

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 －

2017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. 買い時だと思ふ理由は何ですか。	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・マンション希望含む)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・集合住宅希望含む)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
Q9-1-2. インспекションについて知っていますか?	P 21
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 22
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 23
Q11. 2011年3月の東日本大震災後、5年が経過し、再び今年、熊本地震がありました、 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 24
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 25
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 26
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 27
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 28
＜前年比較＞	P 29
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 30
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 31
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 32

■ 調査期間 : 2016年9月11日(日)～10月31日(月)

■ 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.zentakujp.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, 011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	14011	3027	3908	3526	2214	1336	41.0
男性	6270	863	1364	1680	1340	1023	45.2
女性	7741	2164	2544	1846	874	313	37.6

◆ 職業 (人)

	全 体	会 社 員	公 務 員	自 営 業	主 婦	学 生	そ の 他
全 体	14011	6515	594	1031	3581	430	1860
男性	6270	3901	405	764	22	213	965
女性	7741	2614	189	267	3559	217	895

◆ 地域ブロック／県（人）

		北海道
北海道	671	671

		青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県
東北	976	130	131	296	111	130	178

		茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
関東	4776	262	170	184	770	709	1596	1085

		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	2601	241	105	128	82	96	203	219	415	905	207

		滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県
近畿	2338	168	295	966	630	155	124

		鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県
中国	820	63	82	231	296	148

		徳島県	香川県	愛媛県	高知県
四国	390	68	92	159	71

		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	1439	535	82	139	155	110	115	148	155

■
 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	14011	7390	4764	1857
男性	6270	3593	2029	648
女性	7741	3797	2735	1209
20代	3027	1046	1340	641
30代	3908	1897	1431	580
40代	3526	2041	1097	388
50代	2214	1435	613	166
60代以上	1336	971	283	82
北海道	671	308	265	98
東北	976	642	158	176
関東	4776	2126	2030	620
中部	2601	1647	609	345
近畿	2338	1169	985	184
中国	820	508	173	139
四国	390	250	105	35
九州・沖縄	1439	740	439	260

◆
 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	14011	7792	5139	445	635
男性	6270	3861	1908	204	297
女性	7741	3931	3231	241	338
20代	3027	904	1745	168	210
30代	3908	1891	1681	138	198
40代	3526	2200	1086	94	146
50代	2214	1661	457	38	58
60代以上	1336	1136	170	7	23
北海道	671	318	291	39	23
東北	976	563	330	20	63
関東	4776	2557	1859	161	199
中部	2601	1619	776	83	123
近畿	2338	1346	851	55	86
中国	820	471	271	30	48
四国	390	229	134	15	12
九州・沖縄	1439	689	627	42	81

◆
 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	14011	1593	2945	3827	3084	1444	1118
男性	6270	707	1087	1670	1507	729	570
女性	7741	886	1858	2157	1577	715	548
20代	3027	811	890	607	386	182	151
30代	3908	429	1040	1069	868	291	211
40代	3526	235	639	1148	869	383	252
50代	2214	86	271	656	592	341	268
60代以上	1336	32	105	347	369	247	236
北海道	671	96	165	174	142	64	30
東北	976	88	189	220	186	148	145
関東	4776	712	1088	1423	1007	327	219
中部	2601	226	469	582	633	357	334
近畿	2338	252	447	717	540	224	158
中国	820	72	161	195	167	128	97
四国	390	26	69	101	111	57	26
九州・沖縄	1439	121	357	415	298	139	109

◆
 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	14011	1405	2948	1932	1117	1340	939	4330
男性	6270	479	1099	797	454	659	458	2324
女性	7741	926	1849	1135	663	681	481	2006
20代	3027	643	1050	336	134	183	124	557
30代	3908	489	1132	810	364	279	119	715
40代	3526	191	529	519	418	543	351	975
50代	2214	60	182	184	140	239	241	1168
60代以上	1336	22	55	83	61	96	104	915
北海道	671	80	180	79	66	54	46	166
東北	976	90	180	118	73	79	70	366
関東	4776	552	1107	693	361	494	311	1258
中部	2601	228	509	335	204	224	177	924
近畿	2338	219	438	323	199	250	166	743
中国	820	68	148	108	68	74	49	305
四国	390	27	69	70	29	25	32	138
九州・沖縄	1439	141	317	206	117	140	88	430

■ 不動産の買い時

- ・ 16年度調査時において、「買い時だと思う」24.9%、「買い時だと思わない」22.3%、「分からない」52.8%と、「分からない」が最も高く、「買い時だと思う」は全体の約25%となっている。15年度と比較して16年度は、「買い時だと思う」が9.7pt上昇で大幅に増加、「買い時だと思わない」が1.0pt下降。どの年代層も「買い時だと思う」が大幅に上昇していることから、全体的に「買い時感」が増しているといえる。
- ・ 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38.7%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29.7%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40.6%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	24.9% (+9.7pt)	22.3% (-1.0pt)	52.8% (-8.7pt)
	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 38.7%	1. 自分の収入が不安定または減少しているから 40.6%	
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 29.7%	2. 不動産価格が下落しそうだから 28.5%	
3.	消費税率が上がる前だから 16.0%	3. 地震などの天災が心配だから 12.9%	

■ 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73.1点、「賃貸」では65.9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85.3%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63.3%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58.7%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	73.1点	65.9点
	※現住居問わず	
持家or賃貸	持家派	賃貸派
	85.3%	14.7%
	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 63.3%	1. 住宅ローンに縛られたくないから 58.7%
2.	落ち着きたいから 42.7%	2. 仕事等の都合で引越しする可能性があるから 39.5%
3.	持家を資産と考えているから 41.0%	3. 家族構成の変化で引越しする可能性があるから 32.9%

■ 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81.4%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 65.0%	1. 賃料 81.4%
2. 交通の利便性が良い 57.2%	2. 交通の利便性が良い 58.6%
3. 不動産の価格 40.8%	3. 周辺・生活環境が良い 48.6%

■ 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87.5%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63.0%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 87.5%
2. 不動産情報誌 42.7%
3. 新聞折り込みチラシ 38.3%

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 63.0%
2. 利用したことがない 27.6%
3. 売買物件を探す時に利用したことがある 23.7%

■ 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72.6%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50.2%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 72.6%
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) 50.2%
3. 住宅を親などから相続したときの税金の軽減措置 28.2%

■ 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23.6%で、インスペクションの認知率は9.8%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	インスペクション 認知有無
知っている 23.6%	知っている 9.8%
聞いたことがあるが 内容は知らない 22.3%	聞いたことがあるが 内容は知らない 17.5%
聞いたことがない 54.1%	聞いたことがない 72.6%

■ 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、「履歴情報が残っていること」が65.0%と最も多く挙げられている。続いて「インスペクション(建物診断)が付されていること」が63.1%、「瑕疵保険が付されていること」が60.9%となっている。

中古住宅購入時に必要なもの
1. 履歴情報が残っていること 65.0%
2. インスペクション(建物診断)が付されていること 63.1%
3. 瑕疵保険が付されていること 60.9%

■ 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報

- ・ 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85.1%と最も多く挙げられ、「街の環境情報」が63.6%、「周辺物件の相場や取引事例」が53.6%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 85.1%
2. 街の環境情報 63.6%
3. 周辺物件の相場や取引事例 53.6%

■ 東日本大震災・熊本地震後、住まいに関する意識の変化

- ・ 東日本大震災・熊本地震後、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65.7%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49.3%となっている。
- ・ 今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」「地盤等の状況を意識するようになった」が全国で最も高く、「変化がなかった」は全国で最も低くなっている。

東日本大震災・熊本地震後、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	65.7%
2. 地盤等の状況を意識するようになった	49.3%
3. 緊急避難場所がどこにあるかを意識するようになった	44.7%

■ 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37.8%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25.3%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	37.8%
2. 契約成立に向けた交渉をうまくやってもらえること	25.3%
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	21.1%

■ 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、「仕事」「貯蓄・投資」がともに55.8%と最も多く挙げられる。続いて「子供の教育」が46.8%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. 仕事	55.8%
1. 貯蓄・投資	55.8%
3. 子供の教育	46.8%

■ 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36.5%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	63.1%
2. ネット情報や口コミ等で評判のよい	61.6%
3. ホームページが充実している	36.5%

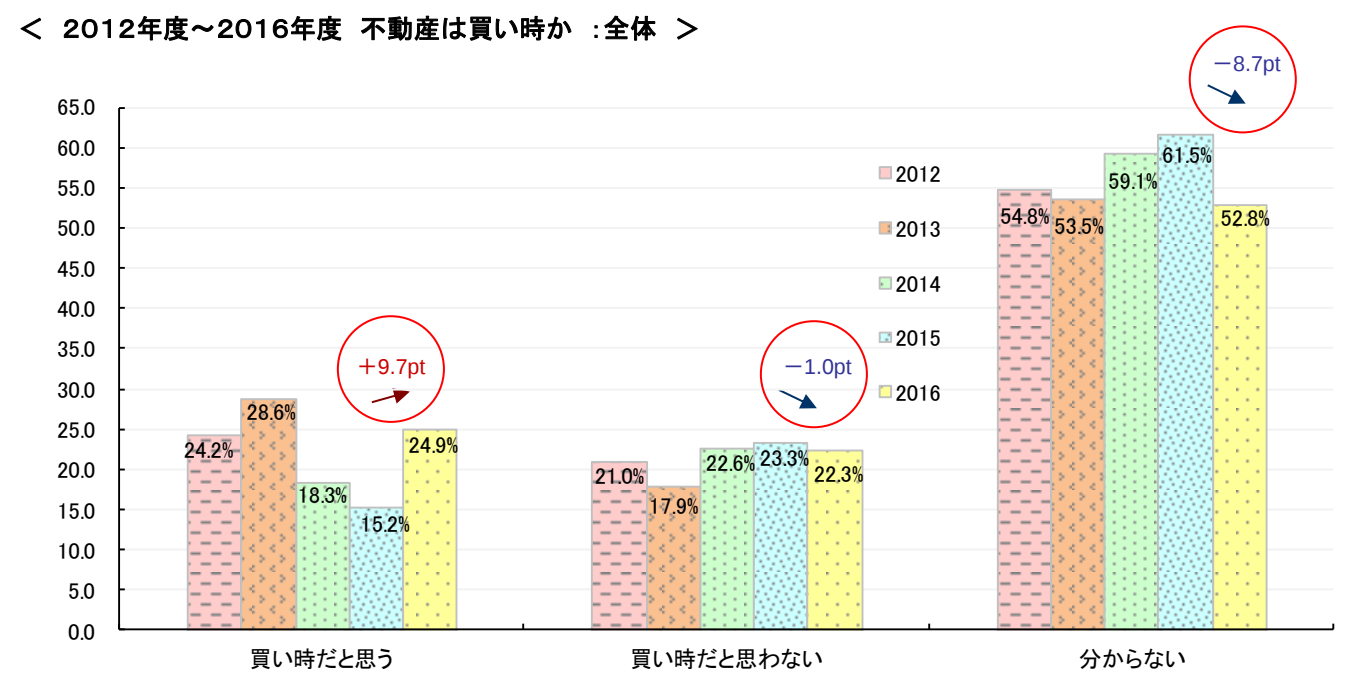
■ 不動産店に対して持っているイメージ／ハトマークの認知

- ・ 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66.1%となっており、「わるい・計」は33.9%となっている。イメージの理由について、「よい・計」「わるい・計」ともに「対応」「物件に関する情報公開」「アフターケア」などの言葉が上位にあがってきており、過去の不動産店で対応された経験がそのままイメージに影響を与えているといえる。
- ・ 不動産店のイメージ得点の平均は66.4点である
- ・ ハトマークの認知率は65.1%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、中国では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				ハトマークの認知	
よい・計	66.1%			知っている 65.1%	
わるい・計	33.9%	平均得点	不動産店のイメージ	知らない 34.9%	
			66.4点		

Q1. 不動産は買い時ですか。(1つ選択)

- 「買い時だと思う」が大幅に増加
- 「買い時だと思う」24.9%(+9.7pt) ／ 「買い時だと思わない」22.3%(−1.0pt)
- ◆ 16年度調査時において、「買い時だと思う」24.9%、「買い時だと思わない」22.3%、「分からない」52.8%と、「分からない」が最も高く、「買い時だと思う」は全体の約25%となっている。
- ◆ 15年度と比較して16年度は、「買い時だと思う」が9.7pt上昇で大幅に増加、「買い時だと思わない」が1.0pt下降。どの層も「買い時だと思う」が大幅に上昇していることから、全体的に「買い時感」が増しているといえる。



< 2012年度～2016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)
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016		回答数
全体	24.2	28.6	18.3	15.2	24.9	21.0	17.9	22.6	23.3	22.3	54.8	53.5	59.1	61.5	52.8		14011
■ 性別																	
男性	24.7	27.4	18.4	15.2	28.1	24.4	20.9	26.0	26.3	24.9	50.8	51.7	55.7	58.4	47.0		6270
女性	23.7	29.8	18.2	15.2	22.3	18.0	15.1	18.7	19.4	20.3	58.3	55.1	63.1	65.4	57.5		7741
■ 年代																	
20代	25.0	33.1	21.8	17.5	24.3	25.8	21.2	25.8	29.0	27.1	49.2	45.7	52.4	53.6	48.5		3027
30代	30.2	34.0	23.9	22.8	29.4	19.1	17.1	21.7	21.8	21.9	50.7	48.9	54.4	55.4	48.7		3908
40代	21.7	26.4	16.8	14.7	24.2	20.4	16.8	21.3	21.9	20.6	57.9	56.8	61.9	63.4	55.2		3526
50代	19.2	23.4	13.2	12.2	21.7	21.6	18.8	23.2	23.8	20.0	59.1	57.8	63.6	64.0	58.3		2214
60代以上	20.9	23.2	16.1	11.7	19.9	19.7	16.8	22.0	23.0	21.3	59.4	60.0	62.0	65.3	58.8		1336
■ 地域																	
北海道	23.0	23.4	13.3	13.4	20.9	20.2	18.5	26.6	21.6	24.0	56.8	58.1	60.1	65.1	55.1		671
東北	19.1	23.9	15.7	14.5	24.1	23.4	19.4	25.4	24.2	21.2	57.5	56.7	58.9	61.3	54.7		976
関東	25.5	31.1	19.4	16.1	26.2	21.6	18.6	23.1	24.4	24.6	52.9	50.3	57.6	59.5	49.2		4776
中部	23.0	25.8	18.4	13.6	24.5	21.1	17.4	22.5	23.7	22.0	55.9	56.7	59.0	62.7	53.6		2601
近畿	24.8	29.5	19.5	16.0	25.0	19.3	17.3	20.9	22.5	20.6	55.9	53.2	59.6	61.5	54.4		2338
中国	25.9	26.8	15.6	12.0	25.0	20.4	16.9	20.9	20.2	18.4	53.7	56.3	63.5	67.8	56.6		820
四国	24.9	29.3	17.0	13.4	22.8	22.2	13.8	18.2	22.2	22.6	52.8	56.9	64.9	64.4	54.6		390
九州・沖縄	23.5	29.4	18.0	16.4	24.0	20.7	17.9	22.3	22.0	20.6	55.9	52.8	59.7	61.5	55.5		1439

Q1－A. 買い時だと思う理由は何ですか。(1つ選択)

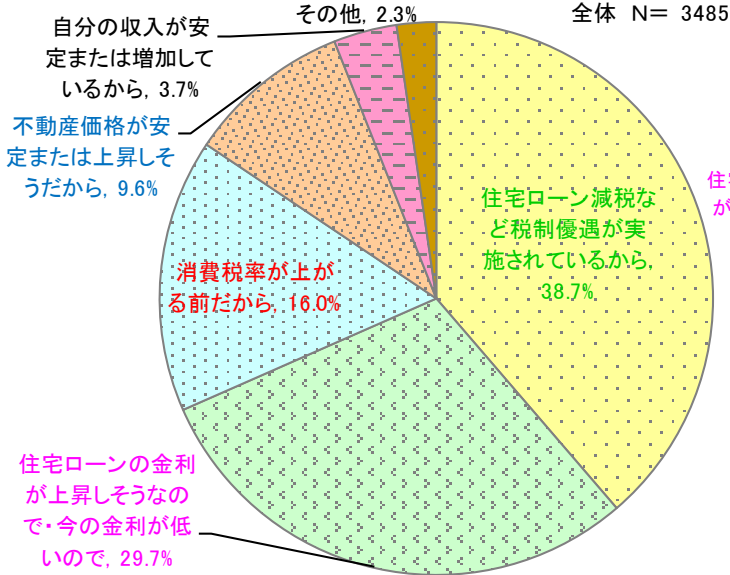
■ 税制優遇の利点「住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから」38.7%

■ 「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%

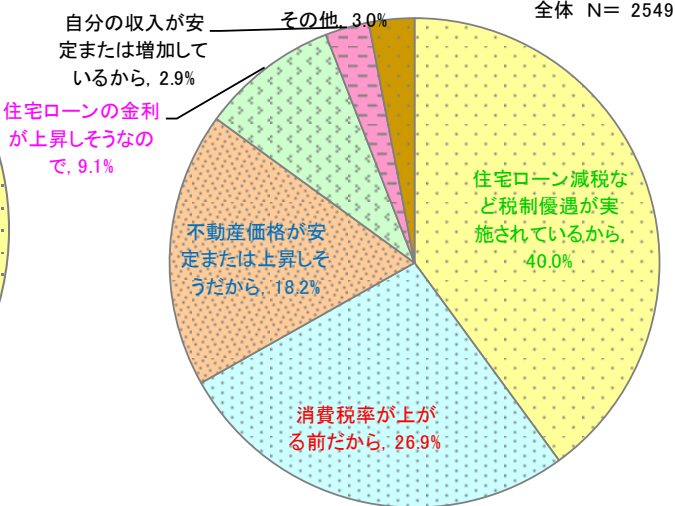
- ◆ 不動産が買い時だと思う理由では、「住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから」が38.7%と最も多く挙げられ、「住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が低いので」が29.7%と続で続き、昨年4位から2位へと変化している。
- ◆ 「住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が低いので」は年代が高いほど高い傾向。「住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから」は30代～40代で高く、「消費税が上がる前だから」は20代で高いなど、年代によって意識が異なる。

< 2016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) >

<2016年度>



<2015年度>



								(%)
		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 昇しそう 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	
(N=)								
全 体		3485	38.7	29.7	16.0	9.6	3.7	2.3
■性別								
男性		1760	40.2	29.3	13.1	11.2	3.8	2.4
女性		1725	37.2	30.0	18.8	8.1	3.7	2.1
■年代								
20代		737	33.0	24.6	22.5	11.1	5.7	3.1
30代		1150	42.5	30.6	14.3	7.5	3.4	1.7
40代		852	42.7	30.9	14.6	6.5	3.2	2.2
50代		480	36.5	31.3	12.3	13.5	3.8	2.7
60代以上		266	29.3	33.1	15.8	18.0	1.5	2.3
■地域								
北海道		140	30.7	30.7	22.1	8.6	5.7	2.1
東北		235	33.6	30.2	17.0	10.6	6.4	2.1
関東		1250	38.6	28.5	15.4	11.6	3.5	2.4
中部		636	39.3	29.4	17.5	9.1	2.5	2.2
近畿		585	40.2	32.1	14.9	7.4	3.9	1.5
中国		205	29.3	37.6	17.1	10.2	3.4	2.4
四国		89	47.2	25.8	18.0	3.4	1.1	4.5
九州・沖縄		345	45.5	25.8	12.8	8.4	4.6	2.9
			</					

【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そうだから(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そうだから(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そうだから(14.9%)

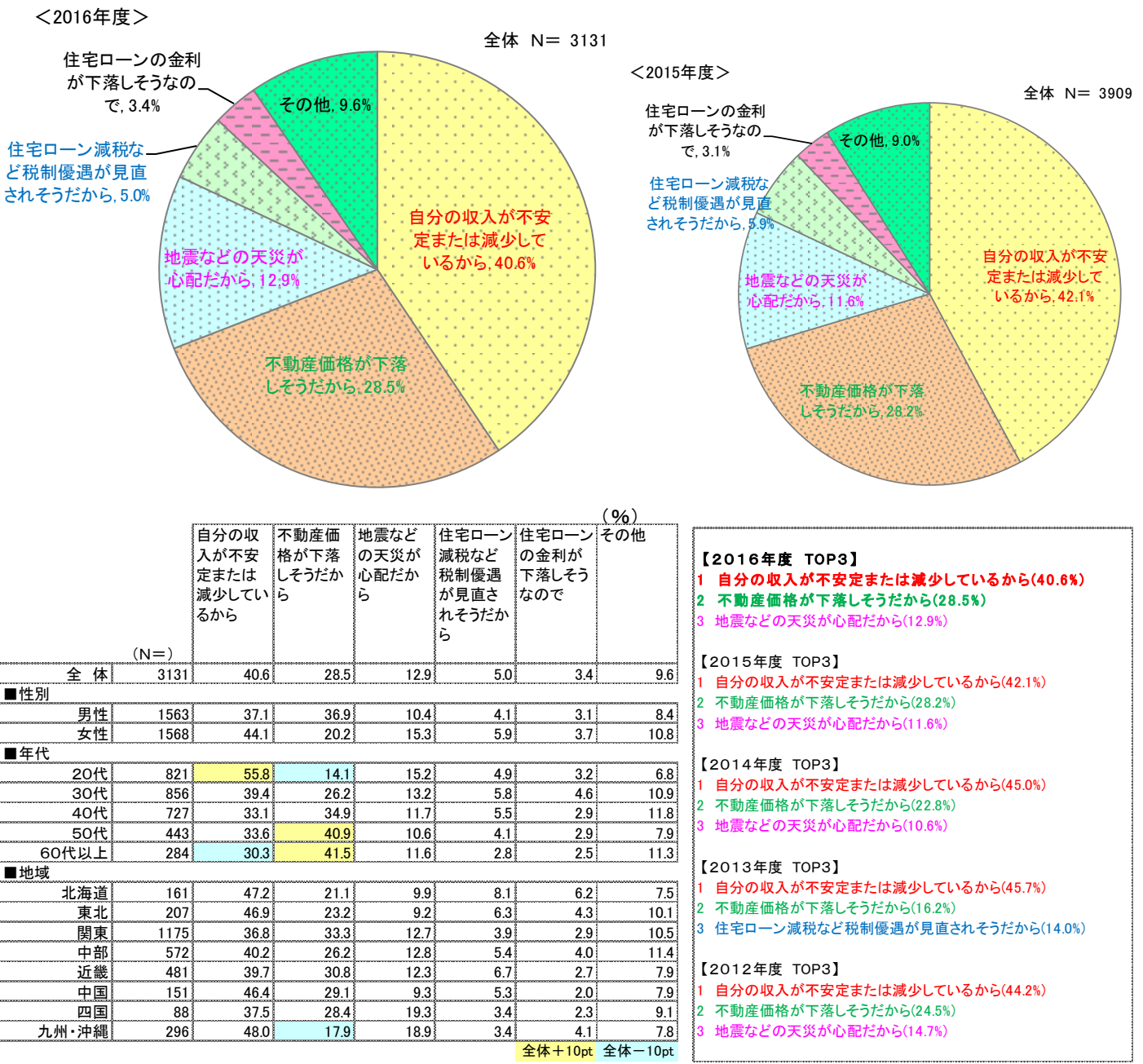
【2012年度 TOP3】

- 消費税率が上がる前だから(48.2%)
- 住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから(32.5%)
- 不動産価格が安定または上昇しそうだから(9.9%)

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」40.6%
- 「不動産価格が下落しそうだから」28.5%
- ◆ 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40.6%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28.5%挙げられ、こちらは50代以上が特に強く感じている。

< 2016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) >

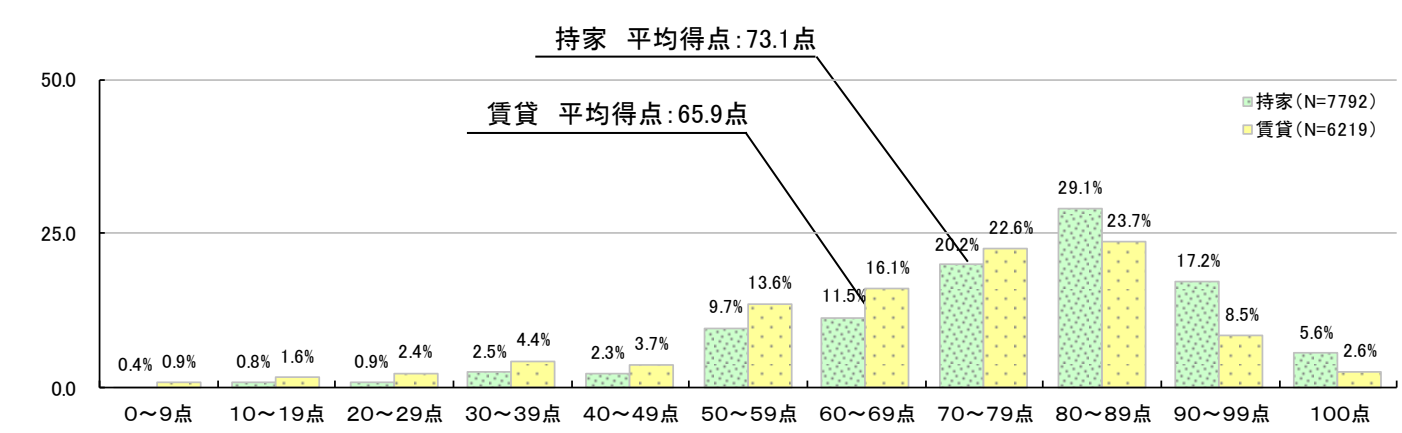


Q2. 現在のお住まいの満足度は何点ですか。(持家／賃貸)

- 「持家」平均得点 :73.1点
- 「賃貸」平均得点 :65.9点

- ◆ 現在「持家」に住んでいる方の、平均得点は73.1点、「賃貸」では65.9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。

< 2016年度 住宅満足度 得点分布 >



< 2012年度～2016年度 住宅満足度 平均得点 >

	(平均点)					(平均点)					回答者数(人)	
	持家					賃貸					持家	賃貸
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	2016	2016
全体	72.4	72.6	73.2	73.8	73.1	65.1	65.1	64.5	63.5	65.9	7792	6219
■ 性別												
男性	73.1	73.3	74.2	74.8	74.3	65.2	64.6	63.5	62.5	66.3	3861	2409
女性	71.7	71.9	71.7	72.2	72.0	65.1	65.6	65.4	64.4	65.7	3931	3810
■ 年代												
20代	70.9	70.4	72.4	71.7	71.8	67.8	67.4	67.5	66.8	66.4	904	2123
30代	73.1	73.7	73.2	73.4	73.9	65.4	65.7	64.9	64.2	65.9	1891	2017
40代	71.6	71.6	71.7	72.4	73.4	62.8	63.6	61.9	62.0	65.0	2200	1326
50代	71.7	71.7	71.7	72.0	71.9	62.9	62.3	62.9	61.0	65.9	1661	553
60代以上	74.9	75.2	77.1	77.4	74.3	66.2	64.5	64.2	63.9	67.3	1136	200
■ 地域												
北海道	73.3	73.3	74.0	74.4	75.0	64.2	62.6	62.5	63.0	64.0	318	353
東北	67.1	69.8	70.5	69.9	70.5	64.7	63.2	62.4	60.6	62.7	563	413
関東	73.9	73.9	74.4	75.6	74.8	65.2	65.4	64.8	64.0	67.0	2557	2219
中部	72.0	71.5	72.7	72.9	72.0	65.5	65.9	65.0	63.3	65.4	1619	982
近畿	72.3	72.2	72.5	73.6	72.6	64.9	64.6	63.3	63.8	65.9	1346	992
中国	71.3	72.7	73.4	72.3	71.8	63.7	63.8	64.1	61.6	66.6	471	349
四国	70.4	71.4	71.6	70.4	71.8	64.1	67.6	66.7	62.5	63.9	229	161
九州・沖縄	72.4	72.7	72.3	73.0	73.4	66.6	66.7	67.0	64.0	66.4	689	750

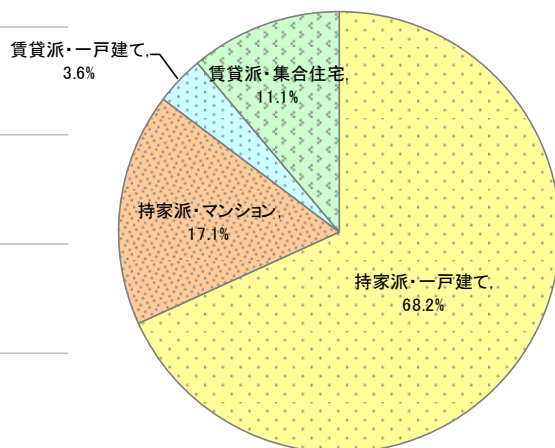
Q3. 現在のお住まいに関係なく、あなたは「持家派」？「賃貸派」？どちらですか。（1つ選択）

■「賃貸派」14.7%（一戸建て3.6%＋集合住宅11.1%）

- ◆ 16年度調査時において、持家派は85.3%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。

< 2016年度 持家派 or 賃貸派 詳細 >

全体 N= 14011



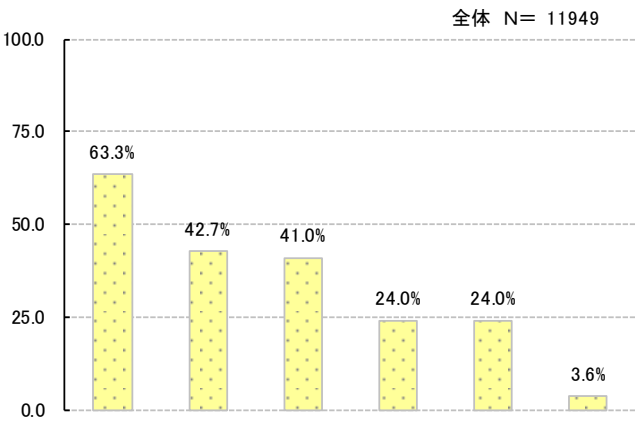
(%) (人)

	持家派					賃貸派					回答数
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	2016
全体	84.4	85.2	84.7	83.7	85.3	15.6	14.8	15.3	16.2	14.7	14011
■ 性別											
男性	83.7	85.2	85.2	84.5	85.9	16.3	14.8	14.8	15.6	14.1	6270
女性	85.0	85.2	84.2	82.8	84.8	15.0	14.8	15.8	17.2	15.2	7741
■ 年代											
20代	83.0	83.9	84.2	83.1	85.9	17.0	16.1	15.8	16.9	14.0	3027
30代	83.8	84.7	84.0	82.4	85.4	16.2	15.3	16.0	17.5	14.6	3908
40代	82.3	83.1	82.2	79.7	82.5	17.7	16.9	17.8	20.4	17.5	3526
50代	87.1	86.8	85.1	84.1	86.1	12.9	13.2	14.9	16.0	13.9	2214
60代以上	89.8	90.4	90.1	89.7	89.3	10.2	9.6	9.9	10.2	10.7	1336
■ 地域											
北海道	81.4	81.1	79.7	79.0	80.9	18.6	18.9	20.3	21.0	19.1	671
東北	86.3	86.8	87.2	87.7	87.9	13.7	13.2	12.8	12.3	12.1	976
関東	83.1	84.6	84.1	82.3	85.5	16.9	15.4	15.9	17.8	14.5	4776
中部	87.1	88.2	87.7	86.9	87.8	12.9	11.8	12.3	13.1	12.2	2601
近畿	85.0	86.1	84.9	85.3	83.5	15.0	13.9	15.1	14.7	16.5	2338
中国	85.8	85.0	84.5	82.3	86.2	14.2	15.0	15.5	17.6	13.7	820
四国	84.1	81.8	85.4	85.2	85.1	15.9	18.2	14.6	14.8	14.9	390
九州・沖縄	82.1	81.8	82.3	81.5	82.6	17.9	18.2	17.7	18.5	17.3	1439

Q3－A.「持家派」(一戸建・マンション希望含む)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」63.3%
- 「落ち着きたいから」42.7% ／ 「持家を資産と考えているから」41.0%
- ◆ 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63.3%と最も多く挙げられ、次いで「落ち着きたいから」が42.7%、「持家を資産として考えているから」41.0%と続く。TOP3に挙げられる理由は、12年度～15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24.0%で、全体と比較して、年代が若い程強い傾向を示している。

< 2016年度 持家派 理由 >



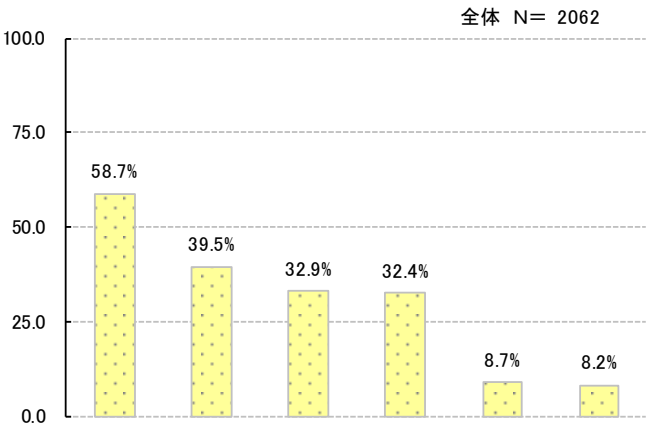
	(N=)	家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから	落ち着きたいから	持家を資産と考えているから	マイホームを持つのが夢だから	賃貸は近隣や使い方など気を使う事が多いから	その他
全 体	11949	63.3	42.7	41.0	24.0	24.0	3.6
■性別							
男性	5386	62.6	40.9	43.4	19.8	21.7	3.0
女性	6563	64.0	44.1	39.0	27.5	25.9	4.1
■年代							
20代	2601	60.9	40.8	36.4	44.6	23.6	2.9
30代	3338	67.2	40.7	41.7	28.2	24.4	3.4
40代	2910	62.5	44.2	42.3	15.3	22.9	4.3
50代	1907	62.2	44.7	41.4	10.8	24.9	3.9
60代以上	1193	61.9	45.3	44.8	9.8	25.1	3.2
■地域							
北海道	543	56.4	43.8	35.7	29.1	27.3	1.8
東北	858	61.5	47.7	35.3	24.4	30.3	4.3
関東	4083	64.2	42.8	45.5	23.1	21.7	3.8
中部	2285	63.6	43.9	37.9	25.1	25.3	3.2
近畿	1952	64.7	38.3	42.3	21.8	21.6	3.7
中国	707	66.1	43.8	33.7	21.4	25.9	2.1
四国	332	59.3	47.0	34.3	23.8	28.6	3.9
九州・沖縄	1189	61.8	40.8	41.9	27.9	24.9	4.2
		全体+10pt			全体-10pt		

- 【2016年度 TOP3】**
 - 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(63.3%)
 - 落ち着きたいから(42.7%)
 - 持家を資産と考えているから(41.0%)
- 【2015年度 TOP3】**
 - 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(65.7%)
 - 落ち着きたいから(41.9%)
 - 持家を資産と考えているから(41.2%)
- 【2014年度 TOP3】**
 - 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(60.8%)
 - 落ち着きたいから(41.5%)
 - 持家を資産と考えているから(38.3%)
- 【2013年度 TOP3】**
 - 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(61.6%)
 - 落ち着きたいから(43.0%)
 - 持家を資産と考えているから(39.7%)
- 【2012年度 TOP3】**
 - 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(62.0%)
 - 落ち着きたいから(43.7%)
 - 持家を資産と考えているから(37.6%)

Q3-B.「賃貸派」(一戸建・集合住宅希望含む)とお答えの理由を教えてください。
 (3つまで選択可)

- 経済的拘束の回避「住宅ローンに縛られたくないから」58.7%
- 勤務場所・家族構成の変化「仕事等の都合で」39.5%／「家族構成の変化で」32.9%
- ◆ 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58.7%と最も高く、次いで「仕事等の都合で引越する可能性があるから」39.5%、「家族構成の変化で引越する可能性があるから」32.9%と続き、最近5年間の調査ではトップ3が入れ替わっている。「税金が大変だから」32.4%となり、ローンや税金など経済的な拘束を避ける理由や、勤務場所・家族構成の変化の理由が多く挙げられる。
- ◆ 「仕事等の都合で引越する可能性があるから」では若年層ほど傾向が強く、高齢層ほど傾向が低い。また「住宅ローンに縛られたくないから」は40代以上の高齢層ほどやや高い傾向が見受けられる。

< 2016年度 賃貸派 理由 >



	(N=)	住宅ローンに縛られたくないから	仕事等(転勤・転職・退職など)の都合で引越する可能性があるから	家族構成の変化で引越する可能性があるから	税金が大変だから	相続する予定の家があるため	その他
全 体	2062	58.7	39.5	32.9	32.4	8.7	8.2
■性別							
男性	884	62.7	39.8	28.5	32.2	8.1	6.7
女性	1178	55.8	39.3	36.2	32.6	9.2	9.3
■年代							
20代	426	54.2	54.5	34.5	25.6	4.9	5.6
30代	570	55.8	40.7	37.9	35.1	8.8	6.5
40代	616	63.1	38.1	28.7	34.3	9.7	9.4
50代	307	61.2	30.6	30.6	32.6	10.4	11.4
60代以上	143	59.4	15.4	31.5	34.3	11.9	10.5
■地域							
北海道	128	57.8	31.3	27.3	39.1	10.2	7.0
東北	118	54.2	33.9	27.1	42.4	14.4	7.6
関東	693	57.9	45.6	33.6	28.0	7.6	8.9
中部	316	59.2	38.6	34.5	32.9	7.3	8.5
近畿	386	60.6	37.0	33.7	30.3	9.3	7.0
中国	113	55.8	36.3	29.2	32.7	7.1	9.7
四国	58	65.5	41.4	32.8	37.9	13.8	3.4
九州・沖縄	250	60.0	35.6	35.2	38.0	8.8	8.8

- 【2016年度 TOP3】

 - 1 住宅ローンに縛られたくないから(58.7%)
 - 2 仕事等の都合で引越する可能性があるから(39.5%)
 - 3 家族構成の変化で引越する可能性があるから(32.9%)
- 【2015年度 TOP3】

 - 1 住宅ローンに縛られたくないから(61.3%)
 - 2 税金が大変だから(33.5%)
 - 3 仕事等の都合で引越する可能性があるから(32.4%)
- 【2014年度 TOP3】

 - 1 住宅ローンに縛られたくないから(58.9%)
 - 2 仕事等の都合で引越する可能性があるから(31.3%)
 - 3 税金が大変だから(29.9%)
- 【2013年度 TOP3】

 - 1 住宅ローンに縛られたくないから(58.6%)
 - 2 仕事等の都合で引越する可能性があるから(34.5%)
 - 3 税金が大変だから(30.3%)
- 【2012年度 TOP3】

 - 1 住宅ローンに縛られたくないから(60.2%)
 - 2 仕事等の都合で引越する可能性があるから(34.9%)
 - 3 税金が大変だから(30.9%)

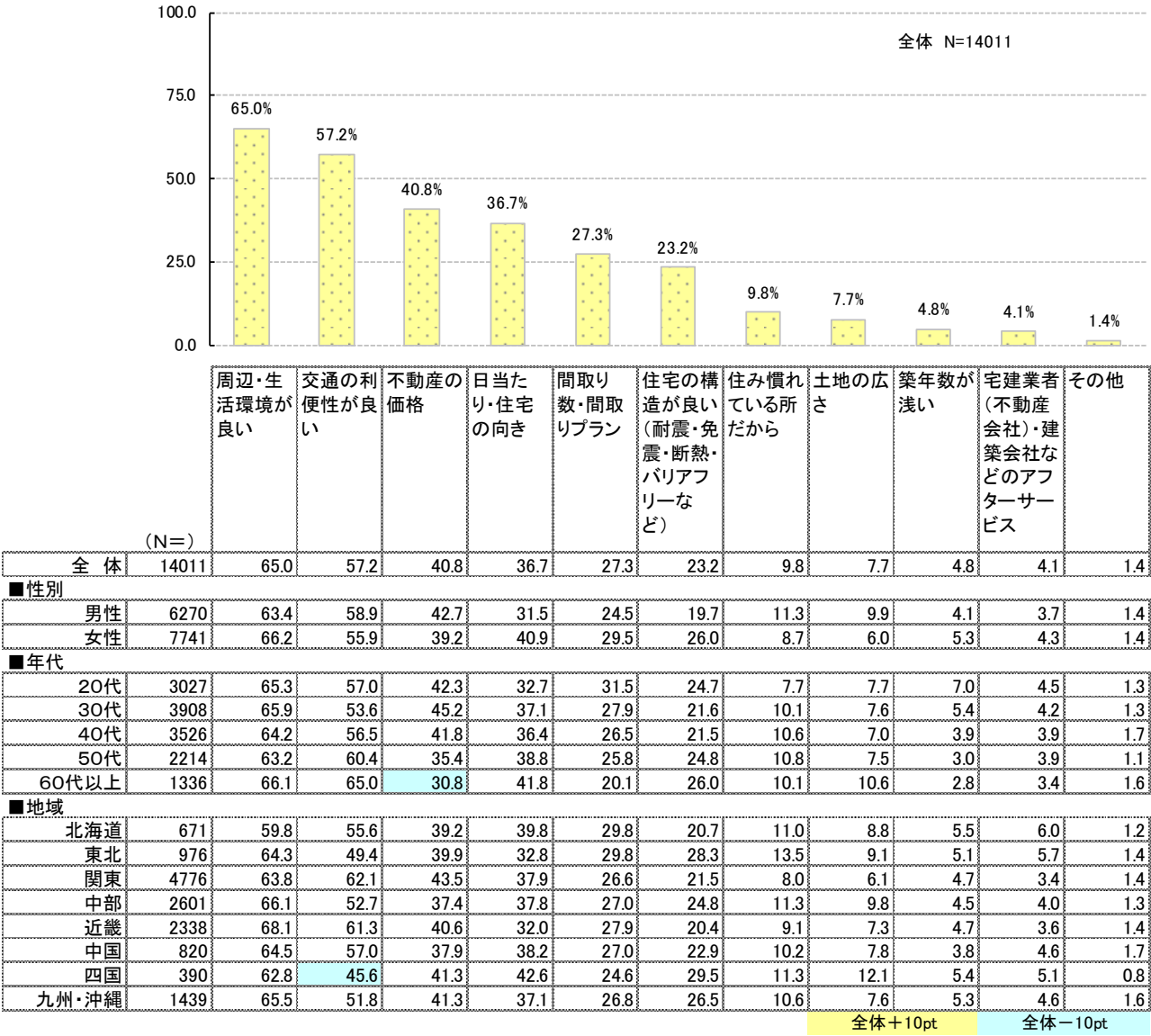
全体+10pt
 全体-10pt

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」65.0%／「交通の利便性が良い」57.2%
- 日当たり(向き)・価格の重視 「不動産の価格」40.8%／「日当たり・住宅の向き」36.7%
- ◆ 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65.0%で最も多く挙げられ、次いで「交通の利便性が良い」が57.2%で生活環境を重視する傾向が見られる。
- ◆ 「不動産の価格」が40.8%で3位に挙げられているが、「日当たり・住宅の向き」が36.7%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。

< 2016年度 住宅購入重視点 >

【2016年度 TOP3】	【2015年度 TOP3】	【2014年度 TOP3】	【2013年度 TOP3】	【2012年度 TOP3】
1 周辺・生活環境が良い(65.0%)	1 交通の利便性が良い(58.2%)	1 周辺・生活環境が良い(58.2%)	1 周辺・生活環境が良い(61.7%)	1 周辺・生活環境が良い(62.1%)
2 交通の利便性が良い(57.2%)	2 周辺・生活環境が良い(55.6%)	2 交通の利便性が良い(57.0%)	2 交通の利便性が良い(56.4%)	2 交通の利便性が良い(54.9%)
3 不動産の価格(40.8%)	3 不動産の価格(38.1%)	3 日当たり・住宅の向き(38.3%)	3 日当たり・住宅の向き(38.1%)	3 日当たり・住宅の向き(38.9%)



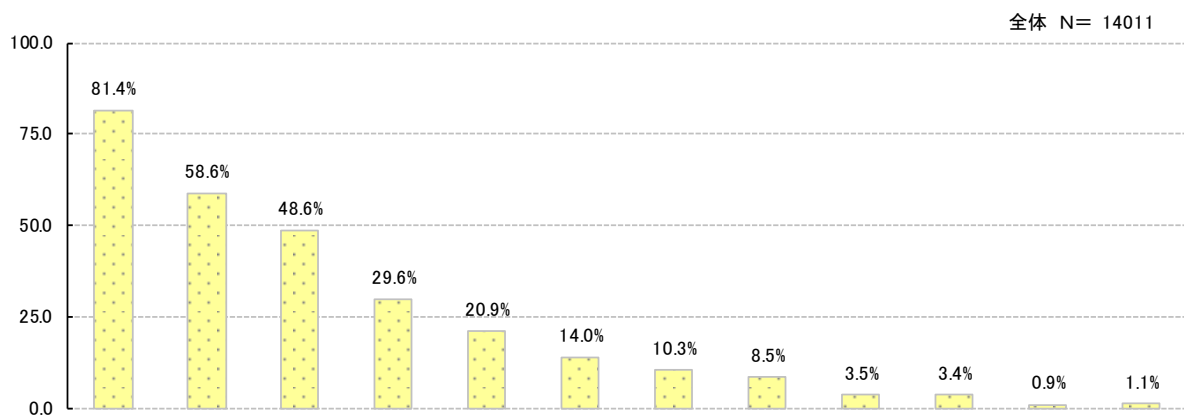
Q5. 住宅を借りる際のポイントは何ですか。(3つまで選択可)

■ 生活環境の重視 「交通の利便性が良い」58.6%、「周辺・生活環境が良い」48.6%

- ◆ 賃貸時に重視する点については、「賃料」が81.4%で最も多く挙げられ、次いで「交通の利便性が良い」が58.6%、「周辺・生活環境が良い」が48.6%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、全体の約8割強と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。

< 2016年度 住宅賃貸重視点 >

【2016年度 TOP3】	【2015年度 TOP3】	【2014年度 TOP3】	【2013年度 TOP3】	【2012年度 TOP3】
1 資料(81.4%)	1 資料(77.0%)	1 資料(74.3%)	1 資料(76.9%)	1 資料(77.2%)
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%)	2 交通の利便性が良い(57.5%)
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%)	3 周辺・生活環境が良い(45.1%)



		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	14011	81.4	58.6	48.6	29.6	20.9	14.0	10.3	8.5	3.5	3.4	0.9	1.1

■ 性別

男性	6270	81.1	61.6	49.1	25.8	17.0	12.4	8.1	8.8	3.9	3.9	1.3	1.1
女性	7741	81.6	56.1	48.1	32.7	24.0	15.4	12.0	8.2	3.2	2.9	0.5	1.2

■年代

20代	3027	83.3	55.6	49.3	32.8	18.1	17.3	12.7	6.8	2.9	2.7	0.8	1.4
30代	3908	84.7	56.2	47.5	32.4	21.2	15.8	9.2	7.1	3.5	3.2	0.9	0.9
40代	3526	81.5	57.8	50.0	28.9	21.1	13.0	8.9	8.3	3.3	4.0	1.0	1.1
50代	2214	77.8	64.0	47.7	25.8	20.5	10.9	10.4	9.9	4.2	3.3	0.6	1.0
60代以上	1336	72.8	65.0	47.8	21.9	26.0	9.5	11.0	14.4	4.4	3.6	0.9	1.3

■ 地域

北海道	671	78.5	58.7	44.4	33.5	24.4	15.8	8.0	7.7	5.2	3.1	0.9	1.5
東北	976	82.7	48.8	51.1	34.4	18.9	16.5	9.0	9.0	5.6	3.4	0.8	1.1
関東	4776	82.6	65.3	46.4	27.8	20.7	13.3	9.6	7.3	3.0	2.9	0.8	1.2
中部	2601	79.9	52.5	50.0	30.7	22.0	15.9	10.8	10.8	3.2	3.5	0.7	1.0
近畿	2338	80.5	63.0	48.2	26.3	18.0	13.2	11.9	7.6	3.7	3.6	1.0	1.2
中国	820	81.3	53.9	51.7	29.1	20.0	13.3	13.5	8.9	3.5	3.0	0.7	0.7
四国	390	82.8	47.4	49.7	32.3	27.2	11.8	10.3	11.0	3.1	2.6	1.3	1.8
九州・沖縄	1439	81.5	52.1	51.9	33.4	22.5	13.2	8.8	8.6	3.5	4.7	1.2	0.8

全体+10pt

全体—10pt

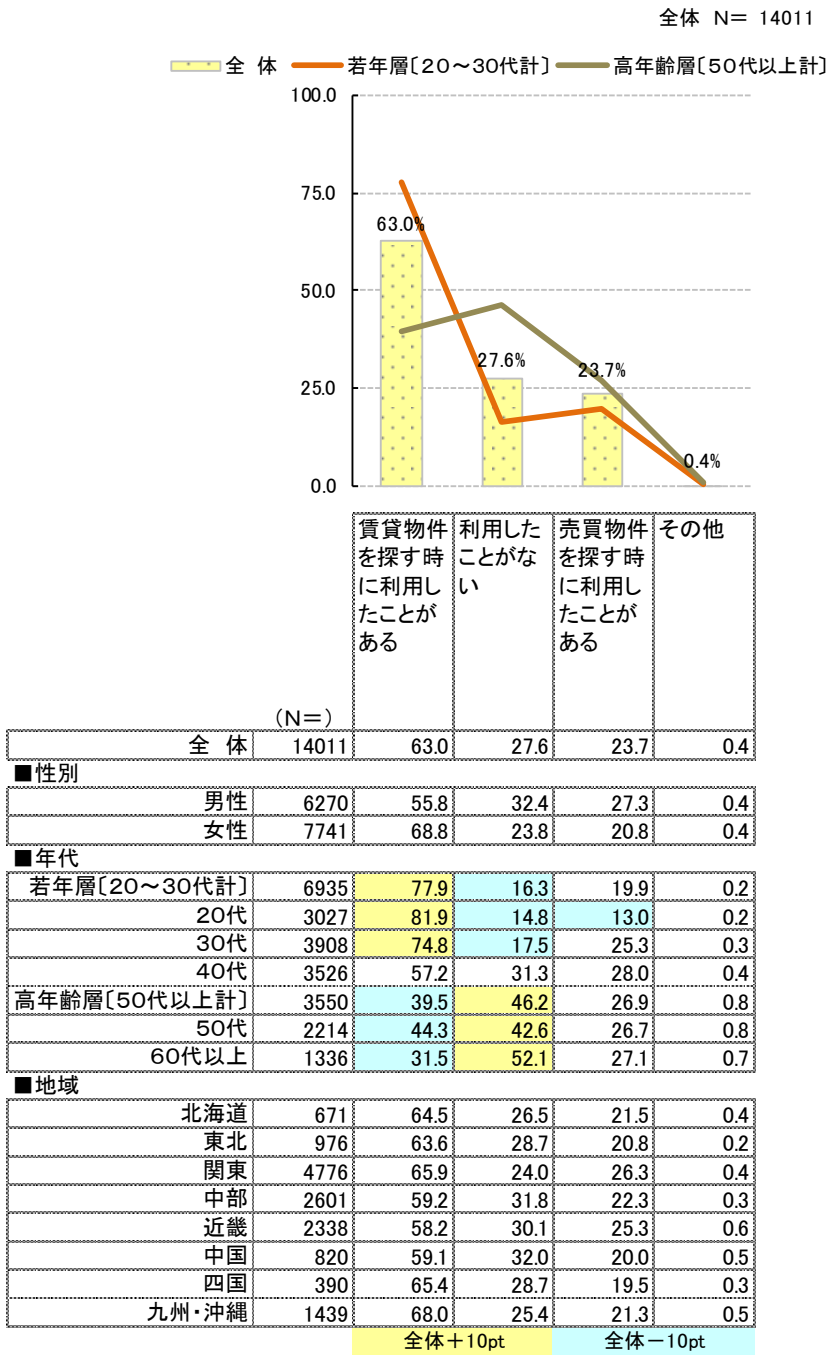
■ 若年層「インターネット・携帯サイト」／高年齢層「新聞媒体」



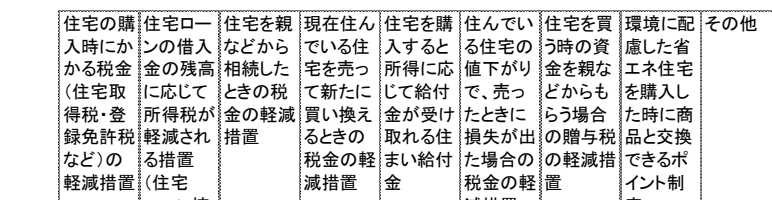
Q7. インターネットで不動産物件情報の検索サイトを利用したことがありますか。(複数選択可)

- 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」63.0%
- 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63.0%、次いで「利用したことがない」が27.6%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。

< 2016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」50.2%

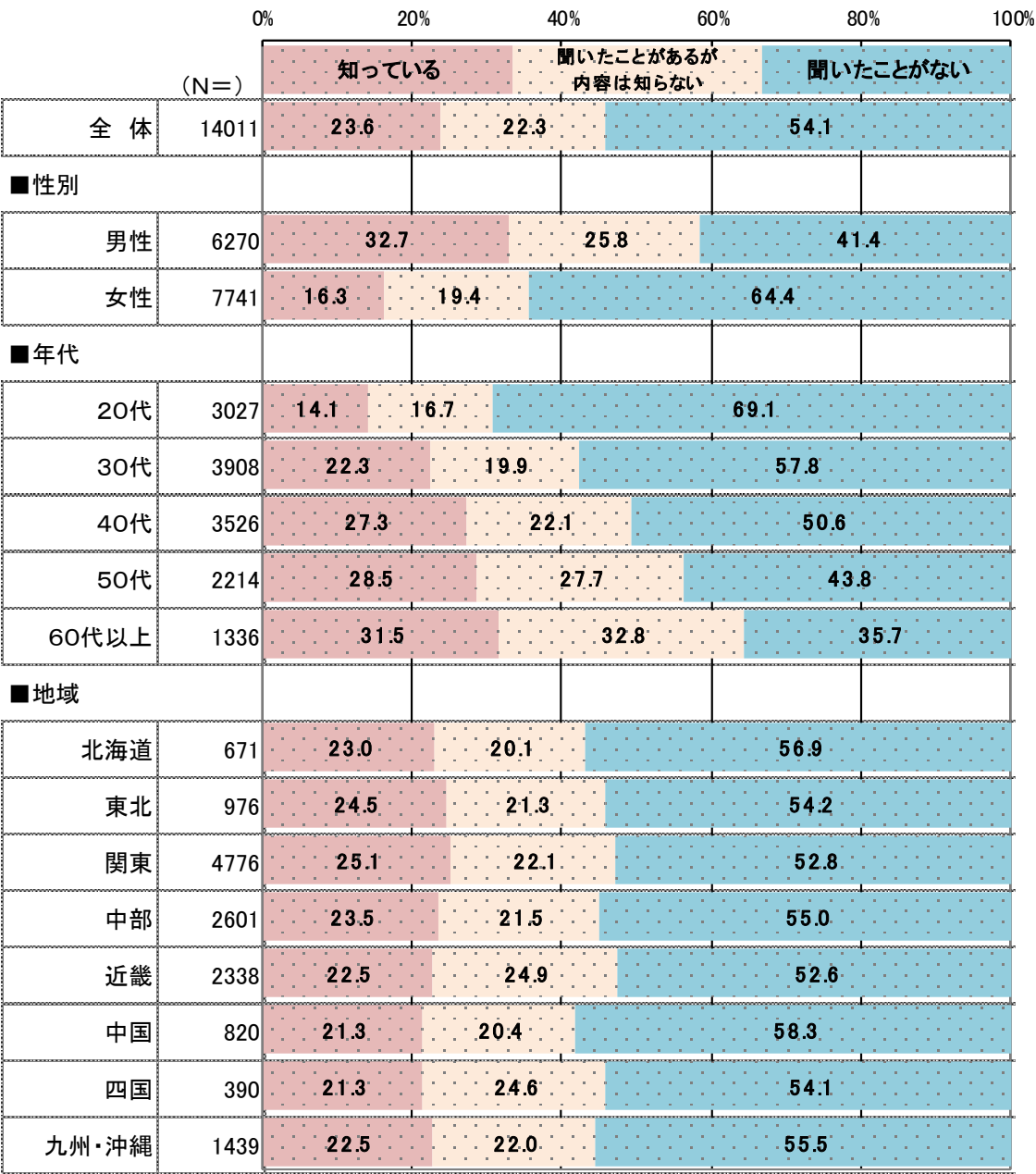


Q9－1－1. 瑕疵保険について知っていますか？（1つ選択）

■ 「知っている」23.6%／「聞いたことがあるが 内容は知らない」22.3%／「知らない」54.1%

- ◆ 瑕疵保険の認知については、「知っている」が23.6%で、認知率は2割強程度である。
 - ◆ 性別では男性の認知が3割を超えるのに対し、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。

< 2016年度 瑕疵保険の認知 >

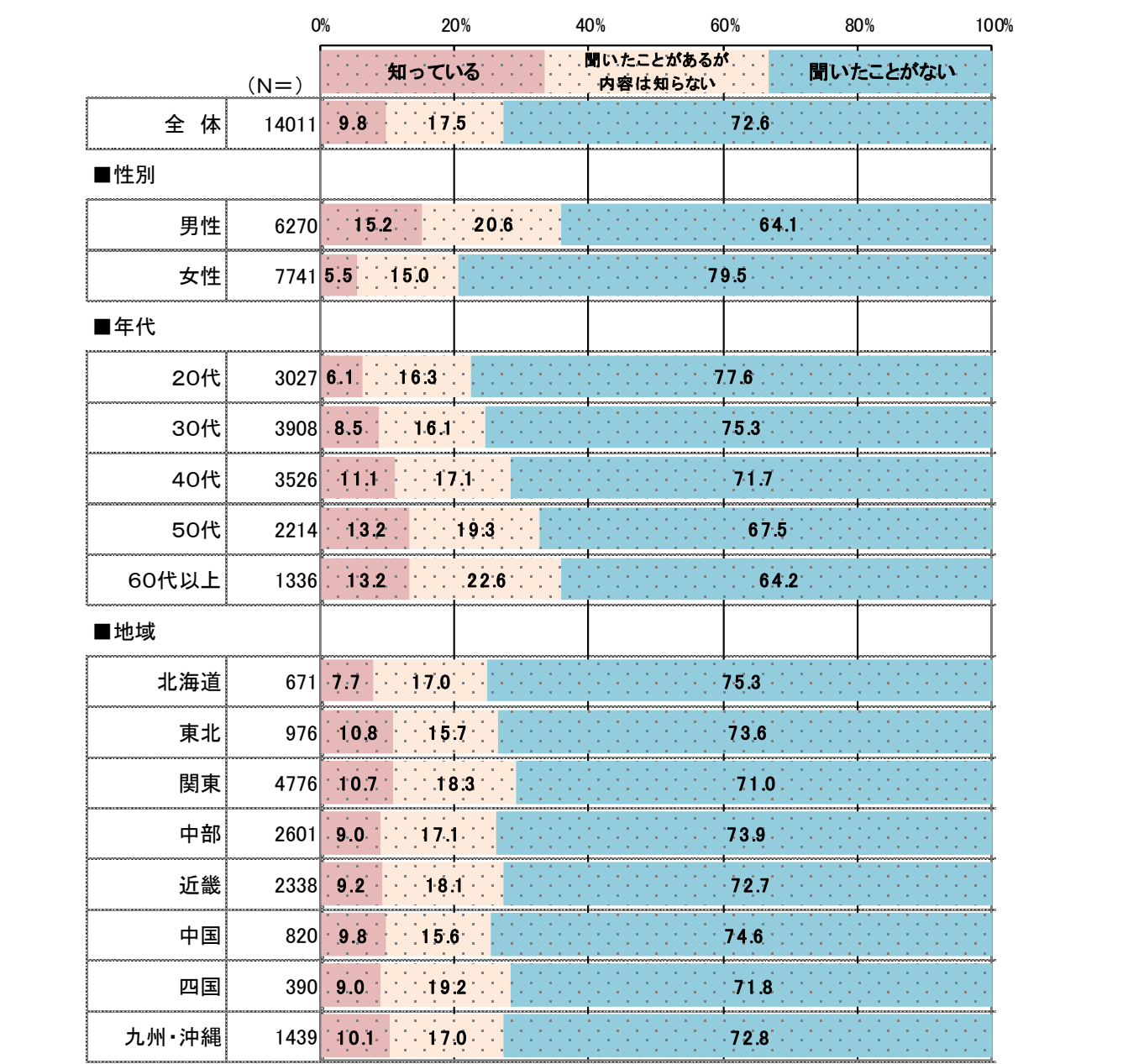


'Q9-1-2. インспекションについて知っていますか？（1つ選択）

■ 「知っている」9.8%／「聞いたことがあるが 内容は知らない」17.5%／「知らない」72.6%

- ◆ インспекションの認知については、「知っている」が9.8%で、認知率は瑕疵保険より低く、1割を下回っている。
 - ◆ 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。

< 2016年度 インспекションの認知 >

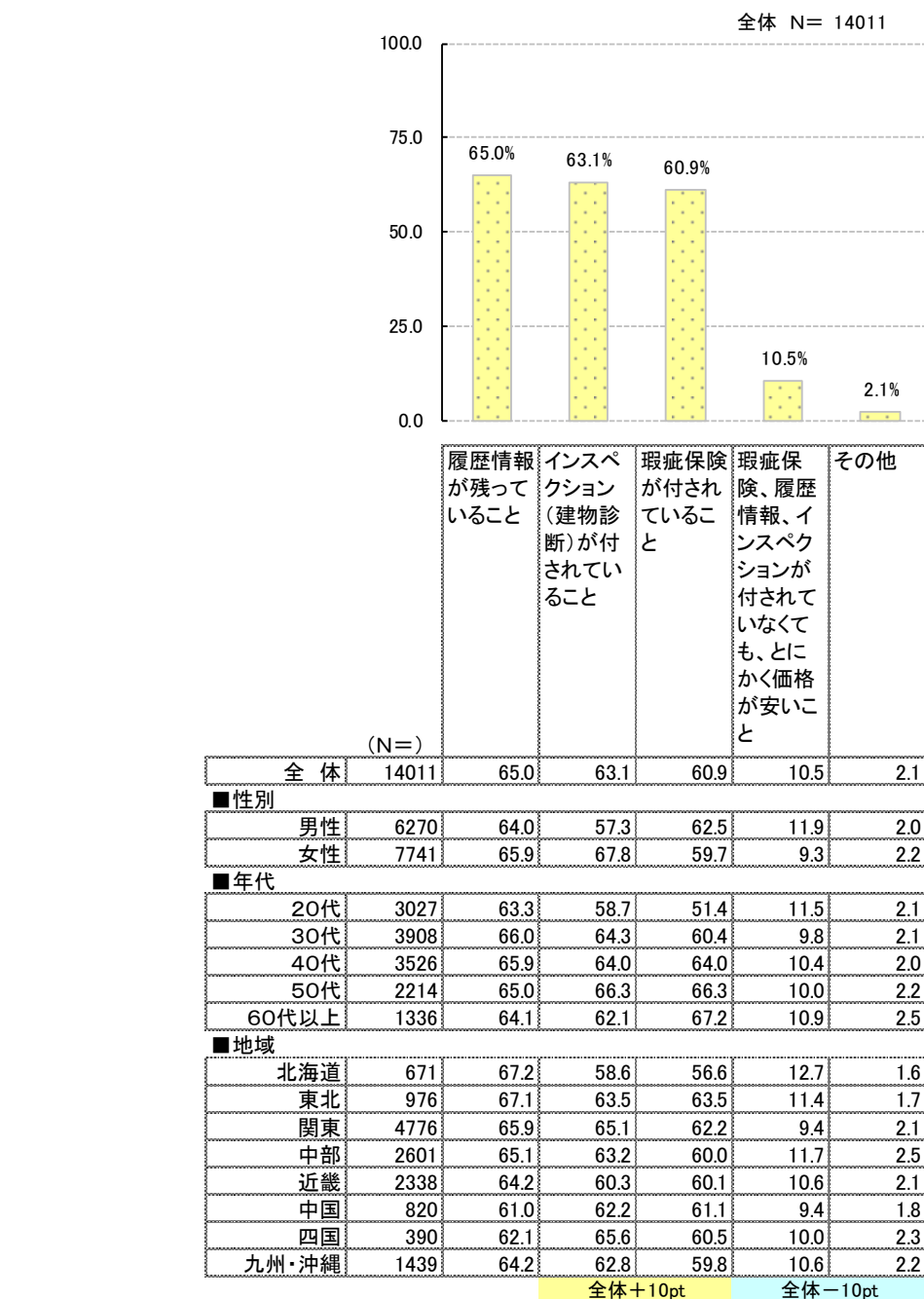


Q9-2. 中古住宅の購入を考える場合、必要と思われることはどれですか。(複数選択可)

■「インスペクション(建物診断)が付されていること」63.1%

- ◆ 中古住宅購入時に必要なものについて、「履歴情報が残っていること」が65.0%と最も多く挙げられ、次いで「インスペクション(建物診断)が付されていること」63.1%、「瑕疵保険が付されていること」60.9%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。

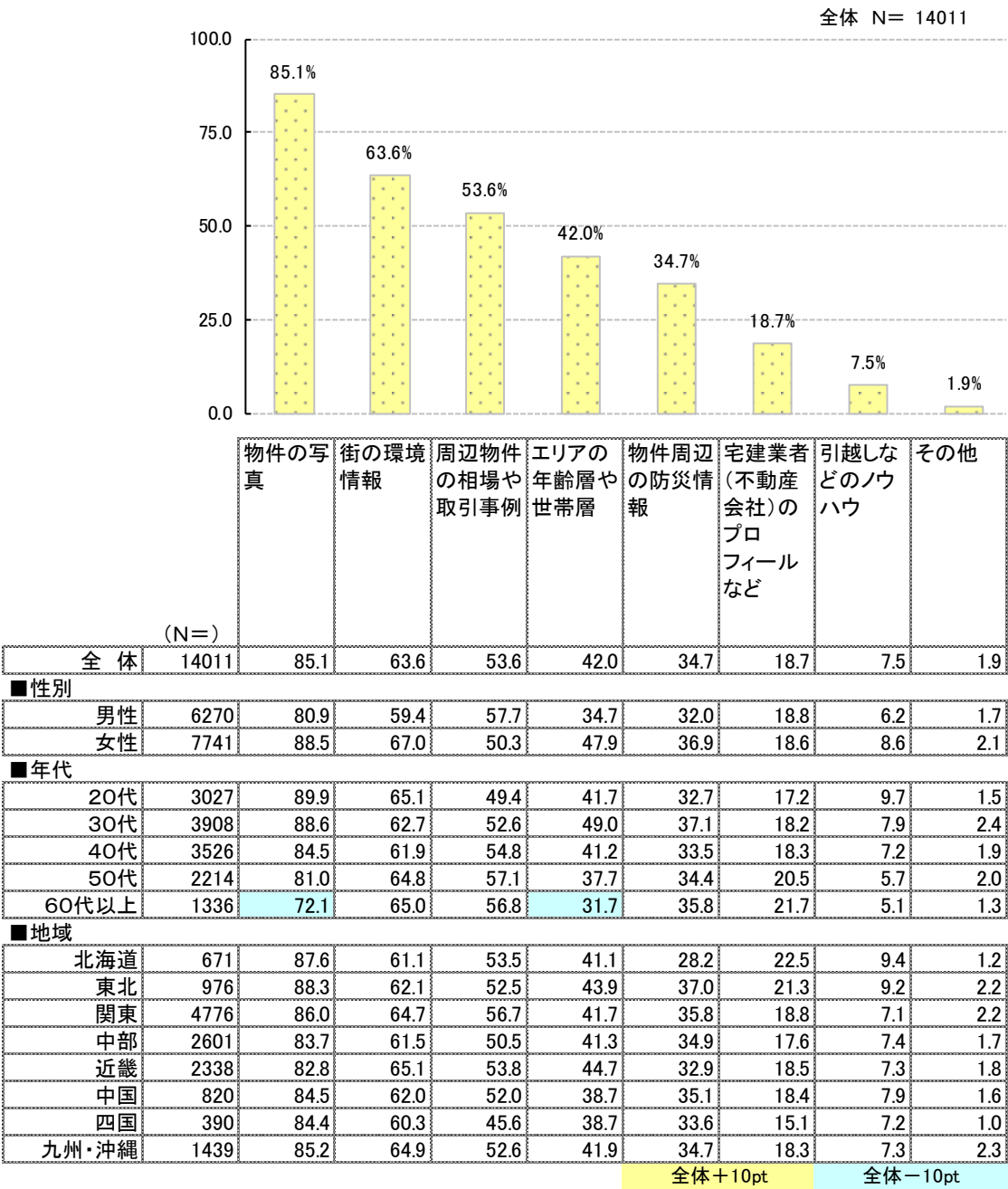
＜ 2016年度 中古住宅購入選考時に必要と思うこと ＞



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

- 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報 「物件の写真」85.1%
- 「街の環境情報」63.6%／「周辺物件の相場や取引事例」53.6%
- ◆ 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85.1%と最も多く挙げられ、次いで「街の環境情報」が63.6%、「周辺物件の相場や取引事例」が53.6%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」は高年齢層ほど高い傾向が見受けられる。

< 2016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 >



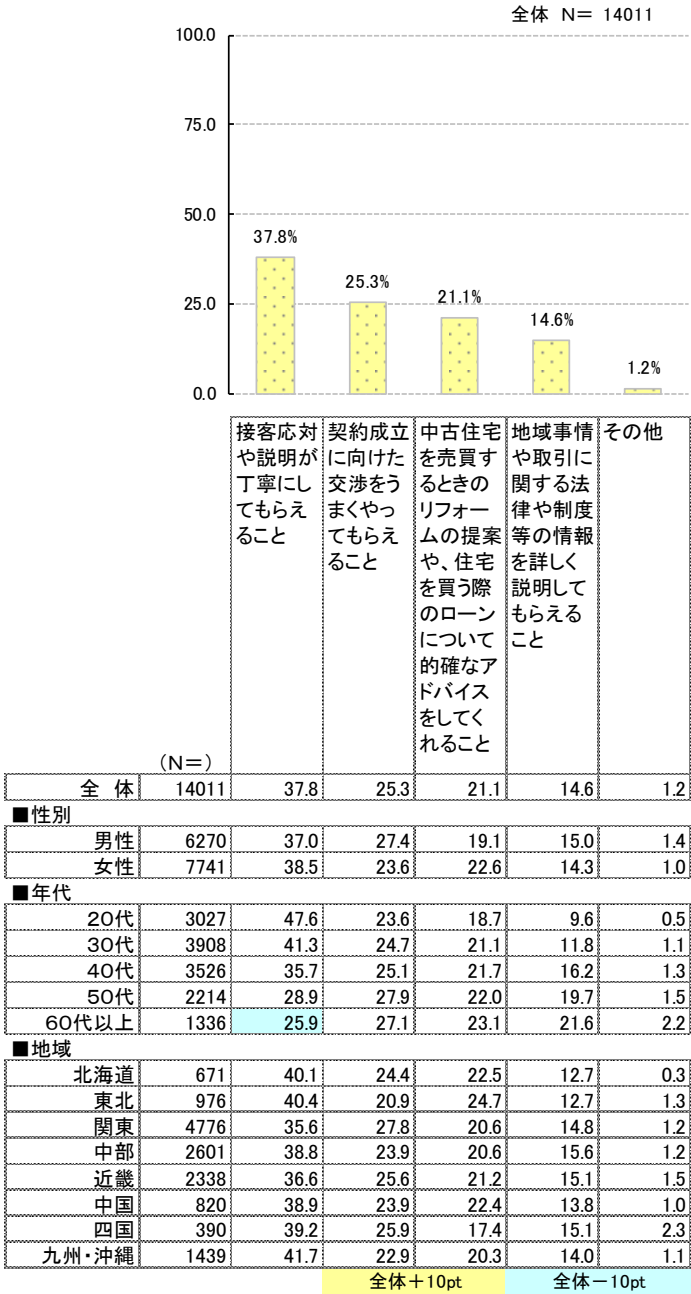
Q12. 家を売り買いしたり、部屋の貸し借りをしたりする場合、宅建業者（不動産会社）に対して、最も期待することは何ですか。（1つ選択）

- 「接客応対や説明が丁寧にしてもらえること」37.8%
- 「契約成立に向けた巧みな交渉」25.3% ／ 「住宅売買・購入時の的確なアドバイス」21.1%

◆ 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について、「接客応対や説明が丁寧にしてもらえること」が37.8%と最も多く挙げられ、次いで「契約成立に向けた交渉をうまくやってもらえること」が25.3%となっている。宅建業者は専門知識からの的確なアドバイスとともに、接客応対についても期待されていることがわかる。

◆ 「接客応対や説明が丁寧にしてもらえること」については、全体と比較して、20代は最も高く、若年層になるほど高い傾向が見られる。

< 2016年度 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 >



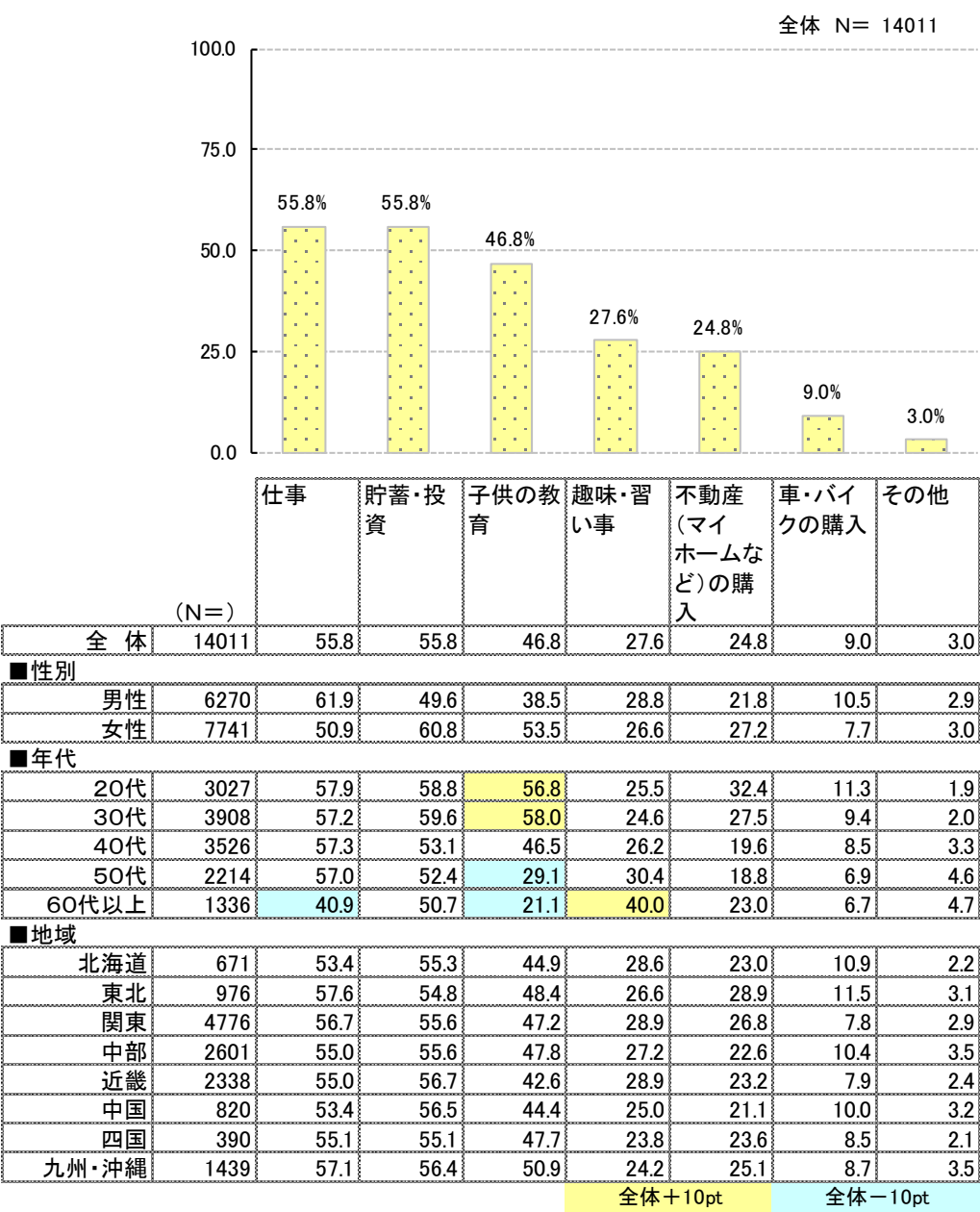
Q13. あなたの人生設計(ライフプラン)の中で、下記項目のうち、重視するものは何ですか。
 (複数選択可)

- 「仕事」「貯蓄・投資」55.8%

■ 「子供の教育」46.8%／ 「趣味・習い事」27.6%
- ◆ 人生設計(ライフプラン)の中で重視するものについて、「仕事」「貯蓄・投資」がともに55.8%と最も多く挙げられ、次いで「子供の教育」が46.8%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。

< 2016年度 人生設計(ライフプラン)の中で、重視するもの >



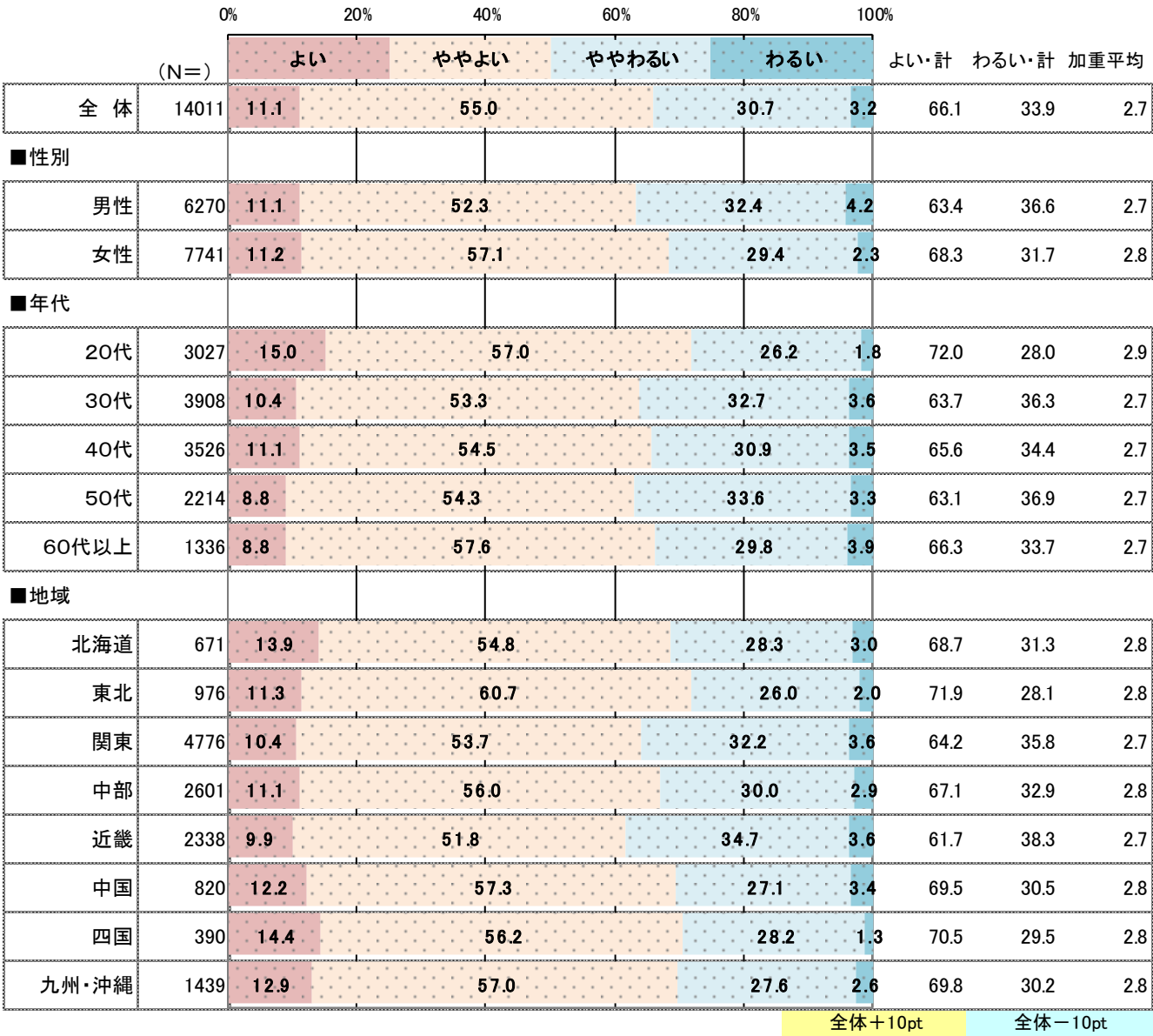


Q15. あなたが不動産店に対してもっているイメージを教えてください。(1つ選択)

■ 「よい・計」66.1%／「わるい・計」33.9%

- ◆ 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66.1%と多く挙げられ、「わるい・計」は33.9%となっている。
- ◆ 特に20代や東北では、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。

< 2016年度 不動産店に対してもっているイメージ >

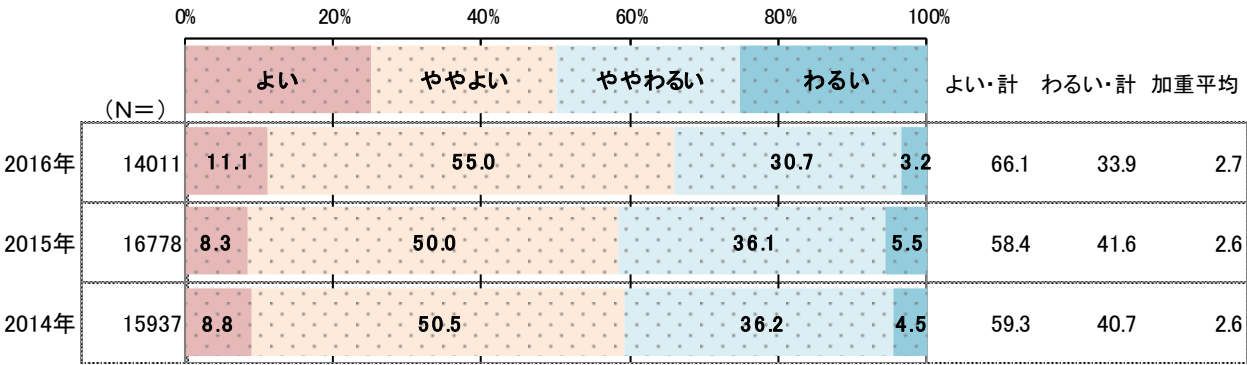


Q15. あなたが不動産店に対してもっているイメージを教えてください。(1つ選択)
 <前年比較>

■ 「よい・計」66.1% 2014年・2015年から約7%の大幅アップ

◆ 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66.1%となった。
 2014年の59.3%・2015年の58.4%より約7%アップしており、不動産に対するイメージはこの1年で大きく改善している。

< 2014年度～2016年度 不動産店に対してもっているイメージ >



<2016年度>

	(N=)	よい	ややよい	ややわるい	わるい	TOP2	BOTTO M2	(%) 平均
全体	14011	11.1	55.0	30.7	3.2	66.1	33.9	2.74
■性別								
男性	6270	11.1	52.3	32.4	4.2	63.4	36.6	2.70
女性	7741	11.2	57.1	29.4	2.3	68.3	31.7	2.77
■年代								
20代	3027	15.0	57.0	26.2	1.8	72.0	28.0	2.85
30代	3908	10.4	53.3	32.7	3.6	63.7	36.3	2.70
40代	3526	11.1	54.5	30.9	3.5	65.6	34.4	2.73
50代	2214	8.8	54.3	33.6	3.3	63.1	36.9	2.69
60代以上	1336	8.8	57.6	29.8	3.9	66.3	33.7	2.71
■地域								
北海道	671	13.9	54.8	28.3	3.0	68.7	31.3	2.80
東北	976	11.3	60.7	26.0	2.0	71.9	28.1	2.81
関東	4776	10.4	53.7	32.2	3.6	64.2	35.8	2.71
中部	2601	11.1	56.0	30.0	2.9	67.1	32.9	2.75
近畿	2338	9.9	51.8	34.7	3.6	61.7	38.3	2.68
中国	820	12.2	57.3	27.1	3.4	69.5	30.5	2.78
四国	390	14.4	56.2	28.2	1.3	70.5	29.5	2.84
九州・沖縄	1439	12.9	57.0	27.6	2.6	69.8	30.2	2.80
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。

■ 共通ワード／「対応」「物件に関する情報公開」「アフターケア」

- ◆ 「よい・計」では、「対応がよい／丁寧」「アフターケアがしっかりしている」「専門知識が豊富」「物件が良い」などの意見が挙げられた。
- ◆ 「わるい・計」では、「対応が悪い／態度」「会社の利益を優先」「手数料が高い」「情報を伝えない(閉鎖的)」「アフターケア不足」などの意見が挙げられた。

< 2016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	
アパートの一室を賃貸したときに、世間知らずの若者にもわかりやすいように、とても丁寧に説明してもらえたため。	男性
何度か引っ越ししておりますが、丁寧な対応をして頂いた為。又、表に出していない物件で希望に合わせて情報を頂けた為。	男性
対応が良く、気持ちの良い接客をしてくれます。わからない事も親切に教えてくれるので助かります。	女性
30代	
契約の成立までだけでなく、その後の決済や、引き渡しまで対応がしっかりしており、良かったため	男性
専門的な知識が無い私でも丁寧に説明してもらえて納得できたので。	女性
家を購入する際、とても親身になって物件を探してくれたり交渉して下さいだったので。購入後も、住んでみてどうか家まで聞きに来てくれた。	女性
40代	
現在所有している戸建てを購入の際に担当してくれた不動産屋と担当者の対応が凄くわかりやすく、お客様の立場に立った対応をしてくれたのを今でも忘れず覚えているから。	男性
少し前までは不動産業界はチャライイメージが大きかったが私が、宅建試験に合格した事など業界に関して深く考えるようになり業界の友人が増え、イメージが全く変わりました。	男性
意外といろいろな業者とつながっていて、予算やライフプランに合わせたローンの組み方も教えてもらい、金融機関との話も全部やってもらえて本当に頼もしかったから	女性
50代	
安心して相談できる又まかせられる 今の家の購入の時も親切な対応でした	男性
新聞、チラシ、ネットとかで、みた場合、間取り価格など分かりやすく掲載してあるから。	女性
最近子供が一人暮らしの為マンション契約が続きました。不動産さんにお世話になりました。どの不動産も親切に物件を見せて下さったりして満足のいく物件が探せました。	女性
60代以上	
最近の不動産会社は無理強いしない、説明に何度も答えてくれる。生活時間に合わせた対応をして下さる。	男性
昔に比べ、悪い評判を聞かなくなった。「悪徳業者」の存在が、マスコミで取り上げられなくなった。	男性
土地を売りたい時に親身になって相談にのってくれました。価格の設定や、売れたあとの手続きなど細かく説明してくれました。	女性

わるい・計

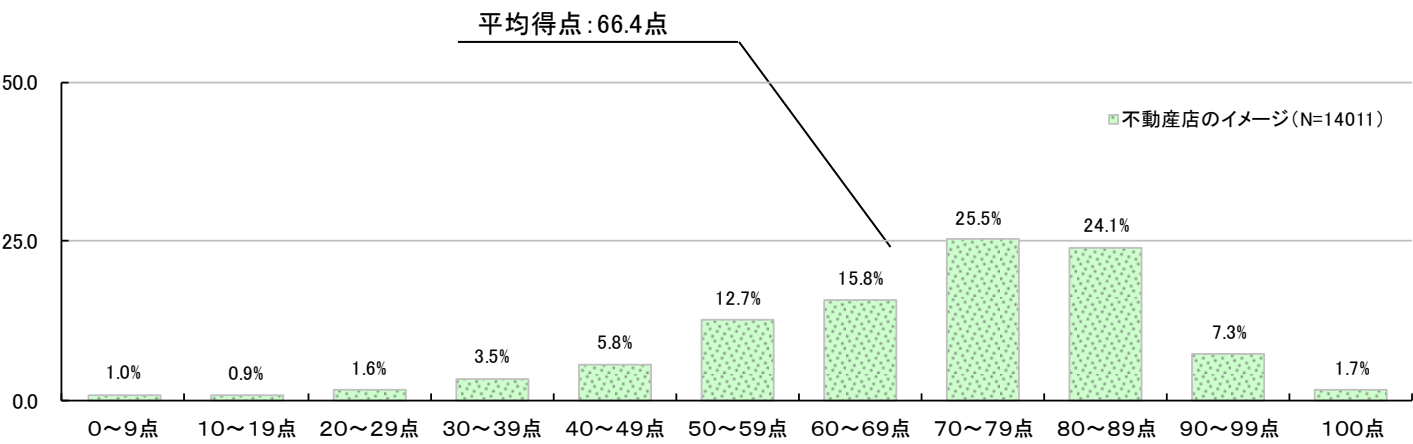
20代	
顧客よりも自分の利益を優先して物件情報を提供するイメージがあるから。	男性
とにかく裏事情が多過ぎるイメージ。ノルマも多いと聞くので変なものを売りつけられそうな気がする。	女性
良い担当者に出会ったことがない 仲介手数料が高い	女性
30代	
悪い対応をされたから。家主側の立場に取った対応しかしてくれなかった。	男性
閉鎖的な印象。情報公開をもっと行うべき。	男性
以前お世話になったある不動産やさんが、あまりにもずさんな対応、仕事ぶりだった。	女性
40代	
最初の説明で良いところしか言わない。衣食住のうち最もトラブルが発生したら困るのは住宅なので、悪いところや、デメリットをきちんと教えてほしい。	男性
常に態度が強気であること。女性を見下して威圧的な態度で対応してくる人がいる	女性
メンテナンスの対応が最悪。連絡しても動かない	女性
50代	
売ってしまえばあとはどうでもよいと言う考え方	男性
真実を語らない。いい情報のみ公開する都合の悪いことは触れない。過去に知らずに定期借家の家を契約して後悔した。	男性
お客さんとして接客してもらう時と、仕事として出会う不動産屋さんの態度があからさまに違いすぎている	女性
60代以上	
賃貸契約の場合、説明が必要かつ十分でない。契約書や重説の形式が社によって異なり、簡単に比較できない。	男性
バブル時代の地上げと脱税のイメージが強くのこっている。	男性
連絡が頻繁にきて困っている。いい加減にしてほしい。	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 :66.4点 （昨年 平均得点 :62.0点）

- ◆ 「不動産店のイメージ」の平均得点は66.4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58.6%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。

< 2016年度 不動産店のイメージ 得点分布 >



< 2016年度 不動産店のイメージ 平均得点 >

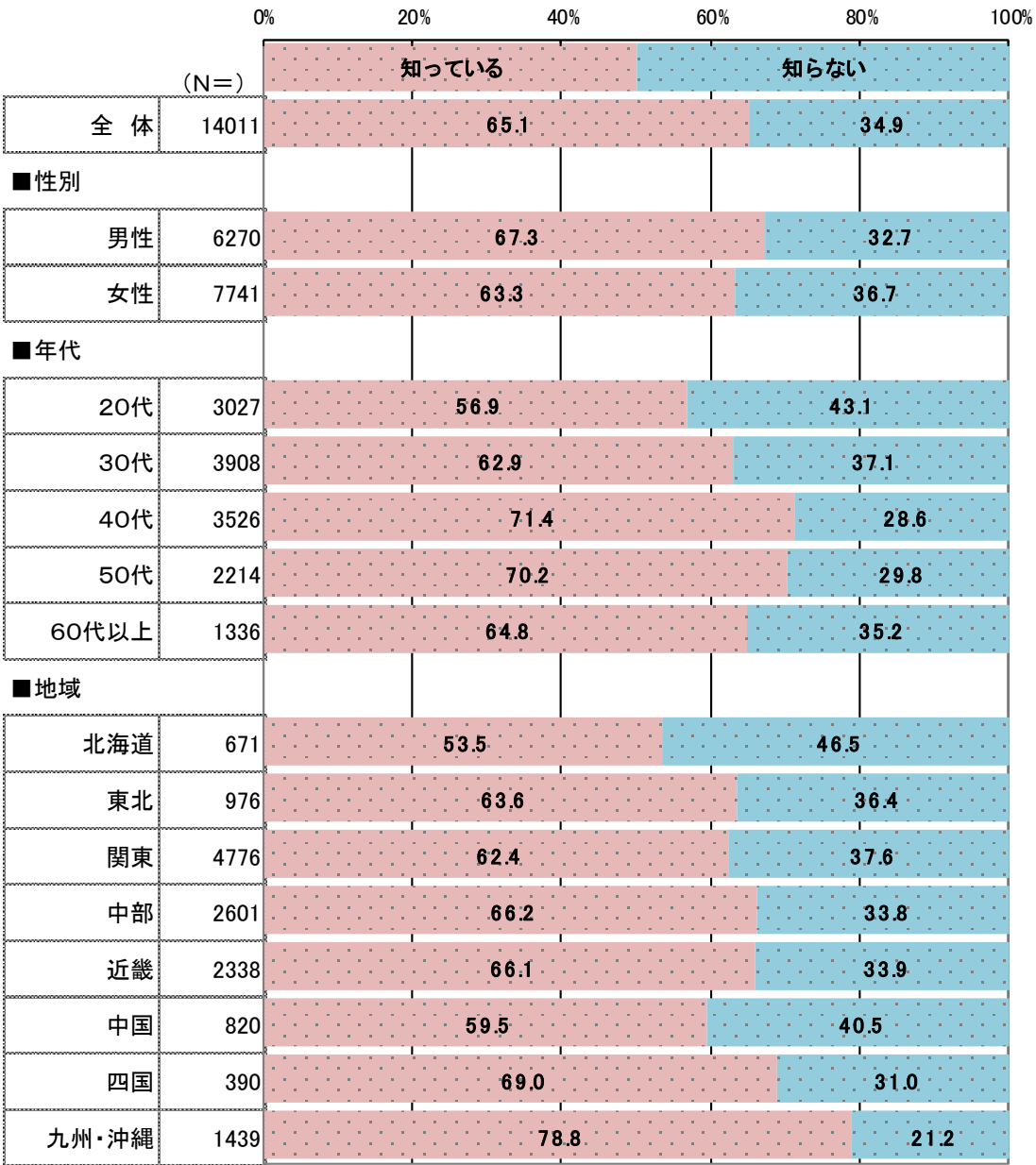
	(N=)	0～9 点	10～ 19点	20～ 29点	30～ 39点	40～ 49点	50～ 59点	60～ 69点	70～ 79点	80～ 89点	90～ 99点	100 点	平均	70点 以上
全体	14011	1.0	0.9	1.6	3.5	5.8	12.7	15.8	25.5	24.1	7.3	1.7	66.4	58.6
■ 性別														
男性	6270	1.3	1.1	1.8	3.7	6.2	13.1	16.6	25.9	22.2	6.5	1.5	65.2	56.1
女性	7741	0.7	0.8	1.4	3.3	5.5	12.5	15.2	25.2	25.5	8.0	1.9	67.5	60.6
■ 年齢														
20代	3027	0.4	0.9	1.6	2.7	5.5	10.8	14.5	25.5	27.3	8.8	2.1	68.8	63.7
30代	3908	1.4	0.8	1.9	4.1	6.2	13.1	15.8	23.7	23.9	7.4	1.6	65.6	56.6
40代	3526	1.1	1.2	1.6	3.4	5.6	13.4	14.3	25.7	24.0	7.7	2.0	66.3	59.4
50代	2214	1.0	0.9	1.3	3.7	6.5	13.8	18.0	26.9	21.2	5.2	1.4	64.9	54.7
60代以上	1336	0.6	0.9	1.0	3.2	4.5	12.9	19.5	28.2	22.1	6.4	0.8	66.4	57.5
■ 地域														
北海道	671	2.2	0.9	1.2	4.2	5.2	10.9	13.6	24.9	27.7	6.4	2.8	66.7	61.8
東北	976	0.7	0.6	1.2	3.0	5.1	10.6	16.4	26.5	23.6	10.3	1.9	68.5	62.3
関東	4776	1.1	1.0	1.5	3.4	6.6	13.6	15.7	25.1	23.5	6.8	1.7	65.8	57.1
中部	2601	0.5	1.2	1.3	3.5	5.2	13.0	15.6	25.7	24.6	8.0	1.4	67.0	59.7
近畿	2338	1.0	1.1	2.4	4.1	6.3	13.8	16.9	26.8	20.4	6.3	1.0	64.5	54.5
中国	820	1.1	1.1	1.7	3.2	4.6	11.5	16.3	25.4	25.9	7.2	2.1	67.0	60.6
四国	390	0.3	0.8	1.0	2.3	6.2	10.3	15.9	24.9	27.4	9.0	2.1	68.9	63.4
九州・沖縄	1439	1.0	0.5	1.3	3.1	4.8	11.6	15.4	24.6	27.5	7.6	2.6	68.1	62.3

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」65.1%／「知らない」34.9%

- ◆ ハトマークの認知については、「知っている」が65.1%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78.8%と8割近くが認知しており、顕著に高い一方で、「北海道」「中国」では50%台でやや低いなど、地域による差が見受けられる。

< 2016年度 ハトマークの認知 >



この調査に関するお問い合わせ

公益社団法人 全国宅地建物取引業協会連合会(全宅連)広報研修部

〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-6-3 全宅連会館

電話 03 (5821) 8181

FAX 03 (5821) 8101

<http://www.zentaku.or.jp/>