

2014年4月23日  
株式会社オールアバウト

【「国民の決断」調査レポート 2014 vol.1】  
**「中古住宅購入」に関する調査を実施**  
～中古住宅購入者の4人に1人が「新築・中古のこだわりがない」と回答～  
～6割がリフォーム／リノベーションを実施～

株式会社オールアバウト（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：江幡哲也）が運営する特設サイト「国民の決断」では、2014年第1弾のレポートとして「中古住宅」に関するアンケート調査を実施しました。調査期間は2014年3月26日（水）～4月2日（水）、首都圏（東京、埼玉、神奈川、千葉）在住の20～69歳男女のうち、ここ1～2年の間に中古住宅を購入した146人から有効回答を得ました。

近年、「就職」や「結婚」、「老後」など人生の大きな“決断”に関して、選択肢や条件が多様化・複雑化しており、“決断”そのものが困難になりつつあります。そういった背景を受けて、オールアバウトでは2013年11月にその年を象徴する“決断”を、多数の専門家とともにランキング形式で発表するイベント「国民の決断アワード」を実施しました。

この度、中でも総合ランキング4位となった住まい部門の「『中古でいい』から『中古がいい』へ」を踏まえて「中古住宅」に対する価値観を浮き彫りにするための調査を実施したところ、中古住宅購入の理由として4人に1人が「新築・中古にこだわりがない」と答えていました。これに対し、All About「賃貸・部屋探し」ガイドの上野典行氏は、「新築神話一辺倒ではなく、購入者の志向の多様化が見られます」と述べています。

以降、「中古住宅」購入者の実態と、専門家の解説をご紹介します。

■「国民の決断」サイトの URL：<http://allabout.co.jp/gm/gt/3444/>

【調査サマリー】

**1) 中古住宅購入者の6割が「集合住宅」を購入**  
**中古を選んだ理由のうち、4人に1人が「新築・中古にこだわりがない」と回答**

<上野氏コメント>

中古を選ぶ理由の第1位は価格。ところが、逆に言えば、4割の中古住宅購入者は、『中古のほうがよりリーズナブルだったから』ではない理由を選択しているということです。この動きがとてもユニークですね。購入者の4分の1は、『もともと新築・中古にこだわりがない』と答えており、新築神話一辺倒ではなく、購入者の志向の多様化が見られます。

**2) 中古住宅購入者の6割が「リフォーム／リノベーション」を実施**  
**そのうち半数が「システムキッチンやタンク式トイレなど設備の変更」**

<上野氏コメント>

注目すべきは、『システムキッチンやタンク式トイレなど設備の変更』は47.2%が実施しており、中古住宅をそのまま購入するだけでなく、設備変更をしている人が半数近いことがわかります。

**3) 住んでみた後、約7割が「おおむね満足している」**  
**しかし、「水回り」、「収納スペース」等に不満を持つ人も**

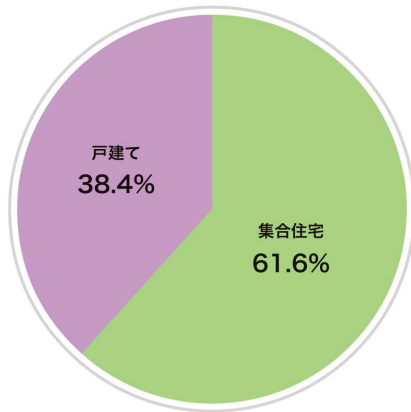
<上野氏コメント>

一昔前の、『お金がないから中古』→『多少の不便は我慢』という流れではなく、『コストメリットがあるから中古』→『自分の希望に合わせてリフォーム・修繕』といった流れが少なくないことが伺えます

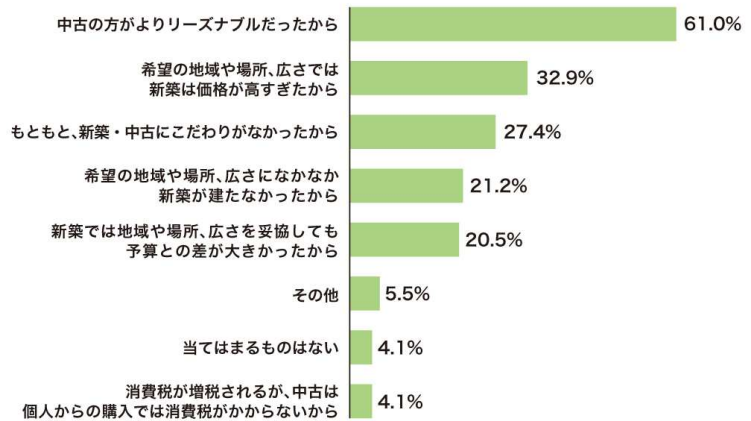
## 1) 中古住宅購入者の6割が「集合住宅」を購入 中古を選んだ理由のうち、4人に1人が「新築・中古にこだわりがない」と回答

ここ1～2年の間に中古住宅を購入した146名に対し、購入した住宅の形態について聞くと、61.6%が「集合住宅」、38.4%が「戸建て」と回答していました（グラフ1）。また、中古住宅を選んだ理由として、「中古のほうがよりリーズナブルだったから」（61.0%）、「希望の地域や場所、広さでは新築は価格が高すぎたから」（32.9%）など、“価格”に関することが多く、次に「もともと、新築・中古にこだわりがなかったから」（27.4%）が挙げられていました（グラフ2）。  
これに対して、「賃貸・部屋探し」ガイドの上野典行氏は次のようにコメントしています。

グラフ1：中古住宅購入者の住宅形態割合  
(n=146)



グラフ2：中古住宅を選んだ理由 (n=146)



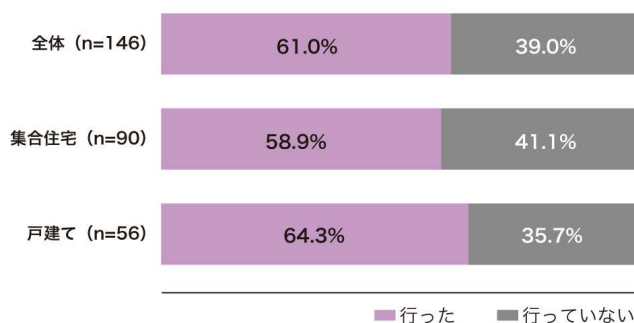
「6割が『中古のほうがよりリーズナブルだったから』と答えています。やはり、新築ではなく、中古を選ぶ理由の第1位は価格。ところが、逆に言えば、4割の中古住宅購入者は、『中古のほうがよりリーズナブルだったから』ではない理由を選択しているということです。この動きがとてもユニークですね。

購入者の4分の1は、『もともと新築・中古にこだわりがない』と答えており、新築神話一辺倒ではなく、購入者の志向の多様化が見られます。

また、『希望の地域や場所、広さでは新築が高すぎたから』（32.9%）、『希望の地域や場所、広さではなかなか新築が建たなかったから』（21.2%）と、希望を優先すると中古という選択に行き着いた人が多数存在し、『新築が買えないから中古』ではなく、『希望の地域や場所、広さにこだわった結果、新築より中古を選んだ』人が多いことがわかります」

## 2) 中古住宅購入者の6割が「リフォーム／リノベーション」を実施 そのうち半数が「システムキッチンやタンク式トイレなど設備の変更」

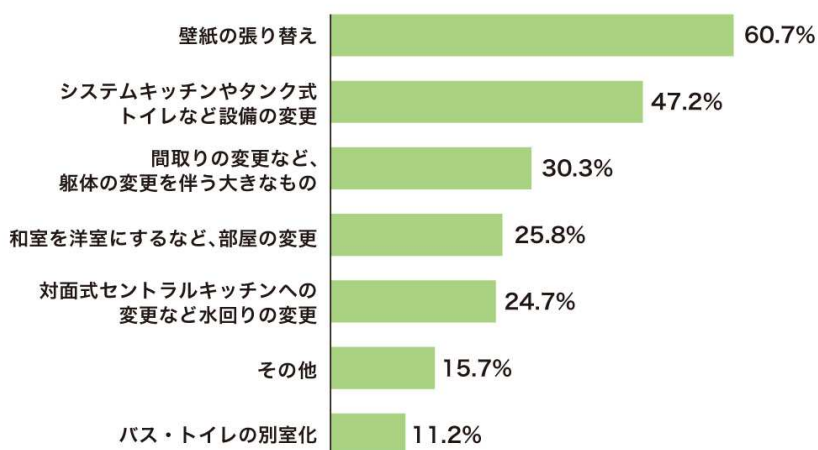
グラフ3：リフォーム／リノベーションの実施有無



また、中古住宅購入者に、リフォーム／リノベーションを行ったかどうかを聞いたところ、全体で6割が「行った」と回答。

住宅形態別に見ると、集合住宅では58.9%が、戸建てでは64.3%がリフォーム／リノベーションを行っていることがわかりました（グラフ3）。

グラフ4：リフォーム／リノベーション内容（n=89）



リフォーム／リノベーションを行った89人に対し、どのような内容かを聞くと、「壁紙の張り替え」が60.7%と一番多く、次に「システムキッチンやタンク式トイレなど設備の変更」（47.2%）、「間取りの変更など、躯体の変更を伴う大きなもの」（30.3%）と、規模の大きなものが続きました（グラフ4）。この結果に対し、上野氏は次のようにコメントしています。

『壁紙の張替え』はやはり圧倒的に多く、6割が実施していました。リフォームやリノベーションというよりは、賃貸での住み替えでも通常行われる原状回復程度のものが多いことがわかります。

ところが、注目すべきは、『システムキッチンやタンク式トイレなど設備の変更』は47.2%が実施しており、中古住宅をそのまま購入するだけでなく、設備変更をしている人が半数近いことがわかります。（これらは、費用が10万円以上、ときには100万円近くかかります。）

また、間取り変更などを伴うものが3割、和洋変更などが4分の1、水回りの変更も4分の1と、リフォーム／リノベーションと呼ばれる大掛かりなものを実施しているケースも少なくないことがわかります。（これらは、費用が50万円以上、ときには100万円を超え、1,000万円近いリフォームとなるケースもあります。）

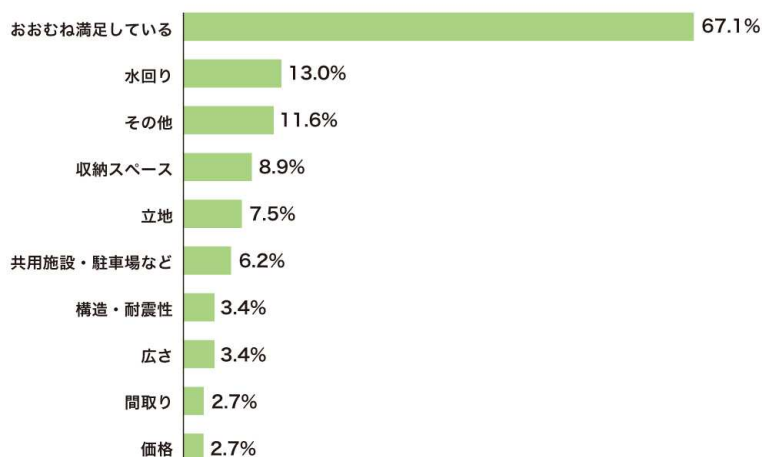
単純に中古を買うだけではなく、自分の住みやすさや志向にあわせ、お金をかけてアレンジをしている人が少なくないことが伺えます」

### 3) 住んでみた後、約7割が「おおむね満足している」 しかし、「水回り」、「収納スペース」等に不満を持つ人も

最後に、購入後実際に住んでみて「ここはこうしたほうが良かった」と思う点について聞いたところ、67.1%が「おおむね満足している」と回答していました。そのほか、「水回り」（13.0%）について、具体的には「予算が高くても最新のものにすれば良かった」、「キッチンも交換しておけば良かった」、「節水型トイレが良かった」といったことが挙げられていました。「収納スペース」（8.9%）については、「もっと増やせば良かった」、「耐震装置付きにすれば良かった」といったことが挙げられていました（グラフ5）。

この内容について、上野氏は次のようにコメントしています。

グラフ5：住んでみた後で「こうしたほうが良かった」と思う場所（n=146）



「こうした、リフォームなどの投資の効果もあり、購入者の7割近くは中古購入した住まいに満足して住んでいます。一昔前の、『お金がないから中古』→『多少の不便は我慢』という流れではなく、『コストメリットがあるから中古』→『自分の希望に合わせてリフォーム・修繕』といった流れが少なくないことが伺えます」

## ■調査監修者プロフィール



### 「賃貸・部屋探し」ガイド 上野 典行 (うえの のりゆき)

1988年株式会社リクルート入社。リクルートナビを開発後、住宅情報タウンズ・住宅情報マンションズ編集長、現スーモ・メディアプロデュース事業部長、賃貸営業部長を歴任。2011年12月退社。2012年1月1日、プリンシプル・コンサルティング・グループ株式会社にて、「プリンシプル 住まい総研」を創立し、所長に就任。全国の不動産会社のコンサルタントを行いつつ、専門誌での執筆や全国各地で、講演活動を行っている。

## ■調査概要 (調査方法：インターネット調査)

- ・調査期間 : 2014年3月26日(水)～4月2日(水)
- ・調査対象 : 首都圏(東京、埼玉、神奈川、千葉)の20～69歳男女  
(ジャストシステム「ファストアスク」リサーチ会員)
- ・割付 : ここ1～2年の間に「中古住宅」を購入した人 161人

## 「国民の決断」について <http://allabout.co.jp/gm/gt/3444/>

近年、「就職」や「結婚」、「妊娠・出産」から「老後」まで、“人生の決断”に関して選択肢や条件が多様化・複雑化しており、“決断”そのものが困難になりつつあります。そういった背景を踏まえ、2013年11月にその年を象徴する“決断”を専門家とともにランキング形式で発表するイベント「国民の決断アワード」を実施しました。2014年に入ってから、“決断”が困難であるという状況は変わらず、むしろ消費税が増税するなど、生活者を取り巻く“決断”の困難さは増していく一方です。オールアバウトでは、専門家とともに、“決断”についてのメカニズムや現象を定量・定性的に分析し、特設サイトなどを通じて情報を発信していくことで、人々の“人生の決断”を支援していきます。

### 本件に関する報道機関からのお問い合わせ先：

株式会社オールアバウト 広報担当：大竹、柏原  
TEL：03-6362-1359 FAX：03-6682-4229  
E-mail：[pr@staff.allabout.co.jp](mailto:pr@staff.allabout.co.jp)

### 《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載の際は、必ず「All About『国民の決断』の調査」である旨を示すクレジットを明記していただけますようお願い申し上げます。