

2018年3月20日
株式会社FJネクスト

首都圏のワンルーム単身入居者『生活事情』アンケート第4弾 ひとり住まいの「引っ越し事情」アンケート

- ・ 部屋探し、見学する部屋数は「3部屋」がトップ、女性は“5部屋以上”の慎重派多数
- ・ 初めての“部屋決め”は、約7割が親の承認を「得た」うえで決定
- ・ 引っ越しの処分品、約半数（49.5%）は“換金・リサイクル”に

～“住みたい街”は、「恵比寿」「中野」「新宿」～

春到来！新生活を迎えるため、引っ越しする人も多い季節です。特に今春では、人手不足による“引っ越し難民”が話題となるなど、引っ越しは物件探しから入居手続き、引っ越し業者の手配、荷物の整理などの手間も多く、期待あり不安ありの“一大イベント”です。

そこで、一人暮らしを始めてから1回以上引っ越し経験のあるワンルーム単身入居者の方に、引っ越しにまつわる様々な行動や意識について調査しました。

■ 調査概要 ■

- ◆ 調査期間：2018年2月16日～19日
- ◆ 調査方法：インターネットによる調査
(インターネット調査会社を通じてサンプリング・集計)
- ◆ 調査対象：首都圏※の独身ワンルーム単身入居者400人
※1都3県（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）
※一人暮らしを始めて1回以上引っ越し経験のある方

【調査対象】

(回答者の男女・年代比)

人	20代	30代	合計 (%)
男性	100	100	200 (50.0)
女性	100	100	200 (50.0)
合計 (%)	200 (50.0)	200 (50.0)	400 (100.0)

(回答者の職業等)

	会社員 正規・非正規 問わず	大学生 大学院・短大 含む	専門 学校生	専門家 医師・弁護士・ 会計士など	自由業	パート・ アルバイト	その他
人 (%)	320 (80.0)	17 (4.3)	1 (0.3)	15 (3.8)	20 (5.0)	24 (6.0)	3 (0.8)

(回答者の居住地)

	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川
人 (%)	35 (8.8)	33 (8.3)	254 (63.5)	78 (19.5)

この件に関するお問い合わせは、下記までお願いします。

(株)FJネクスト 経営企画室 担当：伊藤・須之内 TEL 03-6733-7711

< 要 約 >

■ 部屋探しの平均的行動

<質問1> 引っ越し先の部屋決めるまでに、何社ぐらいの不動産業者の実店舗を回りますか。〔P3〕

◆部屋探しで訪ねる不動産業者は「1社」～「2社」が約6割
一方、「0社」が14.8%にも。不動産情報サイトも重要な手段に

<質問2> 引っ越し先の部屋を決めるまでに、実際に何部屋を見ますか。〔P4〕

◆見学する部屋数は「3部屋」がトップ、全体平均は“3.56”部屋
女性は約3人に1人（36.5%）が“5部屋以上”

■ 初めての一人暮らし

<質問3> 一人暮らしを始めたとき、部屋を決める際に親の承認を得ましたか。〔P5〕

◆初めての“部屋決め”は、約7割が親の承認を「得た」うえで決定

<質問4> 一人暮らしを始めたとき、部屋に備え付けるもので購入したものは。〔P5〕

◆購入トップ3は、「冷蔵庫」「カーテン、ブラインド」「調理家電」

<質問5> 一人暮らしを始めたときに購入したもののなかで、よく使用したもの、あまり使用しなかったものは何でしたか。〔P6〕

◆最もよく使用したものは「冷蔵庫」「電子レンジ」「テレビ」
一方、あまり使用しなかったものは「炊飯器」「掃除機」「アイロン」

■ 一人暮らしを始めて以降の引っ越し行動

<質問6> 引っ越しの経験などから、次の部屋を決める際、重視するポイントは何ですか。〔P7〕

◆ 部屋決めのポイントは「家賃」の次に「駅からの距離」が重要
男性は部屋の条件、女性は立地・環境を重視

<質問7> 引っ越しの際、処分したものは何ですか。〔P7〕

◆ 引っ越しの際の3大“断捨離物”は「衣服」「書籍」「靴」

<質問8> 処分の際、主にどの方法で処理しましたか。〔P8〕

◆ 処分方法は“ゴミ出し派”が多数（83.6%）も、
処分品次第で半数（49.5%）が“換金・リサイクル”に

<質問9> 新しい部屋に引っ越して感じる“新鮮な気持ち”はどのくらい続きますか。〔P9〕

◆ 新居生活の“新鮮な気持ち”の持続期間は「1カ月程度」

<質問10> 引っ越し業者を選ぶ基準はなんですか。〔P9〕

◆「価格」が第一の決め手。女性は「スタッフの対応」もチェック

■ 番外編

<質問11> 首都圏であなたが住んでみたい街はどこですか。〔P10〕

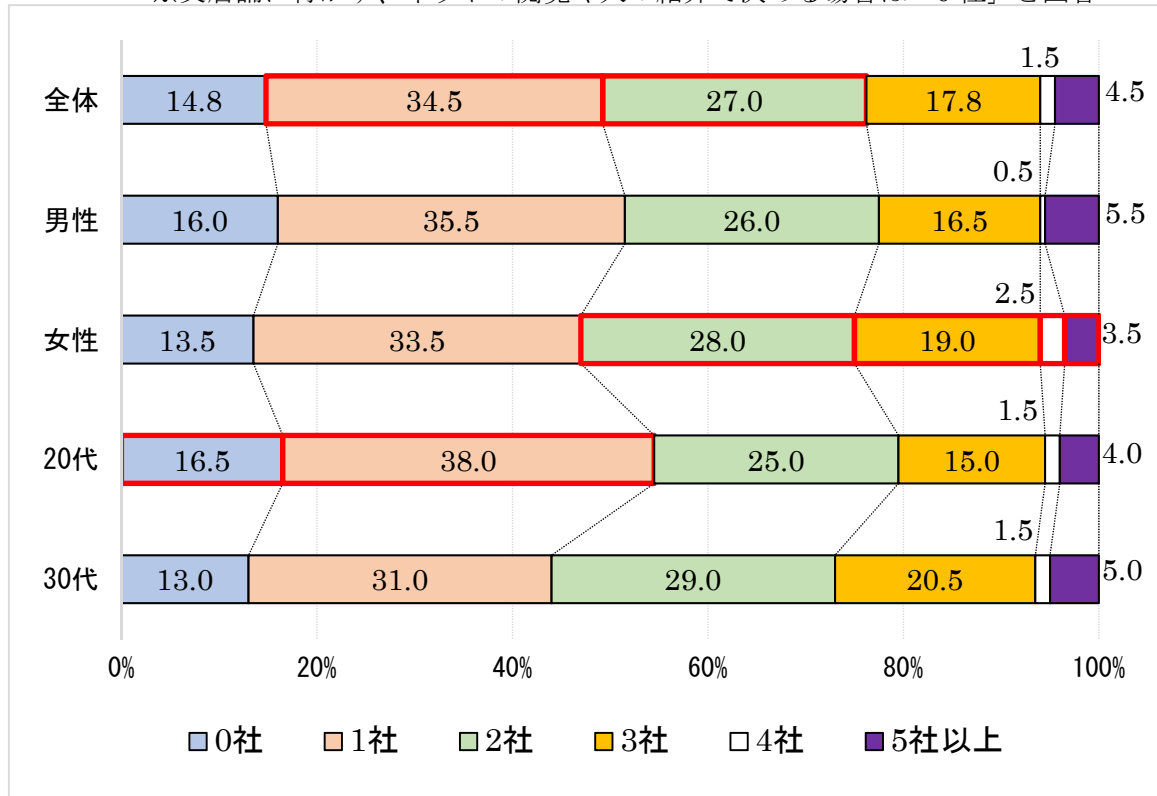
◆ 独身一人暮らしの“住みたい街”（駅名）は「恵比寿」「中野」「新宿」

■ 部屋探しの平均的行動

～ 新しい部屋を探す際の平均的な行動について聞いてみました ～

<質問 1> 引っ越し先の部屋を決めるまでに、何社ぐらいの不動産業者の実店舗を回りますか。

※実店舗に行かず、ネットの閲覧や人の紹介で決める場合は「0社」と回答



◆ 部屋探して訪ねる不動産業者は「1社」～「2社」が約6割 一方、「0社」が14.8%にも。不動産情報サイトも重要な手段に

部屋探しのために、不動産業者（実店舗）を何社くらい回るのでしょうか。全体では「1社」（34.5%）がトップ、次いで「2社」（27.0%）と、上位2つで約6割（61.5%）を占め、“3社以上”（「3社」「4社」「5社以上」の合計）は2割程度（23.8%）に留まりました。

一方、店舗には行かない「0社」という回答が14.8%と、意外に多い結果となりました。知人・友人からの紹介のほか、近年ではインターネット上の不動産情報サイトが充実しており、部屋探しの重要な手段となっていることが伺えます。

以上の結果から、部屋探しは、ネットで自分の好みにマッチした不動産業者を厳選し、その中から「1社」または「2社」を巡るといのが平均的な行動と言えます。

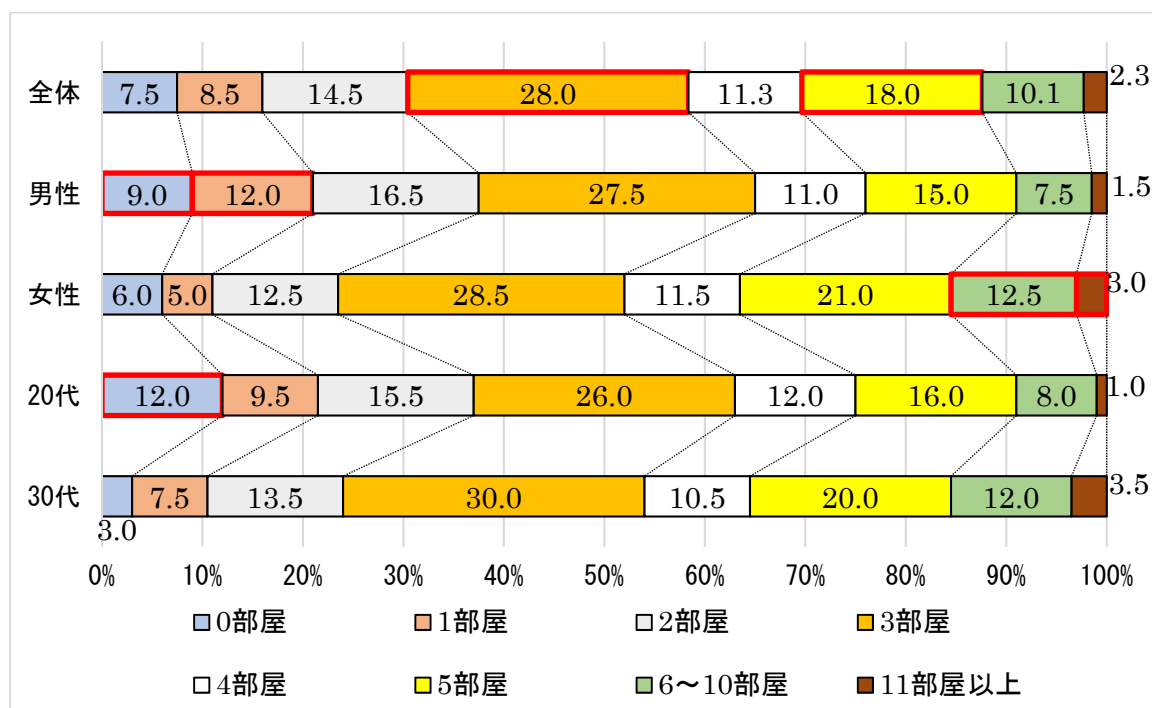
男女別では、男性が「0社」と「1社」の合計が過半数（51.5%）であるのに対して、女性は“2社以上”（※1）の合計が過半数（53.0%）と、女性の方が幅広い業者で物件を吟味しているようです。

年代別では、20代はネット等で下調べを十分行ってから決め打ちする傾向が強いのでしょうか、「0社」と「1社」の合計が半数（54.5%）を超えています。

※1：「2社」～「5社以上」の合計値

＜質問2＞ 引っ越し先の部屋を決めるまでに、実際に何部屋を見ますか。

※間取り図面や写真、動画などの確認のみで決める場合は「0」



＜詳細データ＞

部屋数	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11以上
全体	7.5	8.5	14.5	28.0	11.3	18.0	4.8	1.0	1.3	0.0	3.0	2.3
男性	9.0	12.0	16.5	27.5	11.0	15.0	4.0	0.5	1.0	0.0	2.0	1.5
女性	6.0	5.0	12.5	28.5	11.5	21.0	5.5	1.5	1.5	0.0	4.0	3.0
20代	12.0	9.5	15.5	26.0	12.0	16.0	4.0	1.0	1.0	0.0	2.0	1.0
30代	3.0	7.5	13.5	30.0	10.5	20.0	5.5	1.0	1.5	0.0	4.0	3.5

◆ 見学する部屋数は「3部屋」がトップ、全体平均は“3.56”部屋
女性は約3人に1人（36.5%）が“5部屋以上”

部屋を決めるまでに、実際にどのくらいの部屋を見て回るのでしょうか。全体では、「3部屋」（28.0%）が最も多く、次いで「5部屋」（18.0%）、「2部屋」（14.5%）という順でした。“1～3部屋”の合計は過半数（51.0%）に達し、“1～5部屋”の合計は8割（80.3%）を超えています。因みに、全体の平均値は“3.56部屋”（※2）で、3部屋前後を見て決定するというのが平均的な行動と言えそうです。

男女別では、女性は男性に比べ“6部屋以上”（※3）の割合が高く（女性 15.5%＞男性 9.0%）、男性より多く部屋を見ているようです。選択基準が厳しく、かつ慎重ということでしょうか。

年代別では、「0部屋」が20代の12.0%に対して30代は僅か3.0%と差がみられます。若い世代は実際に部屋を見ずに、ネット等を巧みに利用してバーチャルで部屋を内見し、そして決めることに比較的抵抗がないようです。

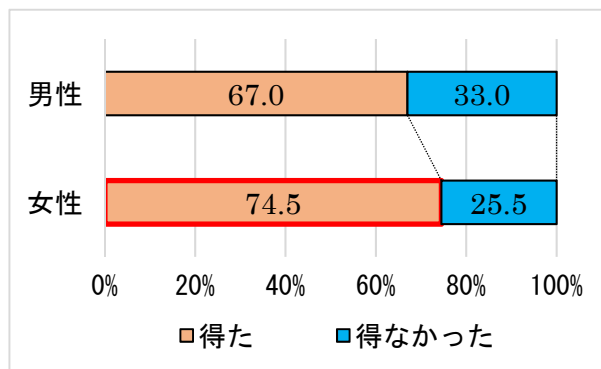
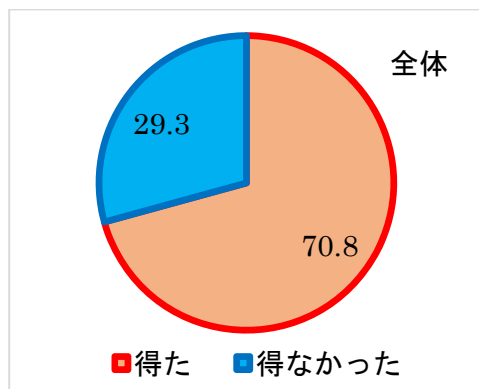
※2：「11部屋以上」を「11」として算出

※3：「6部屋」～「11部屋以上」の合計

■ 初めての一人暮らし

～ 実家を出て、初めて一人暮らしをした時の状況を聞いてみました ～

<質問3> 一人暮らしを始めたとき、部屋を決める際に親の承認を得ましたか。



◆ 初めての“部屋決め”は、約7割が親の承認を「得た」うえで決定

初めての一人暮らしの“部屋決め”に際して、親の承認を得た人は全体では約7割（70.8%）と多数派でした。親に委ねたのか、親が介入したのか、または本人が未成年者だったのか理由は定かではありませんが、一人暮らしの第一歩目は親の承認を「得た」人が多いようです。

男女別では、「得た」との回答は男性が約3人に1人（67.0%）であるのに対して、女性は約4人に3人（74.5%）で、女性の方が親の承認を「得た」人が多い傾向にあります。

<質問4> 一人暮らしを始めたとき、部屋に備え付けるもので新たに購入したものは何ですか。（複数回答）

◆ 購入トップ3は、「冷蔵庫」「カーテン、ブラインド」「調理家電」

近年では、家具・家電付きの物件も多いようですが、トップ3は「冷蔵庫」（75.8%）、「カーテン、ブラインド」（74.8%）、そして炊飯器やレンジ等の「調理家電」（74.5%）でした。以下、「洗濯機」（73.3%）、テーブル・机等の「家具」（67.8%）と続いています。

備え付けるもの	全体	男性	女性
冷蔵庫	75.8	75.5	76.0
カーテン、ブラインド	74.8	65.0	84.5
調理家電	74.5	70.0	79.0
洗濯機	73.3	71.0	75.5
家具	67.8	65.5	70.0
寝具	67.3	63.5	71.0
テレビ(レコーダー含む)	61.8	59.0	64.5
パソコン	30.3	33.0	27.5
その他	0.8	1.0	0.5
購入したものはない	4.0	3.0	5.0

初めての一人暮らしということで、やはり「冷蔵庫」「調理家電」「洗濯機」といった生活に必要不可欠な家電の購入率が、どれも7割を超える高い割合を占めました。

そのなかで、「カーテン、ブラインド」が2位（74.8%）に健闘しています。快適な生活にはプライバシーも大事ということでしょうか。特に、女性は男性より購入率が高く、8割を超えて（84.5%）います。

＜質問5＞ 一人暮らしを始めたときに購入したもののの中で、最もよく使用したもの、あまり使用しなかったものは何ですか。（自由回答）

最もよく使用したもの TOP 10		
位	品名	票
1	冷蔵庫	43
2	電子レンジ	34
3	テレビ	24
4	洗濯機	22
5	パソコン	15
6	ベッド	14
	電気ケトル	
8	カーテン	8
9	オーブンレンジ	5
	炊飯器	

あまり使用しなかったもの TOP 5		
位	品名	票
1	炊飯器	13
2	掃除機	12
	アイロン	
4	ベッド	8
5	机	7

◆ **最もよく使用したものは「冷蔵庫」「電子レンジ」「テレビ」**
一方、あまり使用しなかったものは「炊飯器」「掃除機」「アイロン」

では、購入したもののの中で、最もよく使用したもの、あまり使用しなかったものは何だったのでしょうか。それぞれ具体的に挙げてもらいました。

最もよく使用したものは、「冷蔵庫」（43票）がトップ、次いで「電子レンジ」（34票）、「テレビ」（24票）、「洗濯機」（22票）と、生活必需品が上位にランクインしました。

＜よく使用した主な理由＞

- ・**冷蔵庫**『食料を安い時に買いだめすることができる』（20代・男性）
- ・**電子レンジ**『コンビニ飯に欠かせない』（20代・女性）
- ・**テレビ**『一人でも寂しくない』（30代・女性）
- ・**洗濯機**『コインランドリーより経済的』（20代・男性）
『共用のものは時間帯で混んでおり思うように洗濯ができなかった』（30代・女性）
- ・その他：**ハンガーラック**『洗濯物を部屋干しするため』（30代・女性）
ドライヤーセット『意外とネジは緩んでいくし、組み立てるものも多い』（20代・女性）
トースター『魚でも何でも焼ける』（20代・女性）
布団乾燥機『ベランダがない』（20代・女性）

一方、あまり使用しなかったものは、「炊飯器」（13票）、「掃除機」（12票）、「アイロン」（12票）でした。いずれも“買っては見たものの使わなかった”パターンが多いようです。

＜使用しなかった主な理由＞

- ・**炊飯器**『ごはんを炊く機会があまりない』（20代・女性）
- ・**掃除機**『部屋が狭いのでいらなかった』（30代・女性）
- ・**アイロン**『かけるのが面倒、クリーニングに出す方が早い』（20代・男性）
- ・**電気ケトル**『鍋で沸かせば足りる』（20代・女性）
- ・**スリッパ**『部屋が狭くて使わない』（30代・男性）
- ・**ゴミ箱**『ほとんど使っていない』（20代・男性）
- ・**ランチョンマット**『1人だし、いらなかった』（30代・女性）

■ 一人暮らしを始めて以降の引っ越し行動

～ 一人暮らしを始めて以降に行った引っ越しについて聞いてみました ～

<質問6> 引っ越しの経験から、次の部屋を決める際、重視するポイントは何ですか。
(複数回答)

位	ポイント	全体	男性	女性	20代	30代
1	家賃	74.8	78.5	71.0	73.0	76.5
2	駅からの距離	45.3	40.5	50.0	48.0	42.5
3	部屋の広さ	41.5	46.0	37.0	39.0	44.0
4	部屋の設備	40.5	42.0	39.0	43.0	38.0
5	周囲の環境	20.3	18.0	22.5	21.0	19.5
6	セキュリティ	17.0	10.0	24.0	16.0	18.0
7	築年数	14.3	14.5	14.0	14.5	14.0
8	建物全体のグレード	7.8	8.5	7.0	9.5	6.0
9	その他	3.0	2.0	4.0	2.0	4.0

◆ 部屋決めのポイントは「家賃」の次に「駅からの距離」が重要 男性は部屋の条件、女性は立地・環境を重視

全体では、「家賃」(74.8%)が断然のトップとなりました。やはり毎月の出費となる「家賃」は重要なポイントです。次に多かったのは「駅からの距離」(45.3%)で、「部屋の広さ」(41.5%)、「部屋の設備」(40.5%)を上回りました。「駅からの距離」といった立地場所は、部屋決めの際の欠かせないポイントであることがわかります。

男女別では、両者トップの「家賃」の他に、男性は「部屋の広さ」(46.0%)、「部屋の設備」(42.0%)といった部屋そのものを重視するのに対して、女性は「駅からの距離」(50.0%)、「周囲の環境」(22.5%)、「セキュリティ」(24.0%)といった立地や環境面にも気を配る傾向がみられます。

<質問7> 引っ越しの際、処分したものは何ですか。(複数回答)

位	処分したもの	全体	男性	女性	20代	30代
1	衣服	41.3	35.0	47.5	38.0	44.5
2	書籍	28.8	25.5	32.0	28.0	29.5
3	靴	23.5	17.0	30.0	23.0	24.0
4	カラーボックス	23.0	22.5	23.5	25.0	21.0
5	自転車	19.5	18.5	20.5	22.0	17.0
	ベッド	19.5	21.0	18.0	18.5	20.5
7	机	18.8	19.0	18.5	20.0	17.5
8	ソファ	14.0	11.5	16.5	12.0	16.0
9	椅子	13.8	14.5	13.0	14.0	13.5
10	食器類	13.5	12.5	14.5	11.5	15.5
11	寝具	12.8	12.0	13.5	11.0	14.5
12	本棚	10.3	9.0	11.5	13.5	7.0
13	音楽、映像ソフト	9.5	7.5	11.5	7.0	12.0
14	オーディオ機器	6.3	6.5	6.0	6.0	6.5
15	テレビ	4.8	5.5	4.0	3.0	6.5
16	その他	1.3	1.5	1.0	0.5	2.0
—	処分したものはなし	29.8	30.5	29.0	30.5	29.0

◆ 引っ越しの際の3大“断捨離物”は「衣服」「書籍」「靴」

引っ越し時に処分したものは、「衣服」(41.3%)がトップ、以下「書籍」(28.8%)、「靴」(23.5%)という結果になりました。「衣服」は4割を超えて、他を大きく引き離しました。やはり、季節や流行に影響され処分されるサイクルが早いということでしょうか。

一方、「処分したものはない」との回答が約3割(29.8%)もあり、物持ちのよい人も意外に多いことが窺えます。

男女別では、女性は「衣服」(47.5%)、「靴」(30.0%)の割合が高く、特に「衣服」は半数近くが引っ越しを機に処分しています。また、「書籍」の処分率も男性に比べ高いことがわかります。

年代別では、大きな差は見られませんが、30代で「音楽、映像ソフト」が二桁(12.0%)に達しています。30代ではCDなどの現物が多く、20代はデータをダウンロードするだけで現物を持たないというライフスタイルの変化も影響しているのかも知れません。

<質問8> 処分の際、主にどの方法で処理しましたか。(複数回答)

位	処分方法	全体	男性	女性	20代	30代
1	ゴミに出す	83.6	79.9	87.3	79.1	88.0
2	人に譲る	26.0	28.8	23.2	28.1	23.9
3	出張買取りを利用	22.8	24.5	21.1	24.5	21.1
4	ネットオークションに出す	13.2	15.1	11.3	15.1	11.3
5	フリーマーケット(実店舗)に出品	7.5	9.4	5.6	6.5	8.5
6	フリーマーケットサイトに出品	6.0	2.9	9.2	7.2	4.9
7	その他	3.2	3.6	2.8	2.2	4.2

◆ 処分方法は“ゴミ出し派”が多数(83.6%)も、 処分品次第で半数(49.5%)が“換金・リサイクル”に

処理方法は、全体では「ゴミに出す」(83.6%)が最も多く、次いで「人に譲る」(26.0%)、「出張買取りを利用」(22.8%)の順になりました。

一方、いま話題の「フリーマーケットサイトに出品」する人(6.0%)は、意外に少ない結果でしたが、「出張買取りを利用」「ネットオークションに出す」「フリーマーケット(実店舗)に出品」「フリーマーケットサイトに出品」の4項目の合計は49.5%になることから、ほぼ半数の人が処分品を“換金”していることも窺えます。このことから、ゴミ出しは基本としつつも、処分品によっては“換金・リサイクル”するというパターンが一般的と言えそうです。

<質問9> 新しい部屋に引っ越して感じる“新鮮な気持ち”はどのくらい続きますか。

期間	全体	男性	女性	20代	30代
2～3日程度	5.8	5.5	6.0	7.5	4.0
1週間程度	22.3	26.5	18.0	26.0	18.5
2～3週間程度	15.5	17.0	14.0	20.5	10.5
1ヵ月程度	32.5	31.0	34.0	27.5	37.5
2～3ヵ月程度	16.8	12.0	21.5	12.5	21.0
半年程度	4.3	4.5	4.0	3.5	5.0
1年程度	1.8	2.0	1.5	1.5	2.0
それ以上	1.3	1.5	1.0	1.0	1.5

◆ 新居生活の“新鮮な気持ち”の持続期間は「1ヵ月程度」

新天地での生活は新鮮ですが、その気持ちはどのくらい持続するのでしょうか。全体では、最も多かったのが「1ヵ月程度」(32.5%)で、次いで「1週間程度」(22.3%)でした。7割超(76.1%)の人が「1ヵ月程度以内」(※4)としており、持続期間は“1ヵ月間”が目安のようです。

男女別では、女性は「2～3ヵ月程度」の割合が高く(女性21.5%>男性12.0%)、男性より新鮮さが長持ちするようです。

年代別では、20代は「2～3週間程度以内」(※5)が過半数(54.0%)で、若い世代の方が順応は早いのでしょうか、1ヵ月は持続しないようです。

※4：「2～3日程度」「1週間程度」「2～3週間程度」「1ヵ月程度」の合計値

※5：「2～3日程度」「1週間程度」「2～3週間程度」の合計値

<質問10> 引っ越し業者選びのポイントは何ですか。(複数回答)

ポイント	全体	男性	女性	20代	30代
価格	78.5	76.0	81.0	73.5	83.5
スタッフの対応	39.5	32.5	46.5	36.0	43.0
知名度、ブランド	23.5	24.5	22.5	24.0	23.0
スピード	14.0	16.0	12.0	16.0	12.0
管理会社などの紹介	4.8	3.5	6.0	6.5	3.0
その他	2.8	4.0	1.5	3.0	2.5

◆ 引っ越し業者選びは「価格」が第一の決め手
女性は「スタッフの対応」もチェック

引っ越し業者選びのポイントは、何といても「価格」(78.5%)で、他の項目を大きく引き離しました。次いで高かったのは「スタッフの対応」(39.5%)で、次に「知名度、ブランド」(23.5%)と続きました。

男女別では、女性は男性に比べ「スタッフの対応」の割合が高い(女性46.5%>男性32.5%)のが特徴です。女性客を掴むには、価格に加えてスタッフの“対応力”が必要のようです。

■ 番外編

＜質問 11＞ 首都圏であなたが住んでみたい街（次に引越したい街）はどこですか。駅名でお答えください。

■全体：TOP10

位	駅名	票
1	恵比寿	20
2	中野	17
3	新宿	15
4	吉祥寺	14
5	品川	11
6	横浜	10
7	池袋	8
8	目黒	7
9	中目黒	7
	赤羽	7
	北千住	7
	二子玉川	7

■男性：TOP5			■女性：TOP5		
1	中野	10	1	恵比寿	11
2	恵比寿	9	2	中野	7
3	新宿	8		新宿	
4	吉祥寺	7		吉祥寺	
	品川			横浜	

■20代：TOP5			■30代：TOP5		
1	中野	11	1	恵比寿	10
2	恵比寿	10		新宿	
3	吉祥寺	9	3	中野	6
4	品川、横浜	6	4	吉祥寺	5
	池袋、目黒		品川		

◆ 独身一人暮らしの“住みたい街（駅）”は「恵比寿」「中野」「新宿」

ワンルーム単身入居者が“住みたい街”はどこでしょうか。

駅名で回答してもらったところ、1位は「恵比寿」（20票）でした。都心に近い立地、大型の商業施設と古くからの商店街が共存し、かつ“きれいでオシャレ”なイメージは、独身の一人暮らしの人たちにとって憧れの街であるようです。男女、年代の差なく支持されました。

2位は「中野」（17票）です。サブカルチャーの街として有名ですが、近年の再開発で大学キャンパスが進出し、オフィスビルや大型マンションが建設されるなど、大きく生まれ変わったことが要因かも知れません。特に20代の票が多いのが特徴です。

3位は新宿（15票）です。日本有数のオフィス街と繁華街を合わせ持つところが魅力で、住めば“職住接近”が実現できます。30代の票が多く集まりました。

トップ10には、「吉祥寺」や「中目黒」、「横浜」など“人気の街”にまじって、「赤羽」「北千住」（ともに7票）がランクインしました。2つの街は、埼玉・千葉と東京を結ぶ交通の要衝に位置し通勤しやすいこと、庶民的な商店街と大型商業施設が共存し便利、都心の街にくらべ物価が安いといったことで共通しています。“住んでみたい”には、必ずしもイメージや憧れだけでなく、実利の視点もあるようです。

以上

◆ 「株式会社FJネクスト」

事業内容：不動産の企画開発、売買、仲介 / 創業：1980年、東証1部上場（8935）

「都市住空間への挑戦と創造を通して、豊かな社会づくりに貢献していく」を企業理念に、首都圏にて『ガーラマンションシリーズ』を展開しています。社会の一線で活躍する首都圏の単身者の生活を支えるインフラとして、また、安定した収益を不動産に求める方への資産運用商品として、立地とクオリティにこだわったマンション開発に取り組んでいます。

※自社ブランドマンション供給実績：263棟・18,138戸（2018年1月末時点）

FJネクストホームページ： <https://www.fjnext.com>