

## 2016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2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230万件のうち2の調査対象の要件を満たす方に対し、インターネットによるアンケート調査を実施し、回答があった民間住宅ローン利用者1,500件を調査対象とし、そのうちフラット35利用者138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=1,500)  
うちフラット35利用者 n=138  
うちフラット35以外 n=1,362

- ・2016年10月から2017年3月までに民間住宅ローンの借入れをされた方
- ・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き、フラット35を含む。)

3 調査時期 2017年4月

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

2017年7月

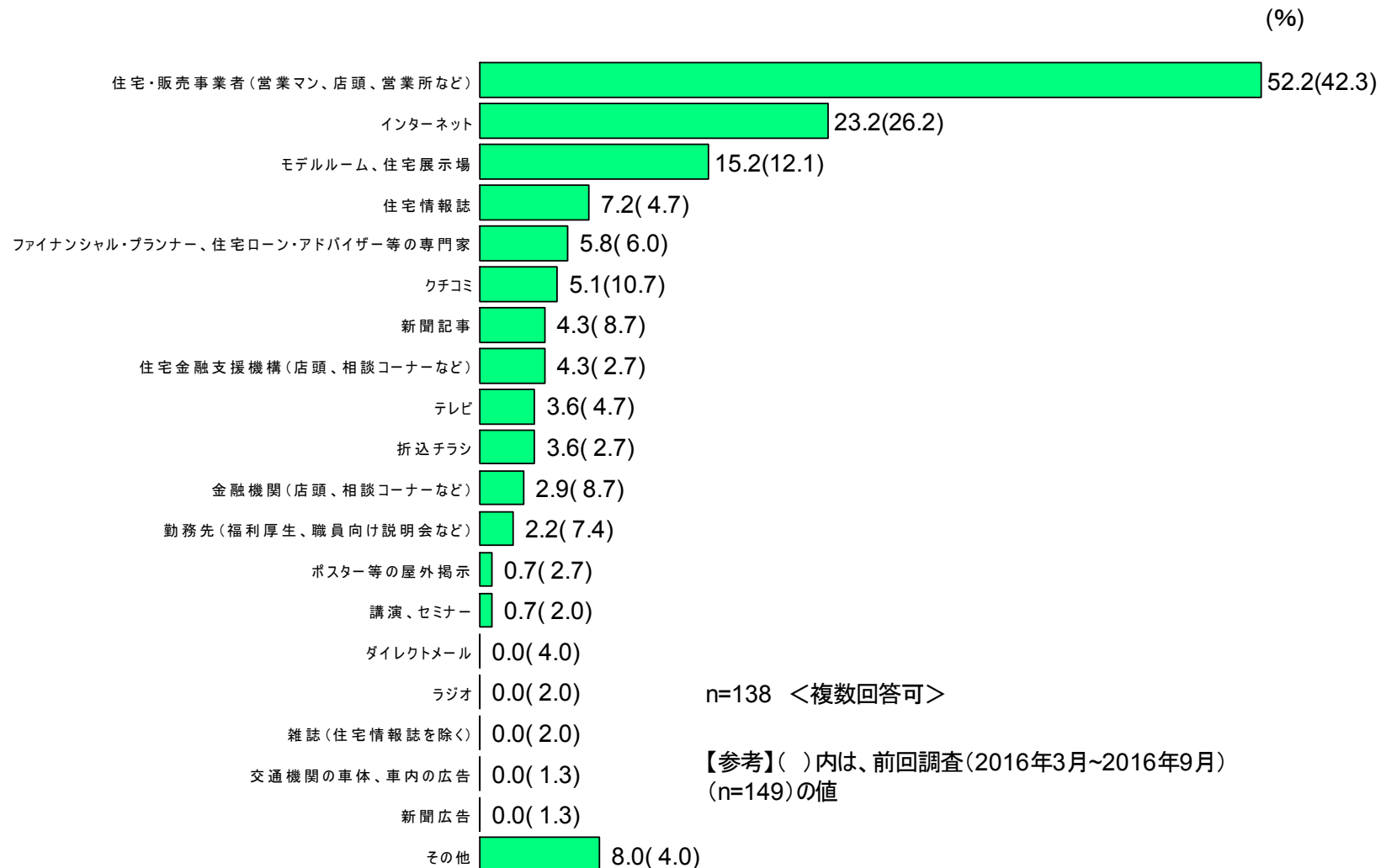
独立行政法人 住宅金融支援機構 調査部

## 時系列推移をみる場合の留意点

- ・本調査は、インターネット調査の手法を採用している。
- ・本調査は、インターネット調査会社に委託して実施されたものである。
- ・調査結果は、委託先のインターネット調査会社が有するモニターの属性によって左右される。
- ・委託先の調査会社は、2014年度、2015年度及び2016年度のそれぞれについて、別の調査会社となっており、回答結果もそれぞれの調査会社のモニター属性の相違による影響を受けていることが想定される。
- ・したがって、本調査の回答結果の時系列推移を見るときは、その点を勘案してある程度の幅をもって見る必要がある。

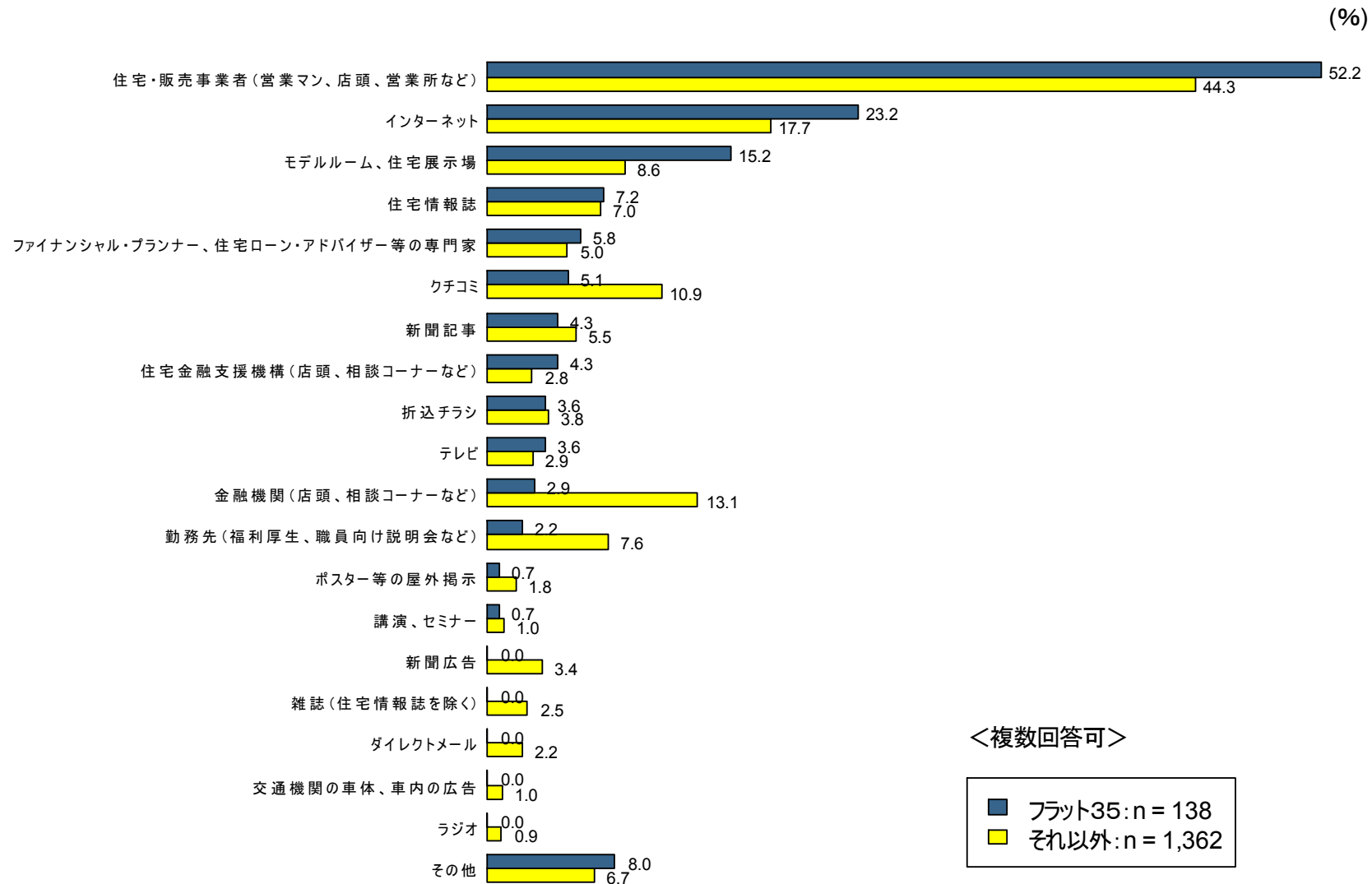
## 1-1. フラット35を知るきっかけとして影響が大きかった媒体等(前回調査との比較)

- 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」(52.2%)が最も多く、次いで「インターネット」(23.2%)、「モデルルーム、住宅展示場」(15.2%)と続いた。
- 前回調査と比較すると、「住宅・販売事業者」等が増加し、「インターネット」等が減少している。



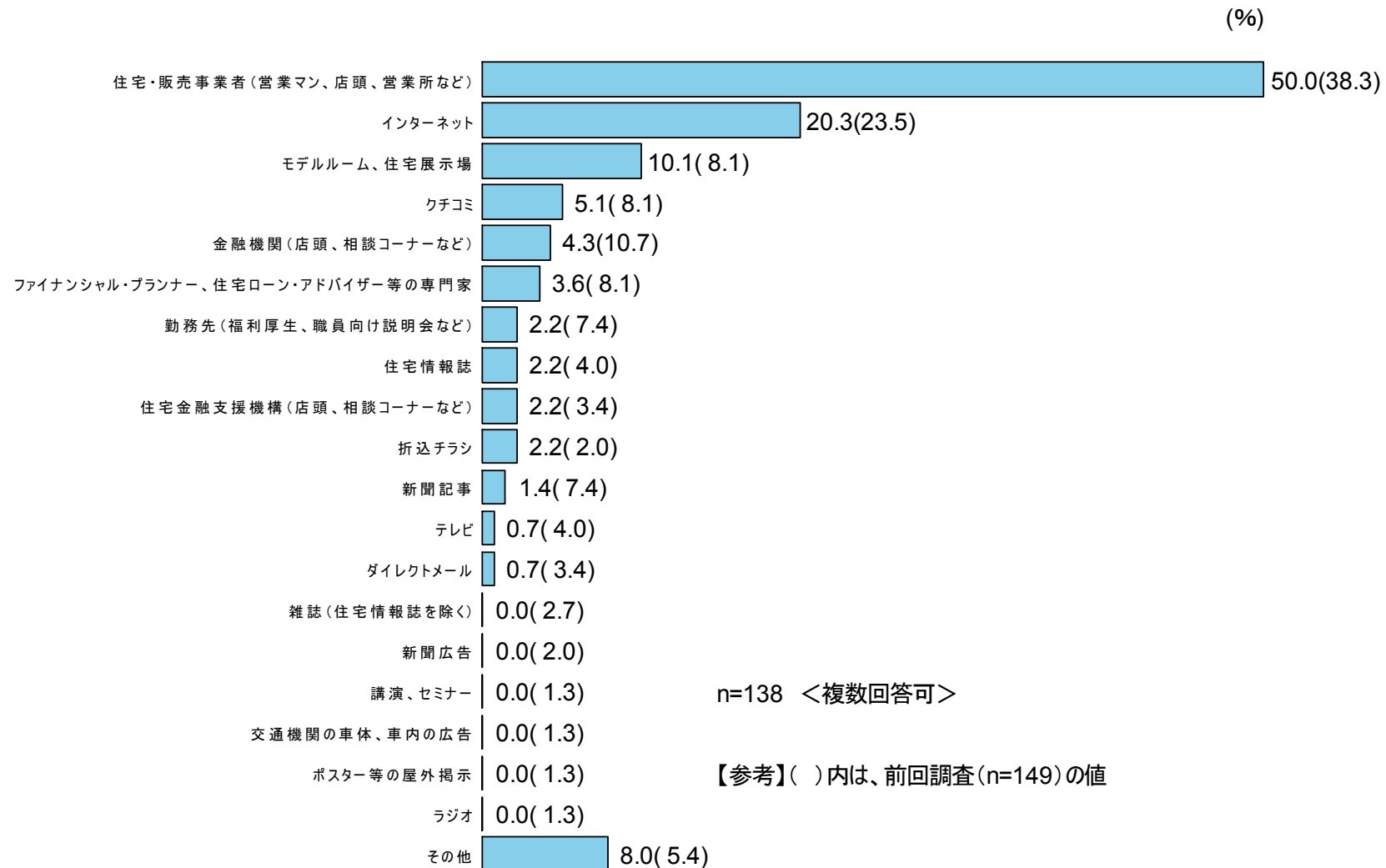
## 1-2. フラット35を知るきっかけとして影響が大きかった媒体等(フラット35以外との比較)

○ 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・販売事業者」、「インターネット」等の影響が大きい。



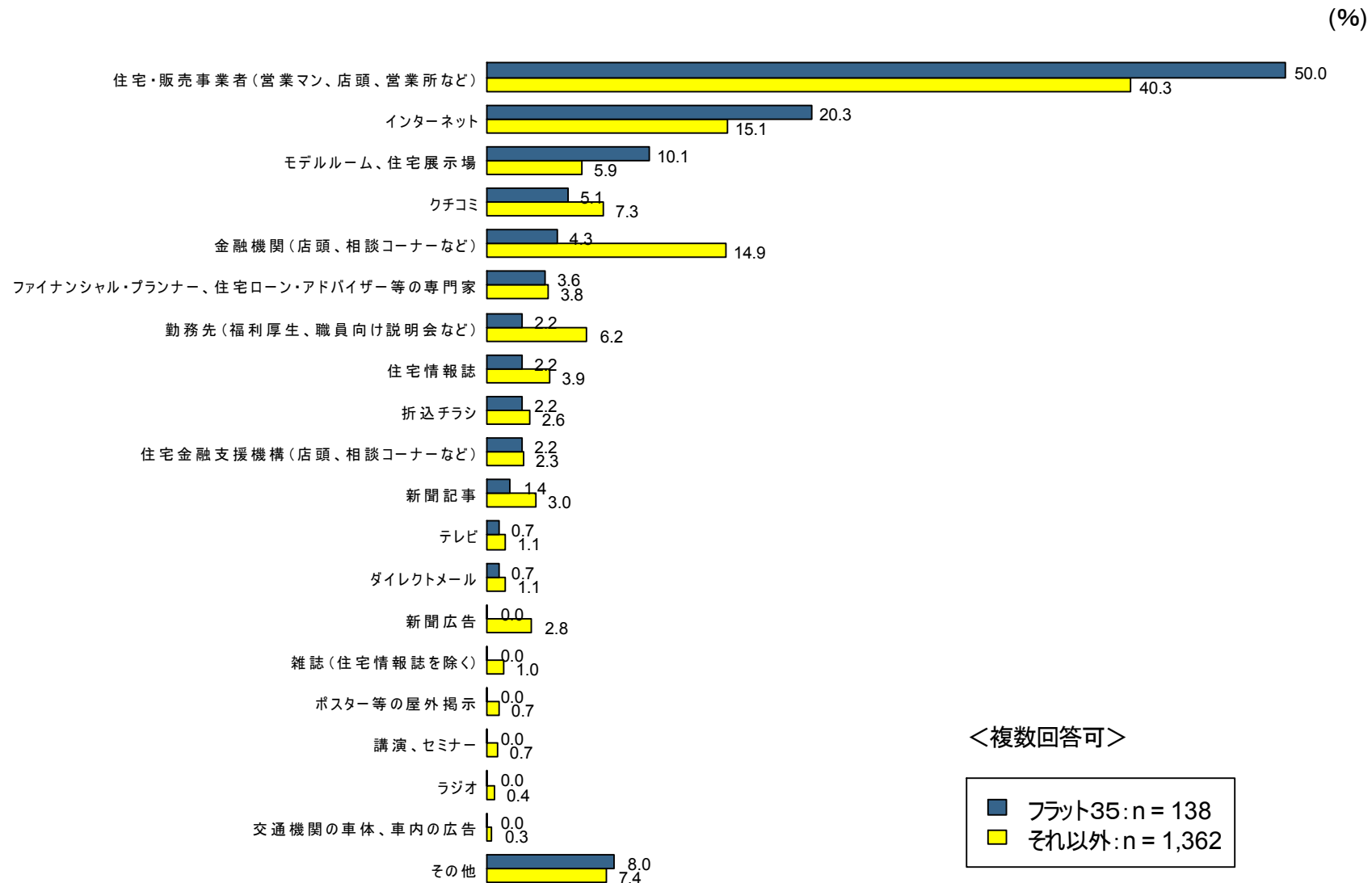
## 2-1. フラット35の利用を決定するに際して影響が大きかった媒体等(前回調査との比較)

- 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は、「住宅・販売事業者」(50.0%)、「インターネット」(20.3%)が多く、次いで「モデルルーム、住宅展示場」(10.1%)と続いた。
- 前回調査と比較すると、「住宅・販売事業者」等が増加し、「インターネット」等が減少している。



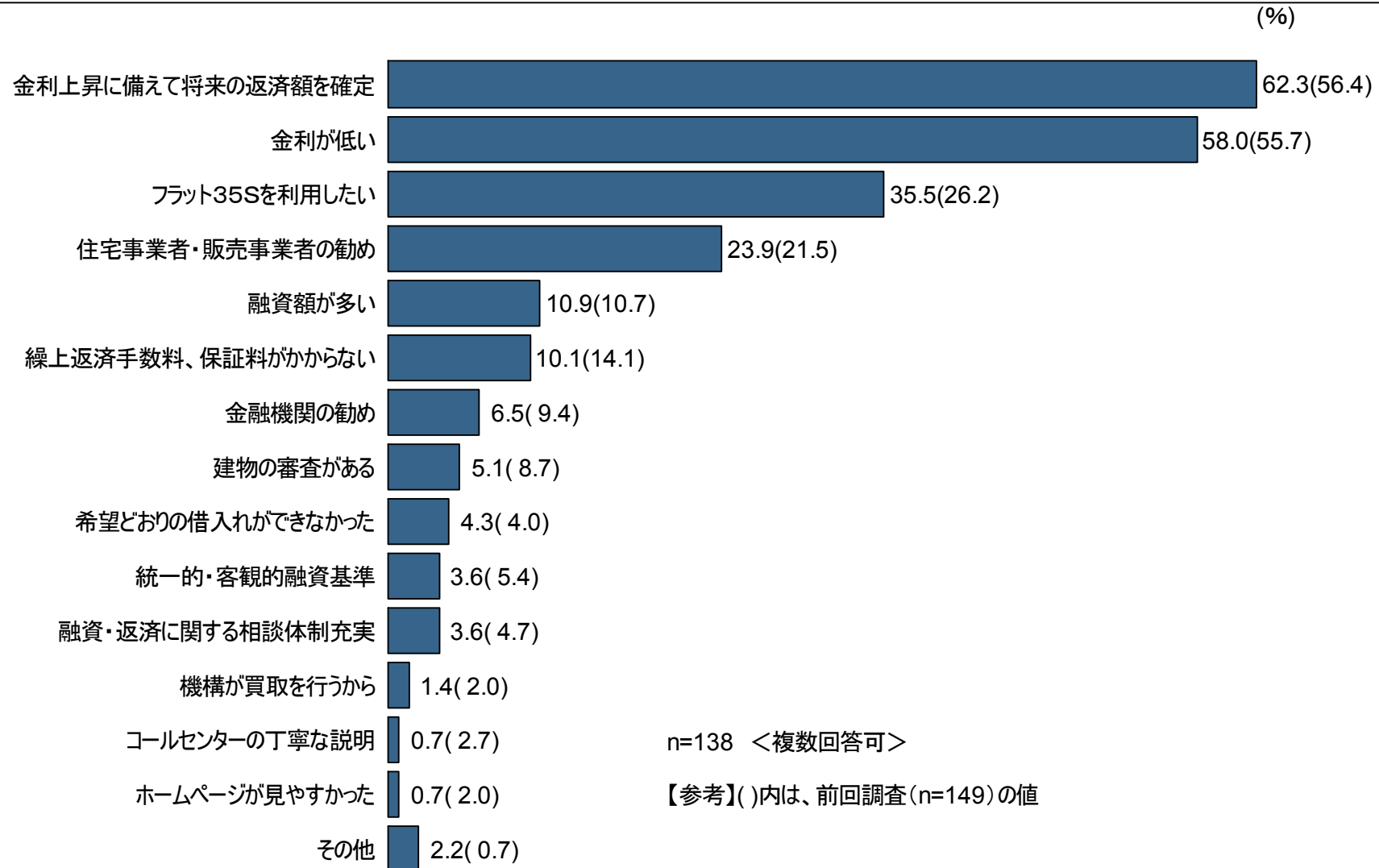
## 2-2. フラット35の利用を決定するに際して影響が大きかった媒体等(フラット35以外との比較)

○ 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・販売事業者」、「インターネット」等の影響が大きい。



### 3. フラット35を利用した理由

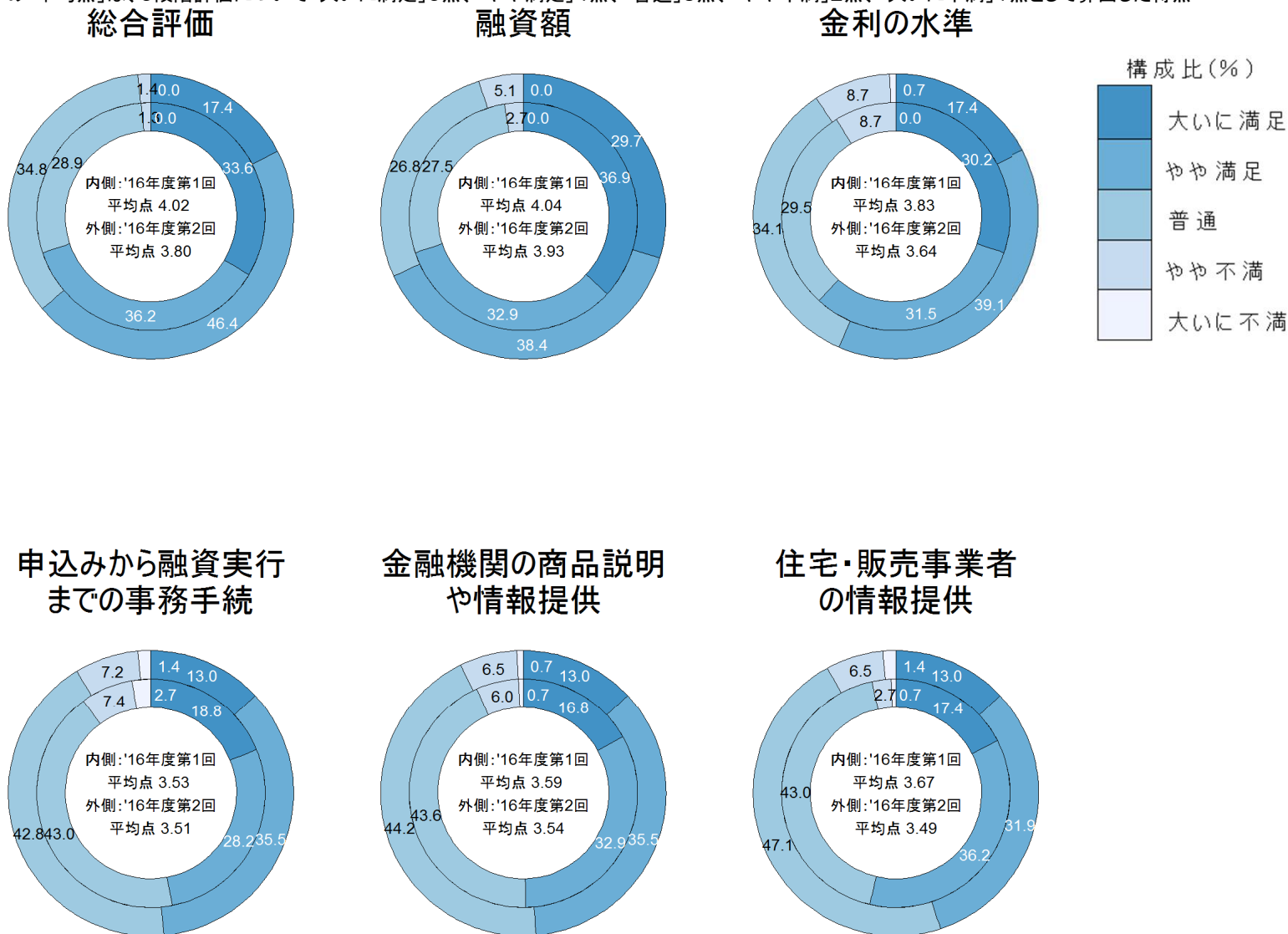
○ フラット35を利用した理由は、「金利上昇に備えて将来の返済額を確定」(62.3%)と「金利が低い」(58.0%)が多いが、「フラット35Sを利用したい」も10.0%ポイント近く増加した。



## 4-1. フラット35に対する満足度(前回調査との比較)

○ フラット35に対する満足度については、『総合評価』で「大いに満足」が前回調査の33.6%から17.4%へと減少した。  
○ 平均点を前回調査と比較すると、すべての項目で平均点が低下している。

※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

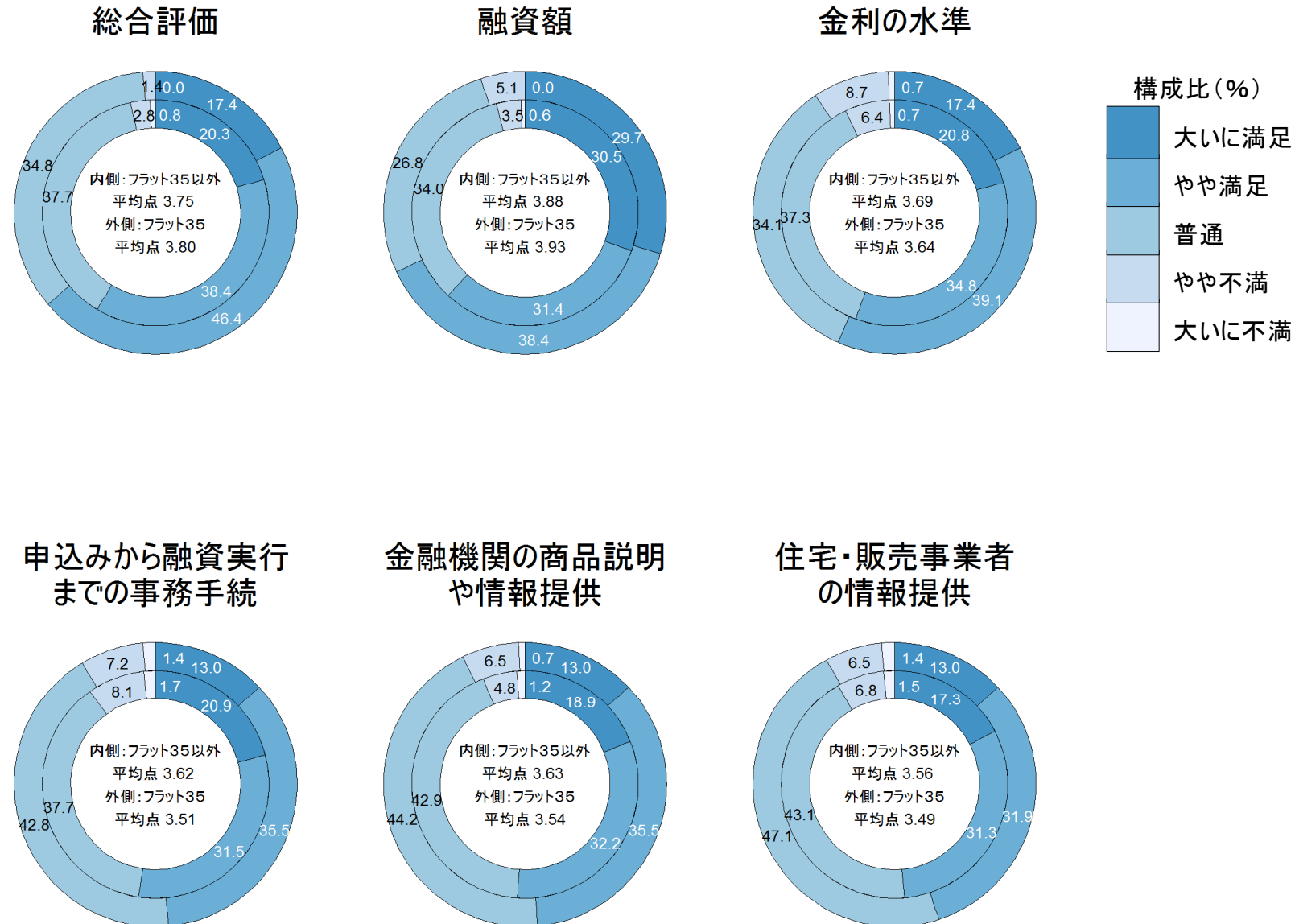




## 4-2. フラット35に対する満足度(フラット35以外との比較)

○ 平均点をフラット35以外と比較すると、「総合評価」と「融資額」以外の項目でフラット35が下回った。

※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

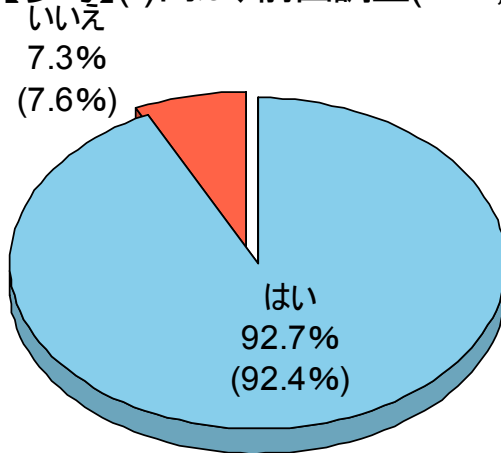


## 5. フラット35の認知状況(民間住宅ローン利用者全体)

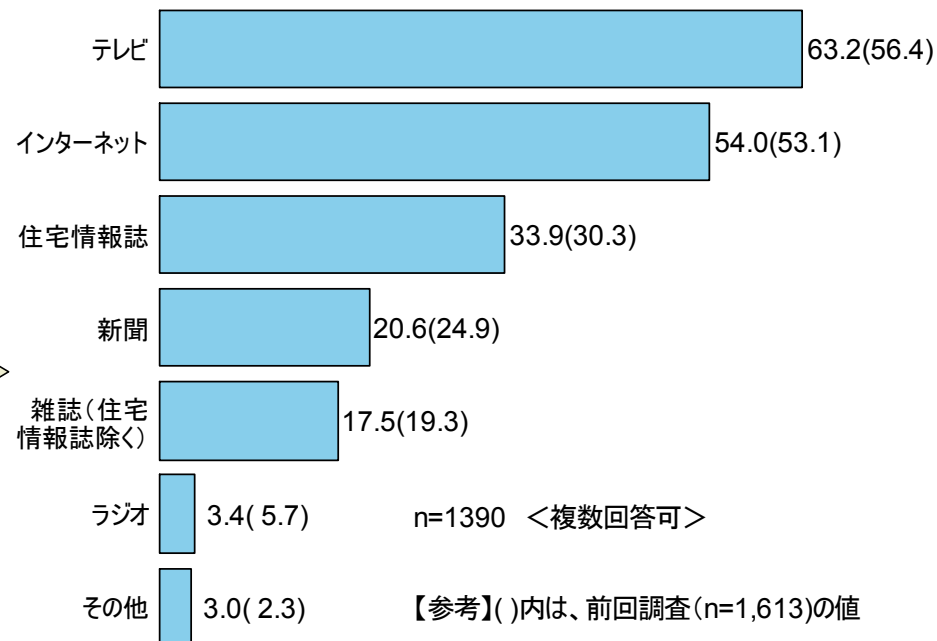
- フラット35の広告や情報を見聞きされたことがある方は、全体の92.7%と前回調査より増加した。
- 見聞きしたことがある広告や情報の媒体は、「テレビ」(63.2%)が最も多かった。次いで、「インターネット」(54.0%)、「住宅情報誌」(33.9%)と続いた。

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=1,500)

【参考】( )内は、前回調査(n=1,746)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】 回答者の基本属性**
**【フラット35利用者】n= 138**

項目		サンプル数	構成比(%)
年齢	20歳代	14	10.1
	30歳代	80	58.0
	40歳代	37	26.8
	50歳代	7	5.1
世帯年収	400万円以下	11	8.0
	400万円超～600万円以下	44	31.9
	600万円超～800万円以下	47	34.1
	800万円超～1,000万円以下	15	10.9
	1,000万円超～1,500万円以下	18	13.0
	1,500万円超	3	2.2
地域	首都圏	50	36.2
	東海圏	11	8.0
	近畿圏	26	18.8
	その他	51	37.0
住宅の種類	注文新築 (うち敷地同時取得)	76 (36)	55.1 (47.4)
	注文建替え	4	2.9
	新築建売	19	13.8
	新築マンション	20	14.5
	中古戸建	8	5.8
	中古マンション	11	8.0
返済負担率	10%以下	21	15.2
	10%超～15%以下	42	30.4
	15%超～20%以下	24	17.4
	20%超～25%以下	32	23.2
	25%超～30%以下	12	8.7
	30%超～35%以下	5	3.6
	35%超～40%以下	1	0.7
	40%超	1	0.7

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

## 【参考文献等】

- Erich Neuwirth (2014). *RColorBrewer: ColorBrewer Palettes*. R package version 1.1-2.  
<https://CRAN.R-project.org/package=RColorBrewer>
- Lemon, J. (2006) Plotrix: a package in the red light district of R. *R-News*, 6(4): 8-12.
- R Core Team (2016). *R: A language and environment for statistical computing*. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL <https://www.R-project.org/>.
- Sarkar, Deepayan (2008) *Lattice: Multivariate Data Visualization with R*. Springer, New York. ISBN 978-0-387-75968-5
- H. Wickham(2009). *ggplot2: Elegant Graphics for Data Analysis*. Springer-Verlag New York.
- 外山信夫・辻谷将明(2015)「実践 R 統計分析」。オーム社