

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 2018/04/04

読売広告社 マンション契約者600人調査2018 レポート

新築マンション購入者の半数が、既に消費税率引き上げを意識。 特に若年層がその傾向が強い。

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、2019年10月1日に予定されている消費増税にスポットを当て、新築マンション購入時の増税への意識を調査し、下記の結果となりましたのでお知らせします。

◎消費増税の引き上げ時期の認知度は、どの年代でも80%以上。

◎「不動産購入に対して消費増税が影響したか」、という設問ではどの年代も半数以上が「影響した」と回答。

◎しかも、若年層ほどその傾向は強く、今後を見据えた不動産購入行動を行っている傾向が伺える。

【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

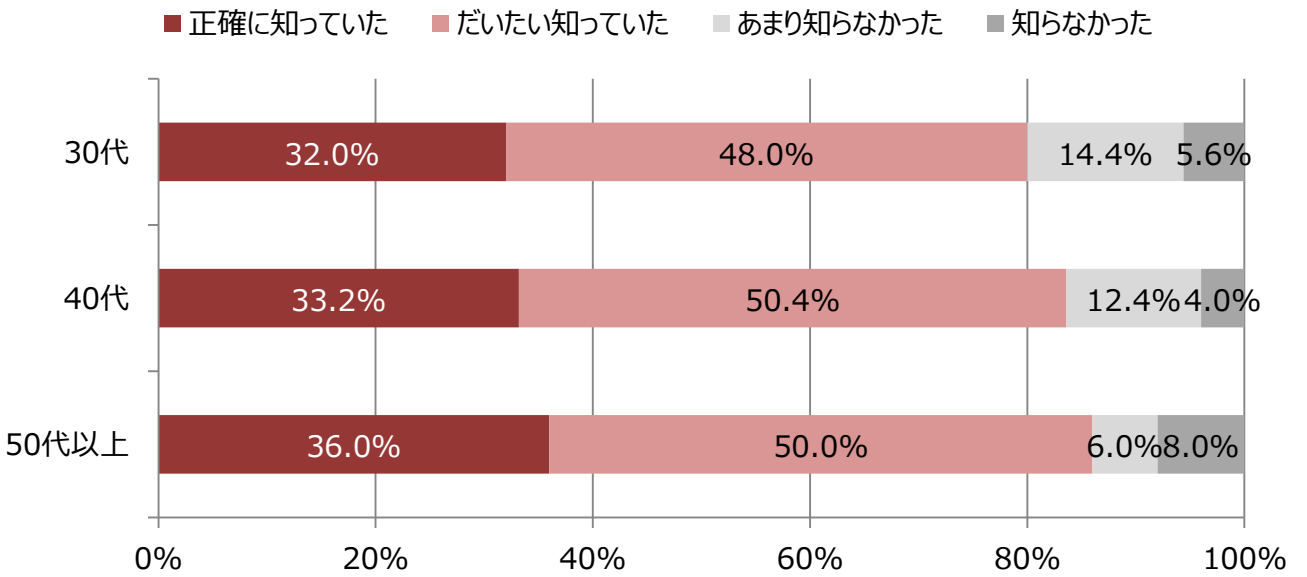
有効回収標本数： ・首都圏600サンプル
・関西258サンプル

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

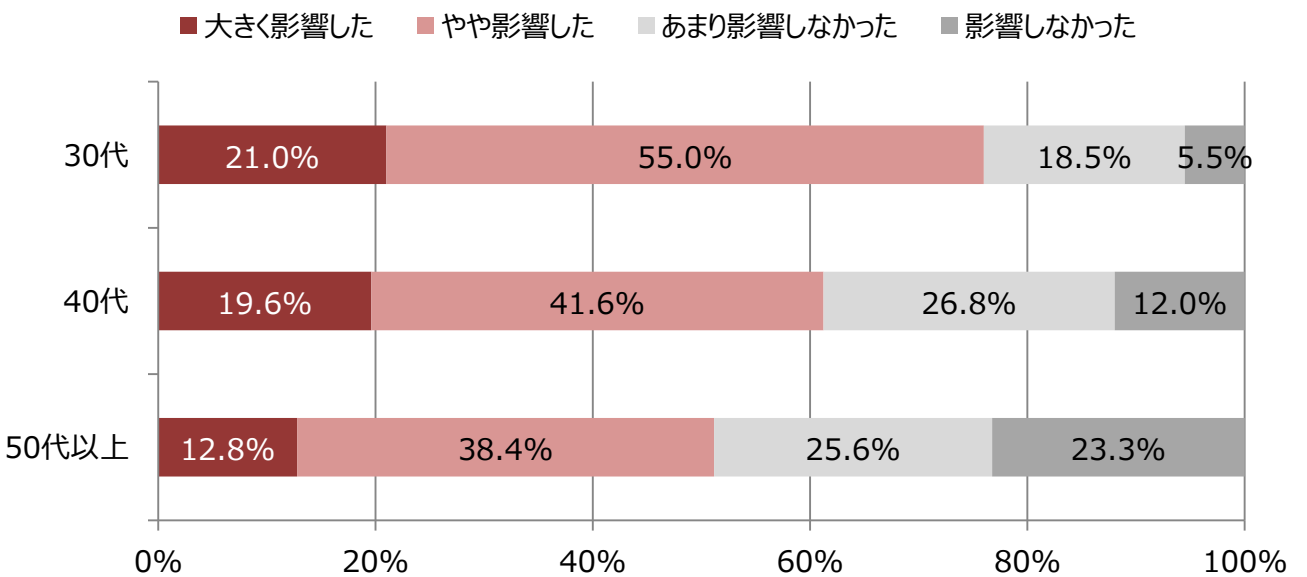
◎各年代とも、8割以上が消費税率UPの税率・時期を認知。

「Q.あなたは、税率や引き上げの時期を知っていましたか。」という設問では、「正確に知っていた」「だいたい知っていた」を合わせると、30代が80.0%、40代が83.6%、50代以上が86.0%と、どの年代も80%以上が消費税率UPについての認知を示し、各年代とも同様の認知状態となっている。



◎不動産購入に対して、30代が最も消費増税を意識。若年層ほど意識する傾向に。

さらに、「今回の消費税率アップは、あなたのマンション購入に影響を与えましたか。」という設問では、「大きく影響した」「やや影響した」を合わせると、30代が76.0%、40代が61.2%、50代以上は51.2%で、どの年代でも半数以上が既に意識しており、とりわけ若年層ほどその傾向が強い。



■ 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	暮らしマーケティング
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