

2022年における 仲介会社アンケートから見る賃貸不動産マーケットの最新トレンド

調査結果リリース日：2022年7月21日



リーシング・マネジメント・コンサルティング 株式会社
〒105-0003 東京都港区西新橋3-2-1 Daiwa西新橋ビル2階
☎ 03・5776・2071 FAX 03・5776・2091 🌐 <http://www.lmc-c.co.jp>

1. 調査概要 P2
2. 仲介会社のインフラの変化について P3
3. エンド客動向の変化について P14
4. エンド客ニーズの変化について P25
5. 元付会社に求めること P35
6. その他 P38
7. 2022年の第二繁忙期（9月～10月）について P47

調査
目的

2022年における賃貸不動産マーケットの最新トレンド

概要

- ・ 調査期間：2022年6月28日(火)～7月8日(金)
- ・ 調査対象：首都圏1都3県と大阪市の賃貸不動産仲介会社 428社

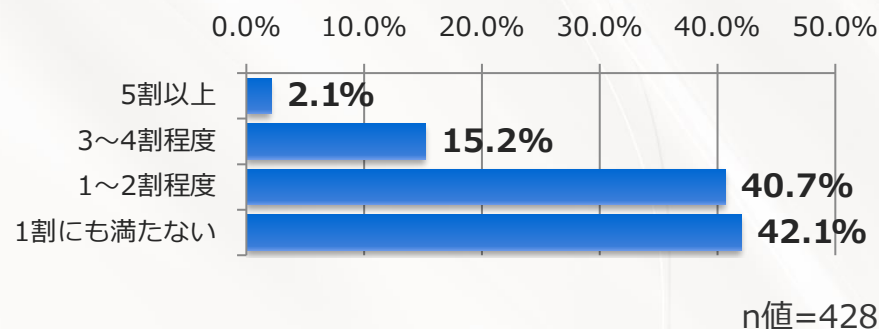
- ・ [前回調査](#) 実施期間：2021年12月7日(火)～12月24日(金)

仲介会社のインフラの変化について

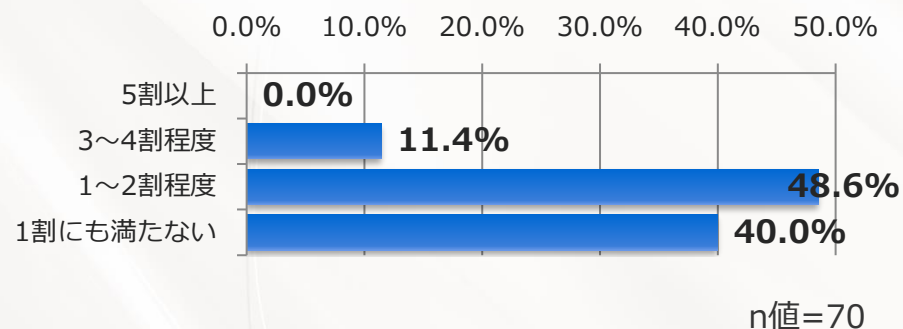
Q1. オンライン内見の割合

Q.貴店舗全体の内覧数の内、ビデオ通話等によるオンライン内見はどの程度の割合で行われていますか？

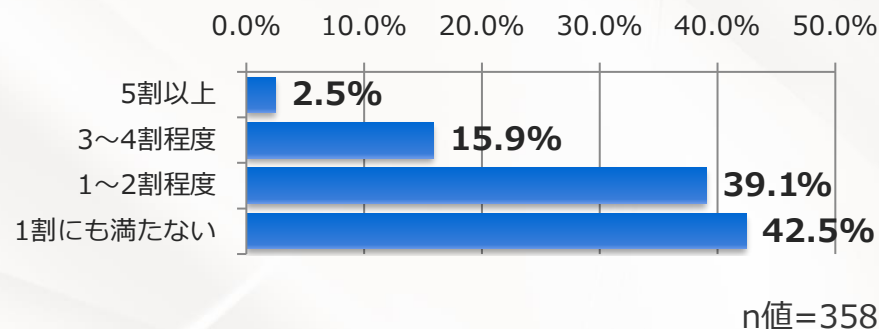
・全体



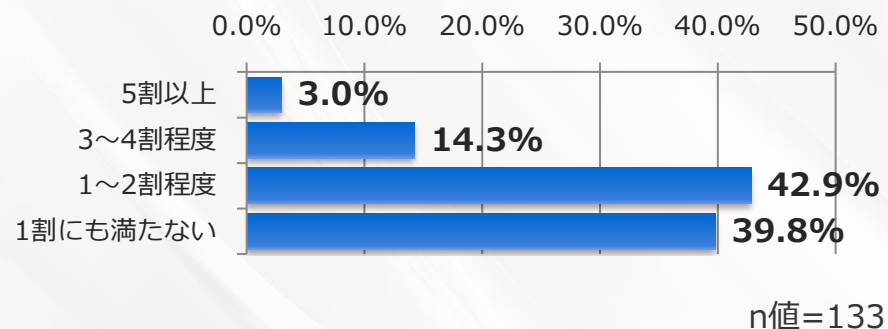
・大阪市



・首都圏



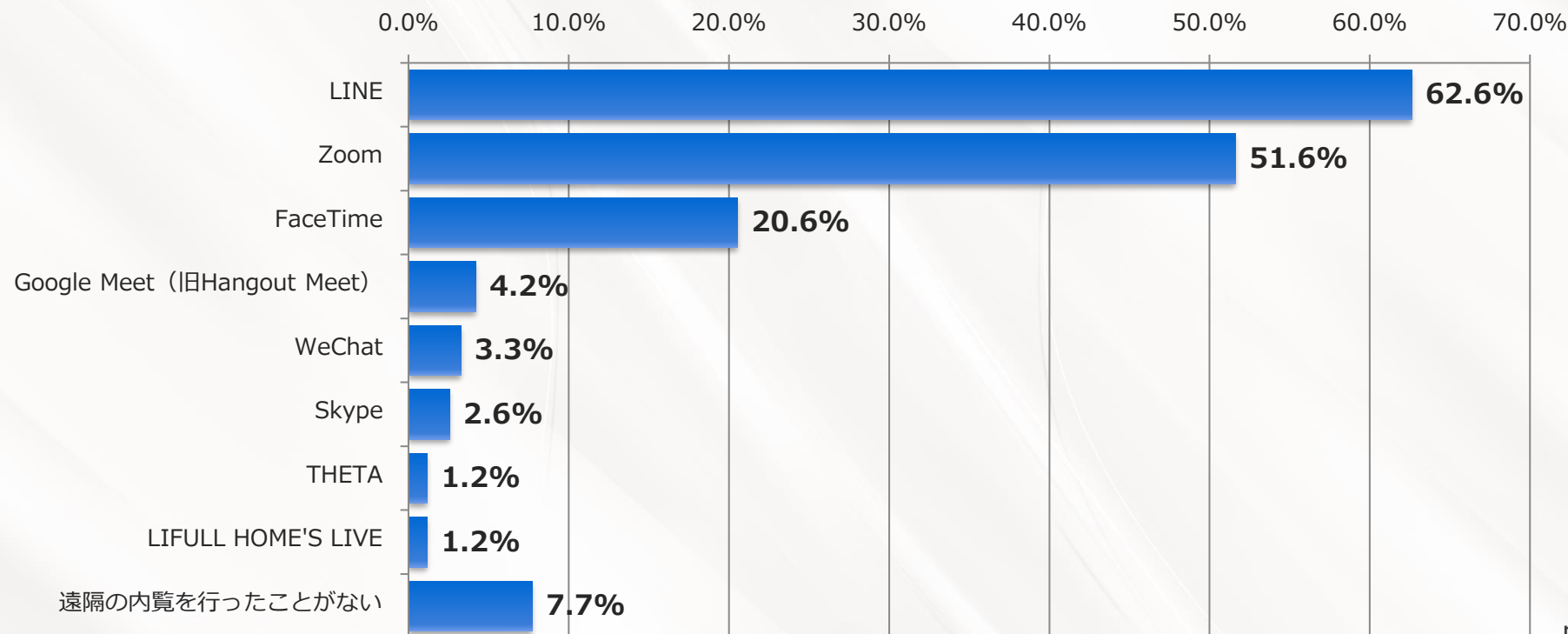
・東京都都心5区



全体では、「1~2割程度」、「3~4割程度」、「5割以上」の回答が合計で過半数となった。前回調査時と比較すると、「1割にも満たない」という回答が47.8%⇒42.1%に若干減少しており、オンライン内見比率は高くはないものの、一定数根付いている状況が見受けられた。

Q2. オンライン内見時の利用ツール

Q.オンライン内見ではどのツールを利用することが多いですか？



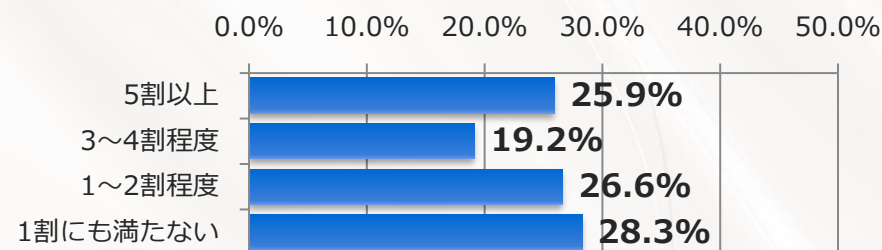
n値=428
※複数回答有

前回調査時と比較すると大きな変化は見られず、
「LINE」「Zoom」「FaceTime」の利用率が高い。

Q3. Webでの内見予約の割合

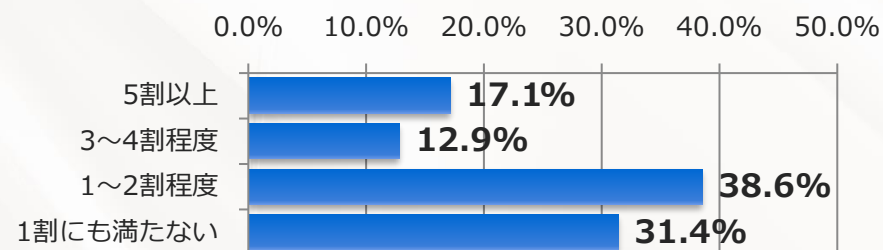
Q. 全体の内見予約数の内、Webでの内見予約はどの程度の割合で行われていますか？

・ 全体



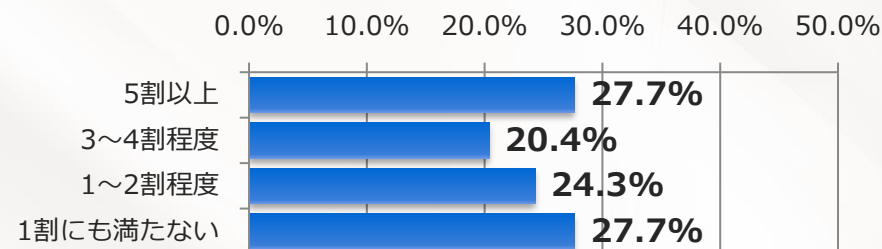
n値=428

・ 大阪市



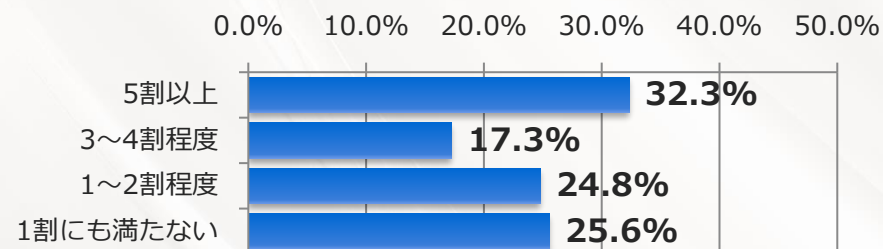
n値=70

・ 首都圏



n値=358

・ 東京都都心5区

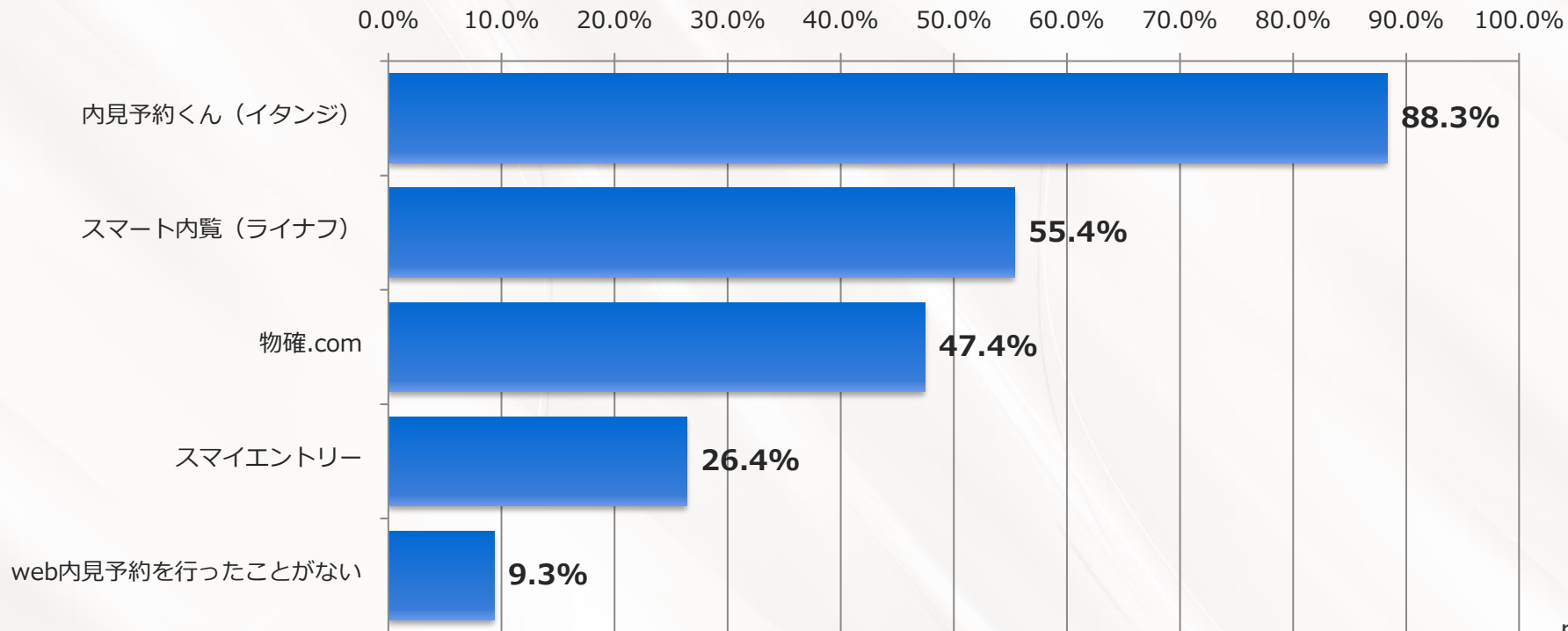


n値=133

全体では、「1割にも満たない」28.3%、「5割以上」25.9%と2極化傾向が見られた。
首都圏ではweb内見予約比率が高く、大阪では低い傾向が見られた。
特に都心5区では「5割以上」との回答が32.3%とweb内見予約利用が進んでいる。

Q4. Webでの内見予約時の利用ツール

Q. Web内見予約時に、
どのサイトを利用したことがありますか？



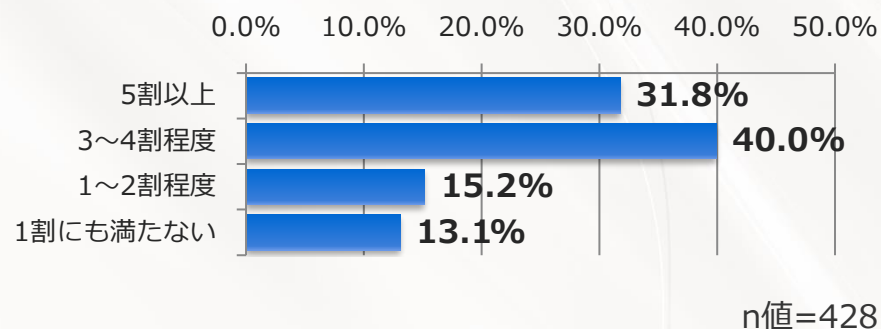
n値=428
※複数回答有

Web内見予約のツールに関しては、内見予約君（イタンジ）が88.3%と利用率が高い。
「Web内見予約を行ったことがない」との回答は9.3%に留まり、普及が見られる。

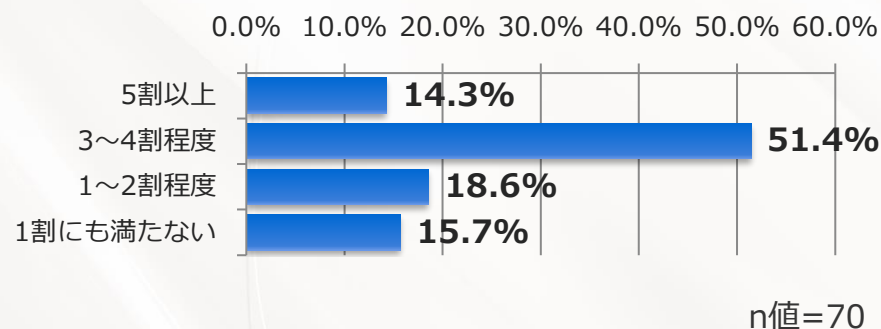
Q5. Webでの申込の割合

Q.全体の申込数の内、Webでの申込はどの程度の割合で行われていますか？

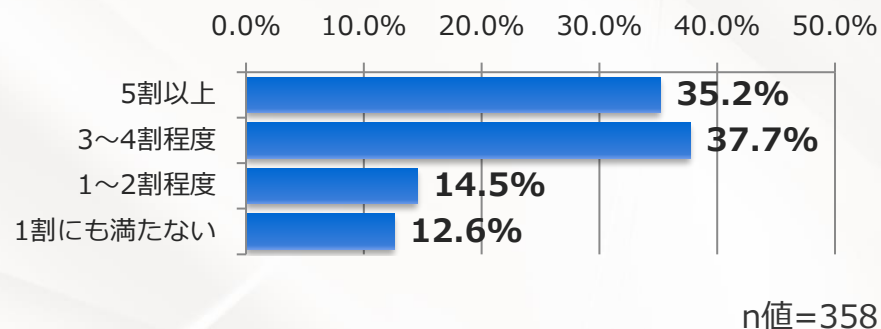
・全体



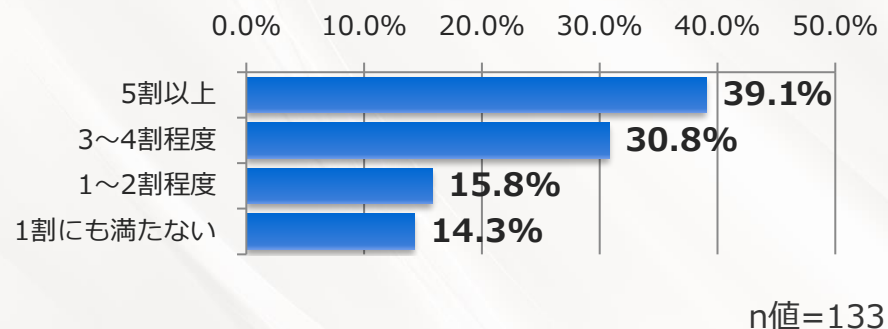
・大阪市



・首都圏



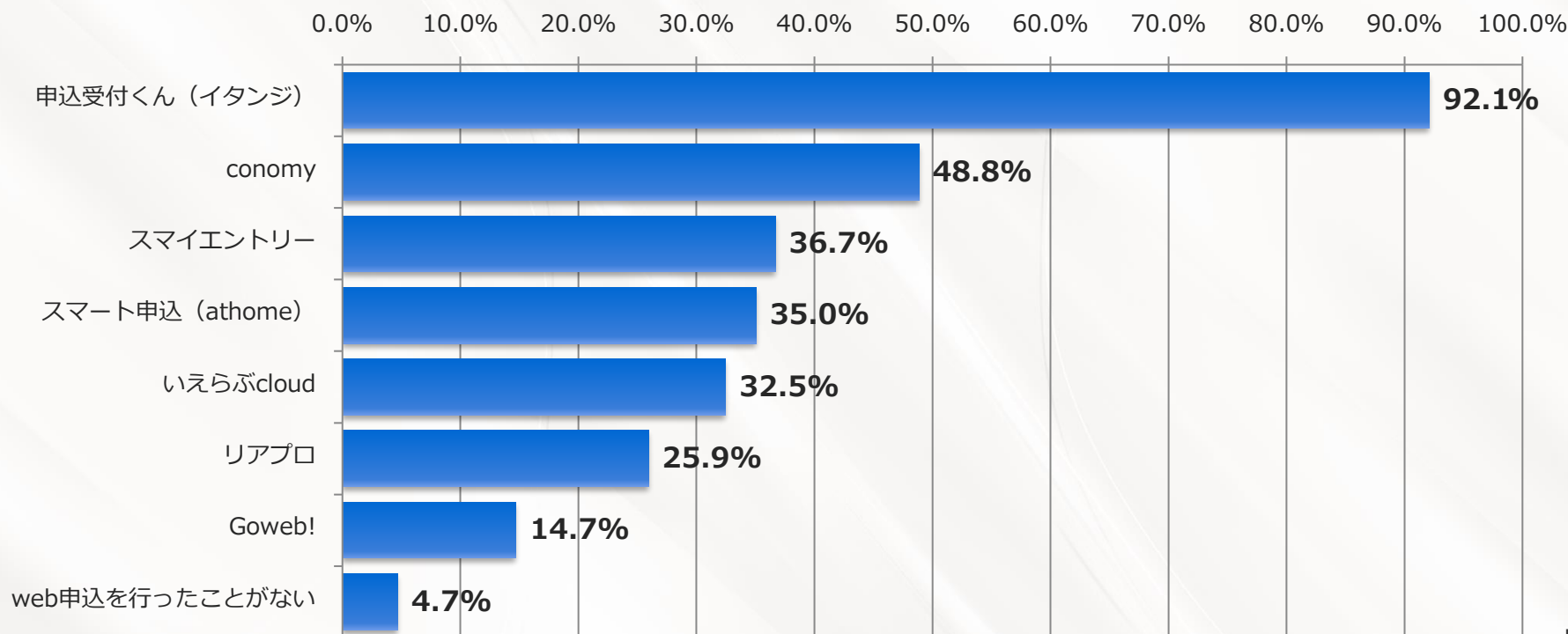
・東京都都心5区



全体では、「3~4割程度」、「5割以上」と3割以上利用しているとの回答が71.8%と多数を占める。Web内見予約同様首都圏や都心5区で利用が進んでいる状況が見受けられた。

Q6. Web申込時の利用ツール

Q. Web申込時に使ったことがあるサイトはありますか？



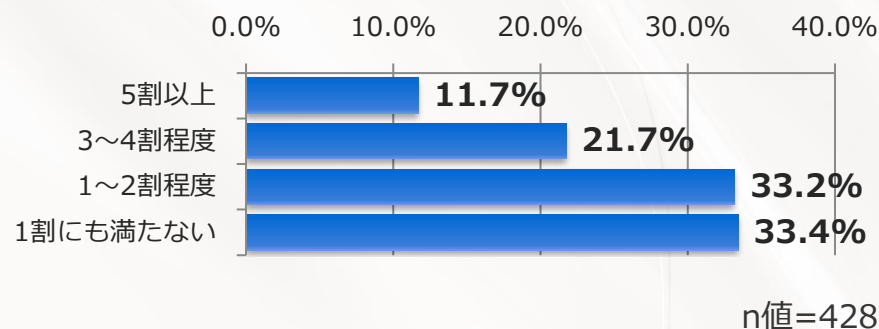
n値=428
※複数回答有

Web申込のツールに関しては、申込受付くん（イタンジ）が92.1%と利用率が高い。
「Web申込を行ったことがない」との回答は4.7%に留まり、内見予約よりも普及率が高い状況が見られた。

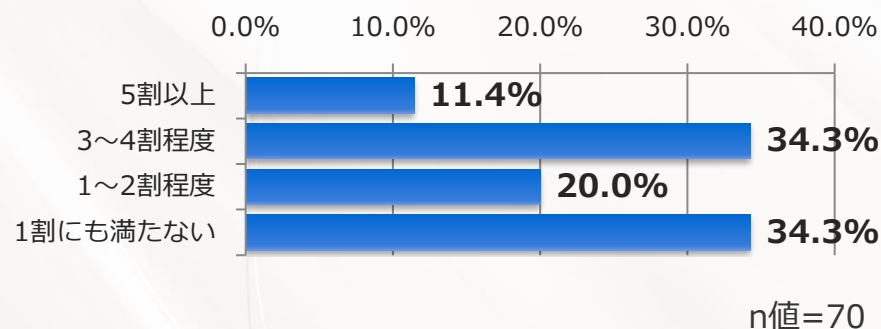
Q7. IT重説の割合

Q.全体の契約数の内、IT重説による契約はどの程度の割合で行われていますか？

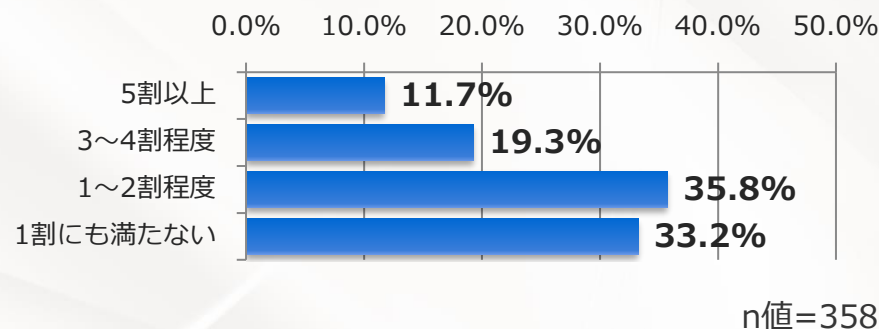
・全体



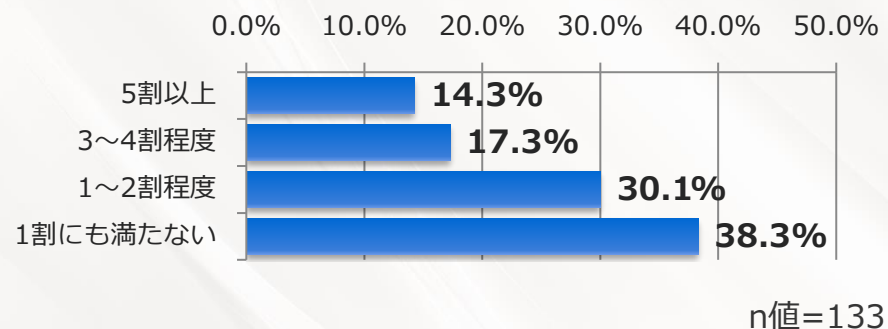
・大阪市



・首都圏



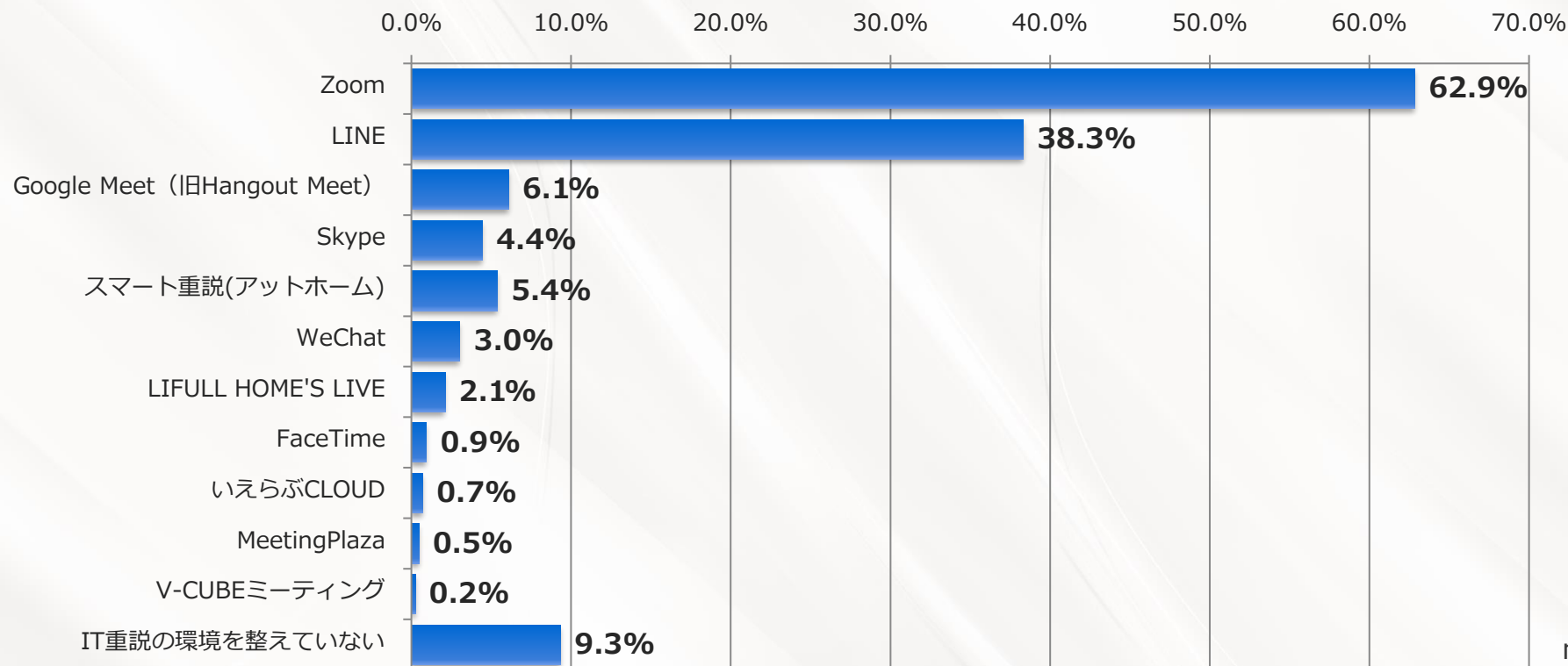
・東京都都心5区



全体では、「1割にも満たない」、「1~2割程度」が合計で過半数となったが、前回調査時と比較すると「3割以上」の回答は19.3%→33.4%とこの半年で普及が進んだ。都心5区では「5割以上」の回答が14.3%見られた。

Q8. IT重説時の利用ツール

Q. 貴社のIT重説ではどのツールを利用していますか？

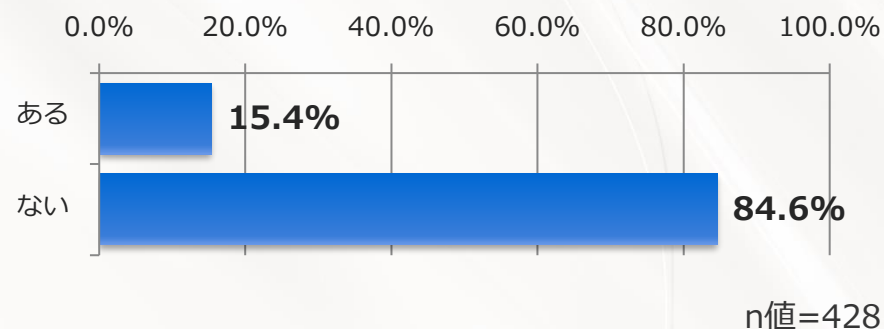
n値=428
※複数回答有

前回調査時と比較すると大きな変化は見られず、
「Zoom」「LINE」の利用率が高い。
「IT重説の環境を整えていない」との回答は10.2%→9.3%とわずかながら減少が見られた。

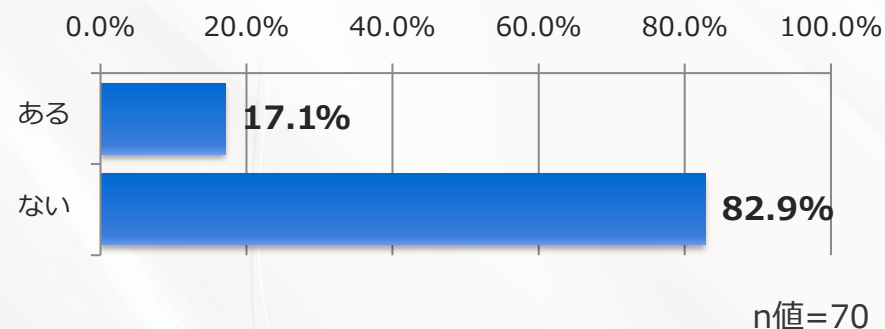
Q9. 電子契約の割合

Q. 2022年5月中旬以降賃貸物件の電子契約が解禁されましたが、電子契約を行ったことがありますか？

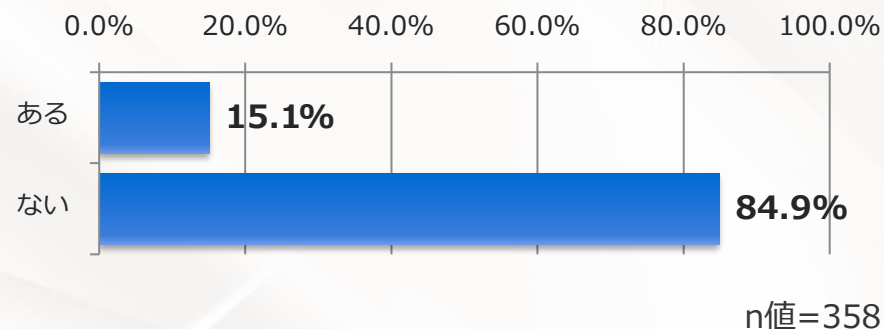
・全体



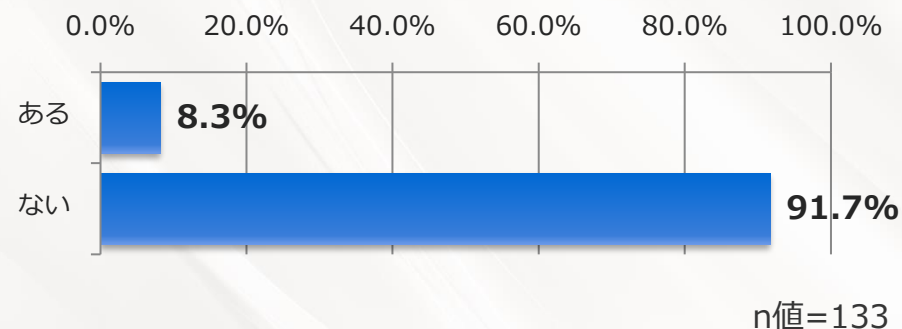
・大阪市



・首都圏



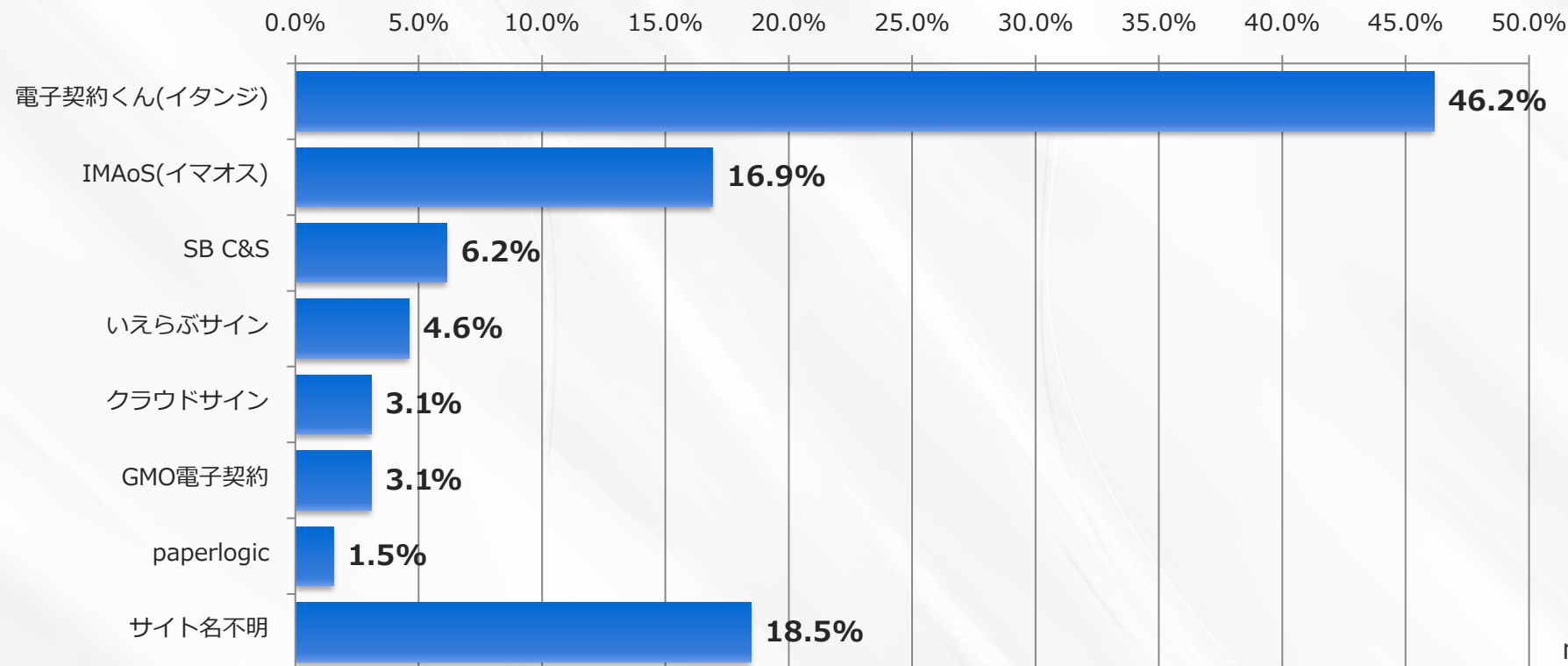
・東京都心5区



全体では、「ある」15.4%と限定的であり、内見予約・申込・IT重説とは違い、都心5区よりも他エリアの方が進んでいる状況が見られた。

Q10. 電子契約時の利用ツール

Q. 電子契約を行ったことがある方は、
使用したツール・サイトを教えてください。



n値=65
※複数回答有

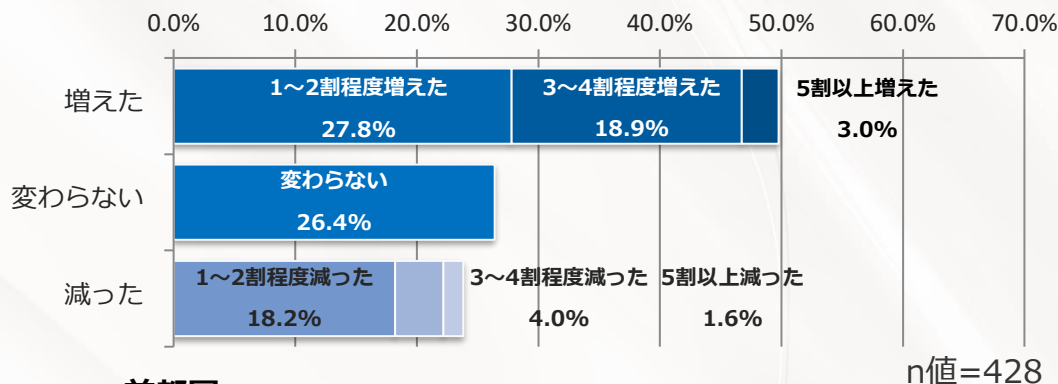
電子契約をしたことがある方の中では、電子契約くん（イタンジ）が内見予約、申込と同様利用率が高い。
次点で「ImaoS」との回答が多く見られた。

エンド客動向の変化について

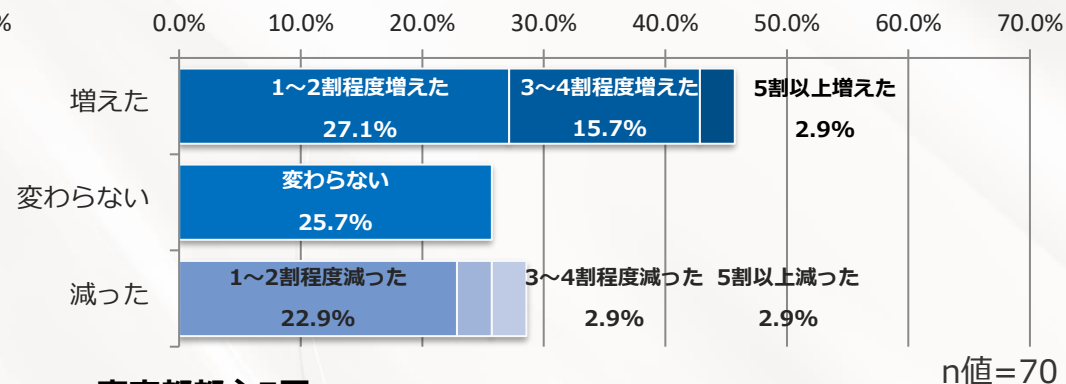
Q11. 問合せ数の変化

Q. 2021年繁忙期に比べ、
2022年の繁忙期の問合せ数・内覧数・申込数はどの程度変化しましたか？

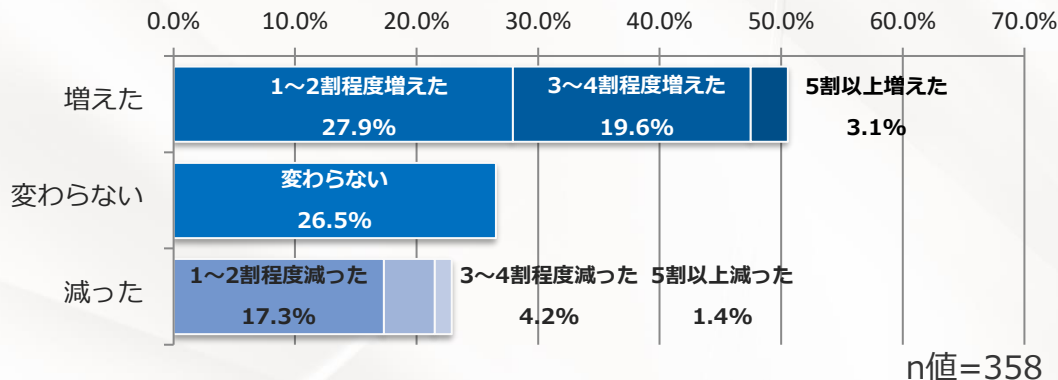
・全体



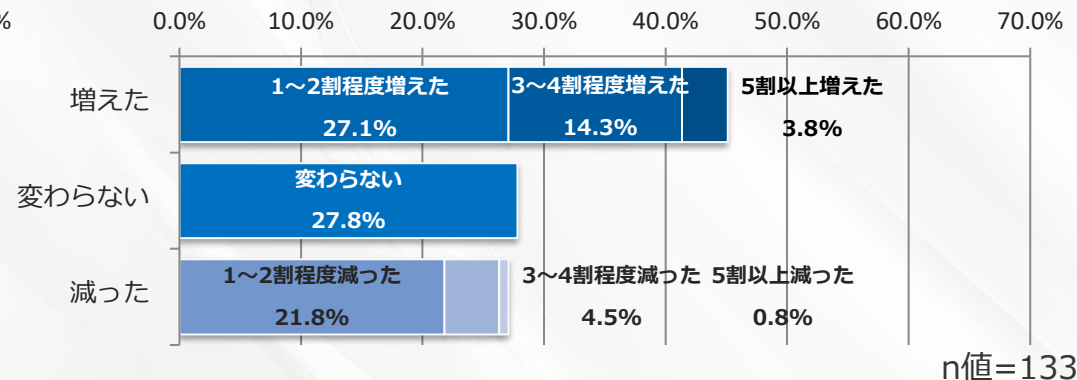
・大阪市



・首都圏



・東京都都心5区

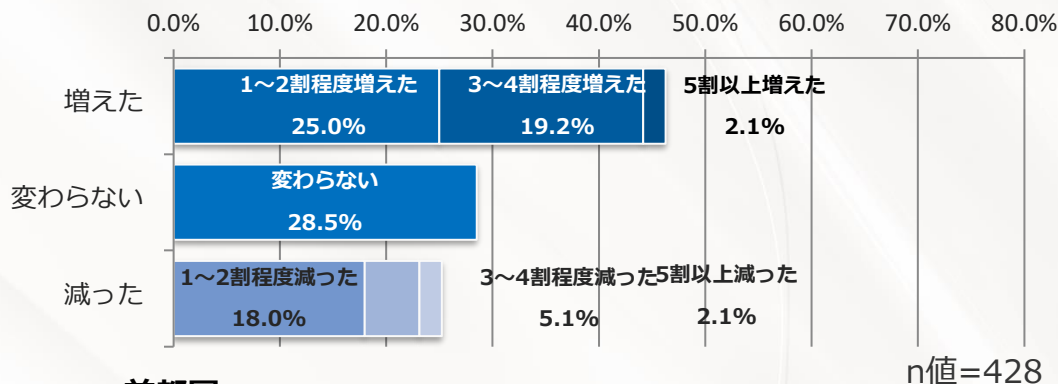


全体では、「増えた」が「減った」を上回る結果となった。エリアごとに見ても、40%以上が「増えた」という回答となっている。前回調査時との比較では、「増えた」が合計35.2%⇒49.7%と増加し、「減った」が合計36.6%⇒23.8%と減少しており「増えた」の割合が上回る結果となった。

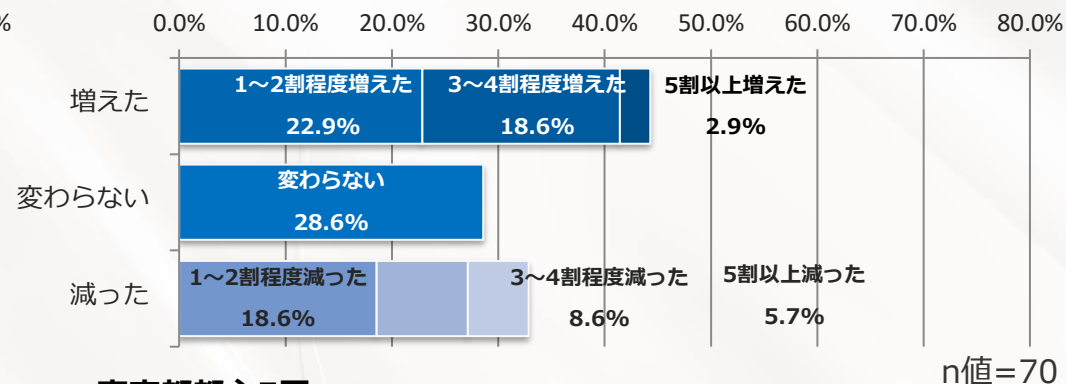
Q12.内見数の変化

Q. 2021年繁忙期に比べ、
2022年の繁忙期の問合せ数・内覧数・申込数はどの程度変化しましたか？

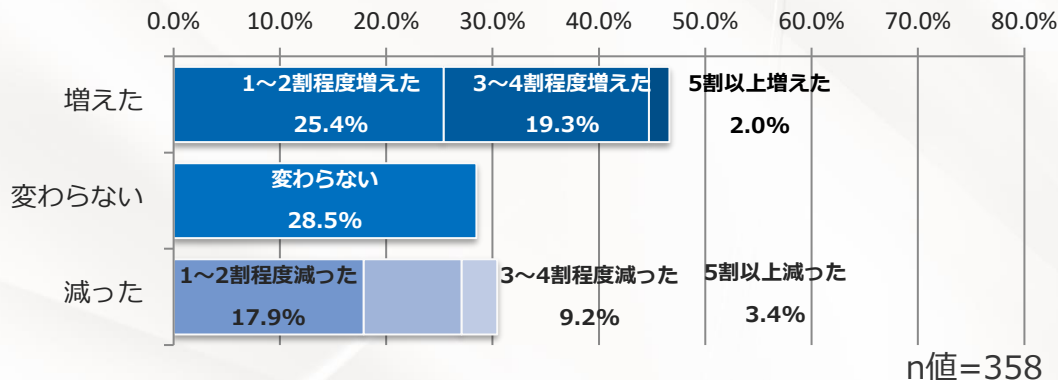
・全体



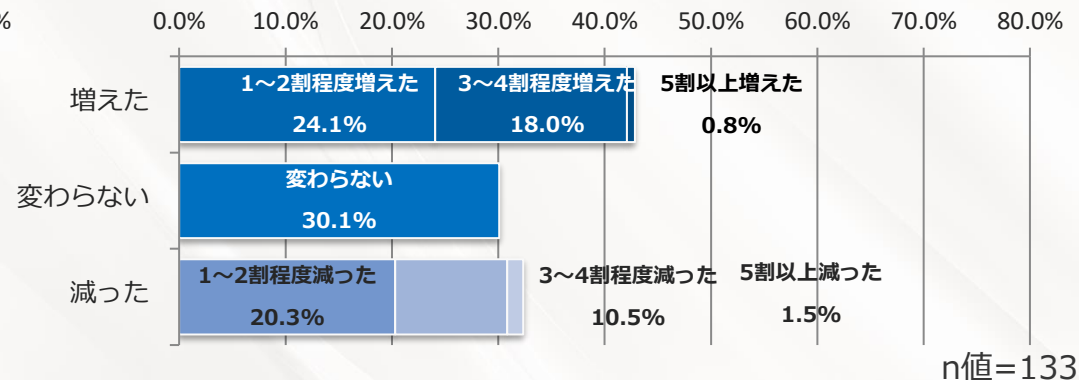
・大阪市



・首都圏



・東京都都心5区

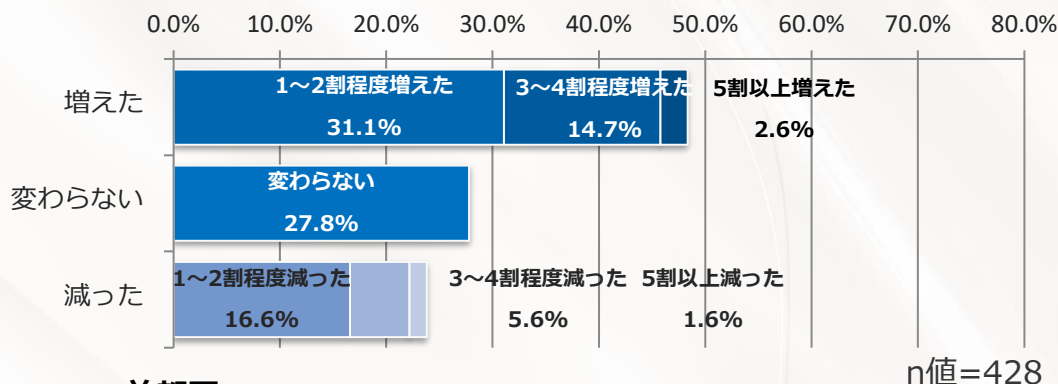


全体では、「増えた」が「減った」を上回る結果となった。エリアごとに見ても、問い合わせと同様に40%以上が「増えた」という回答となっている。前回調査時との比較では、「増えた」が合計31.2%⇒46.3%と増加し、「減った」が合計38.6%⇒25.2%と減少しており「増えた」の割合が上回る結果となった。

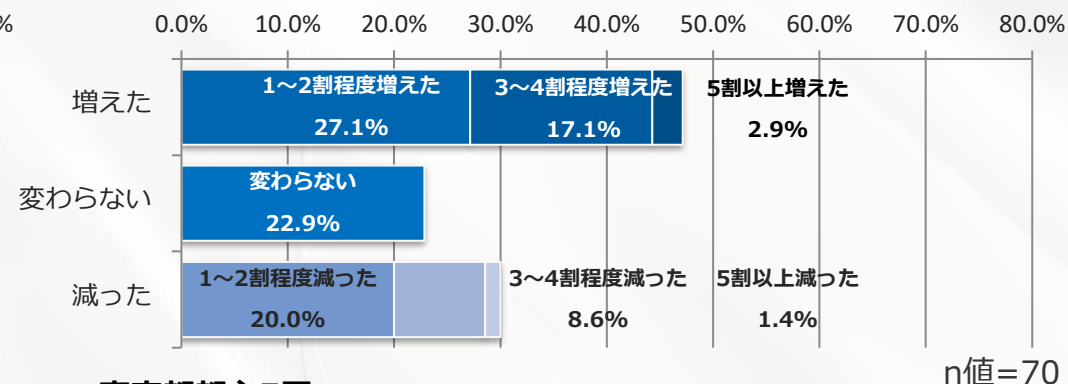
Q13. 申込数の変化

Q. 2021年繁忙期に比べ、
2022年の繁忙期の問合せ数・内覧数・申込数はどの程度変化しましたか？

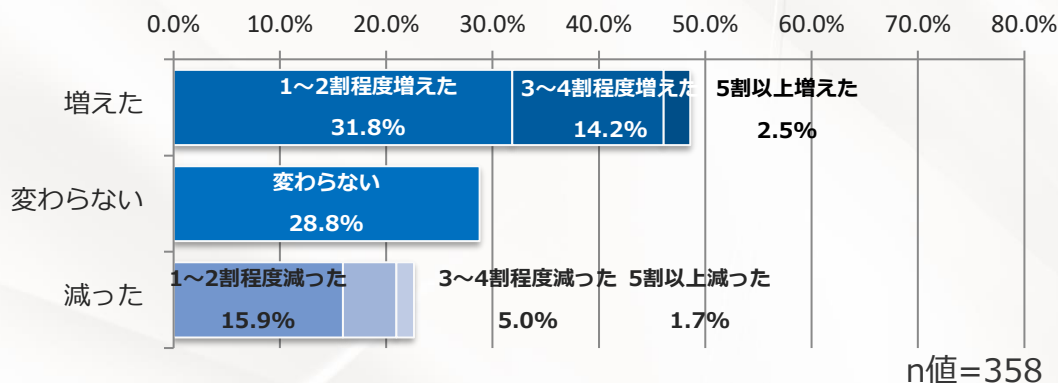
・全体



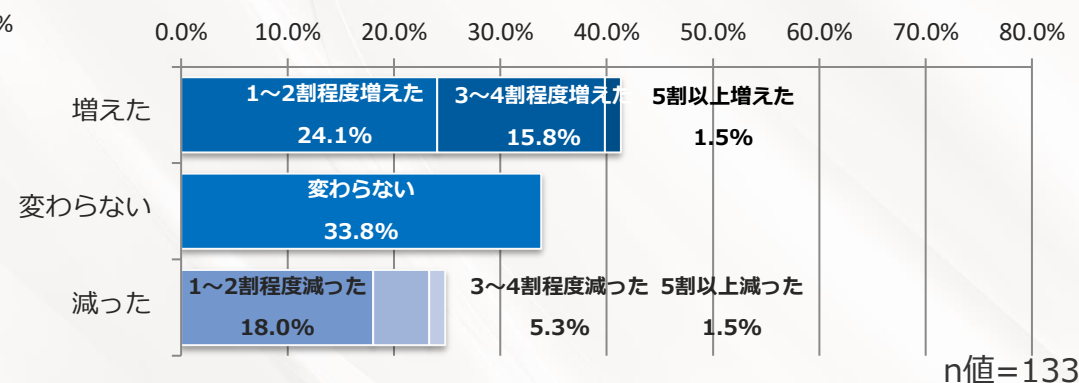
・大阪市



・首都圏



・東京都都心5区

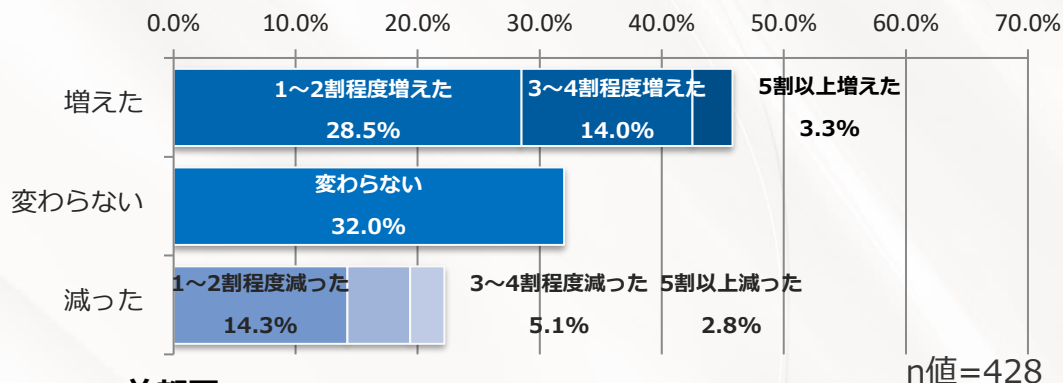


全体では「増えた」が「減った」を上回った。前回調査時との比較では、「増えた」が合計32.6%⇒48.4%と増加し、「減った」が合計39.1%⇒23.8%と減少しており、エンド客の動きが戻りつつあることがわかる。

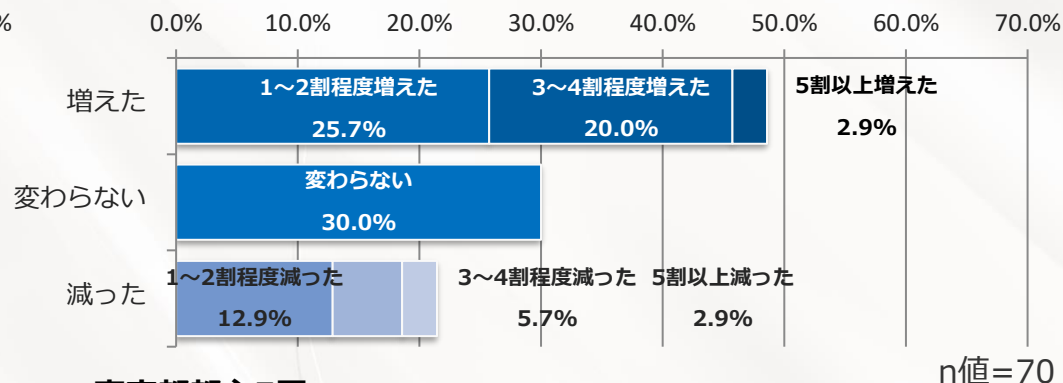
Q14. 法人の動き

Q. 2021年繁忙期に比べ、
2022年の繁忙期の属性別の動きはどの程度変化しましたか？

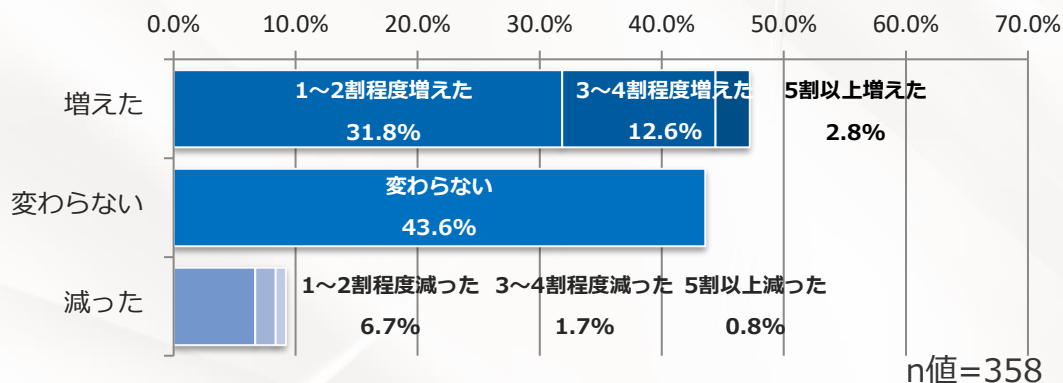
・全体



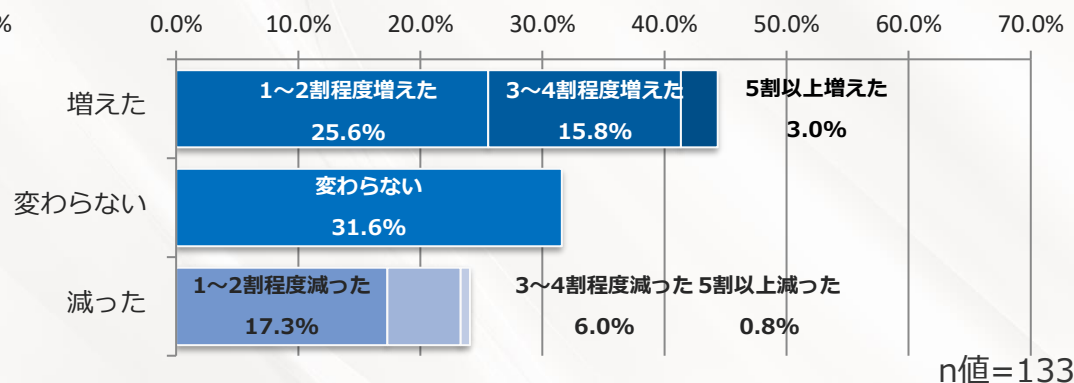
・大阪市



・首都圏



・東京都都心5区

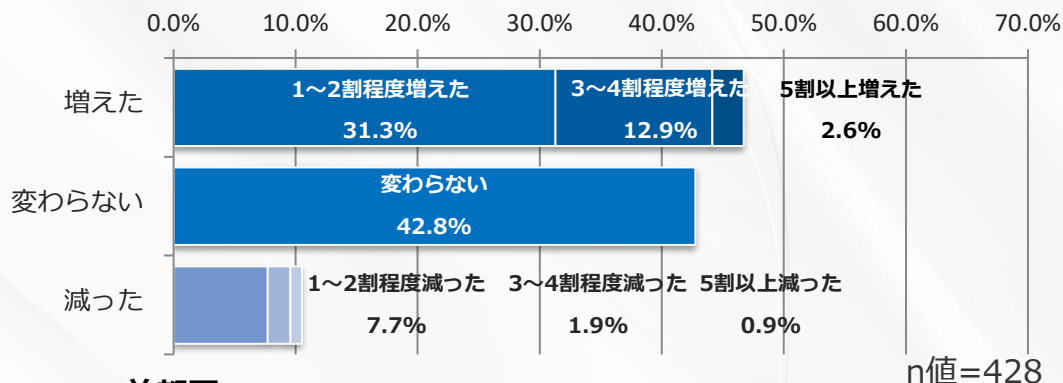


全体では「増えた」が「減った」を上回る結果となった。前回調査時と比較すると「増えた」という回答が31.7%⇒45.8%と増加し、首都圏では「減った」という回答が10%未満となっており、法人の動きに関しても回復基調にあると考えられる。

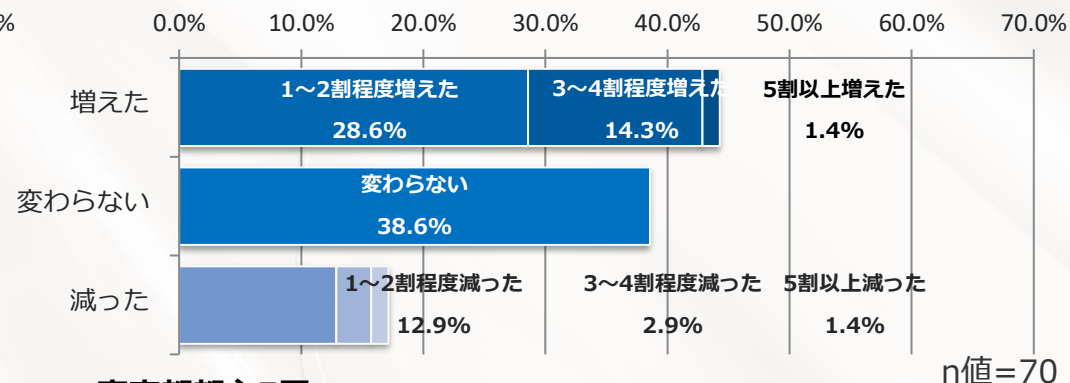
Q15.ファミリーの動き

Q. 2021年繁忙期に比べ、
2022年の繁忙期の属性別の動きはどの程度変化しましたか？

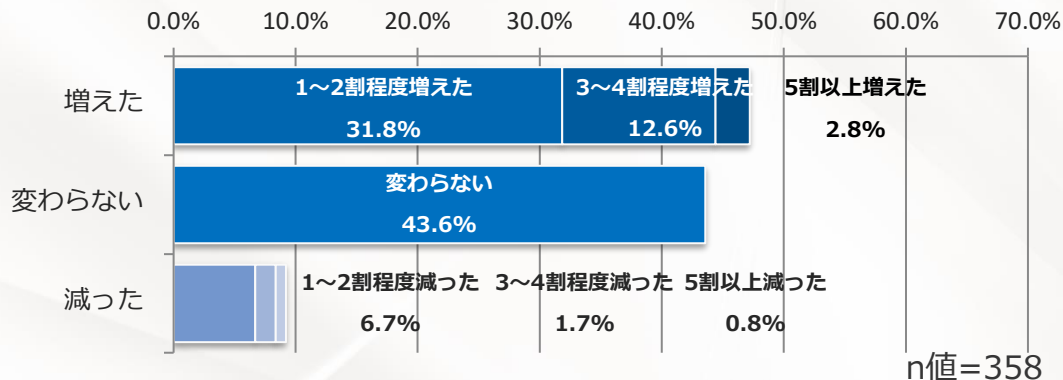
・全体



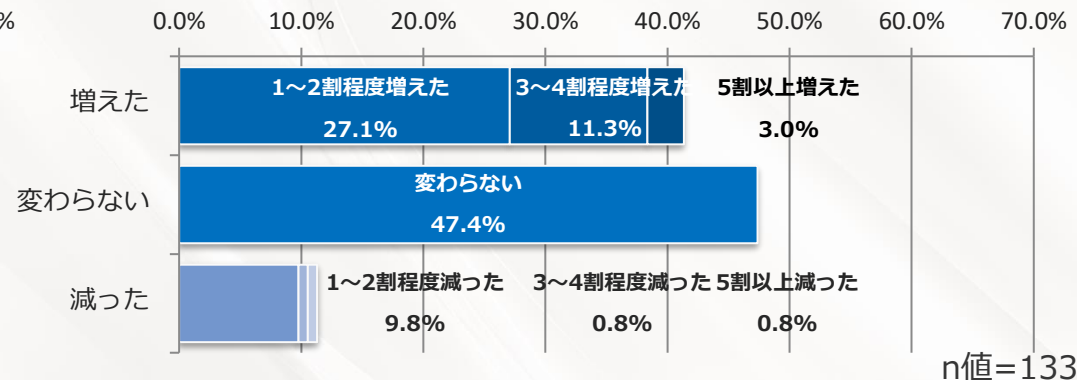
・大阪市



・首都圏



・東京都都心5区

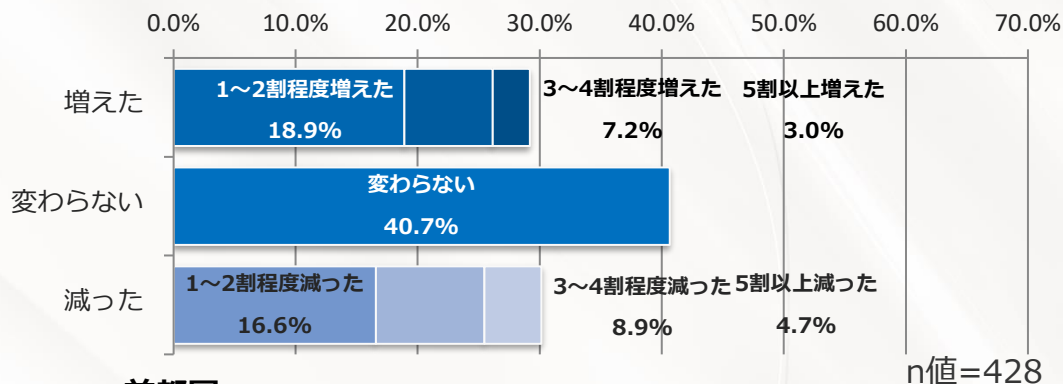


全体では「増えた」が「減った」を上回る結果となった。前回調査時でも「増えた」の割合は増加していたが
今回は「増えた」が38.7%⇒46.8%とさらに増加しており、回復基調にあるといえる。

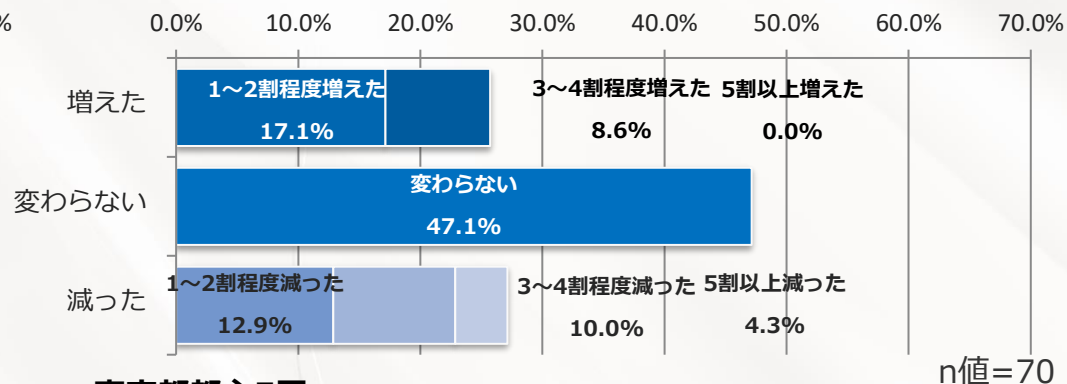
Q16. 学生の動き

Q. 2021年繁忙期に比べ、
2022年の繁忙期の属性別の動きはどの程度変化しましたか？

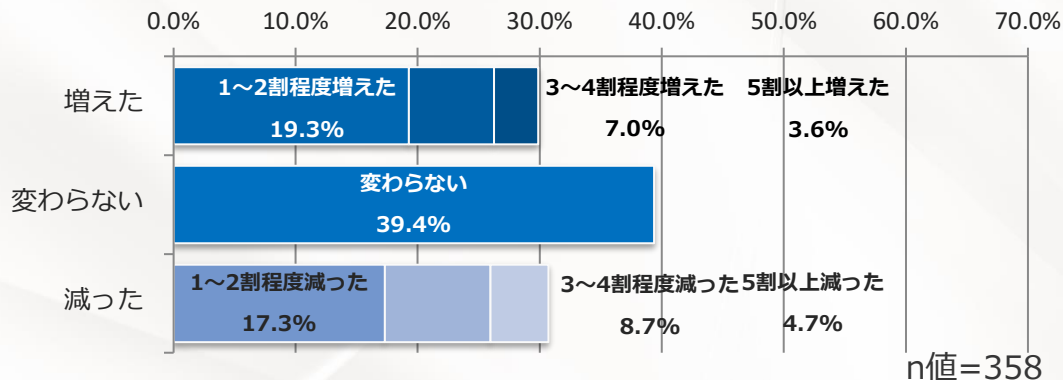
・ 全体



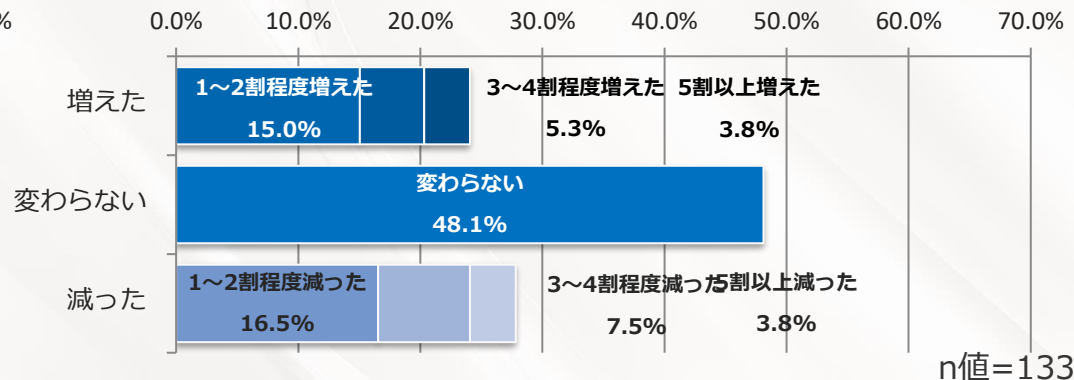
・ 大阪市



・ 首都圏



・ 東京都都心5区

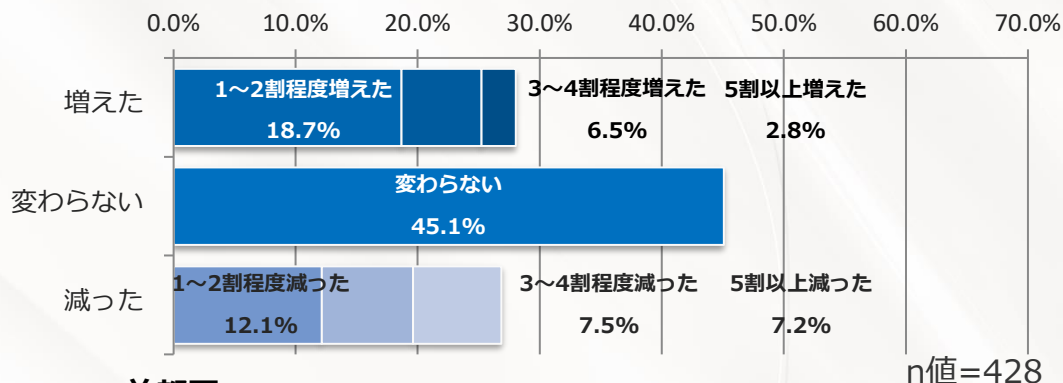


全体では「変わらない」という回答が最も多く「減った」と「増えた」がほぼ同数の回答結果となった。一方で前回調査時との比較では「増えた」が、16.1%⇒29.1%と増加し「減った」が37.7%⇒30.2%と減少しており、動きが鈍い中でも回復に向かいつつある状況といえる。

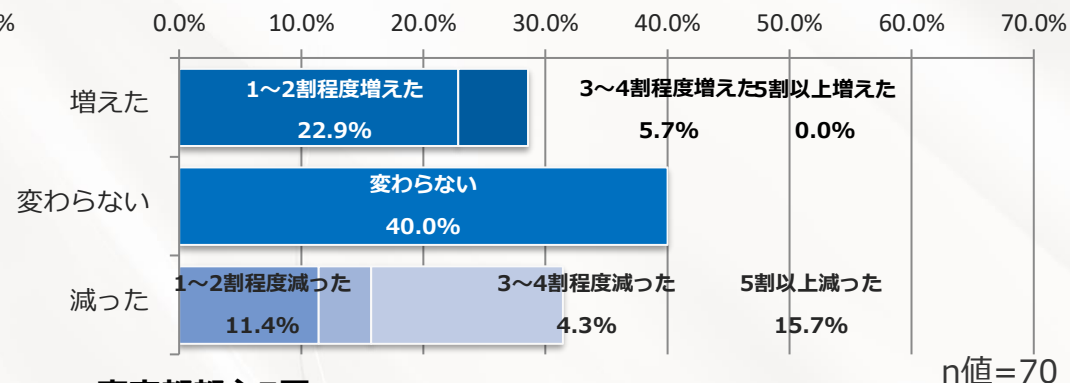
Q17.外国人の動き

Q. 2021年繁忙期に比べ、
2022年の繁忙期の属性別の動きはどの程度変化しましたか？

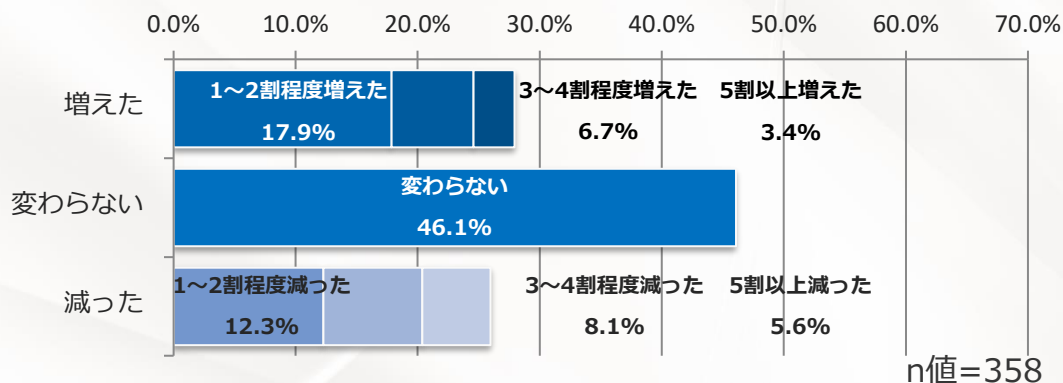
・全体



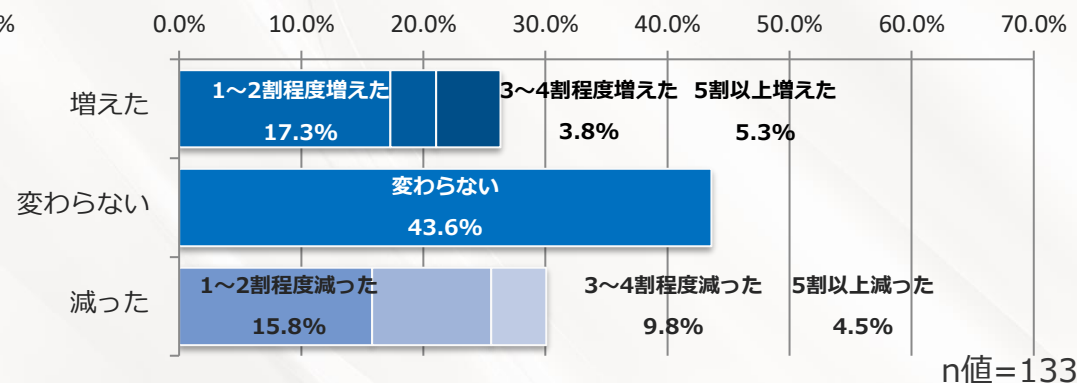
・大阪市



・首都圏



・東京都都心5区

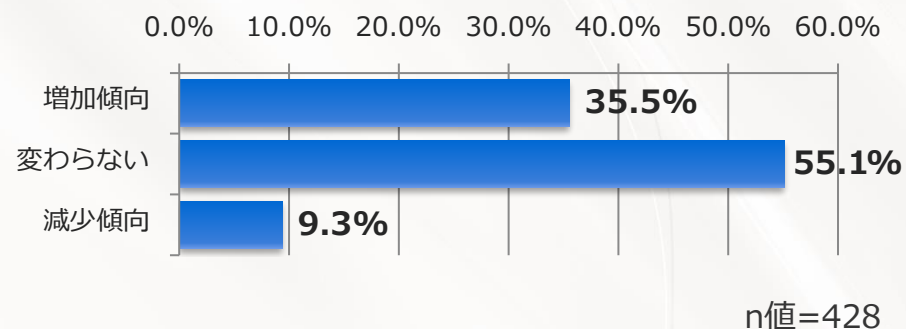


全体では「変わらない」という回答が最も多く「減った」と「増えた」がほぼ同数という結果になった。一方で前回調査時との比較では「増えた」が、8.7%⇒28.0%と増加し「減った」が41.4%⇒26.8%と減少しており、動きが鈍い中でも回復に向かいつつある状況といえる。

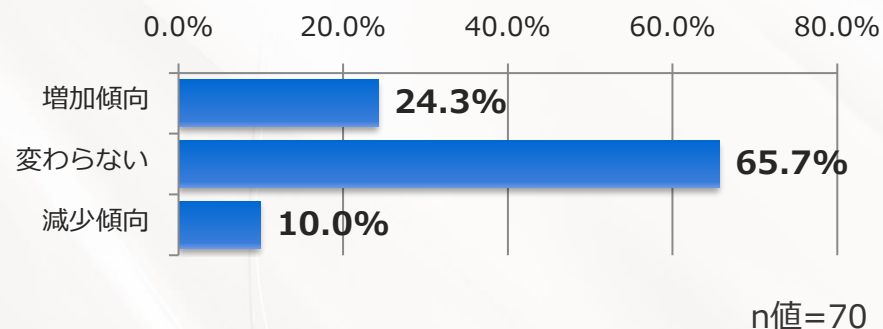
Q18.外国人の問い合わせ数変化

Q.直近（2022年5月以降）の
外国人の方の問い合わせ数に変化はありますか？

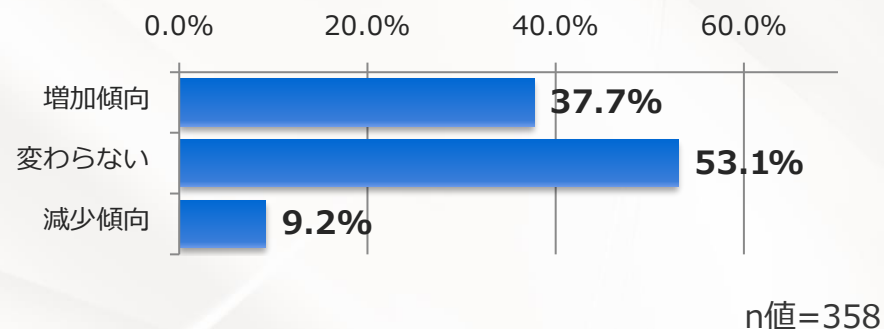
・全体



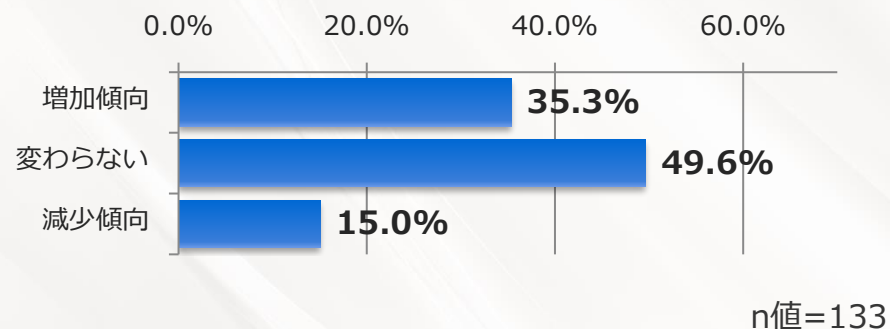
・大阪市



・首都圏



・東京都都心5区

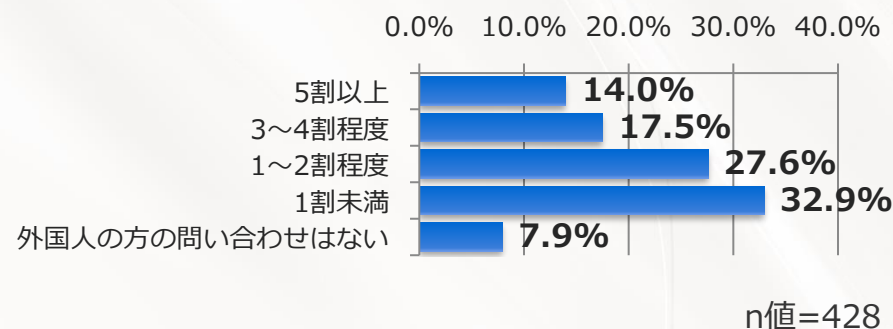


全体では「変わらない」という回答が最も多く、ついで「増加傾向」という結果となった。外国人の往来について規制が緩和されたこともあり、各エリア「増加傾向」との回答が見られ、首都圏の方がより強い傾向が見られた。

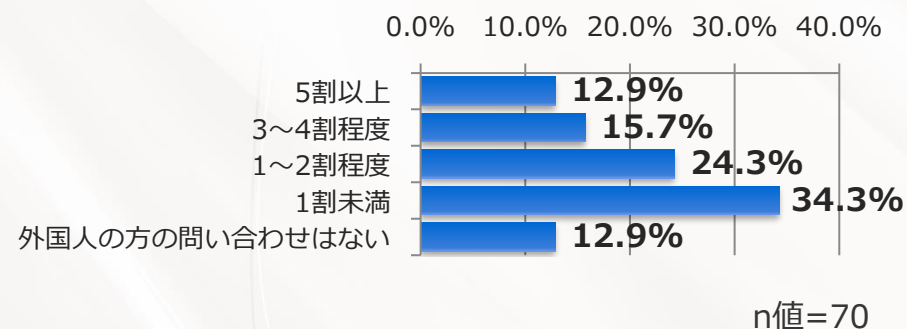
Q19. 留学生の問い合わせ数

Q.外国人の方の問い合わせのうち、
留学生の方の割合はどれくらいですか？

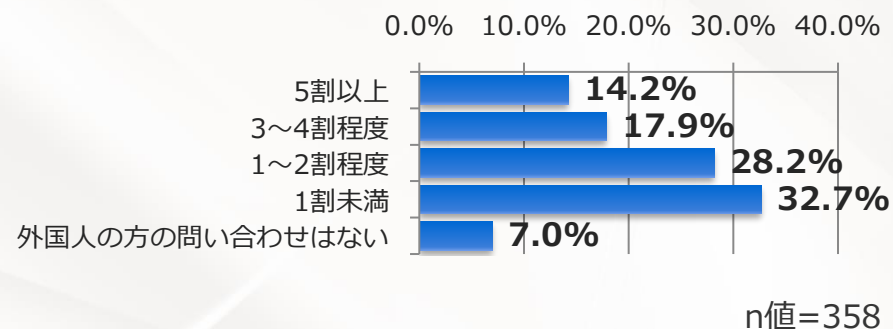
・ 全体



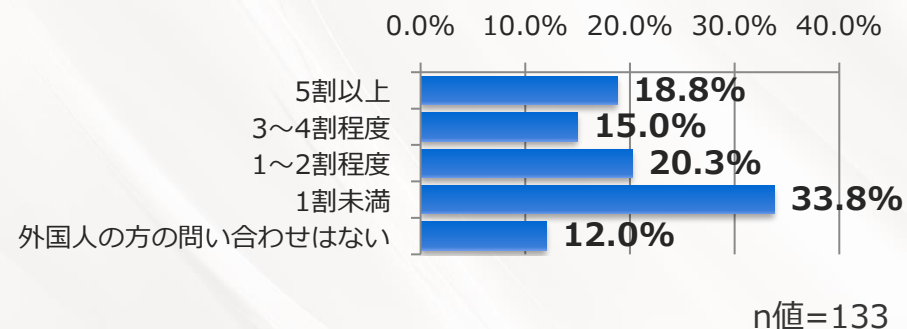
・ 大阪市



・ 首都圏



・ 東京都都心5区

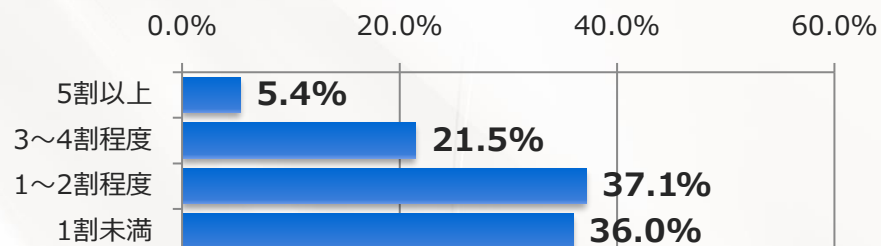


全体では「1割未満」「1~2割程度」の回答が合計で過半数となった。
都心5区では「5割以上」が18.8%と外国人の問い合わせに占める留学生の割合が高い。

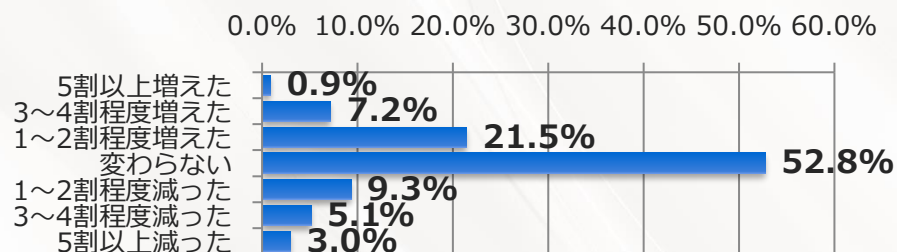
Q20. その他、お客様動向の変化

Q.来店客全体のうち、予約なしの飛び込み来店客の割合はどれくらいですか？

予約なしの来店数



n値=428

2021年と比較した
予約なしの来店客の割合の変化

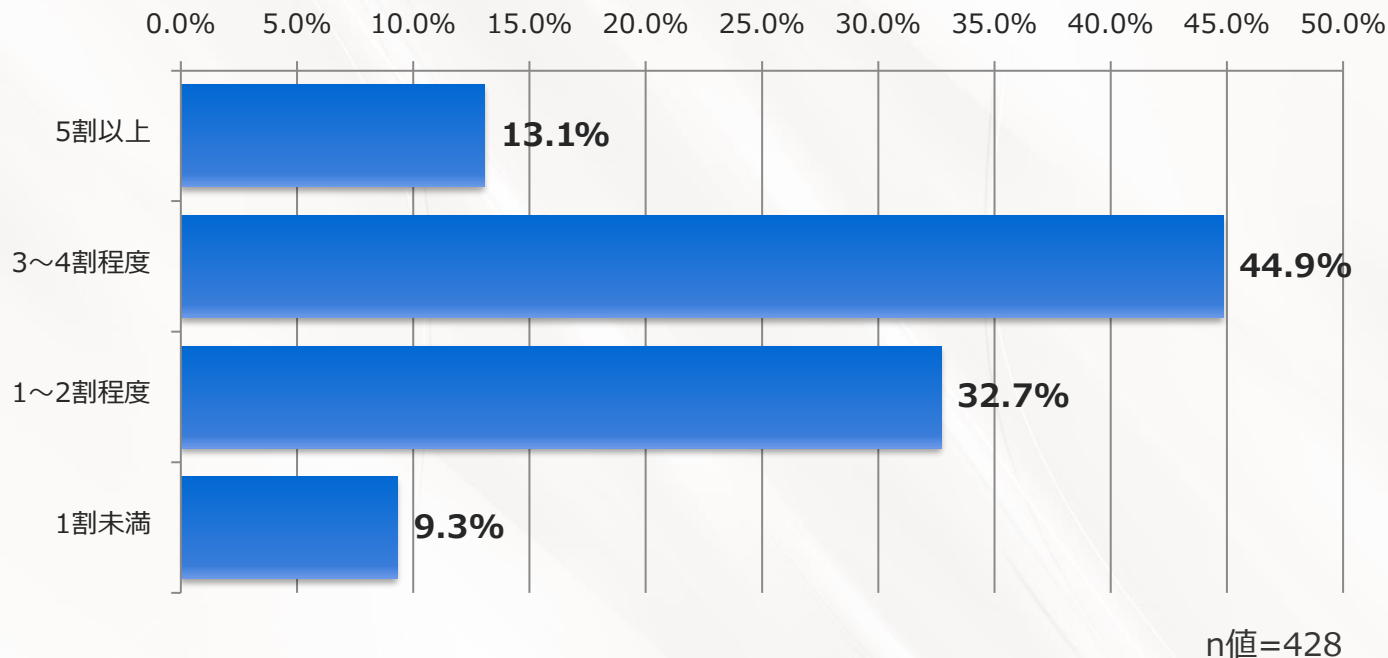
n値=428

予約なしでの来店数は「1割未満」「1~2割程度」という回答が全体の7割を占めており、ポータルサイト経由での来店比率が高い状況が見られた。
前年と比較した、予約なしの来店客割合の変化については「変わらない」が最も多く、次点で「1~2割程度増えた」となっており、やや増加傾向が見られた。

エンド客ニーズの変化について

Q21.テレワークを想定した家探し

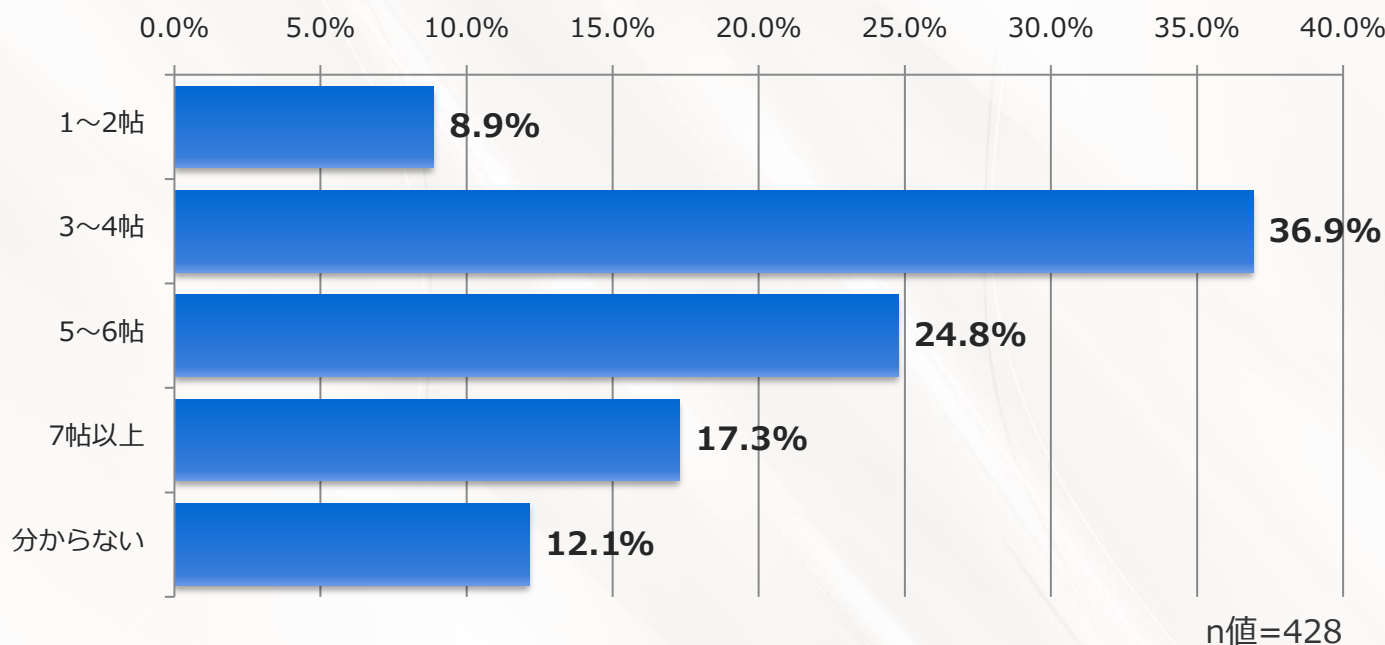
Q. 2022年繁忙期に家探しをしていた方で、テレワークを想定した家探しをしていた方の割合はどれくらいでしたか？



テレワーク想定の家探しは「3~4割程度」との回答が44.9%と最も多く次点で「1~2割程度」が32.7%。2022年繁忙期にもテレワーク想定の家探しをしている層は見られ、一定数根付いている状況が見られた。

Q22.テレワークスペースに求める広さ

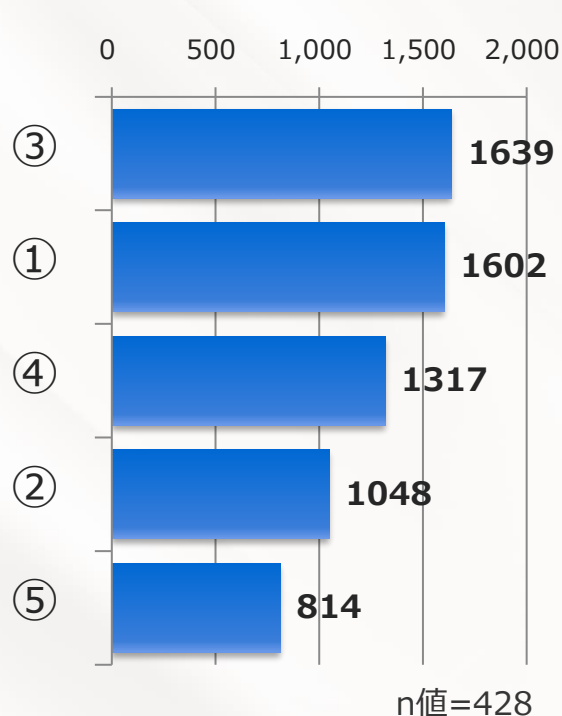
Q.テレワーク想定で家探しをしているお客様が求めるワークスペースの面積はどれくらいの広さですか？



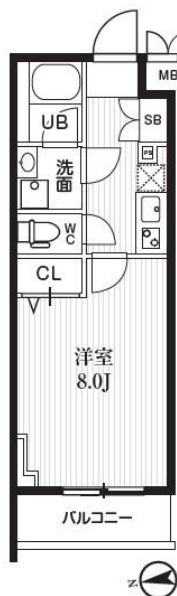
前回調査時と同様に、テレワークを前提とした家探しにおいてエンド客は、引っ越し先にテレワークスペースとして「3～4帖」程度のスペースを求める回答が多い。

Q23. 25㎡台で需要のある間取り

Q. 下記画像25㎡の①～⑤において、
需要が高い順を教えてください。



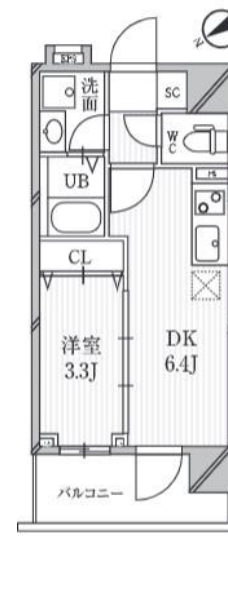
① 1K



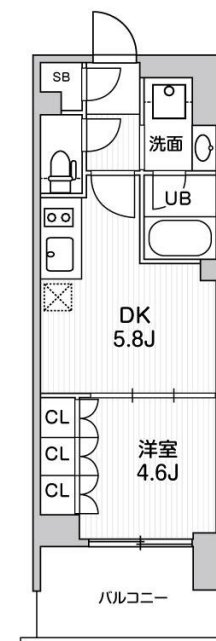
② 1R



③ 1DK



④ 1DK



⑤ 2K



25㎡台の間取りでは、「1DK」と「1K」が最も需要の高い間取りとなった。

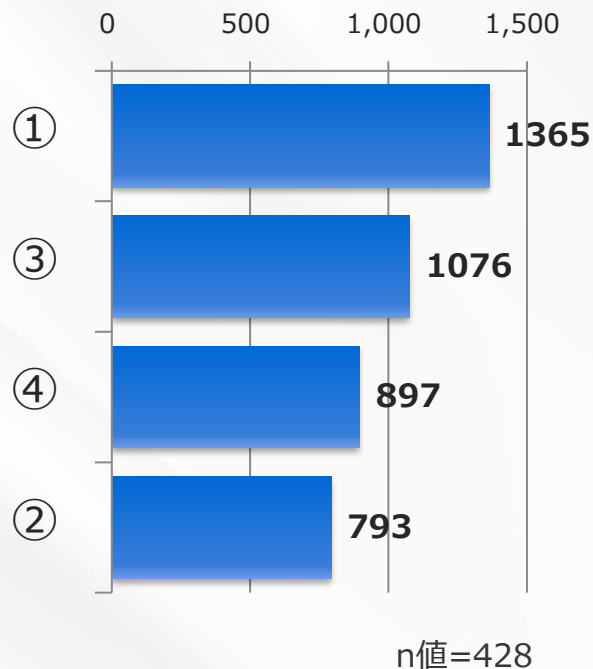
③(1DK)を選んだ理由は「テレワークがしやすい」「寝室を分ける需要が増えている」との意見が挙がり、

①(1K)を選んだ理由は「居室の広さが需要高い」「家具設置がしやすい」との意見が挙がる。

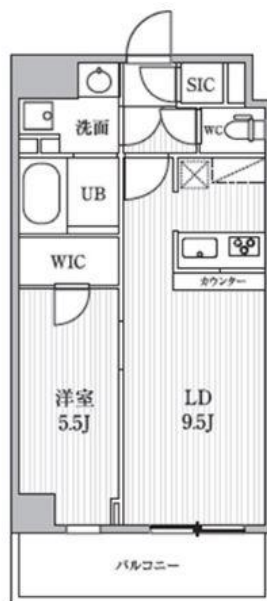
※1位：5ポイント、2位：4ポイント、3位：3ポイント、4位：2ポイント、5位：1ポイントとして集計。

Q24.40㎡台で需要のある間取り

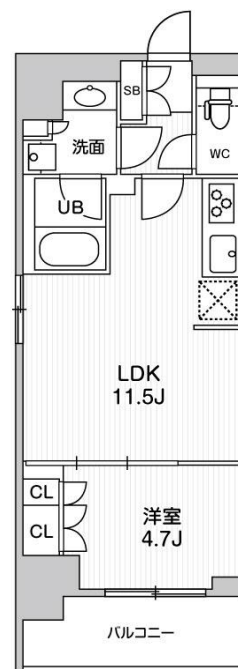
Q.下記画像40㎡の①～④において、
需要が高い順を教えてください。



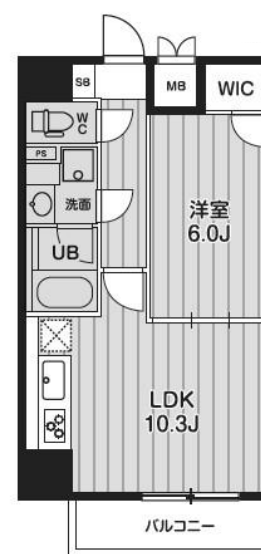
①1LDK



②1LDK



③1LDK



④2DK



40㎡台の間取りでは、バルコニーに対して居室とLDKが横並びになっている間取りの需要が最も高いとの回答。

①(1LDK)を選んだ理由は「実際にエンド客からの需要が高い」「日当たりやバルコニーの使い勝手」との意見が挙がる。

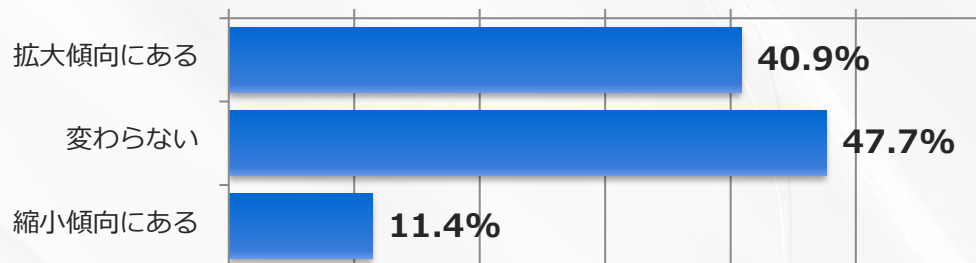
※1位：4ポイント、2位：3ポイント、3位：2ポイント、4位：1ポイントとして集計。

Q25. 家探しの希望エリア

Q. 2021年の繁忙期と比べ、2022年の繁忙期のお客様1組あたりの希望エリアは拡大傾向にありましたか？縮小傾向にありましたか？

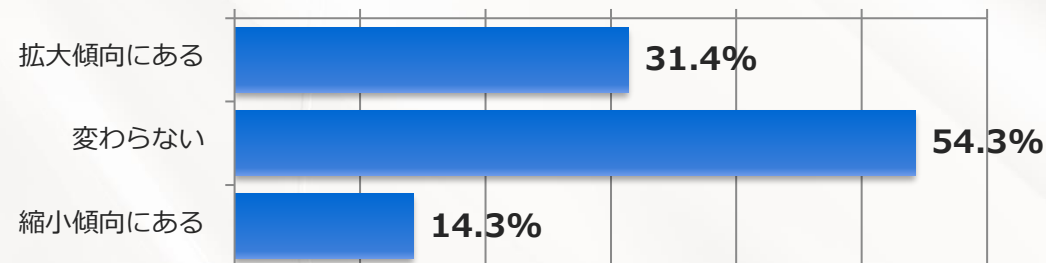
・ 全体

0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0% 60.0%



・ 大阪市

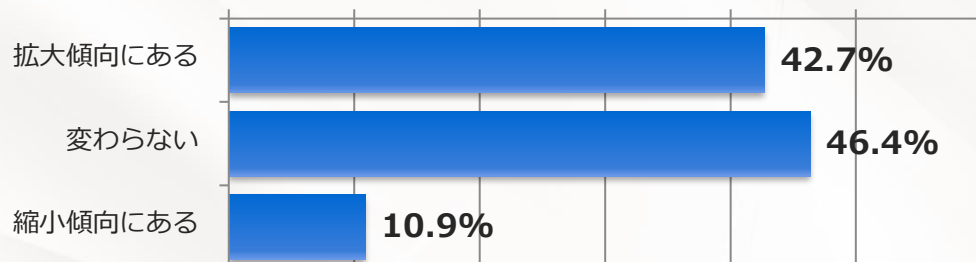
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0% 60.0%



・ 首都圏

n値=428

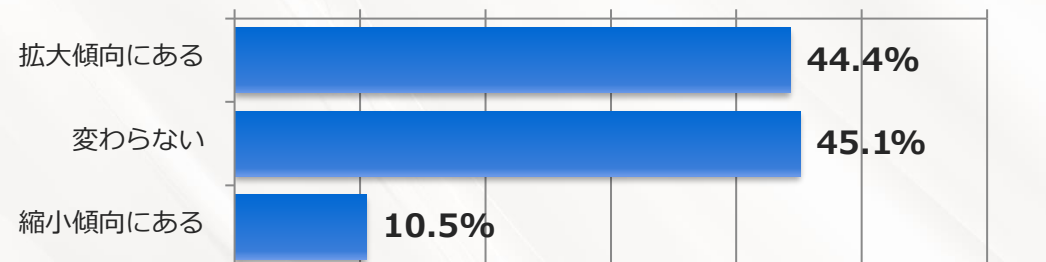
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0% 60.0%



・ 東京都都心5区

n値=70

0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0% 60.0%



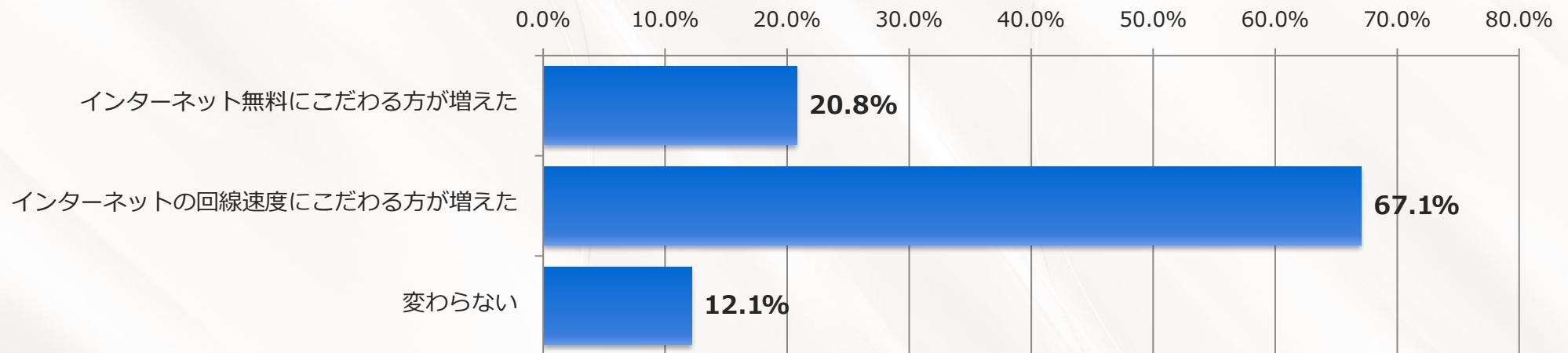
n値=358

n値=133

全体では、「変わらない」という回答が最も多い。大阪では東京に比べて拡大傾向が低い状況が見られた。2021年時点で拡大傾向が見られていたため、2022年において拡大傾向はやや落ち着いたものの、家探しのエリアは広いとの意見が挙がる。

Q26. インターネット環境に対するニーズ

Q. インターネット環境を気にするお客様の内、下記のどちらの傾向が強いですか？

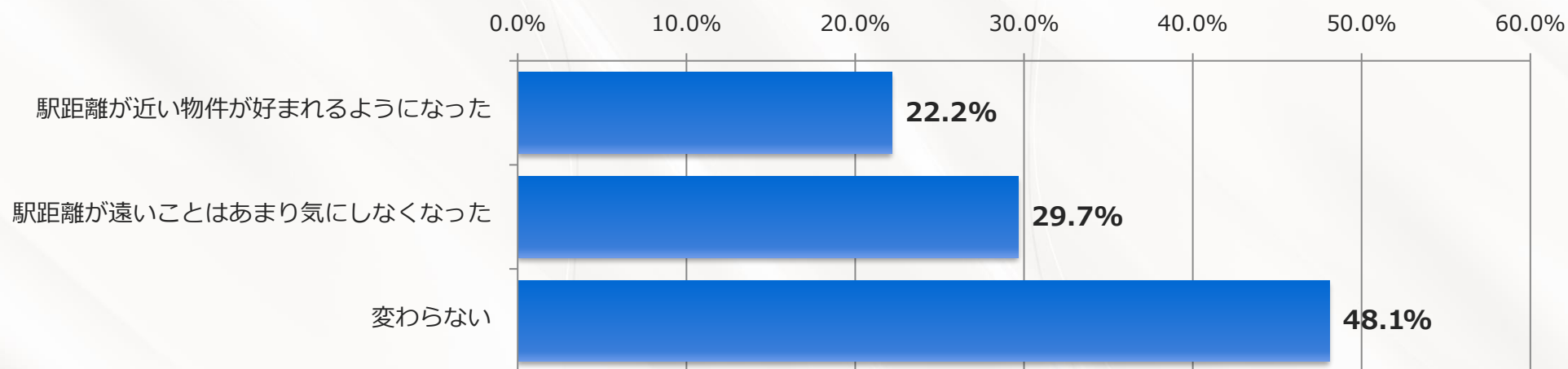


n値=428

前回調査時と比較すると、「インターネット回線速度にこだわる方が増えた」58.2%→67.1%と回線速度にこだわる傾向は引き続き増加している。

Q27. 駅距離に対するニーズ

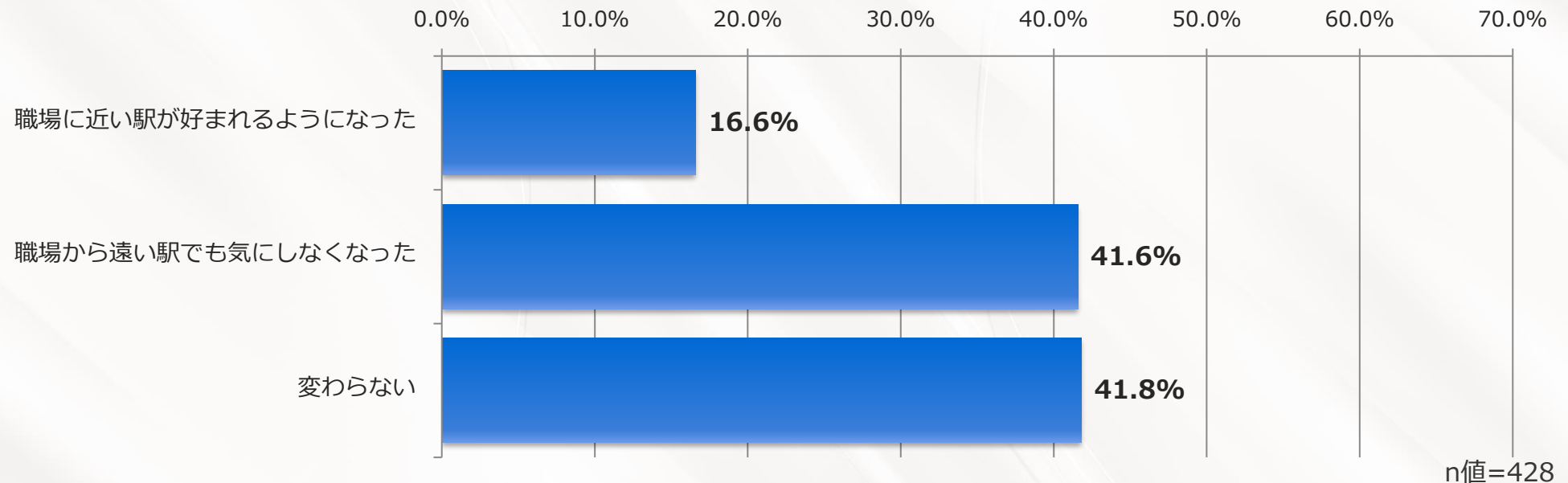
Q. 駅距離に対する
お客様の需要はどう変化しましたか？



n値=428

前回調査時に引き続き、駅距離が遠いことを気にしなくなった方は3割程度見られている。
一方で駅距離が近いことを好む方の割合が18.7%⇒22.2%と増加しており、駅距離を気にするエンド客が増加傾向にあることもうかがえる。

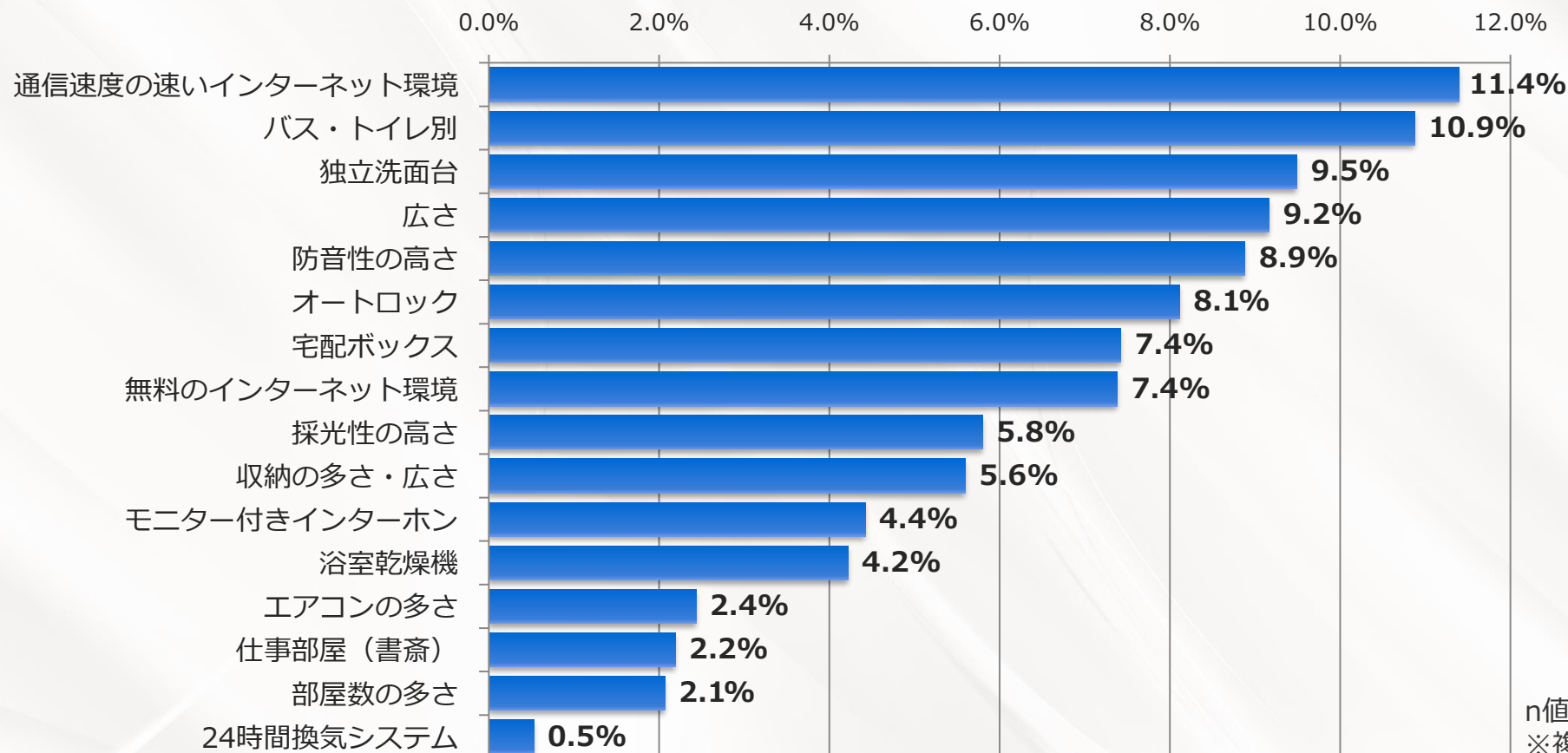
Q28. 職場との距離に対するニーズ

Q. 職場との距離に対する
お客様の需要はどう変化しましたか？

「変わらない」という回答が最も多いが、前回調査時との比較では、「職場から遠い駅でも気にしなくなった」の割合は43.8%⇒41.6%と若干減少する結果となった。

Q29. 個別設備や仕様に対するニーズ

Q. 需要が高い設備や仕様を教えてください。

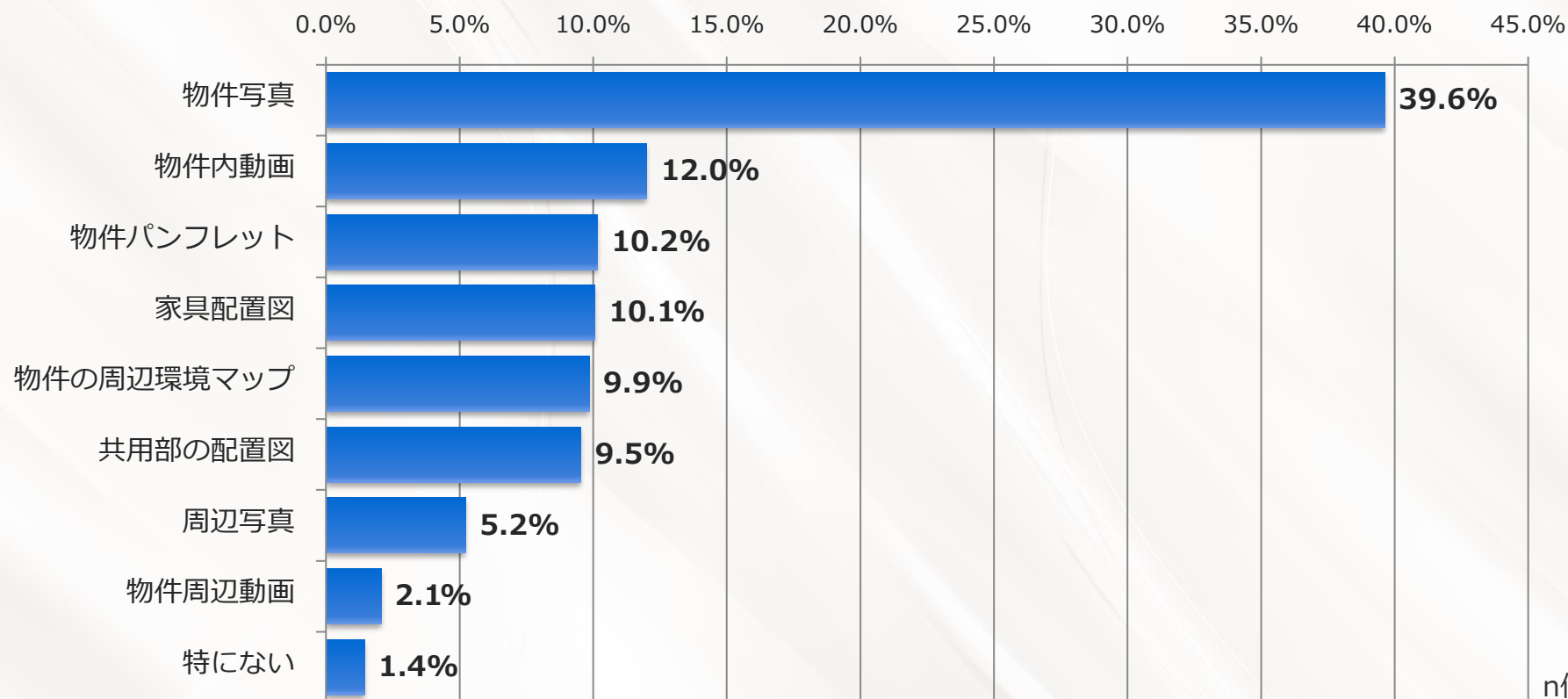
n値=2,465
※複数回答有

前回調査時1位の「通信速度の速いインターネット環境」11.4%とネット速度を筆頭に防音性、面積の広さ等が引き続き上位を占めており、テレワークを想定した項目へのニーズは引き続き高い状況がうかがえる。

元付会社（管理会社）に求めること

Q30. 元付会社（管理会社）に提供してほしい営業ツール

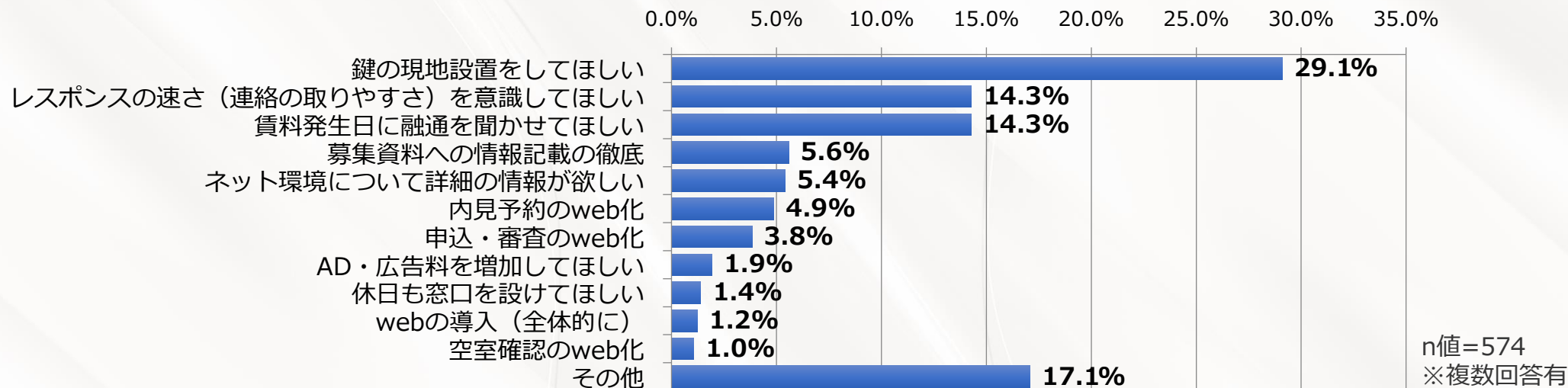
Q. 元付会社に提供してもらえると
物件を紹介しやすくなる営業ツールはなんですか。



n値=974
※複数回答有

「特にない」という回答がわずか1.4%と、現状の元付会社（管理会社）の提供ツールに満足していない仲介会社が非常に多いことが分かる。提供してほしい営業ツールの順位については、前回調査時と大きな変化はないが、「家具配置図」7.8%→10.1%と上昇が見られた。

Q31. 元付会社（管理会社）に気を付けてほしいこと・望むこと Q. 元付会社に気を付けてほしいこと、またはこれまで以上に望むことはありますか。



■『その他』に分類される仲介担当者のコメント

- ・条件交渉できる事項を記載してほしい。
- ・自動音声の電話のアナウンスが長いので短くしてほしい。
- ・ADの記載を帯以外はさけてほしい。
- ・ADの後バックは決めにくいので、相殺で交渉してほしい。
- ・必要書類やお申し込み後のスケジュールを共有してほしい。
- ・リアルタイムな空室情報
- ・多言語対応してほしい

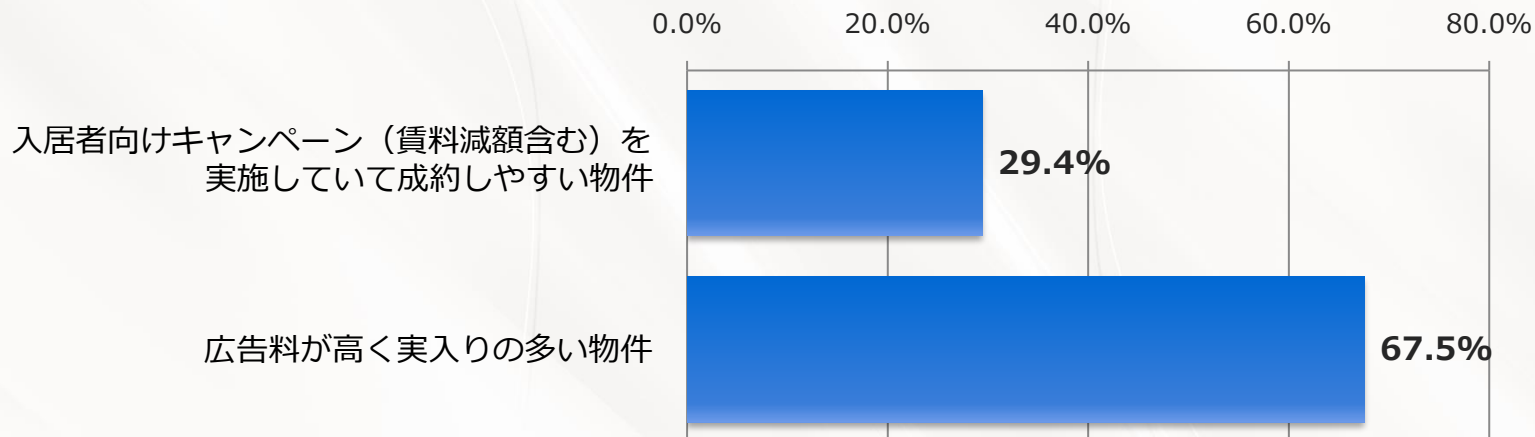
- ・外国人が借りれる物件を増やす。外国籍対応の可否が分かるようにしてほしい。
- ・間取りに家具の配置をしてくれるとイメージが付きやすい。
- ・室内の寸法が分かる平面図があると分かりやすい。
- ・鍵の管理(現地に行ったら鍵がない等がないように)、設置場所のわかり易さ。
- ・内見時にエアコンや電気を付けれるように通電してほしい。
- ・広告掲載を許可してほしい。
- ・室内写真、設備の説明は出来るだけ多くほしい。
- ・法人契約の融通を効かせてほしい。

案内の簡易化と接触を必要最低限にする方法として、「鍵の現地設置」を求める声が引き続き多く挙がった。前回調査時との比較では、「内見予約のWeb化」が1.9% → 3.9%と項目全体の中でも増加した他、前回調査では少数回答だった「ネット環境について詳細の情報が欲しい」が新たに5.4%挙がった。エンド客からもネット回線についての質問（回線速度、自分で新たに引けるのか）が増加しているとの意見が挙がる。

その他

Q32.優先して紹介したい物件

Q.優先して紹介したい物件はどのような物件ですか？

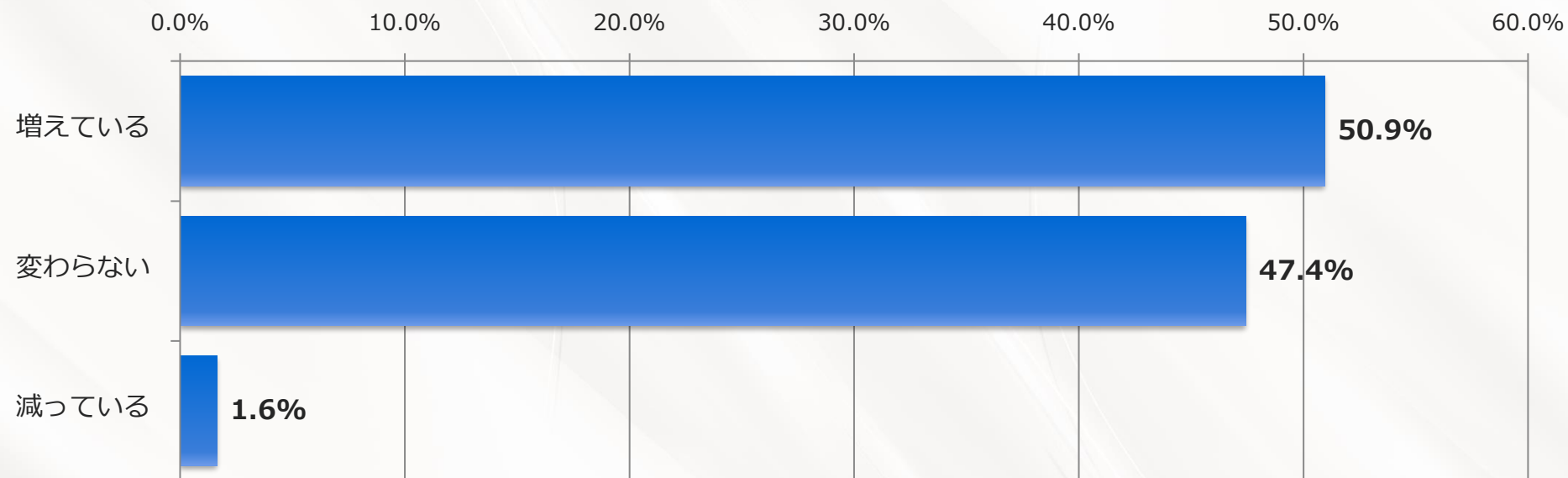


n値=428

入居者向けキャンペーンよりも広告料を求める仲介担当者が多い。
前回調査時との比較では、「広告料が多く実入りの多い物件」64.3%⇒67.5%、
「入居者向けキャンペーンを実施している成約しやすい物件」33.7%⇒29.4%と
僅かながら広告料が多く実入りの多い物件を優先する割合が増加した。

Q33. 条件交渉について

Q. お客様からの条件交渉は増えていると感じますか？

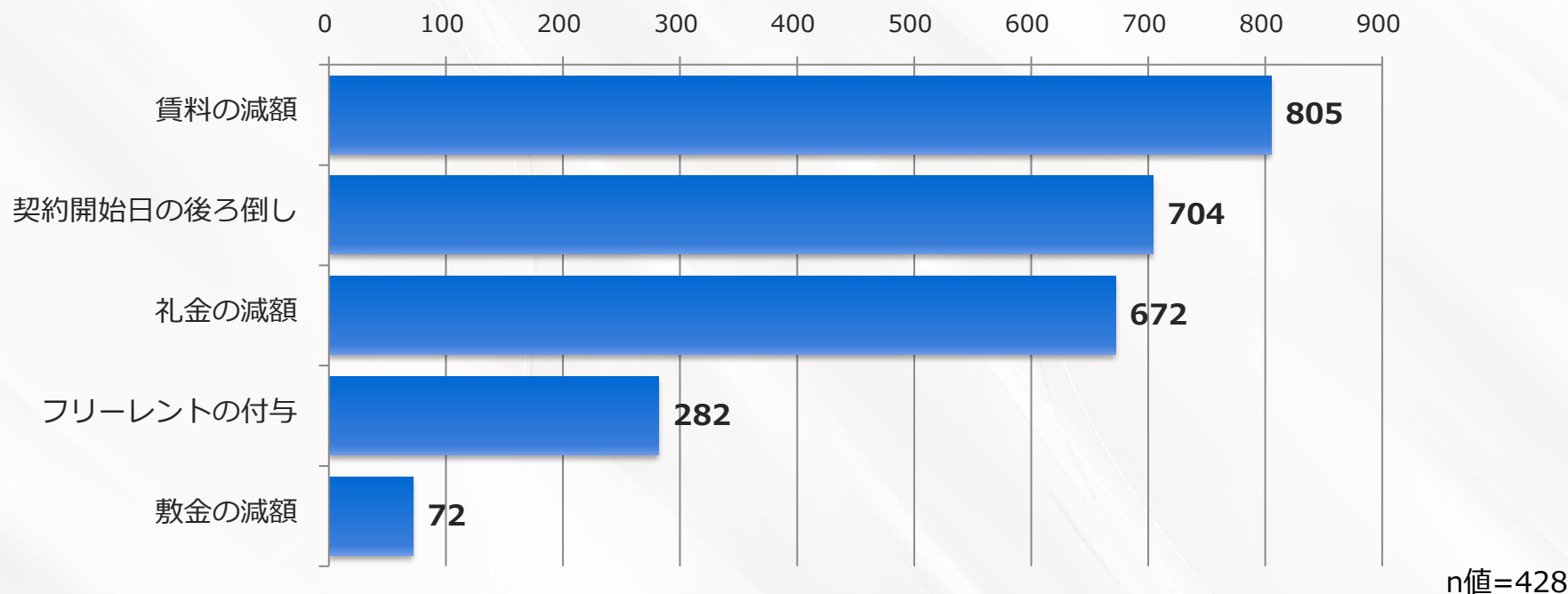


n値=428

条件交渉については「増えている」という回答が最も多い。

Q34. 条件交渉について

Q. お客様からの条件交渉で増えている内容を
1～3位のランキング形式でお答えください。

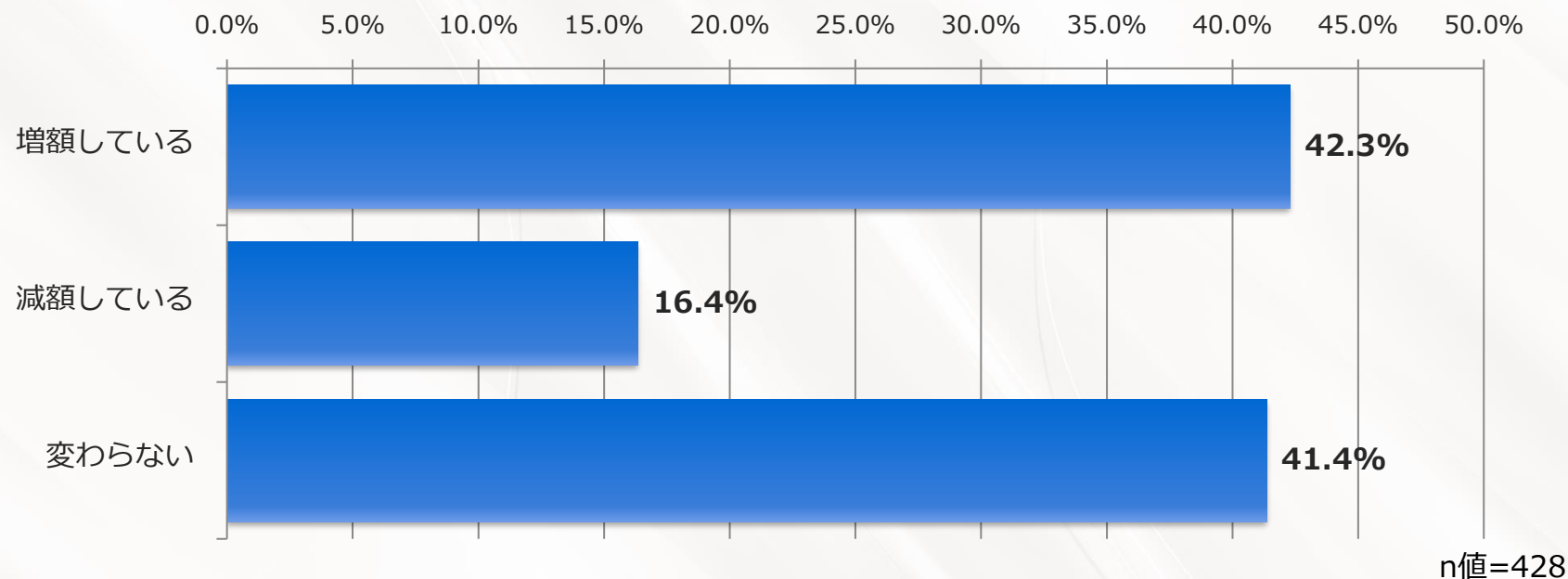


「賃料の減額」という回答が引き続き最も多いが、「契約開始日の後ろ倒し」との回答も目立つ。
現住居解約日までの期間と契約開始日の調整の相談を受けてほしいとの意見が多い。

※1位に選ばれた項目は3ポイント、
2位は2ポイント、
3位は1ポイントとして集計。

Q35. 広告料の増減

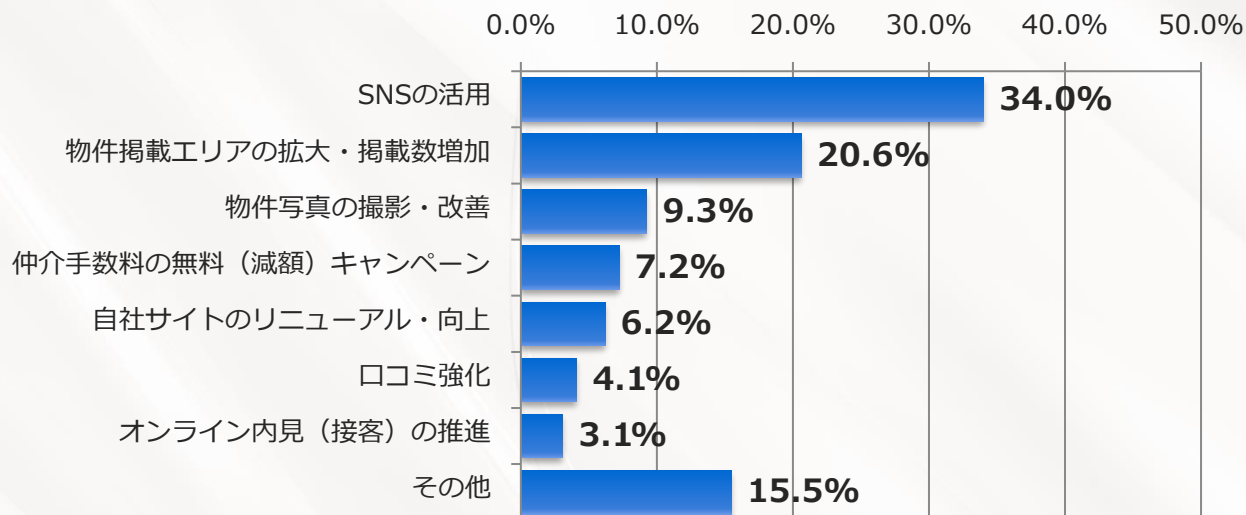
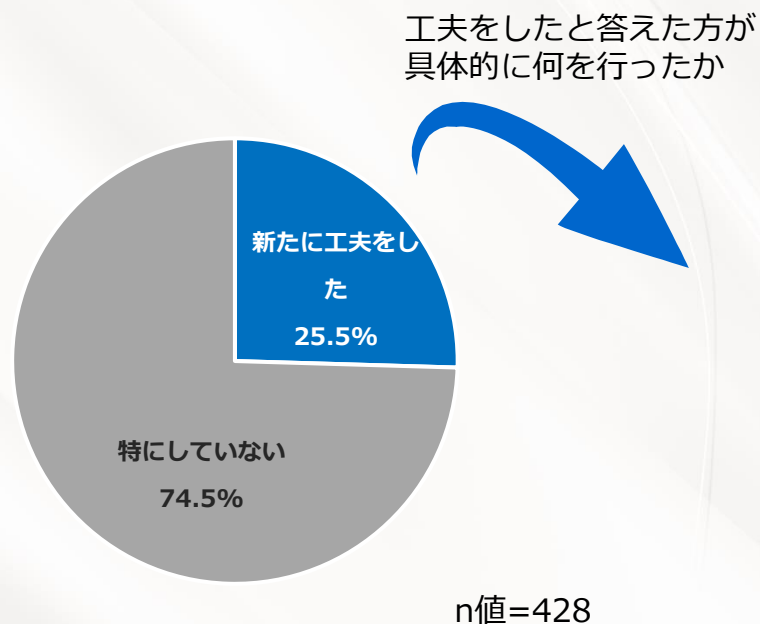
Q. 広告料（AD）の増減について、
昨年と比べどちらの傾向が強いですか？



前回調査時との比較でも「増額している」が43.8%⇒42.3%と
引き続き最も多く、4割以上の仲介担当者が広告料は増額傾向にあると認識している。

Q36. 新たな集客方法の工夫（2022年）

Q. 昨年に比べて、新たな集客方法の工夫を図りましたか？もしくはその予定はありますか？その工夫について簡単に教えてください。



n値=97
※複数回答有

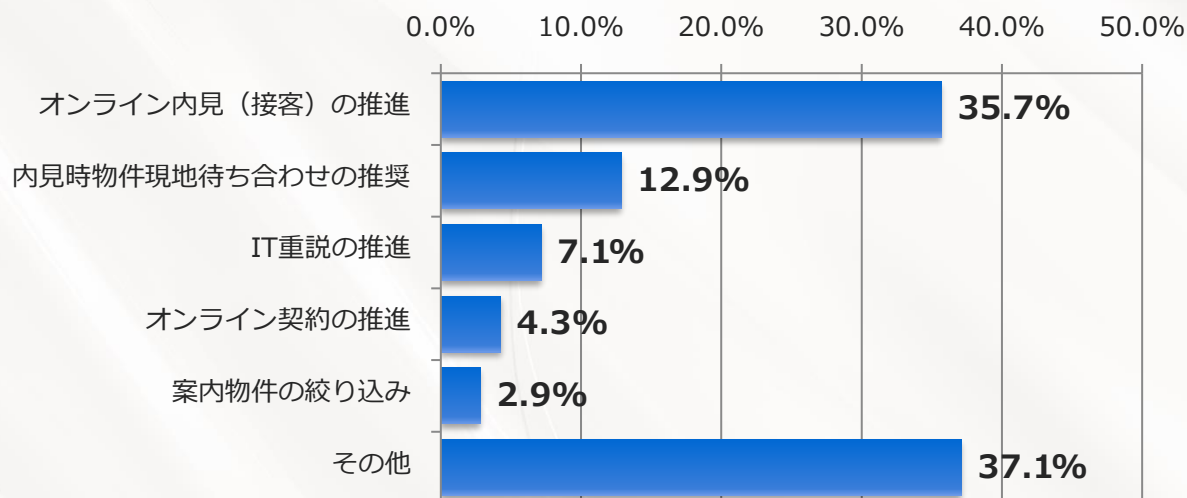
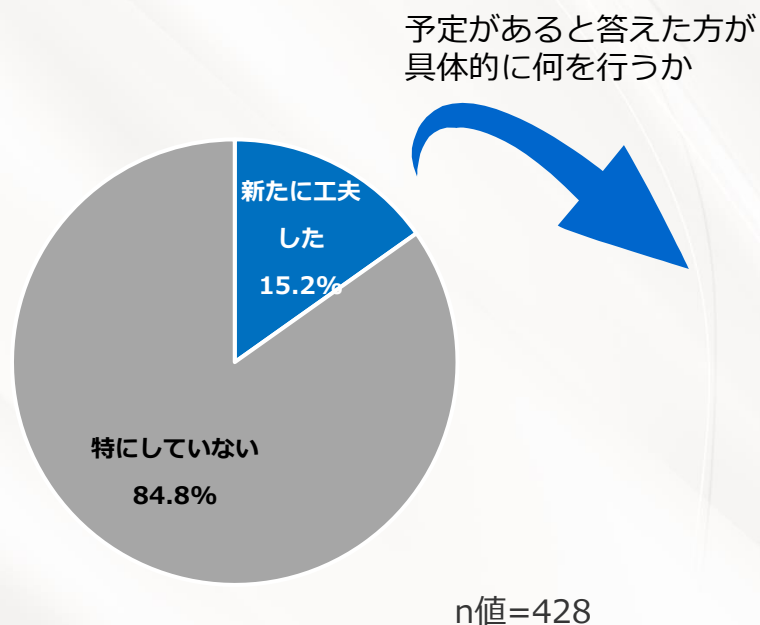
■ 『その他』に分類されるコメント

- ・ SEO／MEO対策の強化
- ・ 初期費用のカード決済
- ・ 信販会社との顧客提携
- ・ ノマドクラウドの導入
- ・ メールシステム変更
- ・ 自社掲載物件のネット環境項目の詳細記載

前回調査時と比べて、「SNSの活用」17.6%→34.0%が大きく増加した。
「物件掲載数の増加」は23.0%→20.6%と若干減少したが、
上位2項目を実施している割合の増加が見られた。

Q37. 新たな接客方法の工夫（2022年）

Q. 昨年に比べて、新たな接客方法の工夫を図りましたか？もしくはその予定はありますか？その工夫について簡単に教えてください。



n値=65
※複数回答有

■『その他』に分類されるコメント

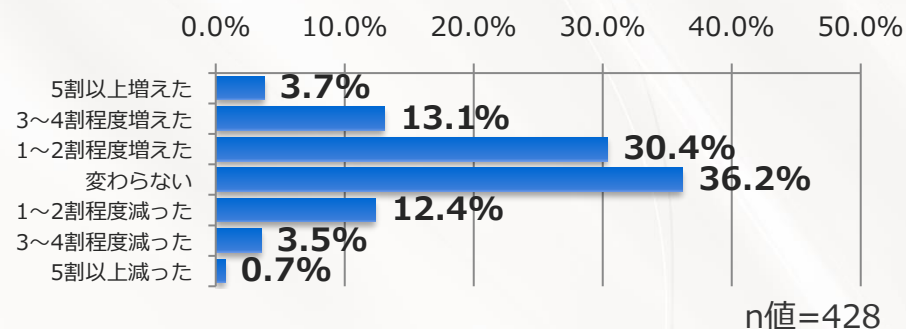
- ・インスタグラムによるライブ内覧
- ・写真、動画の強化
- ・広域の物件資料の用意
- ・追客システムの導入
- ・ノマドクラウドの導入

前回調査時と比べて、「オンライン内見（接客）の推進」が34.8%→35.7%と横ばい、「内見時物件現地待ち合わせの推奨」が19.6%⇒12.9%と減少が見られたが、この2項目を行っていく姿勢が引き続き見られた。

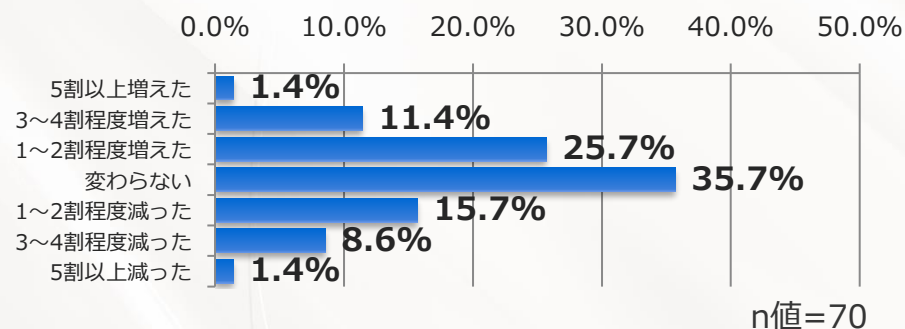
Q38.店舗売上の増減（個人契約）

Q. 前年に比べ、2022年繁忙期の個人契約での売上に変化はありましたか？

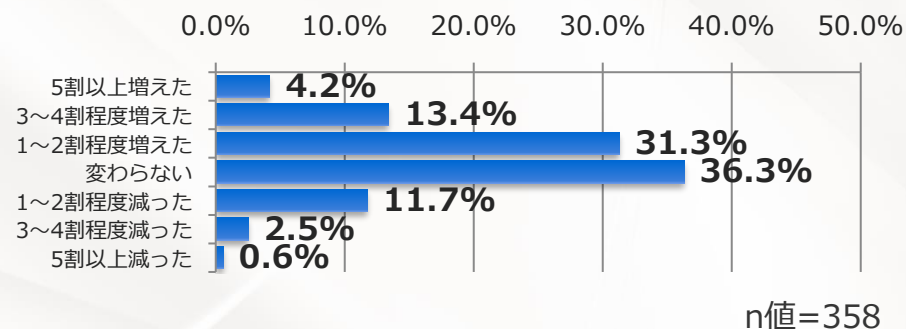
・全体



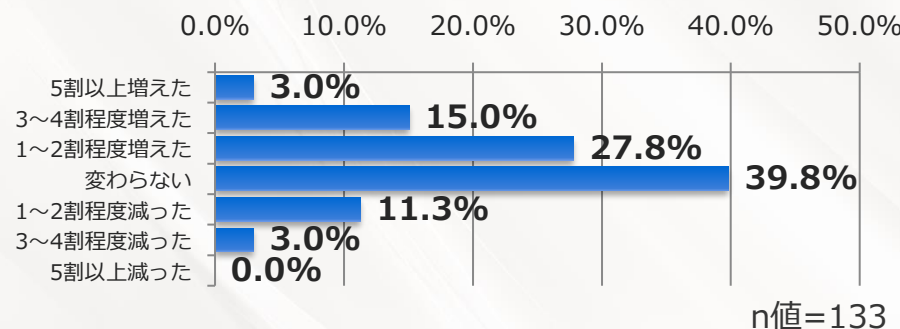
・大阪市



・首都圏



・東京都都心5区

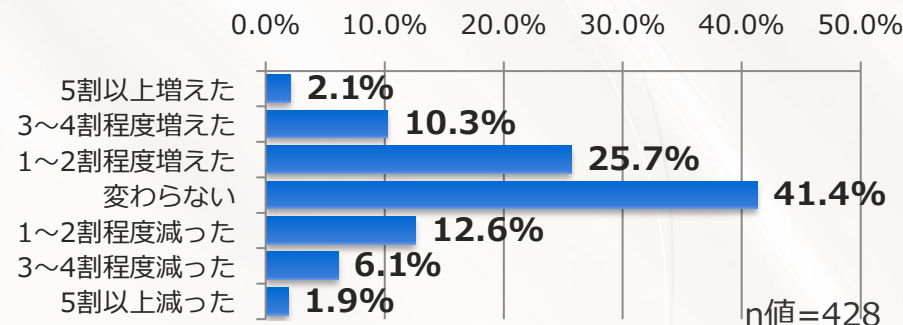


個人契約による店舗売上については、「変わらない」が最も多く、次点で「1〜2割程度増えた」との回答が続き、全体では若干増えた傾向が見られた。

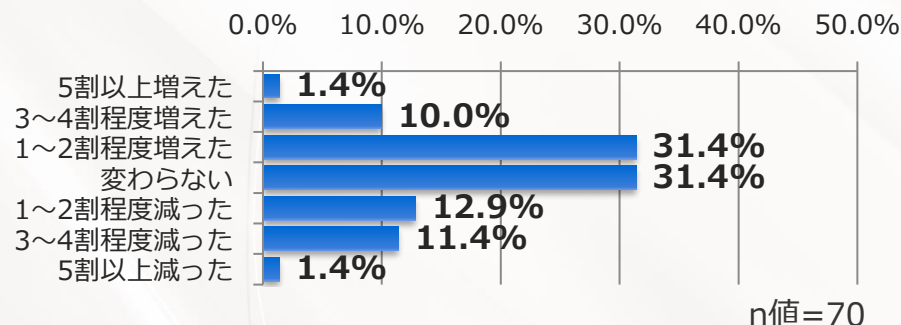
Q39.店舗売上の増減（法人契約）

Q. 前年に比べ、2022年の法人契約での売上に変化はありましたか？

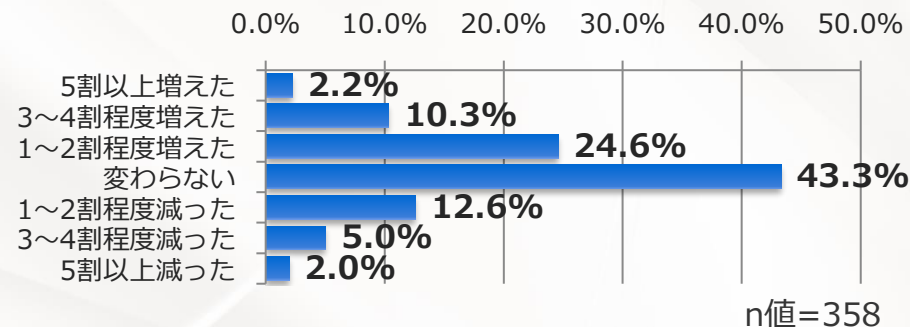
・全体



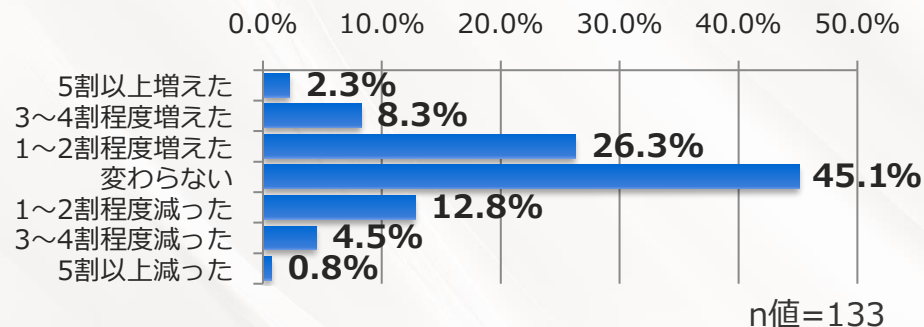
・大阪市



・首都圏



・東京都都心5区



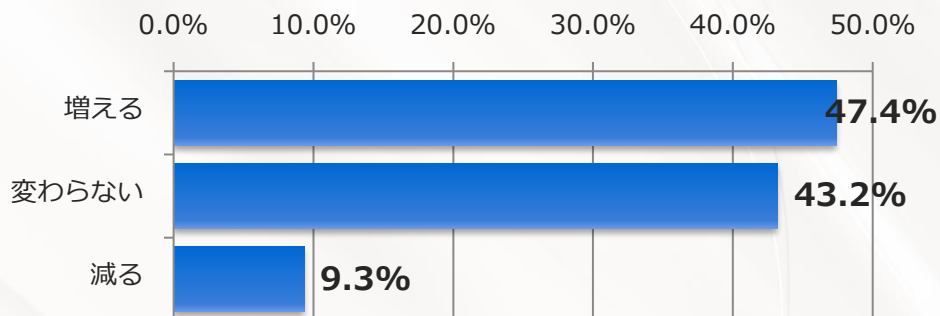
法人契約による店舗売上については、「変わらない」が最も多く、次点で「1～2割程度増えた」との回答が続く。大阪では個人契約よりも「増えた」との回答が多く見られており、法人契約の動きの回復傾向が見られた。

2022年の第二繁忙期（9月～10月） について

Q40.2022年第二繁忙期の動き予測（個人）

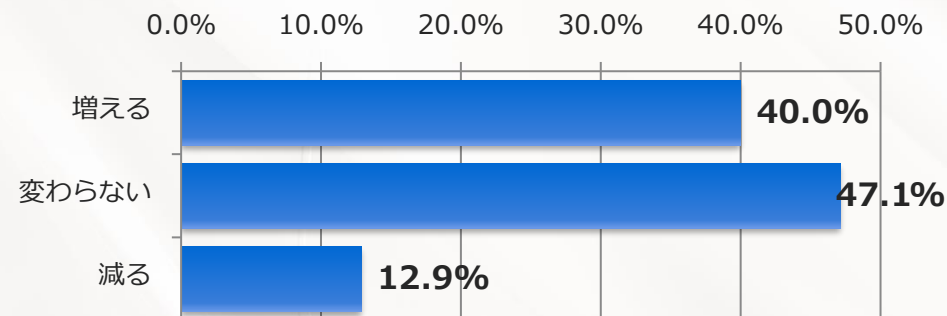
Q.2022年第二繁忙期（9月～10月）はどのような動きが予測されますか？

・全体



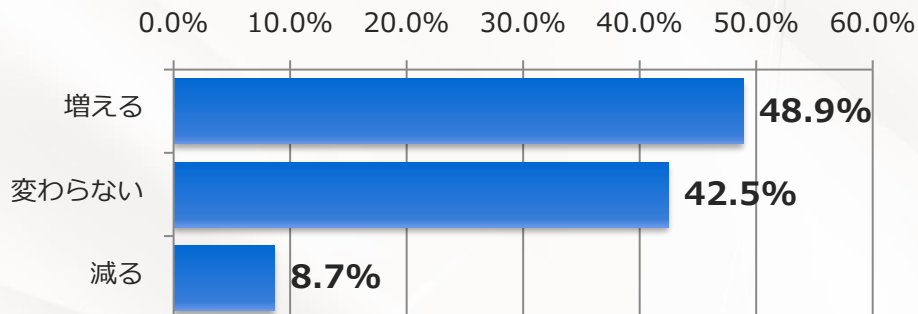
n値=428

・大阪市



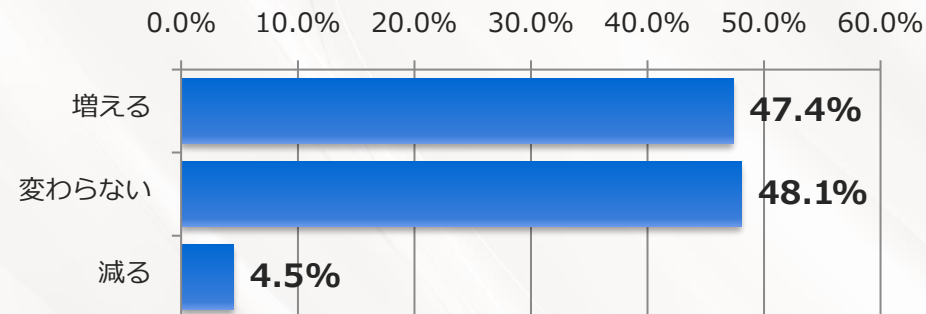
n値=70

・首都圏



n値=358

・東京都都心5区



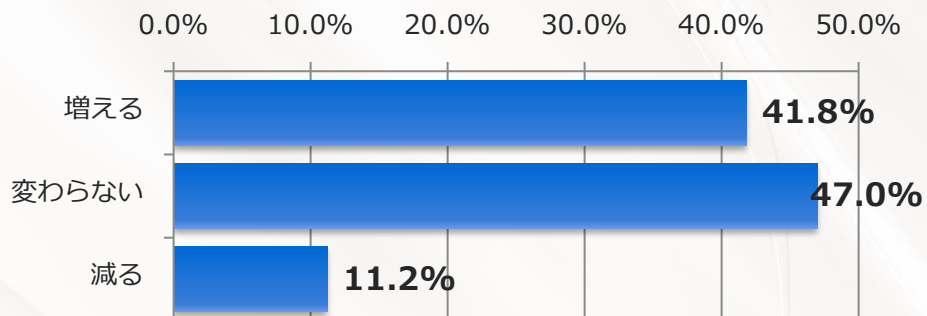
n値=133

- 「増える」という回答の理由 : 昨年よりも春が動いたため。コロナの影響が少なくなっている。企業の動きがみられる。 など
- 「変わらない」という回答の理由 : 現状では判断できないため。個人契約では動きが変わらない。 など
- 「減る」という回答の理由 : 反響来店率が悪くなっているため。コロナが収まって引越需要につながるかは疑問。 など

Q41.2022年第二繁忙期の動き予測（法人）

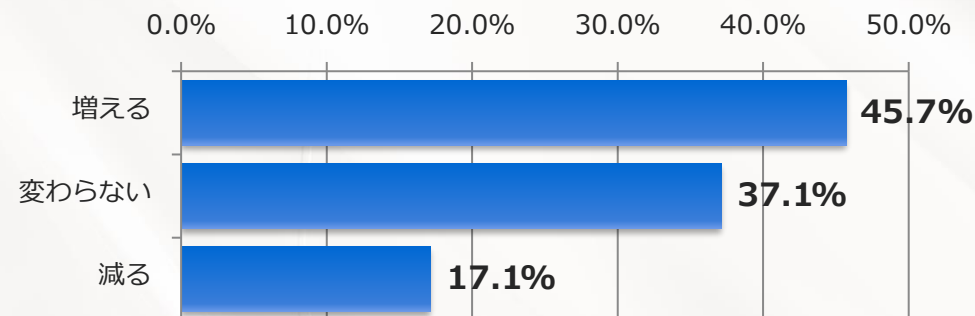
Q.2022年第二繁忙期（9月～10月）はどのような動きが予測されますか？

・全体

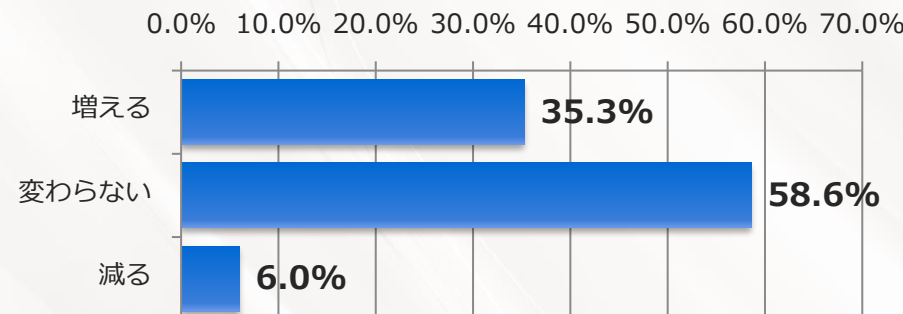


n値=428

・大阪市

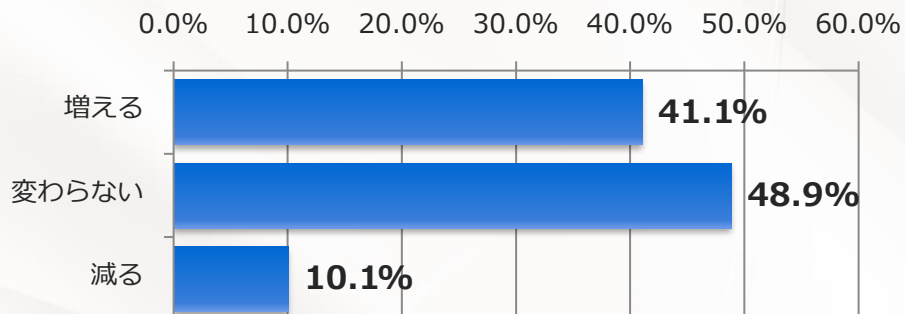


・東京都都心5区



n値=70

・首都圏



n値=358

n値=133

- 「増える」という回答の理由 : 法人オーダーが増えている。転職の問い合わせが増えている。企業が動き始めた。 など
- 「変わらない」という回答の理由 : 異動や採用数は変わらないため。 など
- 「減る」という回答の理由 : 現在来店客が減少している。春の繁忙期も大きな動きが無かったため。 など