不動産流通業に関する消費者動向調査

＜第２４回（2019 年度）＞

調査結果報告書（概要版）

令和元年 10 月

一般社団法人　不動産流通経営協会

第２４回　不動産流通業に関する消費者動向調査結果・要旨

■　現金、預貯金等の利用率は新築では引き続き減少傾向、既存では微増
「親からの贈与」の利用者平均額は、新築購入者で 861 万円、既存購入者で 767 万円

- 自己資金についてみると、「現金、預貯金等」の利用率は新築住宅購入者では昨年度から減少傾向が続き、1.7 ポイント減少、一方、既存住宅購入者では 1.7 ポイント増加に転じている。自己資金の利用者平均額をみると、新築住宅購入者の「前住居の売却金」の金額が前年度に比べて 887 万円減少している点が特徴的である。また、「親からの贈与」の利用者平均額は、新築住宅購入者が 860.7 万円で前年度とほぼ同様、既存住宅購入者が 766.9 万円で微増となっている（図 1,図 2)。
- 借入資金等についてみると、前年度に引き続き「銀行等の民間ローン」の利用者数が最も多くなっている。また、利用者平均額では、新築住宅購入者の「フラット 35」が 4000 万円台となり、昨年度に比べ、585 万円程度平均額が増加している（図 1,図 2)。

■　利用した民間ローンの金利タイプでは変動金利型が約７割と増加、固定金利型の利用率は減少、固定金利では７年以下の固定金利期間選択型の利用率に増加傾向が続いている
■　ネット銀行で提供されている住宅ローン[注 1)]の利用者は民間ローン利用者の 24.0%と増加

- 利用した民間ローンの金利タイプについては、「変動金利型」が最も多く 66.4%となっており（対前年度比 7.1 ポイント増)、次いで「固定金利期間選択型」が 17.7%、「全期間固定金利型」が 8.1%、「ミックスプラン[注 2)]」が 7.0%となった（図 3)。固定金利の利用についてみると、固定金利期間選択型では 7 年以下の利用率が増加している。一方、全期間固定金利型では 20 年超の利用率については、微減となった（図 4)。
- 民間ローン利用者のうち、「ネット銀行で提供されている住宅ローン」の利用は全体の 24.0%であり、「一般の銀行で提供されているネット専用の住宅ローン[注 3)]」「両ローンの併用」を合わせると全体の 45.6%を占める。また、新築住宅購入者と既存住宅購入者で住宅ローンのネット利用状況を比較すると、新築住宅購入者が 52.5%で既存住宅購入者に比べて 11.1 ポイント高くなっている（図 6)。
- フラット３５またはフラット３５Ｓが適用可能な住宅を購入した世帯の中で、実際に融資を利用した世帯の割合は、新築住宅購入者で 20.7%（対前年度比 0.7 ポイント減)、既存住宅購入者で 22.1%（対前年度比 0.5 ポイント減）となった。また、「フラット３５Ｓを利用した」世帯の割合は、既存住宅購入者では 7.4%（前年度と同じ)、新築住宅購入者では 7.8%（対前年度比 0.1 ポイント増）となった（図 8,図 9)。

(注 1)窓口となる店舗や自行のATMを持たずにインターネット上での取引を中心として営業している銀行(ネット銀行)で提供されている住宅ローンで、審査申込から契約、融資までの流れの殆どをインターネット上で行うものをさす。
(注 2)契約当初に複数の金利タイプを選択する住宅ローンのこと。
(注 3)窓口となる店舗や自行のATMを持つ銀行で提供されている、審査申込から契約、融資までの流れの殆どをインターネット上で行うタイプの住宅ローンをさす。

■　住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度の利用者は住宅購入者の 14.6%

- 住宅購入者に占める「住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度」の利用者の割合は 14.6%となっている。(図 13、上図) 親もしくは祖父母からの贈与を受けた受贈者を対象にした「住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度」の利用状況は、全体の 75.1%となっている（図 13、下図)。世帯主の年齢別にみると、「住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度」の利用率は「40～49 才」が 81.3%で最も多く、次いで「30～39 才」(74.1%)、「50 才以上」(70.0%)となっている（図 13、下図)。
- 住宅購入に与えた具体的な影響については、新築・既存とも「借入金額を少なくできた」が最も多く、次いで「住宅を購入することができた」となっている（図 14)。

■　今後の消費税率引き上げ予定が「特に影響はなかった」のは新築住宅購入者の 57.6%

- 新築住宅購入者について、今後予定されている消費税率 10%への引き上げが今回の住宅購入に与えた影響についてみると、「特に影響はなかった」が全体の 57.6%となっている（図 15)。

- 世帯主の年齢別にみると、「40～49 才以上」では、「住宅の購入時期を早めた」が昨年度に比べて 7.0 ポイント上昇している（図 15）。

■プラスの売却差額[注 4)]発生世帯が前年度から 4.5 ポイント増加（37.8%）
マイナスの売却差額[注 4)]発生世帯が前年度から 6.8 ポイント減少(55.2%)
■ マイナスの売却差額発生世帯の平均差額は前年度から減少し 1297.1 万円

(注 4)売却差額とは、自己所有住宅の売却時の価格から購入時の価格を差し引いた額。

- 自己所有住宅から住み替えた世帯の 60.7%にあたる 156 世帯が従前住宅を売却している。このうちマイナスの売却差額が発生している世帯は 55.2%（対前年度比 6.8 ポイント減）、プラスの売却差額が発生している世帯は 37.8%（対前年度比 4.5 ポイント増）となっている（図 17）。売却差額の分布状況をみると、0 円超～500 万円が 4.7 ポイント増となっており、これがプラスの売却差額発生の増加に寄与している（図 17）。
- マイナスの売却差額発生世帯は従前住宅を平均 3998.9 万円（前年度 4306.3 万円）で購入し、平均 2678.4 万円（前年度 2785.1 万円）で売却しており、その差額は前年度から減少し 1297.1 万円（前年度 1482.0 万円）であった（図 19）。

■ インターネット利用率は、新築・既存に関わらず９割超

- インターネットによる不動産情報の収集経験は全体の 92.9%となっている。また、新築住宅購入者と既存住宅購入者を比較すると、新築住宅購入者が 95.2%、既存住宅購入者が 91.6%となっており、新築住宅購入者が既存住宅購入者に比べて 3.6 ポイント利用率が高い（図 20）。
- 利用したインターネット端末をみると、「スマートフォン」が最も高く 81.7%となっており、次いで「パソコン」が 73.8%となっている。また、スマートフォンの利用率は年々増加していることが見て取れる（図 22）。

■ 既存住宅購入者の購入理由は昨年度と変わらず希望エリアで手頃な価格の良質な物件

- 既存住宅購入者のうち、「既存住宅のみ」「主に既存住宅」を探した割合は 48.8%となっており半数近くを占めている（図 25）

■ 不動産会社等による住宅保証の利用率は 54.7%、うち建物保証の利用が 36.6%
■ 既存住宅の購入にあたっての建物検査[注 5)] の実施率は 46.0%

- 既存住宅購入者における不動産会社等による住宅保証の利用状況をみると、住宅保証の利用率は 54.7%となっており、うち建物保証の利用が 36.6%を占めている。建て方別に建物保証の利用状況をみると、既存戸建てでは建物保証を利用した購入者が 51.4%、既存マンションでは 31.1%となった（図 28）。不動産会社等による住宅保証が今回の住宅購入に多少なりとも影響したとの回答は、住宅保証利用者の 70.8%を占めている。（図 29）。
- 既存住宅購入者における「既存住宅売買かし保険（国が指定する住宅瑕疵担保責任保険法人が提供する保険）」の利用率は 10.6%となっている（図 30）。
- 不動産会社等による住宅保証もしくは「既存住宅売買かし保険」を利用する際に実施された検査以外におこなわれた民間の建物検査（ホーム・インスペクション）[注 6)] の実施率は、「既に売主がおこなっていた」が 13.4%、「売主に依頼しておこなってもらった」が 6.6%、合計 20.0%となっている（図 32）。
- 既存住宅の購入にあたって何らかの建物検査[注 7)] をおこなった購入者は、既存住宅購入者の 46.0%となっている。特に、既存戸建て購入者では 62.6%となっており、全体の６割を超えている（図 33）。

(注 5)不動産会社等による建物保証及び「既存住宅売買かし保険」の利用にあたって実施された検査、ならびにそれ以外におこなった民間の建物検査（ホーム・インスペクション）。
(注 6)不動産会社等による住宅保証や「既存住宅売買かし保険」の利用にあたって実施された検査を除く。なお、不動産会社が提供する無償のインスペクションサービス（主に買主側の購入申込前に実施）がおこなわれた場合を含む。
(注 7)不動産会社が提供する無償のインスペクションサービス（主に買主側の購入申込前に実施）がおこなわれた場合を含む。

- 住宅の住宅購入取引を依頼した不動産会社を選んだ理由としては、新築・既存とも「不動産会社の信頼性の高さ」の割合が最も高くなっている（図 34）。
- 既存住宅購入者は、新築住宅購入者に比べて「担当者の誠実さ・人柄」（37.3%）、「営業所が近所にあること」（17.4%）の割合が高くなっており、担当者の人柄や営業所が身近にあることが不動産会社選定の重要な要素になっていることがうかがえる。（図 34）。

■ 意識面からみた購入決定理由として「資産保有」との回答は 20 歳代で６割超
身辺事情での購入決定理由は結婚、出産、子どもの独立などライフイベントの割合が高い

- 今回の住宅購入を決めた動機を住まいに対する意識の面について世帯主の年齢別にみると、30 才代では「もっと広い家に住みたかった」（46.8%）「資産として家をもちたかった」（46.3%）と並んで高い。29 歳以下では、「資産として家を持ちたかったから」の回答が 60.4%と高くみられる。また、60 才以上では、「住まい方に合わせて大きすぎない家に住みたかった」が 28.5%と他の年代に比べ 15.7 ポイント高くなっている（図 35）。
- 身辺事情からみた住宅購入理由について世帯主の年齢別にみると、29 才以下では「結婚を機に家を持ちたかった」（35.4%）、30 才代では「子どもの誕生や成長で住まいが手狭になった」（48.8%）、60 才以上では「子どもの独立などで家族が減った」（14.6%）、「子の近くに住むことになった」（20.3%）など、ライフイベントを購入理由として挙げる割合が高いことが見てとれる。（図 36）。

■ 40 代以下の資金面の購入決定理由は「金利の低さ」
環境面での購入決定理由は年齢にかかわらず「駅に近いところ」の割合が高い
■ 住宅の質の面からみた購入決定理由は年代に関わらず「間取り」「広さ」の割合が高い

- 資金面からみた住宅購入理由について世帯主の年齢別にみると、40 才代以下で「金利が低かった」、「フラット 35 またはフラット 35Ｓを利用することができた」の割合が高く、特に借入のしやすさを購入理由として挙げる割合が高くなっている。また、60 才以上では「まとまったお金が手に入った」の割合が最も高く 52.0%となっている（図 37）。
- 環境面からみた住宅購入理由としては、世帯主の年齢に関わらず「駅に近いところに住みたかった」の割合が最も高く、購入者全体では 53.8%となっている（図 38）。
- 世帯主の年齢別にみると、40 才代以下は「教育環境を考えて住み替えたかった」が、50 才代は「勤務地に近いところに住みたかった」がそれぞれ 3 割超、60 才以上では「病院など医療施設への便がよいところに住みたかった」が 22.0%で他の世代に比べ 10 ポイント近く高いなどの特徴がみられる（図 38）。
- 住宅の質の面では、世帯主の年齢に関わらず「間取りが気に入った」「住宅の広さがよかった」の割合が特に高くなっている（図 39）。世帯主の年齢別にみると、年齢が上がるほど「地震、火災、水害などに対する安全性が高そうだった」の割合が高くなる傾向がみられる。また、20 才代以下では「住宅のデザインが気に入った」が「間取り」と同様に高い回答率を得ている。60 才以上では「地震、火災、水害等に対する安全性が高そうだった」「段差がない、手すりがつけられるなどの配慮を気に入った」の割合が他の世代に比べて高くなっている。（図 39）。
- 既存住宅購入者について住宅の質の面で購入住宅を選んだ理由をみると、「新耐震基準を満たしていた」は全体の 13.2%で、台所や浴室の設備・広さと同程度となっており、既存住宅購入を検討する際の判断要素のひとつになっていることが見てとれる（図 40）。
-

■ 既存住宅購入者では、今回を含めて２回以上の住宅購入経験があるとの回答が約３割
■ 既存戸建て、既存マンションともに、売主が事業者であったとの回答が約２割

- 今回の購入を含めた住宅購入経験回数では、2 回以上との回答者が新築住宅購入者では、約 2 割であるのに対し、既存住宅購入者では、約 3 割見られる（図 41）。
- 売主の属性については、「事業者」との回答が既存戸建て、既存マンションともに約 2 割見られる（図 42）。

■ 売却査定依頼の経験者は６割、そのうちインターネット一括査定利用経験者は３割

- 前の住まいが「購入した自己所有の住宅」「相続・贈与等により取得した自己所有住宅」と回答した 257 名のうち、従前住宅の査定依頼の経験があるとの回答は 59.9%。年齢別にみると、40 代から 50 代では 6 割超だが、30 代以下は半数以下となっている（図 43）。
- 査定依頼の経験があると回答した 154 名のうち、インターネットの一括査定依頼サービスの利用者は約 3 割となっている。世帯主の年齢別にみると、年齢が上がるほど利用率は下が

る傾向がみられる（図 44）。

- 上記 257 名のうち、従前住宅の売却の有無の回答が得られた 253 名について、従前住宅を売却した者（従前住宅売却）と売却しなかった者（従前住宅未売却）にわけて、価格査定の依頼経験を見ると（図 45,46）、従前住宅を売却した者の方（図 45）が価格査定依頼の経験率が高く、価格査定を行うことが売却に繋がっていることがうかがえる。

不動産流通業に関する消費者動向調査　＜第２４回（２０１９年度）＞

調査結果報告書（概要版）

目　次

調査概要…… 1

（１）調査の目的
（２）調査対象
（３）調査方法
（４）調査期間
（５）配布・回収状況
（６）回答者の基本属性

１．住宅購入資金の内訳…… 3

２．住宅購入資金における贈与の利用状況…… 7

３．消費税に対する意識…… 9

４．買い換えによる売却差額の発生状況…… 10

５．マイナスの売却差額発生世帯の状況…… 11

６．インターネットの利用状況…… 12

７．既存住宅購入に対する意識…… 13

８．既存住宅購入にあたっての建物検査の実施状況等…… 15

９．不動産業・不動産仲介業の今後のあり方…… 18

10．住宅購入を決定した理由・要因…… 19

11. 住宅購入経験数と売主属性…… 22

12. 従前住宅の売却査定依頼の状況…… 23

調査概要

（1）調査の目的

本調査は、居住用不動産取得者の取得行動、種々のサービス等の利用実態・評価を時系列把握することで、不動産流通に対する消費者の行動を捉えることを目的に、1991 年から隔年で、2001 年からは毎年実施している。

（2）調査対象

首都圏１都３県（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）で平成 30 年 4 月 1 日から平成 31 年 3 月 31 日の間に、購入した住宅の引渡しを受けた世帯を対象としている。

これらの調査対象者の抽出にあたっては、会員会社の協力を得て、住宅タイプ（新築戸建て、新築マンション、既存戸建て、既存マンション）のバランスに配慮し、対象を抽出した。

（3）調査方法

ＷＥＢアンケート（調査対象者にはアンケートページのＵＲＬおよびＱＲコードを紙面およびメールにて通知するとともに協力を依頼する形で実施）

※第 22 回（2017 年度）調査までは、紙の調査票を郵送・回収する形で実施。

（4）調査期間

発送時期　：　令和元年 6 月 25 日

回収締切　：　令和元年 7 月 22 日

（5）配布・回収状況

①送総数　：　2880 票

②回答数　：　955 票

③回答率　：　33.2％

購入物件の建て方別発送・回答数

	合計	新築住宅 購入者計※N	戸建て	マンション	既存住宅 購入者計※S	戸建て	マンション
発送数	2880	1072	212	860	1808	561	1247
	(100.0%)	(100.0%)	(19.8%)	(80.2%)	(100.0%)	(31.0%)	(69.0%)
回答数	955	335	70	265	620	177	432
	(100.0%)	(100.0%)	(20.9%)	(79.1%)	(100.0%)	(28.5%)	(69.7%)

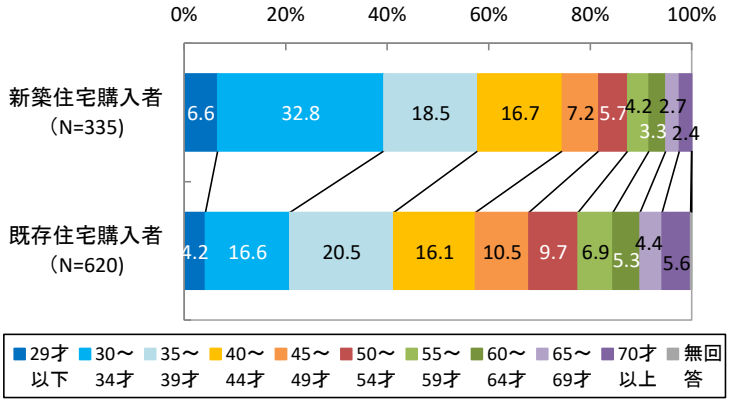
※N　住宅の建て方不明はなし。

※S　住宅の建て方不明 11 件を含む。

（6）回答者の基本属性

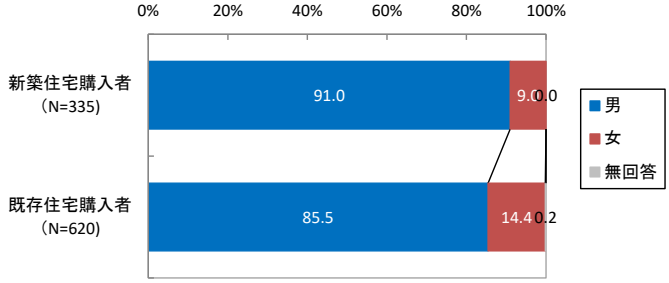
■世帯主の年齢

	合計	新築住宅購入者	既存住宅購入者
29 才以下	48	22	26
30～34 才	213	110	103
35～39 才	189	62	127
40～44 才	156	56	100
45～49 才	89	24	65
50～54 才	79	19	60
55～59 才	57	14	43
60～64 才	44	11	33
65～69 才	36	9	27
70 才以上	43	8	35
無回答	1	—	1
全　体	955	335	620



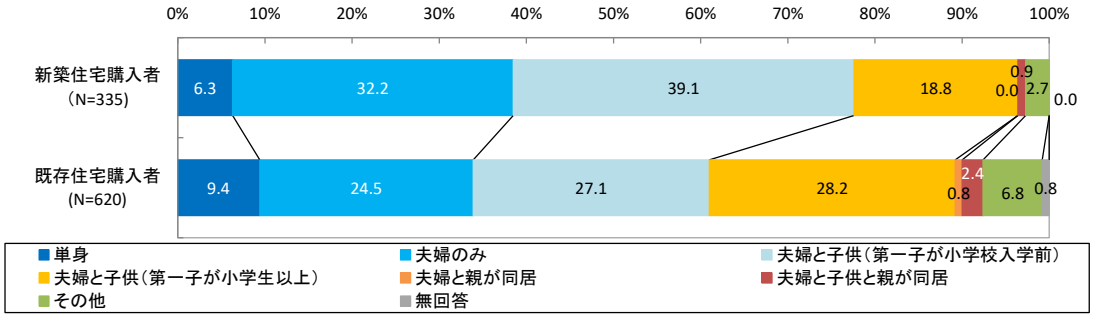
■世帯主の性別

	合計	新築住宅購入者	既存住宅購入者
男	835	305	530
女	119	30	89
無回答	1	—	1
全　体	955	335	620



■世帯構成

	合計	新築住宅購入者	既存住宅購入者
単身	79	21	58
夫婦のみ（子供なし）	260	108	152
夫婦と子供（第一子が小学校入学前）がいる	299	131	168
夫婦と子供（第一子が小学生以上）がいる	238	63	175
夫婦と親が同居（二世代同居）	5	—	5
夫婦と子供と親が同居（三世代同居）	18	3	15
その他	51	9	42
無回答	5	—	5
全　体	955	335	620



■新築住宅購入者・既存住宅購入者別回答数の推移

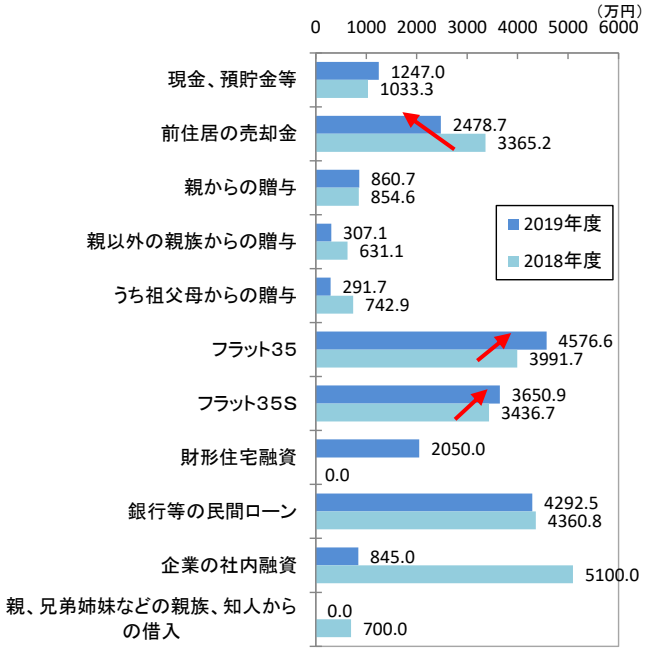
	今年度（2019 年度）	昨年度（2018 年度）	一昨年度（2017 年度）
新築住宅購入者	335（35.1%）	340（39.1%）	401（37.6%）
既存住宅購入者	620（64.9%）	530（60.9%）	666（62.4%）
合　　計	955（100.0%）	870（100.0%）	1067（100.0%）

1．住宅購入資金の内訳

■　現金、預貯金等の利用率は新築では引き続き減少傾向、既存では微増
「親からの贈与」の利用者平均額は、新築購入者で 861 万円、既存購入者で 767 万円

- 自己資金についてみると、「現金、預貯金等」の利用率は新築住宅購入者では昨年度から減少傾向が続き、1.7 ポイント減少、一方、既存住宅購入者では 1.7 ポイント増加に転じている。自己資金の利用者平均額をみると、新築住宅購入者の「前住居の売却金」の金額が前年度に比べて 887 万円減少している点が特徴的である。また、「親からの贈与」の利用者平均額は、新築住宅購入者が 860.7 万円で前年度とほぼ同様、既存住宅購入者が 766.9 万円で微増となっている（図 1,図 2）。
- 借入資金等についてみると、前年度に引き続き「銀行等の民間ローン」の利用者数が最も多くなっている。また、利用者平均額では、新築住宅購入者の「フラット 35」が 4000 万円台となり、昨年度に比べ、585 万円程度平均額が増加している（図 1,図 2）。

図1　各資金の利用者平均額の変化／新築住宅購入者

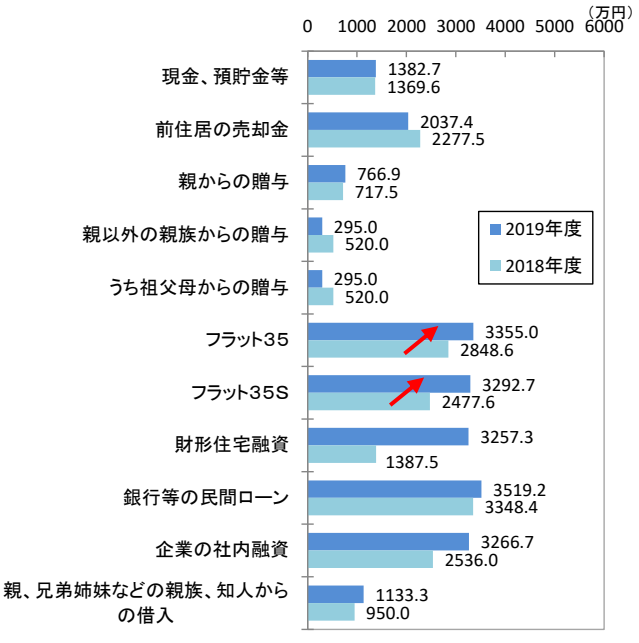


＜利用者数と利用率＞

		利用者数	利用率
現金、預貯金等	2019年度	217	64.8%
	2018年度	226	66.5%
前住居の売却金	2019年度	15	4.5%
	2018年度	24	7.1%
親からの贈与	2019年度	69	20.6%
	2018年度	78	22.9%
親以外の親族からの贈与	2019年度	7	2.1%
	2018年度	9	2.6%
うち祖父母からの贈与	2019年度	6	1.8%
	2018年度	7	2.1%
フラット35	2019年度	35	10.4%
	2018年度	34	10.0%
フラット35S	2019年度	22	6.6%
	2018年度	19	5.6%
財形住宅融資	2019年度	2	0.6%
	2018年度	0	0.0%
銀行等の民間ローン	2019年度	221	66.0%
	2018年度	227	66.8%
企業の社内融資	2019年度	3	0.9%
	2018年度	2	0.6%
親、兄弟姉妹などの親族、知人からの借入	2019年度	0	0.0%
	2018年度	1	0.3%

（注１）利用率は、新築住宅購入者全体（2019 年 N=335、2018 年 N=340）に対する割合。
（注２）2019 年、2018 年ともに利用者平均額は 2.5%トリム平均をとっている。
（注３）「現金、預貯金等」には他に分類されない自己資金を含む。

図2　各資金の利用者平均額の変化／既存住宅購入者



＜利用者数と利用率＞

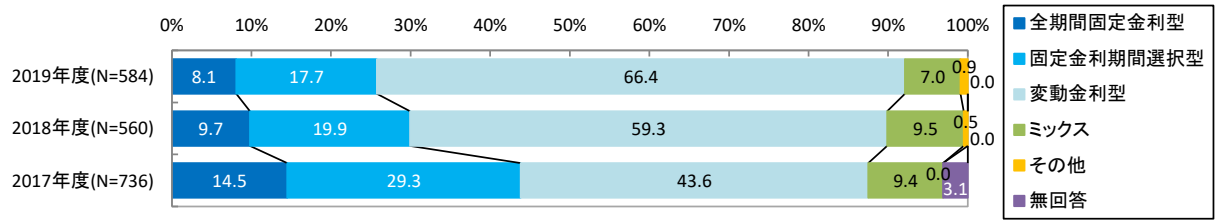
		利用者数	利用率
現金、預貯金等	2019年度	380	61.3%
	2018年度	316	59.6%
前住居の売却金	2019年度	52	8.4%
	2018年度	62	11.7%
親からの贈与	2019年度	97	15.6%
	2018年度	58	10.9%
親以外の親族からの贈与	2019年度	6	1.0%
	2018年度	5	0.9%
うち祖父母からの贈与	2019年度	6	1.0%
	2018年度	5	0.9%
フラット35	2019年度	42	6.8%
	2018年度	38	7.2%
フラット35S	2019年度	21	3.4%
	2018年度	20	3.8%
財形住宅融資	2019年度	6	1.0%
	2018年度	4	0.8%
銀行等の民間ローン	2019年度	363	58.5%
	2018年度	333	62.8%
企業の社内融資	2019年度	6	1.0%
	2018年度	2	0.4%
親、兄弟姉妹などの親族、知人からの借入	2019年度	6	1.0%
	2018年度	4	0.8%

（注１）利用率は、既存住宅購入者全体（2019 年 N=620、2018 年 N=530）に対する割合。
（注２）2019 年、2018 年ともに利用者平均額は 2.5%トリム平均をとっている。
（注３）「現金、預貯金等」には他に分類されない自己資金を含む。

■ 利用した民間ローンの金利タイプでは変動金利型が約 7 割と増加、固定金利型の利用率は減少、固定金利では 7 年以下の固定金利期間選択型の利用率に増加傾向が続いている

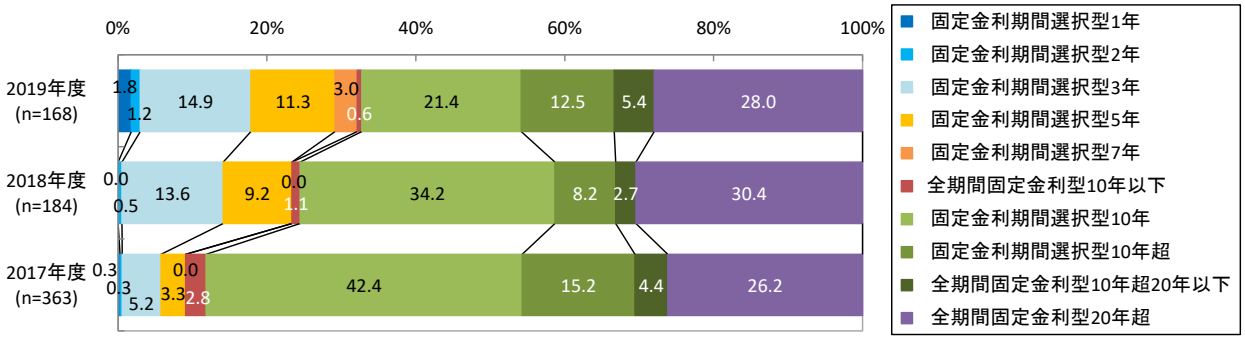
➢ 利用した民間ローンの金利タイプについては、「変動金利型」が最も多く 66.4%となっており（対前年度比 7.1 ポイント増）、次いで「固定金利期間選択型」が 17.7%、「全期間固定金利型」が 8.1%、「ミックスプラン注)」が 7.0%となった（図 3）。

図3　利用した民間ローンの金利タイプ



➢ 固定金利の利用についてみると、固定金利期間選択型では 7 年以下の利用率が増加している。一方、全期間固定金利型では 20 年超の利用率については、微減となった（図 4）。

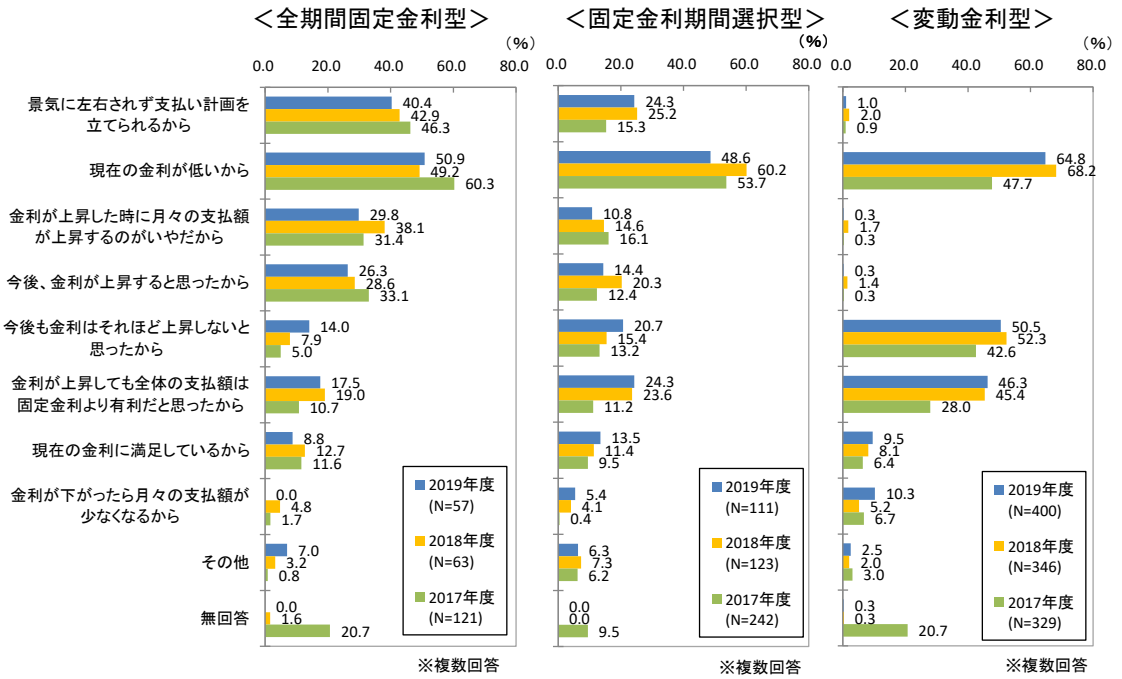
図4 利用した「固定金利」の固定期間



（注）上記集計結果には、「ミックス」利用者のうち金利プランにより借入額が異なる場合の最も借入額が大きい金利プランの回答を含む。

➢ 金利の選択理由をみると、金利タイプにかかわらず「現在の金利が低いから」との回答が最も多くなっている。金利タイプ別にみると、変動金利型では「今後も金利はそれほど上昇しないと思ったから」が昨年に続き半数超となっている。また、全期間固定金利型では、「今後も金利はそれほど上昇しないと思ったから」に上昇傾向がみられる。（図 5）

図5 「固定金利」または「変動金利」を選択した理由



（注）上記集計結果には、「ミックス」利用者のうち金利プランにより借入額が異なる場合の最も借入額が大きい金利プランの回答を含む。

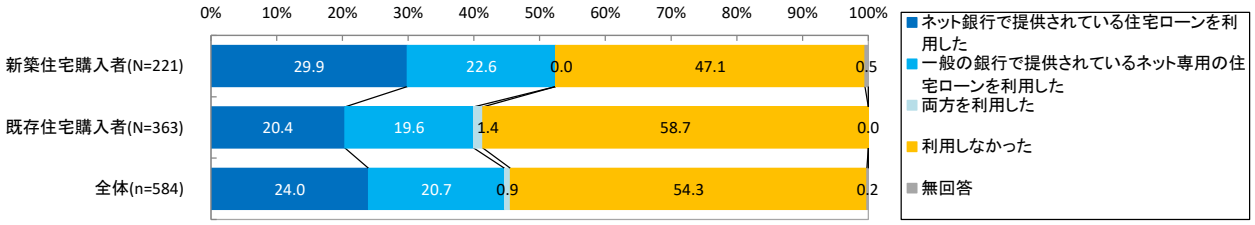
■　ネット銀行で提供されている住宅ローン※の利用者は民間ローン利用者の 24.0%と増加

※窓口となる店舗や自行のＡＴＭを持たずにインターネット上での取引を中心として営業している銀行（ネット銀行）で提供されている住宅ローンで、審査申込から契約、融資までの流れの殆どをインターネット上で行うものをさす

- 民間ローン利用者のうち、「ネット銀行で提供されている住宅ローン」の利用は全体の 24.0%であり、「一般の銀行で提供されているネット専用の住宅ローン[注 1)]」「両ローンの併用」を合わせると全体の 45.6%を占める。また、新築住宅購入者と既存住宅購入者で住宅ローンのネット利用状況[注 2)]を比較すると、新築住宅購入者が 52.5%で既存住宅購入者に比べて 11.1 ポイント高くなっている（図 6）。
- 今後、住宅や土地を購入する際のネット銀行で提供されている住宅ローンの利用意向についてみると、新築・既存とも「利用したいと思う」が 9 割超となっている（図 7）。

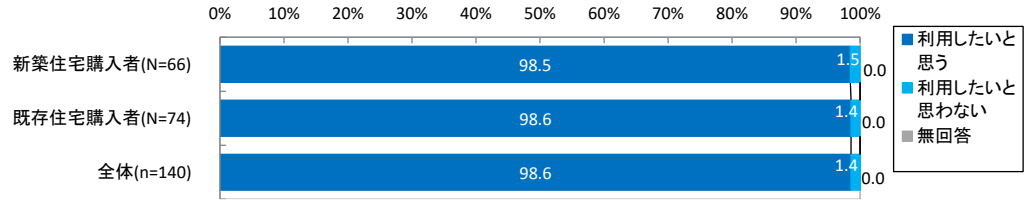
（注 1）窓口となる店舗や自行のＡＴＭを持つ銀行で提供されている、審査申込から契約、融資までの流れの殆どをインターネット上で行うタイプの住宅ローンをさす
（注 2）「ネット銀行で提供されている住宅ローン」「一般の銀行で提供されているネット専用の住宅ローン」のいずれかもしくは両方の利用をさす

図6　新築・既存別　住宅ローンのネット利用状況



（参考）昨年度の新築・既存別　住宅ローンのネット利用状況

図7　新築・既存別今後の利用意向



※「ネット銀行で提供されている住宅ローン」のみの利用者を対象に集計

■　新築・既存ともフラット３５、３５Ｓの利用は昨年度から概ね横ばい
フラット３５、３５Ｓの主な利用理由は「長期の利率固定」「借入先としての安心感」

➢ フラット３５またはフラット３５Ｓが適用可能な住宅を購入した世帯の中で、実際に融資を利用した世帯の割合は、新築住宅購入者で 20.7%（対前年度比 0.7 ポイント減）、既存住宅購入者で 22.1%（対前年度比 0.5 ポイント減）となった。また、「フラット３５Ｓを利用した」世帯の割合は、既存住宅購入者では 7.4%（前年度と同じ）、新築住宅購入者では 7.8%（対前年度比 0.1 ポイント増）となった（図 8,図 9）。

図8　　フラット３５またはフラット３５Ｓ利用の有無＜新築住宅購入者＞

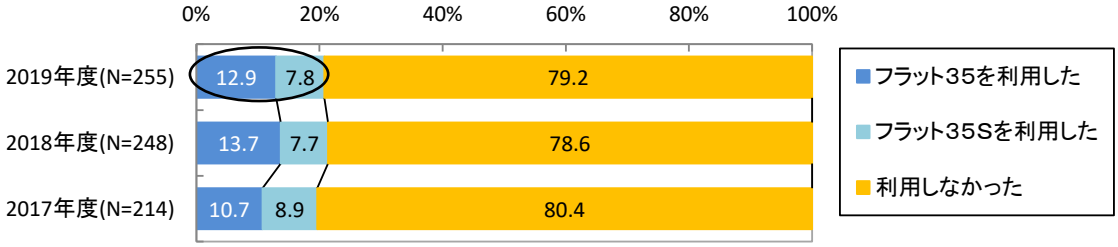
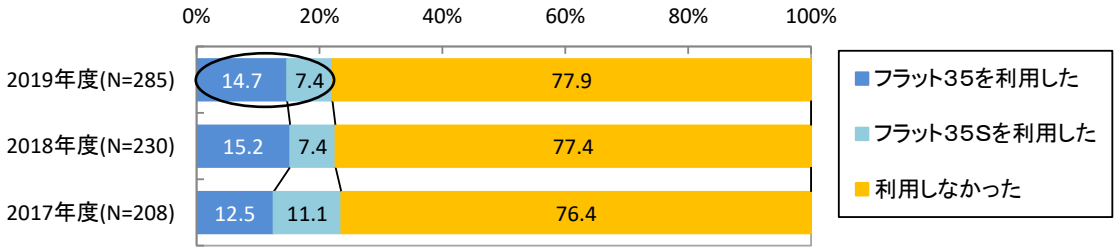


図9　　フラット３５またはフラット３５Ｓ利用の有無＜既存住宅購入者＞

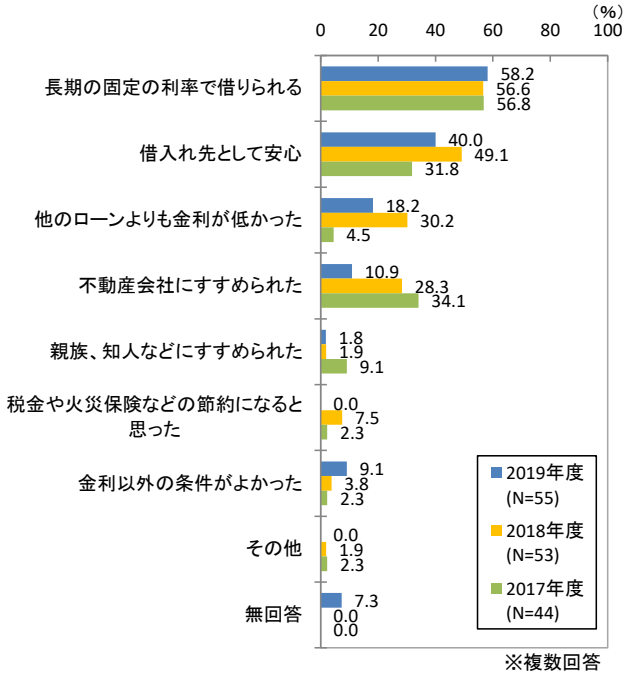


（注）図８、９の利用率は、フラット３５またはフラット３５Ｓが適用できる住宅に占める、フラット３５またはフラット３５Ｓを利用した世帯の割合。適用可能な住宅を集計対象としているため、住宅金融支援機構が公表するフラット３５及びフラット３５Ｓの申請件数に占める、「フラット３５Ｓ」の割合とは異なる（申請件数は技術基準を満たさない場合を含む）。

➢ フラット３５またはフラット３５Ｓを利用した理由としては、新築・既存ともに「長期の固定の利率で借りられる」が最も多くなっており、次いで「借入先として安心」となっている。（図 10）

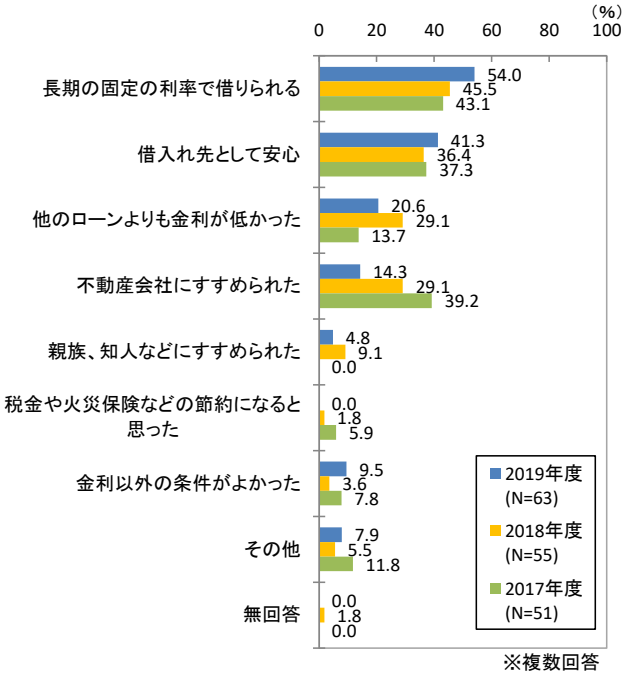
図10　　フラット３５またはフラット３５Ｓを利用した理由の変化

＜新築住宅購入者＞



※複数回答

＜既存住宅購入者＞



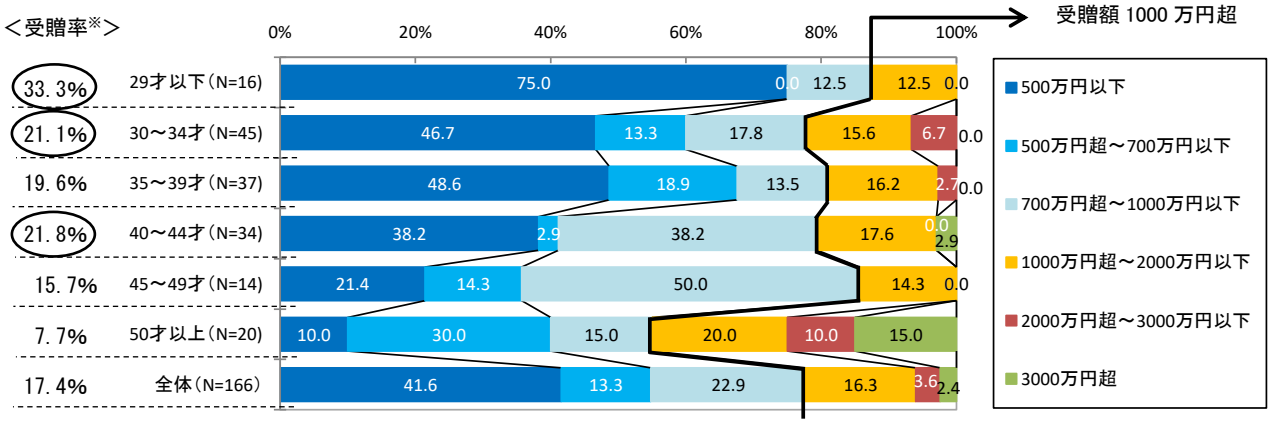
※複数回答

2．住宅購入資金における贈与の利用状況

■　贈与した親の年齢が 60 歳未満の割合は受贈者の 14.5%
世帯主の年齢が若いほど「親からの贈与」を受けた世帯の割合（受贈率）が高い

➢　「親からの贈与」を受けた世帯の割合は住宅購入者全体の 17.4%であった。世帯主の年齢別にみると、20 代から 40 代が、他の年代に比べて親から贈与を受けた世帯の割合が高くなっている。また、親からの贈与の受贈額が「1,000 万円超」の割合についてみると、「50 才以上」が最も高く 45.0%、次いで「30～34 才」（22.3%）となっている。受贈者年齢が 50 才以上では、受増額が 3000 万円超の世帯もいるなど 50 才未満に比べて比較的高額の贈与を受けている割合が高くなっている（図 11）。

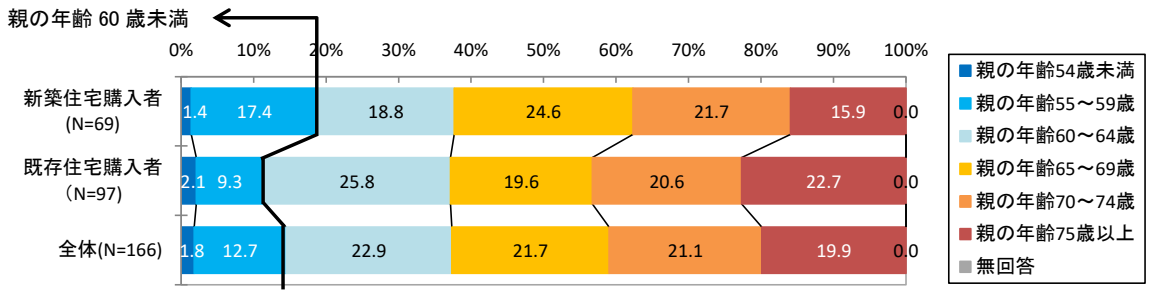
図11　　世帯主の年齢別親からの受贈率及び「親からの贈与」の受贈額



※　受贈率は、各年齢層の世帯総数に対する親からの贈与利用者の割合。

➢　住宅購入資金を贈与した親の年齢が 60 歳未満の世帯割合は、新築住宅購入者で 18.8%、既存住宅購入者で 11.4%を占めている（図 12）。

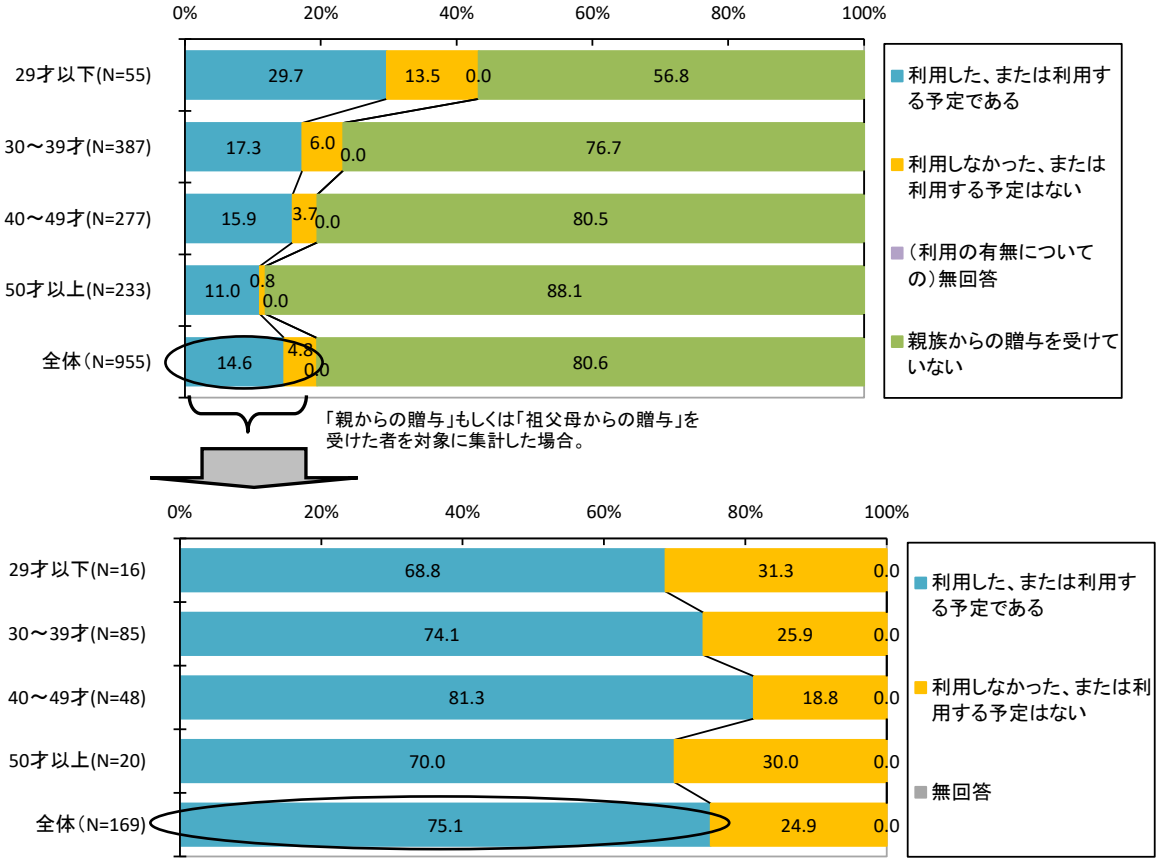
図12　新築・既存別贈与した親の年齢



■　住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度の利用者は住宅購入者の 14.6%

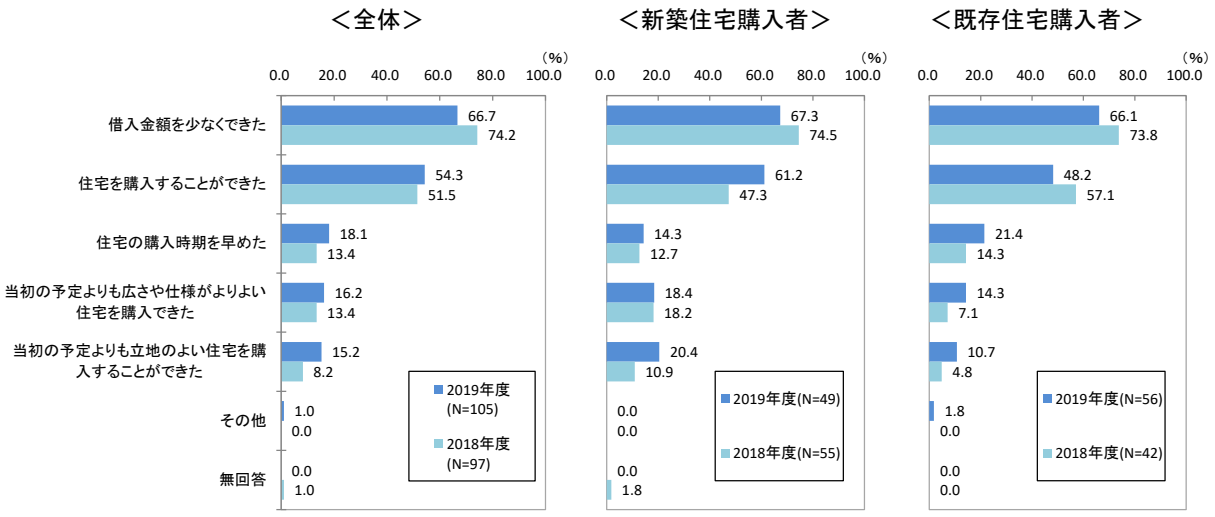
- 住宅購入者に占める「住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度」の利用者の割合は 14.6%、29 才以下が最も高く 29.7%を占める（対前年度比 18.9 ポイント増）（図 13、上図）。
- 親もしくは祖父母からの贈与を受けた受贈者を対象にした「住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度」の利用状況は、全体の 75.1%となっている（図 13、下図）。
- 世帯主の年齢別にみると、「住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度」の利用率は「40～49 才」が 81.3%で最も多く、次いで「30～39 才」（74.1%）、「50 才以上」（70.0%）となっている（図 13、下図）。

図13　世帯主の年齢別「住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度」の利用状況



- 住宅購入に与えた具体的な影響については、新築・既存とも「借入金額を少なくできた」が最も多く、次いで「住宅を購入することができた」となっている（図 14）。

図14　「住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度」の利用が住宅購入に与えた影響 注）



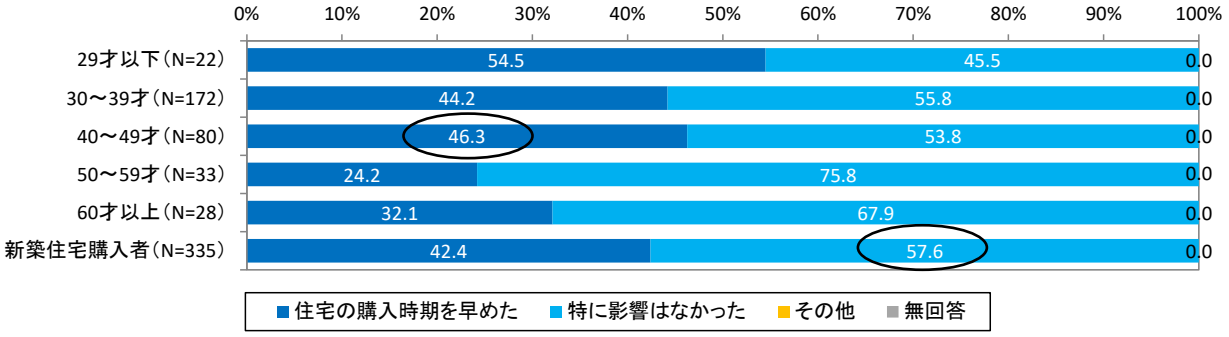
（注）「住宅取得等資金に係る贈与税の非課税制度」利用者のうち、同制度が住宅購入に影響したと回答した者を対象としている。

3．消費税に対する意識

■　今後の消費税率引き上げ予定が「特に影響はなかった」のは新築住宅購入者の 57.6%

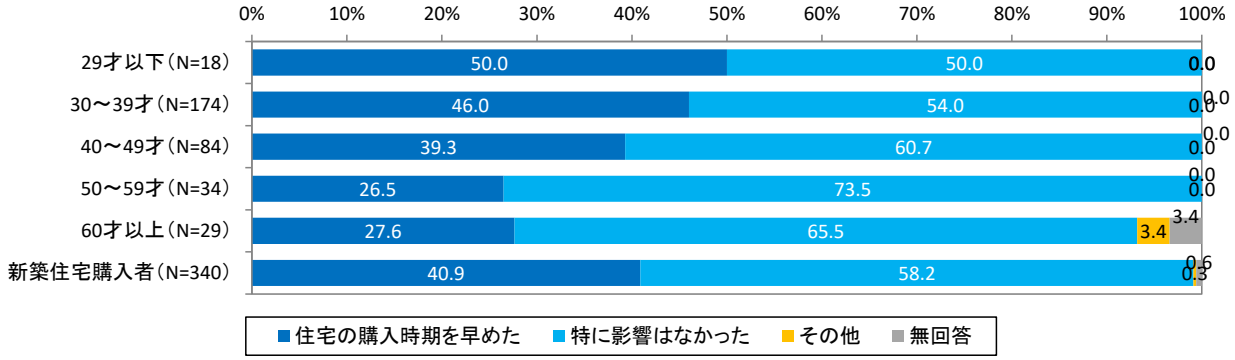
- 新築住宅購入者について、今後予定されている消費税率 10%への引き上げが今回の住宅購入に与えた影響についてみると、「特に影響はなかった」が全体の 57.6%となっている。（図 15）
- 世帯主の年齢別にみると、「40～49 才」では、「住宅の購入時期を早めた」が昨年度に比べて 7.0 ポイント上昇している（図 15）。

図15　消費税率 10%への引き上げ予定が今回の住宅購入に与えた影響（新築住宅購入者）



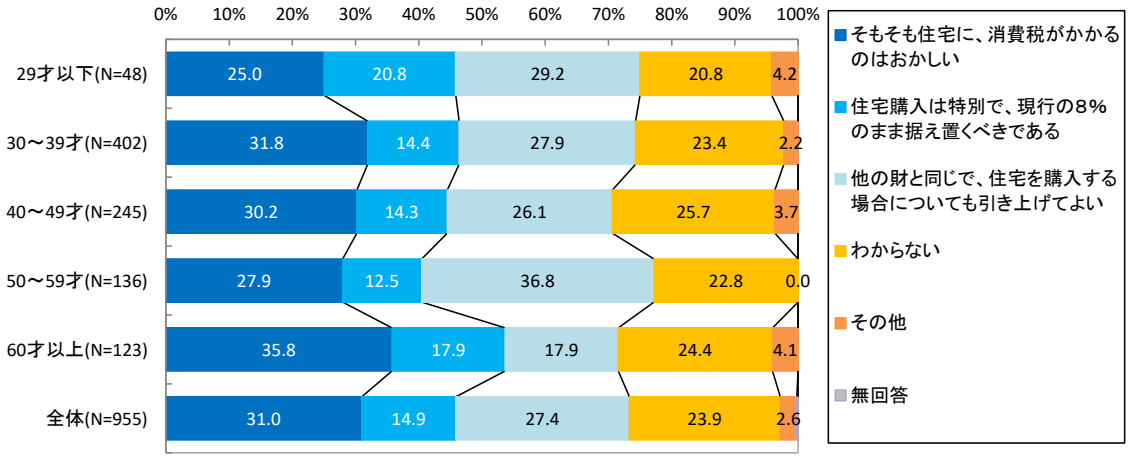
（注）消費税 10%への引き上げ時期については、当初平成 29 年 4 月 1 日が予定されていたが、平成 28 年 11 月に成立した税制改正関連法により、令和元年 10 月 1 日に延期されている。

（参考）昨年度の消費税率 10%への引き上げ予定が今回の住宅購入に与えた影響（新築住宅購入者）



- 消費税率の引き上げについては「そもそも住宅に消費税がかかるのはおかしい」もしくは「住宅購入は特別で、現行のまま据え置くべきである」が住宅購入者全体の 45.9%を占めており、世帯主の年齢別にみても、各世代とも 4 割超となっている（図 16）。

図16　世帯主の世代別・消費税引き上げに対する考え



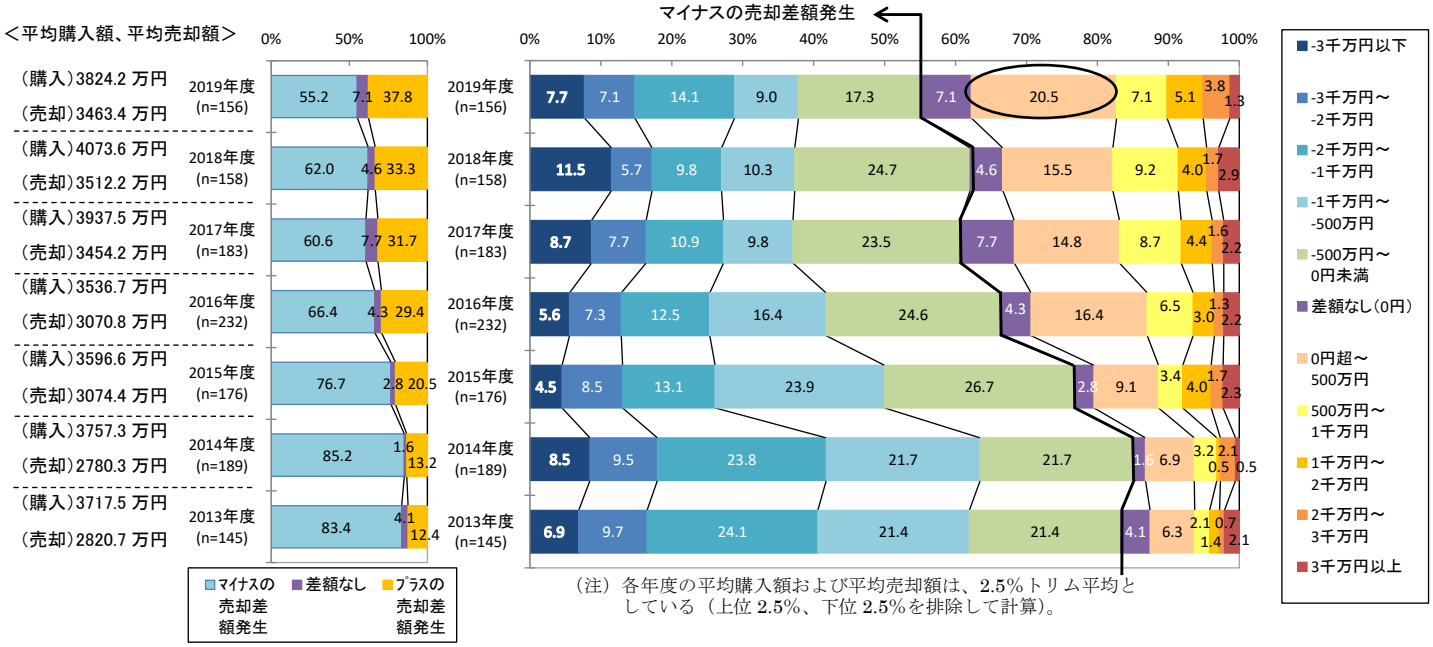
4．買い換えによる売却差額の発生状況

■　プラスの売却差額※発生世帯が前年度から 4.5 ポイント増加（37.8%）
マイナスの売却差額※発生世帯が前年度から 6.8 ポイント減少（55.2%）

※売却差額とは自己所有住宅の売却時の価格から購入時の価格を差し引いた額のこと。

- 自己所有住宅から住み替えた世帯の 60.7%にあたる 156 世帯が従前住宅を売却している（表外）。このうちマイナスの売却差額が発生している世帯は 55.2%（対前年度比 6.8 ポイント減）、プラスの売却差額が発生している世帯は 37.8%（対前年度比 4.5 ポイント増）となっている（図 17）。
- 売却差額の分布状況をみると、0 円超～500 万円が 4.7 ポイント増となっており、これがプラスの売却差額発生の増加に寄与している（図 17）。

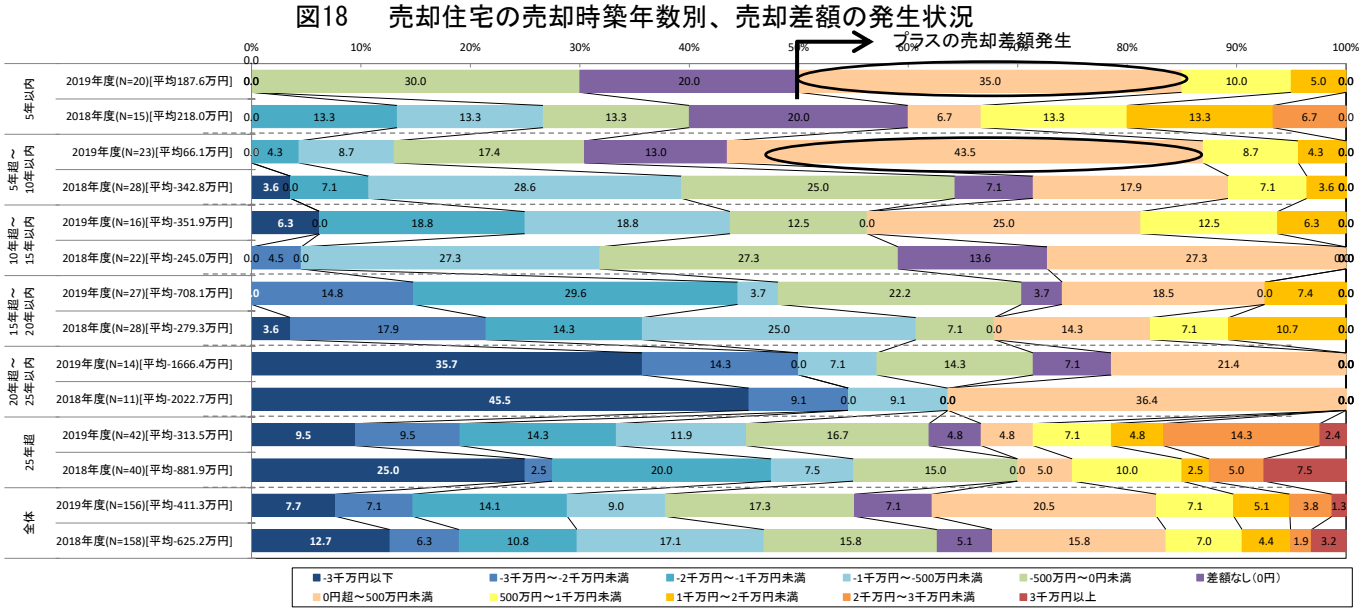
図17　調査年度別売却差額の発生状況



（注）各年度の平均購入額および平均売却額は、2.5%トリム平均としている（上位 2.5%、下位 2.5%を排除して計算）。

- 築年数別の売却差額の発生状況をみると、築年数が古くなるほど、-3 千万円以下の割合が高くなる傾向がみられる（図 18）。
- 築年数 10 年以内の住宅については、昨年度に比べて 0 円超～500 万円未満の売却差額の割合が多くなっていることが挙げられる（図 18）。

図18　売却住宅の売却時築年数別、売却差額の発生状況



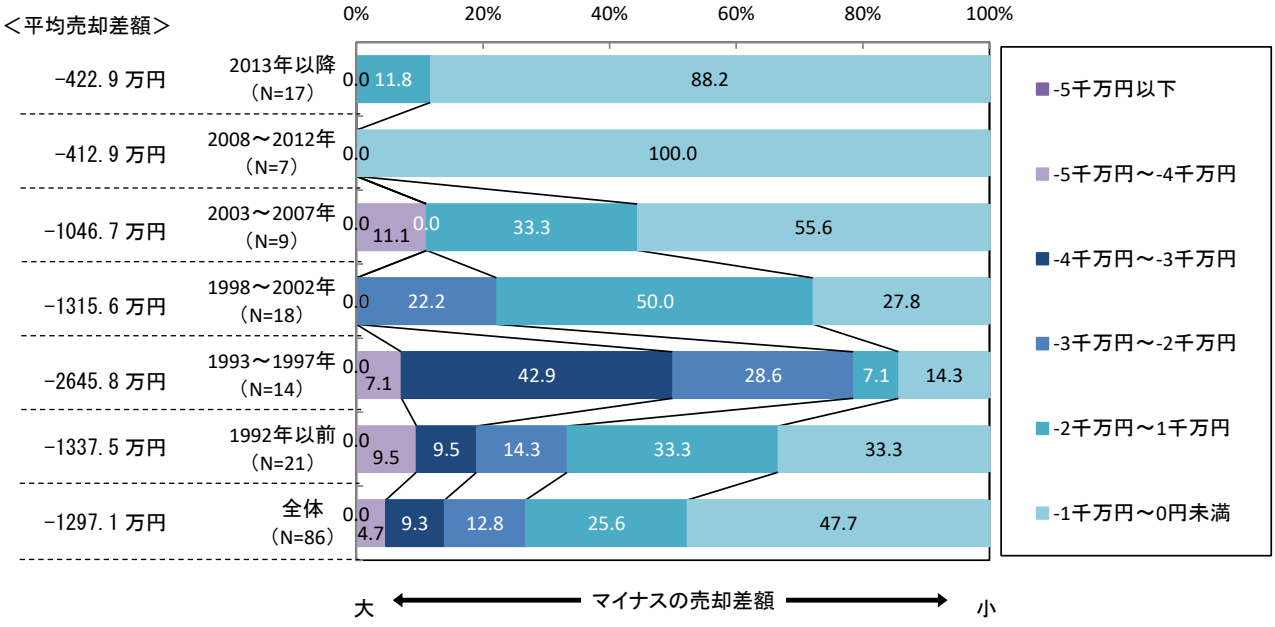
（注 1）［　］内の額は平均売却差額であり、2.5%トリム平均としている（上位 2.5%、下位 2.5%を排除して計算）。
（注 2）2019 年度は、築 5 年以内が 2013 年以降竣工、築 5 年超～10 年以内が 2008～2012 年竣工、以下 5 年毎。2018 年度は、築 5 年以内が 2012 年以降竣工、築 5 年超～10 年以内が 2007～2011 年竣工、以下 5 年毎。
（注 3）全体集計には、売却時築年数が無回答のものを含む。

5．マイナスの売却差額発生世帯の状況

■　マイナスの売却差額発生世帯の平均差額は前年度から減少し 1297.1 万円

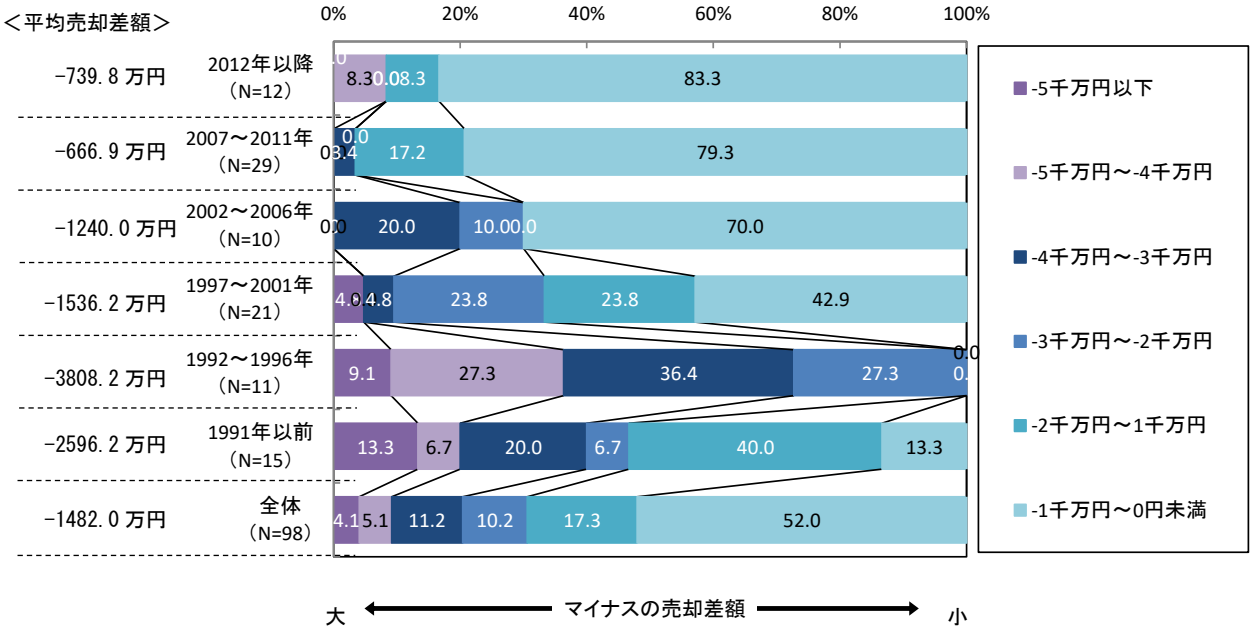
- マイナスの売却差額発生世帯は従前住宅を平均 3998.9 万円（前年度 4306.3 万円）で購入し、平均 2678.4 万円（前年度 2785.1 万円）で売却しており（表外）、その差額は前年度から減少し 1297.1 万円（前年度 1482.0 万円）であった。
- 売却住宅の取得年別にマイナスの売却差額の発生状況をみると、取得年が 1993 年以前は売却差額が大きく、取得年が新しくなるほどマイナスの売却差額が比較的小さい（図 19）。

図19　売却住宅の取得年（入居年）別マイナスの売却差額発生状況



（注 1）平均売却差額は、2.5%トリム平均としている（上位 2.5%、下位 2.5%を排除して計算）。
（注 2）全体集計は取得時期が判明しているものの合計。

（参考）昨年度の売却住宅の取得年（入居年）別マイナスの売却差額発生状況



（注 1）平均売却差額は、2.5%トリム平均としている（上位 2.5%、下位 2.5%を排除して計算）。
（注 2）全体集計は取得時期が判明しているものの合計。

6．インターネットの利用状況

■　インターネットによる不動産情報収集経験は、新築住宅購入者・既存住宅購入者とも 9 割超

- インターネットによる不動産情報の収集経験は全体の 92.9%となっている。また、新築住宅購入者と既存住宅購入者を比較すると、新築住宅購入者が 95.2%、既存住宅購入者が 91.6%となっており、新築住宅購入者が既存住宅購入者に比べて 3.6 ポイント利用率が高い（図 20）。
- 世帯主の年齢別にみると、54 才以下の層で 9 割超、55 才以上の層でも 8 割前後となっている（図 21）。

図20　インターネットによる不動産情報収集の経験の有無

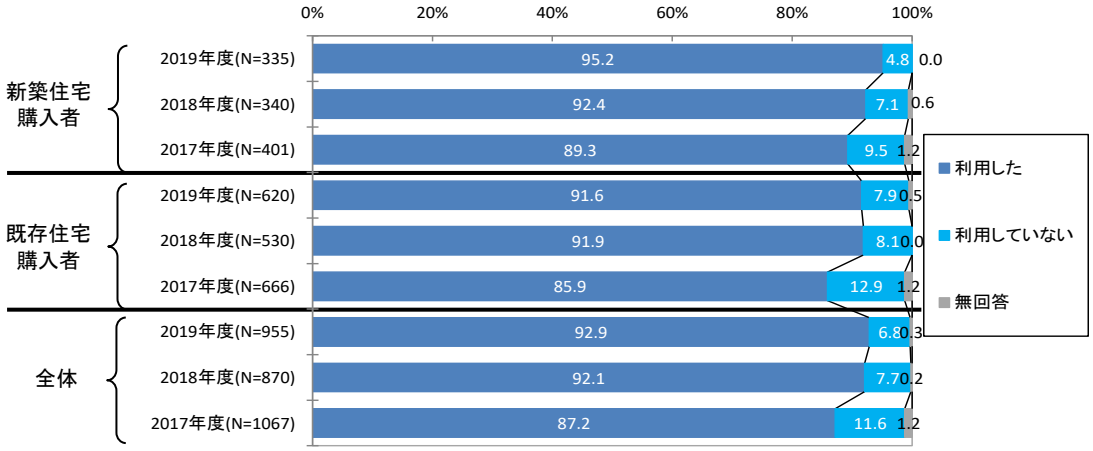


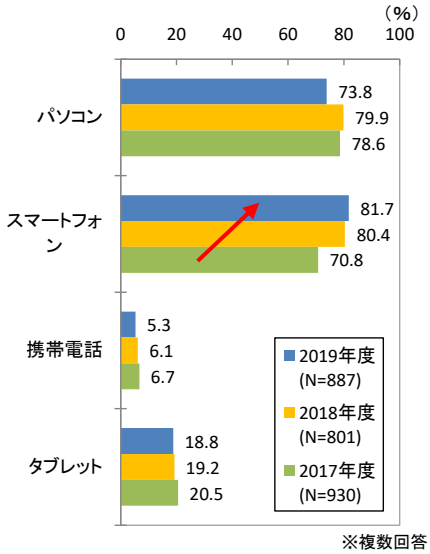
図21　世帯主の年齢別インターネット利用率の変化

	全　体	29才以下	30～34才	35～39才	40～44才	45～49才	50～54才	55～59才	60才以上
2019年度 (N=955)	92.9%	93.8%	94.4%	97.4%	94.2%	96.6%	97.5%	77.2%	83.7%
2018年度 (N=870)	92.1%	97.3%	96.7%	97.3%	93.2%	88.8%	90.6%	85.2%	80.2%
2017年度 (N=1067)	87.2%	86.7%	95.8%	94.7%	92.6%	85.3%	83.1%	80.6%	62.6%

（注）世帯主の年齢別サンプル総数に占めるインターネット利用世帯の割合。

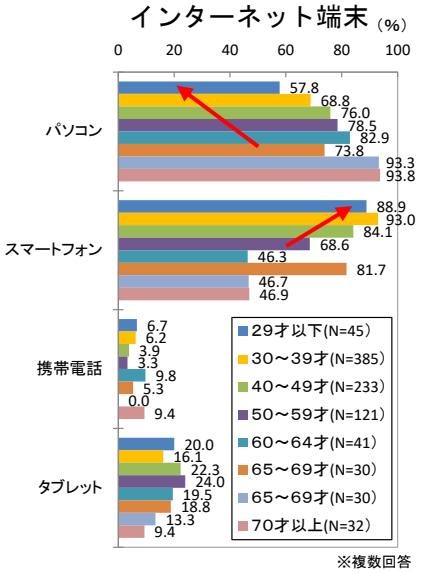
- 利用したインターネット端末をみると、「スマートフォン」が最も高く 81.7%となっており、次いで「パソコン」が 73.8%となっている。また、スマートフォンの利用率は年々増加していることが見て取れる（図 22）。
- 世代別にみると、世代が若くなるほどスマートフォンの利用率が高くなる一方、パソコンの利用率は低くなる（図 23）。
- 利用した不動産情報サイトをみると、新築・既存とも「SUUMO」が最も多く、新築では 93.4%、既存では 93.0%となっている（図 24）。

図22　利用したインターネット端末の変化



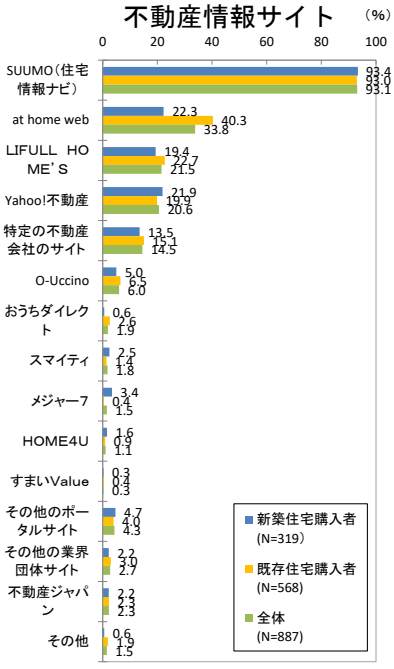
※複数回答

図23　世帯主の年齢別利用したインターネット端末



※複数回答

図24　新築・既存別利用した不動産情報サイト



※複数回答

（注）図 22、図 23 の「その他」「無回答」及び図 24 の「無回答」については、1 %未満であったことから図中に表記していない。

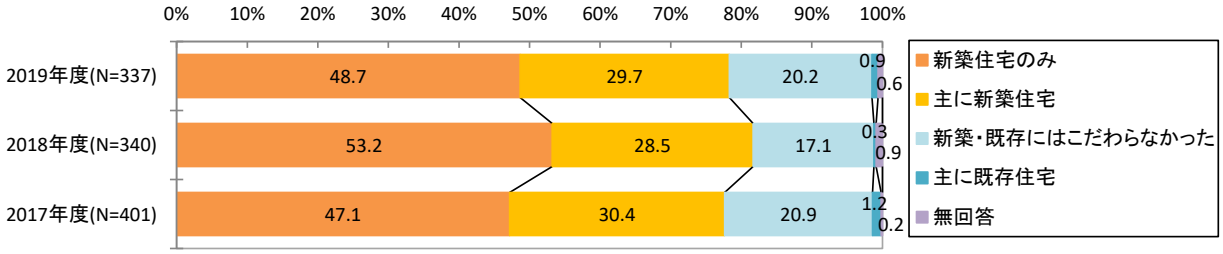
7．既存住宅購入に対する意識

■　既存住宅購入者のうち、既存住宅を中心に探した割合は約半数
新築住宅購入者は、延べ床面積に関わらず「新築住宅のみ」を探す割合が高い

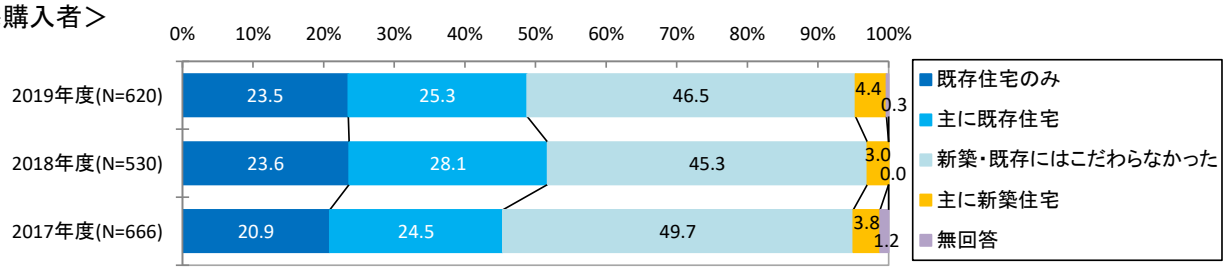
- 既存住宅購入者のうち、「既存住宅のみ」「主に既存住宅」を探した割合は 48.8%となっており半数近くを占めている（図 25）。

図25住宅購入にあたって探した住宅

＜新築住宅購入者＞



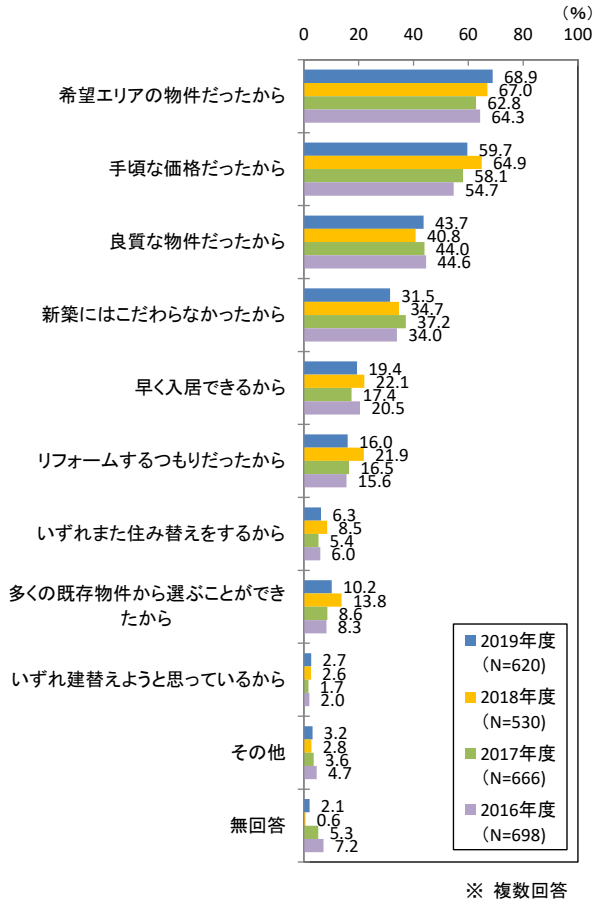
＜既存住宅購入者＞



■　既存住宅購入者の購入理由は昨年度と変わらず希望エリアで手頃な価格の良質な物件
既存住宅購入の理由として「新耐震基準を満たしていた」の割合は 13.2%

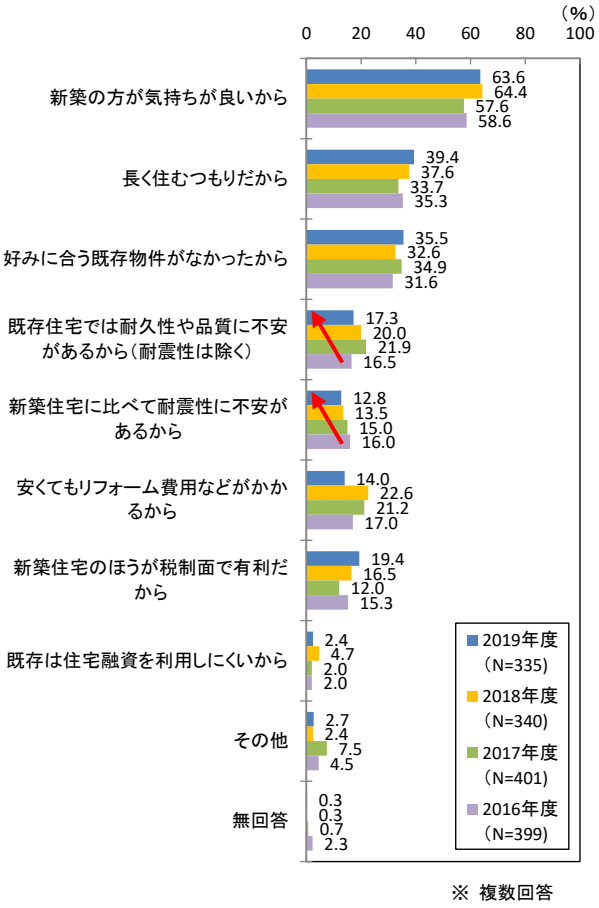
- 既存住宅購入者の購入理由は、「希望エリアの物件だったから」(68.9%)、「手頃な価格だったから」(59.7%)、「良質な物件だったから」(43.7%) が上位 3 位を占めており、立地や価格の手頃さに次いで、住宅の質が購入の決め手となっていることがうかがえる（図 26)。
- 新築住宅購入者の既存住宅を購入しなかった理由についてみると、「新築住宅に比べて耐震性に不安があるから」は減少傾向がみられる（図 27)。

図26　既存住宅を購入した理由
＜既存住宅購入者＞



※ 複数回答

図27　既存住宅を購入しなかった理由
＜新築住宅購入者＞



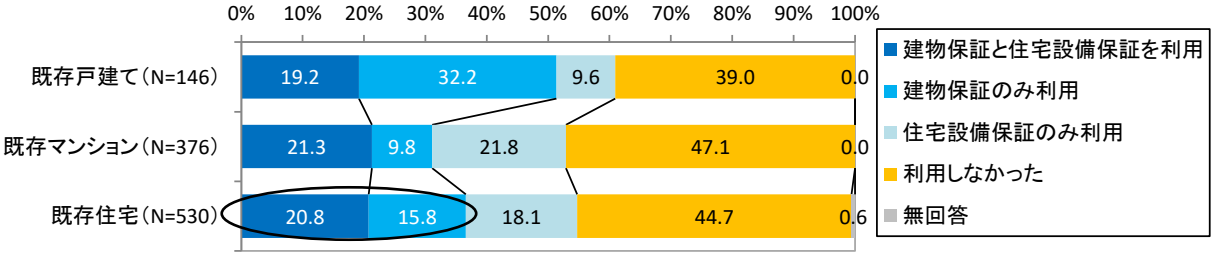
※ 複数回答

8．既存住宅購入にあたっての建物検査の実施状況等

■　不動産会社等による住宅保証の利用率は 54.7%、うち建物保証の利用が 36.6%
「既存住宅売買かし保険」を利用した既存住宅購入者の割合は 10.6%

- 既存住宅購入者における不動産会社等による住宅保証の利用状況をみると、住宅保証の利用率は 54.7%となっており、うち建物保証の利用が 36.6%を占めている。建て方別に建物保証の利用状況をみると、既存戸建てでは建物保証を利用した購入者が 51.4%、既存マンションでは 31.1%となった（図 28）。
- 不動産会社等による住宅保証が今回の住宅購入に多少なりとも影響したとの回答は、住宅保証利用者の 70.8%を占めている（図 29）。

図28 不動産会社等による住宅保証の利用状況＜既存住宅購入者＞



（参考）昨年度の不動産会社等による住宅保証の利用状況＜既存住宅購入者＞

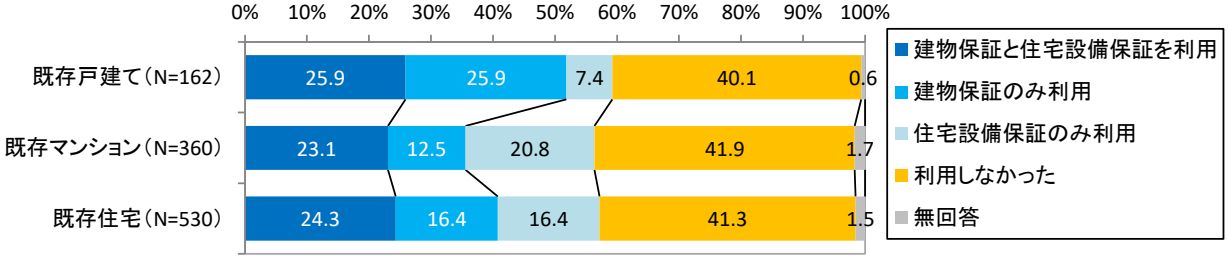
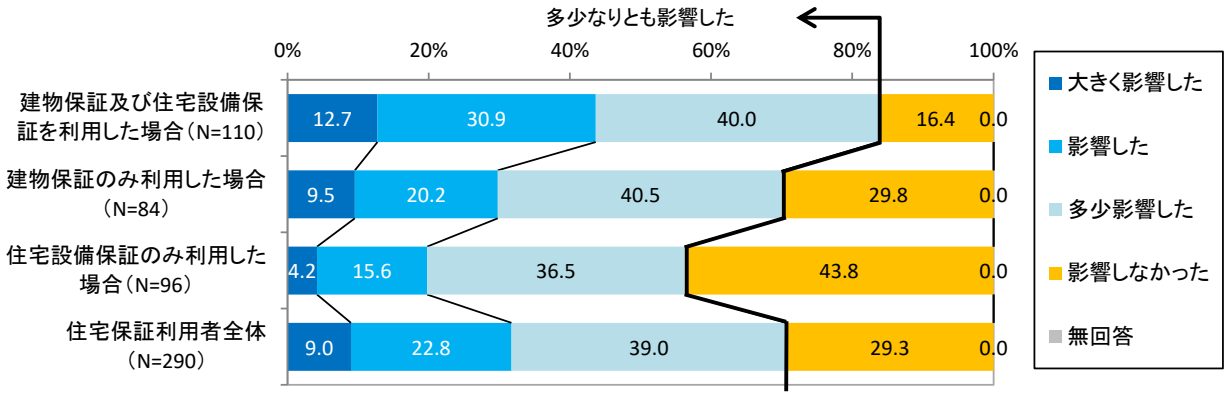
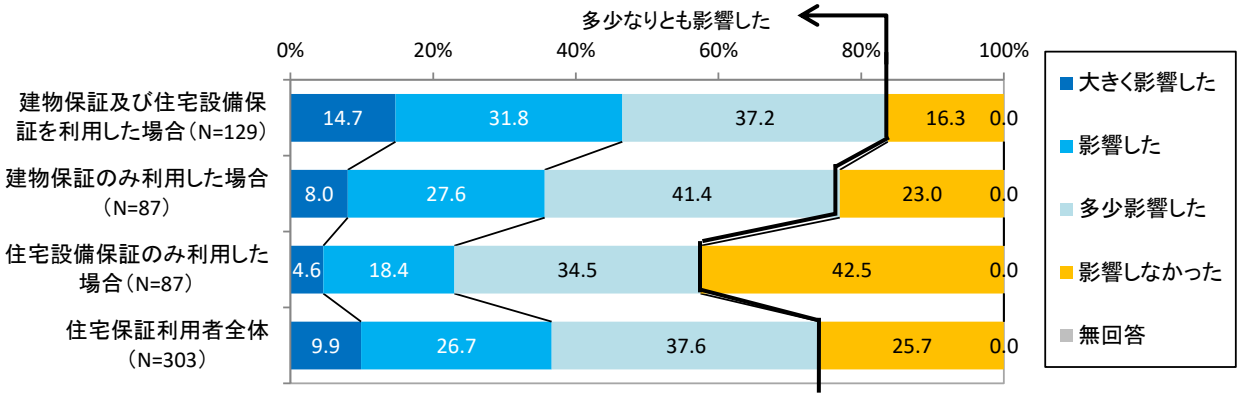


図29 不動産会社等による住宅保証の住宅購入への影響＜既存住宅購入者＞



（参考）昨年度の不動産会社等による住宅保証の住宅購入への影響＜既存住宅購入者＞

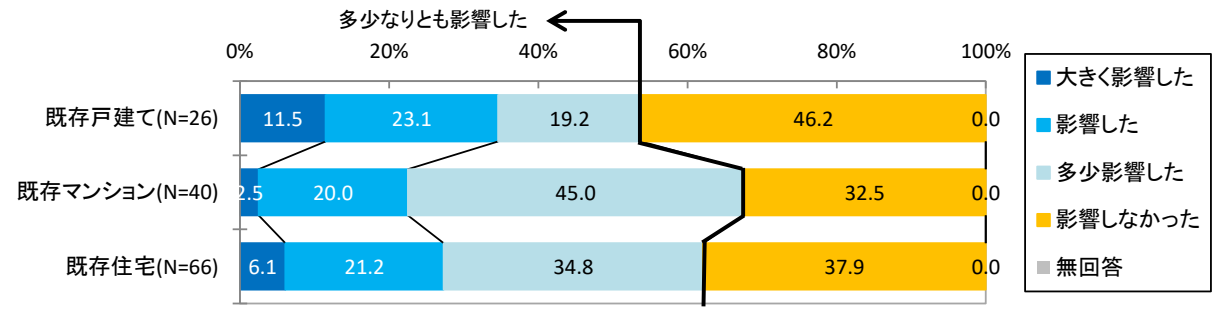


- 既存住宅購入者における「既存住宅売買かし保険（国が指定する住宅瑕疵担保責任保険法人が提供する保険）」の利用率は 10.6%となっている（図 30）。
- 利用者について「既存住宅売買かし保険」が今回の住宅購入に与えた影響度をみると、多少なりとも影響したとの回答は 62.1%となっている。既存戸建てでは 53.8%と昨年度から 24.8 ポイント減となっている（図 31）。

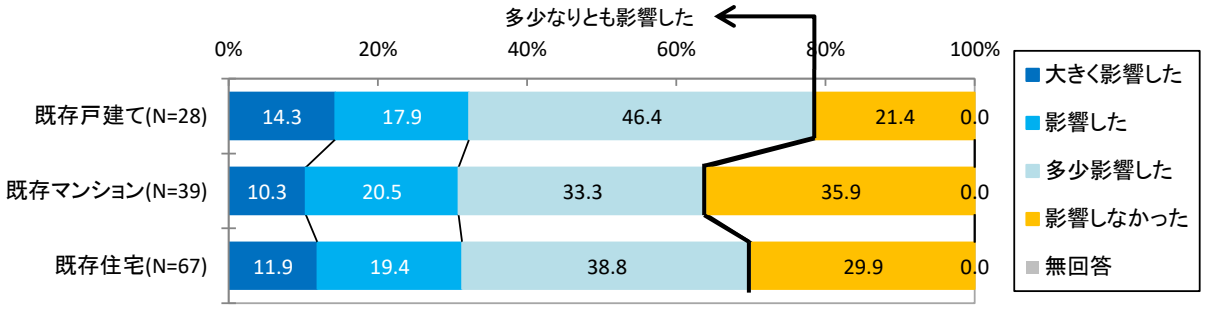
図30「既存住宅売買かし保険」の利用状況＜既存住宅購入者＞

（参考）昨年度の「既存住宅売買かし保険」の利用状況＜既存住宅購入者＞

図31「既存住宅売買かし保険」の住宅購入への影響＜既存住宅購入者＞



（参考）昨年度の「既存住宅売買かし保険」の住宅購入への影響＜既存住宅購入者＞



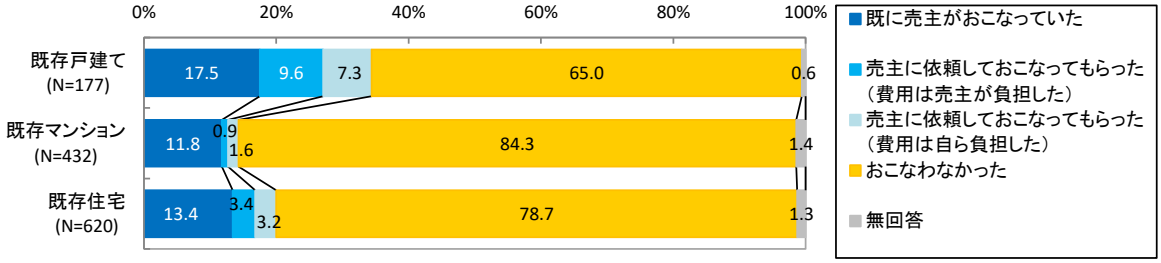
■ 民間の建物検査（ホーム・インスペクション）[注1]の実施率は 20.0%と 7.2 ポイント増
既存住宅の購入にあたっての建物検査[注2]の実施率は 46.0%

（注 1） 不動産会社等による住宅保証や「既存住宅売買かし保険」の利用にあたって実施された検査を除く。なお、不動産会社が提供する無償のインスペクションサービス（主に買主側の購入申込前に実施）がおこなわれた場合を含む。

（注 2） 不動産会社等による建物保証及び「既存住宅売買かし保険」の利用にあたって実施された検査、ならびにそれ以外におこなった民間の建物検査（ホーム・インスペクション）。

- 不動産会社等による住宅保証もしくは「既存住宅売買かし保険」を利用する際に実施された検査以外におこなわれた民間の建物検査（ホーム・インスペクション）※1 の実施率は、「既に売主がおこなっていた」が 13.4%、「売主に依頼しておこなってもらった」が 6.6%、合計 20.0%となっている（図 32）。
- 既存住宅の購入にあたって何らかの建物検査※2 をおこなった購入者は、既存住宅購入者の 46.0%となっている。特に、既存戸建て購入者では 62.6%となっており、全体の 6 割を超えている（図 33）。

図32 民間の建物検査（ホーム・インスペクション）※1 の実施状況＜既存住宅購入者＞



※1 不動産会社等による住宅保証や「既存住宅売買かし保険」の利用にあたって実施された検査を除く。なお、不動産会社が提供する無償のインスペクションサービス（主に買主側の購入申込前に実施）がおこなわれた場合を含む。

（参考）昨年度の民間の建物検査（ホーム・インスペクション）の実施状況＜既存住宅購入者＞

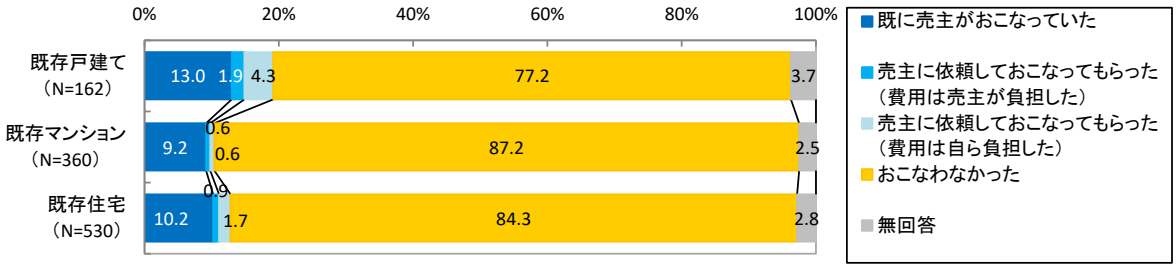
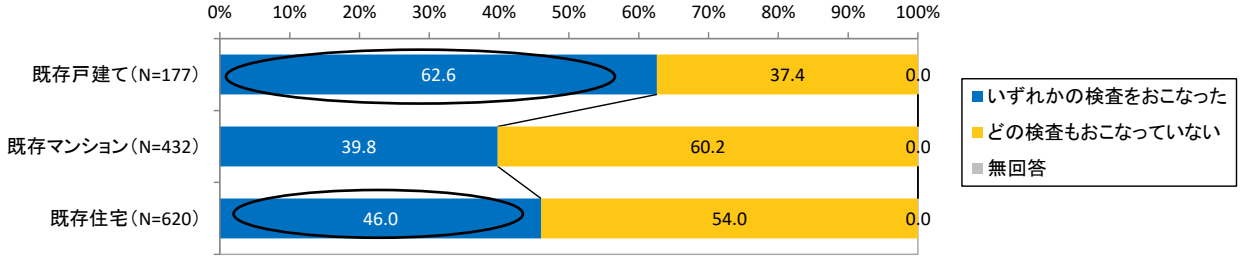
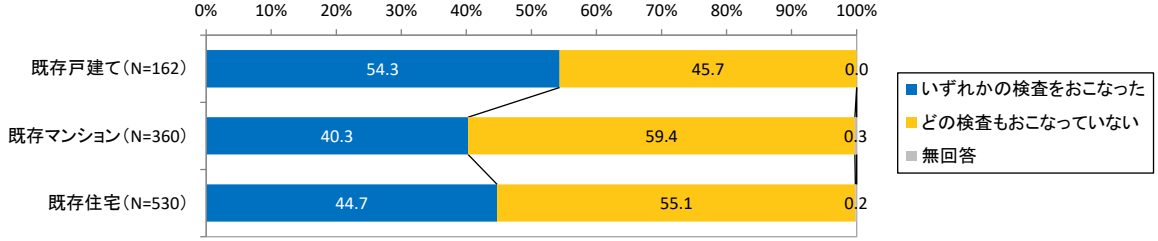


図33 住宅購入にあたっての建物検査※2 の実施状況＜既存住宅購入者＞



※2 不動産会社等による建物保証及び「既存住宅売買かし保険」の利用にあたって実施された検査、ならびそれ以外におこなった民間の建物検査（ホーム・インスペクション）。

（参考）昨年度の住宅購入にあたっての建物検査の実施状況＜既存住宅購入者＞

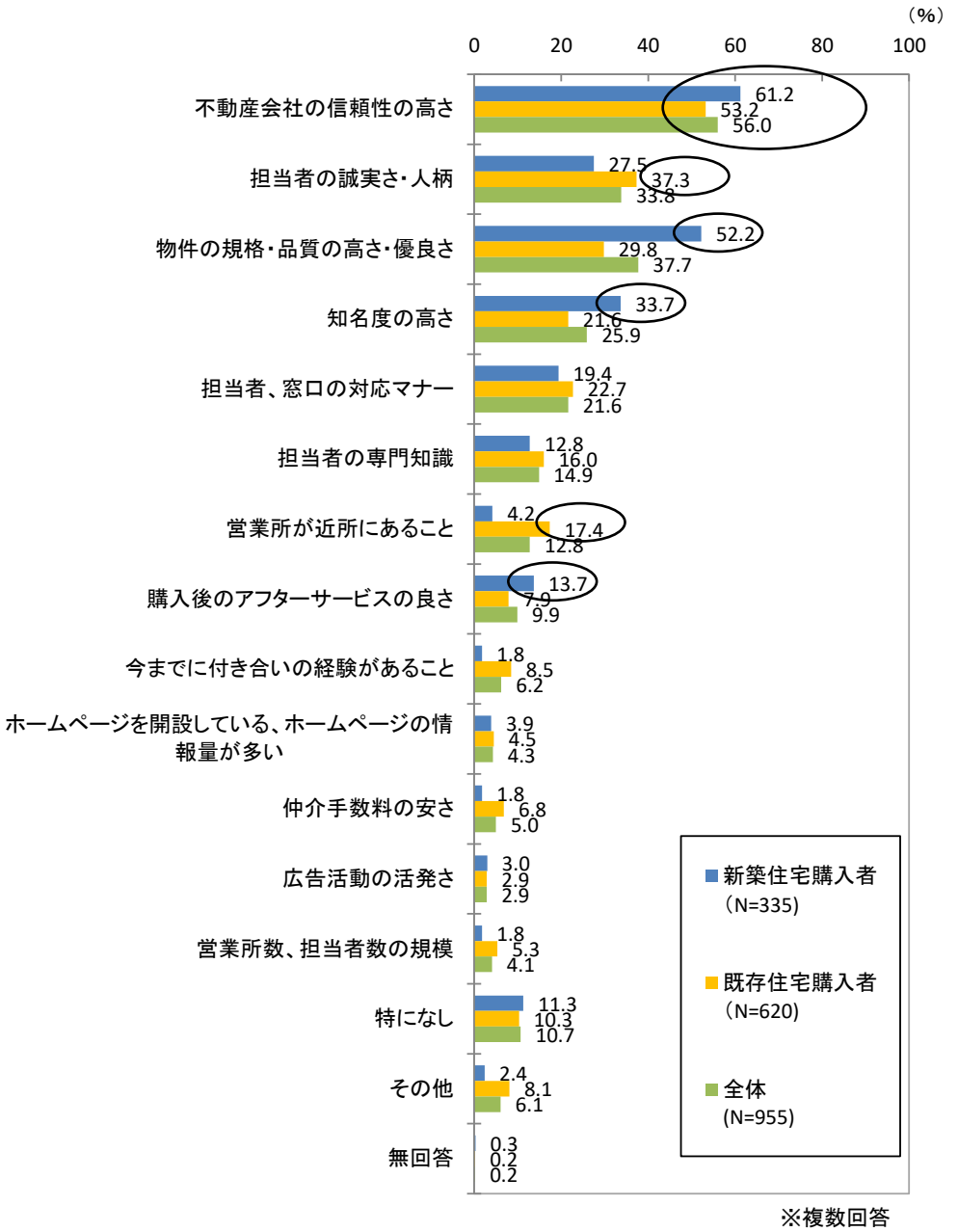


９．不動産業・不動産仲介業の今後のあり方

■　新築・既存とも、不動産会社選定の最大の決め手は「会社の信頼性の高さ」
既存住宅購入者では「担当者の誠実さ・人柄」「営業所が近所にある」ことも選定の決め手

- 住宅の住宅購入取引を依頼した不動産会社を選んだ理由としては、新築・既存とも「不動産会社の信頼性の高さ」の割合が最も高くなっている（図 34）。
- 新築住宅購入者は、既存住宅購入者に比べて「物件の規格・品質の高さ・優良さ」（52.2%）、「知名度の高さ」（33.7%）、「購入後のアフターサービスの良さ」（13.7%）の割合が高くなっており、住宅の品質に対するニーズの高さがうかがえる（図 34）。
- 既存住宅購入者は、新築住宅購入者に比べて「担当者の誠実さ・人柄」（37.3%）、「営業所が近所にあること」（17.4%）の割合が高くなっており、担当者の人柄や営業所が身近にあることが不動産会社選定の重要な要素になっていることがうかがえる（図 34）。

図34　新築・既存別　不動産会社を選んだ理由



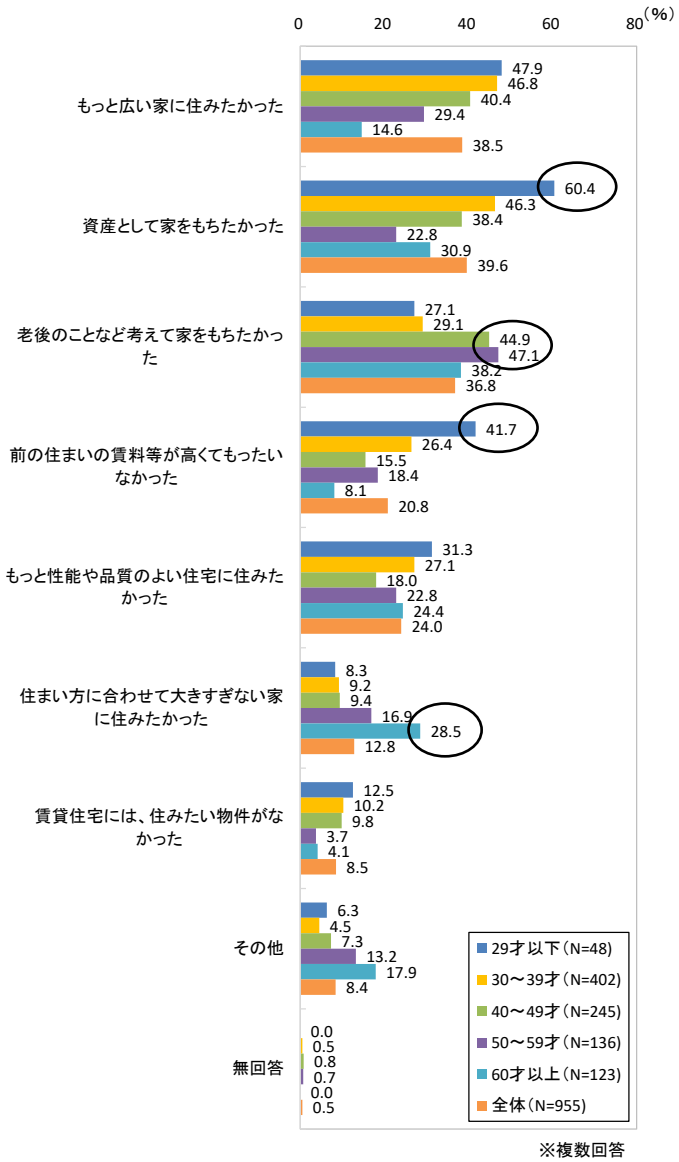
※複数回答

10. 住宅購入を決定した理由・要因

■ 意識面からみた購入決定理由として「資産保有」との回答は 20 歳代で 6 割超
身辺事情での購入決定理由は結婚、出産、子どもの独立などライフイベントの割合が高い

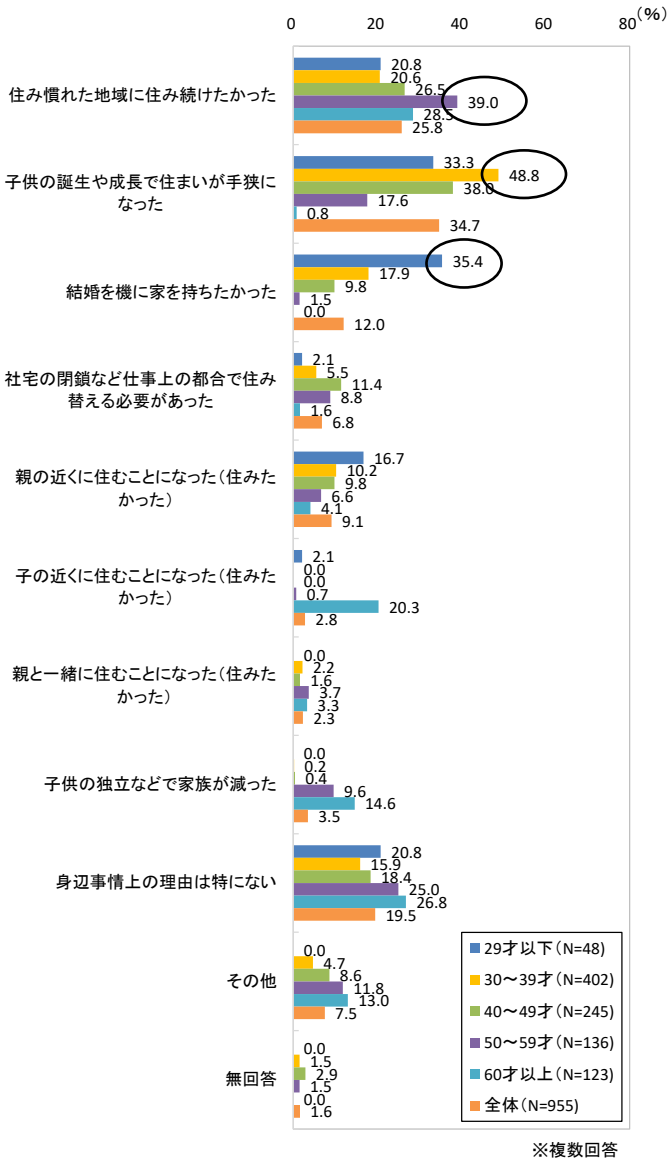
- 今回の住宅購入を決めた動機を住まいに対する意識の面について世帯主の年齢別にみると、30 才代では「もっと広い家に住みたかった」（46.8%）「資産として家をもちたかった」（46.3%）と並んで高い。29 歳以下では、「資産として家を持ちたかったから」の回答が 60.4%と高くみられる。また、60 才以上では、「住まい方に合わせて大きすぎない家に住みたかった」が 28.5%と他の年代に比べ 15.7 ポイント高くなっている（図 35）。
- 身辺事情からみた住宅購入理由について世帯主の年齢別にみると、29 才以下では「結婚を機に家を持ちたかった」（35.4%）、30 才代では「子どもの誕生や成長で住まいが手狭になった」（48.8%）、60 才以上では「子どもの独立などで家族が減った」（14.6%）、「子の近くに住むことになった」（20.3%）など、ライフイベントを購入理由として挙げる割合が高いことが見てとれる（図 36）。

図35 世帯主の年齢別住まいに対する意識からみた住宅購入理由



※複数回答

図36 世帯主の年齢別身辺事情の面での住宅購入理由

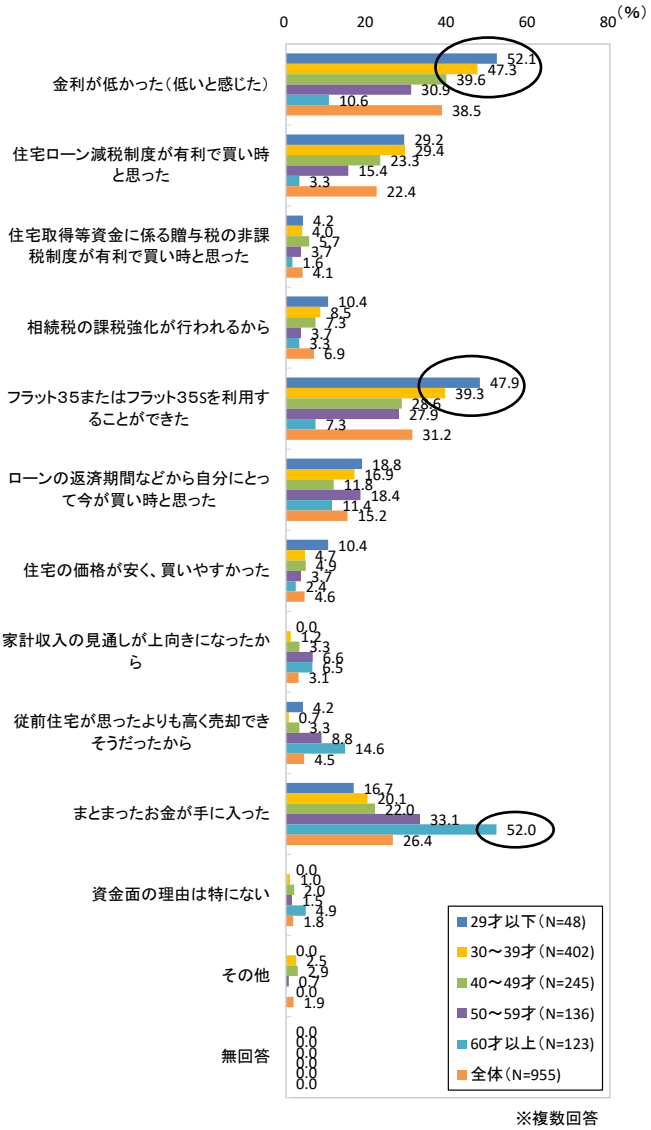


※複数回答

■ 40 代以下の資金面の購入決定理由は「金利の低さ」
環境面での購入決定理由は年齢にかかわらず「駅に近いところ」の割合が高い

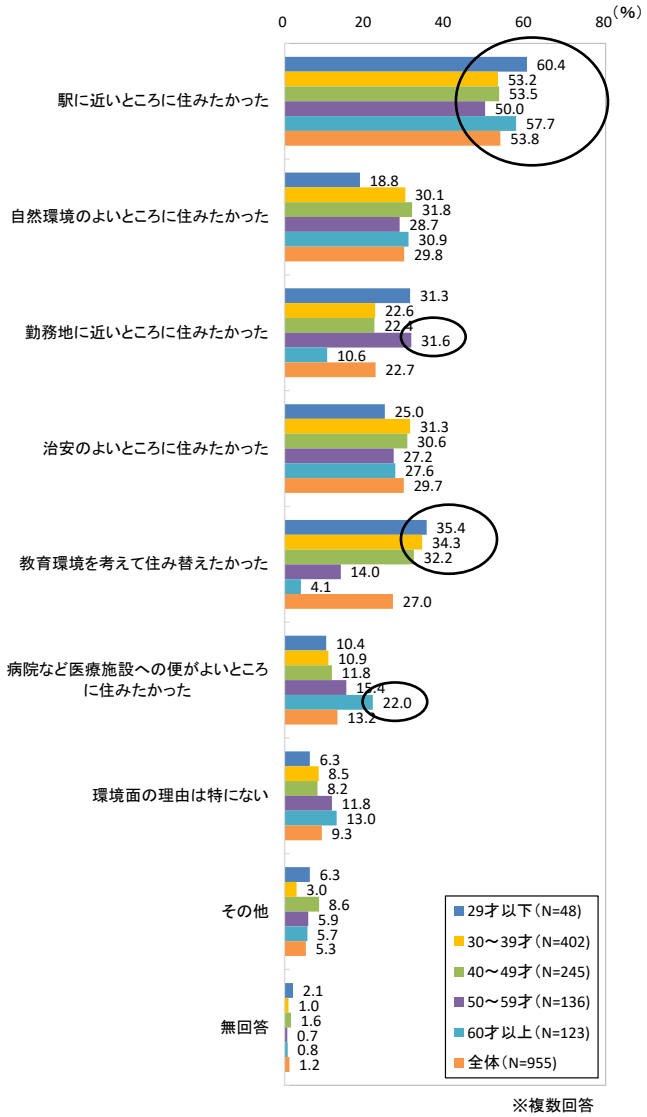
- 資金面からみた住宅購入理由について世帯主の年齢別にみると、40 才代以下で「金利が低かった」、「フラット 35 またはフラット 35 S を利用することができた」の割合が高い。また、60 才以上では「まとまったお金が手に入った」の割合が最も高く 52.0%となっている（図 37）。
- 環境面からみた住宅購入理由としては、世帯主の年齢に関わらず「駅に近いところに住みたかった」の割合が最も高く、購入者全体では 53.8%となっている（図 38）。
- 世帯主の年齢別にみると、40 才代以下は「教育環境を考えて住み替えたかった」が、50 才代は「勤務地に近いところに住みたかった」がそれぞれ 3 割超、60 才以上では「病院など医療施設への便がよいところに住みたかった」が 22.0%で他の世代に比べ 10 ポイント近く高いなどの特徴がみられる（図 38）。

図37　世帯主の年齢別資金面の住宅購入理由



※複数回答

図38　世帯主の年齢別環境面の住宅購入理由

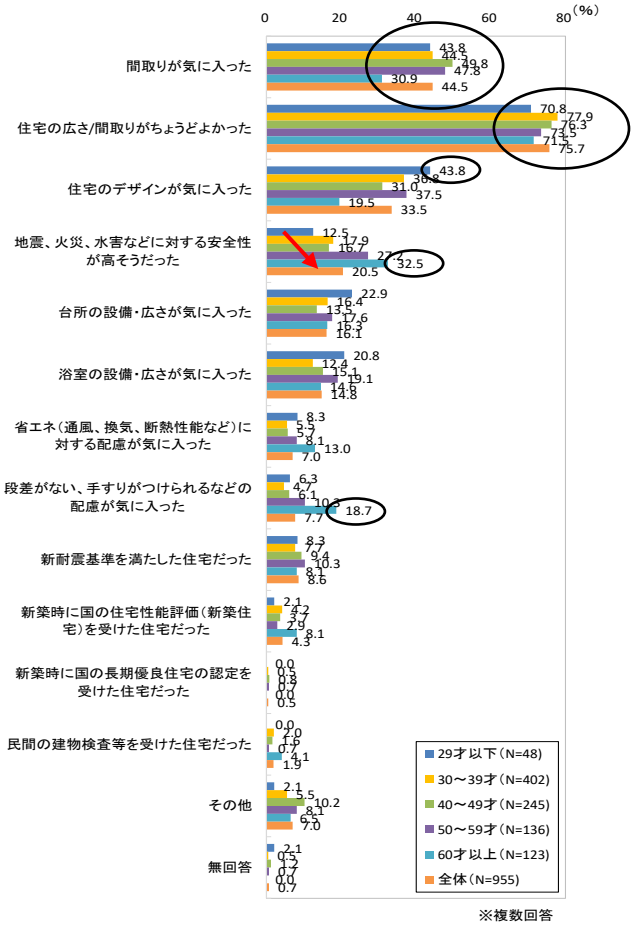


※複数回答

■ 住宅の質の面からみた購入決定理由は年代に関わらず「間取り」「広さ」の割合が高い 20 才代では、デザイン、60 才以上では、「災害に対する安全性」「バリアフリーへの対応」も重要なポイント

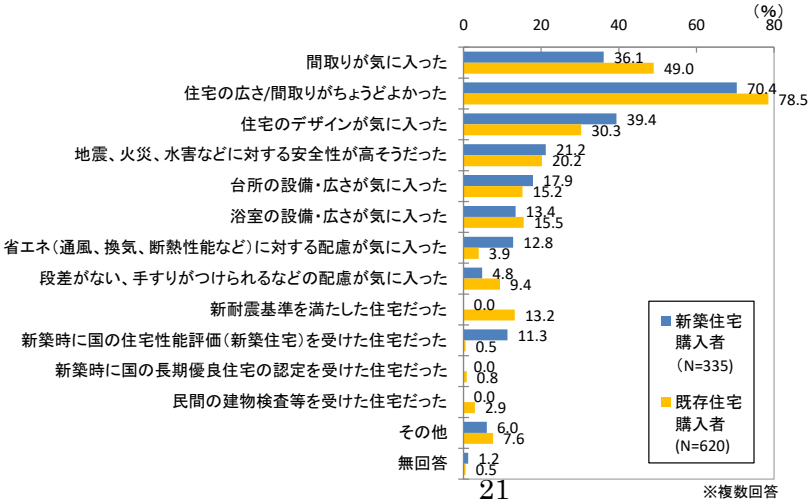
- 住宅の質の面では、世帯主の年齢に関わらず「間取りが気に入った」「住宅の広さがよかった」の割合が特に高くなっている（図 39）。
- 世帯主の年齢別にみると、年齢が上がるほど「地震、火災、水害などに対する安全性が高そうだった」の割合が高くなる傾向がみられる。また、20 才代以下では「住宅のデザインが気に入った」が「間取り」と同様に高い回答率を得ている。60 才以上では「地震、火災、水害等に対する安全性が高そうだった」「段差がない、手すりがつけられるなどの配慮を気に入った」の割合が他の世代に比べて高くなっている（図 39）。
- 新築と既存を比較すると、既存住宅購入者については「間取りが気に入った」「住宅の広さがちょうどよかった」の割合が高く、新築住宅購入者は「住宅のデザインが気に入った」の割合が高くなっている（図 40）。

図39 世帯主の年齢別住宅の質の面で購入住宅を選んだ理由



※複数回答

図40 新築・既存別住宅の質の面で購入住宅を選んだ理由



※複数回答

１１．住宅購入経験数と売主属性

■ **既存住宅購入者では、今回を含めて２回以上の住宅購入経験があるとの回答が約 3 割**
■ **既存戸建て、既存マンションともに、売主が事業者であったとの回答が約 2 割**

- 今回の購入を含めた住宅購入経験回数では、2 回以上との回答者が新築住宅購入者では、約 2 割であるのに対し、既存住宅購入者では、約 3 割見られる（図 41）。
- 売主の属性については、「事業者」との回答が既存戸建て、既存マンションともに約 2 割見られる（図 42）。

図41　今回の購入を含めた住宅購入経験数

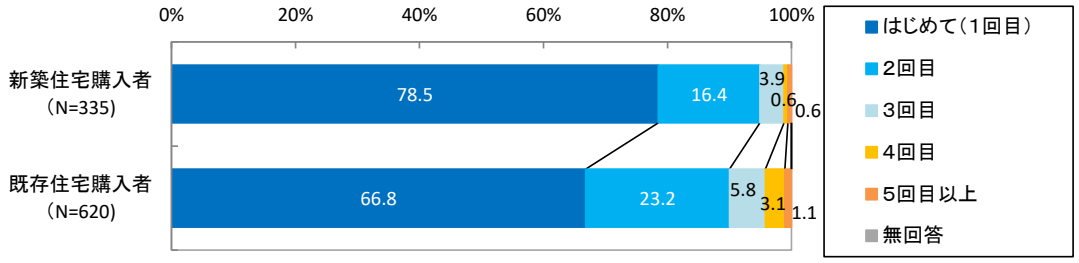
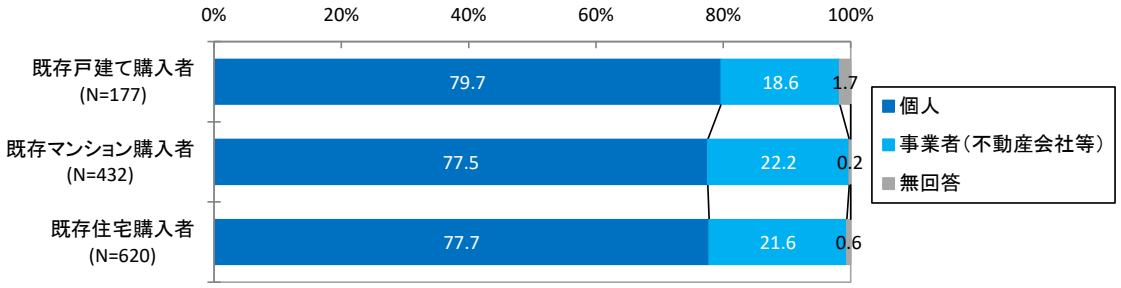


図42　売主の属性



１２．従前住宅の売却査定依頼の状況

■売却査定依頼の経験者は 6 割、そのうちインターネット一括査定利用経験者は 3 割

- 前の住まいが「購入した自己所有の住宅」「相続・贈与等により取得した自己所有住宅」と回答した 257 名のうち、従前住宅の査定依頼をしたことがあるとの回答は 59.9%。年齢別にみると、40 代から 50 代では 6 割超だが、30 代以下は半数以下となっている（図 43）。
- 査定依頼をしたことがあると回答した 154 名のうち、インターネットの一括査定依頼サービスの利用者は約 3 割となっている。世帯主の年齢別にみると、年齢が上がるほど利用率は下がる傾向がみられる（図 44）。
- 上記 257 名のうち、従前住宅の売却の有無の回答が得られた 253 名について、従前住宅を売却した者（従前住宅売却）と売却しなかった者（従前住宅未売却）にわけて、価格査定の依頼の有無を見ると（図 45、46）、従前住宅を売却した者の方（図 45）が価格査定の依頼率が高かった。

図43　世帯主年齢別・従前住宅の売却査定依頼の有無
（従前住宅の売却の有無を問わない）

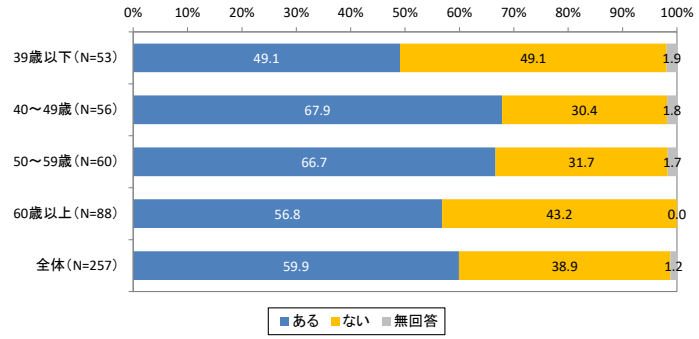


図44　世帯主の年齢別・従前住宅のインターネットの一括査定依頼サービス利用の有無
（従前住宅の売却の有無を問わない）

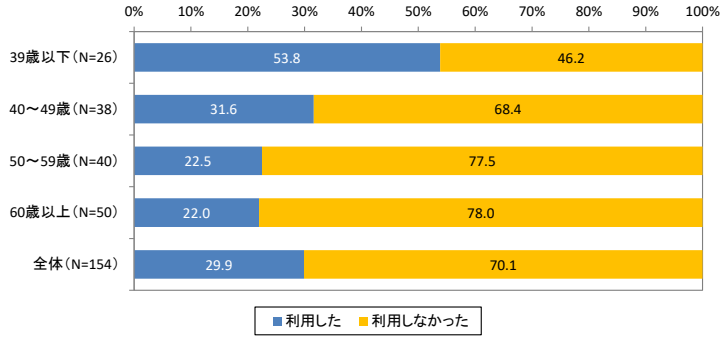


図45　世帯主年齢別・従前住宅の売却査定依頼の有無
（従前住宅を売却した回答者）

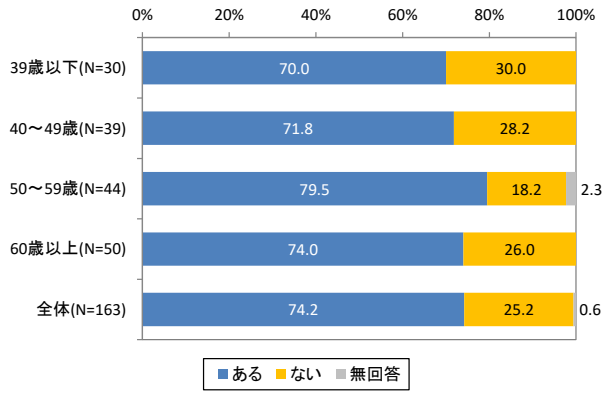


図46　世帯主年齢別・従前住宅の売却査定依頼の有無
（従前住宅を売却しなかった回答者）

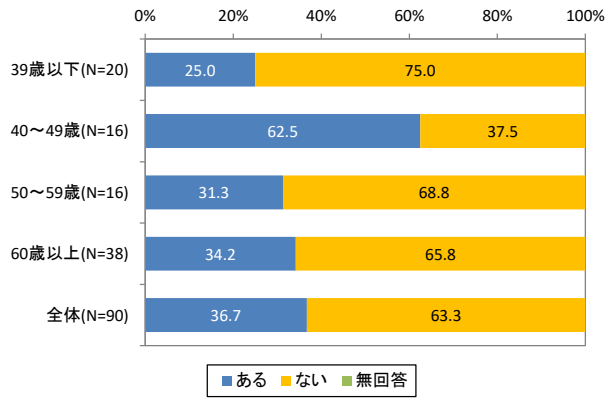


図47　世帯主の年齢別・従前住宅のインターネットの一括査定依頼サービス利用の有無
（従前住宅を売却した回答者）

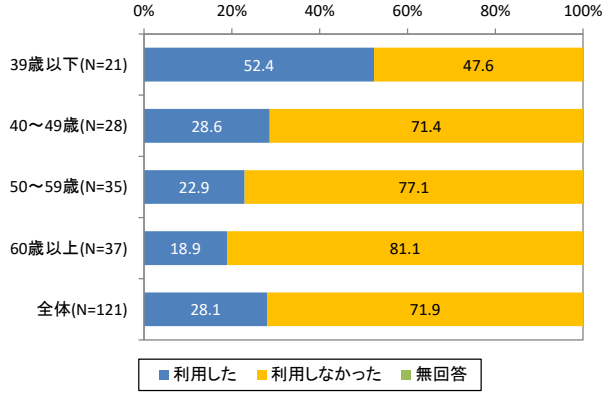
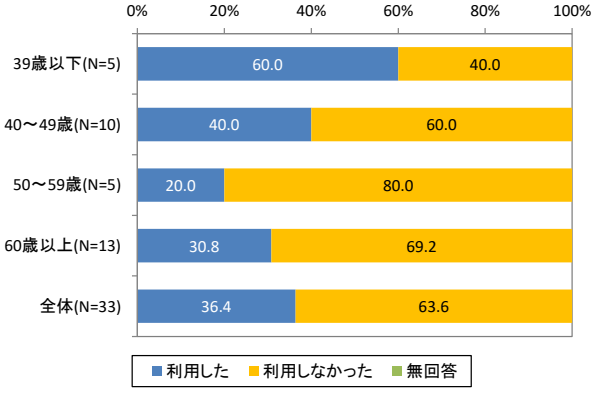



図48　世帯主の年齢別・従前住宅のインターネットの一括査定依頼サービス利用の有無
（従前住宅を売却しなかった回答者）