

9月23日は不動産の日

「不 動 産 の 日 ア ン ケ ー ト」

－ 住宅の居住志向及び購買等に関する意識調査 －

2018年 1月

(公社)全国宅地建物取引業協会連合会
(公社)全国宅地建物取引業保証協会

全宅連、全宅保証協会では、協会活動を一般消費者の方に理解していただくため、9月23日を「不動産の日」と定め、広く一般消費者に周知しておりますが、この度、9月11日～10月31日までホームページを活用した一般消費者向け不動産に関する意識調査を実施し、調査結果がまとまりましたので発表します。

◆(公社)全国宅地建物取引業協会連合会〔略称「全宅連」〕（会長 伊藤 博）

全宅連は、法律（宅地建物取引業法）に規定された唯一の全国業者組織です。不動産業界のなかで最大の業者団体で、免許を受けた全国の宅地建物取引業者の約8割が加盟している団体で、会員である全国47都道府県の社団法人宅地建物取引業協会を通じて、傘下業者の指導育成に努めるとともに、住宅・宅地政策の改善や流通の促進に積極的に取り組んでいます。

◆(公社)全国宅地建物取引業保証協会〔略称「全宅保証」〕（会長 伊藤 博）

全宅連を母体として、宅地建物取引業法に基づき設立された保証機関で、全宅保証の主な業務は、消費者からの苦情の解決、会員業者の研修、取引で生じた損害に対する弁済業務の他、手付金等保管事業、宅地建物取引業の健全な発達と資質の向上および消費者の保護を図る業務を行っています。

■ 調 査 実 施 概 要	P 3
■ 調 査 結 果 概 略	P 5
■ 調 査 結 果	
Q1. 不動産は買い時ですか。	P 8
Q1－A. 買い時だと思える理由は何ですか。	P 9
Q1－B. 買い時だと思わない理由は何ですか。	P 10
Q2. 現在のお住まいの満足度は何点ですか。(持家／賃貸)	P 11
Q3. 現在のお住まいに関係なく、あなたは「持家派」?「賃貸派」?どちらですか。	P 12
Q3－A. 「持家派」(一戸建派・マンション派含む)とお答えの理由を教えてください。	P 13
Q3－B. 「賃貸派」(一戸建派・集合住宅派含む)とお答えの理由を教えてください。	P 14
Q4. 住宅を購入する際のポイントは何ですか。	P 15
Q5. 住宅を借りる際のポイントは何ですか。	P 16
Q6. 物件情報の入手方法は何ですか。	P 17
Q7. インターネットで不動産物件情報の検索サイトを利用したことがありますか。	P 18
Q8. 住宅を買ったり売ったりする時に、どのような税金等の優遇措置があればよいと思いますか。	P 19
Q9－1－1. 瑕疵保険について知っていますか?	P 20
<前年比較>	P 21
Q9－1－2. インспекションについて知っていますか?	P 22
<前年比較>	P 23
Q9－2. 中古住宅の購入を考える場合、必要と思われることはどれですか。	P 24
<前年比較>	P 25
Q10. 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報は何か。	P 26
Q11. 2011年3月の東日本大震災後、さまざまな天災がありました、 住まいに関する意識についてどのような変化がありましたか。(3つまで選択可)	P 27
Q12. 家を売り買いしたり、部屋の貸し借りをしたりする場合、宅建業者(不動産会社)に対して、 最も期待することは何か。	P 28
Q13. あなたの人生設計(ライフプラン)の中で、下記項目のうち、重視するものは何か。	P 29
Q14. あなたが物件の購入・売却・賃貸をする時に、不動産店を選ぶポイントを教えてください。	P 30
Q15. あなたが不動産店に対してもっているイメージを教えてください。	P 31
<前年比較>	P 32
Q16－A. 前問にて「(Q15の回答)」を選択された理由を具体的に教えてください。	P 33
Q16－B. あなたの不動産店のイメージを点数で評価すると、100点満点で何点になりますか?	P 34
Q17. 安全な不動産取引ができるお店の証、ハトマークを知っていますか。	P 35
<前年比較>	P 36

- 調査期間
 :
 2017年9月1日(金)～10月31日(火)
- 調査方法
 :
 全宅連・全宅保証ホームページにて、インターネットによるアンケート調査
 (URL <http://www.zentaku.or.jp/>)
- 調査対象
 :
 地域
 日本国内全地域在住の方
 :
 年齢
 20歳以上
 :
 性別
 男女
- 有効回答者数
 :
 14, 331件

■
 回答者内訳

◆
 性別／年代（人）

	全 体	20代	30代	40代	50代	60代以上	平 均
全 体	14331	2674	3747	3499	2642	1769	42.6
男性	6643	738	1263	1692	1598	1352	47.2
女性	7688	1936	2484	1807	1044	417	38.7

◆
 職業（人）

	全 体	会社員	公務員	自営業	主婦	学生	その他
全 体	14331	6877	653	1032	3332	365	2072
男性	6643	4057	470	753	31	178	1154
女性	7688	2820	183	279	3301	187	918

◆
 地域ブロック／県（人）

		北海道
北海道	645	645

		青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県
東北	916	130	133	279	119	107	148

		茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
関東	4959	266	184	176	799	720	1744	1070

		新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県
中部	2516	228	99	127	74	80	200	210	344	941	213

		滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県
近畿	2477	170	349	1053	630	160	115

		鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県
中国	870	70	85	229	321	165

		徳島県	香川県	愛媛県	高知県
四国	399	75	106	154	64

		福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
九州・沖縄	1549	620	81	151	174	138	113	132	140

■ 回答者内訳

◆ 現在のお住まいの形態（戸建／マンション）（人）

	全 体	戸 建	マンション	その他
全 体	14331	7615	5062	1654
男性	6643	3865	2190	588
女性	7688	3750	2872	1066
20代	2674	898	1284	492
30代	3747	1752	1482	513
40代	3499	2036	1093	370
50代	2642	1648	776	218
60代以上	1769	1281	427	61
北海道	645	315	235	95
東北	916	604	163	149
関東	4959	2202	2188	569
中部	2516	1651	587	278
近畿	2477	1309	1006	162
中国	870	555	213	102
四国	399	251	108	40
九州・沖縄	1549	728	562	259

◆ 現在のお住まいの形態（形態）（人）

	全 体	持家	借家	社宅	その他（親族等の同居など）
全 体	14331	8195	4980	466	690
男性	6643	4263	1872	195	313
女性	7688	3932	3108	271	377
20代	2674	756	1565	166	187
30代	3747	1777	1589	155	226
40代	3499	2164	1083	81	171
50代	2642	1962	553	53	74
60代以上	1769	1536	190	11	32
北海道	645	319	253	37	36
東北	916	535	295	33	53
関東	4959	2732	1825	182	220
中部	2516	1602	718	67	129
近畿	2477	1511	795	62	109
中国	870	536	268	26	40
四国	399	228	136	14	21
九州・沖縄	1549	732	690	45	82

◆ 現在のお住まいの形態（広さ）（人）

	全 体	ワンルーム ～1DK	2K～2LD K	3K～3LD K	4K～4LD K	5K～5LD K	6K以上
全 体	14331	1671	2810	4015	3143	1511	1181
男性	6643	721	1060	1848	1611	775	628
女性	7688	950	1750	2167	1532	736	553
20代	2674	779	786	545	289	151	124
30代	3747	446	950	1125	747	283	196
40代	3499	274	608	1106	862	368	281
50代	2642	126	338	777	714	379	308
60代以上	1769	46	128	462	531	330	272
北海道	645	82	150	167	144	72	30
東北	916	69	186	212	175	137	137
関東	4959	779	1022	1529	998	378	253
中部	2516	180	454	584	645	339	314
近畿	2477	271	398	763	587	264	194
中国	870	85	141	222	189	118	115
四国	399	36	72	102	95	58	36
九州・沖縄	1549	169	387	436	310	145	102

◆ 現在のお住まいの形態（居住年数）（人）

	全 体	1年未満	1年～3年	4年～6年	7年～9年	10年～12 年	13年～15 年	16年以上
全 体	14331	1287	2818	1895	1095	1322	903	5011
男性	6643	449	1010	765	496	644	474	2805
女性	7688	838	1808	1130	599	678	429	2206
20代	2674	546	969	304	91	146	103	515
30代	3747	455	1119	768	348	255	98	704
40代	3499	196	484	495	385	533	310	1096
50代	2642	65	175	226	186	262	290	1438
60代以上	1769	25	71	102	85	126	102	1258
北海道	645	64	143	77	52	72	32	205
東北	916	75	166	109	64	85	55	362
関東	4959	480	1023	719	405	483	315	1534
中部	2516	202	437	310	167	212	171	1017
近畿	2477	214	445	308	189	231	176	914
中国	870	73	150	103	74	80	55	335
四国	399	21	92	47	30	26	27	156
九州・沖縄	1549	158	362	222	114	133	72	488

■ 不動産の買い時

- ・ 17年度調査時において、「買い時だと思う」19.9%、「買い時だと思わない」24.7%、「分からない」55.4%と、「分からない」が最も高く、「買い時だと思う」は全体の約20%となっている。16年度と比較して17年度は、「買い時だと思う」が5.0pt下降して、「買い時だと思わない」が2.4pt上昇している。どの年代層も「買い時だと思う」が下降していることから、全体的に「買い時感」が減退しているといえる。
- ・ 不動産が買い時だと思う理由では、「住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから」が34.5%と最も多く挙げられ、「住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が低いので」が23.2%と続く。不動産が買い時だと思わない理由では、「自分の収入が不安定または減少しているから」が38.6%と最も多く挙げられている。

	買い時だと思う	買い時だと思わない	分からない
買い時	19.9% (-5.0pt)	24.7% (+2.4pt)	55.4% (+2.6pt)
	買い時だと思う 理由 TOP3	買い時と思わない 理由 TOP3	
	1. 住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから 34.5%	1. 自分の収入が不安定または減少しているから 38.6%	
	2. 住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が低いので 23.2%	2. 不動産価格が下落しそうだから 33.7%	
	3. 消費税率が上がる前だから 22.3%	3. 地震などの天災が心配だから 10.3%	

■ 現住居満足点 ／ 持家派 or 賃貸派（現住居問わず）

- ・ 現在「持家」に住んでいる方の、平均得点は73.0点、「賃貸」では65.2点となっており、「持家」に住んでいる方のほうが住まいに対しての満足度が高い。
- ・ 現在の居住形態に関わらず、持家派は84.9%と全体の8割以上を占めている。持家派の理由では、「家賃を支払い続けることが無駄に思えるから」が63.1%と最も多く挙げられた。賃貸派の理由としては、「住宅ローンに縛られたくないから」が59.0%と最も高く、次いで「仕事等の都合で引越しする可能性があるから」「家族構成の変化で引越しする可能性があるから」が30%台で続いている。

	持家(現住居)	賃貸(現住居)
平均得点	73.0点	65.2点

※現住居問わず

持家or賃貸	持家派	賃貸派
	84.9%	15.1%

持家派 理由 TOP3	賃貸派 理由 TOP3
1. 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから 63.1%	1. 住宅ローンに縛られたくないから 59.0%
2. 落ち着きたいから 43.9%	2. 仕事等の都合で引越す可能性があるから 37.5%
3. 持家を資産と考えているから 39.4%	3. 家族構成の変化で引越す可能性があるから 31.6%

■ 住宅購入重視点／賃貸重視点

- ・ 住宅購入時に重視する点について、「周辺・生活環境が良い」「交通の利便性が良い」が55%以上、賃貸時に重視する点については、「賃料」が80.0%で最も多く挙げられた。「賃貸」の方が経済面をより重視している傾向にある。「購入」「賃貸」ともに、周辺の生活環境や交通の利便性が重視されている。

住宅購入重視点	賃貸重視点
1. 周辺・生活環境が良い 64.5%	1. 賃料 80.0%
2. 交通の利便性が良い 58.0%	2. 交通の利便性が良い 59.1%
3. 不動産の価格 40.2%	3. 周辺・生活環境が良い 47.1%

■ 物件情報入手経路／不動産物件情報検索サイト利用状況(インターネット)

- ・ 物件情報入手経路では、「インターネット・携帯サイト」が86.8%と最も多く挙げられ、若年層ほどよく利用している一方、高年齢層は「新聞折り込みチラシ」をよく利用している傾向が見られ、年代により利用する情報入手媒体に差異が見られる。
- ・ 不動産物件情報検索サイト利用状況について、インターネットに関しては「賃貸物件を探す時に利用したことがある」が60.2%と最も多く挙げられている。若年層ほどインターネットサイトの利用は高く、年代による差が大きい。

物件情報入手経路 TOP3
1. インターネット・携帯サイト 86.8%
2. 不動産情報紙 38.2%
3. 新聞折り込みチラシ 36.7%

不動産物件情報検索サイト利用状況(インターネット)
1. 賃貸物件を探す時に利用したことがある 60.2%
2. 利用したことがない 30.7%
3. 売買物件を探す時に利用したことがある 22.7%

■ 住宅売買時に望む優遇措置

- ・ 住宅売買時に望む優遇措置について、「住宅の購入時にかかる税金の軽減措置」が73.0%と最も多く挙げられる。続いて「住宅ローンの借入金の残高に応じて所得税が軽減される措置」が49.3%となっているが、60代以上は低い傾向を示している。

住宅売買時に望む優遇措置
1. 住宅の購入時にかかる税金(住宅取得税・登録免許税など)の軽減措置 73.0%
2. 住宅ローンの借入金の残高に応じて所得税が軽減される措置(住宅ローン控除) 49.3%
3. 現在住んでいる住宅を売って新たに買い換えるときの税金の軽減措置 28.0%

■ 瑕疵保険・インスペクション 認知有無

- ・ 瑕疵保険の認知率は25.8%で、インスペクションの認知率は10.9%となっている。瑕疵保険・インスペクションとも、男性・高年齢層の認知率が比較的高い。

瑕疵保険 認知有無
知っている 25.8%
聞いたことがあるが 内容は知らない 23.1%
聞いたことがない 51.2%

インスペクション 認知有無
知っている 10.9%
聞いたことがあるが 内容は知らない 17.3%
聞いたことがない 71.8%

■ 中古住宅購入時に必要なもの

- ・ 中古住宅購入時に必要なものについて、「瑕疵保険が付されていること」が64.0%と最も多く挙げられている。続いて「履歴情報が残っていること」が63.1%、「インスペクション(建物診断)が付されていること」が62.8%となっている。

中古住宅購入時に必要なもの
1. 瑕疵保険が付されていること 64.0%
2. 履歴情報が残っていること 63.1%
3. インスペクション(建物診断)が付されていること 62.8%

■ 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報

- ・ 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報について、「物件の写真」が84.1%と最も多く挙げられ、「街の環境情報」が63.2%、「周辺物件の相場や取引事例」が53.9%と続き、物件の写真とともに、物件周辺の環境や取引実態の情報を求めている傾向にある。

物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報
1. 物件の写真 84.1%
2. 街の環境情報 63.2%
3. 周辺物件の相場や取引事例 53.9%

■ 東日本大震災後、住まいに関する意識の変化

- ・ 東日本大震災後、住まいに関する意識の変化について、「築年数や構造(免震・耐震)について考えるようになった」が62.9%と最も多く挙げられ、続いて「地盤等の状況を意識するようになった」が45.0%となっている。
- ・ 昨年熊本地震が発生した「九州・沖縄」では他の地域と目立った差はみられず、意識の上では地震の影響が少なくなっていることがうかがえる。

東日本大震災後、住まいに関する意識の変化	
1. 築年数や構造(免震・耐震)について考えるようになった	62.9%
2. 地盤等の状況を意識するようになった	45.0%
3. 緊急避難場所や防災マップを意識するようになった	41.5%

■ 家の売り買いや、部屋の貸し借りをする場合、宅建業者(不動産会社)に対して、最も期待すること

- ・ 家の売り買いや、部屋の貸し借りをする場合、宅建業者(不動産会社)に対して、期待することについて、「接客対応や説明が丁寧にしてもらえること」が37.7%と最も多く挙げられ、続いて「契約成立に向けた交渉をうまくやってもらえること」が25.0%となっている。
- ・ 仲介業務、専門知識に基づいたアドバイスとともに、接客態度についても重視していることがわかる。

家の売り買いや、部屋の貸し借りをする場合、宅建業者(不動産会社)に対して、期待すること	
1. 接客対応や説明が丁寧にしてもらえること	37.7%
2. 契約成立に向けた交渉をうまくやってもらえること	25.0%
3. 中古住宅を売買するときのリフォームの提案や、住宅を買う際のローンについての的確なアドバイスをしてくれること	20.0%

■ 人生設計(ライフプラン)の中で、重視するもの

- ・ 人生設計(ライフプラン)の中で、重視するものについて、「貯蓄・投資」が56.6%、「仕事」が54.9%と多く挙げられている。続いて「子供の教育」が44.2%となっている。「子供の教育」は20～30代において高い傾向を示しているが、「仕事」は60代以上を除いていずれの世代でも半数を超えている。

人生設計(ライフプラン)の中で重視するもの	
1. 貯蓄・投資	56.6%
2. 仕事	54.9%
3. 子供の教育	44.2%

■ 不動産店を選ぶポイント

- ・ 物件の購入・売却・賃貸をする時に、不動産店を選ぶポイントについて、「店舗の雰囲気が良い」「ネット情報や口コミ等で評判のよい」がともに半数を超え高い。次いで「ホームページが充実している」が37.2%となっている。

物件の購入・売却・賃貸をする時に、不動産店を選ぶポイント	
1. 店舗の雰囲気が良い	61.5%
2. ネット情報や口コミ等で評判がよい	59.9%
3. ホームページが充実している	37.2%

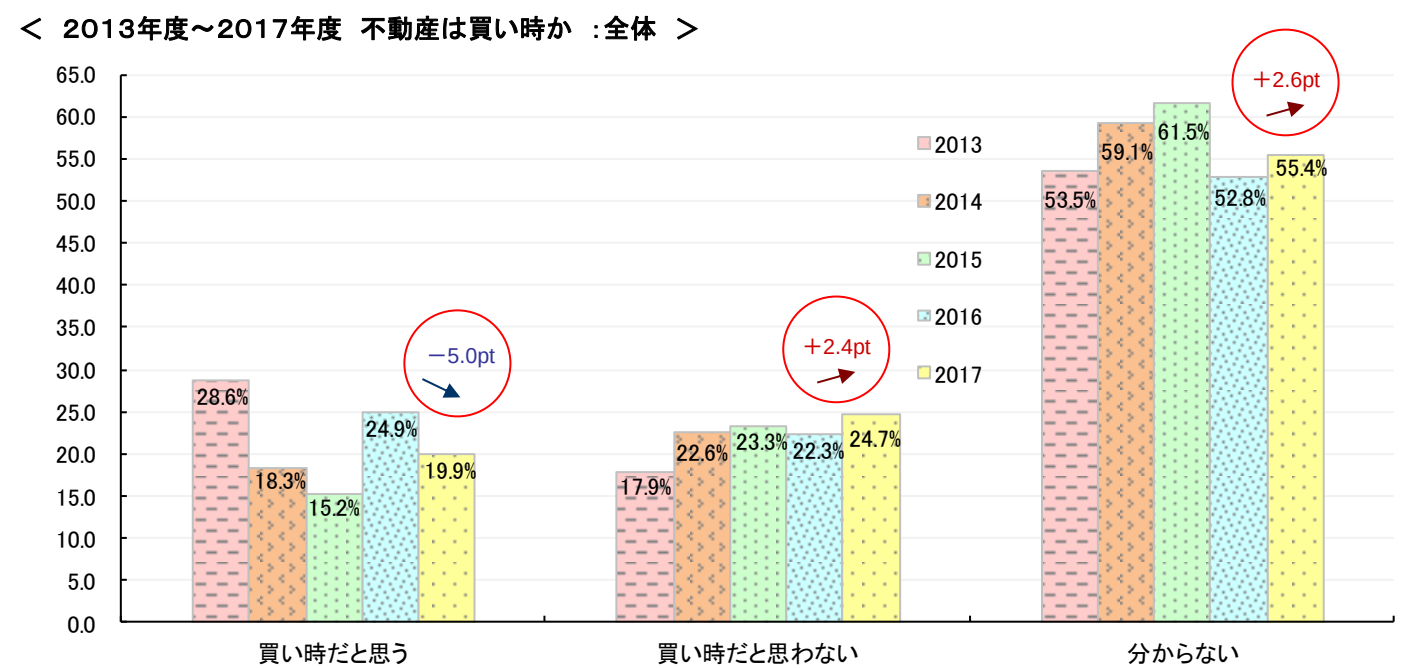
■ 不動産店に対して持っているイメージ／ハトマークの認知

- ・ 不動産店に対してもっているイメージについて、「よい・計」が65.0%となっており、「わるい・計」は35.0%となっている。イメージの理由について、「よい・計」では「対応のよさ」「専門知識」「アフターケア」など実際の対応が評価されているのに対し、「わるい・計」では実際の対応だけでなくテレビ・ニュースなどから悪いイメージが付いてしまっている意見もみられる。
- ・ 不動産店のイメージ得点の平均は65.6点である。
- ・ ハトマークの認知率は66.1%となっている。九州・沖縄では8割近くが認知している一方で、北海道では50%台で、地域差が大きい。

不動産店に対してもっているイメージ		不動産店のイメージ		ハトマークの認知	
よい・計	65.0%	平均得点	65.6点	知っている	66.1%
わるい・計	35.0%			知らない	33.9%

Q1. 不動産は買い時ですか。(1つ選択)

- 「買い時だと思う」が減少
- 「買い時だと思う」19.9%(−5.0pt) ／ 「買い時だと思わない」24.7%(+2.4pt)
- ◆ 17年度調査時において、「買い時だと思う」19.9%、「買い時だと思わない」24.7%、「分からない」55.4%と、「分からない」が最も高く、「買い時だと思う」は全体の約20%となっている。
- ◆ 16年度と比較して17年度は、「買い時だと思う」が5.0pt下降して、「買い時だと思わない」が2.4pt上昇。16年度は「買い時だと思う」が大幅に上昇したが、17年度はどの層も「買い時だと思う」が下降していることから、前年度に増加した「買い時感」は全体的に減退しているといえる。



< 2013年度～2017年度 不動産は買い時か :年代／地域別 >

	買い時だと思う										買い時だと思わない					分からない					(%)	(人)
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017		回答数
全体	28.6	18.3	15.2	24.9	19.9	17.9	22.6	23.3	22.3	24.7	53.5	59.1	61.5	52.8	55.4							14331
■ 性別																						
男性	27.4	18.4	15.2	28.1	20.9	20.9	26.0	26.3	24.9	28.0	51.7	55.7	58.4	47.0	51.0							6643
女性	29.8	18.2	15.2	22.3	19.0	15.1	18.7	19.4	20.3	21.8	55.1	63.1	65.4	57.5	59.2							7688
■ 年代																						
20代	33.1	21.8	17.5	24.3	21.7	21.2	25.8	29.0	27.1	27.8	45.7	52.4	53.6	48.5	50.6							2674
30代	34.0	23.9	22.8	29.4	24.6	17.1	21.7	21.8	21.9	24.6	48.9	54.4	55.4	48.7	50.7							3747
40代	26.4	16.8	14.7	24.2	20.0	16.8	21.3	21.9	20.6	23.1	56.8	61.9	63.4	55.2	56.9							3499
50代	23.4	13.2	12.2	21.7	15.0	18.8	23.2	23.8	20.0	24.3	57.8	63.6	64.0	58.3	60.7							2642
60代以上	23.2	16.1	11.7	19.9	14.5	16.8	22.0	23.0	21.3	23.9	60.0	62.0	65.3	58.8	61.6							1769
■ 地域																						
北海道	23.4	13.3	13.4	20.9	19.2	18.5	26.6	21.6	24.0	27.9	58.1	60.1	65.1	55.1	52.9							645
東北	23.9	15.7	14.5	24.1	19.9	19.4	25.4	24.2	21.2	24.1	56.7	58.9	61.3	54.7	56.0							916
関東	31.1	19.4	16.1	26.2	19.7	18.6	23.1	24.4	24.6	28.5	50.3	57.6	59.5	49.2	51.8							4959
中部	25.8	18.4	13.6	24.5	19.9	17.4	22.5	23.7	22.0	21.9	56.7	59.0	62.7	53.6	58.2							2516
近畿	29.5	19.5	16.0	25.0	21.2	17.3	20.9	22.5	20.6	22.4	53.2	59.6	61.5	54.4	56.4							2477
中国	26.8	15.6	12.0	25.0	20.2	16.9	20.9	20.2	18.4	20.1	56.3	63.5	67.8	56.6	59.7							870
四国	29.3	17.0	13.4	22.8	17.3	13.8	18.2	22.2	22.6	26.1	56.9	64.9	64.4	54.6	56.6							399
九州・沖縄	29.4	18.0	16.4	24.0	19.6	17.9	22.3	22.0	20.6	21.8	52.8	59.7	61.5	55.5	58.6							1549

Q1－A. 買い時だと思う理由は何ですか。(1つ選択)

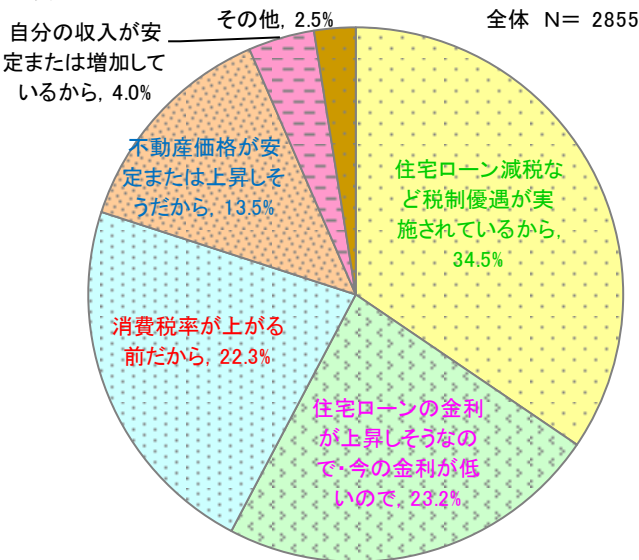
■ 税制優遇の利点「住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから」34.5%

■ 「住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が低いので」23.2%

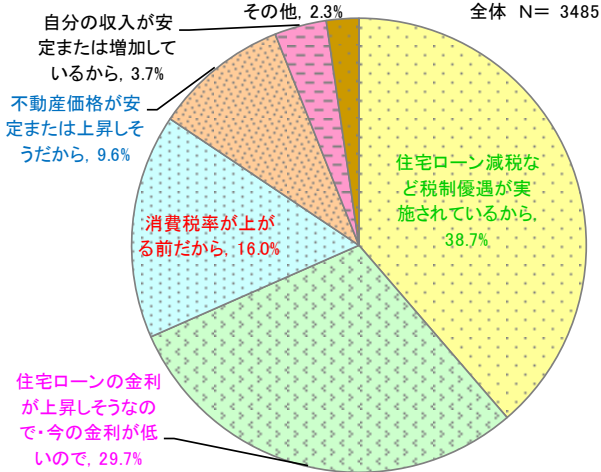
- ◆ 不動産が買い時だと思う理由では、「住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから」が34.5%と最も多く挙げられ、「住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が低いので」が23.2%と続いている。
- ◆ 「住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから」は30代で高い、「住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が低いので」は40代で高い、「消費税が上がる前だから」は20代で高い、「不動産価格が安定または上昇しうだから」は60代以上で高い、と年代によって意識が異なる。

< 2017年度 不動産が買い時だと思う理由(買い時だと思う人のみ) >

<2017年度>



<2016年度>



	(N=)	住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから	住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が低いので	消費税率が上がる前だから	不動産価格が安定または上昇しうだから	自分の収入が安定または増加しているから	その他
全 体	2855	34.5	23.2	22.3	13.5	4.0	2.5
■性別							
男性	1391	33.6	23.9	18.5	17.0	4.5	2.5
女性	1464	35.3	22.4	26.0	10.2	3.6	2.5
■年代							
20代	579	28.0	19.2	29.5	14.0	5.9	3.5
30代	923	39.9	23.2	21.1	8.8	4.0	3.0
40代	700	35.4	29.0	16.9	12.9	3.7	2.1
50代	396	33.8	24.2	20.2	16.9	3.0	1.8
60代以上	257	28.0	14.4	28.8	26.1	1.9	0.8
■地域							
北海道	124	35.5	21.8	27.4	9.7	3.2	2.4
東北	182	29.7	27.5	24.7	9.3	5.5	3.3
関東	976	34.3	20.9	21.3	16.7	4.4	2.4
中部	500	32.6	26.2	21.8	12.4	4.0	3.0
近畿	524	37.0	21.2	23.9	13.5	2.3	2.1
中国	176	36.9	26.7	21.0	9.7	3.4	2.3
四国	69	33.3	29.0	18.8	7.2	11.6	-
九州・沖縄	304	34.9	23.4	22.0	12.8	3.6	3.3
		全体+10pt		全体-10pt			

【2017年度 TOP3】

- 住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから(34.5%)
- 住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が低いので(23.2%)
- 消費税率が上がる前だから(22.3%)

【2016年度 TOP3】

- 住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから(38.7%)
- 住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が低いので(29.7%)
- 消費税率が上がる前だから(16.0%)

【2015年度 TOP3】

- 住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから(40.0%)
- 消費税率が上がる前だから(26.9%)
- 不動産価格が安定または上昇しうだから(18.2%)

【2014年度 TOP3】

- 住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから(38.3%)
- 不動産価格が安定または上昇しうだから(23.3%)
- 消費税率が上がる前だから(22.8%)

【2013年度 TOP3】

- 消費税率が上がる前だから(51.7%)
- 住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから(21.8%)
- 不動産価格が安定または上昇しうだから(14.9%)

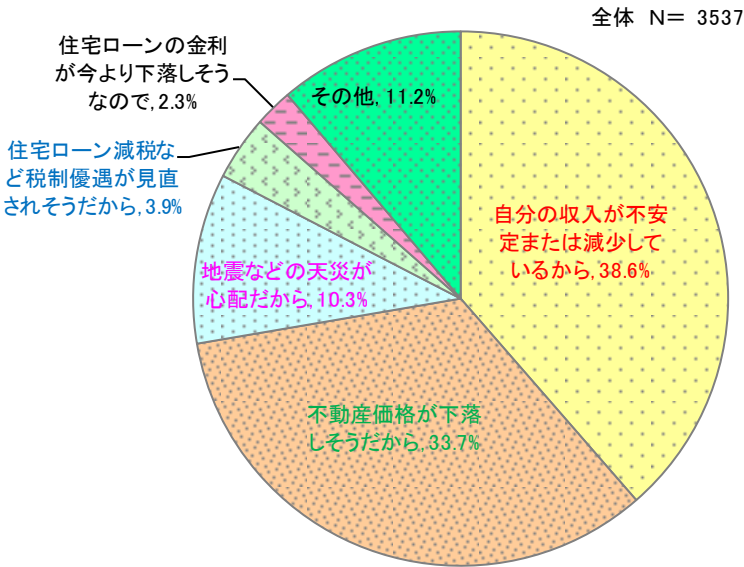
Q1－B. 買い時だと思わない理由は何ですか。(1つ選択)

- 経済的不安定感「自分の収入が不安定または減少しているから」38.6%
- 「不動産価格が下落しそうだから」33.7% 前年より5%以上アップ

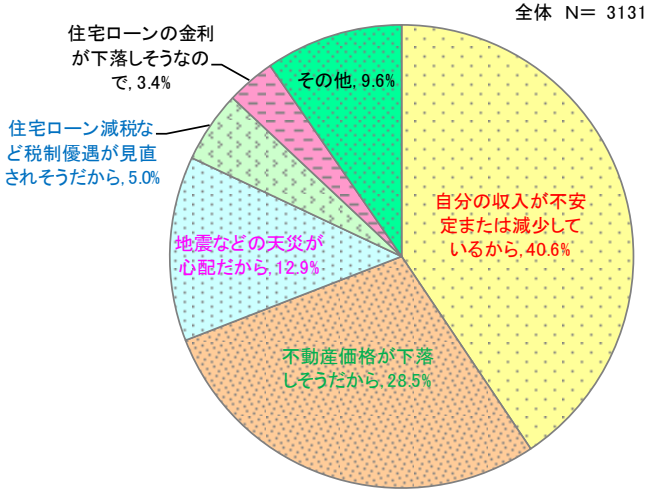
- ◆ 不動産が買い時だと思わない理由では、「自分の収入が不安定または減少しているから」が38.6%と最も多く挙げられ、全体と比較して、20代が特に強く感じている。
- ◆ 続いて「不動産価格が下落しそうだから」が33.7%挙げられ、こちらは年代が高いほど強く感じている。「不動産価格が下落しそうだから」は前年(2016年)の28.5%から5%以上アップしており、単純に買い時では無いというばかりではなく、不動産価格が下降していった場合「買い時だと思う」に転じる可能性がある方が増えている事がうかがえる。

< 2017年度 不動産が買い時だと思わない理由(買い時だと思わない人のみ) >

<2017年度>



<2016年度>



		(%)						
(N=)		自分の収入が不安定または減少しているから	不動産価格が下落しそうだから	地震などの天災が心配だから	住宅ローン減税など税制優遇が見直されそうだから	住宅ローンの金利が今より下落しそうなので	その他	
全 体		3537	38.6	33.7	10.3	3.9	2.3	11.2
■性別								
男性		1861	34.3	41.8	8.4	3.3	1.9	10.4
女性		1676	43.3	24.7	12.5	4.5	2.9	12.1
■年代								
20代		743	56.5	18.6	9.0	4.2	3.2	8.5
30代		923	36.6	34.5	10.0	5.0	2.3	11.7
40代		807	31.8	38.2	11.8	3.6	2.4	12.3
50代		642	34.0	40.0	11.4	3.3	2.2	9.2
60代以上		422	31.0	40.5	9.2	2.4	1.2	15.6
■地域								
北海道		180	40.0	31.1	7.8	4.4	2.8	13.9
東北		221	43.0	30.3	7.2	5.0	1.8	12.7
関東		1412	33.4	40.3	10.2	3.3	2.1	10.6
中部		551	41.9	26.3	12.2	5.3	2.7	11.6
近畿		556	40.5	32.2	9.2	3.8	3.1	11.3
中国		175	48.0	25.1	8.6	4.6	1.7	12.0
四国		104	35.6	37.5	14.4	-	1.9	10.6
九州・沖縄		338	43.8	27.5	13.0	3.8	2.1	9.8
						全体+10pt	全体-10pt	

【2017年度 TOP3】

- 1 自分の収入が不安定または減少しているから(38.6%)
- 2 不動産価格が下落しそうだから(33.7%)
- 3 地震などの天災が心配だから(10.3%)

【2016年度 TOP3】

- 1 自分の収入が不安定または減少しているから(40.6%)
- 2 不動産価格が下落しそうだから(28.5%)
- 3 地震などの天災が心配だから(12.9%)

【2015年度 TOP3】

- 1 自分の収入が不安定または減少しているから(42.1%)
- 2 不動産価格が下落しそうだから(28.2%)
- 3 地震などの天災が心配だから(11.6%)

【2014年度 TOP3】

- 1 自分の収入が不安定または減少しているから(45.0%)
- 2 不動産価格が下落しそうだから(22.8%)
- 3 地震などの天災が心配だから(10.6%)

【2013年度 TOP3】

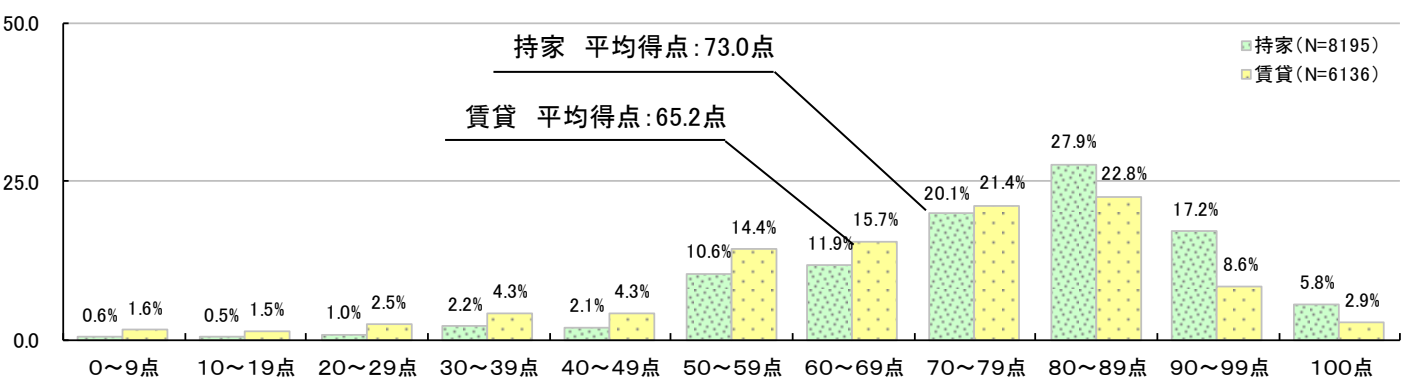
- 1 自分の収入が不安定または減少しているから(45.7%)
- 2 不動産価格が下落しそうだから(16.2%)
- 3 住宅ローン減税など税制優遇が見直されそうだから(14.0%)

Q2. 現在のお住まいの満足度は何点ですか。(持家／賃貸)

- 「持家」平均得点 :73.0点
- 「賃貸」平均得点 :65.2点

- ◆ 現在「持家」に住んでいる方の、平均得点は73.0点、「賃貸」では65.2点となっており、「持家」に住んでいる方が住まいに対しての満足度が高く、「持家」居住者の得点は、「賃貸」居住者に比べ、80～100点でより多く分布している。
- ◆ 「持家」では80点台、「賃貸」では70点～80点台を中心に分布しており、現在の住居に対して、「持家」「賃貸」共に一定の満足を得ていると考えられる。

< 2017年度 住宅満足度 得点分布 >



< 2013年度～2017年度 住宅満足度 平均得点 >

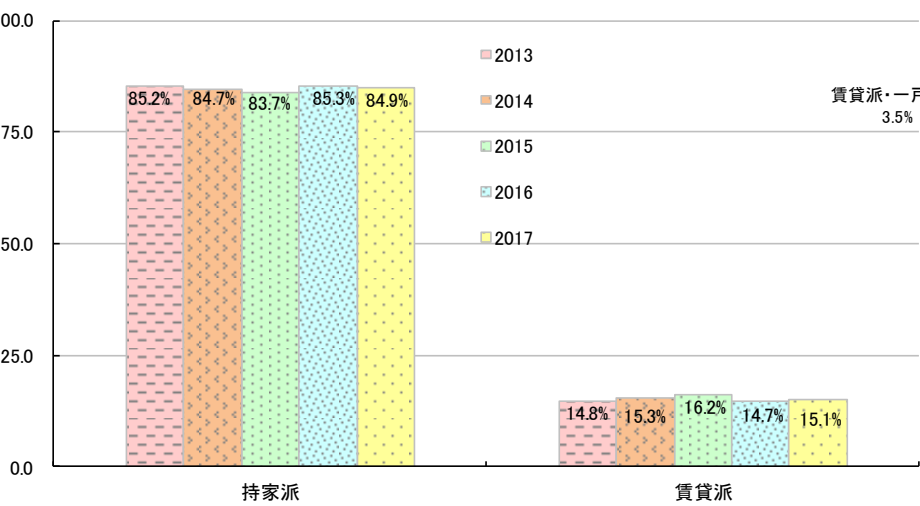
	持家 (平均点)					賃貸 (平均点)					回答者数(人)	
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017	持家	賃貸
全体	72.6	73.2	73.8	73.1	73.0	65.1	64.5	63.5	65.9	65.2	8195	6136
■ 性別											4263	2380
男性	73.3	74.2	74.8	74.3	74.3	64.6	63.5	62.5	66.3	65.3	3932	3756
女性	71.9	71.7	72.2	72.0	71.5	65.6	65.4	64.4	65.7	65.1		
■ 年代											756	1918
20代	70.4	72.4	71.7	71.8	72.0	67.4	67.5	66.8	66.4	66.3	1777	1970
30代	73.7	73.2	73.4	73.9	73.7	65.7	64.9	64.2	65.9	66.2	2164	1335
40代	71.6	71.7	72.4	73.4	72.7	63.6	61.9	62.0	65.0	63.5	1962	680
50代	71.7	71.7	72.0	71.9	71.7	62.3	62.9	61.0	65.9	62.0	1536	233
60代以上	75.2	77.1	77.4	74.3	74.8	64.5	64.2	63.9	67.3	65.9		
■ 地域											319	326
北海道	73.3	74.0	74.4	75.0	75.0	62.6	62.5	63.0	64.0	61.9	535	381
東北	69.8	70.5	69.9	70.5	69.9	63.2	62.4	60.6	62.7	63.3	2732	2227
関東	73.9	74.4	75.6	74.8	74.5	65.4	64.8	64.0	67.0	66.3	1602	914
中部	71.5	72.7	72.9	72.0	72.2	65.9	65.0	63.3	65.4	65.4	1511	966
近畿	72.2	72.5	73.6	72.6	73.1	64.6	63.3	63.8	65.9	64.6	536	334
中国	72.7	73.4	72.3	71.8	71.3	63.8	64.1	61.6	66.6	63.2	228	171
四国	71.4	71.6	70.4	71.8	70.4	67.6	66.7	62.5	63.9	64.5	732	817
九州・沖縄	72.7	72.3	73.0	73.4	72.3	66.7	67.0	64.0	66.4	65.6		

Q3. 現在のお住まいに関係なく、あなたは「持家派」？「賃貸派」？どちらですか。（1つ選択）

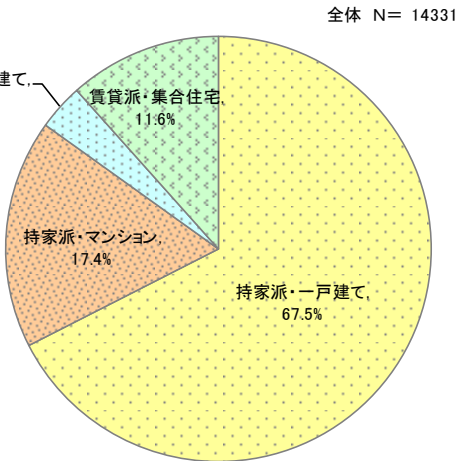
- 「持家派」84.9% （一戸建て67.5% + マンション17.4%）
- 「賃貸派」15.1% （一戸建て3.5% + 集合住宅11.6%）

- ◆ 17年度調査時において、持家派は84.9%と全体の8割以上を占めており、過去調査時と比べても同様の傾向が見受けられる。特に「持家・一戸建て」が全体の70%近くを占める。
- ◆ 居住形態に関係なく、潜在的に「家」を持ちたいという意識が高いことが伺える。持家派は60代以上でやや高いものの、50代以下でも8割以上を占め、年代による大きな意識差はみられない。

< 2013年度～2017年度 持家派 or 賃貸派 >



< 2017年度 持家派 or 賃貸派 詳細 >



< 2013年度～2017年度 持家派 or 賃貸派：年代／地域別 >

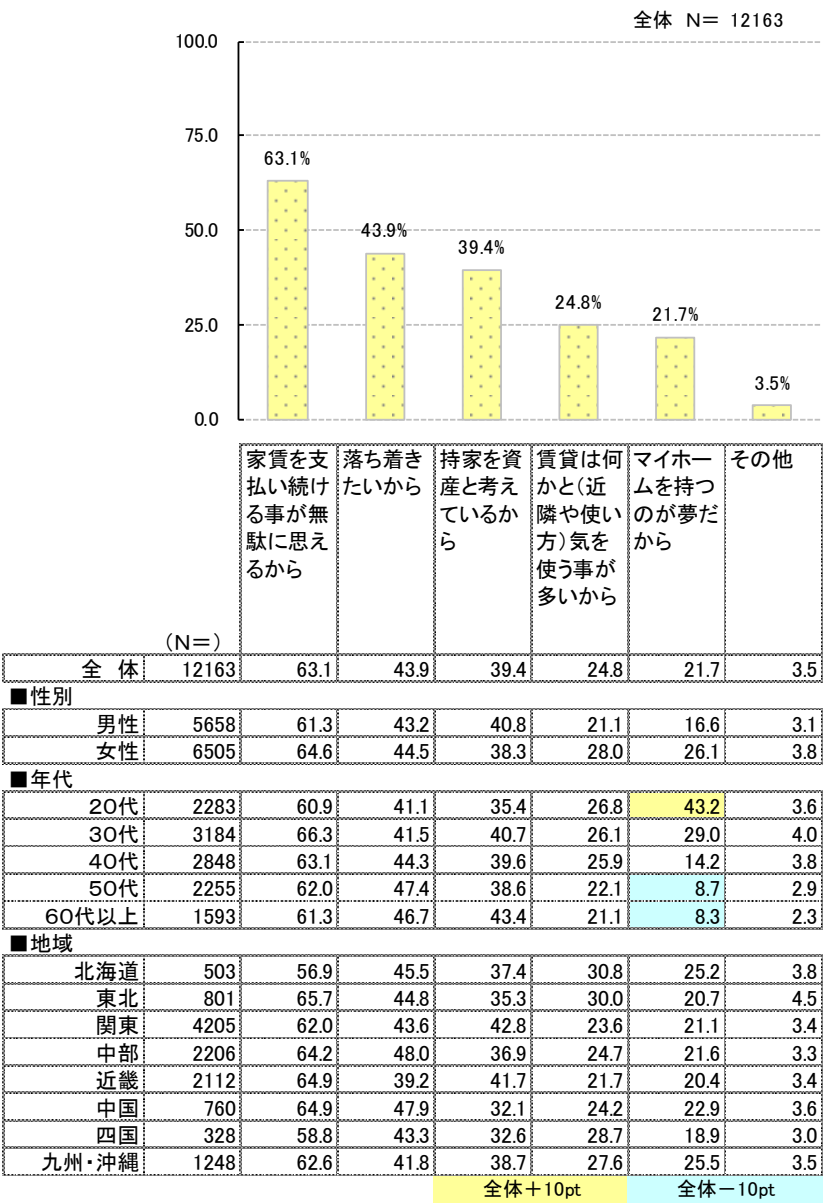
	持家派					賃貸派					(%)	(人)
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017		回答数
全体	85.2	84.7	83.7	85.3	84.9	14.8	15.3	16.2	14.7	15.1		2017 14331
■ 性別												
男性	85.2	85.2	84.5	85.9	85.2	14.8	14.8	15.6	14.1	14.9		6643
女性	85.2	84.2	82.8	84.8	84.7	14.8	15.8	17.2	15.2	15.4		7688
■ 年代												
20代	83.9	84.2	83.1	85.9	85.4	16.1	15.8	16.9	14.0	14.6		2674
30代	84.7	84.0	82.4	85.4	85.0	15.3	16.0	17.5	14.6	15.0		3747
40代	83.1	82.2	79.7	82.5	81.4	16.9	17.8	20.4	17.5	18.6		3499
50代	86.8	85.1	84.1	86.1	85.3	13.2	14.9	16.0	13.9	14.6		2642
60代以上	90.4	90.1	89.7	89.3	90.1	9.6	9.9	10.2	10.7	10.0		1769
■ 地域												
北海道	81.1	79.7	79.0	80.9	77.9	18.9	20.3	21.0	19.1	22.0		645
東北	86.8	87.2	87.7	87.9	87.5	13.2	12.8	12.3	12.1	12.6		916
関東	84.6	84.1	82.3	85.5	84.8	15.4	15.9	17.8	14.5	15.2		4959
中部	88.2	87.7	86.9	87.8	87.6	11.8	12.3	13.1	12.2	12.4		2516
近畿	86.1	84.9	85.3	83.5	85.3	13.9	15.1	14.7	16.5	14.7		2477
中国	85.0	84.5	82.3	86.2	87.4	15.0	15.5	17.6	13.7	12.6		870
四国	81.8	85.4	85.2	85.1	82.2	18.2	14.6	14.8	14.9	17.8		399
九州・沖縄	81.8	82.3	81.5	82.6	80.6	18.2	17.7	18.5	17.3	19.4		1549

Q3－A.「持家派」(一戸建派・マンション派含む)とお答えの理由を教えてください。
 (3つまで選択可)

- 「家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから」63.1%
- 「落ち着きたいから」43.9% ／ 「持家を資産と考えているから」39.4%

- ◆ 持家派の理由では、「家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから」が63.1%と最も多く挙げられ、次いで「落ち着きたいから」が43.9%、「持家を資産として考えているから」39.4%と続く。TOP3に挙げられる理由は、13年度～16年度調査時と同様の項目が挙げられる。
- ◆ 「マイホームを持つのが夢だから」は21.7%で、全体と比較して、年代が若い程強い傾向を示している。

< 2017年度 持家派 理由 >



- 【2017年度 TOP3】
- 1 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(63.1%)
 - 2 落ち着きたいから(43.9%)
 - 3 持家を資産と考えているから(39.4%)

- 【2016年度 TOP3】
- 1 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(63.3%)
 - 2 落ち着きたいから(42.7%)
 - 3 持家を資産と考えているから(41.0%)

- 【2015年度 TOP3】
- 1 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(65.7%)
 - 2 落ち着きたいから(41.9%)
 - 3 持家を資産と考えているから(41.2%)

- 【2014年度 TOP3】
- 1 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(60.8%)
 - 2 落ち着きたいから(41.5%)
 - 3 持家を資産と考えているから(38.3%)

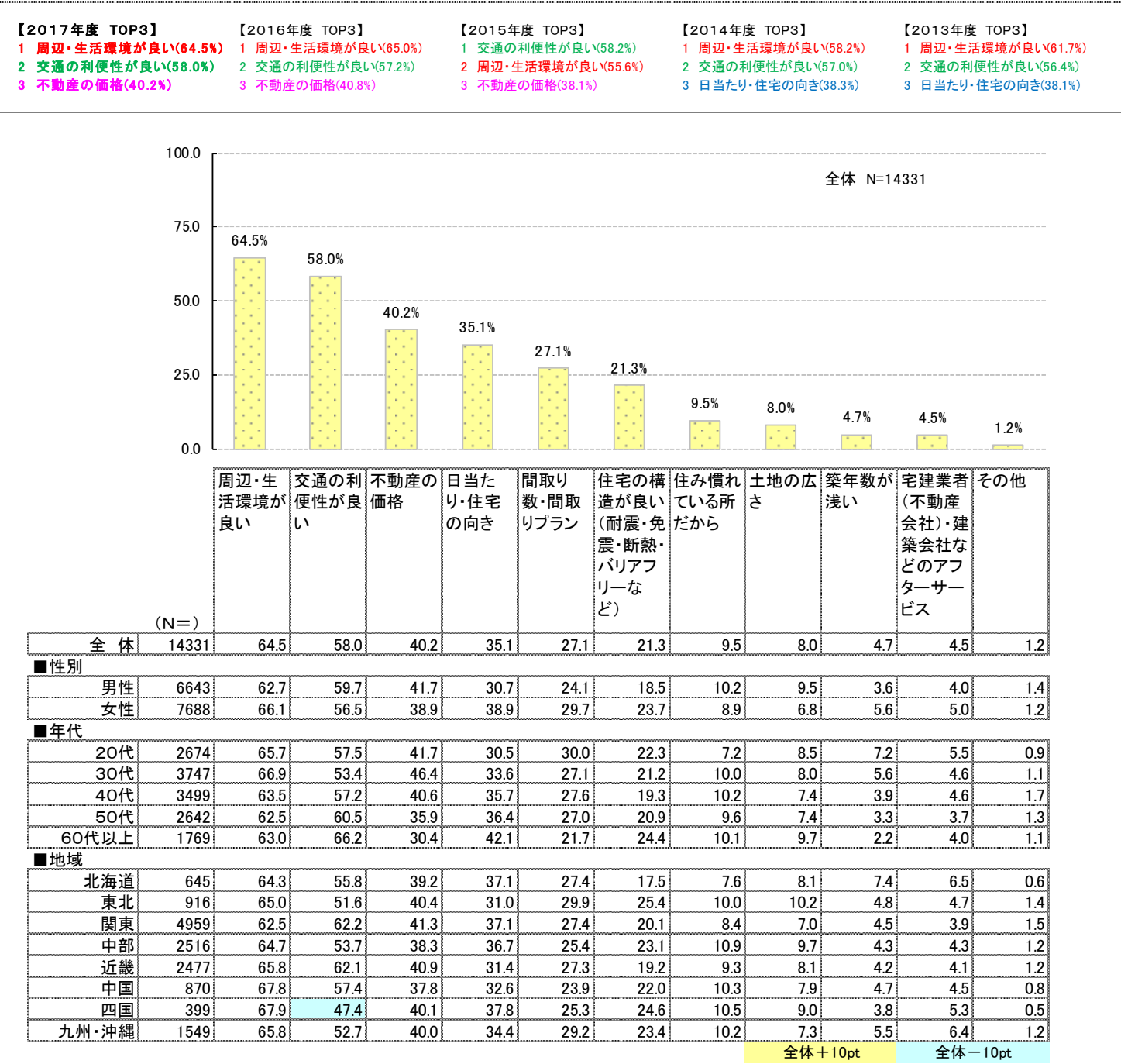
- 【2013年度 TOP3】
- 1 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(61.6%)
 - 2 落ち着きたいから(43.0%)
 - 3 持家を資産と考えているから(39.7%)

Q4. 住宅を購入する際のポイントは何ですか。(3つまで選択可)

- 生活環境の重視「周辺・生活環境が良い」64.5%／「交通の利便性が良い」58.0%
- 不動産価格・日当たり(向き)の重視「不動産の価格」40.2%／「日当たり・住宅の向き」35.1%

- ◆ 住宅購入時に重視する点について、「周辺・生活環境が良い」が64.5%で最も多く挙げられ、次いで「交通の利便性が良い」が58.0%で生活環境を重視する傾向が見られる。
- ◆ 「不動産の価格」が40.2%で3位に挙げられているが、「日当たり・住宅の向き」が35.1%と僅差で続き、価格とともに総合的な環境の良さが重視されている。不動産の価格は若年層ほど、交通の利便性や日当たり・住宅の向きは高齢層ほど重視する傾向が強いなど、年代によって意識差が見受けられる。

< 2017年度 住宅購入重視点 >



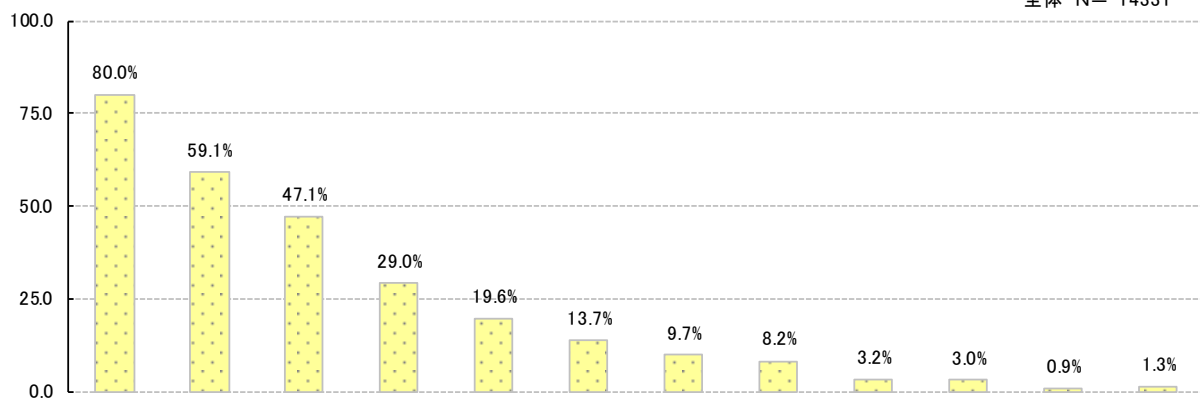
Q5. 住宅を借りる際のポイントは何ですか。(3つまで選択可)

■ 生活環境の重視 「交通の利便性が良い」59.1%、「周辺・生活環境が良い」47.1%

- ◆ 賃貸時に重視する点については、「賃料」が80.0%で最も多く挙げられ、次いで「交通の利便性が良い」が59.1%、「周辺・生活環境が良い」が47.1%と、「賃料」に次いで生活環境を重視する傾向が見受けられる。
- ◆ 「賃料」は全体の8割あり重視する意識が高く、若年層ほどその傾向が強い。「交通の利便性が良い」では高年齢層ほど重視する傾向が見られる。

< 2017年度 住宅賃貸重視点 >

【2017年度 TOP3】	【2016年度 TOP3】	【2015年度 TOP3】	【2014年度 TOP3】	【2013年度 TOP3】
1 資料(80.0%)	1 資料(81.4%)	1 資料(77.0%)	1 資料(74.3%)	1 資料(76.9%)
2 交通の利便性が良い(59.1%)	2 交通の利便性が良い(58.6%)	2 交通の利便性が良い(58.2%)	2 交通の利便性が良い(58.0%)	2 交通の利便性が良い(58.7%)
3 周辺・生活環境が良い(47.1%)	3 周辺・生活環境が良い(48.6%)	3 周辺・生活環境が良い(40.6%)	3 周辺・生活環境が良い(42.5%)	3 周辺・生活環境が良い(44.8%)



	賃料	交通の利便性が良い	周辺・生活環境が良い	間取り数・間取りプラン	日当たり・住宅の向き	築年数が浅い	セキュリティシステムの完備	住宅の構造が良い(耐震・免震・断熱・バリアフリーなど)	宅建業者(不動産会社)・管理会社などのサービス	住み慣れている所だから	IT関連の付帯設備の充実	その他	
(N=)													
全 体	14331	80.0	59.1	47.1	29.0	19.6	13.7	9.7	8.2	3.2	3.0	0.9	1.3
■性別													
男性	6643	79.1	60.7	47.3	24.6	16.4	11.9	7.3	8.4	3.6	3.3	1.3	1.6
女性	7688	80.7	57.6	46.9	32.7	22.3	15.3	11.8	8.0	2.8	2.8	0.6	1.1
■年代													
20代	2674	82.8	57.9	44.8	32.3	16.3	18.0	13.1	6.7	2.9	2.6	0.8	1.0
30代	3747	83.5	57.0	49.1	31.8	19.9	15.2	8.4	6.8	2.3	3.0	0.9	1.2
40代	3499	81.0	57.2	48.0	29.9	19.7	13.2	8.5	7.8	3.7	3.2	1.4	1.3
50代	2642	76.7	61.0	45.6	25.8	19.7	10.1	9.5	10.0	3.2	3.4	0.9	1.0
60代以上	1769	71.1	65.9	46.9	21.0	23.6	10.5	9.8	11.4	4.4	3.0	0.5	2.8
■地域													
北海道	645	78.9	58.6	42.3	32.4	24.0	16.6	8.8	6.5	2.8	2.3	1.1	1.2
東北	916	82.0	49.5	48.1	35.0	18.6	14.3	7.0	11.4	3.8	2.9	1.0	1.7
関東	4959	81.0	64.7	45.6	27.0	20.8	12.5	9.2	7.4	2.6	2.9	1.0	1.2
中部	2516	78.3	54.6	46.4	29.6	21.1	17.1	10.3	8.6	3.7	3.2	1.1	1.2
近畿	2477	79.6	63.4	46.8	26.7	15.9	11.5	11.3	8.3	2.9	3.1	0.6	1.5
中国	870	78.0	52.6	50.5	30.6	17.1	13.7	10.5	7.4	3.8	3.3	1.3	1.4
四国	399	81.7	48.6	54.1	30.6	21.1	11.3	7.8	10.0	3.5	2.8	0.5	2.5
九州・沖縄	1549	79.7	53.6	51.1	31.6	19.2	14.7	9.9	8.7	3.9	3.4	1.0	1.4
									全体+10pt		全体-10pt		

Q6. 物件情報の入手方法は何ですか。(3つまで選択可)

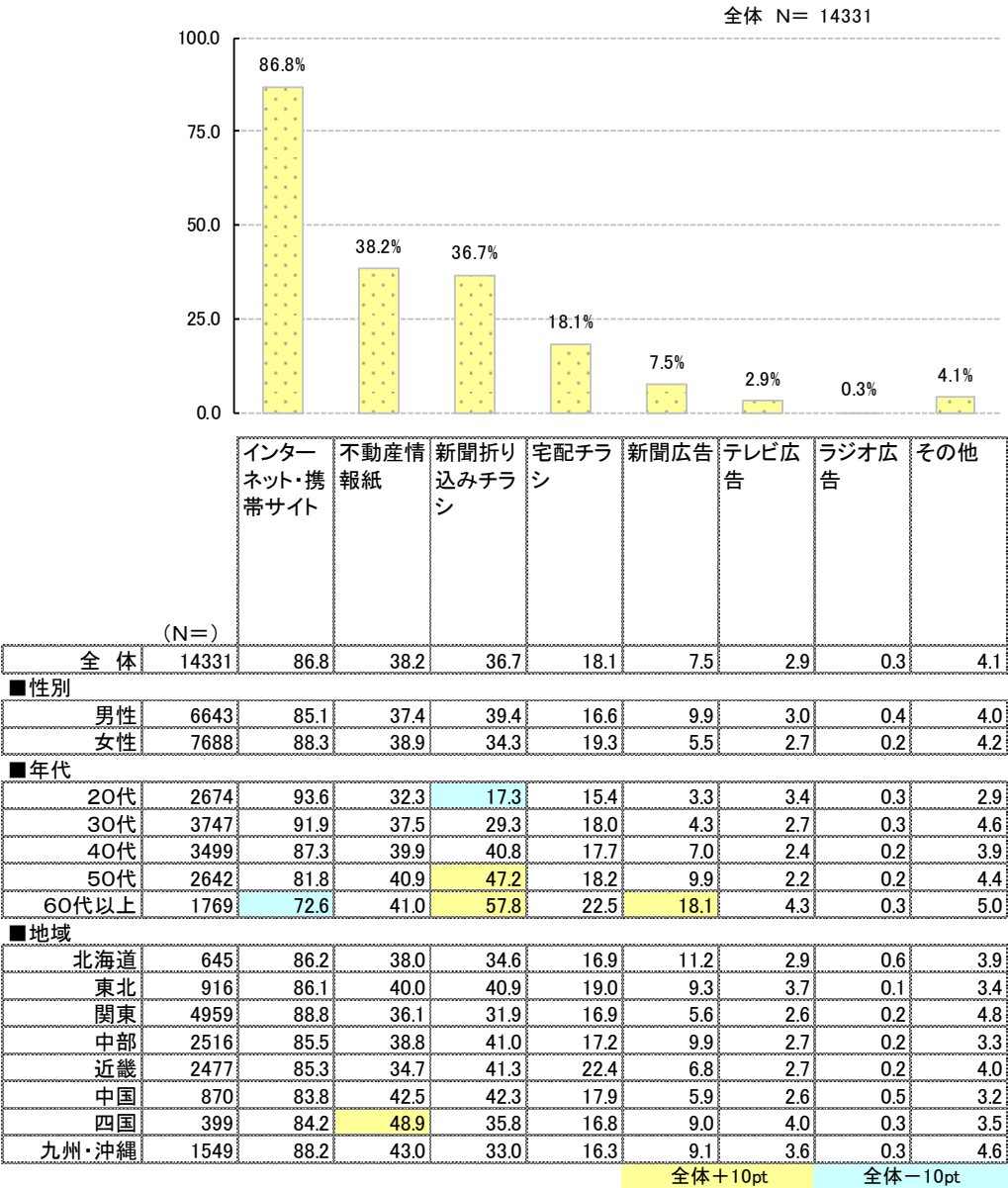
■ 物件情報最入手経路「インターネット・携帯サイト」86.8%

■ 若年層「インターネット・携帯サイト」／ 高年齢層「新聞媒体」

- ◆ 物件情報入手経路について、「インターネット・携帯サイト」が86.8%と最も多く挙げられ、次いで「不動産情報誌」が38.2%、「新聞折り込みチラシ」が36.7%と続く。「宅配チラシ」も18.1%が見ている。
- ◆ 「インターネット・携帯サイト」は若年層ほど高く、「新聞折り込みチラシ」「新聞広告」では、高年齢層ほど高い傾向が見受けられ、年代により利用する情報入手媒体に差異が見られる。

< 2017年度 物件情報入手経路 >

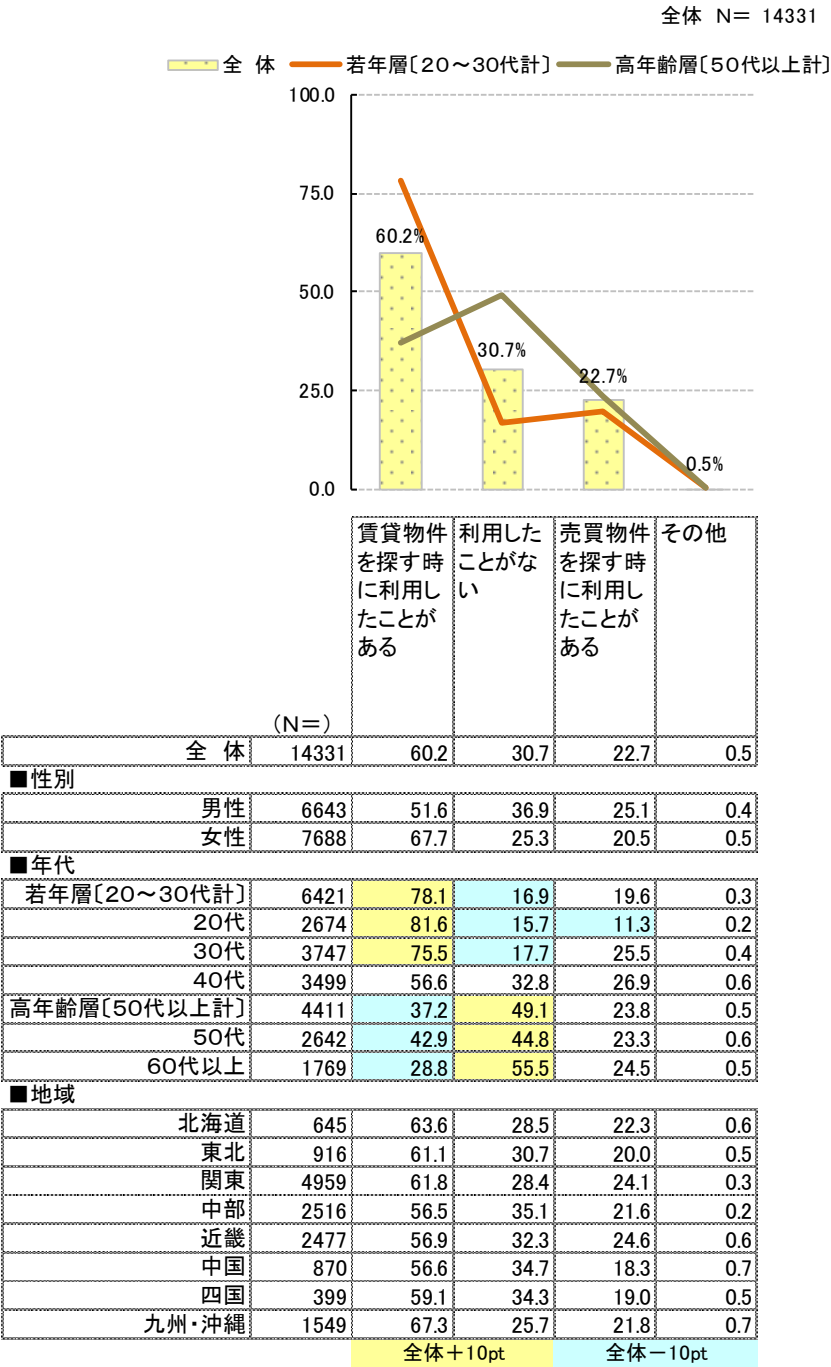
【2017年度 TOP3】	【2016年度 TOP3】	【2015年度 TOP3】	【2014年度 TOP3】	【2013年度 TOP3】
1 インターネット・携帯サイト(86.8%)	1 インターネット・携帯サイト(87.5%)	1 インターネット・携帯サイト(80.0%)	1 インターネット・携帯サイト(80.0%)	1 インターネット・携帯サイト(80.4%)
2 不動産情報誌(38.2%)	2 不動産情報誌(42.7%)	2 新聞折り込みチラシ(45.8%)	2 新聞折り込みチラシ(44.1%)	2 不動産情報誌(47.9%)
3 新聞折り込みチラシ(36.7%)	3 新聞折り込みチラシ(38.3%)	3 不動産情報誌(45.1%)	3 不動産情報誌(43.7%)	3 新聞折り込みチラシ(47.8%)



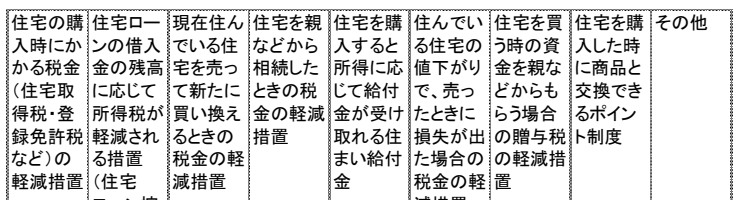
Q7. インターネットで不動産物件情報の検索サイトを利用したことがありますか。(複数選択可)

- インターネット不動産物件情報検索サイト利用状況 「賃貸物件を探す時に利用したことがある」60.2%
- 賃貸物件検索手段として 若年層「利用経験が高い」／ 高年齢層「利用経験が低い」
- ◆ インターネットでの不動産物件情報検索サイト利用状況について、「賃貸物件を探す時に利用したことがある」が60.2%、次いで「利用したことがない」が30.7%と続く。
- ◆ 不動産物件検索手段として、若年層の利用経験が高く、高年齢層の利用経験が低い。

< 2017年度 インターネット不動産物件情報検索サイト利用状況 >



■「住宅ローンの借入金の残高に応じて所得税が軽減される措置」49.3%



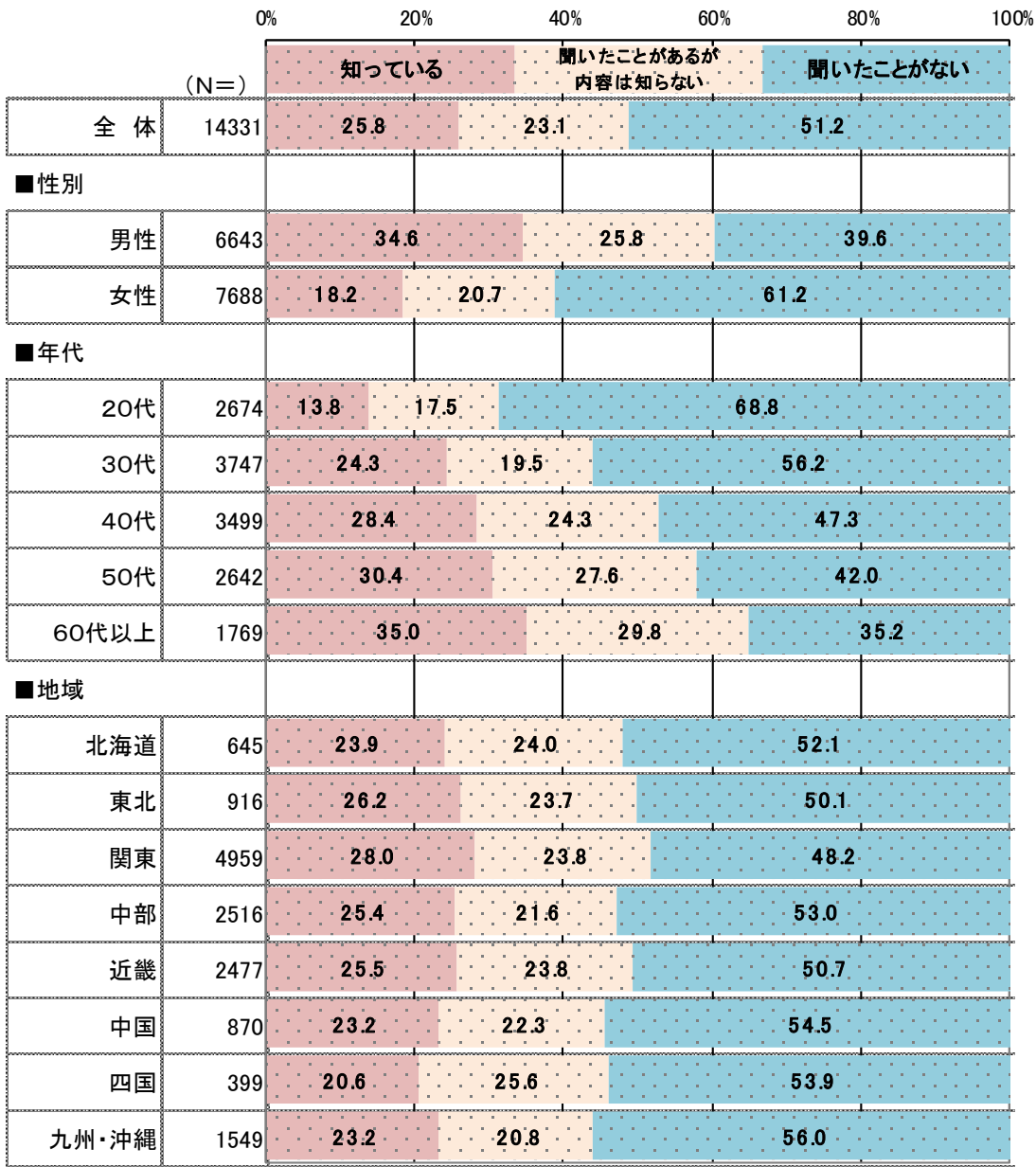
全体+10pt	全体-10pt
---------	---------

Q9-1-1. 瑕疵保険について知っていますか？（1つ選択）

■ 「知っている」25.8%／「聞いたことがあるが 内容は知らない」23.1%／「知らない」51.2%

- ◆ 瑕疵保険の認知については、「知っている」が25.8%で、認知率は2割強程度である。
 - ◆ 性別では男性の認知が35%程度あるのに対し、女性の認知は2割を下回っている。
- また、年代が高くなるにつれて認知率が上がっており、男性の高年齢層の認知率が比較的高くなっている。

< 2017年度 瑕疵保険の認知 >



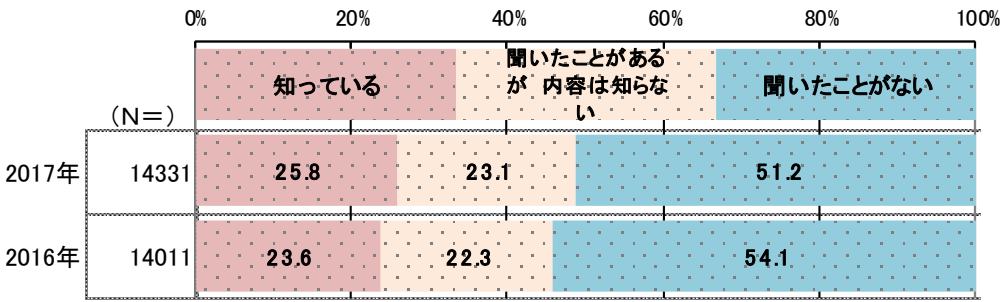
Q9-1-1. 瑕疵保険について知っていますか？（1つ選択）

< 前年比較 >

■ 「知っている」25.8% 2016年からわずかにアップ

- ◆ 瑕疵保険の認知については、「知っている」が25.8%で、前年（2016年）の23.6%からわずかにアップしている。
- ◆ 男性・高齢層の認知率が比較的高いのは前年と同様で、全体的に認知率はアップしているが、20代の認知率は前年の14.1%から13.8%とわずかにダウンしている。

< 2016年度～2017年度 瑕疵保険の認知 >



< 2017年度 >

	(N=)	知っている	聞いたことがあるが内容は知らない	聞いたことがない
全体	14331	25.8	23.1	51.2
■性別				
男性	6643	34.6	25.8	39.6
女性	7688	18.2	20.7	61.2
■年代				
20代	2674	13.8	17.5	68.8
30代	3747	24.3	19.5	56.2
40代	3499	28.4	24.3	47.3
50代	2642	30.4	27.6	42.0
60代以上	1769	35.0	29.8	35.2
■地域				
北海道	645	23.9	24.0	52.1
東北	916	26.2	23.7	50.1
関東	4959	28.0	23.8	48.2
中部	2516	25.4	21.6	53.0
近畿	2477	25.5	23.8	50.7
中国	870	23.2	22.3	54.5
四国	399	20.6	25.6	53.9
九州・沖縄	1549	23.2	20.8	56.0
全体+10pt		全体-10pt		

< 2016年度 >

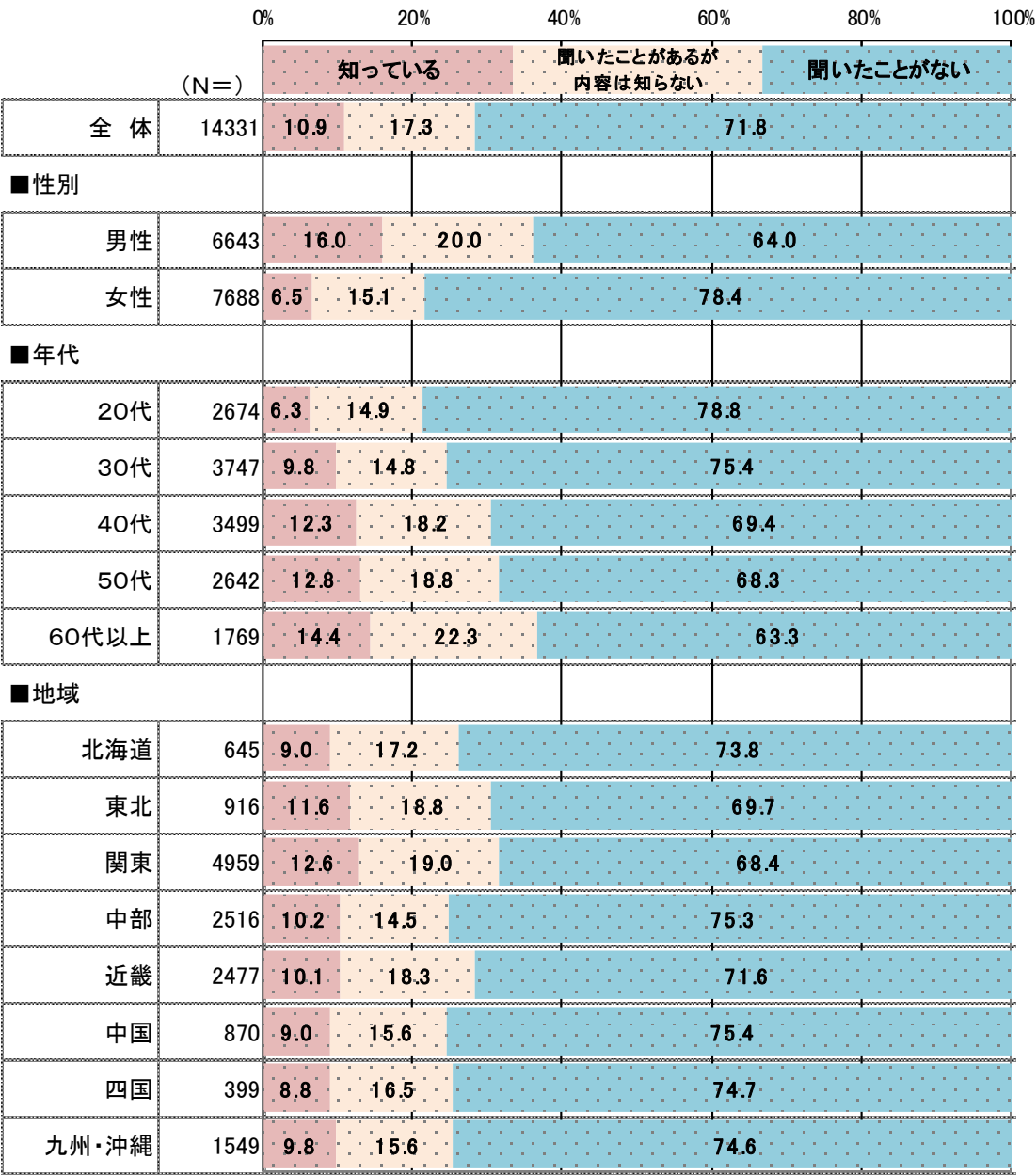
	(N=)	知っている	聞いたことがあるが内容は知らない	聞いたことがない
全体	14011	23.6	22.3	54.1
■性別				
男性	6270	32.7	25.8	41.4
女性	7741	16.3	19.4	64.4
■年代				
20代	3027	14.1	16.7	69.1
30代	3908	22.3	19.9	57.8
40代	3526	27.3	22.1	50.6
50代	2214	28.5	27.7	43.8
60代以上	1336	31.5	32.8	35.7
■地域				
北海道	671	23.0	20.1	56.9
東北	976	24.5	21.3	54.2
関東	4776	25.1	22.1	52.8
中部	2601	23.5	21.5	55.0
近畿	2338	22.5	24.9	52.6
中国	820	21.3	20.4	58.3
四国	390	21.3	24.6	54.1
九州・沖縄	1439	22.5	22.0	55.5
全体+10pt		全体-10pt		

Q9-1-2. インспекションについて知っていますか？（1つ選択）

■ 「知っている」10.9%／「聞いたことがあるが 内容は知らない」17.3%／「知らない」71.8%

- ◆ インспекションの認知については、「知っている」が10.9%で、認知率は瑕疵保険より低く、1割程度である。
- ◆ 性別では男性の認知が15%程度あるのに対し、女性の認知は5%強程度である。
- また、年代が高くなるにつれて認知率が上がっているが、全体的に瑕疵保険に比べて認知率は低い。

< 2017年度 インспекションの認知 >



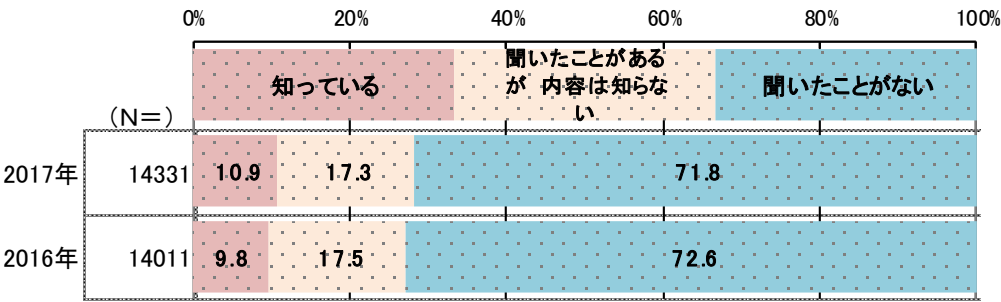
Q9-1-2. インспекションについて知っていますか？（1つ選択）

<前年比較>

■ 「知っている」10.9% 2016年からわずかにアップ

- ◆ インспекションの認知については、「知っている」が10.9%で、前年（2016年）の9.8%からわずかにアップしている。
- ◆ 男性・高齢層の認知率が比較的高いのは前年と同様だが、西日本（中国、四国、九州・沖縄）で認知率がわずかにダウンしている。

< 2016年度～2017年度 インспекションの認知 >



<2017年度>

	(N=)	知っている	聞いたことがあるが内容は知らない	聞いたことがない
全体	14331	10.9	17.3	71.8
■性別				
男性	6643	16.0	20.0	64.0
女性	7688	6.5	15.1	78.4
■年代				
20代	2674	6.3	14.9	78.8
30代	3747	9.8	14.8	75.4
40代	3499	12.3	18.2	69.4
50代	2642	12.8	18.8	68.3
60代以上	1769	14.4	22.3	63.3
■地域				
北海道	645	9.0	17.2	73.8
東北	916	11.6	18.8	69.7
関東	4959	12.6	19.0	68.4
中部	2516	10.2	14.5	75.3
近畿	2477	10.1	18.3	71.6
中国	870	9.0	15.6	75.4
四国	399	8.8	16.5	74.7
九州・沖縄	1549	9.8	15.6	74.6
全体+10pt		全体-10pt		

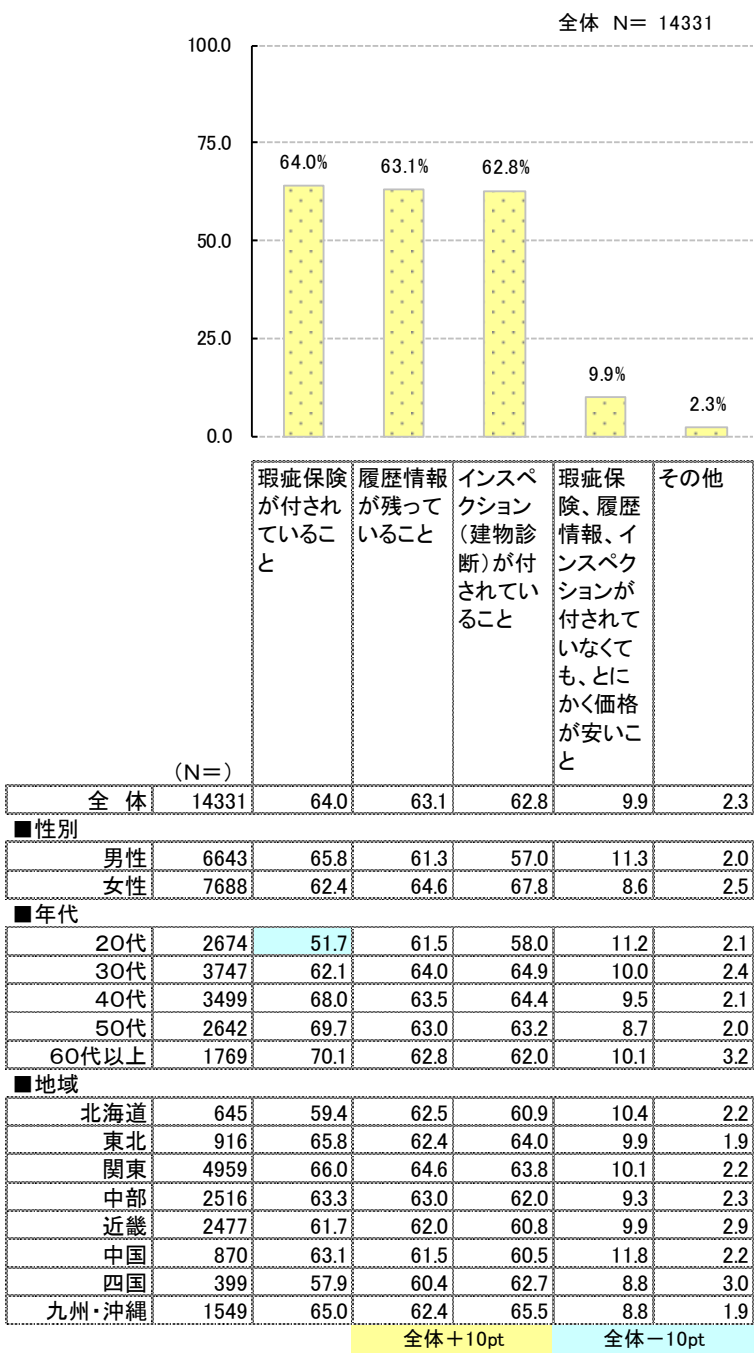
<2016年度>

	(N=)	知っている	聞いたことがあるが内容は知らない	聞いたことがない
全体	14011	9.8	17.5	72.6
■性別				
男性	6270	15.2	20.6	64.1
女性	7741	5.5	15.0	79.5
■年代				
20代	3027	6.1	16.3	77.6
30代	3908	8.5	16.1	75.3
40代	3526	11.1	17.1	71.7
50代	2214	13.2	19.3	67.5
60代以上	1336	13.2	22.6	64.2
■地域				
北海道	671	7.7	17.0	75.3
東北	976	10.8	15.7	73.6
関東	4776	10.7	18.3	71.0
中部	2601	9.0	17.1	73.9
近畿	2338	9.2	18.1	72.7
中国	820	9.8	15.6	74.6
四国	390	9.0	19.2	71.8
九州・沖縄	1439	10.1	17.0	72.8
全体+10pt		全体-10pt		

Q9-2. 中古住宅の購入を考える場合、必要と思われることはどれですか。(複数選択可)

- 中古住宅購入時に必要なもの 「瑕疵保険が付されていること」64.0%
- 「履歴情報が残っていること」63.1%／「インスペクション(建物診断)が付されていること」62.8%
- ◆ 中古住宅購入時に必要なものについて、「瑕疵保険が付されていること」が64.0%と最も多く挙げられ、次いで「履歴情報が残っていること」63.1%、「インスペクション(建物診断)が付されていること」62.8%となっている。
- ◆ 「瑕疵保険が付されていること」は、全体と比較して、若年層は低い傾向にあり、高年齢層はやや高い傾向にある。

< 2017年度 中古住宅購入選考時に必要と思うこと >



Q9-2. 中古住宅の購入を考える場合、必要と思われることはどれですか。(複数選択可)
 <前年比較>

- 「瑕疵保険が付されていること」が64.0%で1位に浮上
- 「履歴情報が残っていること」「インスペクション(建物診断)が付されていること」もほぼ同率
- ◆ 中古住宅購入時に必要なものについて、「瑕疵保険が付されていること」が64.0%で、前年(2016年)の3位から1位に浮上した。しかし「履歴情報が残っていること」63.1%、「インスペクション(建物診断)が付されていること」62.8%もほぼ同率となっている。
- ◆ 前年(2016年)と比較すると、特に40～50代で「瑕疵保険が付されていること」がアップしており、反対に「履歴情報が残っていること」は全体的にややダウンしている。「インスペクション(建物診断)が付されていること」は前年(2016年)とほとんど変動がない。

< 2016～2017年度 中古住宅購入選考時に必要と思うこと >

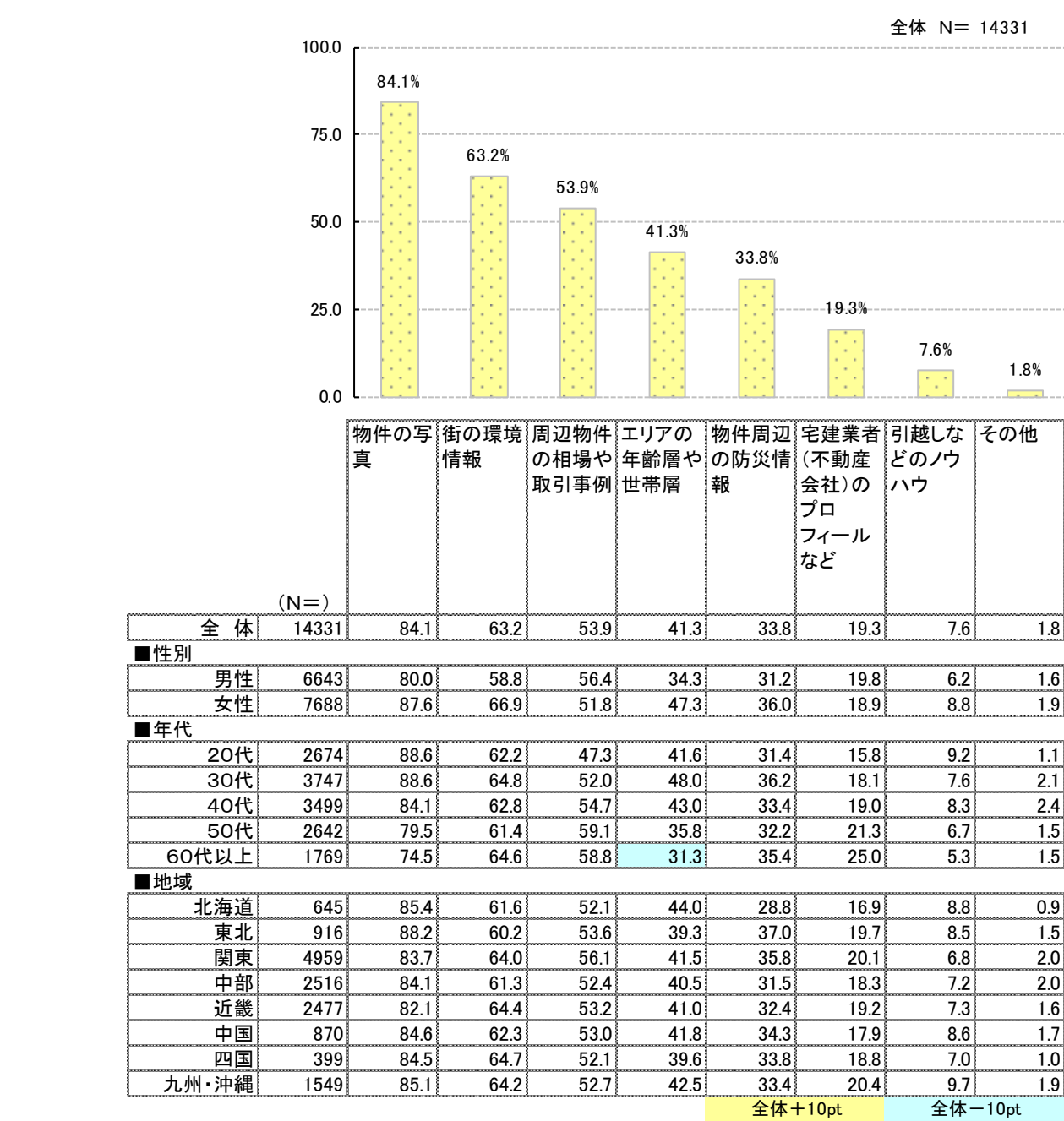


Q10. 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報は何か。（複数選択可）

■「街の環境情報」63.2%／「周辺物件の相場や取引事例」53.9%

- ◆ 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報について、「物件の写真」が84.1%と最も多く挙げられ、次いで「街の環境情報」が63.2%、「周辺物件の相場や取引事例」が53.9%となっている。
- ◆ 「物件の写真」「エリアの年齢層や世帯層」については、若年層ほど高い傾向が見受けられる。
- ◆ 一方「周辺物件の相場や取引事例」は高齢層ほど高い傾向が見受けられる。

＜ 2017年度 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報 ＞

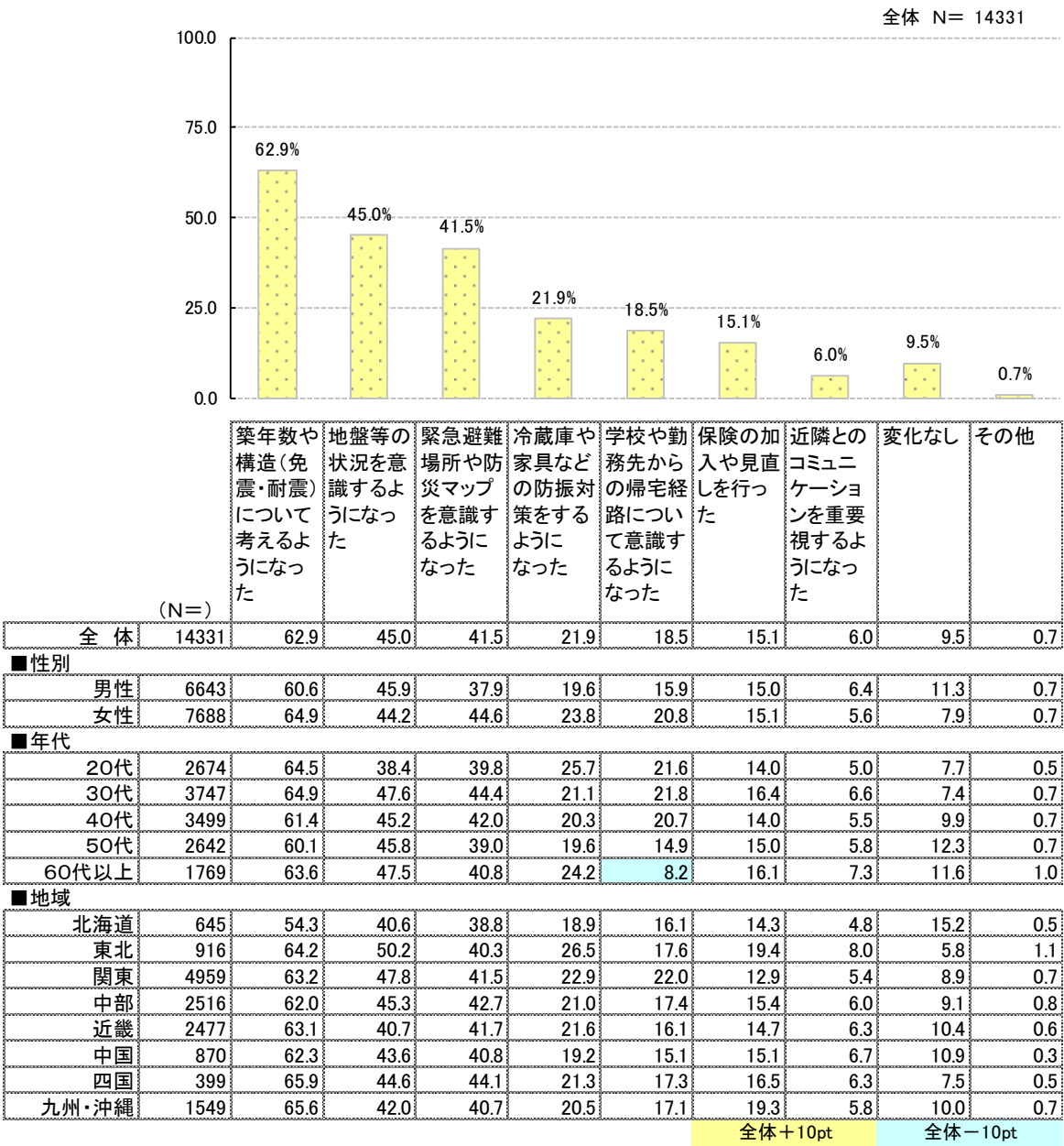


Q11. 2011年3月の東日本大震災後、さまざまな天災がありました、
 住まいに関する意識についてどのような変化がありましたか。(3つまで選択可)

- 震災後の住まいに関する意識の変化 「築年数や構造(免震・耐震)について考えるようになった」62.9%
- 「地盤等の状況を意識するようになった」45.0%／「緊急避難場所や防災マップを意識するようになった」41.5%

- ◆ 住まいに関する意識の変化について、「築年数や構造(免震・耐震)について考えるようになった」が62.9%と最も多く挙げられ、次いで「地盤等の状況を意識するようになった」が45.0%、「緊急避難場所や防災マップを意識するようになった」が41.5%となっている。
- ◆ 「学校や勤務先からの帰宅経路について意識するようになった」は、高年代層ほど低い傾向が見られる。
- ◆ 昨年熊本地震が発生した「九州・沖縄」では「築年数や構造(免震・耐震)について考えるようになった」「保険の加入や見直しを行った」が比較的高いものの、他の地域と目立った差はみられない。

< 2017年度 東日本大震災後、住まいに関する意識の変化 >

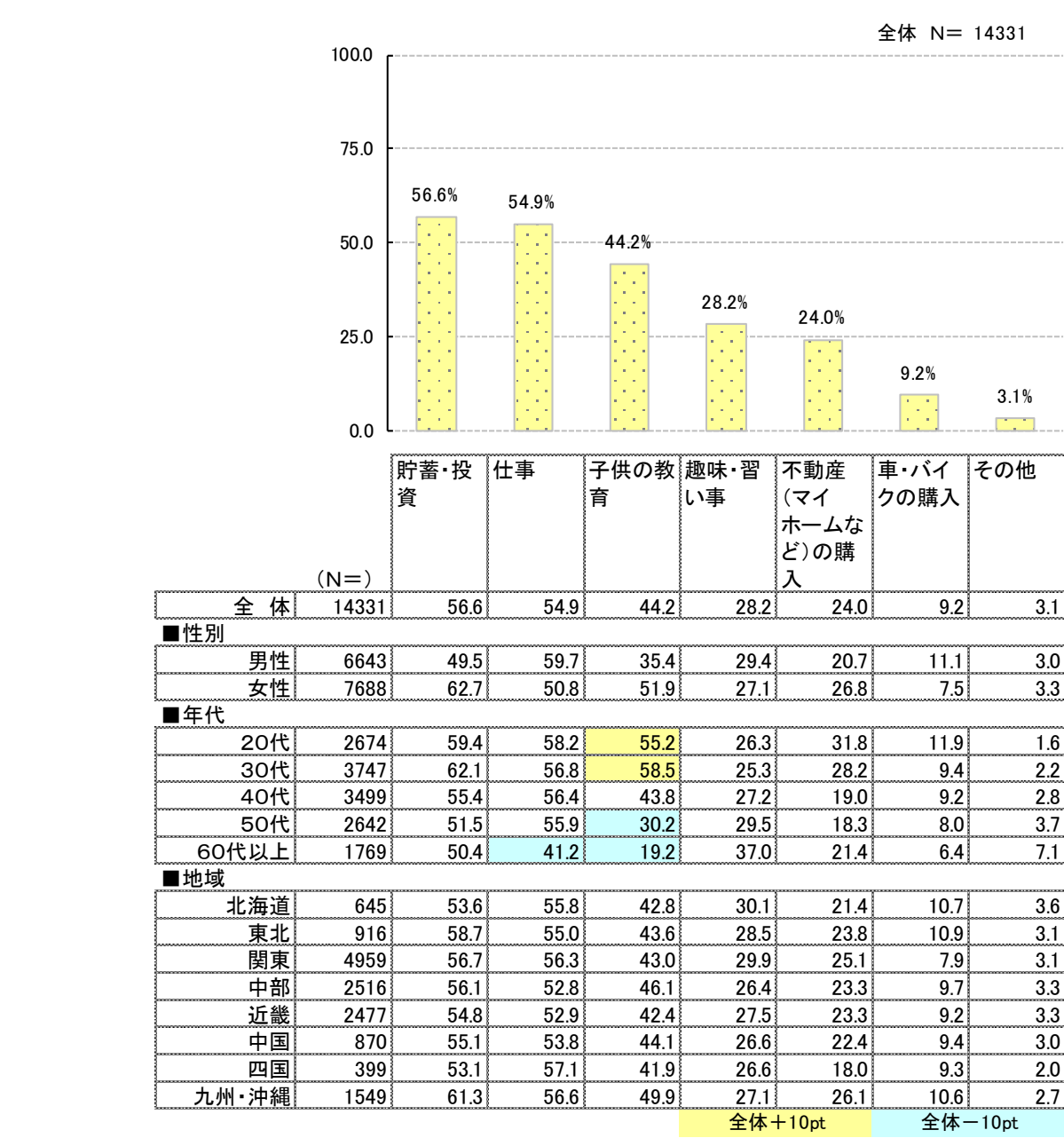


Q13. あなたの人生設計(ライフプラン)の中で、下記項目のうち、重視するものは何ですか。
(複数選択可)

■「貯蓄・投資」56.6% / 「仕事」54.9% / 「子供の教育」44.2%

- ◆ 人生設計(ライフプラン)の中で重視するものについて、「貯蓄・投資」が56.6%と最も多く挙げられ、次いで「仕事」が54.9%、「子供の教育」が44.2%となっている。
- ◆ 「子供の教育」は20代、30代では半数を超え、「仕事」「貯蓄・投資」は若年層ほど高い一方、「趣味・習い事」については、60代以上が高い傾向が見られるなど、年代によって意識が異なる。

＜ 2017年度 人生設計(ライフプラン)の中で、重視するもの ＞



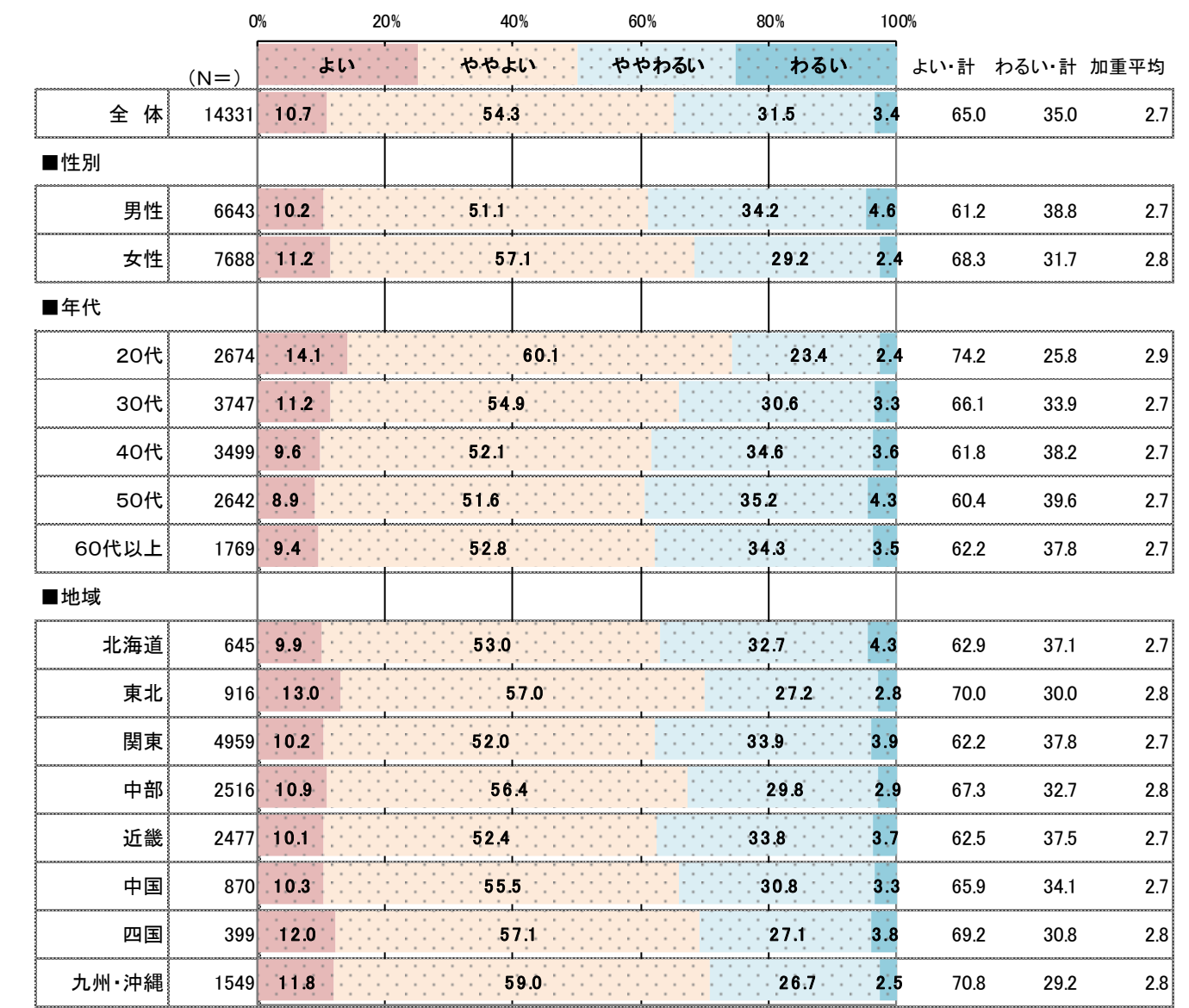
■「ホームページが充実している」37.2% / 「自宅から近い」25.4%

Q15. あなたが不動産店に対してもっているイメージを教えてください。(1つ選択)

■ 「よい・計」65.0%／「わるい・計」35.0%

- ◆ 不動産店に対してもっているイメージについて、「よい・計」が65.0%と多く挙げられ、「わるい・計」は35.0%となっている。
- ◆ 特に女性・20代では、全体と比較して不動産店に対して良いイメージを抱いている。

< 2017年度 不動産店に対してもっているイメージ >

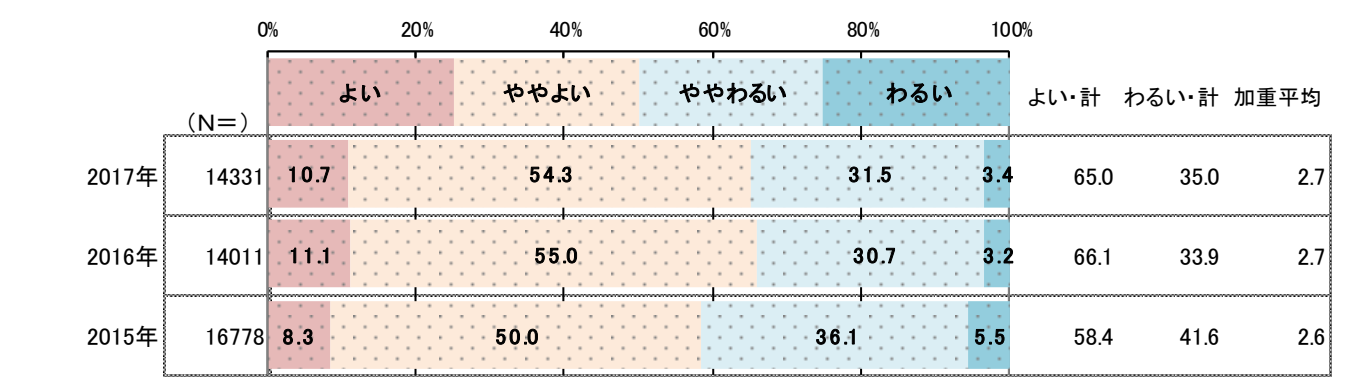


Q15. あなたが不動産店に対してもっているイメージを教えてください。(1つ選択)
 <前年比較>

■ 「よい・計」65.0% 2016年からわずかにダウン

◆ 不動産店に対してもっているイメージについて、「よい・計」が65.0%となった。
 2016年の66.1%からわずかにダウンしているものの、2015年と比較すると不動産に対するイメージは大きく改善している。

< 2015年度～2017年度 不動産店に対してもっているイメージ >



<2017年度>

	(N=)	よい	ややよい	ややわるい	わるい	TOP2	BOTTOM2	平均
全体	14331	10.7	54.3	31.5	3.4	65.0	35.0	2.7
■性別								
男性	6643	10.2	51.1	34.2	4.6	61.2	38.8	2.7
女性	7688	11.2	57.1	29.2	2.4	68.3	31.7	2.8
■年代								
20代	2674	14.1	60.1	23.4	2.4	74.2	25.8	2.9
30代	3747	11.2	54.9	30.6	3.3	66.1	33.9	2.7
40代	3499	9.6	52.1	34.6	3.6	61.8	38.2	2.7
50代	2642	8.9	51.6	35.2	4.3	60.4	39.6	2.7
60代以上	1769	9.4	52.8	34.3	3.5	62.2	37.8	2.7
■地域								
北海道	645	9.9	53.0	32.7	4.3	62.9	37.1	2.7
東北	916	13.0	57.0	27.2	2.8	70.0	30.0	2.8
関東	4959	10.2	52.0	33.9	3.9	62.2	37.8	2.7
中部	2516	10.9	56.4	29.8	2.9	67.3	32.7	2.8
近畿	2477	10.1	52.4	33.8	3.7	62.5	37.5	2.7
中国	870	10.3	55.5	30.8	3.3	65.9	34.1	2.7
四国	399	12.0	57.1	27.1	3.8	69.2	30.8	2.8
九州・沖縄	1549	11.8	59.0	26.7	2.5	70.8	29.2	2.8
						全体+10pt	全体-10pt	

Q16ーA. 前問にて「(Q15の回答)」を選択された理由を具体的に教えてください。

■ 「対応のよさ」「知識」「アフターケア」が評価される一方、イメージからの悪評価も

- ◆ 「よい・計」では、「対応がよい／丁寧」「専門知識が豊富」「アフターケアがしっかりしている」など、実際に不動産店に行った際の対応などに関する意見が多く挙げられた。
- ◆ 「わるい・計」では、「対応が悪い／態度」「手数料が高い」「情報を伝えない(閉鎖的)」に加えて、テレビ・ニュースなどから「派手なイメージ」「体質が悪そう」などイメージからの意見が挙げられた。

< 2017年度 不動産店に対してもっているイメージ 選択理由 FA抜粋 >

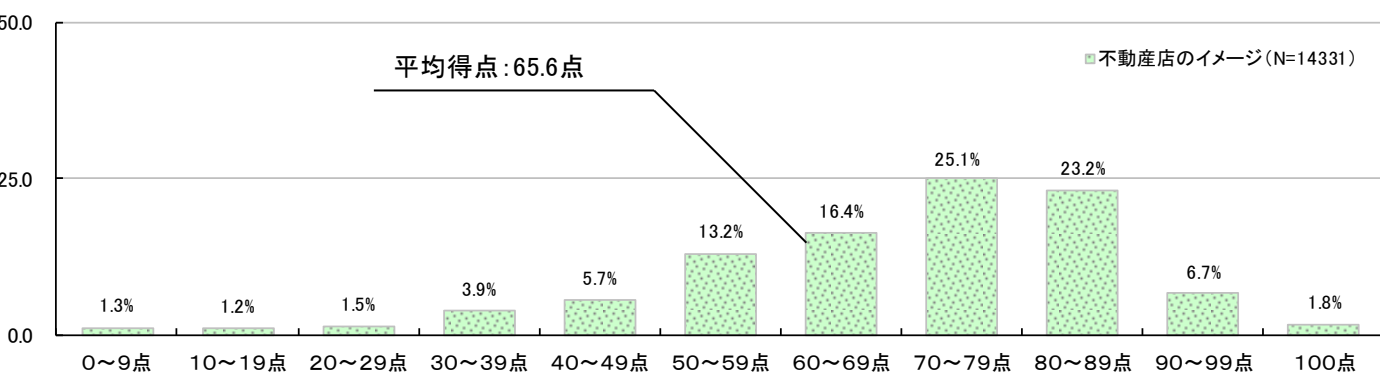
よい・計	
20代	
借りようとしているアパートやマンションについてや、その周辺地域について詳しく丁寧に説明・対応してくれた。	男性
すぐ身内のことのように相談してくれて、自分が購入することと同じことのように考えてくれました。	女性
今まで賃貸契約の際に嫌な思いをしたことがなく、女一人で相談に赴いても親切にしてもらったから。	女性
30代	
アフターサービス(問題などがあった時のフォロー)がある事前提ですが、前に助けてもらいイメージは良いです。	男性
賃貸で部屋を借りる前までは怖いイメージがあったが、明るく元気な営業さんですごく気持ちの良い契約が出来たため。	男性
丁寧な接客、サービスがしっかりしているところが多いと感じます。今住んでいる所他に、何件か不動産屋さんを回りましたが嫌な思いなどしませんでした。	女性
40代	
中古住宅など購入の際は、難しい法律や知らない事が多いし 賃貸の場合は、大家との間に入って相談等も出来る為、賃貸なら仲介料払ってでも不動産会社物件を私なら契約します。心強い安心感があります。	男性
登記簿謄本を作成にあたり、きちんとした方を紹介してくださいました。良いところ悪いところもきちんと話して下さい、とても親切にしてくださいました。	女性
自分が独身のときも、子供が賃貸アパートを探すときも非常にお世話になりました。親身になっていろいろと探してくださいました。	女性
50代	
不動産に関する情報をどうお客に当てはめて一番いい状態で紹介、契約してくれるかをアドバイスしてくれるので	男性
一時期、必要があり不動産屋さんを何軒か訪ねたことがあります。昔の恐そうなイメージから一変、女性投げスタッフも豊富でとても親しみやすい雰囲気でした。リノベーションという言葉も初めて知ることができ、良い印象です。	女性
子供の進学でアパートを借りる時、現地の物件を多数案内していただき納得する物件を決めることが出来た。	女性
60代以上	
2件の不動産業者の代表をよく知っておりとても信頼出来るから。やはり社名ではなく人と人との関わりは担当者の人格、人間性で決まると思います。大きな取引になりますので知識、経験、情報を最大限発揮して最良なアドバイスとサポートを期待してます。	男性
規制等が厳しくなっており、一昔前のような悪徳業者が排除されている。	男性
常に笑顔で接して頂いた記憶があります。内容は都度確認していけばいいと思いますが、第一印象は大事だと思います。	女性
わるい・計	
20代	
アパートを決める際にいくつかの不動産をまわったのですがどこも態度が悪く、説明がわかりずらかった	男性
前の不動産会社の対応が悪かった	女性
悪いイメージとつけましたが、今まで一度も不動産屋さんを利用した事がないからよく解らないからです。	女性
30代	
家にセールス訪問してきた人が非常にしつこかった	男性
宅建について専門的な知識を有している人が少なく、勉強不足な業者が多いと感じた。	男性
売買をただで結構な手数料をしっかりとって、営業マンも派手なイメージがある。	女性
40代	
一般人には不明瞭な事が多く、またそれらを分かりやすく説明してくれる業者にも出会ったことがないから。	男性
男性の店員が多く、決定を急かすような態度が見受けられる。特に女性客に対して見下したような横柄な態度が多い	女性
法令制限など一般には知識がない事柄を理解出来るように説明する意識が低い。敷居の高いイメージ。	女性
50代	
営業マンの教育がなっていない。相手の都合に関係なく一方的に売りつけようとする営業に何度かあったことがある。	男性
単なるイメージ。テレビドラマで、悪役や殺される人は、不動産屋が多い気がする。不動産屋が絡むニュースなどでも、悪いニュースが多い。さわやかなイメージは、まるで無い。	男性
地上げとかのイメージがある。ちょっと怖い	女性
60代以上	
親身になって、相談に乗っている気がしない。会社の儲けばかりが頭にあるような気がする。	男性
売りっぱなし傾向にある。不動産業界の体質と思う。引越してから対応が非常に悪い。	男性
本当のことを言っているのかわからない。昔よりはよくなっているみたいだけど、建築方法、素材、躯体の内容等に詳しい人はそんなどに見かけない。	女性

Q16-B. あなたの不動産店のイメージを点数で評価すると、100点満点で何点になりますか？
 ※半角数字でご記入ください。

■ 「不動産店のイメージ」 平均得点 :65.6点

- ◆ 「不動産店のイメージ」の平均得点は65.6点となっており、70点～80点台を中心に幅広く分布していることから、よいイメージを持っている方、ややわるいイメージを持っている方と分かれている傾向が見受けられる。
- ◆ 70点以上と回答した方は、全体で56.8%と半数を超えている。
 また、男性に比べ、女性の方が、年代では若年層ほど「不動産店のイメージ」に対して良いイメージを抱いている傾向が見受けられる。

< 2017年度 不動産店のイメージ 得点分布 >



< 2017年度 不動産店のイメージ 平均得点 >

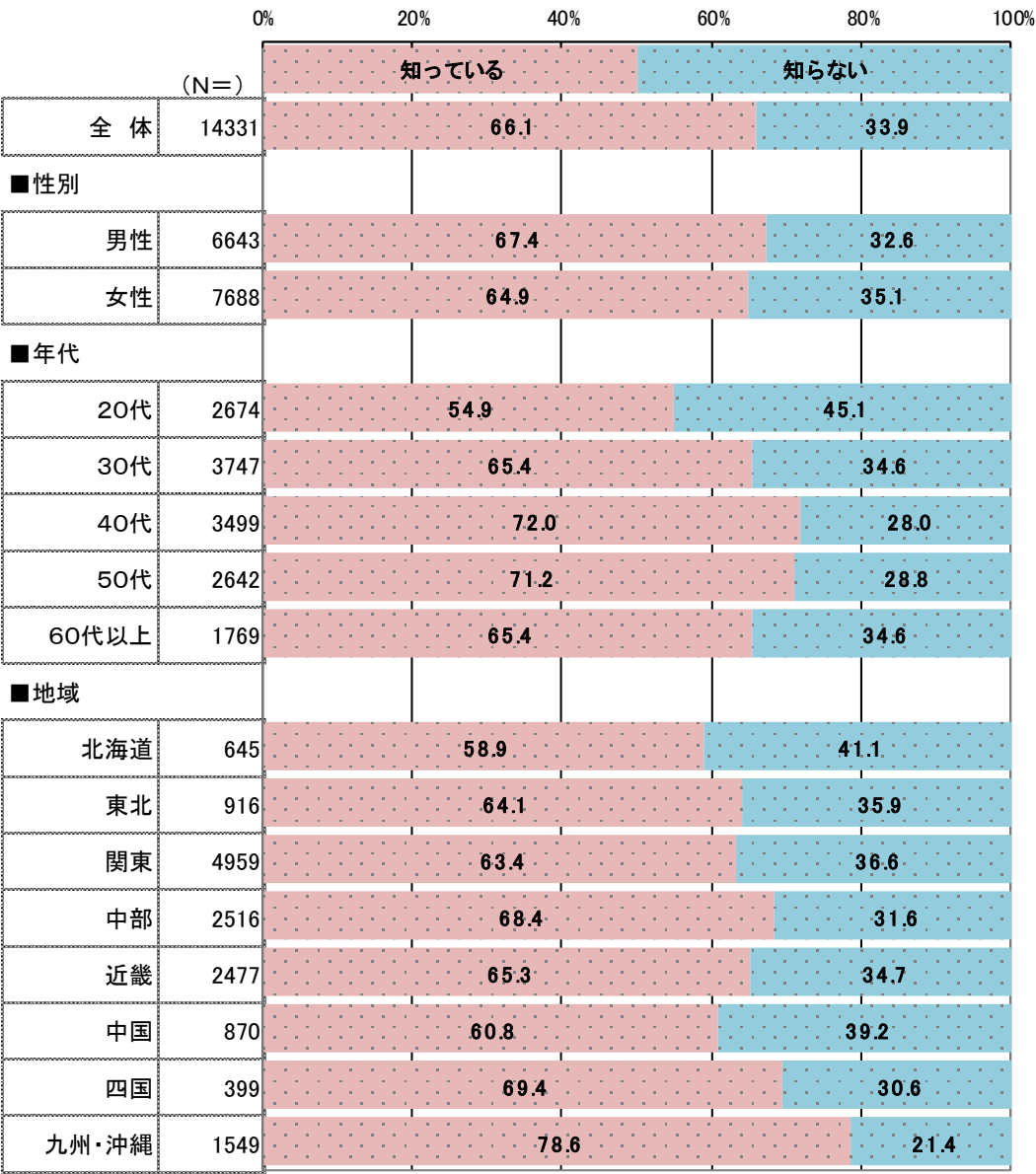
	(N=)	0～9点	10～19点	20～29点	30～39点	40～49点	50～59点	60～69点	70～79点	80～89点	90～99点	100点	平均	70点以上
全体	14331	1.3	1.2	1.5	3.9	5.7	13.2	16.4	25.1	23.2	6.7	1.8	65.6	56.8
■性別														
男性	6643	1.7	1.4	1.7	4.8	6.2	13.7	17.3	25.2	21.0	5.8	1.3	63.8	53.3
女性	7688	1.0	1.0	1.3	3.1	5.3	12.8	15.7	25.1	25.0	7.5	2.2	67.1	59.8
■年齢														
20代	2674	1.5	1.0	1.2	2.4	5.0	10.9	15.7	25.7	26.7	7.7	2.3	68.0	62.4
30代	3747	1.1	1.0	1.7	4.1	5.2	12.5	16.6	24.2	24.2	7.6	1.9	66.4	57.9
40代	3499	1.5	1.4	1.5	4.4	6.1	14.6	15.5	23.7	23.4	6.0	1.8	64.6	54.9
50代	2642	1.7	1.4	1.8	4.4	6.3	14.7	16.4	26.9	19.5	5.6	1.2	63.5	53.2
60代以上	1769	1.0	1.0	0.9	4.2	6.0	13.3	19.1	26.3	20.5	6.2	1.4	65.1	54.4
■地域														
北海道	645	2.8	1.4	1.9	3.1	5.6	12.2	17.7	22.2	24.0	6.8	2.3	65.0	55.3
東北	916	1.2	1.2	1.2	3.1	4.7	13.5	13.9	25.0	25.3	8.5	2.4	67.5	61.2
関東	4959	1.4	1.1	1.7	4.2	6.4	13.7	17.4	24.4	22.0	6.3	1.5	64.7	54.2
中部	2516	1.2	1.0	1.1	3.8	5.4	12.4	16.3	26.2	24.0	6.8	1.8	66.3	58.8
近畿	2477	1.4	1.4	1.7	4.6	6.0	13.8	16.9	24.5	22.4	5.6	1.8	64.5	54.3
中国	870	1.4	1.4	1.6	4.6	5.2	14.0	14.8	26.6	23.0	5.9	1.6	65.0	57.1
四国	399	1.5	2.0	1.0	3.3	4.5	11.0	15.8	26.3	24.3	8.0	2.3	66.9	60.9
九州・沖縄	1549	0.9	1.0	1.0	2.7	4.6	12.3	14.8	27.0	24.8	8.7	2.1	68.1	62.6

Q17. 安全な不動産取引ができるお店の証、ハトマークを知っていますか。(1つ選択)

■ 「知っている」66.1%／「知らない」33.9%

- ◆ ハトマークの認知については、「知っている」が66.1%で、6割以上が認知している。
- ◆ 年代では40代～50代の認知が7割を超え、他の年代と比較してやや高い。
また、地域では「九州・沖縄」で78.6%と8割近くが認知しており、顕著に高い一方で、「北海道」では50%台でやや低く、地域による差が見受けられる。

< 2017年度 ハトマークの認知 >

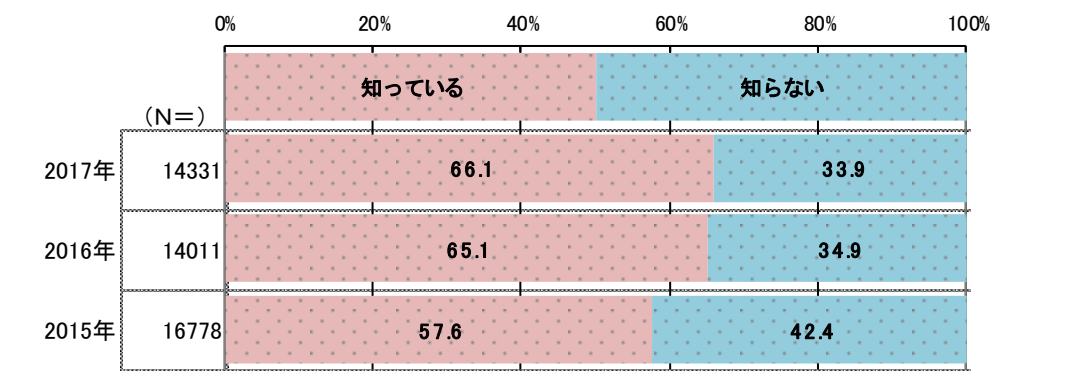


Q17. 安全な不動産取引ができるお店の証、ハトマークを知っていますか。(1つ選択)
 <前年比較>

■ 「知っている」66.1% 2016年からさらにアップ

- ◆ ハトマークの認知については、「知っている」が66.1%で、昨年(2016年)の65.1%からさらにアップしている。
- ◆ 2016年と認知率では大きな差はないが、北海道で認知率が5%以上アップしており、全国的にみれば低いものの認知率の改善がみられる。

< 2015年度～2017年度 ハトマークの認知 >



<2017年度>

	(N=)	知っている	知らない
全 体	14331	66.1	33.9
■ 性別			
男性	6643	67.4	32.6
女性	7688	64.9	35.1
■ 年代			
20代	2674	54.9	45.1
30代	3747	65.4	34.6
40代	3499	72.0	28.0
50代	2642	71.2	28.8
60代以上	1769	65.4	34.6
■ 地域			
北海道	645	58.9	41.1
東北	916	64.1	35.9
関東	4959	63.4	36.6
中部	2516	68.4	31.6
近畿	2477	65.3	34.7
中国	870	60.8	39.2
四国	399	69.4	30.6
九州・沖縄	1549	78.6	21.4
		全体+10pt	全体-10pt

<2016年度>

	(N=)	知っている (%)	知らない (%)
全 体	14011	65.1	34.9
■ 性別			
男性	6270	67.3	32.7
女性	7741	63.3	36.7
■ 年代			
20代	3027	56.9	43.1
30代	3908	62.9	37.1
40代	3526	71.4	28.6
50代	2214	70.2	29.8
60代以上	1336	64.8	35.2
■ 地域			
北海道	671	53.5	46.5
東北	976	63.6	36.4
関東	4776	62.4	37.6
中部	2601	66.2	33.8
近畿	2338	66.1	33.9
中国	820	59.5	40.5
四国	390	69.0	31.0
九州・沖縄	1439	78.8	21.2
		全体+10pt	全体-10pt