

9月23日は不動産の日
「不動産の日アンケート」
住居の居住志向及び購買等に関する意識調査

2020年1月

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23日～11月30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 坂本 久）
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 坂本 久）
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	4 P
■調査結果概略	6 P
■調査結果	
Q 1. 不動産は買い時ですか。	11 P
Q 1 - A. 買い時だと思う理由は何ですか。	12 P
Q 1 - B. 買い時だと思わない理由は何ですか。	13 P
Q 2. 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。	14 P
Q 2 - A. 「持家派」（一戸建て/マンション・集合住宅含む）の理由を教えてください。	15 P
Q 2 - B. 「賃貸派」（一戸建て/マンション・集合住宅含む）の理由を教えてください。	16 P
Q 3. 住宅を購入する際のポイントは何ですか。	17 P
Q 4. 住宅を借りる際のポイントは何ですか。	18 P
Q 5. 天災に対する住まいの意識について当てはまるものを選択してください。	19 P
Q 6. 既存住宅（中古住宅）に抵抗はありますか。	20 P
Q 7. 安心R住宅について知っていますか。	21 P
Q 8. 瑕疵保険について知っていますか。	22 P
Q 9. インスペクションについて知っていますか。	23 P
Q 10. 物件情報の入手方法は何ですか。	24 P
Q 11. 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。	25 P
Q 12. あなたの住まいに対する考えに近いものをお答えください。	26 P
Q 13. 住まいに関して同意できるトピックをお答えください。	27 P
Q 14. 近くで住む(暮らす)としたら、誰が良いですか。	28 P
Q 15. あなたが不動産店に対して持っているイメージを教えてください。	29 P
Q 16. 家の売買や部屋の賃貸をする時等、不動産店に対してもっとも期待することはなんですか。	30 P
Q 17. 家の売買や部屋の賃貸をする時等、不動産店の担当者に対してもっとも期待することはなんですか。	31 P
Q 18. 2019年度消費税増税に係る支援制度についてどう思いますか。	32 P
Q 19. これまでのどのくらい転居したことがありますか。	33 P
Q 20. これからの住まいでライフプランに合わせて転居や住み替えを検討したいと思いますか。	34 P
Q 21. 消費税が増税されましたが、家計で節約するとしたら、まず何からはじめますか。	35 P
Q 22. 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。	36 P
Q 23. あなたは住まいに対してどのタイプだと思いますか。	37 P

■調査期間：2019年9月23日～11月30日

■調査方法：インターネットによるアンケート調査

■調査対象：地域 日本全国
 年齢 20歳以上
 性別 男女その他

■有効回答者数：22,183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
全体	22183	2637	4038	5148	5086	5274
男性	10793	609	1098	2128	2979	3979
女性	11194	2003	2899	2959	2073	1260
その他	196	25	41	61	34	35

◆職業（人）

	全体	会社員	公務員	自営業	主婦	学生	その他
全体	22183	9565	815	1867	5128	371	4437
男性	10793	5672	553	1377	52	132	3007
女性	11194	3822	259	454	5043	222	1394
その他	196	71	3	36	33	17	36

◆地域ブロック／県（人）

		北海道	
北海道	1034	1034	

		青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県
東北	1384	211	178	429	155	164	247

		茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
関東	7998	415	265	287	1229	1088	2889	1825

		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	3776	339	163	197	126	139	326	311	572	1319	284

		滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県
近畿	4108	246	510	1780	1122	288	162

		鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県
中国	1248	108	110	315	507	208

		徳島県	香川県	愛媛県	高知県
四国	599	114	149	245	91

		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	2036	851	102	186	208	143	147	199	200

<<住宅の居住志向及び購買等に関する意識調査 実施概要>>

■ 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	22183	12401	9480	302
男性	10793	6615	4055	123
女性	11194	5695	5333	166
その他	196	91	92	13
20代	2637	886	1685	66
30代	4038	1968	2017	53
40代	5148	2941	2128	79
50代	5086	2984	2044	58
60代以上	5274	3622	1606	46
北海道	1034	534	472	28
東北	1384	926	428	30
関東	7998	3821	4075	102
中部	3776	2568	1166	42
近畿	4108	2197	1874	37
中国	1248	831	402	15
四国	599	424	169	6
九州・沖縄	2036	1100	894	42

◆ 現在のお住まいの形態（形態）（人）

	全体	持家	賃貸	社宅	その他
全体	22183	14519	6994	407	263
男性	10793	7790	2713	174	116
女性	11194	6644	4208	208	134
その他	196	85	73	25	13
20代	2637	933	1585	96	23
30代	4038	2141	1731	119	47
40代	5148	3360	1605	100	83
50代	5086	3652	1315	57	62
60代以上	5274	4433	758	35	48
北海道	1034	595	389	31	19
東北	1384	890	418	48	28
関東	7998	5145	2638	134	81
中部	3776	2672	995	71	38
近畿	4108	2771	1236	56	45
中国	1248	861	358	16	13
四国	599	415	157	16	11
九州・沖縄	2036	1170	803	35	28

◆ 現在のお住まいの形態（広さ）（人）

	全体	ワンルーム～1DK	2K～2LDK	3K～3LDK	4K～4LDK	5K～5LDK	6K以上
全体	22183	2210	3881	6355	5177	2528	2032
男性	10793	953	1570	2957	2690	1432	1191
女性	11194	1232	2271	3338	2452	1079	822
その他	196	25	40	60	35	17	19
20代	2637	774	725	567	319	143	109
30代	4038	501	968	1192	896	282	199
40代	5148	442	884	1668	1276	505	373
50代	5086	339	764	1545	1282	623	533
60代以上	5274	154	540	1383	1404	975	818
北海道	1034	122	212	276	267	91	66
東北	1384	116	228	322	281	229	208
関東	7998	994	1526	2558	1823	660	437
中部	3776	275	605	823	936	596	541
近畿	4108	398	631	1265	1006	454	354
中国	1248	89	189	327	276	181	186
四国	599	43	97	158	132	86	83
九州・沖縄	2036	173	393	626	456	231	157

◆ 現在のお住まいの形態（居住年数）（人）

	全体	1年未満	1～3年	4～6年	7～9年	10～12年	13～15年	16年以上
全体	22183	1465	3230	2618	1742	2052	1629	9447
男性	10793	468	1032	1060	794	931	848	5660
女性	11194	979	2175	1531	925	1096	761	3727
その他	196	18	23	27	23	25	20	60
20代	2637	568	964	306	97	141	97	464
30代	4038	447	1162	891	389	317	131	701
40代	5148	220	569	731	654	746	563	1665
50代	5086	138	327	408	343	489	489	2892
60代以上	5274	92	208	282	259	359	349	3725
北海道	1034	88	169	124	59	104	81	409
東北	1384	81	205	196	105	112	112	573
関東	7998	560	1185	950	631	806	625	3241
中部	3776	238	539	435	289	318	233	1724
近畿	4108	237	540	454	322	374	311	1870
中国	1248	65	172	139	103	92	90	587
四国	599	25	83	66	57	58	42	268
九州・沖縄	2036	171	337	254	176	188	135	775

■ 不動産の買い時

- ・2019年度調査においては、「買い時だと思う」13.0%、「買い時だと思わない」28.9%、「わからない」58.0%となった。2018年度と比較して2019年度は、「買い時だと思う」が3.3pt減少し、「買い時だと思わない」が6.3pt増加、「わからない」が3.0pt減少した。
- ・買い時だと思う理由では、「住宅ローン減税など消費税増税支援に係る制度拡充されているから」が51.1%と最も多く挙げられ、「今後、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23.4%と続く。買い時だと思わない理由では、「不動産価値が下落しそうだから」が26.8%と最も多かった。

	買い時だと思う	買い時だと思わない	わからない
買い時	13.0% (-3.3pt)	28.9% (+6.3pt)	58.0% (-3.0pt)
買い時だと思う理由TOP 3		買い時だと思わない理由TOP 3	
住宅ローン減税など消費税増税支援に係る制度が拡充されているから 51.1%		不動産価値が下落しそうだから 26.8%	
今後、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） 23.4%		自分の収入が不安定または減少しているから 21.0%	
不動産価値が安定または上昇しそうだから 18.0%		消費税率が上がったから 16.6%	

■ 持家派 or 賃貸派（現住居問わず）

- ・現在の居住形態に関わらず、持家派は80.9%と全体の約8割を占めている。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53.5%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41.5%と最も多く、次いで「天災が起こった際に家を所有していることがリスクになると思うから」、「税金が大変だから」が続いている。

持家or賃貸	持家派	賃貸派
	80.9% (+0.4pt)	19.1% (-0.4pt)
持家派 理由 TOP 3		賃貸派 理由 TOP 3
家賃を支払い続けることが無駄に思えるから 53.5%		住宅ローンに縛られたくないから 41.5%
持家を資産と考えているから 32.1%		天災が起こった時に家を所有していることがリスクになると思うから 35.6%
落ち着きたいから 28.5%		税金が大変だから 24.5%

■ 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、「購入金額」が61.1%、「周辺・生活環境がよい」が50.1%、賃貸時に重視する点については、「家賃」が73.9%と最も多く挙げられた。「購入」、「賃貸」とともに、経済面が重視されている。また、「賃貸」の方が交通の利便性をより重視している傾向にある。

住宅購入重視点	賃貸重視点
購入金額 61.1%	家賃 73.9%
周辺・生活環境がよい 50.1%	交通の利便性がよい 51.1%
交通の利便性がよい 39.5%	周辺・生活環境がよい 43.4%

■ 天災に対する住まいの意識

- ・天災に対する住まいの意識については、「築年数や構造（免震・耐震）を考えるようになった」が49.6％と最も多く、次いで「緊急避難場所や防災マップを意識するようになった」が32.7％となっている。2019年度は自然災害も多かったためか2018年度と比較して2.7pt増加した。

天災に対する住まいの意識 TOP3	
築年数や構造（免震・耐震）について考えるようになった	49.6%（+2.5pt）
緊急避難場所や防災マップを意識するようになった	32.7%（+2.7pt）
地盤などの状況を意識するようになった	31.4%（+0.1pt）

■ 既存住宅（中古住宅）への抵抗感

- ・既存住宅（中古住宅）への抵抗感は、「まったく抵抗がない」と答えたのは12.7％、「きれいであれば抵抗はない」が41.3％、あわせて54.0％と約半数は抵抗感が薄い結果となった。
- ・条件次第の「売買金額と状態のバランスを見て判断する」が32.9％。
- ・「どんな状態であろうと抵抗がある」が13.0％と「まったく抵抗がない」とほぼ同率の結果となった。

まったく抵抗がない	きれいであれば抵抗はない	売買金額と状態のバランスを見て判断する	どんな状態であろうと抵抗がある
12.7%（-0.8pt）	41.3%（+6.6pt）	32.9%（-0.3pt）	13.0%（-0.5pt）

■ 安心R住宅・瑕疵保険・インスペクション 認知有無

- ・安心R住宅の認知率は5.3％、瑕疵保険の認知率は15.7％、インスペクションの認知率は7.1％となっている。
- ・「瑕疵保険」が他の制度と比べて、理解されている割合が倍以上となっている。
- ・2018年度と比較して、それぞれ認知率は上がっていない。

安心R住宅 認知有無	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 5.3%（-1.1pt）	知っている 15.7%（-0.6pt）	知っている 7.1%（-0.6pt）
聞いたことはあるが内容は知らない 17.8%（+0.5pt）	聞いたことはあるが内容は知らない 20.2%（+0.3pt）	聞いたことはあるが内容は知らない12.2%（-0.3pt）
聞いたことはないが興味はある 11.8%（+1.0pt）	聞いたことはないが興味はある 9.5%（-0.2pt）	聞いたことはないが興味はある 10.3%（+0.3pt）
聞いたことがない65.1%（-0.4pt）	聞いたことがない 54.6%（+0.5pt）	聞いたことがない70.3%（+0.4pt）

■ 物件情報入手経路

- ・物件情報入手経路では「インターネット」が69.6％と最も多く挙げられ、性別では女性がやや多く、年代別で見ると若い年代ほど「インターネット」を利用していることが顕著に表れた。

物件情報入手経路
インターネット 69.6%（+1.7pt）
不動産店へ直接行く 39.1%（+2.0pt）
新聞折込チラシ 28.0%（-2.1pt）

■ 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74.9%と最も多く挙げられ、「周辺状況の相場」が47.2%、「エリアの年齢層や世帯層」が30.6%と続き、物件の写真とともに、周辺状況の相場やエリアの年齢層や世帯層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	
物件の写真	74.9% (+1.8pt)
周辺状況の相場	47.2% (-0.7pt)
エリアの年齢層や世帯層	30.6% (+0.4pt)

■ 住環境への意識

・住まいに対する考えについて「親世帯と子世帯が近い距離で暮らせる住環境がよい」が32.1%と最も多く挙げられ、次いで「田舎での生活など自然のある住環境が良い」が30.5%と続く。
・「好きな時に転居しやすい住環境が良い」28.4%となっており、若い年代ほどその傾向が強いことがみてとれる。

住環境への意識 TOP3	
親世帯と子世帯が近い距離で暮らせる住環境が良い	32.1% (+0.4pt)
田舎での生活など自然のある住環境が良い	30.5% (+0.5pt)
好きな時に転居しやすい住環境が良い	28.4% (+0.6pt)

■ 同意できる住まいのトピック

・住まいに関して同意できるトピックについては「都市部に生活者が集中することで、地方が衰退していくと思う」が44.6%と最も多く挙げられ、次いで「空き家問題は解決できないと思う」が42.6%、「相続税が払えない人が今後は増えていくと思う」が33.0%となっている。

同意できる住まいのトピック TOP3	
都市部に生活者が集中することで、地方が衰退していくと思う	44.6% (+1.0pt)
空き家問題は解決できないと思う	42.6% (+0.6pt)
相続税が払えない人が今後は増えていくと思う	33.0% (+0.2pt)

■ 近くに住むなら誰と？

・近くに住むとしたら「親世帯もしくは子世帯」が66.3%とダントツで多い結果となった。
・一方で、「親戚、友人の近くには住みたくない」も14.0%と一定数存在。

近くで住む（暮らす）としたら誰 TOP3	
親世帯もしくは子世帯	66.3% (+2.5pt)
親戚、友人の近くには住みたくない	14.0% (-1.8pt)
友達	13.5% (-0.6pt)

■ 不動産店に対して持っているイメージ

・不動産店に対して持っているイメージについて、「良い・計」が33.0%となっており、「普通」が49.5%と約半数。「悪い・計」が17.5%という結果となった。

不動産店に対して持っているイメージ	
良い・計	33.0% (+1.8pt)
普通	49.5% (-1.3pt)
悪い・計	17.5% (-0.5pt)

■ 不動産店に対して、最も期待すること

・家の売買や、部屋の貸借をする場合、不動産店に対して、期待することについて、「優秀な担当者」が44.7%と最も多く挙げられ、続いて「店舗の雰囲気が良い」が14.3%となっている。“担当者”への期待が突出している結果となった。

家の売買や、部屋の貸借をする場合、宅建業者（不動産会社）に期待すること	
優秀な担当者	44.7% (+0.3pt)
店舗の雰囲気が良い	14.3% (-0.2pt)
ネット情報や口コミなどで評判が良い	14.0% (+0.9pt)

■ 不動産店の担当者に対して、最も期待すること

・不動産店の担当者に対して、最も期待することについては「接客対応や説明が丁寧にしてもらえること」が39.8%と最も多く挙げられ、続いて「周辺環境情報の知識が豊富なこと」が20.0%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。

不動産店の担当者に対して、最も期待すること	
接客対応や説明が丁寧にしてもらえること	39.8% (+0.1pt)
周辺環境情報の知識が豊富なこと	20.0% (+0.7pt)
契約成立に向けた交渉をスムーズに行ってもらえること	15.6% (-1.0pt)

■ 2019年度消費税増税に係る支援制度についての意識

・2019年10月に引き上げられた消費税に係る支援制度については「住宅購入しないが、良い制度だと思う」が30.0%。
 ・「手続きや申請が大変そう」が22.4%、「わかりづらい」が22.2%とネガティブな意識も一定数ある。

消費税増税に係る支援制度についての意識 TOP3	
住宅購入しないが、良い制度だと思う	30.0%
手続きや申請が大変そう	22.4%
わかりづらい	22.2%

■ これまでの転居回数

・これまでの転居回数は「1～2回」が32.1%で最多、僅差で「3～4回」も30.1%。
 ・1～4回が約6割、5回以上が約3割、「1度もない」が約1割となった。

転居回数 TOP3	
1～2回	32.1%
3～4回	30.1%
5～6回	14.9%

■ ライフプランに合わせた転居や住み替えの検討

- ・ これからのライフプランに合わせた転居や住み替えについては「今はわからない」が47.7%で最多。
- ・ 「検討したい」は23.2%で、「検討しない」の29.1%をやや下回る結果となった。

転居・住み替えの検討	
検討したい	23.2%
検討しない	29.1%
今は分からない	47.7%

■ 消費税の増税に伴い家計で節約するとしたら？

- ・ 消費税の増税にあたって節約するとしたら「食費」が31.6%で最多、次いで「衣類費」19.9%と生活費が上位を占めた。

家計で節約すること TOP3	
食費	31.6%
衣類費	19.9%
趣味	16.2%

■ ハトマークの認知

- ・ ハトマークの認知については「見たこともあるし不動産店の信頼の目印であることも知っている」が32.3%、「見たことはあるが何のマークか知らない」は38.9%となり、前年度より微増。「見たことがないし何のマークか知らない」が28.8%。地域別でみると北海道では36.8%であるのに対して、九州・沖縄では14.5%と地域差が大きい。

ハトマークの認知	
見たこともあるし不動産店の信頼の目印であることも知っている	32.3% (+2.3pt)
見たことがあるが何のマークか知らない	38.9% (+2.0pt)
見たことがないし何のマークか知らない	28.8% (-4.0pt)

■ 住まいのタイプ

- ・ 住まいに対するタイプでは「環境重視の慎重派」が28.7%と最も多く、「のんびり自然派」が25.6%、「型にはまらない自由派」が19.2%と続く。
- ・ 性別では男性、地域では東北、中部、四国が「環境重視の慎重派」よりも「のんびり自然派」の回答が上回った。
- ・ 関東や近畿の都市部に住む人で「自然派」と答えたのは他のエリアよりも少ない結果。

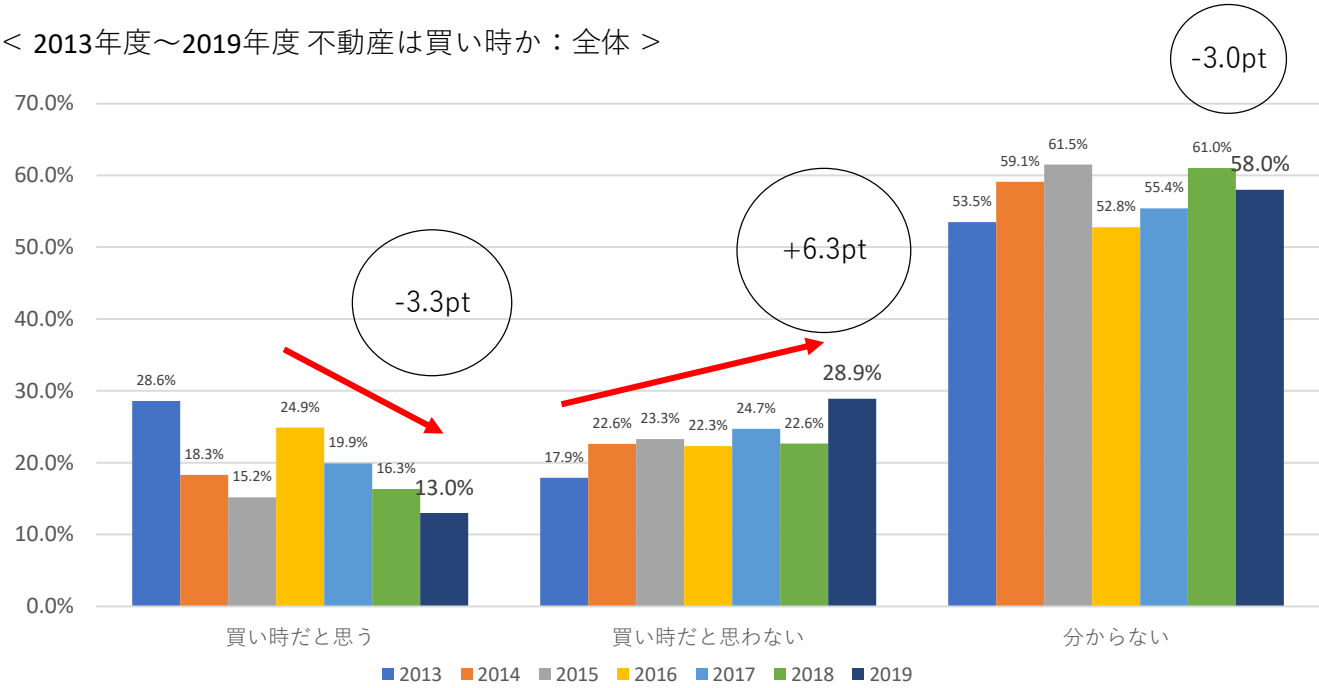
住まいのタイプ	
環境重視の慎重派	28.7% (-0.4pt)
のんびり自然派	25.6% (+1.5pt)
型にはまらない自由派	19.2% (+0.5pt)

Q 1. 不動産は買い時ですか。（1つ選択）

- 「買い時だと思う」が過去最低、「買い時だと思わない」が過去最高。
- 「買い時だと思う」13.0%（-3.3pt）／「買い時だと思わない」28.9%（+6.3pt）

- ◆2019年度調査時において、「買い時だと思う」13.0%、「買い時だと思わない」28.9%、「分からない」58.0%と、「分からない」が最も高い結果となった。
- ◆2018年度と比較して2019年度は、「買い時だと思う」が3.3%下降し、「買い時だと思わない」は6.3%上昇。2016年度より「買い時だと思う」は毎年下降を続けており、「買い時感」はさらに減退しているといえる。

< 2013年度～2019年度 不動産は買い時か：全体 >



	買い時だと思う							買い時だと思わない							わからない						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
全体	28.6%	18.3%	15.2%	24.9%	19.9%	16.3%	13.0%	17.9%	22.6%	23.3%	22.3%	24.7%	22.6%	28.9%	53.5%	59.1%	61.5%	52.8%	55.4%	61.0%	58.0%
■性別																					
男性	27.4%	18.4%	15.2%	28.1%	20.9%	14.9%	11.8%	20.9%	26.0%	6.3%	24.9%	28.0%	25.9%	32.1%	51.7%	55.7%	58.4%	47.0%	51.0%	59.2%	56.1%
女性	29.8%	18.2%	15.2%	22.3%	19.0%	17.8%	14.2%	15.1%	18.7%	19.4%	20.3%	21.8%	18.9%	25.8%	55.1%	63.1%	65.4%	57.5%	59.2%	63.3%	60.0%
その他	-	-	-	-	-	18.1%	15.8%	-	-	-	-	-	30.0%	29.1%	-	-	-	-	-	51.9%	55.1%
■年代																					
20代	33.1%	21.8%	17.5%	24.3%	21.7%	27.6%	22.9%	21.2%	25.8%	29.0%	27.1%	27.8%	22.5%	29.6%	45.7%	52.4%	53.6%	48.5%	50.6%	49.9%	47.5%
30代	34.0%	23.9%	22.8%	29.4%	24.6%	23.7%	19.1%	17.1%	21.7%	21.8%	21.9%	24.6%	25.1%	30.2%	48.9%	54.4%	55.4%	58.7%	50.7%	51.3%	50.7%
40代	26.4%	16.8%	14.7%	24.2%	20.0%	16.4%	12.7%	16.8%	21.3%	21.9%	20.6%	23.1%	22.4%	28.5%	56.8%	61.9%	63.4%	55.2%	56.9%	61.2%	58.8%
50代	23.4%	13.2%	12.2%	21.7%	15.0%	12.4%	8.7%	18.8%	23.2%	23.8%	20.0%	24.3%	22.4%	28.3%	57.8%	63.6%	64.0%	58.3%	60.7%	65.3%	62.9%
60代以上	23.2%	16.1%	11.7%	19.9%	14.5%	11.6%	7.9%	16.8%	22.0%	23.0%	21.3%	23.9%	21.6%	28.6%	60.0%	62.0%	65.3%	58.8%	61.6%	66.9%	63.5%
■地域																					
北海道	23.4%	13.3%	13.4%	20.9%	19.2%	16.5%	15.2%	18.5%	26.6%	21.6%	24.0%	27.9%	24.2%	27.4%	58.1%	60.1%	65.1%	55.1%	52.9%	59.3%	57.4%
東北	23.9%	15.7%	14.5%	24.1%	19.9%	17.7%	12.4%	19.4%	25.4%	24.2%	21.2%	24.1%	23.1%	26.1%	56.7%	58.9%	61.3%	54.7%	56.0%	59.1%	61.5%
関東	31.1%	19.4%	16.1%	26.2%	19.7%	15.6%	12.3%	18.6%	23.1%	24.4%	24.6%	28.5%	24.6%	31.6%	50.3%	57.6%	59.5%	49.2%	51.8%	59.8%	56.1%
中部	25.8%	18.4%	13.6%	24.5%	19.9%	16.1%	13.1%	17.4%	22.5%	23.7%	22.0%	21.9%	21.3%	28.5%	56.7%	59.0%	62.7%	53.6%	58.2%	62.6%	58.4%
近畿	29.5%	19.5%	16.0%	25.0%	21.2%	17.1%	13.4%	17.3%	20.9%	22.5%	20.6%	22.4%	21.7%	28.0%	53.2%	59.6%	61.5%	54.4%	56.4%	61.1%	58.5%
中国	26.8%	15.6%	12.0%	25.0%	20.2%	15.4%	12.9%	16.9%	20.9%	20.2%	18.4%	20.1%	20.8%	27.5%	56.3%	63.5%	67.8%	56.6%	59.7%	63.8%	59.6%
四国	29.3%	17.0%	13.4%	22.8%	17.3%	17.5%	13.7%	13.8%	18.2%	22.2%	22.6%	26.1%	19.6%	27.0%	56.9%	64.9%	64.4%	54.6%	56.6%	62.9%	59.3%
九州・沖縄	29.4%	18.0%	16.4%	24.0%	19.6%	17.4%	14.2%	17.9%	22.3%	22.0%	20.6%	21.8%	19.6%	25.1%	52.8%	59.7%	61.5%	55.5%	58.6%	63.0%	60.6%

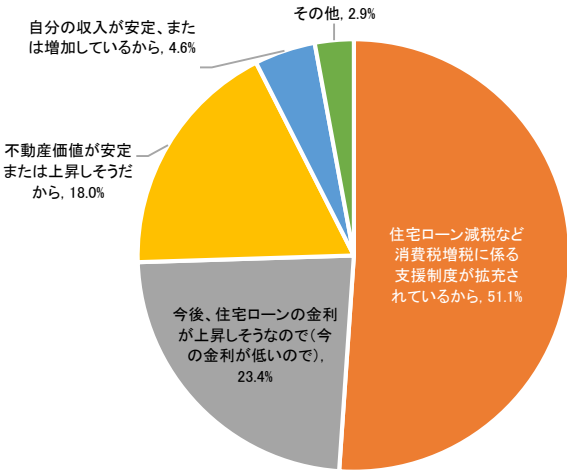
Q 1 - A. 買い時だと思う理由は何ですか。（1つ選択）

- 「住宅ローン減税など消費税増税に係る支援制度が拡充されているから」 51.1（+6.1pt）
- 「今後、住宅ローンの金利が上昇しそうなので」 23.4%（+9.7pt）

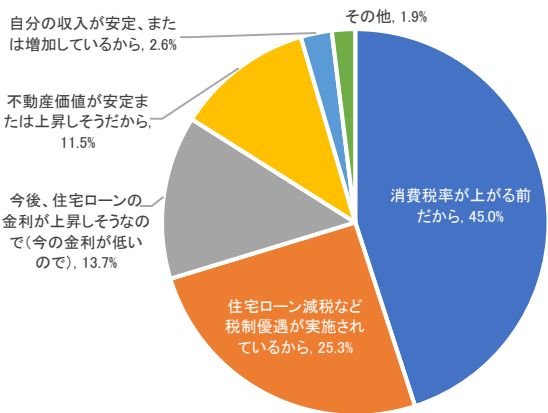
- ◆「住宅ローン減税など消費税増税に係る支援制度が拡充されているから」が51.1%で最も多く挙げられ、「今後、住宅ローンの金利が上昇しそうなので（今の金利が低いので）」が23.4%と続いている。
- ◆「自分の収入が安定、または増加しているから」は2018年度と比べて2ポイント増加。

<2019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）>

<2019年度>



<2018年度>



	(N =)	住宅ローン減税など消費税増税に係る支援制度が拡充されているから	今後、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）	不動産価値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
全体	2891	51.1%	23.4%	18.0%	4.6%	2.9%
■ 性別						
男性	1273	47.1%	24.8%	20.0%	5.0%	3.0%
女性	1587	54.6%	22.2%	16.5%	4.2%	2.5%
その他	31	35.5%	25.8%	12.9%	3.2%	22.6%
■ 年代						
20代	603	46.6%	24.4%	22.2%	5.3%	1.5%
30代	770	56.9%	24.5%	12.3%	4.4%	1.8%
40代	655	51.1%	26.3%	15.7%	4.1%	2.7%
50代	445	48.3%	21.8%	21.6%	4.7%	3.6%
60代以上	418	49.8%	17.2%	22.2%	4.3%	6.5%
■ 地域						
北海道	157	49.7%	24.8%	17.2%	6.4%	1.9%
東北	171	53.2%	24.6%	14.6%	4.1%	3.5%
関東	984	47.6%	23.9%	20.0%	5.2%	3.3%
中部	494	57.7%	19.8%	15.6%	4.0%	2.8%
近畿	552	50.0%	25.0%	18.1%	4.5%	2.4%
中国	161	53.4%	22.4%	16.8%	3.7%	3.7%
四国	82	47.6%	30.5%	17.1%	2.4%	2.4%
九州・沖縄	290	53.1%	22.1%	18.6%	3.8%	2.4%

【2019年度 TOP 3】	
1 住宅ローン減税など消費税増税に係る支援制度が拡充されているか（51.1%）	
2 住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が安いので（23.4%）	
3 不動産価値が安定または上昇しそうだから（18.0%）	
【2018年度 TOP 3】	
1 消費税率が上がる前だから（45.0%）	
2 住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから（25.3%）	
3 住宅ローンの金利が上昇しそうなので・今の金利が安いので（13.7%）	
【2017年度 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%）	
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%）	
3 消費税率が上がる前だから（22.3%）	
【2016年度 TOP 3】	
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%）	
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%）	
3 消費税率が上がる前だから（16.0%）	
【2015年度 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（40.0%）	
2 消費税率が上がる前だから（26.9%）	
3 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】	
1 住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから（38.3%）	
2 不動産価格が安定または上昇しそうだから（23.3%）	
3 消費税率が上がる前だから（22.8%）	

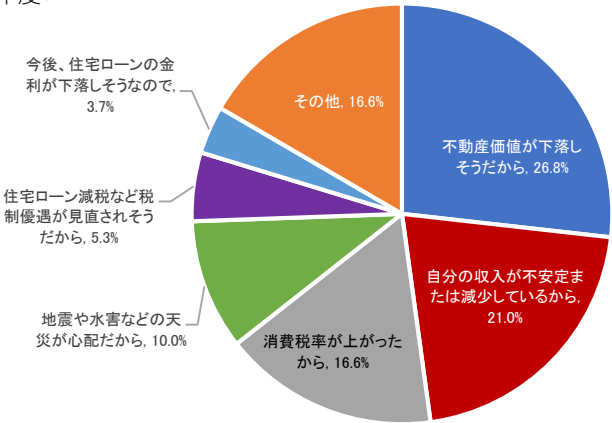
Q 1 - B. 買い時だと思わない理由は何ですか。（1つ選択）

- 「不動産価値が下落しそうだから」が26.8%（-3.0pt）
- 経済的不安感「自分の収入が不安定または減少しているから」 21.0%（-2.1pt）

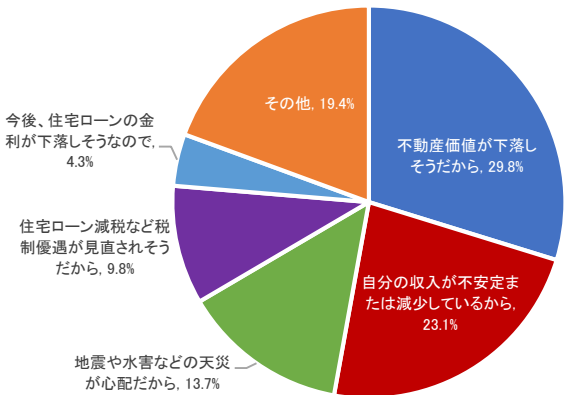
- ◆ 「不動産価値が下落しそうだから」が26.8%と最も多く、「自分の収入が不安定または減少している」が21.0%と続いている。
- ◆ 「不動産価値が下落しそうだから」は男性が多く、「消費税が上がったから」、「地震や水害などの天災が心配だから」は女性が多い。
- ◆ 年代が高くなるにつれ「不動産価値が下落しそうだから」が多く、年代が低くなるにつれ「消費税が上がったから」が多い。とくに20代は「自分の収入が不安定または減少している」と答えている。

<2019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）>

<2019年度>



<2018年度>



	(N =)	不動産価値が下落しそうだから	自分の収入が不安定または減少しているから	消費税率が上がったから	地震や水害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	今後、住宅ローンの金利が下落しそうなので	その他
全体	6415	26.8%	21.0%	16.6%	10.0%	5.3%	3.7%	16.6%
■性別								
男性	3466	30.5%	20.7%	13.2%	7.5%	3.9%	3.8%	20.4%
女性	2892	22.6%	21.7%	20.5%	12.9%	6.9%	3.3%	12.1%
その他	57	10.5%	8.8%	24.6%	19.3%	8.8%	15.8%	12.2%
■年代								
20代	780	19.5%	31.5%	24.1%	11.5%	7.2%	2.4%	3.7%
30代	1219	26.7%	18.6%	22.1%	14.2%	7.4%	4.0%	7.0%
40代	1466	27.9%	19.8%	16.0%	11.5%	4.8%	4.8%	15.2%
50代	1441	27.7%	18.9%	14.4%	8.5%	4.0%	3.6%	22.9%
60代以上	1509	28.6%	20.9%	10.9%	6.0%	4.4%	3.0%	26.2%
■地域								
北海道	283	18.7%	23.7%	19.1%	8.5%	4.9%	4.2%	20.8%
東北	361	22.2%	23.0%	18.8%	15.0%	3.9%	4.4%	12.7%
関東	2525	31.8%	19.0%	14.6%	8.3%	4.9%	3.5%	17.9%
中部	1078	22.8%	23.8%	17.4%	9.9%	6.8%	4.0%	15.2%
近畿	1151	24.3%	21.7%	16.6%	11.7%	5.0%	4.3%	16.3%
中国	343	25.1%	20.1%	18.4%	10.8%	4.4%	2.9%	18.3%
四国	162	24.1%	21.0%	17.9%	15.4%	6.8%	2.5%	12.3%
九州・沖縄	512	25.8%	21.7%	19.9%	10.2%	6.1%	2.5%	13.8%

- 【2019年度 TOP3】

 - 1 不動産価値が下落しそうだから（26.8%）
 - 2 自分の収入が不安定または減少しているから（21.0%）
 - 3 消費税率が上がったから（16.6%）

- 【2018年度 TOP3】

 - 1 不動産価値が下落しそうだから（29.8%）
 - 2 自分の収入が不安定または減少しているから（23.1%）
 - 3 地震や水害などの天災が心配だから（13.7%）

- 【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】

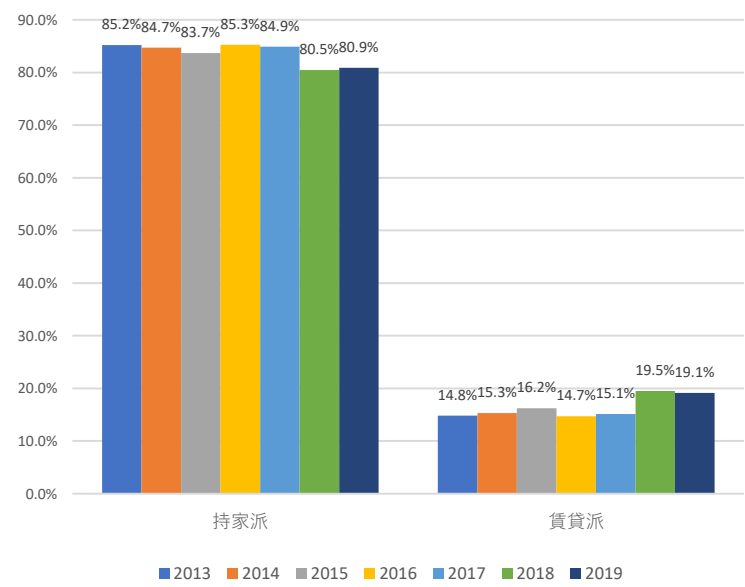
 - 1 自分の収入が不安定または減少しているから（45.0%）
 - 2 不動産価格が下落しそうだから（22.8%）
 - 3 地震などの天災が心配だから（10.6%）

Q 2. 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）

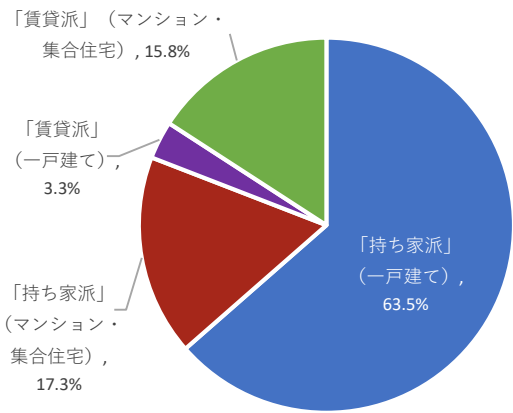
■「持家派」 80.9%（一戸建て63.5% + マンション17.3%）（+0.4pt）
 ■「賃貸派」 19.1%（一戸建て3.3% + マンション15.8%）（-0.4pt）

- ◆ 「持家派」は80.9%と全体の8割を占め、2018年度調査時と比べて微増。
 ◆ 「賃貸派」は2018年度同様高い数値だが微減。
 ◆ 持家派のなかでも約6割が一戸建てを選択。
 ◆ 50代においては「持家派」が過去最も低く78.8%、「賃貸派」が21.2%と最も高い結果となった。

< 2013年度～2019年度 持家派 or 賃貸派 >



< 2019年度 持家派 or 賃貸派 詳細 >



< 2013年度～2019年度 持家派 or 賃貸派 ：年代／地域別 >

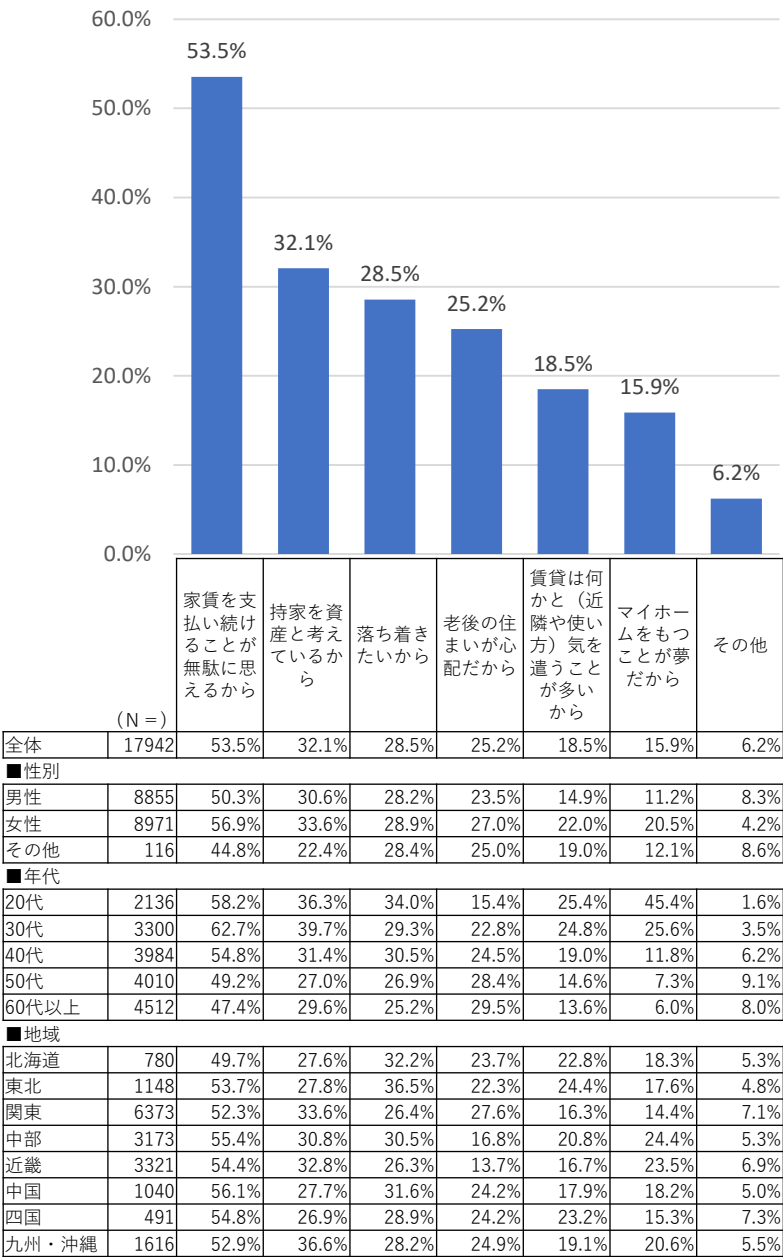
	持家派							賃貸派						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
全体	85.2%	84.7%	83.7%	85.3%	84.9%	80.5%	80.9%	14.8%	15.3%	16.2%	14.7%	15.1%	19.5%	19.1%
■性別														
男性	85.2%	85.2%	84.5%	85.9%	85.2%	81.6%	82.0%	14.8%	14.8%	15.6%	14.1%	14.9%	18.4%	18.0%
女性	85.2%	84.2%	82.8%	84.8%	84.7%	79.9%	80.1%	14.8%	15.8%	17.2%	15.2%	15.4%	20.1%	19.9%
その他	-	-	-	-	-	52.4%	59.2%	-	-	-	-	-	47.6%	40.8%
■年代														
20代	83.9%	84.2%	83.1%	85.9%	85.4%	79.8%	81.0%	16.1%	15.8%	16.9%	14.0%	14.6%	20.2%	19.0%
30代	84.7%	84.0%	82.4%	85.4%	85.0%	79.1%	81.7%	15.3%	16.0%	17.5%	14.6%	15.0%	20.9%	18.3%
40代	83.1%	82.2%	79.7%	82.5%	81.4%	76.8%	77.4%	16.9%	17.8%	20.4%	17.5%	18.6%	23.2%	22.6%
50代	86.8%	85.1%	84.1%	86.1%	85.3%	80.1%	78.8%	13.2%	14.9%	16.0%	13.9%	14.6%	19.9%	21.2%
60代以上	90.4%	90.1%	89.7%	89.3%	90.1%	85.9%	85.6%	9.6%	9.9%	10.2%	10.7%	10.0%	14.1%	14.4%
■地域														
北海道	81.1%	79.7%	79.0%	80.9%	77.9%	74.1%	75.4%	18.9%	20.3%	21.0%	19.1%	22.0%	25.9%	24.6%
東北	86.8%	87.2%	87.7%	87.9%	87.5%	82.0%	82.9%	13.2%	12.8%	12.3%	12.1%	12.6%	18.0%	17.1%
関東	84.6%	84.1%	82.3%	85.5%	84.8%	78.8%	79.7%	15.4%	15.9%	17.8%	14.5%	15.2%	21.2%	20.3%
中部	88.2%	87.7%	86.9%	87.8%	87.6%	84.3%	84.0%	11.8%	12.3%	13.1%	12.2%	12.4%	15.7%	16.0%
近畿	86.1%	84.9%	85.3%	83.5%	85.3%	81.8%	80.8%	13.9%	15.1%	14.7%	16.5%	14.7%	18.2%	19.2%
中国	85.0%	84.5%	82.3%	86.2%	87.4%	83.4%	83.3%	15.0%	15.5%	17.6%	13.7%	12.6%	16.6%	16.7%
四国	81.8%	85.4%	85.2%	85.1%	82.2%	84.4%	82.0%	18.2%	14.6%	14.8%	14.9%	17.8%	15.6%	18.0%
九州・沖縄	81.8%	82.3%	81.5%	82.6%	80.6%	76.2%	79.4%	18.2%	17.7%	18.5%	17.3%	19.4%	23.8%	20.6%

Q 2 - A. 「持家派」（一戸建て/マンション・集合住宅含む）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ことが無駄に思えるから」 53.5%（－0.6pt）
 ■「持家を資産と考えているから」 32.1%（+1.2pt）／「落ち着きたいから」 28.5%（－3.6pt）

- ◆「家賃を支払い続けることが無駄に思えるから」が53.5%と最も多く挙げられ、次いで「持家を資産と考えているから」が32.1%、「落ち着きたいから」が28.5%と続き、2018年度から2位と3位が逆転。
 ◆2008年度調査以降、順位の変動はあるものの、上位3つの理由は変わっていない。
 ◆「マイホームをもつことが夢だから」は15.9%と多くはないが、女性や若い年代ほど強い傾向がみられる。

<2019年度 持家派 理由>



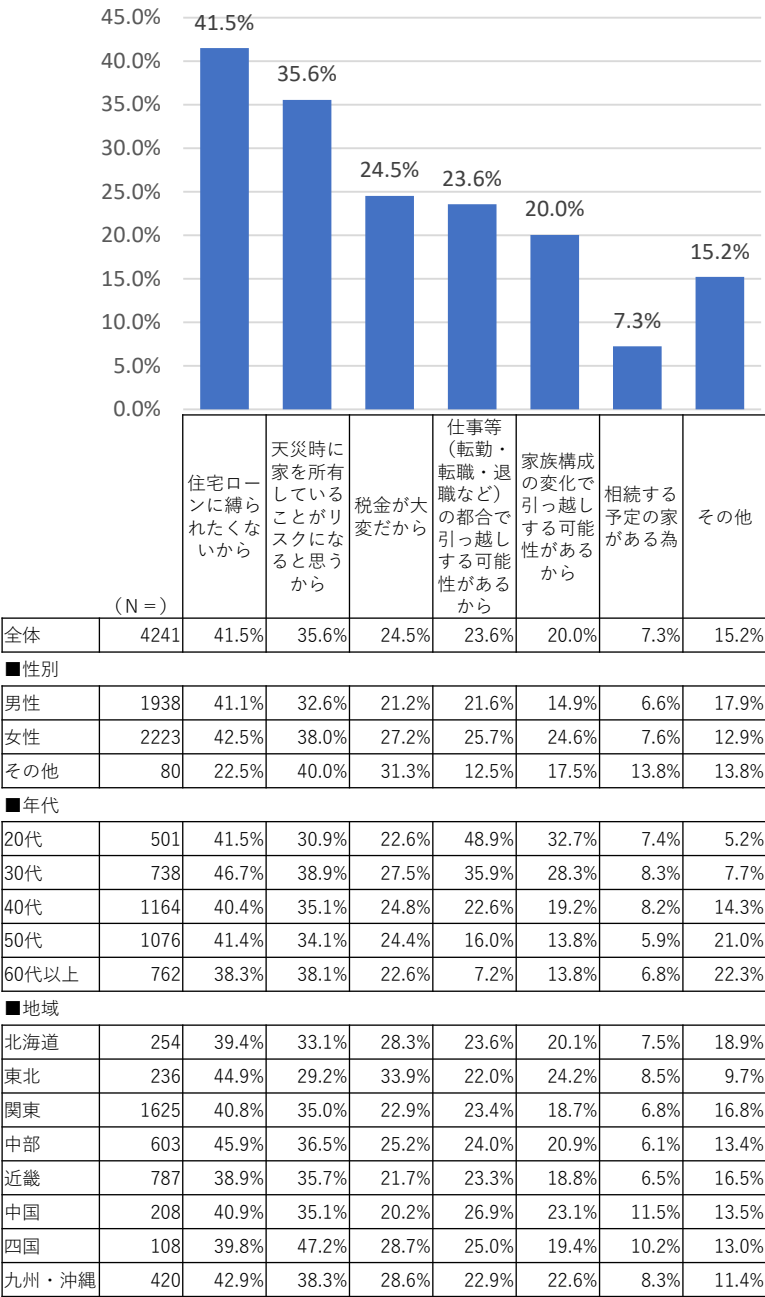
- 【2019年度 TOP3】
 1 家賃を支払い続けることが無駄に思えるから (53.5%)
 2 持家を資産と考えているから (32.1%)
 3 落ち着きたいから (28.5%)
- 【2018年度 TOP3】
 1 家賃を支払い続けることが無駄に思えるから (52.9%)
 2 落ち着きたいから (32.1%)
 3 持家を資産と考えているから (30.9%)
- 【2017年度 TOP3】
 1 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(63.1%)
 2 落ち着きたいから(43.9%)
 3 持家を資産と考えているから(39.4%)
- 【2016年度 TOP3】
 1 家賃を支払い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%)

Q 2 - B. 「賃貸派」（一戸建て/マンション・集合住宅含む）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」 41.5%（－0.3pt）
- リスク回避「天災時に家を所有していることがリスクになると思うから」 35.6%（－0.2pt）

- ◆ 「住宅ローンに縛られたくないから」が41.5%と最も高く、次いで「天災時に家を所有していることがリスクになると思うから」が35.6%と続いている。
- ◆ 「天災時に家を所有していることがリスクになると思うから」は2年連続でTOP3にランクイン。
- ◆ TOP3の全てにおいて30代が高い割合となっている。

< 2019年度 賃貸派 理由 >



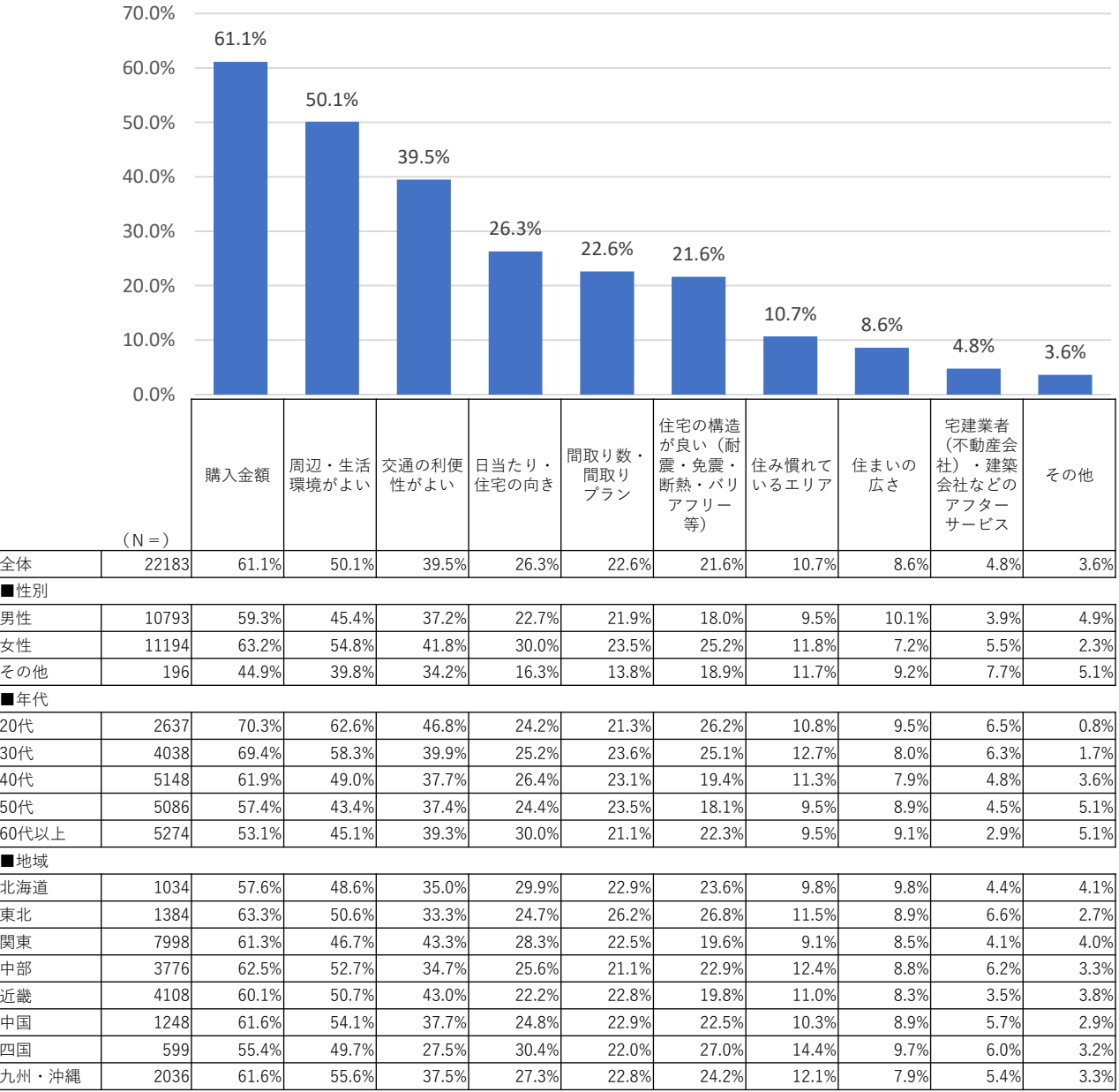
- 【2019年度 TOP3】
- 1 住宅ローンに縛られたくないから（41.5%）
 - 2 天災時に家の所有がリスクになるから（35.6%）
 - 3 税金が大変だから（24.5%）
- 【2018年度 TOP3】
- 1 住宅ローンに縛られたくないから（41.8%）
 - 2 天災時に家の所有がリスクになるから（35.8%）
 - 3 税金が大変だから（26.1%）
- 【2017年度 TOP3】
- 1 住宅ローンに縛られたくないから(59.0%)
 - 2 仕事等の都合で引越しする可能性があるから(37.5%)
 - 3 家族構成の変化で引越しする可能性があるから(31.6%)
- 【2016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しする可能性があるから(39.5%)
 - 3 家族構成の変化で引越し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し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しする可能性があるから(31.3%)
 - 3 税金が大変だから(29.9%)

Q 3. 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）

- 現実的な予算「購入金額」 61.1%（+1.1pt）
- 生活環境の重視「周辺・生活環境がよい」 50.1%（+2.0pt）／「交通の利便性が良い」 39.5%（+0.7pt）

- ◆ 「購入金額」が61.1%と最も多く挙げられ、次いで「周辺・生活環境が良い」が50.1%、「交通の利便性が良い」が39.5%と生活環境を重視していることが見受けられる。
- ◆ 若い年代ほど「購入金額」を重視して、60代以上は「日当たり・住宅の向き」を重視している。

< 2019年度 住宅購入重視点 >

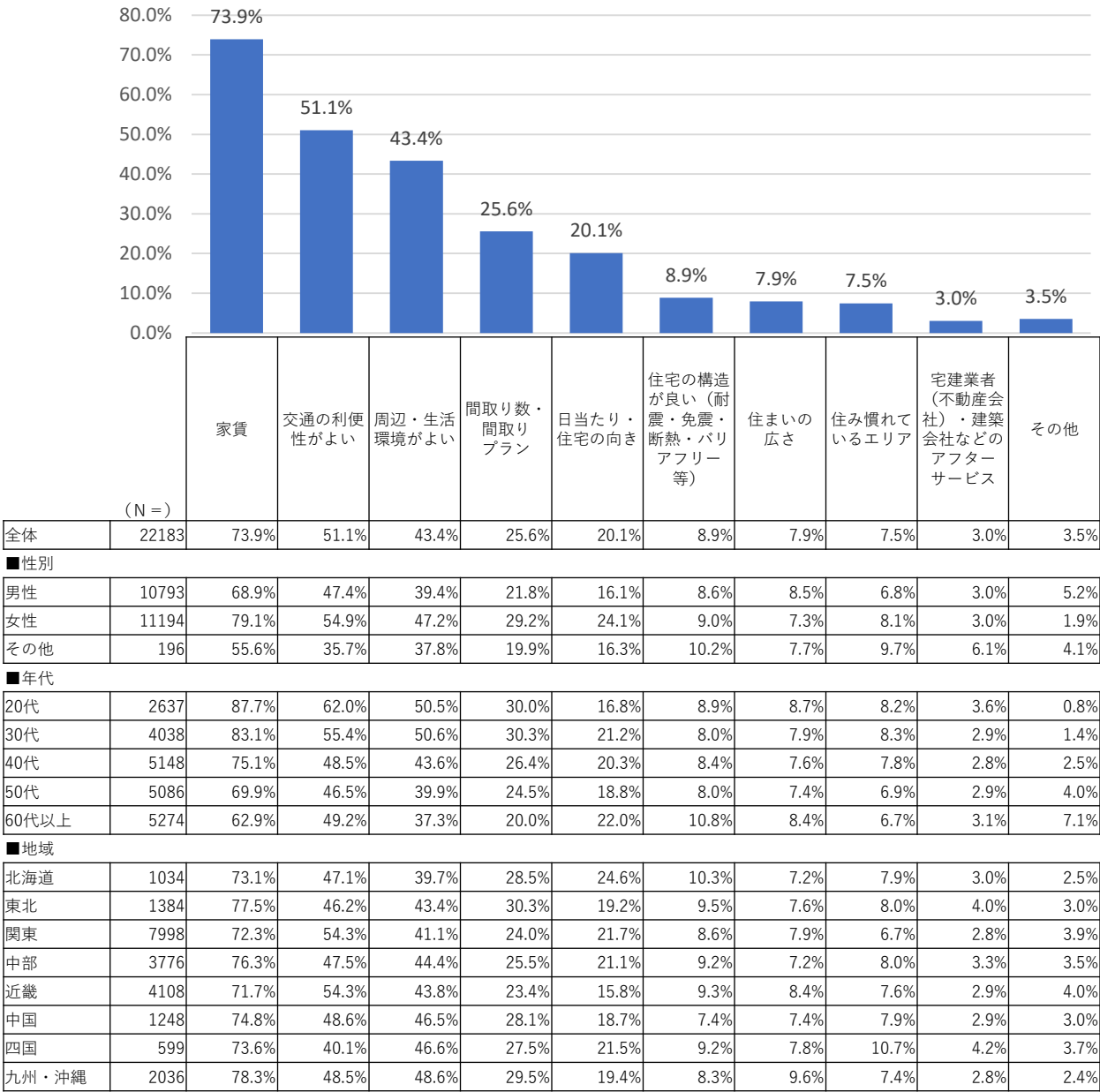


Q 4. 住宅を借りる際のポイントは何か。（3つまで選択可）

- 賃貸重視点「家賃」73.9%（+2.1pt）
- 生活環境の重視「交通の利便性がよい」51.1%（+1.6pt）／「周辺・生活環境がよい」43.4%（+1.8pt）

- ◆ 「家賃」が73.9%と最も多く挙げられ、次いで「交通の利便性がよい」が51.1%、「周辺・生活環境がよい」が43.4%と続く。間取りや日当たりなど住宅に関することよりも、住宅がおかれている環境が重視されていることがみてとれる。
- ◆ 若い年代ほど「家賃」と「交通の利便性」を重視する傾向が強く、「家賃」に関して20代と60代以上の差は20pt以上。

< 2019年度 賃貸住宅重視点 >



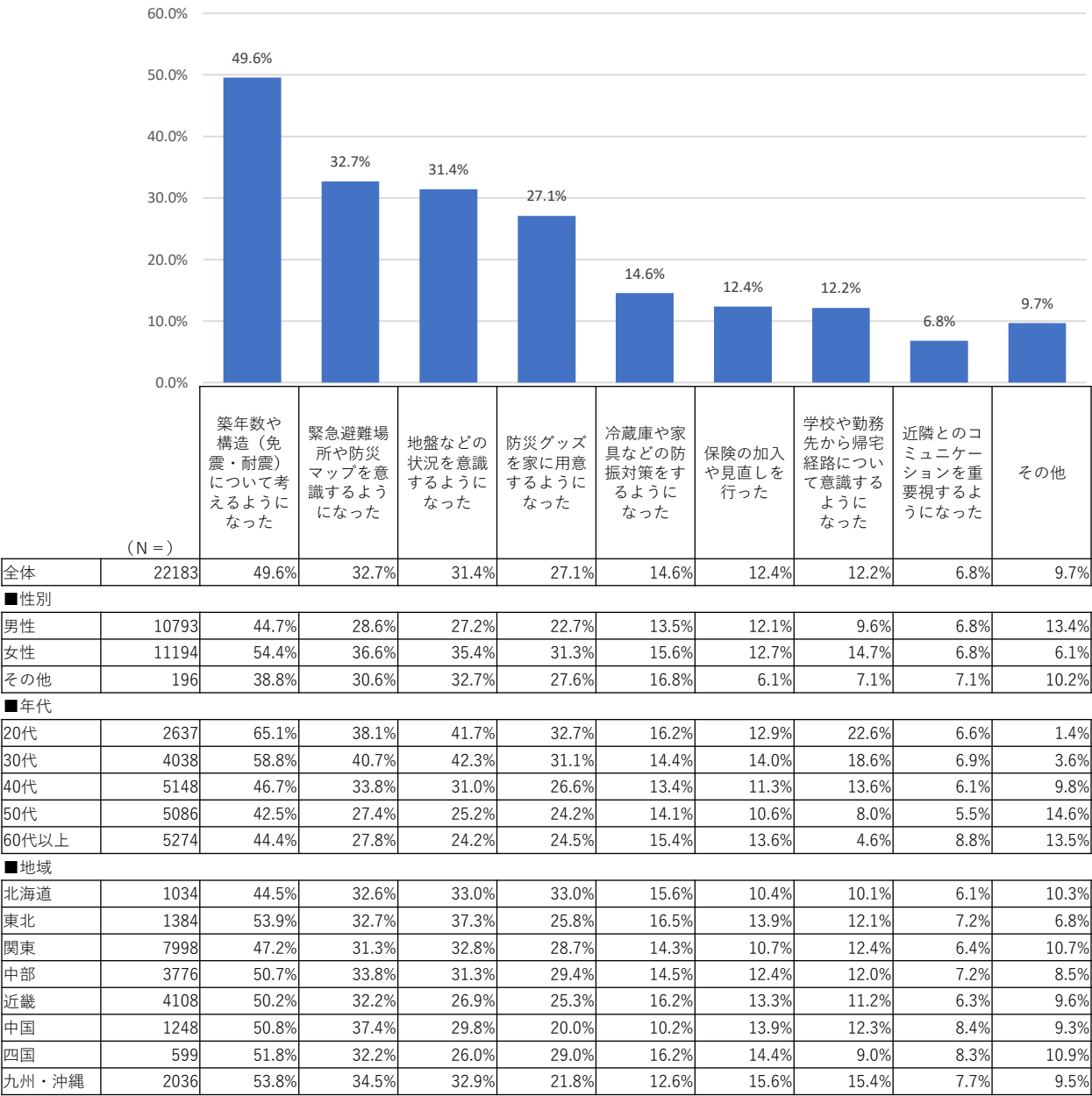
Q 5. 天災に対する住まいの意識について当てはまるものを選択してください。

(3 つまで選択可)

- 「築年数や構造（免震・耐震）について考えるようになった」 49.6%（+2.5pt）
- リスクが身近に「緊急避難場所や防災マップを意識するようになった」 32.7%（+2.7pt）

- ◆ 「築年数や構造（免震・耐震）について考えるようになった」が49.6%と最も多く挙げられ、「緊急避難場所や防災マップを意識するようになった」が32.7%と続く。2018年度では3位だった「緊急避難場所や防災マップを意識するようになった」が「地盤などの状況を意識するようになった」を抜いて2位にランクアップ。
- ◆ 若い年代ほど「築年数や構造（免震・耐震）について考えるようになった」傾向が顕著。

< 2019年度 天災に関する意識 >

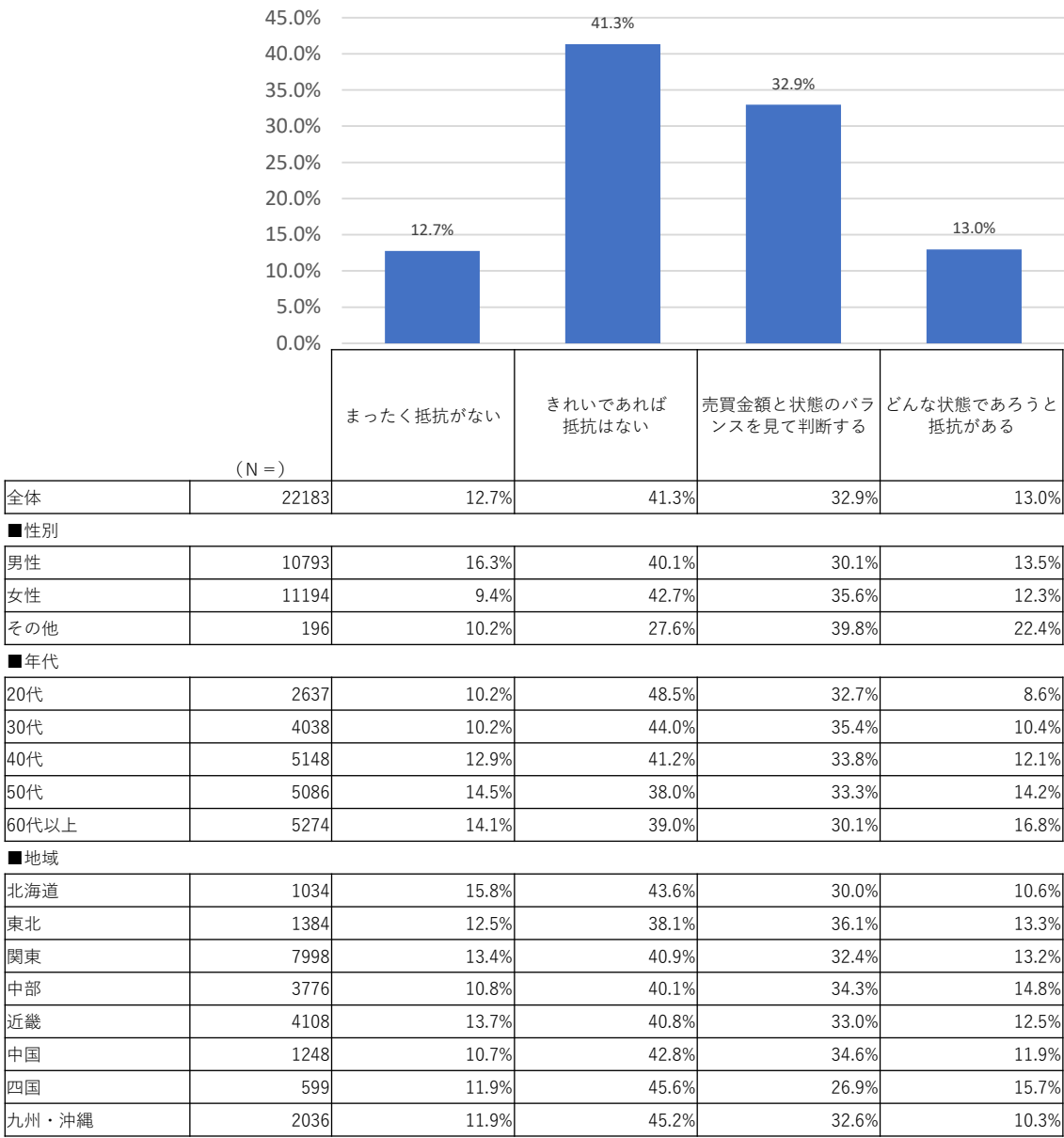


Q 6. 既存住宅（中古住宅）に抵抗はありますか。（1つ選択）

- 「きれいであれば抵抗はない」 41.3%（+1.5pt）
- 「売買金額と状態のバランスを見て判断する」 32.9%（-0.3pt）
- 「全く抵抗がない」、「どんな状態であろうと抵抗がある」 はほぼ同率

- ◆「きれいであれば抵抗はない」が41.3%と最も多く挙げられ、次いで「売買金額と状態のバランスを見て判断する」が32.9%となっている。
- ◆わずかではあるが、年代が上がるにつれ「まったく抵抗がない」と「どんな状況であろうと抵抗がある」の割合が増え、「きれいであれば抵抗はない」は若い年代ほど多い傾向がみてとれる。

< 2019年度 既存住宅（中古住宅）に関する意識 >

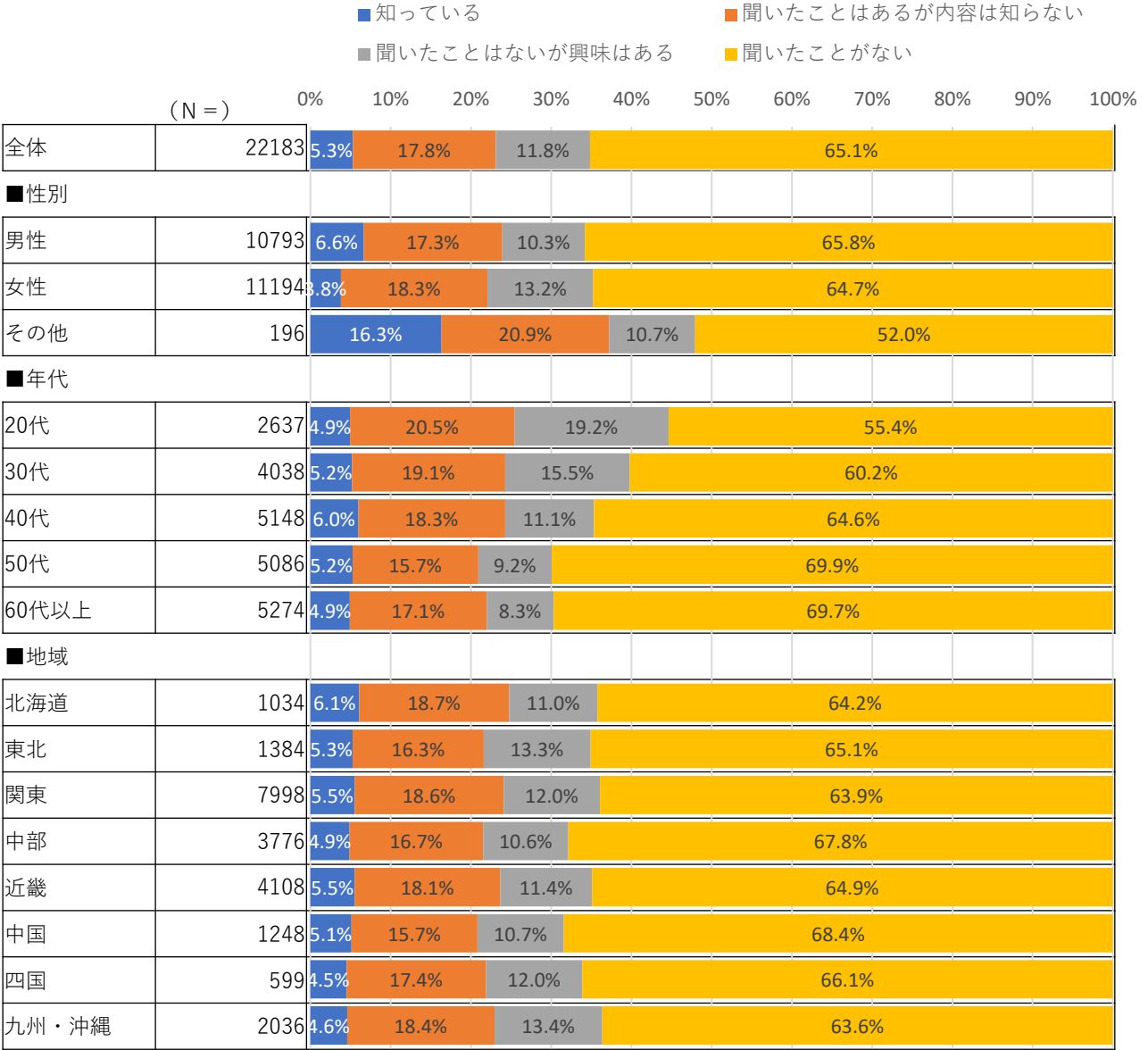


Q 7. 安心R住宅について知っていますか。（1つ選択）

■「知っている」5.3%（－1.1pt）／「聞いたことがあるが内容は知らない」17.8%（＋0.5pt）
 ■「聞いたことはないが興味はある」11.8%（＋1.0pt）／「聞いたことがない」65.1%（－0.4pt）

- ◆ 「知っている」が5.3%で理解度は低く、「聞いたことはあるが内容は知らない」を含めても23.1%と認知度も低い。
- ◆ 性別では男性の認知がやや高く6.6%、女性の認知は3.8%にとどまっている。
- ◆ 年代が高くなるにつれて「聞いたことがない」が多い傾向。
- ◆ 20代30代が「聞いたことはないが興味がある」の割合が多い。

< 2019年度 安心R住宅の認知 >

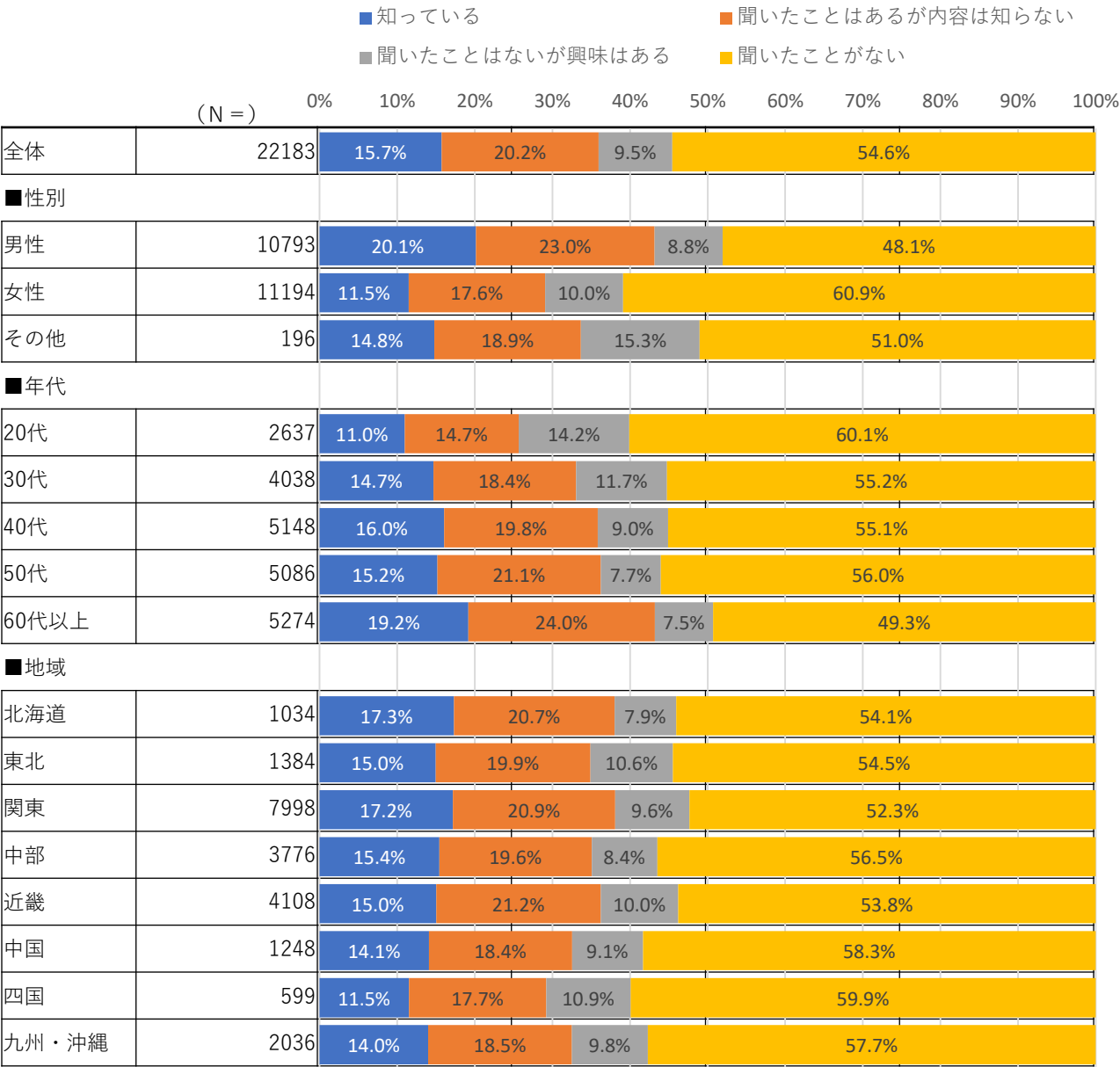


Q 8. 瑕疵保険について知っていますか。（1つ選択）

■「知っている」15.7%（－0.6pt）／「聞いたことがあるが内容は知らない」20.2%（＋0.3pt）
 ■「聞いたことはないが興味はある」9.5%（－0.2pt）／「聞いたことがない」54.6%（＋0.5pt）

- ◆ 「知っている」が15.7%。性別では男性が20.1%あるのに対し、女性は11.5%と倍近くの開きがある。
- ◆ 「知っている」20代は11.0%と低いが、60代では19.2%にあがっており、年代があがるにつれ高くなる傾向がみてとれる。
- ◆ 20代30代が「聞いたことはないが興味がある」の割合が高い。

<2019年度 瑕疵保険の認知>

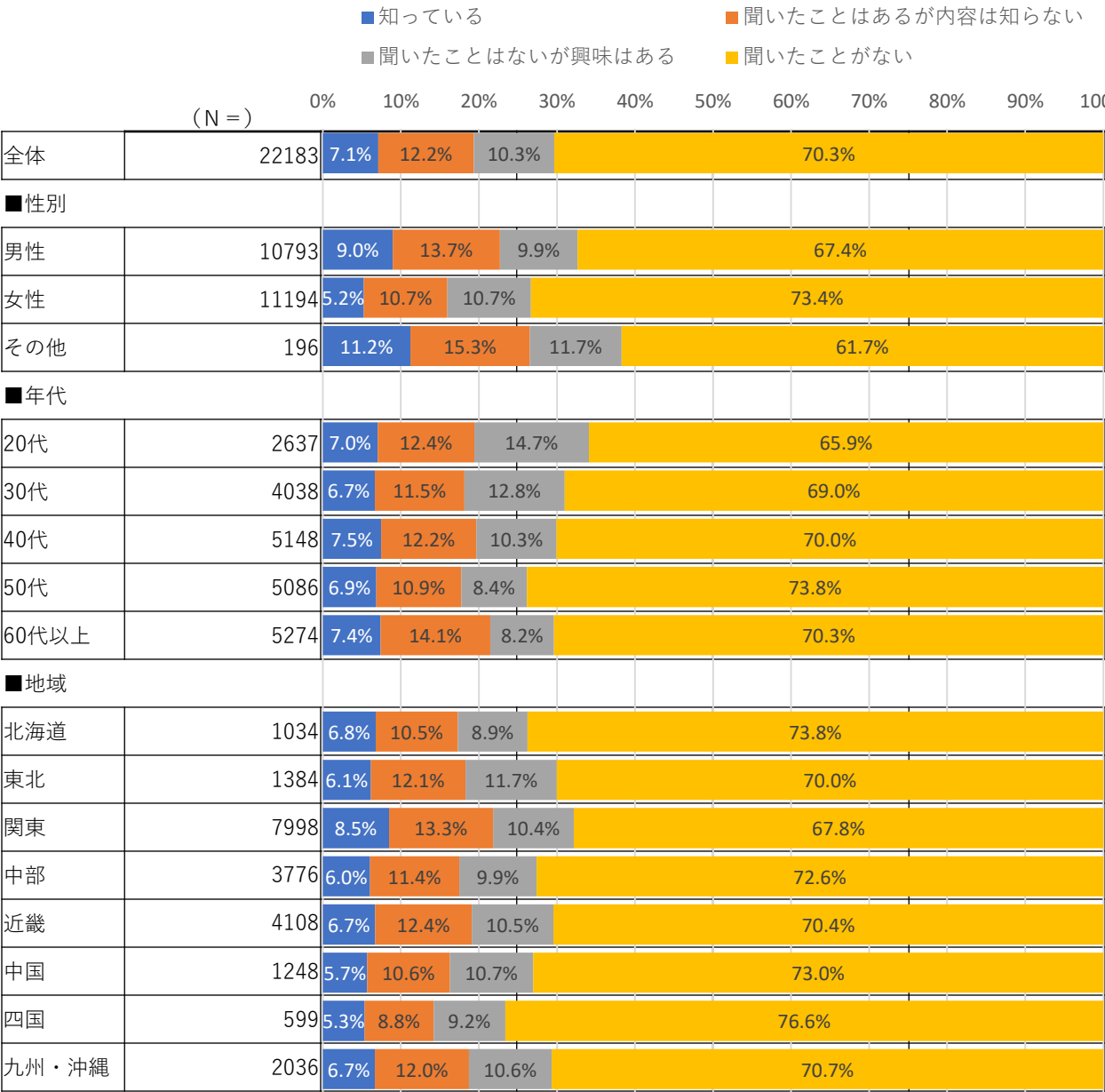


Q 9.インスペクションについて知っていますか？（1つ選択）

■「知っている」7.1%（－0.6pt）／「聞いたことがあるが内容は知らない」12.2%（＋0.3pt）
 ■「聞いたことはないが興味はある」10.3%（＋0.3pt）／「聞いたことがない」70.3%（＋0.4pt）

- ◆「知っている」が7.1%と理解度は低く、「聞いたことはあるが内容は知らない」を含めても19.3%と認知度も低い。
- ◆男性の認知が9.0%に対し、女性の認知は5.2%と約半分にとどまった。
- ◆年代によって認知度の差はほとんど見受けられなかったが、関東地方の認知度がやや高かった。

<2019年度 インスペクションの認知>



Q 1 0 . 物件情報の入手方法は何ですか。（3 つまで選択可）

■ 物件情報入手経路「インターネット」69.6%（+1.7pt）

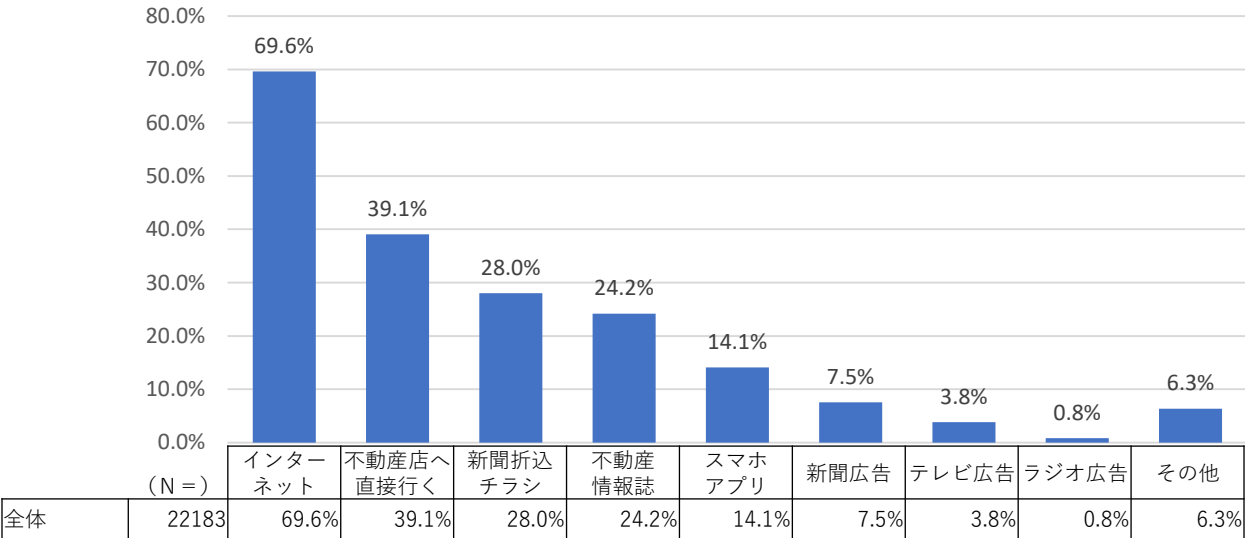
■ 若年層「インターネット・携帯サイト」／高年齢層「新聞媒体」

- ◆ 「インターネット」が69.6%と最も多く挙げられ、次いで「不動産店へ直接行く」が 39.1%、「新聞折り込みチラシ」が28.0%と続く。

◆ 「インターネット」「スマホアプリ」は若い世代ほど高く、「新聞折り込みチラシ」「新聞広告」では、高い年代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。

◆ 前年度に比べ「新聞折り込みチラシ」「新聞広告」が下がり「スマホアプリ」が上がっている。

< 2019年度 物件情報入手経路 >



■ 性別

男性	10793	64.2%	34.3%	27.0%	22.3%	8.4%	9.2%	3.7%	1.2%	8.2%
女性	11194	75.2%	43.8%	29.1%	26.1%	19.6%	5.8%	3.8%	0.5%	4.6%
その他	196	50.0%	33.7%	24.5%	20.9%	14.3%	12.8%	6.1%	3.6%	6.1%

■ 年代

20代	2637	89.3%	44.0%	17.9%	24.0%	43.2%	3.4%	4.7%	0.3%	1.3%
30代	4038	84.6%	42.6%	25.5%	28.3%	24.7%	5.6%	3.8%	0.8%	3.0%
40代	5148	71.0%	39.0%	27.8%	25.6%	12.1%	6.4%	3.8%	1.1%	5.0%
50代	5086	62.2%	37.8%	28.5%	22.3%	5.1%	6.9%	3.7%	1.0%	8.1%
60代以上	5274	54.1%	35.3%	34.9%	21.7%	2.0%	12.9%	3.5%	0.7%	11.1%

■ 地域

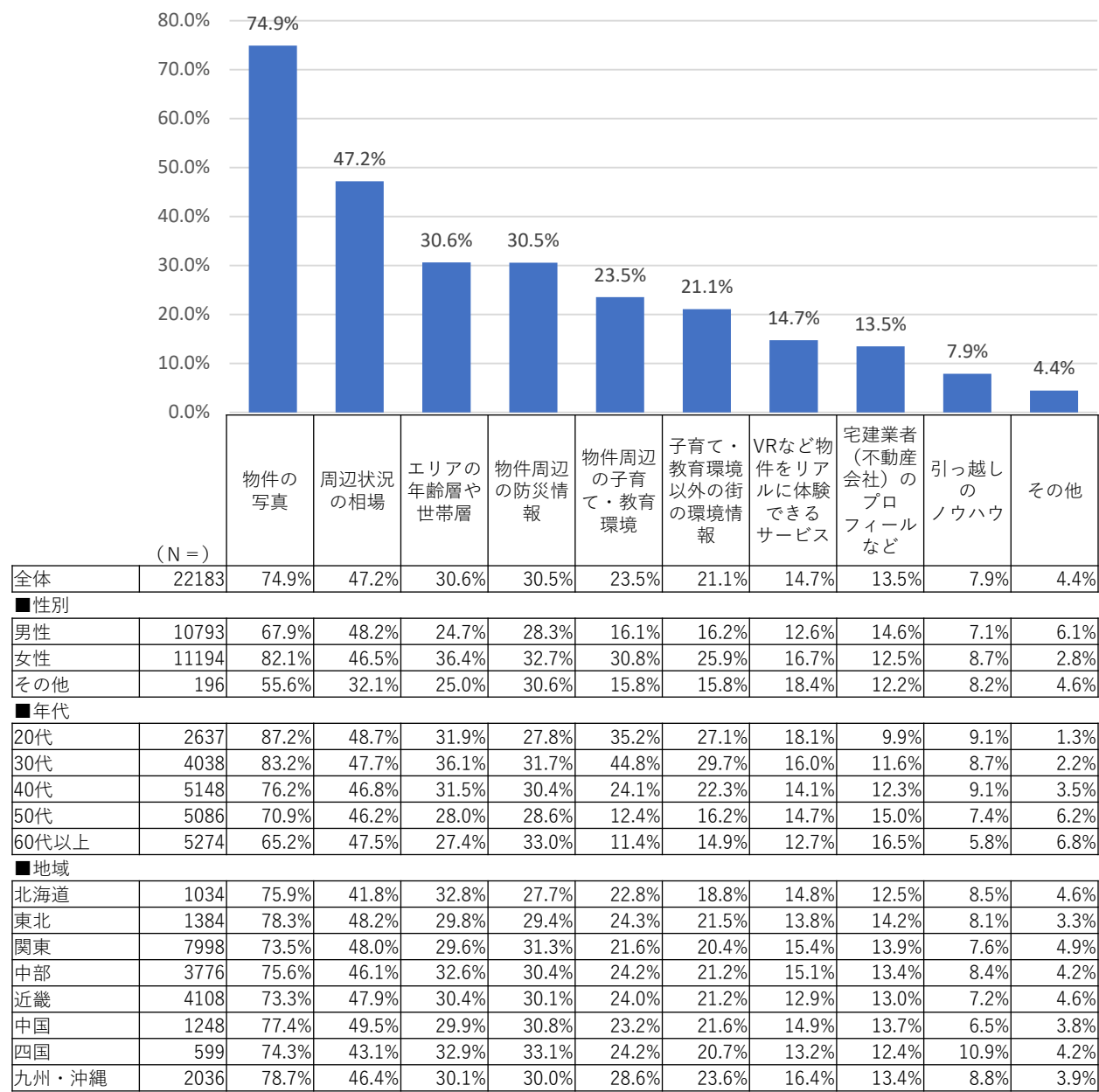
北海道	1034	68.7%	35.6%	30.9%	22.2%	11.8%	12.8%	3.6%	0.6%	7.4%
東北	1384	67.1%	39.7%	28.5%	28.2%	13.4%	8.0%	5.0%	1.2%	5.3%
関東	7998	70.5%	40.1%	24.9%	21.5%	14.0%	6.1%	3.8%	0.9%	6.6%
中部	3776	69.5%	37.1%	30.9%	26.5%	13.3%	8.7%	4.0%	0.6%	6.2%
近畿	4108	68.0%	38.5%	32.0%	21.6%	13.9%	7.6%	3.2%	0.7%	6.3%
中国	1248	68.2%	39.1%	31.3%	29.6%	14.4%	7.9%	3.8%	1.0%	5.9%
四国	599	64.8%	40.6%	24.2%	28.0%	12.5%	7.8%	3.0%	1.0%	8.3%
九州・沖縄	2036	74.2%	41.1%	24.3%	29.7%	17.9%	7.7%	4.6%	0.9%	5.6%

Q 1 1. 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」74.9% (+1.8pt)
 ■ 「周辺状況の相場」47.2% (-0.7pt) / 「エリアの年齢層や世帯層」30.6% (+0.4pt)

- ◆ 「物件の写真」が74.9%と最も多く挙げられ、次いで「周辺状況の相場」が47.2%、「エリアの年齢層や世帯層」が30.6%となっている。
 ◆ 「物件の写真」「物件周辺の子育て・教育環境」については、若い年代ほど高い傾向。
 ◆ 「宅建業者（不動産会社）のプロフィールなど」は高い年代ほど高くなっている。

< 2019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 >

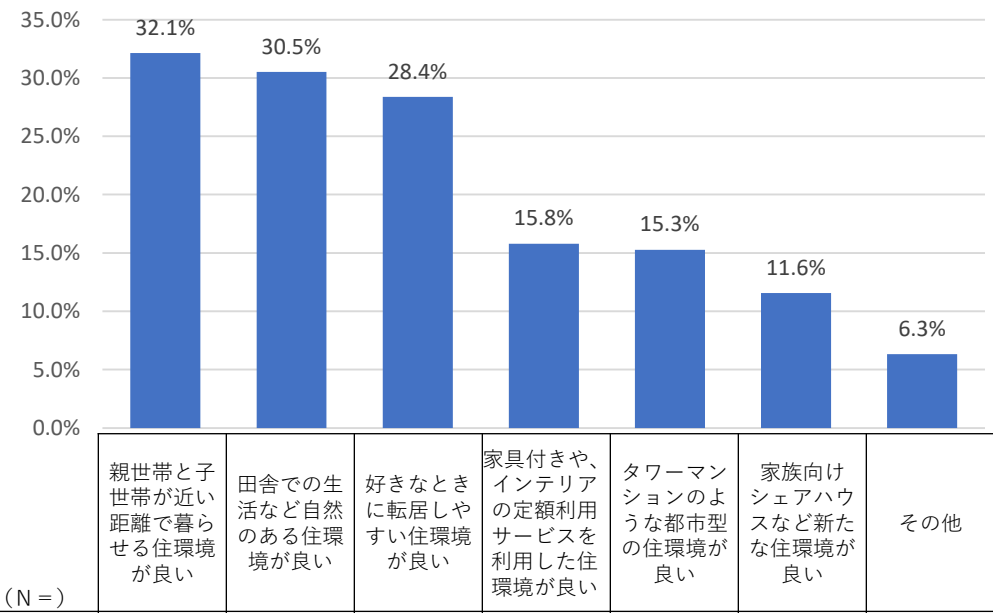


Q 1 2. あなたの住まいに対する考えに近いものをお答えください。（複数選択可）

- 「親世帯と子世帯が近い距離で暮らせる住環境が良い」 32.1%（+0.4pt）
- 「田舎での生活など自然のある住環境が良い」 30.5%（+0.5pt）
- 「好きなときに転居しやすい住環境が良い」 28.4%（+0.6pt）

- ◆ 「親世帯と子世帯が近い距離で暮らせる住環境が良い」が32.1%と最も多く、次いで「田舎での生活など自然のある住環境が良い」が30.5%、「好きなときに転居しやすい住環境が良い」が28.4%となっている。
- ◆ 「好きなときに転居しやすい住環境が良い」、「タワーマンションのような都市型の住環境が良い」、「家族向けシェアハウスなど新たな住環境が良い」は若い年代ほど高い傾向。
- ◆ 「親世帯と子世帯が近い距離で暮らせる住環境が良い」については、30代が最も高い結果。
- ◆ 「田舎での生活など自然のある住環境が良い」は、20代30代の意識が高いことが分かる。

< 2019年度 住まいに対する考え >



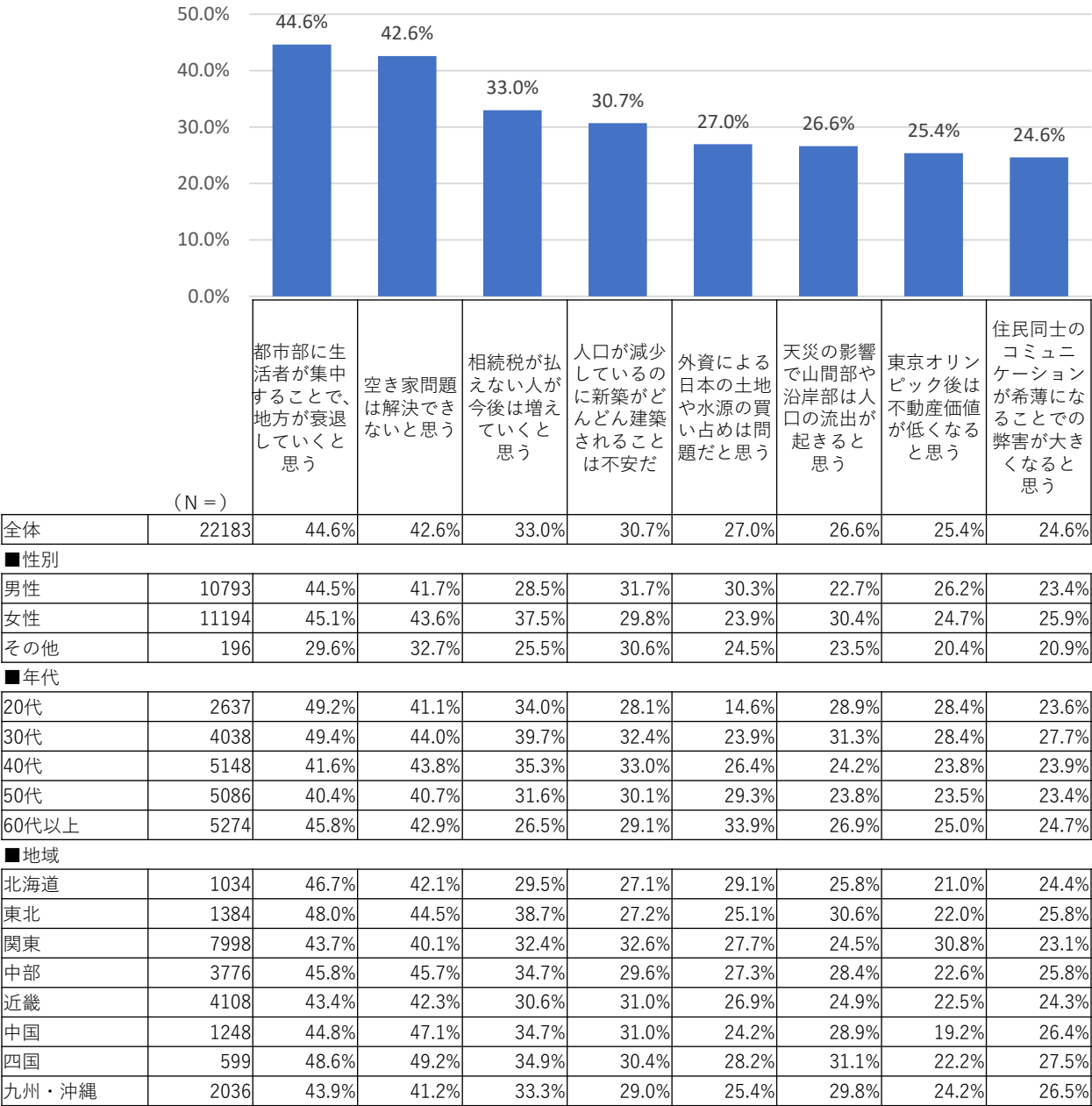
(N =)		22183	32.1%	30.5%	28.4%	15.8%	15.3%	11.6%	6.3%
■ 性別									
男性	10793	27.5%	33.1%	26.1%	14.9%	15.5%	11.2%	7.4%	
女性	11194	36.7%	28.2%	30.5%	16.6%	15.0%	11.8%	5.2%	
その他	196	28.1%	20.4%	28.1%	17.9%	19.9%	12.8%	7.1%	
■ 年代									
20代	2637	32.2%	33.2%	35.5%	17.6%	19.2%	14.8%	1.7%	
30代	4038	38.0%	33.0%	32.8%	15.7%	15.2%	13.8%	3.4%	
40代	5148	31.5%	29.7%	29.4%	15.9%	15.1%	11.6%	5.6%	
50代	5086	27.4%	26.6%	26.9%	15.6%	15.7%	9.1%	9.4%	
60代以上	5274	32.7%	31.8%	21.9%	15.1%	13.0%	10.5%	8.6%	
■ 地域									
北海道	1034	28.3%	29.7%	32.2%	15.3%	16.3%	12.5%	5.9%	
東北	1384	34.5%	35.1%	27.1%	17.9%	13.4%	12.9%	6.0%	
関東	7998	30.9%	27.1%	28.7%	15.7%	16.4%	11.2%	7.6%	
中部	3776	45.8%	45.7%	34.7%	29.6%	27.3%	28.4%	22.6%	
近畿	4108	43.4%	42.3%	30.6%	31.0%	26.9%	24.9%	22.5%	
中国	1248	32.7%	36.1%	26.4%	16.0%	13.0%	11.9%	6.0%	
四国	599	29.7%	42.1%	27.5%	17.9%	12.0%	11.7%	4.5%	
九州・沖縄	2036	34.6%	32.5%	30.5%	16.0%	14.7%	12.2%	4.3%	

Q 1 3. 住まいに関して同意できるトピックをお答えください。（複数選択可）

- 「都市部に生活者が集中することで、地方が衰退していくと思う」 44.6%（+1.0pt）
- 「空き家問題は解決できないと思う」 42.6%（+0.6pt）
- 「相続税が払えない人が今後は増えていくと思う」 33.0%（+0.2pt）

- ◆「都市部に生活者が集中することで、地方が衰退していくと思う」が44.6%と最も多く挙げられ、次いで「空き家問題は解決できないと思う」が42.6%、「相続税が払えない人が今後は増えていくと思う」33.0%となっている。
- ◆「外資による日本の土地や水源の買い占めは問題だと思う」は高齢層ほど高くなっている。
- ◆「天災の影響で山間部や沿岸部は人口の流出が起きると思う」が前年度に比べ微増し、1ランクアップ。

< 2019年度 同意できる住まいのトピック >

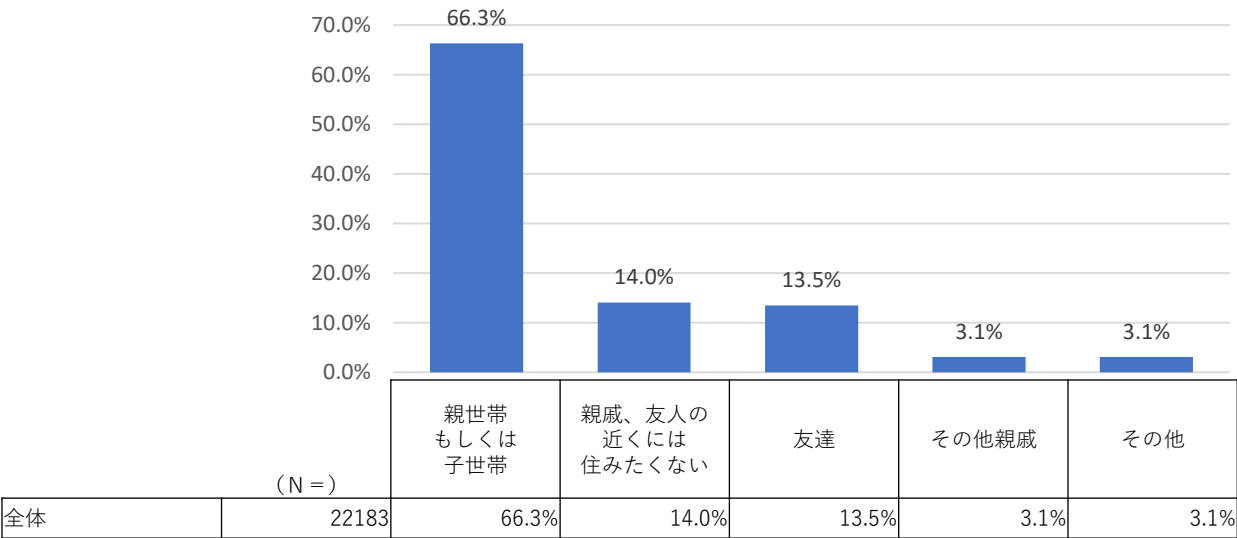


Q 1 4 . 近くで住む(暮らす)としたら、誰が良いですか。 （1つ選択）

- 「親世帯もしくは子世帯」 66.3%（+2.5pt）
- 「親戚、友人の近くには住みたくない」 14.0%（－1.8pt） ／ 「友達」 13.5%（－0.6pt）

- ◆「親世帯もしくは子世帯」が66.3%と最も多く挙げられ、地域別でみると中国地方が70.5%と最も高く、北海道は61.2%とやや開きがみられた。
- ◆前年度に比べると、「親戚、友人の近くには住みたくない」が下がり、「親世帯もしくは子世帯」が上がっていることから、少なくとも近居意識が高まったことがうかがえる。

<2019年度 近くで住む（暮らす）なら>



■性別

男性	10793	62.9%	16.7%	12.5%	3.7%	4.1%
女性	11194	70.1%	11.2%	14.3%	2.4%	1.9%
その他	196	41.8%	25.0%	19.9%	5.1%	8.2%

■年代

20代	2637	67.9%	10.6%	18.8%	2.0%	0.6%
30代	4038	72.0%	11.5%	13.1%	1.9%	1.5%
40代	5148	66.3%	14.9%	13.3%	3.0%	2.5%
50代	5086	61.5%	17.3%	13.6%	3.1%	4.5%
60代以上	5274	66.0%	13.7%	11.2%	4.5%	4.6%

■地域

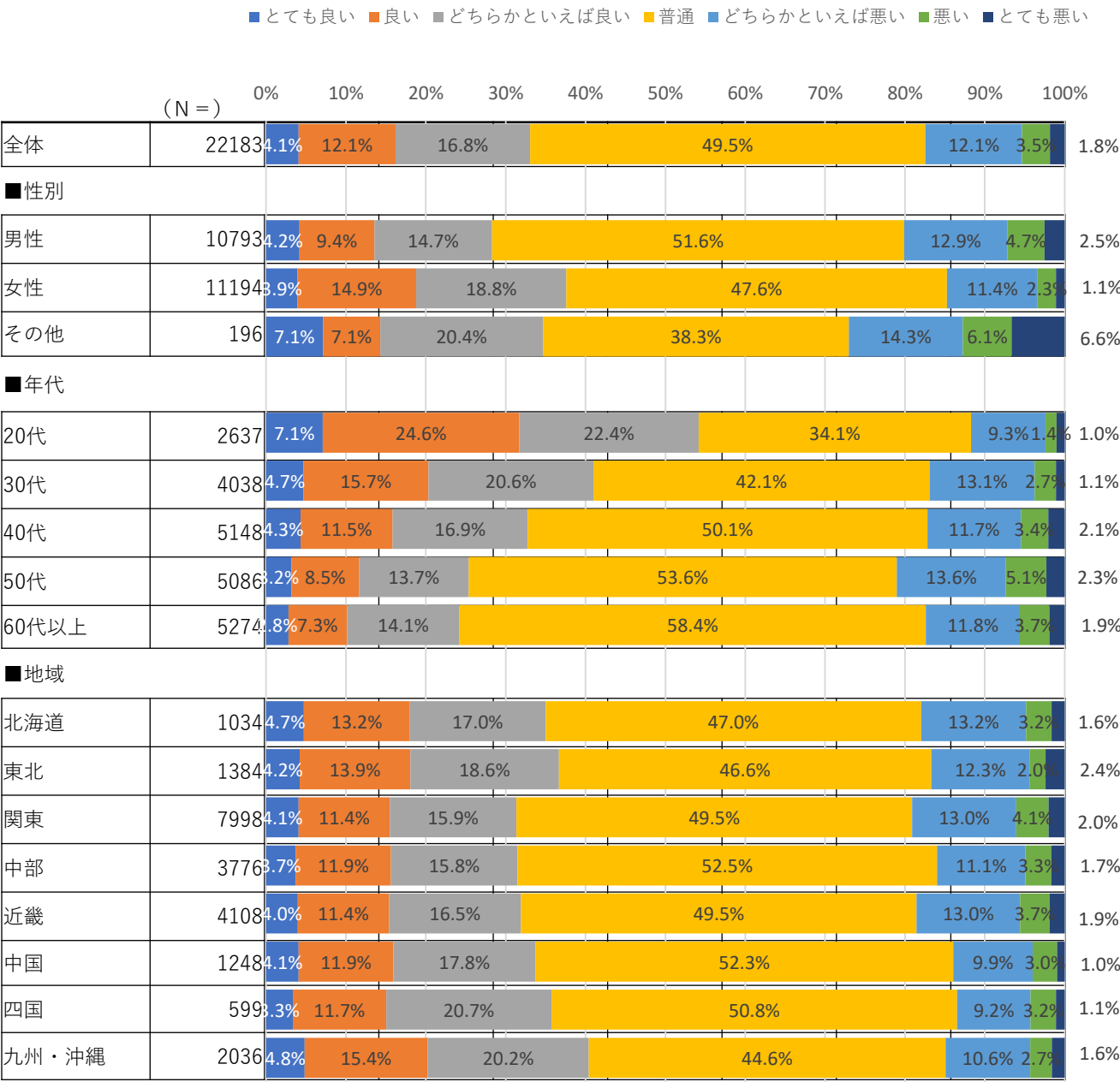
北海道	1034	61.2%	16.8%	15.6%	3.5%	2.9%
東北	1384	64.5%	16.5%	12.7%	2.6%	3.6%
関東	7998	63.9%	14.7%	14.6%	3.5%	3.3%
中部	3776	69.3%	12.8%	12.1%	2.8%	2.9%
近畿	4108	67.0%	14.0%	12.9%	2.9%	3.2%
中国	1248	70.5%	12.6%	12.3%	2.2%	2.4%
四国	599	69.5%	12.5%	13.0%	2.7%	2.3%
九州・沖縄	2036	69.4%	11.8%	13.2%	3.0%	2.6%

Q 1 5. あなたが不動産店に対して持っているイメージを教えてください。（1つ選択）

■「良い・計」 33.0%（+1.8pt）／「普通」 49.5%（-1.3pt）／「悪い・計」 17.5%（-0.5pt）

- ◆「普通」が49.5%と最も多く、「良い・計」は33.0%、「悪い・計」は17.5%と前年度よりも良い結果。
- ◆ 男性よりも女性の方が良いイメージを持っている。
- ◆ 年代別では若い年代ほど不動産店に対して良いイメージを持っている。

<2019年度 不動産店に対して持っているイメージ>

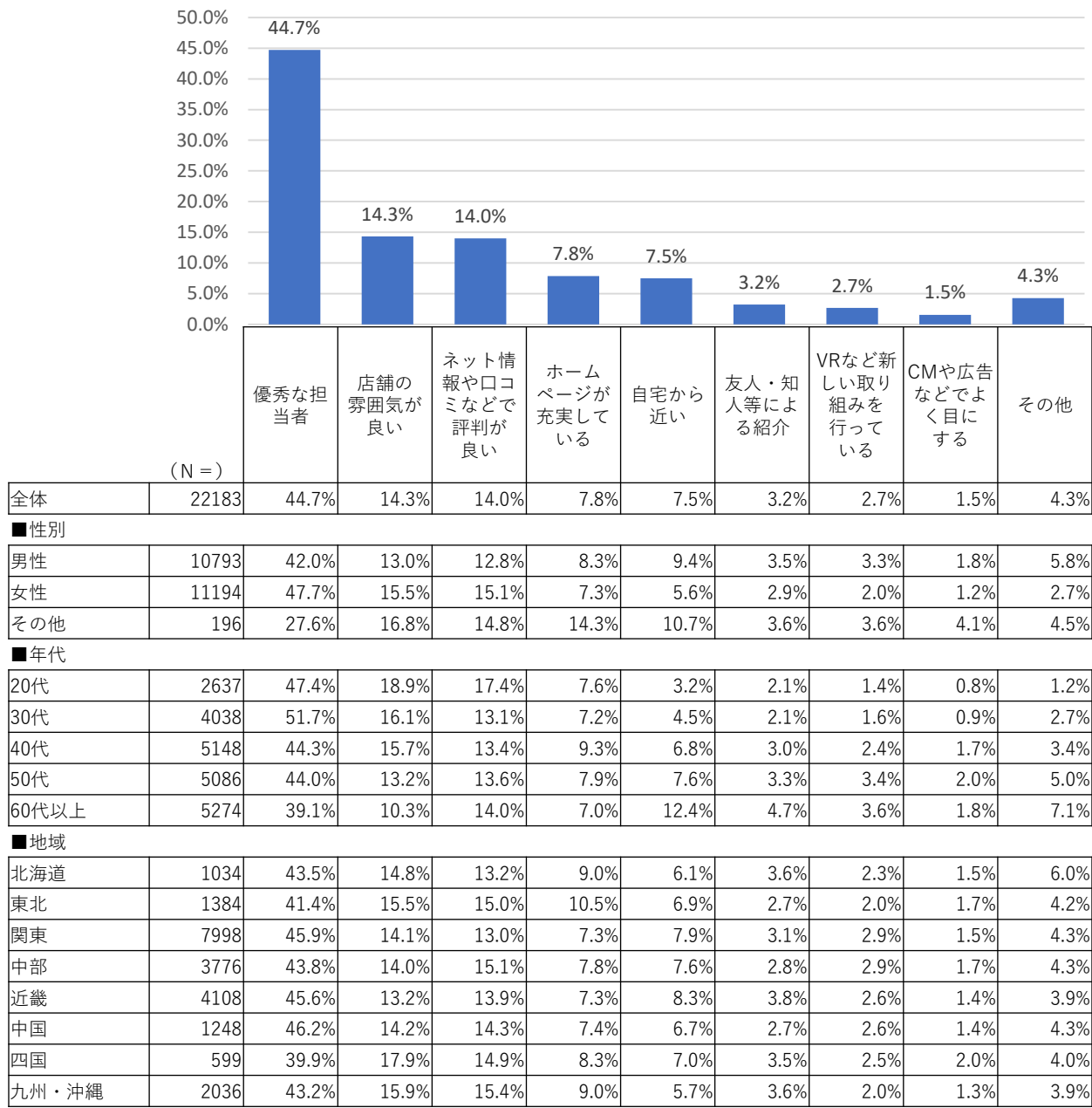


Q 1 6．家の売買や部屋の賃貸をする時等、不動産店に対してもっとも期待することは
 なんです。 （1つ選択）

- 「優秀な担当者」が**44.7%**（+0.3pt）でダントツ
- 「店舗の雰囲気が良い」**14.3%**（-0.2pt）／「ネット情報や口コミなどで評判が良い」**14.0%**（+0.9pt）

- ◆「優秀な担当者」が**44.7%**と最も多く挙げられ、 30pt近く差をつけて「店舗の雰囲気が良い」が**14.3%**、「ネット情報や口コミなどで評判が良い」が**14.0%**と続く。
- ◆「店舗の雰囲気が良い」は、若年層ほど高い傾向が見受けられ、年代によって意識が異なる。
- ◆20代が最も多く「ネット情報や口コミなどで評判が良い」に期待していることが分かる。

< 2019年度 不動産店にもっとも期待すること >

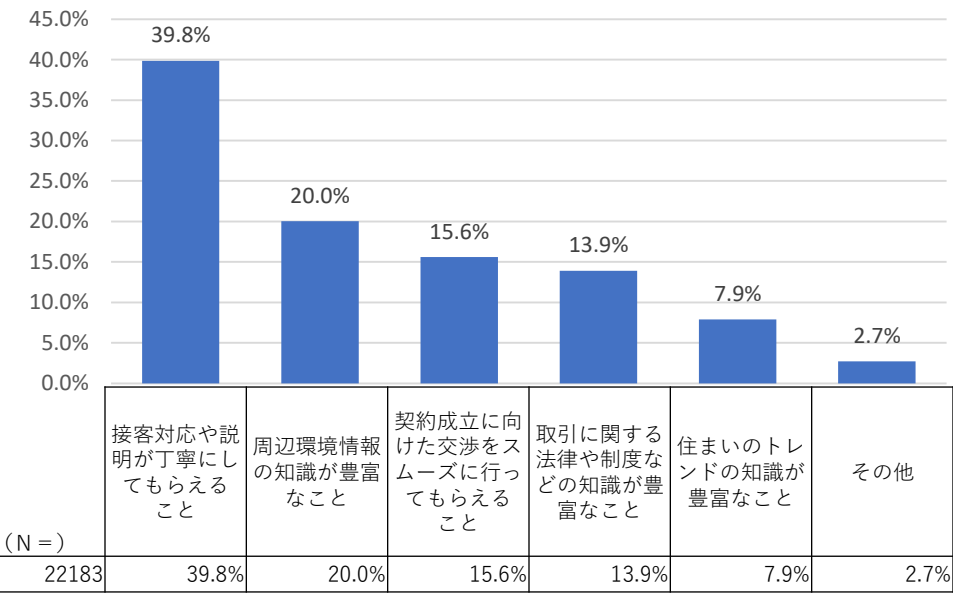


Q 1 7. 家の売買や部屋の賃貸をする時等、不動産店の担当者にもっとも期待することはなんですか。（1つ選択）

- 「接客応対や説明が丁寧にしてもらえること」 39.8%（+0.1pt）
- 「周辺環境情報の知識が豊富なこと」 20.0%（+0.7pt）
- 「契約成立に向けた交渉をスムーズに行ってもらえること」 15.6%（-1.0pt）

- ◆ 「接客応対や説明が丁寧にしてもらえること」が39.8%と最も多く挙げられ、次いで「周辺環境情報の知識が豊富なこと」が20.0%となっている。
- ◆ 「接客応対や説明が丁寧にしてもらえること」は、若い年代、「契約成立に向けた交渉をスムーズに行ってもらえること」と「取引に関する法律や制度などの知識が豊富なこと」は、高い年代ほど期待している傾向が見られる。

< 2019年度 不動産店担当者にもっとも期待すること >



■ 性別							
男性	10793	35.7%	19.5%	16.8%	13.7%	10.3%	4.0%
女性	11194	44.0%	20.7%	14.4%	14.0%	5.4%	1.5%
その他	196	28.6%	12.2%	19.4%	18.9%	14.8%	6.1%

■ 年代							
20代	2637	50.6%	21.4%	10.9%	10.0%	6.3%	0.8%
30代	4038	46.7%	21.3%	12.6%	11.5%	6.4%	1.5%
40代	5148	41.5%	19.8%	15.9%	12.9%	7.6%	2.3%
50代	5086	36.6%	19.4%	17.8%	14.9%	7.8%	3.4%
60代以上	5274	30.8%	19.2%	17.9%	17.7%	10.1%	4.3%

■ 地域							
北海道	1034	43.6%	18.8%	15.7%	12.3%	7.2%	2.4%
東北	1384	43.3%	18.2%	13.6%	14.8%	7.5%	2.6%
関東	7998	38.7%	19.5%	16.6%	13.9%	8.1%	3.2%
中部	3776	39.3%	20.2%	15.3%	14.4%	8.4%	2.4%
近畿	4108	39.5%	21.6%	15.1%	13.5%	7.8%	2.5%
中国	1248	38.8%	22.7%	15.5%	13.2%	7.1%	2.7%
四国	599	37.4%	19.5%	15.4%	16.5%	9.3%	1.8%
九州・沖縄	2036	43.1%	19.1%	14.8%	13.8%	7.0%	2.2%

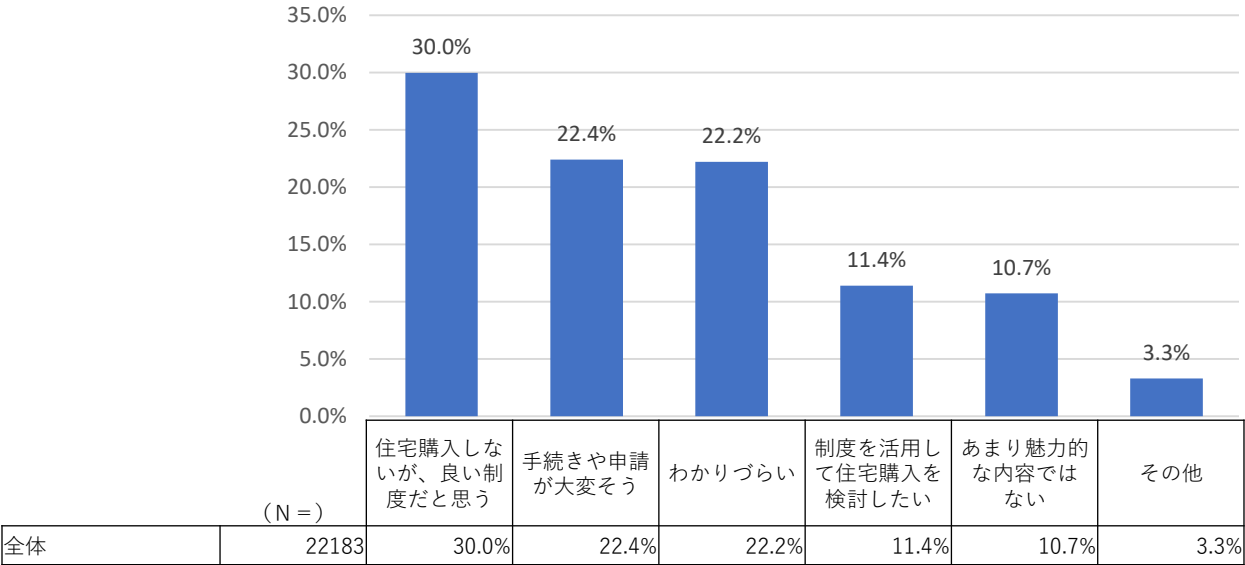
Q 1 8 . 2019年度消費税増税に係る支援制度※についてどう思いますか。（1つ選択）

※住宅ローン控除、すまい給付金、次世代住宅ポイント、住宅取得等資金贈与

■「住宅購入しないが、良い制度だと思う」 30.0%
 ■ややネガティブ「手続きや申請が大変そう」 22.4% / 「わかりづらい」 22.2%

- ◆「住宅購入しないが、良い制度だと思う」が30.0%と最も多い結果。
- ◆「手続きや申請が大変そう」が22.4%、「わかりづらい」が22.2%とネガティブな意見も目立った。
- ◆「制度を活用して住宅購入を検討したい」は20代が最も多く、「あまり魅力的な内容ではない」は年代が高くなるにつれて多い傾向。

< 2019年度 消費税増税に対する支援制度 >



■性別							
男性	10793	27.0%	21.6%	22.3%	10.6%	14.6%	3.9%
女性	11194	33.1%	23.2%	21.9%	12.3%	6.9%	2.6%
その他	196	15.8%	19.9%	37.2%	8.2%	14.8%	4.1%

■年代							
20代	2637	34.1%	22.5%	16.5%	20.9%	4.9%	1.1%
30代	4038	31.7%	21.9%	19.7%	17.0%	7.3%	2.3%
40代	5148	31.0%	23.3%	22.0%	9.8%	10.9%	3.0%
50代	5086	25.9%	23.4%	25.7%	8.3%	12.7%	4.0%
60代以上	5274	29.5%	20.9%	23.8%	7.0%	14.1%	4.7%

■エリア							
北海道	1034	30.1%	23.7%	22.0%	10.7%	10.7%	2.8%
東北	1384	29.3%	23.1%	23.6%	11.1%	10.0%	2.9%
関東	7998	29.3%	22.2%	21.6%	11.5%	11.4%	4.0%
中部	3776	31.0%	23.0%	22.4%	10.1%	10.6%	2.8%
近畿	4108	30.2%	22.2%	22.2%	11.9%	10.6%	2.9%
中国	1248	28.5%	22.8%	23.6%	12.1%	10.1%	2.8%
四国	599	26.9%	25.0%	23.9%	11.7%	10.2%	2.3%
九州・沖縄	2036	32.5%	20.2%	22.0%	12.5%	9.6%	3.2%

Q 1 9 . これまでどのくらい転居したことがありますか。（1 つ選択）

- 「1～2回」 32.1%

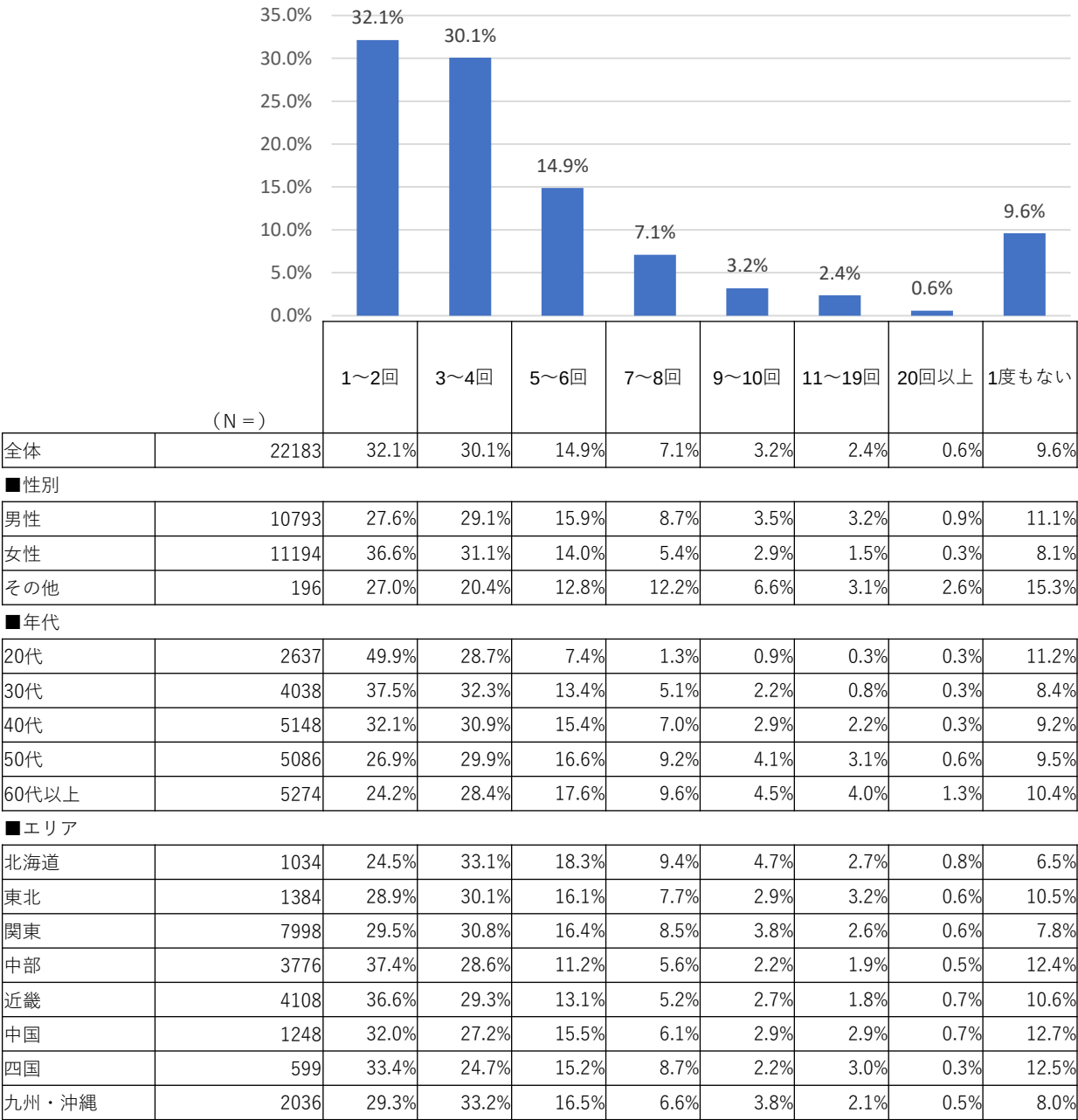
■ 「3～4回」 30.1%

- ◆ 「1～2回」 が32.1%と最も多く、「3～4回」 が30.1%と続く。

◆ 当然ながら年代が上がるにつれて、多くなっていることが分かる。

◆ 「1度もない」 は、北海道が6.5%と他のエリアと比べて最も少く、5回以上の転居数は最も多かった。

< 2019年度 これまでの転居回数 >

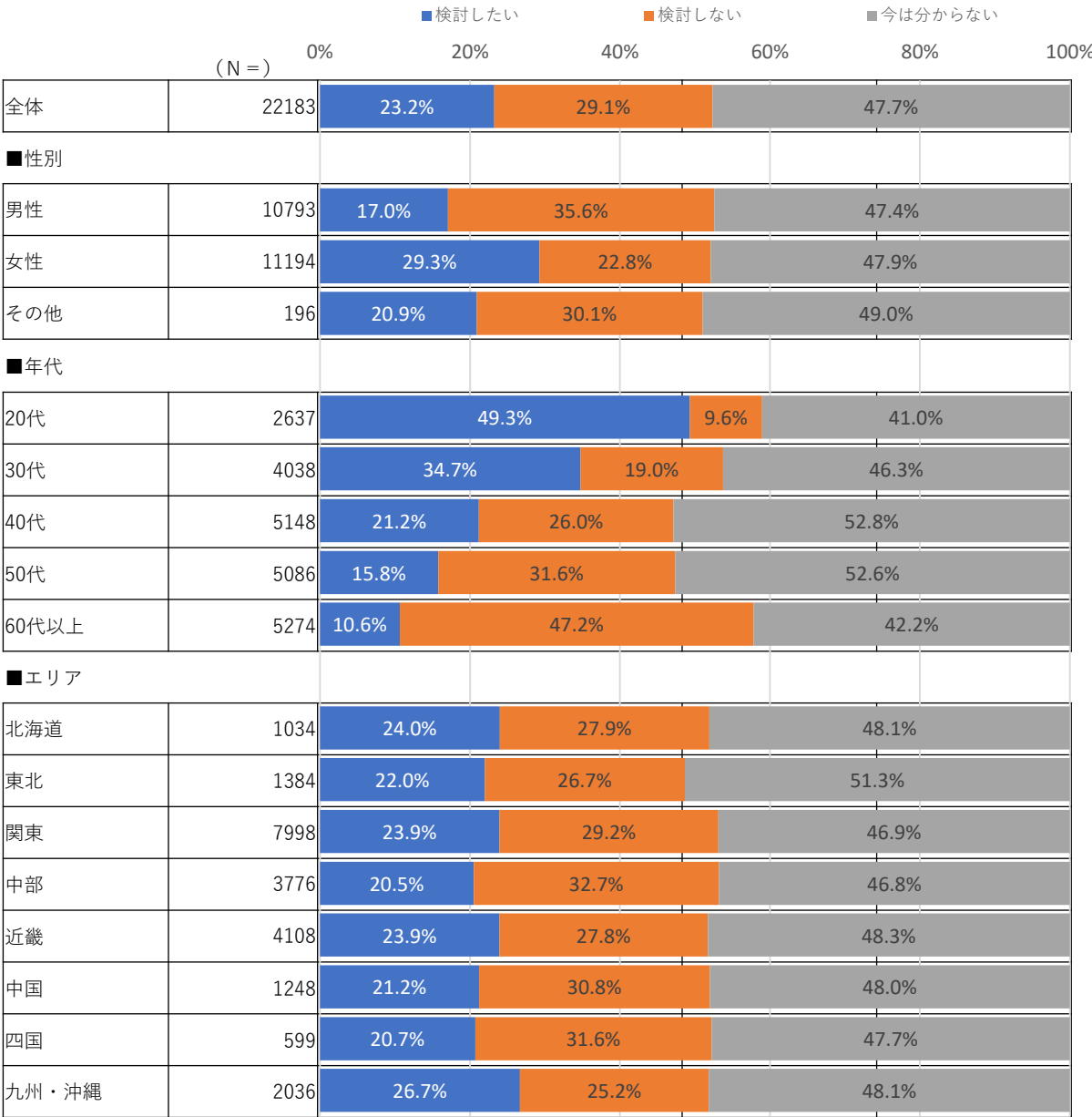


Q 2 0 . これからの住まいでライフプランに合わせて転居や住み替えを検討したいと思いますか。
 (1 つ選択)

■ 「今はわからない」 47.7%
 ■ 「検討したい」 23.2% / 「検討しない」 29.1%

- ◆ これからライフプランに合わせた転居や住み替えについては「今はわからない」が47.7%と最も多く、「検討したい」より「検討しない」が多い結果。
 ◆ 「検討したい」のは主に女性と若い年代に集中。
 ◆ 年代が高くなるにつれて「検討しない」が多い傾向。

< 2019年度 転居・住み替え意向 >

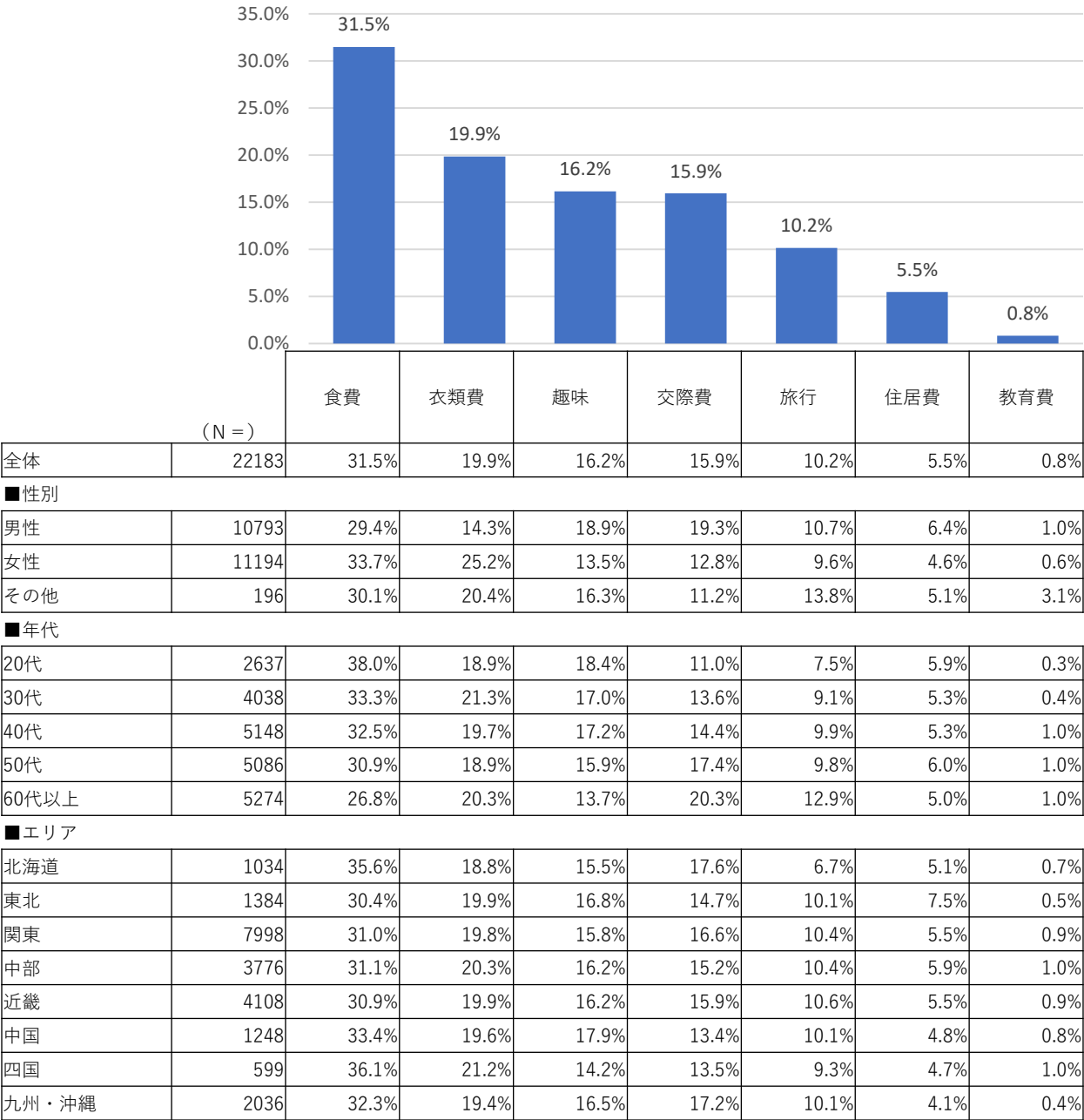


Q 2 1. 消費税が増税されましたが、家計で節約するとしたら、まず何からはじめますか。
 (1つ選択)

■ 毎日必要な「食費」 31.5 % (－8.0pt)
 ■ 「衣類費」 19.9% (+0.6pt) ／ 「趣味」 16.2% (－0.4pt)

- ◆ 「食費」が31.5%と最も多く、次いで「衣類費」が19.9%と日常における生活費が上位となった。
 ◆ 「衣類費」は男性と比べて10pt以上差をつけて女性の割合が多い。
 ◆ 「交際費」は女性に比べて男性のほうが節約する意識が強い。

< 2019年度 消費増税に対する節約の意識 >

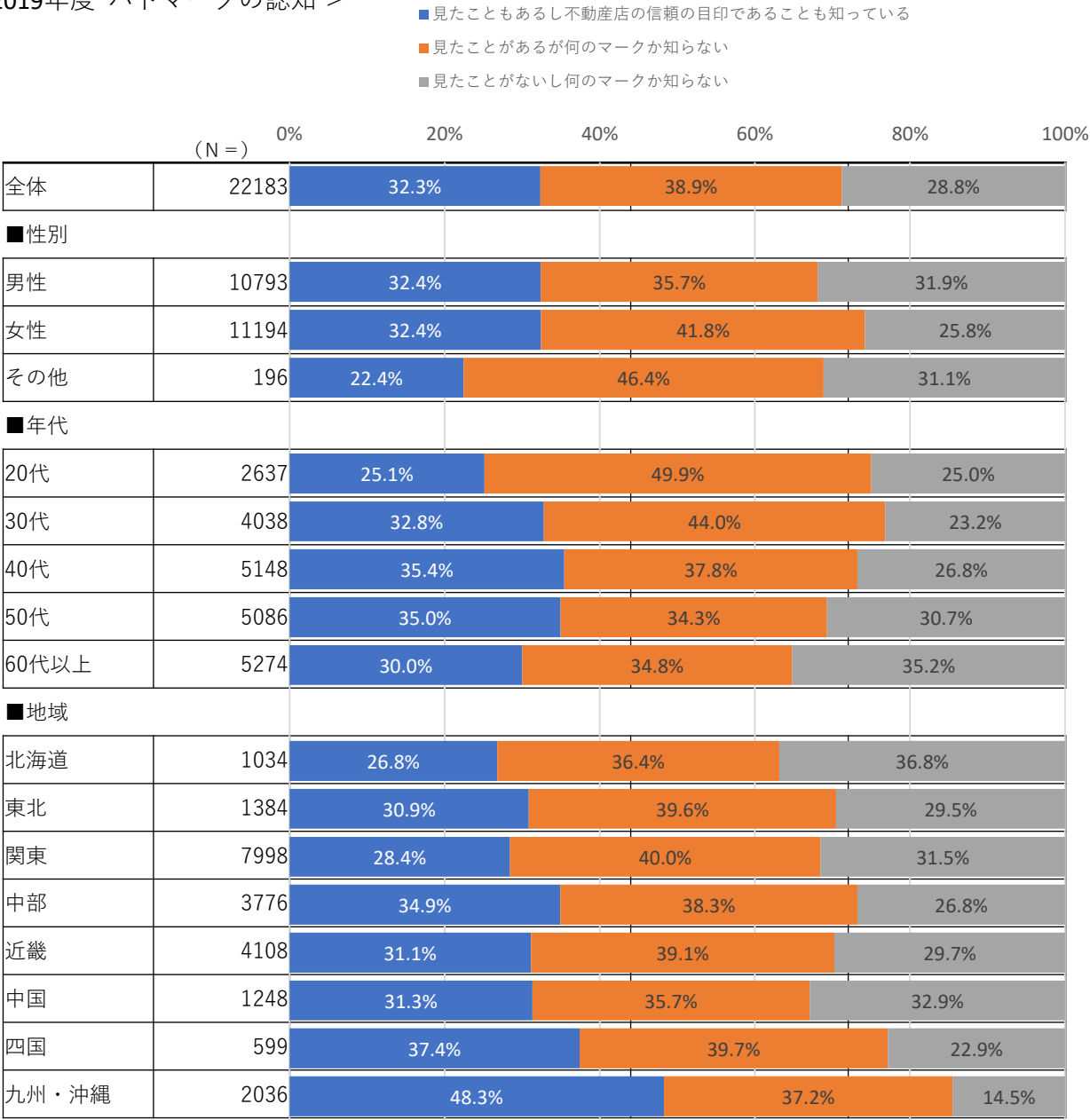


Q 2 2. 安全な不動産取引ができるお店の証、ハトマークを知っていますか。（1つ選択）

- 「見たこともあるし不動産店の信頼の目印であることも知っている」 32.3%（+2.0pt）
- 「見たことがあるが何のマークか知らない」 38.9%（+2.0pt）
- 「見たことがないし何のマークか知らない」 28.8%（-4.0pt）

- ◆「見たこともあるし不動産店の信頼の目印であることも知っている」が32.3%で、3割以上が認知、理解をしていて、前年度に比べて微増。
- ◆地域別にみると「九州・沖縄」では、「見たこともあるし不動産店の信頼の目印であることも知っている」が48.3%で、全エリア中最も認知が高い一方で、「北海道」では26.8%と低く、地域による差が見受けられる。

< 2019年度 ハトマークの認知 >



Q 2 3. あなたは住まいに対してどのタイプだと思いますか。（1つ選択）

- 「環境重視の慎重派」 28.7%（－0.4pt）／「のんびり自然派」 25.6%（＋1.5pt）
- 「型にはまらない自由派」 19.2%（＋0.5pt）

- ◆「環境重視の慎重派」が28.7%と最も多く、「のんびり自然派」が25.6%、「型にはまらない自由派」が19.2%と続く。
- ◆性別では男性、地域では東北、中部、四国が「環境重視の慎重派」よりも「のんびり自然派」の回答が上回った。
- ◆近畿と九州・沖縄エリアは「コミュニティ重視の人情派」と答えた割合が10%を超え、年代別では20代が最多。

< 2019年度 住まいのタイプ >

