

平成21年4月発行!

住宅購入時における「インテリア商品」購入実態

～約900名の住宅購入者にみる、インテリア需要トレンド

A4判 80頁

頒価 63,000円 (税込)

資料の狙い・掲載される情報データ

■住宅購入者907名に「アンケート調査」を実施しました



- 【狙い】住宅購入時における「インテリア」需要の実態
- 【商品】照明・カーテン・家具類…商品別の購入傾向
- 【販売】商品情報収集・購入先・購入時期…販売傾向
- 【会社】5業態・12会社別のインテリア商品販売競争力

『競合実態調査・勝因敗因分析 2009』の別冊資料

- ・インターネット調査によるインテリア需要の実態を分析
- ・実際の住宅購入者907名のインテリア購入動向を詳細分析
- ・購入商品、購入金額、情報収集、購入先、購入理由、購入時期
購入後の満足度、追加購入の意向…幅広い視点から分析
- ・住宅メーカー12社ほかビルダー、工務店、建売、マンション
など、業態別・会社別のインテリア販売競争力を分析

- 最近の住宅購入者のインテリア購入実態を分析
- 住宅会社におけるインテリア商品販売戦略とは
- インテリアの販売拡大で「単価」「利益」アップ!

JSK 株式会社 住宅産業研究所

資料申込書

お申込みありがとうございます。必要事項ご記入の上、下記へFAXして下さい。

FAX 06-6365-5870

資料名		個数
①『インテリア購入実態』資料	63,000円 (税込) ※TACT 会員 56,700円	冊
②『インテリア購入実態』DVD	35,000円 (税込) ※TACT 会員 30,000円	本
①+② (資料+DVDセット)	78,000円 (税込) ※TACT 会員 71,700円	セット
御住所	〒	
御社名	T E L	
所属・役職	F A X	
御氏名	T A C T 会員	No.(-)
支払予定日	平成 20 年 月 日	振込銀行 みずほ・三井住友・三菱東京UFJ

お問合せ先

(株)住宅産業研究所 〒160-0022 東京都新宿区新宿 2-3-11 御苑前 311ビル

●申込み・資料発送・ご入金等のお問い合わせ 03-3358-1407 乗川

●資料内容に関するお問い合わせ(関西支社) 06-6365-5831 脇田 (H)

ご記入いただきました個人情報は、今後、商品、請求書の発送、各種サービスのご案内などをお届けするために使用いたします。また、弊社ホームページに掲載の「個人情報保護方針」に従い、適切に管理いたします。ご登録情報は、調査資料の発送など外部業者へ預託することもあり、予めご了承ください。また、ご記入いただいたご本人には、ご自身の個人情報の開示請求、間違いがある場合は訂正、削除を求める権利があります。当社の個人情報保護に関するお問い合わせ、ご相談、及びご要望などありましたら、総務課の個人情報取扱窓口までご連絡をお願いします。

〒160-0022 東京都新宿区新宿 2-3-11 TEL03-3358-1407 FAX03-3358-1429

Eメール tact@tact-jsk.co.jp

調査概要

- ①調査主体 : 株式会社 住宅産業研究所
②調査方法 : インターネットリサーチ
③実施機関 : 株式会社 マクロミル
④実施期間 : 2008年12月26日(金)～2009年1月8日(木)
⑤有効サンプル数 : 907人
⑥サンプル条件
●最近、【注文住宅を新築、または建替えをした人】 【建売住宅を購入した人】
【分譲マンションを購入した人】
●2社以上の会社から見積もりをとった人
●【注文住宅/主要指定12社525人】(積水ハウス52人、大和ハウス52人、積水化学52人、ミサワホーム52人、パナホーム47人、住友林業52人、旭化成50人、三井ホーム52人、トヨタホーム19人、エスバイエル22人、一条工務店37人、タマホーム38人)
【注文住宅/地元ビルダー103人】 【注文住宅/地元工務店73人】
【建売購入103人】 【分譲マンション103人】 【合計907人】
⑦上記サンプルに対して、「インテリア商品」関連の購入動向をアンケート調査(調査票参照)

収録内容の詳細・目次

I. 調査結果の概要

- 1) 調査概要
調査の目的、項目、対象、時期、方法、条件
インテリア質問票(全11項目、22商品)
- 2) サンプル属性
回答世帯の属性主要項目(年齢、年収、面積…)
- 3) 調査結果の主なポイント
平均額、購入品目、地域、インテリア重視度
- 4) 住宅投資ベースで見た消費効果
インテリア市場推定(商品購入額等)

II. インテリア商品購入～9つのテーマ分析

- 1) 購入商品 ～実際に何を買ったのか
- 2) 予算と総額 ～いくら費用をかけたのか
- 3) 商品別の価格帯分布 ～いくらで買ったのか
- 4) 情報収集 ～どこで情報を集めたのか
- 5) 購入方法 ～どこで(誰から)買ったのか
- 6) 購入理由 ～なぜ買ったのか
- 7) 購入時期 ～いつ買ったのか
- 8) 満足度 ～購入した結果はどうか
- 9) 追加の購入意向 ～今後、何を買おうと思うか

III. 業態別、会社別個表

- 1) 住宅メーカー(12社平均データ)
- 2) 地元ビルダー
- 3) 地元工務店
- 4) 建売分譲
- 5) 分譲マンション
- 6) 住宅メーカー(12社個別データ)
積水ハウス、大和ハウス、積水化学
ミサワホーム、住友林業、パナホーム
旭化成ホームズ、三井ホーム、トヨタホーム
エスバイエル、一条工務店、タマホーム

IV. 調査データ一覧表

■調査結果の主なポイント(抜粋)

- 商品別購入トップ3
照明85%、カーテン83%、エアコン69%
- 平均購入金額
予定価格110万円 ⇒ 購入価格132万円
会社別最高225万円(A社)、最低82万円(T社)
- 購入先
専門店30%、住宅会社系28%、量販店23%…

調査票(質問項目)

■インテリア商品の購入についてお聞きします

- 質問 1) 住宅購入に際して、合わせて購入したインテリア商品は? ⇒※1
質問 2) 購入したインテリア商品の価格(単価)はいくらですか?
質問 3) インテリア商品購入の予算・合計金額はいくらですか?
質問 4) 住宅購入計画において、インテリア費用を意識していましたか?
質問 5) 購入したインテリア商品の、情報収集手段は? ⇒※2
質問 6) 上記のうちで、最も参考になった情報収集手段は?
質問 7) 購入したインテリア商品を、どこで(誰から)買いましたか? ⇒※3
質問 8) 上記の購入先で、購入した理由は何ですか?
質問 9) 購入したインテリア商品を、いつの時点で購入しましたか? ⇒※4
質問 10) 購入したインテリア商品について、満足度はいかがですか?
質問 11) 現在、追加購入を考えているインテリア商品はありますか?

■調査票の詳細1

※1【商品別・全23項目】

照明、カーテン、敷物、応接セット
リビングボード、ホームシアター、大型テレビ
観葉植物、ダイニングセット、食器棚、ベッド
ふとん、たんす、書棚、机、システム家具
絵画掛軸等、仏壇、ペット設備、エアコン
防犯設備、その他家具

※2【情報手段・全20項目】

インテリア雑誌、住宅情報誌、インターネット
通販、住宅会社系(モデルハウス、営業担当、設計、インテリア、工事、アフター、インテリアフェア)、百貨店、専門ショールーム、ホームセンター、リサイクルショップ、商業店舗、知人…

■調査票の詳細2

※3【購入先・全13項目】

住宅会社系(営業担当、設計、インテリア、工事、アフター、フェア)
百貨店、専門ショールーム
ホームセンター
リサイクルショップ、通販
インターネット

※4【購入時期・全10項目】

契約前、本体契約含む
契約～着工、着工～完成
引き渡し後(1ヵ月、2ヵ月
3ヵ月、6ヵ月、1年、1年～)

★インテリアセミナー「DVD」もご用意

■資料発刊に先立ち開催しました「インテリア実態調査速報セミナー」の様相を収録

【第一部：全体分析】

- ・アンケート調査概要説明
- ・全体傾向、業態別・会社別の分析、ほか

【第二部：商談対応】

- ・インテリア担当の接客術
- ・プロの手法紹介

※ベテランICのインタビュー中心に紹介

