

2002年4月18日(木)

株式会社リクルート
住宅ディビジョンカンパニー

竹原 敬二

2001年の新築分譲マンション発売戸数は、過去最高となった2000年に次ぐ水準の供給数で8万9256戸に達しました。また、住宅購入をとりまく環境も、親から子に住宅資金を贈与する際の贈与税額の非課税限度額の拡大(300万円から550万円に)、住宅ローン減税の延長、住宅金融公庫の5年後廃止の決定、など、様々な変化がありました。

こうした変化が、契約者が住宅を購入する時にどのように影響しているのでしょうか。また、契約者はどのような住宅を求めているのでしょうか。

弊社では、契約者の実態をつかむために、2000年より首都圏の新築分譲マンション契約者を対象とした調査を行なっております。今回は、2001年(1月~12月)の契約者動向がまとまりましたので、2000年との比較も含めてご報告いたします。

<< TOPICS >> 住宅ローン減税の効果は減少 贈与税の非課税枠の拡大が住宅購入をあとおし

購入理由として「税制が有利で買い時」を挙げる人は、昨年より12.9ポイント減少(・ 5~7P)

1. 「税制が有利」という回答は2000年の契約者では26.3%いたが、2001年の契約者では13.4%と半減
2. 2001年7月以降の契約者では、「税制が有利」という回答は10%を割り込む

親からの贈与を受けた契約者の割合は、昨年より3.2ポイント増加(・ 8~9P)

3. 親からの贈与がある割合は、2000年の25.1%から2001年は28.3%に増加
4. 贈与を受けた人のローンの平均借入総額は、2665万円。受けていない人の3009万円より、約350万円少ない。

贈与非課税枠の拡大が寄与し、贈与額は昨年より60万円増加(・ 10P)

5. 贈与額の平均は、2000年の499万円から2001年は559万円に増加
6. ボリュームゾーンは2000年の「300~500万円未満」(42.8%)から、2001年は「500~600万円未満」(33.9%)にシフト

<< TREND >>

平均価格は3873万円。広さは80㎡以上が5ポイント増加(・ 16~17P)

7. 平均価格は昨年より50万円下がって3873万円
8. 60~75㎡未満の割合が38.7%から32.5%へ6ポイント減少、代わって80㎡以上は30.1%から35.6%へ5ポイント増加

住まい選びの条件はより多様化。安心・安全面への意識が高まる(・ 18~22P)

9. 増加した重視条件は、「設備・仕様」「耐久性・構造」「周辺環境」「生活環境」
10. 決め手となった物件スペックは「セキュリティの充実」が最も増加。重視条件と共に、安心・安全面への意識が高い
11. 「インターネット対応」「ペット可マンション」など、消費者のライフスタイルの変化に連動した項目も増加

目次

調査概要	3
------	---

<<TOPICS>>

1 購入理由	5
2 住宅減税効果の四半期推移	7
3 親からの贈与の有無	8
4 親からの贈与の有無とローン借入総額	9
5 親からの贈与額	10

<<TREND>>

《年間比較》

1 都心回帰	12
2 他エリアの流入・流出	14
3 物件価格	16
4 専有面積	17

《契約者意識》

5 購入重視条件	18
6 決め手となった物件スペック	20

調査概要

調査目的 ... 首都圏新築分譲マンション契約者の、購入物件・購入行動・購入意識など
購入動向を把握する

調査対象 ... 2000年1月～2001年12月の首都圏新築分譲マンション購入契約者
2000年1月～2001年12月の契約者の確認 **回答票に契約書の添付を依頼**

調査方法 郵送返送法

協力依頼 ... 首都圏各種メディアおよび直接投函等を通して調査対象者へ協力依頼
・一般新聞広告 / タウン誌広告 / 週刊住宅情報(首都圏版) / 電車中吊り広告
/ チラシ広告 / DM / ISIZE / 直接投函等

調査票の送付 ... メディアおよび方法により異なるが、大半は協力意向者に対して
郵送にて送付

調査票の返送 ... 郵送法

集計対象調査期間 ... 2000年1月～2001年12月

集計数 ... 計2万0267名

	調査数
総数	20267名
2001年10～12月契約者	715名
2001年7～9月契約者	1247名
2001年4～6月契約者	2171名
2001年1～3月契約者	2786名
2000年10～12月契約者	3525名
2000年7～9月契約者	3175名
2000年4～6月契約者	3315名
2000年1～3月契約者	3333名

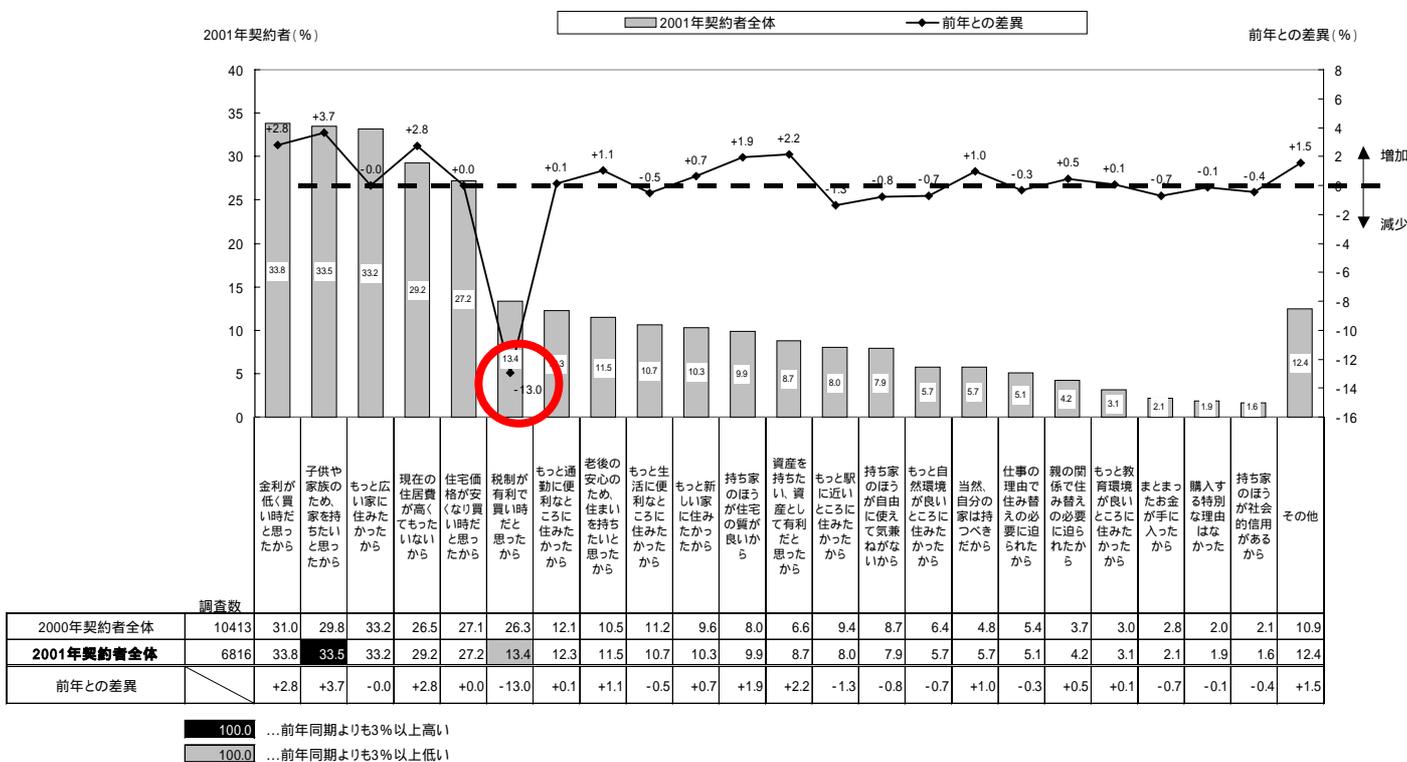
ライフステージについては、
「シングル男性」「シングル女性」「夫婦のみ共働き(DINKS)」「夫婦のみ専業主婦」「第一子小学生未満」「第一子小学生以上」「シニアカップル」と分類した。
「シニアカップル」は、世帯主年齢が50歳以上の夫婦のみ世帯

<< TOPICS >>

住宅関連税制と契約者動向

購入理由として「税制が有利で買い時だと思ったから」という回答を挙げる割合は、2000年の契約者では26.3%に達していたが、**2001年の契約者では13.4%と、大幅に減少した。**

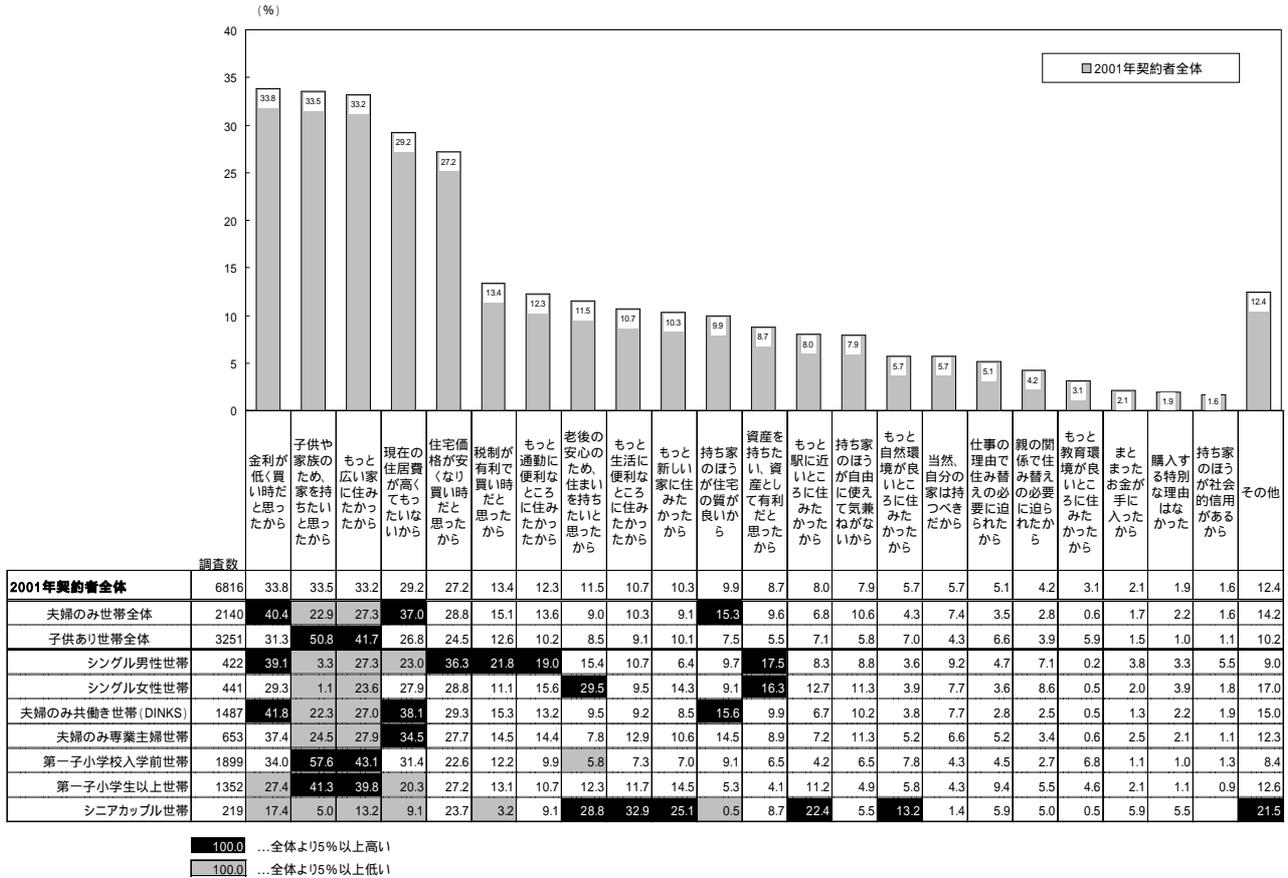
購入理由 (2001年契約者と2000年契約者との差異)



ライフステージ別に見ても、「税制が有利」という回答は**全てのライフステージで減少している**。

特に、新築マンションの主力購入層である**夫婦のみ世帯・第一子小学校入学前世帯において減少幅が大きくなっている**。

購入理由(3つまでの複数回答、2001年契約者)



100.0 ...全体より5%以上高い
100.0 ...全体より5%以上低い

2001年契約者から見た購入理由の増減(2000年契約者との差異)

調査数	金利が低い買ったから	子供や家族のため、家を持ちたいから	もっと広い家に住みたかったから	現在の住居が高くて住みたいなら	住宅価格が安く買ったから	税制が有利だったから	もっと通利なところに住みたかったから	老後のため、住みたいと思ったから	もっと生活に便利になるに住みたかったから	もっと新しい家に住みたかったから	持ち家のほうが良かったから	資産をたいて、産として有利だったから	もっと近いところに住みたかったから	持ち家のほうが自由で気兼ねないから	もっと自然環境がいいところに住みたかったから	当然自分家は持てたから	仕事で住み替えの必要に迫られたから	親の介護が必要に迫られたから	もっと教育環境がいいところに住みたかったから	またお金が入ったから	購入する特別な理由があったから	持ち家のほうが社会的信用があるから	その他	
2001年契約者全体	6816	2.8	3.7	0.0	2.8	0.0	-13.0	0.1	1.1	-0.5	0.7	1.9	2.2	-1.3	-0.8	-0.7	1.0	-0.3	0.5	0.1	-0.7	-0.1	-0.4	1.5
夫婦のみ世帯全体	2140	3.6	0.5	1.2	4.3	-0.5	-17.4	-1.2	0.7	0.9	1.7	4.4	1.9	-0.6	-1.1	-1.6	1.6	0.2	0.3	-0.2	-0.1	0.0	-0.7	2.5
子供あり世帯全体	3251	2.1	8.2	-0.3	1.2	-1.0	-13.2	0.3	1.2	-1.3	0.1	1.4	1.4	-1.3	-0.9	0.1	0.8	-0.4	0.6	0.5	-0.5	-0.2	-0.5	1.3
シングル男性世帯	422	0.3	-1.0	3.2	2.4	2.4	-11.2	1.6	2.3	-0.8	-1.9	1.4	8.3	-1.3	-2.6	0.0	-2.6	1.0	1.2	0.2	-1.2	-0.7	1.1	0.6
シングル女性世帯	441	-0.9	0.3	-1.1	0.9	0.8	-6.3	1.3	2.1	-2.1	4.6	-4.4	2.7	1.4	-1.1	1.1	2.5	1.9	0.6	0.5	-2.6	-0.3	-1.7	0.6
夫婦のみ共働き世帯(DINKS)	1487	5.2	1.6	1.0	4.4	-0.6	-17.2	-1.7	1.2	0.4	1.1	4.3	2.5	-1.1	-1.6	-1.4	2.2	-0.4	0.3	-0.2	-0.4	0.0	-0.4	2.6
夫婦のみ専業主婦世帯	653	0.2	-2.0	1.7	4.0	-0.3	-17.7	-0.1	-0.2	2.1	3.2	4.6	0.5	0.8	-0.1	-2.0	0.2	1.6	0.3	-0.1	0.5	0.0	-1.2	2.1
第一子小学校入学前世帯	1899	3.3	9.5	-0.1	-1.1	-1.0	-14.8	0.6	1.3	-1.8	-0.4	1.7	2.2	-1.4	-0.7	-0.1	0.8	-0.4	-0.2	1.1	-0.1	-0.1	-0.4	0.9
第一子小学生以上世帯	1352	0.1	5.5	-0.8	3.4	-0.7	-11.0	0.0	1.4	-0.3	1.1	0.7	0.3	-0.6	-1.2	0.2	0.7	-0.2	1.7	-0.4	-1.0	-0.3	-0.7	2.2
シニアカップル世帯	219	6.5	-3.2	2.7	2.6	2.4	-5.7	-3.1	4.7	-0.1	3.2	-1.5	1.7	-3.1	2.8	-3.6	-2.2	-2.7	0.9	0.5	-4.4	1.6	-0.7	0.8

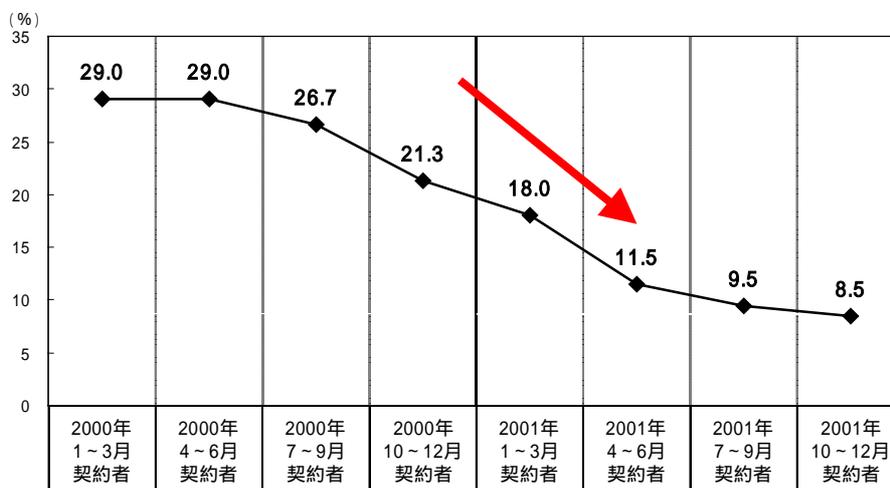
100.0 ...2000年契約者より3%以上高い
100.0 ...2000年契約者より3%以上低い

「税制が有利で買い時」という回答の四半期推移を見たところ、**2001年の4～6月契約者から低下している**。この年の6月末までの入居者に適用された住宅ローン控除の特例措置が影響しているものと考えられる。

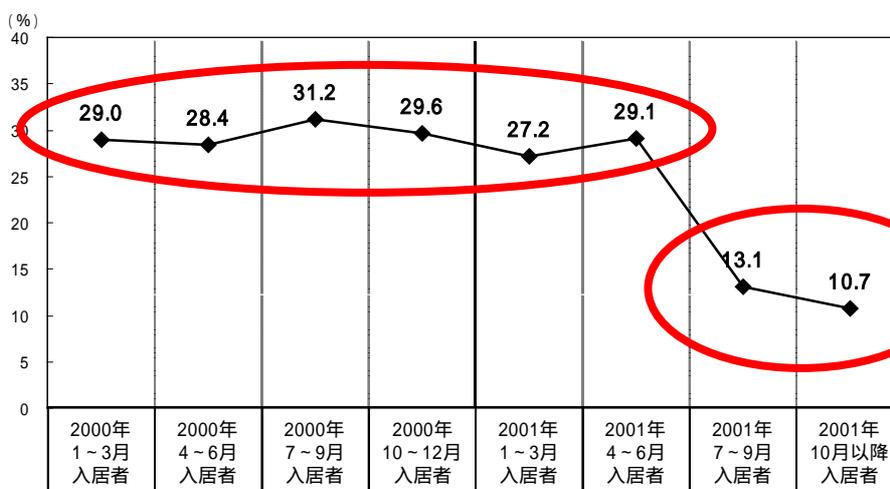
入居時期別に見ると、より顕著に表れている。**2001年7月以降の入居者では、それ以前の高水準から一変して10%台前半の推移となっている**。

特例措置の適用年数が15年から10年に変わったことは、「有利」という意識よりも「期間が短くなった」という意識に近いことが伺われる。

「税制が有利で買い時だと思ったから」四半期推移(契約時期別)



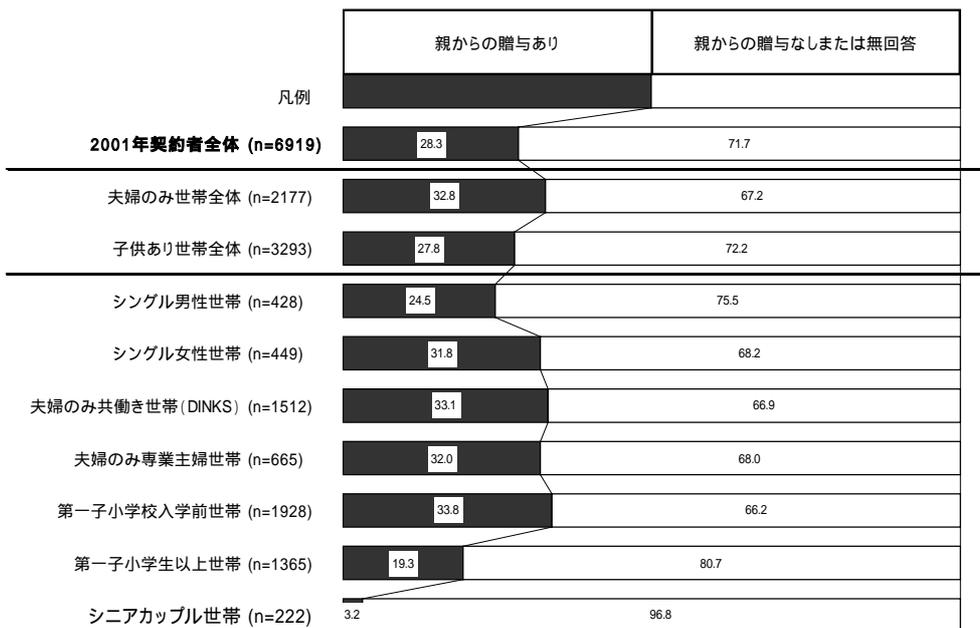
「税制が有利で買い時だと思ったから」四半期推移(入居時期別)



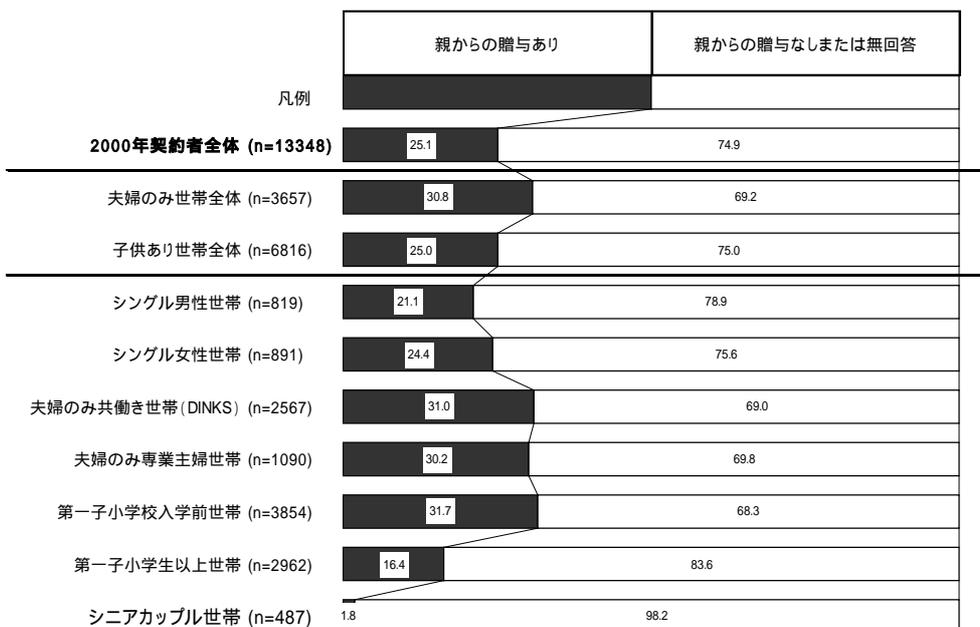
親からの贈与を受ける割合は、2000年契約者の25.1%から2001年の契約者では28.3%に増加した。

ライフステージ別に見ると、主力購入層である夫婦のみ世帯や第一子小学校入学前世帯では、2001年ではほぼ3分の1が贈与を受けている。これらの層でも2000年と比較した場合、全体傾向ほどではないがやや増加している。

親からの贈与(2001年契約者)



親からの贈与(2000年契約者)



贈与を受けた層と受けていない層とで、実際の借入総額にどの程度の差があるかを見たところ、2001年の契約者では贈与を受けていない層で平均3009万円の借入があるのに対して、贈与を受けている層では借入の平均が2665万円と、約350万円低くなっている。また、借入総額の分布も、贈与を受けている層の方が低めにシフトしているのが見て取れる。

2000年と2001年で比較したところ、贈与を受けている層の借入総額は平均で2736万円から2665万円へと、約70万円低くなっているが、贈与を受けていない層では平均借入額は3044万円から3009万円と、35万円しか低くなっていない。

このように、**贈与を受けることで住宅ローンの借入総額をより少なくすることにも繋がっている。**

贈与の有無とローン借入総額(2001年契約者)

	2000万円未満	2000～2500万円未満	2500～3000万円未満	3000～3500万円未満	3500～4000万円未満	4000万円以上	平均(万円)
凡例							
2001年契約者全体 (n=6260)	14.4	17.2	23.5	22.3	11.6	11.0	2908.7
贈与あり (n=1824)	19.2	21.7	26.4	18.2	8.3	6.3	2665.0
贈与なし、または無回答 (n=4436)	12.4	15.3	22.2	24.0	13.0	12.9	3009.1

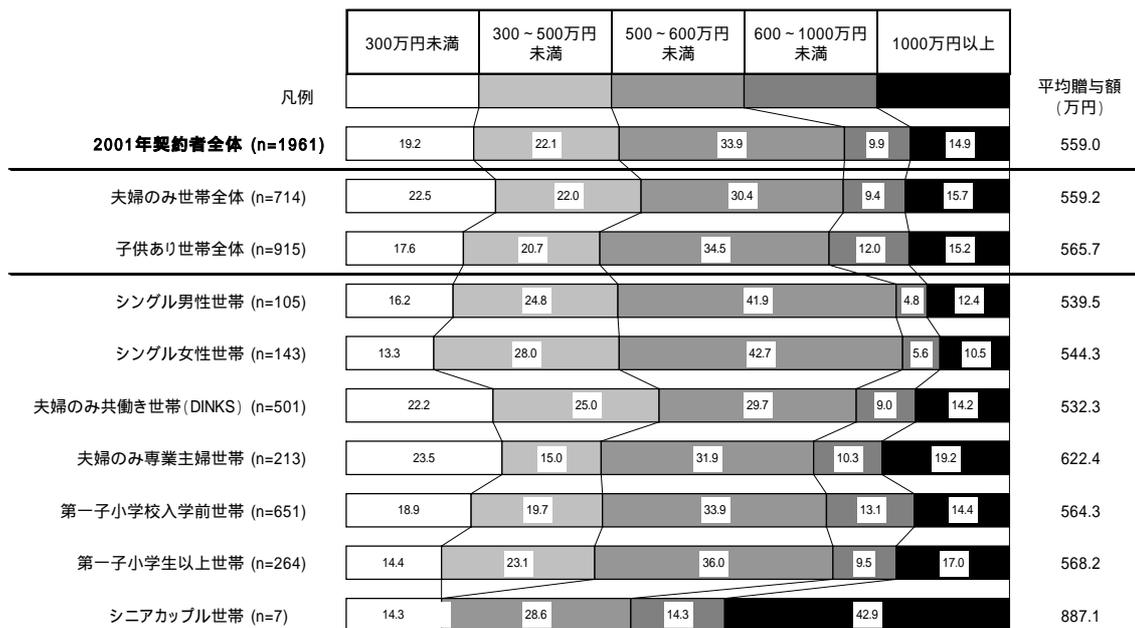
贈与の有無とローン借入総額(2000年契約者)

	2000万円未満	2000～2500万円未満	2500～3000万円未満	3000～3500万円未満	3500～4000万円未満	4000万円以上	平均(万円)
凡例							
2000年契約者全体 (n=7847)	12.3	15.9	23.8	23.1	13.4	11.5	2964.2
贈与あり (n=2029)	16.5	20.6	25.7	20.1	10.3	6.9	2736.4
贈与なし、または無回答 (n=5818)	10.9	14.3	23.1	24.2	14.4	13.1	3044.3

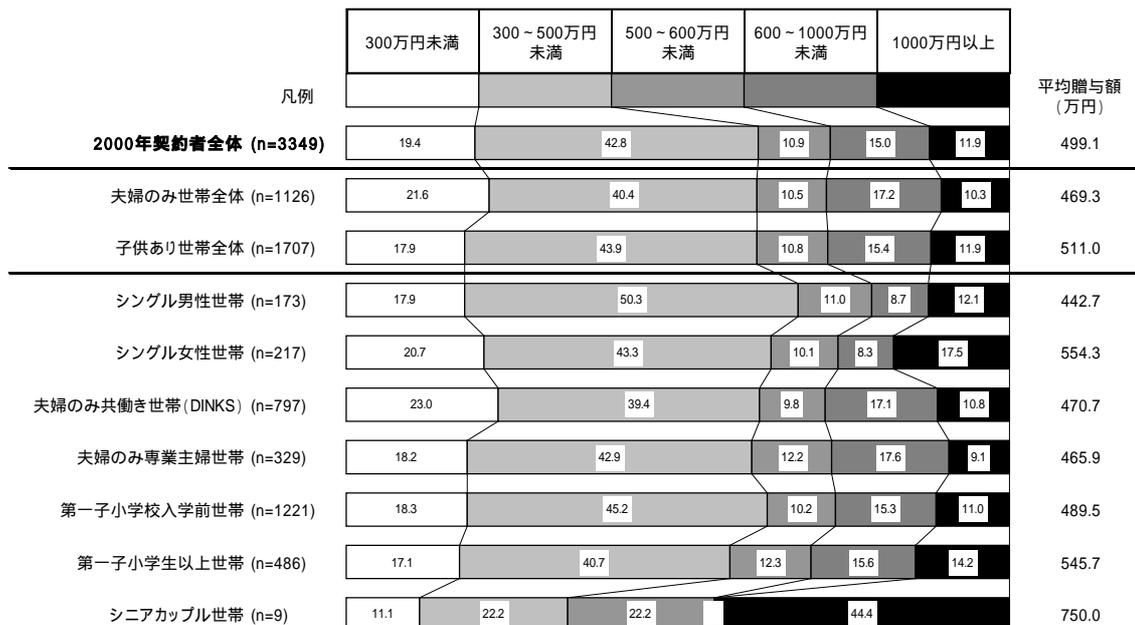
実際にどのくらいの金額を贈与されたかを見たところ、2000年契約者のうち贈与を受けた層では平均が499万円であったが、2001年契約者のうち贈与を受けた層では平均が559万円と、60万円増加した。

また贈与額の割合で見ると、2000年では「300～500万円未満」が贈与全体のうち42.8%で最も多かったが、2001年では「500～600万円未満」が33.9%で最も多くなっている。2001年からの住宅取得資金の贈与に対する非課税枠の拡大措置（300万円から550万円に拡大）が影響していると思われる。

親からの贈与額 (2001年契約者のうち贈与のある人)



親からの贈与額 (2000年契約者のうち贈与のある人)



<< TREND >>

2000年と2001年の契約者動向比較

変化の見られた項目のみ抽出しました。
その他の設問もありますので、必要な方は問合せ先までご連絡ください。

年間比較

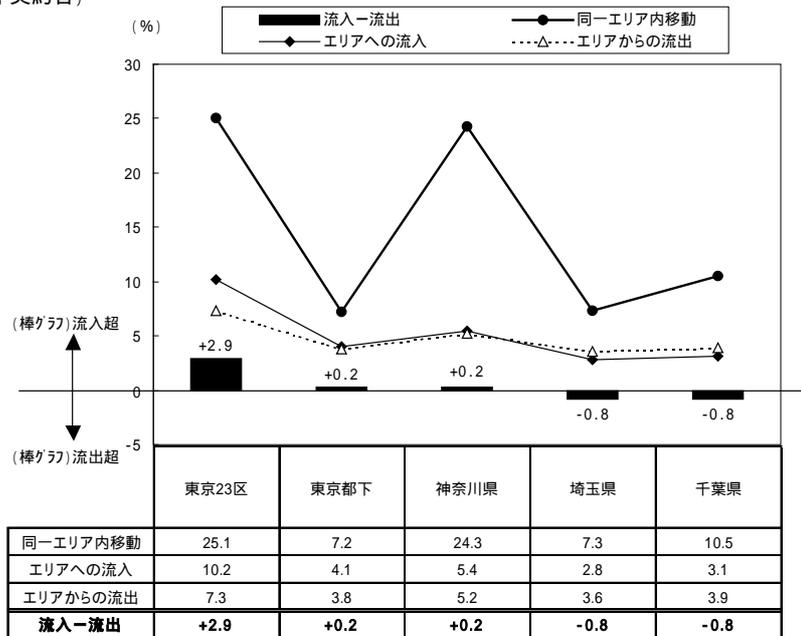
1 都心回帰

首都圏の流入・流出状況は以下のようになっている。

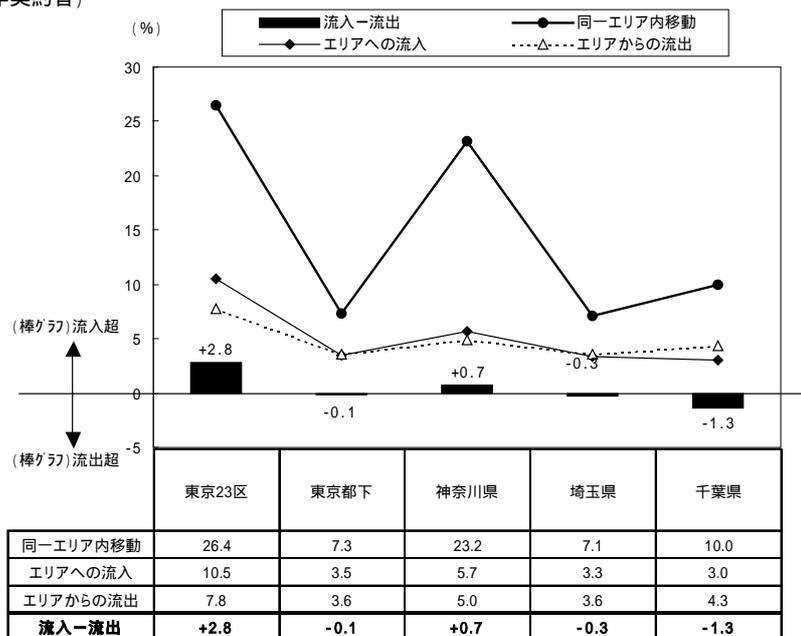
流入超過が一定しているのは東京23区のみ。 埼玉県と千葉県は流出超過。

同一エリア内の移動は東京23区と神奈川県で多く、それぞれほぼ25%前後である。

首都圏の流入 / 流出状況(2001年契約者)



首都圏の流入 / 流出状況(2000年契約者)



年間比較

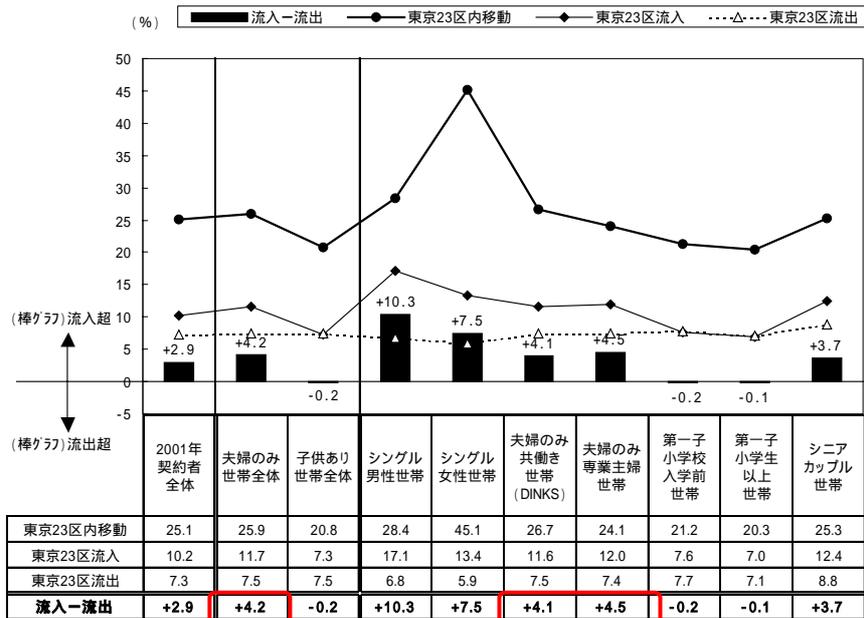
1 都心回帰(2)

東京23区の流入・流出を見たところ、**2000年から2001年にかけては常に流入者が流出者を上回っている(都心回帰)。**

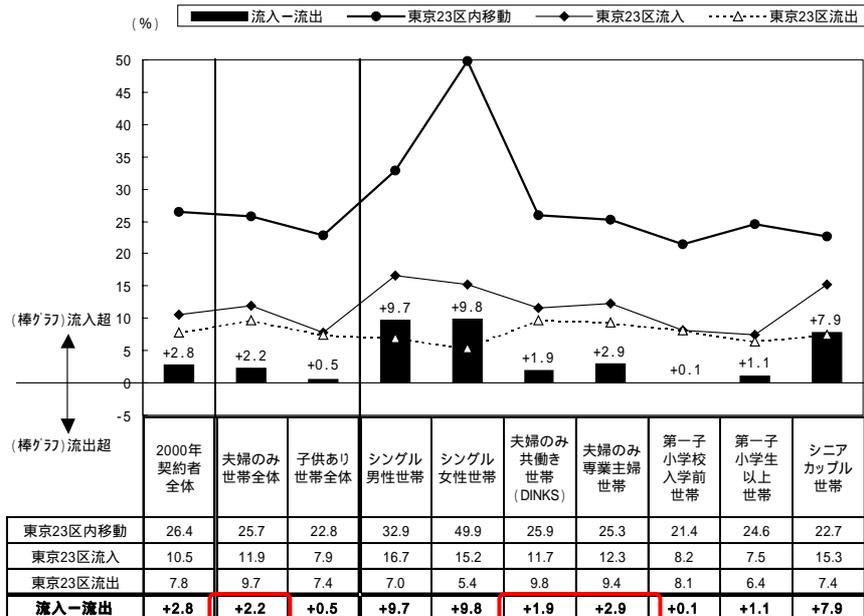
特に、夫婦のみ世帯では、2000年が2.2ポイント流入超過であったのに対して、2001年では流入超過が4.2ポイントとなっており、この層の流入が増加しているのが目立っている。

またシニアカップル世帯では、23区への流入が減少しているものの23区内での移動が増加している。

東京23区のライフステージ別流入/流出状況(2001年契約者)



東京23区のライフステージ別流入/流出状況(2000年契約者)



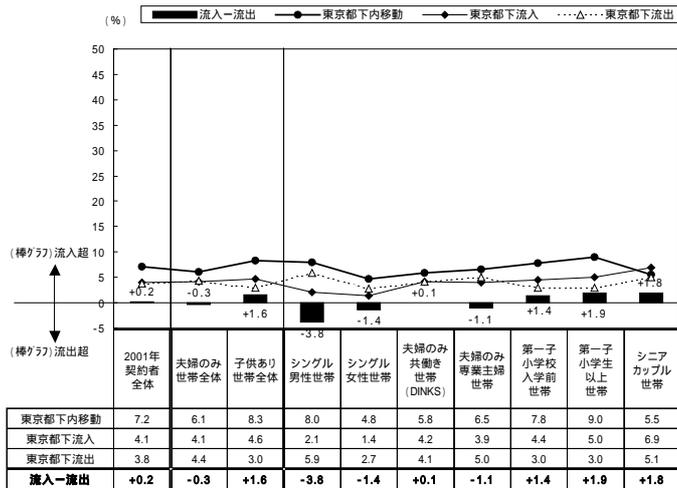
年間比較

2 他エリアの流入・流出

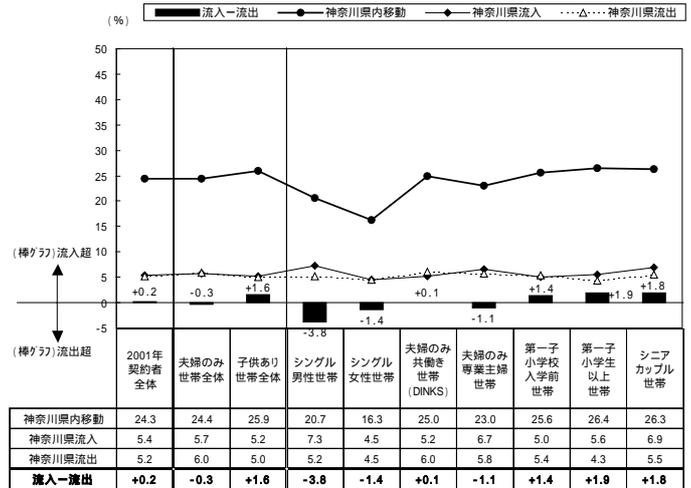
東京都下では、2000年は流出超過だったが、2001年は流入超過に転じた。ただし差は小さい。またシニアカップル世帯の流入超過がやや目立っている。

神奈川県では2000年から2001年にかけては、わずかではあるが流入超過の傾向が続いている。ライフステージ別では、シングル男性世帯の流出超過が増加している。またシニアカップル世帯の流入超過が減少している。ただしシニアカップル世帯の神奈川県内移動は大きく増加している。

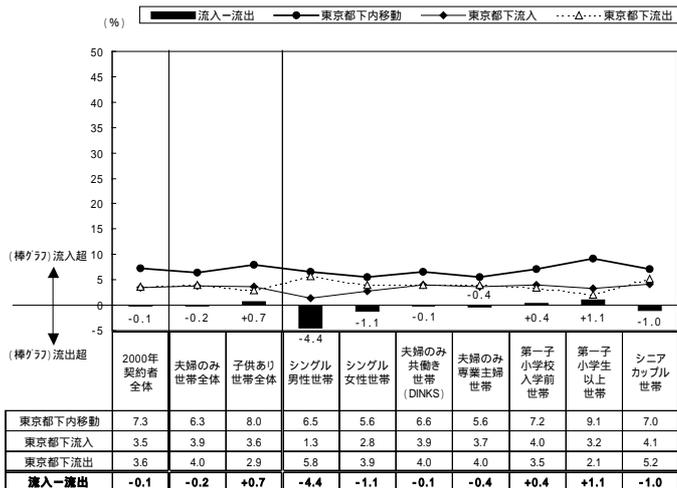
東京都下のライフステージ別流入 / 流出状況 (2001年契約者)



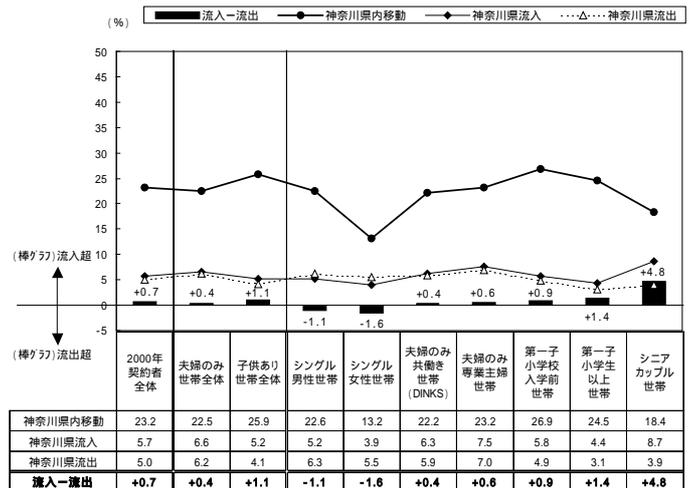
神奈川県のライフステージ別流入 / 流出状況 (2001年契約者)



東京都下のライフステージ別流入 / 流出状況 (2000年契約者)



神奈川県のライフステージ別流入 / 流出状況 (2000年契約者)



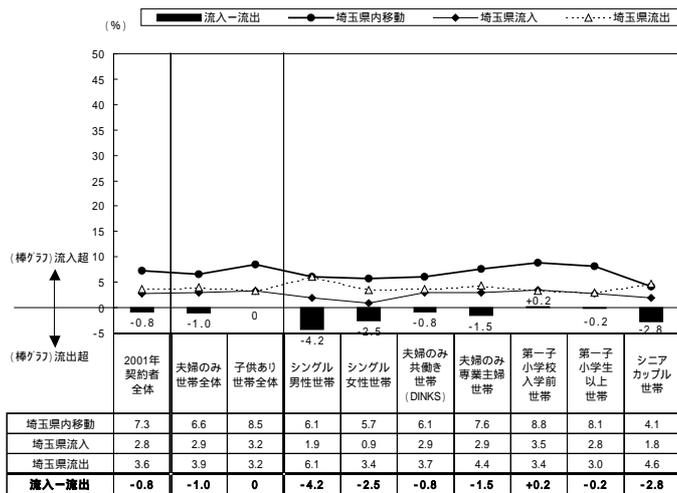
年間比較

2 他エリアの流入・流出(2)

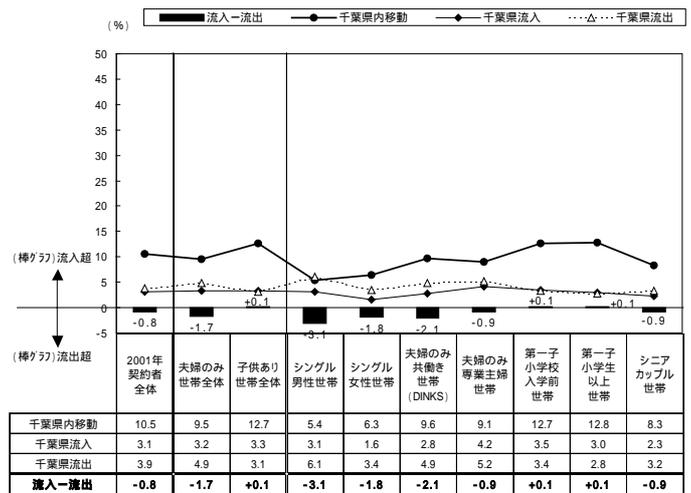
埼玉県では2000年から2001年にかけて流出超過傾向が見られる。ライフステージ別にはシングル男性世帯とシニアカップル世帯での流出超過が増加している。

千葉県では2000年から2001年にかけて流出超過傾向が見られる。ただし、夫婦のみ共働き世帯(DINKS)を除く全てのライフステージにおいて、流出超過の割合が低下している。

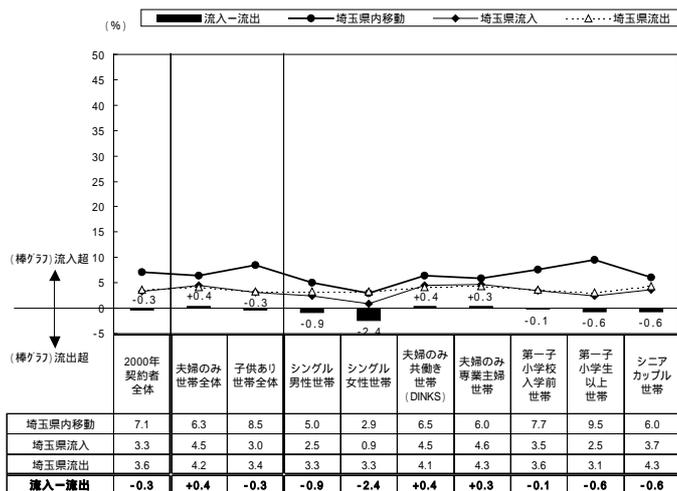
埼玉県のライフステージ別流入/流出状況(2001年契約者)



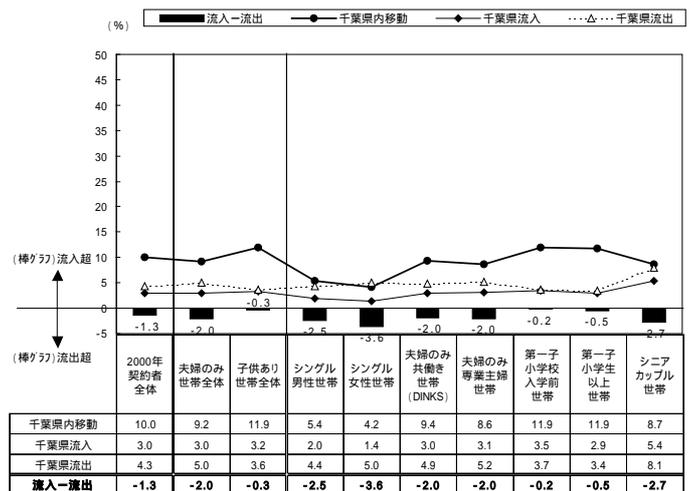
千葉県のライフステージ別流入/流出状況(2001年契約者)



埼玉県のライフステージ別流入/流出状況(2000年契約者)



千葉県のライフステージ別流入/流出状況(2000年契約者)



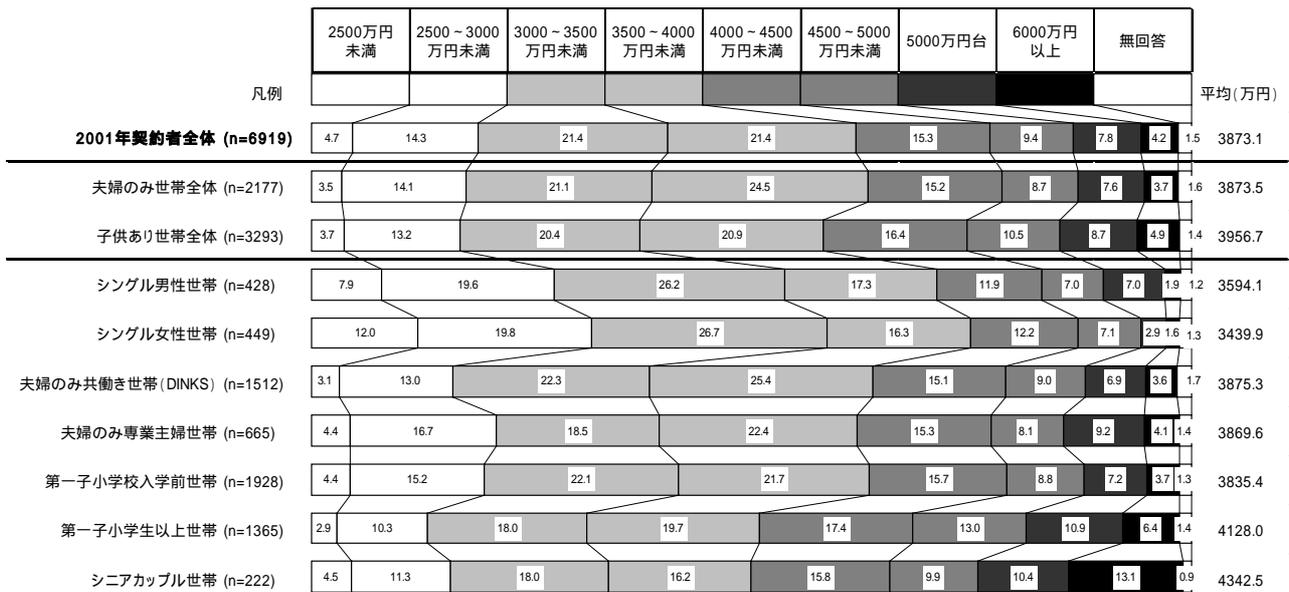
年間比較

3 物件価格

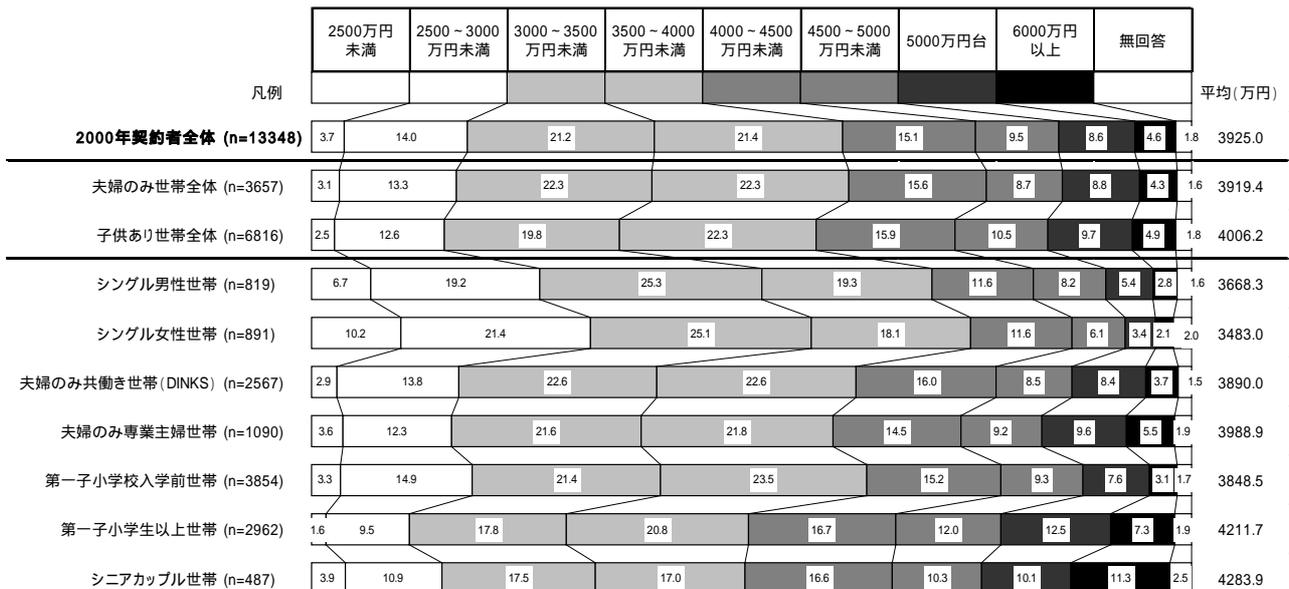
価格の平均を見てみると、2000年の契約者では3925万円なのに対して、2001年では3873万円と約50万円減少しているものの、価格帯別に見る構成比は殆ど変化が見られない。価格はほぼ横ばいと考えられる。

ライフステージ別に見ると、夫婦のみ専業主婦世帯で「2500～3000万円未満」の割合が増加し、「3000～3500万円未満」の割合が減少している。これに伴い、平均も約80万円減少している。

購入物件価格(2001年契約者)



購入物件価格(2000年契約者)



年間比較

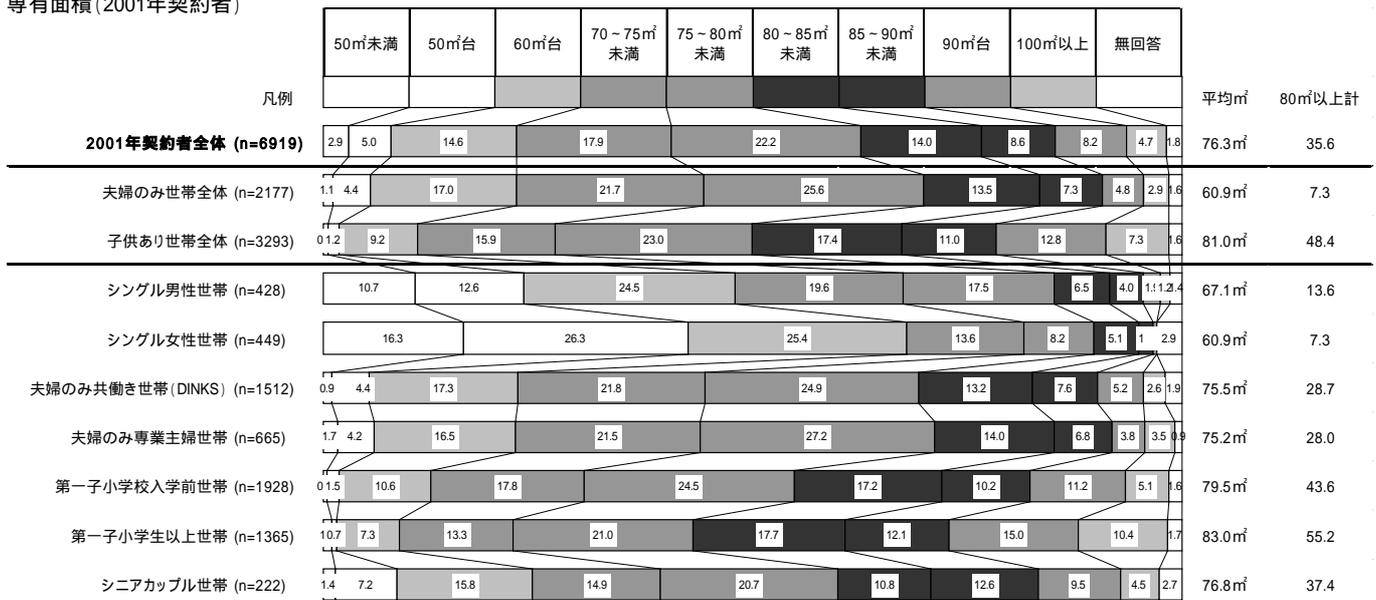
4 専有面積

面積は広がる傾向にある。平均では2000年契約者の75㎡に対して2001年契約者では76.3㎡とわずかな増加であるが、面積帯別に見ると60～75㎡未満の合計が2000年では38.7%あるのに対して2001年では32.5%に減少しており、**80㎡以上の割合は2000年の30.1%から2001年は35.6%まで増加している。**

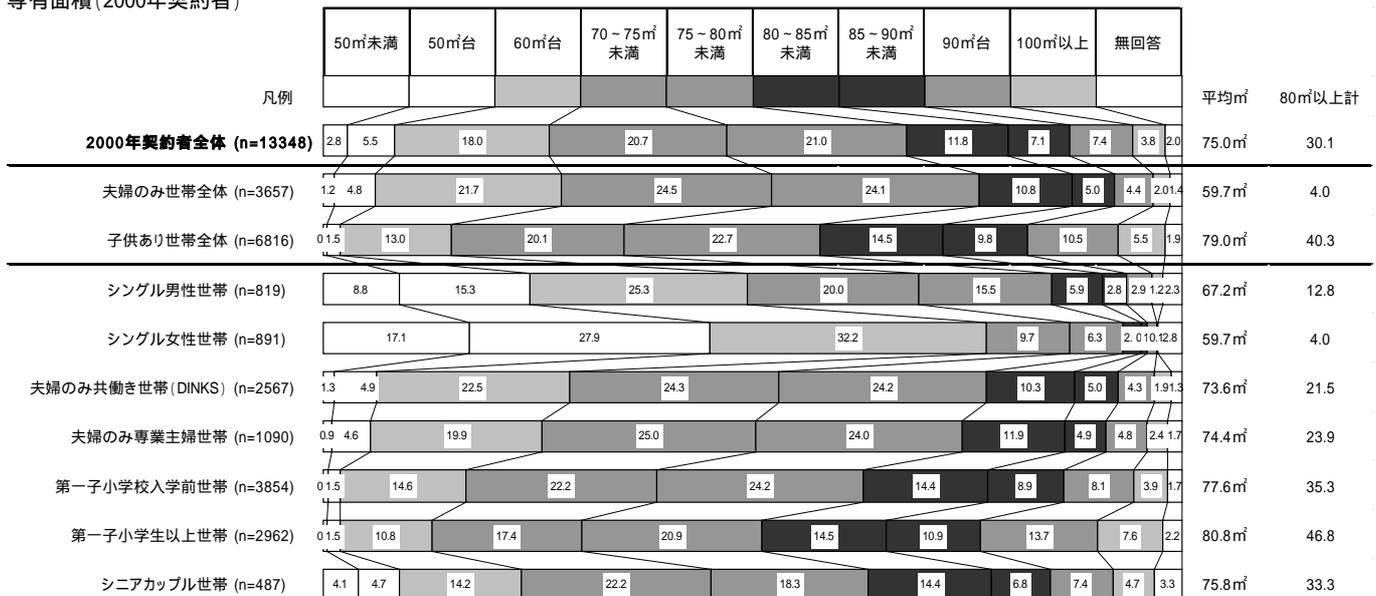
シングル女性世帯でも面積は広がる傾向にあり、特に60㎡台の割合が32.2%から25.4%へと大きく減少している一方で70㎡以上の割合が20%から29.2%に増加している。

第一子が小学生以上の世帯では80㎡以上の割合が2001年で半数を超え、55.2%に達している。

専有面積 (2001年契約者)



専有面積 (2000年契約者)

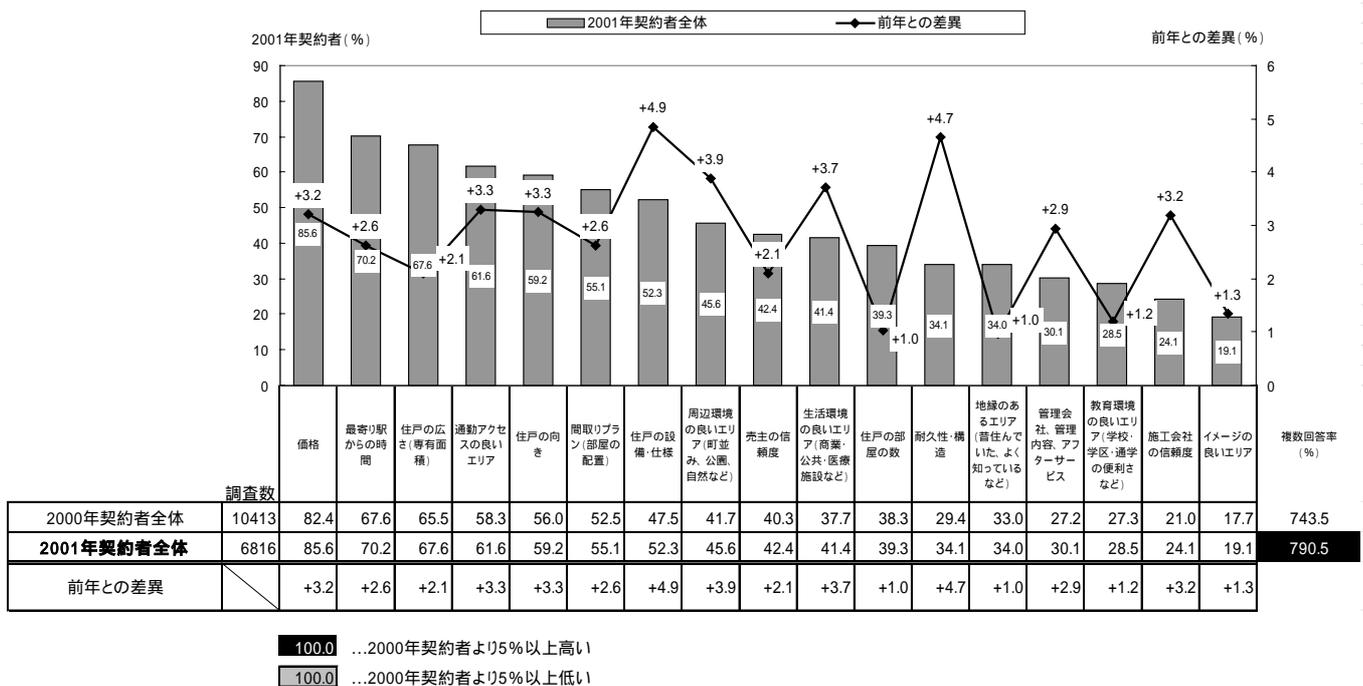


2000年の契約者に対して2001年の契約者はこだわる項目が増えてきている。複数回答率を見ると、購入重視条件として選んだ項目の数が平均7.4個から7.9個に増加していることがわかる。

特に増加の大きい項目は、「住戸の設備・仕様」(+4.9ポイント)、「耐久性・構造」(+4.7ポイント)、「周辺環境の良いエリア」(+3.9ポイント)、「生活環境の良いエリア」(+3.7ポイント)となっている。とりわけ「耐久性・構造」については、ディベロッパー各社が積極的に性能評価書の取得を進めていることもあり、消費者の意識の高まりに繋がったものと考えられる。

全体の重視度としてはまだ低いが、「管理会社、管理内容、アフターサービス」「施工会社の信頼度」という項目も比較的増加している。

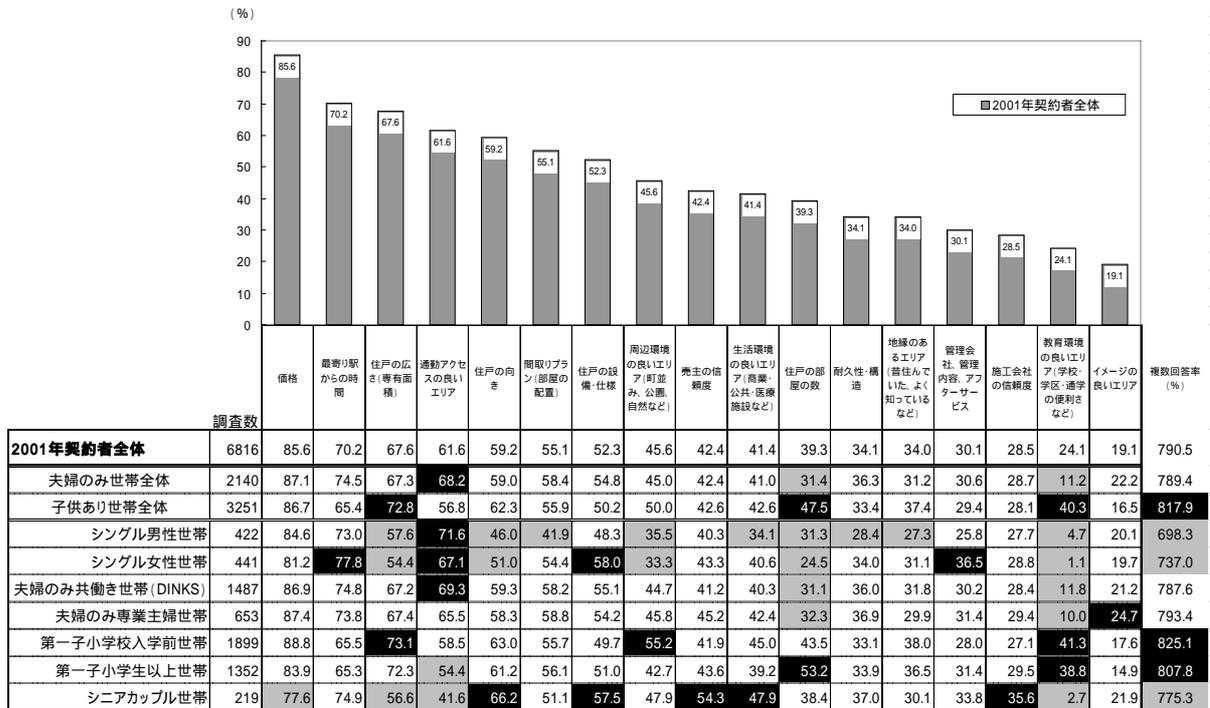
購入重視条件(2001年契約者と2000年契約者との差異)



2001年のライフステージ別の特徴（全体傾向よりも高い項目、2000年に比べ増加した項目）を列挙する。

- シングル男性世帯：全体的にこだわりが少ないが、「通勤アクセス」が高く、2000年と比べても増加。
- シングル女性世帯：「最寄り駅からの時間」「通勤アクセス」「設備・仕様」が高く、2000年と比べても増加。
- 夫婦のみ共働き世帯：「通勤アクセス」が高い。また住戸（向き、間取り、設備、耐久性）・環境（周辺、生活）が2000年と比べて増加、全体傾向と同じレベルに達する。
- 夫婦のみ専業主婦世帯：「イメージの良いエリア」が高く、2000年と比べても増加。
- 第一子小学校入学前世帯：環境（周辺、教育）が高く、2000年と比べても増加。
- 第一子小学生以上世帯：「住戸の部屋数」「教育環境」が高い。
- シニアカップル世帯：住戸（向き、設備）・信頼度（売主、施工会社）・生活環境が高い。「向き」と「売主の信頼度」は2000年と比べても増加している。また「部屋数」が2000年に比べ増加している。

購入重視条件(複数回答、2001年契約者)



100.0 ...全体より5%以上高い
100.0 ...全体より5%以上低い

2001年契約者から見た重視条件の増減(2000年契約者との差異)

調査数	価格	最寄り駅からの時間	住戸の広さ(専有面積)	通勤アクセスの良いエリア	住戸の向き	間取りプラン(部屋の配置)	住戸の設備・仕様	周辺環境の良いエリア(町並み、公園、自然など)	売主の信頼度	生活環境の良いエリア(商業・公共・医療施設など)	住戸の部屋数	耐久性・構造	地味のあるエリア(昔住んでいた、よく知っているなど)	管理会社、管理内容、アフターサービス	施工会社の信頼度	教育環境の良いエリア(学校・学区・通学の便利さなど)	イメージの良いエリア	複数回答率 (%)	
2001年契約者全体	6816	3.2	2.6	2.1	3.3	3.3	2.6	4.9	3.9	2.1	3.7	1.0	4.7	1.0	2.9	1.2	3.2	1.3	47.0
夫婦のみ世帯全体	2140	3.7	4.2	4.3	1.9	4.9	6.1	7.0	4.9	3.1	5.1	0.2	7.0	1.5	4.7	3.5	2.1	3.7	67.9
子供あり世帯全体	3251	3.6	0.3	2.4	2.3	3.2	2.4	3.5	5.9	2.7	3.6	1.6	4.7	2.1	2.7	0.4	6.2	0.4	48.0
シングル男性世帯	422	4.2	6.5	0.5	6.5	4.2	-5.6	4.0	-0.8	1.4	0.9	4.3	2.0	-3.5	1.7	4.1	1.1	-2.3	29.1
シングル女性世帯	441	-1.6	5.3	-2.1	4.4	-1.0	0.2	6.9	-2.3	-2.3	3.1	-1.2	-1.6	-3.6	1.9	-3.1	-0.2	-2.0	0.7
夫婦のみ共働き世帯(DINKS)	1487	3.4	4.5	4.1	2.9	5.4	5.1	6.3	5.9	2.6	6.0	1.0	7.8	1.2	4.5	3.2	2.7	2.6	69.1
夫婦のみ専業主婦世帯	653	4.5	3.8	4.8	-0.1	3.6	8.3	8.4	2.6	4.3	2.9	-1.8	5.3	2.3	5.0	4.0	0.7	6.3	64.9
第一子小学校入学前世帯	1899	4.5	0.9	2.8	3.3	3.7	3.6	4.1	8.7	3.8	5.8	2.8	5.4	2.5	2.8	0.4	8.4	2.2	65.8
第一子小学生以上世帯	1352	2.1	-0.5	1.9	0.8	2.4	0.9	2.8	1.5	1.4	0.3	2.8	3.7	1.5	2.8	0.5	3.4	-2.0	24.4
シニアカップル世帯	219	5.8	4.0	-2.3	5.3	7.8	-1.5	3.4	-0.1	10.6	3.7	9.8	3.3	4.7	1.6	2.9	0.8	5.3	65.0

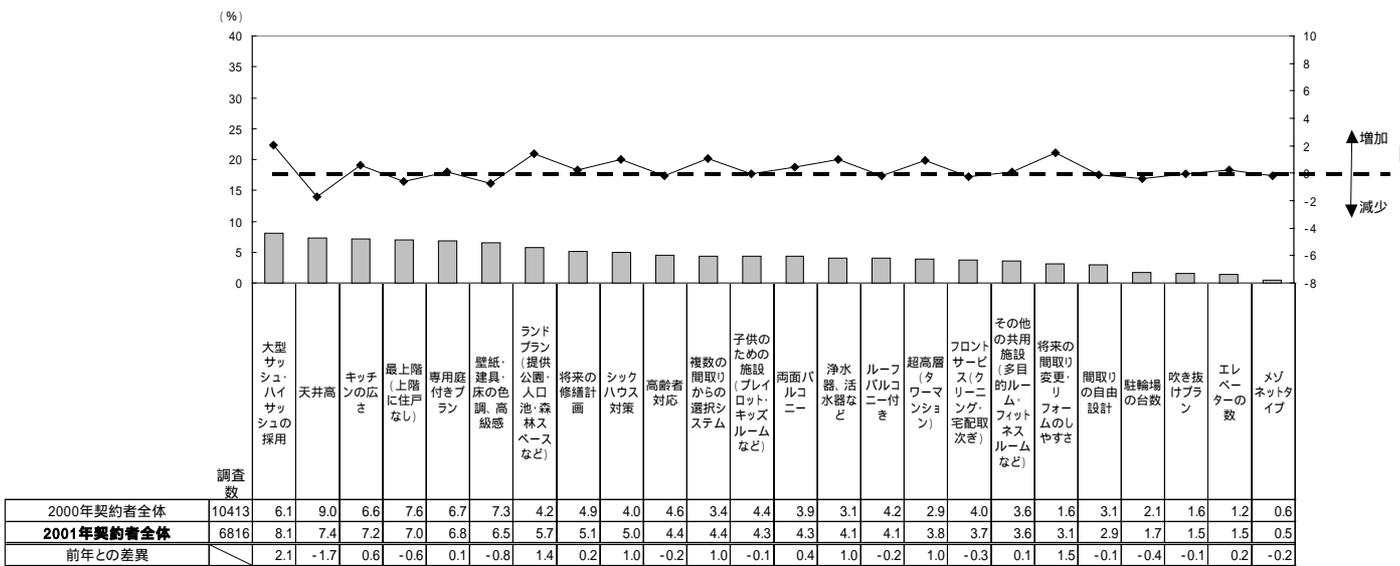
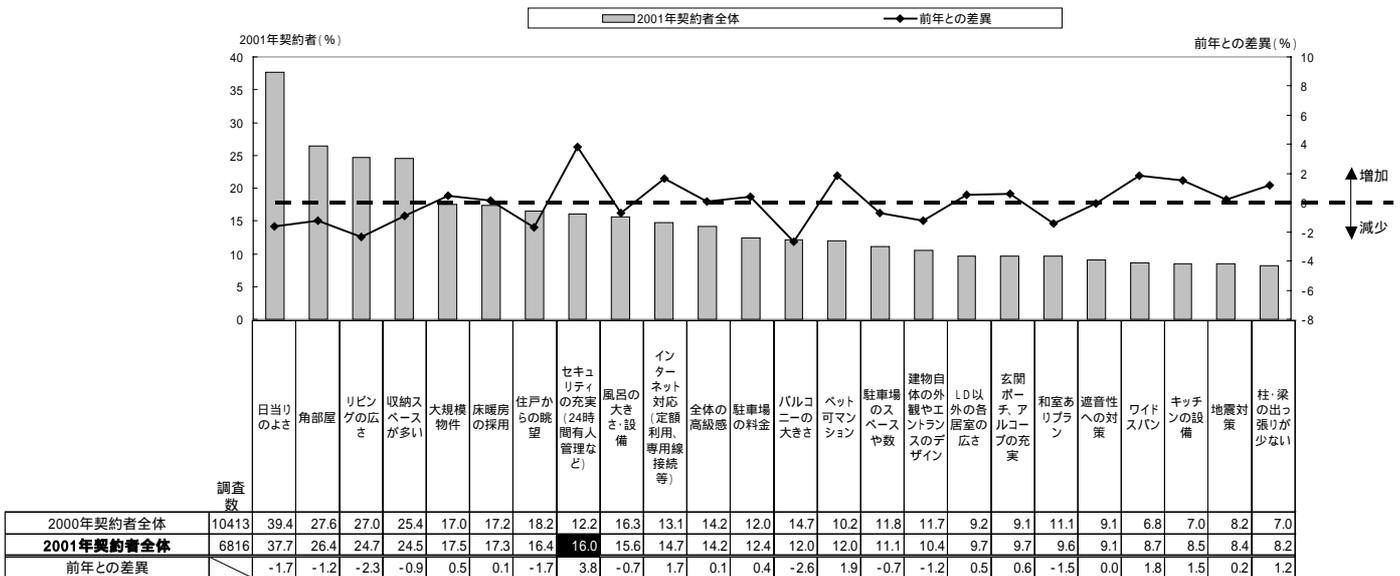
100.0 ...2000年契約者より5%以上高い
100.0 ...2000年契約者より5%以上低い

2000年の契約者と比べ2001年契約者において増加したスペックは、「**セキュリティの充実**」(+3.8ポイント)、「**大型サッシュ・ハイサッシュの採用**」(+2.1ポイント)、「**ペット可マンション**」(+1.9ポイント)、「**ワイドスパン**」(+1.8ポイント)、「**インターネット対応**」(+1.7ポイント)となっている。

決め手として上位に挙げられる「日当たりのよさ」「角部屋」「リビングの広さ」「収納スペースが多い」といったスペックの決め手度は、2000年に比べて減少する傾向にある。

決め手として挙げられる割合はまだ低いが、特徴的な傾向として「**複数の間取りからの選択システム**」「**将来の間取り変更・リフォームのしやすさ**」というスペックが増加している。

決め手となった物件スペック(2001年契約者と2000年契約者との差異)



■100.0 ...2000年契約者よりも3%以上高い
 □100.0 ...2000年契約者よりも3%以上低い

ライフステージ別の特徴を列挙する。

シングル男性世帯：「眺望」「高級感」「外観・デザイン」といった見栄えに繋がる要素が高くなる傾向。
また「インターネット対応」が他に比べて最も高い。

シングル女性世帯：「収納スペース」「床暖房」「セキュリティ」「ペット可」など、実生活に即した要素が高い。

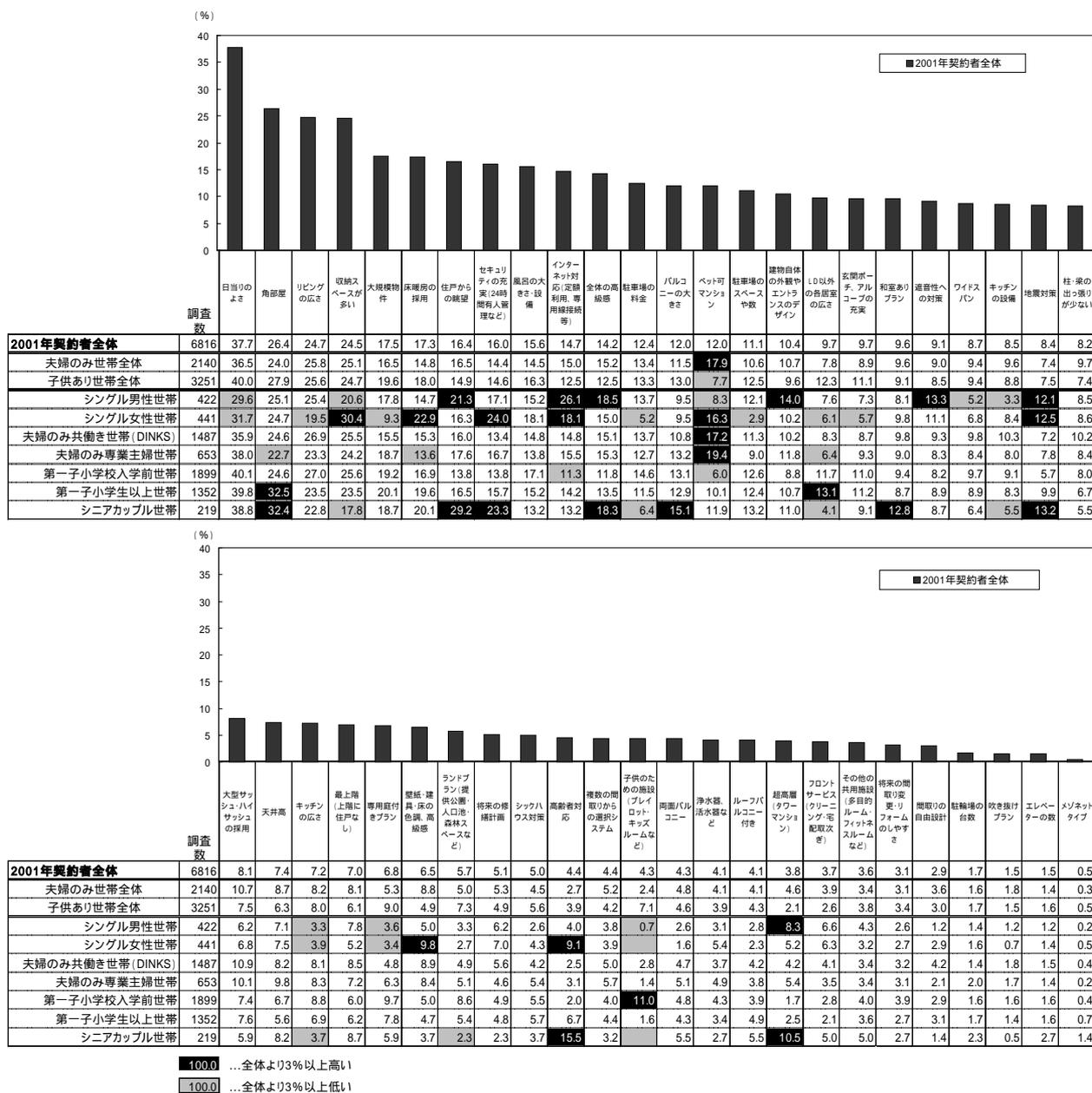
夫婦のみ世帯：「ペット可」が高い。

第一子小学校入学前世代：「日当たり」は4割が決め手に挙げている。他に「子供のための施設」が高い。

第一子小学生以上世代：「角部屋」「LD以外の各居室の広さ」が高い。

シニアカップル世帯：「角部屋」「眺望」「セキュリティ」「高級感」「高齢者対応」といった、ゆとりを感じさせる要素が高い。

決め手となったスペック(5つまでの複数回答、2001年契約者)



購入者意識

6 決め手となった物件スペック(3)

2001年の契約者で増加した「セキュリティ」は、ライフステージを問わず増加している。

「インターネット対応」「超高層」はシングル世帯とシニアカップル世帯で増加している。

2001年契約者から見た決め手となった物件スペックの増減(2000年契約者との差異)

	調査数	日当りのよさ	角部屋	リビングの広さ	収納スペースが多い	大規模物件	床暖房の採用	住戸からの眺望	セキュリティの充実(24時間有人管理など)	風呂の大きさ・設備	インターネット対応(定額利用、専用線接続等)	全体の高級感	駐車場の料金	バルコニーの大きさ	ペット可マンション	駐車場のスペースや数	建物の外観やエントランスのデザイン	LD以外の各居室の広さ	玄関ポーチ、アバルコの充実	和室ありプラン	遮音性への対策	ワイドスパン	キッチンの設備	地震対策	柱・梁の出っ張りがない
2001年契約者全体	6816	-1.7	-1.2	-2.3	-0.9	0.5	0.1	-1.7	3.8	-0.7	1.7	0.1	0.4	-2.6	1.9	-0.7	-1.2	0.5	0.6	-1.5	0.0	1.8	1.5	0.2	1.2
夫婦のみ世帯全体	2140	-1.9	-1.6	-2.4	-0.5	0.3	-1.0	-2.2	3.8	-1.1	0.7	0.1	0.8	-3.6	3.0	-1.4	-1.8	0.8	-0.1	-1.2	0.6	1.4	2.4	0.6	2.2
子供あり世帯全体	3251	-1.4	-1.0	-2.5	-1.2	0.8	1.1	-1.7	3.5	-0.2	0.1	-0.2	-0.6	-2.7	0.6	-0.5	-1.1	1.2	1.1	-1.0	-0.3	2.8	1.6	-0.2	0.2
シングル男性世帯	422	-0.7	-3.1	-3.8	1.0	2.6	-2.2	0.3	6.5	-2.7	9.2	0.8	1.6	-1.2	1.6	0.3	-0.9	0.2	0.6	-3.4	1.5	-1.5	-0.2	2.5	2.5
シングル女性世帯	441	-4.8	-1.5	-0.4	-4.8	-2.2	1.7	-0.5	2.6	2.5	4.7	0.0	3.0	-0.5	3.4	-1.0	-2.4	-0.7	-0.9	-2.3	0.1	0.3	-0.9	0.0	1.8
夫婦のみ専業主婦世帯(DINKS)	1487	-2.5	-1.4	-1.3	-0.7	0.0	-0.8	-1.4	3.1	-1.7	0.6	0.4	1.0	-4.5	3.6	-0.9	-2.6	0.9	-0.3	-0.3	1.1	1.4	2.8	0.9	2.4
夫婦のみ専業主婦世帯	653	-0.6	-2.1	-4.9	0.2	1.0	-1.3	-3.9	5.6	0.3	0.9	-0.6	0.3	-1.3	1.5	-2.7	0.1	0.3	0.3	-3.4	-0.3	1.6	1.4	-0.1	1.9
第一子小学校入学前世帯	1899	-1.0	-1.7	-2.2	-1.7	0.3	0.2	-0.9	4.4	0.9	-0.5	0.5	-0.7	-2.7	0.7	-0.3	-1.5	2.1	0.5	-1.1	-0.3	3.2	1.4	-0.1	1.4
第一子小学生以上世帯	1352	-1.8	0.3	-3.1	-0.7	1.4	2.4	-2.6	2.6	-1.6	1.1	-1.0	-0.6	-2.6	0.6	-0.9	-0.5	0.0	1.9	-1.0	-0.2	2.2	1.7	-0.2	-1.4
シニアカップル世帯	219	-5.9	7.7	4.1	-1.7	2.4	0.1	-1.3	5.0	-3.6	4.8	1.9	-1.3	-0.8	0.3	1.2	0.6	-1.9	3.8	-4.8	-3.6	4.0	-0.5	0.5	0.7

	調査数	大型サッシュ・ハイサッシュの採用	天井高	キッチンの広さ	最上階(上階に住戸なし)	専用庭付きプラン	壁紙・建具・床の色調、高級感	ランドプラン/提案(公園・人口池・森林スペースなど)	将来の修繕計画	シックハウス対策	高齢者対応	複数の間取りからの選択システム	子供のための施設(プレイロックスルームなど)	両面バルコニー	浄水器、水回りなど	ルーフバルコニー付き	超高層(タワマン)	フロントサービス(クリーニング、宅配取次ぎ)	その他の共用施設(多目的ルーム、フィットネスルームなど)	将来の間取り変更・リフォームのしやすさ	間取りの自由設計	駐輪場の台数	吹き抜けプラン	エレベーターの数	メゾネットタイプ
2001年契約者全体	6816	2.1	-1.7	0.6	-0.6	0.1	-0.8	1.4	0.2	1.0	-0.2	1.0	-0.1	0.4	1.0	-0.2	1.0	-0.3	0.1	1.5	-0.1	-0.4	-0.1	0.2	-0.2
夫婦のみ世帯全体	2140	4.3	-0.7	0.5	-0.5	-0.3	-0.1	1.1	0.3	0.8	-0.1	1.0	0.5	1.5	1.0	-0.1	1.2	-1.0	0.2	1.6	0.3	-0.7	-0.2	0.7	-0.3
子供あり世帯全体	3251	1.3	-2.0	1.3	-1.0	0.4	-1.3	2.3	0.1	1.0	0.4	1.3	-0.3	0.3	1.1	-0.1	0.3	-0.4	-0.2	1.5	0.3	-0.6	0.1	0.4	-0.2
シングル男性世帯	422	1.1	-1.0	-0.5	-1.1	-0.6	-0.9	0.1	2.5	0.7	-1.7	-0.4	0.7	-1.4	0.4	-3.1	3.8	0.4	1.6	1.0	-1.5	-2.1	-0.3	0.4	-0.4
シングル女性世帯	441	0.7	-3.7	-1.7	-1.5	0.8	-2.1	-0.3	-0.5	1.0	0.4	0.7	-0.7	1.5	0.1	2.2	0.4	0.6	1.7	-1.4	0.9	0.0	-0.4	0.3	0.3
夫婦のみ専業主婦世帯(DINKS)	1487	4.7	-1.2	0.9	-0.1	-0.6	0.1	1.0	0.8	0.5	-0.2	0.9	0.7	1.3	0.5	-0.5	1.0	-0.8	0.3	1.7	0.5	-0.8	-0.2	0.8	-0.3
夫婦のみ専業主婦世帯	653	3.3	0.3	-0.5	-1.3	0.5	-0.4	1.4	-0.8	1.6	0.0	1.1	0.1	2.0	2.1	0.8	1.6	-1.6	0.0	1.2	-0.3	-0.4	0.0	0.6	-0.2
第一子小学校入学前世帯	1899	0.6	-1.7	1.5	-0.1	0.3	-1.5	2.7	0.3	0.9	0.0	0.8	-0.5	0.4	1.3	0.4	0.3	-0.6	-0.6	1.6	0.6	-0.7	0.0	0.3	0.0
第一子小学生以上世帯	1352	2.3	-2.6	0.9	-2.1	0.3	-1.1	1.5	-0.2	1.1	1.2	1.9	-0.7	0.1	0.7	-0.7	0.2	-0.2	0.4	1.3	0.0	-0.4	0.1	0.5	-0.5
シニアカップル世帯	219	1.4	-3.1	-1.2	0.7	1.6	-0.7	-0.4	-1.6	1.5	-2.3	-1.1	-0.5	0.9	-0.6	1.6	2.3	2.4	1.9	2.5	-3.0	0.8	-1.7	-1.1	1.4

100.0 ...2000年契約者より3%以上高い
 100.0 ...2000年契約者より3%以上低い