

2023年度 賃貸契約者動向調査（全国※）

魅力を感じるコンセプト住宅は「防災賃貸住宅」がトップ
「ZEH賃貸住宅」の魅力、経済的メリットに加えて「災害時の強さ」も

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、全ての人の自分らしい人生を応援するため「住まいの価値」を提言・実証する研究を進めています。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。全国（※一部地域を除く）における賃貸契約者の動向を一部抜粋してご報告します。

調査トピックス

- 魅力を感じるコンセプト住宅は「防災賃貸住宅」が35.1%、「ZEH賃貸住宅」が23.0%
- 住まい探しの際に「ハザードマップ」を利用した割合は40.2%。この割合は、東北・首都圏・東海で、他エリアと比べて高い
- 「ZEH賃貸住宅」の魅力点として経済的メリットを挙げる割合が一番多いが、「停電など災害時に強い」ことを挙げる割合も半数近く見られる

SUUMO編集長 兼 SUUMOリサーチセンター長の解説



リクルート
SUUMO編集長
SUUMOリサーチセンター長
池本 洋一

近年、地震被害や水害、それに伴う停電が多く発生しています。こうした地震や気候変動に対する賃貸住宅居住者の意識が、色濃く出た調査結果だと思いません。

まず、気候変動による災害リスクへの対策意識の顕在化です。「防災賃貸住宅（備蓄倉庫・蓄電池などの災害対応力の充実）」に魅力を感じる人が多いという結果のほか、4割が住まい探しの際に「ハザードマップ」を利用していることが分かりました。特に、過去に大規模災害を経験した地域や今後リスクが高いとされるエリアで、その傾向が顕著です。（p.3）

また、猛暑などの気候変動を身近に感じる中、断熱・省エネへの関心も高まっているように思います。「ZEH賃貸住宅（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）」の魅力として「光熱費が抑えられる」という経済的メリットを挙げる人が一番多い結果でしたが、経済的メリットに加え「太陽光発電や蓄電池を活用することにより、停電など災害時に強い」ことを魅力と考えている人も半数近くいることから、防災への意識も見受けられます。（p.4）

このような入居ニーズを考えると、新築だけでなく賃貸住宅を含めて、防災・減災設備の充実や、省エネ化や再エネ化に取り組んでいくことは、オーナー、入居者双方にとって有益であると考えます。

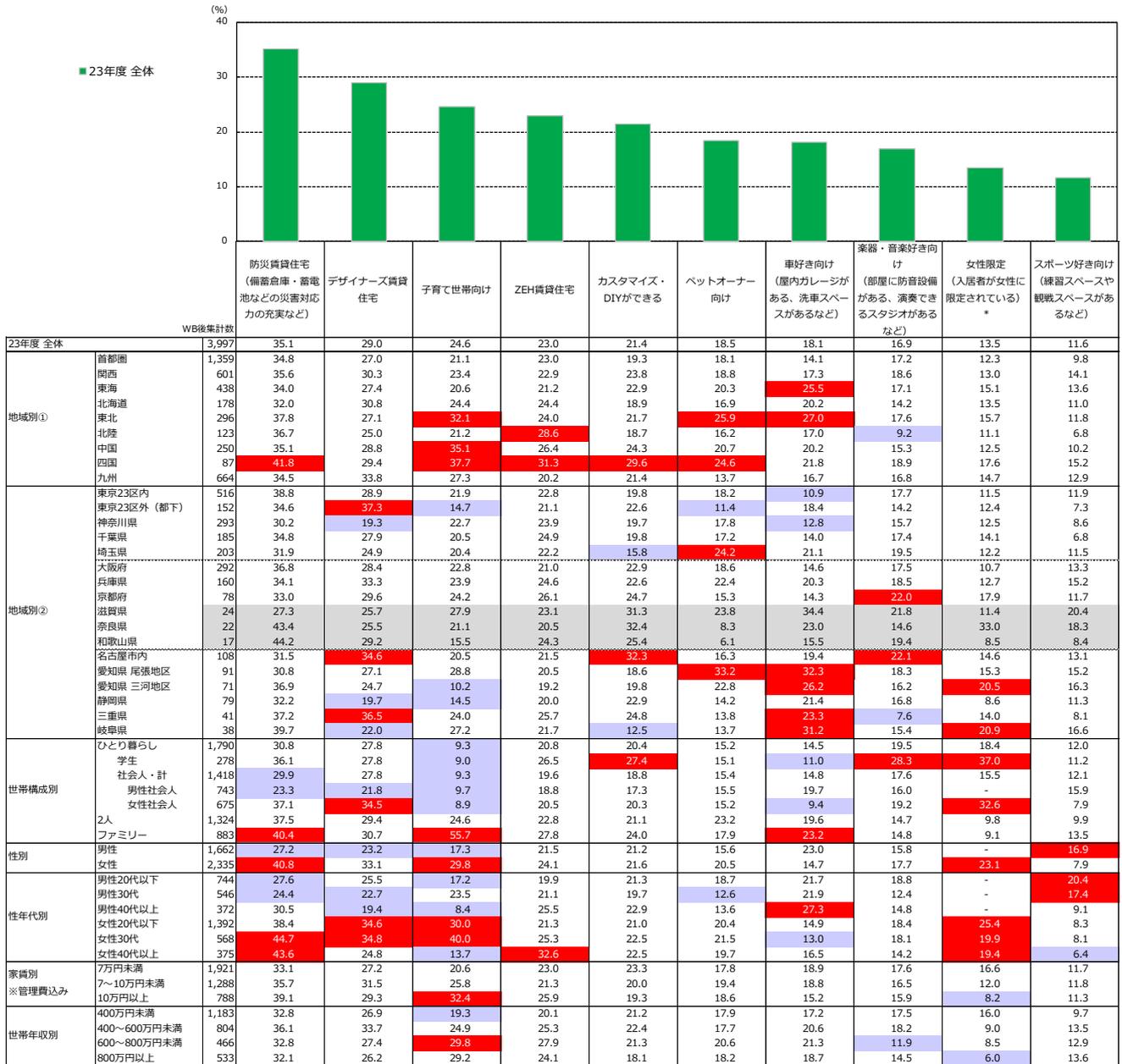
本件に関する
お問い合わせ先

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

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35.1%で最も高く、次いで「デザイナーズ賃貸住宅」(29.0%)、「子育て世帯向け」(24.6%)、「ZEH賃貸住宅」(23.0%)である。
- 地域別に見ると、「防災賃貸住宅」は四国、「ZEH賃貸住宅」は北陸と四国で、魅力を感じる割合が全体と比べて高い。また、「防災賃貸住宅」「ZEH賃貸住宅」とも、ひとり暮らしより2人やファミリー、男性より女性、20代以下より40代以上で、魅力を感じる割合が高い傾向が見られる。

■ 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）



+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

【特に魅力を感じるコンセプト住宅はない】はランキングから除く

※「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

※ 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

※ 子育て世帯向け：子育て世帯向け（キッズスペースがある、建物全体的に子供の安全に配慮されているなど）で聴取

* 男性には聴取していない項目

「ハザードマップ」の利用状況

- 「ハザードマップ」を住まい探しの際に自分で見たり調べたりした割合は40.2%。
- 地域別に見ると、東北（45.3%）、首都圏（43.4%）、東海（43.0%）が他エリアに比べて高く、北海道（27.9%）、北陸（31.9%）が低い。地域を細かく分けると、首都圏では東京23区内（45.8%）、東海では、愛知県三河地区（48.8%）、静岡県（45.7%）、三重県（46.0%）で、さらに高い。
- 家賃別では、家賃が高額なほど「ハザードマップ」を見たり調べたりした割合が高くなっている。

■ 住まい探し時の「ハザードマップ」の利用状況（単一回答）

(単位：%)		WB後 集計数	はい	いいえ	わからない/覚えていない
23年度 全体		3,997	40.2	47.9	11.9
地域別①	首都圏	1,359	43.4	46.7	9.9
	関西	601	36.1	50.4	13.5
	東海	438	43.0	45.8	11.2
	北海道	178	27.9	57.9	14.2
	東北	296	45.3	42.6	12.1
	北陸	123	31.9	50.2	17.9
	中国	250	39.2	46.5	14.2
	四国	87	41.3	49.8	8.9
	九州	664	38.2	48.9	12.8
地域別②	東京23区内	516	45.8	47.0	7.2
	東京23区外（都下）	152	42.9	49.6	7.5
	神奈川県	293	42.9	46.4	10.6
	千葉県	185	38.4	47.5	14.0
	埼玉県	203	41.7	44.4	14.0
	大阪府	292	33.4	55.5	11.1
	兵庫県	160	37.9	47.1	15.0
	京都府	78	41.6	33.8	24.6
	滋賀県	24	32.9	61.7	5.3
	奈良県	22	29.6	58.1	12.2
	和歌山県	17	55.0	37.9	7.1
	名古屋市内	108	40.4	46.5	13.2
	愛知県 尾張地区	91	38.3	52.6	9.1
	愛知県 三河地区	71	48.8	35.2	15.9
	静岡県	79	45.7	45.3	9.0
	三重県	41	46.0	43.6	10.5
岐阜県	38	35.5	55.0	9.5	
世帯構成別	ひとり暮らし	1,790	39.1	48.4	12.6
	学生	278	39.3	45.1	15.6
	社会人・計	1,418	39.4	48.6	12.0
	男性社会人	743	41.4	45.3	13.4
	女性社会人	675	37.3	52.2	10.5
	2人ファミリー	1,324	39.9	48.9	11.1
性別	男性	883	42.9	45.3	11.8
	女性	1,662	38.2	50.7	11.1
性年代別	男性20代以下	2,335	43.0	43.9	13.1
	男性30代	744	42.4	43.7	13.9
	男性40代以上	546	43.6	42.9	13.5
	女性20代以下	372	43.2	45.8	11.0
	女性30代	1,392	36.9	52.1	11.0
	女性40代以上	568	40.2	47.0	12.8
家賃別 ※管理費込み	7万円未満	375	40.0	51.1	8.9
	7～10万円未満	1,921	37.7	50.1	12.3
	10万円以上	1,288	40.7	47.1	12.2
世帯年収別	400万円未満	788	45.5	43.8	10.8
	400～600万円未満	1,183	38.7	48.4	12.9
	600～800万円未満	804	38.5	52.5	8.9
	800万円以上	466	46.7	42.2	11.1
		533	46.1	41.6	12.3

WB後集計数30未満のため参考値

※実際の質問文は以下。

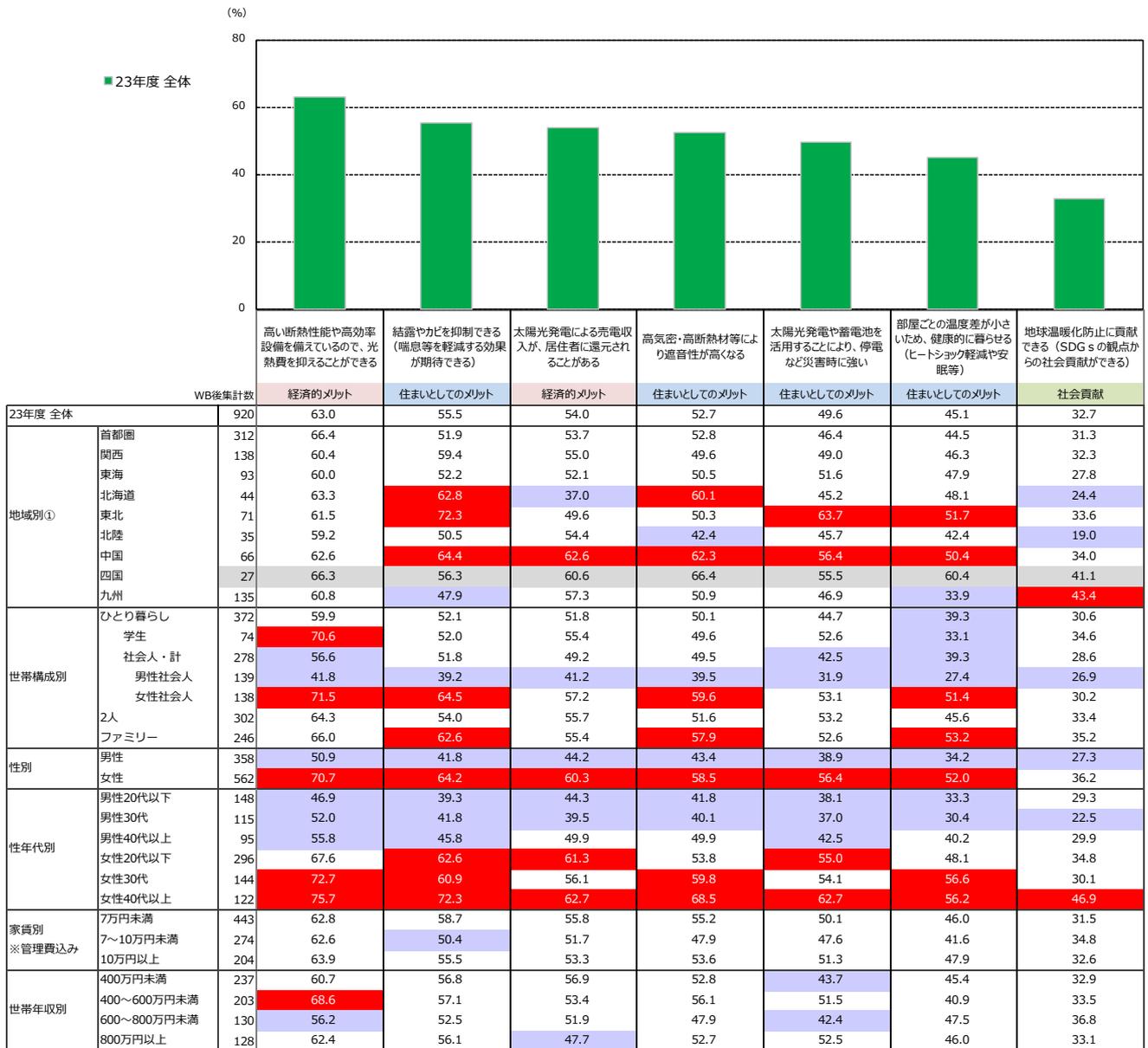
Q. 現在お住まいの物件を探したときのことについてお伺いします。以下について、あなたはあてはまりますか。

- ・現在お住まいの物件を探した際、「ハザードマップ」を自分で見た／調べた

「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63.0%と高く、経済的なメリットを感じる人が最も多い。次いで、「結露やカビを抑制できる」(55.5%)、「売電収入が居住者に還元されることがある」(54.0%)、「遮音性が高くなる」(52.7%)、「停電など災害時に強い」(49.6%)が続く。
- 「停電など災害時に強い」ことに魅力を感じる割合は、地域別では東北や中国、性別では女性で、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

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
※茨城県、栃木県、群馬県、山梨県、長野県は対象外

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

1. 現在の居住形態が「賃貸」である
2. 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
3. 現在の「賃貸」住宅の物件選びに関与した
4. 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（ウェイトバック）を行った。

■有効回答数

<ウエイトバック (WB) 補正集計前 >

		首都圏		関西		東海		北海道		東北		北陸		中国		四国		九州		合計
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性									
未婚	18-29歳	124	130	68	104	43	71	11	35	22	40	8	35	17	45	11	36	29	59	888
	30代	103	101	84	84	62	56	19	17	13	13	14	24	10	9	19	20	9	676	
	40代以上	102	103	82	79	62	65	23	8	15	6	19	5	11	5	16	9	10	3	623
既婚	18-29歳	31	101	23	80	13	51	5	17	5	19	11	20	8	33	5	17	9	36	484
	30代	95	145	74	77	43	68	18	23	26	19	14	18	22	13	7	23	36	10	731
	40代以上	115	100	81	61	53	58	21	12	19	8	16	7	15	3	9	6	7	4	595
合計		570	680	412	485	276	369	97	114	104	105	81	99	97	109	57	110	111	121	3,997

<ウエイトバック (WB) 補正集計後 >

		首都圏		関西		東海		北海道		東北		北陸		中国		四国		九州		合計
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性									
未婚	18-29歳	303	337	122	147	91	103	8	36	26	52	5	27	15	61	5	16	60	177	1,591
	30代	83	72	34	35	28	20	13	20	20	17	7	11	21	14	4	9	41	27	476
	40代以上	63	62	31	32	25	24	16	8	17	8	11	4	9	7	8	4	21	9	360
既婚	18-29歳	38	67	19	32	15	24	2	18	4	48	4	19	6	62	2	12	20	152	545
	30代	90	102	41	39	27	31	9	25	21	48	5	17	15	24	3	16	81	42	638
	40代以上	57	85	31	37	22	28	10	13	16	20	6	7	10	6	4	4	16	17	387
合計		634	726	279	322	207	231	58	120	104	192	39	84	76	174	26	61	240	425	3,997

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21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：251,773サンプル 本調査：3,997サンプル

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

集計軸（表側）のエリア区分について

- 地域別②：「愛知県尾張地区」「愛知県三河地区」は以下の定義で区分

愛知県尾張地区：

一宮市、瀬戸市、半田市、春日井市、津島市、犬山市、常滑市、江南市、小牧市、稲沢市、東海市、大府市、知多市、尾張旭市、岩倉市、豊明市、日進市、愛西市、清須市、北名古屋市、弥富市、あま市、長久手市、東郷町、豊山町、大口町、扶桑町、大治町、蟹江町、飛島村、阿久比町、東浦町、南知多町、美浜町、武豊町

愛知県三河地区：

豊橋市、岡崎市、豊川市、碧南市、刈谷市、豊田市、安城市、西尾市、蒲郡市、新城市、知立市、高浜市、田原市、みよし市、幸田町、設楽町、東栄町、豊根村

『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/>