

## 分譲住宅購入検討者の「住宅・不動産情報サイト」利用状況

～住宅・不動産情報サイトと住宅会社各社のサイトはどのように見られているか？～

住宅市場研究室 小間 幸一 [kouichi-koma@toshinjuken.co.jp](mailto:kouichi-koma@toshinjuken.co.jp)

分譲住宅の購入を検討する消費者の情報源としてインターネットは身近な情報ツールだ。例えば、検討者が各住宅会社のサイトや住宅・不動産情報サイト（スーモ等）をよく見ることは知られている。その場合、住宅・不動産情報サイトの中で、どのサイトに人気があるのだろうか？又、各住宅会社のサイトと住宅・不動産情報サイトはどのように見られているのだろうか？それらを探るため、分譲住宅購入者（希望者含む）へのウェブアンケート（愛知県在住、サンプル数＝96件、2013年11月）を実施した。

### ●住宅・不動産情報サイトでよく利用されるのは？（表 1-1、表 1-2）

表 1-1 は最も見た、見ている住宅・不動産サイトの単数回答の結果だ。見ているサイトの割合の合計は 63.54%にもものぼる。これは分譲住宅購入検討者で住宅・不動産情報サイトを見ている人が約 6 割強もいるということだ。

次に表 1-2 はよく見た、見ている住宅・不動産情報サイトの複数回答の結果だが、スーモが 55.21%と存在感を示している。次いでホームズ（27.08%）、アットホーム（23.96%）と続く。

### ●住宅・不動産情報サイトと住宅会社各社サイトの見方（表 2）

では、住宅・不動産情報サイトと各住宅会社サイトはどのように見られているのだろうか？（表 2 参照）最も多いのは住宅・不動産情報サイトだけで物件をチェックした（38.54%）という選択肢だ。2 番目は住宅・不動産情報サイトを見て物件をチェック、その後、各住宅会社のサイトで該当物件を再チェックした（26.04%）という選択肢だ。3 番目は住宅・不動産情報サイトは見ないで、各住宅会社のサイトのみで物件をチェックした（8.33%）というものだ。

このことから分譲住宅購入検討者のサイト利用法は以下のように 3 分類される。①住宅・不動産情報サイトのみチェック型、②住宅・不動産情報サイト＋各住宅会社サイトのダブルチェック型、③各住宅会社サイトのみチェック型

### ●まとめ

分譲住宅購入検討者の住宅・不動産情報サイト利用率は約 6 割強にもものぼる。特にスーモの人気が高い。加えて、検討者のサイトチェック法には 3 パターンがあることもわかった。

住宅会社としては自社サイトの充実を目指すことは当然だが、加えて住宅・不動産情報サイトとの連動性に一層留意する必要があるということだろう。分譲住宅購入検討者の利便性向上のためにすべきことの一端が浮き彫りになったアンケート結果であった。

以上

本ページの内容はあくまで執筆者の個人的見解に基づくもので、当社としての正式見解と必ずしも一致するものではありません。予めご了承願います。

■住宅・不動産情報サイトでよくご覧になった、またはよくご覧になるものをお選びください。

表1-1. 最も見た／見ているサイト(単数回答)

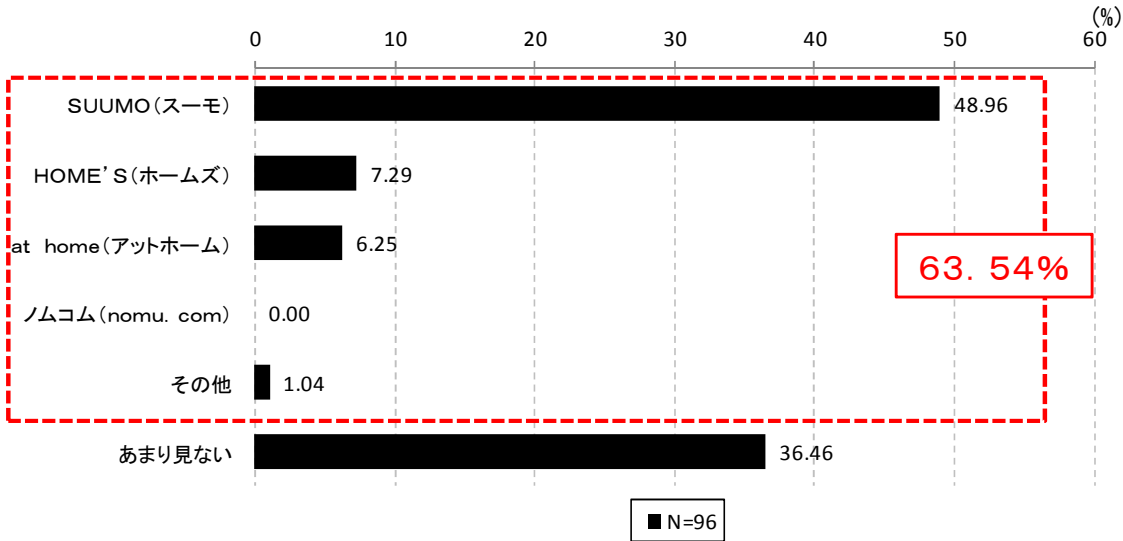
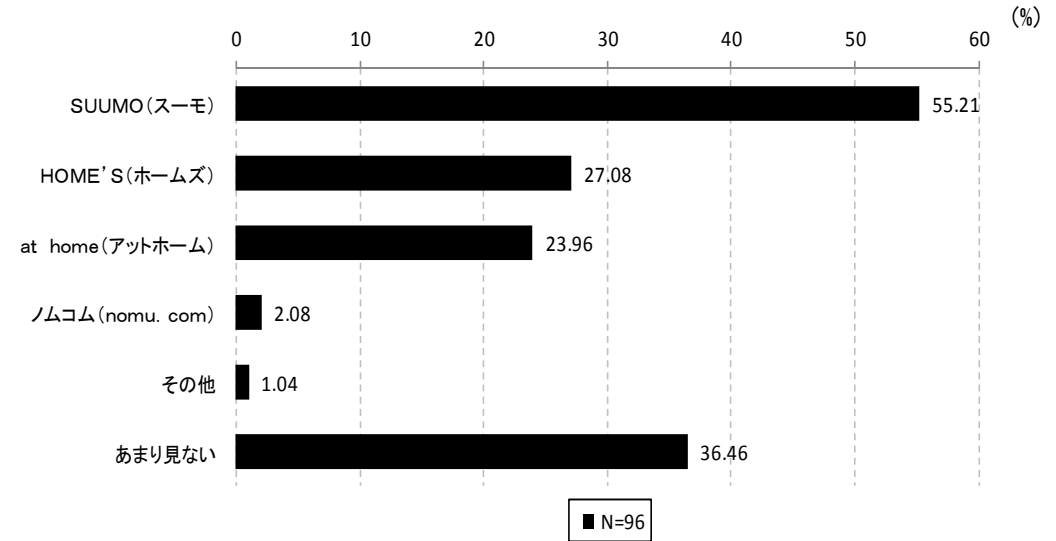
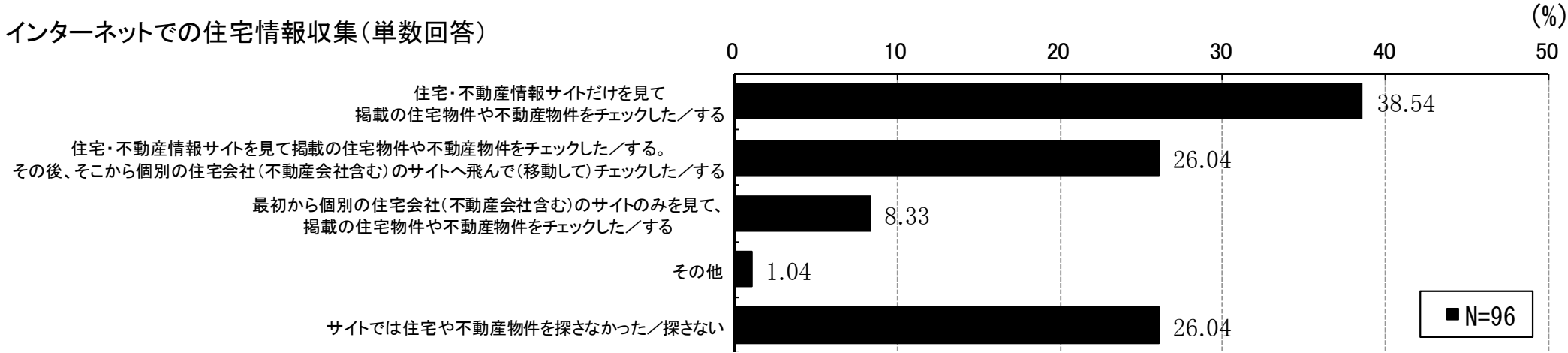


表1-2. よく見た／見ているサイト(複数回答)



■住宅や不動産物件をインターネットで探す際、住宅・不動産情報サイトと、個別の住宅会社(不動産会社含む)のサイトを、どのようにご覧になった、またはご覧になるか、あなたの行動に最も近いものをお選びください。

表2. インターネットでの住宅情報収集(単数回答)



調査対象者 : 愛知県在住で3年以内に分譲戸建住宅を購入した、または3年以内に分譲戸建住宅を購入したい人  
 サンプル数 : 2013年11月調査 n=96  
 調査会社 : 株式会社インテージ [www.intage.co.jp](http://www.intage.co.jp)  
 データ分析 : 東新住建株式会社住宅市場研究室