

2020年度における 住宅市場動向について

2020年4月



住宅金融支援機構
Japan Housing Finance Agency

調査の概要及びポイント

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、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。
- 調査時期：2020年1月～2月

② 調査結果のポイント（2020年度における受注・販売等の見込み、住宅の買い時感）

- 住宅事業者調査（受注・販売等の見込み）
「昨年度より増加する見込み」が前回調査と比較して低下し、「同水準」・「減少する見込み」がそれぞれ上昇した。
- 一般消費者調査（住宅の買い時感）
2020年度が住宅の買い時と感じるかどうかについては、「どちらとも言えない」が最も多い結果となった。
また、前回調査と比べて「買い時」が減少し、「買い時ではない」が増加した。
- ファイナンシャルプランナー調査（住宅の買い時感）
「昨年度と比べて買い時」が前回調査と同様、最も多い回答となった。
一方で、前回調査と比べて「どちらとも言えない」が減少し、「昨年度と比べて買い時ではない」が増加した。

③ 調査方法等

- 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543)
一般消費者：インターネット調査(2020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1,000))
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55)
- 調査項目
2020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

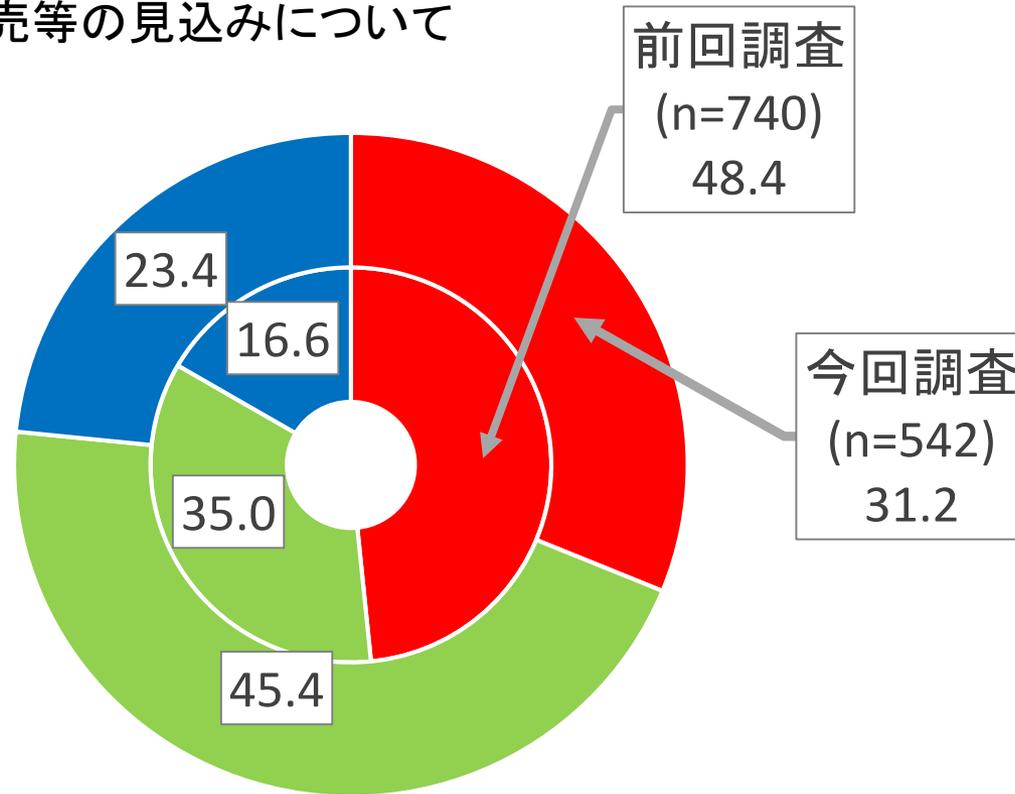
1-1. 2020年度の受注・販売等の見込みは？（調査対象：住宅事業者）

2020年度の受注・販売等の見込みは、「昨年度より増加する見込み」が31.2%と前回（48.4%）と比較して約17ポイント低下し、「同水準」・「減少する見込み」がそれぞれ上昇した。

受注・販売等の増加する要因としては「消費税率引上げに対する緩和措置があるから」が約17ポイント上昇した。一方、減少する要因は「消費税率引上げ後のエンドユーザーの様子見傾向」、「景気の先行きに不透明感があるから」をあげる回答が多い。

■ 2020年度の受注・販売等の見込みについて

- 昨年度と比べて増加する見込み
- 昨年度と同水準
- 昨年度と比べて減少する見込み



（回答構成比％）

調査時期：2020年1月～2月

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=167)	前回調査 (n=349)
消費税率引上げに対する緩和措置（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	47.9	30.7
マイナス金利政策の導入後、依然として住宅ローン金利が低水準だから	41.3	46.1
今後住宅価額等が上がると思うから	8.4	11.7
景気の回復感が徐々に広がっているから	7.2	11.5
今後住宅ローン金利が上がると思うから	4.8	13.8
その他	41.3	19.5
今後消費税率が引き上げられるから【※今回調査から削除】	—	58.7

■ 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=125)	前回調査 (n=121)
消費税率引上げ後のエンドユーザーの様子見傾向	51.2	51.2
景気の先行きに不透明感があるから	47.2	36.4
住宅価額等が上昇しているから	37.6	33.9
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	7.2	2.5
金利先高感がないから	6.4	6.6
住宅ローン金利が上昇しているから	0.8	2.5
その他	32.8	34.7

調査時期：2020年1月～2月

（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. 2020年度の受注・販売等の見込み：その他要因（調査対象：住宅事業者）

2020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販促強化、補助金等による着工棟数の増加見込み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、建設費・地価の高騰による住宅購入マインド低下などが挙げられた。

受注・販売等が増加するその他要因（主な回答）

土地の仕入れが順調、新規販売予定物件の増加

宣伝広告、モデルハウスオープン等の販促強化

営業体制強化、営業人員の増員

リノベーション、注文住宅等の新事業部門設立

国の補助金等による年度始めの着工棟数の増加見込み

受注・販売等が減少するその他要因（主な回答）

土地の仕入れ難、新規販売予定物件の減少

建築費・地価の高騰による住宅購入マインド低下

営業エリアの人口減少、高齢化の進展

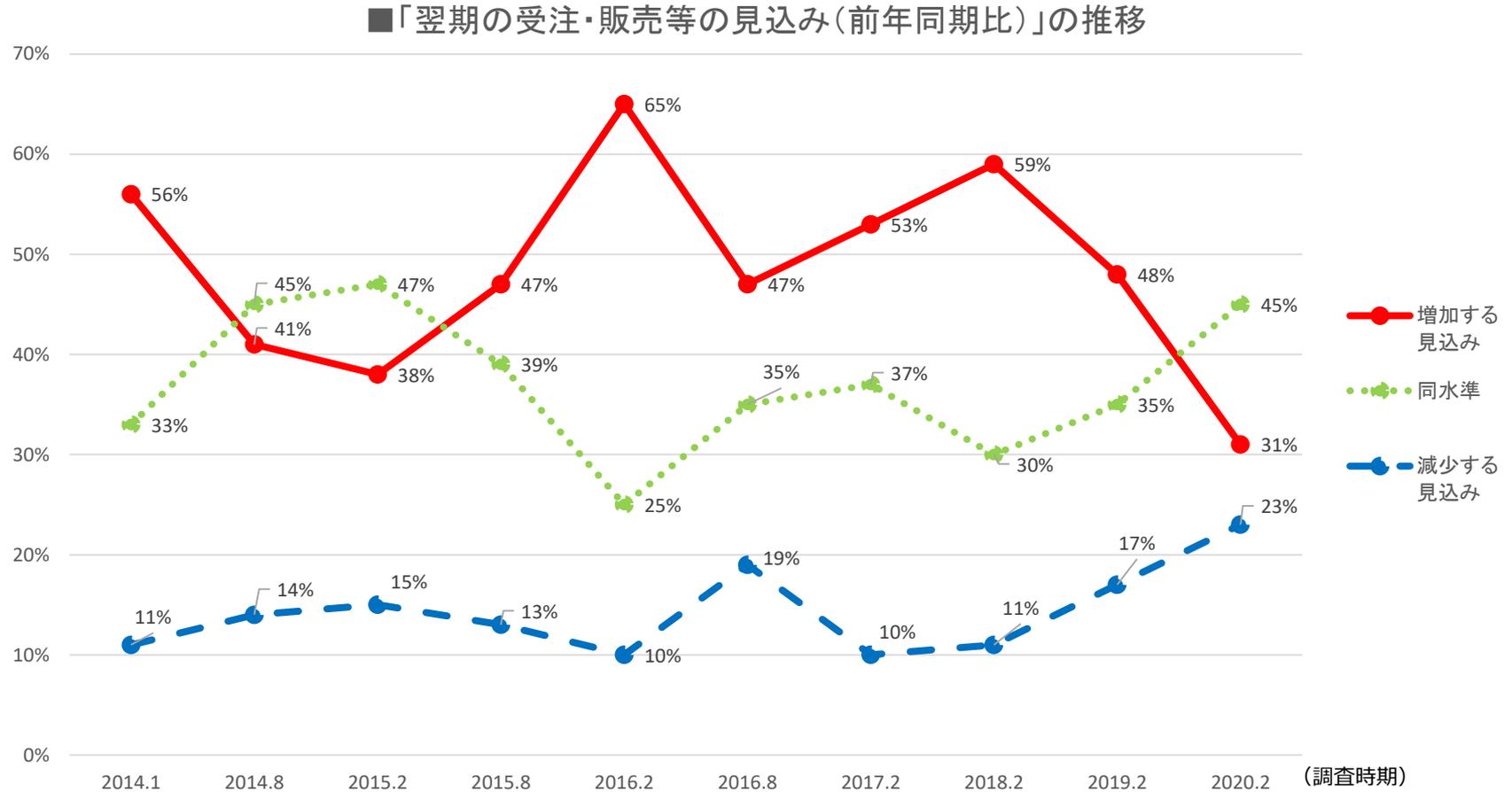
競合するマンション等の供給数・在庫数の増加

営業人員の減少

調査時期：2020年1月～2月

1-4. 受注・販売の見込み【過去推移】（調査対象：住宅事業者）

「増加する見込み」との回答が減少傾向にある一方で、「減少」または「同水準」を見込むとの回答が増加傾向にある。



※ 小数点以下を四捨五入して表示しているため、各項目の合計が100%にならない場合があります。

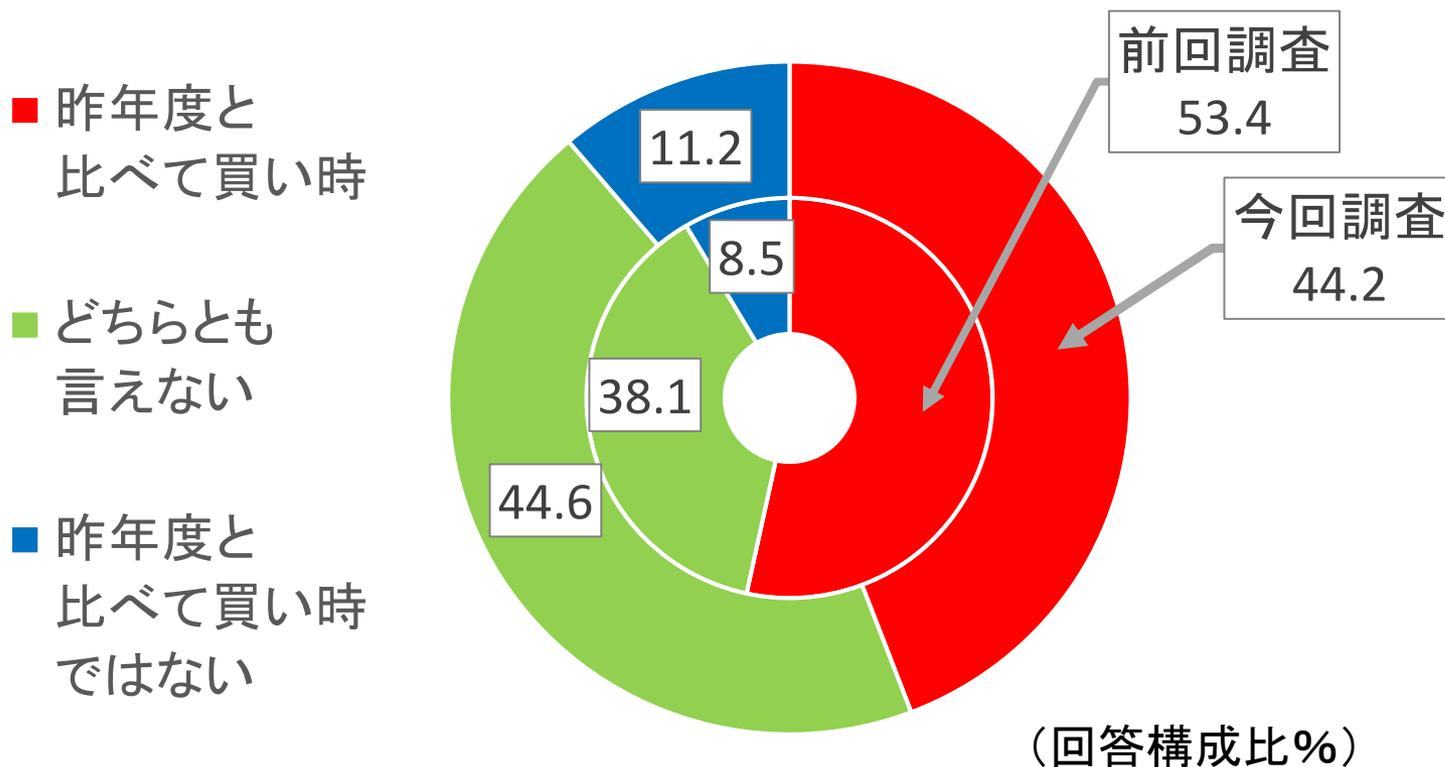
調査時期：2020年1月～2月

2-1. 2020年度は買い時か？（調査対象：一般消費者）

2020年度における住宅の買い時感では「どちらとも言えない」が44.6%と最も多い結果となった。また、前回調査と比べて「買い時」が減少し、「買い時ではない」が増加している。

「買い時」と思う要因としては、「消費税率引上げに対する緩和措置があるから」が77.4%と最も多い。「買い時ではない」と思う要因は、「景気に先行き不透明感があるから」が40.2%と前回調査と同様に最も高い。

■これから1年（2020年4月～2021年3月）における住宅の買い時感について（今回n=1,000、前回n=1,100）



調査時期：2020年1月～2月

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=442)	前回調査 (n=587)
消費税率引上げに対する緩和措置（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	77.4	14.3
マイナス金利政策の導入後、依然として住宅ローン金利が低水準だから	49.5	43.4
景気の回復感が徐々に広がっているから	27.4	21.5
今後住宅ローン金利が上がると思うから	24.7	26.6
今後住宅価額等が上がると思うから	8.8	7.3
その他	1.8	1.5
今後消費税率が引き上げられるから【※今回調査から削除】	—	80.4

■ 「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=112)	前回調査 (n=94)
景気に先行き不透明感があるから	40.2	43.6
住宅価額等が上昇しているから	33.9	30.9
消費税率引上げにより家計負担が増えたから	31.3	30.9
将来の収入に不安があるから	27.7	19.1
住宅ローン金利が上昇しているから	19.6	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	5.4	5.3
その他	5.4	10.6

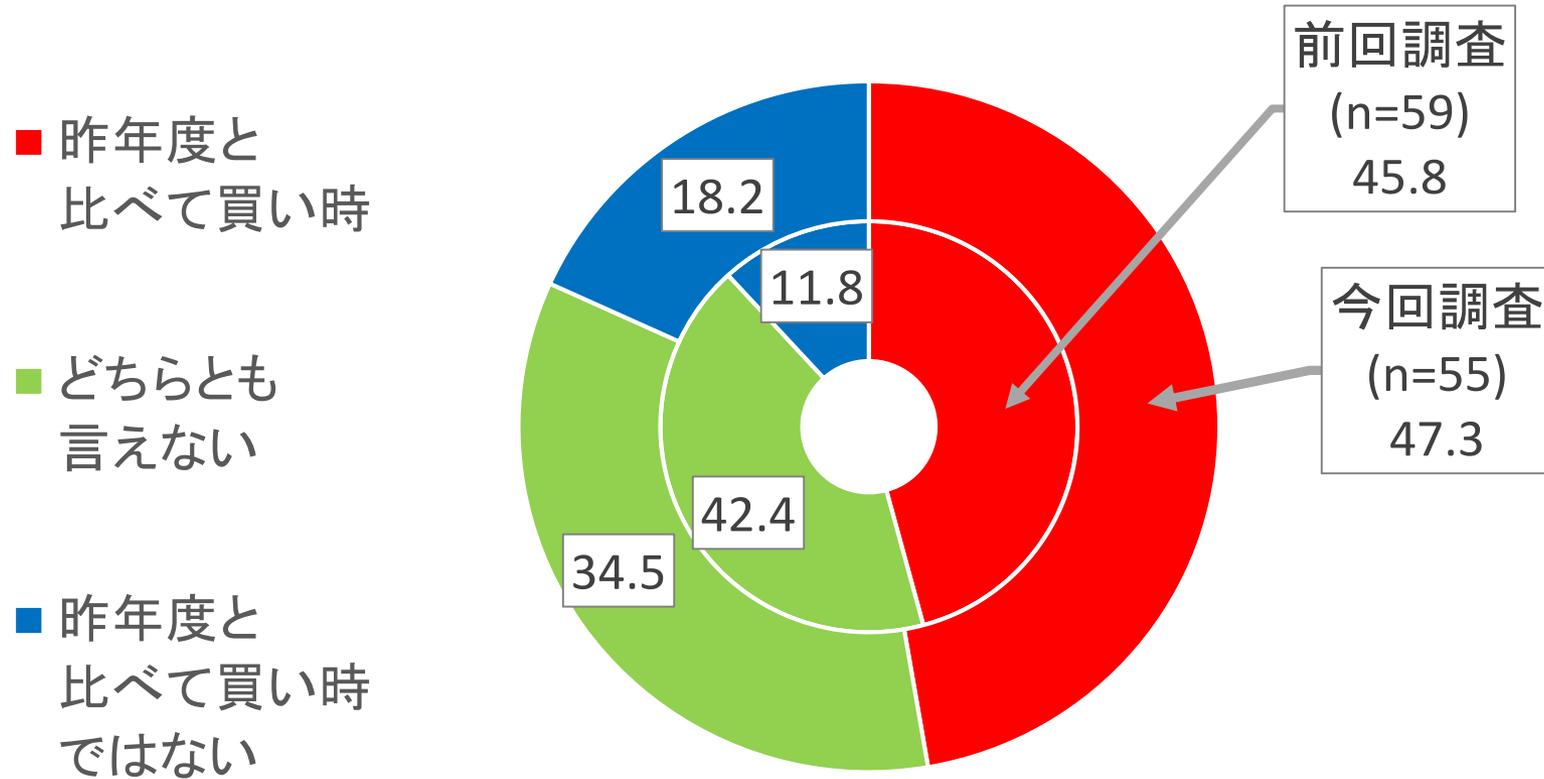
調査時期：2020年1月～2月

（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. 2020年度は買い時か？(調査対象：ファイナンシャルプランナー)

2020年度における住宅の買い時感では「昨年度と比べて買い時」が47.3%と前回調査と同様、最も多い回答となった。一方で、前回調査と比べて「どちらとも言えない」が減少し、「昨年度と比べて買い時ではない」が増加した。

■これから1年(2020年4月～2021年3月)における住宅の買い時感について



(回答構成比%)

調査時期：2020年1月～2月

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=26)	前回調査 (n=27)
マイナス金利政策の導入後、依然として住宅ローン金利が低水準だから	76.9	88.9
消費税率引上げに対する緩和措置（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	61.5	66.7
金利先高感があるから	19.2	25.9
住宅価額等の先高感があるから	19.2	14.8
景気の回復感が徐々に広がっているから	7.7	3.7
その他	11.5	11.1

■ 「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=10)	前回調査 (n=7)
住宅価額が上昇しているから	70.0	57.1
消費税率引上げ後のエンドユーザーの様子見傾向	40.0	42.9
景気に先行き不透明感があるから	30.0	42.9
金利先高感がないから	10.0	0.0
住宅ローン金利が上昇しているから	0.0	0.0
すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等の効果が見込めないから	0.0	0.0
その他	40.0	57.1

調査時期：2020年1月～2月

（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. 買い時感：その他の要因（調査対象：ファイナンシャルプランナー）

その他：買い時と思う要因

来年以降、オリンピック後の景気悪化、人口減少の加速、社会保険料の負担増、輸入材料・人件費のアップが予想されるため。

職人不足が、顕著に現れてきたため。今後工事単価、賃金単価の上昇が強く見込まれる。

今後人件費の上昇が見込まれるため。

その他：買い時としない要因

都市部においては地価が高止まりしているから。

既存住宅についても、購入者が希望する条件の売り物件が少ないため。

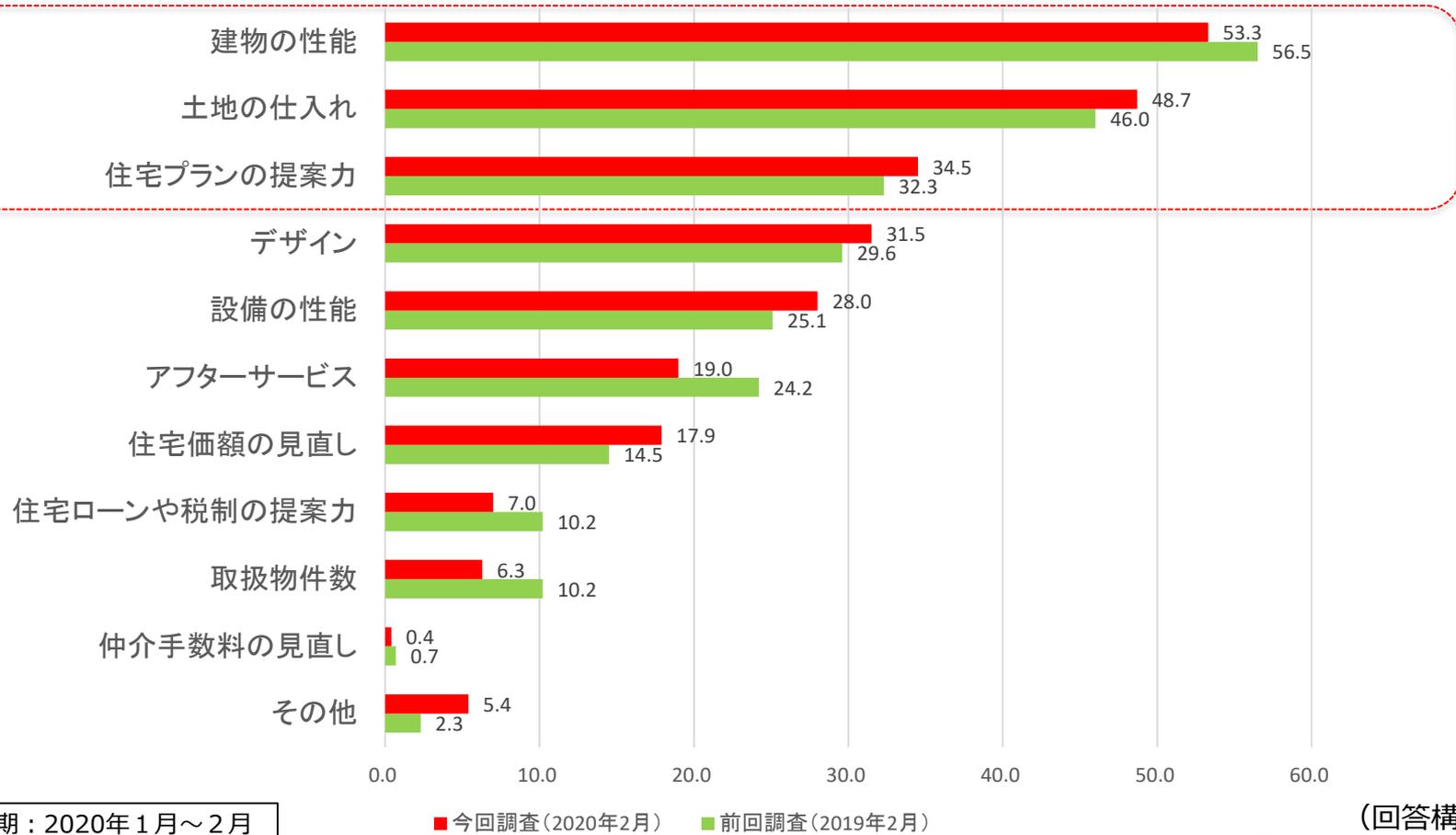
オリンピックの需要によって本来の需給関係が見えにくく考えるから。

調査時期：2020年1月～2月

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、前回調査と同じく「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」が続いた。

（今回調査n=542、前回調査n=744 複数回答・3つまで）



調査時期：2020年1月～2月

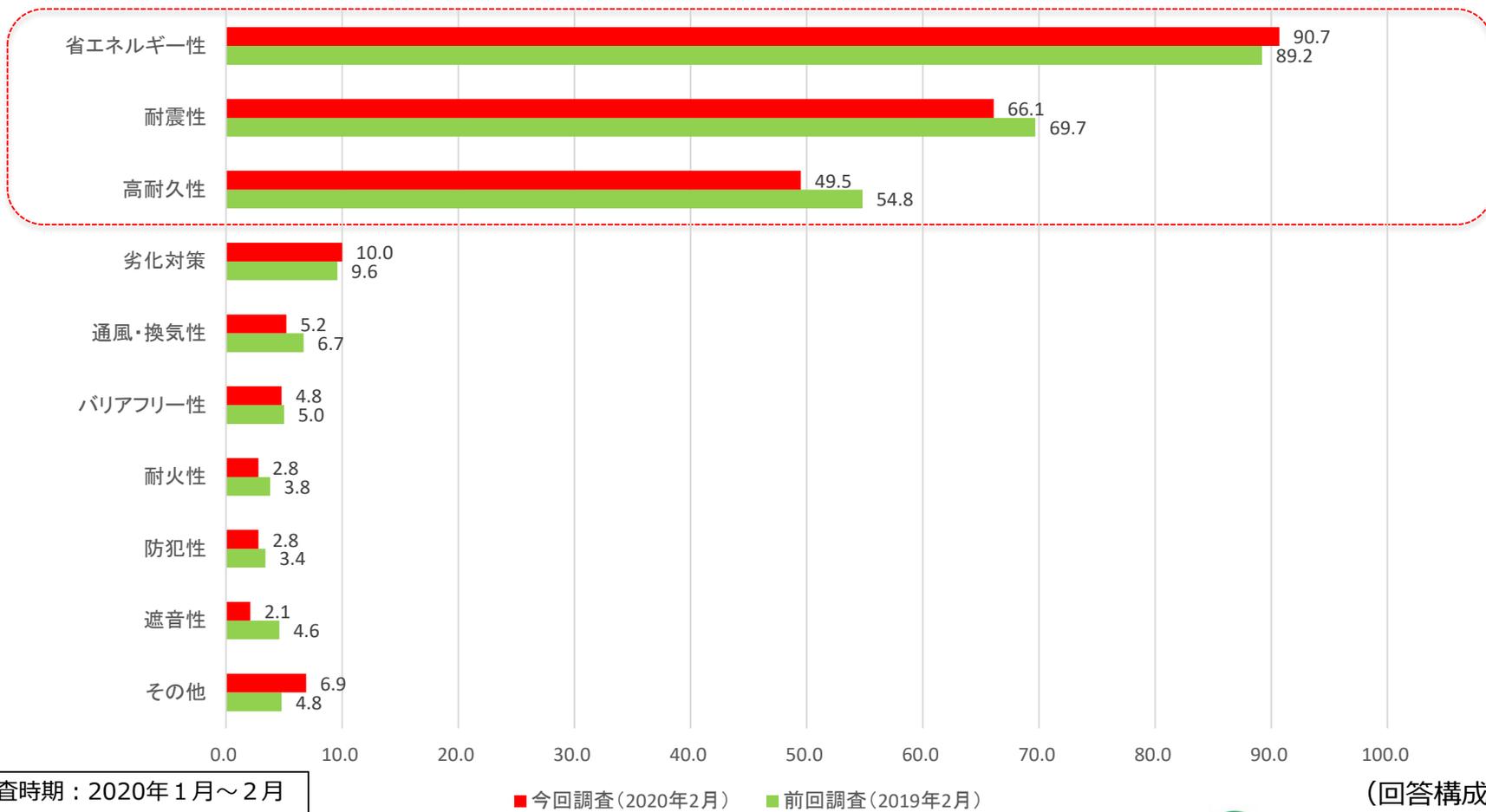
■ 今回調査 (2020年2月) ■ 前回調査 (2019年2月)

(回答構成比%)

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90.7%で最も多く、「耐震性」、「高耐久性」が続いた。

（今回調査n=289、前回調査n=416 複数回答・3つまで）



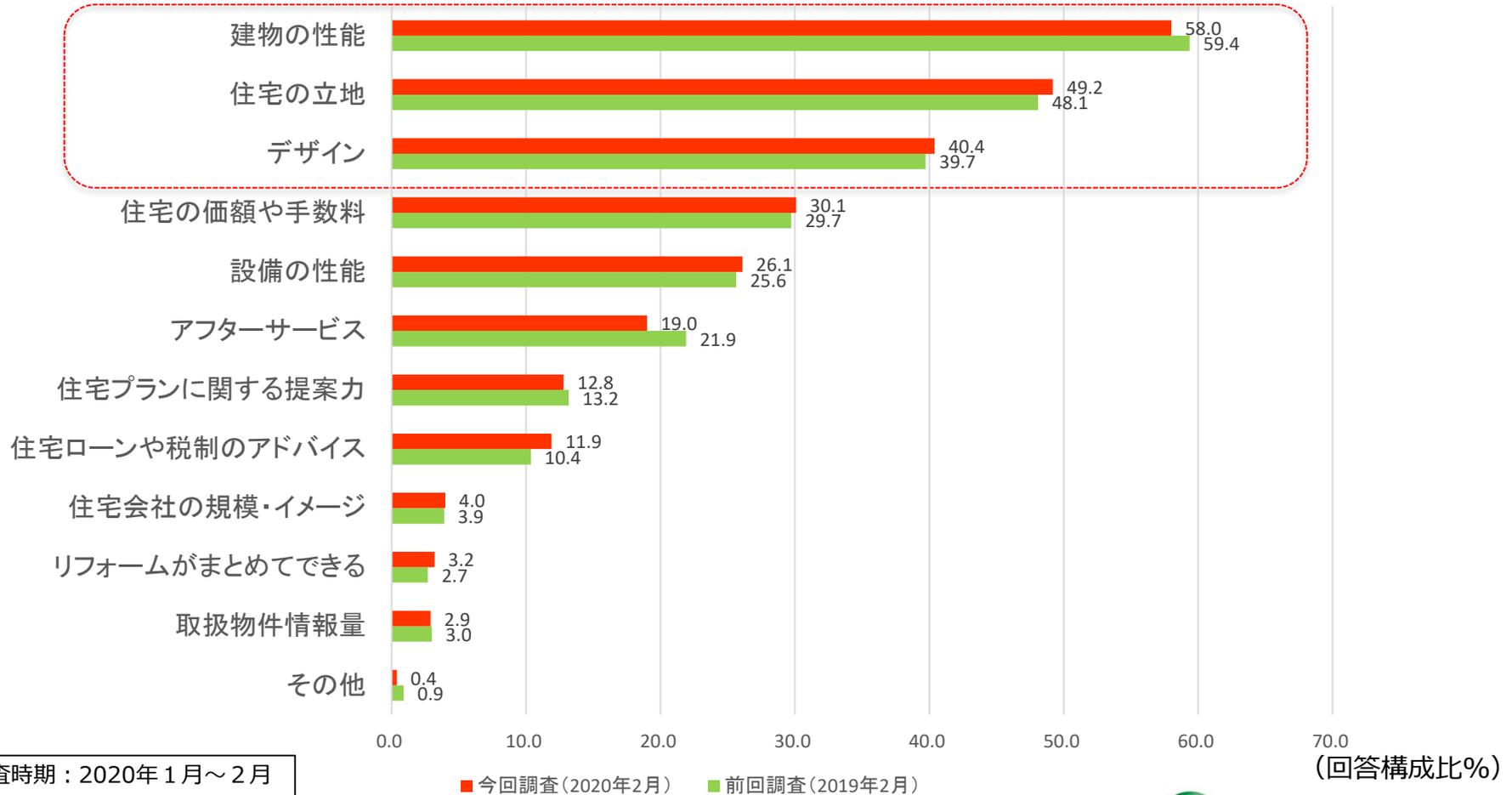
調査時期：2020年1月～2月

(回答構成比%)

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58.0%と最も多く、次いで「住宅の立地」、「デザイン」の順となった。

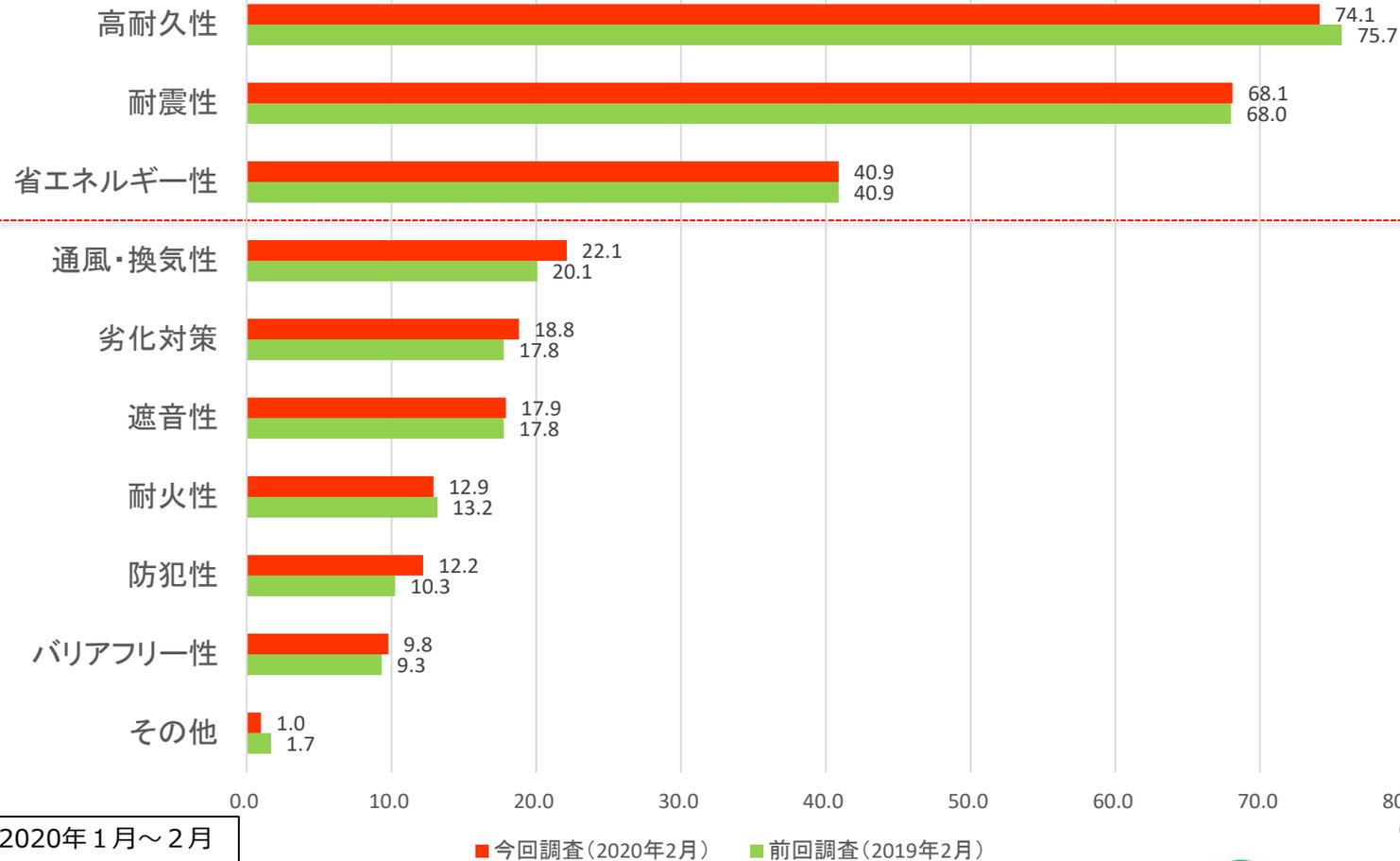
（今回調査n=1,000、前回調査n=1,100 複数回答・3つまで）



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）

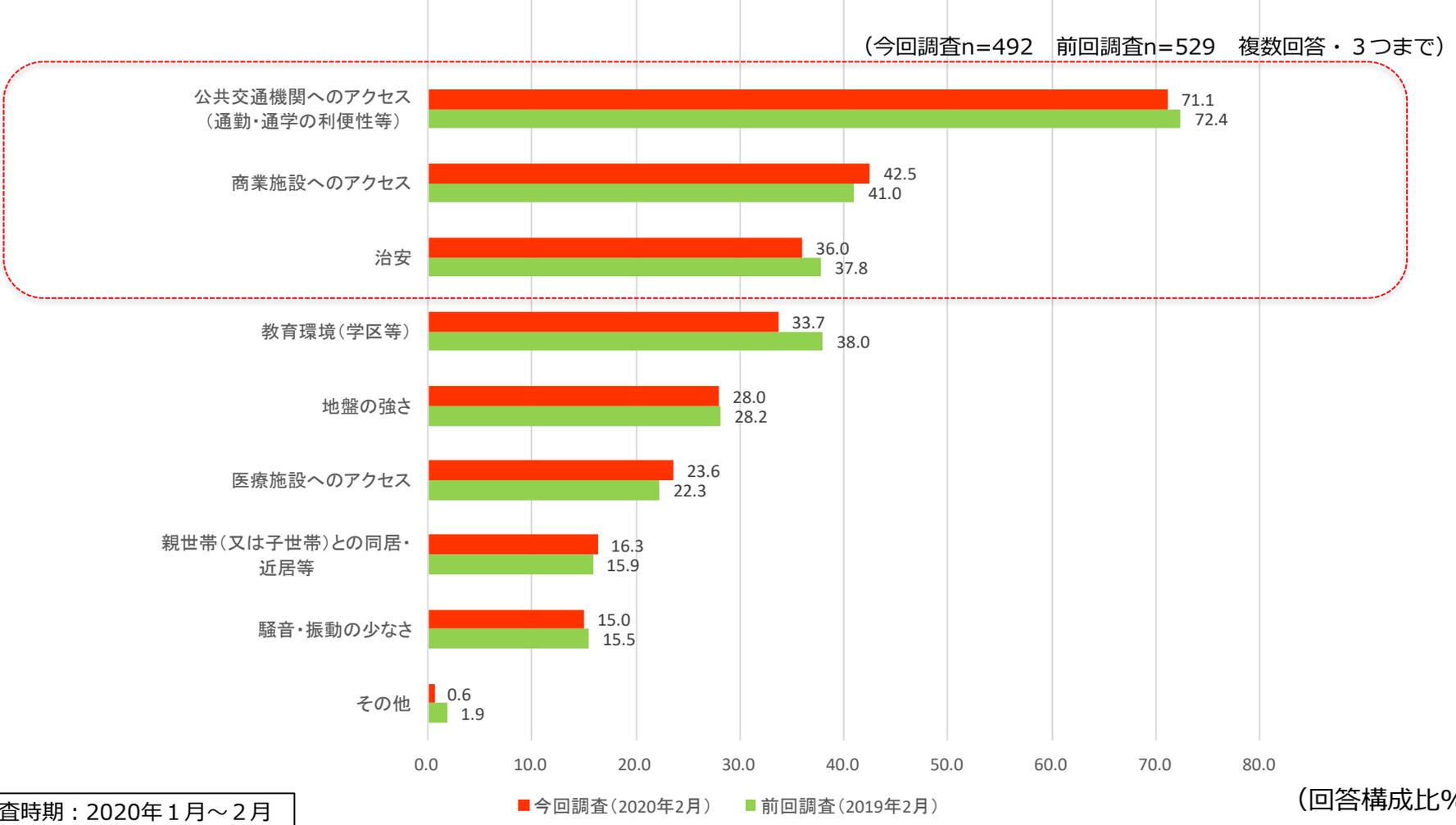
「住宅事業者選びで重視するポイント」で「建物の性能」を選択した一般消費者が重視するポイントについては、前回調査と同じく「高耐久性」が74.1%で最も多く、次いで「耐震性」、「省エネルギー性」の順となった。

（今回調査n=580、前回調査n=653 複数回答・3つまで）



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71.1%と最も多く、次いで「商業施設へのアクセス」、「治安」の順となった。

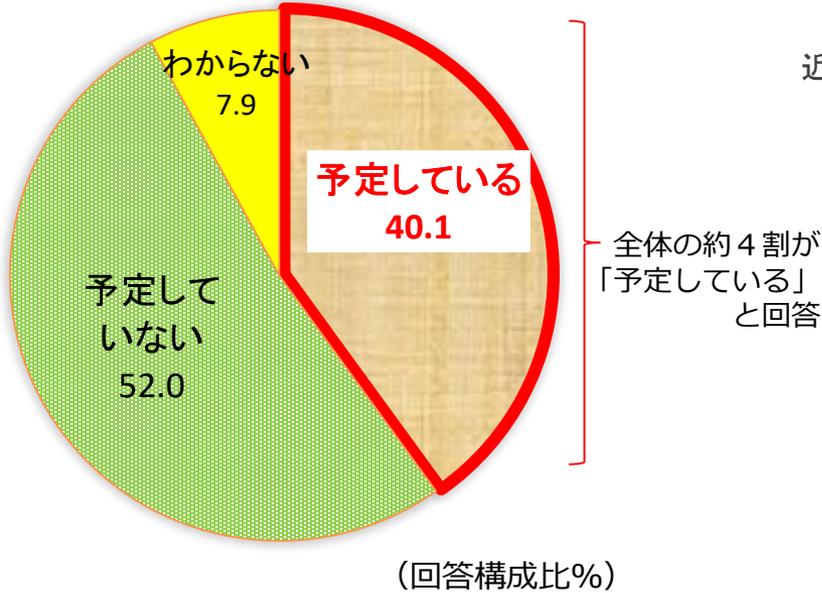


調査時期：2020年1月～2月

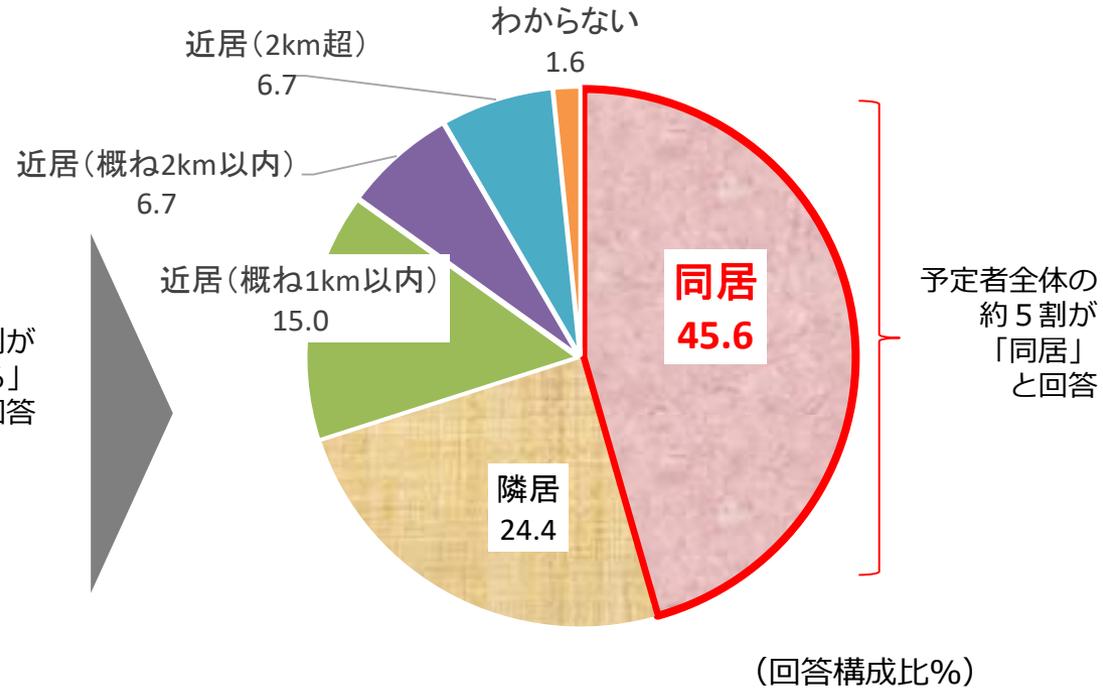
6. 親世帯（又は子世帯）との同居・隣居・近居予定（調査対象：一般消費者）

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（40.1%）が「予定している」と回答した。
 また、「同居・隣居・近居の予定の別」では、「同居」が最も多く、以下親世帯（又は子世帯）との距離の近い順に割合が高くなっている。

■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=1,000）



■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=401）



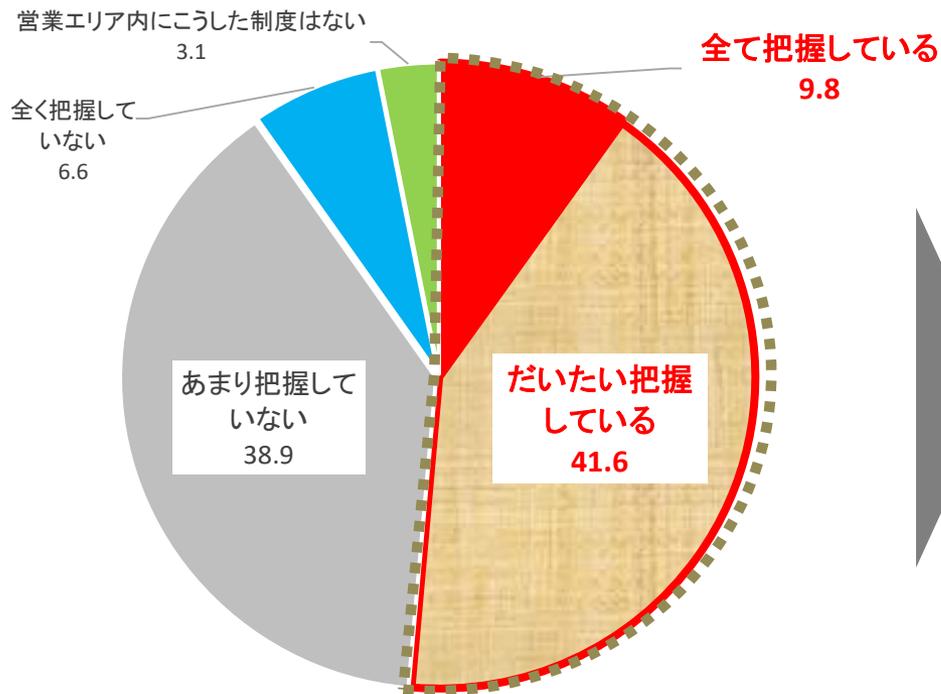
調査時期：2020年1月～2月

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している「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、「全て把握している」が9.8%、「だいたい把握している」が41.6%となった。そのうち、日頃の営業で「活用している」は55.9%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、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

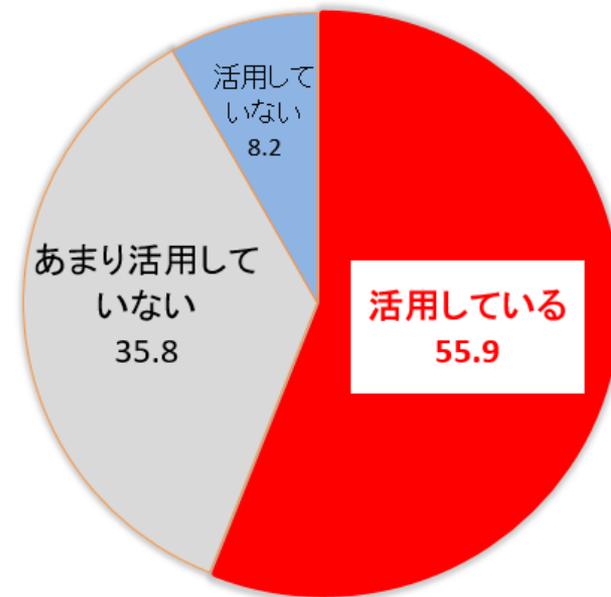
(n=543)



(回答構成比%)

■ 日頃の営業での活用状況

(n=279)



(回答構成比%)

調査時期：2020年1月～2月

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74.0%と最も多かった（前回調査：84.1%）。

（複数回答・回答構成比%）

回答項目	今回調査 (n = 123)	前回調査 (n = 189)
利用対象が限定されているため	74.0	84.1
制度が複雑なため	14.6	16.9
補助金等の金額が少ないため	14.6	10.1
手続きに時間がかかるため	13.8	12.2
制度の把握に労力を要するため	11.4	9.0
その他	17.9	9.5

調査時期：2020年1月～2月

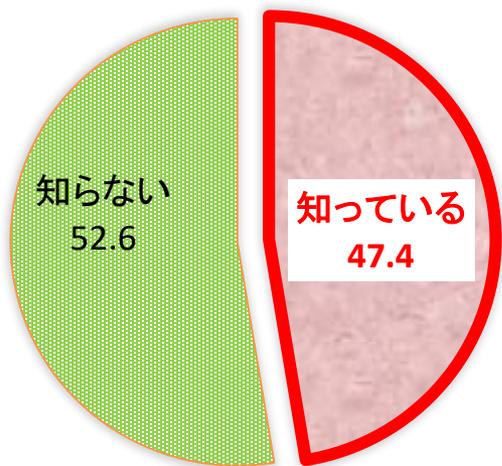
7-3. 地方公共団体の補助金交付等の制度に対する認知度（調査対象：一般消費者）

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、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」を認知している割合は47.4%となった。

当該制度を知ったきっかけでは、「インターネット（地方公共団体のホームページを除く）」・「住宅事業者」の割合が増加した。

■「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=1,000)

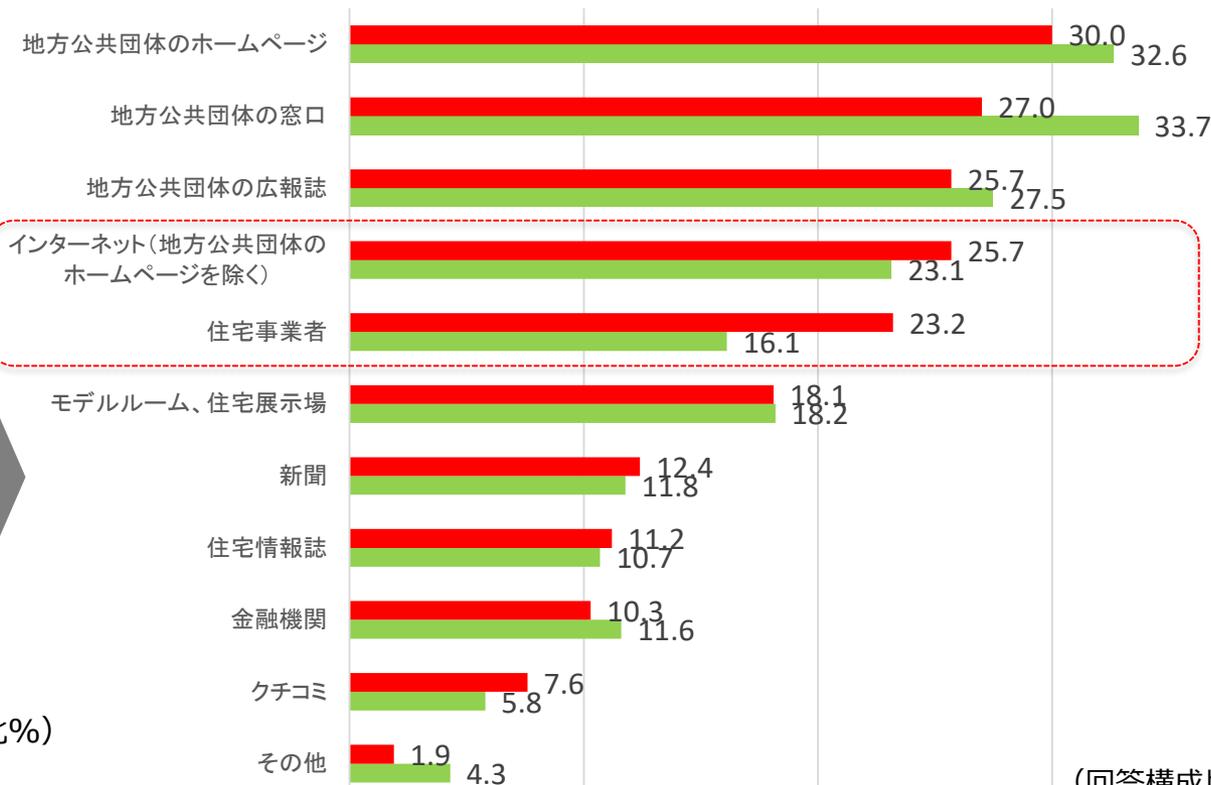


(回答構成比%)

調査時期：2020年1月～2月

■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=474、前回調査n=484 複数回答)

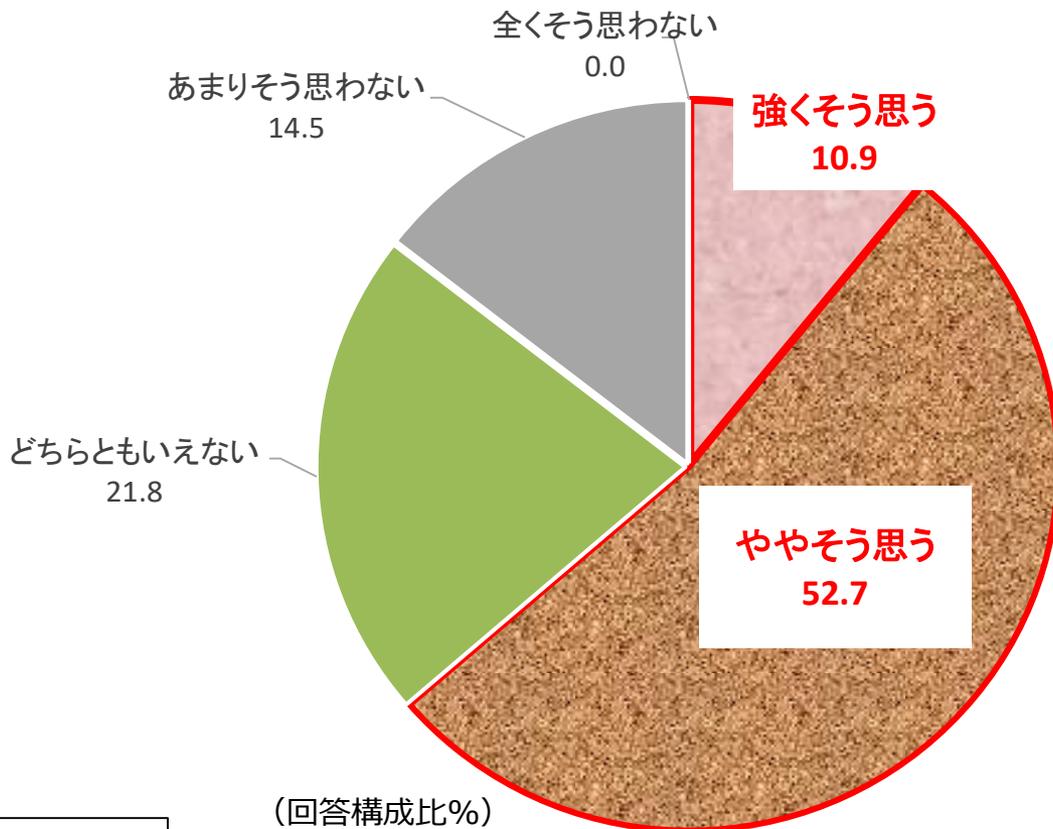


(回答構成比%)

7-4. 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、「強くそう思う」「ややそう思う」との回答の合計が63.6%となり、全体の約6割を占めた。

■地方公共団体の補助金交付制度は住宅取得の後押し、地域の活性化につながると思うか？(n=55)

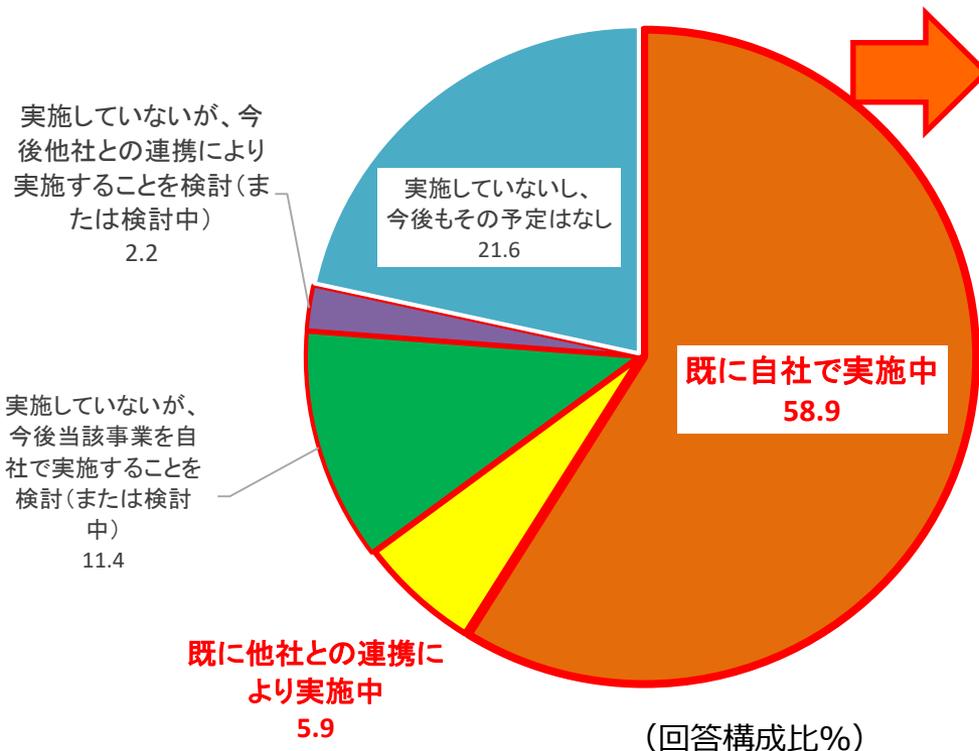


調査時期：2020年1月～2月

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64.8%、これに実施を検討している住宅事業者を含めると78.4%となった。
 実施または検討している事業は「リフォーム」が71.4%、「リノベーション」が65.0%、「買取再販」が56.1%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=543）



調査時期：2020年1月～2月

■ 実施または検討している事業（回答構成比）

(n=426 複数回答・回答構成比%)

事業の種類	割合 (%)
リフォーム (クロスの張り替え等簡易な修繕工事)	71.4
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)	65.0
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)	56.1
その他	4.5

※ 上記は、

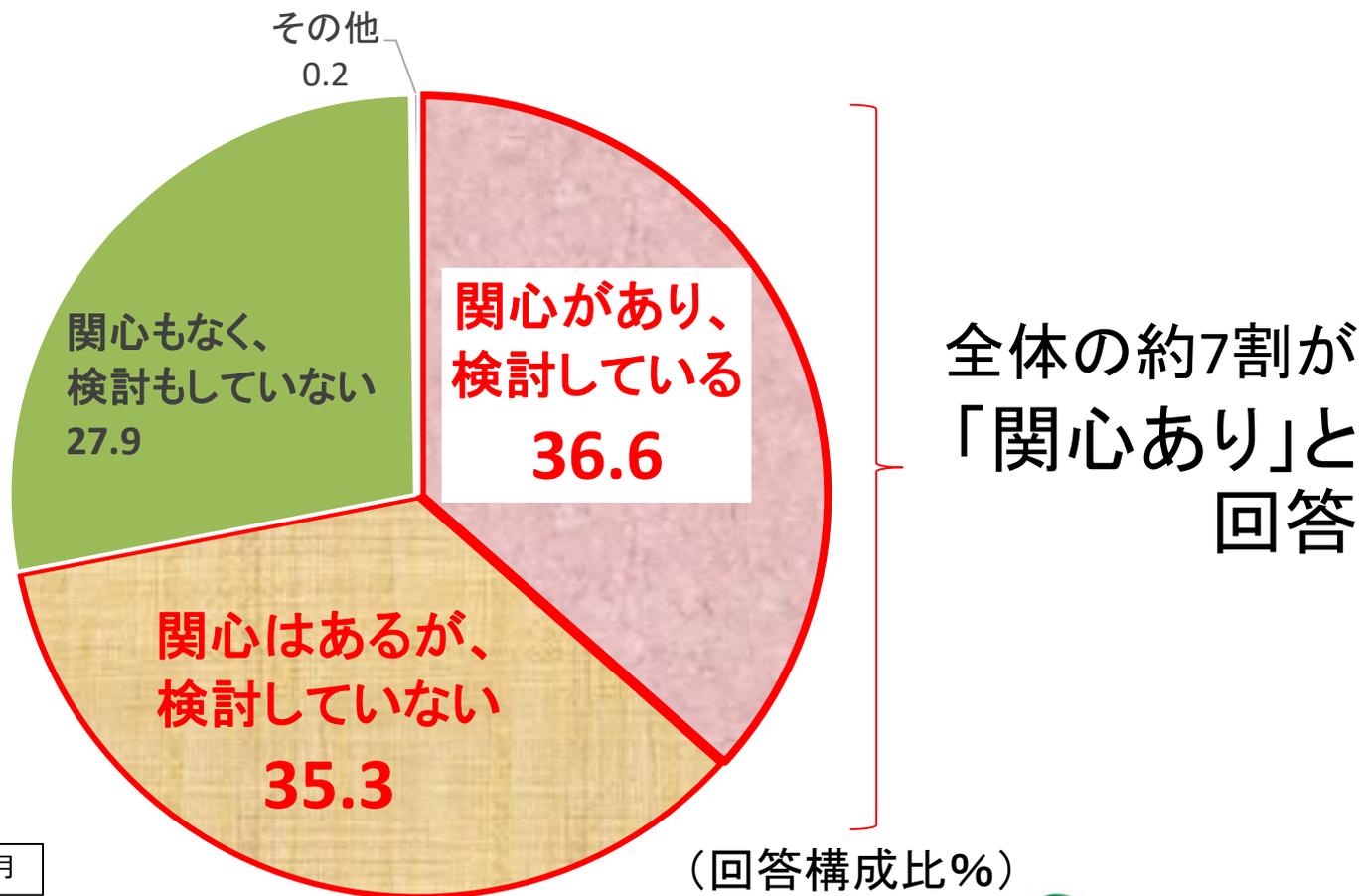
- 既に自社で実施中
- 既に他社との連携により実施中
- 実施していないが、今後当該事業を自社で実施することを検討（または検討中）
- 実施していないが、今後他社との連携により実施することを検討（または検討中）

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」について尋ねると、「関心があり、検討している」が36.6%で最も多く、次いで「関心はあるが、検討していない」が35.3%と、全体の約7割が「関心あり」と回答している。

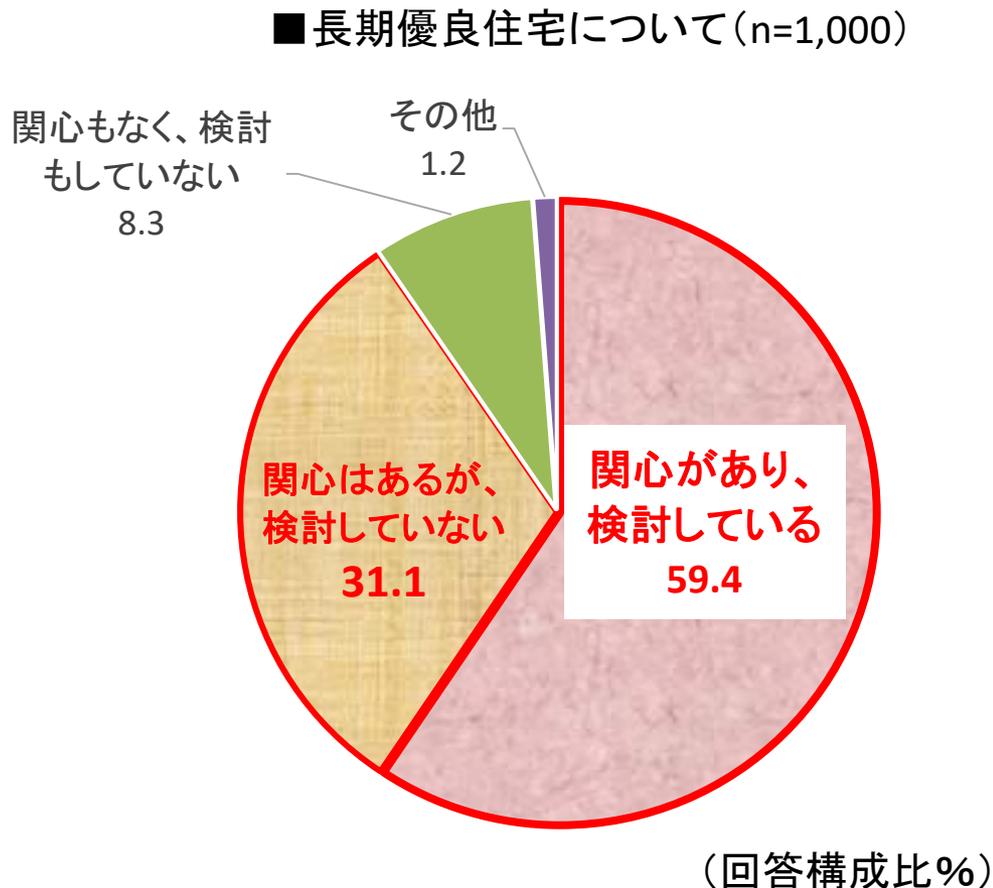
■リフォームされた中古住宅の購入や、購入と併せてリフォームをするような住宅の取得について(n=1,000)



調査時期：2020年1月～2月

9. 長期優良住宅※について（調査対象：一般消費者）

「長期優良住宅」について尋ねると、「関心があり、検討している」が59.4%で最も多く、次いで「関心はあるが、検討していない」が31.1%と、全体の約9割が「関心あり」と回答している。



全体の約9割が
「関心あり」と
回答

調査時期：2020年1月～2月



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)