

『住宅購入・建築検討者』調査（2024年）

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：牛田 圭一）の住まい領域の調査研究機関である『SUUMOリサーチセンター』は、「『住宅購入・建築検討者』調査」を行いました。2024年の調査結果をご報告申し上げます。

- 買い時だと思った理由として、「いまは、いい物件が出ていそう」「これからは、安定した収入が見込めそう」が、2019年以降で最高値に
- 検討住宅種別では、「中古一戸建て」「中古マンション」「リフォーム」の検討率が2019年以降上昇傾向
- 言葉も内容も知っている割合は、「ZEH」が46%、「BELS」が37%、「2030年義務化される省エネ基準を、ZEH水準に引き上げ」が39%で、これまでで最高値に

■住宅の買い時感

- 買い時だと思っていた割合は49%で、3年連続で増加。買い時だと思った理由は「これからは、住宅価格が上昇しそう」が46%で最も高い。「いまは、いい物件が出ていそう」「これからは、安定した収入が見込めそう」「いまは、相続税が有利」は2019年以降で最も高く、「いまは、住宅ローン金利が安い」「いまは、住宅ローン減税が有利」は最も低くなった。（→P5・6）

■住宅検討状況

- 「初めての購入、建築」が62%を占める。「買い替え」は30%で、2019年以降で最も高い。（→P7）
- 検討している住宅の種別は「注文住宅」が最も高く58%。2019年以降の変化を見ると、「中古一戸建て」「中古マンション」「リフォーム」の検討率は上昇傾向、新築マンションの検討率は低下傾向。（→P8）

■住宅に関する意識

- 購入、建築、リフォームしようと思った理由は「子どもや家族のため、家を持ちたいと思った」が最も高く20%。次いで「もっと広い家に住みたかった」が19%。2023年とほぼ同様である。（→P11）
- 住まいを探す際の重視条件は「価格」が最も高く40%。2023年と比べてやや増加したのは「耐震性能」「地域の将来的な発展性」「サステナブルに配慮した設計」などである。（→P15）
- 二つの条件を提示してどちらを希望するか尋ねたところ、一戸建てと集合住宅では一戸建て希望が60%、新築と中古では新築希望が65%、広さと駅からの距離では広さ重視が50%。2019年以降、広さ重視が増加傾向。（→P16～18）
- 通勤時間30分以内、駅からの時間は徒歩10分未満を希望する割合が、2年続けて増加。（→P19・20）

■税制・優遇制度などへの理解・関心

- 「ZEH」「BELS」「2030年義務化される省エネ基準を、ZEH水準に引き上げ」以外にも、住宅品質に関する用語や補助金制度について、言葉も内容も知っている割合に増加傾向が見られる。（→P24～31）

本件に関する
お問い合わせ先

SUUMOリサーチセンター <https://help.suumo.jp/s/jresearch>
※報道関連・マスメディアの方は[こちら](#)よりお問い合わせください。

調査概要	3-4
■住宅の買い時感	
1. 住宅の買い時感	5
2. 買い時だと思った理由	6
■住宅検討状況	
1. 住宅取得経験	7
2. 検討住宅種別	8
3. オンライン商談の利用経験	9
4. オンライン商談の利用意向	10
■住宅に関する意識	
1. 購入、建築、リフォームしようと思った理由	11
2. 持ち家が資産として有利だと思う理由	12
3. 新居で解決したい元の住まいの課題	13-14
4. 住まいを探す際の重視条件（大事にしたこと）	15
5. 一戸建て・集合住宅意向	16
6. 新築・中古意向	17
7. 広さ・駅からの距離の意向	18
8. 通勤時間の意向	19
9. 駅からの所要時間の希望	20
10. 検討物件の永住・売却・賃貸意向	21
11. 購入検討物件を売却・賃貸に出すタイミング	22
■参考	
1. テレワーク実施割合	23
■税制・優遇制度などへの理解・関心	
1. 住宅購入に関する税制・優遇制度についての理解・関心状況	24-25
2. 住宅購入に関する金利・補助金についての理解・関心状況	26-27
3. 物件の構造・仕様、取引、他に関する理解・関心状況	28-31
4. 「不動産情報ライブラリ（国土交通省）」の理解・利用状況	32

- **調査目的** 住宅の購入・建築、リフォーム検討意向者の意識と行動を把握する
- **調査対象** 2024年12月調査は、下記条件を満たすマクロミルモニタの20歳～69歳の男女を対象に調査を実施した
 【スクリーニング調査】
 20歳～69歳の男女
 【本調査】
 ①住宅の購入・建築検討者
 過去1年以内に住宅の購入・建築、リフォームについて「具体的に物件を検索した。もしくは建築・リフォーム会社の情報収集をした、している」「資料請求・問い合わせをした」「モデルルームや住宅展示場、モデルハウス、物件を見学した」「不動産会社、建築、リフォーム会社を訪問した」「購入する物件や、建築・リフォームの依頼先と契約した」のいずれかの行動をしており、検討に関与している（リフォーム・その他のみの検討者は除く）
 ②賃貸の検討者（※スクリーニング調査で、賃貸の住まいの検討状況も聴取。①とは別の対象者に本調査を実施。）
 過去1年以内に賃貸の住まいについて「UR賃貸住宅（旧都市公団物件）」「一戸建て住宅（UR以外）」「マンション（UR以外）」「アパート（UR以外）」「テラスハウス・タウンハウス（UR以外）」「サービス付き高齢者住宅（UR以外）」「県営・都営・市営・町営・村営住宅」「マンスリー・ウィークリー賃貸」「社宅/寮」のいずれかを検討した
 【本調査集計対象】
 ・首都圏（東京都/千葉県/埼玉県/神奈川県）・関西（大阪府/京都府/奈良県/兵庫県/和歌山県/滋賀県）・東海（静岡県/愛知県/岐阜県/三重県）・札幌市・仙台市・広島市・福岡市在住の20歳～69歳男女
- **調査方法** インターネットによるアンケート調査
- **調査時期・回答数**
 スクリーニング調査 2024年12月20日（金）～2025年1月8日（水） 有効回答数：59,955人
 本調査 2024年12月20日（金）～2025年1月8日（水） 有効回答数：10,193人（集計対象：5,830人）
- **調査機関** 株式会社マクロミル

● **ウエイトバック（WB）集計について**

<ウエイトバック集計の目的>

本調査の回収サンプルの偏りを、実際の住宅購入建築検討者、賃貸検討者の年代および地域別出現率に合わせることを目的とし、ウエイトバック集計を行った。

<ウエイトバック値算出のためのデータソース>

- 1.2024年のスクリーニング調査の結果
- 2.国勢調査の結果（令和2年国勢調査結果を使用）

<本調査実サンプル数（人）とウエイトバック後サンプル数（万人）>

①住宅の購入・建築検討者

	首都圏					東海					関西					札幌市	仙台市	広島市	福岡市	総計
	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代					
実サンプル数（人）	208	208	208	208	208	134	203	184	188	146	230	284	283	303	242	238	183	210	226	4,094
WB後サンプル数（万人）	48.9	53.1	52.0	27.5	21.8	16.5	19.4	13.3	10.3	7.8	33.4	32.8	24.8	16.1	11.6	9.4	5.7	6.5	9.5	420.2

②賃貸の検討者

	首都圏					東海					関西					札幌市	仙台市	広島市	福岡市	総計
	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代					
実サンプル数（人）	52	52	52	52	52	60	72	74	80	67	52	52	52	52	52	242	185	210	226	1,736
WB後サンプル数（万人）	60.2	59.6	54.3	28.7	18.7	16.3	17.3	16.5	12.1	7.7	35.0	30.0	29.5	19.6	11.1	11.5	6.4	7.3	10.9	452.9

●過去調査の実施時期と対象者数

・2023年12月調査

調査時期：2023年12月22日（金）～2024年1月9日（火）

調査対象者：過去1年以内に住宅購入・建築検討について具体的な行動をし、検討に関与している方

集計対象：WB後サンプル数：413.7万人（実サンプル数：4,240人）

・2022年12月調査

調査時期：2022年12月16日（金）～12月27日（火）

調査対象者：過去1年以内に住宅購入・建築検討について具体的な行動をし、検討に関与している方

集計対象：WB後サンプル数：448.1万人（実サンプル数：1,737人）

・2021年12月調査

調査時期：2021年12月18日（土）～12月28日（火）

調査対象者：過去1年以内に住宅購入・建築検討について具体的な行動をし、検討に関与している方

集計対象：WB後サンプル数：410.2万人（実サンプル数：1,725人）

・2020年12月調査

調査時期：2020年12月11日（金）～12月21日（月）

調査対象者：過去1年以内に住宅購入・建築検討について具体的な行動をし、検討に関与している方

集計対象：WB後サンプル数：445.2万人（実サンプル数：1,688人）

・2019年12月調査

調査時期：2019年12月6日（金）～12月16日（月）

調査対象者：過去1年以内に住宅購入・建築検討について具体的な行動をし、検討に関与している方

集計対象：WB後サンプル数：418.7万人（実サンプル数：1,073人）

●掲載図表の灰色の網掛けについて

・実サンプル数がn=30未満のカテゴリーや、当該設問が非聴取の年には、灰色の網掛けをしている。

●表側の「購入検討内容別」の定義について

・一次取得＝住宅取得経験で「初めての購入、建築」と回答した者

・二次取得＝住宅取得経験で「買い替え（持ち家を売却して新しい家を購入、建築）」、
もしくは「買い増し（持ち家は売らずに新しい家を購入、建築）」と回答した者

調査対象条件の変更について

住宅購入・建築検討者調査は2012年に開始して以来毎年実施してきましたが、調査の精度を向上させるため、

2019年以降は対象者を下記のように拡大して実施しております。

・季節性の偏りを減らすため、対象者の住宅の購入・建築の検討期間を過去3カ月以内に限っていたものを過去1年以内に拡大

・検討者の傾向をより広く把握するため、今が「住宅の購入・建築、リフォームのタイミングだと感じていない」方、

「購入する物件や、建築・リフォームの依頼先と契約した」方も対象に追加

2018年以前との比較をする際は、ご注意ください。

また、2024年以降は東海エリアに「静岡県」も含んで実施しております。

2023年以前との比較をする際は、ご注意ください。

※調査データを引用する際は、「『住宅購入・建築検討者』調査（2024年）（株式会社リクルート）」
と明記をお願い致します。

■住宅の買い時感 1.住宅の買い時感

- 2024年に住宅の購入や建築を検討した人が買い時だと思っていた割合は49%で、思っていなかった割合は19%である。買い時だと思っていた割合が、3年連続で増加した。
- 全体と比べて買い時だと思っていた割合が高いのは、メイン検討種別では注文住宅・新築一戸建て・リフォーム検討者、買い時だと思っていなかった割合が高いのは、新築マンション・中古マンション検討者である。
- 年代別に見ると、年代が低いほど、買い時だと思っていた割合が高い。

■住宅の買い時感（全体/単一回答）

	サンプル数 (人)	WB後 サンプル数 (万人)	%					買って いた・計	買って いなか った・計	
			とてもそう 思っていた	ややそう 思っていた	どちらとも いえない	あまりそうは 思っていなかった	まったくそう 思っていなかった			
2024年 全体	4,094	420	14	35	32	14	5	49	19	
2023年 全体	4,240	414	12	36	32	14	6	48	20	
2022年 全体	1,737	448	9	35	32	17	8	44	25	
2021年 全体	1,725	410	11	31	34	17	5	43	23	
2020年 全体	1,688	445	13	31	36	15	5	44	20	
2019年 全体	1,073	419	17	37	33	9	3	54	13	
エリア別	首都圏	1,040	203	13	35	32	15	5	48	20
	東海	855	67	15	34	32	16	4	48	20
	関西	1,342	119	16	34	33	12	5	51	17
	札幌市	238	9	6	32	36	20	6	38	26
	仙台市	183	6	11	32	32	19	7	42	26
	広島市	210	7	18	37	29	11	5	55	16
	福岡市	226	9	9	36	38	10	6	45	17
購入検討者 メイン検討種別	注文住宅・計	1,794	178	18	36	29	12	5	54	17
	ハウスメーカー	1,174	122	19	38	27	11	4	57	16
	工務店	538	46	18	29	34	15	4	47	19
	新築一戸建て	445	52	11	44	31	12	2	56	14
	中古一戸建て	564	56	15	34	31	13	7	49	20
	新築マンション	492	56	10	30	37	19	5	40	24
	中古マンション	582	57	5	25	44	20	6	30	26
	リフォーム	211	21	24	37	24	10	4	61	15
世帯 年収別	200万円未満	175	16	13	25	37	14	11	37	25
	200~400万円未満	547	51	12	36	33	14	5	48	18
	400~600万円未満	746	73	13	37	30	14	5	50	19
	600~800万円未満	723	74	16	39	30	11	4	55	15
	800~1000万円未満	495	51	16	35	29	15	6	51	20
	1000~1200万円未満	261	32	18	33	35	11	4	51	15
	1200~1500万円未満	217	24	15	31	30	21	4	45	25
	1500~2000万円未満	117	13	10	26	43	20	0	36	21
2000万円以上	80	10	30	17	37	12	3	48	15	
年代別	20代	672	107	19	40	26	10	4	60	15
	30代	916	114	18	36	27	15	4	54	19
	40代	885	97	10	34	35	17	4	44	21
	50代	897	58	9	29	40	15	7	38	22
	60代	724	44	8	26	45	15	7	34	22
内 容 別 購入 検討 種 別	一次取得	2,355	259	16	36	30	14	5	52	18
	二次取得	1,692	157	10	33	36	16	5	43	21

※思っていた・計:「とてもそう思っていた」+「ややそう思っていた」/「思っていなかった」+「あまりそうは思っていなかった」+「まったくそう思っていなかった」

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

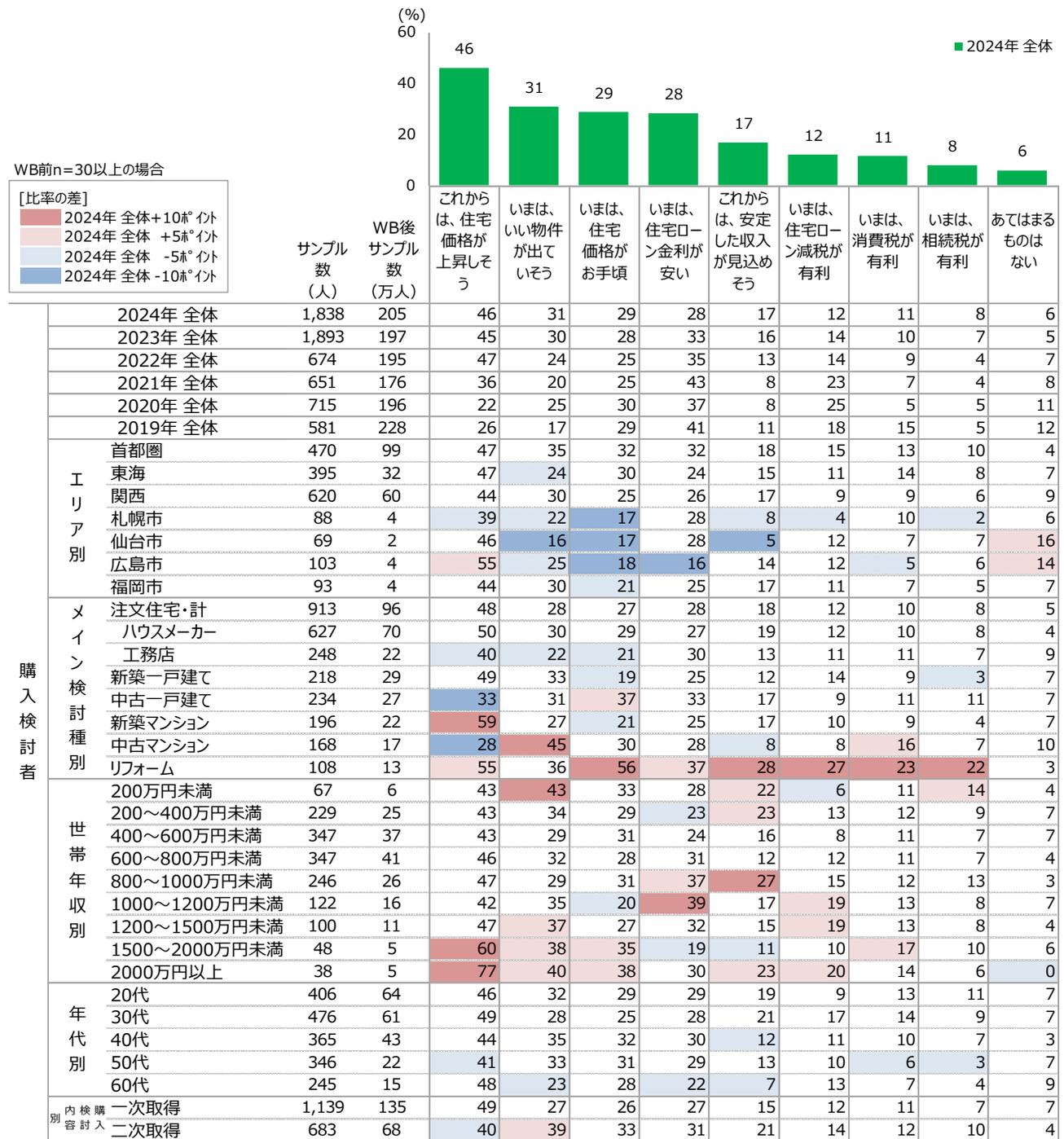
※0は回答はあるが表記単位未満のもの

※「計」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数値から算出した数値と一致しない場合がある

■住宅の買い時感 2.買い時だと思った理由

- 買い時だと思った理由は、「これからは、住宅価格が上昇しそう」が最も高く46%。
- 2019年以降で最も高くなったのは「いまは、いい物件が出ていそう」「これからは、安定した収入が見込めそう」「いまは、相続税が有利」、最も低くなったのは「いまは、住宅ローン金利が安い」「いまは、住宅ローン減税が有利」である。
- メイン検討種別に見ると、中古一戸建て検討者では「いまは、住宅価格がお手頃」、新築マンション検討者では「これからは、住宅価格が上昇しそう」という理由が、全体と比べて高い。

■ 買い時だと思った理由（買い時だと思っていた人/複数回答）



※「2024年 全体」のスコアで降順ソート

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

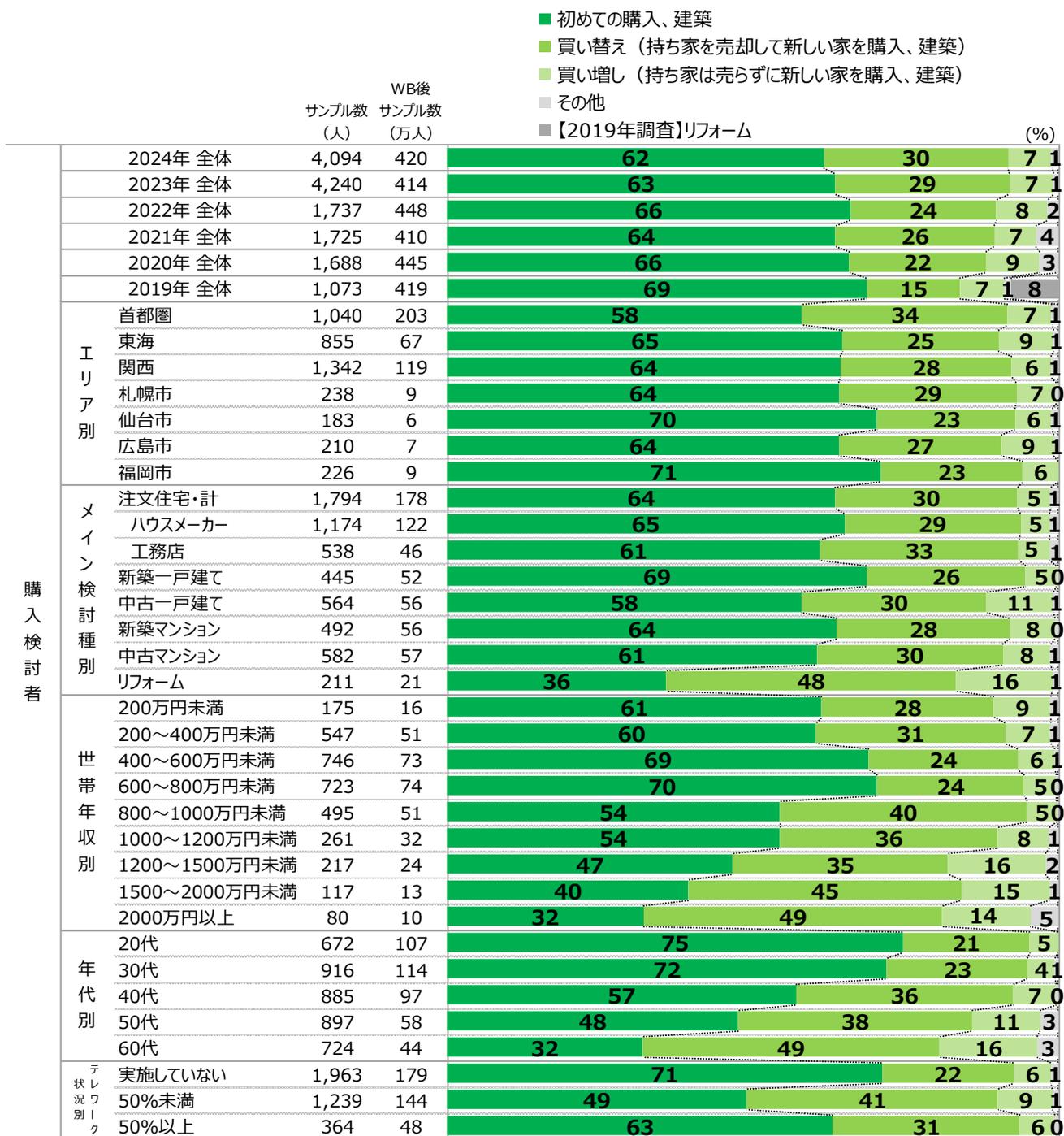
※データラベルについて：-は該当する回答がない、0は回答はあるが表記単位未満のもの

※比率の差での網掛けについて：比率の差は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から計算した差と、網掛けの基準が一致しない場合がある

■住宅検討状況 1.住宅取得経験

- 「初めての購入、建築」が62%を占める。「買い替え」は30%で、2019年以降で最も高い。
- メイン検討種別に見ると、全体と比べて「初めての購入、建築」の割合が高いのは、新築一戸建て検討者で69%。「買い替え」の割合は、リフォーム検討者以外では3割前後となっている。

■ 住宅取得経験（全体/単一回答）



※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

※該当する回答がない場合のデータラベル（-）は表示を省略、0は回答はあるが表記単位未満のもの

■住宅検討状況 2.検討住宅種別

- 検討している住宅の種別は「注文住宅」が最も高く58%。
- 2019年以降の変化を見ると、「中古一戸建て」「中古マンション」「リフォーム」の検討率は上昇傾向にあり、新築マンションの検討率は低下傾向にある。
- 全体と比べて「注文住宅」の検討率が高いのは、エリア別では東海で70%、年代別では20・30代でいずれも64%である。

■ 検討住宅種別（全体/複数回答）

				検討種別（複数回答）							(%)
購入検討者		サンプル数 (人)	WB後 サンプル数 (万人)	注文住宅	新築 一戸建て	中古 一戸建て	新築 マンション	中古 マンション	リフォーム	その他	
				2024年 全体	4,094	420	58	29	30	28	30
2023年 全体	4,240	414	56	31	31	30	30	16	0		
2022年 全体	1,737	448	56	32	29	32	26	15	0		
2021年 全体	1,725	410	54	32	26	29	30	12	0		
2020年 全体	1,688	445	50	30	27	33	28	14	0		
2019年 全体	1,073	419	57	31	22	35	25	11	0		
エリア別	首都圏	1,040	203	54	31	33	36	35	18	0	
	東海	855	67	70	26	26	15	19	14	-	
	関西	1,342	119	61	28	28	23	26	15	0	
	札幌市	238	9	45	16	29	26	35	12	-	
	仙台市	183	6	54	24	29	30	35	8	-	
	広島市	210	7	53	26	26	21	24	11	0	
メイン検討種別	福岡市	226	9	46	26	21	33	26	7	-	
	注文住宅・計	1,794	178	100	21	17	14	13	15	0	
	ハウスメーカー	1,174	122	100	24	18	18	15	16	-	
	工務店	538	46	100	14	14	7	8	10	0	
	新築一戸建て	445	52	41	100	27	19	13	7	-	
	中古一戸建て	564	56	28	21	100	13	22	15	-	
	新築マンション	492	56	12	20	12	100	31	6	-	
	中古マンション	582	57	11	6	17	26	100	6	-	
	リフォーム	211	21	71	18	43	25	37	100	-	
	世帯年収別	200万円未満	175	16	42	22	46	19	40	13	-
200～400万円未満		547	51	53	26	27	19	25	15	0	
400～600万円未満		746	73	55	25	27	27	29	13	0	
600～800万円未満		723	74	63	35	30	27	27	14	-	
800～1000万円未満		495	51	66	29	31	30	30	21	-	
1000～1200万円未満		261	32	62	31	33	37	34	14	1	
1200～1500万円未満		217	24	58	32	33	47	37	29	-	
1500～2000万円未満		117	13	47	18	21	43	33	17	-	
2000万円以上	80	10	73	36	44	52	34	39	2		
年代別	20代	672	107	64	35	33	23	28	16	-	
	30代	916	114	64	36	32	28	29	17	-	
	40代	885	97	53	26	27	34	31	15	0	
	50代	897	58	51	20	28	30	33	13	0	
	60代	724	44	47	13	24	26	29	16	1	
クテ状況別	実施していない	1,963	179	53	26	25	25	26	11	0	
	50%未満	1,239	144	66	29	33	31	32	23	0	
	50%以上	364	48	57	37	43	36	40	20	-	
別内容別	一次取得	2,355	259	57	30	28	28	28	11	0	
	二次取得	1,692	157	59	26	33	29	32	24	0	

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

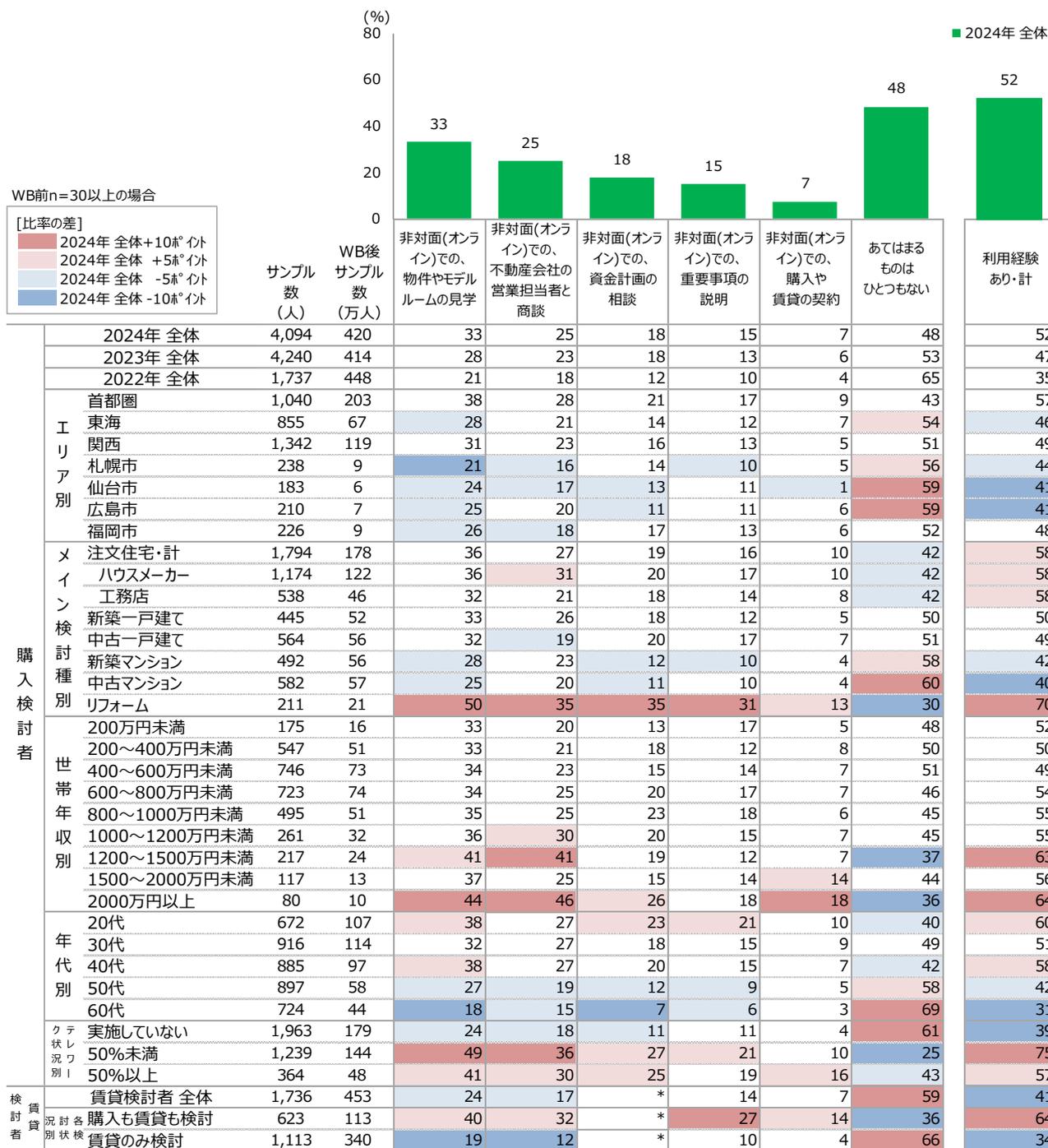
※データラベルについて：-は該当する回答がなし、0は回答はあるが表記単位未満のもの

※検討種別と選択肢の対応表は右記の通り

注文住宅	土地を購入して注文住宅 所有している土地に注文住宅 現在の持ち家一戸建ての建て替え（注文住宅）
新築一戸建て	新築分譲一戸建ての購入
中古一戸建て	リフォームしていない中古一戸建ての購入（購入直後に大規模リフォームをする） リフォームしていない中古一戸建ての購入（購入直後に大規模リフォームをしない） リフォーム済み中古一戸建ての購入
新築マンション	新築分譲マンションの購入
中古マンション	リフォームしていない中古マンションの購入（購入直後に大規模リフォームをする） リフォームしていない中古マンションの購入（購入直後に大規模リフォームをしない） リフォーム済み中古マンションの購入
リフォーム	現在の持ち家住宅の大規模リフォーム

- オンライン商談の利用経験率は52%で、2023年より上昇した。中でも、「物件やモデルルームの見学」(+5ポイント)が特に上昇した。
- 全体と比べて利用経験率が高いのは、メイン検討種別では注文住宅・リフォーム検討者である。また、世帯年収別では年収が高い層、年代別では年代が低い層、テレワーク実施状況別では実施している層で、利用経験率が高い傾向が見られる。

■ オンライン商談の利用経験（全体/複数回答）



※利用経験あり・計：「非対面（オンライン）での、物件やモデルルームの見学」～「非対面（オンライン）での、購入や賃貸の契約」のいずれかにあてはまる割合

※「2024年 全体」のスコアで降順ソート

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

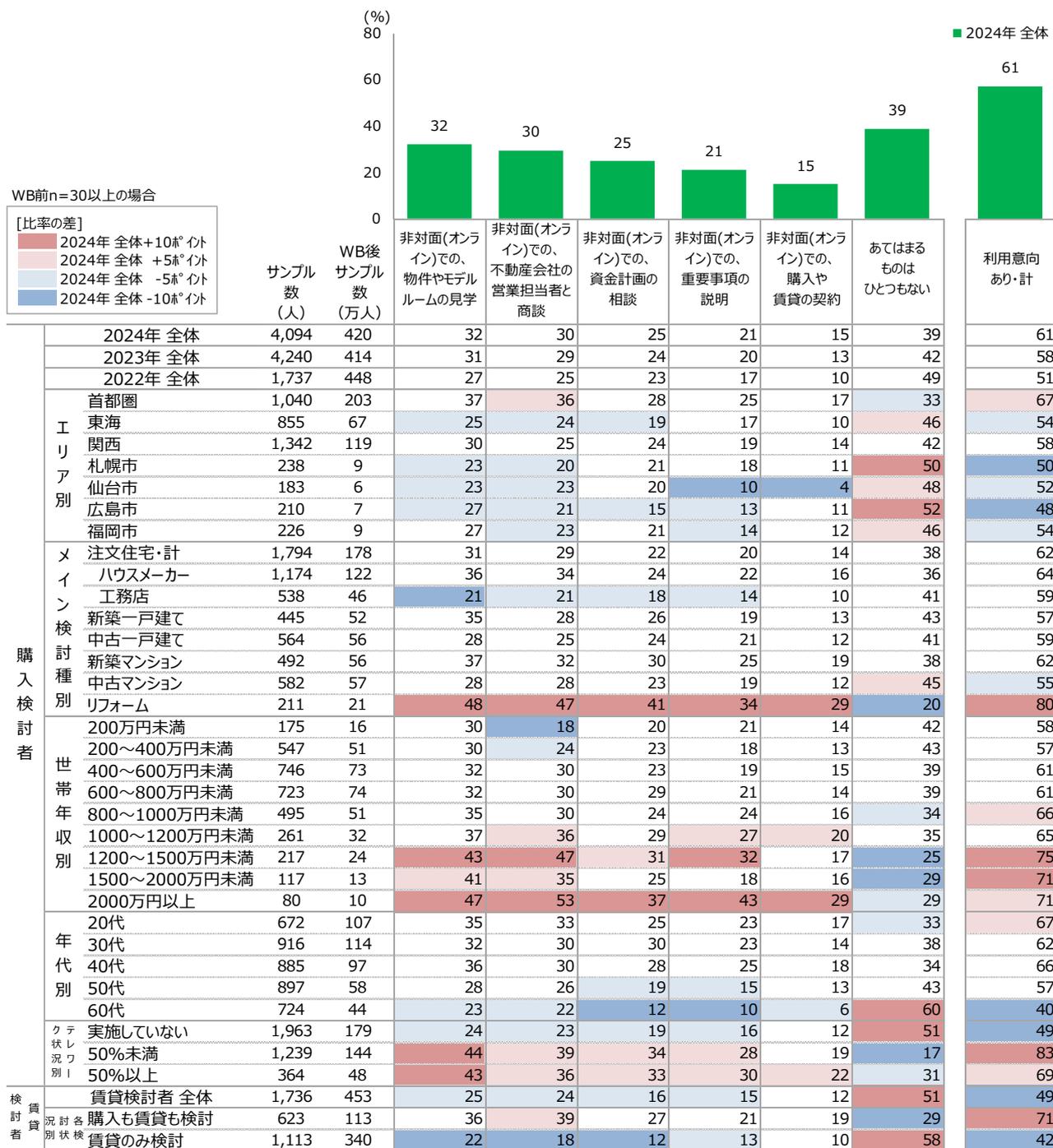
※データラベルについて：-は該当する回答がなし、0は回答はあるが表記単位未満のもの

※比率の差での網掛けについて：比率の差は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から計算した差と、網掛けの基準が一致しない場合がある

※図表中の「*」は非聴取項目

- オンライン商談の今後の利用意向率は61%で、2023年よりやや上昇した。
- 全体と比べてオンライン商談の利用意向が低いのは、エリア別では東海・札幌市・仙台市・広島市・福岡市、メイン検討種別では中古マンション検討者、年代別では60代、テレワーク状況別ではテレワーク非実施者である。

■ オンライン商談の利用意向（全体/複数回答）



※利用意向あり・計：「非対面（オンライン）での、物件やモデルルームの見学」～「非対面（オンライン）での、購入や賃貸の契約」のいずれかにあてはまる割合

※「2024年 全体」のスコアで降順ソート

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

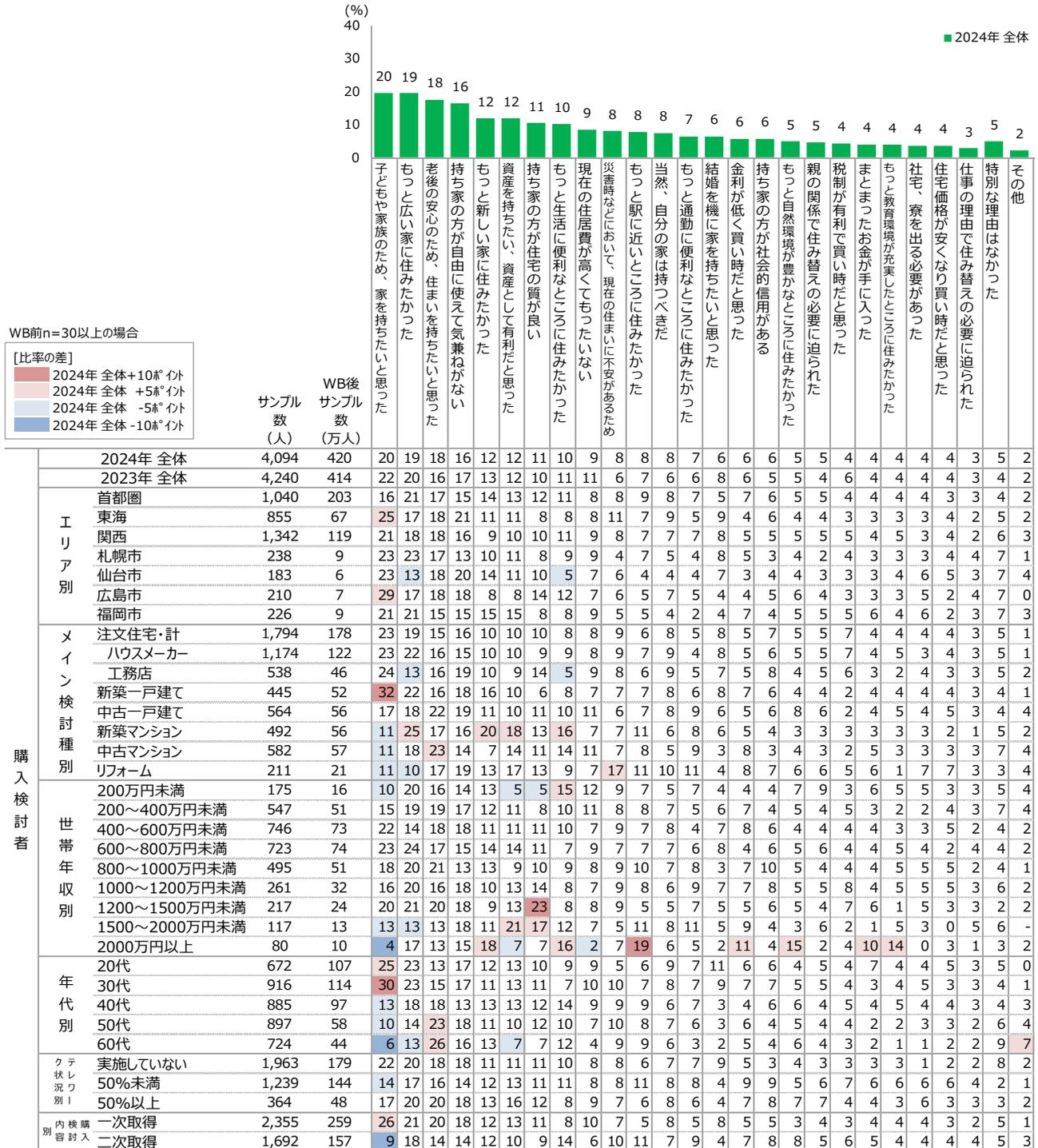
※データラベルについて：-は該当する回答がなし、0は回答はあるが表記単位未満のもの

※比率の差での網掛けについて：比率の差は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から計算した差と、網掛けの基準が一致しない場合がある

■住宅に関する意識 1.購入、建築、リフォームしようと思った理由

- 購入、建築、リフォームしようと思った理由は、「子どもや家族のため、家を持ちたいと思った」が最も高く20%。次いで「もっと広い家に住みたかった」が19%。2023年とほぼ同様である。
- メイン検討種別に見ると、新築一戸建て検討者では「子どもや家族のため、家を持ちたいと思った」、新築マンション検討者では「もっと広い家に住みたかった」「もっと新しい家に住みたかった」「資産として有利だと思った」「もっと生活に便利なところに住みたかった」、中古マンション検討者では「老後の安心のため、住まいを持ちたいと思った」が、全体と比べて高くなっている。

■ 購入、建築、リフォームしようと思った理由（全体/複数回答）



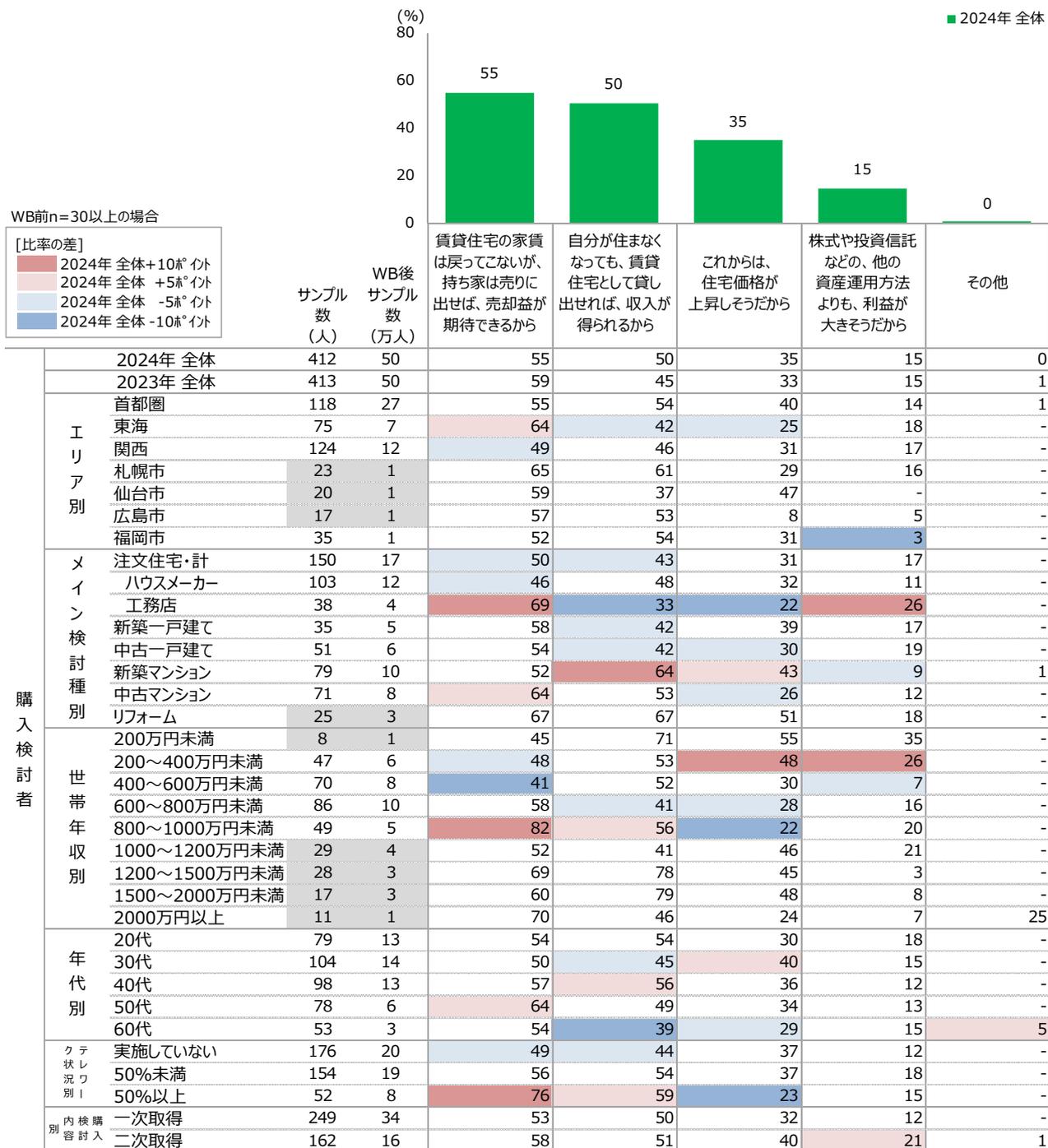
※「2024年 全体」のスコアで降順ソート
 ※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※データラベルについて：-は該当する回答がなし、0は回答はあるが表記単位未満のもの
 ※比率の差での網掛けについて：比率の差は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から計算した差と、網掛けの基準が一致しない場合がある

■住宅に関する意識 2.持ち家が資産として有利だと思う理由

- 持ち家が資産として有利だと思う理由は、「賃貸住宅の家賃は戻ってこないが、持ち家は売りに出せば、売却益が期待できるから」が最も高く55%。この割合をメイン検討種別に見ると、全体と比べて高いのは、中古マンション検討者である。「自分が住まなくなっても、賃貸住宅として貸し出せば、収入が得られるから」という理由が全体と比べて高いのは、新築マンション検討者である。

■ 持ち家が資産として有利だと思う理由（※1/複数回答）

※1: 前問の購入、建築、リフォームしようと思った理由で、「資産を持ちたい、資産として有利だと思った」の選択者ベース



※「2024年 全体」のスコアで降順ソート

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

※データレベルについて：-は該当する回答がなし、0は回答はあるが表記単位未満のもの

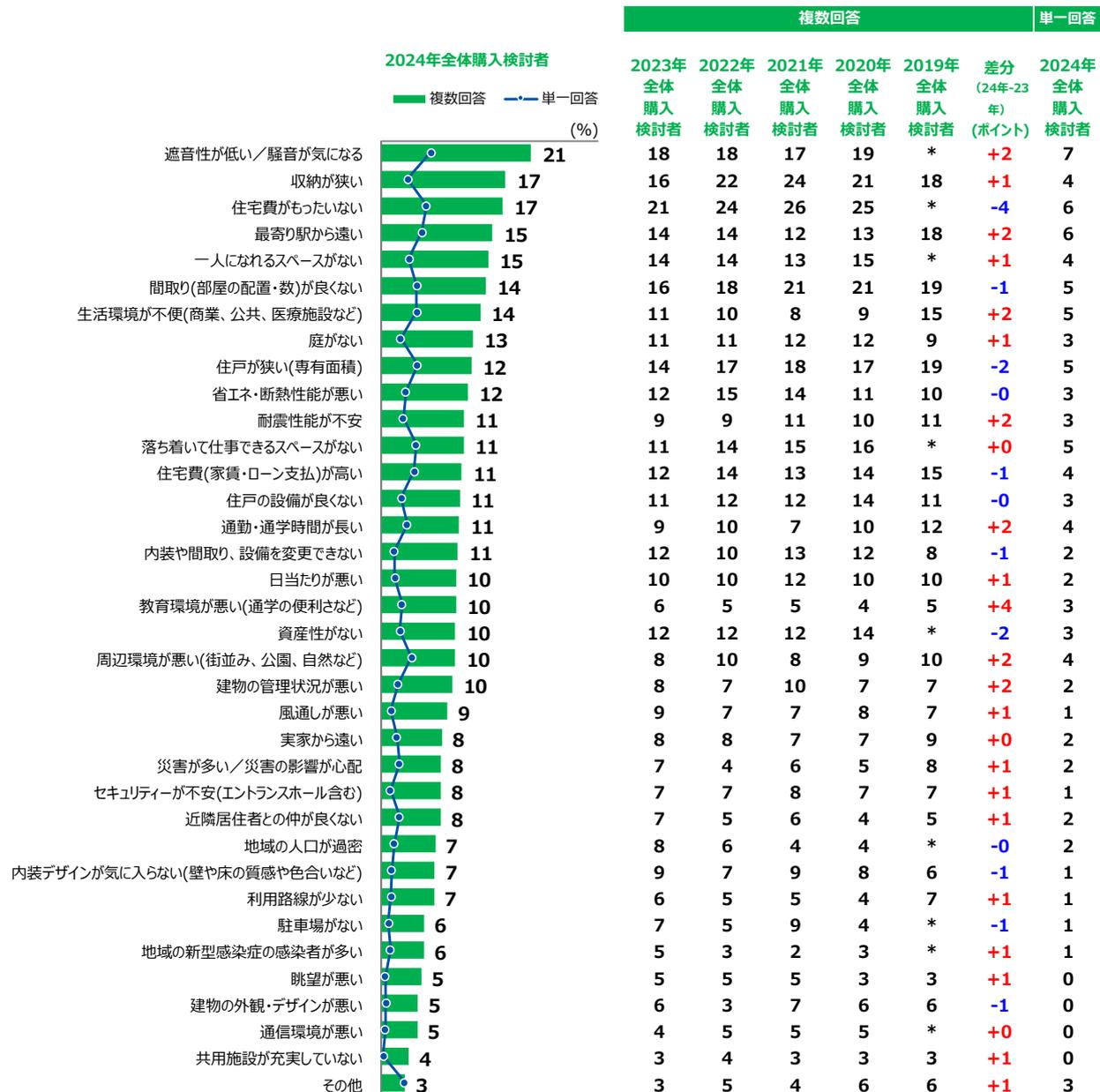
※比率の差での網掛けについて：比率の差は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から計算した差と、網掛けの基準が一致しない場合がある

■住宅に関する意識 3.新居で解決したい元の住まいの課題

- 新居で解決したい元の住まいの課題は、「遮音性が低い／騒音が気になる」が21%で最も高い。
- 2023年までは「住宅費がもったいない」が最も高かったが、2024年は17%と2割を下回った。

■ 新居で解決したい元の住まいの課題（全体/複数回答）

※ 2024年WB後サンプル数：420万人（実サンプル数：4,094人）
 2023年WB後サンプル数：414万人（実サンプル数：4,240人）
 2022年WB後サンプル数：448万人（実サンプル数：1,737人）
 2021年WB後サンプル数：410万人（実サンプル数：1,725人）
 2020年WB後サンプル数：445万人（実サンプル数：1,688人）
 2019年WB後サンプル数：419万人（実サンプル数：1,073人）



「住宅費がもったいない」「資産性がない」については、2019年調査では「資産性がなく、住宅費がもったいない」という一つの選択肢での聴取

※「2024年全体購入検討者（複数回答）」のスコアを降順ソート

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

※データラベルについて：-は該当する回答がなし、0は回答はあるが表記単位未満のもの

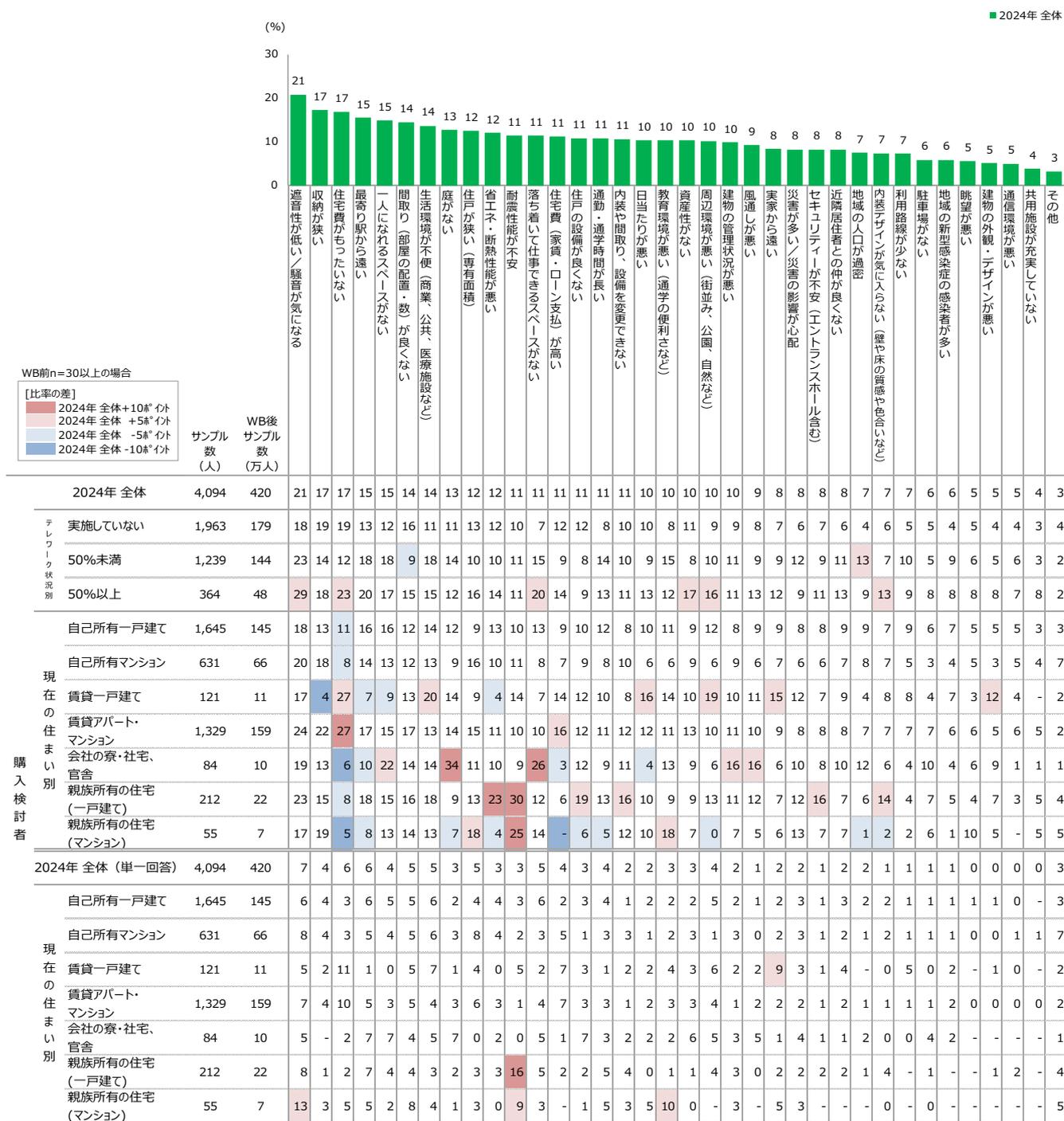
※差分（ポイント）は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある

※図表中の「*」は非聴取項目

■住宅に関する意識 3.新居で解決したい元の住まいの課題（属性別）

- 複数回答の結果を、現在の住まい別に見ると、賃貸や寮・社宅、親族所有の住宅で、全体を上回る課題が目立つ。
- 賃貸一戸建てでは「住宅費が高くない」「生活環境が不便」「日当たりが悪い」「周辺環境が悪い」「実家から遠い」「建物の外観・デザインが悪い」、親族所有の住宅（一戸建て）では「省エネ・断熱性能が悪い」「耐震性能が不安」「住戸の設備が良くない」「内装や間取り、設備を変更できない」「セキュリティが不安」「内装デザインが気に入らない」が、全体と比べて高い。

■ 新居で解決したい元の住まいの課題（全体/複数回答）

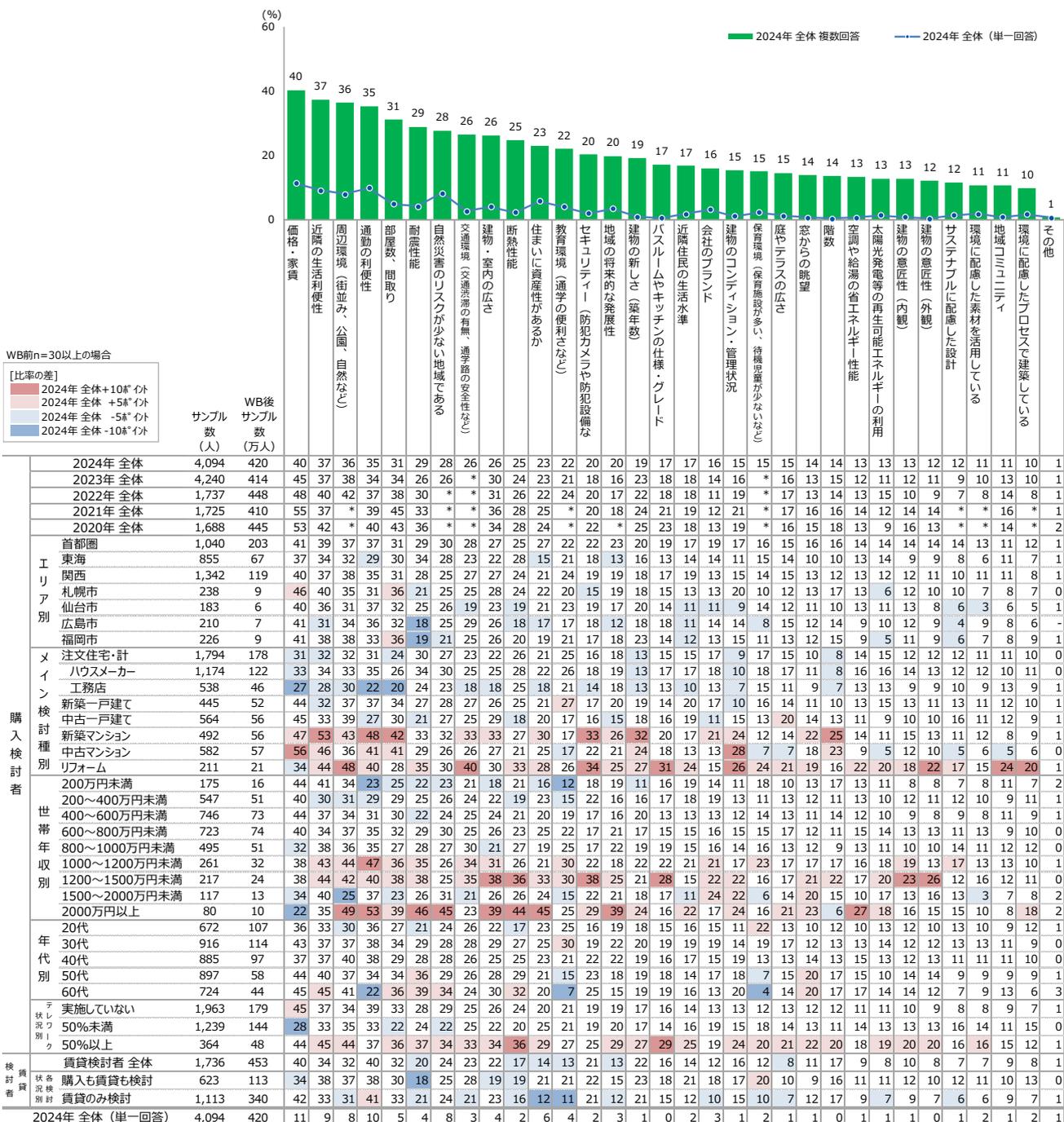


※「2024年全体（複数回答）」のスコアで降順ソート
 ※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※データラベルについて：-は該当する回答がなし、0は回答はあるが表記単位未満のもの
 ※比率の差での網掛けについて：比率の差は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から計算した差と、網掛けの基準が一致しない場合がある

■住宅に関する意識 4.住まいを探す際の重視条件（大事にしたこと）

- 住まいを探す際の重視条件は、「価格」が最も高く40%。次いで「近隣の生活利便性」が37%である。2023年と比べて「価格」が5ポイント減少、「部屋数、間取り」「建物・室内の広さ」「建物の新しさ（築年数）」が3~4ポイント減少したのに対し、「耐震性能」「地域の将来的な発展性」「サステナブルに配慮した設計」は3~4ポイント増加した。
- メイン検討種別では新築マンション・リフォーム検討者、年代別では60代で、全体と比べて高い項目が、他の属性より多い様子がうかがえる。

■ 住まいを探す際の重視条件（大事にしたこと）（全体/複数回答）



WB前n=30以上の場合
 [比率の差]
 ■ 2024年全体 +10*ポイント
 ■ 2024年全体 +5*ポイント
 ■ 2024年全体 -5*ポイント
 ■ 2024年全体 -10*ポイント

購入検討者	サンプル数 (人)	WB後サンプル数 (万人)	重視条件 (%)																																
			価格・家賃	近隣の生活利便性	周辺環境（街並み、公園、自然など）	通勤の利便性	部屋数、間取り	耐震性能	自然災害のリスクが少ない地域である	交通環境（交通渋滞の有無、通学路の安全性など）	建物・室内の広さ	断熱性能	住まいに資産性があるか	教育環境（通学の利便性など）	セキュリティ（防犯カメラや防犯設備など）	地域の将来的な発展性	建物の新しさ（築年数）	バスルームやキッチンの仕様・グレード	近隣住民の生活水準	会社のブランド	建物のコンディション・管理状況	保善環境（保善設備が多い、待機児童が少ないなど）	底やテラスの広さ	窓からの眺望	階数	空調や給湯の省エネルギー性能	太陽光発電等の再生可能エネルギーの利用	建物の意匠性（内観）	建物の意匠性（外観）	サステナブルに配慮した設計	環境に配慮した素材を活用している	地域コミュニティ	環境に配慮したプロセスで建築している	その他	
2024年全体	4,094	420	40	37	36	35	31	29	28	26	26	25	23	22	20	20	19	17	17	16	15	15	15	14	14	13	13	12	12	11	11	10	1		
2023年全体	4,240	414	45	37	38	34	34	26	26	*	30	24	23	21	18	16	23	18	18	14	16	*	16	13	15	12	11	12	11	9	10	13	10		
2022年全体	1,737	448	48	40	42	37	38	30	*	*	31	26	22	24	20	17	22	18	18	11	19	*	17	13	14	13	15	10	9	7	8	14	8		
2021年全体	1,725	410	55	37	*	39	45	33	*	*	36	28	25	*	20	18	24	21	19	12	21	*	17	16	16	14	12	14	14	*	* 16	*	1		
2020年全体	1,688	445	53	42	*	40	43	36	*	*	34	28	24	*	22	* 25	23	18	13	19	*	16	15	18	13	9	16	13	*	* 14	* 2	2			
エリア別																																			
首都圏	1,040	203	41	39	37	37	31	29	30	28	27	25	27	22	22	23	20	19	17	19	17	16	15	16	16	14	14	14	14	13	11	12	1		
東海	855	67	37	34	32	29	30	34	28	23	22	28	15	21	18	13	16	13	14	14	11	15	14	10	10	13	14	9	9	8	6	11	7	1	
関西	1,342	119	40	37	38	35	31	28	25	27	27	24	21	24	19	19	18	17	19	13	15	14	15	13	12	13	12	12	11	10	11	11	8	1	
札幌市	238	9	46	40	35	31	36	21	25	25	28	24	22	20	15	19	18	15	13	20	10	12	13	17	13	6	12	10	10	7	8	7	0		
仙台市	183	6	40	36	31	37	32	25	26	19	23	19	21	23	19	17	20	14	11	11	9	14	12	11	10	13	11	8	6	3	6	5	1		
広島市	210	7	41	31	34	36	32	18	25	29	26	18	17	17	18	12	18	18	11	14	14	8	15	12	14	9	10	12	9	4	9	8	6	-	
福岡市	226	9	41	38	38	33	36	19	21	25	26	20	19	21	17	18	23	14	12	13	15	11	13	12	15	9	5	11	9	6	7	8	9	1	
メイン検討種別																																			
注文住宅・計	1,794	178	31	32	32	31	24	30	27	23	22	26	21	25	16	18	13	15	15	17	9	17	15	10	8	14	15	12	12	11	11	11	10	0	
ハウスメーカー	1,174	122	33	34	33	35	26	34	30	25	25	28	22	26	18	19	13	17	18	10	18	17	11	8	16	16	14	13	12	12	10	11	0	0	
工務店	538	46	27	28	30	22	20	24	23	18	18	25	18	21	14	18	13	13	10	13	7	15	11	9	7	13	9	9	10	9	13	9	1		
新築一戸建て	445	52	44	32	37	37	34	27	28	27	26	25	21	27	17	20	19	14	20	17	10	16	14	11	10	13	13	15	13	11	13	11	12	10	1
中古一戸建て	564	56	45	33	39	27	30	21	27	25	29	18	20	17	16	15	18	16	19	11	15	13	20	14	13	11	9	10	10	16	11	12	9	1	
新築マンション	492	56	47	53	43	48	42	33	32	33	27	30	17	33	26	32	20	17	21	24	12	14	22	25	14	11	15	13	11	12	8	9	1		
中古マンション	582	57	56	46	36	41	41	29	26	26	27	21	25	17	22	21	24	18	13	13	28	7	7	18	23	9	5	12	10	5	6	5	6	0	
リフォーム	211	21	34	44	48	40	28	35	30	40	30	33	28	26	34	25	27	31	24	15	26	24	21	19	16	22	20	18	22	17	15	24	20	1	
世帯別																																			
200万円未満	175	16	44	41	34	23	25	22	23	21	18	21	16	12	18	19	11	16	19	14	11	18	10	13	17	13	11	8	8	7	8	11	7	2	
200~400万円未満	547	51	40	30	31	29	29	25	26	24	22	19	23	15	22	16	16	17	18	19	13	11	13	12	11	13	10	12	11	12	10	9	11	1	
400~600万円未満	746	73	44	37	34	31	30	22	24	25	24	21	20	19	17	16	20	13	13	12	14	13	11	14	12	10	9	8	9	8	11	9	1		
600~800万円未満	723	74	40	34	37	35	32	29	30	25	26	23	25	22	17	21	17	15	15	16	15	15	17	12	11	15	14	13	13	11	13	9	10	0	
800~1000万円未満	495	51	32	38	36	35	27	28	27	30	21	27	19	25	17	22	19	19	15	16	14	16	13	12	9	13	11	10	10	14	11	12	12	0	
1000~1200万円未満	261	32	38	43	44	47	36	35	26	34	31	26	21	30	22	18	22	22	21	21	17	23	17	17	16	18	19	13	17	13	13	10	1		
1200~1500万円未満	217	24	38	44	42	40	38	38	25	35	36	33	30	38	25	21	28	15	22	22	16	17	21	22	17	20	23	26	12	16	12	11	0		
1500~2000万円未満	117	13	34	40	25	37	23	26	31	21	26	26	24	15	22	21	18	17	11	24	22	6	14	20	15	10	17	13	16	13	3	7	8	2	
2000万円以上	80	10	22	35	49	53	39	46	45	23	39	44	45	25	29	39	24	16	22	17	24	16	21	23	6	27	18	16	15	10	8	18	2		
年代別																																			
20代	672	107	36	33	30	36	27	21	24	26	22	17	23	25	16	19	18	15	16	15	11	22	13	10	12	10	13	12	10	13	10	9	12	1	
30代	916	114	43	37	37	38	34	29	28	29	27	25	30	19	22	20	19	19	14	19	14	19	17	12	13	14	12	12	13	13	11	9	0		
40代	885	97	37	37	40	38	29	28	28	26	25	25	23	21	22	22	19	16	17	15	19	13	13	14	13	15	13	12	13	11	11	11	10	0	
50代	897	58	44	40	37	34	34	36	29	26	28	29	21	15	23	18	19	18	14	17	18	7	15	20	17	15	10	14	14	9	9	9	1		
60代	724	44	45	45	41	22	36	39	34	34	30	32	20	7	25	15	19	19	16	13	20	4	14	20	17	14	14	12	7	9	13	6	3		
実施していない	1,963	179	45	37	34	39	33	28	29	25	26	24	20	21	19	19	17	16	14	13	13	12	13	12	12	11	11	10	9	8	8	9	7	1	
50%未満	1,239	144	28	33	35	33	22	24	22	25	22	20	25	21	19	20	17	14	16	19	15	18	14	13	11	14	13	13	16	14	11	15	0		
50%以上	364	48	44	45	44	37	36	37	34	33	34	36	29	27	25	29	27	29	25	19	24	20	21	22	20	18	19	20	16	16	15	12	1		
賃貸検討者全体	1,736	453	40	34	32	40	32	20	24	23	22	17	14	13	21	13	22	16	14	12	16	12	8	11	17	9	8	7	7	9	8	1			
購入も賃貸も検討	623	113	34	38	37	3																													

■住宅に関する意識 5.一戸建て・集合住宅意向

- 一戸建て希望が60%、集合住宅希望が22%。
- エリア別に見ると、東海は一戸建て希望が74%で、全体と比べて14ポイント高い。
- 年代別に見ると、20・30代では一戸建て希望、40代以上では集合住宅希望が、全体と比べて高い。

■ 一戸建て・集合住宅意向（全体/単一回答）

	サンプル数 (人)	WB後 サンプル数 (万人)	意向 (%)					一戸建て ・計	集合住宅 ・計
			ぜったい 一戸建て	どちらかといえば 一戸建て	どちらでも よい	どちらかといえば 集合住宅	ぜったい 集合住宅		
2024年 全体	4,094	420	28	32	18	15	7	60	22
2023年 全体	4,240	414	26	32	20	15	7	58	22
2022年 全体	1,737	448	31	32	15	16	7	63	22
2021年 全体	1,725	410	30	30	17	15	8	60	23
2020年 全体	1,688	445	30	30	15	16	9	61	25
2019年 全体	1,073	419	27	32	13	21	7	59	28
エリア別									
首都圏	1,040	203	23	30	20	18	10	53	27
東海	855	67	40	34	15	9	2	74	11
関西	1,342	119	32	33	17	14	5	65	18
札幌市	238	9	20	30	19	20	11	50	31
仙台市	183	6	29	31	17	17	5	60	23
広島市	210	7	31	29	19	14	7	60	22
福岡市	226	9	20	31	19	18	12	52	30
メイン検討種別									
注文住宅・計	1,794	178	43	35	15	6	1	77	7
ハウスメーカー	1,174	122	43	39	13	4	0	82	5
工務店	538	46	46	26	17	10	1	71	11
新築一戸建て	445	52	33	46	14	6	0	79	7
中古一戸建て	564	56	30	41	18	9	2	71	11
新築マンション	492	56	3	11	23	38	26	14	64
中古マンション	582	57	4	16	22	38	19	20	57
リフォーム	211	21	22	45	21	9	3	67	12
世帯年収別									
200万円未満	175	16	30	18	25	17	10	48	27
200~400万円未満	547	51	28	32	20	15	5	60	19
400~600万円未満	746	73	31	28	21	14	6	58	21
600~800万円未満	723	74	31	36	15	14	4	67	18
800~1000万円未満	495	51	24	32	22	17	5	56	22
1000~1200万円未満	261	32	24	30	18	19	10	54	29
1200~1500万円未満	217	24	24	40	9	14	12	64	26
1500~2000万円未満	117	13	16	30	14	20	19	47	39
2000万円以上	80	10	34	38	12	5	12	71	16
年代別									
20代	672	107	34	32	18	14	2	66	16
30代	916	114	29	37	16	13	5	66	18
40代	885	97	21	31	20	17	10	52	27
50代	897	58	25	29	19	17	10	53	27
60代	724	44	33	23	15	16	13	56	29
状況別									
実施していない	1,963	179	32	28	19	14	7	61	21
50%未満	1,239	144	20	38	21	16	5	58	21
50%以上	364	48	29	32	11	19	9	61	28
購入検討者									
賃貸検討者 全体	1,736	453	23	27	21	18	12	49	30
購入も賃貸も検討	623	113	18	30	26	16	10	48	26
賃貸のみ検討	1,113	340	24	25	19	19	13	49	31

※一戸建て・計:「ぜったい一戸建て」+「どちらかといえば一戸建て」/集合住宅・計:「どちらかといえば集合住宅」+「ぜったい集合住宅」

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

※0は回答はあるが表記単位未満のもの

※「計」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数値から算出した数値と一致しない場合がある

- 新築希望が65%、中古希望が10%。
- 新築を希望する割合が全体と比べて高いのは、エリア別では東海、年代別では20・30代である。
- メイン検討種別に見ると、中古一戸建て・中古マンション検討者で「どちらでもよい」が4割前後を占めており、全体と比べて高くなっている。

■ 新築・中古意向（全体/単一回答）

	サンプル数 (人)	WB後 サンプル数 (万人)	意向 (%)					新築・計	中古・計
			ぜったい 新築	どちらかといえば 新築	どちらでも よい	どちらかといえば 中古	ぜったい 中古		
2024年 全体	4,094	420	28	37	24	9	2	65	10
2023年 全体	4,240	414	26	37	27	7	2	64	9
2022年 全体	1,737	448	28	40	22	7	3	68	10
2021年 全体	1,725	410	30	37	23	7	2	67	9
2020年 全体	1,688	445	33	37	18	9	4	69	12
2019年 全体	1,073	419	31	38	23	7	1	69	9
エリア別									
首都圏	1,040	203	25	39	26	9	2	64	10
東海	855	67	35	35	22	7	1	70	8
関西	1,342	119	30	37	22	9	2	67	11
札幌市	238	9	18	35	28	14	5	53	19
仙台市	183	6	29	35	26	8	3	63	11
広島市	210	7	34	28	26	10	2	62	12
福岡市	226	9	26	34	28	9	3	60	12
メイン検討種別									
注文住宅・計	1,794	178	44	36	16	4	1	80	4
ハウスメーカー	1,174	122	47	37	13	2	0	84	2
工務店	538	46	38	34	23	5	1	72	6
新築一戸建て	445	52	27	52	17	4	0	79	4
中古一戸建て	564	56	6	27	39	23	5	33	28
新築マンション	492	56	29	50	19	2	2	79	2
中古マンション	582	57	3	23	45	24	5	26	29
リフォーム	211	21	19	47	29	5	0	66	5
世帯年収別									
200万円未満	175	16	20	24	34	15	7	44	22
200~400万円未満	547	51	23	35	29	10	3	59	12
400~600万円未満	746	73	29	33	28	8	2	63	10
600~800万円未満	723	74	26	41	21	10	2	68	11
800~1000万円未満	495	51	30	42	22	5	1	72	5
1000~1200万円未満	261	32	28	38	24	9	1	66	10
1200~1500万円未満	217	24	29	42	20	8	1	71	9
1500~2000万円未満	117	13	26	37	25	11	1	63	12
2000万円以上	80	10	44	39	16	1	1	83	2
年代別									
20代	672	107	33	37	20	8	1	71	9
30代	916	114	30	40	21	7	2	70	9
40代	885	97	21	40	29	10	1	61	11
50代	897	58	26	34	28	9	3	60	12
60代	724	44	31	28	28	11	3	58	14
状況別									
実施していない	1,963	179	29	36	25	8	2	65	10
50%未満	1,239	144	23	43	24	8	1	66	10
50%以上	364	48	29	35	21	14	2	64	15
検討者									
賃貸検討者 全体	1,736	453	25	34	27	9	5	59	14
購入も賃貸も検討	623	113	21	40	27	8	4	61	12
賃貸のみ検討	1,113	340	27	31	27	10	5	58	15

※新築・計:「ぜったい新築」+「どちらかといえば新築」/中古・計:「どちらかといえば中古」+「ぜったい中古」

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

※該当する回答がない場合のデータラベル（-）は表示を省略、0は回答はあるが表記単位未満のもの

※「計」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある

■住宅に関する意識 7.広さ・駅からの距離の意向

- 広さ重視が50%、駅からの距離重視が32%。2019年以降、広さ重視は増加傾向が見られる。
- エリア別に見ると、札幌市や仙台市では、駅からの距離重視が、全体と比べて高い。
- メイン検討種別に見ると、全体と比べて広さ重視が高いのは注文住宅検討者、駅からの距離重視が高いのは新築マンション・中古マンション検討者である。

■ 広さ・駅からの距離の意向（全体/単一回答）

	サンプル数 (人)	WB後 サンプル数 (万人)	意向 (%)					広さ・計	距離・計
			ぜったい 広さ	どちらかといえば 広さ	どちらでも よい	どちらかといえば 駅からの距離	ぜったい 駅からの距離		
2024年 全体	4,094	420	15	35	19	26	6	50	32
2023年 全体	4,240	414	12	36	19	27	6	48	33
2022年 全体	1,737	448	14	34	16	31	6	48	36
2021年 全体	1,725	410	11	37	16	27	9	48	35
2020年 全体	1,688	445	12	35	15	32	6	47	38
2019年 全体	1,073	419	11	33	17	34	5	43	40
エリア別									
首都圏	1,040	203	12	34	19	29	6	46	35
東海	855	67	20	36	19	20	4	56	24
関西	1,342	119	16	36	18	24	6	52	30
札幌市	238	9	7	35	19	28	11	42	39
仙台市	183	6	8	38	17	34	4	46	38
広島市	210	7	15	34	19	29	4	49	32
福岡市	226	9	12	38	18	24	8	50	32
メイン検討種別									
注文住宅・計	1,794	178	21	41	19	18	2	61	20
ハウスメーカー	1,174	122	23	42	16	18	2	65	19
工務店	538	46	17	38	26	16	3	55	19
新築一戸建て	445	52	13	41	15	26	5	54	31
中古一戸建て	564	56	12	33	23	26	6	45	32
新築マンション	492	56	10	24	19	35	11	34	47
中古マンション	582	57	7	24	16	43	11	31	53
リフォーム	211	21	10	37	24	23	6	47	29
世帯年収別									
200万円未満	175	16	13	26	24	26	11	39	37
200~400万円未満	547	51	13	35	27	20	5	48	25
400~600万円未満	746	73	16	37	18	24	6	52	30
600~800万円未満	723	74	13	37	17	28	5	50	33
800~1000万円未満	495	51	14	35	21	25	5	49	30
1000~1200万円未満	261	32	11	34	15	33	7	45	40
1200~1500万円未満	217	24	12	39	15	26	7	52	33
1500~2000万円未満	117	13	13	33	15	28	11	46	39
2000万円以上	80	10	24	32	14	15	14	56	30
年代別									
20代	672	107	19	38	16	24	2	58	26
30代	916	114	14	39	16	24	6	54	30
40代	885	97	11	33	22	28	6	44	34
50代	897	58	14	30	22	27	8	44	34
60代	724	44	13	27	19	30	10	41	40
テレワーク別									
実施していない	1,963	179	14	33	19	27	7	47	34
50%未満	1,239	144	13	39	19	25	4	52	29
50%以上	364	48	21	34	17	24	5	55	28
検討者									
賃貸検討者 全体	1,736	453	11	32	21	27	8	43	35
購入も賃貸も検討	623	113	11	39	21	21	7	50	29
賃貸のみ検討	1,113	340	11	30	21	30	8	41	37

※広さ・計:「ぜったい広さ」+「どちらかといえば広さ」/距離・計:「どちらかといえば駅からの距離」+「ぜったい駅からの距離」

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

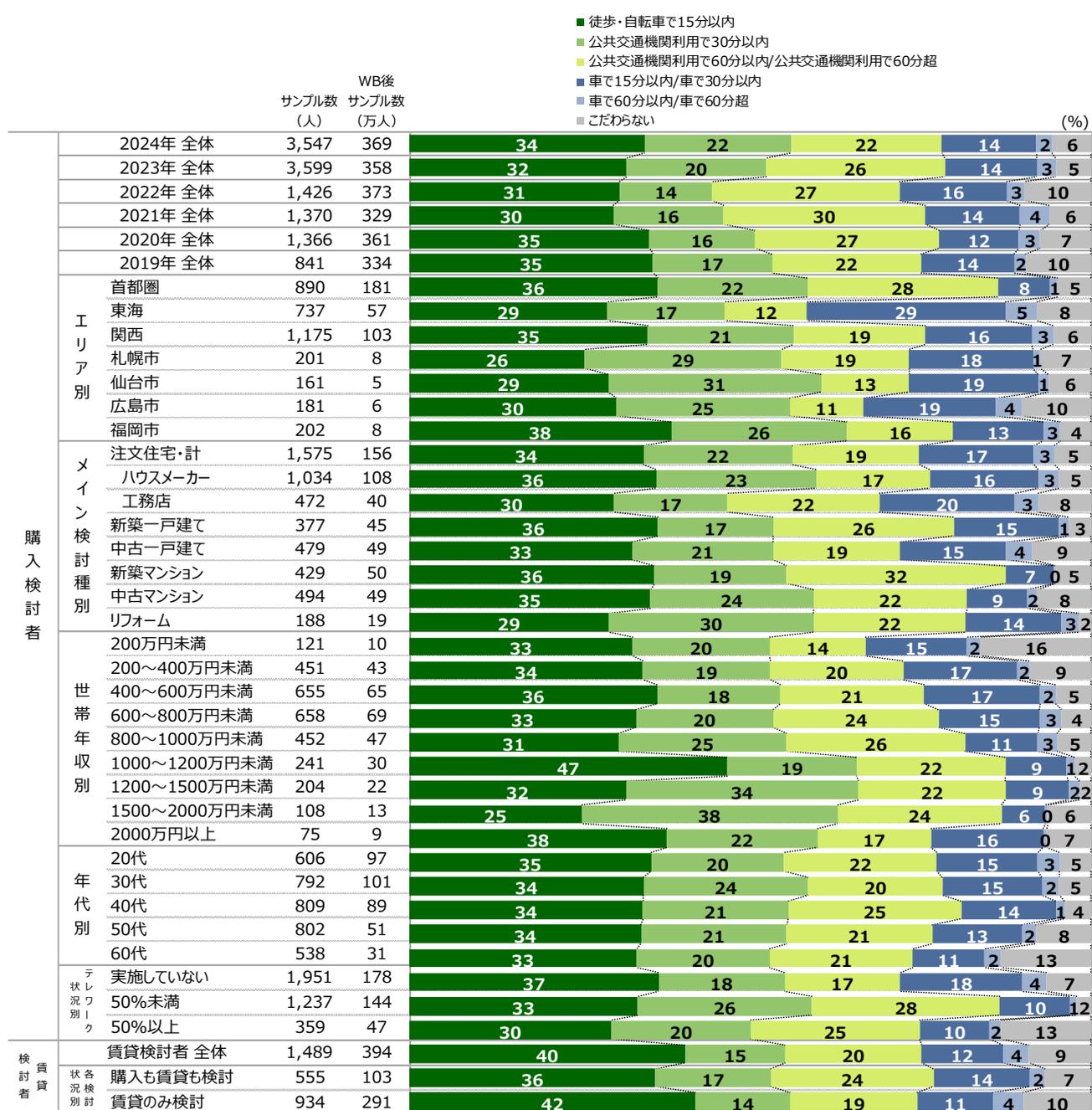
※「計」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある

■住宅に関する意識 8.通勤時間の意向

- 通勤時間の意向を尋ねたところ、「徒歩・自転車で15分以内」が最も高く34%。
- 30分以内（「徒歩・自転車で15分以内」と「公共交通機関利用で30分以内」の合計）を希望する割合は、2022年までは減少していたが、2023年から2年続けて増加し、2019年以降で最も高くなった。
- エリア別に見ると、福岡市は30分以内（「徒歩・自転車で15分以内」と「公共交通機関利用で30分以内」の合計）を希望する割合が64%で、全体と比べて8ポイント高い。
- 世帯年収別に見ると、全体と比べて30分以内（「徒歩・自転車で15分以内」と「公共交通機関利用で30分以内」の合計）を希望する割合が高いのは、1000万円以上の層である。

■ 通勤時間の意向（働いている人/単一回答）

※就業形態が専業主婦/主夫、無職、その他を除く

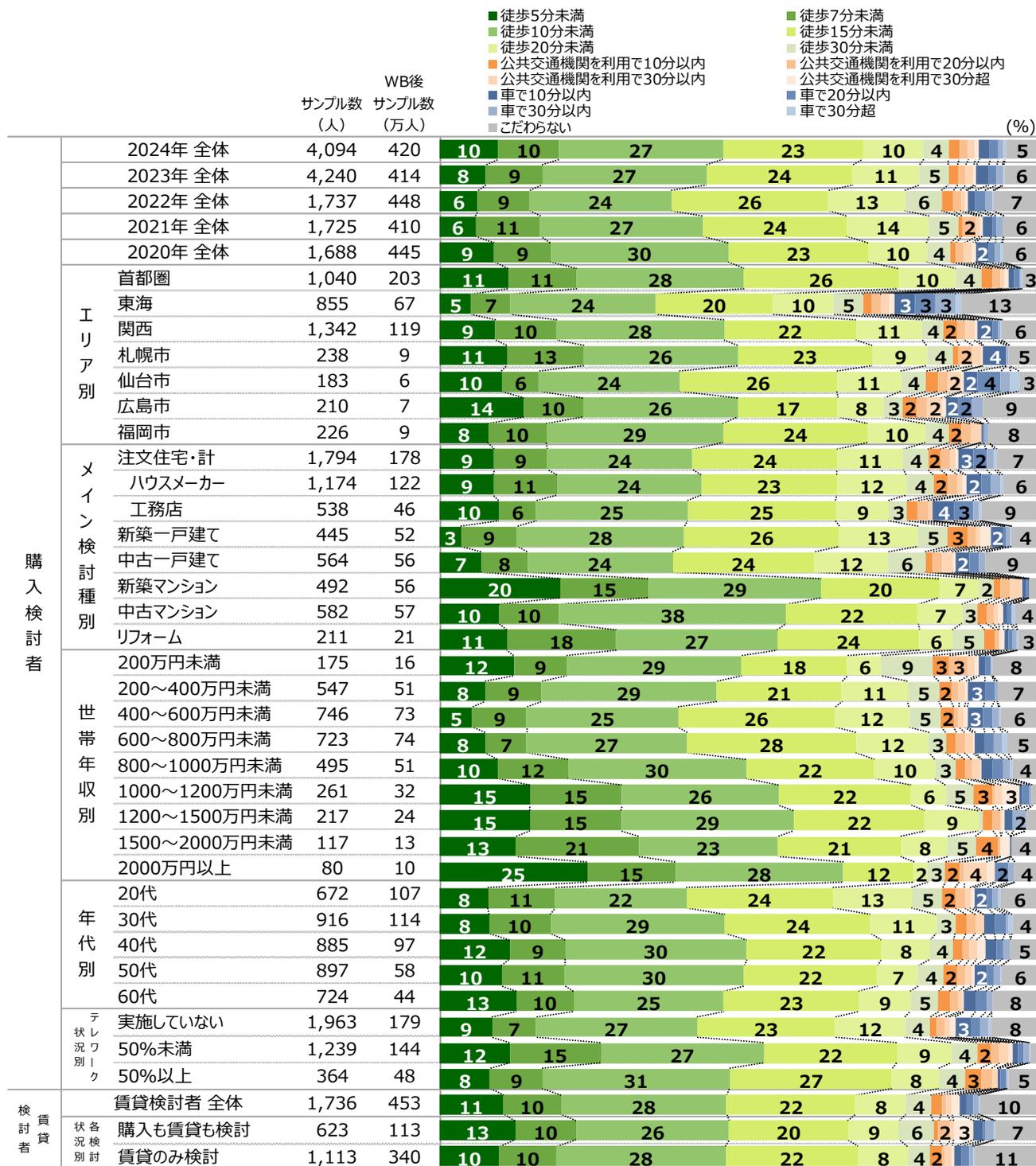


※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※0は回答はあるが表記単位未満のもの

■住宅に関する意識 9.駅からの所要時間の希望

- 駅からの所要時間の希望を尋ねたところ、徒歩10分未満までの割合が47%を占める。2020年からの変化を見ると、この割合は2022年までは減少していたが、2023年から2年続けて増加した。
- 全体と比べて徒歩10分未満までの割合が高いのは、メイン検討種別では新築マンション・中古マンション・リフォーム検討者、世帯年収別では1000万円以上の層である。

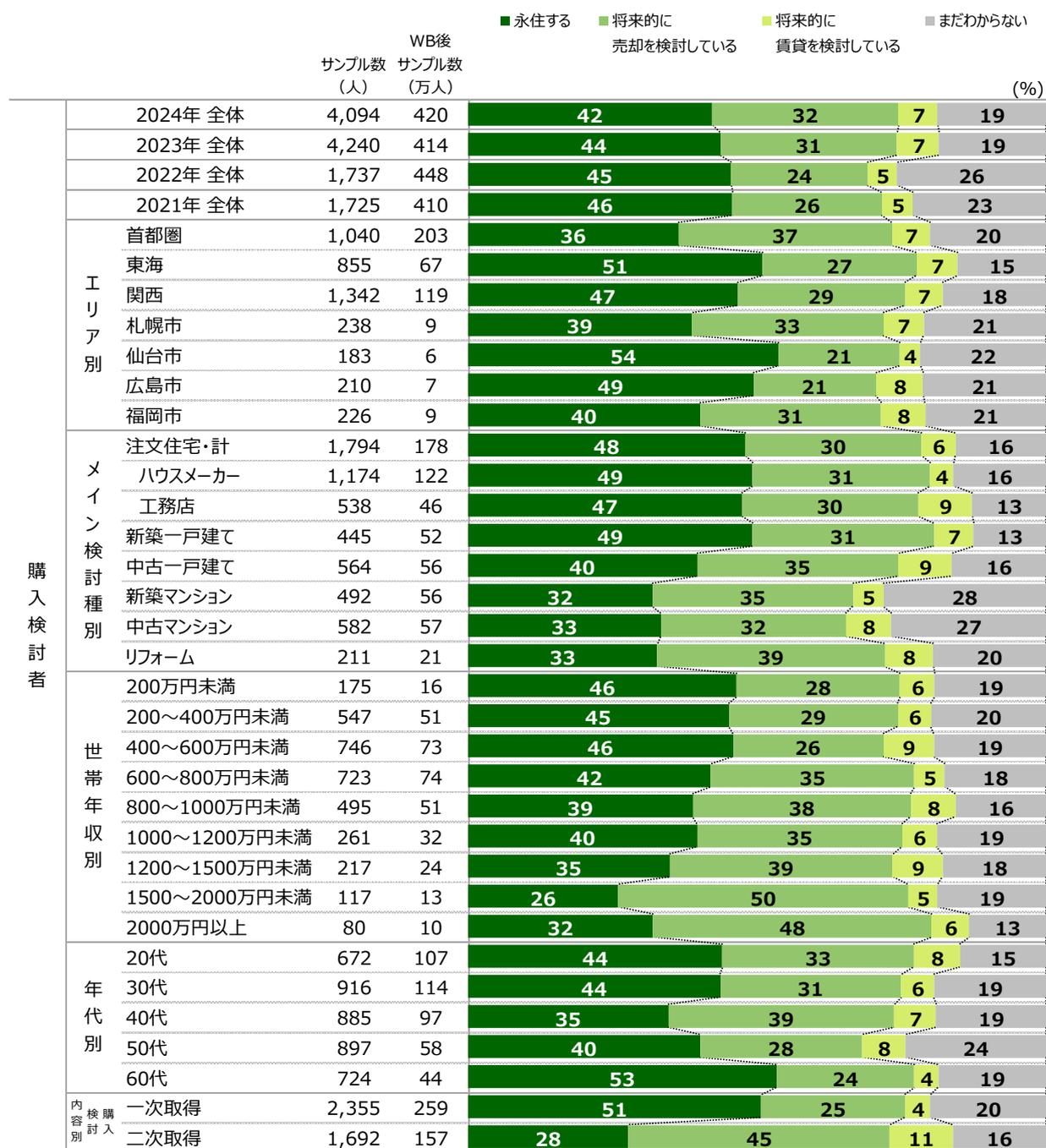
■ 駅からの所要時間の希望（全体/単一回答）



※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※データラベルについて：該当する回答がない場合と2%未満のものは表示を省略

- 検討している物件に「永住する」割合が42%、「将来的に売却を検討している」割合が32%。売却を検討している割合が増加した2023年と、大きな差は見られない。
- 全体と比べて「永住する」割合が高いのは、メイン検討種別では注文住宅・新築一戸建て検討者。全体と比べて「将来的に売却を検討している」割合が高いのは、購入検討内容別では二次取得者である。

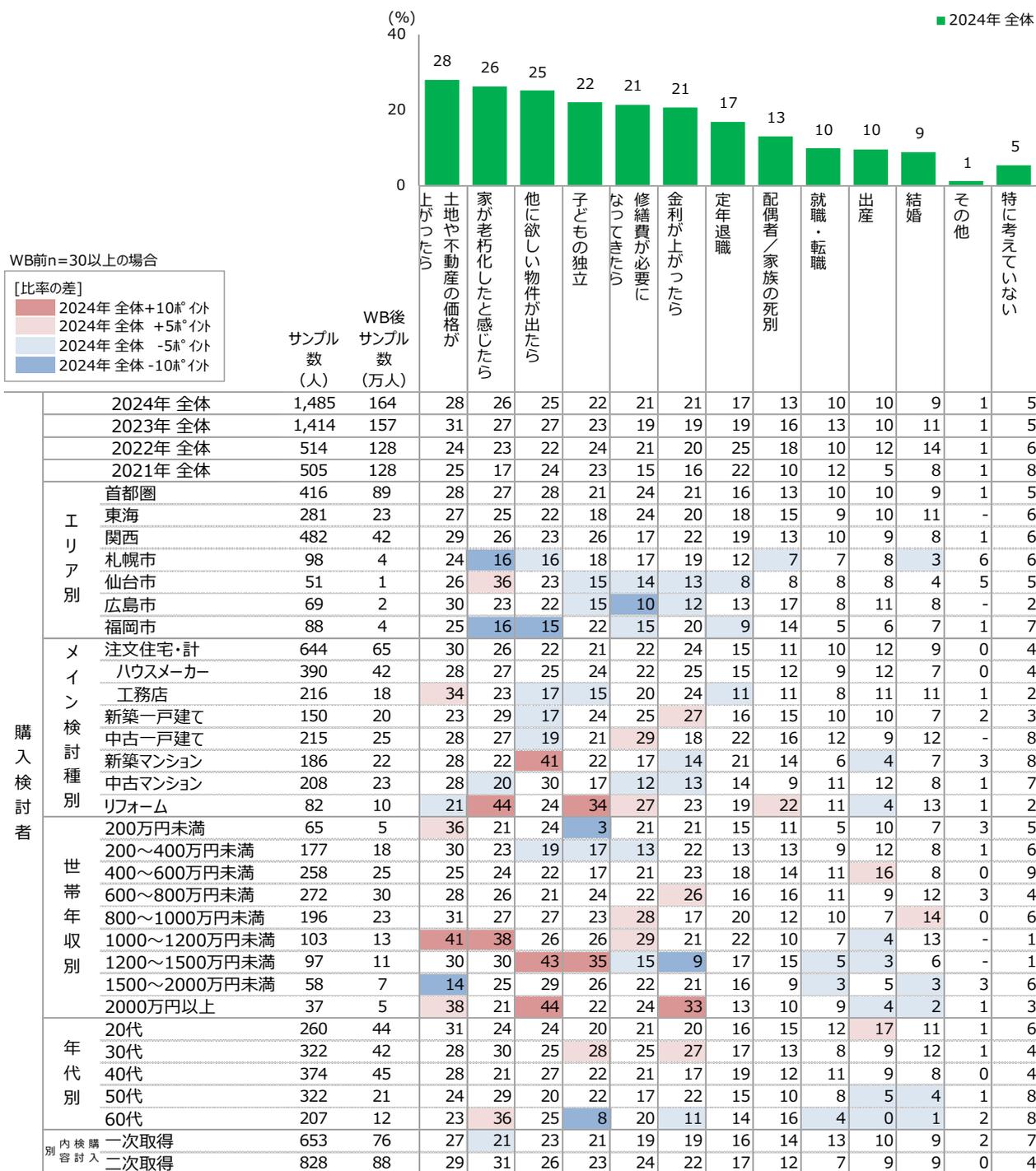
■ 検討物件の永住・売却・賃貸意向（全体/単一回答）



※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

- 購入検討物件を売却・賃貸に出すタイミングを尋ねたところ、「土地や不動産の価格が上がったら」が28%で最も高く、「家が老朽化したと感じたら」が26%で続く。
- メイン検討種別に見ると、新築一戸建てでは「金利が上がったら」、中古一戸建てでは「修繕費が必要になってきたら」、新築マンションでは「他に欲しい物件が出たら」、年代別に見ると、20代では「出産」、30代では「子どもの独立」「金利が上がったら」、60代では「家が老朽化したと感じたら」の割合が、それぞれ全体と比べて高くなっている。

■ 購入検討物件を売却・賃貸に出すタイミング（売却・賃貸を考えている人/複数回答）



※「2024年 全体」のスコアを降順ソート
 ※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※データラベルについて：-は該当する回答がなし、0は回答はあるが表記単位未満のもの
 ※比率の差での網掛けについて：比率の差は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から計算した差と、網掛けの基準が一致しない場合がある

■参考 1.テレワーク実施割合

- 2024年1月～12月のテレワーク実施割合が最も高いエリアは首都圏で60%。次いで関西が45%。
- 2022年以降、首都圏のテレワーク実施割合には、大きな変化は見られない。

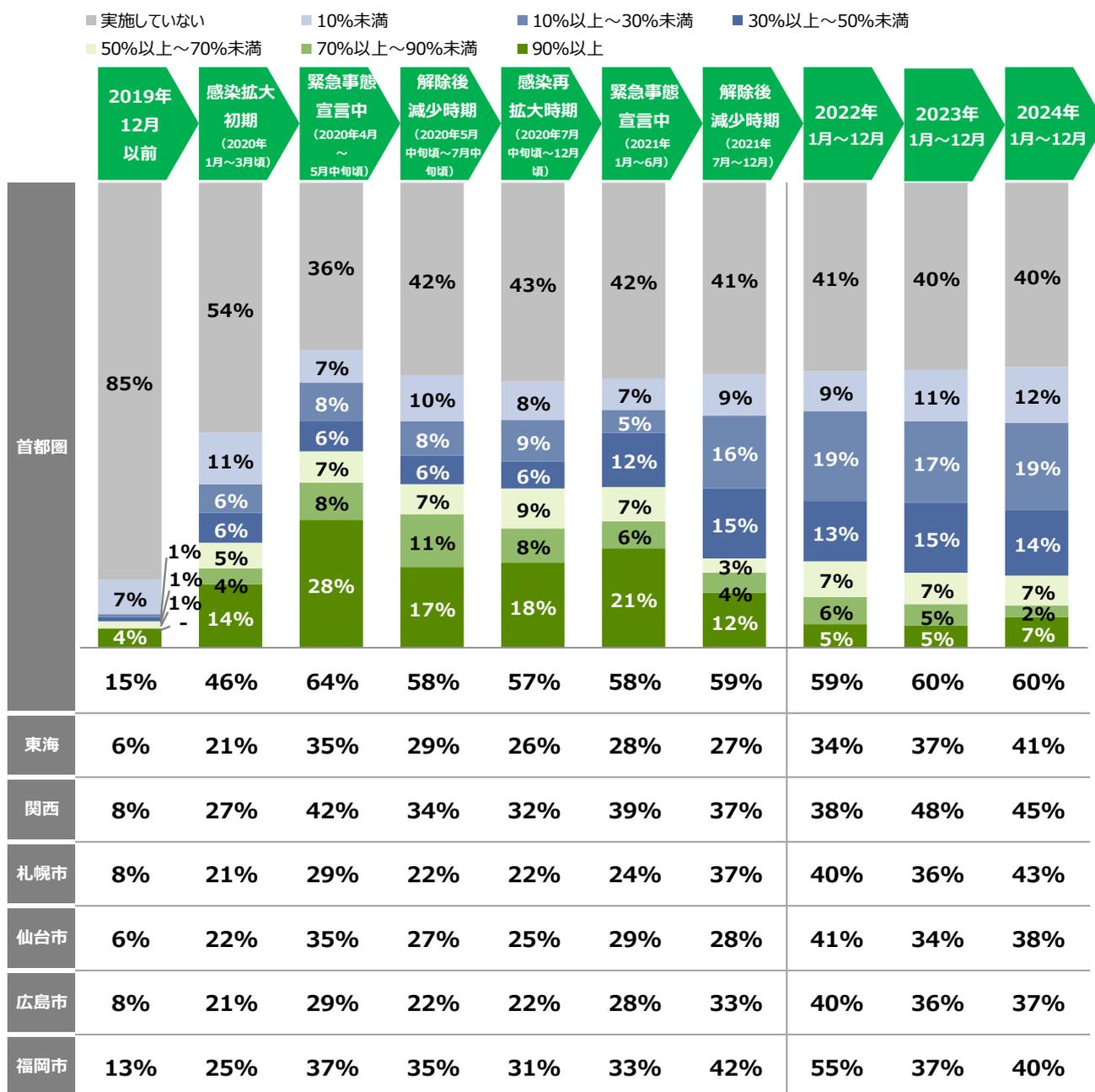
■ テレワーク実施割合（有業者/単一回答）

※就業形態が専業主婦/主夫、無職を除く

※首都圏：WB後サンプル数：181万人（実サンプル数：895人）
 ※東海：WB後サンプル数：58万人（実サンプル数：740人）
 ※関西：WB後サンプル数：104万人（実サンプル数：1,185人）
 ※札幌市：WB後サンプル数：8万人（実サンプル数：202人）

※仙台市：WB後サンプル数：5万人（実サンプル数：161人）
 ※広島市：WB後サンプル数：6万人（実サンプル数：181人）
 ※福岡市：WB後サンプル数：8万人（実サンプル数：202人）

※「緊急事態宣言中（2021年1月～6月）」までは2021年6月調査のスコア、「解除後減少時期（2021年7月～12月）」は2021年12月調査のスコア。
 ※2021年6月調査では、6つの時期別にテレワーク実施割合を聴取。2021年12月調査では、21年7月～12月のテレワーク実施割合を聴取。
 ※2022年12月調査からは、過去1年間のテレワーク実施割合を聴取しており、それ以前（半年間）と聴取時期が異なるため、経年比較は参考値。



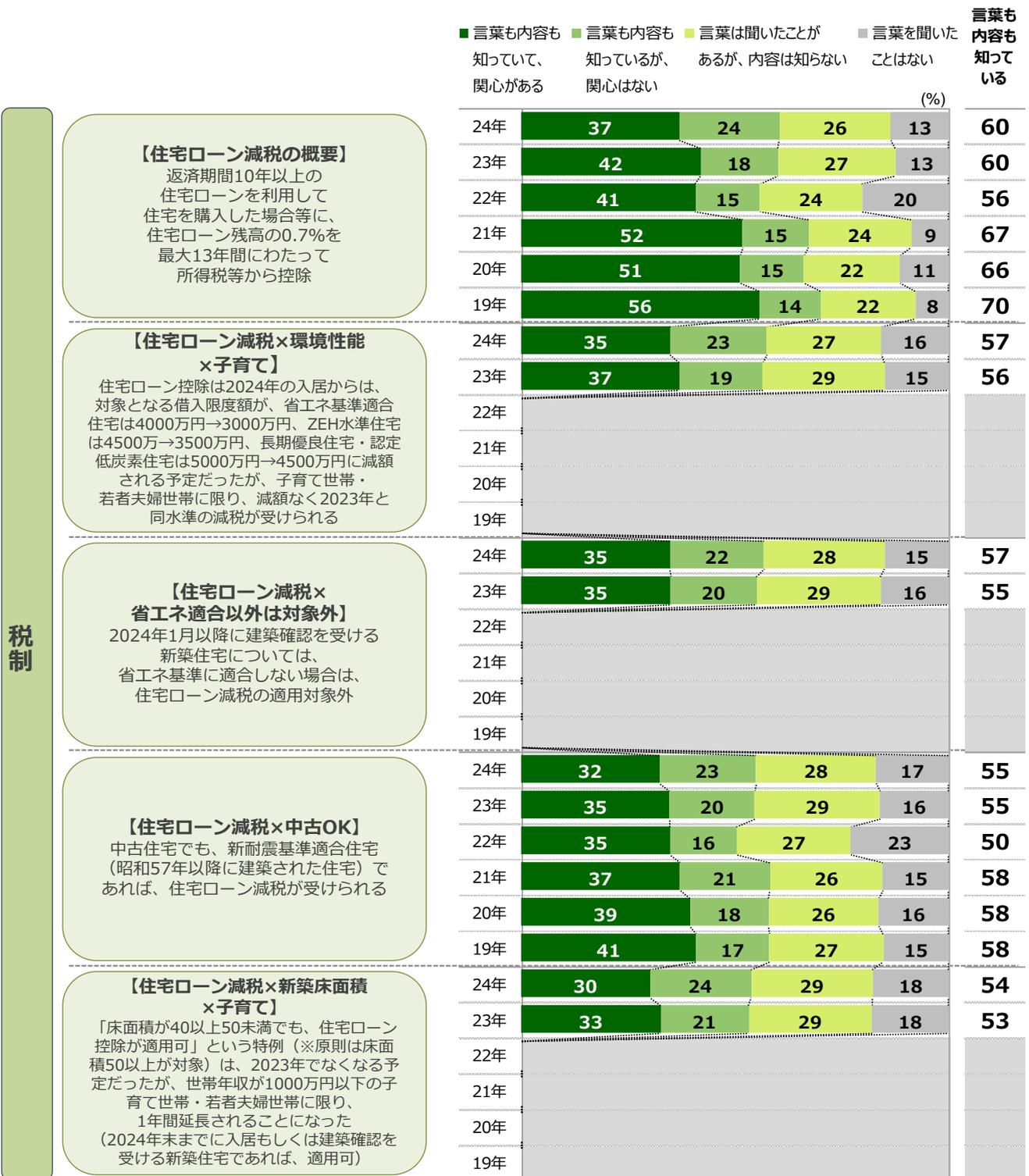
※表は実施割合を掲載（100-「実施していない」）

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※データラベルについて：-は該当する回答がないもの

■ 住宅購入に関する税制・優遇制度についての理解・関心状況（全体/各単一回答）

※毎年一部制度の説明文の変更あり（下記は2024年調査票から引用）

※ 2024年WB後サンプル数：420万人（実サンプル数：4,094人）
 2023年WB後サンプル数：414万人（実サンプル数：4,240人）
 2022年WB後サンプル数：448万人（実サンプル数：1,737人）
 2021年WB後サンプル数：410万人（実サンプル数：1,725人）
 2020年WB後サンプル数：445万人（実サンプル数：1,688人）
 2019年WB後サンプル数：419万人（実サンプル数：1,073人）



※言葉も内容も知っている（「言葉も内容も知っている、関心がある」+「言葉も内容も知っているが、関心はない」）

※「言葉も内容も知っている」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

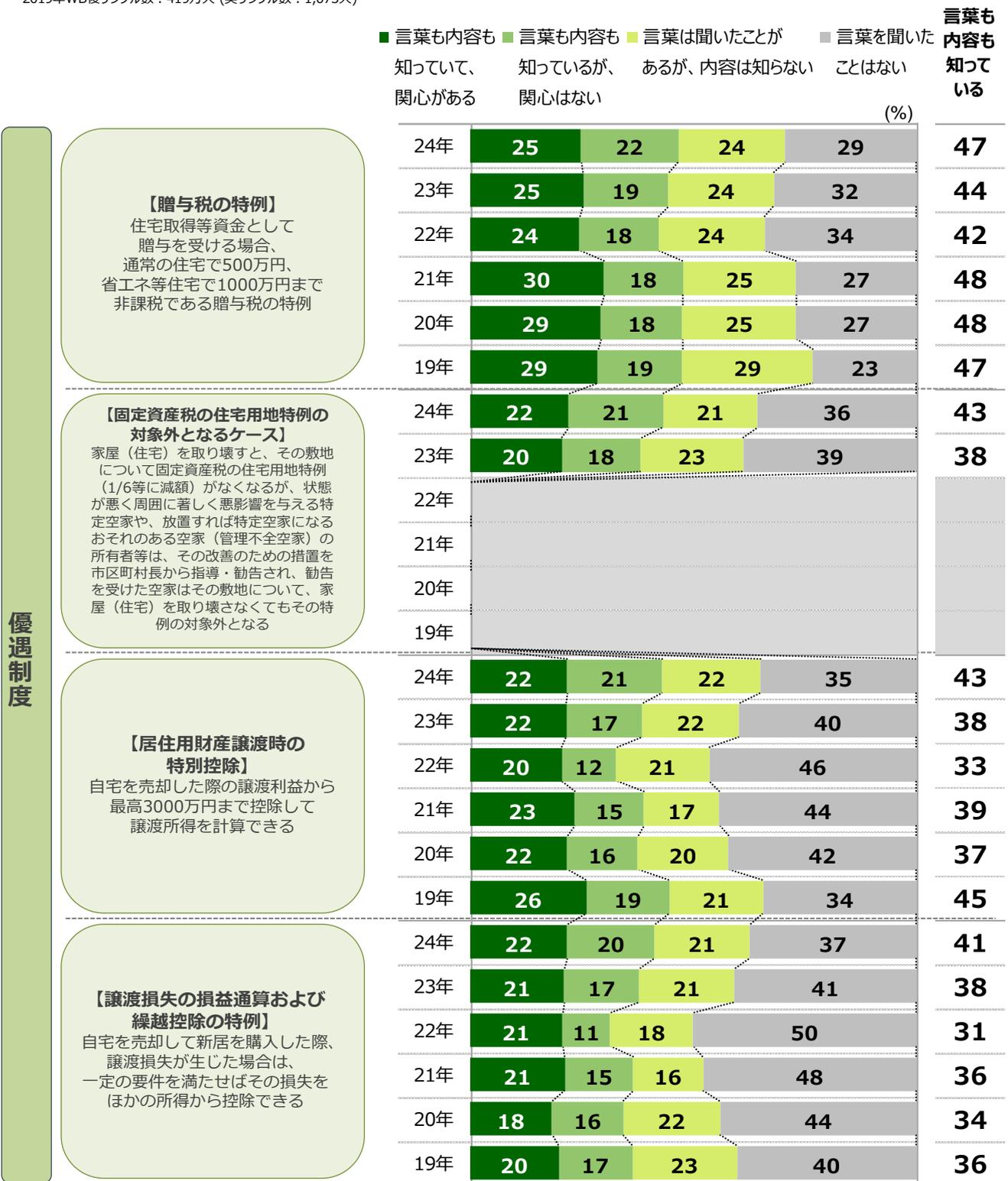
※灰色の網掛けがある年は非聴取

※24年の「言葉も内容も知っている」割合が高い順に掲載

■ 住宅購入に関する税制・優遇制度についての理解・関心状況（全体/各単一回答）

※毎年一部制度の説明文の変更あり（下記は2024年調査票から引用）

※ 2024年WB後サンプル数：420万人（実サンプル数：4,094人）
 2023年WB後サンプル数：414万人（実サンプル数：4,240人）
 2022年WB後サンプル数：448万人（実サンプル数：1,737人）
 2021年WB後サンプル数：410万人（実サンプル数：1,725人）
 2020年WB後サンプル数：445万人（実サンプル数：1,688人）
 2019年WB後サンプル数：419万人（実サンプル数：1,073人）



※言葉も内容も知っている（「言葉も内容も知っている、関心がある」+「言葉も内容も知っているが、関心はない」）

※「言葉も内容も知っている」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

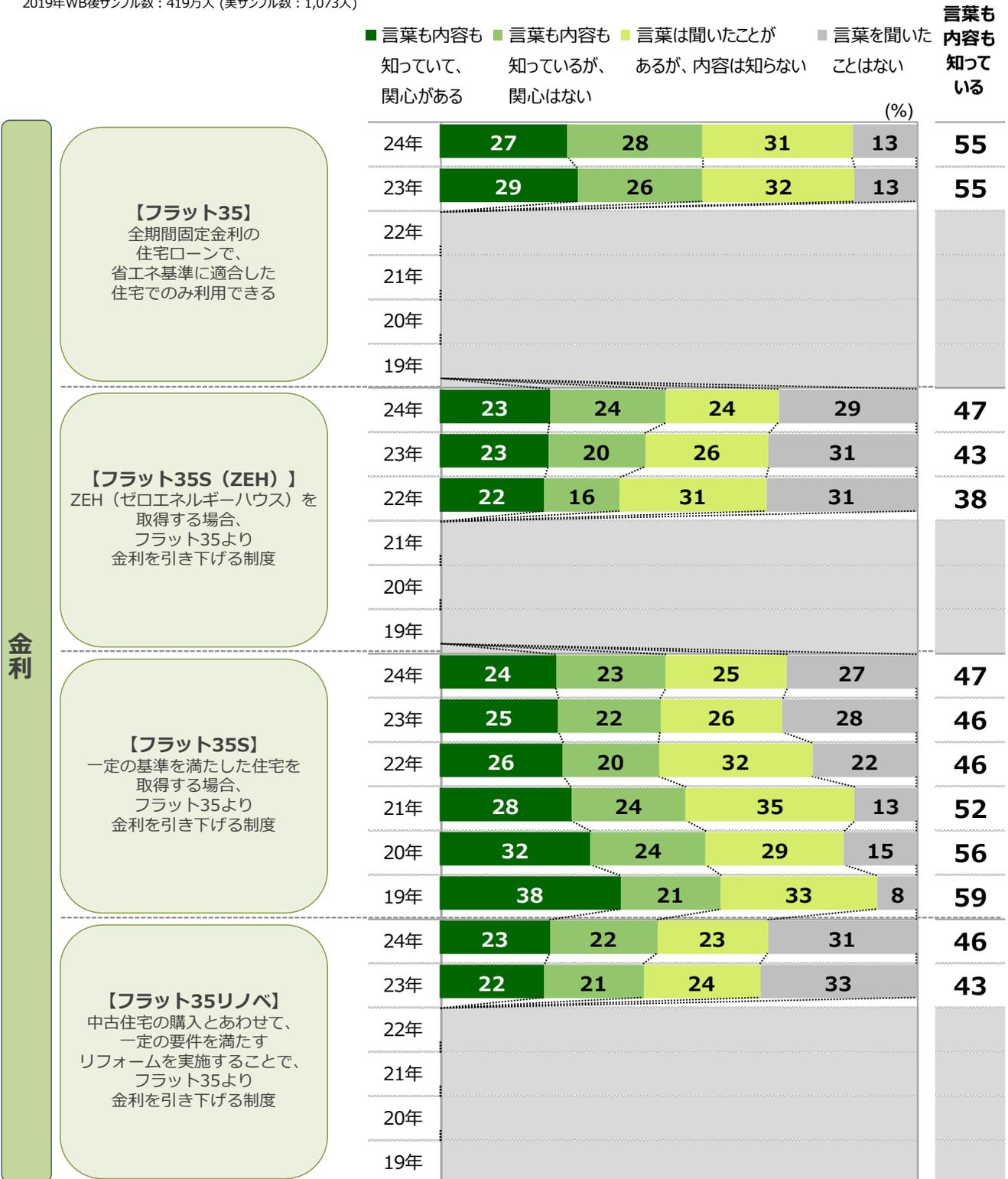
※灰色の網掛けがある年は非聴取

※24年の「言葉も内容も知っている」割合が高い順に掲載

■ 住宅購入に関する金利・補助金についての理解・関心状況（全体/各単一回答）

※毎年一部制度の説明文の変更あり（下記は2024年調査票から引用）

※ 2024年WB後サンプル数：420万人（実サンプル数：4,094人）
 2023年WB後サンプル数：414万人（実サンプル数：4,240人）
 2022年WB後サンプル数：448万人（実サンプル数：1,737人）
 2021年WB後サンプル数：410万人（実サンプル数：1,725人）
 2020年WB後サンプル数：445万人（実サンプル数：1,688人）
 2019年WB後サンプル数：419万人（実サンプル数：1,073人）



※言葉も内容も知っている（「言葉も内容も知っていて、関心がある」+「言葉も内容も知っているが、関心はない」）

※「言葉も内容も知っている」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

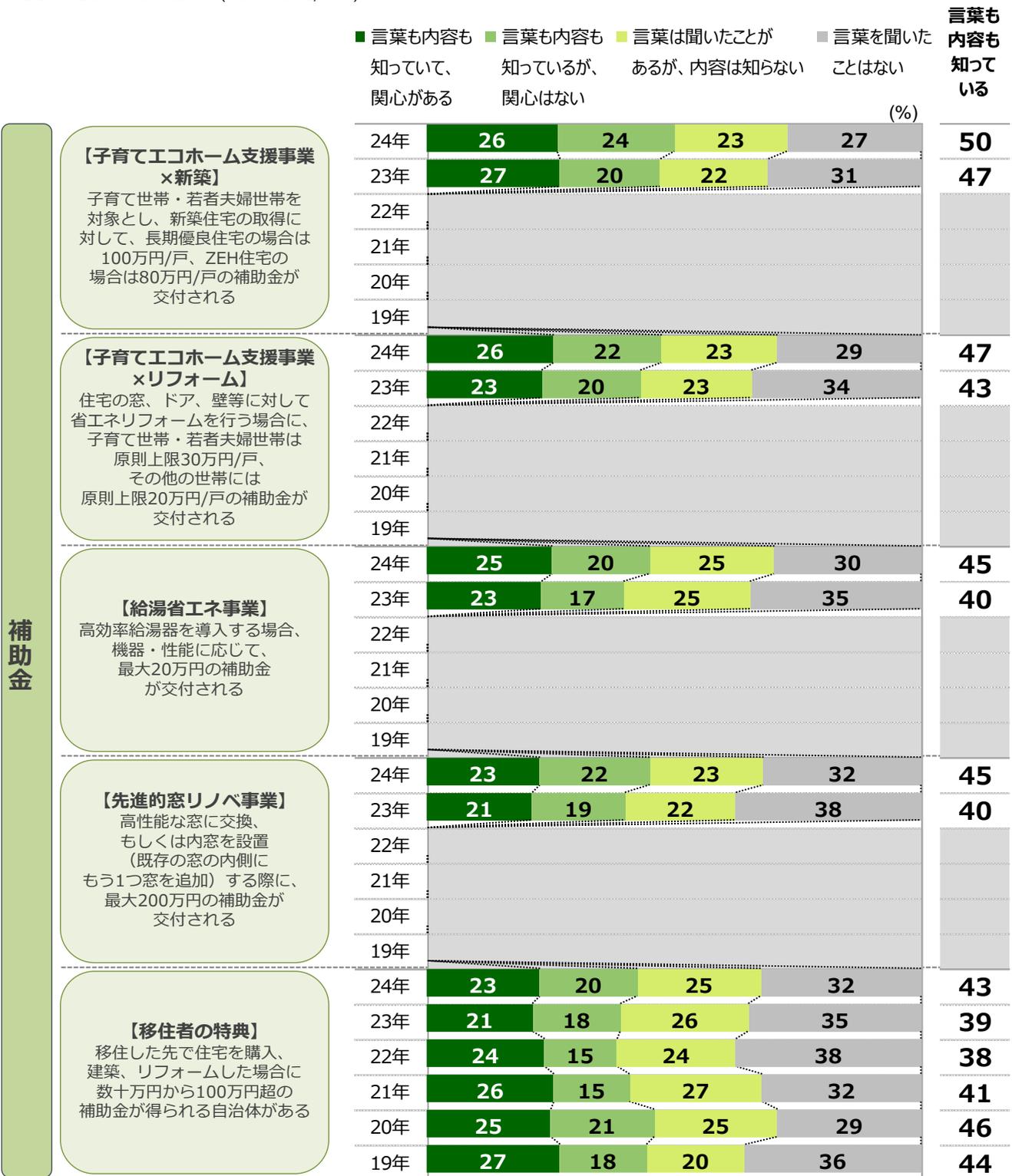
※灰色の網掛けがある年は非聴取

※24年の「言葉も内容も知っている」割合が高い順に掲載

■ 住宅購入に関する金利・補助金についての理解・関心状況（全体/各単一回答）

※毎年一部制度の説明文の変更あり（下記は2024年調査票から引用）

※ 2024年WB後サンプル数：420万人（実サンプル数：4,094人）
 2023年WB後サンプル数：414万人（実サンプル数：4,240人）
 2022年WB後サンプル数：448万人（実サンプル数：1,737人）
 2021年WB後サンプル数：410万人（実サンプル数：1,725人）
 2020年WB後サンプル数：445万人（実サンプル数：1,688人）
 2019年WB後サンプル数：419万人（実サンプル数：1,073人）



※言葉も内容も知っている（「言葉も内容も知っている、関心がある」+「言葉も内容も知っているが、関心はない」）

※「言葉も内容も知っている」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

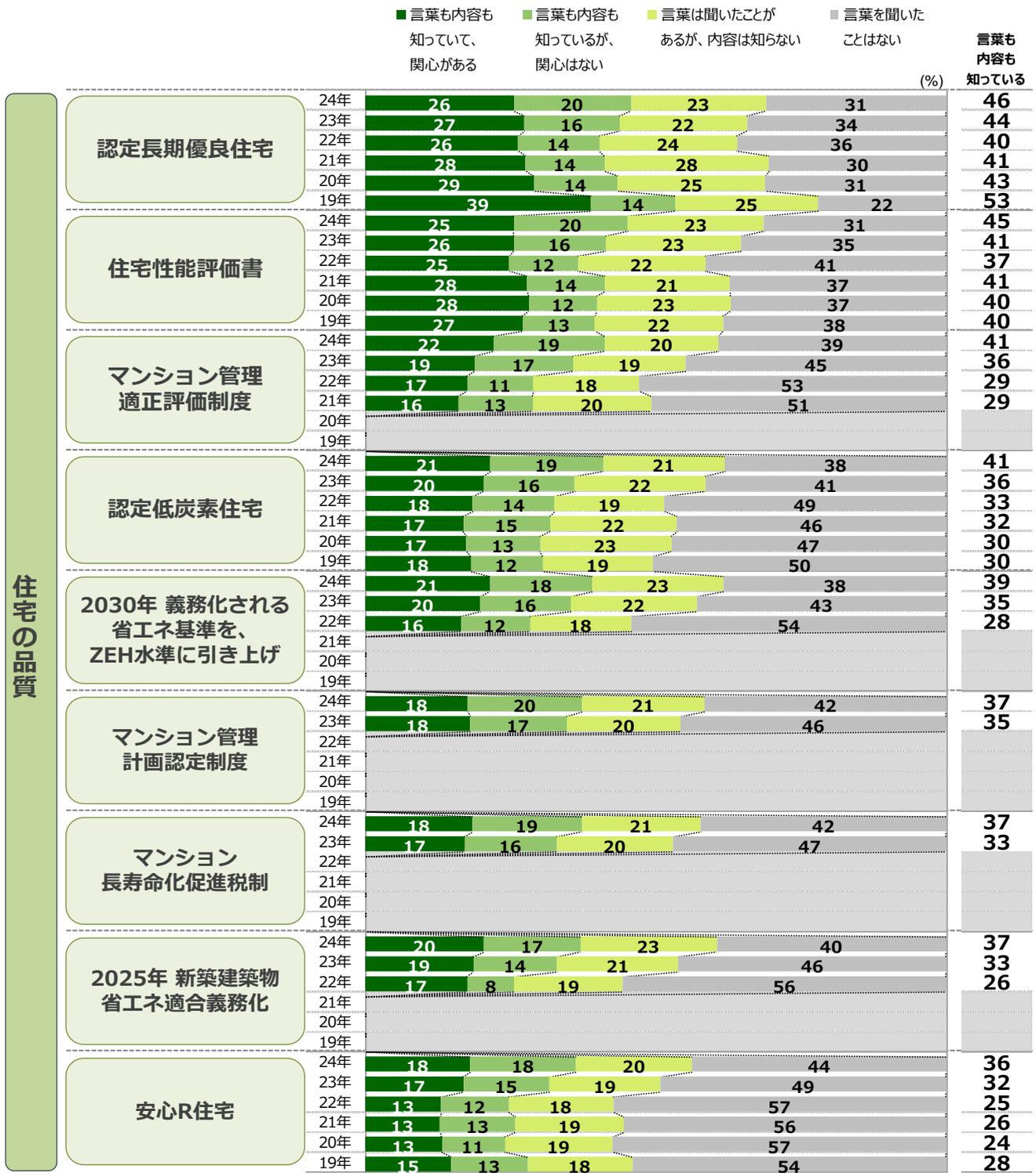
※灰色の網掛けがある年は非聴取

※24年の「言葉も内容も知っている」割合が高い順に掲載

■ 物件の構造・仕様、取引に関する理解・関心状況（全体/各単一回答）

※各内容の説明文は次ページ参照

※ 2024年WB後サンプル数：420万人（実サンプル数：4,094人）
 2023年WB後サンプル数：414万人（実サンプル数：4,240人）
 2022年WB後サンプル数：448万人（実サンプル数：1,737人）
 2021年WB後サンプル数：410万人（実サンプル数：1,725人）
 2020年WB後サンプル数：445万人（実サンプル数：1,688人）
 2019年WB後サンプル数：419万人（実サンプル数：1,073人）



※言葉も内容も知っている（「言葉も内容も知っている、関心がある」+「言葉も内容も知っているが、関心はない」）
 ※「言葉も内容も知っている」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある
 ※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※灰色の網掛けがある年は非聴取

※24年の「言葉も内容も知っている」割合が高い順に掲載

■ 物件の構造・仕様、取引に関する理解・関心状況（全体/各単一回答）

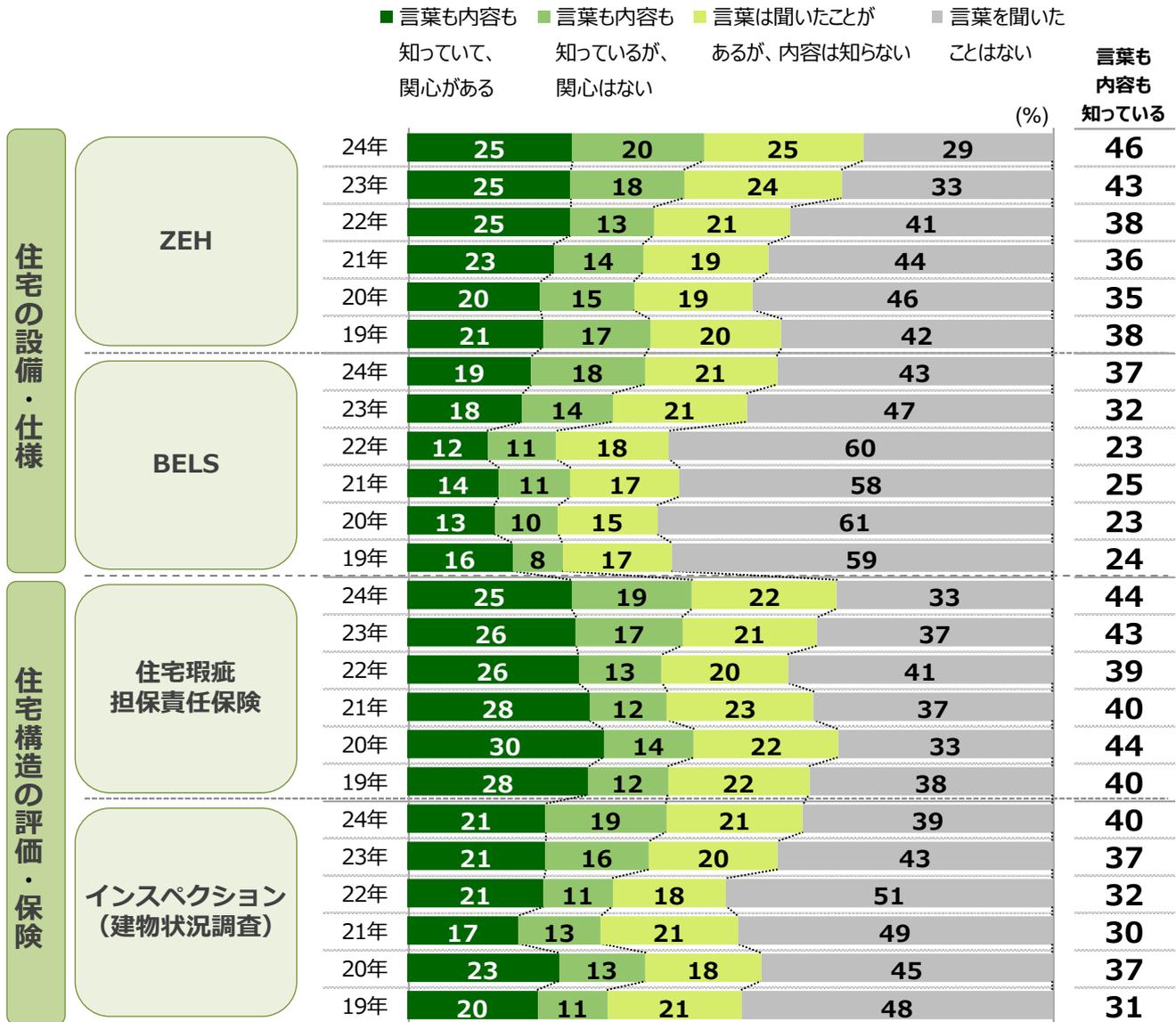
※毎年一部制度の説明文の変更あり（下記は2024年調査票から引用）

名称	回答者に提示した内容の説明文
認定長期優良住宅	<p>長く快適に住み続けられるための一定条件をクリアした住宅。 構造躯体の劣化対策、耐震性、維持管理・更新の容易性、可変性、バリアフリー性、省エネルギー性の性能基準を満たす必要がある。 住宅ローン控除額が引き上げられたり、金利優遇や各種税制が受けられるメリットがある。</p>
住宅性能評価書	<p>住宅品質確保法に基づき、国に登録された第三者機関によって住宅の性能を評価した書面。 耐震等級3などの数字で性能が可視化される。またこの書面があれば、住宅ローン控除や地震保険料の優遇を受けられる可能性や、トラブルが起きても紛争処理機関を利用できるメリットがある。</p>
マンション管理適正評価制度	<p>一般社団法人マンション管理業協会が、2022年4月から運営を始めた制度。 マンションの管理状態や管理組合の運営状態を6段階で評価し、インターネット上で公開する。 管理の見える化につながり、居住者にとっては、管理組合の運営がしやすくなり、 購入検討者にとっては、管理状態を見て購入を判断できる。</p>
認定低炭素住宅	<p>生活や活動に伴って発生する二酸化炭素の排出の抑制するための低炭素化に資する措置が講じられている住宅。省エネルギー基準を超える性能を持つこと、かつ低炭素化に資する措置（節水対策・HEMSの導入等）を講じていること等の要件を満たす必要がある。 住宅ローン控除額が引き上げられたり、金利優遇や各種税制が受けられるメリットがある。</p>
2030年 義務化される省エネ基準を、ZEH水準に引き上げ	<p>2025年度から義務化される省エネ基準が、遅くとも2030年までにZEH水準（2025年に義務化される基準よりも高断熱化かつエネルギー消費量を2割削減）に引き上げられる。</p>
マンション管理計画認定制度	<p>マンション管理適正化推進計画を作成した地方公共団体において、一定の基準を満たすマンションの管理計画を認定する制度。 本制度を通じ、管理組合による管理の適正化に向けた自主的な取り組みが推進されるほか、市場で高く評価されるなどのメリットが期待される。</p>
マンション長寿命化促進税制	<p>マンション管理計画認定制度により認定を取得したマンション等において、長寿命化に資する大規模修繕工事が実施された場合に、当該マンションに係る固定資産税額が減額される（1年間、6分の1から2分の1の範囲内で減額）。</p>
2025年 新築建築物省エネ適合義務化	<p>2025年度から、原則全ての新築住宅・住宅以外の建築物で、省エネ基準への適合が義務化される。</p>
安心R住宅	<p>国土交通省が中古住宅の流通の活性化目的に、消費者が安心して購入できる高い品質の中古住宅に設けたブランド名。 国土交通省に登録された各事業者団体が定めた基準を満たす物件に、使用が認められる。</p>

■ 物件の構造・仕様、取引に関する理解・関心状況（全体/各単一回答）

※毎年一部制度の説明文の変更あり（下記は2024年調査票から引用）

※ 2024年WB後サンプル数：420万人（実サンプル数：4,094人）
 2023年WB後サンプル数：414万人（実サンプル数：4,240人）
 2022年WB後サンプル数：448万人（実サンプル数：1,737人）
 2021年WB後サンプル数：410万人（実サンプル数：1,725人）
 2020年WB後サンプル数：445万人（実サンプル数：1,688人）
 2019年WB後サンプル数：419万人（実サンプル数：1,073人）



※言葉も内容も知っている（「言葉も内容も知っている、関心がある」+「言葉も内容も知っているが、関心はない」）

※「言葉も内容も知っている」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※「住宅の設備・仕様」「住宅構造の評価・保険」

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

それぞれの中で、24年の「言葉も内容も知っている」割合が高い順に掲載

名称 回答者に提示した内容の説明文

ZEH Net Zero Energy Houseの略。住まいの断熱性や省エネ性能を上げたり、太陽光発電などでエネルギーをつくることによって、1年間の消費エネルギーより住宅でつくったエネルギーのほうが多い、または差がゼロになる住宅のこと。

BELS 建築物の省エネ性能表示制度（建築物省エネ法）における第三者評価の仕組み。申請情報に基づき、BELS評価機関が省エネ性能の審査を行い、BELS評価書や省エネ性能ラベルを交付する。発行されたラベルは広告等に掲載され、消費者が省エネ性能の観点で物件選択を行う際に活用できる。自己評価の場合とは異なり、「ZEH」（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）等の達成状況を表示することができる。

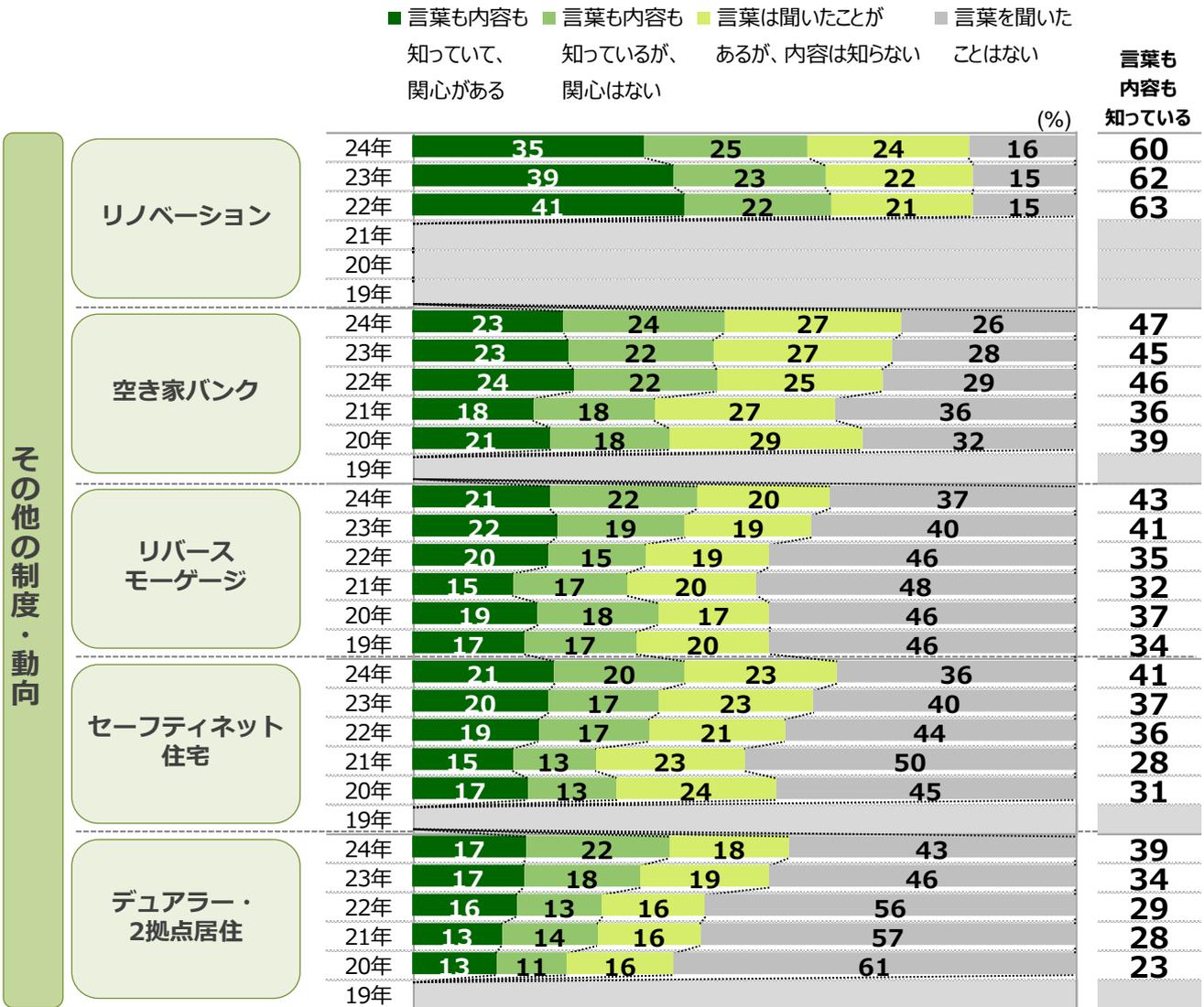
住宅瑕疵担保責任保険 新築やリフォームする時に、法令上の性能を満たさない状態で引き渡され、その結果として雨漏りなどの構造部に問題が発生することを「瑕疵（かし）」という。瑕疵が見つかった際には保険会社から必要なお金が受け取れる。新築では事業者は10年間の瑕疵担保責任を負っており、保険加入が供託のいずれかの措置を取ることが義務付けられているが、既存住宅では任意である。

インスペクション（建物状況調査） 建築士、住宅診断士など設計・施工に詳しい専門家が、住宅の劣化レベル、工事不備などを診断し、その改修規模や概算コストの目安を算定し、客観的な立場でアドバイスをする。2018年より売買取引時において不動産会社はこの建物検査の有無を通知する義務が生じる。

■ 物件の構造・仕様、取引に関する理解・関心状況（全体/各単一回答）

※毎年一部制度の説明文の変更あり（下記は2024年調査票から引用）

※ 2024年WB後サンプル数：420万人（実サンプル数：4,094人）
 2023年WB後サンプル数：414万人（実サンプル数：4,240人）
 2022年WB後サンプル数：448万人（実サンプル数：1,737人）
 2021年WB後サンプル数：410万人（実サンプル数：1,725人）
 2020年WB後サンプル数：445万人（実サンプル数：1,688人）
 2019年WB後サンプル数：419万人（実サンプル数：1,073人）



※言葉も内容も知っている（「言葉も内容も知っている、関心がある」+「言葉も内容も知っているが、関心はない」）

※「言葉も内容も知っている」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある

※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値

※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

※24年の「言葉も内容も知っている」割合が高い順に掲載

※灰色の網掛けがある年は非聴取

名称 回答者に提示した内容の説明文

リノベーション 既存の建物に大規模な改修工事を行い、用途や機能を変更して性能を向上させたり付加価値を与えること。

空き家バンク 「空き家バンク」とは、地方自治体が、空き家の賃貸・売却を希望する所有者から提供された情報を集約し、空き家をこれから利用・活用したい方に紹介する制度。空き家対策の一つとして注目されている。

リバースモーゲージ 高齢者等が持ち家を担保に、そこに住み続けながら自治体や金融機関から生活資金の融資を受け、死亡した場合には担保となっていた不動産を売却して借入金を一括返済するシステムのこと。預貯金が少なくても、持ち家を活用することで老後資金を調達でき、年金を補完できると注目されている。

セーフティネット住宅 セーフティネット住宅とは、「住宅セーフティネット制度」に基づき登録され、住宅確保要配慮者（高齢者、障害者、子育て世帯など）の入居を拒まない賃貸住宅のこと。空き室を活用する制度で、住宅補助もあり条件が整えば安価で借りることができ、生活相談や見守りなどのサポートも受けられる制度。

デュアラー・2拠点居住 都心と田舎の2つの生活＝デュアルライフ（2拠点生活）を楽しむ人たちのこと。ご自身の主なお住まいとは別に、週末や1年のうちの一定期間を異なる場所で生活することを指します（2つ以上の拠点がある場合も含む）。

- 不動産情報ライブラリの実際の利用率は16%。言葉も内容も知っている割合は42%。
- 言葉も内容も知っている割合が全体と比べて高いのは、エリア別では首都圏、メイン検討種別では注文住宅・リフォーム検討者、購入検討内容別では二次取得者である。

■ 「不動産情報ライブラリ（国土交通省）」の理解・利用状況（全体/単一回答）

※ 2024年WB後サンプル数：420万人（実サンプル数：4,094人）

【不動産情報ライブラリ】
見たい地域を選んで、不動産の取引価格、地価公示等の価格情報や防災情報、都市計画情報、周辺施設情報等、不動産に関する情報を見られる国土交通省のWebサイト

	サンプル数 (人)	WB後 サンプル数 (万人)	理解・利用状況 (%)				言葉も 内容も 知っている
			実際に 利用した ことがある	言葉も内容も 知っているが、 利用したことはない	言葉は聞いたことがあるが、 内容は知らず、 利用したこともない	言葉も聞いた ことはない	
2024年 全体	4,094	420	16	27	21	37	42
エリア別							
首都圏	1,040	203	19	29	18	34	48
東海	855	67	11	23	23	43	34
関西	1,342	119	15	25	24	36	40
札幌市	238	9	7	23	29	40	30
仙台市	183	6	12	23	23	42	35
広島市	210	7	11	24	18	46	35
福岡市	226	9	10	29	17	45	38
購入検討種別							
注文住宅・計	1,794	178	18	31	20	31	49
ハウスメーカー	1,174	122	21	31	18	30	52
工務店	538	46	13	28	25	34	41
新築一戸建て	445	52	15	23	22	41	37
中古一戸建て	564	56	14	25	26	36	38
新築マンション	492	56	12	25	19	43	37
中古マンション	582	57	8	22	19	50	31
リフォーム	211	21	35	26	20	18	61
世帯年収別							
200万円未満	175	16	14	19	21	45	34
200～400万円未満	547	51	14	27	22	37	42
400～600万円未満	746	73	11	30	22	38	41
600～800万円未満	723	74	15	30	21	35	45
800～1000万円未満	495	51	22	31	16	32	52
1000～1200万円未満	261	32	25	26	21	27	52
1200～1500万円未満	217	24	20	25	22	33	45
1500～2000万円未満	117	13	15	34	17	33	50
2000万円以上	80	10	48	20	10	22	68
年代別							
20代	672	107	18	27	21	34	45
30代	916	114	16	26	18	40	42
40代	885	97	17	30	22	31	47
50代	897	58	13	27	23	37	40
60代	724	44	10	21	24	45	31
購入内容別							
一次取得	2,355	259	14	24	20	42	38
二次取得	1,692	157	19	32	22	27	51

※言葉も内容も知っている（「実際に利用したことがある」+「言葉も内容も知っているが、利用したことはない」）
 ※「言葉も内容も知っている」は小数点以下を含めて算出しているため、図表中表記の数字から算出した数値と一致しない場合がある
 ※図表中の%は、小数点第一位を四捨五入した値
 ※WB後サンプル数は、小数点第一位を四捨五入した値

『SUUMOリサーチセンター』について

『SUUMOリサーチセンター』は、『SUUMO』の調査研究機関として、住まいや暮らしについての調査、住まいの品質向上に向けた実証実験、テクノロジーの実態調査を行っています。業界に向けた提言や生活者に向けた発信によって、住まいの価値を高め、一人ひとりにその価値が届くまでの伴走・支援をしています。『リクルート住宅総研』としての創立以来、約20年に渡って培ってきた住まいの検討者と不動産事業者に関する深い現場知見と『SUUMO』という国内最大級メディア運営に基づくデータに依拠した、実現できる未来を発信していきます。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>