

平成21年5月28日

平成20年度ストック住宅に関するCSアンケート調査結果について

経済産業省は、ストック住宅（既存住宅）の有効活用に資するため、ストック住宅に対する消費者の期待と実際の満足度（顧客満足度：CS = Customer Satisfaction）を調査した結果を取りまとめましたのでお知らせいたします。

1. 調査実施の背景と対象

本調査は、住宅の長期使用やストック型社会への移行が求められていることを背景に、ストック住宅の有効活用に資する基礎資料を得ることを目的に実施したものです。

調査対象は、平成20年12月時点で引き渡し後15年程度経過した住宅メーカーの一戸建住宅（注文住宅）の現在の居住者としています。

（有効回収数1,803件、回収率：36.1%）

2. 調査結果の概要

アフターサービスも含めた住宅の総合的な満足度の評価点は62.5点（前年度60.7点）でした。

（参考）平成20年度住宅・住宅設備に関するCSアンケート調査
（<http://www.meti.go.jp/press/20090423002/20090423002.html>）
における引き渡し後2年程度の住宅では84.6点。

リフォームに対する不満点は、「費用が高い」が最も多く、54%と過半数を超えています。

また、リフォームをしたい場所がある人においても、「追加費用等で最終的な費用がどれくらいか不安がある」（62%）、「もう少し費用が安ければ、ぜひリフォームをする」（54%）など、リフォーム市場が拡大する上で費用や費用情報の不足・不透明性が大きな課題となっていると言えます。

自分でメンテナンスする場合に困ることとしては、「修理や部品交換の方法が分からないことがある」（48%）や「どこまで自分でできるか、やってよいのか分からない」（35%）が多く、修理方法や部品の入手方法

に関する情報提供が不十分と言えます。

さらに、居住者のメンテナンスに対する意識を高めるためにはメンテナンス情報の提供が、そしてメンテナンスをより行いやすくするためには交換部品の長期保有、部品の共通化、メンテナンスしやすい部品・部材の開発が重要であると考えられます。

住宅の長期使用に関し、住宅メーカーに望むことは、「アフターサービスの充実」「点検・検査の長期化・充実」が多く、建築した住宅メーカーがストック需要を獲得するためには、居住者の満足度が高いことが前提条件であり、定期的な点検や連絡・訪問、不具合時の迅速な対応、メンテナンス等に対するアドバイスなどに積極的に取り組んでいくことが重要であると言えます。

【別添】平成20年度ストック住宅に関するCSアンケート調査結果の概要

< 本件に関する問い合わせ先 >

経済産業省製造産業局住宅産業窯業建材課

担当：木地本（きじもと）、今井

電話：03 - 3501 - 9255（直通）

「平成20年度ストック住宅に関するCSアンケート調査結果」の概要

1. 調査の目的

現在、我が国は少子高齢化や環境制約の高まりなどから、ストック型社会への転換が求められており、住宅産業においても新築需要のみに依存せず、ストック住宅も有効に評価・活用すると同時に、より消費者の期待に応える住宅、長期使用が可能な住宅の供給による成長へと方向を転換することが求められている。

さらに我が国では、欧米に比べて1戸の住宅に住まう期間が短く、また中古住宅の流通も少ないため、ストック住宅市場の形成が遅れている。

ストック住宅市場形成のための課題を明確化するためには、ストック住宅に対するユーザー意識（住宅等に対する期待と実態）の把握が必須であり、またストック住宅を有効に活用するために求められる条件の把握が必要である。

このため、建築後15年程度を経た住宅の居住者を対象に、消費者が求めている住宅性能等に対する期待と実際の満足度（顧客満足度 = Customer Satisfaction = CS）について調査し、その結果から課題を抽出するとともに、ストック住宅市場を形成する上での基礎資料を得ることを目的とする。

2. 調査の方法

(1) 調査委託先

(株) コンサルテック社

(2) 調査対象者

住宅メーカーが供給した一戸建住宅（注文住宅）であって、平成5年10月～12月までの3ヶ月間に竣工した住宅の居住者の中から無作為に抽出した5,000名

(3) 調査方法

アンケート調査票を郵送、回収（平成20年10月～12月）

<回収率>

36.1%（有効回収数 1,803件）

3. 調査結果の概要

(1) 居住者の概要

世帯主の平均年齢は60.4歳(前年度60.8歳)で、60歳以上が52%(前年度同)を占める。

同居家族人数は平均3.3人(前年度同)で、購入当時(4.1人、前年度同)から大幅に減少している。また、家族構成は購入当時より「夫婦のみ」の世帯が増加しており(12% 29%)、子供の独立等により減少したことがうかがえる。これは前年度(11% 29%)と同様の傾向である。

65歳以上の高齢者がいる世帯は全体の54%(前年度55%)である。

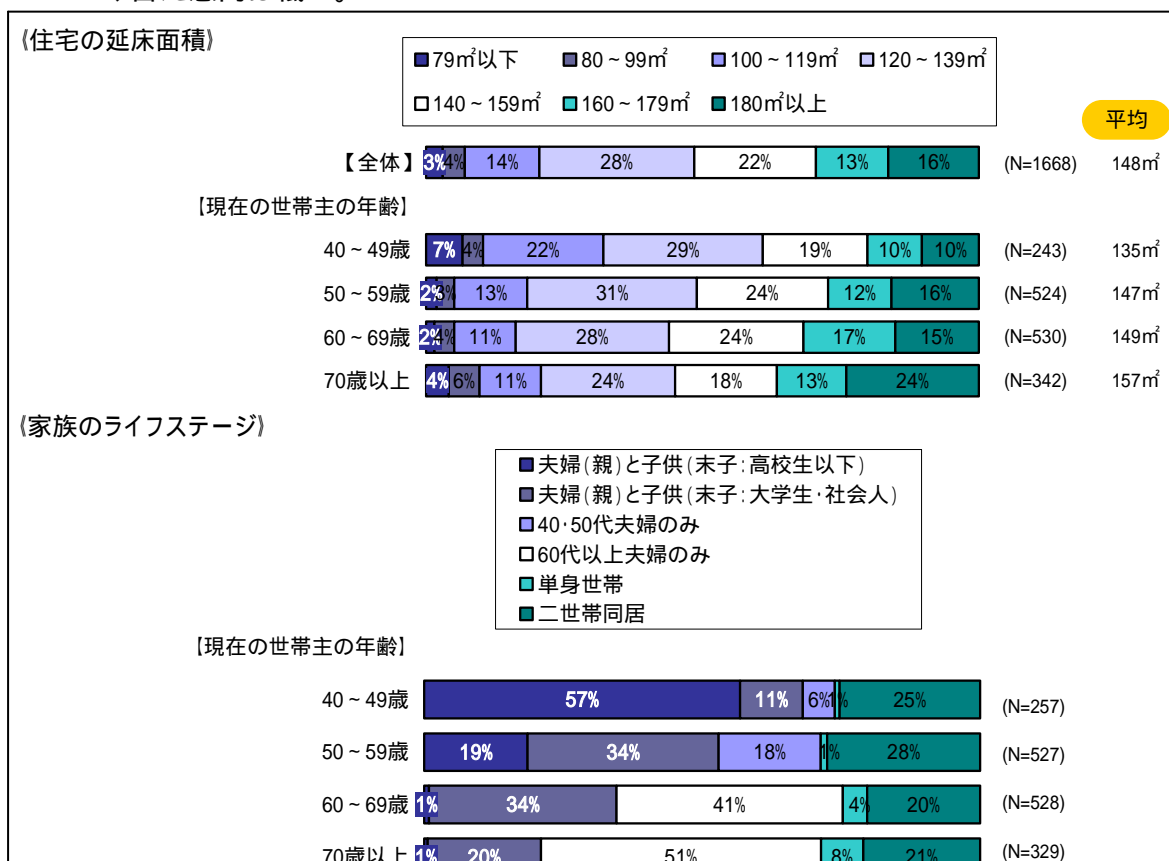
(2) 調査対象住宅の概要

住宅を中古で購入した人は全体の2%と少ない(前年度3%)。

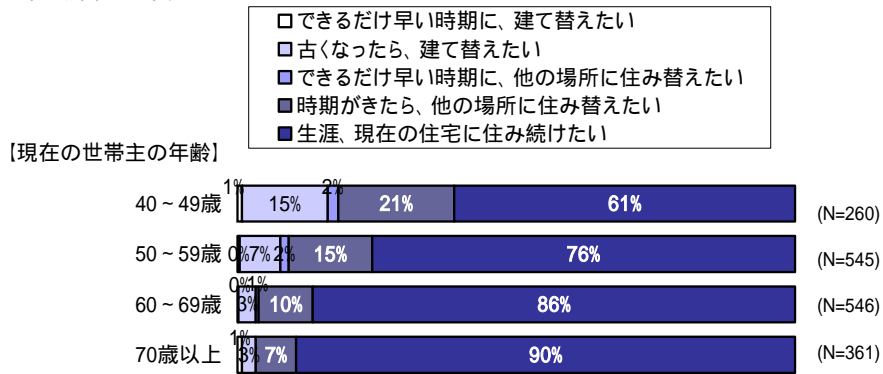
平均延べ床面積は148㎡(前年度146㎡)、平均部屋数は6.3部屋(前年度6.2部屋)である。

敷地面積は平均281㎡(前年度276㎡)、建築費・建物購入費(土地代・外構工事費・税除く)は平均2,960万円(前年度2,943万円)である。

また、世帯主の年齢が若い層ほど家族人数が多いにもかかわらず延床面積が狭くなっており、建て替えや住み替え意向が高くなっている。一方、世帯主の年齢が高齢であるほど家族人数が少ないが延床面積が広がっており、建て替えや住み替え意向は低い。



(今後の建て替え・住み替え意向)

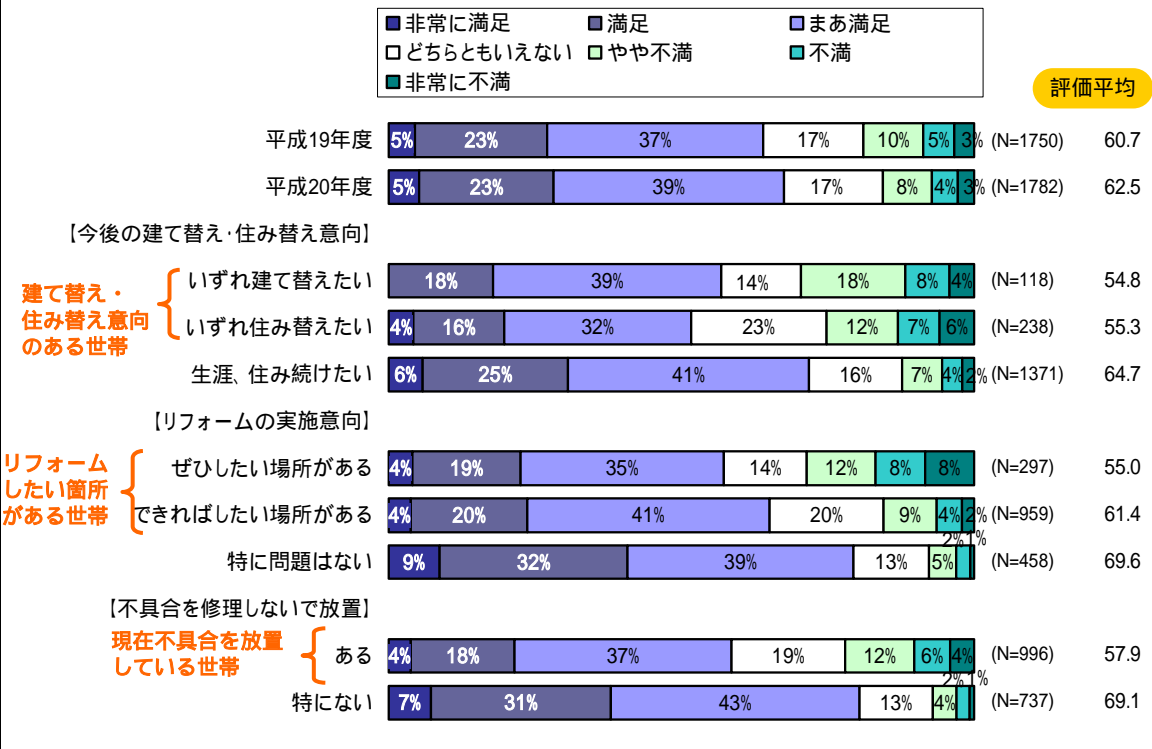


(3) 現在の住宅に対する評価

建物・アフターサービスに対する総合満足度は、満足者（非常に満足＋満足＋まあ満足）が68%（前年度64%）、不満者（やや不満＋不満＋非常に不満）が16%（前年度19%）であり、評価点¹⁾は62.5で、前年度（60.7）に比べるとやや上がっている。

建て替え・住み替え意向のある世帯、リフォームしたい箇所がある世帯、現在不具合を放置している世帯ほど、満足度は低くなっている。

(建物・アフターサービスに対する総合満足度)



1) 評価点の算出方法は以下の通り。(以下、本資料内において同じ。)

$$\frac{((\text{満足と回答した人数}) \times 100 \text{点} + (\text{まあ満足と回答した人数}) \times 75 \text{点} + (\text{どちらともいえないと回答した人数}) \times 50 \text{点} + (\text{やや不満と回答した人数}) \times 25 \text{点} + (\text{不満と回答した人数}) \times 0 \text{点})}{\text{全回答者人数}}$$

自由記述回答を見ると、総合満足度の理由として、住宅メーカーのアフターサービスの対応、定期的な点検や訪問・連絡の有無、不具合の有無などが多くなっているため、これらが総合満足度に大きな影響を与えていると考えられる。

《建物・アフターサービスに対する総合満足度の理由（自由記述回答）》

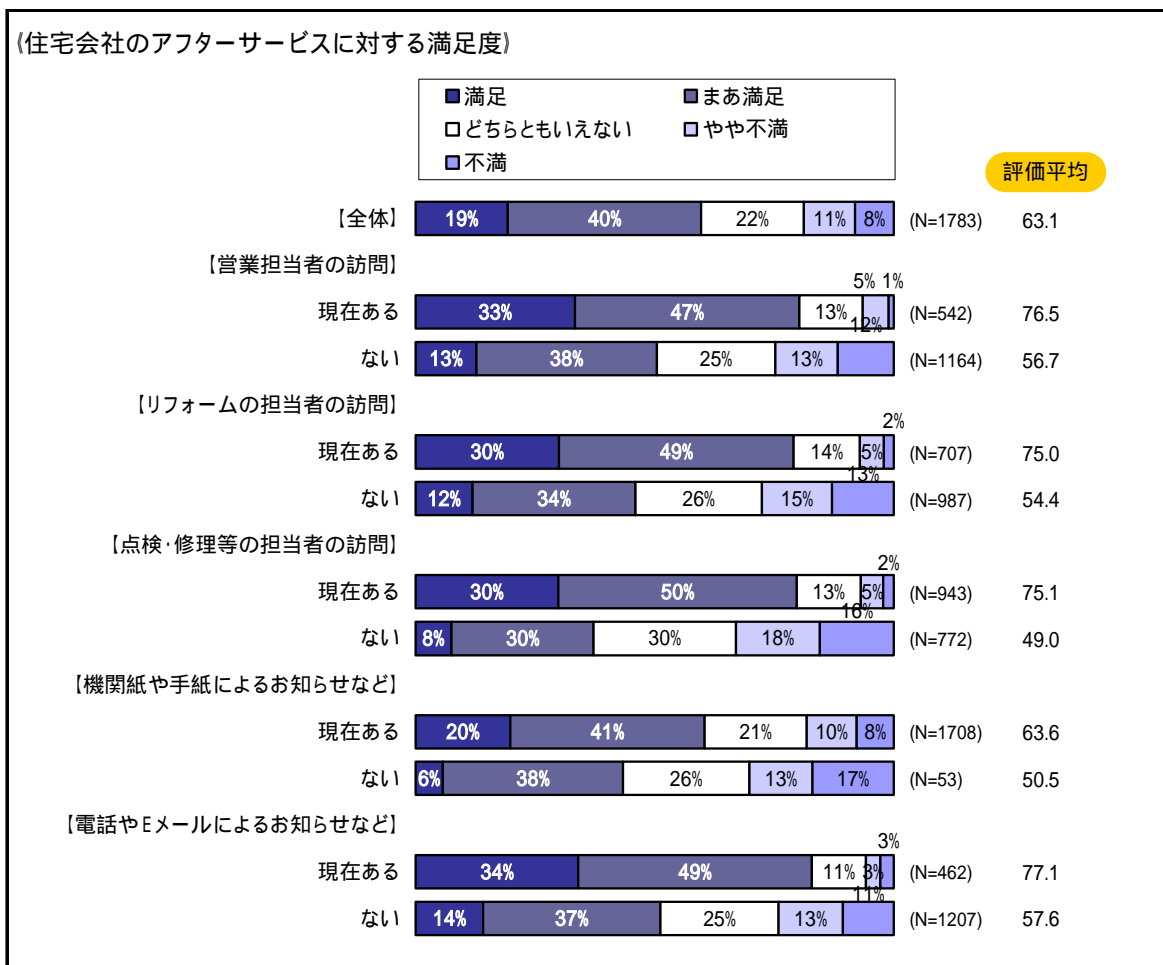
（構成比：複数回答）

総合満足度		非常に満足	満足	まあ満足	どちらともいえない	やや不満	不満	非常に不満	全体
満足意見	アフターサービスや担当者の対応がよい	29%	24%	15%	1%				13%
	定期的に点検がある	14%	18%	16%					11%
	不具合があった時の対応が早い	27%	18%	12%					11%
	定期的に担当者の訪問・連絡がある	8%	11%	7%					6%
	不具合がない、少ない	8%	9%	7%	2%				5%
	いろいろな情報提供がある	1%	4%	7%	1%				4%
	建物の耐久性・耐震性がよい	4%	7%	3%					3%
希望通りの住宅なので	5%	4%	3%					2%	
不満意見	アフターサービスの対応がよくない		1%	2%	19%	19%	30%	27%	8%
	不具合がある、不具合が多い		1%	4%	12%	23%	19%	31%	8%
	訪問・連絡がない		0%	2%	8%	11%	8%	16%	4%
	建築後数年経つとフォローがなくなった			1%	12%	8%	8%	7%	3%
	修理依頼しても修理してくれない、来てくれない			1%	6%	8%	19%	7%	3%
	定期的な点検がない、少ない、延長してほしい			2%	3%	8%	6%	4%	2%
	リフォーム・メンテナンス費用が高い			2%	4%	4%	3%		2%
全体	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
有効標本数	73	271	391	129	119	64	45	1,092	

回答の多い上位項目のみ掲載

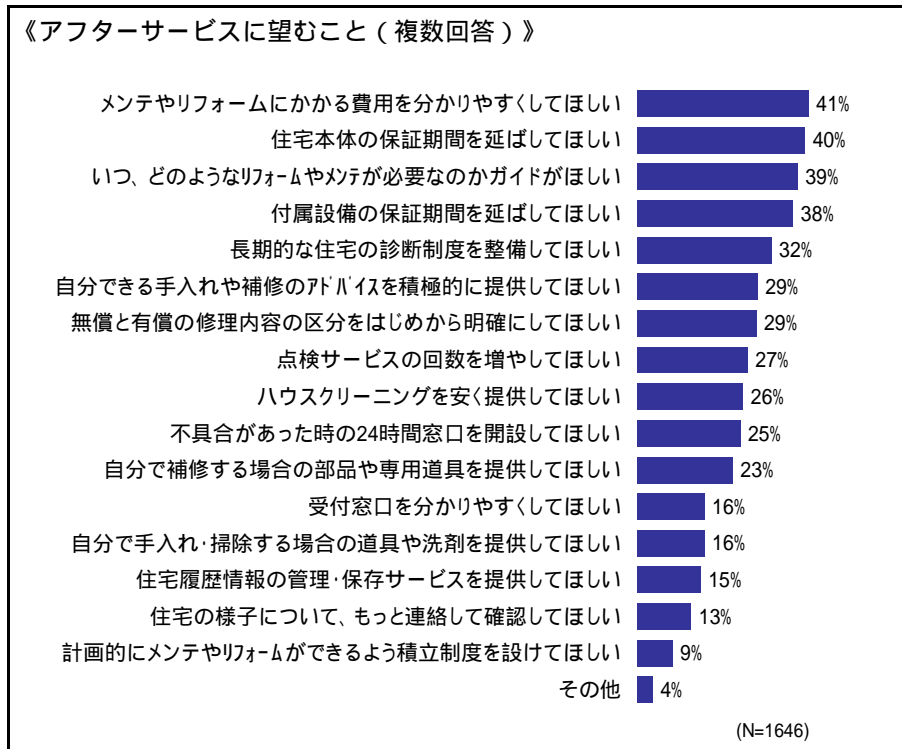
最近の住宅と比べて劣っている部分があると感じている世帯は58%（前年度同）を占め、特に若い年代ほど多くなっている。具体的には「結露対策」（57%）と「省エネ対策」（56%）が最も多くなっており、複層ガラスやエコ対応機器などの提案・アドバイスも必要であろう。

住宅会社のアフターサービスの満足度は、満足者（満足＋まあ満足）が60%（前年度58%）とあまり高くない。またリフォーム担当者の訪問率は42%（前年度同）、点検・修理等の担当者の訪問率が55%（前年度54%）である。現在、訪問がある人とない人での満足の差が大きく、住宅メーカーの連絡・訪問の少なさがアフターサービスの不満の大きな原因になっていると考えられ、改善が求められる。



メーカーのアフターサービスに望むことは、「メンテナンスやリフォームにかかる費用を分かりやすくしてほしい」(41%)、「住宅本体の保証期間を延ばしてほしい」(40%)、「いつ、どのようなリフォームやメンテナンスが必要なのかガイドがほしい」(39%)、「付属設備の保証期間を延ばしてほしい」(38%)などが多くなっている。

その背景にはリフォームやメンテナンスにかかる費用、不具合及びその対処方法に対する不安・不満があると言える。



部位別に見た場合、満足度が最も高い項目は「外観の見ばえ」(評価点74.5点)、次いで「建物の配置」(74.1点)、「室内の明るさ・日当たり」(73.0点)、「基礎・構造の耐久性、耐震性」(72.1点)と続く。逆に満足度が最も低い項目は「増改築(リフォーム)のしやすさ」(50.4点)、次いで「省エネ対策」(51.5点)、「夏の快適さ(涼しさ)」(57.2点)、「防犯対策」(58.9点)となっている。

また、各部位においても「現在不具合はあるが、何もしていない」世帯は、非常に満足度が低くなっている。

(4) 住宅のリフォーム・メンテナンスの実施状況

いずれかの部位において「改装・設備の交換(リフォーム)」をした世帯が70%で前年度(65%)より増加しており、「修理・部品交換(メンテナンス)」をした世帯は90%(前年度88%)を占めている。

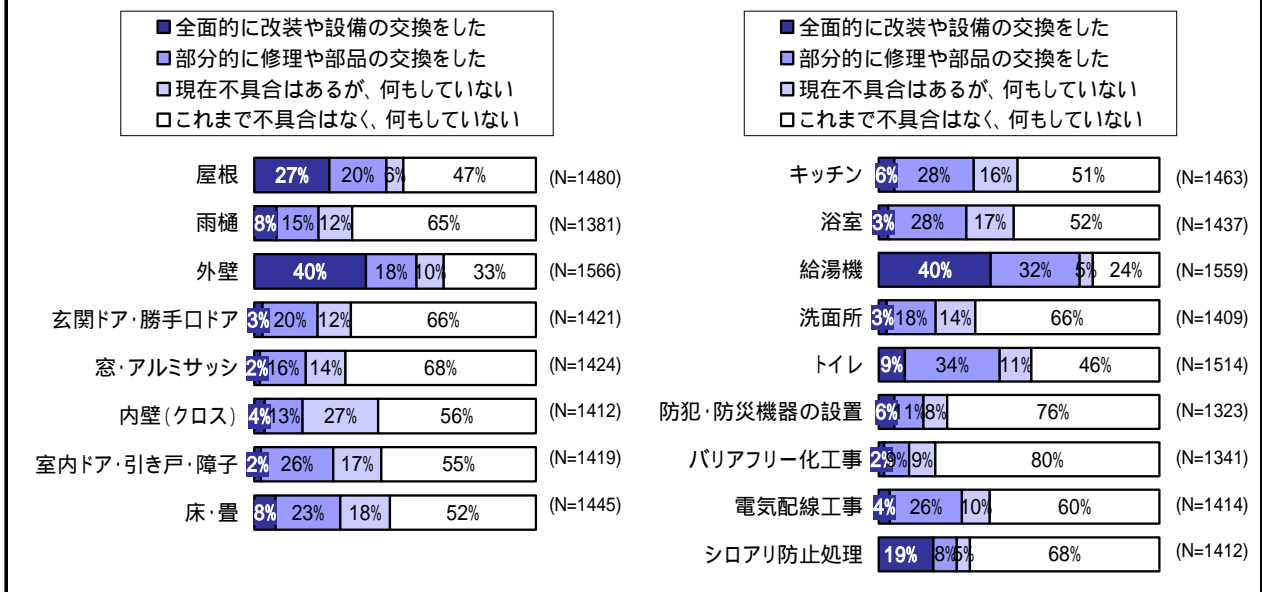
全面的改装や設備交換の実施率は、給湯機(40%)、外壁(塗り替えを含む)

(40%)、屋根(塗り替えを含む)(27%)、シロアリ防止処理(19%)などが高く、部分的な修理や部品交換の実施率は、トイレ(34%)、給湯機(32%)、キッチン(28%)、浴室(28%)、室内ドア・引き戸・障子(26%)、電気配線工事(26%)などが高くなっている。これらは前年度と同様の傾向である。

一方、「不具合はあるが、何もしていない」部位としては内壁クロス(27%)が最も多く、次いで床・畳(18%)、室内ドア・引き戸・障子(17%)、浴室(17%)、キッチン(16%)、「窓・アルミサッシ」(14%)、洗面所(14%)などが多くなっている。

ただし、家全体では「不具合の放置がある」としている世帯であっても、部位別に見ると修理・部品交換の実施率が低いわけではない。このことから、不具合が複数ある場合においては、対処している部位と対処していない部位があり、全ての不具合を放置しているわけではない。

《部位別リフォーム・メンテナンスの実施状況》



(5) リフォーム(全面的な改装・設備の交換)の内容とリフォームに対する意識

建築した住宅メーカーにリフォーム工事を依頼しているのは、屋根、外壁がそれぞれ68%、65%、キッチン、浴室などの水回り設備がそれぞれ40%、39%、給湯機が32%、さらに床・畳は21%と低くなっている。

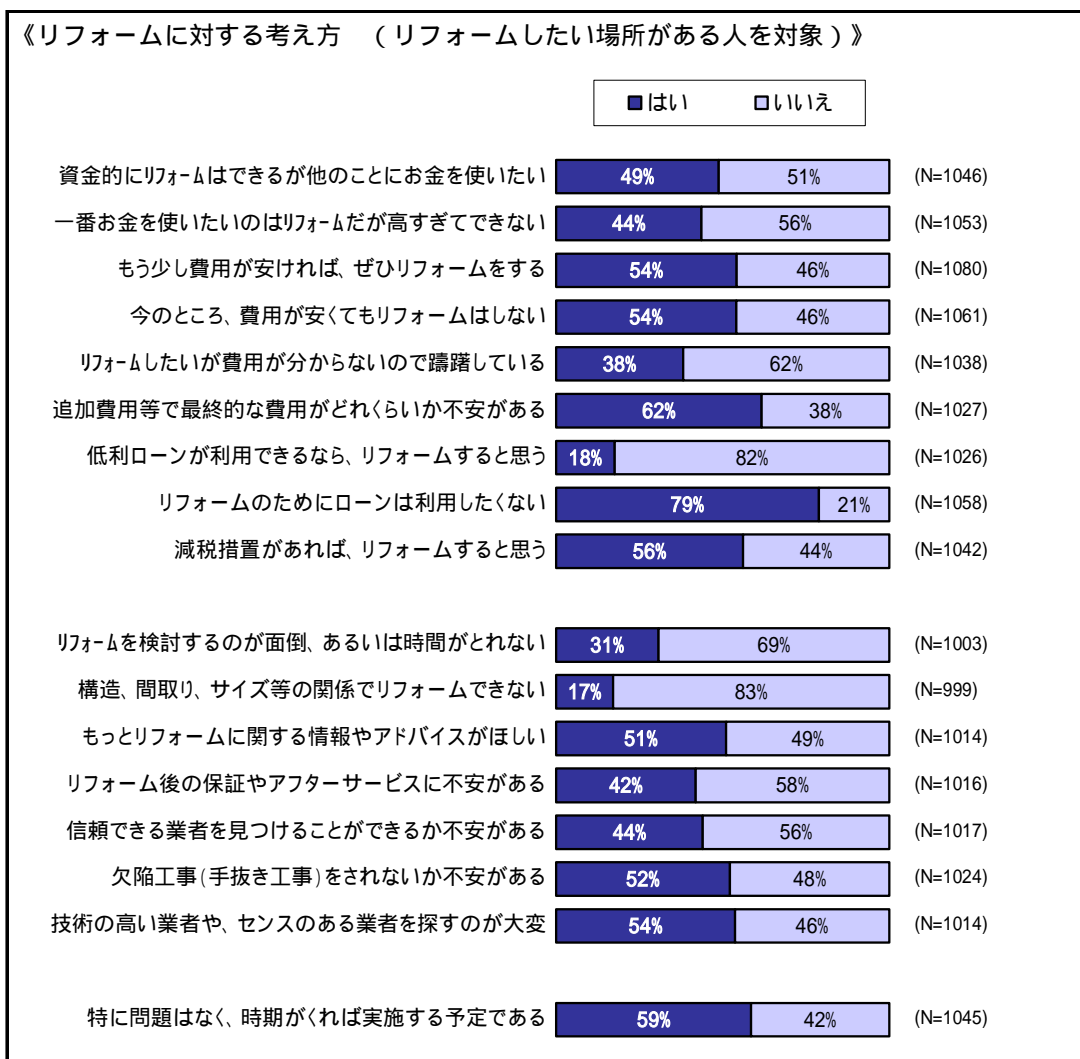
屋根、外壁といった住宅メーカーへの依頼が過半であるものであっても、アフターサービスの満足度が低いと、住宅メーカー以外の業者に依頼する傾向があることから、単にメーカー担当者が訪問するだけでなく、リフォームを含むアフターサービスのプランや費用の提案・アドバイスが重要と言える。

リフォームを実施した人におけるリフォームに対する不満点は、「費用が高い」

が54%と最も多く、次いで「工事の標準的な費用(相場)が分かりづらかった」が38%と費用に対する不満が多くなっている。費用情報の不足・不透明性が課題となっており、工事前の適切な費用情報の提供が求められる。さらに「提案された工事内容が適正かどうか判断しづらかった」も22%見られ、業者に対する不安感が窺える。

リフォームしたい場所がある人のリフォームに対する考え方としては、「特に問題はなく、時期がくれば実施する予定である」が59%を占めるものの、「追加費用等で最終的な費用がどれくらいか不安がある」(62%)「もう少し費用が安ければ、ぜひリフォームをする」(54%)など費用に対する不安がある世帯が多く見られる。

また、費用以外のリフォームに対する不安として、リフォームに関する情報の不足、欠陥工事への不安、信頼できる業者の確保などが見られる。



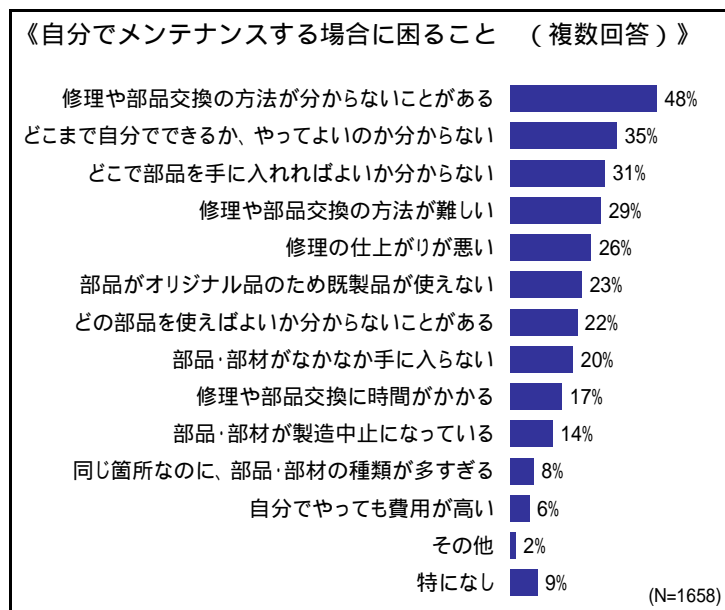
(6) メンテナンス(部分的な修理・部品交換)の内容とメンテナンスに対する意識
 これまで部分的な修理・部品交換をしたことがある世帯において、「専門的な

工事も自分たちでやることもある」という世帯は3%(前年度同)にすぎないが、「簡単な修理・部品の交換なら、自分たちでやっている」世帯が49%(前年度45%)を占める。しかし前年度より減少したものの、「ほとんど業者に依頼している」世帯も48%(前年度52%)おり、業者への依存度が高い。

不具合を放置している世帯は全体の58%と多く、前年度(53%)より増加している。特に総合満足度が「不満」あるいは「非常に不満」と回答している世帯では82%が放置しており、不具合の放置が満足度に大きく影響している。

自分でメンテナンスする場合に困ることは、「修理や部品交換の方法が分からないことがある」(48%)が最も多く、次いで「どこまで自分でできるか、やってよいか分からない」(35%)、「どこで部品を手に入ればよいか分からない」(31%)が多くなっており、修理方法や部品の入手方法についての情報提供が不十分と言える。

さらに、「部品がオリジナル品のため既成品が使えない」(23%)、「どの部品を使えばよいか分からないことがある」(22%)、「部品・部材がなかなか手に入らない」(20%)なども多く、居住者のメンテナンスに対する意識を普及させるためには、交換部品の長期保有、部品の共通化、メンテナンス情報の提供、メンテナンスしやすい部品・部材の開発が重要である。



一方、メンテナンスを自分たちでやりたい理由は「費用を安く抑えたいので」(85%)が圧倒的に多く、業者にメンテナンスを依頼する場合の不満点は、「作業費・出張費が高い」(61%)、次いで「部品代が高い」(45%)が多くなっている。リフォームと同様、メンテナンスにおいても費用が大きな問題点となっていると言える。

現在の住宅にはできるだけ長く住みたいという世帯が多く、「生涯、現在の住宅に住み続けたい」が80%(前年度75%)を占めており、「メンテナンスに

非常に気を使っている」世帯も62%(そう思う+ややそう思う)と比較的多い。
(7)住宅の長期使用に関し、企業に望むこと

築15年を経過すると、居住者(施主)との関係が希薄になり、居住者が不安や不満を抱いているケースも多い。住宅の長期使用に関し、企業側に望むこと(自由記述意見)としても、「アフターサービスの充実」(43件)「点検・検査の長期化・充実」(33件)などが多くなっている。

建築した住宅メーカーがストック需要を獲得するためには、居住者の満足度が高いことが前提条件であり、点検や連絡・訪問を定期的にこなすと同時に、不具合時の対応を見直す必要がある。また、今後ストックビジネスを展開していくためには、リフォームとメンテナンスの両方における対応が必要である。

したがって、リフォームについては、コストダウンに努めるとともに、居住者の納得感が得られるよう、費用の相場などの情報提供や明細の透明性などに取り組むことが重要である。また、屋根、外壁といった住宅メーカーへのリフォームの依頼が過半であるものであっても、アフターサービスの満足度が低いと、住宅メーカー以外の業者に依頼する傾向があることから、担当者による点検や連絡・訪問の頻度を増やす、単に点検するだけでなくリフォームに関するアドバイスをするなど、アフターサービスの満足度の向上に努めることも重要である。

メンテナンスについては、メンテナンス方法や部品入手方法などのメンテナンスに関する情報を提供するとともに、メンテナンスしやすい部品・部材を普及させることも重要である。また、居住者自身で行える部分と業者に依頼する部分を組み合わせたサービスの提供など、メンテナンスにかかる費用を工夫する選択肢を用意することも考えられる。さらに、担当者による連絡・訪問を増やし、メンテナンス情報を常時提供することによって、居住者のメンテナンス意識を高め、不具合の放置を少なくすることも重要である。

< 本件に関する問い合わせ先 >

経済産業省製造産業局住宅産業窯業建材課

担当 木地本(きじもと)、今井

電話 03-3501-9255(直通)