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13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 （首都圏版）

部屋探し時、利用した情報源で「スマートフォン」は昨年比1.3倍の伸びで29.9%に
不動産会社への訪問数は平均1.7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、賃貸物件を契約した人を対象に調査を実施してきましたが、このたび2014年度の契約者調査の結果（2015年5月実施）をまとめましたので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29.9%と昨年より7.2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3年連続で減少し、2014年では49.2%。（4P）

●不動産会社店舗への訪問数は平均1.7店舗。 「0店舗（訪問していない）」は12.2%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3.4件。見学数「０件（見学していない）」は9.5%、「１件」は15.2%。（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71.0%、2位「都市ガス」56.9%、3位「TVモニター付インターフォン」44.3%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「都市ガス」25.7%、2位「無料もしくは安価な高速インターネット接続」17.2%、3位「断熱・遮熱性能の高い窓」16.6%。（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40.3%。（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」（72.6%）、「リビング・各居室全体を映した動画」（60.7%）、「キッチンや水回りの設備を稼働させてる動画」（57.2%）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43.7%。（12P）

●借主負担DIY型賃貸借契約を認知している人の割合は10.3%。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12.3%。（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	12	26	38	2	40
20-24歳	46	62	108	21	129
25-29歳	62	62	124	37	161
30-39歳	83	83	166	83	249
40-59歳	男女の割り付けなし		57	60	117
60歳以上	性別・未既婚の割り付けなし				19
合計					715

■ 調査地域　1都3県（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）
■ 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　715サンプル（1都3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）

※1都3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　1都3県（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）
- 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　651サンプル（1都3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	18	22	40	2	42
20-24歳	45	80	125	15	140
25-29歳	73	81	154	33	187
30-39歳	65	52	117	70	187
40-59歳	男女の制限なし		44	44	88
60歳以上	性別・未既婚の制限なし				7
合計					651

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）

※1都3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　1都3県（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）
- 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　627サンプル（1都3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	15	19	34	2	36
20-24歳	62	78	140	14	154
25-29歳	84	71	155	29	184
30-39歳	58	46	104	61	165
40-59歳	男女の制限なし		40	40	80
60歳以上	性別・未既婚の制限なし				8
合計					627

部屋探し時の利用情報源

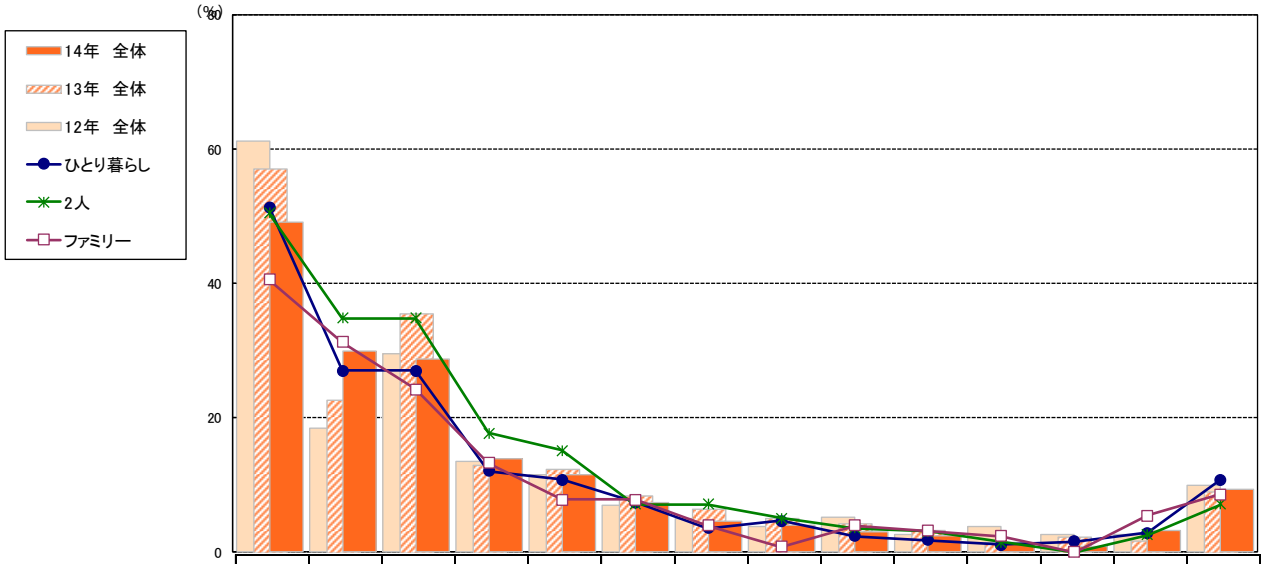
部屋探し時の利用情報源で、スマートフォンサイト・アプリが29.9%と昨年より7.2ポイント増加。スマートフォンサイト・アプリ利用率の増加傾向が続く。一方、PCサイトの利用率は3年連続で減少し、2012年は61.2%だったが、2014年では49.2%で、2年間で12.0ポイントの減少となる。

◇利用した情報源は、「PCサイト」（49.2%）がトップだが、2012年以降減少傾向が続く（2012年61.2%→2014年49.2%）。「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18.5%→2013年22.7%→2014年29.9%と連続して、大きく伸びている。

◇世帯構成別にみると、【女性社会人】では特にスマートフォンの利用率が高く、43.2%となっている。一方【男性社会人】はスマートフォンの利用率が低く12.9%。また【ファミリー】では、特に「PCサイト」の利用率が低く40.6%。

■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）	スマートフォンサイト・アプリ	不動産会社に直接訪問	不動産会社からもらった問取り等の資料・パンフレット	不動産会社の貼紙	携帯電話サイト	不動産会社の店頭にある無料冊子	不動産会社にいる知り合い	フリーペーパー、無料のタウン誌	タブレットサイト	市販の賃貸情報誌	学校の紹介	その他	具体的な情報収集はしていない
14年　全体		715	49.2	29.9	28.7	13.8	11.5	7.4	4.6	4.1	2.9	2.4	1.4	0.8	3.2	9.4
13年　全体		651	57.1	22.7	35.5	12.9	12.3	8.4	6.3	4.9	4.3	3.2	1.4	2.3	1.7	8.9
12年　全体		627	61.2	18.5	29.5	13.6	11.5	6.9	4.9	3.8	5.1	2.6	3.7	2.7	2.7	10.0
14年 世帯構成別	ひとり暮らし	389	51.4	27.0	27.0	12.1	10.8	7.5	3.6	4.6	2.3	1.8	1.0	1.5	2.8	10.8
	学生	56	53.6	28.6	21.4	12.5	10.7	12.5	8.9	1.8	1.8	5.4	1.8	10.7	3.6	16.1
	社会人・計	316	50.9	26.9	27.8	11.4	10.4	6.6	2.8	5.1	2.5	1.3	0.9	—	2.2	10.1
	男性社会人	170	50.6	12.9	26.5	9.4	7.6	2.9	2.9	4.1	2.9	1.2	1.8	—	1.2	14.1
	女性社会人	146	51.4	43.2	29.5	13.7	13.7	11.0	2.7	6.2	2.1	1.4	—	—	3.4	5.5
	2人	198	50.5	34.8	34.8	17.7	15.2	7.1	7.1	5.1	3.5	3.0	1.5	—	2.5	7.1
	ファミリー	128	40.6	31.3	24.2	13.3	7.8	7.8	3.9	0.8	3.9	3.1	2.3	—	5.5	8.6

+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

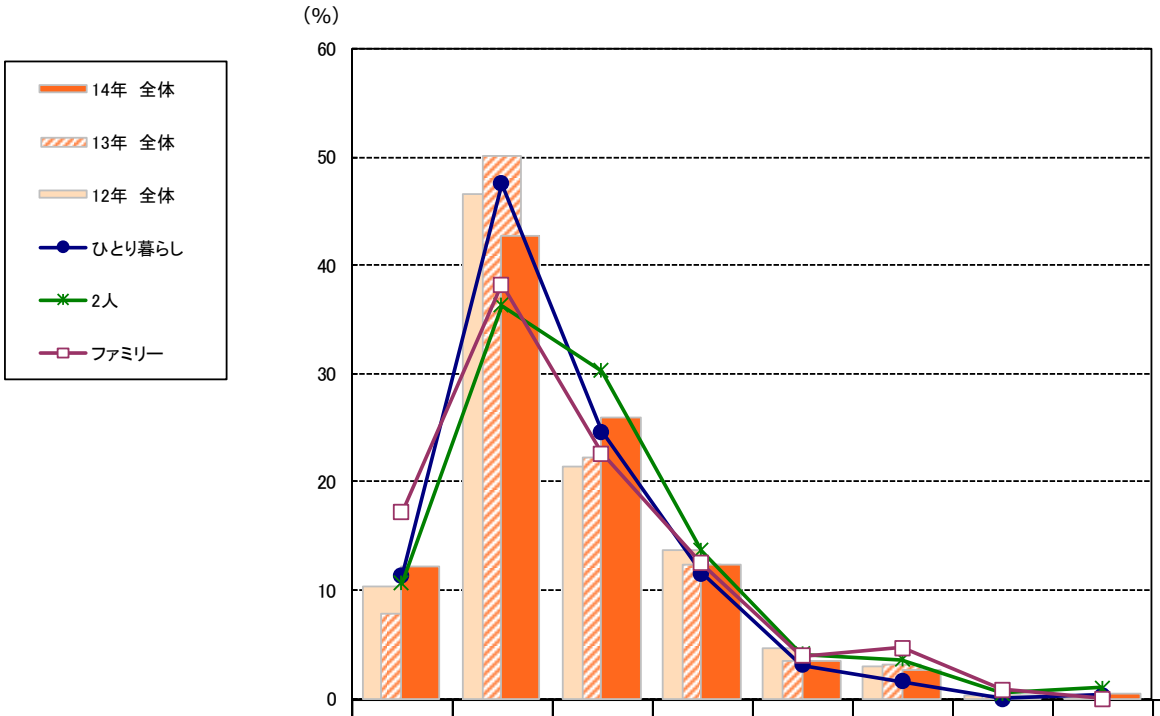
不動産会社店舗への訪問数

部屋探しの際の不動産会社店舗への訪問数は平均1.7店舗。「０店舗（訪問していない）」は12.2%と過去３年間の調査で最も高い割合となり、「１店舗」の人と合わせると５割を超える。

◇訪問した不動産会社店舗数は「0店舗（訪問していない）」が12.2%で、10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（42.8%）、次いで「2店舗」（25.9%）、「3店舗」（12.3%）が続く。

◇世帯構成別にみると、【男性社会人】は「１店舗」のみが52.4%と全体より高い。

■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		715	12.2	42.8	25.9	12.3	3.5	2.7	0.3	0.4	1.7
13年　全体		651	7.8	50.2	22.3	12.4	3.5	3.1	0.3	0.3	1.7
12年　全体		627	10.4	46.6	21.4	13.7	4.6	3.0	0.2	0.2	1.7
14年 世帯構成別	ひとり暮らし	389	11.3	47.6	24.7	11.6	3.1	1.5	—	0.3	1.5
	学生	56	14.3	44.6	30.4	7.1	3.6	—	—	—	1.4
	社会人・計	316	10.4	48.4	23.4	12.3	3.2	1.9	—	0.3	1.6
	男性社会人	170	11.2	52.4	22.9	10.6	1.2	1.8	—	—	1.4
	女性社会人	146	9.6	43.8	24.0	14.4	5.5	2.1	—	0.7	1.7
	2人	198	10.6	36.4	30.3	13.6	4.0	3.5	0.5	1.0	1.9
	ファミリー	128	17.2	38.3	22.7	12.5	3.9	4.7	0.8	—	1.7

+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

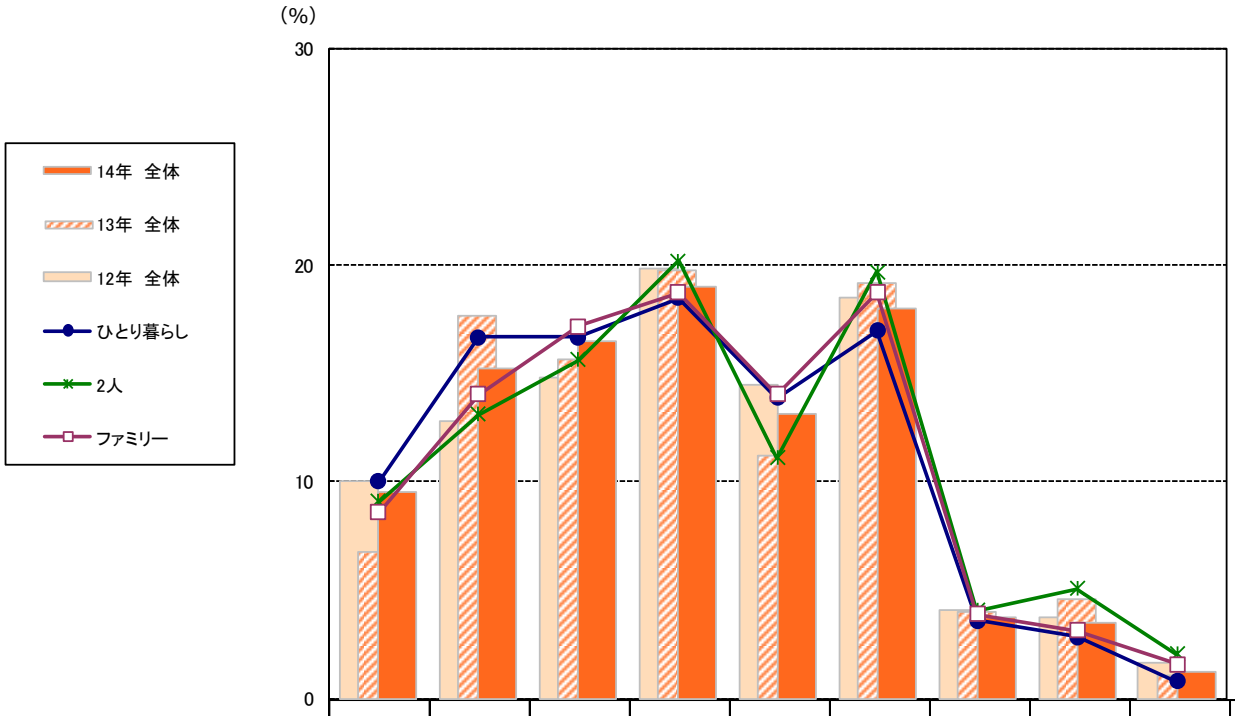
部屋探しの際に見学した物件数

部屋探しの際に、見学した物件数は平均3.4件。昨年とほぼ同程度。見学数「０件（見学していない）」は9.5%、「１件」は15.2%。

◇見学した物件数「0件（見学していない）」が9.5%で、約10人に1人は一度も物件を見学せずに物件を決定している。
全体でみると、見学した物件数は約6割が3件以下である。

◇世帯構成別に大きな差は見られないが、【男性社会人】は「１件」の割合が他の属性より高い。また、【学生】と【男性社会人】は平均値が2.9件と３件を下回る。

■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		715	9.5	15.2	16.5	19.0	13.1	18.0	3.8	3.5	1.3	3.4
13年　全体		651	6.8	17.7	15.7	19.8	11.2	19.2	4.0	4.6	1.1	3.5
12年　全体		627	10.0	12.8	14.8	19.9	14.5	18.5	4.1	3.7	1.6	3.5
14年	ひとり暮らし	389	10.0	16.7	16.7	18.5	13.9	17.0	3.6	2.8	0.8	3.2
世帯	学生	56	14.3	14.3	19.6	17.9	10.7	17.9	3.6	1.8	—	2.9
構成別	社会人・計	316	9.2	18.0	15.8	18.4	14.6	16.8	3.2	3.2	0.9	3.2
	男性社会人	170	11.8	21.2	17.1	16.5	12.9	16.5	0.6	2.9	0.6	2.9
	女性社会人	146	6.2	14.4	14.4	20.5	16.4	17.1	6.2	3.4	1.4	3.6
	2人	198	9.1	13.1	15.7	20.2	11.1	19.7	4.0	5.1	2.0	3.8
	ファミリー	128	8.6	14.1	17.2	18.8	14.1	18.8	3.9	3.1	1.6	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71.0%、2位「都市ガス」56.9%、3位「TVモニター付インターフォン」44.3%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

※必要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	715	96.1	71.0
都市ガス	715	80.4	56.9
TVモニター付インターフォン	715	61.8	44.3
追い焚き機能つきの風呂	715	58.0	40.6
温水洗浄便座	715	55.4	36.2
宅配ボックス	715	34.7	27.0
無料もしくは安価な高速インターネット接続	715	24.5	24.2
保温機能付きの浴槽	715	34.0	23.8
防犯カメラ	715	31.5	23.5
浴室乾燥機	715	41.7	23.1
ディンプルキーなどのピッキング対策のカギ	715	35.0	22.8
玄関ドアのオートロック（締めたら自動施錠）	715	24.9	21.3
シャワー機能付き洗面化粧台	715	40.4	20.6
遮音性能の高い窓	715	17.9	20.6
断熱・遮熱性能の高い窓	715	13.0	20.6
LED照明	715	16.8	20.1
BS/CSアンテナ	715	37.3	19.9
無料もしくは安価なWi-Fi	715	9.8	17.5
節水型トイレ	715	14.7	16.9
ガラストップコンロ	715	28.8	14.0
ケーブルテレビ	715	37.8	14.0
IHクッキングヒーター	715	27.8	12.7
スマートキー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）	715	9.0	9.5
床暖房	715	8.5	8.5
ビルトイン浄水器	715	7.1	6.9
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	715	4.1	6.4
食器自動洗浄機	715	6.9	5.6
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）	715	2.1	5.3
オール電化	715	9.1	5.3
太陽光発電（太陽光で電気を作り、電気代が安くなる装置）	715	2.2	5.2

※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）

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「都市ガス」25.7%。2位「無料もしくは安価な高速インターネット接続」17.2%、3位「断熱・遮熱性能の高い窓」16.6%。

◇「都市ガス」は、全体ベースでは2位、利用経験がない人ベースでは1位となり、どちらでも上位に位置する。

◇「断熱・遮熱性能の高い窓」は、全体ベースでは必要度が15位だが、利用経験がない人ベースでは3位と高い。

■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
都市ガス	715	80.4	56.9	140	25.7
無料もしくは安価な高速インターネット接続	715	24.5	24.2	540	17.2
断熱・遮熱性能の高い窓	715	13.0	20.6	622	16.6
追い焚き機能つきの風呂	715	58.0	40.6	300	16.3
TVモニター付インターフォン	715	61.8	44.3	273	15.4
無料もしくは安価なWi-Fi	715	9.8	17.5	645	14.7
遮音性能の高い窓	715	17.9	20.6	587	14.5
注*1*）エアコン付き	715	96.1	71.0	*28*	*14.3*
LED照明	715	16.8	20.1	595	13.1
温水洗浄便座	715	55.4	36.2	319	12.9
宅配ボックス	715	34.7	27.0	467	12.8
節水型トイレ	715	14.7	16.9	610	12.6
防犯カメラ	715	31.5	23.5	490	11.4
BS/CSアンテナ	715	37.3	19.9	448	10.3
浴室乾燥機	715	41.7	23.1	417	10.1
保温機能付きの浴槽	715	34.0	23.8	472	9.3
玄関ドアのオートロック（締めたら自動施錠）	715	24.9	21.3	537	9.3
ディンプルキーなどのピッキング対策のカギ	715	35.0	22.8	465	8.8
スマートキー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）	715	9.0	9.5	651	7.7
IHクッキングヒーター	715	27.8	12.7	516	7.6
床暖房	715	8.5	8.5	654	7.0
ケーブルテレビ	715	37.8	14.0	445	6.5
シャワー機能付き洗面化粧台	715	40.4	20.6	426	6.3
ビルトイン浄水器	715	7.1	6.9	664	5.6
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	715	4.1	6.4	686	5.4
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）	715	2.1	5.3	700	5.1
太陽光発電（太陽光で電気を作り、電気代が安くなる装置）	715	2.2	5.2	699	4.4
食器自動洗浄機	715	6.9	5.6	666	4.2
オール電化	715	9.1	5.3	650	4.2
ガラストップコンロ	715	28.8	14.0	509	3.9

（単位：%）

※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

※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

設備・仕様に対する満足度

現在住んでいる住居の設備・仕様について、満足度が高いものは「食器自動洗浄機」（100.0%）、「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」（100.0%）、「LED照明」（98.0%）がTOP３。

◇「食器自動洗浄機」「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」「LED照明」は、利用経験率が20%未満と高くはないが、現在利用者の98%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）食器自動洗浄機	715	6.853	*19*	*100.0*
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	715	4.056	*13*	*100.0*
LED照明	715	16.78	98	98.0
都市ガス	715	80.42	479	97.3
TVモニター付インターフォン	715	61.82	324	96.3
保温機能付きの浴槽	715	33.99	166	95.8
ディンプルキーなどのピッキング対策のカギ	715	34.97	182	95.1
追い焚き機能つきの風呂	715	58.04	311	94.2
温水洗浄便座	715	55.38	298	93.6
シャワー機能付き洗面化粧台	715	40.42	204	93.1
断熱・遮熱性能の高い窓	715	13.01	58	93.1
遮音性能の高い窓	715	17.9	83	92.8
エアコン付き	715	96.08	635	92.4
浴室乾燥機	715	41.68	202	92.1
宅配ボックス	715	34.69	147	91.8
防犯カメラ	715	31.47	157	91.7
ガラストップコンロ	715	28.81	147	91.2
無料もしくは安価な高速インターネット接続	715	24.48	113	91.2
節水型トイレ	715	14.69	77	90.9
注1）浴室テレビ	715	3.497	*10*	*90.0*
玄関ドアのオートロック（締めたら自動施錠）	715	24.9	122	89.3
無料もしくは安価なWi-Fi	715	9.79	50	88.0
BS/CSアンテナ	715	37.34	191	87.4
注）太陽光発電（太陽光で電気を作り、電気代が安くなる装置）	715	2.238	*7*	*85.7*
注1）　ガス暖房	715	7.552	*19*	*84.2*
スマートキー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）	715	8.951	31	83.9
注1）　床暖房	715	8.531	*23*	*82.6*
注1）　スロップシンク	715	3.916	*17*	*82.4*
IHクッキングヒーター	715	27.83	113	81.4
ケーブルテレビ	715	37.76	182	80.8

（単位：%）

※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

※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

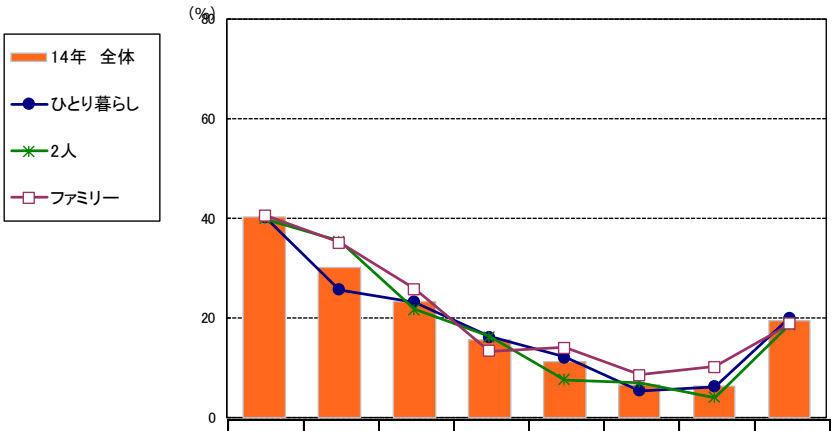
自宅で希望するインターネット通信環境は「もともと物件に付いている光回線などの高速ネット通信（無料・家賃に込）」が最も多い（40.3%）。
また、今後の視聴意向チャンネルでは「無料（一部有料）の動画サイト」が「地上波民放」に続いて48.0%。

◇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40.3%、「ご自身で契約した光回線」が30.1%、「もともと物件に付いているWi-Fi（無料・家賃に込）」が23.2%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。

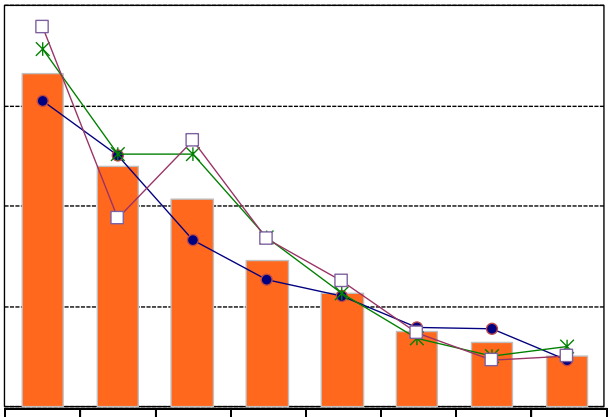
■今後のインターネット環境意向（全体／複数回答）

「14年　全体」のスコア降順にてソート



■今後の視聴意向チャンネル（全体／複数回答）

「14年　全体」のスコア降順にてソート



		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
14年　全体		715	40.3	30.1	23.2	15.7	11.2	6.4	6.3	19.4
14年世帯構成別	ひとり暮らし	389	40.4	25.7	23.1	16.2	12.1	5.4	6.2	20.1
	学生	56	44.6	23.2	28.6	16.1	12.5	3.6	1.8	19.6
	社会人・計	316	39.6	26.3	22.5	16.8	12.3	5.4	7.3	19.3
	男性社会人	170	35.9	34.1	17.1	17.6	12.4	5.9	4.1	16.5
	女性社会人	146	43.8	17.1	28.8	15.8	12.3	4.8	11.0	22.6
	2人	198	39.9	35.4	21.7	16.2	7.6	7.1	4.0	18.7
	ファミリー	128	40.6	35.2	25.8	13.3	14.1	8.6	10.2	18.8

		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、バンドラなど）	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、UULA、dTVなど）	基本テレビ番組や動画は見ない／見たいものはない	テレビ局の動画サイト（NHKオンデマンド、日テレオンデマンドなど）
14年　全体		66.4	48.0	41.5	29.2	22.8	15.1	13.0	10.2
14年世帯構成別	ひとり暮らし	60.9	50.1	33.2	25.4	22.1	15.9	15.7	9.3
	学生	51.8	51.8	28.6	19.6	14.3	12.5	25.0	7.1
	社会人・計	62.7	48.7	33.5	25.9	22.2	15.8	13.9	8.9
	男性社会人	57.6	45.9	35.9	25.3	24.1	14.1	16.5	8.8
	女性社会人	68.5	52.1	30.8	26.7	19.9	17.8	11.0	8.9
	2人	71.2	50.5	50.5	33.8	22.7	13.6	10.1	12.1
	ファミリー	75.8	37.5	53.1	33.6	25.0	14.8	9.4	10.2

+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

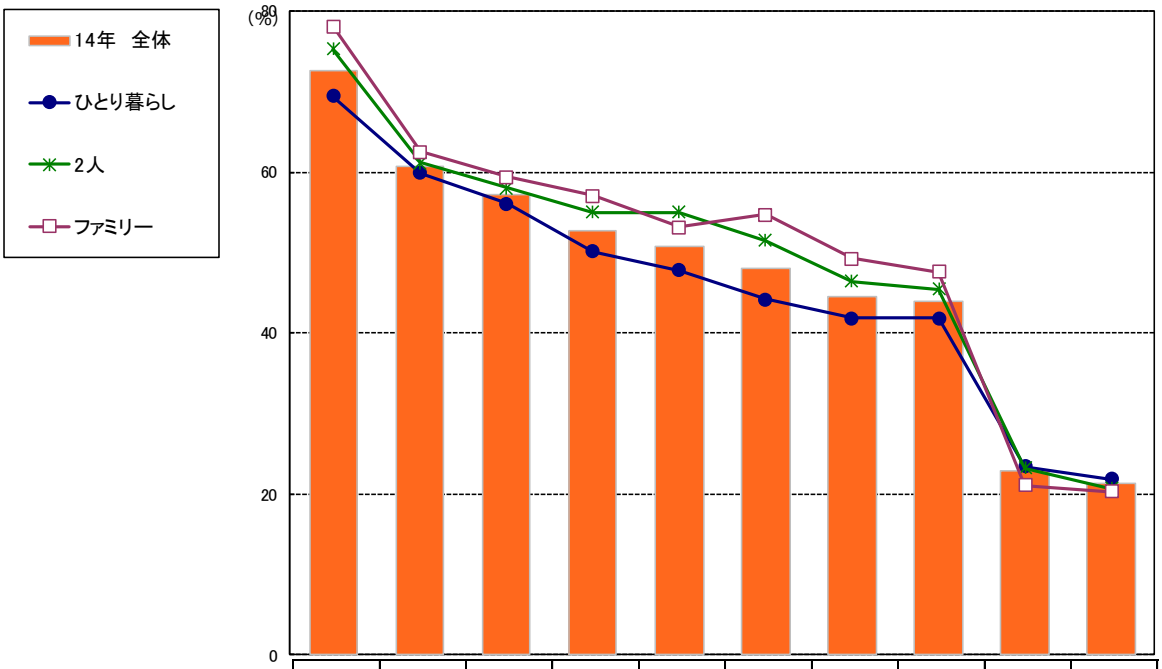
現地を内覧しているような動画がWEB上で見られる場合、見たい内容としてニーズが高いものは「部屋の中を実際に移動し、動線が分かる動画」（72.6%）、「リビング・各居室全体を映した動画」（60.7%）、「キッチンや水回りの設備を稼働させてる動画」（57.2%）がTOP３。

◇世帯構成別にみると、【ファミリー】は「部屋の中を実際に移動し、動線が分かる動画」（78.1%）と「部屋からの眺望を映した動画」（54.7%）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

「14年　全体」のスコア降順にてソート



		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	最寄駅から物件までの道順を案内した動画	部屋からの眺望を映した動画	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		715	72.6	60.7	57.2	52.7	50.8	48.1	44.5	43.9	22.9	21.3
14年世帯構成別	ひとり暮らし	389	69.4	59.9	56.0	50.1	47.8	44.2	41.9	41.9	23.4	21.9
	学生	56	75.0	66.1	58.9	51.8	51.8	39.3	42.9	48.2	28.6	28.6
	社会人・計	316	68.0	58.2	55.1	50.3	47.2	44.6	41.8	40.8	22.5	20.6
	男性社会人	170	67.6	55.3	52.9	49.4	40.6	42.9	38.2	37.6	23.5	22.9
	女性社会人	146	68.5	61.6	57.5	51.4	54.8	46.6	45.9	44.5	21.2	17.8
	2人	198	75.3	61.1	58.1	55.1	55.1	51.5	46.5	45.5	23.2	20.7
	ファミリー	128	78.1	62.5	59.4	57.0	53.1	54.7	49.2	47.7	21.1	20.3

+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

不動産検索サイトに求める情報

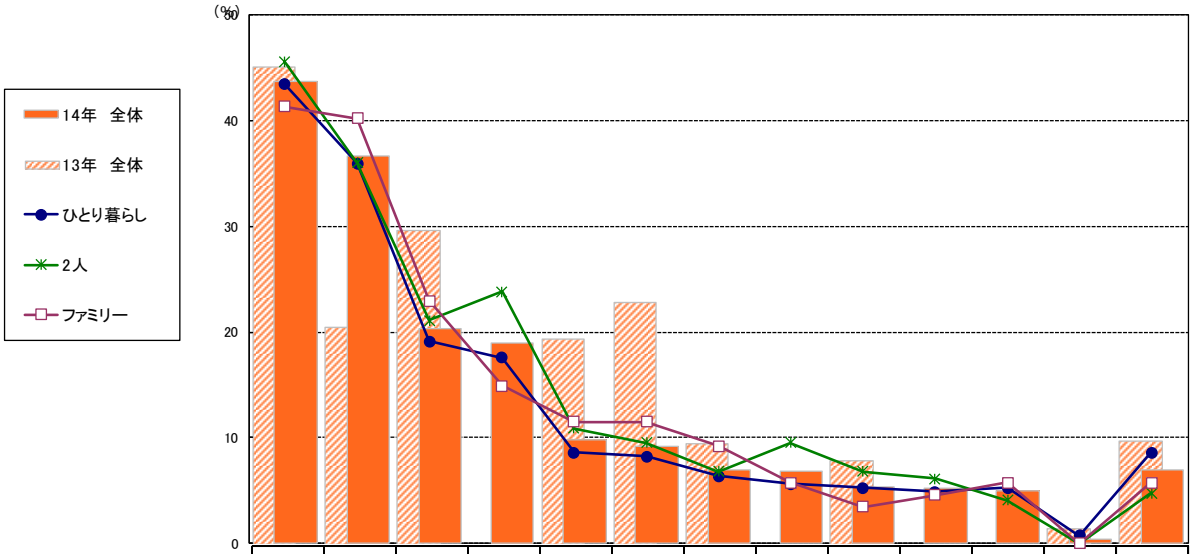
１物件あたり、写真20点を見ることができる不動産検索サイトがあるとして、今後さらに欲しい/あると嬉しい情報は「実際に物件を内見しているかのような内見動画がある」が43.7%と、最も高い。

◇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43.7%で最も高く、「写真点数がさらに多い（30点以上）」が36.7%、「周辺環境の写真が多い」が20.4%で続く。

◇どの世帯構成においても「実際に物件を内見しているかのような内見動画がある」が最も高い。【学生】は「写真点数がさらに多い（30点以上）」（46.2%）と「周辺環境の写真が多い」（25.6%）が他の層より高く、写真を望む声が多い。【女性社会人】は「その物件を契約した際にかかる金額の総合計情報」（24.6%）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）

「14年　全体」のスコア降順にてソート



		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）	周辺環境の写真が多い	その物件を契約した際にかかる金額の総合計情報	物件のある駅周辺のエリア情報（カスタマーの口コミ）	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（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	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（図面）資料	申込み時や契約時に準備が必要な書類情報	その他	特にない
14年　全体		501	43.7	36.7	20.4	19.0	9.8	9.2	7.0	6.8	5.4	5.2	5.0	0.4	7.0
13年　全体		372	45.2	20.4	29.6	*	19.4	22.8	9.4	*	7.8	*	*	1.3	9.7
14年世帯構成別	ひとり暮らし	267	43.4	36.0	19.1	17.6	8.6	8.2	6.4	5.6	5.2	4.9	5.2	0.7	8.6
	学生	39	46.2	46.2	25.6	7.7	7.7	2.6	10.3	2.6	—	2.6	5.1	—	7.7
	社会人・計	217	42.9	33.2	18.4	20.3	9.2	8.8	6.0	6.5	5.5	5.1	5.5	0.9	8.3
	男性社会人	103	38.8	29.1	19.4	15.5	5.8	9.7	6.8	8.7	3.9	5.8	3.9	1.9	12.6
	女性社会人	114	46.5	36.8	17.5	24.6	12.3	7.9	5.3	4.4	7.0	4.4	7.0	—	4.4
	2人	147	45.6	36.1	21.1	23.8	10.9	9.5	6.8	9.5	6.8	6.1	4.1	—	4.8
	ファミリー	87	41.4	40.2	23.0	14.9	11.5	11.5	9.2	5.7	3.4	4.6	5.7	—	5.7

※14年度 I実際に物件を内見しているかのような内見動画がある　+5.0　14年全体値より5ポイント以上高い数値
※13年度「内見しているかのような内覧動画がある」　-5.0　14年全体値より5ポイント以上低い数値
*13年度項目なし

借主負担DIY型賃貸借契約を認知している人の割合は10.3%。
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12.3%。
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41.1%。

◇賃貸住宅の契約をした人のうち10.3%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	715	10.3	89.7

■「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	715	12.3	87.7

※「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	715	41.1	58.9

※「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