

報道関係各位

【関西マーケット・アイズVol.1 「引越しに関するアンケート調査」】

この度、株式会社電通リサーチ大阪支社(大阪市北区堂島、取締役大阪支社長 安部 謙)は、関西(2府4県:大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県、和歌山県)、関東(1都3県:東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)に居住する20~59歳の男女のうち、3年以内の引越し経験者に「引越しに関する調査」を実施し、その結果をまとめましたので発表させていただきます。

実施期間は2007年10月16日(火)~10月18日(木)、調査手法は電通リサーチのクイックインターネット調査システム「DR919」(DRクイック)を用いた自記式アンケートにより行い、有効な回答を1,000名から得られました。

【結果のまとめ】 「調査結果の概要」については次ページ以降を参照ください。

1. 引越の実態

引越エリアは、7割近くが同一都府県内での比較的近距離の移動。

* 関西は、同一市町村での引越が半数近くを占め、関東に比べより近距離の移動が多い。

「単身」での引越は約3分の1。「ファミリー」での引越が3分の2を占める。

* 関西・関東で大きな差はない。

引越費用が会社等の負担とする転勤族は約2割を占める。

* 関西・関東で大きな差はない。

引越費用は全体の6割が10万円未満で平均金額は135,000円。全額会社負担なら20万円超と高額。

* 関西の引越費用の平均は132,500円。関東の138,540円と比べると近距離の引越が多い分、やや安い。

2. 引越会社の選択意識

利用した引越会社の選択理由は「とにかく価格が安いこと」が4割を超えトップ。価格ニーズの高さを示す。

* 関西居住者は「価格の安さ」に加え、「見積が判りやすく・納得いく」ことも併せて判断しようとする意識が強く、価格に対してはよりシビアな側面をみせている。

引越会社検討時の情報源は「広告」「友人・知人」「報道番組・記事」「口コミサイト」だが、役立つ情報源となると「友人・知人」や「口コミサイト」など、より客観的な「評判」に依存する傾向強し。

* 関西居住者は関東居住者に比べ、「友人・知人」や「家族」など、より身近な「口コミ」への依存度が高い。

3. 利用した引越会社に対する評価

利用者の約8割が「満足」と評価し、概ね好意的な評価を獲得。その一方で「不満」も約1割を占める。

利用引越会社のリピート意向についても7割と高評価だが、不満層の9割は「使いたくない」と否定的評価。個別業務別の評価から運送スタッフの「手際・熟練さ」「親身さ」「作業の丁寧さ」が満足度向上の決め手。

4. 今後の引越会社利用時の重視点

今後の引越会社利用時には、「価格の安さ」だけではなく「納得感」が重視される傾向へ。

* 関西・関東ともに同じような傾向だが、関西居住者は関東に比べ、価格や営業マン・運送スタッフの対応に加え「家族や友人の評判」や「会社の規模」といった項目についても併せて重視する人が多く、ニーズは多岐に渡る。

<お問合せ先>

株式会社 電通リサーチ 大阪支社
info@dentsuresearch.co.jp

【調査結果の概要】

関西・関東のDR919の登録モニターの中から対象条件に合致する対象者をスクリーニングする過程で、引越会社を使って3年以内に引越をした人は25.9%と約4分の1を占めた。それら引越し経験者の中から有効な回答を得た1,000名の回答を集計・分析し、以下のような結果を得た。

1. 引越の実態

(1) 引越経験時期

過去3年以内の引越経験者は、1年以内・2年以内・3年以内でほぼ3等分。

今回調査では、過去3年以内の引越経験者にアンケートを行っているが、1年以内の経験者は合計32.8%、2年以内30.7%、3年以内36.5%とほぼ3等分される結果となった。

* 関西居住者、関東居住者で大きな差はない。

		3ヶ月以内	半年以内	1年以内	2年以内	3年以内
居住地別	全体 (N=1000)	6.8	10.9	15.1	30.7	36.5
	関東エリア (N=500)	7.0	12.2	16.0	29.6	35.2
	関西エリア (N=500)	6.6	9.6	14.2	31.8	37.8

注) 数値は回収数を100とした%(以下同)

(2) 引越エリア

引越エリアは、7割近くが同一都府県内での比較的近距离の移動。

「同一市町村内」(40.4%)、「隣接市町村間」(16.6%)、「同一都府県内」(10.0%)となっており、7割近く(67.0%)が同一都府県内での比較的近距离の引越で占められている。

* 関西は、同一市町村での引越が半数近く(46.6%)を占め、関東に比べより近距离の移動が多い。

		同一市町村内	隣接市町村	都府県内	隣接都道府県	同じ地方	他地方から(長距離)	海外から国内へ
居住地別	全体 (N=1000)	40.4	16.6	10.0	12.1	3.6	0.9	16.4
	関東エリア (N=500)	34.2	17.2	13.4	13.4	4.6	1.2	16.0
	関西エリア (N=500)	46.6	16.0	6.6	10.8	2.6	0.6	16.8

(3) 引越した世帯状況

「単身」での引越が3分の1を占める。

「単身」での引越は34.1%と約1/3を占め、「ファミリー」での引越が2/3を占めている状況にある。

* 関西・関東での大きな差はない。

		単身	夫婦のみ	2世代(夫婦+子供)	3世代(夫婦+子供+親)	その他
居住地別	全体 (N=1000)	34.1	24.3	1.1	1.7	38.8
	関東エリア (N=500)	35.2	25.6	0.8	1.4	37.0
	関西エリア (N=500)	33.0	23.0	1.4	2.0	40.6

(4) 引越費用負担者

引越費用が会社等の負担とする転勤族は約2割を占める。

会社などからの補助を受けて引越している人は約2割を占め、「全額会社負担」とする人は全体の13.3%と1割強を占めている。

居住地別		全額個人の負担		一部、会社などから補助が出た		全額会社などの負担 (個人負担なし)	
		割合	割合	割合	割合	割合	割合
全体 (N=1000)		81.0	5.7	13.3			
関東エリア (N=500)		79.6	7.8	12.6			
関西エリア (N=500)		82.4	3.6	14.0			

注) 数値は回収数を100とした%(以下同)

(5) 引越会社への支払い総額

引越費用は全体の6割が10万円未満で平均金額は135,000円。全額会社負担なら20万円超と高額。

引越費用については「5万円未満」が22.4%と全体の1/5を占め、「5万円～10万円未満」が28.5%と約3割を占めており、6割の引越が10万円未満で済んでいる。一方で、「30万円以上」掛かった比較的高額な引越も1割弱を占め、引越費用を平均すると約135,000円となっている。

- * 関西の引越費用の平均は132,500円、関東の138,540円と比べると近距離の引越が多い分、関西の方がやや安い。
- * 引越エリア別に見ると、当然のことながら長距離になるほど費用はかさむ傾向にある。「地方間」の移動は平均でも20万円を超える。
- * 転勤が多いと思われるが、「全額会社などの負担」による引越では、平均で20万円を超える。

居住地別	引越エリア別	費用負担者別	5万円未満	5万円～10万円未満	10万円～15万円未満	15万円～20万円未満	20万円～25万円未満	25万円～30万円未満	30万円～35万円未満	35万円～40万円未満	40万円以上	平均金額 (円)
			割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	
全体 (N=1000)			22.4	28.5	19.6	11.1	5.9	4.3	3.4	1.1	3.7	(135,520)
関東エリア (N=500)			24.8	26.8	18.0	10.2	6.2	4.8	4.0	1.0	4.2	(138,540)
関西エリア (N=500)			20.0	30.2	21.2	12.0	5.6	3.8	1.2	2.8	3.2	(132,500)
同じ市町村内 (N=404)			21.0	34.4	18.8	12.6	4.5	5.0	1.2	1.7	0.7	(116,832)
隣接市町村 (N=166)			26.5	27.7	21.7	11.4	5.4	1.2	1.2	1.8	3.0	(115,030)
同じ都府県内 (N=100)			27.0	32.0	19.0	10.0	7.0	4.0	1.0	0.0	0.0	(103,350)
隣接都府県 (N=121)			29.8	24.8	19.0	10.7	7.4	3.3	2.5	2.5	0.0	(120,909)
同じ地方内 (N=36)			22.2	25.0	13.9	19.4	8.3	8.3	2.8	0.0	0.0	(149,028)
他地方(長距離) (N=164)			14.6	17.1	22.6	6.1	7.3	7.9	3.0	13.4	0.0	(213,689)
海外から (N=9)			11.1	11.1	11.1	22.2	11.1	33.3	0.0	0.0	0.0	(427,778)
全額個人の負担 (N=810)			24.6	31.4	19.8	10.9	4.9	4.1	2.0	0.6	0.0	(116,074)
一部、会社などから補助が出た (N=57)			7.0	21.1	24.6	15.8	8.8	1.8	15.8	1.8	3.5	(184,561)
全額会社などの負担 (個人負担なし) (N=133)			15.8	14.3	16.5	10.5	10.5	6.8	6.8	2.3	16.5	(232,932)

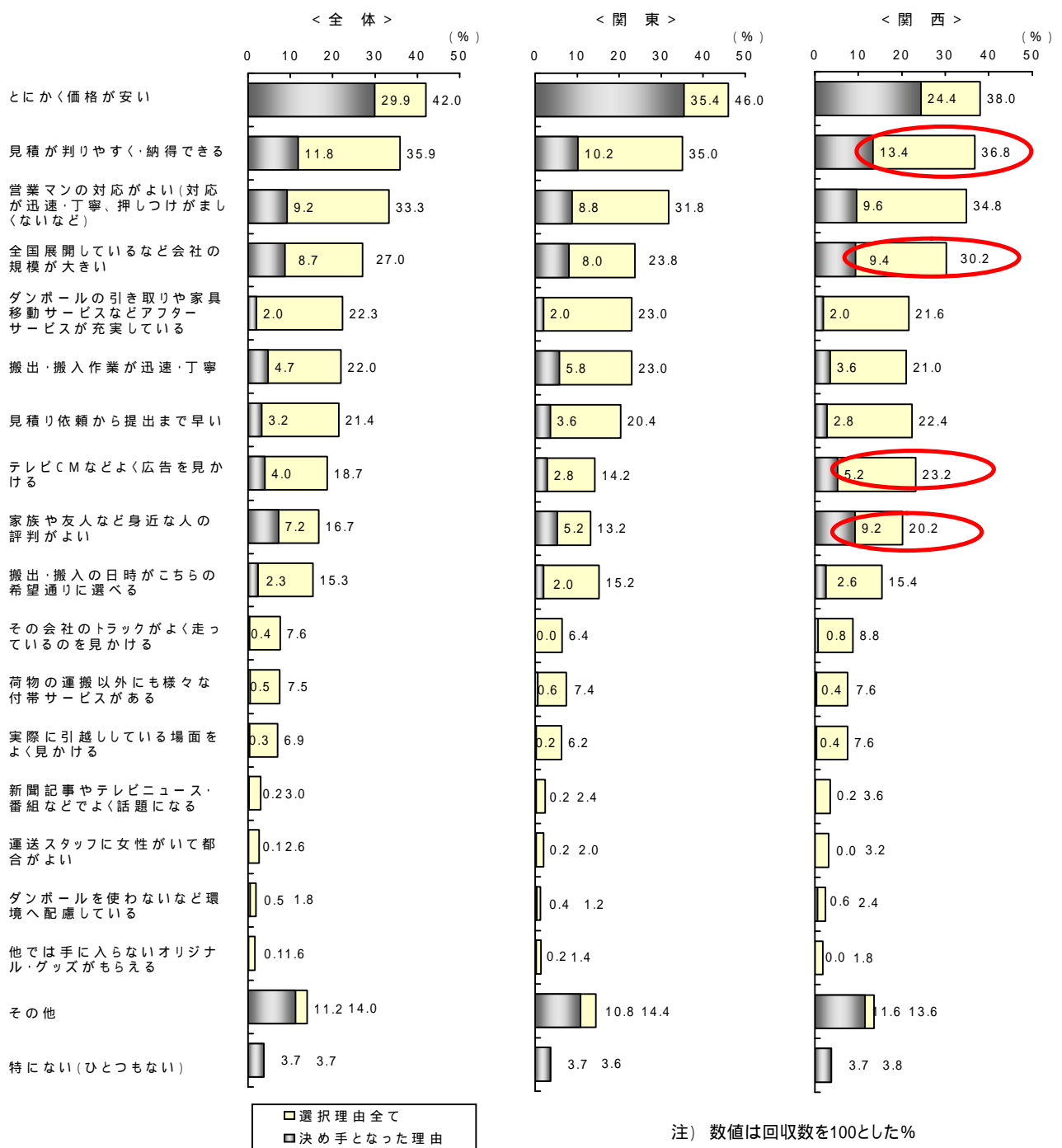
2. 引越会社の選択意識

(1) 引越会社の選択時重視点

利用した引越会社の選択理由は「とにかく価格が安いこと」が4割を超えトップ。価格ニーズの高さを示す。

利用した引越会社の選択理由を複数回答で答えてもらうと、「とにかく価格が安い」ことがトップで42.0%の人が挙げており、次いで「見積りが判りやすく・納得できる」(35.9%)、「営業マンの対応がよい」(33.3%)といった理由が上位を占める。また、それらの選択理由の中で「その引越会社に決めた最大の理由」をひとつ挙げてもらうと、29.9%とほぼ3人に1人が「とにかく価格が安い」ことを決定理由としており、価格ニーズの強さを示す結果となっている。

*「とにかく価格が安い」ことにこだわる人は関東居住者で比較的多いが、関西居住者は「見積りが判りやすく・納得できる」ことも併せて判断して選ぶと言う意識が強く、価格に対してはよりシビアな側面が見られる。また、関西居住者は「会社の規模」「広告をよく見かける」「身近な人の評判」なども関東に比べると高く、引越会社の選択に関して、より慎重な姿勢も見られる。

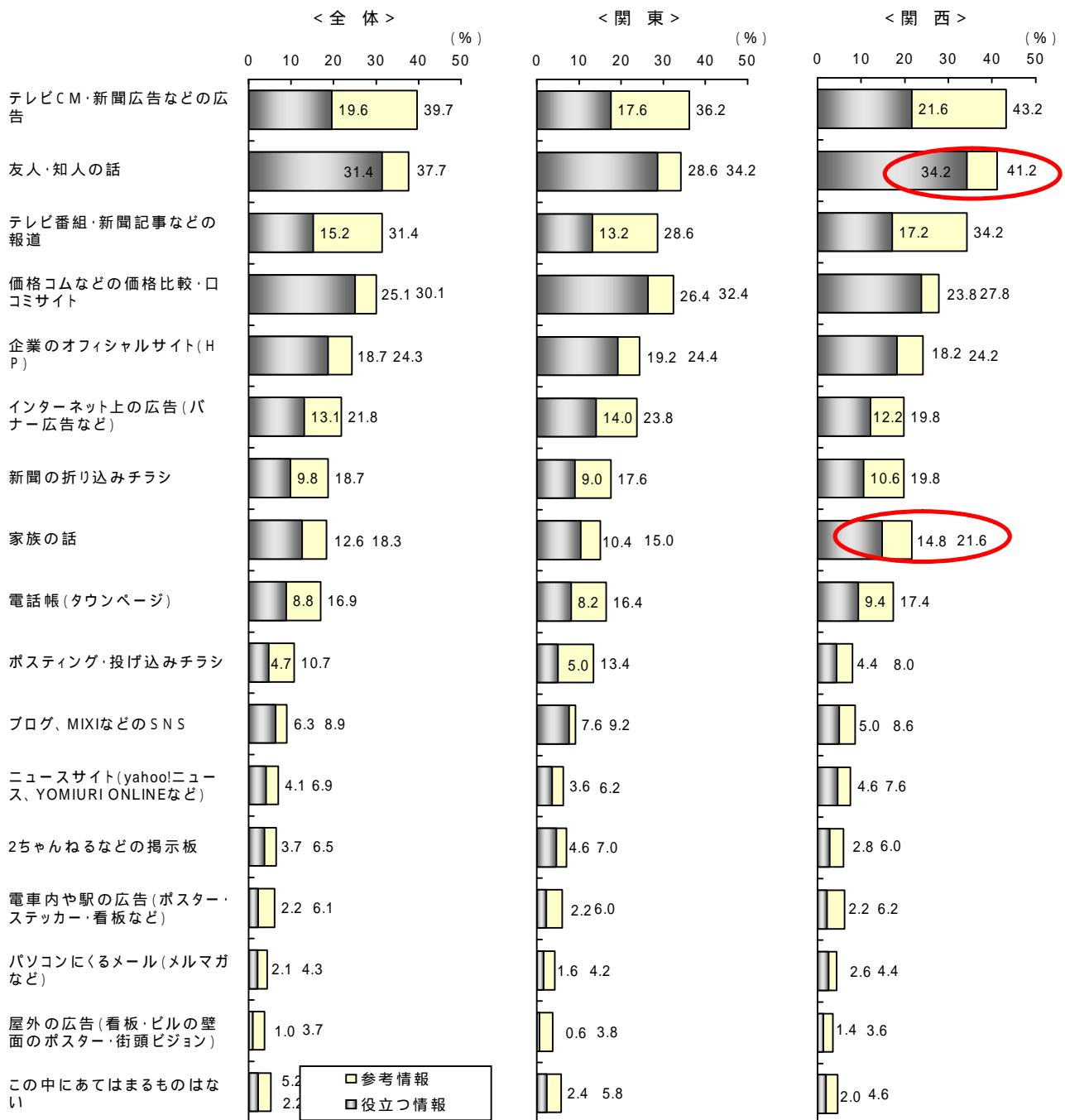


(2) 引越会社選択時の情報源

引越会社検討時の情報源は「広告」「友人・知人」「報道番組・記事」「口コミサイト」だが、役立つ情報源となると、「友人・知人」や「口コミサイト」など、より客観的な「評判」に依存する傾向強し。

引越会社の利用を検討する際の情報源を複数回答してもらくと、「テレビCM・新聞広告などの広告」が39.7%とトップに挙げられ、次いで「友人・知人の話」37.7%、「テレビ番組・新聞記事などの報道」31.4%、「価格コムなどの価格比較・口コミサイト」30.1%が上位に挙げられ、「企業のオフィシャルサイト」24.3%などよりも第三者の客観的な情報(いわゆる評判)が求められていることがよく分かる結果となっている。さらに情報源の中で「役に立つ」と思う情報源を挙げてもらったところ、この傾向はよりはっきりする。役に立つと思う情報源のトップは「友人・知人の話」31.4%であり、それに次ぐのが「価格比較・口コミサイト」25.1%となっており、口コミによる評判が引越し会社の選択に大きく影響力を及ぼすことを裏付ける結果となっている。

* 関西居住者は関東居住者に比べ「友人・知人の話」や「家族の話」など、より身近な「口コミ」への依存率が高い。

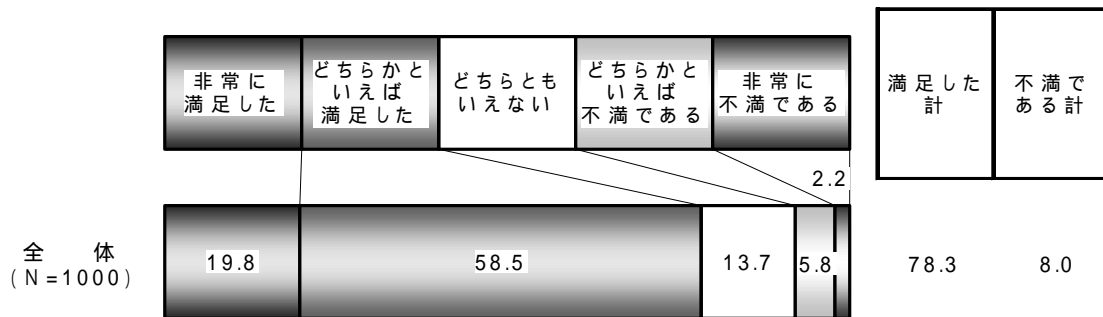


3. 利用した引越会社への評価

(1) 総合満足度

利用者の約8割が「満足」と評価し、概ね好意的な評価を獲得。その一方で「不満」も約1割を占める。

利用した引越会社の総合的な満足度については、「非常に満足」19.8%、「どちらかといえば満足」58.5%、「どちらかといえば不満」5.8%、「非常に不満」2.2%と8割弱(78.3%)が「満足」としているが、不満を残した人も1割近く存在する。



注) 数値は回収数を100とした% (以下同)

(2) 再利用意向

利用引越会社のリピート意向についても7割と高評価だが、不満層の9割は「使いたくない」と否定的評価。

次回の引越の際に同じ引越会社を利用したいかと言う問いかけに、「きっとまた使う」18.2%、「また使ってみてもよい」50.2%と同じ引越会社へのリピート意向者が7割近くを占める一方で、「あまり使ってみたくない」6.7%、「決して使わないと思う」4.2%とするネガティブ層が1割を占める。

利用時の引越会社に対して総合的に不満を感じた人の9割(91.3%)は、次回の引越に同じ引越会社を「利用したくない」としている。

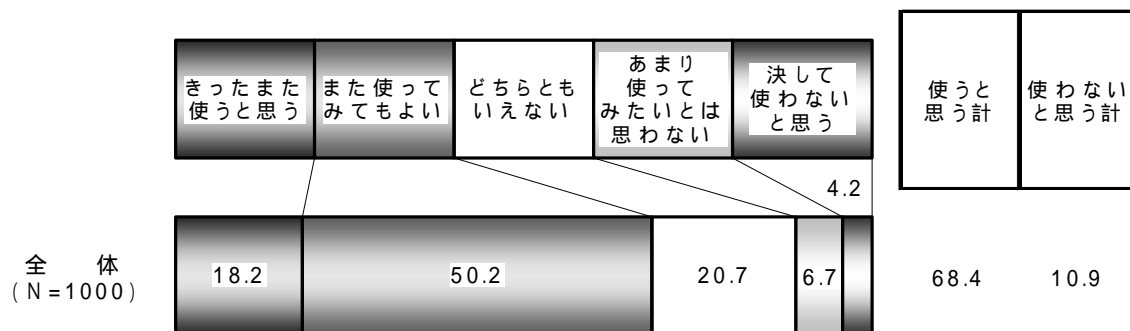


表 総合満足度別にみた再利用意向

	回 収 数	再利用意向		
		計使 うと 思 う	いど えち なら いと も	思使 うわ な 計いと
全 体	1000	68.4	20.7	10.9
< 利用引越会社満足度別 >				
【統合】満足計	783	85.3	14.0	0.6
【統合】不満計	80	1.3	7.5	91.3

(3) 引越会社の個別評価

個別業務別の評価から運送スタッフの「手際・熟練さ」「親身さ」「作業の丁寧さ」が満足度向上の決め手。

「電話窓口の対応」(非常に+まあ:以下同)76.7%、「営業担当者の対応力」75.7%、「引越プラン」71.7%、「運送スタッフの親身さ」75.6%、「運送スタッフの手際・熟練さ」77.5%、「運送スタッフの作業の丁寧さ」71.9%、「引越時間の正確さ」72.7%、「価格の安さ」68.7%、「アフターサービス」46.1% となっており、「アフターサービスの良さ」を除きほぼ7割強の人が「良かった」と評価している。

その一方で、「運送スタッフの作業の丁寧さ」10.0%、「アフターサービスの良さ」9.3%、「引越しの時間の正確さ」7.9% では、1割程度が「悪かった」(やや+非常に)と否定的な評価をしている点も気になる。

総合満足度の高位層(非常に+どちらかといえば)の個別評価項目ごとの評価率をみると、「電話窓口の対応」(非常に+まあ:以下同)85.1%、「営業担当者の対応力」85.8%、「引越プラン」83.0%「運送スタッフの親身さ」89.1%、「運送スタッフの手際・熟練さ」90.4%「運送スタッフの作業の丁寧さ」86.8%、「引越時間の正確さ」84.9%、「価格の安さ」79.3%、「アフターサービス」57.0% となっており、「運送スタッフ」の「手際・熟練さ」「親身さ」「作業の丁寧さ」といった項目の評価が取り分け高い点が目につくことから、引越し業務の中でも「運送スタッフ」の良し悪しが顧客の満足度に与える要因として大きいことが判る。

この傾向を逆の視点からみると、総合満足度の低位層(不満層)の個別評価では、運送スタッフの「親身さ」「手際・熟練さ」「作業の丁寧さ」や「時間の正確さ」「アフターサービス」での評価の低さが目立つところからも裏付けられていると言える。

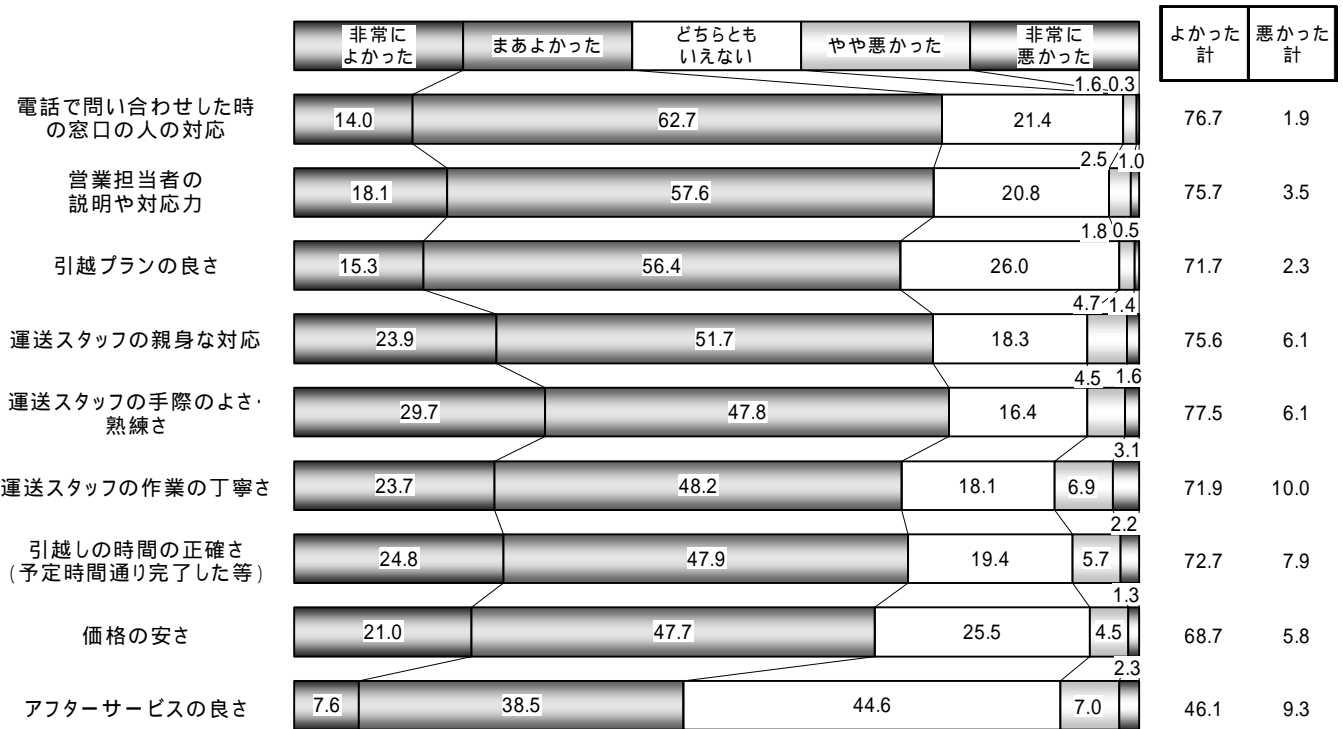


表 引越会社の個別評価(居住地別・総合満足度別)

回収数	電話で問い合わせた時の窓口の人の対応			営業担当者の説明や対応力			引越プランの良さ			運送スタッフの親身な対応			運送スタッフの手際・熟練さ			運送スタッフの作業の丁寧さ			引越しの時間の正確さ(予定時間通り完了した等)			価格の安さ			アフターサービスの良さ			
	良かった計	どちらともいえない	悪かった計	良かった計	どちらともいえない	悪かった計	良かった計	どちらともいえない	悪かった計	良かった計	どちらともいえない	悪かった計	良かった計	どちらともいえない	悪かった計	良かった計	どちらともいえない	悪かった計	良かった計	どちらともいえない	悪かった計	良かった計	どちらともいえない	悪かった計				
全体	1000	76.7	21.4	1.9	75.7	20.8	3.5	71.7	26.0	2.3	75.6	18.3	6.1	77.5	16.4	6.1	71.9	18.1	10.0	72.7	19.4	7.9	68.7	25.5	5.8	46.1	44.6	9.3
<居住地別>																												
関東エリア	500	76.6	21.4	2.0	73.2	23.2	3.6	70.8	27.0	2.2	73.8	18.8	7.4	77.6	15.4	7.0	70.0	19.4	10.6	70.8	20.4	8.8	69.0	23.4	7.6	45.0	45.8	9.2
関西エリア	500	76.8	21.4	1.8	78.2	18.4	3.4	72.6	25.0	2.4	77.4	17.8	4.8	77.4	17.4	5.2	73.8	16.8	9.4	74.6	18.4	7.0	68.4	27.6	4.0	47.2	43.4	9.4
<利用引越会社満足度別>																												
[総合]満足計	783	85.1	14.4	0.5	85.8	13.0	1.1	83.0	16.9	0.1	89.1	10.2	0.6	90.4	9.1	0.5	86.8	11.2	1.9	84.9	11.9	3.2	79.3	18.5	2.2	57.0	40.7	2.3
[総合]不満計	80	51.3	35.0	13.8	43.8	37.5	18.8	30.0	47.5	22.5	20.0	28.8	51.3	22.5	21.3	56.3	11.3	20.0	68.8	17.5	32.5	50.0	32.5	41.3	26.3	5.0	31.3	63.8

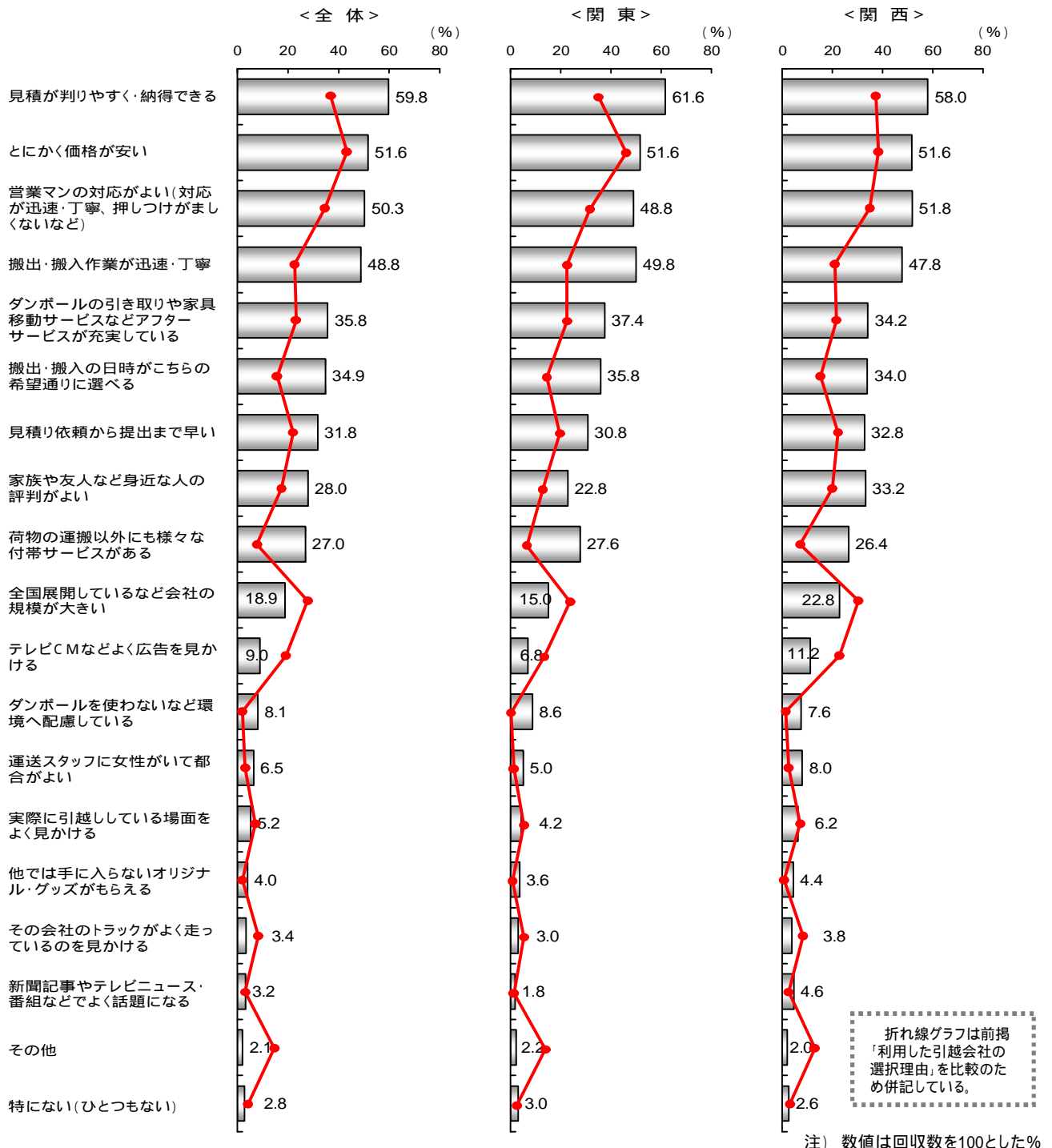
注) 数値は回収数を100とした%

4. 今後の引越会社利用時の重視点

今後の引越会社利用時には、「価格の安さ」だけでなく「納得感」が重視される傾向へ。

今後、引越をする際に引越会社を選ぶ時の重視点を複数回答で答えてもらうと、最近利用時の引越会社の選択重視点ではトップであった「とにかく価格が安い」は過半数の人が重視点として挙げてはいるが、それを上回り6割の人が「見積りが判りやすく・納得できる」を挙げており、価格競争の激化が著しい引越業界においても「安い」だけでなく「納得感」が求められており、「安かろう」だけでは選ばれなくなる時代に入ってきている。また、様々な付帯サービスで差別化を図ろうとしている引越業界ではあるが、今後の重視点からみると、「搬出・搬入作業が迅速・丁寧」であることといった基本的なポイントが重要視される結果となっている。

* 関西・関東ともに同一の傾向であるが、関西居住者は関東に比べ、価格や営業マン・運送スタッフの対応に加え「家族や友人の評判」や「会社の規模」といった項目についても併せて重視する人が多く、ニーズは多岐に渡る。



【今回調査の設計】

調査エリア： 関西（ 2府4県：大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・滋賀県・和歌山県）
及び関東（ 1都3県：東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県）
調査対象： 過去3年以内に「引越会社」を利用して引越しをした男女個人
（対象年齢は20～59歳）
調査方法： インターネットによる対象者自記式アンケート
（クイックインターネット調査システム「DR919（DRクイック）」による）
標本数： 1,000ss回収（各エリア500ss×2）
調査期間： 2007年10月16日（火）～10月18日（木）

【「DR919（ディーアールクイック）」について】

「DR919」は電通リサーチが提供する手軽なクイックインターネット調査サービスです。
アンケート内容（html調査票）の確定から最短24時間で集計結果をお届けすることが可能です。

● 【「KANSAI MARKET EYES（関西マーケット・アイズ）」について】 ●

「関西マーケット・アイズ」は電通リサーチ大阪支社が、関西エリアの生活者の消費動向や意識について独自の視点を持って調査の結果を分析し社会や企業に情報発信していこうとするものです。テーマによっては全国エリアの調査を行うこともありますが、その中心は「関西の市場」に見据えたエリアデータを関西のメディア各社へ限定してリリースしてまいります。

【電通リサーチについて】

電通リサーチは、電通の市場調査部門から独立して1967年の設立以来、電通グループ唯一の調査会社としてマーケティングリサーチをビジネスドメインの中心に据え、鮮度の高い生活者情報を収集・分析し顧客にお届けしています。

会社概要

会社名： 株式会社 電通リサーチ
設立： 1967年11月1日
資本金： 3億2,000万円
代表者： 代表取締役社長 野村 清（のむら きよし）
所在地： 東京本社 〒104-8171 東京都中央区銀座7-4-17 電通銀座ビル
大阪支社 〒530-0003 大阪市北区堂島2-1-31 ORIX堂島ビル
名古屋支社 〒460-0008 名古屋市中区栄4-15-32 日建住生ビル
HP： <http://www.dentsuresearch.co.jp>