

(社) 愛媛県不動産鑑定士協会研究指導委員会
担当 大西泰祐

平成16年度に松山市内に所在する中古分譲マンション購入者に対して、取引価格アンケート調査を実施したが、その際、別紙調査票2の回答を依頼し、35件の有効回答を得た。

(アンケート依頼件数：235件、取引価格有効回答：38件、本件調査有効回答：35件(回答率14.9%))

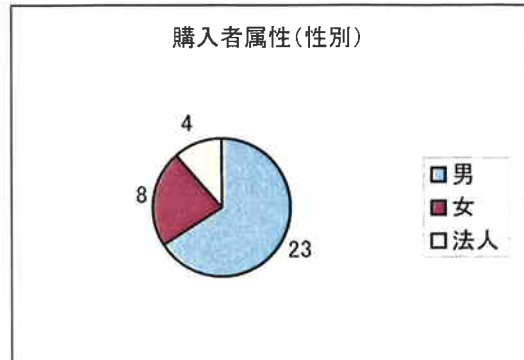
結果分析するには、回答数が少なすぎると思われるが、一応次のとおり結果を示し、コメントを挿入した。

1 質問1 (購入者属性)

(1) 性別

男	23	66%
女	8	23%
法人	4	11%

自然人31人のうち74%が男性であるが、これは、女性の場合は家族構成がほとんど単身者であることから、家族で購入する場合に夫名義で購入していることが想像される。

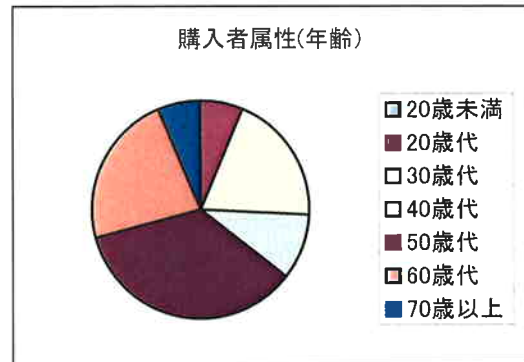


(2) 年齢

20歳未満	0	0%
20歳代	2	6%
30歳代	6	19%
40歳代	3	10%
50歳代	11	35%
60歳代	7	23%
70歳以上	2	6%

新築マンションで行われた調査では30歳代、40歳代が全体の75.5%を占める結果(注1)に対して、本件では30歳代、40歳代の割合が低い。中古であることと、購入目的のうち「投資目的」が34%を占め、所得に余裕のある50歳代以上の割合が高くなったことが想像される。

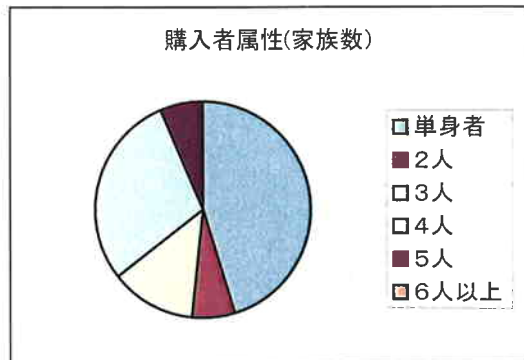
(注1) 藤澤美恵子・中西正彦・中井検裕(2003)「分譲マンション需要者の購入視点に関する研究」(社)日本都市計画学会「都市計画報告集」NO.2-2



(3) 家族数

単身者	14	45%
2人	2	6%
3人	4	13%
4人	9	29%
5人	2	6%
6人以上	0	0%

単身者の割合が高いが、上述のとおり標本数が少ないことが理由とも考えられる。新築と異なる中古独特の傾向か否か、この辺りについては、継続して調査できれば何らかの分析ができることを次回以降に期待したい。



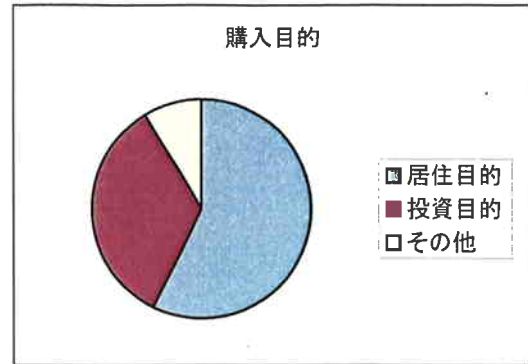
2 質問2 (購入目的)

居住目的	20	57%
投資目的	12	34%
その他	3	9%

自ら居住目的と賃料収入等の投資目的の比率は、ほぼ予想どおりの結果であった。

新築マンションの場合は、自ら居住目的の割合がやや高くなることが想像されるが、この辺りも今後何らかの機会に比較検証できることを期待したい。

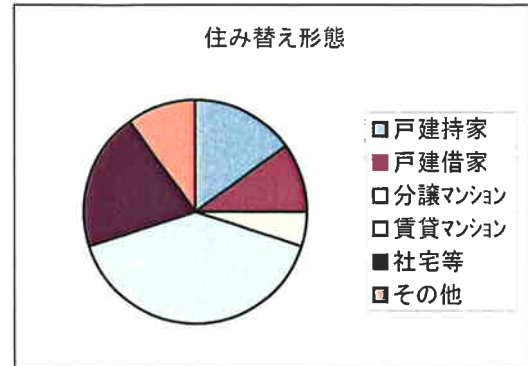
なお、その他の内容としては、子供のため、社宅として、関連会社間取引の内容であった。



3 質問3 (住み替え形態)

戸建持家	3	15%
戸建借家	2	10%
分譲マンション	1	5%
賃貸マンション	8	40%
社宅等	4	20%
その他	2	10%

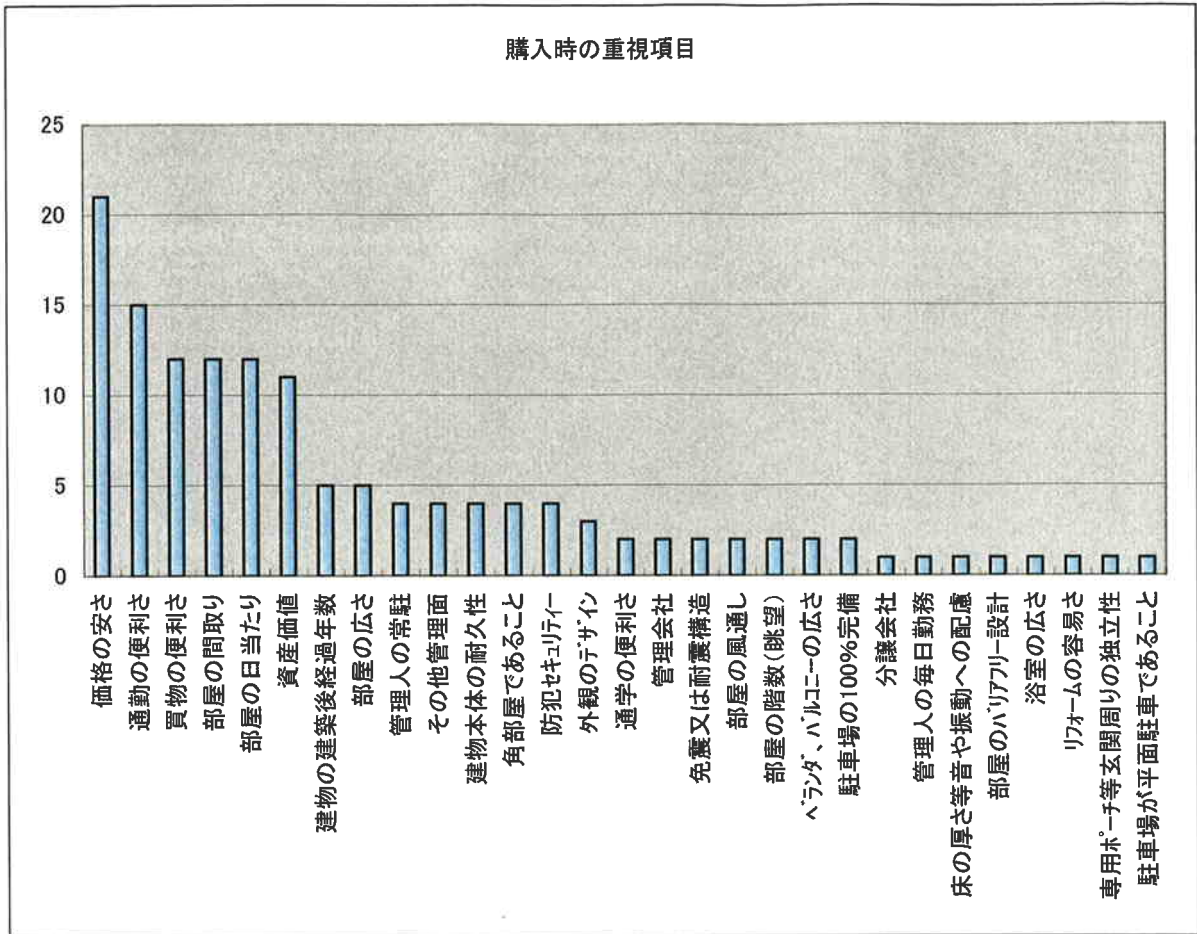
この結果も、ほぼ予想どおりとなった。(注1)で戸建持家からの住み替えが約20%、分譲マンションからの住み替えが25.5%であるが、本件が中古マンションであることを考えれば、本件での分譲マンションからの住み替え比率が低いのは自然な結果といえる。



4 質問4 (購入時の重視項目)

価格の安さ	21	15%
資産価値	11	8%
通勤の便利さ	15	11%
通学の便利さ	2	1%
買物の便利さ	12	9%
分譲会社	1	1%
管理会社	2	1%
管理人の常駐	4	3%
管理人の毎日勤務	1	1%
その他管理面	4	3%
免震又は耐震構造	2	1%
外観のデザイン	3	2%
建物本体の耐久性	4	3%
建物の建築後経過年数	5	4%
床の厚さ等音や振動への配慮	1	1%
部屋の広さ	5	4%
部屋の間取り	12	9%
部屋の日当たり	12	9%
部屋の風通し	2	1%
部屋のバリアフリー設計	1	1%
部屋の階数(眺望)	2	1%
浴室の広さ	1	1%
リフォームの容易さ	1	1%
専用ポーチ等玄関周りの独立性	1	1%
ベランダ、バルコニーの広さ	2	1%
角部屋であること	4	3%
駐車場が平面駐車であること	1	1%
駐車場の100%完備	2	1%
防犯セキュリティー	4	3%

購入時の重視項目



複数回答可とし、一番重視した項目に◎、その他に重視した項目に○を付けてもらうようお願いしていたが、回答方法にバラツキが出たため、回答のあった項目を単純にカウントした。また、回答のなかった項目は表示していない。

予想どおり価格の安さが最も多い結果となり、その他の項目もほぼ予想どおりであるが、予想に反して少なかったのは管理会社である。

(注1)の結果との比較で特徴的なのは、(注1)では音やプライバシー、フリープランといった項目の割合が高く、経済性(価格の安さ)の割合が低いのに対し、本件では、ほぼ逆の結果が出たことである。中古物件であることと併せて、現下の地域経済状況、新築マンションの床供給が過剰気味となっている松山地域の特徴と言えるかもしれない。

調査票 - 2

需要者がマンションに望む項目について、研究素材にしたいと存じますので、恐れ入りますが、下記事項の該当する箇所に○印を付けて、調査票と併せて返信用封筒にて返信して頂きたいとお願ひ申し上げます。

なお、ご回答頂いた内容は全て統計処理いたしますので、個人の情報が表面化することはございませんことを申し添えます。

質問1 購入者属性

次のいずれかに○印をお付け下さい。

- (1) 性別 男 女
(2) 年齢 20歳未満 20歳代 30歳代 40歳代 50歳代 60歳代 70歳以上
(3) 家族数 単身者 2人 3人 4人 5人 6人以上

質問2 購入目的

あなたが、当該マンションを購入された目的を次のいずれかに○印をお付け下さい。その他の場合は（ ）にご記入下さい。

- (1) 自らの居住目的 (2) 投資用（賃料収入）目的 (3) その他（ ）
(質問3以降へ) (質問4以降へ) (質問4以降へ)

質問3 住み替え形態

上の2で(1)自ら居住目的とお答え頂いた方のみ、以前のお住まいを次のいずれかに○印をお付け下さい。その他の場合は（ ）にご記入下さい。

- (1) 戸建持家 (2) 戸建借家 (3) 分譲マンション (4) 賃貸マンション(アパート)
(5) 社宅等 (6) その他（ ）

質問4 購入時の重視項目

あなたが、当該マンションを購入される際、一番重視された項目に◎印を、その他に重視された項目に○印をお付け下さい。

- ・価格の安さ ・資産価値 ・通勤の便利さ ・通学の便利さ ・買物の便利さ
- ・分譲会社 ・管理会社 ・管理人の常駐 ・管理人の毎日勤務 ・その他管理面
- ・免震又は耐震構造 ・外観のデザイン ・建物本体の耐久性 ・建物の建築後経過年数
- ・床の厚さ等の音や振動への配慮 ・部屋の広さ ・部屋の間取り ・部屋の日当たり
- ・部屋の風通し ・部屋のバリアフリー設計 ・部屋の天井の高さ ・部屋の階数（眺望）
- ・浴室の広さ ・収納スペースの広さ ・キッチン周りデザイン ・リフォームの容易さ
- ・専用ポーチ等の玄関周りの独立性 ・ベランダ、バルコニーの広さ ・角部屋であること
- ・駐車場が平面駐車であること ・駐車場が100%完備していること ・来客用駐車場の完備
- ・ペットが飼えること ・防犯セキュリティー ・インターネット等の情報化対応

質問5 その他自由意見

その他自由意見があれば、ご記入下さい。

[]

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。