

2009年11月26日

報道関係者各位

## トレンド調査 ―賃貸ユーザー対象「成約おめでとうアンケート」―

### 住まい探しの最大の“きっかけ”は「契約更新」

シングルの4人に1人が契約更新時に引越しを考える

不動産総合情報サービスのアットホーム株式会社(本社:東京都大田区、代表取締役:松村 文衛)では、当社が運営する不動産情報サイト「at home web」で物件を検索し、契約・入居に至った消費者を対象に「成約おめでとうアンケート」を実施しておりますが、このたび、その調査結果をまとめましたのでご案内いたします。

#### ■「成約おめでとうアンケート」の主な調査結果

- カップルは“最も役に立った”媒体として「不動産会社の店内情報」への評価が高い
- 訪問不動産会社数の平均は、前回調査比▲0.6社の「2.9社」に
- 新居がある街を決めた理由、トップは「通勤・通学先へのアクセスがよいから」、次いで「(買物・施設などの)利便性がよいから」
- 新居決定までの日数が大幅に減少。  
「3週間～1か月」が20.2%で最も多く、「1か月」以内の合計が半数超える

#### ■調査概要

- (1) 調査方法 不動産総合情報サイト「at home web」の「検討中リスト」(物件情報の保存等ができる)利用者のうち、契約・入居に至ったユーザーに、サイト上で実施。
- (2) 調査期間 平成20年8月～平成21年7月の1年間
- (3) 有効回答者数 243人(賃貸物件ユーザー。他に参考情報として売買物件ユーザー79人の集計結果も紹介)

①性別 男性:49.4%、女性:50.6%

②年齢

～19歳	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳
2.1%	10.7%	21.4%	23.1%	19.3%
40～44歳	45～49歳	50歳～		
7.4%	7.0%	9.0%		

③地域 1都3県:57.6%、その他:42.4%

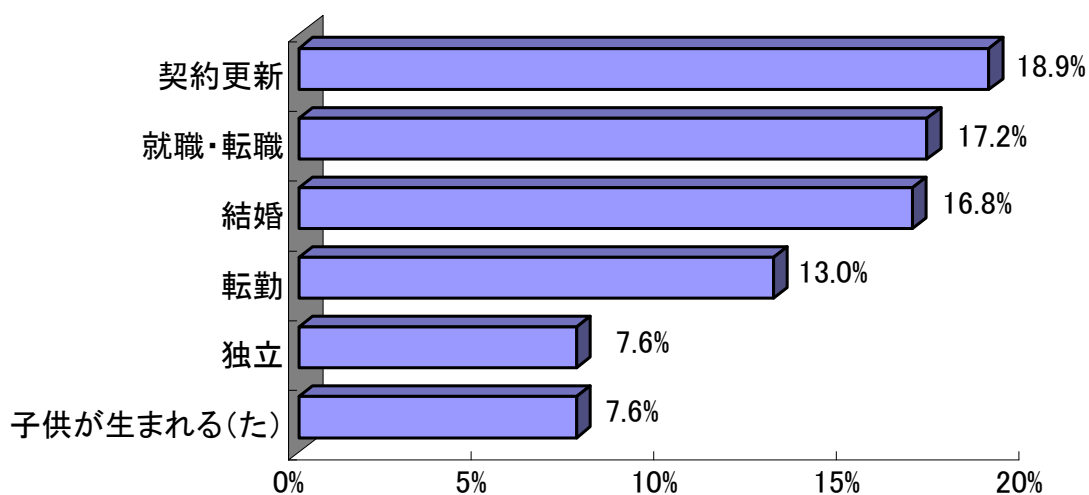
## 1. 住まい探しのきっかけは？（複数回答） ※上位5項目

「契約更新」が住まい探しの最大の“きっかけ”！  
シングルの4人に1人が契約更新時に引越しを考える。

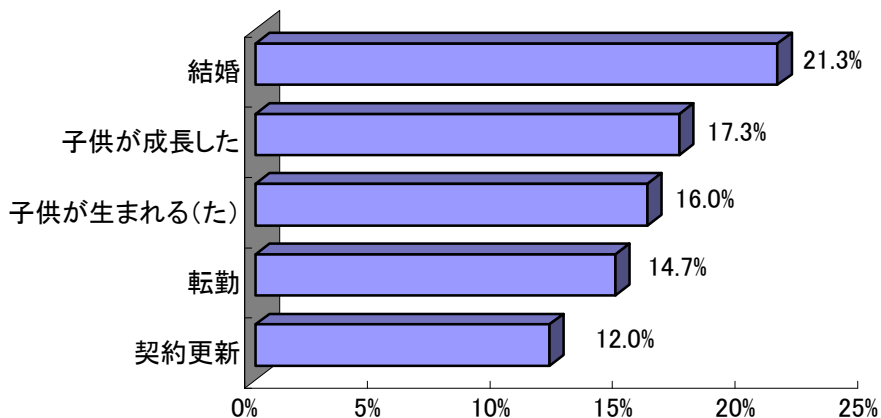
購入ユーザーは「結婚」がトップに。

まず、住まい探しのきっかけを聞いたところ、トップは「契約更新」で18.9%、以下「就職・転職」「結婚」と続きました。これを家族形態別に見ますと(3ページ)、シングルでは4人に1人が「契約更新」時に引越しを考えており、景気が停滞するなか、賃料見直しの動きのあることが分かります。また、カップルのトップは「結婚」、ファミリーは「就職・転職」でした。なお、購入ユーザーの“きっかけ”のトップは「結婚」となっており、最近では、結婚、即購入というカップルが増えているようです。

### ●全体 (N=238)

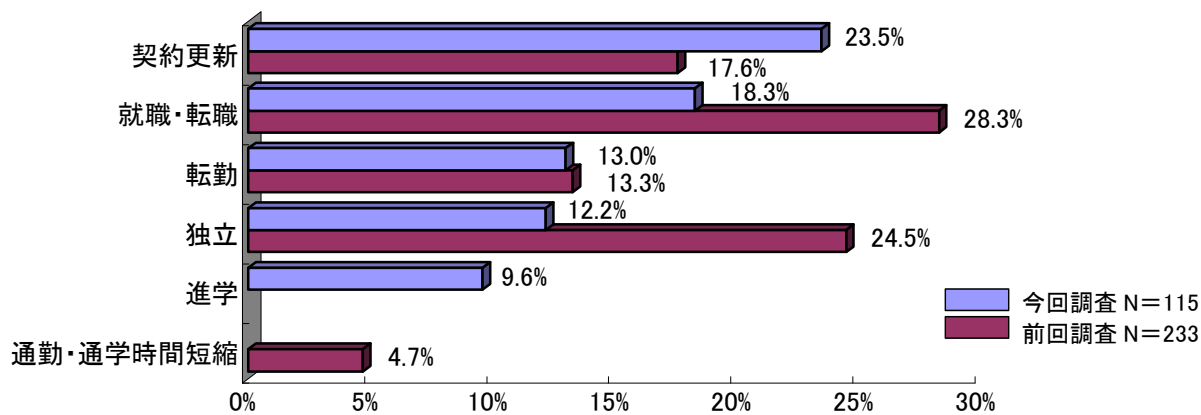


### [ご参考—購入] (N=75)

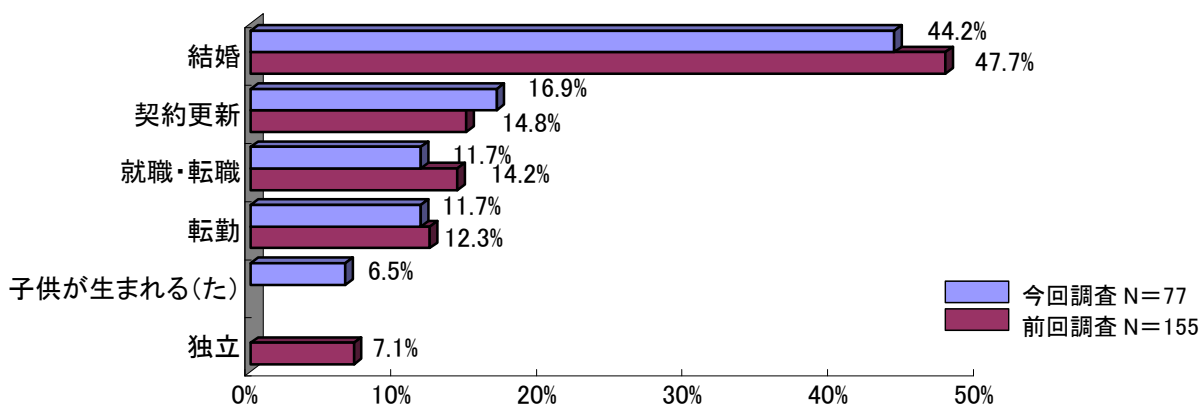


<家族形態別“きっかけ”トップ5>

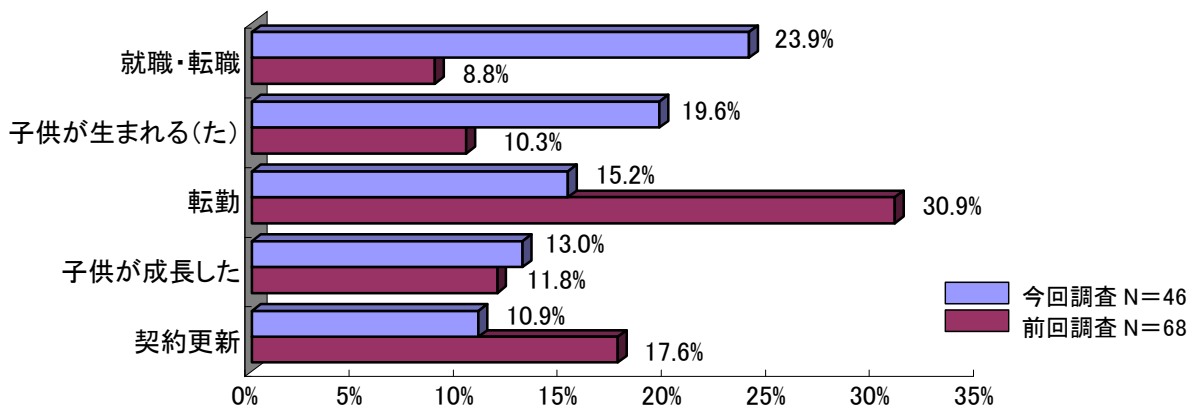
● シングル



● カップル



● ファミリー

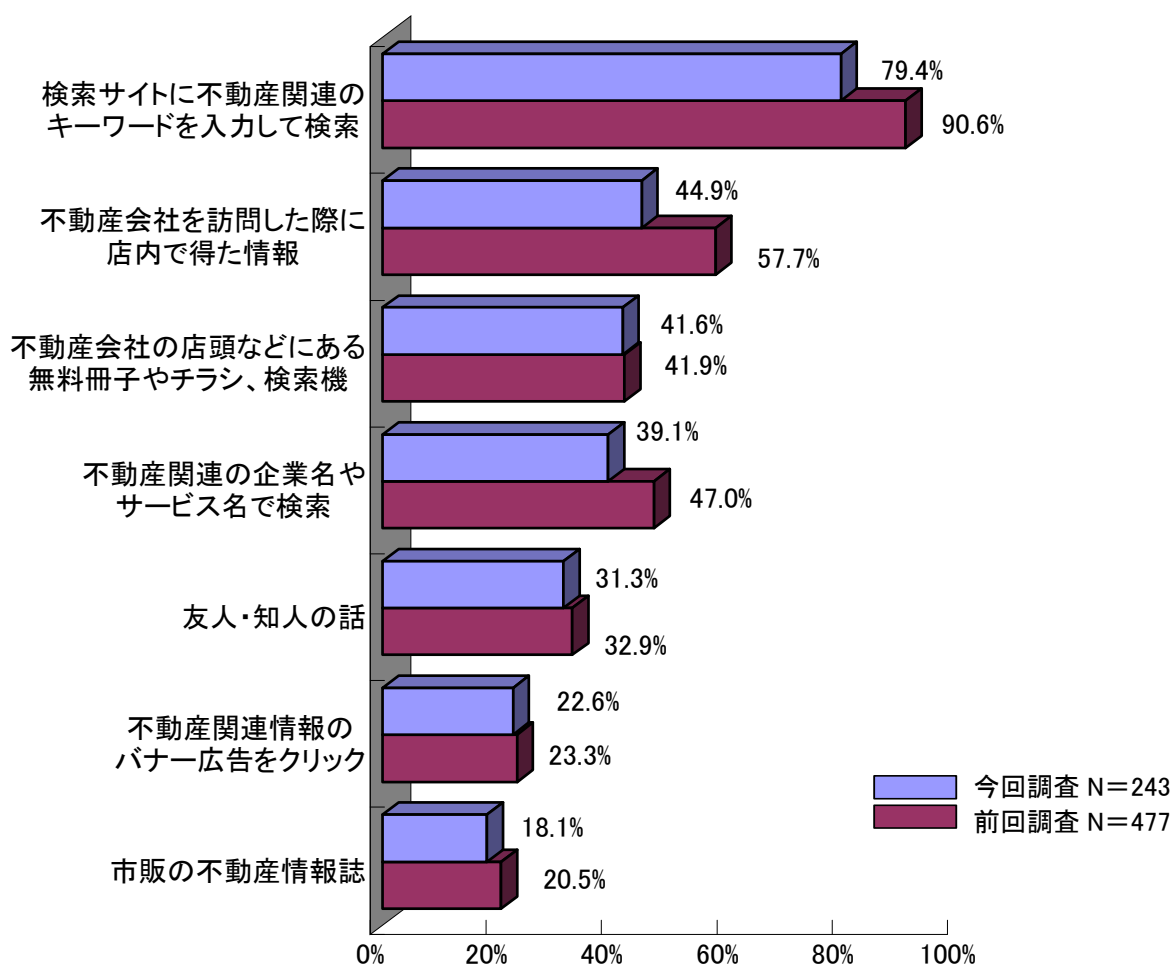


## 2-1. 住まい探しで利用した媒体は？（複数回答） ※上位7項目

トップはやはり「不動産関連のキーワードを入力して検索」。  
 利用媒体を絞るユーザーが多く、全般的に前回調査より回答率が低下。  
 カップルは「不動産会社店頭などの無料冊子・チラシ・検索機」の利用が  
 前回調査を上回り半数を超える。

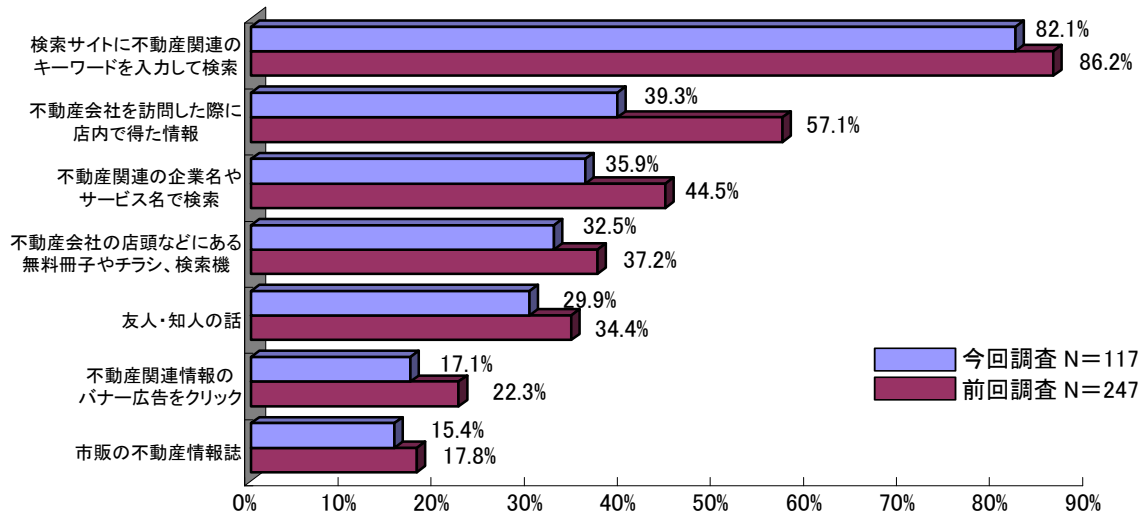
住まい探しで利用した媒体のトップは、やはり「不動産関連のキーワードを入力して検索」で79.4%とダントツ。以下、上位7項目は、多少順位は異なるものの前回調査と同様の結果に。ただ、全般的に前回調査より回答率が低下しており、利用媒体を絞っている様子がうかがえます。その中でカップルは、「不動産会社の店頭などにある無料冊子やチラシ、検索機」の利用者が前回調査を上回り、半数を超えていることが特徴的でした。

### ●全体

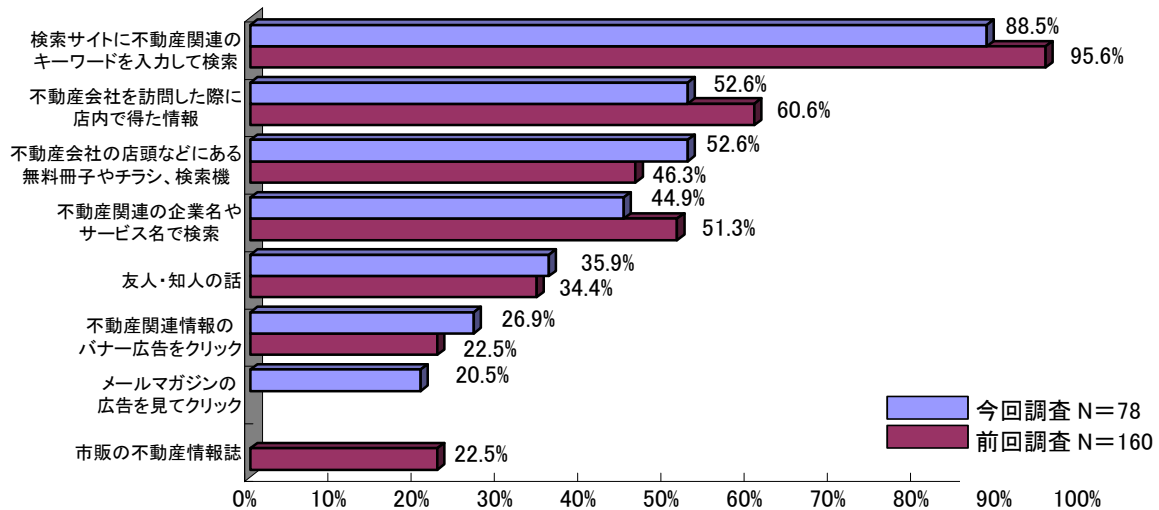


<家族形態別>

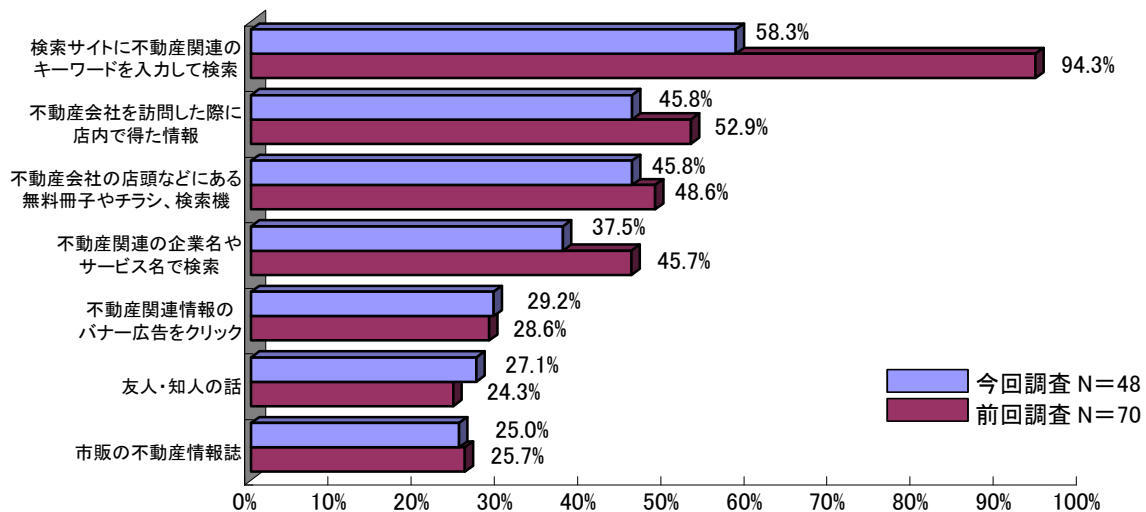
● シングル



● カップル



● ファミリー

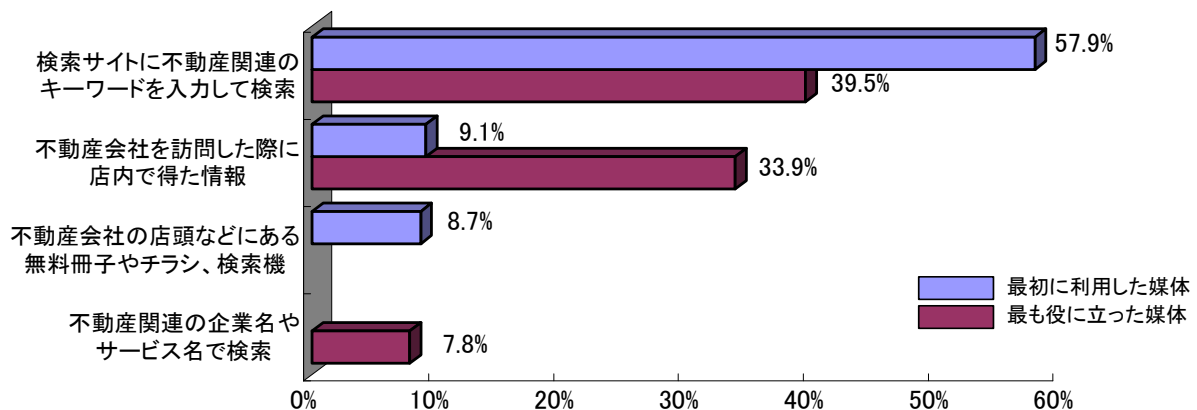


## 2-2. “最初に利用した”媒体と“最も役に立った”媒体※上位3項目

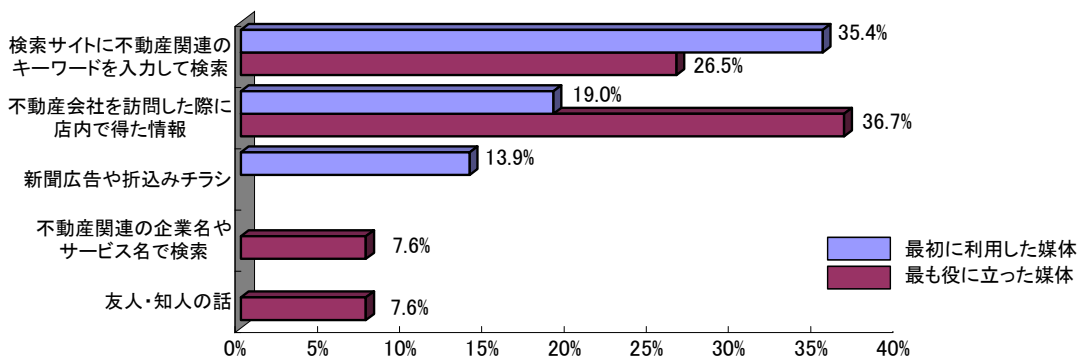
“最初に利用”したのも“最も役に立った”のも、  
 トップは「不動産関連のキーワード検索」、次いで「不動産会社の店内情報」。  
 カップルは“最も役に立った”媒体として「不動産会社の店内情報」への評価  
 が高い。購入ユーザーも同様の傾向に。

住まい探しで“最初に利用した”媒体も、“最も役に立った”媒体も、トップは「不動産関連のキーワード  
 を入力して検索」となり、次いで「不動産会社を訪問した際に店内で得た情報」という結果でした。これを  
 家族形態別に見ますと(7 ページ)、カップルは“最も役に立った”媒体として「不動産会社の店内情報」  
 (39.7%)への評価が「キーワード検索」(38.5%)よりも高く、また購入ユーザーも同様の傾向にあります。

### ●全体(N=242)

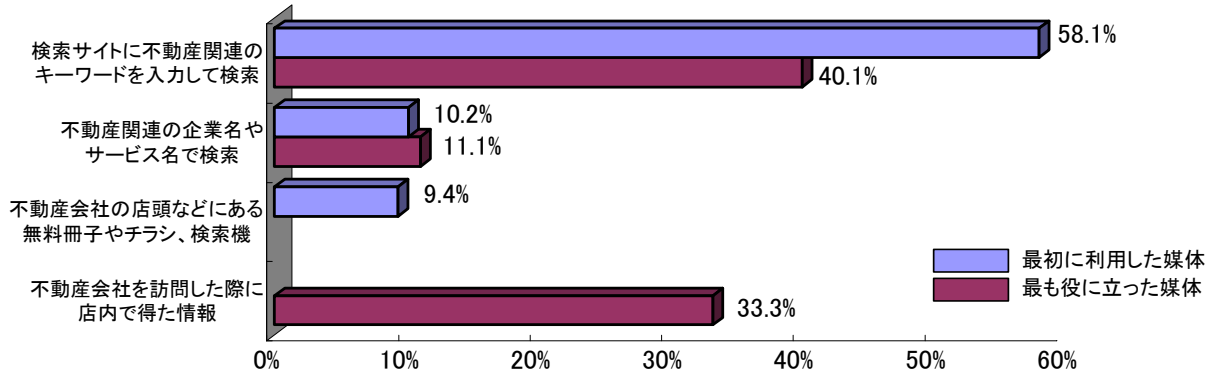


### [ご参考—購入] (N=79)

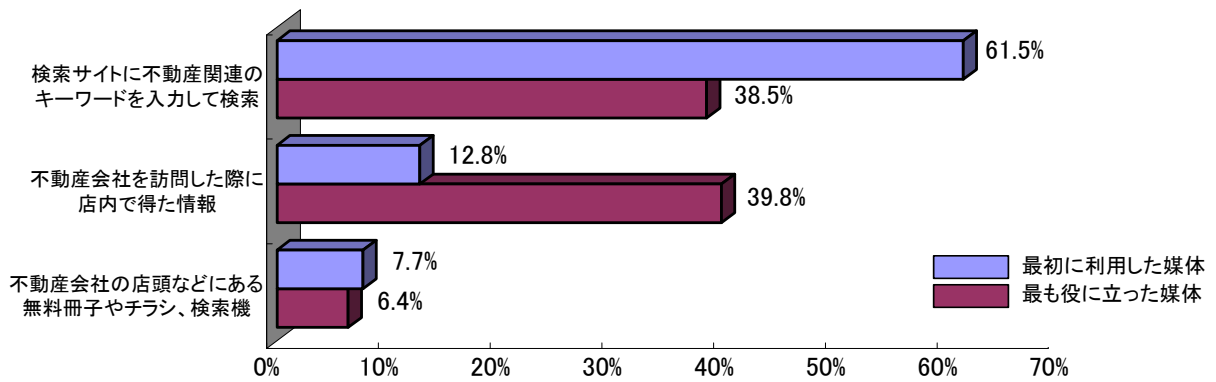


<家族形態別>

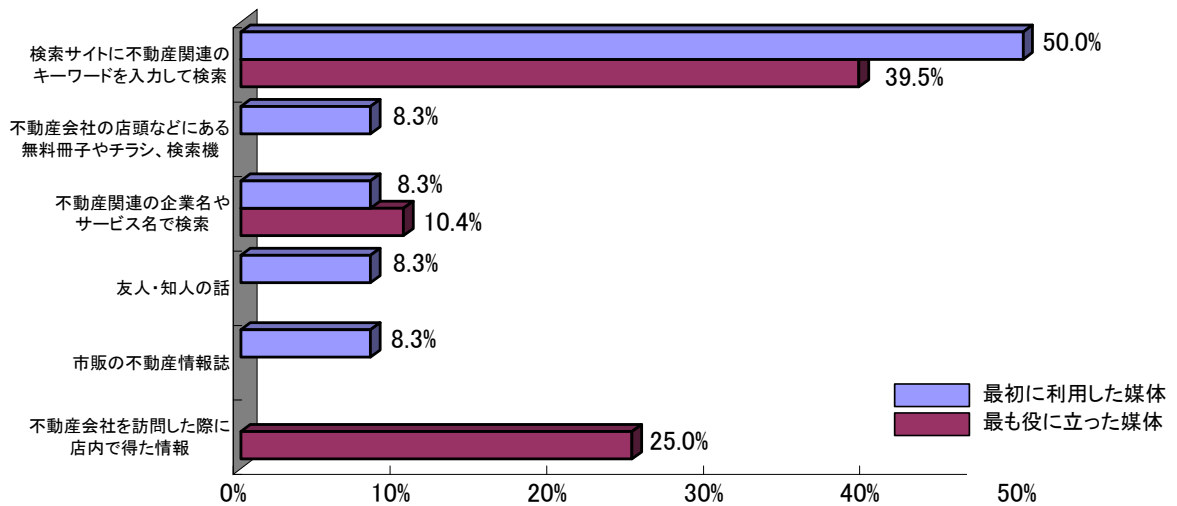
●シングル (N=117)



●カップル (N=78)



●ファミリー (N=48)



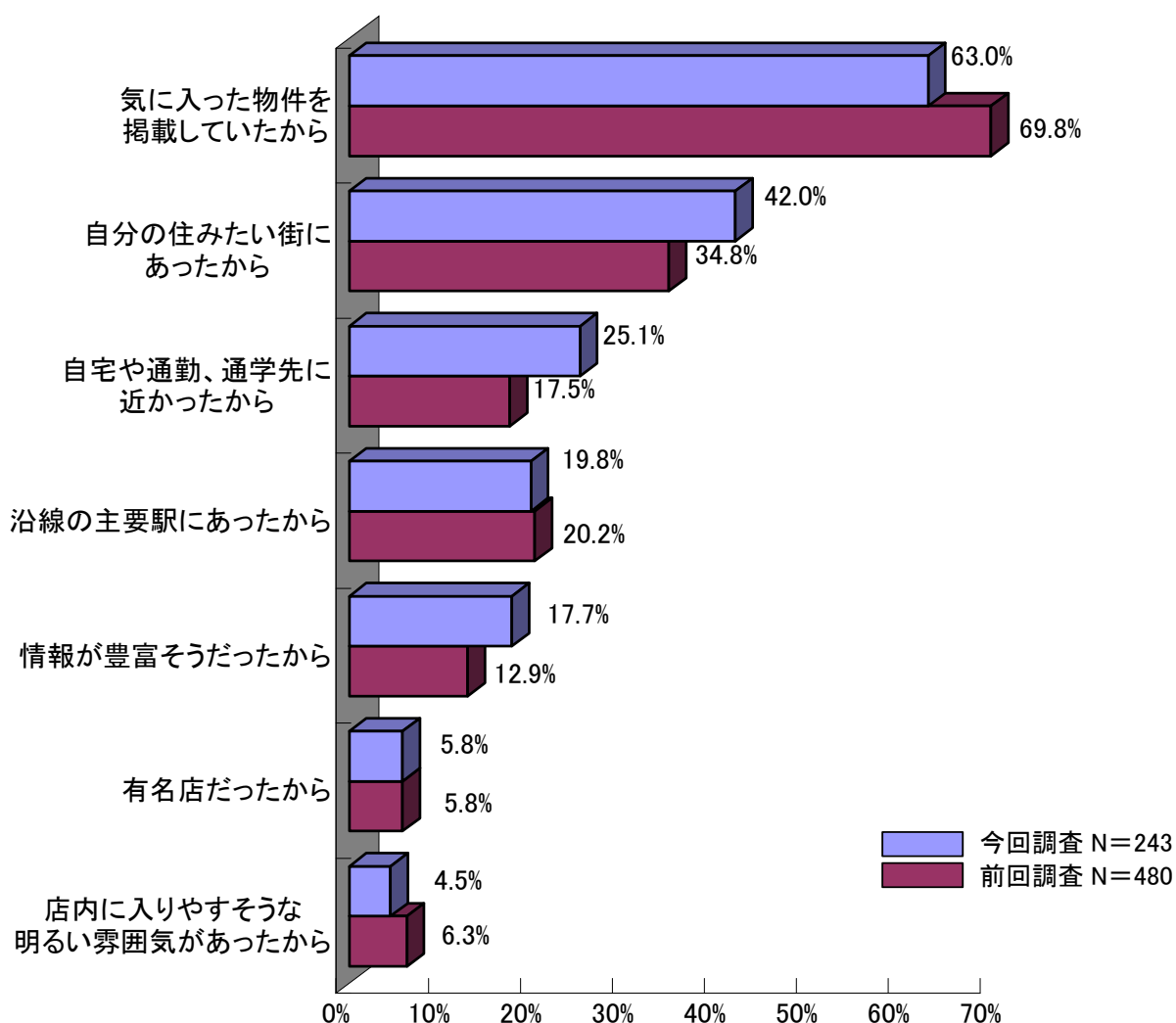
### 3. 訪問した不動産会社に行ってみようと思ったきっかけは？（複数回答） ※上位7項目

訪問の“きっかけ”は、6割以上が「気に入った物件を掲載していたから」と回答。シングルは「自分の住みたい街にあったから」が大幅増。

また「自宅や通勤、通学先に近いから」という回答も多く、利便性重視も。

訪問した不動産会社に行ってみようと思ったきっかけは「気に入った物件を掲載していたから」が63.0%で最多。次いで「自分の住みたい街にあったから」(42.0%)となっており、特にシングルは“住みたい街”が前回調査に比べ10ポイント以上も増加していることが目を引きます。また、「自宅や通勤、通学先に近いから」という回答も多く、利便性を重視している様子もうかがえます。

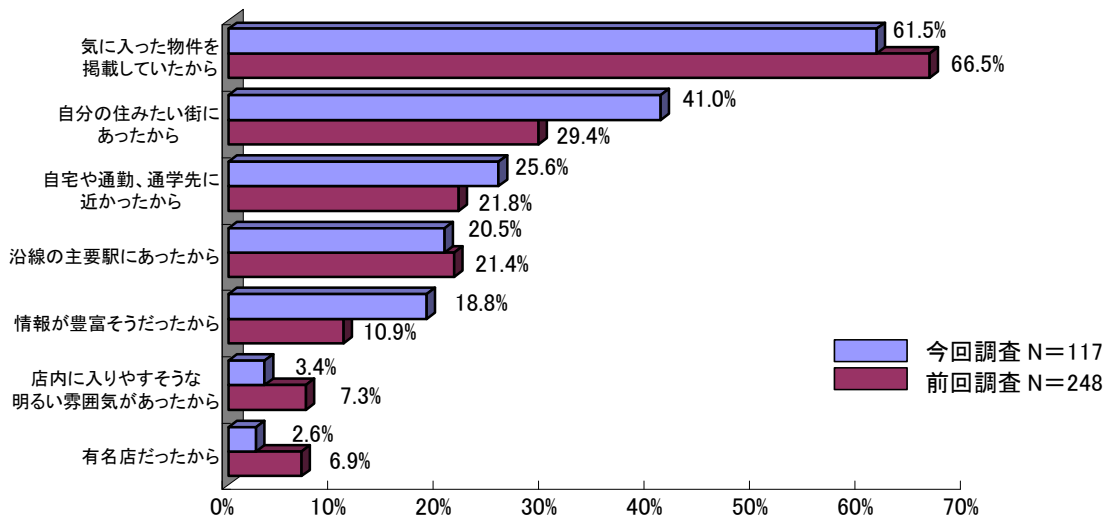
#### ●全体



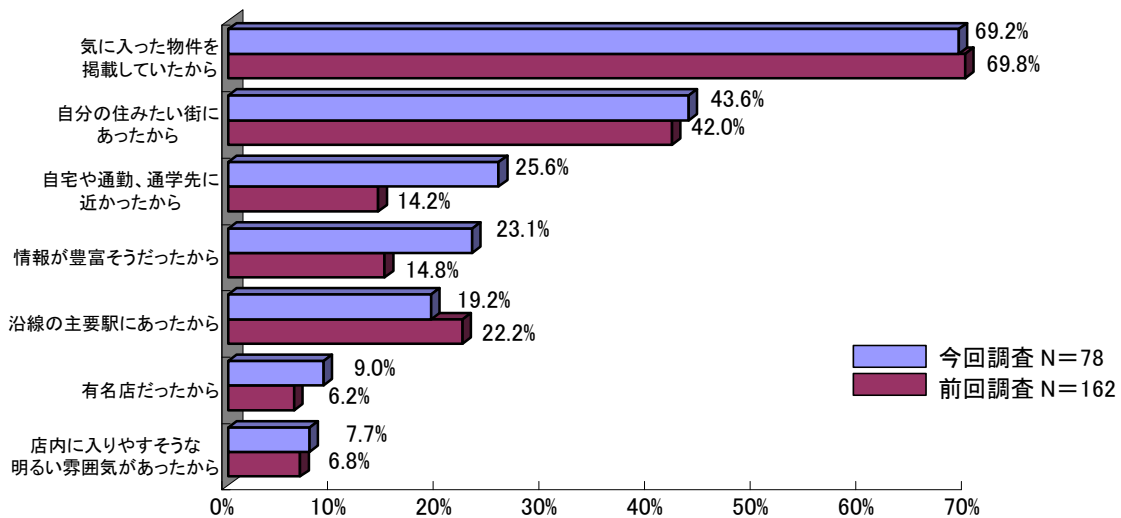


<家族形態別>

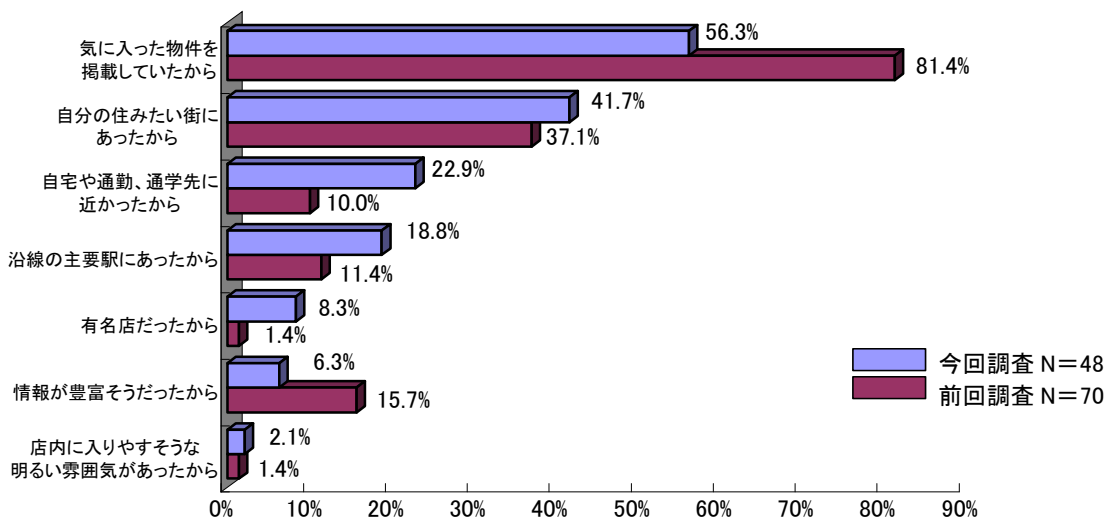
● シングル (N=117)



● カップル (N=78)



● ファミリー (N=48)



#### 4. 新居決定までに訪問した不動産会社数は？

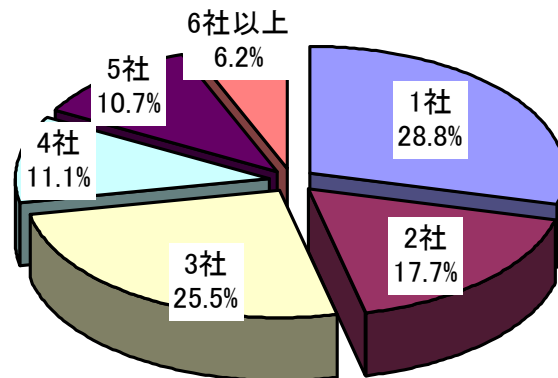
訪問した会社数は「1社」が最も多く28.8%、次いで「3社」が25.5%。  
物件詳細情報の公開進み、平均は前回調査比▲0.6社の「2.9社」に。

シングルとカップルでは訪問社数に大きな開き。

新居決定までに訪問した不動産会社数は「1社」が最も多く28.8%、以下「3社」25.5%、「2社」17.7%と続き、「3社」までの合計が7割超、平均は「2.9社」と、前回調査に比べ0.6社減少しました。これは、ネット上での物件詳細情報の公開が進んだことによるものと思われます。また家族形態別に見ますと、最も多い回答はシングルが「1社」であるのに対しカップルは「3社」、平均もシングルが「2.5社」、カップルは「3.3社」となっており、カップルが新居選びを慎重に行っている姿が浮彫りになりました。

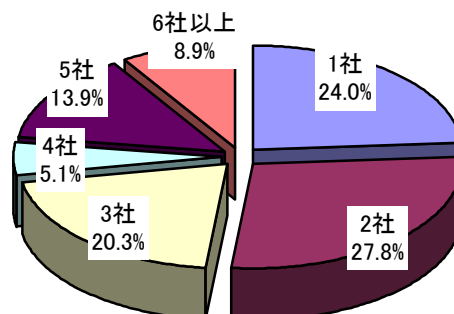
##### ●全体 (N=243)

平均=2.9社(前回比▲0.6社)



##### [ご参考—購入] (N=79)

平均=2.9社(前回比▲0.9社)

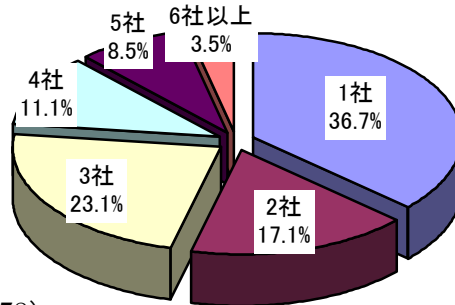


<家族形態別>

●シングル(N=117)

平均=2.5社

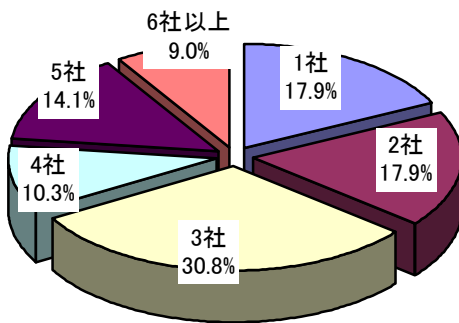
(前回比▲0.7社)



●カップル(N=78)

平均=3.3社

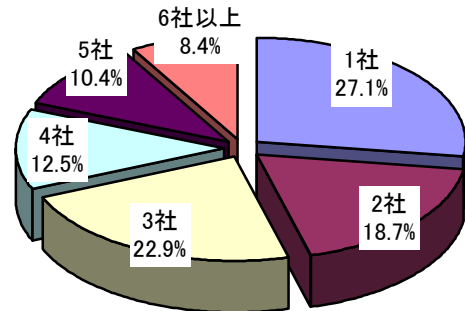
(前回比▲0.6社)



●ファミリー(N=48)

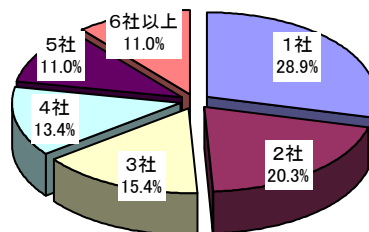
平均=3.1社

(前回比▲0.6社)

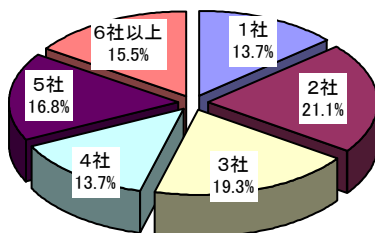


[前回調査]

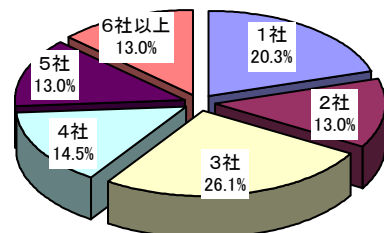
●シングル



●カップル



●ファミリー



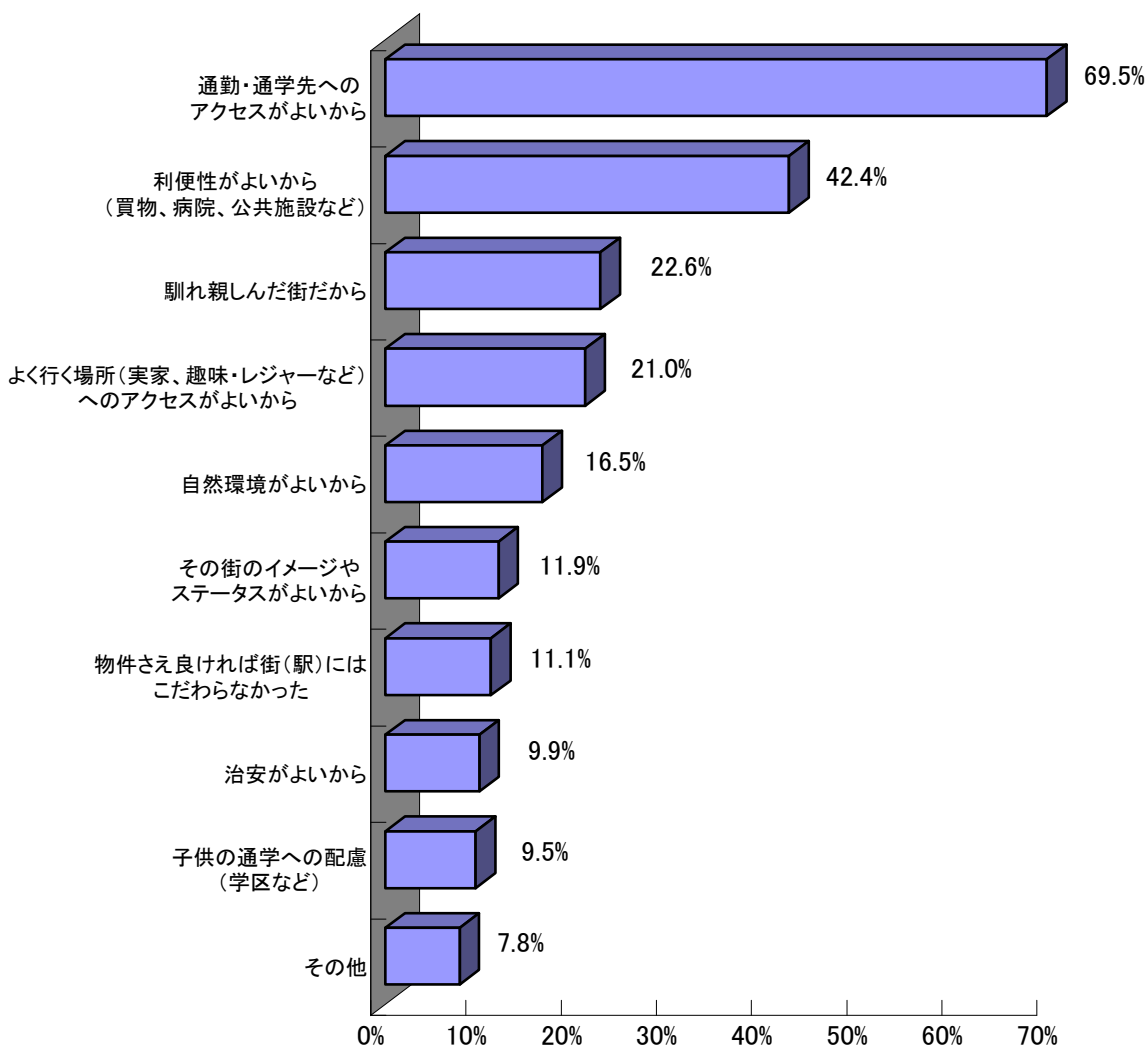
## 5. 新居がある街(駅)を決めた理由は？(複数回答)

第一の理由は家族形態を問わず「通勤・通学先へのアクセスがよいから」、次いで「利便性がよいから」に。

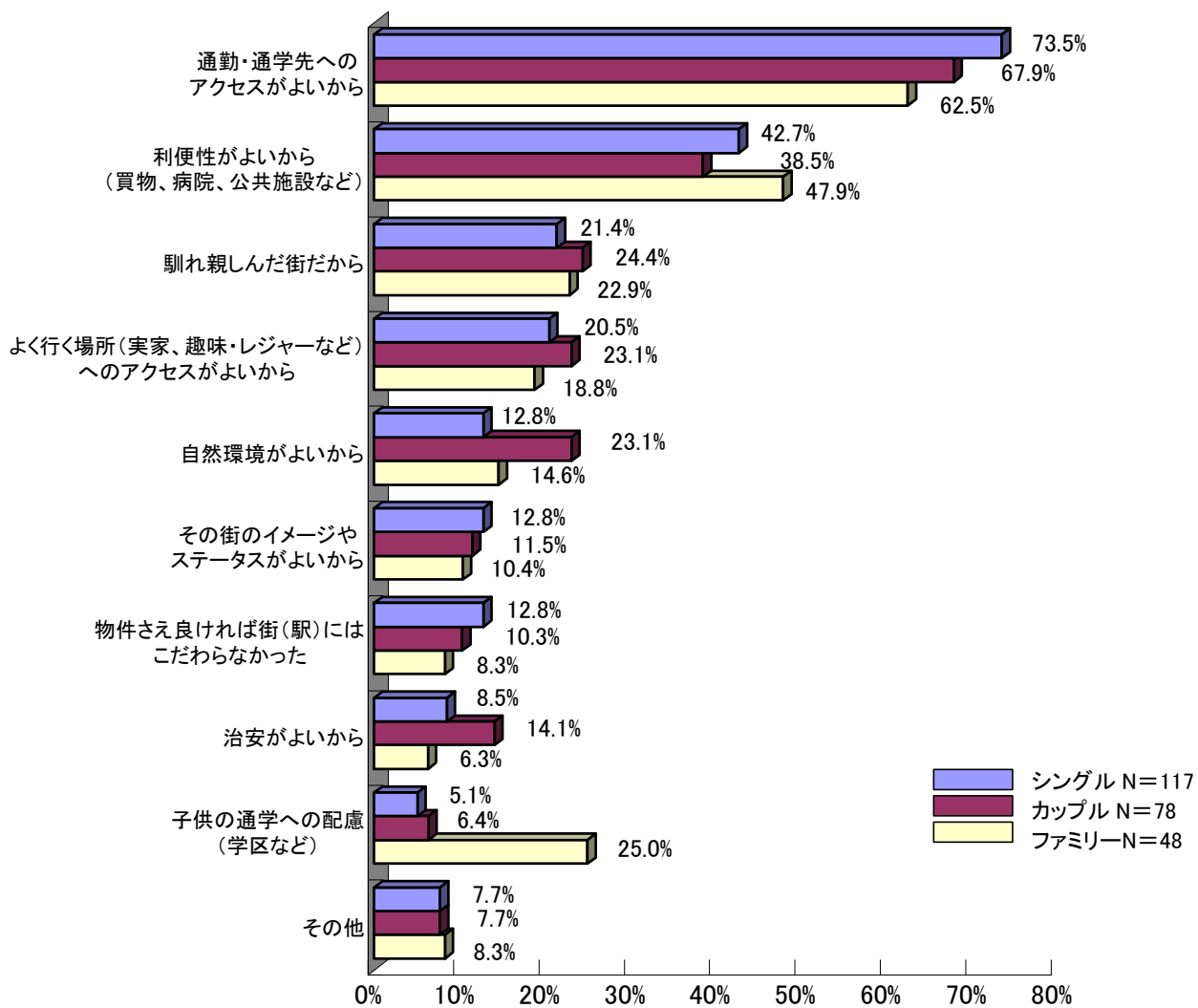
ファミリーは「利便性」「子供の通学への配慮」の回答率高い。

住む街を決めた第一の理由は、家族形態を問わず「通勤・通学先へのアクセスがよいから」で69.5%、次いで「(買物、病院、公共施設など)利便性がよいから」が42.4%などとなっています。また家族形態別では、シングルは「アクセスのよさ」、カップルは「自然環境のよさ」、ファミリーは「利便性」「子供の通学への配慮」などの回答率の高さが目立ちました。

### ●全体(N=243)



<家族形態別>

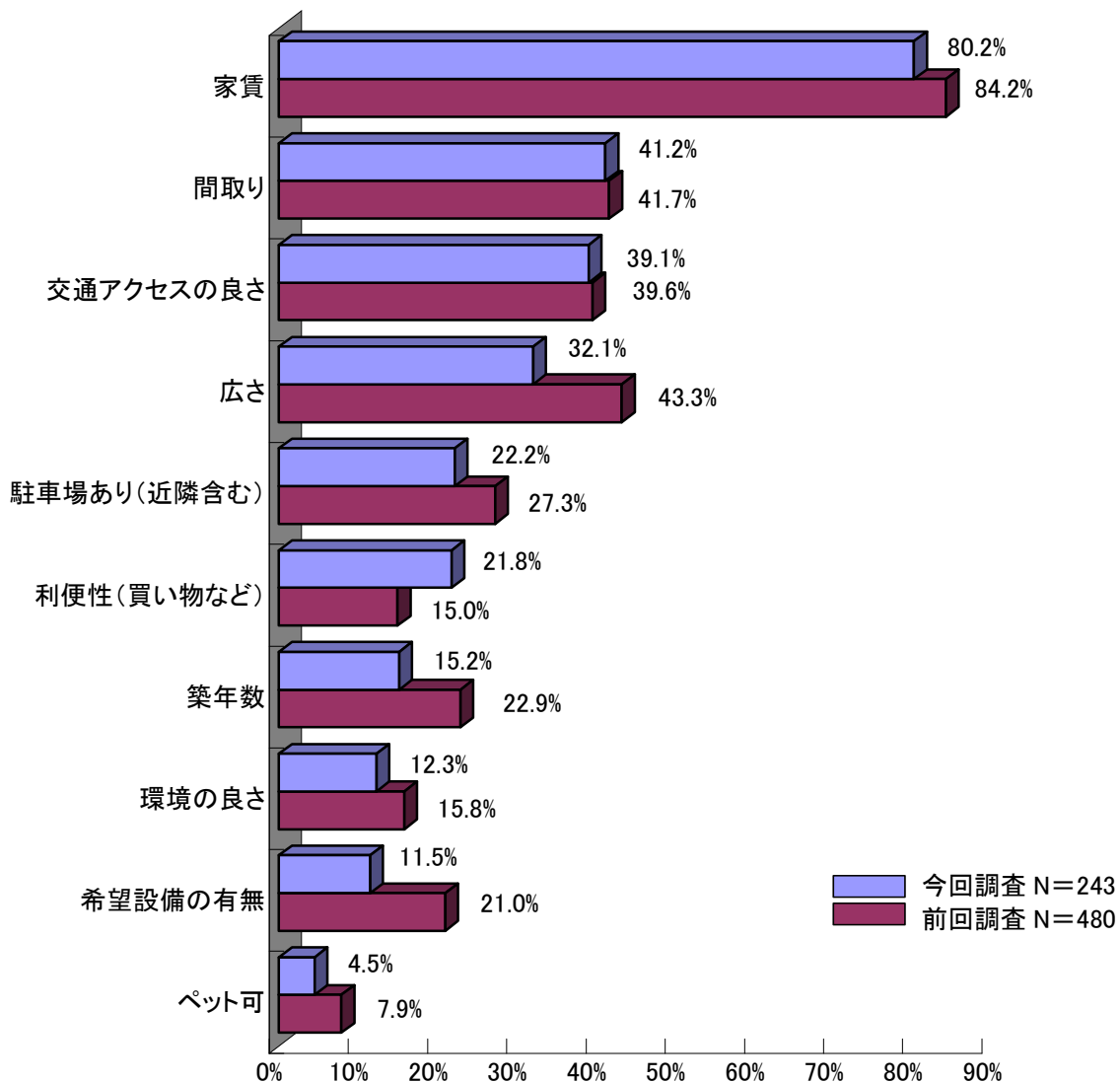


## 6. 住まい探しの際、重視した条件は？※3つまで選択

やはり「家賃」がダントツの 80.2%。  
 全般的に回答率が低下、特に目立つのは、シングル・ファミリーが「広さ」、カップルは「築年数」。またファミリーは「駐車場」も。  
 環境の大きな変化で転居を急ぐ人が多かった？

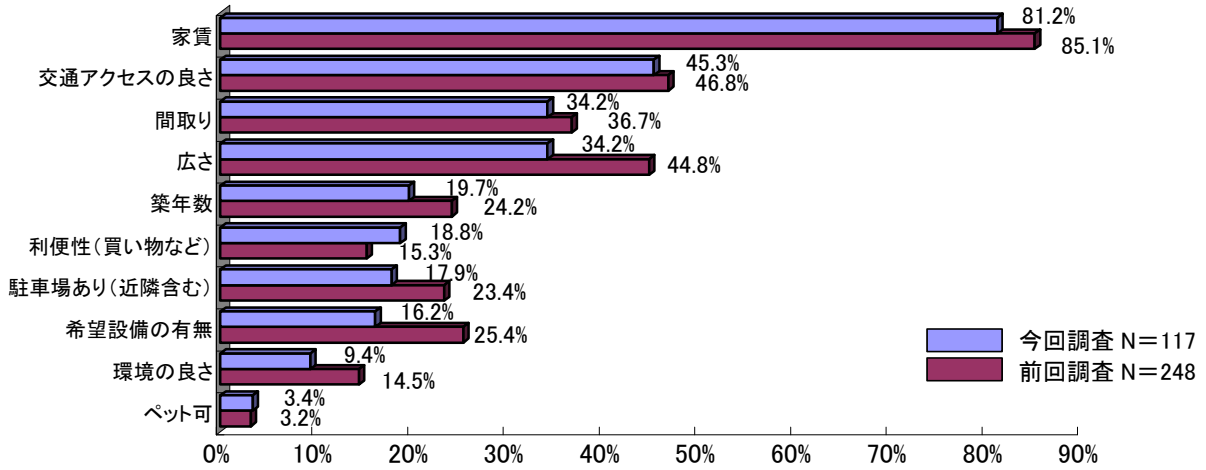
重視した条件については、やはり「家賃」が 8 割超とダントツでした。全般的に回答率(重視度)が低下しており、特に目立つのは、シングルとファミリーが「広さ」、カップルは「築年数」、またファミリーは「駐車場」の重視度も大幅に低下しました。調査対象となった今年 7 月までの 1 年間は、環境の変化が大きく、転居を急ぐ人が多かったのかもかもしれません。

### ●全体 (N=480)

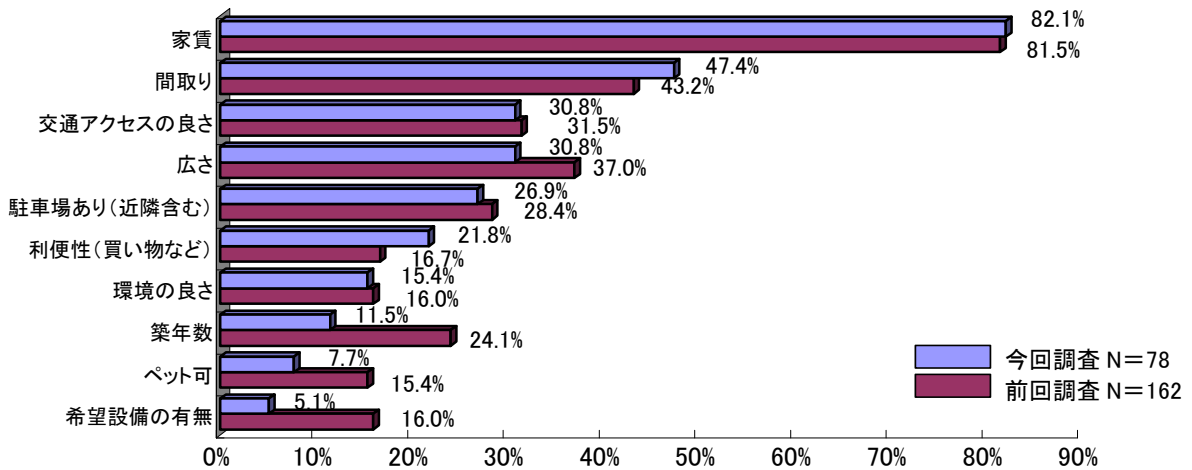


<家族形態別>

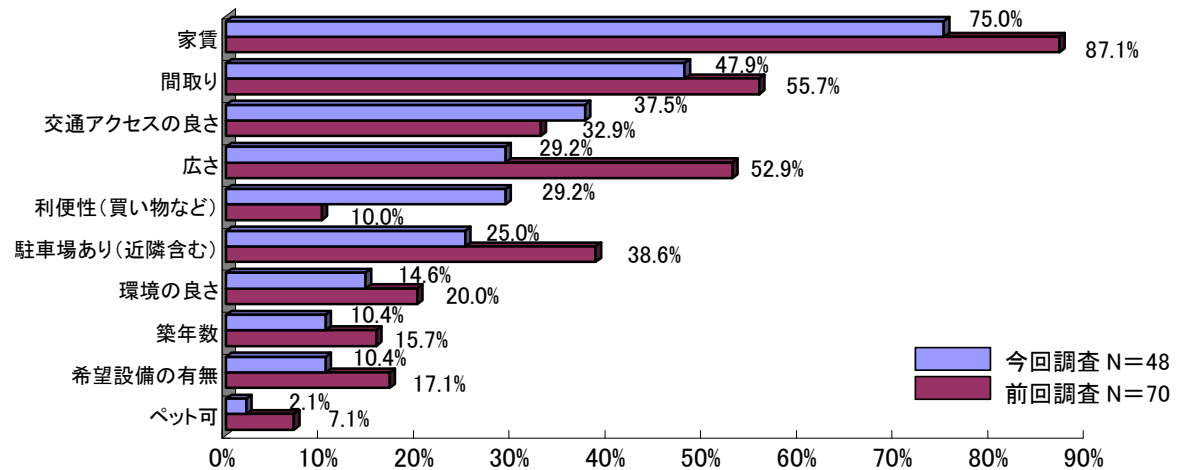
● シングル



● カップル



● ファミリー

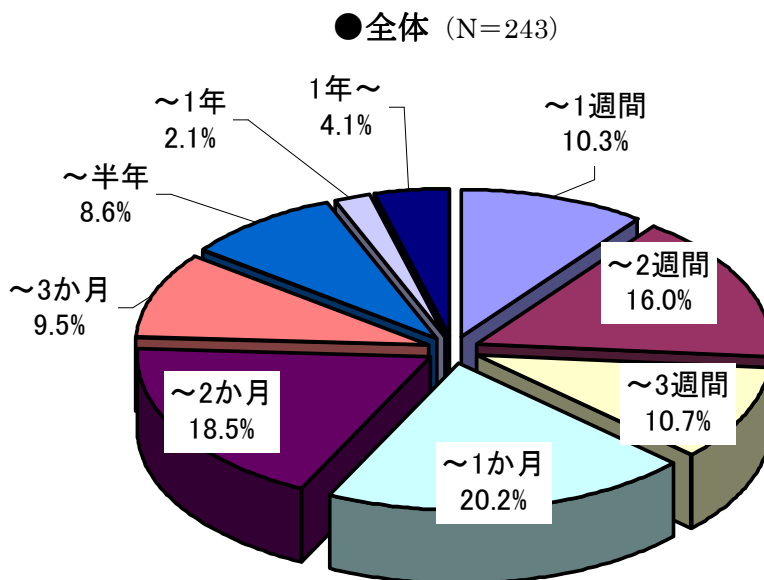


## 7. 住まい探しを思い立ってから新居の決定までにかかった日数は？

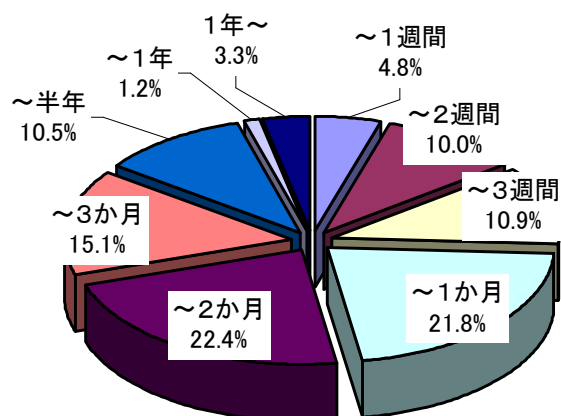
回答のトップは「3週間～1か月」で20.2%、「1か月」以内が過半数を占める。

「1か月」以内が最も多いのはシングルで62.4%、最も増えたのはカップルで前回調査比15.0ポイントの大幅増。

新居決定までにかかった日数は「3週間～1か月」という回答が最も多く20.2%、以下「1か月～2か月」18.5%、「1週間～2週間」16.0%と続いています。また、「1か月」以内の合計が過半数を占め、短期間で決めていることが分かります。また、「1か月」以内の割合が最も多いのはシングルで62.4%、最も増加したのはカップルで前回調査比15.0ポイント増の55.2%となりました。



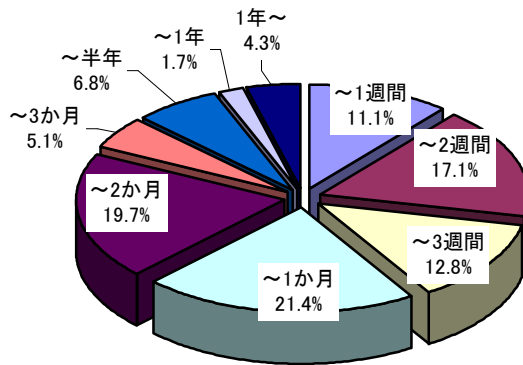
[前回調査] (N=478)



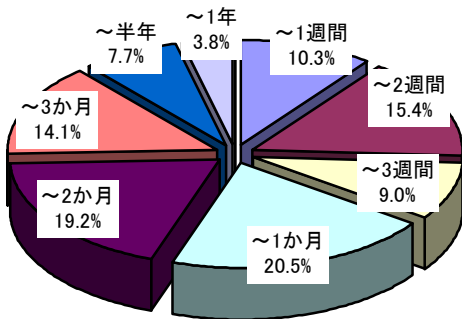


<家族形態別>

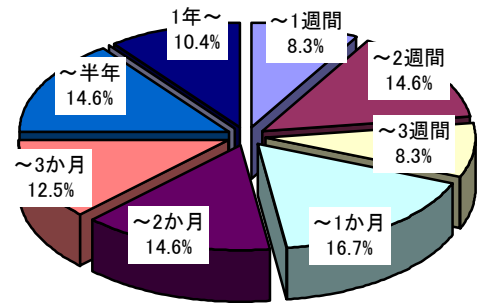
● シングル(N=117)



● カップル(N=78)

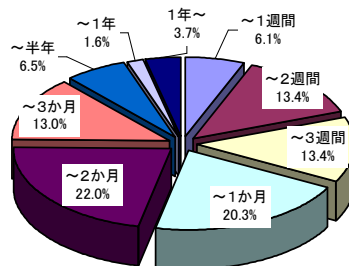


● ファミリー(N=48)

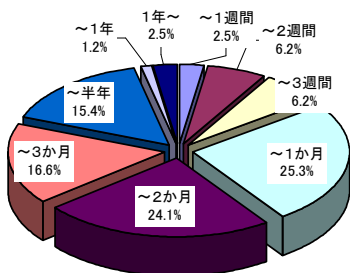


[前回調査]

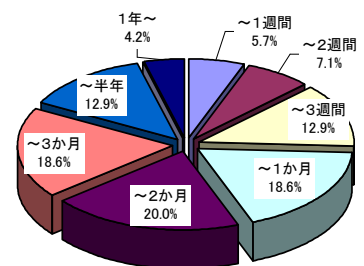
● シングル



● カップル



● ファミリー

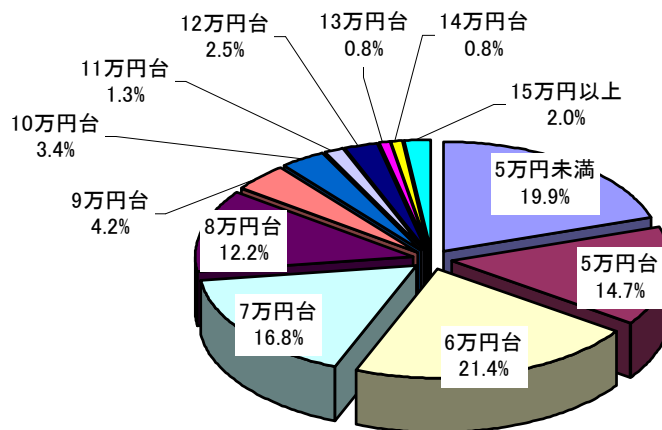


## 8. 契約した住まいの賃料は？

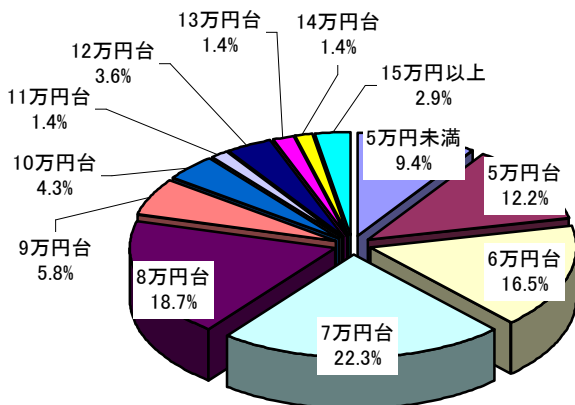
**1都3県は「7万円台」が最も多いが、それ以外は「5万円未満」が最多。平均賃料の差も大きく、シングルは1.94万円、カップルは2.35万円、ファミリーは2.63万円も1都3県の方が高い。**

契約賃料帯については、全体では「6万円台」が21.4%で最も多くなっていますが、これを1都3県とそれ以外の地域に分けてみると、1都3県では「7万円台」、それ以外では「5万円未満が最多」となっており賃料差の大きいことがわかります。また家族形態別に平均賃料を比べますと(20ページ)、シングルで1.94万円、カップルで2.35万円、ファミリーでは2.63万円もの開きがありました。

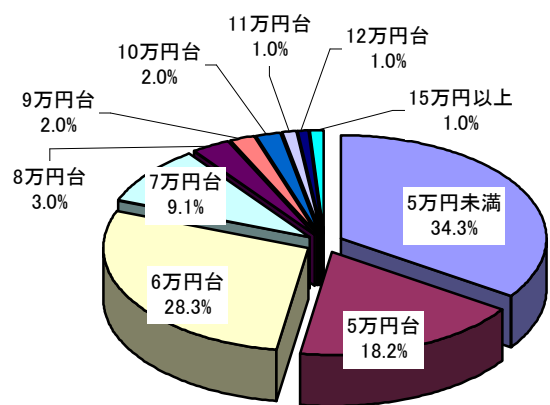
● 全国 (N=238)  
平均=6.98万円



● 1都3県 (N=139)  
平均=7.83万円



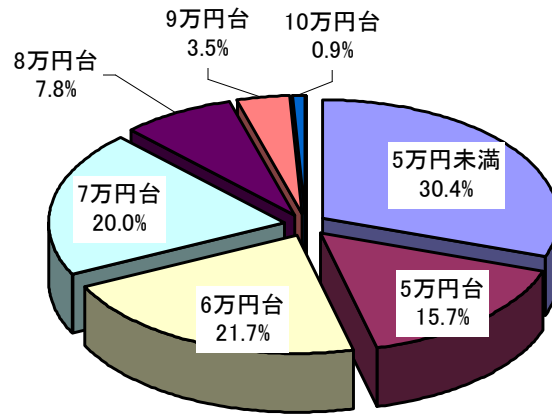
● 1都3県以外 (N=99)  
平均=5.79万円



<家族形態別・全国>

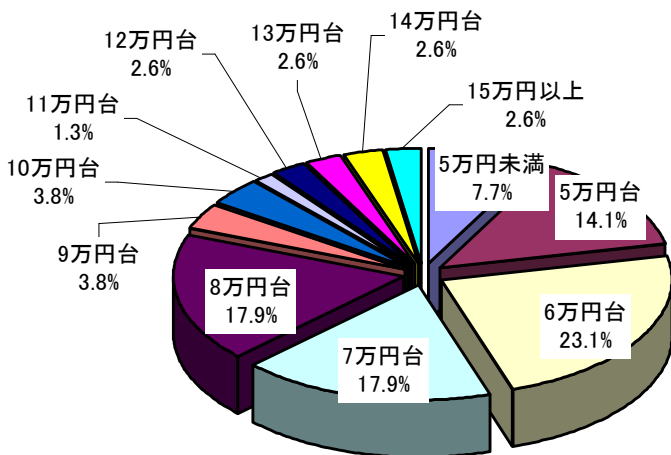
● シングル(N=115)

平均=5.96万円



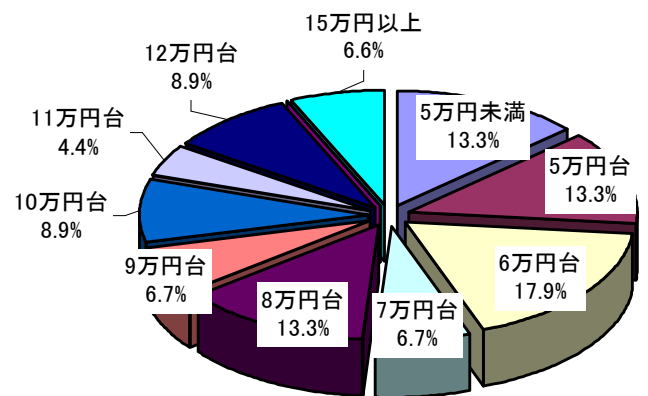
● カップル(N=78)

平均=7.81万円



● ファミリー(N=45)

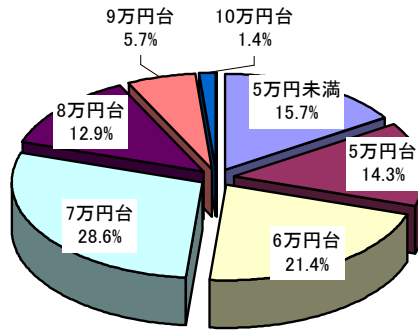
平均=8.16万円



<家族形態別・1都3県>

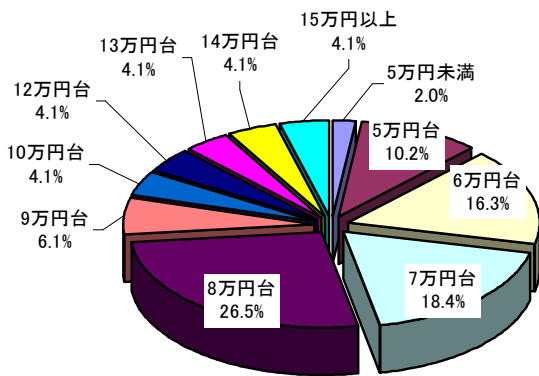
●シングル(N=70)

平均=6.72万円



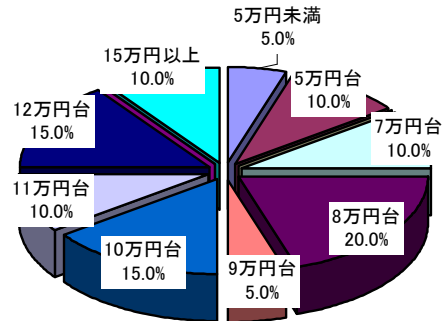
●カップル(N=49)

平均=8.68万円



●ファミリー(N=20)

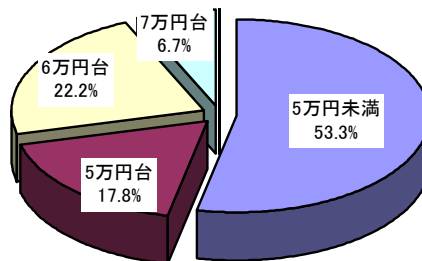
平均=9.62万円



<家族形態別・1都3県以外>

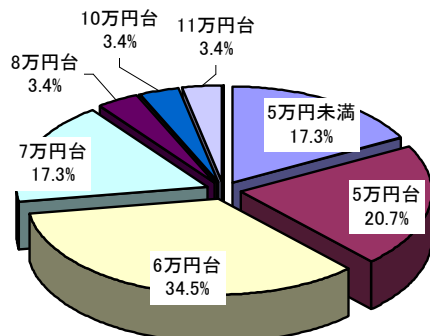
●シングル(N=45)

平均=4.78万円



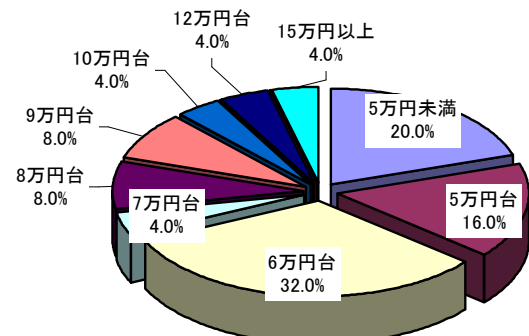
●カップル(N=29)

平均=6.33万円



●ファミリー(N=25)

平均=6.99万円

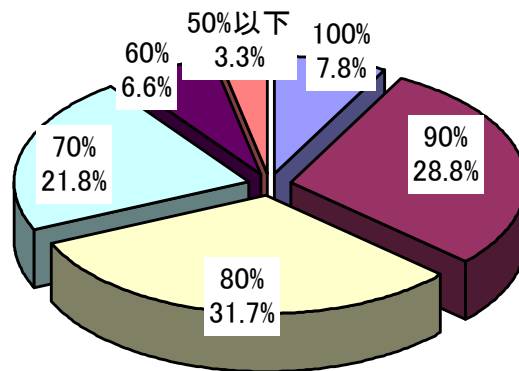


## 9. 新居の総合的な満足度を「パーセンテージ」で表すとしたら？

新居の総合的な満足度、トップは「80%」で全体の31.7%が回答。  
 「90%」+「100%」はファミリーが41.7%となり満足度が最も高いものの、  
 「50%以下」も8.3%で最多。

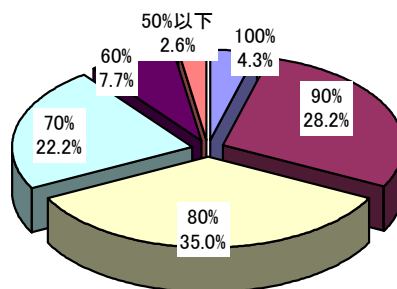
最後に新居の総合的な満足度を聞いたところ、全体では「80%」という回答が31.7%でトップとなりました。これを家族形態別に見ますと、ファミリーは「90%」という回答が最も多く、さらに「90%」と「100%」の合計が41.7%と、シングル(32.5%)・カップル(39.7%)より高くなっています。ただ、ファミリーは「50%以下」という回答も8.3%で最多となっており、評価が分かれているようです。

●全体 (N=243)

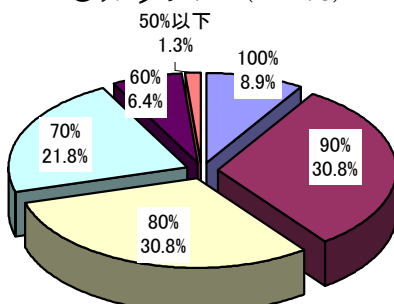


<家族形態別>

●シングル(N=117)



●カップル (N=78)



●ファミリー(N=48)

