

- 引越し・新生活に関する意識調査 -

**物件検索の情報源、全体の8割以上が  
「オンライン上から収集する」一方、「店頭収集」は1割以下  
～20代はスマホ派、40代以上はPC派という年代よるデバイスの利用差も判明～**

パフォーマンスマーケティングのテクノロジー企業であるCriteo S.A.（本社：フランス、NASDAQ：CRTO、以下Criteo）は、2017年3月2日（木）から3月5日（日）までの期間、調査会社によるインターネット調査により、全国の20～59歳で、3年以内に賃貸住宅に引っ越しをした経験のある男女600名に対して、「引越し・新生活に関する意識調査」アンケートを行いました。

..... < 調査トピック > .....

**①引越し内見前の賃貸住宅サイト訪問頻度**

- ✓ 全体の4割以上が、内見前に「毎日」賃貸住宅サイトに訪問。
- ✓ 30代女性の約6割が「毎日訪問する」のに対し、30代男性は約3割と、男女間で2倍の差があることも判明。

**②現在居住中の住居の情報源**

- ✓ 現在住居の情報源は、PC派・約4割、店頭派・約3割、スマホ派・約2割という結果に。
- ✓ 年代別では、20代がスマホ派（約4割）、40～50代はパソコン派（約5割）に分かれ、30代は中立派（双方とも約3割）の結果となり、年代による物件検索の違いが浮き彫りに。
- ✓ 性別別では、女性は男性と比較して不動産会社の店頭情報を参考にする比率が大きく、3割以上が店頭情報を情報源としていることも明らかに。

**③引越し時の物件探索経路**

- ✓ 物件探しは、オンライン検索が約8割、店頭は約1割という結果に。
- ✓ 最も頻繁に使用した経路は、PC経由が5割で、3割弱がモバイル経由。
- ✓ 物件情報サイトの利用シーンは、「広くいろいろな情報を収集したい時」はスマホ派とPC派がほぼ同数であるのに対し、「じっくり物件情報を調べたい時」はスマホ派が3割以下、PC派が5割以上。
- ✓ 「引越し先を決定したい時」は不動産会社の店頭が5割以上を占める結果に。

**④引越し時の男女間トラブル**

- ✓ 同棲希望者に悲報！？引越しの際、5割以上のカップルが喧嘩経験アリ。
- ✓ 住宅情報サイトでの物件検索は男性が主体となるカップルが多数。

### ⑤新生活に向けての準備物購買経路

- ✓ 新生活に向けて、購入予定の“モノ”ランキング  
1位「家具」2位「家電」3位「洋服」「調理器具」
- ✓ 高単価な「家電」「家具」は実店舗ではなく、約半数がオンラインで購入する傾向も判明。

### ⑥新生活に向けての準備物購買金額

- ✓ 新生活に向けた購入単価の平均金額は「191,901円」。
- ✓ 30代女性の平均は「253,842円」なのに対し、30代男性の平均は「161,891円」と、男女間で約10万円もの大きな差が明らかに。

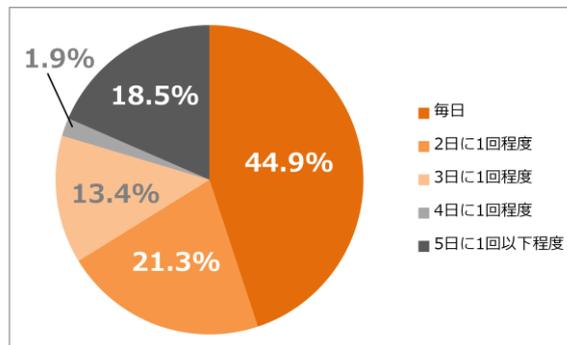
#### ■調査トピック①

### 引越し内見前の賃貸住宅サイト訪問頻度

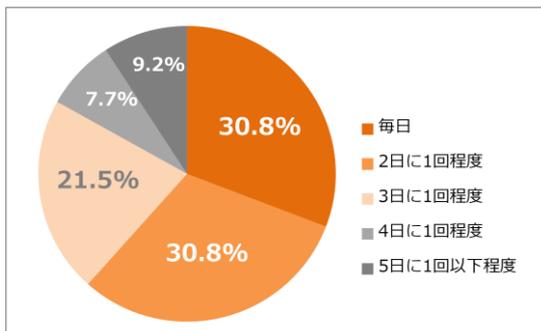
- ✓ 全体の4割以上が、内見前に「毎日」住宅情報サイトに訪問。
- ✓ 30代女性の約6割が「毎日」訪問するのに対し、30代男性は約3割と、男女間で2倍の差があることも判明。

全国の20～59歳で、3年以内に賃貸住宅に引っ越しをした経験のある男女600名のうち、直近の引越しにあたって、検討している物件を「内見」をした530名に対して、「最初に内見をする前に、物件を事前にパソコンやスマートフォンで検索した頻度はどの程度ですか？」と聞いたところ、全体の44.9%が「毎日」と回答しました。

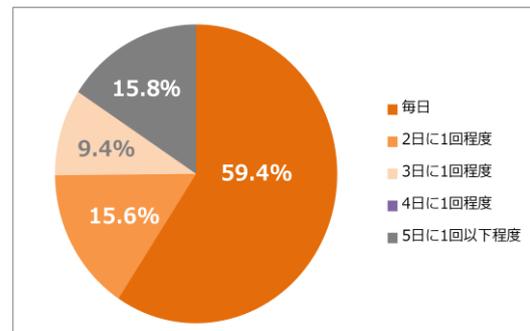
男女年齢別では、30代女性の59.4%が「毎日」住宅情報サイトに訪問したと答えたのに対し、30代男性は30.8%と男女間で約2倍の差が明らかになりました。



Q：内見をする前に、物件を事前にパソコンやスマートフォンで検索した頻度（n=530）



Q：内見前に、物件を事前にパソコンやスマートフォンで検索した頻度（30代男性 n=65）



Q：内見前に、物件を事前にパソコンやスマートフォンで検索した頻度（30代女性 n=64）

## ■ 調査トピック②

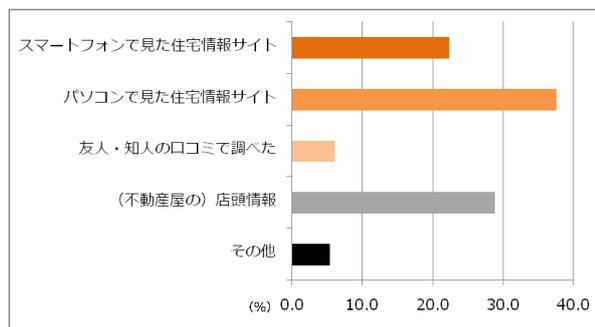
### ② 現在居住中の住居の情報源

- ✓ 現在住居の情報源は、PC派・約4割、店頭派・約3割、スマホ派・約2割という結果に。
- ✓ 年代別では、20代がスマホ派（約4割）、40～50代はパソコン派（約5割）に分かれ、30代は中立派(双方とも約3割)の結果となり、年代による物件検索の違いが浮き彫りに。
- ✓ 性別別では、女性は男性と比較して不動産会社の店頭情報を参考にする比率が大きく、3割以上が店頭情報を情報源としていることも明らかに。

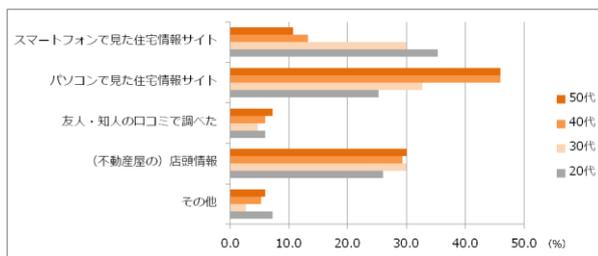
全国の20～59歳で、3年以内に賃貸住宅に引っ越しをした経験のある男女600名に対して、「現在お住まいの家を知った情報源はなんでしたか？」と聞いたところ、37.5%が「PCで見た住宅情報サイト」、28.8%が「店頭で見た住宅情報」、22.3%が「スマホで見た住宅情報サイト」と回答しました。

また、年代別で見ると、20代は「スマホで見た住宅情報サイト」(35.3%)、40代は「PCで見た住宅情報サイト」(46%)という回答が最も多く、年代による物件検索の情報源が異なることが判明しました。

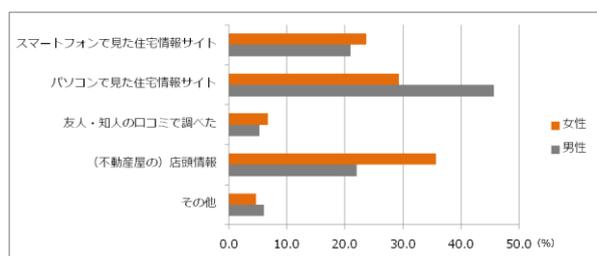
さらに、「店頭で見た住宅情報」と回答したのが、女性は35.7%なのに対し、男性は22.0%しかないという結果になり、女性の方が不動産会社の店頭情報を参考にしているということがわかりました。



Q：現在お住まいの家を知った情報源 (n=600)



Q：現在お住まいの家を知った情報源 (年代別 n=600)



Q：現在お住まいの家を知った情報源 (男女別 n=600)

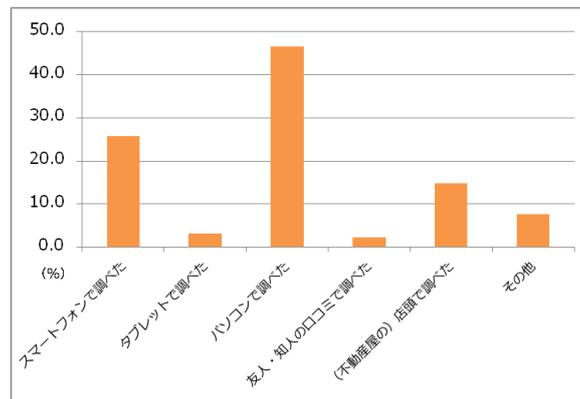
■ 調査トピック③

③ 引越し時の物件探索経路

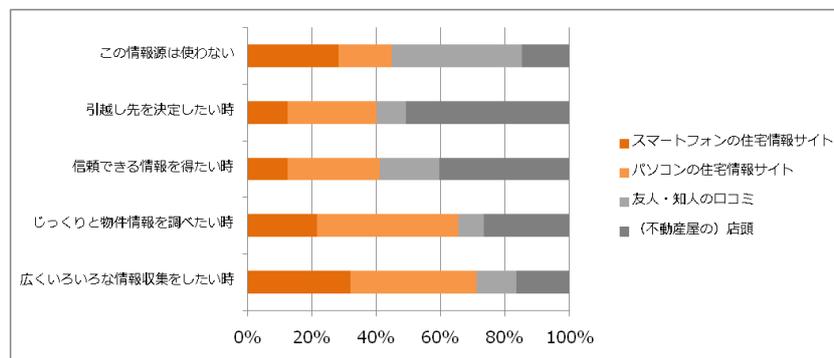
- ✓ 物件探しは、オンライン検索が約 8 割、店頭は約 1 割という結果に。
- ✓ 最も頻繁に使用した経路は、PC 経由が 5 割で、3 割弱がモバイル経由。
- ✓ 物件情報サイトの利用シーンは、「広くいろいろな情報を収集したい時」はスマホ派と PC 派がほぼ同数であるのに対し、「じっくり物件情報を調べたい時」はスマホ派が 3 割以下、PC 派が 5 割以上。
- ✓ 「引越し先を決定したい時」は不動産会社の店頭が 5 割以上を占める結果に。

全国の 20～59 歳で、3 年以内に賃貸住宅に引っ越しをした経験のある男女 600 名に対して、「あなたは引越し先を選ぶときに、どのようにして物件の情報を調べましたか？」と聞いたところ、25.7%が「スマホ」、3.2%「タブレット」、46.5%が「PC」と回答し、オンライン検索が 75.4%と大半を占めました。

さらに物件探索経路別の使用シーンを聞くと、「広くいろいろな情報収集をしたい時」に使用すると回答した人が、スマホ（50.8%）でも PC（61.8%）でも最も多く、情報収集にはオンラインの情報に頼る傾向にあるということがわかりました。一方で、店頭で得られる情報は「引越し先を決定したい時」と 48.5%と最も多く、リアル店舗が最終決定の場所となっていると推測されます。



Q: 引越しの情報収集の方法 (n=600)



Q: 引越し先の情報収集にあたって、これらの情報源をどのような時に使いますか？ (n=600)

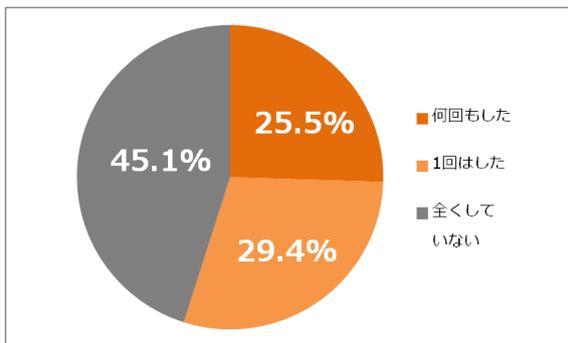
## ■調査トピック④

### ④引越し時の男女間トラブル

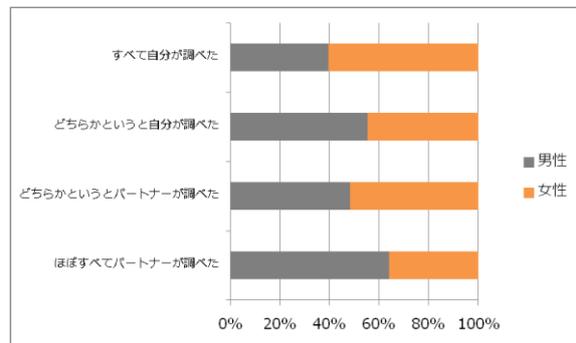
- ✓ 同棲希望者に悲報！？引越しの際、5割以上のカップルが喧嘩経験アリ。
- ✓ 住宅情報サイトでの物件検索は男性が主体となるカップルが多数。

全国の20～59歳で、3年以内に賃貸住宅に引っ越しをした経験のある男女600名のうち、引っ越し先で恋人と住む予定であった51名に対して、「家を選ぶ際に、一緒に住む予定の相手と意見がぶつかったりケンカしたりしましたか？」と聞いたところ、「恋人と一緒に住む予定だった」人は54.9%が一度は喧嘩経験をしていたという事実が判明しました。

また、「パートナー（恋人・配偶者）で、どちらが主に物件の情報を調べましたか？」を調査したところ、男性の42.6%が「どちらかという自分が調べた」と回答し、女性の34.4%を上回り、物件情報は男性が主体となっていることがわかりました。



Q：引越して家を選ぶ際に、恋人と意見がぶつかったりケンカしたりしましたか？ (n=51)



Q：直近の引越して家を選ぶ際にあなたとパートナー（恋人・配偶者）で、どちらが主に物件の情報を調べましたか？ (n=300)

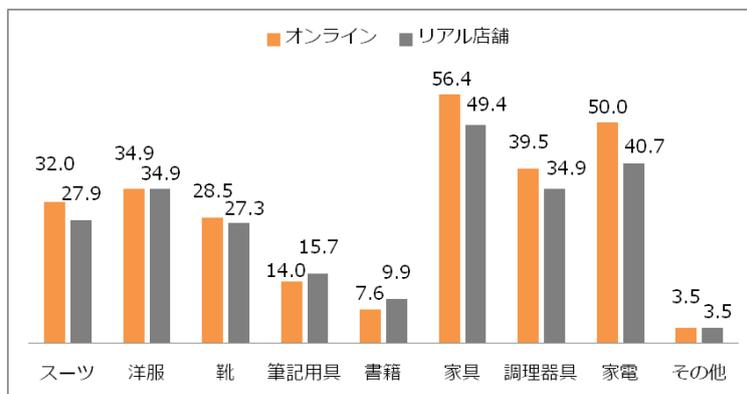
## ■調査トピック⑤

### ⑤新生活に向けての準備物購買経路

- ✓ 新生活に向けて、購入予定の“モノ”ランキング  
1位「家具」2位「家電」3位「洋服」「調理器具」
- ✓ 高単価な「家具」「家電」は実店舗ではなく、約半数がオンラインで購入する傾向も判明。

直近3年以内の4月に何かしらの新生活を迎えたと答えた307名のうち、新たに身の回りのものを新調したことがある172名に購入したいものを聞いたところ、オンライン・リアル店舗ともども、1位「家具」2位「家電」3位「洋服」「調理器具」であることが判明しました。

また、「オンライン上で購入したいもの」を聞くと、「家具」56.4%、「家電」50.0%と全体の約半数以上が、比較的高単価な商品をオンラインで購入検討しているという意外な結果が出ました。



Q：春の新生活に向けて、どのようなものを新調しましたか？ [MA] (n=172)

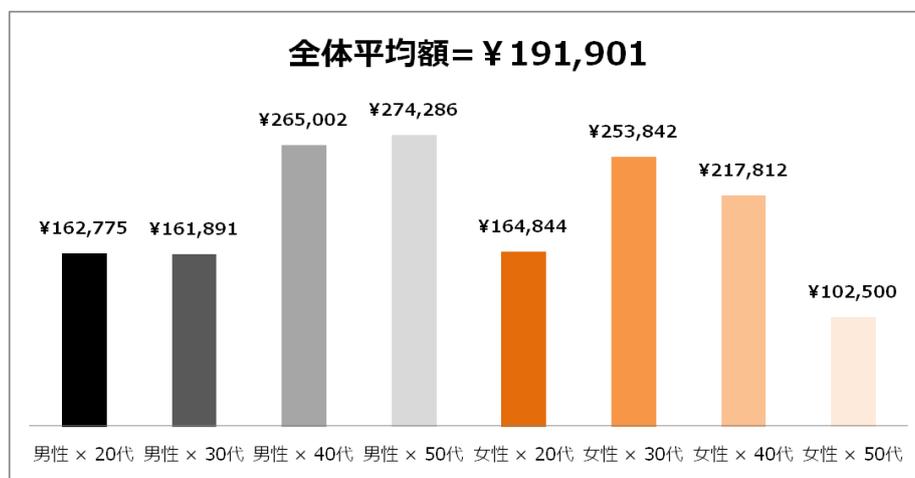
■ 調査トピック⑥

⑥ 新生活に向けての準備物購買金額

- ✓ 新生活に向けた購入単価の平均金額は「191,901 円」。
- ✓ 30 代女性の平均は「253,842 円」なのに対し、30 代男性の平均は「161,891 円」と、男女間で約 10 万円もの大きな差が明らかに。

直近 3 年以内の 4 月に何かしらの新生活を迎えたと答えた 307 名のうち、新たに身の回りのものを新調したことがある 172 名に、「新生活に向けてモノを購入した費用」について聞いたところ、平均額は「191,901 円」ということがわかりました。

また、男女年齢別では平均購買金額が 30 代女性は「253,842 円」なのに対し、30 代男性の平均は「161,891 円」と、約 10 万円の顕著な差が明らかになりました。



Q: 新生活に向けてモノを購入した費用として、どの程度の金額を使いましたか? (n=172)

■ Criteo (クリテオ) について ■

Criteo (NASDAQ: CRTO) は一人ひとりの興味、関心に合わせたメッセージをオンライン広告を通じて届けるマーケティングソリューションを提供しています。広告をクリックすることで発生した売上を明確にすることで、ROI (投資利益率) の透明性を確保し、投資判断を容易にしています。Criteo は南北アメリカ、ヨーロッパ、アジア太平洋に 30 カ所以上のオフィスを展開し、2,500 名の従業員を擁して、世界各国の多くのパブリッシャーと直接取引関係を結び、14,000 の広告主の広告を生成・配信しています。

※詳細は <http://www.criteo.com> をご覧ください。