

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3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602千件のうち平成23年11月から平成24年2月の間に民間住宅ローンを借入された方966件に、インターネットによるアンケート調査(2/13~2/29)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657件を調査対象とし、そのうちフラット35利用者92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= 657)
うちフラット35利用者 n= 92
うちフラット35以外 n= 565

- ・平成23年11月から平成24年2月までに民間住宅ローンを借り入れされた方
- ・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。)

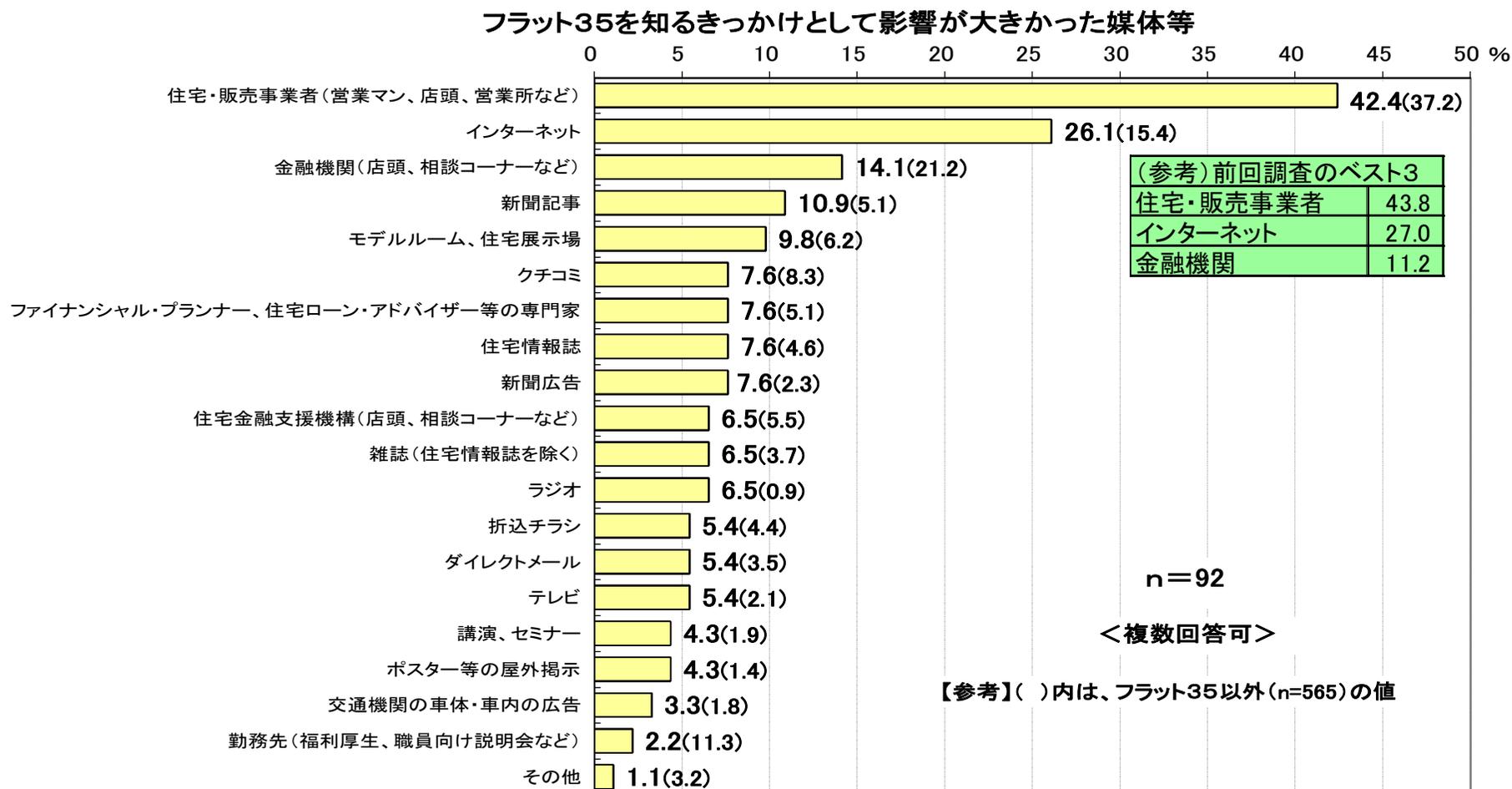
3. 調査時期 平成24年2月13日~2月29日

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24年3月29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

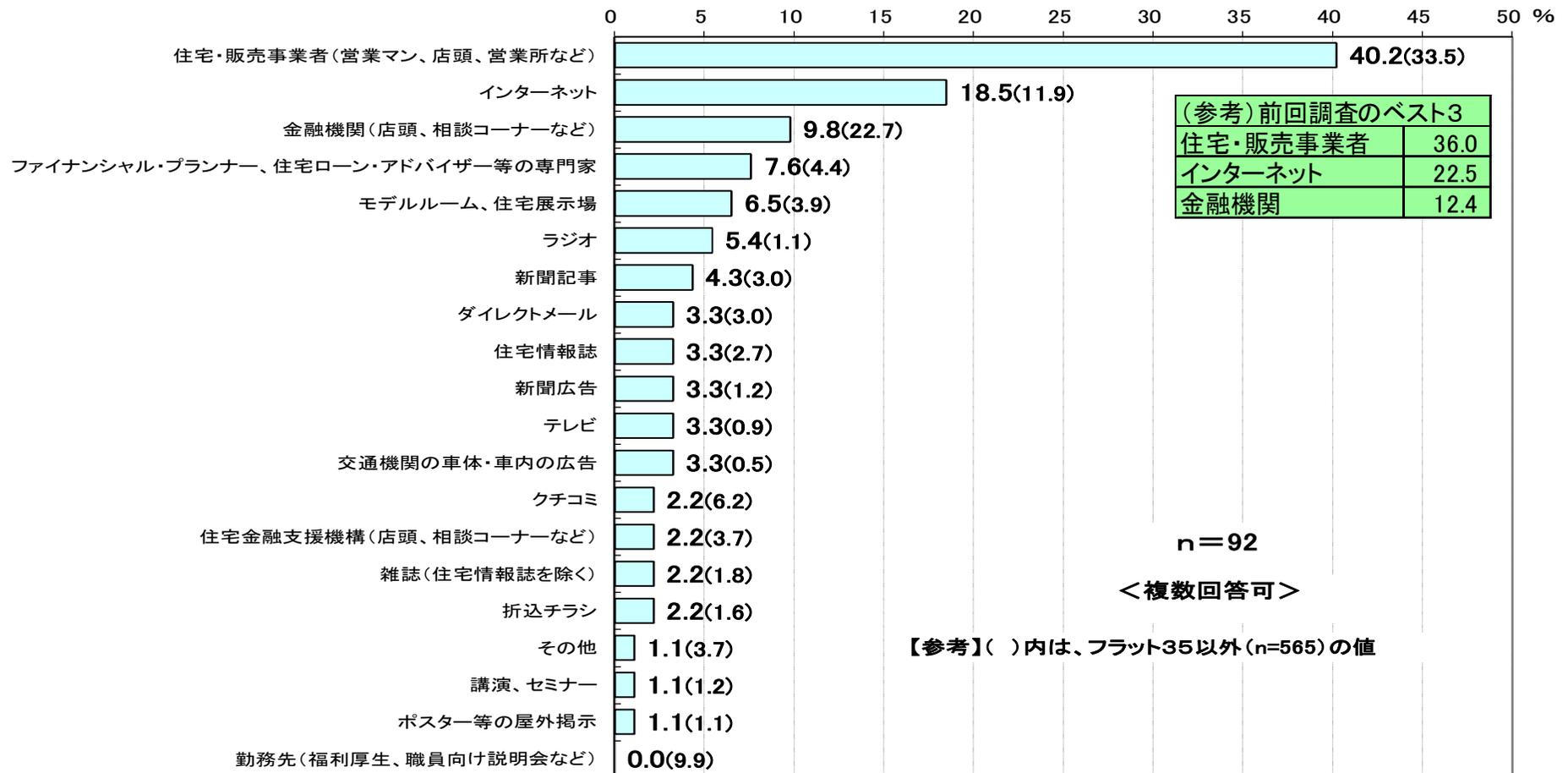
- フラット35を知るきっかけは、「住宅・販売事業者」が42.4%と最も影響が大きい。
次いで、「インターネット」「金融機関」と続き、ベスト3を占める状況が続いている。
- フラット35以外の住宅ローンを利用された方と比較すると、「インターネット」及びメディアの影響が大きい。



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」が前回調査の36.0%から40.2%に増加し最も影響が大きい。次いで、「インターネット」が18.5%と前回調査の22.5%からは減少しているが第2位。フラット35以外の住宅ローンを利用された方の回答と比較してもインターネットの影響が引き続き大きい。

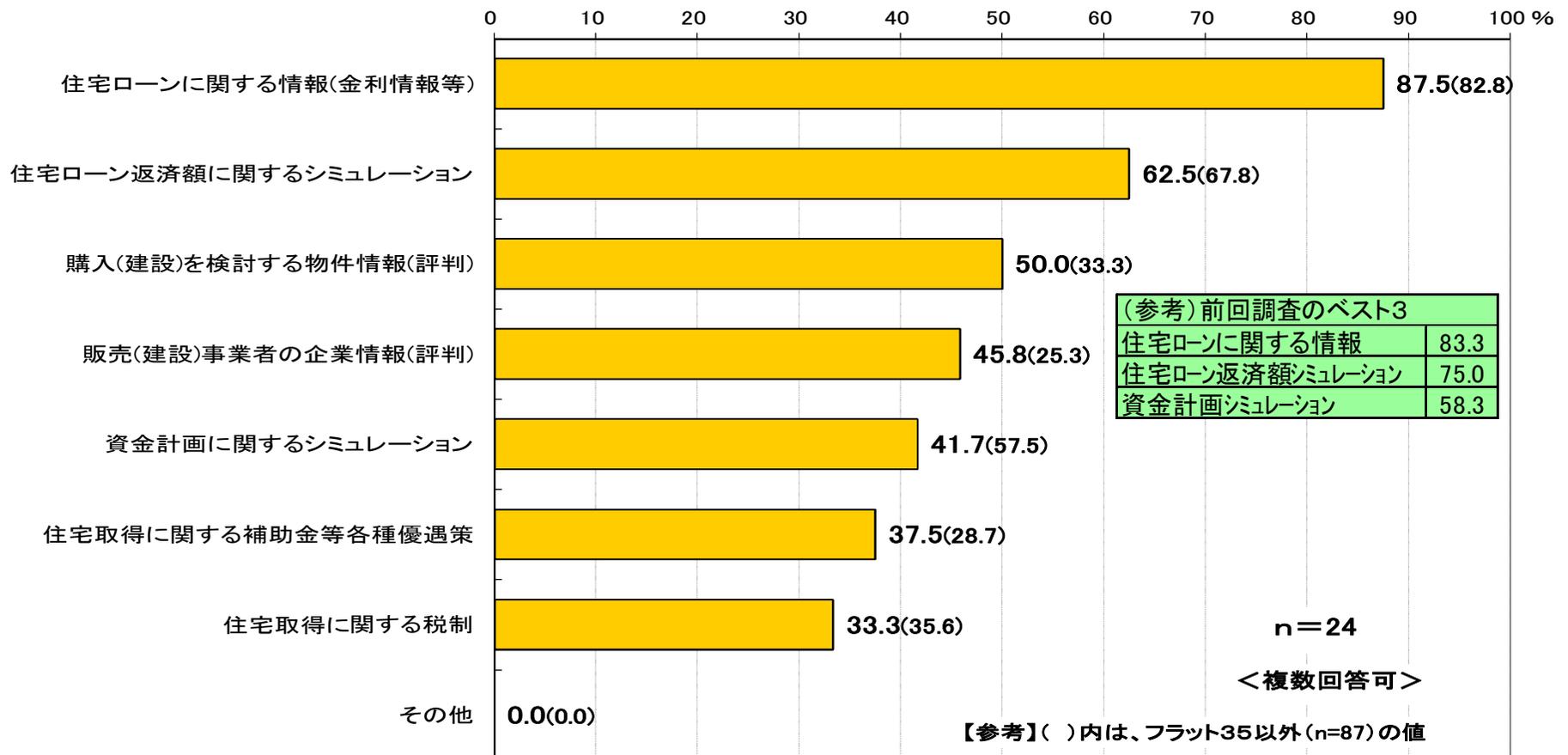
フラット35の利用を決定するに際して影響が大きかった媒体等



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」の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。次いで、「返済額シミュレーション」「物件情報(評判)」が上位を占めている。「物件情報(評判)」は前回の37.5%から50.0%に増加し、フラット35以外の住宅ローンを利用された方の回答と比較しても多い。

インターネットで収集した住宅関連情報

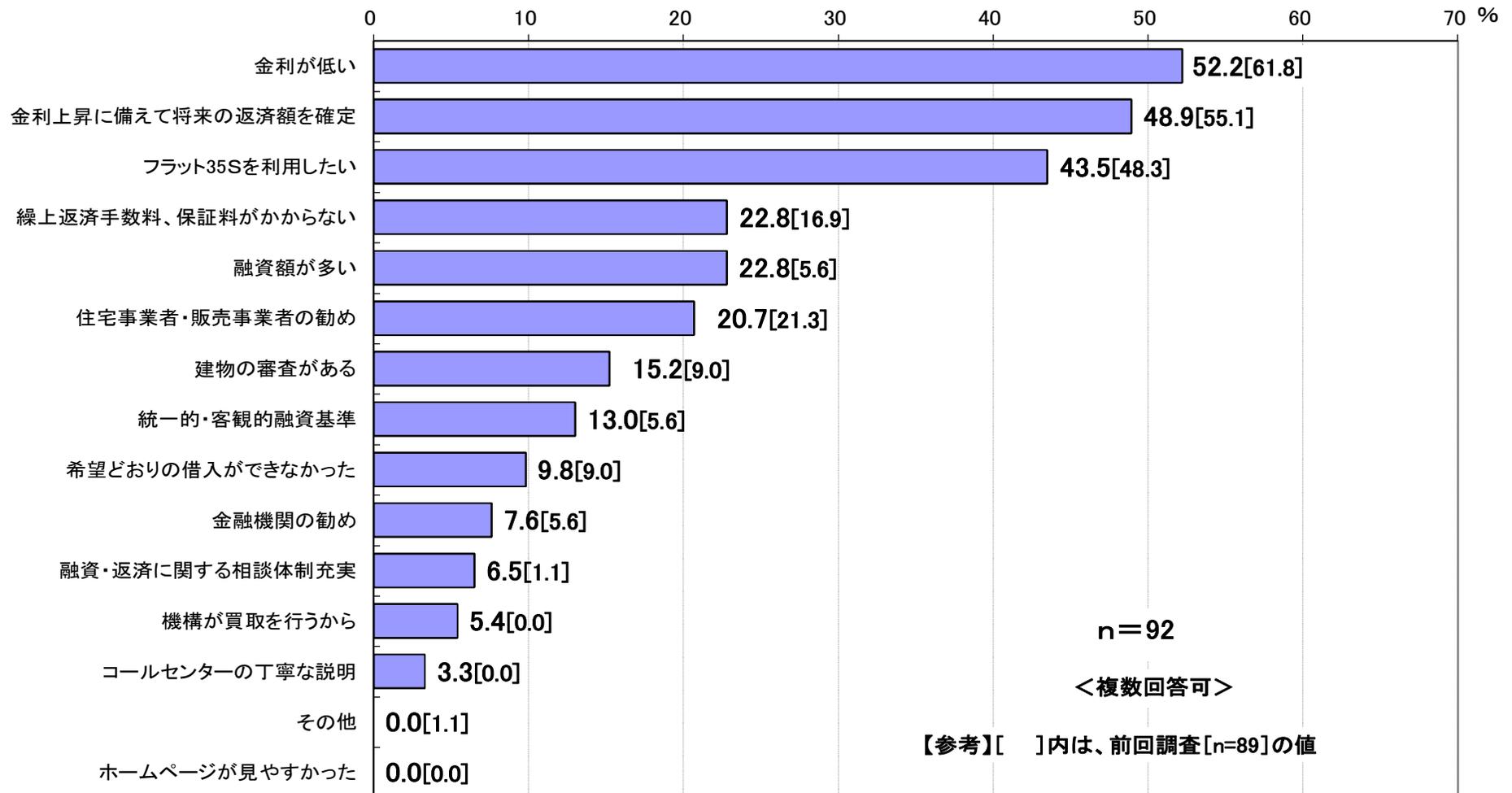


4. フラット35を利用した理由

○ フラット35を利用した理由は、「金利が低い」が前回より9.6ポイント減少しているが最も多い。次いで、「金利上昇に備えて将来の返済額を確定」「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。

※【フラット35】Sエコの金利引下げ幅拡大(当初5年間の年率▲1.0%(被災地)、▲0.7%(被災地以外)):23年10月以後申込、12月以後の資金受取分から適用

フラット35を利用した理由

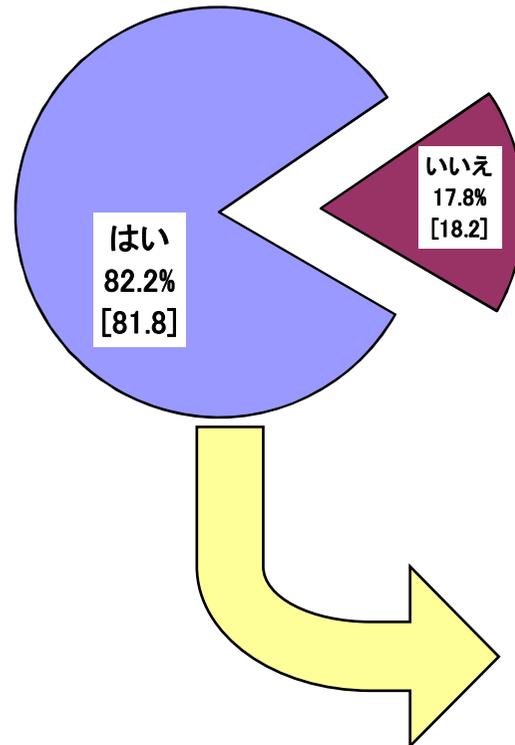


5. フラット35の認知状況（民間住宅ローン利用者全体）

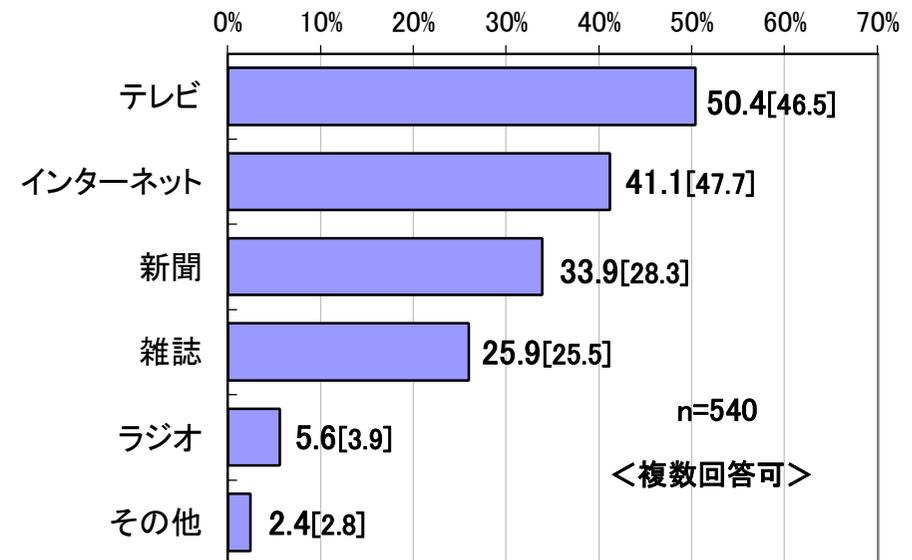
- フラット35の広告や情報を見聞きしたことがある方は、全体の82.2%と前回調査と同様の認知状況である。
- 見聞きしたことがある広告や情報の媒体は、「テレビ」が前回調査の46.5%から50.4%に増え最も多くなっている。次いで、「インターネット」41.1%、「新聞」33.9%、「雑誌」25.9%と続いている。

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=657）

【参考】[]内は、前回調査[n=694]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。

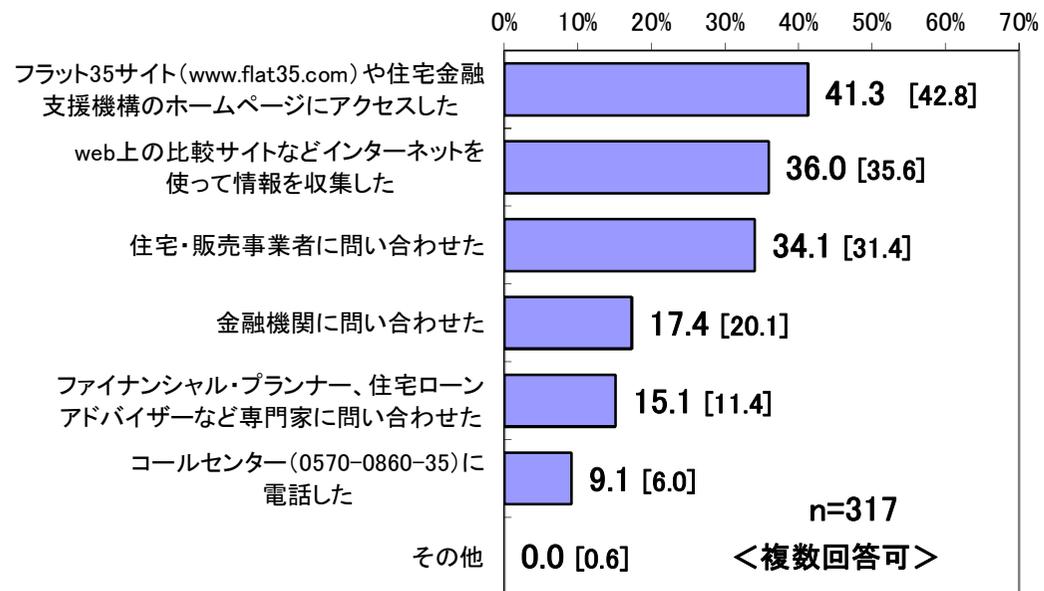
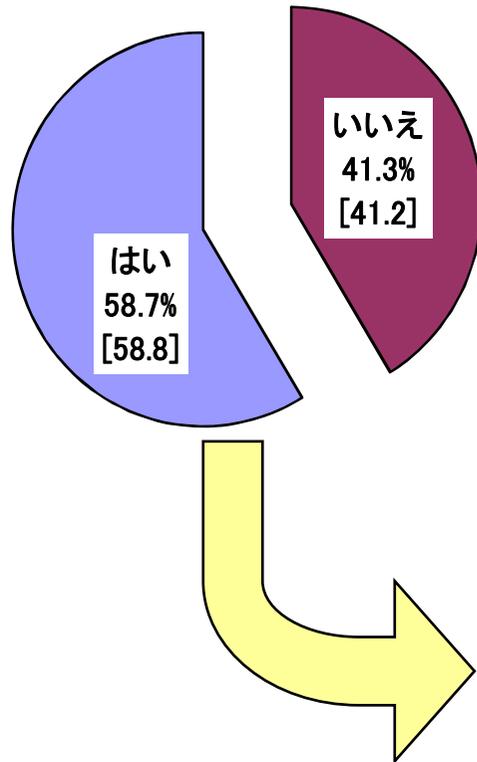


【参考】[]内は、前回調査[n=568]の値

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の広告を見聞きした後、さらに詳しい情報を得ようと行動された方は、58.7%と前回調査と同様の状況。
 ○ 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41.3%、次いで「インターネット比較サイト等での情報収集」が36.0%、「住宅・販売事業者にお問い合わせ」が34.1%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=540)【参考】[]内は、前回調査[n=568]の値

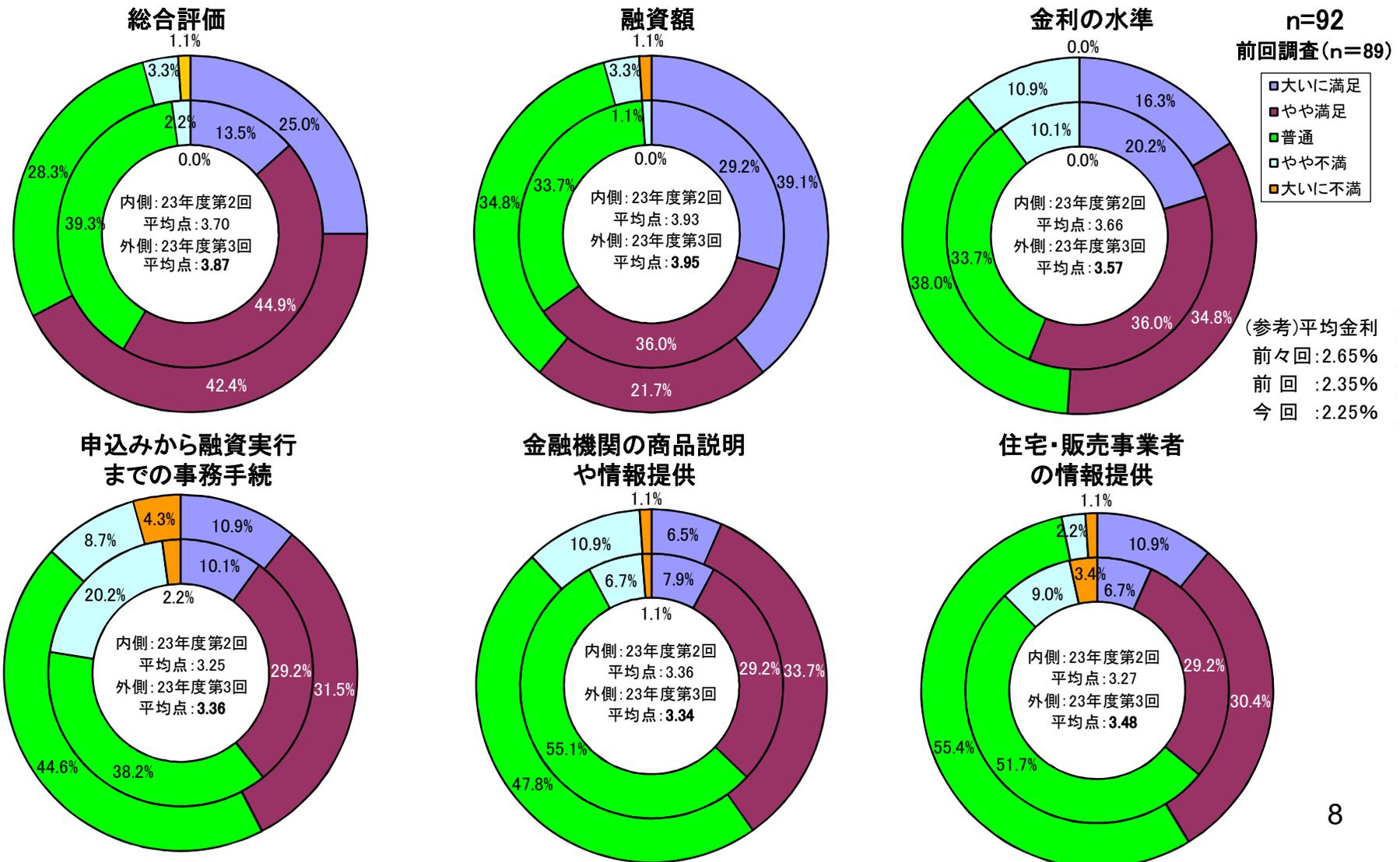


【参考】[]内は、前回調査[n=334]の値

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67.4%、平均点では3.87と前回調査(3.70)よりも満足度は高まった。項目別では、「融資額」「事務手続」「事業者の情報提供」について満足度の改善がみられる。

※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=92

項目		サンプル数	構成比(%)
年齢	20歳代	13	14.1
	30歳代	50	54.3
	40歳代	18	19.6
	50歳代	11	12.0
家族構成	夫婦のみ	13	14.1
	夫婦と子	54	58.7
	夫婦と子と親	8	8.7
	本人と親	5	5.4
	一人世帯(単身)	9	9.8
	その他	3	3.3
世帯年収	400万円以下	12	13.0
	400万円超～600万円以下	31	33.7
	600万円超～800万円以下	19	20.7
	800万円超～1000万円以下	18	19.6
	1000万円超～1500万円以下	10	10.9
	1500万円超	2	2.2
地域	首都圏	44	47.8
	東海圏	8	8.7
	近畿圏	18	19.6
	その他	22	23.9
住宅の種類	注文新築	51	55.4
	(うち敷地同時取得)	25	49.0
	注文建替え	6	6.5
	新築建売	5	5.4
	新築マンション	21	22.8
	中古戸建	3	3.3
	中古マンション	6	6.5
返済負担率	10%以下	5	5.4
	10%超～15%以下	21	22.8
	15%超～20%以下	28	30.4
	20%超～25%以下	25	27.2
	25%超～30%以下	10	10.9
	30%超～35%以下	3	3.3
	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