

## 2023年度 賃貸契約者動向調査（首都圏）

2005年以降で、家賃や管理費・共益費が最高額に  
コロナ禍で伸びていたオンライン内見実施率、IT重説の認知・利用率は低下に転じる

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）の住まい領域の調査研究機関である『SUUMOリサーチセンター』（センター長：池本 洋一）は、人々の自分らしい人生を応援するために「住まいの価値」を提言・実証する研究を進めております。このたび、2023年度（2023年4月～2024年3月）に賃貸住宅へ入居した方の動向調査を実施いたしました。首都圏における賃貸契約者の動向を分析し、主な結果をまとめましたのでご報告いたします。

### 調査トピックス

#### 1. 見学した物件数は平均2.6件で、2005年度以降で最も少ない

▶見学した物件数は、経年で緩やかな減少傾向。（→p.6）

#### 2. オンライン内見実施率は合計29.0%。2年続けて上昇していたが、約4ポイント低下

▶内訳は、「オンライン内見のみ実施者」が21.6%、「オンライン内見・対面での内見併用者」が7.3%。（→p.9）

▶オンラインで行う賃貸契約（IT重要事項説明）の認知率、内容把握率、実際の利用率はいずれも低下。（→p.13）

#### 3. 2020年度以降、入居物件決定時に「初期費用」が決め手となった割合が増加傾向

▶前年度に比べて、決め手となった割合が増加しているのは「路線・駅やエリア」。2020年度以降、増加傾向が見られるのは「初期費用」、減少傾向が見られるのは「間取り」や「設備・仕様」。（→p.15）

#### 4. 4割強が「ハザードマップ」を自分で見たり調べたりしており、魅力を感じるコンセプト賃貸住宅では「防災賃貸住宅」が3年連続で第一位

▶「ハザードマップ」を、物件探しの際に自分で見たり調べたりした割合は43.4%。（→p.19）

▶魅力を感じるコンセプト賃貸住宅は「防災賃貸住宅」が34.8%で最も高く、次いで「デザイナーズ賃貸住宅」（27.0%）、「ZEH賃貸住宅」（23.0%）。（→p.20）

#### 5. 「ZEH賃貸住宅」に魅力を感じる人の7割弱が、家賃アップを許容

▶「ZEH賃貸住宅」に魅力を感じる人の7割弱が、家賃アップを許容。（→p.21）

▶「ZEH賃貸住宅」の最大の魅力は「光熱費を抑えることができる」（66.4%）。（→p.22）

#### 6. 契約した住まいの家賃や管理費・共益費は上昇傾向

▶契約した住まいの家賃は、平均92,493円で、2005年度以降最高額となった。（→p.23）

▶管理費・共益費なしの割合は経年で減少傾向。管理費・共益費は平均5,587円で、2005年度以降最高額。（→p.24）

本件に関する  
お問い合わせ先

SUUMOリサーチセンター <https://help.suumo.jp/s/jresearch>  
※報道関連・マスメディアの方は[こちら](#)よりお問い合わせください。

調査概要	3
<b>■ 住み替え検討数</b>	
訪問した不動産会社の店舗数（合計）	4
訪問した不動産会社の店舗数（実店舗／オンライン）	5
見学した物件数	6
見学した物件数（見学した物件なしの人を除く）	7
物件を見学しなかった人の割合	8
<b>■ オンライン見学やオンライン契約（IT重説）の利用状況</b>	
物件の見学スタイル（オンライン内見実施率）	9
見学スタイル別 平均見学物件数	10
見学スタイル別 見学物件数の割合	11
見学スタイル別 プロファイル	12
オンライン上で行う賃貸契約（IT重説）の認知・利用状況	13
オンライン上で行う賃貸契約（IT重説）の利用経験者のプロファイル	14
<b>■ 住まいや設備に対する意識</b>	
決め手となった項目	15
やむを得ずあきらめた項目	16
設備に対する満足度	17
次引っ越す際に欲しい設備	18
「ZEH賃貸住宅」「長期優良住宅」「ハザードマップ」の認知・利用状況	19
魅力を感じるコンセプト賃貸住宅	20
「ZEH賃貸住宅」の魅力度／家賃アップ許容率	21
「ZEH賃貸」の魅力点	22
<b>■ 契約した住まいの家賃と管理費・共益費</b>	
契約した住まいの家賃 ※管理費・共益費除く	23
契約した住まいの管理費・共益費	24
<b>[Appendix]</b>	
設備に対する満足度、次引っ越す際に欲しい設備 各年度の項目一覧	25
設備に対する満足度 WB後集計数 全体	26
設備に対する満足度 WB後集計数 23年度属性別	27
リモートワーク実施状況	28

## 調査概要

### 調査目的

- 2023年度（2023年4月1日～2024年3月31日入居）に賃貸物件を契約した人の行動実態やニーズを把握すること

### 調査対象

【スクリーニング調査】

- 性・年代：18歳以上のマクロミルモニタの男女 排除業種：調査業、広告代理業
- 地域：北海道／東北／北陸／首都圏／関西／東海／中国／四国／九州 ※一部地域除く

エリア	対象都道府県
北海道	北海道
東北地方	青森県, 岩手県, 宮城県, 秋田県, 山形県, 福島県
北陸地方	新潟県, 富山県, 石川県, 福井県
首都圏	埼玉県, 千葉県, 東京都, 神奈川県
関西	滋賀県, 京都府, 大阪府, 兵庫県, 奈良県, 和歌山県
東海	岐阜県, 静岡県, 愛知県, 三重県
中国地方	鳥取県, 島根県, 岡山県, 広島県, 山口県
四国地方	徳島県, 香川県, 愛媛県, 高知県
九州地方	福岡県, 佐賀県, 長崎県, 熊本県, 大分県, 宮崎県, 鹿児島県, 沖縄県

【本調査】

- 下記条件を満たすマクロミルモニタの男女個人

- 現在の居住形態が「賃貸」である
- 現在の「賃貸」住宅への入居時期が2023年4月1日～2024年3月31日である
- 現在の「賃貸」住宅の物件選びに関与した
- 回答者本人が調査業・広告代理業ではない

※令和2年度国勢調査の人口と、スクリーニング調査で得られた2023年度の賃貸契約者出現率から、性・年代・未既婚別（下表の12セグメント）の賃貸契約者数を各エリアごとに推計した。この賃貸契約者数の推計値に構成比が一致するよう、性・年代・未既婚別の比率調整（ウエイトバック、以下WB）を行った。

【本リリース分析対象】

調査は全国で行っているが、本リリースは首都圏の集計結果を掲載している。

※契約者数推計値に構成比が一致するよう性・年代・未既婚別の比率調整を行っている。エリア間の推計値比も比率調整に反映されるため、補正前後で合計数が異なる。

#### ■回収数（首都圏）

	未婚		既婚		合計		
	男女・計		男女・計				
	男性	女性	男性	女性			
18-29歳	124	130	254	31	101	132	386
30代	103	101	204	95	145	240	444
40代以上	102	103	205	115	100	215	420
合計							1,250

↓

	未婚		既婚		合計		
	男女・計		男女・計				
	男性	女性	男性	女性			
18-29歳	303	337	640	38	67	106	745
30代	83	72	155	90	102	192	348
40代以上	63	62	125	57	85	141	266
合計							1,359

### 調査方法

- インターネットによるアンケート調査

### 調査期間

- スクリーニング調査：2024年5月30日（木）～2024年6月14日（金）
- 本調査：2024年6月7日（金）～2024年6月25日（火）

### 有効回答数

- スクリーニング調査：75,152サンプル（首都圏） 本調査：1,250サンプル（首都圏）

### 調査実施機関

- 株式会社マクロミル

### 調査結果を見る際の注意点

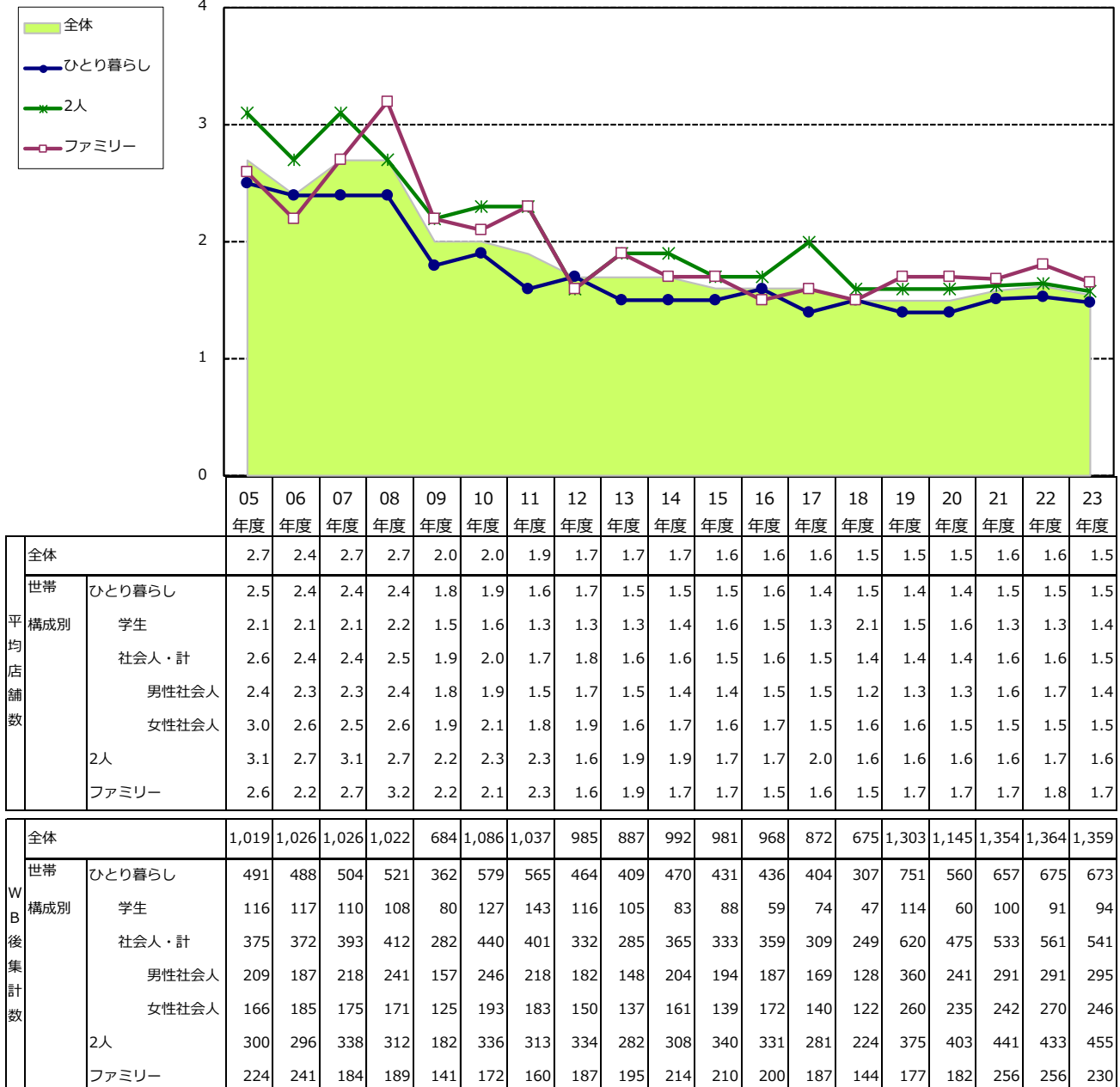
- %を表示する際に小数第2位で四捨五入しているため、差分や合計値において、単純計算した数値と一致しない場合がある

## 訪問した不動産会社の店舗数（合計）

- 訪問した不動産会社の店舗数は平均1.5店舗で、前年度（1.6店舗）からほぼ横ばい。
- 世帯構成別に見ると、前年同様にファミリーで最も多く、平均1.7店舗。

### ■ 訪問した不動産会社の店舗数・合計（単一回答＋最大カテゴリーは実数回答）

(店舗)



※店舗数は、実店舗とオンラインの合計

※平均値の算出方法：「0店舗（訪問していない）」～「5店舗」、「6店舗以上（実数回答）」のカテゴリーで聴取。「0店舗」～「5店舗」はそれぞれ0～5の実数に置き換え、「6店舗以上」は具体的に回答された実数を利用して平均値を算出している

※実数回答は外れ値を除外するクリーニングを実施し、平均値は有効回答数ベースで算出。WB後集計数はクリーニング前の回答全数を記載

※賃貸契約者数の推計値に構成比が一致するよう、性・年代・未婚婚別の比率調整（ウエイトバック）を行ったため、各属性のWB後集計数を足し上げた人数と、全体の人数が一致しないことがある（以降のページも同様）

## 訪問した不動産会社の店舗数（実店舗／オンライン）

- ・ 実店舗に訪問した不動産会社の数は「1店舗」の割合が最も高く、55.5%。
- ・ オンラインで訪問した不動産会社の数は「0店舗」の割合が最も高く、67.7%。1店舗以上の割合は32.3%で、全体と比べてこの割合が高いのは、ひとり暮らしの男性社会人、ファミリー、リモートワーク実施者である。
- ・ リモートワーク実施者は、実店舗、オンライン共に、平均訪問店舗数が最も多い。
- ・ 実店舗とオンラインの訪問パターンを見ると、「実店舗1店舗×オンライン0店舗」が37.7%で最も高く、次いで、「実店舗1店舗×オンライン1店舗」が15.4%である。

### ■ 実店舗／オンラインで訪問した不動産会社の店舗数（単一回答）

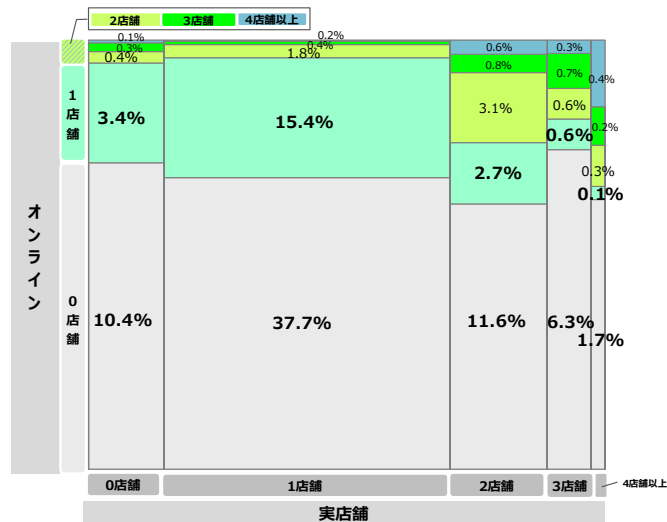
(単位：%)		WB後 集計数	0店舗 (訪問していない)	1店舗	2店舗	3店舗	4店舗以上	平均 (店舗)
実店舗	23年度 全体	1,359	14.5	55.5	18.8	8.5	2.7	1.3
	世帯 構成別							
	ひとり暮らし	673	15.0	56.1	17.8	8.2	2.8	1.3
	学生	94	22.5	59.0	5.2	8.1	5.3	1.2
	社会人・計	541	13.9	55.4	20.4	8.4	1.8	1.3
	男性社会人	295	12.7	58.0	20.6	7.2	1.5	1.3
	女性社会人	246	15.4	52.4	20.2	9.7	2.2	1.3
	2人 ファミリー	455	11.1	58.0	20.0	8.6	2.3	1.3
		230	19.8	48.6	19.5	8.9	3.2	1.3
	リモート ワーク 実施状況別							
実施していない	743	15.5	58.1	15.5	8.2	2.6	1.3	
実施している	456	12.6	49.8	25.2	9.1	3.3	1.4	
働いていない	161	15.4	59.1	15.9	8.0	1.6	1.2	

(単位：%)		WB後 集計数	0店舗	1店舗	2店舗	3店舗	4店舗以上	1店舗 以上・ 計	平均 (店舗)
オンライン	23年度 全体	1,359	67.7	22.2	6.1	2.4	1.6	32.3	0.5
	世帯 構成別								
	ひとり暮らし	673	69.1	19.6	7.0	3.0	1.4	30.9	0.5
	学生	94	78.8	13.1	8.1	—	—	21.2	0.3
	社会人・計	541	67.7	21.1	7.2	2.7	1.3	32.3	0.5
	男性社会人	295	62.9	23.3	9.0	3.3	1.5	37.1	0.6
	女性社会人	246	73.4	18.4	5.1	1.9	1.1	26.6	0.4
	2人 ファミリー	455	70.2	22.6	4.4	1.5	1.3	29.8	0.4
		230	58.8	29.0	6.9	2.5	2.7	41.2	0.6
	リモート ワーク 実施状況別								
実施していない	743	74.4	18.8	4.3	1.3	1.2	25.6	0.4	
実施している	456	57.2	27.4	9.6	4.2	1.7	42.8	0.7	
働いていない	161	66.3	23.0	4.9	3.1	2.6	33.7	0.6	

### ■ 実店舗×オンライン

#### 訪問パターン

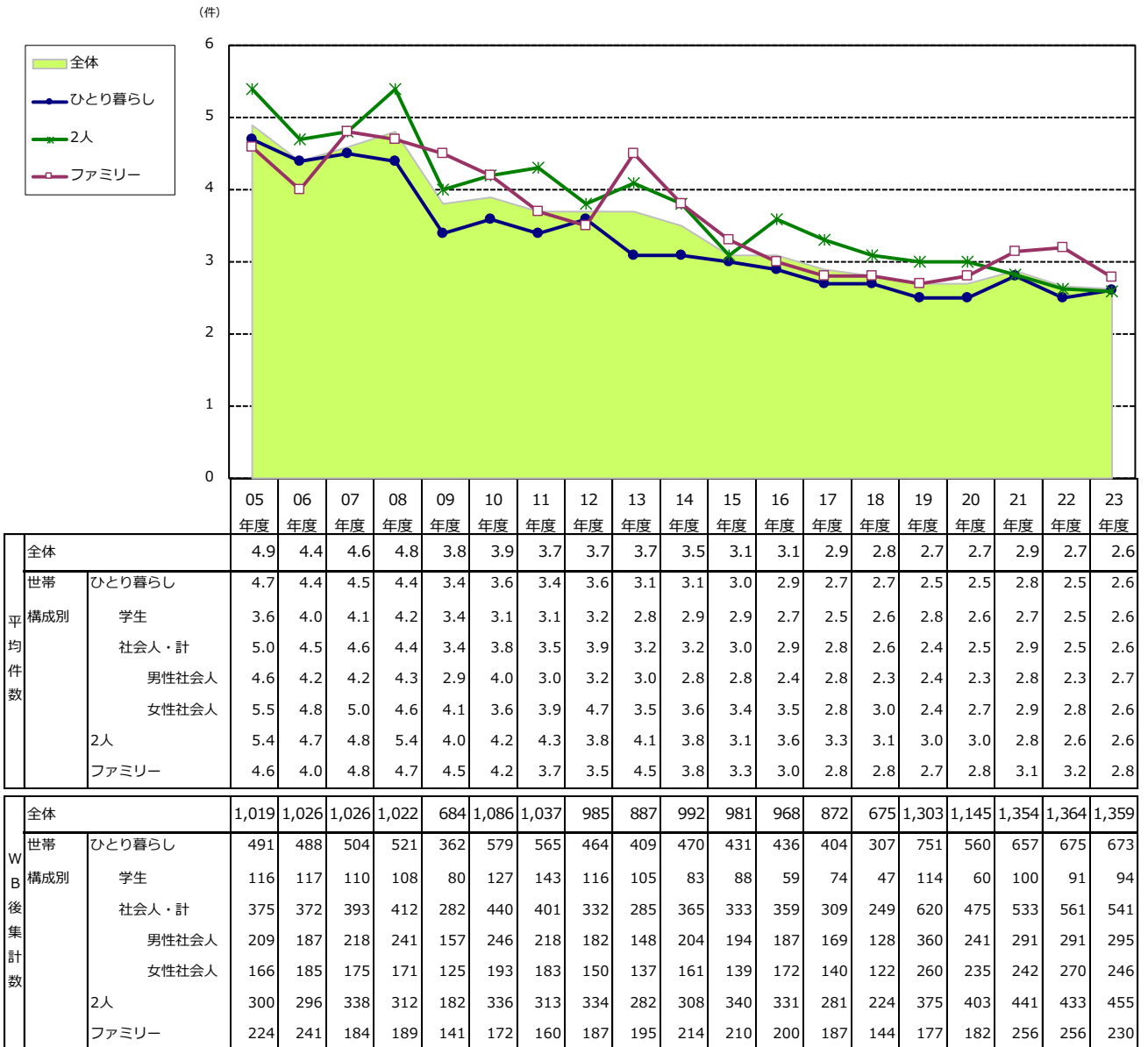
WB後集計数=1,359



## 見学した物件数

- ・ 見学した物件数は平均2.6件。経年で見ると緩やかな減少傾向で、2005年度以降最小値となった。
- ・ 世帯構成別に見ると、見学した物件数はファミリーで最も多く平均2.8件だが、前年度の平均3.2件より減少した。

### ■ 部屋探しの際に見学した物件数（単一回答＋最大カテゴリーは実数回答）



※物件数には、オンラインでの見学・対面での見学いずれも含む

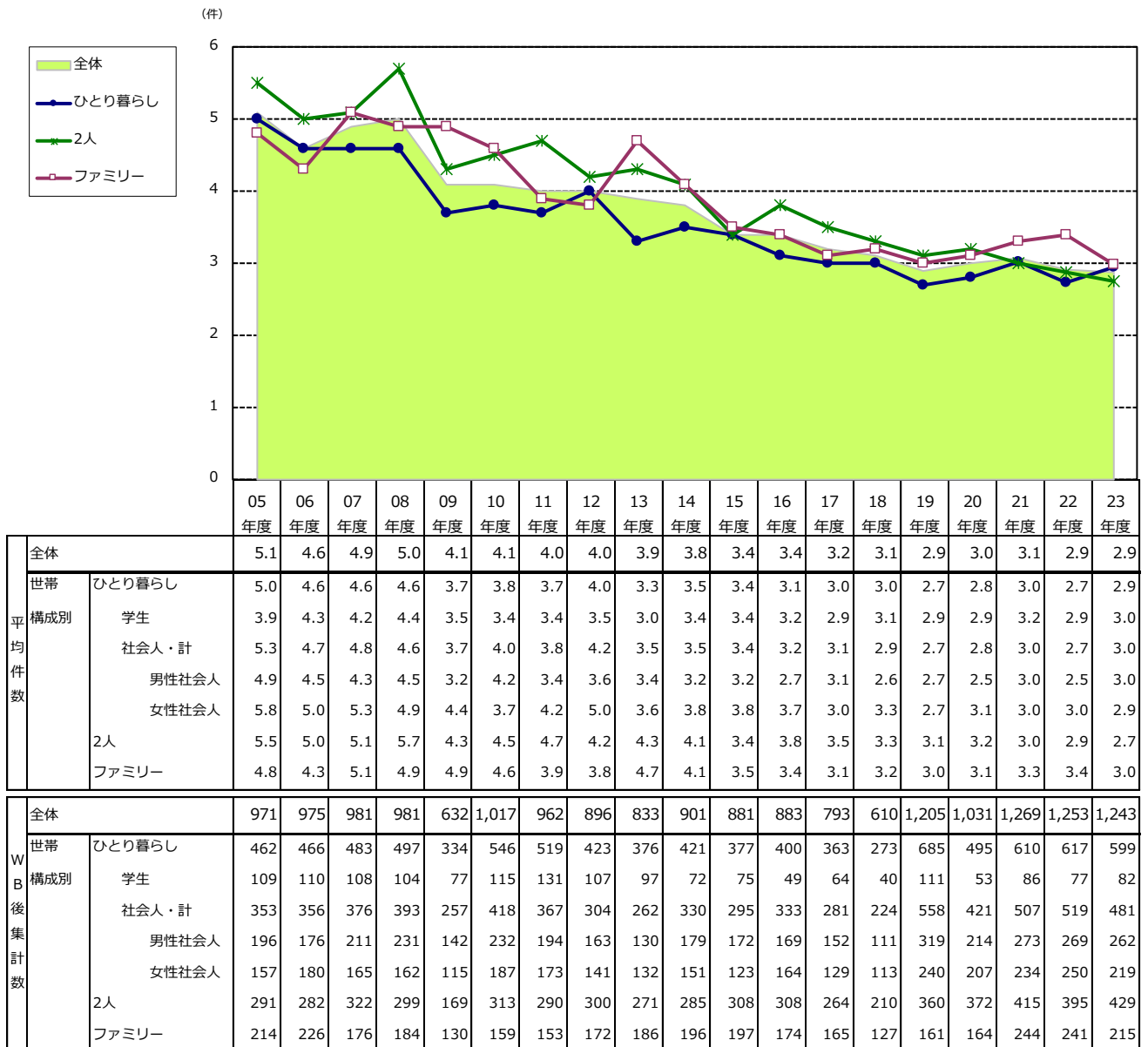
※平均値の算出方法：「0件」～「9件」、「10件以上（実数回答）」のカテゴリーで聴取。「0件」～「9件」はそれぞれ0～9の実数に置き換え、「10件以上」は具体的に回答された実数を利用して平均値を算出している

※実数回答は外れ値を除外するクリーニングを実施し、平均値は有効回答数ベースで算出。WB後集計数はクリーニング前の回答全数を記載

## 見学した物件数（見学した物件なしの人を除く）

- 物件見学なしの人を除いた見学物件数は平均2.9件で、前年度と同じ。

### ■ 部屋探しの際に見学した物件数（物件見学者／単一回答＋最大カテゴリーは実数回答）



※物件数には、オンラインでの見学・対面での見学いずれも含む

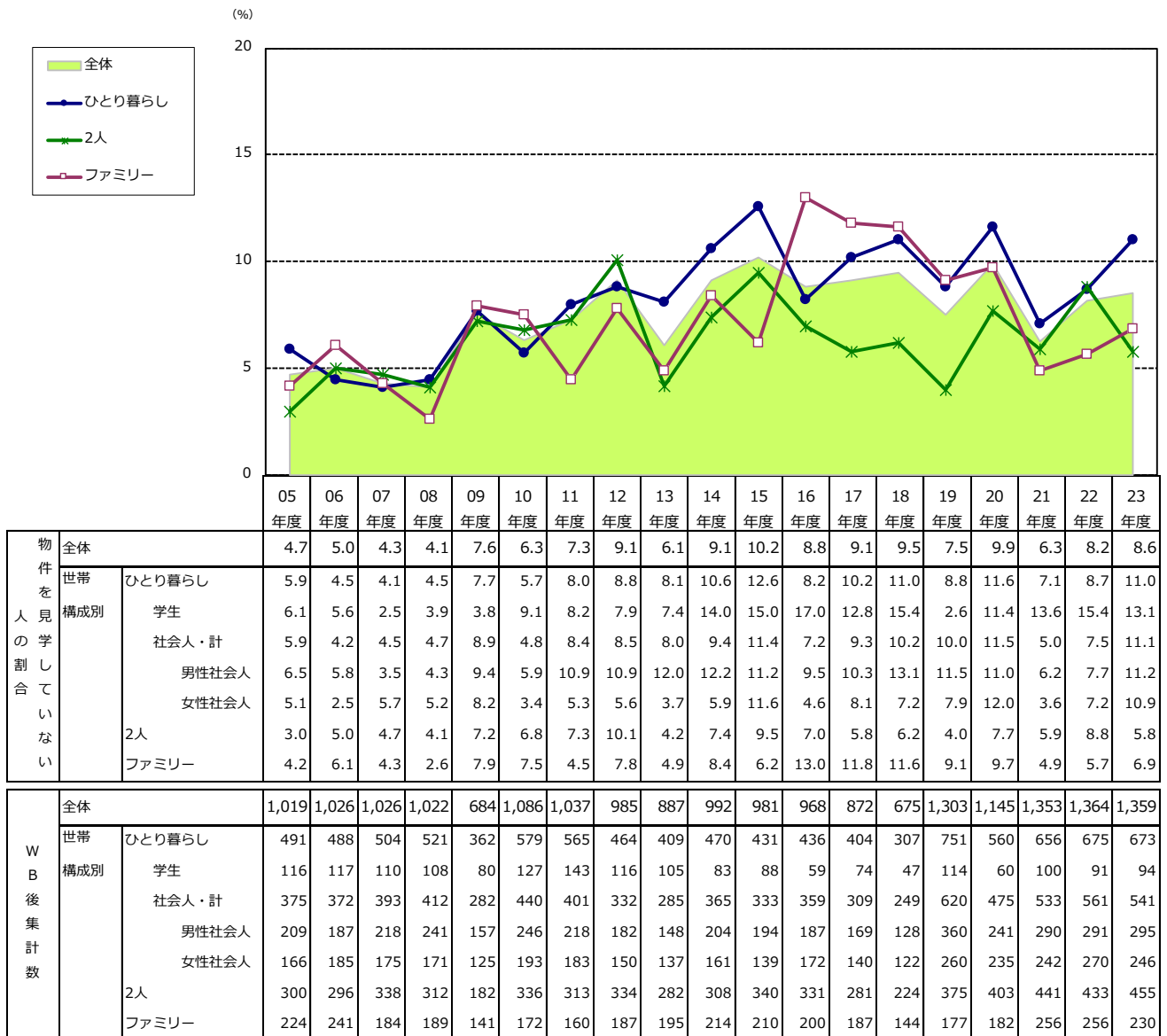
※平均値の算出方法：「0件」～「9件」、「10件以上（実数回答）」のカテゴリーで聴取。「0件」は除き、「1件」～「9件」はそれぞれ1～9の実数に置き換え、「10件以上」は具体的に回答された実数を利用して平均値を算出している

※実数回答は外れ値を除外するクリーニングを実施し、平均値は有効回答数ベースで算出。WB後集計数はクリーニング前の回答全数を記載

## 物件を見学しなかった人の割合

- 物件見学をしていない人の割合は8.6%で、前年度と同程度。
- 世帯構成別に見ると、ひとり暮らしの社会人では、約4ポイント増加した。

### ■ 部屋探しの際に物件を見学していない人の割合（単一回答）



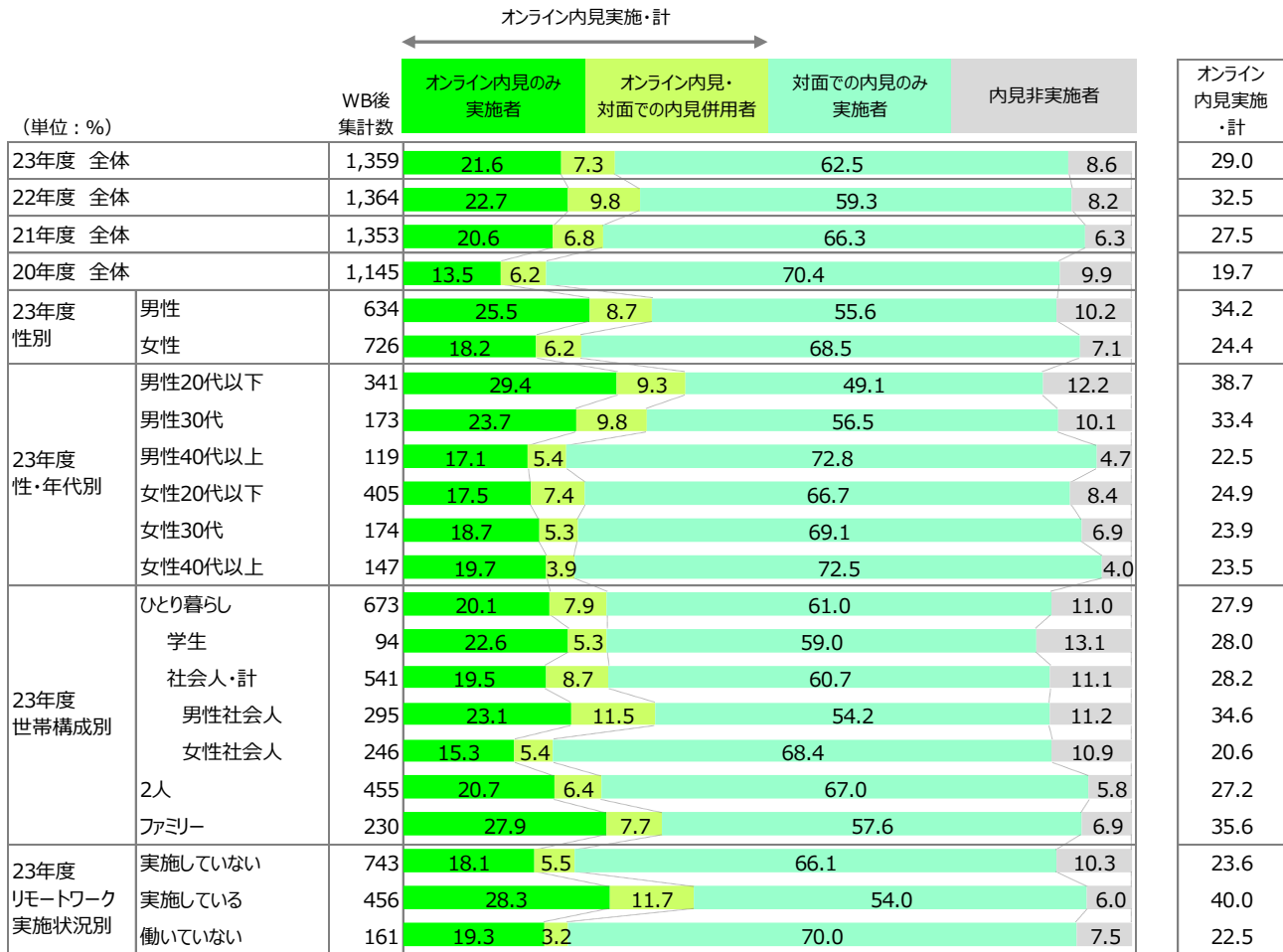
※現居住物件を決めるまでに見学した物件数について、「0件（見学していない）」と回答した人の比率



## 物件の見学スタイル（オンライン内見実施率）

- 「オンライン内見のみ実施者」が21.6%、「オンライン内見・対面での内見併用者」が7.3%で、合計29.0%がオンライン内見を実施。前年度まで増加が続いていたが、2023年度は約4ポイント減少した。
- 全体と比べて、オンライン内見の実施率が高いのは、男性20代以下、ひとり暮らしの男性社会人、ファミリー、リモートワーク実施者である。

### ■ 物件の見学スタイル（単一回答）



内見実施状況	見学した物件数（対面での内見を含む）	オンライン内見をした物件数
オンライン内見のみ実施者	1件以上	「見学した物件数（対面での内見を含む）」と同数
オンライン内見・対面での内見併用者	1件以上	「見学した物件数（対面での内見を含む）」より少ない
対面での内見のみ実施者	1件以上	0件（見学していない）
内見非実施者	0件（見学していない）	0件（見学していない）

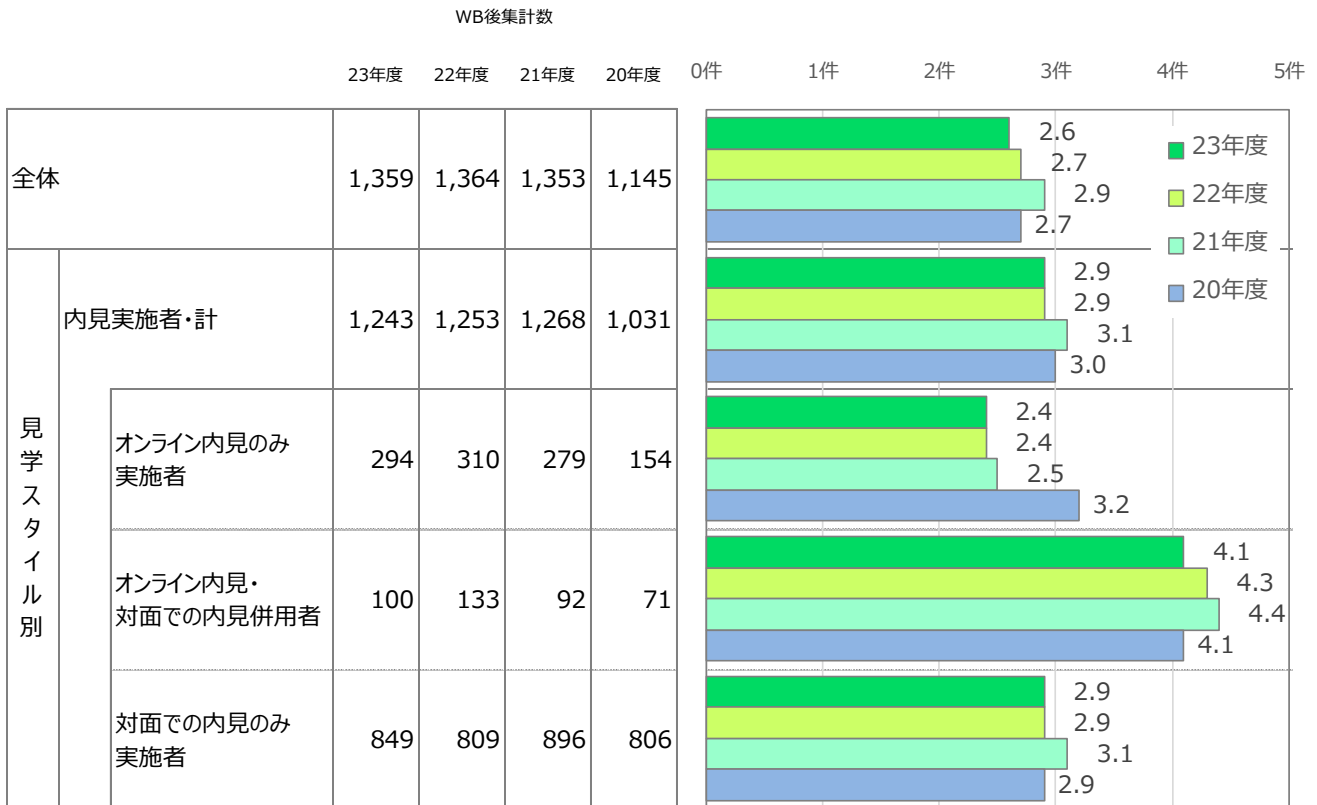
※内見実施状況の定義：現居住物件を決めるまでに見学した物件数について、それぞれ上表のとおり回答したもの。「オンライン内見」については、調査票上では特に定義や例示はしていない

※「オンライン内見実施・計」は対象者の回答件数から割合を算出した後に小数第2位を四捨五入しており、「丸め誤差」が生じる場合があるためグラフに表示されたスコアの合計と必ずしも一致しない

## 見学スタイル別 平均見学物件数

- 見学スタイル別に、平均見学物件数の推移を見ると、オンライン内見・対面での内見併用者で2年続けて少しずつ減少し、2023年度は平均4.1件となった。

### ■ 見学スタイル別 部屋探しの際に見学した平均物件数 (単一回答+最大カテゴリーは実数回答)



内見実施状況	見学した物件数（対面での内見を含む）	オンライン内見をした物件数
オンライン内見のみ実施者	1件以上	「見学した物件数（対面での内見を含む）」と同数
オンライン内見・対面での内見併用者	1件以上	「見学した物件数（対面での内見を含む）」より少ない
対面での内見のみ実施者	1件以上	0件（見学していない）
内見非実施者	0件（見学していない）	0件（見学していない）

※内見実施状況の定義：現居住物件を決めるまでに見学した物件数について、それぞれ上表のとおり回答したもの。「オンライン内見」については、調査票上では特に定義や例示はしていない

※平均値の算出方法：「0件」～「9件」、「10件以上（実数回答）」のカテゴリーで聴取。「0件」～「9件」はそれぞれ0～9の実数に置き換え、「10件以上」は具体的に回答された実数を利用して平均値を算出している

※実数回答は外れ値を除外するクリーニングを実施し、平均値は有効回答数ベースで算出。上記グラフには有効回答数ベースの集計数を掲載しているため、p.6、7記載の集計数（クリーニング前の回答全数を記載）とは異なる場合がある

## 見学スタイル別 見学物件数の割合

- ・ オンライン内見のみ実施者は、「1件」と「2～3件」が共に40.5%、対面での内見のみ実施者は、「2～3件」が43.5%で最も高い。いずれも前年度からの大きな変化は見られない。
- ・ オンライン内見・対面での内見併用者では、4件以上が過半数を占めるものの、前年度に比べると「2～3件」が11ポイント増加し、「6件以上」が約14ポイント減少した。

### ■ 見学スタイル別 部屋探しの際に見学した物件数の割合（物件見学者／単一回答）

(単位：%)		WB後 集計数	1件	2～3件	4～5件	6件以上
オンライン内見のみ 実施者	23年度	294	40.5	40.5	11.5	7.5
	22年度	310	39.1	43.8	12.4	4.6
	21年度	279	43.8	36.6	13.6	6.0
	20年度	154	30.5	40.2	23.4	5.9
オンライン内見・ 対面での内見 併用者	23年度	100	-	48.6	37.1	14.4
	22年度	133	-	37.6	34.2	28.2
	21年度	92	-	39.8	40.0	20.3
	20年度	71	-	40.3	53.5	6.2
対面での内見のみ 実施者	23年度	849	28.9	43.5	18.4	9.2
	22年度	809	28.0	45.5	18.5	8.0
	21年度	896	26.1	41.9	21.0	11.1
	20年度	806	25.7	43.4	28.0	3.0

内見実施状況	見学した物件数（対面での内見を含む）	オンライン内見をした物件数
オンライン内見のみ実施者	1件以上	「見学した物件数（対面での内見を含む）」と同数
オンライン内見・対面での内見併用者	1件以上	「見学した物件数（対面での内見を含む）」より少ない
対面での内見のみ実施者	1件以上	0件（見学していない）
内見非実施者	0件（見学していない）	0件（見学していない）

※内見実施状況の定義：現居住物件を決めるまでに見学した物件数について、それぞれ上表のとおり回答したもの。「オンライン内見」については、調査票上では特に定義や例示はしていない

## 見学スタイル別 プロファイル

- ・ オンライン内見のみ実施者は、物件を探し始めてから契約までの期間が最も短く、平均23.8日。また、対面での内見実施者に比べて、マンション居住者の割合が低い。
- ・ オンライン内見・対面での内見併用者は、平均世帯年収と平均賃料が最も高い。また、訪問した不動産会社の平均店舗数や、平均問い合わせ物件数が他の層に比べて多く、リモートワーク実施率も53.6%で最も高い。

### ■ 見学スタイル別 見学者の特徴（単一回答 or 実数回答）

		オンライン内見のみ 実施者	オンライン内見・ 対面での内見併用者	対面での内見のみ 実施者	内見非実施者
WB後集計数		294	100	849	116
首都圏居住者（100%）の見学スタイル別割合		21.6%	7.3%	62.5%	8.6%
性別シェア	男性	55.0%	55.1%	41.5%	55.6%
	女性	45.0%	44.9%	58.5%	44.4%
性・年代別シェア	男性20代以下	34.1%	31.8%	19.7%	35.7%
	男性30代	14.0%	16.9%	11.5%	15.0%
	男性40代以上	6.9%	6.4%	10.2%	4.9%
	女性20代以下	24.1%	30.0%	31.8%	29.1%
	女性30代	11.1%	9.2%	14.2%	10.4%
	女性40代以上	9.8%	5.7%	12.5%	5.0%
平均年齢		32歳	31歳	34歳	30歳
最も高い年齢		80歳	66歳	79歳	82歳
世帯構成別 シェア	ひとり暮らし	46.0%	52.9%	48.4%	63.8%
	学生	7.3%	5.0%	6.6%	10.6%
	社会人・計	35.9%	47.3%	38.7%	51.6%
	男性社会人	23.2%	34.1%	18.8%	28.4%
	女性社会人	12.8%	13.2%	19.8%	23.2%
2人	32.1%	29.4%	36.0%	22.6%	
ファミリー	21.9%	17.7%	15.6%	13.6%	
平均世帯年収		592万円	677万円	566万円	613万円
現在の住まい シェア	UR賃貸住宅	5.1%	7.7%	3.0%	2.9%
	一戸建て住宅*	5.1%	9.5%	2.9%	2.9%
	マンション*	44.7%	51.5%	53.1%	52.1%
	アパート*	42.0%	28.9%	40.3%	42.1%
	テラスハウス・タウンハウス*	3.1%	2.5%	0.6%	-
リモートワーク実施率		43.8%	53.6%	29.0%	23.6%
物件を 探し始めてから 契約までの 期間別シェア	平均日数	23.8日	26.6日	32.9日	26.8日
	1～10日未満	24.4%	11.9%	22.0%	29.0%
	10～30日未満	52.2%	49.4%	43.9%	47.7%
	30日以上	23.4%	38.7%	34.0%	23.2%
賃料 （管理費含む）	平均	99,615円	100,019円	96,627円	84,562円
	最高額	415,000円	260,000円	390,000円	270,000円
訪問した不動産会社 平均店舗数	実店舗＋オンライン合計	1.5店舗	1.9店舗	1.6店舗	0.5店舗
オンライン	1.0店舗	1.1店舗	0.3店舗	0.3店舗	
平均問い合わせ物件数		3.1件	4.7件	4.3件	1.4件
部屋探しの際に 見学した平均物件数	合計	2.4件	4.1件	2.9件	-
	オンライン	2.4件	2.2件	-	-
	対面	-	1.9件	2.9件	-
平均申し込み物件数		1.8件	2.4件	1.5件	1.4件

内見実施状況	見学した物件数（対面での内見を含む）	オンライン内見をした物件数
オンライン内見のみ実施者	1件以上	「見学した物件数（対面での内見を含む）」と同数
オンライン内見・対面での内見併用者	1件以上	「見学した物件数（対面での内見を含む）」より少ない
対面での内見のみ実施者	1件以上	0件（見学していない）
内見非実施者	0件（見学していない）	0件（見学していない）

※内見実施状況の定義：現居住物件を決めるまでに見学した物件数について、それぞれ上表のとおり回答したもの。「オンライン内見」については、調査票上では特に定義や例示はしていない

※平均世帯年収の算出方法：各選択肢が取り得る最小値・最大値の中央値を加重値として算出した。ただし「2000万円以上」は2150万円に置き換えている。なお、「わからない」回答者を除くベースで集計している

※平均日数（物件を探し始めてから契約までの期間）の算出方法：各選択肢が取り得る最小値・最大値の中央値を加重値として算出した。ただし「80日以上」は具体的に回答された実数を利用している

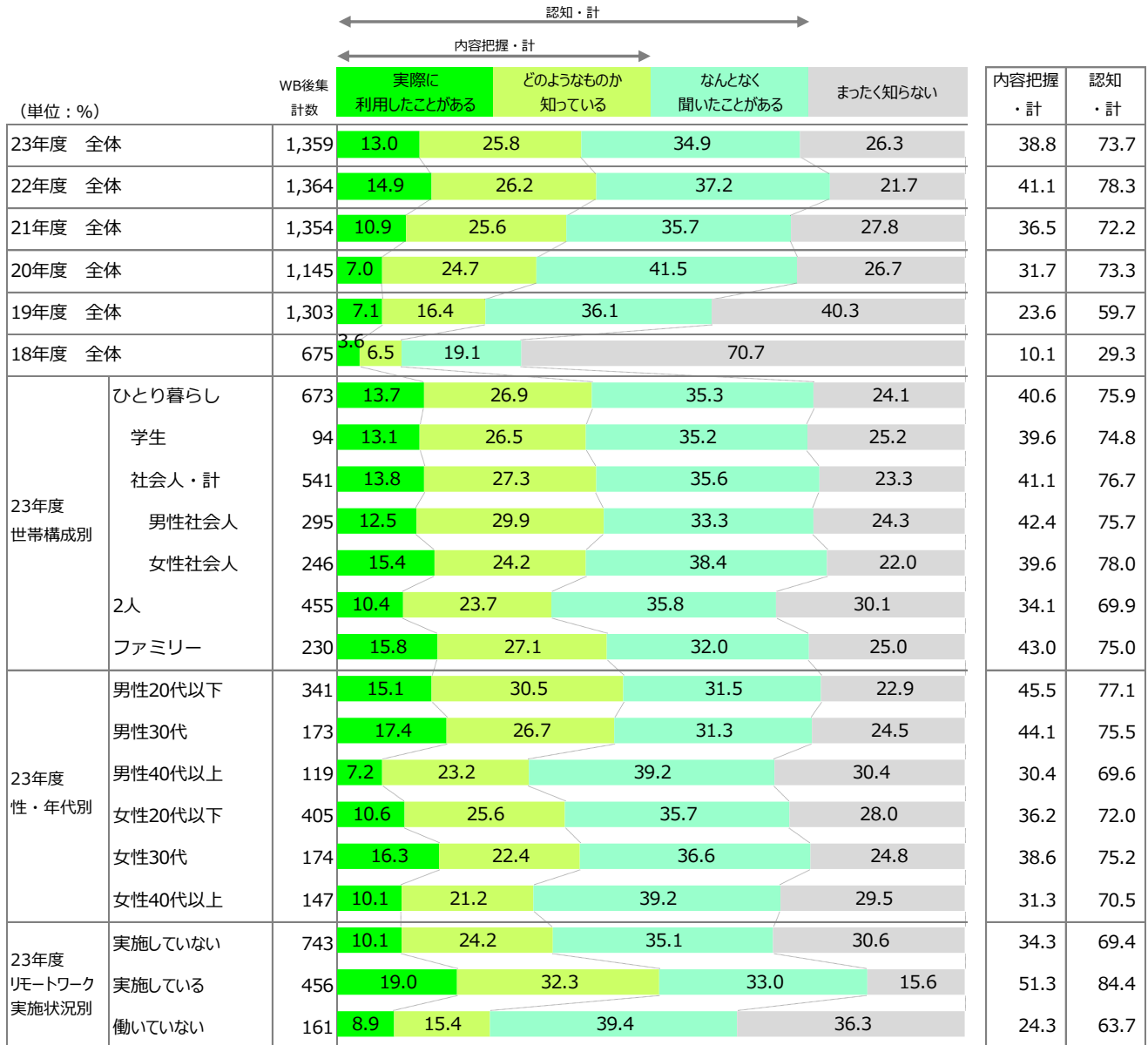
※見学した物件数（対面）は調査票では聴取していないため、物件数（合計）と物件数（オンライン）から計算している

\*：UR賃貸住宅を除く

## オンライン上で行う賃貸契約（IT重説）の認知・利用状況

- ・ オンライン上で行う賃貸契約（ITによる重要事項説明）の認知率、内容把握率、実際の利用率は、いずれも前年度までは上昇傾向であったが、2023年度はいずれも低下となった。
- ・ 全体に比べて、実際に利用したことがある割合が高いのは、リモートワーク実施者（19.0%）。内容把握率が高いのは、リモートワーク実施者（51.3%）、男性20代以下（45.5%）、男性30代（44.1%）である。

### ■ オンライン上で行う賃貸契約（IT重説）の認知・利用状況（単一回答）



※実際の設問は以下のとおり／2022年5月から可能になった重要事項説明書・契約書交付の電子化については明示していない  
 Q. あなたは、物件・不動産会社によっては、賃貸物件の契約をオンライン上で完結させられる（※）ことをご存じでしたか。  
 ※賃貸借契約における重要事項説明もインターネット等を利用し、対面以外の方法で実施する（IT重説）

※「内容把握・計」「認知・計」は対象者の回答状況から割合を算出した後に小数第2位を四捨五入しており、「丸め誤差」が生じる場合があるためグラフに表示されたスコアの合計と必ずしも一致しない

## オンライン上で行う賃貸契約（IT重説）の利用経験者のプロフィール

- ・ オンライン上で行う賃貸契約（IT重説）の利用経験あり層は、利用経験なし層と比べて、平均世帯年収や平均賃料が高く、マンション居住者の割合、リモートワーク実施率が高い。
- ・ また、オンライン訪問をした不動産会社の平均店舗数や、オンライン見学をした平均物件数も利用経験なし層と比べて多くなっている。

### ■ オンライン上で行う賃貸契約（IT重説）利用経験者の特徴（単一回答 or 実数回答）

		オンライン契約 利用経験あり	オンライン契約 利用経験なし
WB後集計数		176	1,183
首都圏居住者（100%）の利用経験割合		13.0%	87.0%
性別シェア	男性	51.1%	45.9%
	女性	48.9%	54.1%
性・年代別シェア	男性20代以下	29.1%	24.5%
	男性30代	17.1%	12.1%
	男性40代以上	4.9%	9.4%
	女性20代以下	24.4%	30.6%
	女性30代	16.1%	12.3%
	女性40代以上	8.4%	11.2%
平均年齢		32歳	33歳
最も高い年齢		76歳	82歳
世帯構成別 シェア	ひとり暮らし	52.5%	49.1%
	学生	7.0%	6.9%
	社会人・計	42.5%	39.4%
	男性社会人	20.9%	21.8%
	女性社会人	21.6%	17.6%
	ファミリー	26.9%	34.5%
平均世帯年収		625万円	579万円
現在の住まい シェア	UR賃貸住宅	5.2%	3.6%
	一戸建て住宅*	2.8%	4.0%
	マンション*	60.0%	49.8%
	アパート*	31.7%	41.2%
	テラスハウス・タウンハウス*	0.4%	1.4%
リモートワーク実施率		49.2%	31.2%
物件を 探し始めてから 契約までの 期間別シェア	平均日数	30.8日	29.8日
	1～10日未満	26.6%	21.8%
	10～30日未満	39.6%	47.5%
	30日以上	33.9%	30.8%
賃料 （管理費含む）	平均	107,507円	94,848円
	最高額	390,000円	415,000円
訪問した不動産会社 平均店舗数	実店舗+オンライン合計	1.5店舗	1.6店舗
	オンライン	1.0店舗	0.4店舗
平均問い合わせ物件数		4.1件	3.8件
部屋探しの際に 見学した平均物件数	合計	2.9件	2.6件
	オンライン	1.4件	0.6件
	対面	1.5件	2.0件
平均申し込み物件数		2.0件	1.6件

※実際の設問は以下のとおり／2022年5月から可能になった重要事項説明書・契約書交付の電子化については明示していない  
Q. あなたは、物件・不動産会社によっては、賃貸物件の契約をオンライン上で完結させられる（※）ことをご存じでしたか。  
※賃貸借契約における重要事項説明もインターネット等を利用し、対面以外の方法で実施する（IT重説）

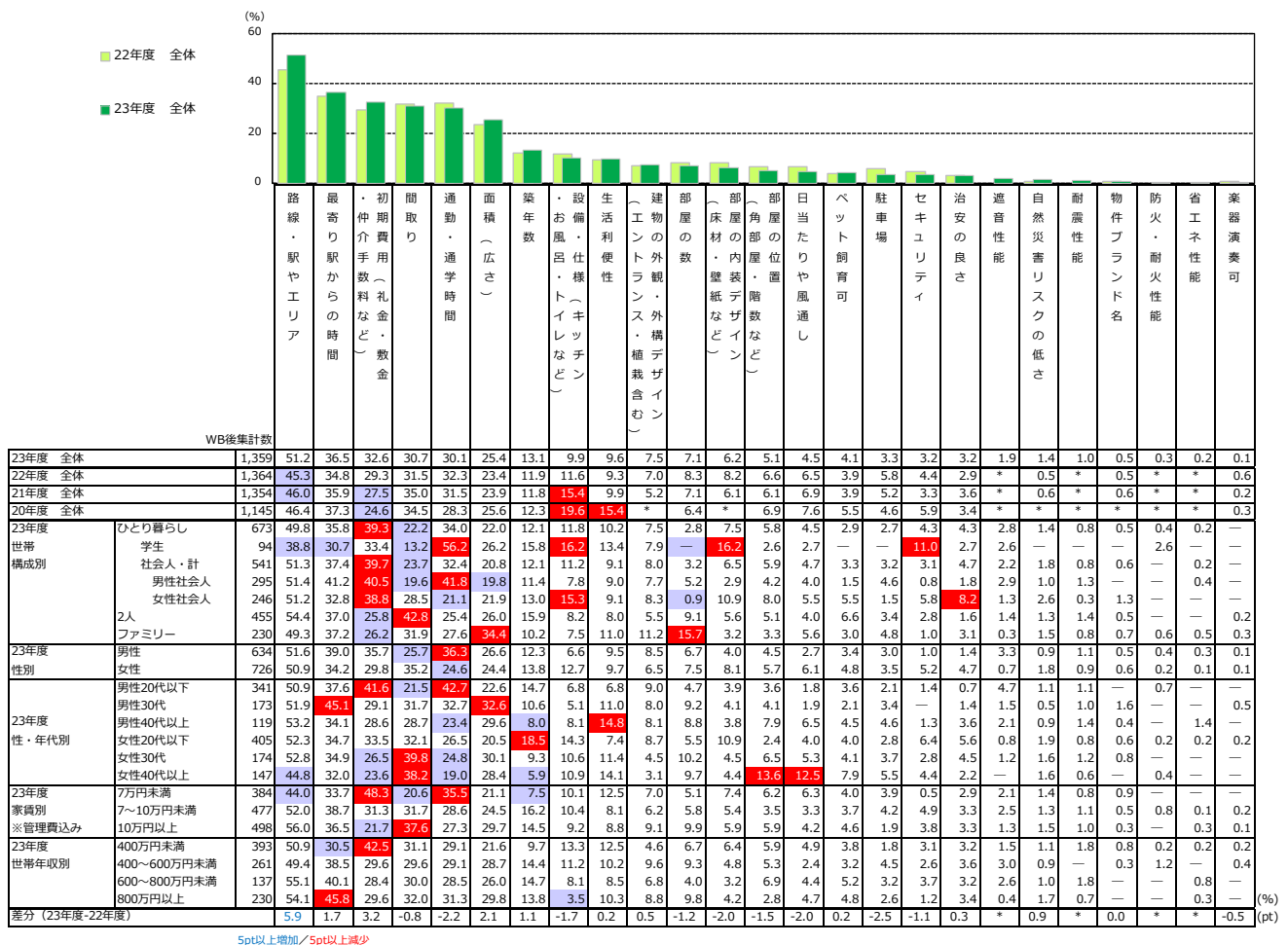
オンライン契約者定義	回答内容（単一回答）
オンライン契約利用経験あり	実際に利用したことがある
オンライン契約利用経験なし	どのようなものか知っている
	なんとなく聞いたことがある
	まったく知らない

※オンライン契約利用経験の定義：賃貸契約をオンライン上で完結できるサービスについて、それぞれ上表のとおり回答したもの  
※平均世帯年収の算出方法：各選択肢が取り得る最小値・最大値の中央値を加重値として算出した。ただし「2000万円以上」は2150万円に置き換えている。なお、「わからない」回答者を除くベースで集計している  
※平均日数（物件を探し始めてから契約までの期間）の算出方法：各選択肢が取り得る最小値・最大値の中央値を加重値として算出した。ただし「80日以上」は具体的に回答された実数を利用している  
\*：UR賃貸住宅を除く

# 決め手となった項目

- 入居物件決定時に決め手となった割合が最も高いのは「路線・駅やエリア」で、唯一5割を超える。次いで、「最寄り駅からの時間」「初期費用」「間取り」「通勤・通学時間」が3割台で続く。
- 前年度に比べると、「路線・駅やエリア」が決め手となった割合が増加。2020年度以降、増加傾向が見られるのは「初期費用」、減少傾向が見られるのは「間取り」や「設備・仕様」である。
- 世帯構成別に見ると、ひとり暮らしは「初期費用」、2人は「間取り」、ファミリーは「面積」「部屋の数」が決め手となった割合が、全体に比べて高い。

## ■ 決め手となった項目※家賃を除く【1~3位合算スコア】（各単一回答）



- +5.0** 23年度全体値より5ポイント以上高い数値
- 5.0** 23年度全体値より5ポイント以上低い数値

※実際の設問は以下のとおり。選択肢は上記25項目+「その他」「該当なし」

Q. 入居した物件を選んだ際、家賃を除いた次の項目の内、最も決め手となった項目は何ですか。優先度の高かったものから順に、3位までお選びください。

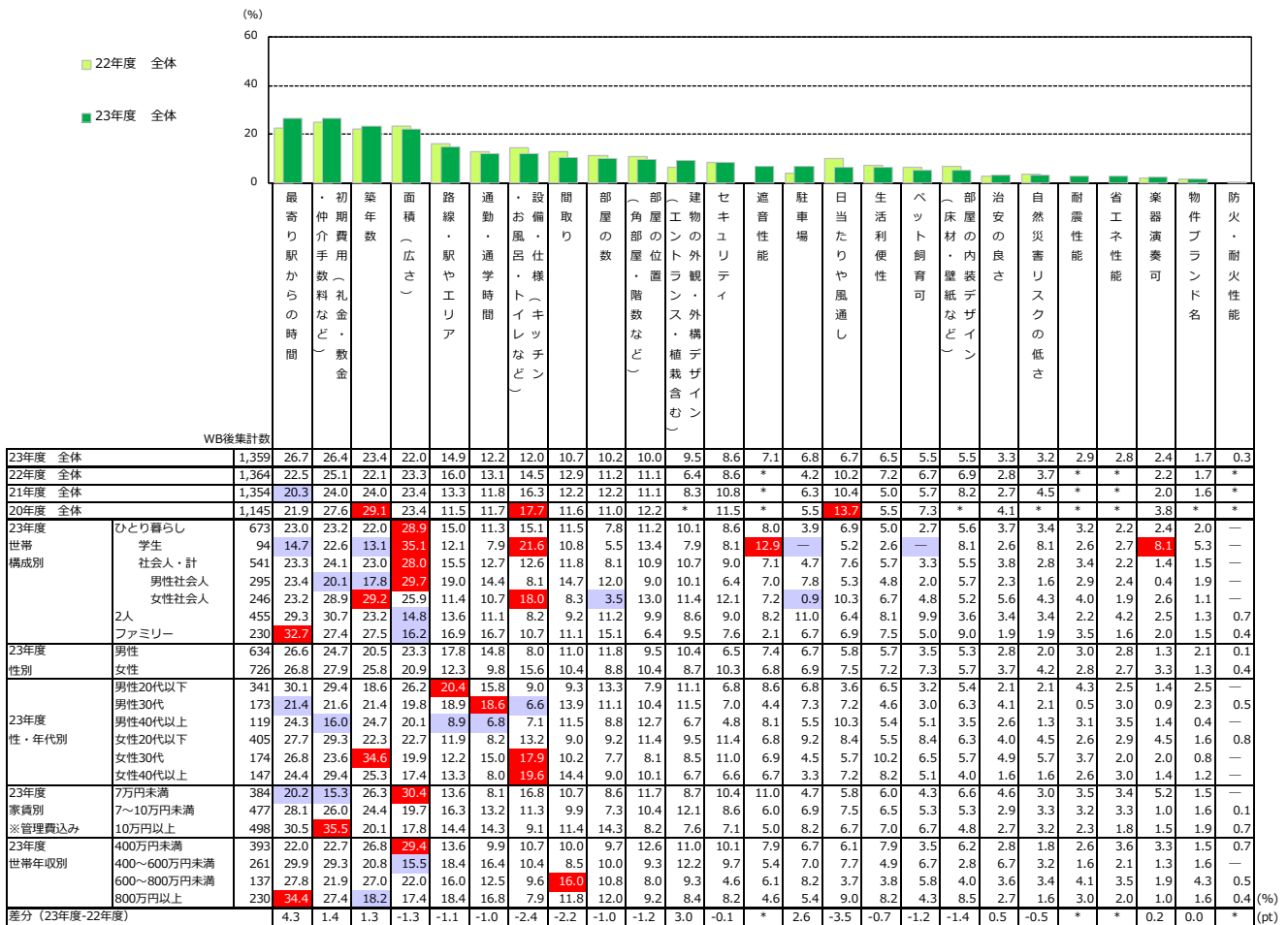
※「23年度 全体」のスコア降順にてソート

\*当該年度には聴取していない項目

## やむを得ずあきらめた項目

- 入居物件決定時にやむを得ずあきらめた割合が最も高いのは、「最寄り駅からの時間」で26.7%。次いで、「初期費用」(26.4%)、「築年数」(23.4%)、「面積」(22.0%)と続く。
- 2020年度以降の経年変化を見ると、「最寄り駅からの時間」をあきらめた割合は増加傾向、反対に、「設備・仕様」は減少傾向である。
- 世帯構成別に見ると、ひとり暮らしは「面積」、ひとり暮らしの学生や女性社会人は「設備・仕様」、ファミリーは「最寄り駅からの時間」をあきらめた割合が、全体に比べて高い。

## ■ やむを得ずあきらめた項目※家賃を除く【1~3位合算スコア】(各単一回答)



+5.0 23年度全体値より5ポイント以上高い数値

-5.0 23年度全体値より5ポイント以上低い数値

※実際の設問は以下のとおり。選択肢は上記25項目+「その他」「該当なし」

Q. 入居した物件を選んだ際、家賃を除いた次の項目の内、本当は欲しかったけれども、やむを得ずあきらめた項目は何ですか。本当は諦めたくなかったものから順に、3位までお選びください。

※「23年度 全体」のスコア降順にてソート

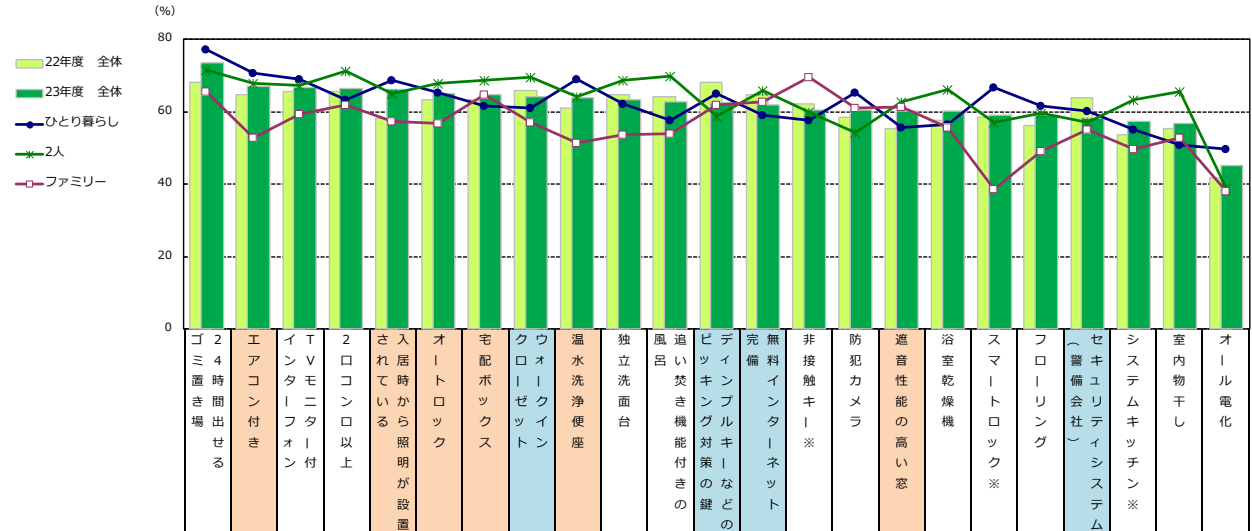
\* 当該年度には聴取していない項目



# 設備に対する満足度

- 「24時間出せるゴミ置き場」の満足度が73.5%で、8年続けて最も高くなった。前年度に満足度が上昇した「ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵」や「セキュリティシステム」は2023年度は低下し、2021年度と同程度の満足度となった。
- 全体と比べて、「24時間出せるゴミ置き場」の満足度が高いのは、ひとり暮らしの女性社会人、女性20代以下などである。

## ■ 設備に対する満足度（各設備が設置されている者／各単一回答）



		23年度 全体	22年度 全体	21年度 全体	20年度 全体	19年度 全体	設備																		
		73.5	67.1	66.7	66.5	66.1	65.0	64.8	64.2	64.1	63.4	62.7	62.6	61.9	60.5	60.5	60.2	60.1	59.0	59.0	58.3	57.5	56.8	45.2	
		68.1	64.7	65.7	65.5	58.2	63.4	63.3	65.8	61.2	64.9	64.2	68.1	64.8	62.3	58.4	55.4	57.8	58.4	56.3	63.8	53.6	55.5	41.7	
		66.7	60.9	64.6	62.0	55.8	64.7	65.5	59.6	63.3	61.4	63.7	61.6	60.2	64.6	59.3	63.8	63.4	62.5	52.0	59.8	59.4	50.6	55.7	
		67.7	61.2	64.2	64.6	*	64.6	64.3	60.0	60.1	63.6	65.9	60.1	65.4	60.6	55.6	57.3	64.4	61.3	53.2	56.3	52.0	54.5	35.9	
		68.1	62.0	67.5	*	*	64.8	63.0	55.9	67.1	60.7	63.8	59.7	67.9	66.8	49.1	55.5	65.8	*	*	50.0	51.4	*	46.0	
世帯 構成別	ひとり暮らし	77.3	70.7	69.0	63.3	68.6	65.4	61.8	61.1	69.0	62.3	57.6	65.1	59.0	57.6	65.4	55.6	56.5	66.7	61.7	60.3	55.3	50.8	49.6	
	学生	77.5	82.4	76.7	45.7	79.6	60.8	69.1	91.3	67.3	67.3	24.8	67.3	41.0	50.7	74.6	-	58.7	51.5	73.0	100.0	46.2	54.6	83.8	
	社会人・計	76.9	68.4	66.9	64.5	64.6	65.7	60.9	58.0	68.3	62.4	62.8	64.3	60.9	56.8	63.7	59.0	57.3	66.5	59.7	56.8	58.2	49.4	34.4	
	男性社会人	73.3	68.0	54.8	57.5	61.2	64.1	54.1	61.0	68.2	55.2	53.9	63.6	49.9	62.1	63.0	69.8	50.7	68.9	57.1	59.6	56.9	46.4	36.1	
	女性社会人	80.9	68.7	77.4	69.0	68.1	66.9	66.5	55.2	68.4	68.2	74.1	65.1	70.8	47.6	64.4	49.3	62.6	60.5	62.0	53.5	59.0	51.7	33.0	
2人 ファミリー	2人	71.7	67.9	67.3	71.2	65.1	67.8	68.8	69.6	64.3	68.8	69.8	58.9	65.9	60.1	54.3	62.9	66.1	57.2	59.8	57.1	63.4	65.6	38.9	
	ファミリー	65.5	52.9	59.3	61.9	57.4	56.8	64.9	57.2	51.5	53.7	54.0	61.9	62.8	69.5	61.0	61.3	55.8	38.7	49.2	55.2	49.7	52.9	38.2	
満足度 性別	男性	66.1	64.3	55.2	57.8	61.9	59.2	58.8	55.0	57.9	57.2	58.5	53.8	52.5	57.3	55.3	57.3	54.2	56.5	53.9	54.0	49.2	52.7	50.4	
	女性	79.2	69.3	74.5	71.9	69.3	68.8	69.0	70.6	68.5	67.2	65.6	68.8	69.2	63.4	64.2	62.4	64.1	62.0	62.3	61.9	62.2	59.6	41.2	
23年度 性・年代別	男性20代以下	67.0	69.5	54.5	58.1	65.7	68.4	62.6	33.8	61.3	58.6	60.2	59.4	51.7	63.7	63.2	50.1	56.3	70.0	60.6	58.5	51.7	60.9	71.4	
	男性30代	61.7	55.6	56.8	55.8	49.3	45.5	50.7	51.9	52.2	55.1	51.1	49.8	47.5	46.4	46.4	50.6	33.3	45.3	41.2	44.4	44.1	16.6		
	男性40代以上	70.9	62.9	54.6	59.7	63.0	53.7	60.4	68.4	57.6	57.2	66.0	51.9	64.6	56.1	49.4	55.3	52.7	50.0	49.5	64.7	50.6	40.9	24.3	
	女性20代以下	82.7	74.4	79.1	76.4	75.2	71.0	75.4	75.4	76.8	75.4	67.4	72.4	74.5	66.0	67.1	62.9	67.2	64.8	68.5	60.1	63.4	59.6	60.0	
	女性30代	71.9	64.1	71.7	68.7	60.9	68.0	57.9	64.1	58.7	60.2	64.1	70.3	62.5	73.6	59.4	53.5	60.7	63.6	56.0	65.0	62.4	65.1	66.6	
23年度 家賃別	7万円未満	76.3	62.0	64.2	61.5	61.2	62.3	59.4	61.4	57.1	54.2	63.5	59.1	57.5	34.9	62.3	70.4	57.7	41.4	53.0	64.0	58.7	49.8	23.1	
	7~10万円未満	76.9	71.5	73.4	64.2	70.3	60.0	58.1	52.8	64.3	58.6	54.5	61.2	54.0	56.8	45.8	51.0	48.8	72.1	57.4	58.1	50.3	42.6	47.4	
23年度 世帯年収別	400万円未満	79.4	73.0	71.2	72.3	65.6	66.1	65.1	54.5	70.5	57.6	56.1	65.4	64.3	55.3	60.7	69.9	62.6	58.1	58.9	58.9	52.8	56.4	52.6	
	400~600万円未満	60.4	58.9	60.2	59.6	64.6	63.2	61.5	62.3	57.7	57.0	64.7	49.2	55.7	63.5	53.6	48.3	53.4	60.9	52.9	51.9	61.7	54.8	45.7	
順位	23年度 全体	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	
	22年度 全体	1	8	4	5	17	11	12	3	14	6	9	1	7	13	15	21	18	15	19	10	22	20	23	

+5.0 23年度全体値より5ポイント以上高い数値  
-5.0 23年度全体値より5ポイント以上低い数値  
WB 後集計数30未満のため参考値  
22年度より順位が5ランク以上高い  
22年度より順位が5ランク以上低い

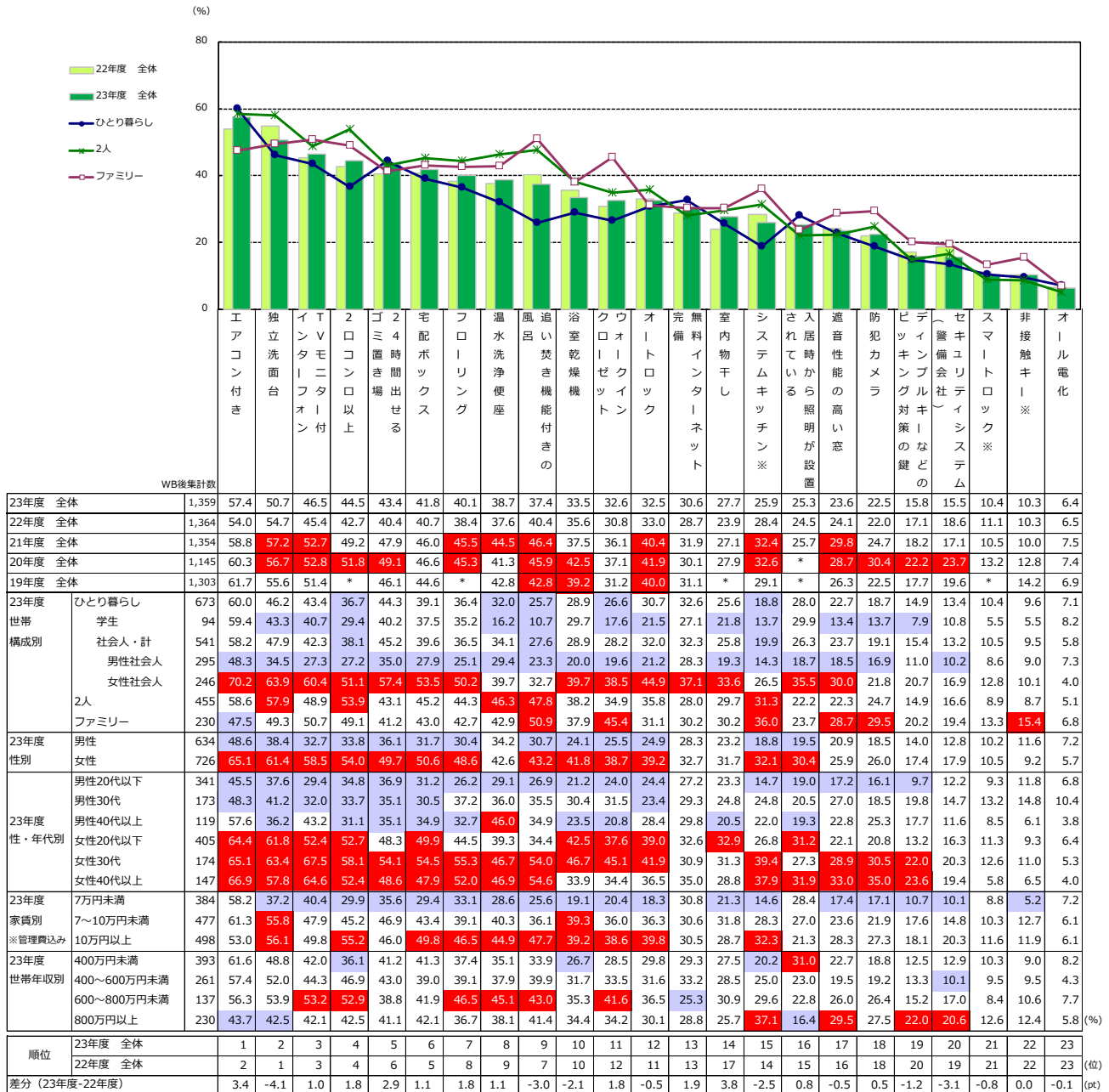
※設備に対する満足度の集計数はAppendix参照（→p.26~27）  
 ※各項目について「満足している」「やや満足している」「やや不満」「不満」のいずれかを選択する形式で聴取  
 ※図表のスコアは、「満足している」と回答した人の比率  
 ※「23年度 全体」のスコア降順にてソート  
 ※調査した年度により、項目の表記がやや異なる（Appendix参照→p.25）。図表の項目表記は23年度のもの  
 ※非接触キー：「非接触キー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）」で聴取  
 ※スマートロック：「スマートロック（鍵を持たずとも開閉ができる）」で聴取  
 ※システムキッチン：「システムキッチン（シンク・コンロ・天板・収納が一体化されたキッチン）」で聴取

\* 当該年度には聴取していない項目

# 次引っ越す際に欲しい設備

- ・ 絶対に欲しい設備の1位は「エアコン付き」、2位が「独立洗面台」で、どちらも半数以上が絶対に欲しいと回答した。
- ・ 2019年度以降の経年変化を見ると、多くの設備で、絶対に欲しいという割合が減少傾向である。
- ・ 全体と比べて、絶対に欲しいという割合が高い設備が多いのは、女性や家賃10万円以上の層である。

## ■ 次引っ越す際に絶対に欲しい設備（複数回答）



+5.0 23年度全体値より5ポイント以上高い数値  
 -5.0 23年度全体値より5ポイント以上低い数値

※23年度調査の選択肢は上記23設備+「上記設備の中に「次に引っ越す時は（も）絶対欲しい」ものはない」※「23年度 全体」のスコア降順にてソート  
 ※調査した年度により、項目の表記がやや異なる（Appendix参照→p.25）。図表の項目表記は23年度のもの  
 ※システムキッチン：「システムキッチン（シンク・コンロ・天板・収納が一体化されたキッチン）」で聴取  
 ※スマートロック：「スマートロック（鍵を持たずとも開閉ができる）」で聴取  
 ※非接触キー：「非接触キー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）」で聴取

\*当該年度には聴取していない項目

## 「ZEH賃貸住宅」「長期優良住宅」「ハザードマップ」の認知・利用状況

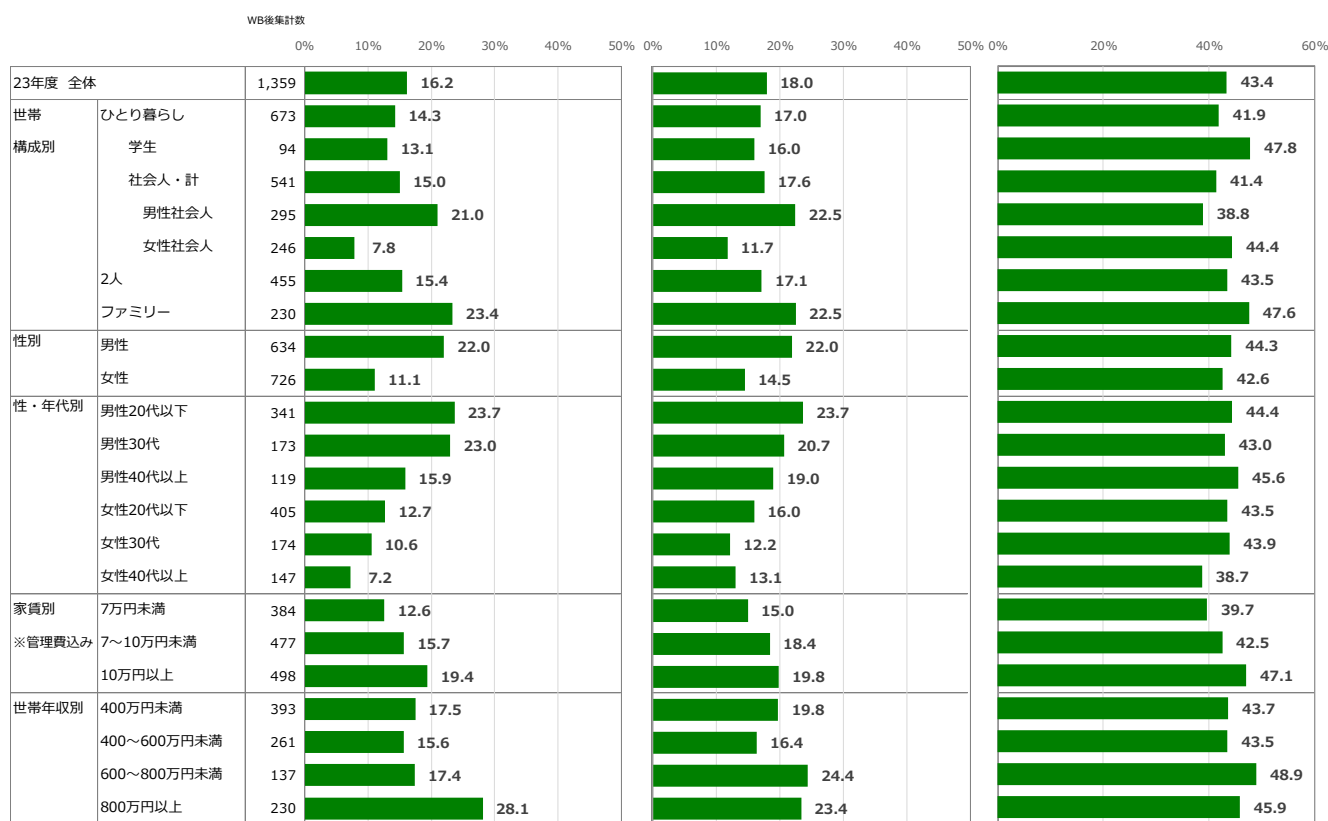
- 「ZEH賃貸住宅」の認知率は16.2%、「長期優良住宅」の認知率は18.0%。いずれも女性より男性の認知率が高く、特に男性20代以下・30代で2割を超える。また、家賃や世帯年収が高い方が、認知率が高い傾向が見られる。
- 「ハザードマップ」を、物件探しの際に自分で見たり調べたりした割合は43.4%。属性別に見ると、ひとり暮らしの学生やファミリー、家賃が10万円以上の層で5割弱と、全体と比べてやや高い。

### ■ 住まい探し時の「ZEH賃貸住宅」「長期優良住宅」「ハザードマップ」の認知・利用状況 (各単一回答)

「ZEH賃貸住宅」  
という言葉を知っていた

「長期優良住宅」  
という言葉を知っていた

「ハザードマップ」  
を自分で見た／調べた



※各設問は、「はい」「いいえ」「わからない／覚えていない」のいずれかを選択する形式で聴取

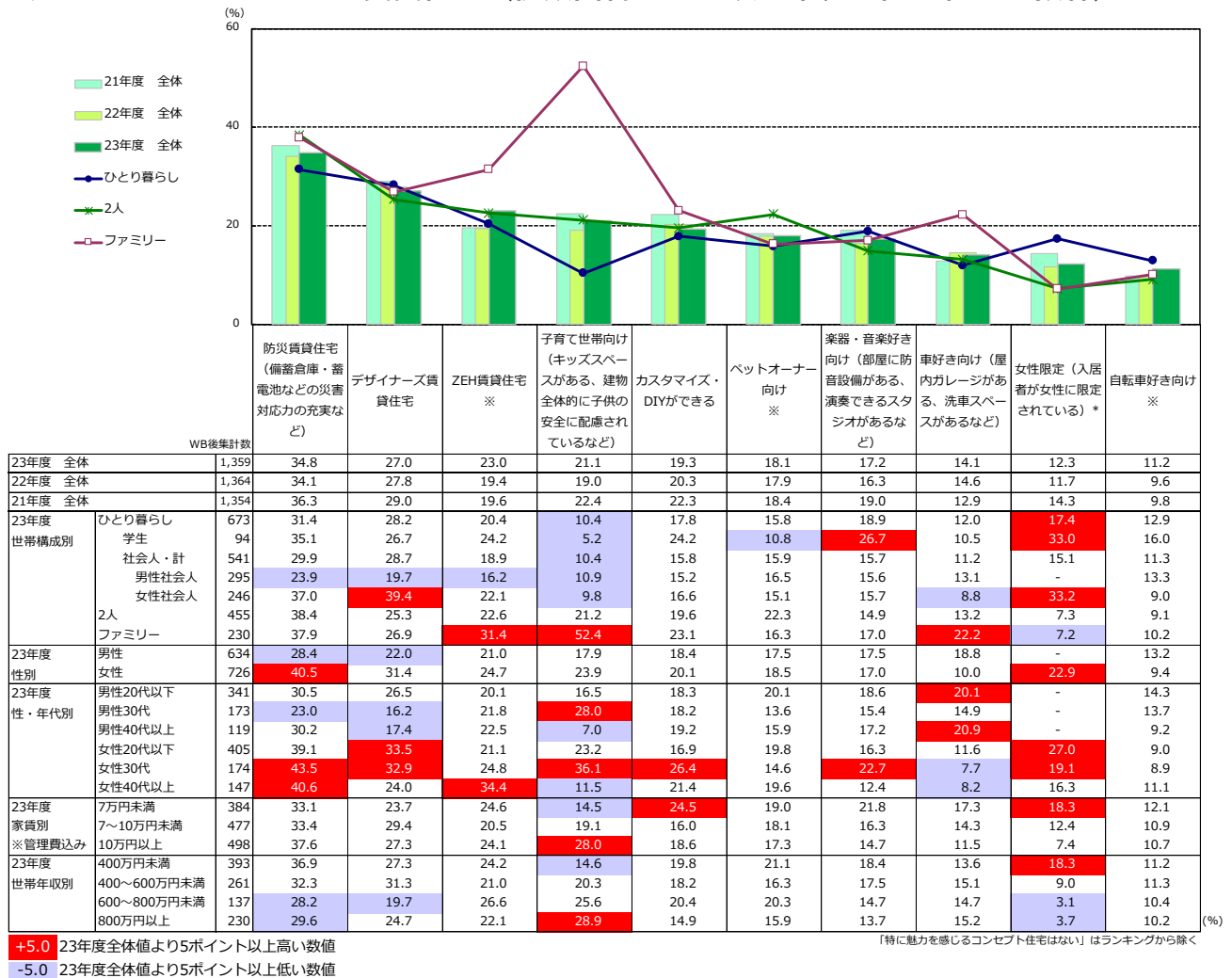
※図表のスコアは、「はい」と回答した人の比率

※「ZEH賃貸住宅」「長期優良住宅」「ハザードマップ」については、調査票上では特に定義や例示はしていない

# 魅力を感じるコンセプト賃貸住宅

- 魅力を感じるコンセプト賃貸住宅は「防災賃貸住宅」が34.8%で最も高く、次いで「デザイナーズ賃貸住宅」(27.0%)、「ZEH賃貸住宅」(23.0%)である。
- 全体と比べて、「防災賃貸住宅」に魅力を感じる割合が高いのは女性30代・40代以上、「デザイナーズ賃貸住宅」に魅力を感じる割合が高いのは女性20代以下・30代である。また、ファミリーでは、「ZEH賃貸住宅」「子育て世帯向け」などに魅力を感じる割合が、全体と比べて高くなっている。

## ■ 魅力を感じるコンセプト賃貸住宅（複数回答 ※23項目中、上位10位まで抜粋）



※「23年度 全体」のスコア降順にてソート

※ZEH賃貸住宅：「ZEH賃貸住宅（ゼロ・エネルギー・ハウス：高い断熱性能を持ち、省エネ性の高い設備と太陽光発電などの設備を搭載した住宅）」で聴取/22年度までは「ZEH賃貸住宅（ゼロ・エネルギー・ハウス）」で聴取

※ペットオーナー向け：「ペットオーナー向け（部屋に防音・消臭設備がある、ペットと遊べる共有スペースがあるなど）」で聴取

※自転車好き向け：「自転車好き向け（部屋にバイクスタンドがある、自転車で乗り込めるエレベーターがあるなど）」で聴取

※下記、11位以下の項目は割愛

- ・高齢者フレンドリー（当事者が入居しやすい）
- ・スポーツ好き向け（練習スペースや観戦スペースがあるなど）
- ・シングルマザー・シングルファザーフレンドリー（当事者が入居しやすい）
- ・LGBTQフレンドリー（当事者が入居しやすい）
- ・生活保護利用者フレンドリー（当事者が入居しやすい）
- ・ルームシェアができる
- ・バイク好き向け（バイク専用ガレージがある、室内にバイクを飾れるなど）
- ・障がい者フレンドリー（当事者が入居しやすい）
- ・EV車保有者向け（充電設備があるなど）
- ・被災者フレンドリー（当事者が入居しやすい）
- ・外国籍フレンドリー（当事者が入居しやすい）
- ・その他

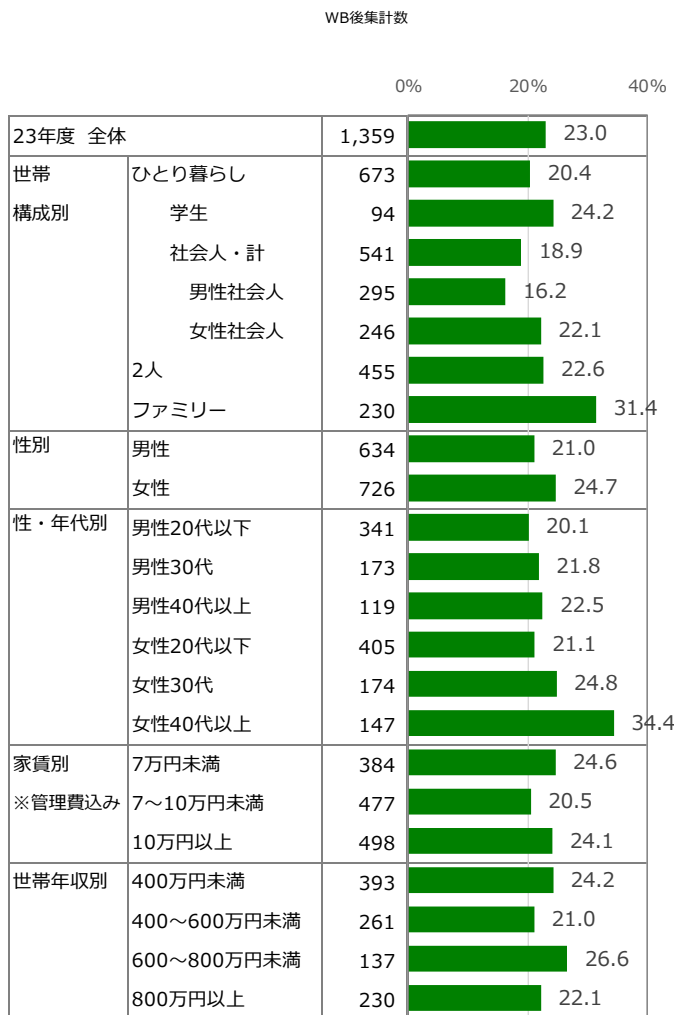
\* 男性には聴取していない項目

## 「ZEH賃貸住宅」の魅力度／家賃アップ許容率

- ・ 既述（前頁）の通り、「ZEH賃貸住宅」に魅力を感じる割合は全体で23.0%だが、ファミリー、女性40代以上では3割を超える。
- ・ 「ZEH賃貸住宅」に魅力を感じる人に、一般的な賃貸住宅に比べて、どのくらいの家賃の高さまでなら「ZEH賃貸住宅」を選びたいか尋ねたところ、「+5%まで」が37.5%で最も高かった。家賃アップを許容できる人の割合は、合計で69.1%であった。
- ・ 家賃アップを許容できる人の割合は、ファミリー、男性、家賃や世帯年収の高い層で、全体より高い。

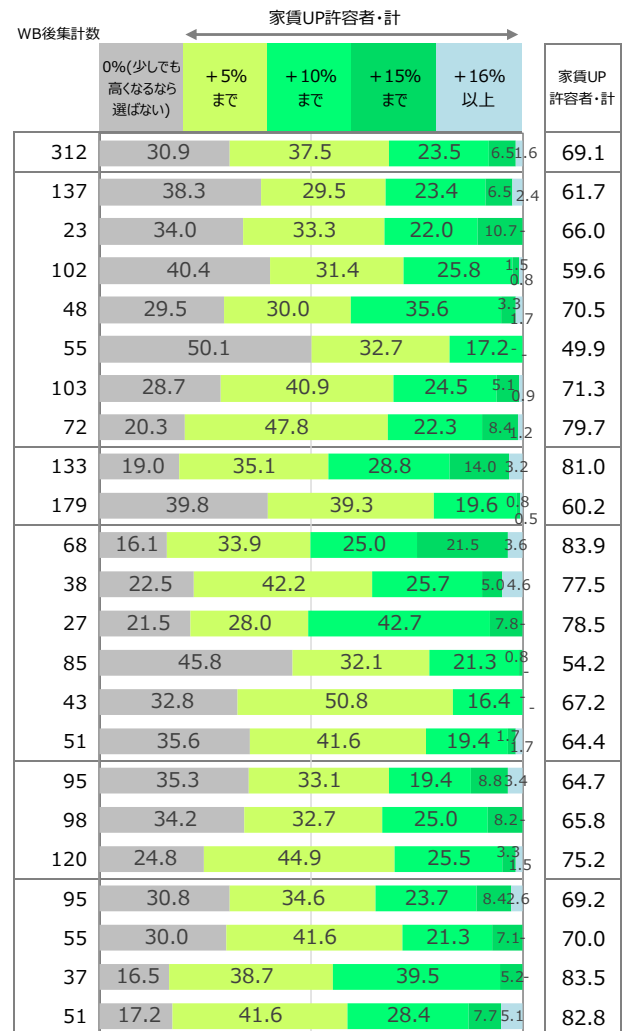
### ■ 魅力を感じるコンセプト賃貸住宅

（複数回答／「ZEH賃貸住宅」の選択率のみ抜粋）



### ■ 「ZEH賃貸住宅」の家賃アップ許容率

（「ZEH賃貸住宅」に魅力を感じる者／単一回答）

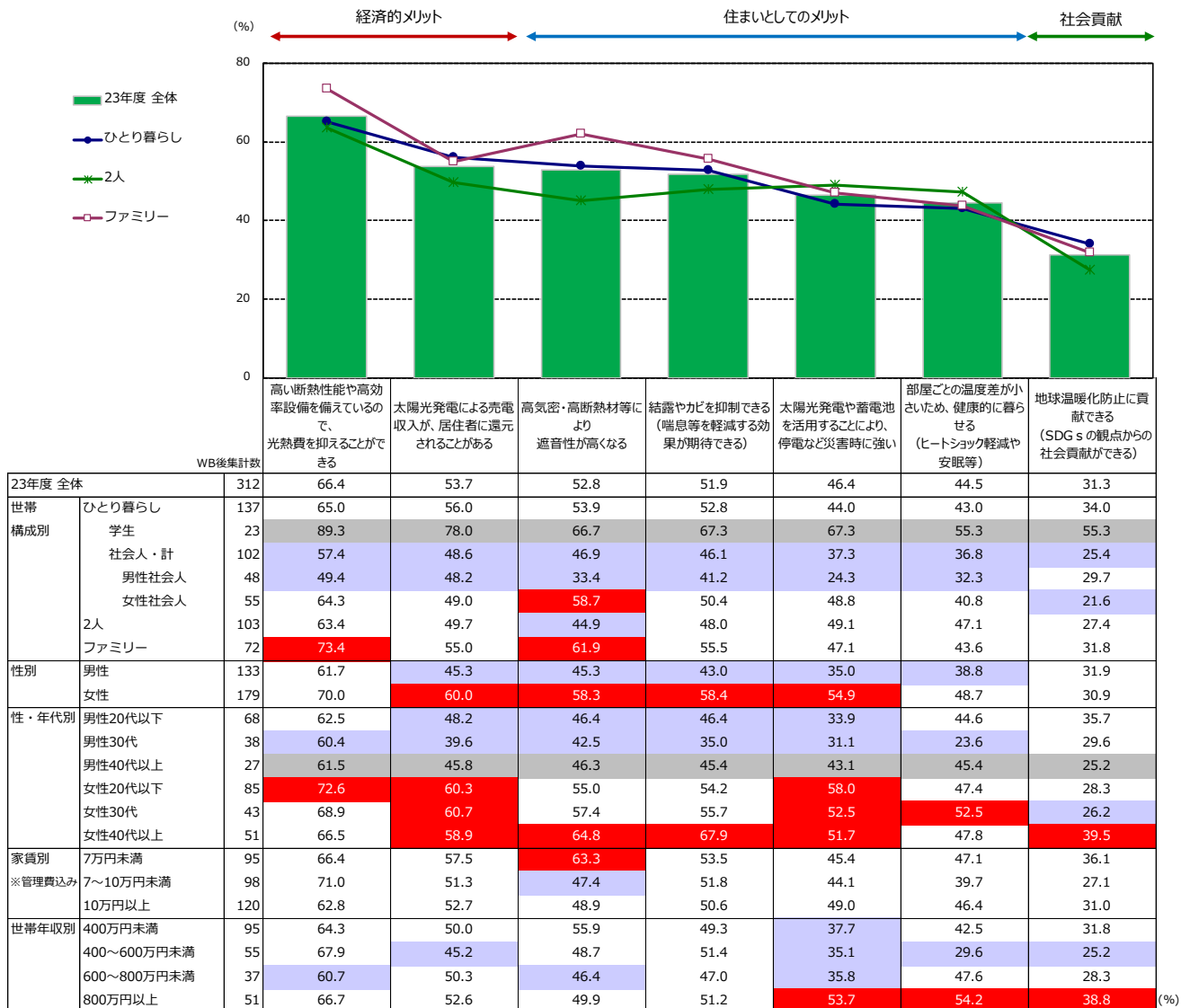


# 「ZEH賃貸住宅」の魅力点

- 「ZEH賃貸住宅」の魅力点としては、「光熱費を抑えることができる」が66.4%で最も高く、次いで「売電収入が居住者に還元されることがある」が53.7%と、経済的なメリットを感じる人が多い。
- ほとんどの項目で、男性に比べて女性の方が魅力を感じる割合が高い。また、世帯年収別では、年収800万円以上で、「災害時に強い」「温度差が小さいため、健康的に暮らせる」「地球温暖化防止に貢献できる」が、全体と比べて高い。

## ■ 「ZEH賃貸住宅」で魅力を感じる点

(「ZEH賃貸住宅」に魅力を感じる者／各単一回答)



+5.0 23年度全体値より5ポイント以上高い数値

-5.0 23年度全体値より5ポイント以上低い数値

WB後集計数30未満のため参考値

※各項目について「とても魅力を感じる」「やや魅力を感じる」「どちらともいえない」「あまり魅力を感じない」「まったく魅力を感じない」のいずれかを選択する形式で聴取

※図表のスコアは、「とても魅力を感じる」と回答した人の比率

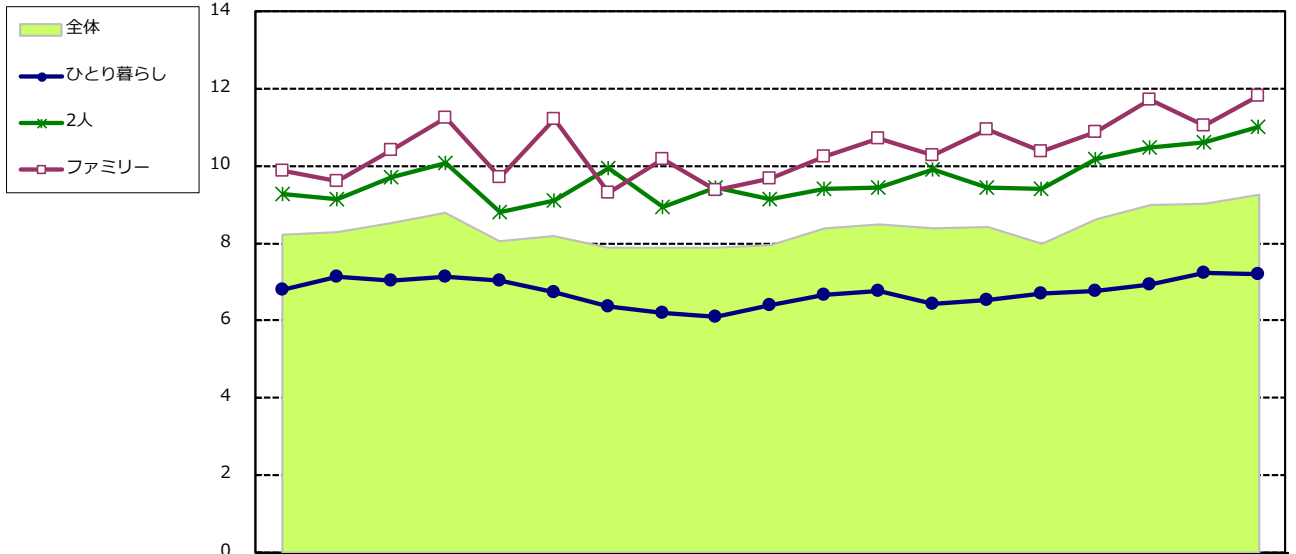
※「23年度 全体」のスコアで降順ソート

## 契約した住まいの家賃 ※管理費・共益費除く

- ・ 契約した住まいの家賃は、平均92,493円。前年度から2,000円以上上昇し、2005年度以降最高額となった。
- ・ 世帯構成別に見ると、ひとり暮らしでは前年度からほぼ横ばい。2人、ファミリーで上昇している。

### ■ 契約した住まいの家賃 ※管理費・共益費除く (実数回答)

(万円)



		05年度	06年度	07年度	08年度	09年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	
平均家賃	全体	82,102	82,888	85,246	87,961	80,636	81,821	78,969	78,860	78,755	79,633	83,787	84,948	83,798	84,324	79,741	86,327	89,875	90,230	92,493	
	世帯																				
	構成別	ひとり暮らし	67,816	71,176	70,350	71,382	70,427	67,425	63,678	62,068	60,782	64,124	66,658	67,642	64,313	65,243	66,949	67,799	69,165	72,302	71,882
	学生	61,354	61,840	62,083	62,192	61,110	55,487	55,592	54,538	53,664	57,002	59,329	54,296	54,648	54,828	57,842	54,699	56,150	64,482	64,590	
	社会人・計	69,808	74,105	72,671	73,801	73,068	71,220	67,020	64,370	64,320	65,901	68,754	70,203	66,699	67,737	68,846	70,251	72,527	73,604	74,446	
	男性社会人	69,292	71,597	68,880	72,216	67,242	69,304	67,865	62,622	63,586	63,096	67,695	67,656	68,303	66,780	69,193	69,225	71,062	73,770	74,080	
	女性社会人	70,461	76,634	77,407	76,035	80,371	73,660	66,011	66,500	65,115	69,452	70,234	72,985	64,758	68,744	68,365	71,303	74,286	73,424	74,885	
	2人	92,914	91,375	97,102	100,741	88,110	91,114	99,317	89,369	94,494	91,328	93,959	94,283	99,095	94,368	94,085	101,937	104,796	106,250	110,027	
ファミリー	98,767	96,167	104,237	112,495	97,237	112,180	93,177	101,805	93,657	96,913	102,519	107,174	102,884	109,380	103,653	108,736	117,300	110,429	118,073		
WB後集計数	全体	1,019	1,026	1,026	1,022	684	1,086	1,037	985	887	992	981	968	872	675	1,303	1,145	1,354	1,364	1,359	
	世帯																				
	構成別	ひとり暮らし	491	488	504	521	362	579	565	464	409	470	431	436	404	307	751	560	657	675	673
	学生	116	117	110	108	80	127	143	116	105	83	88	59	74	47	114	60	100	91	94	
	社会人・計	375	372	393	412	282	440	401	332	285	365	333	359	309	249	620	475	533	561	541	
	男性社会人	209	187	218	241	157	246	218	182	148	204	194	187	169	128	360	241	291	291	295	
	女性社会人	166	185	175	171	125	193	183	150	137	161	139	172	140	122	260	235	242	270	246	
	2人	300	296	338	312	182	336	313	334	282	308	340	331	281	224	375	403	441	433	455	
ファミリー	224	241	184	189	141	172	160	187	195	214	210	200	187	144	177	182	256	256	230		

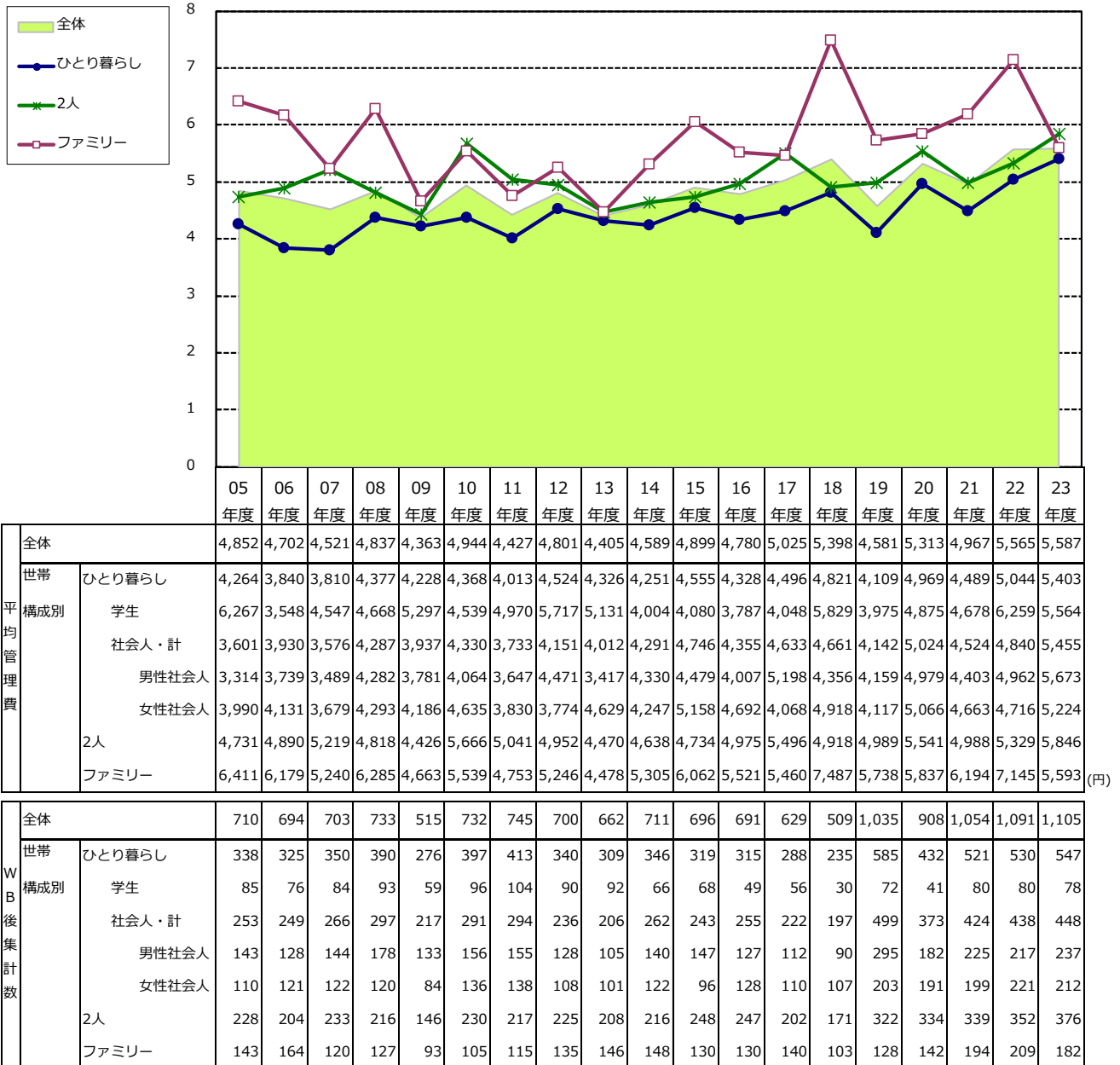
※実数回答は外れ値を除外するクリーニングを実施し、平均値は有効回答数ベースで算出。WB後集計数はクリーニング前の回答全数を記載

## 契約した住まいの管理費・共益費

- ・ 契約した住まいの管理費・共益費は、平均5,587円。前年度からわずかに上昇し、2005年度以降最高額となった。
- ・ 管理費・共益費なし（0円）の割合は、2010年度が32.6%で最も高く、それ以降は減少傾向にある。

### ■ 契約した住まいの管理費・共益費（管理費・共益費ありの者／実数回答）

(千円)



※実数回答は外れ値を除外するクリーニングを実施し、平均値は有効回答数ベースで算出。  
WB後集計数はクリーニング前の回答全数を記載

### ■ 管理費・共益費なしの割合

(%)

	05年度	06年度	07年度	08年度	09年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
管理費なし（0円）	30.4	32.4	31.4	28.3	24.7	32.6	28.2	28.9	25.4	28.3	29.0	28.6	27.9	24.6	20.5	20.7	22.1	20.0	18.7
WB後集計数	1,019	1,026	1,026	1,022	684	1,086	1,037	985	887	992	981	968	872	675	1,303	1,145	1,354	1,364	1,359

※図表のスコアは、管理費・共益費を「0円」と回答した人の比率



■ 設備に対する満足度、次引っ越す際に欲しい設備 各年度の項目一覧

21～23年度	20年度	19年度
23項目	22項目	18項目
エアコン付き	エアコン付き	エアコン付き
追い焚き機能付きの風呂	追い焚き機能付きの風呂	追い焚き機能付きの風呂
浴室乾燥機	浴室乾燥機	浴室乾燥機
温水洗浄便座	温水洗浄便座	温水洗浄便座
独立洗面台	独立洗面台	独立洗面台
2口コンロ以上	2口コンロ以上	*
フローリング	フローリング	*
ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵	ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵	ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵
スマートロック（鍵を持たずとも開閉ができる）	スマートキー（鍵を持たずとも開閉ができる）	*
非接触キー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）	非接触キー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）	スマートキー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）
TVモニター付インターフォン	TVモニター付インターフォン	TVモニター付インターフォン
防犯カメラ	防犯カメラ	防犯カメラ
セキュリティシステム（警備会社）	セキュリティシステム（警備会社）	セキュリティシステム（警備会社）
宅配ボックス	宅配ボックス	宅配ボックス
無料インターネット完備	無料インターネット完備	無料インターネット完備
遮音性能の高い窓	遮音性能の高い窓	遮音性能の高い窓
システムキッチン（シンク・コンロ・天板・収納が一体化されたキッチン）	システムキッチン（シンク・コンロ・天板・収納が一体化されたキッチン）	システムキッチン（シンク・コンロ・天板・収納が一体化されたキッチン）
室内物干し	室内物干し	*
24時間出せるゴミ置き場	24時間出せるゴミ置き場	24時間出せるゴミ置き場
オートロック	オートロック	オートロック
ウォークインクローゼット	ウォークインクローゼット	ウォークインクローゼット
オール電化	オール電化	オール電化
入居時から照明が設置されている	*	*

※グレー塗りつぶし：23年度と表現が異なる選択肢

\* 当該年度には聴取していない項目

※どの年度の調査も、選択肢は上記+「上記設備の中に「次に引っ越す時は（も）絶対欲しい」ものはない」

■ 設備に対する満足度（各設備が設置されている者／各単一回答）

		23年度 全体	22年度 全体	21年度 全体	20年度 全体	19年度 全体
満足度 (%)	24時間出せるゴミ置き場	73.5	68.1	66.7	67.7	68.1
	エアコン付き	67.1	64.7	60.9	61.2	62.0
	TVモニター付インターフォン	66.7	65.7	64.6	64.2	67.5
	2口コンロ以上	66.5	65.5	62.0	64.6	*
	入居時から照明が設置されている	66.1	58.2	55.8	*	*
	オートロック	65.0	63.4	64.7	64.6	64.8
	宅配ボックス	64.8	63.3	65.5	64.3	63.0
	ウォークインクローゼット	64.2	65.8	59.6	60.0	55.9
	温水洗浄便座	64.1	61.2	63.3	60.1	67.1
	独立洗面台	63.4	64.9	61.4	63.6	60.7
	追い焚き機能付きの風呂	62.7	64.2	63.7	65.9	63.8
	ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵	62.6	68.1	61.6	60.1	59.7
	無料インターネット完備	61.9	64.8	60.2	65.4	67.9
	非接触キー ※	60.5	62.3	64.6	60.6	66.8
	防犯カメラ	60.5	58.4	59.3	55.6	49.1
	遮音性能の高い窓	60.2	55.4	63.8	57.3	55.5
	浴室乾燥機	60.1	57.8	63.4	64.4	65.8
	スマートロック ※	59.0	58.4	62.5	61.3	*
	フローリング	59.0	56.3	52.0	53.2	*
	セキュリティシステム（警備会社）	58.3	63.8	59.8	56.3	50.0
システムキッチン ※	57.5	53.6	59.4	52.0	51.4	
室内物干し	56.8	55.5	50.6	54.5	*	
オール電化	45.2	41.7	55.7	35.9	46.0	
WB 後 集 計 数	24時間出せるゴミ置き場	527	437	491	446	473
	エアコン付き	1,055	1,029	1,088	930	1,049
	TVモニター付インターフォン	847	798	867	683	790
	2口コンロ以上	727	723	725	651	*
	入居時から照明が設置されている	595	524	557	*	*
	オートロック	441	461	471	433	456
	宅配ボックス	523	475	468	406	387
	ウォークインクローゼット	348	329	352	255	271
	温水洗浄便座	716	654	718	586	647
	独立洗面台	788	782	836	675	755
	追い焚き機能付きの風呂	609	577	643	514	523
	ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵	259	264	287	255	294
	無料インターネット完備	419	381	398	264	263
	非接触キー ※	99	96	97	77	95
	防犯カメラ	294	318	317	300	320
	遮音性能の高い窓	146	173	205	140	128
	浴室乾燥機	553	569	511	471	511
	スマートロック ※	74	68	47	33	*
	フローリング	868	808	898	757	*
	セキュリティシステム（警備会社）	215	214	212	224	197
システムキッチン ※	418	395	418	340	423	
室内物干し	389	400	361	315	*	
オール電化	98	64	56	55	56	

※各項目について「満足している」「やや満足している」「やや不満」「不満」のいずれかを選択する形式で聴取

※図表のスコアは、「満足している」と回答した人の比率

※「23年度 全体」のスコア降順にてソート

※調査した年度により、項目の表記がやや異なる。図表の項目表記は23年度のもの

※非接触キー：「非接触キー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）」で聴取

※スマートロック：「スマートロック（鍵を持たずとも開閉ができる）」で聴取

※システムキッチン：「システムキッチン（シンク・コンロ・天板・収納が一体化されたキッチン）」で聴取

\* 当該年度には聴取していない項目

■ 設備に対する満足度（各設備が設置されている者／各単一回答）

	23年度 全体	23年度 世帯構成別						23年度 性別		23年度 性・年代別						23年度 家賃別※管理費込み			23年度 世帯年収別				
		ひとり暮らし		2人				男性	女性	男性20 代以下	男性30 代	男性40 代以上	女性20 代以下	女性30 代	女性40 代以上	7万円 未満	7~10 万円未 満	10万円 以上	400万 円未満	400~ 600万 円未満	600~ 800万 円未満	800万 円以上	
		学生	社会人・計	男性 社会人	女性 社会人	ファミリー																	
24時間出せるゴミ置き場	73.5	77.3	77.5	76.9	73.3	80.9	71.7	65.5	66.1	79.2	67.0	61.7	70.9	82.7	71.9	76.3	76.9	75.8	70.1	79.4	60.4	60.6	80.9
エアコン付き	67.1	70.7	82.4	68.4	68.0	68.7	67.9	52.9	64.3	69.3	69.5	55.6	62.9	74.4	64.1	62.0	71.5	66.1	64.8	73.0	58.9	61.6	59.5
TVモニター付インターフォン	66.7	69.0	76.7	66.9	54.8	77.4	67.3	59.3	55.2	74.5	54.5	56.8	54.6	79.1	71.7	64.2	73.4	64.6	64.6	71.2	60.2	62.3	60.9
2口コンロ以上	66.5	63.3	45.7	64.5	57.5	69.0	71.2	61.9	57.8	71.9	58.1	55.8	59.7	76.4	68.7	61.5	64.2	65.9	67.4	72.3	59.6	53.9	66.6
入居時から照明が設置されている	66.1	68.6	79.6	64.6	61.2	68.1	65.1	57.4	61.9	69.3	65.7	49.3	63.0	75.2	60.9	61.2	70.3	67.6	61.0	65.6	64.6	59.6	62.8
オートロック	65.0	65.4	60.8	65.7	64.1	66.9	67.8	56.8	59.2	68.8	68.4	45.5	53.7	71.0	68.0	62.3	60.0	68.8	63.6	66.1	63.2	52.1	70.3
宅配ボックス	64.8	61.8	69.1	60.9	54.1	66.5	68.8	64.9	58.8	69.0	62.6	50.7	60.4	75.4	57.9	59.4	58.1	66.1	65.8	65.1	61.5	57.9	59.5
ウォークインクローゼット	64.2	61.1	91.3	58.0	61.0	55.2	69.6	57.2	55.0	70.6	53.8	51.9	68.4	75.4	64.1	61.4	52.8	67.9	65.2	54.5	62.3	68.2	64.5
温水洗浄便座	64.1	69.0	77.0	68.3	68.2	68.4	64.3	51.5	57.9	68.5	61.3	52.2	57.6	76.8	58.7	57.1	64.3	65.4	62.9	70.5	57.7	61.5	58.5
独立洗面台	63.4	62.3	67.3	62.4	55.2	68.2	68.8	53.7	57.2	67.2	58.6	55.1	57.2	75.4	60.2	54.2	58.6	63.3	65.1	57.6	57.0	60.4	65.7
追い焚き機能付きの風呂	62.7	57.6	24.8	62.8	53.9	74.1	69.8	54.0	58.5	65.6	60.2	51.1	66.0	67.4	64.1	63.5	54.5	60.7	65.9	56.1	64.7	63.4	63.0
ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵	62.6	65.1	67.3	64.3	63.6	65.1	58.9	61.9	53.8	68.8	59.4	49.8	51.9	72.4	70.3	59.1	61.2	60.1	65.4	65.4	49.2	51.9	65.7
無料インターネット完備	61.9	59.0	41.0	60.9	49.9	70.8	65.9	62.8	52.5	69.2	51.7	47.5	64.6	74.5	62.5	57.5	54.0	63.1	65.2	64.3	55.7	52.9	60.9
非接触キー ※	60.5	57.6	50.7	56.8	62.1	47.6	60.1	69.5	57.3	63.4	63.7	46.4	56.1	66.0	73.6	34.9	56.8	68.7	55.5	55.3	63.5	66.5	59.6
防犯カメラ	60.5	65.4	74.6	63.7	63.0	64.4	54.3	61.0	55.3	64.2	63.2	46.4	49.4	67.1	59.4	62.3	45.8	70.9	57.3	60.7	53.6	60.9	63.9
遮音性の高い窓	60.2	55.6	-	59.0	69.8	49.3	62.9	61.3	57.3	62.4	50.1	64.5	55.3	62.9	53.5	70.4	51.0	61.2	61.3	69.9	48.3	63.3	67.0
浴室乾燥機	60.1	56.5	58.7	57.3	50.7	62.6	66.1	55.8	54.2	64.1	56.3	50.6	52.7	67.2	60.7	57.7	48.8	64.6	60.5	62.6	53.4	64.7	60.8
スマートロック ※	59.0	66.7	51.5	66.5	68.9	60.5	57.2	38.7	56.5	62.0	70.0	33.3	50.0	64.8	63.6	41.4	72.1	47.3	61.5	58.1	60.9	25.9	71.1
フローリング	59.0	61.7	73.0	59.7	57.1	62.0	59.8	49.2	53.9	62.3	60.6	45.3	49.5	68.5	56.0	53.0	57.4	58.6	60.3	58.9	52.9	52.1	57.2
セキュリティシステム（警備会社）	58.3	60.3	100.0	56.8	59.6	53.5	57.1	55.2	54.0	61.9	58.5	41.2	64.7	60.1	65.0	64.0	58.1	60.9	56.4	58.9	51.9	56.9	53.4
システムキッチン ※	57.5	55.3	46.2	58.2	56.9	59.0	63.4	49.7	49.2	62.2	51.7	44.4	50.6	63.4	62.4	58.7	50.3	56.1	60.2	52.8	61.7	55.5	55.4
室内物干し	56.8	50.8	54.6	49.4	46.4	51.7	65.6	52.9	52.7	59.6	60.9	44.1	40.9	59.6	65.1	49.8	42.6	60.6	59.8	56.4	54.8	38.5	62.2
オール電化	45.2	49.6	83.8	34.4	36.1	33.0	38.9	38.2	50.4	41.2	71.4	16.6	24.3	40.0	66.6	23.1	47.4	55.1	33.3	52.6	45.7	49.9	57.4

	WB 後 集 計 数	23年度 世帯構成別						23年度 性別		23年度 性・年代別						23年度 家賃別※管理費込み			23年度 世帯年収別				
		ひとり暮らし		2人				男性	女性	男性20 代以下	男性30 代	男性40 代以上	女性20 代以下	女性30 代	女性40 代以上	7万円 未満	7~10 万円未 満	10万円 以上	400万 円未満	400~ 600万 円未満	600~ 800万 円未満	800万 円以上	
		学生	社会人・計	男性 社会人	女性 社会人	ファミリー																	
24時間出せるゴミ置き場	527	255	33	213	111	102	191	80	230	297	126	67	37	182	68	47	96	196	235	151	105	51	88
エアコン付き	1,055	541	71	434	227	208	355	160	469	586	244	130	95	321	146	119	293	371	391	309	193	108	165
TVモニター付インターフォン	847	396	63	314	146	168	307	144	341	506	177	100	64	284	130	91	206	287	353	234	164	89	140
2口コンロ以上	727	290	28	251	99	152	312	125	279	447	143	82	54	257	113	77	93	264	370	162	153	77	141
入居時から照明が設置されている	595	345	61	261	133	128	170	79	258	338	164	53	41	197	78	62	172	217	206	190	122	54	85
オートロック	441	230	25	198	87	112	147	63	174	267	93	51	30	153	69	45	54	156	230	102	83	52	84
宅配ボックス	523	256	33	214	97	117	190	77	215	308	121	64	30	191	76	41	76	163	284	128	110	48	99
ウォークインクローゼット	348	125	14	105	51	54	157	66	143	205	79	46	17	125	55	25	54	113	181	71	65	49	76
温水洗浄便座	716	301	43	247	120	127	292	123	298	417	152	87	60	231	113	73	137	255	323	180	137	75	140
独立洗面台	788	304	23	275	123	152	330	154	303	485	150	98	55	260	135	90	134	284	370	186	161	92	144
追い焚き機能付きの風呂	609	172	20	147	82	64	295	142	251	357	120	81	51	179	100	78	80	204	324	129	129	71	129
ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵	259	130	15	110	54	56	80	49	107	152	39	42	26	73	45	34	49	99	112	59	51	32	51
無料インターネット完備	419	218	25	184	87	97	143	58	184	236	109	48	27	146	57	33	95	156	168	112	90	37	69
非接触キー ※	99	54	10	42	27	15	26	19	47	52	27	15	5	31	13	8	18	36	45	17	20	14	22
防犯カメラ	294	137	10	122	57	64	112	46	122	172	60	35	28	95	45	31	41	103	150	65	57	35	56
遮音性の高い窓	146	46	3	42	20	22	67	33	61	85	22	26	14	46	20	19	14	39	93	25	29	21	36
浴室乾燥機	553	261	31	225	99	126	215	77	221	332	126	63	32	199	79	54	85	194	273	116	108	59	111
スマートロック ※	74	39	5	31	22	9	23	13	41	33	24	13	3	22	8	4	16	25	34	29	10	7	17
フローリング	868	414	56	340	158	182	313	142	344	525	174	101	69	288	135	101	217	298	353	247	162	91	144
セキュリティシステム（警備会社）	215	102	8	92	50	42	78	35	98	117	50	31	16	68	28	20	25	80	109	47	45	21	52
システムキッチン ※	418	170	28	139	51	87	169	79	151	267	73	46	32	146	66	55	63	127	229	94	80	45	100
室内物干し	389	186	28	154	66	88	152	51	156	233	84	49	22	163	45	26	74	139	176	94	69	34	79
オール電化	98	60	15	42	18	24	20	19	44	55	26	10	8	42	6	6	30	34	34	37	17	9	17

※各項目について「満足している」「やや満足している」「やや不満」「不満」のいずれかを選択する形式で聴取

※図表のスコアは、「満足している」と回答した人の比率

※「23年度 全体」のスコア降順にてソート

※非接触キー：「非接触キー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）」で聴取

※スマートロック：「スマートロック（鍵を持たずとも開閉ができる）」で聴取

※システムキッチン：「システムキッチン（シンク・コンロ・天板・収納が一体化されたキッチン）」で聴取

## [Appendix] リモートワーク実施状況

- ・ リモートワーク実施率は38.0%で、前年度から約7ポイント低下した。
- ・ 家賃や世帯年収が高い層ほど、リモートワーク実施率も高くなっている。

### ■ リモートワーク実施状況（働いている者／単一回答）

(単位：%)		WB後 集計数	実施者・計				実施者・計
			実施していない	30%未満	30%以上 ～70%未満	70%以上	
23年度	全体	1,198	62.0	17.4	11.2	9.5	38.0
22年度	全体	1,203	55.3	16.4	15.9	12.4	44.7
21年度	全体	1,177	55.6	15.6	15.1	13.7	44.4
20年度	全体	1,004	50.9	16.4	14.8	17.9	49.1
23年度 世帯構成別	ひとり暮らし	623	62.2	17.9	9.8	10.1	37.8
	学生	80	81.4		15.5	3.1	18.6
	社会人・計	534	59.4	18.6	11.0	11.0	40.6
	男性社会人	292	53.6	23.9	14.0	8.5	46.4
	女性社会人	242	66.3	12.1	7.5	14.1	33.7
	2人 ファミリー	399	64.6	16.1	9.8	9.5	35.4
23年度	性別	176	55.2	18.5	19.1	7.2	44.8
23年度	男性	587	56.4	22.9	13.3	7.4	43.6
23年度	女性	611	67.3	12.1	9.2	11.5	32.7
23年度 性・年代別	男性20代以下	314	57.2	24.9	12.8	5.1	42.8
	男性30代	169	50.0	22.9	15.6	11.5	50.0
	男性40代以上	104	64.4	17.1	10.8	7.6	35.6
	女性20代以下	369	68.2	13.6	7.8	10.4	31.8
	女性30代	138	62.9	10.3	12.4	14.4	37.1
23年度	女性40代以上	105	69.9	9.1	9.7	11.4	30.1
23年度 家賃別 ※管理費込み	7万円未満	328	72.7	12.2	5.6	9.5	27.3
	7～10万円未満	438	65.6	15.7	12.1	6.6	34.4
	10万円以上	433	50.2	23.0	14.5	12.4	49.8
23年度 世帯年収別	400万円未満	327	69.2	14.2	9.8	6.9	30.8
	400～600万円未満	237	62.8	16.4	11.9	8.9	37.2
	600～800万円未満	128	49.0	26.6	11.2	13.2	51.0
	800万円以上	212	45.7	27.0	17.2	10.1	54.3
23年度 有職者職業別	公務員	59	77.2		10.8	11.9	22.8
	会社員（事務系）	322	52.7	23.9	12.0	11.4	47.3
	会社員（技術系）	260	51.7	21.4	13.6	13.2	48.3
	会社員（その他）	233	72.1	12.2	9.7	6.0	27.9
	自営業・自由業	41	52.6	15.0	10.1	22.2	47.4
	パート・アルバイト	105	82.1		6.3	5.4	6.2

## 『SUUMOリサーチセンター』について

『SUUMOリサーチセンター』は、『SUUMO』の調査研究機関として、住まいや暮らしについての調査、住まいの品質向上に向けた実証実験、テクノロジーの実態調査を行っています。業界に向けた提言や生活者に向けた発信によって、住まいの価値を高め、一人ひとりにその価値が届くまでの伴走・支援をしています。『リクルート住宅総研』としての創立以来、約20年に渡って培ってきた住まいの検討者と不動産事業者に関する深い現場知見と『SUUMO』という国内最大級メディア運営に基づくデータに依拠した、実現できる未来を発信していきます。

## リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/>      リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>