まだ、ここにない、出会い。
RECRUIT

※調査結果の一部に誤りがありましたため、内容の差し替えを行っております
（2015年7月30日）

2015年7月17日
株式会社リクルート住まいカンパニー

2014年度 賃貸契約者に見る部屋探しの実態調査 （関西版）

部屋探し時、利用した情報源で「スマートフォン」は23.9%に
不動産会社への訪問数は平均1.5店舗。0店舗の人が増加傾向。

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、賃貸物件に契約した人を対象に調査を実施してまいりましたが、2014年度の契約者調査の結果（2015年5月実施）の一部を抜粋してご報告申し上げます。

調査トピックス

●部屋探し時の利用情報源で、スマートフォンサイト・アプリ利用率が23.9%と昨年より2.2ポイント増加。スマートフォンサイト・アプリ利用率の増加傾向が続く。利用率トップのPCサイトは減少が続き、2014年では44.6%。（4P）

●不動産会社店舗への訪問数は平均1.5店舗。「0店舗（訪問していない）」は11.2%と過去３年間の調査で最も高い割合。（5P）

●見学した物件数は平均3.6件。見学数「０件（見学していない）」は8.7%、「１件」は13.1%。（6P）

●入居時の設備・仕様について、全体でみた必要度（次に引越す時は（も）絶対欲しい）の1位は「エアコン付き」で49.5%、2位「都市ガス」45.7%、3位「TVモニター付インターフォン」42.9%と続く。（7P）

●入居時の設備・仕様について、これまでに利用経験がない人に限った場合の必要度（次に引越す時は（も）絶対欲しい）は、1位「追い焚き機能つきの風呂」22.5%、2位「遮音性能の高い窓」20.3%、3位「TVモニター付インターフォン」19.8%。（8P）

●自宅で希望するインターネット通信環境は「もともと物件に付いている光回線などの高速ネット通信（無料・家賃に込）」が最も多く38.7%。（10P）

●現地を内覧しているような動画としてニーズが高いものは「部屋の中を実際に移動し、動線が分かる動画」（73.2%）、「リビング・各居室全体を映した動画」（61.7%）、「キッチンや水回りの設備を稼働させてる動画」（57.1%）が上位。（11P）

●１物件あたり写真20点を見ることができる不動産検索サイトがあるとして、今後さらに欲しい/あると嬉しい情報は「実際に物件を内見しているかのような内覧動画がある」が最も高く45.0%。（12P）

●借主負担DIY型賃貸借契約を認知している人の割合は9.5%。入居後にリフォーム・カスタマイズを実施したことがある人の割合は12.1%。（13P）

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、ここにない、出会い。」を届けていきます

【本件に関するお問い合わせ先】
（株）リクルート住まいカンパニー　企画統括室　統括部　カンパニー・コミュニケーショングループ
TEL: 03-6835-5290　E-mail : sumai_press@r.recruit.co.jp

調査概要（2014年度賃貸契約者に見る部屋探しの実態調査）

■ 調査目的　2014年度に賃貸物件を契約した人の行動実態を把握すること

■ 調査対象　下記条件を満たすマクロミルモニタの男女個人

1.現在の**居住形態が「賃貸」**である
2.上記の「賃貸」住宅への**入居時期が2014年4月1日～2015年3月31日**である
3.上記「賃貸」住宅の**物件選びに関与**した（「やや関与」は除く）
4.1年以内にお部屋探し（賃貸住宅）に関するアンケートに答えていない
5.回答者本人が調査業・広告代理業でない

■実際回収数

（人）

	単身（未婚）			既婚	合計
	男性	女性	男女・計		
20歳未満	9	16	25	0	25
20-24歳	20	42	62	16	78
25-29歳	19	42	61	47	108
30-39歳	27	42	69	83	152
40-59歳	男女の割り付けなし		60	43	103
60歳以上	性別・未既婚の割り付けなし				7
合計					473

■ 調査地域　関西（大阪府、京都府、兵庫県）

■ 調査方法　インターネットリサーチ

■ 調査時期　スクリーニング調査：　2015年5月1日～5月25日
本調査：　2015年5月12日～5月25日

■ 本調査有効回答数　473サンプル（大阪府、京都府、兵庫県）

■ 調査実施機関　株式会社マクロミル

<参考>

調査概要（2013年度 賃貸契約者に見る部屋探しの実態調査）

■ 調査目的　2013年度に賃貸物件を契約した人の行動実態を把握すること
■ 調査対象　下記条件を満たすマクロミルモニタの男女個人
1.現在の居住形態が「賃貸」である
2.上記の「賃貸」住宅への入居時期が2013年4月1日～2014年3月31日である
3.上記「賃貸」住宅の物件選びに関与した（「やや関与」は除く）

※2府1県の賃貸入居者数を元に、性・年齢・未既婚別に以下表のとおり割付け回収

■ 調査地域　関西（大阪府、京都府、兵庫県）
■ 調査方法　インターネットリサーチ
■ 調査時期　スクリーニング調査:2014年4月28日～5月20日
本調査: 2014年5月2日～5月20日
■ 有効回答数　465サンプル（大阪府、京都府、兵庫県）
■ 調査実施機関　株式会社マクロミル

■実際回収数　（人）

	単身（未婚）			既婚	合計
	男性	女性	男女・計		
20歳未満	13	16	29	1	30
20-24歳	24	64	88	11	99
25-29歳	18	50	68	40	108
30-39歳	33	38	71	60	131
40-59歳	男女の割り付けなし		54	37	91
60歳以上	性別・未既婚の割り付けなし				6
合計					465

調査概要（2012年度 賃貸契約者に見る部屋探しの実態調査）

■ 調査目的　2012年度に賃貸物件を契約した人の行動実態を把握すること
■ 調査対象　下記条件を満たすマクロミルモニタの男女個人
1. 現在の居住形態が「賃貸」である
2. 上記の「賃貸」住宅への入居時期が2012年4月1日～2013年3月31日である
3. 上記「賃貸」住宅の物件選びに関与した（「やや関与」は除く）

※2府1県の賃貸入居者数を元に、性・年齢・未既婚別に以下表のとおり割付け回収

■ 調査地域　関西（大阪府、京都府、兵庫県）
■ 調査方法　インターネットリサーチ
■ 調査時期　スクリーニング調査： 2013年4月19日～5月13日
本調査： 2013年4月24日～5月13日
■ 有効回答数　413サンプル（大阪府、京都府、兵庫県）
■ 調査実施機関　株式会社マクロミル

■実際回収数　（人）

	単身（未婚）			既婚	合計
	男性	女性	男女・計		
20歳未満	9	13	22	0	22
20-24歳	20	58	78	14	92
25-29歳	23	49	72	37	109
30-39歳	38	30	68	46	114
40-59歳	男女の割り付けなし		40	30	70
60歳以上	性別・未既婚の割り付けなし				6
合計					413

部屋探し時の利用情報源

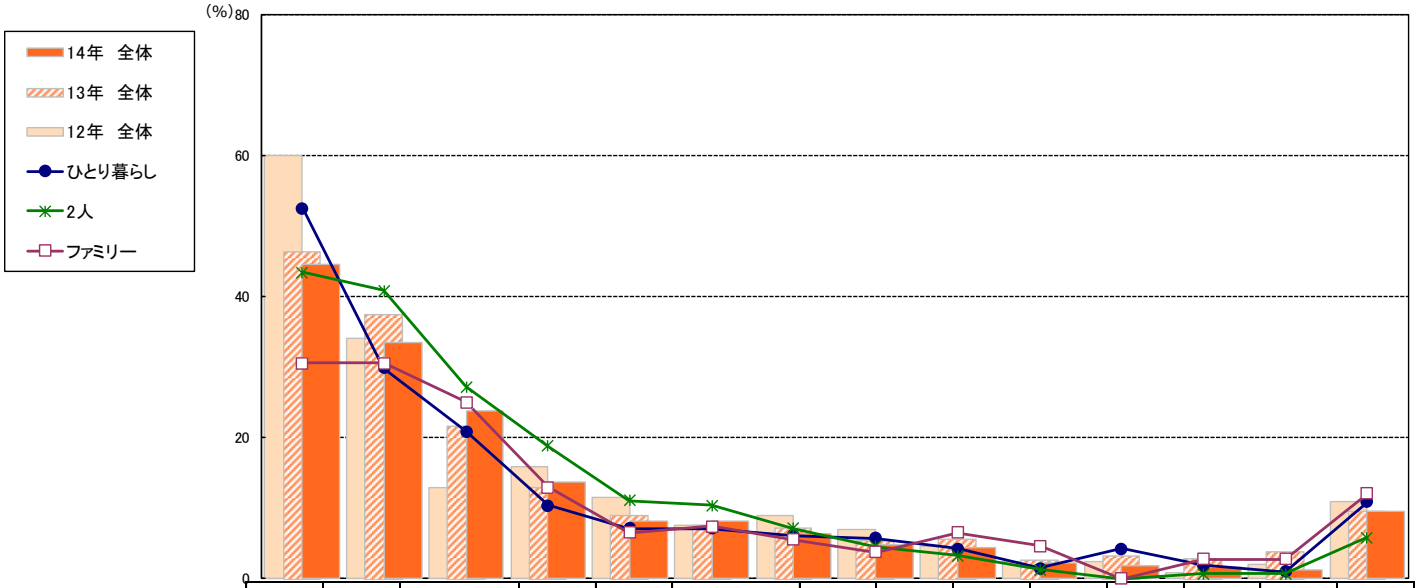
部屋探し時の利用情報源で、スマートフォンサイト・アプリが23.9%と昨年より2.2ポイント増加。一方、PCサイトの利用率は減少が続き、2012年から2年間で15.4ポイントの減。

◇利用した情報源は、「PCサイト」（44.6%）がトップだが、 2012年以降減少傾向が続く（2012年60.0%→2014年44.6%）。「PCサイト」が減少傾向をみせるのとは反対に、「スマートフォンサイト・アプリ」の利用率は、2012年12.8%→2013年21.7%→2014年23.9%と連続して、大きく伸びている。

◇世帯構成別にみると、【ひとり暮らし・女性社会人】では特にスマートフォンの利用率が高く、32.5%となっている。一方【学生】はスマートフォンの利用率が低く12.5%。 また【ファミリー】では、特に「PCサイト」の利用率が低く30.6%。

■部屋探しに利用した情報源（全体／複数回答）

「14年　全体」のスコア降順にてソート



		調査数	PCサイト（不動産ポータルサイト・不動産会社が運営するサイト等）	不動産会社に直接訪問	スマートフォンサイト・アプリ（不動産ポータルサイト・不動産会社が運営するサイト等）	不動産会社からもらった間取り等の資料・パンフレット	不動産会社の貼紙	携帯電話サイト（不動産ポータルサイト・不動産会社が運営するサイト等）	不動産会社の店頭にある無料冊子	フリーペーパー、無料のタウン誌	不動産会社にいる知り合い	市販の賃貸情報誌	学校の紹介	タブレットサイト	その他	具体的な情報収集はしていない
14年　全体		473	44.6	33.6	23.9	13.7	8.2	8.2	6.3	4.9	4.4	2.1	1.9	1.7	1.3	9.5
13年　全体		465	46.5	37.4	21.7	12.9	9.0	7.5	7.1	5.4	5.6	2.6	3.2	2.8	3.9	9.5
12年　全体		413	60.0	34.1	12.8	16.0	11.6	7.5	9.0	7.0	4.6	2.4	2.4	0.7	1.9	10.9
14年	ひとり暮らし	211	52.6	29.9	20.9	10.4	7.1	7.1	6.2	5.7	4.3	1.4	4.3	1.9	0.9	10.9
世帯	学生	48	43.8	25.0	12.5	16.7	4.2	8.3	12.5	2.1	4.2	—	18.8	2.1	—	6.3
構成別	社会人・計	151	55.6	33.8	24.5	9.3	8.6	6.6	4.6	7.3	4.6	1.3	—	2.0	1.3	9.9
	男性社会人	71	59.2	38.0	15.5	7.0	8.5	2.8	4.2	5.6	4.2	—	—	2.8	1.4	8.5
	女性社会人	80	52.5	30.0	32.5	11.3	8.8	10.0	5.0	8.8	5.0	2.5	—	1.3	1.3	11.3
	2人	154	43.5	40.9	27.3	18.8	11.0	10.4	7.1	4.5	3.2	1.3	—	0.6	0.6	5.8
	ファミリー	108	30.6	30.6	25.0	13.0	6.5	7.4	5.6	3.7	6.5	4.6	—	2.8	2.8	12.0

+5.0　14年全体値より5ポイント以上高い数値
-5.0　14年全体値より5ポイント以上低い数値

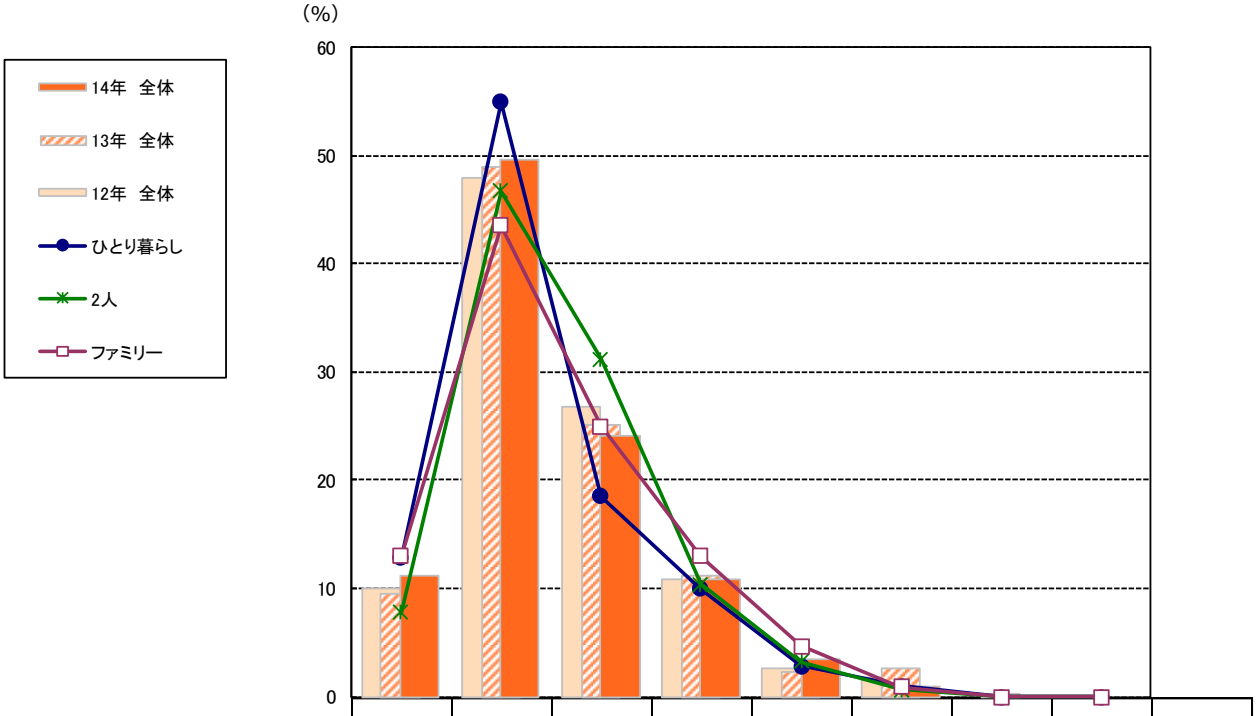
不動産会社店舗への訪問数

部屋探しの際の不動産会社店舗への訪問数は平均1.5店舗。「0店舗（訪問していない）」は11.2%と過去３年間の調査で最も高い割合。

◇訪問した不動産会社店舗数は「0店舗（訪問していない）」が11.2%で、およそ9人に1人は一度も不動産会社へ訪問せず物件を決定している。「1店舗」が49.7%となり、１店舗以下の人は6割を超える。

◇世帯構成別にみると、【ひとり暮らし】、その中でも特に【学生】と【男性社会人】は「１店舗」のみの割合が全体より高い。

■部屋探しのために訪問した不動産会社店舗数（全体／単一回答＋実数回答）



		調査数	0店舗（訪問していない）	1店舗	2店舗	3店舗	4店舗	5店舗	6～9店舗	10店舗以上	平均（店舗）
14年　全体		473	11.2	49.7	24.1	10.8	3.4	0.8	—	—	1.5
13年　全体		465	9.5	49.0	25.2	11.2	2.4	2.6	0.2	—	1.6
12年　全体		413	9.9	47.9	26.9	10.9	2.7	1.7	—	—	1.5
14年	ひとり暮らし	211	12.8	55.0	18.5	10.0	2.8	0.9	—	—	1.4
世帯	学生	48	12.5	62.5	16.7	8.3	—	—	—	—	1.2
構成別	社会人・計	151	9.9	53.6	19.9	11.3	4.0	1.3	—	—	1.5
	男性社会人	71	11.3	59.2	15.5	11.3	2.8	—	—	—	1.4
	女性社会人	80	8.8	48.8	23.8	11.3	5.0	2.5	—	—	1.6
	2人	154	7.8	46.8	31.2	10.4	3.2	0.6	—	—	1.6
	ファミリー	108	13.0	43.5	25.0	13.0	4.6	0.9	—	—	1.6

+5.0　14年全体値より5ポイント以上高い数値
-5.0　14年全体値より5ポイント以上低い数値

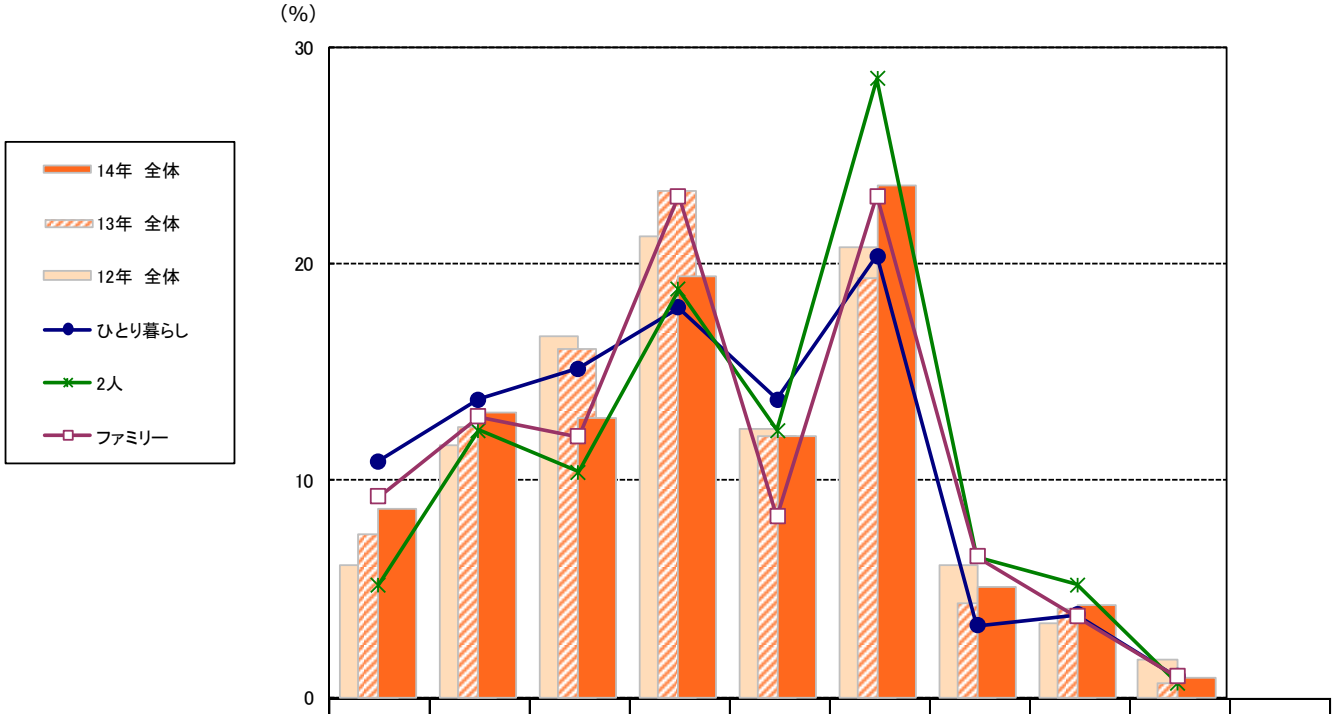
部屋探しの際に見学した物件数

部屋探しの際に、見学した物件数は平均3.6件。昨年とほぼ同程度。 見学数「０件（見学していない）」は8.7%、「１件」は13.1%。

◇世帯構成別に大きな差は見られないが、【学生】は「0件（見学していない）」の割合がより高く、平均値が2.9件と唯一３件を下回る。

◇昨年との比較で見ると、ボリュームゾーンである「2件」「3件」の割合が減少し、1件以下と4件以上の割合がそれぞれ増加している。

■部屋探しの際に見学した物件数（全体／単一回答＋実数回答）



		調査数	0件（見学していない）	1件	2件	3件	4件	5件	6～9件	10～14件	15件以上	平均（物件数）
14年　全体		473	8.7	13.1	12.9	19.5	12.1	23.7	5.1	4.2	0.8	3.6
13年　全体		465	7.5	12.5	16.1	23.4	12.0	19.4	4.3	4.1	0.6	3.5
12年　全体		413	6.1	11.6	16.7	21.3	12.3	20.8	6.1	3.4	1.7	3.7
14年	ひとり暮らし	211	10.9	13.7	15.2	18.0	13.7	20.4	3.3	3.8	0.9	3.3
世帯	学生	48	14.6	14.6	16.7	16.7	20.8	12.5	2.1	—	2.1	2.9
構成別	社会人・計	151	7.3	12.6	15.9	19.2	11.9	23.2	4.0	5.3	0.7	3.6
	男性社会人	71	7.0	14.1	15.5	16.9	15.5	22.5	2.8	5.6	—	3.5
	女性社会人	80	7.5	11.3	16.3	21.3	8.8	23.8	5.0	5.0	1.3	3.7
	2人	154	5.2	12.3	10.4	18.8	12.3	28.6	6.5	5.2	0.6	3.9
	ファミリー	108	9.3	13.0	12.0	23.1	8.3	23.1	6.5	3.7	0.9	3.6

+5.0　14年全体値より5ポイント以上高い数値
-5.0　14年全体値より5ポイント以上低い数値

設備・仕様のニーズ（1）

入居時の設備・仕様について、”次に引越す時は（も）絶対欲しい”設備・仕様は、1位は「エアコン付き」で49.5%。2位「都市ガス」45.7%、3位「 TVモニター付インターフォン」42.9%と続く。

◇「エアコン付き」「都市ガス」「TVモニター付インターフォン」は利用経験率が高く、必要度も高い。

■入居物件決定の際の設備・仕様の必要度（全体／単一回答）

※建物の設備の必要度は「次に引越す時は(も)絶対欲しい」「次に引越す時は(も)できれば欲しい」「次に引越す時はいらない」の3段階のうち、最初の項目に○をつけた割合

※満足度のスコア順にソートし、全38項目中上位30項目を掲載した

	全体の経験率		全体の必要度
	調査数	利用経験率	必要度 ※次に引越す時は(も)絶対ほしい
エアコン付き	473	86.7	49.5
都市ガス	473	79.7	45.7
TVモニター付インターフォン	473	58.4	42.9
追い焚き機能つきの風呂	473	53.9	41.6
温水洗浄便座	473	54.5	32.8
宅配ボックス	473	38.3	28.3
防犯カメラ	473	41.4	28.1
シャワー機能付き洗面化粧台	473	52.6	27.5
無料もしくは安価な高速インターネット接続	473	30.2	26.0
遮音性能の高い窓	473	15.4	24.5
断熱・遮熱性能の高い窓	473	13.1	22.8
保温機能付きの浴槽	473	27.7	22.2
玄関ドアのオートロック（締めたら自動施錠）	473	29.0	22.0
ディンプルキーなどのピッキング対策のカギ	473	34.5	20.9
浴室乾燥機	473	37.4	20.5
無料もしくは安価なWi-Fi	473	9.3	20.1
LED照明	473	16.5	18.2
BS/CSアンテナ	473	37.2	17.8
節水型トイレ	473	14.6	16.1
ケーブルテレビ	473	30.0	12.9
IHクッキングヒーター	473	32.8	12.1
ガラストップコンロ	473	29.6	11.0
オール電化	473	20.7	8.7
スマートキー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）	473	10.6	7.6
エコキュートなど高効率なため電気代が安くなる給湯器	473	5.9	7.6
床暖房	473	9.3	7.2
エネファーム（都市ガスで電気を作り、電気代が安くなる装置）	473	1.5	6.8
太陽光発電（太陽光で電気を作り、電気代が安くなる装置）	473	2.5	5.9
食器自動洗浄機	473	6.6	4.9
ビルトイン浄水器	473	5.3	4.2

※利用経験率は「現在住んでいる物件に設置されている+過去に住んでいた物件に設置されていた」計

（単位：%）

設備・仕様のニーズ（2）

SUUMO スーモ

これまでに利用経験がない人に限った場合の”次に引越す時は(も)絶対欲しい”設備･仕様は、1位「追い焚き機能つきの風呂」22.5%。2位「遮音性能の高い窓」20.3%、3位「TVモニター付インターフォン」19.8%。

◇「TVモニター付インターフォン」は全体ベース、利用経験がない人ベースとも3位となり、どちらでも上位に位置する。

◇「遮音性能の高い窓」は、全体ベースでは必要度が10位だが、利用経験が無い人ベースでは2位と高く、潜在ニーズの高まりが考えられる。

■未経験者に限定した、入居物件決定の際の設備・仕様の必要度 （全体／単一回答）

※建物の設備の必要度は「次に引越す時は(も)絶対欲しい」「次に引越す時は(も)できれば欲しい」「次に引越す時はいらない」の3段階のうち、最初の項目に○をつけた割合

※満足度のスコア順にソートし、全38項目中上位30項目を掲載した

	全体の経験率と必要度			当該設備の経験がない人ベースの必要度	
	調査数	利用経験率	必要度	調査数	必要度 ※次に引越す時は(も)絶対ほしい
追い焚き機能つきの風呂	473	53.9	41.6	218	22.5
遮音性能の高い窓	473	15.4	24.5	400	20.3
TVモニター付インターフォン	473	58.4	42.9	197	19.8
断熱・遮熱性能の高い窓	473	13.1	22.8	411	18.0
無料もしくは安価な高速インターネット接続	473	30.2	26.0	330	17.0
都市ガス	473	79.7	45.7	96	16.7
温水洗浄便座	473	54.5	32.8	215	15.8
無料もしくは安価なWi-Fi	473	9.3	20.1	429	15.2
保温機能付きの浴槽	473	27.7	22.2	342	12.9
宅配ボックス	473	38.3	28.3	292	12.7
防犯カメラ	473	41.4	28.1	277	12.6
LED照明	473	16.5	18.2	395	11.9
ディンプルキーなどのピッキング対策のカギ	473	34.5	20.9	310	10.6
玄関ドアのオートロック（締めたら自動施錠）	473	29.0	22.0	336	10.4
節水型トイレ	473	14.6	16.1	404	10.4
シャワー機能付き洗面化粧台	473	52.6	27.5	224	9.8
浴室乾燥機	473	37.4	20.5	296	8.8
エコキュートなど高効率なため電気代が安くなる給湯器	473	5.9	7.6	445	7.0
IHクッキングヒーター	473	32.8	12.1	318	6.6
エアコン付き	473	86.7	49.5	63	6.3
エネファーム（都市ガスで電気を作り、電気代が安くなる装置）	473	1.5	6.8	466	6.2
BS/CSアンテナ	473	37.2	17.8	297	6.1
太陽光発電（太陽光で電気を作り、電気代が安くなる装置）	473	2.5	5.9	461	5.6
オール電化	473	20.7	8.7	375	5.3
床暖房	473	9.3	7.2	429	5.1
スマートキー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）	473	10.6	7.6	423	5.0
ケーブルテレビ	473	30.0	12.9	331	4.5
食器自動洗浄機	473	6.6	4.9	442	3.4
浴室テレビ	473	4.0	3.8	454	3.3
ビルトイン浄水器	473	5.3	4.2	448	2.9
ミストサウナ	473	5.1	3.2	449	2.9

※利用経験 6.9767442

（単位：%）

+過去に住んでいた物件に設置されていた」計

設備・仕様に対する満足度

現在住んでいる住居の設備・仕様で満足度が高いものは「ディスポーザー」（100.0%）、「スロップシンク」（100.0%）、「断熱・遮熱性能の高い窓」（100.0%）がTOP3。

◇「ディスポーザー」「スロップシンク」「断熱・遮熱性能の高い窓」「LED照明」「遮音性能の高い窓」は、利用経験率が20%未満と高くはないが、利用者の95%以上が満足している設備・仕様である。

■経験者に限定した、現在入居している建物の設備・仕様の満足度（全体／単一回答）

※建物の設備の満足度は「満足している」「やや満足している」「やや不満」「不満」の4段階のうち、最初の２つの項目に○をつけた割合

※満足度のスコア順にソートし、全38項目中上位30項目を掲載した

	全体の経験率		現在住んでいる物件に当該設備がある人ベースの満足度	
	調査数	利用経験率	調査数	満足度 ※満足している＋やや満足している
注1）ディスポーザー	473	1.9	*8*	*100.0*
注1）スロップシンク	473	4.9	*14*	*100.0*
断熱・遮熱性能の高い窓	473	13.1	39	100.0
LED照明	473	16.5	61	98.4
遮音性能の高い窓	473	15.4	44	95.5
都市ガス	473	79.7	331	95.2
ディンプルキーなどのピッキング対策のカギ	473	34.5	111	93.7
TVモニター付インターフォン	473	58.4	204	93.6
スマートキー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）	473	10.6	30	93.3
保温機能付きの浴槽	473	27.7	84	92.9
防犯カメラ	473	41.4	141	92.2
節水型トイレ	473	14.6	50	92.0
注1）床暖房	473	9.3	*23*	*91.3*
追い焚き機能つきの風呂	473	53.9	171	91.2
シャワー機能付き洗面化粧台	473	52.6	190	91.1
浴室乾燥機	473	37.4	118	90.7
エアコン付き	473	86.7	314	89.8
温水洗浄便座	473	54.5	189	88.4
玄関ドアのオートロック（締めたら自動施錠）	473	29.0	93	87.1
BS/CSアンテナ	473	37.2	131	87.0
注1）食器自動洗浄機	473	6.6	*14*	*85.7*
注1）エコキュートなど高効率なため電気代が安くなる給湯器	473	5.9	*21*	*85.7*
注1）ガス暖房	473	7.6	*13*	*84.6*
注1）灯油暖房	473	4.2	*6*	*83.3*
宅配ボックス	473	38.3	113	83.2
ケーブルテレビ	473	30.0	100	83.0
無料もしくは安価な高速インターネット接続	473	30.2	106	81.1
ガラストップコンロ	473	29.6	97	80.4
注1）太陽光発電（太陽光で電気を作り、電気代が安くなる装置）	473	2.5	*5*	*80.0*
注1）エネファーム（都市ガスで電気を作り、電気代が安くなる装置）	473	1.5	*5*	*80.0*

※利用経験率は「現在住んでいる物件に設置されている＋過去に住んでいた物件に設置されていた」計

（単位：%）

※現在住んでいる物件に当該設備がある人ベースの満足度のN値が30未満の項目は斜体にて表記

※注1）サンプル数が少ないため参考値

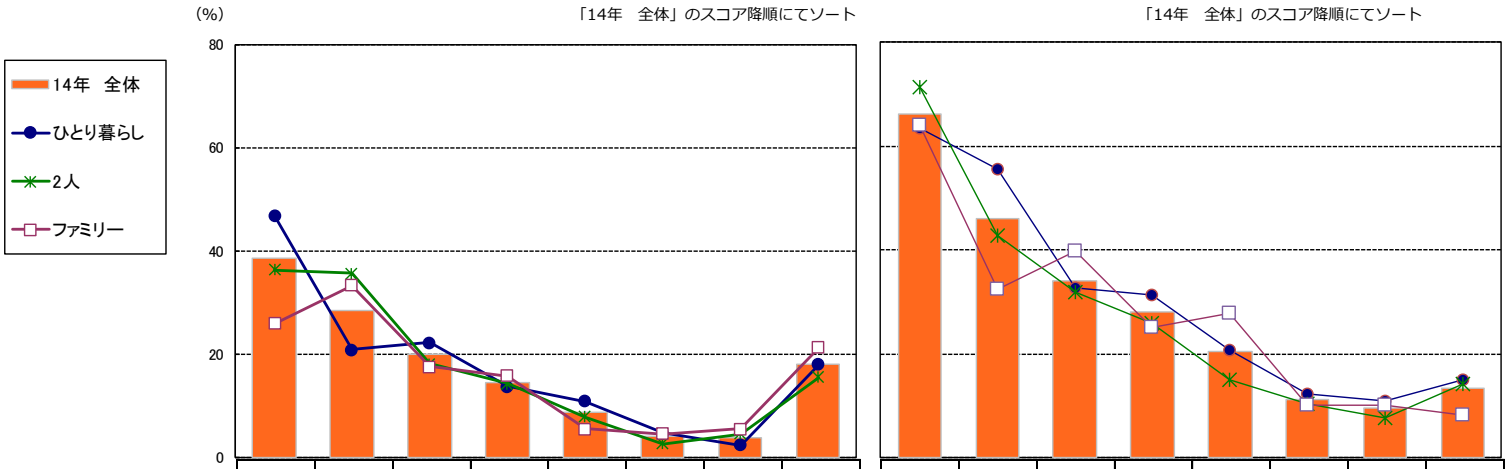
インターネット環境

自宅で希望するインターネット通信環境は「もともと物件に付いている光回線など高速ネット通信（無料・家賃に込）」が最も多い（38.7%）。
また、今後の視聴意向チャンネルでは「無料（一部有料）の動画サイト」が「地上波民放」に続いて46.1%。

◇自宅で希望するインターネット通信環境は「もともと物件に付いている光回線など高速ネット通信（無料・家賃に込）」が最も多く38.7%、「ご自身で契約した光回線」が28.5%、「もともと物件に付いているWi-Fi（無料・家賃に込）」が19.9%で続く。

◇今後の視聴意向チャンネルは1位、3位、4位、5位はデジタルテレビ放送だが、2位には「無料（一部有料）の動画サイト」が入っている。

■今後のインターネット環境意向（全体／複数回答）　**■今後の視聴意向チャンネル（全体／複数回答）**



		調査数	もともと物件に付いている光回線など高速ネット通信（無料・家賃に込）	ご自身で契約した光回線	もともと物件に付いているWi-Fi（無料・家賃に込）	ご自身で契約したモバイルルーター	もともと物件に付いている光回線など高速ネット通信（入居者負担あり）	ご自身の携帯電話やスマートフォンを利用したテザリング	もともと物件に付いているWi-Fi（入居者負担あり）	上記に当てはまるものはない	地上波民放（日テレ、関テレなど大手系列や地元局）	無料（一部有料）の動画サイト（YouTube、ニコ動画、FC2、パンドラなど）	NHK総合・Eテレ（NHK教育）	BS無料放送（民放のBS）	BS・CS有料放送（wowow、スカパー！など）	定額制の動画サイト（Hulu、ULA、dTVなど）	テレビ局の動画サイト、日テレ（NHKオンデマンドなど）	基本テレビ番組や動画は見ない／見たいものはない
14年　全体		473	38.7	28.5	19.9	14.4	8.7	4.0	3.8	18.0	66.2	46.1	34.0	28.1	20.5	11.2	9.7	13.3
14年世帯構成別	ひとり暮らし	211	46.9	20.9	22.3	13.7	10.9	4.7	2.4	18.0	63.5	55.5	32.7	31.3	20.9	12.3	10.9	15.2
	学生	48	60.4	16.7	29.2	8.3	6.3	6.3	2.1	12.5	66.7	75.0	43.8	35.4	14.6	8.3	12.5	6.3
	社会人・計	151	44.4	21.2	21.9	15.9	11.9	4.6	2.6	19.9	62.9	51.0	29.1	28.5	21.2	12.6	8.6	18.5
	男性社会人	71	39.4	29.6	15.5	16.9	15.5	2.8	2.8	15.5	63.4	45.1	26.8	31.0	18.3	9.9	4.2	23.9
	女性社会人	80	48.8	13.8	27.5	15.0	8.8	6.3	2.5	23.8	62.5	56.3	31.3	26.3	23.8	15.0	12.5	13.8
	2人	154	36.4	35.7	18.2	14.3	7.8	2.6	4.5	15.6	71.4	42.9	31.8	26.0	14.9	10.4	7.8	14.3
	ファミリー	108	25.9	33.3	17.6	15.7	5.6	4.6	5.6	21.3	63.9	32.4	39.8	25.0	27.8	10.2	10.2	8.3

+5.0　14年全体値より5ポイント以上高い数値
-5.0　14年全体値より5ポイント以上低い数値

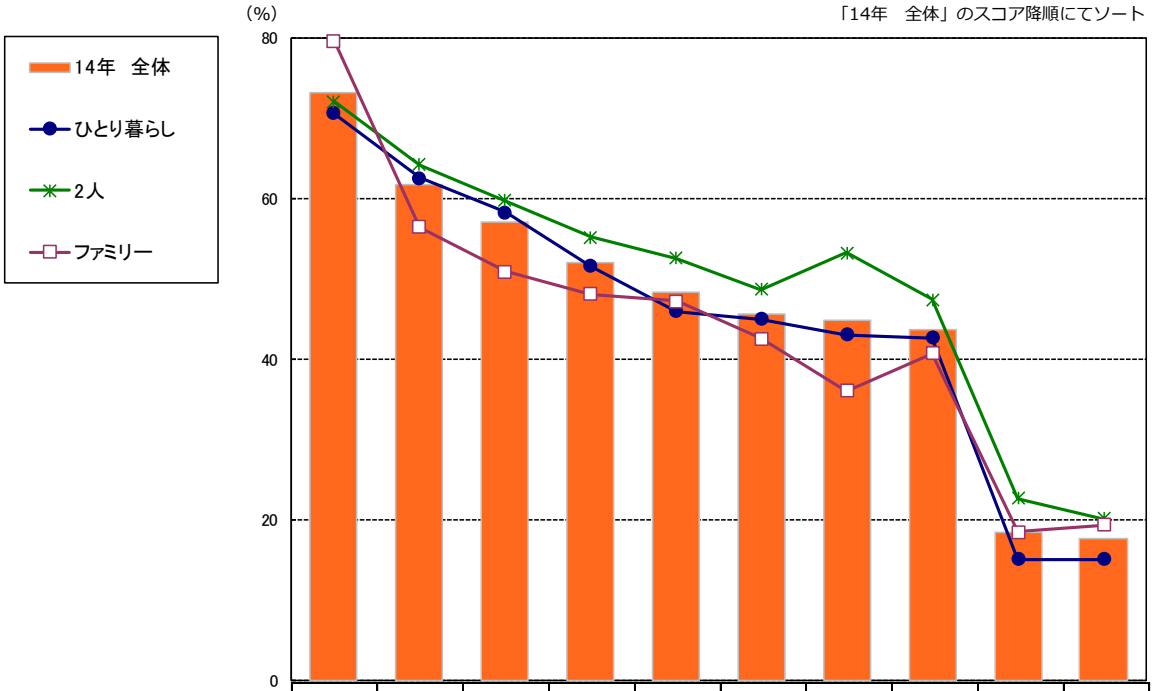
WEBで内見動画が見られる場合に希望する内容

現地を内見しているような動画がWEB上で見られる場合、見たい内容としてニーズが高いものは、「部屋の中を実際に移動し、動線が分かる動画」（73.2%）、「リビング・各居室全体を映した動画」（61.7%）、「キッチンや水回りの設備を稼働させてる動画」（57.1%）がTOP3。

◇世帯構成別にみると、【ひとり暮らし・学生】は「キッチンや水回りの設備を稼働させてる動画」（62.5%）を、【ひとり暮らし・男性社会人】は「リビング、各居室全体を映した動画」（67.6%）、【ファミリー】は「部屋の中を実際に移動し、動線がわかる動画」（79.6%）が他の層と比べ高い。

■内見動画で希望する内容（全体／単一回答）

※動画で見たい必要度は「動画でじっくりみたい」「動画があればみたい」「写真で十分」
「そもそも閲覧する必要がない」の4段階のうち、最初の２つの項目に○をつけた割合



		調査数	部屋の中を実際に移動し、動線がわかる動画	リビング、各居室全体を映した動画	キッチンや水回りの設備を稼働させてる動画（例：ガスコンロの火、シャワーの水圧等）	収納スペースの中を映した動画	部屋からの眺望を映した動画	最寄駅から物件までの道順を案内した動画	最寄駅周辺の動画	エアコンやコンセントの位置がわかる動画	取扱い不動産会社の紹介動画	取扱い不動産会社の担当営業を紹介する動画
14年　全体		473	73.2	61.7	57.1	52.0	48.4	45.7	44.8	43.8	18.4	17.8
14年世帯構成別	ひとり暮らし	211	70.6	62.6	58.3	51.7	46.0	45.0	43.1	42.7	15.2	15.2
	学生	48	70.8	62.5	62.5	39.6	43.8	50.0	43.8	41.7	18.8	18.8
	社会人・計	151	69.5	60.9	55.0	53.6	45.0	43.7	41.7	41.7	13.9	14.6
	男性社会人	71	76.1	67.6	60.6	56.3	45.1	42.3	46.5	46.5	18.3	21.1
	女性社会人	80	63.8	55.0	50.0	51.3	45.0	45.0	37.5	37.5	10.0	8.8
	2人	154	72.1	64.3	59.7	55.2	52.6	48.7	53.2	47.4	22.7	20.1
	ファミリー	108	79.6	56.5	50.9	48.1	47.2	42.6	36.1	40.7	18.5	19.4

+5.0　14年全体値より5ポイント以上高い数値
-5.0　14年全体値より5ポイント以上低い数値

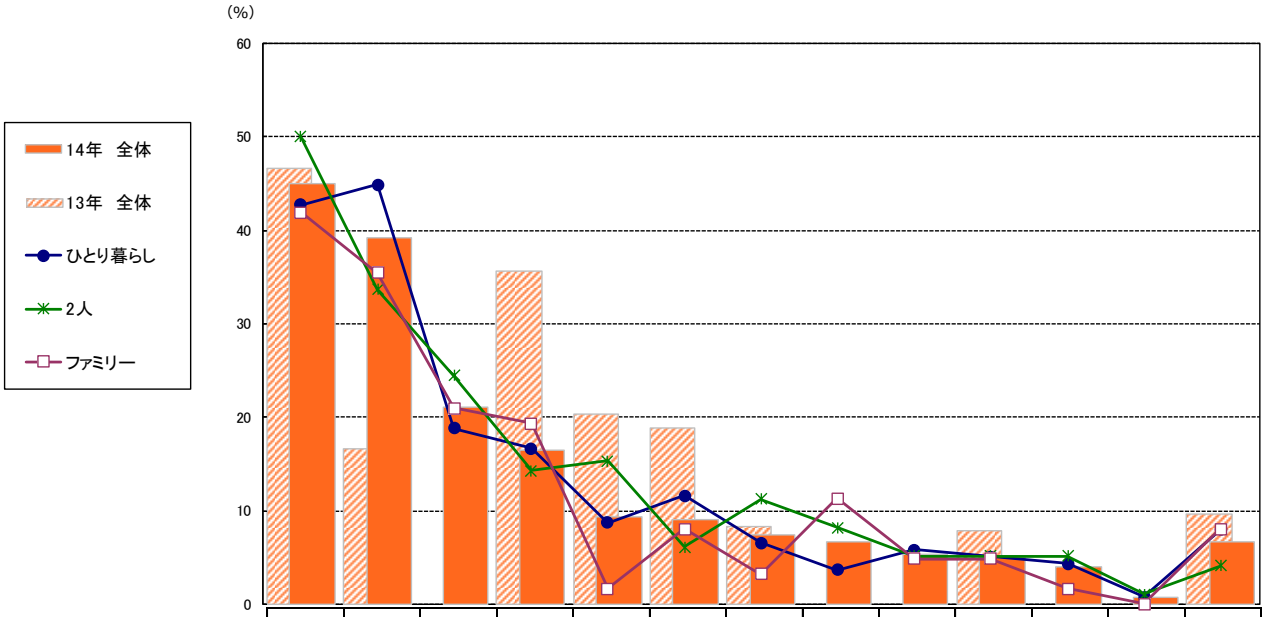
不動産検索サイトに求める情報

１物件あたり、写真20点を見ることができる不動産検索サイトがあるとして、今後さらに欲しい/あると嬉しい情報は「実際に物件を内見しているかのような内見動画がある」が45.0%と、最も高い。

◇「実際に物件を内見しているかのような内見動画がある」が45.0%で最も高く、「写真の点数がさらに多い（30点以上）」が39.3%、「その物件を契約した際にかかる金額の総合計情報」21.1%が続く。

◇【ひとり暮らし・男性社会人】【2人】は、「実際に物件を内見しているかのような内見動画がある」が他の層より高い。また【ひとり暮らし】は「写真の点数がさらに多い（30点以上）」を求める傾向が他層より高く、写真を望む声が多い。【ひとり暮らし・学生】は「物件のある駅周辺のエリア情報（カスタマーの口コミ）」（18.5%）、「申込み時や契約時に準備が必要な書類情報」（14.8%）が他の層より高い。

■さらにあると嬉しい不動産物件情報（全体／2つまで複数回答）



		調査数	実際に物件を内見しているかのような内見動画がある	写真の点数がさらに多い（30点以上）	その物件を契約した際にかかる金額の総合計情報	周辺環境の写真が多い	気になった物件の同一建物内の他募集中の部屋情報	物件のある駅周辺のエリア情報（カスタマーの口コミ）	物件のある駅周辺のエリア情報（不動産会社が提供）	その物件に関するお得なキャンペーン情報	申込み時や契約時に準備が必要な書類情報	その物件を取り扱っている不動産会社を利用したカスタマーの口コミ情報	その物件を取り扱っている不動産会社が作成した物件資料（図面）	その他	特にない
14年　全体		298	45.0	39.3	21.1	16.4	9.4	9.1	7.4	6.7	5.4	5.0	4.0	0.7	6.7
13年　全体		216	46.8	16.7	*	35.6	20.4	19.0	8.3	*	*	7.9	*	—	9.7
14年世帯構成別	ひとり暮らし	138	42.8	44.9	18.8	16.7	8.7	11.6	6.5	3.6	5.8	5.1	4.3	0.7	8.0
	学生	27	37.0	44.4	18.5	14.8	7.4	18.5	11.1	—	14.8	7.4	7.4	—	—
	社会人・計	105	44.8	46.7	19.0	17.1	9.5	8.6	4.8	3.8	3.8	4.8	3.8	1.0	10.5
	男性社会人	46	50.0	54.3	13.0	15.2	6.5	6.5	6.5	—	2.2	4.3	2.2	2.2	10.9
	女性社会人	59	40.7	40.7	23.7	18.6	11.9	10.2	3.4	6.8	5.1	5.1	5.1	—	10.2
	2人	98	50.0	33.7	24.5	14.3	15.3	6.1	11.2	8.2	5.1	5.1	5.1	1.0	4.1
	ファミリー	62	41.9	35.5	21.0	19.4	1.6	8.1	3.2	11.3	4.8	4.8	1.6	—	8.1

※13年度「内見しているかのような内覧動画がある」
*13年度項目なし

+5.0　14年全体値より5ポイント以上高い数値
-5.0　14年全体値より5ポイント以上低い数値

借主負担DIY型賃貸借契約を認知している人の割合は9.5%。
賃貸住宅に入居した後に、入居した物件のリフォーム・カスタマイズを実施したことがある人の割合は12.1%。
現在居住している賃貸住宅のリフォーム・カスタマイズの実施意向率は40.2%。

◇賃貸住宅の契約をした人のうち9.5%が「借主負担DIY型賃貸借契約」を認知している。

■借主負担DIY型賃貸借契約の認知（全体／単一回答）

（単位：%）

	調査数	知っていた	知らなかった
14年　全体	473	9.5	90.5

■「入居後のリフォーム・カスタマイズ」実施経験（全体／単一回答）

（単位：%）

	調査数	実施したことがある	実施したことはない
14年　全体	473	12.1	87.9

※「実施したことがある」は、「過去住んでいた賃貸住宅」又は「現在住んでいる賃貸住宅」のいずれか１つ以上で、実施したことがあるに○をつけた人の割合

■現在居住している賃貸住宅のリフォーム・カスタマイズ実施意向（全体／単一回答）□

（単位：%）

	調査数	実施したいと思う	実施したいと思わない
14年　全体	473	40.2	59.8

※「実施したいと思う」は、「原状回復が必要/全額自己負担でもやりたい」「原状回復が必要/一部自己負担でもやりたい」「原状回復が必要/全額家主負担であればやりたい」「原状回復が不要/全額自己負担でもやりたい」「原状回復が不要/一部自己負担でもやりたい」「原状回復が不要/全額家主負担であればやりたい」のいずれかに○つけた人の割合