

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 －

2015年 11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1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. 買い時だと思う理由は何ですか。	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. 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 20
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 21
Q11. 2011年3月の東日本大震災後、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。	P 22
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 23
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 24
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 25
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 26
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 27
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 28
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 29

■ 調査期間 : 2015年9月1日(火)~10月31日(土)

■ 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 : 16,778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	16778	1702	3047	4210	4247	3572	47.8
男性	9436	485	1056	2190	2827	2878	52.1
女性	7342	1217	1991	2020	1420	694	42.4

◆ 職業 (人)

	全体	会社員	公務員	自営業	主婦	学生	その他
全体	16778	7095	719	1666	3607	255	3436
男性	9436	4934	572	1322	40	124	2444
女性	7342	2161	147	344	3567	131	992

◆ 地域ブロック/県 (人)

	北海道
北海道	784

	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	
東北	963	164	129	294	100	110	166

	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	
関東	6397	298	174	210	1004	909	2308	1494

	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	2814	222	129	133	92	76	202	239	422	1072	227

	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	
近畿	3084	177	380	1300	841	252	134

	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	
中国	897	60	67	224	378	168

	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	
四国	432	85	110	166	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	1407	592	72	151	148	110	88	116	130

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	16778	9604	5583	1591
男性	9436	5688	3029	719
女性	7342	3916	2554	872
20代	1702	644	747	311
30代	3047	1512	1144	391
40代	4210	2326	1449	435
50代	4247	2646	1300	301
60代以上	3572	2476	943	153
北海道	784	435	270	79
東北	963	677	139	147
関東	6397	3084	2683	630
中部	2814	1966	597	251
近畿	3084	1737	1184	163
中国	897	623	187	87
四国	432	302	96	34
九州・沖縄	1407	780	427	200

◆ 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	16778	11003	4831	375	569
男性	9436	6617	2319	213	287
女性	7342	4386	2512	162	282
20代	1702	585	885	95	137
30代	3047	1568	1229	111	139
40代	4210	2599	1346	91	174
50代	4247	3172	936	59	80
60代以上	3572	3079	435	19	39
北海道	784	455	260	35	34
東北	963	670	238	20	35
関東	6397	4050	2008	153	186
中部	2814	2044	615	54	101
近畿	3084	2089	844	49	102
中国	897	589	253	15	40
四国	432	284	120	12	16
九州・沖縄	1407	822	493	37	55

◆ 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	16778	1463	2753	4685	4028	2062	1787
男性	9436	806	1282	2591	2401	1256	1100
女性	7342	657	1471	2094	1627	806	687
20代	1702	397	486	372	223	100	124
30代	3047	367	728	887	626	236	203
40代	4210	384	700	1313	1024	425	364
50代	4247	229	534	1197	1095	650	542
60代以上	3572	86	305	916	1060	651	554
北海道	784	66	168	197	192	100	61
東北	963	83	151	185	200	176	168
関東	6397	714	1168	2050	1529	519	417
中部	2814	148	375	637	700	470	484
近畿	3084	256	453	881	806	392	296
中国	897	54	120	228	187	144	164
四国	432	39	61	109	95	66	62
九州・沖縄	1407	103	257	398	319	195	135

◆ 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	16778	1100	2329	1958	1513	1540	1425	6913
男性	9436	478	989	955	812	834	857	4511
女性	7342	622	1340	1003	701	706	568	2402
20代	1702	333	509	183	82	98	100	397
30代	3047	357	786	615	318	231	126	614
40代	4210	227	542	583	547	560	431	1320
50代	4247	123	289	355	345	437	483	2215
60代以上	3572	60	203	222	221	214	285	2367
北海道	784	51	122	90	64	67	62	328
東北	963	58	117	120	73	80	80	435
関東	6397	458	976	786	614	643	567	2353
中部	2814	150	362	301	242	232	215	1312
近畿	3084	199	346	353	280	286	288	1332
中国	897	51	104	86	95	80	63	418
四国	432	23	65	51	35	36	29	193
九州・沖縄	1407	110	237	171	110	116	121	542

■ 不動産の買い時

- ・ 15年度調査時において、「買い時だと思う」15.2%、「買い時だと思わない」23.3%、「分からない」61.5%と、「分からない」が最も高く、「買い時だと思う」は全体の約15%となっている。14年度と比較して15年度は、「買い時感」がやや低下しているが、13年度から14年度(約-10ポイント)と比較すると減少傾向は鈍化。
- ・ 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40.0%と最も多く挙げられ、「消費税が上がる前だから」が26.9%と続いた。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42.1%と最も多く挙げられ、経済的不安定感が買い時でないと感じているように見受けられる。

	買い時だと思う	買い時だと思わない	分からない
買い時	15.2% (-3.1pt)	23.3% (+0.7pt)	61.5% (+2.4pt)

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	40.0%	1. 自分の収入が不安定または減少しているから	42.1%
2. 消費税率が上がる前だから	26.9%	2. 不動産価格が下落しそうだから	28.2%
3. 不動産価格が安定または上昇しそうだから	18.2%	3. 地震などの天災が心配だから	11.6%

■ 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73.8点、「賃貸」では63.5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する満足度が高い。
- ・ 現在の居住形態に関わらず、持家派は83.7%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65.7%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61.3%と最も高く、次いで「税金が大変だから」「仕事等の都合で引越する可能性があるから」が33%前後で続き、経済的な拘束や税金の負担感を避ける理由や、勤務場所の変化が賃貸派の理由で多く挙げられる。

	持家(現住居)	賃貸(現住居)
平均得点	73.8点	63.5点

持家or賃貸	※現住居問わず	
	持家派	賃貸派
	83.7%	16.2%

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	65.7%	1. 住宅ローンに縛られたくないから	61.3%
2. 落ち着きたいから	41.9%	2. 税金が大変だから	33.5%
3. 持家を資産と考えているから	41.2%	3. 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	32.4%

■ 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、「交通の利便性が良い」「周辺・生活環境が良い」が55%以上、賃貸時に重視する点については、「賃料」が77.0%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、交通の利便性や周辺の生活環境は重視されている。

住宅購入重視点		賃貸重視点	
1. 交通の利便性が良い	58.2%	1. 賃料	77.0%
2. 周辺・生活環境が良い	55.6%	2. 交通の利便性が良い	58.2%
3. 不動産の価格	38.1%	3. 周辺・生活環境が良い	40.6%

■ 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80.0%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45.1%と最も多く挙げられるが、僅差で「利用したことがない」が続く。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 80.0% |
| 2. 新聞折り込みチラシ 45.8% |
| 3. 不動産情報紙 45.1% |

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 45.1% |
| 2. 利用したことがない 44.6% |
| 3. 売買物件を探す時に利用したことがある 19.6% |

■ 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71.0%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44.6%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 71.0% |
| 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) 44.6% |
| 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 29.9% |

■ 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、「保険が付されていること」が64.2%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」「インスペクション(建物診断)が付されていること」がともに61.6%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 64.2% |
| 2. 履歴情報が残っていること 61.6% |
| 2. インスペクション(建物診断)が付されていること 61.6% |

■ 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報

- ・ 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78.1%と最も多く挙げられ、「街の環境情報」が57.1%、「周辺物件の相場や取引事例」が54.9%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 78.1% |
| 2. 街の環境情報 57.1% |
| 3. 周辺物件の相場や取引事例 54.9% |

■ 2011年3月の東日本大震災後、住まいに関する意識の変化

- ・ 2011年3月の東日本大震災後、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58.0%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45.3%となっている。
- ・ 震災時を想定して、屋内にいる場合の耐震性・免震性、屋外にいる場合の自らの危険回避についての意識が高い傾向が見られる。

2011年3月の東日本大震災後、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	58.0%
2. 地盤等の状況を意識するようになった	45.3%
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	36.4%

■ 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33.8%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28.2%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	33.8%
2. 契約成立に向けた交渉をうまくやってもらえること	28.2%
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もらえること	20.5%

■ 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53.4%と最も多く挙げられる。続いて「仕事」が51.3%、「子供の教育」が35.0%となっている。「子供の教育」は20~40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)の中で最優先するもの

1. 貯蓄・投資	53.4%
2. 仕事	51.3%
3. 子供の教育	35.0%

■ 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33.7%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	54.8%
2. ネット情報や口コミ等で評判のよい	52.4%
2. ホームページが充実している	33.7%

■ 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58.4%となっており、「わるい・計」は41.6%となっている。イメージの理由について、「よい・計」「わるい・計」とともに「対応」「イメージ」「物件」「情報」などの言葉が上位にあがっており、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62.6点である

・ ハトマークは6割弱に認知されているが、九州・沖縄では75%以上が認知している一方、北海道、関東、中国、四国では50%台前半で、地域差が大きい。

不動産店に対してもっているイメージ

よい・計	58.4%
わるい・計	41.6%

不動産店のイメージ

平均得点	62.6点
------	-------

ハトマークの認知

知っている	57.6%
知らない	42.4%

Q1. 不動産は買い時ですか。(1つ選択)

- 買い時だと思う、減少だが13年→14年の減少幅と比較すると減少幅は小さい
- 「買い時だと思う」15.2%(-3.1pt) / 「買い時だと思わない」23.3%(+0.7pt)

- ◆ 15年度調査時において、「買い時だと思う」15.2%、「買い時だと思わない」23.3%、「分からない」61.5%と、「分からない」が最も高く、「買い時だと思う」は全体の約15%となっている。
- ◆ 14年度と比較して15年度は、「買い時だと思う」が3.1pt下降で減少、「買い時だと思わない」が0.7ptとほぼ横ばい。「買い時だと思う」が減少し、「買い時だと思わない」が上昇し、「分からない」も2.4pt上昇していることから、「買い時感」がやや低下しているように見受けられるものの、13年→14年の減少幅と比較すると減少傾向は鈍化。

< 2011年度～2015年度 不動産は買い時か : 全体 >



< 2011年度～2015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 (%)					回答数 (人)
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	
全体	24.4	24.2	28.6	18.3	15.2	23.0	21.0	17.9	22.6	23.3	52.6	54.8	53.5	59.1	61.5	16778
■ 性別																
男性	25.1	24.7	27.4	18.4	15.2	26.8	24.4	20.9	26.0	26.3	48.1	50.8	51.7	55.7	58.4	9436
女性	23.7	23.7	29.8	18.2	15.2	19.8	18.0	15.1	18.7	19.4	56.5	58.3	55.1	63.1	65.4	7342
■ 年代																
20代	23.0	25.0	33.1	21.8	17.5	28.0	25.8	21.2	25.8	29.0	49.0	49.2	45.7	52.4	53.6	1702
30代	28.6	30.2	34.0	23.9	22.8	20.3	19.1	17.1	21.7	21.8	51.1	50.7	48.9	54.4	55.4	3047
40代	22.7	21.7	26.4	16.8	14.7	21.2	20.4	16.8	21.3	21.9	56.1	57.9	56.8	61.9	63.4	4210
50代	19.4	19.2	23.4	13.2	12.2	25.6	21.6	18.8	23.2	23.8	55.0	59.1	57.8	63.6	64.0	4247
60代以上	24.6	20.9	23.2	16.1	11.7	24.8	19.7	16.8	22.0	23.0	50.6	59.4	60.0	62.0	65.3	3572
■ 地域																
北海道	19.3	23.0	23.4	13.3	13.4	28.6	20.2	18.5	26.6	21.6	52.1	56.8	58.1	60.1	65.1	784
東北	20.3	19.1	23.9	15.7	14.5	28.4	23.4	19.4	25.4	24.2	51.4	57.5	56.7	58.9	61.3	963
関東	27.1	25.5	31.1	19.4	16.1	23.3	21.6	18.6	23.1	24.4	49.6	52.9	50.3	57.6	59.5	6397
中部	22.0	23.0	25.8	18.4	13.6	22.4	21.1	17.4	22.5	23.7	55.7	55.9	56.7	59.0	62.7	2814
近畿	26.0	24.8	29.5	19.5	16.0	21.5	19.3	17.3	20.9	22.5	52.5	55.9	53.2	59.6	61.5	3084
中国	23.6	25.9	26.8	15.6	12.0	23.2	20.4	16.9	20.9	20.2	53.2	53.7	56.3	63.5	67.8	897
四国	24.0	24.9	29.3	17.0	13.4	25.8	22.2	13.8	18.2	22.2	50.2	52.8	56.9	64.9	64.4	432
九州・沖縄	22.0	23.5	29.4	18.0	16.4	17.9	20.7	17.9	22.3	22.0	60.0	55.9	52.8	59.7	61.5	1407

Q1-A. 買い時だと思理由は何ですか。(1つ選択)

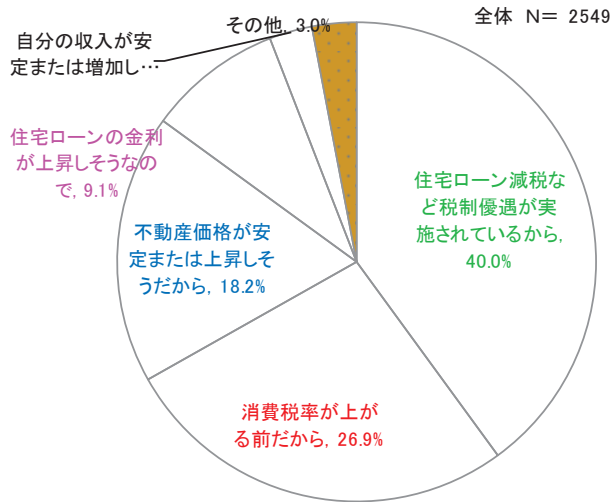
■ 税制優遇の利点「住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから」40.0%

■ 増税前の駆け込み需要「消費税が上がる前だから」26.9%

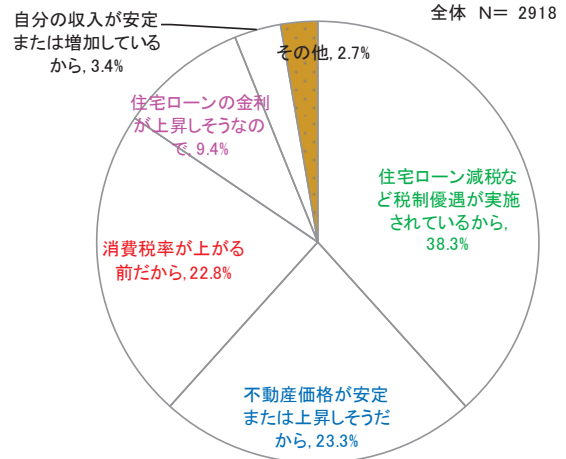
- ◆ 不動産が買い時だと思理由では、「住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから」が40.0%と最も多く挙げられ、「消費税が上がる前だから」が26.9%と続く。
- ◆ 「不動産価格が安定または上昇しそうだから」は年代が高いほど高い傾向。「住宅ローン減税など税制優遇が実施されているから」は30代~50代で高く、「消費税が上がる前だから」は20代と60代以上で高いなど、年代によって意識が異なる。

< 2015年度 不動産が買い時だと思理由(買い時だと思人のみ) >

<2015年度>



<2014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	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	住宅ローンの金利が上昇しそうなので	自分の収入が安定または増加しているから	その他
全体	2549	40.0	26.9	18.2	9.1	2.9
■性別						
男性	1435	38.8	24.5	21.4	9.8	2.6
女性	1114	41.6	29.9	14.0	8.1	3.1
■年代						
20代	297	30.6	33.0	13.8	10.1	7.7
30代	695	43.5	25.6	15.0	10.5	2.6
40代	620	46.6	22.4	16.1	9.2	2.7
50代	518	42.3	24.1	21.6	8.5	1.7
60代以上	419	28.4	34.6	25.3	6.4	1.4
■地域						
北海道	105	31.4	28.6	25.7	7.6	4.8
東北	140	39.3	32.1	12.9	6.4	5.7
関東	1030	41.2	25.0	20.5	8.2	2.6
中部	384	38.0	27.3	16.9	10.7	2.3
近畿	493	43.2	24.9	18.7	9.3	1.6
中国	108	38.9	34.3	7.4	11.1	2.8
四国	58	50.0	25.9	13.8	3.4	3.4
九州・沖縄	231	33.8	31.6	14.7	12.6	4.8
					全体+10pt	全体-10pt

【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%)

【2013年度 TOP3】

- 1 消費税率が上がる前だから(51.7%)
- 2 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%)
- 3 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】

- 1 消費税率が上がる前だから(48.2%)
- 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%)
- 3 不動産価格が安定または上昇しそうだから(9.9%)

【2011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(53.4%)
- 2 不動産価格が安定または上昇しそうだから(20.5%)
- 3 住宅ローンの金利が上昇しそうなので(9.7%)

Q1-B. 買い時だと思わない理由は何ですか。(1つ選択)

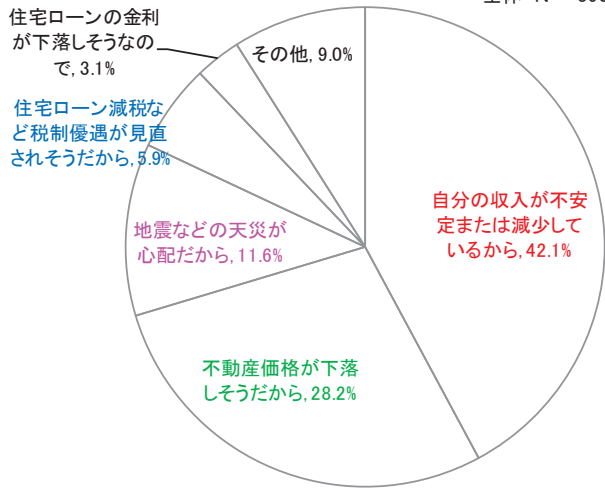
- 経済的不安定感「自分の収入が不安定または減少しているから」42.1%
- 「不動産価格が下落しそうだから」28.2%

◆ 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42.1%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28.2%、「地震などの天災が心配だから」が11.6%挙げられる。

< 2015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) >

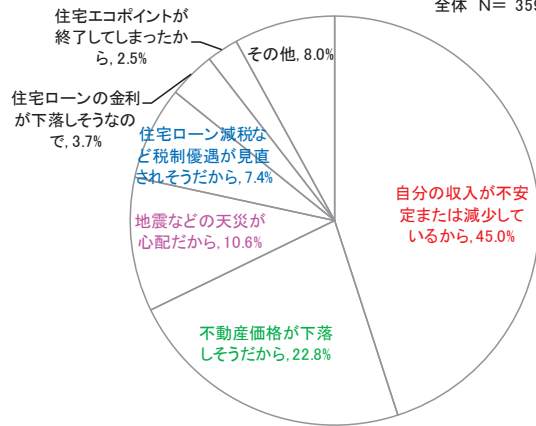
<2015年度>

全体 N= 3909



<2014年度>

全体 N= 3599



(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下落しそうなので	その他	
全体	3909	42.1	28.2	11.6	5.9	3.1	9.0
■性別							
男性	2486	39.5	33.5	9.4	5.8	3.1	8.7
女性	1423	46.7	19.1	15.6	6.1	3.0	9.5
■年代							
20代	493	58.4	12.6	12.6	5.7	1.6	9.1
30代	663	41.5	21.4	16.6	7.8	4.4	8.3
40代	922	39.2	29.9	10.8	6.9	4.7	8.5
50代	1009	41.6	32.3	11.4	4.8	1.7	8.2
60代以上	822	36.9	36.3	8.3	4.6	2.9	11.1
■地域							
北海道	169	42.6	33.1	8.3	4.1	3.0	8.9
東北	233	43.8	28.3	12.9	4.7	3.9	6.4
関東	1560	39.2	30.7	12.2	5.8	3.1	9.0
中部	667	42.4	24.9	13.6	6.4	3.3	9.3
近畿	693	42.1	28.6	10.0	6.5	2.7	10.1
中国	181	54.1	24.9	8.8	2.8	3.3	6.1
四国	96	42.7	30.2	16.7	3.1	3.1	4.2
九州・沖縄	310	47.4	21.0	9.4	8.4	2.9	11.0
					全体+10pt	全体-10pt	

【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%)

【2012年度 TOP3】

- 1 自分の収入が不安定または減少しているから(44.2%)
- 2 不動産価格が下落しそうだから(24.5%)
- 3 地震などの天災が心配だから(14.7%)

【2011年度 TOP3】

- 1 自分の収入が不安定または減少しているから(42.6%)
- 2 不動産価格が下落しそうだから(25.5%)
- 3 地震などの天災が心配だから(15.1%)

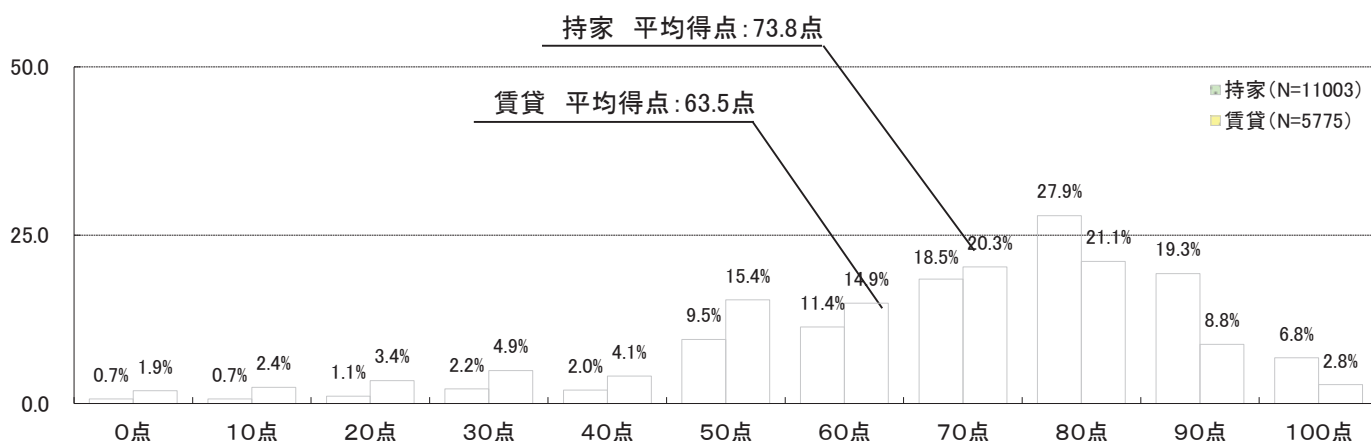
Q2. 現在のお住まいの満足度は何点ですか。(持家／賃貸)

■ 「持家」平均得点 :73.8点

■ 「賃貸」平均得点 :63.5点

- ◆ 現在「持家」に住んでいる方の、平均得点は73.8点、「賃貸」では63.5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する満足度が高く、「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、「賃貸」では70点～80を中心分布しており、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。

< 2015年度 住宅満足度 得点分布 >



< 2011年度～2015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)	
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	持家	賃貸
全体	72.7	72.4	72.6	73.2	73.8	66.9	65.1	65.1	64.5	63.5	11003	5775
■ 性別												
男性	73.3	73.1	73.3	74.2	74.8	67.1	65.2	64.6	63.5	62.5	6617	2819
女性	72.1	71.7	71.9	71.7	72.2	66.8	65.1	65.6	65.4	64.4	4386	2956
■ 年代												
20代	73.0	70.9	70.4	72.4	71.7	67.8	67.8	67.4	67.5	66.8	585	1117
30代	73.8	73.1	73.7	73.2	73.4	67.6	65.4	65.7	64.9	64.2	1568	1479
40代	72.2	71.6	71.6	71.7	72.4	64.8	62.8	63.6	61.9	62.0	2599	1611
50代	70.9	71.7	71.7	71.7	72.0	65.6	62.9	62.3	62.9	61.0	3172	1075
60代以上	74.0	74.9	75.2	77.1	77.4	68.0	66.2	64.5	64.2	63.9	3079	493
■ 地域												
北海道	73.9	73.3	73.3	74.0	74.4	64.6	64.2	62.6	62.5	63.0	455	329
東北	68.8	67.1	69.8	70.5	69.9	64.7	64.7	63.2	62.4	60.6	670	293
関東	74.3	73.9	73.9	74.4	75.6	67.4	65.2	65.4	64.8	64.0	4050	2347
中部	71.4	72.0	71.5	72.7	72.9	66.6	65.5	65.9	65.0	63.3	2044	770
近畿	72.9	72.3	72.2	72.5	73.6	67.6	64.9	64.6	63.3	63.8	2089	995
中国	72.3	71.3	72.7	73.4	72.3	66.7	63.7	63.8	64.1	61.6	589	308
四国	69.9	70.4	71.4	71.6	70.4	66.2	64.1	67.6	66.7	62.5	284	148
九州・沖縄	72.8	72.4	72.7	72.3	73.0	67.5	66.6	66.7	67.0	64.0	822	585

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」83.7% (一戸建て64.7% + マンション19.0%)

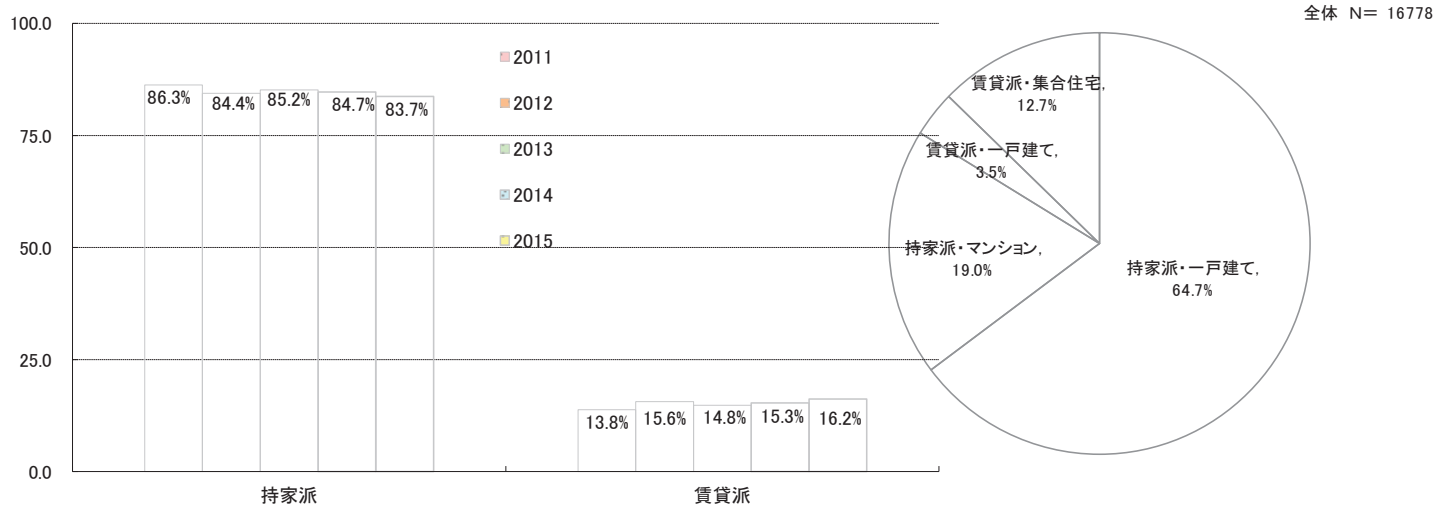
■ 「賃貸派」16.2% (一戸建て3.5% + 集合住宅12.7%)

◆ 15年度調査時において、持家派は83.7%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」が全体の約65%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割前後を占め、年代による大きな意識差はみられない。

< 2011年度～2015年度 持家派 or 賃貸派 >

< 2015年度 持家派 or 賃貸派 詳細 >



< 2011年度～2015年度 持家派 or 賃貸派 : 年代/地域別 >

	持家派 (%)					賃貸派 (%)					回答数 (人)
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	
全体	86.3	84.4	85.2	84.7	83.7	13.8	15.6	14.8	15.3	16.2	16778
■ 性別											
男性	85.7	83.7	85.2	85.2	84.5	14.3	16.3	14.8	14.8	15.6	9436
女性	86.7	85.0	85.2	84.2	82.8	13.3	15.0	14.8	15.8	17.2	7342
■ 年代											
20代	84.8	83.0	83.9	84.2	83.1	15.2	17.0	16.1	15.8	16.9	1702
30代	85.4	83.8	84.7	84.0	82.4	14.6	16.2	15.3	16.0	17.5	3047
40代	85.4	82.3	83.1	82.2	79.7	14.5	17.7	16.9	17.8	20.4	4210
50代	87.7	87.1	86.8	85.1	84.1	12.3	12.9	13.2	14.9	16.0	4247
60代以上	92.4	89.8	90.4	90.1	89.7	7.6	10.2	9.6	9.9	10.2	3572
■ 地域											
北海道	82.3	81.4	81.1	79.7	79.0	17.6	18.6	18.9	20.3	21.0	784
東北	88.7	86.3	86.8	87.2	87.7	11.3	13.7	13.2	12.8	12.3	963
関東	86.1	83.1	84.6	84.1	82.3	13.9	16.9	15.4	15.9	17.8	6397
中部	88.9	87.1	88.2	87.7	86.9	11.1	12.9	11.8	12.3	13.1	2814
近畿	86.6	85.0	86.1	84.9	85.3	13.4	15.0	13.9	15.1	14.7	3084
中国	81.9	85.8	85.0	84.5	82.3	18.2	14.2	15.0	15.5	17.6	897
四国	89.9	84.1	81.8	85.4	85.2	10.1	15.9	18.2	14.6	14.8	432
九州・沖縄	83.4	82.1	81.8	82.3	81.5	16.6	17.9	18.2	17.7	18.5	1407

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。

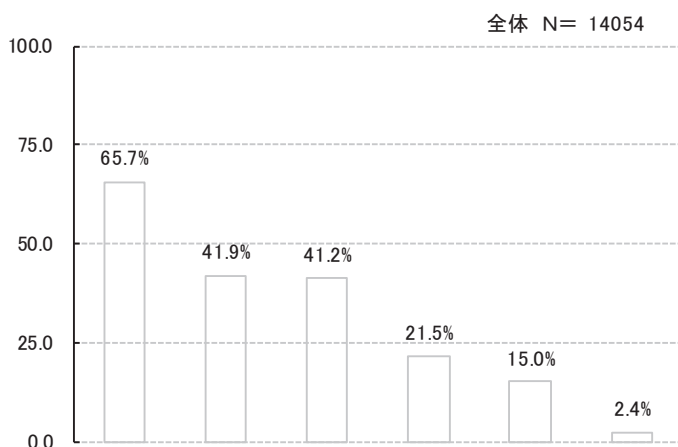
(3つまで選択可)

■ 「家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから」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%

- ◆ 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65.7%と最も多く挙げられ、次いで「落ち着きたいから」が41.9%、「持家を資産として考えているから」41.2%と続く。TOP3に挙げられる理由は、12年度／13年度／14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15.0%で、全体と比較して、年代が若い程強い傾向を示している。

< 2015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	賃貸は何かと(近隣や使い方)気を使う事が多いから	マイホームを持つのが夢だから	その他	
全体	14054	65.7	41.9	41.2	21.5	15.0	2.4
■性別							
男性	7969	64.6	41.2	43.0	18.7	12.0	2.1
女性	6085	67.1	42.8	38.8	25.1	19.0	2.8
■年代							
20代	1414	63.1	43.9	35.8	27.1	40.8	3.3
30代	2513	68.0	40.7	39.5	24.0	23.0	2.8
40代	3352	66.9	42.2	39.1	21.5	11.6	2.2
50代	3570	65.6	40.5	41.0	20.1	7.5	2.2
60代以上	3205	64.0	43.2	47.1	18.4	9.4	2.2
■地域							
北海道	619	55.6	43.9	38.4	27.8	17.3	1.1
東北	844	64.0	46.6	35.5	24.5	14.0	3.8
関東	5262	66.0	41.6	44.2	20.4	14.2	2.3
中部	2446	66.8	45.4	39.5	22.1	14.8	2.9
近畿	2629	66.5	37.4	41.8	20.2	14.8	1.6
中国	739	66.2	44.7	33.7	21.4	17.6	3.5
四国	368	66.0	41.6	35.1	20.9	13.3	3.3
九州・沖縄	1147	66.7	39.8	41.7	22.6	18.5	2.5
			全体+10pt		全体-10pt		

【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%)

【2012年度 TOP3】

- 1 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(62.0%)
- 2 落ち着きたいから(43.7%)
- 3 持家を資産と考えているから(37.6%)

【2011年度 TOP3】

- 1 家賃を支払い続ける事が無駄に思えるから(64.8%)
- 2 持家を資産と考えているから(38.0%)
- 3 落ち着きたいから(37.7%)

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。

(3つまで選択可)

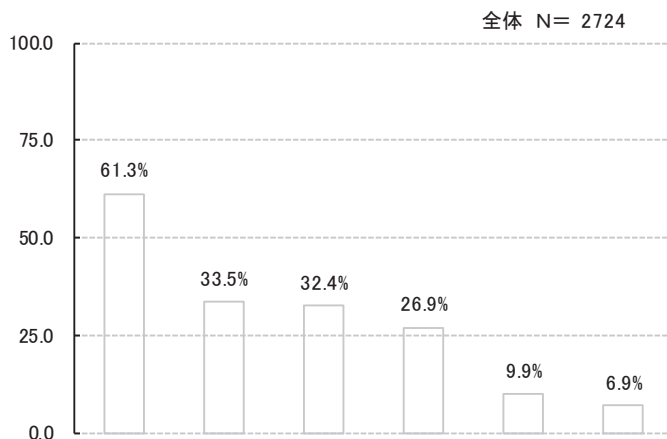
■ 経済的拘束の回避 「住宅ローンに縛られたくないから」61.3%

■ 勤務場所の変化や税金の負担感 「税金が大変だから」33.5% / 「仕事等の都合で」32.4%

◆ 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61.3%と最も高く、次いで「税金が大変だから」33.5%、「仕事等の都合で引越す可能性があるから」が32.4%と続き、ローンや税金など経済的な拘束を避ける理由や、勤務場所の変化の理由が多く挙げられる。

◆ 「仕事等の都合で引越す可能性があるから」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」は高齢層ほどやや高い傾向が見受けられる。

< 2015年度 賃貸派 理由 >



(N=)	住宅ローンに縛られたくないから	税金が大変だから	仕事等の(転勤・転職・退職などの)都合で引越す可能性があるから	家族構成の変化で引越す可能性があるから	相続する予定の家があるため	その他	
全体	2724	61.3	33.5	32.4	26.9	9.9	6.9
■性別							
男性	1467	63.7	34.4	32.4	22.4	9.1	5.8
女性	1257	58.6	32.5	32.4	32.1	10.8	8.2
■年代							
20代	288	55.9	26.7	51.0	35.1	9.4	3.8
30代	534	56.6	34.5	40.8	31.5	8.4	6.0
40代	858	65.3	33.0	33.9	25.4	10.1	6.1
50代	677	60.7	34.0	23.2	23.2	11.8	7.5
60代以上	367	64.6	37.6	18.8	24.0	8.4	11.4
■地域							
北海道	165	67.3	31.5	32.7	32.1	6.7	6.1
東北	119	59.7	34.5	33.6	29.4	13.4	6.7
関東	1135	58.9	30.7	34.3	26.6	10.4	7.0
中部	368	60.1	32.6	30.7	28.0	12.8	7.6
近畿	455	64.2	33.8	31.4	25.1	7.9	5.9
中国	158	65.8	41.8	25.3	17.7	8.2	8.2
四国	64	67.2	29.7	23.4	29.7	7.8	12.5
九州・沖縄	260	61.9	43.1	33.8	30.0	9.2	5.4
				全体+10pt		全体-10pt	

【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可能性があるから(34.9%)
 3 税金が大変だから(30.9%)

【2011年度 TOP3】
 1 住宅ローンに縛られたくないから(51.4%)
 2 仕事等の都合で引越す可能性があるから(40.4%)
 3 家族構成の変化で引越す可能性があるから(29.0%)

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 「交通の利便性が良い」58.2%／「周辺・生活環境が良い」55.6%

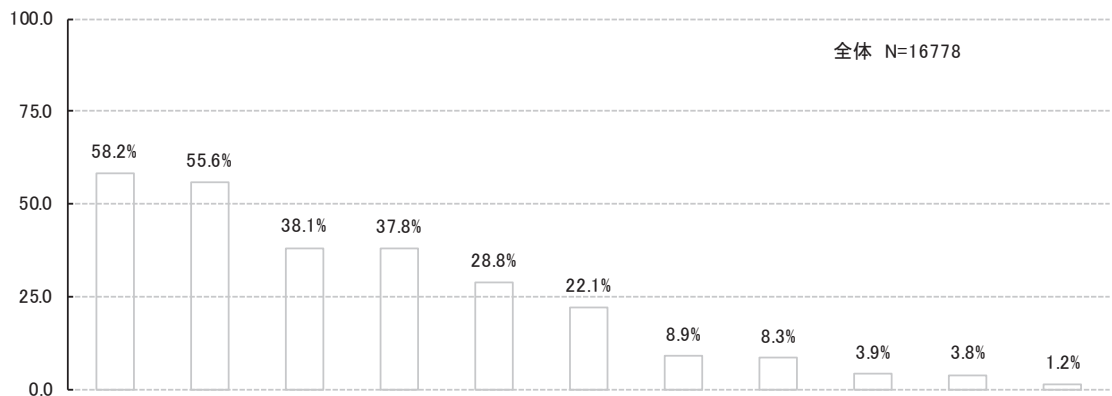
■ 日当たり(向き)・価格の重視 「不動産の価格」38.1%／「日当たり・住宅の向き」37.8%

◆ 住宅購入時に重視する点について、「交通の利便性が良い」が58.2%で最も多く挙げられ、次いで「周辺・生活環境が良い」が55.6%で生活環境を重視する傾向が見られる。

◆ 「不動産の価格」が38.1%で3位に挙げられているが、「日当たり・住宅の向き」が37.8%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。周辺の生活環境や価格は若年層ほど、交通の利便性や日当たり・住宅の向きは高年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。

< 2015年度 住宅購入重視点 >

【2015年度 TOP3】	【2014年度 TOP3】	【2013年度 TOP3】	【2012年度 TOP3】	【2011年度 TOP3】
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%)	1 交通の利便性が良い(52.3%)
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%)	2 不動産の価格(51.4%)
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%)	3 周辺・生活環境が良い(48.8%)



(N=)	交通の利便性が良い	周辺・生活環境が良い	不動産の価格	日当たり・住宅の向き	間取り数・間取りプラン	住宅の構造が良い(耐震・免震・断熱・バリアフリーなど)	土地の広さ	住み慣れている所だから	築年数が浅い	宅建業者(不動産会社)・建築会社などのアフターサービス	その他	
全体	16778	58.2	55.6	38.1	37.8	28.8	22.1	8.9	8.3	3.9	3.8	1.2
■ 性別												
男性	9436	58.8	53.8	38.8	34.2	26.9	20.8	10.8	8.4	3.5	3.1	1.2
女性	7342	57.3	57.8	37.1	42.3	31.1	23.7	6.5	8.0	4.6	4.8	1.1
■ 年代												
20代	1702	58.5	63.0	41.7	33.7	29.0	20.4	9.0	7.2	6.2	6.5	0.8
30代	3047	55.0	57.5	41.9	35.3	30.6	21.4	7.9	8.7	4.5	5.3	1.1
40代	4210	56.7	54.6	40.6	36.1	30.7	19.4	7.2	8.6	4.1	3.7	1.5
50代	4247	58.2	52.9	35.7	37.3	29.6	22.5	8.7	8.0	3.0	3.1	1.4
60代以上	3572	62.3	54.7	32.9	44.3	23.9	26.1	12.0	8.3	3.3	2.3	0.8
■ 地域												
北海道	784	55.4	53.7	34.4	39.7	32.0	20.9	8.0	9.8	5.2	4.1	0.8
東北	963	49.2	56.5	38.4	35.8	31.3	23.5	9.7	10.9	5.2	5.1	0.9
関東	6397	62.2	54.2	40.0	39.3	27.6	21.1	7.5	6.9	3.9	3.0	1.5
中部	2814	51.6	56.2	35.5	38.9	28.4	25.1	11.2	9.0	3.5	4.6	1.0
近畿	3084	63.9	57.3	37.3	33.1	29.2	20.7	8.5	8.3	3.5	3.5	1.1
中国	897	57.1	55.3	34.9	36.9	29.9	21.7	9.7	10.5	4.2	4.0	0.8
四国	432	47.7	57.2	39.6	39.6	24.5	23.4	13.7	9.5	5.1	4.2	1.6
九州・沖縄	1407	52.0	56.9	39.4	39.3	31.1	23.0	9.7	8.3	3.8	5.8	0.9
										全体+10pt	全体-10pt	

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)

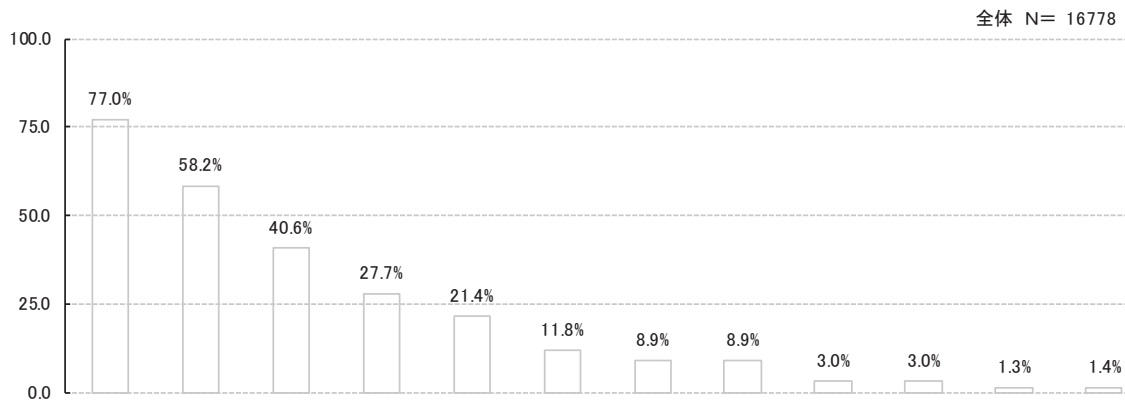
■ 賃貸重視点 「賃料」77.0%

■ 生活環境の重視 「交通の利便性が良い」58.2%、「周辺・生活環境が良い」40.6%

- ◆ 賃貸時に重視する点については、「賃料」が77.0%で最も多く挙げられ、次いで「交通の利便性が良い」が58.2%、「周辺・生活環境が良い」が40.6%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割弱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。

< 2015年度 住宅賃貸重視点 >

【2015年度 TOP3】	【2014年度 TOP3】	【2013年度 TOP3】	【2012年度 TOP3】	【2011年度 TOP3】
1 賃料(77.0%)	1 賃料(74.3%)	1 賃料(76.9%)	1 賃料(77.2%)	1 賃料(78.0%)
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%)	2 交通の利便性が良い(60.7%)
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%)	3 周辺・生活環境が良い(39.4%)



(N=)	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)	住み慣れている所だから	宅建業者(不動産会社)・管理会社などのサービス	IT関連の付帯設備の充実	その他	
全体	16778	77.0	58.2	40.6	27.7	21.4	11.8	8.9	8.9	3.0	3.0	1.3	1.4
■性別													
男性	9436	75.9	58.2	39.3	24.9	18.9	11.6	7.3	9.5	2.9	3.0	1.9	1.8
女性	7342	78.4	58.2	42.3	31.3	24.7	12.2	11.0	8.0	3.0	3.0	0.6	0.9
■年代													
20代	1702	85.0	56.5	46.1	30.2	18.7	14.2	11.8	7.5	2.8	3.0	1.5	0.2
30代	3047	79.8	54.4	43.7	31.2	21.0	12.6	9.3	6.8	3.3	2.5	1.3	0.8
40代	4210	79.4	56.7	41.4	29.5	19.0	11.2	7.8	6.7	3.3	3.3	1.3	1.2
50代	4247	75.2	59.5	37.9	26.5	21.5	10.9	8.1	9.1	2.6	3.2	1.1	1.2
60代以上	3572	70.1	62.4	37.7	22.8	26.0	12.0	9.5	13.4	2.9	2.8	1.6	2.9
■地域													
北海道	784	74.2	54.2	35.2	32.8	26.4	15.8	7.5	7.4	2.6	2.7	2.0	0.9
東北	963	77.1	51.9	42.8	28.6	20.8	12.7	8.1	12.5	3.6	5.6	1.2	1.9
関東	6397	77.7	62.4	38.4	26.7	22.5	10.7	8.1	7.9	2.6	2.3	1.3	1.8
中部	2814	75.8	52.7	41.6	27.1	22.4	13.1	9.7	10.9	2.6	3.2	1.3	0.9
近畿	3084	76.6	62.1	41.9	26.3	17.6	11.0	9.9	8.5	3.7	3.3	1.4	1.3
中国	897	77.5	54.1	44.5	25.6	20.3	11.3	9.6	8.8	3.0	3.2	1.0	1.7
四国	432	77.3	50.2	44.0	28.9	23.6	14.6	9.3	10.0	3.7	3.7	1.6	1.2
九州・沖縄	1407	78.6	53.2	44.1	33.6	20.6	13.1	9.7	7.9	3.2	3.0	1.2	0.8
										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)

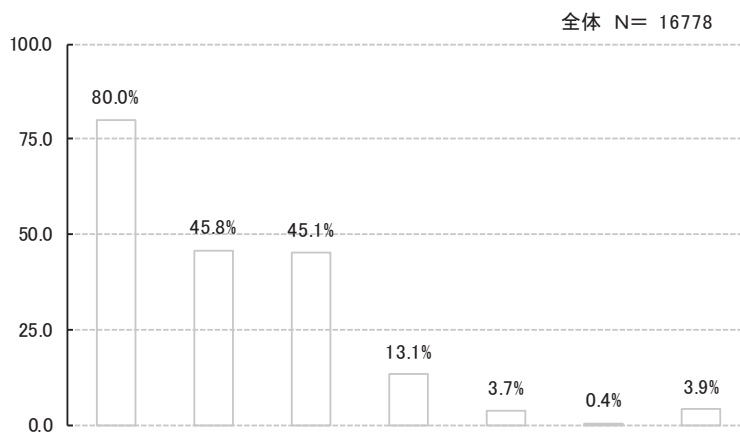
■ 物件情報最入手経路「インターネット・携帯サイト」80.0%

■ 若年層「インターネット・携帯サイト」 / 高齢層「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80.0%と最も多く挙げられ、次いで「新聞折り込みチラシ」が45.8%、「不動産情報誌」が45.1%と続く。
- ◆ 「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」では、高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。一方、「不動産情報誌」は年代による差は小さい。

< 2015年度 物件情報入手経路 >

【2015年度 TOP3】	【2014年度 TOP3】	【2013年度 TOP3】	【2012年度 TOP3】	【2011年度 TOP3】
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%)	1 インターネット・携帯サイト(79.1%)	1 インターネット・携帯サイト(69.2%)
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%)	2 不動産情報誌(51.2%)	2 新聞折り込みチラシ(59.3%)
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%)	3 新聞折り込みチラシ(48.9%)	3 不動産情報誌(55.0%)



(N=)	インターネット・携帯サイト	新聞折り込みチラシ	不動産情報誌	新聞広告	テレビ広告	ラジオ広告	その他	
全体	16778	80.0	45.8	45.1	13.1	3.7	0.4	3.9
■ 性別								
男性	9436	78.8	47.3	42.5	16.0	4.0	0.6	3.8
女性	7342	81.7	44.0	48.5	9.2	3.4	0.3	4.0
■ 年代								
20代	1702	90.4	27.1	44.1	6.1	5.6	0.8	2.9
30代	3047	87.8	35.3	46.8	6.6	3.0	0.4	3.3
40代	4210	80.7	45.2	44.7	9.6	3.1	0.5	3.8
50代	4247	77.8	51.2	43.9	14.1	3.0	0.3	3.9
60代以上	3572	70.3	58.1	46.1	24.8	5.1	0.4	5.1
■ 地域								
北海道	784	79.1	45.7	46.0	16.8	4.1	0.3	3.6
東北	963	78.1	44.5	47.7	15.6	4.9	0.8	3.6
関東	6397	82.6	43.7	42.7	11.1	3.3	0.4	4.4
中部	2814	77.6	48.3	47.4	15.4	3.5	0.5	3.1
近畿	3084	78.4	51.5	42.4	12.5	4.0	0.3	4.1
中国	897	77.0	46.4	50.6	14.0	4.2	0.6	3.2
四国	432	79.6	41.7	51.4	13.9	3.9	0.7	3.2
九州・沖縄	1407	80.7	40.2	49.5	13.9	4.1	0.4	4.1
				全体+10pt			全体-10pt	

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」45.1%

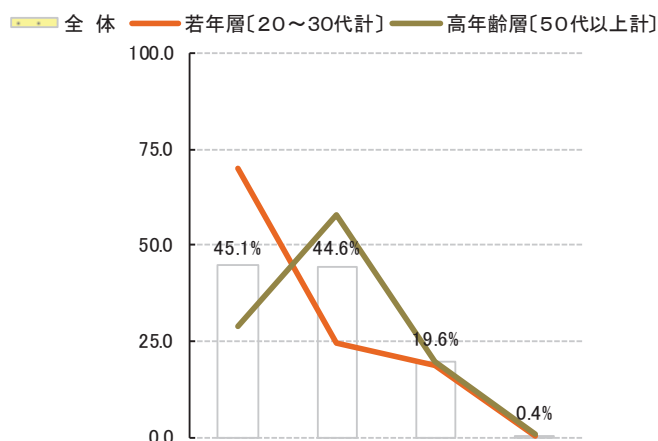
■ 賃貸物件検索手段として 若年層「利用経験が高い」 / 高齢層「利用経験が低い」

◆ 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45.1%、次いで「利用したことがない」が44.6%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、高齢層の利用経験が低い。

< 2015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 >

全体 N= 16778



	(N=)	賃貸物件 を探す時 に利用し たことが ある	利用し たことが ない	売買物件 を探す時 に利用し たことが ある	その他
全体	16778	45.1	44.6	19.6	0.4
■性別					
男性	9436	37.9	50.3	20.1	0.4
女性	7342	54.4	37.4	19.0	0.4
■年代					
若年層[20~30代計]	4749	70.1	24.3	18.5	0.2
20代	1702	74.9	21.3	11.4	0.1
30代	3047	67.4	26.0	22.5	0.2
40代	4210	47.3	43.1	21.0	0.3
高齢層[50代以上計]	7819	28.8	57.8	19.5	0.6
50代	4247	35.4	52.7	19.7	0.5
60代以上	3572	20.9	63.9	19.3	0.8
■地域					
北海道	784	48.0	44.0	15.8	0.6
東北	963	48.3	43.9	16.9	0.3
関東	6397	45.6	42.5	21.6	0.5
中部	2814	43.2	48.5	18.1	0.2
近畿	3084	41.2	47.0	20.7	0.5
中国	897	43.5	48.7	16.9	0.6
四国	432	45.4	47.9	15.3	0.7
九州・沖縄	1407	52.9	38.7	18.6	0.1
		全体+10pt	全体-10pt		

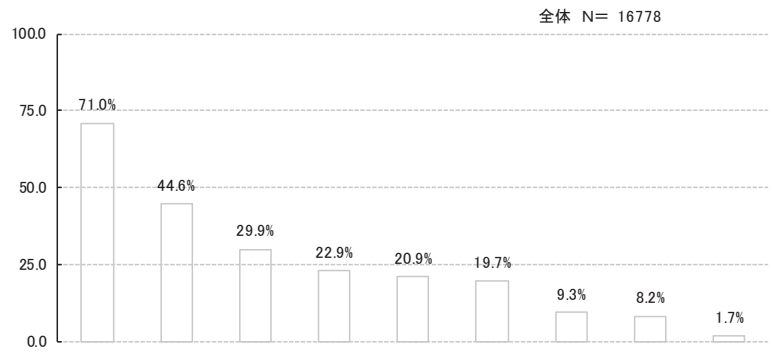
Q8. 住宅を買ったり売ったりする時に、どのような税金等の優遇措置があればよいと思いますか。
(3つまで選択可)

■ 住宅売買時に望む優遇措置「住宅の購入時にかかる税金の軽減措置」71.0%

■ 「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」44.6%

- ◆ 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71.0%と最も多く挙げられ、次いで「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44.6%となっている。
- ◆ 「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」は、30代では半数を超えているが、60代以上は低い傾向にある。また、「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」は、全体と比較して、60代以上で高い傾向を示し、「すまい給付金」は若年層で高いなど、ライフステージによって、求める優遇措置が異なる。

< 2015年度 住宅売買時に望む優遇措置 >



	(N=)	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	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)	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	住宅を購入すると所得に応じて給付金が受け取れるすまい給付金	住宅を親などから相続したときの税金の軽減措置	住んでいる住宅の値下がりや、売ったときに損失が出た場合の税金の軽減措置	環境に配慮した省エネ住宅を購入したときに商品と交換できるポイント制度	住宅を親などからもらう場合の贈与税の軽減措置	その他
■ 全体	16778	71.0	44.6	29.9	22.9	20.9	19.7	9.3	8.2	1.7
■ 性別										
男性	9436	70.4	43.2	32.6	20.0	18.8	19.1	8.9	7.7	2.1
女性	7342	71.7	46.4	26.4	26.7	23.5	20.5	9.7	8.8	1.2
■ 年代										
20代	1702	71.5	43.5	17.4	29.6	26.0	18.3	13.6	10.3	1.1
30代	3047	70.5	50.9	20.5	29.6	22.8	18.4	11.7	9.1	1.2
40代	4210	71.2	47.3	26.1	23.0	21.8	18.8	7.8	8.3	1.7
50代	4247	69.6	44.6	34.0	18.7	20.3	20.2	6.9	7.1	1.6
60代以上	3572	72.3	36.4	43.4	19.0	16.4	21.9	9.7	7.5	2.7
■ 地域										
北海道	784	67.9	45.8	26.9	27.3	18.5	19.4	10.2	6.5	2.3
東北	963	73.6	50.1	29.3	25.3	21.5	15.4	8.5	9.1	1.0
関東	6397	70.5	44.3	31.3	21.6	20.4	20.9	8.5	7.7	1.9
中部	2814	71.3	43.7	28.2	24.5	22.3	17.7	11.0	9.5	1.7
近畿	3084	69.8	44.0	31.5	20.6	20.1	21.5	8.4	7.4	1.7
中国	897	71.0	42.1	29.5	23.9	22.0	16.5	10.1	10.0	2.0
四国	432	75.7	44.4	25.9	22.9	21.5	16.7	13.0	7.9	1.2
九州・沖縄	1407	73.3	45.8	27.0	26.2	22.2	20.3	9.3	8.8	1.6
■ 現在お住まいの形態										
持家派	14054	72.6	45.8	32.0	22.1	20.9	19.6	9.5	8.2	1.3
賃貸派	2724	62.4	38.1	19.1	26.9	21.1	20.1	8.2	8.2	3.8
■ 「賃貸派」(一戸建派・集合住宅派含む)回答理由										
住宅ローンに縛られたくないから	1671	67.5	42.4	18.9	27.5	19.8	20.3	7.5	8.2	3.3
仕事等(転勤・転職・退職など)の都合で引越す可能性があるから	882	67.1	43.3	20.9	26.1	24.5	24.4	9.0	8.0	2.7
家族構成の変化で引越す可能性があるから	732	68.0	40.7	23.6	26.9	26.1	24.9	10.7	10.8	2.0
税金が大変だから	912	62.9	43.2	20.2	32.0	21.3	25.3	8.9	9.0	3.8
相続する予定の家があるため	270	54.4	34.8	15.2	24.8	48.9	20.7	6.3	15.2	1.9
その他	188	55.3	29.3	22.9	26.6	21.3	13.8	9.0	8.0	20.2
						全体+10pt	全体-10pt			

Q9. 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)

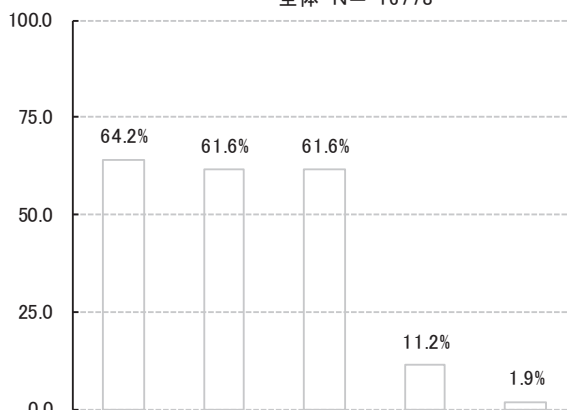
■ 中古住宅購入時に必要なもの「保険が付されていること」64.2%

■ 「履歴情報が残っていること」61.6%

- ◆ 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64.2%と最も多く挙げられ、次いで「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」がともに61.6%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、高齢層はやや高い傾向にある。
- ◆ 若年層では「建物診断が付されていること」を最も重視する傾向が見受けられる。

< 2015年度 中古住宅購入選考時に必要と思うこと >

全体 N= 16778



	(N=)	瑕疵保険 が付され ているこ と	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	瑕疵保 険、履歴 情報、イン スペク ションが 付されて いなくて も、とに かく価格 が安いこ と	その他
全体	16778	64.2	61.6	61.6	11.2	1.9
■ 性別						
男性	9436	66.5	59.0	56.2	12.4	2.2
女性	7342	61.3	64.9	68.5	9.5	1.6
■ 年代						
20代	1702	54.1	60.9	66.6	10.0	1.8
30代	3047	60.9	64.7	65.2	11.0	1.5
40代	4210	65.4	62.4	61.2	10.8	1.7
50代	4247	66.7	59.7	59.4	11.7	1.7
60代以上	3572	67.6	60.6	59.0	11.6	3.0
■ 地域						
北海道	784	61.7	60.6	60.6	10.1	1.0
東北	963	62.9	63.3	62.4	12.8	1.3
関東	6397	66.3	61.2	62.4	11.3	2.1
中部	2814	62.5	61.7	62.2	10.3	2.1
近畿	3084	63.0	60.1	59.9	10.9	2.2
中国	897	61.3	63.0	59.4	12.2	1.4
四国	432	63.7	60.9	60.0	13.9	1.2
九州・沖縄	1407	65.0	65.3	62.0	11.0	1.8
		全体+10pt		全体-10pt		

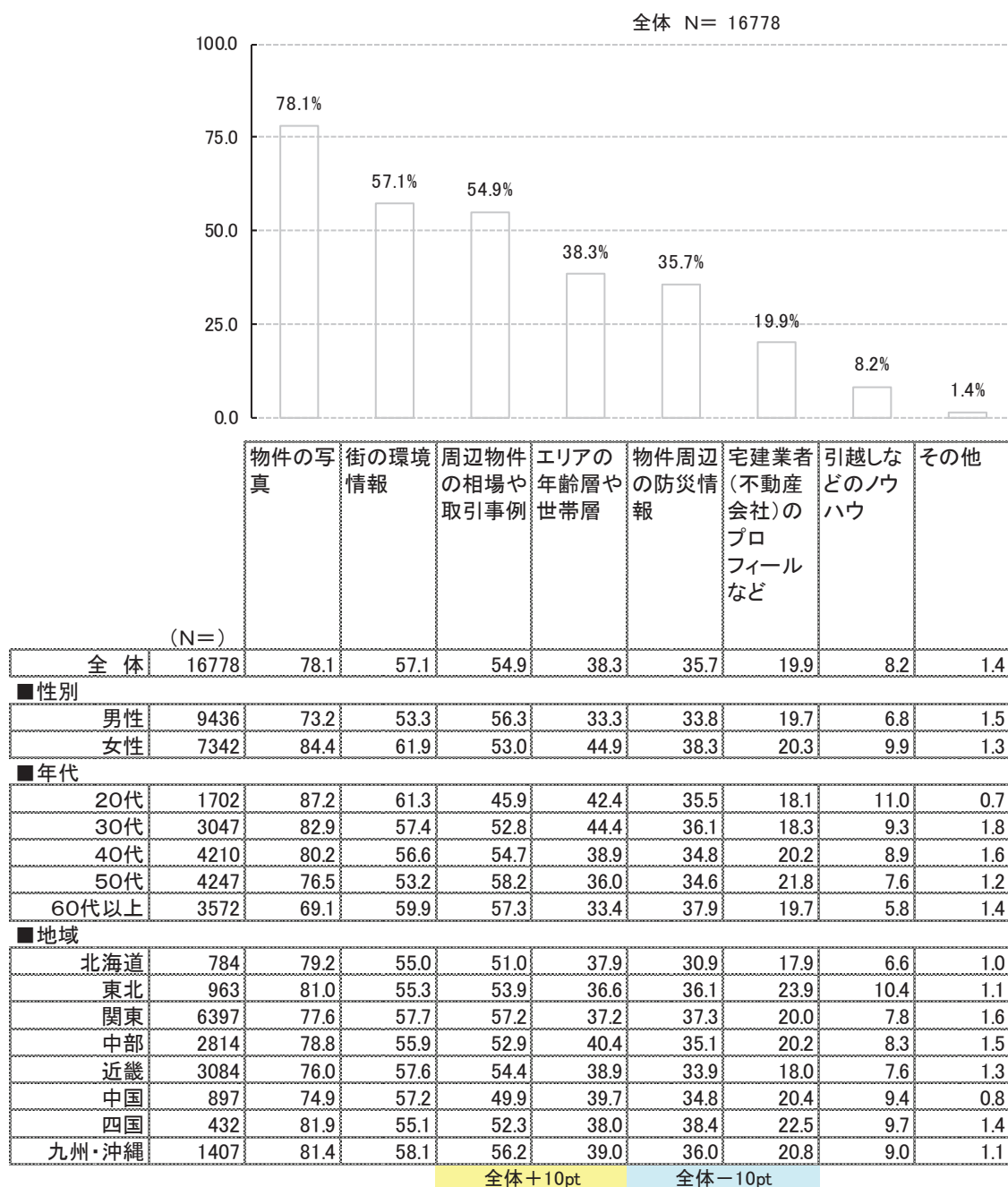
Q10. 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報は何か。(複数選択可)

■ 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」78.1%

■ 「街の環境情報」57.1%／「周辺物件の相場や取引事例」54.9%

- ◆ 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78.1%と最も多く挙げられ、次いで「街の環境情報」が57.1%、「周辺物件の相場や取引事例」が54.9%となっている。
- ◆ 「物件の写真」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。

< 2015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 >

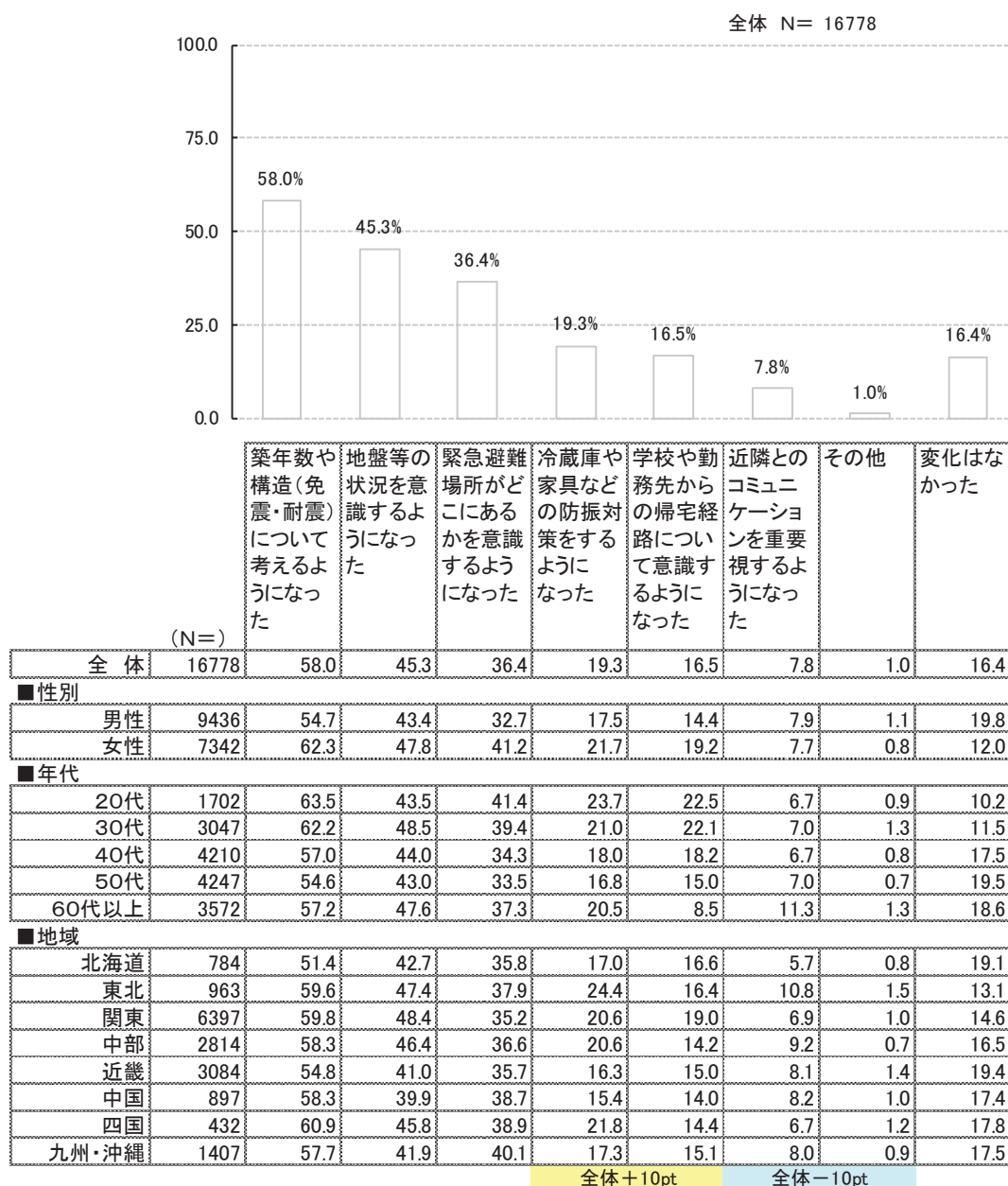


Q11. 2011年3月の東日本大震災後、住まいに関する意識についてどのような変化がありましたか。(3つまで選択可)

- 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」58.0%
- 震災時に、屋内・屋外にいた場合を想定しての安全性意識と危険回避

- ◆ 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58.0%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45.3%、「緊急避難場所がどこにあるかを意識するようになった」が36.4%となっている。
- ◆ 震災時を想定して、屋内にいる場合の耐震性・免震性、屋外にいる場合の自身の危険回避についての意識が見られる。「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。
- ◆ 一方、「変化はなかった」は16.4%で、40代以上で高い。

< 2015年度 2011年3月の東日本大震災後、住まいに関する意識の変化 >



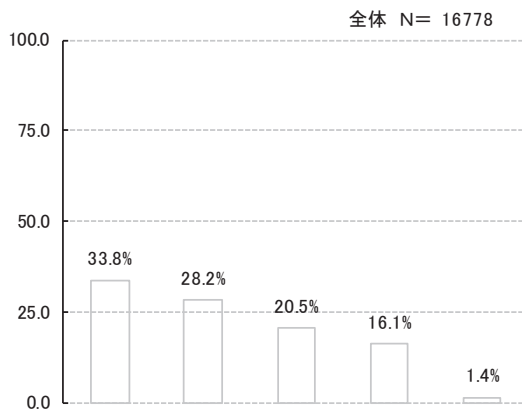
Q12. 家を売り買いしたり、部屋の貸し借りをしたりする場合、宅建業者(不動産会社)に対して、最も期待することは何ですか。(1つ選択)

■ 「接客応対や説明が丁寧にしてもらえること」33.8%

■ 「契約成立に向けた巧みな交渉」28.2% / 「住宅売買・購入時の的確なアドバイス」20.5%

- ◆ 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33.8%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28.2%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。

< 2015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 >



(N=)	接客応対や説明が丁寧にしてもらえること	契約成立に向けた交渉をうまくやってもらえること	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のについての的確なアドバイスをしてもらえること	地域事情や取引に関する法律や制度等の情報を詳しく説明してもらえること	その他	
全体	16778	33.8	28.2	20.5	16.1	1.4
■性別						
男性	9436	32.5	30.0	19.3	16.4	1.8
女性	7342	35.4	26.0	22.0	15.6	1.0
■年代						
20代	1702	48.0	25.9	15.6	9.8	0.8
30代	3047	40.7	24.4	19.9	13.8	1.3
40代	4210	35.1	29.0	20.0	14.5	1.4
50代	4247	29.2	30.4	22.3	17.0	1.1
60代以上	3572	24.9	29.1	21.7	21.8	2.4
■地域						
北海道	784	34.4	27.8	25.0	11.6	1.1
東北	963	36.2	25.4	22.1	15.3	0.9
関東	6397	32.9	29.6	20.2	15.8	1.6
中部	2814	34.1	26.5	20.3	17.8	1.4
近畿	3084	32.4	30.3	19.1	16.5	1.6
中国	897	37.0	25.9	19.8	15.6	1.7
四国	432	37.5	26.6	19.4	14.8	1.6
九州・沖縄	1407	34.8	25.3	22.6	16.3	1.0
		全体+10pt		全体-10pt		

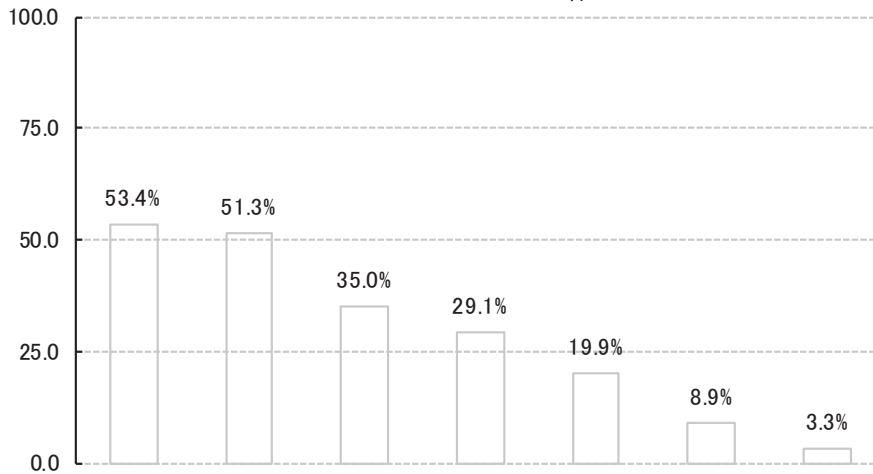
Q13. あなたの人生設計(ライフプラン)の中で、下記項目のうち、重視するものは何ですか。
(複数選択可)

- 「貯蓄・投資」53.4% / 「仕事」51.3%
- 「子供の教育」35.0% / 「趣味・習い事」29.1%

- ◆ 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53.4%と最も多く挙げられ、次いで「仕事」が51.3%となっている。
- ◆ 「子供の教育」は20代、30代では半数を超え、「貯蓄・投資」「仕事」は若年層ほど高い一方、「趣味・習い事」については、60代以上がやや高い傾向が見られるなど、年代によって意識が異なる。

< 2015年度 人生設計(ライフプラン)の中で、重視するもの >

全体 N= 16778



(N=)	貯蓄・投資	仕事	子供の教育	趣味・習い事	不動産(マイホームなど)の購入	車・バイクの購入	その他	
全体	16778	53.4	51.3	35.0	29.1	19.9	8.9	3.3

■性別

男性	9436	47.9	54.4	28.6	29.9	18.4	10.3	3.1
女性	7342	60.4	47.4	43.2	28.1	21.8	7.1	3.6

■年代

20代	1702	60.2	59.1	50.4	29.7	27.5	11.0	1.2
30代	3047	59.8	54.7	51.5	26.2	24.5	9.7	2.0
40代	4210	52.0	53.3	39.5	28.1	15.8	9.9	2.8
50代	4247	50.0	54.6	26.0	27.5	16.2	8.8	3.5
60代以上	3572	50.3	38.6	18.7	34.5	21.6	6.1	5.9

■地域

北海道	784	50.8	51.8	38.0	25.3	18.1	10.6	2.9
東北	963	55.3	52.5	35.5	28.5	21.7	11.1	2.8
関東	6397	52.6	51.2	33.0	31.0	21.3	7.9	3.8
中部	2814	54.4	51.6	36.4	28.7	18.7	9.8	3.5
近畿	3084	51.8	49.7	33.0	30.1	18.4	8.0	2.8
中国	897	53.5	50.6	36.2	27.3	17.9	9.8	3.9
四国	432	51.2	51.6	38.2	27.1	16.7	11.3	3.5
九州・沖縄	1407	59.1	53.9	41.5	23.5	21.4	9.5	2.5

全体+10pt

全体-10pt

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。
(複数選択可)

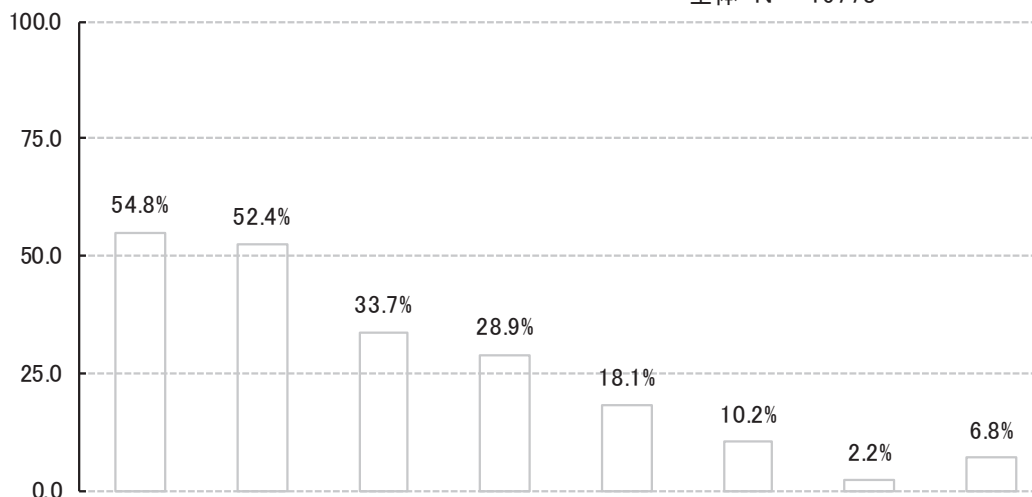
■ 「店舗の雰囲気が良い」54.8% / 「ネット情報や口コミでの評判のよい」52.4%

■ 「ホームページが充実している」33.7% / 「自宅から近い」28.9%

- ◆ 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」が54.8%と最も多く挙げられ、次いで「ネット情報や口コミ等で評判のよい」が52.4%となっている。
- ◆ 「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」「ホームページが充実している」は若年層ほど高く、「自宅から近い」は高齢層ほど高い傾向が見られる。

< 2015年度 不動産店を選ぶポイント >

全体 N= 16778



(N=)	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	ホームページが充実している	自宅から近い	友人・知人等による紹介	CMや広告等でよく目にする	その他	特にない	
全体	16778	54.8	52.4	33.7	28.9	18.1	10.2	2.2	6.8

■ 性別

男性	9436	49.6	48.0	31.5	29.2	15.7	10.2	2.2	8.5
女性	7342	61.5	58.1	36.5	28.5	21.0	10.1	2.2	4.6

■ 年代

20代	1702	64.5	61.8	42.7	23.7	18.7	10.8	1.1	2.1
30代	3047	65.6	56.8	40.0	25.0	18.8	9.7	2.1	3.9
40代	4210	60.2	51.5	32.7	28.0	17.5	8.4	2.5	5.9
50代	4247	48.8	50.1	30.0	31.3	16.8	9.0	2.2	8.3
60代以上	3572	41.8	48.2	29.6	32.9	19.2	13.8	2.7	10.8

■ 地域

北海道	784	54.1	51.8	32.5	22.1	15.9	10.5	1.7	8.3
東北	963	56.1	55.2	37.0	24.7	18.9	11.0	2.0	6.4
関東	6397	54.9	51.4	34.3	30.5	16.6	9.9	2.3	7.1
中部	2814	53.7	52.7	32.6	28.6	18.2	10.3	2.1	7.0
近畿	3084	53.8	50.7	31.8	30.9	18.5	10.1	2.2	7.2
中国	897	57.1	53.4	32.7	29.1	20.0	10.7	2.5	5.0
四国	432	53.7	55.6	35.6	25.5	22.5	10.0	2.8	4.9
九州・沖縄	1407	57.1	57.7	35.9	25.4	21.6	10.2	2.0	5.4

全体 +10pt 全体 -10pt

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」58.4% / 「わるい・計」41.6%

- ◆ 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58.4%と最も多く挙げられ、「わるい・計」では41.6%となっている。
- ◆ 特に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。

< 2015年度 不動産店に対してもっているイメージ >

		0%	20%	40%	60%	80%	100%			
(N=)		よい	ややよい	ややわるい	わるい	よい・計	わるい・計	加重平均		
全体	16778	8.3	50.0		36.1	5.5	58.4	41.6	2.6	
■性別										
男性	9436	7.7	47.3		38.0	7.0	55.0	45.0	2.6	
女性	7342	9.2	53.6		33.8	3.4	62.8	37.2	2.7	
■年代										
20代	1702	13.0	58.8		25.4	2.9	71.7	28.3	2.8	
30代	3047	10.4	51.9		33.3	4.4	62.3	37.7	2.7	
40代	4210	7.6	49.6		36.7	6.2	57.2	42.8	2.6	
50代	4247	6.5	46.9		40.0	6.7	53.3	46.7	2.5	
60代以上	3572	7.5	48.7		38.5	5.3	56.2	43.8	2.6	
■地域										
北海道	784	9.6	51.7		35.2	3.6	61.2	38.8	2.7	
東北	963	8.4	52.9		34.2	4.6	61.3	38.7	2.7	
関東	6397	8.1	48.3		37.3	6.3	56.3	43.7	2.6	
中部	2814	7.9	51.5		35.6	5.0	59.4	40.6	2.6	
近畿	3084	8.0	48.0		37.8	6.2	56.0	44.0	2.6	
中国	897	8.6	52.7		35.1	3.6	61.3	38.7	2.7	
四国	432	9.0	53.7		33.6	3.7	62.7	37.3	2.7	
九州・沖縄	1407	10.2	54.1		31.3	4.3	64.3	35.7	2.7	
							全体+10pt	全体-10pt		

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。

■ 共通ワード／「対応」「イメージ」「物件」「情報」

- ◆ 「よい・計」では、「対応がよい／丁寧」「印象・イメージが良い／過去の経験」「物件が良い」「豊富な情報」「専門知識に基づいた的確なアドバイス」などの意見が挙げられた。
- ◆ 「わるい・計」では、「対応が悪い／態度」「印象・イメージが悪い」「物件が良くない」「情報を全て伝えない」「不透明な料金体系」「手数料が高い」などの意見が挙げられた。

< 2015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	
自分の求める条件を提示すると、その条件に見合った物件を探し出してくれるから。また、賃貸情報について専門知識を含めてわかりやすく説明してくれる。	男性
やはり自分自身の限られた不動産に関する知識以上の知識を持っているため、すべてのアドバイスが適切で筋が通っており納得するから。	男性
お客様の気持ちになって、親身に考えてくれる。丁寧に説明してくれるので、聞きやすい、分かりやすい。子供がいる家庭への配慮、気配りがあり、信頼できる。	女性
30代	
引っ越して購入する際、丁寧な対応とフォローがしっかりしていたから。	男性
以前、賃貸で家を探していた際に、どの不動産も電話やメールで情報をくださったり、迅速に対応をしてくださったりと対応が丁寧であったため。	男性
現在住んでいる場所を決めるときにすぐ親身になって探していただき、その後も色々住みやすいかなど確認してもらえなど、すごく良い対応をもらったので。	男性
中古物件の購入を検討していた時、該当物件のメリット&デメリットを教えてくれた。押しつけることなく、私達がよく考えることができるよう配慮してくれていたから。	女性
口コミで評判はあまり良くない印象でしたが、一度賃貸で接客してもらい、親切丁寧な対応をもらったことで印象が変わりました。	女性
40代	
競争が厳しいので、以前に比べると対応、お店の雰囲気も良くなったと感じるので。	男性
物件についての知識が豊富で客にとって本当にオススメであるかを考えてくれるから。	男性
高額な物件を取り扱っているという使命感を持つ不動産業者が増えてきた。	男性
今まで何件か引っ越ししましたが、条件に合った部屋や、引っ越し屋さんの紹介、対応なども親切にしてくれました。	女性
インターネットサイトに載っていない物件の情報を教えてくれたことがあったので。	女性
50代	
数年前、子供たちが独立するときに、賃貸物件や購入物件について不動産店で聞いて調べたことがありますが、皆さんとても丁寧な対応で、物件の説明や表示も的確で、これなら大丈夫だと思いました。私が首都圏に出てきたり結婚した際に家を探した時(昭和40年代後半)に受けた印象とは全く違うので、正直言って驚きました。	男性
不動産の取引をする業者は決まっており今まで数回売買をしていても親身に接してくれ、また友人に紹介しても評判がよかった。	男性
マンションの売却でお世話になった不動産会社の担当の方が親切丁寧でこちらの望むところの売却価格や条件での交渉を一生懸命努力して誠実に対応していただきました。	女性
以前、知らない土地で物件を探しているとき、何件か回っているとき社員の対応でその土地の印象が変わる。	女性
60代以上	
相続して空き家になっていた実家を不動産会社に売買手続きを依頼しましたが、丁寧に処理してもらい、手続等も代行してもらったので、ありがたかったです。実家建築を担当した不動産会社に最初に依頼したのですが、なかなかかからなかったため、別の業者に依頼したところすぐにやってもらいました。	男性
以前より専門的な知識の豊富な担当者が多い。	男性
マンションを探していて実際に見せてもらったとき、親身になって相談に乗ってくれるしアドバイスも適切だから。	女性
借家を探していたとき、最初に見た物件より若干高くなかったが、より良い物件を紹介してくれた。	女性
わるい・計	
20代	
ネットでいいと思った物件が見られると聞いて行ったら、嘘をばかりで、目当ての物件が見られなかったから。	男性
利益の追求をして営業をしている人がほとんどだから。	女性
30代	
社会全体にとって好ましくない既得権益を守ることを助長しているのではないかという懸念があるため。	男性
提供するサービスの内容とそれを受けることで発生する費用が釣り合っていないような気がする。	男性
以前、賃貸を選ぶ際に、情報が少なく、住んでから、あちらこちらに傷んだ箇所があった。しかも、オーナーも話を聞いてくれる方だと聞いていたが、実際はそんなことなく、色々苦勞した。きちんと本当の情報が欲しいと思いました。	男性
あまり汚れてなくても、退去の時リフォーム代金を支払わされた。	女性
店頭や情報誌で希望の物件を見つけて来店しても、その物件を紹介してもらえない場合が圧倒的に多かったり、物件を見に行った際に「今契約しないと、他に紹介してる人に決まってしまう」等とその場で即決を迫られる場合が今までの経験で数々あったため。	女性
契約成立後に対応が悪くなる事が多い。	女性
40代	
適正な価格がわからないため、誤魔化されているように思えるから。	男性
ローンを組む際、金利が高い聞いたことがない銀行を紹介してくる。	男性
不動産業界では当たり前の言葉などが一般人にはわかりにくい。	女性
仲介手数料が高い。担当によって差がある。	女性
50代	
契約させたい物件に、誘導しているのが明らかに見える。	男性
マンションの郵便受けに無造作に不動産関連のチラシが入れられており、少し迷惑だから。	男性
買い手に不利な情報を話さずあえて隠している。価格の相場が不明確だった。など過去に嫌な経験がある。素人に分からないところで儲けられている感じが強く印象に残った。	女性
60代以上	
顧客の利益より売らんかなの姿勢が強いこと。	男性
購入後態度わるくなる。	女性

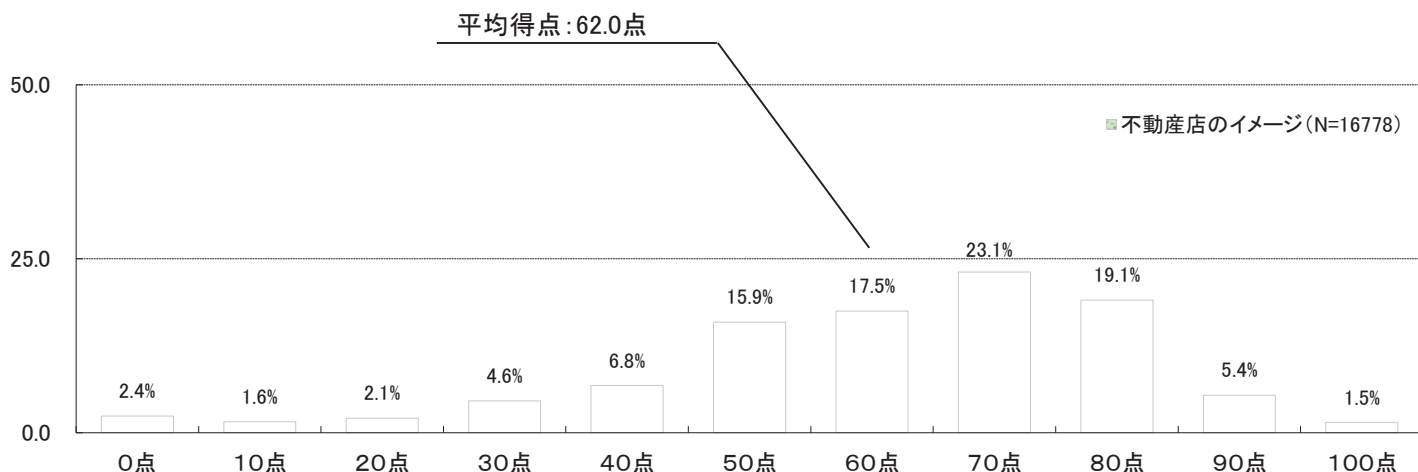
Q16-B. あなたの不動産店のイメージを点数で評価すると、100点満点で何点になりますか？

※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 :62.0点

- ◆ 「不動産店のイメージ」の平均得点は62.0点となっており、70点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両極端に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49.1%と約半数である。
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。

< 2015年度 不動産店のイメージ 得点分布 >



< 2015年度 不動産店のイメージ 平均得点 >

	(N=)	0点	10点	20点	30点	40点	50点	60点	70点	80点	90点	100点	平均	70点以上
全体	16778	2.4	1.6	2.1	4.6	6.8	15.9	17.5	23.1	19.1	5.4	1.5	62.0	49.1
■性別														
男性	9436	3.1	1.8	2.3	5.3	7.4	16.5	18.0	22.5	16.9	4.7	1.5	60.3	45.6
女性	7342	1.6	1.3	1.9	3.7	6.0	15.0	17.0	23.9	21.9	6.3	1.5	64.2	53.6
■年齢														
20代	1702	1.6	0.9	1.6	3.0	6.1	11.2	16.3	25.0	24.1	7.5	2.5	66.7	59.1
30代	3047	2.2	1.5	2.1	4.1	4.9	15.6	16.4	23.9	21.2	6.4	1.5	63.6	53.0
40代	4210	3.5	1.8	2.5	4.5	7.0	16.7	16.9	20.8	19.7	5.2	1.5	60.8	47.2
50代	4247	2.8	2.1	2.8	5.9	7.9	16.4	18.2	22.8	15.5	4.6	1.1	59.4	44.0
60代以上	3572	1.3	1.2	1.2	4.2	7.3	16.7	19.1	24.5	18.5	4.7	1.3	62.9	49.0
■地域														
北海道	784	1.9	0.9	2.9	4.0	5.7	16.6	17.2	22.3	20.7	6.0	1.8	63.2	50.8
東北	963	1.5	1.9	1.8	4.4	6.5	15.9	18.1	23.4	19.1	5.7	1.9	63.0	50.1
関東	6397	2.7	1.8	2.3	4.6	7.3	15.6	17.5	23.1	18.4	5.3	1.5	61.5	48.3
中部	2814	2.5	1.7	2.0	5.3	6.3	16.5	17.3	22.7	19.5	4.8	1.4	61.7	48.4
近畿	3084	2.8	1.6	2.2	4.7	7.5	17.3	18.0	22.1	17.5	4.9	1.4	60.9	45.9
中国	897	1.9	1.3	1.2	3.2	6.6	14.0	18.7	27.0	19.3	5.4	1.3	63.9	53.0
四国	432	2.8	1.6	1.9	4.2	6.0	13.4	16.2	25.7	21.5	5.8	0.9	62.9	53.9
九州・沖縄	1407	1.8	1.4	1.8	4.1	5.3	14.4	16.5	22.7	23.2	7.4	1.5	64.7	54.8

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」57.6%／「知らない」42.4%

- ◆ ハトマークの認知については、「知っている」が57.6%で、6割弱が認知している。
- ◆ 年代では40代の認知が6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75%以上が認知しており、顕著に高い一方で、「北海道」「関東」「中国」「四国」では50%台前半でやや低いなど、地域による差が見受けられる。

< 2015年度 ハトマークの認知 >

		0%	20%	40%	60%	80%	100%
		知っている			知らない		
	(N=)						
全体	16778		57.6			42.4	
■性別							
男性	9436		57.0			43.0	
女性	7342		58.2			41.8	
■年代							
20代	1702		51.2			48.8	
30代	3047		59.1			40.9	
40代	4210		62.0			38.0	
50代	4247		57.1			42.9	
60代以上	3572		54.5			45.5	
■地域							
北海道	784		52.2			47.8	
東北	963		62.2			37.8	
関東	6397		53.7			46.3	
中部	2814		60.0			40.0	
近畿	3084		56.9			43.1	
中国	897		53.3			46.7	
四国	432		53.9			46.1	
九州・沖縄	1407		75.4			24.6	

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/>