

# 平成30年度における 住宅市場動向について (四国地方4県版)

平成30年5月



住宅金融支援機構  
Japan Housing Finance Agency

## ■ 調査のポイント

### ① 調査時期及び目的

平成30年2月～3月に、四国地方4県における平成30年度住宅市場動向の把握のため実施。

### ② 調査対象及び方法

【住宅事業者】四国地方4県に事業所（本店、支店又は営業所）を置く131箇所へ郵送によるアンケート調査を実施。回答数49箇所分（回収率37.4%）について回答内容を集計。

【一般消費者】平成30年4月から1年以内に住宅取得を検討中の25歳～59歳の方へインターネット調査を実施。四国地方4県での回答100名分について回答内容を集計。

### ③ 調査結果の概要

#### ■ 【住宅事業者】平成30年度（平成30年4月～平成31年3月）の受注・販売等の見込み

平成29年度と比べて「増加する見込み」が71.4%に上昇し前回調査を33.5ポイント上回った。

#### ■ 【一般消費者】平成30年度（平成30年4月～平成31年3月）における住宅の買い時感

「買い時」と「どちらとも言えない」がそれぞれ47.0%、「買い時ではない」が6.0%となった。

#### ■ 【住宅事業者の重点的取組事項】と【一般消費者が住宅事業者選びで重視するポイント】

住宅事業者、一般消費者ともに「建物の性能」が最も高かった。その後、住宅事業者では「住宅プランの提案力」が46.9%と続く一方、一般消費者は「住宅の立地」が43.0%となった。

#### ■ 【住宅事業者】 【一般消費者】地方公共団体の補助金交付等の制度について

【住宅事業者】営業エリア内における補助金交付等の制度を、「全て把握している」と「だいたい把握している」の合計は60.4%となった。しかし、日頃の営業では、「活用していない」と「あまり活用していない」の合計が58.6%となった。

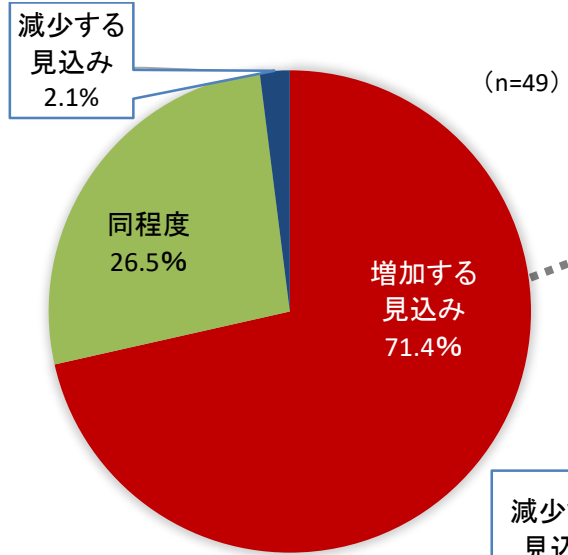
【一般消費者】補助金交付等の制度を「知っている」が41.0%となった。

当該制度を知ったきっかけは、「地方公共団体の窓口」が26.8%と最も高かった。

# 1. 平成30年度の受注・販売等の見込みは？（調査対象：住宅事業者）

平成30年度の受注・販売等の見込みは平成29年度と比べて「増加する見込み」が71.4%に上昇した。  
 その要因としては、前回調査と比較して「消費税率引上げ前の駆け込み効果」が33.5ポイント上昇した一方、「マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が一段と低下しているから」が14.1ポイント低下した。  
 また、「減少する見込み」と回答したのは1事業者のみで、その要因としては「消費税率引上げ再延期で、エンドユーザーの買い急ぎ感がなくなったから」という意見が挙げられた。

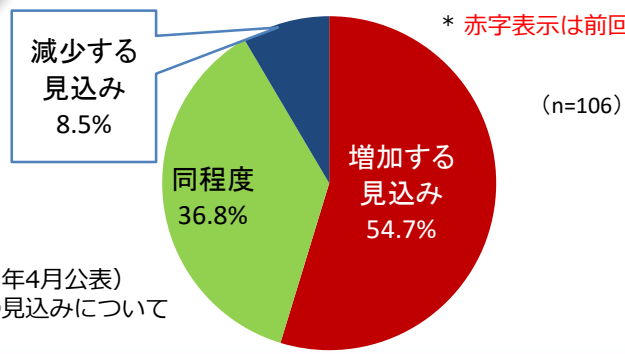
## ■平成30年度の受注・販売等の見込みについて



## ■増加する要因

(複数回答・3つまで)

回答項目	今回調査 (n=35)	前回調査 (n=58)
消費税率引上げ前の駆け込み効果	71.4%	37.9%
マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低水準だから	51.4%	65.5%
金利先高感があるから	14.3%	27.6%
すまい給付金、贈与税非課税措置(住宅取得等資金)、住宅ローン減税等があるから	14.3%	10.3%
景気の回復感が徐々に広がっているから	11.4%	17.2%
住宅価額等の先高感があるから	11.4%	13.8%
その他	28.6%	12.1%



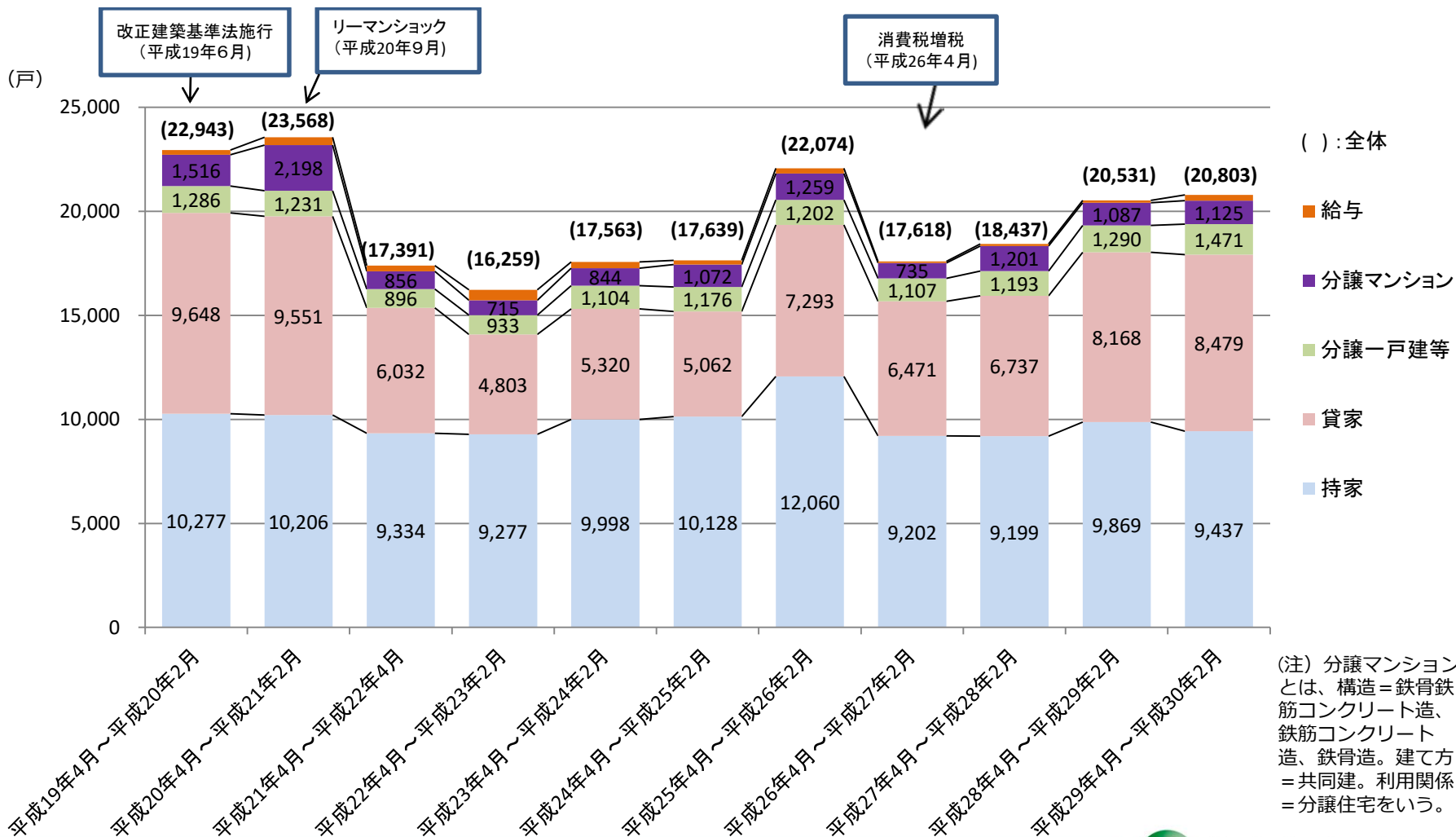
\* 赤字表示は前回調査比 +10ポイント以上、青字表示は前回調査比 -10ポイント以下

■(参考) 前回調査(平成29年4月公表)  
 平成29年度の受注・販売等の見込みについて

(注) 今回調査と前回調査では回答項目の文言が、一部異なる部分があります。

# (参考) 新設住宅着工戸数の推移(四国地方4県)

平成29年4月～平成30年2月累計の対前年同期比は、全体では+1.3%の20,803戸、持家では▲4.4%、貸家では+3.8%、分譲住宅一戸建等では+14.0%、分譲マンションでは+3.5%、給与住宅では+140.2%となった。



(注) 分譲マンションとは、構造＝鉄骨鉄筋コンクリート造、鉄筋コンクリート造、鉄骨造。建て方＝共同建。利用関係＝分譲住宅をいう。

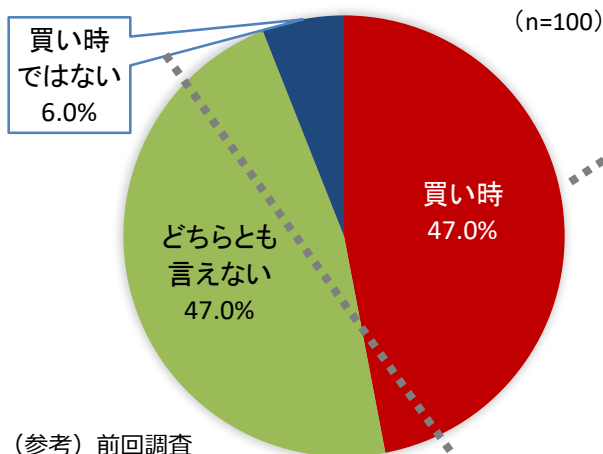
## 2. 平成30年度は買い時か？（調査対象：一般消費者）

平成30年度における住宅の買い時感は「買い時」と「どちらとも言えない」がそれぞれ47.0%で同程度となった。

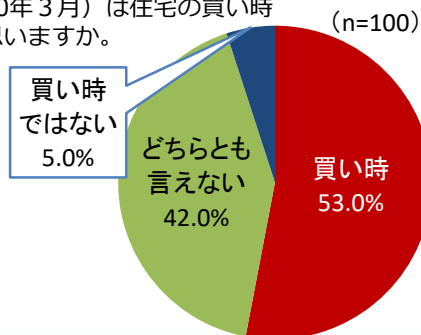
「買い時」と思う要因としては、「今後消費税率が引上げられるから」が前回調査と同様に最も高かった。

また、前回調査と差が出た項目としては「マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低いから」が13.4ポイント上昇し、「景気の回復感が徐々に広がっているから」と「すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等があるから」はそれぞれ約10ポイント低下した。

■これから1年（平成30年4月～平成31年3月）は住宅の買い時だと思いますか。



■（参考）前回調査（平成29年4月公表）  
これから1年（平成29年4月～平成30年3月）は住宅の買い時だと思いますか。



■「買い時」と思う要因

（複数回答・3つまで）

回答項目	今回調査 (n=47)	前回調査 (n=53)
今後消費税率が引上げられるから※	74.5%	75.5%
<b>マイナス金利政策の導入後、住宅ローン金利が低いから</b>	<b>51.1%</b>	37.7%
今後住宅ローン金利が上がると思うから	27.7%	32.1%
<b>景気の回復感が徐々に広がっているから</b>	<b>10.6%</b>	20.8%
<b>すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等があるから</b>	<b>8.5%</b>	18.9%
今後住宅価額等が上がると思うから	6.4%	3.8%

\* 赤字表示は前回調査比 +10ポイント以上、青字表示は前回調査比 -10ポイント以下

■「買い時ではない」と思う要因

（複数回答・3つまで）

回答項目	今回調査 (n=6)	前回調査 (n=5)
<b>今後の消費税率引上げにより家計負担が増えるから※</b>	<b>50.0%</b>	40.0%
<b>将来の収入に不安があるから</b>	<b>50.0%</b>	40.0%
<b>住宅ローン金利がしばらく上がりそうにないから</b>	<b>16.7%</b>	0.0%
<b>住宅価額等が上昇しているから</b>	<b>16.7%</b>	0.0%
<b>すまい給付金、贈与税非課税措置（住宅取得等資金）、住宅ローン減税等にメリットが感じられないから</b>	<b>16.7%</b>	0.0%
<b>景気に先行き不透明感があるから</b>	<b>0.0%</b>	60.0%

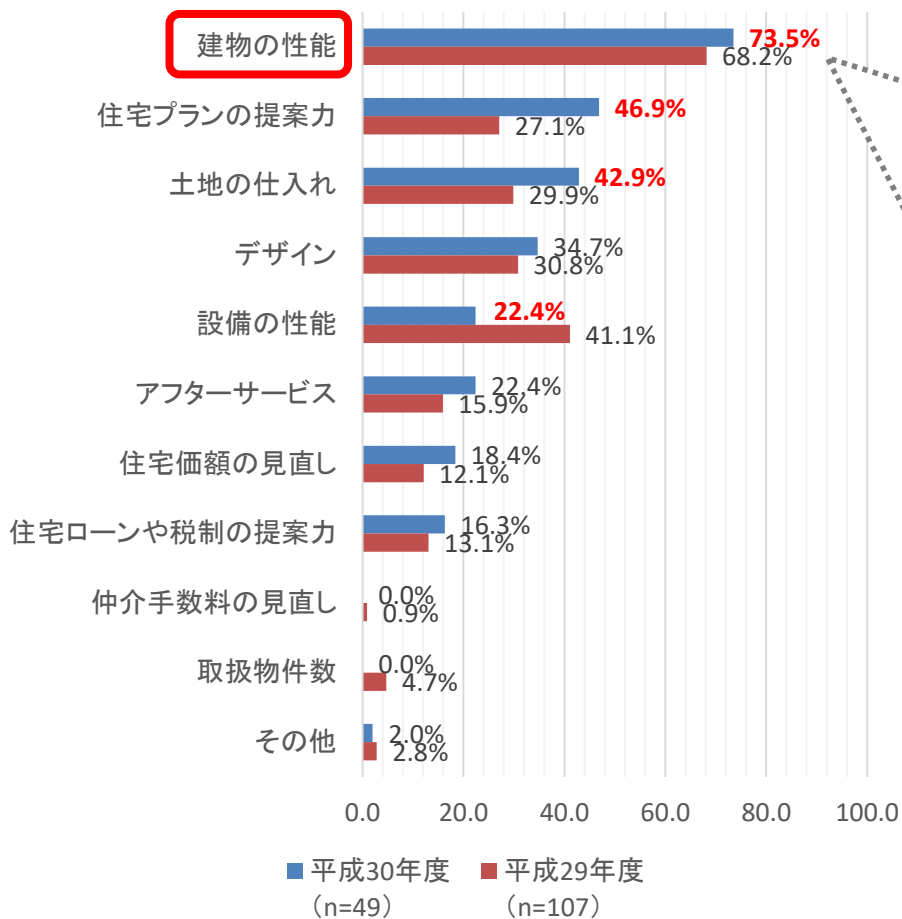
\* 赤字表示は前回調査比 +10ポイント以上、青字表示は前回調査比 -10ポイント以下

※住宅の場合、平成31年10月1日以降の引渡しは消費税率10%とされています（請負契約の場合は経過措置あり）

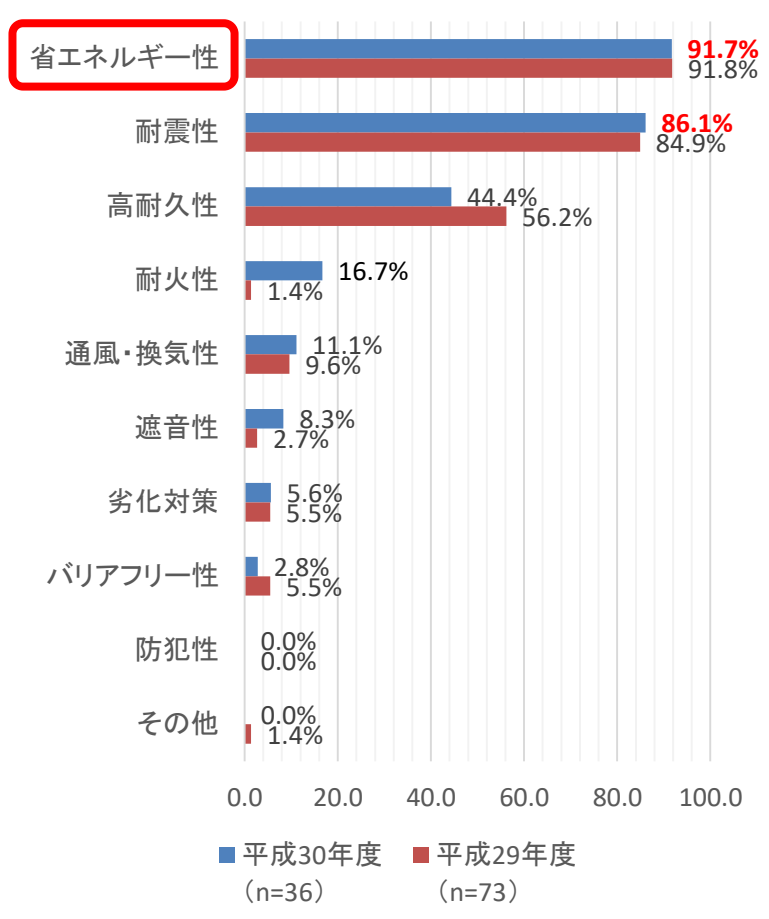
### 3. 今後の重点的取組事項は？（調査対象：住宅事業者）

住宅事業者の今後の重点的取組事項は、前回調査と同様に「建物の性能」が73.5%と最も高かった。また、「設備の性能」は18.7ポイント低下した一方、「住宅プランの提案力」と「土地の仕入れ」はそれぞれ10ポイント以上高くなった。さらに、住宅事業者が「建物の性能」で重視する事項は、前回調査と同様に「省エネルギー性」と「耐震性」が高かった。

■今後の重点的取組事項 (複数回答・3つまで)



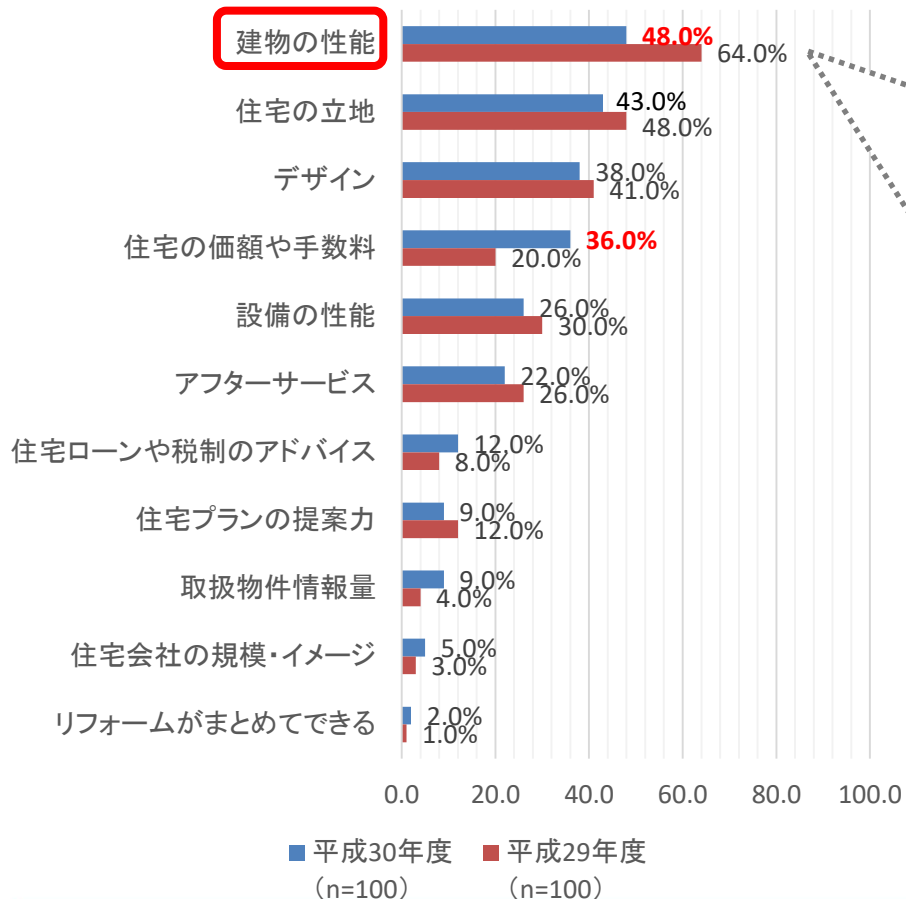
■建物の性能で重視する事項 (複数回答・3つまで)



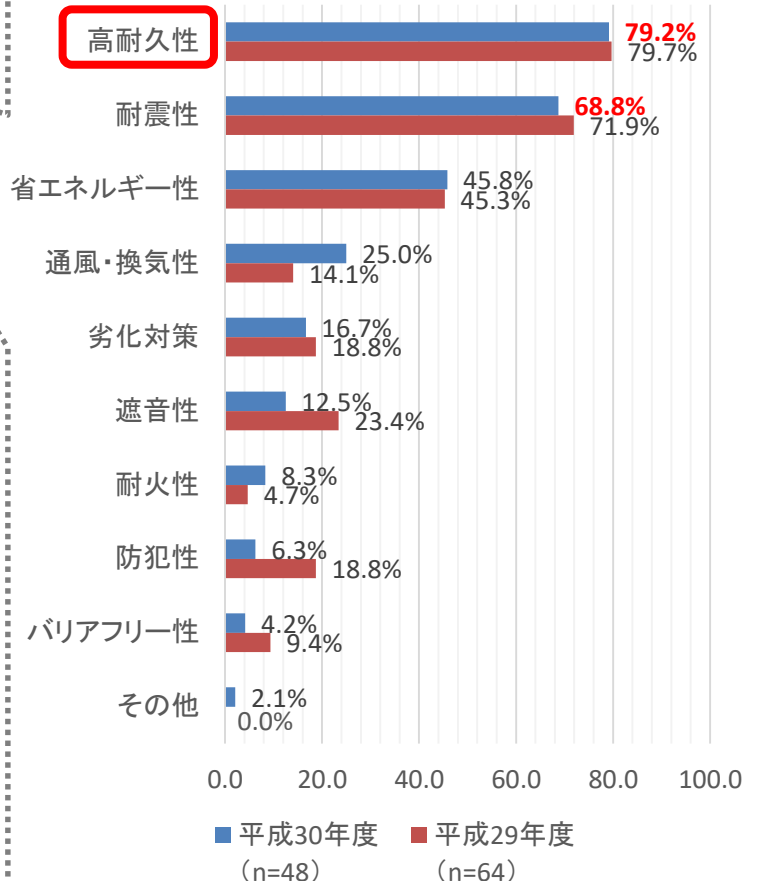
## 4. 住宅事業者選びで重視するポイントは？（調査対象：一般消費者）

一般消費者が住宅事業者選びで重視するポイントは、前回調査と同様に「建物の性能」が最も高いが割合は若干低下した。一方、「住宅の価額や手数料」は16.0ポイント上昇した。さらに、一般消費者が「建物の性能」で重視するポイントは、前回調査と同様に「高耐久性」と「耐震性」が高かった。

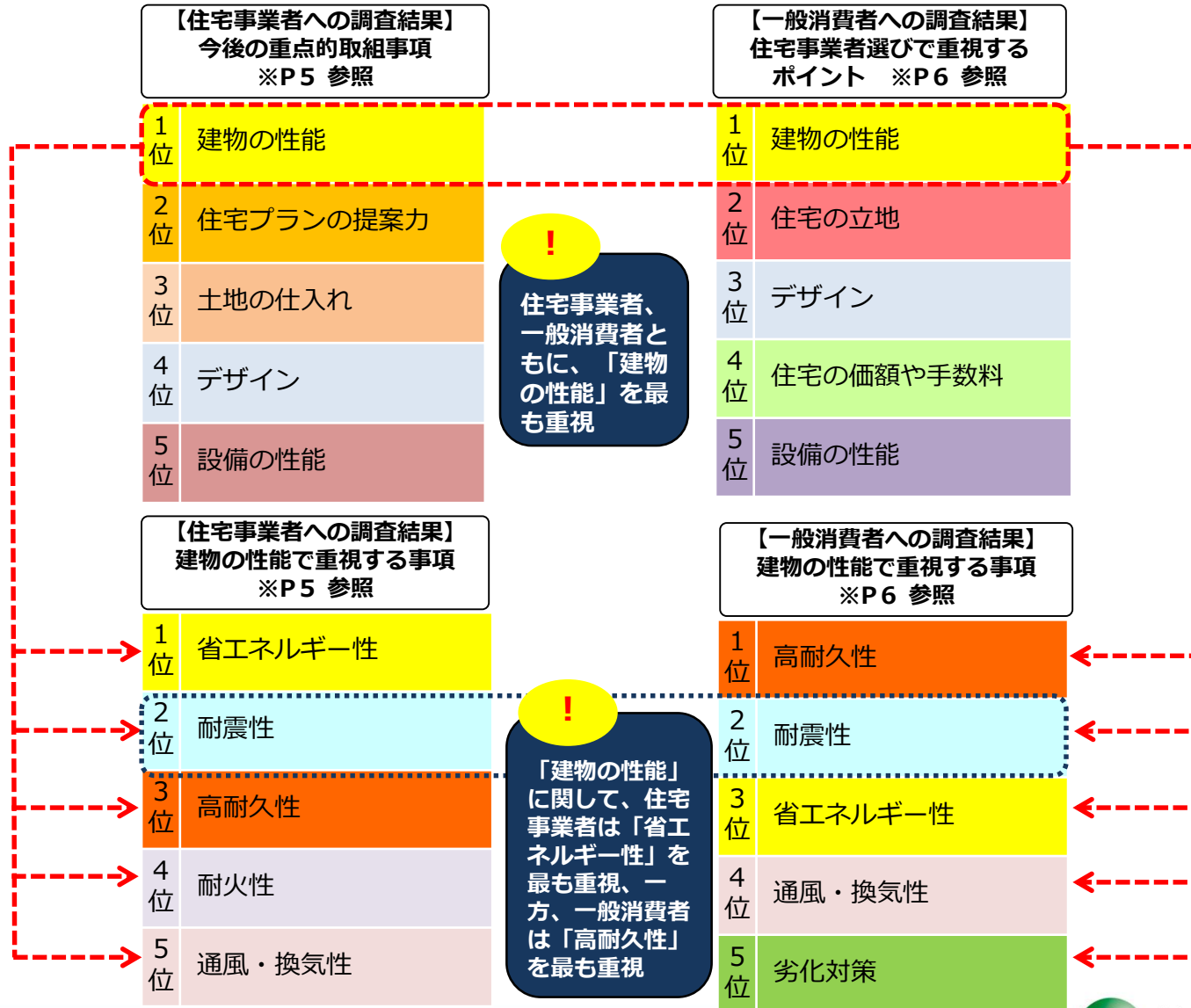
■住宅事業者選びで重視するポイント（複数回答・3つまで）



■建物の性能で重視するポイント（複数回答・3つまで）



# 5. 住宅事業者の重点的取組事項と一般消費者が重視するポイント

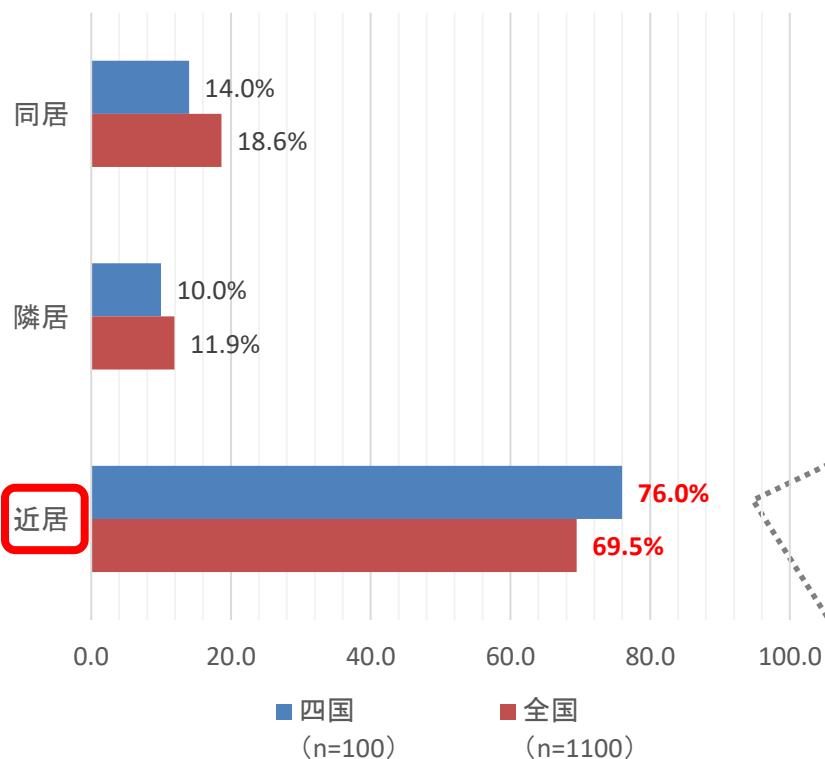




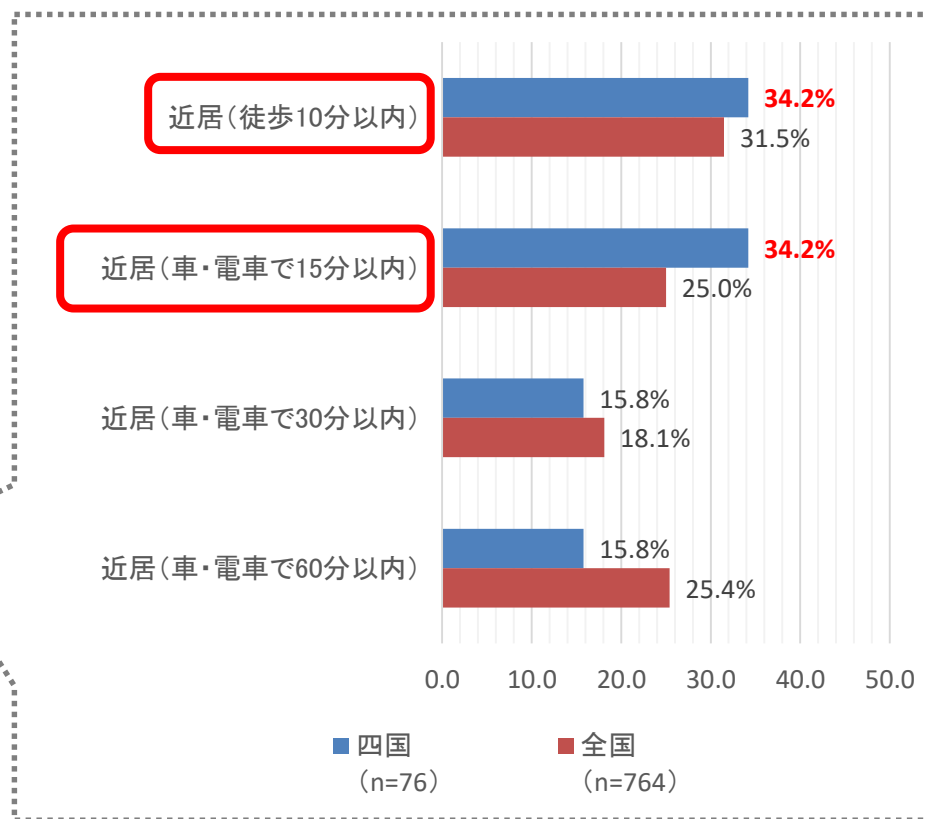
## 6. 親世帯（又は子世帯）との同居・隣居・近居（調査対象：一般消費者）

住宅取得に際して、親世帯（又は子世帯）と同居・隣居・近居をするとした場合、全国・四国ともに「近居」が大半を占める結果となった。また、四国では近居の距離について「徒歩10分以内」と「車・電車で15分以内」がそれぞれ34.2%と高かった。

■住宅取得に際して、親世帯（又は子世帯）と同居・隣居・近居をするとなればどれを選ぶか



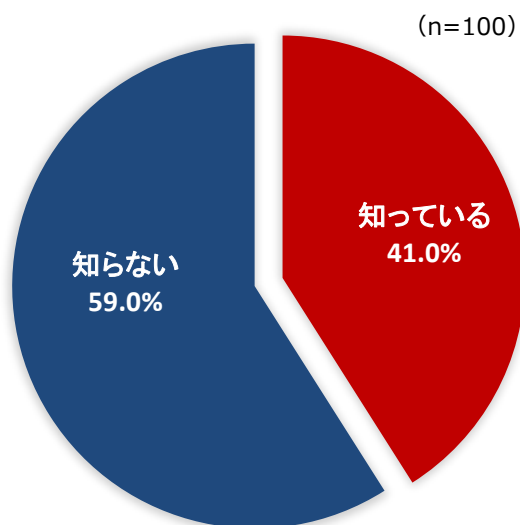
■近居をするとなれば、何分以内を選ぶか



## 7. 地方公共団体の補助金交付等の制度の認知度（調査対象：一般消費者）

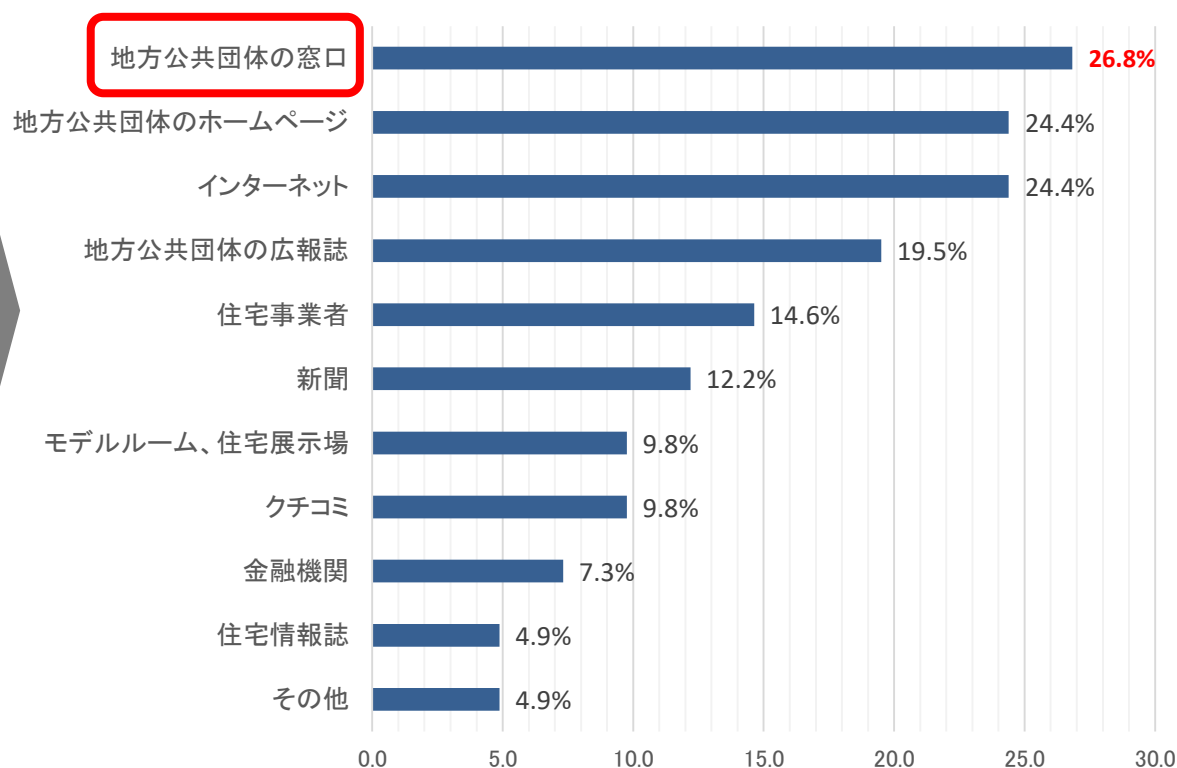
一部の地方公共団体で実施されている「子育て世帯、親世帯と子世帯の同居・近居、UIターン等に関する住宅取得者に対する補助金交付等の制度」の認知度は、41.0%となった。また、当該制度を知ったきっかけは、「地方公共団体の窓口」が26.8%と最も高かった。

■ 「子育て世帯、親世帯と子世帯の同居・近居、UIターン等に関する住宅取得者に対する補助金交付等の制度」の認知度



■ 地方公共団体の補助金交付等の制度を知ったきっかけ

(n=41 複数回答)

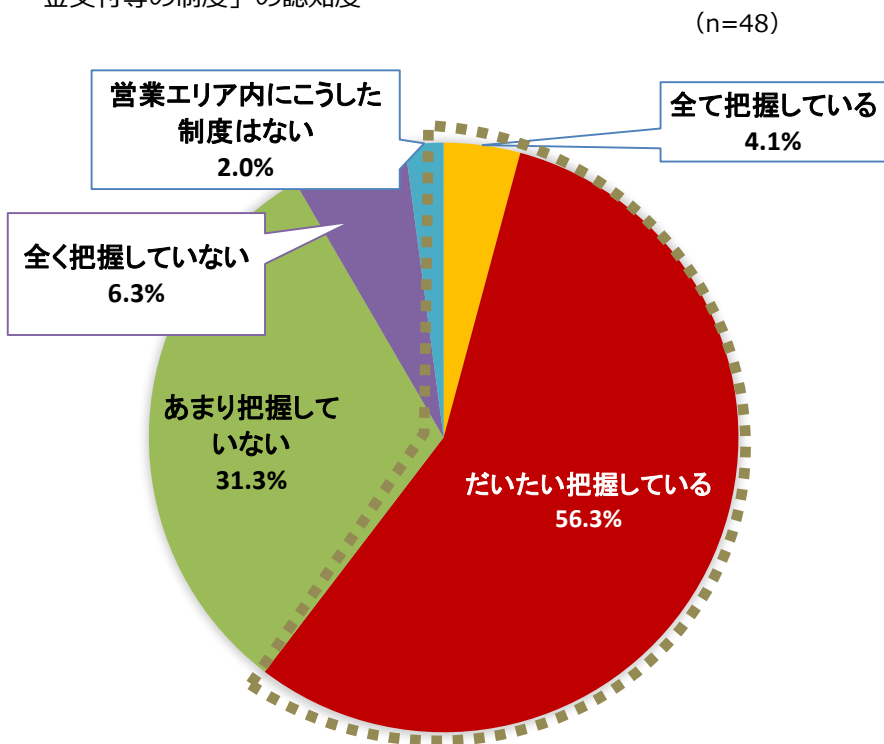


## 8. 地方公共団体の補助金交付等の制度の活用状況（調査対象：住宅事業者）

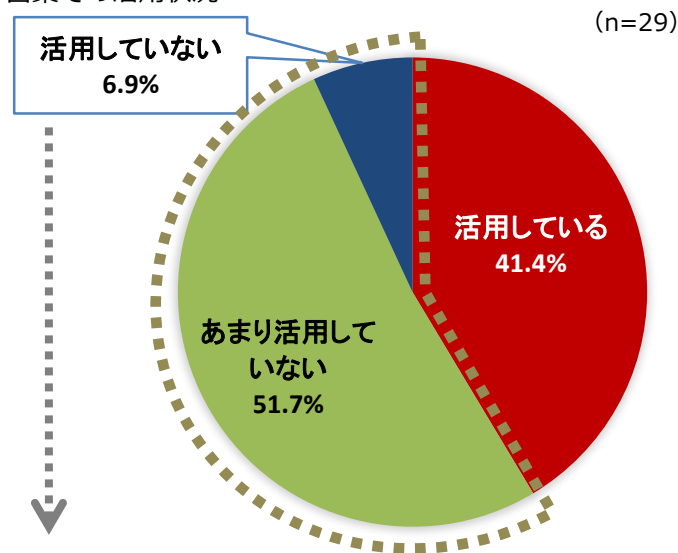
一部の地方公共団体で実施されている「子育て世帯、親世帯と子世帯の同居・近居、UIJターン等に関する住宅取得者に対する補助金交付等の制度」を「全て把握している」または「だいたい把握している」の合計は60.4%となった。

しかし、日頃の営業では「活用していない」と「あまり活用していない」の合計は58.6%となった。制度を活用していない理由は「利用対象が限定されているため」が76.5%と最も高かった。

■営業エリア内にある「子育て世帯、親世帯と子世帯の同居・近居、UIJターン等に関する住宅取得者に対する補助金交付等の制度」の認知度



■日頃の営業での活用状況



回答項目	調査結果
利用対象が限定されているため	76.5%
制度の把握に労力を要するため	29.4%
制度が複雑なため	23.5%
手続に時間がかかるため	11.8%
補助金等の金額が少ないため	5.9%
その他	17.6%

(n=17 複数回答)



住宅金融支援機構  
Japan Housing Finance Agency

お問い合わせ先  
独立行政法人住宅金融支援機構 四国支店 地域営業グループ  
電話 087-825-0512 (直通)