

News Release

平成 17 年 12 月 1 日

不動産サイト at home web で賃貸入居者を対象に行った 「成約おめでとうアンケート」調査結果

- 住まい探しの最大の“きっかけ”、シングルは「就職・転職」、カップルは「結婚」、ファミリーは「転勤」。
- 住まい探しで“最も役に立った”のは「不動産店内で得た情報」。前年比 5.2 ポイント増の 44.5%が支持。
- 訪問不動産会社数は「1社」という回答が最も多く、平均「3.7社」。ネットでの入手情報増え、ファミリー平均では前年比 0.6 社減少。
- 設備の決め手は「バス・トイレ独立」。ファミリーは「追い焚きバス」。
- 新居決定までの日数、最も多いのは「3週間～1か月」。シングル・ファミリーは 8 割近くが「2か月以内」に決定。

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総合情報サイト「at home web」で、賃貸物件を検索し契約・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。概要は以下のとおりです。

◆調査の概要

- (1) 調査方法 不動産総合情報サイト「at home web」の「マイページ」（希望条件、物件情報の保存等ができる）利用者のうち、賃貸物件を検索し、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 16 年 10 月～平成 17 年 9 月の 1 年間
- (3) 有効回答者数 420 人

①性別 男性：42.9%、女性：56.9%、無回答：0.2%

②年齢

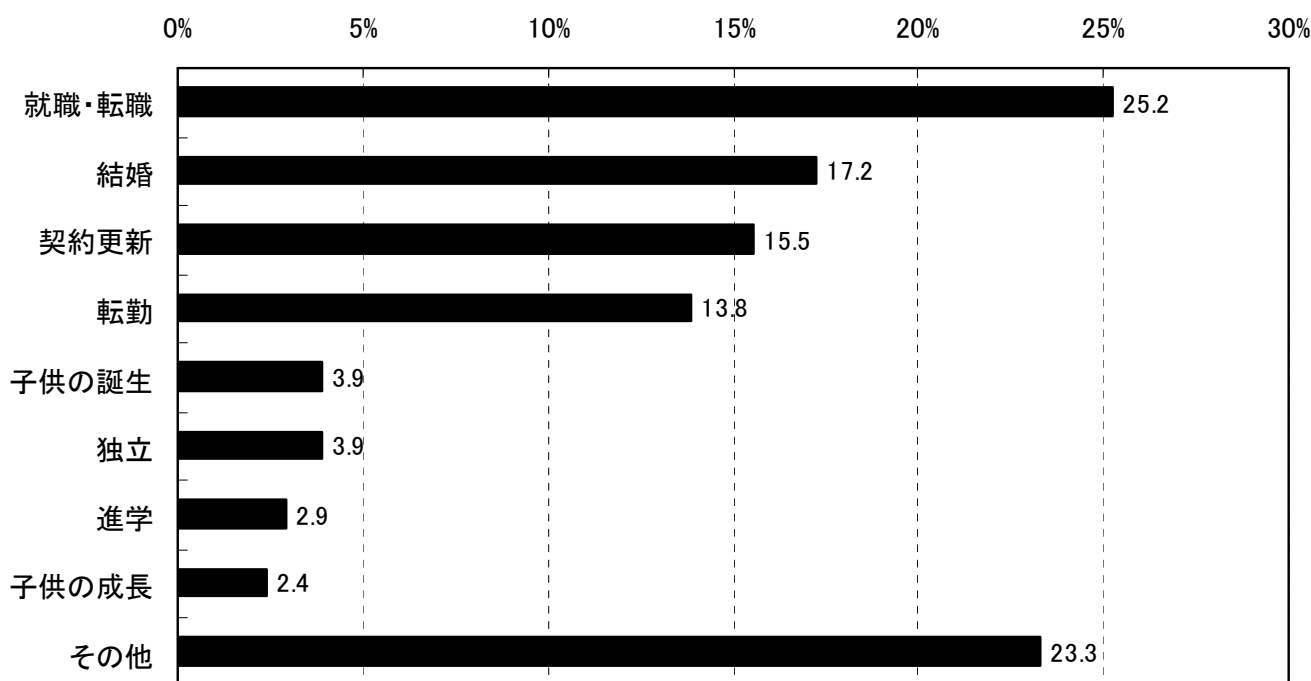
～19 歳	20～24 歳	25～29 歳	30～34 歳	35～39 歳
1.0%	15.0%	35.2%	25.2%	13.1%
40～44 歳	45～49 歳	50 歳～	無回答	
5.2%	1.9%	2.2%	1.2%	

③地域 1 都 3 県：83.8%、その他：13.8%、無回答：2.4%

1. 住まい探しのきっかけは？（複数回答）

住まい探しの最大の“きっかけ”、
シングルは「就職・転職」、カップルは「結婚」、ファミリーは「転勤」。
次いでシングル・カップルは「契約更新」、
ファミリーは子供の「成長」と「誕生」がほぼ同率。

全体（n=412）



まず、どのようなきっかけで住まい探しを始めたか聞いたところ、回答者の過半数がシングルであるため、全体では「就職・転職」が25.2%でトップとなりました。

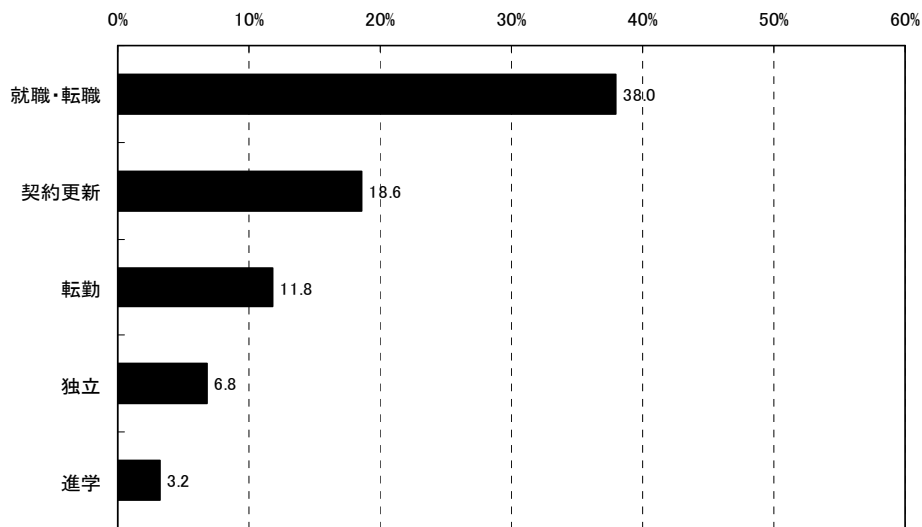
これを新居の入居人数別に見ますと（3 ページ）、最も多い回答は、一人暮らしをする人が「就職・転職」で38.0%、カップルは「結婚」で48.2%、ファミリーは「転勤」で34.0%となっています。

また2番目に多い回答は、シングルとカップルがともに「契約更新」となっていますが、ファミリーは「子供の成長」「子供の誕生」がほぼ同率で続いています。

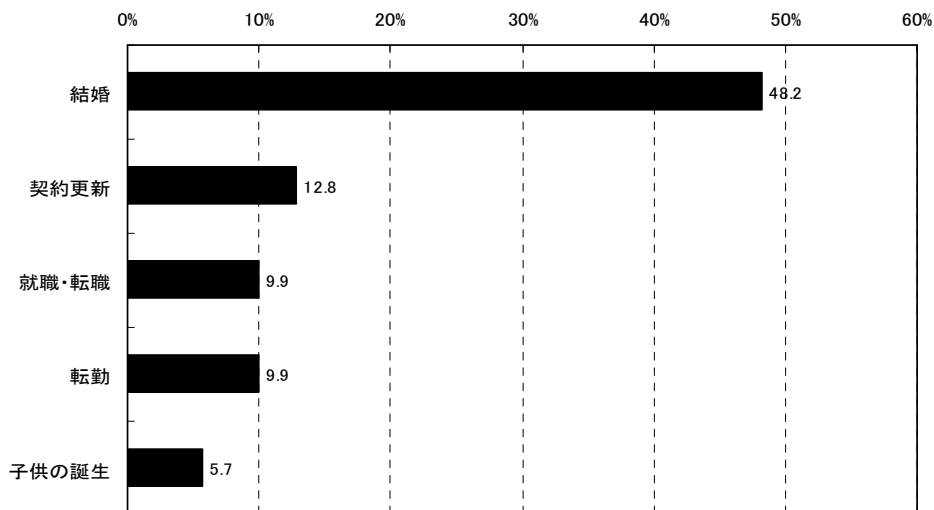
なお、「契約更新」をきっかけに引越しを決めたファミリーは、前回の調査では皆無でしたが、今回は1割を占めていることが注目されます。

<入居人数別“きっかけ”トップ5>

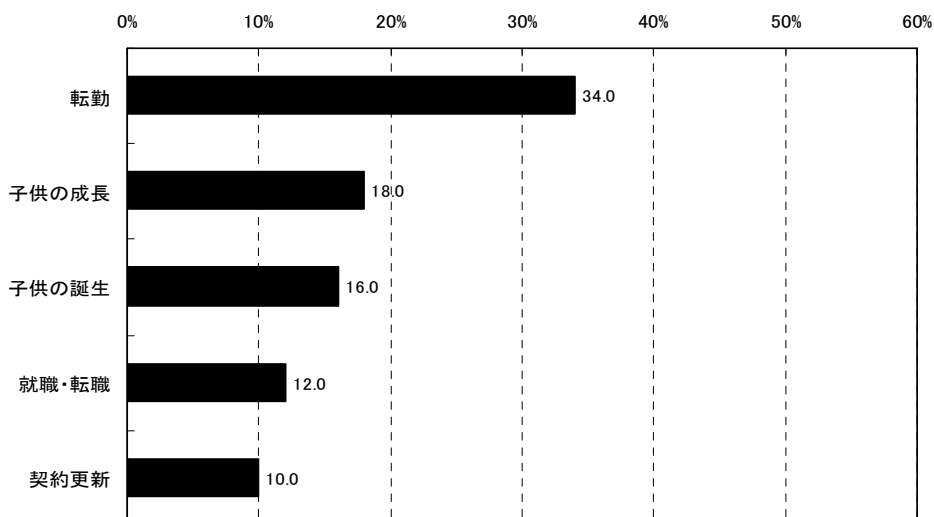
● 「1人」で暮らすための“きっかけ”(n=221)



● 「2人」で暮らすための“きっかけ”(n=141)



● 「3人以上」で暮らすための“きっかけ”(n=50)



2. 契約した住まいの賃料は？

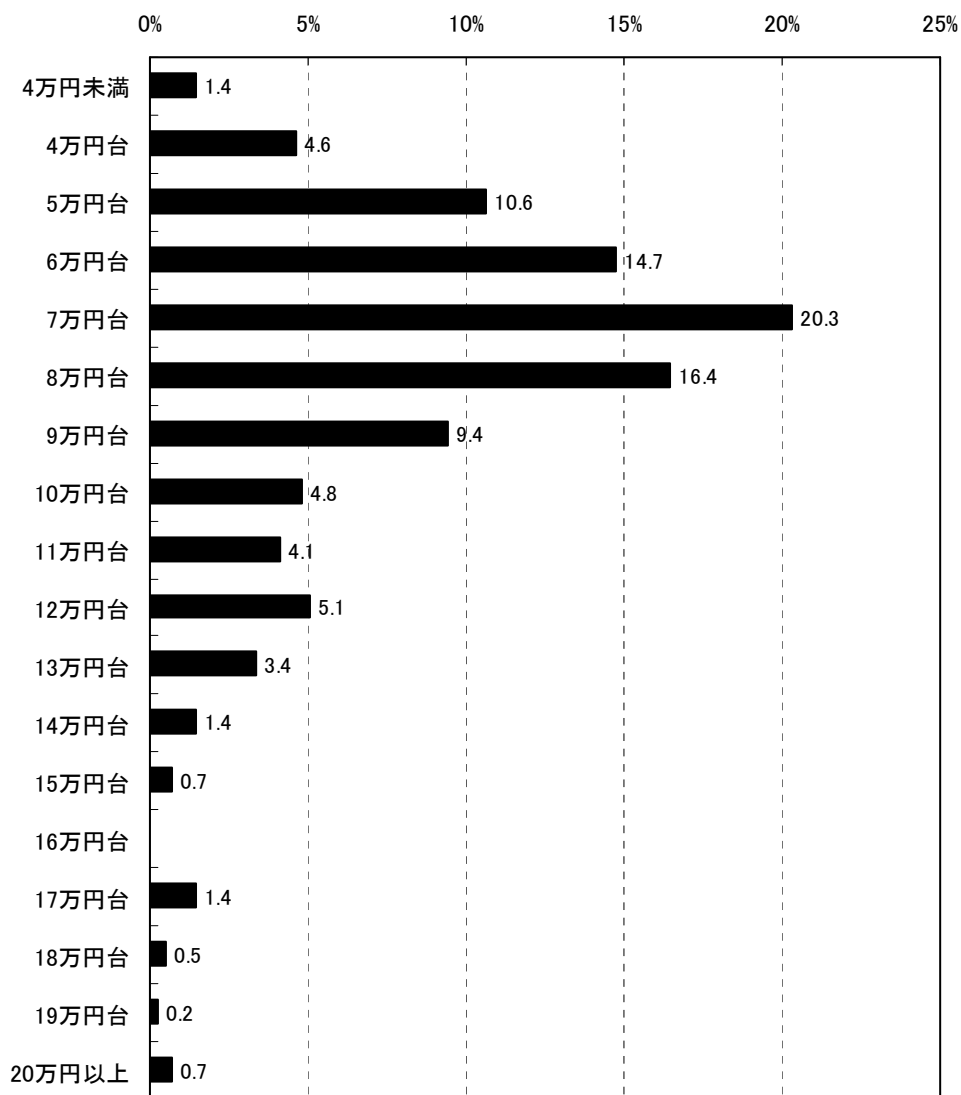
契約賃料帯のトップは「7万円台」。1都3県ではシングルの割合増え、平均「8.70万円」と前年比1.02万円的大幅下落。

入居人数別の平均は、シングルが「7.42万円」、カップルが「9.81万円」でともに前年比0.20万円下落。ファミリーは「11.57万円」で同0.30万円上昇。

全体 (n=414)

平均賃料＝〈全国〉8.44万円 (前年比▲0.45万円)

〈1都3県〉8.70万円 (前年比▲1.02万円)



契約した住まいの賃料は、全体では「7万円台」が最も多く、以下「8万円台」「6万円台」と続いています。また、平均は「8.44万円」で、前年比0.45万円下落しました。

これを新居の入居人数別に見ますと（5ページ）、1都3県の平均賃料はシングルが「7.42万円」で前年比0.20万円下落、カップルが「9.81万円」で同0.20万円下落していますが、ファミリーは「11.57万円」で同0.30万円の上昇となっています。

<入居人数別賃料>

●「1人」 (n=227)

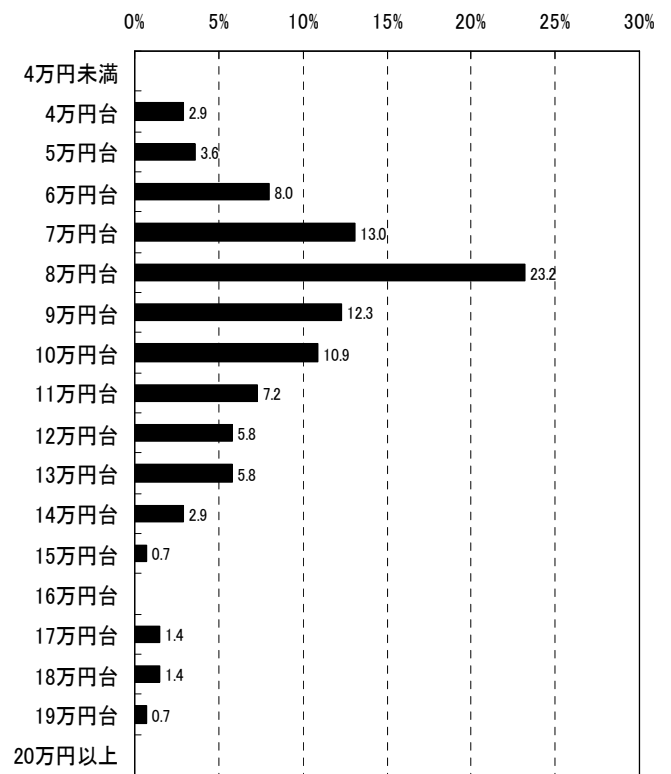
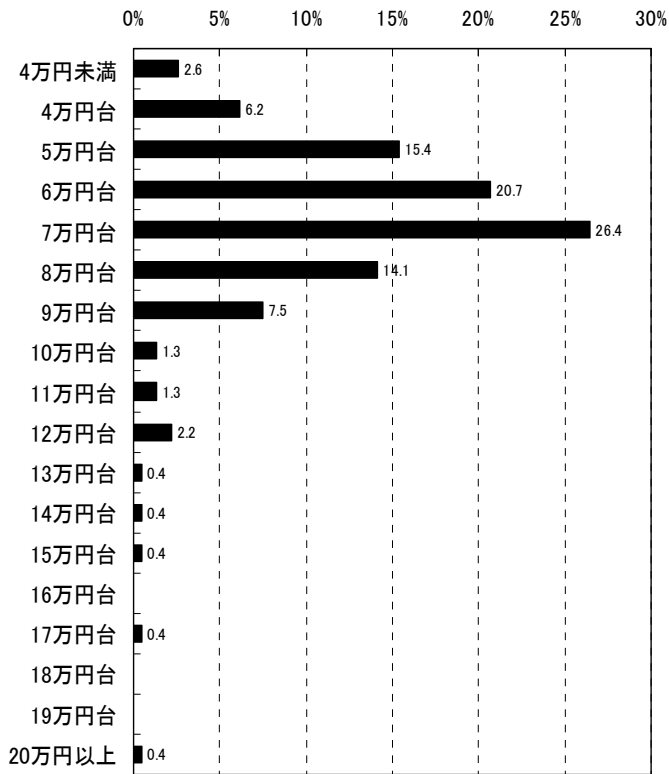
平均賃料 = <全国>7.30万円 (前年比▲0.17万円)

<1都3県>7.42万円 (前年比▲0.20万円)

●「2人」 (n=138)

平均賃料 = <全国>9.51万円 (前年比▲0.45万円)

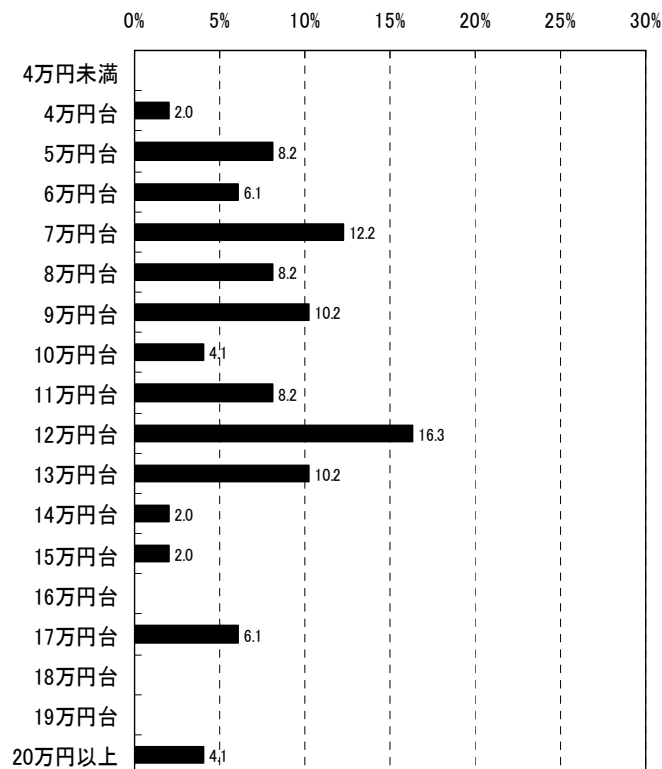
<1都3県>9.81万円 (前年比▲0.20万円)



●「3人以上」 (n=49)

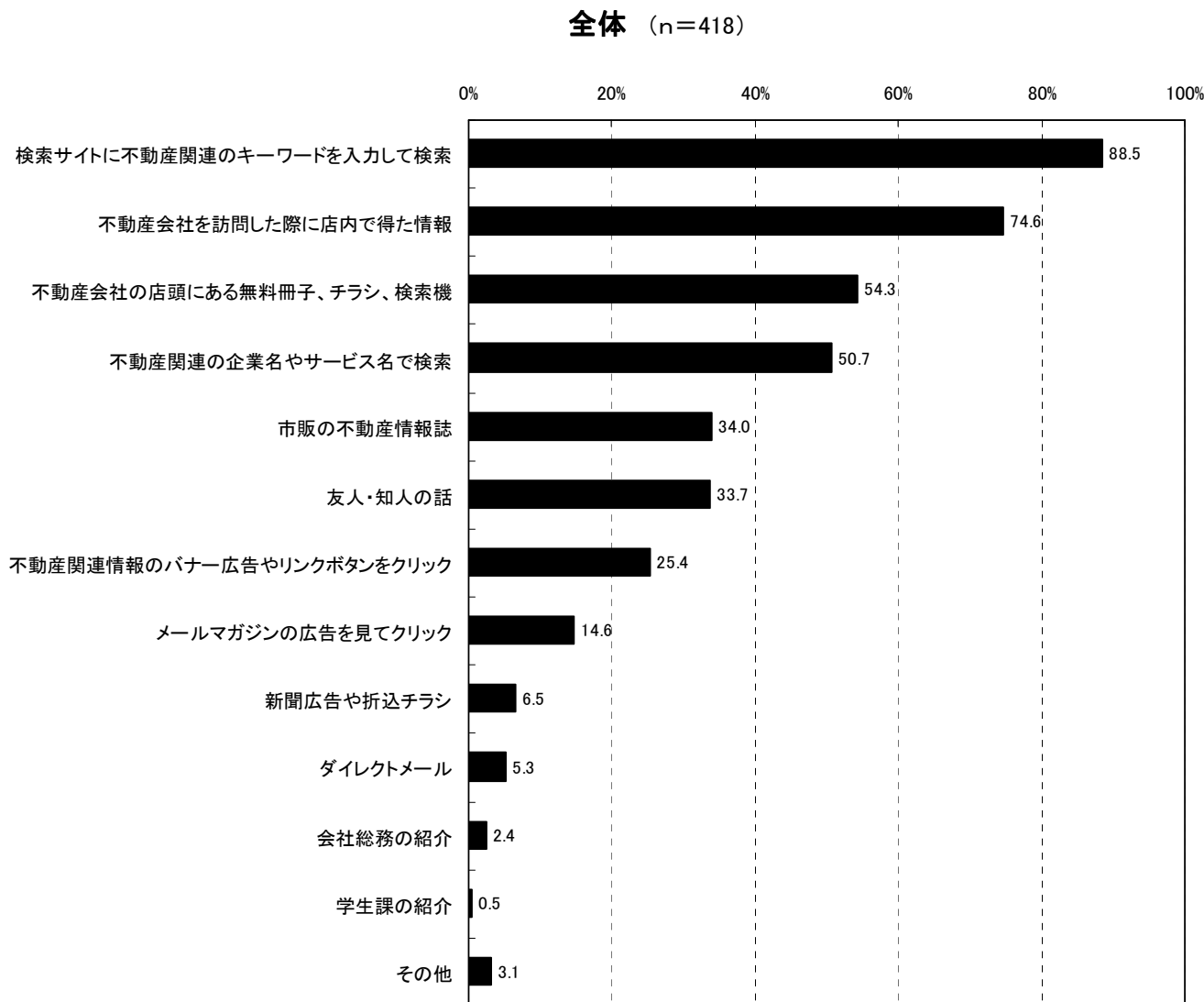
平均賃料 = <全国>10.75万円 (前年比▲0.93万円)

<1都3県>11.57万円 (前年比 0.30万円)



3-1. 住まい探しで利用した媒体は？(複数回答)

約9割が「検索サイトに不動産関連のキーワードを入力して検索」、
また4人に3人が「不動産会社の店内で得た情報」を利用。
「企業名やサービス名で検索」はシングル・ファミリーに、
「店頭にある無料冊子、チラシ、検索機」はカップルに人気。

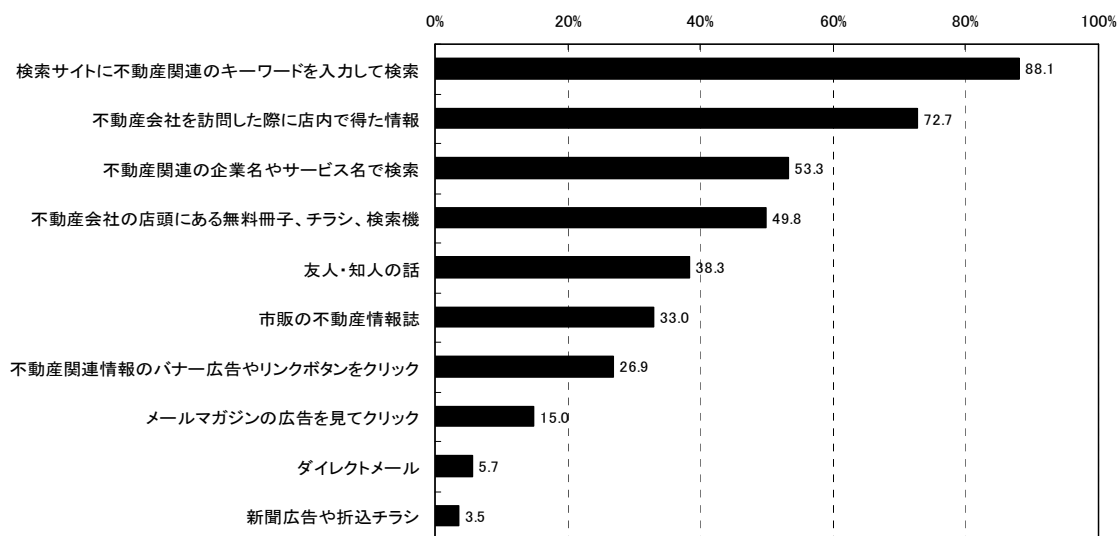


住まい探しの際に利用した媒体のトップは「検索サイトに不動産関連のキーワードを入れて検索」で、全体の 88.5%。以下「不動産会社の店内で得た情報」(74.6%)、「店頭にある無料冊子、チラシ、検索機」(54.3%)と続きます。

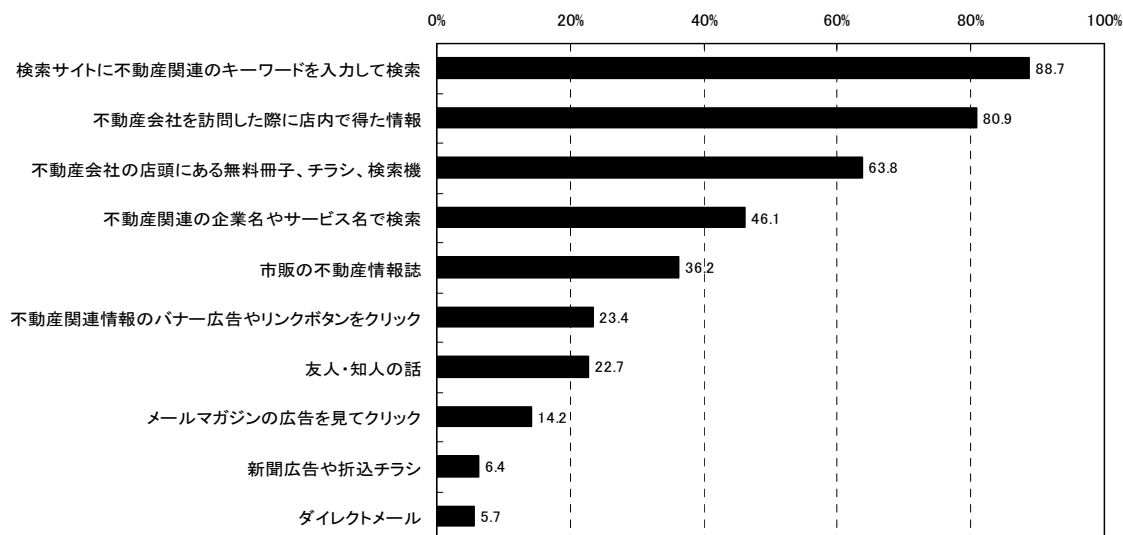
これを新居の入居人数別に見ますと(7ページ)、上位2項目はすべて同じですが、3番目に多い回答は、シングル・ファミリーが「不動産関連の企業名やサービス名で検索」、一方カップルは「店頭にある無料冊子、チラシ、検索機」となっており、家族形態によって探し方も違うようです。なお、シングルとファミリーは「友人・知人の話」を、またカップルは「不動産情報誌」を活用する傾向も見えます。

<入居人数別利用媒体> ※上位 10 項目

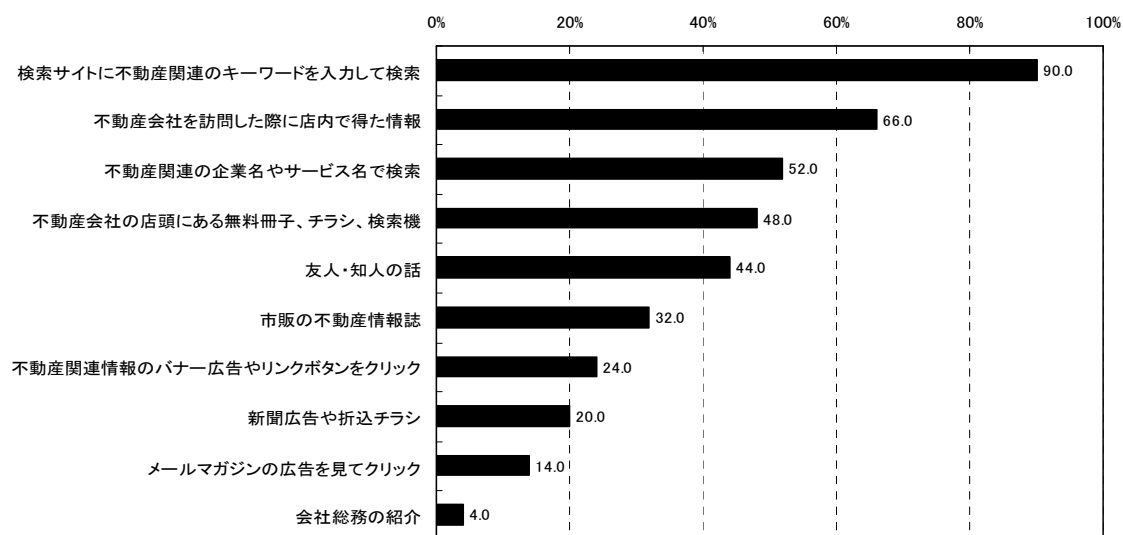
●「1人」 (n=227)



●「2人」 (n=141)



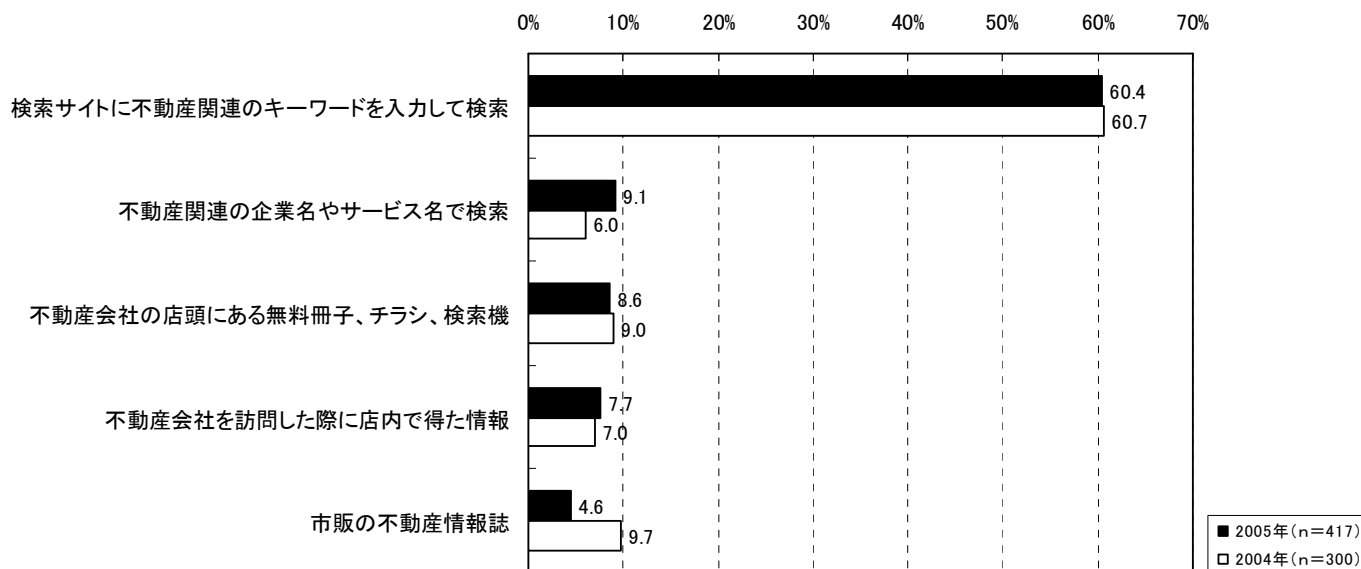
●「3人以上」 (n=50)



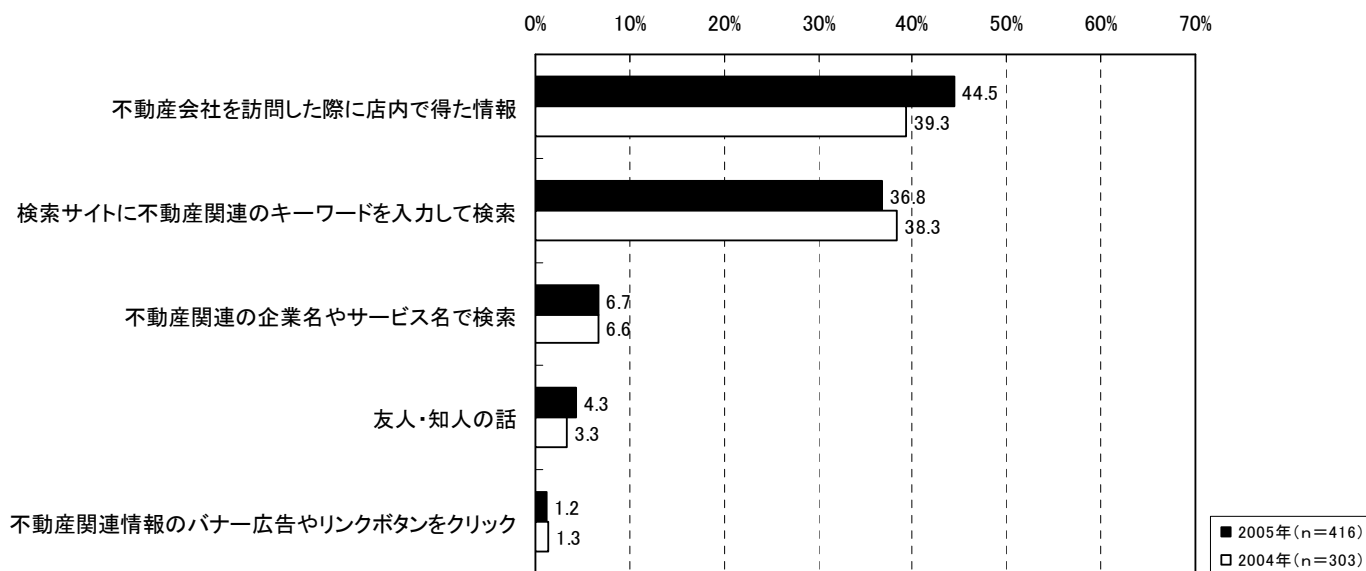
3-2. 「最初に利用した」媒体と「最も役に立った」媒体 ※上位 5 項目

“最初に利用”したのは「検索サイト」で、全体の6割が利用。
 “最も役に立った”のは「不動産会社の店内で得た情報」で、
 前年比 5.2 ポイント増の 44.5%が支持。特にカップルの支持率高い。

＜最初に利用した媒体＞



＜最も役に立った媒体＞



住まい探しの際に最初に利用したのは「検索サイトに不動産関連のキーワードを入れて検索」で、前年とほぼ同率の 60.4%を占めています。

一方、最も役に立った媒体は「不動産会社を訪問した際に店内で得た情報」で、前年比 5.2 ポイント増の 44.5%と半数近くにのびりました。この「店内情報」は、特にカップルの回答が 47.6%と最も高く（9 ページ）、また、シングルも「店内情報」を支持していますが、ファミリーには「検索サイト」の方が使い勝手が良いようです。

<入居人数別トップ5>

● 「1人」

最初に利用した媒体 (n=225)			最も役に立った媒体 (n=224)		
1	検索サイトに不動産関連のキーワードを入力して検索	56.9%	1	不動産会社を訪問した際に店内で得た情報	44.2%
2	不動産会社の店頭にある無料冊子、チラシ、検索機	11.1%	2	検索サイトに不動産関連のキーワードを入力して検索	37.9%
3	不動産会社を訪問した際に店内で得た情報	8.4%	3	不動産関連の企業名やサービス名で検索	6.3%
	不動産関連の企業名やサービス名で検索	8.4%	4	友人・知人の話	5.8%
5	友人・知人の話	4.9%	5	不動産関連情報のバナー広告やリンクボタンをクリック	1.3%

● 「2人」

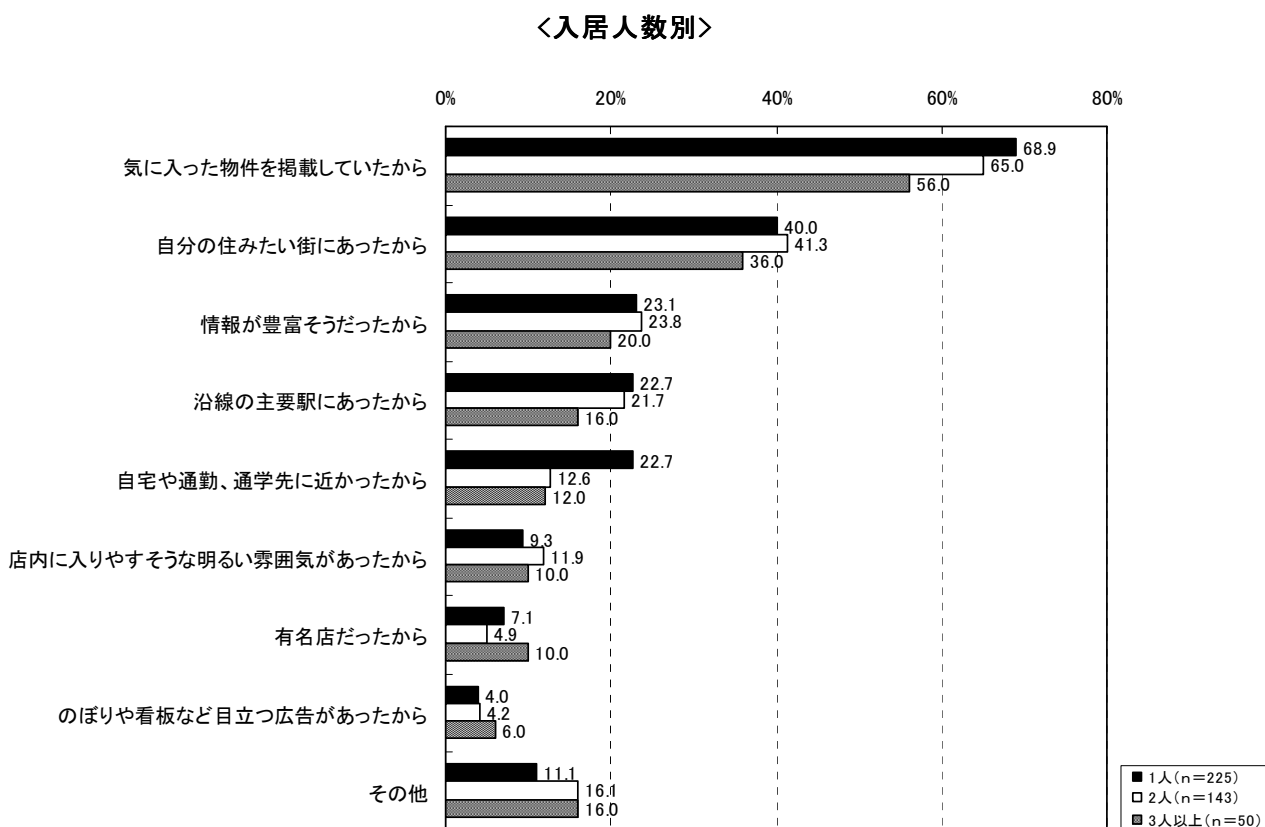
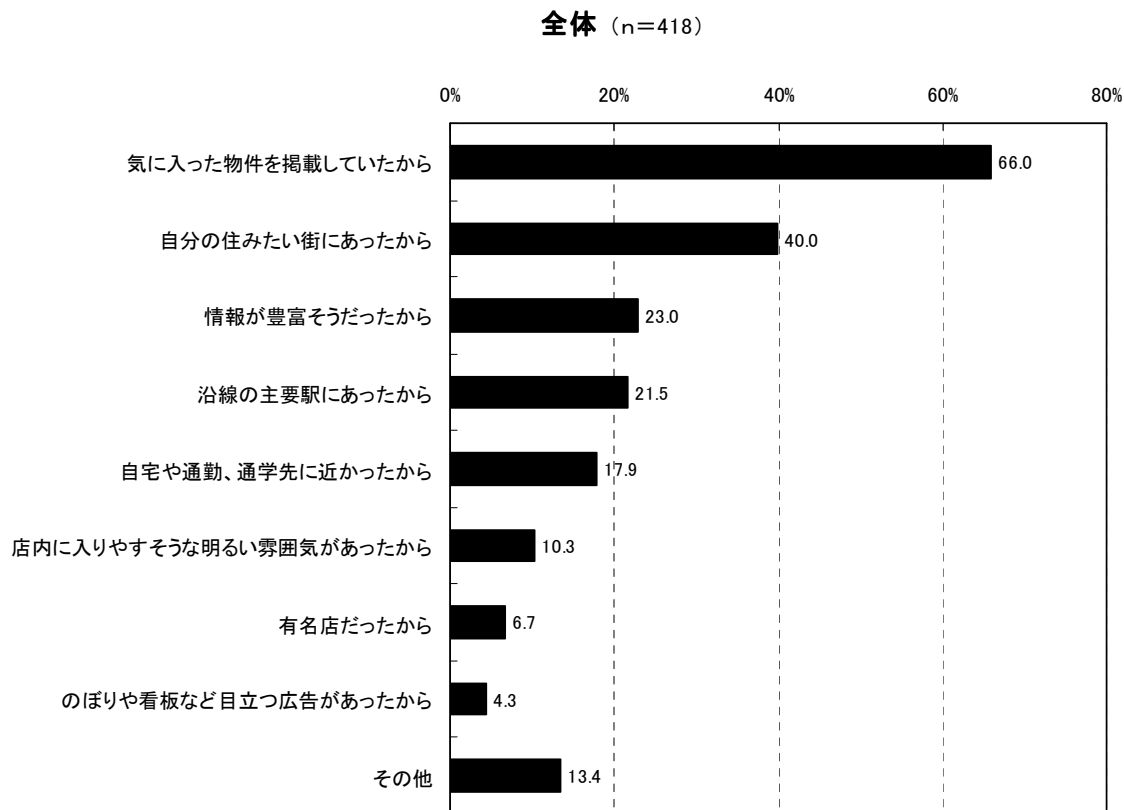
最初に利用した媒体 (n=142)			最も役に立った媒体 (n=143)		
1	検索サイトに不動産関連のキーワードを入力して検索	66.2%	1	不動産会社を訪問した際に店内で得た情報	47.6%
2	不動産関連の企業名やサービス名で検索	9.2%	2	検索サイトに不動産関連のキーワードを入力して検索	33.6%
3	不動産会社の店頭にある無料冊子、チラシ、検索機	7.0%	3	不動産関連の企業名やサービス名で検索	8.4%
4	不動産会社を訪問した際に店内で得た情報	6.3%	4	メールマガジンの広告を見てクリック	2.8%
5	市販の不動産情報誌	5.6%	5	友人・知人の話	2.1%

● 「3人以上」

最初に利用した媒体 (n=50)			最も役に立った媒体 (n=49)		
1	検索サイトに不動産関連のキーワードを入力して検索	60.0%	1	検索サイトに不動産関連のキーワードを入力して検索	40.8%
2	不動産関連の企業名やサービス名で検索	12.0%	2	不動産会社を訪問した際に店内で得た情報	36.7%
3	不動産会社を訪問した際に店内で得た情報	8.0%	3	不動産関連の企業名やサービス名で検索	4.1%
	友人・知人の話	8.0%		友人・知人の話	4.1%
5	不動産会社の店頭にある無料冊子、チラシ、検索機	2.0%		不動産関連情報のバナー広告やリンクボタンをクリック	4.1%

4. 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）

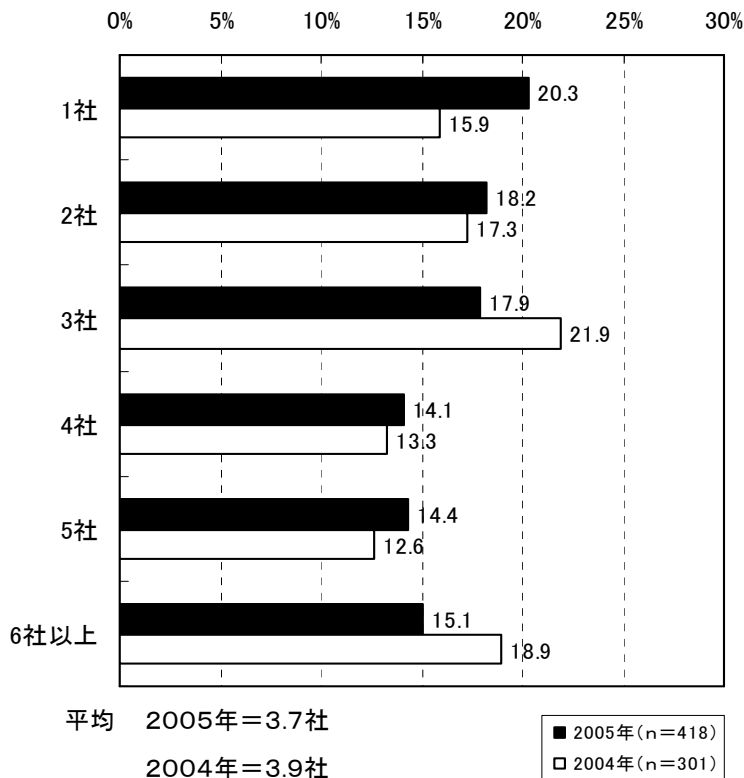
訪問の“きっかけ“のトップは「気に入った物件を掲載していたから」で全体の3分の2が回答。次いで「自分の住みたい街にあったから」が4割。シングルは、お店へのアクセスの良さも大きなきっかけに。



5. 新居決定までに訪問した不動産会社数は？

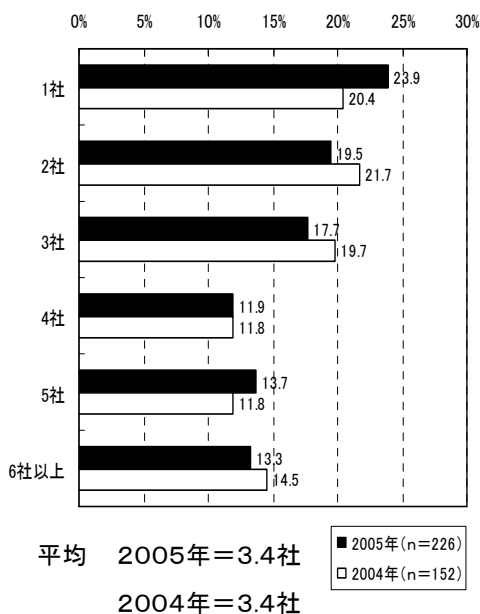
訪問した会社数は「1社」という回答が最も多く 20.3%、以下「2社」18.2%、「3社」17.9%と続き、平均は「3.7社」で前年比 0.2社減少。
 ネットでの入手情報増え、ファミリーでは前年比 0.6社減と大幅に減少。

全体

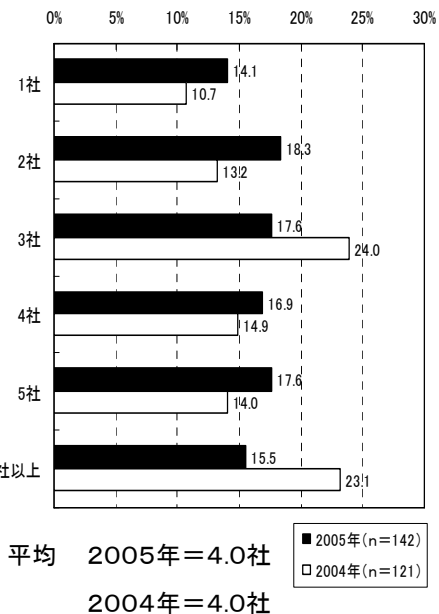


<入居人数別>

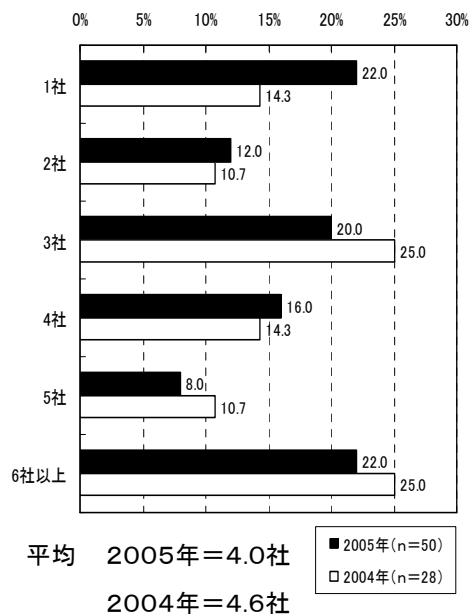
●「1人」



●「2人」



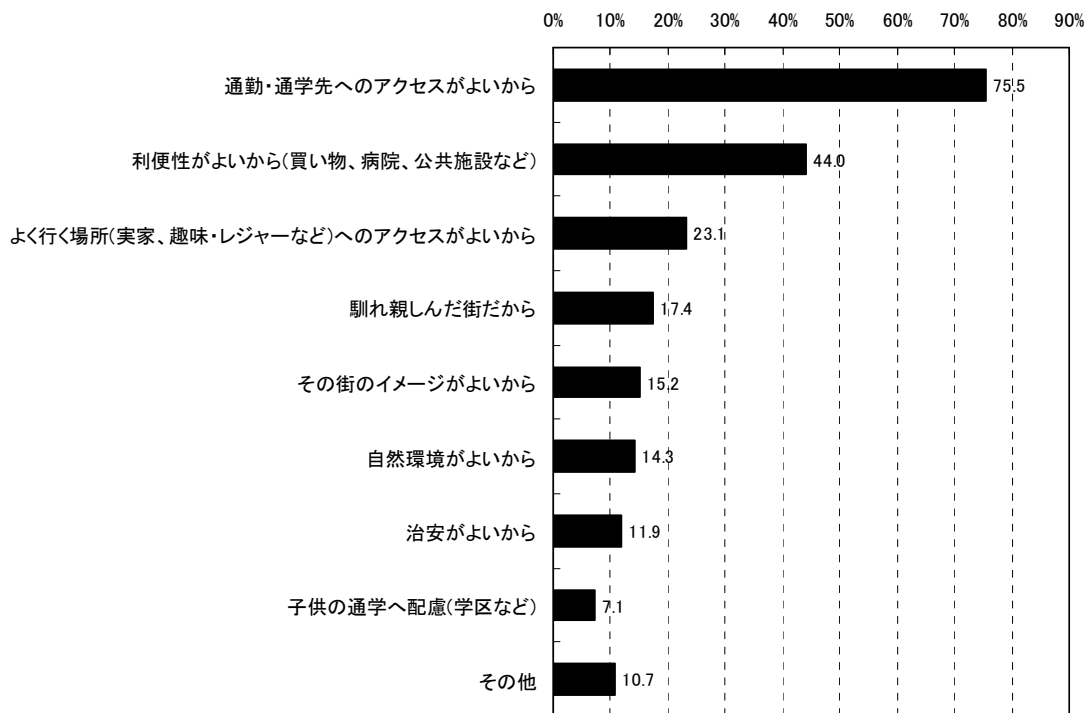
●「3人以上」



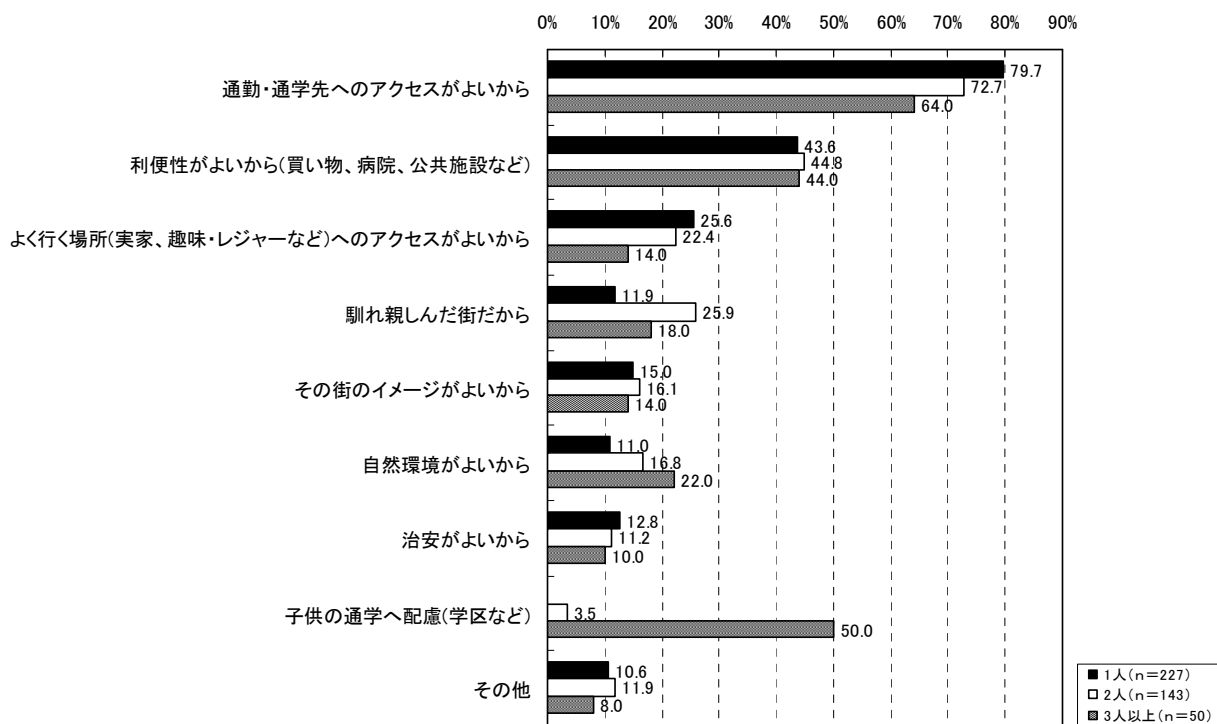
6. 新居がある街(駅)を決めた理由は？(複数回答)

住む街を決めた第一の理由は「通勤・通学先へのアクセスの良さ」。
 買い物、病院、公共施設が近いなど「利便性の良さ」も大きなポイントに。
 ファミリーの半数は、学区など「子供の通学」に配慮。
 カップルは、「馴れ親しんだ街」への愛着も。

全体 (n=420)

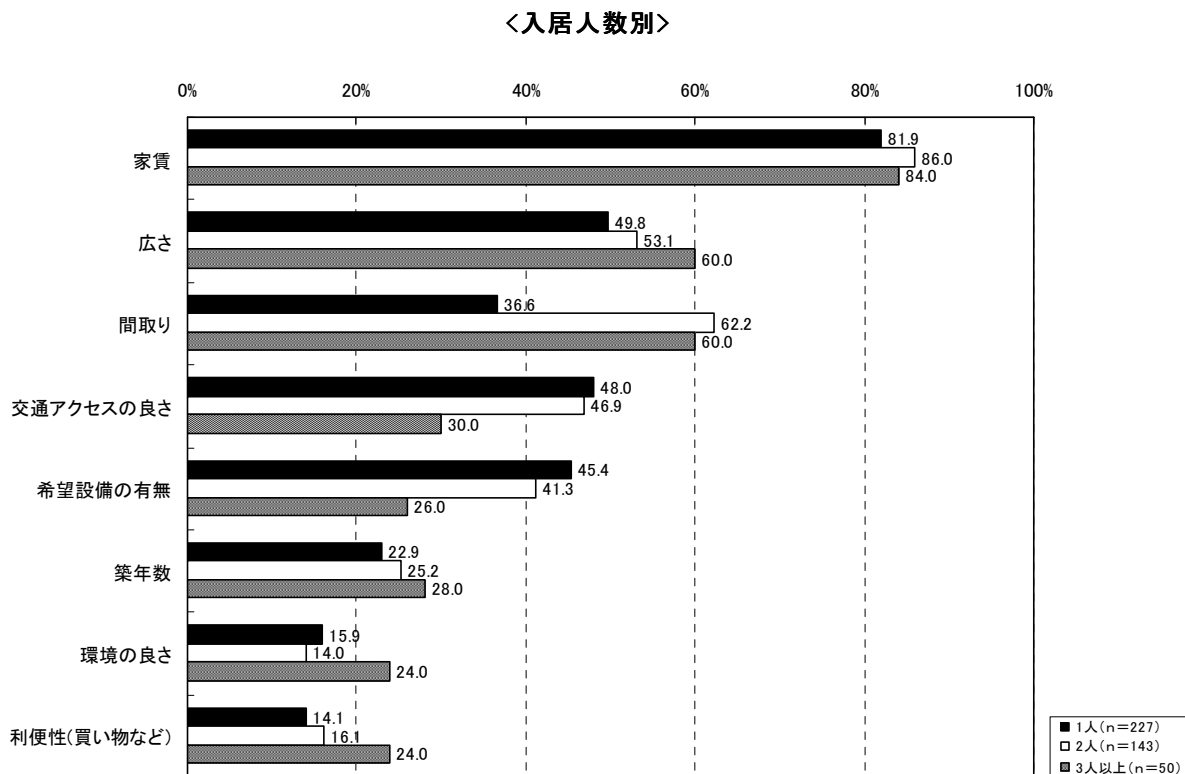
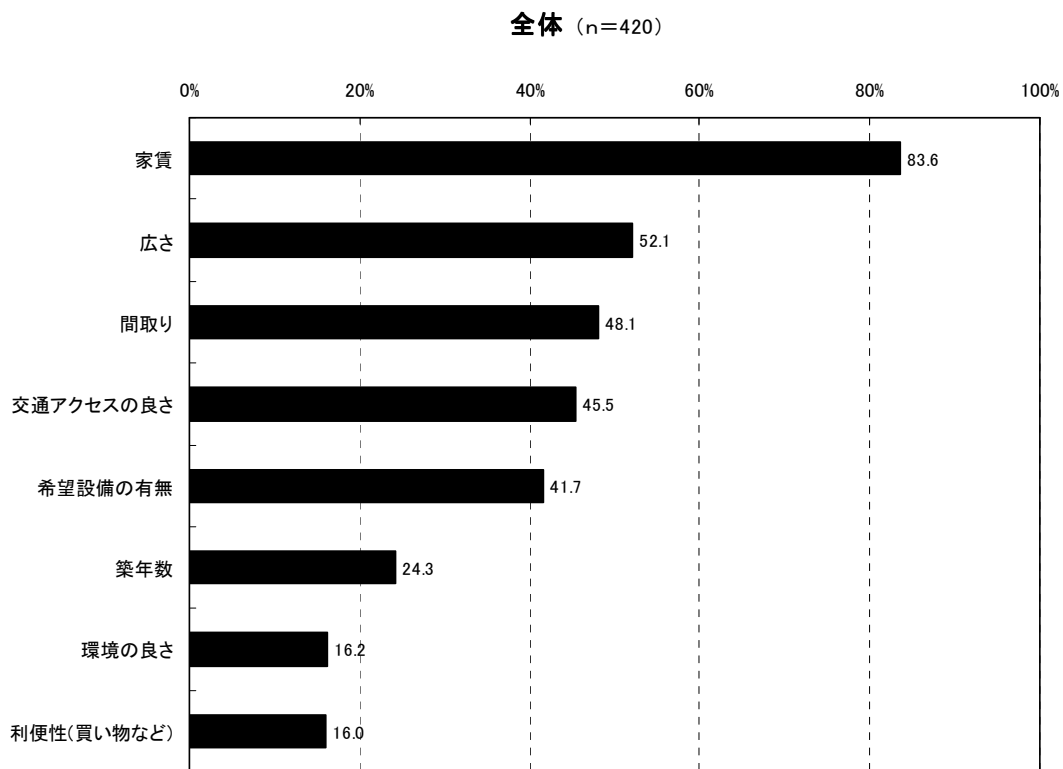


<入居人数別>



7-1. 住まい探しの際、重視した条件は？（複数回答）

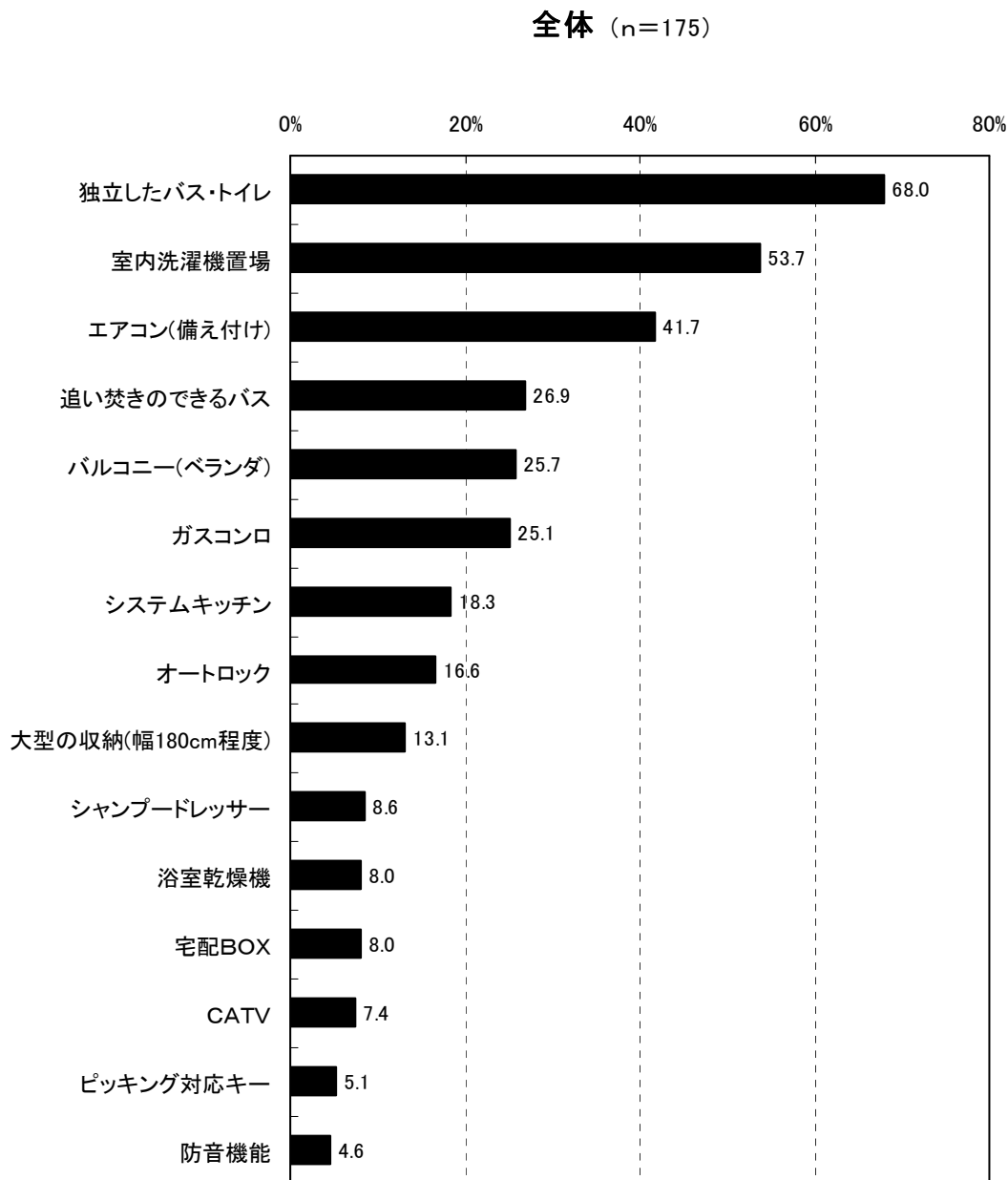
やはり「家賃」が最大のポイント、他の条件を大きく引き離す。
 以下、シングルは「広さ」「交通アクセスの良さ」と続き、
 カップルは「間取り」にこだわりが。
 また、ファミリーは「広さ」「間取り」が同率2位に。



7-2. (7-1)で「希望設備の有無」を重視した方、決め手となった機能・設備は？(複数回答)

※上位15項目

決め手となった設備は「独立したバス・トイレ」で68.0%が回答。
特にカップルでは81.4%とダントツ。
シングルは意外にも「室内洗濯機置場」へのニーズが高い。
ファミリーの決め手は「追い焚きのできるバス」。

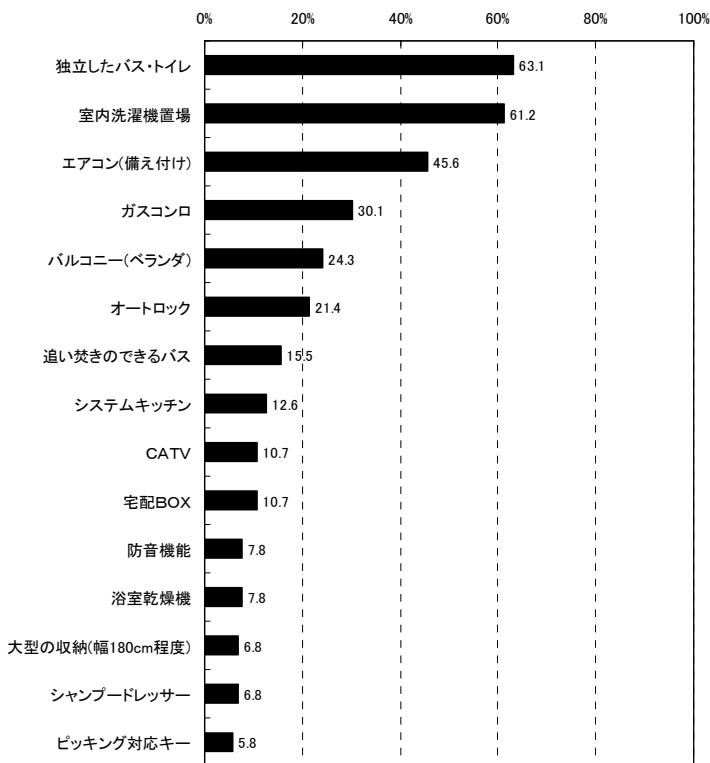


住まい探しの際、重視した条件として「希望設備の有無」を選んだ人に、決め手となった機能・設備を聞いたところ、トップは「独立したバス・トイレ」で68.0%が回答。以下、「室内洗濯機置場」(53.7%)、「エアコン(備え付け)」(41.7%)と続いています。

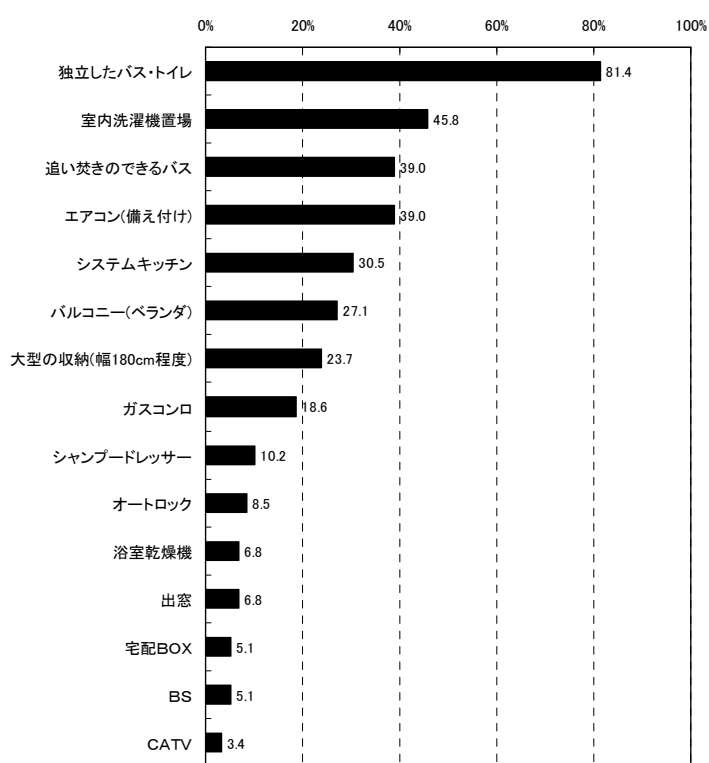
これを新居の入居人数別に見ますと、「独立したバス・トイレ」は特にカップルのニーズが高く81.4%とダントツ。一方、シングルは意外にも「室内洗濯機置場」と回答した人が61.2%を占めました。また、ファミリーは「追い焚きのできるバス」が61.5%と最も多く、大きな決め手となっています。

<入居人数別「決め手となった機能・設備」> ※上位15項目

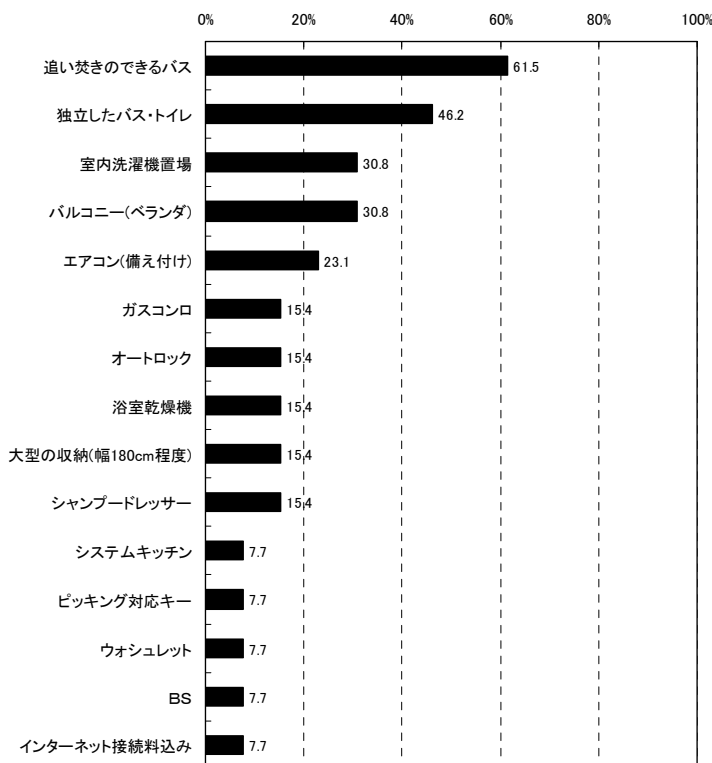
●「1人」(n=103)



●「2人」(n=59)



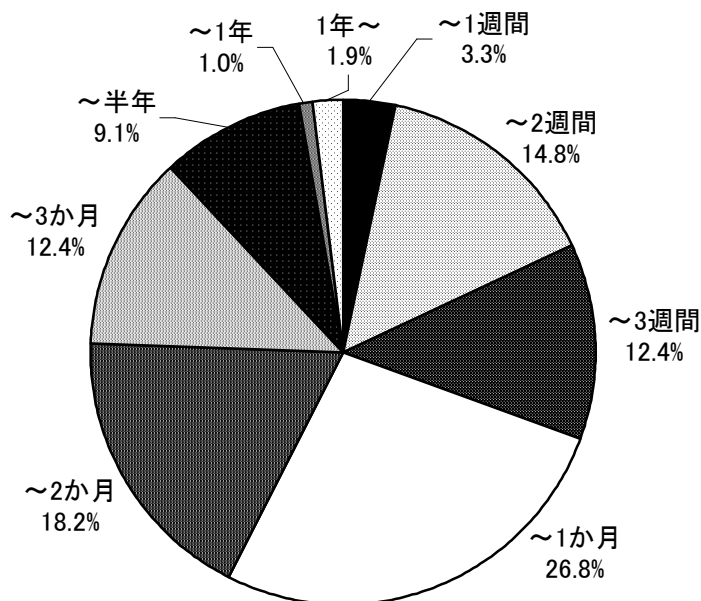
●「3人以上」(n=13)



8. 新居の決定までにかかった日数は？

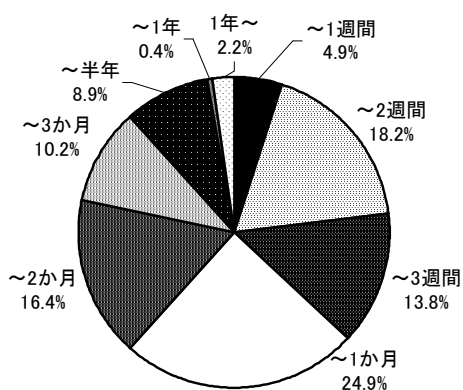
新居決定までにかかった日数、最も多いのは「3週間～1か月」。
 シングル・ファミリーは8割近くが「2か月以内」に決定。
 新婚生活をスタートするカップルは慎重!? 「2か月超」が3割占める。

全体 (n=418)

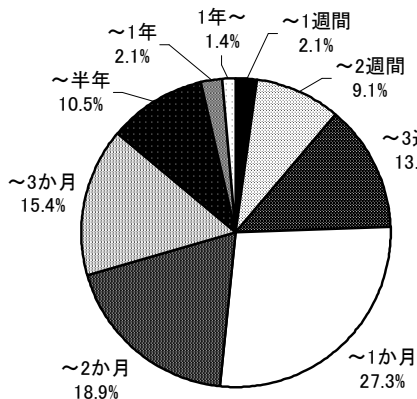


<入居人数別>

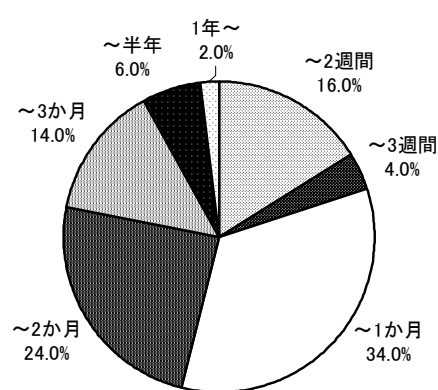
●「1人」 (n=225)



●「2人」 (n=143)



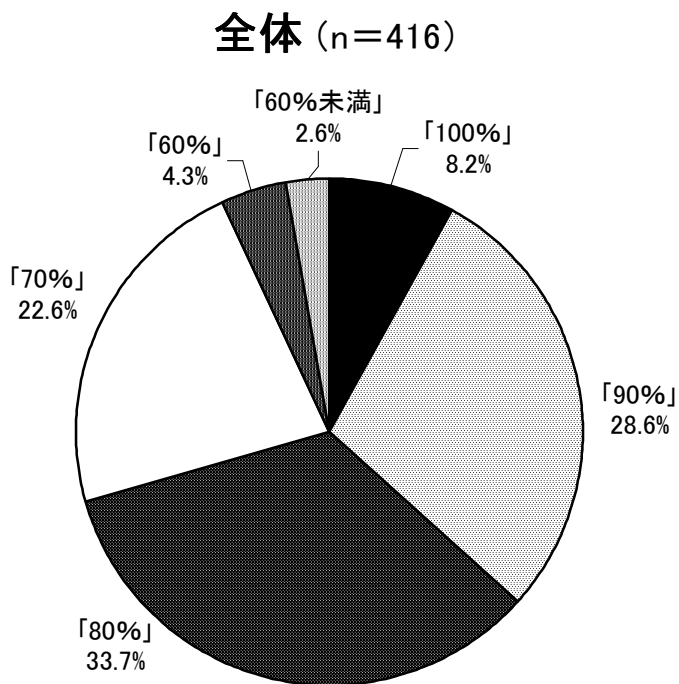
●「3人以上」 (n=50)



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、全体の26.8%、ファミリーでは34.0%となっています。また、シングルとファミリーは8割近くが「2か月以内」に決めており意思決定が早いようですが、カップルは「2か月超」が約3割を占め、新婚生活をスタートする大切な住まいを決めるためか慎重な姿勢がうかがえます。

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、「80%以上」が7割超。
 シングルは、短期間で決めた人が多いためか「90%以上」の回答少ない。
 慎重に決定したカップルは満足度が高く、「90%以上」が46.5%に。



<入居人数別>

