

報道関係各位

 2023年2月28日  
 株式会社クロス・マーケティング

## 引っ越し検討者のハードルは、「希望物件、予算、時間」がない 360度カメラ、動画内見などオンラインサービス利用者は46%

- 引っ越しに関する調査（2023年）引っ越し検討編 -

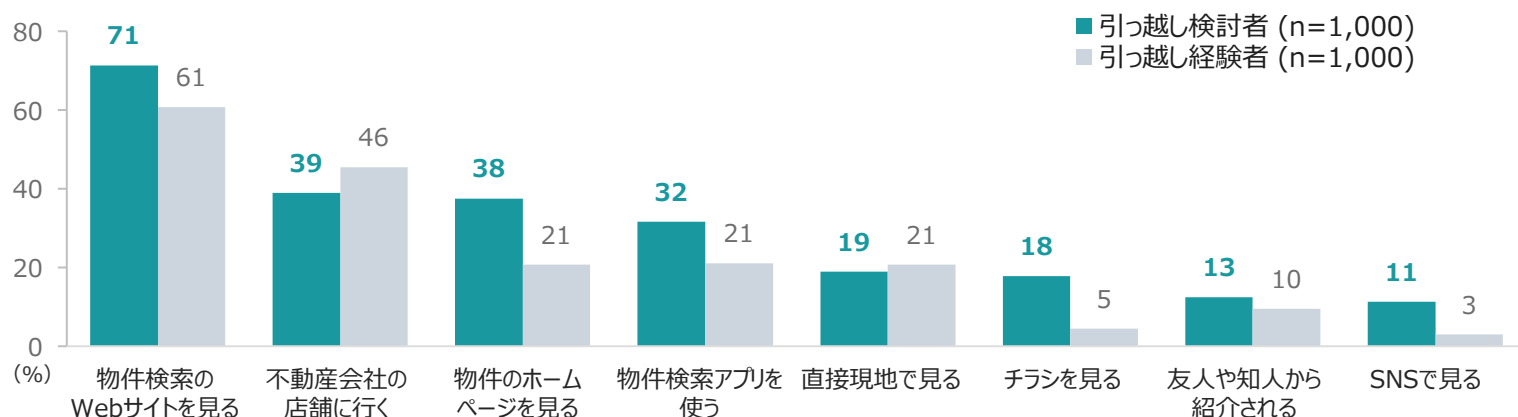
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2023年2月、この2年間で何かしら物件の情報収集経験のある全国20～69歳の男女1,000名を対象に「引っ越しに関する調査（2023年）」を行いました。今回は、お部屋探しの方法、物件に求める重視点、お部屋探しの際に譲れない設備・サービス、オンラインサービスの利用・意向について、この2年間で賃貸物件に引っ越しをした引っ越し経験者の結果と比較し分析をしました。また、検討者が探している街や引っ越し先を決めなかった理由なども聴取しました。

### ■ 調査結果 （一部抜粋）

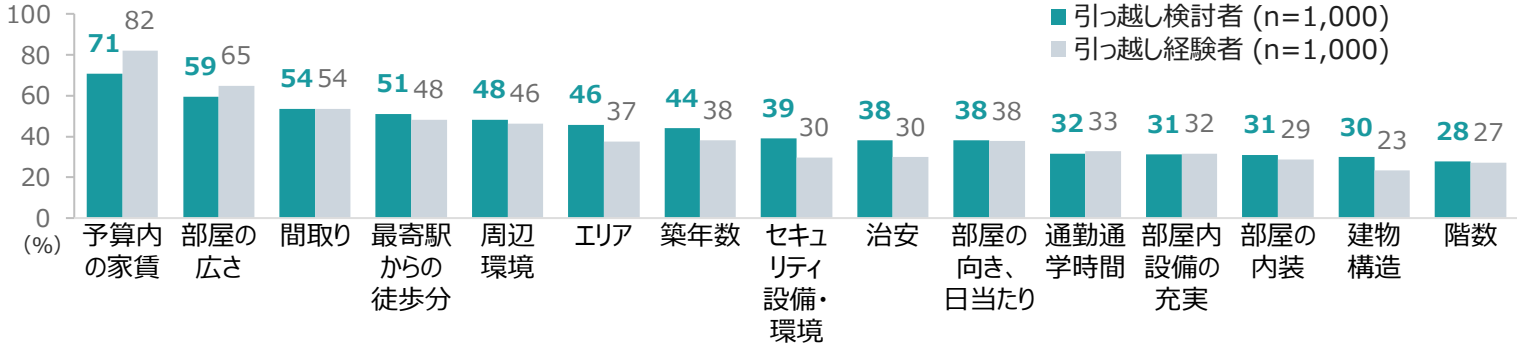
- ✓ **【お部屋探しの方法】** この2年間の引っ越し検討者のお部屋探しは、「物件検索のwebサイトを見る」が71%と断トツで多い。次いで「不動産会社の店舗に行く」「物件のホームページを見る」「物件検索アプリを使う」が30%台と続く。実際に引っ越しをした人では、「不動産会社の店舗に行く」「直接現地で見ると」という足を運ぶ行動が検討者よりやや上回る。検討者は特にオンラインを中心とした情報収集を活発に行っていた。〈図1〉
- ✓ **【物件に求める重視点と譲れない施設・サービス】** 引っ越し検討者の物件に求める重視点は、「予算内の家賃」が最も多く71%、「部屋の広さ」「間取り」「最寄駅からの徒歩分」が50%台と続く。引っ越し経験者と重視点の順位に大きな差はなかったが、「予算内の家賃」は引っ越し経験者の方が11pt高かった。〈図2〉 検討者のお部屋探しの際に譲れない設備・サービスは、「バストイレ別」が55%、「エアコン」49%、「室内洗濯機置き場」39%がTOP3であり、引っ越し経験者との大きな差は見られなかった。〈図3〉
- ✓ **【検討している街と引っ越しをしなかった理由】** 引っ越しを検討している街は、「交通の利便性」「公共施設充実」が30%台、「住み慣れた街」「職場・学校から近い」「治安が良い」が20%台である。〈図4〉 検討はしているが引っ越しまでにはいたらなかった理由（複数回答）は、「希望する物件が見つからなかった」が57%、「家賃が予算より高かった」が32%と2つが大きな理由としてあげられた。最もあてはまる理由（単一回答）では、「片付けや作業の時間がない」「引っ越し先を探す時間がない」が3～4番手と時間のなさをあげる人も目立った。〈図5〉
- ✓ **【オンラインサービスの利用・意向】** 引っ越し検討者の引っ越しに関わるオンラインサービスの利用率は46%。「360度カメラ」「動画内見」「オンライン内見」「動画内見」のサービスを主に利用していた。〈図6,7〉 各サービスの利用者に対し、今後の利用意向を聴取した結果、「今後も利用したい（まあ＋利用したい）」は、いずれのサービスも8-9割の高いリピート意向があった。引っ越し経験者と比べ検討者は、オンラインサービスの利用率も、今後のサービス利用意向率も高い結果であった。〈図8〉

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20230228moving/>

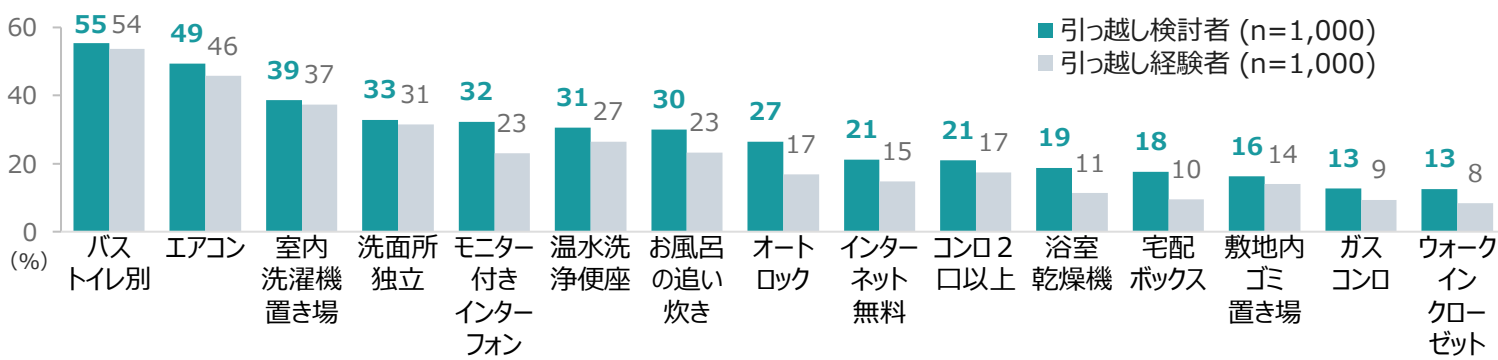
〈図1〉 お部屋探しの方法（複数回答）



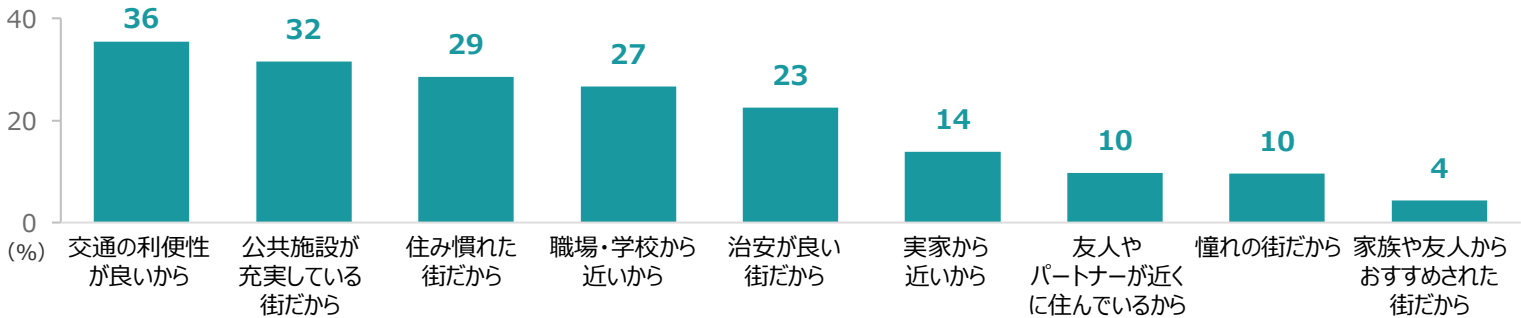
<図2> 物件に求める重視点 (複数回答) ※21項目中、上位15項目を抜粋



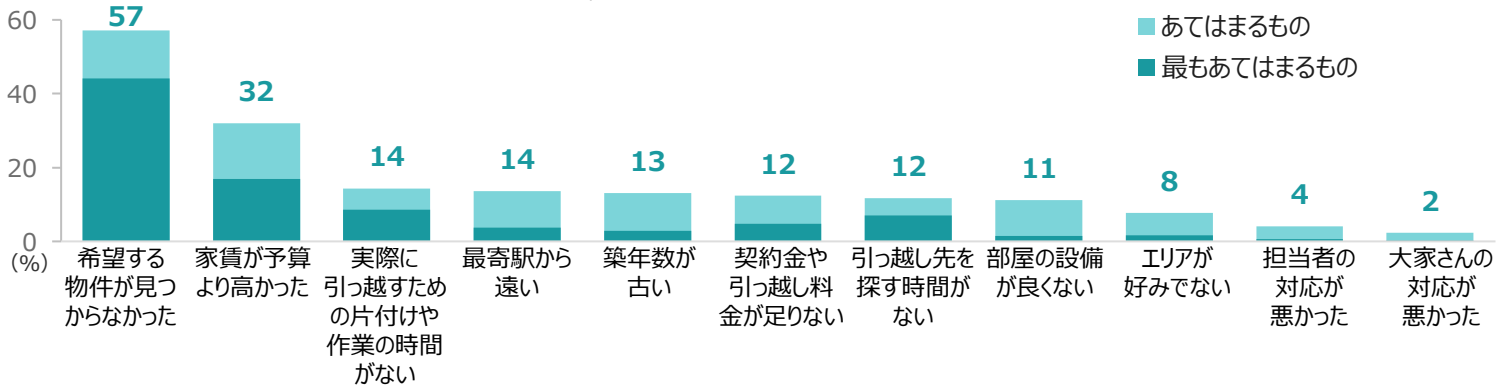
<図3> お部屋探しの際に譲れない設備・サービス (複数回答) ※23項目中、上位15項目を抜粋



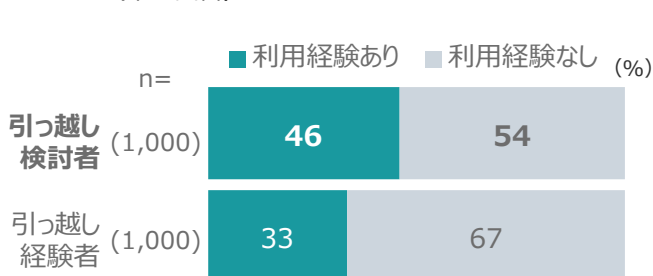
<図4> 引越しを検討している街 (複数回答 : n=1,000) ※引越し検討者のみ聴取



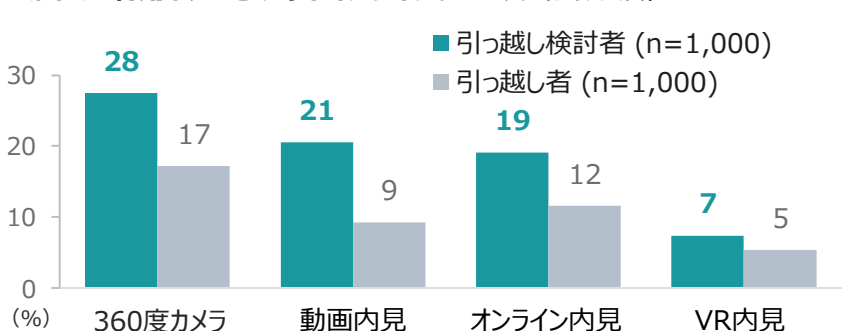
<図5> 引越しをしなかった理由 (複数回答 : n=1,000) ※引越し検討者のみ聴取



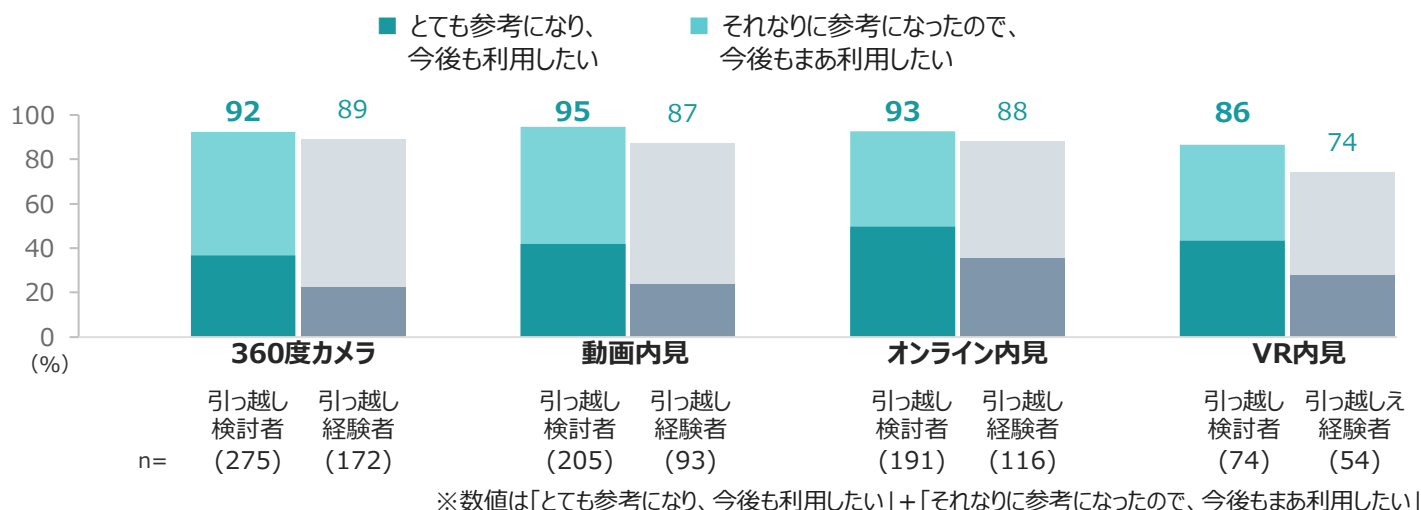
<図6> 引越しに関するオンラインサービスの利用状況 (単一回答)



<図7> 利用したことのあるオンラインサービス (複数回答)



＜図8＞引っ越しに関するオンラインサービスの利用意向（各単一回答）※ベース：各サービス利用者



### ■レポート項目一覧

- 属性設問（性別/年代/婚姻状況/居住地/子ども有無/同居家族/職業/世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター判別結果）
- 調査結果サマリー

#### ▼調査結果詳細

- 引っ越しをして住みたい居住形態
- 部屋探しの方法
- 実際に行った不動産会社の店舗数
- 複数の不動産会社に行った理由
- 不動産会社の店舗に行かなかった理由
- 内見した部屋数
- 物件に求める条件で重視するもの
- 部屋探しの際に譲れない設備・サービス
- 物件探しに利用したことがあるオンラインサービス
- サービス利用意向  
（オンライン内見/360度カメラ/VR内見/動画内見）
- 部屋探しの際に利用した物件検索サイト・アプリの数
- 複数の物件検索サイト・アプリを見た理由
- 引っ越しを検討している街に引っ越したい理由
- 引っ越し決定まででいたらない理由
- 賃貸物件のリノベーションに対する興味度

#### ▼参考資料

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/life/20230228moving/>

### ■調査概要

調査手法：インターネットリサーチ

調査地域：全国47都道府県

調査対象：20～69歳の男女

調査期間：2023年2月7日（火）～2月9日（木）

有効回答数：本調査 引っ越し検討者：1,000サンプル

引っ越し経験者：1,000サンプル

引っ越し検討者：この2年間で引っ越しを検討している人

引っ越し経験者：この2年間で賃貸物件に引っ越した人

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

#### 【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>

所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立：2003年4月1日

代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容：マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

#### ◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275

E-mail：[pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

＜引用・転載時のクレジット表記のお願い＞

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」

