

2023年引越しシーズン（1～3月）における新型コロナウイルスの賃貸不動産 マーケットへの影響調査

調査結果リリース日：2023年1月24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 P4
3. エンド客動向の変化について P15
4. エンド客ニーズの変化について P29
5. 元付会社に求めること P39
6. その他 P43
7. 2022年の第二繁忙期（9月～10月）について P49
8. 都心5区・関東近郊・
政令指定都市マーケット推移について P53

調査
目的

2023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12月1日(木)～12月26日(月)
- ・ 調査対象：首都圏1都3県と大阪市・名古屋の賃貸不動産仲介会社 405社

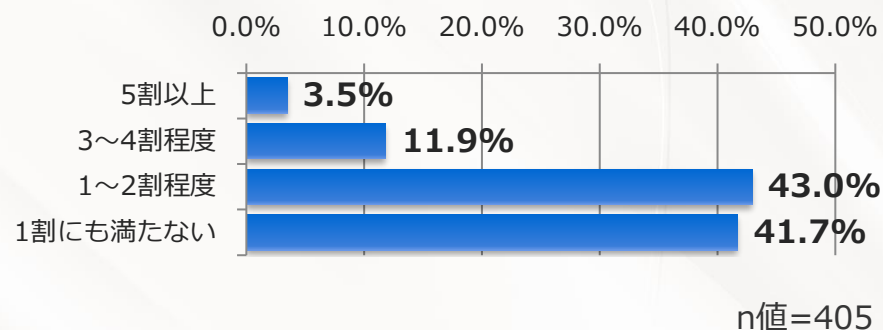
- ・ [前回調査](#) 実施期間：2022年6月28日(火)～7月8日(金)

仲介会社のインフラの変化について

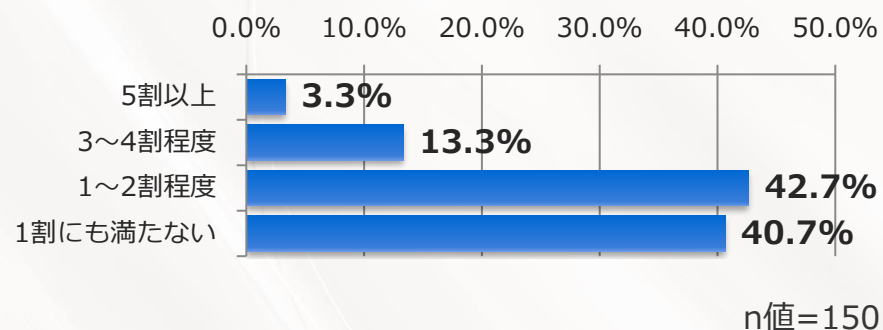
Q1. オンライン内見の割合

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



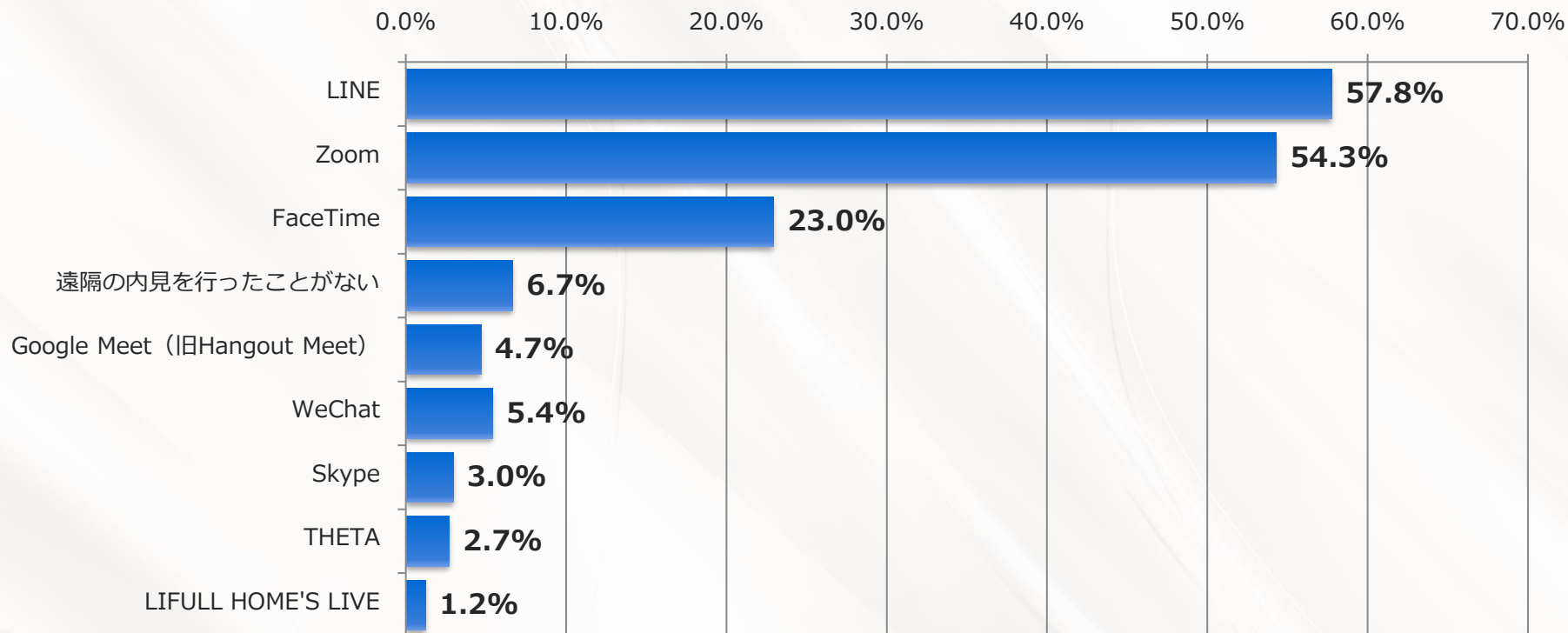
・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区



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。前回調査時とほぼ変化は見られなかった。オンライン内見を希望される客層が、一定数定着していると考えられる。

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？



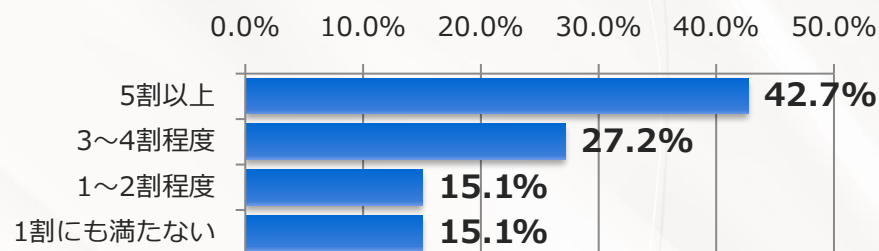
n値=405
※複数回答有

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

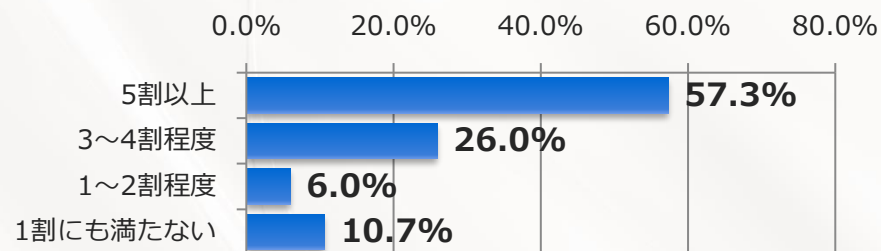
Q. 全体の内見予約数の内、Webでの内見予約はどの程度の割合で行われていますか？

・全体



n値=405

・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区

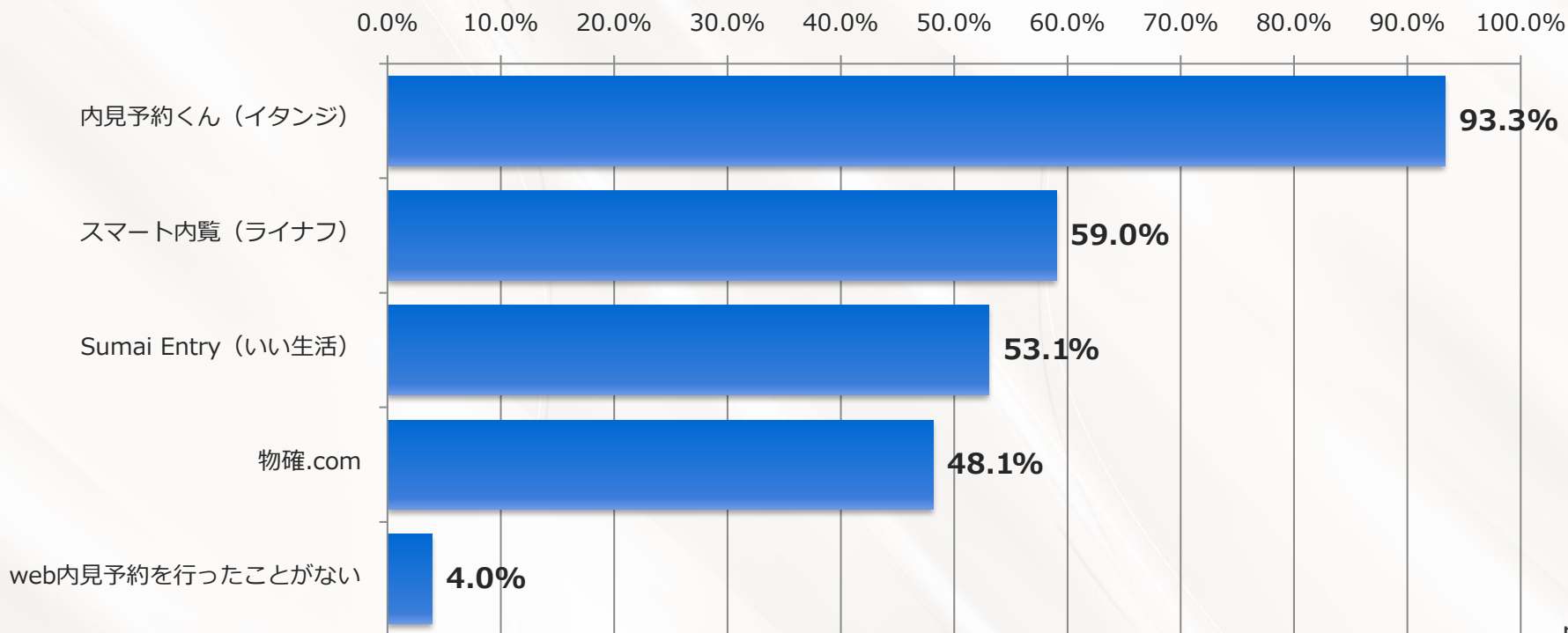


n値=150

前回調査時と比較して、全体で「5割以上」の回答が25.9%→42.7%と、Web内見の割合が大幅に増加していることがわかる。首都圏でも前回32.3%に対して57.3%と20%以上増加しており、仲介担当者のWeb内見予約が加速している。

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？



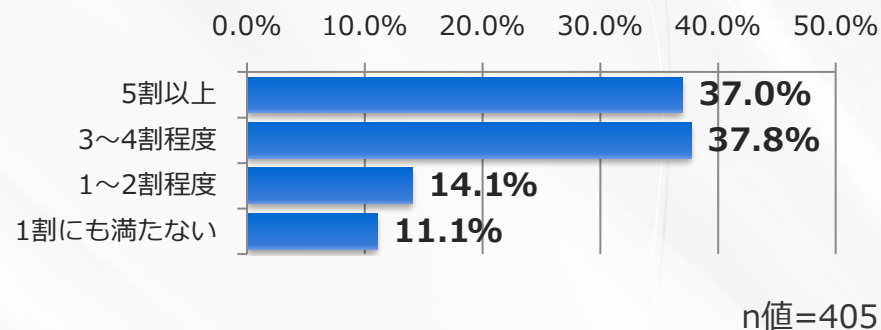
n値=405
※複数回答有

Web内見予約のツールに関しては、内見予約君（イタンジ）が93.3%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4.0%に留まり、仲介担当者の中でもWeb内見予約が浸透している。

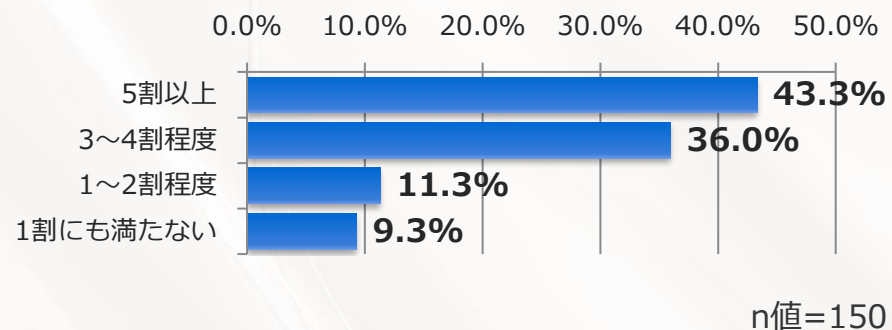
Q5. Webでの申込の割合

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



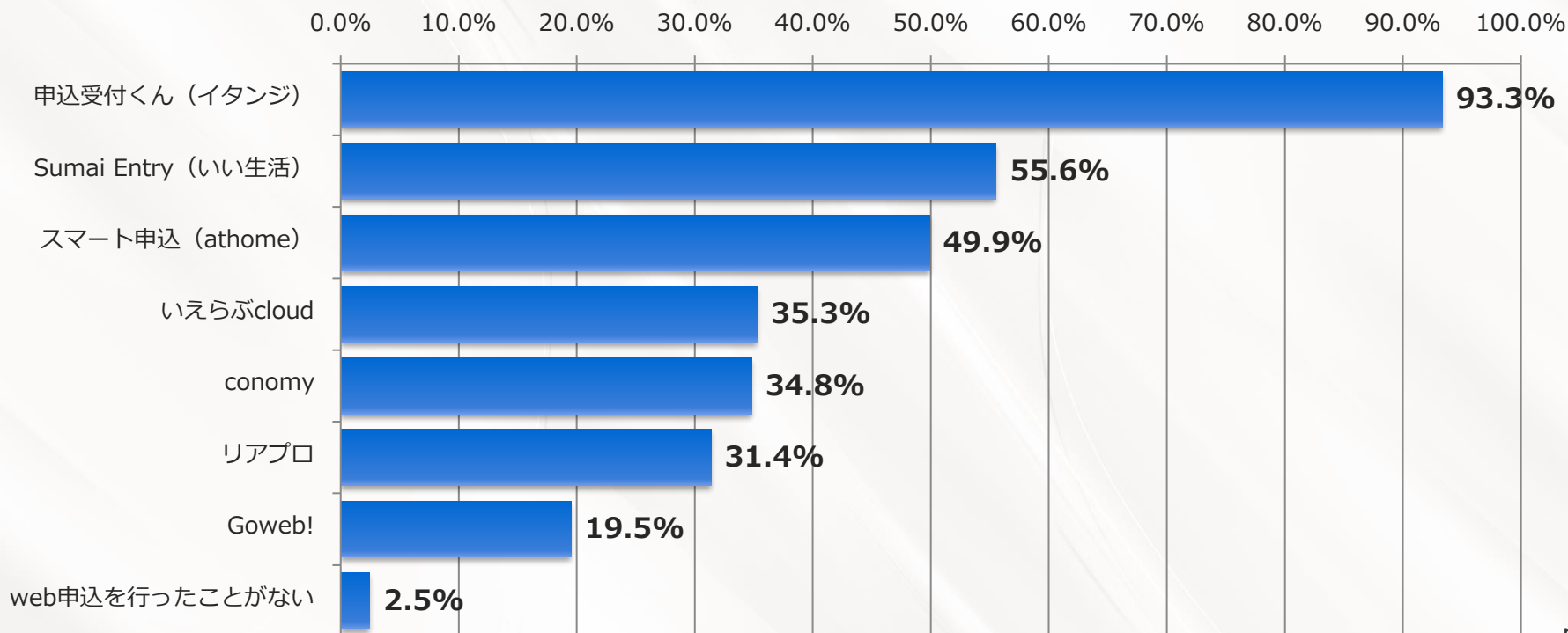
・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区



全体ではWebでの申込を3割以上利用しているとの回答が74.8%と多数を占めた。
Webでの内見予約同様、コロナ禍で賃貸物件の申込についてもWeb化が進んでいることが窺える。

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？

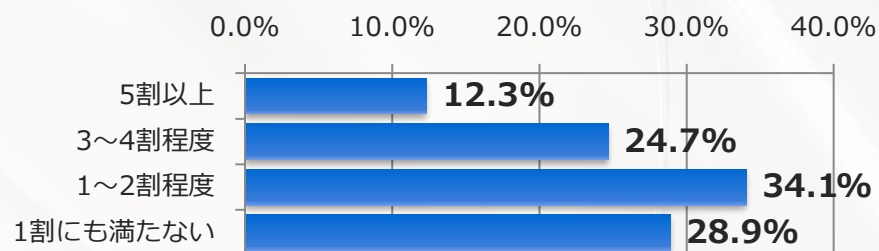
n値=405
※複数回答有

Web申込のツールに関しては、申込受付くん (イタンジ) が93.3%と利用率が高い。「Web申込を行ったことがない」との回答は2.5%に留まり、ほぼ全ての担当者がいずれかのツールでWeb申込を利用している。

Q7. IT重説の割合

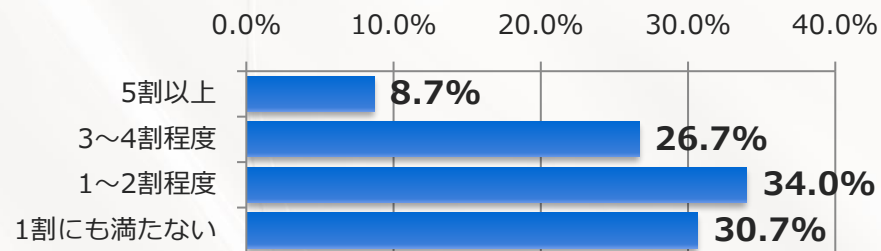
Q.全体の契約数の内、IT重説による契約はどの程度の割合で行われていますか？

・全体



n値=405

・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区

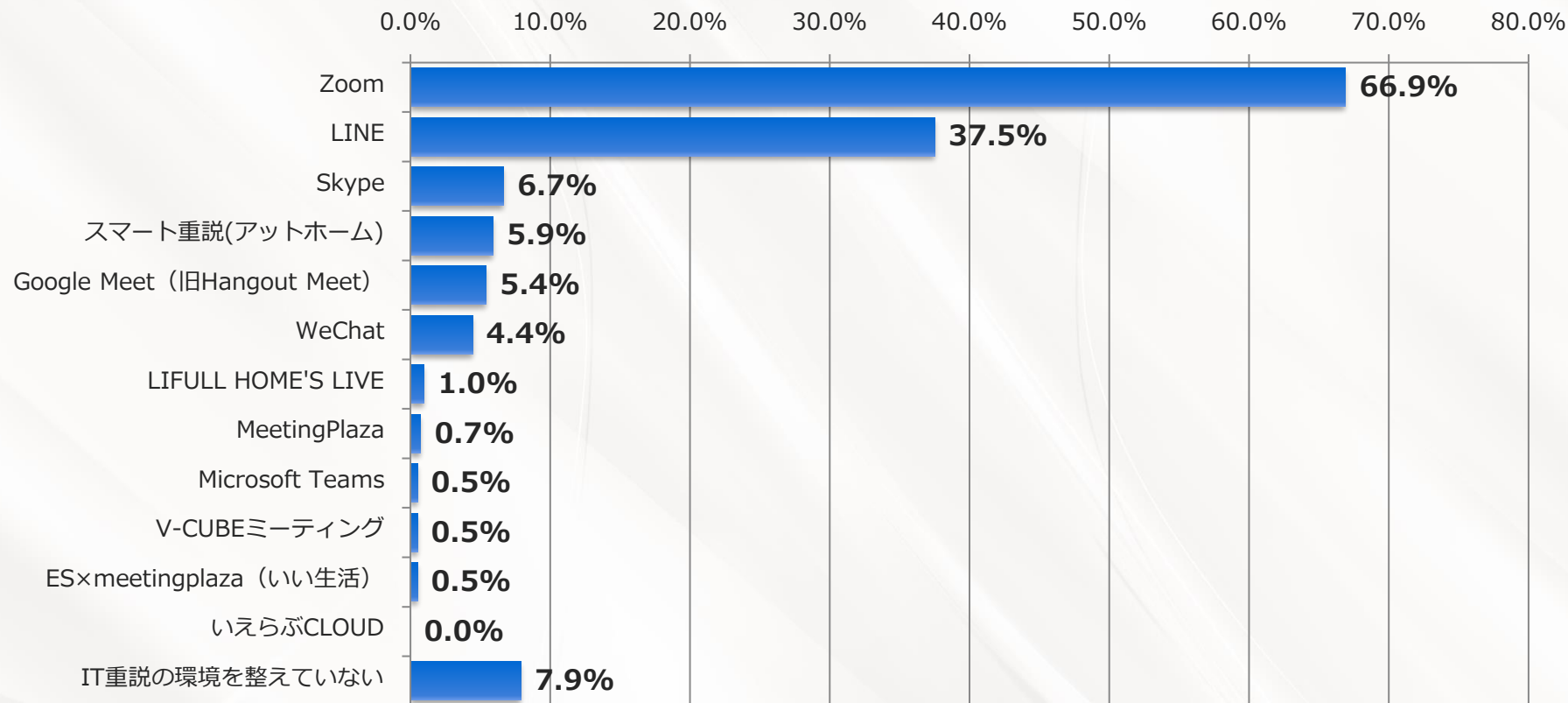


n値=150

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。
前回調査時と比較すると都心5区における「3~4割程度」の割合が17.3%→26.7%と半年間でより普及が進んでいる。

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？

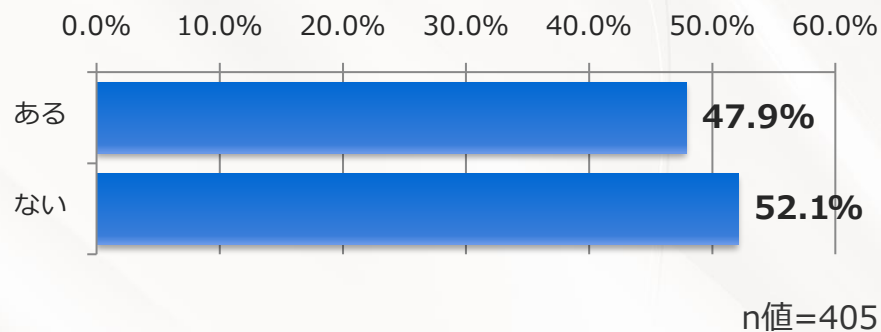
n値=405
※複数回答有

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9.3%→7.9%とわずかながら減少が見られた。

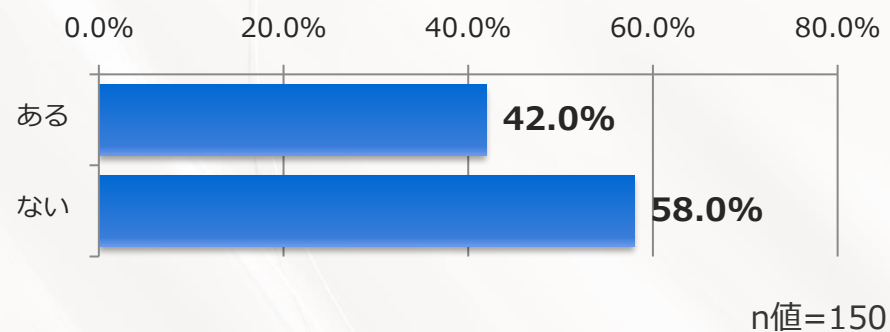
Q9. 電子契約の割合

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



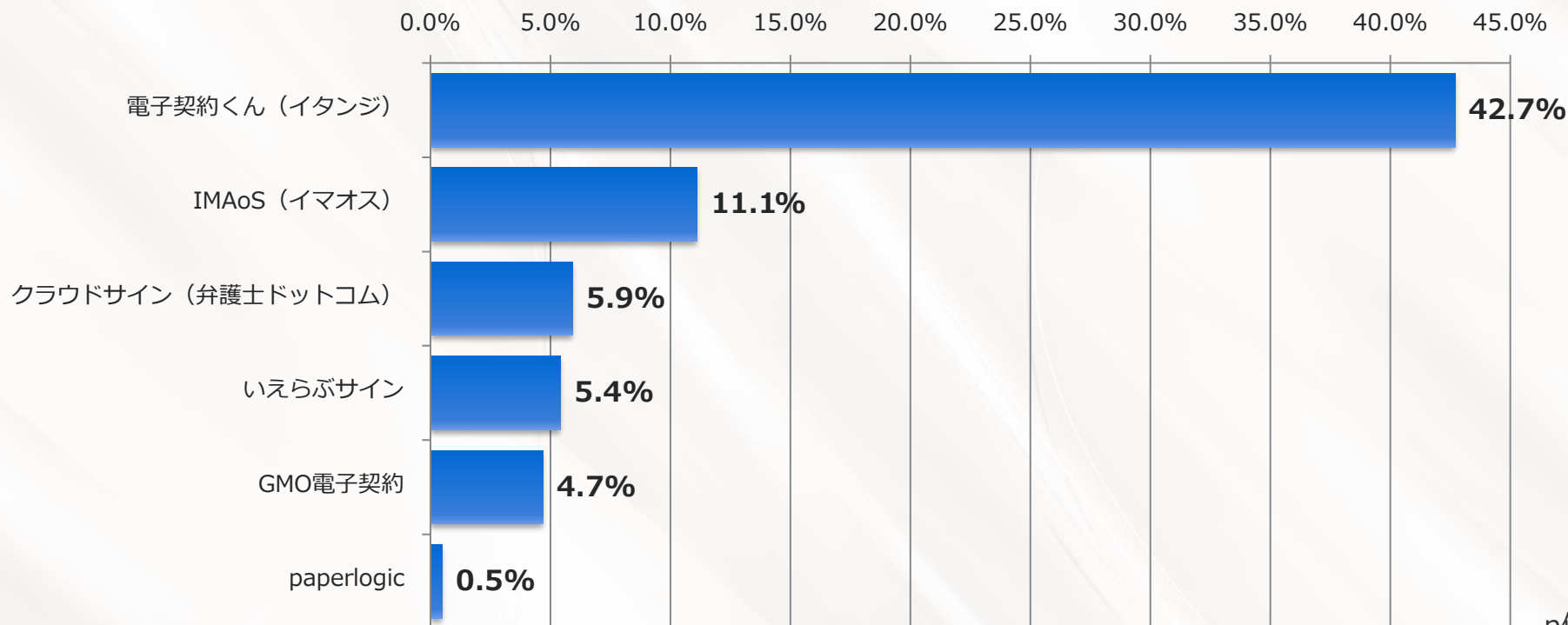
・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区



前回調査時と比較して全体では電子契約の対応をしたことが「ある」という回答が15.4%→47.9%と、半年間で大幅に増加している。

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=405
※複数回答有

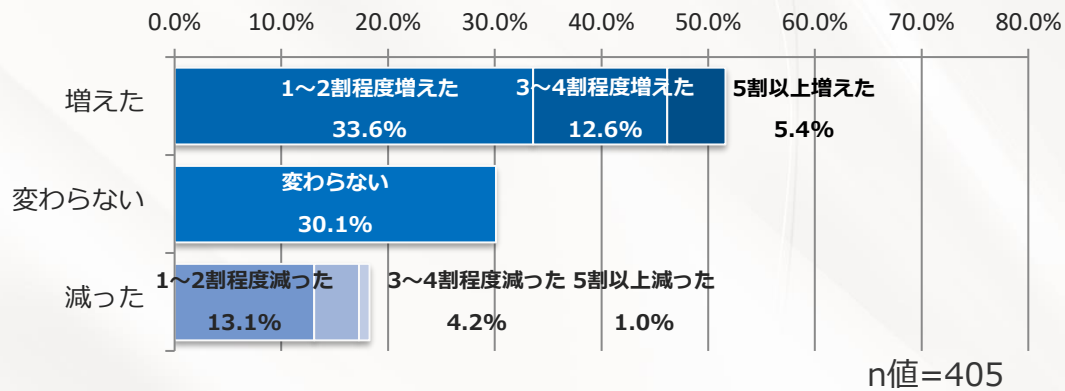
電子契約をしたことがある方の中では、電子契約くん（イタンジ）が内見予約、申込と同様利用率が高い。次点で「IMaoS」との回答が多く見られた。

エンド客動向の変化について

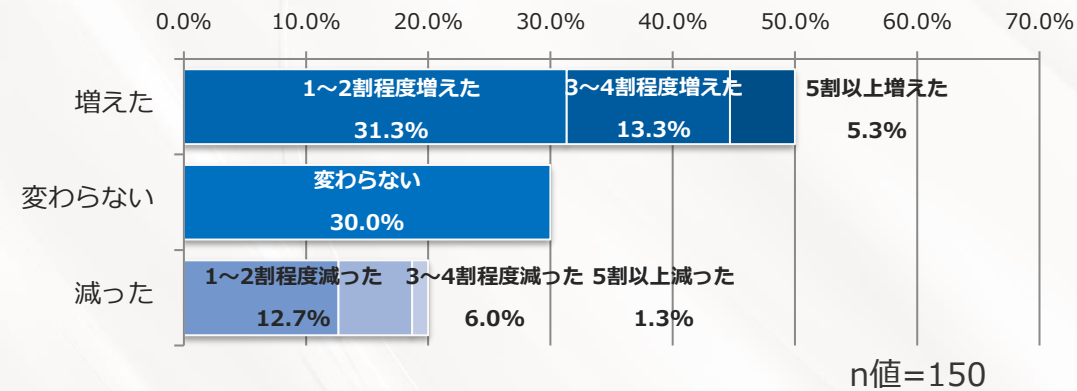
Q11. 問合せ数の変化

Q. 2021年第二繁忙期（9月～10月）に比べ、
2022年の第二繁忙期（9月～10月）の問合せ数・内見数・申込数は
どの程度変化しましたか？

・全体



・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区

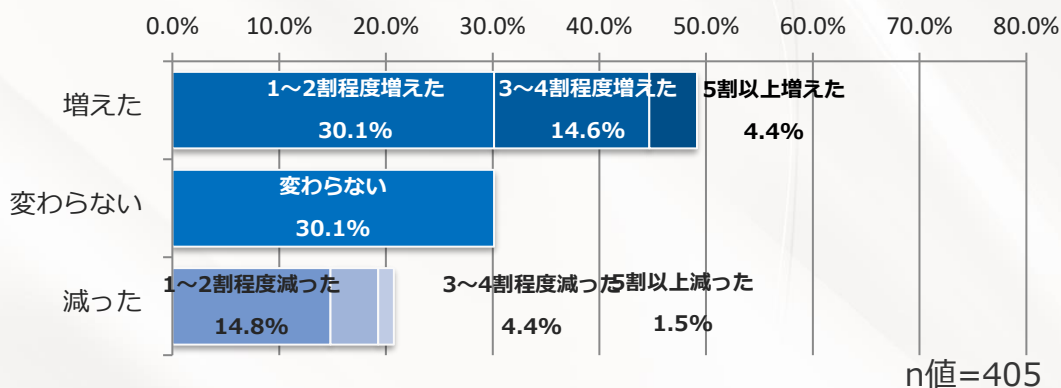


全体では「増えた」が「減った」を上回る結果となった。
前回調査時との比較では「減った」が合計23.8%→18.3%と減少しておりエンド客から仲介会社への
反響数は増加傾向にあることが見られた。

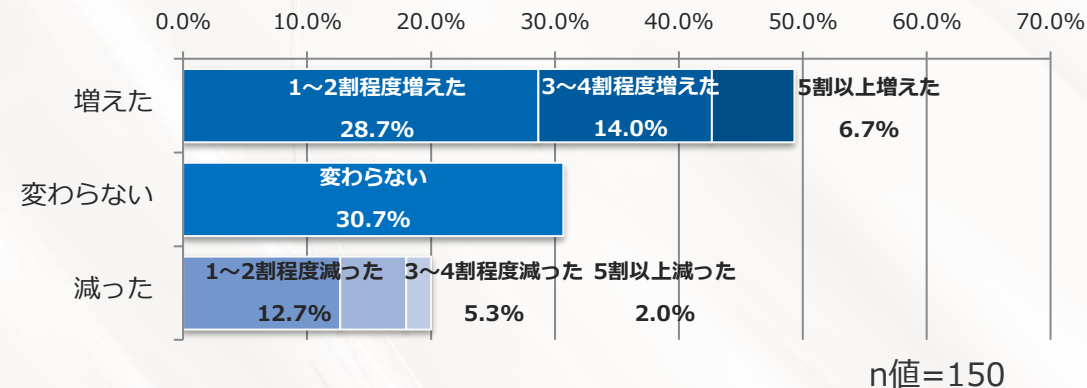
Q12.内見数の変化

Q. 2021年第二繁忙期（9月～10月）に比べ、
2022年の第二繁忙期（9月～10月）の問合せ数・内見数・申込数は
どの程度変化しましたか？

・全体



・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区

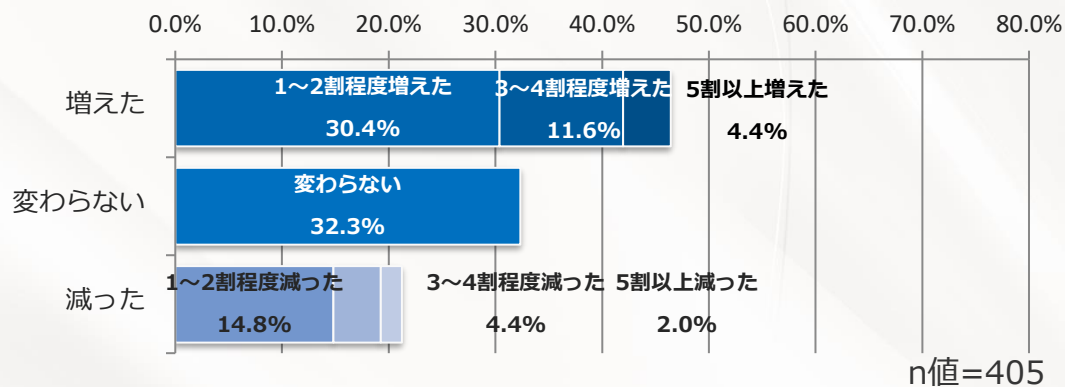


全体では「増えた」が「減った」を上回る結果となった。
前回調査時との比較では「増えた」が合計46.7%⇒49.1%と増加し、
「減った」が合計25.1%⇒20.7%と減少しており「増えた」の割合が上回る結果となった。

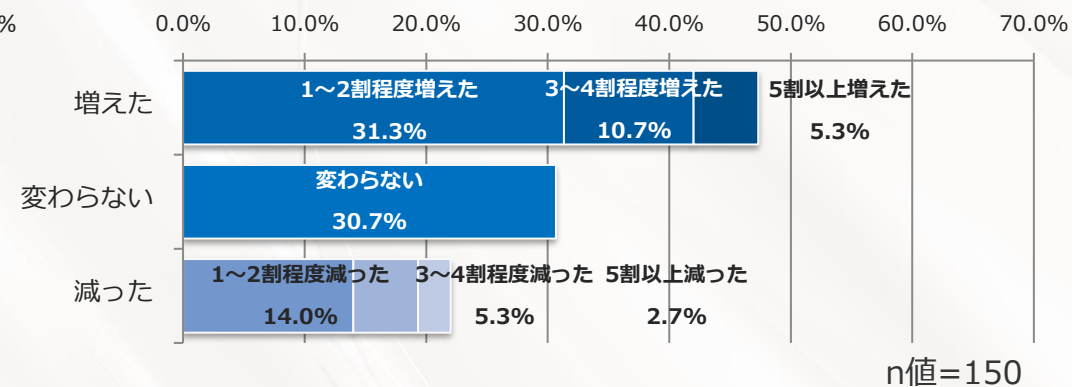
Q13. 申込数の変化

Q. 2021年第二繁忙期（9月～10月）に比べ、
2022年の第二繁忙期（9月～10月）の問合せ数・内見数・申込数は
どの程度変化しましたか？

・全体



・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区

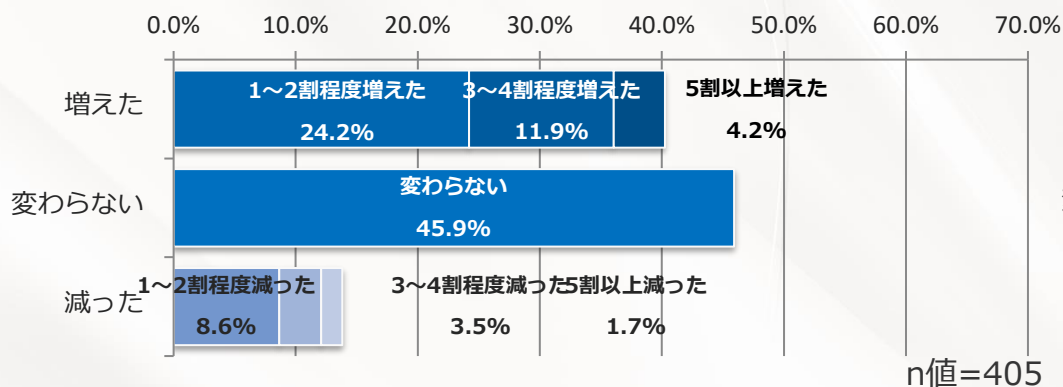


全体では「増えた」が「減った」を上回る結果となった。
前回調査時との比較では「増えた」が合計48.4%→46.4%とわずかに減少し、
「減った」が合計23.8%→21.2%と減少しており、いずれも大きな変化は見られなかった。

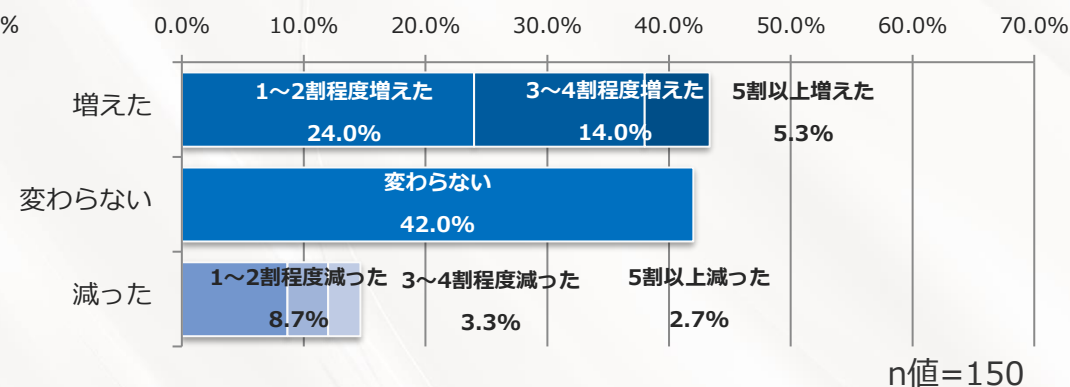
Q14. 法人の動き

Q. 2021年第二繁忙期（9月～10月）に比べ、
2022年の第二繁忙期（9月～10月）の属性別の動きはどの程度変化しましたか？

・全体



・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区

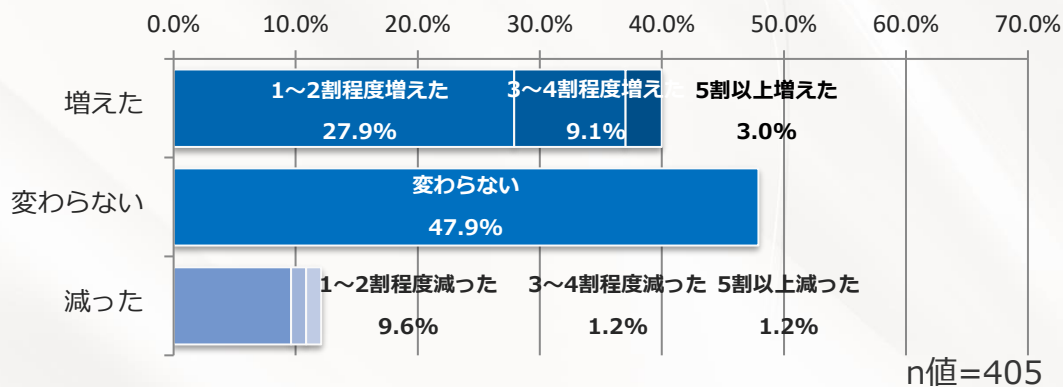


全体では「増えた」が「減った」を上回る結果となった。
前回調査時との比較では「増えた」が合計45.3%→40.3%と減少し、
「減った」が合計22.2%→13.8%と減少していた。
法人の動きに関しては「変わらない」が半数近くを占める結果となった。

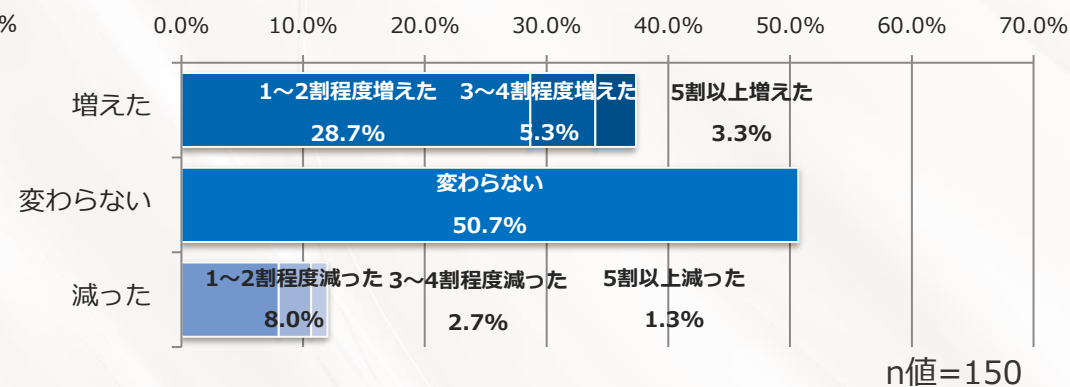
Q15. ファミリーの動き

Q. 2021年第二繁忙期（9月～10月）に比べ、
2022年の第二繁忙期（9月～10月）の属性別の動きはどの程度変化しましたか？

・全体



・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区

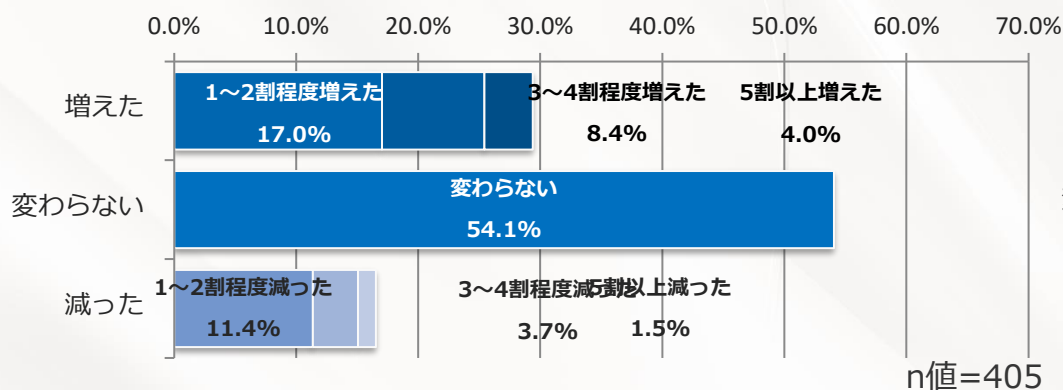


全体では「増えた」が「減った」を上回る結果となった。
 前回調査時との比較では「増えた」が合計46.8%→40.0%と減少し、
 「減った」が合計10.5%→12.0%とわずかに増加している。
 法人同様、ファミリーでも「変わらない」が半数近くを占める結果となっている。

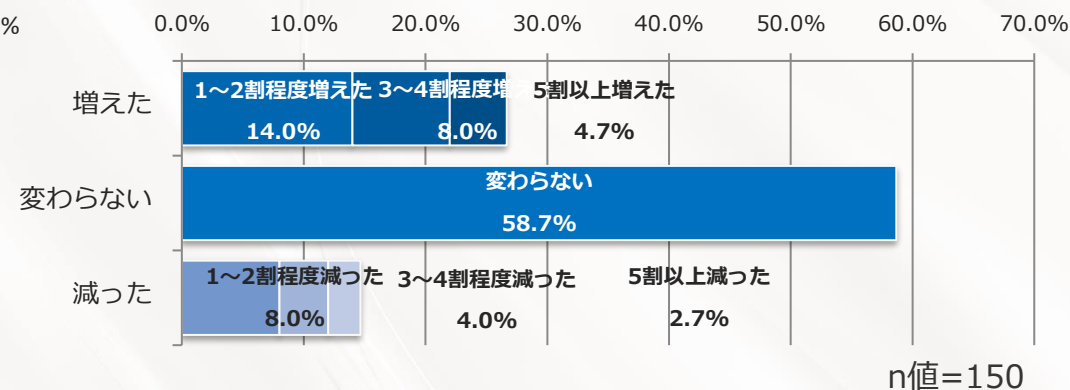
Q16. 学生の動き

Q. 2021年第二繁忙期（9月～10月）に比べ、
2022年の第二繁忙期（9月～10月）の属性別の動きはどの程度変化しましたか？

・全体



・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区

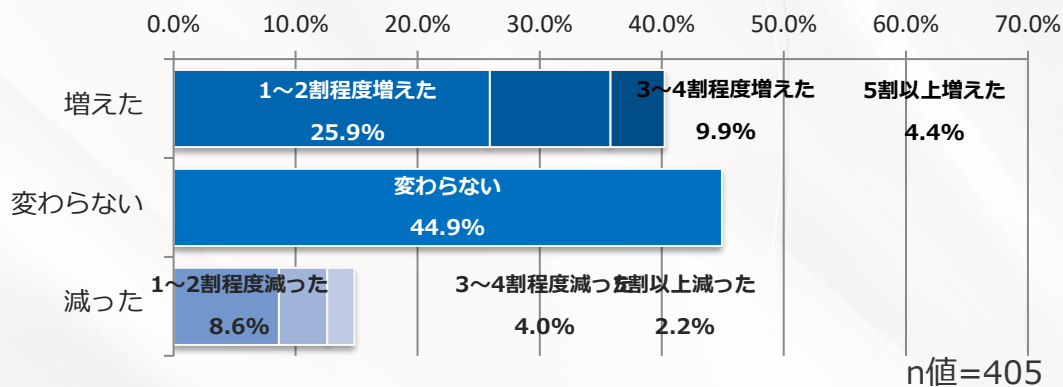


全体では「変わらない」という回答が最も多い結果となった。
前回調査時との比較では「増えた」は前回とほぼ同数となり「減った」が30.2%→16.6%と減少しており、減少傾向ではないものの、回復に向かう動きも見られなかった。

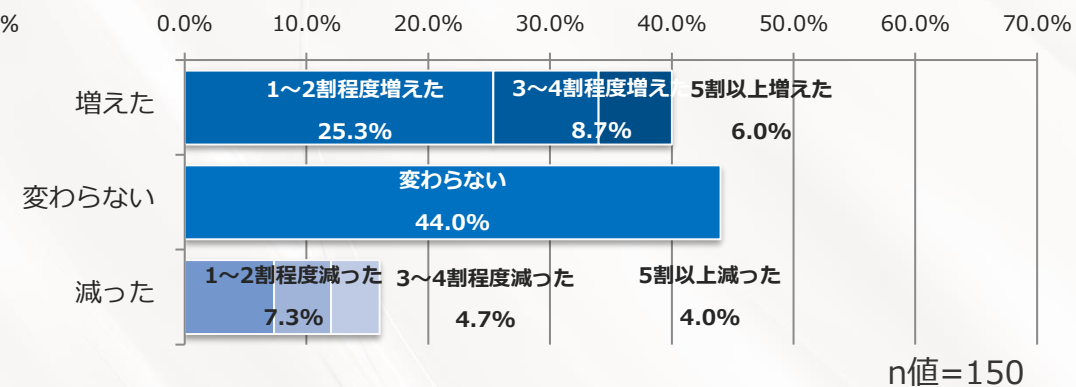
Q17.外国人の動き

Q. 2021年第二繁忙期（9月～10月）に比べ、
2022年の第二繁忙期（9月～10月）の属性別の動きはどの程度変化しましたか？

・全体



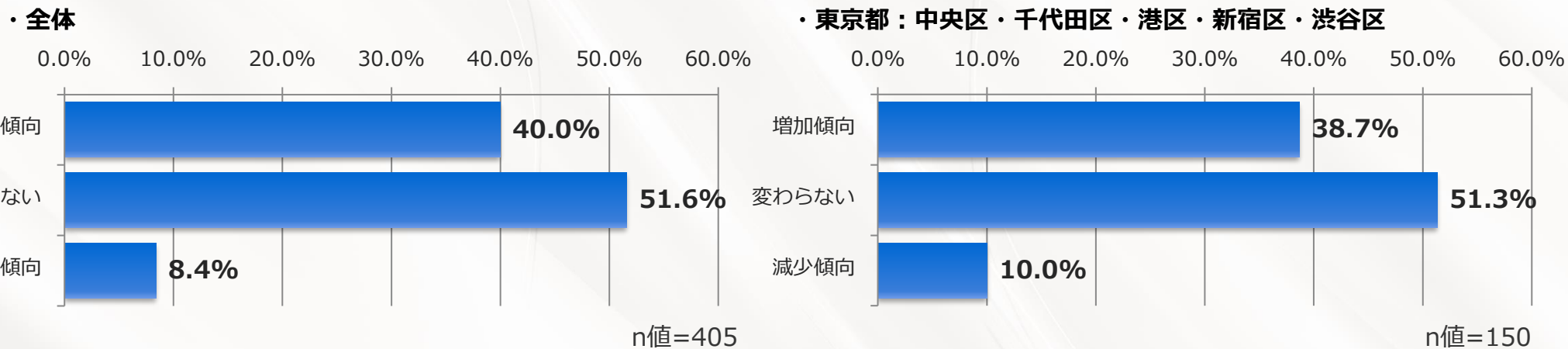
・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区



全体では「変わらない」という回答が最も多い結果となった。
前回調査時との比較では「増えた」は28.0%→40.2%と増加しており、
「減った」が26.8%→14.4%と減少していることから、
外国人の動きについては、入国制限緩和の影響から回復傾向にあることがうかがえる。

Q18.外国人の問い合わせ数変化

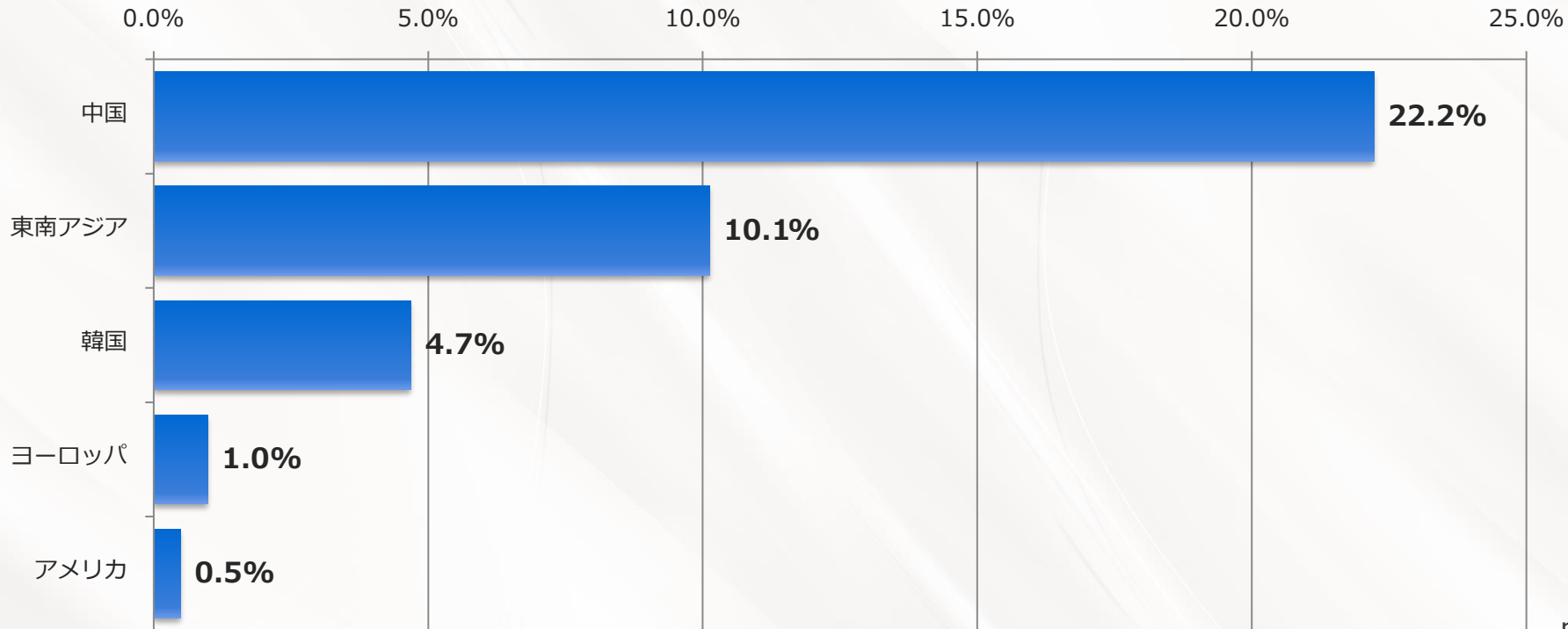
Q. 入国制限が大幅に緩和された2022年10月11日以降で、外国人の方の問い合わせ数に変化はありますか？



全体では「変わらない」という回答が最も多かったものの、次いで「増加傾向」という結果となった。外国人の入国制限について規制が緩和されたこともあり、回復傾向が伺える。

Q19. 紹介の多い国籍

Q. 最も紹介の多い国籍を教えてください。

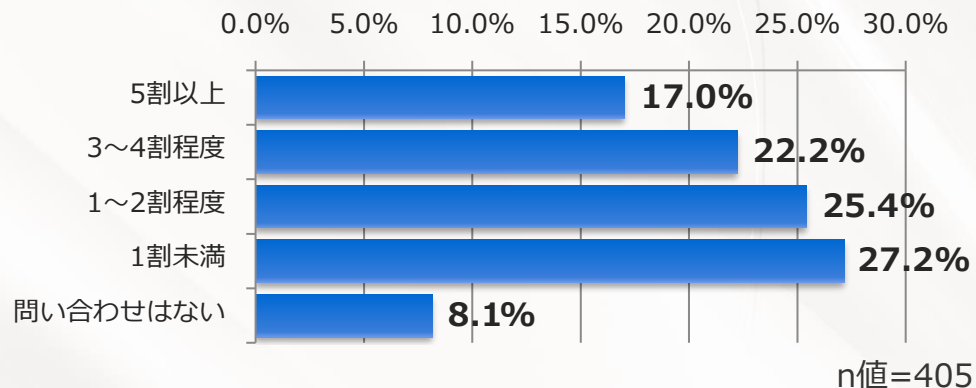
n値=405
※複数回答有

回復傾向にある外国人の動きについて、中国の方への紹介が最も多いという結果となった。次いで東南アジア・韓国となっている。

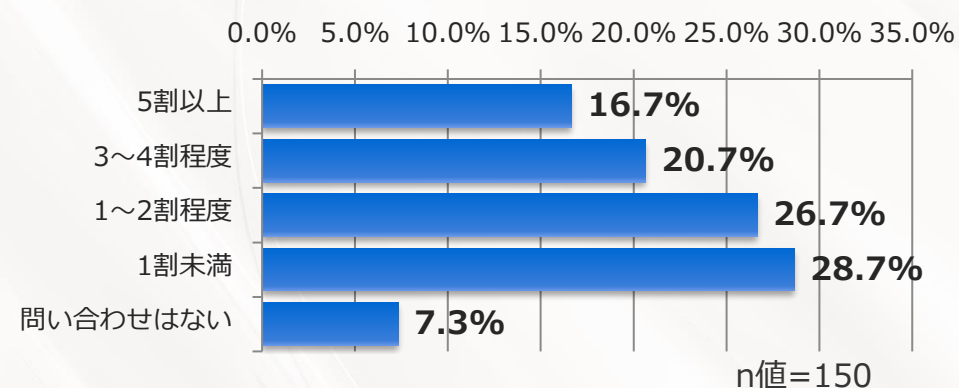
Q20. 留学生の問い合わせ数

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



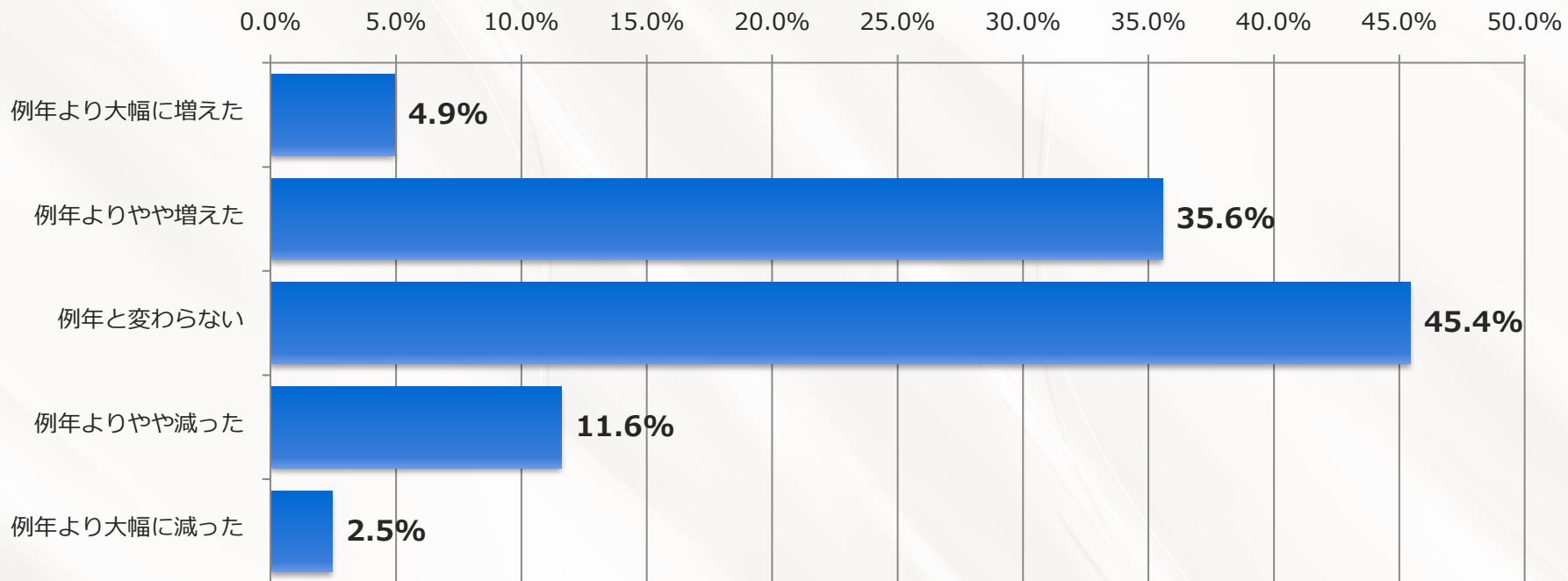
・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区



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。
前回調査時と比較すると「5割以上」「3~4割程度」の回答が31.5%→39.2%と
半年で留学生の割合が増えていることが見られた。

Q21.2022年第二繁忙期における個人契約の動き

Q. 2022年第二繁忙期（9月～10月）の個人契約での動きはありましたか？

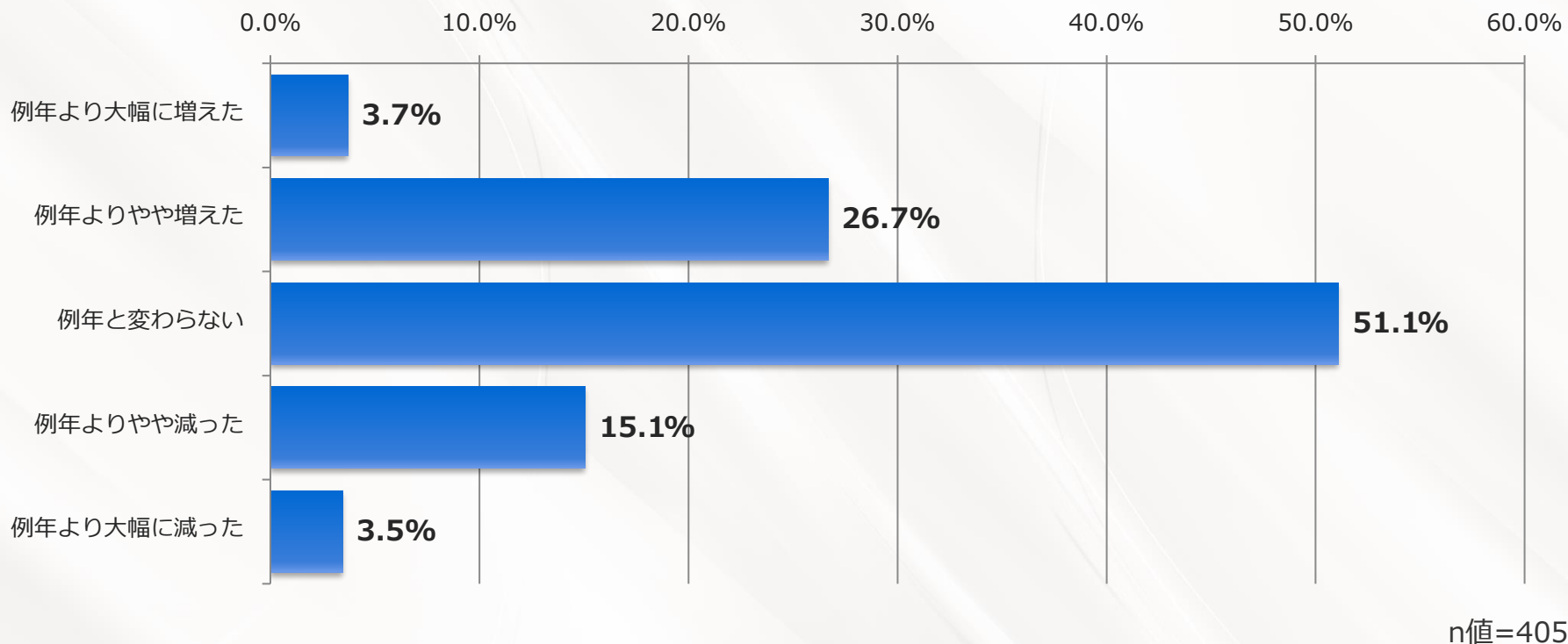


n値=405

2022年の第二繁忙期における個人の動きについては「例年と変わらない」が最も回答が多かったが、例年より反響が減ったという回答は14.1%と少なくなっており、コロナ禍の影響によって減少した個人契約の動きは回復基調であることがうかがえる。

Q22. 2022年第二繁忙期における法人契約の動き

Q. 2022年第二繁忙期（9月～10月）の法人契約での動きはありましたか？

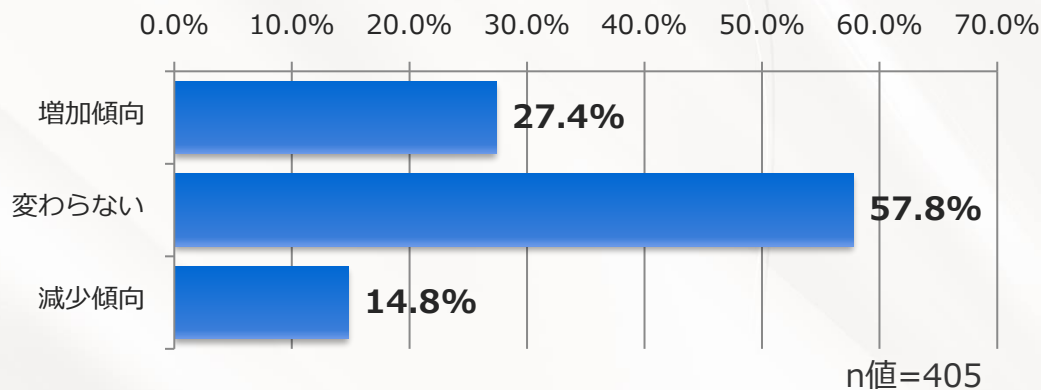


2022年の第二繁忙期における法人の動きについては「例年と変わらない」が51.1%と過半数。例年より反響が増えたという回答は30.4%、例年より反響が減ったという回答は18.6%となった。

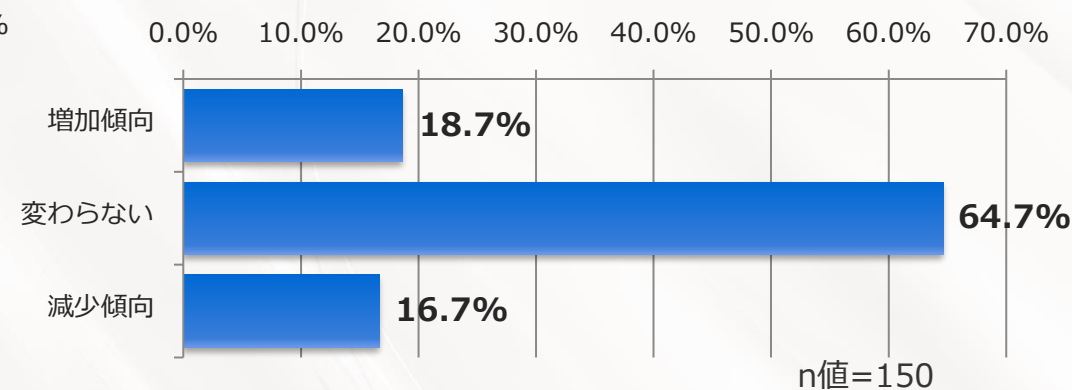
Q23. 飛び込み来店客数の変化

Q. 2021年の第二繁忙期（9月～10月）と比較して、2022年の第二繁忙期（9月～10月）の予約なしの飛び込み来店客数に変化はありましたか？

・全体



・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区



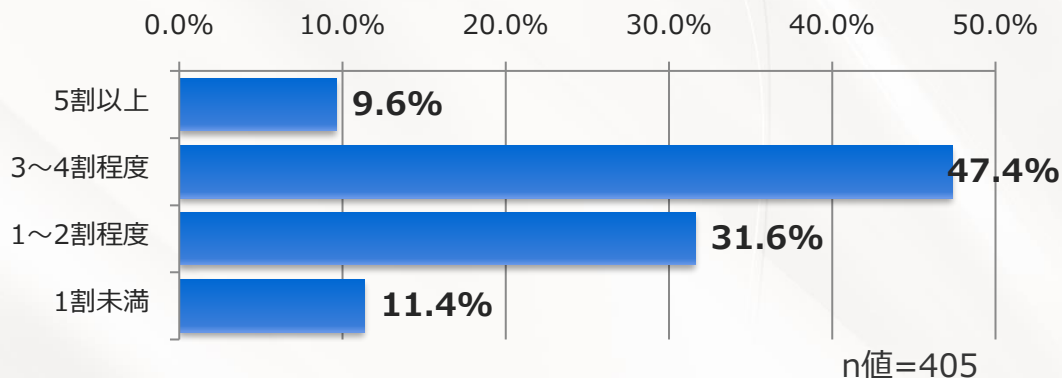
全体では「変わらない」が最も多い回答となり、次いで「増加傾向」となった。前回調査時の結果と比較しても、傾向は大きく変わっていないことが窺える。

エンド客ニーズの変化について

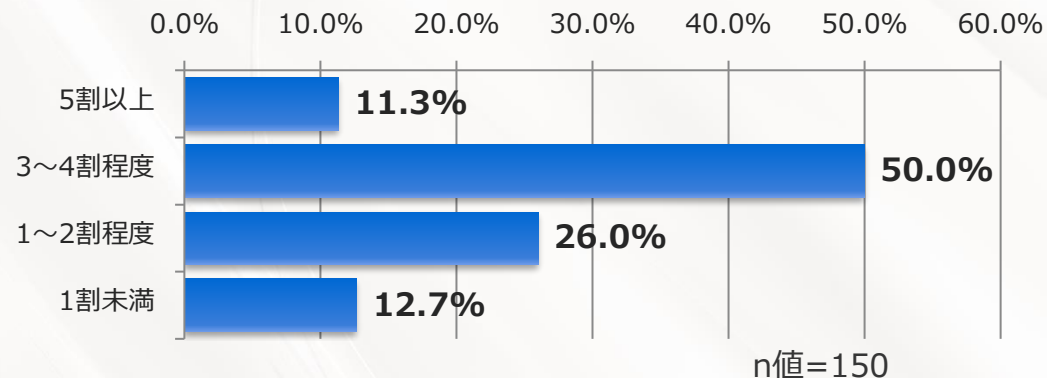
Q24.テレワークのエンド動向

Q. 2022年第二繁忙期（9月～10月）にお部屋探しをしていた方で、テレワークを想定していた方の割合はどれくらいでしたか？

・全体



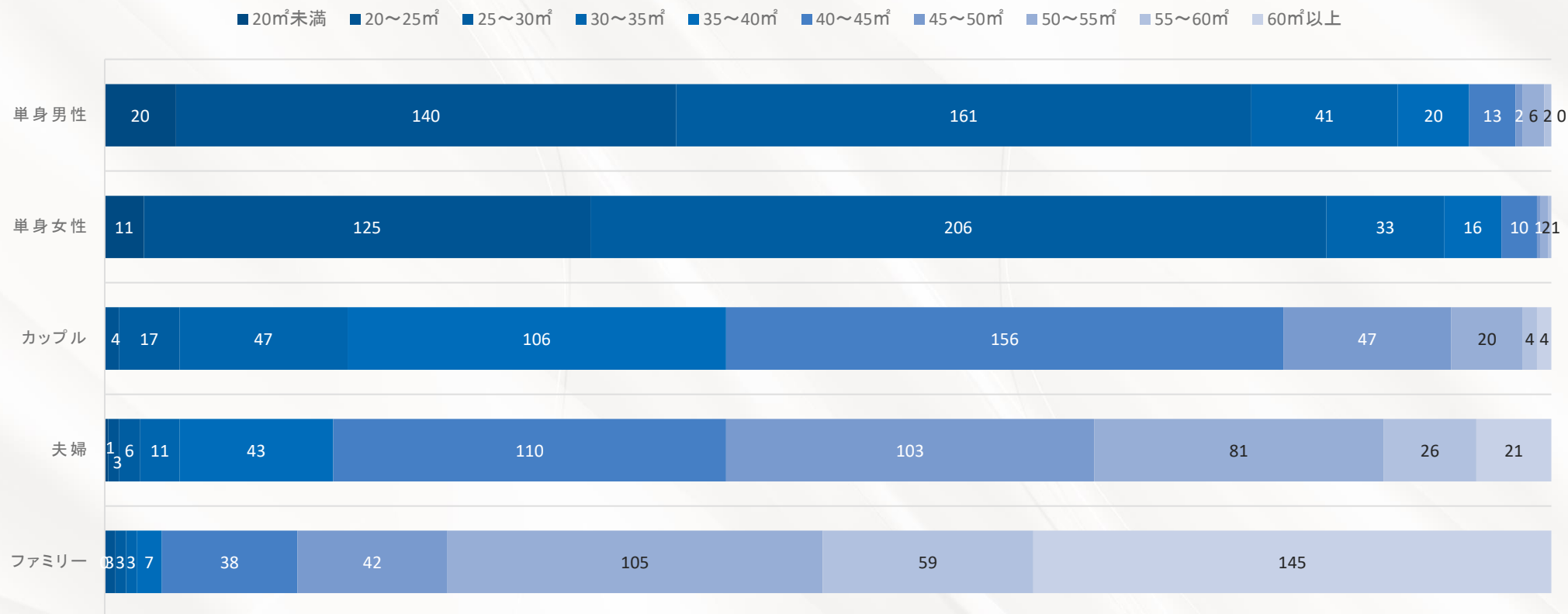
・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区



テレワークを想定してのお部屋探しは「5割以上」「3～4割程度」という回答が全体の半数以上を占めている。前回調査時と比較しても引き続き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となっている。

Q25. エンドの希望専有面積

Q. 2022年第二繁忙期（9月～10月）以降、お客様が希望する間取（面積帯）をお教えてください。

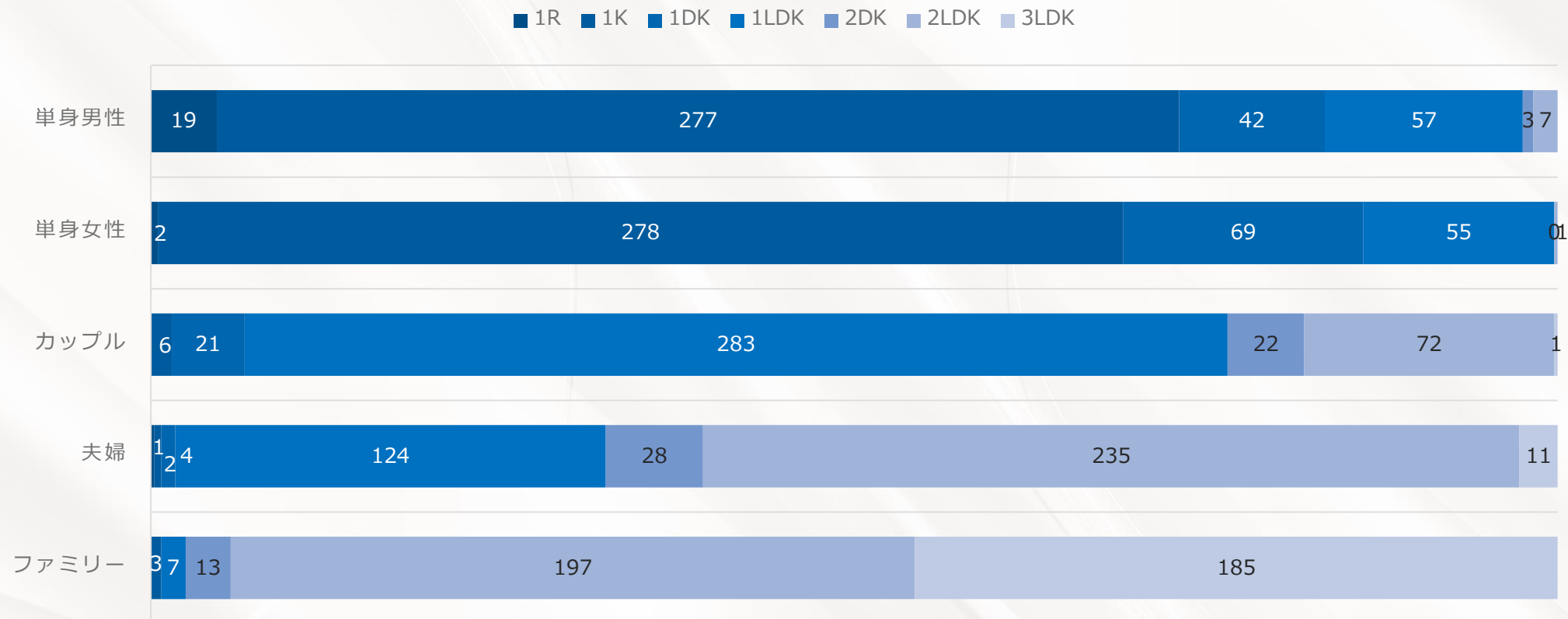


n値=405

各属性毎のニーズの高い面積帯として、単身は「25㎡～30㎡」が最も多く、女性ではより一層その傾向が強く見られた。カップルと夫婦は「40㎡～45㎡」、ファミリーは「60㎡以上」が最も多くの割合を占めた。

Q26. エンドの希望間取タイプ

Q. 2022年第二繁忙期（9月～10月）以降、お客様が希望する間取（タイプ）をお教えてください。



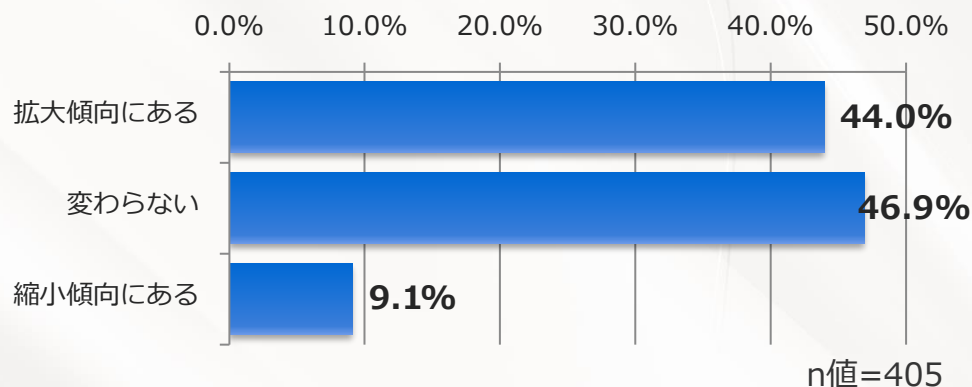
n値=405

各属性毎のニーズの高い間取タイプについて、単身は「1K」が多く、女性は「1R」がほとんどない一方で「1DK」が男性と比較して多い。カップルは「1LDK」、夫婦は「2LDK」が多く、カップルと夫婦で間取のニーズに差があることが窺えた。

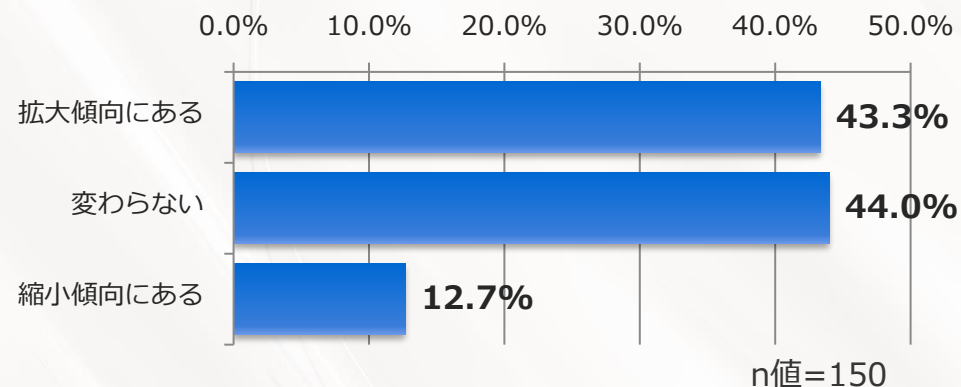
Q27. 家探しの希望エリア

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



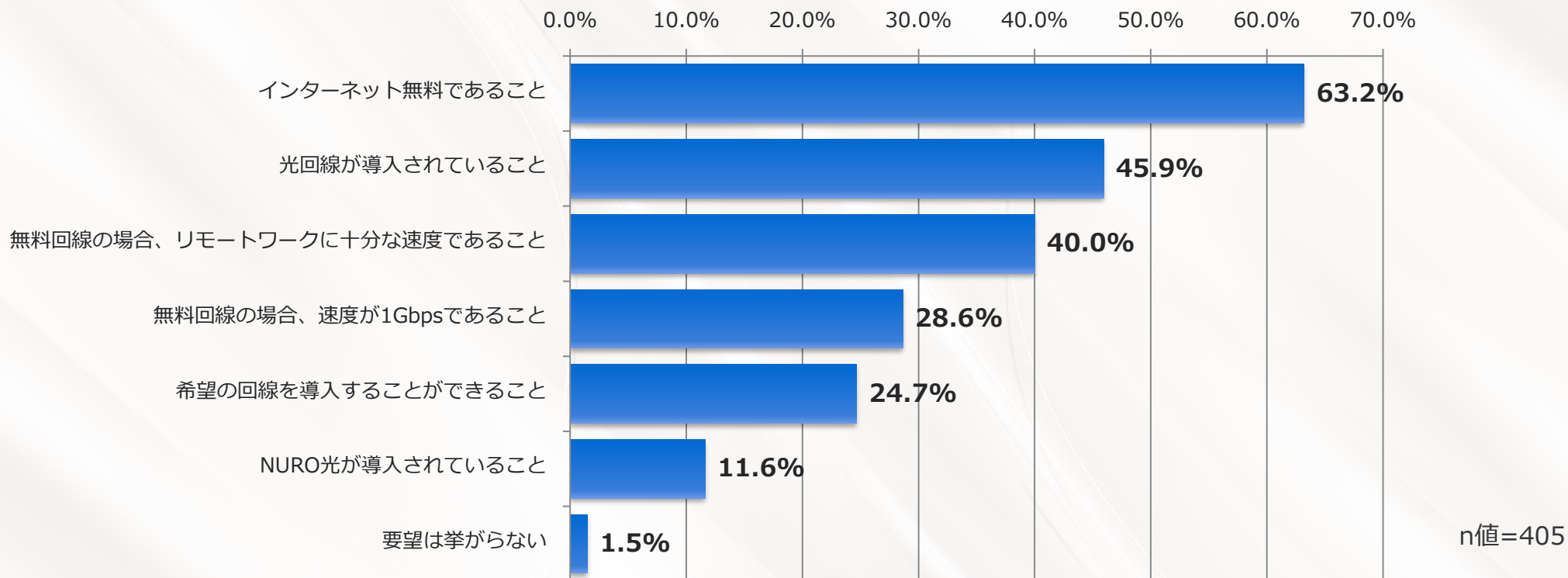
・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区



全体では「拡大傾向にある」と「変わらない」という回答がほぼ同数となった。前回調査時でも「拡大傾向にある」「変わらない」の回答が目立っており、引き続きエリアを広げての部屋探しをするエンドユーザーが一定数存在することがうかがえる。

Q28. インターネット環境に対するニーズ

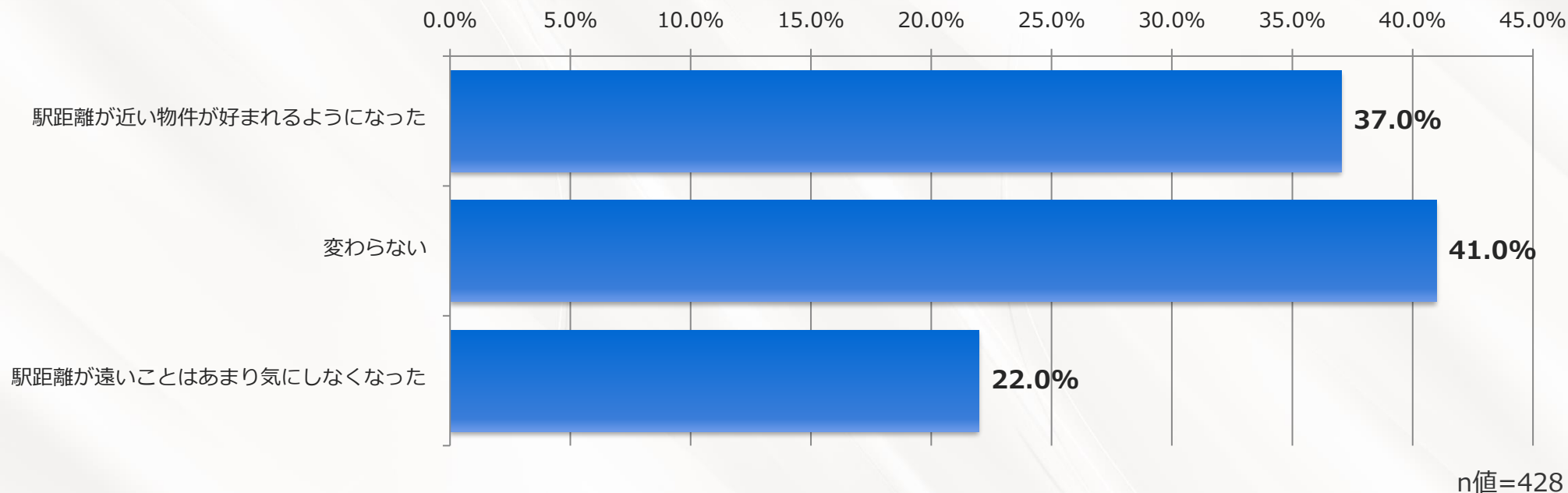
Q. インターネット環境を気にするお客様の内、要望として挙がることの多い内容をお教えてください。



全体では「ネット無料」が最も多い回答となっている。

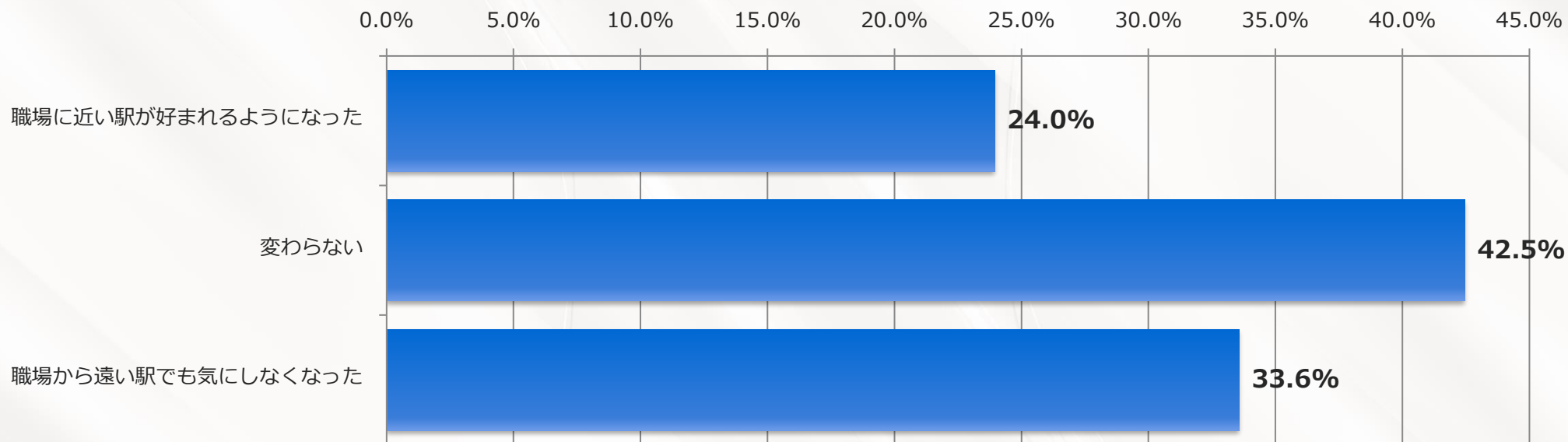
「光回線」や「リモートワークに十分な速度」など、より具体性のある回線速度や種別にこだわる意見も多数挙がり、光回線が導入されていることを前提としつつ、希望の回線を利用したいという声が多く挙がっている。

Q29. 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？

前回調査時では「変わらない」に次いで「駅距離が遠いことはあまり気にしなくなった」の回答が多かったが、今回調査では「駅距離が近い物件が好まれるようになった」が2番目に多い回答となった。部屋探しにおいて駅距離を重視する方が多かった、コロナ禍前の状況に戻りつつあるといえる。

Q30. 職場との距離に対するニーズ

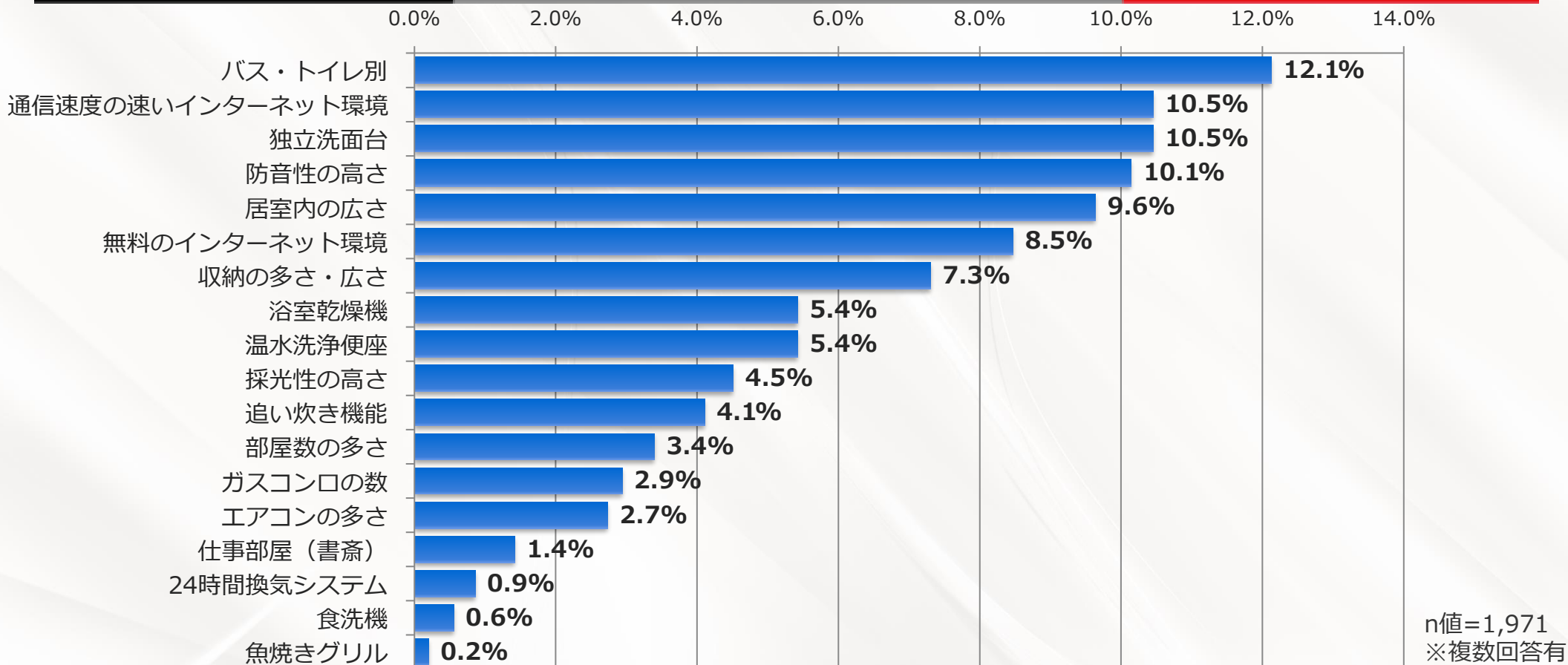
Q. 職場との距離に対する
お客様の需要はどう変化しましたか？

n値=428

「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41.6%→33.6%と減少し、「職場に近い駅が好まれるようになった」が16.6%→24.0%と増加する結果となった。

Q31. 需要の高い専有部設備

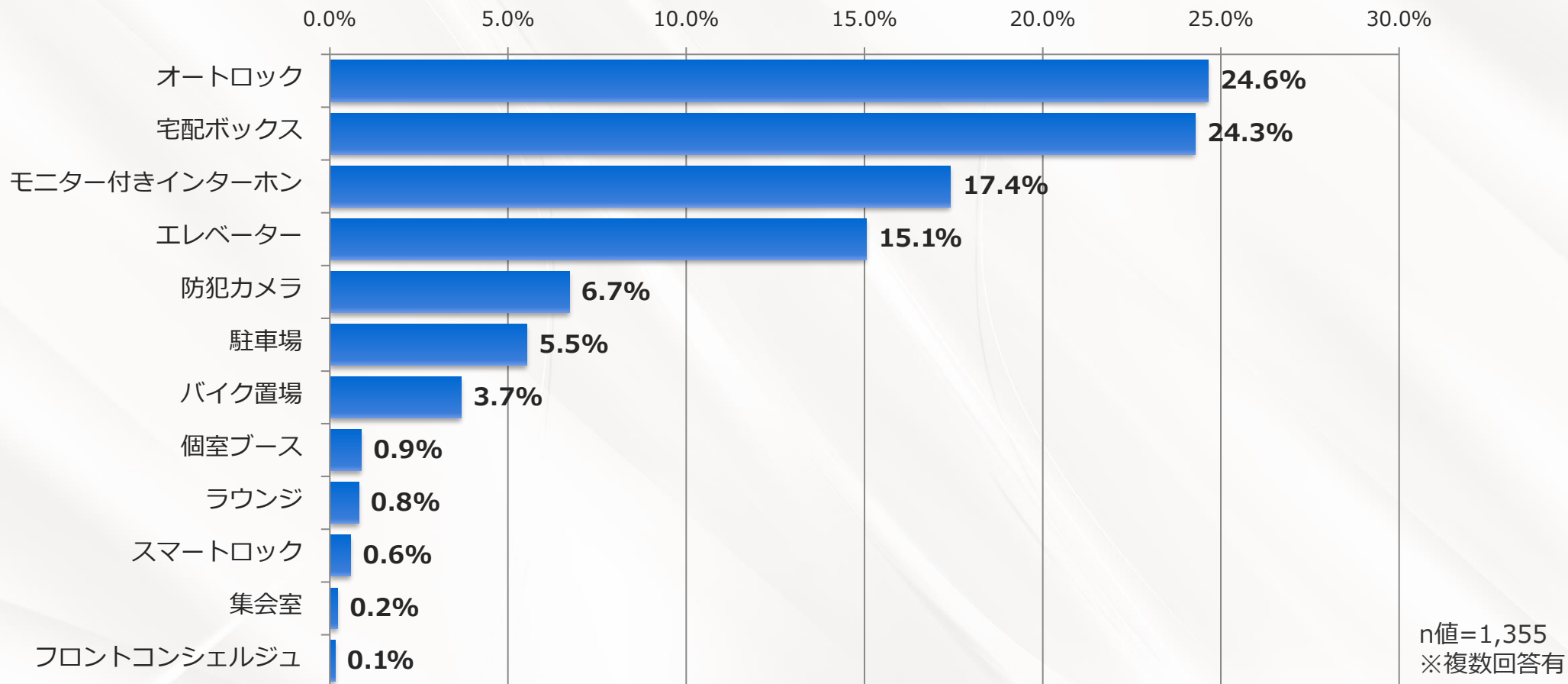
Q. 需要が高い専有部設備や仕様を教えてください。



需要の高い専有部設備については「バス・トイレ別」「通信速度の速いインターネット環境」「独立洗面台」が上位に入った。次いで「防音性の高さ」や「居室内の広さ」等が上位を占めており、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。

Q32. 需要の高い共用部設備

Q. 需要が高い共用部設備や仕様を教えてください。

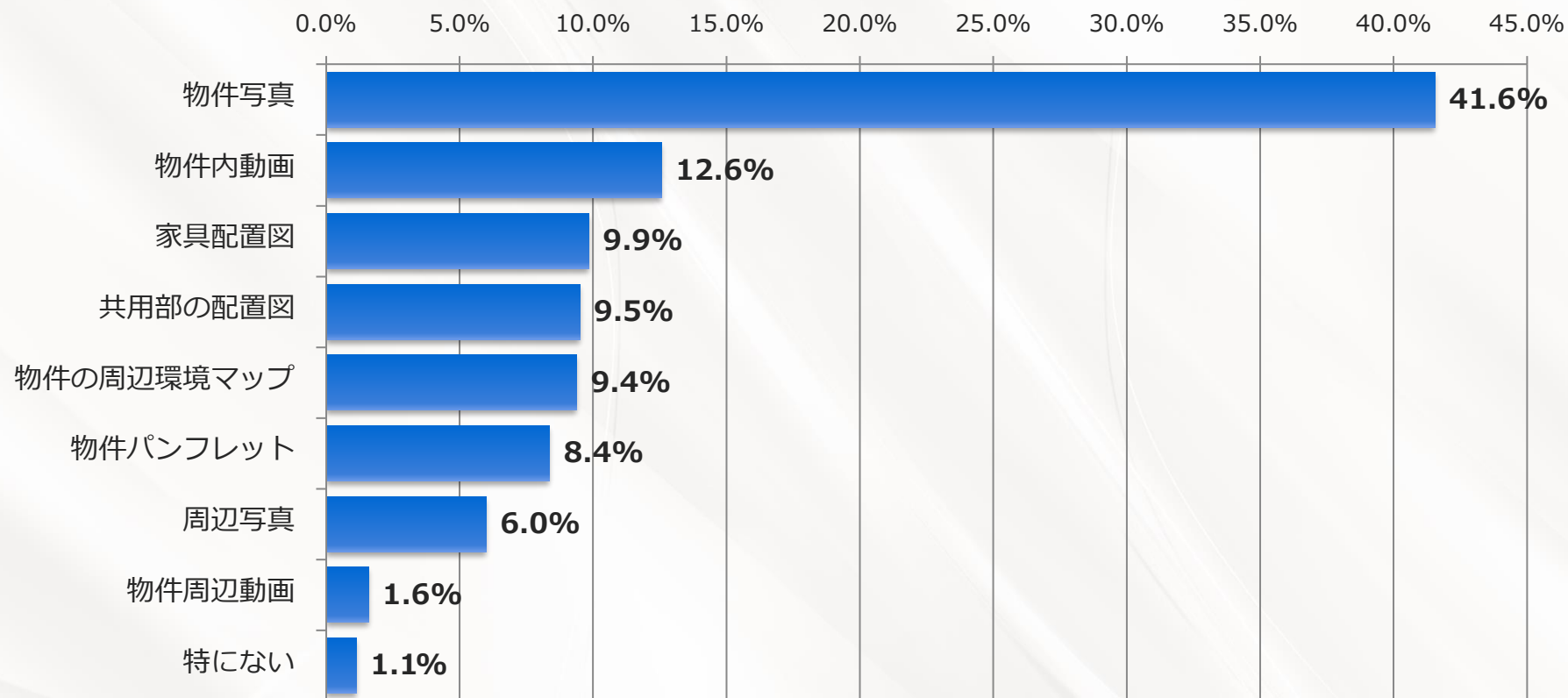


需要の高い共用部設備については「オートロック」「宅配ボックス」が上位に入った。次いで「モニター付きインターホン」や「エレベーター」が上位を占めている。

元付会社（管理会社）に求めること

Q33.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。

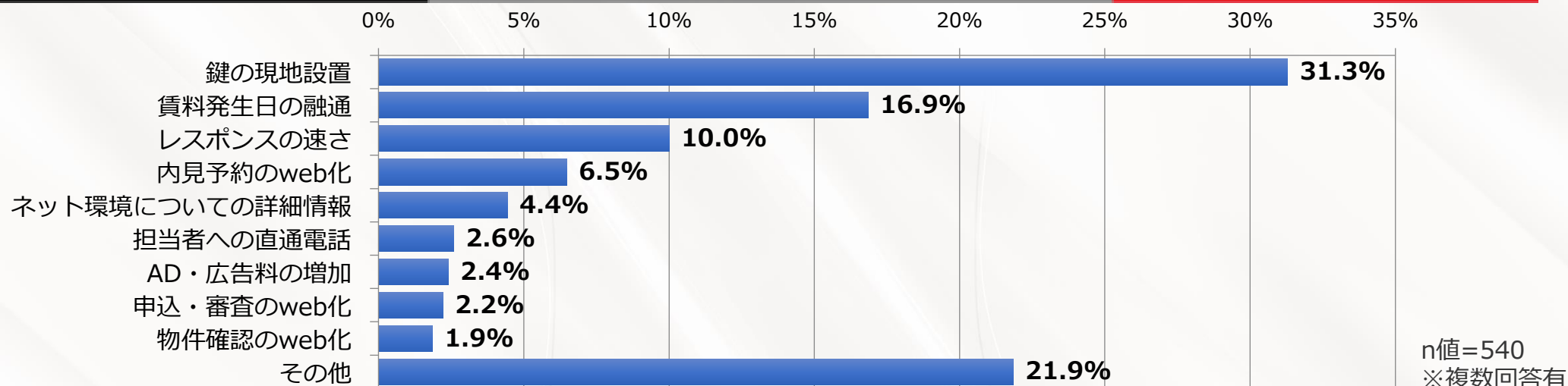


n値=883
※複数回答有

「特にない」という回答がわずか1.1%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見られなかった

Q34.元付会社（管理会社）に望むこと

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意見

- ・ 初期費用の詳細
- ・ 賃料以外の金額
- ・ 担当者の態度
- ・ 土日や夜間などの営業時間外の内見
- ・ 審査スピード
- ・ 賃料、初期費用の交渉
- ・ ADの入金スピード
- ・ 物件情報の正確性
- ・ 高画質な写真の充実
- ・ レインズ等間に間取図を載せてほしい
- ・ 入居者が不利になる契約条件は全て記載してほしい
- ・ 先行申込の可否

前回調査時と同様「鍵の現地設置」を求める声が引き続き多く挙がった。

前回調査時では「賃料発生日の融通」と「レスポンスの速さ」は同数だったものの、今回の調査では「賃料発生日の融通」が上回る結果となっている。「内見予約のWeb化」についても、前回調査時4.9%→6.5%と増加がみられている。

一方、「申込審査のWeb化」は前回調査時3.8%→2.2%と減少しており、各社で導入が加速していることが背景にあると考えられる。

Q35. 内見の際あると役立つもの

Q. 内見に行く際、物件に備えられていると役立つものはありますか？

n値=501
※複数回答有

■ 『その他』に分類される仲介担当者のコメント

- ・スリッパ
- ・通電、もしくは内見用照明や懐中電灯
- ・ネット環境の説明書
- ・メジャー
- ・部屋の間取図（メモ用）
- ・初期費用の詳細が記載された書類

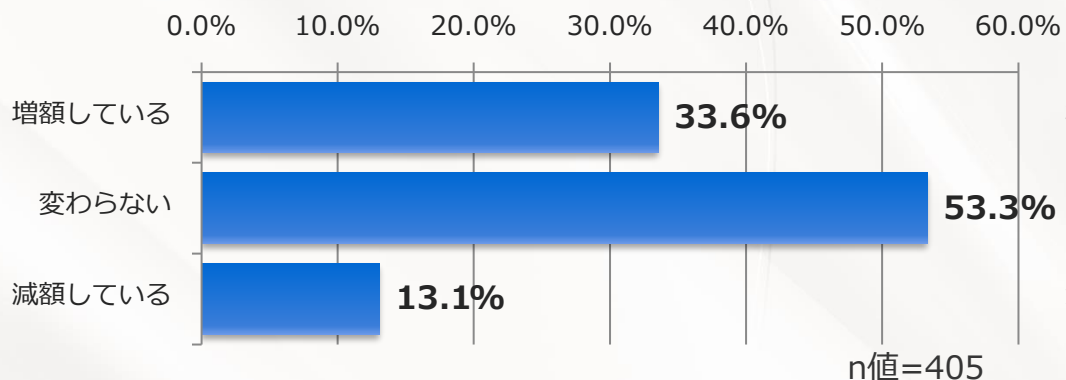
全体では「物件周辺の施設をまとめたマップ」が最も回答が多い結果となった。仲介業者がコロナ禍前には紹介することのなかったエリアの物件を紹介することも増えており、物件周辺のエリアを紹介する際の営業ツールとして、求める声が増加している。

その他

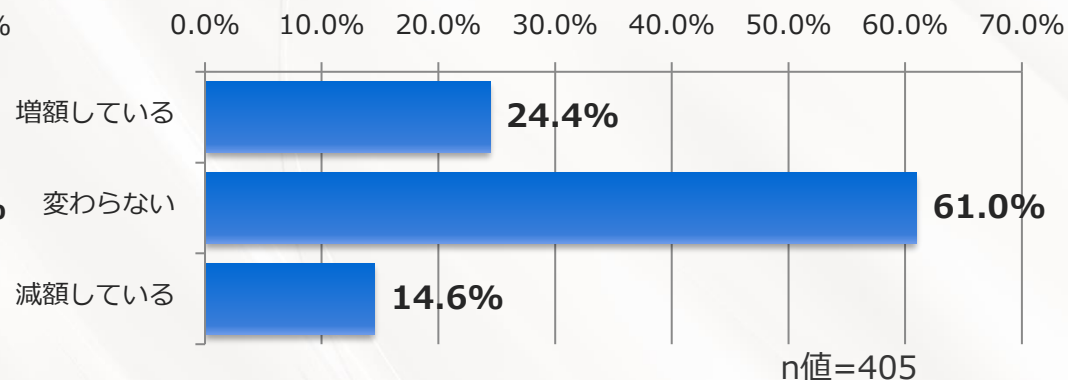
Q36. 広告料の増減

Q. 広告料（AD）の増減について、
昨年第二繁忙期（9月～10月）と比べ、
増額していますか？減額していますか？

・新築物件



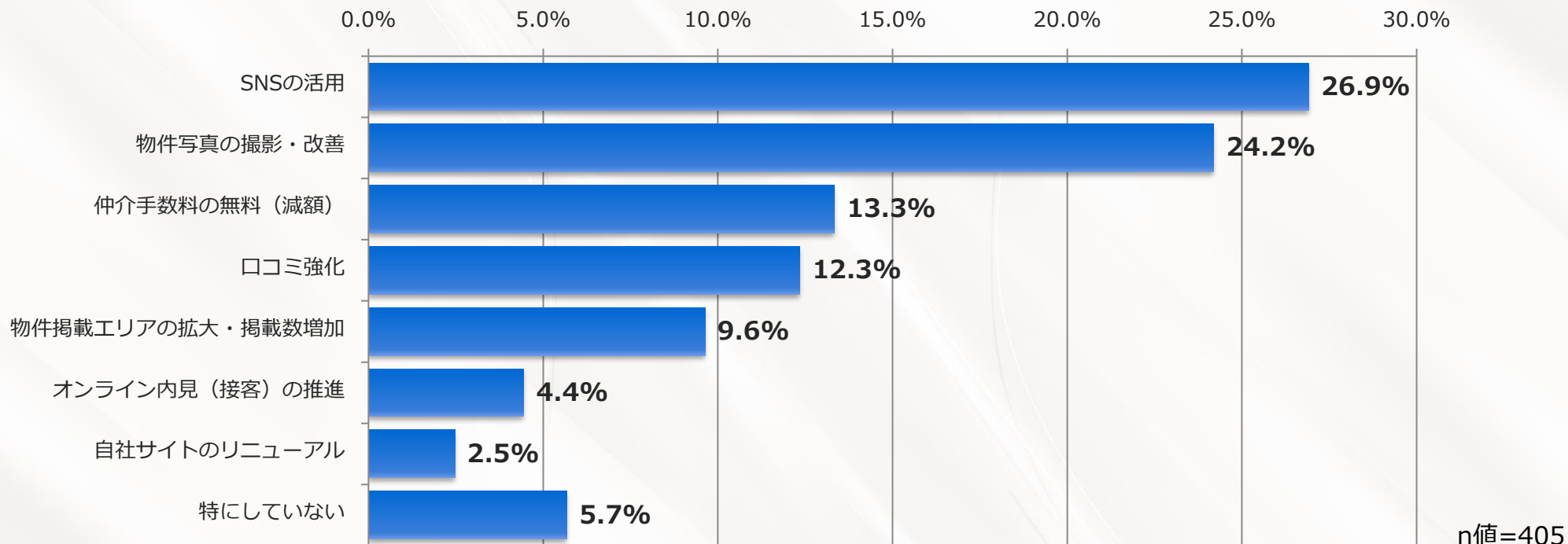
・既存物件



前回調査時では「増額している」が42.3%と最も高かったものの、今回は33.6%と減少し、「変わらない」が41.4%→53.3%と多かった。
半数以上の仲介担当者が広告料の増減に変化を感じていない認識があると見受けられる。

Q37. 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。



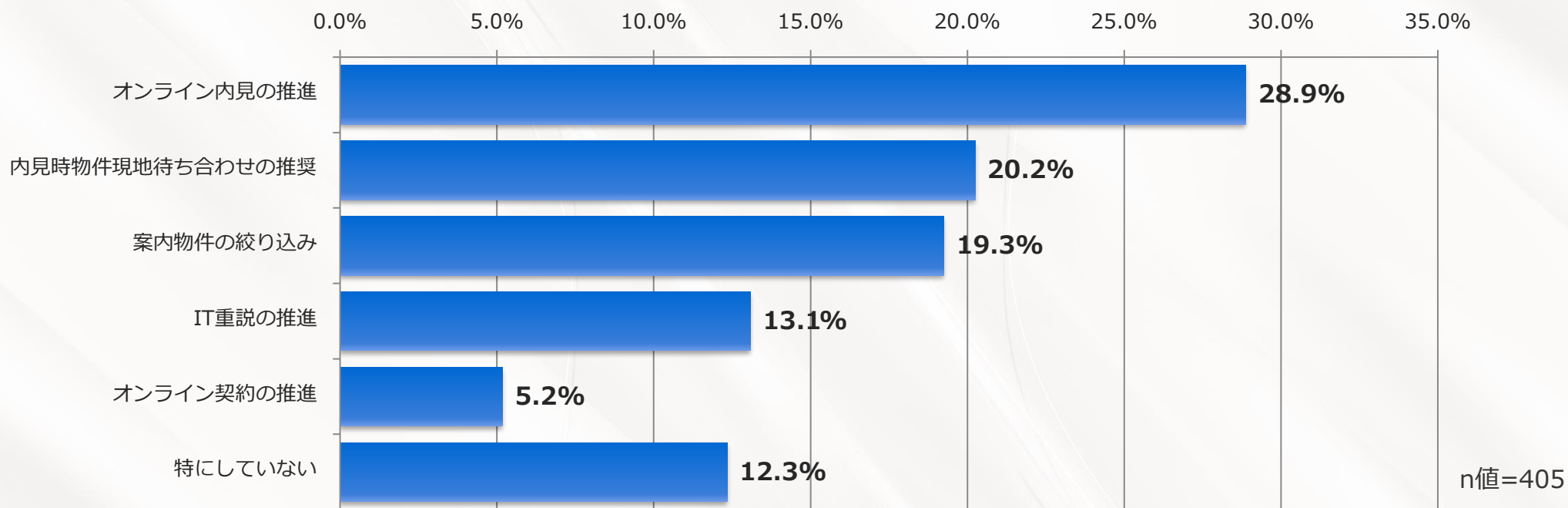
■ 『その他』 に分類されるコメント

- ・ターゲット層の変更
- ・自動追客システムの導入
- ・友達紹介獲得の強化、キャンペーン実施
- ・アフターフォローの強化
- ・バーチャルでの家具配置イメージシステム導入

前回調査時と比べて「物件写真の撮影・改善」が9.3%→24.2%と大きく増加しており、インターネット経由での集客で重要視される、写真コンテンツへの意識が向上していることがうかがえる。上位2項目を実施している割合が、全体の半数を占める結果となった。

Q38. 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。



■ 『その他』 に分類されるコメント

・来店を促している ・紹介エリアを広げた ・接客をオンラインで行った ・ホームページリニューアル

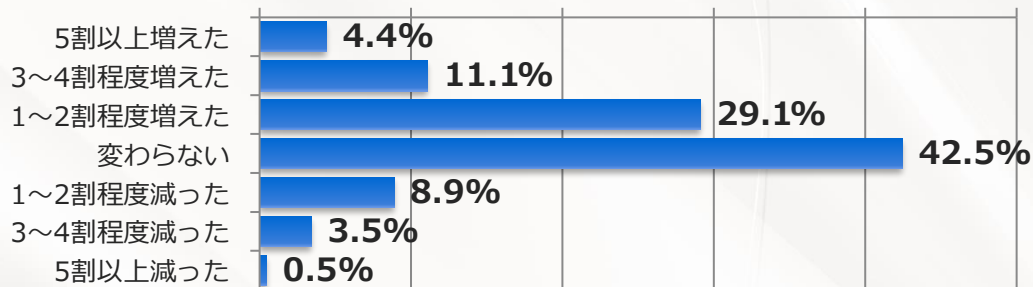
前回調査時と比べて「オンライン内見の推進」が35.7%→28.9%と減少した半面、「内見時物件現地待ち合わせの推奨」が12.9%→20.2%と増加している。引き続き、現地待ち合わせ・現地解散での内見を望むエンド客の要望に対応している仲介業者が多い。

Q39.店舗売上の増減（個人契約）

Q. 2021年に比べ、2022年の個人契約での売上に変化はありましたか？

・全体

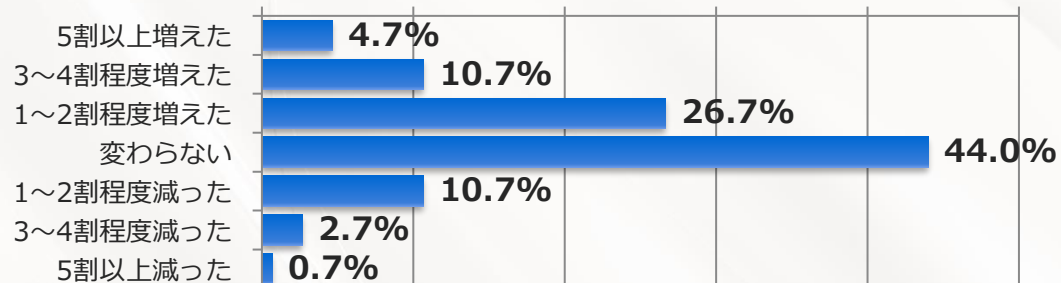
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0%



n値=405

・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区

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



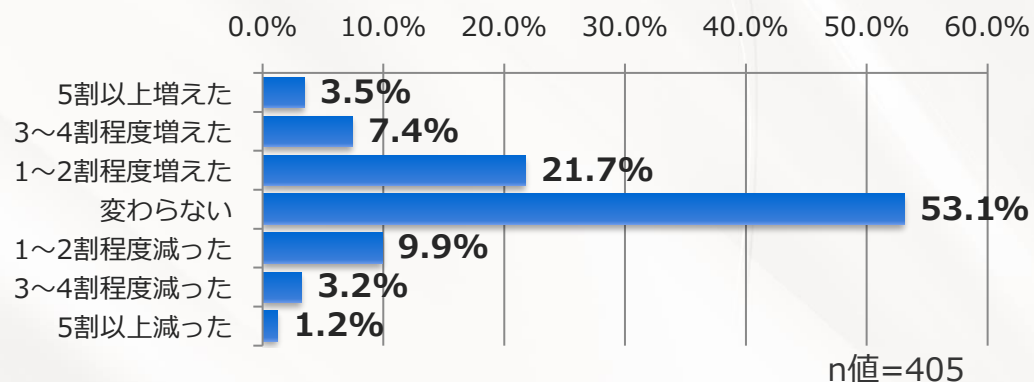
n値=150

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、前回同様、全体では若干増えた傾向が見られた。

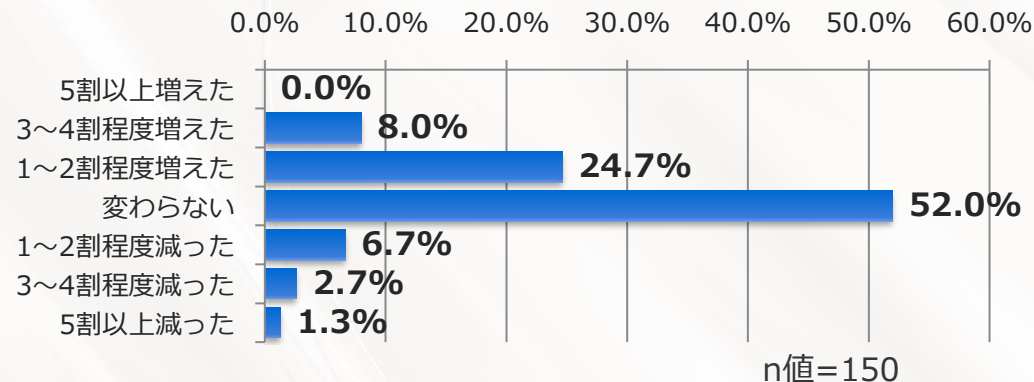
Q40.店舗売上の増減（法人契約）

Q. 2021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



・東京都：中央区・千代田区・港区・新宿区・渋谷区



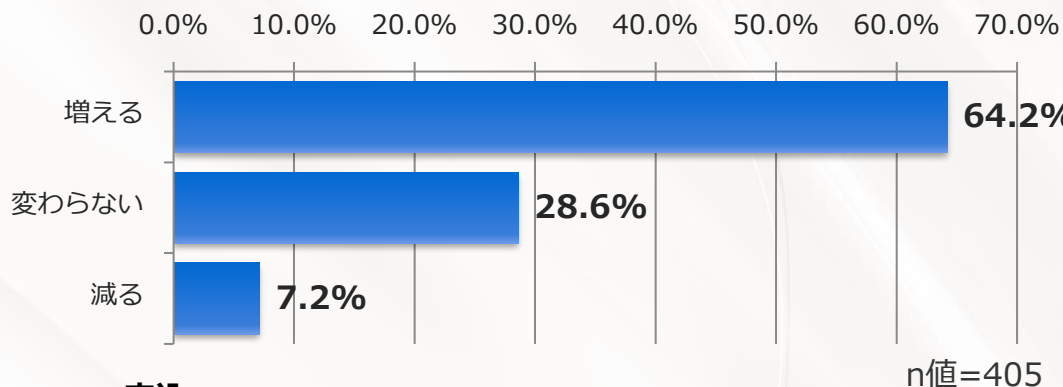
法人契約による店舗売上については「変わらない」が最も多く、次点で「1~2割程度増えた」との回答が続く。個人同様全体では増えたという回答が多い結果となっているが、個人は全体の44.6%に対して、法人では32.6%と法人が少ない割合という結果になった。

2023年の繁忙期（1月～3月） について

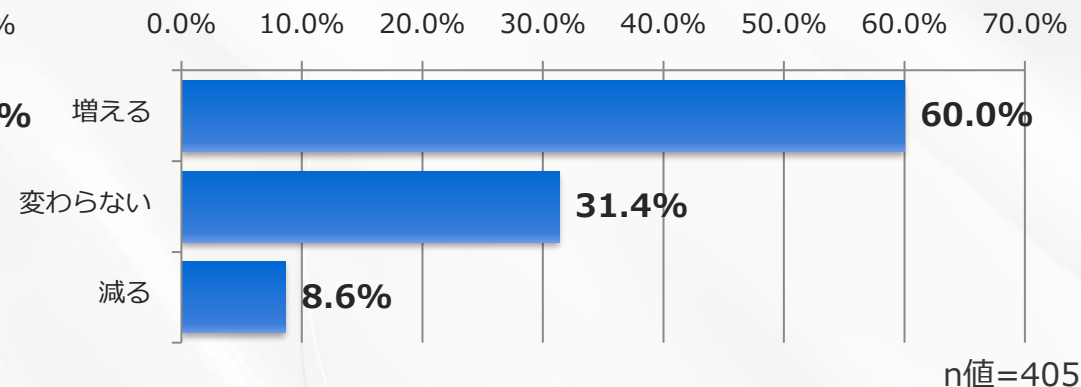
Q41.2023年繁忙期（1月～3月）の動き予測（個人）

Q.【個人】2023年繁忙期（1月～3月）はどのような動きが予測されますか？

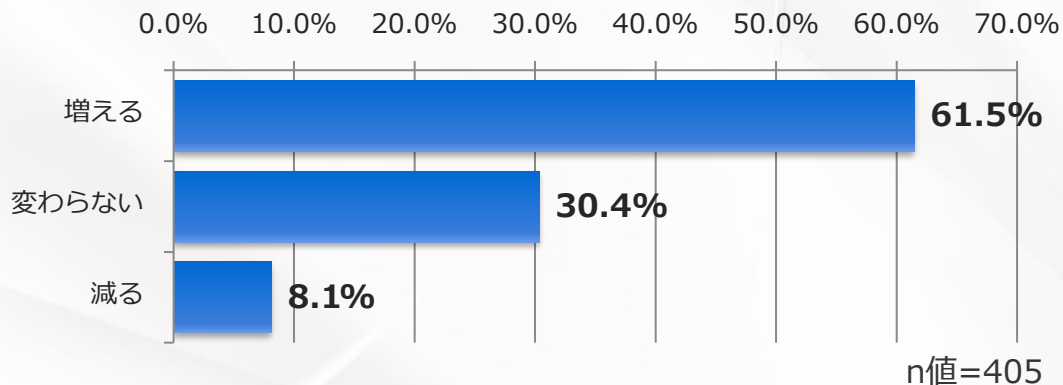
・問い合わせ



・内見



・申込

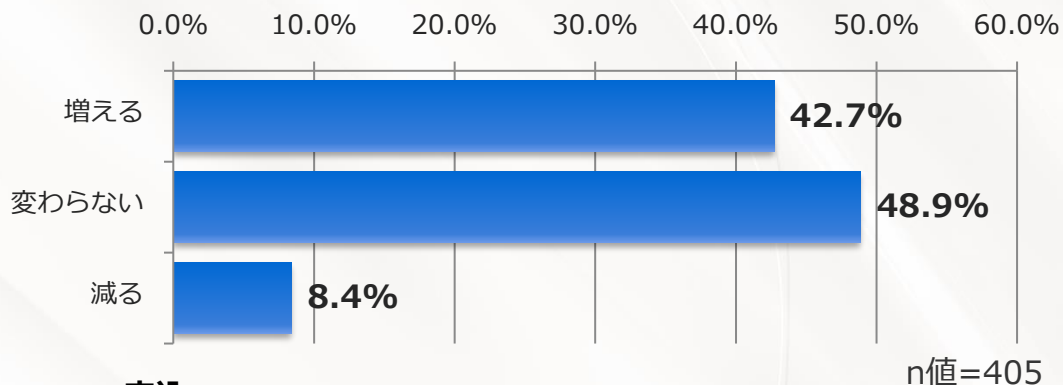


- 「増える」という回答の理由 : コロナに社会全体が順応してきている。12月から探し始めている方もいる。外国籍が増える。 など
- 「変わらない」という回答の理由 : 2022年の問い合わせが2021年と同じだった。コロナに関わらず例年通り動いている。 など
- 「減る」という回答の理由 : リモートの影響。物価高や増税懸念など経済的な影響。2021年よりも反響が落ちたため。 など

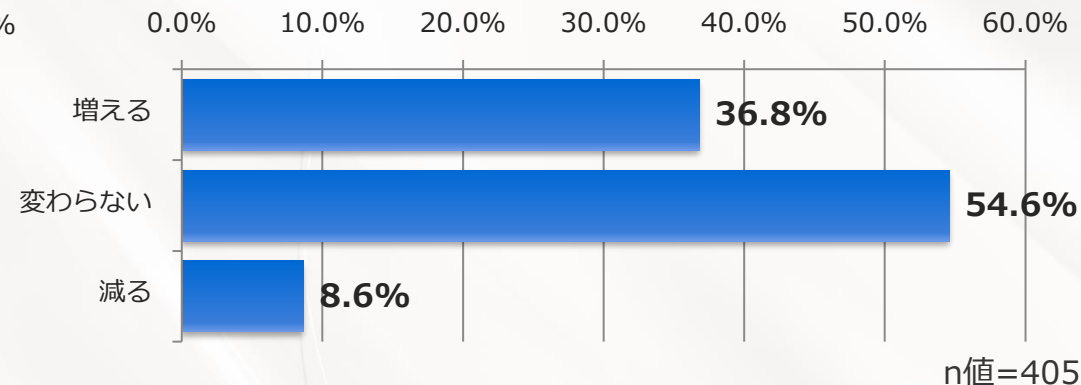
Q42.2023年繁忙期（1月～3月）の動き予測（法人）

Q. 【法人】2023年繁忙期（1月～3月）はどのような動きが予測されますか？

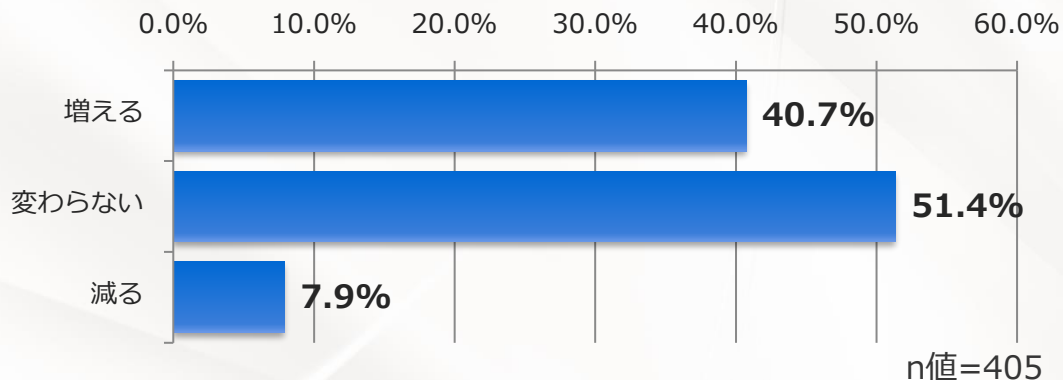
・問い合わせ



・内見



・申込



- 「増える」という回答の理由 : コロナ対策が緩和傾向にあり、転職が増える。既に法人からの問い合わせが増えている。 など
- 「変わらない」という回答の理由 : 2022年の問い合わせが2021年と同じだった。繁忙期は個人が中心のため例年通りになる。 など
- 「減る」という回答の理由 : テレワークを継続している企業も多い。第二繁忙期で動きが少なかった。 など