

## 『2022年度“部屋選び”に関する調査 ～ポストコロナの部屋選び～』

**「物件はスペックよりもライフスタイルに合うか」で選ぶ  
コロナ前と比較して「街の雰囲気」をより重視**

**ライフスタイルや「好きな街に住む」ことを重視する人が増加し平均家賃は7,086円アップ  
家の中での過ごし方は「料理をする」が1位。「広いキッチン」を求める人が増加  
家の周辺施設についても調べる人が増え、「銭湯/サウナ」「ジム」のニーズが上昇**

全国219カ所のリアル拠点と不動産DXのシナジーでライフスタイルデザインを追求するハウスコム株式会社〔所在地：東京都港区 代表取締役社長執行役員：田村 穂 プライム市場 コード番号：3275、以下ハウスコム〕は、コロナ前後の賃貸物件選びの変化を明らかにし、多様化するライフスタイルと住まいの実態を把握するため、全国の「ポストコロナ」（2021年4月以降）と「コロナ前」（2010年～2019年）の賃貸物件への引越経験者それぞれ約600人を対象に『部屋選びとライフスタイルに関する調査』を実施しました。

新型コロナウイルスの感染拡大から約2年がたち、「緊急事態宣言」「まん延防止等重点措置」などを経た、新たな生活様式の中での多様な「部屋選び」と、ライフスタイルの実態を明らかにしました。

ハウスコムは、お部屋探しにとどまらず、「ライフスタイルをまるごとデザイン」する“ライフスタイルデザイナー”あるべき姿として、顧客ニーズの変化への柔軟な対応に取り組んでいます。本調査で明らかになった価値観の変化に寄り添い、これからも「好き」が見つかるお部屋探しを全力でご提案してまいります。

**主な調査結果：『2022年度“部屋選び”に関する調査』****◆ポストコロナの部屋選びでは「街の雰囲気」を重視する人が増加**

- ・ 平均家賃は「コロナ前」63,912円から「ポストコロナ」70,999円と、7,086円増加
- ・ 「家賃が高くて自分の好きな街に住みたい」が「コロナ前」39.4%から「ポストコロナ」43.6%で4.2ポイント増加

**◆コロナ前引越し者の物件満足度は平均67.4点、ポストコロナは平均71.7点で4.4ポイント増加**

- ・ コロナ前の物件への不満は「騒音」「キッチンや部屋が狭い」など
- ・ 賃貸物件検索の際にあってほしいチェックボックスは「防音性が高い(かどうか)」

**◆「物件は単純スペックより自分のライフスタイルに合うかを重視」が84.0%でコロナ前より増加**

- ・ コロナ前より、物件の周辺施設に夜間利用やテイクアウト可の飲食店・スポーツジム・銭湯があってほしいと思う人が増加

**◆趣味や価値観など、多様なライフスタイルに合わせた部屋選び**

- ・ 趣味が「家庭菜園」の人は「街の雰囲気」を、「仕事にやりがいを感じている」人は「騒音」を重視

**◆ポストコロナの内見(訪問)平均回数は2.84回、オンライン内見平均回数3.05回****■ 本件に関するお問い合わせ先 ■**

ハウスコム株式会社 経営企画室 広報 相原・鈴木  
TEL：03-6387-8456 FAX：03-6717-6901 メールアドレス：pr@housecom.jp

# I.ポストコロナの部屋選び

全国の15~49歳の男女のうちポストコロナ(2021年4月以降)に引っ越しをした580人および今後1年以内に引っ越し予定の人13人計593人と、コロナ前(2010年~2019年)に引っ越しをした経験がある人579人を対象に部屋選びの条件やライフスタイルについての調査を行いました※

※調査結果の数字はポストコロナ層/コロナ前層各600人となるようウェイトバック集計を行っております。

## 1. 在宅時間の増加を受け、部屋の設備や間取りにお金をかける人が増加 平均家賃はコロナ前より7,086円アップ

引っ越しをした(する予定の)賃貸物件のスペックについて聞きました。

「間取り」では「1K」(ポストコロナ24.1%、以下同)を約4人に1人が回答し、最も多くなりました。2位の「2LDK」(15.9%)はコロナ前より1.7ポイント微増しています。「階数」は「2階」(39.5%)が約4割と一番人気で、コロナ前より3.9ポイント増加。2位の「1階」(19.1%)も約2割が回答しています。

「家賃」は平均「70,999円」でコロナ前の63,912円より7,086円増加しています。「家賃が高くても自分の好きな街に住みたい」という人がコロナ前より増加している(P.4 [図7])ことから優先度の変化にも影響を受けているといえそうです。

「部屋の設備」の導入率については「独立バス/トイレ」(73.7%)はコロナ前より5.8ポイント増加し、「フローリング」(65.8%)や「バルコニー/ベランダ」(60.3%)を選ぶ人も増えています。築年数は平均「14.96年」でコロナ前より1.18年浅く、新しい物件が以前より好まれているようです。

在宅時間の増加を受けて、より快適な住環境を求めて設備や間取りにお金をかける人が増えているといえそうです [図1]。

[図1] 引っ越しをした(する予定)の部屋のスペック

引っ越しをした(する予定)の部屋について		ポストコロナ	コロナ前	コロナ前との差
間取り	1位 1K	24.1%	24.4%	-0.3Pt
	2位 2LDK	15.9%	14.3%	1.7Pt
	3位 1LDK	12.1%	13.0%	-0.9Pt
階数	1位 2階	39.5%	35.6%	3.9Pt
	2位 1階	19.1%	21.7%	-2.6Pt
	3位 3階	17.0%	21.1%	-4.1Pt
家賃	(平均)	¥70,999	¥63,912	¥7,086
設備	独立バス/トイレ	73.7%	67.9%	5.8Pt
	フローリング	65.8%	59.7%	6.2Pt
	バルコニー/ベランダ	60.3%	57.2%	3.1Pt
築年数	(平均)	14.96年	16.14年	-1.18年

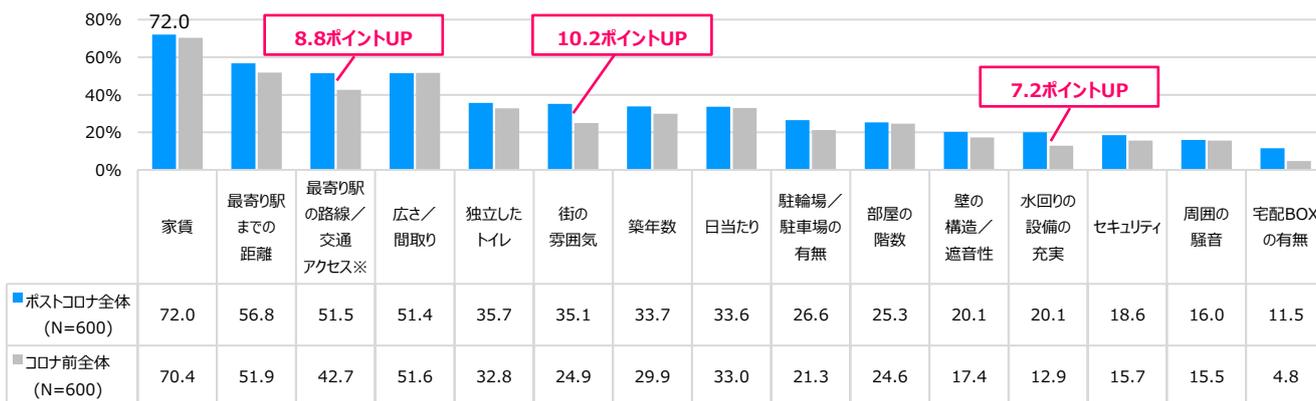
## 2. コロナ前よりも「街の雰囲気」を重視する人が増加

引っ越しを検討する際に重視した(している)項目の1位は「家賃」(72.0%)でした。

コロナ前と比較し特に「街の雰囲気」(35.1%)で10.2ポイント、「最寄り駅の路線/交通アクセス」(51.4%)で8.8ポイント、「水回りの設備の充実」(20.1%)で7.2ポイントの増加が見られました。

コロナ禍でも好アクセスの立地が重視されている一方、「街の雰囲気」や「水回りの設備」といった、普段の生活を豊かにする項目がより重視されている傾向がうかがえます [図2]。

[図2] 部屋選びの際に重視する点 トップ15 (MA)



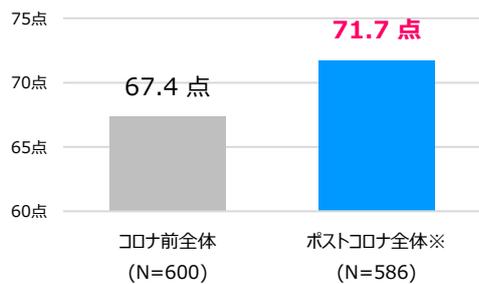
※勤務先、学校、都心部などに行きやすいか

### 3. ポストコロナ引越し者の物件の満足度は平均 71.7 点

引越し先の満足度について 100 点満点で評価してもらったところ、ポストコロナが 71.7 点、コロナ前が 67.4 点で、ポストコロナに引越しをした人の方が 4.4 ポイント高い満足度であることが分かりました [図 3]。

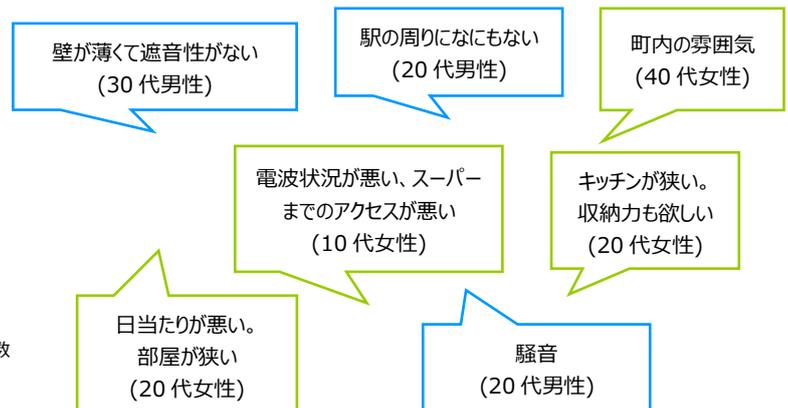
コロナ前に引越した人が不満に感じていることを自由回答で見ると、「部屋やキッチンが狭い」「壁の薄さ」「騒音」「日当たりが悪い」などの声が上がりました。

[図 3] 引越し先の満足度評価(100 点満点)



※「今後 1 年以内に引越しを検討している人」を除いた人数

<コロナ前引越し者の不満の声>



### 4. 賃貸物件検索の際にあってほしいチェックボックスは「防音性が高い(かどうか)」

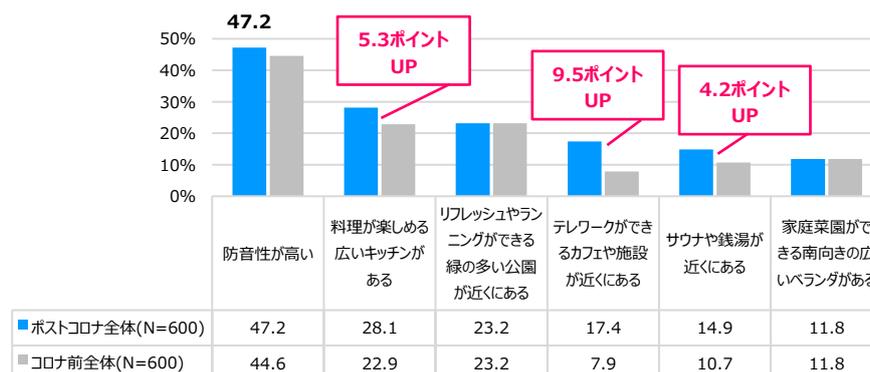
インターネットで賃貸物件を検索する際、希望に合わせてチェックボックスを選択する方法が一般的ですが、どのような選択項目が求められているのか、あってほしい項目を聞きました。

最も多くの人々が回答した「防音性が高い」(47.2%)はコロナ前と比較して 2.6 ポイント増加しており、前述の「コロナ前に引越した人が不満に感じていること」でも「壁の薄さ」や「騒音」といった声が多く挙げられたことから、家の中の音環境が良いことへの需要が高まっているといえそうです。

コロナ前と比較すると、「テレワークができるカフェや施設が近くにある」(17.4%)が 9.5 ポイント、「料理が楽しめる広いキッチンがある」(28.1%)が 5.3 ポイント、「サウナや銭湯が近くにある」(14.9%)が 4.2 ポイント増加しています。

コロナ禍での生活スタイルの変化に伴い、防音性が高いことへのニーズはますます高まり、料理を楽しむのに十分な広さといった構造や間取りの充実に加え、仕事やリフレッシュも可能な周辺環境の充実も重視する人が増えていることがうかがえる結果となりました [図 4]。

[図 4] 賃貸物件をインターネットで検索する際、あって欲しい選択項目(チェックボックス) (MA)



## Ⅱ.家での過ごし方／ライフスタイルの変化

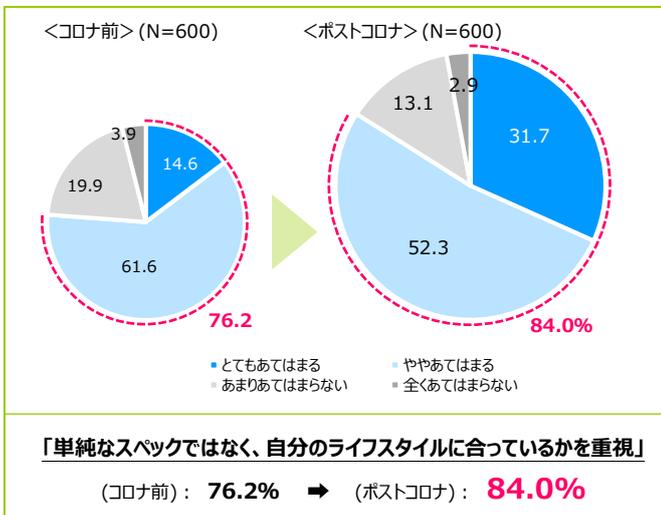
### 1. 「スペックよりもライフスタイルに合うか」を重視 84.0%

#### ポストコロナの引っ越しは、「広い部屋」「好きな街」に住むことをより重視

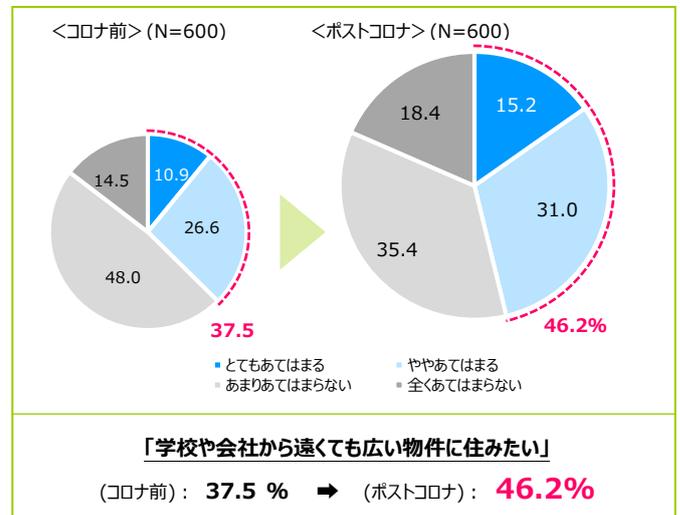
引っ越しを検討する際の考え方について聞いたところ、「物件は単純なスペックではなく、自分のライフスタイルに合っているかで選ぶ」（「とてもあてはまる」「ややあてはまる」の合計：84.0%）は、コロナ前より7.8ポイント増加〔図5〕。「学校や会社から遠くても広い物件に住みたい」（同46.2%）は、8.8ポイント増加しており、コロナ禍を経て、利便性だけでなく、ライフスタイルや広さに余裕がある物件に住むことを重視する人が増えていることが分かりました〔図6〕。

また、「家賃が高くて自分の好きな街に住みたい」（同43.6%）も4.2ポイント増加しており、好きな街に住むことを優先したいと考える人が増えた結果が、平均家賃の増加（P.2〔図1〕）にも影響をしていると考えられます〔図7〕。

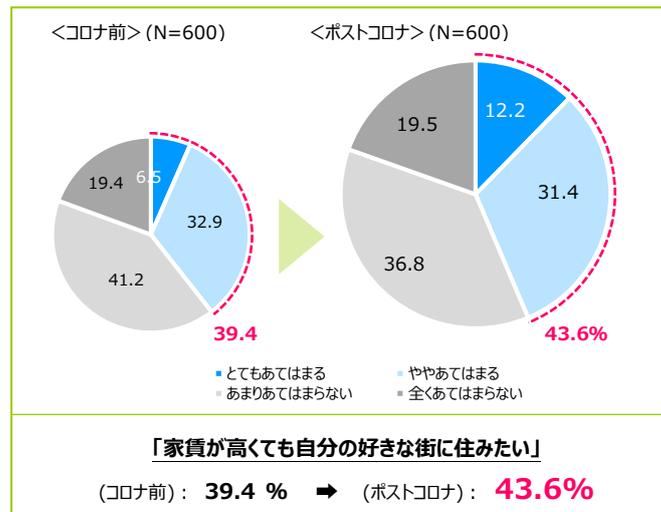
〔図5〕 引っ越しを検討する際の考え：「物件は単純なスペックよりも、自分のライフスタイルに合っているかで選ぶ」（SA）



〔図6〕 引っ越しを検討する際の考え：「学校や会社から遠くても広い物件に住みたい」（SA）



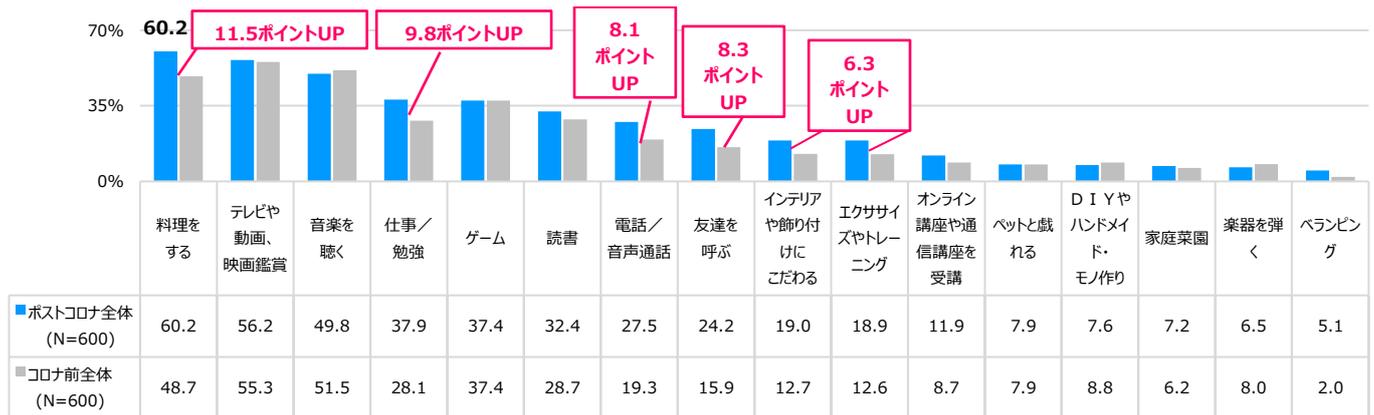
〔図7〕 引っ越しを検討する際の考え：「家賃が高くて自分の好きな街に住みたい」（SA）



## 2. ポストコロナの家の中での過ごし方、「料理」「仕事」「友達を呼ぶ」が増加

家の中での過ごし方は、コロナ前は「テレビや動画、映画鑑賞」が最も多かったのに対し、ポストコロナは「料理をする」が1位となりました。コロナ前と比較すると、「料理をする」(60.2%)が11.5ポイント、「仕事/勉強」(37.9%)が9.8ポイント、「電話/音声通話」(27.5%)が8.1ポイント、「友達を呼ぶ」(24.2%)が8.3ポイント、「インテリアや飾りつけにこだわる」(19.0%)と「エクササイズやトレーニング」(18.9%)が6.3ポイントずつ増加。自炊や仕事に加え、人とのコミュニケーションや、エクササイズをしたりインテリアにこだわるなど、家の中の過ごし方やライフスタイルも人それぞれ多様化し、暮らしを楽しむ工夫をする人も増えているようです〔図8〕。

〔図8〕 家の中での過ごし方 (MA)



## 3. コロナ前より、夜間利用やテイクアウト可の飲食店・スポーツジム・銭湯の需要が増加

家の周辺環境について、「あってほしい」と思う施設や場所を聞いたところ、「スーパー」(75.8%)、「コンビニ」(69.7%)、「ドラッグストア」(64.5%)となり、近所で日用品の買い物ができることが重要だと考える人が多いようです。

一方コロナ前と比較すると「夜間営業している飲食店」(22.5%)が6.2ポイント、「テイクアウトができる飲食店」(32.0%)が6.0ポイント、「スポーツジム」(15.9%)が6.1ポイント、「銭湯・サウナ」(22.7%)が5.2ポイント増えています。夜間に利用できることやテイクアウトできることなど、飲食店に求めることもコロナ禍を経て変化している様子が見え、自宅周辺で通えるスポーツジムや、気軽に汗を流せる銭湯やサウナを求める人も増えていることが分かりました。

また、「広い公園」(28.9%)は3.2ポイント、「川や海」(13.5%)は1.5ポイント微増しており、自宅周辺の自然環境への関心も高まっているのかもしれませんが〔図9〕。

〔図9〕 家の周辺環境について、あって欲しいと思う施設や場所 (MA)



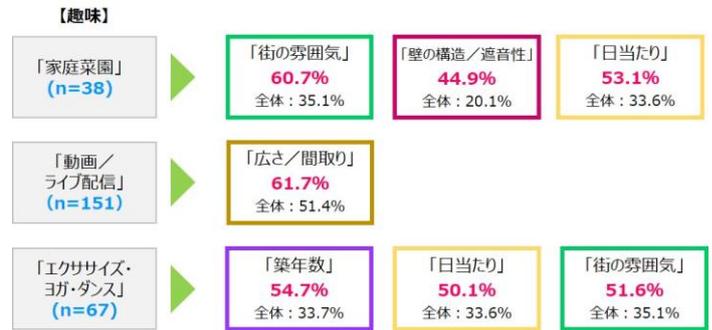
### Ⅲ.多様なライフスタイルに合わせた部屋選び

#### 1. 趣味が「家庭菜園」の人は「街の雰囲気」を、「動画配信」の人は「間取り」を重視

引っ越しを検討する際に重視している項目を「趣味」別で見ると、「家庭菜園」が趣味の人は、全体と比較して「街の雰囲気」(全体より25.6ポイント多い)、「壁の構造/遮音性」(24.8ポイント多い)、「日当たり」(19.5ポイント多い)を重視する割合が多いことがわかりました。

趣味が「動画/ライブ配信」の人は「広さ/間取り」(10.3ポイント多い)、「エクササイズ・ヨガ」の人は「築年数」(21.0ポイント多い)をはじめ、「日当たり」「街の雰囲気」(各16.4ポイント多い)の重視率が高く、趣味によって重視する点異なる様子が見られます【図10】。

【図10】 <趣味別>引っ越しを検討する際に重視している項目 (MA)



#### 2. 「仕事にやりがいを感じている」人は「騒音」と「最寄り駅までの距離」を重視

趣味以外でも、「仕事にやりがいを感じている」人は「周囲の騒音」(全体より12.8ポイント多い)、「最寄り駅までの距離」(12.6ポイント多い)を重視し、「ペットを飼っている」人では「ペットの可否」(40.4ポイント多い)はもちろんのこと、「周囲の騒音」(16.7ポイント多い)、「築年数」(15.3%多い)の重視率が高く、それぞれの価値観やライフスタイルによって物件選びが変わる様子がうかがえる結果となりました【図11】。

【図11】 <価値観別>引っ越しを検討する際に重視している項目 (MA)

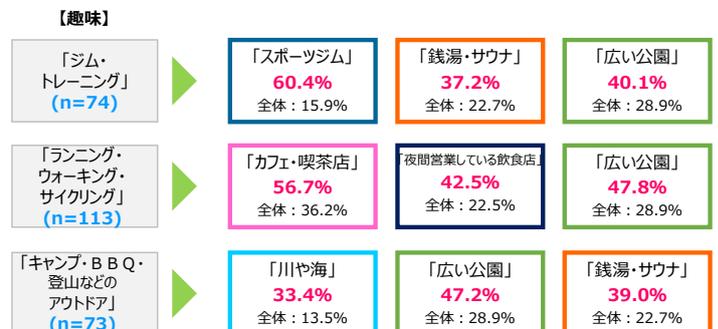


#### 3. 趣味が「トレーニング」「ラン」「アウトドア」の人は、近所に「広い公園」を求める

家の周辺にあってほしいと思う施設や場所について「趣味」別で見ると、「ジム・トレーニング」好きは、全体と比較して「スポーツジム」(44.5ポイント多い)、「銭湯・サウナ」(14.5ポイント多い)を希望。トレーニングとその後のリラックス環境を重視しています。

「ランニング・ウォーキング」が好きな人は「カフェ・喫茶店」(20.5ポイント多い)、「夜間営業している飲食店」(20.0ポイント多い)、「キャンプ・BBQなどのアウトドア」好きの人は「川や海」(19.9ポイント多い)、「銭湯・サウナ」(16.2ポイント多い)を求める人が多く、また、3項目で共通して「広い公園」が人気でした。体を動かすことやアウトドアの趣味を持つ人は、物件選びにもその趣味が反映されることがうかがえます【図12】。

【図12】 <趣味別>家の周辺環境にあって欲しいと思う施設や場所 (MA)



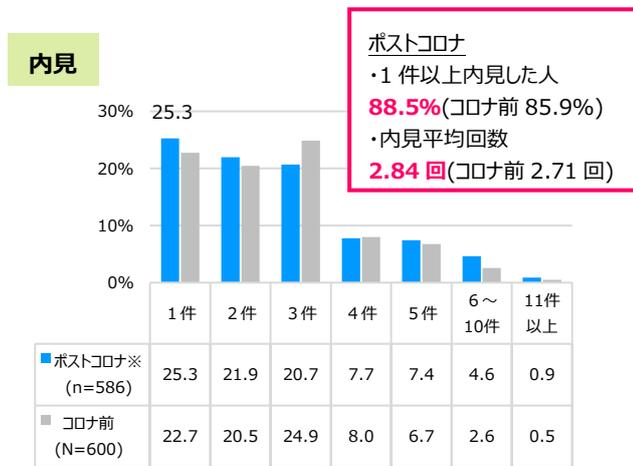
## IV.多様化する物件探し

### 1. 「内見(訪問)」した物件数は「コロナ前」2.71回<「ポストコロナ」2.84回で微増 「オンライン内見」の経験率はコロナ前より11.4ポイント増加

物件探し中の「内見数」についてコロナ前後で比較すると、内見(訪問)の平均回数はコロナ前2.71回に対し、ポストコロナでは2.84回と増加しており、コロナ禍でも内見を希望する人が多いことが分かりました。一方、コロナ前の内見に行った件数は「3件」(24.9%)が最も多かったのに対し、ポストコロナでは「1件」(25.3%)が最多で、物件数を絞って内見に臨む人も同様に増えているようです〔図13〕。

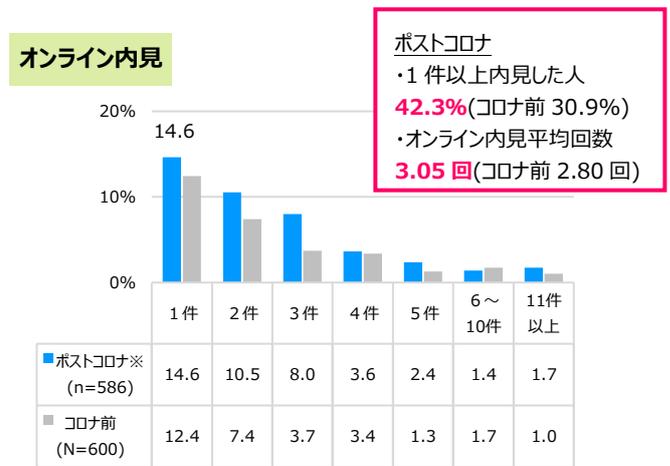
「オンライン内見」については経験率が42.3%で、コロナ前より11.4ポイントと大幅に増加しています。内見平均回数も、コロナ前の「2.80回」から「3.05回」と増加。「オンライン内見」で自宅から自由に気になる物件をチェックするというスタイルも定着しつつあるようです〔図14〕。

〔図13〕内見(訪問)件数 (SA)



※「今後1年以内に引っ越しを検討している人」を除いた人数

〔図14〕オンライン内見件数 (SA)



※「今後1年以内に引っ越しを検討している人」を除いた人数

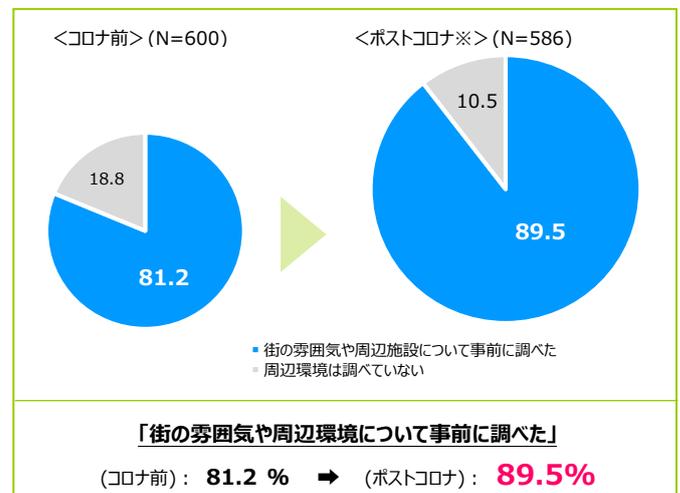
### 2. 住む前に街の雰囲気など周辺環境を調べる人が増加。デジタル利用で物件探しも多様化

住む部屋を決めた当時、街の雰囲気や周辺環境について事前に調べたという人は、コロナ前の81.2%からポストコロナは89.5%と8.3ポイント増加し、約9割の人が何かしらの方法で調べていることが分かりました〔図15〕。

調べる方法では「実際に最寄り駅などに行って自分の目で確かめた」(45.7%)が最も多く、住む場所は実際に見て確かめるという人が多いようです。

コロナ前より「デジタルマップ上で確かめた」(Googleマップ、Yahoo!地図、など)(37.5%)は16.8ポイント、「インターネットで調べた」(45.4%)は14.2ポイント増加しており、コロナ禍で物件探しや部屋を決める前の行動の多様化がうかがえます。

〔図15〕住む部屋を決めた当時、街の雰囲気や周辺環境について事前に調べた (SA)



※「今後1年以内に引っ越しを検討している人」を除いた人数

キッチンの広い物件（イメージ）



#### [調査概要]

- 調査期間： 2022年4月29日(金)～5月1日(日)
- 調査機関： ディーアンドエム
- 調査方法： インターネット調査
- 調査対象地域： 全国

##### ① <ポストコロナ層>

1年以内(2021年4月以降)に賃貸物件に引っ越したことがありその際自身で物件選びをした(580人)および今後1年以内に自身で物件選びを行って賃貸物件に引っ越す予定がある(13人)15～49歳の男女 計593人

##### ② <コロナ前層>

コロナ前(2010年～2019年)に賃貸物件に引っ越したことがあり、その際自身で物件選びをした経験がある15～49歳の男女 計579人

※調査結果の数字はポストコロナ層/コロナ前層各600人となるようウェイトバック集計を行っています。

※本リリース上のスコアの構成比(%)は、小数第2位以下を四捨五入しております。グラフ上の数字の合計と表示されている合計値は一致しない場合もあります。

## ■ハウスコム会社概要

全国219カ所のリアル拠点と不動産DXのシナジーでライフスタイルデザインを追求しています。これまでに電子申し込みやオンライン内見・契約などのテクノロジーを活用した不動産テックサービスを積極的に取り入れることで、お部屋探しのサポートを強化するとともに、生産性に着目した歩合給制度導入など生産性向上にいち早く取り組むなど、不動産業界の働き方改革においても先行しています。

会社名：ハウスコム株式会社(プライム市場 コード番号：3275)

代表者：代表取締役社長執行役員 田村 穂

所在地：〒108-0075 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー9階

資本金：4億2463万円

営業拠点：219拠点

賃貸仲介店舗 207店舗(ハウスコム直営 182店舗・宅都直営 24店舗・FC1店舗)

法人営業オフィス 3営業所(ハウスコム 2営業所・宅都 1営業所)

売買センター 1営業所

リフォームコム 8営業所(2022年6月7日現在)

仲介件数：76,220件(2022年3月期)※ハウスコム単体

URL：<https://www.housecom.co.jp/>

## ■問い合わせ先

ハウスコム株式会社 経営企画室 広報 相原・鈴木

TEL：03-6387-8456 FAX：03-6717-6901

メールアドレス：pr@housecom.jp