

【概要】

2014年度 民間住宅ローン利用者の実態調査 【フラット35利用者編】(第3回)

I 調査の概要

本調査は、調査対象期間(2014年11月～2015年2月)に民間住宅ローン(フラット35を含む。)の借入れをされた方を対象とし、利用した住宅ローンの金利タイプや住宅ローン選びに関する事項について、インターネットによるアンケート調査を実施し、そのうちフラット35利用者についての結果を取りまとめたものです。(回答数:186件)

II 調査結果の主なポイント

※<>は、本調査結果の詳細資料中の該当ページ

1 フラット35を知るきっかけは、「住宅・販売事業者」が最多<p.2>

- ・ フラット35を知るきっかけとして影響が大きかった媒体等は、「住宅・販売事業者」(25.8%)、「インターネット」(24.7%)、「住宅情報誌」(22.6%)の順
- ・ フラット35以外の住宅ローンを利用された方と比較すると、「住宅情報誌」、「新聞広告」、「新聞記事」、「雑誌(住宅情報誌を除く)」等の影響が相対的に高水準

2 フラット35を利用した理由は、「金利上昇に備えて将来の返済額を確定」が最多<p.5>

- ・ フラット35を利用した理由は、「金利上昇に備えて将来の返済額を確定」(50.5%)が最多
- ・ 前回調査と比較して、「金利が低い」(48.4%)が増加

3 フラット35の広告や情報を見聞きされたことがある方は、全体の93.0%<p.6>

- ・ フラット35の広告や情報を見聞きされたことがある方は、全体の93.0%と前回調査(91.6%)より増加
- ・ 見聞きされたことがある広告や情報の媒体は、「テレビ」(65.1%)が最も多く、次いで「インターネット」(43.4%)、「住宅情報誌」(22.4%)の順