

平成 22 年 2 月 24 日

各 位

三井不動産レジデンシャル株式会社

贈与税非課税枠拡大ほか住宅取得促進策に関するアンケート調査を実施

「贈与税非課税枠拡大」「住宅版エコポイント」「フラット 35S の金利引下げ」
3 施策により「購入意欲が高まった」「やや高まった」方は 6 割強

■三井不動産レジデンシャル株式会社では、自社で運営する住まいと暮らしのコミュニティサイト「みんなの住まい(<http://www.37sumai.com>)」における住宅購入検討者と、首都圏のモデルルーム来場者を対象に、「贈与税非課税枠拡大」ほか住宅取得促進策の認知度、各施策による購入マインドの変化、利用予定等に関するアンケート調査を実施いたしました。今般、アンケート結果がまとまりましたので、お知らせいたします。

① インターネット調査

〈調査概要〉

対 象:三井不動産レジデンシャルWebサイト「31 住まい」会員のうち、最近 1 年間に新規に会員登録した住宅購入検討者

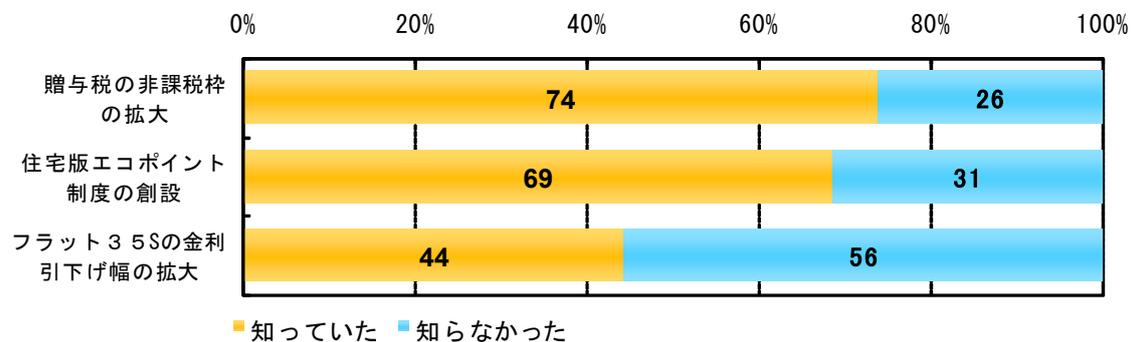
調査期間:平成 22 年 1 月 18 日～25 日

調査項目:「贈与税非課税枠拡大」・「住宅版エコポイント」・「フラット 35S」の認知度、各施策による購入マインドの変化、利用予定等

回 答 者:360 名

〈主な調査結果〉

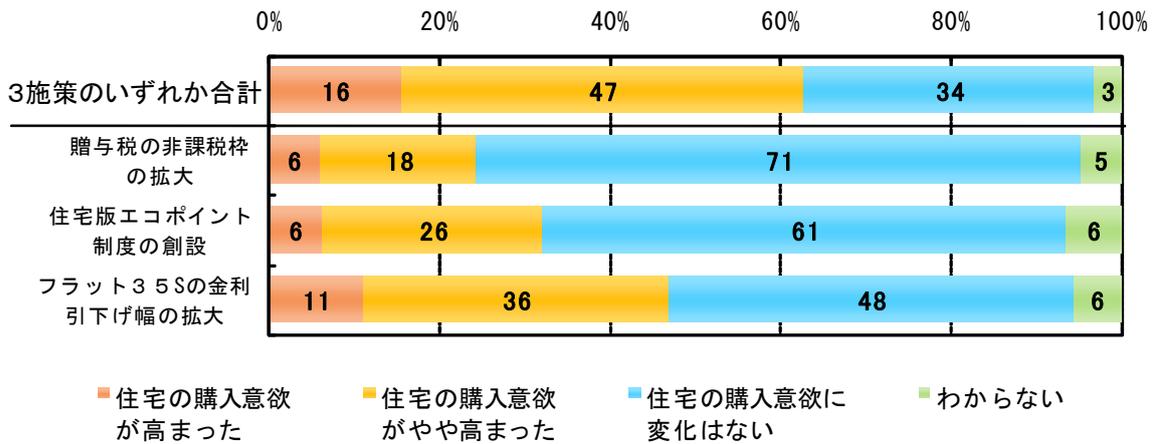
■住宅取得促進に関わる諸施策を知っていますか？



- ・ 「贈与税の非課税枠拡大」「住宅版エコポイント制度の創設」については、約 7 割が「知っている」と回答。
- ・ 「フラット 35S の金利引下げ幅拡大」については、4 割強が「知っている」と回答。

※ 世代別では、30 代の 8 割弱が「贈与税の非課税枠拡大」について知っていると回答。「フラット 35S」は「贈与税」「エコポイント」に比べ、全年代共通して認知度が低い。

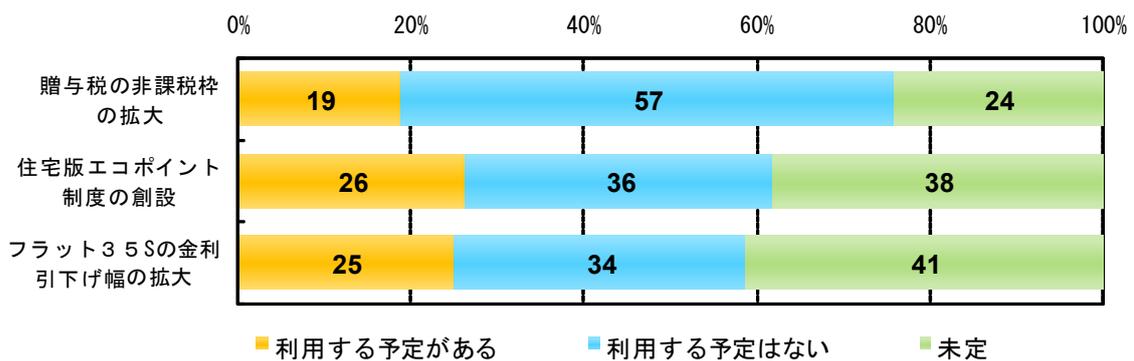
■ 住宅取得促進に関わる諸施策により購入意欲に変化はありますか？(n=360)



- ・ 3施策のいずれかにより「購入意欲が高まった」「やや高まった」との回答は、6割強。

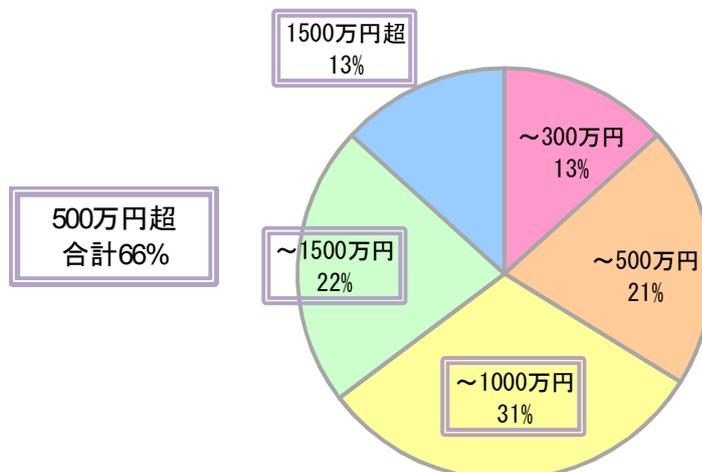
※ 世代別では、30代の7割弱が「購入意欲が高まった」「やや高まった」と回答。

■ 住宅取得促進に関わる諸施策を利用する予定はありますか？(n=360)



- ・ 住宅資金贈与を「利用予定」と回答した方は、約2割(68名)。

■ 住宅取得に関わる予定贈与額(n=68)



- ・ 「利用予定」と回答した方(全体の約2割)うち、贈与予定額「500万円以上」との回答は66%(全体の12%・45名)。

② モデルルーム来場者調査

<調査概要>

対 象:首都圏のモデルルーム来場者

調査期間:平成 22 年 1 月 9 日~17 日

調査期間:「贈与税非課税枠拡大」の認知度、購入マインドの変化、利用予定等

回 答 者:1,117 名

<主な調査結果>

【認知度】

・「贈与税非課税枠拡大」を「知っている」との回答は、約 75%。

【購入マインドに与える効果】

・「購入意欲が高まった」「やや高まった」との回答は、26%。

【住宅取得に関わる親族からの贈与について】

・住宅資金贈与を「利用予定」と回答した方は、15%。「未定」は約 3 割。

・贈与予定額「500 万円以上」と回答した方は、全体の約 1 割。

- 「贈与税非課税枠拡大」の認知度、購入マインドの変化、利用予定等については、インターネット調査、モデルルーム来場者調査ともに、概ね同様の傾向となりました。
- 各施策の認知も一定程度進んでおり、施策ごとの購入マインドに与える効果はもとより、3 施策が同時に導入されることによって、購入マインドがより高まっていることを確認できました。
- 今後も販売センターや会員誌、当社WEBサイトなどにおいて、各施策の適切な情報提供を継続的に行ってまいります。

以 上