

平成23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1回）

調査の概要

1. 調査方法

インターネット調査

インターネット調査会社のモニター120万件に対して調査対象の要件確認を行い、これに応じた606千件のうち平成23年3月から平成23年6月の間に民間住宅ローンを借入された方1,157件に、インターネットによるアンケート調査(6/13~6/30)を実施し、各月毎に先着順に回答があった民間住宅ローン利用者843件を調査対象とし、そのうちフラット35利用者133件について集計を行った。

2. 調査対象

民間住宅ローン利用者 (n= 843)
うちフラット35利用者 n= 133
うちフラット35以外 n= 710

- ・平成23年3月から平成23年6月までに民間住宅ローンを借入れされた方
- ・居住用の新規の民間住宅ローン(借換え・リフォーム・土地のみの融資・アパートや投資用のローンは除き、フラット35は含む。)
- ・全国の20歳以上60歳未満までの方(学生、無職は除く。)

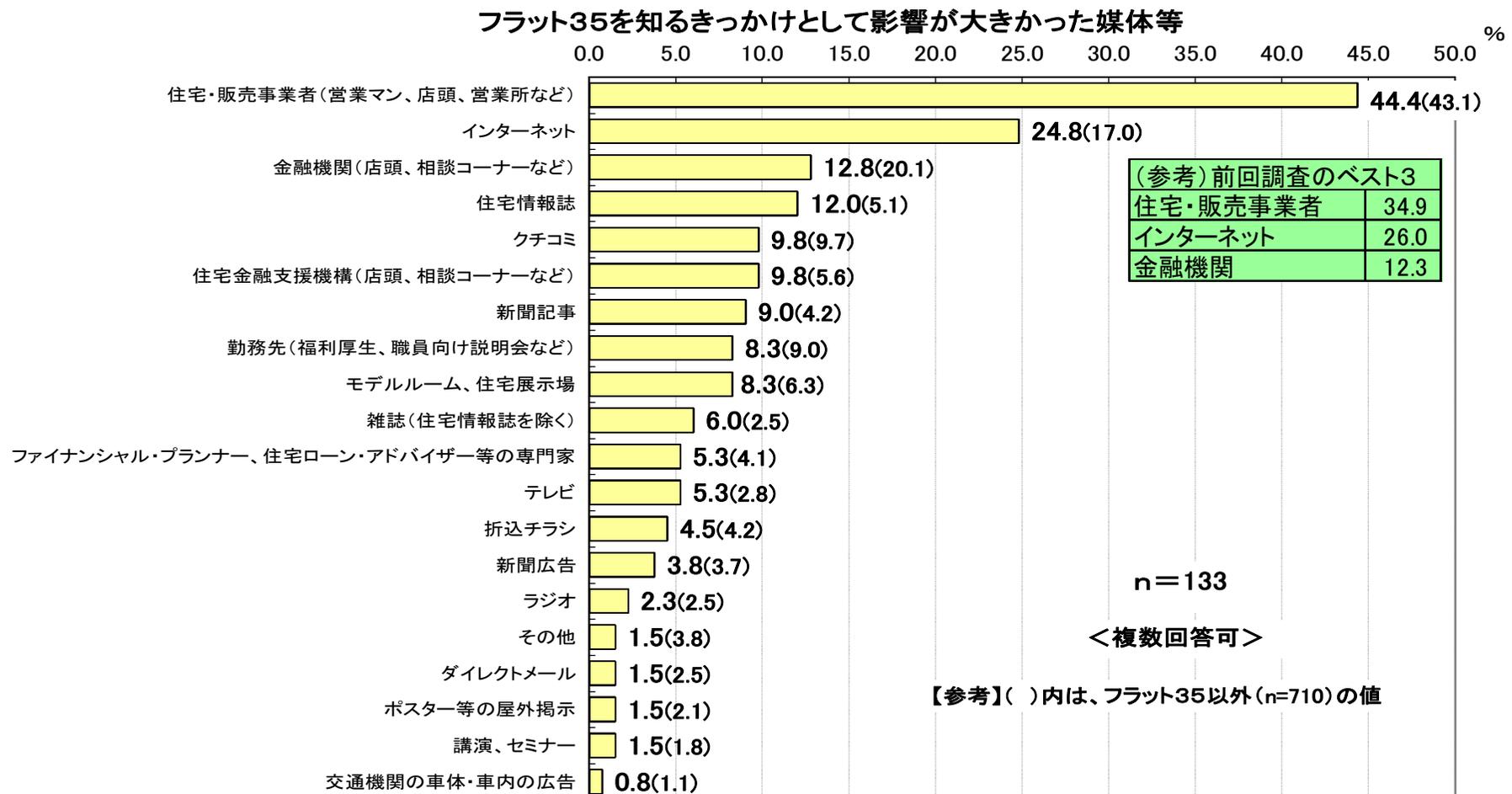
3. 調査時期 平成23年6月13日~6月30日

4. 調査項目 フラット35利用者の住宅ローン選びに関する事項等

平成23年8月5日
独立行政法人 住宅金融支援機構 住宅総合調査室

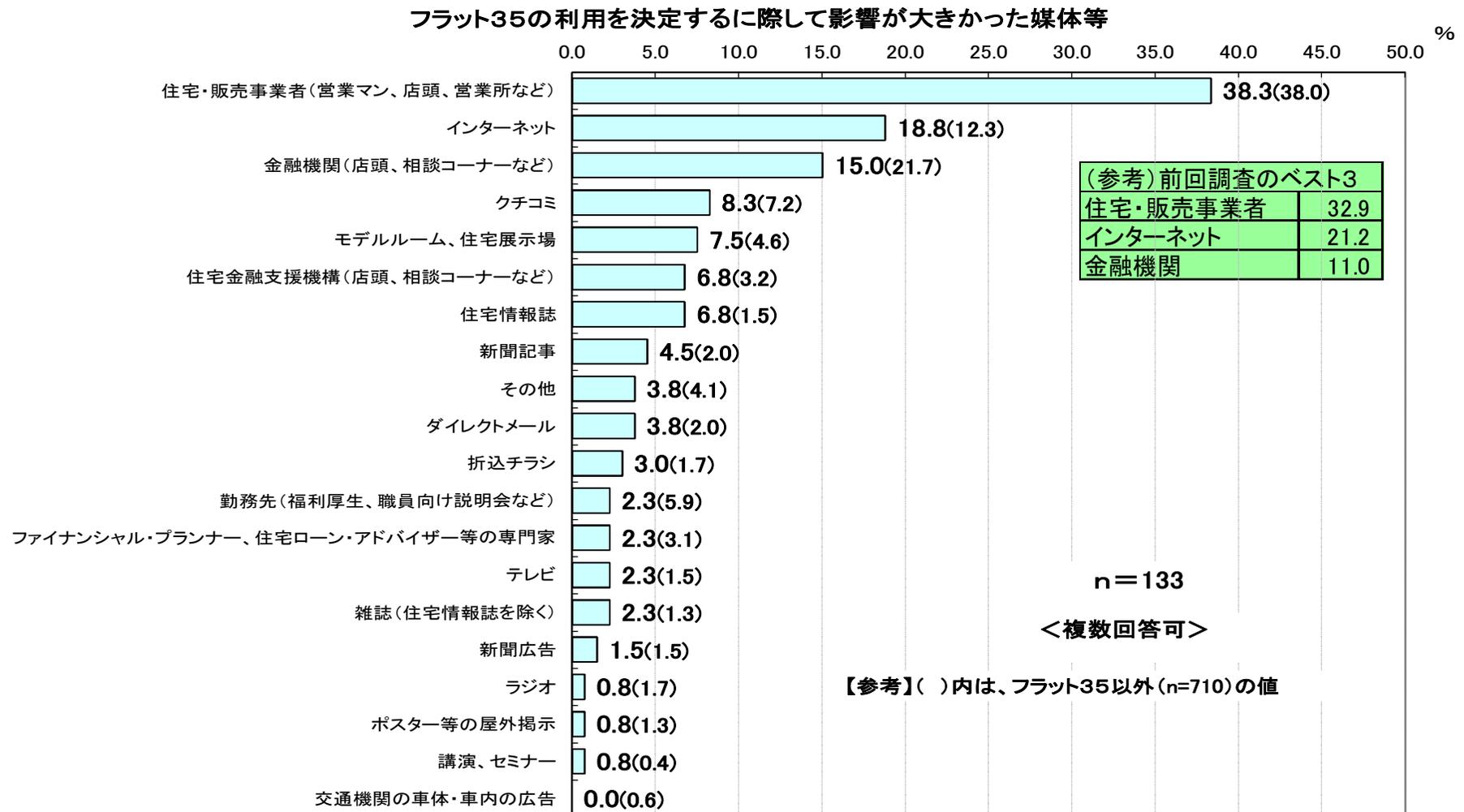
1. フラット35を知るきっかけとして影響が大きかった媒体等

- フラット35を知るきっかけは、「住宅・販売事業者」「インターネット」「金融機関」がベスト3を占める状況が続いている。
- 前回調査と比較すると、「住宅・販売事業者」を通じてフラット35を知る方が増えている。
- 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、「インターネット」及びメディアの影響が引き続き大きい。



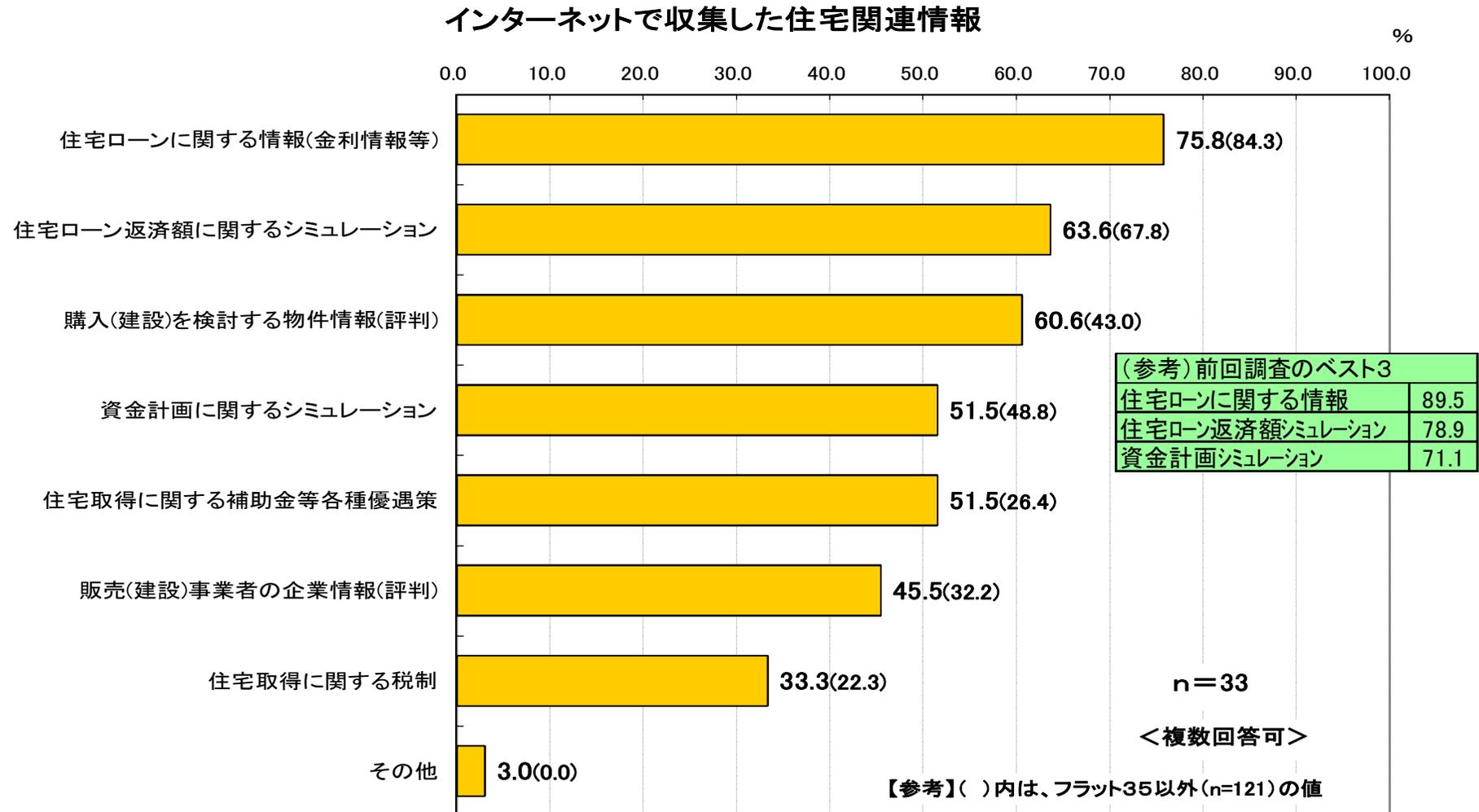
2. フラット35の利用を決定するに際して影響が大きかった媒体等

- フラット35の利用を決定するに際しても、「住宅・販売事業者」「インターネット」の影響が大きい状況が続いている。
- 前回調査と比較すると、「住宅・販売事業者」を通じてフラット35の利用を決定する方が増えている。
- 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、「インターネット」の影響が引き続き大きい。



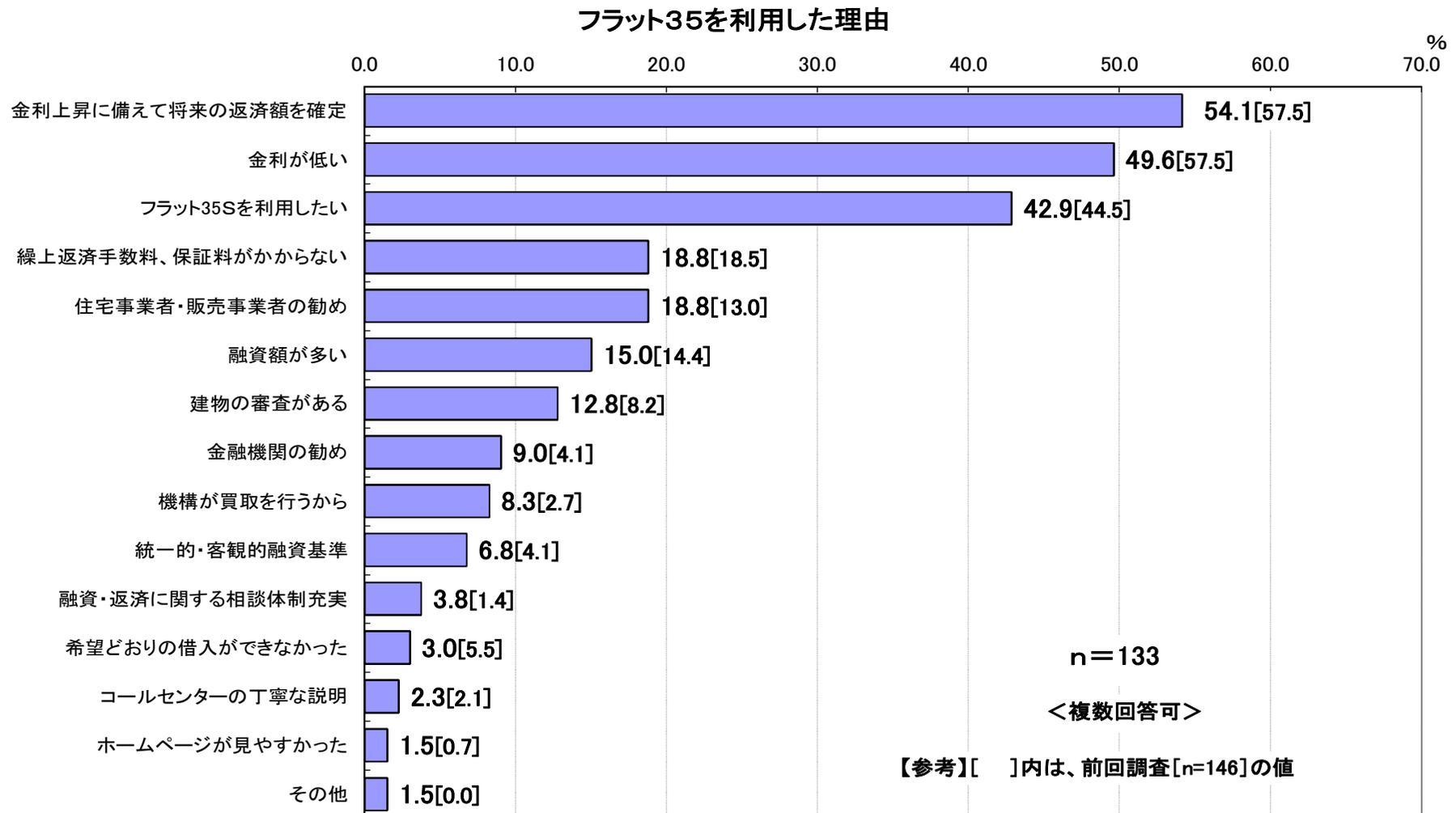
3. インターネットで収集した住宅関連情報

- 住宅ローンを知るきっかけが「インターネット」だった方に収集した情報を尋ねたところ、「金利情報等」が最も多い状況が続いている。「物件情報(評判)」が、前回調査の55.3%から60.6%に増加しベスト3に入っている。
- フラット35を利用された方は、「住宅取得に関する優遇策」「税制」等と幅広く情報を集めている傾向は変わらない。



4. フラット35を利用した理由

- フラット35を利用した理由は、全期間固定型住宅ローンの特徴である「金利上昇に備えて将来の返済額を確定」が54.1%と最も多い。次いで「金利が低い」「フラット35Sを利用したい」が、上位3位を占める状況が続いている。
- 「住宅事業者等の勧め」が、前回調査の13.0%から18.8%に増加し第4位に入っている。

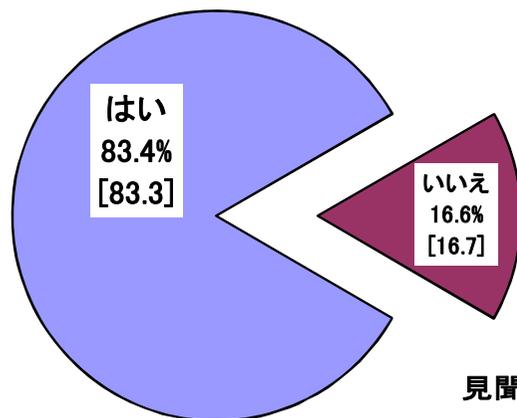


5. フラット35の認知状況（民間住宅ローン利用者全体）

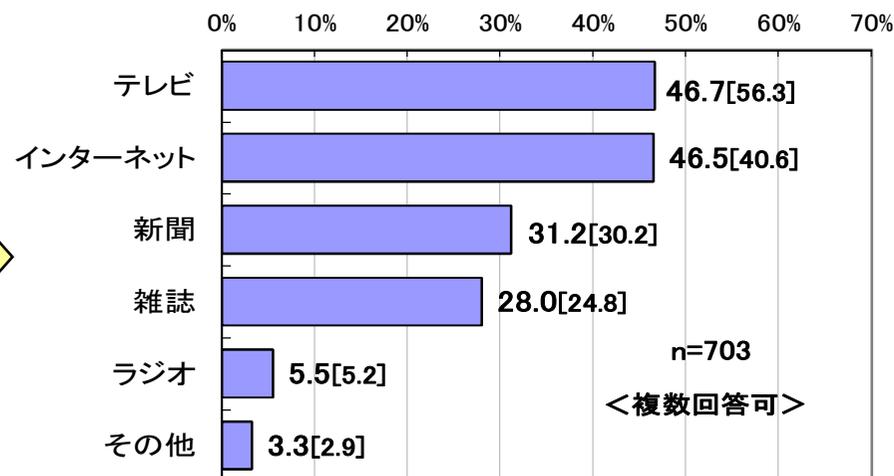
- フラット35の広告や情報を見聞きしたことがある方は、全体の83.4%と前回と同様の認知状況が続いている。
- 見聞きされた広告や情報の媒体は、「テレビ」が46.7%、「インターネット」が46.5%と上位を占めている。次いで、「新聞」31.2%、「雑誌」28.0%と続く傾向は変わらない。

フラット35の広告や情報を見聞きされたことがありますか (n=843)

【参考】[]内は、前回調査[n=923]の値



見聞きされたフラット35の広告や情報の媒体は何ですか。

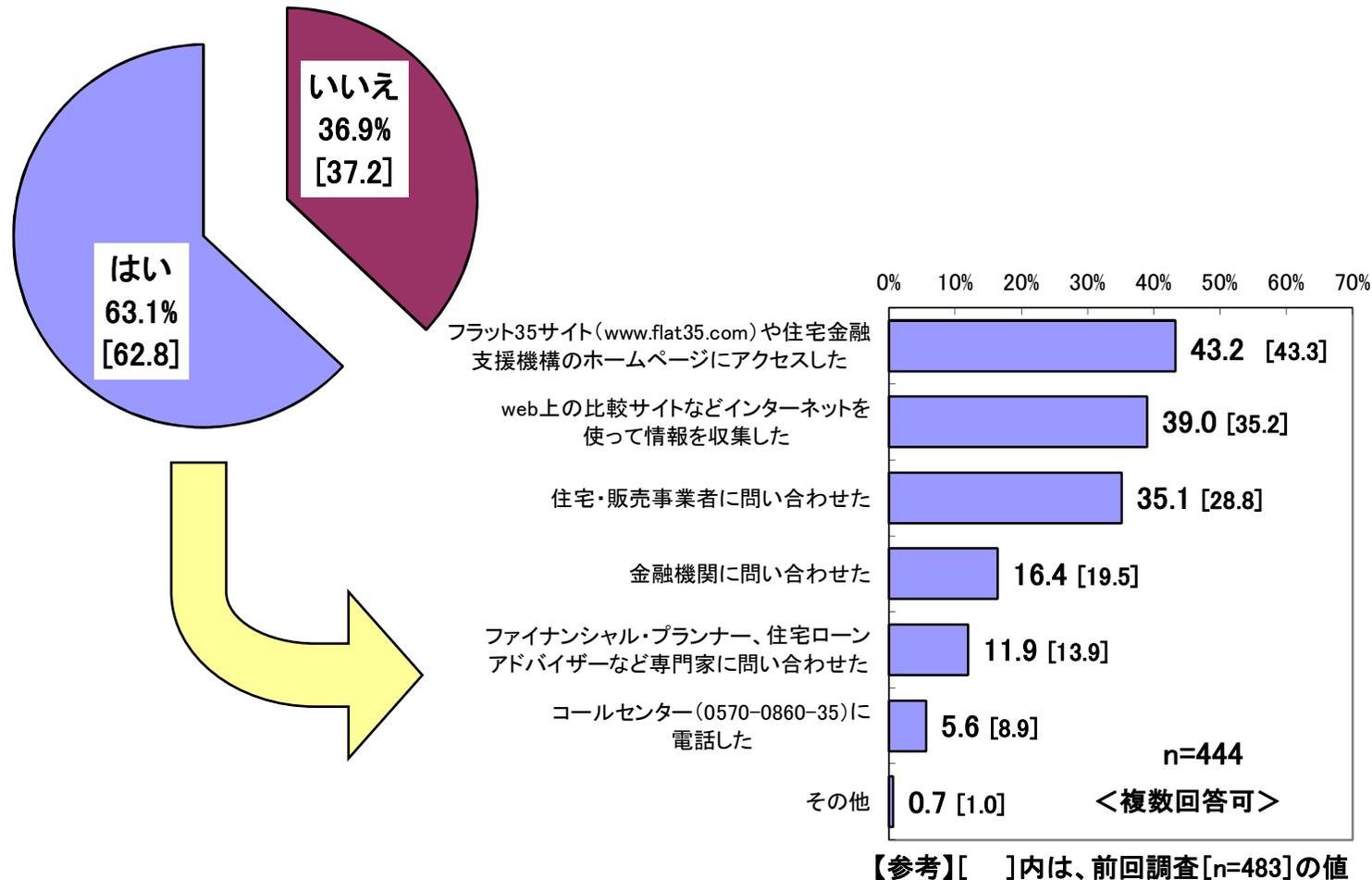


【参考】[]内は、前回調査[n=769]の値

6. フラット35の広告認知後の行動（広告を見聞きされた方）

- フラット35の広告を見聞きされた後、さらに詳しい情報を得ようと行動された方は、63.1%と前回調査とほぼ同じ。
- さらに詳しい情報を得ようとした場合で多いのは「フラット35サイトへのアクセス」が43.2%、次いで「インターネット比較サイト等での情報収集」が39.0%、「住宅・販売事業者にお問い合わせ」が35.1%と続く傾向も変わらない。

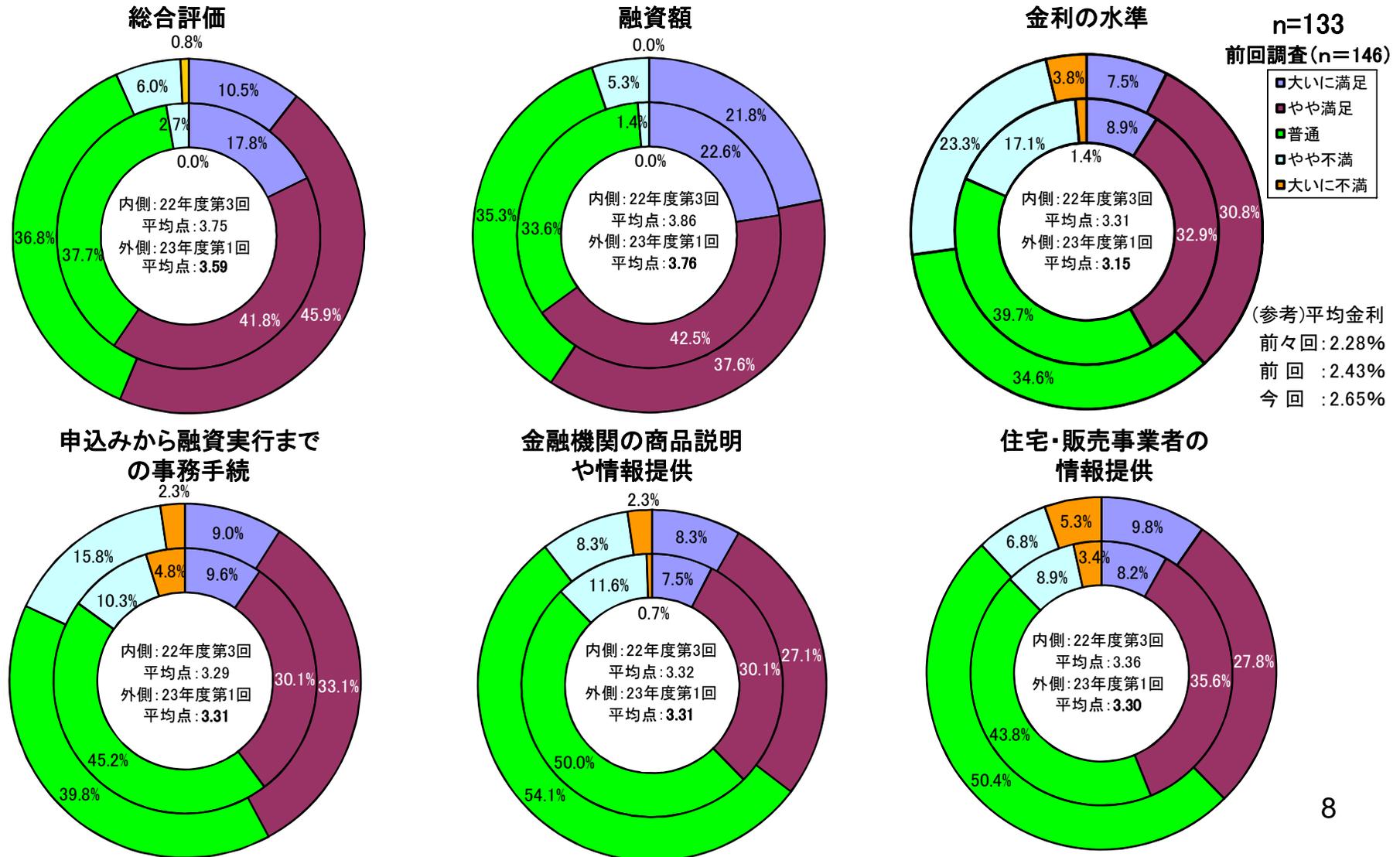
フラット35の広告を見聞きされた後、さらに詳しい情報を得ようと思いましたか(n=704)【参考】[]内は、前回調査[n=769]の値



7. フラット35に対する満足度

○フラット35に対する総合評価は、「大いに満足」+「やや満足」が56.4%と過半のお客様は満足されているが、平均点では3.59と前回調査の3.75よりも満足度はやや低下している。

※図中の「平均点」は、5段階評価について「大いに満足」5点、「やや満足」4点、「普通」3点、「やや不満」2点、「大いに不満」1点として算出した得点



【参考】 回答者の基本属性
【フラット35利用者】 n=133

項目	サンプル数	構成比(%)	
年齢	20歳代	18	13.5
	30歳代	69	51.9
	40歳代	38	28.6
	50歳代	8	6.0
家族構成	夫婦のみ	36	27.1
	夫婦と子	64	48.1
	夫婦と子と親	9	6.8
	本人と親	8	6.0
	一人世帯(単身)	10	7.5
	その他	6	4.5
世帯年収	400万円以下	10	7.5
	400万円超～600万円以下	35	26.3
	600万円超～800万円以下	40	30.1
	800万円超～1000万円以下	28	21.1
	1000万円超～1500万円以下	13	9.8
	1500万円超	7	5.3
地域	首都圏	65	48.9
	東海圏	20	15.0
	近畿圏	19	14.3
	その他	29	21.8
住宅の種類	注文新築	71	53.4
	(うち敷地同時取得)	37	52.1
	注文建替え	9	6.8
	新築建売	10	7.5
	新築マンション	35	26.3
	中古戸建	3	2.3
返済負担率	10%以下	14	10.5
	10%超～15%以下	26	19.5
	15%超～20%以下	41	30.8
	20%超～25%以下	34	25.6
	25%超～30%以下	12	9.0
	30%超～35%以下	6	4.5
	35%超～40%以下	0	0.0
	40%超	0	0.0

注: 首都圏: 埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県
 東海圏: 岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
 近畿圏: 滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
 その他: 首都圏、東海圏、近畿圏以外