

2015年11月11日

株式会社 リクルート 住まいカンパニー

『住まいの買いどき感』調査（2015年9月度） 一般生活者の住まいの買いどき感は前回より減少し15.9%に

株式会社リクルート住まいカンパニー（本社：東京都中央区 代表取締役社長：野口 孝広）は、「『住まいの買いどき感』調査（2015年9月度）」を行いました。
この調査は、住宅購入や住み替えを検討している人・していない人を問わず、広く一般生活者を対象に、今が「買いどき（住宅の購入、建築・リフォームのタイミング）」だと感じているかどうか、実態を把握することを目的としており、7大都市圏を対象に3カ月に1度、定期的を実施しております。
このたび、9月度調査の結果を取りまとめましたので、概要をご報告致します。

調査トピックス

- 一般生活者のなかで今が「住まいの買いどき」と感じている人は
前回から1.7ポイント減少し15.9%に
前年同月の水準（16.4%）をやや下回った（→2P）
- 住み替え・リフォーム検討者ともに買いどき感が減少、住宅検討者全体の買いどき感は39.8%に（→3P・4P）
- 買いどきと感じている人のなかで、なんらかの検討行動をとった人は46.0%と
前回から1.6ポイント増加（→5P）
- 買いどきと感じる理由の中で、
「景況感の上昇」と「株価の上昇」が4.0ポイント以上低下（→6P・7P）

リクルート住まいカンパニーはこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けていきます

【本件に関するメディア掲載・取材に関するお問い合わせ先】
株式会社リクルート住まいカンパニー 企画統括室統括部 広報グループ
メール：sumai_press@r.recruit.co.jp 電話：03-6835-5290

調査概要

■ **調査目的** 住まいの購入・建築・リフォームの意向の有無にかかわらず、広く一般生活者に対し、住宅の購入・建築・リフォームのタイミング（「買いどき」）だと感じている人の推移を定期的に測定し、把握すること。

■ **調査対象** 首都圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）、札幌市、仙台市、東海（愛知県、岐阜県、三重県）、関西（滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）、広島市、福岡市に在住の20歳以上70歳未満の男女

■ **調査方法** マクロミル社の調査モニターを用いたインターネットによるアンケート調査

■ 有効回収数とウエイトバック後サンプル数

※各都市圏の全体値、7大都市全体値は、各都市圏の年代別人口構成（平成22年国勢調査による）に合わせてウエイトバックした数値を用いて算出している

		回収サンプル数													WB後 サンプル数
		2012年 9月	2012年 12月	2013年 3月	2013年 6月	2013年 9月	2013年 12月	2014年 3月	2014年 6月	2014年 9月	2014年 12月	2015年 3月	2015年 6月	2015年 9月	
7大都市圏全体		51,901	33,685	31,362	33,752	52,285	57,241	58,195	58,204	57,863	58,114	58,275	58,079	57,805	49,030,864
首都圏		10,396	6,739	5,799	6,750	20,228	13,627	13,609	13,627	22,363	13,615	13,622	13,599	13,599	24,257,142
20代		2,550	1,661	1,145	1,661	3,812	3,362	3,362	3,362	3,705	3,362	3,362	3,362	3,362	4,282,173
30代		2,712	1,767	1,145	1,767	3,049	3,576	3,576	3,576	3,259	3,576	3,576	3,576	3,576	5,656,221
40代		2,747	1,789	1,182	1,789	6,510	3,622	3,622	3,622	7,694	3,622	3,622	3,622	3,622	5,145,286
50・60代		2,387	1,522	2,327	1,533	6,857	3,067	3,049	3,067	7,705	3,055	3,062	3,039	3,039	9,173,462
札幌市		7,931	5,153	5,124	5,155	6,403	6,751	7,197	7,189	6,398	7,149	7,209	7,150	6,987	1,312,819
20代		1,190	775	762	775	703	748	837	837	730	837	837	837	837	233,985
30代		2,050	1,335	1,315	1,335	1,821	1,860	2,095	2,095	1,694	2,044	2,095	2,058	1,922	287,600
40代		2,524	1,644	1,357	1,644	2,099	2,197	2,321	2,321	2,043	2,321	2,321	2,321	2,299	265,354
50・60代		2,167	1,399	1,690	1,401	1,780	1,946	1,944	1,936	1,931	1,947	1,956	1,934	1,929	525,880
仙台市		3,707	2,412	2,401	2,411	2,659	2,769	2,918	2,918	2,727	2,912	2,913	2,905	2,844	702,507
20代		483	315	303	315	318	340	358	358	352	358	358	358	358	142,767
30代		1,224	797	738	797	817	797	896	896	744	896	896	896	832	162,980
40代		1,152	750	762	750	861	893	924	924	898	924	924	924	924	139,873
50・60代		848	550	598	549	663	739	740	740	733	734	735	727	730	256,887
東海		9,408	6,077	5,855	6,123	6,195	12,348	12,277	12,304	7,231	12,326	12,317	12,277	12,302	7,388,792
20代		1,500	977	1,152	977	968	1,978	1,978	1,978	1,063	1,978	1,978	1,978	1,978	1,258,045
30代		2,500	1,628	1,176	1,628	1,430	3,296	3,296	3,296	1,758	3,296	3,296	3,296	3,296	1,665,389
40代		2,500	1,628	1,186	1,628	1,349	3,296	3,296	3,296	1,617	3,296	3,296	3,296	3,296	1,512,856
50・60代		2,908	1,844	2,341	1,890	2,448	3,778	3,707	3,734	2,793	3,756	3,747	3,707	3,732	2,952,502
関西		11,619	7,560	6,457	7,570	10,780	15,264	15,245	15,205	12,708	15,238	15,244	15,193	15,218	13,603,508
20代		3,000	1,954	1,283	1,954	2,287	3,956	3,956	3,956	2,477	3,956	3,956	3,956	3,956	2,261,911
30代		2,722	1,773	1,267	1,773	1,899	3,589	3,589	3,589	2,315	3,589	3,589	3,589	3,589	2,965,110
40代		2,910	1,896	1,325	1,896	3,575	3,837	3,837	3,837	4,392	3,837	3,837	3,837	3,837	2,756,772
50・60代		2,987	1,937	2,582	1,947	3,019	3,882	3,863	3,823	3,524	3,856	3,862	3,811	3,836	5,619,715
広島市		3,624	2,359	2,348	2,357	2,425	2,578	2,755	2,768	2,521	2,693	2,772	2,762	2,669	770,289
20代		436	284	242	284	234	273	288	288	268	288	288	288	288	128,053
30代		1,245	811	789	811	715	769	895	895	754	823	895	895	809	180,359
40代		1,155	752	742	752	788	859	896	896	804	896	896	896	896	157,537
50・60代		788	512	575	510	688	677	676	689	695	686	693	683	676	304,340
福岡市		5,216	3,385	3,378	3,386	3,595	3,904	4,194	4,193	3,915	4,181	4,198	4,193	4,186	995,807
20代		819	533	498	533	447	508	589	589	493	589	589	589	589	205,104
30代		1,623	1,057	1,065	1,057	1,102	1,188	1,303	1,303	1,154	1,288	1,303	1,303	1,303	235,783
40代		1,567	1,021	1,026	1,021	1,089	1,197	1,261	1,261	1,213	1,261	1,261	1,261	1,261	198,073
50・60代		1,207	774	789	775	957	1,011	1,041	1,040	1,055	1,043	1,045	1,040	1,033	356,847

■ 調査期間

- ▶ 2012年9月調査 2012年9月20日(木)～2012年9月24日(月)
- ▶ 2012年12月調査 2012年12月25日(火)～2013年12月27日(木)
- ▶ 2013年3月調査 2013年3月26日(火)～2013年3月28日(木)
- ▶ 2013年6月調査 2013年6月27日(木)～2013年6月28日(金)
- ▶ 2013年9月調査 2013年9月25日(水)～2013年9月27日(金)
- ▶ 2013年12月調査 2013年12月24日(火)～2013年12月27日(金)
- ▶ 2014年3月調査 2014年3月24日(月)～2014年3月29日(土)
- ▶ 2014年6月調査 2014年6月25日(水)～2014年6月29日(日)
- ▶ 2014年9月調査 2014年9月5日(金)～2014年9月10日(水)
- ▶ 2014年12月調査 2014年12月5日(金)～2014年12月11日(木)
- ▶ 2015年3月調査 2015年3月14日(土)～2015年3月20日(金)
- ▶ 2015年6月調査 2015年6月20日(土)～2015年6月29日(月)
- ▶ 2015年9月調査 2015年9月7日(月)～2015年9月18日(金)

● 一般生活者のなかで今が「住まいの買いどき」と感じている人は
前回から1.7ポイント減少し15.9%に。前年同月の水準（16.4%）を
やや下回った

◆ 買いどき感について、以下のような質問をした。

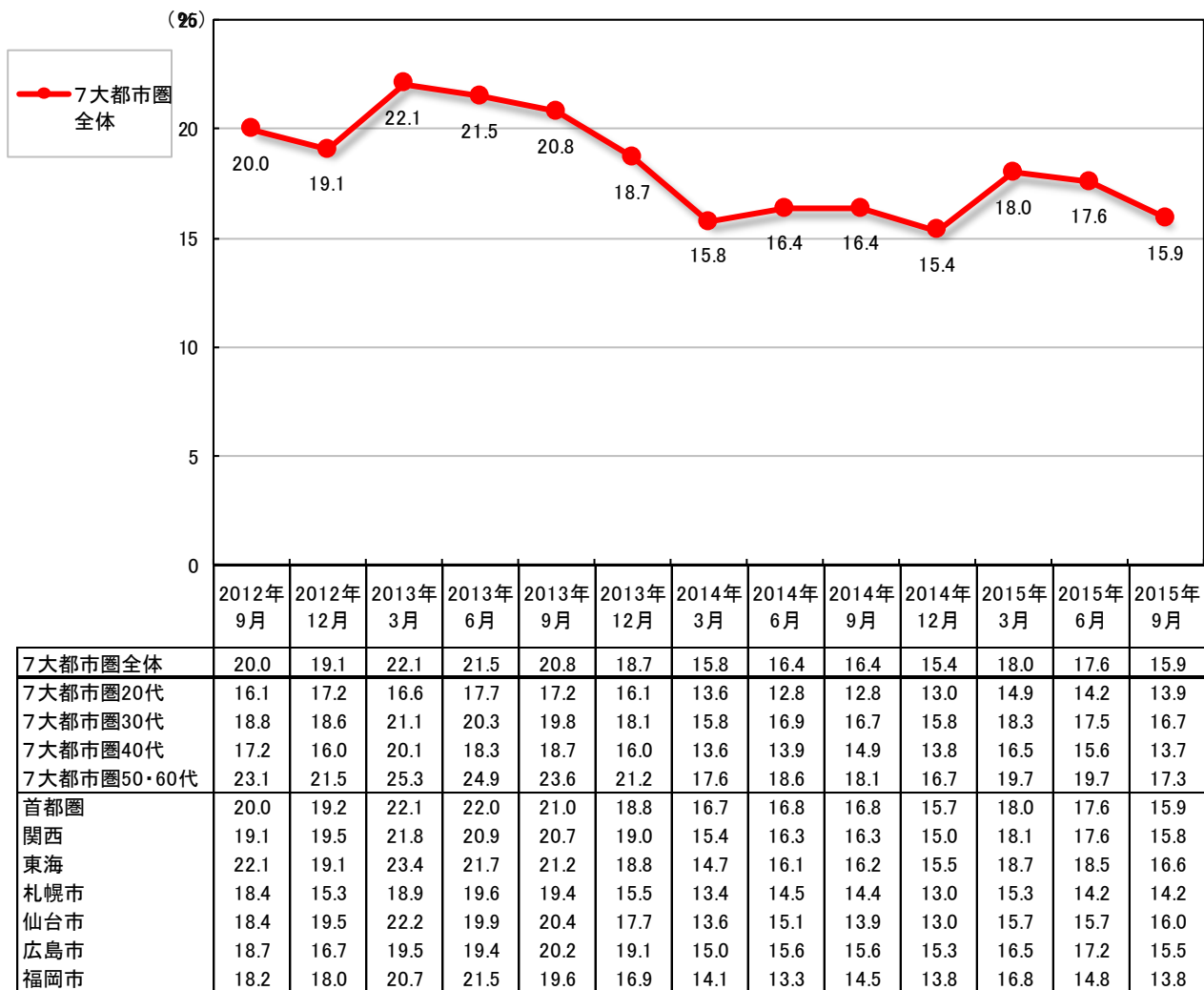
Q. あなたは、今は住宅の購入や建築・リフォームのタイミングだと感じていますか。（単一回答）

1. 今は住宅を買うタイミング、建築・リフォームするタイミングだと感じている
2. 今は住宅を買うタイミング、建築・リフォームするタイミングだと感じていない

◆ 住まいの検討有無を問わず一般生活者のなかで、今が「住まいの買いどき」と感じている人の割合は、前回調査より1.7ポイント減少して15.9%となり、前年同月の水準（16.4%）をやや下回った。

◆ 前回からの差を年代別で見ると、50・60代が2.4ポイント減であった。

■ 買いどき認識（持ち家非意向者 & 未定者以外／単一回答）



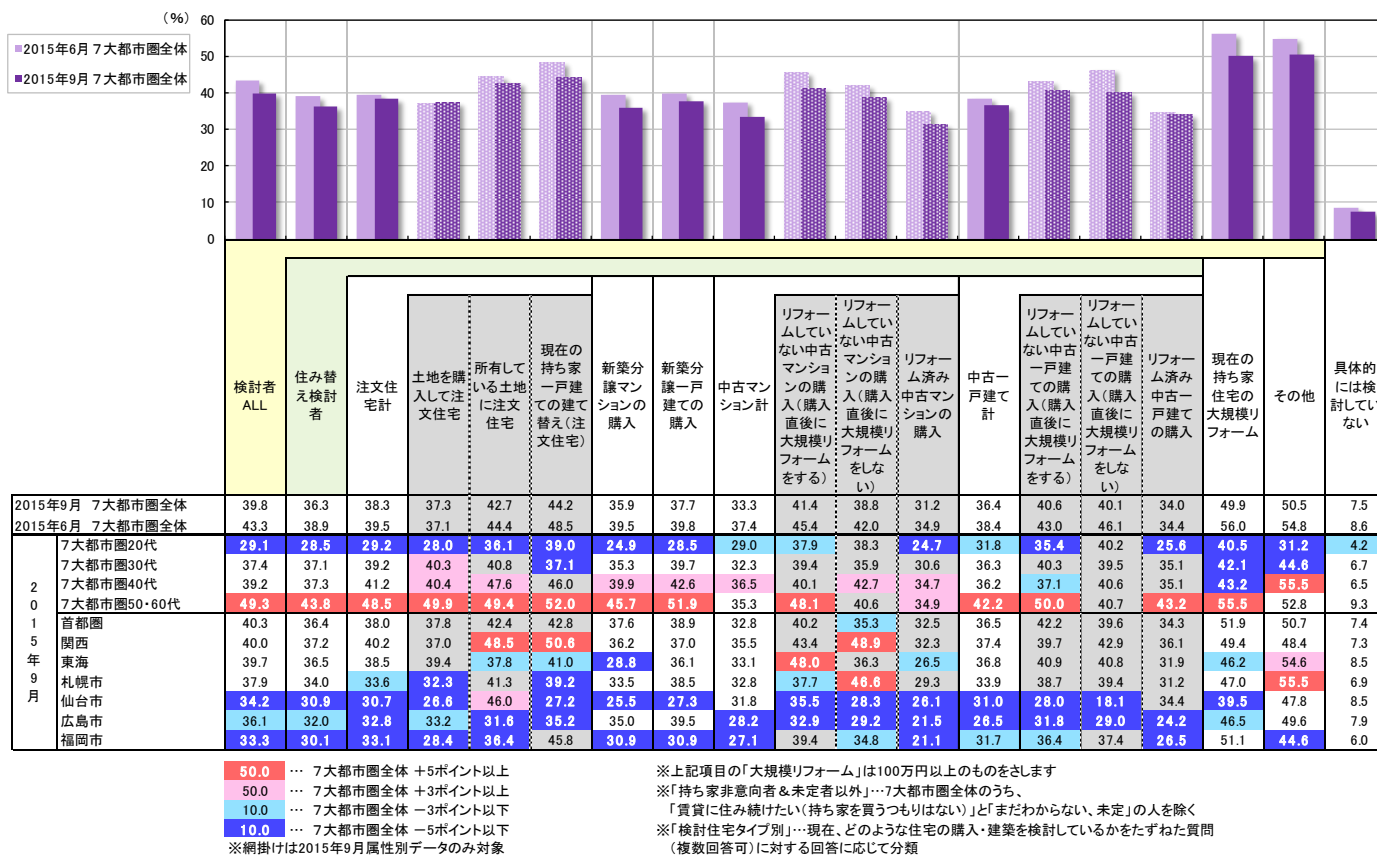
※「持ち家非意向者 & 未定者以外」…7大都市圏全体のうち、
「賃貸に住み続けたい(持ち家を買うつもりはない)」と「まだわからない、未定」の人を除く

●住宅検討者の買いどき感は、3.5ポイント減少し39.8%

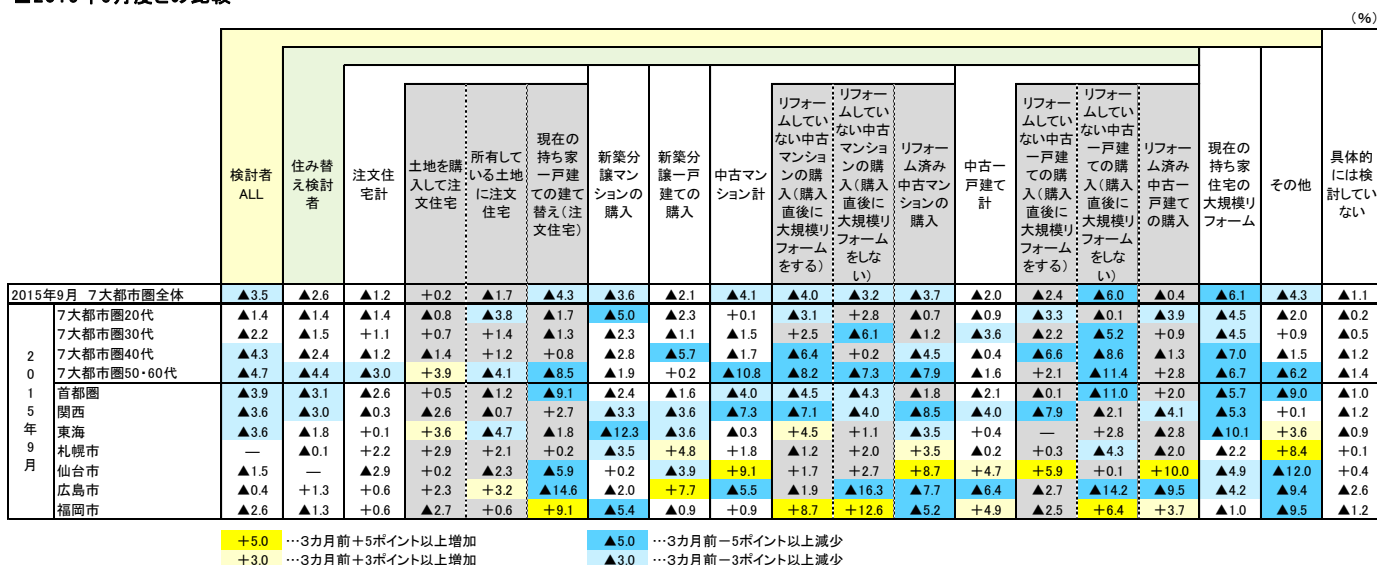
◆ 住宅検討者（住み替えやリフォーム検討者）の買いどき感は、全体で見ると前回調査より3.5ポイント減少して39.8%となった。

◆ 検討住宅タイプ別で見ると、「現在の持ち家の大規模リフォーム」検討者の買いどき感は前回調査より6.1ポイント減少し、49.9%となった。また、「新築分譲マンションの購入」が3.6ポイント減、「中古マンション計」が4.1ポイント減となった。

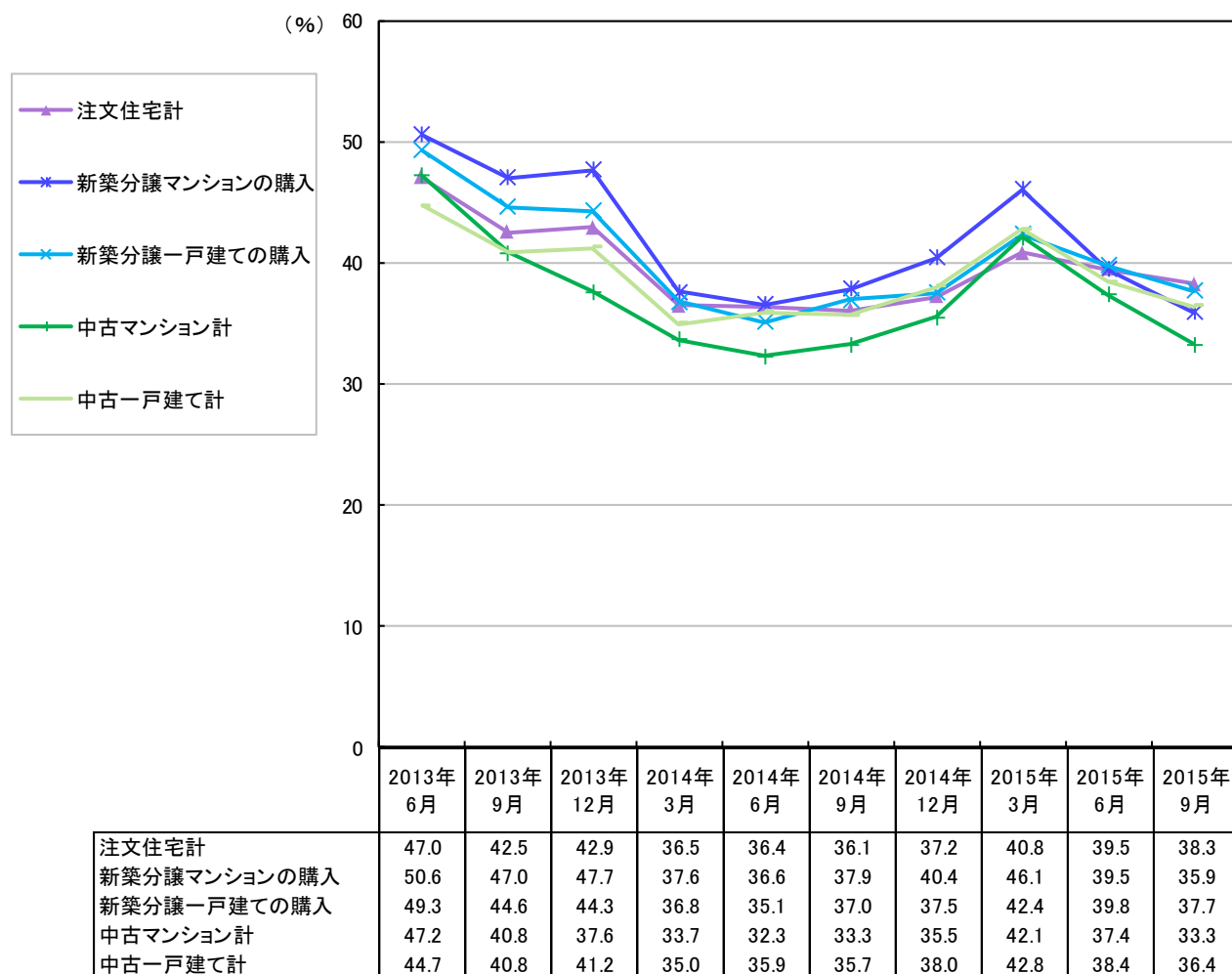
■検討住宅タイプ別の買いどき認識（持ち家非意向者 & 未定者以外／単一回答）



■2015年6月度との比較



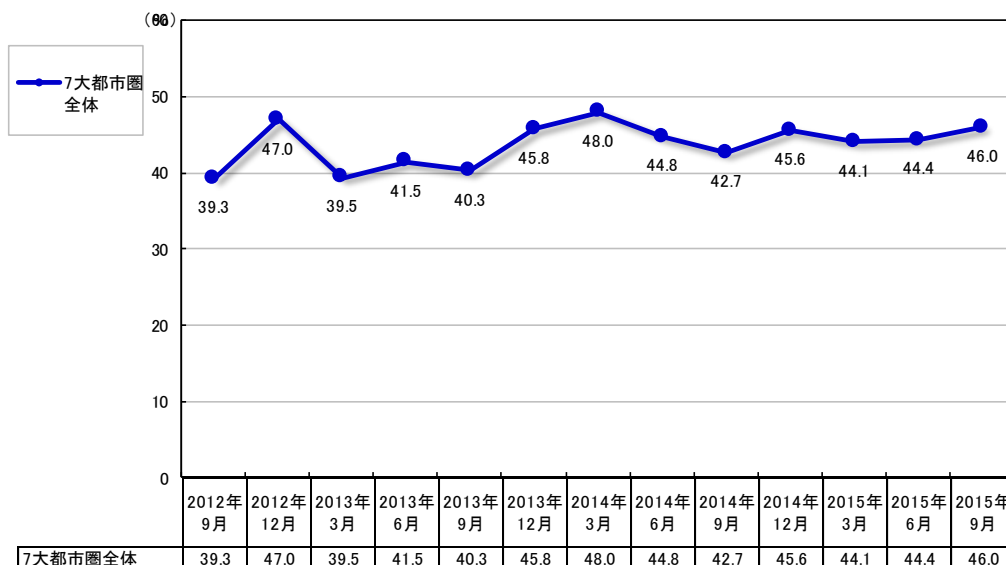
■住み替え検討者の検討住宅タイプ別 買いどき認識推移



●買いどきと感じている人のなかで、なんらかの検討行動をとった人は46.0%、前回から1.6ポイント増加

- ◆「買いどき」だと感じている人に、過去3カ月間の住みかえやリフォームの検討行動をたずねた。
- ◆ 買いどきと感じている人のなかで、なんらかの検討行動をとった人の割合は、前回調査より1.6ポイント増加し、46.0%であった。
- ◆ 年代別では、40代のみ1.5ポイント減となった。
- ◆ 都市別で見ると、検討行動の割合が3ポイント以上変動があったのは、東海が3.2ポイント増、福岡市が4.4ポイント増であった。

■なんらかの検討行動をとった割合（買いどき認識者／複数回答）



※「買いどき認識者」…「持ち家非意向者&未定者以外」のうち、
「今は住宅を買うタイミング、建築・リフォームするタイミングだと感じている」人
※「検討行動をとった」…「過去3カ月間では上記の行動は行っていない」以外のいずれかに1つでも回答した人の割合
※2013年6月・9月・2014年9月・12月調査時は検討行動項目の中に「不動産会社、建築、リフォーム会社を訪問した」を追加

■過去3カ月間の検討行動（買いどき認識者／複数回答）

	なんらかの 検討行動をとった※			検討行動をとった※															過去3ヶ月間では上記の 行動は行っていない		
				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			資料請求をした			モデルルームや住宅展 示場、モデルハウスを見 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					
	2015年 6月	2015年 9月	増減	2015年 6月	2015年 9月	増減	2015年 6月	2015年 9月	増減	2015年 6月	2015年 9月	増減	2015年 6月	2015年 9月	増減	2015年 6月	2015年 9月	増減			
7大都市圏全体	44.4	46.0	+1.6	28.8	29.9	+1.1	14.0	13.8	▲0.2	17.1	17.4	+0.3	9.2	9.9	+0.7	7.8	8.9	+1.1	55.6	54.0	▲1.6
7大都市圏20代	67.5	67.5	—	44.3	46.8	+2.5	25.7	23.9	▲1.8	34.0	33.8	▲0.2	19.3	18.8	▲0.5	12.3	12.4	+0.1	32.5	32.5	—
7大都市圏30代	53.7	55.8	+2.1	36.2	37.6	+1.4	19.4	17.5	▲1.9	25.1	24.5	▲0.6	13.4	13.8	+0.4	8.0	11.9	+3.9	46.3	44.2	▲2.1
7大都市圏40代	42.5	41.0	▲1.5	28.2	27.3	▲0.9	13.3	12.7	▲0.6	15.1	13.6	▲1.5	6.9	7.7	+0.8	6.1	6.2	+0.1	57.5	59.0	+1.5
7大都市圏50・60代	35.2	37.2	+2.0	21.9	22.5	+0.6	9.1	9.7	+0.6	10.1	10.9	+0.8	5.8	6.5	+0.7	7.3	7.5	+0.2	64.8	62.8	▲2.0
首都圏	44.5	46.2	+1.7	28.7	30.8	+2.1	14.1	14.1	—	16.0	16.2	+0.2	9.0	9.6	+0.6	7.0	8.5	+1.5	55.5	53.8	▲1.7
関西	45.6	46.6	+1.0	30.2	29.5	▲0.7	15.2	13.7	▲1.5	19.4	18.8	▲0.6	10.1	10.2	+0.1	9.1	8.7	▲0.4	54.4	53.4	▲1.0
東海	41.5	44.7	+3.2	26.7	28.5	+1.8	12.1	13.3	+1.2	16.4	18.2	+1.8	9.2	10.6	+1.4	8.4	10.4	+2.0	58.5	55.3	▲3.2
札幌市	47.8	45.6	▲2.2	29.9	27.7	▲2.2	12.8	13.0	+0.2	16.3	16.9	+0.6	7.8	8.8	+1.0	9.1	9.9	+0.8	52.2	54.4	+2.2
仙台市	43.8	42.9	▲0.9	28.6	25.8	▲2.8	12.9	9.0	▲3.9	17.2	17.6	+0.4	5.8	10.2	+4.4	7.6	8.1	+0.5	56.2	57.1	+0.9
広島市	41.9	44.5	+2.6	27.3	28.1	+0.8	15.1	12.6	▲2.5	15.9	17.7	+1.8	6.8	9.4	+2.6	6.1	7.7	+1.6	58.1	55.5	▲2.6
福岡市	45.5	49.9	+4.4	30.4	31.5	+1.1	14.6	20.3	+5.7	17.2	22.0	+4.8	8.7	10.3	+1.6	7.4	9.1	+1.7	54.5	50.1	▲4.4

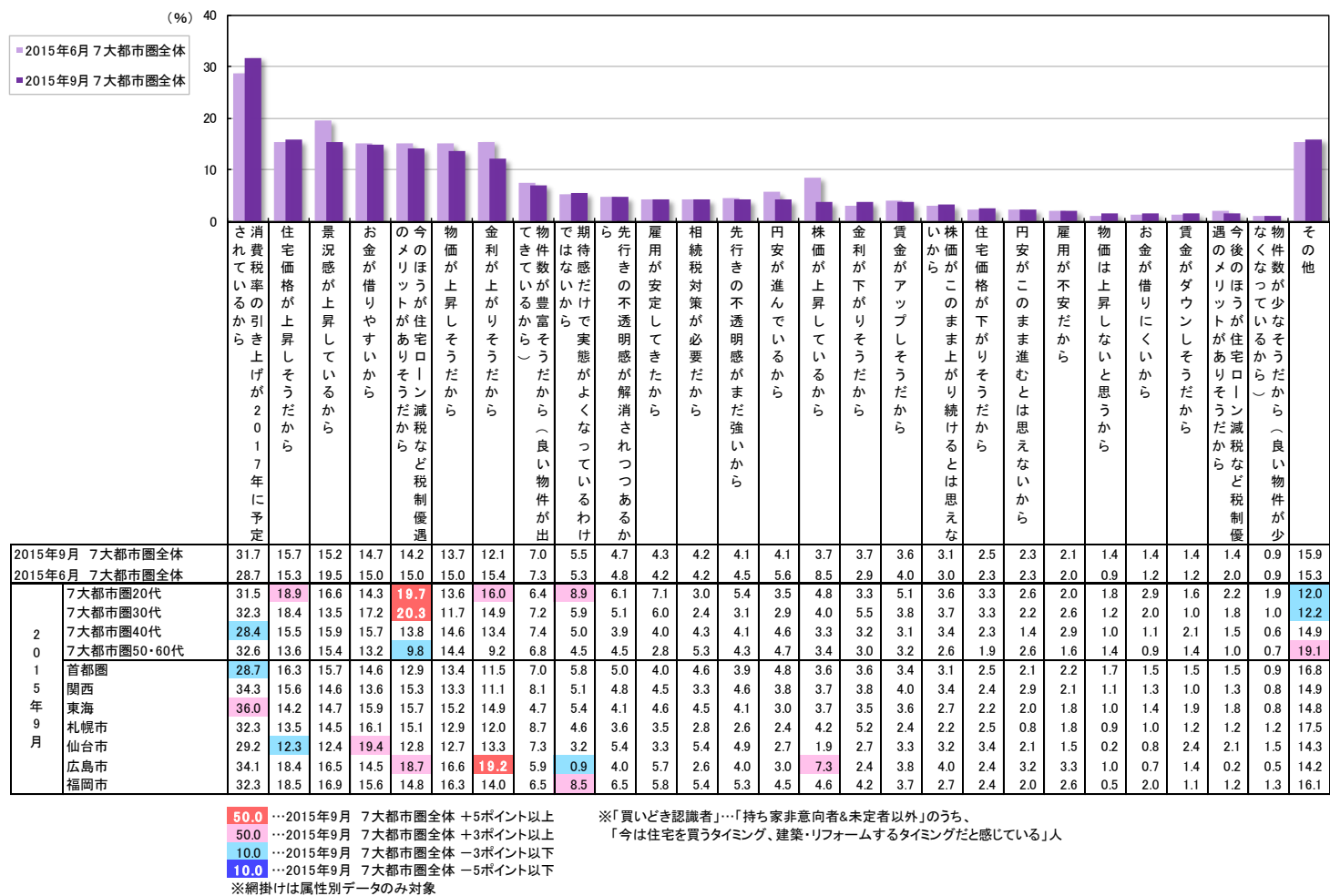
+5.0 ……3カ月前+5ポイント以上増加 ▲5.0 ……3カ月前-5ポイント以上減少
+3.0 ……3カ月前+3ポイント以上増加 ▲3.0 ……3カ月前-3ポイント以上減少

※「買いどき認識者」…「持ち家非意向者&未定者以外」のうち、「今は住宅を買うタイミング、建築・リフォームするタイミングだと感じている」人
 ※「検討行動をとった」…「過去3カ月間では上記の行動は行っていない」以外のいずれかに1つでも回答した人の割合

● 買いどきと感ずる理由の中で、
「景況感の上昇」と「株価の上昇」が4.0ポイント以上低下

- ◆ 消費不振ムードが影響してか、前回調査と比較すると「景況感が上昇しているから」は前回より4.3ポイント、「株価が上昇しているから」は4.8ポイント、それぞれ減少した。
- ◆ 買いどきと感ずる理由は、
1位「消費税率の引き上げが2017年に予定されているから」2位「住宅価格が上昇しそうだから」3位「景況感が上昇しているから」であった。

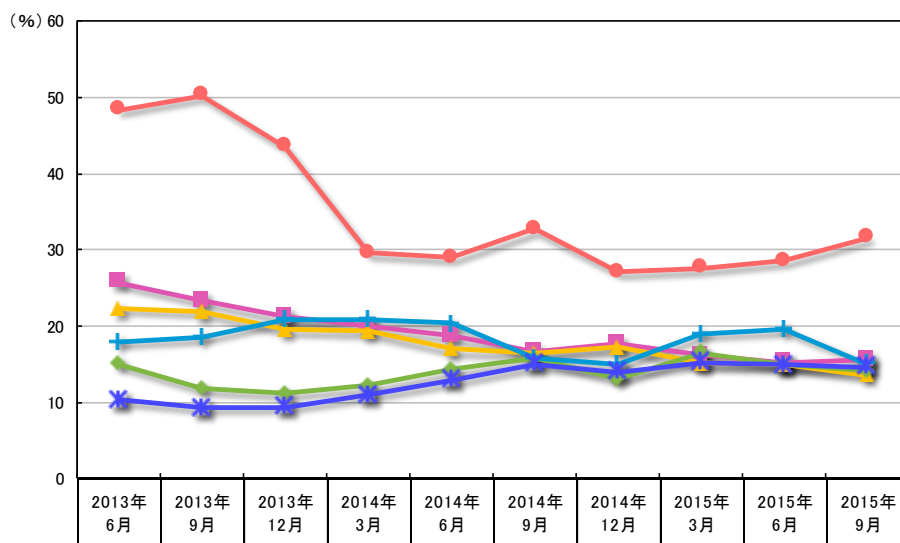
■「今は住宅を買うタイミング、建築・リフォームするタイミングだと感じている」理由（買いどき認識者／複数回答）

※「買いどき認識者」…「持ち家非意向者&未定者以外」のうち、
「今は住宅を買うタイミング、建築・リフォームするタイミングだと感じている」人

買いどきとを感じる理由(上位6項目の推移)

◆買いどきとを感じる理由の上位項目を9四半期の推移で見ると、「消費税率の引き上げが2017年に予定されているから」は3四半期連続して上昇した。

■「今は住宅を買うタイミング、建築・リフォームするタイミングだと感じている」理由 (買いどき認識者／複数回答／主な項目の推移)



※「買いどき認識者」…「持ち家非意向者&未定者以外」のうち、

「今は住宅を買うタイミング、建築・リフォームするタイミングだと感じている」人

※項目「消費税率の引き上げが2017年に予定されているから」…2014年9月までは

「今後、消費税率の引き上げがあるから」として調査

※項目「今のほうが住宅ローン減税など税制優遇のメリットがありそうだから」…2014年9月までは

「今のほうが住宅ローン減税など税制優遇のメリットがあるから」として調査