

2022年度 賃貸契約者動向調査(首都圏)

住まいの設備では「ピッキング対策の鍵」の満足度が上昇、満足度1位
現在ペットを飼っている人は2割弱だが、今後飼いたい人は4割を超える

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、2022年度（2022年4月～2023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. 見学物件数は平均2.7件に再度低下、緩やかな減少傾向

▶前年度微増したが、2022年度は再び低下した。（→p.6）

2. オンライン内見実施率は合計32.5%で、2年連続で増加

▶内訳は、オンライン内見のみ実施者が22.7%、オンライン内見・対面での内見併用者が9.8%。（→p.9）

▶オンライン上で行う賃貸契約（IT重要事項説明）の実際の利用率（14.9%）も前年度から上昇。（→p.13）

3. 設備満足度は「24時間出せるゴミ置き場」と「ピッキング対策の鍵」が同率1位

▶「24時間出せるゴミ置き場」が、7年連続満足度1位。加えて2022年度は、「ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵」も同率1位となった。（→p.17）

▶次に引越す際に絶対欲しい設備では、多くの設備のポイントが下がる中、セキュリティ関連は比較的变化が小さい。（→p.18）

4. 現在ペットを飼っている人は18.2%、今後飼いたい人は44.5%

▶属性別に見ると、ファミリー、リモートワーク実施者や、家賃が高い人ほど、今後ペットを飼いたい割合が高い。（→p.20）

▶住まい探しが「満足できた」「スムーズに進められた」割合は、ペット飼育あり層ではやや低め。（→p.21）

5. 魅力を感じるコンセプト賃貸住宅1位は、今回も「防災賃貸住宅」

▶属性別に1位のコンセプトを見ると、男性社会人は「デザイナーズ賃貸住宅」、女性社会人と2人暮らしは「防災賃貸住宅」、ファミリーは「子育て世帯向け」、ペット飼育者は「ペットオーナー向け」。（→p.22）

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

セキュリティ関連（ピッキング対策、スマートロックなど）の設備ニーズは堅調

現在住んでいる賃貸物件にある設備の満足度では、7年連続満足度1位の「24時間出せるゴミ置き場」と並んで、今回初めて、「ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵」も1位になりました。（p.17）

また、次に引っ越す際に絶対欲しい設備では、多くの設備のポイントが下がる中、「セキュリティシステム」「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」「非接触キー」など、テクノロジーを利用したセキュリティに関するものは、比較的变化が小さい結果となりました。（p.18）

前回までは、コロナ禍の中、快適に暮らすためにさまざまな設備へのニーズが高まる様子が見られていましたが、今回はそれが落ち着き、テクノロジーを利用し安全で楽に過ごせることが望まれているようです。

今後ペットを飼いたい人が4割超だが、住まいの探しにくさが壁に

現在ペットを飼っている人は18.2%ですが、今後飼いたい人は44.5%と、現在の2倍以上となっています。そして、ファミリーやリモートワーク実施者では、半数以上が今後飼いたいと考えています。（p.19、20）

しかしながら、ペット飼育者では、現在の住まいへの住み替えの際に「満足のいく住まい探しができた」「スムーズに住まい探しが進められた」割合が、全体より低くなっています。（p.21）

コロナ禍をきっかけに、ペットを新しく飼う人が増えたと伝えられていますが、賃貸物件でペット飼育可能な物件は、2割に満たないのが現状です（東京23区賃貸物件のうち、ペット相談可物件は19.7%／『SUUMO賃貸』掲載物件データより算出※）。ペットを今後飼いたい人の割合とのギャップが大きく、多くのペット飼育希望者から、ペット飼育可能な賃貸物件や、ペットフレンドリーな間取り・設備仕様を備えた賃貸物件が増えることが、期待されているのではないのでしょうか。



SUUMO 編集長
SUUMOリサーチセンター長
池本 洋一

※『SUUMO賃貸』掲載物件データの集計対象条件

期間：2023年4月～6月／地域：東京23区／構造種別：ブロックとその他除く／
物件種別：マンションとアパートのみ／面積：10㎡以上のみ／賃料：1万円以上
のみ

調査概要	4
■ 住み替え検討数	
訪問した不動産会社の店舗数	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
■ オンライン見学やオンライン契約（IT重説）の利用状況	
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ィール	14
■ 住まいや設備に対する意識	
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
■ 住まい探しの満足度や、ペット飼育やコンセプト賃貸への関心度	
現在のペットの飼育状況	19
今後のペットの飼育意向	20
住まい探しの満足度	21
魅力を感じるコンセプト賃貸住宅	22
[Appendix]	
契約した住まいの家賃 ※管理費除く	23
満足度の高い設備、次引っ越す際に欲しい設備 各年度の項目一覧	24
満足度の高い設備 WB後集計数	25

調査概要

調査目的

- 2022年度（2022年4月1日～2023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／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
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2022年4月1日～2023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2022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）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）

(人)

<ウエイトバック（WB）補正集計前>

	未婚		男女・計	既婚		男女・計	合計
	男性	女性		男性	女性		
	18-29歳	116	155	271	35	103	
30代	104	102	206	106	100	206	412
40代以上	103	84	187	101	99	200	387
合計							1,208

<ウエイトバック（WB）補正集計後>

	未婚		男女・計	既婚		男女・計	合計
	男性	女性		男性	女性		
	18-29歳	306	342	648	36	66	
30代	82	72	154	88	110	198	352
40代以上	57	58	115	63	85	148	263
合計							1,364

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：2023年6月1日（木）～2023年6月23日（金）
- 本調査：2023年6月9日（金）～2023年6月27日（火）

有効回答数

- スクリーニング調査：63,403サンプル（首都圏） 本調査：1,208サンプル（首都圏）

調査実施機関

- 株式会社マクロミル

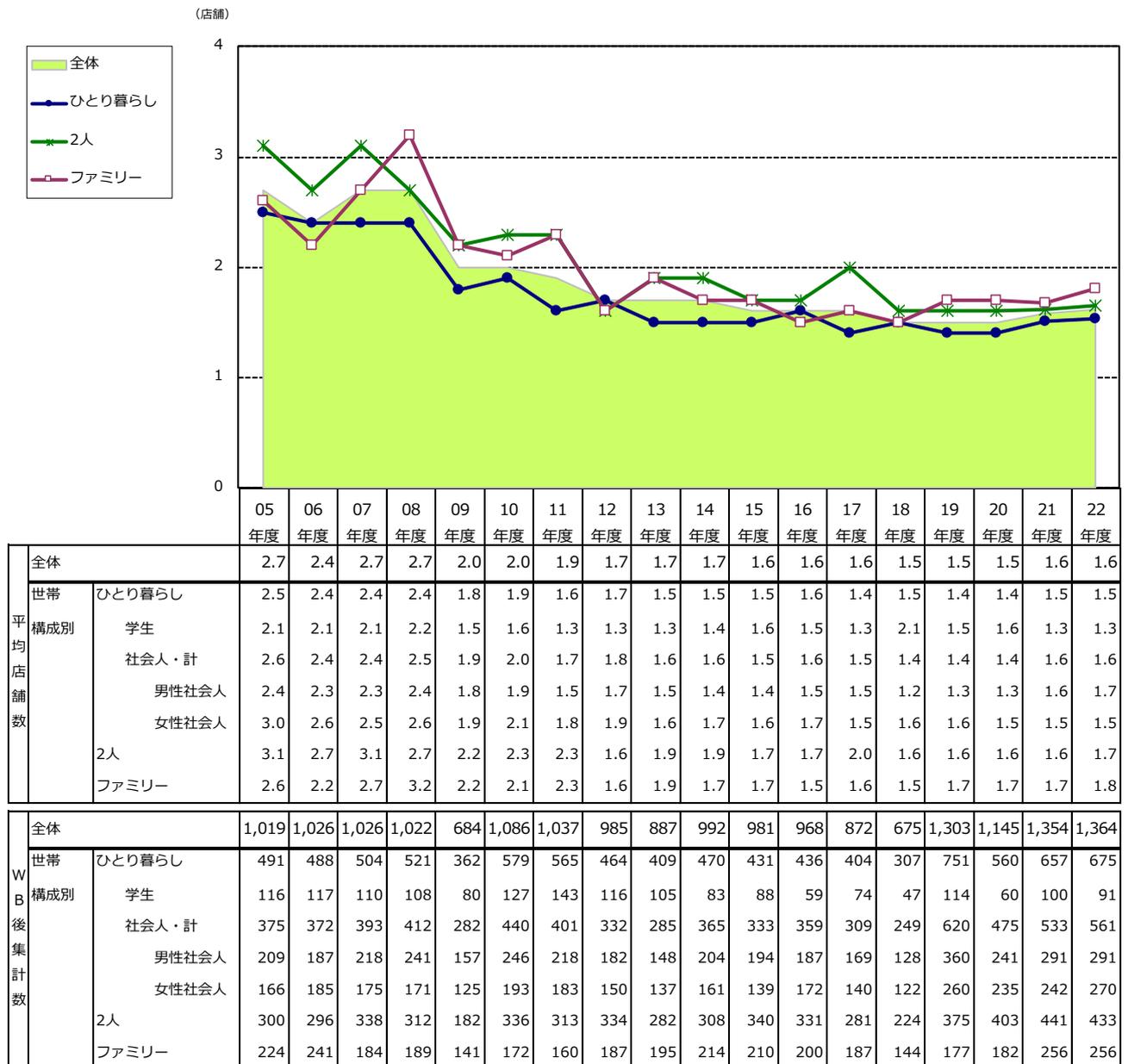
調査結果を見る際の注意点

- %を表示する際に小数第2位で四捨五入しているため、%の合計値が「全体合計（100%）」や「小計」と一致しない場合がある

訪問した不動産会社の店舗数

- ・ 訪問した不動産会社の店舗数は平均1.6店舗で、前年度と同じである。
- ・ 世帯構成別に見ると、店舗数はファミリーで最も多く、平均1.8店舗である。

■ 訪問した不動産会社の店舗数（単一回答＋最大カテゴリーは実数回答）



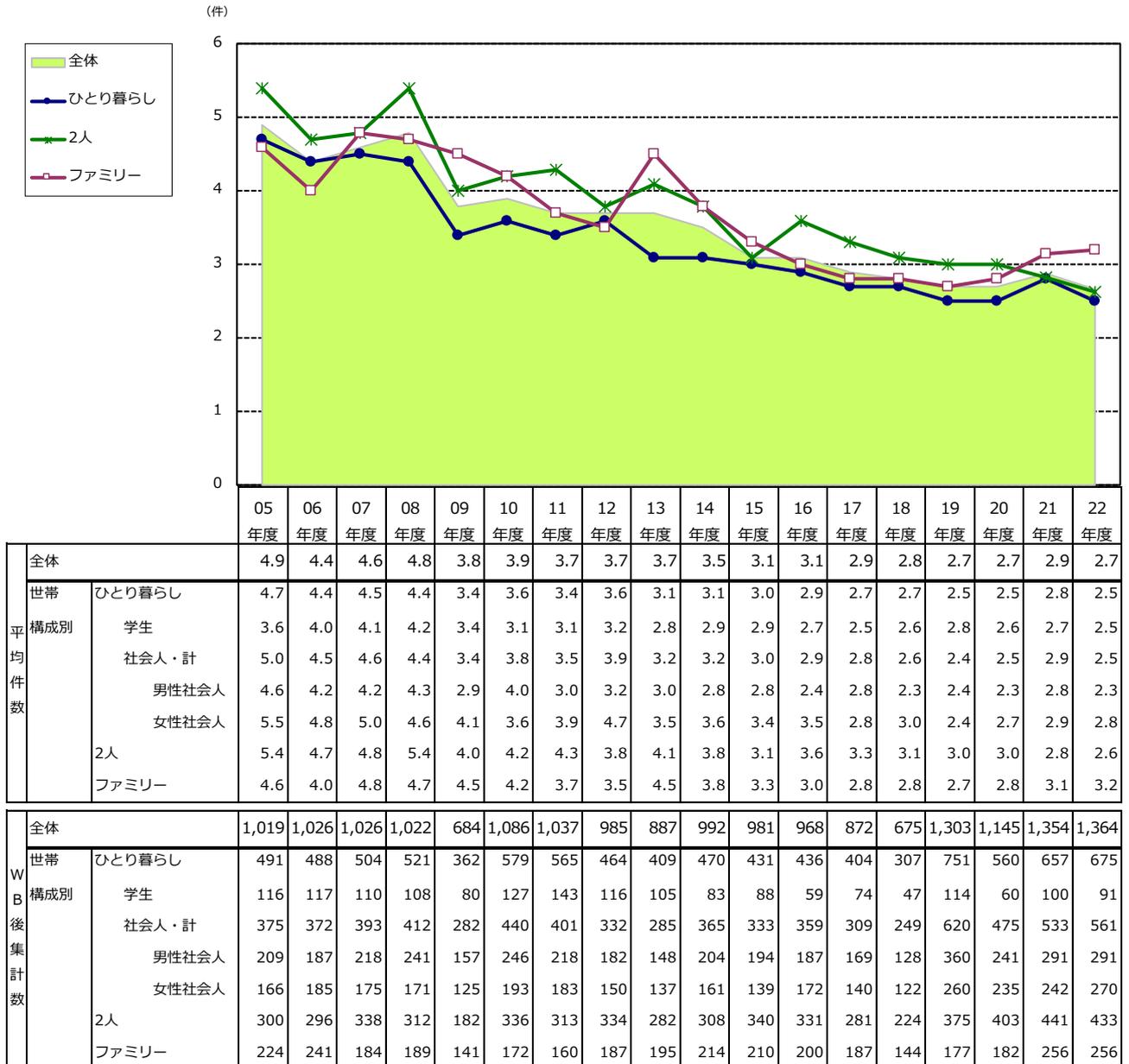
※平均値の算出方法：「0店舗（訪問していない）」～「5店舗」、「6店舗以上（実数回答）」のカテゴリーで聴取。「0店舗」～「5店舗」はそれぞれ0～5の実数に置き換え、「6店舗以上」は具体的に回答された実数を利用して平均値を算出している

※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

見学した物件数

- ・ 見学した物件数は平均2.7件。前年度微増したが、22年度は再び低下した。05年度以降、緩やかな減少傾向が見られる。
- ・ 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3.2件である。

■ 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

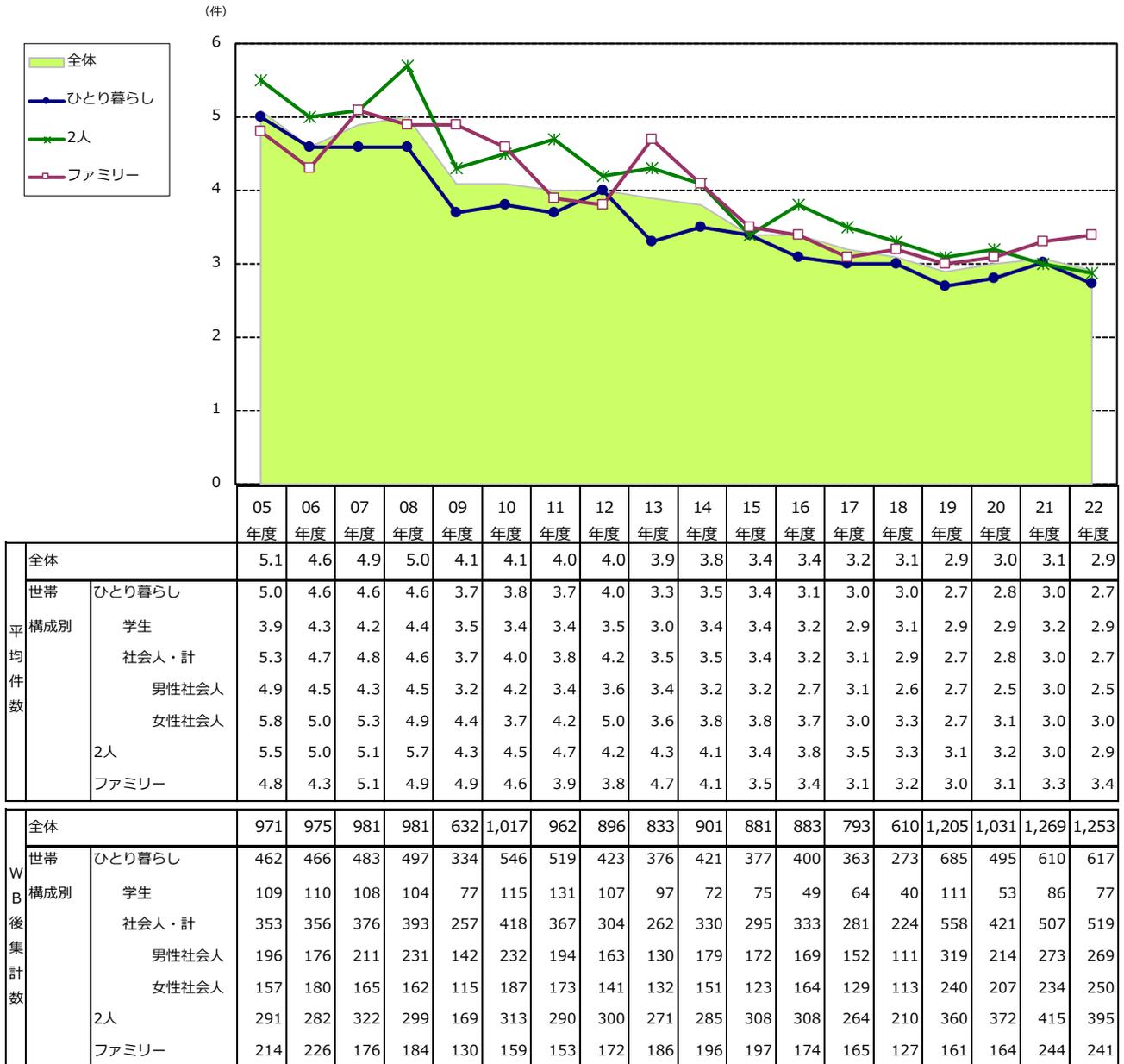
※平均値の算出方法：「0件」～「9件」、「10件以上（実数回答）」のカテゴリーで聴取。「0件」～「9件」はそれぞれ0～9の実数に置き換え、「10件以上」は具体的に回答された実数を利用して平均値を算出している

※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平均見学物件数は2.9件と、前年度から微減。

■ 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

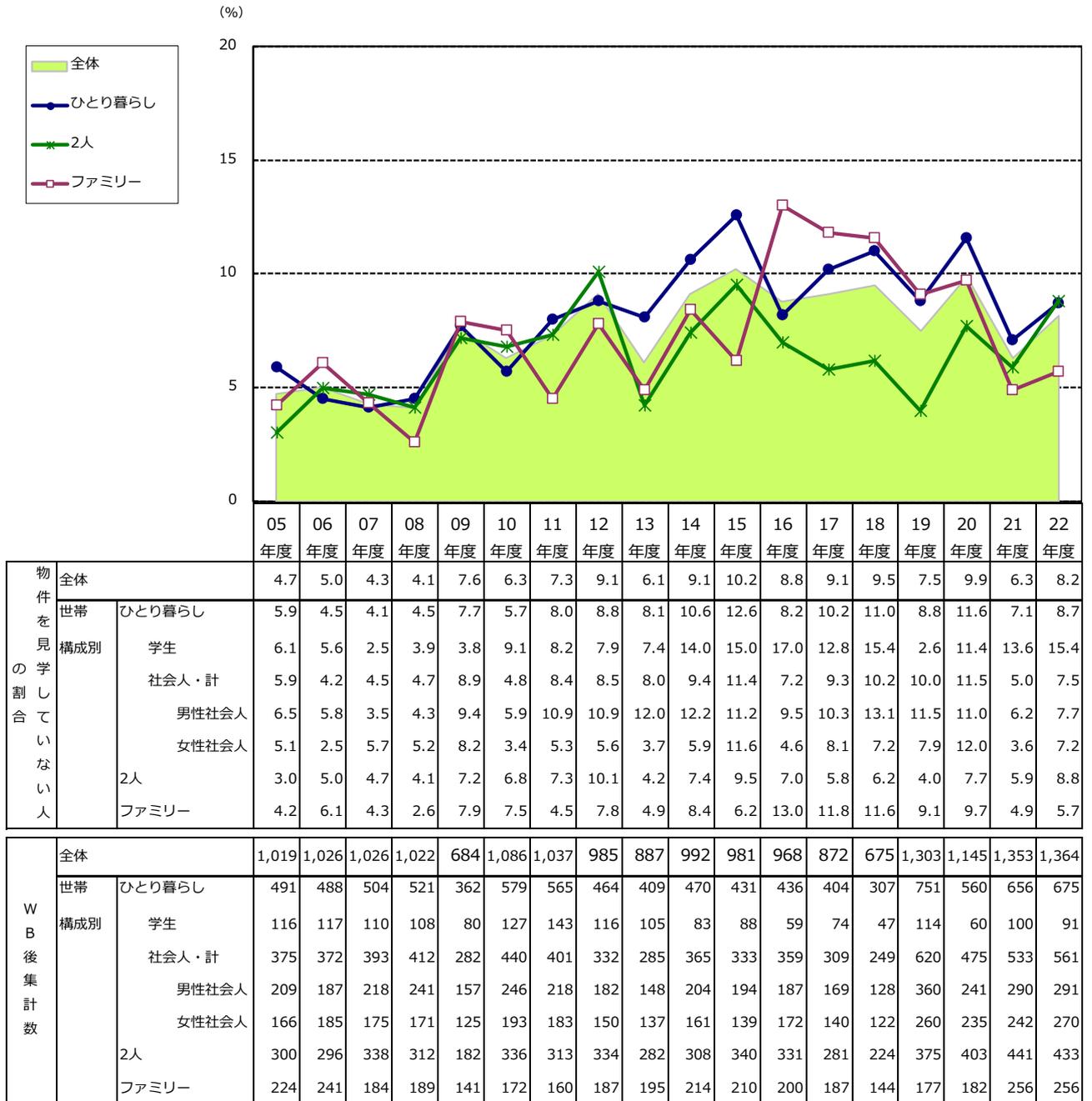
※平均値の算出方法：「0件」～「9件」、「10件以上（実数回答）」のカテゴリーで聴取。「0件」～「9件」はそれぞれ0～9の実数に置き換え、「10件以上」は具体的に回答された実数を利用して平均値を算出している

※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

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8.2%で、前年度より微増した。05年度以降、上下を繰り返しながらも、増加傾向がやや見られる。
- ・ 世帯構成別に見ると、物件見学をしていない人の割合は学生で最も高く、15.4%である。

■ 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）」回答者の割合を記載している

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22.7%、オンライン内見・対面での内見併用者が9.8%で、合計すると32.5%がオンライン内見を実施している。オンライン内見実施率は2年連続で増加。
- ・ 全体に比べて、オンライン内見のみの実施率が高いのは、性・年代別では男性30代・20代以下、世帯構成別では男性社会人である。女性30代やファミリーでは、オンラインと対面の併用率が、全体より高い。

■ 物件の見学スタイル（単一回答）

(単位：%)		WB後 集計数	物件の見学スタイル				オンライン 内見実施 計
			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	
22年度 全体		1,364	22.7	9.8	59.3	8.2	32.5
21年度 全体		1,353	20.6	6.8	66.3	6.3	27.5
20年度 全体		1,145	13.5	6.2	70.4	9.9	19.7
22年度 性別	男性	632	28.8	9.6	52.9	8.8	38.3
	女性	732	17.5	9.9	64.9	7.6	27.5
22年度 性・年代別	男性20代以下	342	28.2	10.8	50.5	10.6	38.9
	男性30代	170	33.8	11.4	48.5	6.2	45.3
	男性40代以上	121	23.2	3.5	66.1	7.2	26.7
	女性20代以下	408	21.1	6.7	64.5	7.7	27.8
	女性30代	182	9.4	16.9	65.0	8.7	26.3
	女性40代以上	142	17.9	10.2	65.8	6.0	28.2
22年度 世帯構成別	ひとり暮らし	675	25.3	8.0	58.0	8.7	33.3
	学生	91	21.2	9.6	53.8	15.4	30.8
	社会人・計	561	25.9	7.9	58.7	7.5	33.8
	男性社会人	291	30.0	9.5	52.7	7.7	39.6
	女性社会人	270	21.5	6.1	65.2	7.2	27.6
	2人	433	18.5	7.0	65.7	8.8	25.4
	ファミリー	256	23.1	19.3	52.0	5.7	42.4

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

- どの見学スタイルでも、平均見学物件数は前年度から微減。

■ 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、対面での内見のみ実施者では、いずれも見学物件数「2～3件」が4割以上を占め、この割合は前年度より増加。
- ・ オンライン内見・対面での内見併用者では、上記の両者より、4件以上の割合が高く、6割を超える。

■ 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	22年度	310	39.1	43.8	12.4	4.6
	21年度	279	43.8	36.6	13.6	6.0

(単位：%)		WB後 集計数	1件	2～3件	4～5件	6件以上
対面での内見のみ 実施者	22年度	809	28.0	45.5	18.5	8.0
	21年度	896	26.1	41.9	21.0	11.1

(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・ 対面での内見 併用者	22年度	133	-	37.6	34.2	28.2
	21年度	92	-	39.8	40.0	20.3

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

- ・ 物件を探し始めてから契約までの期間が最も短いのはオンライン内見のみ実施者で、平均22.2日。
- ・ オンライン内見のみ実施者は、平均問い合わせ物件数や平均見学物件数も、併用者や対面での内見のみ実施者より少なくなっている。

■ 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		310	133	809	111
首都圏居住者（100%）の見学スタイル別割合		22.7%	9.8%	59.3%	8.2%
性別シェア	男性	58.6%	45.4%	41.4%	49.7%
	女性	41.4%	54.6%	58.6%	50.3%
性・年代別シェア	男性20代以下	31.0%	27.6%	21.3%	32.5%
	男性30代	18.5%	14.6%	10.2%	9.4%
	男性40代以上	9.0%	3.1%	9.8%	7.8%
	女性20代以下	27.7%	20.6%	32.5%	28.4%
	女性30代	5.5%	23.1%	14.6%	14.2%
	女性40代以上	8.2%	10.9%	11.6%	7.7%
平均年齢		32歳	32歳	33歳	32歳
最も高い年齢		77歳	71歳	82歳	78歳
世帯構成別 シェア	ひとり暮らし	55.1%	40.4%	48.4%	52.7%
	学生	6.2%	6.6%	6.1%	12.7%
	社会人・計	46.9%	33.2%	40.7%	37.6%
	男性社会人	28.2%	20.9%	19.0%	20.1%
	女性社会人	18.7%	12.4%	21.7%	17.5%
	2人 ファミリー	25.8%	22.6%	35.2%	34.3%
平均世帯年収		635万円	676万円	584万円	592万円
現在の住まい	UR賃貸住宅	6.4%	12.2%	2.1%	1.8%
	一戸建て住宅*	5.4%	12.3%	2.4%	3.3%
	マンション*	45.8%	39.5%	51.0%	35.9%
	アパート*	37.1%	33.0%	43.9%	56.0%
	テラスハウス・タウンハウス*	5.3%	3.0%	0.5%	3.0%
リモートワーク実施率		49.0%	65.5%	34.3%	18.8%
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	22.2日	22.9日	28.9日	23.4日
	1～10日未満	29.1%	17.7%	22.5%	30.2%
	10～30日未満	49.6%	60.7%	48.2%	45.1%
	30日以上	21.2%	21.6%	29.4%	24.7%
賃料 （管理費含む）	平均	89,089円	103,693円	95,269円	87,333円
	最高家賃額	300,000円	248,000円	490,000円	370,000円
訪問した不動産会社の平均店舗数		1.7店舗	2.2店舗	1.6店舗	0.7店舗
平均問い合わせ物件数		2.8件	5.2件	4.4件	1.3件
部屋探しの際に 見学した平均物件数	合計	2.4件	4.3件	2.9件	-
	オンライン	2.4件	2.4件	-	-
	対面	-	2.0件	2.9件	-
平均申し込み物件数		2.0件	2.3件	1.5件	1.9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（78.3%）、内容把握率（41.1%）、実際の利用率（14.9%）は、前年度から全て上昇。
- ・ 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、世帯構成別ではファミリー、性・年代別では男性30代・20代以下で、いずれも2割を超えている。

■ 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）

(単位：%)		WB後集 計数	認知・利用状況				内容把握 計	認知 計
			実際に 利用したことがある	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		
22年度	全体	1,364	14.9	26.2	37.2	21.7	41.1	78.3
21年度	全体	1,354	10.9	25.6	35.7	27.8	36.5	72.2
20年度	全体	1,145	7.0	24.7	41.5	26.7	31.7	73.3
19年度	全体	1,303	7.1	16.4	36.1	40.3	23.6	59.7
18年度	全体	675	3.6 6.5	19.1	70.7		10.1	29.3
世帯 構成 別	ひとり暮らし	675	13.2	26.0	38.5	22.2	39.3	77.8
	学生	91	10.6	31.1	43.4	14.9	41.7	85.1
	2人	561	14.1	24.4	38.0	23.6	38.4	76.4
	ファミリー	291	18.3	28.2	31.3	22.2	46.5	77.8
	男性社会人	270	9.5	20.3	45.2	25.1	29.7	74.9
	女性社会人	433	13.3	24.7	36.4	25.5	38.0	74.5
	ファミリー	256	22.1	29.1	35.1	13.7	51.2	86.3
性 ・ 年 代 別	22年度	342	20.8	28.0	34.6	16.6	48.8	83.4
	男性20代以下	170	21.0	25.6	32.5	20.9	46.6	79.1
	男性30代	121	8.9	33.8	32.1	25.2	42.7	74.8
	男性40代以上	408	10.2	20.9	43.4	25.6	31.1	74.4
	女性20代以下	182	15.6	30.4	36.4	17.5	46.0	82.5
	女性30代	142	11.4	25.9	36.9	25.8	37.3	74.2

※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、リモートワークの実施率や、オンライン内見の利用率が高く、平均賃料も高い。

■ 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		204	1,160
首都圏居住者（100%）の利用経験割合		14.9%	85.1%
性別シェア	男性	57.7%	44.4%
	女性	42.3%	55.6%
性・年代別シェア	男性20代以下	34.9%	23.3%
	男性30代	17.6%	11.6%
	男性40代以上	5.3%	9.5%
	女性20代以下	20.3%	31.6%
	女性30代	14.0%	13.2%
	女性40代以上	8.0%	10.9%
平均年齢		31歳	33歳
最も高い年齢		69歳	82歳
世帯構成別 シェア	ひとり暮らし	43.9%	50.5%
	学生	4.8%	7.0%
	社会人・計	38.7%	41.5%
	男性社会人	26.2%	20.5%
	女性社会人	12.6%	21.1%
	2人 ファミリー	28.4%	32.4%
平均世帯年収		687万円	591万円
現在の住まい	UR賃貸住宅	6.2%	3.7%
	一戸建て住宅*	7.3%	3.6%
	マンション*	44.7%	48.0%
	アパート*	39.8%	42.7%
	テラスハウス・タウンハウス*	2.0%	2.1%
リモートワーク実施率		58.6%	36.1%
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	26.9日	26.3日
	1～10日未満	18.5%	25.2%
	10～30日未満	56.2%	48.3%
	30日以上	25.4%	26.6%
賃料 （管理費含む）	平均	99,285円	93,117円
	最高家賃額	250,000円	490,000円
訪問した不動産会社の平均店舗数		2.2店舗	1.5店舗
平均問い合わせ物件数		3.9件	3.9件
部屋探しの際に見学した平均物件数		2.7件	2.7件
部屋探しの際のオンライン内見利用率		50.9%	29.3%
平均申し込み物件数		2.1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を

※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

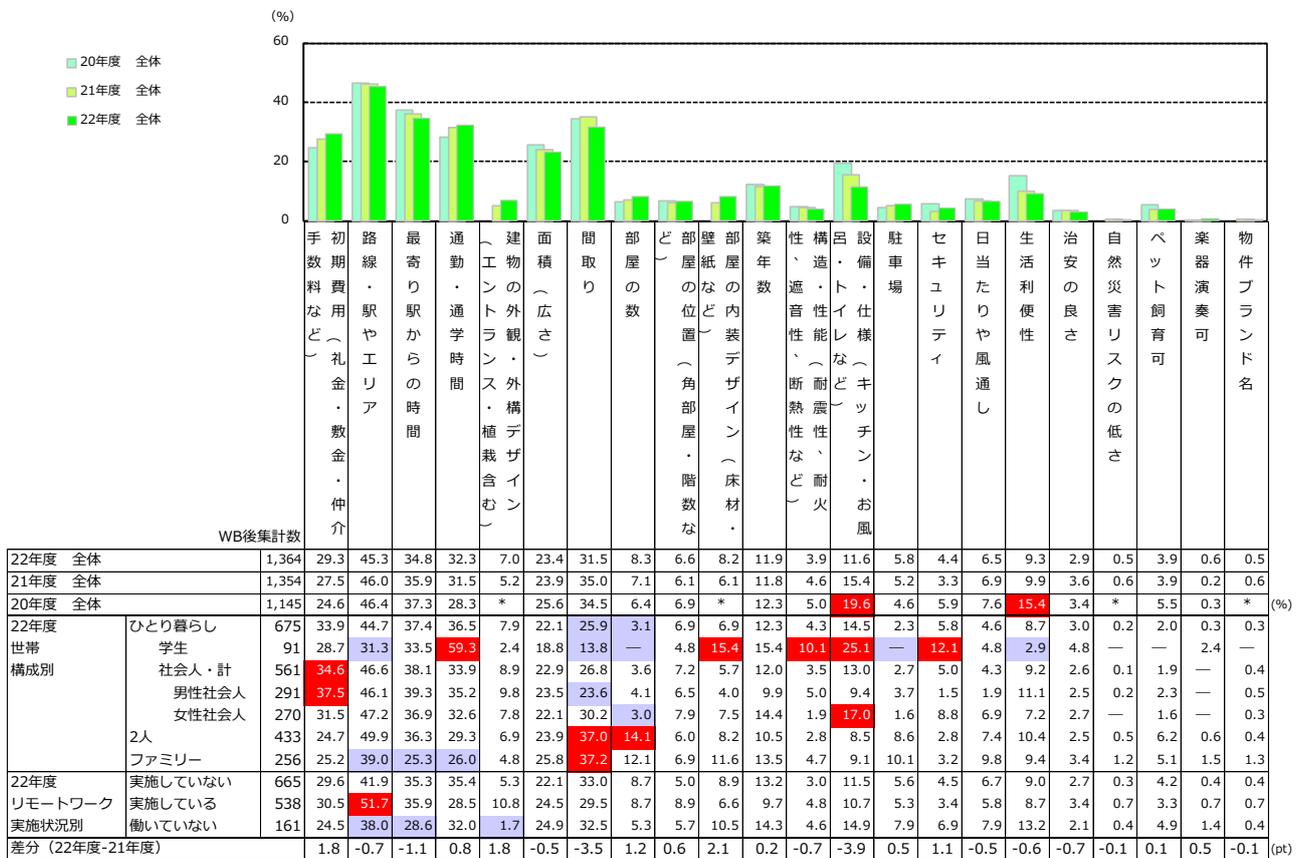
※平均日数（物件を探し始めてから契約までの期間）の算出方法：各選択肢が取り得る最小値・最大値の中央値を加重値として算出した。ただし「80日以上」は具体的に回答された実数を利用している

*：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」。次いで、「最寄り駅からの時間」「通勤・通学時間」である。
- 決め手になる割合が、2年続けて上昇したのは「初期費用」「通勤・通学時間」など、低下したのは「路線・駅やエリア」「最寄り駅からの時間」「面積」「設備・仕様」「生活利便性」など。
- 世帯構成別に見ると、男性社会人は「初期費用」、女性社会人は「設備・仕様」、2人暮らしは「間取り」「部屋の数」、ファミリーは「間取り」が決め手になる割合が、全体に比べて高い。

■ 決め手となった項目〔家賃を除いた条件〕【1～3位合算スコア】（各単一回答）



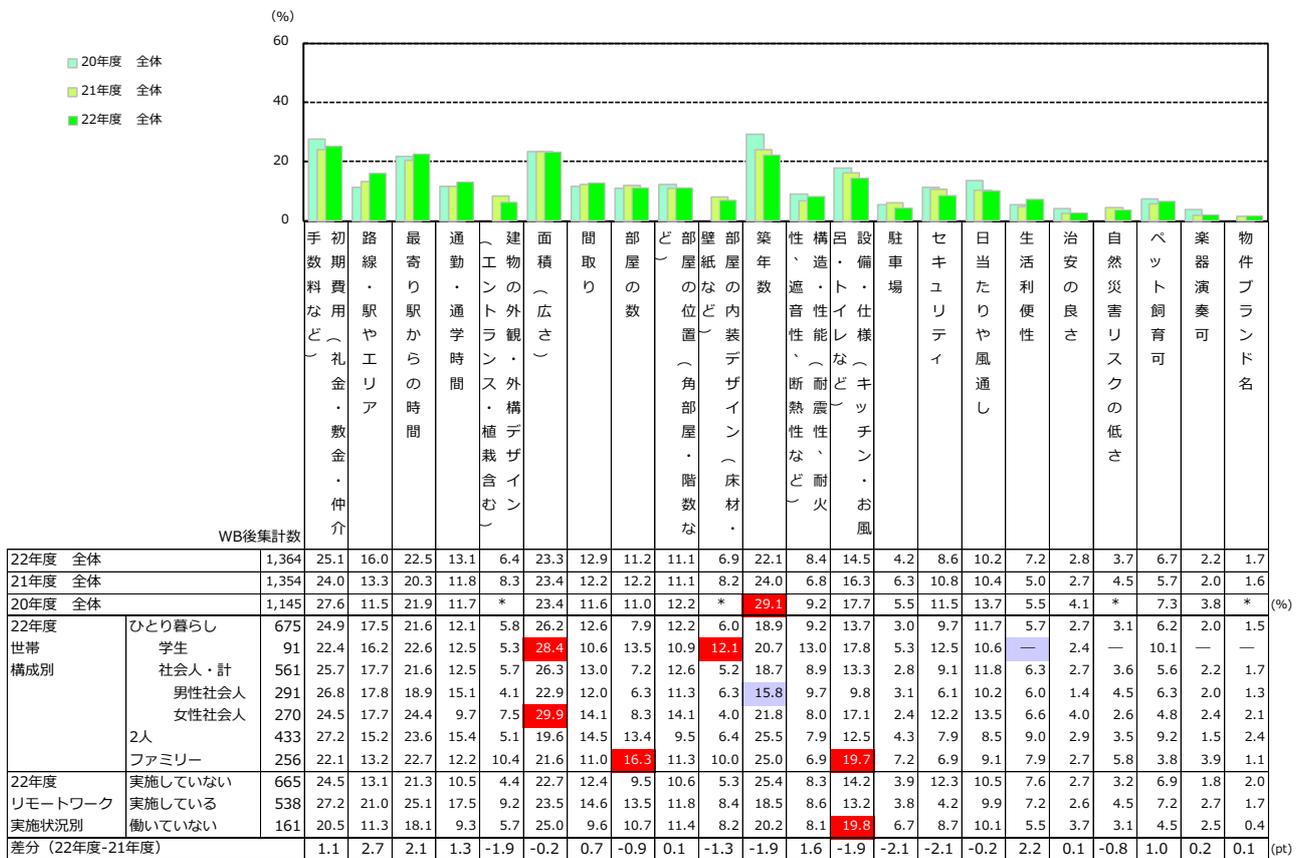
+5.0 22年度全体値より5ポイント以上高い数値
 -5.0 22年度全体値より5ポイント以上低い数値

* 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「初期費用」。次いで、「面積」「最寄り駅からの時間」である。
- やむを得ずあきらめた割合が、2年続けて上昇したのは「路線・駅やエリア」「通勤・通学時間」「間取り」など、低下したのは「築年数」「設備・仕様」「セキュリティ」など。
- 世帯構成別に見ると、女性社会人は「面積」、ファミリーは「部屋の数」「設備・仕様」をあきらめる割合が、全体に比べて高い。

■ やむを得ずあきらめた項目 [家賃を除いた条件] 【1～3位合算スコア】 (各単一回答)



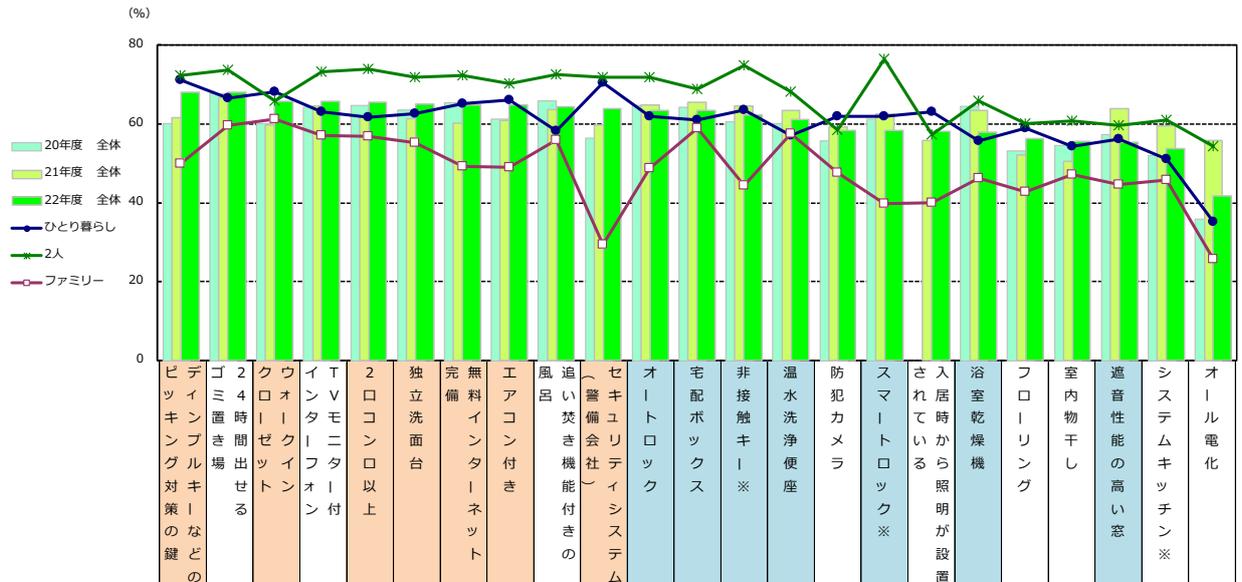
+5.0 22年度全体値より5ポイント以上高い数値
 -5.0 22年度全体値より5ポイント以上低い数値

* 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」が、7年連続満足度1位。加えて22年度は、「ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵」も同率1位となった。
- 世帯構成別に見ると、「ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵」の満足度が全体に比べて高いのは、女性社会人である。

■ 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）



満足度	22年度 全体	21年度 全体	20年度 全体	19年度 全体	18年度 全体	17年度 全体	16年度 全体	15年度 全体	14年度 全体	13年度 全体	世帯構成別	順位
ディンプルキーなどのピッキング対策の鍵	68.1	68.1	65.8	65.7	65.5	64.9	64.8	64.7	64.2	63.8	学生	1
ゴミ置き場	68.1	66.7	59.6	64.6	62.0	61.4	60.2	60.9	63.7	59.8	学生	1
24時間出せる	65.8	64.6	62.0	61.4	60.2	60.9	63.7	59.8	64.7	63.4	学生	3
ウオーターサーバー	65.7	64.6	62.0	61.4	60.2	60.9	63.7	59.8	64.7	63.4	学生	4
TVモニター付	65.5	64.6	62.0	61.4	60.2	60.9	63.7	59.8	64.7	63.4	学生	5
2口コンロ以上	64.9	64.6	62.0	61.4	60.2	60.9	63.7	59.8	64.7	63.4	学生	6
独立洗面台	64.8	64.6	62.0	61.4	60.2	60.9	63.7	59.8	64.7	63.4	学生	7
完備	64.7	64.6	62.0	61.4	60.2	60.9	63.7	59.8	64.7	63.4	学生	8
無料インターネット	64.7	64.6	62.0	61.4	60.2	60.9	63.7	59.8	64.7	63.4	学生	9
エアコン付き	64.2	63.8	63.4	63.0	62.6	62.2	61.8	61.4	61.0	60.6	学生	10
風呂	63.8	63.4	63.0	62.6	62.2	61.8	61.4	61.0	60.6	60.2	学生	11
追い焚き機能付きのセキユリティシステム	63.8	63.4	63.0	62.6	62.2	61.8	61.4	61.0	60.6	60.2	学生	12
オートロック	63.4	63.0	62.6	62.2	61.8	61.4	61.0	60.6	60.2	60.0	学生	13
宅配ボックス	63.4	63.0	62.6	62.2	61.8	61.4	61.0	60.6	60.2	60.0	学生	14
非接触キー※	62.3	61.9	61.5	61.1	60.7	60.3	59.9	59.5	59.1	58.7	学生	15
温水洗浄便座	61.2	60.8	60.4	60.0	59.6	59.2	58.8	58.4	58.0	57.6	学生	16
防犯カメラ	58.4	58.0	57.6	57.2	56.8	56.4	56.0	55.6	55.2	54.8	学生	17
スマートロック※	58.4	58.0	57.6	57.2	56.8	56.4	56.0	55.6	55.2	54.8	学生	18
入居時から照明が設置	58.2	57.8	57.4	57.0	56.6	56.2	55.8	55.4	55.0	54.6	学生	19
浴室乾燥機	57.8	57.4	57.0	56.6	56.2	55.8	55.4	55.0	54.6	54.2	学生	20
フローリング	56.3	55.9	55.5	55.1	54.7	54.3	53.9	53.5	53.1	52.7	学生	21
室内物干し	55.5	55.1	54.7	54.3	53.9	53.5	53.1	52.7	52.3	51.9	学生	22
遮音性の高い窓	55.4	55.0	54.6	54.2	53.8	53.4	53.0	52.6	52.2	51.8	学生	23
システムキッチン※	53.6	53.2	52.8	52.4	52.0	51.6	51.2	50.8	50.4	50.0	学生	24
オール電化	41.7	41.3	40.9	40.5	40.1	39.7	39.3	38.9	38.5	38.1	学生	25

+5.0 22年度全体値より5ポイント以上高い数値
-5.0 22年度全体値より5ポイント以上低い数値
■ 21年度より順位が5ランク以上高い
■ 21年度より順位が5ランク以上低い
■ WB後集計数30未満

※満足度の高い設備の集計数はAppendix参照（→p.25）

※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

※「22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.24）。図表の項目表記は22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

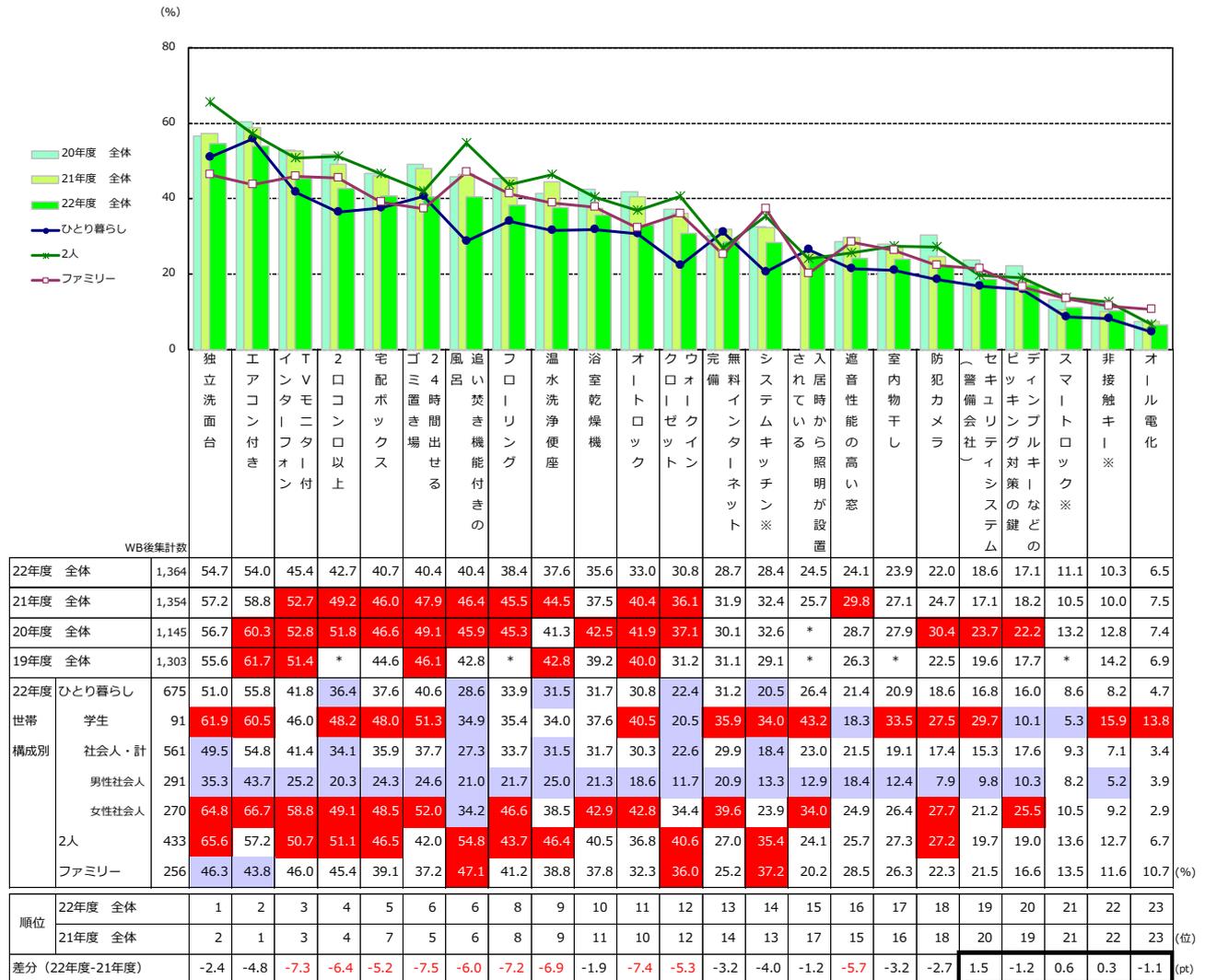
※非接触キー：「非接触キー（指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵）」で聴取

* 当該年度には聴取していない項目

次引越す際に欲しい設備

- ・ 絶対に欲しい設備の1位は「独立洗面台」。前年度まで1位の「エアコン付き」は、2位となった。
- ・ 20年度や21年度に比べて、ほとんどの項目でポイントが低下した。
- ・ その中でも、比較的变化が小さいのは「セキュリティシステム」「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」「非接触キー」など、テクノロジーを利用したセキュリティに関するものである。

■ 次引越す際に絶対に欲しい設備（複数回答）



+5.0 22年度全体値より5ポイント以上高い数値 5ポイント以上増加/5ポイント以上減少
 -5.0 22年度全体値より5ポイント以上低い数値

↑変化が小さい

※19年度調査からは「次に引越す時は(も)絶対に欲しい」と思われる設備を複数回答形式で聴取。18年度以前は各設備について「次に引越すときは(も)絶対に欲しい」「次に引越すときは(も)できれば欲しい」「次に引越すときは(も)いらない」の選択肢から単一回答させており、回答形式が異なるため比較できない。22年度調査の選択肢は上記23設備+「上記設備の中に「次に引越す時は(も)絶対に欲しい」ものはない」

※「22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.24)。図表の項目表記は22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

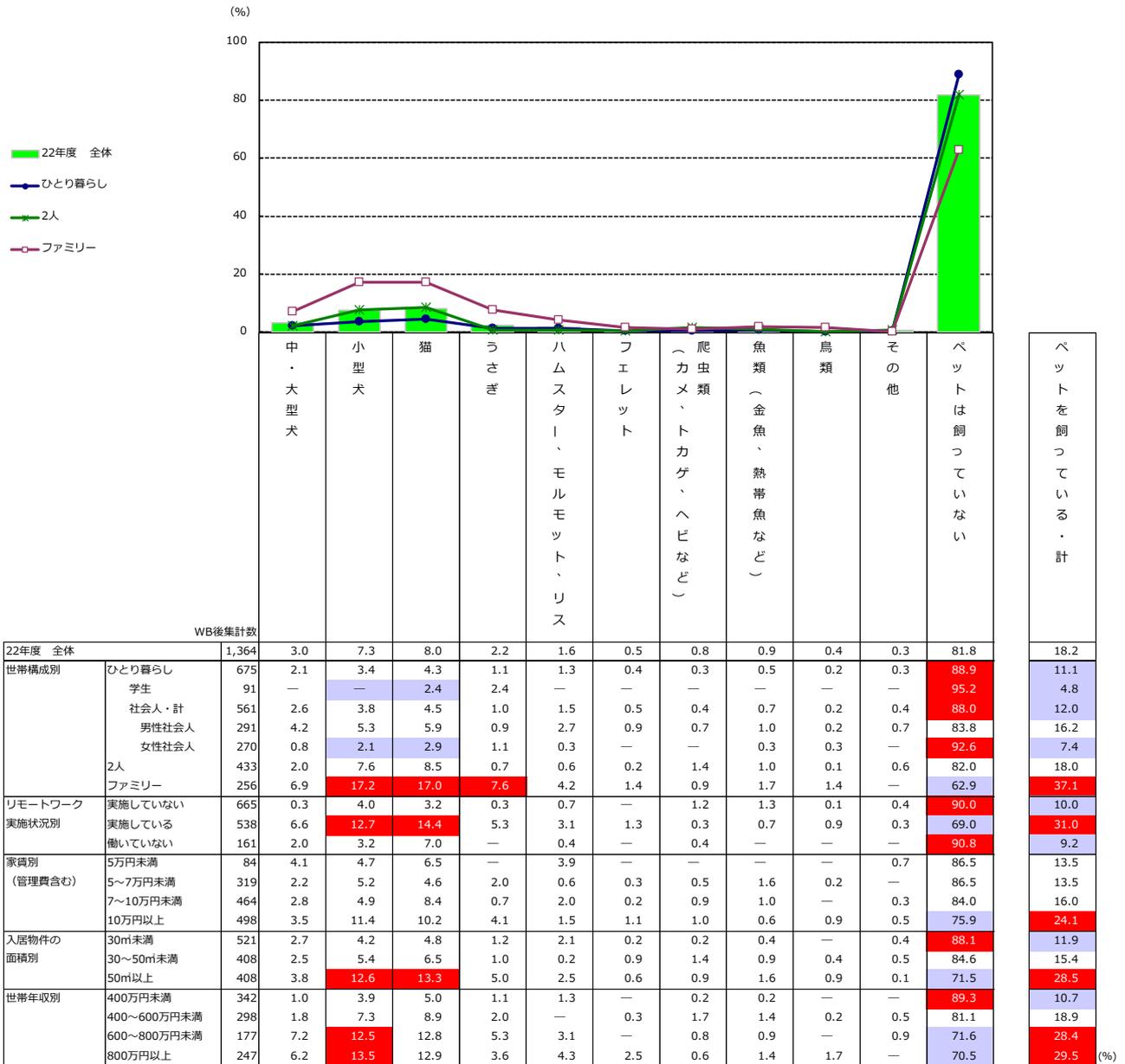
※非接触キー:「非接触キー(指紋認証、暗証番号入力、ICカードによる鍵)」で聴取

* 当該年度には聴取していない項目

現在のペットの飼育状況

- 現在の住まい（賃貸物件）で、ペットを飼っている人の割合は18.2%。内訳を見ると、最も多いのは「猫」（8.0%）、次いで「小型犬」（7.3%）。
- 属性別に見ると、ファミリー、リモートワーク実施者で、ペットを飼っている割合が全体に比べて高い。また、家賃や世帯年収が高い人ほど、住まいの面積が大きい人ほど、ペットを飼っている割合が高い。

■ 現在の住まいで飼っているペット（複数回答）



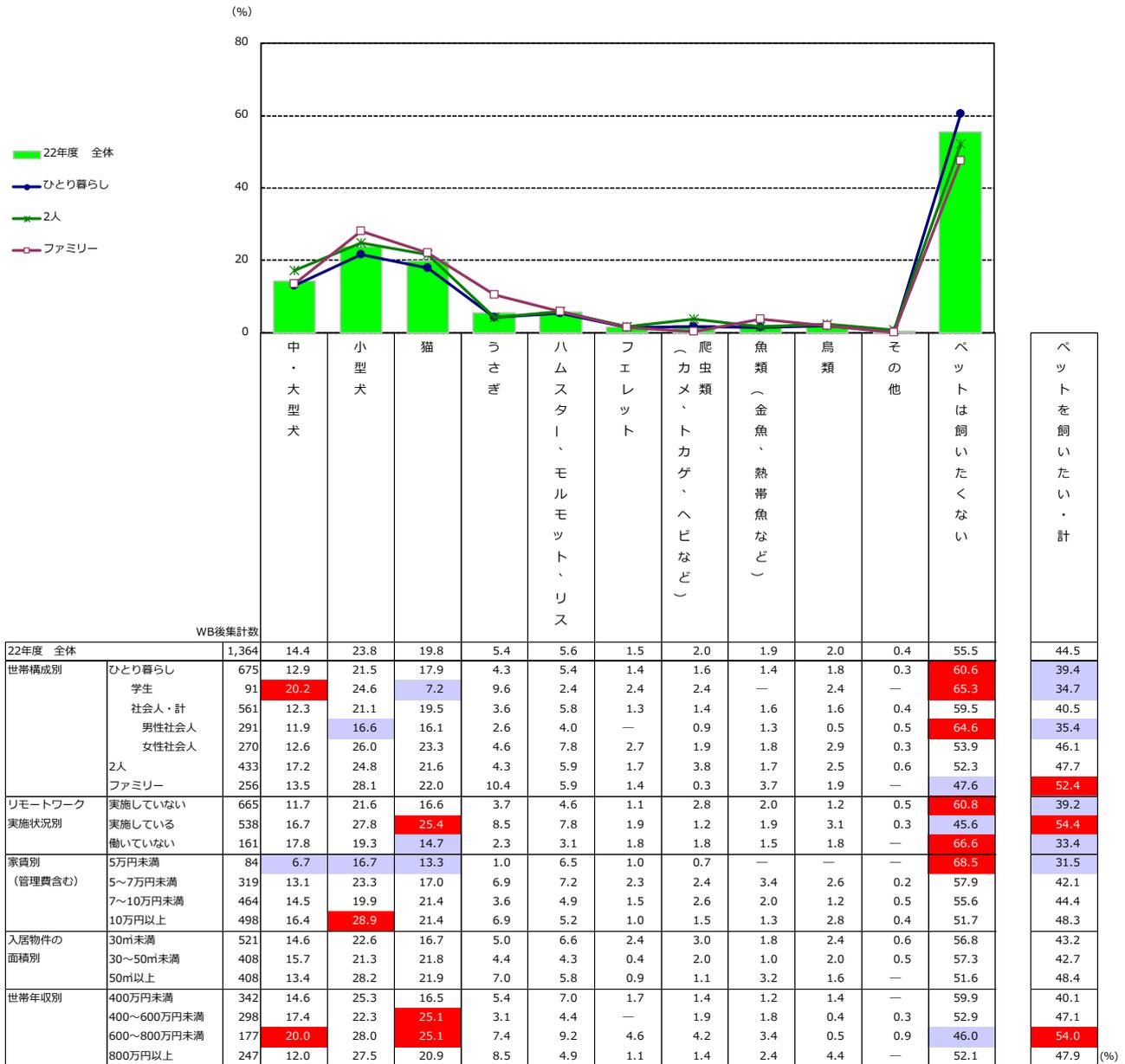
+5.0 22年度全体値より5ポイント以上高い数値
 -5.0 22年度全体値より5ポイント以上低い数値

今後のペットの飼育意向

- ・ 今後ペットを飼いたい人の割合は44.5%で、現在の飼育割合（18.2%・前ページ）の2倍以上である。内訳を見ると、最も多いのは「小型犬」（23.8%）、次いで「猫」（19.8%）。
- ・ 属性別に見ると、ファミリー、リモートワーク実施者で、今後ペットを飼いたい人の割合が全体に比べて高い。また、家賃が高い人ほど、ペットを飼いたい割合が高い。

■ 今後（も）飼いたいペット（複数回答）

※飼いたいペットは、現在のお住まいの飼育可否は問わず、「その動物を飼育可能だとしたら」という前提でお答えください。
 ※飼いたいペットには現在飼っている動物を含めても構いません。



+5.0 22年度全体値より5ポイント以上高い数値
 -5.0 22年度全体値より5ポイント以上低い数値

住まい探しの満足度

- 現在の住まいへの住み替えの際、住まい探しが「満足できた」「スムーズに進められた」「楽しかった」と感じた割合は、前年度とほぼ同じ。
- 属性別に見ると、ファミリーや男女の40代以上では、いずれも全体に比べて低い。また、ペット飼育あり層は、なし層と比べて、満足度やスムーズ度が低い。

■ 住まい探しの満足度（単一回答）

【満足度のいく住まい探しできた】

(単位：%)		WB後 集計数	とてもあてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	まったくあてはまらない	あてはまる 計	あてはま らない計
22年度	全体	1,364	24.7	50.7	16.1	5.6	2.9	75.4	8.5
21年度	全体	1,354	23.5	53.8	14.5	6.8	1.4	77.3	8.2
22年度 世帯構成別	ひとり暮らし	675	24.7	47.1	18.8	6.1	3.3	71.8	9.4
	学生	91	42.4	36.9	20.7	-	-	79.3	-
	社会人・計	561	22.5	48.9	17.9	6.7	4.0	71.4	10.7
	男性社会人	291	22.5	45.3	22.7	6.4	3.0	67.8	9.4
	女性社会人	270	22.5	52.8	12.6	7.0	5.1	75.3	12.1
	2人ファミリー	433	28.7	57.2	9.5	2.9	1.7	85.9	4.6
22年度 性・年代別	男性20代以下	256	18.2	49.1	19.8	8.7	4.1	67.4	12.8
	男性30代	342	27.5	46.8	17.6	4.8	3.4	74.3	8.1
	男性40代以上	170	26.2	52.5	18.5	0.9	1.9	78.7	2.8
	女性20代以下	121	15.0	49.0	26.3	8.3	1.4	64.0	9.7
	女性30代	408	29.7	53.1	9.0	5.3	2.9	82.8	8.2
	女性40代以上	182	18.8	54.0	17.9	6.2	3.1	72.8	9.3
22年度 ペット飼育状況別	ペット飼育あり	142	17.8	48.4	18.7	10.7	4.5	66.2	15.2
	ペット飼育なし	248	24.2	43.8	22.5	6.7	2.8	68.0	9.6
22年度	ペット飼育なし	1,116	24.8	52.2	14.6	5.3	3.0	77.1	8.3

【スムーズに住まい探しが進められた】

(単位：%)		WB後 集計数	とてもあてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	まったくあてはまらない	あてはまる 計	あてはま らない計
22年度	全体	1,364	25.9	48.2	16.3	6.7	2.9	74.1	9.6
21年度	全体	1,354	26.2	46.9	16.9	7.9	2.1	73.1	10.0
22年度 世帯構成別	ひとり暮らし	675	27.4	47.5	16.7	5.5	2.9	75.0	8.3
	学生	91	38.1	43.6	13.0	5.3	-	81.7	5.3
	社会人・計	561	26.4	47.2	17.4	5.5	3.5	73.7	8.9
	男性社会人	291	28.4	40.4	23.4	4.6	3.2	68.9	7.7
	女性社会人	270	24.3	54.6	10.9	6.5	3.7	78.9	10.2
	2人ファミリー	433	29.5	48.9	12.3	6.6	2.6	78.4	9.3
22年度 性・年代別	男性20代以下	256	15.8	48.8	22.1	9.9	3.4	64.6	13.3
	男性30代	342	32.1	42.8	18.3	4.5	2.3	74.9	6.8
	男性40代以上	170	23.7	50.6	17.2	6.1	2.4	74.3	8.5
	女性20代以下	121	18.1	49.2	19.9	9.3	3.6	67.3	12.9
	女性30代	408	26.1	56.8	9.2	5.6	2.3	82.9	7.9
	女性40代以上	182	24.2	40.0	20.8	11.1	4.0	64.1	15.1
22年度 ペット飼育状況別	ペット飼育あり	142	22.0	43.4	22.1	7.8	4.6	65.5	12.4
	ペット飼育なし	248	24.7	45.0	20.2	8.1	2.0	69.8	10.1
22年度	ペット飼育なし	1,116	26.2	48.9	15.5	6.3	3.1	75.1	9.4

【住まい探しをするのは楽しかった】

(単位：%)		WB後 集計数	とてもあてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	まったくあてはまらない	あてはまる 計	あてはま らない計
22年度	全体	1,364	22.7	37.4	25.5	10.5	3.8	60.1	14.4
21年度	全体	1,354	21.7	36.7	24.2	12.5	4.9	58.4	17.4
22年度 世帯構成別	ひとり暮らし	675	23.4	38.0	24.9	9.7	4.0	61.4	13.7
	学生	91	36.1	20.2	27.9	13.3	2.4	56.4	15.7
	社会人・計	561	22.3	40.3	24.3	9.0	4.1	62.6	13.1
	男性社会人	291	21.8	40.5	26.9	7.7	3.2	62.2	10.9
	女性社会人	270	22.8	40.2	21.5	10.3	5.1	63.0	15.4
	2人ファミリー	433	24.8	39.5	22.9	9.7	3.1	64.3	12.8
22年度 性・年代別	男性20代以下	256	17.2	32.4	31.4	14.3	4.7	49.5	19.0
	男性30代	342	27.7	39.5	25.4	6.3	1.1	67.3	7.4
	男性40代以上	170	22.4	41.5	27.1	6.6	2.3	63.9	9.0
	女性20代以下	121	10.3	27.5	39.2	16.8	6.2	37.7	23.0
	女性30代	408	27.6	39.8	17.4	10.8	4.4	67.4	15.2
	女性40代以上	182	18.6	33.4	27.7	16.1	4.1	52.1	20.3
22年度 ペット飼育状況別	ペット飼育あり	142	12.4	34.3	32.6	12.4	8.3	46.7	20.7
	ペット飼育なし	248	27.7	35.9	23.9	9.3	3.3	63.5	12.6
22年度	ペット飼育なし	1,116	21.6	37.8	25.9	10.8	4.0	59.3	14.8

+5.0 22年度全体値より5ポイント以上高い数値

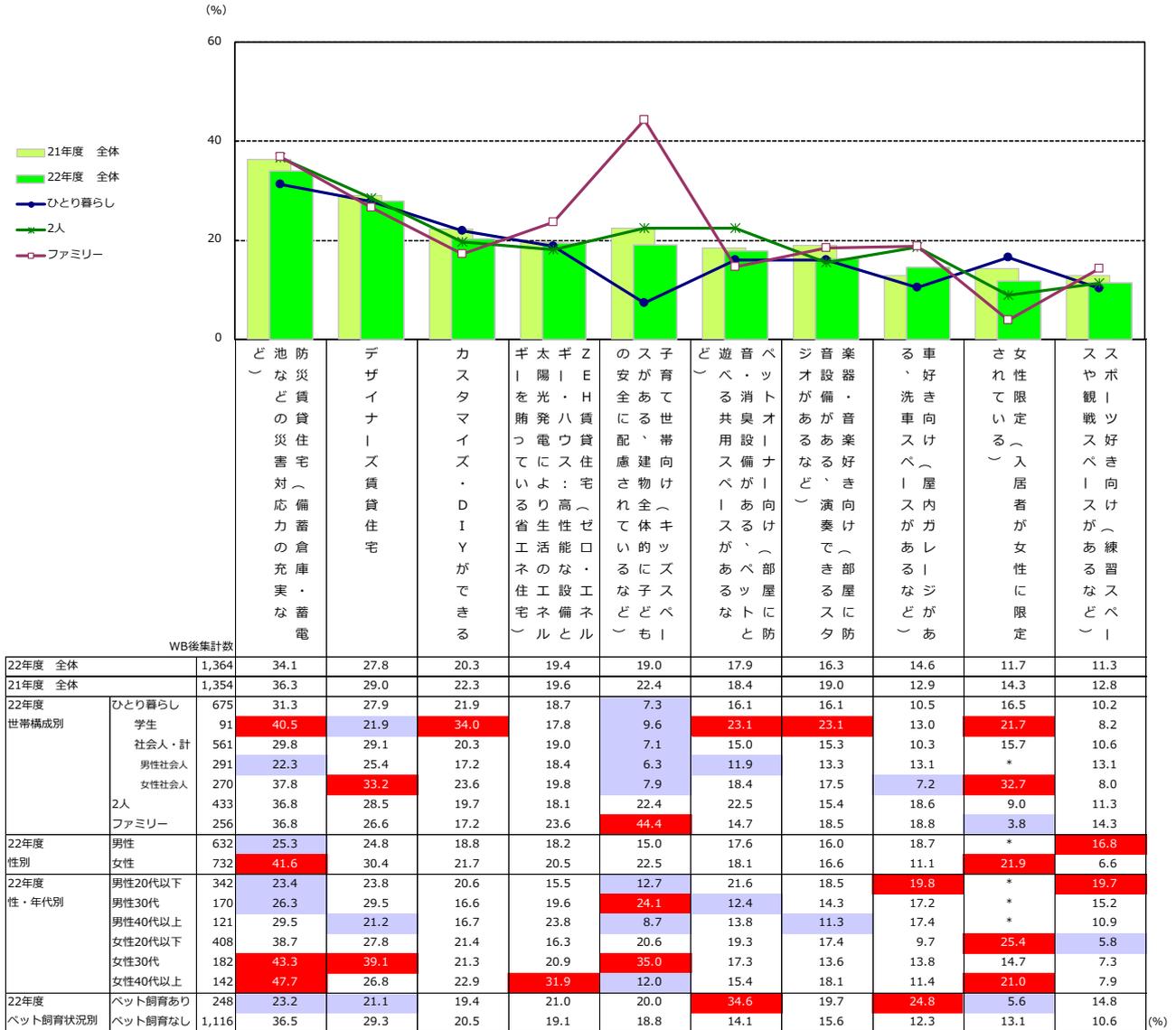
-5.0 22年度全体値より5ポイント以上低い数値

※「あてはまる計」「あてはまらない計」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

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の1位は「防災賃貸住宅」、次いで「デザイナーズ賃貸住宅」「カスタマイズ・DIYができる」が続く。上位10項目は、前年度同様。
- 属性別に1位のコンセプトを見ると、男性社会人は「デザイナーズ賃貸住宅」、女性社会人と2人暮らしは「防災賃貸住宅」、ファミリーは「子育て世帯向け」、ペット飼育者は「ペットオーナー向け」。

■ 魅力を感じるコンセプト賃貸住宅（複数回答 ※21項目中、上位10位まで抜粋）



※「22年度 全体」のスコア降順にてソート

※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）
- 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）
- ルームシェアができる
- 被災者フレンドリー（当事者が入居しやすい）
- 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）
- EV車保有者向け（充電設備があるなど）
- 障がい者フレンドリー（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）
- 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）
- 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）

* 男性には聴取していない項目

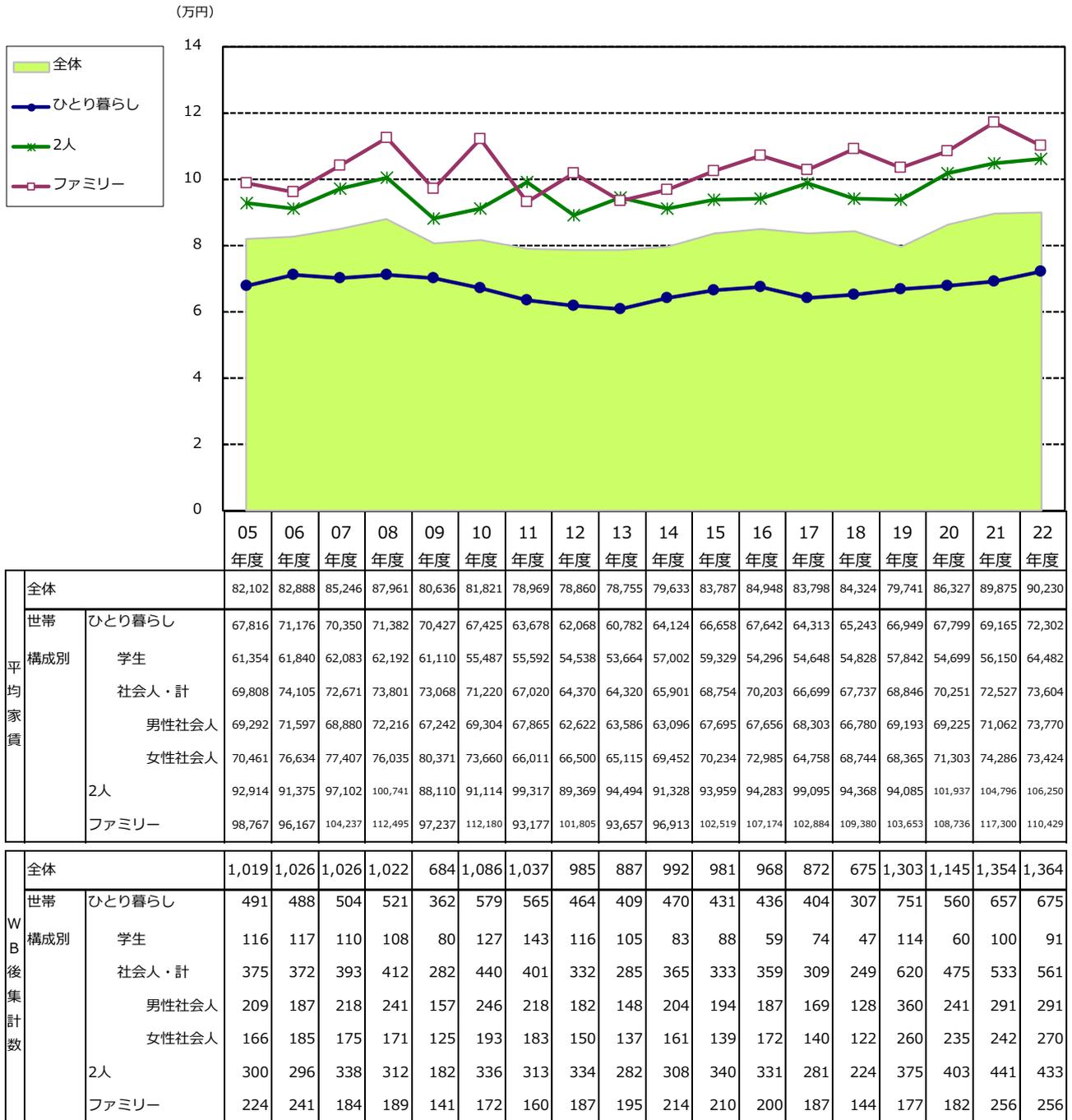
+5.0 全体値より5ポイント以上高い数値

-5.0 全体値より5ポイント以上低い数値

[Appendix] 契約した住まいの家賃 ※管理費除く

- 契約した住まいの家賃は、平均90,230円。3年続けて上昇し、これまでで最も高くなった。
- 世帯構成別に見ると、学生、男性社会人、2人暮らしで、平均家賃はこれまでで最も高い。

■ 契約した住まいの家賃 ※管理費除く (各単一回答)



[Appendix] 満足度の高い設備、次引越す際に欲しい設備 各年度の項目一覧

■ 満足度の高い設備、次引越す際に欲しい設備 各年度の項目一覧

21～22年度 23項目	20年度 22項目	19年度 18項目	18年度 34項目 (首都圏は31)	17年度 34項目 (首都圏は31)	16年度 41項目	14年度・15年度 38項目	13年度 40項目
エアコン付き	エアコン						
遠い置き機能付きの風呂							
浴室乾燥機							
温水洗浄便座							
独立洗面台							
2コンロ以上	2以上のガスコンロキッチン						
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							
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)	スマートキー (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)	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)	スマートキー (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)	スマートキー (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)	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							
防犯カメラ							
セキュリティシステム (警備会社)							
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	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	無料もしくは設備な高速インターネット接続	インターネット接続可 (無料)
遮音性の高い窓							
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)							
室内物干し							
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	オートロック	オートロック	オートロック	玄関ドアのオートロック (緑のたから自動錠)	オートロック
ウォークインクローゼット							
オール電化	オール電化である						
入居時から照明が設置されている							
*	*	*	ディスポーザー (生ごみ自動処理器)				
*	*	*	ガラストップコンロ	ガラストップコンロ	ガラストップコンロ	ガラストップコンロ	ガラストップコンロ
*	*	*	BHクッキングヒーター	BHクッキングヒーター	BHクッキングヒーター	BHクッキングヒーター	BHクッキングヒーター
*	*	*	浄水器	浄水器	浄水器	浄水器	ビルトイン浄水器
*	*	*	節水型トイレ	節水型トイレ	節水型トイレ	節水型トイレ	節水型トイレ
*	*	*	床暖房	床暖房	床暖房	床暖房	床暖房
*	*	*	インターネット接続可 (有料の個別契約が必要)				
*	*	*	都市ガス	都市ガス	都市ガス	都市ガス	都市ガス
*	*	*	LED照明	LED照明	LED照明	LED照明	LED照明
*	*	*	断熱・遮熱性能の高い窓	断熱・遮熱性能の高い窓	断熱・遮熱性能の高い窓	断熱・遮熱性能の高い窓	断熱サッシの窓
*	*	*	灯油暖房※	灯油暖房※	灯油暖房※	灯油暖房※	灯油暖房
*	*	*	ガス暖房※	ガス暖房※	ガス暖房※	ガス暖房※	ガス暖房
*	*	*	融雪設備 (ロードヒーティングなど)※				
*	*	*	二重サッシ (ペアガラス)				
*	*	*	アグセントクロス (壁紙) の選択				
*	*	*	トランクルーム	トランクルーム	トランクルーム	トランクルーム	トランクルーム
*	*	*	スマートスピーカー (AmazonEcho、GoogleHomeなど)				
*	*	*	食器自動洗浄機	食器自動洗浄機	食器自動洗浄機	食器自動洗浄機	食器自動洗浄機
*	*	*	スロップシンク/UV/ユニーク等に設置された流し	スロップシンク/UV/ユニーク等に設置された流し	スロップシンク/UV/ユニーク等に設置された流し	スロップシンク/UV/ユニーク等に設置された流し	スロップシンク
*	*	*	浴室テレビ	浴室テレビ	浴室テレビ	浴室テレビ	浴室テレビ
*	*	*	プロパンガス	プロパンガス	プロパンガス	プロパンガス	プロパンガス
*	*	*	Wi-Fi	Wi-Fi	Wi-Fi	無料もしくは設備なWi-Fi	Wi-Fi
*	*	*	天井の高さ	天井の高さ	天井の高さ	天井の高さ	天井の高さ
*	*	*	家具付き、家電付き	家具付き、家電付き	家具付き、家電付き	家具付き、家電付き	家具付き、家電付き
*	*	*	内廊下	内廊下	内廊下	内廊下	内廊下
*	*	*	太陽光発電 (太陽光で電気を作り、電気が安くなる装置)	太陽光発電 (太陽光で電気を作り、電気が安くなる装置)	太陽光発電 (太陽光で電気を作り、電気が安くなる装置)	太陽光発電 (太陽光で電気を作り、電気が安くなる装置)	太陽光発電などの省エネ機器がある
*	*	*	エネファーム (都市ガスで電気を作り、電気が安くなる装置)	エネファーム (都市ガスで電気を作り、電気が安くなる装置)	エネファーム (都市ガスで電気を作り、電気が安くなる装置)	エネファーム (都市ガスで電気を作り、電気が安くなる装置)	エネファーム (都市ガスで電気を作る装置)
*	*	*	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	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	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	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	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
*	*	*	保温機能付きの浴槽	保温機能付きの浴槽	保温機能付きの浴槽	保温機能付きの浴槽	保温機能付きの浴槽
*	*	*	ミストサウナ	ミストサウナ	ミストサウナ	ミストサウナ	ミストサウナ
*	*	*	シャワー機能付き洗面化粧台	シャワー機能付き洗面化粧台	シャワー機能付き洗面化粧台	シャワー機能付き洗面化粧台	シャワー機能付き洗面化粧台
*	*	*	ケーブルテレビ	ケーブルテレビ	ケーブルテレビ	ケーブルテレビ	ケーブルテレビ
*	*	*	BS/CSアンテナ	BS/CSアンテナ	BS/CSアンテナ	BS/CSアンテナ	BS/CSアンテナ
*	*	*	高効率給湯器	高効率給湯器	高効率給湯器	高効率給湯器	高効率給湯器
*	*	*	LED照明	LED照明	LED照明	LED照明	LED照明
*	*	*	ホームシアタースystem	ホームシアタースystem	ホームシアタースystem	ホームシアタースystem	ホームシアタースystem
*	*	*	ホームセキュリティシステム	ホームセキュリティシステム	ホームセキュリティシステム	ホームセキュリティシステム	ホームセキュリティシステム
*	*	*	植栽付ラス	植栽付ラス	植栽付ラス	植栽付ラス	植栽付ラス
*	*	*	ICカードキー	ICカードキー	ICカードキー	ICカードキー	ICカードキー
*	*	*	タンクレストイレ	タンクレストイレ	タンクレストイレ	タンクレストイレ	タンクレストイレ
*	*	*	TV付き	TV付き	TV付き	TV付き	TV付き
*	*	*	シューズボックス	シューズボックス	シューズボックス	シューズボックス	シューズボックス
*	*	*	光ファイバーなどの高速通信設備	光ファイバーなどの高速通信設備	光ファイバーなどの高速通信設備	光ファイバーなどの高速通信設備	光ファイバーなどの高速通信設備

※17年度と18年度の「灯油暖房」「ガス暖房」「融雪設備」は、北海道・東北エリアのみ聴取

※グレー塗りつぶし：22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

■ 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）

	22年度											22年度 世帯構成別				2人	ファミ リー
	22年度 全体	21年度 全体	20年度 全体	19年度 全体	18年度 全体	17年度 全体	16年度 全体	15年度 全体	14年度 全体	13年度 全体	ひとり暮らし		社会人・計				
												学生	社会人・計		男性 社会人		
ディンプルキーなどのロッキング対策の鍵	68.1	61.6	60.1	59.7	63.5	59.4	53.8	59.6	53.2	54.8	71.2	100.0	70.9	56.5	80.3	72.3	49.9
24時間出せるゴミ置き場	68.1	66.7	67.7	68.1	68.3	71.1	70.6	*	*	*	66.4	74.8	64.6	52.0	75.4	73.6	59.5
ウォークインクローゼット	65.8	59.6	60.0	55.9	*	*	55.5	*	*	*	68.1	82.5	65.0	60.6	69.2	65.9	61.3
TVモニター付団ターフォン	65.7	64.6	64.2	67.5	65.9	61.3	65.9	62.7	59.2	60.5	63.1	70.2	61.1	48.7	70.3	73.3	57.0
2口コンロ以上	65.5	62.0	64.6	*	*	*	*	*	*	*	61.7	69.0	60.8	51.2	67.6	73.8	56.8
独立洗面台	64.9	61.4	63.6	60.7	64.7	58.0	55.6	*	*	*	62.5	80.7	61.1	49.3	70.2	71.9	55.2
無料インターネット設備	64.8	60.2	65.4	67.9	58.6	65.6	65.1	53.6	34.3	44.9	65.1	67.5	65.4	60.4	69.9	72.3	49.3
エアコン付き	64.7	60.9	61.2	62.0	59.5	58.2	57.5	52.4	55.1	44.5	66.0	66.8	65.2	55.4	74.3	70.2	49.1
追い焚き機能付きの風呂	64.2	63.7	65.9	63.8	66.5	64.7	57.0	50.4	54.4	57.2	58.2	81.2	57.6	49.7	63.2	72.4	55.9
セキュリティシステム（警備会社）	63.8	59.8	56.3	50.0	50.2	53.3	43.1	*	*	*	70.4	81.7	67.2	62.4	69.8	71.9	29.4
オートロック	63.4	64.7	64.6	64.8	*	*	*	60.3	48.3	49.2	61.9	77.5	59.5	42.0	71.6	71.9	48.8
宅配ボックス	63.3	65.5	64.3	63.0	60.9	66.5	57.3	64.9	53.6	49.3	60.9	81.3	58.8	47.4	67.1	68.7	58.9
非接触キー ※	62.3	64.6	60.6	66.8	54.9	52.0	56.2	64.1	65.8	63.5	47.6	64.4	49.6	77.0	74.8	44.4	
温水洗浄便座	61.2	63.3	60.1	67.1	61.8	58.4	55.8	52.5	49.7	54.3	57.0	74.3	54.9	46.4	61.8	68.1	57.5
防犯カメラ	58.4	59.3	55.6	49.1	55.5	57.9	51.0	53.6	49.7	34.2	62.0	85.1	57.0	54.2	58.7	58.4	47.6
スマートロック ※	58.4	62.5	61.3	*	*	*	*	*	*	*	61.8	100.0	44.6	39.9	56.9	76.5	39.8
入居時から照明が設置されている	58.2	55.8	*	*	*	*	*	*	*	*	63.0	67.1	61.7	51.7	70.3	57.3	39.9
浴室乾燥機	57.8	63.4	64.4	65.8	65.4	58.8	61.7	56.6	53.3	49.0	55.7	68.5	54.1	43.7	61.7	65.8	46.2
フローリング	56.3	52.0	53.2	*	*	*	*	*	*	*	59.0	66.9	58.5	48.5	66.3	60.0	42.8
室内物干し	55.5	50.6	54.5	*	62.9	46.1	46.5	*	*	*	54.3	43.9	56.4	43.7	68.3	60.7	47.2
遮音性の高い窓	55.4	63.8	57.3	55.5	61.6	67.8	48.4	66.9	51.0	*	56.2	77.8	52.3	35.9	70.8	59.7	44.5
システムキッチン ※	53.6	59.4	52.0	51.4	51.6	52.3	50.5	*	*	*	51.1	51.2	52.1	42.1	61.3	61.0	45.7
オール電化	41.7	55.7	35.9	46.0	43.7	36.6	32.5	44.4	36.2	24.5	35.2	56.7	28.8	31.4	19.1	54.2	25.6
ディンプルキーなどのロッキング対策の鍵	264	287	255	294	207	269	307	272	255	261	130	2	127	50	76	91	43
24時間出せるゴミ置き場	437	491	446	473	227	301	186	*	*	*	215	28	180	83	97	162	61
ウォークインクローゼット	329	352	255	271	*	*	209	*	*	*	114	17	96	47	49	151	64
TVモニター付団ターフォン	798	867	683	790	452	539	505	489	450	416	362	49	300	128	172	291	146
2口コンロ以上	723	725	651	*	*	*	*	*	*	*	300	38	253	104	149	284	139
独立洗面台	782	836	675	755	460	577	592	*	*	*	308	34	267	117	151	322	152
無料インターネット設備	381	398	264	263	149	145	138	165	162	130	197	28	167	79	88	122	61
エアコン付き	1,029	1,088	930	1,049	616	812	892	879	878	739	515	77	420	202	218	349	164
追い焚き機能付きの風呂	577	643	514	523	362	422	497	461	463	390	164	12	147	61	87	268	144
セキュリティシステム（警備会社）	214	212	224	197	167	192	124	*	*	*	106	24	82	29	53	71	37
オートロック	461	471	433	456	*	*	*	178	179	225	228	31	194	80	114	162	71
宅配ボックス	475	468	406	387	185	226	210	228	199	182	224	24	199	84	115	166	84
非接触キー ※	96	97	77	95	61	62	69	65	43	20	37	9	25	11	13	33	26
温水洗浄便座	654	718	586	647	384	506	472	447	437	289	294	38	251	112	139	240	120
防犯カメラ	318	317	300	320	192	229	216	232	214	158	148	30	117	45	72	123	48
スマートロック ※	68	47	33	*	*	*	*	*	*	*	28	9	18	13	5	18	22
入居時から照明が設置されている	524	557	*	*	*	*	*	*	*	*	298	50	239	111	129	155	71
浴室乾燥機	569	511	471	511	303	360	328	305	293	278	264	36	226	96	130	209	96
フローリング	808	898	757	*	*	*	*	*	*	*	358	41	307	134	173	299	151
室内物干し	400	361	315	*	217	240	189	*	*	*	186	38	144	69	74	148	66
遮音性の高い窓	173	205	140	128	107	117	105	108	125	*	61	12	47	25	22	77	35
システムキッチン ※	395	418	340	423	245	283	206	*	*	*	145	28	113	54	59	154	96
オール電化	64	56	55	56	53	41	39	45	29	45	22	5	17	13	4	29	13

※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

※「22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22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

『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/>