

# 平成30年度における 住宅市場動向について

平成30年4月



住宅金融支援機構  
Japan Housing Finance Agency

# ■ 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

【平成30年度の住宅取得環境】

- 住宅事業者の平成30年度（平成30年4月～平成31年3月）の受注・販売等の見込み
  - ・「平成29年度（前年同期）と比べて増加」が59.4%、「同程度」は29.6%、「減少」は11.0%となった。
- 一般消費者の平成30年度における住宅の買い時感
  - ・「買い時」は50.6%だったが、「どちらとも言えない」も40.7%あった。
  - ・「買い時ではない」は8.6%だった。
- ファイナンシャルプランナーの平成30年度における住宅の買い時感
  - ・「買い時」は64.5%（前回調査※：67.2%） 「どちらとも言えない」は27.4%（同：20.7%）
  - ・「買い時ではない」は8.1%（同：12.1%）

【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。

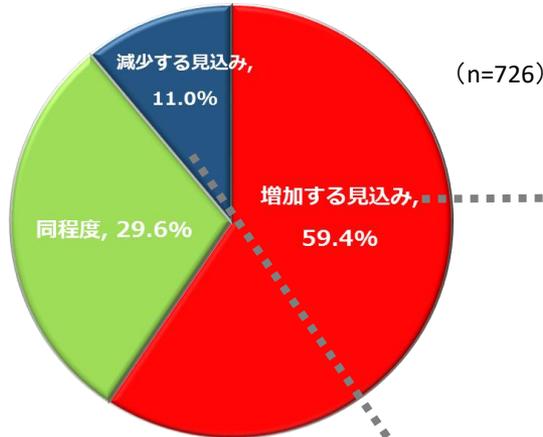
## ③ 調査方法等

- 調査時期  
平成30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733)  
一般消費者：インターネット調査(平成30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62)
- 調査項目  
平成30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

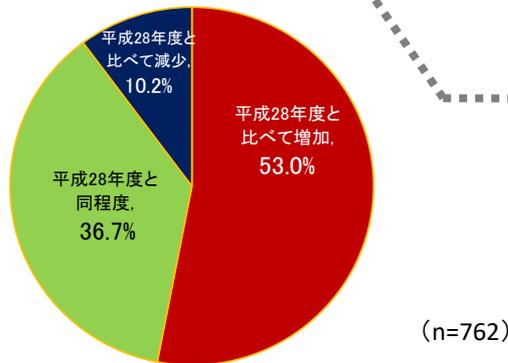
# 1-1. 平成30年度の受注・販売等の見込みは？（調査対象：住宅事業者）

平成30年度の受注・販売等の見込みでは「平成29年度と比べて増加」が59.4%で最も多かった。増加する要因としては、前回調査と比較して「金利先高感があるから」が約10ポイント低下した一方で、「消費税率引上げ前の駆け込み効果」が約31ポイント上昇した。

## ■ 平成30年度の受注・販売等の見込みについて



## ■ (参考) 前回調査 (平成29年4月公表) 平成29年度の受注・販売等の見込みについて



## ■ 増加する要因

(複数回答・3つまで)

回答項目	今回調査 (n=431)	前回調査 (n=404)
<b>消費税率引上げ前の駆け込み効果</b>	<b>64.3%</b>	<b>32.4%</b>
マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低水準だから	44.3%	47.5%
景気の回復感が徐々に広がっているから	<b>20.9%</b>	<b>13.6%</b>
<b>金利先高感があるから</b>	17.9%	28.5%
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	10.9%	17.6%
住宅価額等の先高感があるから	10.4%	12.6%
その他	27.4%	28.2%

\* 赤字表示は前回調査比 +10ポイント以上、青字表示は前回調査比 -10ポイント以下

## ■ 減少する要因

(複数回答・3つまで)

回答項目	今回調査 (n=80)	前回調査 (n=78)
住宅価額等が高騰しているから	36.3%	20.5%
景気に先行き不透明感があるから	31.3%	28.2%
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	11.3%	28.2%
金利先高感がないから	8.8%	15.4%
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%	6.4%
その他	43.8%	47.4%

(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 - 2. 平成30年度の受注・販売等の見込み：その他要因

平成30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、流通物件の促進や販売体制の見直し、商品力向上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、営業エリアの供給過剰、土地の仕入難等を指摘する回答があった。

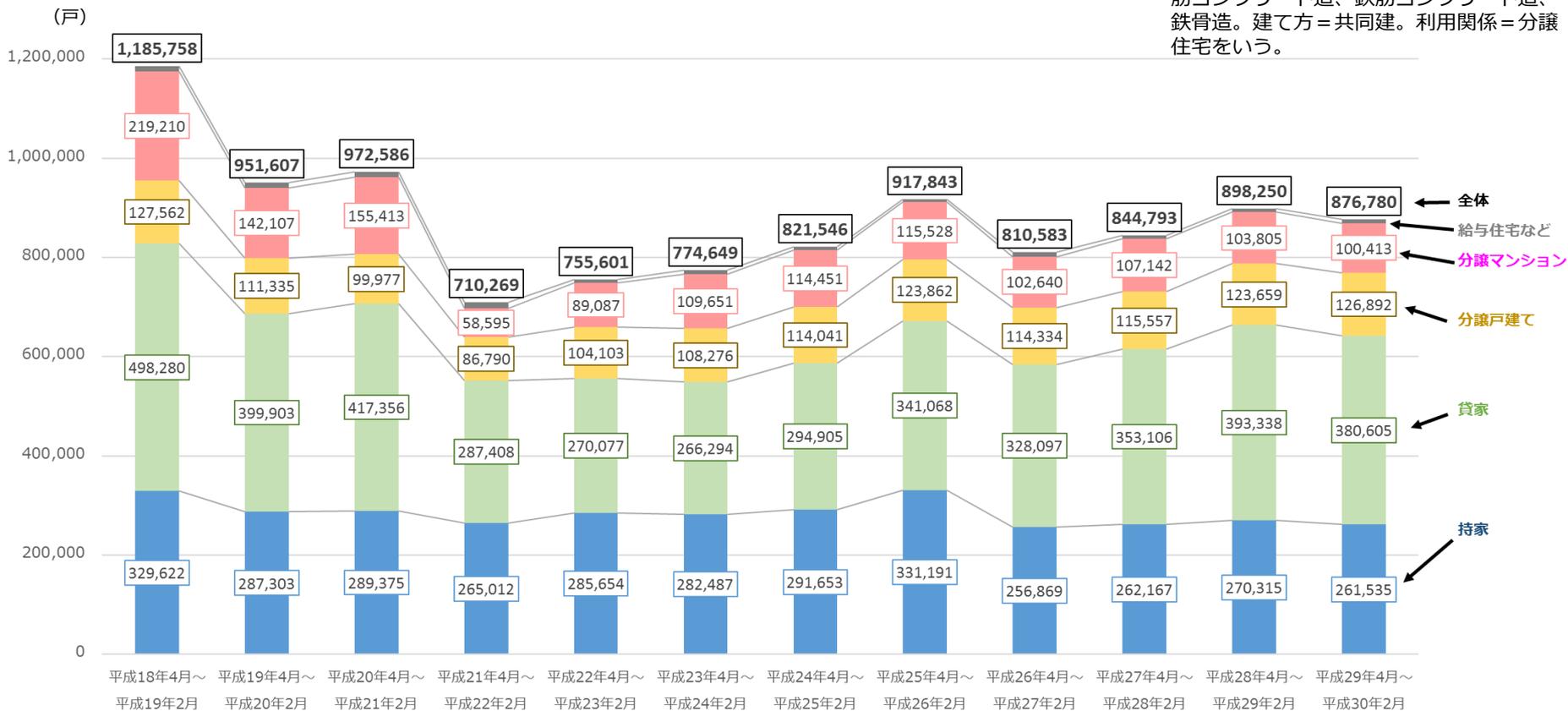
その他：受注・販売等が増加する要因（主な回答）	その他：受注・販売等が減少する要因（主な回答）
土地の仕入れ強化	良好な分譲地確保が困難
販売体制の変更・改善	エリアの供給過剰
営業人員の増員	市場の冷え込み（住環境過多）、消費増税のかけ込みが見込めないため
店舗数、拠点数増加のため	用地の仕入が予定通りにできていなかったため
Z E H仕様を標準とし、補助金活用による営業を実施	営業マンの戦力ダウン

# (参考) 新設住宅着工戸数の推移

2017年4月-2018年2月期累計は、全国が前年同期比-2.4%の876,780戸。持家が同-3.2%、貸家が同-3.2%、分譲戸建てが同+2.6%、分譲マンションが同-3.2%。

新設住宅着工戸数（2017年4月-2018年2月累計）【全国】

(注) 分譲マンションとは、構造＝鉄骨鉄筋コンクリート造、鉄筋コンクリート造、鉄骨造。建て方＝共同建。利用関係＝分譲住宅をいう。

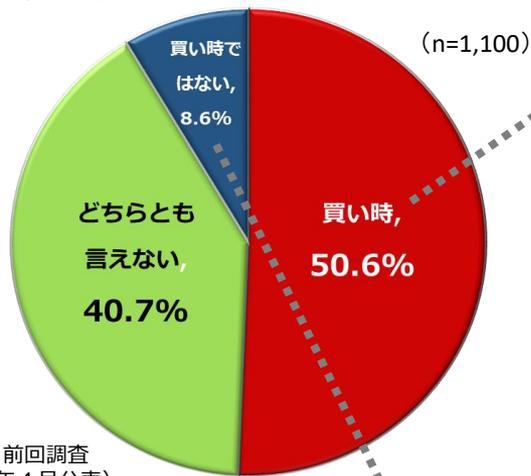


(資料) 国土交通省「建築着工統計調査報告」(月次データ)をもとに作成

## 2. 平成30年度は買い時か？（調査対象：一般消費者）

平成30年度における住宅の買い時感では「買い時」が50.6%で最も多かった。  
 「買い時」と思う要因としては、前回調査と比較して「今後消費税率が引上げられるから」が約6ポイント上昇し、75.0%となった。

■ これから1年（平成30年4月～平成31年3月）は住宅の買い時だと思いますか。



■（参考）前回調査（平成29年4月公表）  
 これから1年（平成29年4月～平成30年3月）は住宅の買い時だと思いますか。



■ 「買い時」と思う要因

（複数回答・3つまで）

回答項目	今回調査 (n=557)	前回調査 (n=581)
今後消費税率が引上げられるから（住宅の場合、平成31年10月1日以降の引渡しは消費税率10%とされています（請負契約の場合は経過措置あり））	75.0%	68.8%
マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低いから	49.7%	54.6%
今後住宅ローン金利が上がると思うから	32.1%	32.4%
景気の回復感が徐々に広がっているから	20.1%	21.0%
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	11.7%	16.7%
今後住宅価額等が上がると思うから	7.0%	10.2%
その他	1.3%	1.4%

■ 「買い時ではない」と思う要因

（複数回答・3つまで）

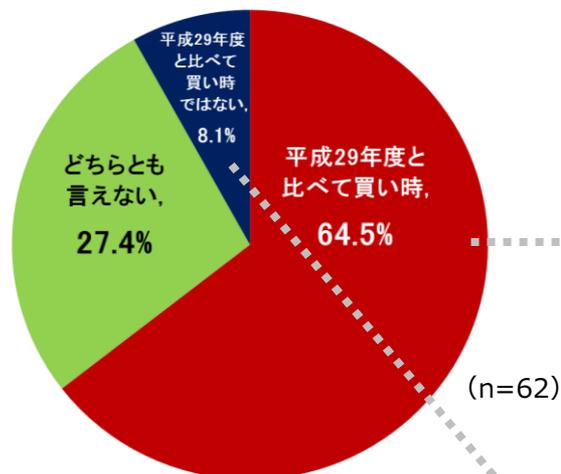
回答項目	今回調査 (n=95)	前回調査 (n=76)
景気に先行き不透明感があるから	36.8%	43.4%
住宅価額等が上昇しているから	35.8%	35.5%
将来の収入に不安があるから	30.5%	22.4%
今後の消費税率引上げにより家計負担が増えるから（住宅の場合、平成31年10月1日以降の引渡しは消費税率10%とされています（請負契約の場合は経過措置あり））	22.1%	25.0%
住宅ローン金利がしばらく上がりそうにないから	11.6%	13.2%
すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等にメリットが感じられないから	4.2%	9.2%
その他	2.1%	5.3%

（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。

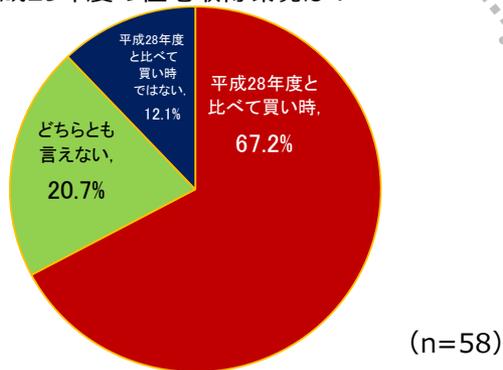
### 3. 平成30年度は買い時か？（調査対象：ファイナンシャルプランナー）

平成30年度における住宅の買い時感については「買い時」が64.5%となった。  
 「買い時」と思う要因としては、前回と比較して「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」が約31ポイント低下する一方で、「消費税率引上げ前の駆け込み効果」が約24ポイント上昇、「マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低水準だから」が約16ポイント上昇した。

#### ■ 平成30年度の住宅取得環境は？



#### ■ (参考) 前回調査（平成29年4月公表） 平成29年度の住宅取得環境は？



#### ■ 「買い時」と思う要因

(複数回答・3つまで)

回答項目	今回調査 (n=40)	前回調査 (n=39)
<u>マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低水準だから</u>	<b>85.0%</b>	69.2%
<u>消費税率引上げ前の駆け込み効果</u>	<b>62.5%</b>	38.5%
金利先高感があるから	45.0%	51.3%
住宅価額等の先高感があるから	17.5%	15.4%
<u>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</u>	<b>15.0%</b>	46.2%
景気の回復感が徐々に広がっているから	15.0%	17.9%
その他	5.0%	5.1%

\* 赤字表示は前回調査比 +10ポイント以上、青字表示は前回調査比 -10ポイント以下

#### ■ 「買い時ではない」と思う要因

(複数回答・3つまで)

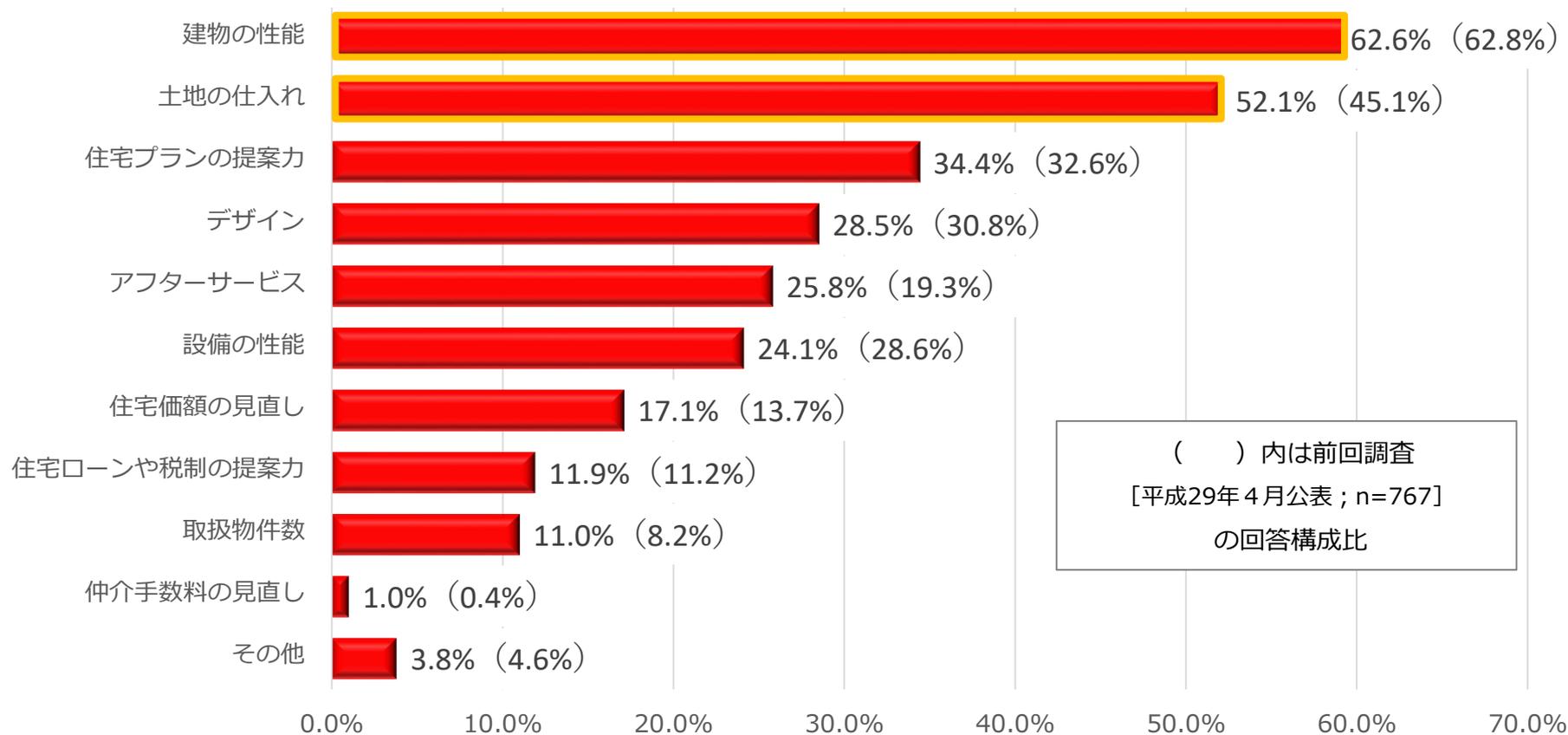
回答項目	今回調査 (n=5)	前回調査 (n=7)
住宅価額等が高騰しているから	80.0%	85.7%
<u>景気に先行き不透明感があるから</u>	<b>40.0%</b>	28.6%
金利先高感がないから	20.0%	14.3%
将来の消費税率引上げを見越したエンドユーザーの様子見傾向	0.0%	28.6%
すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等の効果が見込めないから	0.0%	0.0%
その他	80.0%	28.6%

(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。

## 4. 今後の重点取組事項は？（調査対象：住宅事業者）

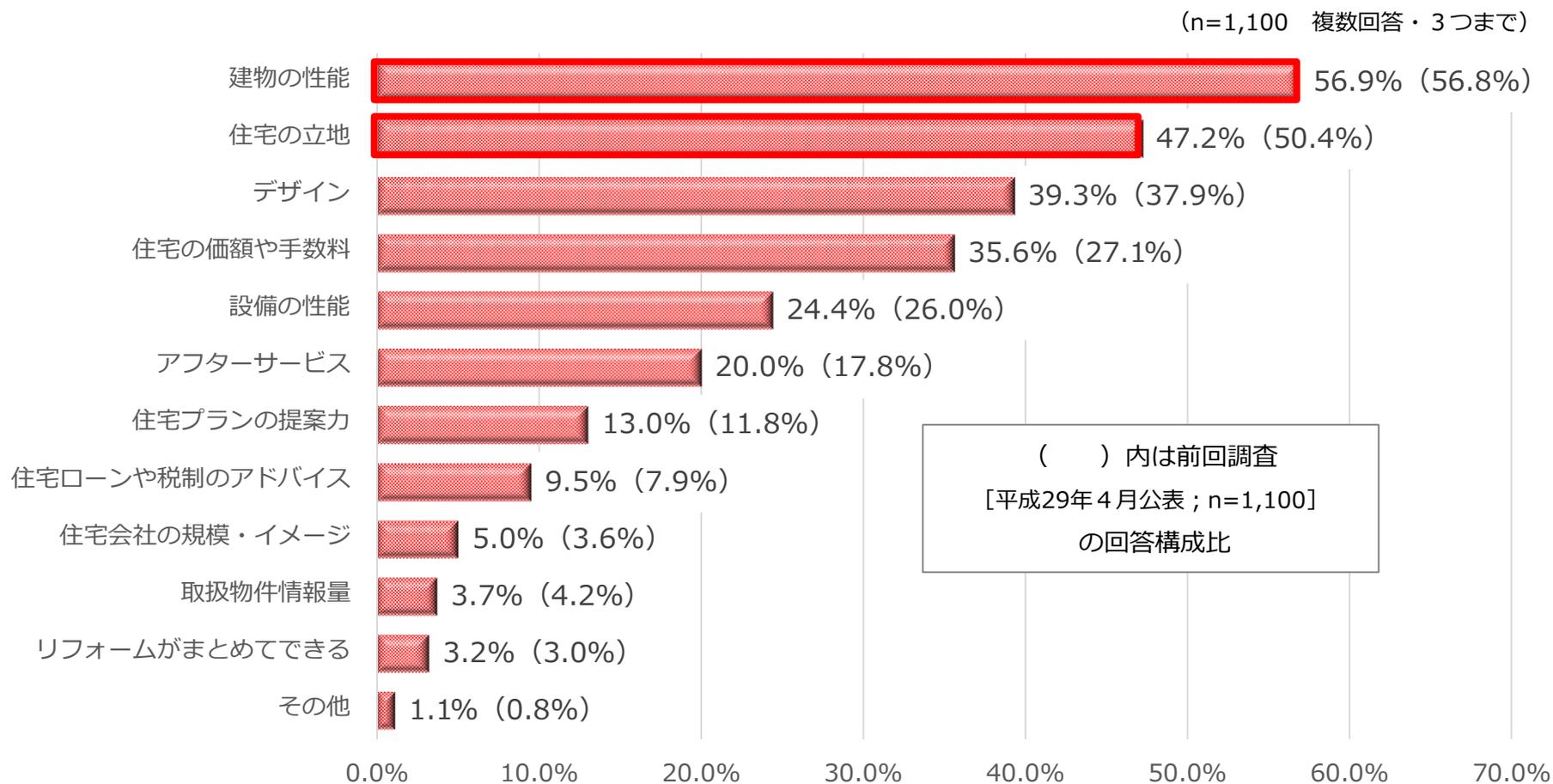
住宅事業者が今後重点的に取り組む事項については、「建物の性能」が最も多く、その後に「土地の仕入れ」、「住宅プランの提案力」、「デザイン」が続いた。

(n=730 複数回答・3つまで)



## 5. 「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）

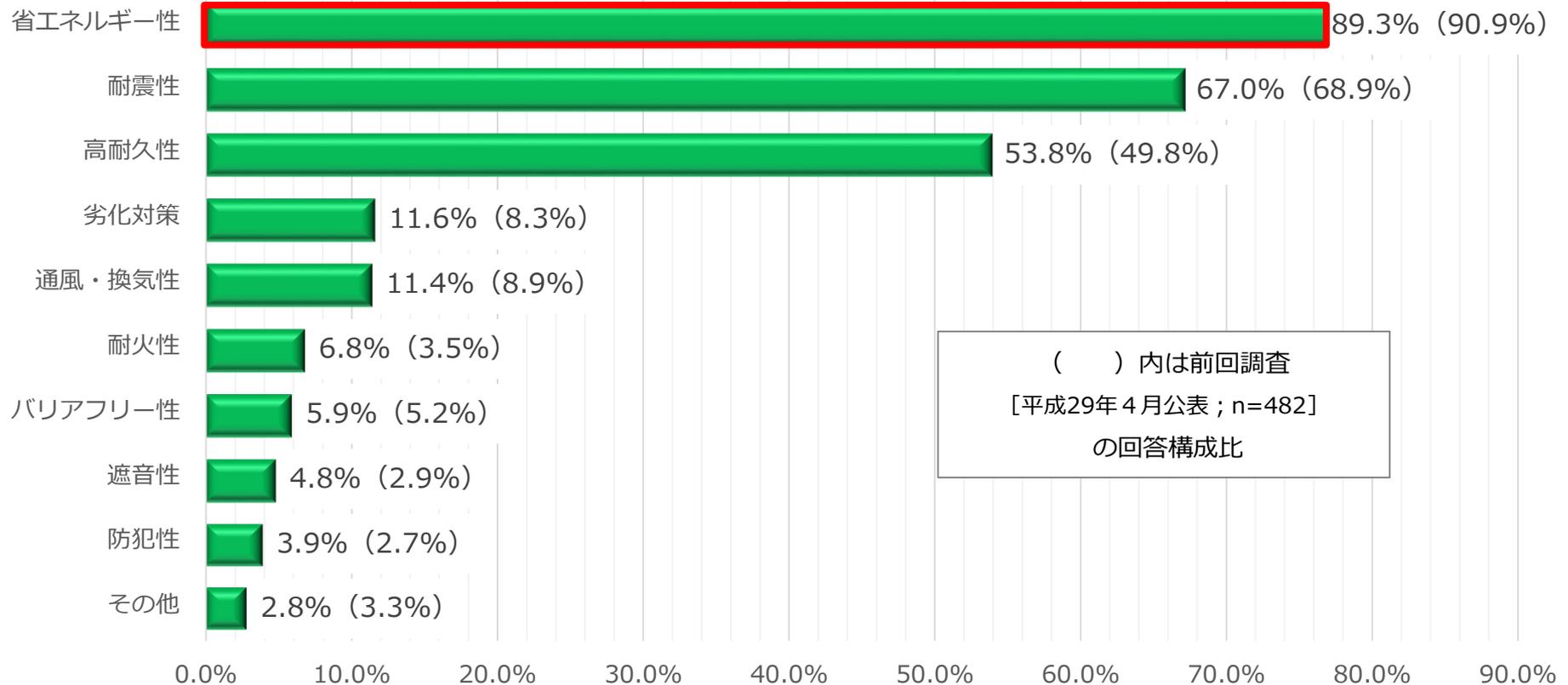
一般消費者が住宅事業者選びで重視するポイントについては、前回調査と同じく「建物の性能」が最も多く、「住宅の立地」、「デザイン」、「住宅の価額や手数料」が続いた。



## 6. 建物の性能で重視する事項は？（調査対象：住宅事業者）

「今後の重点的取組事項」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89.3%で最も多く、「耐震性」、「高耐久性」が続いた。

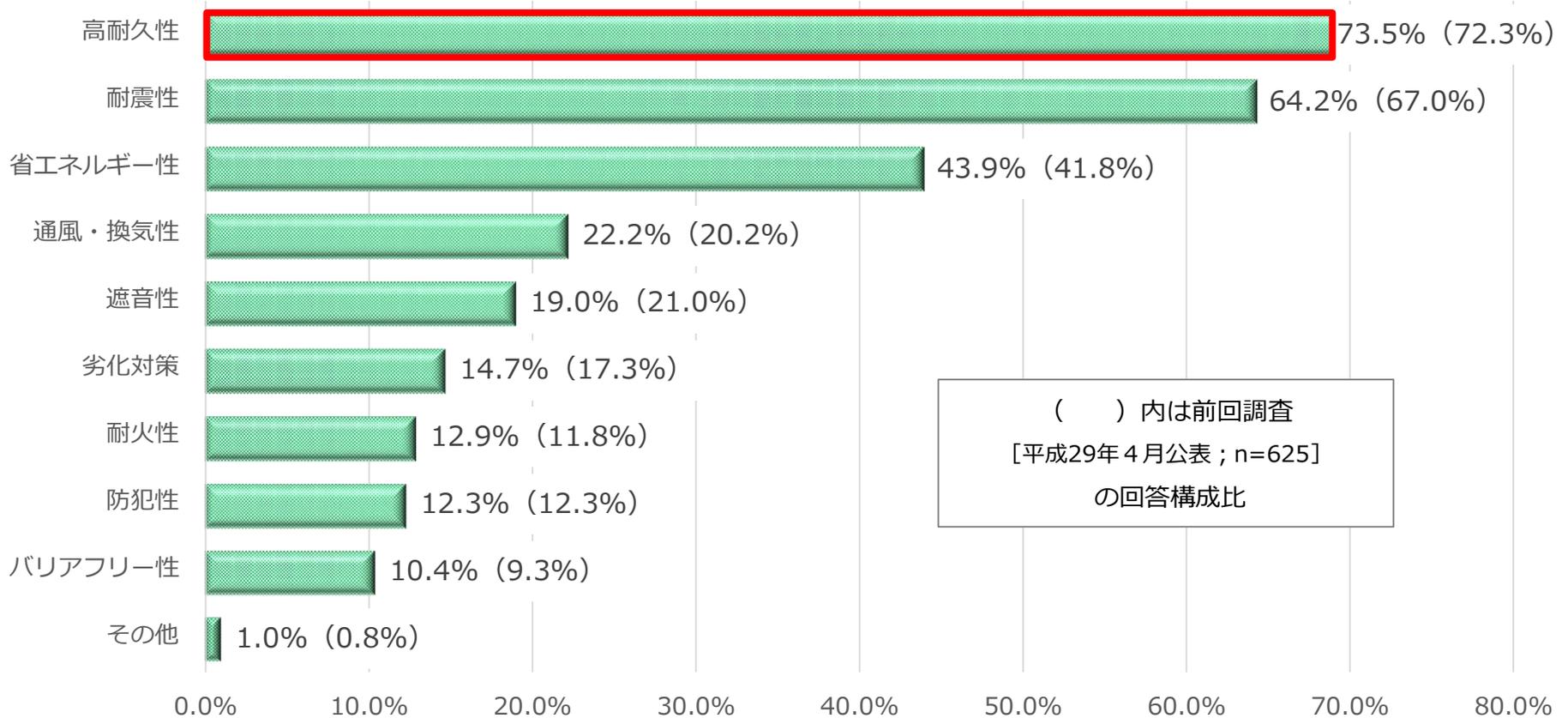
(n=457 複数回答・3つまで)



## 7. 「建物の性能」で重視するポイントは？（調査対象：一般消費者）

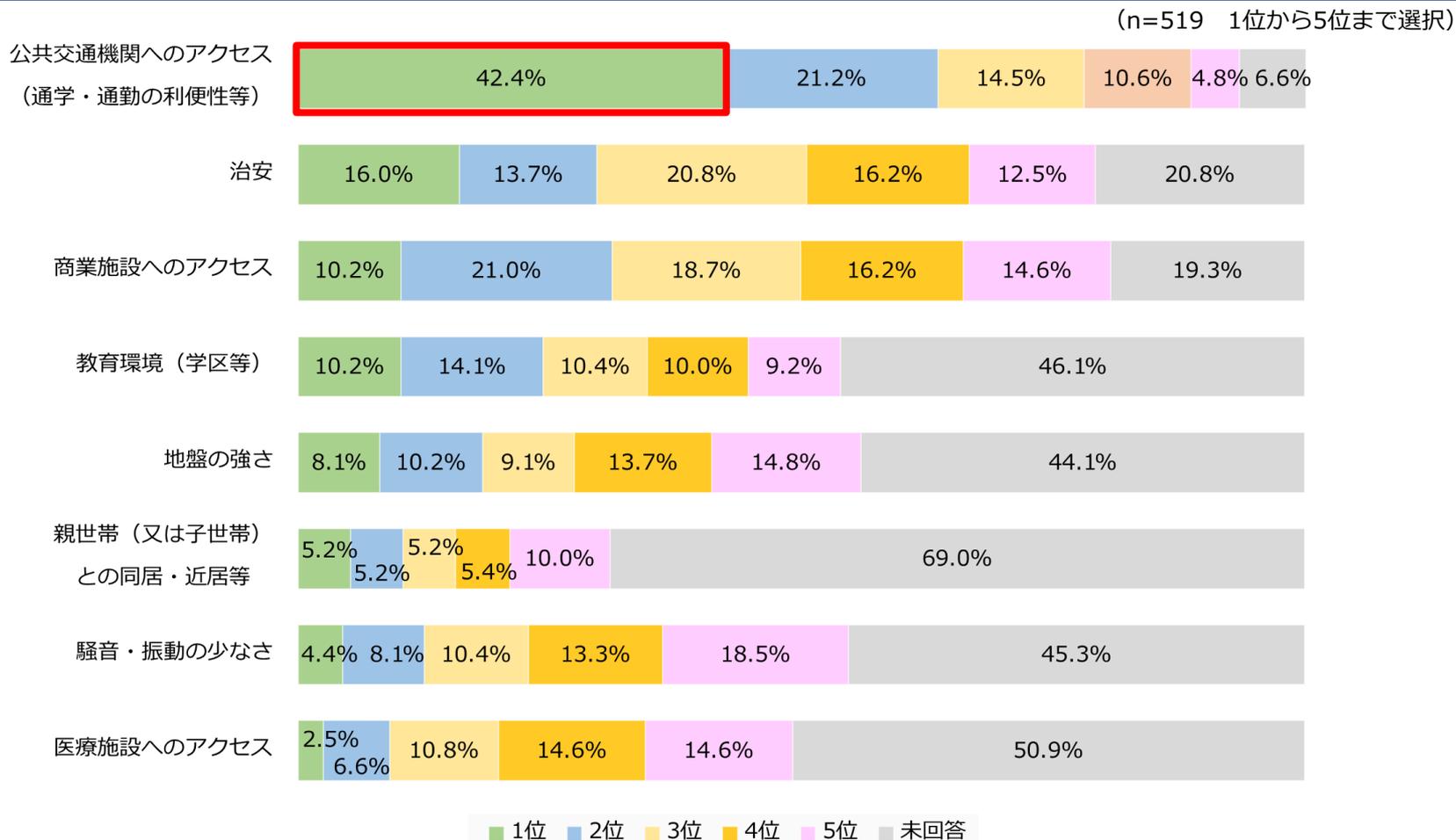
「住宅事業者選びで重視するポイント」で「建物の性能」を選択した一般消費者が重視するポイントについては、前回調査と同じく「高耐久性」が73.5%で最も多く、「耐震性」、「省エネルギー性」が続いた。

(n=626 複数回答・3つまで)



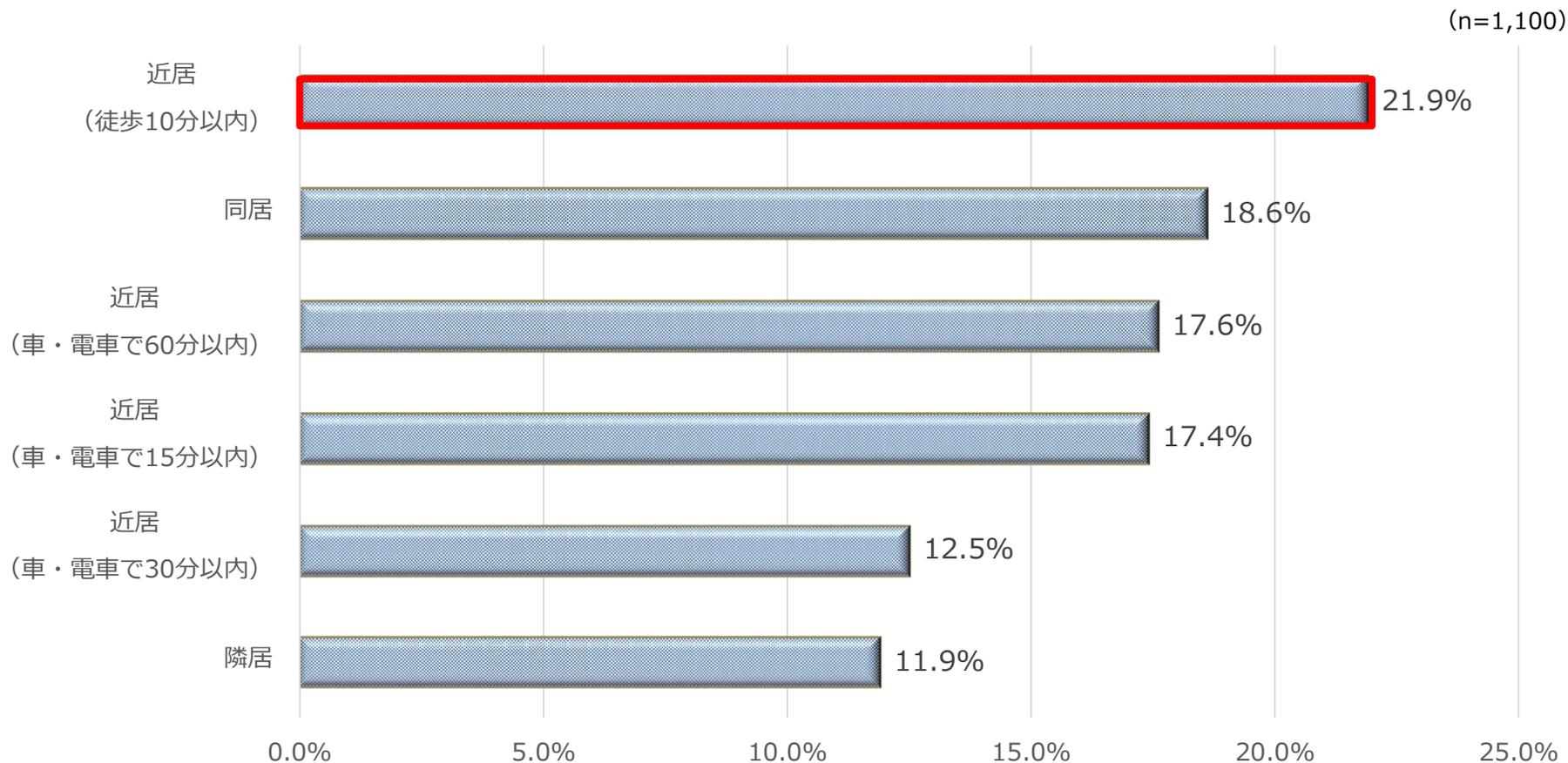
## 8. 「住宅の立地」で重視するポイントは？（調査対象：一般消費者）

「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」を1位とする回答が42.4%と最も多かった。また、「公共交通機関へのアクセス」に続き、「治安」、「商業施設へのアクセス」を1位～5位として選択する回答が多くあった。



## 9. 親世帯（又は子世帯）との同居・隣居・近居（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・近居をするとした場合、「近居（徒歩10分以内）」を選択する回答が21.9%と最も多かった。

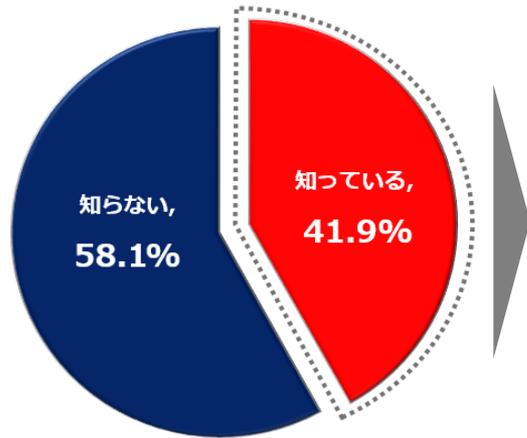


# 10. 地方公共団体の補助金交付等の制度の認知度（調査対象：一般消費者）

一部の地方公共団体で実施されている「子育て世帯、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」の認知度は、41.9%となった。  
当該制度を知ったきっかけは、「地方公共団体のホームページ」が31.0%で最も多かった。

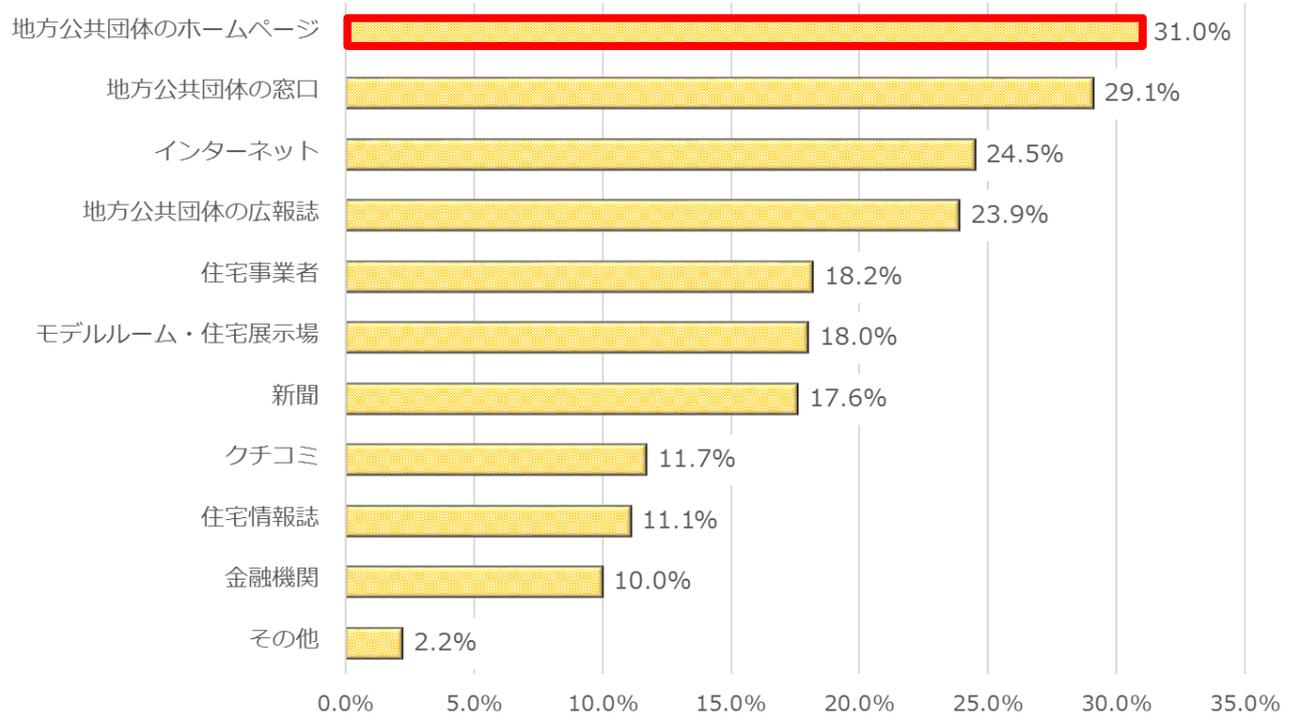
■ 「子育て世帯、親世帯と子世帯の同居・近居、UIJターン等に関する住宅取得者に対する補助金交付等の制度」の認知度

(n=1,100)



■ 地方公共団体の補助金交付等の制度を知ったきっかけ

(n=461 複数回答)

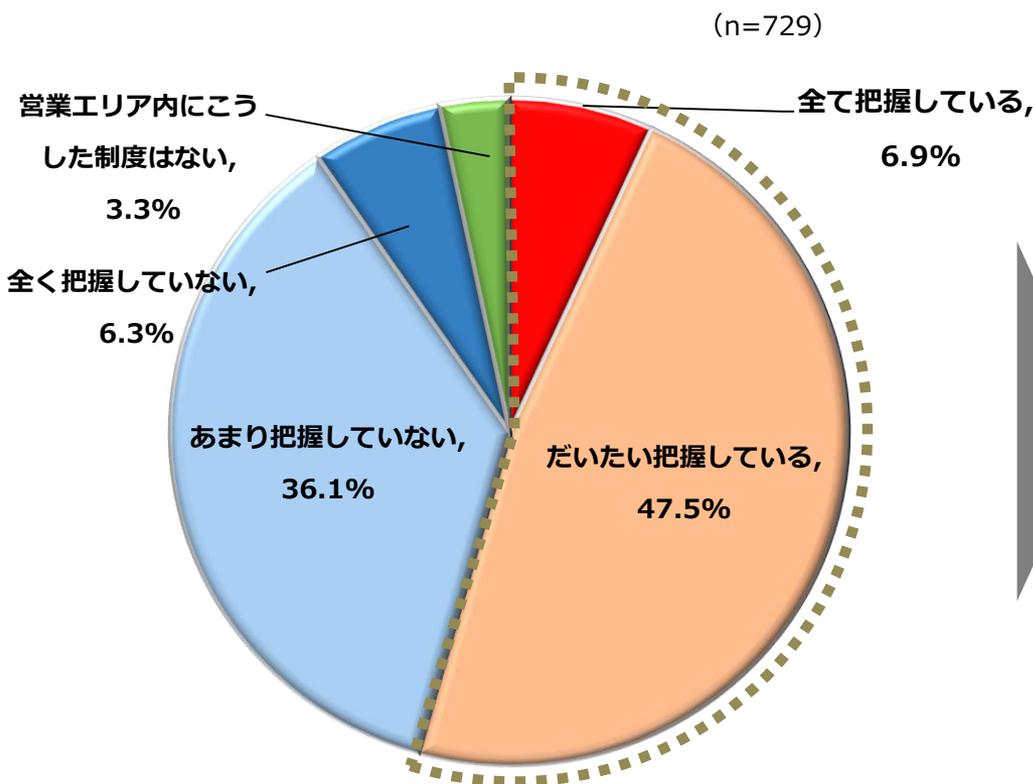


# 11. 地方公共団体の補助金交付等の制度の活用状況（調査対象：住宅事業者）

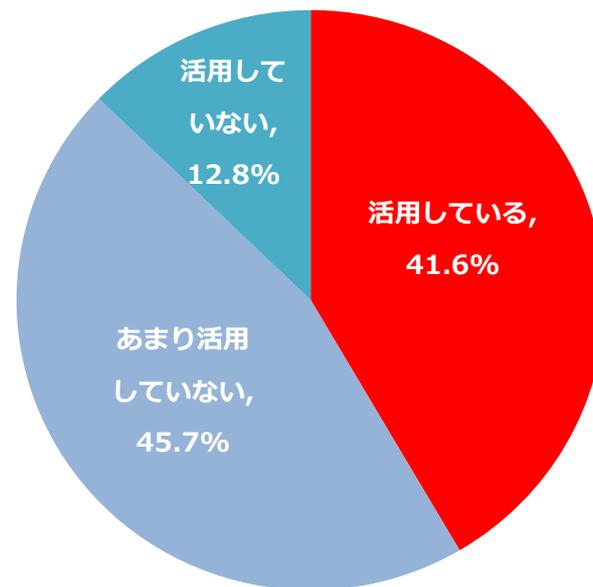
一部の地方公共団体で実施されている「子育て世帯、親世帯と子世帯の同居・近居、UIターン等に関する住宅取得者に対する補助金交付等の制度」の認知度は、「全て把握している」が6.9%、「だいたい把握している」が47.5%となった。

■ 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

■ 日頃の営業での活用状況



(n=392)



## 12. 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）

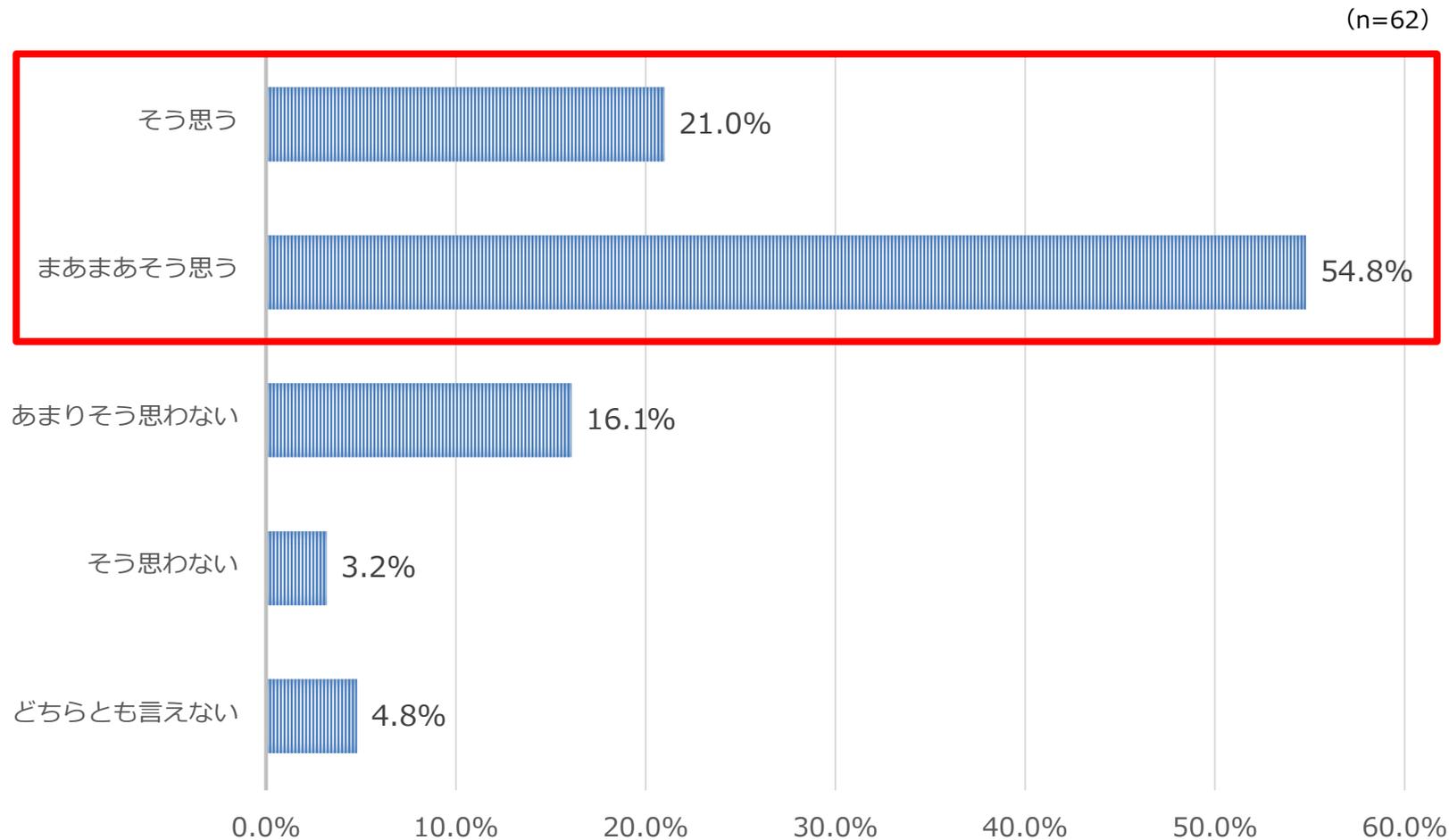
地方公共団体の補助金交付等の制度を活用しない理由については、「利用対象が限定されているため」が80.9%と最も多かった。

(n=225 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	80.9%
制度が複雑なため	13.8%
補助金等の金額が少ないため	11.1%
制度の把握に労力を要するため	11.1%
手続きに時間がかかるため	9.3%
その他	15.1%

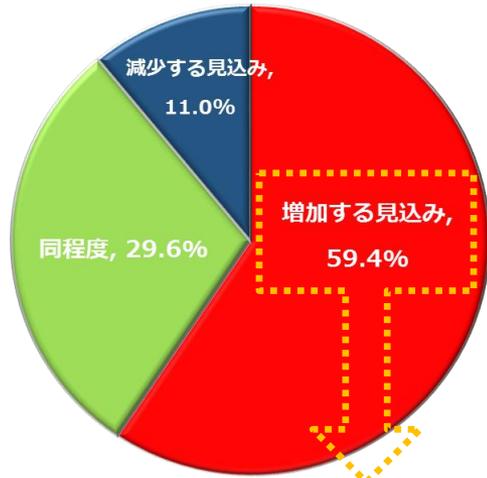
### 13. 地方公共団体の補助金交付制度の効果（調査対象：ファイナンシャルプランナー）

地方公共団体の補助金交付制度が住宅取得の後押し、地域の活性化につながるかについては、「そう思う」「まあまあそう思う」との回答の合計が75.8%となり、全体の4分の3を占めた。



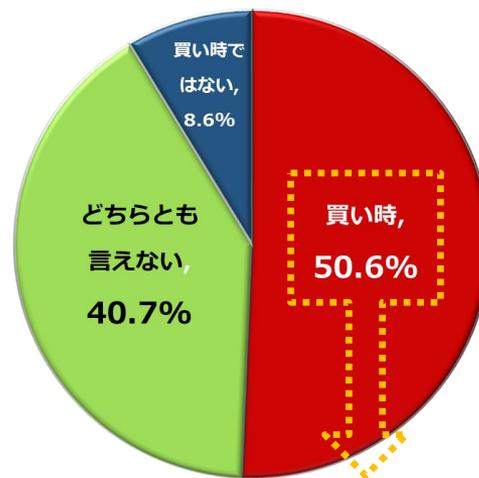
# まとめ 1. 平成30年度の住宅市場

【住宅事業者への調査結果】  
平成30年度の受注・販売等  
の見込みとその要因 ※P2 参照



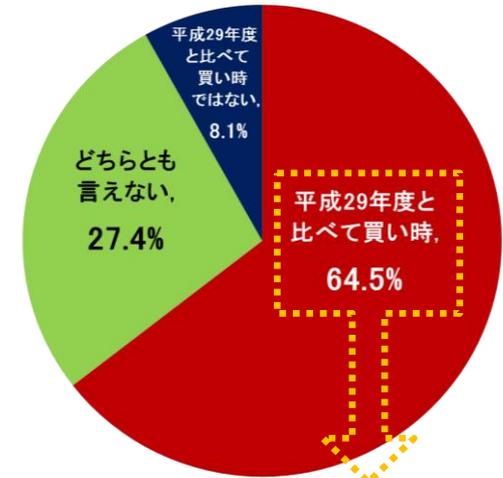
- |    |                           |
|----|---------------------------|
| 1位 | 今後消費税率が上げられるから            |
| 2位 | マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低いから |
| 3位 | 景気の回復感が徐々に広がっているから        |
| 4位 | 金利先高感があるから                |
| 5位 | すまい給付金 等                  |

【一般消費者への調査結果】  
平成30年度の買い時感と  
その要因 ※P5 参照



- |    |                           |
|----|---------------------------|
| 1位 | 今後消費税率が上げられるから            |
| 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 |
| 3位 | 金利先高感があるから                |
| 4位 | 景気の回復感が徐々に広がっているから        |
| 5位 | すまい給付金 等                  |

【ファイナンシャルプランナーへの調査結果】  
平成30年度の買い時感と  
その要因 ※P6 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 |
| 2位 | 今後消費税率が上げられるから            |
| 3位 | 金利先高感があるから                |
| 4位 | 住宅価額等の先高感があるから            |
| 5位 | すまい給付金 等                  |

(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



## まとめ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、引き続き、足もとの低金利や税制等の外的要因に惑わされることなく、将来のライフプラン等をしっかりと把握して検討すべきとの声が多くみられた。また、今後、中古住宅市場が充実することにより、住宅選択の幅が増えるとの声もあった。

### 平成30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）

景気・金利動向には注目すべきではあるが、買い時はあくまで各家庭の状況次第で異なる。外部要因に踊らされないことが大切

税制や金利など外的要因で「買い時・買い時ではない」を判断する前に、まずは将来設計を十分考慮した上で、買うタイミングを決めることが大切

個々のご家庭のライフプランによって購入の是非が変わるため、長期に渡り無理のない返済計画かどうかの判断が重要

金利については、いつ上がるかは分からないが、現状では低い状況であること、金利が上昇しても返済できる返済プランであること。

金利の先高観より、金利の低い今のうちに住宅を購入しなければと焦って相談に来られる方が増えている。住宅購入にあたっては、ある程度の自己資金は諸費用として必要なこと、また毎月の返済額で家計に余裕がなくなる場合は中古住宅という選択肢もある。

国の政策・支援もあって、これからは中古住宅・空家の流通が増えてくる。

長期金利の動向について、その見通しを伝えること。中古住宅の市場が充実してくることで、選択肢の幅を増やすこと。住宅の取得は、ライフプランを作成して、その中で購入のタイミングを考えること。



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)