

KITAKEI-Report

No.187
March2025

発行：北恵株式会社 〒 541 - 0054 大阪市中央区南本町 3 - 6 - 14 TEL.06 - 6251 - 6701
<https://www.kitakei.jp/>

総合住宅展示場来場者アンケート調査報告 住宅計画者に、より良い提案をしよう

(一財)住宅生産振興財団と住宅展示場協議会はこのほど、2024 年度の「総合住宅展示場来場者アンケート2024 調査報告書—レジリエンス住宅について& ZEH への意識・関心と採用意向について—」を1月21日に公表しました。これは両団体が1999 年度から毎年度総合住宅展示場来場者を対象に住宅取得等に当たっての意識について調査しているもの。総合住宅展示場における住情報提供のあり方、住宅メーカーなどの商品開発等の参考にすることを目的に実施しています。調査期間は2024 年8 月24 日～9 月25 日、有効回収数が624 票です。

建築予算は

来場者の世帯主年代は若年層（34 歳以下）が前年比3.5 ポイント減の38.1%、中年層（35～49 歳）は前年比1.7 ポイント増の38.9%、熟年層（50 歳以上）は前年比1.6 ポイント増の22.8%でした。昨年増加した若年層は今年は減少し2021～2022 年と同水準となっています。

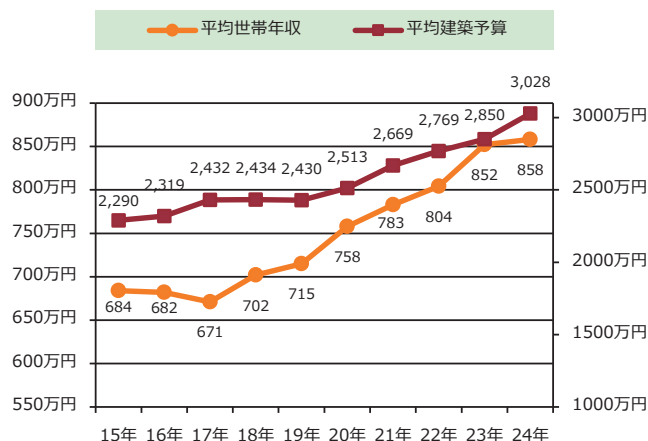
平均世帯年収は858 万円で今年も過去10 年の最高額を更新しました。2018 年から7 年連続の増加となっています。過去5 年の推移を世帯主年代別で見ると、2 年連続で熟年層では減少し中年層では増加、若年層は前年並みでした。昨年同様、世帯年収は中年層、熟年層、若年層の順で多いですが、若年層と熟年層の差は約20 万円と昨年よりさらに縮小しています。

平均建築予算についても、昨年から178 万円増の3028 万円となり過去最高額を更新し、大台の3000 万円を突破しました。年代別でも全ての年代で過去最高額を更新し、特に若年層・中年層はそれぞれ3134 万円・3004 万円と昨年より約200 万円的大幅増となっています。熟年層も2878 万円と昨年と比べて100 万円を超える増加となりました【図1】。

きっかけとなった情報源は

住宅展示場訪問のきっかけは、「もともと知って

【図1】 平均世帯年収・平均建築予算



いた」、「スマホで展示場ホームページを見て」、「折込・投函チラシを見て」が全体での上位3 位。インターネットでは「スマホで展示場ホームページを見て」が全体の19.4%を占めました。特に中四国・九州では3 割超と高かったです。メディアでは「折込・投函チラシ」が最も多く14.6%で、エリア別では近畿、関東の順で高かったです。次いで「テレビ」、「新聞」と続きますが、「テレビ」は東北が高くなっています。クチコミ・その他では「もともと知っていた」が28.2%で最も高く、「キャンペーン・イベント」が続きました。「キャンペーン・イベント」は信越・北陸で2 割を超えています。

信頼できる住宅会社とは

住宅会社に期待することは、「人間性も含めて信頼できる営業担当」が73.7%で最も多く、これに「長期の保証制度やアフターサービスが充実」が72.0%で続き、上位2 位までが7 割を超えました。以下、「予算に見合った住宅プラン」、「万が一不具合が出た際の対応」、「住宅性能を具体的に明示・説明」までが60%台で続き、建築中から建築後に至るまでの信頼関係と各局面でのしっかりした対応力が求められています。一方、「ZEH や長期優良住宅に対応」が前年比10 ポイン

Report

ト以上増加しているのは、補助金や各種優遇措置への期待の表れとも考えられます【図2】。

レジリエンス住宅について

レジリエンス住宅の認知度トップ2（よく知っていた・少しは知っていた）は全体で10.0%で、2021年と比べて1.4ポイント増となりました。「名前は知っている」を加えたトップ3では28.3%となり、2021年から4.8ポイント増加しています。年代別においては、年代が上がるほど「少しは知っていた」、「名前は知っている」の割合が上がる傾向で、熟年層の認知率（トップ3）は35.9%に達しました。

レジリエンス住宅の特長で関心がある点は、「地震被害を軽減できる」が88.9%で最も多く、以下、「停電時にも電力供給できる」が74.4%、「自宅で避難生活を送る際、暑さ・寒さをしのぐことができる」が64.9%の順でした【図3】。

実施している防災対策別は「ハザードマップを見たことがある」が77.2%、「自宅付近の避難場所を知っている」が52.9%、「避難時の非常用持ち出し袋を用意している」が36.5%の順で、この3項目までが3割を超えました。

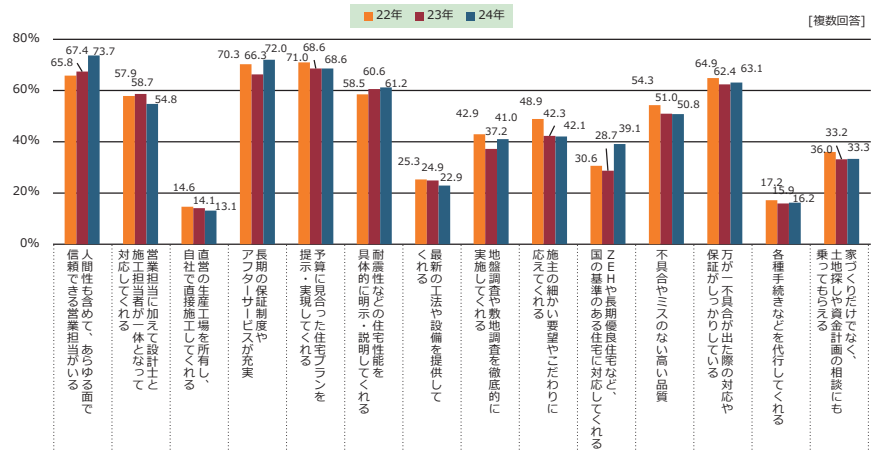
ZEHについて

ZEHを導入・採用したいとする人の理由は「省エネによる光熱費削減」が最も多く77.5%。これに「室内の快適さ」が73.8%で続きました。年代別では熟年層で「災害対応」を理由とする人が多くなっています【図4】。

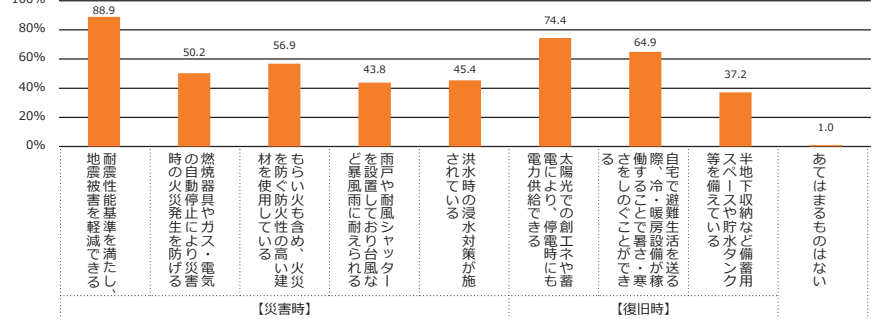
一方、ZEHを導入する意向がない人の非導入理由は「建築時の初期費用」（57.1%）、「メンテナンス費用等」（40.8%）が多く、費用面の不安が大きいことがうかがえます。年代別で見ると、「メンテナンス費用等」は中年層で多いです。また「初期費用」は年代が上がるほど高くなる傾向で熟年層では6割に達しました【図5】。

ZEHの導入意向別で住宅に求めるものをみると、

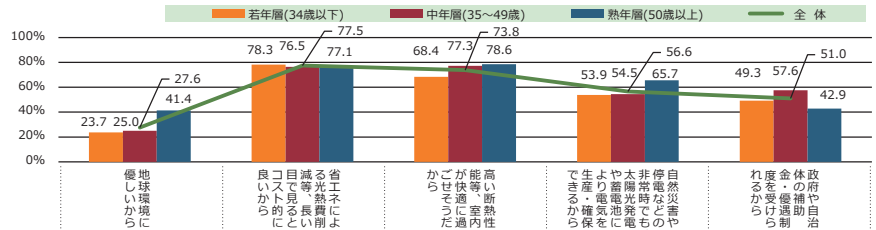
【図2】信頼できる住宅会社への期待内容



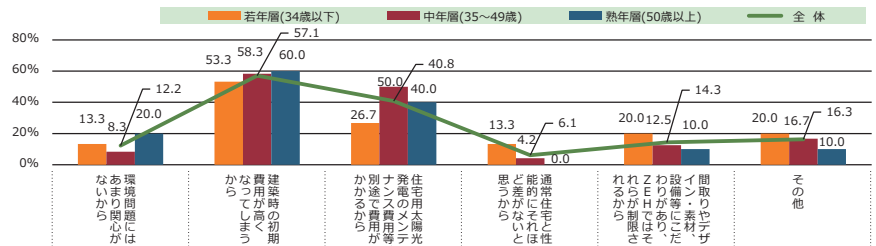
【図3】レジリエンス住宅の特長で関心がある点



【図4】ZEHの導入・採用理由



【図5】ZEHの非導入・採用理由



導入意向あり層では「省エネ・エコロジー性能の高さ」、「災害にも安全・安心な暮らし」の値が高く環境・防災意識の高さがうかがえる他、設備や子育てに関する項目の値も高くなっており関心が高いことが分かります。一方、導入意向なし層では「自分の土地が持てる」の値は高いですが、「省エネ・エコロジー性能の高さ」、「災害にも安全・安心な暮らし」をはじめとして全体的に値が低く、住宅全体へのこだわりの低さが感じられる結果となりました。

返済期間「35 年超」、融資率「50%以下」年々増加 住宅ローン利用者調査

(独)住宅金融支援機構は、「住宅ローン利用者調査(2024 年10 月調査)」を実施し、その結果を1 月21 日に発表。調査対象は2024 年4 ～9 月までの間に実際に住宅ローンを利用して住宅を取得した1419 人、調査期間が2024 年10 月31 日～11 月11 日となっています。

利用した住宅ローンの借入金利の水準は、「0.5%以下」が37.1%と最も多かったです。「1.0%以下」全体の割合が73.5%と前回調査と比べて13.0 ポイント増加し、年々増加傾向にあります。

利用した返済期間は、「30 年超～35 年以内」が48.6%と最も多かったです。「35 年超」全体の割合が20.9%と前回調査と比べて4.9 ポイント増加し、年々増加しています。

融資率(融資額÷住宅価格)は、「90%超～100%以下」が25.1%と最も多かったです。「50%以下」の割合が18.3%と前回調査と比べて5.6 ポイント増加し、年々増加しています。

返済負担率(年間返済額÷世帯年収)は、「15%超～20%以内」が24.9%と最も多かったです。「15%以内」全体の割合が35.4%と前回調査と比べて4.0 ポイント増加しています。

利用した金利タイプは、「変動型」が77.4%、「固定期間選択型」が13.5%、「全期間固定型」が9.0%でした。前回調査と比べて「変動型」が0.5 ポイント、「全期間固定型」が1.0 ポイント増加しています【図1】。

ペアローンなど利用状況は

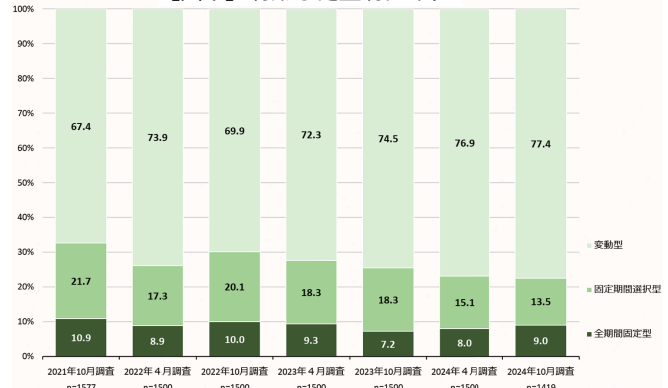
ミックスローン(異なる金利タイプを組み合わせで借り入れる住宅ローン)の利用者は全体の12.8%。このうち、「変動金利タイプと固定金利タイプを同額ずつ借り入れる利用方法」が7.8%、「変動金利タイプの借入額が多い利用方法」が3.4%、「固定金利タイプの借入額が多い利用方法」が1.6%でした。

また、全体の39.0%が「ペアローン」、「収入合算」を利用し、前回調査から0.8 ポイント増加しました。年代別にみると、若い世代で利用割合が高くなっています【図2】。

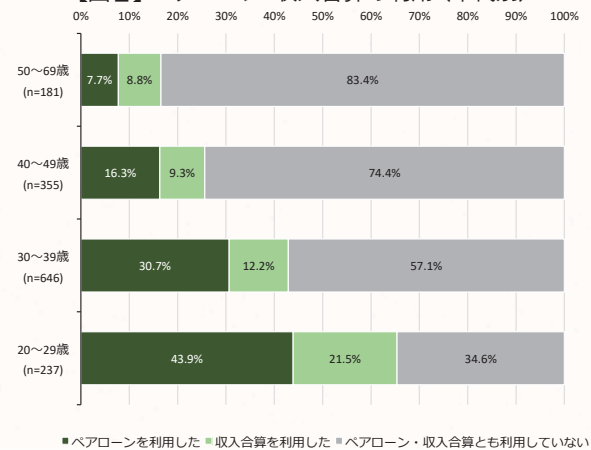
返済額が増加その際の対応は

住宅ローンの借入計画にあたり、主に相談した先(最も参考になった先)は、「住宅・販売事業者」が45.0%と最も多かったです。次に「金融機関」が17.1%、「インターネット等の情報(主に自分で調べて計画した)」が11.8%、「親族・友人・知人」が9.4%、「F

【図1】利用した金利タイプ



【図2】ペアローン・収入合算の利用(年代別)



P等の専門家」が8.3%、「住宅、住宅ローンに関する相談カウンター」が3.2%などが続いています。

また、2024 年3 月にマイナス金利が解除され、同年7 月に政策金利が0.1%から0.25%程度まで引き上げられたことを受け、住宅ローン選択などに変化があったかを調査しました。39.1%が住宅ローン選択などに変化があったと回答。このうち、内容としては「借入額を減らした」が5.4%と最も多かったです。次に「変動金利タイプから固定金利タイプへ見直した」が5.0%、「固定金利タイプから変動金利タイプへ見直した」が4.5%、「返済期間を長くした」が4.4%、「住宅予算を減らした」が3.7%などが続いています。

将来、金利上昇に伴い返済額が増加した場合に検討する対応としては、「返済継続」が29.1%と最も多かったです。次に「一部繰上返済」が26.4%、「借換え」が11.3%、「全部繰上返済」が8.3%で、「見当がつかない、わからない」が22.2%などと回答。「一部繰上返済」、「全部繰上返済」、「借換え」と回答した人の64.9%は、現在の毎月返済額が1 万円まで増加すると、これらの対応を具体的に検討するとしています。

キタケイの提供する2つのプライベートブランド

環境・ぬくもり・素材をテーマとした各種住宅資材 “ スプロートユニバーサル ”

天然木にこだわったフローリングや壁材 “ リラクシングウッド ”

企画・製造から販売までトータルにプロデュース、心からご満足いただける住まいづくりをバックアップします。



www.sprout-univ.com

環境 SPROUT UNIVERSAL BLUE こちよい住環境	ぬくもり SPROUT UNIVERSAL ORANGE 住まう人のために	素材 SPROUT UNIVERSAL GREEN 長く使ってほしいから



www.relaxssingwood.com

リラクシングウッド

抗菌・抗ウイルス加工 フローリング ウイルスガードコート シリーズ

