

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、先着順に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=109)

- ・2017年10月から2018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 2018年4月10日～4月16日

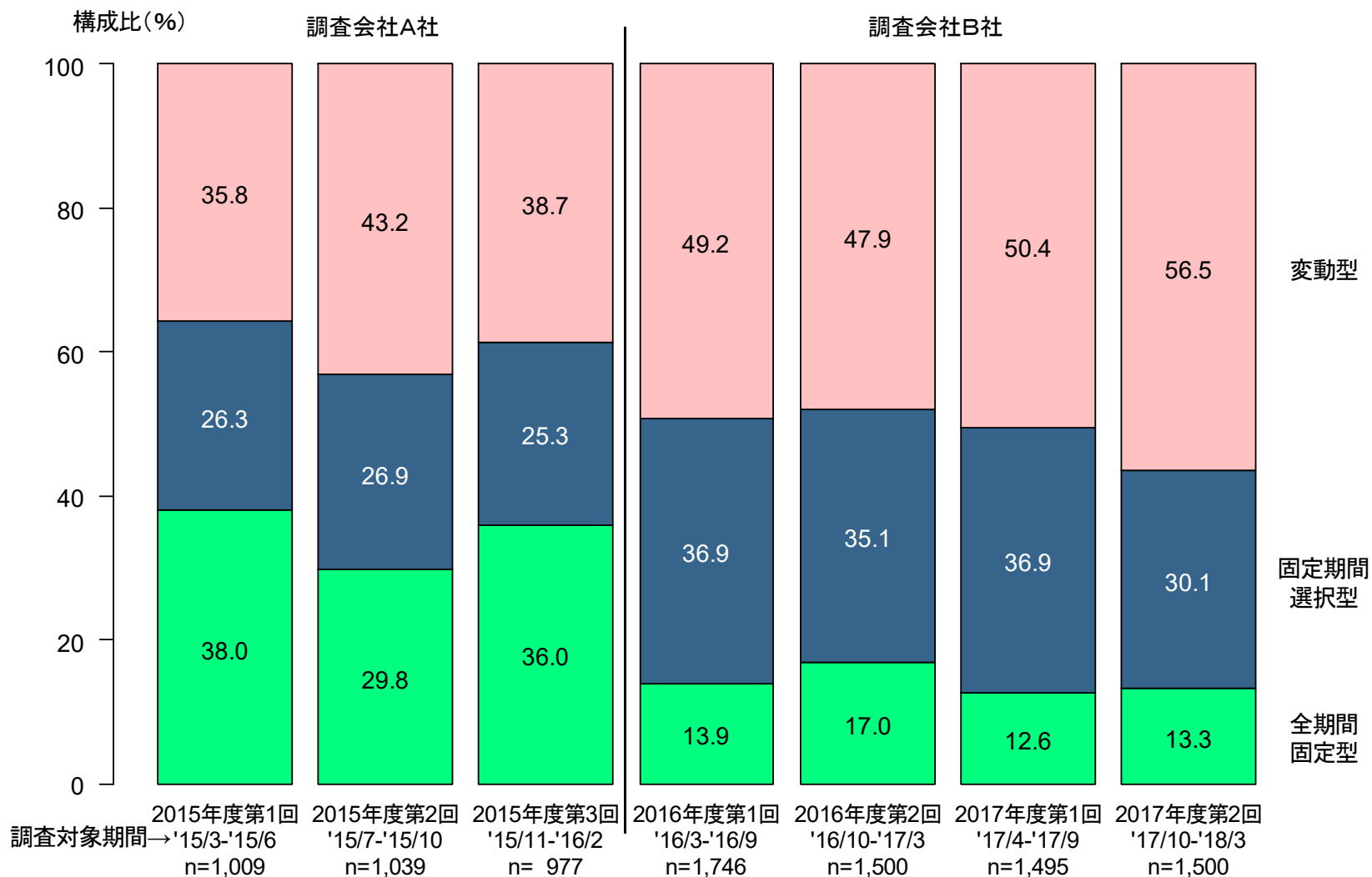
4 調査項目 利用した住宅ローンの金利タイプや住宅ローン選びに関する事項

2018年6月5日
独立行政法人 住宅金融支援機構 国際・調査部

調査結果

1-1. 住宅ローンの調査回次別金利タイプ構成比の推移(全体)

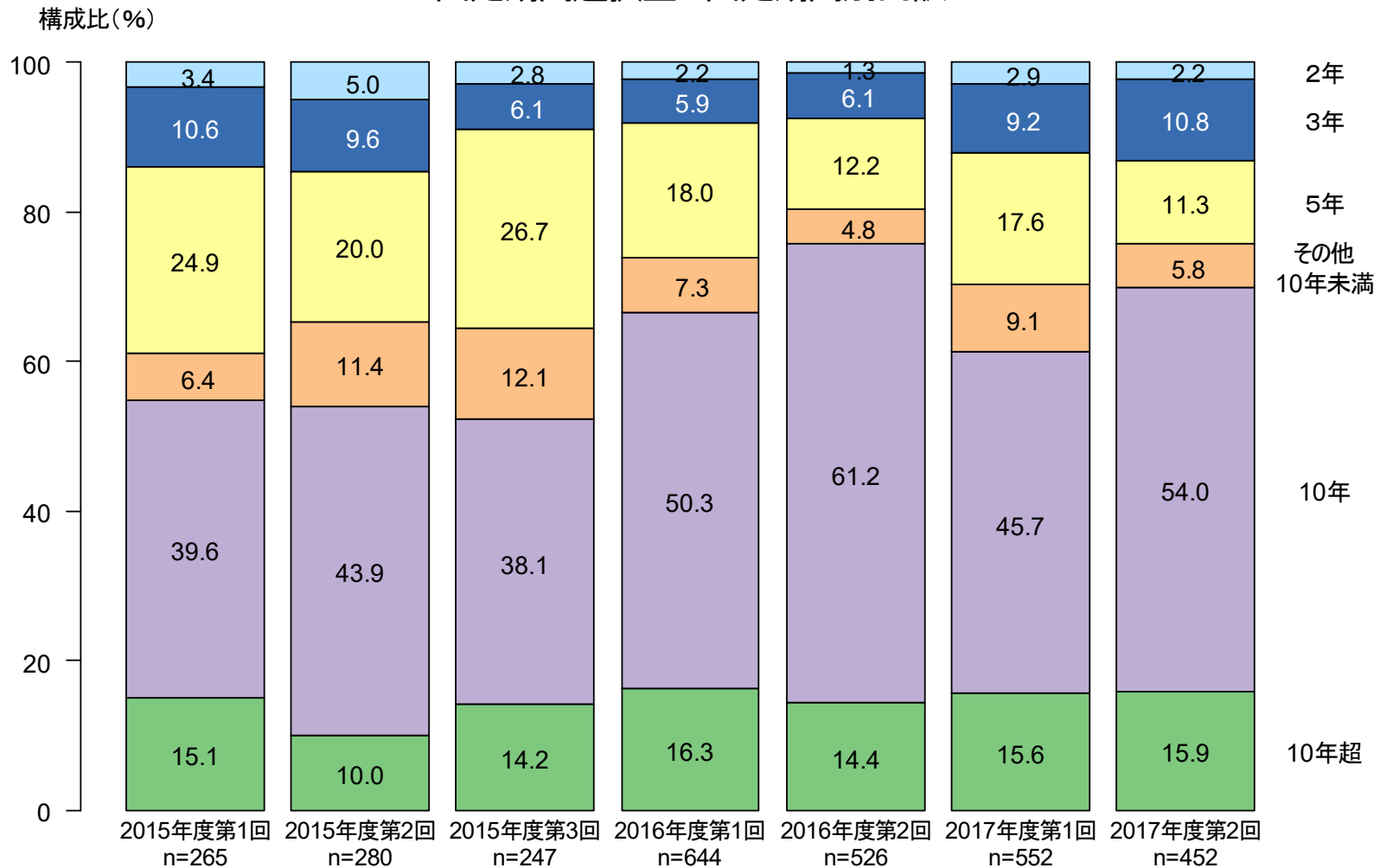
○ 前回調査と比べて、「変動型」の利用割合は56.5%と増加し、「全期間固定型」も13.3%と増加したが、「固定期間選択型」は30.1%と減少した。



1-2. 住宅ローンの調査回次別金利タイプ構成比の推移(固定期間選択型の固定期間別内訳)

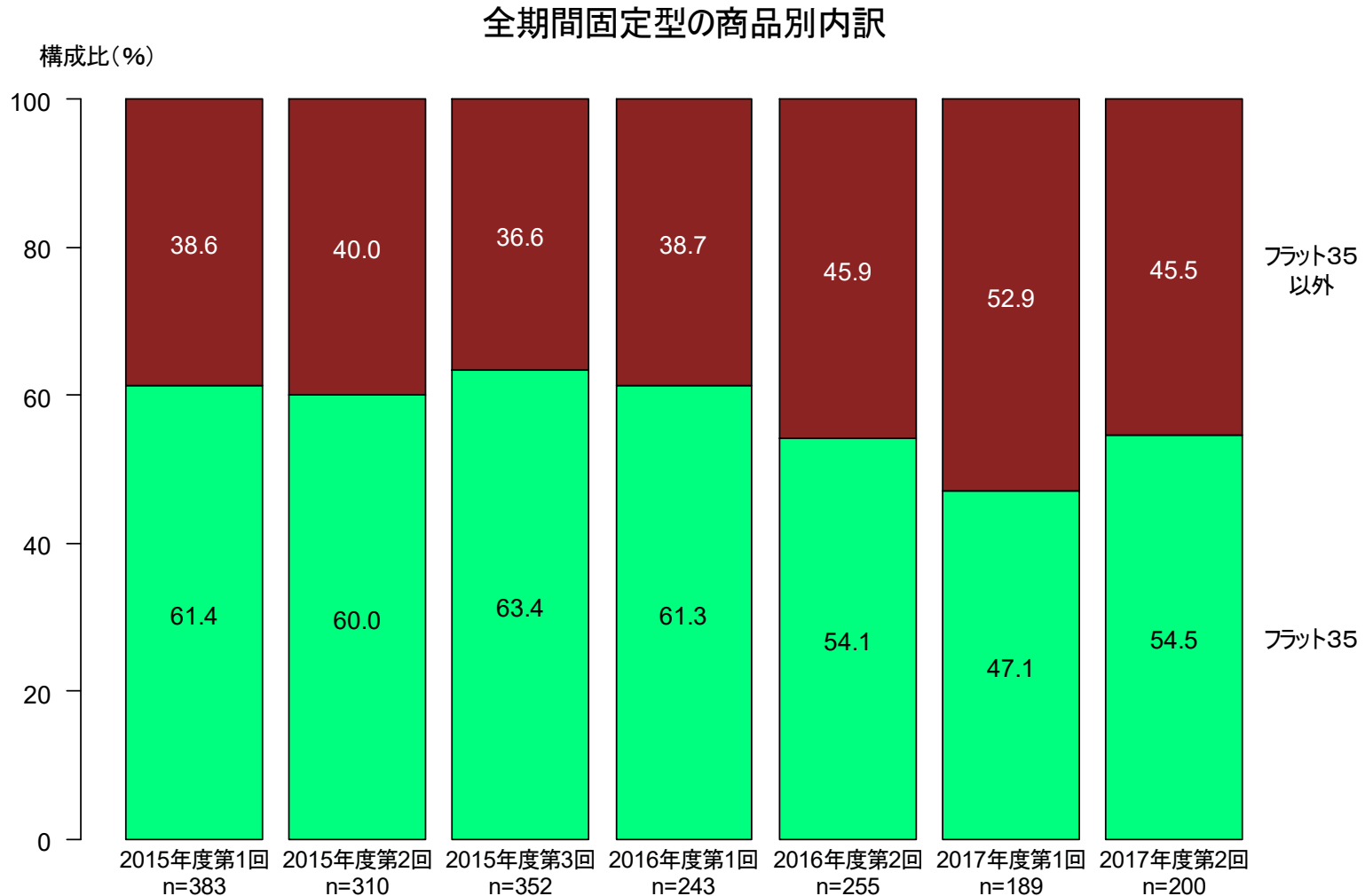
○「固定期間選択型」では固定期間「10年」の利用割合が、54.0%と増加した。

固定期間選択型の固定期間別内訳



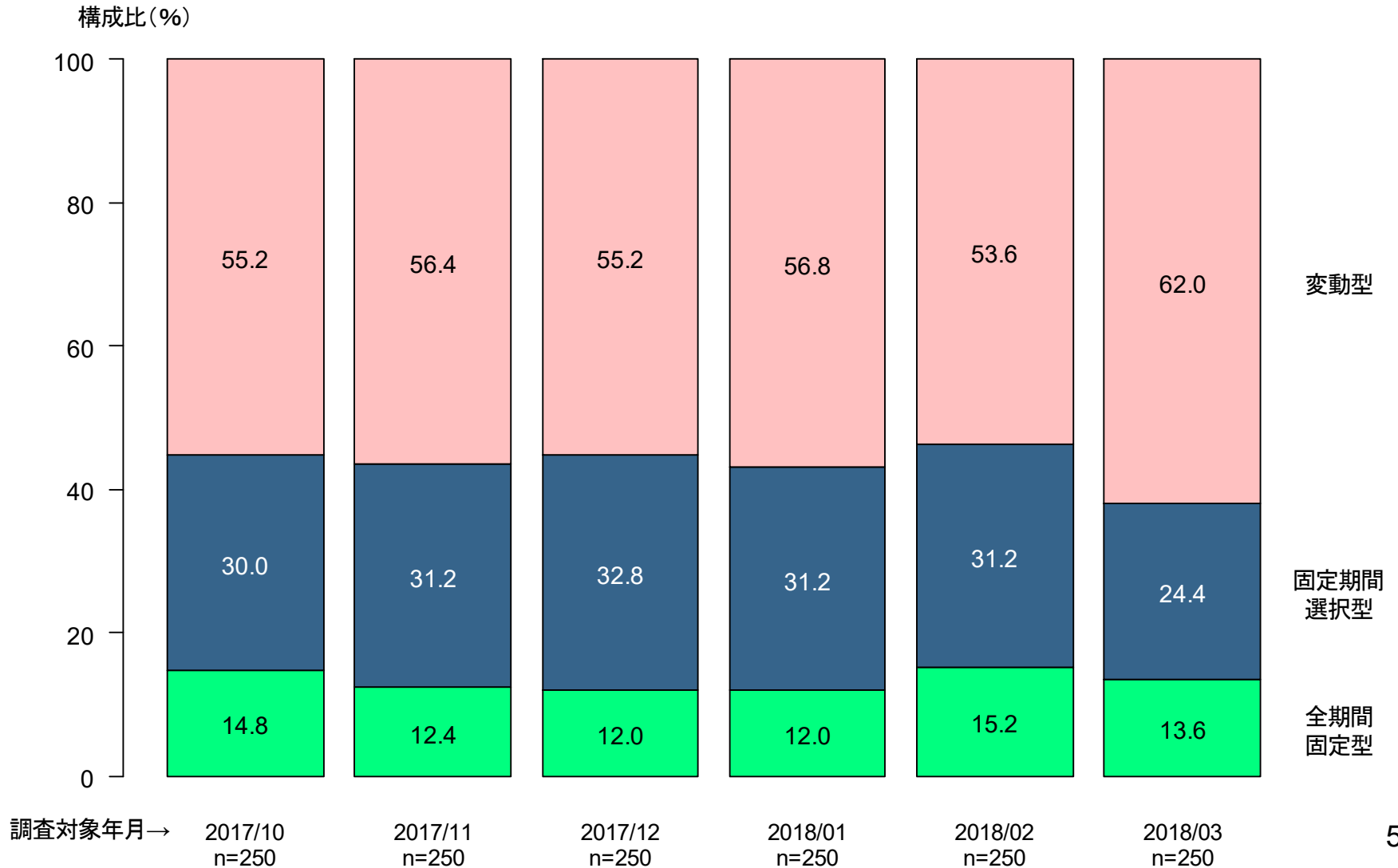
1-3. 住宅ローンの調査回次別金利タイプ構成比の推移(全期間固定型の商品別内訳)

○「全期間固定型」では「フラット35」の利用割合は、前回調査では50%を下回っていたが、今回調査では前々回調査の水準にまで回復している。



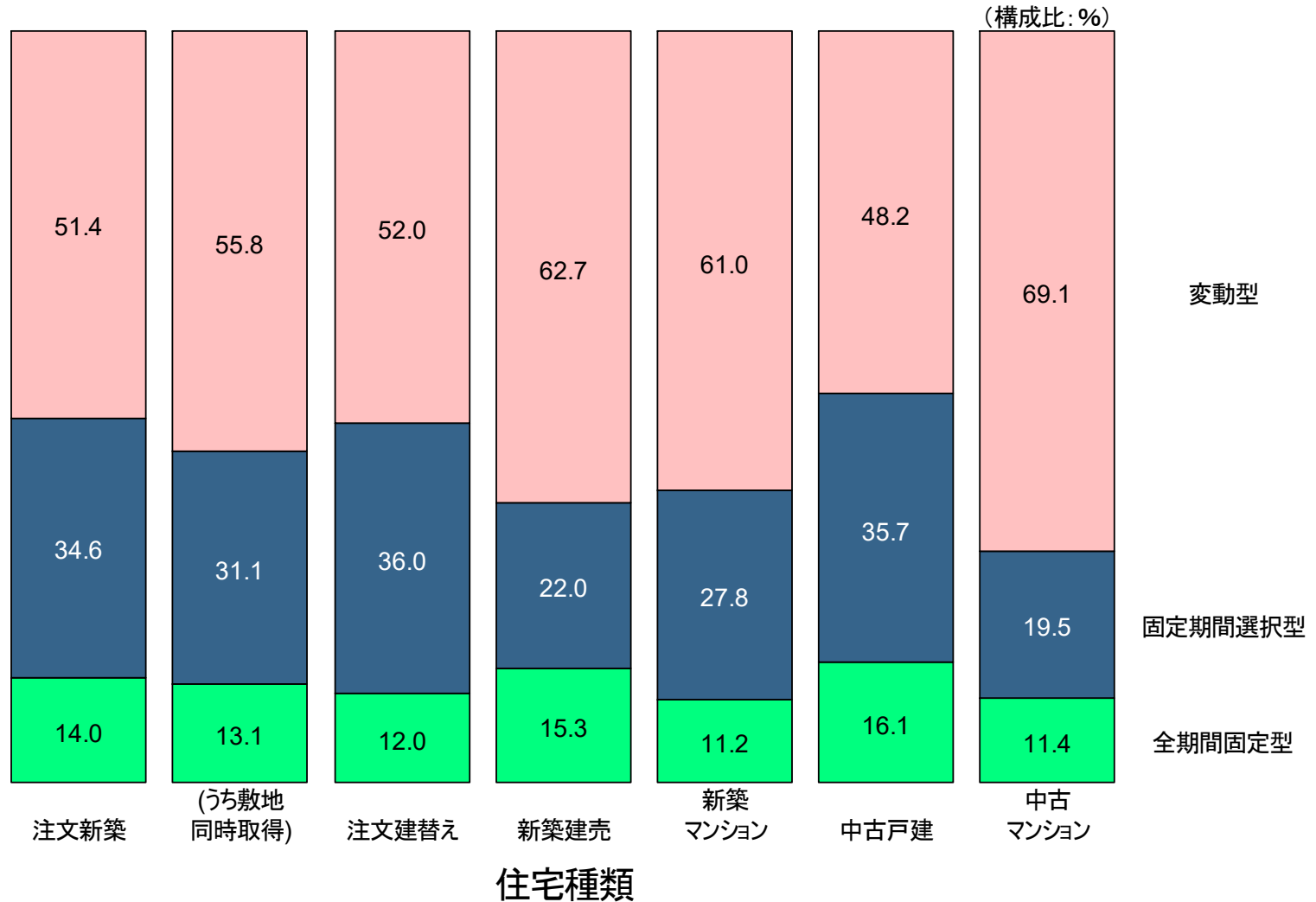
2-1. 借入年月別金利タイプ構成比の推移

○ 借入年月別に金利タイプの推移をみると、年月の経過とともに「変動型」の利用割合はおおむね増加している。



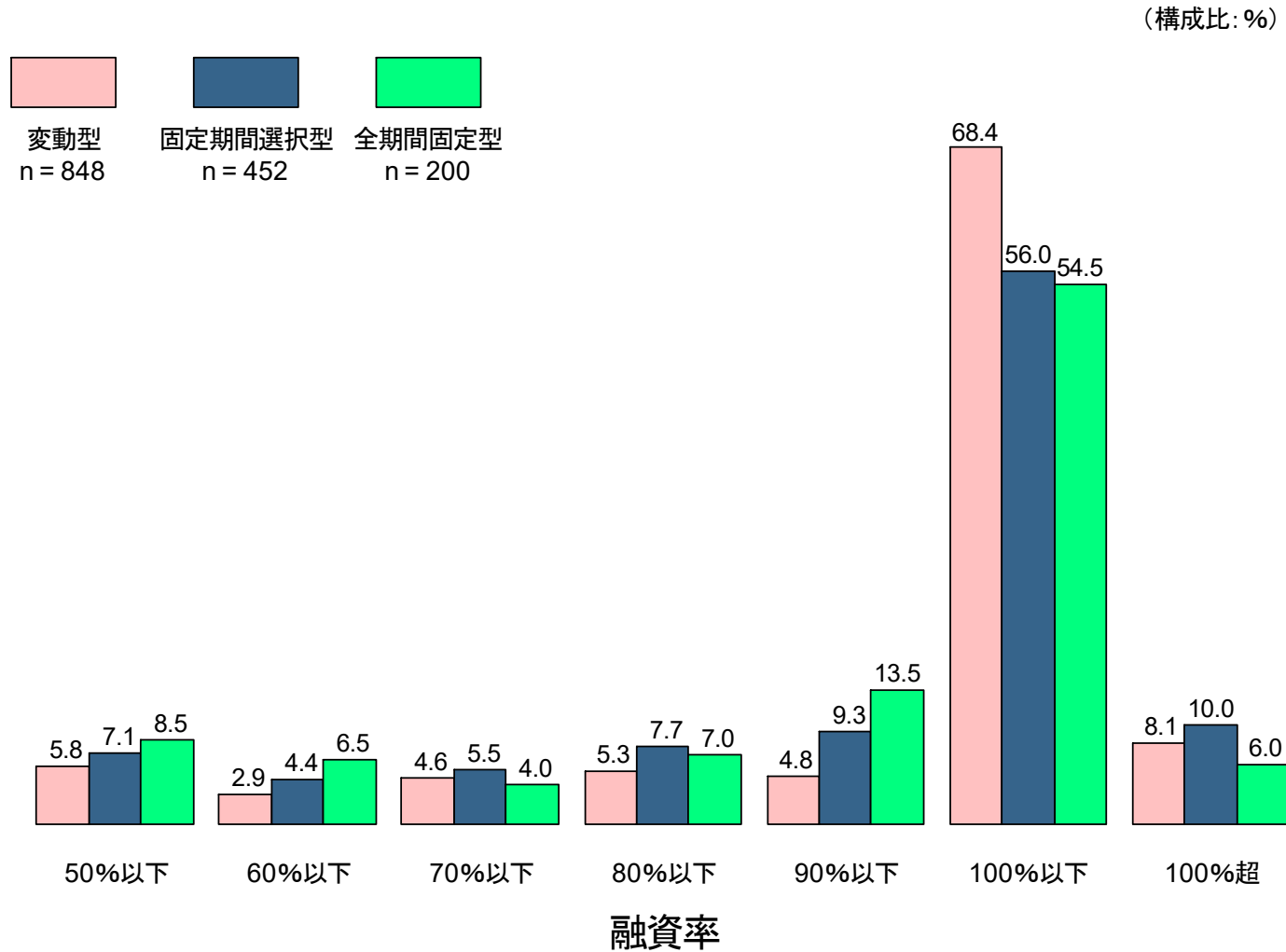
2-2. 住宅の種類別の金利タイプ構成比の分布

○ 全ての住宅種類で、「変動型」が最多となったが、中古マンションで最も高い。



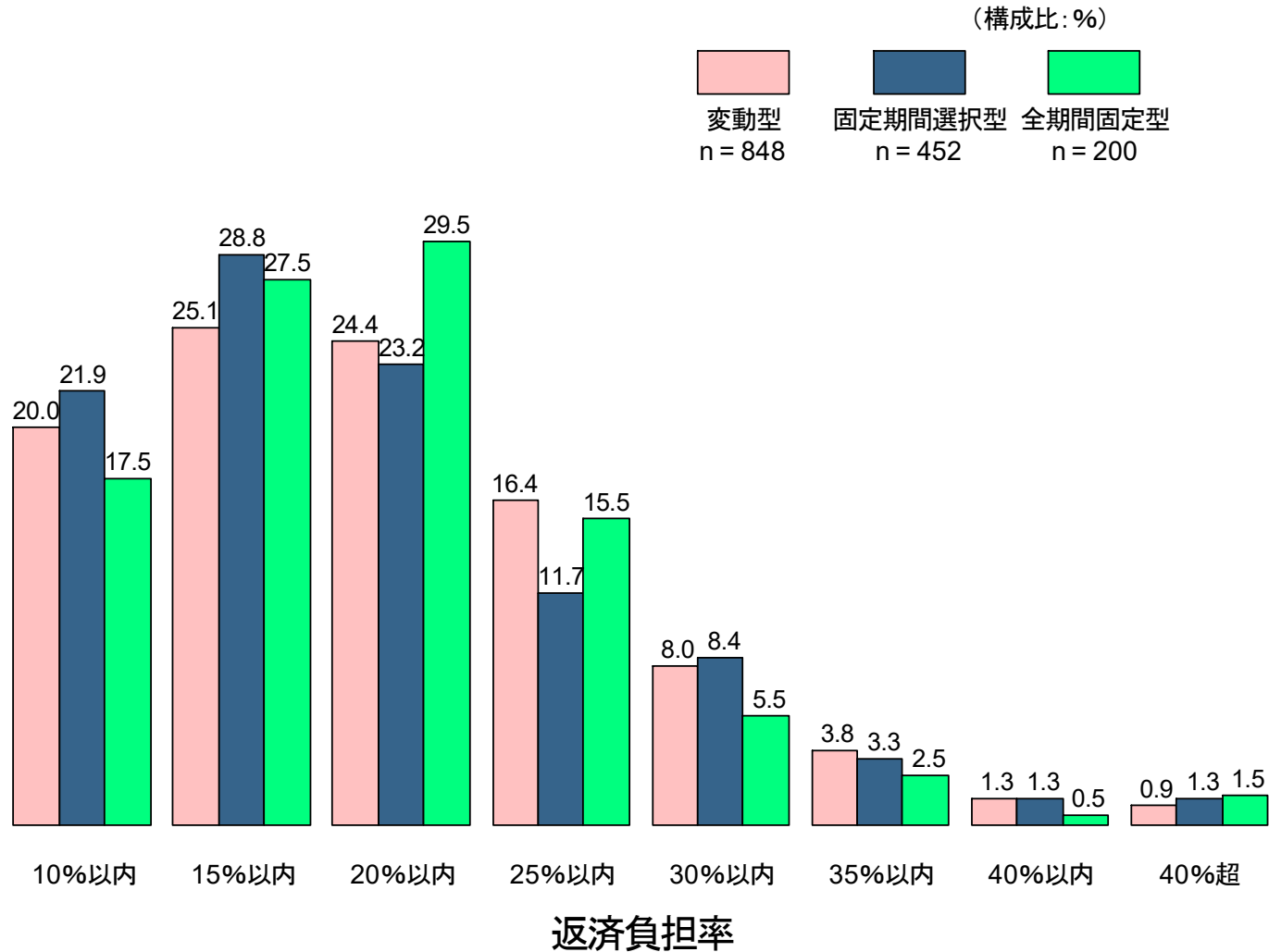
2-3. 金利タイプ別融資率の構成比の分布

○ 概ね7割が、変動型で融資率「90%超100%以下」となった。



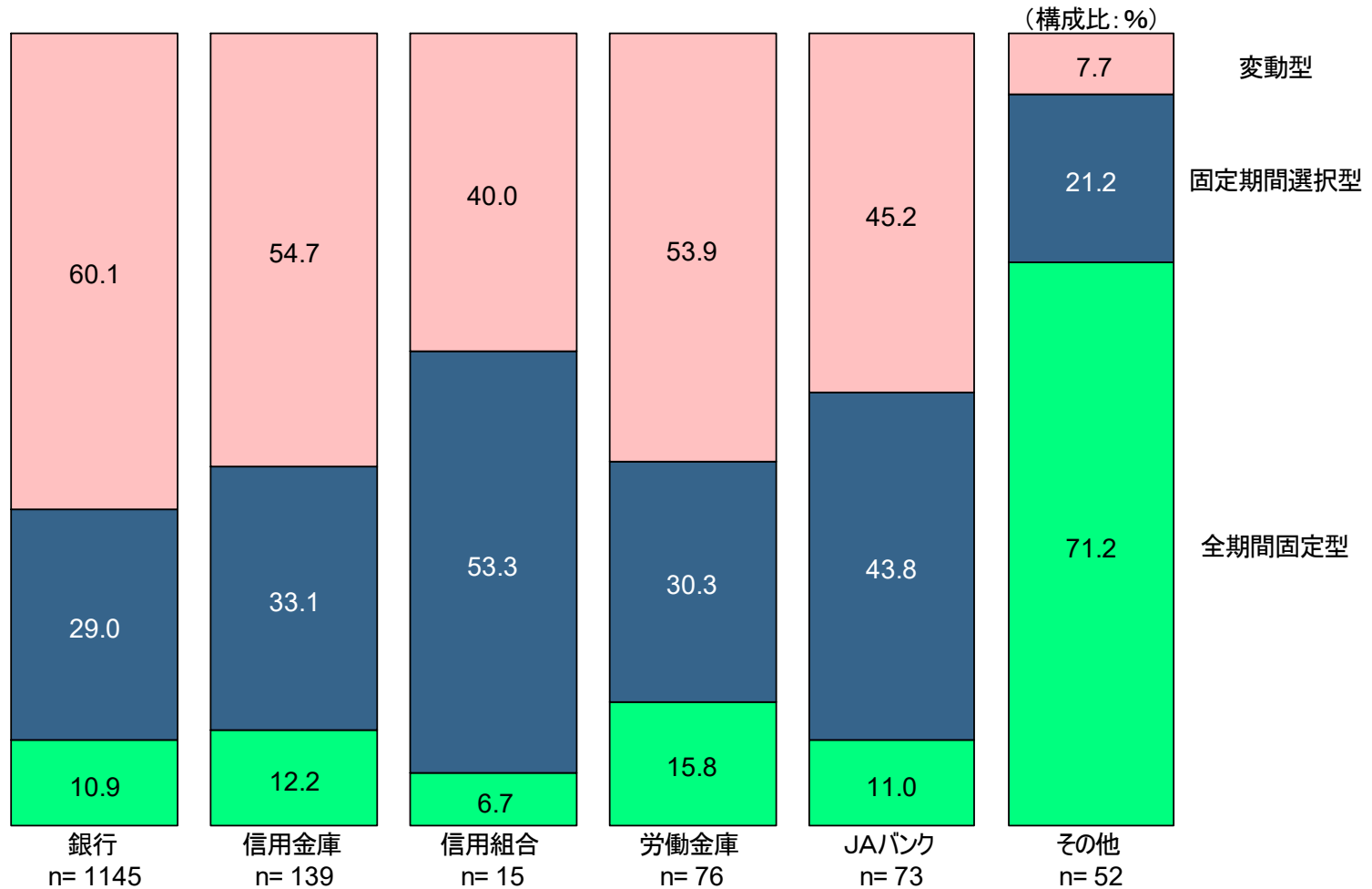
2-4. 金利タイプ別返済負担率の構成比の分布

○「変動型」では、「15%以内」及び「20%以内」の構成比が高かった。



2-5. 金融機関業態別の金利タイプ構成比の分布

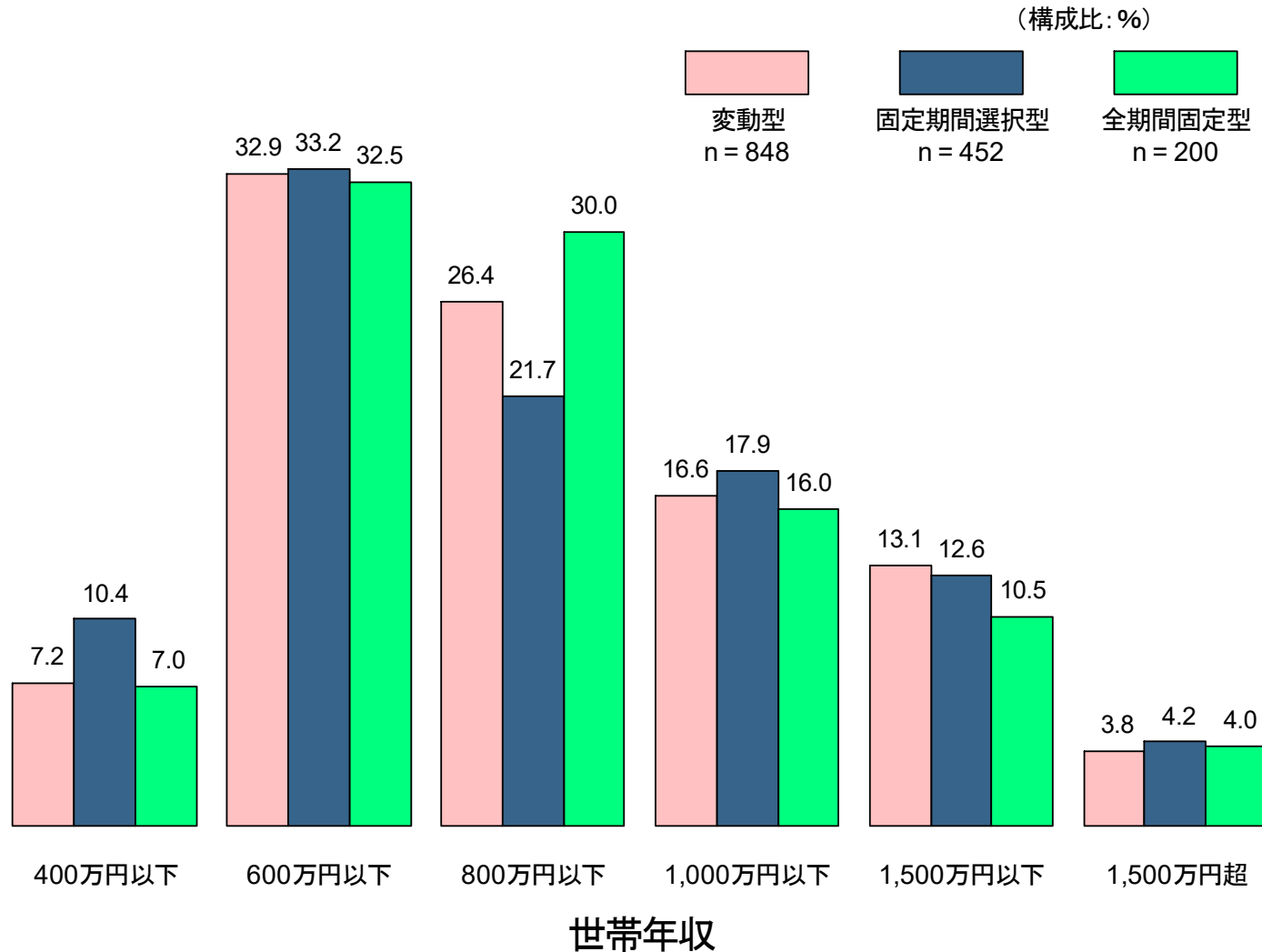
○全期間固定型は、その他で多数を占めている。



金融機関

2-6. 金利タイプ別世帯年収の構成比の分布

○全ての金利タイプで、「600万円以下」及び「800万円以下」の構成比が高かった。



3. 今後1年間の住宅ローン金利見通し(金利タイプ別)

- 今後1年間の住宅ローン金利見通しは、「全体」では前回調査と比べ大きな変化はなかった。
- 「全期間固定型」では、「現状よりも上昇する」の割合は増加した。

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

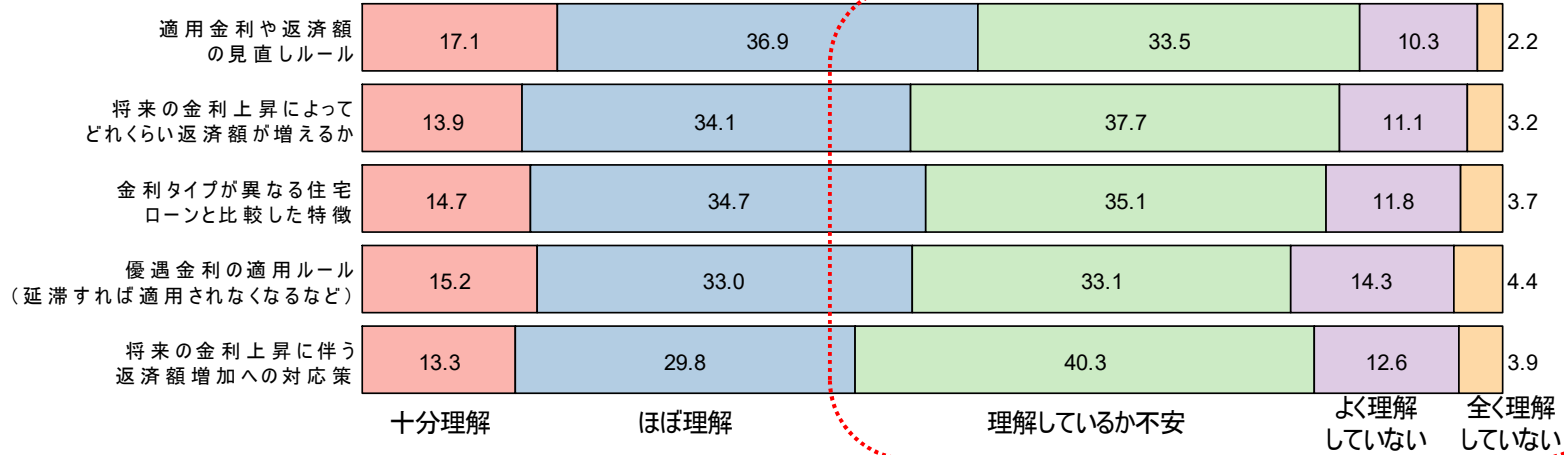
現状よりも
低下する

見当が
つかない

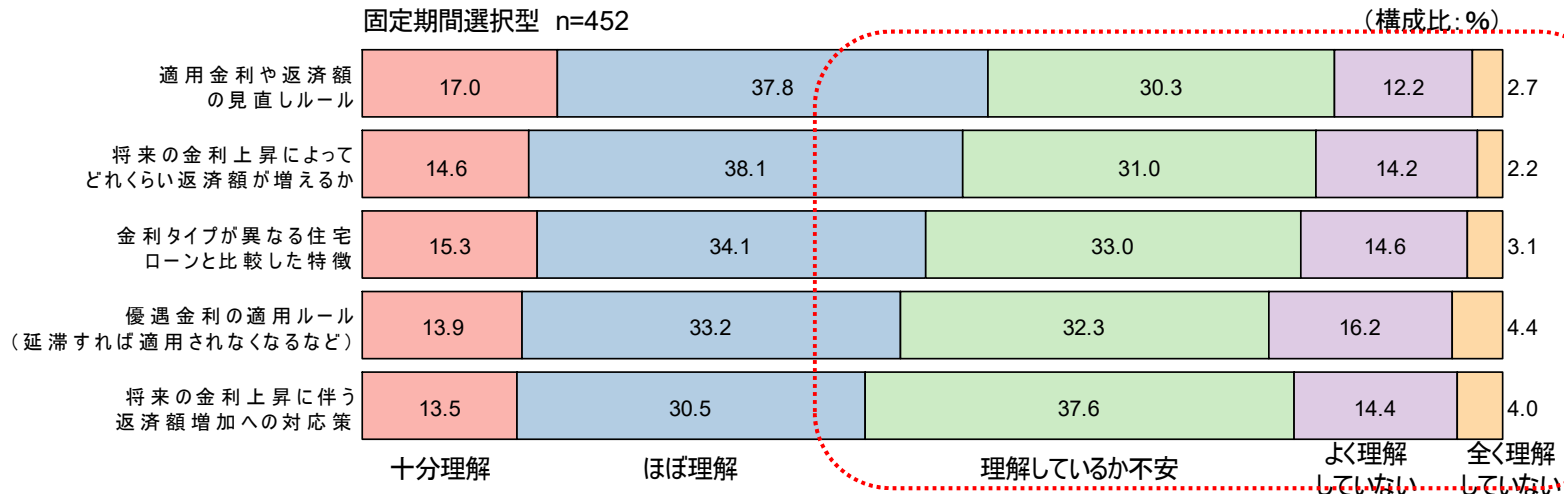
4. 住宅ローンの商品特性や金利リスクへの理解度(固定期間選択型・変動型の利用者)

○ 返済中に金利変動があり得る「固定期間選択型」及び「変動型」を利用した方の住宅ローンの商品特性や金利リスクへの理解度は、「理解しているか不安」又は「よく(全く)理解していない」との回答は4割から5割に達している。

変動型 n=848

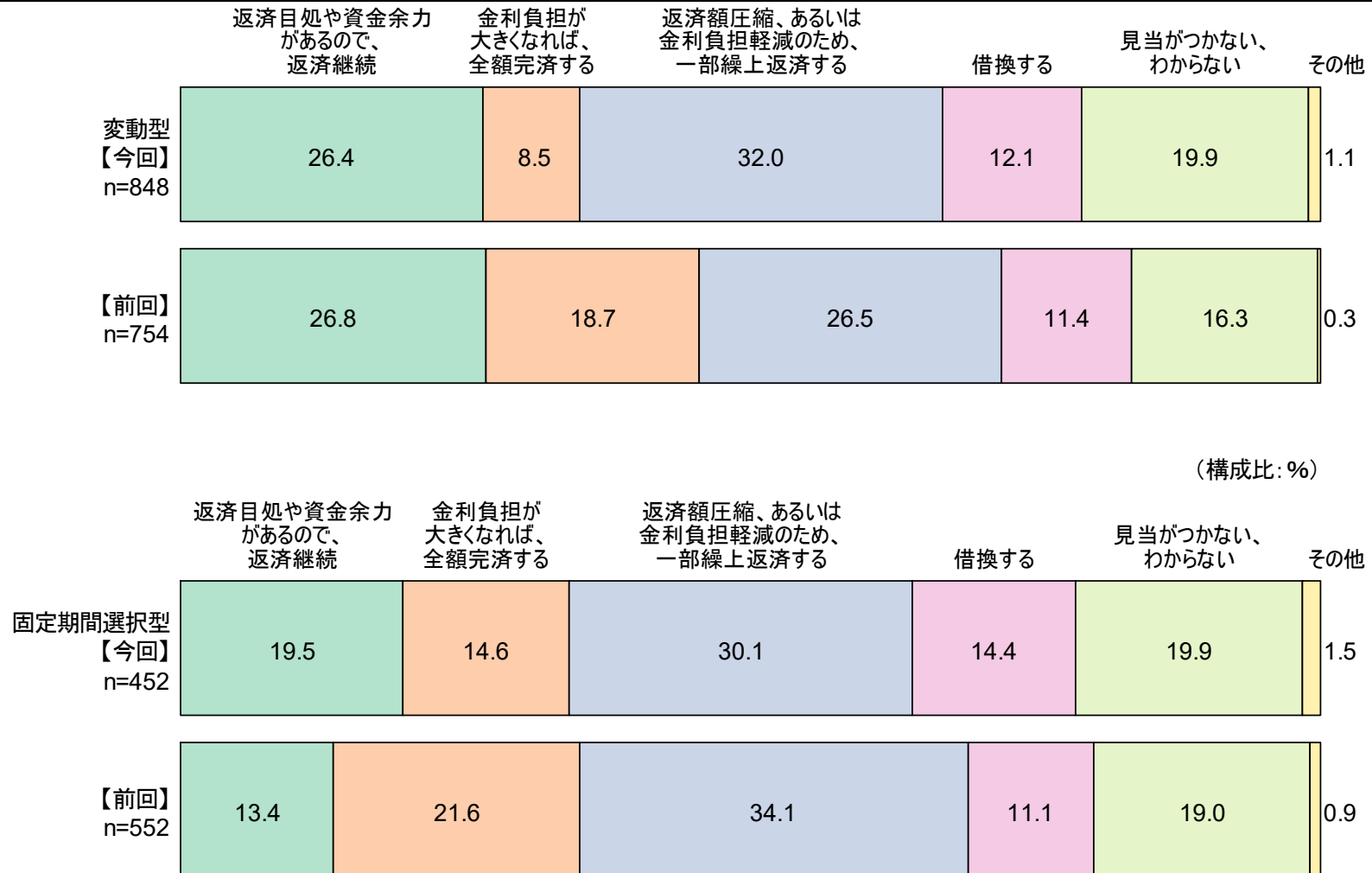


固定期間選択型 n=452



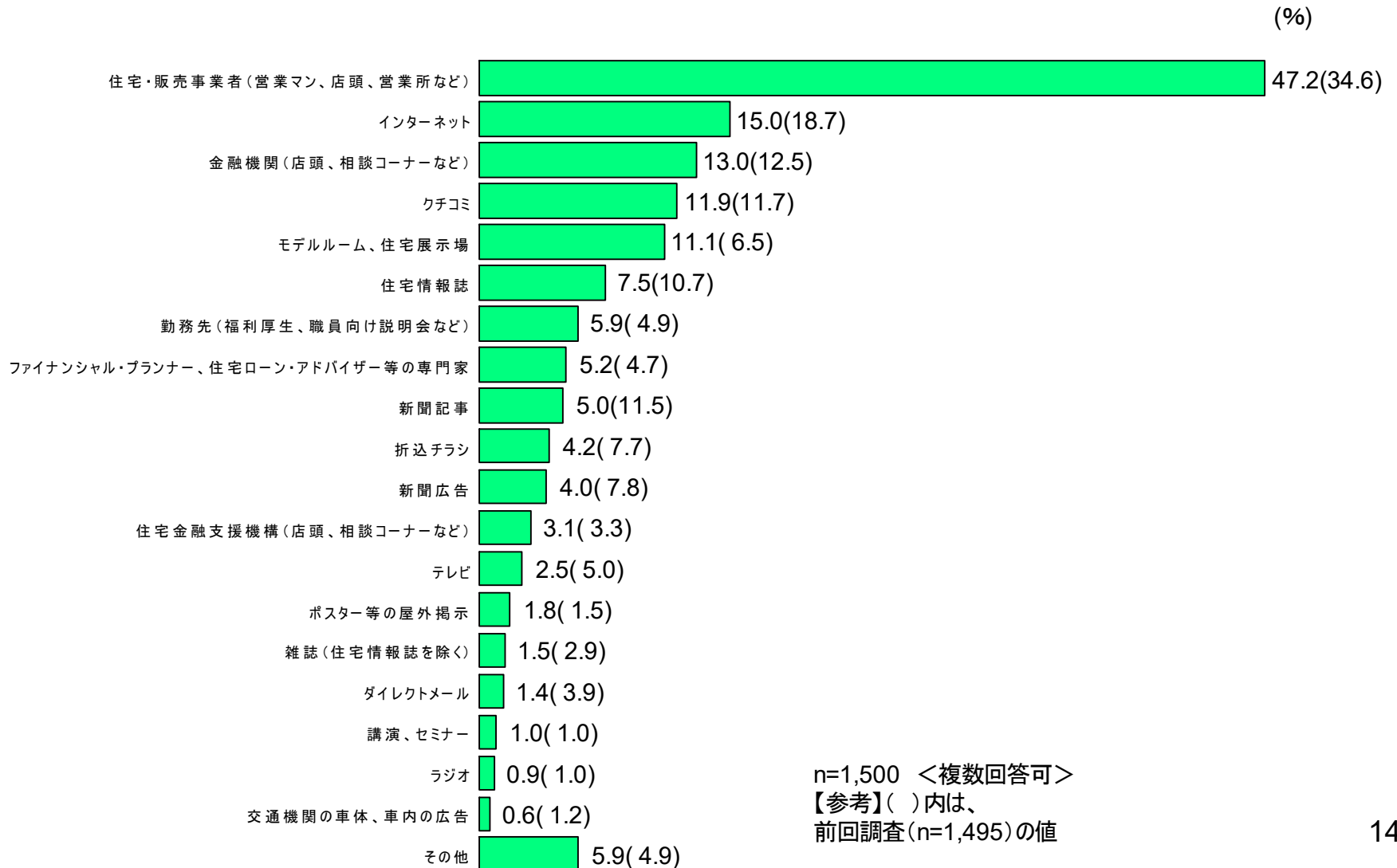
5. 金利上昇に伴う返済額増加への対応(固定期間選択型・変動型の利用者)

○ 金利上昇に伴う返済額増加への対応については、「見当がつかない、わからない」という回答が2割近く存在している。



6-1. 利用した住宅ローンを知るきっかけとして影響が大きかった媒体等

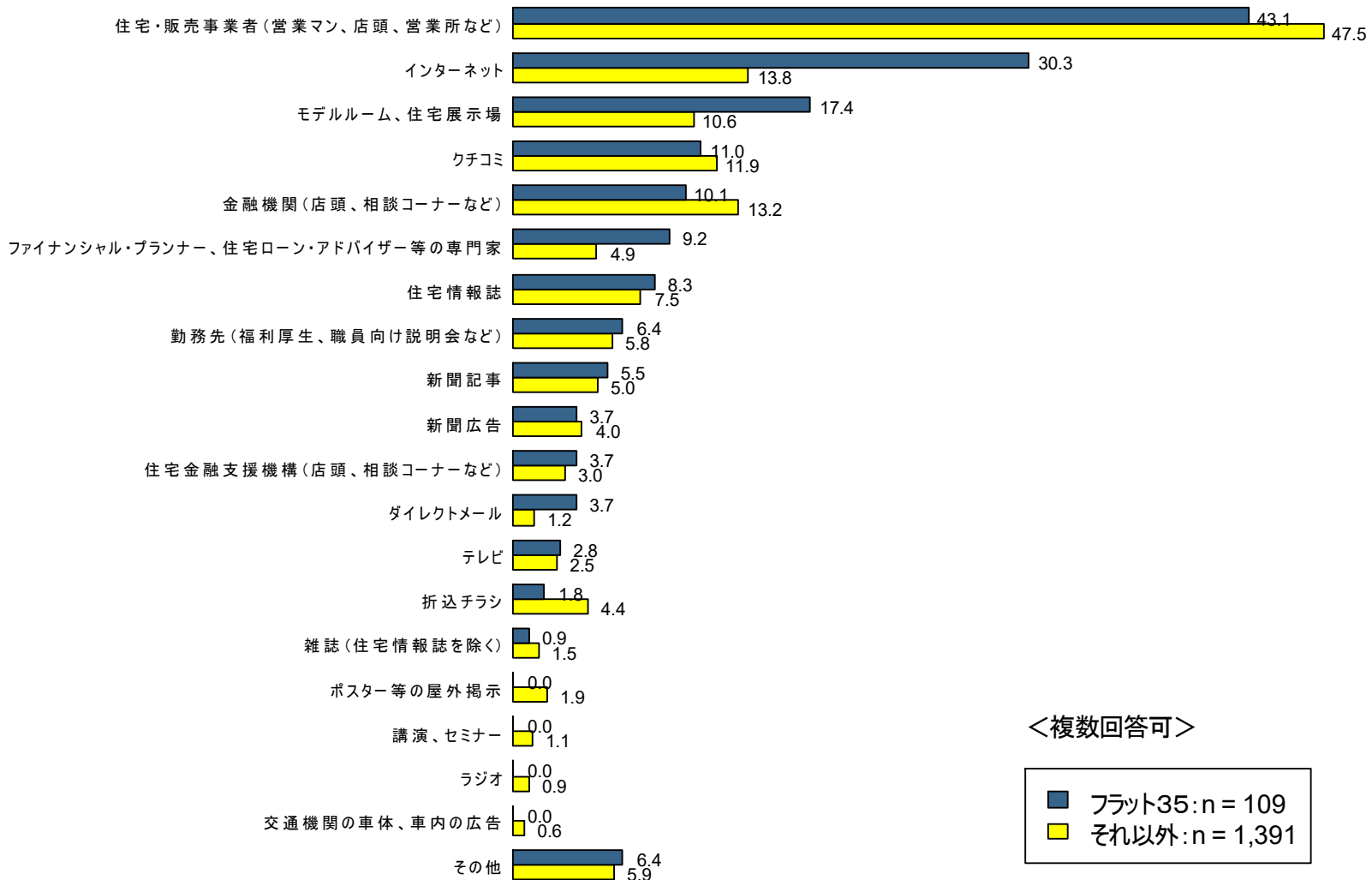
○ 利用した住宅ローンを知るきっかけとして影響が大きかった媒体等は、「住宅・販売事業者」(47.2%)が最も多かった。次いで、「インターネット」(15.0%)、「金融機関」(13.0%)と続いた。



6-2. 利用した住宅ローン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とフラット35以外との比較)

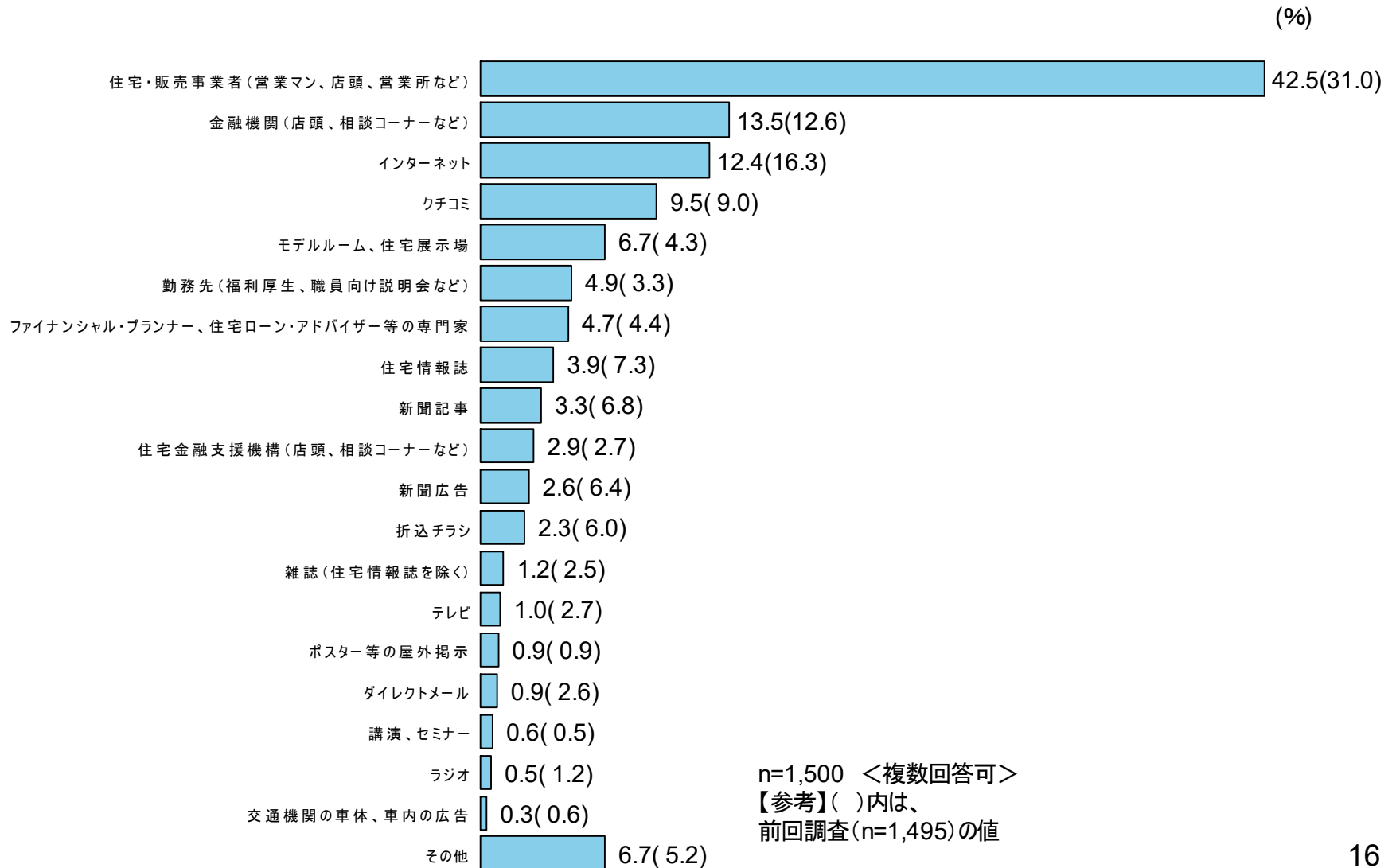
○ フラット35をフラット35以外と比較すると、フラット35では「インターネット」「モデルルーム・住宅展示場」「ファイナンシャル・プランナー等の専門家」などの影響が大きい。

(%)



7-1. 利用した住宅ローン決定に際して影響が大きかった媒体等

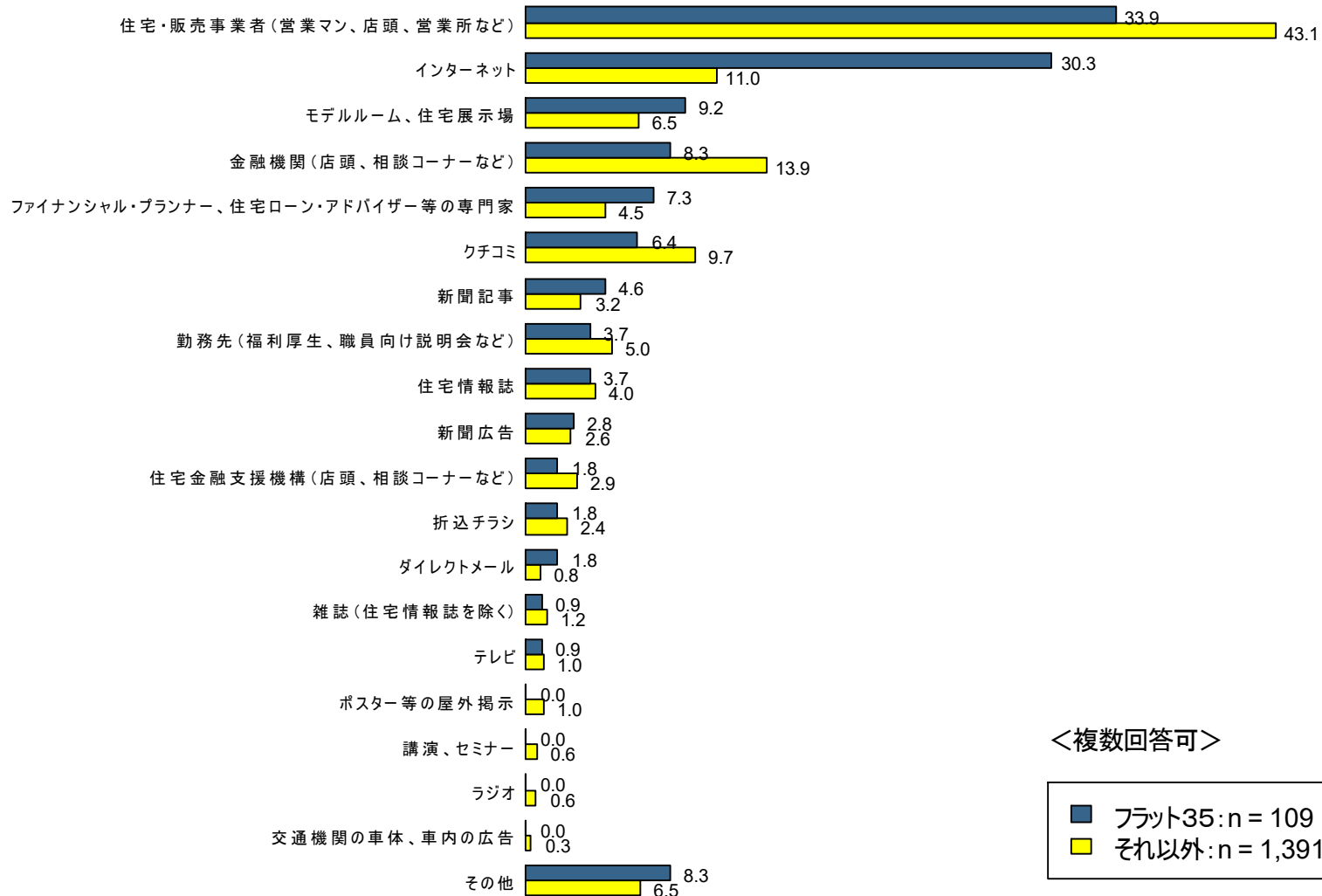
○ 利用した住宅ローン決定に際して影響が大きかった媒体等も、「住宅・販売事業者」(45.2%)が最も多かった。次いで、「金融機関」(13.5%)、「インターネット」(12.4%)と続いた。



7-2. 利用した住宅ローン決定に際して影響が大きかった媒体等(フラット35とフラット35以外との比較)

○ フラット35をフラット35以外と比較すると、フラット35では「インターネット」「モデルルーム・住宅展示場」「ファイナンシャル・プランナー等の専門家」などの影響が大きい。

(%)

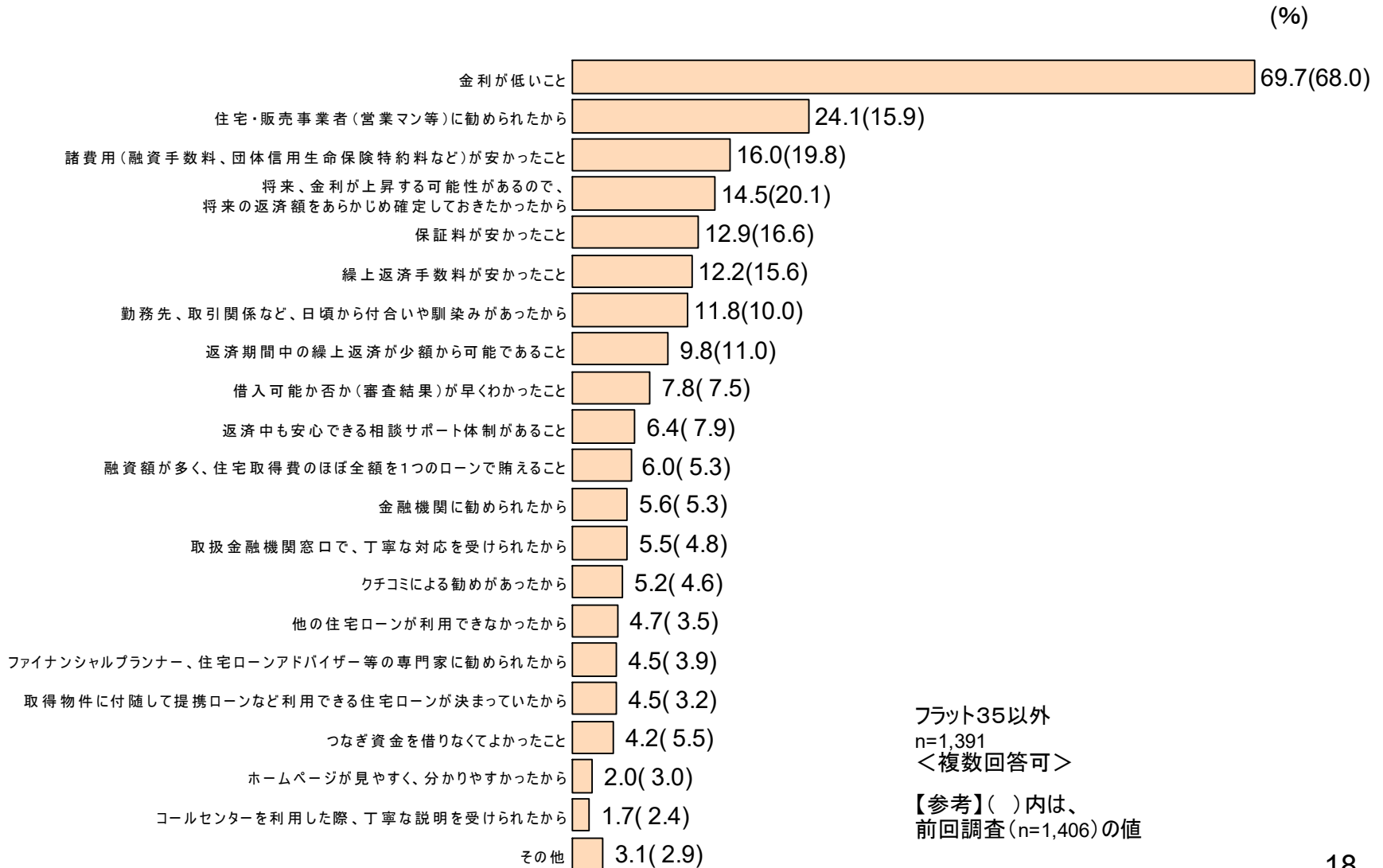


<複数回答可>

■ フラット35:n = 109
■ それ以外:n = 1,391

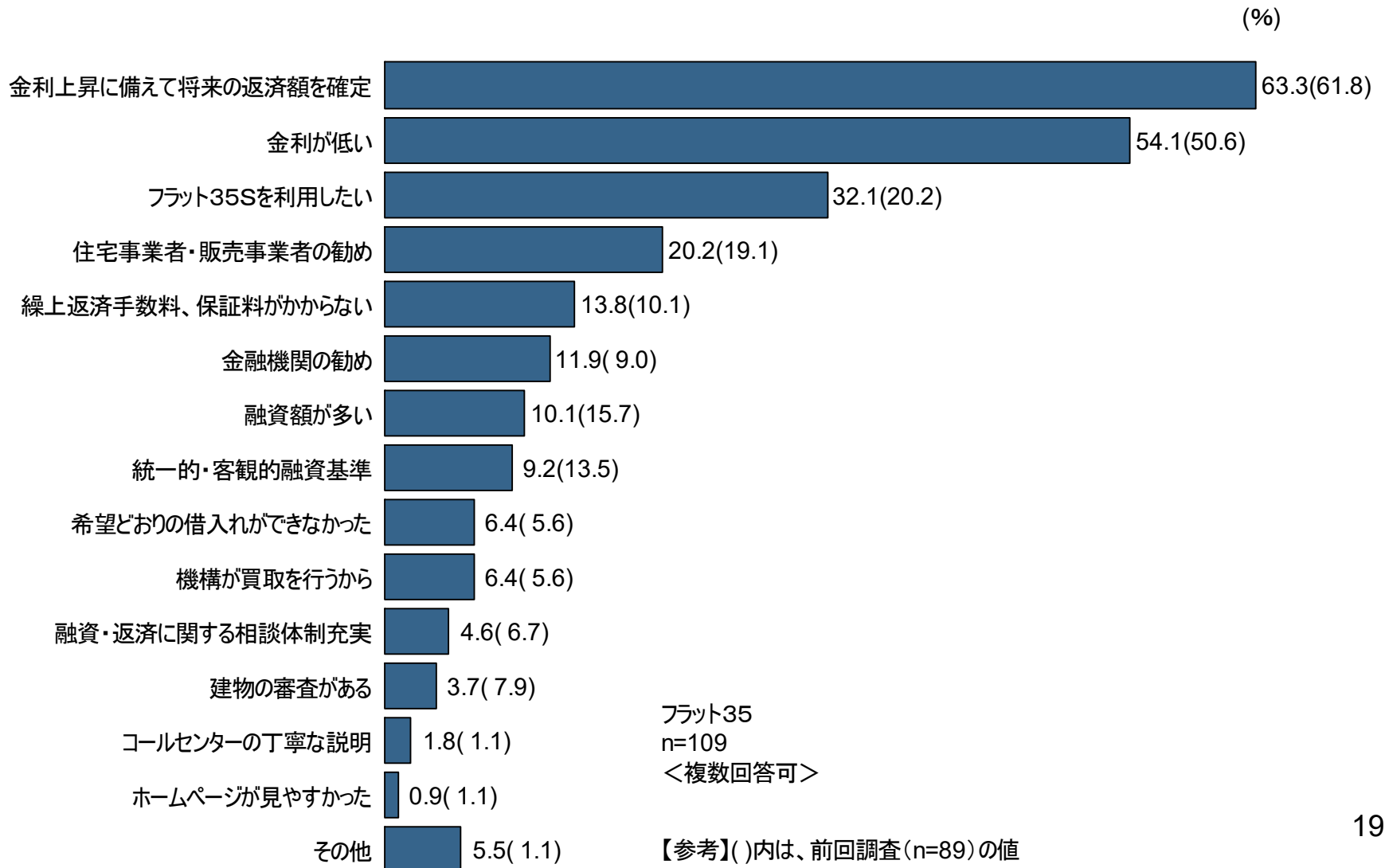
8. 利用した住宅ローンを選んだ決め手(フラット35利用者以外の方)

○ 利用した住宅ローンを選んだ決め手は、「金利が低いこと」が69.7%と多数であった。
次いで、「住宅・販売事業者の勧め」(24.1%)、「諸費用が安かったこと」(16.0%)と続いた。



9. フラット35を利用した理由

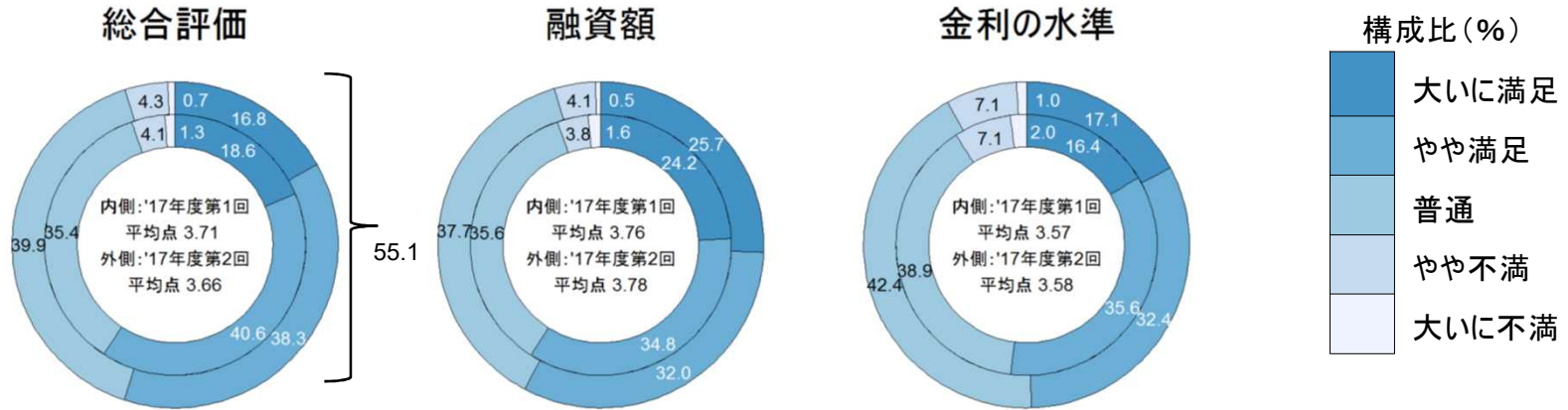
○ フラット35を利用した理由は、「金利上昇に備えて将来の返済額を確定」(63.3%)と「金利が低い」(54.1%)が多い。



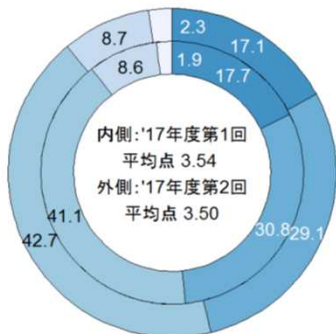
10-1. 住宅ローンに対する満足度

- 住宅ローンに対する満足度について、「総合評価」では55.1%が「大いに満足」又は「やや満足」と回答した。
- 前回調査と平均点を比較すると、「融資額」「金利の水準」「住宅・販売事業者の情報提供」で平均点が上昇した。

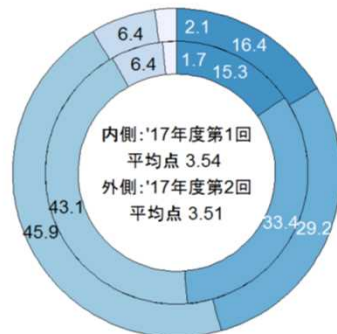
※図中の「平均点」は、5段階評価について「大いに満足」5点、「やや満足」4点、「普通」3点、「やや不満」2点、「大いに不満」1点として算出した得点



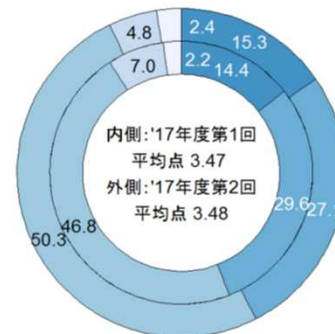
申込みから融資実行
までの事務手続



金融機関の商品説明
や情報提供



住宅・販売事業者
の情報提供



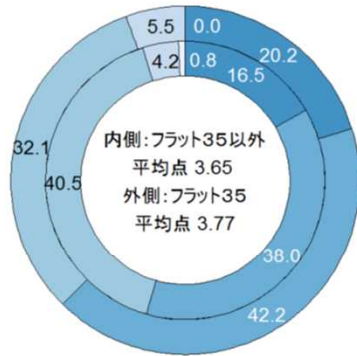
【前回】
n = 1,495
【今回】
n = 1,500

10-2. 住宅ローンに対する満足度(フラット35とフラット35以外との比較)

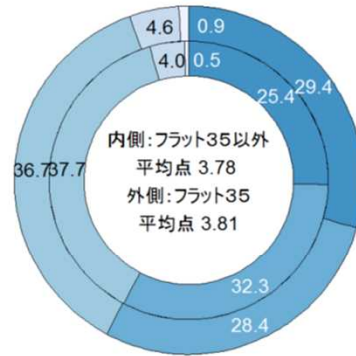
○ フラット35の平均点をフラット35以外と比較すると、「総合評価」と「融資額」でフラット35が上回った。

※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

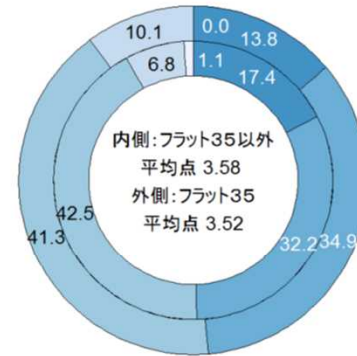
総合評価



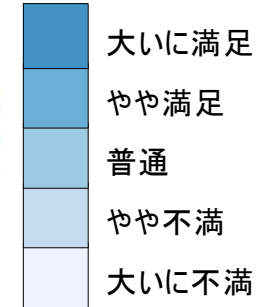
融資額



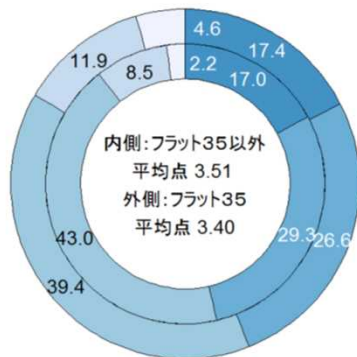
金利の水準



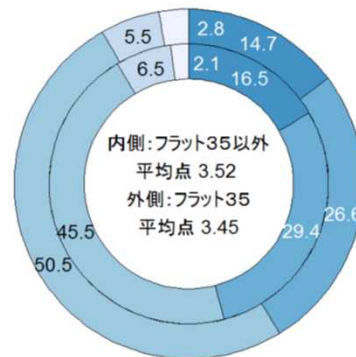
構成比(%)



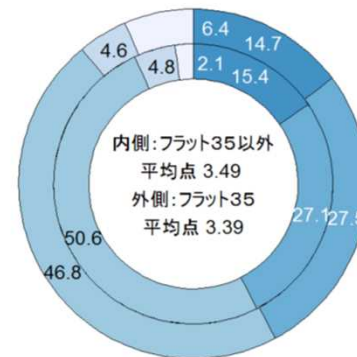
申込みから融資実行
までの事務手続



金融機関の商品説明
や情報提供



住宅・販売事業者
の情報提供



フラット35以外 (内側)

n = 1,391

フラット35 (外側)

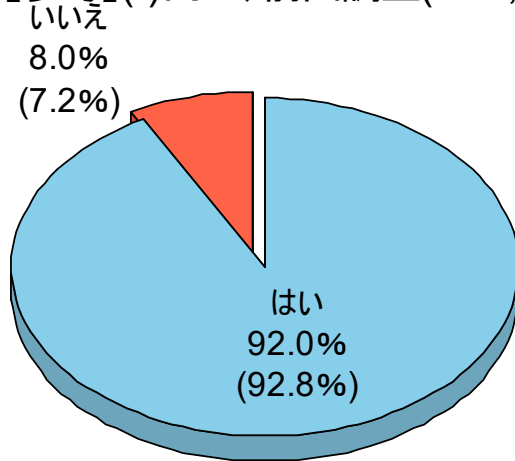
n = 109

11. フラット35の認知状況(民間住宅ローン利用者全体)

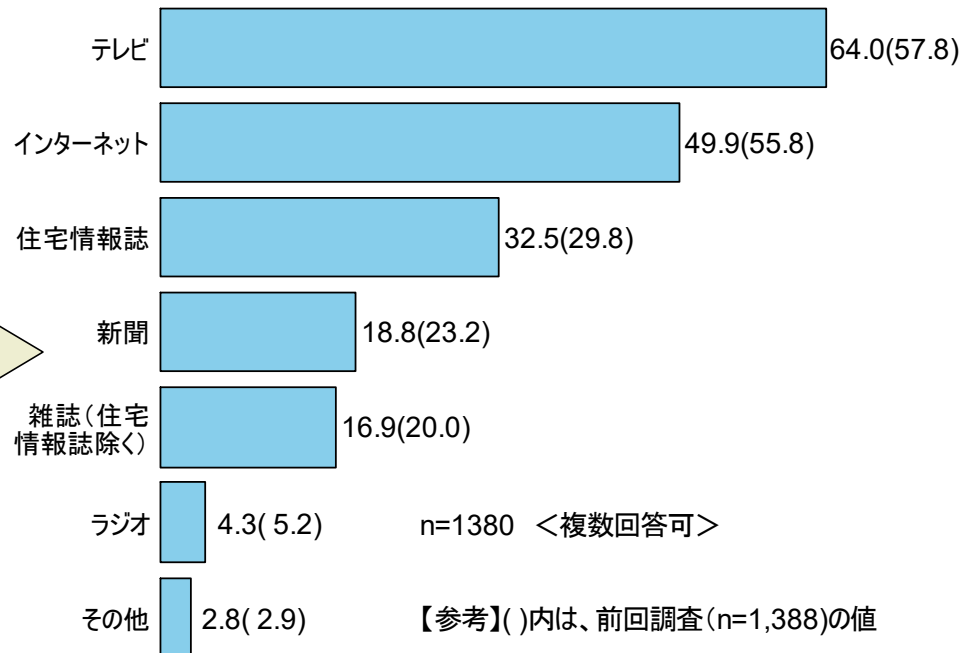
- フラット35の広告や情報を見聞きされたことがある方は、全体の92.0%と高い水準にある。
- 見聞きしたことがある広告や情報の媒体は、「テレビ」(64.0%)が最も多かった。次いで、「インターネット」(49.9%)、「住宅情報誌」(32.5%)と続いた。

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=1,495)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=1,388)の値

【参考】 回答者の基本属性
【住宅ローン利用者】n=1,500

項目		全体		うちフラット35	
		サンプル数	構成比%	サンプル数	構成比%
		1,500	100.0	109	100.0
金利タイプ	全期間固定型	200	13.3	109	100.0
	固定期間選択型	452	30.1	-	-
	変動型	848	56.5	-	-
年齢	20歳代	222	14.8	18	16.5
	30歳代	777	51.8	61	56.0
	40歳代	382	25.5	24	22.0
	50歳代	119	7.9	6	5.5
世帯年収	400万円以下	122	8.1	7	6.4
	400万円超～600万円以下	494	32.9	40	36.7
	600万円超～800万円以下	382	25.5	29	26.6
	800万円超～1,000万円以下	254	16.9	19	17.4
	1,000万円超～1,500万円以下	189	12.6	7	6.4
	1,500万円超	59	3.9	7	6.4
地域	首都圏	484	32.3	26	23.9
	東海圏	189	12.6	14	12.8
	近畿圏	285	19.0	21	19.3
	その他	542	36.1	48	44.0
住宅の種類	注文新築	816	54.4	63	57.8
	(うち敷地同時取得)	(351)	(43.0)	(26)	(41.3)
	注文建替え	50	3.3	3	2.8
	新築建売	150	10.0	13	11.9
	新築マンション	223	14.9	18	16.5
	中古戸建	112	7.5	6	5.5
	中古マンション	149	9.9	6	5.5
返済負担率	10%以下	304	20.3	20	18.3
	10%超～15%以下	398	26.5	32	29.4
	15%超～20%以下	371	24.7	34	31.2
	20%超～25%以下	223	14.9	19	17.4
	25%超～30%以下	117	7.8	2	1.8
	30%超～35%以下	52	3.5	1	0.9
	35%超～40%以下	18	1.2	0	0.0
	40%超	17	1.1	1	0.9

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

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2016～2017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。