

2012年7月 No.131号

# Partnership



minitech西日本は不動産のトータルパートナーシップカンパニーを目指します



## 不動産広告の「徒歩圏」は10分まで、 「築浅」は5年までとの認識が最多 Part 1

資料出展:不動産情報サイト事業者連絡協議会「不動産広告に関するアンケート」調査結果

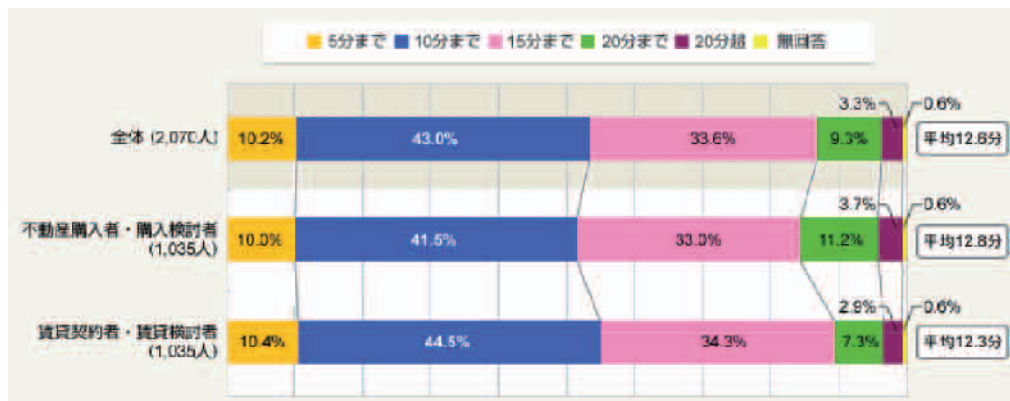
不動産情報サイト事業者連絡協議会（以下RSC）はこのたび、一般消費者向けに実施した「不動産広告に関するアンケート」の調査結果を発表した。不動産広告の様々な表記について、一般消費者の認識（理解）を調査し、今後の広告表記の参考にするために、平成23年9月7～8日に行ったもの。1年以内に不動産を購入・賃貸済、または購入・賃貸を検討中の20歳以上の一般消費者（学生を除く）を対象にインターネットによるアンケート調査を実施し、2,070人（男性903人、女性1,167人）の有効回答を得た。回答者のうち、既購入者は310人（15%）、購入検討者は725人（35%）、既賃貸契約者は310人（15%）、賃貸検討者は725人（35%）で、平均年齢は38.0歳。

### ■「徒歩圏」は「10分」が38.4%で最多、「周辺施設」も31.1%が「10分」と認識

「徒歩圏」とは、駅から住まいまで何分くらいまでを指すと思うかを分単位で聞いたところ、「10分」との回答が最も多く38.4%（男性39.6%、女性37.4%）を占め、平均は12.6分（同12.4分、12.7分）だった。「20分」との回答は、9.0%（同8.2%、9.6%）に留まった。購入・賃貸別に見ると、「16～20分」との回答は、不動産購入者・購入検討者では11.2%、賃貸契約者・賃貸検討者では7.3%と3.9ポイントの開きがあることから、RSCでは「徒歩圏と考える範囲は購入ユーザーの方が広い」と見ている（図1）。

また、「周辺施設（生活利便施設:コンビニ、学校など）」とは、住まいから徒歩何分くらいの範囲を指すと思うかを分単位で聞いたところ、最も多かった回答は「10分」で31.1%（同32.2%、32.6%）を占めた。平均は9.7分（同9.1分、10.2分）と、「駅から住まいまで」より平均2.9分狭くなっている。購入・賃貸別に見ると、不動産購入者・購入検討者では平均10.0分、賃貸契約者・賃貸検討者では平均9.4分となり、「駅から」と同様、購入の方が徒歩圏の範囲は広い」結果となった。（不動産ジャパンより）

図1:「徒歩圏」とは、駅から住まいまで何分くらいまでを指すと思いますか？（購入・賃貸別）



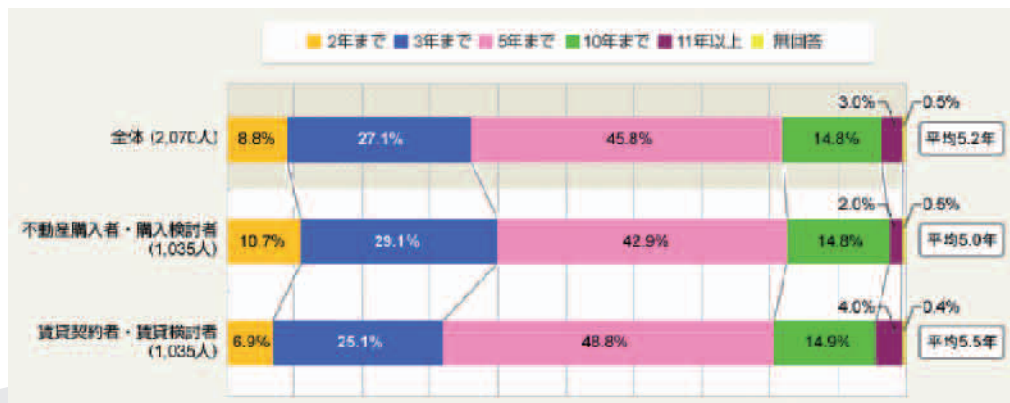
※本アンケートでは「整数」での回答を求めており、グラフでは回答を「範囲」でまとめている

※不動産情報サイト事業者連絡協議会（RSC） 「不動産広告に関するアンケート」調査結果より抜粋

## 不動産広告の「徒歩圏」は10分まで、 「築浅」は5年までとの認識が最多 Part2

■8割超が「築浅物件」は5年までと認識、世帯年収が高い方が短く考える傾向に  
「築浅物件」とは、築何年くらいまでを指すと思うかを年単位で聞いたところ、「5年」との回答が最も多く45.0%（男性43.3%、女性46.4%）、次いで「3年」が27.1%（同28.2%、26.2%）となり、5年までの合計は8割超を占めた（図2）。一方で「20年を超える回答も相当数あり」、平均は5.2年（同5.4年、5.1年）となった。購入・賃貸別に見ると、不動産購入者・購入検討者では平均5.0年、賃貸契約者・賃貸検討者では平均5.5年と「購入の方が『築浅』に対してシビアな結果となった。また、世帯年収別に見ると、300万円未満（268人）の平均5.6年に対し、1,000万円以上1,500万円未満（193人）では平均4.6年となり、RSCでは「年収が高い方が『築浅』を短く考える傾向にある」と見ている。

図2:「築浅物件」とは、築何年くらいまでを指すと思いますか?（購入・賃貸別）



※本アンケートでは「整数」での回答を求めており、グラフでは回答を「範囲」でまとめている  
※不動産情報サイト事業者連絡協議会（RSC）「不動産広告に関するアンケート」調査結果より抜粋

## 「日管協短観」を発表…財団法人日本賃貸住宅管理協会

財団法人日本賃貸住宅管理協会（東京都中央区）は2011年度下期の「日管協短観」を発表した。反響効果、反響数、来客数、賃貸成約件数において、業界判断指数はすべてプラスの値を示した。長井和夫主任相談員は「全体の景況感として、回復基調にあると感じる人が多い」と話した。売上は、賃貸仲介、管理手数料、リフォーム関連等、売買手数料、建築売上、付帯商品のすべての項目で増加。管理手数料とリフォーム関連、付帯商品は「増加」回答が特に多く、家賃が下落する中で周辺事業へとシフトする傾向が顕著に表れた。特に、首都圏・関西圏を除くエリアでは付帯商品の売り上げが「増加」と回答したのは59.3%と、全国の44.6%に比べて高い数値を示した。入居率は全国では上期90.6%から0.4ポイント低下の90.2%。滞納率は7.2%から7.4%に増加した。「雇用状況が引き続き悪いことと、入居者の絶対数が増えていないことが原因に挙げられると思います」（長井氏）。家賃保証会社利用率では、関西圏の下落が特に目立つ。2011年の下期の100%に比べ、88.4%だ。「保証会社を利用できなかったため、滞納に結び付いたという可能性が高いです」（長井氏）。

平均居住期間の調査では、高齢者の6割弱が6年以上の長期入居を行っていることが判明した。一般単身者の70.6%は2～4年。調査対象は同協会協会員で、回答社数は全加盟社1067社中289社。調査方法はインターネットによるアンケート調査。（全国賃貸住宅新聞より）



## 住宅購入者、年代やライフステージで求める 住まいが多様化／リクルート調査

(株)リクルートは5月31日、住宅購入者を対象にインターネットで実施したアンケート調査結果を発表した。調査期間は2012年2月18～21日、調査地域は首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉)。有効回答者数2,938人。住宅購入者に対する調査によると、理想の暮らしのキーワードは、「リラックス・安心感」「好きなものに囲まれた暮らし」「エコ」といった回答が目立った。一方で、理想の暮らしを実現できた購入者の割合は、全体的に低い結果だった。また、新築住宅選びで重視した点では、「利便性や住宅のグレード・安全面」、中古住宅選びでは、「古くても味がある」「DIY等で手を加えられる」といった傾向が見られた。世帯・年齢別で住宅への希望を見ると、独身男性では、20歳代は「中古+リノベーション派」と「高級・ホテルライク新築派」に分かれる傾向が伺えた。40～50歳代は「人との付き合い」「DIY」「住宅のグレード」に対する希望が低下。一方で、「エコ・安心・リラックス」が増加した。独身女性では「通勤に便利」が多い中、40歳代は「気軽に外食を楽しめる」「文化・芸術・教養が身近に感じられる」といった回答が目立った。DINKSでは、20歳代は「ホームパーティを楽しむ」を希望。一方、40歳代は「自然素材などに囲まれたナチュラルな暮らし」を希望し、夫婦や個人の趣味を大切にする傾向が見られた。ファミリー層では、「エネルギーやモノを無駄に使わない」など、経済合理性を重視する傾向が伺えた。併せて、同社が運営する住宅関連ニュースサイト「SUUMOジャーナル」において、過去1年間でユーザーの関心が高かった記事を発表。ユーザーの関心が高いテーマとして、安い家賃やお得な住宅ローン等「お金」にまつわるもの、税制改正や贈与税等の「制度」、太陽光発電やスマートハウスなど「省エネ・エコ」などが挙げられた。同社SUUMO編集長・池本洋一氏は「年代やライフステージで理想の暮らしが異なるため、展示場などでは詳細なターゲットを意識した多様な住まいの選択肢を提示する必要がある。またDIYや賃貸住宅のカスタマイズなど、選択要素を残した住宅がユーザーから求められている」などと話した。

(REportより)

## 重要事項説明に追加事項、宅建業法施行令を一部改正

国土交通省はこのほど、都市再生特別措置法の一部改正を受けて、宅地建物取引業法施行令の一部を改正した。内容は第3条関係で、重要事項説明の追加事項として「退避経路協定、退避施設協定及び管理に係る承継効に関する規定」を盛り込むこととした。都市再生特別措置法の一部改正により、「土地所有者などは、都市再生安全確保計画(大規模な地震が発生した場合の滞在者などの安全確保のために必要な整備計画など)に記載された退避経路・退避施設の整備・管理について市町村長の認可を受けて締結でき、その後の土地所有者などにもその効力が及ぶ(承継効)」ことになったため、今回の宅建業法施行令の一部改正となった。施行日は7月1日。

(住宅新報より)



## CONTENTS

- 1 不動産広告の「徒歩圏」は10分まで、「築浅」は5年までとの認識が最多 Part1
- 2 不動産広告の「徒歩圏」は10分まで、「築浅」は5年までとの認識が最多 Part2/日管協短観
- 3 住宅購入者、年代やライフステージで求める住まいが多様化/重要事項説明に追加事項
- 4 ミニテック西日本京都本社リニューアルのお知らせ

### ミニテック西日本京都本社 リニューアルしました!



ミニテック西日本京都本社のリニューアル工事が、お陰様をもちまして先日ほぼ完了いたしました。工事期間中は何かとご不便をお掛け致しました。今回のリニューアルでは、オーナー様との面談をこれまで以上に大切にする為に、minimini情報センターの併設と併せ、商談、応接スペースも増設致しております。今回のリニューアルを機に更に全社一丸となり一層精励致しますので、今後ともどうぞ宜しくお願い致します。お近くにお越しの際は、お気軽に是非お立ち寄り下さい。



パートナーシップ情報局の担当として長い間お世話になったレオです。とっても残念ですが、今月が最後の担当となりました。いろいろな勉強もできて、とても有意義な時間を過ごす事が出来たのは、応援して下さいましたミニテックのスタッフの皆様やグループの方々、そして何よりも、つたない内容にも拘らず、いろいろなご意見や励ましを頂いたオーナー様のおかげです。これからも、ミニテックやグループをどうぞ宜しくお願いしますね! 本当に有難うございました。また、いつかお会いできる日を楽しみにしています!



発行所 パートナーシップ編集局 TEL 075-253-1332/FAX 075-253-1282

**miniTech**  
west japan

<http://www.minitech.jp/>