



2005年6月2日(木)

不動産ポータルサイト「HOME'S」が賃貸住宅住み替え経験者にアンケート実施
**賃貸ユーザーは「住宅情報誌」から「物件検索サイト」の時代へ
検討の全段階で「物件情報サイト」が最も利用され、役に立つ情報源に**

～賃貸住宅住み替え実態アンケート2005～

株式会社ネクスト
HOME S事業部賃貸・流通事業部門

不動産ポータルサイト「HOME'S」を運営する株式会社ネクスト(本社:東京都中央区、代表取締役社長:井上高志)は、2004年度中に賃貸住宅への住み替えをおこなったエンドユーザーを対象に、住み替え活動中の情報接触に関するアンケートを実施いたしました。このたび、その調査結果をまとめましたのでご報告いたします。

なお、調査結果資料(PDF)はこちらからダウンロードできます。

不動産ポータルサイトHOME S

<http://www.homes.co.jp/contents2/gaiyou/release050602.htm/>

【主な調査結果】

1. 住み替え検討の全段階を通して最も利用されている情報源は「物件情報サイト」

検討の全段階を通じて最も利用率の高かった情報源(累計値)は、1位「物件情報サイト」で206ポイント。以下、2位が「住宅・不動産会社の店頭」、3位が「不動産会社のホームページ」と続きます。(3ページ)

2. 「物件情報サイト」の利用前年比較で大幅増加、「住宅情報誌」は減少

「物件情報サイト」は、前年の結果よりも、検討の全段階において利用率が上昇している一方、「住宅情報誌」については逆の傾向で、前年よりも検討の全段階において利用率が下落していることがわかりました。

賃貸住み替えユーザーにとって、「物件情報サイト」は「住宅情報誌」に置き換わっていく傾向が伺われます。(5ページ)

3. 検討の各段階で、物件情報サイトが最も役に立っている

賃貸住宅住み替えのための検討前期では5割が、「物件情報サイト」を役に立ったと評価。検討末期の契約前後でも3割が「物件情報サイト」を役に立ったと評価しています。(8ページ)

本件に関するお問い合わせ先

株式会社ネクスト 担当:須田

東京都中央区新川2-3-1 セントラルスクエア

Tel:03-5117-2713 E-MAIL:press@homes.co.jp



調査概要

【調査目的】

2004年4月～2005年3月に賃貸住宅の契約・住み替えをおこなったエンドユーザーの住み替え時における情報接触実態を明らかにし、関係各位の参考に供する。

【調査対象】

インターネット調査システム「マクロミル」の登録モニターのうち、2004年4月～2005年3月に賃貸住宅の契約・住み替えをおこなった首都圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)在住者

【調査方法】

インターネット調査

【集計数】

408人(男性194人、女性214人)

【調査時期】

2005年4月18日～2005年4月19日

調査実施に際して

【設計の視点】

調査の設計に際して、住み替え検討過程を便宜上4つの段階()に分解し、それぞれの時期における、利用情報源や役に立った情報源について回答してもらいました。

()検討過程の4つの段階は、以下のフローを一つのモデルとして設計し、分析しています。

(検討前期) 受動的情報収集

漠然と住み替えを考え始めた時期

能動的情報収集

住み替えを意識して具体的な情報収集をしていた時期

(検討後期) 物件選別段階

自分の希望条件にあった物件を絞り込んでいた時期

契約期

不動産会社、住宅会社との契約の前後



1. 検討の全段階を通して最も利用されている情報源は「物件情報サイト」

検討の全段階を通じて最も利用率の高かった情報源(累計値)は、1位「物件情報サイト」で206ポイント。以下、2位が「住宅・不動産会社の店頭」、3位が「不動産会社のホームページ」。

住み替え検討過程を便宜上4つの段階に分解し、それぞれの時期における利用情報源について回答してもらったところ、検討の全段階を通じて最も利用率の高かった情報源(累計値)は、1位が「不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー」(以後、「物件情報サイト」と表記します)で206ポイントでした。以下、2位が「住宅・不動産会社の店頭」で、125ポイント、3位が「不動産会社のホームページ」で108ポイントと続きます。

個別の各段階での利用情報源をみると、物件絞り込みの段階になるまで、一貫して「物件情報サイト」の利用率が最も高くなっていることが特徴的です。

検討段階別 各種情報源の利用状況(2004年度)

全検討段階での利用情報源・累計ランキング(%)

1位	205.6	不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー
2位	126.0	住宅・不動産会社の店頭
3位	107.9	不動産・住宅会社のホームページ
4位	88.4	住宅情報誌
5位	59.1	住宅・不動産会社の営業マン
6位	53.1	友人知人家族
7位	34.9	チラシ
8位	26.9	住宅・不動産会社のカタログ・パンフレット
9位	11.6	新聞雑誌
10位	11.2	新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどの記事やニュース
11位	7.4	モデルルームや住宅展示場
12位	3.2	テレビやラジオコマーシャル

漠然と住み替えを考え始めた時期の利用情報源ランキング(%)

1位	58.6	不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー
2位	29.3	住宅情報誌
3位	25.6	不動産・住宅会社のホームページ
4位	15.3	住宅・不動産会社の店頭
5位	14.0	チラシ

自分の希望条件にあった物件を絞り込んでいた時期の利用情報源ランキング(%)

1位	48.8	不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー
2位	41.4	住宅・不動産会社の店頭
3位	28.8	不動産・住宅会社のホームページ
4位	20.5	住宅・不動産会社の営業マン
5位	19.1	住宅情報誌

住み替えを意識して具体的な情報収集をしていた時期の利用情報源ランキング(%)

1位	64.2	不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー
2位	34.0	不動産・住宅会社のホームページ
3位	32.6	住宅・不動産会社の店頭
4位	29.3	住宅情報誌
5位	14.0	友人知人家族

不動産会社、住宅会社との契約の前後の利用情報源ランキング(%)

1位	36.7	住宅・不動産会社の店頭
2位	34.0	不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー
3位	24.2	住宅・不動産会社の営業マン
4位	19.5	不動産・住宅会社のホームページ
5位	13.5	友人知人家族



2. 検討の全段階を通して最も役に立っている情報源は「物件情報サイト」

検討の全段階を通じて最も役立ち率の高かった情報源(累計値)は、1位「物件情報サイト」で172ポイント。以下、2位が「住宅・不動産会社の店頭」、3位が「不動産会社のホームページ」。

1.と同様に住み替え検討過程を4つの段階に分解し、それぞれの時期における「役立ち情報源」について回答してもらったところ、検討の全段階を通じて役立ち率の高かった情報源(累計値)は、1位が「物件情報サイト」で172ポイントでした。以下、2位が「住宅・不動産会社の店頭」で、93ポイント、3位が「不動産会社のホームページ」で70ポイントと続きます。

個別の各段階での利用情報源をみると、契約前後の段階になるまで、常に一貫して「物件情報サイト」の役立ち率が最も高くなっていることが特徴的です。

検討段階別 各種情報源の役立ち状況(2004年度)

全検討段階での役立ち情報源・累計ランキング(%)

1位	172.1	不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー
2位	92.5	住宅・不動産会社の店頭
3位	69.8	不動産・住宅会社のホームページ
4位	48.8	住宅情報誌
5位	44.6	住宅・不動産会社の営業マン
6位	40.0	友人知人家族
7位	16.8	住宅・不動産会社のカタログ・パンフレット
8位	11.2	チラシ
9位	3.3	新聞雑誌
10位	2.4	モデルルームや住宅展示場
11位	1.9	新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどの記事やニュース
12位	1.9	テレビやラジオコマーシャル

漠然と住み替えを考え始めた時期の役立ち情報源ランキング(%)

1位	52.1	不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー
2位	17.2	住宅情報誌
3位	14.4	不動産・住宅会社のホームページ
4位	10.7	住宅・不動産会社の店頭
5位	9.3	友人知人家族

自分の希望条件にあった物件を絞り込んでいた時期の役立ち情報源ランキング(%)

1位	38.1	不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー
2位	30.7	住宅・不動産会社の店頭
3位	20.0	不動産・住宅会社のホームページ
4位	15.3	住宅・不動産会社の営業マン
5位	11.6	住宅情報誌

住み替えを意識して具体的な情報収集をしていた時期の役立ち情報源ランキング(%)

1位	52.1	不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー
2位	23.7	住宅・不動産会社の店頭
3位	19.1	不動産・住宅会社のホームページ
4位	13.0	住宅情報誌
5位	9.3	友人知人家族

不動産会社、住宅会社との契約の前後の役立ち情報源ランキング(%)

1位	29.8	不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー
2位	27.4	住宅・不動産会社の店頭
3位	20.0	住宅・不動産会社の営業マン
4位	16.3	不動産・住宅会社のホームページ
5位	11.2	友人知人家族



3. 利用情報源の年次比較 「物件情報サイト」は増加、「住宅情報誌」は減少

前年調査との変化では、「物件情報サイト」の利用は増加、「住宅情報誌」の利用は減少。

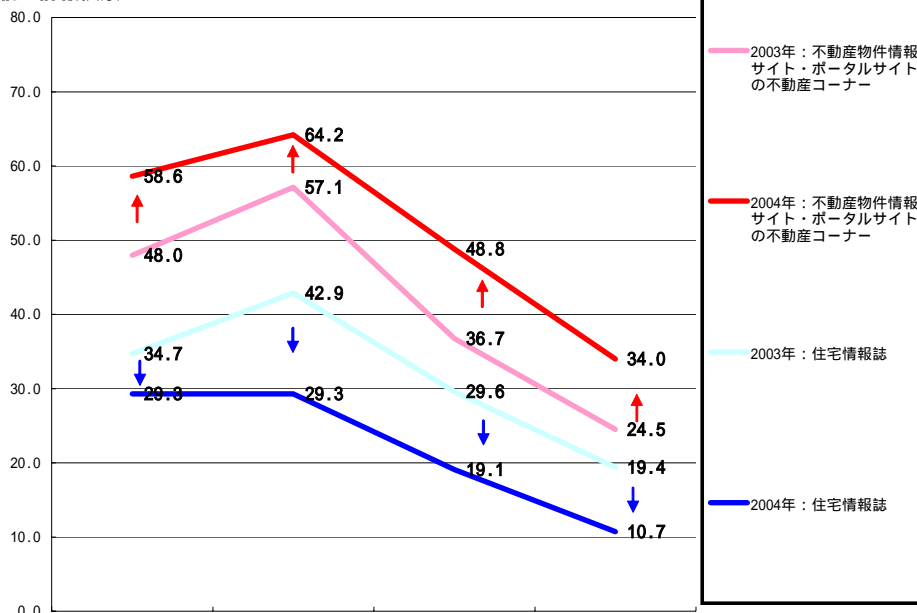
ユーザーにとって、個別の物件情報を検索・入手できる2つの情報源(「物件情報サイト」と「住宅情報誌」)の利用率の差をみました。

前年調査との変化を見ると、「物件情報サイト」は、前年の結果よりも、検討の全段階において利用率が上昇している一方、「住宅情報誌」については逆の傾向で、前年よりも検討の全段階において利用率が下落していることがわかりました。

賃貸住み替えユーザーにとって、「物件情報サイト」は「住宅情報誌」に置き換わっていく傾向が見伺われます。

利用情報源の年次比較(物件情報サイトと住宅情報誌)

利用情報源 賃貸住み替え者 情報誌と情報検索サイト



情報源	漠然と住み替えを考えた時期	住み替えを意識して具体的な情報収集をしていた時期	自分の希望条件にあった物件を絞り込んでいた時期	不動産会社、住宅会社との契約の前	後	累計
2003年：不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー	48.0	57.1	36.7	24.5		166.3
2004年：不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー	58.6	64.2	48.8	34.0		205.6
2003年：住宅情報誌	34.7	42.9	29.6	19.4		126.5
2004年：住宅情報誌	29.3	29.3	19.1	10.7		88.4



4. 役立ち情報源の年次比較 「物件情報サイト」は増加、「住宅情報誌」は減少

前年調査との変化では、「物件情報サイト」の役立ち度は増加、「住宅情報誌」の役立ち度は減少。

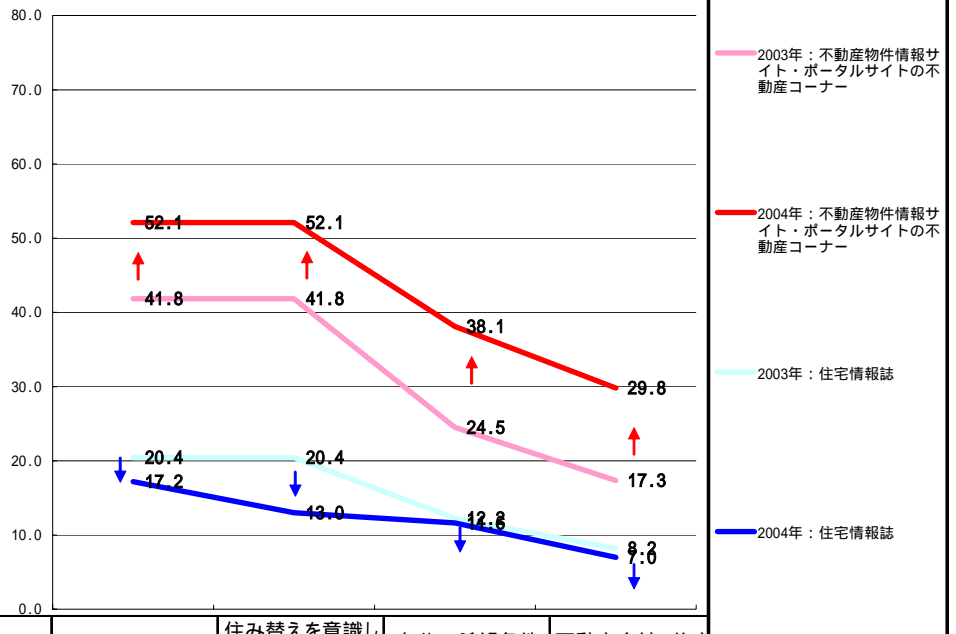
ユーザーにとって、個別の物件情報を検索・入手できる2つの情報源(「物件情報サイト」と「住宅情報誌」)の役立ち度の差をみました。

前年調査との変化を見ると、「物件情報サイト」は、前年の結果よりも、検討の全段階において役立ち度が上昇している一方、「住宅情報誌」については逆の傾向で、前年よりも検討の前期において役立ち率が下落していることがわかりました。

利用だけでなく、有益性の点でも、賃貸住み替えユーザーにとって、「物件情報サイト」は「住宅情報誌」に置き換わっていく傾向が見られます。

役立ち情報源の年次比較(物件情報サイトと住宅情報誌)

役立ち情報源 賃貸住み替え者 情報誌と情報検索サイト



	漠然と住み替えを考え始めた時期	住み替えを意識して具体的な情報収集をしていた時期	自分の希望条件にあった物件を絞り込んでいた時期	不動産会社、住宅会社との契約の前	後	累計
2003年: 不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー	41.8	41.8	24.5	17.3		125.5
2004年: 不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー	52.1	52.1	38.1	29.8		172.1
2003年: 住宅情報誌	20.4	20.4	12.2	8.2		61.2
2004年: 住宅情報誌	17.2	13.0	11.6	7.0		48.8



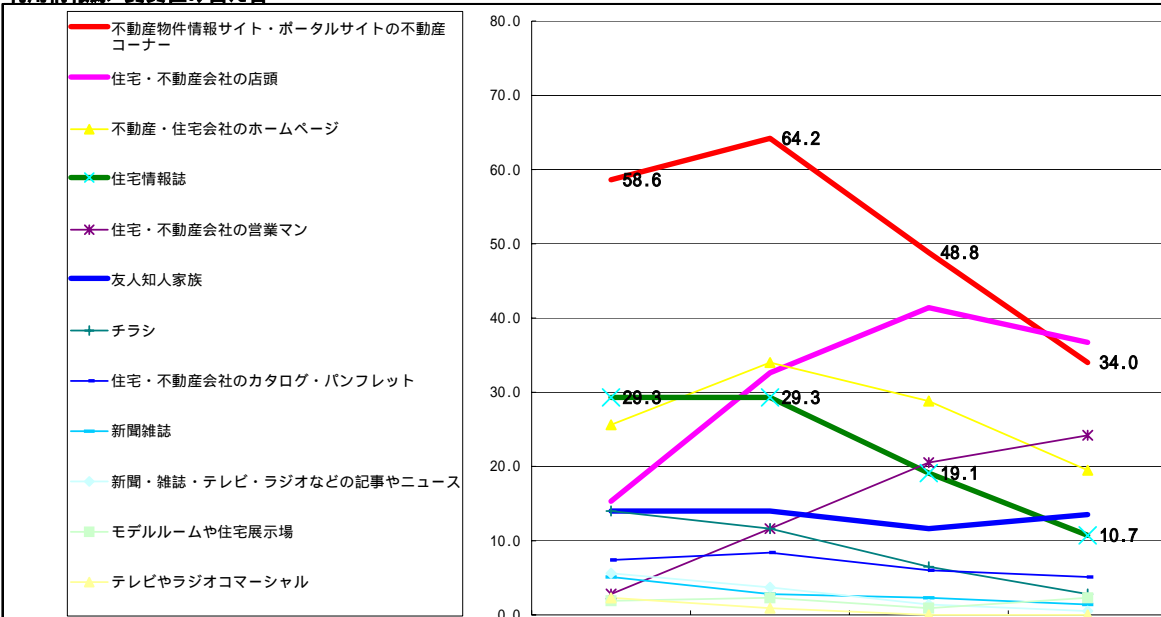
5. 検討の各段階で、物件情報サイトが最も利用されている

賃貸住宅住み替えのための検討前期では6割が、「物件情報サイト」を利用したと評価。検討末期の契約前後でも3割が「物件情報サイト」を利用した。

賃貸住宅に住み替えをおこなったエンドユーザーは、「不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー」を最も利用したと考えていることがわかりました。特に、「積極的情報収集期」では、「不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー」は、他のどの情報源よりも利用されたことがわかります。「物件情報」の掲載媒体としては「住宅情報誌」の倍以上の利用となっており、賃貸住宅への住み替えユーザーにとっては、情報源としては「物件情報サイトの圧倒的な普及」が伺われます。

検討段階別 各種情報源の利用状況(2004年度)

利用情報源 賃貸住み替え者



利用情報源	漠然と住み替えを考えた時期	住み替えを意識して具体的な情報収集をしていた時期	自分の希望条件にあった物件を絞り込んでいた時期	不動産会社、住宅会社との契約の前	後	累計
不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー	58.6	64.2	48.8	34.0	205.6	
住宅・不動産会社の店頭	15.3	32.6	41.4	36.7	126.0	
不動産・住宅会社のホームページ	25.6	34.0	28.8	19.5	107.9	
住宅情報誌	29.3	29.3	19.1	10.7	88.4	
住宅・不動産会社の営業マン	2.8	11.6	20.5	24.2	59.1	
友人知人家族	14.0	14.0	11.6	13.5	53.1	
チラシ	14.0	11.6	6.5	2.8	34.9	
住宅・不動産会社のカタログ・パンフレット	7.4	8.4	6.0	5.1	26.9	
新聞雑誌	5.1	2.8	2.3	1.4	11.6	
新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどの記事やニュース	5.6	3.7	1.4	0.5	11.2	
モデルルームや住宅展示場	1.9	2.3	0.9	2.3	7.4	
テレビやラジオコマーシャル	2.3	0.9	0.0	0.0	3.2	
その他	5.1	6.0	7.0	8.4	26.5	
覚えていない	10.7	5.6	6.0	7.4	29.7	



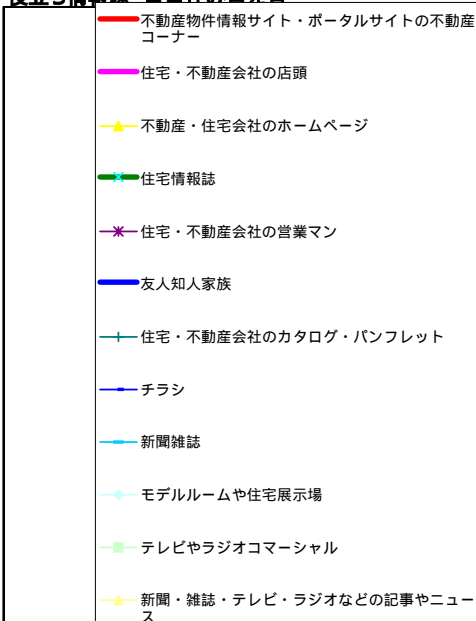
6. 検討の各段階で、物件情報サイトが最も役に立っている

賃貸住宅住み替えのための検討前期では5割が、「物件情報サイト」が役に立ったと評価。検討末期の契約前後でも3割が「物件情報サイト」を役に立ったと評価している。

賃貸住宅に住み替えをおこなったエンドユーザーは、「不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー」がもっとも役に立ったと考えていることがわかりました。特に、検討の前半期では、「不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー」は、他のどの情報源よりも利用されたことがわかります。「物件情報」の掲載媒体としては「住宅情報誌」の3～4倍以上が役に立ったと回答しており、賃貸住宅への住み替えユーザーにとっては、役立ち情報源としても賃貸住み替えマーケットに置いては「情報誌ではなくインターネットに完全に切り替わった」ことが伺われます。

検討段階別 各種情報源の役立ち状況(2004年度)

役立ち情報源 賃貸住み替え者



情報源	漠然と住み替えを考えた時期	住み替えを意識して具体的な情報収集をしていた時期	自分の希望条件にあった物件を絞り込んでいた時期	不動産会社、住宅会社との契約の前後	累計
不動産物件情報サイト・ポータルサイトの不動産コーナー	52.1	52.1	38.1	29.8	172.1
住宅・不動産会社の店頭	10.7	23.7	30.7	27.4	92.5
不動産・住宅会社のホームページ	14.4	19.1	20.0	16.3	69.8
住宅情報誌	17.2	13.0	11.6	7.0	48.8
住宅・不動産会社の営業マン	1.9	7.4	15.3	20.0	44.6
友人知人家族	9.3	9.3	10.2	11.2	40.0
住宅・不動産会社のカタログ・パンフレット	3.7	4.7	4.7	3.7	16.8
チラシ	5.1	3.3	2.3	0.5	11.2
新聞雑誌	1.4	0.5	0.5	0.9	3.3
モデルルームや住宅展示場	0.5	1.4	0.0	0.5	2.4
テレビやラジオコマercial	1.4	0.5	0.0	0.0	1.9
新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどの記事やニュース	1.4	0.5	0.0	0.0	1.9
その他	4.7	5.6	6.0	7.4	23.7
覚えていない	15.3	9.8	7.9	8.8	41.8



7. (参考資料) アンケート回答者属性

(%)

全 体	世帯年収(税込み)												
	300万 円未満	300～ 400万 円未満	400～ 500万 円未満	500～ 600万 円未満	600～ 700万 円未満	700～ 800万 円未満	800～ 900万 円未満	900～ 1000 万円未 満	1000 ～120 0万円 未満	1200 ～150 0万円 未満	1500 ～200 0万円 未満	2000 万円以 上	不明/ 無回答
408	19.1	22.8	20.0	7.4	8.8	8.8	1.4	3.3	3.3	0.9	0.0	0.9	3.3

(%)

全 体	性別	
	男性	女性
408	47.4	52.6

(%)

全 体	年齢										
	12才 未満	12才 ～19 才	20才 ～24 才	25才 ～29 才	30才 ～34 才	35才 ～39 才	40才 ～44 才	45才 ～49 才	50才 ～54 才	55才 ～59 才	60才 以上
408	0.0	0.0	14.9	32.6	26.0	12.1	7.9	3.7	2.8	0.0	0.0

(%)

全 体	職業										
	公務員	経営 者・役 員	会社員 (事務 系)	会社員 (技術 系)	会社員 (その 他)	自営業	自由業	専業主 婦	パート・ アルバ イト	学生	その他
408	1.4	0.9	14.9	25.6	8.8	5.1	1.9	20.5	10.2	7.0	3.7

会社概要

【株式会社ネクストについて】

社名 : 株式会社ネクスト

設立 : 1997年3月12日

代表者 : 代表取締役 井上高志

資本金 : 1億8,759万円

所在地 : 東京都中央区新川2 - 3 - 1 セントラルスクエア

連絡先 : 電話:03-5117-2713 FAX:03-5117-2625

URL : <http://www.homes.co.jp/> (不動産検索ポータルサイト「HOME'S」)

事業内容: 不動産検索ポータルサイト「HOME'S」の企画・運営

新築分譲マンションポータルサイト「新築HOME'S」の企画・運営

メールマガジン会員を主体とした新築分譲マンション情報サイト「イースマイドットコム」の企画・運営

コンサルティングサービス、ASP提供サービス

HOME'Sとは: <http://www.homes.co.jp/>

HOME'Sは全国で120万件的物件情報を、30以上のポータルサイトに配信し、月間50万人以上のユーザーが利用する日本最大級の不動産物件サイトです。

現在、楽天市場、infoseek、Nifty、BIGLOBE、OCN、ODN、dion、So-net、Excite、freshEYE、asahi.com、ビッダーズ、駅前探険倶楽部、MapFanWeb、Mapion、ロイタージャパン等30以上のサイトと提携して物件情報を配信しています。

また、HOME'Sはゴメス社主催「2004年秋期 不動産賃貸サイトランキング」において、「安定性と信頼感」「情報量とコンテンツ」「サービスのきめ細かさ」などが評価され、1位を受賞しました。