

平成20年4月14日
経済産業省

平成19年度住宅・住宅設備に関するCSアンケート調査結果

経済産業省は、住宅及び住宅設備（システムキッチン）について、消費者が求めている性能・サービス等に対する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. 平成19年12月時点で、引き渡し後2年程度経過した一戸建住宅及び使用後1年程度経過したシステムキッチンについて、その満足度の調査を実施したところ、住宅及びシステムキッチンの総合的な満足度の評価点はそれぞれ83.6（前年度83.4）、73.9であった。
2. 調査対象とした住宅メーカーの住宅に関する傾向では、オール電化対応の住宅が増加し、過半数を超えた（昨年度48% → 今年度56%）。また、隣室間及び上下階の遮音性がここ数年、極めて低い評価で推移しており、今後、CS向上のための企業努力が期待されるところである。
3. システムキッチンについては、購入のきっかけの過半数がリフォームである（54%）。また、今後受けたいと思うサービスは「補修部品、パーツの提供」が最も多く、「有料でも受けたい」が50%を占め、消費者の住宅を長く使用しようとする意図や手入れに対する積極的な姿勢がうかがえる。

【別添】平成19年度住宅・住宅設備に関する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：原、木地本
電話：03-3501-9255（直通）

平成20年 4月14日
経 済 産 業 省

「平成19年度住宅・住宅設備に関するCSアンケート調査結果」の概要

1. 調査の目的

我が国の住宅に求められるものが量的充足から質的充足に変化し、少子高齢化や環境制約の高まりなどの環境の変化等からその求められる質自体も多様化している中、住宅及び主要住宅設備について、消費者が求めている性能等に対する期待と実際の満足度（顧客満足度＝Customer Satisfaction＝CS）を把握し、その中から問題点を抽出する。これにより消費者の満足が得られる住宅等を供給する上で必要となる住宅産業施策を展開する上での基礎資料を得ることを目的とする。

住宅に関するCS調査は昭和48年より実施し、調査の分析結果は住宅メーカー各社のCS向上等に貢献しているところである。なお、住宅設備に関する調査については、住宅建築に際して特に重視される項目の一つとして、システムバス・ユニットバスを昨年度までの4年間対象としてきたが、傾向が把握できてきたこと、またシステムキッチンも住宅建築に際して特に重視される項目の一つであること等から、平成19年度調査より対象をシステムキッチンに変更した。

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

- ① 住宅メーカーが供給した一戸建住宅であって、平成17年10月～12月までの3ヶ月間に竣工した住宅に居住している消費者の中から無作為に抽出した4,000名
- ② 住宅設備メーカーが供給したシステムキッチンを使用する消費者であって、使用開始より1年程度経過した人の中から無作為に抽出した1,000名

(3) 調査方法

アンケート調査票を郵送、回収

<回収率>

住 宅 : 53.0% (前年度53.4%)

システムキッチン : 53.1%

(4) 調査時期

平成19年12月

3. 調査結果の概要

<住宅>

(1) 居住者の概要

- ① 家族構成は、「夫婦のみ」が16%、「親と子供」が58%で、単世帯が74%（前年度73%）を占め、一戸当たりの平均居住者数は、3.7人（前年度同）である。
- ② 建築又は購入時の世帯主の平均年齢は、46.1歳（前年度46.0歳）である。
- ③ 65歳以上の高齢者が同居している世帯は全体の30%（前年度29%）である。

(2) 住宅の概要

- ① 平均延べ床面積は142㎡（前年度143㎡）、平均部屋数は5.9部屋（前年度同）である。
- ② 住宅の平均購入額（土地代、外構工事費及び消費税は除く）は、3,012万円（前年度2,967万円）、1㎡当たり単価は22.2万円（前年度21.6万円）である。

(3) 現在の住宅を購入した動機

住宅を選んだ理由は、「大手メーカーだから安心」が75%（前年度77%）、「優れた耐震性」は69%（前年度64%）、「耐久性、高断熱、高気密など優れた品質性能」65%（前年度66%）、「営業担当者の説明、企画提案、知識に納得できた」56%（前年度55%）となっており、前年度同様会社に対する安心感、品質の良さ、営業担当者の対応が重要なポイントであると同時に、近年の震災の多さから耐震性への関心が高くなっていると言える。

また、住宅を建築する際に、大手住宅会社以外の地域の住宅会社や工務店で建築することを検討した人は29%で、前年度（33%）より減少しているものの、㎡単価別で見ると、30万円以上を除き、㎡単価が低いボリュームゾーンほど検討した人の割合が多い。

(4) 契約から着工までと着工から完成までの住宅メーカーの対応

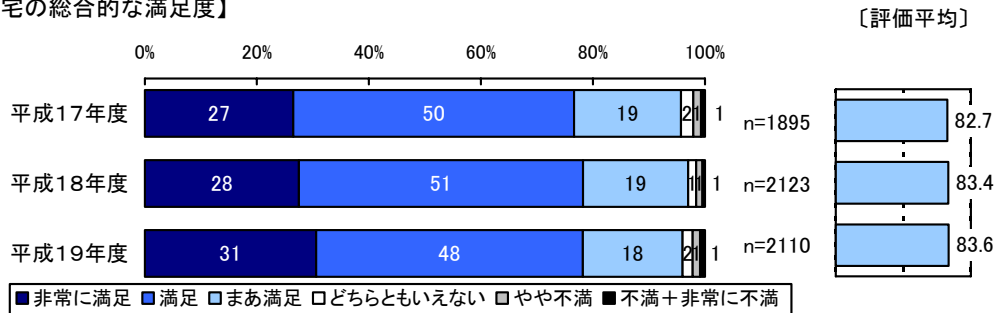
- ① 契約から着工までの住宅メーカーの対応の満足度は、「満足」60%（前年度57%）「まあ満足」35%（前年度38%）の合計で95%が満足し、高い評価を得ている。
- ② 着工から完成までの住宅メーカーの対応の満足度も、契約から着工までの対応

の満足度と同様、「満足」58%（前年度54%）「まあ満足」37%（前年度40%）の合計で95%が満足し、高い評価を得ている。なお、工事期間の遅れが発生したのは4%で、前年度（6%）より減少している。

(5) 総合的な満足度と住宅の重視度

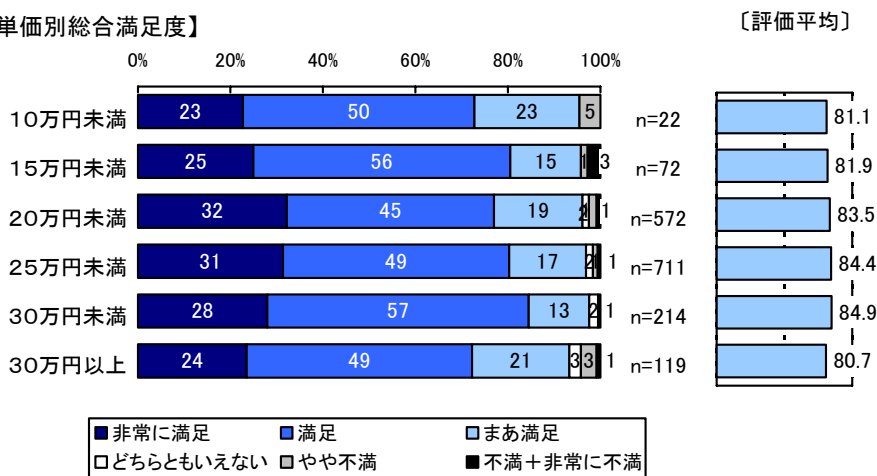
① 総合満足度は、「非常に満足」「満足」「まあ満足」の合計で97%が満足し、昨年度同様多くの消費者から満足を得ている。

【住宅の総合的な満足度】



m²単価別での総合満足度は、単価が低ければ満足度が低くなるものの、単価が高ければ満足度が高くなるわけでもない。これは、m²単価が高くなるとオーナーの期待も高くなっていることが背景にあると考えられる。

【m²単価別総合満足度】



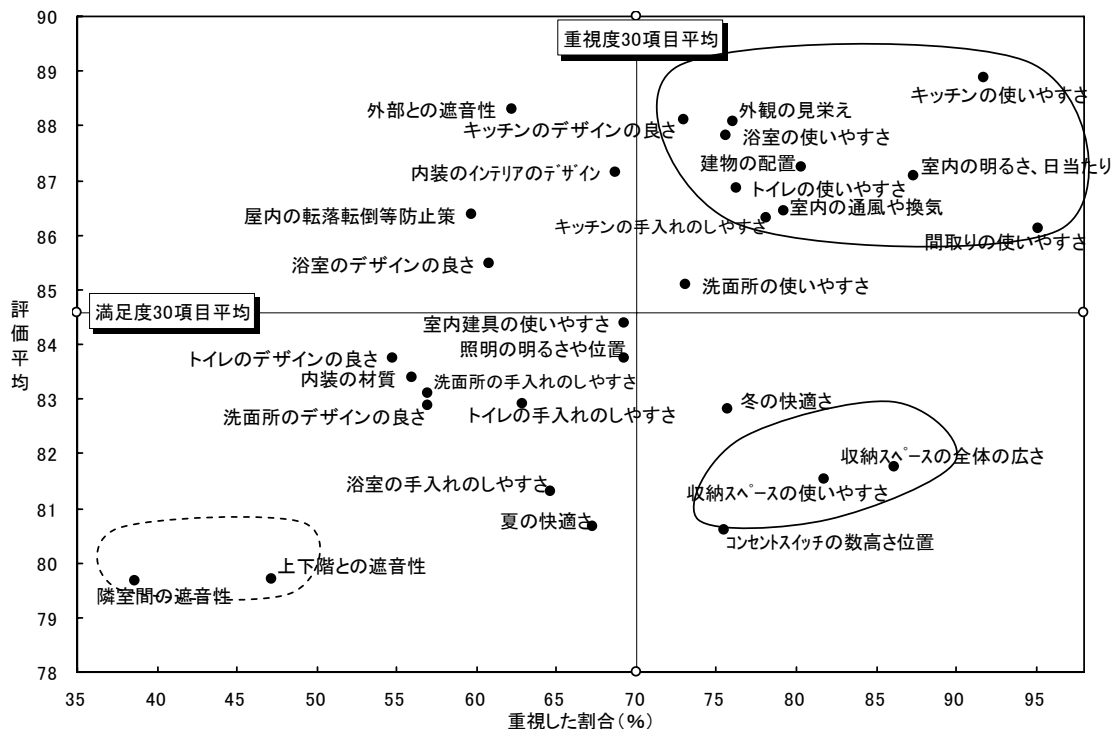
② 満足度が高い項目は、「建物の配置、間取り、外観」「内装インテリアのデザイン」「キッチンの使いやすさ、手入れのしやすさ、デザイン」「浴室の使いやすさ」「トイレの使いやすさ」「室内の明るさ、日当たり」「室内の通風や換気」「外部との遮音性」「屋内の転落、転倒の防止策」等。

不満の回答が多い項目は、「浴室の手入れのしやすさ」「夏の快適さ」「冬の快適さ」「上下階の遮音性」「隣室間の遮音性」「コンセント、スイッチの数や高さ、位置」「収納スペース全体の広さ」「収納スペースの使いやすさ」など。

プランニング時の重視度が高い項目は、満足度も高いという傾向が見られるが、「コンセント、スイッチの数や高さ、位置」「収納スペースの使いやすさ」「収納

「スペース全体の広さ」は、重視度の高さに比べて評価が低くなっている。これは、打ち合わせ時に実際の生活で求められる条件を十分に把握することができていないためと考えられる。

また、住戸内の遮音性（隣室間、上下階）は施主の重視度が低く、あまり注目されていない点であるが、評価も低くなっている。これらの点は、プランニング時に気が付きにくい点でもあり、専門家としての適切なアドバイスや説明が必要である。さらに、これらの項目はここ数年、極めて低い評価で推移が続いており、今後、CS向上のための企業努力が期待される場所である。



(6) アフターメンテナンス及びアフターサービス

① 施主が自分で行う住宅の手入れ

日常の点検や簡単な補修を行っている人は全体の53%（前年度同）であり、その内容は、「フローリングのワックスがけ」が最も多く（74%）、次いで「サッシ、シャッター、雨戸の清掃、手入れ（戸車の調整など）」が多い（52%）。世帯主の年齢別に見ると60～69歳の世帯で最も実施している人が多い（61%）。

② 住宅メーカーが行うアフターサービスに対する満足度は「満足」「まあ満足」の合計で93%であり、高い評価である。また、㎡単価別に見ると、10万円未満において「満足」が昨年度（37%）より増えているが（64%）、標本数が極めて少ないことから、今後、動向に着目していきたい。

③ 住宅メーカーへの要望は、前年度同様「付属設備の保証期間の延長」（54%）

「住宅本体の保証期間の延長」(52%)「点検サービスの回数の増加」(30%)が多く、建物の維持管理に対する関心の高さが感じられる。特に「設備の保証期間の延長」は4年連続で増加している。

(7) 自由回答の考察

① 満足意見について

満足意見では、「担当者」「アフターサービス」「総合評価」に関する意見が多く、この3点で満足意見全体の75%を占める。

② 不満意見について

不満意見では、「アフターサービス」「設計提案」「担当者」「施工」に関する意見が多い。また、全意見に占める不満意見の比率が高い項目としては、「施工」「価格」「部材品質」となっている。

③ 全体からみた自由回答の傾向

全体的に満足意見・不満意見ともに、「担当者」と「アフターサービス」に関する意見が多くなっており、自由回答の分析からも「担当者」及び「アフターサービス」が、総合満足度に与える影響度が高いことがうかがえる。

自由回答集計

総合満足度の回答	自由回答の内容																									
	満足		不満		担当者		アフターサービス		総合評価		提案設計		建物		性能安全		施工		価格		部材品質		設備		その他	
	満足	不満	満足	不満	満足	不満	満足	不満	満足	不満	満足	不満	満足	不満	満足	不満	満足	不満	満足	不満	満足	不満	満足	不満	満足	不満
非常に満足	635	1	220	0	135	0	127	0	40	0	31	0	27	0	14	0	5	1	8	0	8	0	20	0		
満足	814	47	257	8	200	8	159	0	38	10	46	3	39	5	20	1	6	1	6	2	7	1	36	8		
まあ満足	179	120	45	12	39	29	40	4	5	19	17	7	13	3	4	14	2	5	0	2	1	1	13	24		
どちらとも	6	32	1	7	2	7	0	2	0	3	1	0	0	2	1	1	1	2	0	3	0	2	0	3		
やや不満	4	30	0	6	2	7	0	0	0	6	0	1	0	0	2	5	0	0	0	1	0	0	0	4		
不満	0	8	0	3	0	2	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
非常に不満	0	9	0	2	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1		
小計	1638	247	523	38	378	55	326	8	83	40	95	12	79	11	41	22	14	9	14	8	16	4	69	40		
合計	1885		561		433		334		123		107		90		63		23		22		20		109			

(8) 今回の調査結果から見た住宅の取り組むべき課題の方向性

住宅に対する不満点は、「住宅内の遮音性」「コンセントの数や高さ、位置」「収納スペース」などが多く、プランニング時に施主が気づきにくい点について、入居後の実生活や将来のライフスタイルの変化を意識したアドバイスや説明が重要であることがわかった。

また、商談時における「断熱性の高さ」や「室内の通風や換気の良さ」に対する説明から、「夏の快適さ」「冬の快適さ」に過大な期待をもたれることが不満の一因となっているため、適切な説明が重要であるといえる。

<システムキッチン>

(1) 購入者の概要

- ① 家族構成は、「夫婦のみ」が33%、「親と子供」が46%で、単世帯が79%を占め、一戸当たり平均居住者は、3.2人である。
- ② 購入のきっかけは54%が増改築等のリフォームであるが、49歳以下の夫婦のみの家族では15%、50歳以上の夫婦のみの家族では80%が増改築等であり、その傾向は子供がいる家庭でも同様の傾向が見られることから、年齢によって主なきっかけが異なると言える。

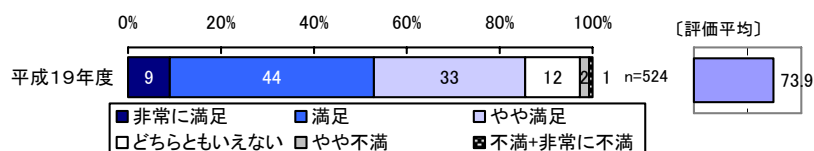
(2) システムキッチンの概要

- ① システムキッチンの形は、「I型」が85%と最も多い。
- ② 調理機器のタイプは「IH調理器」が61%で中心だが、「ガスコンロ」を採用した人も39%いる。カウンタートップの種類は、「人造大理石・人工大理石」が61%、「ステンレス」が35%で、この2タイプで96%を占めている。魚焼き器（グリル）のタイプは、89%が「両面焼き」を採用している。
- ③ システムキッチンに組み込まれている設備は、「食器洗い乾燥機」が70%、「浄水器・アルカリイオン生成器」が38%で多くなっている。
- ④ システムキッチンの工事費を含む購入価格は、「100～150万円未満」が最も多く、28%を占めている。また、平均価格は163万円。価格評価は、全体では「得をした」が8%、「やや得をした」が20%と、合わせて28%が得をしたと感じているが、価格帯別では価格が低いもしくは高い場合は割安感を感じているものの、150～200万円未満では、割高と感じる人が多い。

(3) 満足度

- ① システムキッチンの総合的な満足度は、「非常に満足」が9%、「満足」が44%、「やや満足」が33%で、合計86%が満足している。さらに、購入価格が200万円以上になると、満足の回答が91%と多くなり、高い評価を得ている。

【システムキッチンの総合満足度】



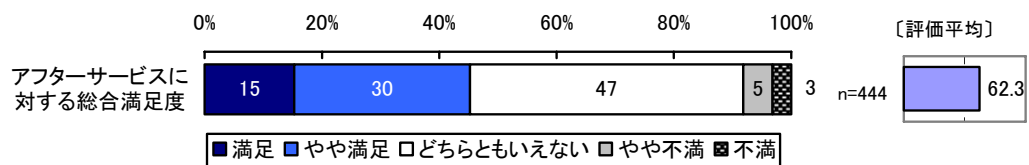
- ② メーカーカタログ、ショールーム、ホームページ、購入先からの説明などの購入前サービスの満足度は、「満足」が28%、「やや満足」が43%で合計71%が満足している。各サービスの満足度では、ショールームの「説明員の接客態度」

「説明員の説明のわかりやすさ」「プラン提案の内容」など、ショールームでの対応の評価が高く、85%以上が満足している。

また、各サービスの利用の有無別では、カタログを利用した場合、ショールームでのプラン提案や説明を受けた場合で、購入前サービスの満足度が大幅に増えていることから、これらのサービスの提供と内容の充実がポイントとなると言える。

- ③ アフターサービスの総合満足度は、「満足」が15%、「やや満足」が30%で合計45%と低めであるが、修理の依頼をした場合は、「満足」が26%、「やや満足」が41%で、合計67%が満足し、不満の回答は8%である。

【システムキッチンのアフターサービスの総合満足度】



- ④ 今後、受けたいと思うアフターサービスでは、「補修部品、パーツの提供」が最も多く、「有料でも受けたい」という人が50%を占め、他の項目に比べて非常に多い。全体で見ても「無料なら受けたい」を含めると、「専用の洗剤や掃除道具の提供」や「キッチンのクリーニングサービス」など、多くの項目で90%近くの人が何らかのサービスを受けたいと回答しており、消費者の住宅を長く使用しようとする意図や手入れに対する積極的な姿勢がうかがえる。

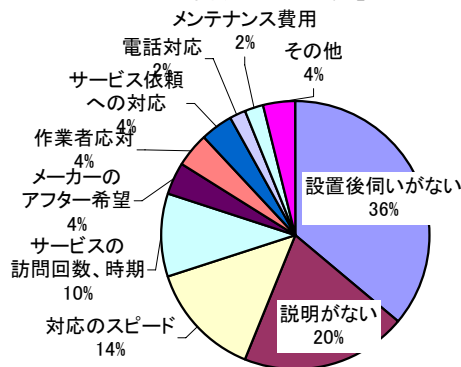
(4) 自由回答の考察

自由回答の内容は、「商品全般」に関する意見が最も多く、次いで「アフターサービス」に関する意見が多くなっている。不満足意見の割合が高いのは、「商品全般」で次いで「取り付け」に関する項目となっている。

「商品全般」の不満足意見では、「収納、食器洗い乾燥機、カウンター、流し（シンク）」の使い勝手に対するものが多くなっている。また、掃除手入れがしにくい箇所は「ゴミ収納かご」「魚焼き器（グリル）」「流し（シンク）」「換気扇（レンジフード）」「ガス・IHコンロ」が多くなっている。

アフターサービスの不満足意見は、「設置後伺いが無い」「説明がない」が多く、アフターサービスそのものを受けていないことや説明を受けていないことへの不満が多くなっている。

【アフターサービスに関する不滿意見】



(5) 今回の調査結果から見たシステムキッチンの取り組むべき課題の方向性

① 商品面での課題

システムキッチン、カウンタートップは人造大理石・人工大理石、コンロはIH調理器、グリルは両面焼きが主流になり、使い勝手や見栄え、手入れのしやすさについて改善されてきたが、ゴミ収納かごや魚焼き器が掃除しにくいなどの点で、依然不満が多く挙げられているため、改善の必要がある。

② サービス面での課題

システムキッチン購入時はショールームの利用率が高く、メーカーとの接点も多いが、設置後は、修理の依頼をしたことがない場合、設置後のフォローがない、サービスの案内もないなどの不滿意見が出ており、特にリフォームではメーカーだけでなく施工業者との接触機会も少なくなり、不安が残る。また、設置後の商品説明や、修理依頼、問い合わせなどの対応についての不満も多く見られる。

購入者の満足度アップには、アフターサービスの内容や問い合わせ先の説明、設置後の調子伺いの案内などで設置後の不安を取り除くことと、アフターサービス体制の見直しによって人的な対応の改善が重要である。

<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 原、木地本

電話 03-3501-9255 (直通)