

2022年8月2日

株式会社スタイルポート

マンション購入の際、モデルルーム見学に加え、
約8割が「ネットでも検討中の部屋タイプ情報を確認する」との声
～約9割が、オンラインで全部屋タイプを確認できる「VR内覧サービス」を利用したかったと回答～

住宅の3Dコミュニケーションプラットフォーム『ROOV (<https://roov.jp/>)』(※1)を開発・提供する株式会社スタイルポート(本社:東京都渋谷区、代表:間所 暁彦、以下スタイルポート)は、コロナ禍にモデルルームに行き、居住用の新築マンションを購入した111名を対象にモデルルーム見学に関する実態調査を実施しました。

モデルルーム見学に関する実態調査

TOPIC 01 マンション購入の際、最も多い訪問件数は「3~4件」、
見学回数は「3~4回」で約半数、見学時間は「2時間程度」が4割

TOPIC 02 マンションのモデルルーム見学に行った理由、58.6%が
「室内の天井高や奥行きサイズ感をリアルで確認したかった」と回答

TOPIC 03 モデルルーム見学に加え、79.4%がネットでも物件の情報を確認、
約6割から「モデルルームでは、詳細まで見きれなかった」との声

今回、コロナ禍にモデルルームに行き居住用の新築マンションを購入した111名を対象に、モデルルーム見学に関する実態調査を行いました。

マンション購入の際に、約半数が「3~4件以上」のモデルルームを見学し、購入に至るまでに対象物件のモデルルームを「3~4回」訪問していることがわかりました。また、約8割が1回の訪問に「1~2時間」を費やしていることがわかりました。

モデルルーム見学に行った理由として、「室内の天井高や奥行きサイズ感」や「素材の質感」といった住まい空間の確認や、「モデルルームを自分の目で見て体験した方が安心」といった声が挙がりました。加えて、9割以上がモデルルームを見学することで購入検討する部屋での「生活イメージが湧いた」と回答しました。

一方で、モデルルーム見学の際に「天井の高さ」や「各部屋の広さ」を家具の配置有無でもっと検証したかったとの声も多く挙がりました。そのためモデルルーム見学に加え、約8割もの人が、インターネット上でさらに詳細な検討している部屋タイプの情報を確認していることがわかりました。

また約9割が、インターネット上でいつでも好きな時に、全ての部屋タイプの室内を、どこでも自由に歩くように確認して内覧できる「VR内覧サービス」があったら使ってみたかったと興味を示しました。

「VR内覧サービス」の利点として「限定的な箇所しか確認できない画像やギャラリービューに比べ、より詳細に確認できると思う」、「実際に購入検討している部屋タイプを確認できた方が安心だから」、「可能な限り多くの情報を集めた上で意思決定したいと思うから」といった声が挙がりました。

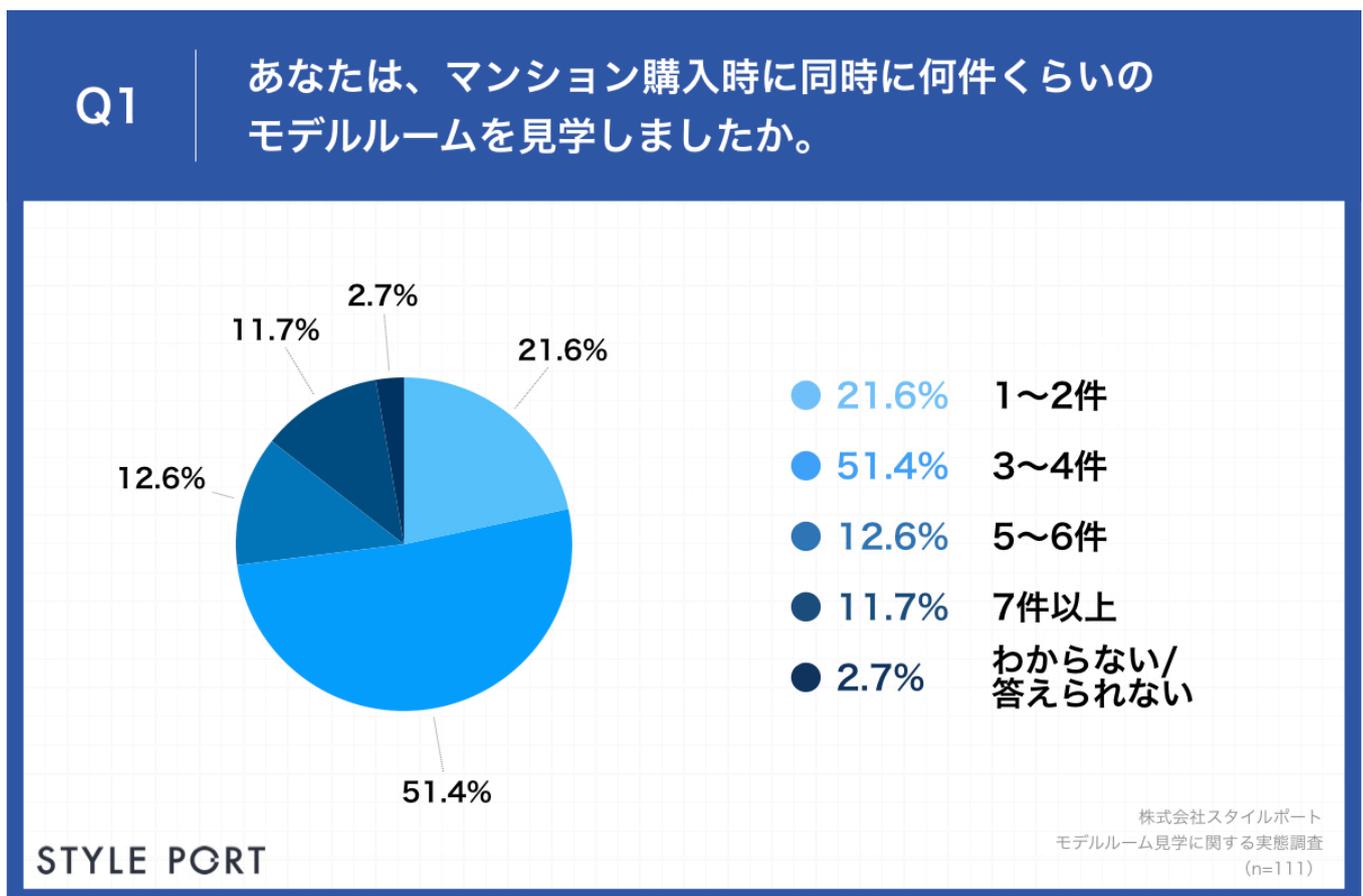
モデルルーム見学は、物件の購入を検討する上でリアルな体験として重要視する人が多いことが伺える一方、これまでの当社調査結果（※2）を踏まえても、住まい方に関する詳細情報をインターネットで収集することが定着しているようです。

また、オンラインサービスやVRといったテクノロジーを活用し、時間や場所に制限されることなく、実際には存在しない空間での住まいのシミュレーションや詳細確認をしたいといった要望の声も多く挙がっています。

リアルとデジタル、それぞれの利点を組み合わせ、後悔のない住まい選びを叶える販売活動が重要になっているといえる調査結果となりました。

■ マンション購入の際、約半数が「3～4件」のモデルルームを見学

「Q1.あなたは、マンション購入時に同時に何件くらいのモデルルームを見学しましたか。」（n=111）と質問したところ、「3～4件」が51.4%、「1～2件」が21.6%という回答となりました。



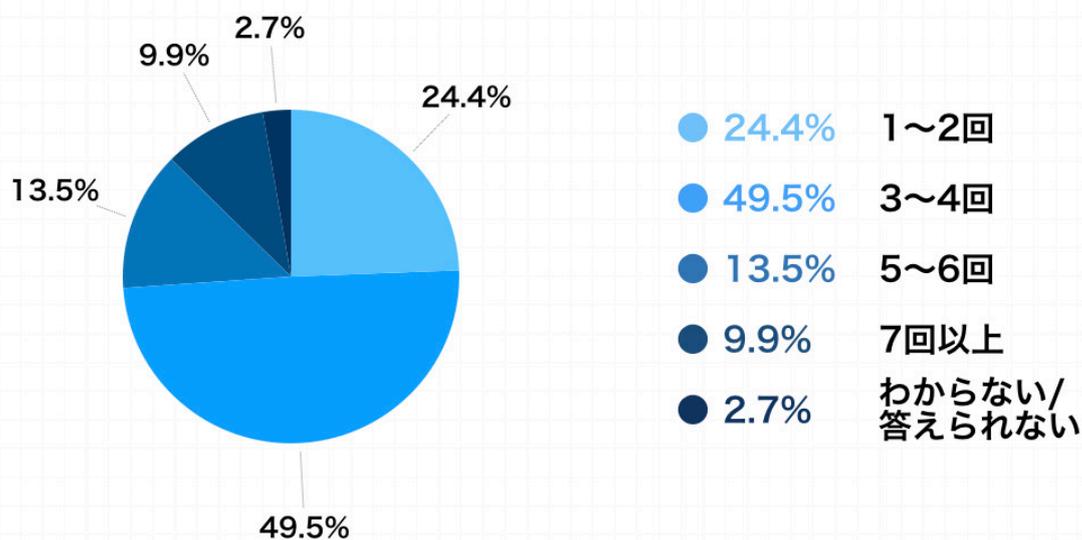
- ・1～2件：21.6%
- ・**3～4件：51.4%**
- ・5～6件：12.6%
- ・7件以上：11.7%
- ・わからない/答えられない：2.7%

■ 約半数が、購入マンションのモデルルームを「3～4回」見学したと回答

「Q2.購入したマンションについて、あなたは購入までに何回その物件のモデルルームを見学しましたか。」（n=111）と質問したところ、「3～4回」が49.5%、「1～2回」が24.4%という回答となりました。

Q2

購入したマンションについて、あなたは購入までに何回その物件のモデルルームを見学しましたか。



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
モデルルーム見学に関する実態調査
(n=111)

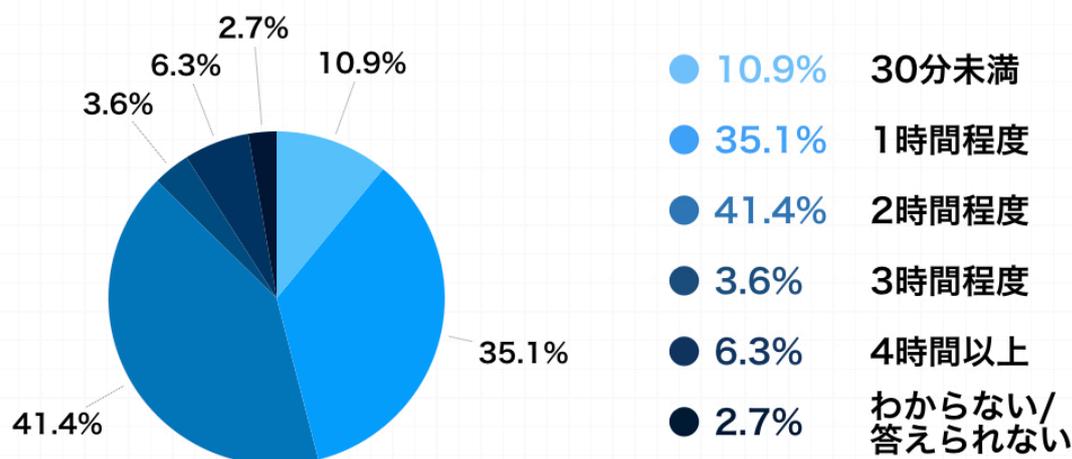
- ・1~2回 : 24.4%
- ・3~4回 : **49.5%**
- ・5~6回 : 13.5%
- ・7回以上 : 9.9%
- ・わからない/答えられない : 2.7%

■ モデルルームの1回あたりの見学時間、76.5%が「1~2時間」と回答

「Q3.あなたは、1回あたりのモデルルーム見学で平均どれくらい時間を費やしましたか。」(n=111)と質問したところ、「2時間程度」が41.4%、「1時間程度」が35.1%という回答となりました。

Q3

あなたは、1回あたりのモデルルーム見学で平均
どれくらい時間を費やしましたか。



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
モデルルーム見学に関する実態調査
(n=111)

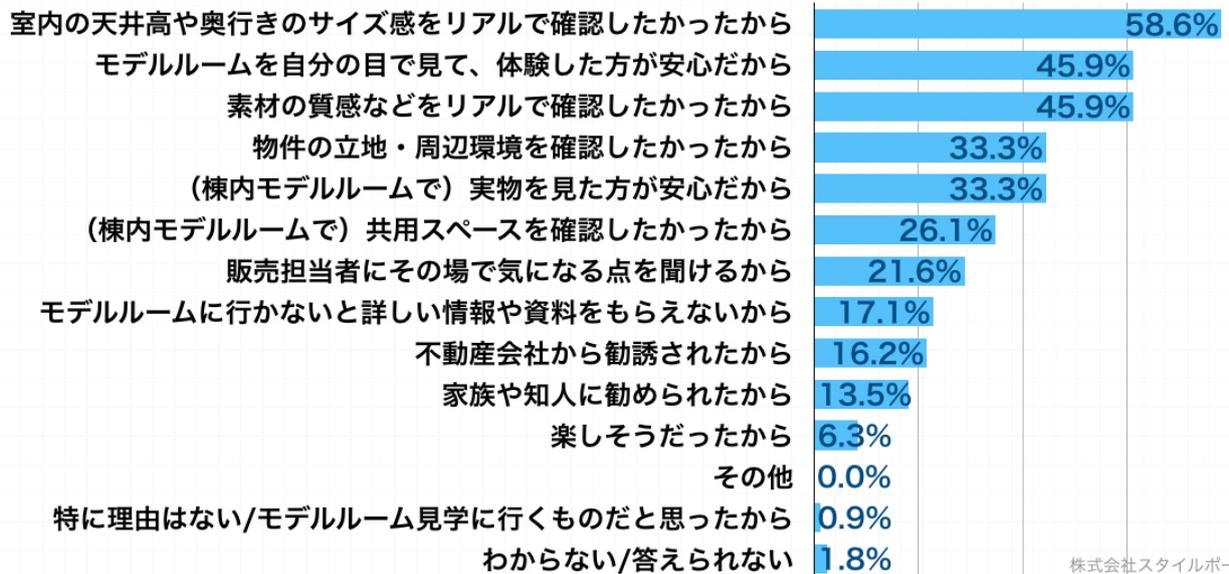
- ・30分未満 : 10.9%
- ・1時間程度 : 35.1%
- ・2時間程度 : 41.4%
- ・3時間程度 : 3.6%
- ・4時間以上 : 6.3%
- ・わからない/答えられない : 2.7%

■ マンションのモデルルーム見学に行った理由、「室内の天井高や奥行きサイズ感をリアルで確認したかったから」が58.6%で最多

「Q4.あなたが、マンションのモデルルーム見学に行った理由を教えてください。(複数回答)」(n=111)と質問したところ、「室内の天井高や奥行きサイズ感をリアルで確認したかったから」が58.6%、「モデルルームを自分の目で見て、体験した方が安心だから」が45.9%、「素材の質感などをリアルで確認したかったから」が45.9%という回答となりました。

Q4

あなたが、マンションのモデルルーム見学に行った理由を教えてください。（複数回答）



株式会社スタイルポート
モデルルーム見学に関する実態調査
(n=111)

STYLE PORT

- ・室内の天井高や奥行き サイズ感をリアルで確認したかったから：58.6%
- ・モデルルームを自分の目で見て、体験した方が安心だから：45.9%
- ・素材の質感などをリアルで確認したかったから：45.9%
- ・物件の立地・周辺環境を確認したかったから：33.3%
- ・（棟内モデルルームで）実物を見た方が安心だから：33.3%
- ・（棟内モデルルームで）共用スペースを確認したかったから：26.1%
- ・販売担当者にその場で気になる点を聞けるから：21.6%
- ・モデルルームに行かないと詳しい情報や資料をもらえないから：17.1%
- ・不動産会社から勧誘されたから：16.2%
- ・家族や知人に勧められたから：13.5%
- ・楽しそうだったから：6.3%
- ・その他：0.0%
- ・特に理由はない/モデルルーム見学に行くものだと思ったから：0.9%
- ・わからない/答えられない：1.8%

■他にも「検討材料を増やしたかったから」や「マンションの最新設備や防犯設備などを見られる」などの理由も

Q4で「わからない/答えられない」以外を回答した方に、「Q5.Q4で回答した以外に、マンションのモデルルーム見学に行った理由があれば、自由に教えてください。（自由回答）」（n=109）と質問したところ、「検討材料を増やしたかったから」や「マンションの最新設備や防犯設備などを見られる」など61の回答を得ることができました。

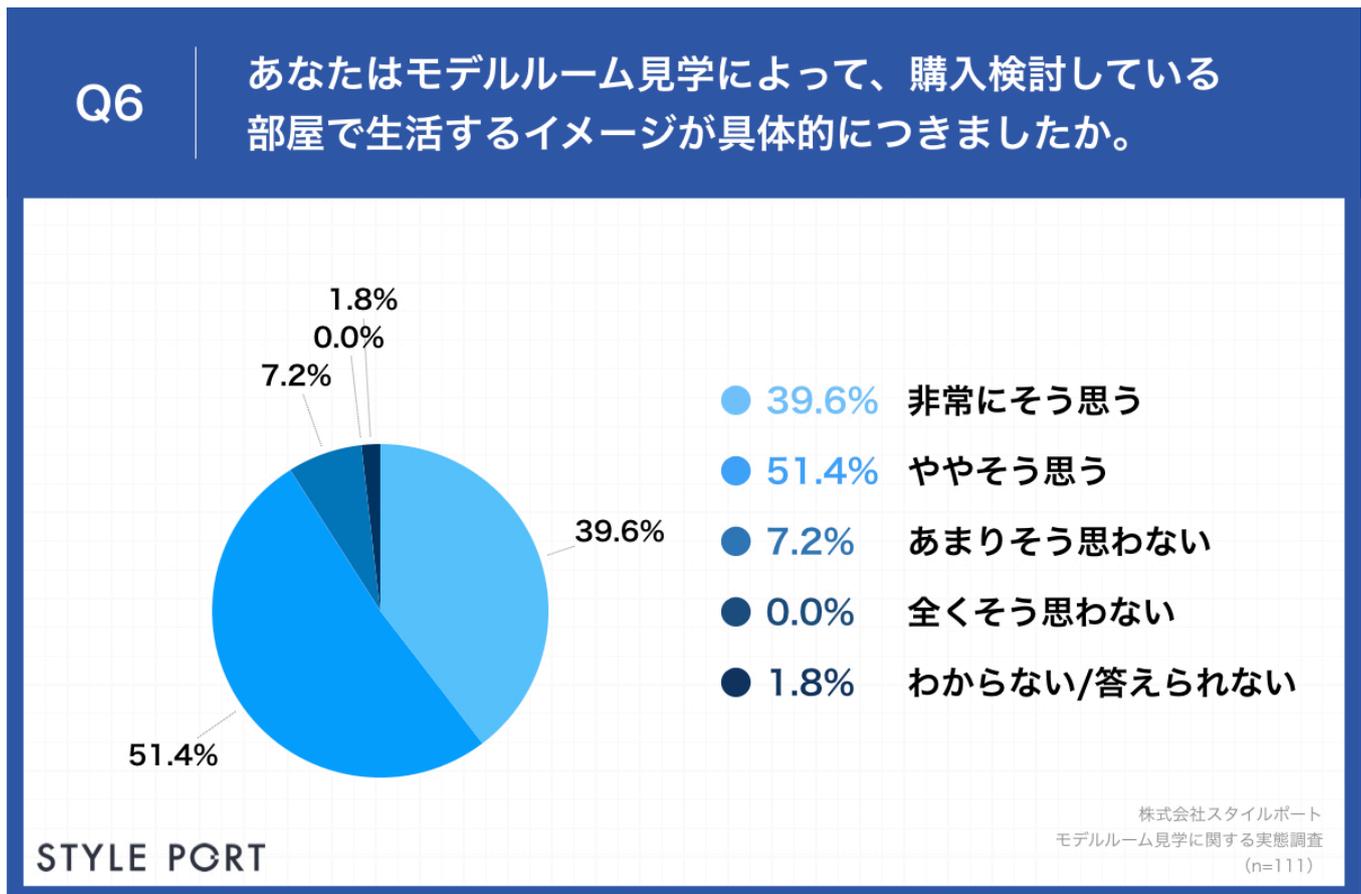
<自由回答・一部抜粋>

- ・47歳：検討材料を増やしたかったから。
- ・51歳：マンションの最新設備や防犯設備などを見られる。
- ・33歳：高層階のマンションの風景が見てみたかった。

- ・34歳：マンションの壁の厚さや通路の幅を体験したかった。
- ・52歳：実物見ないと寸法とかわからないから。
- ・50歳：オンラインでは分からない建具の質感を知るためと、担当営業の実際の雰囲気からある程度人間性も知れるので。

■9割以上が、モデルルーム見学で、購入検討する部屋での「生活イメージが湧いた」と回答

「Q6.あなたはモデルルーム見学によって、購入検討している部屋で生活するイメージが具体的につきましたか。」(n=111)と質問したところ、「非常にそう思う」が39.6%、「ややそう思う」が51.4%という回答となりました。



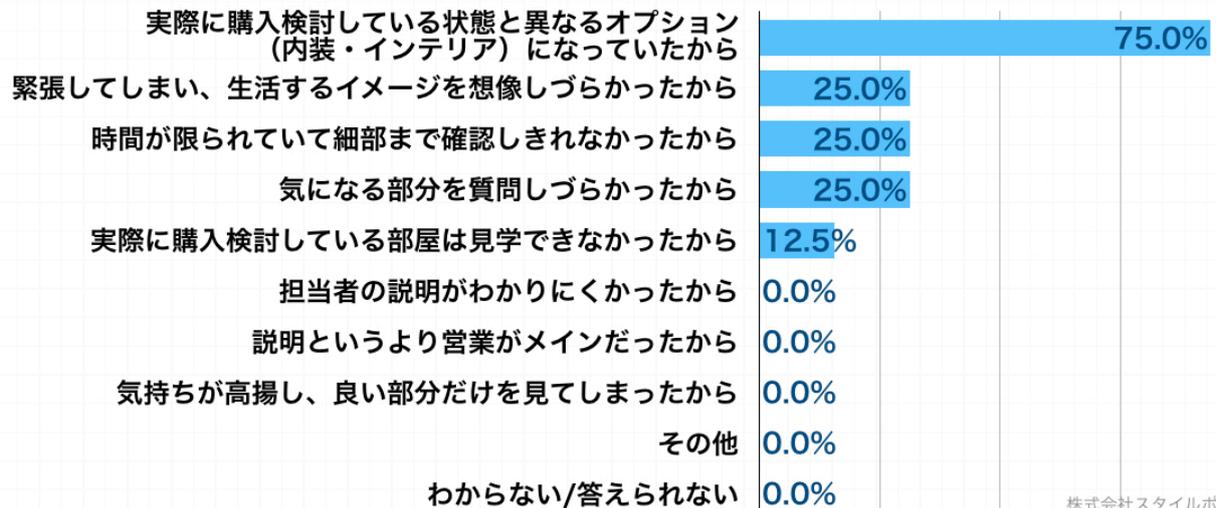
- ・非常にそう思う：39.6%
- ・ややそう思う：51.4%
- ・あまりそう思わない：7.2%
- ・全くそう思わない：0.0%
- ・わからない/答えられない：1.8%

■「実際に購入検討している状態と異なるオプション（内装・インテリア）になっていたから」モデルルームでは生活イメージが湧かない人も

Q6で「あまりそう思わない」「全くそう思わない」と回答した方に、「Q7.モデルルーム見学で、購入検討している部屋で生活するイメージが具体的につかなかった理由を教えてください。（複数回答）」(n=8)と質問したところ、「実際に購入検討している状態と異なるオプション（内装・インテリア）になっていたから」が75.0%、「緊張してしまい、生活するイメージを想像しづらかったから」が25.0%、「時間が限られていて細部まで確認しきれなかったから」が25.0%、「気になる部分を質問しづらかったから」が25.0%という回答となりました。

Q7

Q6で「あまりそう思わない」「全くそう思わない」と回答した方にお聞きします。モデルルーム見学で、購入検討している部屋で生活するイメージが具体的につかなかった理由を教えてください。（複数回答）



株式会社スタイルポート
モデルルーム見学に関する実態調査
(n=8)

STYLE PORT

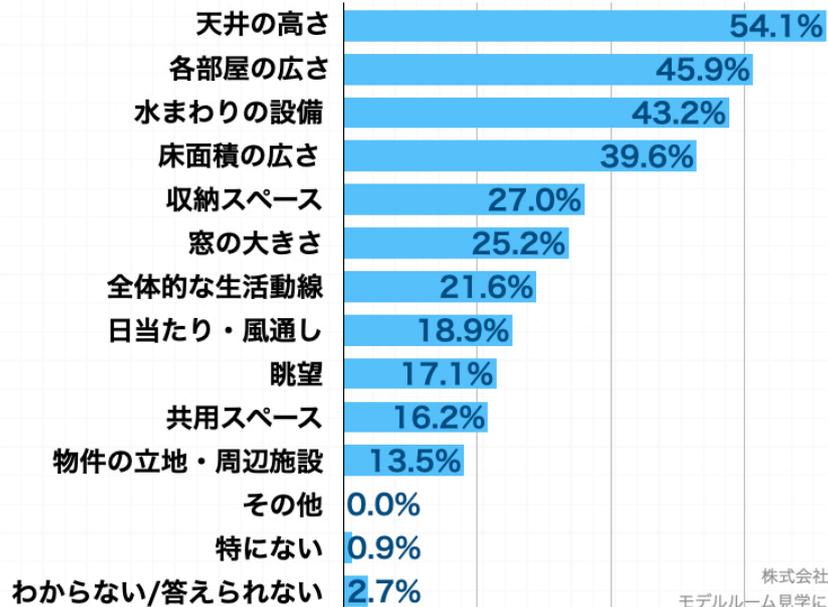
- ・実際に購入検討している状態と異なるオプション（内装・インテリア）になっていたから：75.0%
- ・緊張してしまい、生活するイメージを想像しづらかったから：25.0%
- ・時間が限られていて細部まで確認しきれなかったから：25.0%
- ・気になる部分を質問しづらかったから：25.0%
- ・実際に購入検討している部屋は見学できなかったから：12.5%
- ・担当者の説明がわかりにくかったから：0.0%
- ・説明というより営業がメインだったから：0.0%
- ・気持ちが高揚し、良い部分だけを見てしまったから：0.0%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

■モデルルーム見学の際に、「天井の高さ」（54.1%）や「各部屋の広さ」（45.9%）をもっと検証したかったとの声多数

「Q8.モデルルーム見学の際に、もっと確認・検証したかった項目を教えてください。（複数回答）」(n=111)と質問したところ、「天井の高さ（家具を配置しない場合、手持ちの家具を配置した場合など）」が54.1%、「各部屋の広さ（家具を配置しない場合、手持ちの家具を配置した場合など）」が45.9%、「水まわりの設備（シンクや引き出しの高さ、使い勝手など）」が43.2%という回答となりました。

Q8

モデルルーム見学の際に、もっと確認・検証したかった項目を教えてください。（複数回答）



STYLE PORT

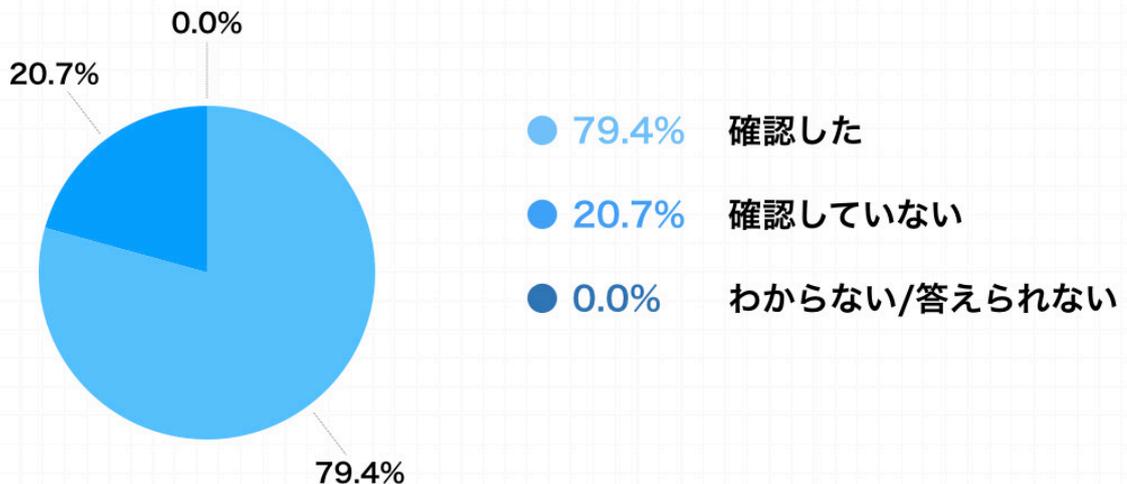
- ・天井の高さ（家具を配置しない場合、手持ちの家具を配置した場合など）：54.1%
- ・各部屋の広さ（家具を配置しない場合、手持ちの家具を配置した場合など）：45.9%
- ・水まわりの設備（シンクや引き出しの高さ、使い勝手など）：43.2%
- ・床面積の広さ（家具を配置しない場合、手持ちの家具を配置した場合など）：39.6%
- ・収納スペース：27.0%
- ・窓の大きさ：25.2%
- ・全体的な生活動線：21.6%
- ・日当たり・風通し：18.9%
- ・眺望：17.1%
- ・共用スペース：16.2%
- ・物件の立地・周辺施設：13.5%
- ・その他：0.0%
- ・特にない：0.9%
- ・わからない/答えられない：2.7%

■モデルルーム見学に加え、79.4%がネットでも購入検討している部屋の情報を確認

「Q9.あなたはモデルルーム見学だけでなく、インターネットでも、購入検討している部屋の画像や動画、VRを確認しましたか。」(n=111)と質問したところ、「確認した」が79.4%、「確認していない」が20.7%という回答となりました。

Q9

あなたはモデルルーム見学だけでなく、インターネットでも、購入検討している部屋の画像や動画、VRを確認しましたか。



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
モデルルーム見学に関する実態調査
(n=111)

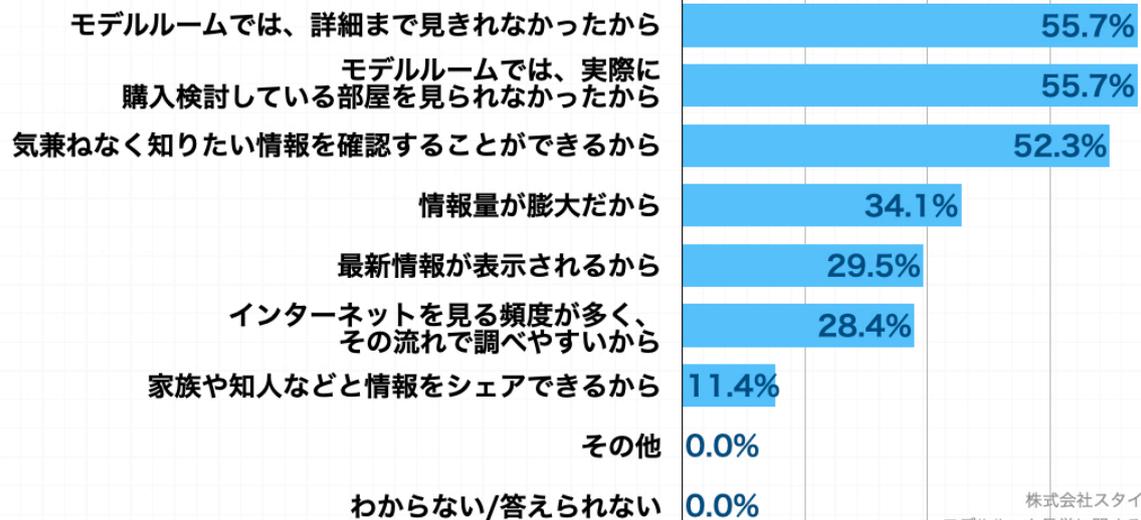
- ・確認した : 79.4%
- ・確認していない : 20.7%
- ・わからない/答えられない : 0.0%

■ ネットで情報確認した理由として、約6割がモデルルームでは「詳細まで見きれなかった」や「実際に購入検討している部屋を見られなかった」など

Q9で「確認した」と回答した方に、「Q10.モデルルーム見学だけでなく、インターネットでも、購入検討している部屋の画像や動画、VRを確認した理由を教えてください。(複数回答)」(n=88)と質問したところ、「モデルルームでは、詳細まで見きれなかったから」が55.7%、「モデルルームでは、実際に購入検討している部屋を見られなかったから」が55.7%、「気兼ねなく知りたい情報を確認することができるから」が52.3%という回答となりました。

Q10

Q9で「確認した」と回答した方にお聞きします。モデルルーム見学だけでなく、インターネットでも、購入検討している部屋の画像や動画、VRを確認した理由を教えてください。（複数回答）



STYLE PORT

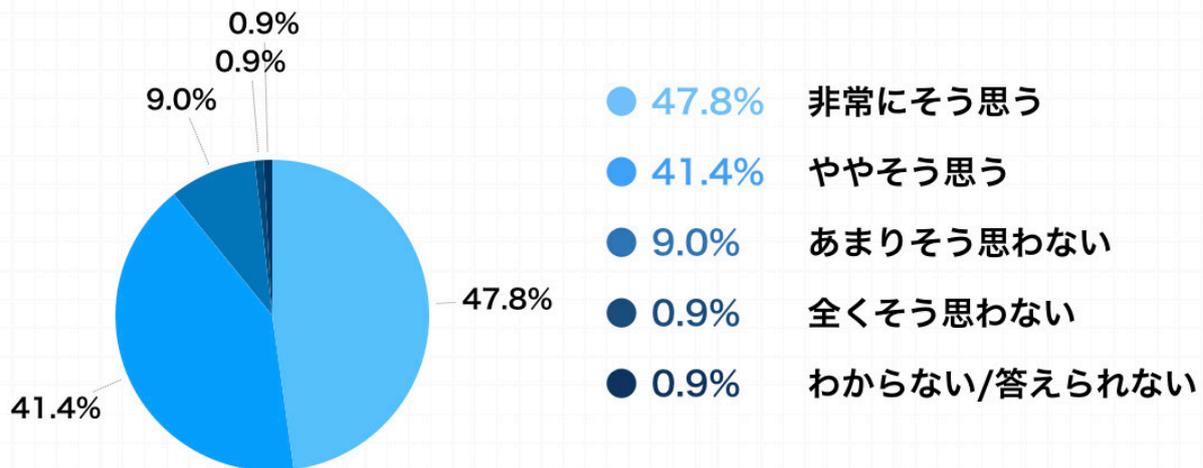
- ・モデルルームでは、詳細まで見きれなかったから：55.7%
- ・モデルルームでは、実際に購入検討している部屋を見られなかったから：55.7%
- ・気兼ねなく知りたい情報を確認することができるから：52.3%
- ・情報量が膨大だから：34.1%
- ・最新情報が表示されるから：29.5%
- ・インターネットを見る頻度が多く、その流れで調べやすいから：28.4%
- ・家族や知人などと情報をシェアできるから：11.4%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

■約9割が、購入検討物件の「VR内覧サービス」を利用したかったと回答

「Q11.購入検討物件に関して、インターネット上でいつでも好きな時に、全ての部屋タイプの室内を、どこでも自由に歩くように確認して内覧できる「VR内覧サービス」があったら使ってみたくありませんか。」(n=111)と質問したところ、「非常にそう思う」が47.8%、「ややそう思う」が41.4%という回答となりました。

Q11

購入検討物件に関して、インターネット上でいつでも好きな時に、全ての部屋タイプの室内を、どこでも自由に歩くように確認して内覧できる「VR内覧サービス」があったら使ってみたかったと思いますか。



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
モデルルーム見学に関する実態調査
(n=111)

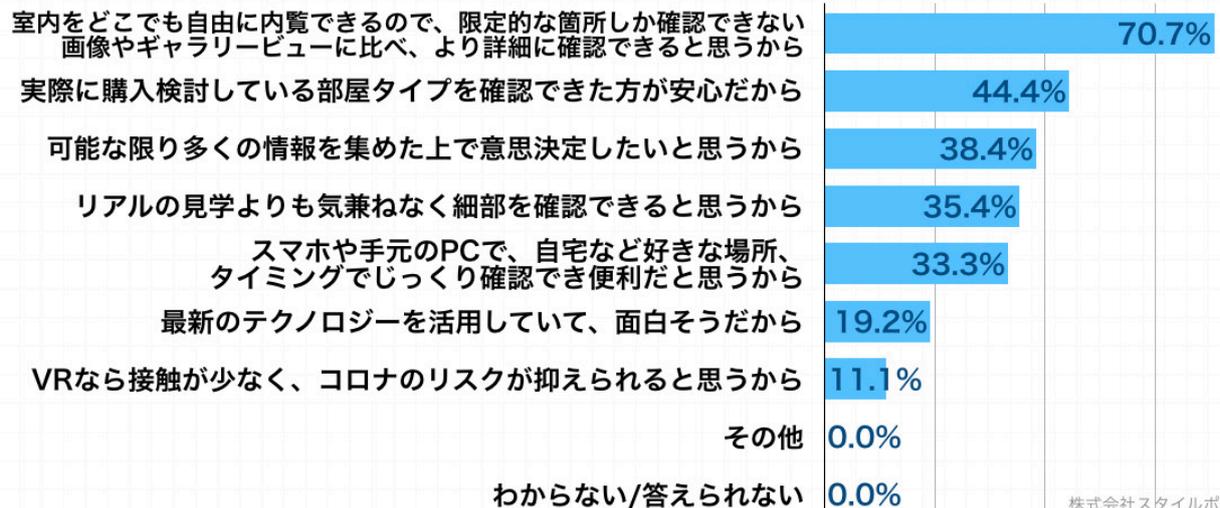
- ・非常にそう思う：47.8%
- ・ややそう思う：41.4%
- ・あまりそう思わない：9.0%
- ・全くそう思わない：0.9%
- ・わからない/答えられない：0.9%

■「VR内覧サービス」を使いたかった理由、「限定的な箇所しか確認できない画像やギャラリーレビューに比べ、より詳細に確認できると思うから」が70.7%で最多

Q11で「非常にそう思う」「ややそう思う」と回答した方に、「Q12.「VR内覧サービス」があったら使ってみたかったと思う理由を教えてください。（複数回答）」(n=99)と質問したところ、「室内をどこでも自由に内覧できるので、限定的な箇所しか確認できない画像やギャラリーレビューに比べ、より詳細に確認できると思うから」が70.7%、「実際に購入検討している部屋タイプを確認できた方が安心だから」が44.4%、「可能な限り多くの情報を集めた上で意思決定したいと思うから」が38.4%という回答となりました。

Q12

Q11で「非常にそう思う」「ややそう思う」と回答した方にお聞きします。「VR内覧サービス」があったら使ってみたかったと思う理由を教えてください。（複数回答）



株式会社スタイルポート
モデルルーム見学に関する実態調査
(n=99)

STYLE PORT

- ・室内をどこでも自由に内覧できるので、限定的な箇所しか確認できない画像やギャラリービューに比べ、より詳細に確認できると思うから：70.7%
- ・実際に購入検討している部屋タイプを確認できた方が安心だから：44.4%
- ・可能な限り多くの情報を集めた上で意思決定したいと思うから：38.4%
- ・リアルの見学よりも気兼ねなく細部を確認できると思うから：35.4%
- ・スマホや手元のPCで、自宅など好きな場所、タイミングでじっくり確認でき便利だと思うから：33.3%
- ・最新のテクノロジーを活用していて、面白そうだから：19.2%
- ・VRなら接触が少なく、コロナのリスクが抑えられると思うから：11.1%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

■ 調査概要

調査概要：モデルルーム見学に関する実態調査

調査方法：IDEATECHが提供するリサーチPR「リサピー®」の企画によるインターネット調査

調査期間：2022年7月7日～同年7月8日

有効回答：コロナ禍にモデルルームに行き、居住用の新築マンションを購入した人111名

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはなりません。

《調査結果の利用条件》

- 1 情報の出典元として「株式会社スタイルポート」の名前を明記してください。
- 2 ウェブサイトで使用する場合は、出典元として、下記リンクを設置してください。

URL：<https://roov.jp/>

<ROOVについて>

『ROOV』は、「空間の選択に伴う後悔をゼロにする」というミッションを掲げ、スタイルポートが2019年4月に提供を開始した住宅販売の空間コミュニケーションサービスです。

新築物件の売買が多い日本市場の特徴に対し、室内空間を建築図面から3DCGで再現。既存の360°パノラマ写真やCGパースでは実現できない、未竣工の室内空間を自由自在に歩き回るVR内覧を可能にしました。

また、物件購入の際、インターネットでの情報収集が主流であることから、検討者のスマホや手元のPCでアプリをダウンロードすることなくVR内覧できる3DCG表示エンジンを独自開発。「いつでも」「どこでも」「かんたん」な物件の購入検討を可能にしました。

加えて、VR内覧をはじめとする購入検討に必要な、あらゆる資料や情報をクラウド上で一元管理できるため、対面接客・オンライン接客どちらにも対応する住宅売買の空間コミュニケーションプラットフォームとして、主に新築分譲マンション販売現場での導入が進行。ウォークスルー型新築分譲マンション向け3DCG内覧サービスとして導入実績数No.1(※3)を獲得しています。



※1 新築マンション向けオンライン3DCG内覧サービスとして累計導入実績No.1

調査期間：2022年4月20日～6月28日

調査機関：東京商工リサーチ

調査方法：聞き取り調査

調査対象：国内のウォークスルー型3DCG内覧サービス提供企業

※2 調査リリースURL：「マンション購入者の行動変容」に関する調査

ミレニアル世代編 (<https://roov.jp/info/info-1949/>) X世代編 (<https://roov.jp/info/info-2208/>)

<会社概要>

会社名：株式会社スタイルポート

設立：2017年10月

代表者名：代表取締役 間所暁彦

所在地：〒150-0001 東京都渋谷区神宮前4-3-15 東京セントラル表参道322号

事業内容：不動産マーケットにおけるITソリューションの開発および提供

URL：<https://styleport.co.jp/>

本件に関するお問い合わせ先 広報担当：遠藤

TEL：03-6812-9555 FAX：03-6812-9556 E-mail：<https://styleport.co.jp/contact/>