

【生活トレンド研究所レポート 2014 vol.6】
「増税前の駆け込み購入（住宅）」に関する調査を実施
～住宅購入意向のある人の半数が消費税 10%アップまでに購入の意志を示す～
～意外に知らない「住宅ローン減税」、新築住宅購入者の約 3 割が非認知～

株式会社オールアバウト（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：江幡哲也）が運営する「生活トレンド研究所」は、2014年第6弾のレポートとして関するアンケート調査を実施しました。調査期間は2014年3月11日（火）、全国の20～69歳男女計337名から有効回答を得ました。

2014年4月1日（火）から、消費税が5%から8%に上がるのを受けて消費が賑わいを見せている中で、実際に“住宅”はどう動いたのか。全国の20～69歳で、1～2年の間に新築住宅を購入した人111名に対して住宅購入理由を聞くと、約6割が「消費税が上がるから」と回答していました。このことから、住宅購入時における「消費増税」の影響はかなり強かったことがうかがえます。

また、購入してはいないが、購入意向はあるという130名に対し、2015年10月の消費税10%アップまでに住宅を購入するかどうかを聞いたところ、半数が購入の意志を見せていました。

しかしながら、「住宅ローン減税」や「すまい給付金」といった住宅購入における税制の認知は、住宅購入経験者でも意外に低いことがわかりました。

これに対し、オールアバウト「不動産売買」ガイドの平野雅之氏は、「売主業者や仲介業者による費用（税金）面でのサポートが不十分なことも原因として考えられるでしょう。また、住宅ローン減税拡充による駆け込み需要抑制策は十分に浸透していなかったことがうかがえます。今後も、積極的なアナウンスが求められるでしょう。」と述べています。

以降、このたびの消費増税における「住宅購入」および「住宅購入意欲」の動きと、専門家の解説をご紹介します。

■「生活トレンド研究所」の URL：http://allabout.co.jp/trend_lab/

【調査サマリー】

- ✓ **新築住宅購入者の購入理由の 6 割が「消費税が上がるから」**
- ✓ **住宅購入意向がある人の 50.7%が、来年の消費税 10%アップまでに購入の意志を示している**

<平野氏コメント>

増税を理由にした住宅購入率は予想を上回る高さで、住宅の駆け込み需要が生じていたことがうかがえる。消費税が 10%に上がるときには『すまい給付金』の枠が少し拡大されるが、効果的な駆け込み需要抑制策は検討されていないため、8%前よりも大きな駆け込み需要の発生と、その後の落ち込みが懸念される。

- ✓ **新築住宅購入者の 3 割が「住宅ローン減税」を知らない!?**

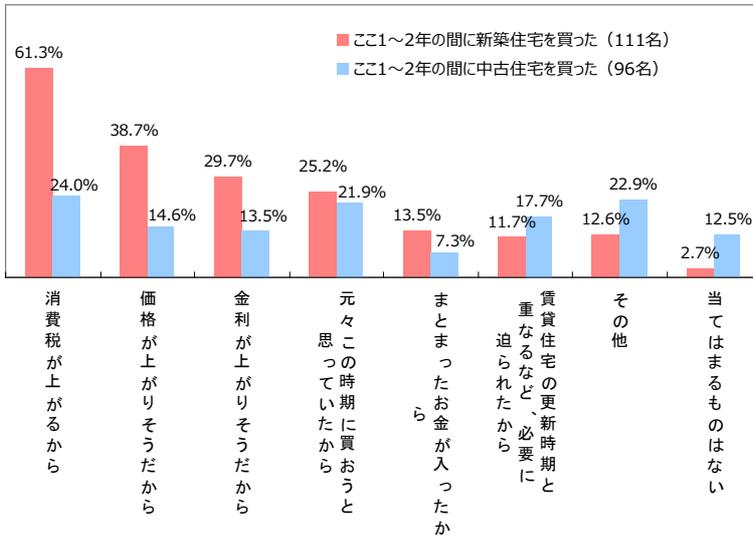
<平野氏コメント>

今後も、積極的なアナウンスが求められる。

また、この結果では住宅ローンを組まなかった人（現金購入者）が新築で 1 割近く、中古で 3 割近くに達していることに注目。現金購入者を対象とした支援策の拡充も求められるところである。

1) 新築住宅購入者の購入理由の6割が「消費税が上がるから」/ 住宅購入意向がある人の50.7%が、 来年の消費税10%アップまでに購入の意志を示している

グラフ1：住宅購入理由



新築住宅購入者と中古住宅購入者に対し、購入理由を聞いたところ、「消費税が上がるから」と答えた人が一番多いことがわかりました。新築住宅購入者については、次に多かった「価格が上がりそうだから」よりも2割以上多く、消費増税が住まい購入の契機の一つであったことがうかがえます（グラフ1）。

この結果に対し、「不動産売買」ガイドの平野雅之氏は次のようにコメントしています。

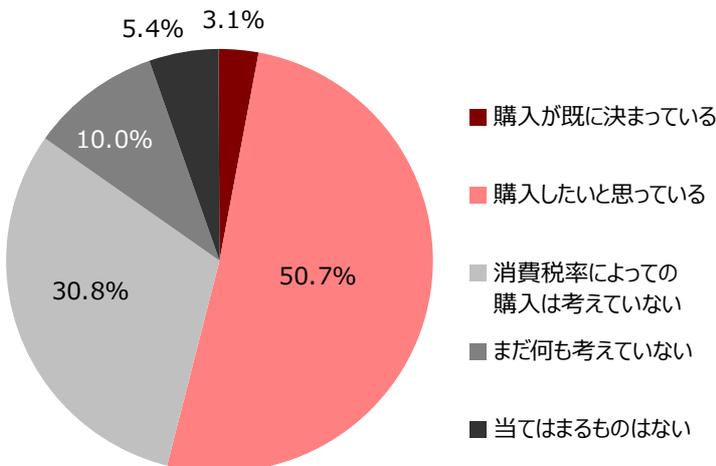
「住宅ローン減税の拡充や、すまい給付金などの効果がない層は一定割合が存在するため、『消費税が上がるから』

という理由はある程度高くなることを予想していましたが、その予想を上回る高さで、住宅の駆け込み需要が生じていたことがうかがえます。また、その反面で『価格が上がりそうだから』が38.7%で、関心は高いものの消費増税ほどには現実的に受け止められていないのかもしれませんが。

中古住宅の場合には物件価格に消費税は課税されませんが、リフォーム費用、家具購入費用、引越し費用、各種の手数料などには課税されるため、4分の1近くの人が購入理由として考慮したのだと思われます。

新築住宅購入者の回答のうち、『元々この時期に買おうと思っていたから』が4位、中古物件購入者では『その他』を除くと2位として挙がっており、中古物件購入者のほうが堅実に行動していることがうかがえます」

グラフ2：消費税10%になるまでの購入意欲



また、「住宅購入意欲はあるが、見送った」130人を対象に、消費税が10%になるまでの購入意欲について聞いたところ、半数以上が「購入したいと思っている」と回答していました（グラフ2）。

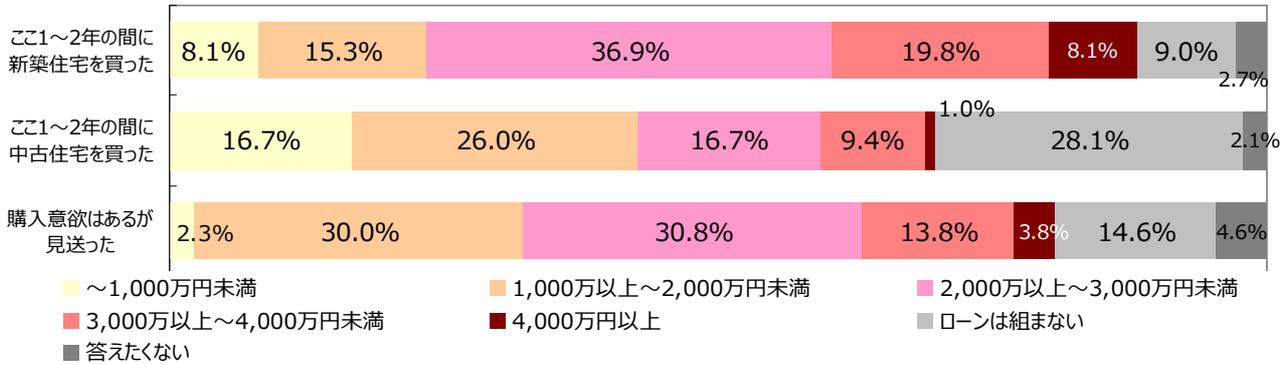
この結果に対し、「不動産売買」ガイドの平野雅之氏は次のようにコメントしています。

「約3割が消費税に左右されていない反面で、5割強が消費税10%増税前の購入を検討しており、予想よりも多い印象です。消費税が10%に上がる際には『すまい給付金』の枠が少し拡大されますが、効果的な駆け込み需要抑制策は検討されていないため、8%前よりも大きな駆け込み需要の発生と、その後の落ち込みが懸念されます」

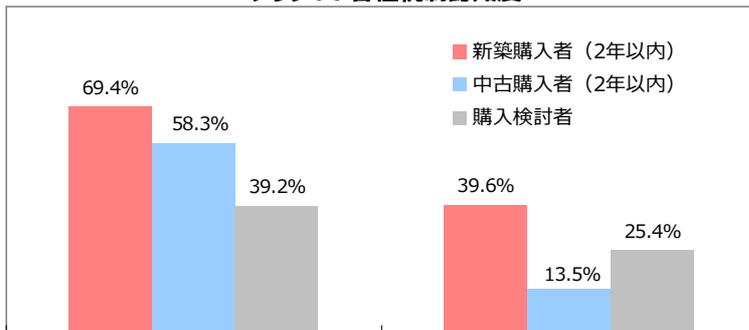
2) 新築住宅購入者の3割が「住宅ローン減税」を知らない!?

新築物件購入者、中古物件購入者には購入時借りたローン額を、購入意欲のある人には想定するローン額を聞いたところ、新築物件購入者は88.3%が、中古物件購入者は69.8%が金額の多少を問わずローンを借りており、購入意欲のある人も80.7%がローンを借りる予定であることがわかりました（グラフ3）。

グラフ3：住宅購入時のローン金額



グラフ4：各種税制認知度



さらに、全員に対して「住宅ローン減税」及び「すまい給付金」の2種類の税制の認知について聞くと、新築・中古購入者の半数以上は「住宅ローン減税」を知っていたものの、「すまい給付金」については新築購入者で39.6%、中古購入者で13.5%と認知度が低いことがわかりました。これから先の購入を検討している人でさえも、39.2%／25.4%と半数にも満たない認知度でした（グラフ4）。この結果に対し、平野氏は次のようにコメントしています。

「住宅ローンを借りて新築住宅を購

入した人が88.2%なのに対して、住宅ローン減税を『内容まで知っている』人は69.4%、中古では借入者69.8%に対して58.3%と、どちらも意外に少ない印象です。売主業者や仲介業者による費用（税金）面でのサポートが不十分なことも原因として考えられるでしょう。

『購入意欲はあるが見送った』人のうち、住宅ローンの借入予定額が『2,000万円以上』と回答した人が48.4%に達していますが、住宅ローン減税を『内容まで知っている』と回答した人は39.2%にとどまり、住宅ローン減税拡充による駆け込み需要抑制策は十分に浸透していなかったことがうかがえます。

すまい給付金の認知度は、適用対象外の中古住宅購入者が低いことは当然としても、『購入意欲はあるが見送った』人のうち、『内容まで知っている』と回答した人が25.4%にとどまるのはだいぶ低い印象を受けます。今後も、積極的なアナウンスが求められるでしょう。

また、この結果では住宅ローンを組まなかった人（現金購入者）が新築で1割近く、中古で3割近くに達していることに注目です。現金購入者を対象とした支援策の拡充も求められるところです」

■調査監修者プロフィール



「不動産売買」ガイド 平野 雅之 (ひらの まさゆき)

通算 20 年以上にわたって東京都や神奈川県を中心に不動産売買の媒介業務に携わり、600 件以上の異なる物件の売買契約実務をこなす。取引実務のなかでさまざまなケースを経験するとともに、自身でも不動産法規などの研究を進め、取引実務に精通する専門家の立場から〔現実に即した実践的な情報〕を、わかりやすく解説。

■調査概要 (調査方法：インターネット調査)

- ・調査期間 : 2014 年 3 月 11 日(火)
- ・調査対象 : 全国の 20～69 歳男女 (ジャストシステム「ファストアスク」リサーチ会員)
- ・割付 : ①ここ 1～2 年の間に新築住宅を買った人 111 名
(新築マンション、建売住宅の売買契約、注文住宅の請負契約)
②ここ 1～2 年の間に中古住宅を買った人 96 名
(中古マンション、中古一戸建て住宅の売買契約)
③住宅の購入意欲はあるが、購入を見送った (まだ買っていない) 130 名

「生活トレンド研究所」について http://allabout.co.jp/trend_lab/

「生活者のトレンドと未来をひも解くマーケティング・チャネル」であることをミッションに掲げ、総合情報サイト「All About」で活躍する住宅、マネー、健康、グルメ、一般消費財等、様々な領域における専門家 (= ガイド) が研究員となって、企業と生活者がより良い関係性を構築するための調査、市場分析を行なっています。その分野における高い専門性はもちろんのこと、生活者・実務家としての考えや想いも兼ね備えた「All Aboutガイド」ならではの分析・考察を重ねることで、表面的な定量データでは捉えられない新たな潮流や課題を浮き彫りにしていきます。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先：

株式会社オールアバウト 広報担当：大竹、柏原
TEL：03-6362-1359 FAX：03-6682-4229
E-mail：pr@staff.allabout.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載の際は、必ず「生活トレンド研究所の調査」である旨を示すクレジットを明記していただけますようお願い申し上げます。