

2019年度における 住宅市場動向について

2019年5月



■ 調査のポイント

① 調査の概要

住宅事業者、一般消費者及びファイナンシャルプランナーに対し、今後の住宅市場に関する事項についてアンケート調査を実施し、その結果を取りまとめた資料です。

② 調査結果の主なポイント

【2019年度の住宅取得環境】

■ 住宅事業者の2019年度（2019年4月～2020年3月）の受注・販売等の見込み

- ・「2018年度（前年同期）と比べて増加」が48.4%（前回調査：59.4%）、「同程度」は35.0%（同：29.6%）、「減少」は16.6%（同：11.0%）となった。

■ 一般消費者の2019年度における住宅の買い時感

- ・「買い時」は53.4%（前回調査：50.6%）、「どちらとも言えない」は38.1%（同：40.7%）
- ・「買い時ではない」は8.5%（同：8.6%）

■ ファイナンシャルプランナーの2019年度における住宅の買い時感

- ・「買い時」は45.8%（前回調査：64.5%）、「どちらとも言えない」は42.4%（同：27.4%）
- ・「買い時ではない」は11.9%（同：8.1%）

【住宅事業者の重点的取組事項と一般消費者が重視するポイント】

- ・住宅事業者、一般消費者ともに「建物の性能」が最も多かった。
- ・「建物の性能」で、最も重視するポイントは、住宅事業者は「省エネルギー性」、一般消費者では「高耐久性」だった。

③ 調査方法等

■ 調査時期

2019年2月～3月

■ 調査方法

住宅事業者：ヒアリング・郵送等によるアンケート調査(回答数750)

一般消費者：インターネット調査(2019年4月から1年以内に住宅取得を検討中の25～59歳の方(回答数1,100))

ファイナンシャルプランナー：ヒアリング・郵送等によるアンケート調査(回答数59)

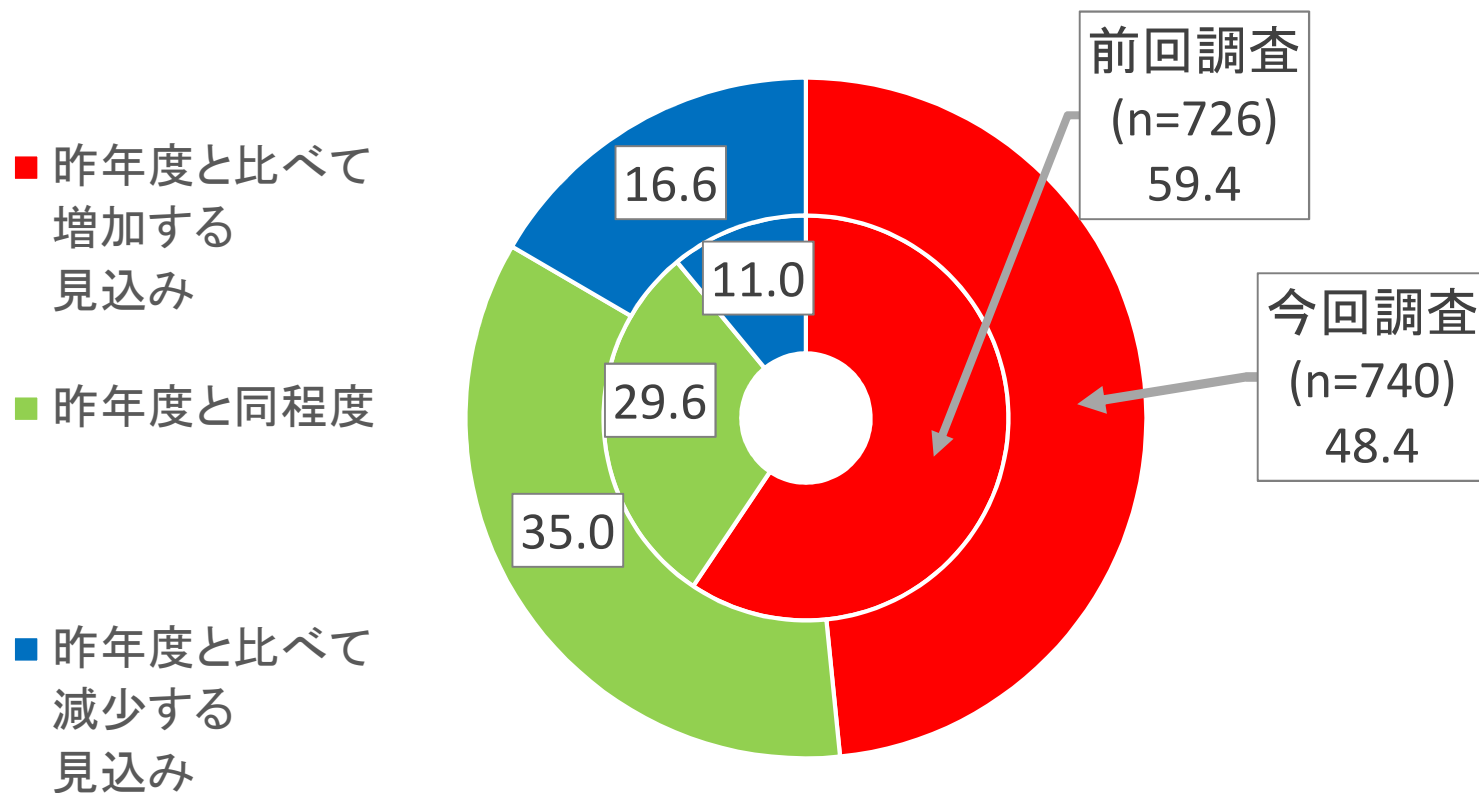
■ 調査項目

2019年度の住宅市場の買い時感、一般消費者のニーズ等に関する事項

1-1. 2019年度の受注・販売等の見込みは？（調査対象：住宅事業者）

2019年度の受注・販売等の見込みでは、昨年度より「増加する見込み」が48.4%と最も多かったが、前回（59.4%）と比較して11ポイント低下した。一方、「減少する見込み」は16.6%と前回調査（11.0%）から約6ポイント上昇した。増加する要因として「消費税引上げ前の住宅取得ニーズがあるから」が減り、「すまい給付金等があるから」が上昇した。一方、減少する要因は「消費税引上げを見越したエンドユーザーの様子見」の影響をあげる回答が最も多い。

■ 2019年度の受注・販売等の見込みについて



（回答構成比％）

1-2. 要因（調査対象：住宅事業者）

■ 増加する要因

（複数回答・3つまで・回答構成比%）

回答項目	今回調査 (n=349)	前回調査 (n=431)
消費税率引上げ前の住宅取得ニーズがあるから	58.7	64.3
マイナス金利政策の導入以降、依然として住宅ローン金利が低いから	46.1	44.3
すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等があるから	30.7	10.9
今後住宅ローン金利が上がると思うから	13.8	17.9
今後住宅価額等が上がると思うから	11.7	10.4
景気の回復感が徐々に広がっているから	11.5	20.9
その他	19.5	27.4

■ 減少する要因

（複数回答・3つまで・回答構成比%）

回答項目	今回調査 (n=121)	前回調査 (n=80)
消費税率引上げを見越したエンドユーザーの様子見傾向	51.2	11.3
景気に先行き不透明感があるから	36.4	31.3
住宅価額等が上昇しているから	33.9	36.3
金利先高感がないから	6.6	8.8
すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等にメリットが感じられないから	2.5	0.0
住宅ローン金利が上昇しているから ※新設	2.5	-
その他	34.7	43.8

（注）今回調査と前回調査では回答項目の文言が一部異なる部分があります。

1-3. 2019年度の受注・販売等の見込み：その他要因

2019年度の受注・販売等について増加すると見込む場合のその他要因では、新規販売予定物件の増加や営業エリア拡大、商品力強化などが挙げられている。

一方、減少すると見込む場合のその他要因では、土地の仕入れ難、価額の高騰などを指摘する回答があった。

その他：受注・販売等が増加する要因（主な回答）	その他：受注・販売等が減少する要因（主な回答）
土地の仕入れ強化、新規販売予定物件の増加	土地の仕入れ難、新規販売予定物件の減少
営業エリア・店舗数の拡大、更なる地方展開	建物・土地価額の高騰傾向
営業体制強化、営業人員の増員	営業エリアの住宅着工の落ち込み
自社ブランド・商品力の取組強化、認知度向上	競合他社の増加
自然災害対応の需要増加	営業人員の減少

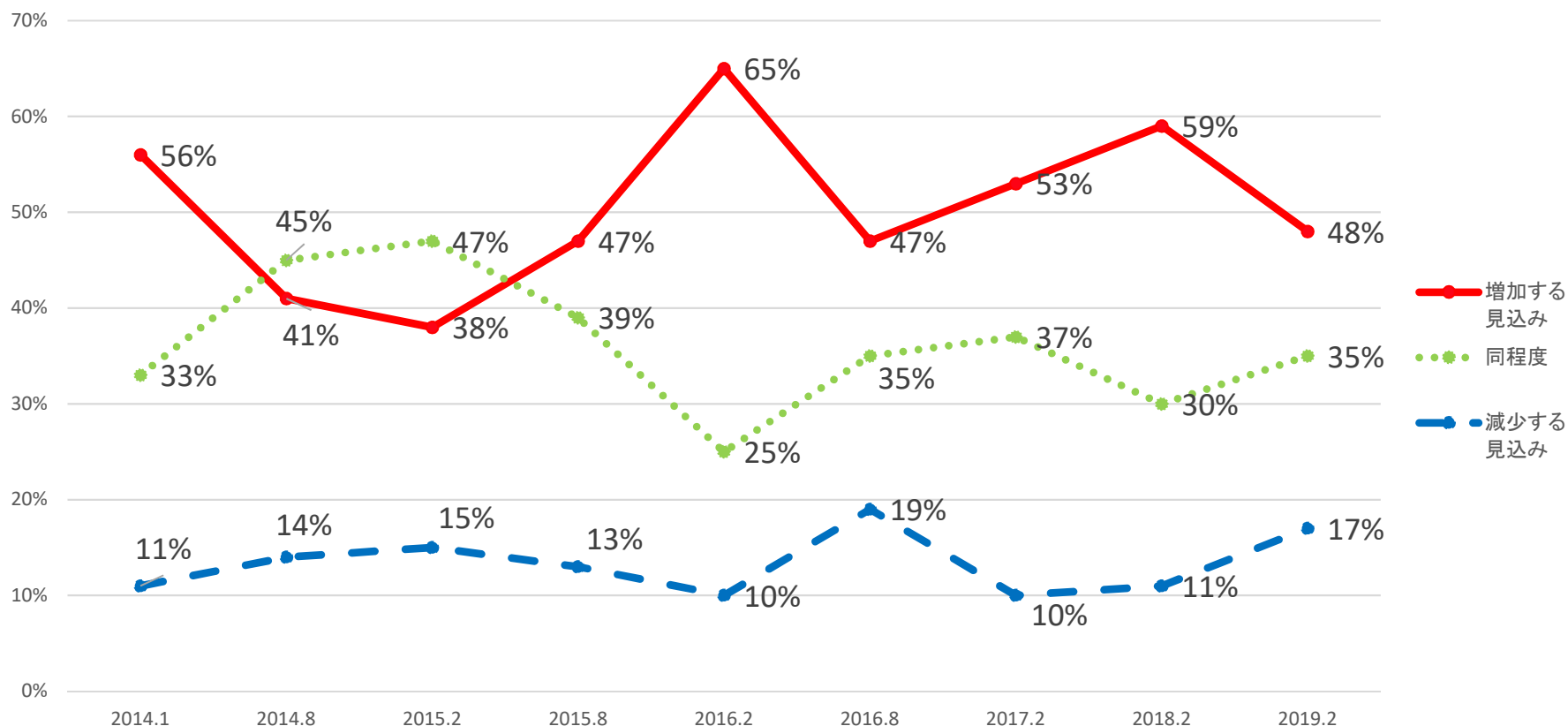
1-4. 受注・販売の見込み【過去調査からの推移】（調査対象：住宅事業者）

2015年2月調査では、消費税率8%への引上げ後の影響もあり「増加」が38%まで低下。2016年2月調査では、消費税率引上げ前の駆け込み効果を主な要因として「増加」が65%まで上昇。

一方、今回調査は「増加」が48%と消費税率引上げ前の駆け込み効果の影響は前回引き上げ時ほどの上下動は現れてはいない。

※ 小数点以下を四捨五入して表示。

■「翌期の受注・販売等の見込み(前年同期比)」の推移

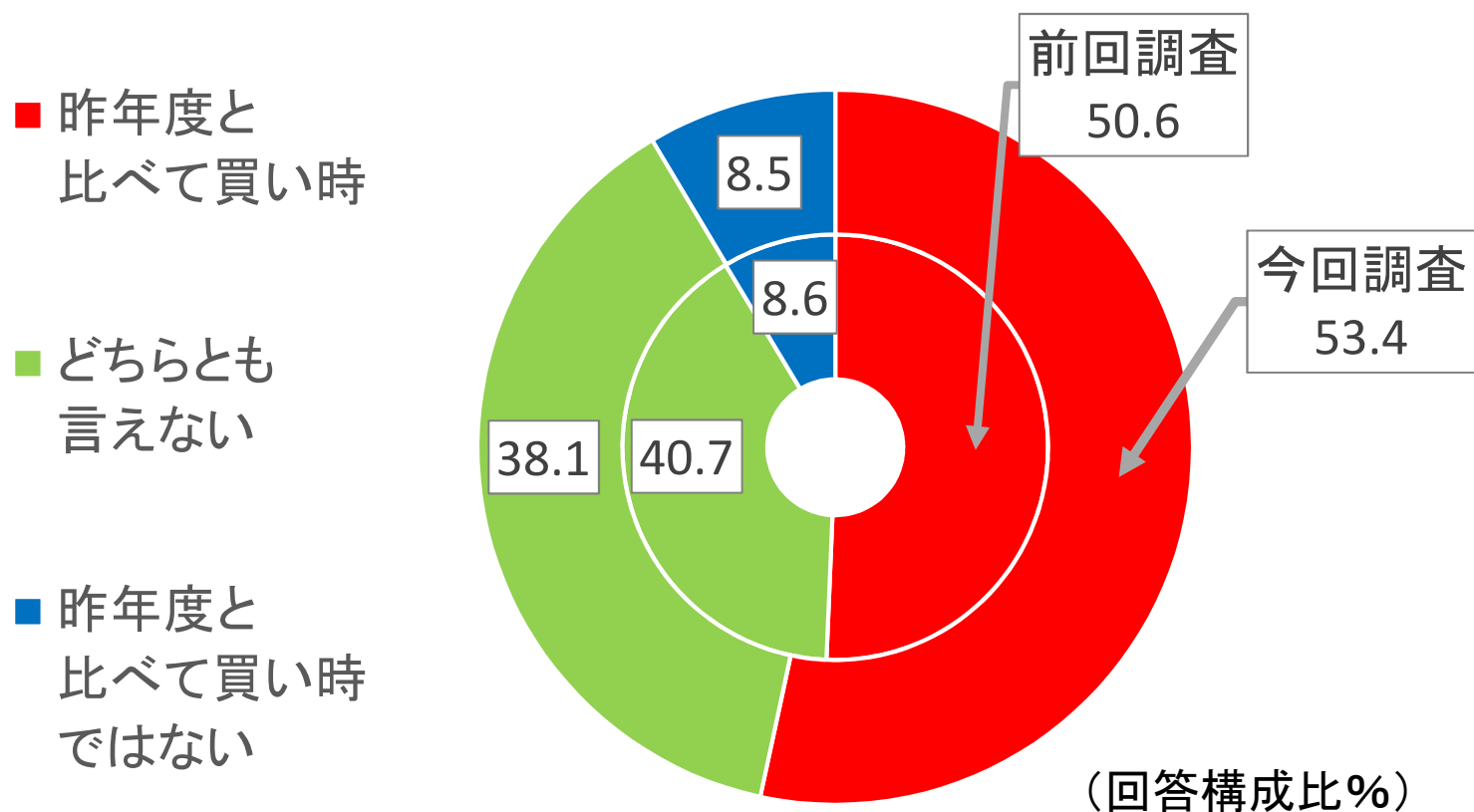


2-1. 2019年度は買い時か？（調査対象：一般消費者）

2019年度における住宅の買い時感では「買い時」との回答が53.4%で最も多かったが、回答構成比そのものは前回調査と概ね同水準だった。

「買い時」と思う要因としては、前回調査と比較して「消費税率引上げの住宅取得ニーズがあるから」が約5ポイント上昇し、80.4%となった。

- これから1年（2019年4月～2020年3月）は住宅の買い時だと思いますか。（今回、前回ともに n=1,100）



2-2. 要因（調査対象：一般消費者）

■ 「買い時」と思う要因

（複数回答・3つまで・回答構成比%）

回答項目	今回調査 (n=587)	前回調査 (n=557)
消費税率引上げ前の住宅取得ニーズがあるから	80.4	75.0
マイナス金利政策の導入以降、依然として住宅ローン金利が低いから	43.4	49.7
今後住宅ローン金利が上がると思うから	26.6	32.1
景気の回復感が徐々に広がっているから	21.5	20.1
すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等があるから	14.3	11.7
今後住宅価額等が上がると思うから	7.3	7.0
その他	1.5	1.3

■ 「買い時ではない」と思う要因

（複数回答・3つまで・回答構成比%）

回答項目	今回調査 (n=94)	前回調査 (n=95)
景気に先行き不透明感があるから	43.6	36.8
今後の消費税率引上げにより家計負担が増えるから	30.9	22.1
住宅価額等が上昇しているから	30.9	35.8
将来の収入に不安があるから	19.1	30.5
住宅ローン金利が上昇しているから ※新設	9.6	-
すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等にメリットが感じられないから	5.3	4.2
その他	10.6	2.1

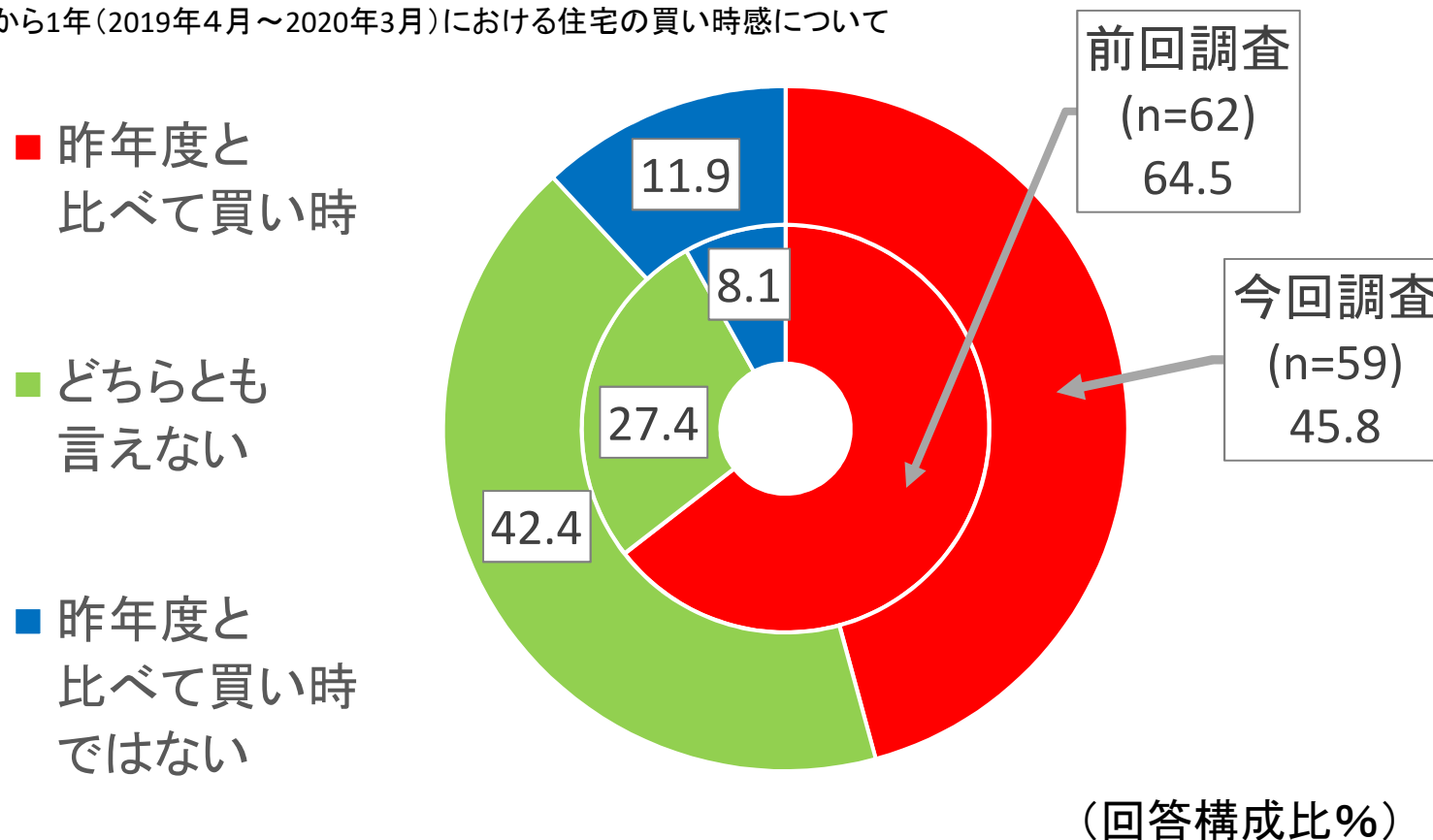
（注）今回調査と前回調査では回答項目の文言が一部異なる部分があります。

3-1. 2019年度は買い時か？(調査対象：ファイナンシャルプランナー)

2019年度における住宅の買い時感では「買い時」との回答が45.8%で最も多かったが、前回(64.5%)と比較して約19ポイント低下した。

一方「どちらとも言えない」は42.4%となり、前回(27.4%)と比較して15ポイント上昇し、買い時感はやや中立的となっている。増加する要因として「すまい給付金等があるから」が約50ポイント増え、一方で「消費税率引上げ前の住宅取得ニーズがあるから」は約33ポイント低下した。

■これから1年(2019年4月～2020年3月)における住宅の買い時感について



3-2. 要因（調査対象：ファイナンシャルプランナー）

■ 「買い時」と思う要因

（複数回答・3つまで・回答構成比%）

回答項目	今回調査 (n=27)	前回調査 (n=40)
マイナス金利政策の導入以降、依然として住宅ローン金利が低いから	88.9	85.0
すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等があるから	66.7	15.0
消費税率引上げ前の住宅取得ニーズがあるから	29.6	62.5
金利先高感があるから	25.9	45.0
住宅価額等の先高感があるから	14.8	17.5
景気の回復感が徐々に広がっているから	3.7	15.0
その他	11.1	5.0

■ 「買い時ではない」と思う要因

（複数回答・3つまで・回答構成比%）

回答項目	今回調査 (n=7)	前回調査 (n=5)
住宅価額等が高騰しているから	57.1	80.0
景気に先行き不透明感があるから	42.9	40.0
将来の消費税率引上げを見越したエンドユーザーの様子見傾向	42.9	0.0
金利先高感がないから	0.0	20.0
住宅ローン金利が上昇しているから ※新設	0.0	-
すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等にメリットが感じられないから	0.0	0.0
その他	57.1	80.0

（注）今回調査と前回調査では回答項目の文言が一部異なる部分があります。

3-3. 住宅取得に向けたアドバイス等は？(調査対象：ファイナンシャルプランナー)

住宅取得に向けたアドバイス等については、金利動向や消費税増税等の外的要因にばかり気を取られるのではなく、教育費や老後の資金計画等を踏まえた自身の将来のライフプラン等をしっかりと把握し、慎重に検討すべきとの声が多くみられた。

2019年度：住宅ローン金利及び住宅ローンの選び方に対するアドバイスのポイント等（主なもの）

消費税は増税だが、消費税が10%になっても軽減措置等により、増税後の取得にメリットがあるケースもある。

増税ばかりに気を取られているが、今回の住宅取得等特別控除では10%に増税後に購入した方が得になる方もいるので、その辺りはよく見極めて購入のタイミングを間違えないようにしていただきたい。

増税ばかりを気にせず、自分のライフプラン・ライフイベントを確認し、購入のタイミングを決められるといいと思う。

施策や金利動向、住宅の価格動向は重要であるが、二次的要素。住宅ローンもお得に借りることだけでなく、ライフプランの中で返しきる、という視点が重要

ライフプランに関しては、家の予算のみではなく、教育費等を含めた家計全体の収支バランスを考慮すること

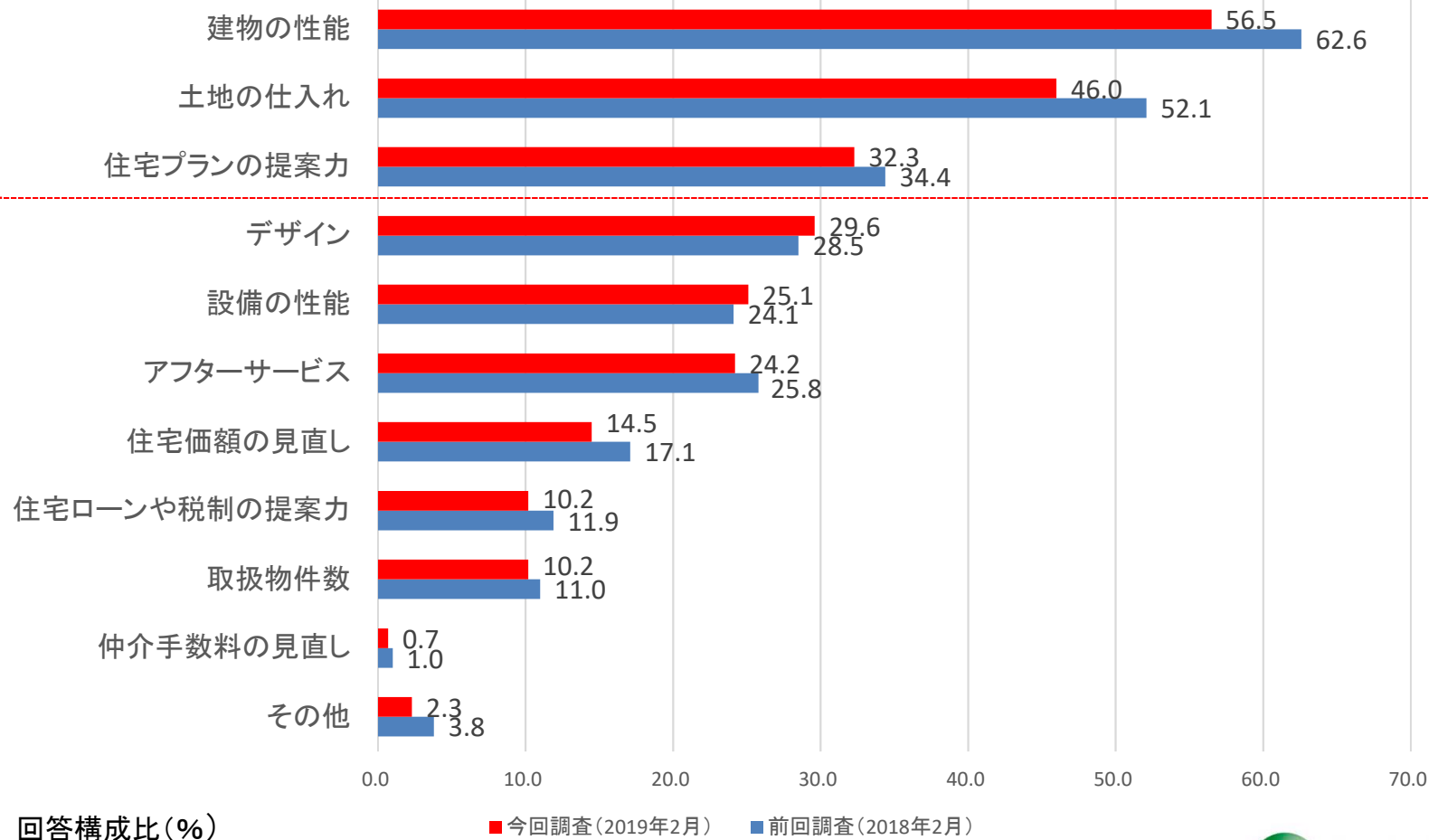
先を見越して住宅資金計画を立てること。老後（又は教育）の資金計画をしっかりと立てること

今後のライフプランをふまえた無理のない資金計画

4-1. 「今後の重点取組事項」は？（調査対象：住宅事業者）

住宅事業者が今後重点的に取り組む事項については、「建物の性能」が最も多く、その後に「土地の仕入れ」、「住宅プランの提案力」、「デザイン」が続いた。

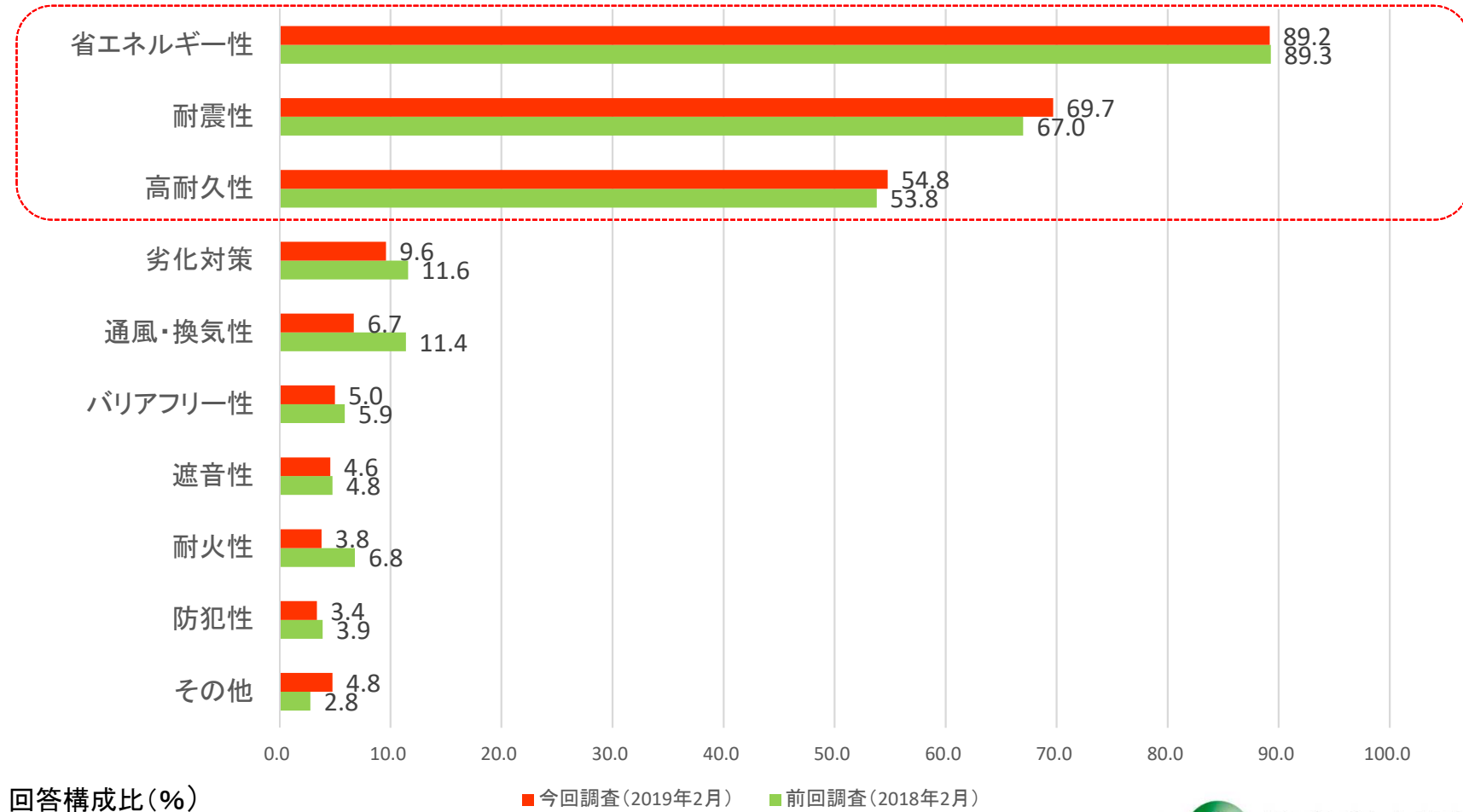
（今回調査n=744、前回調査n=730 複数回答・3つまで）



4-2. 「建物の性能」で重視する事項は？（調査対象：住宅事業者）

「今後の重点取組事項」で「建物の性能」を選択した住宅事業者が重視する事項については、前回調査と同じく「省エネルギー性」が89.2%で最も多く、「耐震性」、「高耐久性」が続いた。

(今回調査n=416、前回調査n=457 複数回答・3つまで)



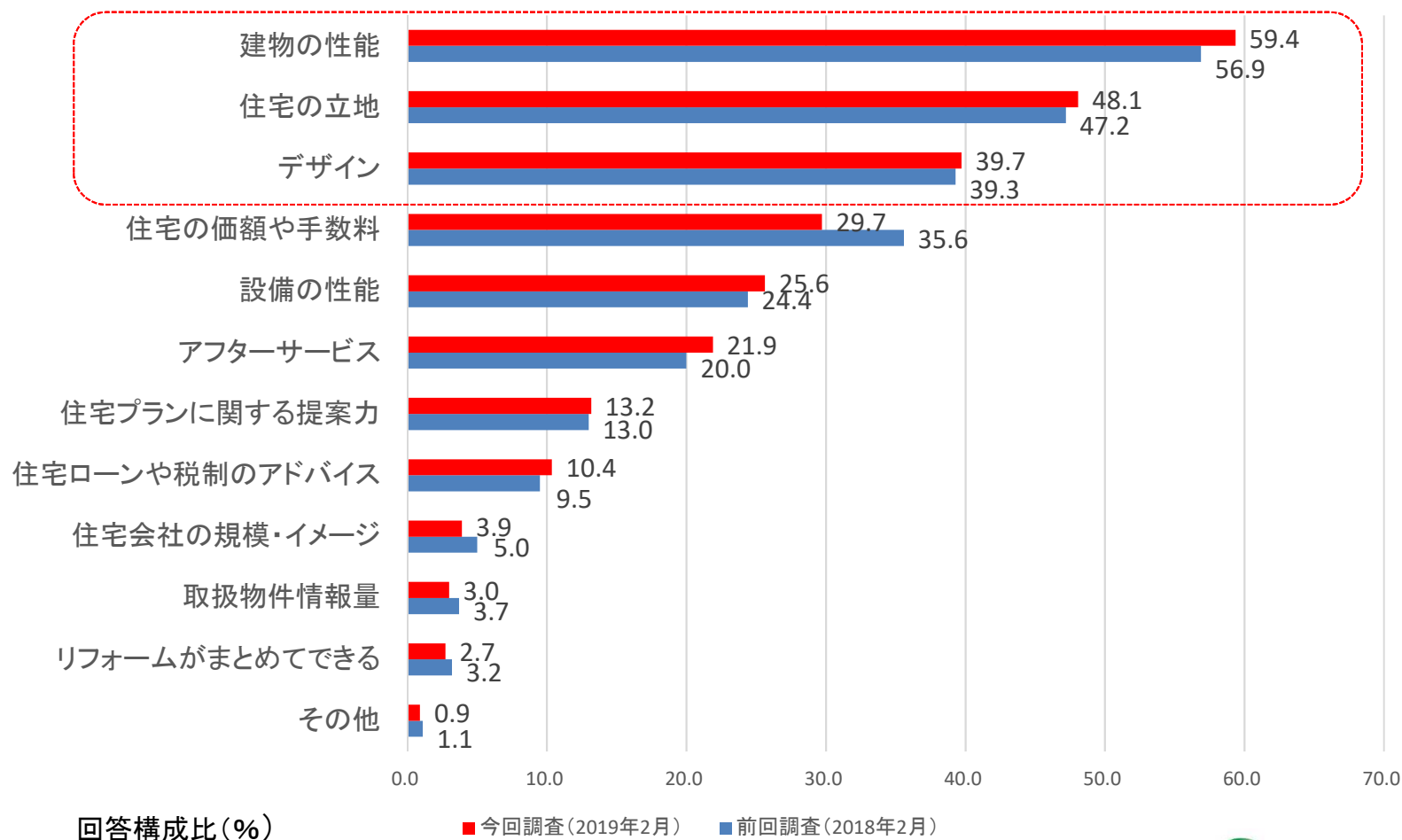
回答構成比(%)

■ 今回調査(2019年2月) ■ 前回調査(2018年2月)

5-1. 「住宅事業者選び」で重視するポイントは？（調査対象：一般消費者）

一般消費者が住宅事業者選びで重視するポイントについては、前回調査と同じく「建物の性能」が59.4%と最も多く、次いで「住宅の立地」、「デザイン」、「住宅の価額や手数料」の順となった。

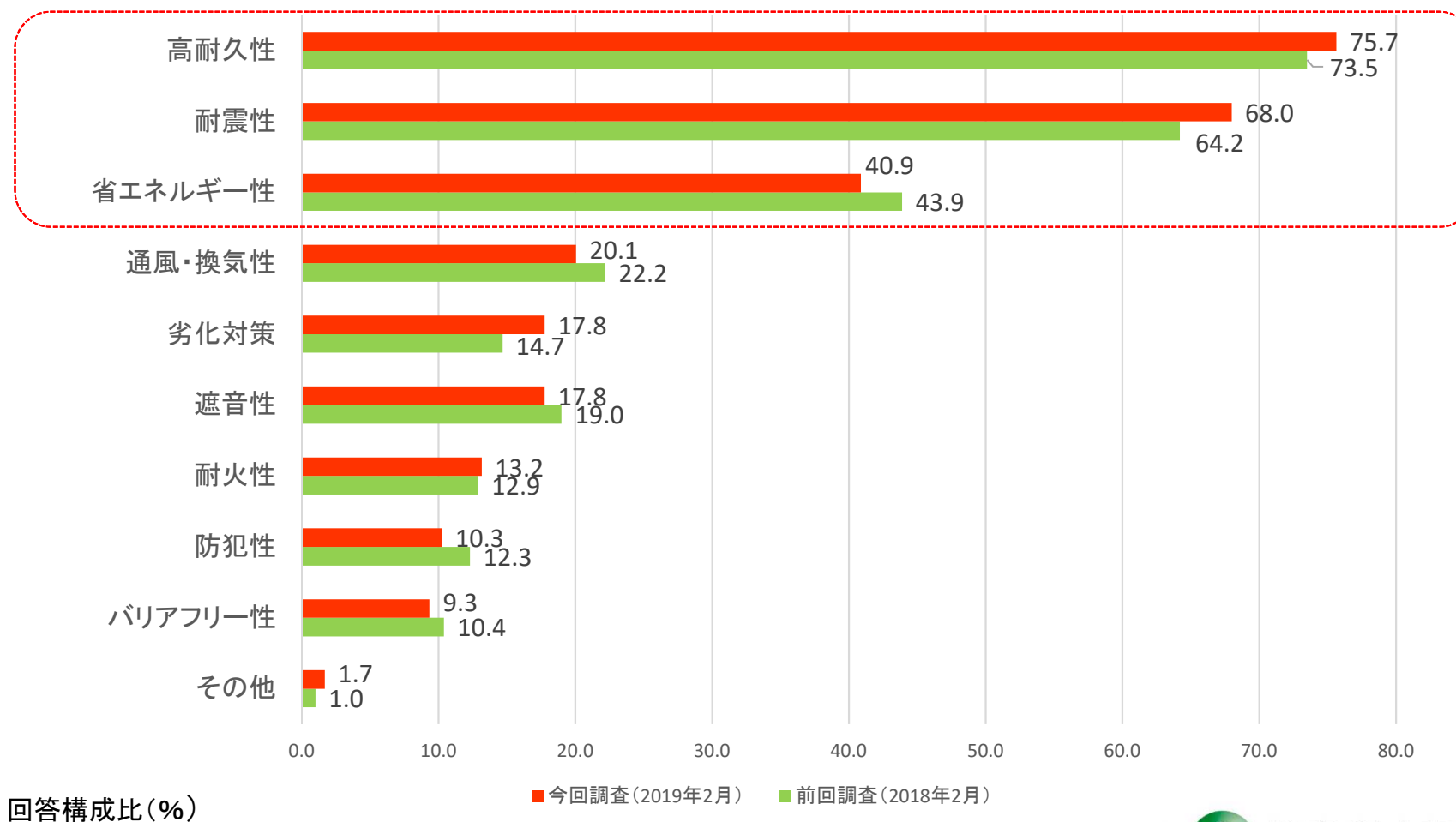
（今回調査n=1,100、前回調査n=1,100 複数回答・3つまで）



5-2. 「建物の性能」で重視するポイントは？（調査対象：一般消費者）

「住宅事業者選びで重視するポイント」で「建物の性能」を選択した一般消費者が重視するポイントについては、前回調査と同じく「高耐久性」が75.7%で最も多く、次いで「耐震性」、「省エネルギー性」の順となった。

（今回調査n=653、前回調査n=626 複数回答・3つまで）

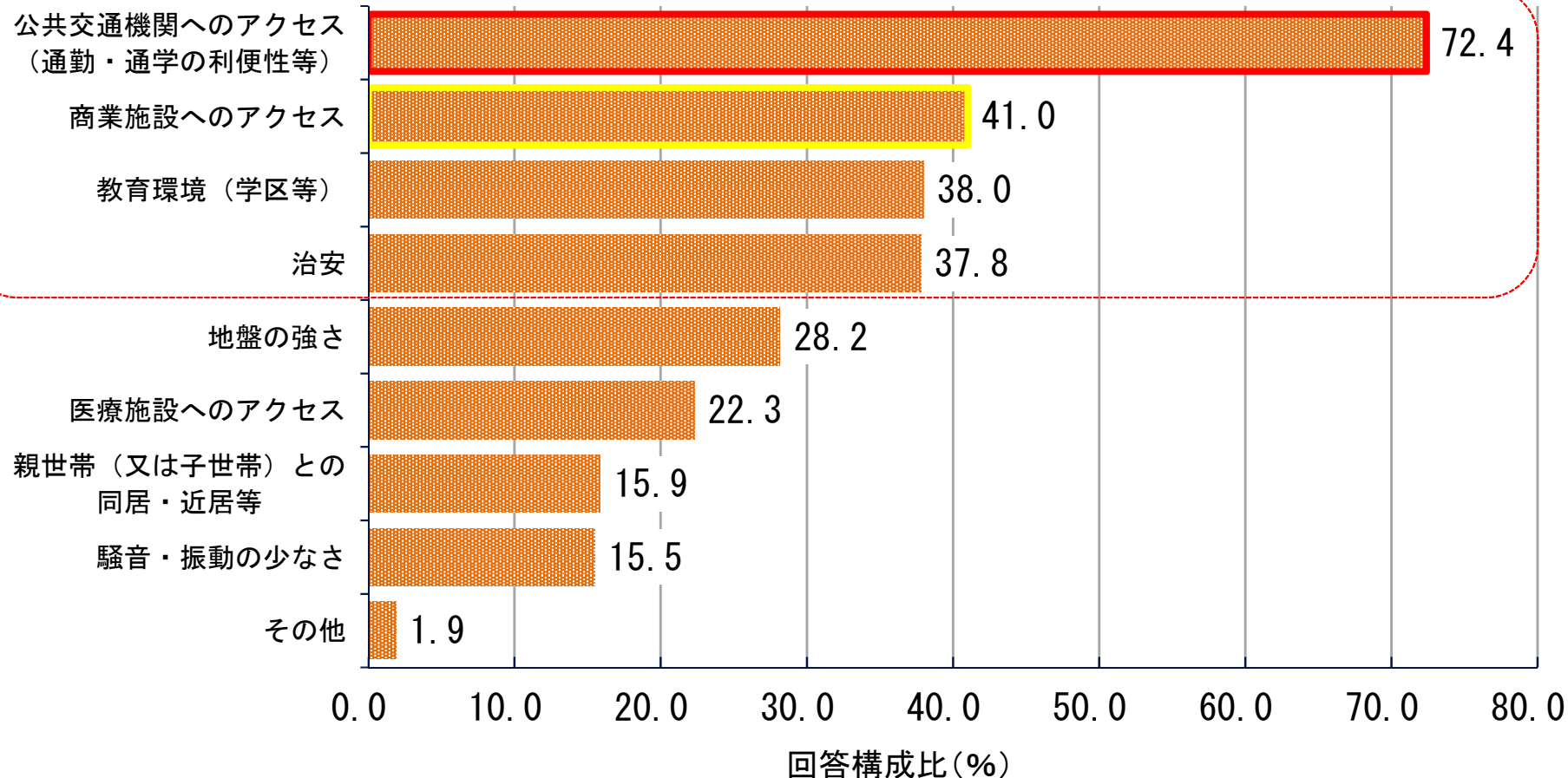


回答構成比(%)

5-3. 「住宅の立地」で重視するポイントは？（調査対象：一般消費者）

「住宅事業者選びで重視するポイント」で「住宅の立地」を選択した一般消費者が重視するポイントについては、「公共交通機関へのアクセス」とする回答が72.4%と最も多かった。また、これに「商業施設へのアクセス」、「教育環境（学区等）」、「治安」などが続いた。さらに、「地盤の強さ」も一定に重視されている。

(n=529 複数回答・3つまで)

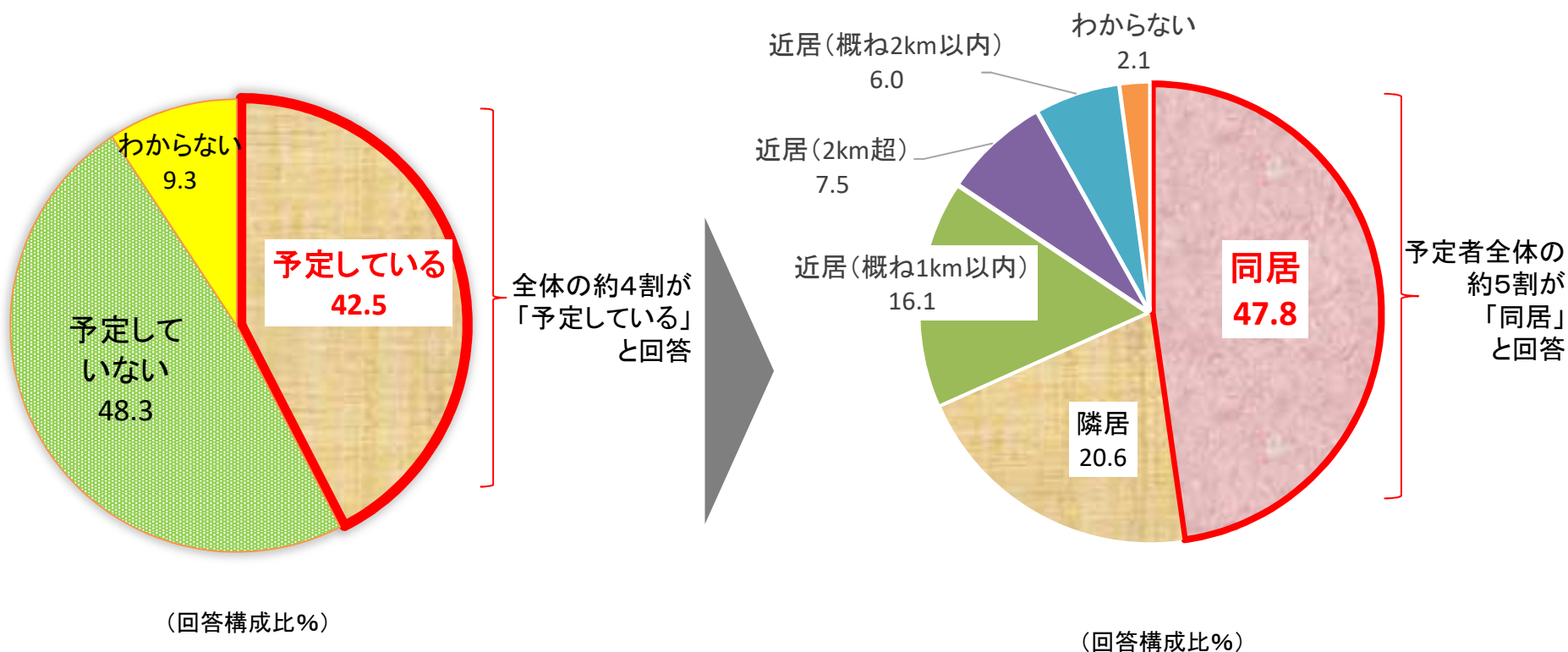


6. 親世帯（又は子世帯）との同居・隣居・近居予定（調査対象：一般消費者）

住宅取得に際して、親世帯（又は子世帯）と同居・隣居・近居を予定しているか尋ねたところ、全体の約4割（42.5%）が「予定している」と回答した。

■住宅取得に際して、親世帯（又は子世帯）と同居・隣居・近居を予定していますか（n=1,100）

■住宅取得に際して、親世帯（又は子世帯）との同居・隣居・近居の予定の別（n=467）

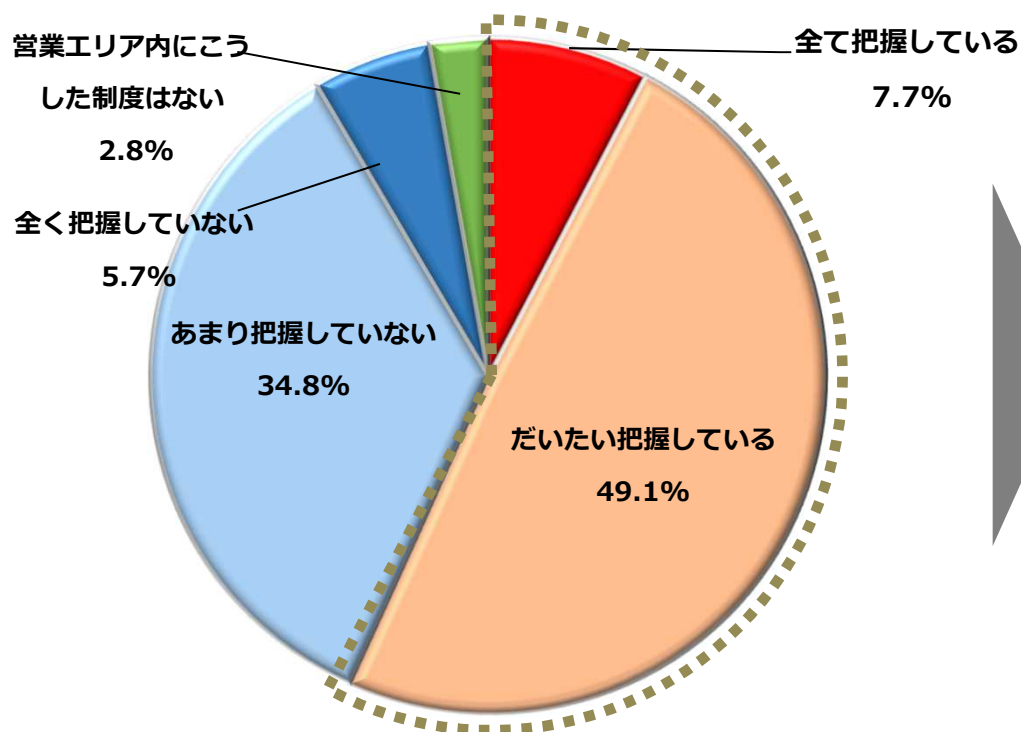


7-1. 地方公共団体の補助金交付等の制度の活用状況（調査対象：住宅事業者）

一部の地方公共団体で実施されている「子育て世帯、親世帯と子世帯の同居・近居、UIターン等に関する住宅取得者に対する補助金交付等の制度」の認知度は、「全て把握している」が7.7%（前回調査：6.9%）、「だいたい把握している」が49.1%（同：47.5%）となった。そのうち、日頃の営業で「活用している」は52.3%（同：41.6%）であった。

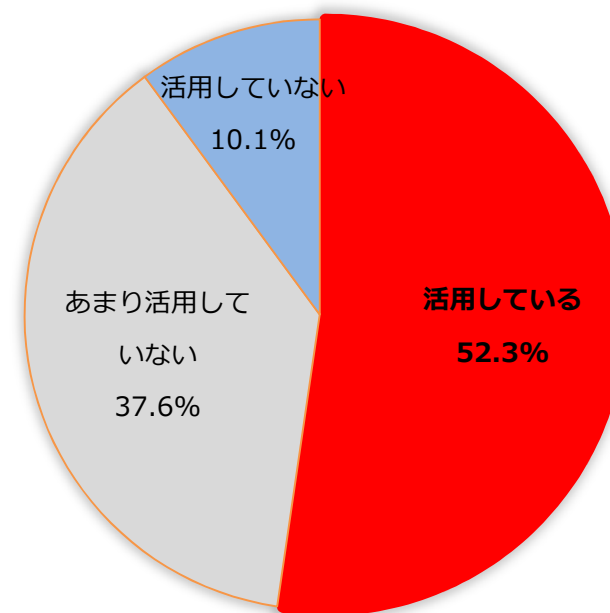
■ 営業エリア内にある「子育て世帯、親世帯と子世帯の同居・近居、UIターン等に関する住宅取得者に対する補助金交付等の制度」の認知度

(n=742)



■ 日頃の営業での活用状況

(n=415)



7-2. 地方公共団体の補助金交付等の制度を活用しない理由（調査対象：住宅事業者）

地方公共団体の補助金交付等の制度を活用しない理由については、「利用対象が限定されているため」が84.1%と最も多かった。

(n=189 複数回答)

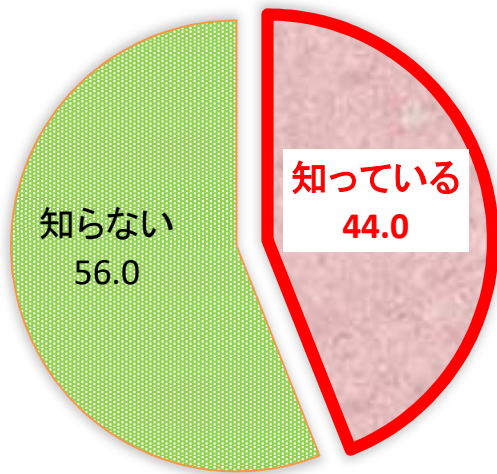
回答項目	調査結果
利用対象が限定されているため	84.1%
制度が複雑なため	16.9%
手続きに時間がかかるため	12.2%
補助金等の金額が少ないため	10.1%
制度の把握に労力を要するため	9.0%
その他	9.5%

7-3. 地方公共団体の補助金交付等の制度に対する認知度（調査対象：一般消費者）

一部の地方公共団体で実施されている「子育て世帯の住宅取得、親世帯と子世帯の同居・近居、UIJターン等に関する住宅取得者に対する補助金交付等の制度」を認知している割合は44.0%（前回調査：41.9%）となった。当該制度を知ったきっかけは、「地方公共団体の窓口」が33.7%で最も多かった。

■「子育て世帯、親世帯と子世帯の同居・近居、UIJターン等に関する住宅取得者に対する補助金交付等の制度」の認知度

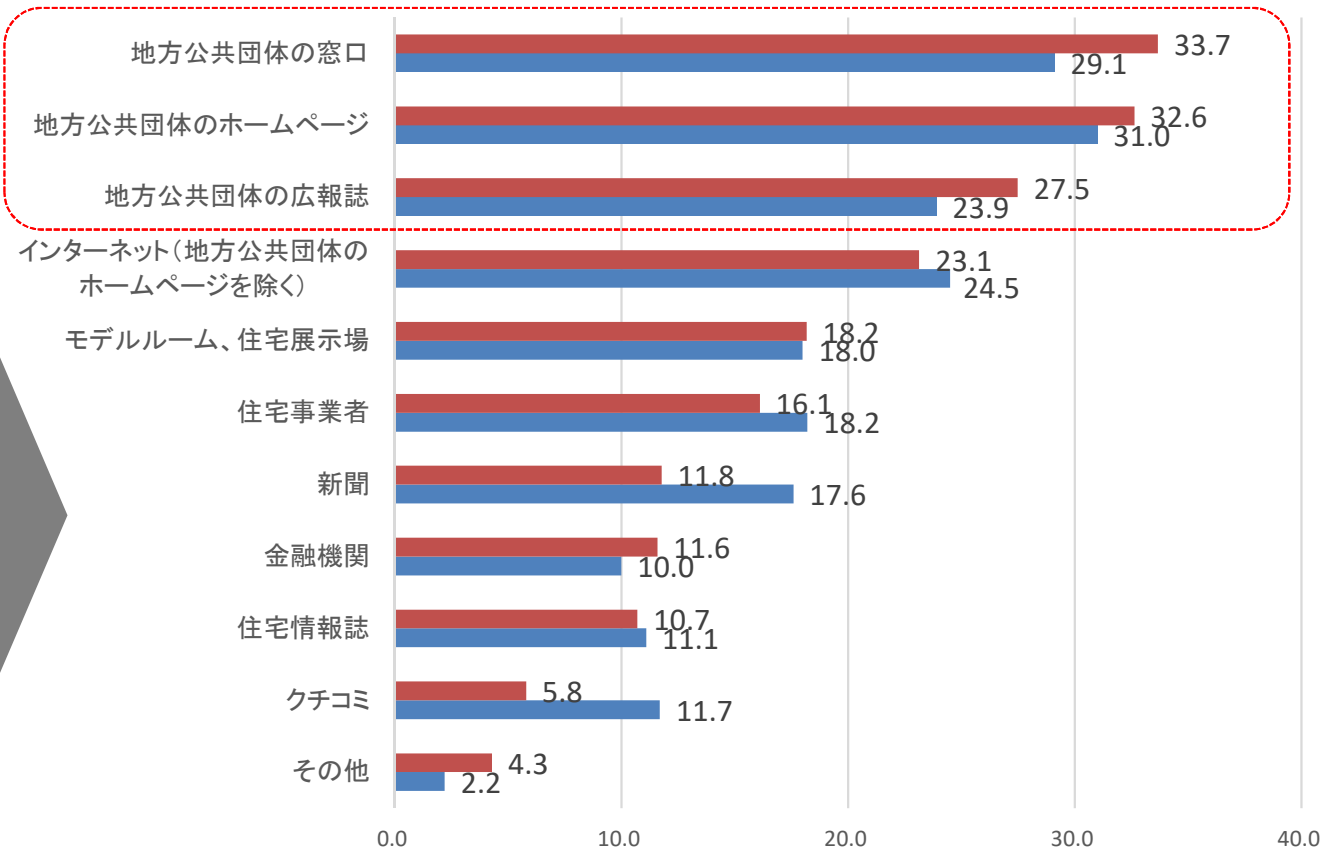
(n=1,100)



(回答構成比%)

■地方公共団体の補助金交付等の制度を知ったきっかけ

(今回調査n=484、前回調査n=461 複数回答)



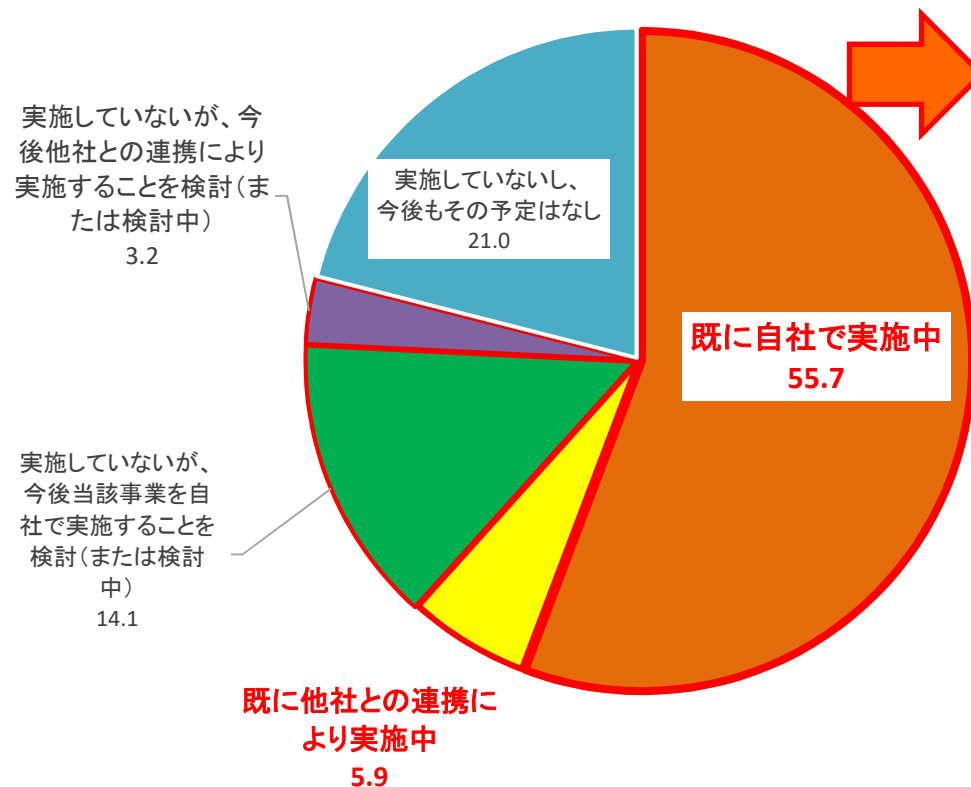
8-1. リフォーム・リノベーションや買取再販等について（調査対象：住宅事業者）

リフォーム、リノベーションや買取再販等の事業については、実施済み（他社との連携を含む）が61.6%、これに実施を検討している住宅事業者を含めると78.9%となった。なお、実施または検討している事業は「リフォーム」が73.5%、「リノベーション」が72.5%、「買取再販」が52.8%となった。

■ リフォーム、リノベーションや買取再販等の事業について (n=723)

■ 実施または検討している事業(回答構成比)

(回答構成比%)



(n=563 複数回答)

リフォーム (クロスの張り替え等簡易な修繕工事)	73.5%
リノベーション (省エネなどの性能や機能を向上させる工事)	72.5%
買取再販 (既存住宅を買い上げ、リフォーム・リノベーションを行って再販売する事業)	52.8%
その他	2.8%

※ 上記は、

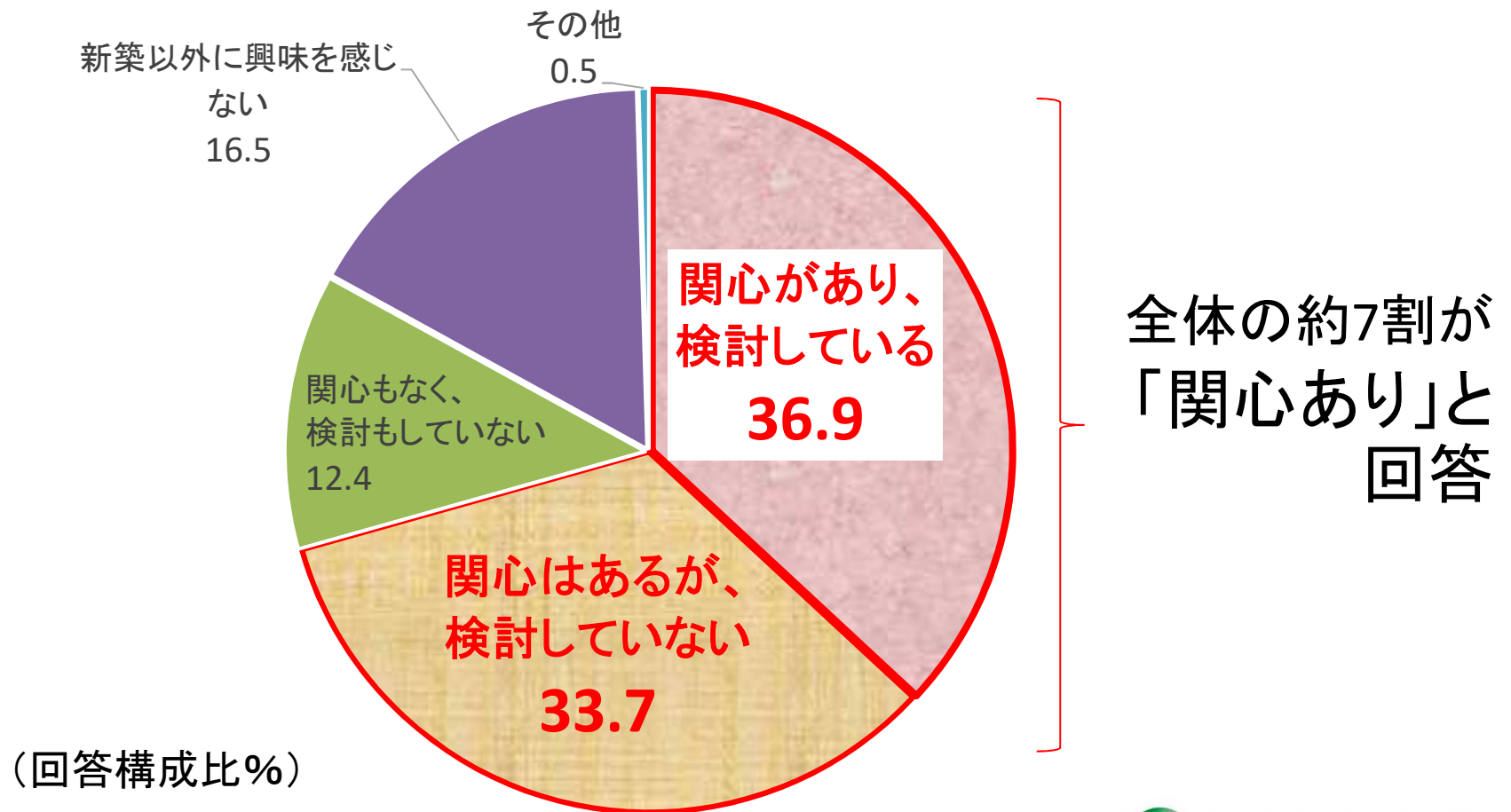
- 既に自社で実施中
- 既に他社との連携により実施中
- 実施していないが、今後当該事業を自社で実施することを検討（または検討中）
- 実施していないが、今後他社との連携により実施することを検討（または検討中）

と回答した住宅事業者に対する質問事項

8-2. 「リフォーム」された中古住宅の購入等について（調査対象：一般消費者）

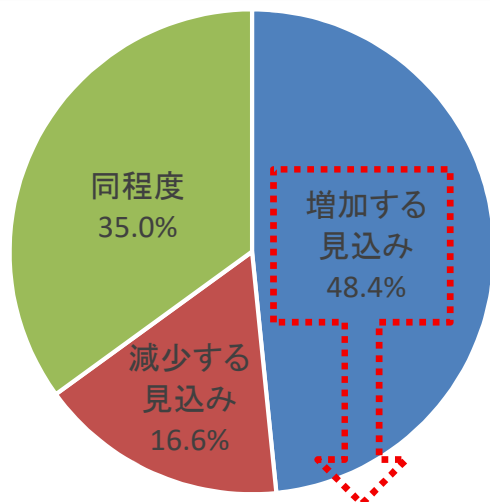
「「リフォーム」された中古住宅の購入や、購入と併せて「リフォーム」をするような住宅の取得方法」について尋ねると、「関心があり、検討している」が36.9%で最も多く、次いで「関心はあるが、検討していない」が33.7%と、全体の約7割が「関心あり」と回答している。一方、「新築以外に興味を感じない」は16.5%だった。

■「リフォーム」された中古住宅の購入や、購入と併せて「リフォーム」をするような住宅の取得方法について(n=1,100)



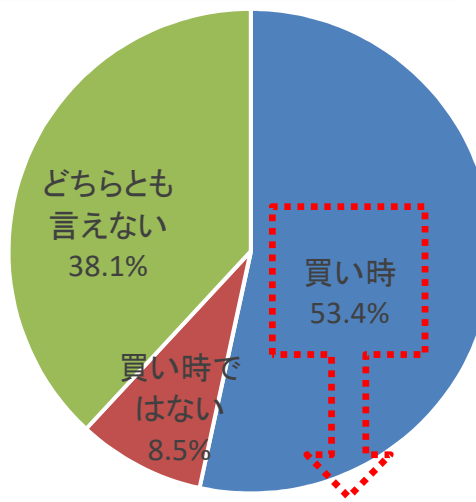
まとめ1. 2019年度の住宅市場

【住宅事業者への調査結果】
2019年度の受注・販売等
の見込みとその要因 ※P2 参照



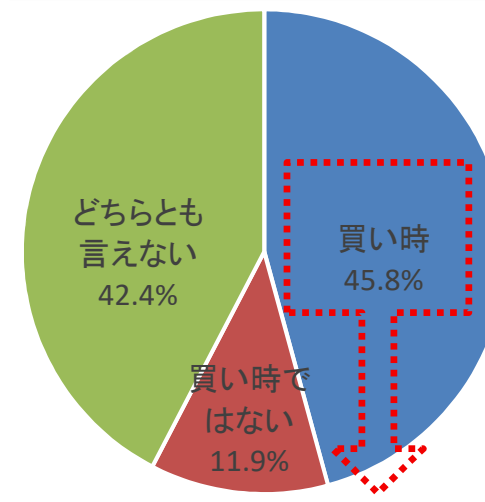
1位	消費税率引上げ前の住宅取得ニーズがあるから	58.7 (64.3)
2位	マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低いから	46.1 (44.3)
3位	すまい給付金、住宅ローン減税等があるから	30.7 (10.9)
4位	その他	19.5 (27.4)
5位	金利先高感があるから	13.8 (17.9)

【一般消費者への調査結果】
2019年度の買い時感と
その要因 ※P6 参照



1位	消費税率引上げ前の住宅取得ニーズがあるから	80.4 (75.0)
2位	マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低いから	43.4 (49.7)
3位	金利先高感があるから	26.6 (32.1)
4位	景気の回復感が徐々に広がっているから	21.5 (20.1)
5位	すまい給付金、住宅ローン減税等があるから	14.3 (11.7)

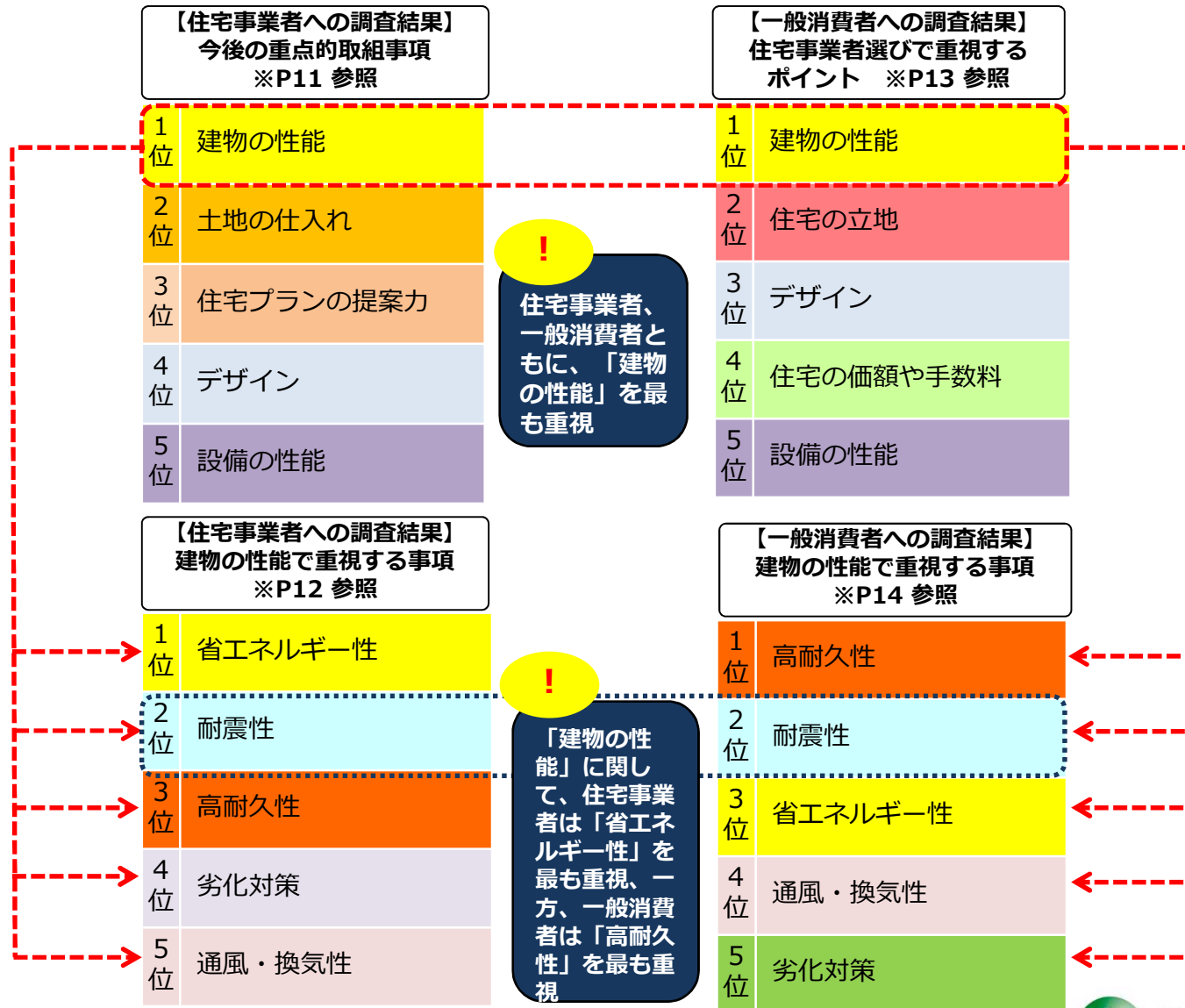
【ファイナンシャルプランナーへの調査結果】
2019年度の買い時感と
その要因 ※P8 参照



1位	マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低いから	88.9 (85.0)
2位	すまい給付金、住宅ローン減税等があるから	66.7 (15.0)
3位	消費税率引上げ前の住宅取得ニーズがあるから	29.6 (62.5)
4位	金利先高感があるから	25.9 (45.0)
5位	住宅価額等の先高感があるから	14.8 (17.5)

(注) ()内は前回調査。回答構成比 (%)
(注) ここでは、相互の比較を分かりやすくするために、各項目の表記を揃えています。

まとめ2. 住宅事業者の重点的取組事項と一般消費者が重視するポイント





住宅金融支援機構
Japan Housing Finance Agency

お問い合わせ先

独立行政法人住宅金融支援機構 団信・個人業務部個人業務グループ
電話 03-5800-8448 (直通)