

株式会社読売広告社
東京都港区赤坂5丁目2番20号
日付 2018/03/28

読売広告社 マンション契約者600人調査2018 レポート

東京23区、マンション購入の主役は「共働き」。 キーワードは、「合理的」「親との近居」「コミュニティ意識が高い」。

株式会社読売広告社（本社：東京都港区、代表取締役社長：藤沼大輔）都市生活研究所では、住生活分野における各種調査研究活動を継続的に行っております。このたび「マンション契約者600人調査 2018」を実施しましたので、その結果の一部をご報告いたします。この調査はマンションのマーケティング・販売促進活動の基礎データとして活用します。

今回は、首都圏でマンション価格が高騰する中、どのような人が購入しているのか知るため、「共働き世帯」「片働き世帯」に着目し、購入傾向の違いを調査し、下記の結果となりましたのでお知らせします。

- ◎「共働き」は「片働き」と比べて、購入予算が高い。
- ◎「共働き」は「片働き」と比べて、東京23区での購入比率が高く、その中でも特に湾岸エリアで高く、差が顕著に。
- ①「共働き」は「片働き」と比べて居住期間のイメージを明確に持っている人が多く、ライフステージに合わせた住み替えを想定する“合理的思考”。
- ②「共働き」は「片働き」と比べて、「実家の近く」でのマンション購入が多く、何かと親に頼れる“親との近居”へのニーズが高い傾向。
- ③「共働き」は地域の人々との交流に積極的。コミュニティ意識の高さがうかがえる。

※「共働き」…夫婦ともにフルタイムの仕事に従事

「片働き」…夫婦のうち片方のみがフルタイムの仕事に従事（もう片方は、パート・アルバイト、専業主婦・主夫等）

【マンション契約者600人調査2018 調査概要】

調査対象者： ・30歳以上の男女
・2016年1月～2017年12月に新築マンションを契約した「契約者本人」もしくは「その配偶者」
・首都圏（東京・神奈川・千葉・埼玉）でのマンション契約者
・関西（大阪・兵庫・京都）でのマンション契約者

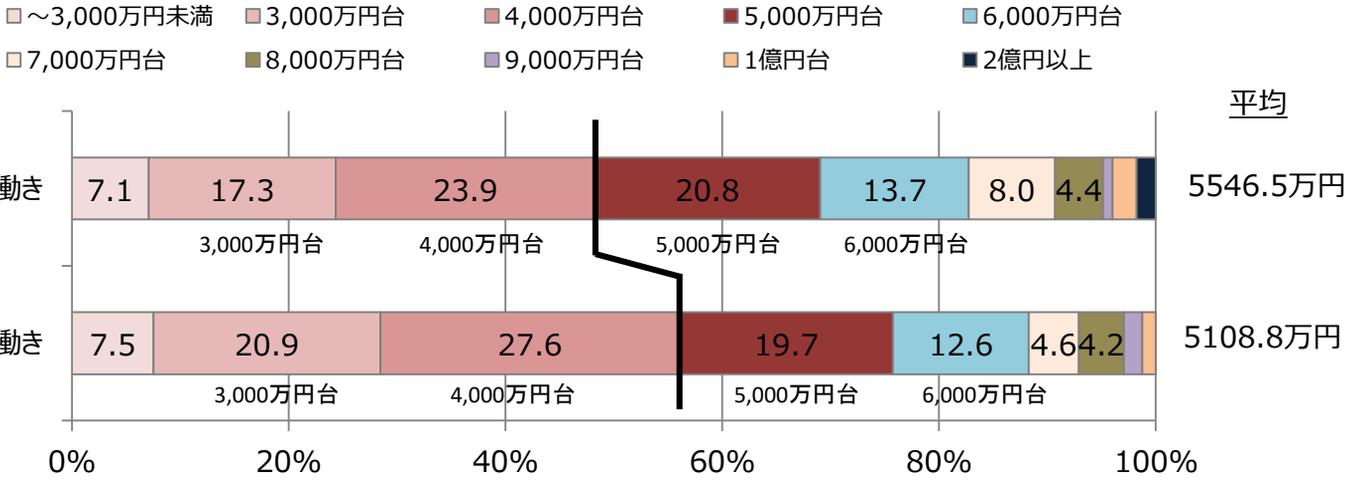
有効回収標本数： ・首都圏600サンプル
・関西258サンプル

調査方法：インターネット調査

調査期間： ・関東 2017年12月22日～2018年1月15日
・関西 2017年12月25日～2018年1月15日

◎「共働き」は「片働き」と比べて、購入予算が高い。

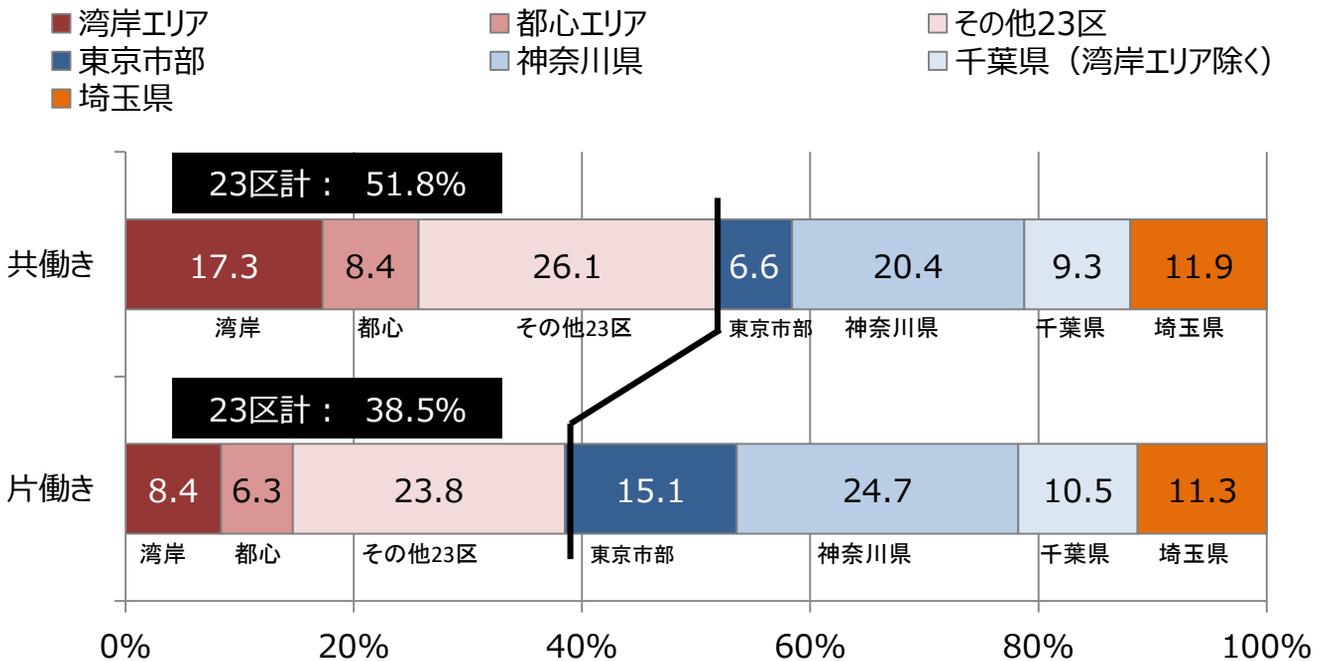
購入したマンションの価格について聞いたところ、片働きに比べて共働きの方が、「5,000～8,000万円台」を中心に割合が高く、平均予算でも約400万円ほど高い。



◎「共働き」は「片働き」と比べて、東京23区での購入比率が高く、その中でも特に湾岸エリアで高く、差が顕著に。

マンションを購入したエリアについて聞いたところ、「共働き」は東京23区での購入が全体の半数以上（共働き：51.8%、片働き：38.5%）と高く、特に湾岸エリアで17.3%の人が購入しており、「片働き」との差が顕著に（「片働き」の湾岸エリアでの購入：8.4%）。

年々マンション価格が上昇する中、資金力がある「共働き」が東京23区のマンション需要を支えていることが伺える。

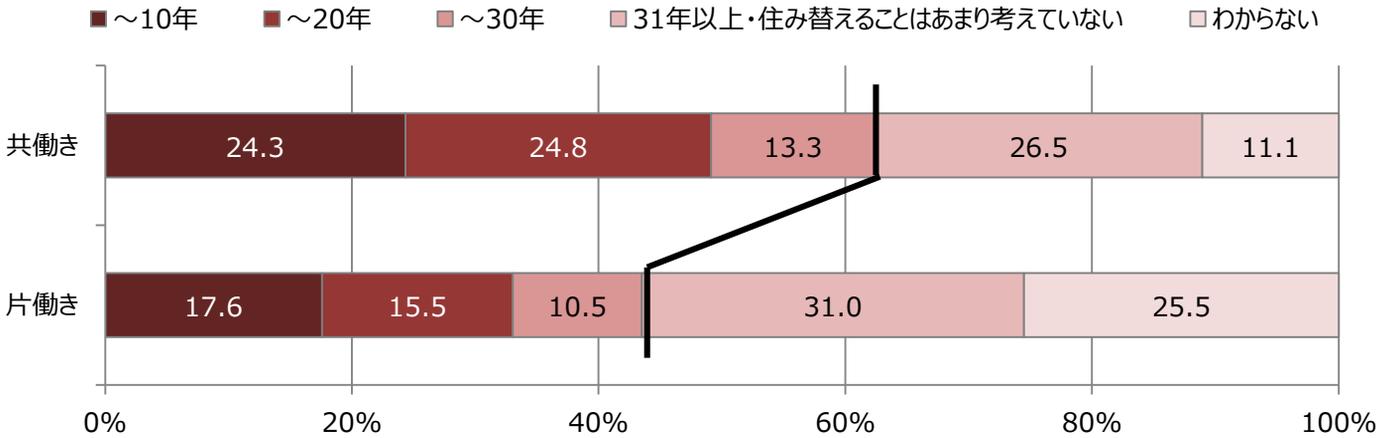


①「共働き」は「片働き」と比べて居住期間のイメージを明確に持っている人が多く、ライフステージに合わせて住み替えを想定する“合理的思考”。

想定 of 居住期間については、「共働き」は「～10年」が24.3%、「～20年」が24.8%となっており、合計すると約半数が向こう20年程度の居住期間を想定。

「片働き」のうち25.5%が「わからない」と答えているのに対して、「共働き」は同11.1%と、居住期間のイメージを持っている人がほとんど。

“終の棲家”という意識は薄れ、ライフステージに合わせて住み替える「合理的思考」が伺える。

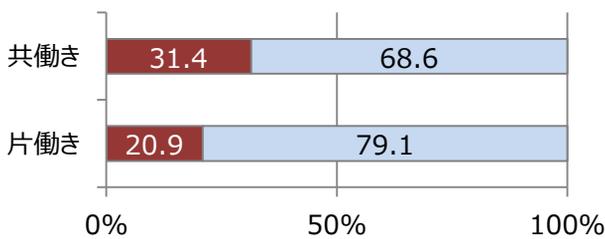


②「共働き」は「片働き」と比べて、「実家の近く」でのマンション購入が多く、何かと親に頼れる“親との近居”へのニーズが高い傾向。

さらに、購入したマンションの場所について聞いたところ、「世帯主の実家の近く」「配偶者の実家の近く」との答えが、「共働き」は「片働き」と比べて、それぞれ10.5ポイント、5.1ポイント高く、“親との近居”傾向が見られた。

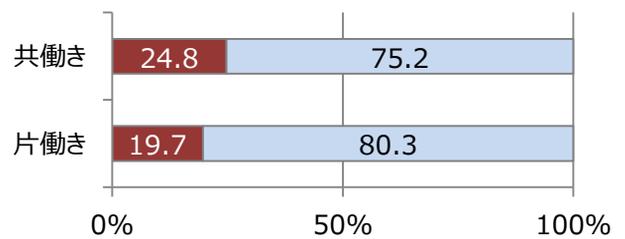
世帯主の実家の近く

■あてはまる □あてはまらない



配偶者の実家の近く

■あてはまる □あてはまらない



③「共働き」は地域の人々との交流に積極的。コミュニティ意識の高さがうかがえる。

「共働き」は地域の人々との交流について積極的で、「積極的に交流したいと思う」人が「片働き」と比べて多い（「共働き」：21.2%、「片働き」：10.5%）。

■積極的に交流したいと思う ■適度に交流したいと思う □あまり交流したいと思わない



■ 都市生活研究所 について

広告会社としてはユニークな、住宅・不動産を中心領域とするマーケティングセクションです。
都市生活研究所は、「時代の実験室である都市」と「都市と生きる時代の生活者」を、
やわらかなまなざしで見つめ続けていきます。

【都市生活研究所の中心業務】

都市 P J コンサルティング	住まいマーケティング	暮らすマーケティング
街づくり 都市開発事業における ソフトコンサルティング	住宅・不動産集合住宅、 戸建開発事業の商品開発 から販売・広告戦略に 至るまでのマーケティング	生活者研究 住生活者を多面的に捉える 様々な研究開発
業務・商業・他開発 各種施設事業における ソフトコンサルティング		住関連マーケティング 住設機器他における マーケティングサポート

●会社概要

株式会社読売広告社

- 代表者名 : 代表取締役社長 藤沼大輔
- 所在地 : 東京都港区赤坂5-2-20 赤坂パークビル
- 設立年月日 : 1946年7月11日
- 資本金 : 1,458,748,919円

お問い合わせ先

■ 本リリースについて

総務局 富永

TEL : 03-5544-7104

■ 調査の詳細について

都市生活研究所 西村・田中

TEL : 03-5544-7223