

2014年度 民間住宅ローン利用者の実態調査 【民間住宅ローン利用予定者編】(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75万件に対して調査対象の要件確認を行い、今後5年以内に、具体的な住宅取得に伴い、民間住宅ローンを利用予定の方に、インターネットによるアンケート調査(2月)を実施し、先着順に回答があった民間住宅ローン利用予定者1,020件を調査対象とした。

2 調査対象

民間住宅ローン利用予定者 n=1,020

- ・今後5年以内に具体的な住宅取得予定に伴い民間住宅ローンを利用予定の方
 - ・全国の20歳以上60歳未満の方(学生の方及び無職の方を除く。)
- ※居住用の新規の民間住宅ローン(借換ローン、リフォームローン、土地のみのローン又はアパート若しくは投資用のローンを除く。)

3 調査時期 2015年2月

4 調査項目 住宅取得に向けた意識や行動、利用予定の住宅ローンの金利タイプなどに関する事項

2015年5月
独立行政法人 住宅金融支援機構 調査部

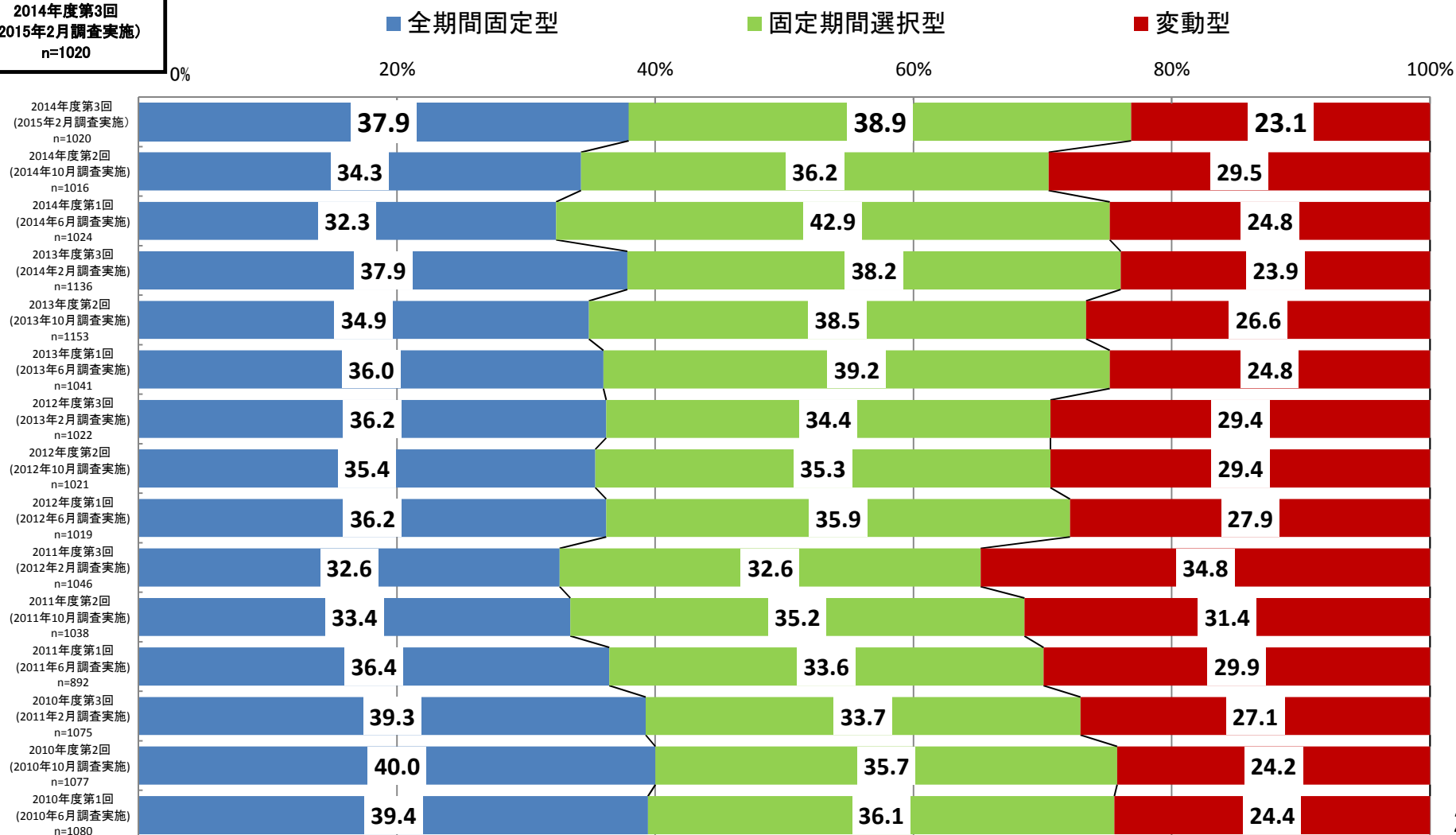
調査結果

1. 希望する住宅ローンの金利タイプ

○ 前回調査(2014年10月調査)に比べて、「全期間固定型」及び「固定期間選択型」の希望割合が増加し、「変動型」の希望割合が減少した。

住宅ローン利用予定者の希望する金利タイプ

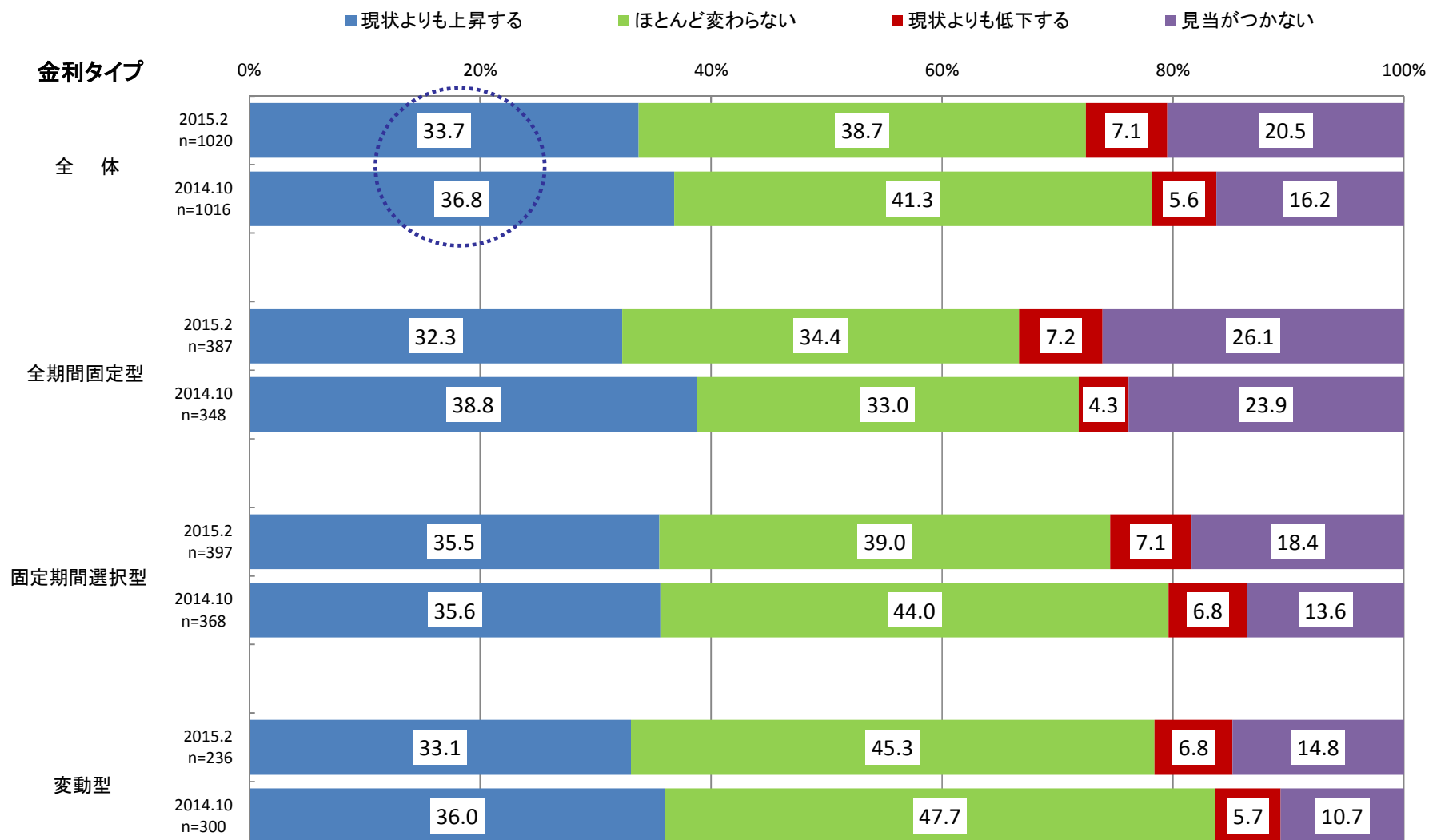
今回調査
2014年度第3回
(2015年2月調査実施)
n=1020



2. 今後1年間の住宅ローンの金利見通し(金利タイプ別)

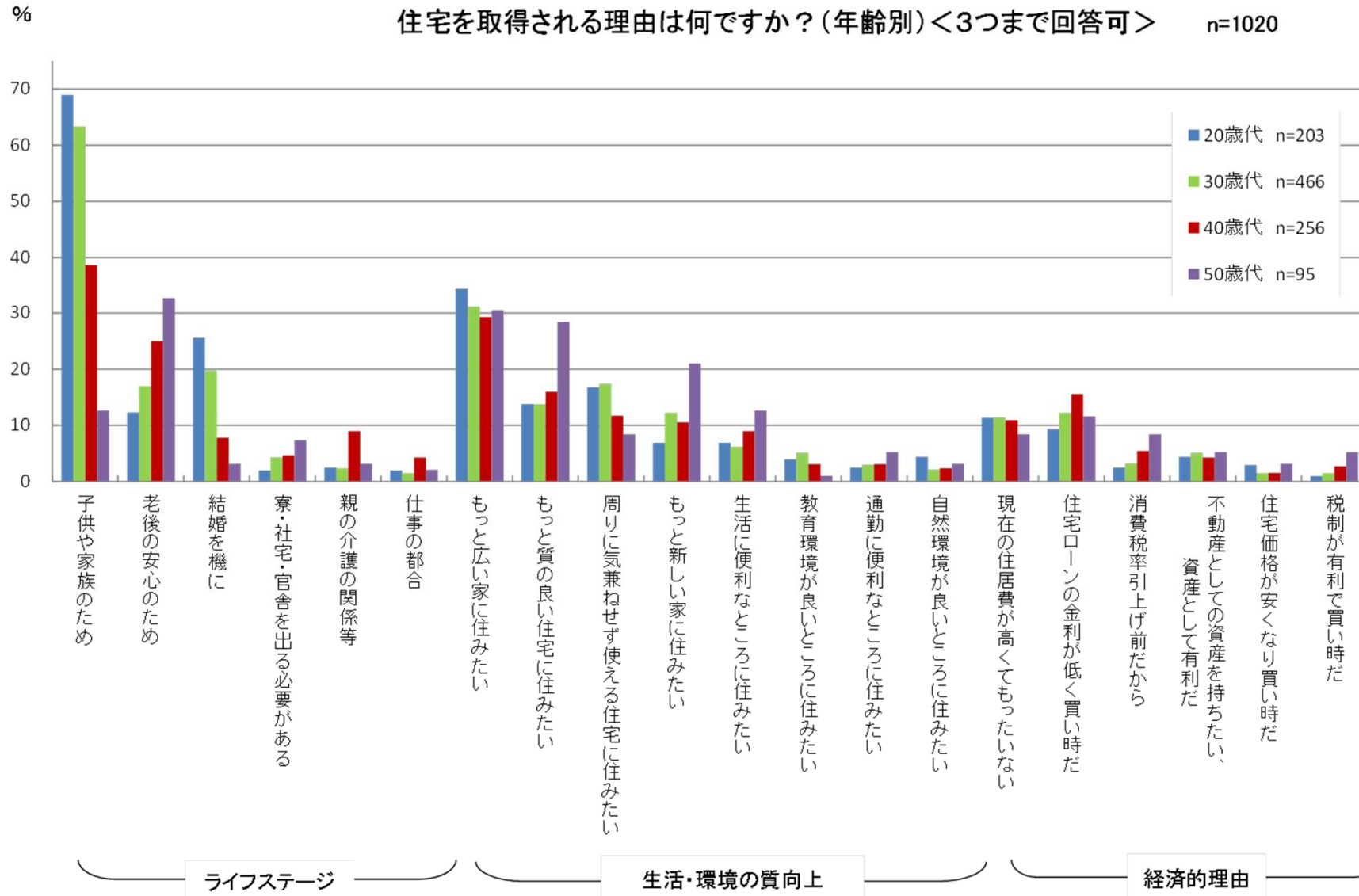
- 今後1年間の住宅ローンの金利見通しは、全体では「現状よりも上昇する」の割合が減少した。
- 「見当がつかない」の割合は、全ての金利タイプで増加した。

今後1年間の住宅ローンの金利見通し(金利タイプ別)



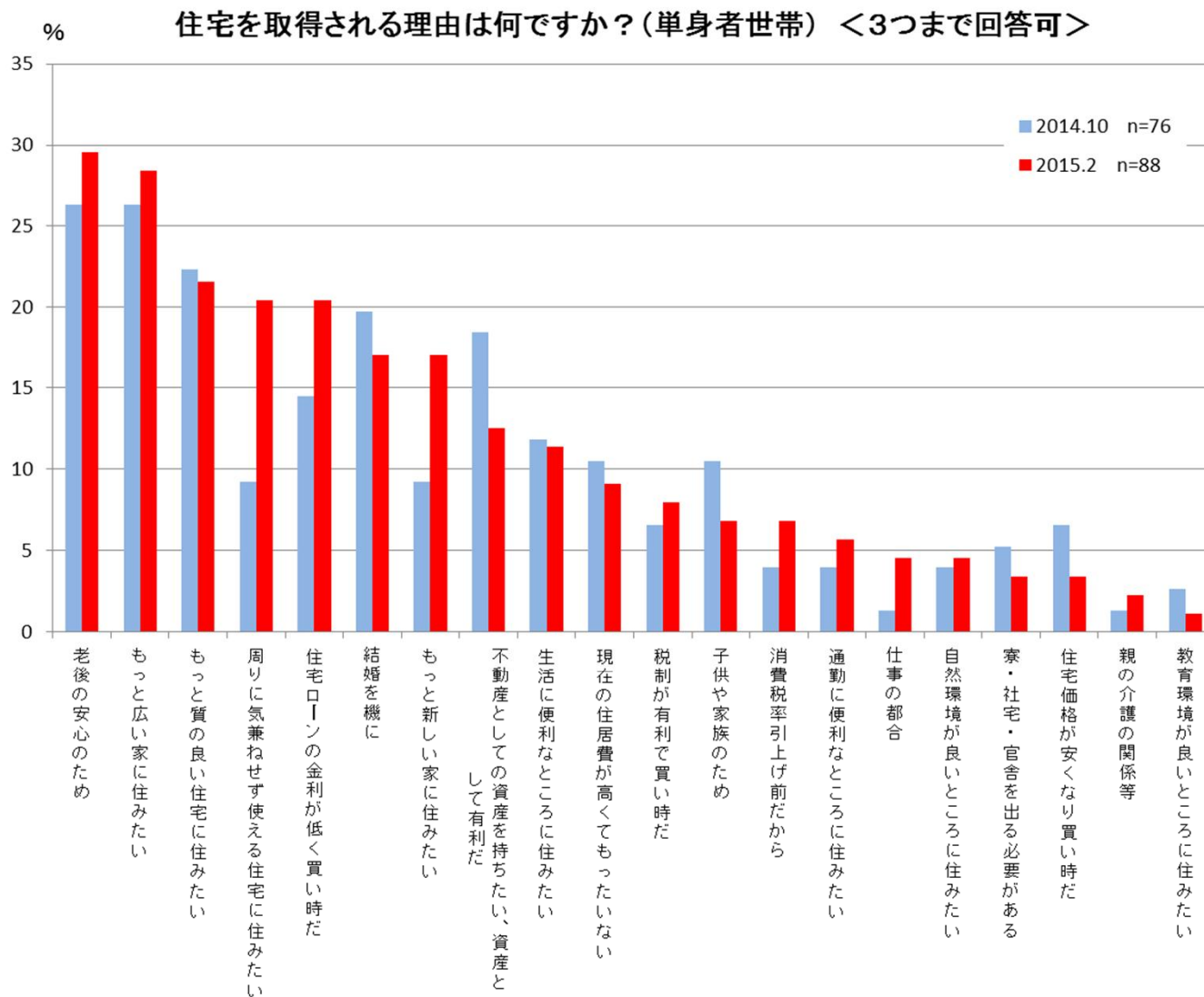
3. 住宅取得動機(年齢別)

○ ライフステージに関わる取得理由を見ると、20～30歳代では「子供や家族のため」や「結婚を機に」といった、世帯形成による理由が多くなり、50歳代になると「老後の安心のため」といった理由が多くなっている。



4. 住宅取得動機(単身者世帯)

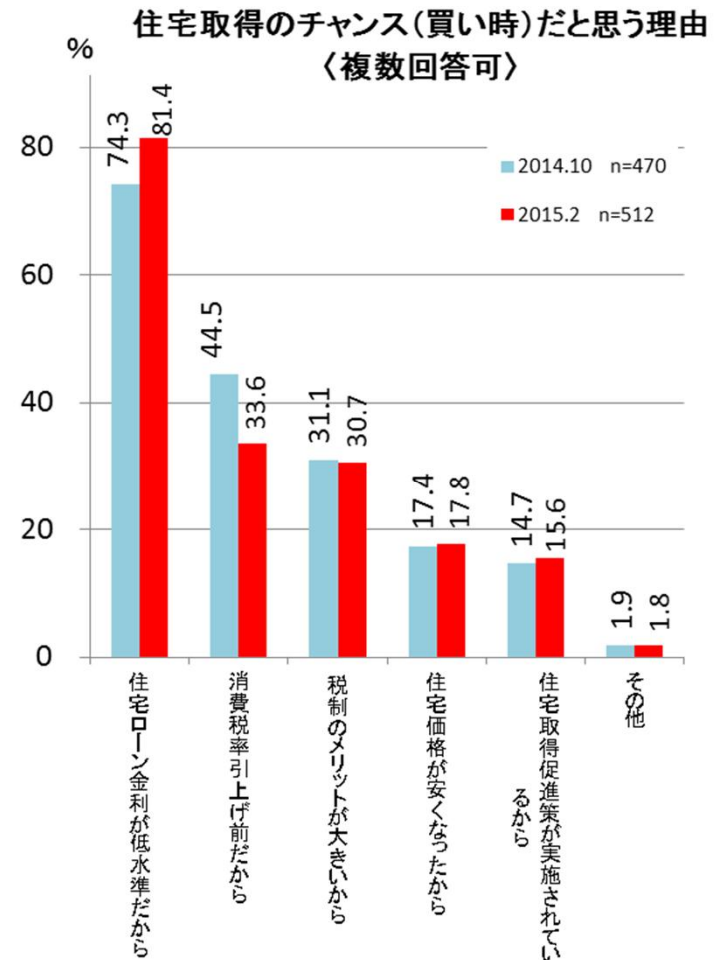
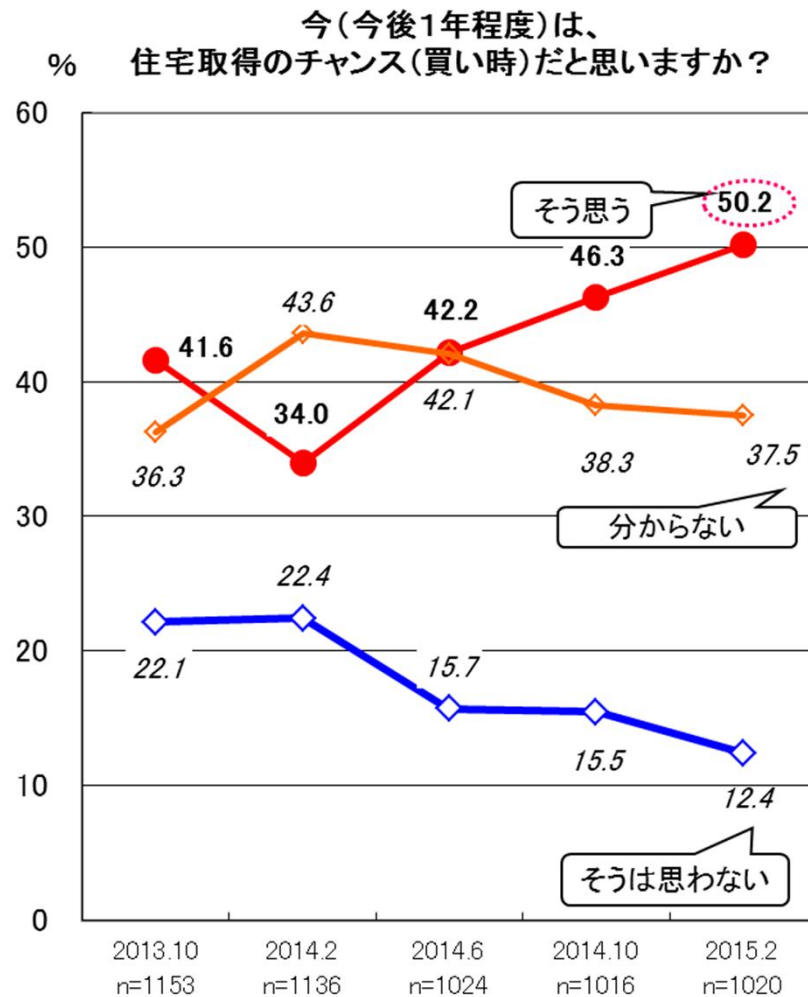
○ 単身者世帯では、「老後の安心のため」、「もっと広い家に住みたい」、「もっと質の良い住宅に住みたい」といったライフステージの変化への対応や生活・環境の質向上に関する理由が多い。



		2014.10	2015.2
全体	n	76	88
	%	100.0	100.0
20歳代	n	11	13
	%	14.5	14.8
30歳代	n	29	26
	%	38.2	29.5
40歳代	n	25	37
	%	32.9	42.0
50歳代	n	11	12
	%	14.5	13.6

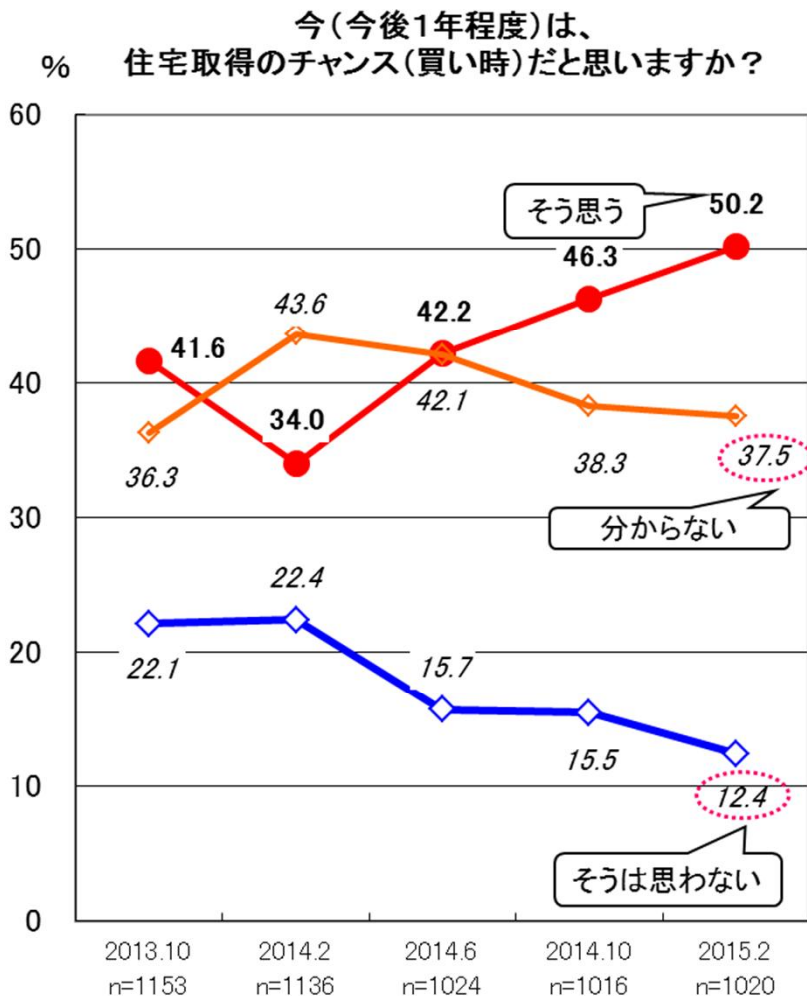
5. 住宅の買い時意識

- 「今(今後1年程度)は住宅取得のチャンス(買い時)だと思いますか」との問いに対して、「そう思う」と回答された方の割合は、50.2%と前回、前々回調査から増加基調にある。
- 買い時だと思う理由は、「住宅ローン金利が低水準だから」が前回調査から増加した。一方、「消費税率引上げ前だから」は減少した。



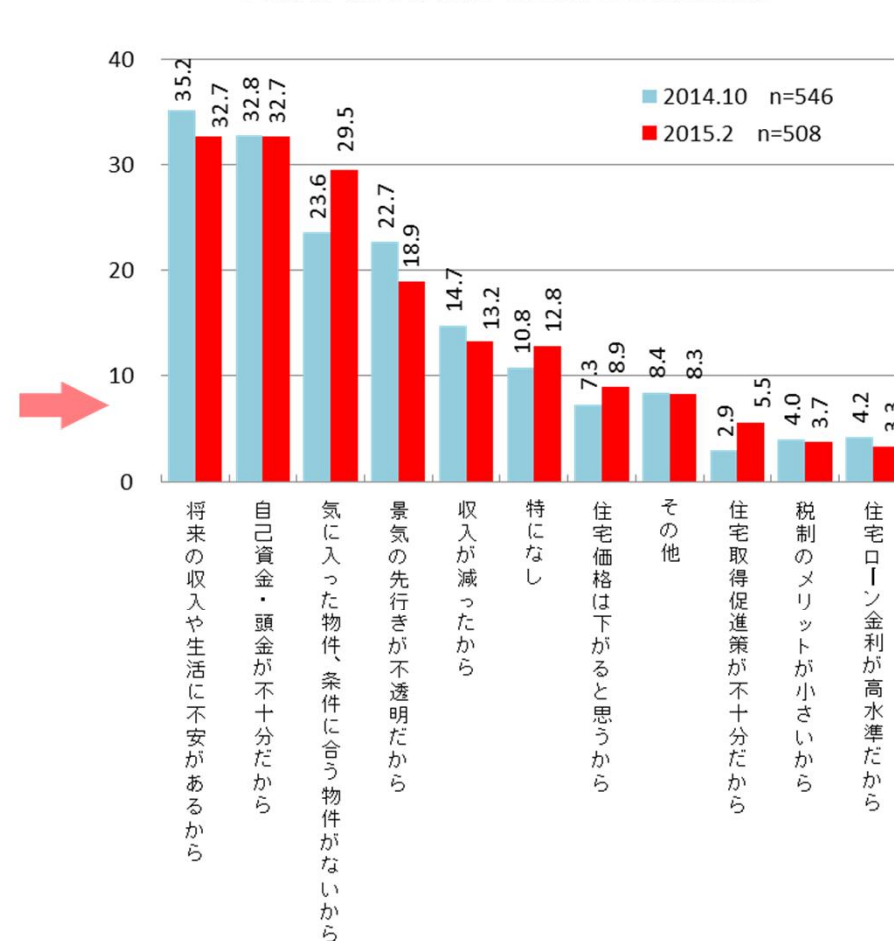
6. 住宅取得に踏み切れない理由

- 「今は住宅取得のチャンス(買い時)だと思いますか」との問いに対して、「そうは思わない」と回答された方の割合は減少し、「分からない」と回答された方の割合はほぼ横ばいであった。
- 住宅取得に踏み切れない理由は、「将来の収入や生活に不安があるから」及び「自己資金・頭金が不十分だから」が最も多かった。



住宅取得に踏み切れない理由は何ですか？ <複数回答可>

※「今(今後1年程度)は、住宅取得のチャンス(買い時)だと思いますか？」との質問に「分からない」又は「そうは思わない」と回答された方

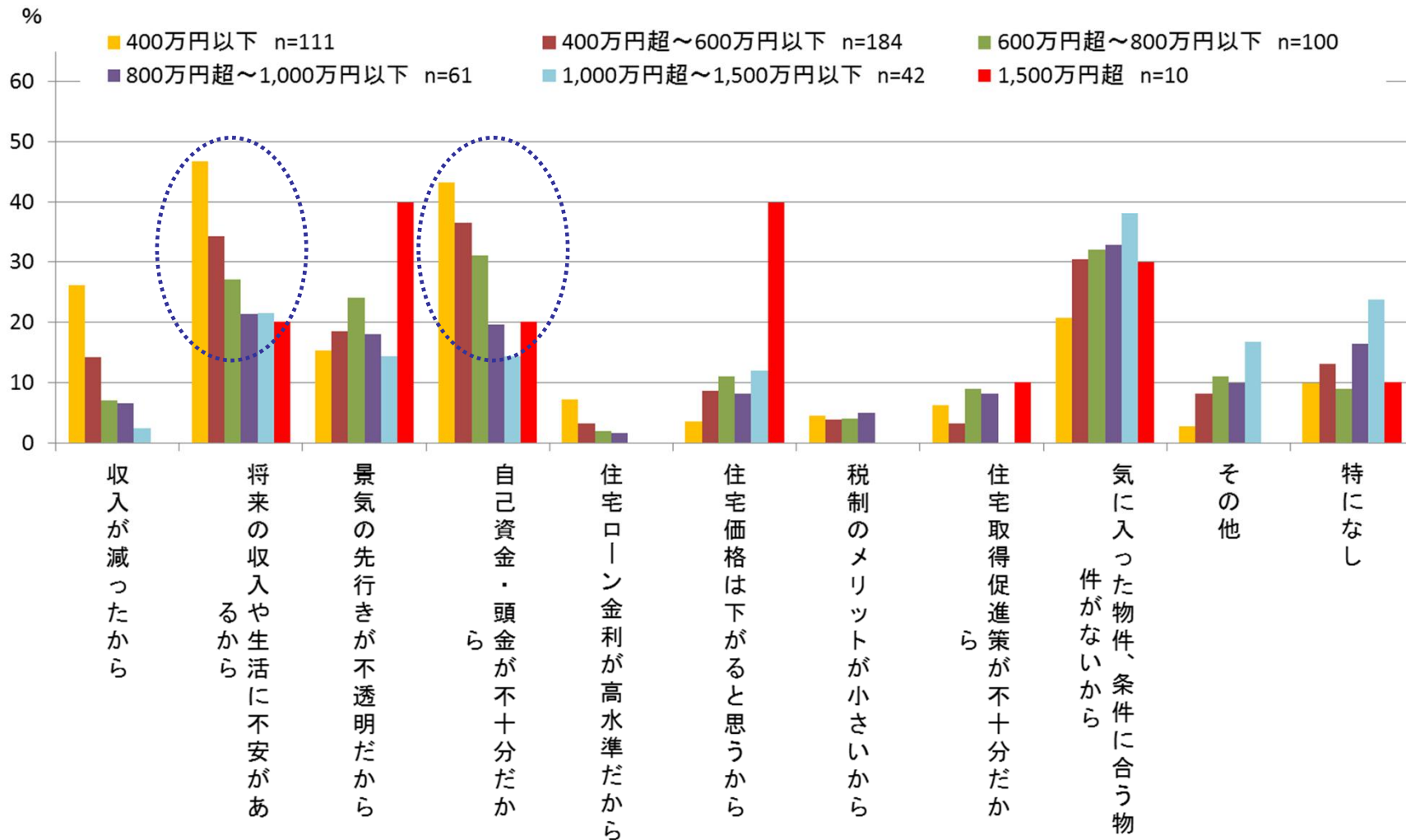


7. 住宅取得に踏み切れない理由(年収帯別)

○ 住宅取得に踏み切れない理由を年収帯別に見ると、年収が低い層で「将来の収入や生活に不安があるから」及び「自己資金・頭金が不十分だから」といった理由が多かった。

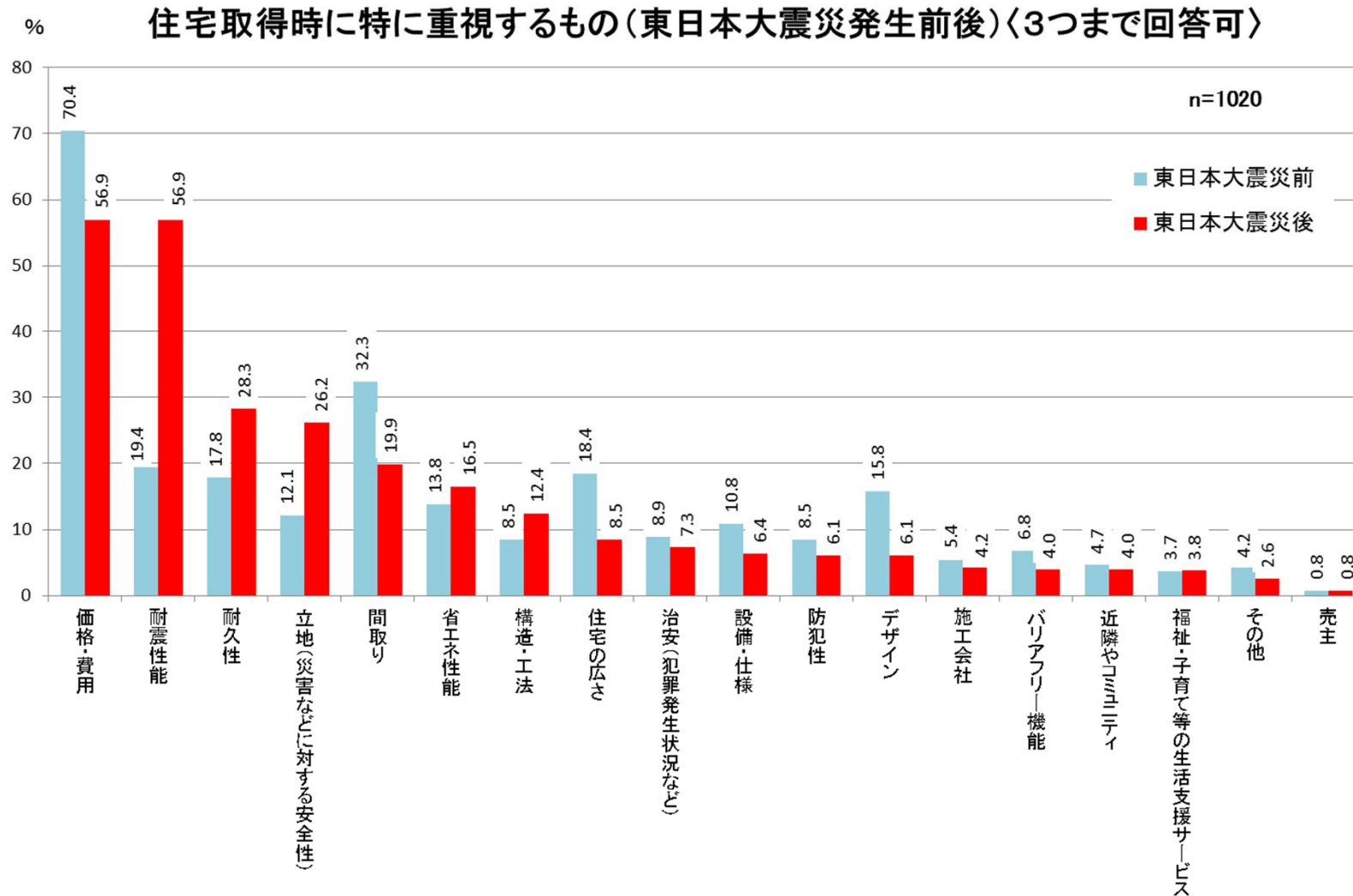
住宅取得に踏み切れない理由(年収帯別) <複数回答可>

※「今(今後1年程度)は、住宅取得のチャンス(買い時)だと思いますか?」との質問に「分からない」又は「そうは思わない」と回答された方



8. 東日本大震災前後による住宅取得意識の変化

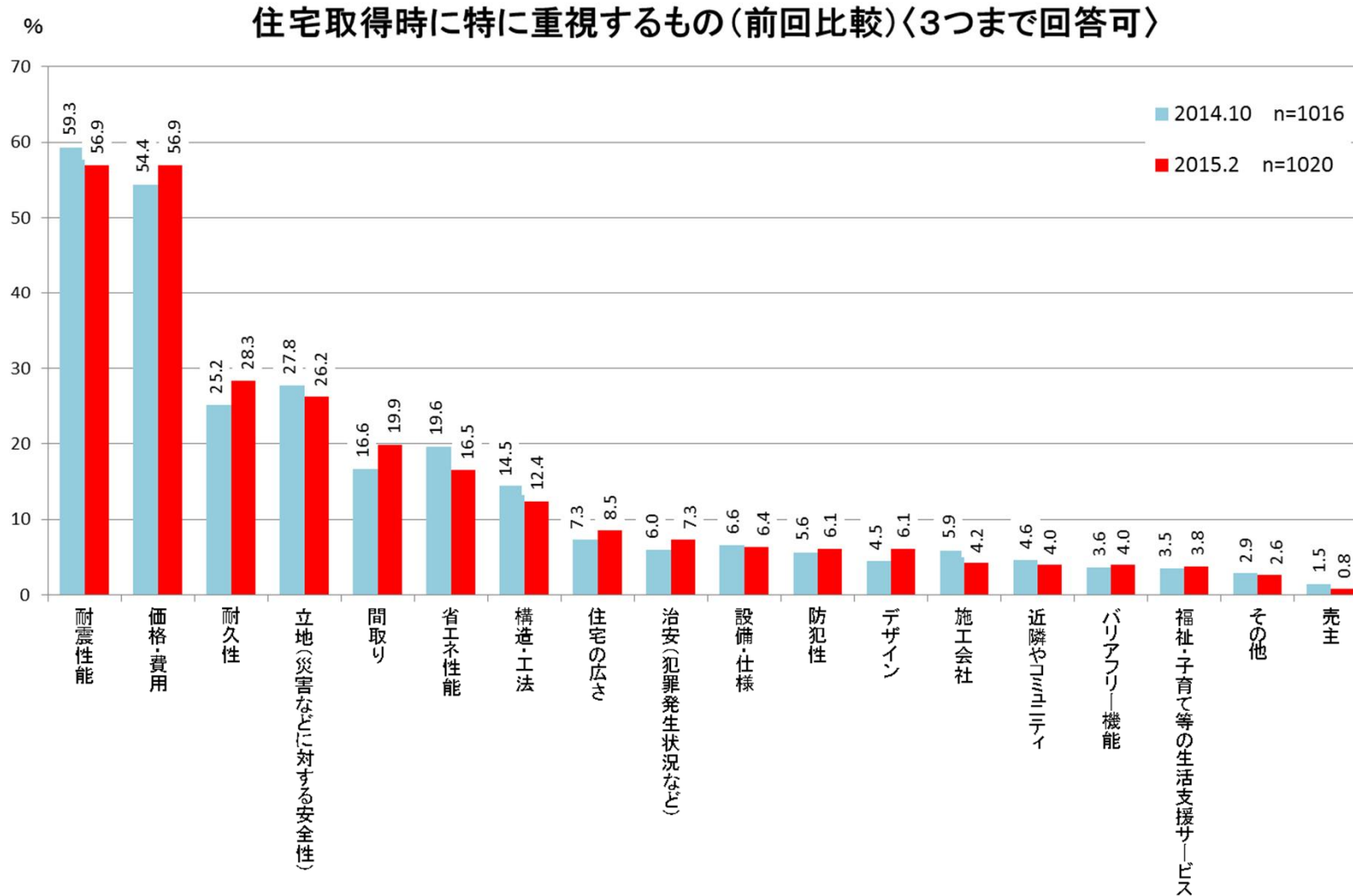
○ 住宅取得時に特に重視するものを東日本大震災の発生前後で比較すると、「耐震性能」「耐久性」「立地(災害などに対する安全性)」が大きく増加した。一方、「価格・費用」は、震災の後では大きく減少した。



※ 本調査では、住宅取得時の条件として特に重視するものについて、東日本大震災前に重視していたものと、震災後に重視しているものをそれぞれ尋ねている。(それぞれ3つ以内)

8-2. 住宅取得時に特に重視するもの(前回比較)

○ 東日本大震災発生後に、住宅取得時に特に重視しているものについては、前回と同様に「耐震性能」及び「価格・費用」が多かった。

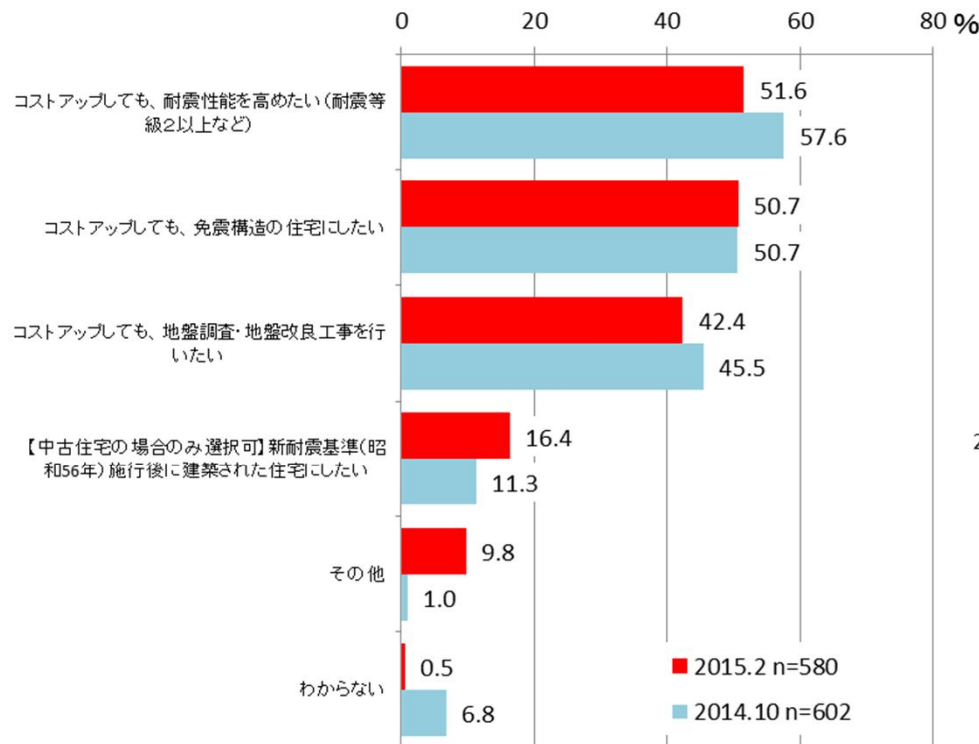


※ 上図では、東日本大震災後に住宅取得時の条件として特に重視しているものについて、前回調査と比較している。(それぞれ3つ以内)

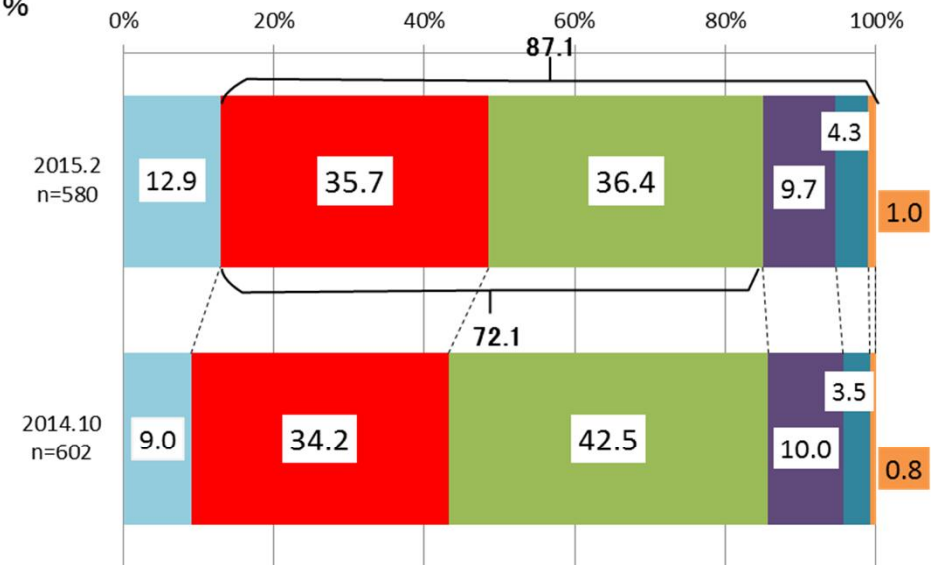
8-3. 耐震性能重視への対応

- 8-2で「耐震性能」と回答された方の51.6%が、「コストアップしても、耐震性能を高めたい(耐震等級2以上など)」と回答した。
- 耐震性能を高めるためのコストアップは、87.1%の方が許容できるとしており、その許容度は10%以下という回答が72.1%を占めた。

住宅の耐震性能を高めるために、どのようなことをお考えですか？
震災後「耐震性能」を重視していると回答された方（複数回答可）



耐震性能を高めるためのコストアップ(※)はどの程度許容できますか？

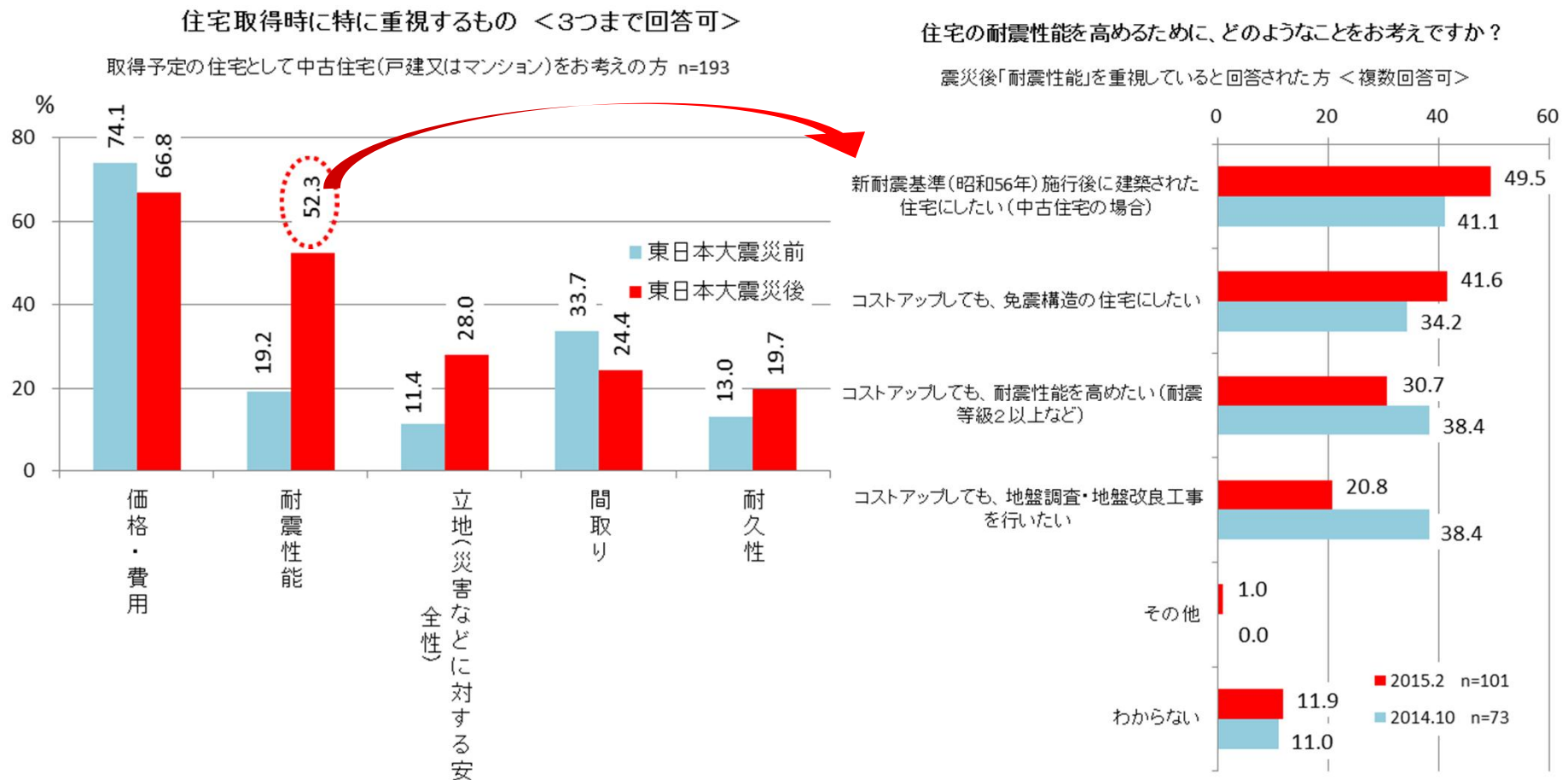


■ コストアップは 5%まで ■ 10%まで ■ 15%まで ■ 20%まで ■ 20%超 許容できない

※ 設問では、住宅の取得予定総額に対するコストアップ許容度(率)をたずねている。

8-4. 中古住宅取得予定者の耐震性能重視への対応

- 中古住宅取得予定者の場合、52.3%の方が住宅取得時に「耐震性能」を重視すると回答した。
- 「耐震性能」を重視すると回答された方の49.5%が、「新耐震基準(昭和56年)施行後に建築された住宅にしたい」と回答した。

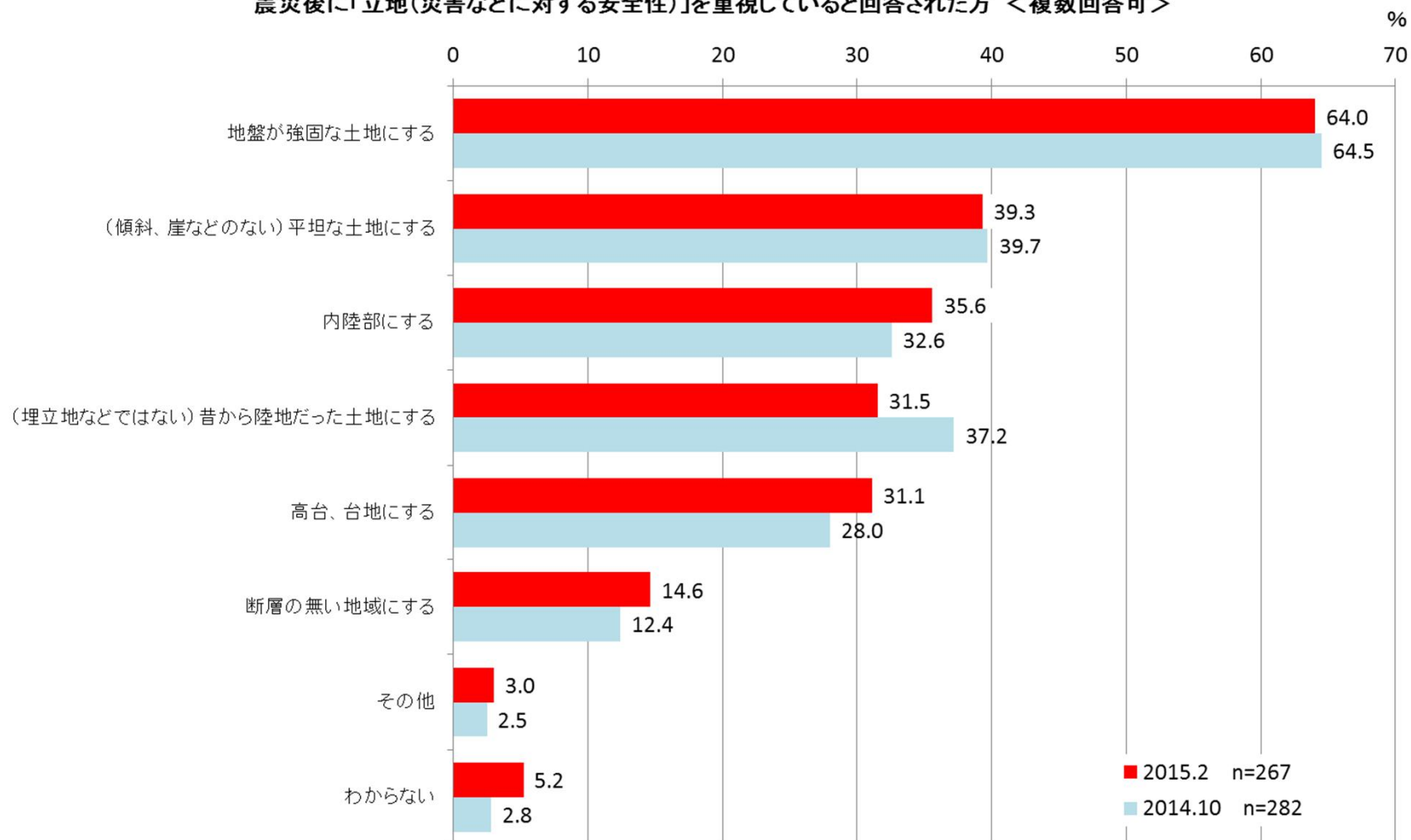


8-5. 立地(災害などに対する安全性)重視の内容

○ 8-2で「立地(災害などに対する安全性)」と回答された方の64.0%が、「地盤が強固な土地にする」と回答し、前回調査同様最も多かった。次いで、39.3%の方が「(傾斜、崖などのない)平坦な土地にする」と回答した。

立地(災害などに対する安全性)について重視していることは何ですか？

震災後に「立地(災害などに対する安全性)」を重視していると回答された方 <複数回答可>

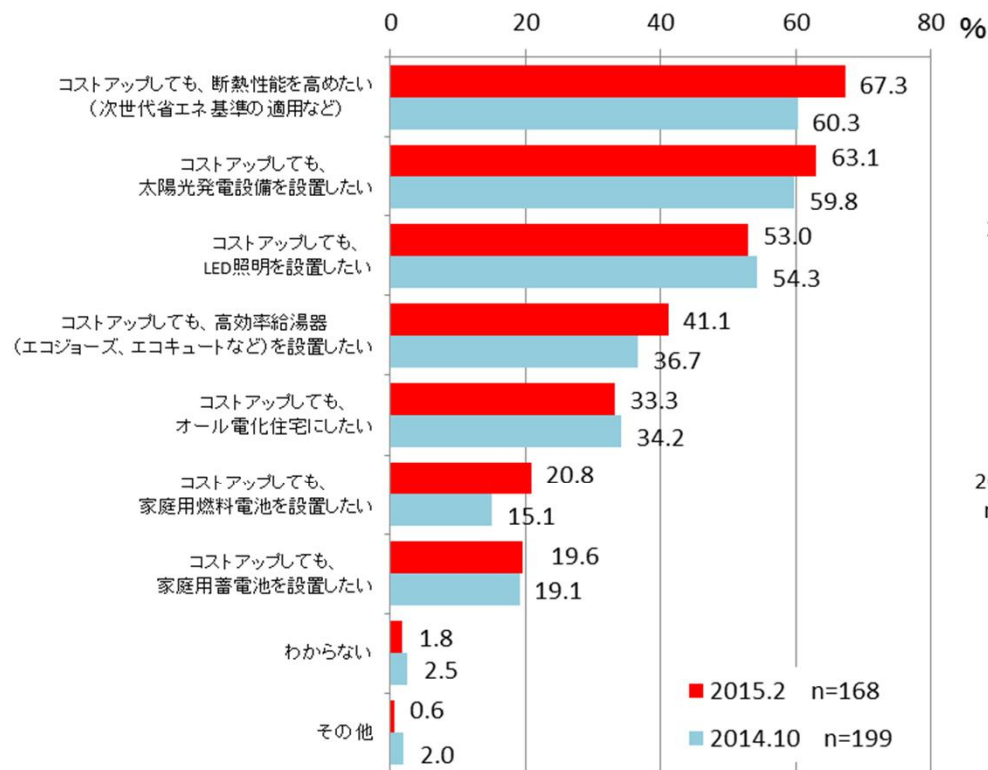


8-6. 省エネ性能重視への対応

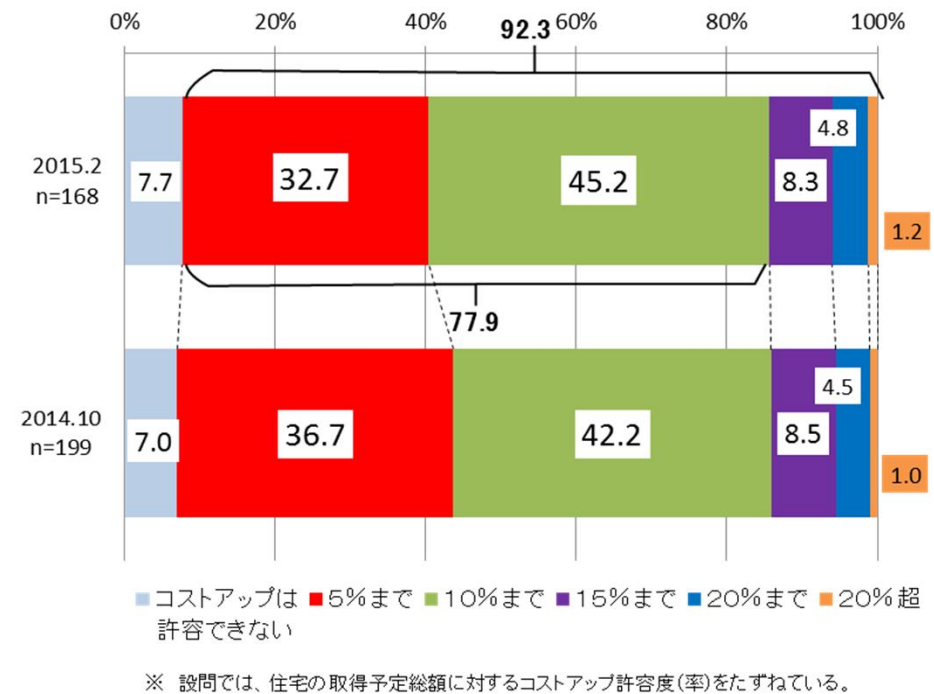
- 8-2で「省エネ性能」と回答された方のうち、67.3%の方が「コストアップしても、断熱性能を高めたい(次世代省エネ基準の適用など)」、63.1%の方が「コストアップしても、太陽光発電設備を設置したい」と回答した。
- 省エネ性能を高めるためのコストアップは、92.3%の方が許容できるとしており、その許容度は10%以下という回答が77.9%を占めた。

住宅の省エネ性能を高めるために、どのようなことをお考えですか？

震災後「省エネ性能」を重視していると回答された方〈複数回答可〉



省エネ性能を高めるためのコストアップ(※)はどの程度許容できますか？



9. 住宅取得に向けた情報源

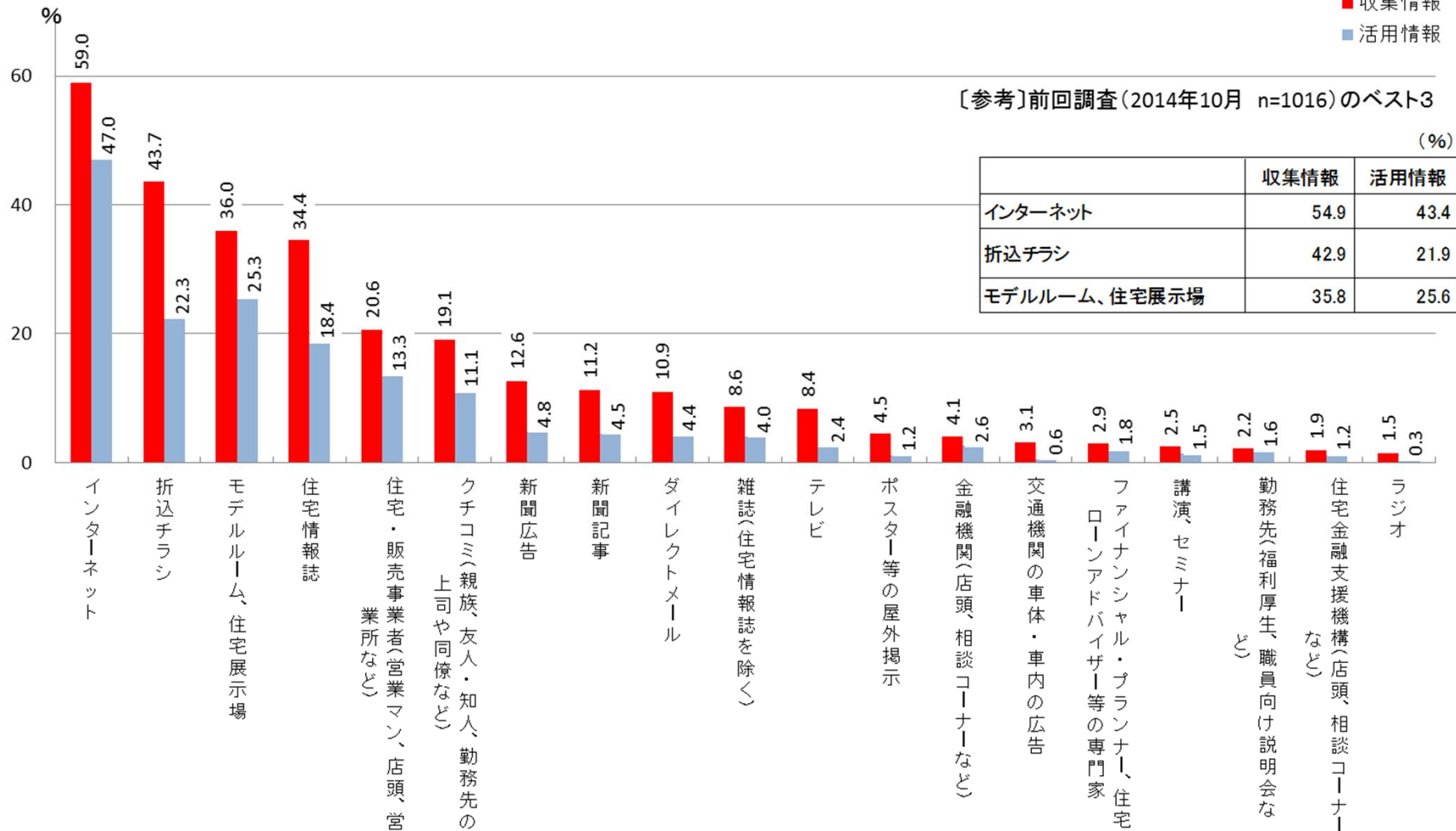
○ 活用情報源は、「インターネット」(47.0%)が最も多かった。次いで、「モデルルーム、住宅展示場」(25.3%)、「折込チラシ」(22.3%)と続いた。

住宅取得に向けた情報源は何ですか？＜複数回答可＞

n=1020

■ 収集情報

■ 活用情報

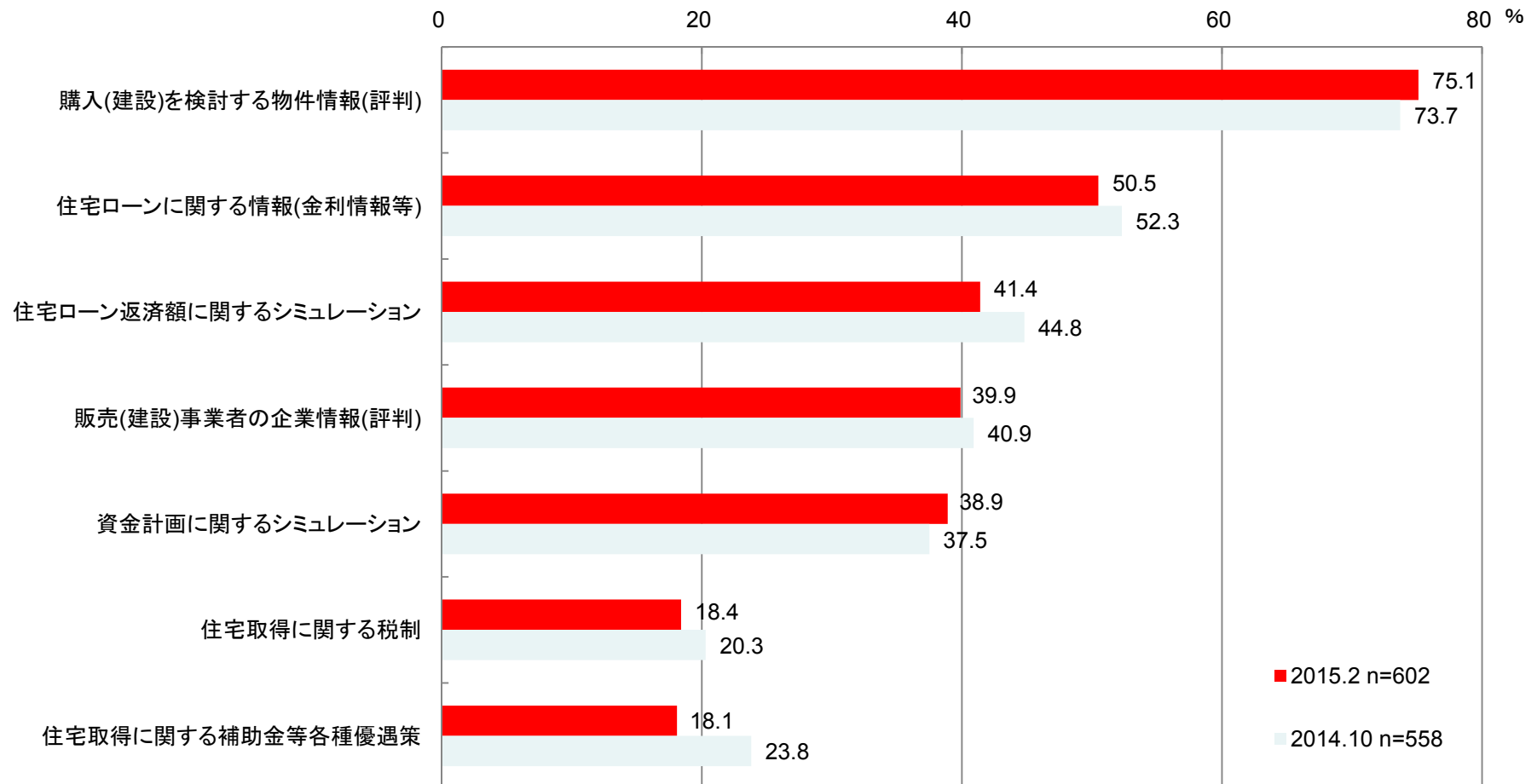


10. インターネットで収集した情報

○ インターネットで収集した情報は、前回調査と同様「購入(建設)を検討する物件情報(評判)」(75.1%)が最も多かった。次いで、「住宅ローンに関する情報(金利情報等)」(50.5%)が続いた。

インターネットでどのような情報を収集されましたか？〈複数回答可〉

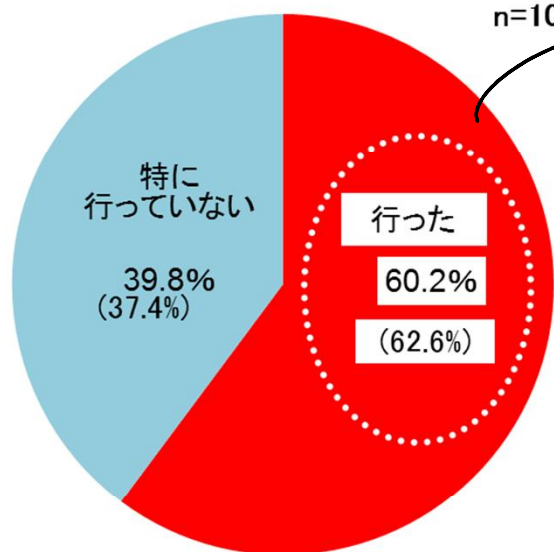
※インターネットで情報収集を行った方



11. 資金計画等の相談先

○ 資金計画、住宅ローンの借入計画の作成、相談等を行っている方の割合は60.2%で、そのうち「インターネットの住宅情報サイトを利用して、自分で行った」(45.4%)という回答が最も多かった。

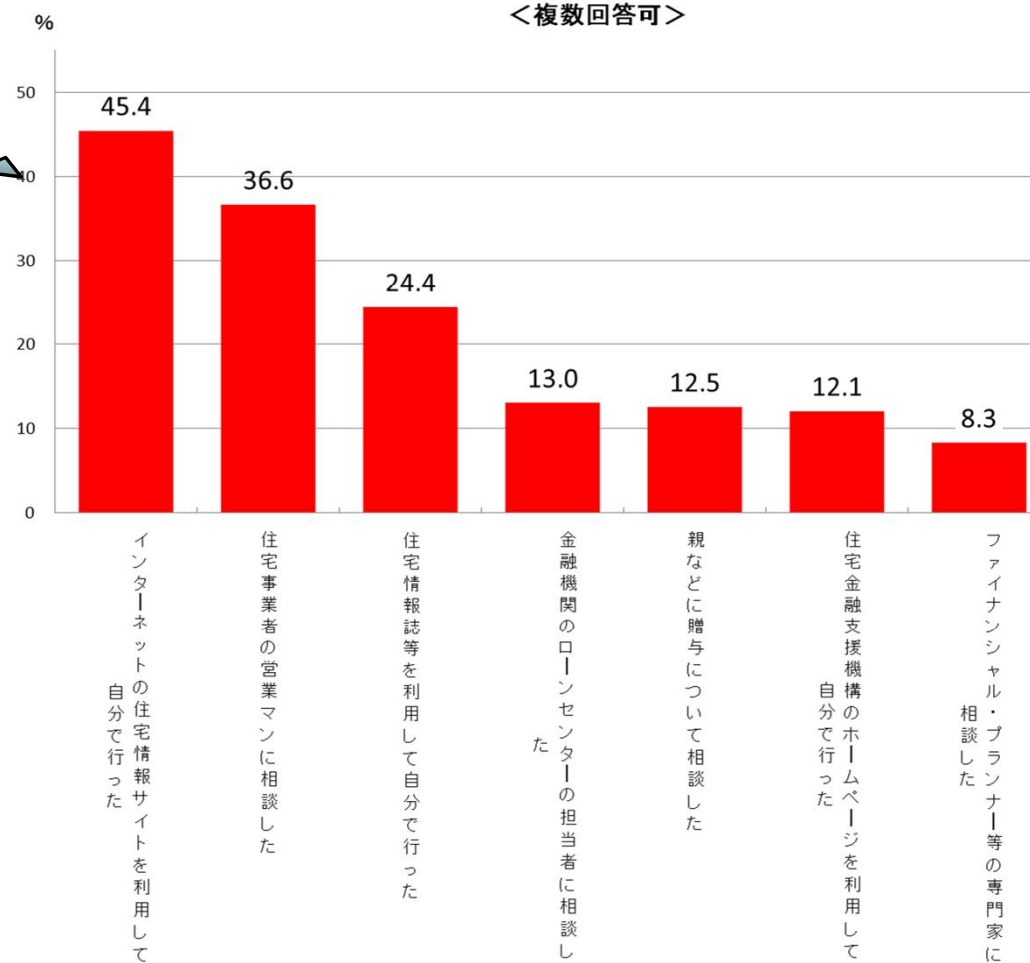
資金計画、住宅ローンの借入計画の
作成、相談等を行いましたか？



[参考]()内は前回調査(2014年10月 n=1016)の値

資金計画、住宅ローン借入計画の作成、相談は誰に依頼しましたか？
<複数回答可>

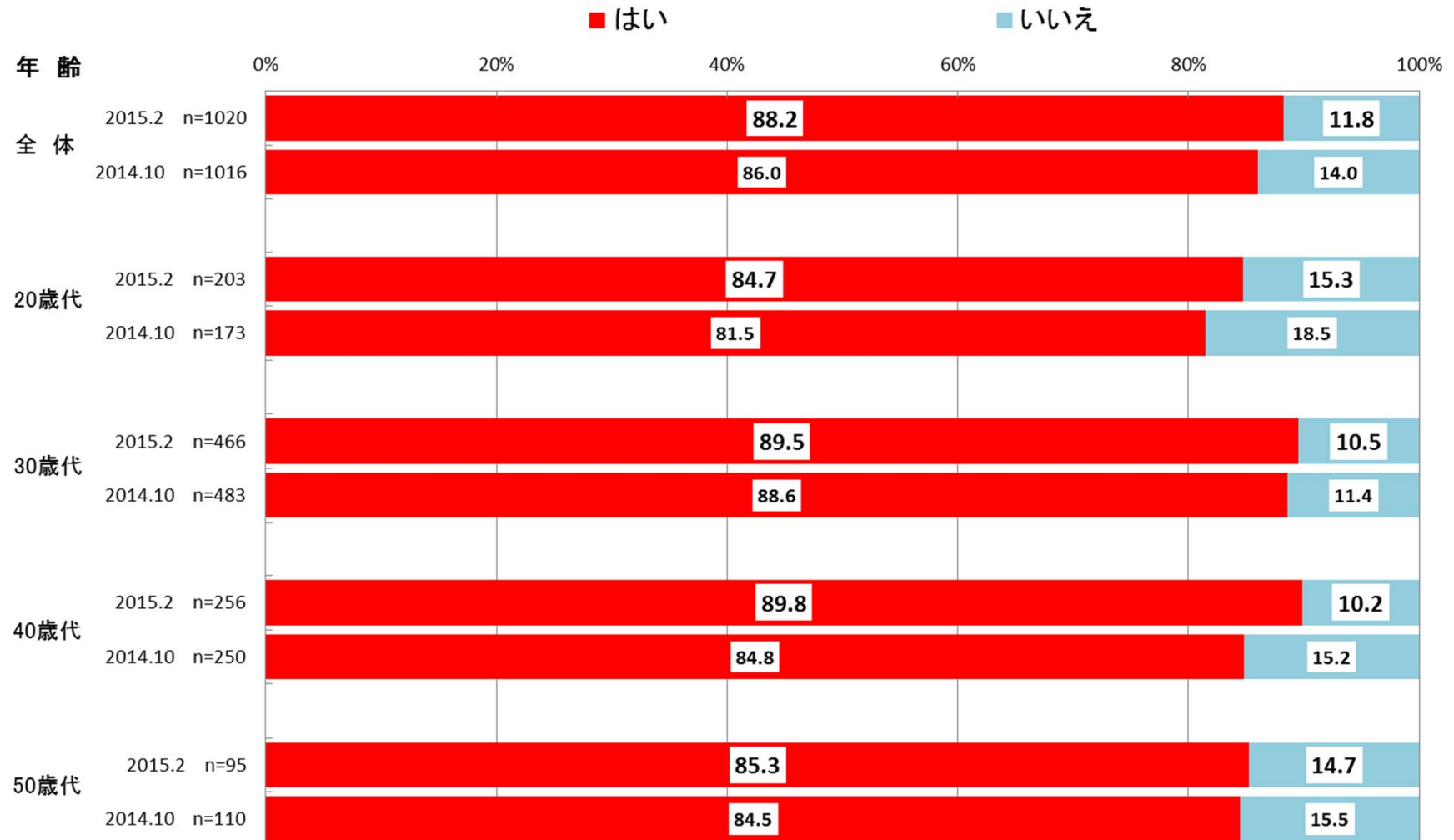
n=614



12. フラット35の広告や情報の認知度

○ 全体では、88.2%の方がフラット35の広告や情報を見聞きしていた。また、見聞きしていると回答した割合が全ての年齢層で前回調査から増加した。

フラット35の広告や情報を見聞きされたことはありますか？

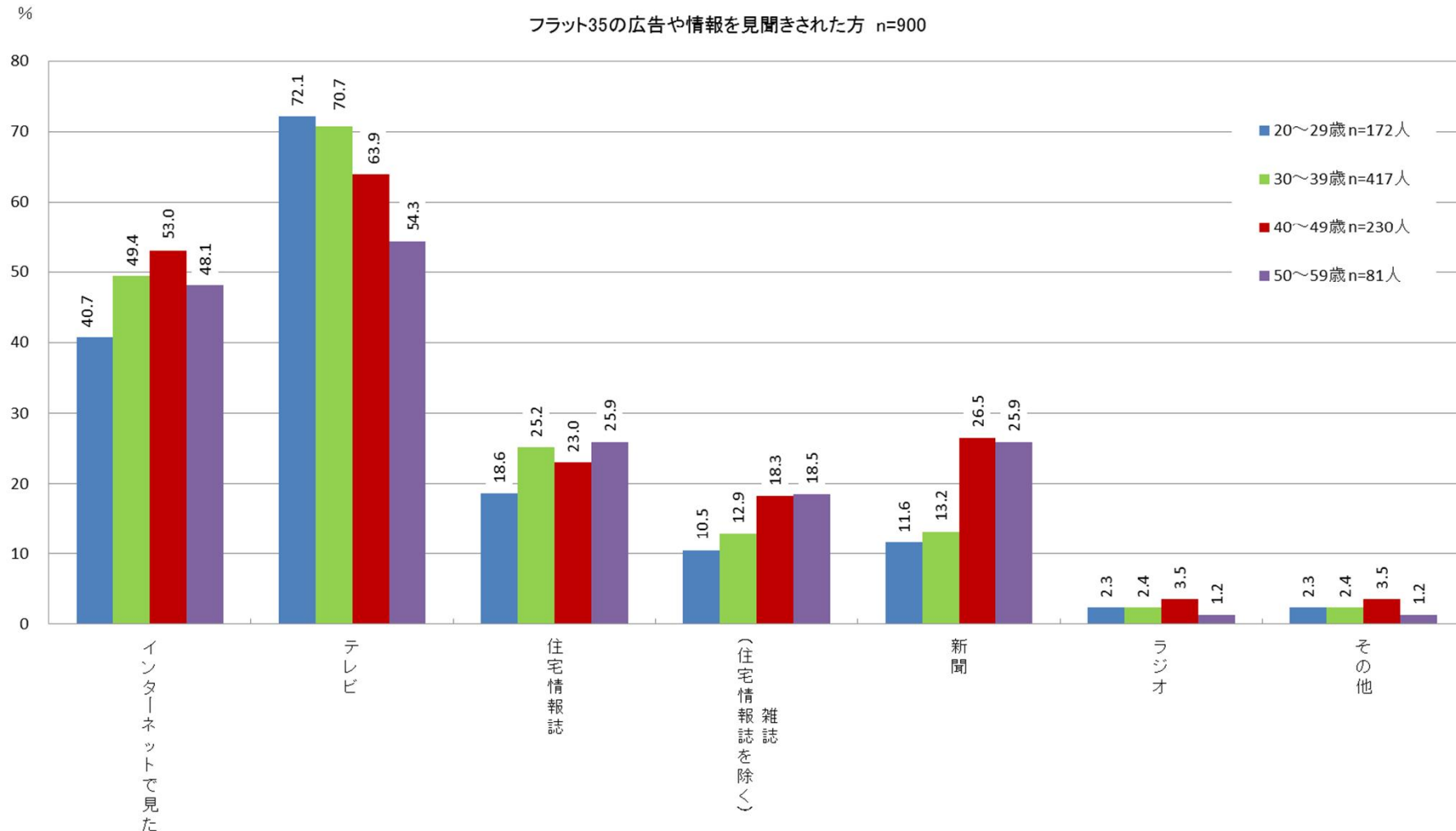


13. フラット35の広告や情報の認知媒体

- 認知媒体は、どの年齢層においても「テレビ」が最も高く、次いで「インターネット」が多かった。
- 「テレビ」以外の媒体については、年齢が高い層で認知する割合が高くなる傾向が見てとれ、年齢が高い層ほど多様な媒体を通じて情報収集を行っていることがうかがえる。

フラット35の広告や情報を見聞きされた媒体は何ですか？（年齢別）

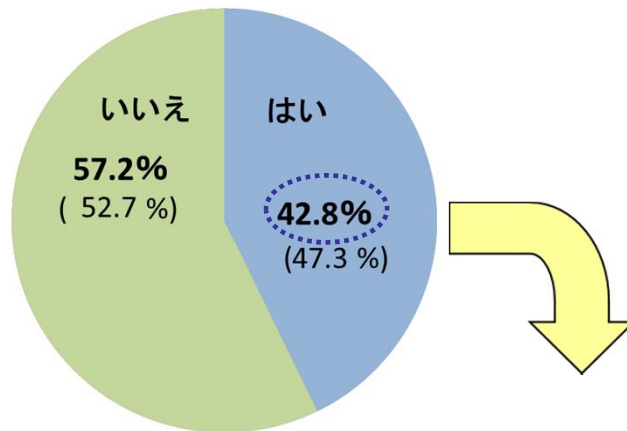
<複数回答可>



14. フラット35の広告や情報の認知後の情報収集

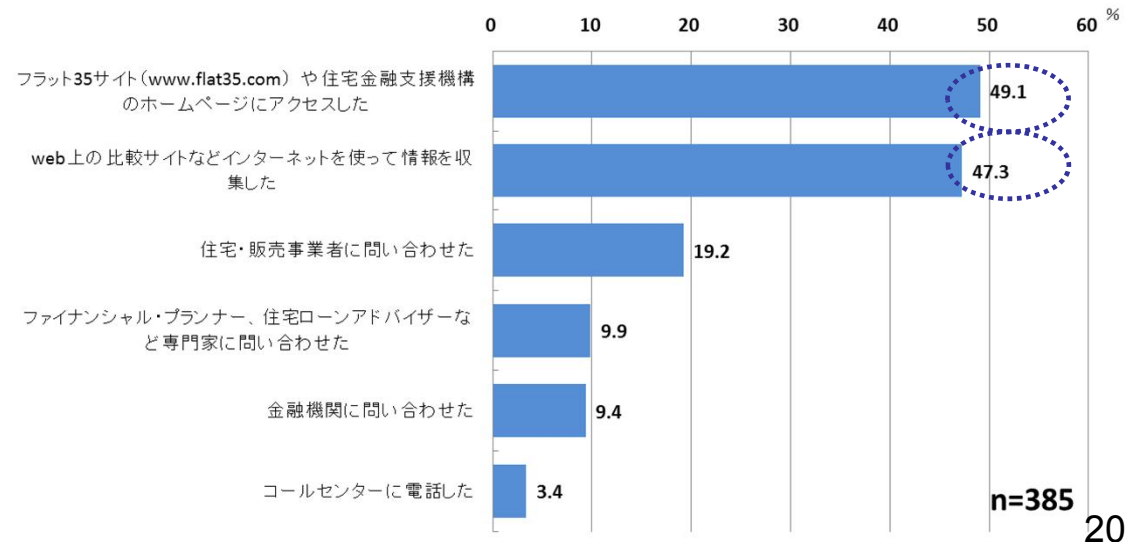
- フラット35の広告等を見聞きした後、さらに詳しい情報を得ようと行動された方の割合は42.8%であった。
- そのうち49.1%の方がフラット35サイトや住宅金融支援機構のホームページにアクセスし、47.3%の方がインターネットの比較サイトなどで情報収集した。

フラット35の広告や情報を見聞きされた後、
さらに詳しい情報を得ようとされましたか？



さらに詳しい情報を得ようと、どのような行動をされましたか？ <複数回答可>

■ 今回調査2015.2月 n=900 [参考]()内は前回調査(2014.10月 n=874)の値



【参考】回答者の基本属性

【住宅ローン利用予定者】 n = 1,020

項目		サンプル数	構成比%
年齢	20歳代	203	19.9
	30歳代	466	45.7
	40歳代	256	25.1
	50歳代	95	9.3
家族構成	夫婦のみ	273	26.8
	夫婦と子	519	50.9
	夫婦と子と親	44	4.3
	本人と親	42	4.1
	1人世帯(単身)	88	8.6
	その他	54	5.3
世帯年収	400万円以下	178	17.5
	400万円超～600万円以下	380	37.3
	600万円超～800万円以下	220	21.6
	800万円超～1000万円以下	133	13.0
	1000万円超～1500万円以下	83	8.1
	1500万円超	26	2.5
地域	首都圏	347	34.0
	東海圏	139	13.6
	近畿圏	193	18.9
	その他	341	33.4
住宅の種類	注文新築 (うち敷地同時取得)	500 (232)	49.0 (46.4)
	注文建替え	54	5.3
	新築建売	72	7.1
	新築マンション	201	19.7
	中古戸建	87	8.5
	中古マンション	106	10.4
金利タイプ	全期間固定型	387	37.9
	固定期間選択型	397	38.9
	変動型	236	23.1

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