「不動産情報の検索等に関する意識調査」

2011年 3月

（社）全国宅地建物取引業協会連合会
（社）全国宅地建物取引業保証協会

《目 次》

■ 調 査 実 施 概 要 P 3

■ 調 査 結 果 概 略 P 5

■ 調 査 結 果

Q1 不動産物件を探す場合の主な手段は何ですか P 7

Q2 インターネットや携帯サイトで不動産物件を探す場合の主な検索手段は何ですか P 8

Q3 インターネットや携帯サイトで不動産物件を探す（検索する）際、どのようなキーワードで探しますか P 9

Q4 インターネットや携帯サイトの不動産物件情報のなかで写真で見たい（知りたい）情報はなんですか

Q4-（1） 建物外観や屋外設備等のなかで写真で見たい情報 P 10

Q4-（2） 室内の設備等のなかで写真で見たい情報 P 11

Q5 住まいを選ぶ際に重要な周辺環境や施設は何ですか

Q5-（1） 住まい選びで重要な周辺環境 P 12

Q5-（2） 住まい選びで重要な周辺の生活関連施設 P 13

≪　不動産情報の検索等に関する意識調査　実施概要　≫

■ 調査期間 :2011年1月17日(月)～2月21日(月)

■ 調査方法 :専用フォームによるインターネットアンケート調査

■ 調査対象 :地域　日本国内全地域
:性別　男女

■ 有効回答者数 :5, 025件

■ 回答者内訳

◆性別／年代

	全体	10歳代	20歳前半	20歳後半	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上
男女合計	5025	90	343	801	1791	1123	624	253
男性	2406	39	132	361	660	600	409	205
女性	2619	51	211	440	1131	523	215	48

◆職業

	全体	不動産業に従事	会社員	会社役員	公務員	自営業・自由業	学生（専門学校生を含む）	フリーター	主婦	無職	その他
男女合計	5025	60	2263	51	199	361	210	170	1331	284	96
男性	2406	37	1506	43	143	260	97	78	0	210	32
女性	2619	23	757	8	56	101	113	92	1331	74	64

◆都道府県

	地区計	北海道
北海道	335	335

	地区計	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県
東北	303	28	41	109	35	42	48

	地区計	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
関東	1796	96	64	67	266	261	644	398

	地区計	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県
中部	890	71	35	56	20	40	78	61	154	295	80

	地区計	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県
近畿	764	50	112	320	196	47	39

	地区計	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県
中国	304	20	35	69	121	59

	地区計	徳島県	香川県	愛媛県	高知県
四国	122	18	37	52	15

	地区計	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
九州・沖縄	511	196	23	28	39	28	113	44	40

≪ 不動産情報の検索等に関する意識調査　実施概要 ≫

■ 回答者内訳

◆お住まいの現状

	合計	持ち家 一戸建て	持ち家 マンション	賃貸 マンション	賃貸 一戸建て	賃貸 アパート
全体	5025	2309	586	907	245	978
男性	2406	1228	271	399	95	413
女性	2619	1081	315	508	150	565
10代	90	47	14	12	5	12
20代前半	343	140	24	65	11	103
20代後半	801	318	44	187	28	224
30代	1791	691	190	385	109	416
40代	1123	563	173	158	68	161
50代	624	369	100	86	18	51
60代以上	253	181	41	14	6	11
北海道	335	192	20	42	8	73
東北	303	180	21	22	17	63
関東	1796	655	281	433	74	353
中部	890	509	56	109	42	174
近畿	764	359	125	176	34	70
中国	304	149	23	30	33	69
四国	122	71	7	15	9	20
九州・沖縄	511	194	53	80	28	156

◆今後の住宅購入・賃貸住宅の住み替えの予定は

	合計	半年以内に行う予定	半年～1年以内に行う予定	1年以上先に行う予定
全体	5025	341	356	740
男性	2406	197	140	294
女性	2619	144	216	446
10代	90	5	4	8
20代前半	343	32	39	83
20代後半	801	181	76	167
30代	1791	96	174	295
40代	1123	19	53	128
50代	624	6	6	47
60代以上	253	2	4	12
北海道	335	132	18	36
東北	303	6	13	43
関東	1796	93	151	302
中部	1796	93	151	302
近畿	764	31	52	107
中国	304	12	13	47
四国	122	6	9	13
九州・沖縄	511	28	39	64

◆家族構成

	合計	一人暮らし	既婚で親と同居	未婚で親と同居	妻または夫と同居	妻または夫と子供と同居	3世帯以上で同居
全体	5025	683	208	896	993	1878	367
男性	2406	403	99	449	461	777	217
女性	2619	280	109	447	532	1101	150
10代	90	9	3	65	1	4	8
20代前半	343	94	12	160	32	30	15
20代後半	801	132	13	194	154	172	136
30代	1791	204	79	302	352	770	84
40代	1123	142	55	142	169	551	64
50代	624	87	35	26	148	271	57
60代以上	253	15	11	7	137	80	3
北海道	335	36	8	32	67	71	121
東北	303	22	18	68	47	117	31
関東	1796	321	62	296	381	661	75

≪ 調 査 結 果 概 略 ≫

■ 1. 不動産物件を探す場合の主な手段は何ですか（1つ選択）

・半数以上が不動産物件を探す情報源として「インターネット」の51.4%と回答している。次いで「チラシ」の15.2%、「情報誌」は11.1%と、2位以下との差が大きく開いている。

一方的な情報より、ユーザーのニーズに合わせてさまざまな情報を一度に入手できるインターネットの利便性が大きいと思われる。

不動産物件を探す場合の主な手段 TOP3	
① インターネット	51.4%
② チラシ	15.2%
③ 情報誌	11.1%

■ 2. インターネットや携帯サイトで不動産物件を探す場合の主な検索手段は何ですか（1つ選択）

・ インターネットや携帯サイトで不動産物件の情報を検索する手段としては、「ヤフー、グーグル等の総合ポータルサイトから直接検索」が50.4%と圧倒的に多く、次いで「不動産情報専門のポータルサイトから検索」が18.1%、「不動産業者ホームページ等からの検索」が18.0%となっている。

総合ポータルサイトから、不動産情報専門ポータルサイトや、不動産業者のホームページを同時に複数検索しながら条件にあった物件検索を行っていると思われる。

インターネットや携帯サイトで不動産物件を探す場合の主な検索手段 TOP3	
① ヤフー、グーグル等の総合ポータルサイトから直接検索	50.4%
② 不動産情報専門のポータルサイトからの検索	18.1%
③ 不動産業者ホームページ等からの検索	18.0%

■ 3. インターネットや携帯サイトで不動産物件を探す（検索する）際、どのようなキーワードで探しますか（3つまで選択）

・「市町村名や地名」が19.7%、次いで「駅名や鉄道の沿線名」が16.3%、同率3位として「物件の種別」が12.1%、「物件の間取り」が12.1%となっている。

複数回答であったにも関わらずあまり回答が集中せず、1位の回答でも2割を超えずニーズが大きく別れる結果となった。

インターネットや携帯サイトで不動産物件を探す（検索する）際のキーワード TOP3	
① 市町村名や地名	19.7%
② 駅名や鉄道の沿線名	16.3%
③ 物件の種別（マンション・戸建て・アパート・貸家）	12.1%
③ 物件の間取り（ワンルーム・3LDKなど）	12.1%

≪ 調 査 結 果 概 略 ≫

■ 4. インターネットや携帯サイトの不動産物件情報のなかで写真で見たい(知りたい)情報は何ですか
(1)建物外観や屋外設備等のなかで写真で見たい情報(3つまで選択)
(2)室内の設備等のなかで写真で見たい情報(3つまで選択)

・ 建物外観や屋外設備等では、「建物の外観・デザイン」が26.6%で最も多く、次いで「建物の日当たりや方位」が21.7%、「住宅の道路付けや隣接建物等」が14.0%となっている。

外観の形状、デザインなど一番先に目につく情報を画像で確認したいという傾向が現れている。

・ 室内の設備等のなかで写真で見たい情報としては「部屋の形状や広さ」が24.8%、「各部屋の日当たりや眺望」が18.5%、「キッチンの形状や広さ・設備」が18.0%と続いている。

生活スペースであり、滞在時間の長い部屋がどの様な場所なのかが一番気になる情報のようである。

建物外観や屋外設備等のなかで写真で見たい情報 TOP3		室内の設備等のなかで写真で見たい情報 TOP3	
① 建物の外観・デザイン	26.6%	① 部屋の形状や広さ	24.8%
② 建物の日当たりや方位	21.7%	② 各部屋の日当たりや眺望	18.5%
③ 住宅の道路付けや隣接建物等	14.0%	③ キッチンの形状や広さ・設備	18.0%

■ 5. 住まいを選ぶ際に重要な周辺環境や施設は何ですか
(1)住まい選びで重要な周辺環境(3つまで選択)
(2)住まい選びで重要な周辺の生活関連施設(3つまで選択)

・住まい選びで重要な周辺環境では「交通の利便性」が30.2%、「防犯」が20.6%、「眺望や良好な自然環境」が12.2%となっており、公共の交通機関を便利に利用できる住まいを探し、通勤通学を短くして時間を有効に活用したいと考える傾向が表れている。また、防犯への意識の高さも伺える。

・住まい選びで重要な周辺の生活関連施設では、「商店街・スーパーなどの買い物施設」が28.6%、「駅などの交通施設」が24.1%、「病院や歯科医などの医療施設」が14.7%という結果になっている。

駅などの交通施設がもちろん挙げられているものの、生活に密着した買い物施設が更に求められる結果となった。

住まい選びで重要な周辺環境 TOP3		住まい選びで重要な周辺の生活関連施設 TOP3	
交通の利便性(通勤通学時間など)	30.2%	商店街・スーパーなどの買い物施設	28.6%
防犯	20.6%	駅など交通施設	24.1%
眺望や良好な自然環境	12.2%	病院や歯医者などの医療施設	14.7%

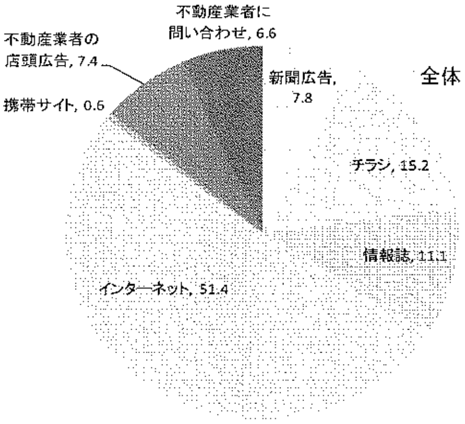
≪ 調 査 結 果 ≫

Q1　不動産物件を探す場合の主な手段は何ですか（1つ選択）

■ 「インターネット」がダントツの51.4%の反面、「携帯サイト」の利用は0.6%にとどまる

■ 「不動産業者に問い合わせ」6.6%、「不動産業者の店頭広告」7.4%と、最初は業者に頼らず自ら探す

◆ 男女別、年代別では「インターネット」からの情報収集が最も多いく、特に「20代前半」が58.9%と非常に高い割合である。また、地域別で見ると関東の「インターネット」58.0%が最も高く、北海道のみ「新聞広告」が0.9pt「インターネッ」を上回る結果となった。また、2番目は「チラシ」15.2%と全体での割合が高く、特に30代以上で「チラシ」を気にしている傾向が伺える。
「不動産業者への問い合わせは」では四国地区が14.8%と地域別では一番高い割合を示し「インターネット」に次ぐ結果となった。



全体：5025サンプル

	全体	新聞広告	チラシ	情報誌	インターネット	携帯サイト	不動産業者の店頭広告	不動産業者に問い合わせ
全体	5025	391	762	556	2583	31	370	332
		7.8	15.2	11.1	51.4	0.6	7.4	6.6
■性別　男性	2406	252	344	275	1233	8	156	138
		10.5	14.3	11.4	51.2	0.3	6.5	5.7
女性	2619	139	418	281	1350	23	214	194
		5.3	16.0	10.7	51.5	0.9	8.2	7.4
■年齢　10代	90	10	15	4	47	7	7	0
		11.1	16.7	4.4	52.2	7.8	7.8	0.0
20代前半	343	14	27	44	202	8	30	18
		4.1	7.9	12.8	58.9	2.3	8.7	5.2
20代後半	801	141	57	69	445	9	42	38
		17.6	7.1	8.6	55.6	1.1	5.2	4.7
30代	1791	79	266	200	999	5	121	121
		4.4	14.9	11.2	55.8	0.3	6.8	6.8
40代	1123	68	222	144	535	1	68	85
		6.1	19.8	12.8	47.6	0.1	6.1	7.6
50代	624	52	120	65	256	1	77	53
		8.3	19.2	10.4	41.0	0.2	12.3	8.5
60代以上	253	27	55	30	99	0	25	17
		10.7	21.7	11.9	39.1	0.0	9.9	6.7
■地域　北海道	335	129	22	29	126	1	10	18
		38.5	6.6	8.7	37.6	0.3	3.0	5.4
東北	303	13	34	55	156	1	26	18
		4.3	11.2	18.2	51.5	0.3	8.6	5.9
関東	1796	85	260	148	1041	12	168	82
		4.7	14.5	8.2	58.0	0.7	9.4	4.6
中部	890	69	151	113	430	4	59	64
		7.8	17.0	12.7	48.3	0.4	6.6	7.2
近畿	764	40	179	65	367	5	48	60
		5.2	23.4	8.5	48.0	0.7	6.3	7.9
中国	304	15	55	52	121	3	17	41
		4.9	18.1	17.1	39.8	1.0	5.6	13.5
四国	122	14	14	16	50	2	8	18
		11.5	11.5	13.1	41.0	1.6	6.6	14.8
九州・沖縄	511	26	47	78	292	3	34	31
		5.1	9.2	15.3	57.1	0.6	6.7	6.1

上段：（人）／下段（%）

≪ 調 査 結 果 ≫

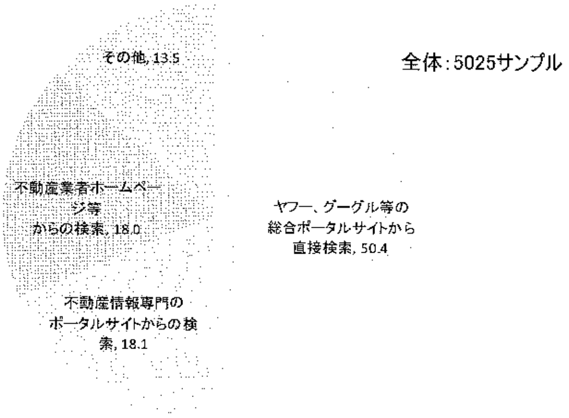
Q2. インターネットや携帯サイトで不動産物件を探す場合の主な検索手段は何ですか

- ■ **「ヤフー、グーグル等の総合ポータルサイトからの直接検索」50.4%**
- ■ **「不動産情報専門のポータルサイトからの検索」18.1%**
- ■ **「不動産業者のホームページ等からの検索」18.0%**

◆「ヤフー、グーグル等の総合ポータルサイトからの直接検索」が50.4%となり、この質問でも2人に1人は特定の業者や情報サイトに頼らず、最初は自ら検索をして探すという結果となった。

「不動産業者ホームページ等からの検索」では、東北地区の25.4%がもっとも高い傾向が表れている。

また、「その他」が13.5%となっておりSNSやブログなどの一般サイト以外の利用や、逆にインターネットを利用せず直接業者を利用する方もいるようだ。



	全体	ヤフー、グーグル等の総合ポータルサイトからの直接検索	不動産情報専門のポータルサイトからの検索	不動産業者ホームページ等からの検索	その他
全 体	5025	2531	910	905	679
		50.4	18.1	18.0	13.5
■性別 男性	2406	1278	447	368	313
		53.1	18.6	15.3	13.0
女性	2619	1253	463	537	366
		47.8	17.7	20.5	14.0
■年齢 10代	90	57	9	12	12
		63.3	10.0	13.3	13.3
20代前半	343	188	61	54	40
		54.8	17.8	15.7	11.7
20代後半	801	453	145	121	82
		56.6	18.1	15.1	10.2
30代	1791	895	319	357	220
		50.0	17.8	19.9	12.3
40代	1123	522	220	204	177
		46.5	19.6	18.2	15.8
50代	624	303	110	110	101
		48.6	17.6	17.6	16.2
60代以上	251	113	46	47	45
		45.0	18.3	18.7	17.9
■地域 北海道	335	203	52	49	31
		60.6	15.5	14.6	9.3
東北	303	138	55	77	33
		45.5	18.2	25.4	10.9
関東	1796	908	394	275	219
		50.6	21.9	15.3	12.2
中部	890	429	139	190	132
		48.2	15.6	21.3	14.8
近畿	764	365	132	144	123
		47.8	17.3	18.8	16.1
中国	304	144	40	66	54
		47.4	13.2	21.7	17.8
四国	122	61	15	23	23
		50.0	12.3	18.9	18.9
九州・沖縄	511	283	83	81	64
		55.4	16.2	15.9	12.5

上段:(人)/下段(%)

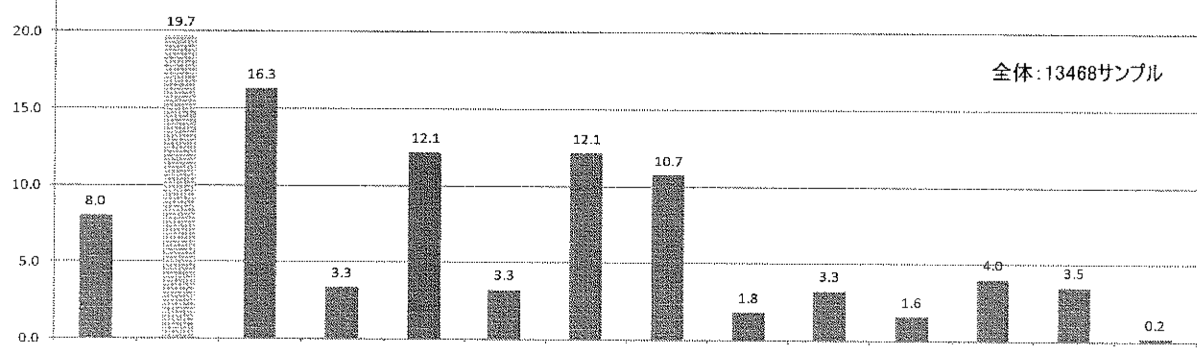
≪ 調 査 結 果 ≫

Q3. インターネットや携帯サイトで不動産物件を探す（検索する）際、どのようなキーワードで探しますか（3つまで選択）

■ 「市町村名や地域」19.7%

■ 「駅名や鉄道の沿線名」16.3%

◆ 住み慣れた場所への思い入れや、憧れの街への思い等から、「市町村名や地域」の回答が19.7%であったと推測される。
その反面、インターネットによる検索のしやすさからか多くのキーワード（要望）で不動産物件を探す場合が多くなっていると見られ多項目に渡り回答が分散される結果となった。
「不動産価格や家賃の額」は10.7%と約1割りにとどまり、まずは満足度の高い順から不動産物件を探す傾向が伺える。



	全体	都道府県名	市町村名や地名	駅名や鉄道の沿線名	不動産ポータルサイト名	物件の種別（マンション・戸建て・アパート・貸家）	不動産業者名	物件の間取り（ワンルーム・3LDKなど）	不動産価格や家賃の額	周辺環境（眺望等）	買い物施設・病院・保育園などの生活関連施設	物件の特性（女性専用・高齢者専用・駐車場付・オートロックなどの防犯設備・インターネット接続環境）	交通の利便性（通勤通学時間など）	新築や中古（築年数）	その他
全 体	13468	1078	2651	2192	451	1636	438	1635	1445	246	438	212	545	478	23
		8.0	19.7	16.3	3.3	12.1	3.3	12.1	10.7	1.8	3.3	1.6	4.0	3.5	0.2
■性別 男性	6311	571	1209	1094	210	777	198	687	722	140	194	72	247	182	8
		9.0	19.2	17.3	3.3	12.3	3.1	10.9	11.4	2.2	3.1	1.1	3.9	2.9	0.1
女性	7157	507	1442	1098	241	859	240	948	723	106	244	140	298	296	15
		7.1	20.1	15.3	3.4	12.0	3.4	13.2	10.1	1.5	3.4	2.0	4.2	4.1	0.2
■年齢 10代	242	39	44	36	5	22	9	24	20	9	14	6	12	1	1
		16.1	18.2	14.9	2.1	9.1	3.7	9.9	8.3	3.7	5.8	2.5	5.0	0.4	0.4
20代前半	945	78	165	162	33	85	32	132	115	12	32	24	51	21	3
		8.3	17.5	17.1	3.5	9.0	3.4	14.0	12.2	1.3	3.4	2.5	5.4	2.2	0.3
20代後半	1989	275	394	288	84	206	61	245	190	22	45	37	67	73	2
		13.8	19.8	14.5	4.2	10.4	3.1	12.3	9.6	1.1	2.3	1.9	3.4	3.7	0.1
30代	4856	352	1018	778	142	622	173	648	494	61	157	66	144	192	9
		7.2	21.0	16.0	2.9	12.8	3.6	13.3	10.2	1.3	3.2	1.4	3.0	4.0	0.2
40代	3036	195	608	511	108	394	92	338	337	66	84	47	136	116	4
		6.4	20.0	16.8	3.6	13.0	3.0	11.1	11.1	2.2	2.8	1.5	4.5	3.8	0.1
50代	1730	98	295	318	51	216	42	191	208	53	79	25	99	52	3
		5.7	17.1	18.4	2.9	12.5	2.4	11.0	12.0	3.1	4.6	1.4	5.7	3.0	0.2
60代以上	670	41	127	99	28	91	29	57	81	23	27	7	36	23	1
		6.1	19.0	14.8	4.2	13.6	4.3	8.5	12.1	3.4	4.0	1.0	5.4	3.4	0.1
■地域 北海道	709	152	134	81	24	77	14	70	66	7	20	7	33	22	2
		21.4	18.9	11.4	3.4	10.9	2.0	9.9	9.3	1.0	2.8	1.0	4.7	3.1	0.3
東北	819	73	188	87	32	116	35	94	78	16	26	10	36	27	1
		8.9	23.0	10.6	3.9	14.2	4.3	11.5	9.5	2.0	3.2	1.2	4.4	3.3	0.1
関東	4914	321	745	1148	151	556	136	656	500	89	155	70	209	169	9
		6.5	15.2	23.4	3.1	11.3	2.8	13.3	10.2	1.8	3.2	1.4	4.3	3.4	0.2
中部	2380	192	537	290	81	298	81	265	258	52	83	41	93	106	3
		8.1	22.6	12.2	3.4	12.5	3.4	11.1	10.8	2.2	3.5	1.7	3.9	4.5	0.1
近畿	2095	134	422	408	75	236	79	235	205	36	62	42	80	76	5
		6.4	20.1	19.5	3.6	11.3	3.8	11.2	9.8	1.7	3.0	2.0	3.8	3.6	0.2
中国	808	63	201	64	26	98	31	105	95	14	33	17	37	24	0
		7.8	24.9	7.9	3.2	12.1	3.8	13.0	11.8	1.7	4.1	2.1	4.6	3.0	0.0
四国	334	31	83	15	12	51	11	43	46	4	12	7	12	6	1
		9.3	24.9	4.5	3.6	15.3	3.3	12.9	13.8	1.2	3.6	2.1	3.6	1.8	0.3
九州・沖縄	1409	112	341	99	50	204	51	167	197	28	47	18	45	48	2
		7.9	24.2	7.0	3.5	14.5	3.6	11.9	14.0	2.0	3.3	1.3	3.2	3.4	0.1

上段：（人）／下段（%）

≪ 調 査 結 果 ≫

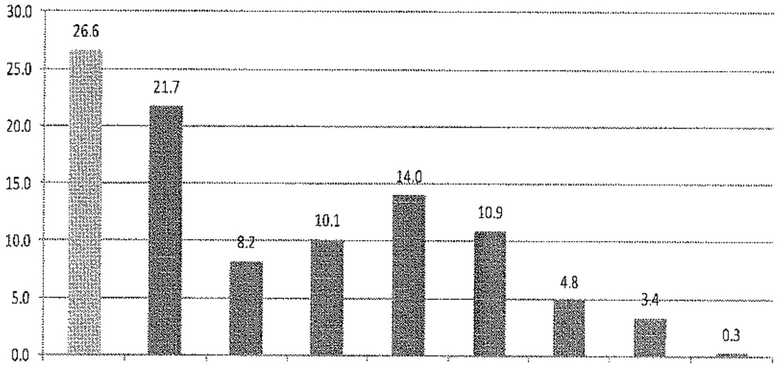
Q4 インターネットや携帯サイトの不動産物件情報のなかで写真で見たい（知りたい）情報は何ですか

（1）建物外観や屋外設備等のなかで写真で見たい情報（3つまで選択）

■ **「建物の外観・デザイン」26.6%**

■ **「建物の日当たりや方位」21.7%**

◆「建物の外観・デザイン」の26.6%が、まず一番先に目で見て確かめたい情報に挙げられている。年代別では「20代後半」が32.5%と最も関心が高く、地域別では「北海道」の38.7%が高い。
次いで「建物の日当たりや方位」の21.7%となり、年代別では「60代以上」での23.4%、地域別では「九州・北海道」の24.3%と複数回答なのだが重複せずに2番目の興味は異なっている。



全体：14187サンプル

	全体	建物の外観・デザイン	建物の日当たりや方位	建物の外壁などの材質・色・質感	庭や敷地の広さ形状等	住宅の道路付けや隣接建物等	駐車場・駐輪場の有無	建物リフォーム修繕箇所	ベランダ・バルコニー	その他
全 体	14187	3770	3082	1162	1439	1987	1544	687	476	40
		26.6	21.7	8.2	10.1	14.0	10.9	4.8	3.4	0.3
■性別 男性	6618	1762	1405	541	675	961	751	319	183	21
		26.6	21.2	8.2	10.2	14.5	11.3	4.8	2.8	0.3
女性	7569	2008	1677	621	764	1026	793	368	293	19
		26.5	22.2	8.2	10.1	13.6	10.5	4.9	3.9	0.3
■年齢 10代	241	62	52	31	33	27	23	4	9	0
		25.7	21.6	12.9	13.7	11.2	9.5	1.7	3.7	0.0
20代前半	978	270	207	108	91	116	88	43	53	2
		27.6	21.2	11.0	9.3	11.9	9.0	4.4	5.4	0.2
20代後半	2092	679	432	181	181	193	245	90	87	4
		32.5	20.7	8.7	8.7	9.2	11.7	4.3	4.2	0.2
30代	5152	1362	1101	409	518	702	624	242	178	16
		26.4	21.4	7.9	10.1	13.6	12.1	4.7	3.5	0.3
40代	3217	798	707	231	332	526	349	164	98	12
		24.8	22.0	7.2	10.3	16.4	10.8	5.1	3.0	0.4
50代	1798	443	417	147	180	291	163	115	38	4
		24.6	23.2	8.2	10.0	16.2	9.1	6.4	2.1	0.2
60代以上	709	156	166	55	104	132	52	29	13	2
		22.0	23.4	7.8	14.7	18.6	7.3	4.1	1.8	0.3
■地域 北海道	744	288	134	52	50	90	73	41	14	2
		38.7	18.0	7.0	6.7	12.1	9.8	5.5	1.9	0.3
東北	878	215	184	66	81	130	130	49	23	0
		24.5	21.0	7.5	9.2	14.8	14.8	5.6	2.6	0.0
関東	5126	1363	1177	424	544	710	446	233	207	22
		26.6	23.0	8.3	10.6	13.9	8.7	4.5	4.0	0.4
中部	2554	629	565	216	255	369	331	122	64	3
		24.6	22.1	8.5	10.0	14.4	13.0	4.8	2.5	0.1
近畿	2200	578	438	196	224	334	209	124	89	8
		26.3	19.9	8.9	10.2	15.2	9.5	5.6	4.0	0.4
中国	870	223	169	80	94	121	114	43	26	0
		25.6	19.4	9.2	10.8	13.9	13.1	4.9	3.0	0.0
四国	346	94	58	30	34	57	44	18	10	1
		27.2	16.8	8.7	9.8	16.5	12.7	5.2	2.9	0.3
九州・沖縄	1469	380	357	98	157	176	197	57	43	4
		25.9	24.3	6.7	10.7	12.0	13.4	3.9	2.9	0.3

上段：（人）／下段（%）

≪ 調 査 結 果 ≫

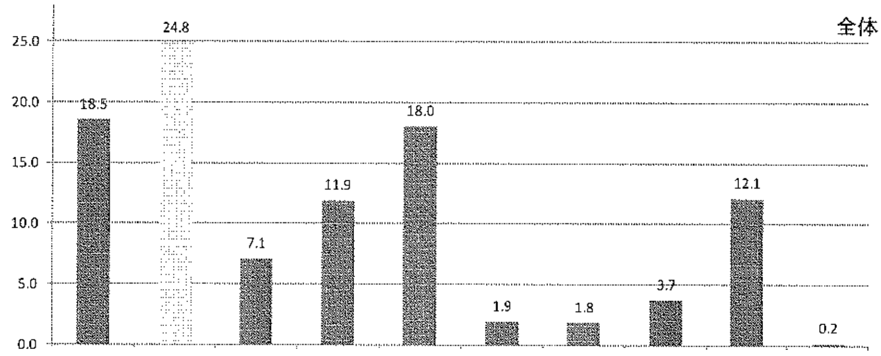
(2)室内の設備等のなかで写真で見たい情報(3つまで選択)

■ **「部屋の形状や広さ」24.8%**

■ **「各部屋の日当たりや眺望」18.5%**

◆「部屋の形状や広さ」は24.8%と4人に1人は生活スペースを重視する傾向が見られる。これは、性別、年代別、地域別に見ても大きな差異は無く、誰もが気にする写真で確認したい情報である事が伺える。
「キッチンの形状や広さ・設備」に関しては、全体では18.0%に対し、男性では15.5%、女性では20.3%と女性の関心が高いのは当然であるが、男性も関心が低い訳では無い事が解る。
また「トイレの形状や広さ・設備」に関して全体は7.1%で」あるが、10代以下が10.9%で最も高く、次いで20代前半の10.1%となっており若年層でのこだわりが伺える。

全体：14439サンプル



	全体	各部屋の日当たりや眺望	部屋の形状や広さ	トイレの形状や広さ・設備	バスルームの形状や広さ・設備	キッチンの形状や広さ・設備	洗面所の形状・広さ・設備	室内洗濯機置場の有無	玄関周りの設備・オートロック設備	収納の数・収容量	その他
全 体	14439	2671	3587	1019	1714	2603	278	263	533	1749	22
		18.5	24.8	7.1	11.9	18.0	1.9	1.8	3.7	12.1	0.2
■性別 男性	6740	1314	1701	551	853	1042	146	126	254	742	11
		19.5	25.2	8.2	12.7	15.5	2.2	1.9	3.8	11.0	0.2
女性	7699	1357	1886	468	861	1561	132	137	279	1007	11
		17.6	24.5	6.1	11.2	20.3	1.7	1.8	3.6	13.1	0.1
■年齢 10代	257	48	64	28	38	25	8	7	20	19	0
		18.7	24.9	10.9	14.8	9.7	3.1	2.7	7.8	7.4	0.0
20代前半	1004	151	247	101	154	172	23	25	37	94	0
		15.0	24.6	10.1	15.3	17.1	2.3	2.5	3.7	9.4	0.0
20代後半	2127	305	509	166	263	479	47	39	67	248	4
		14.3	23.9	7.8	12.4	22.5	2.2	1.8	3.1	11.7	0.2
30代	5218	963	1320	321	589	942	102	94	186	691	10
		18.5	25.3	6.2	11.3	18.1	2.0	1.8	3.6	13.2	0.2
40代	3271	662	832	220	380	536	49	50	127	413	2
		20.2	25.4	6.7	11.6	16.4	1.5	1.5	3.9	12.6	0.1
50代	1836	377	441	133	214	316	34	32	58	227	4
		20.5	24.0	7.2	11.7	17.2	1.9	1.7	3.2	12.4	0.2
60代以上	726	165	174	50	76	133	15	16	38	57	2
		22.7	24.0	6.9	10.5	18.3	2.1	2.2	5.2	7.9	0.3
■地域 北海道	763	118	164	47	82	218	16	11	20	84	3
		15.5	21.5	6.2	10.7	28.6	2.1	1.4	2.6	11.0	0.4
東北	892	167	230	77	100	153	16	13	32	104	0
		18.7	25.8	8.6	11.2	17.2	1.8	1.5	3.6	11.7	0.0
関東	5223	986	1287	340	653	892	112	95	200	650	8
		18.9	24.6	6.5	12.5	17.1	2.1	1.8	3.8	12.4	0.2
中部	2594	469	642	181	333	479	42	55	91	299	3
		18.1	24.7	7.0	12.8	18.5	1.6	2.1	3.5	11.5	0.1
近畿	2227	411	559	157	273	411	39	42	92	240	3
		18.5	25.1	7.0	12.3	18.5	1.8	1.9	4.1	10.8	0.1
中国	894	160	214	73	103	171	21	7	34	111	0
		17.9	23.9	8.2	11.5	19.1	2.3	0.8	3.8	12.4	0.0
四国	350	53	90	37	33	64	9	8	14	41	1
		15.1	25.7	10.6	9.4	18.3	2.6	2.3	4.0	11.7	0.3
九州・沖縄	1496	307	401	107	137	215	23	32	50	220	4
		20.5	26.8	7.2	9.2	14.4	1.5	2.1	3.3	14.7	0.3

上段：(人)／下段(%)

≪ 調 査 結 果 ≫

Q5 住まいを選ぶ際に重要な周辺環境や施設は何ですか

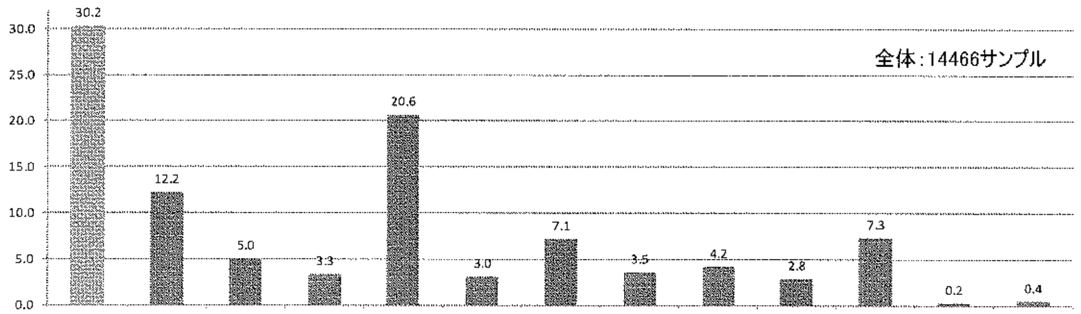
（1）住まい選びで重要な周辺環境（3つまで選択）

■ **「交通の利便性（通勤通学時間など）」30.2%**

■ **「防犯」20.6%**

◆ 「交通の利便性」が30.2%で最も高い割合で公共の交通機関を便利に利用できる住まいを探し、通勤通学を短くして時間を有効に活用したいと考える傾向が表れている。地域別では関東地区が31.3%最も高い割合ですが、北海道の26.5%以外の他の地区ともは30%前後で差異は無い。

「防犯」の意識も高く20.6%で、地域別を見ると近畿地区の23.4%が最も高い。



	全体	交通の利便性（通勤通学時間など）	眺望や良好な自然環境	災害等の安全対策	地域住民の世代構成	防犯	気候・気温等	近隣の不動産価格や家賃相場	周辺地域の物価	公共サービス内容やメニュー	税金・水道料金など租税公課の負担額	子育て環境	地域のお祭りやイベント	その他
全 体	14466	4375	1764	722	475	2984	440	1032	512	603	411	1054	32	62
		30.2	12.2	5.0	3.3	20.6	3.0	7.1	3.5	4.2	2.8	7.3	0.2	0.4
■性別 男性	6798	2049	877	407	273	1234	263	521	241	333	203	355	17	25
		30.1	12.9	6.0	4.0	18.2	3.9	7.7	3.5	4.9	3.0	5.2	0.3	0.4
女性	7668	2326	887	315	202	1750	177	511	271	270	208	699	15	37
		30.3	11.6	4.1	2.6	22.8	2.3	6.7	3.5	3.5	2.7	9.1	0.2	0.5
■年齢 10代	258	74	28	31	9	42	11	16	11	12	15	6	2	1
		28.7	10.9	12.0	3.5	16.3	4.3	6.2	4.3	4.7	5.8	2.3	0.8	0.4
20代前半	1002	306	94	69	18	197	43	82	51	49	47	39	3	4
		30.5	9.4	6.9	1.8	19.7	4.3	8.2	5.1	4.9	4.7	3.9	0.3	0.4
20代後半	2121	607	210	80	149	441	69	179	86	70	59	160	4	7
		28.6	9.9	3.8	7.0	20.8	3.3	8.4	4.1	3.3	2.8	7.5	0.2	0.3
30代	5220	1566	611	179	136	1093	125	397	166	207	143	558	12	27
		30.0	11.7	3.4	2.6	20.9	2.4	7.6	3.2	4.0	2.7	10.7	0.2	0.5
40代	3293	1003	433	164	101	682	103	225	113	137	91	216	9	16
		30.5	13.1	5.0	3.1	20.7	3.1	6.8	3.4	4.2	2.8	6.6	0.3	0.5
50代	1836	590	269	126	44	399	52	95	59	79	49	67	2	5
		32.1	14.7	6.9	2.4	21.7	2.8	5.2	3.2	4.3	2.7	3.6	0.1	0.3
60代以上	736	229	119	73	18	130	37	38	26	49	7	8	0	2
		31.1	16.2	9.9	2.4	17.7	5.0	5.2	3.5	6.7	1.0	1.1	0.0	0.3
■地域 北海道	758	201	85	21	134	139	19	39	23	27	12	50	3	5
		26.5	11.2	2.8	17.7	18.3	2.5	5.1	3.0	3.6	1.6	6.6	0.4	0.7
東北	887	272	88	58	25	169	39	75	18	43	21	77	0	2
		30.7	9.9	6.5	2.8	19.1	4.4	8.5	2.0	4.8	2.4	8.7	0.0	0.2
関東	5239	1639	692	230	111	1076	119	414	237	200	107	373	13	28
		31.3	13.2	4.4	2.1	20.5	2.3	7.9	4.5	3.8	2.0	7.1	0.2	0.5
中部	2595	757	294	144	71	537	87	175	83	120	108	205	8	6
		29.2	11.3	5.5	2.7	20.7	3.4	6.7	3.2	4.6	4.2	7.9	0.3	0.2
近畿	2237	679	275	93	62	524	58	144	72	82	79	152	5	12
		30.4	12.3	4.2	2.8	23.4	2.6	6.4	3.2	3.7	3.5	6.8	0.2	0.5
中国	889	267	123	36	29	179	40	60	21	40	26	64	0	4
		30.0	13.8	4.0	3.3	20.1	4.5	6.7	2.4	4.5	2.9	7.2	0.0	0.4
四国	358	106	52	25	8	73	9	25	10	13	10	26	1	0
		29.6	14.5	7.0	2.2	20.4	2.5	7.0	2.8	3.6	2.8	7.3	0.3	0.0
九州・沖縄	1503	454	155	115	35	287	69	100	48	78	48	107	2	5
		30.2	10.3	7.7	2.3	19.1	4.6	6.7	3.2	5.2	3.2	7.1	0.1	0.3

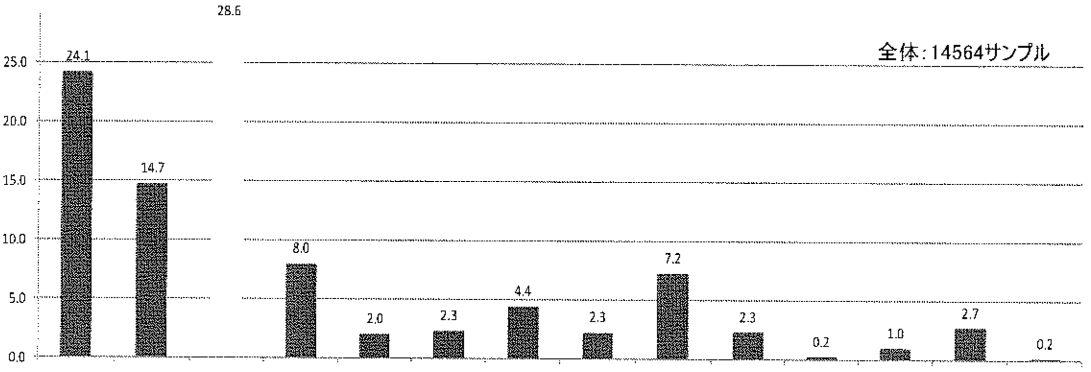
上段：（人）／下段（%）

(2)住まい選びで重要な周辺の生活関連施設(3つまで選択)

■ **「商店街・スーパーなどの買い物施設」28.6%**

■ **「駅などの交通施設」24.1%**

◆「商店街・スーパーなどの買い物施設」が28.6%で最も高い割合を示している。男女別、年代別、地域別で見ても高い。
10代で「コンビニ」と比較しても6.1pt上回っており、買い物に関しては利便性よりも生活に密着した意識が強いようだ。
その反面、北海道地区では「コンビニ」が22.7%と高く、地域性を表している。
「駅などの交通施設」も24.1%と高く、地域別に見ると四国地区 18.7%、東北地区18.8%と平均5pt以上、下回り、近畿地区 27.7%、関東地区26.8%と大都市圏ほど交通施設への意識が高い。



	全体	駅など交通施設	病院や歯医者などの医療施設	商店街・スーパーなどの買い物施設	コンビニ	薬局ドラッグストア	役所等の行政機関	金融機関	郵便局	小中高等学校	託児所・幼稚園・保育園	高齢者ケア施設など	交番・警察署	公園や子供の遊び場	その他
全体	14564	3516	2140	4161	1161	295	339	646	328	1054	330	34	144	393	23
		24.1	14.7	28.6	8.0	2.0	2.3	4.4	2.3	7.2	2.3	0.2	1.0	2.7	0.2
■性別 男性	6839	1704	1002	1876	701	112	177	343	161	405	109	20	70	149	10
		24.9	14.7	27.4	10.3	1.6	2.6	5.0	2.4	5.9	1.6	0.3	1.0	2.2	0.1
女性	7725	1812	1138	2285	460	183	162	303	167	649	221	14	74	244	13
		23.5	14.7	29.6	6.0	2.4	2.1	3.9	2.2	8.4	2.9	0.2	1.0	3.2	0.2
■年齢 10代	260	66	28	64	48	8	6	4	8	18	2	1	3	3	1
		25.4	10.8	24.6	18.5	3.1	2.3	1.5	3.1	6.9	0.8	0.4	1.2	1.2	0.4
20代前半	1007	255	91	284	134	36	24	40	44	41	15	0	15	25	3
		25.3	9.0	28.2	13.3	3.6	2.4	4.0	4.4	4.1	1.5	0.0	1.5	2.5	0.3
20代後半	2132	494	231	594	338	63	45	77	50	95	64	3	14	60	4
		23.2	10.8	27.9	15.9	3.0	2.1	3.6	2.3	4.5	3.0	0.1	0.7	2.8	0.2
30代	5276	1214	727	1484	359	105	112	212	112	494	202	2	51	193	9
		23.0	13.8	28.1	6.8	2.0	2.1	4.0	2.1	9.4	3.8	0.0	1.0	3.7	0.2
40代	3301	822	523	968	197	53	84	150	53	299	35	6	29	78	4
		24.9	15.8	29.3	6.0	1.6	2.5	4.5	1.6	9.1	1.1	0.2	0.9	2.4	0.1
50代	1846	480	356	559	67	21	51	119	32	92	9	6	24	28	2
		26.0	19.3	30.3	3.6	1.1	2.8	6.4	1.7	5.0	0.5	0.3	1.3	1.5	0.1
60代以上	742	185	184	208	18	9	17	44	29	15	3	16	8	6	0
		24.9	24.8	28.0	2.4	1.2	2.3	5.9	3.9	2.0	0.4	2.2	1.1	0.8	0.0
■地域 北海道	767	150	82	193	174	18	7	45	24	29	10	2	3	28	2
		19.6	10.7	25.2	22.7	2.3	0.9	5.9	3.1	3.8	1.3	0.3	0.4	3.7	0.3
東北	898	169	146	247	88	19	14	47	28	71	18	1	18	29	3
		18.8	16.3	27.5	9.8	2.1	1.6	5.2	3.1	7.9	2.0	0.1	2.0	3.2	0.3
関東	5273	1412	780	1518	390	101	142	216	83	335	103	6	49	131	7
		26.8	14.8	28.8	7.4	1.9	2.7	4.1	1.6	6.4	2.0	0.1	0.9	2.5	0.1
中部	2611	572	398	731	176	64	58	124	61	234	74	13	22	80	4
		21.9	15.2	28.0	6.7	2.5	2.2	4.7	2.3	9.0	2.8	0.5	0.8	3.1	0.2
近畿	2253	625	335	649	125	31	54	101	51	149	53	3	18	55	4
		27.7	14.9	28.8	5.5	1.4	2.4	4.5	2.3	6.6	2.4	0.1	0.8	2.4	0.2
中国	898	193	143	267	63	18	15	31	32	75	25	6	8	21	1
		21.5	15.9	29.7	7.0	2.0	1.7	3.5	3.6	8.4	2.8	0.7	0.9	2.3	0.1
四国	358	67	55	105	28	15	13	12	8	37	12	0	3	3	0
		18.7	15.4	29.3	7.8	4.2	3.6	3.4	2.2	10.3	3.4	0.0	0.8	0.8	0.0
九州・沖縄	1506	328	201	451	117	29	36	70	41	124	35	3	23	46	2
		21.8	13.3	29.9	7.8	1.9	2.4	4.6	2.7	8.2	2.3	0.2	1.5	3.1	0.1

上段:(人)/下段(%)

この調査に関するお問い合わせ

社団法人　全国宅地建物取引業協会連合会（全宅連）
広報研修部：小川　袴田
〒101－0032 東京都千代田区岩本町2－6－3　全宅連会館
電話　03（5821）8181
FAX　03（5821）8101
http://www.zentaku.or.jp/index.html