

2023年3月27日

株式会社スタイルポート

【Z世代のマンション購入者を徹底調査】

購入のきっかけや選び方・世帯年収は？参考にした媒体、「SNS」がTOP4を占める
～ギャラリー資料は約7割が紙より「データ」を希望、約9割が「VR内覧」に興味、デジタルネイティブ
世代ならではの意識が明らかに～

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、直近3年以内に新築マンションを購入した、Z世代（22歳～27歳）109名を対象に、Z世代マンション購入者に関する実態調査を実施いたしましたので、お知らせします。

Z世代マンション購入者に関する実態調査

TOPIC 01

約9割がマンション購入を「一生に一度の買い物」と考えている一方、
72.5%が居住性よりも「資産性」を重視する結果に

TOPIC 02

マンション購入時に参考にした媒体はSNSが上位4つに、
さらに、マンションギャラリーの資料は7割以上が「データ」を希望
約9割が「VR内覧」を使ってみたかったと回答

TOPIC 03

Z世代の新築マンション購入者は、
半数以上が「世帯年収600万円以上」で「既婚者層」に

SUMMARY

■まとめ

今回は、直近3年以内にマンションを購入した、Z世代（22歳～27歳）109名を対象に、Z世代マンション購入者に関する実態調査を実施しました。

約9割が新築マンション購入に対して「一生に一度の買い物である」というコンサバティブな感覚を持っている一方で、大半が「居住性」よりも「資産性」を重要視していることから、「貯蓄」より「投資」を推奨する社会の流れがZ世代のマンション選びに対しても影響しているのではないかと考えられます。

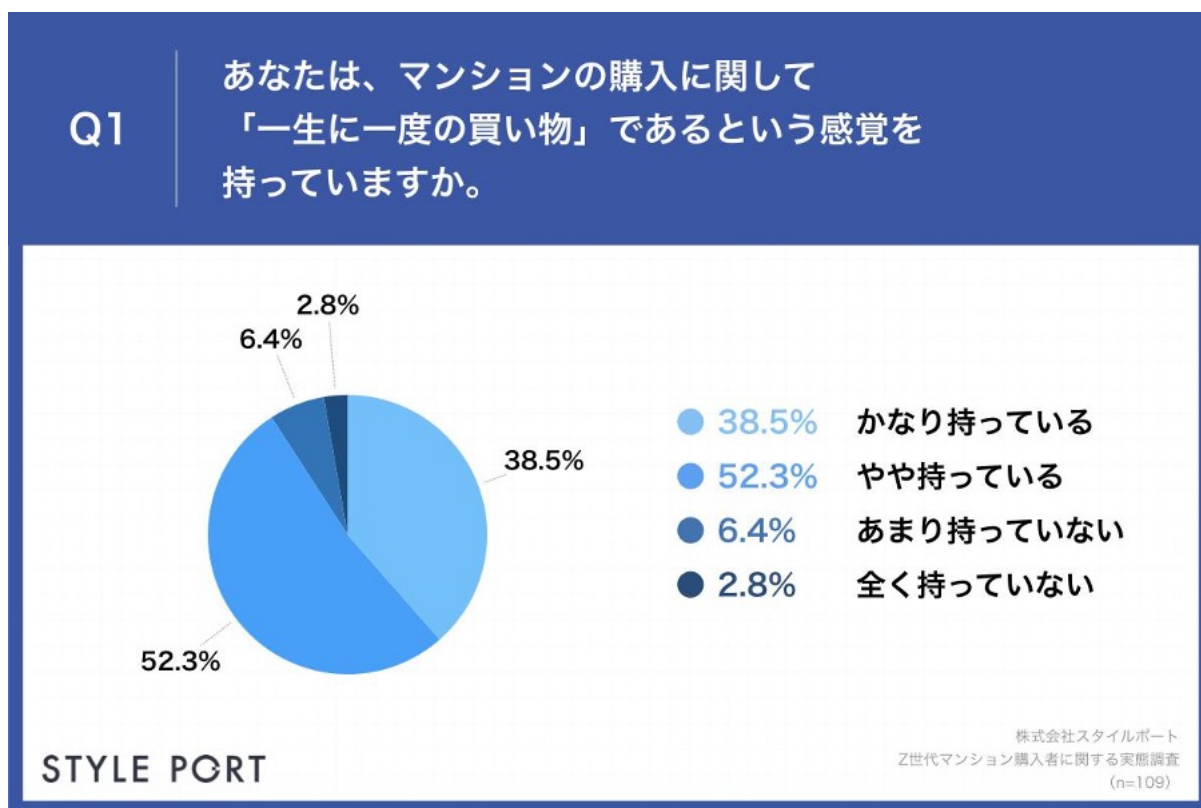
また、マンション購入したZ世代の多くが、購入する際に「YouTube」「TikTok」「Twitter」などのSNSを使って情報収集をしていたことに加え、マンションギャラリーで渡される資料は7割以上が「データ」を希望していたり、約9割が「VR内覧を使ってみたかった」と回答していたりすることから、デジタルネイティブ世代ならではの意識が浮き彫りになっています。

さらに、今回のターゲットである直近3年以内にマンションを購入したZ世代の基本属性をみると、半数以上が世帯年収が「600万円以上」で「既婚者」であることがわかりました。

今回の結果からもわかる通り、デジタルネイティブ世代であるZ世代は、自分の好きなタイミングで自由に情報収集できることが、何かを購入するときの判断材料になるようです。これからのマンション選びにおいて、好きな時に、自由に、リアルに近い感覚で内覧ができる「VR内覧サービス」に対して、より一層注目が集まってくるのではないのでしょうか。

■約9割が、マンションの購入に関して「一生に一度の買い物」である感覚あり

「Q1.あなたは、マンションの購入に関して「一生に一度の買い物」であるという感覚を持っていますか。」(n=109)と質問したところ、「かなり持っている」が38.5%、「やや持っている」が52.3%という回答となりました。



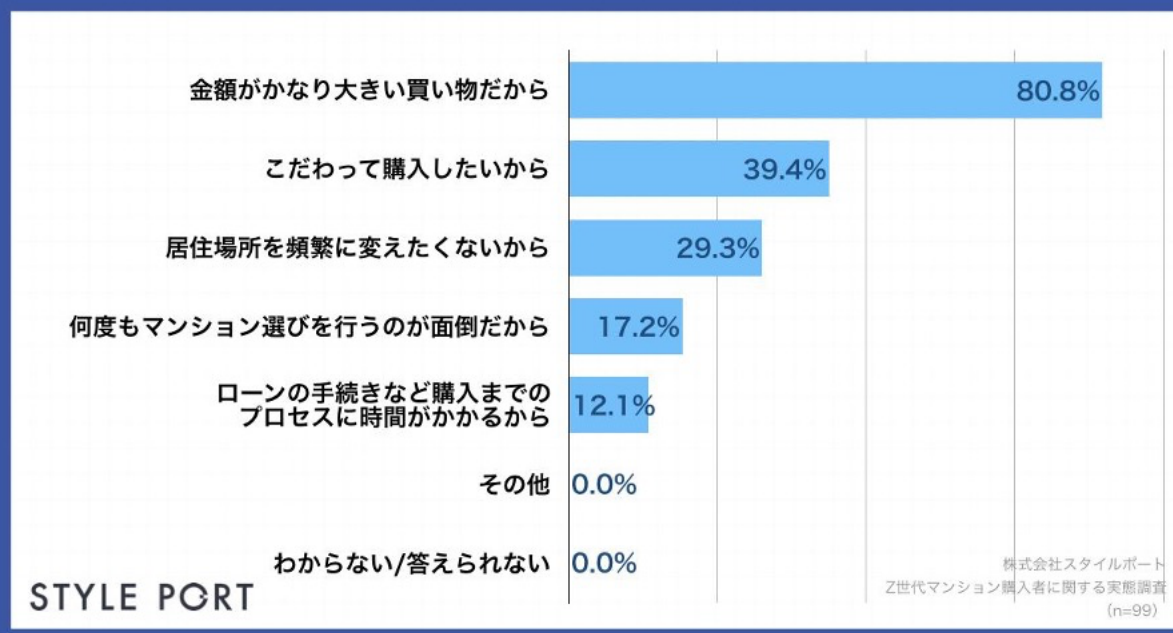
- ・かなり持っている：38.5%
- ・やや持っている：52.3%
- ・あまり持っていない：6.4%
- ・全く持っていない：2.8%

■「一生に一度の買い物」だと感じている理由、「金額がかなり大きい買い物だから」が80.8%で最多

Q1で「かなり持っている」「やや持っている」と回答した方に、「Q2.マンションの購入を「一生に一度の買い物」だと感じている理由を教えてください（複数回答）」(n=99)と質問したところ、「金額がかなり大きい買い物だから」が80.8%、「こだわって購入したいから」が39.4%、「居住場所を頻繁に変えたくないから」が29.3%という回答となりました。

Q2

マンションの購入を「一生に一度の買い物」だと
感じている理由を教えてください（複数回答）



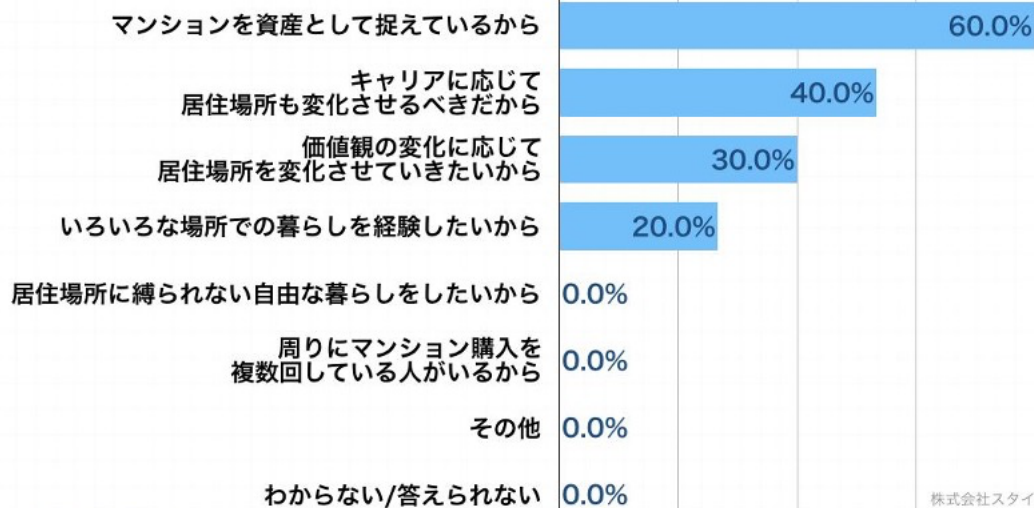
- ・金額がかなり大きい買い物だから：80.8%
- ・こだわって購入したいから：39.4%
- ・居住場所を頻繁に変えたくないから：29.3%
- ・何度もマンション選びを行うのが面倒だから：17.2%
- ・ローンの手続きなど購入までのプロセスに時間がかかるから：12.1%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

■「一生に一度の買い物」だと感じていない理由、「マンションを資産として捉えているから」が60.0%で最多

Q1で「あまり持っていない」「全く持っていない」と回答した方に、「Q3.マンションの購入を「一生に一度の買い物」だと感じていない理由を教えてください。（複数回答）」（n=10）と質問したところ、「マンションを資産として捉えているから」が60.0%、「キャリアに応じて居住場所も変化させるべきだから」が40.0%、「価値観の変化に応じて居住場所を変化させていきたいから」が30.0%という回答となりました。

Q3

マンションの購入を「一生に一度の買い物」だと感じていない理由を教えてください。（複数回答）



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
Z世代マンション購入者に関する実態調査
(n=10)

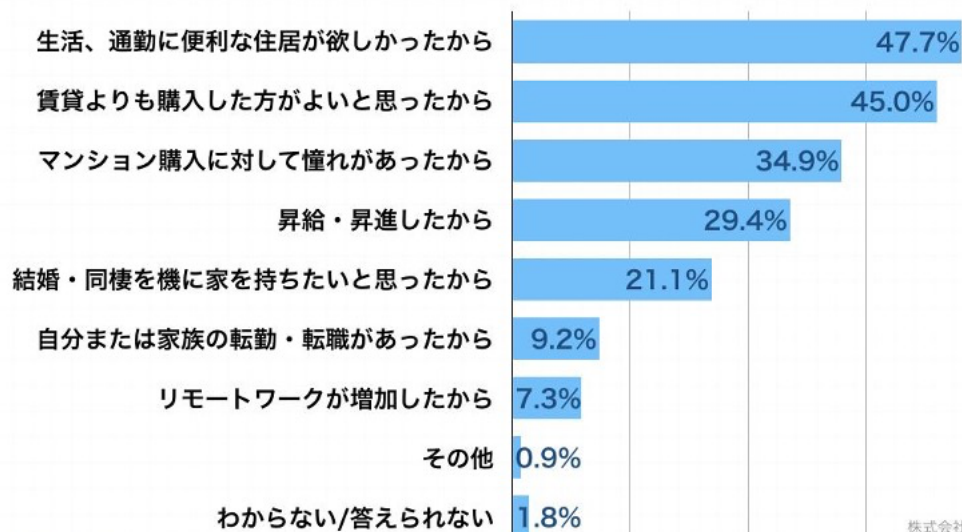
- ・マンションを資産として捉えているから：60.0%
- ・キャリアに応じて居住場所も変化させるべきだから：40.0%
- ・価値観の変化に応じて居住場所を変化させていきたいから：30.0%
- ・いろいろな場所での暮らしを経験したいから：20.0%
- ・居住場所に縛られない自由な暮らしをしたいから：0.0%
- ・周りにマンション購入を複数回している人がいるから：0.0%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：0.0%

■マンション購入のきっかけ、約5割が「生活、通勤に便利な住居が欲しかった」や「賃貸よりも購入した方がよいと思った」の声

「Q4.あなたの、マンション購入のきっかけを教えてください。（複数回答）」（n=109）と質問したところ、「生活、通勤に便利な住居が欲しかったから」が47.7%、「賃貸よりも購入した方がよいと思ったから」が45.0%、「マンション購入に対して憧れがあったから」が34.9%という回答となりました。

Q4

あなたの、マンション購入のきっかけを教えてください。
(複数回答)



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
Z世代マンション購入者に関する実態調査
(n=109)

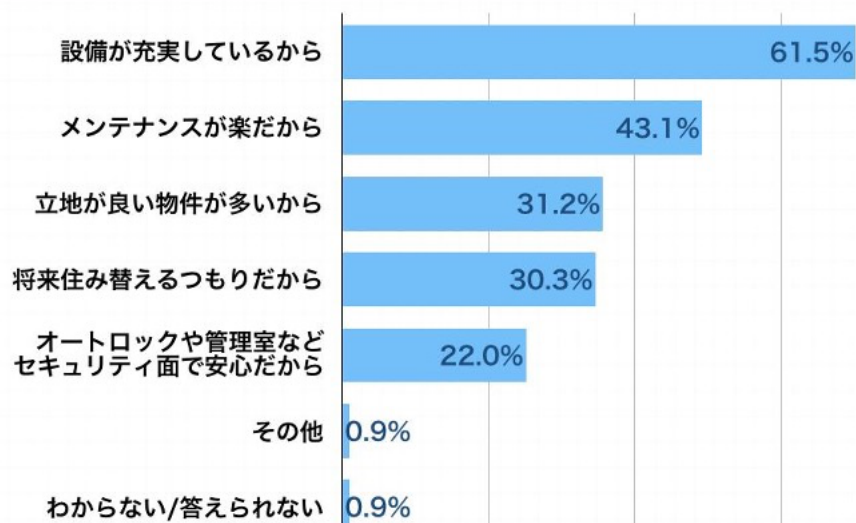
- ・生活、通勤に便利な住居が欲しかったから：47.7%
- ・賃貸よりも購入した方がよいと思ったから：45.0%
- ・マンション購入に対して憧れがあったから：34.9%
- ・昇給・昇進したから：29.4%
- ・結婚・同棲を機に家を持ちたいと思ったから：21.1%
- ・自分または家族の転勤・転職があったから：9.2%
- ・リモートワークが増加したから：7.3%
- ・その他：0.9%
- ・わからない/答えられない：1.8%

■戸建ではなくマンションを購入した理由、「設備が充実しているから」が61.5%で最多

「Q5.あなたが、戸建ではなくマンションを購入した理由を教えてください。(複数回答)」(n=109)と質問したところ、「設備が充実しているから」が61.5%、「メンテナンスが楽だから」が43.1%、「立地が良い物件が多いから」が31.2%という回答となりました。

Q5

あなたが、戸建ではなくマンションを購入した理由を教えてください。（複数回答）



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
Z世代マンション購入者に関する実態調査
(n=109)

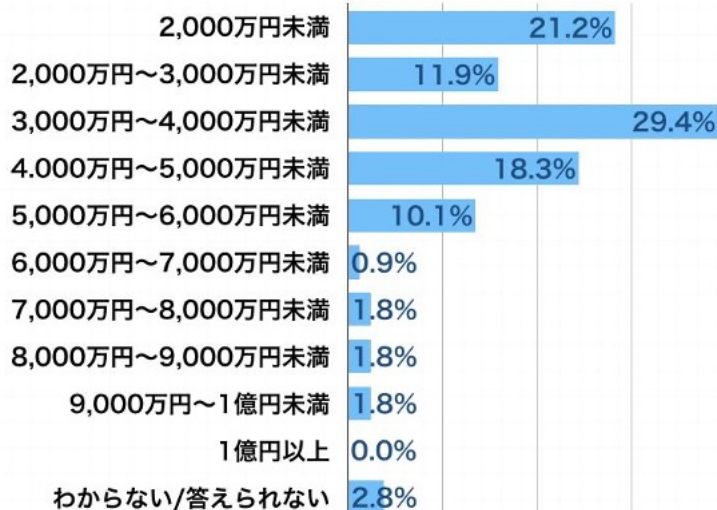
- ・設備が充実しているから：61.5%
- ・メンテナンスが楽だから：43.1%
- ・立地が良い物件が多いから：31.2%
- ・将来住み替えるつもりだから：30.3%
- ・オートロックや管理室などセキュリティ面で安心だから：22.0%
- ・その他：0.9%
- ・わからない/答えられない：0.9%

■直近3年以内にマンションを購入したZ世代の購入価格「3,000万円以上」が、64.1%

「Q6.あなたが、直近で購入したマンションの価格を教えてください。」（n=109）と質問したところ、「3,000万円～4,000万円未満」が29.4%、「4,000万円～5,000万円未満」が18.3%という回答となりました。

Q6

あなたが、直近で購入したマンションの価格を教えてください。



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
Z世代マンション購入者に関する実態調査
(n=109)

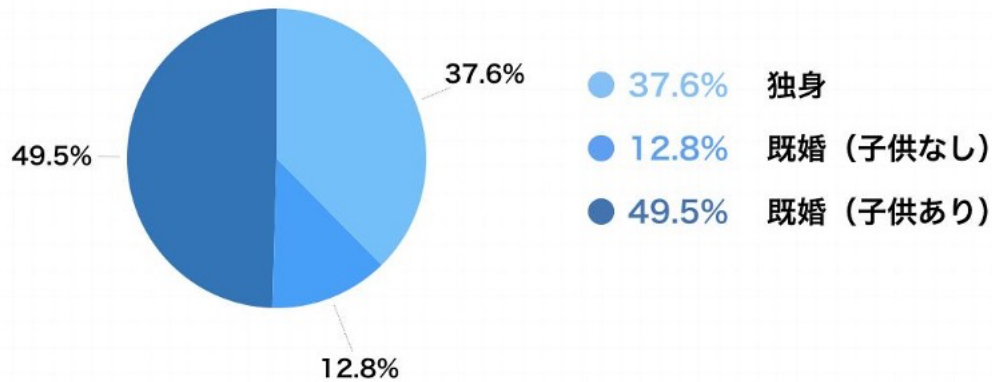
- ・2,000万円未満：21.2%
- ・2,000万円～3,000万円未満：11.9%
- ・**3,000万円～4,000万円未満：29.4%**
- ・**4,000万円～5,000万円未満：18.3%**
- ・5,000万円～6,000万円未満：10.1%
- ・6,000万円～7,000万円未満：0.9%
- ・7,000万円～8,000万円未満：1.8%
- ・8,000万円～9,000万円未満：1.8%
- ・9,000万円～1億円未満：1.8%
- ・1億円以上：0.0%
- ・わからない/答えられない：2.8%

■ 直近3年以内にマンションを購入したZ世代の家族構成、6割以上が「既婚者」

「Q7.あなたの家族構成を教えてください。」(n=109)と質問したところ、既婚(子供なし)が12.8%、「既婚(子供あり)」が49.5%という回答となりました。

Q7

あなたの家族構成を教えてください。



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
Z世代マンション購入者に関する実態調査
(n=109)

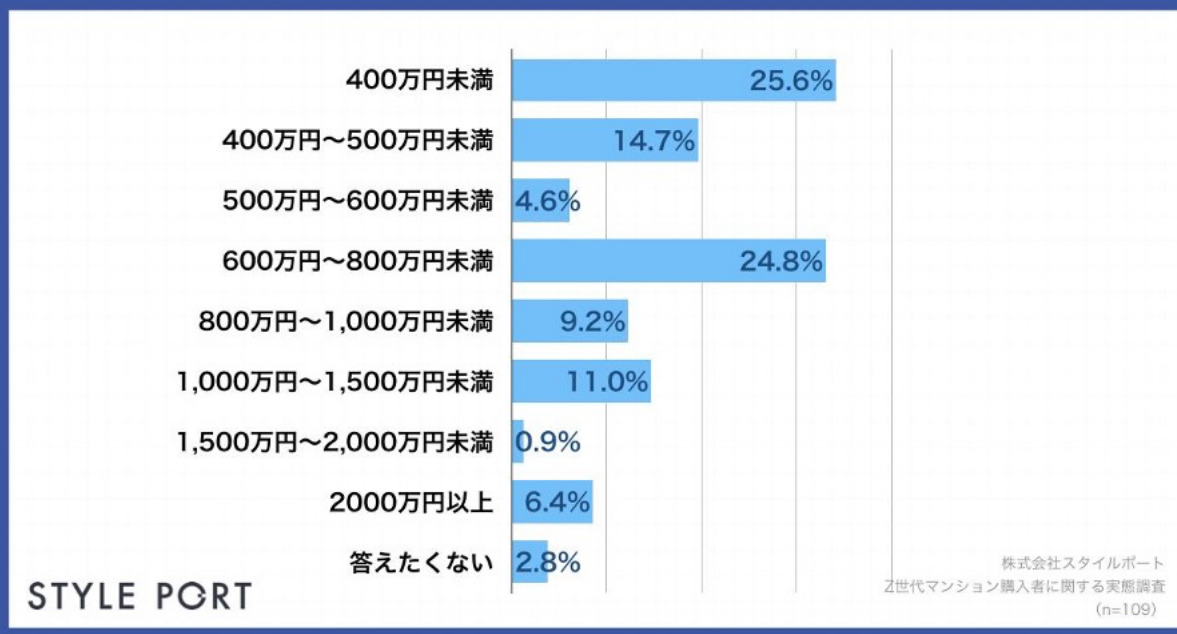
- ・独身 : 37.6%
- ・既婚(子供なし) : 12.8%
- ・既婚(子供あり) : 49.5%

■ 直近3年以内にマンションを購入したZ世代の世帯年収、「600万円以上」が52.3%

「Q8.あなたの世帯年収を教えてください。」(n=109)と質問したところ、「600万円～800万円未満」が24.8%、「800万円～1,000万円未満」が9.2%という回答となりました。

Q8

あなたの世帯年収を教えてください。



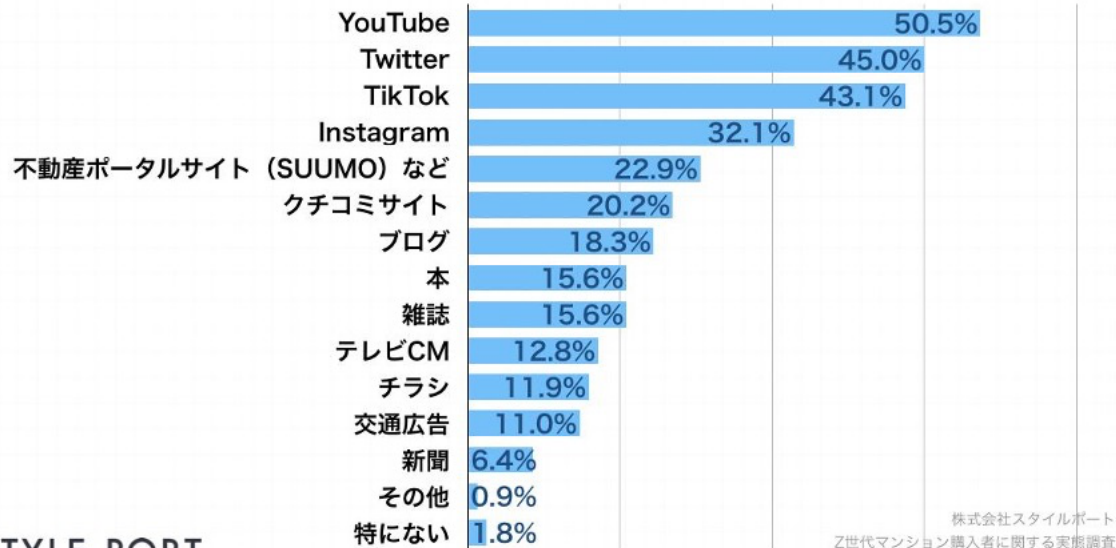
- ・400万円未満：25.6%
- ・400万円～500万円未満：14.7%
- ・500万円～600万円未満：4.6%
- ・**600万円～800万円未満：24.8%**
- ・**800万円～1,000万円未満：9.2%**
- ・1,000万円～1,500万円未満：11.0%
- ・1,500万円～2,000万円未満：0.9%
- ・2000万円以上：6.4%
- ・答えたくない：2.8%

■ マンション購入時に参考にした媒体、「YouTube」が50.5%で最多

「Q9.あなたが、マンション購入時に、参考にした媒体を教えてください。（複数回答）」（n=109）と質問したところ、「YouTube」が50.5%、「Twitter」が45.0%、「TikTok」が43.1%という回答となりました。

Q9

あなたが、マンション購入時に、
参考にした媒体を教えてください。（複数回答）



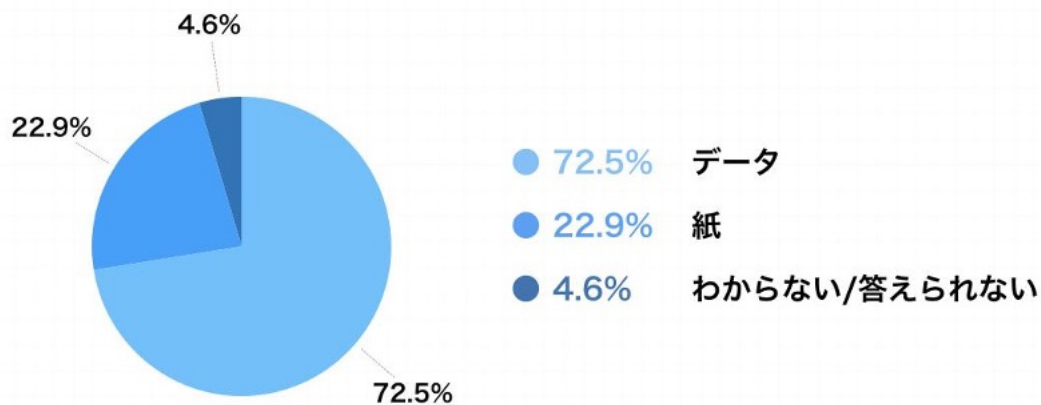
- ・YouTube : 50.5%
- ・Twitter : 45.0%
- ・TikTok : 43.1%
- ・Instagram : 32.1%
- ・不動産ポータルサイト（SUUMO）など : 22.9%
- ・クチコミサイト : 20.2%
- ・ブログ : 18.3%
- ・本 : 15.6%
- ・雑誌 : 15.6%
- ・テレビCM : 12.8%
- ・チラシ : 11.9%
- ・交通広告 : 11.0%
- ・新聞 : 6.4%
- ・その他 : 0.9%
- ・特にない : 1.8%

■ マンションギャラリーで渡される資料、約7割が「データ」を希望

「Q10.あなたは、マンションギャラリーで渡される資料は、「紙」と「データ」どちらの方がより良いですか。」（n=109）と質問したところ、「データ」が72.5%、「紙」が22.9%という回答となりました。

Q10

あなたは、マンションギャラリーで渡される資料は、「紙」と「データ」どちらの方がより良いですか。



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
Z世代マンション購入者に関する実態調査
(n=109)

- ・データ : 72.5%
- ・紙 : 22.9%
- ・わからない/答えられない : 4.6%

■「データ」の方が良いと思う理由、「すぐに情報を知ることができるから」が74.7%で最多

Q10で「データ」と回答した方に、「Q11. マンションギャラリーで渡される資料が「データ」の方が良いと思う理由を教えてください。（複数回答）」（n=79）と質問したところ、「すぐに情報を知ることができるから」が74.7%、「保管場所を取らないから」が34.2%、「他の人と情報を共有しやすいから」が32.9%という回答となりました。

Q11

マンションギャラリーで渡される資料が「データ」の方が良いと思う理由を教えてください。（複数回答）



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
Z世代マンション購入者に関する実態調査
(n=79)

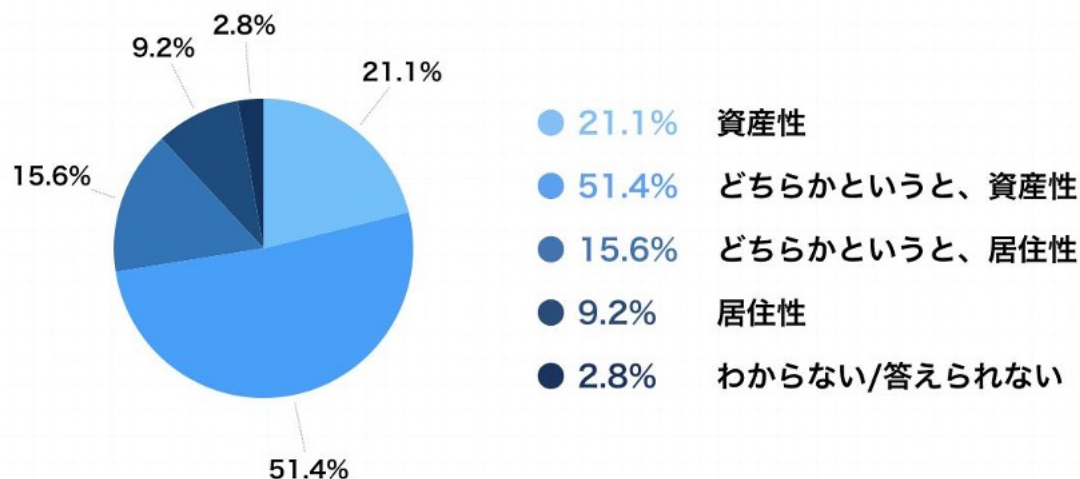
- ・すぐに情報を知ることができるから：74.7%
- ・保管場所を取らないから：34.2%
- ・他の人と情報を共有しやすいから：32.9%
- ・書類の紛失の心配がないから：31.6%
- ・経年劣化することがないから：21.5%
- ・紙を使わないため環境に優しいから：19.0%
- ・持ち運びがしやすいから：19.0%
- ・データを拡大することができるから：11.4%
- ・その他：0.0%
- ・わからない/答えられない：1.3%

■ 72.5%がマンション選びに関して、「資産性」を重視

「Q12.あなたは、マンション選びに関して、「資産性」と「居住性」のどちらを重視しますか。」（n=109）と質問したところ、「資産性」が21.1%、「どちらかというと、資産性」が51.4%という回答となりました。

Q12

あなたは、マンション選びに関して、
「資産性」と「居住性」のどちらを重視しますか。



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
Z世代マンション購入者に関する実態調査
(n=109)

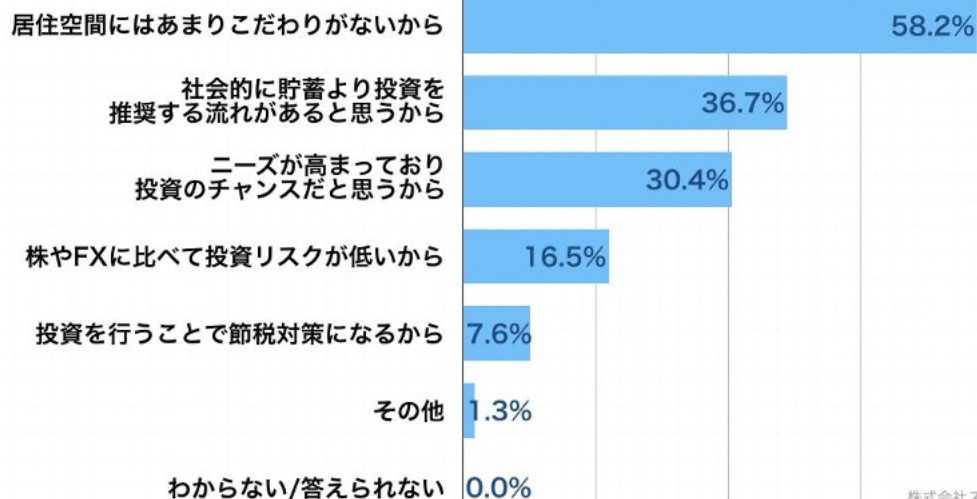
- ・資産性 : 21.1%
- ・どちらかという、資産性 : 51.4%
- ・どちらかという、居住性 : 15.6%
- ・居住性 : 9.2%
- ・わからない/答えられない : 2.8%

■ 資産性を重視する理由、「居住空間にはあまりこだわりがないから」が58.2%で最多

Q12で「資産性」「どちらかという、資産性」と回答した方に、「Q13.あなたが、マンション選びに関して、資産性を重視する理由を教えてください。(複数回答)」(n=79)と質問したところ、「居住空間にはあまりこだわりがないから」が58.2%、「社会的に貯蓄より投資を推奨する流れがあると思うから」が36.7%、「ニーズが高まっており投資のチャンスだと思うから」が30.4%という回答となりました。

Q13

あなたが、マンション選びに関して、
資産性を重視する理由を教えてください。（複数回答）



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
Z世代マンション購入者に関する実態調査
(n=79)

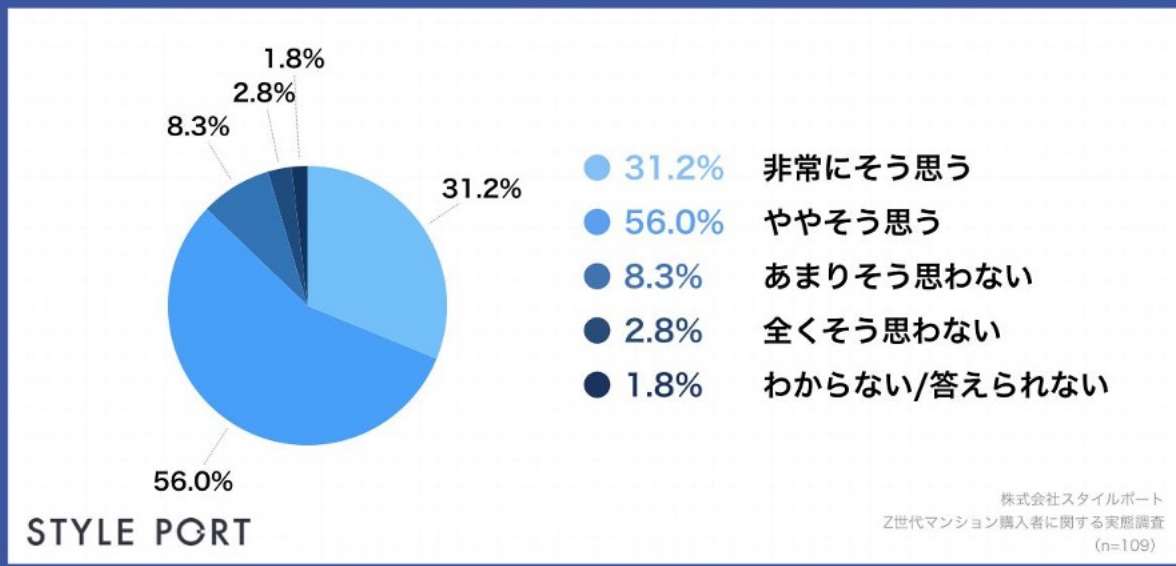
- ・居住空間にはあまりこだわらないから：58.2%
- ・社会的に貯蓄より投資を推奨する流れがあると思うから：36.7%
- ・ニーズが高まっており投資のチャンスだと思うから：30.4%
- ・株やFXに比べて投資リスクが低いから：16.5%
- ・投資を行うことで節税対策になるから：7.6%
- ・その他：1.3%
- ・わからない/答えられない：0.0%

■約9割が、マンション選びに関して、好きな時にどこでも歩くように確認して内覧できる「VR内覧サービス」があれば使ってみたかったと回答

「Q14.マンション選びに関して、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。」（n=109）と質問したところ、「非常にそう思う」が31.2%、「ややそう思う」が56.0%という回答となりました。

Q14

マンション選びに関して、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。



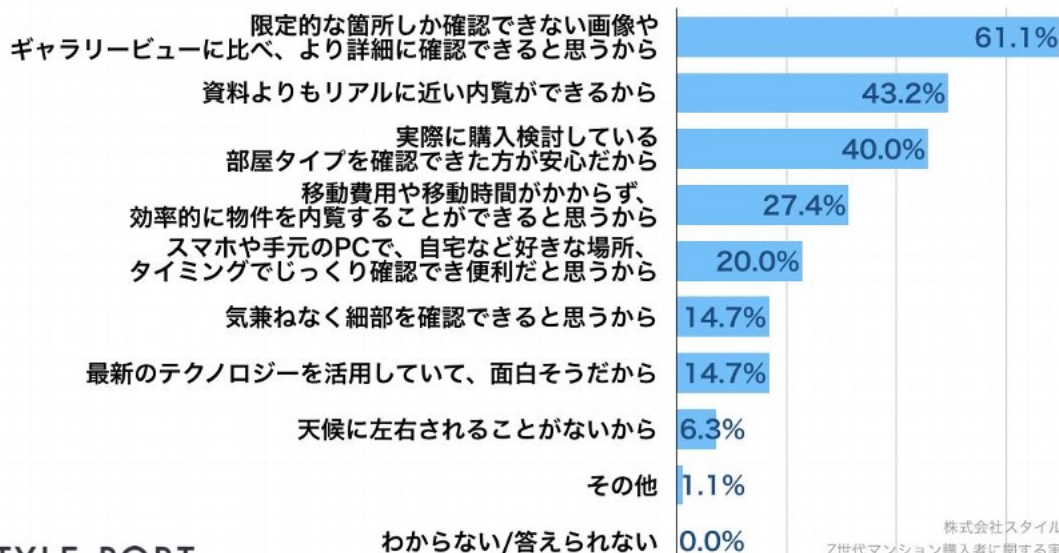
- ・非常にそう思う : 31.2%
- ・ややそう思う : 56.0%
- ・あまりそう思わない : 8.3%
- ・全くそう思わない : 2.8%
- ・わからない/答えられない : 1.8%

■「VR内覧サービス」を使ってみたいと思う理由、「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61.1%で最多

Q14で「非常にそう思う」「ややそう思う」と回答した方に、「Q15.あなたがマンション選びを行う際に「VR内覧サービス」を使ってみたいと思う理由を教えてください。（複数回答）」(n=95)と質問したところ、「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61.1%、「資料よりもリアルに近い内覧ができるから」が43.2%、「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40.0%という回答となりました。

Q15

あなたがマンション選びを行う際に「VR内覧サービス」を使ってみたいと思う理由を教えてください。（複数回答）



STYLE PORT

株式会社スタイルポート
Z世代マンション購入者に関する実態調査
(n=95)

- ・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：61.1%
- ・資料よりもリアルに近い内覧ができるから：43.2%
- ・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：40.0%
- ・移動費用や移動時間がかからず、効率的に物件を内覧することができると思うから：27.4%
- ・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：20.0%
- ・気兼ねなく細部を確認できると思うから：14.7%
- ・最新のテクノロジーを活用していて、面白そうだから：14.7%
- ・天候に左右されることがないから：6.3%
- ・その他：1.1%
- ・わからない/答えられない：0.0%

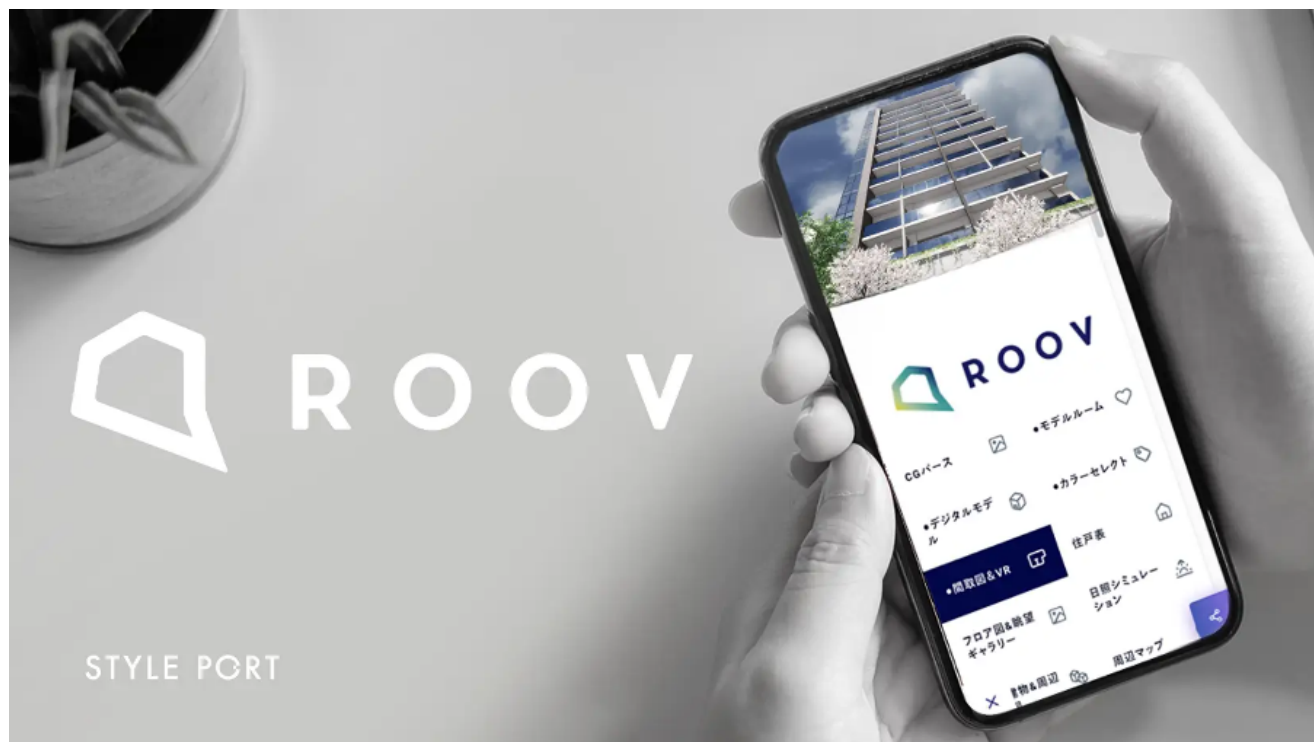
■「VR内覧サービス」を使ってみたいと思う理由、「好きな時間に利用できるから」や「臨場感を味わいたいから」などの声

Q15で「わからない/答えられない」以外を回答した方に、「Q16.Q15で回答した以外に、マンション選びを行う際に「VR内覧サービス」を使ってみたいと思う理由があれば、自由に教えてください。（自由回答）」（n=95）と質問したところ、「好きな時間に利用できるから」や「臨場感を味わいたいから」など38の回答を得ることができました。

<自由回答・一部抜粋>

- ・27歳：好きな時間に利用できるから。
- ・23歳：臨場感を味わいたいから。
- ・24歳：想像がしやすいから。
- ・22歳：自由に使える時間が少ないから。
- ・22歳：実感が湧きやすいから。
- ・26歳：住んだ時のイメージがつかみやすいから。
- ・27歳：新築マンションやリノベーションなど完成前の物件でも見ることができそうだから。

■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。

■調査概要

調査概要：Z世代マンション購入者に関する実態調査

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：2023年2月24日～同年2月24日

有効回答：直近3年以内にマンションを購入した、Z世代（22歳～27歳）109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/>

※ 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/>

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/>