

## 2022年度 既存住宅「住まい実態アンケート」調査結果（築6年～10年対象）

---

良質な住宅ストックの形成と既存住宅流通の活性化に取り組んできた「工業化住宅」の活動が、住宅オーナー（築6年～10年）から高い評価を獲得しているが、長期的なコミュニケーションにおける課題も浮き彫りになった。

---

一般社団法人プレハブ建築協会住宅部会（部会長：後藤裕司 トヨタホーム株式会社代表取締役社長）では、既存戸建住宅のオーナーを対象に「住まい実態アンケート」による調査を実施し、その中で「工業化住宅」と住宅市場平均推計との違いについて分析しました。

### 【調査の目的】

この調査は良質な住宅ストックの形成に向け、災害激甚化・社会のDX化・既存住宅の循環促進など、住生活を取り巻く環境の変化に対応した「工業化住宅」の取組み・サービスを強化、推進するための調査・研究であり、住宅市場でのプレハブ建築協会会員会社が供給した建物やサービスの評価を見える化し、課題を明らかにするものです。

### 【調査対象・方法】

調査は築6年～10年の既存戸建住宅の住宅オーナーを対象に、調査会社のモニターを利用したインターネットで実施し、600件の回答（内、当協会住宅部会会員会社分300件）を収集し、集計・分析を行いました。

※「住宅市場平均推計」は、会員会社とそれ以外の調査結果に、各々のシェアに応じた数値の調整（ウェイトバック）を実施して算出

本調査結果の主な特徴は以下の通りです。

- 
- 住宅及び住宅会社に対する満足度、またアフターサービス担当者に対する満足度については、住宅市場平均推計と比較して高い水準にあることが示された。
  - 住宅会社に対する顧客ロイヤリティも住宅市場平均推計を上回り、これは他業種と比較しても高水準である。
  - 住宅ストック活用型社会の実現のためには、住宅会社と住宅オーナーとの接点や情報の共有が重要であるが、十分ではないことが明らかになった。
  - 災害に対する事前の安心感は6割程度獲得できており、なおかつ実際に被災された方の建物や対応に対する満足度は、それを上回る結果となった。
  - 当協会住宅部会会員会社が供給した建物及び提供するサービスに対する評価は住宅市場平均推計を上回っている。この結果は「工業化住宅」のハード面（性能、品質）とともに、アフターサービス体制の整備をはじめとするソフト面の充実が評価されたものと考えられる。
-

1. 住宅及び住宅会社に対する満足度

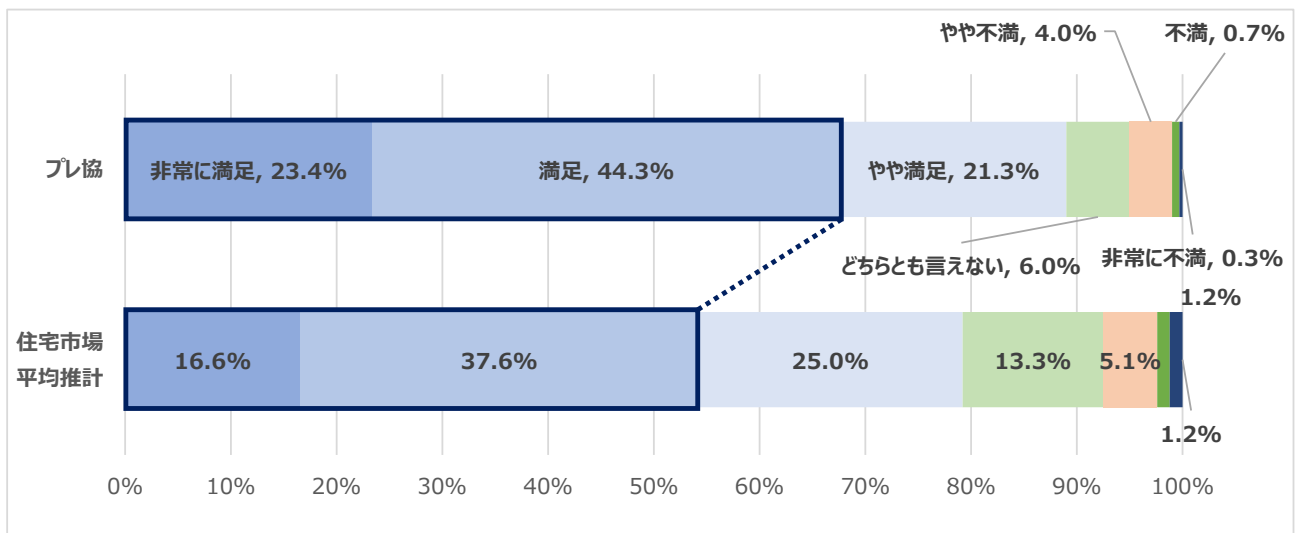
住宅及び住宅会社に対する総合満足度は築6年～10年が経過時点で67.7%と、市場平均と比較して高い水準を維持している。しかしながら「住生活向上推進プラン2025」における成果管理指標では総合満足度 = 75%を目標としており、これに対しては未達である。

※参考 住宅市場平均推計：54.2%

※満足度は「非常に満足」+「満足」の合計割合とし、「やや満足」は含めていない。

また、この満足度は営業担当者の訪問状況や点検の実施状況にも影響されることが示された。

※「住生活向上推進プラン」とはプレハブ建築協会住宅部会の「行動ビジョン」に基づき策定する5ヶ年計画。



「営業担当者訪問状況」と「満足度」の関係

訪問状況	比率	満足度
半年に1回以上	4.7%	78.6%
1年に1回程度	24.7%	74.3%
数年に1回程度	42.3%	71.7%
今までに1度もない	28.3%	54.1%
		100.0%

「点検実施状況」と「満足度」の関係

実施状況	比率	満足度
すべて実施された	88.2%	75.2%
未実施の点検がある	11.8%	46.4%
		100.0%

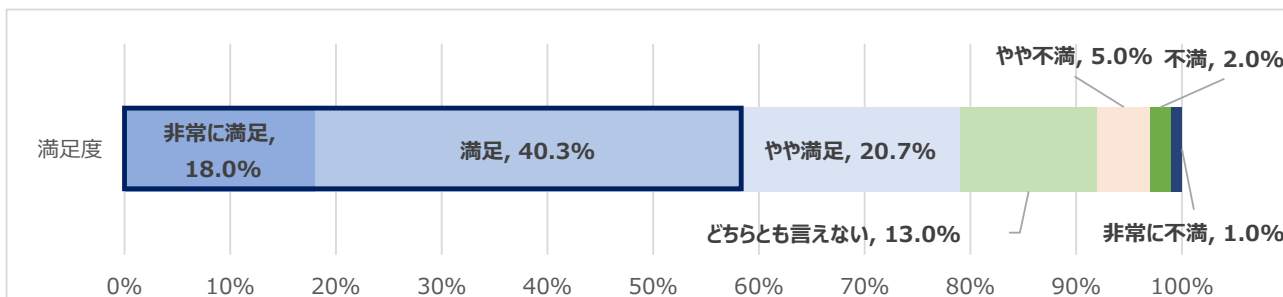
## 2. アフターサービス担当者に対する満足度

アフターサービス担当者満足度は58.3%という結果であった。

※参考 住宅市場平均推計：41.7%

また、この指標は他の項目と比較して総合満足度との相関が高い（相関係数：0.68）ことが分かった。

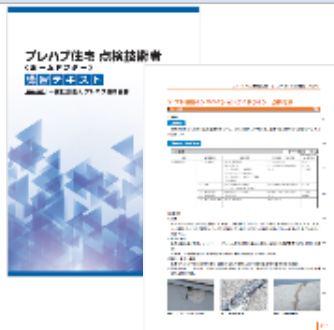
プレハブ建築協会が目指す総合満足度＝75%（今回67.7%）を達成するためには、アフターサービス担当者の評価をさらに高めることが必要となってくる。



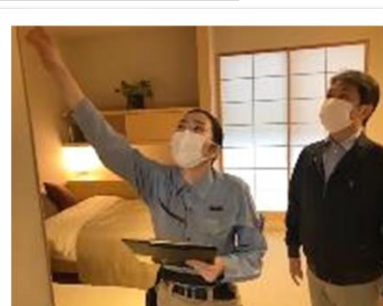
住宅オーナーとの主な窓口であるホームドクター（アフターサービス担当者）は修理技術者であることにとどまらず、的確な劣化診断や住まい方のアドバイスができる人材でなければならない。

プレハブ建築協会では既に「プレハブ住宅点検技術者」資格認定制度や、女性ホームドクター「住まいる小町」活動を通じてそのような人材の育成に取り組んでいるが、さらに推進していきたい。

### 「プレハブ住宅点検技術者」資格認定講習会



### 「住まいる小町」活動 ～点検ロールプレイング見学会～



プレハブ建築協会は、女性ホームドクターを「住まいる小町」の愛称で呼び、オーナーに対するホスピタリティやアイデアなど女性らしい感性を従来のサービスに融合させることによって、新しいサービスや価値を開拓していく活動をおこなっています。

### 3. 住宅及び住宅会社の顧客のロイヤルティ

#### ① NPS®

事業の成長性に深く関連しているとされる顧客のロイヤルティ、いわゆるNPS®を測定した結果、-20.0という結果であった。

住宅市場平均推計、他業種と比較すると高い数値を獲得しているが、これをさらに高めることが将来的な受注に寄与し、

「工業化住宅」のシェアを伸ばすことにつながる。

※参考 住宅市場平均推計：-46.5

『10ぜひ薦めたいと思う』～『0薦めたくない』の11段階で評価

◆推奨者：10,9評価 ◆中立者：8,7評価 ◆批判者：6以下評価 ◆NPS：推奨者の割合（%）－批判者の割合（%）

ぜひ薦めたい ← ..... → 薦めたくない

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
11.7%	10.3%	19.3%	16.7%	13.3%	16.3%	4.3%	1.3%	3.0%	1.0%	2.7%

推奨者	中立者	批判者
22.0%	36.0%	42.0%

$$22.0\% - 42.0\% = -20.0$$

参考：主な業種のNPS®

既存住宅（フレハブ建築協会）	-20.0
自動車	-25.2
ネット証券	-27.3
自動車保険（ダイレクト型）	-27.7
不動産ディベロッパー（マンション）	-36.3
クレジットカード	-38.7
銀行	-42.7
自動車保険（代理店型）	-44.5
生命保険	-45.8
既存住宅（市場平均推計）	-46.5

※住宅以外の出典：NTTコムリサーチ

#### ② 依頼・相談意向

また、住宅オーナーが将来的にリフォームやメンテナンス工事を実施する際の、建築した住宅会社への依頼・相談意向を

同じ手法で測定したところ、-17.8という結果であった。

※参考 住宅市場平均推計：-43.7

ストック住宅に対し適切なメンテナンスを実施し、その資産価値を維持・向上させるためには、まずは住宅オーナーから我々に

依頼・相談を寄せていただける関係性を構築することが必要である。

『10必ず依頼・相談する』～『0依頼・相談しない』の11段階で評価

◆依頼・相談意向：10,9評価者の割合（%）－6以下評価者の割合（%）

必ず依頼・相談する ← ..... → 依頼・相談しない

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
16.7%	8.7%	19.7%	11.7%	12.3%	16.7%	4.3%	4.3%	2.3%	1.0%	2.3%

25.4%

31.4%

43.2%

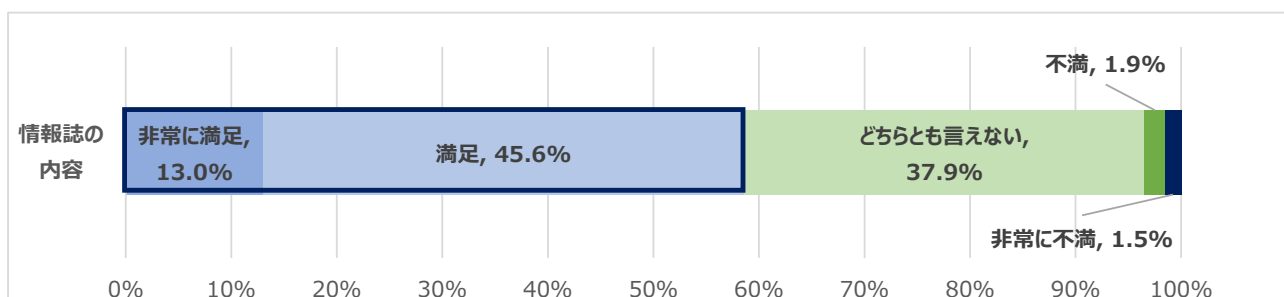
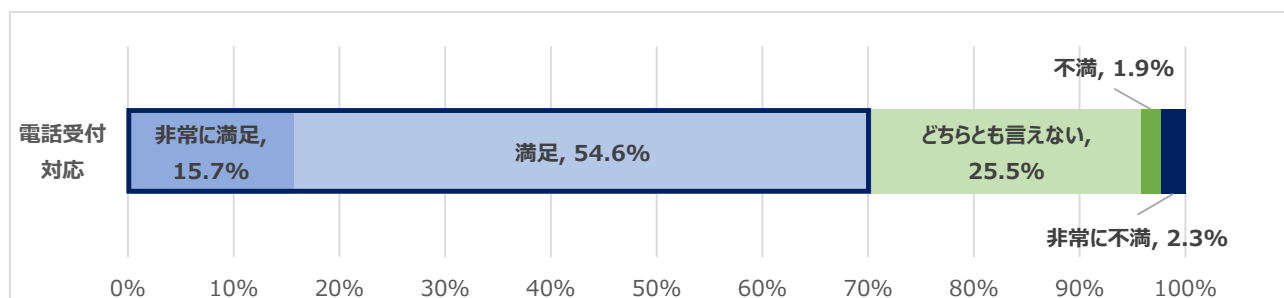
$$25.4\% - 43.2\% = -17.8$$

## 4. 住宅オーナーとの接点

### ①電話対応・情報誌

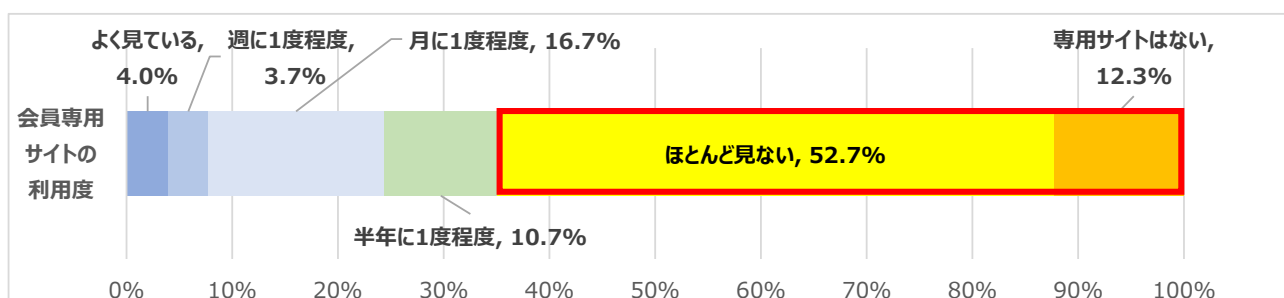
住宅オーナーとの接点である電話対応と情報誌については、一定レベルの満足度を獲得できている。

今後はより一層のコールセンター業務効率化や情報誌コンテンツの充実が求められる。



### ②会員専用Webサイト

一方、各社のWebサイトについては十分に活用されていない。さまざまな要因（人員、コロナ禍等）により訪問活動が制限される中で、各社もDX化を推進し、接点を維持しようとしているが、その取り組みにはまだ改善の余地がある。

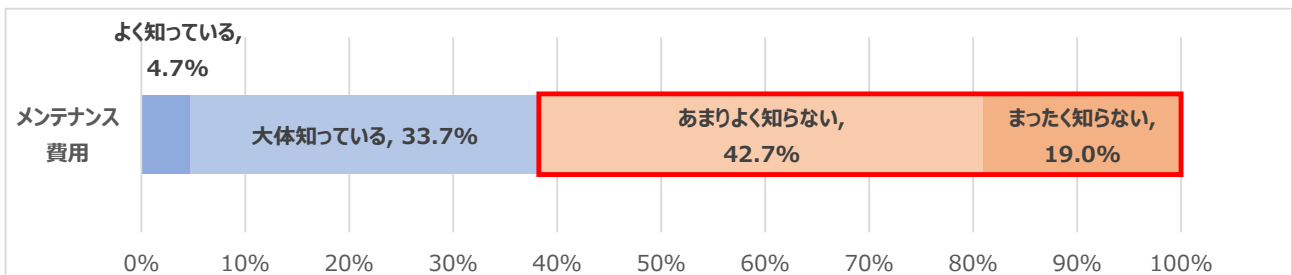
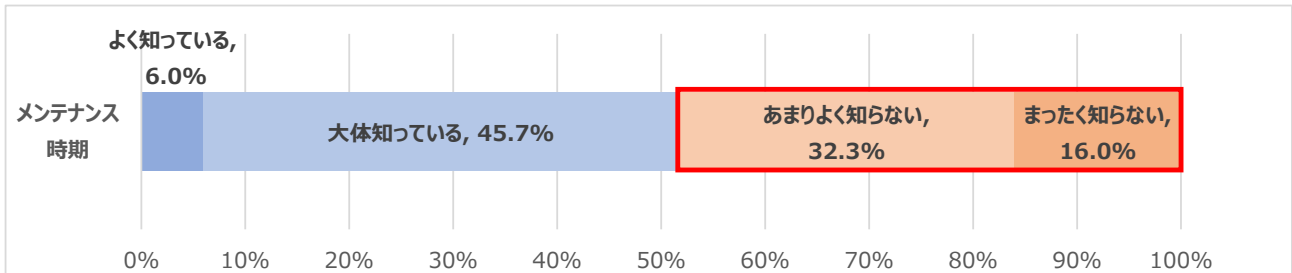


住宅オーナーとの接点を保ちコミュニケーションを維持することは、メンテナンスの提案や災害時のサポートなど、様々なサービスを提供する上でも不可欠である。

会員サイトの機能・コンテンツを拡充し、住宅オーナーに対するプッシュ型アプローチを行うなど、Web活用を強化するとともに、経年により希薄になる接点を保つためには、日々の訪問や電話などのリアル接点に加え、ITを活用したDX化を推進し、より効率的でインタラクティブなコンタクト機会の創出に注力しなければならない。

## 5. 住宅オーナーのメンテナンス意識

適切なメンテナンス時期や必要とされる費用に関する住宅オーナーの認知度は必ずしも十分とは言えない状況であった。また、メンテナンスに関する意識が高い住宅オーナーほど、満足度及び住宅会社に対する依頼・相談意向も高い傾向にある。点検・訪問時にメンテナンスプログラムを活用し、住宅オーナーのメンテナンス意識の醸成を図ることが重要であり、あわせて新築営業段階からそれを周知する各社の取り組みも求められる。



「メンテナンス認知度」と「満足度」「依頼・相談意向」の関係

	(比率)	満足度	依頼・相談意向
時期・費用とも知っている	37.3%	79.5%	-10.7
どちらか知っている	15.4%	63.0%	-13.0
どちらも知らない	47.3%	59.9%	-25.4

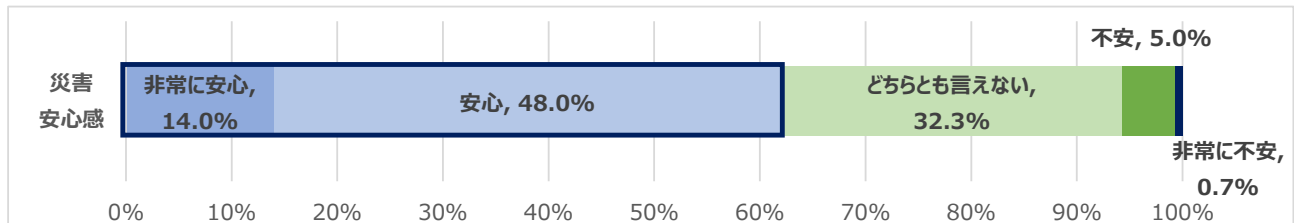
100.0%

## 6. 災害対応

毎年のように自然災害（台風、ゲリラ豪雨、突風、地震）が発生し、かつ激甚化の傾向にある中で、「工業化住宅」の建物及びアフターサービスが住宅オーナーに与える安心感について、罹災経験の有無にかかわらずお聞きした結果、安心度は62.0%という結果であった。

※参考 住宅市場平均推計：38.3%

建物強度に加え、サポート体制（事前連絡、修理対応、現地支援）の充実も、安心感につながっていると思われる。

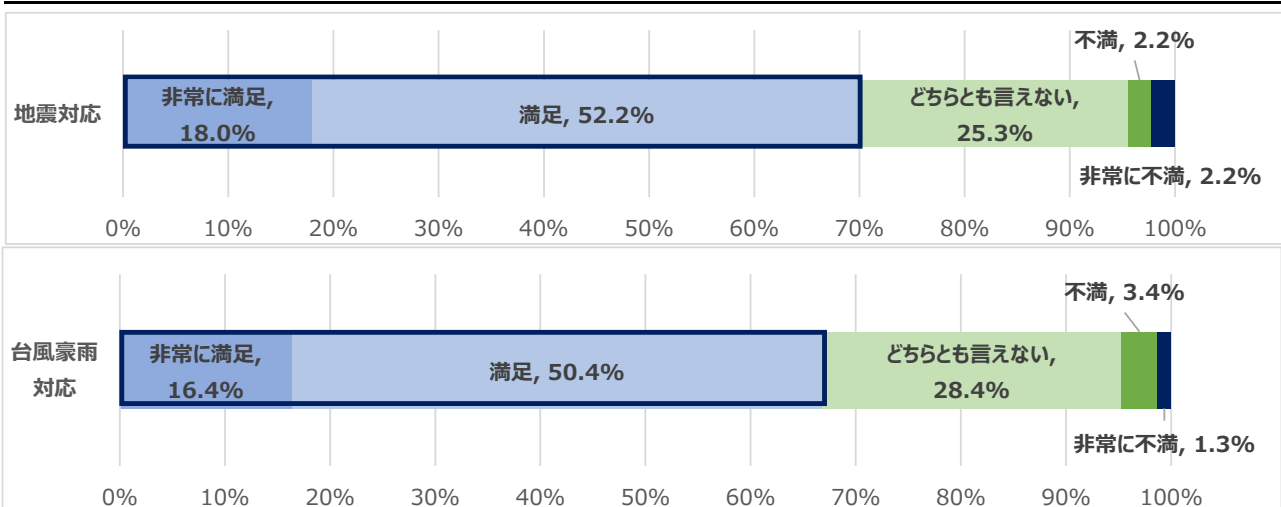


また、実際に災害に遭った住宅オーナーの評価もあわせて調査を行った（震度5弱以上の地震及び台風・豪雨）。

建物及びアフターサービスに対する評価は、地震対応70.2%、台風豪雨対応66.8%という満足度であった。

※参考 住宅市場平均推計：地震対応50.9% 台風豪雨対応44.6%

コメントを分析すると、地震に関しては耐震性に加え住宅オーナーへの連絡や訪問などのソフト面、台風・豪雨に関しては音（雨・風）や揺れに対する安心のコメントが目立つ傾向にあった。



## まとめ

今回の調査で明らかになった「工業化住宅」への評価を生かし、プレハブ建築協会各社はさらに先進的な施策を推し進め、住宅業界のトップランナーとして先導的な役割を果たすことが重要である。

またCS（顧客満足度）の向上と住宅ストック活用型社会の実現を目指すためにも、浮き彫りになったさまざまな課題に積極的に取り組むことが求められている。

本件に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

一般社団法人 プレハブ建築協会 業務第二部・大平（CS品質委員会事務局）

TEL. 03-5280-3124 E-mail. jyutaku@purekyo.or.jp