

入居者の年代別契約ステータス分析レポート

～特に40代の退去率に着目～

分析対象: 入居者マスタ × 契約データ (結合キー: 入居者ID)

総契約件数: 3,000件

1. 年代別退去率サマリーテーブル (退去率の高い順)

ランク	年代	総契約件数	退去件数	入居中件数	退去率 (%)
1位 (最高)	50代	554	148	406	26.7%
2位	40代	595	157	438	26.4%
3位	20代	556	140	416	25.2%
3位	30代	588	148	440	25.2%
5位 (最低)	60代	707	168	539	23.8%
—	全体合計	3,000	761	2,239	25.4%

全体平均退去率の計算式: $761 \text{件 (全退去)} \div 3,000 \text{件 (全契約)} \times 100 = 25.4\%$

2. 40代の退去率に関する直接回答

40代の退去率は 26.4% です

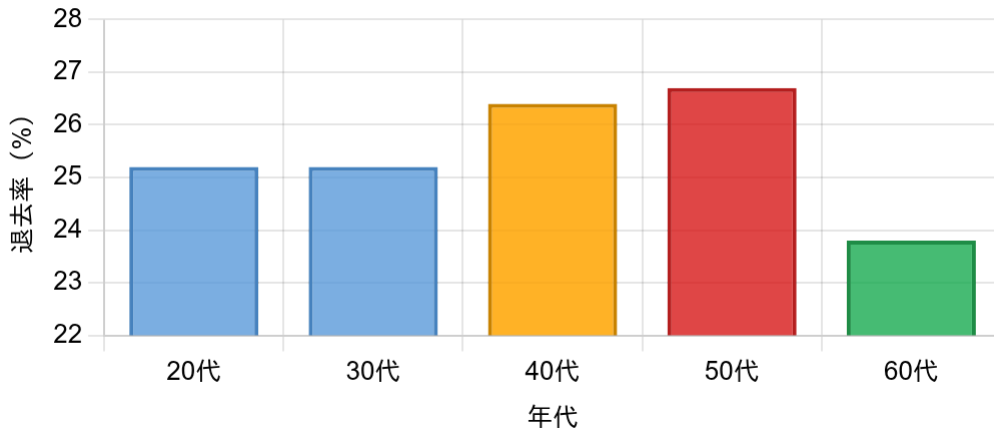
計算式:

退去件数 (157件) \div 総契約件数 (595件) \times 100 = 26.4%

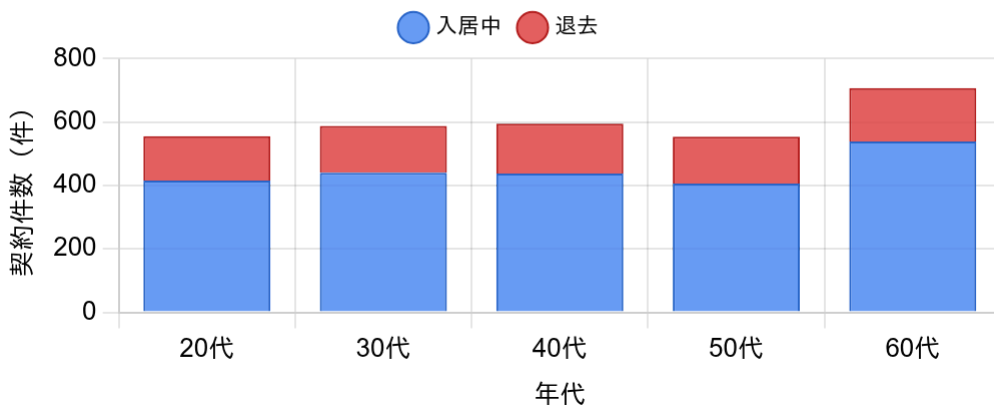
比較項目	数値
40代の退去率	26.4%
全体平均退去率	25.4%
差 (全体平均との比較)	+1.0ポイント (全体平均より高い)
全年代中のランク	2位 (50代に次いで2番目に高い)

コメント: 40代の退去率 (26.4%) は全体平均 (25.4%) を 1.0ポイント上回っており、全年代中2番目に高い水準です。退去率が最も高い50代 (26.7%) とは0.3ポイント差とほぼ同水準であり、40代・50代は退去リスクが相対的に高い年代層と言えます。

年代別 退去率 (%)



年代別 入居中・退去の件数内訳



3. データから読み取れる洞察 (3点)

洞察①：退去率が最も高い50代の特徴と背景要因 (推測)

50代の退去率は **26.7%** と全年代で最高です。50代はライフステージの大きな転換期にあたる年代であり、以下の背景要因が退去率を押し上げている可能性があります。

- **子どもの独立・巣立ち**：子育て完了後に広い住居が不要となり、コンパクトな住居への住み替えが発生しやすい
- **定年退職前後の転居**：職場近くの賃貸から、退職後の生活拠点への移動
- **住宅購入のタイミング**：老後を見据えた持ち家取得による賃貸離脱

40代 (26.4%) も50代に次いで退去率が高く、**40~50代は「住み替え検討層」として特別な注意が必要な年代**と言えます。

洞察②：退去率が最も低い60代の安定性

60代の退去率は **23.8%** と全年代で最低であり、かつ **総契約件数も707件と最多**です。この組み合わせは、60代が最も「安定した入居者層」であることを示しています。

- **生活基盤の安定**：定年退職後に生活拠点が固まり、転居の必要性が低下
- **長期入居傾向**：新たな職場への転勤や子育てによる住み替えニーズが少ない
- **契約件数の多さ**：60代の入居者が多く、かつ安定しているため、ポートフォリオ全体の安定性に大きく貢献している

洞察③：年代間の退去率差と年代以外の影響要因 (推測)

全年代の退去率は **23.8%~26.7%** の範囲に収まっており、**最大差はわずか2.9ポイント**です。この比較的小さな差は、退去率が年代だけでなく他の要因にも広く影響されている可能性を示唆しています。

- **仲介チャネルの影響**：ネット系・不動産仲介・直接契約など、チャネルによって入居者の定着率が異なる可能性
- **地域・物件特性の影響**：都市部と郊外、物件の築年数・設備水準によって退去率が変動する可能性
- **契約期間の影響**：短期契約が多い年代ほど退去件数が増えやすい構造的な要因

4. アクションアイテム (3点)

アクション①：退去率が高い40代・50代への長期入居促進策

根拠数値：50代26.7%・40代26.4%（全体平均25.4%を各+1.3pt・+1.0pt上回る）

- **長期契約インセンティブの導入**：2年以上の契約更新時に家賃割引や設備グレードアップを提供し、住み替え検討を抑制する
- **ライフステージ対応プランの整備**：子どもの独立後に広い部屋から小さい部屋への「同一物件内住み替え」オプションを設け、物件外への退去を防ぐ
- **退去予兆の早期検知**：40～50代入居者の契約更新タイミングに合わせた能動的なフォローアップ連絡を実施する

アクション②：退去率が低く契約件数が最多の60代への入居者獲得強化策

根拠数値：60代は退去率23.8%（最低）かつ総契約件数707件（最多）

- **シニア向けマーケティングの強化**：60代に訴求する広告チャネルへの投資を拡大し、最も安定した入居者層の獲得を増やす
- **バリアフリー・安心設備のアピール**：手すり・段差解消・緊急通報システムなど、60代が重視する設備を前面に打ち出した物件訴求を行う
- **紹介・口コミ施策の活用**：既存の60代入居者からの紹介キャンペーンを実施し、同年代の安定入居者を獲得する

アクション③：さらなる深掘り分析の提案

根拠：年代間の退去率差が最大2.9ポイントと小さく、年代以外の要因が退去率に影響している可能性が高い

以下の組み合わせ分析を次のステップとして推奨します。

分析テーマ	組み合わせ	期待される示唆
契約期間 × 年代	契約データの「契約期間_ヶ月」 × 年代	短期契約が多い年代を特定し、退去率との相関を確認
仲介チャネル × 年代	「仲介チャネル」 × 年代	チャネル別の入居者定着率を把握し、効果的な集客経路を特定
地域 × 年代	入居者マスタの「地域」 × 退去率	地域ごとの退去傾向を把握し、エリア別の対策を立案

これらの多軸分析により、退去率改善のためのより精度の高いターゲティング施策が立案可能になります。