

2017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、先着順に回答があった民間住宅ローン利用予定者1,500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=1,500

- ・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 2017年10月

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

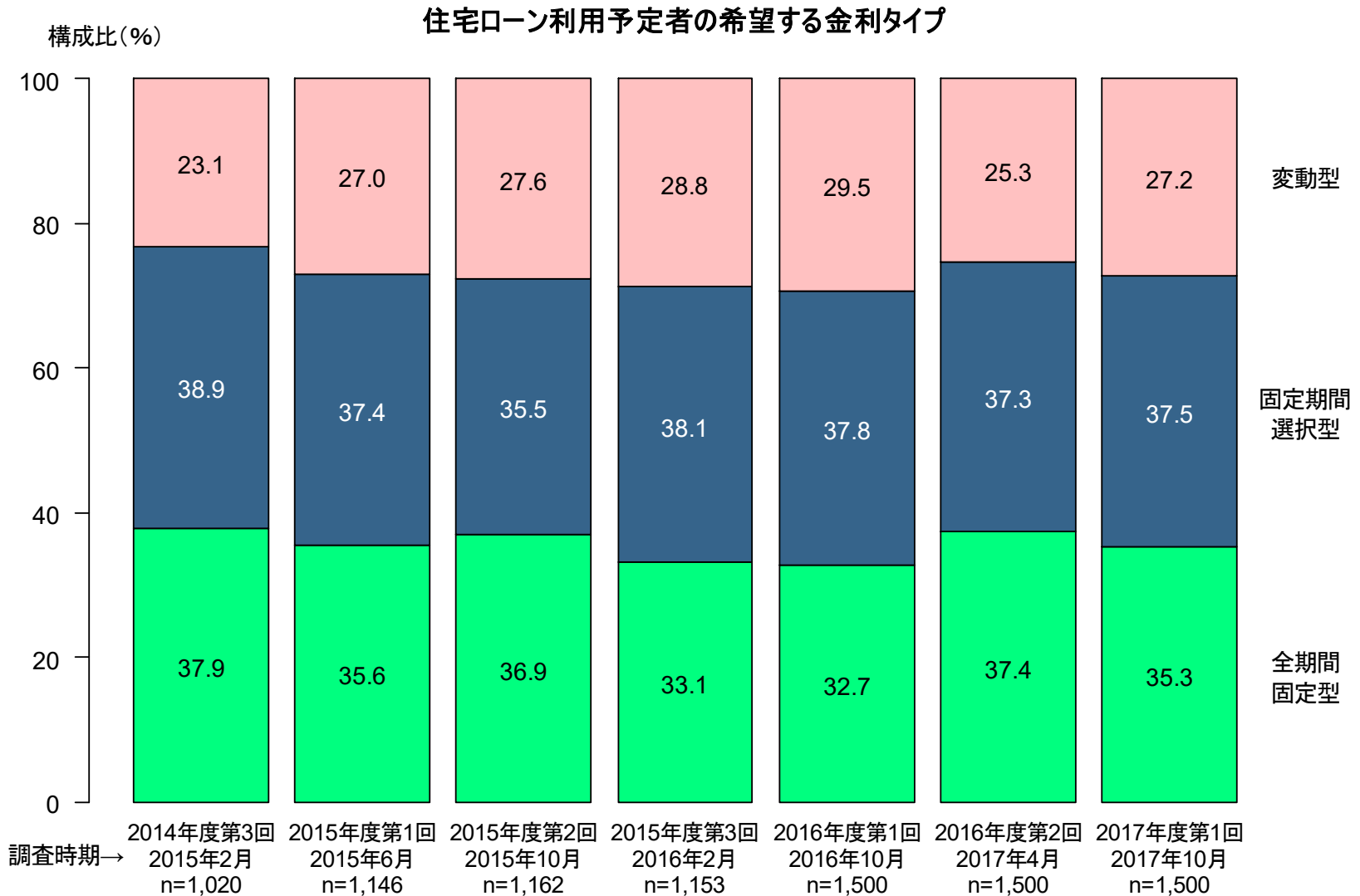
2017年12月
独立行政法人 住宅金融支援機構 調査部

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～2017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. 希望する住宅ローンの金利タイプ

○ 前回調査(2017年4月調査)に比べて「全期間固定型」の希望割合が減少し、「変動型」は増加し、「固定期間選択型」の希望割合はほとんど変わらなかった。

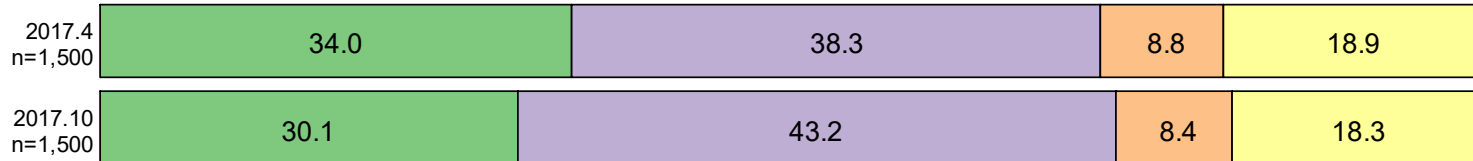


2. 今後1年間の住宅ローンの金利見通し(金利タイプ別)

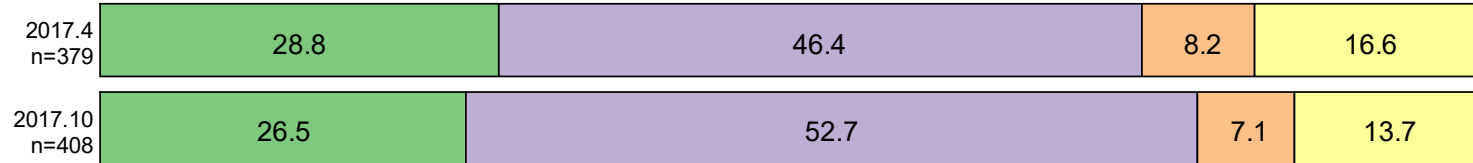
- 今後1年間の住宅ローンの金利見通しは、「ほとんど変わらない」の割合が増加した。
- 「現状よりも上昇する」の割合は減少した。

全体

(構成比: %)



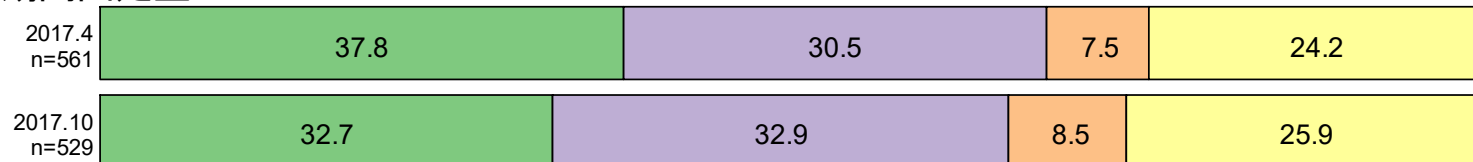
変動型



固定期間選択型



全期間固定型



現状よりも上昇する

ほとんど変わらない

 現状よりも
低下する

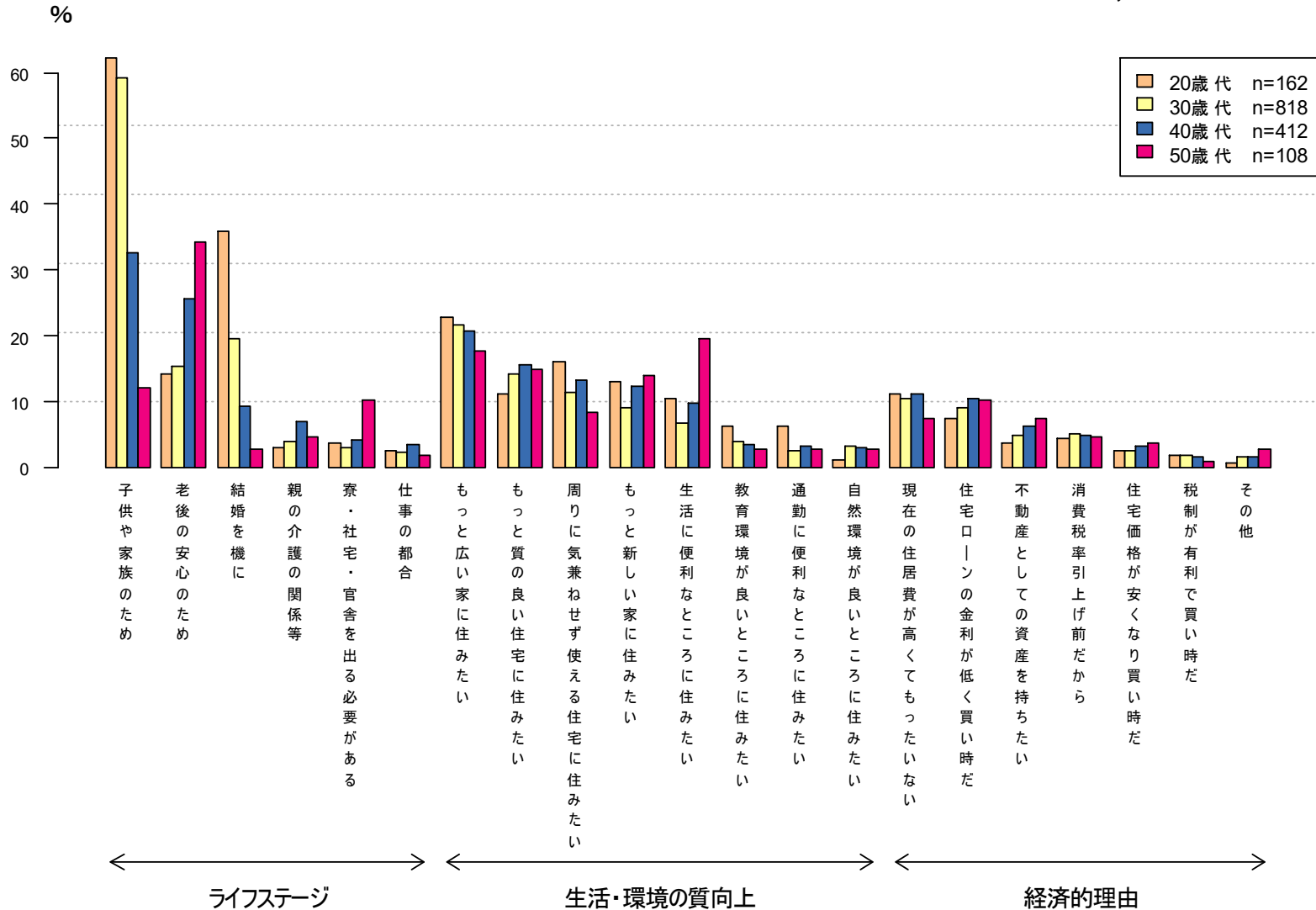
 見当が
つかない

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、40代～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。

住宅を取得される理由は何ですか？(年齢別) <3つまで回答可>

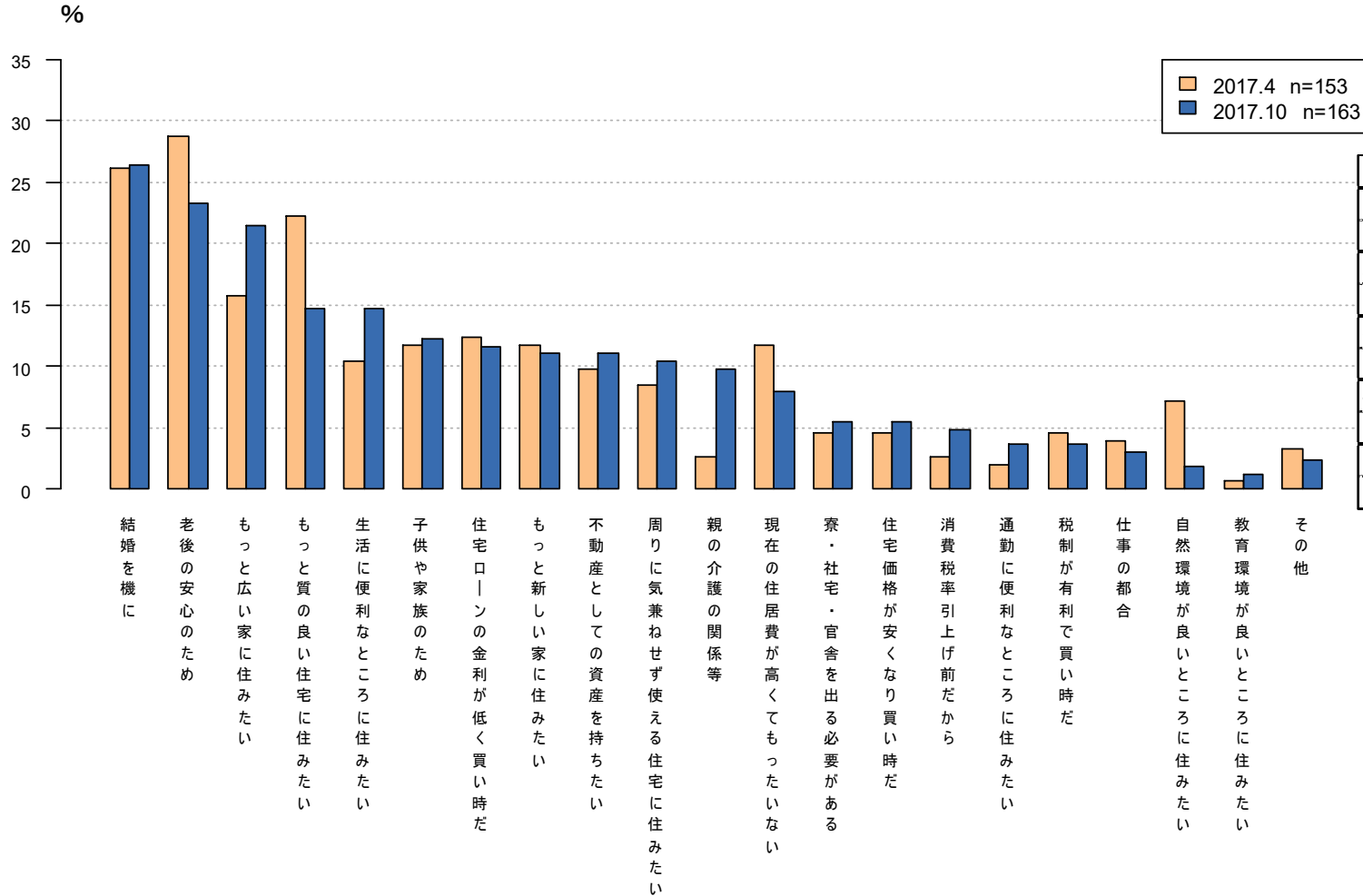
n=1,500



4. 住宅取得動機(単身者世帯)

○ 単身者世帯では、「結婚を機に」が最も多く、「老後の安心のため」、「もっと広い住宅に住みたい」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。

住宅を取得される理由は何ですか？(単身者世帯) <3つまで回答可>



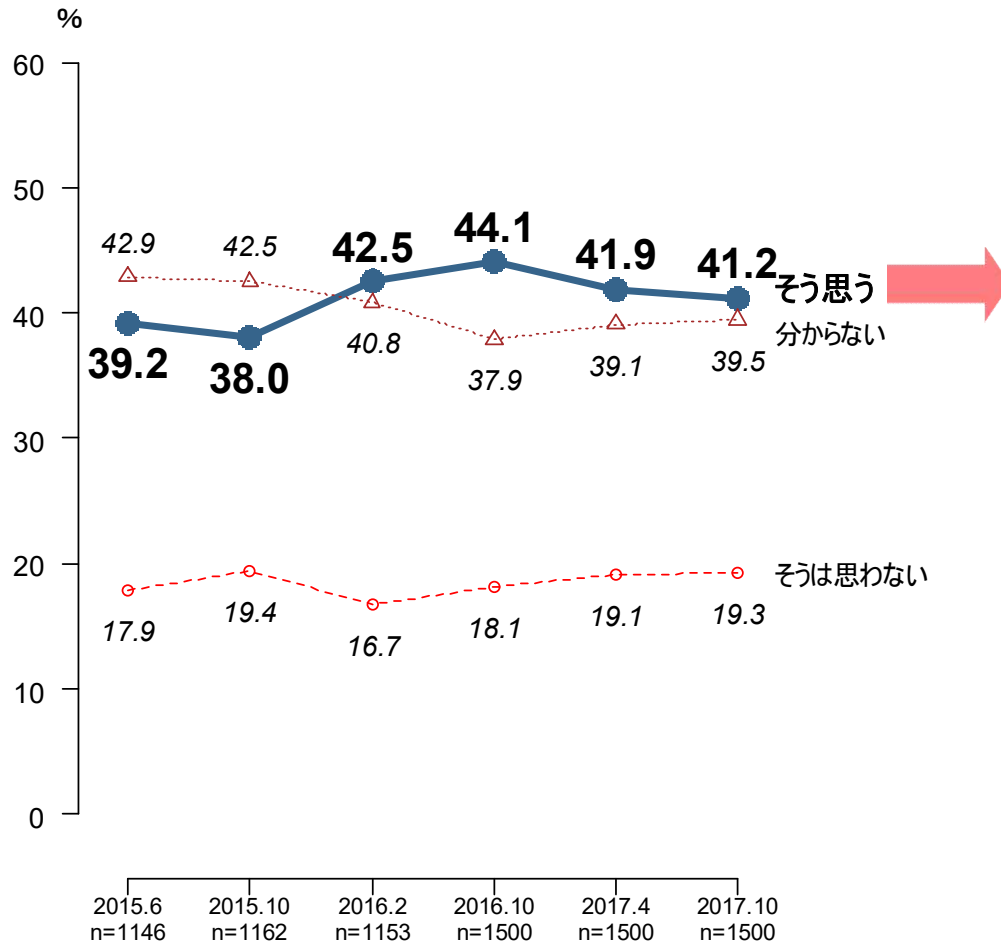
		2017.4	2017.10
全体	n	153	163
	%	100.0	100.0
20歳代	n	8	16
	%	5.2	9.8
30歳代	n	80	82
	%	52.3	50.3
40歳代	n	53	47
	%	34.6	28.8
50歳代	n	12	18
	%	7.8	11.0

5. 住宅の買い時意識

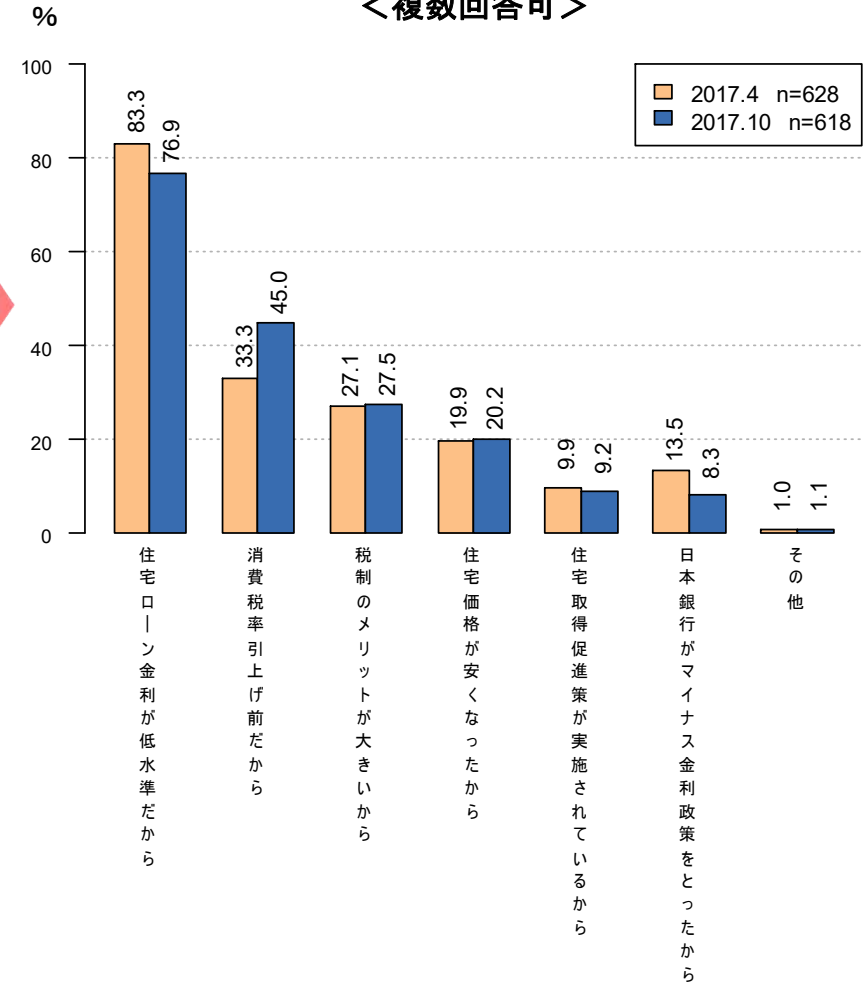
○「今は住宅取得のチャンス(買い時)だと思いますか」との問いに対して、「そう思う」と回答された方の割合はやや減少した。

○住宅取得のチャンス(買い時)だと思う理由は、「住宅ローン金利が低水準だから」が多くなっている。

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？



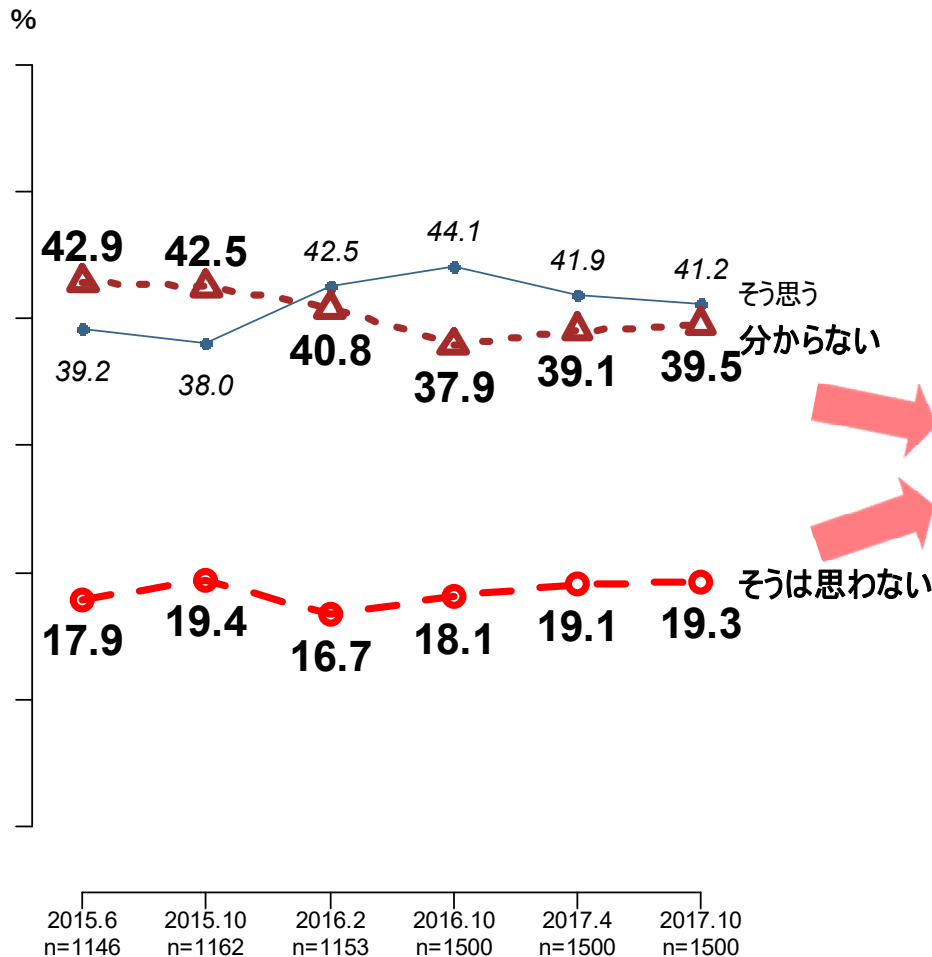
住宅取得のチャンス(買い時)だと思う理由
<複数回答可>



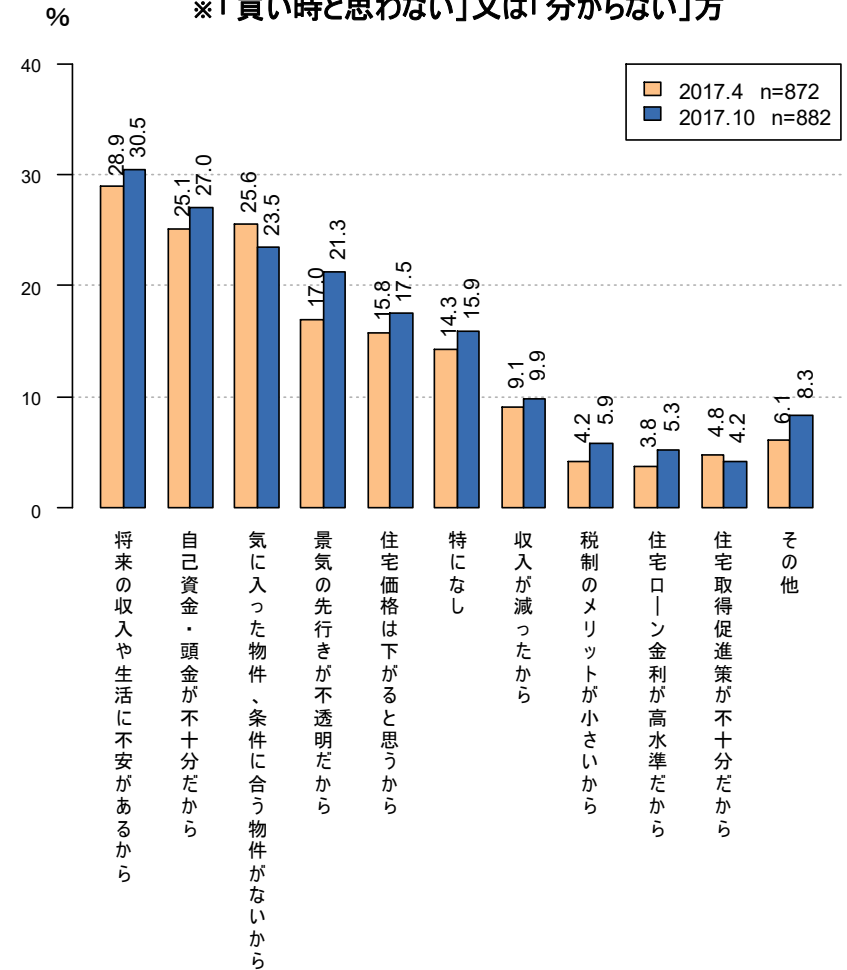
6. 住宅取得に踏み切れない理由

- 「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増加し、「分からない」と回答された方の割合も増加した。
- 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」が最も多く、次いで「自己資金・頭金が不十分だから」が多かった。

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？



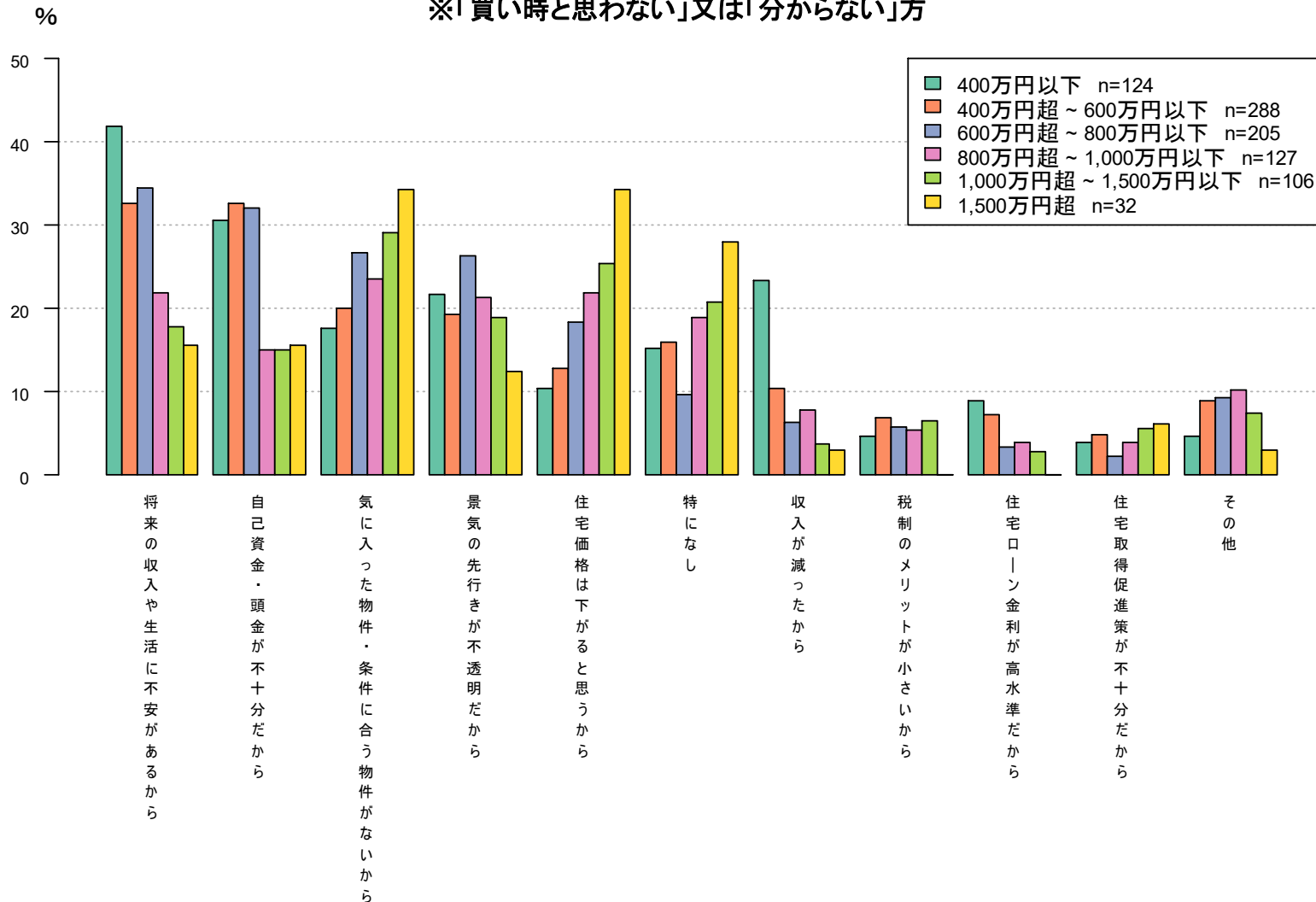
住宅取得に踏み切れない理由<複数回答可>
※「買い時と思わない」又は「分からない」方



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。

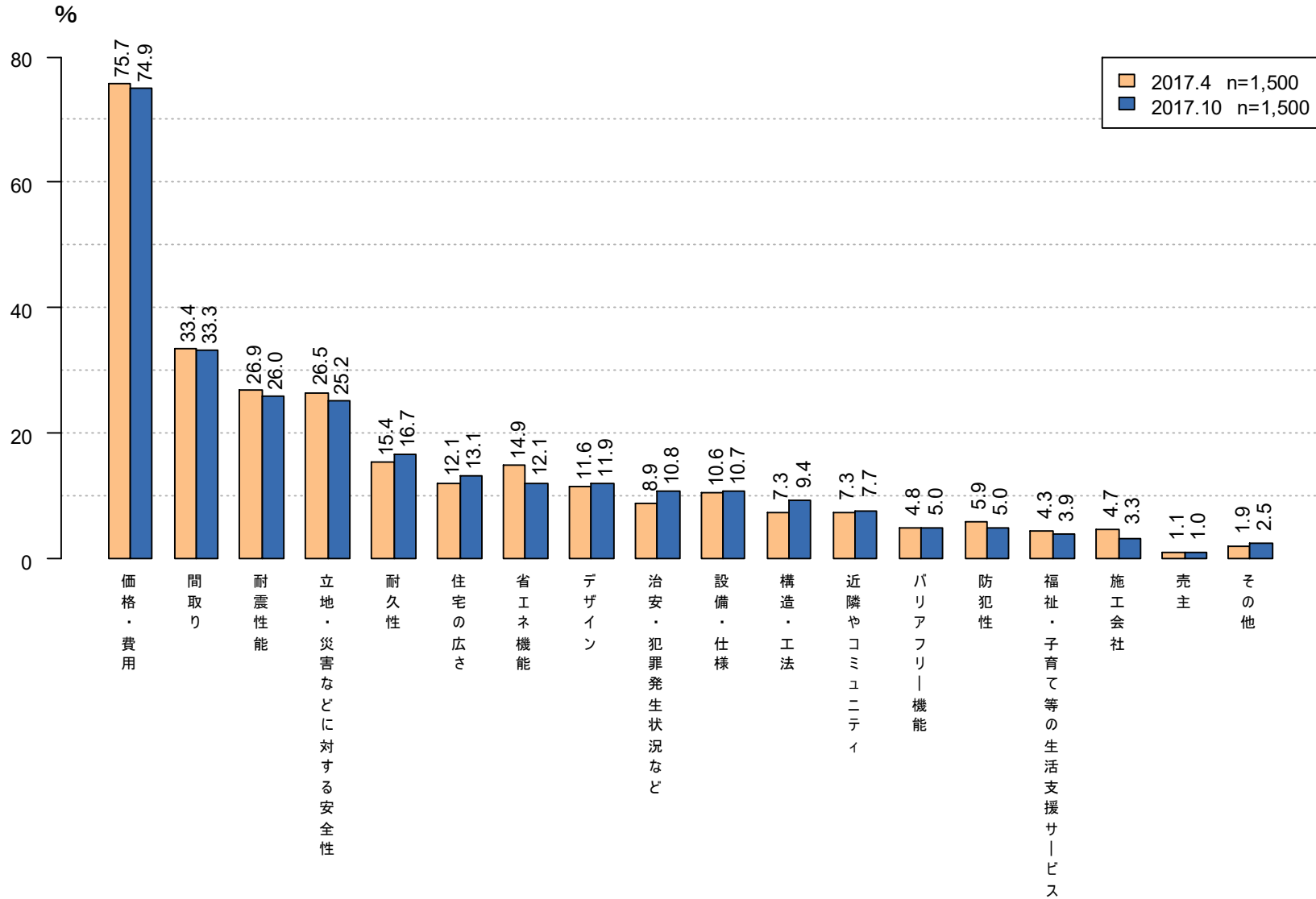
住宅取得に踏み切れない理由(年収帯別) <複数回答可> n = 882
※「買い時と思わない」又は「分からない」方



8-1. 住宅取得時に特に重視するもの

○ 住宅取得時に特に重視しているものは、「価格・費用」が最も多かった。

住宅取得時に特に重視するもの<3つまで回答可>

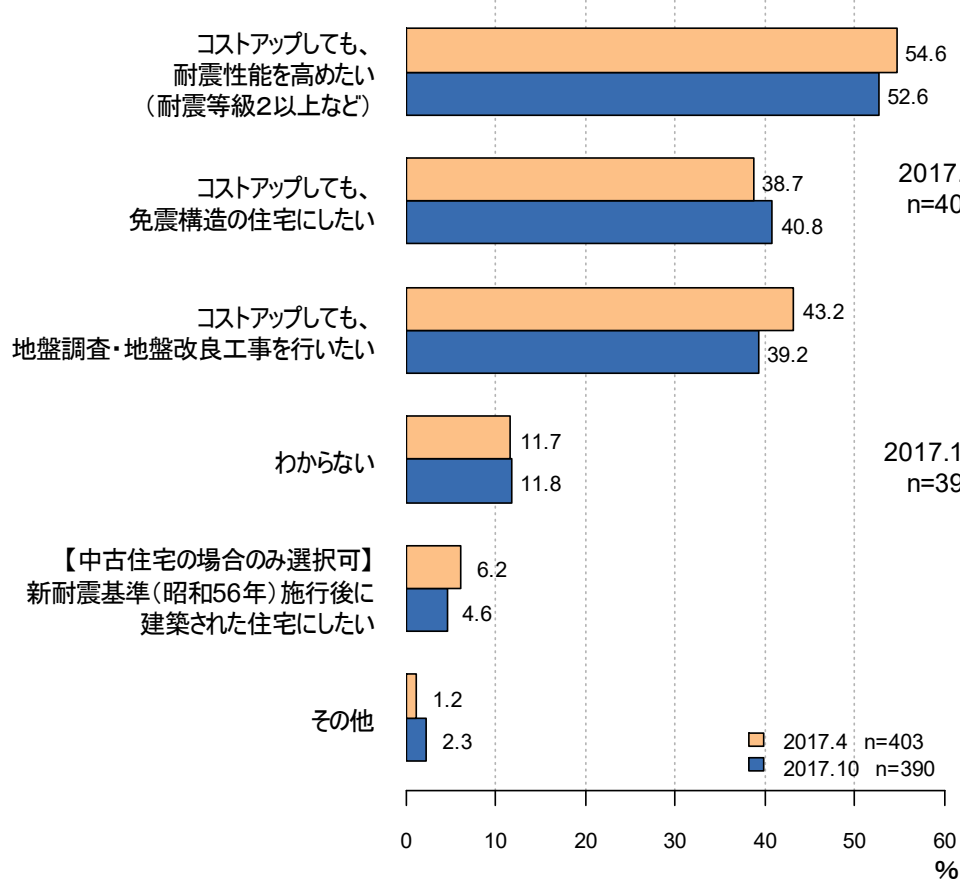


8-2. 耐震性能重視への対応

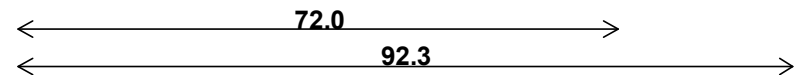
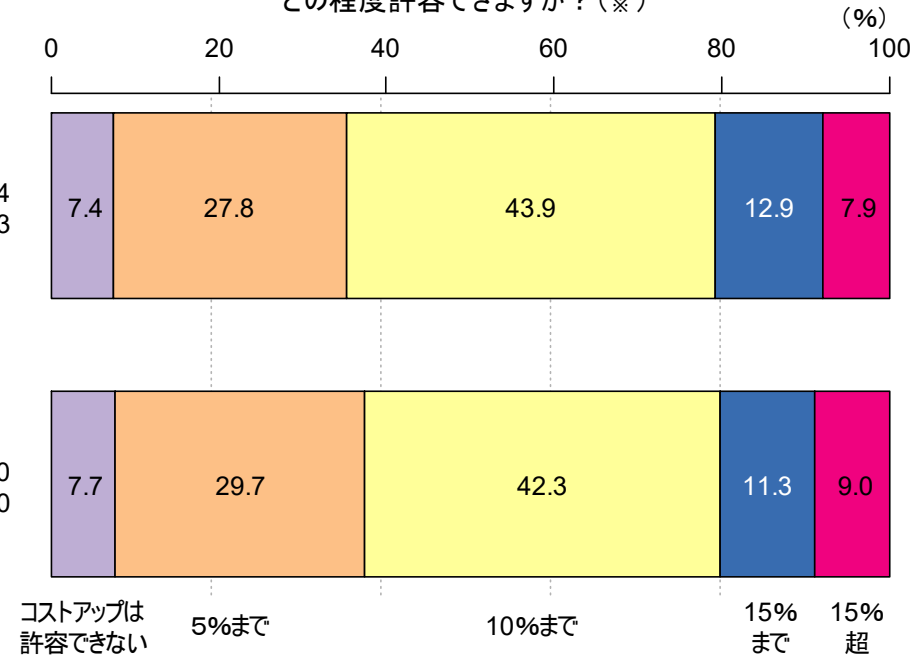
- 8-1で「耐震性能」と回答された方の52.6%が、「コストアップしても、耐震性能を高めたい(耐震等級2以上など)」と回答した。
- 耐震性能を高めるためのコストアップは、92.3%の方が許容できるとしており、その許容度は10%以下という回答が72.0%を占めた。

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？

「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？(※)



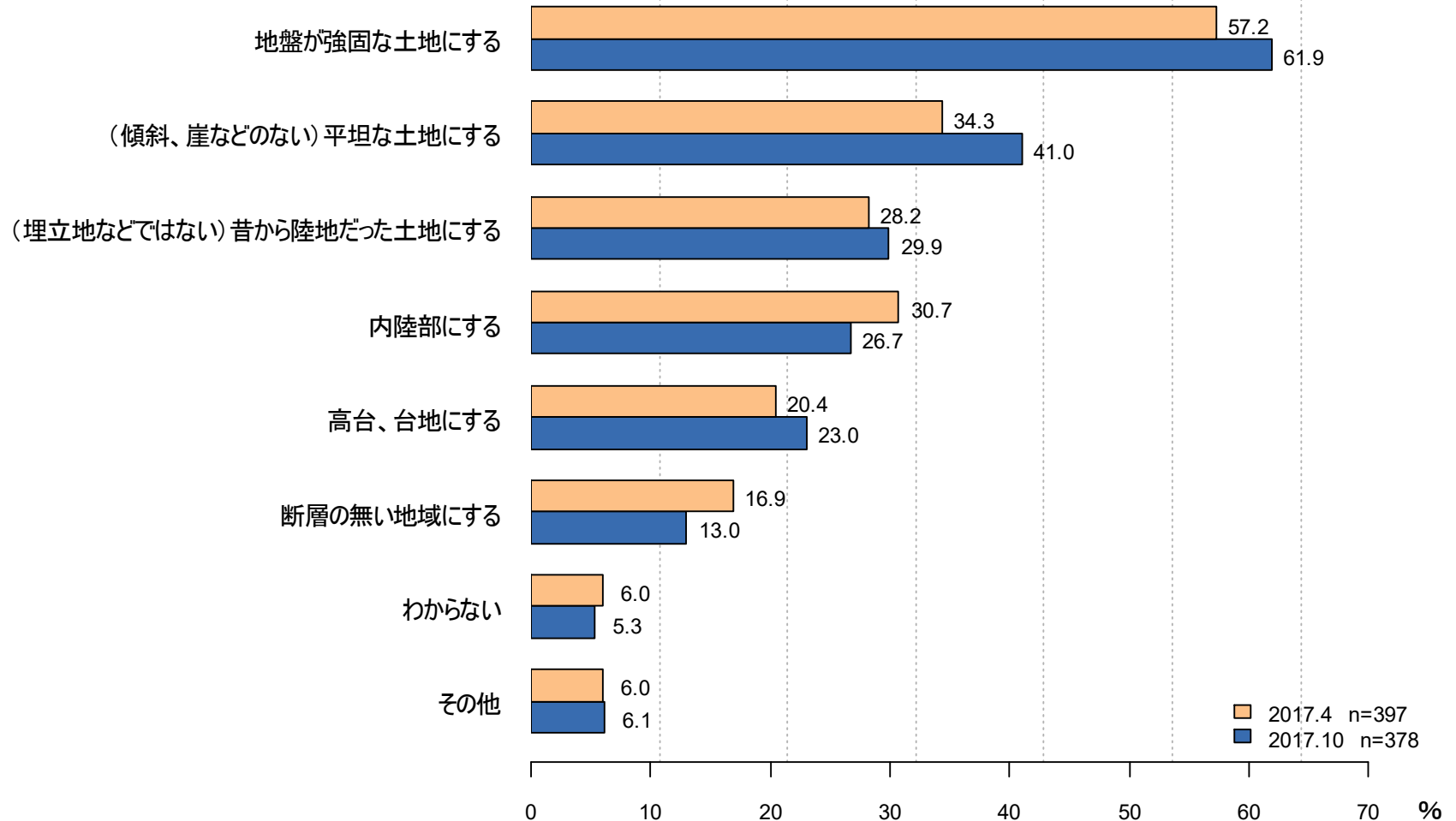
※設問では、住宅の取得予定額に対するコストアップ許容度(率)を尋ねている。

8-3. 立地(災害などに対する安全性)重視の内容

○ 8-1で「立地(災害などに対する安全性)」と回答された方の61.9%が、「地盤が強固な土地にする」と回答し、最も多かった。次いで、41.0%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？

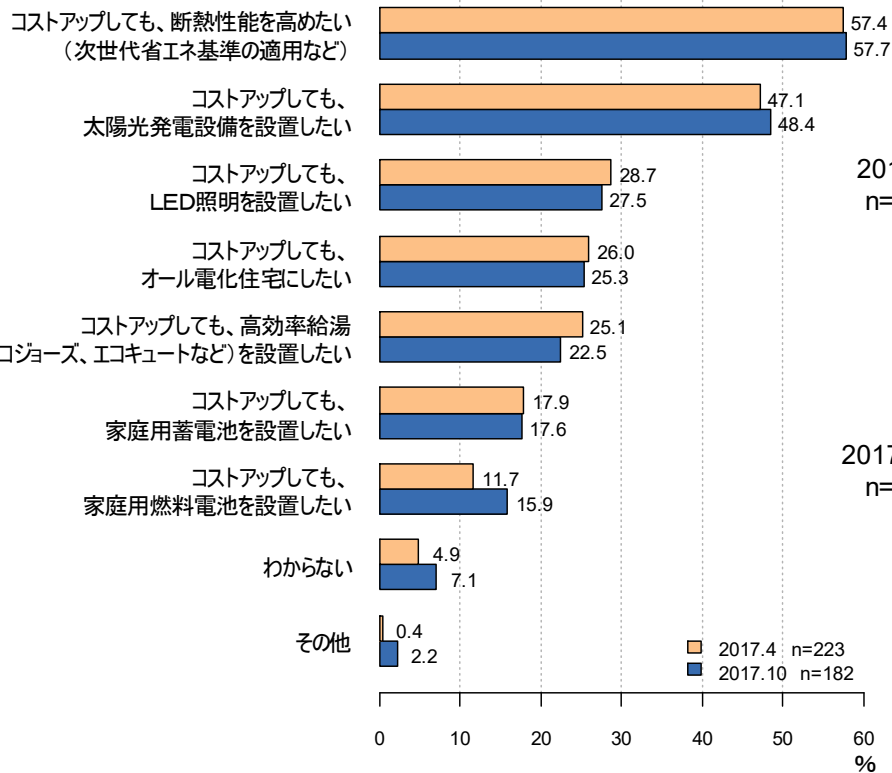
「立地(災害などに対する安全性)」を重視していると回答された方<複数回答可>



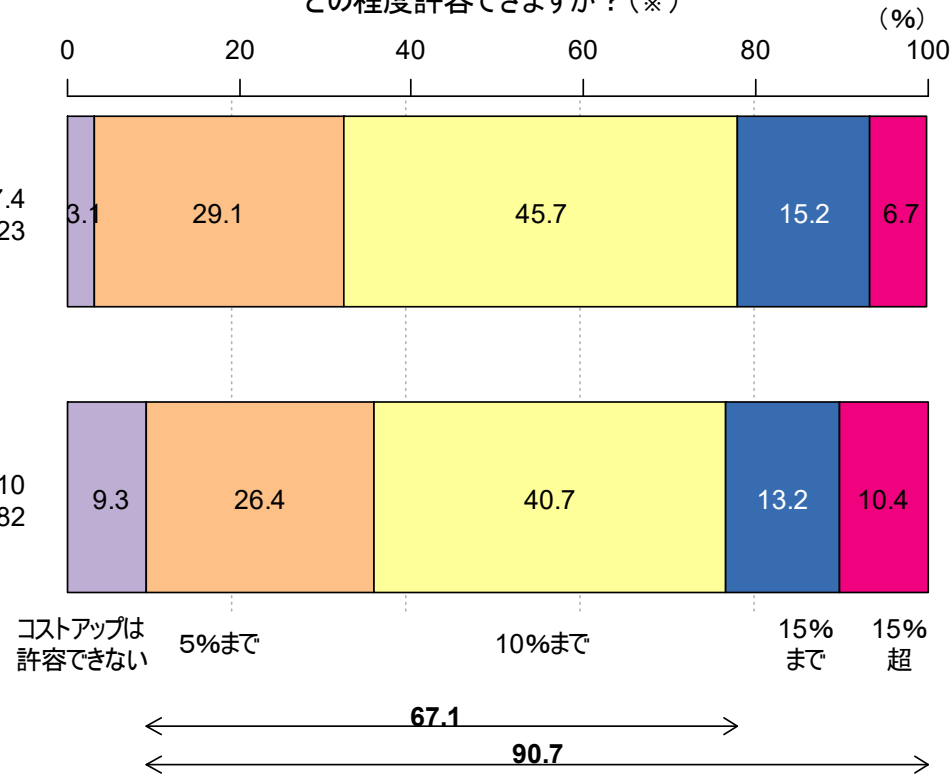
8-4. 省エネ性能重視への対応

- 8-1で「省エネ性能」と回答された方のうち、57.7%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)」と回答し、48.4%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、90.7%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67.1%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？
「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？(※)

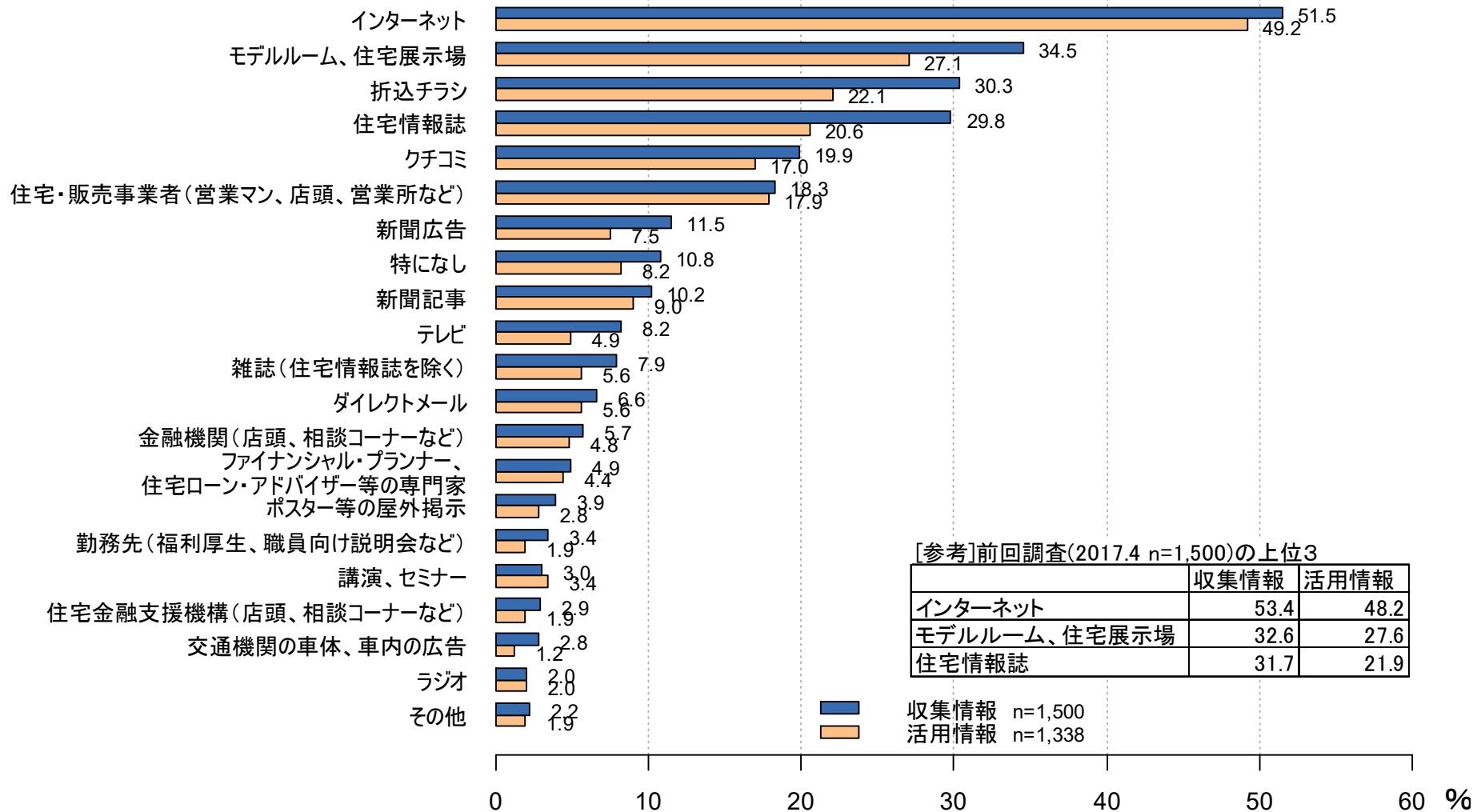


※ 設問では、住宅の取得予定額に対するコストアップ許容度(率)を尋ねている。

9. 住宅取得に向けた情報源

○ 収集した情報及び活用した情報は、いずれも「インターネット」からのものが最も多く、次いで、「モデルルーム、住宅展示場」「折込チラシ」の順であった。

住宅取得に向けた情報源は何ですか？〈複数回答可〉



[参考] 前回調査(2017.4 n=1,500)の上位3

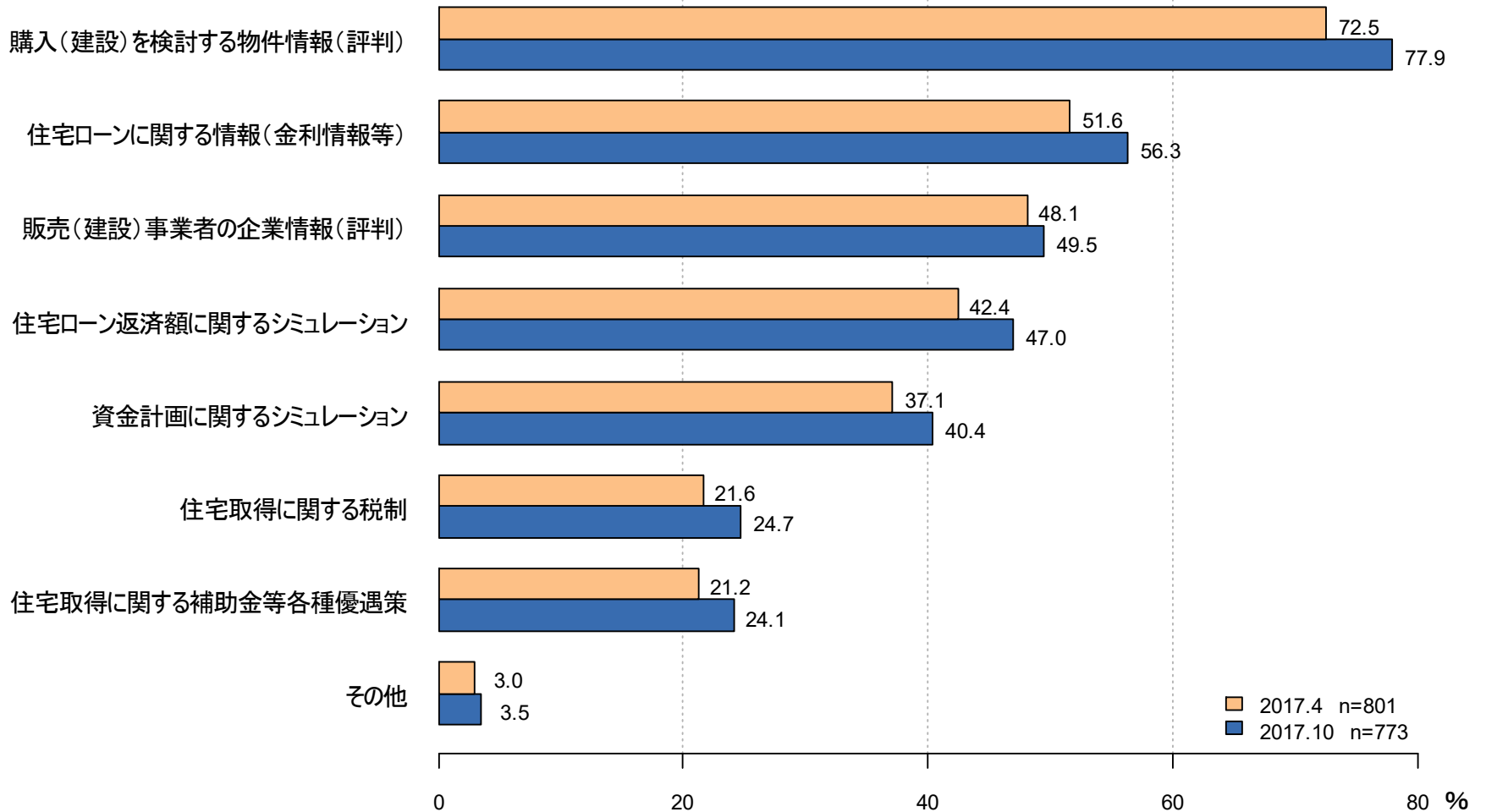
	収集情報	活用情報
インターネット	53.4	48.2
モデルルーム、住宅展示場	32.6	27.6
住宅情報誌	31.7	21.9

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）」（77.9%）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）」（56.3%）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？

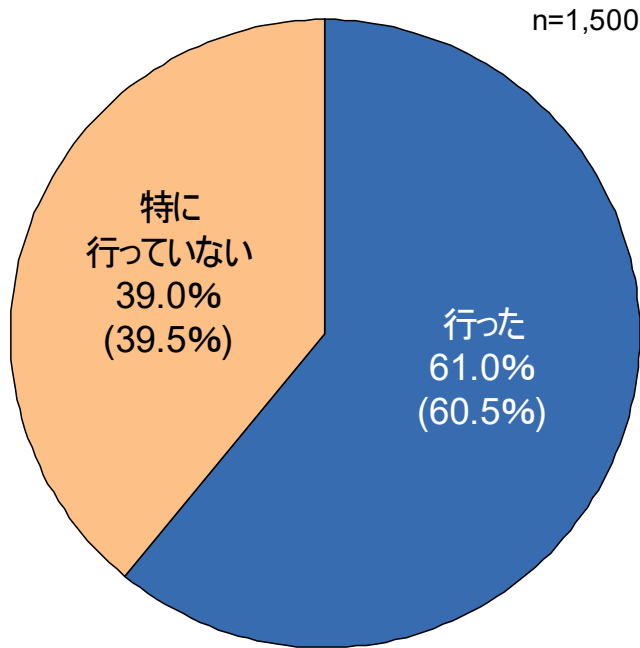
インターネットで情報収集を行った方<複数回答可>



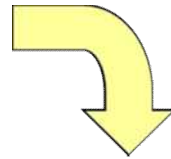
11. 資金計画等の相談先

○ 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61.0%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」(46.0%)という回答が最も多かった。

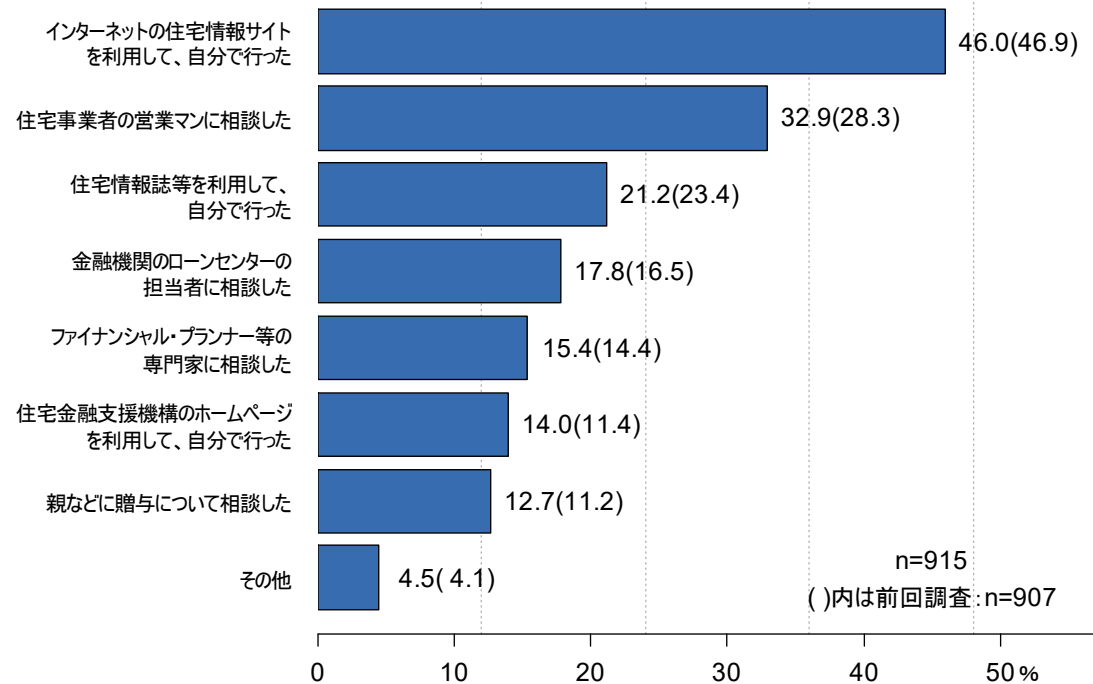
資金計画、住宅ローンの借入計画の
作成、相談等を行いましたか？



[参考]()内は、前回調査(n=1,500)の値

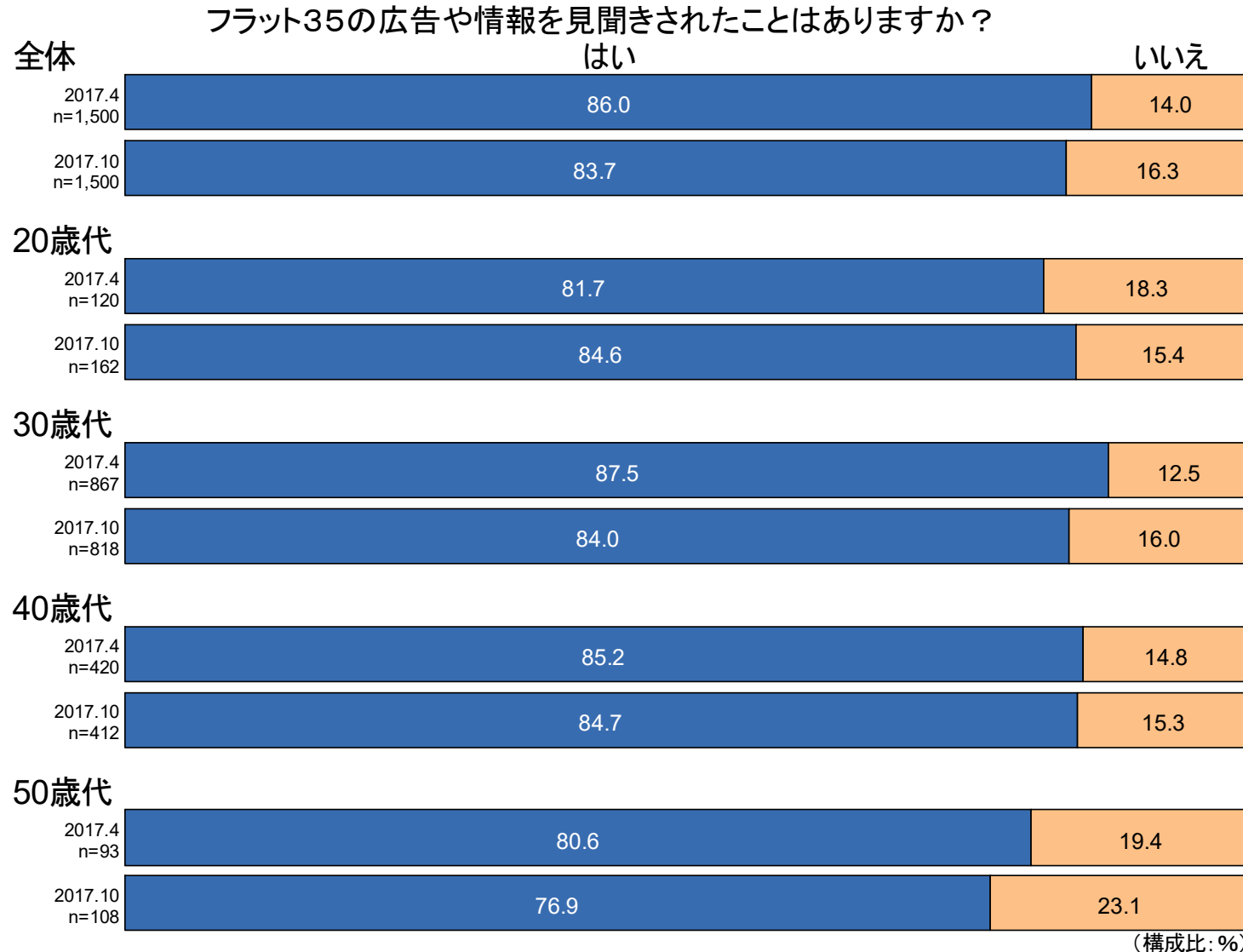


資金計画、住宅ローン借入計画の作成、相談は誰に依頼しましたか？<複数回答可>



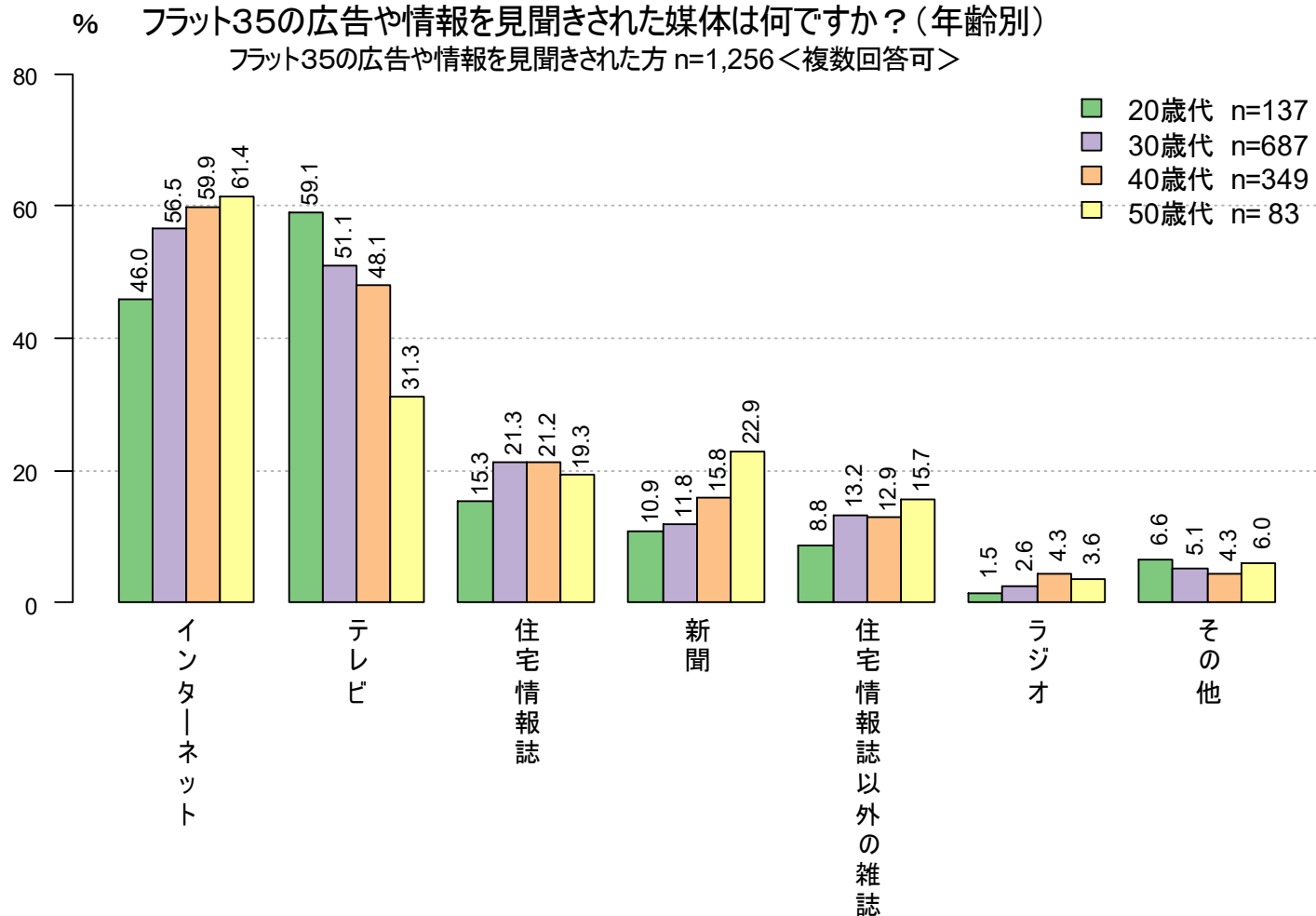
12. フラット35の広告や情報の認知度

○ 全体では、83.7%の方がフラット35の広告や情報を見聞きしていた。見聞きしたと回答した割合が、20歳代で前回調査から増加した。



13. フラット35の広告や情報の認知媒体

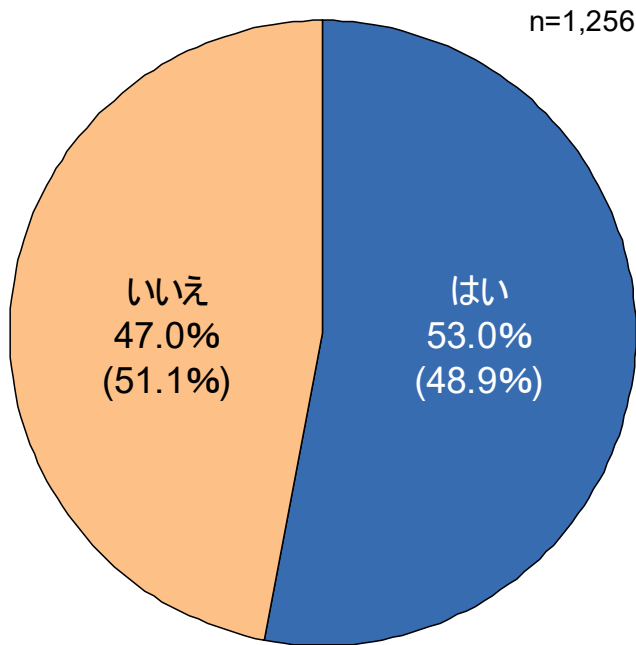
- 認知媒体は、前回同様、「インターネット」と「テレビ」が多かった。
- 「インターネット」は年齢が高い層、「テレビ」は年齢が低い層で、それぞれ高くなる傾向が見てとれた。



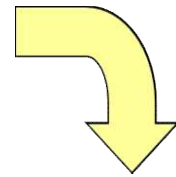
14. フラット35の広告や情報の認知後の情報収集

- 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53.0%であった。
- そのうち46.4%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、46.1%の方がWeb上の比較サイトなどで情報収集した。

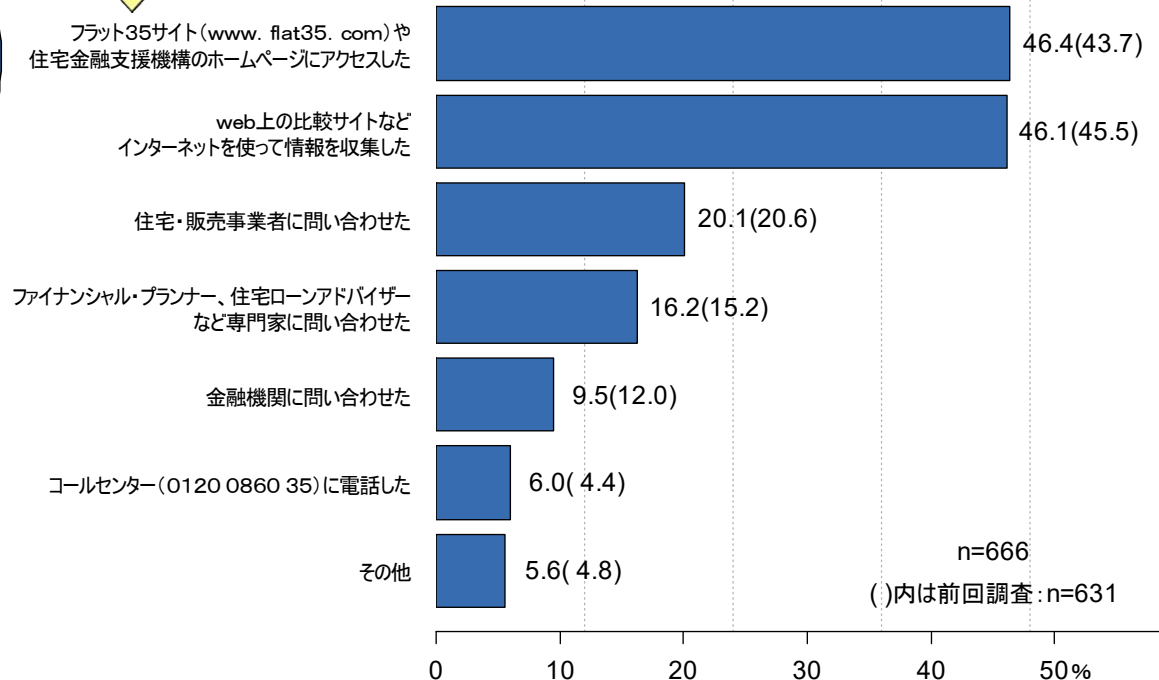
フラット35の広告や情報を見聞きされた後、さらに詳しい情報を得ようとされましたか？



[参考]()内は、前回調査 (n=1,290)の値



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>



【参考】 回答者の基本属性

【住宅ローン利用予定者】 n = 1,500

項目		サンプル数	構成比%
年齢	20歳代	162	10.8
	30歳代	818	54.5
	40歳代	412	27.5
	50歳代	108	7.2
家族構成	夫婦のみ	370	24.7
	夫婦と子	652	43.5
	夫婦と子と親	78	5.2
	本人と親	117	7.8
	1人世帯(単身)	163	10.9
	その他	120	8.0
世帯年収	400万円以下	205	13.7
	400万円超～600万円以下	493	32.9
	600万円超～800万円以下	354	23.6
	800万円超～1000万円以下	229	15.3
	1000万円超～1500万円以下	161	10.7
	1500万円超	58	3.9
地域	首都圏	498	33.2
	東海圏	173	11.5
	近畿圏	279	18.6
	その他	550	36.7
住宅の種類	注文新築 (うち敷地同時取得)	773 (338)	51.5 (43.7)
	注文建替え	93	6.2
	新築建売	87	5.8
	新築マンション	274	18.3
	中古戸建	137	9.1
	中古マンション	136	9.1
金利タイプ	全期間固定型	529	35.3
	固定期間選択型	563	37.5
	変動型	408	27.2

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