

報道関係各位

2021年3月26日  
株式会社クロス・マーケティング

## “結婚”“進学”“就職”を抑え、引っ越し理由TOPは「今よりも良い物件を見つけた」 長引くコロナ禍 在宅時間の快適性追求か

－引っ越しに関する調査(2021年3月度)－

株式会社クロス・マーケティング(本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹)は、コロナ禍における引っ越しの実態を把握することを目的とし、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女(24,096人)に引っ越しの有無を聴取、2020年1月から2021年3月調査時点で引っ越しをした、または引っ越し予定の1,000人を対象に「引っ越しに関する調査」を実施。コロナの前後で生活様式が変わったことで、引っ越しに関する行動・意識がどのように変化したかを調査しました。

※コロナ流行前の調査結果(2019年)はこちら → <https://www.cross-m.co.jp/report/other/rc20190226/>

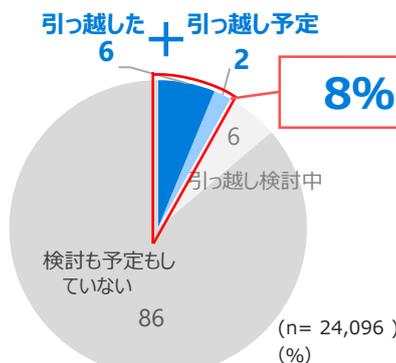
### ■調査結果 (一部抜粋)

- ✓ **【コロナ禍での引っ越し状況】**2020年1月以降に引っ越しをした人は全体(24,096人)の8%となった。そのうち、引っ越しをした、もしくは引っ越し予定の1,000人を対象に調査を実施したところ、「コロナ禍の影響があった」と回答した人は49%にのぼり、実際に引っ越ししたきっかけとしては「今よりも良い物件を見つけたから」が19%でTOPとなった。一方、コロナ流行前(2019年)の調査でTOP3にあがっていた「結婚」「入学・進学」「就職」が10pt以上減少。これまでは主流であったライフイベントに伴う引っ越しが、コロナ禍で抑制されることが推察される。<図1>
- ✓ **【コロナ禍での物件探し】**コロナ禍での物件探しの際に「不動産会社の店舗に行く」と回答した人は、コロナ流行前の調査と比べて大きく減少し45%だった。一方「物件検索のWebサイトを見る」と回答した人は49%で最多に。コロナ禍でも物件探しができるオンラインサービスが増加したためか、オンライン内見や360度カメラといったなんらかのオンラインサービスを利用した人は全体の32%にのぼった。さらに実地内見件数では「1件も内見せずに部屋を決めた」が23%と最も多い結果となった。<図2>
- ✓ **【物件に求める条件】**物件に求める条件は、1位が「予算内の家賃(77%)」、2位「部屋の広さ(64%)」、3位「間取り(52%)」であった。コロナ流行前の調査では3位だった「最寄駅からの徒歩分」は今回4位となった。リモートワークやオンライン授業などで家にいる時間が増えたため、在宅時の快適さをより重視する声が多くなったと考えられる。<図3>

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210326moving/>

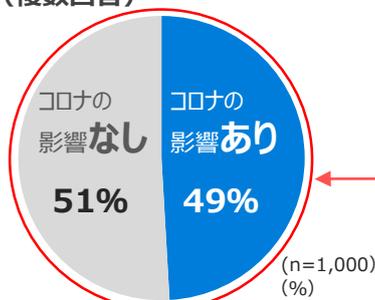
### <図1> コロナ禍での引っ越し状況

#### ■引っ越し状況の内訳 (単一回答)



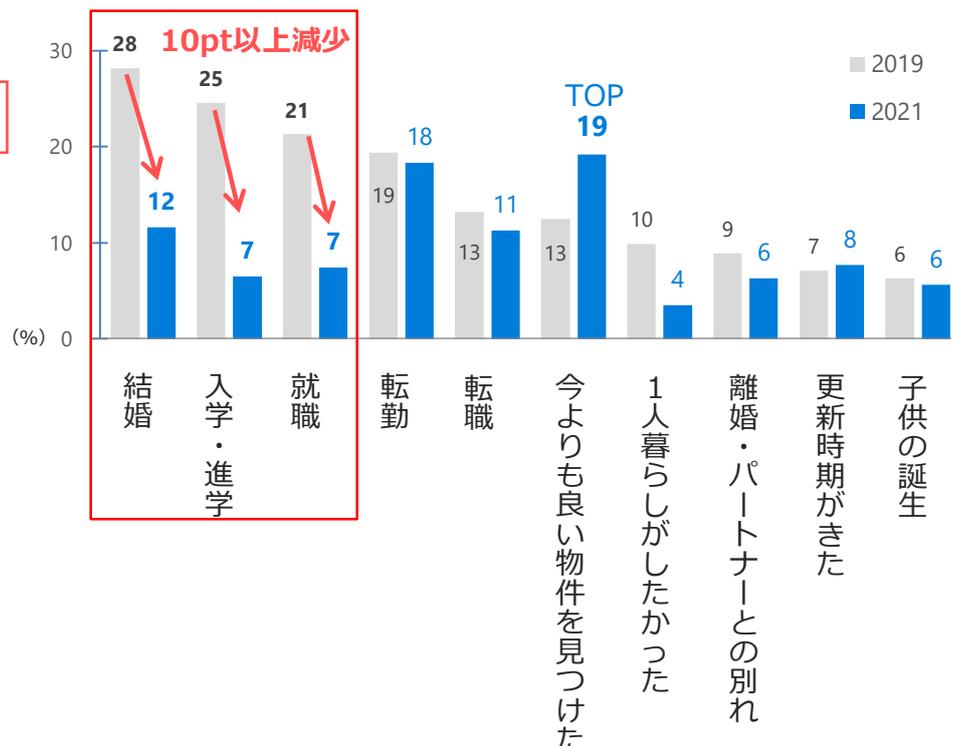
※サンプル回収後に人口構成比に合わせて補正した集計値を掲載

#### ■引っ越し時のコロナの影響有無 (複数回答)



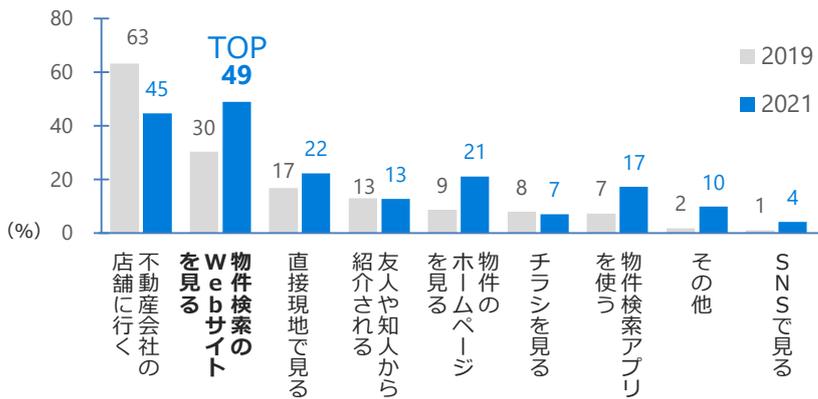
※「影響あり」と関連項目を集計し単一回答化

#### ■引っ越ししたきっかけ (複数回答) 上位10項目 (n=1,000)

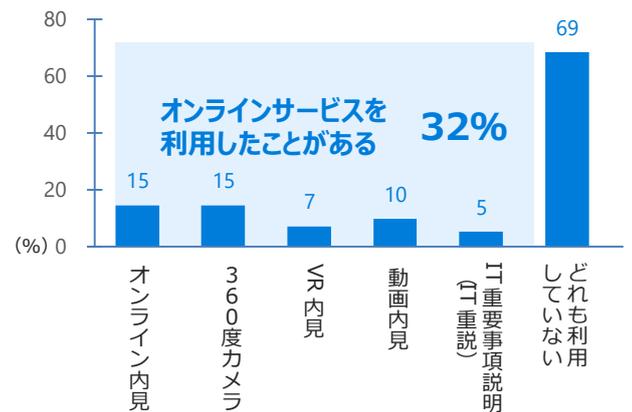


<図2> コロナ禍での物件探し

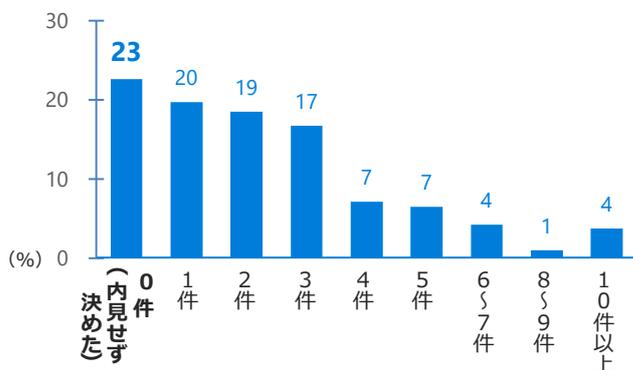
■ 物件探しの方法 (複数回答) (n=1,000)



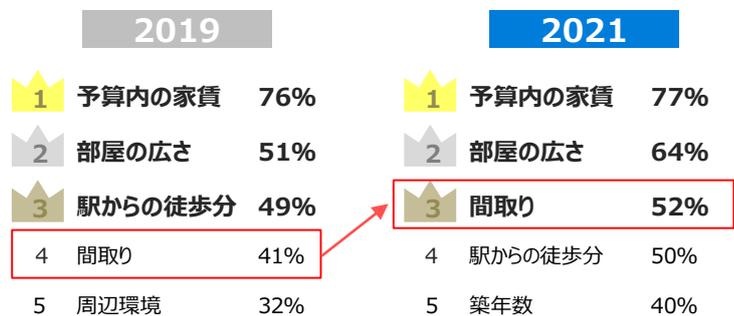
■ オンラインサービスの利用実態 (複数回答) (n=1,000)



■ 実地内見件数 (単一回答) (n=1,000)



<図3> 物件に求める条件 (複数回答) (n=1,000)



■ 調査項目一覧

- 属性設問(性別・年齢・居住地・婚姻状況・職業・同居の家族構成)
- 2020年1月から2021年3月調査時点での引っ越し、引っ越し予定の有無
- 自分で部屋を探して引っ越しをしようと思うきっかけ
- コロナ禍の影響で引っ越しをしようと思ったきっかけ
- 部屋探しの方法
- 実際に行った不動産会社の店舗数
- 複数の不動産会社に行った理由/行かなかった理由
- 内見した部屋数/内見せず物件を決めた理由
- 物件に求める条件で重視するもの、最も重視するもの
- 譲れない設備・サービス
- 部屋決定の決め手
- 物件探しに利用したことがあるオンラインサービス
- オンラインサービスの評価と利用意向
- 部屋探しの際に利用した物件検索サイト・アプリの数、複数利用した理由
- 現在居住している街に引っ越しを決めた理由
- 中古物件などのリノベーション利用意向
- 物件探して印象的だった出来事、大変だったエピソード

◆レポートダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210326moving/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 2020年1月から2021年3月調査時点で引っ越しをした、もしくは引っ越しを予定する20~69歳の男女  
 調査期間 : 2021年3月12日(金)~15日(日)  
 有効回答数 : 本調査1,000サンプル ※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。  
 <例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」