
 3. 寝室
 4. (寝室以外の) 個室
 5. 浴室
 6. 洗面・トイレ
 7. 収納
 8. 屋根や外壁
 9. 門や塀など外構
 10. 耐震性を高めたい → どこを(記述例: 土台、基礎、壁など)
 11. 防犯性を高めたい → どこを(記述例: 玄関、窓、防犯カメラ、センサーライトなど)
 12. 省エネルギー性能を高めたい → どこを(記述例: 床、壁、天井、窓など)
 13. バリアフリーにしたい → どこを(記述例: キッチンの段差、トイレの手すり など)
 14. その他 ()

- Q16. あなたがリフォームを考えはじめた動機は何ですか。
- 1) 当てはまるものをすべてお選びください (複数選択可)
 - 2) また、その中で、決定的であった動機を 2 つまでお選びください 2 つまで選択可

	当てはまる動機すべて (いくつでも)	決定的な動機 (2 つまで)
1) 同居家族の人数の変化・子の成長にともなって		
2) 高齢者が暮らしやすい住宅にするため		
3) 友人の家や雑誌などを見て影響されたから		
4) 好みの間取りやインテリアにしたいから		
5) 特定の目的の部屋を設けるため→ (を) () の部屋		
6) 収納の不足や効率の悪さを改善するため		
7) 間取りや水回り等の使い勝手を改善したいから		
8) 設備や機器が老朽・劣化したから、またはグレードアップしたいから		
9) 中古住宅を購入したので		
10) 相続した家に越したので		
11) 営業マンに勧められたから		
12) 耐震性能を高めたいから		
13) 防犯性能を高めたいから		
14) 省エネルギー性能を高めたいから		
15) 住宅エコポイント・補助金が利用できるから		
16) 住宅ローンを完済し終えたので		
17) 自分または配偶者の退職を機に		
18) その他 (記述例: 賃貸にするため) ()		

- Q17. 東日本大震災は、防災やエネルギーの安定供給など社会生活のさまざまな面に影響を与えています。住宅の耐震改修や省エネルギーリフォームなどに関して、東日本大震災以降、関心や意識に変化はありましたか。当てはまるものをすべてお選びください (複数選択可)
1. 耐震改修 (住宅の躯体や構造の補強等) への関心が増した
 2. サッシや床・壁・天井などの断熱改修への関心が増した
 3. 省エネ設備 (高効率給湯システム、太陽光利用等) への関心が増した
 4. 上記以外で、関心が増した工事や設備があった
(関心が増した工事や設備の内容 →)
 5. 特に関心が増した工事等はなかった

Q18. リフォームを依頼するならば、どんな業者を選びますか。3つまでお選びください（3つまで選択可）

1. 大工・工務店
2. 住宅・建設会社
3. 住宅設備会社（TOTO、LIXIL など）
4. エネルギー事業者（電気会社、ガス会社）
5. 1～4 以外のリフォーム専門会社
6. 外装・防水等の専門工事店
7. ホームセンター・家具店
8. 家電量販店
9. マンションの管理会社
10. 設計事務所
11. 不動産（中古住宅など）仲介業者
12. その他 （ ）

Q19. あなたは何を重視してリフォーム業者を選びますか。3つまでお選びください(3つまで選択可)

1. 担当者の対応・人柄
2. 的確な情報提供
3. 要望に対する理解力
4. デザイン・提案力
5. 工事の質・技術
6. 工事価格
7. 以前に工事を頼んだことがある・使い慣れている
8. 信頼できる人からの紹介
9. アフターサービス
10. 会社の信用・知名度・評判・実績
11. 業者を選定する時の利便性（店舗の立地のよさ、発注のしやすさなど）
12. 施工時の利便性（工事期間、時間など）
13. その他 （ ）

Q20. あなたは、リフォームに関する以下の情報をどこから入手していますか。それぞれについて当てはまるものをすべてお選びください（複数選択可）

	インテリア や住まい方 のイメージ	内装材や設 備機器など	リフォーム 工事業者 等・設計士
1) テレビ・ラジオ（番組名： ）			
2) 新聞（新聞名： ）			
3) チラシや広告誌			
4) カタログ			
5) 雑誌（月刊誌・リフォーム雑誌・住宅雑誌） （雑誌名： ）			
6) インターネット			
7) 企業のショールーム			
8) セミナー・講習会			
9) 自治体等の公的機関相談窓口			
10) 営業マン			
11) 設計士・インテリアコーディネーター			
12) 増改築相談員・マンションリフォームマネジャー			
13) いつも工事を依頼している業者			
14) 友人・知人			
15) その他 （ ）			
16) 特に情報収集はしていない			

Q21. あなたは、リフォームについてどんな情報が不足していると思いますか。3 つまでお選びください（3 つまで選択可）

1. リフォームにかかる費用の目安や積算の基準
2. 新築費用とリフォーム費用を比較できるような情報
3. 工事の依頼先選びの目安や基準（信頼できる事業者選びに関する情報）
4. リフォームの工期・手順とチェックポイントに関する情報
5. 自分のイメージに近い具体的なリフォーム事例の情報
6. 自分の要望（デザインなど）を理解し提案してくれる設計士の紹介
7. 自分の要望に应运えてくれるリフォーム業者の紹介
8. 資金計画に関する情報（減税制度や助成制度について）
9. リフォーム相談に関する窓口の紹介
10. 材料や商品、住宅設備などに関する情報
11. 老朽度を診断・検査する専門家に関する情報
12. その他（

Q22. リフォームする際に、不安や心配事がありますか。あてはまるものをすべてお選びください（複数選択可）

1. 業者選び、手続きが面倒そう
2. 業者選び、手続きがよくわからない
3. 業者選び、手続きについて相談できる人がいない
4. 予定していた箇所以上に業者に勧められると断われない
5. いろんな業者特徴を比較しにくい
6. 見積もりの相場や適正価格がわからない
7. デザインが気に入ったものになるか
8. 施工が適正に行われるか
9. 業者が誠意をもって行ってくれるか
10. 専門知識がなくても業者とうまくコミュニケーションが図れるか
11. 施工中の変更や追加を対応してもらえるか
12. 減税措置や補助制度などどのような支援制度があるのか
13. 費用がかかる
14. その他（
15. 不安や心配に思うことはない

Q23. 現在、行政や国の施策として、リフォームを支援する様々な制度があります。あなたは、リフォームのための支援制度を何かご存知ですか。また、利用したことはありますか（複数選択可）

※制度名を覚えていれば、お書きください

1. 利用したことがある制度がある → 具体的な制度名 ()
2. 知っている制度がある → 具体的な制度名 ()
3. 利用したこともなく、知っているものもない

Ⅲ. リフォーム資金についてお聞きします

Q24. あなたのリフォームのご予算はどれくらいですか

1. 50 万円未満
2. 50～100 万円未満
3. 100～300 万円未満
4. 300～500 万円未満
5. 500～1000 万円未満
6. 1000 万円以上

Q25. ① 消費税率を 2014 年 4 月に 8%、15 年 10 月に 10%に引き上げる消費増税法案が可決成立しました。消費税率アップは、今後のリフォームの計画や実施に影響があると思いますか（1つのみ選択）

1. とても影響があると思う → ②へ
2. やや影響があると思う → ②へ
3. あまり影響はないと思う → ③へ
4. わからない

Q25. ② （影響があると思う場合）どのような影響が予想されますか（複数回答可）

1. 税率の引き上げ前に予定を早めて実施する
2. リフォームの範囲や規模を縮小する
3. 建材や設備機器のグレードを下げる
4. リフォームは当面とりやめ、我慢する
5. その他（

）

Q25. ③ （あまり影響がないと思う場合）どのような理由からでしょうか（複数回答可）

1. 負担増となるのが大きな金額ではないため
2. 居住性や快適性の向上を優先したいため
3. 省エネ性能が向上すれば、光熱費や水道料金の軽減が期待できるため
4. いずれは実施しないといけないため
5. その他（

）

Q26. あなたのリフォームはどのような資金で取り組みますか（複数選択可）

1. 自己資金 → その資金元は何ですか（記述例：貯蓄・退職金：
2. 両親等の援助
3. 民間金融機関（都市銀・信用金庫・JA バンクなど）からの借入
4. 公的機関（旧住宅金融公庫など）からの借入
5. その他（

）

）

■金融機関から借入入れを計画されている方（Q26 で3～4 をお選びの方）にお伺いします

Q27. 借入期間はどの位を想定していますか

1. ～3 年未満
2. 3 年～5 年未満
3. 5 年～10 年未満
4. 10 年以上
5. わからない

■全員の方にお伺いします

Q28. リフォームする際に金融機関から借入入れることに対して、あなたのお考えに近いものをお選びください

	そう 思 う	まあそ う思 う	あまり そう思 わない	そう思 わない
1) 借入機関についての情報が不十分である				
2) リフォームのための借入入れ自体に馴染みがない				
3) 手続きが面倒くさそう				
4) ローンを組むことでどんなメリットがあるかわからない				
5) 利息が高そう				
6) 審査がなかなか降りにくそう				
7) ローンを組んでまでリフォームしたいと思わない				

IV. あなたご自身についてお聞きします

Q29. 同居のご家族を教えてください。単身赴任の方も、ご家族としてお答えください（複数選択可）

1. 配偶者
2. 子・子の配偶者
3. 親（あなたもしくは配偶者の）
4. 祖父母（あなたもしくは配偶者の）
5. 孫・曾孫
6. 兄弟・姉妹
7. その他（ ）
8. 同居の家族はいない（あなたご自身のみ）

Q30. ご職業を教えてください

1. 会社員（事務・営業）※派遣・契約社員を含む
2. 会社員（専門・技術）※派遣・契約社員を含む
3. 管理職・会社役員
4. 公務員
5. 自由業・フリーランス
6. 自営業（商業・工業）
7. 農林漁業
8. パート・アルバイト
9. 専業主婦・専業主夫
10. 無職（休職、求職、退職含む）
11. その他（ ）

■配偶者がいて、働いている方にお伺いします

Q31. あなた方ご夫婦は共働きでしょうか

1. 共働きである（配偶者も働いている）
 2. 共働きでない（配偶者は働いていない）
-

無断転載禁止

この調査結果を転載する場合には、下記の住宅リフォーム推進協議会にご連絡ください。

インターネットによる

住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する第8回 調査報告書

平成25年3月

発 行：一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会

〒102-0083 東京都千代田区麹町 4-3-4 宮ビル 5 階

TEL 03-3556-5430 FAX 03-3261-7730