News Release

2018 年 10 月 25 日

報道関係者各位

不動産情報サイト事業者連絡協議会(RSC)

「不動産情報サイト利用者意識アンケート」調査結果

■「スマホ」の利用者が男女・年代を問わず大幅増。※下記グラフ
“物件に関する情報の充実”でユーザーの意識に変化も。

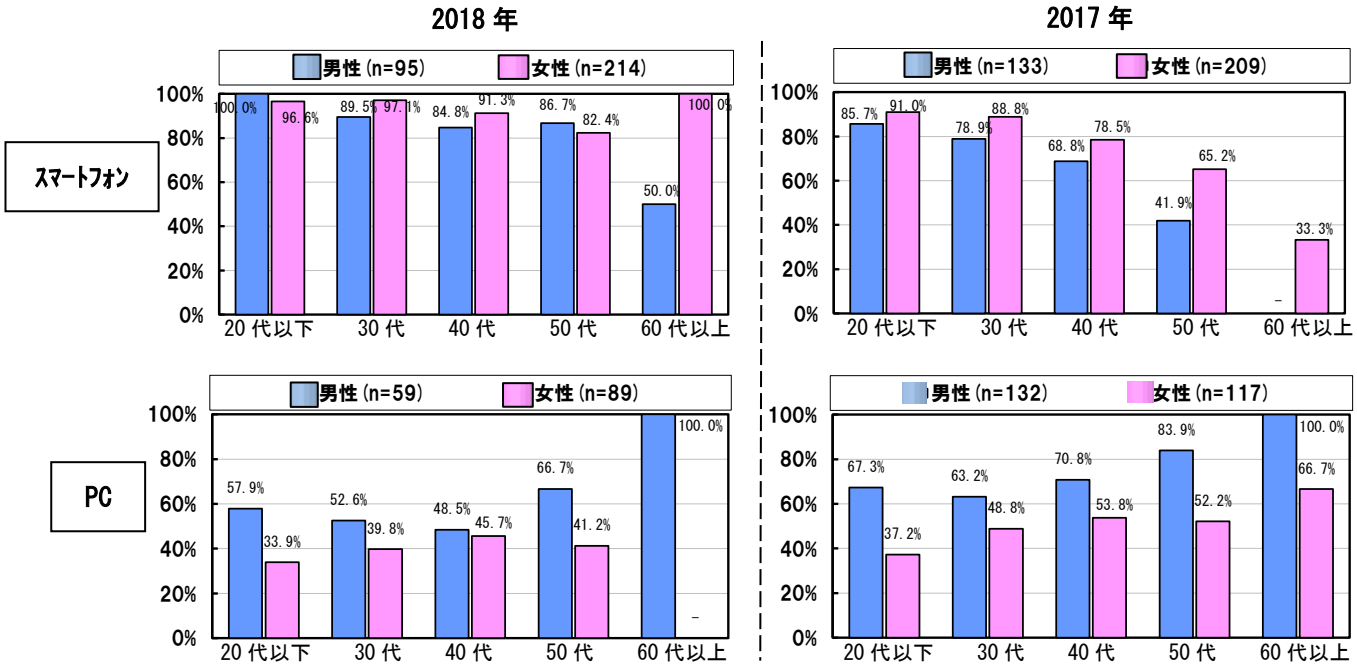
■必要な情報の上位にさまざまな「写真」がランクイン。また
「設備・構造・条件等の文字情報」が大幅にランクアップ。

■人気上昇設備のトップ、売買は「追い焚き風呂」、賃貸は
「独立洗面台」で、「ネット無料」も 2 年で 10 ポイント増加。

不動産情報サイト事業者連絡協議会（事務局：東京都千代田区、略称：RSC、詳細は 16 ページご参照）では、このたび、当協議会ホームページおよび会員不動産情報サイト上で一般消費者向けに実施した「不動産情報サイト利用者意識アンケート」の調査結果をまとめましたのでご案内いたします。

本アンケート調査は、不動産情報サイトの利用実態とその推移を調査するために年1回実施しているもので、今回はその 16 回目。物件契約に至ったユーザーの行動・特徴を中心にまとめました。

●不動産情報を調べる際に利用したもの/物件を「契約した人」が対象（複数回答）



■不動産情報サイト事業者連絡協議会(RSC)について

インターネットサイト上の不動産広告は、不動産会社にとっては成約の促進に、また一般消費者にとっては希望する不動産の探索に、効率的・効果的な手段として活用され支持されています。しかし、サイト上で広告されている内容に虚偽等の不当なものが混在していたり、不動産公正取引協議会が定める「不動産の表示に関する公正競争規約」に反する表示が行われていては、広告主である不動産会社ばかりか、その情報を発信しているサイトの信用失墜にもつながりかねません。

そこで不動産情報サイトを運営する事業者が集まり、2002年4月、不動産情報サイト事業者連絡協議会(RSC)を設立。以来、(1)不動産情報サイトを運営する事業者が、一般消費者に対して常に正確で安全な不動産情報を提供していくための方法、(2)情報提供元である不動産会社が、情報をより活用しやすくするための仕組み等を研究・構築するための様々な事業を行っています。

「不動産情報サイト利用者意識アンケート」は、その一環として2003年より毎年実施しているもので、調査結果は、ニュースリリースとして発信するほか、不動産情報サイト事業者連絡協議会(RSC)および加盟各社のホームページでも公開します。

■CONTENTS

1. 調査の概要および回答者の内訳・・・

１．－１　調査の概要

（1） 調 査 方 法　不動産情報サイト事業者連絡協議会サイト、会員サイト上で行ったオープン型調査

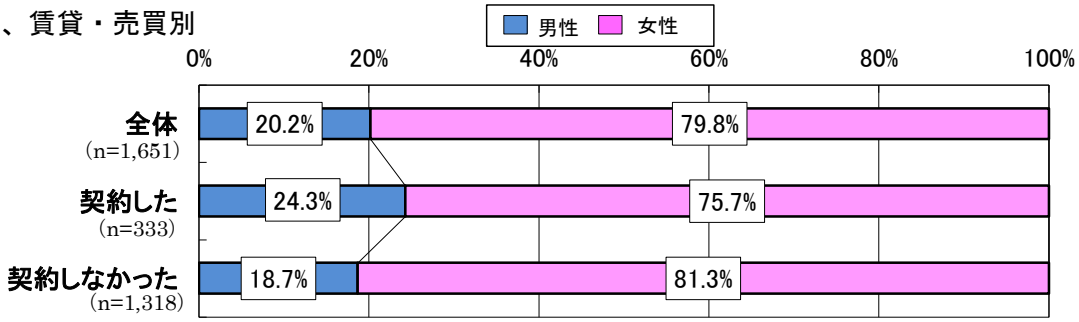
（2） 調 査 期 間　2018 年 3 月 22 日～6 月 21 日の 92 日間

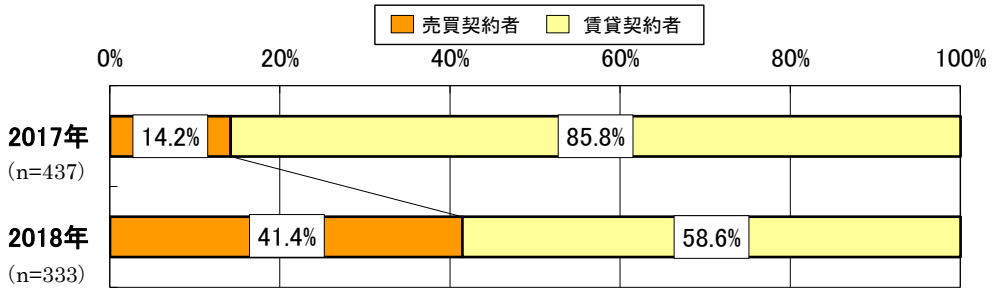
（3） 有効回答者数　1,651 人（過去 1 年間のうちにインターネットでご自身が住む住まいを賃貸または購入するために不動産物件情報を調べた方（調べている方））

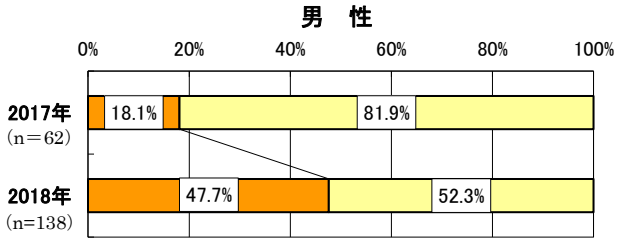
１．－２　回答者の内訳

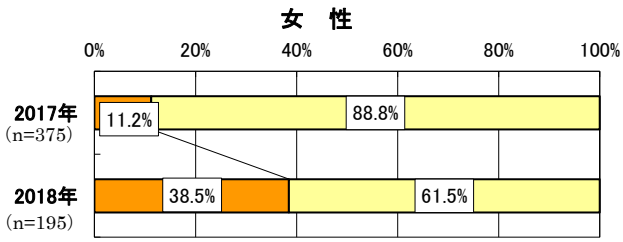
（注）17 年に比べ売買物件契約者の割合が大きく上昇したことにより、問合せ者数・物件数等が増加するなど一部の調査結果に影響が見られました。

（１） 性別、賃貸・売買別

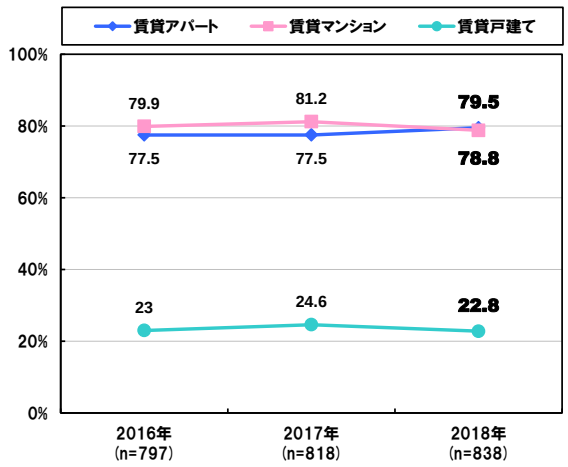


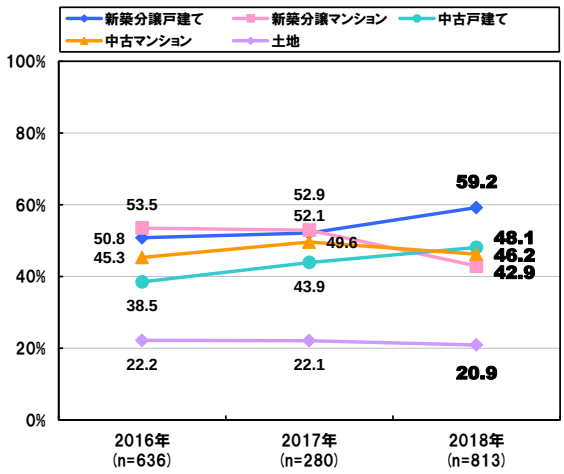




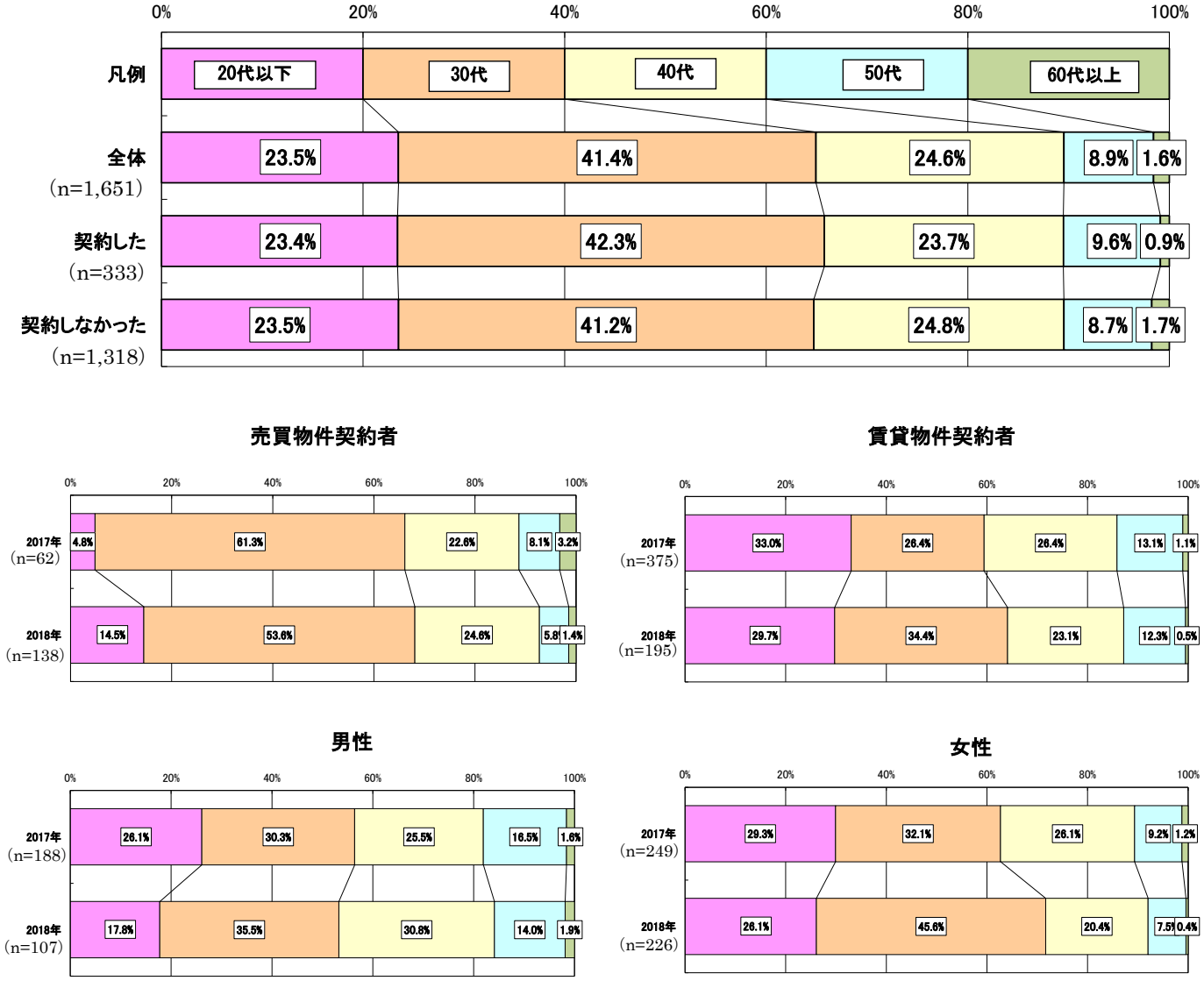


（２） 種目別（複数回答）※全回答者

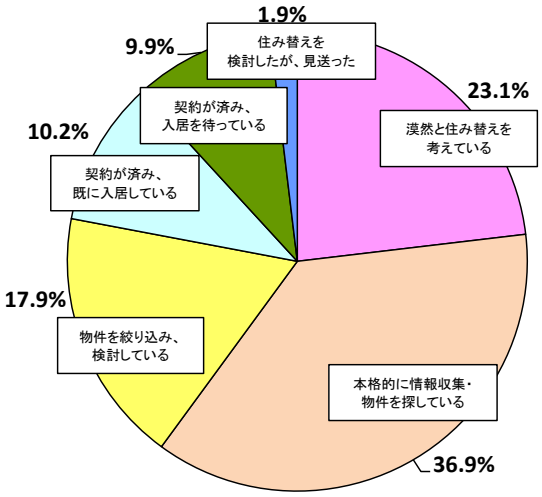




（３） 年代別



（４） 住み替え状況



(n=1,651)

２．主な調査結果

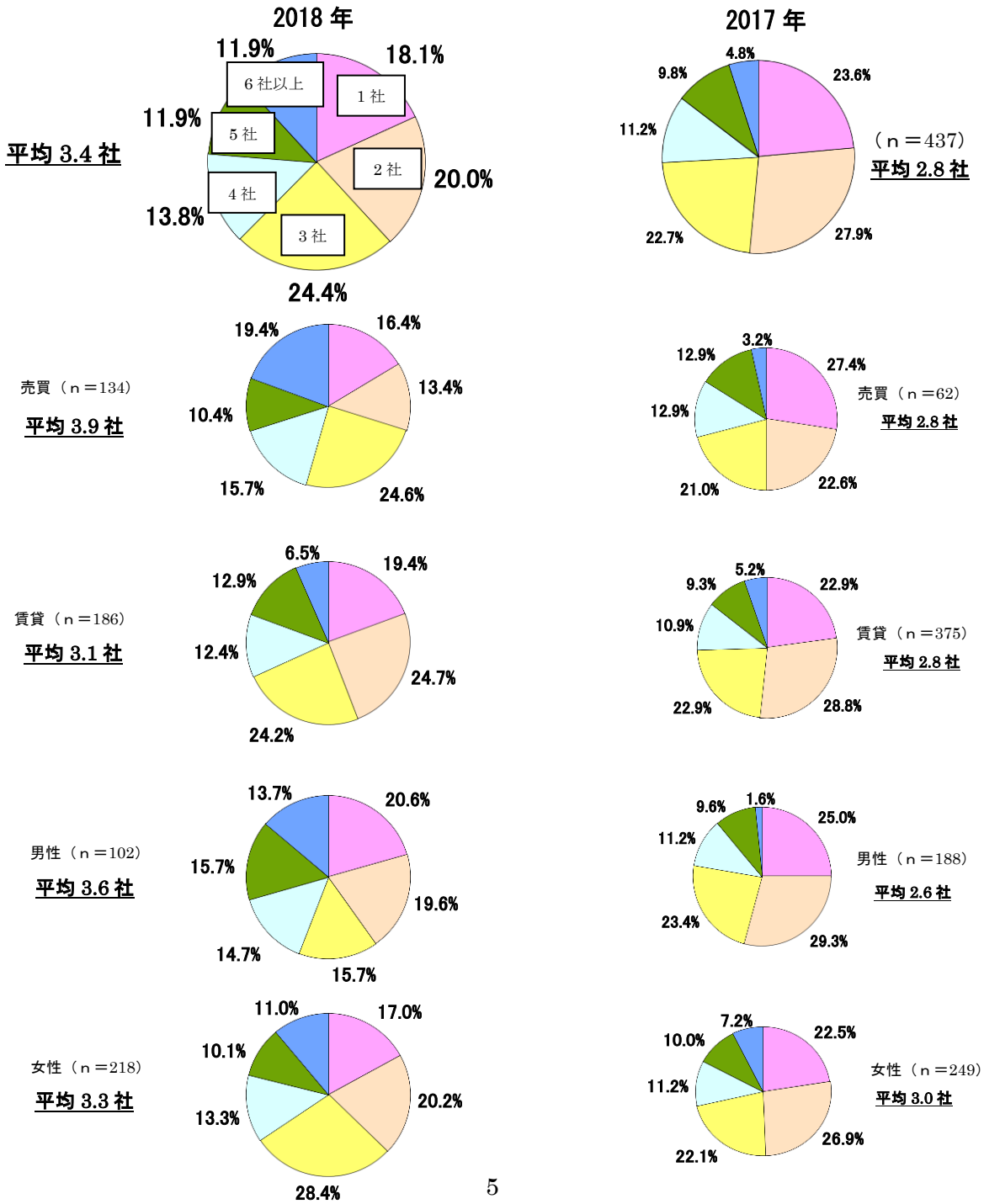
（１）物件の検討から契約まで

物件を「契約した人」が対象

■問合せた不動産会社数は平均 3.4 社、前年比 0.6 社増加。売買では 1.1 社増、価格上昇により慎重なユーザー増える？

物件を契約した人が検討時に問合せた不動産会社数は前年と一転、「1 社」と「2 社」の割合が大幅に低下し、「3 社」が 24.4%で最多となり、平均は「3.4 社」と同 0.6 社増加。ただ、賃貸の増加が 0.3 社にとどまっているのに対し、売買は同 1.1 社増と増加幅が大きく、不動産価格の上昇により慎重なユーザーが増えたことがうかがえます。また男女別では、男性が同 1.0 社増の「3.6 社」、女性が同 0.3 社増の「3.3 社」という結果でした。

Q．問合せた不動産会社数は？（n=320）



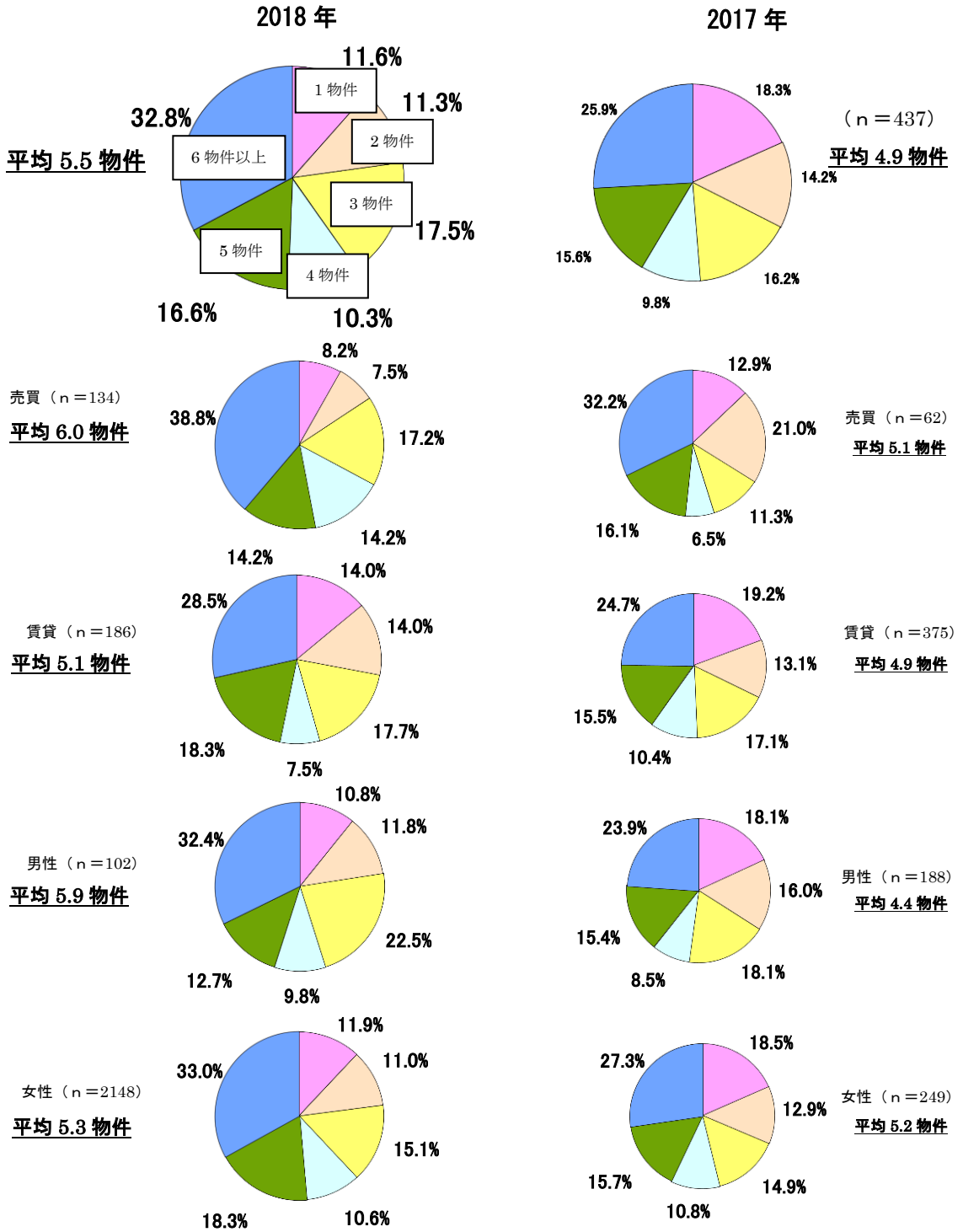
（１）物件の検討から契約まで

物件を「契約した人」が対象

■問合せた物件数は平均 5.5 物件、前年比 0.6 物件増加。男性は売買契約者の割合上昇で 1.5 物件増加。

物件を契約した人が検討時に問合せた物件数は、「6 物件以上」の割合が最も高く 32.8%、以下「3 物件」、「5 物件」と続き、平均は「5.5 物件」で、前年より 0.6 物件増加。平均物件数は、売買が前年を 0.9 物件、賃貸を 0.9 物件上回り、また男性が前年を 1.5 物件、女性を 0.6 物件上回りました。男性は、売買契約者の割合が大幅に上昇し約半数を占めるに至った（3 ページ参照）ことが、問合せ物件の増加に影響しています。

Q．問合せた物件数は？（n=320）



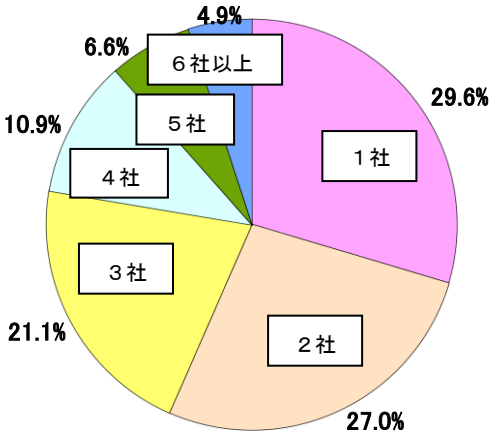
（１）物件の検討から契約まで

物件を「契約した人」が対象

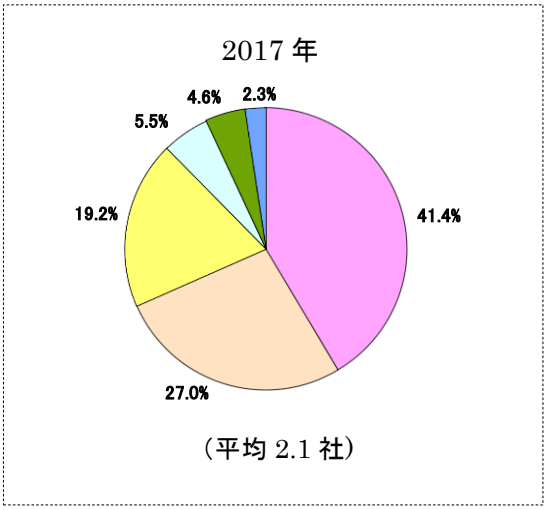
■訪問した不動産会社数は「1 社」が 29.6%で最多となったが、割合は前年を 11.8 ポイント下回る。

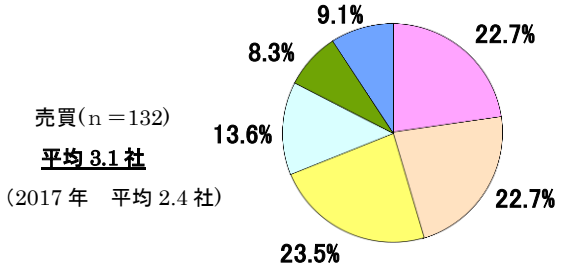
物件を契約した人が訪問した不動産会社数は、「1 社」の割合が 29.6%で最も高かったものの、前年を 11.8 ポイントも下回り、平均は同 0.5 社増の 2.6 社でした。これを売買・賃貸別に見ますと、「1 社」の割合は売買が 22.7%で賃貸より 12.2 ポイント低く、平均は売買が 3.1 社と賃貸を 0.8 社上回りました。また男女別では、男性は女性より「1 社」の割合が高い一方、『4 社以上の合計』の割合も高く、平均は男性が女性を 0.2 社上回っています。なお、女性も売買契約者の割合が上昇しており、前年に比べ「1 社」の割合の低下が目立ちました。

Q．訪問した不動産会社数は？（ｎ=304）

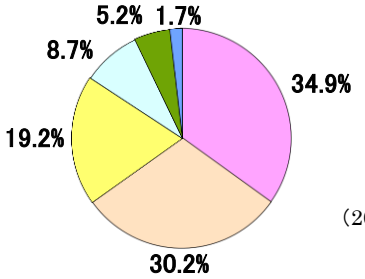


平均 2.6 社

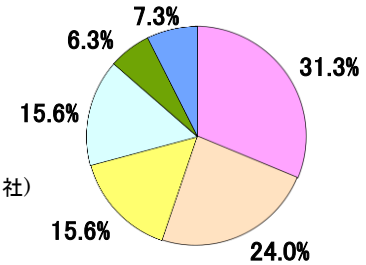




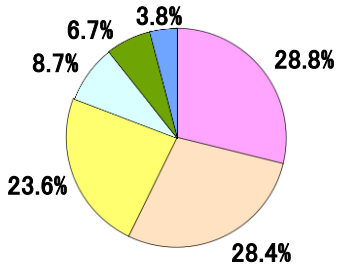
売買（ｎ＝132）
平均 3.1 社
（2017 年　平均 2.4 社）



賃貸（ｎ＝172）
平均 2.3 社
（2017 年　平均 2.1 社）



男性（ｎ＝96）
平均 2.8 社
（2017 年　平均 2.0 社）



女性（ｎ＝208）
平均 2.6 社
（2017 年　平均 2.2 社）

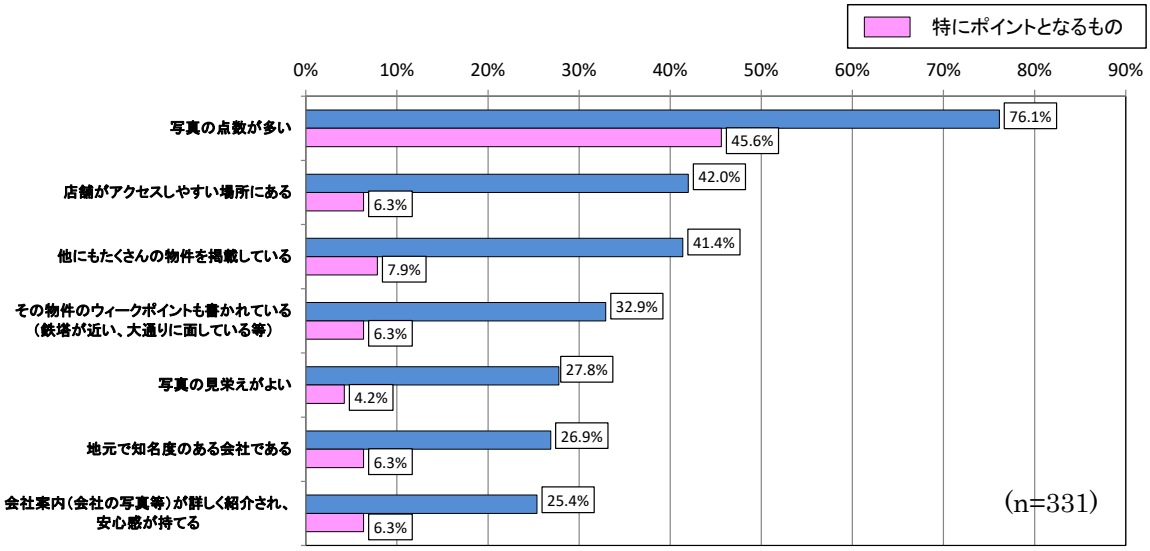
（１）物件の検討から契約まで

物件を「契約した人」が対象

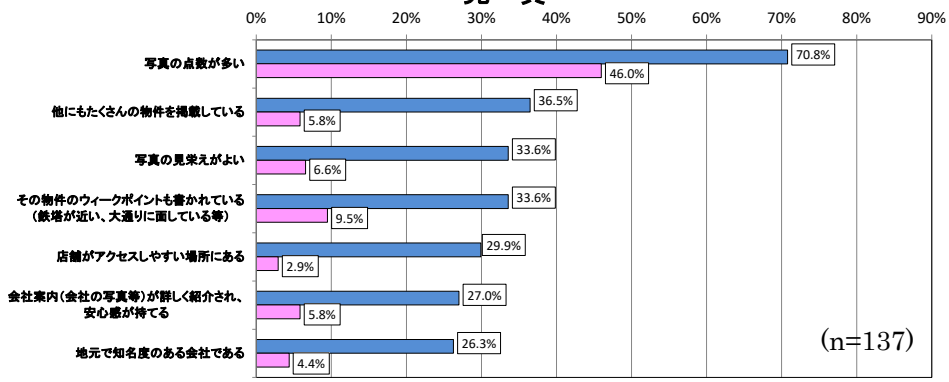
■問合せや訪問をする不動産会社を選ぶ時のポイントは、売買の 7 割、賃貸の 8 割が「写真の点数が多い」と回答。

物件検索後に問合せや訪問をする不動産会社を選ぶ時のポイントのトップは「写真の点数が多い」で、売買の 7 割、賃貸の 8 割が回答。「特にポイントとなるもの」でも、ともにトップとなりました。一方、2 位以下は売買・賃貸で大きな違いが見られ、売買では前年 6 位だった「写真の見栄えが良い」が 3 位に、また賃貸では前年圏外だった「部屋の雰囲気が分かる動画」がランクインするなど、不動産会社の選び方に違いが見られました。

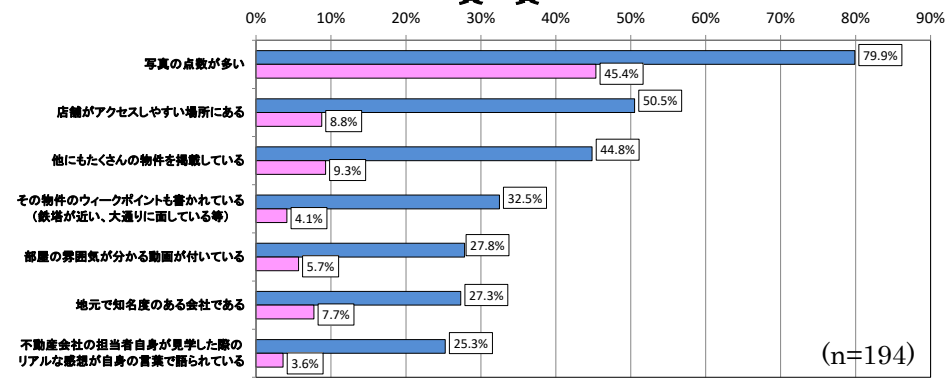
Q．問合せや訪問を行う際に不動産会社を選ぶ時のポイント・気にする点は？（複数回答）
またその中で特にポイントとなるものは？　※上位 7 位までを表示



売　買



賃　貸



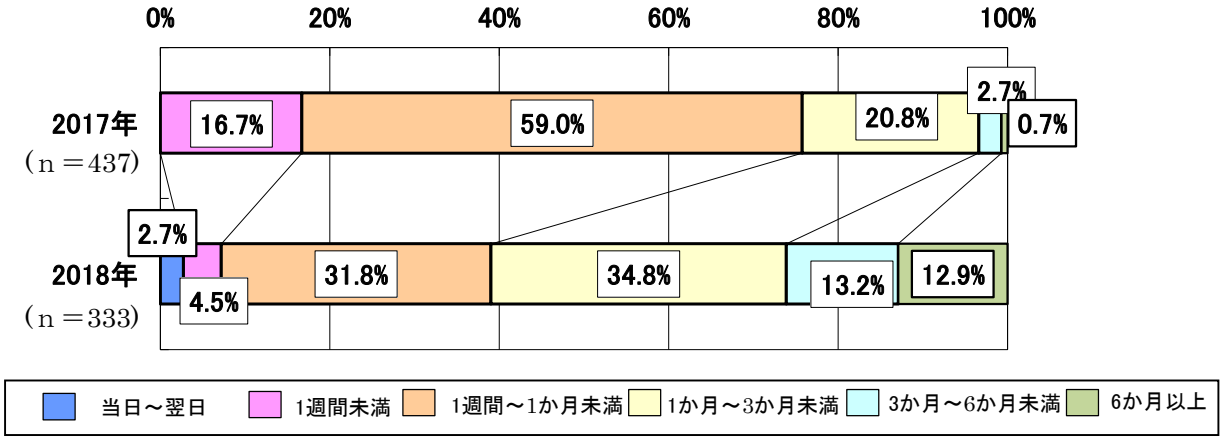
（１）物件の検討から契約まで

物件を「契約した人」が対象

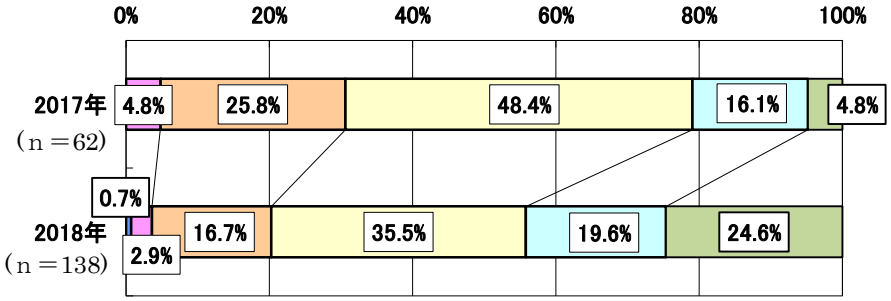
■契約までの期間の前年比は、売買は『3 か月以上の合計』が 20 ポイント超上昇、賃貸では『1 か月以上の合計』が 30 ポイント超上昇し、ともに長期化。

問合せから契約までにかかった期間の最多回答は、前年と同様、売買物件契約者が「1 か月～3 か月未満」（35.5%）、賃貸物件契約者では「1 週間～1 か月未満」（42.6%）となりましたが、その割合は、売買が前年比 12.9 ポイント減、賃貸は同 21.9 ポイント減と大きく低下しています。また、売買では『3 か月以上の合計』が 44.2%と同 23.3 ポイント上昇、賃貸では『1 か月以上の合計』が 47.7%と同 30.9 ポイントも上昇し、契約までの期間が長期化していることがわかりました。

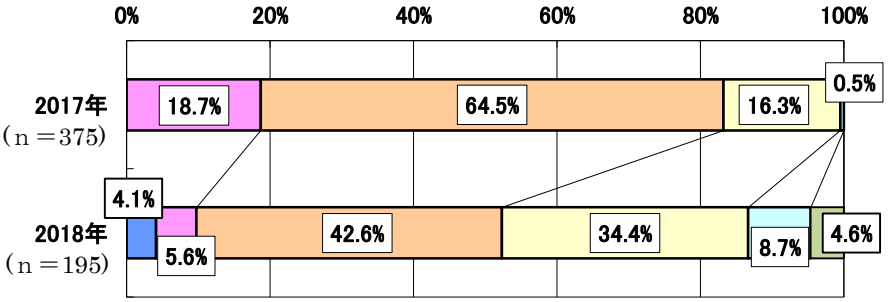
Q．問合せをしてから契約までにかかった期間は？



売　買



賃　貸



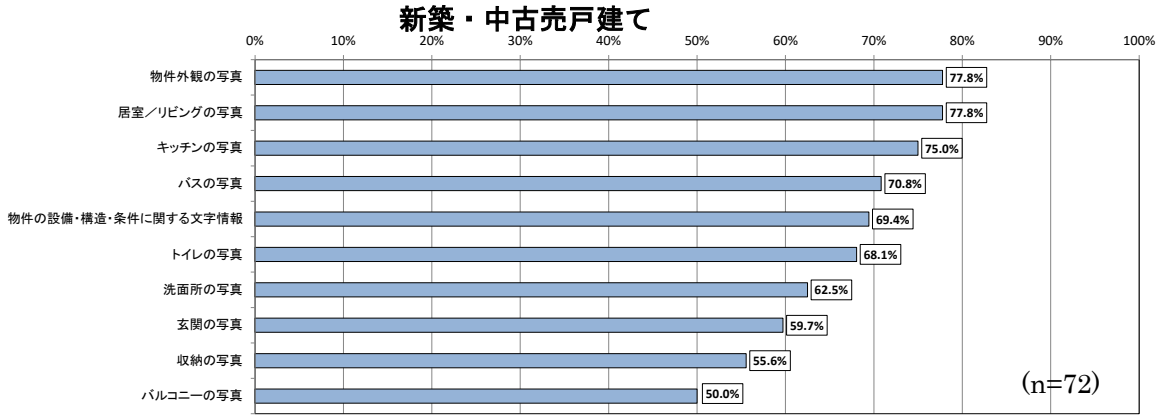
（２）不動産情報サイトについて

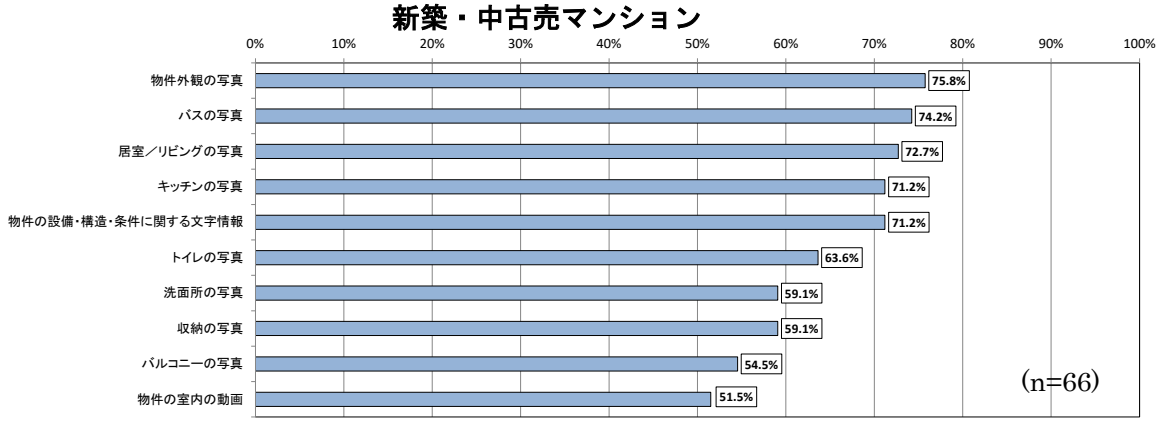
物件を「契約した人」が対象

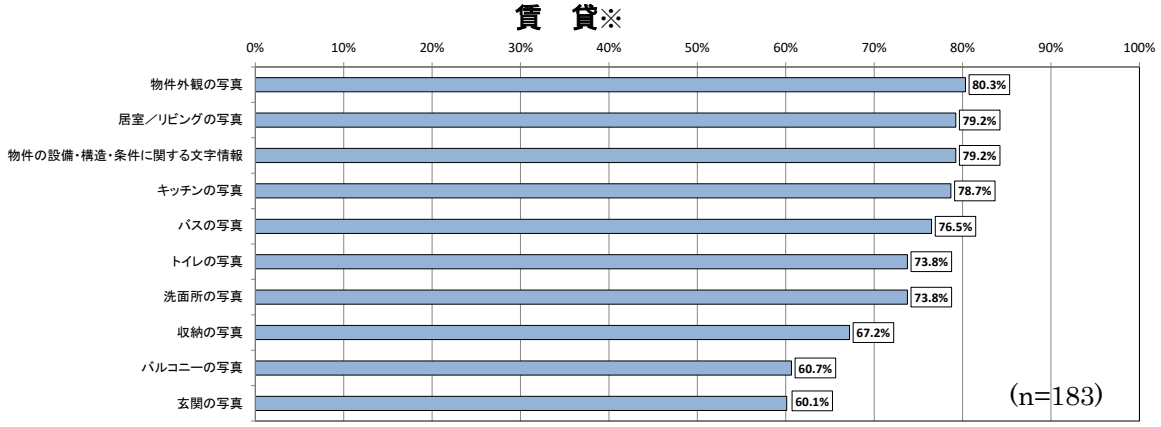
■必要な情報の上位に、さまざまな「写真」がランクイン。また「設備・構造・条件等の文字情報」が全種目で大幅にランクアップし、ユーザーニーズに変化も。

物件を契約した人が、不動産情報サイトで物件を探す際に必要だと思う情報のトップは物件種目を問わず「物件外観の写真」となり、以下、各種目とも、前年と同様さまざまな「写真」が並びました。不動産会社を選ぶポイント（8 ページ）で「写真の点数が多い」という回答がダントツだったことからも、ユーザーがサイトに掲載されている「写真」をいかに重視しているかがわかります。また、「物件の設備・構造・条件に関する文字情報」が大幅にランクアップ（例えば売戸建ては圏外→5 位）しており、ユーザーニーズに変化も見られました。

Q．物件情報を探す際に必要だと思う情報は？（複数回答）　※上位 10 位までを表示







※戸建てを除く

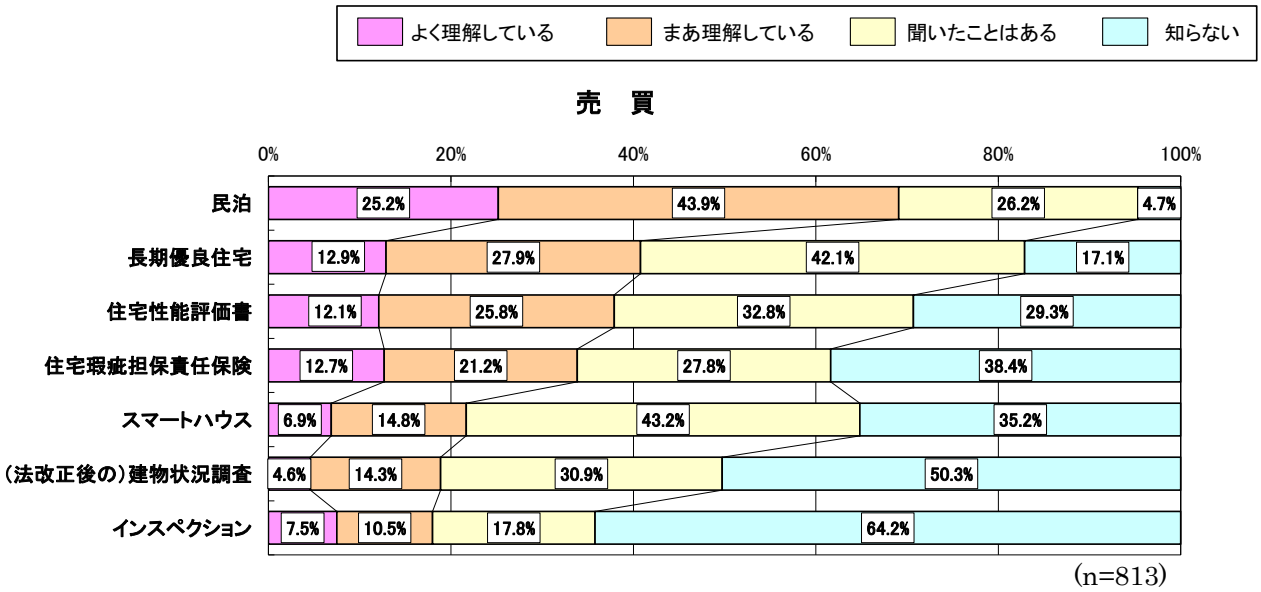
（２）不動産情報サイトについて

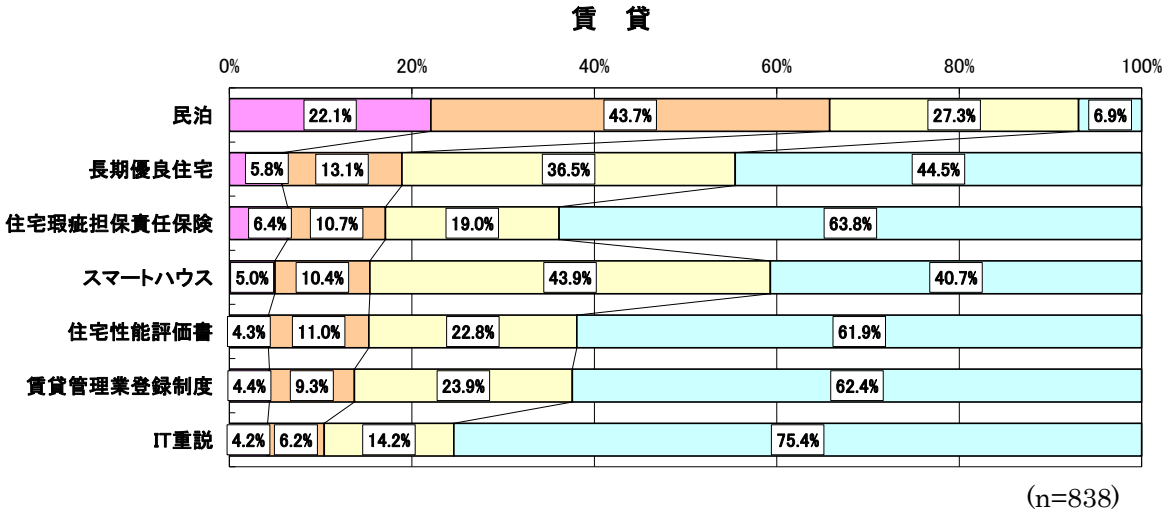
物件を「検索した人」が対象

■最近注目の不動産用語の理解度、トップは売買・賃貸ともに「民泊」、以下5位までほぼ同順位となったが、理解している人の割合は売買の方が高い。

物件を検索した人（契約しなかった人を含む）を対象に、最近注目されている不動産用語についてその理解度を聞いたところ、トップは売買・賃貸ともに「民泊」、次いで「長期優良住宅」となり、以下 5 位まではほぼ同順位に。ただし、売買と賃貸の“理解＋まあ理解”の割合を比べると、その差は「民泊」こそ僅差にとどまったものの、「長期優良住宅」では売買が賃貸を 20 ポイント以上上回るなど全般的に売買の方が理解度が高くなっています。なお、6 位・7 位には、売買が「（法改正後の）建物状況調査」「インスペクション」が、また賃貸は「賃貸管理業登録制度」「IT 重説」がランクインしました。

Q．下記の用語や内容をご存知ですか？（複数回答）　※「よく理解＋まあ理解」の多い順、上位 7 位までを表示





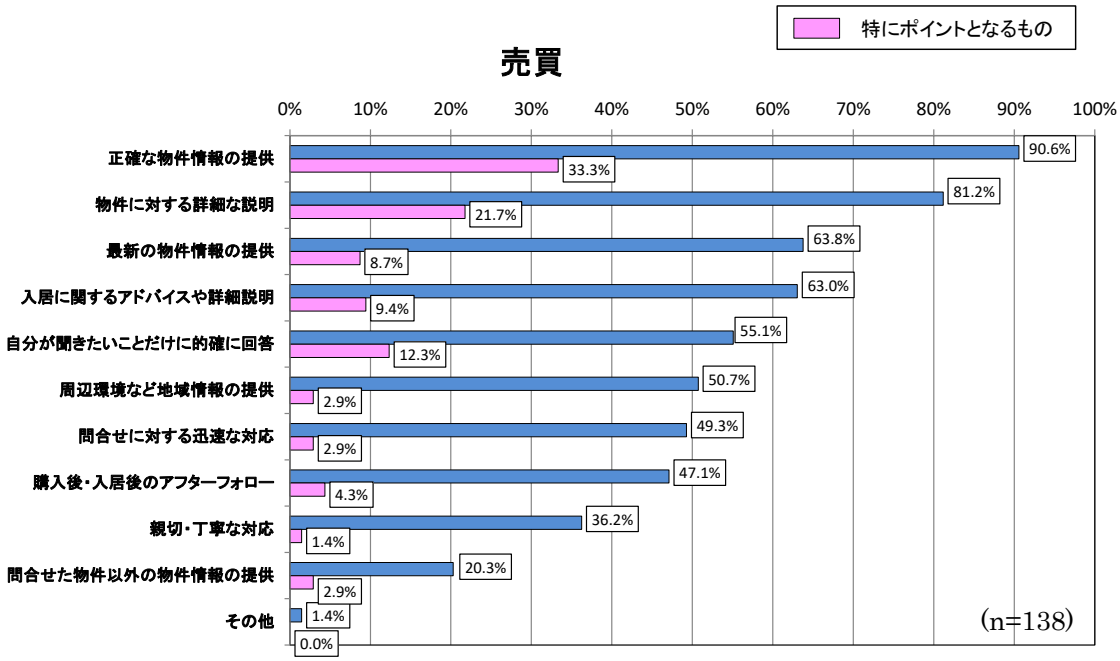
（３）不動産会社について

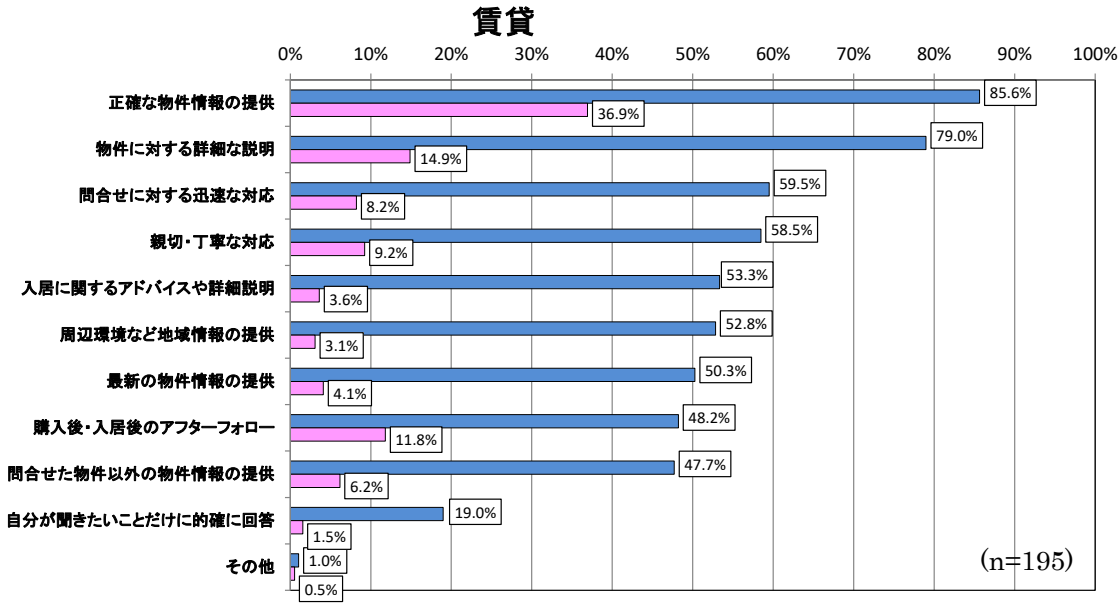
物件を「契約した人」が対象

■不動産会社に求めるものは、売買・賃貸ともに「正確な物件情報の提供」「物件に対する詳細な説明」が不動のトップ 2。その他には大きな変化も。

物件を「契約した人」が不動産会社に求めるものについては、「正確な物件情報の提供」と「物件に対する詳細な説明」が、売買・賃貸ともに不動のトップ 2 に。また、特にポイントとなるものについても同様の結果でした。一方 3 位以下については、「最新の物件情報」（売買 3 位・賃貸 7 位）、「問合せに対する迅速な対応」（売買 7 位・賃貸 3 位）など、売買・賃貸で大きな差が見られたほか、売買では「購入後のアフターフォロー」がランクを 4 つ上げるなど順位自体にも変化が見られました。また売買では、今回選択肢に加えた「自分が聞きたいことだけに的確に回答」が特にポイントとなるものの 3 位となり、ユーザーのシビアな本音も垣間見ることができました。

Q．不動産会社に求めるものは？（複数回答）
またその中で特にポイントとなるものは？





※ご参考　本設問は前ページと同じです。契約した人と契約しなかった人を比較するために掲載しています。

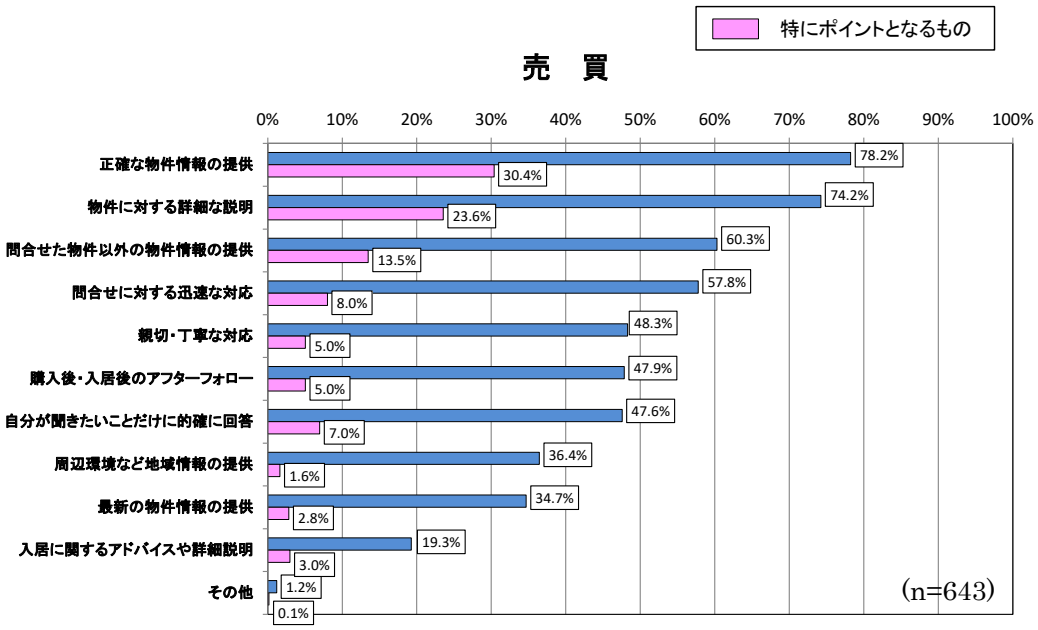
（３）不動産会社について

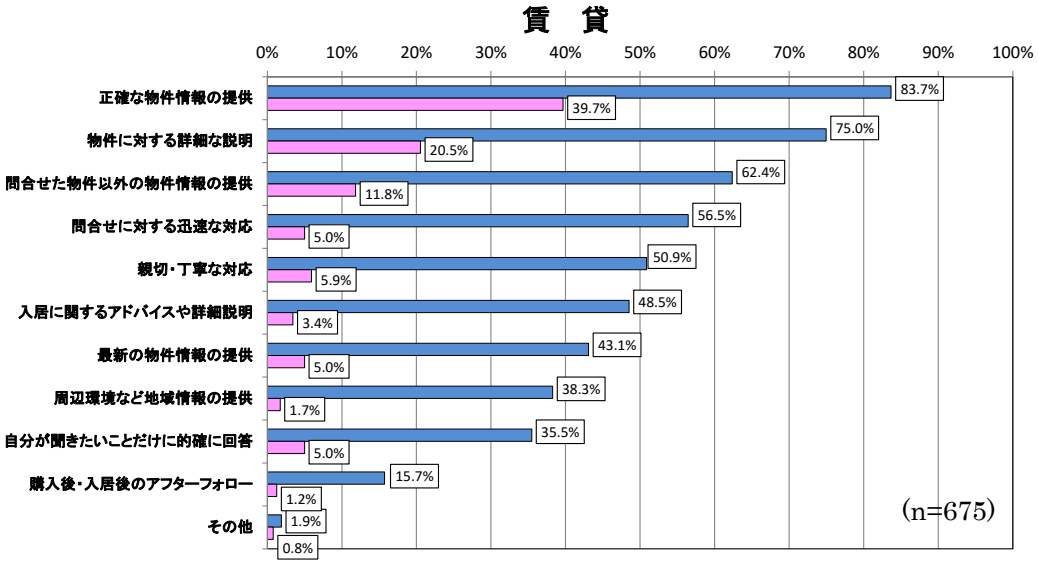
物件を「契約しなかった人」が対象

■“契約しなかった人”の回答は、トップ 2 以外は“契約した人”と大幅に異なり、売買では“契約した人”の回答で 10 位だった「問合せた物件以外の情報」が、3 位にランクイン。

物件を「契約しなかった人」が不動産会社に求めるもののトップ 2 も、「契約した人」と同じく、売買・賃貸ともに「正確な物件情報の提供」「物件に対する詳細な説明」に。ただ、売買では 3 位以下が大幅に異なり、契約者の回答で 10 位だった「問合せた物件以外の情報」が 3 位、また契約者で 9 位だった「親切・丁寧な対応」が 4 位にランクイン。一方、賃貸については、「問合せた物件以外の情報」が 3 位（契約者は 9 位）となった以外は、売買ほど大きな違いは見られませんでした。なお、売買について、「契約者」」と「契約しなかった人」の詳細を調べたところ、「契約しなかった人」では、前年に比べ比較的若い世代の割合が上昇していることから、年齢構成の変化が一つの要因と思われます。

Q．不動産会社に求めるものは？（複数回答）
またその中で特にポイントとなるものは？





（３）不動産会社について

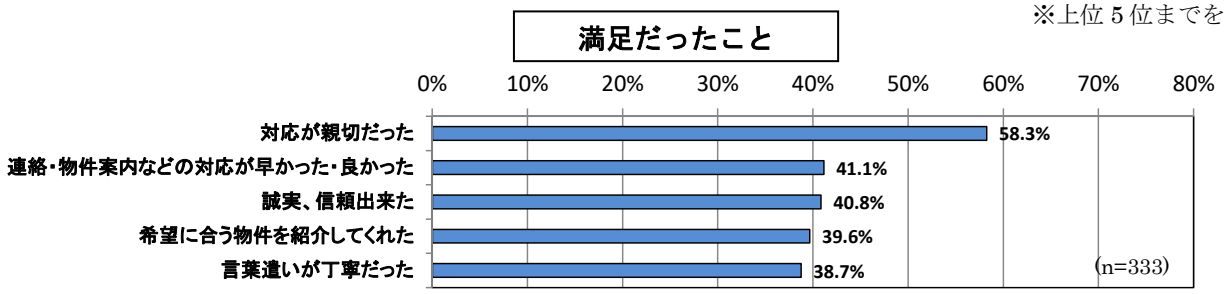
物件を「契約した人」が対象

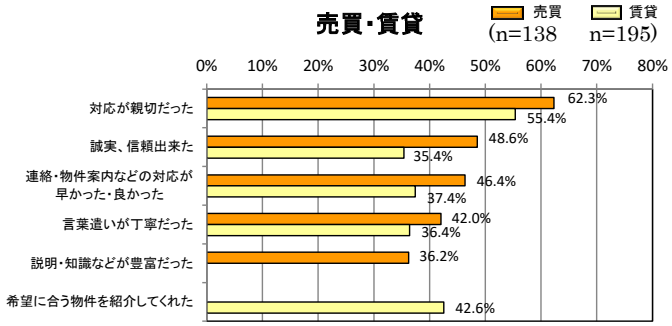
■“不満”の最多回答は「説明・知識不足」で、前年トップだった「物件に関する情報不足」は 3 位に後退。情報が充実した今、知識の差が契約に繋がる？

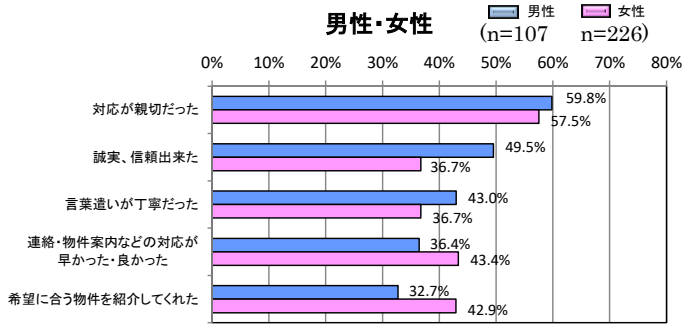
物件を「契約した人」が訪問した不動産会社の接客対応に“満足だったこと”のトップは「対応が親切だった」、次いで「連絡・物件案内などの対応が早かった・良かった」となりました。ただ、売買の 2 位は「誠実、信頼出来た」となるなど、売買と賃貸に違いも。また「誠実・信頼出来た」の回答は、男性が 5 割に近いのに対し女性は 4 割にも届かないなど、男女でも大きく異なっています。一方、“不満だったこと“のトップは「説明・知識などが不足していた」となり、特に男性の回答率が高いという結果に。前年のトップが「物件に関する情報不足」だったことを考えると、情報が充実した今、“説明力”や“知識”が物件成約への一つのポイントになりそうです。

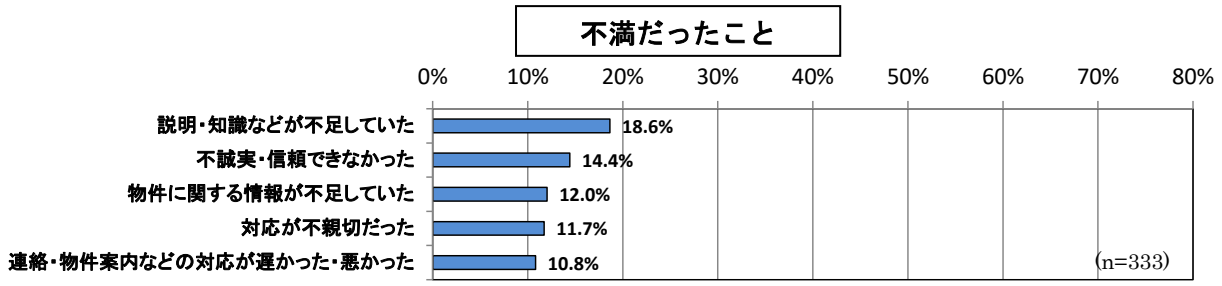
Q．訪問した不動産会社の接客に対して満足だったこと・不満だったことは？（複数回答）

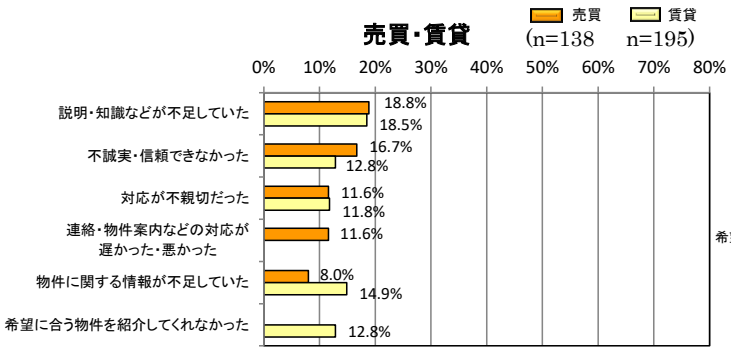
※上位 5 位までを表示

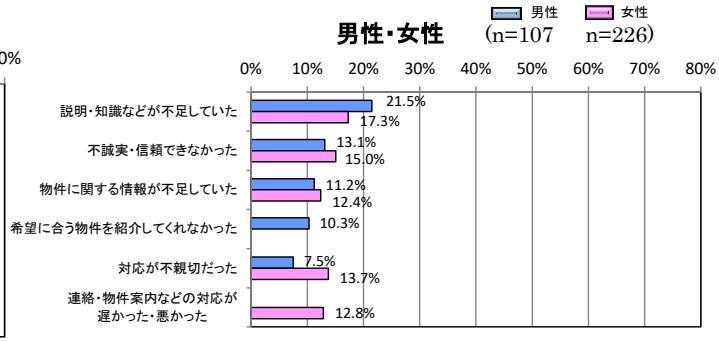












（４）その他

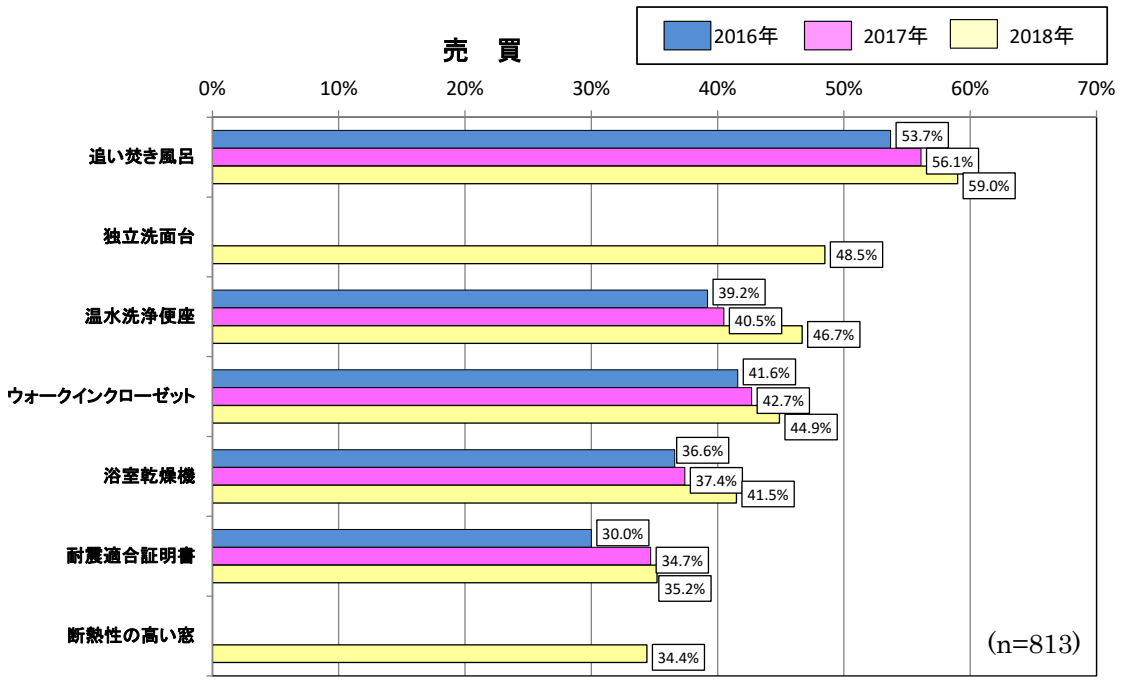
物件を「検索した人」が対象

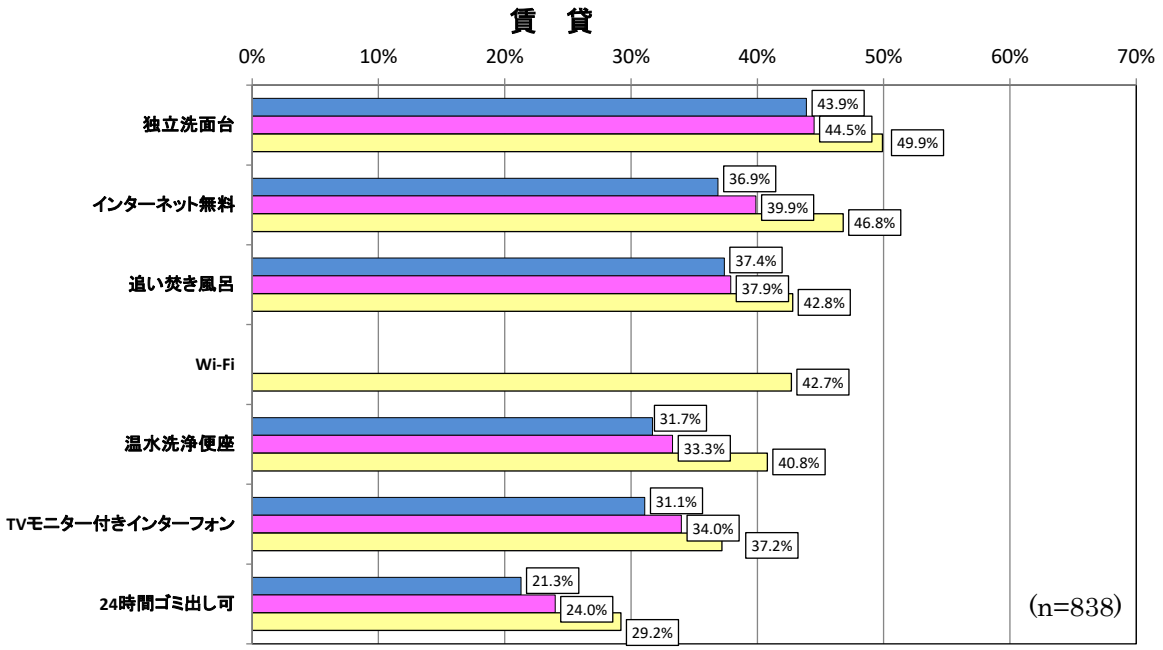
■ユーザーニーズが増加傾向にある人気の設備 1 位は、売買が「追い焚き風呂」、賃貸は「独立洗面台」。賃貸では「インターネット無料」が 2 年で約 10 ポイント増。

今回は、「物件情報を探す際に希望する設備等」（対象は「検索した人」）について、ユーザーニーズが増加傾向にある人気の設備とその変化を比べてみました。まず人気第 1 位は売買が「追い焚き風呂」、賃貸は「独立洗面台」に。また、設問項目の追加で単純には比較できないものの、2 年間で最もニーズが増加した設備のトップ 2 は、売買が「温水洗浄便座」（7.5 ポイント増）、「追い焚き風呂」（5.3 ポイント増）、賃貸は「インターネット無料」（9.9 ポイント増）、「温水洗浄便座」（9.1 ポイント増）となるなど、全般的に賃貸の設備ニーズの伸びが大きいことが分かりました。

Q．物件情報を探す際に希望する設備等は？（複数回答）

※ユーザーニーズが増加傾向にある設備トップ７（今回選択肢に追加し、回答率が高かったものを含む。）





３．不動産情報サイト事業者連絡協議会 概要

（Real estate Site Consortium：略称ＲＳＣ）

【所 在 地】東京都千代田区内幸町 1-3-2
【Ｈ　　Ｐ】http://www.rsc-web.jp
【設　　立】2002 年 4 月 2 日
【会　　員】アットホーム株式会社
株式会社いえらぶ GROUP
株式会社カオルコーポレーション
株式会社 CHINTAI
株式会社 LIFULL
株式会社ビジュアルリサーチ
株式会社マイソク
株式会社マイナビ
株式会社リクルート住まいカンパニー

【組　　織】会長　株式会社リクルート住まいカンパニー
執行役員　賃貸営業統括部担当　営業統括本部　賃貸営業統括部部長　中村明

理事　アットホーム株式会社
取締役　業務推進部　部長　庄司利浩

理事　株式会社ＬＩＦＵＬＬ
LIFULL HOME'S事業本部　事業統括部　事業支援ユニット　ユニット長　加藤哲哉

監事　株式会社リクルート住まいカンパニー
ネットビジネス統括本部　SUUMO 編集長　池本洋一

事務局　不動産情報サイト事業者連絡協議会　担当：鈴木

【事業内容】不動産情報サイトを運営する事業者が、一般消費者に対して常に正確で安全な不動産情報を提供していくための方法や、情報提供元である不動産会社が、情報をより活用しやすくするための仕組み等を研究・構築するための様々な事業を行うことを目的とします。主な内容は以下のとおりです。
１．インターネット上における不動産広告の適正化
２．不動産情報基盤の技術的研究

【協議会会員マークの掲示】
協議会会員各社は、運営するサイト上にマークを掲示し、会員であることを証明する。

協議会に関するお問合せ先

不動産情報サイト事業者連絡協議会　担当：鈴木
東京都千代田区内幸町 1-3-2 内幸町東急ビル 5F　〒100-0011
電話 03-3593-5289　ＦＡＸ03-3580-5275　rsc@rsc-web.jp

リリースに関するお問合せは、下記あてにお願いいたします。
アットホーム株式会社　業務推進部　岩田
電話　03-3580-7185