

2022年11月28日

株式会社スタイルポート

【マンション購入ポイント、東京・大阪共に「面積」と「コスト」を重視】

マンションギャラリーで渡される資料、

東京の76.3%が「データ」派、大阪比27.3ポイント高

～購入マンションランキング | 東京 第2位「パークマンション」大阪 第2位「シティハウス」、
東京・大阪の両方で第1位となったのは〇〇～

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/>)』(※)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、コロナ禍で居住用の新築マンションを購入した東京都在住の男女114名、大阪府在住の男女102名に対し、東京・大阪のマンション購入者比較調査を実施しました。

■ 調査サマリー**東京・大阪のマンション購入者比較調査**

TOPIC 01 マンション購入ポイント、
東京・大阪共に「面積」と「コスト」を重視

TOPIC 02 マンションギャラリーの訪問の際、「訪問」や「日程調整・予約作業」
が面倒と不満の声、また東京では約4割から感染拡大を意識する声も

TOPIC 03 マンションギャラリーで渡される資料、
東京の76.3%が「データ」派、大阪比27.3ポイント高い結果に

SUMMARY



本調査では、新築マンションを購入した東京都在住者と大阪府在住者を対象に比較調査を実施しました。

まず、マンション購入検討時の重要視ポイントについて、東京は第1位「面積」(53.5%)、第2位「価格」(52.6%)、大阪は第1位「価格」(56.9%)、第2位「面積」(51.0%)と、東西の地域差はほぼなく、ともに面積・価格を重視している結果となりました。

一方、マンションギャラリーで渡される資料は、東京が大阪よりも27.3ポイント高く資料の「データ化」を希望。「VR内覧サービス」については、東京・大阪共通して8割以上から「使ってみたかった」という声が挙がる結果となりました。

地域における重要視ポイントに多少差は出たものの、共通してマンション購入の検討時には、マンションギャラリーまで出向くことや日時調整、予約作業に面倒さを感じる人は多く、VR内覧に対しての期待値が高いことが分かりました。時間や部屋条件などに縛られることなく内覧できる点や、限定的な箇所しか確認できないマンションギャラリーでの画像やギャラリービューに比べ、より詳細に確認できる点などに期待を示しており、VR内覧がマンション購入前のスタンダードとなり得そうです。

■調査概要

調査概要：東京・大阪のマンション購入者比較調査

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10月31日～同年11月1日

有効回答：コロナ禍で居住用の新築マンションを購入した、東京都在住の男女114名とコロナ禍で居住用の新築マンションを購入した、大阪府在住の男女102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。

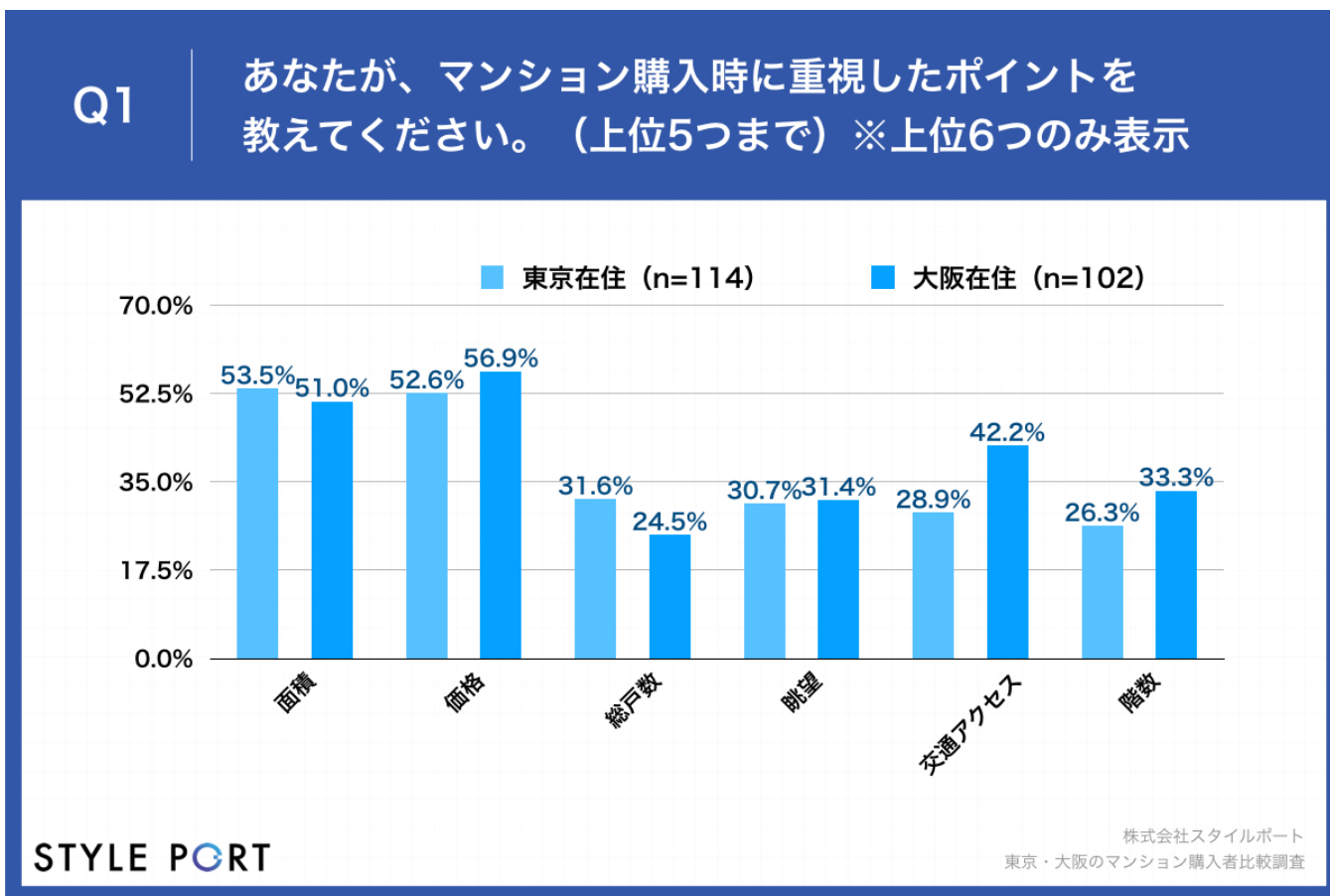
《利用条件》

- 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/

■マンション購入検討時に重要視したポイント、東京・大阪共に「面積」と「コスト」が上位に、大阪の方がややコスト重視の傾向も

「Q1.あなたが、マンション購入時に重視したポイントを教えてください。（上位5つまで）」と質問したところ、東京在住（n=114）は「面積」が53.5%、「価格」が52.6%、大阪在住（n=102）は「価格」が56.9%、「面積」が51.0%という回答となりました。



<東京在住 (n=114) >

- ・面積：53.5%
- ・価格：52.6%
- ・総戸数：31.6%
- ・眺望：30.7%
- ・交通アクセス：28.9%
- ・階数：26.3%
- ・エリアイメージ：21.9%

- ・日当たり：13.2%
- ・間取り：12.3%
- ・住宅性能（耐震、断熱など）：12.3%
- ・設備：7.9%
- ・ブランド：7.9%
- ・学区：7.0%
- ・駐車場：7.0%
- ・共用施設（パーティールーム、ゲストルーム、ジムなど）：4.4%
- ・外観やエントランスなどのデザイン：4.4%
- ・インテリア：3.5%
- ・売り主の知名度：1.8%
- ・その他：0.9%
- ・特にない：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.9%

<大阪在住（n=102）>

- ・価格：56.9%
- ・面積：51.0%
- ・交通アクセス：42.2%
- ・間取り：34.3%
- ・階数：33.3%
- ・眺望：31.4%
- ・日当たり：26.5%
- ・総戸数：24.5%
- ・エリアイメージ：24.5%
- ・住宅性能（耐震、断熱など）：22.5%
- ・設備：15.7%
- ・駐車場：8.8%
- ・学区：7.8%
- ・ブランド：7.8%
- ・売り主の知名度：3.9%
- ・共用施設（パーティールーム、ゲストルーム、ジムなど）：2.9%
- ・インテリア：2.0%
- ・外観やエントランスなどのデザイン：0.0%
- ・その他：1.0%
- ・特にない：2.0%
- ・わからない/答えられない：2.0%

■他にも東京では「リセールバリュー」、大阪では「実家との距離」などのポイントも

Q1で「わからない/答えられない」「特にない」以外を回答した方に、「Q2.Q1で回答した以外に、重視したポイントがあれば、自由に教えてください。（自由回答）」と質問したところ、東京在住（n=113）は「リセールバリュー」や「治安の良さ」、大阪在住（n=100）は「騒音」や「実家の近くで探した」などの回答を得ることができました。

<東京在住：自由回答・一部抜粋>

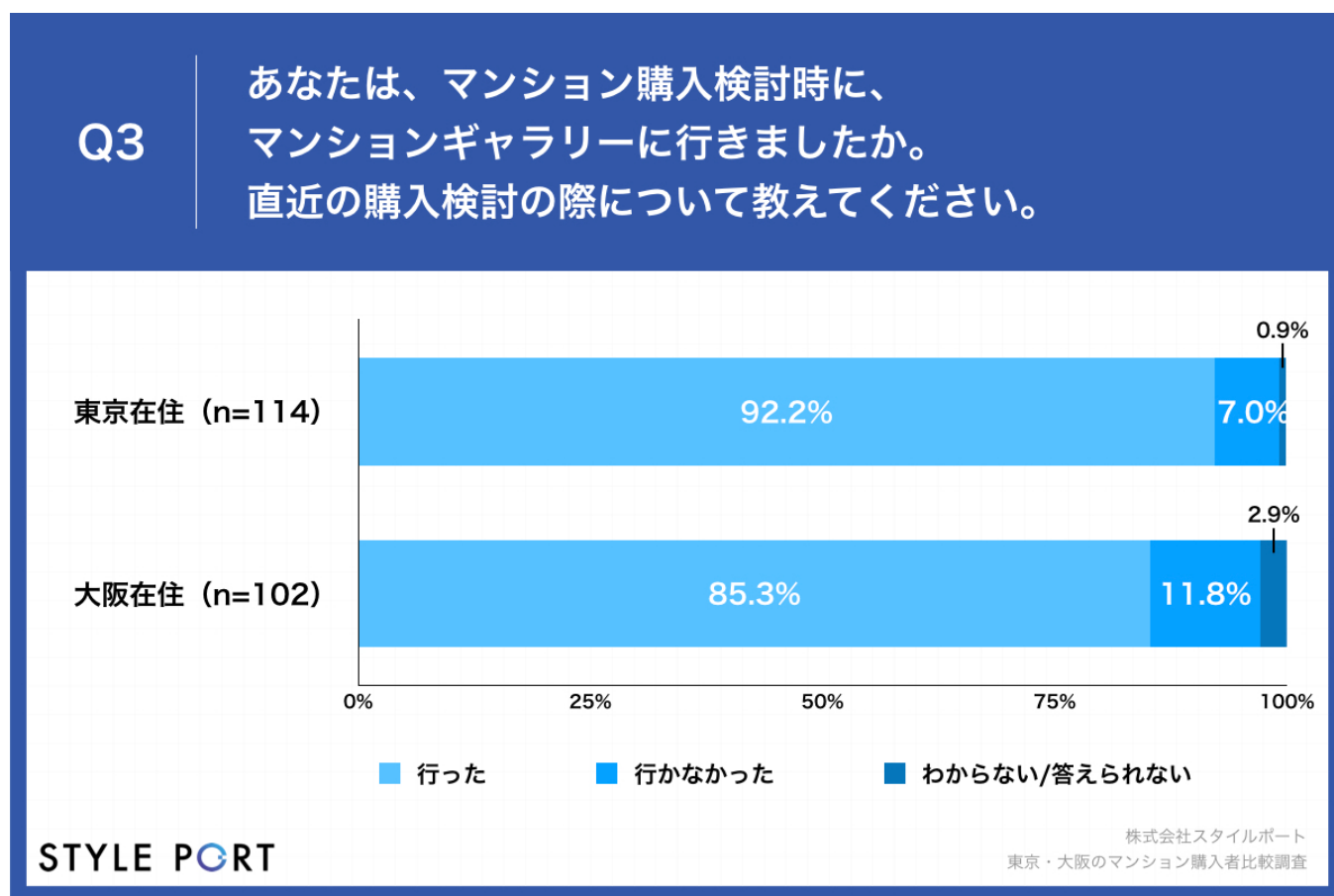
- ・55歳：リセールバリュー。
- ・54歳：治安の良さ。
- ・42歳：近辺スポット。
- ・64歳：リノベーションの可能性。
- ・41歳：資産価値。
- ・65歳：生活に必要な施設が徒歩圏内。
- ・36歳：子供が住みやすいかどうか。

<大阪在住：自由回答・一部抜粋>

- ・48歳：騒音。
- ・44歳：実家の近くで探した。
- ・44歳：コンビニ／スーパーとの距離。
- ・58歳：高級感。
- ・48歳：近隣の治安。
- ・60歳：自然が感じられる 近くに公園(自然)がある事バルコニー側の交通量マンションの敷地が主要道路に面していない事。
- ・50歳：収納スペース。

■大阪、東京共にマンション購入検討時、約9割が「マンションギャラリーを利用」

「Q3.あなたは、マンション購入検討時に、マンションギャラリーに行きましたか。直近の購入検討の際について教えてください。」と質問したところ、東京在住（n=114）は「行った」が92.2%、「行かなかった」が7.0%、大阪在住（n=102）は「行った」が85.3%、「行かなかった」が11.8%という回答となりました。



<東京在住（n=114）>

- ・行った：92.2%
- ・行かなかった：7.0%
- ・わからない/答えられない：0.9%

<大阪在住（n=102）>

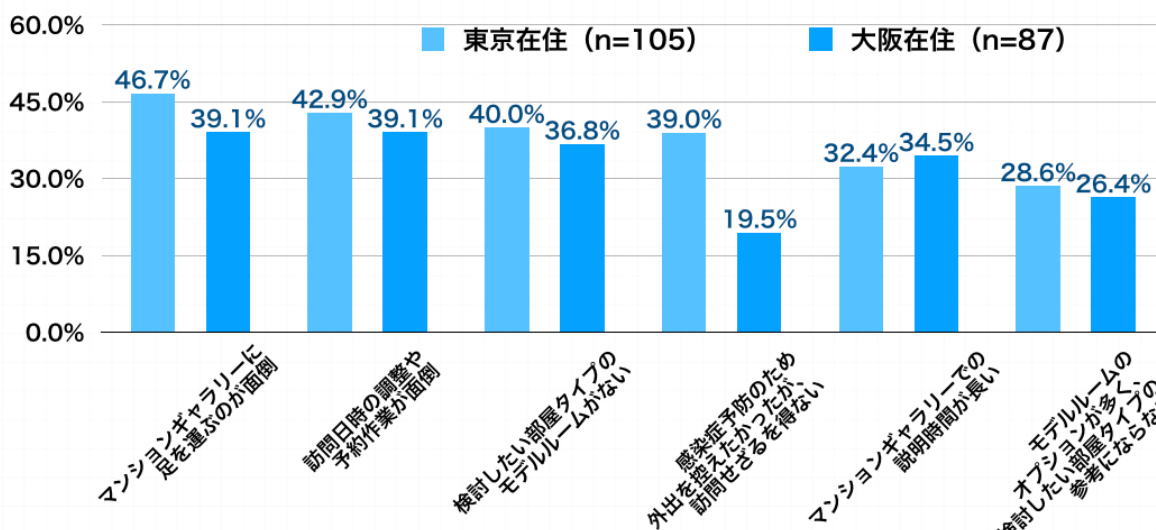
- ・行った：85.3%
- ・行かなかった：11.8%
- ・わからない/答えられない：2.9%

■マンションギャラリー訪問の際、大阪では「足を運ぶのが面倒」や「訪問日時の調整や予約作業が面倒」と不満の声、また東京では感染拡大を意識する声も

Q3で「行った」と回答した方に、「Q4. マンションギャラリーに行った際に、不満に思ったことがあれば教えてください。（複数回答）」と質問したところ、東京在住（n=105）は「マンションギャラリーに足を運ぶのが面倒」が46.7%、「訪問日時の調整や予約作業が面倒」が42.9%、大阪在住（n=87）は「訪問日時の調整や予約作業が面倒」が39.1%、「マンションギャラリーに足を運ぶのが面倒」が39.1%という回答となりました。

Q4

Q3で「行った」と回答した方にお聞きします。
マンションギャラリーに行った際に、不満に思ったことがあれば教えてください。（複数回答）※上位6つのみ表示



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
東京・大阪のマンション購入者比較調査

<東京在住 (n=105) >

- ・マンションギャラリーに足を運ぶのが面倒：46.7%
- ・訪問日時の調整や予約作業が面倒：42.9%
- ・検討したい部屋タイプのモデルルームがない：40.0%
- ・感染症予防のため外出を控えたかったが、訪問せざるを得ない：39.0%
- ・マンションギャラリーでの説明時間が長い：32.4%
- ・モデルルームのオプションが多く、検討したい部屋タイプの参考にならない：28.6%
- ・渡される持ち帰り資料が多い：21.0%
- ・何度もマンションギャラリーに訪問しなければならない：19.0%
- ・来場特典がなかった：10.5%
- ・その他：0.0%
- ・不満はなかった：1.9%
- ・わからない/答えられない：1.0%

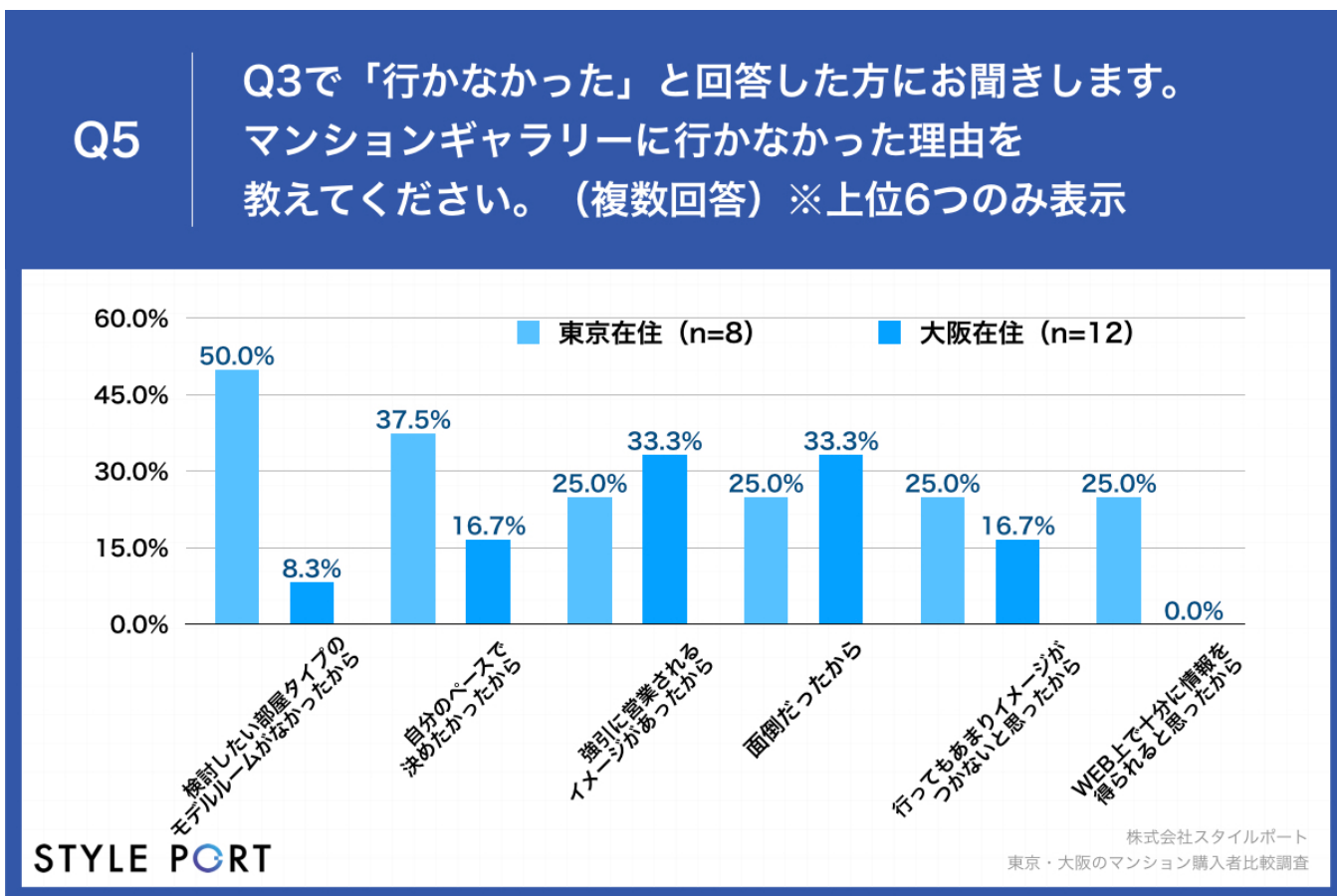
<大阪在住 (n=87) >

- ・訪問日時の調整や予約作業が面倒：39.1%
- ・マンションギャラリーに足を運ぶのが面倒：39.1%
- ・検討したい部屋タイプのモデルルームがない：36.8%
- ・マンションギャラリーでの説明時間が長い：34.5%
- ・モデルルームのオプションが多く、検討したい部屋タイプの参考にならない：26.4%
- ・渡される持ち帰り資料が多い：20.7%
- ・感染症予防のため外出を控えたかったが、訪問せざるを得ない：19.5%
- ・何度もマンションギャラリーに訪問しなければならない：11.5%

- ・来場特典がなかった：10.3%
- ・その他：3.4%
 - －47歳：家具が過度に豪華
 - －63歳：営業マンのホスピタリティがない
- ・不満はなかった：11.5%
- ・わからない/答えられない：0.0%

■マンションギャラリーに行かなかった理由、大阪では「強引に営業されるイメージがあった」や「面倒だった」との声多数

Q3で「行かなかった」と回答した方に、「Q5.マンションギャラリーに行かなかった理由を教えてください。（複数回答）」と質問したところ、東京在住（n=8）は「検討したい部屋タイプのモデルルームがなかったから」が50.0%、「自分のペースで決めなかったから」が37.5%、大阪在住（n=12）は「強引に営業されるイメージがあったから」が33.3%、「面倒だったから」が33.3%という回答となりました。



<東京在住 (n=8) >

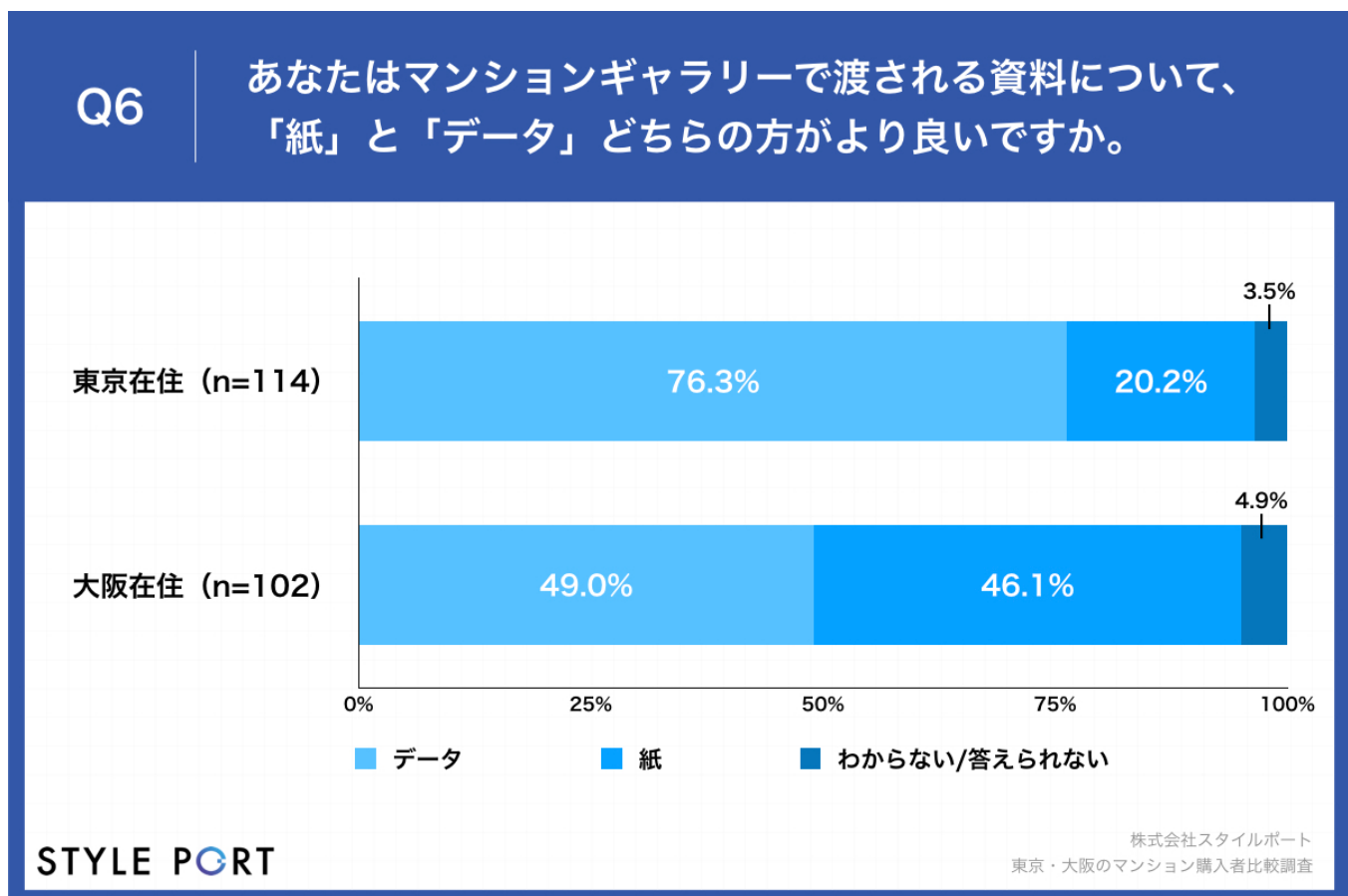
- ・検討したい部屋タイプのモデルルームがなかったから：50.0%
- ・自分のペースで決めなかったから：37.5%
- ・強引に営業されるイメージがあったから：25.0%
- ・面倒だったから：25.0%
- ・行ってもあまりイメージがつかないと思ったから：25.0%
- ・WEB上で十分に情報を得られると思ったから：25.0%
- ・感染症が心配だったから：12.5%
- ・来場特典がないから：12.5%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

<大阪在住 (n=12) >

- ・強引に営業されるイメージがあったから：33.3%
- ・面倒だったから：33.3%
- ・行ってもあまりイメージがつかないと思ったから：16.7%
- ・自分のペースで決めなかったから：16.7%
- ・検討したい部屋タイプのモデルルームがなかったから：8.3%
- ・感染症が心配だったから：8.3%
- ・来場特典がないから：8.3%
- ・WEB上で十分に情報を得られると思ったから：0.0%
- ・その他：8.3%
- ・わからない/答えられない：16.7%

■マンションギャラリーで渡される資料、東京の76.3%が「データ」派、大阪比27.3ポイント高

「Q6.あなたはマンションギャラリーで渡される資料について、「紙」と「データ」どちらの方がより良いですか。」と質問したところ、東京在住（n=114）は「データ」が76.3%、「紙」が20.2%、大阪在住（n=102）は「データ」が49.0%、「紙」が46.1%という回答となりました。



<東京在住 (n=114) >

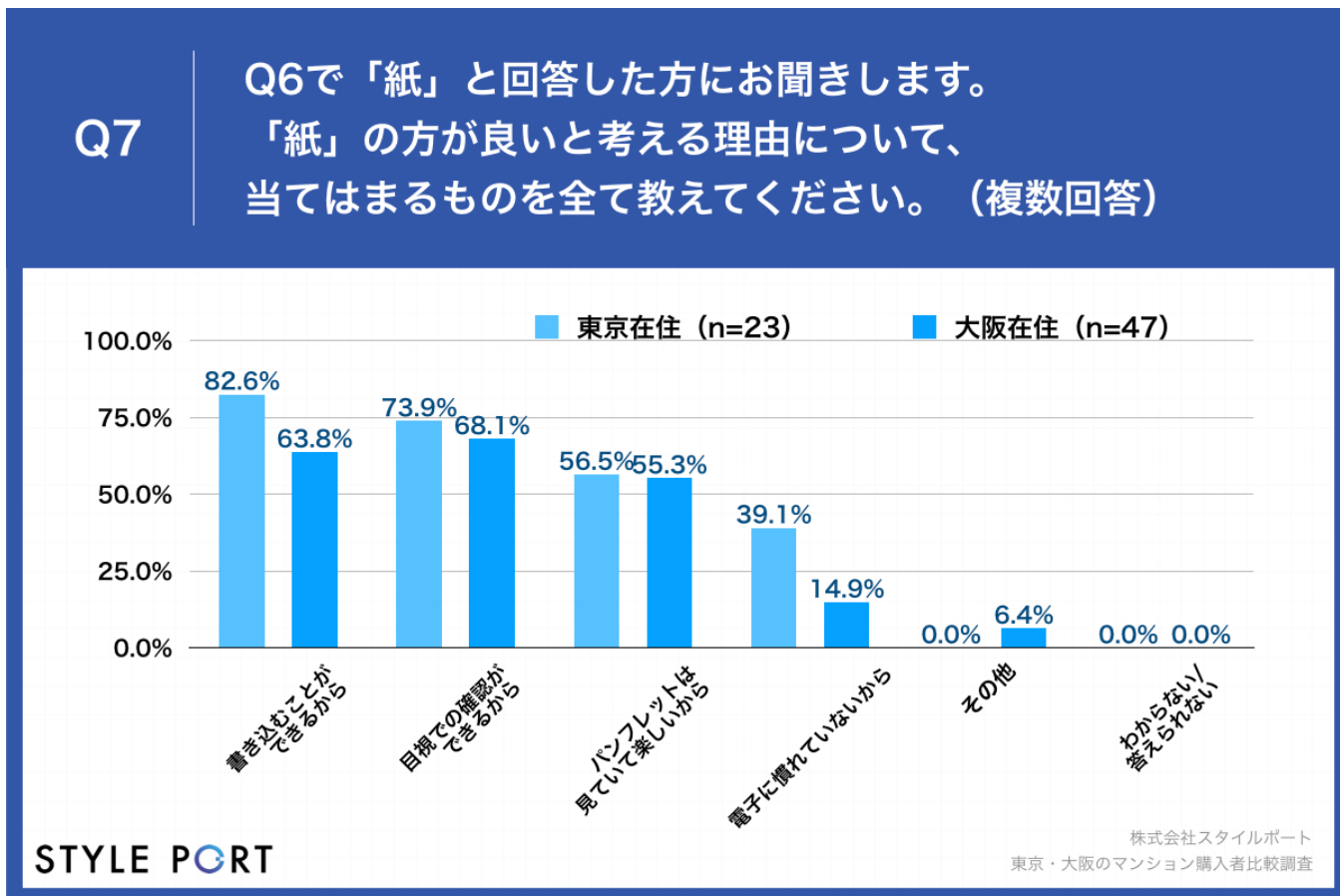
- ・データ：76.3%
- ・紙：20.2%
- ・わからない/答えられない：3.5%

<大阪在住 (n=102) >

- ・データ：49.0%
- ・紙：46.1%
- ・わからない/答えられない：4.9%

■資料は「紙」派の理由、「書き込むことができる」や「目視での確認ができる」の声多数

Q6で「紙」と回答した方に、「Q7.「紙」の方が良いと考える理由について、当てはまるものを全て教えてください。（複数回答）」と質問したところ、東京在住（n=23）は「書き込むことができるから」が82.6%、「目視での確認ができるから」が73.9%、大阪在住（n=47）は「目視での確認ができるから」が68.1%、「書き込むことができるから」が63.8%という回答となりました。



<東京在住 (n=23) >

- ・書き込むことができるから：82.6%
- ・目視での確認ができるから：73.9%
- ・パンフレットは見ていて楽しいから：56.5%
- ・電子に慣れていないから：39.1%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

<大阪在住 (n=47) >

- ・目視での確認ができるから：68.1%
- ・書き込むことができるから：63.8%
- ・パンフレットは見ていて楽しいから：55.3%
- ・電子に慣れていないから：14.9%
- ・その他：6.4%
 - －44歳：見やすい
 - －47歳：電子データは、スマホにしろパソコンにしろ、見る媒体のディスプレイが小さく、見にくい
- ・わからない/答えられない：0.0%

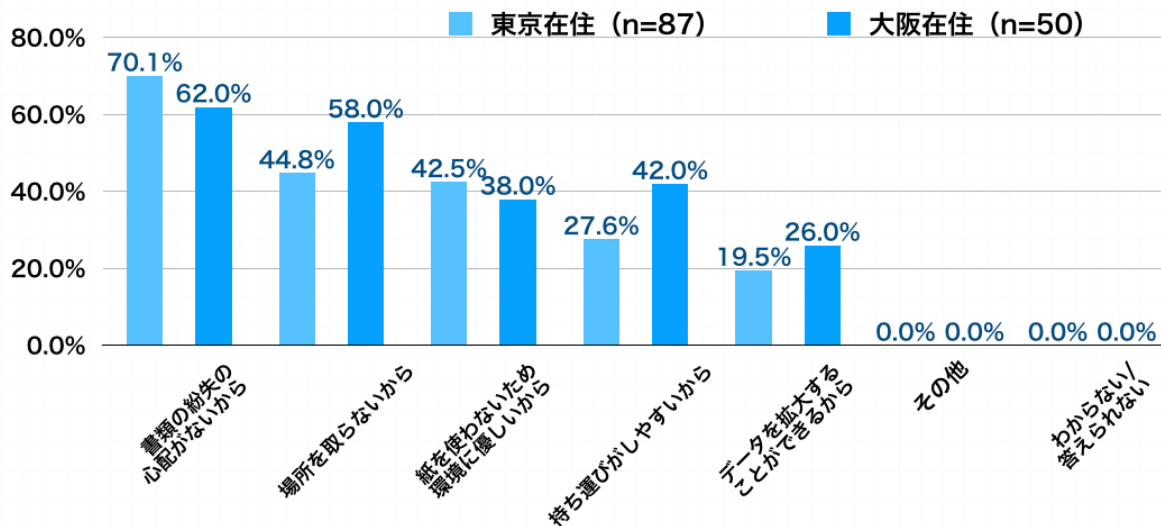
■資料は「データ」派の理由、「書類の紛失の心配がない」や「場所を取らない」の声多数

Q6で「データ」と回答した方に、「Q8.「データ」の方が良いと考える理由について、当てはまるものを全て教えてください。（複数回答）」と質問したところ、東京在住（n=87）は「書類の紛失の心配がないから」が70.1%、「場所を取らないか

ら」が44.8%、大阪在住（n=50）は「書類の紛失の心配がないから」が62.0%、「場所を取らないから」が58.0%という回答となりました。

Q8

Q6で「データ」と回答した方にお聞きします。
「データ」の方が良いと考える理由について、
当てはまるものを全て教えてください。（複数回答）



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
東京・大阪のマンション購入者比較調査

<東京在住（n=87）>

- ・書類の紛失の心配がないから：70.1%
- ・場所を取らないから：44.8%
- ・紙を使わないため環境に優しいから：42.5%
- ・持ち運びがしやすいから：27.6%
- ・データを拡大することができるから：19.5%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

<大阪在住（n=50）>

- ・書類の紛失の心配がないから：62.0%
- ・場所を取らないから：58.0%
- ・持ち運びがしやすいから：42.0%
- ・紙を使わないため環境に優しいから：38.0%
- ・データを拡大することができるから：26.0%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

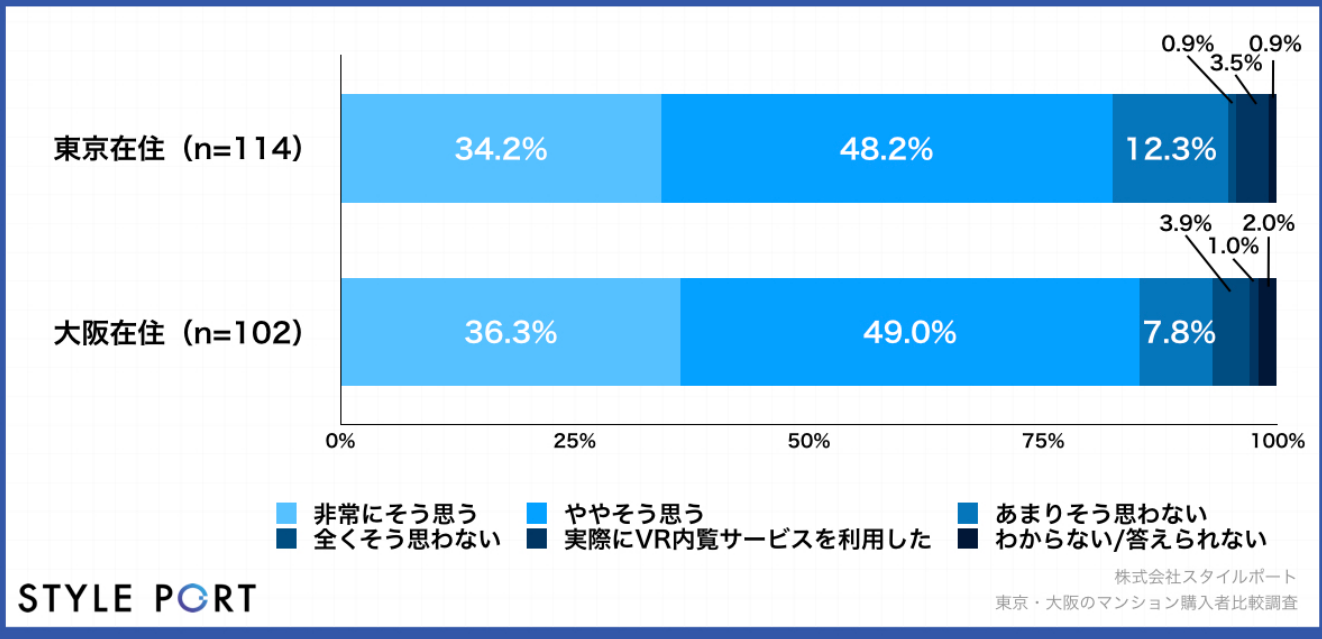
■インターネット上でいつでも利用できる「VR内覧サービス」について、東京・大阪双方の8割以上が「使ってみたかった」と回答

「Q9.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。」と質問したところ、東京在住（n=11

4) は「非常にそう思う」が34.2%、「ややそう思う」が48.2%、大阪在住（n=102）は「非常にそう思う」が36.3%、「ややそう思う」が49.0%という回答となりました。

Q9

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ですか。



<東京在住 (n=114) >

- ・非常にそう思う：34.2%
- ・ややそう思う：48.2%
- ・あまりそう思わない：12.3%
- ・全くそう思わない：0.9%
- ・実際にVR内覧サービスを利用した：3.5%
- ・わからない/答えられない：0.9%

<大阪在住 (n=102) >

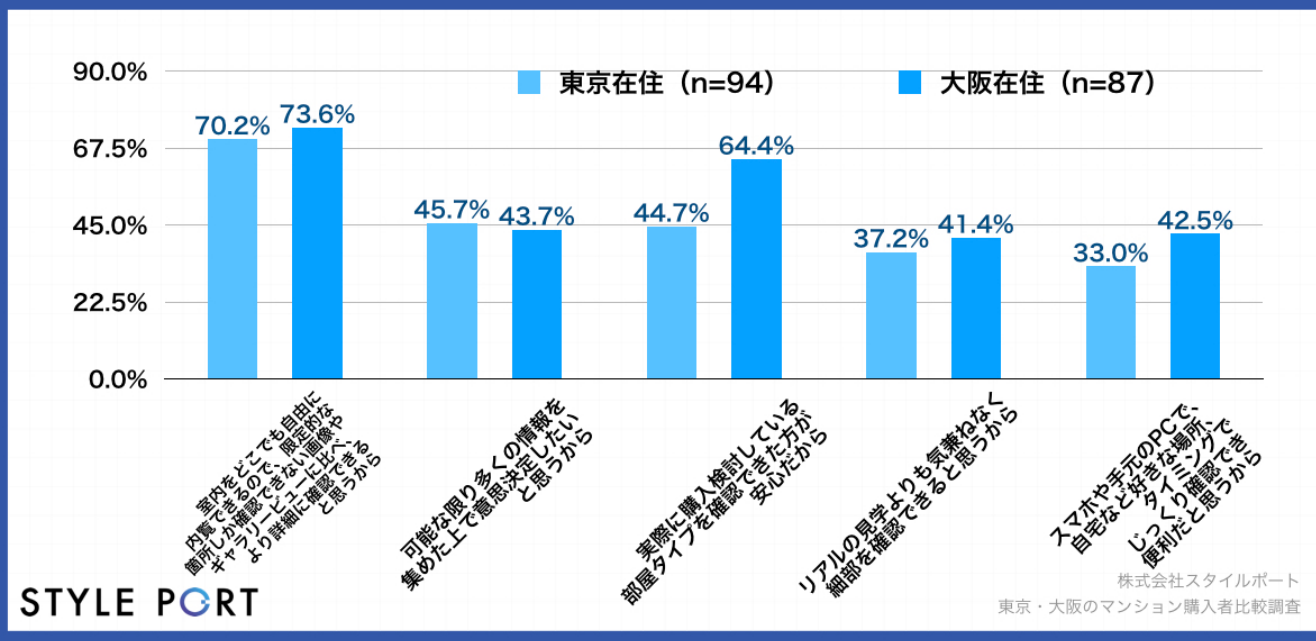
- ・非常にそう思う：36.3%
- ・ややそう思う：49.0%
- ・あまりそう思わない：7.8%
- ・全くそう思わない：3.9%
- ・実際にVR内覧サービスを利用した：1.0%
- ・わからない/答えられない：2.0%

■「VR内覧サービス」への興味理由、7割以上が「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」と回答

Q9で「非常にそう思う」「ややそう思う」と回答した方に、「Q10.「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）」と質問したところ、東京在住（n=94）は「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」が70.2%、「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45.7%、大阪在住（n=87）は「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」が73.6%、「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64.4%という回答となりました。

Q10

Q9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）※上位5つのみ表示



＜東京在住 (n=94)＞

- ・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：70.2%
- ・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：45.7%
- ・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：44.7%
- ・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：37.2%
- ・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：33.0%
- ・最新のテクノロジーを活用していて、面白そうだから：24.5%
- ・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：13.8%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

＜大阪在住 (n=87)＞

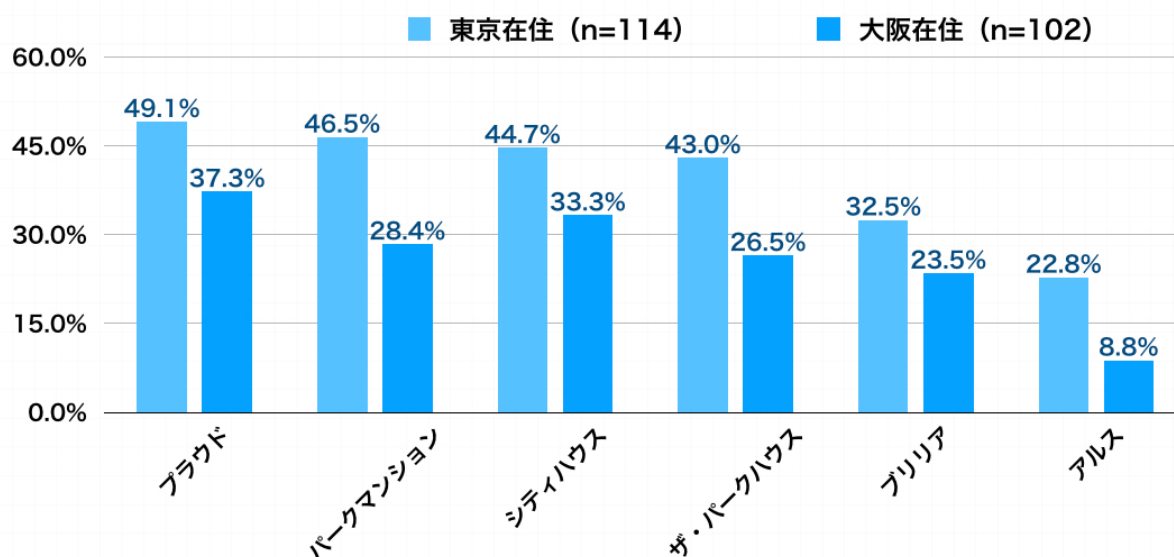
- ・室内をどこでも自由に内覧できるので、限定的な箇所しか確認できない画像やギャラリービューに比べ、より詳細に確認できると思うから：73.6%
- ・実際に購入検討している部屋タイプを確認できた方が安心だから：64.4%
- ・可能な限り多くの情報を集めた上で意思決定したいと思うから：43.7%
- ・スマホや手元のPCで、自宅など好きな場所、タイミングでじっくり確認でき便利だと思うから：42.5%
- ・リアルの見学よりも気兼ねなく細部を確認できると思うから：41.4%
- ・最新のテクノロジーを活用していて、面白そうだから：19.5%
- ・VRなら接触が少なく、コロナのリスクが抑えられると思うから：17.2%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

■購入検討したマンションブランド、東京・大阪両方の地域で「プラウド」が最多

「Q11.あなたがマンション購入時に検討したマンションブランドを教えてください。（複数回答）」と質問したところ、東京在住（n=114）は「プラウド」が49.1%、「パークマンション」が46.5%、大阪在住（n=102）は「プラウド」が37.3%、「シティハウス」が33.3%という回答となりました。

Q11

あなたがマンション購入時に検討したマンションブランドを教えてください。（複数回答）※上位6つのみ表示



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
東京・大阪のマンション購入者比較調査

<東京在住 (n=114) >

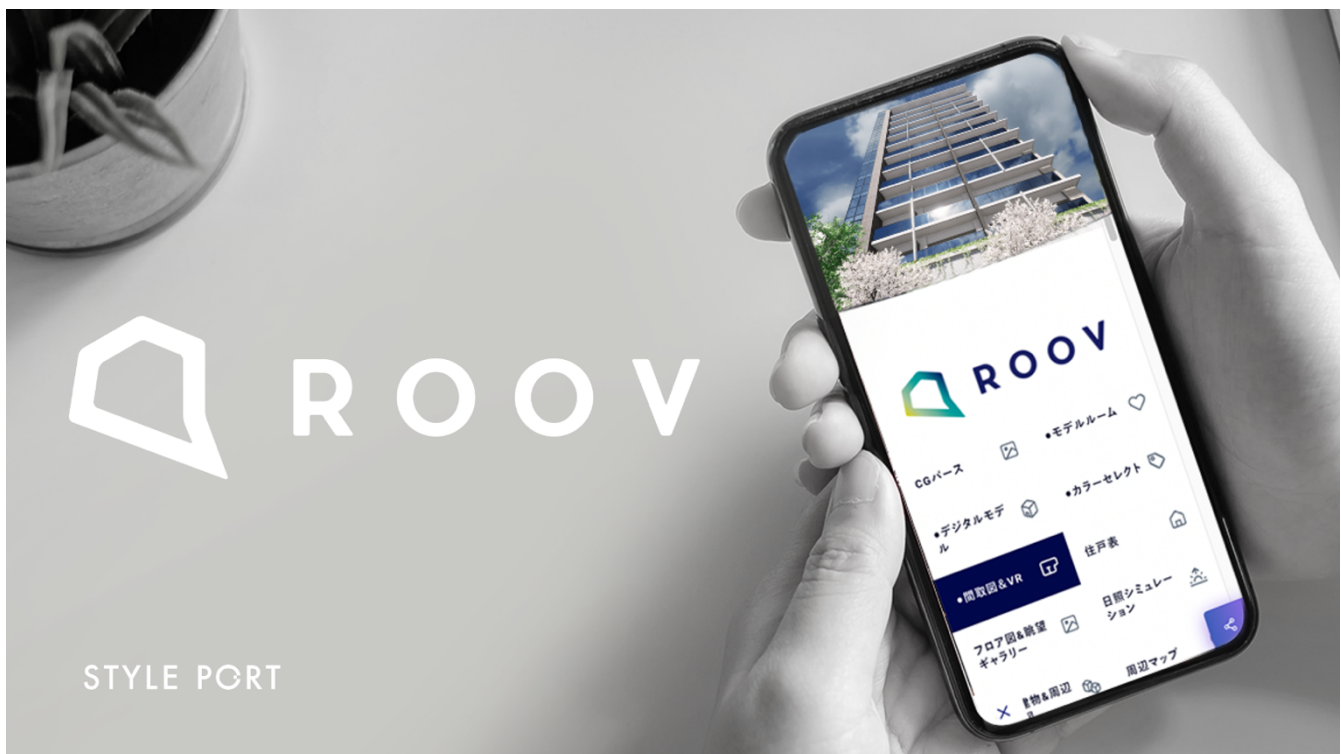
- ・プラウド：49.1%
- ・パークマンション：46.5%
- ・シティハウス：44.7%
- ・ザ・パークハウス：43.0%
- ・ブリリア：32.5%
- ・アルス：22.8%
- ・ブランズ：22.8%
- ・グランドメゾン：18.4%
- ・ジオ：16.7%
- ・エスリード：14.0%
- ・シエリア：14.0%
- ・ワコーレ：11.4%
- ・その他：2.6%
 - －43歳：プレミスト
 - －41歳：クリオ
 - －54歳：パークタワー
- ・わからない/答えられない：5.3%

<大阪在住 (n=102) >

- ・プラウド：37.3%
- ・シティハウス：33.3%
- ・パークマンション：28.4%

- ・ジオ：28.4%
- ・ザ・パークハウス：26.5%
- ・ブリリア：23.5%
- ・ブランズ：18.6%
- ・グランドメゾン：18.6%
- ・エスリード：13.7%
- ・シエリア：11.8%
- ・ワコーレ：10.8%
- ・アルス：8.8%
- ・その他：9.8%
 - －59歳：グランドパレス
 - －43歳：フージャースコーポレーション
 - －54歳：プレサンス
 - －45歳：リビオ
 - －47歳：プレミスト
- ・わからない/答えられない：11.8%

<住宅の3Dコミュニケーションプラットフォーム『ROOV』とは>



特殊な機器やアプリを用意することなく、手元のスマートフォンやパソコンのインターネットブラウザで「いつでも」「どこでも」「かんたん」に、物件購入に必要なあらゆる資料を閲覧したり、VR内覧で3D（立体）CGの空間を自由に動き回り、さまざまなシミュレーションで住み方を具体的に確認できる、マンション販売のプラットフォームです。

マンションギャラリーに行かなければ購入検討を進めることができない、室内空間のイメージが難しく販売員とお客様の間で認識齟齬が発生してしまう、といった新築分譲マンション販売特有の課題を解消すべく、2019年4月にサービスを提供開始。単なるプレゼンテーションサービスではなく、分譲マンション販売時のコミュニケーションDX化サービスとしてご評価をいただき、分譲マンション販売業界においてNo.1※の採用実績となっています。

今後もスタイルポートはより一層のサービス開発と改善に取り組み、新築マンション販売の新たな取り組みとより良い住まい探しをサポートしてまいります。

※ 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（東京商工リサーチ調べ）

■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/>

スタイルポートは、Webと3Dテクノロジーを組み合わせ、人と空間に紐づくあらゆる問題に取り組み、グローバルなプラットフォームとして、世界中の人々のより良い意思決定を支えること、そして、より良い家、家具、空間、そして人生への出会いを実現していく、エンジニアやコーポレートメンバーを募集しています。

採用情報：<https://open.talentio.com/r/1/c/styleport.co.jp/homes/1950>

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/>